

สื่อสังคมออนไลน์สำหรับธุรกิจและการพัฒนาด้วยซอฟต์แวร์รหัสเปิด

SOCIAL MEDIA FOR BUSINESS AND DEVELOPMENT USING OPEN SOURCE SOFTWARE

ดัชกรณ์ ตันเจริญ¹ วลีรัตน์ ดอนม่วง² และ โกเศศ ธรรมประทีป³

บทคัดย่อ

สื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลมากต่อการทำธุรกิจโดยมีการนำเอาเทคโนโลยีต่างๆ เข้ามาเป็นเครื่องมือที่ช่วยผลักดันให้ธุรกิจดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้ธุรกิจได้รับการยอมรับ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ หรือ Social Media จึงมีประโยชน์โดยสามารถนำไปใช้กับการตลาดทำให้สามารถขยายธุรกิจออกไปได้อย่างรวดเร็ว เครื่องมือที่ใช้สร้างสื่อสังคมออนไลน์อย่างหนึ่ง คือ Elgg ซึ่งเป็นซอฟต์แวร์รหัสเปิด หรือ Open Source Software และเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้เราสามารถจัดการเนื้อหาเองได้ จากการศึกษาการพัฒนาสื่อสังคมออนไลน์โดยใช้เครื่องมือที่เหมาะสม จึงได้พัฒนาสื่อสังคมออนไลน์ขึ้นมาอยู่ที่เว็บไซต์ <http://www.pimproject.net/elgg> โดยสร้างเป็นต้นแบบเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ข้อมูล ข่าวสาร ผลิตภัณฑ์ และบริการต่างๆ สำหรับภาคธุรกิจและการทำการตลาดออนไลน์

คำสำคัญ : สื่อสังคมออนไลน์ ซอฟต์แวร์รหัสเปิด การตลาดออนไลน์ Elgg

Abstract

Currently, a social media influences on the business by using various technologies. There are many tools to help the business operation more efficiently. Especially, a social media is able to expand the market quickly. Elgg is an open source software which is a tool that allows us to manage the content as a social media. The social media for business by using the open source software is developed as a prototype. There is the social media for business on the website at <http://www.pimproject.net/elgg>. This is created to promote the product and service information for business and online marketing.

Keywords: Social Media, Open Source Software, Online Marketing, Elgg

¹ รองคณบดีฝ่ายบริหารและวิเทศสัมพันธ์ คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
Email: datchakorntan@pim.ac.th

² นักศึกษาสาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
Email: d.waleerat@hotmail.com

³ นักศึกษาสาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
Email: koses.ent@gmail.com

บทนำ

ปัจจุบันการแข่งขันทางธุรกิจเกิดขึ้นมากมาย หลากหลายรูปแบบ ซึ่งรูปแบบที่นิยมกันมากเป็นรูปแบบที่นำเอาเทคโนโลยีเข้ามาสร้างสรรค์ให้เกิดประโยชน์ ทันสมัย น่าสนใจ และสร้างแรงจูงใจให้ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าและบริการได้อย่างรวดเร็วยิ่งขึ้น ด้วยความทันสมัยของเทคโนโลยี จึงเกิดเป็นธุรกิจมากมายบนโลกอินเทอร์เน็ต โดยธุรกิจประเภทนี้ได้รับความนิยม อย่างมากทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ ซึ่งการทำธุรกิจออนไลน์มีประโยชน์หลายอย่างทั้งความประหยัด การเข้าถึงผู้บริโภคที่ง่ายขึ้น ความสะดวก รวดเร็ว ไม่ต้องมีหน้าร้าน เกิดการค้าขายได้ตลอด 24 ชั่วโมง และสามารถออกแบบการขายสินค้าที่น่าสนใจได้มากขึ้น อีกทั้งสามารถขยายพื้นที่การค้าได้อย่างไร้ขอบเขต เพราะโลกออนไลน์ทำให้สามารถค้าขายได้ทั่วทุกมุมโลก โลกออนไลน์จึงเป็นโลกของกิจกรรมการค้าที่มีการเคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลา

ดังนั้นรูปแบบการตลาดอิเล็กทรอนิกส์จึงมีการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้วยการสร้างความแตกต่างให้โดดเด่น มีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน อย่างสื่อสังคมออนไลน์เป็นกระแสการเปลี่ยนแปลงต่อวิถีชีวิตของผู้บริโภค ทำให้หลายองค์กรหันมาให้ความสำคัญต่อกลยุทธ์การใช้สื่อสังคมออนไลน์ เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้ามากขึ้น และจากกระแสความนิยมของสื่อสังคมออนไลน์ สามารถนำเอามาประยุกต์ใช้กับการตลาด ทำให้การตลาดเกิดประสิทธิภาพที่มากขึ้น ทั้งสะดวกและทันสมัย และยังทำการตลาดเกิดเป็นเครือข่ายที่กว้างขวาง เข้าถึงกลุ่มคนได้มากขึ้น ไม่จำกัดเฉพาะแค่ในประเทศ แต่ยังสามารถเข้าถึงคนทุกกลุ่มทั่วโลกอีกด้วย

ปัจจุบันมีสื่อสังคมออนไลน์หลากหลายที่ใช้กันอยู่ เช่น Facebook, Twitter, YouTube, Multiply เป็นต้น แต่ในมุมมองของนักพัฒนาไม่สามารถจะพัฒนาสื่อเหล่านี้ได้ด้วยตนเองได้ จึงพยายามศึกษาวิธีการพัฒนาสื่อสังคมออนไลน์จากสิ่งที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์

การศึกษาการพัฒนาสื่อสังคมออนไลน์โดยใช้โปรแกรม Open Source ได้ให้ความสำคัญกับโปรแกรม Elgg ซึ่งเป็นซอฟต์แวร์แบบรหัสเปิด ในการสร้างเว็บไซต์สำหรับสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) มีขีดความสามารถมากมาย สามารถปรับแต่งรูปแบบการใช้งานได้ด้วยตัวเอง สามารถดาวน์โหลด Plug-In เพื่อเพิ่มความสามารถของระบบเครือข่ายสังคมออนไลน์

ทั้งนี้เพื่อการพัฒนาชุมชนการค้าให้เพิ่มศักยภาพด้านการบริหารจัดการ และพัฒนาองค์กรในประเทศไทย จึงนำเอา Social Media มาสร้างเป็นชุมชนการค้าเพื่อต่อยอดธุรกิจ ให้มีความสร้างสรรค์อย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นเครื่องมือสนับสนุนการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจอีกด้วย

สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media)

ในยุคที่เทคโนโลยีออนไลน์สามารถเชื่อมโยงคนทั้งโลกเข้าไว้ด้วยกัน สื่อสังคมออนไลน์จะช่วยให้การสื่อสารของคนทั้งโลกเกิดได้ง่ายขึ้น แล้วยังสนับสนุนการทำธุรกิจได้อีกด้วย

1. นิยามของสื่อสังคมออนไลน์

สื่อสังคมออนไลน์ มีความหมายดังนี้

1.1 เป็นสื่อที่แพร่กระจายด้วยการปฏิสัมพันธ์กันในสังคม โดยมีการคุยอย่างต่อเนื่องกัน โดยเมื่อมาอยู่ในโลกออนไลน์ การแพร่กระจายก็ทำได้ง่ายขึ้น ซึ่งเกิดได้จากการแบ่งปันเนื้อหา (Content Sharing) ซึ่งอาจอยู่ในรูปของเนื้อหาตัวอักษร รูปภาพ เสียง หรือวิดีโอก็ได้

1.2 เป็นสื่อที่เปลี่ยนแปลงสื่อเดิมที่แพร่กระจายข่าวสารแบบทางเดียว (One-to-Many) เป็นรูปแบบการสนทนาที่สามารถมีผู้เข้าร่วมได้หลายคน (Many-to-Many) มีสภาพการเป็นสื่อสังคม สิ่งสำคัญ คือ การสนทนาที่เกิดขึ้น เป็นการรวมกลุ่มคุยในเรื่องที่สนใจร่วมกัน วิพากษ์วิจารณ์สินค้า หรือบริการต่างๆ โดยที่ไม่มีใครเข้ามาควบคุมเนื้อหาของการสนทนา เพราะผู้ที่ได้รับข่าวสารมีสิทธิที่จะเข้าร่วมในรูปแบบของการเพิ่มเติมความคิดเห็น หรือเข้าไปแก้ไขเนื้อหานั้นได้

1.3 เป็นสื่อที่เปลี่ยนผู้คนจากผู้บริโภคเนื้อหาเป็นผู้ผลิตเนื้อหา จากคนที่แต่เดิมเป็นเพียงคนรับสื่อ ขณะที่สื่อจำพวกโทรทัศน์ วิทยุ หรือหนังสือพิมพ์ จะเป็นผู้ทรงอิทธิพลอย่างมาก สามารถกำหนดสินค้าหรือบริการให้ผู้บริโภคได้รับทราบได้ แต่เมื่อเป็น Social Media ทำให้ผู้บริโภคสามารถผลิตเนื้อหาและกระจายไปยังผู้รับสารอื่นๆ ได้อย่างเสรี หากใครผลิตเนื้อหาที่โดนใจคนหมู่มาก ก็จะเป็นผู้มีอิทธิพลต่อผู้คนโดยรวม ยิ่งถ้าเป็นในทางการตลาดก็สามารถโน้มน้าวให้ผู้ติดตามตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการได้โดยง่าย

นักการตลาดอาจไม่คุ้นเคยกับ Social Media สนใจเฉพาะสื่อเดิมๆ เพราะเห็นว่าสามารถควบคุมและกระจายสู่มวลชนจำนวนมากได้ แต่เมื่อลูกค้าซื้อสินค้าหรือบริการไป อาจเกิดการรวมกลุ่มเพื่อวิพากษ์วิจารณ์

สินค้า ซึ่งหากเมินเฉย เสี่ยงออนไลน์ทาง Social Media อาจจะขยายใหญ่โตขึ้น จนกระทบต่อกิจการได้

สิ่งนี้เป็นแรงผลักดันให้หันความสนใจเข้าสู่ Social Media เพื่อจะแก้ไขปัญหาการแสดงความคิดเห็น หรือขอความคิดเห็นต่างๆ จากลูกค้า รวมถึงอาศัยเนื้อหาที่ลูกค้าสร้างขึ้นมาประชันแข่งกัน ซึ่งเป็นกิจกรรมทางการตลาดออนไลน์ที่เห็นมากขึ้น ดังนั้น Social Media จึงเป็นหนทางที่จำเป็นต้องดำเนินไปในปัจจุบัน

2. ประเภทของ Social Media

สื่อสังคมออนไลน์ หรือ Social Media มีมากมายหลายประเภทดังแสดงในรูปที่ 1 โดยประเภทของสื่อสังคมออนไลน์สามารถจัดแยกตามรูปแบบลักษณะที่แตกต่างกันได้ดังนี้



รูปที่ 1 สื่อสังคมออนไลน์ประเภทต่างๆ

2.1 Blog เป็นการลดรูปจากคำว่า Weblog ซึ่งเป็นระบบจัดการเนื้อหา CMS (Content Management System) รูปแบบหนึ่ง ซึ่งผู้ใช้สามารถเขียนบทความที่เรียกว่า “Post” แล้วทำการเผยแพร่ได้โดยง่าย ไม่ยุ่งยากในการที่จะต้องมานั่งเรียนรู้ถึงภาษา HTML หรือโปรแกรมในการทำเว็บไซต์ โดยการเรียงเนื้อหาจะเรียงจากเนื้อหาที่ใหม่สุดก่อน จากนั้นลดหลั่นลงมา

ตามลำดับของเวลา สำหรับการมีบล็อกขึ้นมาเพื่อเปิดโอกาสให้คนที่มีความสามารถด้านต่างๆ สามารถเผยแพร่ความรู้ด้วยการเขียนได้อย่างเสรี ไม่มีขีดจำกัดเรื่องเทคนิคอีกต่อไป ทำให้เกิดบล็อกขึ้นมาจำนวนมาก และเพิ่มเนื้อหาให้กับโลกออนไลน์ได้เป็นจำนวนมากมหาศาล นอกจากนี้ยังเป็นเครื่องมือสำคัญที่ทำให้เกิดการสื่อสารในสังคม คือการเปิดให้เพื่อนๆ เข้ามาแสดงความคิดเห็นได้

2.2 Social Network เป็นเครือข่ายที่เชื่อมโยงเรากับเพื่อนๆ จนกลายเป็นสังคม ทั้งนี้ผู้ใช้จะเริ่มสร้างตัวตนในส่วนของ “Profile” ซึ่งประกอบด้วยข้อมูลส่วนตัว (Info) รูป (Photo) การจดบันทึก (Note) หรือการใส่วิดีโอ (Video) และอื่นๆ นอกจากนี้ Social Network ยังมีเครื่องมือสำคัญในการสร้างจำนวนเพื่อนให้มากขึ้น คือ ในส่วนของการเชิญเพื่อน (Invite Friend) และการค้นหาเพื่อน (Find Friend) รวมถึงการสร้างเพื่อนจากเพื่อนของเพื่อนอีกด้วย

นักการตลาดนำ Social Network มาใช้ในการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า อาจจะใช้ในรูปแบบของเกม หรือแอปพลิเคชันต่างๆ หรือใช้เป็นเครื่องมือของ CRM (Customer Relation Management) ผ่านทาง Page นอกจากนี้ ตัวลูกค้าที่ชื่นชอบในสินค้าหรือบริการ ก็สามารถรวมกลุ่มกันจัดตั้งเป็น Group ขึ้นมาได้

2.3 Media Sharing เป็นสื่อที่เปิดโอกาสให้สามารถอัปโหลดรูปหรือวิดีโอเพื่อแบ่งปันให้กับครอบครัวเพื่อนๆ หรือเผยแพร่ต่อสาธารณชนได้ ซึ่งนักการตลาดในปัจจุบัน ไม่จำเป็นต้องทุ่มทุนในการสร้างโฆษณาที่มีต้นทุนสูง เราสามารถใช้กล้องดิจิทัลพื้นฐานถ่ายทอดความคิดเป็นรูปแบบวิดีโอ แล้วนำขึ้นเว็บไซต์ประเภท Media Sharing อย่าง YouTube ได้ หากความคิดเราเป็นที่ชื่นชอบ ก็ทำให้เกิดการบอกต่ออย่างแพร่หลาย หรือถ้ามีการขายสินค้าที่เน้นการออกแบบสวยงาม ก็สามารถถ่ายรูปแล้วนำขึ้นไปสู่เว็บไซต์อย่าง Flickr เพื่อให้ลูกค้าได้ชม นอกจากนั้นยังสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการนำชมโรงงาน หรือบรรยากาศในการทำงานได้อีกด้วย อย่างกรณีของ Multiply ที่คนไทยนิยมนำรูปภาพที่แสดงรูปที่ถ่ายเองมาเป็นแกลเลอรีส่วนตัว ทำให้ผู้ว่าจ้างได้เห็นฝีมือถ่ายภาพก่อนที่จะทำการจ้างงาน เป็นต้น

2.4 Social News and Bookmarking เป็นเว็บไซต์ที่เชื่อมโยงไปยังบทความหรือเนื้อหาในอินเทอร์เน็ตโดยผู้ใช้เป็นผู้ส่งและเปิดโอกาสให้คะแนนและทำการโหวตได้ เป็นเสมือนมหาชนช่วยกลั่นกรองว่า

บทความหรือเนื้อหาใดเป็นที่น่าสนใจที่สุด ในส่วนของ Social Bookmarking นั้น เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ใช้สามารถทำการ Bookmark เนื้อหาหรือเว็บไซต์ที่ชื่นชอบโดยไม่ขึ้นอยู่กับคอมพิวเตอร์เครื่องใดเครื่องหนึ่ง และสามารถที่จะแบ่งปันให้คนอื่นได้ด้วย นักการตลาดจะใช้เป็นเครื่องมือในการบอกต่อ และสร้างจำนวนคนเข้ามายังที่เว็บไซต์หรือโปรแกรมส่งเสริมการตลาดที่ต้องการ

ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ เป็นสิ่งหนึ่งที่สำคัญต่อการเรียนรู้และศึกษา เพื่อจะนำไปพัฒนาสื่อสังคมออนไลน์ และปรับใช้กับสิ่งต่างๆ ทั้งทางด้านธุรกิจหรือด้านการศึกษาต่อไป

3. เป้าหมายของการใช้ Social Media

เมื่อโลกของเทคโนโลยีมีบทบาทต่อการพัฒนาธุรกิจ เป้าหมายของการนำสื่อสังคมออนไลน์จึงประกอบด้วยประเด็นหลักดังนี้

3.1 การเพิ่มยอดขาย

หลายคนมองว่า Social Media นั้น หากเราตั้งหน้าตั้งตาขายของ อาจทำให้ผู้คนไม่คุยด้วย ซึ่งไม่ต่างจากการเป็นพนักงานขายตรง แต่ความจริงแล้ว Social Media ยังมีหลายหนทางในการใช้เพื่อเพิ่มยอดขายดังตัวอย่างต่อไปนี้

การใช้ Twitter ในการสร้างรายได้ของ “Dell” โดยแจ้งข้อความเตือนในยามที่มีการเปิดขายสินค้าลดราคาพิเศษให้กับ Follower เฉพาะทาง Twitter เท่านั้น วิธีการนี้สามารถทำรายได้ให้ Dell ได้เพิ่มขึ้นอย่างมาก

กรณีของ Nokia ที่เปิดตัวโทรศัพท์มือถือโดยให้ Blogger ที่มีชื่อเสียงและมีอิทธิพลทางการตลาดได้ทดลองใช้สินค้า จากนั้นเปิดโอกาสให้ทำการแนะนำลูกค้า ถ้าสินค้าคุณภาพดี Blogger ก็จะเกิดความประทับใจและบอกต่อ ทำให้เพิ่มกำลังซื้อจากผู้ติดตามอ่านได้เป็นจำนวนมาก

กรณีของ amazon.com ที่เปิดโอกาสให้ลูกค้าได้เขียนแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับหนังสือที่ได้ซื้อไป รวมทั้งให้คะแนนจาก 1-5 ซึ่งถือเป็นข้อมูลที่

สำคัญต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคคนอื่นๆ ทำให้ช่วยในการเพิ่มยอดขาย และลดจุดอ่อนจากการที่หนังสือไม่ได้ถูกจับต้องและเปิดอ่านได้อย่างร้านหนังสือทั่วไป

3.2 การรับรู้แบรนด์ (Brand Awareness)

วิธีการสร้าง Brand Awareness ผ่านทาง Social Media คือ การพยายามให้ลูกค้าเข้ามามีส่วนร่วมกับกิจกรรมทางการตลาดหรือการเข้าไปพูดคุยกับ Brand อย่างเป็นกันเอง และรู้สึกว่าเป็นเพื่อนเหมือนเพื่อนของตน และคิดถึงก่อน Brand อื่นๆ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

HP ใช้ YouTube ในการสร้าง Brand Awareness โดยจัดการแข่งขันให้ผู้เข้าร่วมทำคลิปวิดีโอสั้นๆ ให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ และเปิดโอกาสให้ผู้เข้าชมได้ทำการโหวต โดยมีเงินรางวัลให้ ปรากฏว่าการแข่งขันครั้งนี้ประสบความสำเร็จอย่างมาก มีผู้ส่งวิดีโอสั้นเข้าประกวดหลายพันราย และมีผู้เข้าชมหลายล้านคน

GTH ใช้ Fan Page ใน Facebook ที่ใช้ในลักษณะของการประชาสัมพันธ์และพยายามพูดคุยกับแฟนๆ ทำให้บรรดาแฟนเข้ามามากขึ้นเรื่อยๆ และเกิดการรับรู้ถึงแบรนด์ GTH อยู่ตลอดเวลา ไม่จำกัดเฉพาะภาพยนตร์เรื่องใดเรื่องหนึ่งที่ออกฉายเท่านั้น

3.3 การประชาสัมพันธ์

การใช้ Social Media คล้ายกับสื่อเดิม คือ การสื่อสารทางตรง โดยเราไม่ได้เอาแต่บอกเรื่องราวของเราเพียงอย่างเดียว แต่มีเรื่องราวที่น่าสนใจอื่นๆ มาแบ่งปัน การเลือกใช้ Social Media บางประเภทเพื่อการประชาสัมพันธ์ก็สามารถสร้างประสิทธิภาพได้มาก

Sun Microsystems ที่มีการจัดทำ CEO Blog โดย Jonathan Schwartz ซึ่งเนื้อหาจะเป็นการบอกเล่าถึงนโยบายและทิศทางของ Sun Microsystems รวมไปถึงกลยุทธ์ ตลอดจนข่าวคราวความเคลื่อนไหวที่เกิดขึ้นภายในองค์กร การที่ CEO มาพูดเองผ่านบล็อกทำให้เกิดความน่าเชื่อถือ และมีโอกาสได้สอบถามในเรื่องที่สงสัยได้โดยตรง

Whole Foods Market ใช้ Facebook ในการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการ โดยมีข้อมูล

ข่าวสารเกี่ยวกับวิธีการทำอาหาร การแจ้งข่าวการแข่งขันทางการตลาด การให้ส่วนลดของสินค้าต่างๆ รวมไปถึงข้อมูลอื่นๆ ที่น่าสนใจ นอกจากนี้ ยังใช้รูปภาพเพื่อแสดงป้ายโฆษณาที่น่าสนใจผ่านทาง Flickr อีกด้วย เปิดโอกาสให้ผู้เข้าชมสามารถแสดงความคิดเห็นได้

บริษัท แอสสิริ ใช้ Twitter ในการแจ้งข่าวประชาสัมพันธ์ ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมทางการตลาดที่เกิดขึ้น แจ้งข่าวในปัจจุบัน นอกจากนี้ แอสสิริจะมีการใช้ทวิตโอ้สั้นๆ ซึ่งเป็นโฆษณา การพาเยี่ยมชมโครงการ การให้ข้อมูลข่าวสาร ผ่านทาง YouTube อีกด้วย

3.4 ผลตอบรับจากลูกค้า

การตอบรับจากลูกค้าเป็นประโยชน์ที่กิจการจะต้องใส่ใจ เพราะเสียงสะท้อนจากลูกค้าจะมีการพูดต่อกันไปอย่างต่อเนื่อง

กรณีเว็บไซต์ที่มีลักษณะของการเป็นฟอรัม เช่น Pantip มี Feedback จากลูกค้าในบอร์ดที่แบ่งเป็นหมวดหมู่ต่างๆ จำนวนมาก ถ้า Feedback ที่ร้องเรียนนั้นไม่ได้รับการตอบสนองจากผู้เกี่ยวข้อง ก็เป็นเรื่องราวใหญ่โตได้ ดังนั้น กิจการควรต้องสอดส่อง พูดคุย แก้ไขปัญหา รวมถึงชี้แจงข้อมูล ซึ่งปัจจุบันจะเห็นว่ากิจการหลายรายมีการให้พนักงานจัดการกับเสียงร้องในกระทู้ต่างๆ

นอกจากนี้ Feedback ยังมีประโยชน์สำหรับการพัฒนาสินค้าหรือบริการ อาจอยู่ในรูปของการให้กลุ่มคนได้แสดงความคิดเห็นต่อสินค้าหรือบริการก่อนจำหน่ายจริง แล้วรอผลตอบรับกลับมา เพื่อนำไปพัฒนาสินค้าหรือบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้ามากที่สุด

3.5 การเพิ่มจำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์

Social Media ถือเป็นเครื่องมือหนึ่งในการผลักดันให้คนเข้ามายังเว็บไซต์เราได้มากขึ้น เว็บไซต์ส่วนใหญ่มีการติดโลโก้ของ Social Bookmark ทั้งนี้ผู้ที่อ่านบทความสามารถทำการโหวต หรือ Bookmark ให้บทความนี้ไปปรากฏยังเว็บไซต์และเปิดโอกาสให้ผู้อื่นได้เข้ามาอ่านบทความได้เพิ่มมากขึ้น หรือบางบทความมีเครื่องหมาย Retweet เปิดโอกาสให้เราสามารถ

ทำการบอกต่อเพื่อนๆ ถึงบทความดีๆ ผ่านทาง Twitter ได้โดยง่าย

นอกจากนี้ การใช้ Social Media เพื่อเชื่อมต่อเข้ามายังเว็บไซต์หลักนั้น ยังทำให้เป็นการเพิ่มจำนวนลิงค์ เพราะผู้ที่อ่านบทความจาก Social Media ต่างๆ จะแนะนำไปยังเพื่อนๆ อีกทำให้อันดับของผลการค้นหาจาก Search Engine อยู่ในอันดับต้นๆ ซึ่งทำให้มีจำนวนคนเข้ามายังเว็บไซต์สูงขึ้นตามไปด้วย แม้ว่าการจัดอันดับจะมีหลายปัจจัยเข้ามาประกอบ แต่จำนวนลิงค์ที่เข้ามายังเว็บไซต์นั้นถือเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่ง

3.6 การเป็นผู้นำทางความคิด

เป้าหมายด้านนี้ ส่วนใหญ่เป็นเป้าหมายสำหรับผู้ใช้งาน Social Media ในระดับปัจเจกชน เนื่องจาก Social Media โดยเฉพาะบล็อกนั้น ค่อนข้างง่ายทำให้ผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในสาขาต่างๆ ได้เขียนเนื้อหาที่ให้ความรู้ และมีผู้คนติดตามอ่านเป็นจำนวนมาก ทำให้พวกเขาเป็นผู้นำทางความคิดและมีอิทธิพลสูงทางการตลาด

4. การตลาดออนไลน์ผ่าน Social Media

Social Media Marketing ถือเป็นมิติใหม่ทางการตลาด ที่แตกต่างจากตลาดแบบเดิม ที่เน้นการตลาดมักมอบสารการตลาดออกไปแบบข้างเดียว โดยหวังว่า จะสามารถเปลี่ยนพฤติกรรมหรือสร้างความชื่นชอบในสินค้าหรือบริการได้ ส่วนยุคนี้ เราสามารถค้นหาข้อมูลต่างๆ ผ่านทางโลกออนไลน์ เราจะเชื่อคำบอกเล่าของผู้ที่ใกล้ชิดและใช้แบรนด์นั้นจริง เช่น เพื่อน คนรู้จัก หรือผู้ทรงอิทธิพลทางการตลาดมากกว่า ทำให้กิจการไม่สามารถควบคุมทิศทางของสื่อได้เหมือนแต่ก่อน

การพัฒนาของเว็บไซต์ที่เปิดให้ผู้ใช้งานแบรนด์ได้มีโอกาสในการพัฒนาเนื้อหาได้ด้วยตัวเอง ทำให้เกิดสังคมออนไลน์ขึ้นในหลากหลายรูปแบบ เช่น บล็อก ฟอรัม, Twitter, Facebook หรือ YouTube ที่เปิดโอกาสให้คนทั่วไปมีเวทีในการสร้างเนื้อหาและสื่อออกไปให้สาธารณชนได้อ่าน แล้วเกิดปฏิสัมพันธ์กับคนอื่นๆ

จนกระทั่งทำให้เกิดสังคมที่มีความใกล้ชิดสนิทสนมกัน ทั้งเพื่อนที่รู้จักกันดีอยู่แล้ว รวมไปถึงเพื่อนใหม่ๆ ที่ได้พบปะบนโลกออนไลน์อย่างแนบแน่นขึ้น

ถ้ามองกิจกรรมต่างๆ ของ Social Media ที่เกิดขึ้น จะพบว่าเป็นโอกาสที่จะนำมาใช้ในการตลาด ซึ่งนักการตลาดต้องยอมรับถึงบทบาทที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม โดยการเข้าไปพูดคุยกับคนในสังคมออนไลน์ รับฟัง Feedback จากลูกค้าอย่างเปิดกว้าง ต้องรู้จักฟังและมอบประโยชน์ต่างๆ ให้ที่เกี่ยวข้องกับสินค้าหรือบริการของตนเอง

การใช้สื่อสังคมออนไลน์ให้เกิดประโยชน์จะช่วยให้ธุรกิจดำเนินไปได้อย่างยั่งยืน นอกจากนั้นการที่เราใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่สามารถดูแลควบคุมได้ด้วยตนเองก็จะทำให้ปัจจัยต่างๆ ภายนอกสามารถควบคุมได้มากกว่า การใช้สื่อสังคมออนไลน์ภายนอกเพียงอย่างเดียว ดังนั้นการพัฒนาสื่อสังคมออนไลน์จึงเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจในระยะยาว

การพัฒนาสื่อสังคมออนไลน์ด้วยซอฟต์แวร์รหัสเปิด

ปัจจุบันซอฟต์แวร์รหัสเปิด หรือ Open Source Software ได้ถูกนำมาใช้ในการสร้างเว็บไซต์ออนไลน์ขึ้นมากมาย ตัวอย่างเช่น ระบบการจัดการเนื้อหา CMS (Content Management System) และระบบการจัดการการเรียนรู้ LMS (Learning Management System)

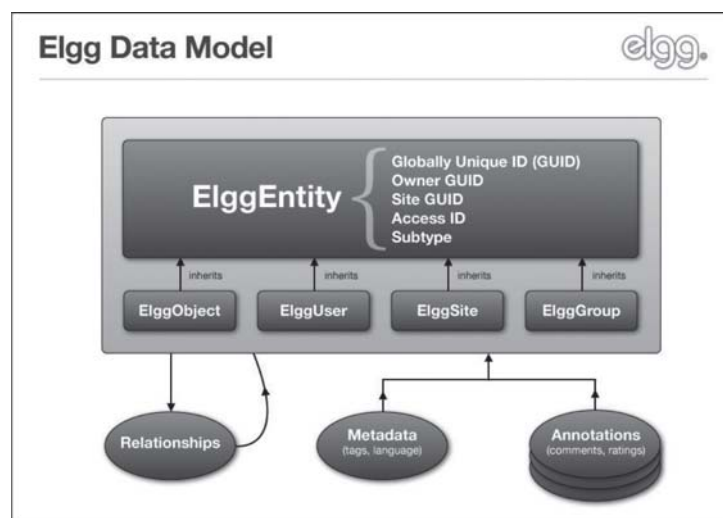
จากการศึกษาซอฟต์แวร์รหัสเปิดสำหรับสื่อสังคมออนไลน์ ทำให้ได้รู้จักกับ Elgg ซึ่งเป็น เฟรมเวิร์คเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยให้บริการฟังก์ชันพื้นฐานที่ทำให้เกิดเครือข่ายสังคมออนไลน์ขึ้น ซึ่งผู้พัฒนาต้องพัฒนาเพิ่มเติมในบางส่วน เพื่อให้เครือข่ายสังคมออนไลน์สามารถทำงานได้ตามความต้องการ Elgg มีความยืดหยุ่นและทำให้ง่ายต่อการเพิ่มฟังก์ชันที่ต้องการในรูปแบบของปลั๊กอิน

ส่วนประกอบของ Elgg

1. Data Model

การใช้งานเว็บไดนามิกส่วนมากนั้น จะใช้ฐานข้อมูลสำหรับการทำงานแบบ Back-End คือ สามารถจัดการ เพิ่ม ลบ แก้ไขได้ Elgg สนับสนุนการทำงานที่ไม่ซับซ้อน ใช้งานง่าย และได้รับการออกแบบในลักษณะ

ที่ผู้พัฒนาไม่จำเป็นต้องสร้างตารางฐานข้อมูลของตนเอง เพื่อสนับสนุนการทำงานที่ได้กำหนดขึ้น ทั้งนี้เนื่องจาก Elgg มีโมเดลข้อมูลที่มีความยืดหยุ่น หากมีการเพิ่มข้อมูลหรือความต้องการ เข้าไปในฐานข้อมูล ก็ไม่จำเป็นต้องปรับปรุงแก้ไขโค้ดอื่นและโค้ดของผู้พัฒนา แผนภาพ Elgg Data Model แสดงในรูปที่ 2



รูปที่ 2 แผนภาพ Elgg Data Model

การทำงานของ Elgg จะเหมือนกับ Data Model และหน่วยของข้อมูล ที่เรียกว่า Entity การทำงานของ Elgg จะมี ElggEntity และ Entity อื่นๆ ที่ได้สืบทอดมาจาก ElggEntity คือ ElggObject, ElggUser, ElggSite, ElggGroup ซึ่งทั้งหมดนี้เรียกว่า ElggEntity Class โดยทุก Entity ในระบบจะมีความสัมพันธ์กับ ElggEntity Class

2. Elgg Entity

Elgg สร้างขึ้นจากหน่วยข้อมูลที่เรียกว่า entities ผู้ใช้ (User) เป็น entities บล็อก (Blog) เป็น entities กลุ่ม (Group) เป็น entities คลาสพื้นฐาน (Base Class) ใน Elgg framework เรียกว่า ElggEntity คลาสอื่นๆ จะใช้การสืบทอด เช่น คลาส ElggUser สืบทอดมาจาก คลาส ElggEntity

นอกจากนี้ยังมีคลาสเอนทิตีที่แตกต่างกันใน Elgg ซึ่งมีอยู่ 3 คลาสผู้ช่วย (Helper Class) ที่ช่วยทำให้ง่ายต่อการเพิ่มฟังก์ชันใหม่ ได้แก่ คลาส ElggRelationship ช่วยให้การเชื่อมต่อระหว่างเอนทิตีได้อย่างรวดเร็ว ผู้ใช้สามารถเป็นเพื่อนกับผู้อื่นได้ ผู้ใช้สามารถเข้าร่วมกลุ่มได้ รูปภาพสามารถติดแท็กเพื่อระบุผู้ใช้ที่อยู่ในภาพได้ รวมถึงอีกสองคลาสผู้ช่วย คือ ElggMetadata และ ElggAnnotation ที่จะช่วยให้นักพัฒนาที่จะโยยข้อมูลไปยังเอนทิตี เมื่อถูกแท็กก็就会被เก็บไว้เป็น Elgg-Metadata เมื่อผู้ใช้เขียนความคิดเห็นบนอัลบั้มรูปที่เก็บไว้เป็น ElggAnnotation

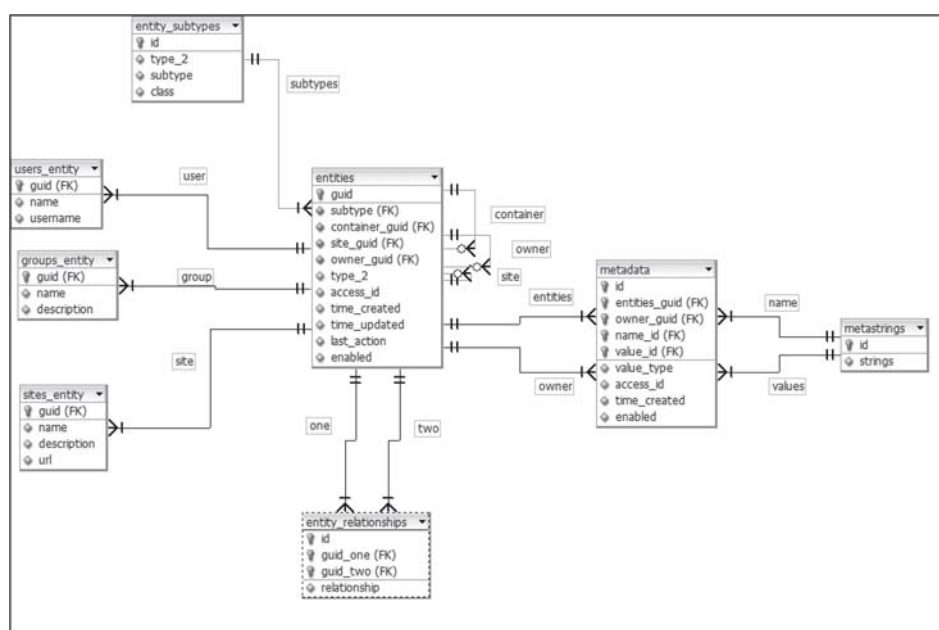
ElggEntity ถูกแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ซึ่งแต่ละประเภทมีการทำงานแตกต่างกัน

- ElggObject เป็น entity ที่เกี่ยวข้องกับ object ที่เหมือนกับ blog posts, uploaded files
- ElggUser เป็น entity ที่เกี่ยวข้องกับ user ในระบบ
- ElggSite เป็น entity ที่เกี่ยวข้องกับเว็บไซต์ (Site) เช่น ชื่อเว็บไซต์ (Name) รายละเอียด (Description)
- ElggGroup เป็น entity ที่เกี่ยวข้องกับผู้ใช้หลายคนทำงานในระบบ (Communities)

3. Actions

Action ใน Elgg เป็นโค้ดที่จะทำงานเมื่อผู้ใช้ทำบางสิ่ง เมื่อผู้ใช้เข้าสู่ระบบ Action ของการเข้าสู่ระบบ

จะถูกเรียก หรือเมื่อผู้ใช้ Submit ความคิดเห็น Action ของการเพิ่มความคิดเห็นก็จะถูกเรียก โดยทั่วไป Action จะถูกเรียกเมื่อผู้ใช้ Submit ฟอรัม ซึ่งกระบวนการประมวลผลข้อมูลที่ Input เข้ามาจะเกิดขึ้นเพื่อให้มีการปรับปรุงแก้ไขที่เหมาะสมกับฐานข้อมูล แล้วจึงส่งผลลัพธ์ให้ผู้ใช้ในหน้าเพจใหม่ ซึ่งอาจจะเป็นข้อความของระบบ (System Message) หรืออื่นๆ Action จะถูกเรียกผ่านตัวจัดการกลาง Action จะถูกลงทะเบียนกับ Framework ในระหว่างขั้นตอนการเริ่มต้นการเรียก Framework ตัวจัดการกลางจะดำเนินการตรวจสอบความปลอดภัย แล้วเรียก Action File ที่ลงทะเบียนแล้ว แผนภาพความสัมพันธ์ของข้อมูลแสดงดังรูปที่ 3



รูปที่ 3 การเก็บข้อมูลและความสัมพันธ์ของข้อมูล

4. Elgg Event System

Elgg มี Event System อยู่ 2 ชนิด ที่สามารถลงทะเบียนตัวจัดการ ได้แก่ Elgg Events และ Plugin Hooks

4.1 Elgg events

Elgg Events จะถูกเรียกเมื่อบางสิ่งถูกสร้างขึ้นหรือลบออก หรือเมื่อ Elgg Framework กำลังโหลดกิจกรรมอื่นๆ และยังสามารถเรียกโดยปลั๊กอินได้ โดยแต่ละ Event จะถูกกำหนดโดยชื่อ Event (Event Name) และชนิดของวัตถุ (Object Type) เช่น ระบบ (System) ผู้ใช้ (User) วัตถุ (Object) ชื่อความสัมพันธ์ (Relationship Name) กลุ่ม (Group) คำอธิบายประกอบ (Annotation) และยังมี 4 Events ที่มีความสำคัญ ดังนี้

Boot System จะไม่สามารถเข้า ถึงปลั๊กอิน และจะถูกเรียกเมื่อระบบกำลังโหลดไลบรารี

Init System มีจุดประสงค์เพื่อให้ปลั๊กอินเริ่มต้นการทำงานได้เองก่อนที่ Action จะถูกเรียก

Page Setup System จะถูกเรียกก่อนเนื้อหา ของ HTML จะเริ่มสร้าง

Shutdown System จะถูกเรียกหลังจากที่ หน้าแสดงผลได้ถูกส่งไปยังผู้ใช้แล้ว

4.2 Plugin Hooks

Plugin Hooks มีลักษณะที่คล้ายกับ Event โดยสามารถลงทะเบียนเพื่อใช้งานตัวจัดการเมื่อบางสิ่งเกิดขึ้นกับ Plugin Hooks เช่นเดียวกับที่สามารถใช้งานกับ Event

Elgg Framework มีหลาย Plug-in Hooks ตัวอย่าง คือ Cron ซึ่งช่วยให้สามารถเรียกใช้ฟังก์ชันการทำงานที่กำหนดเองได้อย่างสม่ำเสมอ ตัวอย่างเช่น ผู้เขียนปลั๊กอิน อาจต้องการขยายฟังก์ชันการทำงานในส่วนนี้จะช่วยให้ปลั๊กอินอื่นๆ สามารถเพิ่มฟังก์ชันการทำงานโดยไม่มีการปรับเปลี่ยนโค้ด การดาวน์โหลด Plug-in ต่างๆ ของ Elgg แสดงดังรูปที่ 4



รูปที่ 4 การดาวน์โหลด Plug-in ต่างๆ ของ Elgg

ตัวอย่างสื่อสังคมออนไลน์ที่พัฒนาด้วย Elgg

การพัฒนาสื่อสังคมออนไลน์สำหรับธุรกิจโดยใช้ซอฟต์แวร์รหัสเปิด จะใช้เป็นกรณีศึกษา สำหรับสร้างเว็บไซต์สื่อสังคมออนไลน์เพื่อเป็นศูนย์กลางในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลต่างๆ ระหว่างธุรกิจ โดยพัฒนาขึ้นด้วยซอฟต์แวร์โอเพนซอร์ส ที่ชื่อว่า Elgg

การสร้างต้นแบบสื่อสังคมออนไลน์สำหรับธุรกิจ มีการนำเสนอเนื้อหาข้อมูลเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ ข้อมูล ข่าวสาร ผลิตภัณฑ์ และบริการต่างๆ เพื่อเป็นสื่อกลางสำหรับกลุ่มธุรกิจ โดยภายในสื่อสังคมออนไลน์จะประกอบไปด้วยมอดูลต่างๆ ดังนี้

Blog สามารถโพสต์บันทึกข้อความของสมาชิกในเว็บไซต์ได้

Profile มอดูลสำหรับการจัดการข้อมูลส่วนบุคคลของสมาชิกแต่ละราย

Files ใช้สำหรับจัดการไฟล์เอกสารต่างๆ ที่จะให้อัปโหลดไฟล์ต่างๆ ขึ้นไปแบ่งปันกันระหว่างสมาชิก

Group เป็นมอดูลมาตรฐานสำหรับการจัดการกลุ่ม

และสร้างกลุ่มของคุณ

Member มอดูลที่แสดงให้เห็นจำนวนสมาชิกทั้งหมดของการเข้าสมัครใช้งาน

Page มอดูลสำหรับการสร้างหน้าเว็บเพจ

Photo พื้นที่สำหรับการแชร์รูปภาพต่างๆ

The Wire สำหรับการพิมพ์ข้อความต่างๆ ได้ถึง 140 ตัวอักษร

Message Board มอดูลสำหรับสร้าง Message Box ใช้ในการสื่อสารระหว่างสมาชิกทุกคน

Friends มอดูลสำหรับการทำรายการเพื่อนของ User แต่ละคน

Setting สำหรับการตั้งค่าการใช้งานต่างๆ ตามที่ผู้ใช้งานต้องการ

Browse การค้นหาเพื่อขอดูรายชื่อสมาชิกทั้งหมดของเว็บไซต์

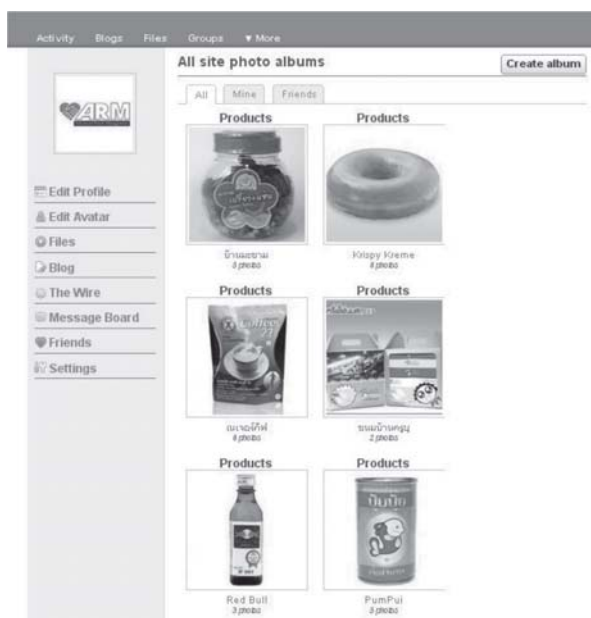
ระบบจำลองของสื่อสังคมออนไลน์จะแสดงเมนูฟังก์ชันต่างๆ และหน้าสมาชิกดังรูปที่ 5



รูปที่ 5 เมนูฟังก์ชันต่างๆ ในหน้าสมาชิก Members

การสร้างบัญชีผู้ใช้และนำเสนอสินค้าส่วนของผลิตภัณฑ์ไวน์มอดูล Photo ซึ่งมีรายละเอียดของสินค้าประกอบด้วยภาพ ซึ่งผู้ใช้สามารถเลือกดูสินค้าในแบบของ

ภาพต่อภาพ หรือเลือกเป็น Mode ของ Slideshow ได้ ตัวอย่างของหน้าแสดงแกลเลอรีภาพ Photos และหน้ากิจกรรม Activity แสดงดังรูปที่ 6 และรูปที่ 7



รูปที่ 6 หน้าแกลเลอรีภาพ Photos



รูปที่ 7 หน้ากิจกรรม Activity

การพัฒนาสื่อสังคมออนไลน์ด้วยซอฟต์แวร์ที่สเปคได้นำมาใช้เป็นต้นแบบของธุรกิจค้าปลีกบริษัทต่างๆ เพื่อให้สมาชิกได้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร และกิจกรรมต่างๆ ถึงกัน การที่สามารถสร้างสื่อสังคมออนไลน์ด้วยตนเองได้ จะทำให้ควบคุมดูแลและสร้างเครือข่ายของ

ตนเองได้อย่างเหมาะสม จึงควรมีการพัฒนากระบวนการออกแบบสื่อสังคมออนไลน์ให้สามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างเต็มที่ต่อไป ซึ่งเราสามารถนำสื่อที่เราสร้างขึ้นมาประกอบกับสื่อสังคมออนไลน์ที่มีอยู่ในปัจจุบันให้เกิดประโยชน์สูงสุดและเพิ่มมูลค่าทางธุรกิจ

บทสรุป

สื่อสังคมออนไลน์ในปัจจุบันมีการใช้กันอย่างกว้างขวางในหลายวงการ ทั้งเครือข่ายสังคมส่วนตัว และสังคมธุรกิจ การนำเทคโนโลยีมาทำให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจมีความสำคัญมาก โดยเฉพาะโลกออนไลน์ที่การติดต่อสื่อสารถึงกันตลอดเวลา บทความนี้ได้แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของสื่อสังคมออนไลน์ ความหมาย ประเภท รวมถึงการนำไปใช้ประโยชน์ และกรณีศึกษาในการใช้

ในธุรกิจต่างๆ ทำให้เห็นถึงความสามารถในการขยายตลาด นอกจากนี้ยังแสดงเครื่องมือในการพัฒนาสื่อสังคมออนไลน์ขึ้นด้วยซอฟต์แวร์ที่สเปค โดยใช้ Elgg ซึ่งสามารถจัดการเนื้อหาและเพิ่มเติมข้อมูลข่าวสารเองได้ จากการศึกษาค้นคว้าจะเป็นต้นแบบเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ ข้อมูล ข่าวสาร ผลิตภัณฑ์ และบริการต่างๆ สำหรับธุรกิจและการตลาดออนไลน์ต่อไป

บรรณานุกรม

- ธวัชชัย เอี่ยมไพโรจน์. (2553). *ซอฟต์แวร์เครือข่ายสังคมเพื่อสังคมการเรียนรู้ใหม่ของไทย*. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรบัณฑิต, คณะวิทยาการสารสนเทศ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ภิเชก ชัยนิรันดร์. (2554). *ประเภทของ Social Media*. สืบค้นเมื่อ 16 มกราคม 2555, จาก <http://www.doctorpisek.com>
- วาวไพลิน ช่อวิเชียร. (2554). 7 *ปรากฏการณ์ Social Network ในอาเซียน*. ASEAN Highlights 2011. 54(1), 58-61.
- iAuan. (2553). *นิยาม Social Media สื่อใหม่ที่กิจการเลี้ยงไม่ได้*. สืบค้นเมื่อ 16 มกราคม 2555, จาก <http://newsocialmedia.blogspot.com>
- Zhug. *Elgg Social Networking*. 1 st ed. Birmingham : Packt Publishing Ltd.



Datchakorn Tancharoen received the B.Eng. and M.Eng. in Electrical Engineering from Chulalongkorn University. He got the scholarship of Thai Graduated Institute Science and Technology (TGIST) from National Science and Technology Development Agency (NSTDA) for his Master degree and he was awarded the Japanese Government Scholarship (Monbukagakusho Scholarship) for his Doctoral degree. He received the Ph.D. degree in Information and Communication Engineering, Department of Electronic Engineering at the University of Tokyo in 2007. His research works include Multimedia and Information Retrieval, Digital Image Processing, and Wearable Computer System. Currently, he works as an Associate Dean for Administration and International Relations in the Faculty of Engineering and Technology, Panyapiwat Institute of Management (PIM). His current interests are about Multimedia Processing, Social Media Analysis, Open Source Software and Web Technology.



Waleerat Donmuang received the Bachelor degree from the Faculty of Engineering and Technology, Panyapiwat Institute of Management majoring in Information Technology. Currently, she works at the Office of Information Technology, Panyapiwat Institute of Management.



Koses Thamprateep received the Bachelor degree from the Faculty of Engineering and Technology, Panyapiwat Institute of Management majoring in Information Technology. Currently, he works at Panyatara training center in CP ALL Group.