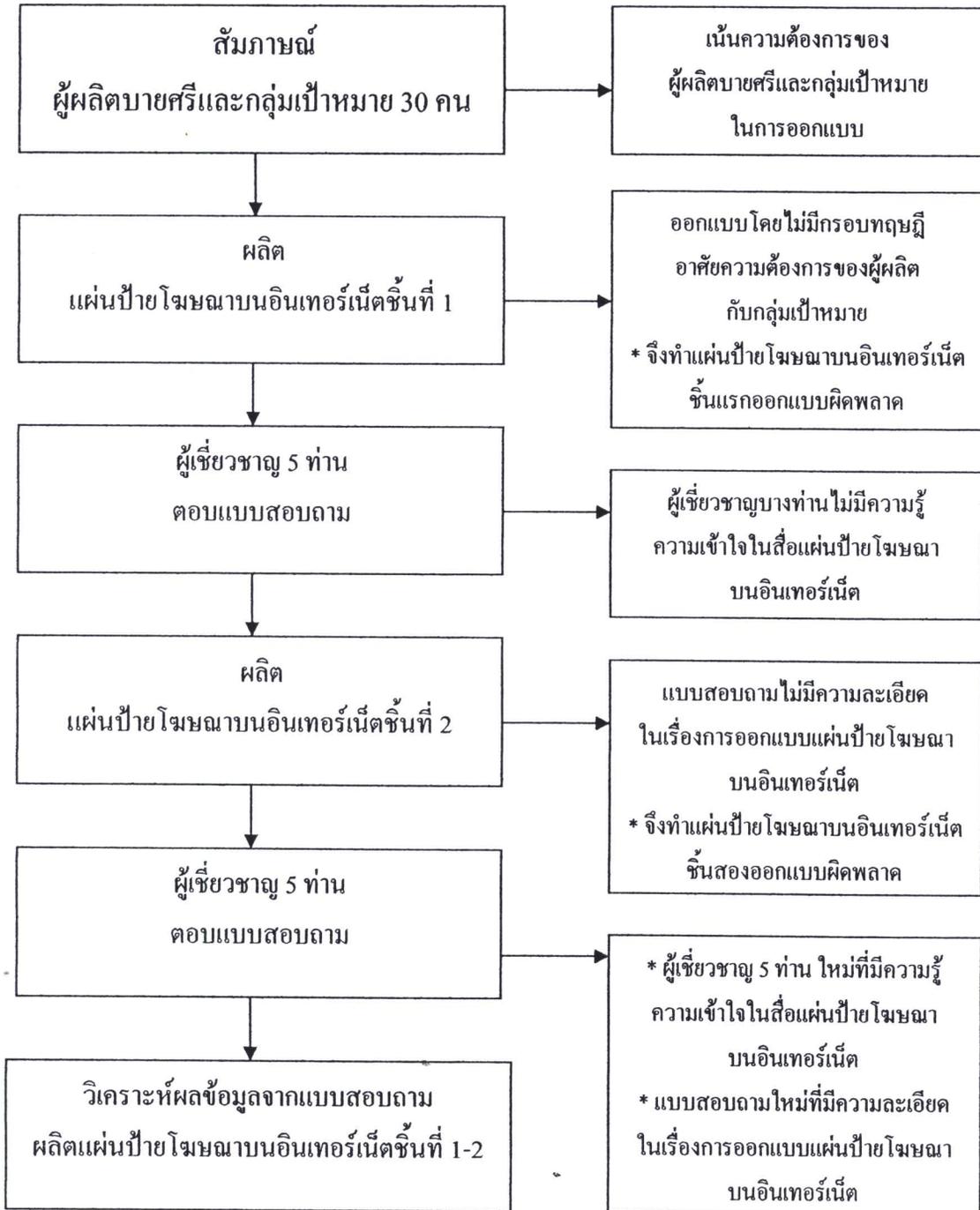


### บทที่ 3

#### วิธีการดำเนินการศึกษาค้นคว้า

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง “การวิเคราะห์และการพัฒนาการออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต” ให้กับกลุ่มব্যศรีหนองป่าครั่ง ผู้ศึกษาได้แบ่งขั้นตอนการศึกษาดังนี้



ภาพที่ 3.1 การแบ่งขั้นตอนการศึกษาของผู้วิจัย

## ขั้นตอนการวิจัยของแผนป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต ในชั้นที่ 1 และชั้นที่ 2

### 1. กำหนดขอบเขตในการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าแบบอิสระ เรื่องการวิเคราะห์และพัฒนาการออกแบบแผนป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประวัติความเป็นมา ขั้นตอนการผลิตบายศรีในมิติที่สามารถนำไปสู่กระบวนการโฆษณา ศึกษาขั้นตอนการพัฒนาสื่อแผนป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตที่สามารถนำผู้บริโภคไปสู่การเติมเต็มของตัวตนเชิงอุดมคติเมื่อชมแผนป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตของกลุ่มบายศรีหนองป่าครั่งในฐานะสินค้าเอกลักษณ์ไทย และประเมินประสิทธิภาพของสื่อแผนป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตที่ผลิตขึ้นเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อของสินค้า ผู้ศึกษาได้ทำการกำหนดวิธีศึกษาเพื่อรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นโดยแบ่งออกเป็นขอบเขตด้านต่างๆ ดังนี้

1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา การศึกษามีเนื้อหาเกี่ยวกับบายศรีเป็นข้อมูลหลัก เพื่อนำมาใช้สร้างความเข้าใจในเนื้อเรื่องและสื่อสารผ่านสัญลักษณ์ต่างๆ ทำให้ได้ขอบเขตเนื้อหาและวัตถุประสงค์ที่จะใช้ในการผลิตสื่อแผนป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตในครั้งนี้คือศึกษาประวัติความเป็นมา ขั้นตอนการผลิตบายศรี, ศึกษาขั้นตอนการพัฒนาสื่อแผนป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต และประเมินประสิทธิภาพของสื่อแผนป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตที่ผลิตขึ้น เกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้า

1.2 ขอบเขตด้านประชากร การศึกษาครั้งนี้ เป็นการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เพื่อให้ได้สื่อแผนป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตที่มีคุณภาพ และตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ในการศึกษาครั้งนี้เลือกกลุ่มผู้บริโภคแบบเจาะจงจากจำนวน 100 ราย โดยมุ่งไปที่กลุ่มผู้บริโภคชาวไทยและใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างจากกลุ่มผู้บริโภคที่ซื้อบายศรีจากกลุ่มบายศรีหนองป่าครั่งจำนวน 30 คน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความหลากหลายทางความคิด และข้อเสนอแนะที่แตกต่าง ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายในการรับสาร

### 2. การเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลเบื้องต้นประกอบการศึกษาประกอบด้วย

2.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) ใช้วิธีสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งเนื้อหาหลักในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วยประวัติความเป็นมาของบายศรี, ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับบายศรี ขั้นตอนการผลิตบายศรี รูปแบบที่ต้องการให้นำเสนอในการออกแบบแผนป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต

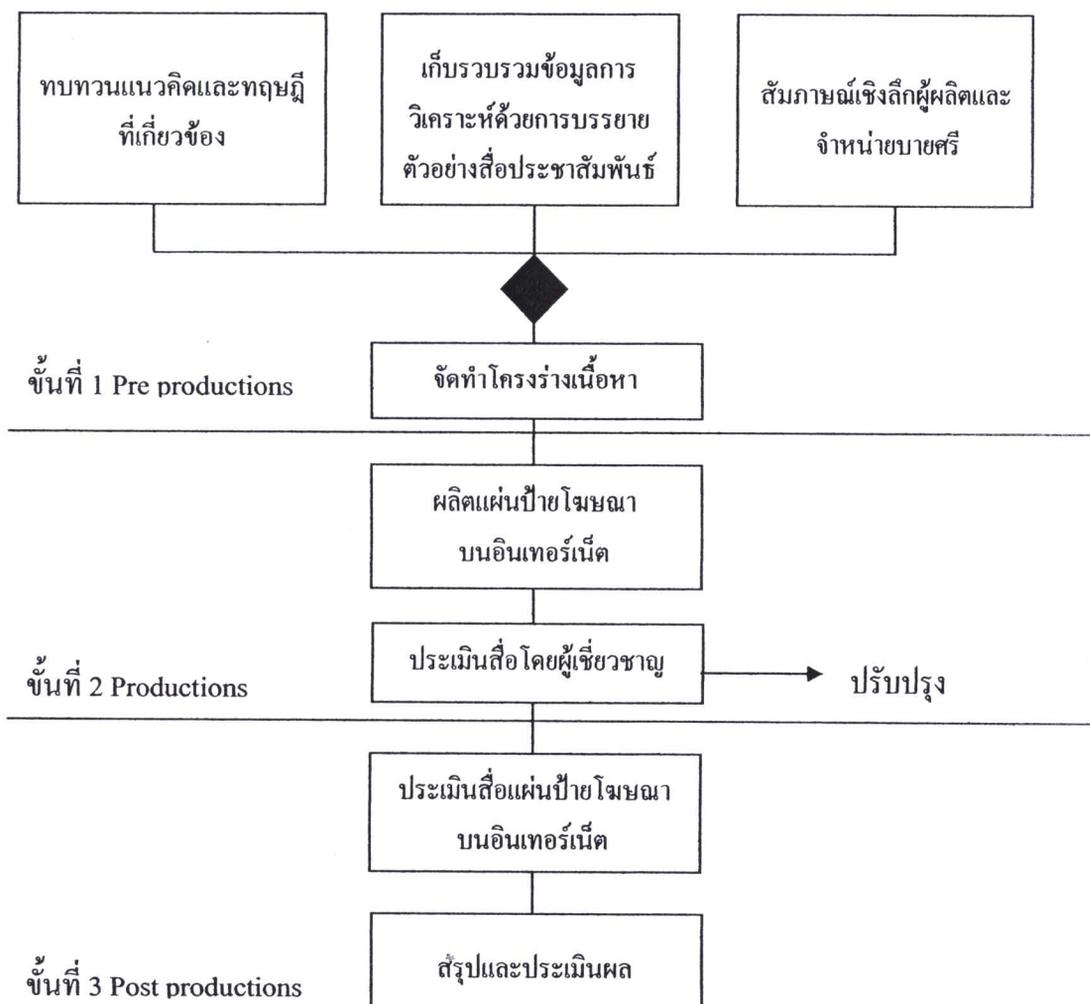
2.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) ได้ศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ เอกสาร สิ่งพิมพ์ เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง โดยเนื้อหาหลักในการศึกษาครั้งนี้ซึ่งระบุนรายละเอียดไว้ในเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของบทที่ 2

2.3 ในการศึกษาครั้งนี้เพื่อให้เนื้อหาที่มีความสมบูรณ์และสามารถอ้างอิงได้ ผู้ศึกษาจึงวิเคราะห์สื่อประชาสัมพันธ์ของกลุ่มขายศรีหนองป่าครั่งด้วยการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิเคราะห์ด้วยการบรรยาย โดยวิเคราะห์ตามหลักการโฆษณาโดยมีสื่อประชาสัมพันธ์ของกลุ่มขายศรีหนองป่าครั่งจำนวน 2 รูปแบบคือ

- 1) แผ่นพับกลุ่มขายศรีหนองป่าครั่ง
- 2) เว็บไซต์ของกลุ่มขายศรีหนองป่าครั่ง

### 3. การพัฒนาแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต

กระบวนการการวางแผนค้นคว้าอิสระครั้งนี้ เพื่อให้เกิดความชัดเจนถึงขั้นตอนการดำเนินงาน สามารถอธิบายออกมาเป็นภาพให้เข้าใจง่ายขึ้น แบ่งเป็น 3 ขั้นตอนดังนี้



ภาพที่ 3.2 แสดงขั้นตอนการพัฒนาสื่อแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต  
ที่มา: พัฒนาโดยผู้ศึกษา (วันที่ 12 มกราคม 2553)

3.1 ขั้นตอนก่อนออกแบบสื่อแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต (Pre productions) นำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลมาเขียนเป็นบทบรรยาย โดยเนื้อหาในบทบรรยายนั้นสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ใช้ภาพเป็นหลัก โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ส่วน คือ คุณค่าของบายศรี ขั้นตอนการผลิตบายศรี และข้อมูลของกลุ่มบายศรีหนองป่าครั่ง และนำมาปรึกษากับบุคลากรในกลุ่มบายศรีหนองป่าครั่งอีกครั้งจนได้บทที่สมบูรณ์พร้อมสำหรับการผลิตสื่อป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต

3.2 ขั้นตอนการถ่ายทำสื่อแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต (Productions) การเตรียมงานศิลป์ จัดหาภาพประกอบ จัดทำตัวอักษรข้อความต่างๆ ที่จะปรากฏขึ้นในแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต ทั้งหมดใช้โปรแกรม Macromedia Flash 8 ในการผลิตโดยนำข้อมูลภาพนิ่ง ตัวอักษร ภาพเคลื่อนไหวทั้งหมดมาจัดเรียงกันตามบท และนำมาคัดเลือก ปรับแต่งสีภาพ ความชัดเจน ใส่ตัวอักษร รวมทั้งภาพประกอบต่างๆ และมาประมวลผลให้เป็นไฟล์เดียว (Export) เพื่อดำเนินการทดสอบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตโดยผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งใช้แบบประเมินที่ครอบคลุมวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยนำแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตที่ผลิตไปหาประสิทธิภาพด้วยแบบประเมินเพื่อทำการประเมินว่าแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต ที่ผลิตขึ้นมีความสามารถตรงวัตถุประสงค์หรือไม่ โดยใช้ผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่านดังนี้

1. ผศ. ดร. ณี ฤดี ถิ่นลำปาง ข้าราชการบำนาญมหาวิทยาลัยเชียงใหม่
2. นายอิทธิชัย จักรพิทักษ์ เจ้าของเว็บไซต์ ThaiTradePoint.com
3. นายวรรณชัย วงษ์ตะลา ผู้บริหาร บริษัท Thaiis
4. นางสาวศรัญญา ฮวดศรี Senior Graphic Designer CBN สยาม
5. นายกิตติธณ ธานี Senior Graphic Designer CBN สยาม

ทั้งนี้เพื่อจะนำข้อมูลมาปรับแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน ก่อนทำการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างต่อไป

3.3 ขั้นตอนหลังการผลิตสื่อแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต (Post productions) เผยแพร่สื่อต่อกับกลุ่มตัวอย่างประเมินประสิทธิภาพสื่อ โดยใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง หรือสุ่มแบบมีจุดมุ่งหมาย (Purposive sampling) จำนวน 30 คน และนำข้อมูลมาวิเคราะห์ผล สรุปผล และเรียบเรียงผลการศึกษาค้นคว้า เขียนเป็นรายงานการค้นคว้าแบบอิสระ

#### 4. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

การศึกษาความพึงพอใจและความเข้าใจ เกี่ยวกับสื่อแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของบายศรีหนองป่าครั่งของกลุ่มตัวอย่างครั้งนี้ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลภาคสนามมี 3 ชุด คือ

##### 4.1 สื่อแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต

4.2 แบบประเมินประสิทธิภาพสื่อก่อนการเผยแพร่สำหรับผู้เชี่ยวชาญ เป็นแบบสอบถามสำหรับใช้ประเมินผลสื่อแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต” ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนการประเมินประสิทธิภาพทางการออกแบบสื่อ แผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตเกี่ยวกับภาพ เนื้อหา และความคิดโดยรวมของสื่อก่อนที่จะนำเสนอต่อกลุ่มตัวอย่าง ขั้นตอนนี้มุ่งหวังที่จะได้ข้อเสนอแนะจากผลการประเมิน เพื่อนำข้อมูลมาปรับแก้ไข ก่อนการเผยแพร่ต่อกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงต่อไป แบบประเมิน แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ตารางประเมินสื่อแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

4.3 แบบทดสอบสำหรับกลุ่มตัวอย่าง เป็นแบบสอบถามสำหรับใช้ทดสอบประสิทธิภาพสื่อแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนการวัดประสิทธิภาพทางการออกแบบสื่อแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตเกี่ยวกับภาพ เนื้อหา และความคิดโดยรวมของสื่อ หลังจากที่ได้ทดสอบสื่อกับกลุ่มตัวอย่างจะดำเนินการสรุปและประเมินผลต่อไป ในการทดสอบสื่อครั้งนี้ใช้แบบประเมินสื่อเป็นเกณฑ์ในการวัดผลเพื่อให้ได้สื่อแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตที่มีคุณภาพและตรงกับความต้องการของกลุ่มตัวอย่างให้มากที่สุด แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ตารางประเมินสื่อแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

โดยเกณฑ์การประเมินของสื่อแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตใช้การกำหนดเกณฑ์ประเมินสื่อตามระดับความพึงพอใจ และระดับคุณภาพของสื่อแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต กำหนดเกณฑ์เฉลี่ย รายข้อ ไม่ต่ำกว่า 3 (ปานกลาง)

#### 5. การวิเคราะห์ข้อมูล สรุปผล และนำเสนอผลงาน

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาความพึงพอใจจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในกลุ่มบายศรีหนองป่าครั่ง เกี่ยวกับรูปแบบสื่อแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตเพื่อนำผลการศึกษาไปใช้เป็น

แนวทางพัฒนาการออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตของ กลุ่มขายศรีหนองป่าครั่ง โดยมี ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลดังต่อไปนี้

5.1 การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก จากบุคคลากรในกลุ่มขายศรีหนองป่าครั่งเพื่อศึกษาความพึงพอใจ และความเหมาะสมทางการออกแบบ

5.2 เก็บรวบรวมข้อมูลการวิเคราะห์ด้วยการบรรยาย จากตัวอย่างสื่อแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตเพื่อการประชาสัมพันธ์กลุ่มขายศรีหนองป่าครั่งทั้ง 2 รูปแบบ โดยการนำตัวอย่างสื่อมาวิเคราะห์ตามหลักการโฆษณาเพื่อหาจุดเด่นและจุดด้อยของสื่อ และวิเคราะห์แนวทางด้านการออกแบบ

5.3 เก็บรวบรวมข้อมูลการประเมินสื่อ จากผู้เชี่ยวชาญ และ เพื่อหาข้อบกพร่องของสื่อที่ได้ทำการออกแบบในขั้นต้น และนำข้อเสนอแนะต่างๆ จากการประเมินมาแก้ไขสื่อ เพื่อให้ได้สื่อที่มีประสิทธิภาพ เหมาะสมและตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

5.4 เก็บรวบรวมข้อมูลจากการทดสอบคุณภาพสื่อกลุ่มขายศรีหนองป่าครั่ง จากแบบประเมินที่ได้ผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญ เพื่อสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจและทัศนคติของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีต่อสื่อ จากกลุ่มนักท่องเที่ยวนับจำนวนทั้งหมด 30 ราย ที่ได้เลือกไว้เป็นกลุ่มตัวอย่าง

### ขั้นตอนการวิจัยของแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต ในชั้นที่ 3

ในการศึกษาครั้งนี้แก้ไขจากขั้นตอนการวิจัยของแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต ชั้นที่ 1 และชั้นที่ 2 เพื่อให้ได้ผลที่สมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ ดังนี้ เพื่อหาข้อสรุปของหลักการพื้นฐานในการออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต ที่มีประสิทธิภาพบนอินเทอร์เน็ต และเพื่อการพัฒนาต้นแบบการออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตที่น่าสนใจ ซึ่งการวิจัยครั้งนี้วิเคราะห์ในส่วนประกอบงานโฆษณา และวิธีการนำเสนอความคิดโฆษณาของสื่อแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตเป็นสำคัญ

#### 1. กำหนดขอบเขตในการศึกษา

**ข้อมูลประเภทเอกสาร** เก็บรวบรวมข้อมูลการค้นคว้าจากหนังสือ บทความ บทวิเคราะห์ เว็บไซต์ วิจัย วิทยานิพนธ์ บทสัมภาษณ์ ตามเนื้อหา ดังนี้

- 1.1 การโฆษณา
- 1.2 การใช้สื่ออินเทอร์เน็ต
- 1.3 การโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต
- 1.4 การออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต
- 1.5 การโฆษณาด้วยแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต

**ข้อมูลประเภทบุคคล** กลุ่มตัวอย่าง (ผู้เชี่ยวชาญ) ที่มีความรู้เกี่ยวกับการออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต ใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามในลักษณะคำถามมีตัวเลือกให้เลือกตอบ และแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมต่อหลักการที่ค้นพบในเบื้องต้นอย่างอิสระ

กลุ่มตัวอย่าง (ผู้เชี่ยวชาญ) ที่ใช้ในการศึกษา ใช้เกณฑ์ในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างคือนักออกแบบเกี่ยวกับเว็บไซต์และการออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตที่มีประสบการณ์ด้านงานโฆษณาสื่อแบบต่างๆ ทั้งด้านการออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตและการสร้างสรรค์งานโฆษณาสื่อแบบต่างๆ จากนั้นดูจากประสบการณ์ในการทำงาน

จากวิธีการคัดเลือกข้างต้นทำให้ได้กลุ่มตัวอย่าง (ผู้เชี่ยวชาญ) คุณสมบัติที่ต้องการดังนี้

1. นายอิทธิชัย จักรพิทักษ์  
ตำแหน่ง : Senior Graphic Designer  
หน่วยงาน : บริษัท ThaiTradePoint เว็บไซต์ : ThaiTradePoint.com  
ประสบการณ์ : งานโฆษณา 8 ปี สร้างเว็บไซต์ ThaiTradePoint.com 8 ปี
2. นายพูนเพิ่ม ต้นศิริ  
ตำแหน่ง : Graphic Designer  
หน่วยงาน : บริษัท ThaiTradePoint  
เว็บไซต์ : ThaiTradePoint.com  
ประสบการณ์ : เว็บไซต์ ThaiTradePoint.com 4 ปี
3. นางสาวศรัญญา ฮวดศรี  
ตำแหน่ง : Senior Graphic Designer  
หน่วยงาน : บริษัท CBN สยาม  
ประสบการณ์ : งานโฆษณา 8 ปี ผลิตสื่อต่างๆ
4. นายกิตติธณ ธานี  
ตำแหน่ง : Senior Graphic Designer  
หน่วยงาน : บริษัท CBN สยาม  
ประสบการณ์ : งานโฆษณา 12 ปี ผลิตสื่อต่างๆ
5. นายชาคริต ทองสว่าง  
ตำแหน่ง : Graphic Designer  
หน่วยงาน : บริษัท เป็นต่อโฆษณา  
ประสบการณ์ : งานโฆษณา 10 ปี ผลิตสื่อโฆษณาต่างๆ

## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือ แบบสอบถามในลักษณะคำถามมีตัวเลือกให้เลือกตอบเห็นด้วย หรือไม่เห็นด้วย โดยสามารถแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมต่อหลักการที่ค้นพบในเบื้องต้นอย่างอิสระได้ เนื้อหาในแบบสอบถามจึงมีที่มาจากวรรณกรรมในบทที่ 2 ซึ่งสรุปเป็นแนวคำถามได้ดังนี้

วัตถุประสงค์ของคำถาม	เนื้อหาจากวรรณกรรม	แนวคำถาม
1. เพื่อทราบข้อมูลต่างๆ ไปเกี่ยวกับแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต	1.1 ข้อดี - ข้อเสีย ของสื่อแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การโฆษณาทางแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตข้อดีอย่างไร</li> <li>- การโฆษณาทางแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตข้อเสียอย่างไร</li> </ul>
	1.2 ประเภทของสื่อแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สามารถแบ่งแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตออกเป็นประเภทใดได้บ้าง</li> <li>- ข้อดีของแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตแต่ละประเภท</li> <li>- ข้อเสียของแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตแต่ละประเภท</li> <li>- ประโยชน์ของการใช้แผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตถูกประเภท</li> <li>- ขนาดไฟล์ที่เหมาะสมของแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต</li> </ul>
2. เพื่อทราบข้อมูลเกี่ยวกับ การออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต	2.1 ขั้นตอนการออกแบบ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ขั้นตอนการออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตอย่างไร</li> <li>- ความแตกต่างของการออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตแต่ละประเภท</li> </ul>
	2.2 วัตถุประสงค์การออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต	<ul style="list-style-type: none"> <li>- วัตถุประสงค์ของแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตมีอะไรบ้าง</li> <li>- ความแตกต่างของการออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตสำหรับแต่ละวัตถุประสงค์</li> </ul>
	2.3 กลุ่มเป้าหมาย	<ul style="list-style-type: none"> <li>- กลุ่มเป้าหมายของสื่อแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตเป็นกลุ่มใดได้บ้าง</li> <li>- พฤติกรรมของแต่ละกลุ่มเป้าหมายแตกต่างกันอย่างไร</li> </ul>

ตาราง 3.1 สรุปเนื้อหาจากวรรณกรรมตามแนวคำถามที่ใช้ในแบบสอบถาม

วัตถุประสงค์ ของคำถาม	เนื้อหา จากวรรณกรรม	แนวคำถาม
	2.4 องค์ประกอบของแผ่นป้าย โฆษณาบนอินเทอร์เน็ต ของการโฆษณาสิ่งพิมพ์	- ขั้นตอนการออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาบน อินเทอร์เน็ตอย่างไร
	2.5 วิธีการนำเสนอความคิด โฆษณา	- องค์ประกอบในการออกแบบแผ่นป้าย โฆษณาบนอินเทอร์เน็ตมีอะไรบ้าง - ข้อพิจารณาในการเลือกใช้อะไรประกอบ - ลักษณะที่ดีของแต่ละองค์ประกอบ
3. เพื่อทราบวิธีการ วิเคราะห์แผ่นป้าย โฆษณา บนอินเทอร์เน็ต	3.1 ลักษณะของแผ่นป้ายโฆษณา บนอินเทอร์เน็ตที่ดี	- วิธีนำเสนอความคิดโฆษณาในสื่อแผ่นป้าย โฆษณาบนอินเทอร์เน็ตมีอะไรบ้าง - ข้อพิจารณาในการเลือกใช้วิธีนำเสนอ ความคิดโฆษณา

ตาราง 3.1 (ต่อ) สรุปเนื้อหาจากวรรณกรรมตามแนวคำถามที่ใช้ในแบบสอบถาม

### 3. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล จะนำความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง (ผู้เชี่ยวชาญ) ที่มีต่อคำถามตาม  
แนวทางในวรรณกรรมบทที่ 2 รวมกับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง (ผู้เชี่ยวชาญ) เพิ่มเติม มาสรุป  
รวมเป็นหลักการพื้นฐานในการออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตที่มีประสิทธิภาพบน  
อินเทอร์เน็ต

### 4. การนำเสนอผลการวิจัย

นำเสนอผลการวิจัยในลักษณะตารางแสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของกลุ่ม  
ตัวอย่าง (ผู้เชี่ยวชาญ) 5 ท่านในการตอบคำถามพร้อมอธิบายสรุปผลท้ายตาราง และบรรยายสรุป  
ข้อแตกต่างที่เป็นรูปแบบเฉพาะของสื่อแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต

### 5. ผลงานการออกแบบ

ผู้วิจัยจัดทำแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต โดยใช้ผลิตภัณฑ์เป็นบายศรีหนองป่าครั่ง เพื่อ  
นำเสนอผลการวิจัยในรูปแบบต่าง ๆ ที่ได้จากแนวทางที่ค้นพบ