

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่องการออกแบบแบนเนอร์ในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ(Qualitative Research) โดยมีจุดประสงค์เพื่อค้นหาแนวทางการออกแบบแบนเนอร์สำหรับคนไทย ซึ่งการวิจัยครั้งนี้จะวิเคราะห์เจาะลึกในส่วนขององค์ประกอบงานโฆษณา และวิธีการนำเสนอความคิดโฆษณาของสื่อแบนเนอร์เป็นสำคัญ

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

ผู้วิจัยเลือกใช้แหล่งข้อมูล 2 ประเภท คือ

1. แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร ได้แก่ หนังสือ เอกสาร งานวิจัย บทสัมภาษณ์ และเว็บไซต์ ทั้งของไทยและของต่างประเทศ
2. แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล ได้แก่ บุคคลที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลประเภทเอกสาร

เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการค้นคว้าจากหนังสือ บทความ บทวิเคราะห์ งานวิจัย วิทยานิพนธ์ เว็บไซต์ บทสัมภาษณ์ งานสัมมนา ทั้งของไทยและของต่างประเทศ ตามเนื้อหา ดังนี้

- 1.1 การโฆษณา
- 1.2 การใช้สื่ออินเทอร์เน็ต
- 1.3 การโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต
- 1.4 การออกแบบเรขศิลป์เพื่อสื่ออินเทอร์เน็ต
- 1.5 การโฆษณาด้วยแบนเนอร์
- 1.6 การออกแบบแบนเนอร์

2. ข้อมูลประเภทบุคคล

ใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามในลักษณะคำถามปลายเปิด เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างได้แสดงความคิดเห็นต่อหลักการที่ค้นพบในเบื้องต้นอย่างอิสระ และสามารถแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมได้

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

ใช้เกณฑ์ในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างคือ เป็นนักออกแบบแบนเนอร์ที่มีประสบการณ์ด้านงานโฆษณาสิ่งพิมพ์ เพื่อให้มั่นใจได้ว่ากลุ่มตัวอย่างมีความรู้ความเข้าใจทั้งด้านการออกแบบแบนเนอร์ และการสร้างสรรค์งานโฆษณาสิ่งพิมพ์

การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างได้กระทำโดยการคัดเลือกนักออกแบบจากเว็บไซต์ที่มีผู้ชมแวะเข้าไปมากที่สุดในช่วงระหว่าง เดือนกุมภาพันธ์ ถึง เดือนเมษายน พ.ศ. 2544 ซึ่งวัดผลโดยหน่วยงานของศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (NECTEC) ที่มีชื่อว่าศูนย์รวมสถิติเว็บไซต์ไทย (<http://truehits.net>) เนื่องจากว่าเว็บไซต์เหล่านี้เป็นเว็บไซต์ของคนไทยที่ถือได้ว่าประสบผลสำเร็จในการประชาสัมพันธ์ให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตรู้จัก จึงทำให้มีผู้ชมแวะเวียนเข้าไปมากกว่าเว็บไซต์อื่นๆ จากการรวบรวมสถิติของทั้ง 3 เดือน ทำให้ได้ชื่อเว็บไซต์ที่มีผู้ชมแวะเข้าไปมากที่สุดในช่วงเวลาดังกล่าวทั้งหมด 32 เว็บไซต์

ด้วยเกณฑ์ที่กำหนดไว้ทำให้ไม่สามารถคัดเลือกนักออกแบบจากเว็บไซต์ข้างต้นได้เพียงพอที่จะทำการศึกษา จึงได้คั่นหานักออกแบบเพิ่มเติมด้วยการแนะนำจากนักออกแบบของทั้ง 32 เว็บไซต์ และจากการค้นหาเว็บไซต์ที่แสดงตัวเป็น Online Advertising Agency ของไทยจากทางอินเทอร์เน็ต

จากวิธีการคัดเลือกข้างต้นทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างตามคุณสมบัติที่ต้องการดังนี้

1. คุณ สามารถ เมตตาจิตร
ตำแหน่ง : Graphic Designer
หน่วยงาน : บริษัท มติชน จำกัด (มหาชน)
ประสบการณ์ : 16 ปี
2. คุณ สุदारัตน์ จันทรโพธิ์
ตำแหน่ง : Web Designer

หน่วยงาน : www.ad4portal.com

ประสบการณ์ : 3 ปี

3. คุณ ชนัส สาทรกิจ

ตำแหน่ง : Multimedia Developer

หน่วยงาน : www.ad4portal.com

ประสบการณ์ : 2 ปี

4. คุณ จิรายุ กล้วยประยงค์

ตำแหน่ง : Web Designer

หน่วยงาน : www.thaimail.com

ประสบการณ์ : 5 ปี

5. คุณ ญัฐพงศ์ วรพิวุฒิ

ตำแหน่ง : Content Specialist

หน่วยงาน : SpanLogix Asia Ltd.

ประสบการณ์ : 3 ปี

6. คุณ มณีรมย์ หวังชนะ

ตำแหน่ง : Graphic Designer

หน่วยงาน : บริษัท แกรมมี่ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน)

ประสบการณ์ : 5 ปี

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือ แบบสอบถามในลักษณะคำถามปลายเปิด โดยตั้งคำถามให้กลุ่มตัวอย่างตอบแสดงความเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยต่อวรรณกรรมในบทที่ 2 ซึ่งแยกเป็นการแสดงความเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อ 2 ประเด็นดังนี้

1. ความเห็นที่มีต่อแนวทางการออกแบบแบนเนอร์ของต่างประเทศ เพื่อค้นหาแนวทางการออกแบบแบนเนอร์ที่เหมาะสมกับคนไทย
2. ความเห็นที่มีต่อการใช้อ็องค์ประกอบและวิธีการนำเสนอความคิดโฆษณาของโฆษณาสิ่งพิมพ์ เพื่อค้นหาแนวทางการใช้อ็องค์ประกอบและวิธีการนำเสนอความคิดโฆษณาของสื่อแบนเนอร์

เนื้อหาในแบบสอบถามจึงมีที่มาจากวรรณกรรมในบทที่ 2 ซึ่งสรุปเป็นแนวคำถามได้ดังนี้

	วัตถุประสงค์ของคำถาม		เนื้อหาจากวรรณกรรม	แนวคำถามที่ใช้
1.	เพื่อทราบข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับแบนเนอร์	1.1	ข้อดี - ข้อเสียของสื่อแบนเนอร์	- การโฆษณาทางแบนเนอร์มีข้อดีอย่างไร - การโฆษณาทางแบนเนอร์มีข้อเสียอย่างไร
		1.2	ประเภทของแบนเนอร์	- สามารถแบ่งแบนเนอร์ออกเป็นประเภทใดได้บ้าง - ข้อดีของแบนเนอร์แต่ละประเภท - ข้อเสียของแบนเนอร์แต่ละประเภท - ประโยชน์ของการใช้แบนเนอร์ถูกประเภท - ขนาดไฟล์ที่เหมาะสมของแบนเนอร์
2.	เพื่อทราบข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบแบนเนอร์	2.1	ขั้นตอนการออกแบบ	- ขั้นตอนการออกแบบแบนเนอร์เป็นอย่างไร - ความแตกต่างของการออกแบบแบนเนอร์แต่ละประเภท
		2.2	วัตถุประสงค์ของแบนเนอร์	- วัตถุประสงค์ของแบนเนอร์มีอะไรบ้าง - ความแตกต่างของการออกแบบแบนเนอร์สำหรับแต่ละวัตถุประสงค์
		2.3	กลุ่มเป้าหมาย	- กลุ่มเป้าหมายของสื่อแบนเนอร์แบ่งเป็นกลุ่มใดได้บ้าง - พฤติกรรมของแต่ละกลุ่มเป้าหมายแตกต่างกันอย่างไร
		2.4	องค์ประกอบของแบนเนอร์และ องค์ประกอบของโฆษณาสิ่งพิมพ์	- องค์ประกอบในการออกแบบแบนเนอร์มีอะไรบ้าง - ข้อพิจารณาในการเลือกใช้อองค์ประกอบ - ลักษณะที่ดีของแต่ละองค์ประกอบ
		2.5	วิธีนำเสนอความคิดโฆษณา	- วิธีนำเสนอความคิดโฆษณาในสื่อแบนเนอร์มีอะไรบ้าง - ข้อพิจารณาในการเลือกใช้อวิธีนำเสนอความคิดโฆษณา

3.	เพื่อทราบวิธีการ วิเคราะห์แบนเนอร์	3.1	ลักษณะของแบนเนอร์ที่ดี	- แบนเนอร์ที่ดีควรเป็นอย่างไร
----	---------------------------------------	-----	------------------------	-------------------------------

การทดสอบเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความถูกต้องของแบบสอบถาม ด้วยการนำโครงร่างแบบสอบถามไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบจำนวน 3 ท่าน และได้ทำการทดสอบความเข้าใจในคำถามเพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องระหว่างผู้วิจัยกับกลุ่มตัวอย่าง ด้วยการนำโครงร่างแบบสอบถามไปให้นักออกแบบแบนเนอร์ที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการออกแบบสิ่งพิมพ์ได้ทดลองทำแบบสอบถามจำนวน 2 ท่าน และหลังจากที่ได้ทำการทดสอบแล้ว ก็ได้ทำการปรับปรุงวิธีการถามในบางคำถามจากการถามด้วยคำถามปลายเปิดอย่างเดียว เป็นการถามด้วยตัวเลือกก่อนแล้วจึงต่อท้ายด้วยคำถามปลายเปิด เพื่อควบคุมการตอบคำถามของกลุ่มตัวอย่างให้อยู่ในประเด็นที่ต้องการ และเพื่อให้กลุ่มตัวอย่างสามารถเข้าใจคำถามได้ง่ายขึ้น

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล จะนำความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อวรรณกรรมในบทที่ 2 รวมกับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่เพิ่มเติมขึ้นมาจากวรรณกรรมที่ค้นพบ มาสรุปรวมเป็นแนวทางการออกแบบแบนเนอร์ของไทย และวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างสื่อแบนเนอร์กับสื่อสิ่งพิมพ์จากวรรณกรรมที่ค้นพบ

การนำเสนอผลการวิจัย

นำเสนอผลวิจัยในลักษณะตารางเปรียบเทียบแนวทางการออกแบบแบนเนอร์ที่ค้นพบใหม่กับแนวทางการที่ค้นพบในเบื้องต้นตามวรรณกรรมพร้อมอธิบายประกอบ และบรรยายสรุปข้อแตกต่างที่เป็นรูปแบบเฉพาะของสื่อแบนเนอร์

ผลงานการออกแบบ

ผู้วิจัยจะจัดทำเว็บไซต์เพื่อนำเสนอผลการวิจัย พร้อมทั้งนำเสนอตัวอย่างแบบนอร์ประกอบ
แนวทางที่ค้นพบ



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย