

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง “การออกแบบโฆษณาสินค้าสุขภาพในนิตยสาร สำหรับผู้สูงอายุ” มีขั้นตอนและรายละเอียดของระเบียบวิธีวิจัยดังนี้

- 3.1 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา
- 3.2 วิธีการเก็บข้อมูล
- 3.3 การวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล
- 3.4 รูปแบบการออกแบบสื่อโฆษณาในนิตยสาร

3.1 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา แบ่งได้เป็น

3.1.1 ข้อมูลด้านเอกสาร

หมายถึงข้อมูลจาก หนังสือ เอกสาร บทความ สิ่งตีพิมพ์ประเภทต่าง ๆ ทั้งในและต่างประเทศ ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับผู้สูงอายุ และการโฆษณาทางนิตยสาร เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์รูปแบบในการโฆษณาสินค้าสุขภาพในนิตยสาร สำหรับผู้สูงอายุ

3.1.2 ข้อมูลด้านภาพโฆษณาสินค้าสุขภาพในนิตยสาร

หมายถึงภาพงานโฆษณาสินค้าสุขภาพในนิตยสาร ซึ่งเลือกเฉพาะสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริม ป้องกัน ฟื้นฟู และดูแลสุขภาพ ไม่รวมกับงานบริการ หรือการเสนอ/ขายบริการใด ๆ ที่ไม่มีสินค้าสุขภาพ ที่พบในนิตยสารภายในประเทศ เพื่อใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิเคราะห์

3.2 วิธีการเก็บข้อมูล

3.2.1 การเก็บข้อมูลด้านเอกสาร

ทำการรวบรวมข้อมูลทางวิชาการต่าง ๆ ประเภทหนังสือ เอกสาร บทความวิทยานิพนธ์ และสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ และการโฆษณาในนิตยสาร จากหอสมุดต่าง ๆ ของรัฐบาล ร้านหนังสือ รวมทั้งแหล่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต

3.2.2 การเก็บข้อมูลประเภทภาพโฆษณาสินค้าสุขภาพในนิตยสาร

ทำการรวบรวมภาพการโฆษณาสินค้าในนิตยสาร จากนิตยสารจำนวน 3 ชื่อฉบับ ได้แก่ ชีวิตจิต ,Healthtoday และใกล้หมอ Well-Being โดยนิตยสารทั้งหมดจะเป็นนิตยสารที่ออกวางจำหน่าย

ตั้งแต่ช่วงเดือน มกราคม ปี 2550 จนถึงเดือนกรกฎาคม ปี 2550 ซึ่งมีจำนวนรวมทั้งสิ้น 18 ฉบับ โดยมีรายละเอียดในการเลือกนิตยสารดังนี้

- นิตยสารชีวจิต เป็นนิตยสารที่ออกวางจำหน่ายเป็นรายปักษ์ จึงใช้ฉบับที่วางจำหน่ายเป็น ปักษ์แรกของเดือนมกราคม – มิถุนายน ปี 2550 รวมทั้งสิ้น 6 ฉบับเป็นเกณฑ์ในการรวบรวมข้อมูล
- นิตยสาร Healthtoday เป็นนิตยสารที่ออกวางจำหน่ายเป็นรายเดือน จึงใช้ฉบับที่วาง จำหน่ายในเดือนมกราคม – มิถุนายน ปี 2550 รวมทั้งสิ้น 6 ฉบับเป็นเกณฑ์ในการรวบรวมข้อมูล
- นิตยสารใกล้เคียง Well-Being เป็นนิตยสารที่ออกวางจำหน่ายเป็นรายเดือน แต่ฉบับที่ ออกวางจำหน่ายในเดือนมกราคม และกุมภาพันธ์ เป็นฉบับเดียวกัน จึงใช้ฉบับที่วางจำหน่ายใน เดือนมกราคม – กรกฎาคม ปี 2550 รวมทั้งสิ้น 6 ฉบับเป็นเกณฑ์ในการรวบรวมข้อมูล

2.2.1 รวบรวมภาพโฆษณาสินค้าทั้งหมดในนิตยสารทั้ง 3 ชื่อฉบับ ที่ออกวางจำหน่ายใน เดือนมกราคม – กรกฎาคม ปี 2550 รวมทั้งสิ้น 18 ฉบับโดยทำการสแกนเป็นไฟล์ภาพ และทำการ แยกชนิดของสินค้าสุขภาพต่าง ๆ โดยใช้การแบ่งหมวดโฆษณาซึ่งแบ่งประเภทตามหนังสือการ ประกวดโฆษณายอดเยี่ยมแห่งประเทศไทย (TACT AWARD) เป็นเกณฑ์ ซึ่งมีการจัดแบ่งไว้ 16 ประเภท ดังนี้

- อาหาร (Food)
- ของขบเคี้ยว (Snacks & Candies)
- เครื่องดื่ม (Beverages)
- เสื้อผ้าและของใช้เบ็ดเตล็ด (Apparel & Personal Accessories)
- เครื่องสำอางและของใช้ส่วนตัว (Cosmetic & Personal Care)
- ผลิตภัณฑ์รถยนต์ (Automatic Products)
- ผลิตภัณฑ์ใช้ในบ้าน (Household Products)
- อุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า (Household Appliance, Electrical Equipment & Other Durable Consumer Product)
- อุปกรณ์สำนักงานอัตโนมัติและโทรคมนาคม (office Automations & Telecommunications)
- อุปกรณ์ก่อสร้าง, บ้านและที่ดิน (Construction Materials & Real Estate)
- ธุรกิจบริการ (Service)
- สถาบัน (Institutions)
- ส่งเสริมสังคม (Social Contribution)
- ผลิตภัณฑ์ยา (Pharmaceutical Products)

- ผลิตภัณฑ์ทั่วไป (General Merchandises)
- ส่งเสริมการขาย (Sale Promotion)

อย่างไรก็ตามผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาเฉพาะสินค้าสุขภาพเท่านั้น ไม่รวมถึงเสื้อผ้าและของใช้เบ็ดเตล็ด (Apparel & Personal Accessories) ผลิตภัณฑ์รถยนต์ (Automatic Products) ผลิตภัณฑ์ใช้ในบ้าน (Household Products) อุปกรณ์สำนักงานอัตโนมัติและโทรคมนาคม (office Automations & Telecommunications) อุปกรณ์ก่อสร้าง, บ้านและที่ดิน (Construction Materials & Real Estate) ธุรกิจบริการ (Service) สถาบัน (Institutions) ส่งเสริมสังคม (Social Contribution) และการส่งเสริมการขาย (Sale Promotion)

ดังนั้นผู้ศึกษาจึงทำการแบ่งประเภทสินค้าโฆษณา โดยคัดหมวดประเภทโฆษณาสินค้าที่ไม่อยู่ในขอบเขตของการศึกษาออก และทำการรวมประเภทของอาหารและของขบเคี้ยวไว้ด้วยกัน และเพิ่มส่วนของโฆษณาแยกย่อยเข้ามา ซึ่งสามารถแบ่งได้ดังนี้

- ก. อาหาร และของขบเคี้ยว (Food, Snacks & Candies)
- ข. เครื่องดื่ม (Beverages)
- ค. เครื่องสำอางและของใช้ส่วนตัว (Cosmetic & Personal Care)
- ง. อุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า (Household Appliance, Electrical Equipment & Other Durable Consumer Product)
- จ. ผลิตภัณฑ์ยา และอาหารเสริม (Pharmaceutical Products & dietary supplement products)
- ฉ. ผลิตภัณฑ์ทั่วไป (General Merchandises) ในที่นี้ผู้ศึกษากำหนดให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่สามารถจัดให้เข้าพวกกับสินค้าสุขภาพอื่น ๆ ได้
- ช. สินค้าโฆษณาที่ปรากฏมากกว่า 1 ชนิดสินค้า ใน 1 หน้าโฆษณา หรือโฆษณาแยกย่อย (Classified Advertising)

โดยเมื่อจัดแบ่งสินค้าสุขภาพ ที่ลงโฆษณาในนิตยสารทั้ง 3 ชื่อฉบับ ที่ออกวางจำหน่ายในช่วงระยะเวลาดังกล่าว สามารถแบ่งได้เป็นประเภทต่าง ๆ ตามตารางได้ดังนี้

ตาราง 1 แสดงผลการแบ่งกลุ่มตัวอย่างที่เป็นโฆษณาสินค้าสุขภาพจากนิตยสาร 3 ชื่อฉบับที่ออกวางจำหน่ายระหว่างเดือนมกราคม – กรกฎาคม ปี 2550 จำนวนทั้งสิ้น 18 ฉบับ

ลำดับที่	เดือน	ประเภทสินค้า						
		ชนิด (01)	ชนิด (02)	ชนิด (03)	ชนิด (04)	ชนิด (05)	ชนิด (06)	ชนิด (07)
1.	ชีวจิต	6	20	8	8	13	3	53
2.	healthtoday	3	4	15	8	35	36	-
3.	Health-well-being	6	15	2	19	12	10	27
	รวม	15	39	25	35	60	49	80

จากตารางดังกล่าวพบว่ามีภาพโฆษณาสินค้าสุขภาพทั้งหมด 303 ภาพ เป็นภาพสินค้าประเภทอาหาร และของขบเคี้ยว (Food, Snacks & Candies) (กำหนดให้เป็นสินค้าชนิด 01) จำนวน 15 ภาพ เป็นภาพสินค้าประเภทเครื่องดื่ม (Beverages) (กำหนดให้เป็นสินค้าชนิด 02) จำนวน 39 ภาพ เป็นเครื่องสำอางและของใช้ส่วนตัว (Cosmetic & Personal Care) (กำหนดให้เป็นสินค้าชนิด 03) จำนวน 25 ภาพ เป็นภาพสินค้าประเภทอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า (Household Appliance, Electrical Equipment & Other Durable Consumer Product) (กำหนดให้เป็นสินค้าชนิด 04) จำนวน 35 ภาพ เป็นภาพสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์ยา และอาหารเสริม (Pharmaceutical Products & dietary supplement products) (กำหนดให้เป็นสินค้าชนิด 05) จำนวน 60 ภาพ เป็นภาพสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์ทั่วไป (General Merchandises) (กำหนดให้เป็นสินค้าชนิด 06) จำนวน 49 ภาพ เป็นภาพสินค้าประเภทโฆษณาแยกย่อย (Classified Advertising) (กำหนดให้เป็นสินค้าชนิด 07) จำนวน 80 ภาพ

จากนั้นนำภาพที่แบ่งตามประเภทสินค้าที่ได้ นำมาแยกตามยี่ห้ออีกครั้ง เพื่อตัดภาพที่ซ้ำกันออก สามารถแบ่งได้ตามตาราง ดังนี้

ตาราง 2 แสดงผลการแบ่งกลุ่มตัวอย่างภาพโฆษณาสินค้าประเภทอาหาร และของขบเคี้ยว (Food, Snacks & Candies) ตามยี่ห้อสินค้า

ลำดับที่	ยี่ห้อสินค้า	จำนวนภาพ	จำนวนภาพ (ตัดภาพที่ซ้ำกันออก)
01	น้ำมันพืชคิง	3	1
02	ขนมปังฟาร์มเฮาส์	3	1
03	ข้าวสาลีอบวิทาบิกซ์	1	1

ลำดับที่	ยี่ห้อสินค้า	จำนวนภาพ	จำนวนภาพ (ตัดภาพที่ซ้ำกันออก)
04	อาหารเพื่อสุขภาพ dorset cereals	1	1
05	ดี-เอ็ด สารให้ความหวาน	2	1
06	ไส้กรอกพรานทะเล	1	1
07	กะทิธัญพืชกึ่งไรฟ์	4	1
	รวม	15	7

หมายเหตุ :

- กรณีที่สินค้านั้นเป็นสินค้าที่มียี่ห้อเดียวกัน แต่มีรูปแบบของภาพโฆษณาในนิตยสาร ต่างกัน จะไม่นับรวมกัน
- กรณีที่สินค้านั้นเป็นสินค้าที่มีชนิด และยี่ห้อเดียวกัน และมีการนำเสนอแบบต่อเนื่องมากกว่า 1 หน้า ให้รวมเป็น 1 ภาพโฆษณา
- กรณีที่สินค้านั้นเป็นสินค้าที่มีชนิด และยี่ห้อเดียวกัน และมีการนำเสนอแบบต่อเนื่องมากกว่า 1 หน้า แต่มีหน้าโฆษณา หรือหน้าสารอื่นแทรก ให้แยกเป็นคนละภาพโฆษณา

จากตารางจะพบว่ามีภาพของสินค้าโฆษณาประเภทอาหาร และของขบเคี้ยว 15 ภาพ และสามารถแบ่งโดยตัดภาพที่ซ้ำกันออกแล้ว เหลือภาพสินค้าประเภทอาหาร และของขบเคี้ยว 7 ภาพ

ตาราง 3 แสดงผลการแบ่งกลุ่มตัวอย่างภาพ โฆษณาสินค้าประเภทเครื่องดื่ม (Beverages)

ลำดับที่	ยี่ห้อสินค้า	จำนวนภาพ	จำนวนภาพ (ตัดภาพที่ซ้ำกันออก)
01	ผลิตภัณฑ์ daily green(1)	2	1
02	ผลิตภัณฑ์ daily green(2)	2	1
03	ผลิตภัณฑ์ daily green(3)	2	1
04	กาแฟเนเจอร์กิฟคอฟฟีพลัส(1)	2	1
05	กาแฟเนเจอร์กิฟคอฟฟีพลัส(2)	3	1
06	กาแฟเนเจอร์กิฟคอฟฟีพลัส(3)	3	1
07	ชาเรนอง ที	1	1
08	น้ำสมุนไพรเฮิร์บทูโอ	1	1
09	น้ำดื่มสยาม	2	1
10	เครื่องดื่มพืชเกษตร โกลเด้น	1	1

ลำดับที่	ยี่ห้อสินค้า	จำนวนภาพ	จำนวนภาพ (ตัดภาพที่ซ้ำกันออก)
11	ซาเฮนรี เวย	1	1
12	เครื่องคั้มบีอิ่ง 1	1	1
13	เครื่องคั้มบีอิ่ง 2	1	1
14	เครื่องคั้มบีอิ่ง 3	1	1
15	เครื่องคั้มบีอิ่ง 4	1	1
16	น้ำนมถั่วเหลืองแลคตาซอย ไลท์	3	1
17	ซาจินเจน	1	1
18	เครื่องคั้มสปอนเซอร์	4	1
19	น้ำส้ม ทิปโก้ SQUEEZE CALIFORNIA	4	1
20	นม โพร โม่ค้แคลซีแม็กซ์ 1	1	1
21	นม โพร โม่ค้แคลซีแม็กซ์ 2	1	1
22	ทรูสเลน คอฟฟี่พลัส	1	1
รวม		39	22

- หมายเหตุ :
- กรณีที่สินค้านั้นเป็นสินค้าที่มียี่ห้อเดียวกัน แต่มีรูปแบบของภาพโฆษณาในนิตยสาร ต่างกัน จะไม่นับรวมกัน
 - กรณีที่สินค้านั้นเป็นสินค้าที่มีชนิด และยี่ห้อเดียวกัน และมีการนำเสนอแบบต่อเนื่องมากกว่า 1 หน้า ให้รวมเป็น 1 ภาพโฆษณา
 - กรณีที่สินค้านั้นเป็นสินค้าที่มีชนิด และยี่ห้อเดียวกัน และมีการนำเสนอแบบต่อเนื่องมากกว่า 1 หน้า แต่มีหน้าโฆษณา หรือหน้าสารอื่นแทรก ให้แยกเป็นคนละภาพโฆษณา

จากการตารางจะพบว่ามีภาพของสินค้าโฆษณาเครื่องคั้ม 39 ภาพ และสามารถแบ่งโดยตัดภาพที่ซ้ำกันออกแล้ว เหลือภาพสินค้าประเภทเครื่องคั้ม 22 ภาพ

ตาราง 4 แสดงผลการแบ่งกลุ่มตัวอย่างภาพโฆษณาสินค้าประเภทเครื่องสำอาง และของใช้ส่วนตัว (Cosmetic & Personal Care)

ลำดับที่	ยี่ห้อสินค้า	จำนวนภาพ	จำนวนภาพ (ตัดภาพที่ซ้ำกันออก)
01	ครีมทาผิวเดอะริฟ	1	1
02	ยาสีฟันคอลเกต Gel-Kam	3	1
03	แชมพูลืออง แอร์โทนิค	1	1
04	ครีมนวดสมุนไพรปิดผมขาว แคเธอริน	1	1
05	ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวหน้า fancl 1	1	1
06	ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวหน้า fancl 2	1	1
07	เซรั่มดีเอสพี โพรโทนิค สเปร์ย์	2	1
08	น้ำยาบ้วนปาก Listerine 1	1	1
09	น้ำยาบ้วนปาก Listerine 2	4	1
10	น้ำยาบ้วนปาก Listerine 3	1	1
11	ครีมทาฝ้า amela-ex 1	2	1
12	ครีมทาฝ้า amela-ex 2	1	1
13	ครีมทาฝ้า amela-ex 3	3	1
14	แปรงสีฟัน systema	1	1
15	ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด Cetaphil	1	1
16	สบู่สมุนไพรกักเลี้ยง	1	1
รวม		25	16

หมายเหตุ : - กรณีที่สินค้านั้นเป็นสินค้าที่มียี่ห้อเดียวกัน แต่มีรูปแบบของภาพโฆษณาในนิตยสาร ต่างกัน จะไม่นับรวมกัน
 - กรณีที่สินค้านั้นเป็นสินค้าที่มีชนิด และยี่ห้อเดียวกัน และมีการนำเสนอแบบต่อเนื่องมากกว่า 1 หน้า ให้รวมเป็น 1 ภาพโฆษณา
 - กรณีที่สินค้านั้นเป็นสินค้าที่มีชนิด และยี่ห้อเดียวกัน และมีการนำเสนอแบบต่อเนื่องมากกว่า 1 หน้า แต่มีหน้าโฆษณา หรือหน้าสารอื่นแทรก ให้แยกเป็นคนละภาพโฆษณา

จากตารางจะพบว่ามีภาพของสินค้าโฆษณาประเภทเครื่องสำอาง และของใช้ส่วนตัว 25 ภาพ และสามารถแบ่งโดยตัดภาพที่ซ้ำกันออกแล้ว เหลือภาพสินค้าประเภทเครื่องสำอาง และของใช้ส่วนตัว 16 ภาพ

ตาราง 5 แสดงผลการแบ่งกลุ่มตัวอย่างภาพโฆษณาสินค้าประเภทอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า (Household Appliance, Electrical Equipment & Other Durable Consumer Product)

ลำดับที่	ยี่ห้อสินค้า	จำนวนภาพ	จำนวนภาพ (ตัดภาพที่ซ้ำกันออก)
01	เครื่องวัดความดัน digital microlife	1	1
02	เครื่องวัดความดัน digital omron 1	6	1
03	เครื่องวัดความดัน digital omron 2	2	1
04	เครื่องตรวจน้ำตาล Accu-Chek	3	1
05	เครื่องปรับอากาศ Mitsubishi electric Mr. slim move-eye	2	1
06	พัดลมระบายอากาศ Mitsubishi	1	1
07	หม้อหุงข้าวไฟฟ้า Panasonic	1	1
08	เครื่องแยกกากอเนกประสงค์ Central healthy	2	1
09	เครื่องปรับอากาศ Tasaki	1	1
10	เตาอบไมโครเวฟระบบไอน้ำ	1	1
11	เครื่องฉีดอินซูลิน อินซูลินปั๊ม Medtronic	6	1
12	เครื่องตรวจน้ำตาล เทอรูโม เมดิเซฟ	3	1
13	บันไดลิฟท์	2	1
14	เครื่องฟอกอากาศ	4	1
รวม		35	14

หมายเหตุ : - กรณีที่สินค้านั้นเป็นสินค้าที่มียี่ห้อเดียวกัน แต่มีรูปแบบของภาพโฆษณาใน
นิตยสาร ต่างกัน จะไม่นับรวมกัน
- กรณีที่สินค้านั้นเป็นสินค้าที่มีชนิด และยี่ห้อเดียวกัน และมีการนำเสนอ
แบบต่อเนื่องมากกว่า 1 หน้า ให้รวมเป็น 1 ภาพโฆษณา

- กรณีที่สินค้านั้นเป็นสินค้าที่มีชนิด และยี่ห้อเดียวกัน และมีการนำเสนอแบบต่อเนื่องมากกว่า 1 หน้า แต่มีหน้าโฆษณา หรือหน้าสารอื่นแทรก ให้แยกเป็นคนละภาพโฆษณา

จากตารางจะพบว่ามีภาพของสินค้าโฆษณาประเภทอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า 35 ภาพ และสามารถแบ่งโดยตัดภาพที่ซ้ำกันออกแล้ว เหลือภาพสินค้าประเภทอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า 14 ภาพ

ตาราง 6 แสดงผลการแบ่งกลุ่มตัวอย่างภาพโฆษณาสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์ยา และอาหารเสริม (Pharmaceutical Products & dietary supplement products)

ลำดับที่	ยี่ห้อสินค้า	จำนวนภาพ	จำนวนภาพ (ตัดภาพที่ซ้ำกันออก)
01	ผลิตภัณฑ์เห็ดหลินจืดแดงสกัด แคปซูล เพอเฟกาโน1	3	1
02	ผลิตภัณฑ์เห็ดหลินจืดแดงสกัด แคปซูล เพอเฟกาโน2	2	1
03	แคลเซียมเม็ด แคลเทรตพลัส1	2	1
04	แคลเซียมเม็ด แคลเทรตพลัส2	1	1
05	แคลเซียมเม็ด แคลเทรตพลัส3	2	1
06	แคลเซียมเม็ด แคลเทรตพลัส4	2	1
07	เซนทรัม วิตามินรวม A-Z 1	6	1
08	เซนทรัม วิตามินรวม A-Z 2	1	1
09	วิตามินรวม ฟาร์มาดอน	2	1
10	น้ำมันตับปลา ผสมโอเมก้า 3 sevensea joint care 1	1	1
11	น้ำมันตับปลา ผสมโอเมก้า 3 sevensea joint care 2	1	1
12	ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ออกูไวท์ โลเทซิน	1	1
13	ผลิตภัณฑ์ Black more 1	1	1
14	ผลิตภัณฑ์ Black more 2	2	1
15	พลาสติกฟิล์มกันน้ำ Opsite post-op	2	1
16	วีโน – เจล บรรเทาเส้นเลือดขอด	6	1
17	เวชภัณฑ์คุมกำเนิด ยัสมิน1	2	1
18	เวชภัณฑ์คุมกำเนิด ยัสมิน2	1	1
19	Mederma skin care for scar	4	1

ลำดับ ที่	ยี่ห้อสินค้า	จำนวนภาพ	จำนวนภาพ (ตัดภาพที่ซ้ำกัน ออก)
20	วิตามินบีรวม และซี Berocca	2	1
21	แผ่นซิติโคนรักษาแผลเป็น Cica care	1	1
22	แบรนต์เม็ด แคลเซียม + จมูกถั่วเหลือง	1	1
23	ยาบรรเทาอาการ ไอและจับเสมหะในหลอดลม โรบิทัส ซิน เอ็มอี	2	1
24	ผลิตภัณฑ์แคลเซียมเม็ด แคลวิน	3	1
25	วิตามินแรงสูง stress tabs'600 + Fe	1	1
26	ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ถ้างพิษ DEYTOX	2	1
27	แคลเซียมเม็ดฟู	6	1
รวม		60	27

หมายเหตุ :

- กรณีที่สินค้านั้นเป็นสินค้าที่มียี่ห้อเดียวกัน แต่มีรูปแบบของภาพโฆษณาใน
นิตยสาร ต่างกัน จะไม่นับรวมกัน
- กรณีที่สินค้านั้นเป็นสินค้าที่มีชนิด และยี่ห้อเดียวกัน และมีการนำเสนอ
แบบต่อเนื่องมากกว่า 1 หน้า ให้รวมเป็น 1 ภาพโฆษณา
- กรณีที่สินค้านั้นเป็นสินค้าที่มีชนิด และยี่ห้อเดียวกัน และมีการนำเสนอ
แบบต่อเนื่องมากกว่า 1 หน้า แต่มีหน้าโฆษณา หรือหน้าสารอื่นแทรก ให้แยก
เป็นคนละภาพโฆษณา

จากตารางจะพบว่ามีภาพของสินค้าโฆษณาประเภทผลิตภัณฑ์ยา และอาหารเสริม 60 ภาพ
และสามารถแบ่งโดยตัดภาพที่ซ้ำกันออกแล้ว เหลือภาพสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์ยา และอาหาร
เสริม 27 ภาพ

ตาราง 7 แสดงผลการแบ่งกลุ่มตัวอย่างภาพโฆษณาสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์ทั่วไป (General Merchandises)

ลำดับที่	ยี่ห้อสินค้า	จำนวนภาพ	จำนวนภาพ (ตัดภาพที่ซ้ำกันออก)
01	เครื่องปรับปรุงคุณภาพน้ำ	1	1
02	ที่นอนเพื่อสุขภาพ lady Americana	6	1
03	ผ้ายืดสวมกระชับกล้ามเนื้อ tubigrip 1	1	1
04	ผ้ายืดสวมกระชับกล้ามเนื้อ tubigrip 2	2	1
05	ผ้าอ้อม an-an	5	1
06	แผ่นรองขับ softex	12	1
07	คอนแทคเลนส์ชนิดเปลี่ยนรายวัน focus dailies	2	1
08	น้ำยาล้างคอนแทคเลนส์ Aqua	4	1
09	คอนแทคเลนส์ O2 – optix	2	1
10	ผลิตภัณฑ์ที่นอน satin	1	1
11	ถุงเท้าสำหรับผู้ป่วยเบาหวาน sensi – foot	1	1
12	ถุงน่องสุขภาพรักษาเส้นเลือดขอด JOBST	1	1
13	ผลิตภัณฑ์รองเท้า Orthaheel	1	1
14	เครื่องผลิตออกซิเจน ออกซิแคร์	1	1
15	หมวกเพื่อสุขภาพ leadership	1	1
16	สืทา Nippon oderless1	1	1
17	สืทา Nippon oderless2	1	1
18	สืทา Nippon oderless3	1	1
19	นิตยสารสุขภาพในเครืออมรินทร์	2	1
20	นิตยสารสุขภาพ สำนักพิมพ์ไกล์หมอ 1	2	1
21	นิตยสารสุขภาพ สำนักพิมพ์ไกล์หมอ 2	1	1
รวม		49	21

หมายเหตุ : - กรณีที่สินค้านั้นเป็นสินค้าที่มียี่ห้อเดียวกัน แต่มีรูปแบบของภาพโฆษณาในนิตยสาร ต่างกัน จะไม่นับรวมกัน

- กรณีที่สินค้าเป็นสินค้าที่มีชนิด และยี่ห้อเดียวกัน และมีการนำเสนอแบบต่อเนื่องมากกว่า 1 หน้า ให้รวมเป็น 1 ภาพโฆษณา
- กรณีที่สินค้าเป็นสินค้าที่มีชนิด และยี่ห้อเดียวกัน และมีการนำเสนอแบบต่อเนื่องมากกว่า 1 หน้า แต่มีหน้าโฆษณา หรือหน้าสารอื่นแทรก ให้แยกเป็นคนละภาพโฆษณา

จากรายงานจะพบว่ามีภาพของสินค้าโฆษณาประเภทผลิตภัณฑ์ทั่วไป 49 ภาพ และสามารถแบ่งโดยตัดภาพที่ซ้ำกันออกแล้ว เหลือภาพสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์ทั่วไป 21 ภาพ

ตาราง 8 แสดงผลการแบ่งกลุ่มตัวอย่างภาพโฆษณาสินค้าประเภทโฆษณาแยกย่อย (Classified Advertising)

ลำดับที่	ยี่ห้อสินค้า	จำนวนภาพ	จำนวนภาพ (ตัดภาพที่ซ้ำกันออก)
01	กลอโรฟิลด์	1	1
02	ซินนามอน แคปซูล 1	4	1
03	ซินนามอน แคปซูล 2	1	1
04	VS กาแฟบริสุทธิ์ สำหรับ detox	6	1
05	เนเจอร์กิฟ คอฟฟี่พลัส	1	1
06	เครื่องวัดความดัน digital Omron	1	1
07	ยาบรูษ 2000	4	1
08	ครีมวิวัฒน์ โจ(มาร์กหน้าขาว) 1	3	1
09	ครีมวิวัฒน์ โจ(มาร์กหน้าขาว) 2	1	1
10	ครีมวิวัฒน์ โจ(ครีมกันแดด) 3	2	1
11	ครีมวิวัฒน์ โจ 4	3	1
12	ครีมวิวัฒน์ โจ 5	1	1
13	สเปรย์ปรับอากาศ ยูคาลิปตัส ภูตั้นน้ำ	5	1
14	ชาหอมภูตั้นน้ำ	5	1
15	หยงฟัน หมูหยองเจ เพื่อสุขภาพ	1	1
16	เครื่องช่วยฟัง digital hearing plus	3	1
17	แปรงซอกฟัน Dentalpro	3	1
18	ผลิตภัณฑ์ดูแลรักษาฟันปลอม Bony plu	3	1

ลำดับที่	ยี่ห้อสินค้า	จำนวนภาพ	จำนวนภาพ (ตัดภาพที่ซ้ำกันออก)
19	แป้งสมุนไพรระงับกลิ่นกาย magic herbal 1	1	1
20	แป้งสมุนไพรระงับกลิ่นกาย magic herbal 2	1	1
21	ยาประดงพระสังข์ทรงช้าง	2	1
22	ฟลาวาซอຍແປຊູລ 1	1	1
23	ฟลาวาซอຍແປຊູລ 2	4	1
24	เครื่องกรองน้ำ sky water	7	1
25	น้ำมันปลา โอเมก้า 3 พลัส	1	1
26	ผลิตภัณฑ์ข้าวกล้อง	1	1
27	ยาตีฟัน Denticoen Q10	2	1
28	เครื่องล้างเลนรถประสังข์ Samson	1	1
29	เจลว่านหางจระเข้	2	1
30	ขอมมะแว้งรสบัว	1	1
31	ยาทิพย์ลีลา	2	1
32	หมากฝรั่ง trident recalent	1	1
33	เครื่องปรับอากาศ Mitsubishi electric Mr.slim move – eye	1	1
34	วิตามินบีรวม และซี Berocca	1	1
35	ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม DHC After bath hair treatment (Oil type)	1	1
36	หมอนสมุนไพร คอทส์โวก์	1	1
37	รองเท้าเพื่อสุขภาพ Regina	5	1
38	สเปรย์ฆ่าเชื้อโรค และขจัดกลิ่น Besoon	1	1
รวม		80	38

หมายเหตุ : - กรณีที่สินค้านั้นเป็นสินค้าที่มียี่ห้อเดียวกัน แต่มีรูปแบบของภาพโฆษณาใน
นิตยสาร ต่างกัน จะไม่นับรวมกัน
- กรณีที่สินค้านั้นเป็นสินค้าที่มีชนิด และยี่ห้อเดียวกัน และมีการนำเสนอ
แบบต่อเนื่องมากกว่า 1 หน้า ให้รวมเป็น 1 ภาพโฆษณา

- กรณีที่สินค้านั้นเป็นสินค้าที่มีชนิด และยี่ห้อเดียวกัน และมีการนำเสนอแบบต่อเนื่องมากกว่า 1 หน้า แต่มีหน้าโฆษณา หรือหน้าสารอื่นแทรก ให้แยกเป็นคนละภาพโฆษณา

จากตารางจะพบว่ามีภาพของสินค้าโฆษณาที่จัดอยู่ในประเภทโฆษณาแยกย่อย 80 ภาพ และสามารถแบ่งโดยตัดภาพที่ซ้ำกันออกแล้ว เหลือภาพสินค้าประเภทโฆษณาแยกย่อย 38 ภาพ

จากตารางดังกล่าวพบว่าภาพโฆษณาสินค้าสุขภาพภายหลังจากการตัดภาพที่ซ้ำกันออก มีจำนวนทั้งหมด 145 ภาพ เป็นภาพสินค้าประเภทอาหาร และของขบเคี้ยว (Food, Snacks & Candies) จำนวน 7 ภาพ เป็นภาพสินค้าประเภทเครื่องดื่ม (Beverages) จำนวน 22 ภาพ เครื่องสำอางและของใช้ส่วนตัว (Cosmetic & Personal Care) จำนวน 16 ภาพ เป็นภาพสินค้าประเภทอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า (Household Appliance, Electrical Equipment & Other Durable Consumer Product) จำนวน 14 ภาพ เป็นภาพสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์ยา และอาหารเสริม (Pharmaceutical Products & dietary supplement products) จำนวน 27 ภาพ เป็นภาพสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์ทั่วไป (General Merchandises) จำนวน 21 ภาพ เป็นภาพโฆษณาสินค้าประเภทโฆษณาแยกย่อย (Classified Advertising) จำนวน 38 ภาพ

นำภาพการโฆษณาสินค้าที่ได้มากำหนดให้เป็นรหัสตัวเลข เพื่อให้เข้าใจได้ง่ายตามประเภทสินค้า โดยเรียงตามลำดับได้ดังนี้

ก. ภาพสินค้าประเภทอาหาร และของขบเคี้ยว (Food, Snacks & Candies) กำหนดให้

เป็นรหัส และเรียงตามลำดับดังนี้

- น้ำมันพืชคิง 00101
- ขนมปังฟาร์มเฮาส์ 00201
- ข้าวสาลีอบวีทาบิกซ์ 00301
- อาหารเพื่อสุขภาพ dorset cereals 00401
- ดี-เอ็ด 00501
- ไม้กรอกพรานทะเล 00601
- กะทิฉัญพืชกึ่งไรไฟ 00701

ข. ภาพสินค้าประเภทเครื่องดื่ม (Beverages) กำหนดให้เป็นรหัส และเรียงตามลำดับดังนี้

- ผลิตภัณฑ์ daily green(1) 00802
- ผลิตภัณฑ์ daily green(2) 00902
- ผลิตภัณฑ์ daily green(3) 01002

- กาแฟเนเจอร์กิฟคอฟฟีพลัส(1)	01102
- กาแฟเนเจอร์กิฟคอฟฟีพลัส(2)	01202
- กาแฟเนเจอร์กิฟคอฟฟีพลัส(3)	01302
- ชาเรนอง ที	01402
- น้ำสมุนไพรเฮิร์บทูโอ	01502
- น้ำคั้นสขาม	01602
- เครื่องดื่มพืชเกษตร โกลเด้น	01702
- ชาเฮนรี่ เวย	01802
- เครื่องดื่มบีอิ่ง 1	01902
- เครื่องดื่มบีอิ่ง 2	02002
- เครื่องดื่มบีอิ่ง 3	02102
- เครื่องดื่มบีอิ่ง 4	02202
- น้่านมถั่วเหลืองแลคตาซอย ไลท์	02302
- ชาจินเจน	02402
- เครื่องดื่มสปอนเซอร์	02502
- น้ำส้ม ทิปโก้ SQUEEZE CALIFORNIA	02602
- นมโฟร์ โมต์แคลซิแม็กซ์ 1	02702
- นมโฟร์ โมต์แคลซิแม็กซ์ 2	02802
- ทูสเลน คอฟฟีพลัส	02902

ค. ภาพสินค้าประเภทเครื่องสำอางและของใช้ส่วนตัว (Cosmetic & Personal Care)

กำหนดให้เป็นรหัส และเรียงตามลำดับดังนี้

- ครีมทาผิวเดอะรีฟ	03003
- ยาสีฟันคอลเกต Gel-Kam	03103
- แชมพูลืออง แฮร์ โทนิค	03203
- ครีมนวดสมุนไพรปิดผมขาว แคเธอรีน	03303
- ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวหน้า fancl 1	03403
- ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวหน้า fancl 2	03503
- เซลล์ตี้แฮร์ โพร โทนิค สเปรย์	03603
- น้ำยาบ้วนปาก Listerine 1	03703
- น้ำยาบ้วนปาก Listerine 2	03803

- น้ำยาล้างปาก Listerine 3	03903
- ครีมทาฝ้า amela-ex 1	04003
- ครีมทาฝ้า amela-ex 2	04103
- ครีมทาฝ้า amela-ex 3	04203
- แปรงสีฟัน systema	04303
- ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด Cetaphil	04403
- สบู่สมุนไพรกักเลี้ยง	04503

ง. ภาพสินค้าประเภทอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า (Household Appliance, Electrical Equipment & Other Durable Consumer Product) กำหนดให้เป็นรหัส และเรียงตามลำดับดังนี้

- เครื่องวัดความดัน digital microlife	04604
- เครื่องวัดความดัน digital omron 1	04704
- เครื่องวัดความดัน digital omron 2	04804
- เครื่องตรวจน้ำตาล Accu-Chek	04904
- เครื่องปรับอากาศ Mitsubishi electric	05004
Mr. slim move-eye	
- พัดลมระบายอากาศ Mitsubishi	05104
- หม้อหุงข้าวไฟฟ้า Panasonic	05204
- เครื่องแยกกากอเนกประสงค์ Central healthy	05304
- เครื่องปรับอากาศ Tasaki	05404
- เตอบไมโครเวฟระบบไอน้ำ	05504
- เครื่องฉีดอินซูลิน อินซูลินปั๊ม Medtronic	05604
- เครื่องตรวจน้ำตาล เทอรูโม เมดิเซฟ	05704
- บันไดลิฟท์	05804
- เครื่องฟอกอากาศ	05904

จ. ภาพสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์ยา และอาหารเสริม (Pharmaceutical Products & dietary supplement products) กำหนดให้เป็นรหัส และเรียงตามลำดับดังนี้

- ผลิตภัณฑ์แก้หกลินจืดแดงสกัด แคลซูล เพอเฟกาโน1	06005
- ผลิตภัณฑ์แก้หกลินจืดแดงสกัด แคลซูล เพอเฟกาโน2	06105
- แคลเซียมเม็ด แคลเทรตพลัส1	06205

- แคลเซียมเม็ด แคลเทรตพลัส2	06305
- แคลเซียมเม็ด แคลเทรตพลัส3	06405
- แคลเซียมเม็ด แคลเทรตพลัส4	06505
- เซนทรีม วิตามินรวม A-Z 1	06605
- เซนทรีม วิตามินรวม A-Z 2	06705
- วิตามินรวม ฟาร์มาดอน	06805
- น้ำมันตับปลา ผสมโอเมก้า 3 sevensea joint care1	06905
- น้ำมันตับปลา ผสมโอเมก้า 3 sevensea joint care2	07005
- ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ออกูไวท์ โลเทซิน	07105
- ผลิตภัณฑ์ Black more 1	07205
- ผลิตภัณฑ์ Black more 2	07305
- พลาสเตอร์ฟิล์มกันน้ำ Opsite post-op	07405
- วิโน – เจล บรรเทาเส้นเลือดขอด	07505
- เวชภัณฑ์คุมกำเนิด ยัสมิน1	07605
- เวชภัณฑ์คุมกำเนิด ยัสมิน2	07705
- Mederma skin care for scars	07805
- วิตามินบีรวม และซี Berocca	07905
- แผ่นซิลิโคนรักษาแผลเป็น Cica care	08005
- แบรินค์เม็ด แคลเซียม + จมูกถั่วเหลือง	08105
- ยาบรรเทาอาการไอและขับเสมหะในหลอดลม	08205
โรบิทัสซิน เอ็มอี	
- ผลิตภัณฑ์แคลเซียมเม็ด แคลวิน	08305
- วิตามินแรงสูง stress tabs'600 + Fe	08405
- ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ล้างพิษ DEYTOX	08505
- แคลเซียมเม็ดฟู	08605

จ. ภาพสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์ทั่วไป (General Merchandises) กำหนดให้เป็นรหัส และเรียงตามลำดับดังนี้

- เครื่องปรับปรุงคุณภาพน้ำ	08706
- ที่นอนเพื่อสุขภาพ lady Americana	08806
- ผ้ายืดสวมกระชับกล้ามเนื้อ tubigrip 1	08906

- ผ้ายืดสวมกระชับกล้ามเนื้อ tubigrip 2	09006
- ผ้าอ้อม an-an	09106
- แผ่นรองซับ softex	09206
- คอนแทกเลนส์ชนิดเปลี่ยนรายวัน focus dailies	09306
- น้ำยาล้างคอนแทกเลนส์ Aqua	09406
- คอนแทกเลนส์ O2 – optix	09506
- ผลิตภัณฑ์ที่นอน satin	09606
- ถุงเท้าสำหรับผู้ป่วยเบาหวาน sensi – foot	09706
- ถุงน่องสุขภาพรักษาเส้นเลือดขอด JOBST	09806
- ผลิตภัณฑ์รองเท้า Orthaheel	09906
- เครื่องผลิตออกซิเจน ออกซิแคร์	10006
- หมวกเพื่อสุขภาพ leadership	10106
- สีทา Nippon oderless1	10206
- สีทา Nippon oderless2	10306
- สีทา Nippon oderless3	10406
- นิตยสารสุขภาพในเครืออมรินทร์	10506
- นิตยสารสุขภาพ สำนักพิมพ์ไกล์หมอ 1	10606
- นิตยสารสุขภาพ สำนักพิมพ์ไกล์หมอ 2	10706

ช. ภาพสินค้าประเภทสินค้าโฆษณาแยกย่อย (Classified Advertising) กำหนดให้เป็น
รหัส และเรียงตามลำดับดังนี้

- คลอโรฟิลด์	10807
- ชินนามอน แคปซูล 1	10907
- ชินนามอน แคปซูล 2	11007
- VS กาแฟบริสุทธิ์ สำหรับ detox	11107
- เนเจอร์กิฟ คอฟฟี่พลัส	11207
- เครื่องวัดความดัน Digital Omron	11307
- ยาบุรุษ 2000	11407
- ครีมวีวันท์ โจ้(มาร์กหน้าขาว) 1	11507
- ครีมวีวันท์ โจ้(มาร์กหน้าขาว) 2	11607
- ครีมวีวันท์ โจ้(ครีมกันแดด) 3	11707

- ครีมวิวัฒน์ โจ 4	11807
- ครีมวิวัฒน์ โจ 5	11907
- สเปรย์ปรับอากาศ ยูคาลิปตัส ภูตื้นน้ำ	12007
- ซาหอมภูตื้นน้ำ	12107
- หยงฟัน หมูหยองเจ เพื่อสุขภาพ	12207
- เครื่องช่วยฟัง digital hearing plus	12307
- แปรงชอกฟัน Dentalpro	12407
- ผลิตภัณฑ์ดูแลรักษาฟันปลอม Bony plus	12507
- แป้งสมุนไพรระงับกลิ่นกาย magic herbal 1	12607
- แป้งสมุนไพรระงับกลิ่นกาย magic herbal 2	12707
- ยาประดงพระสังข์ทรงช้าง	12807
- ฟลาวาซอยแคปซูล 1	12907
- ฟลาวาซอยแคปซูล 2	13007
- เครื่องกรองน้ำ sky water	13107
- น้ำมันปลา โอเมก้า 3 พลัส	13207
- ผลิตภัณฑ์ข้าวกล้อง	13307
- ยาดีฟัน Denticoen Q10	13407
- เครื่องล้างเลนกระจก Samson	13507
- เจลวานหางจระเข้	13607
- ยามมะแว้งรสบ๊วย	13707
- ยาพิพัสลีลา	13807
- หมากฝรั่ง trident recalent	13907
- เครื่องปรับอากาศ Mitsubishi electric	14007
Mr.slim move – eye	
- วิตามินบีรวม และซี Berocca	14107
- ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม DHC After bath hair treatment (Oil type)	14207
- หมอนสมุนไพร คอทส์โวด์	14307
- รองเท้าเพื่อสุขภาพ Regina	14407
- สเปรย์ฆ่าเชื้อ โโรค และขจัดกลิ่น Besoon	14507

2.2.2คัดเลือกภาพโฆษณาที่มีองค์ประกอบการการโฆษณาทางนิตยสารมาวิเคราะห์รูปแบบของการพาดหัว (Head line) ภาพ (Visual) และข้อความโฆษณา (Copy) ดังนี้

ก. พาดหัว (Head line) แบ่งได้เป็น

- คุณค่าของความเป็นข่าว โดยใช้ข้อเท็จจริง (fact) ของสินค้า/บริการ (กำหนดให้เป็นรหัส 01)
- สามารถใช้ Headline ในการระบุกลุ่มเป้าหมาย (กำหนดให้เป็นรหัส 02)
- การหักมุมของประโยชน์ที่ย้อนกลับ (กำหนดให้เป็นรหัส 03)
- ใช้สรรพนามบุคคลที่ 1 (กำหนดให้เป็นรหัส 04)
- การเล่นคำ (กำหนดให้เป็นรหัส 05)
- บอกบางสิ่งบางอย่างที่สร้างความอยากรู้อยากเห็น (กำหนดให้เป็นรหัส 06)

ข. ภาพ (Visual) แบ่งได้เป็น

- รูปสินค้า (กำหนดให้เป็นรหัส 01)
- โชว์บางส่วนของสินค้า (กำหนดให้เป็นรหัส 02)
- โชว์สินค้าพร้อมใช้ (กำหนดให้เป็นรหัส 03)
- สินค้าพร้อมคู่แข่ง (กำหนดให้เป็นรหัส 04)
- สินค้าถูกทดสอบ (กำหนดให้เป็นรหัส 05)
- สินค้าถูกใช้ (กำหนดให้เป็นรหัส 06)
- ความสุขที่เกิดจากการใช้สินค้า (กำหนดให้เป็นรหัส 07)
- ความทุกข์ที่เกิดขึ้นจากการที่ไม่ได้ใช้สินค้า (กำหนดให้เป็นรหัส 08)
- ปัญหา สินค้ามี (ไว้แก้ไขปัญหา) Problem-Solution (กำหนดให้เป็นรหัส 09)
- หาแนวทางใหม่ ๆ ในการใช้สินค้า เพราะวิธีใหม่ ๆ หมายถึงการสร้างชีวิตใหม่ให้กับสินค้า New way = New life (กำหนดให้เป็นรหัส 10)
- ความเป็นสากลนิยมของสินค้า/บริการ (international product) (กำหนดให้เป็นรหัส 11)

ค. ข้อความโฆษณา (Copy) แบ่งได้เป็น

- ชัดเจน (กำหนดให้เป็นรหัส 01)
- ดึงดูดใจให้ผู้อ่านสนใจงาน (กำหนดให้เป็นรหัส 02)
- ให้ข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้าที่พอเพียงแก่ผู้อ่าน (กำหนดให้เป็นรหัส 03)

- มีสิ่งสนับสนุนข้อเท็จจริงที่นำมากล่าวอ้าง เช่น จากผลการวิจัย การศึกษาต่าง ๆ เป็นต้น (กำหนดให้เป็นรหัส 04)
- มีความน่าเชื่อถือของเรื่องราวในโฆษณา (กำหนดให้เป็นรหัส 05)

เมื่อวิเคราะห์องค์ประกอบแบบพิจารณาโดยแยกโครงสร้างแล้ว ขั้นตอนต่อไปจึงนำโครงสร้างต่าง ๆ มารวมกันตามประเภทสินค้าประเภทต่าง ๆ เช่น ภาพสินค้าที่ 00001 มีโครงสร้างของการพาดหัวเป็นแบบ 01 มีการใช้ภาพประกอบที่มีลักษณะเป็น 04 และมีการใช้ข้อความที่มีลักษณะแบบ 03 ดังนั้นภาพดังกล่าวจึงมีโครงสร้างเท่ากับ 010403 ซึ่งหมายถึง ภาพโฆษณาดังกล่าวเป็นภาพที่มีการพาดหัวแบบใช้คุณค่าของความเป็นข่าว โดยใช้ข้อเท็จจริง (fact) ของสินค้า/บริการ ร่วมกับการใช้ภาพประกอบแบบโชว์สินค้าพร้อมคู่แข่ง และมีการใช้ข้อความแบบให้ข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้าที่พอเพียงแก่ผู้อ่าน เป็นต้น

3.2.3 การเก็บข้อมูลประเภทบุคคล

ทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ผู้ที่มีอายุ 50 ปี ขึ้นไป ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยการทำแบบสอบถามซึ่งใช้การสุ่มแจกแบบสอบถามแบบสะดวก เพื่อให้ทราบความความชอบของกลุ่มเป้าหมาย ในการออกแบบองค์ประกอบที่ใช้ในการโฆษณาสินค้าสุขภาพทางสื่อสิ่งพิมพ์

3.3. การวิเคราะห์ข้อมูล

3.3.1 วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษาทำการศึกษา ในเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยทำการศึกษารูปแบบโครงสร้างขององค์ประกอบของการโฆษณาสินค้าสุขภาพในนิตยสาร เพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบโฆษณาสินค้าสุขภาพในนิตยสาร สำหรับผู้สูงอายุ โดยทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ตามลำดับ เพื่อหาแนวทางในการออกแบบการโฆษณาสินค้าสุขภาพ สำหรับผู้สูงอายุ โดยการแจกแจงข้อมูลตามองค์ประกอบของการโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ โดยคิดเป็นร้อยละ และใช้การวิเคราะห์แบบพรรณนา

3.3.2 ข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์ แบ่งได้เป็น

3.2.1 ข้อมูลขององค์ประกอบที่ใช้ในการโฆษณาสินค้า ประกอบด้วย

- พาดหัว (Head line)
- รูปภาพ (Visual)
- ข้อความ (Body copy)

3.2.2 ข้อมูลขององค์ประกอบที่ใช้ในการโฆษณาสินค้าเมื่อนำมารวมเป็นโครงสร้างของรูปแบบการโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์

3.2.3 ข้อมูลขององค์ประกอบที่ใช้ในการโฆษณาสินค้าเมื่อนำมารวมเป็นโครงสร้างของรูปแบบการโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ เมื่อนำไปทดสอบกับกลุ่มเป้าหมาย

3.3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาโดยใช้การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ โดยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบที่ใช้ในการโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์เป็นหลัก และพิจารณาจากผลจากการเก็บข้อมูลในเชิงปริมาณ ที่แสดงถึงความนิยมของโครงสร้างขององค์ประกอบที่ใช้ในการโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ เทียบกับความพอใจของกลุ่มเป้าหมายโดยการทำแบบสอบถาม ซึ่งผู้ศึกษาได้ทำการสร้างแบบสอบถาม และทดลองนำไปใช้กับกลุ่มเป้าหมายจำนวน 10 คน เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถาม ซึ่งแบบสอบถามเกี่ยวกับองค์ประกอบของการโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ประกอบด้วย

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม 6 ข้อ
- ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าสุขภาพ 4 ข้อ
- ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ 8 ข้อ
- ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับขององค์ประกอบต่าง ๆ ในโฆษณาสินค้าสุขภาพในนิตยสาร ความชอบของผู้ตอบแบบสอบถาม และข้อเสนอแนะ 15 ข้อ

จากนั้นจึงนำแบบสอบถามที่ได้ ไปใช้ในการเก็บข้อมูล โดยทำการสุ่มตามสะดวก กับผู้สูงอายุ จำนวน 50 ฉบับ

3.3.4 การนำเสนอข้อมูลที่ได้จากการศึกษา

นำเสนอโดยใช้ตารางแสดงความถี่ และเปอร์เซ็นต์ของประเภทขององค์ประกอบที่ใช้ในการโฆษณา ได้แก่ พาดหัว (Head line) รูปภาพ (Visual) และข้อความ (Body copy) ร่วมกับการเขียนเพื่ออธิบายตาราง

3.4 รูปแบบการออกแบบสื่อโฆษณาในนิตยสาร

ผู้ศึกษาจะนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ มาใช้เป็นข้อมูลในการออกแบบ และใช้เป็นกรณีศึกษา โดยการสุ่มเลือกตัวอย่างสินค้าจากภาพโฆษณาตัวอย่างที่ผู้สูงอายุเลือกมากที่สุด จำนวน 3 ภาพ มาทำการออกแบบตามองค์ประกอบของการโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ ที่พบจากการศึกษา