บทบาทหน้าที่นักสื่อสารองค์กรในยุคใหม่

ผู้บริโภคยุคดิจิทัล

โดย ... เหมือนฝัน นิลคูหา

NEWPORT
FILTER CIGARETTES
Refreshing
ภูมิทัศน์สื่อแบบเก่า

ภูมิทัศน์สื่อแบบเก่า

7

MCOT

ททบ
๕

ทวีไทย

สทท.

1-10 ช่องชั้นนำ

1	Channel 3	
2	True4U	
3	Channel 7	
4	True Inside	
5	True Movie Hits	
6	Plook Panya	
7	TNN 24	
8	Reality	
9	True Sport 7	
10	True Select	

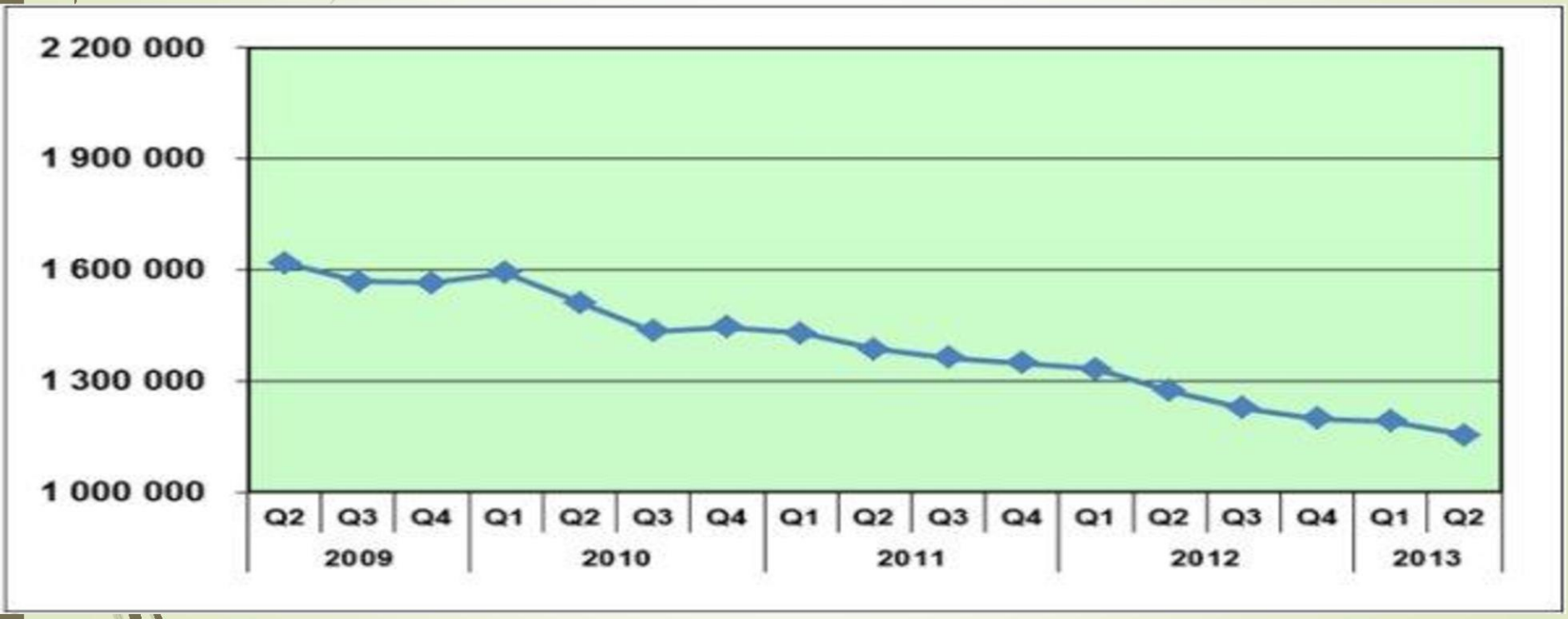
11-46 ช่องดิจิทัลทีวี

11	CH5	
12	NBT	
13	Thai PBS	
14	NBT Analog***	
15	Thai PBS Analog***	
16	ดิจิทัลทีวีประเภทสาธารณะ	
17	ดิจิทัลทีวีประเภทสาธารณะ	
18	ดิจิทัลทีวีประเภทสาธารณะ	
19	ดิจิทัลทีวีประเภทสาธารณะ	
20	ดิจิทัลทีวีประเภทสาธารณะ	
21	ดิจิทัลทีวีประเภทสาธารณะ	
22	ดิจิทัลทีวีประเภทสาธารณะ	
23	3 Family	
24	MCOT Family	
25	LOCA	
26	TNN24	
27	THV	
28	NEW TV	
29	SPRINGNEWS	
30	BRIGHT TV	
31	VOICE TV	
32	NATION TV	
33	Workpoint TV	
34	True4U	
35	G25	
36	NOW	
37	CH8	
38	3 SD	
39	Mono TV	
40	MCOT HD	
41	ONE	
42	Thairath TV	
43	3 HD	
44	Amarin TV	
45	BBTV CH7	
46	PPTV HD	
47-61	DLTV 1-15	
62	TGN2	
63	TGN	
64	ETV	
65	M Channel	
66	Sky Theater	
67	Travel Channel Thailand	
68	VERY TV	

ภูมิทัศน์สื่อใหม่

ยอดขายสื่อสิ่งพิมพ์ตกลง

4 Year Category Trend by Quarter:
Daily Newspapers



ปิดตำนาน! 49 ปี"นิตยสารขวัญเรือน"

ปิดฉาก 61 ปี นิตยสารสกุลไทย

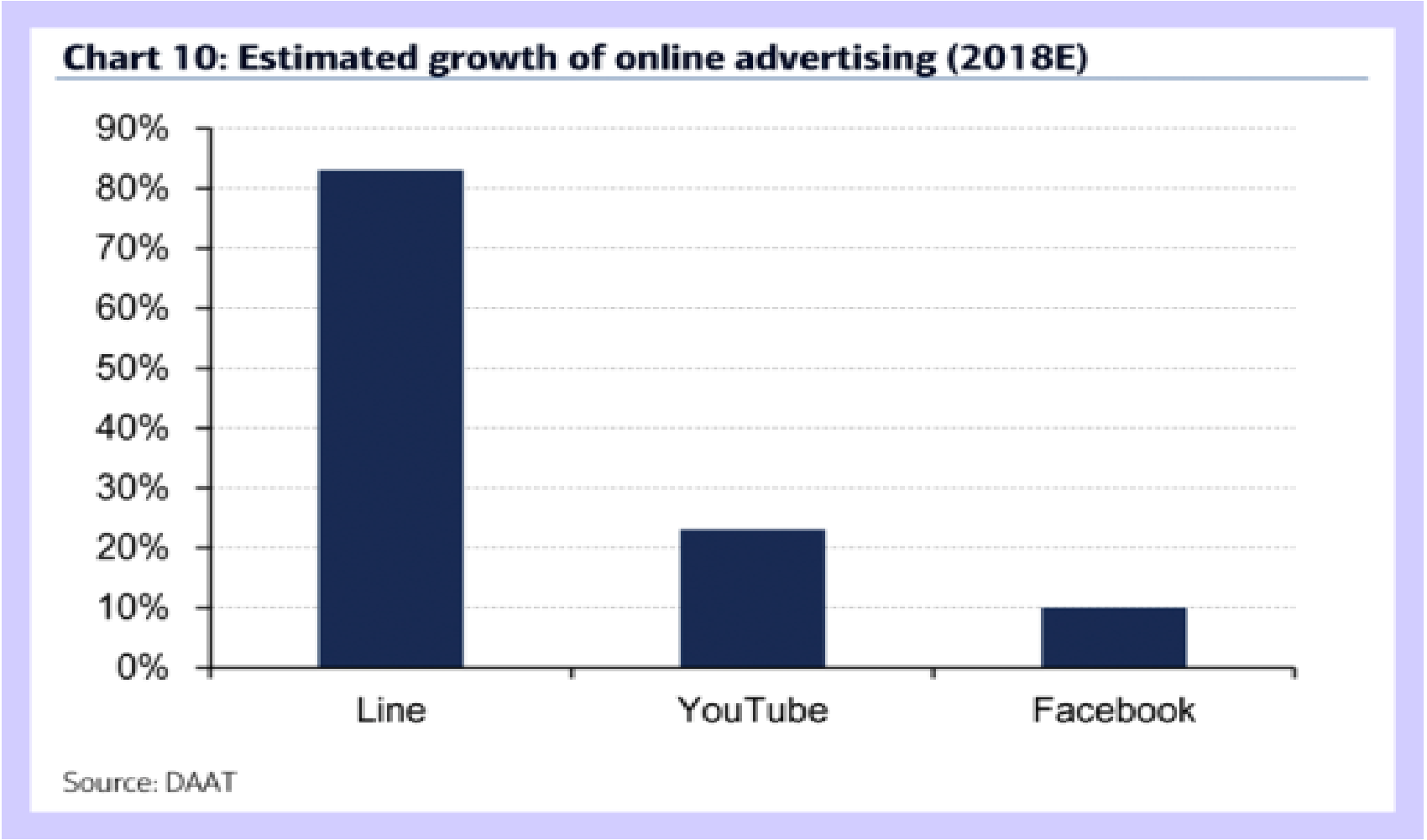
https://positioningmag.com/1195737?fbclid=IwAR2hMrLoSNvpTuPhSlKVFkz770jcm6KLML1TOw4trD2D6sna6tlMrWMdE3c

10 อันดับแรกช่องทีวีดิจิทัล เรตติ้งสูงสุด

	22-28 ต.ค. 61		29 ต.ค. - 4 พ.ย. 61	
	ช่อง	เรตติ้ง	ช่อง	เรตติ้ง
1	7 HD	1.807	7 HD	1.763
2	3 HD	1.215	3 HD	1.143
3	MONO 29	0.952	MONO 29	0.891
4	workpoint	0.801	workpoint	0.766
5	one 31	0.587	one 31	0.514
6	8	0.485	8	0.487
7	ไทยรัฐ TV	0.409	ไทยรัฐ TV	0.409
8	3 SD	0.329	3 SD	0.331
9	AMARIN	0.290	AMARIN	0.284
10	26 NOW	0.200	26 NOW	0.223

ที่มา : นีลเส็น

ข้อมูลจากสมาคมโฆษณาดิจิทัล หรือ DAAT ระบุว่า ในจำนวนรายได้หลักของตลาดโฆษณาออนไลน์ในไทยนั้น เป็นของ 2 รายใหญ่คือ Facebook และ YouTube ที่มีรายได้รวมกัน 48% ภายในปี 2561 โดยที่ LINE TV จะมีอัตราการเติบโตสูงถึง 83% ในปีนี้ มียอดผู้ใช้บริการ 20 ล้านดาวน์โหลด



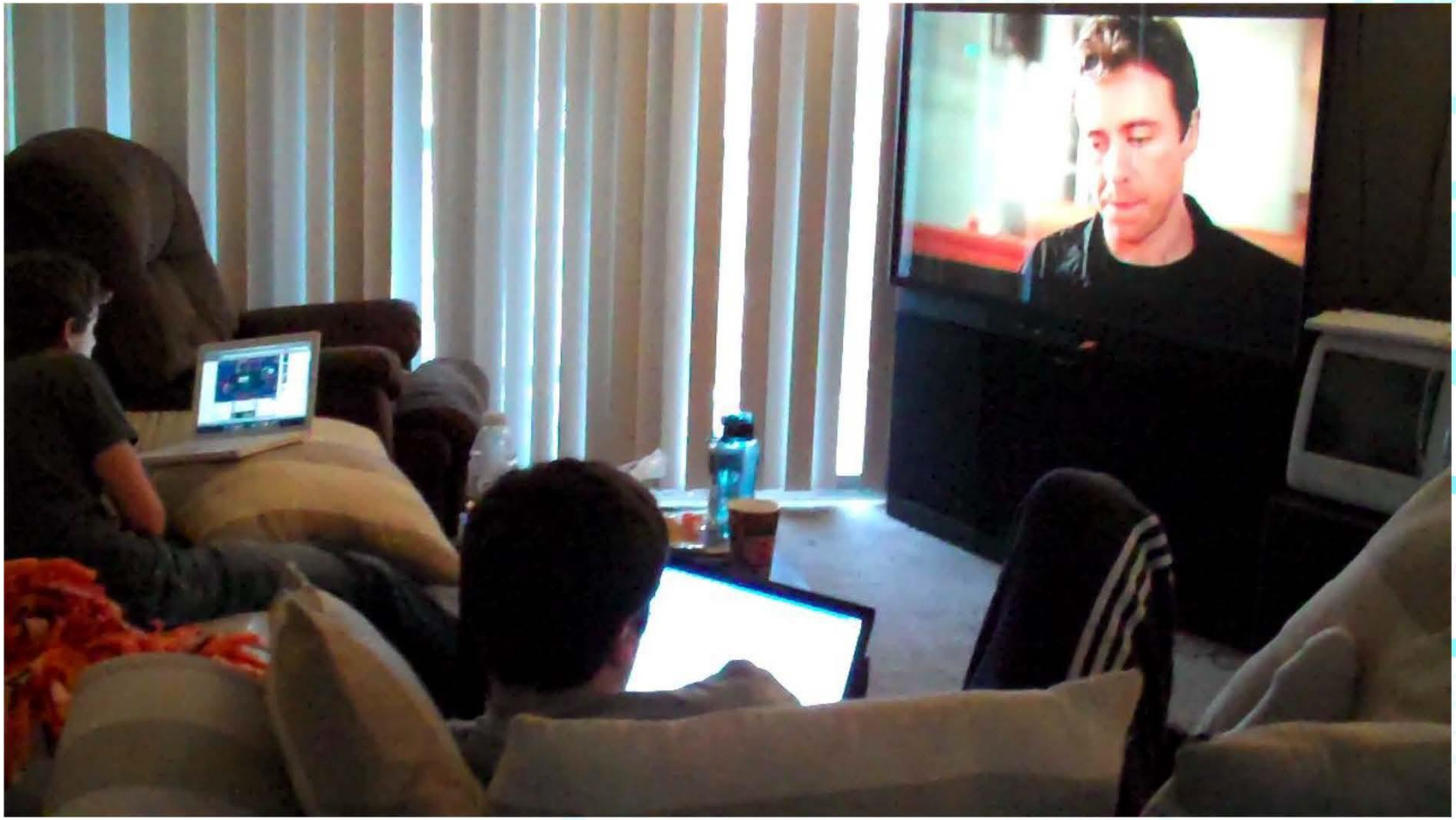
St. Peter's Square ปี 2548 และ 2556

Pope Benedict

Pope Francis

ภาพที่ชินตา

เสพติดมือถือ



บรรยากาศในบ้าน

BIG CHANGE TO BIG CHANCE
FUTURE ECONOMY & INTERNET GOVERNANCE

สุรางคณา วายุภาพ
ผู้อำนวยการสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน)
กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

THAILAND INTERNET USER PROFILE 2018

ETDA สพธอ

THAILAND INTERNET USER PROFILE 2018

ปี 2561 คนไทยใช้อินเทอร์เน็ตต่อวัน กันอย่างหนักหน่วง

ภาพรวม

วัน ทำงาน-เรียน /เวลาต่อวัน: HOURS 9 | MINUTES 48

วันหยุด /เวลาต่อวัน: HOURS 10 | MINUTES 54

ปี 2561 ใช้เน็ตเฉลี่ย /วัน: HOURS 10 | MINUTES 5

Baby Boomer

วันทำงาน-เรียน /เวลาต่อวัน: HOURS 8 | MINUTES 21

วันหยุด /เวลาต่อวัน: HOURS 8 | MINUTES 26

Gen X

วันทำงาน-เรียน /เวลาต่อวัน: HOURS 8 | MINUTES 25

วันหยุด /เวลาต่อวัน: HOURS 8 | MINUTES 55

Gen Y

วันทำงาน-เรียน /เวลาต่อวัน: HOURS 10 | MINUTES 22

วันหยุด /เวลาต่อวัน: HOURS 11 | MINUTES 52

Gen Z

วันทำงาน-เรียน /เวลาต่อวัน: HOURS 10 | MINUTES 22

วันหยุด /เวลาต่อวัน: HOURS 11 | MINUTES 50

ช่วงอายุ

- **Gen Z** น้อยกว่า 18 ปี
- **Gen Y** 18 - 37 ปี
- **Gen X** 38 - 53 ปี
- **Baby Boomer** 54 - 72 ปี

BIG CHANGE TO BIG CHANCE FUTURE ECONOMY & INTERNET GOVERNANCE

ETDA สพธอ

THAILAND INTERNET USER PROFILE 2018

การใช้อินเทอร์เน็ต เปลี่ยนแปลงไปอย่างไรจากปีที่แล้ว

ปี 2561

เฉลี่ย มากกว่าปี 2560 /เวลาต่อวัน

HOURS	MINUTES
3	41

คนไทยใช้อินเทอร์เน็ต มากกว่าปี 2560

วันทำงาน-เรียน /เวลาต่อวัน

HOURS	MINUTES
3	18

วันหยุด /เวลาต่อวัน

HOURS	MINUTES
4	6

BIG CHANGE TO BIG CHANCE FUTURE ECONOMY & INTERNET GOVERNANCE

ETDA สพธอ

THAILAND INTERNET USER PROFILE 2018

ใช้ไซเชียลมีเดียสูงถึง 1 ใน 3 ของจำนวนชั่วโมงการใช้เน็ตในแต่ละวันเลยทีเดียว

เจาะลึกกิจกรรมยอดฮิตของคนไทย

ใช้อินเทอร์เน็ตต่างกันไหมในวันทำงานและวันหยุด

	SOCIAL MEDIA	CHAT	ดูทีวี/ดูหนัง ฟังเพลงออนไลน์	เล่นเกมออนไลน์	อ่านหนังสือ /บทความออนไลน์
วันทำงาน-เรียน /เวลาต่อวัน	3 HOURS 23 MINUTES	2 HOURS 1 MINUTES	2 HOURS 22 MINUTES	1 HOURS 44 MINUTES	1 HOURS 28 MINUTES
วันหยุด /เวลาต่อวัน	3 HOURS 47 MINUTES	1 HOURS 59 MINUTES	3 HOURS 9 MINUTES	2 HOURS 10 MINUTES	1 HOURS 38 MINUTES
ภาพรวม /เวลาต่อวัน	3 HOURS 30 MINUTES	2 HOURS 00 MINUTES	2 HOURS 35 MINUTES	1 HOURS 51 MINUTES	1 HOURS 31 MINUTES

BIG CHANGE TO BIG CHANCE FUTURE ECONOMY & INTERNET GOVERNANCE

ETDA สพธอ

THAILAND INTERNET USER PROFILE 2018

Mobile Life
ใช้เน็ตที่ไหนก็ได้ แสนสะดวกสบาย

THAILAND INTERNET USER PROFILE 2018

คนไทยใช้เน็ตทำกิจกรรมอะไรกันบ้าง

ซื้อของออนไลน์ ยังคงติด Top 5 ด้วย % ที่สูงขึ้น

ปี 2561

Social Media

93.64%

รับ-ส่ง อีเมล

74.15%

ซื้อสินค้า และบริการ

51.28%

ส่งข้อความ

50.56%

ใช้แอป ถ่ายทอดสด

31.63%

เรียนออนไลน์

28.50%

ดูข้อมูล ข่าวสาร เกี่ยวกับหุ้น

15.12%

เสียภาษี ออนไลน์

14.09%

ทำธุรกรรม ทางการเงิน

49.20%

อ่านหนังสือ ทางออนไลน์

48.27%

ดาวโหลดซอฟต์แวร์ /เพลงละคร/เกม

43.18%

เล่นเกม ออนไลน์

40.99%

ขายสินค้า และบริการ

24.48%

จอง/ซื้อตั๋ว ชมภาพยนตร์ /การแสดง

21.67%

จองโรงแรม

20.65%

จอง/ซื้อตั๋ว โดยสารออนไลน์

19.27%

หางาน /สมัครงานออนไลน์

13.93%

บริการ เรียกแท็กซี่

12.11%

บริการ สั่งอาหาร

11.43%

บริการ รับ-ส่งเอกสาร

7.19%

THAILAND INTERNET USER PROFILE 2018

กิจกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต อันไหนในปี 2561 ที่มีผู้ใช้เพิ่มสูงขึ้นมาก

อ่านหนังสือทางออนไลน์

ขายสินค้าและบริการ

จองโรงแรม

บริการเรียกแท็กซี่

จอง/ซื้อตั๋วชมภาพยนตร์/การแสดง

ปี 2561	48.27%	24.48%	20.65%	12.61%	21.67%
ปี 2560	30.8%	13.7%	11.0%	4.8%	14.6%

การเปลี่ยนผ่านสู่ชีวิตดิจิทัล

ส่งข้อความ

จองโรงแรม

จอง/ซื้อตั๋วโดยสารออนไลน์

ชำระค่าสินค้าและบริการ

อ่านหนังสือพิมพ์/ข่าว/บทความ

บริการรับ-ส่งเอกสาร

ดูโทรทัศน์/ดูถ่ายทอดสด/ดูภาพยนต์/ฟังวิทยุ

บริการแท็กซี่

บริการสั่งอาหาร

ใช้พูดคุย/อินเทอร์เน็ต

ซื้อสินค้าและบริการ

Online ร้อยละ	94.5	89.2	87.0	82.8	78.5	76.2	76.1	73.3	69.1	68.4	49.6
Offline ร้อยละ	5.5	10.8	13.0	17.2	21.5	23.8	23.9	26.7	30.9	31.6	50.4

THAILAND INTERNET USER PROFILE 2018

Social Media ยอดฮิตในปี 2561

Youtube, Line, Facebook ครองแชมป์โซเชียล มีเดีย 3 สมัยซ้อน (โดยสลับอันดับกัน)

THAILAND INTERNET USER PROFILE 2018

Social Media ไหน
ครองใจ Gen ของคุณ

	Baby Boomer	Gen X	Gen Y	Gen Z
อันดับ 1	97.34%	99.46%	99.60%	99.77%
อันดับ 2	94.19%	97.46%	99.36%	96.69%
อันดับ 3	92.20%	96.75%	98.45%	91.04%
อันดับ 4	66.99%	83.47%	94.32%	88.06%
อันดับ 5	51.45%	60.64%	75.97%	84.33%

BIG CHANGE TO BIG CHANCE FUTURE ECONOMY & INTERNET GOVERNANCE

ETDA สพธอ

THAILAND INTERNET USER PROFILE 2018

ปัญหากวนใจคนเล่นเน็ต มีอะไรบ้างนะ

2561
2560

ปริมาณโฆษณาออนไลน์ที่มารบกวน

80.0% 66.6%

ความล่าช้าในการเชื่อมต่อ/ใช้งานอินเทอร์เน็ต

77.0% 63.1%

ไม่มั่นใจว่าข้อมูลที่ปรากฏบนอินเทอร์เน็ตจะเชื่อถือได้

39.1% 11.9%

เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตยากหรือหลุดบ่อย

31.3% 43.7%

ถูกรบกวนด้วยอีเมลขยะ

31.0% 34.2%

การให้บริการอินเทอร์เน็ตยังไม่ทั่วถึง

30.1% 29.9%

ถูกรบกวนด้วยสื่อลามกอนาจาร

18.2% 29.4%

เสียค่าใช้จ่ายแพง

16.7% 27.5%

ติดไวรัสคอมพิวเตอร์

13.2% 21.5%

เกิดปัญหาไม่รู้จะขอความช่วยเหลือจากใคร

11.5% 39.6%

ถูกละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลหรือความเป็นส่วนตัว

11.4% 11.0%

ถูกหลอกลวงบนอินเทอร์เน็ต

6.8% 6.3%

BIG CHANGE TO BIG CHANCE FUTURE ECONOMY & INTERNET GOVERNANCE

ETDA สพธอ

HOT ISSUE : ความตระหนักในการดูแลข้อมูลส่วนบุคคล

คนไทยเต็มใจให้ข้อมูลส่วนตัว

กับการทำกิจกรรมใดบ้าง

เมื่อใช้ Social Media
คนไทยตั้งค่าข้อมูลส่วนตัวเป็น Privacy กันไหม

มาทายกันซิว่า Gen ไหน
เสี่ยงต่อการถูกนำข้อมูลส่วนตัว ไปใช้ประโยชน์มากที่สุด

Baby Boomer

เคย	46.7%
ไม่เคย	49.1%
ไม่ทราบ	4.2%

Gen X

เคย	64.5%.
ไม่เคย	32.6%
ไม่ทราบ	2.9%

Gen Y

เคย	77.2%
ไม่เคย	20.7%
ไม่ทราบ	2.1%

Gen Z

เคย	83.6%
ไม่เคย	15.7%
ไม่ทราบ	0.7%

ทำไม ไม่ตั้งค่าข้อมูลส่วนตัว เป็น Privacy กันเอ่ย

คนไทยให้ความสำคัญ
กับการอ่านนโยบายการใช้ข้อมูลบนเว็บ/แอปไหม

แล้วทำไม
คนไทยจึงไม่อ่านหรืออ่านนโยบายการใช้ข้อมูลบนเว็บ/แอปแค่บางส่วนล่ะ

รู้ไหมว่า ทำแบบนี้แล้ว

ช่างสุ่มเสี่ยงต่อการถูกละเมิดข้อมูลส่วนตัวเสียเหลือเกิน (1)

รู้ไหมว่า ทำแบบนี้แล้ว

ช่างสุ่มเสี่ยงต่อการถูกละเมิดข้อมูลส่วนตัวเสียเหลือเกิน (2)

แล้ว Gen ไหน เสี่ยงต่อการถูกละเมิด

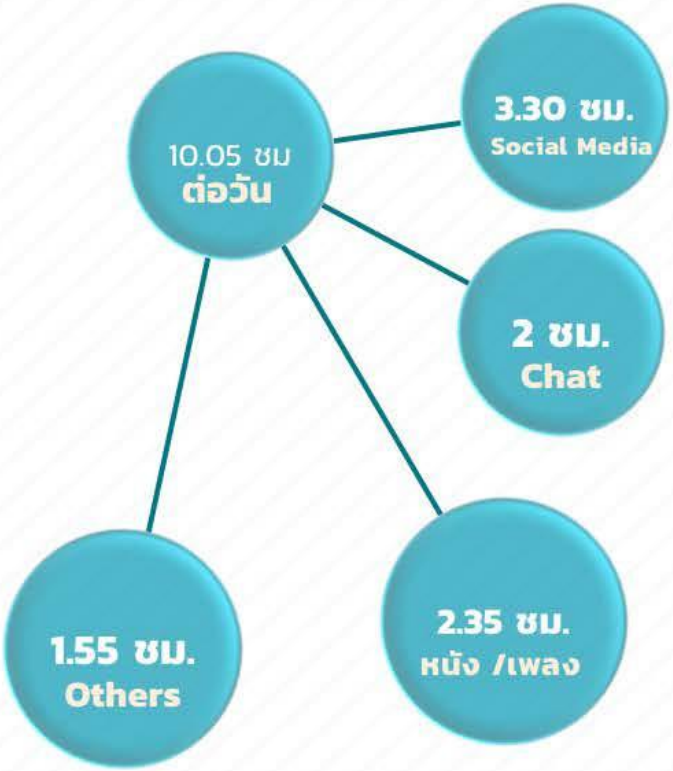
ข้อมูลส่วนตัวมากที่สุดกันล่ะ (1)

	Baby Boomer	Gen X	Gen Y	Gen Z
ไม่เปลี่ยนรหัสผ่านในคอมพิวเตอร์หรือโทรศัพท์มือถือ ทุกๆ 3 เดือน	51.04	41.99	42.34	53.73
ระบุวัน-เดือน-ปี เกิดลงบนสื่อออนไลน์แบบ public	37.60	35.69	45.84	55.97
เข้าเว็บไซต์ธนาคารเพื่อทำธุรกรรมแต่ไม่ได้สังเกตว่ามี https://	55.94	41.68	42.34	48.51
เคยเปิดอีเมลที่ไม่รู้จัก / คลิกลิงก์ที่ไม่รู้จัก	37.24	35.42	44.52	51.49
อัปโหลดรูปหรือวีดีโอลงสื่อออนไลน์แบบ Public ทันทีหลังถ่าย	27.47	35.00	37.90	34.33
ไม่ลบรหัสผ่าน/ประวัติการใช้งานหลังใช้บนอุปกรณ์คนอื่น หรือ Wifi สาธารณะ	49.96	38.27	33.88	32.84
บอกรหัสผ่านเข้าอุปกรณ์ของท่านให้กับเพื่อนสนิทหรือคนรู้ใจ	25.65	26.42	35.84	35.07

แล้ว Gen ไหน เสี่ยงต่อการถูกละเมิดข้อมูลส่วนตัวมากที่สุดกันล่ะ (2)

	Baby Boomer	Gen X	Gen Y	Gen Z
แชร์ Location ของคุณแบบ Realtime ลงบนสื่อออนไลน์แบบ public	26.07	30.41	**33.77**	26.87
ใช้อุปกรณ์คนอื่นทำธุรกรรมทางการเงิน	16.43	22.62	**33.05**	23.88
กดจดจำรหัสผ่านเมื่อเข้างานบัญชีของท่านผ่านอุปกรณ์ของคนอื่น	17.18	20.20	27.49	**28.36**
ไม่ logout หลังใช้บนอุปกรณ์คนอื่น หรือ Wifi สาธารณะ	**26.14**	18.62	18.19	19.40
ทำธุรกรรมกับธนาคารผ่านลิงก์ที่ไม่ได้มาจากทางธนาคาร	8.21	11.75	15.90	**16.42**
ไม่ตั้งค่าให้ล็อคหน้าจออัตโนมัติหลังจากเลิกใช้งานแล้ว	**29.71**	17.91	11.07	11.94
อัปโหลดรูป Boarding Pass ลงสื่อออนไลน์แบบ Public ก่อนเดินทาง	9.71	10.27	**13.57**	11.94

THAILAND INTERNET USER PROFILE 2018



จำนวนชั่วโมงที่เราใช้อินเทอร์เน็ต บอกอะไรบ้าง

- เพิ่มกระแสโฆษณาบน Chat & social media
- ขาดความเชื่อมั่น ข่าวจริงหรือข่าวลวง

- การขายออนไลน์เพิ่ม ช่วยเพิ่มยอดขายร้านออฟไลน์
- ติดตั้ง High speed internet แต่มีปัญหา เนื่องจาก จำนวน user ที่สูง

รัฐสื่อสารตรงกลุ่ม smart public communication

Risk ของแต่ละผู้ใช้แต่ละกลุ่ม

Risk

Baby boom 54-72	Gen X 38-53	Gen Y 18-37	Gen Z < 18
http://	เกิดในยุคเดียวกันหรือก่อนคอมพิวเตอร์เครื่องแรกทำให้ระมัดระวังในการให้ข้อมูลส่วนตัว	Download content	ชอบแชร์ DD/MM/YY
Forgot to delete password in public		Upload Real-time	Remembered password
Forgot to log off		Check-in Tell public "I am here"	

“พฤติกรรมการรับข่าวสาร และความเชื่อมั่นต่อสื่อมวลชน ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล”

19 สิงหาคม 59

UTCC
School of Communication Arts
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ข้อมูลประชาการที่ทำการสำรวจ

800 คน

กรุงเทพ
และ
ปริมณฑล

กรกฎาคม 2559

44 %

56%

age

< 18	6.4%
19 - 36	65.1%
37 - 51	21%
> 51	7.5%

สูงกว่าปริญญาตรี 12.9%

ปริญญาตรี 52.8%

อนุปริญญา / ปวส. 10.3%

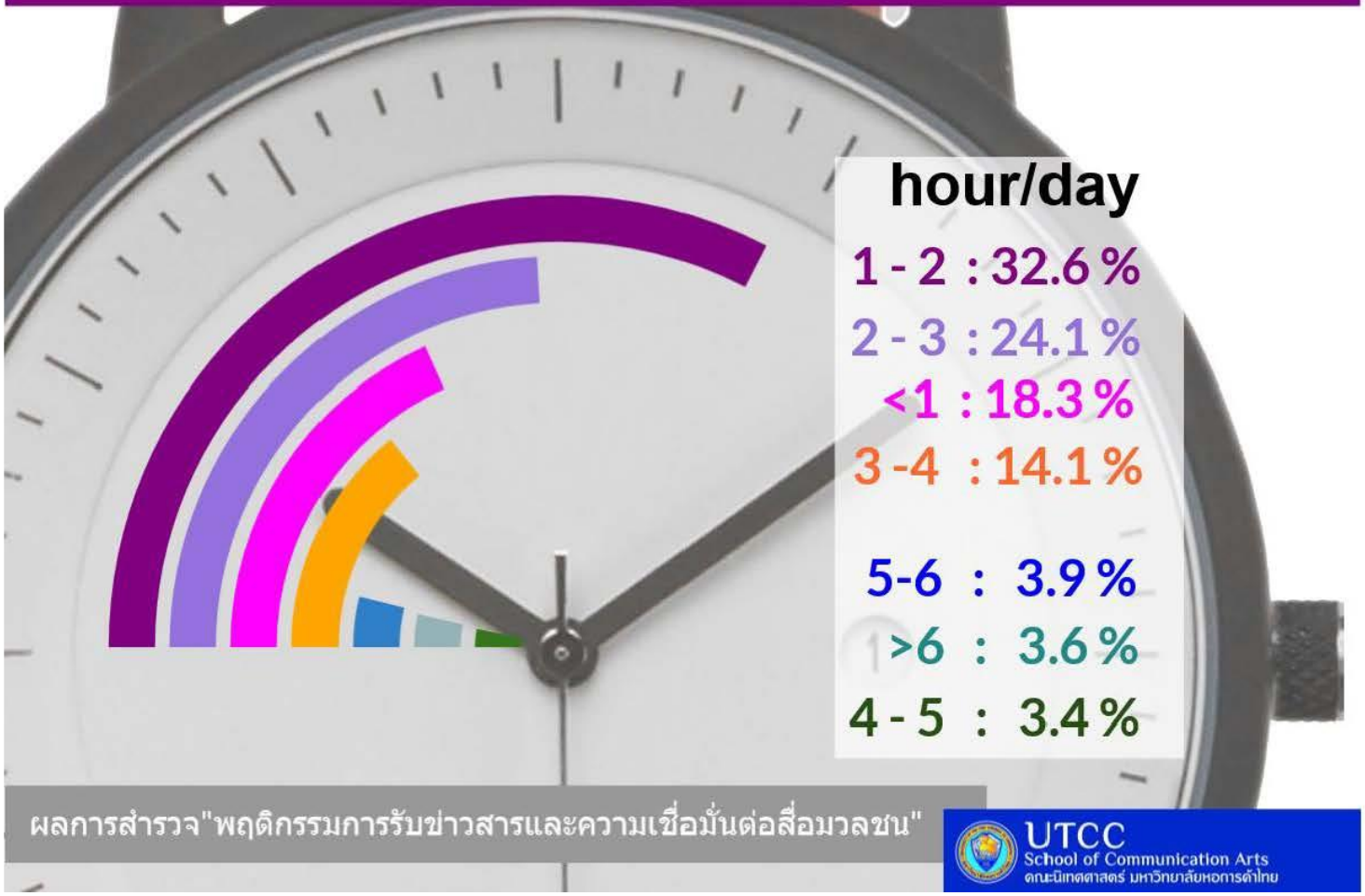
มัธยม / ปวช. 22.8%

ประถมศึกษา 1.4%

ผลการสำรวจ
พฤติกรรมการรับข่าวสาร
และความเชื่อมั่นต่อสื่อมวลชน

UTCC
School of Communication Arts
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

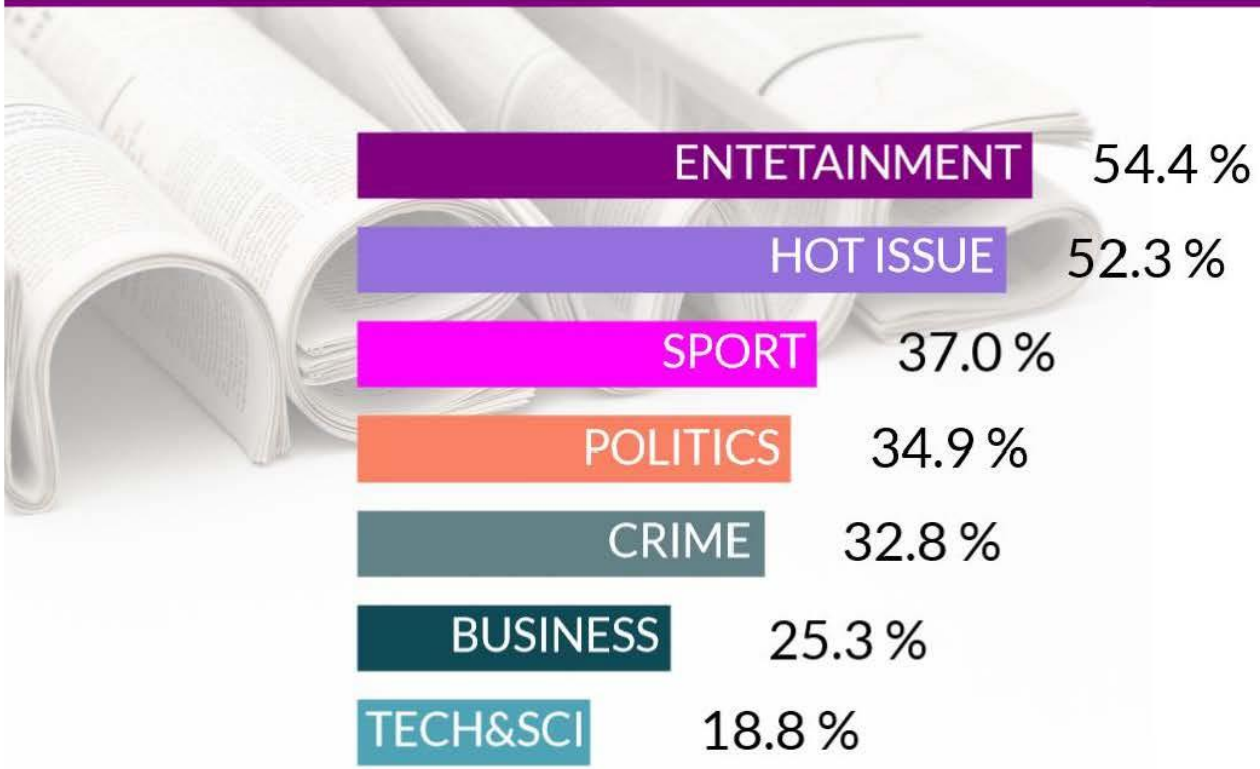
เวลาเฉลี่ยในการรับข่าวสารต่อวัน



ผลการสำรวจ"พฤติกรรมการรับข่าวสารและความเชื่อมั่นต่อสื่อมวลชน"

UTCC
School of Communication Arts
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

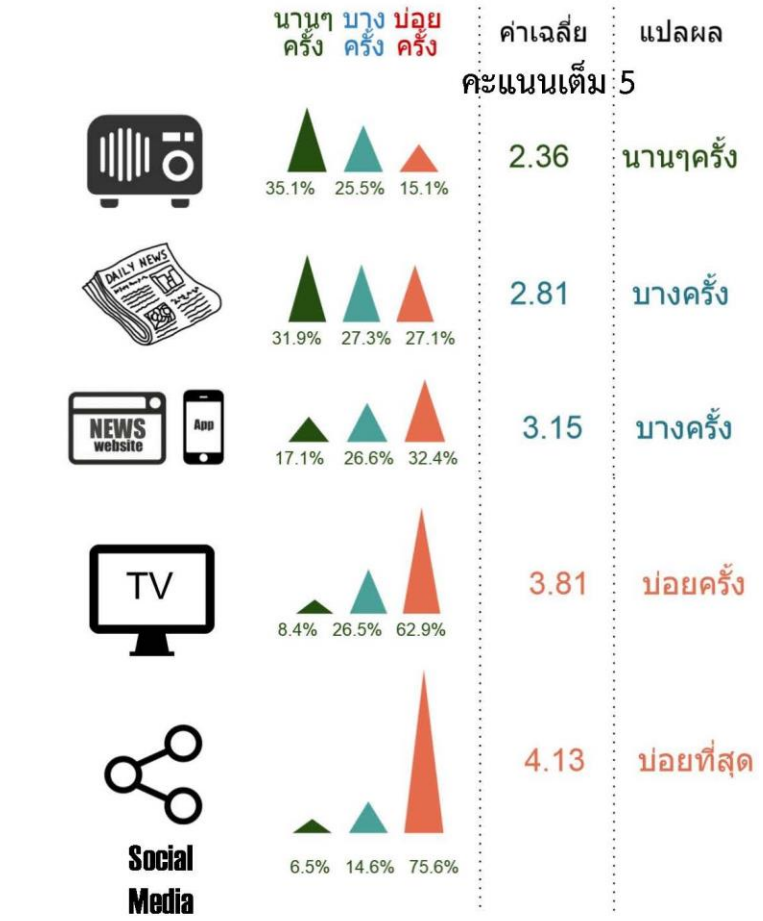
ข่าวสารที่รับชมเป็นประจำ



ผลการสำรวจ"พฤติกรรมการรับข่าวสารและความเชื่อมั่นต่อสื่อมวลชน"

UTCC
School of Communication Arts
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

รับข่าวสารผ่านสื่อต่อไปนี้ บ่อยในระดับใด



ผลการสำรวจ"พฤติกรรมการรับข่าวสารและความเชื่อมั่นต่อสื่อมวลชน"

UTCC School of Communication Arts คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ความถี่ในการรับข่าวสารผ่านอุปกรณ์

• PC+NOTEBOOK vs MOBILE DEVICE •

17.8% นานๆ ครั้ง

30.4% บางครั้ง

39.8% บ่อยครั้ง

3.12 บางครั้ง

4.35 บ่อยที่สุด

(คะแนนเต็ม 5 คะแนน)

3% นานๆ ครั้ง

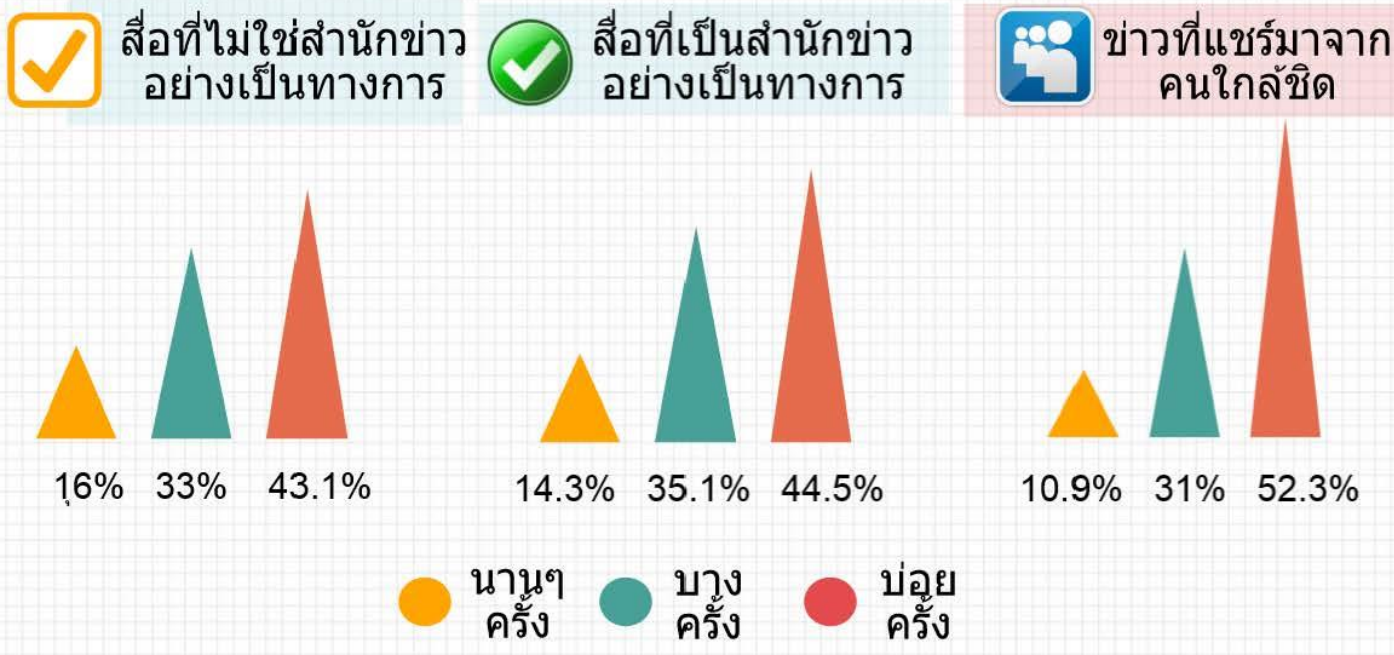
12.8% บางครั้ง

82.1% บ่อยครั้ง

ผลการสำรวจ"พฤติกรรมการรับข่าวสารและความเชื่อมั่นต่อสื่อมวลชน"

UTCC School of Communication Arts คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ความถี่ในการอ่านข่าวผ่านสื่อออนไลน์แต่ละประเภท



ผลการสำรวจ"พฤติกรรมการรับข่าวสารและความเชื่อมั่นต่อสื่อมวลชน"

UTCC School of Communication Arts คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

พฤติกรรมเมื่ออ่านข่าวออนไลน์

- คลิกลิงค์ไปยังที่มาของเนื้อข่าว
- กด like เนื้อหาข่าวนั้น
- พูดคุยกับบุคคลอื่นต่อในประเด็นข่าวนั้น
- แชร์หรือโพสต์ลิงค์ซ้ำจากบุคคลอื่นที่โพสต์มาก่อนหน้า
- โพสต์ลิงค์ของข่าวนั้นต่อด้วยตัวเอง
- แสดงความเห็นในเนื้อข่าวนั้น
- โพสต์รูปหรือวีดีโอของตัวเองที่เกี่ยวกับเนื้อหาข่าวนั้น

ผลการสำรวจ"พฤติกรรมการรับข่าวสารและความเชื่อมั่นต่อสื่อมวลชน "

UTCC
School of Communication Arts
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ความเชื่อมั่นที่มีที่มีต่อสื่อมวลชน

ผลการสำรวจ"พฤติกรรมการรับข่าวสารและความเชื่อมั่นต่อสื่อมวลชน"

UTCC
School of Communication Arts
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ความน่าเชื่อถือของสื่อในการนำเสนอข่าวสาร

ความถี่ : นานๆครั้ง 2.36

ความเชื่อถือ : ปานกลาง 3.22

ความถี่ : บางครั้ง 2.81

ความเชื่อถือ : มาก 3.66

ความถี่ : บางครั้ง 3.17

ความเชื่อถือ : ปานกลาง 3.15

ความถี่ : บ่อยครั้ง 3.81

ความเชื่อถือ : มาก 3.89

ความถี่ : บ่อยที่สุด 4.13

ความเชื่อถือ : ปานกลาง 3.06

(คะแนนเต็ม 5 คะแนน)

ผลการสำรวจ"พฤติกรรมการรับข่าวสารและความเชื่อมั่นต่อสื่อมวลชน"

UTCC
School of Communication Arts
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ความเชื่อถือที่มีต่อแหล่งข่าว online

สื่อที่เป็นสำนักข่าว
อย่างเป็นทางการ

ความถี่ : บางครั้ง 3.33

ความเชื่อถือ : มาก 3.67

สื่อที่ไม่ใช่สำนักข่าว
อย่างเป็นทางการ

ความถี่ : บางครั้ง 3.28

ความเชื่อถือ : ปานกลาง 2.97

ข่าวที่แชร์มาจาก
คนใกล้ชิด

ความถี่ : บ่อยครั้ง 3.53

ความเชื่อถือ : ปานกลาง 3.01

(คะแนนเต็ม 5 คะแนน)

พฤติกรรมการรับข่าวสาร ผ่านสื่อต่างๆ แยกตาม Generation

	Baby Boom	GEN X	GEN Y	GEN Z
1	TV	TV	Social	Social
2	Newspaper	Social	TV	TV
3	Social	Newspaper	Web/app	Web/app
4	Web/app	Web/app	Newspaper	Newspaper
5	Radio	Radio	Radio	Radio

ผลการสำรวจ"พฤติกรรมการรับข่าวสารและความเชื่อมั่นต่อสื่อมวลชน"

UTCC
School of Communication Arts
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

BABY BOOMER

52-70 ปี

65% รับชมข่าวการเมือง

60% รับชมข่าวเหตุการณ์สำคัญ

50% รับชมข่าวอาชญากรรม

TV

คิดว่าโทรทัศน์นำเสนอข่าวด้านการเมืองและประเด็นสำคัญของสังคมใน หลายด้าน 70%

10.30-15.30 น.

คือช่วงเวลาที่ดูโทรทัศน์มากที่สุดคิดเป็น 40%

โดยรายการที่รับชมมากที่สุด

1.เที่ยงวันทันเหตุการณ์(ช่อง3) 30%

2.ข่าวเที่ยงช่อง7 21.7%

3.ชัดข่าวเที่ยง(ไทยรัฐทีวี) และตู้ปณ.ข่าว3(3SD) 15%

TRUST

แหล่งข่าวที่น่าเชื่อถือและรับข่าวบ่อยที่สุด คือ แหล่งข่าวออนไลน์อย่างเป็นทางการ

UTCC
School of Communication Arts
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ผลการสำรวจ “พฤติกรรมการรับข่าวสาร และความเชื่อมั่นต่อสื่อมวลชน”

BABY BOOMER

52-70 ปี

สื่อ	ความถี่	ความเชื่อถือ
TV	บ่อย	มาก
Newspaper	บางครั้ง	มาก
Social	บางครั้ง	น้อย
Web/app	บางครั้ง	ปานกลาง
Radio	บางครั้ง	มาก

ชอบสื่อดั้งเดิม เพิ่มเติมคือสื่อใหม่

สื่อดั้งเดิมยังคงมีอิทธิพลต่อการรับรู้และความเชื่อถือ

ไม่เชื่อ ไม่เสพ

เลือกเสพสื่อและแหล่งข่าวที่เชื่อถือ

แหล่งข่าว online	ความถี่	ความเชื่อถือ
Official	บ่อย	มาก
Non-official	บางครั้ง	ปานกลาง
Close	นานๆครั้ง	น้อย

UTCC
School of Communication Arts
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ผลการสำรวจ “พฤติกรรมการรับข่าวสารและความเชื่อมั่นต่อสื่อมวลชน”

GEN X

37-51 ปี

58.9% รับชมข่าวเหตุการณ์สำคัญ

48.8% รับชมข่าวการเมือง

46.4% รับชมข่าวบันเทิง

TV

คิดว่าโทรทัศน์นำเสนอข่าวด้านการเมืองและประเด็นสำคัญของสังคมใน หลายด้าน 71.4%

10.30-15.30 น.

คือช่วงเวลาที่ดูโทรทัศน์มากที่สุดคิดเป็น 31.5%

โดยรายการที่รับชมมากที่สุด

1.เที่ยงวันทันเหตุการณ์(ช่อง3HD) 43.5%

2.ข่าวเที่ยง ช่อง7HD 28.0%

3.ตู้ปณ.ข่าว3 (3SD) 14.9%

Trust

เชื่อถือแหล่งข่าวออนไลน์ที่เป็นทางการและเลือกรับข่าวจากแหล่งนี้มากที่สุด

UTCC
School of Communication Arts
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ผลการสำรวจ “พฤติกรรมการรับข่าวสารและความเชื่อมั่นต่อสื่อมวลชน”

GEN X

37-51 ปี

สื่อ	ความถี่	ความเชื่อถือ
TV	บ่อย	มาก
Social	บ่อย	น้อย
Newspaper	บางครั้ง	มาก
Web/app	บางครั้ง	ปานกลาง
Radio	บางครั้ง	มาก

FOMO
Fear Of Missing Out

ตามข่าวให้ไม่ตกกระแส

เลือกเสพสื่อออนไลน์เพิ่มขึ้น เพื่อให้ทันกระแสสังคม แต่ไม่ได้ให้ความสำคัญ

Engage น้อย
แค่คอยตามข่าว

Click ไปอ่านข่าวบ้าง Like บ้าง
ไม่เชื่อ ไม่share แค่อยากรู้เท่าเพื่อน

แหล่งข่าว online	ความถี่	ความเชื่อถือ
Official	บ่อย	มาก
Non-official	บางครั้ง	ปานกลาง
Close	บ่อย	ปานกลาง

UTCC
School of Communication Arts
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ผลการสำรวจ “พฤติกรรมการรับข่าวสาร และความเชื่อมั่นต่อสื่อมวลชน”

GEN Y

19-36 ปี

สื่อ	ความถี่	ความเชื่อถือ
Social	บ่อยที่สุด	ปานกลาง
TV	บ่อย	มาก
Web/app	บางครั้ง	ปานกลาง
Newspaper	บางครั้ง	มาก
Radio	นานๆครั้ง	ปานกลาง

ใช้สื่อใหม่ ไว้ใจสื่อดั้งเดิม

สื่อใหม่ใช้เป็นหลัก แต่ปักใจเชื่อสื่อดั้งเดิมที่
มีอิทธิพลต่อการรับรู้และความเชื่อถือ

Trust มากขึ้น engage น้อย

53.7% คิดว่าSocial media และ News web/app นำเสนอข่าวด้านการเมืองและประเด็นสำคัญของสังคมหลายด้าน

57.2% รับชมข่าวบันเทิง

51.6% รับชมข่าวเหตุการณ์สำคัญ

37.2% รับชมข่าวกีฬา

แหล่งข่าว online	ความถี่	ความเชื่อถือ
Official	บางครั้ง	มาก
Non-official	บ่อย	ปานกลาง
Close	บ่อย	ปานกลาง

UTCC
School of Communication Arts
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ผลการสำรวจ “พฤติกรรมการรับข่าวสาร และความเชื่อมั่นต่อสื่อมวลชน”

GEN Z

12-18 ปี

สื่อ	ความถี่	ความเชื่อถือ
Social	บ่อยที่สุด	ปานกลาง
TV	บ่อย	มาก
Web/app	บางครั้ง	ปานกลาง
Newspaper	บางครั้ง	ปานกลาง
Radio	บางครั้ง	ปานกลาง

Trust สูงขึ้น

คิดว่าSocial Media นำเสนอข่าวด้านการเมืองและประเด็นสำคัญของสังคมใน หลายด้าน 70.6% รองลงมาคือ News web/app และโทรทัศน์ (66.7%)

78.4% รับชมข่าวบันเทิง

45.1% รับชมข่าวกีฬา

27.5% รับชมข่าวเหตุการณ์สำคัญ

ติดสื่อใหม่ ไว้ใจสื่อดั้งเดิม

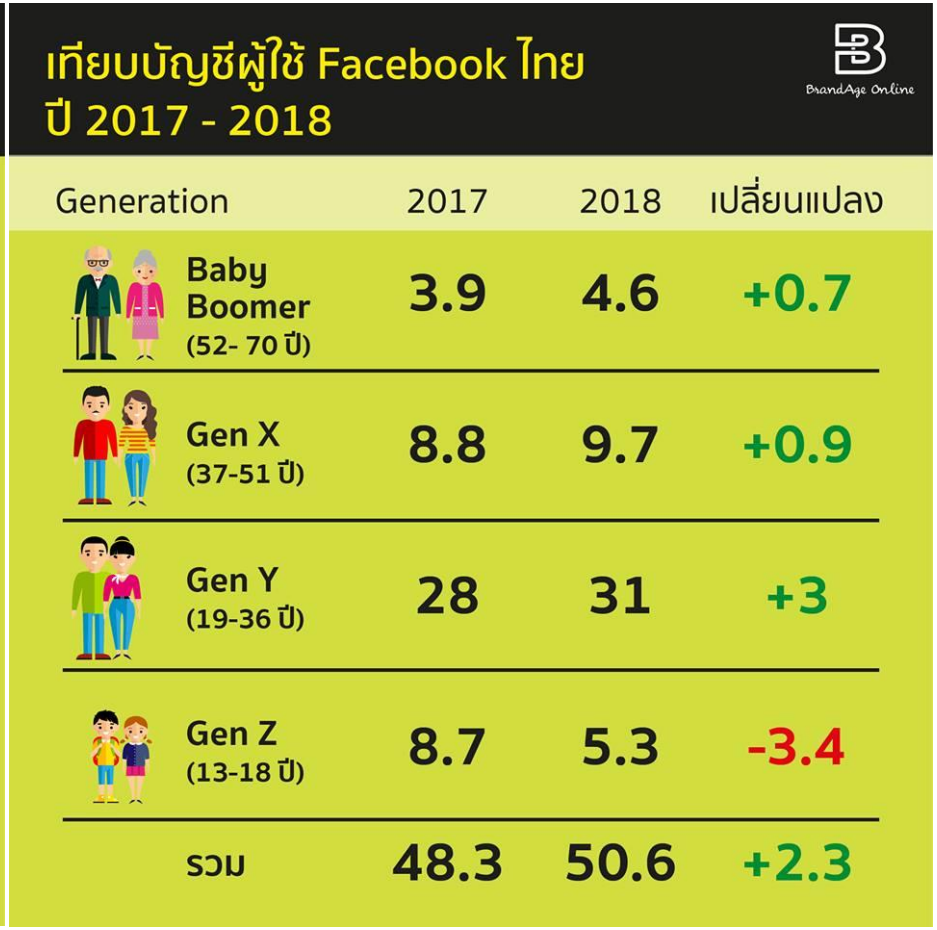
รับข้อมูลข่าวสารมากมายจากสื่อใหม่
เริ่มไว้ใจข้อมูลจากโลกออนไลน์
แต่ยังเชื่อถือ สื่อโทรทัศน์ มากที่สุด

แหล่งข่าว online	ความถี่	ความเชื่อถือ
Official	บางครั้ง	มาก
Non-official	บ่อย	ปานกลาง
Close	บ่อย	ปานกลาง

UTCC School of Communication Arts
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ผลการสำรวจ “พฤติกรรมการรับข่าวสาร และความเชื่อมั่นต่อสื่อมวลชน”

อัพเดทตัวเลขโซเชียลมีเดียของไทย 2018



Generation	2017	2018	เปลี่ยนแปลง
Baby Boomer (52- 70 ปี)	3.9	4.6	+0.7
Gen X (37-51 ปี)	8.8	9.7	+0.9
Gen Y (19-36 ปี)	28	31	+3
Gen Z (13-18 ปี)	8.7	5.3	-3.4
รวม	48.3	50.6	+2.3

อัพเดทตัวเลขโซเชียลมีเดียของไทย 2018

เพศชาย

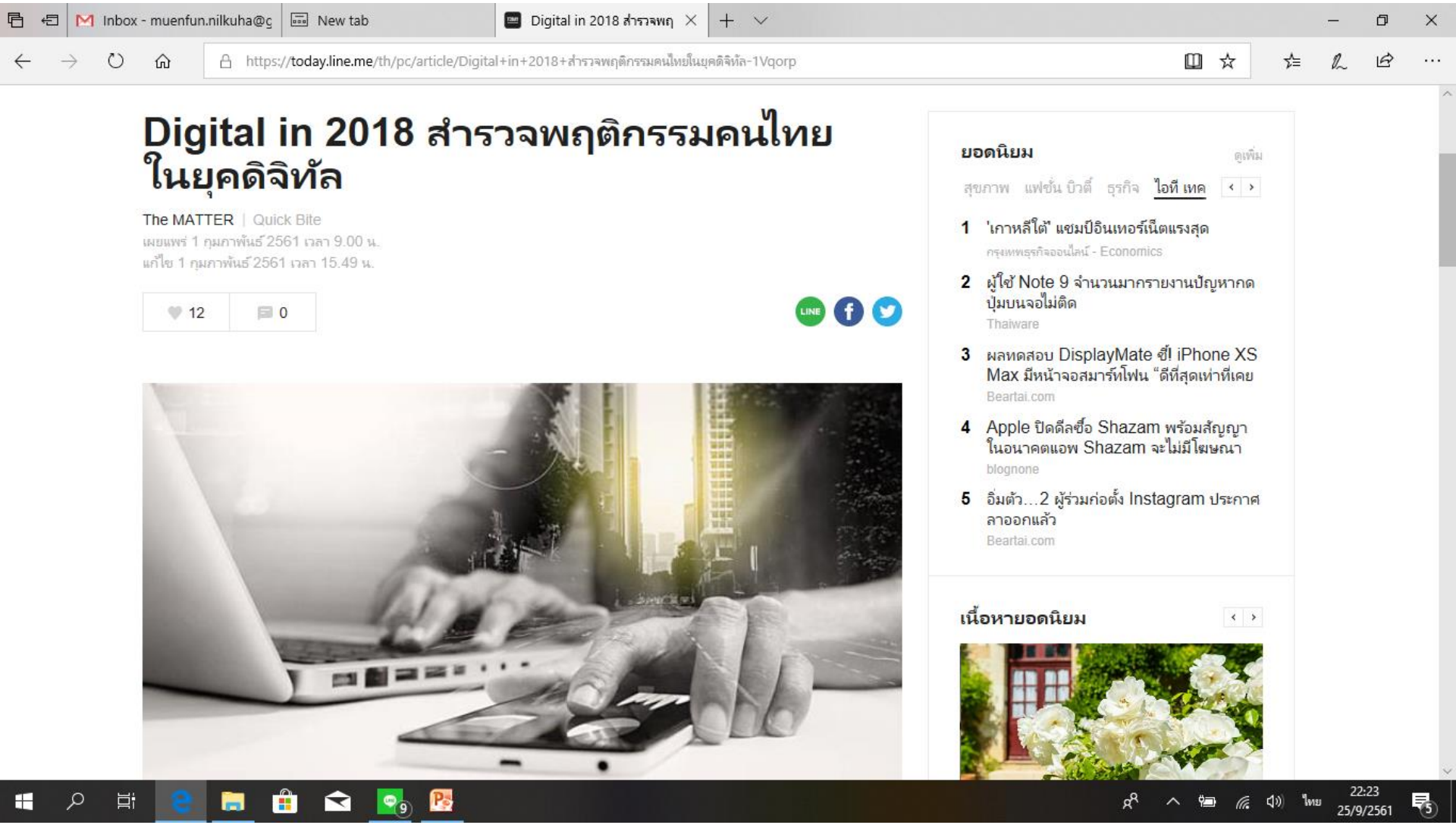
BrandAge Online

Generation	2017	2018	เปลี่ยนแปลง
Baby Boomer (52- 70 ปี)	2.0	2.3	+0.3
Gen X (37-51 ปี)	4.4	4.7	+0.3
Gen Y (19-36 ปี)	14	16	+2
Gen Z (13-18 ปี)	4.4	2.6	-1.8
รวม	24.8	25.6	+0.8

เพศหญิง

BrandAge Online

Generation	2017	2018	เปลี่ยนแปลง
Baby Boomer (52- 70 ปี)	1.9	2.3	+0.4
Gen X (37-51 ปี)	4.4	5	+0.6
Gen Y (19-36 ปี)	14	15	+1
Gen Z (13-18 ปี)	4.3	2.7	-1.6
รวม	24.6	25	+0.4



https://today.line.me/th/pc/article/Digital+in+2018+สำรวจพฤติกรรมคนไทยในยุคดิจิทัล-1Vqorp

Inbox - muenfun.nilkuha@ç | New tab | Digital in 2018 สำรวจพฤ

https://today.line.me/th/pc/article/Digital+in+2018+สำรวจพฤติกรรมคนไทยในยุคดิจิทัล-1Vqorp

วันๆ เราออนไลน์กันบ่อยแค่ไหน?

เชื่อไหม คนไทยใช้เวลาบนอินเทอร์เน็ตสูงสุดเป็นอันดับ 1 ของโลก!

We are social และ Hootsuite ได้ทำการสำรวจประจำปี เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต มือถือ โซเชียลมีเดีย และแพลตฟอร์มต่างๆ ของคนทั่วโลก ออกมาเป็นรายงานที่ชื่อว่า '**Digital in 2018**' และนี่คือสิ่งที่น่าสนใจเกี่ยวกับพฤติกรรมของคนไทยในยุคดิจิทัล

แบง 12 แบรนด์ 3 แบบ ตัวไหนรอด ตัวไหนร่วง??
Jeban.com

ข่าวไอที เทคอื่นๆ

ดูเพิ่ม

เตรียมควักกระเป๋า! Jump Force เผยรายละเอียดโบนัส
Beartai.com

Nokia 7.1 และ Nokia 7.1 Plus อาจเปิดตัวพร้อมกัน 4
Siamphone

Yubico ออกกุญแจอิเล็กทรอนิกส์รุ่นใหม่
blognone

Face ID บน iPhone XS Max ยังคงไม่สามารถแยก
Siamphone

ENG 22:25 25/9/2561

- มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศเรา 57 ล้านคน (82% ของประชากร) โดยเป็นผู้ใช้โซเชียลมีเดีย 51 ล้านคน ส่วนที่เราคว้าแชมป์โลกมาได้เนี่ย คือเวลาที่คนไทยใช้ไปกับอินเทอร์เน็ต เฉลี่ย 9 ชั่วโมง 38 นาทีต่อวัน ตามมาด้วยฟิลิปปินส์ (9 ชั่วโมง 29 นาที) และบราซิล (9 ชั่วโมง 14 นาที)

เตือน หน้านเฉาเหวย แผงภย พบผูบวยเบาหวาน
กินติดต่อหลายวันเกิดอาการเกือบหมดสติ
ไทยโพสต์

ข่าวไอที เทคอื่นๆ ดูเพิ่ม

เตรียมควักกระเป๋า! Jump Force เผยรายละเอียดโบนัส
Beartai.com

Nokia 7.1 และ Nokia 7.1 Plus อาจเปิดตัวพร้อมกัน 4
Siamphone

Yubico ออกกุญแจอิเล็กทรอนิกส์รุ่นใหม่
blognone

Face ID บน iPhone XS Max ยังคงไม่สามารถแยก
Siamphone

- โซเชียลมีเดียที่คนไทยใช้เยอะที่สุดคือ Facebook (75%) มีผู้ใช้ที่เคลื่อนไหวถึง 51 ล้านคนส่วนใหญ่อยู่ในช่วงวัย 18-34 ปี รองลงมาคือ Youtube (72%) Line (68%) FB Messenger (55%) และ Instagram (50%)

- Facebook คว้ารางวัลโซเชียลมีเดียยอดนิยมไปจากการที่มีผู้ใช้ถึง 2.1 พันล้านบัญชี ตามมาด้วย YouTube 1.5 พันล้าน และ WhatsApp กับ Facebook Messenger เท่ากันที่ 1.3 พันล้าน โดยฟิลิปปินส์เป็นประเทศที่ใช้เวลากับ Facebook สูงสุดต่อวันที่ 3 ชั่วโมง 57 นาที ตามด้วย บราซิล (3 ชั่วโมง 39 นาที), อินโดนีเซีย (3 ชั่วโมง 23 นาที) และ ไทย (3 ชั่วโมง 10 นาที)

- ไทย ญี่ปุ่น และไต้หวัน เป็นเพียง 3 ประเทศในโลกที่ใช้ Line เป็นแอปพลิเคชั่นหลักในการส่งข้อความ ขณะที่ WhatsApp ถูกใช้เป็นหลักใน 128 ประเทศทั่วโลก

- คำที่คนไทยเสิร์ชใน Google มากที่สุดเป็นเรื่องเกี่ยวกับบอล (บอล, ผล บอล, บอล สด, บ้าน บอล, บอล วันนี้) นอกจากนั้นก็จะมีเรื่องหวย หนัง และแปลภาษา ส่วนที่เหลือก็เป็นการเสิร์ชหาแพตลฟอร์มต่างๆ อย่าง Facebook, YouTube, Pantip, Google (หืม?)

- อันนี้น่าสนใจ คือเขาทำการสำรวจว่าคนไทยใช้สมาร์ทโฟนทำกิจกรรมอะไรในชีวิตบ้าง ปรากฏว่า 54% ใช้เพื่อถ่ายรูปหรือวิดีโอ, 42% ใช้แทนนาฬิกาปลุก, 26% ใช้เช็คข่าวสาร, 25% ใช้จัดตารางนัดหมายหรือจดบันทึกสิ่งต่างๆ

เตรียมขายคา ณ กระบี่ จุดเซลฟ์เกลตัว เมืองกระบี่
77kaoded

ข่าวไอที เทคอื่นๆ ดูเพิ่ม

เตรียมควักกระเป๋า! Jump Force เผยรายละเอียดโบนัส
Beartai.com

Nokia 7.1 และ Nokia 7.1 Plus อาจเปิดตัวพร้อมกัน 4
Siamphone

Yubico ออกกุญแจอิเล็กทรอนิกส์รุ่นใหม่
blognone

Face ID บน iPhone XS Max ยังคงไม่สามารถแยก
Siamphone

บันทึกสิ่งต่างๆ

- ส่วนแอพฯ ที่คนไทยใช้มากที่สุด 5 อันดับต้นๆ ก็คือ Line, Facebook, FB Messenger, Instagram, K-Mobile Bangking ที่น่าสนใจคือ Whoscall แอพฯ ที่หลายๆ คนใช้แจ้งเตือนหรือบล็อคเบอร์ก็ติดอันดับ 9 ซะด้วย

- ส่วนทัศนคติของคนไทยต่อโลกดิจิทัลที่เขาสำรวจมา 68% มองว่าเทคโนโลยีเป็นโอกาสมากกว่าเป็นภัย, 52% ชอบที่จะจบงานต่างๆ ผ่านทางออนไลน์, 75% ให้ความสำคัญกับการป้องกันข้อมูลส่วนตัว และมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ต 40% ที่ลบ Cookies ในบราวเซอร์เพื่อความปลอดภัยของข้อมูล

ส่วนภาพรวมๆ ทั่วโลกคือตอนนี้มีผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตทั่วโลก 4.021 พันล้านคน คิดเป็นประชากรกว่าครึ่งหนึ่งของโลก และเพิ่มขึ้นจากปีที่แล้วราว 250 ล้านคน ส่วนใหญ่สัดส่วนที่เพิ่มขึ้นอยู่ในทวีปแอฟริกา (ประมาณ 20%) โดยมองว่าการเพิ่มขึ้นนี้เป็นผลมาจากการใช้งานสมาร์ทโฟนและบริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือ

กาตาร์และสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์มีสัดส่วนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุดในโลก ที่ 99% เมื่อเทียบจากจำนวนประชากรในประเทศ ขณะที่เกาหลีเหนือมีสัดส่วนต่ำสุดคือ 0.06% หรือราว 16,000 คนเท่านั้น

อ้างอิงจาก http://digitalreport.wearesocial.com

ดูข่าวต้นฉบับ

มองเอกาส SET แตะ 1900 จุด ขึ้นอยู่กับบรรยากาศการเมือง
Money Channel

ข่าวไอที เทคอื่นๆ ดูเพิ่ม

เตรียมควักกระเป๋า! Jump Force เผยรายละเอียดโบนัส
Beartai.com

Nokia 7.1 และ Nokia 7.1 Plus อาจเปิดตัวพร้อมกัน 4
Siamphone

Yubico ออกกุญแจอิเล็กทรอนิกส์รุ่นใหม่
blognone

Face ID บน iPhone XS Max ยังคงไม่สามารถแยก
Siamphone

THE MODERN NEWS CONSUMER

รูปแบบการรับสื่อของผู้บริโภคยุคดิจิทัล

PewResearchCenter

Journalism & Media

THE MODERN NEWS CONSUMER

JULY . 7 . 2016

PewResearchCenter

Journalism & Media

JULY . 7 . 2016

THE MODERN NEWS CONSUMER

นวัตกรรมด้านเทคโนโลยีที่พัฒนาอย่างต่อเนื่อง มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการรับข่าวสาร

Wave of digital innovation influences on the public's news habits.

THE MODERN NEWS CONSUMER

PewResearchCenter
Journalism & Media
JULY . 7 . 2016

จากพฤติกรรมที่ชอบให้ “ทันที” และ “เมื่อไรก็ได้ ไปทุกที่” จะส่งผลต่อความคาดหวังว่า ข่าวจะส่งไปถึงผู้รับได้ทุกที่ ทุกเวลาที่ต้องการ

Hyper levels of immediacy and mobility can create an expectation that the news will come to us whether we look for it or not.

THE MODERN NEWS CONSUMER

PewResearchCenter
Journalism & Media
JULY . 7 . 2016

News

All the news you want. All in one place.

News collects all the stories you want to read — so you no longer need to move from app to app to stay informed. And with a completely reimagined For You tab, it's easier than ever to find the stories that matter most to you. News also features breaking news notifications and subscriptions to some of your favorite publications.

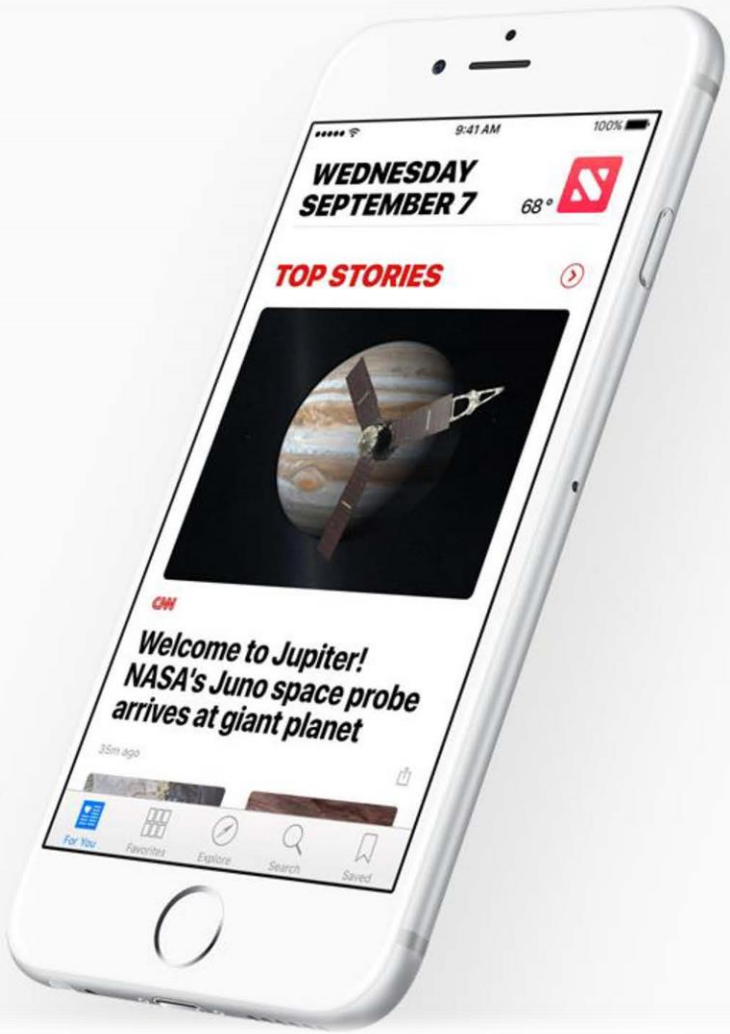
รูปแบบการรับข่าวผ่านสังคมออนไลน์ แอพฯส่งข้อความ ข้อความสั้น และอีเมลล์

Social media, messaging apps, texts and email news streaming

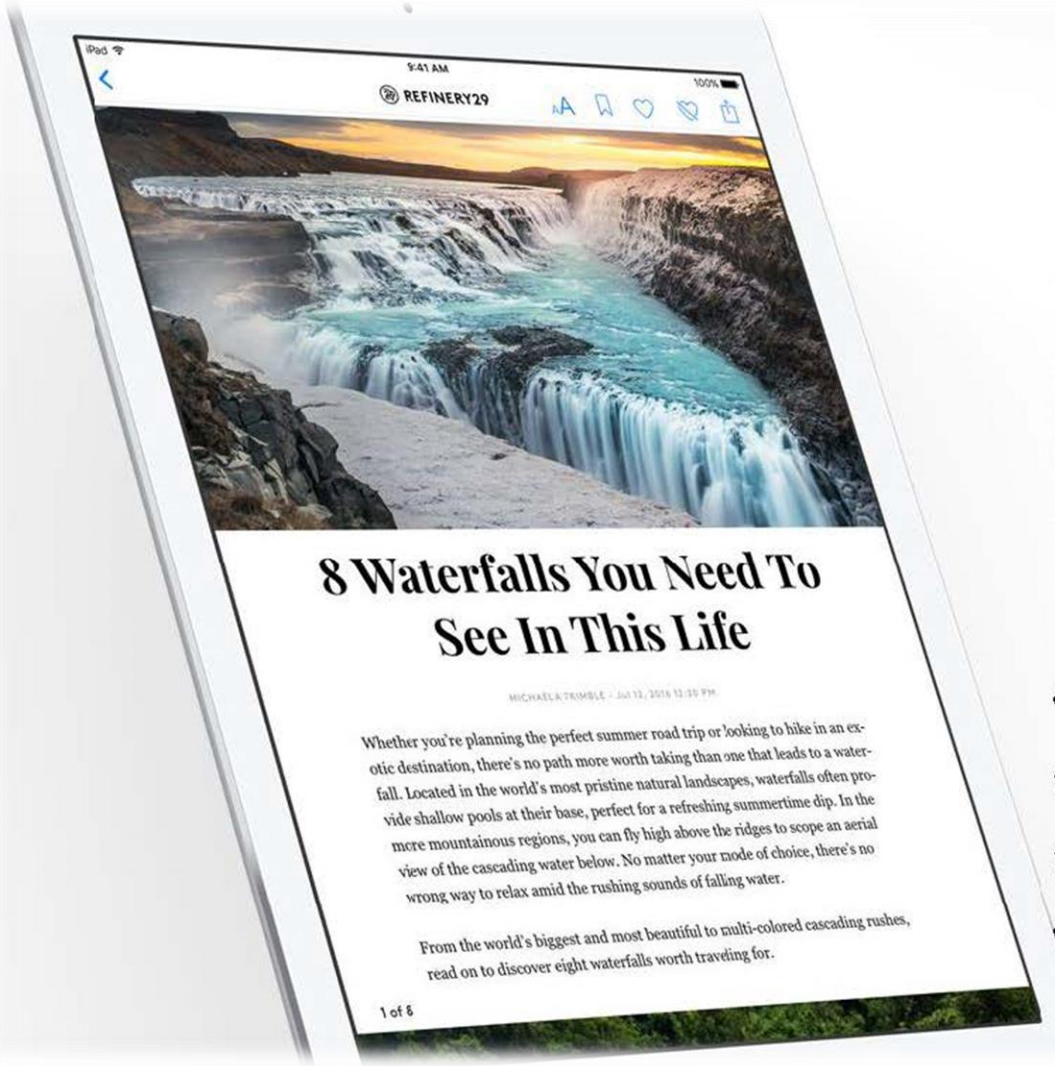
News

All the news you want. All in one place.

News collects all the stories you want to read — so you no longer need to move from app to app to stay informed. And with a completely reimagined For You tab, it's easier than ever to find the stories that matter most to you. News also features breaking news notifications and subscriptions to some of your favorite publications.



รวบรวมข่าวที่คุณต้องการอ่าน โดยไม่ต้องเปลี่ยนไปดูหลายแหล่ง ข่าวจะมาในรูปแบบสั้น มีการเตือนเมื่อมีข่าวที่คุณต้องการ



A captivating experience.

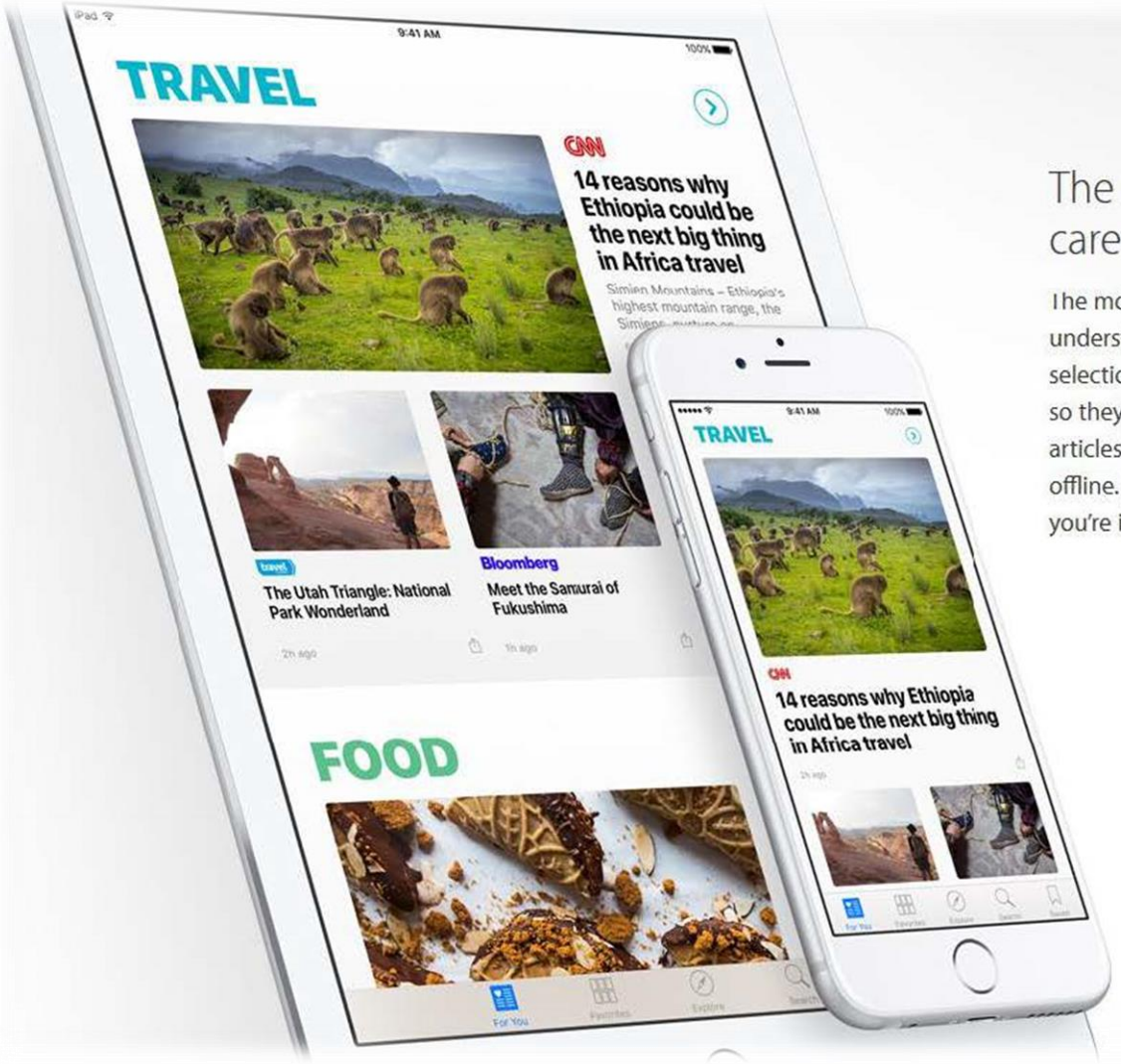
News brings the beautiful editorial layouts and typography of print to the screen, with articles that reflect the style of their publications. Enjoy interactive and engaging stories, rich with photo galleries, videos, and animation. Articles are optimized for both iPhone and iPad, so you'll have a great reading experience no matter which device you're using.

ข่าวมาในรูปแบบ layout ที่สวยงาม สามารถ interactive และ engage ได้อย่างเพลิดเพลิน เพื่อสร้างประสบการณ์ข่าวรูปแบบใหม่

Leading news sources.

Explore a huge selection of topics from sources including top news organizations and indie publications. Choose the ones you want to add to your favorites so you can get the news that interests you — like business, technology, fashion, sports, and more. And subscribe to some of your favorite magazines and newspapers directly in News, or unlock your existing digital subscriptions automatically.

มีประเภทข่าวและแหล่งข่าวให้เลือกมากมายทั้งจากสำนักข่าวใหญ่และนอกกระแสให้คุณเลือกรับข่าว



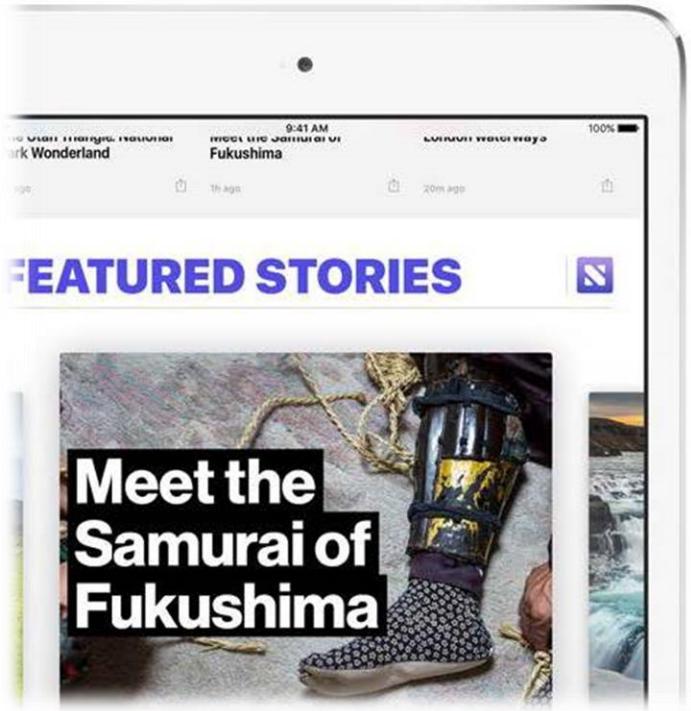
The stories you really care about.

The more you read, the better News gets at understanding your interests, refining the selection of stories delivered to your screen so they are relevant to you. Easily share articles with others and save them to read offline. News stays on top of the stories you're interested in. So you can, too.

ยิ่งคุณอ่าน ระบบจะยิ่งเข้าใจสิ่งที่คุณสนใจ อ่าน online หรือ offline สามารถ มีส่วนร่วมได้ง่ายขึ้น

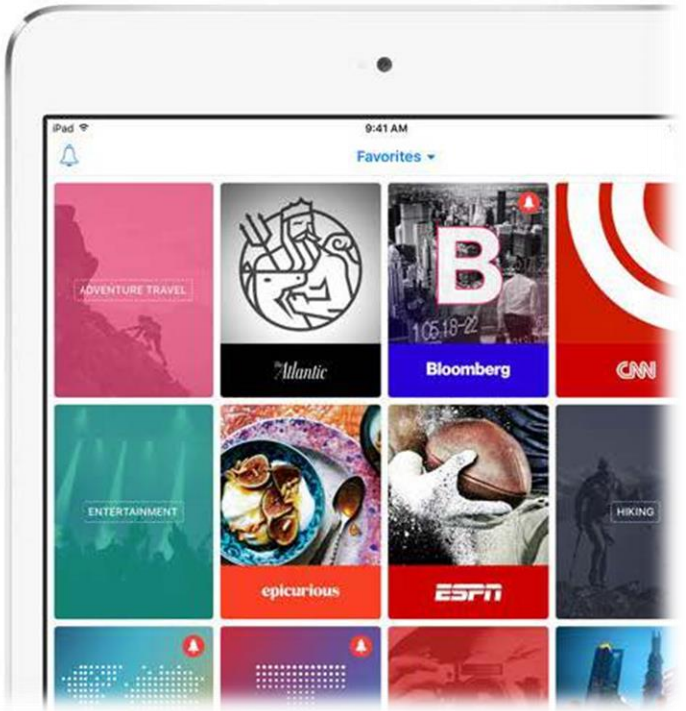
An easy read.

News is designed to be beautiful to look at and easy to use. It devotes maximum screen space to the content itself, with a minimal toolbar that gives you complete control with just a few taps. Browse a personalized news feed, see what's new with your favorite publications, or dive in and explore.



For You

รูปแบบการรับข่าวที่ผู้อ่านสามารถเลือกประเภทหรือความสนใจได้อย่างง่ายได้ ด้วยการออกแบบเฉพาะตัวที่น่าดึงดูดใจ



Explore

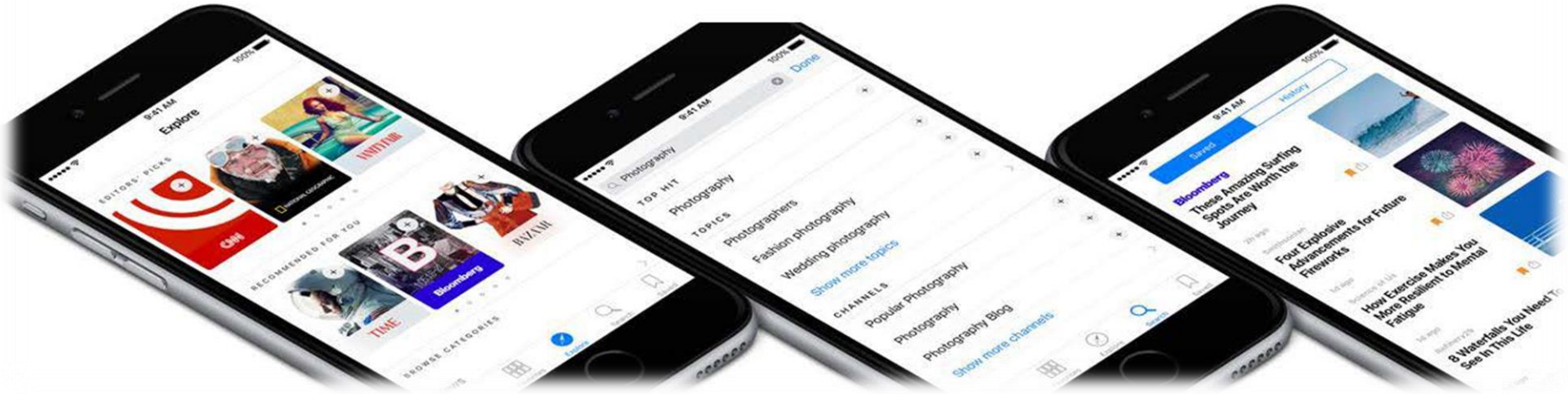
เลือกประเภทข่าวได้หลากหลาย และมีข่าวแนะนำที่เกี่ยวข้องให้เลือก

Search

สามารถหาข่าวได้อย่างละเอียดจาก keyword จากข่าวใหญ่จนถึงข่าวกระแส

Saved

เก็บหัวข้อข่าวไว้อ่านภายหลังoffline หรือส่งขึ้นระบบ cloud เพื่ออ่านได้จากหลายอุปกรณ์



THE MODERN NEWS CONSUMER

PewResearchCenter
Journalism & Media

JULY . 7 . 2016

รูปแบบการรับข่าวจากคนที่เราใกล้ชิด พอๆกับ คนที่เราไม่รู้จักเลย

Stream of news from people we're close to as well as total strangers.

Publishing with Apple News Format

With Apple News Format, you can create engaging content for Apple News. Elegant layouts, beautiful typography, photo galleries, videos, and animations bring your stories to life. You can author once and News will optimize for all iOS devices, so your readers will have a great experience no matter which device they're using.

Sign up now ›

แอพพลิเคชั่นใน iOS
ที่ช่วยให้ผู้ใช้สร้างเนื้อหาข่าว
ได้สวยงาม น่าสนใจ อย่างมืออาชีพ

Advertising Opportunities

Apple News comes with a built-in advertising platform that helps you earn revenue from the content you publish. Campaign management, targeting, creative and reporting capabilities give you the tools you need to drive your business. Keep 100% of the revenue from ads you sell, or 70% when Apple sells ads for you.

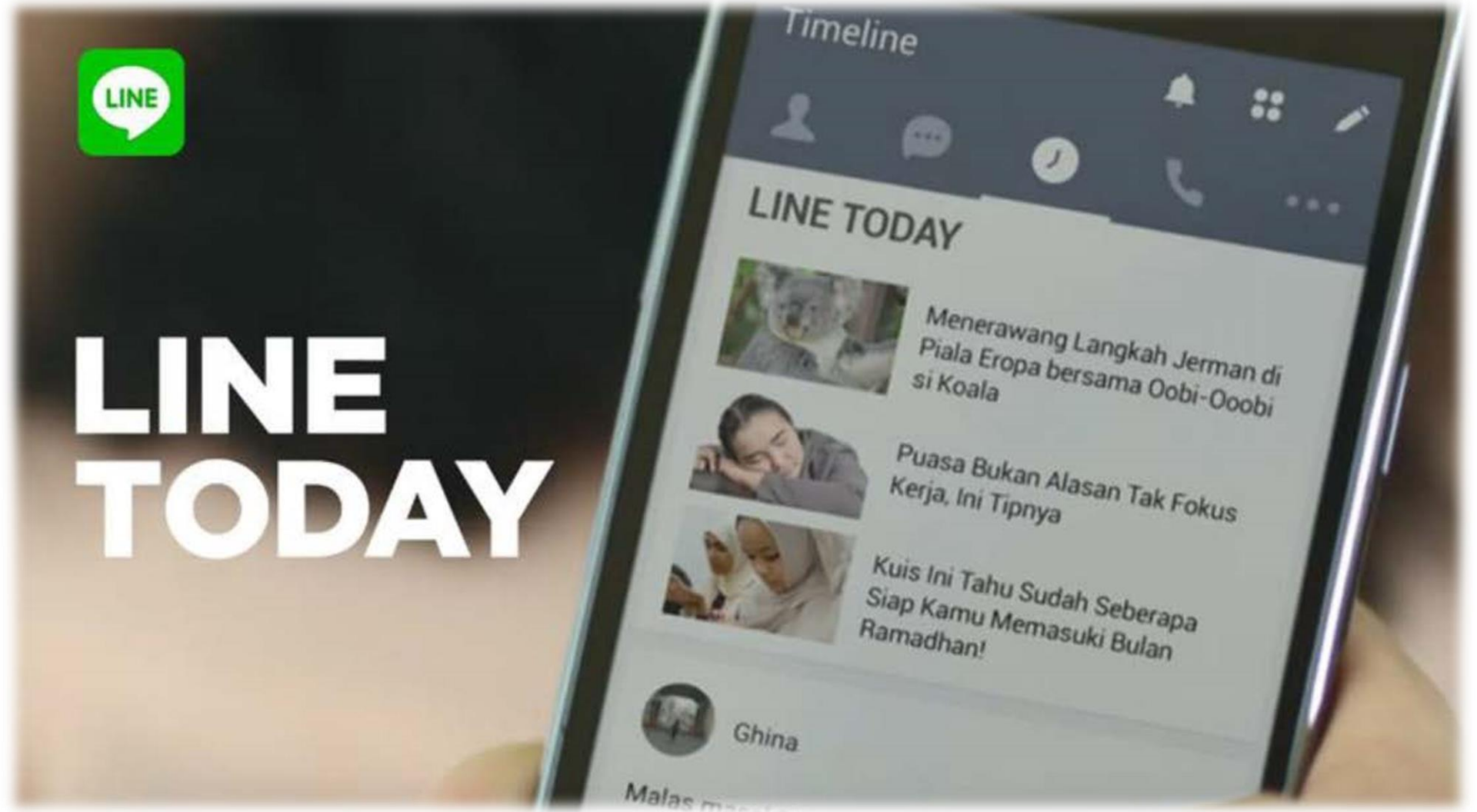
Built in advertising platform ที่คุณสามารถหารายได้จากเนื้อหาที่คุณเผยแพร่ด้วยตนเอง

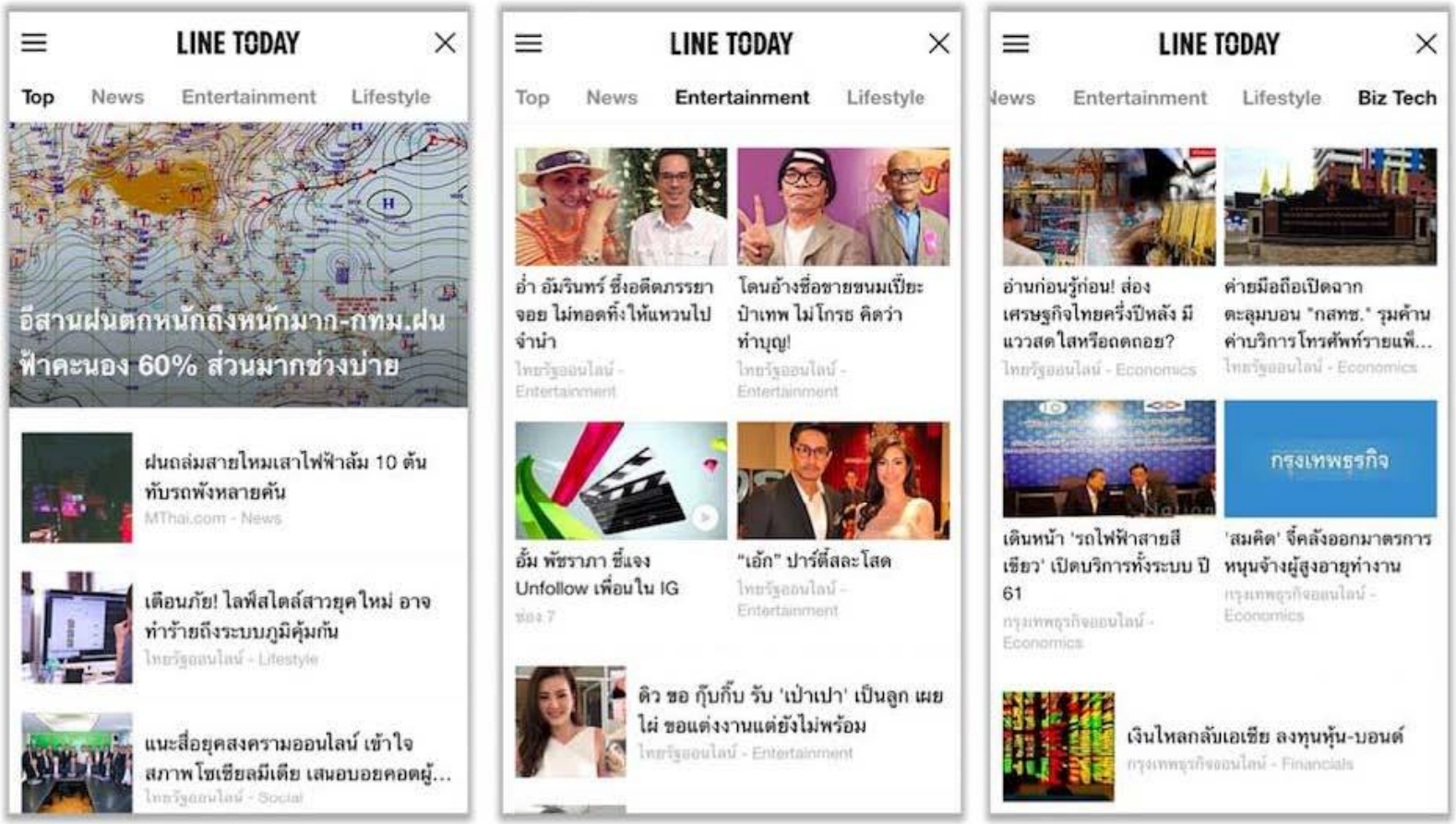
100% เมื่อคุณหาโฆษณามาลงเอง

70% เมื่อ apple ขายโฆษณาให้

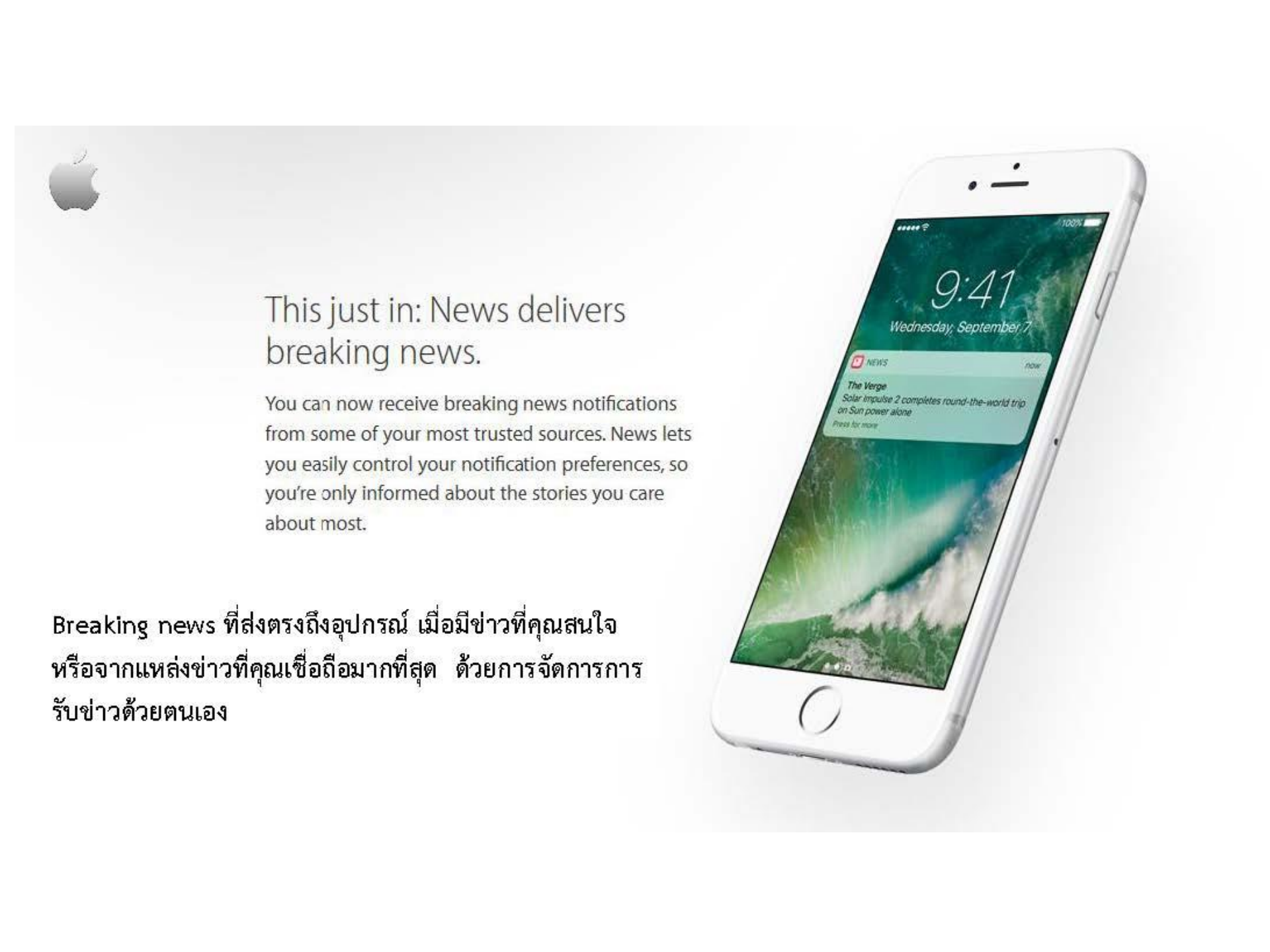
เนื้อหาข่าว มาแบบกระชับ (ข่าวพอดีคำ) อาจอยู่ในรูปแบบลิงค์หรือการแชร์

News stories can now come piecemeal, as links or shares,


LINE
LINE TODAY
Timeline
LINE TODAY
Menerawang Langkah Jerman di Piala Eropa bersama Oobi-Ooobi si Koala
Puasa Bukan Alasan Tak Fokus Kerja, Ini Tipnya
Kuis Ini Tahu Sudah Seberapa Siap Kamu Memasuki Bulan Ramadhan!
Ghina



หลากหลายข่าวฮิต ประเด็นร้อนส่งตรงถึงมือคุณใน LINE TODAY


This just in: News delivers breaking news.
You can now receive breaking news notifications from some of your most trusted sources. News lets you easily control your notification preferences, so you're only informed about the stories you care about most.
9:41
Wednesday, September 7
NEWS
now
The Verge
Solar Impulse 2 completes round-the-world trip on Sun power alone
Press for more
Breaking news ที่ส่งตรงถึงอุปกรณ์ เมื่อมีข่าวที่คุณสนใจ หรือจากแหล่งข่าวที่คุณเชื่อถือมากที่สุด ด้วยการจัดการการรับข่าวด้วยตนเอง

FACEBOOK

INSTANT ARTICLES

... For Content Marketing

facebook Instant Articles

Better for people. Better for publishers.

20%

More clicks

As people see more Instant Articles in News Feed, they read 20% more Instant Articles than mobile web articles on average.

70%

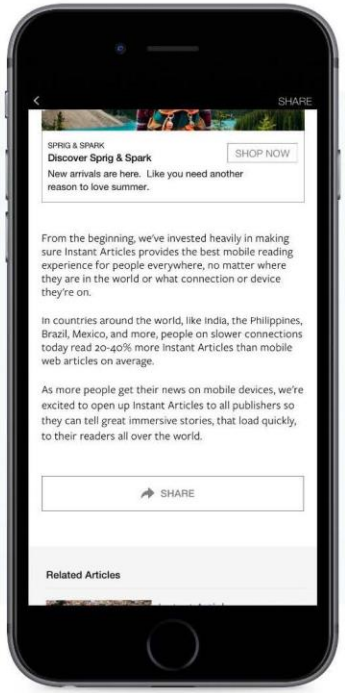
Less likely to abandon

Once they click, they're over 70% less likely to abandon the article because they're not stuck waiting for it to load.

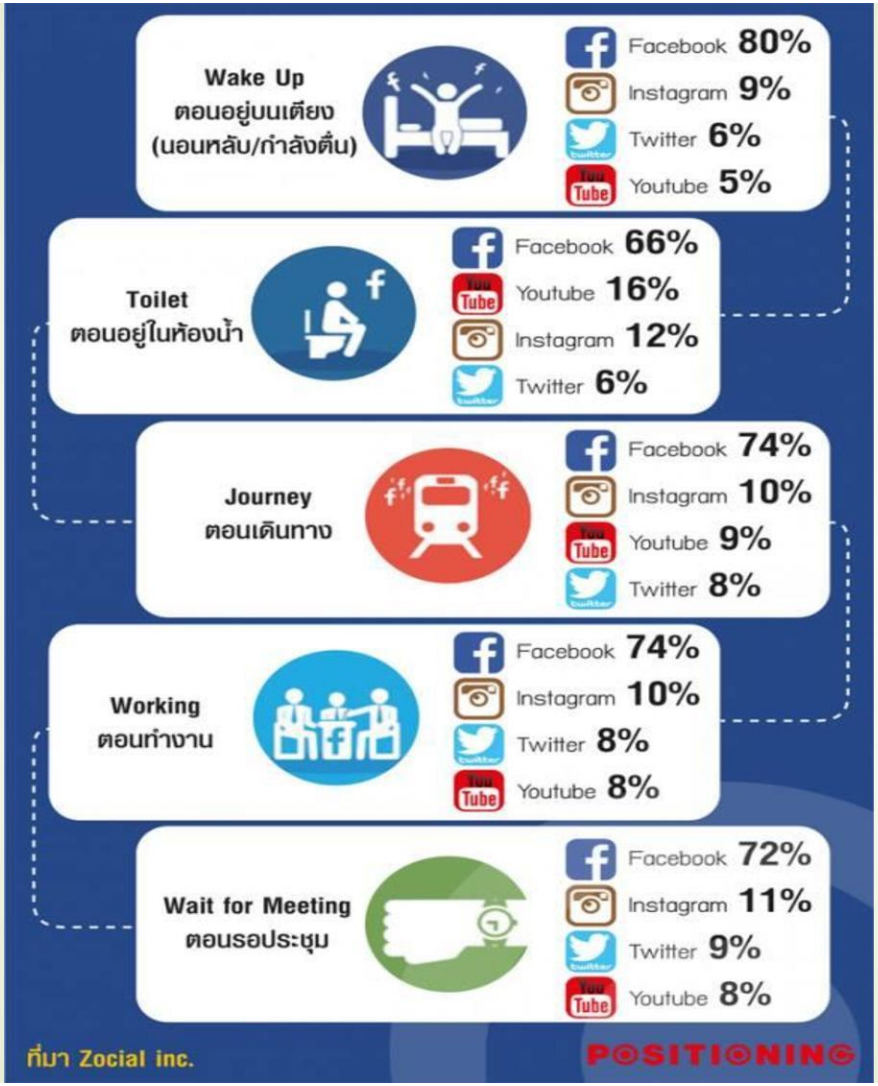
30%

More shares

People share 30% more Instant Articles than mobile web articles on average, amplifying the reach of your Stories in News Feed.

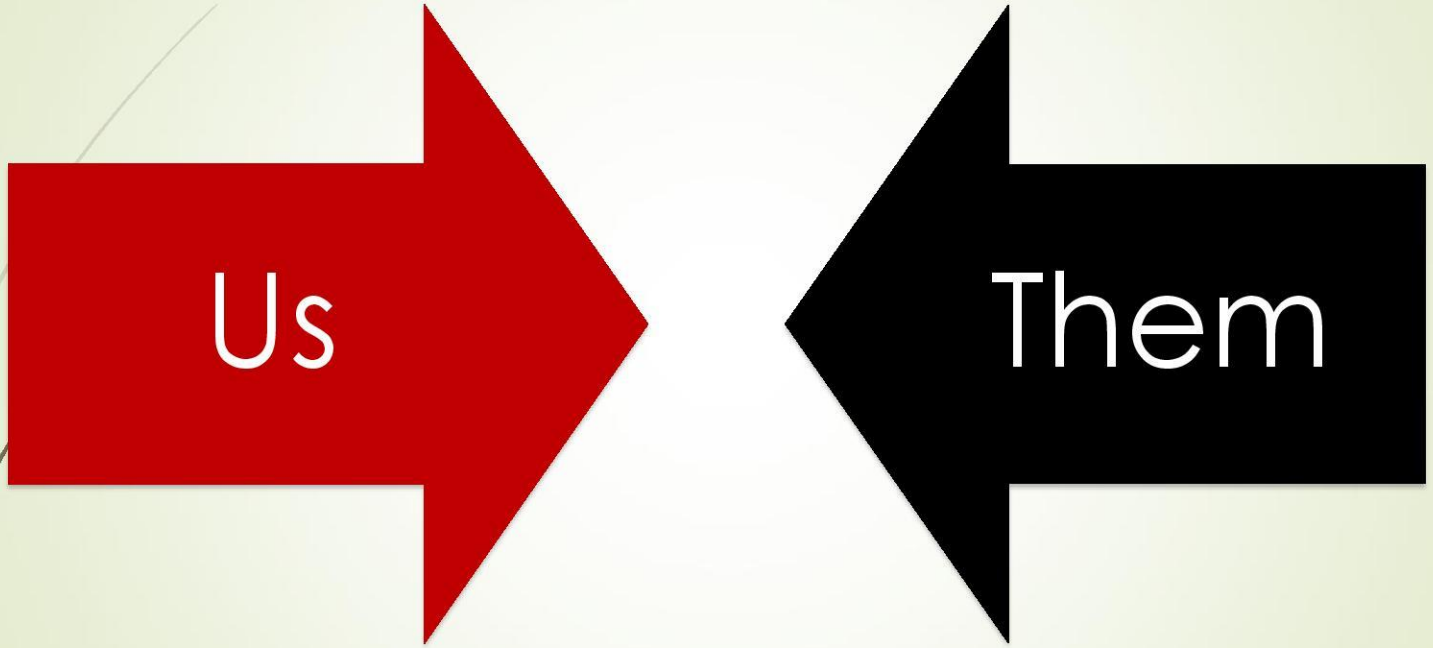


Learn more and sign up at instantarticles.fb.com today.


Wake Up
ตอนอยู่บนเตียง
(นอนหลับ/กำลังตื่น)
Facebook 80%
Instagram 9%
Twitter 6%
Youtube 5%
Toilet
ตอนอยู่ในห้องน้ำ
Facebook 66%
Youtube 16%
Instagram 12%
Twitter 6%
Journey
ตอนเดินทาง
Facebook 74%
Instagram 10%
Youtube 9%
Twitter 8%
Working
ตอนทำงาน
Facebook 74%
Instagram 10%
Twitter 8%
Youtube 8%
Wait for Meeting
ตอนรอประชุม
Facebook 72%
Instagram 11%
Twitter 9%
Youtube 8%
ที่มา Zocial inc.
POSITIONING

การสื่อสารทางเดียว (One way communication)

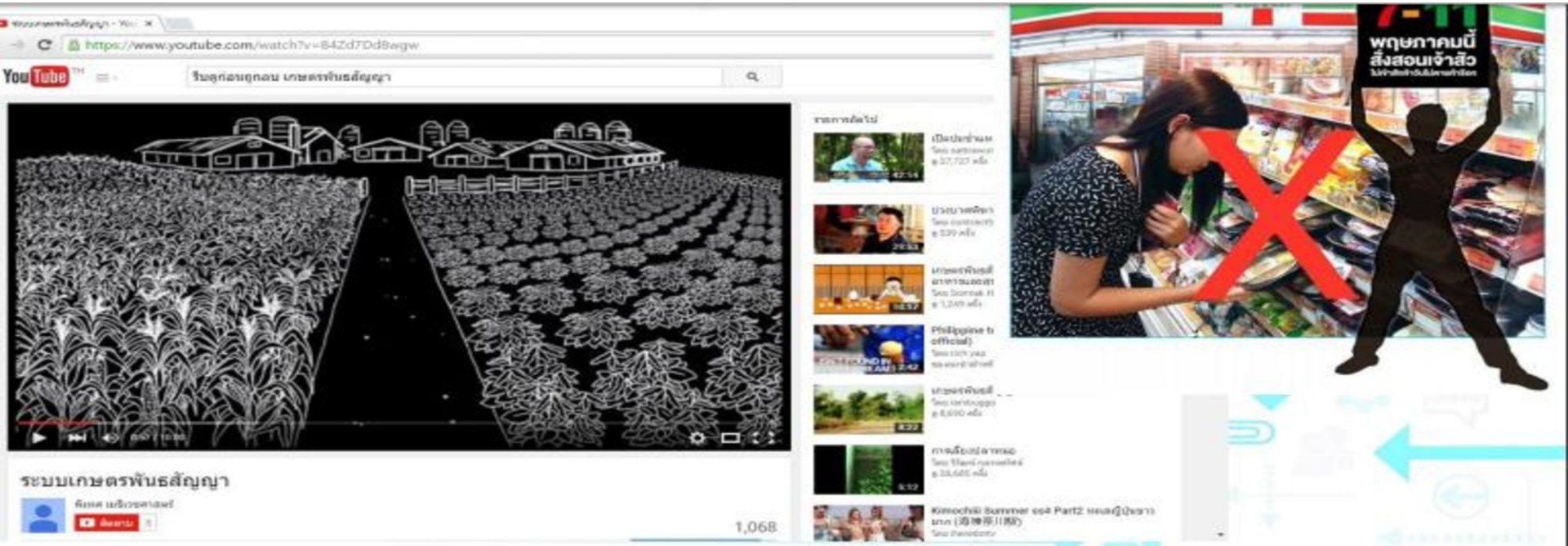
การสื่อสารสองเดียว (Two way communication)



ผู้ใช้เป็นผู้สร้างเนื้อหาข้อมูลต่างๆด้วยตนเอง หรือที่เรียกกันว่า **User Generated content (UGC)**

ผู้บริโภคสื่อ (User/Reader) เริ่มกระตือรือร้น ไม่ยอมจำนนเช่นเคย (Active)

เรื่องนี้ ถึง-ครู-อัง-ค-ณา แน่ !!



ผู้ใช้เป็นผู้สร้างเนื้อหาข้อมูลต่างๆด้วยตนเอง

User Generated content (UGC)

Jessada Denduangboripant added 2 new photos.
9 March at 09:01 ·

"เรื่องยาพาราเซตามอล มีไวรัสปน" ไม่ใช่เรื่องจริงนะครับ

เรื่องหลอกเรื่องใหม่ล่าสุดบนเน็ต มาแล้วววว ... เห็นพึ่งแชร์กันเมื่องนอกสัปดาห์ก่อน นึมาถึงไทยและ

เค้าแชร์กันว่า ห้ามกินยาพารา ที่มีเขียนว่า P-500 บนแผง เพราะมันมีไวรัสมาชูโป "Machupo" ที่อันตรายรุนแรงถึงตาย ปนเปื้อนอยู่ ... เรื่องนี้จริงเหรอ

ไม่จริง แบบไร้สาระ มากเลยครับ ... เรื่องใหญ่อย่างนี้ กลับไม่เคยมีข่าวการเรียกคืนยา หรือข่าวว่ามีคำเตือนนี้ ออกจากสำนักข่าวไหนเลย ... ที่แชร์ๆ กัน ก็ไม่บอกว่าไวรัสมันจะไปปนกับยาได้ยังไง

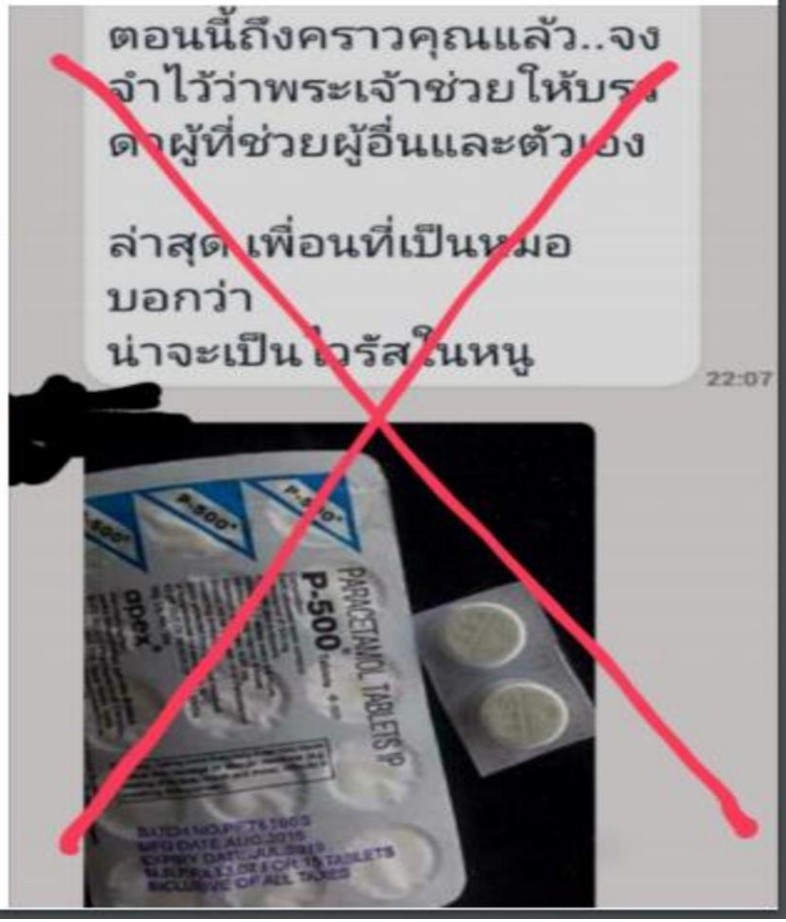
ไวรัสมาชูโป นี่มีจริงนะ เป็นไวรัสในหนูและสัตว์ฟันแทะต่างๆ แต่หาได้ยากจากในคน โดยมาก คนที่ติดเชื้อ จะได้รับเชื้อมาจากการถูกเห็บหนูกัดอีกทีนึง ... ไม่ได้เกี่ยวกับการผลิตยาพารา แต่อย่างไร

ถ้าอยากจะเช็คเอง ว่าเรื่องทำนองที่แชร์กันนี้มีจริงหรือไม่ ก็ลองดูในเพจขององค์การทางสาธารณสุข ไม่ว่าจะของไทยเราเอง หรือของต่างประเทศ เช่น FDA (อเมริกา), Health Canada (แคนาดา), Australian Department of Health (ออสเตรเลีย) หรือ Gov Drug Recall or Food Standards Agency (อังกฤษ) ครับ

ข้อมูลจาก http://www.thatsnonsense.com/machupo-virus-spreading-p500-.../

ข่าวลวง

แชร์โดยไม่ตรวจสอบ



https://www.youtube.com/watch?v=5lbp8dNFbKQ

คิดก่อนเชื่อ เช็คก่อนแชร์
5 วิธีตั้งสติก่อนเล่นโซเชียล

http://www.ais.co.th/thinkbeforesocial/
https://www.youtube.com/watch?v=RapiHK34_rI

SMS
SMS
DO & Don't for Social Media Communication

สิ่งที่ควรทำ

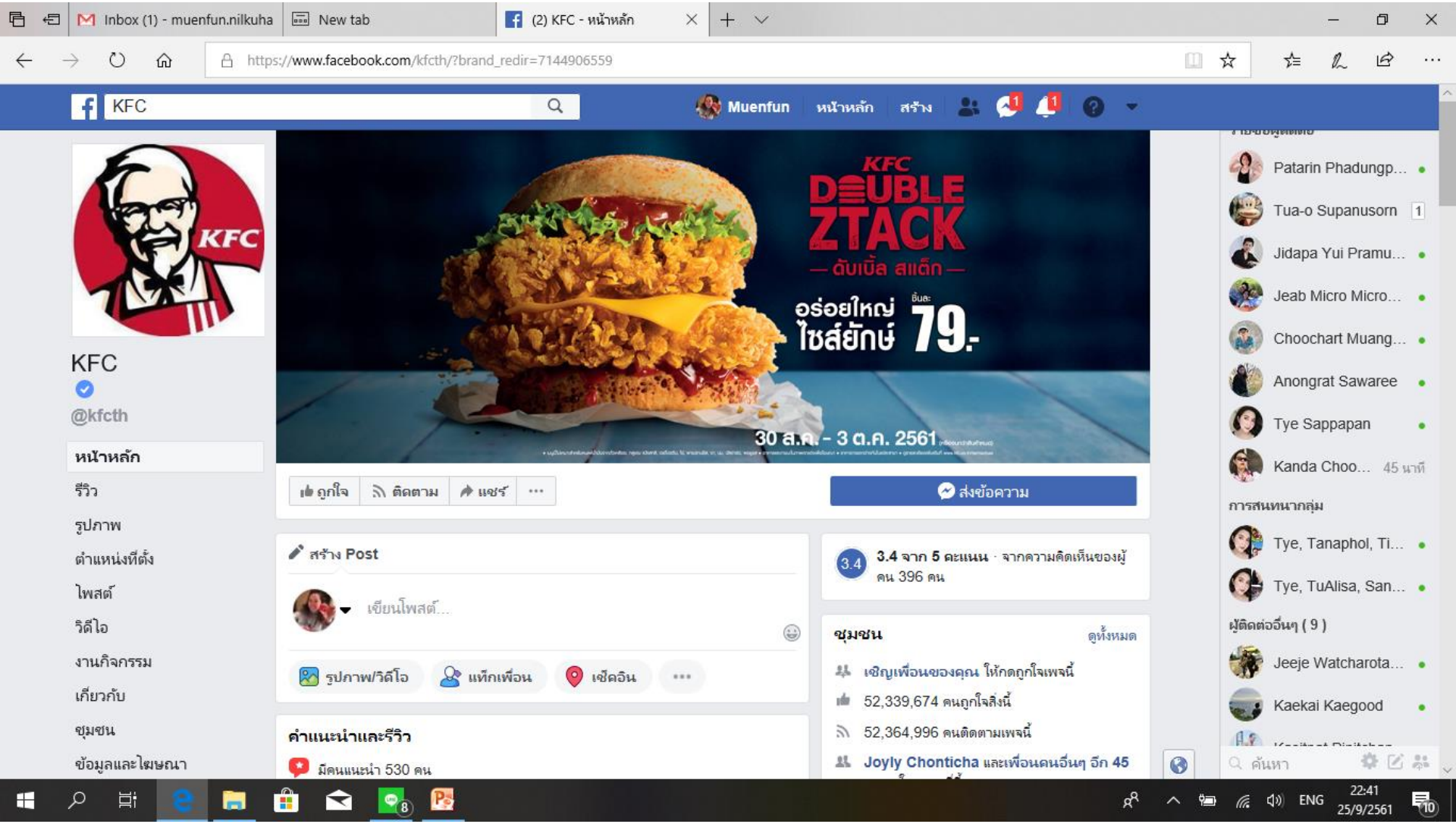
- สร้างความสัมพันธ์
  - ทำให้กลุ่มเป้าหมายมีส่วนร่วมกับเรา
  - เน้นให้ข้อมูลที่นำไปใช้ได้ เช่น ผลิตภัณฑ์หรือบริการจะไปช่วยทำให้ชีวิตของลูกค้าดีขึ้นอย่างไร

สิ่งที่ควรทำ

- ตอบสนองต่อทุกคอมเม้นท์
  - แสดงให้เห็นว่าเราอ่านและสนใจที่จะพูดคุยกับพวกเขา

สิ่งที่ควรทำ

- มีปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย
  - ใช้เวลาสักหน่อยในการตอบหรือพูดคุยกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อแสดงให้เห็นว่าเราให้ความสำคัญกับกลุ่มเป้าหมาย



https://www.facebook.com/kfcth/?brand_redir=7144906559

ณ๊องมิ้ลค์จ้ง หีใหญ่บาน สีขาวอมชมพู ▸ **KFC**
32 นาที · Bangkok ·

อยากกินไก่สดค่ะ หิวไก่มาก KFC น่าจะมีเมนูไก่สดนะค่ะ ^^

ถูกใจ · แสดงความคิดเห็น · 1 1

ถูกใจ Thippy Ladz Mini

เขียนความคิดเห็น

KFC ด้วยความห่วงใยในสุขภาพของลูกค้าทางเราจึงได้วางจำหน่ายเฉพาะเมนูไก่ที่ปรุงสดใหม่ให้ลูกค้านะคะ 😊
ถูกใจ · ตอบกลับ · เมื่อสักครู่

โอ๊ะโอ พุฒิพงศ์ ▸ **KFC**
34 นาที · Amphoe Muang Chon Buri ·

มีห่านมั้ย?

ถูกใจ · แสดงความคิดเห็น · 1

เขียนความคิดเห็น

KFC รับไก่ทอดรสต้นตำรับแสนอร่อยแทนได้ไหมคะ 😊
ถูกใจ · ตอบกลับ · 3 นาที

Tha Kani ▸ **KFC**
36 นาที · Mahachai ·

ทุเรียนลูกดิ มีขายป่ะ

ถูกใจ · แสดงความคิดเห็น · 1

เขียนความคิดเห็น

KFC ตอนนี้ยังไม่มีทุเรียนค่ะ แต่ตอนนี้มีไอศกรีมโคนเคลือบเจลลี่สตรอว์เบอร์รี่อร่อยดับร้อนได้นะคะ

ถูกใจ · ตอบกลับ · 6 นาที

Sabai Mate ▸ **KFC**
37 นาที ·

มีลิ้นจี่ไหม???

ถูกใจ · แสดงความคิดเห็น · 1

เขียนความคิดเห็น

KFC ตอนนี้ยังไม่มีลิ้นจี่ค่ะ แต่ตอนนี้มีไอศกรีมโคนเคลือบเจลลี่สตรอว์เบอร์รี่ อร่อยดับร้อนได้นะคะ

ถูกใจ · ตอบกลับ · 1 · 7 นาที

Pond Kaewklub ▸ **KFC**
40 นาที ·

คืนนี้บอลโลกมีประเทศอะไรแข่งกันบ้างครับแล้วต่อเท่าไหร่ คิดว่าใครจะชนะขอเต็งเด็ดๆสักคู่ แล้วไก่กับไข่อะไรเกิดก่อนครับ. ขอบคุณครับ

ถูกใจ · แสดงความคิดเห็น · 1

เขียนความคิดเห็น

KFC คืนนี้มีการแข่งขันสี่คู่ค่า เรื่องว่าใครเต็งนี่แอดมินไม่ทราบจริงๆ แต่จะให้ดีอย่าลืมสั่ง KFC Delivery มาทานระหว่างรอดูแมชท์สำคัญคืนนี้นะคะ จะได้เชียร์บอลแบบไม่หิวค่ะ 😊

ถูกใจ · ตอบกลับ · 2 · 11 นาที

Empty Guy ▸ **KFC**
46 นาที · Amphoe Muang Chon Buri ·

ทำไหม ไม่ทำนักเก็ตเป็ด ขายบ้างครับ ???

ถูกใจ · แสดงความคิดเห็น · 1 1

ถูกใจ Justin Int

เขียนความคิดเห็น

KFC หากมีเมนูนี้เพิ่มทางแอดมินจะแจ้งให้ทราบทางหน้าเพจนะคะ 😊

ถูกใจ · ตอบกลับ · 1 · 41 นาที

Kong Pachara Chomchome ▸ **KFC**
57 นาที ·

ผู้พัน เค้าเป็นโรคเก๊าตายใช่ไหมคับ เห็นป้าข้างบ้านเค้าบอก

ถูกใจ · แสดงความคิดเห็น · 4 4

4 คน ถูกใจสิ่งนี้ ความคิดเห็นยอดนิยม

เขียนความคิดเห็น

KFC ในเดือนมิถุนายน ค.ศ. 1980 แพทย์ได้ตรวจพบว่าผู้พันได้ป่วยเป็นโรคมะเร็งเม็ดเลือดขาว และเขายังป่วยเป็นโรคปอดบวมอีกด้วย ทำให้เขาเสียชีวิตลงในวัย 90 ปี เมื่อวันที่ 16 ธันวาคม ค.ศ. 1980 ที่หลุยส์วิล รัฐเคนทักกี สหรัฐอเมริกา ซึ่งหลังจากเขาเสียชีวิต ร้านเคเอฟซีก็ยังคงได้รับความนิยมจากลูกค้า โดยในปัจจุบัน ร้านเคเอฟซีมีสาขาต่าง ๆ เกือบ 30,000 ร้านทั่วโลกค่ะ 😊
ถูกใจ · ตอบกลับ · 10 · 50 นาที

Kong Pachara Chomchome ยัยป้า มันมั่วจริงๆ เด่วเดินไปกดอ๊อดหน้าบ้านก่อน
ถูกใจ · ตอบกลับ · 2 · 45 นาที

เขียนความคิดเห็น

Undie Rambo ▸ **KFC**
1 ชม. · Bangkok ·

อยากลองเนื้อไก่จากอลาสก้าตายในกระเพราะแพะภูเขาเอเวอเรสอ่ะครับ

ถูกใจ · แสดงความคิดเห็น · 6 3

6 คน ถูกใจสิ่งนี้ ความคิดเห็นยอดนิยม

เขียนความคิดเห็น

KFC ไก่สดเราเป็นไก่ที่เลี้ยงในฟาร์มปิดในประเทศไทยค่ะ หากนำมาจากอลาสก้าอาจจะทำให้ต้นทุนสูงแล้วทำให้ราคาสินค้าแพงขึ้น ทางเคเอฟซีคำนึงถึงราคาสินค้าที่เหมาะสมกับผู้บริโภคจึงไม่ได้นำเข้าเนื้อไก่มาจากต่างประเทศค่ะ 😊
ถูกใจ · ตอบกลับ · 14 · 1 ชม.

Undie Rambo ขอบคุณสำหรับคำตอบ ผมซื้งเลยครับ ^^
ถูกใจ · ตอบกลับ · 3 · 1 ชม.

Pat Rapeepat ฮ่า ๆๆๆๆๆๆๆๆๆๆ ชอบ ๆ
ถูกใจ · ตอบกลับ · 1 · 34 นาที

เขียนความคิดเห็น

สิ่งที่ควรทำ

- ใช้สื่อหลากหลายรูปแบบ
  - เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายช่วยแชร์ข้อมูล
  - อินโฟกราฟิค/วิดีโอ

สิ่งที่ไม่ควรทำ

- เนื้อหาไม่น่าสนใจ
  - อย่าโพสต์แค่ขายสินค้า หรือ โพสต์รูปมากไป คนไม่ต้องการ "ขยะ" บน News Feed ของตัวเอง
  - สื่อสังคมออนไลน์ เน้นการสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย

สิ่งที่ไม่ควรทำ

- เพิกเฉยต่อความคิดเห็น / ข้อร้องเรียนของกลุ่มเป้าหมาย หรือลบออกจาก facebook ทันที
  - ถ้ามีคนพูดไม่ดีเกี่ยวกับเรา → ลงมือแก้ไข

สิ่งที่ไม่ควรทำ

- โพสต์/แชร์บ่อยเกินไป
  - จะกลายเป็นขยะ
  - คนจะเลิกสนใจว่าเราพูดอะไร

การปรับเทคนิคการเขียนข่าวในการโพสต์เฟซบุ๊กให้น่าสนใจ/น่าติดตาม

เปรียบเทียบ Facebook Profile Facebook Page กับ Group

-**Facebook Profile** มีเพื่อน (Friends) ได้มากที่สุด 5,000 คน แต่ **Facebook Page** Like ได้ไม่จำกัด

-**Facebook Page** จะมีข้อมูล **Insights** เกี่ยวกับ **Demographic** ผู้ที่เข้ามา Like / % การ Feedback ของสมาชิก / Impression (จำนวนครั้งที่ถูกเห็น) แต่ **Facebook Profile** ไม่มี

-**Facebook Page** สามารถสร้างโฆษณาได้ แต่ **Facebook Profile** ทำไม่ได้

-การส่ง ข้อความ หรือ Facebook Messages ไปหา Profile อื่นๆ เป็นรายคน สามารถทำได้โดย Facebook Profile เท่านั้นFacebook Page ทำได้เฉพาะส่งออกแบบเยอะๆพร้อมๆกัน

-กลุ่มส่วนตัวหรือสาธารณะ Group จำกัดสมาชิกได้เพียง 5,000 คนต่อ 1 กลุ่มเท่านั้น เพื่อให้มีการส่งข้อความหรือเมลไม่มากกว่านี้ โดยขึ้นอยู่กับผู้ควบคุมเพียงคนเดียว (หรือหลายคน)

-การค้นหาจากเว็บภายนอก ข้อพิเศษอีกข้อของ Page ก็คือสามารถค้นหาด้วย search engine ได้

FAN PAGE vs. GROUP

Key Feature	Facebook Page	Facebook Group
"Ugly" URLs	No	Yes
Hosting a discussion	Yes	Yes
Discussion wall, and discussion forum	Yes	Yes
Extra applications added	Yes	No
Messaging to all members	Yes	Yes
Visitor statistics	Yes ("Page insights")	No
Video and photo public exchange	Yes	Yes
"Related" event creation and invitation	Yes	No
Promotion with social ads	Yes (never tried it)	No

To conclude:

- Pages are generally better for a **long-term relationships** with your fans, readers or customers;
- Groups are generally better for **hosting a (quick) active discussion** and attracting quick attention.

Fan Pages –

- Are visible to unregistered users
- Events can only be sent to 100 friends at a time; and are connected to admin profiles

Groups –

- Allow 'bulk invites'
- But max out at 1,000 members

Fan Page Wins!

Source: http://www.searchenginejournal.com/facebook-group-vs-facebook-fan-page-whats-better/7761/

ตารางเปรียบเทียบคุณสมบัติของ Page และ Group ใน Facebook		
คุณสมบัติ	Page	Group
URL สั้นๆ	ได้ (เมื่อมีแฟนเกิน 100 คน)	ไม่ได้
จำนวนสมาชิก	ไม่จำกัด	ไม่เกิน 5,000 คน
แสดงผลใน Feed	ได้	ได้
สร้าง Application	ได้	ไม่ได้
ส่งข้อความไปยังสมาชิกทุกคน	ได้	ได้
ดูสถิติผู้เข้าชม	ได้ เรียกว่า Page insights	ไม่ได้
ตัวช่วยอัพโหลดรูป	ได้	ไม่ได้ (ต้องอัพโหลดทีละ 5 รูป)
ค้นหาด้วย Search Engine	ได้	ไม่ได้
โปรโมตด้วย Social Ads ใน Facebook	ได้	ไม่ได้
จำกัดความเป็นส่วนตัว	ไม่ได้	ได้

คุณค่าข่าว ยังเป็นสูตรลับที่จำเป็น

สาเหตุที่ต้องประเมินคุณค่าข่าว

ข่าวสาร เหตุการณ์เกิดขึ้นมากมาย ตลอดเวลา

สื่อมีพื้นที่จำกัดในการนำเสนอข่าวสาร

ข่าวที่มีคุณค่าสูง มักจะมีทั้งความสำคัญและความน่าสนใจอยู่ในตัวเอง

- ความสำคัญ คือ เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นและมีผลกระทบต่อความเป็นอยู่ของประชาชน ผลกระทบดังกล่าวจะมีผลในวงกว้าง
- ความน่าสนใจ คือ เหตุการณ์ เรื่องราวที่ประชาชนสนใจ อยากรู้ อยากติดตาม

คุณค่าข่าว

ความสดใหม่รวดเร็ว

ความใกล้ชิด

ความสำคัญหรือความเด่น

ผลกระทบกระเทือน

ความลึกลับซ่อนเงื่อน

ความแปลกหรือผิดปกติ

ความขัดแย้ง

องค์ประกอบทางเพศ

ความเป็นปุถุชนวิสัย

ความก้าวหน้า

หลักการเขียนแบบ 5 w 1 h

Who ใคร คือ ต้องเขียนว่า ใครคือคนพูด คนรับผิดชอบ ใครเกี่ยวข้อง ใครได้รับผลกระทบ ในเรื่องนั้นมีใครบ้าง

What ทำอะไร คือ ต้องเขียนว่า ทำอะไร แต่ละคนทำอะไรบ้าง

Where ที่ไหน คือ ต้องเขียนว่า สถานที่ที่เราจะทำว่าจะทำที่ไหน เหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำนั้นอยู่ที่ไหน

When เมื่อไหร่ คือ ต้องเขียน ระยะเวลาที่จะทำจนถึงสิ้นสุด เหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำนั้นทำเมื่อวัน เดือน ปี ใด

Why ทำไม คือ ต้องเขียนว่า สิ่งที่ทำนั้น ทำด้วยเหตุผลใด เหตุใดจึงได้ทำสิ่งนั้น หรือเกิดเหตุการณ์นั้นๆ

How อย่างไร คือ ต้องเขียนว่า เราจะสามารถทำทุกอย่างให้บรรลุผลได้อย่างไร เหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำนั้นทำอย่างไรบ้าง

การเล่าเรื่อง (Storytelling)

- ข้อความต้องสั้น กระชับ ตรงประเด็น หนักแน่น น่าเชื่อถือ
- เล่าอย่างเชื่อมโยงเพื่อความใกล้ชิด
- ยกตัวอย่างชัดเจน ภาพประกอบที่ดึงดูด
- ข้อความต้องระบุสิ่งที่ต้องการขับเคลื่อน หรือ การมีส่วนร่วมให้ชัดเจน

-ควรแปลงข้อมูลเป็นกราฟิกให้ข้อมูล ต้องชัดเจน เข้าใจง่าย และเหมาะกับการแชร์ต่อ

-กระตุ้นความรู้สึกร่วมต่อประเด็น ต้องใช้ภาพที่เล่าเรื่อง ถ่ายทอดประสบการณ์ “เป็นเรื่องใกล้ชิดตัว หรือควรทำบางอย่างต่อเรื่องนี้”

-การเล่าเรื่องเพื่อการขับเคลื่อน ต้องชัดเจนในการ Call to Action อย่างตรงไปตรงมา สร้างความเข้าใจ และการมีส่วนร่วมได้

-สามารถสร้าง Petition ได้ ควรใช้รูปแบบการเล่าเรื่องที่ “ดึงประเด็นให้ใกล้ชิด”

-ภาษาที่ใช้ในการเล่าเรื่อง ต้องเป็นการพูดคุย ไม่เป็นทางการ หรือเครียดเกินไป ยิ่งทำให้คนอ่านคล้อยตาม รู้สึกร่วม เข้าใจง่าย กระตุ้นความรู้สึก “โดนใจ” ก็จะทำให้การกระจายข้อมูลมีโอกาสสูงขึ้น

THANK YOU