

บทที่ 5

สรุปอภิปรายผลจากการศึกษาและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาและวิจัยเรื่องการออกแบบสื่ออินเทอร์เน็ตไคลเร็กเมล์เพื่อการส่งเสริมการตลาดในธุรกิจร้านกาแฟขนาดย่อมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลการออกแบบสื่ออินเทอร์เน็ตไคลเร็กเมล์เพื่อการส่งเสริมการตลาดธุรกิจร้านกาแฟคั่วบดและศึกษาปัจจัยด้านข้อมูลการตลาดร้านกาแฟคั่วบด เพื่อผลิตสื่อโฆษณาสื่อสารกับลูกค้าที่มีความสนใจต่อสินค้าและกิจกรรมการส่งเสริมการตลาด โดยผู้วิจัยได้ใช้เวลาศึกษาและวิจัย วิเคราะห์จนได้กระบวนการการออกแบบ และทำการทดสอบกับกลุ่มเป้าหมาย ตลอดจนผลการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญเพื่อพิสูจน์กระบวนการที่ผู้วิจัยศึกษา สามารถสรุปผลวิจัยจากการศึกษาโดยการประเมินจากแบบสอบถาม ดังนี้

1. สรุปผลการศึกษา

การวิจัยเรื่อง การออกแบบสื่ออินเทอร์เน็ตไคลเร็กเมล์เพื่อการส่งเสริมการตลาดในธุรกิจร้านกาแฟขนาดย่อมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลการออกแบบสื่ออินเทอร์เน็ตไคลเร็กเมล์เพื่อการส่งเสริมการตลาดธุรกิจร้านกาแฟคั่วบดและศึกษาปัจจัยด้านข้อมูลการตลาดร้านกาแฟคั่วบด จากกรณีศึกษาและสำรวจข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคกาแฟคั่วบดที่ใช้บริการร้านกาแฟในเดือน สิงหาคม-กันยายน 2554 โดยการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง หรือสุ่มแบบมีจุดมุ่งหมาย (Purposive Sampling) จะนำมาวิเคราะห์ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ส่วนข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะเพิ่มการวิเคราะห์สถิติอนุมาน คือ อธิบายลักษณะทั่วไปของข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ โดยนำเสนอในรูปตาราง (Table) ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) โดยจากการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม สถานที่ที่ใช้เก็บข้อมูลได้แก่ ร้านมอร์ คอฟี เหตุผลที่ใช้ร้านมอร์ คอฟีเนื่องจากอยู่ในอำเภอเมือง ติดกับมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ซึ่งมีนักศึกษาใช้บริการเป็นจำนวนมาก ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายที่จะทำการเก็บข้อมูล และมีงบประมาณในการดำเนินการประมาณ 100,000 บาท อีกทั้งเป็นร้านกาแฟคั่วบดที่ดำเนินการกิจการเองโดยไม่ได้เช่าชื่อเฟรนไชส์ โดยสามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

1.1 การวิเคราะห์ผลการศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคต่อการใช้งานระบบอินเทอร์เน็ต สามารถสรุปได้ว่า ผู้บริโภคกาแฟส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 70 โดยมีอายุมีส่วนใหญ่เฉลี่ยอยู่ในช่วง 21-25 ปี ร้อยละ 60 ซึ่งเป็นนักเรียน นักศึกษา และมาใช้บริการร้าน

กาแฟเฉลี่ย 3-4 ครั้ง และส่วนใหญ่มีพฤติกรรมมารับบริการจากการรับข้อมูลข่าวสารจากทางผู้ให้บริการหรือร้านกาแฟนั้น ผู้บริโภคส่วนใหญ่มาใช้บริการเพราะการโฆษณาโดยตรงจากพนักงานร้าน เจ้าของร้าน และสื่ออินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ ส่วนการรับสื่อโฆษณาทางอินเทอร์เน็ตได้เร็กเมลล์ยังมีอัตราน้อย ในข้อมูลส่วนนี้จะเห็นได้ว่าสื่ออินเทอร์เน็ตได้เร็กเมลล์ในธุรกิจประเภทร้านกาแฟหรือการบริการนั้นยังคงสวนทางกับสื่ออินเทอร์เน็ตได้เร็กเมลล์ในธุรกิจประเภทอื่นๆ เช่น ธุรกิจจัดงาน ธุรกิจความสวยความงาม เป็นต้น ดังนั้นการปรับเปลี่ยนรูปแบบและขยายช่องทางทางธุรกิจร้านกาแฟให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นจะช่วยให้เกิดโอกาสทางธุรกิจและนำมาสู่การมาใช้บริการที่แตกต่าง ซึ่งปัจจุบันค่านิยมรับข้อมูลข่าวสารหรือทำธุรกรรมต่างๆ ในการดำเนินชีวิตผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตที่เพิ่มสูงขึ้น และแนวโน้มการโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตของสื่อโฆษณาที่มีประสิทธิภาพจะช่วยเพิ่มประสิทธิผลให้กับธุรกิจมีความประสบความสำเร็จเป็นไปได้สูง จึงเป็นผลทำให้ผู้ศึกษามุ่งเน้นการตลาดบนอินเทอร์เน็ตเป็นหลักเพื่อให้สอดคล้องกับแนวโน้มกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ทำธุรกรรมบนอินเทอร์เน็ตที่เพิ่มมากขึ้น

1.2 การวิเคราะห์ความต้องการด้านการออกแบบหน้าสื่ออินเทอร์เน็ตได้เร็กเมลล์เพื่อการส่งเสริมการตลาดในธุรกิจร้านกาแฟขนาดย่อมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ของผู้ตอบแบบสอบถาม สามารถสรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เมื่อนึกถึงภาพแทนร้านกาแฟแล้วจะนึกถึงเกี๊ยวกาแฟแล้ว และคราบน้ำกาแฟ สาเหตุเนื่องมาจากภาพส่วนใหญ่ที่อยู่ในโฆษณาสินค้าเกี่ยวกับกาแฟจะแสดงภาพของเมล็ดกาแฟ ทำให้ผู้บริโภคคุ้นเคยกับภาพเมล็ดกาแฟในสื่อโฆษณาต่างๆ ส่วนองค์ประกอบพื้นฐานที่มีความเหมาะสมต่อการออกแบบสื่ออินเทอร์เน็ตได้เร็กเมลล์ คือ มีเนื้อหาและรูปแบบที่เข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน อักษรและกราฟิกมีความสวยงามเรียบง่ายมีองค์ประกอบที่เหมาะสม โทนสีที่เหมาะสมได้แก่สีธรรมชาติ และสีน้ำตาล โดยมีสีเขียว ดำ เข้ามาเป็นส่วนประกอบเพื่อเพิ่มความทันสมัย และความสบายตา ส่วนด้านข้อมูลเนื้อหาที่เหมาะสมในการออกแบบสื่ออินเทอร์เน็ตได้เร็กเมลล์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การบัตรคู่มือส่วนลด หรือสะสมแต้มทำให้เกิดแรงจูงใจในการรับสื่ออินเทอร์เน็ตได้เร็กเมลล์ จากข้อมูลในส่วนนี้ทำให้ผู้ศึกษาทำการออกแบบโดยใช้รอยคราบน้ำกาแฟเข้ามาเป็นองค์ประกอบในส่วนของชิ้นงานอินเทอร์เน็ตได้เร็กเมลล์ โดยมีการจัดวางให้เกิดความเรียบง่ายไม่ซับซ้อนยุ่งยากดูสบายตา มีอักษรตัวหนา ชัดเจนมีเนื้อหาไม่มากแต่เข้าใจง่าย โดยใช้โทนสีธรรมชาติ ได้แก่ สีน้ำตาล มีพื้นเป็นสีขาวสลับตัวอักษรสีเทาและสีดำ ภายในประกอบด้วยส่วนของคู่มือส่วนลดหรือโปรโมชันโดยผู้บริโภคสามารถพิมพ์โปรโมชันที่สนใจออกมาเพื่อรับส่วนลด ทำให้เกิดแรงจูงใจในการใช้บริการของผู้บริโภค

1.3 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเปิดรับโฆษณาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตไคเร็กเมลล์ สามารถสรุปได้ว่า เนื้อหาและหน้าตาของสื่อโฆษณาอินเทอร์เน็ตไคเร็กเมลล์ มีความสำคัญต่อทัศนคติ และความน่าเชื่อถือกับระบบปฏิเสธ (Unsubscribe) เมื่อไม่ต้องการสื่ออินเทอร์เน็ตไคเร็กเมลล์ จากการสัมภาษณ์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับเนื้อหาของสื่อโฆษณาอินเทอร์เน็ตไคเร็กเมลล์ พบว่าเนื้อหาที่ชัดเจนเข้าใจง่ายและน่าเชื่อถือมีความสำคัญอย่างยิ่งที่จะมีอิทธิพลต่อความสนใจหรือไม่สนใจปัจจัยนี้มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการใช้สำหรับเป็นช่องทางสร้างแรงจูงใจ โดยที่ไส่องค์ประกอบของทัศนคติของผู้รับสารลงไป ได้แก่ ความรู้ (Cognitive) ความรู้สึก (Affective) และแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรม (Behavioral) ซึ่งจะกำหนดความพร้อมต่อการเปลี่ยนทัศนคติได้ เพราะส่วนใหญ่เนื้อหาของสื่ออินเทอร์เน็ตไคเร็กเมลล์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบจะเป็นเนื้อหาเกี่ยวกับการรับสมัครงานทางอินเทอร์เน็ต ลดความอ้วน หรือผลิตภัณฑ์เสริมความงามต่างๆ เป็นต้น สื่อลักษณะนี้จะส่งให้วันละหลายๆ ข้อความ (สแปมเมลล์) และมีหน้าตาการออกแบบที่เรียบง่ายเกินไป คือ มีแต่ข้อความและภาพประกอบที่ดูไม่น่าเชื่อถือ ทำให้เกิดความเบื่อหน่ายแก่ผู้บริโภคที่ได้รับ ข้อมูลในส่วนนี้ผู้ศึกษาจึงเน้นเรื่องความน่าเชื่อถือและความเป็นส่วนตัวของสื่ออินเทอร์เน็ตไคเร็กเมลล์เป็นหลัก โดยผู้ศึกษาใช้ระบบปฏิเสธเมื่อไม่ต้องการจดหมาย (Unsubscribe) มาเป็นองค์ประกอบในการออกแบบสื่ออินเทอร์เน็ตไคเร็กเมลล์เพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถเลือกที่จะรับสื่ออินเทอร์เน็ตไคเร็กเมลล์หรือไม่ก็ได้เพื่อความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้บริการ

1.4 การออกแบบสื่ออินเทอร์เน็ตไคเร็กเมลล์ ในขั้นตอนการออกแบบสื่ออินเทอร์เน็ตไคเร็กเมลล์ผู้ศึกษานำผลจากแบบสอบถาม สัมภาษณ์ และแบบประเมิน มาออกแบบตามขั้นตอนโดยอิงตามแนวคิดในการออกแบบสื่ออินเทอร์เน็ตไคเร็กเมลล์ประกอบด้วย พฤติกรรมการใช้อีเมลล์ของผู้บริโภค กำหนดวัตถุประสงค์ของการออกแบบสื่ออินเทอร์เน็ตไคเร็กเมลล์ และการออกแบบรูปร่างหน้าตาของสื่ออินเทอร์เน็ตไคเร็กเมลล์ ในข้อมูลส่วนนี้พบว่าอินเทอร์เน็ตไคเร็กเมลล์มีองค์ประกอบระบบการทำงานในหลายส่วน เช่นมีเว็บไซต์ไว้รองรับเพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถเข้ามาหาข้อมูลเพิ่มเติม หรือเป็นเว็บไซต์แสดงตัว ที่อยู่ เพื่อความน่าเชื่อถือ และเว็บไซต์ที่มีผู้ใช้บริการเป็นสมาชิกอยู่แล้วก็จะมีการขอข้อมูลข่าวสารผ่านจดหมายข่าวสารอิเล็กทรอนิกส์ (E-Newsletter) ข้อมูลส่วนนี้ผู้ศึกษาจึงนำมาประยุกต์ใช้กับงานที่ออกแบบ ดังต่อไปนี้

1.4.1 ส่วนของสื่ออินเทอร์เน็ตไคเร็กเมลล์ ซึ่งเป็นวัตถุประสงค์หลักของการทำวิจัย ผู้ศึกษาได้ทำการออกแบบสื่ออินเทอร์เน็ตไคเร็กเมลล์ไว้สองแบบ ซึ่งแต่ละแบบมีหน้าตาการออกแบบที่ไม่เหมือนกันทั้งนี้เพื่อให้เกิดความแตกต่างไม่จำเจ โดยแบบแรกใช้สีที่ดูทันสมัยเช่น สีขาว เทา ดำ โดยมีการวางรูปแบบเป็นแนวตั้งเพื่อความเป็นระเบียบดูง่ายสบายตา โดยมีโปรโมชัน

อยู่ในท้ายสุดของสื่อ รูปแบบตัวอักษรที่จะใช้ตัวหนังสือหนาให้ดูเด่นออกโดยใช้คำว่า “FREE” เพื่อให้ดูมีแรงจูงใจในการเปิดอ่าน ผู้ใช้บริการเมื่อเข้าไปส่วนของโปรโมชั่นแล้วก็จะมีส่วนโปรโมชั่นย่อยๆ ออกเป็น 3 ส่วนด้วยกัน แต่ละส่วนจะมีการออกแบบที่เหมือนกันคือรูปร่างหน้าตาใช้สีธรรมชาติ เช่นสีน้ำตาลเป็นภาพรอยคราบกาแฟ เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นึกถึงรอยคราบกาแฟ โดยมีพื้นหลังเป็นภาพกระดาษสีขาวสื่อถึงรอยถ้วยกาแฟที่วางทับบนกระดาษ ดังนั้นผู้ศึกษาจึงนำเอาภาพรอยคราบกาแฟมาเป็นส่วนประกอบในการออกแบบ และกระดาษที่เป็นรอยยับแสดงให้เห็นถึงสัญลักษณ์กระดาษที่ใช้แล้วกลับมาใช้ใหม่เหมือนกับโปรโมชั่นที่เสนอเพื่อเป็นแรงจูงใจต่อผู้ให้บริการสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้โดยการตัดและนำไปเป็นส่วนลดได้ ส่วนตัวอักษรและเนื้อหาผู้ศึกษาได้ออกแบบให้มีตัวขนาดใหญ่เห็นได้ชัดเจน มีเนื้อหาที่กระชับขึ้นเน้นโปรโมชั่นเพื่อความสะดวกสบาย ดูทันสมัย ด้านกราฟิกออกแบบให้เรียบง่ายมีภาพประกอบในส่วนของบริษัทสะสม ส่วนระบบการทำงานสื่ออินเทอร์เน็ตไคลเอนต์ก็จะส่งเข้าจดหมายของผู้ใช้บริการ ผู้ใช้บริการสามารถเลือกโปรโมชั่นที่สนใจแล้วนำมาพิมพ์ออกมาเพื่อแลกส่วนลดหรือตัดเป็นบัตรสะสมแต้มได้

1.4.2 ส่วนของเว็บไซต์ ซึ่งเป็นส่วนเสริมเป็นส่วนที่ให้ข้อมูลเพิ่มเติมผู้ให้บริการที่สนใจ ในส่วนการออกแบบผู้ศึกษาทำการออกแบบมีส่วน 7 ส่วนด้วยกัน คือ ส่วนหน้าหลัก ส่วนนี้เป็นการบอกข้อมูลของร้านว่าร้านทำอะไร ขายอะไร มีวัตถุประสงค์อย่างไร โดยมีหน้าตาการออกแบบที่เรียบง่ายมีภาพเมล็ดกาแฟแสดงเป็นหลัก แสดงให้เห็นถึงวัตถุประสงค์ว่าร้านขายกาแฟคั่วบด ในหน้าหลักนี้มีสามส่วนด้วยกัน คือ ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลของร้าน ส่วนที่ 2 เป็นส่วนจะบอกถึงว่าร้านกาแฟคั่วบดแห่งนี้ตั้งอยู่ที่ไหน และส่วนที่ 3 บอกถึงร้านกาแฟคั่วบดแห่งนี้มีสินค้าอะไรใหม่บ้าง ส่วนหน้าข่าวสาร (News) เป็นส่วนบอกถึงข่าวสารเกี่ยวกับทางร้านว่าในช่วงนี้มีกิจกรรมอะไรบ้าง เป็นต้น ส่วนเกี่ยวกับเรา (About Us) เป็นส่วนที่บอกถึงสถานะของร้านว่าร้านกาแฟคั่วบดแห่งนี้มีอะไรพิเศษ รวมไปถึงประวัติของร้าน เป็นต้น ส่วนหน้าโปรดัคส์ (Product) บอกถึงข้อมูลสินค้าต่างๆ ที่นำเสนอ มีสินค้าพิเศษอะไรบ้าง รวมไปถึงสินค้าใหม่ๆ ที่มีในแต่ละช่วง ส่วนหน้าข่าวสาร (Newsletter) เป็นส่วนที่ผู้ให้บริการสามารถเข้ามาลงทะเบียนเพื่อรับข่าวสารจากทางร้านการแฟคั่วบดแห่งนี้ว่ามีข่าวสารอะไรบ้างในแต่ละเดือน ในส่วนนี้ผู้ศึกษาได้ทำการออกแบบหน้าตาจดหมายข่าวสารที่ส่งให้ผู้ให้บริการดังนี้ โทสนีที่ใช้เป็นโทสนีธรรมชาติ คือ สีน้ำตาลอ่อน สีน้ำตาลเข้ม มีพื้นสีขาว เหตุผลที่ใช้โทสนีธรรมชาติเพื่อให้ดูคล้ายสีของกาแฟ โดยมีภาพเมล็ดกาแฟพร้อมกับโลโก้ร้าน ภายในมีเนื้อหารายละเอียดต่างๆ ของร้าน ด้านขวามือจะเป็นส่วนของโปรโมชั่นให้ผู้ให้บริการที่ยังไม่ได้เป็นสมาชิกได้เลือกโปรโมชั่นผ่านจดหมายข่าวสาร ด้านล่างสุดของจดหมายข่าวสารอิเล็กทรอนิกส์เป็นรูปธงเพื่อให้ดึงดูดนำไปแลกของกำนันได้ที่ร้าน

กาแฟคั่วบด ทั้งนี้เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับสื่ออินเทอร์เน็ตไคเร็กเมลล์อีกทางด้วย ส่วนติดต่อเรา (Contact Us) เป็นส่วนที่แสดงที่อยู่ที่ตั้งของร้านกาแฟคั่วบด และส่วนสุดท้ายคือรูปภาพ (Photo Gallery) เป็นส่วนแสดงรูปภาพบรรยากาศร้านและภาพกิจกรรมภายในร้านกาแฟคั่วบดแห่งนี้

1.5 สรุปการประเมินความพึงพอใจต่อสื่ออินเทอร์เน็ตไคเร็กเมลล์ ผู้ศึกษาใช้วิธีโดยการส่งสื่ออินเทอร์เน็ตไคเร็กเมลล์ต้นแบบและแบบประเมินความพึงพอใจต่อการออกแบบสื่ออินเทอร์เน็ตไคเร็กเมลล์ กับกลุ่มผู้ประเมิน ประกอบด้วย ผู้บริโภคกาแฟและผู้เชี่ยวชาญ ทั้งหมด 20 คน สรุปได้ว่า ความพึงพอใจต่อการออกแบบสื่ออินเทอร์เน็ตไคเร็กเมลล์ โดยวัดจากค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ย 4.2 จัดอยู่ในความพึงพอใจระดับ มาก

2. อภิปรายผลการศึกษา

2.1 จากการออกแบบสื่ออินเทอร์เน็ตไคเร็กเมลล์เพื่อการส่งเสริมการตลาดในธุรกิจร้านกาแฟขนาดย่อมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการศึกษาที่ต้องอาศัยข้อมูลที่จำเป็นจากกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคกาแฟ เพื่อให้งานการออกแบบสื่อมีประสิทธิภาพมากที่สุดและตรงกับกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากเป็นขั้นตอนที่ศึกษาเพื่อให้ทราบข้อมูลและรูปแบบของสื่ออินเทอร์เน็ตไคเร็กเมลล์ที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคกาแฟและองค์กรอันเป็นเป้าหมายหลักของการศึกษา เมื่อได้ข้อมูลจากการวิเคราะห์แล้วจึงจะสามารถทำการออกแบบสื่ออินเทอร์เน็ตไคเร็กเมลล์เพื่อการส่งเสริมการตลาดในธุรกิจร้านกาแฟในขั้นตอนต่อไป

2.2 การนำไปทดสอบ ผู้ศึกษานำสื่ออินเทอร์เน็ตไคเร็กเมลล์เพื่อการส่งเสริมการตลาดในธุรกิจร้านกาแฟขนาดย่อมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างและผู้เชี่ยวชาญ ได้ข้อคิดเห็นคือ มีความพึงพอใจในส่วนของการออกแบบหน้าตาของสื่ออินเทอร์เน็ตไคเร็กเมลล์ (Visual Design) ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจด้านการใช้โทนสีและความสวยงามที่ใช้ในสื่ออินเทอร์เน็ตไคเร็กเมลล์ และมีการจัดองค์ประกอบในการจัดหน้าสื่ออินเทอร์เน็ตไคเร็กเมลล์ได้เหมาะสม ในส่วนของการส่งเสริมการขาย เช่น บัตรคูปองสะสมแต้ม บัตรแลกกาแฟฟรีมีความน่าสนใจช่วยเพิ่มความน่าสนใจในสื่ออินเทอร์เน็ตไคเร็กเมลล์ยิ่งขึ้น แต่ส่วนที่ต้องปรับปรุงและแก้ไขคือ เนื้อหาและการใช้คำในสื่ออินเทอร์เน็ตไคเร็กเมลล์ที่เยิ่นเย้อเกินไป ควรมีการปรับด้านเนื้อหาให้มีความกระชับ และใช้คำที่ไม่ฟุ่มเฟือยหรือตัดเนื้อหาบางส่วนที่ไม่จำเป็นออกไป

3. ข้อค้นพบจากการศึกษา

จากการศึกษาเรื่อง “การออกแบบสื่ออินเทอร์เน็ตไคเร็กเมลล์เพื่อการส่งเสริมการตลาดในธุรกิจร้านกาแฟขนาดย่อมในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่” เพื่อศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหา

ที่เกิดขึ้นจากสื่อโฆษณาทางอินเทอร์เน็ตไคลเร็กเมลล์ที่มีในปัจจุบัน รวมไปถึงศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตไคลเร็กเมลล์และแนวทางการสร้างสรรค์ออกแบบสื่อโฆษณาอินเทอร์เน็ตไคลเร็กเมลล์ ซึ่งแยกประเด็นข้อค้นพบดังนี้

3.1 ตัวอย่างขนาดประชากรที่ศึกษานั้นเป็นเพียงจำนวนหนึ่งเท่านั้นเมื่อเทียบกับจำนวนผู้ที่เข้ามาใช้บริการทั้งหมดในปี 2554 ผู้ศึกษาทำการสอบถามในช่วงเดือนสิงหาคม-กันยายน 2554 เท่านั้น ทำให้ไม่ทราบจำนวนของผู้ใช้บริการทั้งหมดในแต่ละช่วงของปี 2554 ทั้งนี้ทางร้านกาแฟคว่ำจะมีช่วงที่คนเข้ามาใช้บริการมากที่สุดในช่วงเดือนมิถุนายนซึ่งเป็นช่วงเปิดเทอมทำให้มีผู้ใช้บริการที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมากเป็นพิเศษ

3.2 ในการออกแบบและการใช้งานส่งอินเทอร์เน็ตไคลเร็กเมลล์ควรคำนึงถึงความสำคัญกับที่อยู่อีเมลล์และนโยบายความเป็นส่วนตัว (Privacy Policy) เพราะสิ่งเหล่านี้ถือว่าเป็นข้อมูลบุคคลที่ได้รับความคุ้มครองตามกฎหมาย ส่วนถ้าผู้ใช้บริการต้องการยกเลิกรับข่าวสารจากผู้ให้บริการ (Unsubscribe) ควรมีข้อความแสดงการยกเลิกการรับอินเทอร์เน็ตไคลเร็กเมลล์ที่ชัดเจนในสื่อ

3.4 จากการออกแบบสื่ออินเทอร์เน็ตไคลเร็กเมลล์เพื่อการส่งเสริมการตลาดในธุรกิจขนาดย่อมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ยังมีข้อจำกัดด้านเทคโนโลยีอยู่มาก เช่น ผู้บริโภคมีการใช้ระบบอีเมลล์ที่หลากหลายแตกต่างกัน (HOTMAIL, YAHOO เป็นต้น) จำเป็นต้องทดสอบการแสดงผลสื่ออินเทอร์เน็ตไคลเร็กเมลล์ที่คาดว่าผู้บริโภคใช้งานเป็นส่วนใหญ่

3.5 ภายใต้อำนาจจำกัดของอินเทอร์เน็ตไคลเร็กเมลล์ที่แสดงผลในการใช้งานได้ไม่เต็มที่นัก ผู้ศึกษาจึงทำการทดลองออกแบบอินเทอร์เน็ตไคลเร็กเมลล์ที่เป็นเนื้อหาให้ติดตาม (Series) ซึ่งผลการทดสอบปรากฏว่าผู้ประเมินส่วนใหญ่พึงพอใจกับสื่ออินเทอร์เน็ตไคลเร็กเมลล์ที่ทำการทดลอง

3.6 ในการออกแบบสื่ออินเทอร์เน็ตไคลเร็กเมลล์เพื่อการส่งเสริมการตลาดในธุรกิจขนาดย่อมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ศึกษาได้ทำการออกแบบสื่อเว็บไซต์เพื่อเป็นการรองรับการใช้งานสื่ออินเทอร์เน็ตไคลเร็กเมลล์ได้อย่างเต็มที่

4. ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาการออกแบบสื่ออินเทอร์เน็ตไคลเร็กเมลล์เพื่อการส่งเสริมการตลาดในธุรกิจร้านกาแฟขนาดย่อมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ครั้งนี้มีข้อเสนอแนะ คือ

4.1 กลุ่มเป้าหมายในการวิเคราะห์เป็นผู้บริโภคและมาใช้บริการร้านกาแฟเท่านั้น ยังไม่ครอบคลุมผู้บริโภคที่ไม่นิยมมาใช้บริการที่ร้านกาแฟที่มีความต้องการที่แตกต่างกัน ควรมีการสำรวจความต้องการกับผู้บริโภคอื่นๆ ก็จะสามารถสร้างสรรค์รูปแบบของสื่ออินเทอร์เน็ตไคลเร็กเมลล์ที่มีประสิทธิภาพได้เพิ่มมากขึ้น

4.2 จากการศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์ความความต้องการด้านการออกแบบหน้าสื่อโฆษณา อินเทอร์เน็ตไคเร็กเมล์ ครั้งนี้มีข้อเสนอแนะ คือ การวิเคราะห์ข้อมูลบางเรื่องยังไม่ละเอียด ส่งผลต่อการให้ข้อมูลที่น้อยและการใช้รูปภาพนำเสนอในเว็บไซต์บางภาพ ยังอธิบายผ่านรูปภาพยังไม่สามารถสื่อสารให้เกิดประสิทธิภาพได้ตรงตามความต้องการ

4.3 ควรปรึกษากับผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสารสนเทศเพื่อรับคำแนะนำในด้านการจัดการข้อมูลอย่างเป็นระบบและผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบอินเทอร์เน็ตไคเร็กเมล์เพื่อรับคำแนะนำในด้านการ ออกแบบหน้าจอและระบบอินเทอร์เน็ตแอคทิฟต่างๆ

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป

5.1 ควรมีการศึกษาปรากฏสื่อโฆษณาอินเทอร์เน็ตไคเร็กเมล์ส่งเสริมการตลาดในพื้นที่ (Space) ที่ต่างออกไป เช่น สื่อโฆษณาในเฟสบุ๊ก (Facebook) สื่อโฆษณาในทวิตเตอร์ หรือสื่อโฆษณาในมือถือ เพื่อผลิตสื่อโฆษณาการส่งเสริมการตลาดที่ครอบคลุมมากขึ้น

5.2 หามุมมอง และประเด็นอื่น ที่แตกต่างออกไป เพราะเป็นวิธีที่จะสามารถสร้างทัศนคติ และเกิดแรงจูงใจของการเกิดพฤติกรรม ได้อย่างมีประสิทธิภาพและสร้างความแตกต่าง

5.3 แนวโน้มในอนาคต การพัฒนาเทคโนโลยีเพิ่มมากขึ้นนอกจากโน้ตบุ๊กที่มีการพัฒนา รูปร่างหน้าตาให้เล็กลงและมีขนาดแบบพกพา (Tablet) ทำให้คำนึงถึงการแสดงผลหน้าจอที่แตกต่างกันออกไป อีกทั้งโทรศัพท์มือถือที่มีการเพิ่มศักยภาพให้สามารถรองรับระบบรับส่งข้อมูลได้อย่างรวดเร็วทำให้ต้องมีการพัฒนาสื่ออินเทอร์เน็ตไคเร็กเมล์ตามระบบที่พัฒนาตามไปด้วย