

24 ก.พ. 2023

Meta Verified แหล่งรายได้ใหม่ ที่อาจทำให้บริษัท กลับมามีกำไรเติบโตอีกครั้ง

ในช่วงต้นอาทิตย์ที่ผ่านมา บริษัท Meta ซึ่งเป็นบริษัทแม่ของ Facebook ได้ออกมาพูดถึงการเปิดให้บริการ Meta Verified โดยจะมีการเก็บค่าสมาชิกรายเดือน แลกกับการที่จะได้รับสัญลักษณ์การยืนยันตัวตน ถือเป็น การป้องกัน การถูกแอบอ้างชื่อจากบุคคลอื่น โดยผู้ใช้จะต้องยืนยันบัญชีผ่านบัตรประจำตัวประชาชน และจะได้รับบลูแบดจ์ หรือ สัญลักษณ์ดีกูกสีฟ้า พร้อมทั้งจะได้รับบริการพิเศษในการเข้าถึงการช่วยเหลือโดยตรง โดยภาพรวมจะเพิ่มความน่าเชื่อถือและมีความปลอดภัยในการใช้งานมากยิ่งขึ้น และยังเพิ่มโอกาสที่ผู้ใช้คนอื่นจะมองเห็นโพสต์ หรือ ความเคลื่อนไหวของบัญชีมากขึ้น

โดยค่าสมาชิกรายเดือนจะอยู่ที่ \$11.99 ต่อเดือน และ \$14.99 ต่อเดือนหากเลือกชำระเงินผ่านระบบ IOS และ Android และในช่วงแรกของการให้บริการนั้น จะเริ่มต้นรองรับกับผู้ใช้งานที่เป็นบุคคลก่อน ซึ่งจะต้องใช้ชื่อที่ตรงกับบัตรประชาชนเพื่อได้รับการยืนยันตัวตน ขณะเดียวกันรูปภาพที่ใช้โปรไฟล์จะเป็นภาพใบหน้าของตนเอง ในส่วนผู้ใช้ต้องมีอายุมากกว่า 18 ปี จึงมีสิทธิ์สมัครใช้บริการ โดยจะมีการเริ่มใช้ในออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์ก่อนในสัปดาห์นี้ และจะขยายไปยังประเทศอื่นๆต่อไปในเร็ววัน

กลุ่ม Social Media อื่นๆอาจเปิดให้บริการยืนยันตัวตนมากขึ้น

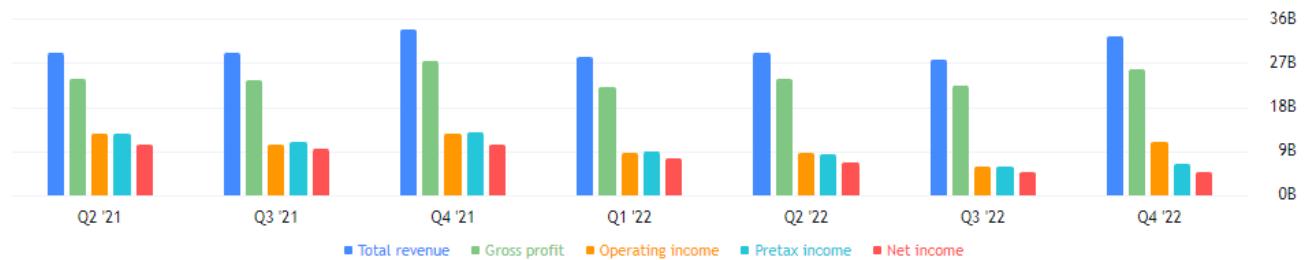
ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา จะเห็นได้ว่าบริษัทเครือข่ายสังคมออนไลน์หลายรายได้กลับมาให้ความสำคัญกับระบบ subscription มากขึ้น เนื่องจากถือว่าเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่จะใช้ในการกระจายเครือข่ายของธุรกิจและเป็นอีกช่องทางที่สำคัญสำหรับการโฆษณา และหลายบริษัทใหญ่ๆได้มีการจูงใจผู้ใช้ด้วยการใช้ Account Verification ซึ่งเป็นจุดขายหลัก ก่อนหน้านี้ Twitter ได้เปิดบริการ "Twitter Blue" ราคา \$11 ต่อเดือนเช่นเดียวกัน แต่ก็ถือว่ายังไม่ได้รับความนิยม นับตั้งแต่ Twitter เปิดบริการดังกล่าวในเดือน พ.ย. มีเพียง 180,000 ราย หรือ 0.2% ที่ยอมจ่ายค่าบริการ และ Snap ถือเป็น Social Media แรกๆที่เปิดบริการ: "Snap Plus" ซึ่งจะทำให้ได้รับเครื่องหมายพิเศษ และ เข้าถึง Snapchat web โดยมีค่าบริการที่ \$3.99 ต่อเดือน

นักวิเคราะห์คาด "Meta Verified" มีผู้ใช้งานในช่วงแรก 12 ล้านราย เพิ่มรายได้ \$1700 ล้าน

เชื่อว่าผู้ใช้งานบริการของ Meta จะเป็นกลุ่ม Influencers หรือ เพจ officials ดังนั้นในแง่ของผู้ใช้งานทั่วไปคงไม่ได้รับผลกระทบ ในขณะที่คาดการณ์รายได้ที่จะเพิ่มขึ้น Bank of America คาดว่าจะมีผู้ใช้งานสมัครบริการดังกล่าว 12 ล้านราย ภายในช่วงสิ้นปี 2023 - ต้นปี 2024 (Meta มีจำนวนผู้ใช้งาน Monthly Active Users ประมาณ 2,963 ล้านราย) คาดว่าจะเพิ่มรายได้ให้กับ Meta \$1,700 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือเพิ่มรายได้ต่อหุ้น (EPS) \$0.32 คิดเป็น 3.7% ของ EPS ในปี 2022

รายได้ส่วนใหญ่ของ Meta มาจากการโฆษณาเป็นหลัก

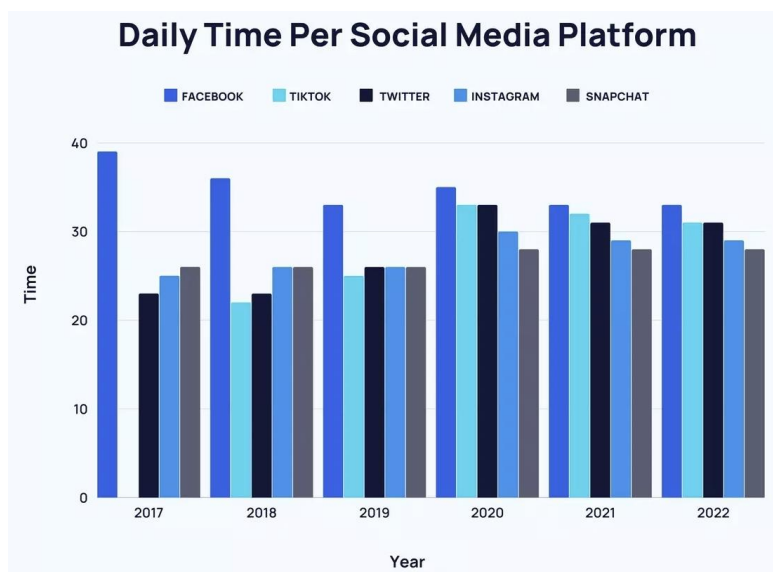
รายได้ Meta ในช่วง 2021-2022 สูงสุดในไตรมาสที่ 4 ปี 2021



ที่มา: TradingView

สำหรับรายได้ของ Meta ส่วนใหญ่มาจากรายได้จากโฆษณา อย่างไรก็ตาม ธุรกิจที่มีรายได้ส่วนใหญ่ที่อิงกับโฆษณาก็อาจจะไม่ได้ดีเสมอไป เนื่องจากรายได้ในส่วนนี้จะอิงกับเศรษฐกิจในวงกว้าง ช่วงที่ผ่านมายุทธกิจ Meta ได้รับผลกระทบโดยตรงจากการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ความเสี่ยงทางภูมิรัฐศาสตร์ ปริมาณการเข้าใช้งานลดลง หลังจกมีคู่แข่งเพิ่มขึ้น และเงินเฟ้อที่อยู่ในระดับสูง ดังนั้นหากเพิ่มรายได้ที่มาจาก subscription ได้มากขึ้นจะสามารถสร้างรายได้ที่สม่ำเสมออีกด้วย

จำนวนผู้ใช้งาน Social Media ในแต่ละ platform



ที่มา: SeekingAlpha

ข้อมูล บทความ บทวิเคราะห์และการคาดการณ์ รวมทั้งการแสดงความคิดเห็นทั้งหลายที่ปรากฏอยู่ในรายงานฉบับนี้ทำขึ้นบนพื้นฐานของแหล่งข้อมูลที่ดีที่สุดที่ได้รับมาและพิจารณาแล้วเห็นว่าน่าเชื่อถือ แต่ทั้งนี้ไม่อาจรับรองความถูกต้อง ความสมบูรณ์ แท้จริงของข้อมูลดังกล่าว ความเห็นที่แสดงไว้ในรายงานฉบับนี้ได้มาจากการพิจารณาโดยเหมาะสมและรอบคอบแล้ว และอาจเปลี่ยนแปลงได้โดยไม่ต้องแจ้งล่วงหน้าแต่อย่างใด บทความ บทวิเคราะห์ และการคาดการณ์ทั้งหลายที่ปรากฏ อยู่ในรายงานฉบับนี้เป็นการนำไปใช้โดยผู้ใช้อยอมรับความเสี่ยงและเป็นดุลยพินิจของผู้ใช้แต่เพียงผู้เดียว

การแข่งขันในธุรกิจ social media ยังคงสูง จะเห็นได้ว่าการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้ใช้งาน TikTok ในช่วงปี 2020 ปรับตัวเพิ่มสูงขึ้นอย่างมาก แต่ในปี 2022 เริ่มที่จะทรงตัว และอาจมีความเสี่ยงการถูกแบนในสหรัฐฯ และในหลายประเทศจากประเด็นการเมือง ซึ่งอาจเป็นผลดีต่อ Meta ที่เปิดให้บริการ Reels ที่มีลักษณะคล้ายๆ กัน ในขณะที่ Snapchat แนวโน้มปรับเพิ่มขึ้นแต่ก็เริ่มชะลอลง เราเชื่อว่าหลังจากนี้จะเห็นการเปลี่ยนแปลงของกลุ่ม Social Media โดยเฉพาะ Innovation ใหม่ๆ (โดย Meta ยังคงลงทุนในธุรกิจ Reality Labs) เพื่อนำไปสู่การใช้งานของผู้ใช้เพิ่มขึ้น (User engagement) ดังนั้นการเคลื่อนไหวของกลุ่ม Social Media ในปีนี้ก็ยังเป็นที่น่าจับตา โดยเฉพาะในช่วงที่เศรษฐกิจโลกกำลังเผชิญดอกเบี้ยในระดับสูง การใช้จ่ายมีโอกาสชะลอ และ คงหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะกระทบกับรายได้จากค่าโฆษณา

ที่มา : Reuters, Bloomberg, investor.fb.com, Seeking Alpha, Times