



Productivity Forum

ดร.นภดล ร่มโพธิ์

รองศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชาการบริหารการปฏิบัติการ

คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

nrompho@tu.ac.th

ตัววัดผลในการสื่อสารข้อมูล ของ Facebook Page

ในปัจจุบันนี้เป็นที่ทราบกันโดยทั่วไปว่า Facebook เป็น Social Media ที่ได้รับความนิยมสูงสุด โดยมีการประมาณการว่าในปัจจุบันนั้น Facebook มีผู้ใช้อยู่กว่า 1,000 ล้านคนทั่วโลก ซึ่งนับว่าเป็นปรากฏการณ์ที่น่าทึ่งเป็นอย่างยิ่งที่จะมี website ใดที่จะได้รับความนิยมมากเท่านี้ Facebook ถูกสร้างขึ้นโดย Mark Zuckerberg ในปี 2004 และได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ทั้งนี้เนื่องจาก Facebook ได้เป็น Website ที่รวบรวมเพื่อนและคนรู้จักไว้ด้วยกัน มีการแลกเปลี่ยนสื่อสารเรื่องราวต่าง ๆ ระหว่างกันผ่านการ Post ใน Wall ซึ่งเปรียบเสมือนเป็น “บ้าน” ของแต่ละคน

นอกจากการใช้ Facebook เพื่อความบันเทิงและการแลกเปลี่ยนเรื่องราวส่วนตัวแล้ว Facebook ยังถูกใช้เป็นเครื่องมือทางด้านการตลาดและเป็นเครื่องมือที่ใช้ในทางธุรกิจมากขึ้นเรื่อย ๆ Option หนึ่งที่ Facebook มีได้แก่ Facebook Page ที่เป็นการสร้างขึ้นเพื่อให้เพื่อนหรือคนอื่น ๆ เข้ามากด “Like” โดยเจ้าของ Page นี้ก็จะสื่อสารโดยการ Post เรื่องราวต่าง ๆ รวมถึงการประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ ของบริษัทไปสู่สมาชิกที่ Like Page นั้น ๆ

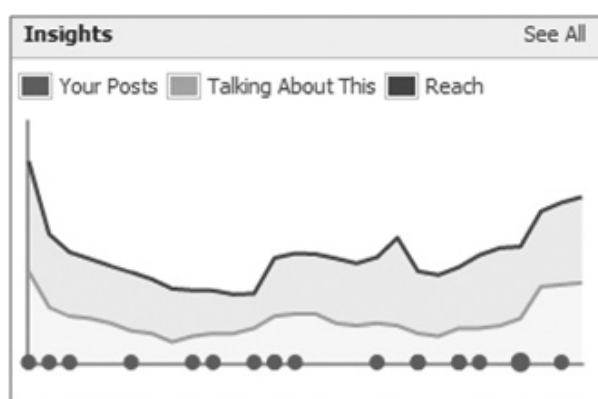
ปัจจุบันมีบริษัทจำนวนมากที่ได้สร้าง Page ขึ้นใน Facebook และมีคนที่เป็นทั้งลูกค้าของบริษัท รวมถึงผู้ที่สนใจจำนวนไม่น้อยที่เข้ามา Like Page เหล่านั้น ทำให้สมาชิกของ Page ได้รับข่าวสารจากบริษัทที่ตนเองสนใจ นอกจากจะได้รับข่าวสารแล้ว Page ยังเป็นช่องทางหนึ่งที่จะทำให้ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการสามารถที่จะสื่อสารกลับไปยังบริษัท เช่นการสอบถามคำถามเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ การให้คำแนะนำบริษัท หรือแม้กระทั่งการร้องเรียนในเรื่องราวต่าง ๆ จึงทำให้การสื่อสารกับบริษัททำได้ง่ายและรวดเร็วยิ่งขึ้น

นอกจาก Page จะทำหน้าที่เปรียบเสมือนเป็นช่องทางสื่อสารของบริษัทแล้ว Page ยังถูกใช้เพื่อเป็นช่องทางการสื่อสารในรูปแบบอื่น ๆ ด้วยเช่นกัน เช่นใช้เป็นช่องทางการสื่อสารระหว่าง ดารา นักกีฬา นักการเมือง หรือผู้มีชื่อเสียงต่าง ๆ กับผู้ที่สนใจ หรือผู้ที่ติดตาม รวมถึงใช้เป็นการเผยแพร่ความรู้ความสนใจต่าง ๆ ปัจจุบันมี Page ที่เป็นที่นิยมและมีผู้ติดตาม Like เป็นจำนวนมาก เช่น Page “Facebook for Every Phone” มีผู้เข้ามา Like เพื่อติดตามข้อมูลข่าวสารรวมกันถึงกว่า 131 ล้านคน ซึ่งเป็น Page ที่ได้รับความนิยมสูงสุดในขณะนี้ รองลงมาคือ Page “Facebook” มีผู้ติดตามสูงถึงกว่า 71 ล้านคน หรือ Page ของ Coca-Cola ก็มีผู้ติดตามสูงถึงกว่า 49 ล้านคนเป็นต้น

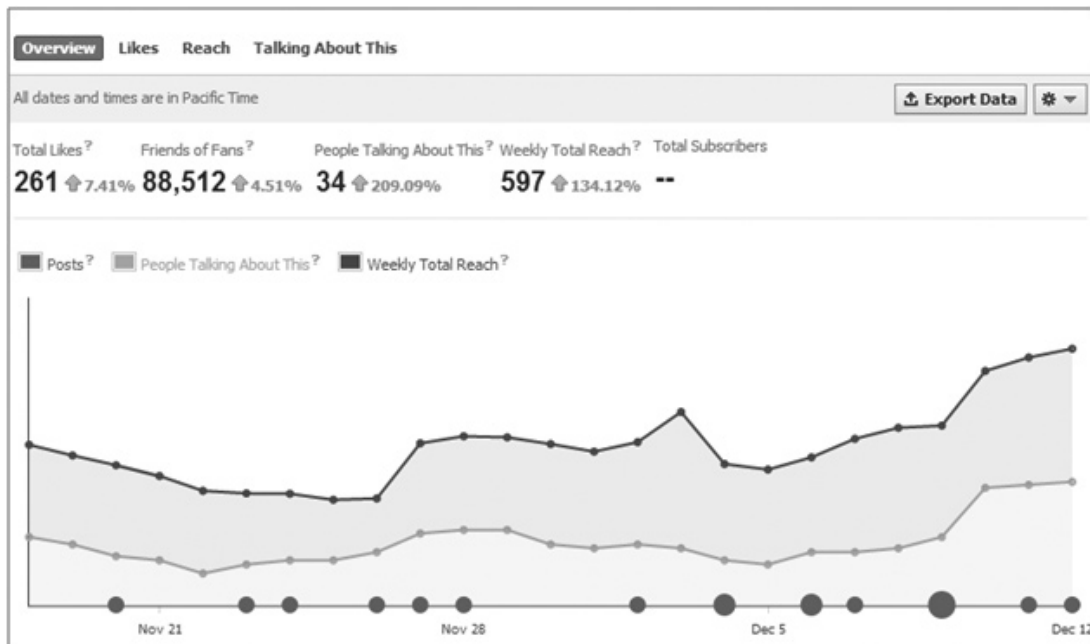
อย่างไรก็ตามผู้ที่ใช้ Page เป็นเครื่องมือในการสื่อสารนั้นย่อมที่จะต้องการได้รับ Feedback ว่า Page ที่สร้างขึ้น รวมถึงข่าวสารแต่ละชิ้นที่ได้สื่อสารไปนั้น ได้รับการตอบรับมากน้อยเพียงใด ข่าวสารบางประเภทก็ได้รับความสนใจเพียงแค่งroupsที่เป็นสมาชิกของ Page เท่านั้น แต่ข่าวสารบางประเภทสมาชิกของ Page เองนอกจากจะเข้ามาให้ความคิดเห็นแล้ว ยังมีการส่งต่อไปให้เพื่อนหรือคนรู้จักได้รับทราบในวงกว้างมากขึ้น

เพื่อให้เห็นผลของการสื่อสารเหล่านี้ Facebook จึงได้สร้างตัววัดขึ้นสำหรับผู้ที่เป็นเจ้าของ Page (เรียกว่า Page Admin) เพื่อใช้ในการวัดผลความนิยมของ Page รวมถึงความนิยมของข่าวสารที่ Post ใน Page โดยตัววัดเหล่านี้อยู่ในหน้าแรก ที่เจ้าของ Page ได้ Login เข้าไป เพื่อให้เห็นภาพจึงขอยกตัวอย่าง Page ที่เกี่ยวกับการวัดผลการปฏิบัติงานองค์กร (www.facebook.com/PerformanceMeasurement) ที่ผู้เขียนได้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นช่องทางการสื่อสารกับผู้สนใจในเรื่องการวัดผลการปฏิบัติงานองค์กร

เมื่อเข้าไปในหน้าแรกของ Page ก็จะพบหัวข้อที่เขียนว่า Insights หัวข้อนี้จะเป็นที่จะใช้แสดงผลเกี่ยวกับตัววัดต่าง ๆ ที่ Facebook ได้สร้างขึ้น โดยในหน้านี้นี้จะมีการแสดงแผนภาพที่แสดงให้เห็นจำนวน Post ที่เจ้าของ Page ได้ Post ข้อมูลข่าวสารใน Page (Your Posts) คนที่เข้าไปกล่าวถึงข้อมูลข่าวสาร (Talking About This) และจำนวน Reach ซึ่งรายละเอียดต่าง ๆ จะสามารถเข้าศึกษาได้ต่อไปเมื่อกดเข้าไปในส่วนนี้



หลังจากกดเข้าไปแล้ว ก็จะพบรายละเอียดต่าง ๆ ดังแสดงในภาพในส่วนแรกดังต่อไปนี้



โดยในส่วนนี้ ตัววัดของ Page มีตัววัดผลที่น่าสนใจดังต่อไปนี้

Total Likes คือจำนวนสมาชิกที่เข้ามากด Like Page นี้ และจะเป็นกลุ่มคนที่เมื่อเจ้าของ Page สื่อสารข้อความต่าง ๆ จะได้รับข้อความนั้นผ่านทาง Facebook ทันที โดยจากตัวอย่างข้างต้น Page นี้มีสมาชิกผู้ที่เข้ามา Like ทั้งหมด 261 คน (เพิ่มขึ้น 7.41% จากสัปดาห์ที่ผ่านมา)

Friends of Fans เป็นจำนวนเพื่อนของคนที่เป็นสมาชิกของ Page นี้ ซึ่งจะเปรียบเสมือนเป็นศักยภาพของการกระจายข้อมูลของ Page หากสมาชิกของ Page นี้ Share ข้อมูลให้กับเพื่อน ๆ ของเขาใน Facebook โดยจากตัวอย่างค่า Friends of Fans มีค่าเท่ากับ 88,512 คน (เพิ่มขึ้น 4.51% จากสัปดาห์ที่ผ่านมา)

People Talking About This เป็นจำนวนคนที่ Like Page นี้ หรือ Post เรื่องราวต่าง ๆ ใน Page หรือ Like Comment หรือ Share เรื่องราวที่เจ้าของ Page ได้ Post ลงใน Page รวมถึงการเข้าไปตอบคำถาม หรือโต้ตอบ หรือ Tag รูปที่ Post ใน Page จากตัวอย่างค่า People Talking About This มีค่าเท่ากับ 34 (เพิ่มขึ้น 209.09% จากสัปดาห์ที่ผ่านมา) โดยค่าตัววัดนี้จะแสดงข้อมูลในสัปดาห์ล่าสุด

Weekly Total Reach เป็นจำนวนคนทั้งหมดที่ได้เห็นข้อมูลข่าวสารที่สื่อสารใน Page โดยจากตัวอย่างค่า Weekly Total Reach มีค่าเท่ากับ 597 (เพิ่มขึ้น 134.12% จากสัปดาห์ที่ผ่านมา) โดยเป็นค่าที่แสดงเฉพาะข้อมูลในสัปดาห์ล่าสุด

ในส่วนที่ 2 ที่อยู่ข้างล่างของ Page นั้นเป็นการแสดงค่าตัววัดของ Post แต่ละอันที่เจ้าของ Page ได้สื่อสารออกไป โดยมีตัวอย่างดังภาพดังต่อไปนี้

Page Posts (Updated 6 minutes ago)					
All Post Types ▾					
Date ? ▾	Post ?	Reach ?	Engaged Users ?	Talking About This ?	Virality ?
12/13/12	ประเมินผลการปฏิบัติงานอย่างไรให้มีประสิทธิ...	24	2	--	--
12/12/12	เป็นหนังสือที่เกี่ยวกับการวัดผลองค์กรอีกเล่ม...	38	2	2	5.26%
12/11/12	Ther Performance Measurement Manifest...	61	5	2	3.28%
12/10/12	วิธีการวัดผลการปฏิบัติงานของรัฐบาลจาก Ha...	59	5	2	3.39%
12/8/12	สำหรับผู้สนใจ EFQM Excellence Model คร...	48	3	1	2.08%
12/8/12	สำหรับผู้สนใจ EFQM Excellence Model คร...	31	1	--	--
12/8/12	ตัววัดผลที่เกี่ยวข้องกับ Social Media ที่น่าสน...	64	5	4	6.25%

ทั้งนี้ตัววัดผลของแต่ละตัวมีความหมายดังนี้

Reach เป็นจำนวนคนที่ได้เห็นหรือ Like ข้อความนี้ รวมถึงคนที่ไม่ได้ Like ข้อความนี้ แต่ได้เห็นจากการที่เพื่อน Like Comment หรือ Share ข้อความนี้ โดยจะนับเฉพาะสิ่งที่เกิดขึ้นภายใน 28 วันหลังจาก Post เท่านั้น

Engaged Users เป็นจำนวนคนที่เข้ามา Click อ่านข้อความนี้ ซึ่งรวมถึงการ Click อ่านเรื่องราว Click ดูภาพหรือเข้าไป Click ในส่วนอื่น ๆ โดยจะนับเฉพาะสิ่งที่เกิดขึ้นภายใน 28 วันหลังจาก Post เท่านั้น

Talking About This เป็นจำนวนคนที่ Like ข้อความที่ Post นี้ หรือ Comment หรือ Share เรื่องราวของข้อความนี้ รวมถึงการเข้าไปตอบคำถามหรือโต้ตอบ โดยจะนับเฉพาะสิ่งที่เกิดขึ้นภายใน 28 วันหลังจาก Post เท่านั้น

Virality หมายถึงอัตราส่วนระหว่าง Talking About This ต่อ Reach หรือจำนวนคนที่ Like Share หรือตอบคำถามในข้อความนี้ต่อจำนวนคนที่ได้เห็นข้อความนี้ทั้งหมด โดยจะนับเฉพาะสิ่งที่เกิดขึ้นภายใน 28 วันหลังจาก Post เท่านั้น

ตัววัดผลเหล่านี้เป็นตัววัดที่มีประโยชน์เป็นอย่างยิ่งต่อผู้ที่เป็นเจ้าของ Page และต้องการสื่อสารข้อมูลต่าง ๆ ไปสู่กลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะในมุมมองของธุรกิจ เช่นการสื่อสารประชาสัมพันธ์ข้อมูลไปยังกลุ่มลูกค้า การที่ Page มีตัววัดที่แสดงให้เห็นว่าข้อความที่บริษัทได้สื่อสารออกไปสามารถไปถึงผู้คนจำนวนมาก (Reach มีค่าสูง) ย่อมเป็นสิ่งที่ดี ยิ่งไปกว่านั้นนอกจากมีผู้ได้รับข่าวจำนวนมากแล้ว ถ้าผู้ได้รับข่าวนั้นได้เข้าไปศึกษาในรายละเอียด (ค่า Engaged Users มีค่าสูง) ก็จะเป็นการแสดงให้เห็นว่าข้อมูลข่าวสารนั้นมีความน่าสนใจ และหากมีการสื่อสารต่อจากผู้รับข้อมูลนั้นผ่านการ Share ข้อมูลไปยังกลุ่มเพื่อนของผู้รับข้อมูล ก็ยิ่งแสดงให้เห็นว่าข่าวสารนั้นเป็นประโยชน์และเป็นที่น่าสนใจในวงกว้าง (ค่า Talking About This มีค่าสูง) และหากพบอีกว่าคนจำนวนมากที่ได้เห็นข่าวสารหรือข้อความก็จะทำการสื่อสารต่อ (ค่า Virality มีค่าสูง) ยิ่งแสดงให้เห็นคุณภาพของข้อมูลที่สื่อสารออกไปว่ามีความน่าสนใจมากเพียงไร

จากตัววัดผลเหล่านี้ ผู้ใช้สามารถนำไปใช้วิเคราะห์ข้อมูลข่าวสาร รวมถึงวิธีการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ เช่นการใช้รูปประกอบ การใช้ Link ที่มาจาก Website ของบริษัท หรือรูปแบบการเขียน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการสื่อสารได้เพิ่มมากขึ้น เพื่อให้การใช้ Facebook Page นี้เป็นเครื่องมือด้านการตลาดอีกอย่างหนึ่งหรือเป็นช่องทางในการสื่อสารที่ดีสำหรับองค์กรได้ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

Darwell, B. (2012), Top 25 Facebook Pages September 2012, <http://www.insidefacebook.com/2012/09/03/top-25-facebook-pages-september-2012/>

Fowler, G. A. (2012), Facebook: One Billion and Counting, <http://online.wsj.com/article/SB10000872396390443635404578036164027386112.html>

Rompho, N. (2012), Performance Measurement Page, www.facebook.com/PerformanceMeasurement

Wikipedia (2012), Facebook, <http://en.wikipedia.org/wiki/Facebook>