



# STANDARD OPERATING PROCEDURE (SOP)

คู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงาน

เรื่อง

การโปรโมทโพสต์ Facebook Page :

Mechanical & Robotic Engineering, WU

ของหลักสูตรวิศวกรรมเครื่องกลและหุ่นยนต์

โดย

นายกรวิชญ์ ใจแจ้ง

สำนักวิชาวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี

มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

# สารบัญ

	หน้า
1. วัตถุประสงค์ (Objective)	1
2. ขอบเขต (Scope)	1
3. ความรับผิดชอบ (Responsibilities)	1
4. ขั้นตอนการปฏิบัติงาน (Procedure)	5
5. การติดตามประเมินผล (Monitoring)	16
6. ข้อบังคับ ระเบียบ ประกาศ เอกสารอ้างอิง (References)	19
7. ปัญหา อุปสรรค แนวทางแก้ไขปัญหา ข้อเสนอแนะ (Proposed Solution and Suggestions)	20
8. ประวัติผู้จัดทำ (Organizer)	22

## 1. วัตถุประสงค์ (Objective)

- 1.1 เพื่อให้ผู้ใช้งานคู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงาน สามารถปฏิบัติอย่างมีคุณภาพ และเป็นมาตรฐานเดียวกัน
- 1.2 เพื่อให้ผู้ใช้งานคู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงาน มีความรู้ความเข้าใจ วิธีการและเทคนิคการโปรโมทโพสต์ Facebook Page : Mechanical & Robotic Engineering, WU ของหลักสูตรวิศวกรรมเครื่องกลและหุ่นยนต์ สำนักวิชาวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี
- 1.3 เพื่อเป็นแนวทางให้กับบุคลากรของหลักสูตรฯ นำไปปฏิบัติต่อไปได้

## 2. ขอบเขต (Scope)

คู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงาน การโปรโมทโพสต์ Facebook Page : Mechanical & Robotic Engineering, WU ของหลักสูตรวิศวกรรมเครื่องกลและหุ่นยนต์ สำนักวิชาวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ โดยผู้ปฏิบัติงานเป็นนักวิชาการประจำหลักสูตรฯ ซึ่งมีหน้าที่ดูแล Facebook Page เพื่อประชาสัมพันธ์ และเพิ่มการเข้าถึงของผู้ติดตามที่เป็นกลุ่มนักเรียน นักศึกษาหรือบุคคลทั่วไปที่สนใจการศึกษาของหลักสูตรฯ โดยการโปรโมทโพสต์ Facebook Page ซึ่งมีเนื้อหาครอบคลุมขอบเขตการปฏิบัติงานตามขั้นตอนดังนี้

- 2.1 วางแผนการโปรโมทโพสต์
- 2.2 การโปรโมทโพสต์
- 2.3 ติดตามและสรุปผลการโปรโมทโพสต์

## 3. ความรับผิดชอบ (Responsibilities)

ผู้จัดทำคู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงานมีบทบาทความรับผิดชอบในตำแหน่งนักวิชาการ สาขาวิชาวิศวกรรมเครื่องกลและหุ่นยนต์ สำนักวิชาวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี มีขอบเขตภาระงานที่ได้รับมอบหมายตามเอกสารแนบท้ายสัญญาจ้างเลขที่ 183/2563 ลงวันที่ 15 เดือนตุลาคม พ.ศ. 2563 ดังต่อไปนี้

### 3.1 บทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของตำแหน่ง

- 3.1.1 ดูแลงานประชาสัมพันธ์หลักสูตรฯ
- 3.1.2 ดูแล พัฒนา และสนับสนุนงานระบบสารสนเทศของหลักสูตรฯ เช่น การดูแลเว็บไซต์ การสร้าง Social media เพื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรฯ เป็นต้น
- 3.1.3 ประสานงานจัดกิจกรรมสนับสนุนการเรียนการสอน กิจกรรมนักศึกษา งานบริการวิชาการ สหกิจศึกษา กิจกรรมภาคสนาม ทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัยของหลักสูตรฯ
- 3.1.4 ประสานงานอาจารย์พิเศษหรือวิทยากรพิเศษ
- 3.1.5 ดูแลสนับสนุนการดำเนินงานภายใต้งบประมาณของสาขาวิชา

3.1.6 งานธุรการทั่วไปของหลักสูตรฯ เช่น งานแผน งานการเงิน งานพัสดุ งานประชาสัมพันธ์ หลักสูตรฯ เป็นต้น

3.1.7 ดูแลสนับสนุนงานประกันคุณภาพการศึกษา ของสาขาวิชาและสำนักวิชา

3.1.8 งานอื่น ๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย

การปฏิบัติงานในฐานะผู้ปฏิบัติงานตำแหน่งนักวิชาการหลักสูตรวิศวกรรมเครื่องกลและหุ่นยนต์ สำนักวิชาวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ จำเป็นต้องใช้ความรู้ความสามารถทางวิชาการด้านวิศวกรรมเครื่องกลและหุ่นยนต์ รวมถึงทักษะที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์และจัดการดูแล Social media ในการทำงาน ซึ่งจะมีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการปฏิบัติงานด้านงานวิชาการประจำหลักสูตรฯ หรือปฏิบัติงานด้านวิชาการเฉพาะด้าน ภายใต้การกำกับ แนะนำ ตรวจสอบ และปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมาย รวมถึงการดูแล รายงานข่าวสาร ประกาศข่าวกิจกรรม และปฏิสัมพันธ์กับผู้ติดตาม Social media ของหลักสูตรฯ

### 3.2 ลักษณะงานที่ปฏิบัติ

ลักษณะงานของนักวิชาการหลักสูตรวิศวกรรมเครื่องกลและหุ่นยนต์ สำนักวิชาวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ มีลักษณะงานที่ต้องปฏิบัติดังนี้

3.2.1 ดูแลงานประชาสัมพันธ์หลักสูตรฯ มีหน้าที่ จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ จัดกิจกรรม ติดต่อประสานงาน ให้คำแนะนำนักเรียนที่สนใจ และลงพื้นที่ประชาสัมพันธ์ตามสถานศึกษาต่าง ๆ

3.2.2 ดูแล พัฒนา และสนับสนุนงานระบบสารสนเทศของสาขาวิชา มีหน้าที่ในการรวบรวม จัดหา ให้คำแนะนำ เกี่ยวกับข้อมูลกิจกรรมนักศึกษา กิจกรรมของหลักสูตรฯ ทุนการศึกษา ข้อมูลเกี่ยวกับหลักสูตรฯ และข้อมูลการสมัครเรียนเพื่อจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ให้แก่บุคคลที่สนใจได้รับทราบ ได้เข้าใจ และเข้าถึงง่าย รวมถึงการติดตาม และอำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ

3.2.3 กิจกรรมสนับสนุนการเรียนการสอน และการวัดผลที่อยู่ภายใต้การดูแลของหลักสูตรฯ รวมถึง การสนับสนุนการประเมินหลักสูตรฯ จากสภาวิศวกร และการจัดกิจกรรมนักศึกษาหรือโครงการต่าง ๆ จัดทำ แผนการจัดโครงการ จัดสรรงบประมาณที่ได้รับให้สอดคล้องกับกิจกรรม และรวบรวมข้อมูลการจัดกิจกรรมเพื่อ เป็นข้อมูลรายงานผลการดำเนินงานของหลักสูตรฯ รวมถึงงานบริการวิชาการ สหกิจศึกษา กิจกรรมภาคสนาม โดยมีหน้าที่ประสานงานกับผู้เกี่ยวข้องในภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งอำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ ทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย

3.2.4 ติดต่อประสานงานอาจารย์พิเศษ หรือวิทยากรพิเศษ และที่ปรึกษาทางวิชาการ สำหรับการจัดการเรียนการสอน และการจัดกิจกรรมภาคสนาม เพื่อบรรยายถ่ายทอดความรู้แก่นักศึกษา

3.2.5 ดูแลสนับสนุนการดำเนินงานภายใต้งบประมาณของสาขาวิชา มีหน้าที่ สนับสนุนข้อมูลด้าน งบประมาณเพื่อวางแผนการจัดโครงการต่าง ๆ ร่วมกับคณาจารย์ในหลักสูตรฯ และสรุปผลจากโครงการพร้อม ข้อเสนอแนะ เพื่อปรับปรุง พัฒนาการจัดกิจกรรมในครั้งถัดไป

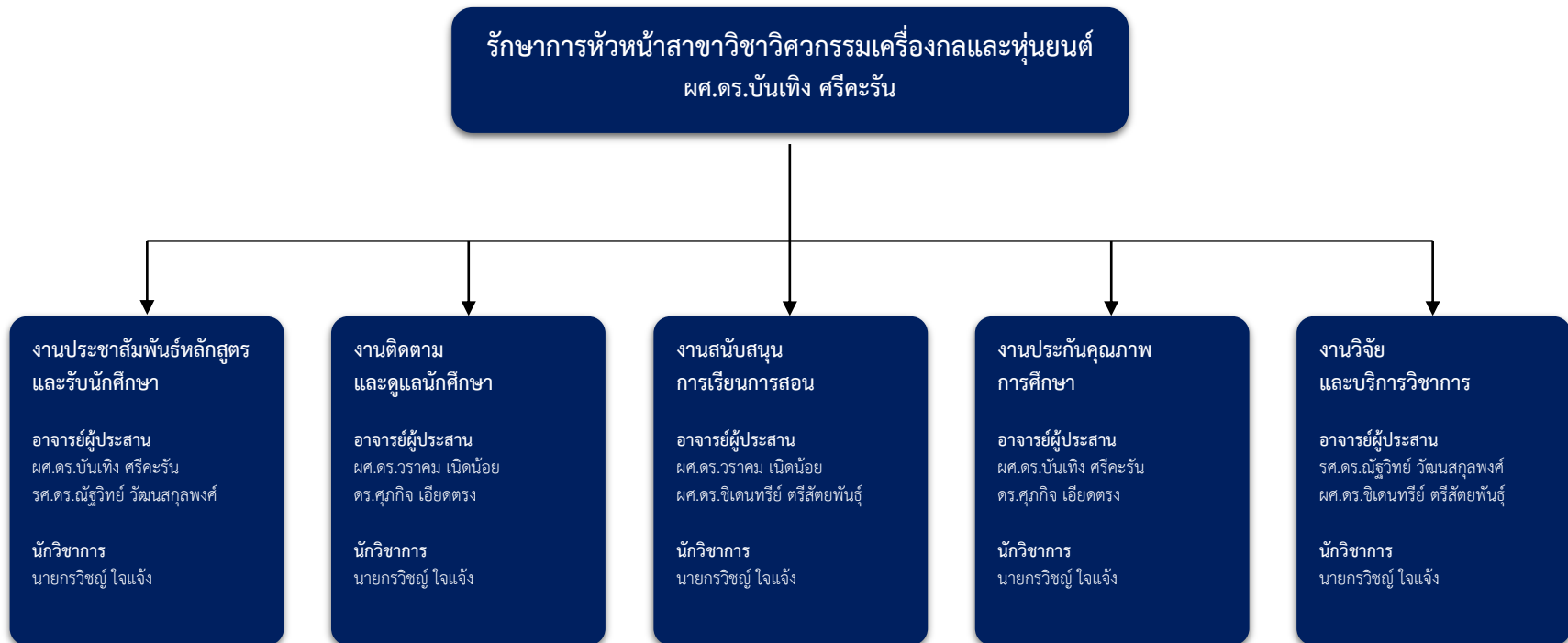
3.2.6 งานธุรการทั่วไปของสาขาวิชา เช่น งานแผน งานประชุม งานการเงิน งานพัสดุ งาน ประชาสัมพันธ์ เป็นต้น มีหน้าที่จัดทำข้อมูลด้านการเงิน จัดประชุม งานพัสดุ การประชาสัมพันธ์ ของหลักสูตรฯ เป็นต้น

3.2.7 คู่มือสนับสนุนงานประกันคุณภาพการศึกษา ของสาขาวิชาและสำนักวิชา มีหน้าที่สนับสนุน ข้อมูล และจัดเตรียมหรือรวบรวมข้อมูลหลักฐานเพื่อใช้ประกอบรายงานประกันคุณภาพการศึกษา วางแผนการทำงานและจัดประชุมคณะกรรมการประกันคุณภาพการศึกษาภายใน สนับสนุนจัดทำรายงานประกันคุณภาพการศึกษา และนำข้อมูลหลังจากการประเมินมาตรฐานคุณภาพการศึกษาเข้าสู่ระบบ CHE QA online ในระดับสำนักวิชา

3.2.8 งานอื่น ๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย มีหน้าที่ สนับสนุนผู้บังคับบัญชา ทั้งในส่วนของสำนักวิชา สาขาวิชา และคณะทำงาน เพื่อตอบสนองนโยบายและเป้าหมายให้ลุล่วงไปด้วยดี

### 3.3 โครงสร้างการปฏิบัติงาน (Active Chart)

หลักสูตรวิศวกรรมเครื่องกลและหุ่นยนต์ มีการบริหารจัดการตามโครงสร้างการปฏิบัติงาน (Active Chart) โดยมี ผศ.ดร.บันเทิง ศรีคะรัน เป็นผู้บริหารสูงสุดของหลักสูตรฯ หรือดำรงตำแหน่งหัวหน้าสาขาวิชาวิศวกรรมเครื่องกลและหุ่นยนต์ สำนักวิชาวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี ภาพที่ 1)



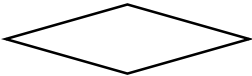
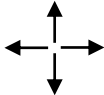



ภาพที่ 1 โครงสร้างการปฏิบัติงานหลักสูตรวิศวกรรมเครื่องกลและหุ่นยนต์ สำนักวิชาวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

## 4. ขั้นตอนการปฏิบัติงาน (Procedure)

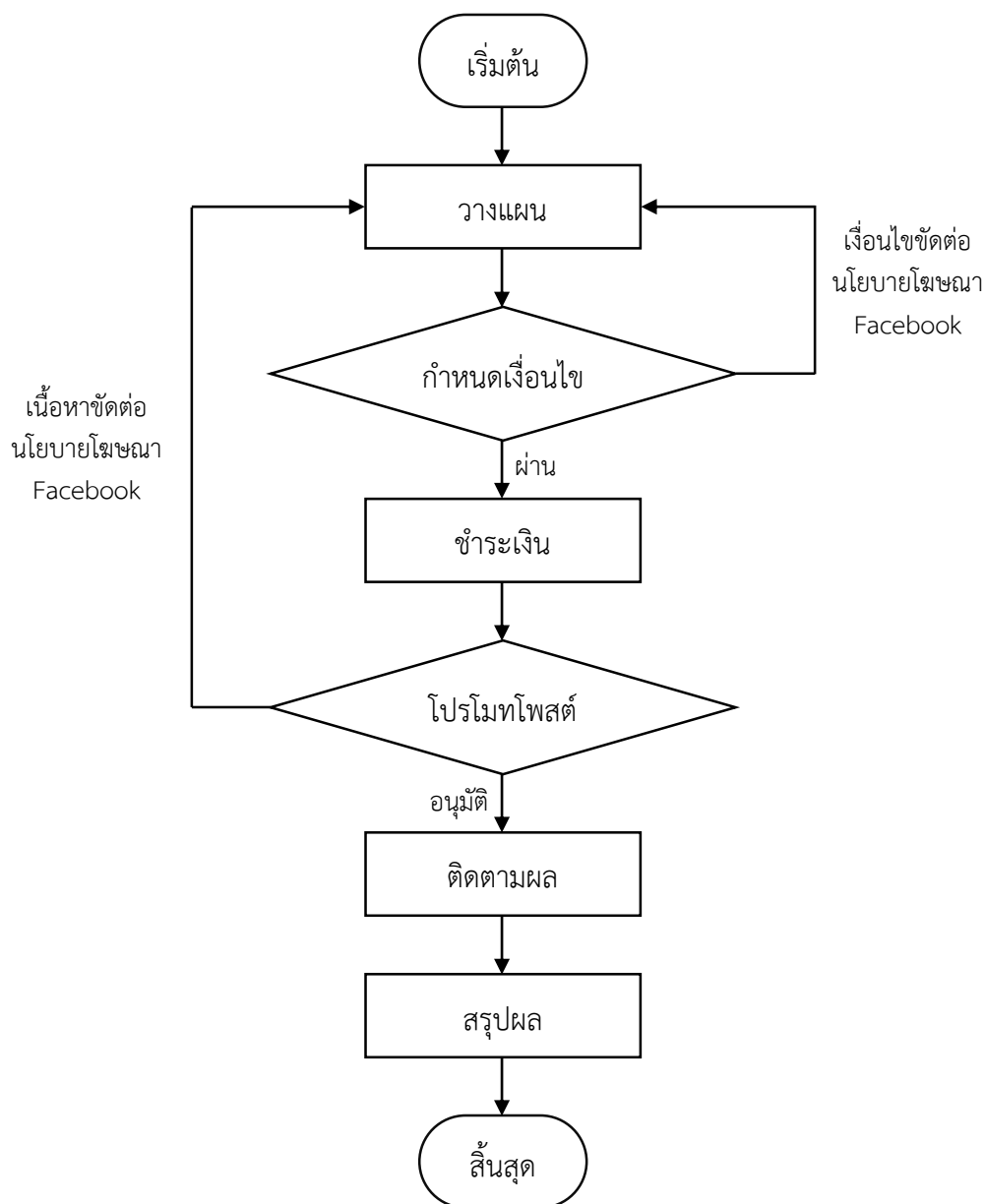
การโปรโมทโพสต์ Facebook Page : Mechanical & Robotic Engineering, WU ของหลักสูตรวิศวกรรมเครื่องกลและหุ่นยนต์ สำนักวิชาวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี เพื่อการดำเนินงานอย่างมีระบบ มีการติดตามประเมินผลการดำเนินงานให้บรรลุตามวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งยังสามารถเป็นแนวทางให้กับบุคลากรของหลักสูตรฯ นำไปปฏิบัติต่อไป โดยขั้นตอนการปฏิบัติงานอย่างครบวงจร ใช้สัญลักษณ์ ชื่อเรียก และความหมายของ Flowchart ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 สัญลักษณ์ ชื่อเรียก และความหมายของ Flowchart

สัญลักษณ์	ชื่อเรียก	ความหมาย
	เริ่มต้น/สิ้นสุด	จุดเริ่มต้นและจุดสิ้นสุดของผังงาน
	การปฏิบัติงาน	จุดที่มีการปฏิบัติงานอย่างใดอย่างหนึ่ง
	การตัดสินใจ	จุดที่ต้องเลือกปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่ง
	ทิศทาง	ทิศทางของขั้นตอนการดำเนินงาน
	จุดเชื่อมต่อหน้ากระดาษ	จุดเชื่อมต่อของผังงาน

#### 4.1 รายละเอียดของกระบวนการและขั้นตอนการปฏิบัติงาน

ขั้นตอนการปฏิบัติงาน การโปรโมทโพสต์ Facebook Page :Mechanical & Robotic Engineering, WU ของหลักสูตรวิศวกรรมเครื่องกลและหุ่นยนต์ สำนักวิชาวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี แบ่งเป็นขั้นตอนการปฏิบัติงานหลักออกเป็น 3 ขั้นตอน ได้แก่ 1) วางแผนโปรโมทโพสต์ Facebook Page 2) การโปรโมทโพสต์ Facebook Page และ 3) ติดตามและสรุปผลการโปรโมทโพสต์ Facebook Page โดยมีผังการปฏิบัติงาน (ภาพที่ 2)



ภาพที่ 2 ขั้นตอนการปฏิบัติงานและการดำเนินการการโปรโมทโพสต์ Facebook Page



การโปรโมทโพสต์ Facebook Page :Mechanical & Robotic Engineering, WU ของหลักสูตรวิศวกรรมเครื่องกลและหุ่นยนต์ สำนักวิชา  
วิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี มีกระบวนการและขั้นตอนการปฏิบัติ (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 รายละเอียดของกระบวนการและขั้นตอนการปฏิบัติงาน

ผังกระบวนการ	รายละเอียด	ผู้รับผิดชอบ/ ผู้ปฏิบัติงาน	ระยะเวลา	มาตรฐานงาน/ สิ่งที่ต้องควบคุม	แบบฟอร์มและ เอกสารที่ใช้	เอกสารอ้างอิง
	<b>ขั้นตอนการวางแผนการโปรโมทโพสต์</b> <b>ขั้นตอนที่ 1</b> 1. พิจารณาโพสต์ที่โปรโมท 2. พิจารณาเงื่อนไขของกลุ่มเป้าหมาย 3. พิจารณางบประมาณและช่วงเวลาการโปรโมทโพสต์	1. คณะทำงาน 2. ผู้ปฏิบัติงาน		1. ความสอดคล้องของโพสต์กับกลุ่มเป้าหมาย 2. ความถูกต้องของเงื่อนไขของกลุ่มเป้าหมาย 3. งบประมาณและช่วงเวลา 4. นโยบายโฆษณาของ Facebook		1. นโยบายโฆษณาของ Facebook
	<b>ขั้นตอนการโปรโมทโพสต์</b> <b>ขั้นตอนที่ 2</b> 1. กำหนดเงื่อนไขของกลุ่มเป้าหมาย 2. กำหนดงบประมาณและช่วงเวลาการโปรโมทโพสต์	1. ผู้ปฏิบัติงาน		1. เงื่อนไขเป็นไปตามนโยบายโฆษณาของ Facebook		1. นโยบายโฆษณาของ Facebook

ตารางที่ 2 รายละเอียดของกระบวนการและขั้นตอนการปฏิบัติงาน (ต่อ)

ผังกระบวนการ	รายละเอียด	ผู้รับผิดชอบ/ ผู้ปฏิบัติงาน	ระยะเวลา	มาตรฐานงาน/ สิ่งที่ต้องควบคุม	แบบฟอร์มและ เอกสารที่ใช้	เอกสารอ้างอิง
	<p><b>ขั้นตอนที่ 3</b></p> <p>1. ชำระเงิน</p>	1. ผู้ปฏิบัติงาน		<p>วิธีการชำระเงิน</p> <p>1. บัตรเดบิตหรือเครดิต</p> <p>2. Paypal</p> <p>3. เครดิตโฆษณา</p>	1. ใบเรียกเก็บเงิน	1. ข้อกำหนดในการชำระเงินของชุมชน
	<p><b>ขั้นตอนที่ 4</b></p> <p>1. ตรวจสอบความถูกต้อง</p> <p>2. คลิกโปรโมทโพสต์</p> <p>3. รอผลตรวจสอบโพสต์จาก Facebook</p>	1. ผู้ปฏิบัติงาน	24 ชั่วโมง	1. เนื้อหาเป็นไปตามนโยบายโฆษณาของ Facebook		1. นโยบายโฆษณาของ Facebook
	<p><b>ขั้นตอนการติดตามและสรุปผล</b></p> <p><b>ขั้นตอนที่ 5</b></p> <p>1. ติดตามผลการโปรโมทโพสต์</p>	1. ผู้ปฏิบัติงาน	ตามเวลาที่กำหนด			
	<p><b>ขั้นตอนที่ 6</b></p> <p>1. สรุปผลการโปรโมทโพสต์ตามเงื่อนไขของกลุ่มเป้าหมายที่กำหนด</p> <p>2. รายงานผลแก่คณะทำงาน</p>	<p>1. คณะทำงาน</p> <p>2. ผู้ปฏิบัติงาน</p>				

## 4.2 วิธีการปฏิบัติงาน (Work Instruction, WI)

วิธีการปฏิบัติงาน การโปรโมทโพสต์ Facebook Page : Mechanical & Robotic Engineering, WU ของหลักสูตรวิศวกรรมเครื่องกลและหุ่นยนต์ สำนักวิชาวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี มีวิธีการปฏิบัติในแต่ละกระบวนการดังต่อไปนี้

### 4.2.1 วางแผนการโปรโมทโพสต์

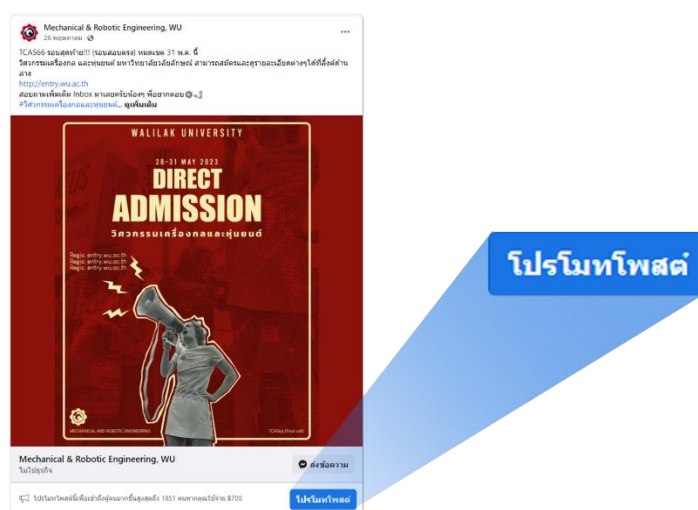
1) ผู้ปฏิบัติงานระดมความคิดร่วมกับคณะทำงานด้านงานประชาสัมพันธ์หลักสูตรฯ เพื่อพิจารณาเนื้อหาของโพสต์ที่ต้องการโปรโมท โดยสอดคล้องกับเป้าหมาย หรือสิ่งที่ผู้ติดตาม Facebook page ต้องการจากทางหลักสูตรฯ เช่น ข้อมูลการรับสมัครเรียน ข่าวกิจกรรม การประกาศรางวัล และข้อมูลต่าง ๆ ของหลักสูตรฯ เป็นต้น และเป็นไปตามนโยบายโฆษณาของ Facebook

2) ผู้ปฏิบัติงานระดมความคิดร่วมกับคณะทำงานด้านงานประชาสัมพันธ์หลักสูตรฯ เพื่อพิจารณาเงื่อนไขของกลุ่มเป้าหมาย โดยสอดคล้องเนื้อหาของโพสต์ เช่น เพศ อายุ ตำแหน่งที่อยู่อาศัย และความสนใจ เป็นต้น และเป็นไปตามนโยบายโฆษณาของ Facebook

3) ผู้ปฏิบัติงานระดมความคิดร่วมกับคณะทำงานด้านงานประชาสัมพันธ์หลักสูตรฯ เพื่อพิจารณางบประมาณตามความเหมาะสม ซึ่งจำนวนผู้เข้าถึงโพสต์จะขึ้นอยู่กับระยะเวลา และงบประมาณที่ใช้ในการโปรโมทโพสต์ เช่น การประกาศรับสมัครเรียนเป็นโพสต์ที่สำคัญ จึงจำเป็นต้องการจำนวนผู้เข้าถึงโพสต์มาก และใช้ระยะเวลาการโปรโมทโพสต์นาน จะต้องใช้งบประมาณที่สูงตาม

### 4.2.2 การโปรโมทโพสต์

1) ผู้ปฏิบัติงานลงชื่อเข้าใช้ Facebook Page : Mechanical & Robotic Engineering, WU และเลือกโพสต์ที่ต้องการโปรโมท ให้คลิกที่ “โปรโมทโพสต์” (ภาพที่ 3)



ภาพที่ 3 เริ่มต้นโปรโมทโพสต์

2) หน้าต่าง “โปรโมทโพสต์” ให้ผู้ปฏิบัติงานกำหนดเงื่อนไขของกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการให้พบเห็นโฆษณา โดยการสร้างกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักเรียน นักศึกษา และผู้ปกครองที่อยู่ช่วงอายุ 17 ถึง 40 ปี ครอบคลุมพื้นที่ 14 จังหวัดภาคใต้เป็นสำคัญก่อนกระจายสู่ภูมิภาคอื่น ซึ่งตามนโยบายโฆษณาของ Facebook (เกี่ยวกับการโฆษณาไปยังวัยรุ่น) สำหรับช่วงอายุที่ต่ำกว่า 18 ปี จะสามารถกำหนดเงื่อนไขได้เฉพาะ ช่วงอายุ และตำแหน่งพื้นที่ระดับอำเภอเท่านั้น (ภาพที่ 4) ข้อกำหนดสำหรับ เพศ ความสนใจในเรื่องต่าง ๆ และตำแหน่งที่อยู่ระดับจังหวัดหรือประเทศจะไม่สามารถทำได้ (ภาพที่ 5) หลังจากนั้นให้บันทึกกลุ่มเป้าหมาย สำหรับใช้ในครั้งต่อไป

สร้างกลุ่มเป้าหมาย

เลือกตำแหน่ง, อายุ, เพศ และความสนใจของบัญชีในศูนย์บัญชีที่ต้องการเข้าถึงโดยใช้โฆษณาของคุณ

ชื่อกลุ่มเป้าหมาย  
TCAS

เพศ

ทั้งหมด ผู้ชาย ผู้หญิง

ไม่สามารถกำหนดเพศ

อายุ

17 40

อายุ 17-40 ปี

การเลือกกลุ่มเป้าหมายอายุต่ำกว่า 20 ปีในไทยจะจำกัดตัวเลือกการกำหนดเป้าหมายตามอายุและบางตำแหน่ง เริ่มใหม่เพิ่มเติม

ตำแหน่ง

ค้นหาตำแหน่ง  
พิมพ์เพื่อเพิ่มตำแหน่งเพิ่มเติม

ไทย

สตูล + 40 กม. × ชนอม + 40 กม. × เทศบาลเมืองพังงา + 40 กม. ×

ตำแหน่งระดับอำเภอ 14 จังหวัด ภาคใต้

การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย  
กำหนดกลุ่มเป้าหมายของคุณแล้ว

แผน

ขนาดกลุ่มเป้าหมายโดยประมาณ: 2.8 แสน - 3.3 แสน

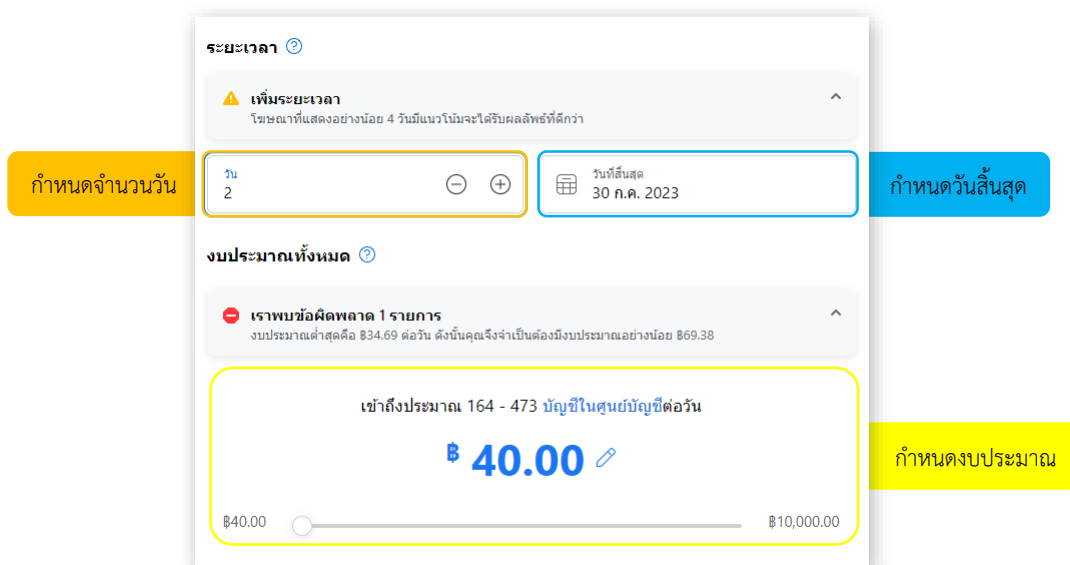
บันทึกกลุ่มเป้าหมาย

ภาพที่ 4 หน้าต่างแสดงการกำหนดเงื่อนไขของกลุ่มเป้าหมาย




ภาพที่ 5 หน้าต่างแสดงการกำหนดเงื่อนไขขัดกับนโยบายโฆษณาของ Facebook

3) กำหนดระยะเวลา และกำหนดงบประมาณในการโฆษณา โดยระยะเวลาเริ่มตั้งแต่ 1 วัน ถึง 364 วัน และงบประมาณเริ่มต้นที่ 34.69 บาท ถึง 10,000 บาท โดยมีข้อแนะนำว่า “โฆษณาที่แสดงอย่างน้อย 4 วันมีแนวโน้มจะได้รับผลลัพธ์ที่ดีกว่า” และ “งบประมาณต่ำสุดคือ 34.69 บาทต่อวัน” ให้ผู้ปฏิบัติงานคลิกเพื่อเพิ่มหรือลดจำนวนวันในช่อง “วัน” หรือเลือกวันที่สิ้นสุดโปรโมทในช่อง “วันที่สิ้นสุด” โดยคณะกรรมการได้กำหนดงบประมาณเริ่มต้นที่ 1,000 บาท และไม่เกิน 5,000 บาท ในระยะเวลา 5 – 7 วัน ขึ้นอยู่กับความต้องการจำนวนผู้เข้าถึง (ภาพที่ 6)



ภาพที่ 6 หน้าต่างแสดงการกำหนดระยะเวลา และงบประมาณในการโฆษณา

4) ชำระเงิน ให้เลือกวิธีการชำระ ในรูปแบบของบัตรเครดิตหรือบัตรเดบิต หรือ Paypal หรือ เครดิตโฆษณา (ภาพที่ 7)

ภาพที่ 7 หน้าต่างแสดงการชำระเงิน

วิธีการชำระเงินทางหลักสูตรๆ ที่นิยมใช้มากที่สุดคือบัตรเดบิตหรือเครดิต โดยการใส่ข้อมูลในช่องของชื่อผู้ถือครองบัตร หมายเลขบัตร วันที่บัตรหมดอายุ และหมายเลข CVV ของบัตร เมื่อใส่ข้อมูลครบถ้วนแล้วให้คลิก “บันทึก” (ภาพที่ 8)

ภาพที่ 8 หน้าต่างแสดงรายละเอียดบัตร

5) ตรวจสอบความถูกต้อง ตั้งแต่การกำหนดเงื่อนไขของกลุ่มเป้าหมาย ระยะเวลาและงบประมาณ รวมถึงวิธีการชำระเงิน เมื่อเห็นว่าถูกต้องเรียบร้อยแล้ว ให้คลิกที่ “โปรโมทโพสต์” หลังจากนั้นจะเข้าสู่กระบวนการตรวจสอบเนื้อหาของโพสต์ที่โปรโมทโดย Facebook ให้เป็นไปตามนโยบายโฆษณาของ Facebook (เกี่ยวกับการโฆษณาไปยังวัยรุ่น) กระบวนการนี้ใช้เวลาไม่เกิน 24 ชั่วโมง (ภาพที่ 9)

**กำลังสร้างโฆษณาของคุณ**

เราจะแจ้งให้คุณทราบว่าโฆษณานี้เป็นไปตามนโยบายการโฆษณาของเราหรือไม่ภายในไม่เกิน 24 ชั่วโมง นอกจากนี้คุณยังรับข้อมูลอัปเดตในศูนย์โฆษณาได้เช่นกัน

สถานะ	อยู่ระหว่างการตรวจสอบ
เป้าหมาย	เพิ่มจำนวนข้อความ
งบประมาณทั้งหมด	฿1,000.00 THB
โฆษณาของคุณจะแสดงเป็นเวลา 7 วัน	
VAT โดยประมาณ	฿70.00 THB
จำนวนทั้งหมด	฿1,070.00 THB
วิธีการชำระเงิน	null

เชื่อมต่อถึงกันเสมอด้วยแชท

อนุญาตให้ Meta ส่งการสื่อสารเกี่ยวกับโฆษณาหรือบัญชีโฆษณาของคุณถึงคุณได้ รวมถึงการสื่อสารเพิ่มเติมสำหรับการสนับสนุนผู้ลงโฆษณา

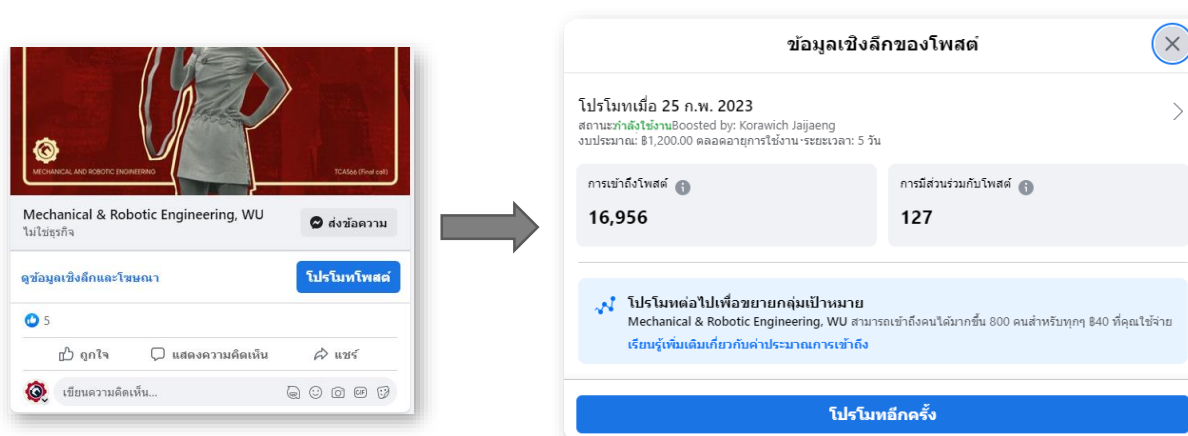
คุณสามารถเลือกไม่รับการสื่อสารได้ทุกเมื่อผ่าน Messenger

[ไปที่ศูนย์โฆษณา](#)

ภาพที่ 9 หน้าต่างแสดงการสร้างโฆษณา

### 3.2.4 ติดตามและสรุปผลการโปรโมทโพสต์

1) หลังจากโปรโมทโพสต์ได้รับการอนุมัติจาก Facebook แล้ว สามารถติดตามการโปรโมทโพสต์ได้จากการเข้าไปที่เมนู “ดูข้อมูลเชิงลึก” ของโพสต์นั้น ๆ ซึ่งจะมีรายละเอียดต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ระยะเวลา ปี ที่โปรโมท สถานะของการโปรโมท งบประมาณที่ใช้ในการโปรโมท จำนวนการเข้าถึงโพสต์ ที่หมายถึงจำนวนคนที่เห็นโพสต์ และการมีส่วนร่วมกับโพสต์ ที่หมายถึงจำนวนครั้งที่ผู้คนมีส่วนร่วมกับโพสต์ผ่านการแสดงความรู้สึก ความคิดเห็น การแชร์ การรับชม รวมถึงการคลิก เป็นต้น และขณะที่กำลังติดตามการโปรโมทโพสต์นั้น ผู้ปฏิบัติงานยังสามารถโปรโมทเพิ่มเติมได้ในเวลาเดียวกัน (ภาพที่ 10)



ภาพที่ 10 หน้าต่างแสดงข้อมูลเชิงลึกของโพสต์

2) เมื่อเสร็จสิ้นการโปรโมทโพสต์ ให้ผู้ปฏิบัติงานรวบรวมข้อมูลตามเงื่อนไขกลุ่มเป้าหมายที่กำหนด โดยการคลิกที่แถบบนสุดของหน้าต่างแสดงข้อมูลเชิงลึกของโพสต์ (ภาพที่ 11) เพื่อเข้าสู่หน้าต่างแสดงการดูผลลัพธ์ ซึ่งจะแสดงข้อมูลเชิงสถิติของการโปรโมท เช่น ประสิทธิภาพการทำงาน กลุ่มเป้าหมายที่โฆษณาเข้าถึง การให้คะแนนโฆษณา เป็นต้น (ภาพที่ 12) และนำข้อมูลเหล่านี้ รายงานแก่คณะทำงานเพื่อใช้ในการปรับปรุงเนื้อหา และการกำหนดเงื่อนไขการโปรโมทในครั้งถัดไป



ข้อมูลเชิงลึกของโพสต์

**โปรโมทเมื่อ 25 ก.พ. 2023**

สถานะ: สิ้นสุดแล้ว · Boosted by: Korawich Jaijaeng

งบประมาณ: ฿1,200.00 ตลอดอายุการใช้งาน · ระยะเวลา: 5 วัน

การเข้าถึงโพสต์

**20,680**

การมีส่วนร่วมกับโพสต์

**170**

**โปรโมทต่อไปเพื่อขยายกลุ่มเป้าหมาย**

Mechanical & Robotic Engineering, WU สามารถเข้าถึงคนได้มากขึ้น 800 คนสำหรับทุกๆ ฿40 ที่คุณใช้จ่าย

เรียนรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับค่าประมาณการเข้าถึง

โปรโมทอีกครั้ง

ภาพที่ 11 แถบบนสุดของหน้าต่างแสดงข้อมูลเชิงลึกของโพสต์

ดูผลลัพธ์

[ไปโพสต์หลัก](#)
[ไปโพสต์อีกครั้ง](#)

**ประสิทธิภาพการทำงาน**

ใช้เงินไป ฿1,200.00 ระยะเวลา 5 วัน 5 วัน

การมีส่วนร่วมกับการโฆษณา

**5**

การเข้าถึง

**20,680**

เพิ่มยอดการมีส่วนร่วมเพื่อเพิ่มการโฆษณา  
฿240.00

**ถึงกลุ่ม**

การมีส่วนร่วมกับโพสต์ **127**

จำนวนการคลิกโพสต์ **100**

จำนวนผู้ชมโพสต์ **10**

การมีส่วนร่วมต่อการโฆษณา **5**

การเข้าถึงโพสต์ **3**

การคลิกโพสต์ **1**

ดูเพิ่มเติม

รับผลลัพธ์เชิงลึกเกี่ยวกับโฆษณาของคุณที่ส่งมอบและเพิ่มประสิทธิภาพโฆษณาไปยังโพสต์ที่มีประสิทธิภาพสูงสุดของคุณโดยอัตโนมัติ


เพิ่มข้อมูล

**กลุ่มเป้าหมาย**

โฆษณาที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของคุณแล้ว 20,680 คน

ผู้ชม ดูรายละเอียด ดูรายละเอียด

49.3% ผู้หญิง 50.7% ผู้ชาย



รายละเอียดกลุ่มเป้าหมาย

ที่ตั้ง: นนทบุรี

โต: Nonthaburi, Prachuap Khiri Khan, Chumphon, Ranong, Surat Thani, เขตบางเขน (กรุงเทพฯ) Phangnga, Phuket, Krabi, Nakhonsi Thammarat (+80 กม.), Trang, Phutthalung, Satun, Songkhla, Pattani, Yala Province

อายุ: 17 - 19

แก้ไขกลุ่มเป้าหมาย

**การโฆษณาโฆษณา**

คลิกโพสต์โฆษณา

ดูโฆษณา

**รายละเอียด**

สถานะ: สิ้นสุดแล้ว

เป้าหมาย: เพิ่มจำนวนผู้ชม

งบประมาณทั้งหมด: ฿1,200.00

ระยะเวลา: 5 วัน

ดูเพิ่มเติม

**ตัวอย่าง**

ตัวอย่าง 2 ชิ้นสำหรับโพสต์ของคุณ โฆษณาของคุณจะแสดงแก่ผู้ชมกลุ่มเป้าหมายของคุณ สามารถคลิกเพื่อดูโฆษณาตัวอย่างเพิ่มเติมได้

ดูโฆษณา

**วิธีการชำระเงิน**

บัตรเครดิต

**รายงานเงินที่ใช้จ่ายไป**

งบประมาณโฆษณา	฿1,200.00
VAT โดยประมาณ (7%)	฿84.00
<b>ยอดรวม</b>	<b>฿1,284.00</b>

ภาพที่ 12 หน้าต่างแสดงการดูผลลัพธ์

## 5. การติดตามประเมินผล (Monitoring)

### 5.1 การติดตามประเมินผลขั้นตอนวางแผนการโปรโมทโพสต์

โพสต์ที่เลือกเพื่อโปรโมท ต้องมีจำนวนการมีส่วนร่วมกับโพสต์ไม่น้อยกว่า 200 จำนวนการเข้าถึงโพสต์ไม่น้อยกว่า 600 และจำนวนอิมเพรสชันของโพสต์ไม่น้อยกว่า 800 โดยใช้หลักคิดค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) กำหนดเกณฑ์อยู่ที่  $0.5*SD$  ดังสมการ  $\bar{x} + (0.5*SD)$  ซึ่งโพสต์ใดมีจำนวนต่าง ๆ น้อยกว่าที่กล่าว เป็นไปได้ว่าโพสต์นั้นไม่สามารถสร้างความน่าสนใจแก่ผู้ติดตามได้ ไม่คุ้มค่าแก่การโปรโมท

#### หมายเหตุ

การมีส่วนร่วมกับโพสต์ (Engagement) คือ จำนวนคนที่เข้ามาปฏิสัมพันธ์ต่อเนื้อหาที่ได้เผยแพร่ไป ทั้งการมีส่วนร่วมในทางบวก เช่น การถูกใจ การแชร์ การแสดงอารมณ์ และการแสดงความคิดเห็น เป็นต้น และการมีส่วนร่วมทางลบ เช่น การแจ้งสแปม การกดซ่อนโพสต์ การรายงานปัญหา เป็นต้น ซึ่งสามารถนำเอาข้อมูลที่ได้ไปปรับปรุงและพัฒนาการทำการตลาดได้เป็นอย่างดี

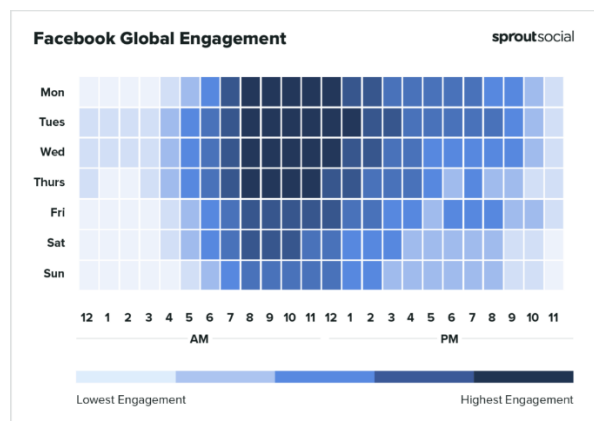
การเข้าถึงโพสต์ (Reach) คือ การนับจำนวนคนที่มองเห็น นับเป็นคน แบบไม่ซ้ำ ซึ่งจำนวนคนที่มองเห็นไม่สามารถการันตีได้ Facebook page เป็นที่ยอมรับ แต่สามารถที่จะบอกจำนวนคนที่เห็นเนื้อหา Facebook page ซึ่ง Reach สามารถชี้วัดการรับรู้หรือกระจายเนื้อหาเป็นวงกว้าง

อิมเพรสชันของโพสต์ (Impression) คือ การนับจำนวนผู้ที่มองเห็น โดยนับเป็นจำนวนครั้งที่เกิดการมองเห็น ซึ่งคนที่เห็นอาจจะเป็นคนเดิมที่มาเห็นซ้ำได้ เช่น โพสต์ X มีคนที่มองเห็นคือ A, B, C, A, D จะนับเป็น Reach= 4 จากจำนวนคนที่เห็น 4 คน และ Impression=5 จากจำนวนครั้งการมองเห็น 5 ครั้ง ซึ่งเป็นผลจาก A ที่เห็นเนื้อหานั้นซ้ำมากกว่า 1 ครั้ง

### 5.2 การติดตามประเมินผลขั้นตอนการโปรโมทโพสต์

5.2.1 กำหนดเป้าหมายสำหรับโปรโมทโพสต์ให้เป็นไปตามนโยบายโฆษณาของ Facebook (เกี่ยวกับการโฆษณาไปยังวัยรุ่น) โดยสร้างกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักเรียน นักศึกษา และผู้ปกครอง ช่วงอายุตั้งแต่ 17 ถึง 40 ปี ครอบคลุมพื้นที่ 14 จังหวัดภาคใต้เป็นสำคัญ ก่อนกระจายสู่ภูมิภาคอื่น

5.2.2 กำหนดช่วงเวลาโปรโมทโพสต์ โดยเพื่อเวลาสำหรับการตรวจสอบของ Facebook ประมาณ 24 ชม. ให้สามารถอนุมัติการโปรโมทในช่วงเวลา 8.00 น. ถึง 14.00 น. ของวันจันทร์ ถึงวันพฤหัสบดี และไม่ควรมีโปรโมทในวันอาทิตย์ (ภาพที่ 13)



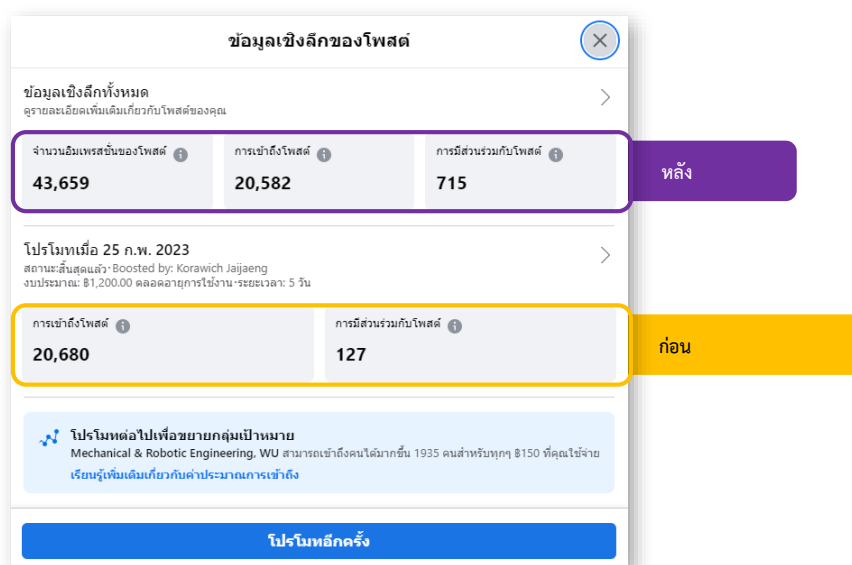
ภาพที่ 13 ช่วงเวลาที่ผู้คนออนไลน์ Facebook (ที่มา: sproutsocial.com)

จากภาพที่ 11 สิ้นน้ำเงินเข้ม ที่หมายถึงจำนวนการมีส่วนร่วมที่สูงที่สุดจะเกาะกลุ่มอยู่ในช่วงเวลา 8.00 น. ถึง 14.00 น. ของวันจันทร์ ถึงวันพฤหัสบดี และสัปดาห์ ที่หมายถึงจำนวนการมีส่วนร่วมที่ต่ำจะค่อย ๆ กระจายในช่วงเวลาอื่น ๆ โดยที่วันอาทิตย์ จะมีความเข้มของสีน้อยที่สุด นั่นหมายถึงวันที่จำนวนการมีส่วนร่วมต่ำที่สุดของสัปดาห์

3.2.5 กำหนดงบประมาณและระยะเวลาในการโปรโมทโพสต์ โดยคณะทำงานได้กำหนดงบประมาณเริ่มต้นที่ 1,000 บาท และไม่เกิน 5,000 บาท ในระยะเวลา 5 ถึง 7 วันขึ้นอยู่กับความต้องการจำนวนผู้เข้าถึง

### 5.3 การติดตามประเมินผลขั้นตอนติดตามและสรุปผลการโปรโมทโพสต์

เมื่อการโปรโมทโพสต์เสร็จสิ้น ผู้ปฏิบัติงานรายงานการโปรโมท โดยเปรียบเทียบการมีส่วนร่วม การเข้าถึง และอิมเพรสชันก่อนและหลังการโปรโมทของโพสต์นั้น (ภาพที่ 14) และเปรียบเทียบการโปรโมทโพสต์ของแต่ละโพสต์ (ภาพที่ 15)



ภาพที่ 14 เปรียบเทียบก่อนและหลังการโปรโมทโพสต์

จากภาพที่ 12 โปรโมทโพสต์เมื่อวันที่ 25 ก.พ. 2023 โดยใช้งบประมาณ 1,200 บาท ในช่วงเวลา 5 วัน ซึ่งจำนวนการเข้าถึงโพสต์หลังจากการโปรโมทเพิ่มขึ้น 20,582 ครั้ง การมีส่วนร่วมกับโพสต์เพิ่มขึ้น 715 ครั้ง และจำนวนอิมเพรสชันของโพสต์เพิ่มขึ้น 43,659 ครั้ง

ชื่อแคมเปญ	ชื่อชุดโฆษณา	การแสดงผลโฆษณา	การเข้าถึง	อิมเพรสชัน	ความถี่	การตั้งค่าการรณ...	ผลลัพธ์	จำนวนเงินที่ใช้จ่ายไป	ต้นทุนต่อผลล...
โพสต์: "เปิดรับสมัครแล้วเด...	ทั้งหมด	● ไม่ใช่ฐานแคมเปญ	16,956	61,636	3.64	การคลิกในช่วง...	3 ใ	฿1,200.00	การส่งข้อความเพื่อ
	โพสต์: "เปิดรับสมัครแล้วเด...	● ไม่ได้แสดงอยู่ชุดโฆษณา	16,956	61,636	3.64	การคลิกในช่วง...	3 ใ	฿1,200.00	การส่งข้อความเพื่อ
โพสต์: "TCAS66 รอบ 2 เปิด...	ทั้งหมด	● เสร็จสมบูรณ์แคมเปญ	20,680	53,730	2.60	การคลิกในช่วง...	6 ใ	฿1,200.00	การส่งข้อความเพื่อ
	โพสต์: "TCAS66 รอบ 2 เปิด...	● เสร็จสมบูรณ์ชุดโฆษณา	20,680	53,730	2.60	การคลิกในช่วง...	6 ใ	฿1,200.00	การส่งข้อความเพื่อ
โพสต์: "เปิดรับสมัครแล้วเด...	ทั้งหมด	● ไม่ใช่ฐานแคมเปญ	13,936	42,581	3.06	การคลิกในช่วง...	8 ใ	฿1,050.00	การส่งข้อความเพื่อ
	โพสต์: "เปิดรับสมัครแล้วเด...	● ไม่ได้แสดงอยู่ชุดโฆษณา	13,936	42,581	3.06	การคลิกในช่วง...	8 ใ	฿1,050.00	การส่งข้อความเพื่อ

ภาพที่ 15 เปรียบเทียบการโปรโมทโพสต์ของแต่ละโพสต์

จากภาพที่ 13 ถึงแม้งบประมาณจะเท่ากัน (1,200 บาท) แต่จำนวนการเข้าถึงโพสต์ การมีส่วนร่วมกับโพสต์ และอิมเพรสชันไม่จำเป็นต้องเท่ากัน แต่ยังคงอยู่ในเงื่อนไขของการโปรโมท ซึ่งเกิดจากปัจจัยของความนิยมของเนื้อหาก่อนการโปรโมท และช่วงเวลาโปรโมท

## 6. ข้อบังคับ ระเบียบ ประกาศ เอกสารอ้างอิง (References)

- 6.1 ข้อกำหนดในการชำระเงินของชุมชน  
(ที่มา: [https://www.facebook.com/payments\\_terms/](https://www.facebook.com/payments_terms/))
- 6.2 ข้อกำหนดเกี่ยวกับการโฆษณาไปยังวัยรุ่น  
(ที่มา: <https://www.facebook.com/business/help/229435355723442>)
- 6.3 ข้อกำหนดเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมายที่คล้ายกันของ Advantage  
(ที่มา: <https://www.facebook.com/business/help/1212225059146059>)
- 6.4 วิธีโปรโมทโพสต์จาก Facebook page ของคุณ  
(ที่มา: <https://www.facebook.com/business/help/347839548598012?id=352109282177656>)
- 6.5 มาตรฐานชุมชนของ Facebook  
(ที่มา: <https://transparency.fb.com/th-th/policies/community-standards/>)
- 6.6 มาตรฐานการโฆษณาของ Facebook  
(ที่มา: <https://transparency.fb.com/th-th/policies/ad-standards/>)
- 6.7 หลักปฏิบัติที่ดีที่สุดในการใช้ข้อมูลลูกค้าเป็นกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดเอง  
(ที่มา: <https://www.facebook.com/business/help/606443329504150?id=2469097953376494>)
- 6.8 ข้อกำหนดการโฆษณาแบบบริการตนเอง  
(ที่มา: [https://www.facebook.com/legal/self\\_service\\_ads\\_terms](https://www.facebook.com/legal/self_service_ads_terms))

## 7. ปัญหา อุปสรรค แนวทางแก้ไขปัญหา ข้อเสนอแนะ (Proposed Solution and Suggestions)

ปัญหา อุปสรรค ในการปฏิบัติงานการโปรโมทโพสต์ Facebook Page : Mechanical & Robotic Engineering, WU ของหลักสูตรวิศวกรรมเครื่องกลและหุ่นยนต์ สำนักวิชาวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ได้ถูกรวบรวม พร้อมทั้งแนวทางแก้ไขปัญหา และข้อเสนอแนะ มีรายละเอียดดังนี้ (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 ปัญหา อุปสรรค แนวทางแก้ไขปัญหา ข้อเสนอแนะ

ปัญหาและอุปสรรค	แนวทางแก้ไข
<b>ขั้นตอนที่ 1 วางแผนการโปรโมทโพสต์</b>	
1. ไม่มีโพสต์ใดเข้าเงื่อนไขที่ต้องโปรโมท	หากมีความจำเป็นต้องโปรโมท ให้เลือกโพสต์ที่มีจำนวนการมีส่วนร่วมกับโพสต์ (Engagement) มากที่สุด เพราะเนื้อหาสามารถสร้างปฏิสัมพันธ์ต่อผู้ติดตามได้มากที่สุด ยิ่งเพิ่มโอกาสการเข้าถึงได้มากขึ้นเมื่อโปรโมท
<b>ขั้นตอนที่ 2 การโปรโมทโพสต์</b>	
1. กำหนดกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจนได้อย่างไร ?	การกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน เช่น ต้องการเพิ่มการมีส่วนร่วม ต้องการเพิ่มการรับรู้ เพิ่มจำนวนผู้ติดตาม หรือ เพิ่มจำนวนการเข้าชม Facebook page เป็นต้น ทั้งนี้ การกำหนดเป้าหมายจะช่วยให้การชี้วัดและประเมินประสิทธิภาพได้ง่ายยิ่งขึ้น หากไม่ประสบความสำเร็จก็สามารถสรุปได้ว่าควรปรับปรุงในส่วนไหน และที่สำคัญเป้าหมายที่ชัดเจนจะช่วยประหยัดงบประมาณในการทดสอบโฆษณาในรูปแบบต่าง ๆ
2. กำหนดกลุ่มเป้าหมายให้ถูกต้องได้อย่างไร ?	การกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้ถูกต้อง โดยสามารถเรียกดูข้อมูลที่เกี่ยวข้องคุณลักษณะความสนใจของผู้ติดตามและผู้มีส่วนร่วมกับ Facebook page ได้จากการดูข้อมูลเชิงลึก เช่น เพศ อายุ พื้นที่ ความสนใจ และพฤติกรรม ข้อมูลเหล่านี้สามารถใช้กำหนดลักษณะพื้นที่ของผู้ที่จะได้รับโฆษณาเพื่อให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด ยกตัวอย่างการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย เช่น กลุ่มคนที่มีอายุระหว่าง 18-20 ปี เพศชาย โสด และมีความสนใจเกี่ยวกับหุ่นยนต์ เป็นต้น
3. กำหนดช่วงเวลาที่เหมาะสมได้อย่างไร ?	การกำหนดช่วงเวลาที่เหมาะสม คือช่วงเวลาที่กลุ่มเป้าหมายหรือผู้ติดตามออนไลน์ Facebook มากที่สุด โดยผู้ปฏิบัติงานสามารถเข้าไปดูข้อมูลวันและเวลาที่เผยแพร่ของโพสต์ก่อนหน้าที่มีจำนวนไลค์ จำนวนแชร์ และการมีส่วนร่วมสูง เพื่อให้ทราบช่วงเวลาที่ดีที่สุดในการโพสต์

ตารางที่ 3 ปัญหา อุปสรรค แนวทางแก้ไขปัญหา ข้อเสนอแนะ (ต่อ)

ปัญหาและอุปสรรค	แนวทางแก้ไข
4. กำหนดระยะเวลาให้มีประสิทธิภาพได้อย่างไร ?	หลังจากโปรโมทโพสต์แล้วให้ดูประสิทธิภาพได้ที่ Ads Manager และดูตัวชี้วัดต่อไปนี้ ความถี่ (Frequency) การคลิกลิงก์ (Unique link clicks) จำนวนคนที่เห็น (Reach) จำนวนครั้งที่แสดง (Impression) โดยความถี่ในการเห็นโฆษณาเฉลี่ยควรต่ำ เพื่อให้โฆษณามีประสิทธิภาพ หากโปรโมทโพสต์แล้วผู้อ่านไม่ประทับใจในครั้งแรก การเห็นครั้งที่สองไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ แต่อย่างไรก็ตามขึ้นอยู่กับประเภทโพสต์ที่โปรโมท หากจุดประสงค์ของการโปรโมทคือการเพิ่มการรับรู้แต่เมื่อเวลาผ่านไป อัตราการเข้าถึงโพสต์ลดลง ก็ควรแก้การหยุดโฆษณาเพื่อประหยัดการใช้งบประมาณ ดังนั้นสิ่งที่ควรทำคือ กำหนดระยะเวลาโปรโมทโพสต์เป็นระยะเวลาไม่เกิน 1 สัปดาห์ ตรวจสอบประสิทธิภาพของโฆษณาเป็นประจำ และหยุดโฆษณาเมื่อไม่มีประสิทธิภาพแล้ว
5. ป้องกันการชำระเงินล้มเหลว	ให้เตรียมเงินในบัตรเครดิตให้เพียงพอ หรือเพิ่มวิธีการชำระเงินสำรอง เพื่อไม่ให้โฆษณาของคุณหยุดชั่วคราวเนื่องจากมียอดเงินไม่เพียงพอ พร้อมทั้งตรวจสอบข้อมูลของบัตรเครดิตครบถ้วน เช่น รหัส CV มีรหัส 3 หลักที่ด้านหลังบัตร หรือรหัส 4 หลักที่ด้านหน้าบัตร และไม่ควรผูกโยงกับบัญชีจำนวนมากเกินไป เพื่อรักษาข้อมูลของคุณให้ปลอดภัย
<b>ขั้นตอนที่ 3 ติดตามและสรุปผลการโปรโมทโพสต์</b>	
1. โปรโมทโพสต์ให้ประสบความสำเร็จได้อย่างไร?	ทดสอบว่าการโปรโมทแบบใดเหมาะกับ Facebook page มากที่สุด เปรียบเทียบการโปรโมทแต่ละครั้ง และต้องปรับปรุงประสิทธิภาพของการโปรโมทอยู่เสมอ แม้ว่าการโปรโมทครั้งนั้นไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่ต้องการ แต่ให้เรียนรู้แล้วทำการแก้ไข ปรับปรุง นั่นเป็นวิธีที่จะทำให้ประสบความสำเร็จ

## 8. ประวัติผู้จัดทำ (Organizer)

ชื่อ-นามสกุล	(ภาษาไทย) นายกรวิชญ์ ใจแจ่ม (ภาษาอังกฤษ) Mr. Korawich Jaijaeng
ตำแหน่ง	นักวิชาการวิศวกรรมเครื่องกลและหุ่นยนต์
สังกัด	หลักสูตรวิศวกรรมเครื่องกลและหุ่นยนต์ สำนักวิชา วิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์222 ต.ไทยบุรี อ.ท่าศาลา จ.นครศรีธรรมราช 80160
สถานที่อยู่	83 ม.16 ต.เสาภา อ.สีชล จ.นครศรีธรรมราช 8016 เบอร์โทรศัพท์ 098-013-0421 Email : korawich.ja@wu.ac.th
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2557 อดุสาหกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีแมคคาทรอนิกส์ มหาวิทยาลัยพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2557 – พ.ศ.2559 Equipment Engineer บริษัท ยูแทคไทย จำกัด พ.ศ. 2559 – พ.ศ.2559 Maintenance Engineer บมจ. เดลต้า อีเลคโทรนิคส์ (ประเทศไทย) พ.ศ. 2559 – พ.ศ.2561 นักวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี พ.ศ. 2561 – ปัจจุบัน นักวิชาการวิศวกรรมเครื่องกล และหุ่นยนต์