

การพัฒนาสื่อโฆษณาดิจิทัล สบู่หอมแดงว่านหางจระเข้

By Chalala Beauty

สายใจ ชิดชอบ¹ และ เพ็ญภา จุมพลพงษ์²

¹คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ลพบุรี

²สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ลพบุรี

Emails: wanmai.maidy@gmail.com, phennapaj@gmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อวิเคราะห์ ออกแบบ พัฒนาสื่อโฆษณาและประเมินประสิทธิภาพของสื่อโฆษณาดิจิทัลสบู่หอมแดงว่านหางจระเข้ By Chalala Beauty โดยผู้เชี่ยวชาญและผู้ชม โดยกลุ่มเป้าหมายของการวิจัยสื่อโฆษณา คือ ลูกค้ายที่สนใจผลิตภัณฑ์สบู่หอมแดงว่านหางจระเข้ By Chalala Beauty จำนวน 30 คน และเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลความต้องการ และระดับความพึงพอใจในการออกแบบ และพัฒนาสื่อโฆษณาดิจิทัล ผลลัพธ์ที่ได้จากการดำเนินการพัฒนาสื่อโฆษณาดิจิทัล คือ 1) เจ้าของกิจการมีความพึงพอใจต่อสื่อโฆษณาดิจิทัล 2) ผู้เข้าชมวิดีโอบน Facebook เกิดความพึงพอใจต่อสื่อโฆษณาดิจิทัล 3) ผู้จัดทำโครงการได้พัฒนาทักษะในด้านการใช้โปรแกรม Ulead VideoStudio 11, Adobe Photoshop, Format Factory และMicrosoft Office Word

ABSTRACT

This research aims to To analyze, design, develop advertising media, and evaluate the effectiveness of digital media, soap, shallot, aloe, aloe vera. By Chalala Beauty by experts and audiences. The target group of the research was advertising media, which was interested in the products of 30 Sala Khaoyai Aloe Vera Soap, and the research tool was a questionnaire to collect data on demand and satisfaction in design. And develop digital media The results of the development of digital media are: 1) The owner is satisfied with the digital media. 2) The video visitors on Facebook are satisfied with the digital media. 3) The developer has developed skills in using Ulead VideoStudio 11, Adobe Photoshop, Format. Factory and Microsoft Office Word

คำสำคัญ—การพัฒนาสื่อโฆษณาดิจิทัล, สบู่หอมแดงว่านหางจระเข้ By Chalala Beauty

1. บทนำ

ธุรกิจสบู่เป็นธุรกิจที่ได้รับความนิยมอันดับ 1 เป็นผลการวิจัยของศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ที่รายงานว่า ธุรกิจที่มาแรงเป็น อันดับ 1 ติดกัน 3 ปี ซ้อน ก็คือ ธุรกิจบริการทางการแพทย์และความงาม ซึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทสบู่อยู่ในกลุ่มนี้ เพราะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้เพื่อความงามและแก้ปัญหาเรื่องผิวพรรณได้ ดังนั้นจึงเป็นความน่าสนใจอันดับแรก เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าทางการตลาดสูงจากสถิติในปี 2558 เราพบว่าตลาดผลิตภัณฑ์ประเภทนี้มีมูลค่าสูงถึง 5,800 ล้านบาท

สื่อโฆษณาแบบดิจิทัล สื่อที่มีการนำเอาข้อความกราฟิก ภาพเคลื่อนไหว เสียง มาจัดรูปแบบ โดยอาศัยเทคโนโลยีความเจริญก้าวหน้าทางด้านคอมพิวเตอร์สื่อสารทางออนไลน์ หรือ ตัวกลางที่ถูกสร้างขึ้นโดยอาศัยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ที่นำเอาข้อความกราฟิกภาพเคลื่อนไหวเสียงและวิดีโอมาจัดการตามกระบวนการ และวิธีการผลิตโดยนำมาเชื่อมโยงกันเพื่อให้เกิดประโยชน์ในการใช้งาน และตรงกับวัตถุประสงค์การทำการตลาดโดยใช้สื่อโฆษณาแบบดิจิทัล จะเห็นว่าสังคมออนไลน์ เป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคเป็นอย่างมากในยุคนี้ ปัจจุบันธุรกิจต่าง ๆ จึงหันมาใช้ในการตลาด (Digital Marketing) หรือกลยุทธ์การสื่อสารผ่านสื่อแบบใหม่ (New Media) เพิ่มขึ้นอย่างมาก ซึ่งเป็นแนวโน้มการตลาดที่จำเป็นสำหรับโลกยุคดิจิทัล

สบู่หอมแดงเป็นธุรกิจที่ไม่จำเป็นต้องแข่งขันในเรื่องราคามากนักเนื่องจากผลิตภัณฑ์ในกลุ่มสุขภาพและความงาม หากว่ามีราคาถูกจะไม่ได้ได้รับความนิยมเพราะผู้บริโภคจะมองว่าเป็นของ คุณภาพธรรมดา ดังนั้น สามารถตั้งราคาที่สูงได้หากมีประสิทธิภาพที่เหมาะสมโดยไม่ต้องกังวลว่าต้นทุนในการผลิตสบู่ อาจจะไม่ได้สูงมากนักก็ตามเราไม่จำเป็นต้องลงทุนสร้างโรงงานเองก็ทำยี่ห้อสบู่ของตัวเองได้ เพราะปัจจุบันมีผู้รับผลิตสบู่แบบครบวงจรและปัจจุบัน อินเทอร์เน็ต เป็นช่องทางที่ทำให้เรา

เริ่มต้นทำธุรกิจขายผลิตภัณฑ์ได้ง่าย ๆ ค่าใช้จ่ายน้อย ตั้งแต่การขายในสื่อสังคมการประกาศขายในเว็บไซต์ขายผลิตภัณฑ์ ไปจนถึงการมีเว็บไซต์ของตัวเองซึ่งก็อยู่ที่ความพร้อมหรือจะใช้หลาย ๆ ช่องทางพร้อมกันไปก็ได้ แต่อย่าลืมว่าธุรกิจนี้มีการแข่งขันสูง ดังนั้นการส่งเสริมการขายจึงเป็นเรื่องสำคัญมาก ๆ เพราะในโลกออนไลน์มีสบู่นับพันยี่ห้อที่ขายกันผ่านสื่อสังคม

เนื่องจากปัญหาที่พบในระบบงานปัจจุบันของสื่อโฆษณาดิจิทัล สบู่ออมแดงว่านหางจระเข้ By Chalala Beauty ไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้มากนักเพราะใช้สื่อแบบบอกต่อสื่อโฆษณาผ่านทางเฟสบุ๊คทำให้ลูกค้าที่ไม่ได้รับข่าวสารเท่าที่ควร และลูกค้าก็ยังไม่รู้จักสบู่ออมแดงว่านหางจระเข้ By Chalala Beauty ดังนั้น ผู้วิจัยได้เล็งเห็นความสำคัญในการพัฒนาสื่อโฆษณาในรูปแบบดิจิทัล เพื่อเป็นเป็นการส่งเสริมการขายของยี่ห้อสบู่ออมแดงว่านหางจระเข้ By Chalala Beauty การถ่ายทำโฆษณาชิ้นนี้เป็นการถ่ายทำที่มีจุดประสงค์ในการทำให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักและโน้มน้าวให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจอยากจะทำลองใช้เพื่อความต้องการที่จะขายผลิตภัณฑ์ให้ได้มากและมีกลุ่มลูกค้าที่เพิ่มมากขึ้น

2. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 2.1. สามารถใช้สื่อโฆษณาดิจิทัล สบู่ออมแดงว่านหางจระเข้ By Chalala Beauty ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์
- 2.2. เพิ่มช่องทางในการทำตลาดให้ลูกค้ารู้จักสบู่ออมแดงว่านหางจระเข้ By Chalala Beauty เพิ่มมากขึ้น

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลความต้องการ และระดับความพึงพอใจในการออกแบบ และพัฒนาสื่อโฆษณาดิจิทัล

3.2. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.2.1. ศึกษารวบรวมข้อมูลความต้องการจากผู้ประกอบการสบู่ออมแดงว่านหางจระเข้ By Chalala Beauty

3.2.2. ประเมินประสิทธิภาพของสื่อโฆษณาดิจิทัล สบู่ออมแดงว่านหางจระเข้ By Chalala Beauty จำนวน 30 คน

3.3. การวิเคราะห์ข้อมูล

การประเมินประสิทธิภาพของสื่อโฆษณาดิจิทัล สบู่ออมแดงว่านหางจระเข้ By Chalala Beauty วิเคราะห์ข้อมูลหาค่าเฉลี่ยเพื่อนำไปประเมินระดับความพึงพอใจ

3.4. ขั้นตอนการดำเนินการศึกษา

3.4.1. การศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลปัจจุบันเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์สบู่ออมแดงว่านหางจระเข้ By Chalala Beauty จากแหล่งข้อมูลดังนี้ แหล่งข้อมูลทุติยภูมิจากการศึกษา เอกสารและรายงานต่าง ๆ โดยนำมาพิจารณา

ร่วมกับแหล่งข้อมูลปฐมภูมิเป็นการเก็บข้อมูลภาคสนามจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการสบู่ออมแดงว่านหางจระเข้ By Chalala Beauty

3.4.2. การออกแบบโครงสร้างเนื้อหาของด้วยกระดานเรื่องราว (Story Board)



รูปที่ 1. การออกแบบโครงสร้างเนื้อหาของด้วยStoryboard



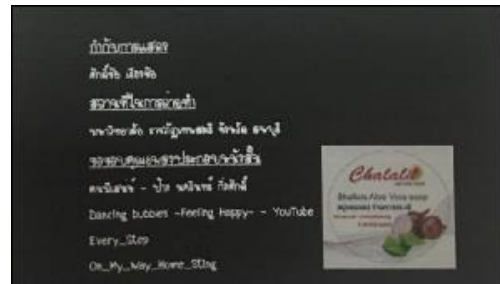
รูปที่ 2. หน้าแรกของสื่อโฆษณา



รูปที่ 3. ปรีกษาเรื่องการใช้ผลิตภัณฑ์



รูปที่ 4. บำรุงรักษาผิวหน้าด้วยธรรมชาติ



รูปที่ 9. ข้อมูลการกำกับการแสดง



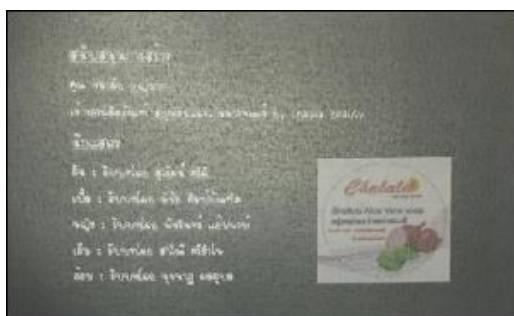
รูปที่ 5. ทาวิธีการแก้ไขหน้าหมองคล้ำ



รูปที่ 6. ส่วนผสมของผลิตภัณฑ์



รูปที่ 7. บำรุงรักษาผิวหน้าด้วยผลิตภัณฑ์สบู่มหอมแดงว่านหางจระเข้



รูปที่ 8. แสดงคำขอบคุณนักแสดงทั้งหมด

3.4.4. นำสื่อโฆษณาดิจิทัล สบู่มหอมแดงว่านหางจระเข้ By Chalala Beauty ให้กับกลุ่มลูกค้าที่สนใจผลิตภัณฑ์สบู่มหอมแดงว่านหางจระเข้ By Chalala Beauty ประเมินสื่อโดยใช้แบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4. ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเป็นการประเมินประสิทธิภาพของลูกค้าที่สนใจผลิตภัณฑ์สบู่มหอมแดงว่านหางจระเข้ By Chalala Beauty จำนวน 30 คน โดยแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ความพึงพอใจ การรับรู้ต่อผลิตภัณฑ์ ความพึงพอใจด้านคุณภาพของเนื้อหา ความพึงพอใจด้านการออกแบบและการเผยแพร่ ความพึงพอใจโดยภาพรวม

การแปลผลค่าเฉลี่ยของแต่ละประเด็น ดังนี้

4.50 – 5.00 มีความพึงพอใจการใช้งานอยู่ในระดับดีมาก

3.50 – 4.49 มีความพึงพอใจการใช้งานอยู่ในระดับดี

2.50 – 3.49 มีความพึงพอใจการใช้งานอยู่ในระดับปานกลาง

1.50 – 2.49 มีความพึงพอใจการใช้งานอยู่ในระดับพอใช้

1.00 – 1.49 มีความพึงพอใจการใช้งานอยู่ในระดับปรับปรุง

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาค่าเฉลี่ยของการประเมินจากสูตร ดังนี้

สูตรหาค่าเฉลี่ย

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n} \quad (1)$$

เมื่อกำหนดให้ \bar{x} หมายถึง ค่าคะแนนเฉลี่ย

$\sum x$ หมายถึง ผลคะแนนความคิดเห็นทั้งหมด

n หมายถึง แทนจำนวนของคะแนนในกลุ่ม

สูตรหาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

$$S.D. = \sqrt{\frac{n \sum x^2 - (\sum x)^2}{n(n-1)}} \quad (2)$$

เมื่อกำหนดให้ S.D. หมายถึง ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

x หมายถึง ค่าคะแนนแต่ละคน

$\sum x$ หมายถึง ผลคะแนนความคิดเห็นทั้งหมด

n หมายถึง จำนวนคะแนนในแต่ละกลุ่ม

ผลการประเมินประสิทธิภาพของสื่อโฆษณาดิจิทัล สบู่หอมแดงว่านหางจระเข้ By Chalala Beauty พบว่า ความพึงพอใจการรับรู้ต่อผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ความพึงพอใจด้านคุณภาพของเนื้อหา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 ความพึงพอใจด้านการออกแบบและการเผยแพร่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 ความพึงพอใจโดยภาพรวม 4.00 และผลการประเมินความพึงพอใจทั้งสี่ด้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 ซึ่งการประเมินประสิทธิภาพของสื่อโฆษณาดิจิทัลอยู่ในระดับดี และผู้ประกอบการสบู่หอมแดงว่านหางจระเข้ By Chalala Beauty ได้ออกหนังสือรับรองการใช้ประโยชน์จากสื่อ โฆษณาดิจิทัลสบู่หอมแดงว่านหางจระเข้ By Chalala Beauty ที่ได้พัฒนาขึ้น

ผู้วิจัย มีความคิดเห็นว่า หากทางผู้ประกอบการจะนำไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์จะต้องมีการตรวจสอบลิขสิทธิ์ของข้อมูล รูปภาพและอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องอีกครั้ง

5. อภิปรายผลการวิจัย

เมื่อพิจารณาแยกรายด้านมีผลการศึกษิตตามการพัฒนาระบบสารสนเทศ SDLC ดังนี้

ด้านการรับรู้ต่อผลิตภัณฑ์ พบว่า รู้จักยี่ห้อสบู่หอมแดงว่านหางจระเข้ By Chalala Beauty จากการรับชมโฆษณา และการรับชมมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับดีมาก จดจำคำพูดประโยคเด็ด สโลแกนได้จากการรับชมโฆษณา มีความพึงพอใจอยู่ในระดับดี รับรู้และจดจำคุณสมบัติและทำให้รู้สึกมั่นใจในคุณภาพผลิตภัณฑ์ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง จะต้องใช้เวลาที่จะให้ลูกค้าได้ทดลองการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า

ด้านคุณภาพของเนื้อหา พบว่า ระยะเวลาในการนำเสนอสื่อโฆษณามีความพอดี ภาษาเข้าใจง่าย กระชับ และสะดวกต่อการเผยแพร่ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับดีมาก เนื้อหาเรื่องราวที่ถ่ายทอดผ่านสื่อโฆษณามีความถูกต้อง น่าสนใจติดตาม มีความพึงพอใจอยู่ในระดับดี ข้อมูลผลิตภัณฑ์มีความสมบูรณ์ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

ด้านการออกแบบและการเผยแพร่ พบว่า การติดต่อวิดีโอ มีการใช้เทคนิคที่น่าสนใจ มีความชัดเจนของเสียง ภาพวิดีโอ และมีความสอดคล้องกับเนื้อหาและสามารถสื่อความหมายได้ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับดีมาก ความสวยงามน่าสนใจของสื่อ การจัดรูปแบบในสื่อต่อการรับชม มีความพึงพอใจอยู่ใน ระดับดี

ด้านความพึงพอใจโดยภาพรวม พบว่า ความพึงพอใจใน คุณภาพของเนื้อหา การออกแบบสื่อ การเผยแพร่สื่อ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับดีมาก ซึ่งผู้วิจัยได้มีการศึกษาข้อมูล เก็บความต้องการในการพัฒนาสื่อในด้านต่าง ๆ ตามความต้องการของผู้ประกอบการ และนำมาวิเคราะห์ ออกแบบ และพัฒนาสื่อ

โดยนำเสนอความก้าวหน้าในการทำงานให้กับผู้ประกอบการได้ตรวจสอบข้อมูลอย่างต่อเนื่อง

6. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

6.1 กระบวนการทำงาน

6.1.1 ควรเพิ่มและแก้ไขบทและเพิ่มลูกเล่นของสื่อให้มีความน่าสนใจเพิ่มขึ้น

6.1.2 ควรจะมีเวลาในการเตรียมตัวและจัดทำงานวิจัยทั้งการถ่ายทำรวมถึงการติดต่อชิ้นงานเพิ่มขึ้น

6.2 เชิงระบบ

6.2.1 การจัดทำสื่อโฆษณาให้มีประสิทธิภาพนั้นควรที่จะมีอุปกรณ์ เครื่องมือ และใช้โปรแกรม ที่มีความทันสมัยเพิ่มขึ้น เพื่อที่จะตกแต่งกราฟฟิกส์ของงานให้น่าสนใจมากยิ่งขึ้น

6.2.2 ควรนำสื่อเผยแพร่ทางสื่อสังคมออนไลน์เผยแพร่ หลากหลายช่อง และต้องมีการต่อยอดให้ลูกค้าจำได้

7. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

จากผลของการทำวิจัยที่ผ่านมาทำให้ผู้จัดทำโครงการระบุถึงปัญหาและข้อเสนอแนะที่มีต่อการพัฒนาสื่อโฆษณาดิจิทัล สบู่หอมแดงว่านหางจระเข้ By Chalala Beauty ไว้ดังนี้

7.1 กระบวนการทำงาน

7.1.1 ควรเพิ่มและแก้ไขบทและเพิ่มลูกเล่นของสื่อให้มีความน่าสนใจเพิ่มขึ้น

7.1.2 ควรจะมีเวลาในการเตรียมตัวและจัดทำงานวิจัยทั้งการถ่ายทำรวมถึงการติดต่อชิ้นงานเพิ่มขึ้น

7.2 เชิงระบบ

7.2.1 การจัดทำสื่อโฆษณาให้มีประสิทธิภาพนั้นควรที่จะ มีอุปกรณ์ เครื่องมือ และใช้โปรแกรมที่ความทันสมัยเพิ่มขึ้น เพื่อที่จะตกแต่งกราฟฟิกส์ของงานให้น่าสนใจมากยิ่งขึ้น

7.2.2 ควรนำสื่อเผยแพร่ทางสื่อสังคมออนไลน์เผยแพร่ หลากหลายช่อง และต้องมีการต่อยอดให้ลูกค้าจำได้

เอกสารอ้างอิง

- [1] ชุตินันต์ เกิดวิบูลย์เวช. “สื่อดิจิทัล สื่อใหม่แห่งอนาคต”. กรุงเทพฯ ฯ :บัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, สถาบัน, 2556.
- [2] พรจิต สมบัติพานิช. “ยุทธวิธีวางแผนโฆษณา”. กรุงเทพฯ ฯ ธรรมศาสตร์ :, สนพม ., 2008.
- [3] ไพฑูรย์ มะณู . “สื่อดิจิทัล (Digital Media)”. 2550. แหล่งที่มา <http://paitoon.esdc.go.th/sux-dicithal>