

ขอบข่ายการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ในต่างประเทศ ประจำปี 2559

หลักการและเหตุผล

ในปัจจุบัน ถือได้ว่าสื่อออนไลน์เข้ามามีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวันและการดำเนินธุรกิจ ส่งผลให้พฤติกรรมในการรับข้อมูลข่าวสารของคนปรับเปลี่ยนไปตามเทคโนโลยี แม้ว่าสื่อออนไลน์จะยังไม่ครอบคลุมผู้ใช้งานจำนวนมากเหมือนโทรทัศน์หรือวิทยุ แต่เป็นสื่อที่สามารถตอบโจทย์การรับข้อมูลข่าวสารของคนในยุคปัจจุบันได้เป็นอย่างดีในแง่ของความเร็ว สะดวก และตลอดเวลา อีกทั้งมีค่าใช้จ่ายในการเข้าถึงที่น้อยกว่า eMarketer (เมษายน, 2558) ได้สำรวจข้อมูลการบริโภคสื่อประเภทต่างๆ ในแต่ละวันของกลุ่มผู้ใหญ่ชาวอเมริกัน ผลการสำรวจดังตารางด้านล่าง

Average Time Spent Per Day With Major Media By US Adults 

	2011 (hr:min)	2012 (hr:min)	2013 (hr:min)	2014 (hr:min)	2015 (hr:min)	Compound Annual Growth Rate (2011-2015)
Digital	3:40	4:20	4:51	5:15	5:38	+11.4%
Desktop/Laptop	2:33	2:27	2:19	2:22	2:22	-1.8%
Mobile (nonvoice)	0:48	1:35	2:16	2:34	2:51	+37.2%
Other connected devices	0:18	0:18	0:17	0:19	0:25	+7.8%
TV	4:34	4:38	4:31	4:22	4:15	-1.8%
Radio	1:34	1:32	1:30	1:28	1:27	-2.0%
Print	0:44	0:38	0:32	00:26	0:21	-17.0%
Magazines	0:18	0:16	0:14	0:12	0:10	-13.5%
Newspapers	0:26	0:22	0:18	0:14	0:11	-19.8%
Other	0:39	0:38	0:31	0:26	0:24	-11.7%
TOTAL:	11:11	11:46	11:55	11:57	12:04	1.9%

Source: www.eMarketer.com, April 2015

ตารางที่ 1 แสดงอัตราการเติบโตของสื่อประเภทต่างๆ ในปี 2554 - 2558

จากการสำรวจ พบว่าการบริโภคสื่อ Digital (รวมทั้งสื่อออนไลน์และการสื่อสารทางอุปกรณ์โทรศัพท์) มีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2554 - 2558 โดยในปี 2554 มีการบริโภคสื่อ Digital เฉลี่ย 3 ชั่วโมง 40 นาทีต่อวัน ขณะที่ตัวเลขในปี 2558 เพิ่มขึ้นมาเป็น 5 ชั่วโมง 38 นาทีต่อวัน คิดเป็นอัตราการเติบโตในภาพรวมร้อยละ 53.64 ตัวเลขนี้สามารถสื่อให้เห็นว่าผู้บริโภคในปัจจุบันตระหนักและให้ความสำคัญกับสื่อ Digital เป็นอย่างมาก

ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ศบท. ได้เริ่มดำเนินการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ตั้งแต่ปี 2555 ซึ่งผลการดำเนินงานที่ผ่านมา ถือได้ว่าประสบความสำเร็จ วัดได้จากจำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์ของสำนักงานฯ ที่เพิ่มอย่างต่อเนื่อง โดยล่าสุดระหว่างเดือนพฤศจิกายน 2557 - กันยายน 2558 ที่ผ่านมา ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ศบท. ดำเนินการจัดจ้าง บริษัท ยูไนท์ มีเดีย จำกัด (Unite Media Co., Ltd.) เพื่อทำการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ เป็นจำนวนเงิน 14 ล้านบาท ผลการดำเนินงานที่สะท้อนออกมาเป็นจำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์ของสำนักงานฯ มีรายละเอียดตามตารางดังต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ยต่อเดือน ก่อน การลงโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ (ตุลาคม 2557)	ค่าเฉลี่ยต่อเดือน หลัง การลงโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์อย่างเต็มที่ (กุมภาพันธ์-เมษายน 2558)	อัตราการเพิ่มขึ้น (เปอร์เซ็นต์)
61,480 คน	102,714 คน	67.1%

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยต่อเดือนของจำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์สำนักงานก่อน-หลังการลงโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์

ตารางข้างต้นแสดงให้เห็นว่าจำนวนผู้เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์สำนักงานฯ เฉลี่ยต่อเดือนมีอัตราเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 67.1 หลังจากดำเนินลงโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ในปี 2558 จึงเป็นการตอกย้ำความสำเร็จของการใช้สื่อออนไลน์เป็นเครื่องมือในการสื่อสารไปยังนักลงทุนกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี

ในการนี้ ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ศบท. จึงเห็นควรใช้สื่อออนไลน์ เป็นสื่อหลักในการประชาสัมพันธ์ไปยังนักลงทุนสำหรับปีงบประมาณ 2559 อย่างต่อเนื่องต่อไป โดยให้มีการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบการลงโฆษณาผ่านเครือข่ายการค้นหามหาวิทยาลัย (Google Search) การลงโฆษณาผ่านเครือข่ายพาร์ตเนอร์เว็บไซต์ (Google Ad Network) แบบแบนเนอร์ (Banner Ads) การลงโฆษณาผ่านเครือข่ายการค้นหามหาวิทยาลัยและเครือข่ายพาร์ตเนอร์เว็บไซต์ทางอุปกรณ์โทรศัพท์และ แท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ การประชาสัมพันธ์แบบตอกย้ำ (Remarketing) และการลงโฆษณาผ่าน Youtube ซึ่งเป็นการโฆษณาโดยการนำเสนอ VDO ถ่ายทอดประสบการณ์การดำเนินธุรกิจและการลงทุนในประเทศไทยผ่านถ้อยคำและมุมมองของนักลงทุนที่ประสบความสำเร็จ ผ่านช่องทาง Youtube นอกจากนี้ ในปีงบประมาณ 2559 จะเพิ่มรูปแบบการลงโฆษณาผ่านเครือข่ายพาร์ตเนอร์เว็บไซต์ (Google Ad Network) แบบไลท์บ็อกซ์ (Lightbox Ads) ซึ่งเป็นอีกช่องทางหนึ่งสำหรับการนำเสนอวิดีโอโฆษณาของสำนักงานฯ

ขอบเขตการดำเนินงานของผู้รับจ้างและเงื่อนไข

1. ลงโฆษณาผ่านเครือข่ายการค้นหามหาวิทยาลัย (Google Search)

รูปแบบในการโฆษณานี้ จะปรากฏโฆษณาของสำนักงานฯ บนหน้าผลการค้นหาใน Google ซึ่งหากนักธุรกิจหรือนักลงทุนค้นหาโดยใช้คำศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อเศรษฐกิจการลงทุนที่บริษัทที่ปรึกษาประชาสัมพันธ์จะเป็นผู้กำหนดขึ้นโดยความเห็นชอบของสำนักงานฯ นั้น โฆษณาของสำนักงานฯ จะปรากฏขึ้นบนหน้าค้นหาในพื้นที่โฆษณาบนเว็บ Google โดยสามารถควบคุมและปรับเปลี่ยนข้อความโฆษณาที่ประสงค์จะนำเสนอต่อกลุ่มเป้าหมายได้

รายละเอียดของการลงโฆษณาผ่านเครือข่ายการค้นหามหาวิทยาลัย (Google Search) โดยกำหนดให้มีปริมาณการคลิกขั้นต่ำ 54,000 คลิก ซึ่งประมาณการจำนวนการคลิกขั้นต่ำในแต่ละเดือนดังตารางต่อไปนี้

เดือนที่	ประมาณการจำนวนการคลิกขั้นต่ำ
1	933 คลิก
2	933 คลิก
3	934 คลิก
4	6,400 คลิก
5	6,400 คลิก
6	6,400 คลิก
7	6,400 คลิก
8	6,400 คลิก
9	6,400 คลิก
10	6,400 คลิก
11	6,400 คลิก
รวม	54,000 คลิก

2. ลงโฆษณาผ่านเครือข่ายพาร์ตเนอร์เว็บไซต์ (Google Ad Network – Banner Ads)

รูปแบบในการโฆษณานี้ จะเป็นการลงโฆษณาบนเว็บไซต์ในกลุ่มประเทศเป้าหมาย (20 ประเทศ) ของสำนักงานฯ ในรูปแบบแบนเนอร์ (Banner Ads) และแต่ละประเทศจะมีการลงโฆษณาจำนวน 3 เว็บไซต์ รวมทั้งหมด 60 เว็บไซต์ โดยมีรายชื่อเว็บไซต์ชั้นนำในแต่ละประเทศเป้าหมายดังตารางด้านล่าง ทั้งนี้ สามารถเปลี่ยนแปลง หรือเพิ่มเติมเว็บไซต์ได้ ในกรณีที่เว็บไซต์ที่เหมาะสมกว่า

Country	AdWords Posting URL		
China	chinanews.com	china.org.cn	caijing.com.cn
France	abs-cbnnews.com	asahi.com	mirror.co.uk
Germany	bloomberg.com	businessinsider.com	usatoday.com
Hong Kong	businessweek.com	cbsnews.com	hk.on.cc
Japan	nikkei.com	reuters.com	The-japan-news.com
Netherland	cnn.com	dailymail.co.uk	salon.com
Singapore	economist.com	euronews.com	asiaone.com
Korea	koreadaily.com	koreatimes.co.kr	newdaily.co.kr
Taiwan	foxnews.com	ft.com	ettoday.net
United States	google.com/finance	ibtimes.com	nbcnews.com
United Kingdom	bbc.co.uk	bbc.com	echo-news.co.uk
Australia	independent.co.uk	indiatimes.com	adelaidenow.com.au
India	financialexpress.com	indianexpress.com	oneindia.com
Russia	vashmnenie.ru	issuu.com	news.gnezdo.ru
Denmark	nytimes.com	nydailynews.com	dagens.dk
Italy	seekingalpha.com	telegraph.co.uk	activebeat.com
Sweden	time.com	wsj.com	nasdaqomxnordic.com
Canada	fool.com	forbes.com	breitbart.com
Switzerland	marketwatch.com	nasdaq.com	moneycontrol.com
Belgium	channelnewsasia.com	cnbc.com	stltoday.com

รายละเอียดของการลงโฆษณาผ่านเครือข่ายพาร์ตเนอร์เว็บไซต์ (Google Ad Network – Banner Ads) โดยกำหนดให้มีปริมาณการคลิกขั้นต่ำ 63,000 คลิก ซึ่งประมาณการจำนวนการคลิกขั้นต่ำในแต่ละเดือนดังตารางต่อไปนี้

เดือนที่	ประมาณการจำนวนการคลิกขั้นต่ำ
1	1,066 คลิก
2	1,066 คลิก
3	1,068 คลิก
4	7,475 คลิก
5	7,475 คลิก
6	7,475 คลิก
7	7,475 คลิก
8	7,475 คลิก
9	7,475 คลิก
10	7,475 คลิก
11	7,475 คลิก
รวม	63,000 คลิก

3. ลงโฆษณาผ่านเครือข่ายพาร์ตเนอร์เว็บไซต์ (Google Ad Network – Lightbox Ads)

รูปแบบในการโฆษณานี้ จะเป็นการลงโฆษณาบนเว็บไซต์ในกลุ่มประเทศเป้าหมาย (20 ประเทศ) ของสำนักงานฯ ในรูปแบบไลต์บ็อกซ์ (Lightbox Ads) และแต่ละประเทศจะมีการลงโฆษณาจำนวน 3 เว็บไซต์ รวมทั้งหมด 60 เว็บไซต์ โดยมีรายชื่อเว็บไซต์ชั้นนำในแต่ละประเทศเป้าหมายดังตารางด้านล่าง รูปแบบไลต์บ็อกซ์ (Lightbox Ads) นี้เป็นอีกช่องทางหนึ่งสำหรับการนำเสนอวิดีโอโฆษณาของสำนักงานฯ เพียงแค่กลุ่มนักธุรกิจหรือนักลงทุนเป้าหมายเลื่อนเคอร์เซอร์ (Cursor) ไปบริเวณโฆษณาและวางค้างไว้ จะปรากฏเป็นป๊อปอัพวิดีโอ (Pop-up VDO) ขึ้นมาเพื่อให้คลิกเข้าชมได้ทันที ทั้งนี้สามารถเปลี่ยนแปลงหรือเพิ่มเติมเว็บไซต์ได้ ในกรณีที่เว็บไซต์ที่เหมาะสมกว่า

Country	AdWords Posting URL		
China	chinanews.com	china.org.cn	caijing.com.cn
France	abs-cbnnews.com	asahi.com	mirror.co.uk
Germany	bloomberg.com	businessinsider.com	usatoday.com
Hong Kong	businessweek.com	cbsnews.com	hk.on.cc
Japan	nikkei.com	reuters.com	The-japan-news.com
Netherland	cnn.com	dailymail.co.uk	salon.com
Singapore	economist.com	euronews.com	asiaone.com
Korea	koreadaily.com	koreatimes.co.kr	newdaily.co.kr
Taiwan	foxnews.com	ft.com	ettoday.net
United States	google.com/finance	ibtimes.com	nbcnews.com
United Kingdom	bbc.co.uk	bbc.com	echo-news.co.uk
Australia	independent.co.uk	indiatimes.com	adelaidenow.com.au
India	financialexpress.com	indianexpress.com	oneindia.com
Russia	vashmnenie.ru	issuu.com	news.gneздо.ru
Denmark	nytimes.com	nydailynews.com	dagens.dk

Italy	seekingalpha.com	telegraph.co.uk	activebeat.com
Sweden	time.com	wsj.com	nasdaqomxnordic.com
Canada	fool.com	forbes.com	breitbart.com
Switzerland	marketwatch.com	nasdaq.com	moneycontrol.com
Belgium	channelnewsasia.com	cnn.com	stltoday.com

รายละเอียดของการลงโฆษณาผ่านเครือข่ายพาร์ตเนอร์เว็บไซต์ (Google Ad Network – Lightbox Ads) โดยกำหนดให้มีจำนวนครั้งที่โฆษณาแสดงขั้นต่ำ 39,000 ครั้ง ซึ่งประมาณการจำนวนครั้งที่โฆษณาแสดงขั้นต่ำในแต่ละเดือน ดังตารางต่อไปนี้

เดือนที่	ประมาณการจำนวนครั้งที่โฆษณาแสดง ขั้นต่ำ
1	-
2	-
3	-
4	-
5	9,750 ครั้ง
6	-
7	9,750 ครั้ง
8	-
9	9,750 ครั้ง
10	-
11	9,750 ครั้ง
รวม	39,000 ครั้ง

4. Mobile-Specific Solutions ผ่านเครือข่ายการค้นหากูเกิลและเครือข่ายพาร์ตเนอร์เว็บไซต์ทางอุปกรณ์โทรศัพท์มือถือ

รูปแบบในการโฆษณานี้ เป็นการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายผ่านทางโทรศัพท์มือถือ โดยโฆษณาจะแสดงบนหน้าผลการค้นหาในพื้นที่โฆษณาในขณะที่กลุ่มเป้าหมายค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการลงทุนในประเทศไทยผ่านเว็บไซต์บนมือถือหรือแท็บเล็ต เครื่องมือนี้จะเป็นส่วนเติมเต็มให้กับเครื่องมือ Google Search และ Google Ad Network ผ่านเครือข่ายพาร์ตเนอร์เว็บไซต์ เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น

รายละเอียดของการลงโฆษณา Mobile-Specific Solutions ผ่านเครือข่ายการค้นหากูเกิลและเครือข่ายพาร์ตเนอร์เว็บไซต์ทางอุปกรณ์โทรศัพท์มือถือ โดยกำหนดให้มีจำนวนครั้งที่โฆษณาแสดงขั้นต่ำ 80,000,000 ครั้ง ซึ่งประมาณการจำนวนครั้งที่โฆษณาแสดงขั้นต่ำในแต่ละเดือน ดังตารางต่อไปนี้

เดือนที่	ประมาณการจำนวนครั้งที่โฆษณาแสดงขั้นต่ำ
1	-
2	-
3	1,600,000 ครั้ง
4	9,800,000 ครั้ง
5	9,800,000 ครั้ง
6	9,800,000 ครั้ง
7	9,800,000 ครั้ง
8	9,800,000 ครั้ง
9	9,800,000 ครั้ง
10	9,800,000 ครั้ง
11	9,800,000 ครั้ง
รวม	80,000,000 ครั้ง

5. Remarketing การประชาสัมพันธ์แบบตอกย้ำ

รูปแบบในการโฆษณานี้ เป็นการสร้างการรับรู้กับกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ กลยุทธ์นี้จะแสดงโฆษณาซ้ำต่อกลุ่มเป้าหมายที่เคยเข้าชม VDO จากช่อง Youtube ของสำนักงาน เพื่อเป็นการตอกย้ำสารและเป็นการประชาสัมพันธ์เชิงลึกยิ่งขึ้น

รายละเอียดของการประชาสัมพันธ์แบบตอกย้ำ โดยกำหนดให้มีการทำ Remarketing กับผู้ที่เคยเข้าชม VDO จากช่อง Youtube ของสำนักงานขั้นต่ำ 4,300 คน ซึ่งประมาณการจำนวนผู้เข้าชมซ้ำขั้นต่ำในแต่ละเดือน ดังตารางต่อไปนี้

เดือนที่	ประมาณการจำนวนผู้เข้าชมซ้ำขั้นต่ำ
1	-
2	-
3	84 คน
4	527 คน
5	527 คน
6	527 คน
7	527 คน
8	527 คน
9	527 คน
10	527 คน
11	527 คน
รวม	4,300 คน

6. ลงโฆษณาผ่าน Youtube

รูปแบบในการโฆษณานี้ เป็นการสื่อสารข้อมูลข่าวสารของสำนักงานฯ ผ่าน VDO Content ที่น่าสนใจ ซึ่งจะเป็นการถ่ายทอดประสิทธิภาพการดำเนินงานธุรกิจและการลงทุนในประเทศไทยผ่านถ้อยคำและมุมมองของนักลงทุนที่ประสบความสำเร็จ อันจะนำไปสู่การจดจำของกลุ่มเป้าหมาย

รายละเอียดของการลงโฆษณาผ่าน Youtube โดยกำหนดให้มีจำนวนครั้งที่โฆษณาแสดงขั้นต่ำ 30,016 ครั้ง ซึ่งประมาณการจำนวนครั้งที่โฆษณาแสดงขั้นต่ำในแต่ละเดือน ดังตารางต่อไปนี้

เดือนที่	ประมาณการจำนวนครั้งที่โฆษณาแสดง ขั้นต่ำ
1	-
2	-
3	-
4	-
5	4,288 ครั้ง
6	4,288 ครั้ง
7	4,288 ครั้ง
8	4,288 ครั้ง
9	4,288 ครั้ง
10	4,288 ครั้ง
11	4,288 ครั้ง
รวม	30,016 ครั้ง

ระยะเวลาดำเนินงาน

เดือนพฤศจิกายน 2558 – กันยายน 2559 คิดเป็นระยะเวลารวมทั้งสิ้น 11 เดือน

งบประมาณ

13,000,000 บาท (สิบสามล้านบาทถ้วน)

วิธีการจัดจ้าง

จ้างเหมาโดยวิธีพิเศษ โดยจะดำเนินการจัดจ้าง บริษัท ยูไนท์ มีเดีย จำกัด ซึ่งเป็นตัวแทนของ บริษัท Google การจัดจ้างผ่านตัวแทนนั้น มีความจำเป็นเนื่องมาจากบริษัท Google มีสัญญาซื้อขาย โฆษณามาตรฐานให้กับลูกค้าทุกประเทศ และไม่สามารถลงนามในสัญญาของลูกค้าได้ ยกเว้นแต่สัญญาของลูกค้านั้นจะต้องผ่านการตรวจสอบโดยฝ่ายกฎหมายของบริษัทฯ ซึ่งกระบวนการตรวจสอบสัญญาของบริษัทฯ นั้น มีขั้นตอนซับซ้อนและใช้เวลานาน บริษัท Google คาดว่ากระบวนการอาจส่งเลยเกิน 1 ปี ซึ่งทางสทท. เคยมีการส่งตัวอย่างสัญญาให้แล้ว แต่ได้รับการปฏิเสธการลงนามจากบริษัทฯ

สำหรับ บริษัท ยูไนท์ มีเดีย จำกัด นั้น เป็นบริษัทประชาสัมพันธ์ที่มีประสบการณ์ด้านสื่อออนไลน์โดยเฉพาะกับ Google และ สทท. เคยทำสัญญาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ใน ปีงบประมาณที่ผ่านมา (ระหว่างเดือนมิถุนายน – พฤศจิกายน 2555, ระหว่างเดือน มกราคม – กันยายน 2556, ระหว่างเดือน มกราคม – กันยายน 2557 และระหว่างเดือน พฤศจิกายน 2557 – กันยายน 2558) โดยเงื่อนไขและข้อเสนอการประชาสัมพันธ์ของบริษัท Google และ บริษัท ยูไนท์ มีเดีย จำกัด นั้นเป็นเงื่อนไขเดียวกัน

ผู้รับผิดชอบ

ศูนย์บริการลงทุน โทรศัพท์ 0 2553 8142
