

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์และการพัฒนาการออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต” มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อหาหลักการออกแบบออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต และนำผลการวิจัยมาวิเคราะห์เพื่อพัฒนาชิ้นงานแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามในลักษณะคำถามปลายเปิดและใช้กลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติเป็นนักออกแบบออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต หลังจากที่ทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างแล้ว ก็ได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการค้นหาประเด็นที่นักออกแบบเห็นด้วยและไม่เห็นด้วย พร้อมกับนำเสนอแนวคิดที่ค้นพบเพิ่มเติมซึ่งเป็นความคิดเห็นของนักออกแบบ 5 ท่าน ผู้วิจัย ได้ตั้งวัตถุประสงค์ไว้ดังนี้

1. หาข้อสรุปของหลักการพื้นฐานในการออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต ที่มีประสิทธิภาพ

2. พัฒนาค้นแบบการออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตที่น่าสนใจ

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลทำให้สามารถสรุปเป็นผลการวิจัยซึ่งตอบประเด็นปัญหาต่าง ๆ ที่กำหนดไว้ดังนี้

1. หาข้อสรุปของหลักการพื้นฐานในการออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต ที่มีประสิทธิภาพ

วิธีในการออกแบบป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตให้มีประสิทธิภาพ สามารถดึงดูดใจให้แก่ผู้เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ใดๆ ที่เราโฆษณา ทำการคลิกเพื่ออ่านรายละเอียดต่อ และนำไปสู่การขายผลิตภัณฑ์ (บายศรีหนองป่าครั่ง) ให้แก่ธุรกิจตามมานั้น

เนื่องจากพื้นที่ป้ายโฆษณาบนเว็บไซต์ที่มีขนาดเล็ก ดังนั้น การออกแบบเพื่อให้เกิดความน่าสนใจจึงต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบอย่างสูง อย่างไรก็ตามสามารถนำเสนอด้วยหลักการออกแบบ คือ

1) ข้อความ เนื้อหา หรือคำพูดใดๆ ที่ใช้ในการสื่อสารบนแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตนั้น จะต้องเป็นข้อความที่มีลักษณะจูงใจ หรือดึงดูดใจ นำเสนอข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า เพื่อให้ทำการคลิกที่ป้ายโฆษณา เช่น คำว่า “คลิกด่วน”, “กดที่นี่”, “โอกาสสุดท้าย”, “ฟรี”, “คุณคือผู้โชคดี”, “ลุ้นโชค”, “ถูกที่สุด”, “ดีที่สุด” เป็นต้นและต้องทำการมุ่งเน้น

การนำเสนอ ตรายี่ห้อผลิตภัณฑ์ เพื่อให้เกิดการจดจำอีกด้วย นอกจากนั้นแล้วข้อความและเนื้อหาจะต้องไม่ยาวจนเกินไป ควรเป็นข้อความสั้นๆ แต่ได้ใจความมากที่สุด

2) แผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตควรใส่ภาพประกอบต่างๆ ที่ดูน่าสนใจ เกิดอารมณ์ร่วม อาจทำให้รู้สึกความเห็นอกเห็นใจ ความสงสาร ความตลกขบขัน ความตื่นตาตื่นใจ ชวนให้ติดตาม ซึ่งจะส่งผลให้ผู้เห็นแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตเกิดความสนใจที่จะเข้าไปชมรายละเอียดต่อไป

3) Theme และสีที่ใช้ในการออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตควรจะใช้สีสันที่โดดเด่น ซึ่งจะสร้างความน่าสนใจได้มากกว่า สีเทา หรือสีดำ แต่อย่างไรก็ตามก็ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมในเนื้อหาโฆษณาที่ใช้ด้วย

4) ขนาดไฟล์ของแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตไม่ควรมีขนาดใหญ่จนเกินไป เพราะจะมีผลต่อการแสดงผลที่ช้า และจะมีปัญหาต่อผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีความเร็วต่ำ เพราะป้ายโฆษณาอาจไม่แสดงผลได้

5) ขนาดของแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตที่มีขนาดมาตรฐาน(468 x 60 พิกเซล) จะทำให้ผู้เข้าเยี่ยมชมสามารถสังเกตเห็นได้ง่าย สามารถพบเห็นได้ทันทีเมื่อมีการเข้ามายังหน้าเว็บไซต์ที่มีการวางแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตนี้ และย่อมมีโอกาสในการคลิกที่สูงกว่าแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตขนาดเล็ก จากขนาดที่มาตรฐานทำให้สามารถแลกเปลี่ยนแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตระหว่างเว็บไซต์อื่นๆ ได้

6) การออกแบบหน้าแสดงผล เมื่อผู้เข้าเยี่ยมชมทำการคลิกที่โฆษณา ก็จะเป็นการขยายความในรายละเอียดที่ได้ทำการโฆษณาออกไป ซึ่งจะต้องออกแบบให้ตรงกับวัตถุประสงค์ที่จัดทำ และสื่อให้เห็นตรงกับข้อความที่ได้โฆษณาออกไป ลูกค้าย่อมรู้สึกผิดหวัง หากภายหลังได้ทำการคลิกโฆษณาแล้วไม่เห็นในสิ่งที่คาดหวัง หรือสิ่งที่ผู้โฆษณาได้นำเสนอออกไป และควรจัดการให้อยู่ภายในหน้าเดียว ไม่ต้องคลิกไปอีกหลายชั้น

7) ทำการทดสอบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตก่อนนำขึ้นจริง ว่าสามารถแสดงผลได้ตามที่เราต้องการไหม มีผลกระทบจากการใช้โปรแกรม Web Browser ที่แตกต่างกันไหม (โดยเฉพาะที่นิยมใช้กัน เช่น Microsoft IE6, Microsoft IE7, Mozilla Firefox, Safari และ Opera)

8) เนื่องจากแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตนั้นจะถูกแสดงตลอดเวลา และโดยเฉพาะเว็บไซต์ที่มีอัตราการเข้าเยี่ยมชมสูง ดังนั้น ควรทำการปรับเปลี่ยนแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตบ่อยๆ หรือมีสำรองเอาไว้ล่วงหน้า

สรุป ในการออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตที่ดึงดูดให้ผู้ชมสนใจผู้วิจัยขอเสนอแนะดังนี้ ควรเปลี่ยนแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตโดยไม่ทิ้งแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตซึ่งเดิมไว้นาน การนำเสนอข้อมูลควรสั้นกระชับ เข้าใจง่าย ภาพและข้อความชัดเจน และไม่ควรบังคับผู้ชมให้คลิกเพียงอย่างเดียว แต่ควรดึงดูดผู้ชมด้วยการออกแบบให้ตรงใจผู้ชม เช่น ในการออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตบ่อยจะทำให้สินค้าดูมีความทันสมัยอยู่เสมอ หรือการใส่ลูกเล่นและเทคนิคใหม่ ๆ ในการนำเสนออีกทำให้ภาพลักษณ์ของสินค้าดูดีเช่นกัน เป็นการเพิ่มความน่าสนใจให้กับแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต เลือกใช้องค์ประกอบที่ชัดเจน และไม่ก่อความรำคาญให้กับผู้ชม เช่น การใส่เสียงประกอบควรไม่ก่อความรำคาญผู้ชม หรือ การใช้กราฟิกที่ไม่รบกวนสายตาเกินไป

## 2. พัฒนาด้านแบบการออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตที่น่าสนใจ

การออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตที่น่าสนใจ เปรียบเสมือนการจัดทำหน้าโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่จะต้องสร้างให้ดูน่าสนใจ น่าอ่าน น่าติดตาม หรือทำการหยุด คลิกแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต โดยอาจนำเสนอความคิดสร้างสรรค์ใส่ลงไป จะตัวหนังสือต้องอ่านเข้าใจได้ง่าย และใช้เวลาสั้น ๆ ในการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย โดยอาจนำเสนอด้วยรูปภาพแทนการนำเสนอด้วยตัวหนังสือเป็นจำนวนมากลงในแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต อาจทำการจำลองตัวเองเป็นผู้ดู “ป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต” ที่ได้ออกแบบมานั้นดีเพียงใดหรือให้ผู้อื่นช่วยทำการประเมินก่อนที่จะนำเสนอขึ้นบนเว็บไซต์

เพราะฉะนั้นในการพัฒนาด้านแบบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตต้องมีส่วนประกอบดังนี้

1. ส่วนหัวเรื่อง (Head Line) ประเด็นหลักในสิ่งที่นำเสนอ
2. ส่วนหัวเรื่องรอง (Sub Head Line) อธิบายเพิ่มเติมความหมายของหัวเรื่อง
3. ข้อความโฆษณา (Body Copy) เนื้อหารายละเอียดที่จะอธิบายเนื้อหาในส่วนหัวเรื่อง
4. คำบรรยายใต้ภาพ (Caption) อธิบายความหมายหรือการสื่อของภาพ
5. ชื่อผลิตภัณฑ์ (Brand Name) ชื่อผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่ใช้เป็นตัวแทนของธุรกิจ
6. คำขวัญ (Slogan) คำที่สะท้อนถึงคุณประโยชน์ของตราผลิตภัณฑ์ของธุรกิจ
7. ส่วนบรรทัดท้าย (Base Line) อาจเป็นผู้ให้การสนับสนุน หรือ ผู้ผลิต
8. ภาพประกอบ (Illustration)
9. การจัดองค์ประกอบ (Layout) เช่น ตัวอักษร (Font) รูปแบบอักษร (Style) ขนาดอักษร (Size) สี (Color)
10. เครื่องหมายการค้า (Brand Logo)
11. เสียงประกอบ (Sound Effect) เช่น เสียงดนตรี (Music) เพลงบรรเลง (Jingle)

ในการออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตไม่จำเป็นต้องมีทั้งหมด 11 ข้อ อาจจะมีเท่าที่จำเป็นและเหมาะสมกับ เนื้อหาของการโฆษณาผลิตภัณฑ์ชิ้นนั้น โดยส่วนประกอบหลักๆ ที่จำเป็นในการออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต คือ เครื่องหมายการค้า (Brand Logo), ชื่อผลิตภัณฑ์ (Brand Name), ภาพประกอบ (Illustration), ส่วนประกอบรองลงมาที่ควรมี คือ ส่วนหัวเรื่อง (Head Line), ส่วนหัวเรื่องรอง (Sub Head Line), ข้อความโฆษณา (Body Copy), ส่วนบรรทัดท้าย (Base Line)

จากการวิเคราะห์การออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตมีจุดเด่นและจุดด้อยเพื่อที่นักออกแบบจะได้ทราบถึงประสิทธิภาพของสื่อและสามารถใช้เป็นข้อพิจารณาวางแผนการใช้สื่อได้อย่างเต็มประสิทธิผลต่อไป

### จุดเด่นของการโฆษณาผ่านสื่อแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต

1. แผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตสามารถเจาะจงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน เนื่องจากสามารถเลือกเผยแพร่ในเว็บไซต์ที่มีกลุ่มเป้าหมายที่สนใจผลิตภัณฑ์ (บายศรีหนองป่าครั่ง) ที่ต้องการผ่านเข้าไปเป็นประจำได้

2. แผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตพาผู้ชมมาชมผลิตภัณฑ์ (บายศรีหนองป่าครั่ง) ได้ทันที เนื่องจากเป็นสื่อที่สามารถสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้ชมโดยนำพาผู้ชมไปสู่ข้อมูลในเว็บไซต์หลักที่ได้มีข้อมูลหลัก ๆ ของผลิตภัณฑ์นั้น

3. แผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตไม่จำกัดเวลาในการนำเสนอซึ่งสามารถเสนอได้ตลอด 24 ชั่วโมง ผู้ชมสามารถได้เห็นทุกเวลาที่เข้าเว็บไซต์นั้น

4. ผู้ชมเว็บไซต์สามารถเห็นภาพผลิตภัณฑ์ (บายศรีหนองป่าครั่ง) ที่โฆษณาแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตและข้อความที่นำเสนอได้ง่ายและชัดเจน เนื่องจากแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตมักถูกวางในตำแหน่งที่เห็นได้ชัดเจนในเว็บไซต์ เช่น ด้านบนสุด

5. ราคาค่าโฆษณาผ่านสื่อแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตถูกกว่าสื่อประเภทอื่น เช่น สื่อโทรทัศน์, สื่อวิทยุ

6. แผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตสามารถเปลี่ยนแปลงข้อมูลให้ทันต่อเหตุการณ์ได้ทันที ออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาให้สอดคล้องกับวันสำคัญได้ เช่น วันตรุษจีน, วันแห่งความรัก, วันพ่อ

### จุดด้อยของการโฆษณาผ่านสื่อแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต

1. แผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตที่มีขนาดมาตรฐาน (468 x 60 พิกเซล) ในการใช้เพื่อแลกเปลี่ยนได้กับเว็บไซต์ต่างๆ ได้ มีขนาดที่เล็กจำกัดทำให้ไม่สามารถแสดงข้อมูลภาพ หรือข้อความได้อย่างละเอียด

2. ต้องคำนึงถึงขนาดไฟล์ในการแสดงผลของแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต ให้เร็วและการแสดงภาพได้ต่อเนื่องเพื่อมีผลต่อการเข้าชมของผู้ชม ซึ่งทำให้ไม่สามารถใส่ลูกเล่นได้เยอะ (เสียงประกอบที่คมชัด) หรือภาพผลิตภัณฑ์ (บายศรีหนองป่าครั้งที่ทำจากผ้า) ที่จะต้องใช้ความปราณีต

3. รบกวนการดูข้อมูลในเว็บไซต์ เนื่องจากผู้ชมส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อข้อมูลบางอย่างตามที่ตัวเองต้องการ ไม่ได้ใช้เพื่อชมโฆษณา และโฆษณาก็มีส่วนทำให้เว็บไซต์แสดงผลได้ช้าลงด้วย

4. แผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตไม่สามารถควบคุมสีให้ถูกต้องได้ หากชมโฆษณาจาก Web Browser ที่แตกต่างกัน โดยเฉพาะที่นิยมใช้กัน เช่น Microsoft IE6 , Microsoft IE7, Mozilla Firefox , Safari และ Opera

จากการทำวิจัยที่ผิดพลาดถึง ครั้ง 2 เพราะผู้วิจัยไม่ได้ทำตามหลักการพื้นฐานในการออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต ที่มีประสิทธิภาพบนอินเทอร์เน็ตจึงมีผลออกมาได้ดังนี้

#### งานวิจัยที่ทำให้การออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตครั้งที่ 1 ผิดพลาด

เนื่องจากการออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต ทำการสัมภาษณ์ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และผู้ผลิตผลิตภัณฑ์บายศรีโดยผลิตแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และผู้ผลิตผลิตภัณฑ์บายศรี ซึ่งไม่ได้ใช้หลักการออกแบบแต่อย่างใดจึงเกิดการออกแบบที่ผิดพลาด จึงทำให้แผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตขาดองค์ประกอบในการออกแบบออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต ไม่ว่าจะเป็นลักษณะของประโยคที่ใช้เป็นพาดหัวและข้อความโฆษณาไม่มีและไม่สามารถดึงดูดความสนใจให้ความรู้สึกเกี่ยวข้องกับผู้บริโภค ขนาดของข้อความโฆษณาไม่มี ทำให้มองข้ามเรื่องของคุณภาพข้อความโฆษณา และเรื่องของสีในการออกแบบทำตามความต้องการของผู้ผลิตผลิตภัณฑ์บายศรีเป็นหลัก ไม่ดูตามความทันสมัย หรือสอดคล้องกับแฟชั่น ความนิยม สภาพแวดล้อม ที่มีผลต่อผู้บริโภค แต่อย่างไร มีขนาดพื้นที่ของแผ่นป้ายโฆษณาที่ใหญ่ไม่ได้มาตรฐาน ไม่เหมาะสมกับการที่จะนำไปแลกเปลี่ยนกับเว็บไซต์อื่นๆ เพื่อทำการโฆษณา และประชาสัมพันธ์ ซึ่งขนาดไฟล์ที่ใหญ่เกิน 15 K เพราะการใช้ภาพที่เป็นภาพประกอบ ภาพผลิตภัณฑ์ และตราสัญลักษณ์ของผู้โฆษณา ภาพมีขนาดไฟล์ใหญ่เกินที่กำหนด ซึ่งทำให้การแสดงผลช้ามาก ไม่สามารถดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย

#### งานวิจัยที่ทำให้การออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตครั้งที่ 2 ผิดพลาด

มีการวางแผนการสำรวจข้อมูลครั้งนี้โดยการใช้ผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่านก็ตาม แต่ว่าผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่านก็ไม่มีความรู้เรื่องการออกแบบสื่อแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตพอและแบบสอบถามก็ไม่มี

ความละเอียดให้เรื่องของการออกแบบเท่าไร ทำให้ข้อมูลที่ได้มาทำให้ผู้เชี่ยวชาญตอบตามข้อมูลในแบบสอบถามที่ไม่ละเอียด ซึ่งนำผลของการวิจัยมาวิเคราะห์และพัฒนาเป็นแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต ยังคงผิดพลาดเช่นเดิม ขนาดพื้นที่ใหญ่ 720 x 300 พิกเซล ขนาดไฟล์ใหญ่มากเกินไป 6.85 MB ทำให้ออกแบบป้ายโฆษณาปรากฏภาพขึ้นช้าเกินไป ไม่มีคำพาดหัว

ซึ่งมีขนาดพาดหัวที่เล็กและรูปแบบตัวหนังสือคำว่าบายศรีหนองป่าครั่งเล็กอ่านยากไม่ทำให้จดจำได้ ข้อความโฆษณาดึงดูดความสนใจไม่มี ภาพประกอบเป็นแนวการ์ตูนโดยผลิตชิ้นงานตามผลการวิจัยโดยโซว์ บายศรีหนองป่าครั่งในรูปแบบของการ์ตูนไม่น่าสนใจเท่าไรนัก ไม่ได้ใส่สัญลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ สื่อกแนวสไตตามแบบการ์ตูน โดยทำการใส่เสียงดนตรีบรรเลงประกอบด้วย ซึ่งทำให้แผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตนี้มีขนาดไฟล์ใหญ่มากเกินจริง ๆ

สรุป การออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตครั้งที่ 1 โดยใช้ผลิตภัณฑ์ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ คือ บายศรีหนองป่าครั่ง (ที่ทำจากผ้า) เพื่อทำการส่งเสริมการขายผ่านแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต แต่ผู้วิจัยทำการออกแบบได้ไม่ถูกต้องการไม่สามารถใช้ได้จริง จึงทำให้ต้องทำการวิเคราะห์การออกแบบอีกครั้งเพื่อหาข้อมูลที่ถูกต้องและสามารถนำข้อมูลไปใช้ได้จริง ส่วนการออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตครั้งที่ 2 ถึงจะทำการปรับปรุงจากชิ้นแรกก็ยังคงมีความผิดพลาดในส่วนของแบบสอบถามที่ไม่ละเอียดพอ จึงทำให้ผลิตแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตออกมาไม่สามารถนำไปใช้ได้จริงบนเว็บไซต์ต่างๆ อย่างไรก็ตาม ไม่ว่าจะมียผลการวิจัยที่ผิดพลาดผู้วิจัยก็ยังคงต้องทำการวิจัยซ้ำอีกครั้งต้องดำเนินการโดยผ่านกระบวนการ ขั้นแรก คือ การสำรวจหาข้อมูลเพิ่มเติม และเปิดมุมมองในเรื่องที่ต้องทราบ ซึ่งยังคงต้องใช้ผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ความเข้าใจเรื่องการออกแบบสื่อแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต ผู้เชี่ยวชาญแต่ละท่านจะเป็นผู้ให้ข้อมูลเพิ่มเติมในประเด็นต่างๆ ที่คิดว่าเกี่ยวข้องกับการออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตให้ผลิต

### 3. ข้อเสนอแนะที่พบจากงานวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง “การวิเคราะห์และการพัฒนาการออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต” ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อให้ผู้ที่สนใจได้ศึกษาค้นคว้าวิจัยเพิ่มเติมดังนี้

1. ควรศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องลักษณะทางกายภาพและลักษณะทางด้านการใช้ชีวิตประจำวันของกลุ่มเป้าหมายชาวต่างชาติกับการใช้สื่อโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตในการซื้อขายสินค้ารวมถึงความสนใจในด้านต่างๆ อันจะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนการสื่อสารบนอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยให้เกิดประโยชน์กับชาวต่างชาติ เพื่อทำการออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตกับสินค้าของประเทศไทยให้โดยใจชาวต่างชาติ

2. ควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับผลกระทบทางสังคม และวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นมาพร้อมกับสื่อโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต เนื่องจากสื่อนี้เป็นสื่อสากลจะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมไทยอย่างไรในอนาคต

3. ควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับจรรยาบรรณของผู้โฆษณาบนอินเทอร์เน็ต เพราะอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อเปิดกว้างและไม่มีผู้รักษาประตูที่จะคอยกั้นกรองข่าวสาร จรรยาบรรณของผู้โฆษณาสินค้าจึงเป็นสิ่งสำคัญยิ่งในปัจจุบัน

4. ควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับการสื่อสารข้ามชาติ ธุรกิจที่ใช้ช่องทางการสื่อสารผ่านสื่อโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต จะพบว่าธรรมชาติของสื่อเอื้อต่อการรับวัฒนธรรมของชาติอื่นๆ เข้ามา ซึ่งปัจจุบันผู้วิจัยเห็นว่าการไหลของกระแสข่าวสารทางเดียวจากกลุ่มประเทศตะวันตก โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากประเทศสหรัฐอเมริกา

5. ควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับวิธีการเก็บข้อมูลจากผู้ชมโฆษณา ซึ่งจะทำให้ได้ทราบผลที่เกิดขึ้นกับตัวผู้ชมอย่างแท้จริง

สำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยเห็นว่ายังสามารถศึกษาต่อให้ลึกซึ้งขึ้นได้ในการนำเรื่อง IMC (Integrated Marketing Communication) คือ กลยุทธ์การประสานความพยายามทางการตลาดขององค์กรในการติดต่อสื่อสาร โดยใช้เครื่องมือให้เหมาะสมสอดคล้องเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เพื่อให้ข่าวสาร สร้างภาพพจน์และจุดใจลูกค้าเป้าหมาย เข้าในการวิจัยครั้งต่อไปก่อนการพัฒนาแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต