

ระบบวิเคราะห์การวางตำแหน่งโฆษณาบนหน้าเว็บไซต์

THE SYSTEM ANALYZES THE ADVERT POSITION ON THE
WEB PAGE



โครงการพิเศษนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (วิทยาการคอมพิวเตอร์)
ภาควิชาวิทยาการคอมพิวเตอร์ คณะวิทยาศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ปีการศึกษา 2565

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

THE SYSTEM ANALYZES THE ADVERT POSITION ON THE
WEB PAGE



A SPECIAL PROJECT SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF
THE REQUIREMENT FOR
THE DEGREE OF BACHELOR OF SCIENCE
(COMPUTER SCIENCE)

DEPARTMENT OF COMPUTER SCIENCE, SCHOOL OF SCIENCE
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้ของหอศึกษาพิเศษเท่านั้น มิใช่ชุดสำเนาให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ACADEMIC YEAR 2022

หัวข้อโครงการพิเศษ ระบบวิเคราะห์การวางตำแหน่งโฆษณาบนหน้าเว็บไซต์
 The system analyzes the advert position on the web page

ชื่อนักศึกษา นายกฤษฎา แยมทรัพย์ รหัสนักศึกษา 62050128
 นางสาวณภัทรพรรณ แซ่ใจ้ว รหัสนักศึกษา 62050150

ปริญญา วิทยาศาสตร์บัณฑิต (วิทยาการคอมพิวเตอร์)
 ภาควิชา วิทยาการคอมพิวเตอร์

ปีการศึกษา 2565

อาจารย์ที่ปรึกษา ผศ.ดร.ปัทมา เจริญพร

คณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง (สจล.) อนุมัติให้
 โครงการพิเศษนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา วิทยาศาสตร์บัณฑิต (วิทยาการ
 คอมพิวเตอร์) ประจำปีการศึกษา 2565

คณะกรรมการสอบ	ลายมือชื่อ
ดร.อัคเดช อุดมชัยพร ประธานกรรมการ	อัคเดช
ผศ.ดร.นวลสวาท หิรัญสกุลวงศ์ กรรมการ	นวลสวาท หิรัญสกุลวงศ์
ผศ.ดร.ปัทมา เจริญพร กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษา	ปัทมา เจริญพร

ลิขสิทธิ์ของคณะวิทยาศาสตร์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อโครงการพิเศษ	ระบบวิเคราะห์การวางตำแหน่งโฆษณาบนหน้าเว็บไซต์
	The system analyzes the advert position on the web page
ชื่อนักศึกษา	นายกฤษฎา แยมทรัพย์ รหัสนักศึกษา 62050128 นางสาวณภัทรพรรณ แซ่โจ้ว รหัสนักศึกษา 62050150
ปริญญา	วิทยาศาสตร์บัณฑิต (วิทยาการคอมพิวเตอร์)
ภาควิชา	วิทยาการคอมพิวเตอร์
คณะ	วิทยาศาสตร์
มหาวิทยาลัย	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง (สจล.)
ปีการศึกษา	2565
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผศ.ดร.ปัทมา เจริญพร

บทคัดย่อ

ระบบวิเคราะห์การวางตำแหน่งโฆษณาบนหน้าเว็บไซต์นี้ เกิดจากการที่ปัจจุบันคนไทยมีการเข้าใช้งานเว็บไซต์จำนวนมาก จึงทำให้เกิดการหารายได้จากเว็บไซต์นั้นๆ อาทิเช่น การวางโฆษณา และเนื่องด้วยตำแหน่งการวางโฆษณามีการจัดวางที่หลากหลาย อาจยากต่อการตัดสินใจจะลงทุนให้กับการวางโฆษณาบนเว็บไซต์ ทางเราจึงได้จัดทำเว็บแอปพลิเคชันขึ้นมาเพื่อรวบรวมเว็บไซต์ต่าง ๆ ที่เป็นที่ยอมรับของคนไทยมาวิเคราะห์ตำแหน่งโฆษณาบนหน้าเว็บไซต์นั้น ๆ ให้แก่ผู้ที่สนใจจะลงทุนกับการวางโฆษณาบนเว็บไซต์ โดยเราได้มีการรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้งานจากการที่ให้ผู้ใช้งานเลือกตำแหน่งของโฆษณาที่สนใจหรือสะดุดตามากที่สุด แล้วยังมีการออกแบบกราฟิกให้เลือกเพิ่มเข้ามาอีกด้วย ซึ่งผลลัพธ์นั้นจะแสดงในรูปแบบของกราฟแท่ง เพื่อให้ง่ายต่อการตัดสินใจในการจะลงทุนตำแหน่งโฆษณาบนเว็บไซต์ที่สนใจได้ดียิ่งขึ้น และยังเป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นอีกด้วย

คำสำคัญ : โฆษณาบนเว็บไซต์, โฆษณา, วิเคราะห์ตำแหน่ง, ตำแหน่งโฆษณา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Title	The system analyzes the advert position on the web page	
Students	Mr.Kitsada Yamsup	Student ID 62050128
	Miss.Napatpan Sae-ngow	Student ID 62050150
Degree	Bachelor of Science (Computer Science)	
Department	Computer Science	
School	Science	
University	King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang (KMITL)	
Academic Year	2022	
Advisor	Asst. Prof Dr. Pattama Charoenporn	

Abstract

This webpage ad position analysis system is an alternative way to invest in advertising on different websites, which can make people interested in that website and save unnecessary costs. We therefore create a web application to collect various websites. That Thai people use a lot to analyze the position of ads on that website. By letting users choose the most interesting or eye-catching ad placement. And there are also graphic designs to choose from. Results are displayed in the form of bar graphs. To make it easier to decide where to invest your ad placement on the websites of interest.

Keywords : Website advertising, Advertising, Analytics, Ad placement

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

โครงการพิเศษระบบวิเคราะห์การวางตำแหน่งโฆษณาบนหน้าเว็บไซต์ (The system analyzes the advert position on the web page) ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีเนื่องจากความกรุณาจากอาจารย์ที่ปรึกษา ผศ.ดร.ปัทมา เจริญพร ที่กรุณาให้คำปรึกษา แนะนำ การแก้ไขปัญหาในด้านต่าง ๆ ทั้งนี้ขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณ คณาจารย์ในภาควิชาวิทยาการคอมพิวเตอร์ คณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ที่ได้มอบความรู้ทางวิชาการ เจ้าหน้าที่ภาควิชาวิทยาการคอมพิวเตอร์ทุกท่านที่ได้ให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ

ขอกราบขอบพระคุณครอบครัว และเพื่อนทุกท่านที่คอยให้กำลังใจ คอยสนับสนุน และช่วยเหลือในทุก ๆ ด้าน ความเข้าใจในตัวผู้วิจัย ตลอดระยะเวลาทำโครงการพิเศษในครั้งนี้ ทั้งนี้ขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ ที่นี้

ขอกราบขอบพระคุณ ทุกท่านที่ให้การสนับสนุน แนะนำ และให้การปรึกษาแก้ไขปัญหาในด้านต่าง ๆ ทั้งนี้ขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ ที่นี้

ทางผู้จัดทำหวังเป็นอย่างยิ่งว่าปัญหาพิเศษเรื่องนี้เป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจ และสามารถนำไปพัฒนาต่อยอดได้ในอนาคต

กฤษฎา แยมทรัพย์
ณภัทรพรรณ แซ่โจ้ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญ.....	ง
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญรูป.....	ช
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย.....	1
1.3 ขอบเขตงานวิจัย.....	1
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	2
1.5 อุปกรณ์ที่ใช้ในการทำโครงงานพิเศษ.....	2
บทที่ 2 ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	3
2.1 แบนเนอร์.....	3
2.2 โฆษณาดิจิทัลสเฟลย์.....	13
2.3 การกระตุ้นให้เกิดความสนใจ	14
2.4 ประเภทของเว็บไซต์.....	18
2.5 ราคาของโฆษณาบนเว็บไซต์.....	23
2.6 สถิติการเข้าใช้งานเว็บไซต์ของคนไทย.....	23
บทที่ 3 วิธีการดำเนินงานวิจัย.....	29
3.1 ข้อกำหนดระบบ.....	29
3.2 ขั้นตอนการวิเคราะห์ระบบ.....	30
3.3 ขั้นตอนการออกแบบและการดำเนินการ.....	30

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

บทที่ 4 ผลการวิจัย และการอภิปรายผล	53
4.1 ระบบวิเคราะห์การวางตำแหน่งโฆษณาบนหน้าเว็บไซต์	53
4.2 การสำรวจความพึงพอใจในแต่ละด้าน.....	100
4.3 Unit test.....	108
4.4 กราฟสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลการเลือกตำแหน่งโฆษณาบนหน้าเว็บไซต์.....	125
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ.....	138
5.1 สรุปผลการวิจัย	138
5.2 ข้อจำกัด	138
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	139
เอกสารอ้างอิง.....	140
ภาคผนวก.....	141
ภาคผนวก ก.....	142

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1 คำอธิบายยูสเคส การลงทะเบียน.....	32
3.2 คำอธิบายยูสเคส การอ่านบทความข่าวสารที่เกี่ยวข้อง.....	32
3.3 คำอธิบายยูสเคส การเลือกประเภทเว็บไซต์.....	33
3.4 คำอธิบายยูสเคส ตัวอย่างเว็บไซต์การวางตำแหน่งโฆษณา.....	33
3.5 คำอธิบายยูสเคส การไหลตการวางตำแหน่งโฆษณานบนเว็บไซต์.....	34
3.6 คำอธิบายยูสเคส กราฟสรุปผลการถูกใจเว็บไซต์.....	34
3.7 คำอธิบายยูสเคส ข้อเสนอแนะ.....	35
3.8 คำอธิบายยูสเคส การดูตารางข้อมูลของการไหลตตำแหน่งทั้งหมด ตารางข้อมูลผู้ใช้งาน และ ตารางข้อมูลข้อเสนอแนะ.....	35
3.9 Member ตารางเก็บข้อมูลสมาชิก.....	44
3.10 Admin ตารางเก็บข้อมูลผู้ดูแลระบบ.....	45
3.11 Suggestion ตารางเก็บข้อมูลข้อเสนอแนะ.....	45
3.12 Website ตารางเก็บข้อมูลตัวอย่างเว็บไซต์.....	45
3.13 Like ตารางเก็บข้อมูลการถูกใจการวางตำแหน่งโฆษณา.....	46
3.14 Admin_Management ตารางเก็บข้อมูลการจัดการ.....	46
4.1 ตารางการคำนวณลิเคิร์ต (Likert scale).....	107
4.2 Test case ของการสมัครสมาชิก.....	108
4.3 Test case ของการเข้าสู่ระบบ.....	111
4.4 Test case ของการเข้าใช้งานในส่วนต่าง ๆ.....	114
4.5 Test case ของการสมัครผู้ดูแลระบบ.....	121
4.6 Test case ของการเข้าสู่ระบบของผู้ดูแลระบบ.....	123

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญรูป

รูปที่	หน้า
2.1 ขนาดแบนเนอร์เว็บไซต์	4
2.2 แบนเนอร์ขนาดมาตรฐาน ขนาด 300 x 250 พิกเซล.....	4
2.3 กระดานผู้นำ ขนาด 728 x 90 พิกเซล	5
2.4 แบนเนอร์แบบแนวตั้ง ขนาด 160 x 600 พิกเซล.....	5
2.5 แบนเนอร์แบบแนวตั้งแบบกว้าง ขนาด 300 x 600 พิกเซล.....	6
2.6 ป้ายโฆษณา ขนาด 970 x 250 พิกเซล	6
2.7 แบนเนอร์สี่เหลี่ยมผืนผ้าขนาดใหญ่ ขนาด 336 x 280 พิกเซล	6
2.8 แบนเนอร์เต็มรูปแบบ ขนาด 468 x 60 พิกเซล	7
2.9 แบนเนอร์ขนาดครึ่งหนึ่ง ขนาด 234 x 60 พิกเซล	7
2.10 แบนเนอร์แนวตั้งขนาดเล็ก ขนาด 120 x 600 พิกเซล.....	8
2.11 แบนเนอร์แนวตั้ง ขนาด 120 x 240 พิกเซล	8
2.12 แบนเนอร์แถบแนวตั้ง ขนาด 300 x 1050 พิกเซล	9
2.13 แบนเนอร์แถบยาว ขนาด 970 x 90 พิกเซล.....	9
2.14 แบนเนอร์แบบจัตุรัส ขนาด 250 x 250 พิกเซล.....	10
2.15 แบนเนอร์แบบจัตุรัสขนาดเล็ก ขนาด 200 x 200 พิกเซล	10
2.16 การใช้ภาพพื้นหลังสีทึบ	11
2.17 การใช้รูปภาพเป็นพื้นหลัง.....	11
2.18 การเลือกข้อความย่อให้เหมาะสม.....	12
2.19 การกระตุ้นให้เกิดความสนใจ.....	15
2.20 คำเขียนโฆษณา & คำกระตุ้น	15
2.21 โรคกลัวการตกกระแส	16
2.22 เทคนิคไขข้อสงสัย.....	16
2.23 สร้างความอยากรู้ด้วยการตั้งคำถาม.....	17
2.24 สร้างสรรค์คำกระตุ้นใหม่ ๆ	18
2.25 เว็บไซต์พอร์ทัล.....	19
2.26 เว็บไซต์อีคอมเมิร์ซ	19
2.27 เว็บไซต์ธุรกิจ	20
2.28 เว็บไซต์บล็อก	20
2.29 เว็บไซต์ผลงาน.....	21

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญรูป (ต่อ)

รูปที่	หน้า
2.30 เว็บไซต์สมัครสมาชิก	21
2.31 เว็บไซต์ที่ไม่แสวงหาผลกำไร.....	22
2.32 เว็บไซต์ข้อมูล.....	22
2.33 เว็บไซต์ฟอร์มออนไลน์.....	23
2.34 ภาพรวมการออนไลน์ของคนไทย	24
2.35 การเจริญเติบโตดิจิทัล	24
2.36 คนไทยออนไลน์วันละ 8 ชั่วโมง 44 นาที	25
2.37 เบราวเซอร์ที่คนไทยนิยมใช้.....	25
2.38 สถิติเว็บไซต์ที่คนไทยเข้ามากที่สุด	26
2.39 เจาะลึกข้อมูลสถิติเว็บยอดนิยมที่คนไทยชอบเข้า.....	26
2.40 พฤติกรรมการเสิร์จของคนไทย.....	27
2.41 คนไทยชอบเสพคอนเทนต์แบบไหนบนออนไลน์	27
2.42 ค่าใช้จ่ายของการโฆษณาดิจิทัล.....	28
3.1 แผนภาพแสดงความสามารถของระบบงาน.....	31
3.2 แผนภาพแสดงลำดับการทำงานของหน้าการลงทะเบียน.....	36
3.3 แผนภาพแสดงลำดับการทำงานของหน้าการอ่านบทความข่าวสารที่เกี่ยวข้อง	36
3.4 แผนภาพลำดับการทำงานของหน้าการเลือกประเภทเว็บไซต์	37
3.5 แผนภาพลำดับการทำงานของหน้าตัวอย่างเว็บไซต์การวางตำแหน่งโฆษณา.....	37
3.6 แผนภาพลำดับการทำงานของการกดดูใจการวางตำแหน่งโฆษณาบนเว็บไซต์.....	38
3.7 แผนภาพลำดับการทำงานของหน้ากราฟสรุปผลการดูใจเว็บไซต์.....	38
3.8 แผนภาพลำดับการทำงานของหน้าข้อเสนอแนะ	39
3.9 แผนภาพลำดับการทำงานของหน้าการดูตารางข้อมูลของการโหวตตำแหน่งทั้งหมด ตารางข้อมูล ผู้ใช้งาน และตารางข้อมูลข้อเสนอแนะ	39
3.10 แผนภาพกิจกรรมหน้าการลงทะเบียน	40
3.11 แผนภาพหน้าการอ่านบทความข่าวสารที่เกี่ยวข้อง	40
3.12 แผนภาพกิจกรรมหน้าการเลือกประเภทเว็บไซต์.....	41
3.13 แผนภาพหน้าตัวอย่างเว็บไซต์การวางตำแหน่งโฆษณา.....	41
3.14 แผนภาพการกดดูใจการวางตำแหน่งโฆษณาบนหน้าเว็บไซต์.....	42
3.15 แผนภาพหน้าการดูกราฟสรุปผลการดูใจเว็บไซต์.....	42

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญรูป (ต่อ)

รูปที่	หน้า
3.16 แผนภาพหน้าข้อเสนอแนะ	43
3.17 แผนภาพหน้าการดูตารางข้อมูลของการไหลตัวตำแหน่งทั้งหมด ตารางข้อมูลผู้ใช้งาน และ ตารางข้อมูลข้อเสนอแนะ.....	43
3.18 แผนภาพความสัมพันธ์ของระบบ.....	44
3.19 สถาปัตยกรรมของระบบ.....	46
3.20 โครงสร้าง หน้าจอลงทะเบียน.....	47
3.21 โครงสร้าง หน้าจอการตั้งค่าโปรไฟล์.....	48
3.22 โครงสร้าง หน้าจอการเลือกดูตามประเภทเว็บไซต์.....	48
3.23 โครงสร้าง หน้าจอตัวอย่างเว็บไซต์การวางตำแหน่งโฆษณา	49
3.24 หน้าจอการดูใจการวางตำแหน่งโฆษณาบนหน้าเว็บไซต์.....	50
3.25 หน้าจอการดูกราฟสรุปผลการดูใจเว็บไซต์.....	51
3.26 หน้าจอการเสนอแนะ.....	51
3.27 หน้าจอการเพิ่มเว็บไซต์ตัวอย่าง.....	52
4.1 หน้าแรกของเว็บ	53
4.2 หน้าแรกของเว็บในรูปแบบมือถือ	54
4.3 หน้าแรกของเว็บส่วนต่อที่ 1	54
4.4 หน้าแรกของเว็บในรูปแบบมือถือส่วนต่อที่ 1	55
4.5 หน้าแรกของเว็บส่วนต่อที่ 2	55
4.6 หน้าแรกของเว็บในรูปแบบมือถือส่วนต่อที่ 2	56
4.7 หน้าแรกของเว็บส่วนต่อที่ 3	56
4.8 หน้าแรกของเว็บในรูปแบบมือถือส่วนต่อที่ 3	57
4.9 หน้าแรกของเว็บส่วนต่อที่ 4	57
4.10 หน้าแรกของเว็บในรูปแบบมือถือส่วนต่อที่ 4	58
4.11 หน้าแรกของเว็บส่วนสุดท้ายของหน้าแรก.....	58
4.12 หน้าแรกของเว็บในรูปแบบมือถือส่วนสุดท้ายของหน้าแรก.....	59
4.13 หน้าแรกของเว็บโดยเป็นส่วนของข้อมูลข่าวสาร	59
4.14 หน้าแรกของเว็บในรูปแบบมือถือโดยเป็นส่วนของข้อมูลข่าวสาร.....	60
4.15 โดยจะเป็นส่วนหนึ่งของเนื้อหาของข่าวสารต่าง ๆ.....	60
4.16 หน้าแรกของเว็บในรูปแบบมือถือโดยเป็นส่วนของเนื้อหาของข่าวสารต่าง ๆ.....	61
4.17 ส่วนของหน้าเกี่ยวกับ Anapost.....	61

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์การใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญญรูป (ต่อ)

รูปที่	หน้า
4.18 ส่วนของหน้าเกี่ยวกับ Anapos ในรูปแบบมือถือ	62
4.19 ส่วนของหน้าเกี่ยวกับ ในส่วนของทีมพัฒนาในการสร้าง	62
4.20 ส่วนของหน้าเกี่ยวกับ ในส่วนของทีมพัฒนาในรูปแบบมือถือ	63
4.21 หน้าแรกของเว็บ	63
4.22 หน้าแรกของเว็บในรูปแบบมือถือ	64
4.23 หน้าแรกของเว็บส่วนต่อที่ 1	64
4.24 หน้าแรกของเว็บในรูปแบบมือถือส่วนต่อที่ 1	65
4.25 หน้าแรกของเว็บส่วนต่อที่ 2	65
4.26 หน้าแรกของเว็บในรูปแบบมือถือส่วนต่อที่ 2	66
4.27 หน้าแรกของเว็บส่วนต่อที่ 3	66
4.28 หน้าแรกของเว็บในรูปแบบมือถือส่วนต่อที่ 3	67
4.29 หน้าแรกของเว็บส่วนต่อที่ 4	67
4.30 หน้าแรกของเว็บในรูปแบบมือถือส่วนต่อที่ 4	68
4.31 หน้าแรกของเว็บส่วนสุดท้ายของหน้าแรก	68
4.32 หน้าแรกของเว็บในรูปแบบมือถือส่วนสุดท้ายของหน้าแรก	69
4.33 หน้าแรกของเว็บโดยเป็นส่วนหนึ่งของข้อมูลข่าวสาร	69
4.34 หน้าแรกของเว็บในรูปแบบมือถือโดยเป็นส่วนหนึ่งของข้อมูลข่าวสาร	70
4.35 โดยจะเป็นส่วนหนึ่งของเนื้อหาของข่าวสารต่าง ๆ	70
4.36 หน้าแรกของเว็บในรูปแบบมือถือโดยเป็นส่วนหนึ่งของเนื้อหาของข่าวสารต่าง ๆ	71
4.37 ส่วนของหน้าเกี่ยวกับ Anapos	71
4.38 ส่วนของหน้าเกี่ยวกับ Anapos ในรูปแบบมือถือ	72
4.39 ส่วนของหน้าเกี่ยวกับ ในส่วนของทีมพัฒนาในการสร้าง	72
4.40 ส่วนของหน้าเกี่ยวกับ ในส่วนของทีมพัฒนาในการสร้างในรูปแบบมือถือ	73
4.41 หน้าแรกของประเภทเว็บไซต์	73
4.42 หน้าแรกของประเภทเว็บไซต์ในรูปแบบมือถือ	74
4.43 หน้าโชว์เว็บไซต์ทั้งหมดของประเภทเว็บไซต์	74
4.44 หน้าโชว์เว็บไซต์ทั้งหมดของประเภทเว็บไซต์บนมือถือ	75
4.45 ประเภทบันเทิง	75

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญรูป (ต่อ)

รูปที่	หน้า
4.46 ประเภทบัณฑิตในรูปแบบมือถือ	76
4.47 ประเภทข่าวสาร	76
4.48 ประเภทข่าวสารในรูปแบบมือถือ	77
4.49 ประเภทธุรกิจ	77
4.50 ประเภทธุรกิจในรูปแบบมือถือ	78
4.51 เป็นส่วนคัดเลือกตำแหน่งโฆษณา	78
4.52 เป็นส่วนคัดเลือกตำแหน่งโฆษณาในรูปแบบมือถือ	79
4.53 โฆษณาตำแหน่งโฆษณาจากเว็บจริง	79
4.54 โฆษณาตำแหน่งโฆษณาจากเว็บจริงในรูปแบบมือถือ	80
4.55 กดเลือกตำแหน่งที่ถูกต้อง	80
4.56 กดเลือกตำแหน่งที่ถูกต้องในรูปแบบมือถือ	81
4.57 ป๊อปอัพ ในการยืนยันในการเลือกตำแหน่ง	81
4.58 ป๊อปอัพ ในการยืนยันในการเลือกตำแหน่งในรูปแบบมือถือ	82
4.59 หน้าของกราฟิกในการออกแบบตัวโฆษณา	82
4.60 หน้าของกราฟิกในการออกแบบตัวโฆษณาในรูปแบบมือถือ	83
4.61 ตัวเลือกในการเลือกกราฟิก	83
4.62 ตัวเลือกในการเลือกกราฟิกแบบในรูปแบบมือถือ	84
4.63 ป๊อปอัพ ในการยืนยันในการกราฟิก	84
4.64 ป๊อปอัพ ในการยืนยันในการกราฟิกในรูปแบบมือถือ	85
4.65 ประเภทของกราฟ	85
4.66 ประเภทของกราฟในรูปแบบมือถือ	86
4.67 ประเภทของกราฟเฉพาะเจาะจง	86
4.68 ประเภทของกราฟเฉพาะเจาะจงในรูปแบบมือถือ	87
4.69 กราฟผลของข้อมูลแต่ละตำแหน่งของเว็บไซต์	87
4.70 กราฟผลของข้อมูลแต่ละตำแหน่งของเว็บไซต์ในรูปแบบมือถือ	88
4.71 แสดงผลกราฟในการเลือกตำแหน่ง	88
4.72 แสดงผลกราฟในการเลือกตำแหน่งในรูปแบบมือถือ	89
4.73 กราฟผลของข้อมูลแต่ละกราฟิกของเว็บไซต์	89

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญรูป (ต่อ)

รูปที่	หน้า
4.74 กราฟผลของข้อมูลแต่ละกราฟิกของเว็บไซต์ในรูปแบบมือถือ	90
4.75 แสดงผลกราฟในการเลือกกราฟิก	90
4.76 แสดงผลกราฟในการเลือกกราฟิกในรูปแบบมือถือ.....	91
4.77 ประเภทของกราฟภาพรวมทั้งหมด.....	91
4.78 ประเภทของกราฟภาพรวมทั้งหมดในรูปแบบมือถือ.....	92
4.79 กราฟแสดงผลของภาพรวมทั้งหมด	92
4.80 กราฟแสดงผลของภาพรวมทั้งหมดในรูปแบบมือถือส่วนแรก.....	93
4.81. กราฟแสดงผลของภาพรวมทั้งหมดในรูปแบบมือถือส่วนสุดท้าย.....	93
4.82 กราฟแสดงผลของประเภทเว็บไซต์.....	94
4.83 กราฟแสดงผลของประเภทเว็บไซต์ในรูปแบบมือถือส่วนแรก.....	94
4.84 กราฟแสดงผลของประเภทเว็บไซต์ในรูปแบบมือถือส่วนสุดท้าย.....	95
4.85 กราฟแสดงผลของเพศในการโหวต.....	95
4.86 กราฟแสดงผลของเพศในการโหวตในรูปแบบมือถือส่วนแรก.....	96
4.87 กราฟแสดงผลของเพศในการโหวตในรูปแบบมือถือส่วนสุดท้าย.....	96
4.88 ข้อเสนอแนะ.....	97
4.89 ข้อเสนอแนะในรูปแบบมือถือ.....	97
4.90 หน้าแรกของผู้ดูแลระบบ.....	98
4.91 ผลสรุปข้อมูลในการกดหัวใจ.....	98
4.92 ผลการเลือกกราฟิกในแต่ละตำแหน่ง	99
4.93 ข้อมูลของผู้ใช้งาน.....	99
4.94 ข้อเสนอแนะจากผู้ใช้งาน.....	100
4.95 แบบสำรวจความพึงพอใจส่วนที่ 1 ในส่วนแรก	100
4.96 แบบสำรวจความพึงพอใจส่วนที่ 1 ในส่วนสุดท้าย	101
4.97 แบบสำรวจความพึงพอใจส่วนที่ 2 ในส่วนแรก.....	101
4.98 แบบสำรวจความพึงพอใจส่วนที่ 2 ในส่วนสุดท้าย	102
4.99 ข้อมูลเพศจากผู้เข้าประเมิน.....	102
4.100 ข้อมูลอายุจากผู้เข้าประเมิน	103
4.101 ข้อมูลอาชีพจากผู้เข้าประเมิน.....	103

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญรูป (ต่อ)

รูปที่	หน้า
4.102 ด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบ.....	105
4.103 ด้านคุณภาพของเนื้อหา (Content).....	106
4.104 ข้อเสนอแนะ.....	106
4.105 ภาพรวมทั้งหมดของเว็บไซต์ใน ANAPOS โดยจะแสดงผลจากการเข้าไปโหวตของผู้ใช้..	125
4.106 กราฟสรุปผลข้อมูลเว็บไซต์ประเภทบันเทิง.....	125
4.107 กราฟสรุปผลข้อมูลเว็บไซต์ประเภทข่าวสาร.....	126
4.108 กราฟสรุปผลข้อมูลเว็บไซต์ประเภทธุรกิจ.....	126
4.109 กราฟสรุปผลข้อมูลเว็บไซต์จากการโหวตของเพศชาย.....	127
4.110 กราฟสรุปผลข้อมูลเว็บไซต์จากการโหวตของเพศหญิง.....	127
4.111 กราฟสรุปผลข้อมูลเว็บไซต์จากการโหวตของเพศอื่นๆ.....	128
4.112 ตำแหน่งโฆษณาในเว็บไซต์ยูทูป (Youtube).....	128
4.113 กราฟสรุปผลการเลือกตำแหน่งในเว็บไซต์ยูทูป (Youtube).....	129
4.114 ตำแหน่งโฆษณาในเว็บไซต์วีว (Viu).....	129
4.115 กราฟสรุปผลการเลือกตำแหน่งในเว็บไซต์วีว (Viu).....	130
4.116 ตำแหน่งโฆษณาในเว็บไซต์ทรูไอดี (TrueID).....	130
4.117 กราฟสรุปผลการเลือกตำแหน่งในเว็บไซต์ทรูไอดี (TrueID).....	131
4.118 ตำแหน่งโฆษณาในเว็บไซต์สนุก (Sanook).....	131
4.119 กราฟสรุปผลการเลือกตำแหน่งในเว็บไซต์สนุก (Sanook).....	132
4.120 ตำแหน่งโฆษณาในเว็บไซต์ไทยรัฐ (ThaiRath).....	132
4.121 กราฟสรุปผลการเลือกตำแหน่งในเว็บไซต์ไทยรัฐ (ThaiRath).....	133
4.122 ตำแหน่งโฆษณาในเว็บไซต์เดลินิวส์ (Dailynews).....	133
4.123 กราฟสรุปผลการเลือกตำแหน่งในเว็บไซต์เดลินิวส์ (Dailynews).....	134
4.124 ตำแหน่งโฆษณาในเว็บไซต์บานาน่า (Banana).....	134
4.125 กราฟสรุปผลการเลือกตำแหน่งในเว็บไซต์บานาน่า (Banana).....	135
4.126 ตำแหน่งโฆษณาในเว็บไซต์จิบ (Jib).....	135
4.127 กราฟสรุปผลการเลือกตำแหน่งในเว็บไซต์จิบ (Jib).....	136
4.128 ตำแหน่งโฆษณาในเว็บไซต์แอดไวซ์ (Advice).....	136
4.129 กราฟสรุปผลการเลือกตำแหน่งในเว็บไซต์แอดไวซ์ (Advice).....	137

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เนื่องจากในปัจจุบันแพลตฟอร์มออนไลน์มีการเติบโตที่สูงขึ้น จากการที่คนยุคใหม่หันมาสนใจใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ในการทำสิ่งต่าง ๆ มากยิ่งขึ้น ซึ่งแพลตฟอร์มออนไลน์นั้นมีหลากหลายรูปแบบ อาทิเช่น ด้านความบันเทิง ข่าวสาร หรือด้านของธุรกิจ เป็นต้น โดยในแต่ละแพลตฟอร์มมักมีพื้นที่ในการโฆษณาโปรโมชันเพื่อดึงดูดกลุ่มคนที่สนใจในโฆษณาที่มีลักษณะเหมือนหรือใกล้เคียงกันกับแพลตฟอร์มนั้น เพื่อเพิ่มสินค้าหรือบริการของตนเองให้มีคนรู้จักและสนใจมากขึ้นซึ่งจะทำให้มีการเพิ่มยอดขายที่มากยิ่งขึ้น

ซึ่งจะเห็นได้ว่าแพลตฟอร์มออนไลน์นั้นมีการเติบโตสูงชันอย่างมาก และการแข่งขันเพื่อที่จะดึงดูดกลุ่มคนของแต่ละสินค้าหรือบริการก็มีความเพิ่มขึ้นตามไปด้วย การวางตำแหน่งโฆษณาเพื่อให้ง่ายต่อการเข้าถึงนั้น โดยวิทยานิพนธ์นี้จะนำเสนอรูปแบบการวิเคราะห์การวางตำแหน่งโฆษณาบนเว็บไซต์ ซึ่งจะมีการใช้หลักการเรียนรู้ด้านการออกแบบ (UX/UI Design) ในการออกแบบตัวของโฆษณาในตำแหน่งพื้นที่ต่าง ๆ บนหน้าเว็บไซต์ และจะทำการนำเว็บไซต์แต่ละประเภทมาวิเคราะห์การวางตำแหน่งเพื่อการหารูปแบบการวางตำแหน่งของโฆษณานั้น ว่าเว็บไซต์ไหนมีความน่าสนใจมากที่สุดในแต่ละประเภท ซึ่งการที่แยกประเภทของเว็บไซต์นั้นก็เพราะการวางตำแหน่งของในแต่ละประเภทนั้นก็มีการวางตำแหน่งที่แตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับประเภทของเว็บไซต์ และจะจัดทำเว็บแอปพลิเคชัน (Web Application) เพื่อเป็นตัวกลางในการวิเคราะห์ตำแหน่งของโฆษณาบนเว็บไซต์

จากที่กล่าวมาข้างต้นเราสามารถนำเว็บแอปพลิเคชันที่ได้ ไปประยุกต์ใช้เพื่อช่วยในการวิเคราะห์การวางตำแหน่งโฆษณาแต่ละรูปแบบ เพื่อช่วยในการจัดวางตำแหน่งโฆษณาบนเว็บไซต์ให้มียอดผู้เข้าชมมากขึ้น ดึงดูดผู้คนมากขึ้น เพิ่มยอดขายมากขึ้น และลดค่าใช้จ่ายในการวางโฆษณาในตำแหน่งที่ไม่จำเป็นออกไป

1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

- 1.2.1 เพื่อศึกษาหลักการออกแบบในการกำหนดตำแหน่งและขนาดที่เหมาะสม
- 1.2.2 เพื่อสร้างเว็บไซต์ในการทดสอบตำแหน่งของโฆษณาบนหน้าเว็บไซต์

1.3 ขอบเขตของงานวิจัย

- 1.3.1. วิเคราะห์ขนาดและตำแหน่งของเว็บไซต์ในแต่ละประเภท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ 1.3.2.2 หาตำแหน่งของโฆษณาที่มีความสนใจมากที่สุด มีอนุญาตให้เข้าไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.3.3. สร้าง ออกแบบและตรวจเช็คการคลิกของโฆษณาบนเว็บไซต์โดยใช้ HTML CSS Nodejs Reacjs ในส่วนของฐานข้อมูลจะใช้ MongoDB ซึ่ง Deploy ในส่วนของหน้าบ้านนั้นเป็น Nettlify และ Deploy ในส่วนหลังบ้านเป็น Render

1.3.4. สร้างและศึกษาตำแหน่งของโฆษณาบนเว็บไซต์ในแต่ละประเภทได้แก่ ข่าวสาร ธุรกิจ และความบันเทิง

1.3.5. ศึกษาโครงสร้างและกราฟของแต่ละเว็บไซต์

1.3.6. ขอบเขตการวิจัยและกลุ่มตัวอย่าง ใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลของผู้ใช้งานในหลากหลาย ช่วงอายุ จำนวน 130 คน

1.3.7. รูปแบบโครงสร้างแต่ละเว็บไซต์นั้นนำมาใช้ในวันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2566

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1. วิเคราะห์ตำแหน่งของโฆษณาที่มีความเหมาะสมของบนเว็บไซต์

1.4.2. หาดำแหน่งของโฆษณาที่มีความสนใจมากที่สุดของแต่ละประเภท

1.4.3. สร้างแบบจำลองของเว็บไซต์ เพื่อหาดำแหน่งของโฆษณาต่าง ๆ บนเว็บไซต์

1.4.4. ลดตำแหน่งของโฆษณาบนเว็บไซต์ที่เกินความจำเป็น

1.5 อุปกรณ์ที่ใช้ในการทำโครงงานพิเศษ

1.6.1. ฮาร์ดแวร์ (hardware)

1) คอมพิวเตอร์ระบบปฏิบัติการ MacOS

1.6.2. ซอฟต์แวร์ (Software)

1) โปรแกรม visual studio code

2) เซิร์ฟเวอร์ส่วนติดต่อผู้ใช้ Netlify

3) เซิร์ฟเวอร์ Render

4) โปรแกรมจัดการฐานข้อมูล MongoDB

5) ระบบปฏิบัติการ MacOS Monterey

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาการวิเคราะห์การวางตำแหน่งโฆษณาบนหน้าเว็บไซต์ต่าง ๆ ทางคณะผู้จัดทำได้ทำการศึกษาทฤษฎีต่าง ๆ ในการวิเคราะห์ตำแหน่งของโฆษณาเพื่อนำมาประกอบการศึกษา โดยแบ่งหัวข้อได้ดังนี้

1. แบนเนอร์
2. โฆษณาดิจิทัลดิสเพลย์
3. การกระตุ้นให้เกิดความสนใจ
4. ประเภทของเว็บไซต์
5. ราคาโฆษณาบนเว็บไซต์
6. สถิติการเข้าใช้งานเว็บไซต์ของคนไทย

2.1 แบนเนอร์ (Banner)

ตำแหน่งโฆษณาออนไลน์เรียกว่า แบนเนอร์ คือ ป้ายโฆษณาโซวล์สินค้าที่แสดงผ่านหน้าเว็บไซต์บน internet ซึ่งประโยชน์ที่จะได้จากการโฆษณาแบนเนอร์ (Banner) นั้นหลัก ๆ จะมีดังนี้

- 1) สร้างความสนใจเพื่อดึงดูดใจให้ผู้เข้าชมเว็บไซต์ ซึ่งเราจะพบเห็นการโฆษณาในรูปแบบนี้กับการตลาดแบบพันธมิตร (Affiliate program) และ การโฆษณาผ่านทางตัวแทนเว็บ (Pay per click) บางตัว
- 2) โลโก้ตำแหน่งโฆษณา แบนเนอร์ยังสามารถช่วยเราสร้างแบรนด์ (Brand) ให้กับสินค้า หรือบริษัทได้อีกทางหนึ่งทำให้คนรู้จักมากขึ้น
- 3) การออกแบบโลโก้ตำแหน่งโฆษณาแบนเนอร์ (Banner) ไว้เพื่อใช้โปรโมท (Promote) เว็บไซต์ ซึ่งเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับเว็บไซต์ของเราได้

2.1.1 ขนาด แบนเนอร์ เว็บไซต์

สำหรับขนาดของแบนเนอร์มีทั้งรูปแบบเดสก์ท็อป (Desktop) และ มือถือ (Mobile) ซึ่งสัดส่วนความกว้างยาว จะแตกต่างกันออกไปตามขนาดของจอแสดงผลรวมถึงรูปแบบที่ใช้ในการสร้างเว็บ ซึ่งหากถูกใจขนาดของแบนเนอร์ (Banner) ขนาดไหนแล้วอยากใช้ก็อย่าลืมหาว่าเหมาะสมกับรูปแบบภายในเว็บหรือไม่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 2.1 ขนาดแบนเนอร์เว็บไซต์

ที่มา: <https://contentshifu.com/blog/website-banner-standard-sizes>

โดยขนาดมาตรฐานสำหรับการออกแบบแบนเนอร์บนเดสก์ท็อป (Desktop) มีทั้งหมด 14 ขนาด

1. แบนเนอร์ขนาดมาตรฐาน (Medium rectangle) ขนาด 300 x 250 พิกเซล

เป็นแบนเนอร์ขนาดมาตรฐานที่นิยมใช้ และพบเห็นได้มากที่สุดบนเว็บไซต์ทั่วโลก ส่วนมากจะนำไปแทรกในส่วนขวาของจอในหน้าบทความต่าง ๆ



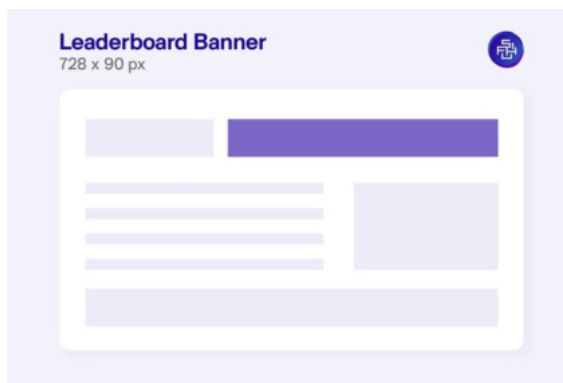
รูปที่ 2.2 แบนเนอร์ขนาดมาตรฐาน ขนาด 300 x 250 พิกเซล

ที่มา: <https://contentshifu.com/blog/website-banner-standard-sizes>

2. กระดานผู้นำ (Leaderboard) ขนาด 728 x 90 พิกเซล

เป็นส่วนของแบนเนอร์ที่สำหรับแสดงผลด้านบนของเว็บไซต์ ซึ่งสามารถดึงดูดสายตาผู้อ่านได้เป็นจำนวนมาก ซึ่งตำแหน่งจะวางอยู่ที่ Navigation bar และสามารถเลือกจัดวางได้ทั้งแบบกึ่งกลางหรือซ้าย - ขวา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 2.3 กระดานผู้นำ ขนาด 728 x 90 พิกเซล

ที่มา: <https://contentshifu.com/blog/website-banner-standard-sizes>

3. แบนเนอร์แบบแนวตั้ง (Wide skyscraper) ขนาด 160 x 600 พิกเซล

เป็นขนาด แบนเนอร์ที่พบค่อนข้างบ่อยตามเว็บข่าวหรือแม้แต่เว็บไซต์ทั่วไป จุดเด่นอยู่ที่ความกว้างที่สามารถจัดวางคอนเทนต์ได้โดยไม่รู้สึกรำคาญ และสามารถออกแบบเพื่อให้ความเอกลักษณ์ (Unique) เพื่อดึงดูดสายตาไม่ยาก



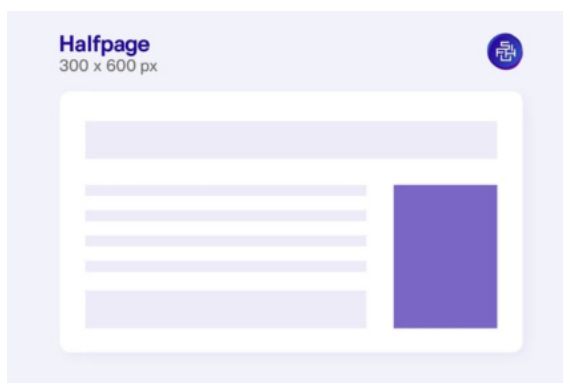
รูปที่ 2.4 แบนเนอร์แบบแนวตั้ง ขนาด 160 x 600 พิกเซล

ที่มา: <https://contentshifu.com/blog/website-banner-standard-sizes>

4. แบนเนอร์แบบแนวตั้งแบบกว้าง (Half page) ขนาด 300 x 600 พิกเซล

เป็นแบนเนอร์ที่จะมีขนาดใหญ่และกว้างกว่าแบนเนอร์แบบแนวตั้ง เหมาะสำหรับแสดงผลสิ่งสำคัญที่อยากให้เห็นมากที่สุด เช่น ส่วนลดพิเศษ หรือโปรโมชั่นต่าง ๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 2.5 แบนเนอร์แบบแนวตั้งแบบกว้าง ขนาด 300 x 600 พิกเซล
ที่มา: <https://contentshifu.com/blog/website-banner-standard-sizes>

5. ป้ายโฆษณา (Billboard) ขนาด 970 x 250 พิกเซล

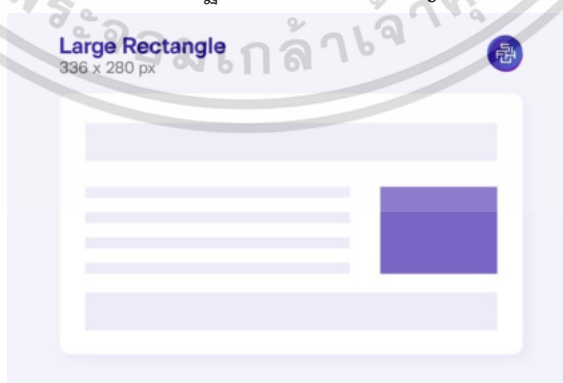
เป็น แบนเนอร์เว็บไซต์ส่วนบนที่ใหญ่ที่สุด ครอบคลุมจากซ้ายไปขวา



รูปที่ 2.6 ป้ายโฆษณา ขนาด 970 x 250 พิกเซล
ที่มา: <https://contentshifu.com/blog/website-banner-standard-sizes>

6. แบนเนอร์สี่เหลี่ยมผืนผ้าขนาดใหญ่ (Large Rectangle) ขนาด 336 x 280 พิกเซล

จะคล้ายกับ แบนเนอร์ขนาดมาตรฐาน แต่ขนาดจะใหญ่กว่าเล็กน้อย



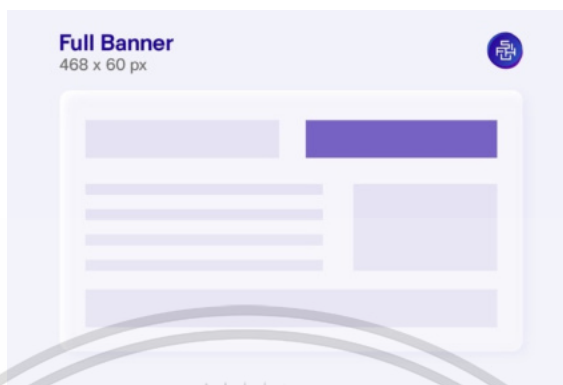
รูปที่ 2.7 แบนเนอร์สี่เหลี่ยมผืนผ้าขนาดใหญ่ ขนาด 336 x 280 พิกเซล

ที่มา: <https://contentshifu.com/blog/website-banner-standard-sizes>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7. แบนเนอร์เต็มรูปแบบ (Full banner) ขนาด 468 x 60 พิกเซล

เป็น แบนเนอร์ขนาดเล็กอยู่ส่วนแถบบนของเว็บไซต์ สามารถจัดวางได้ทั้งซ้ายและขวานิยมใช้ในเว็บไซต์จำพวกข่าวและเว็บบอร์ดต่าง ๆ



รูปที่ 2.8 แบนเนอร์เต็มรูปแบบ ขนาด 468 x 60 พิกเซล

ที่มา: <https://contentshifu.com/blog/website-banner-standard-sizes>

8. แบนเนอร์ขนาดครึ่งหนึ่ง (Half banner) ขนาด 234 x 60 พิกเซล

เหมาะกับคอนเทนต์ที่ไม่รีบอย่างการรับสมัครงาน ติดต่อเรา หรือการแจ้งเตือน



รูปที่ 2.9 แบนเนอร์ขนาดครึ่งหนึ่ง ขนาด 234 x 60 พิกเซล

ที่มา: <https://contentshifu.com/blog/website-banner-standard-sizes>

9. แบนเนอร์แนวตั้งขนาดเล็ก (Skyscraper) ขนาด 120 x 600 พิกเซล

พบเห็นไม่บ่อยมากนัก โดยจะมีความบางแต่ยาว เหมาะสำหรับคอนเทนต์ที่ต้องการทำให้สะดุดตาด้วยขนาดที่ไม่เหมือนใคร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 2.10 แบนเนอร์แนวตั้งขนาดเล็ก ขนาด 120 x 600 พิกเซล

ที่มา: <https://contentshifu.com/blog/website-banner-standard-sizes>

10. แบนเนอร์แนวตั้ง (Vertical banner) ขนาด 120 x 240 พิกเซล

คล้ายกับ แบนเนอร์แบบแนวตั้ง แต่ความกว้างของแบนเนอร์จะน้อยกว่า เหมาะสำหรับใช้เป็นตัวแจ้งข้อมูล จำพวก โซเชียล แชร์ (Social share)



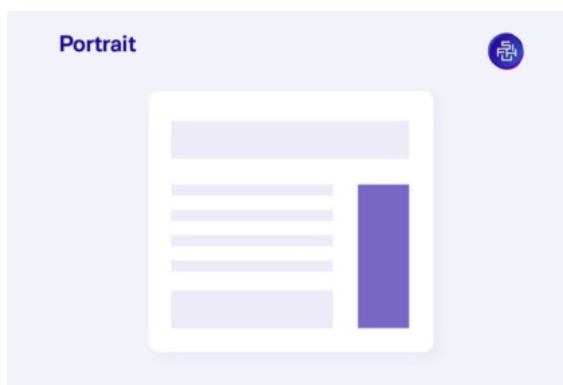
รูปที่ 2.11 แบนเนอร์แนวตั้ง ขนาด 120 x 240 พิกเซล

ที่มา: <https://contentshifu.com/blog/website-banner-standard-sizes>

11. แบนเนอร์แถบแนวตั้ง (Portrait) ขนาด 300 x 1050 พิกเซล

เหมาะกับเว็บไซต์ที่ต้องการความสะอาดตาจำพวกเว็บไซต์กราฟิก หรือลงรูปแบนเนอร์ทำให้ช่วยเสริมให้เด่น ด้วยขนาดที่ใหญ่ และยาวครอบคลุมทั้งส่วนด้านขวาของจอ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 2.12 แบนเนอร์แถบแนวตั้ง ขนาด 300 x 1050 พิกเซล

ที่มา: <https://contentshifu.com/blog/website-banner-standard-sizes>

12. แบนเนอร์แถบยาว (Large leaderboard) ขนาด 970 x 90 พิกเซล

เป็นที่ได้รับความนิยมด้วยขนาดที่กว้าง และไม่กินเนื้อที่ในการแสดงคอนเทนต์เนื้อหา เช่น อสังหาริมทรัพย์หรือสถาปัตยกรรม



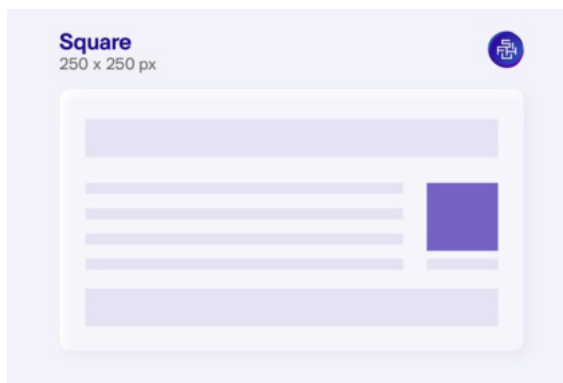
รูปที่ 2.13 แบนเนอร์แถบยาว ขนาด 970 x 90 พิกเซล

ที่มา: <https://contentshifu.com/blog/website-banner-standard-sizes>

13. แบนเนอร์แบบจัตุรัส (Square) ขนาด 250 x 250 พิกเซล

เป็นทรงสี่เหลี่ยมด้านเท่า เป็นที่นิยมในหมู่ของคนเริ่มทำเว็บไซต์ เพราะออกแบบง่าย ใช้งาน ซึ่งสามารถนำไปใช้กับ เดสก์ท็อป (Desktop) และ มือถือ (Mobile) ได้อีกด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 2.14 แบนเนอร์แบบจัตุรัส ขนาด 250 x 250 พิกเซล

ที่มา: <https://contentshifu.com/blog/website-banner-standard-sizes>

14. แบนเนอร์จัตุรัสขนาดเล็ก (Small square) ขนาด 200 x 200 พิกเซล

เช่นเดียวกันกับขนาดของแบนเนอร์แบบจัตุรัสแต่จะมีขนาดเล็กกว่า เหมาะสำหรับเว็บไซต์ที่ต้องการพื้นที่แสดงผลในส่วนของเนื้อหาจำนวนมาก



รูปที่ 2.15 แบนเนอร์จัตุรัสขนาดเล็ก ขนาด 200 x 200 พิกเซล

ที่มา: <https://contentshifu.com/blog/website-banner-standard-sizes>

2.1.2 เลือกพื้นหลังเพื่อเน้นใจความสำคัญ

โดยทั่วไปจะมีเทคนิคการเลือกใช้ภาพพื้นหลังอยู่ 2 ประเภท ได้แก่

1. การใช้ภาพพื้นหลังสีทึบ

สามารถเลือกสีอะไรก็ได้มาใช้ แต่ต้องไม่มีลวดลายเพราะองค์ประกอบต่าง ๆ จะได้เป็นจุดเด่นที่สามารถทำให้สังเกตได้ง่าย ซึ่งทำให้การสื่อสารออกไปในกลุ่มเป้าหมายนั้นมากที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 2.16 การใช้ภาพพื้นหลังสีทึบ

ที่มา: <https://stepstraining.co/strategy/banner-ads-design-technique>

2. การใช้รูปภาพเป็นพื้นหลัง

เหมาะสำหรับที่ไม่มีรูปสินค้าเป็นขึ้น ๆ ให้เราสามารถโปรโมตได้ เช่น งานบริการ สถานที่ท่องเที่ยว แต่ก็ควรระวังการใช้ภาพที่เด่นเกินไป อาจจะทำให้ข้อความสำคัญโดนกลบหายจนทำให้สื่อสารได้ไม่เต็มที่ โดยการใช้ภาพเป็นพื้นหลังนั้นสิ่งสำคัญคือ ความชัดเจน ที่ยังให้ความสนใจในเนื้อหาเป็นสำคัญ

นอกเหนือจากนั้น ยังมีอีกหนึ่งกรณีที่เหมาะสมต่อการออกแบบที่มีพื้นหลังเป็นรูปภาพนั้นคือกรณีที่เรามักจะใช้คำพูดอธิบายถึงสินค้าได้ทั้งหมด



รูปที่ 2.17 การใช้รูปภาพเป็นพื้นหลัง

ที่มา: <https://stepstraining.co/strategy/banner-ads-design-technique>

3. เลือกหัวข้อให้มีความน่าสนใจ

องค์ประกอบนี้เรียกได้เลยว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญมากที่สุดในการออกแบบหัวข้อหรือ "หัวข้อแห่งความสำเร็จ (Winning headline)" โดยมีหลักการเลือกง่าย ๆ ดังต่อไปนี้

- 1) ใช้ข้อความสั้น ๆ ได้ใจความ ไม่เกิน 2 ประโยค
- 2) สื่อสารให้ชัดเจน ว่าเราต้องการจะสื่ออะไร
- 3) เลือกใช้ข้อความให้เหมาะสมกับตัวตนของแบรนด์ หรือ สินค้า
- 4) ใช้ข้อความที่บอกให้ลูกค้าทำอะไรบางอย่าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.4 การเลือกข้อความย่อยให้เหมาะสม

มักจะไม่เป็นที่นิยมมากนัก เนื่องจากมันมักจะทำให้มีตัวอักษรมากเกินไป จนทำให้คนมองข้ามใจความสำคัญ แต่ก็ไม่ใช่ว่าทางเลือกที่แย่เสมอไปเพราะในบางครั้งเพียงแค่หัวข้ออาจจะเล่าเรื่องราวได้ไม่เพียงพอ ดังนั้นการมีคำอธิบายเป็นตัวช่วยอธิบายคุณค่าเพิ่มเติมในด้านบริการที่ทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกสนใจมากขึ้น



รูปที่ 2.18 การเลือกข้อความย่อยให้เหมาะสม

ที่มา: <https://stepstraining.co/strategy/banner-ads-design-technique>

2.1.5 การเลือกใช้รูปภาพลงในโฆษณา

การใส่รูปภาพลงในโฆษณาโดยเฉพาะสินค้า เป็นสิ่งที่หลายคนทำกันเพราะ ช่วยให้ผู้ใช้เห็นภาพชัดเจน และ ตัดสินใจได้ง่ายมากขึ้น แล้วก็มีพวกธุรกิจด้านของบริการที่ไม่มีสินค้ารูปร่างหน้าตาที่ชัดเจน ก็อาจจะเป็นการเอารูปภาพที่ช่วยสื่ออารมณ์ หรือ ภาพตัวละครเข้ามาแทน เพื่อให้ประโยชน์ที่จะได้รับชัดเจนมากขึ้น

2.1.6 ใส่ข้อความบอกลูกค้าว่าต้องทำอะไรโดยเป็นข้อความกระตุ้น (Call to action)

ข้อความที่เป็นตัวชี้แนะ หรือ กระตุ้นให้ผู้ใช้เห็นทำตามที่เราต้องการหลาย ๆ คนคงสังเกตกันโดยที่ได้ผลดีก็จะมีอยู่ทั้งสิ้น 2 องค์ประกอบหลัก ๆ ได้แก่

1. สี (Color)

องค์ประกอบสำคัญที่จะช่วยทำให้ลูกค้าสามารถรับสิ่งที่เราจะสื่อได้มากขึ้น โดยต้องเลือกสีสันทันให้มีความเด่น ชัดเจน สะดุดตา เพื่อที่จะชี้แนะให้ผู้อ่านเห็นว่าต้องทำอะไรต่อไป

2. ข้อความ (Text)

ต้องบอกข้อความให้ชัดเจนว่าเราต้องการให้เขาทำอะไร ซึ่งแต่ละประเภทของธุรกิจก็มีความแตกต่างในการเลือกใช้

2.1.7 แลนด์ดิ้งเพจ (Landing page)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คือหน้าเว็บไซต์ที่เมื่อคนกดโฆษณา แบนเนอร์ads เข้าไป แล้วจะเจอเป็นหน้าแรก โดยมีหลักการสำคัญอยู่ว่า “เมื่อลูกค้าคาดหวังว่าคลิกเข้ามาแล้วจะเจออะไร ก็ควรจะมี Landing page ที่ทำให้ลูกค้าได้เจอกับสิ่งที่เขาต้องการ”

สรุป

แบนเนอร์ นั้นหมายถึงโฆษณาสินค้าที่อยู่ในเว็บไซต์ออนไลน์ ซึ่งคล้าย ๆ กับป้ายโฆษณาตามทางต่าง ๆ ที่จะทำยังไงให้ป้ายนั้นให้มีคนเห็นมากขึ้น ในการทำ แบนเนอร์นั้นมีวิธีหลากหลายมากมาย ในการทำ แต่หลัก ๆ แล้วก็จะมียอดประกอบดังนี้ ได้แก่ ขนาด สี ตัวอักษร ข้อความ ในการเลือกใช้ให้เหมาะกับโฆษณาของตัว แบนเนอร์เอง โดยขนาดของ แบนเนอร์ที่มีผลวิจัยว่ามีคนสนใจแล้วเข้าชมมากที่สุดจากข้อมูล Match2Onesระบุว่ามากกว่า 89% ของค่าการแสดงผล ทั้งหมดของการโฆษณา ผ่าน GDN ทั่วโลกนั้น ที่ได้ผลตอบรับทาง website นั้นเรียงจากมากไปน้อย คือ 1. แบนเนอร์ขนาดมาตรฐาน ขนาด 300 x 250 พิกเซล 2. กระจาดผู้นำ ขนาด 728 x 90 พิกเซล 3. แบนเนอร์แบบแนวตั้ง ขนาด 160 x 600 พิกเซล

2.2 โฆษณาดิจิทัลดิสเพลย์ (Packhai, 2019)

โฆษณาดิจิทัลดิสเพลย์ หรือ Display advertising คือ การทำป้ายโฆษณาในรูปแบบของข้อความ รูปภาพ หรือวิดีโอ เพื่อสื่อสารให้ลูกค้ารับรู้เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการของธุรกิจ ซึ่งจะทำให้ลูกค้ารู้จักและเพิ่มยอดขายได้มากยิ่งขึ้น

ซึ่งจะเป็นการแสดงผลโฆษณาในช่องทางต่าง ๆ โดยโฆษณาแต่ละตัวที่โชว์นั้นจะแสดงตามความสนใจลูกค้าแต่ละคนเป็นหลัก ประเภทของโฆษณาที่จะทำให้ผู้ใช้นั้นสนใจมากจะเป็นในส่วนของรูปภาพและวิดีโอ ที่จะทำให้ผู้ใช้เข้าใจได้ง่าย และชัดเจน

เราได้รู้จักดิจิทัลดิสเพลย์ (Display Ads) แล้วว่ามันคืออะไรทำงานยังไง แต่ใช่ว่าจะรู้วิธีในการทำให้มีประสิทธิภาพ ซึ่งอาจจะทำให้ไม่ประสบความสำเร็จ โดยการที่จะทำให้มีประสิทธิภาพที่ดีที่สุดนั้นมีหลักการดังนี้

2.2.1 เลือกรูปแบบโฆษณาให้เหมาะกับประเภทของสินค้า

การเลือกรูปแบบโฆษณาว่าจะใช้เป็นรูปภาพ วิดีโอ หรือข้อความ จำเป็นจะต้องเลือกให้เหมาะสมกับประเภทของสินค้า และสามารถนำเสนอจุดเด่นหรือคุณสมบัติที่สำคัญของสินค้าออกมาได้อย่างชัดเจนมากที่สุด

2.2.2 เลือกช่องทางให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

เป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างมากเลยในการทำการตลาดออนไลน์ โดยธุรกิจควรเลือกช่องทางหรือแพลตฟอร์มที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจอยู่ เพื่อจะได้สามารถลงโฆษณาได้อย่างถูกช่องทาง ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการโฆษณาบนช่องทางที่ไม่จำเป็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น ไม่สามารถนำข้อมูลไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.3 หาดำแหน่งที่ดีที่สุดในการแสดงผลโฆษณา

ในตำแหน่งแต่ละที่ก็จะส่งผลให้ลูกค้ามองเห็นโฆษณาแตกต่างกัน รวมถึงในแต่ละตำแหน่งก็ยังมีค่าโฆษณาที่ไม่เท่ากันอีกด้วย ดังนั้นควรสำรวจข้อมูลของลูกค้าและวางแผนให้ดี เพื่อให้ได้ตำแหน่งที่เหมาะสมและประหยัดต้นทุนค่าโฆษณามากที่สุด

2.2.4 มีคำอธิบายสินค้าที่น่าสนใจ

จำเป็นต้องมีคำอธิบายหรือมีการเขียนเพื่อจูงใจ (Copy writing) ที่ดีและน่าสนใจ เพื่อเป็นการนำเสนอข้อมูลของสินค้าเพิ่มเติม เพื่อดึงดูดและประกอบการตัดสินใจซื้อของลูกค้า โดยคำอธิบายควรจะสั้นกระชับ และได้ใจความครบถ้วน

2.2.5 กระตุ้นลูกค้าด้วยปุ่ม Call to action

เป็นสิ่งที่ช่วยกระตุ้นให้ลูกค้ากระทำบางอย่าง ตามวัตถุประสงค์ของธุรกิจได้ง่ายและสะดวกมากขึ้น เนื่องจากลูกค้าจะถูกโน้มน้าวจากสื่อโฆษณาที่แสดงผลอยู่ตามช่องทางต่าง ๆ ไปแล้ว เมื่อมีปุ่ม Call to action ก็จะเหมือนเป็นการจูงใจชวนให้ลูกค้าตัดสินใจกระทำบางอย่างได้เร็วขึ้น

สรุป

โฆษณาดิจิทัลดีสเพลย์ คือการทำป้ายโฆษณาในรูปแบบของข้อความ รูปภาพ หรือวิดีโอ โดยการจะทำ Display Ads จะทำให้มีประสิทธิภาพนั้น จะมีหลักการใหญ่ ๆ ดังนี้

1. เลือกรูปแบบโฆษณาให้เหมาะกับประเภทของสินค้า
2. เลือกช่องทางให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย
3. หาดำแหน่งที่ดีที่สุดในการแสดงผลโฆษณา
4. มีคำอธิบายสินค้าที่น่าสนใจ
5. กระตุ้นลูกค้าด้วยปุ่ม

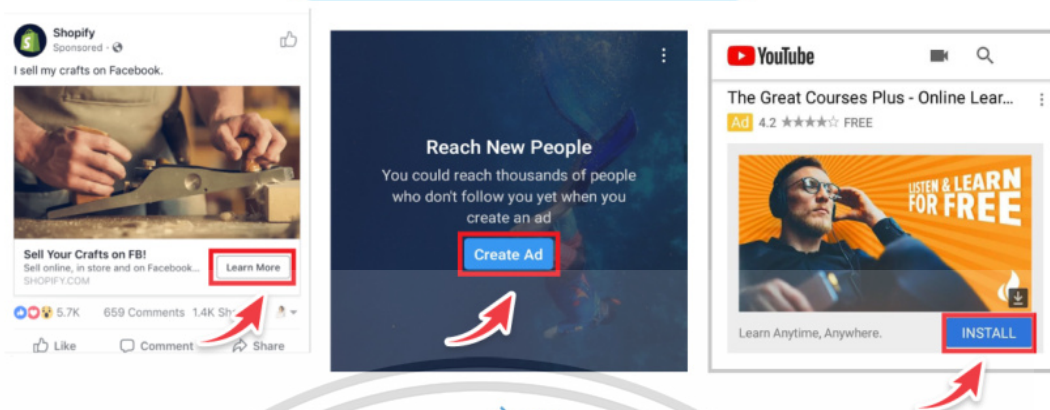
โดยหลักการต่าง ๆ ที่มีมานั้นจะช่วยให้โฆษณานั้นมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และลดค่าใช้จ่ายในการไปซื้อพื้นที่โฆษณาบนเว็บไซต์ในตำแหน่งที่ต้องการ

2.3 การกระตุ้นให้เกิดความสนใจ (Kanokwan Kankate ,2019)

การกระตุ้นให้เกิดความสนใจ หรือ Call to action (CTA) คือปุ่มในจุดสุดท้ายที่จะเปลี่ยนให้ผู้รับชมทั่วไป เข้ามาสู่กระบวนการคลิกเพื่อจุดประสงค์บางอย่าง เช่น สมัครสมาชิก ลงทะเบียน นำผู้ชมมายังเว็บไซต์ หรือแม้กระทั่งซื้อสินค้า มักจะเห็นกันในเว็บไซต์ หรือโฆษณาโซเชียลมีเดียต่าง ๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตัวอย่าง Call to action



รูปที่ 2.19 การกระตุ้นให้เกิดความสนใจ

ที่มา: <https://stepstraining.co/content/8-tactics-for-call-to-action>

ดังนั้นการสร้าง Call to action ให้คนอยากคลิกจึงมี 2 องค์ประกอบสำคัญหลัก ๆ นั่นก็คือ

1. **Copywriting** : คำเขียนโฆษณา หรือคำอธิบาย ก่อนจะพาผู้ชมให้เกิดการคลิกที่ปุ่ม Call to action
2. **Call to action** : คำกระตุ้น หรือปุ่มกระตุ้นให้เห็นแล้วอยากคลิก



รูปที่ 2.20 คำเขียนโฆษณา & คำกระตุ้น

ที่มา: <https://stepstraining.co/content/8-tactics-for-call-to-action>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.1 ใช้เทคนิคของโรคกลัวการตกกระแส (Fear of missing out) เข้าช่วย

คือความรู้สึกกลัวของคนว่าจะพลาดบางสิ่งบางอย่าง เป็นจิตวิทยาที่สามารถทำให้ผู้คนตัดสินใจทำบางสิ่ง เช่น ซื้อสินค้า ลงทะเบียน หรือคลิก ในช่วงขณะนั้นได้

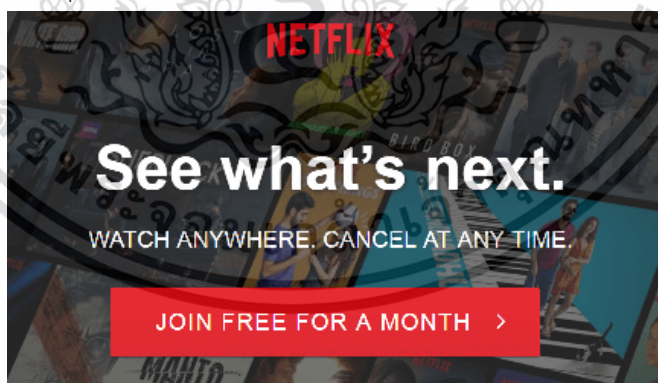


รูปที่ 2.21 โรคกลัวการตกกระแส

ที่มา: <https://stepstraining.co/content/8-tactics-for-call-to-action>

2.3.2 ใช้เทคนิคไขข้อสงสัย หรือคลายความกังวลของลูกค้าลงในคำอธิบาย

ปัญหาที่พบบ่อย คือผู้ชมไม่ตัดสินใจกด CTA เพื่อสมัครรับบริการบางอย่างฟรี ๆ เพราะยังมีความกังวลใจอะไรบางอย่าง ตัวอย่างเช่น ไม่แน่ใจว่ากดสมัครได้ฟรีจริง ๆ หรือเปล่า มีระยะเวลาจำกัดหรือไม่มีรายละเอียดที่เป็นเงื่อนไขของบริการอยู่บ้างหรือเปล่า เราสามารถตั้งคำถามที่อาจจะเกิดขึ้นจากความสงสัยของลูกค้าขึ้นมาก่อน หลังจากนั้นจึงบอกข้อมูลบางอย่างหรือ ตอบคำถามที่ช่วยคลายข้อสงสัยจุดนั้น ๆ ลงไปใน Copywriting เพื่อนำพาให้ผู้ชมกดปุ่ม CTA ต่อได้ทันที อย่างไม่มีอะไรติดใจ



รูปที่ 2.22 เทคนิคไขข้อสงสัย

ที่มา: <https://stepstraining.co/content/8-tactics-for-call-to-action>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.3 ใช้ประสบการณ์ลูกค้าเก่า (Social proof) การันตีให้เกิดความน่าเชื่อถือ

จะส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ชมในยุคปัจจุบันนี้มาก ๆ เพราะทุกวันนี้ผู้บริโภคเขามักจะเชื่อผู้บริโภคด้วยกันเอง เวลาจะซื้อสินค้าอะไรก็ตาม มักจะต้องดูรีวิวก่อน หรือถามความคิดเห็นจากคนรอบตัวที่เคยซื้อสินค้านั้น ๆ มาแล้ว

เพราะพฤติกรรมของผู้บริโภคนี้จึงทำให้เราสามารถนำมาใช้ใน Copywriting ได้ ว่าจะเป็นการบ่งบอกว่าเรามีลูกค้ามาแล้วจำนวนมากเท่าไร มีประสบการณ์มาแล้วมากแค่ไหน เพื่อให้ผู้ชมมั่นใจที่จะกดปุ่ม CTA ของเรามากขึ้น

2.3.4 นำเสนอรายละเอียดตรงไปตรงมา ว่าคลิกแล้วได้อะไร และดียังไงบ้าง

ดังนั้นการบอกรายละเอียดของสิ่งที่ผู้ชมจะได้รับเหตุผลที่ควรสมัครรวมถึงประโยชน์ที่จะได้ลงไป Copywriting เลย ก็เป็นอีกเทคนิคหนึ่งที่จะช่วยเพิ่มความรู้สึกรับชมได้ สำหรับเทคนิคนี้ คุณอาจจะตั้งคำถามก่อนว่า ผู้ชมที่มาเห็นนั้นจะมีความคาดหวังอะไร จุดไหนของสินค้า บริการหรือเนื้อหาใดที่ผู้ชมอยากรู้และให้ความสนใจ เพื่อที่จะนำเสนอในส่วนนั้น เป็นการกระตุ้นให้เกิดความอยากคลิกมากขึ้น

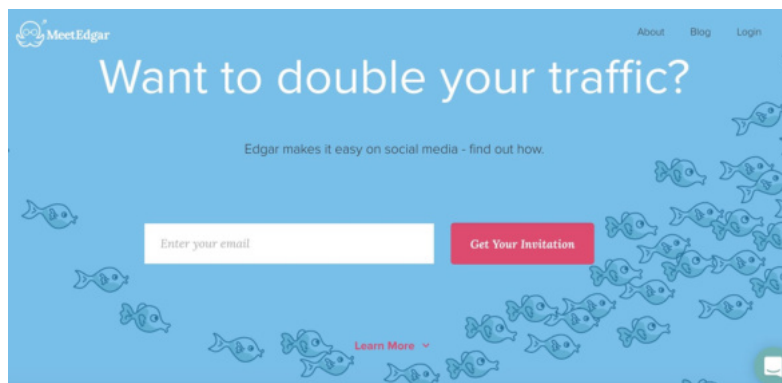
2.3.5 ใช้เนื้อหาในลักษณะ “ทำทนาย” กระตุ้นความสนใจ

ในบางครั้งเราอาจไม่จำเป็นต้องใช้การร้องขอให้ผู้ชมคลิกแค่เพียงวิธีเดียวเท่านั้น ลองเปลี่ยนมาใช้คำในลักษณะ “ทำทนาย” ให้เกิดความสนใจอยากจะทำอะไรบางอย่างก็ทำได้ เทคนิคนี้เป็นหลักทางจิตวิทยาอย่างหนึ่ง “เราจะรู้สึกอยากทำอะไรบางอย่างขึ้นมา มากกว่าเดิม เมื่อเราถูกทำทนาย” “และเราจะให้ความสนใจมากขึ้น เมื่อเราค้นพบว่ายังบรรลุสิ่งนั้นไม่ได้” วิธีนี้สามารถนำมาประยุกต์ใช้เพื่อกระตุ้นผู้ชมใน Copywriting ได้

2.3.6 สร้างความอยากรู้ด้วย “คำถาม”

การดึงดูดด้วยคำถามนั้นจะต้องตรงกับสิ่งที่ผู้ชมสนใจ และตรงกับความเชี่ยวชาญของเราด้วย เทคนิคนี้มักจะใช้เพื่อให้ ผู้ชมกรอกรายละเอียดบางอย่างเพื่อแลกกับคำตอบของคำถามนั้น ตัวอย่างเช่น หากคุณต้องการให้คนกรอกที่อยู่อีเมลเพื่อให้คุณสามารถสร้าง Email List หรืออีเมลรายชื่อผู้ติดตามที่ให้ความสนใจกับแบรนด์ได้ คุณสามารถถามคำถามเกี่ยวกับหัวข้อที่คุณเชี่ยวชาญอยู่ จากนั้นคุณก็ให้คำตอบสำหรับคำถามนั้นแก่ผู้ถาม แต่ขอให้ผู้กรอกทำการส่งรายละเอียดเป็นการแลกเปลี่ยนก่อนที่จะได้คำตอบที่ต้องการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



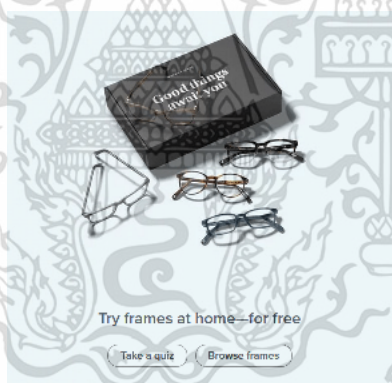
รูปที่ 2.23 สร้างความอยากรู้ด้วยการตั้งคำถาม

ที่มา: <https://stepstraining.co/content/8-tactics-for-call-to-action>

2.3.7 เลือกสีที่ทำให้ปุ่ม CTA โดดเด่นออกมา ให้ผู้ชมเห็นชัดเจนว่านี่คือปุ่มให้คลิก

2.3.8 สร้างสรรค์คำกระตุ้นใหม่ ๆ

บางครั้ง CTA ธรรมดา ๆ สำหรับให้คนคลิกเพื่อดำเนินการซื้อ หรือลงทะเบียนอย่าง “Buy”, “Register” ที่ใคร ๆ ก็ใช้ อาจจะดูน่าเบื่อเกินไป ลองปรับเปลี่ยนคำใหม่ ๆ ที่อาจจะไม่ได้ตรงไปตรงมาถึงการกระทำที่ต้องการ แต่ใช้คำใกล้เคียงอื่น ๆ ที่ดึงดูดให้เกิดผลลัพธ์เหมือนกัน



รูปที่ 2.24 สร้างสรรค์คำกระตุ้นใหม่ ๆ

ที่มา: <https://stepstraining.co/content/8-tactics-for-call-to-action>

สรุป

CTA คือปุ่มที่จะทำให้คนสนใจคลิกเป็นเสมือนจุดสุดท้ายในการให้ผู้คลิกซึ่งจะมีด้วยกัน 2 แบบคือ

1. Copywriting คือคำที่อธิบายก่อนที่ผู้ใช้จะกดคลิกเข้าชม
2. Call to action คือคำหรือปุ่มที่กระตุ้นให้คนสนใจคลิก

โดยในการทำ CTA นั้นก็จะมีปัจจัยหลักคือ สี ของปุ่ม คำหรือการบรรยายให้เกิดความสนใจ เอกสารนี้ นั่นเอง สารที่ส่งวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยามให้ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

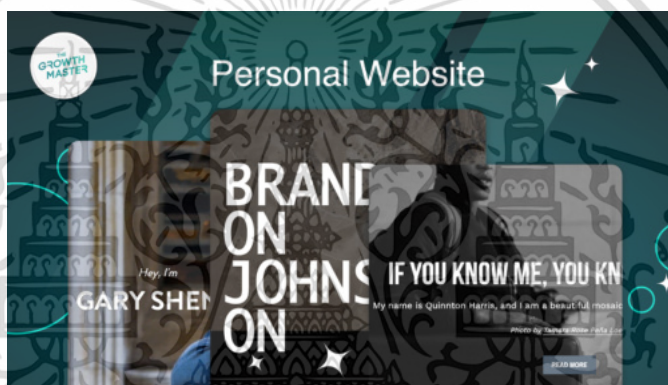
2.4 ประเภทของเว็บไซต์ (Cartoon Tanaporn ,2022)

เว็บไซต์เปรียบเสมือนว่าเป็นหน้าบ้านของธุรกิจที่เอาไว้คอยต้อนรับแขกตลาด 24 ชั่วโมง เพราะถึงแม้ว่าโซเชียลมีเดียหลากหลายช่องทาง แต่สุดท้ายโซเชียลมีเดียก็อาจไม่ได้มีครบทุกองค์ประกอบที่ตอบโจทย์ครบทุกสิ่งที่ลูกค้าต้องการตามหา

แต่เว็บไซต์นั้นก็ยังมีประเภทหลากหลายแตกต่างกันไปตามแต่ละลักษณะการใช้งาน คุณจึงต้องมีการเลือกใช้เว็บไซต์ให้พอเหมาะสมกับเป้าหมายของธุรกิจด้วย เพราะถ้าออกแบบเว็บไซต์ไม่ถูกประเภทก็อาจทำให้คุณไม่สามารถบรรลุเป้าหมายของธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.4.1 เว็บไซต์พอร์ทัล (Portal website)

เว็บไซต์ประเภทนี้ เป็นเว็บไซต์ที่สามารถพบเจอกันอยู่ทุกวัน เป็นเว็บไซต์ประเภทของวาไรตี้เว็บไซต์ประเภทนี้ก็จะคล้าย ๆ กับเว็บข่าว แต่เว็บไซต์แนวนี้จะได้รับความนิยมมากกว่าเพราะมีความหลากหลายมากกว่าและให้ความบันเทิง

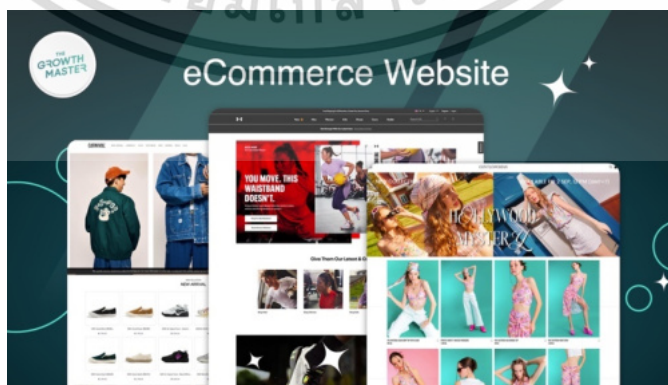


รูปที่ 2.25 เว็บไซต์พอร์ทัล

ที่มา: <https://thegrowthmaster.com/blog/9-types-of-website>

2.4.2 เว็บไซต์อีคอมเมิร์ซ (E-Commerce website)

บนเว็บไซต์ก็จะมีข้อมูลรายละเอียดของสินค้า รูปภาพ รวมถึงลูกค้าสามารถกดจ่ายเงินผ่านเว็บไซต์ได้โดยตรงเลย



รูปที่ 2.26 เว็บไซต์อีคอมเมิร์ซ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ที่มา: <https://thegrowthmaster.com/blog/9-types-of-website>
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4.3 เว็บไซต์ธุรกิจ (Business website)

เว็บไซต์ธุรกิจที่เน้นการประชาสัมพันธ์ของธุรกิจ หรือนำเสนอข้อมูลที่จำเป็นสำหรับลูกค้า เช่น มีการแนะนำสินค้าหรือบริการ มีการสรุปข้อดี จุดเด่นของสินค้า รวมถึงสิ่งที่ลูกค้าจะได้รับจากสินค้าหรือบริการนั้น ๆ



รูปที่ 2.27 เว็บไซต์ธุรกิจ

ที่มา: <https://thegrowthmaster.com/blog/9-types-of-website>

2.4.4 เว็บไซต์บล็อก (Blog website)

เน้นการนำเสนอบทความและเนื้อหาเป็นหลัก โดยบทความส่วนมากจะถูกเรียงลำดับเวลาในการเขียนเอาไว้ ทำให้ผู้ใช้งานสามารถติดตามข้อมูลข่าวสารได้ตามเวลาที่ลง และโดยส่วนมากมักจะมีการใช้ระบบจัดการเนื้อหา (Content management system: CMS) อยู่เบื้องหลัง ซึ่งเป็นระบบที่ผู้ใช้งานสามารถจัดการและออกแบบคอนเทนต์ได้อย่างง่ายดาย ทั้งการแก้ไข ปรับเปลี่ยน รูปแบบ Format ต่าง ๆ ได้โดยที่ไม่ต้องมีความรู้ด้านเทคนิคหรือการเขียนโปรแกรมแต่อย่างใด



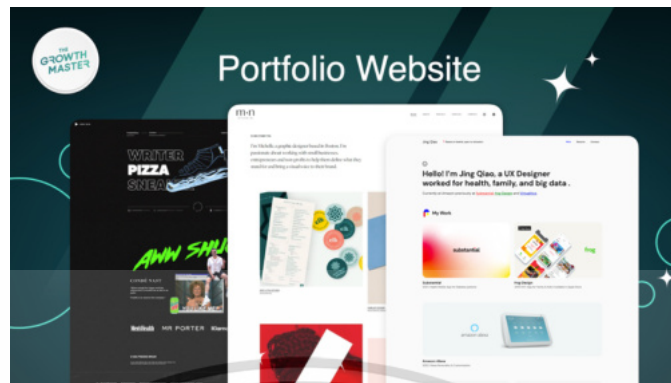
รูปที่ 2.28 เว็บไซต์บล็อก

ที่มา: <https://thegrowthmaster.com/blog/9-types-of-website>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4.5 เว็บไซต์ผลงาน (Portfolio website)

เว็บไซต์ที่เอาไว้สร้างและเผยแพร่แฟ้มสะสมงานของผู้ใช้งาน



รูปที่ 2.29 เว็บไซต์ผลงาน

ที่มา: <https://thegrowthmaster.com/blog/9-types-of-website>

2.4.6 เว็บไซต์สมัครสมาชิก (Membership website)

เว็บไซต์ที่ให้ผู้ใช้งานสมัครสมาชิกก่อน ถึงจะสามารถเข้าถึงเนื้อหาข้อมูลเฉพาะในเว็บไซต์นั้น ๆ



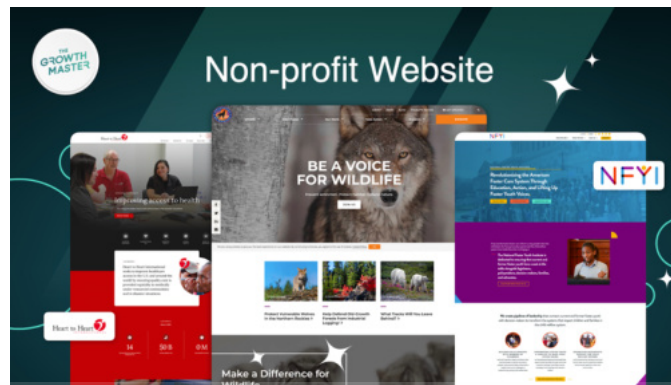
รูปที่ 2.30 เว็บไซต์สมัครสมาชิก

ที่มา: <https://thegrowthmaster.com/blog/9-types-of-website>

2.4.7 เว็บไซต์ที่ไม่แสวงหาผลกำไร (Non-profit website)

เว็บไซต์ที่ไม่แสวงหาผลกำไร ที่มีนโยบายในการสร้างและช่วยเหลือสังคมเป็นหลัก โดยส่วนมากจะเป็นเว็บไซต์ของหน่วยงาน สมาคม ชมรม มูลนิธิ หรือโครงการต่าง ๆ ที่มีวัตถุประสงค์เฉพาะทางที่แตกต่างกันไป เช่น พิทักษ์สิ่งแวดล้อม ปกป้องสิทธิมนุษยชน การรณรงค์ต่าง ๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

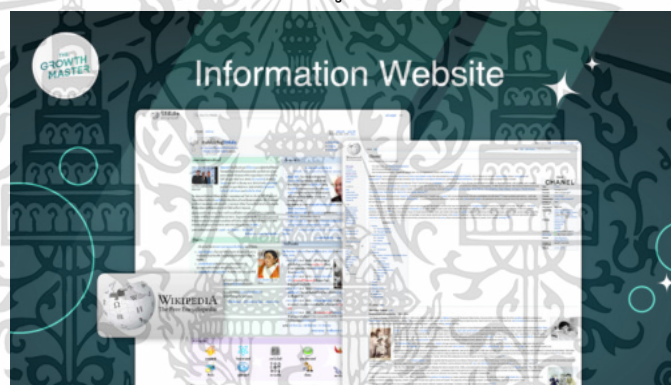


รูปที่ 2.31 เว็บไซต์ที่ไม่แสวงหาผลกำไร

ที่มา: <https://thegrowthmaster.com/blog/9-types-of-website>

2.4.8 เว็บไซต์ข้อมูล (Information website)

เว็บไซต์ที่ถูกจัดทำขึ้นเพื่อให้ข้อมูลความรู้ที่หลากหลาย หรือการใช้คำจำกัดความในการค้นหา รวมถึงเว็บไซต์ที่เจาะจงให้ข้อมูลในด้านนั้น ๆ โดยเฉพาะ



รูปที่ 2.32 เว็บไซต์ข้อมูล

ที่มา: <https://thegrowthmaster.com/blog/9-types-of-website>

2.4.9 เว็บไซต์ฟอรัมออนไลน์ (Online forum website)

เว็บไซต์ที่ถูกสร้างขึ้นในการเป็นชุมชนออนไลน์ เพื่อให้มีการพูดคุยหรือปฏิสัมพันธ์กันบนเว็บไซต์ ภายใต้นั้น จะมีการแบ่งแยกย่อยเป็นเรื่องราวต่าง ๆ ตามความสนใจของแต่ละกลุ่ม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 2.33 เว็บไซต์ฟอรัมออนไลน์

ที่มา: <https://thegrowthmaster.com/blog/9-types-of-website>

สรุป

เว็บไซต์นั้นสามารถผู้ใช้สามารถเข้าชมได้ตลอดเวลา 24 ชั่วโมง การที่จะเริ่มทำเว็บไซต์ขึ้นมา นั้นก็ควรรู้ประเภทของเว็บไซต์ที่จะทำขึ้นมา ก่อน ซึ่งประเภทของประเภทเว็บไซต์นั้นมีหลากหลาย มาก พอรู้ประเภทของเว็บไซต์การจะจัดทำนั้นก็จะสามารถทำขึ้นมาได้ง่ายยิ่งขึ้น

2.5 ราคาโฆษณาบนเว็บไซต์ (JINDAMANEE ,2018)

ซึ่งในการจะคิดราคาการลงของโฆษณานั้นมีราคาที่แตกต่างกันออกไปเพราะจะขึ้นอยู่กับตัวเว็บไซต์นั้น ๆ โดยได้นำราคาคร่าว ๆ ในแต่ละตำแหน่งมาจาก JINDAMANEE ซึ่งราคาจะมีดังนี้

1. ขนาด 300x250px ราคาเฉลี่ย 37,000/ 2สัปดาห์
2. ขนาด 728x90px ราคาเฉลี่ย 38,000/ 2สัปดาห์
3. ขนาด 300x600px ราคาเฉลี่ย 70,000/ 2สัปดาห์
4. ขนาด 970x250px ราคาเฉลี่ย 40,000/ 2สัปดาห์

สรุป

ราคาของการวางโฆษณานั้นจะขึ้นอยู่กับตัวของเว็บไซต์นั้น ๆ เป็นหลัก โดยยิ่งเว็บไซต์ไหนยิ่งเป็นที่รู้จักมาก ก็จะมีราคาของโฆษณาที่สูงขึ้นเช่นกัน

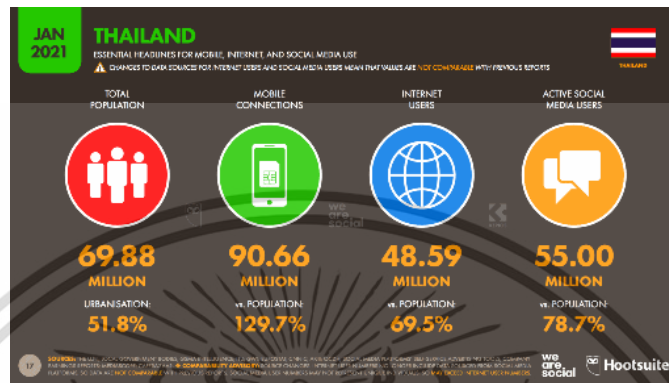
2.6 สถิติการใช้งานเว็บไซต์ของคนไทย (Nattapon Muangtum ,2021)

ปัจจุบันคนไทยนั้นมีการใช้อินเทอร์เน็ตและออนไลน์ค่อนข้างสูงมาก และยังคงเพิ่มสูงต่อไปเรื่อยๆ ทำให้มีการทำสถิติการใช้งานทางอินเทอร์เน็ตออกมาว่ามีค่าเฉลี่ยเป็นอย่างไรบ้าง โดยสถิติจะเป็นของปี 2021 มาจาก We Are Social ซึ่งสามารถดูได้ดังนี้

2.6.1 ภาพรวมการออนไลน์ของคนไทย

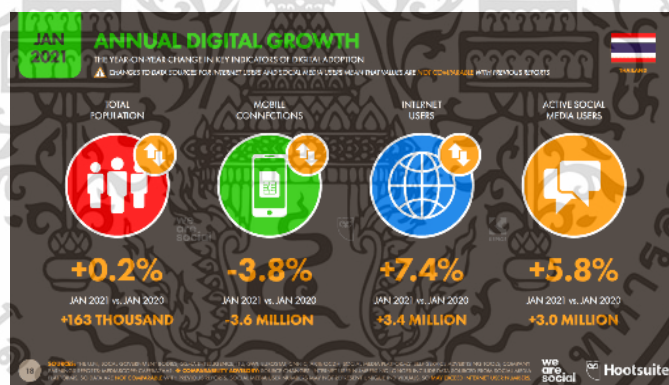
เมื่อเทียบตัวเลขอัตราการเกิดที่ต่ำกว่าปีก่อนประมาณ 10% ในปี 2020 มีคนเกิดใหม่ราว ๆ 180,000 คน แต่มาปีนี้เหลือแค่ 163,000 คนเท่านั้น ประเทศไทยน่าจะเข้าสู่

สังคมผู้สูงอายุเร็วกว่าที่คาดการณ์กันไว้มาก ส่วนจำนวนผู้ใช้โทรศัพท์มือถือก็เริ่มลดลง แต่ที่เพิ่มขึ้นอย่างน่าสนใจ และไม่เหมือนปีก่อน ๆ คือจำนวนคนที่เข้ามาใช้งานอินเทอร์เน็ตเพิ่มสูงกว่าคนที่เข้าสู่โซเชียลมีเดีย และตัวเลขนี้ก็สูงขึ้นกว่าปีก่อนมาก อาจจะเป็นเพราะมาจากช่วงโควิด19



รูปที่ 2.34 ภาพรวมการออนไลน์ของคนไทย

ที่มา: <https://www.everydaymarketing.co/knowledge/thailand-digital-stat-2021-we-are-social/>



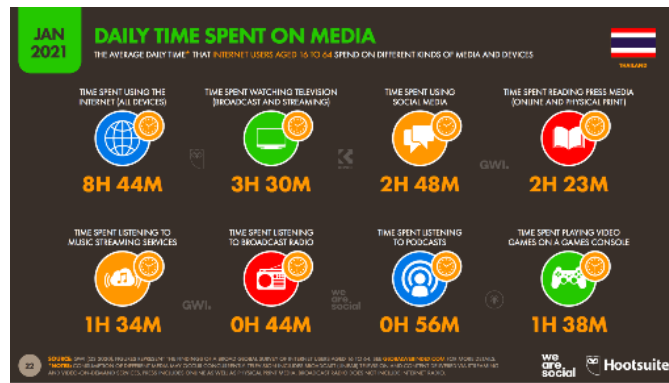
รูปที่ 2.35 การเจริญเติบโตดิจิทัล

ที่มา: <https://www.everydaymarketing.co/knowledge/thailand-digital-stat-2021-we-are-social/>

2.6.2 คนไทยออนไลน์วันละ 8 ชั่วโมง 44 นาที

ชั่วโมงการออนไลน์ของคนไทยเหมือนจะลดลงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับปีก่อนที่อยู่ระดับ 9 ชั่วโมงต่อวัน แต่ในขณะที่เดียวกันการออนไลน์ของคนไทยก็ไปเพิ่มในส่วนอื่น ๆ มากขึ้น ไม่ว่าจะฟังเพลงหรือเล่นเกม หรือการดูทีวีทางออนไลน์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

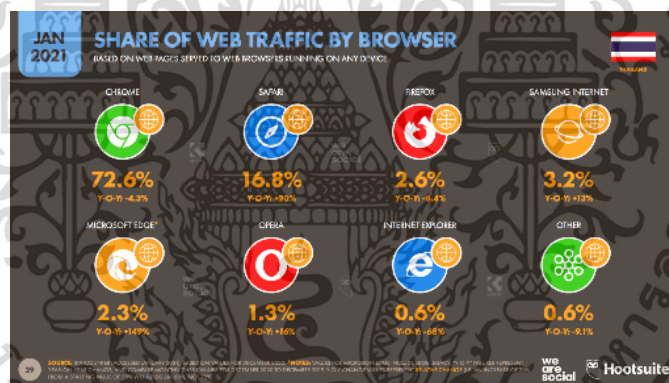


รูปที่ 2.36 คนไทยออนไลน์วันละ 8 ชั่วโมง 44 นาที

ที่มา: <https://www.everydaymarketing.co/knowledge/thailand-digital-stat-2021-we-are-social/>

2.6.3 เบราร์เซอร์ที่คนไทยนิยมใช้

อันดับหนึ่งเป็น Chrome ตามมาด้วย Safari ซึ่งคาดว่าน่าจะมาจาก iPhone เป็นหลัก แล้วก็ตามมาด้วย Firefox แต่ที่น่าสนใจคือ Samsung internet ที่ได้ share ถึง 3.2% ครับ ส่วน Internet Explorer มีแค่ 0.6% เท่านั้น



รูปที่ 2.37 เบราร์เซอร์ที่คนไทยนิยมใช้

ที่มา: <https://www.everydaymarketing.co/knowledge/thailand-digital-stat-2021-we-are-social/>

2.6.4 สถิติเว็บไซต์ที่คนไทยเข้ามากที่สุด

อันดับหนึ่งตลอดการยังคงเป็น Google ซึ่งมีการเข้ามากถึง 556 ล้านครั้ง ตามมาด้วย Youtube และ Facebook ส่วน Pantip เว็บบอร์ดชื่อดังของไทยติดอันดับ 5 ด้วยจำนวนการเข้าชมมากกว่า 176 ล้านครั้ง น่าสนใจกว่านั้นคือ Shopee.co.th ที่ติดอันดับ 8 แต่ที่น่าสนใจคือ True ID ที่ขยับขึ้นมาติดอันดับ 18 ของเว็บยอดนิยมที่คนไทยชอบเข้าในปี 2020 หรือ 2021 ได้อย่างไม่น่าเชื่อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

JAN 2021 **TOP WEBSITES BY TRAFFIC (SEMRUSH)**
RANKING OF TOP WEBSITES BASED ON TOTAL TRAFFIC VOLUME IN DECEMBER 2020, ACCORDING TO SEMRUSH

#	WEBSITE	TOTAL VISITS	UNIQUE VISITS	TIME PER VISIT	PAGES PER VISIT	#	WEBSITE	TOTAL VISITS	UNIQUE VISITS	TIME PER VISIT	PAGES PER VISIT
01	GOOGLE.COM	556M	394M	24M 14S	712	11	YOUTUBE.COM	475M	10.5M	20M 47S	10.23
02	YOUTUBE.COM	225M	225M	4M 21S	6.18	12	LAZADA.CO.TH	611M	17.5M	12M 34S	4.02
03	FACEBOOK.COM	222M	215M	27M 23S	4.26	13	SHOPEE.COM	607M	2.5M	21M 58S	12.54
04	GOOGLE.CO.TH	191M	21.2M	18M 59S	8.06	14	SAATCHI.CO.TH	37.8M	3.48M	8M 21S	7.41
05	LINE.COM	139M	16.4M	11M 46S	3.46	15	WEAR.MY	419M	13.9M	9M 16S	7.04
06	SANOOK.COM	140M	13.6M	7M 03S	3.46	16	EDENRUB.COM	499M	9.7M	15M 12S	6.83
07	KAPROO.COM	66.5M	21.8M	9M 00S	2.42	17	ACROBATH.COM	42.4M	16.6M	10M 52S	2.32
08	SHOPEE.CO.TH	66.5M	23.6M	15M 24S	4.92	18	RUBS.NET	26.7M	7.2M	9M 58S	1.74
09	THAIRATH.CO.TH	17.2M	25.2M	1M 46S	2.01	19	TRAVEL	12.8M	10.8M	2M 14S	2.33
10	GOOGLE.NL	69.5M	5.15M	18M 36S	3.30	20	HMV.COM	17.2M	1.55M	10M 27S	15.44

รูปที่ 2.38 สถิติเว็บไซต์ที่คนไทยเข้าชมมากที่สุด

ที่มา: <https://www.everydaymarketing.co/knowledge/thailand-digital-stat-2021-we-are-social/>

2.6.5 เจาะลึกข้อมูลสถิติเว็บยอดนิยมที่คนไทยชอบเข้า

Youtube เป็นเว็บที่มีคนเข้าชมผ่านคอมพิวเตอร์มากที่สุดจาก 10 เว็บยอดนิยม ตามมาด้วย Facebook และ Shopee คาดว่าน่าจะด้วย Experience ที่ดีกว่า และอีกอย่าง ทั้ง 3 แพลตฟอร์มนี้ก็ล้วนมีแอปประจำตัวที่ใคร ๆ ก็มีติดเครื่องกัน ซึ่งการแยกข้อมูลการเข้าเว็บตามเพศส่วนมากนั้นจะเป็นผู้ชายที่เข้าทุกเว็บ และเป็นจำนวนมากกว่าผู้หญิง

JAN 2021 **TRAFFIC SHARE BY DEVICE, AGE, AND GENDER**
SHARE OF TOTAL WEBSITE TRAFFIC BY DEVICE, AND SHARE OF UNIQUE VISITORS AGED 18+ BY AGE AND GENDER (DEC 2020)

#	WEBSITE	MOBILE SHARE	COMPUTER SHARE	PERSONAL SHARE	WIRE SHARE	AGE 18-24 SHARE	AGE 25-34 SHARE	AGE 35-44 SHARE	AGE 45-54 SHARE	AGE 55-64 SHARE	AGE 65+ SHARE
01	GOOGLE.COM	47.8%	51.2%	43.6%	37.4%	17.6%	20.2%	20.2%	17.9%	11.6%	6.7%
02	YOUTUBE.COM	6.8%	92.8%	6.1%	16.5%	9.7%	24.7%	15.7%	11.3%	9.6%	8.7%
03	FACEBOOK.COM	21.2%	78.4%	42.3%	32.2%	13.2%	20.6%	27.6%	43.3%	12.6%	11.1%
04	GOOGLE.CO.TH	41.3%	56.1%	16.8%	61.3%	15.8%	18.2%	16.7%	10.2%	5.6%	3.4%
05	LINE.COM	82.6%	17.6%	43.0%	54.2%	27.2%	21.4%	17.3%	6.3%	4.1%	2.6%
06	SANOOK.COM	83.0%	17.0%	43.0%	34.1%	20.0%	28.9%	16.6%	9.3%	4.4%	2.6%
07	KAPROO.COM	70.7%	29.3%	41.0%	54.0%	14.0%	19.1%	17.4%	9.6%	3.3%	1.6%
08	SHOPEE.CO.TH	34.4%	65.6%	43.0%	37.7%	17.0%	21.0%	17.2%	10.7%	3.9%	3.2%
09	THAIRATH.CO.TH	64.2%	35.8%	42.7%	52.2%	28.2%	17.4%	10.7%	3.3%	1.6%	1.6%
10	GOOGLE.NL	16.7%	83.3%	25.2%	74.2%	32.6%	24.5%	21.2%	10.7%	3.4%	1.5%

รูปที่ 2.39 เจาะลึกข้อมูลสถิติเว็บยอดนิยมที่คนไทยชอบเข้า

ที่มา: <https://www.everydaymarketing.co/knowledge/thailand-digital-stat-2021-we-are-social/>

2.6.6 พฤติกรรมการเสิร์จของคนไทย ที่เปลี่ยนไปเป็นการใช้เสียงพูดถาม และใช้ค้นหาด้วยภาพ

จะเห็นว่าอัตราการใช้พูดถาม Google เพื่อค้นหาข้อมูลที่ตัวเองสนใจของคนไทยในปี 2020 นั้นมากถึง 48.8% หรือเกือบครึ่งหนึ่งเลยทีเดียว ส่วนการค้นหาด้วยรูปภาพก็มากกว่า 51.4% ของคนไทยไปแล้ว ส่วนคนไทยกว่า 55.5% ก็ยังมีการค้นหาข้อมูลผ่าน Social media มากขึ้น น่าสนใจว่า Facebook Search น่าจะขยับขึ้นมาติดอันดับเครื่องมือไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ของนักการตลาดมากขึ้น รอดูกันว่าทาง Facebook จะช่วยอย่างไรเพราะทาง Facebook เองก็หวังจะได้ส่วนแบ่งจากตลาด Search Engine มานานจาก Google อยู่แล้ว

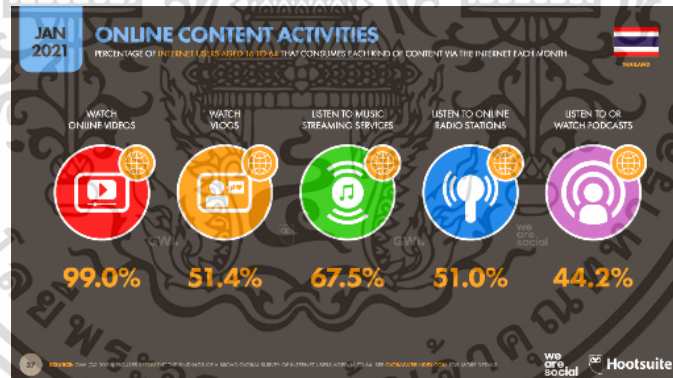


รูปที่ 2.40 พฤติกรรมการเสิร์จของคนไทย

ที่มา: <https://www.everydaymarketing.co/knowledge/thailand-digital-stat-2021-we-are-social/>

2.6.7 คนไทยชอบเสพคอนเทนต์แบบไหนบนออนไลน์

คอนเทนต์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดนั้นเป็นคอนเทนต์ที่เกี่ยวกับการดูวิดีโอออนไลน์ ซึ่งคิดเป็น 99% ซึ่งหมายความว่าสิ่งที่จะทำให้คนมาสนใจนั้นอาจจะต้องเป็น สื่อวิดีโอออนไลน์มากกว่า การที่มีแค่ตัวอักษรโชว์ขึ้นอย่างเดียว



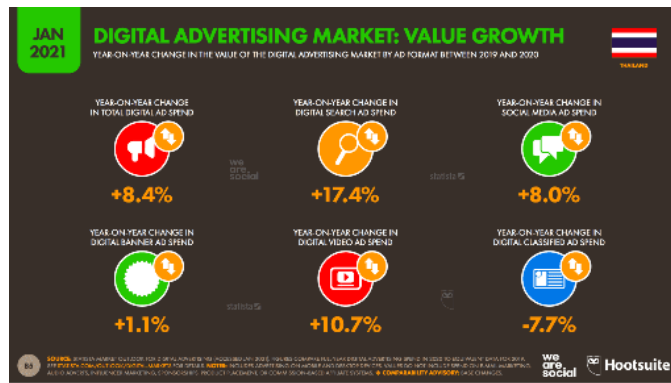
รูปที่ 2.41 คนไทยชอบเสพคอนเทนต์แบบไหนบนออนไลน์

ที่มา: <https://www.everydaymarketing.co/knowledge/thailand-digital-stat-2021-we-are-social/>

2.6.8 งบประมาณช่องทางโตโต

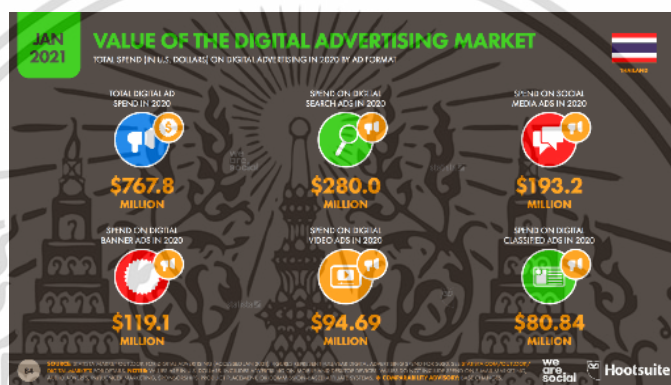
จากข้อมูลจะเห็นว่างบการตลาดในด้านของ Search นั้นเพิ่มขึ้นเยอะที่สุด รองมาคือ Video ad ส่วนงบประเภทประกาศตามเว็บลดลงถึง 7.7% ที่ดูจะไม่เพิ่มขึ้นเท่าไรคือ Digital banner แต่บที่เยอะที่สุดก็คือ Digital Ad

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 2.43 การเติบโตของตลาดโฆษณา

ที่มา: <https://www.everydaymarketing.co/knowledge/thailand-digital-stat-2021-we-are-social/>



รูปที่ 2.42 ค่าใช้จ่ายของการโฆษณาดิจิทัล

ที่มา: <https://www.everydaymarketing.co/knowledge/thailand-digital-stat-2021-we-are-social/>

สรุป

จะเห็นว่าตั้งแต่โควิดเข้ามาเกิดการล็อกดาวน์ หลายสิ่งที่คุณไทยเคยทำก็เปลี่ยนไปมาก ซึ่งการออนไลน์เยอะขึ้นอย่างเห็นได้ชัดแถมไม่ได้ลดลงกลับไปเท่าเดิมแม้จะเลิกล็อกดาวน์แล้ว และอนาคตอาจจะมีการเพิ่มมากขึ้นเลยก็อาจจะเป็นได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

วิธีการดำเนินงานวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเพื่อวิเคราะห์การวางตำแหน่งโฆษณาบนหน้าเว็บไซต์ เพื่อหาว่าผู้ใช้ชอบการจัดวางโฆษณาในตำแหน่งไหน โดยงานวิจัยนี้ได้ยกตัวอย่างเว็บไซต์มา 3 ประเภท ได้แก่ เว็บไซต์บันเทิง เว็บไซต์ข่าวสาร และเว็บไซต์ธุรกิจ ซึ่งเว็บไซต์แต่ละประเภทจะมีการจัดวางตำแหน่งโฆษณาที่แตกต่างกัน ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจะนำมาจากผู้คนที่มีความหลากหลายทั้งหมด 130 คน ในบทนี้จะอธิบายวิธีการดำเนินการ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. ข้อกำหนดระบบ
2. ขั้นตอนการวิเคราะห์ระบบ
3. ขั้นตอนการออกแบบและการดำเนินงาน

3.1 ข้อกำหนดระบบ

3.1.1 จัดทำในรูปแบบเว็บแอปพลิเคชัน โดยมีคุณสมบัติดังนี้

1. ผู้ใช้งานสามารถลงทะเบียนเข้าใช้งานระบบโดยมีขั้นตอนดังนี้

1.1 ผู้ใช้งานลงทะเบียนเข้าใช้งานโดยกรอกข้อมูลดังนี้ ชื่อผู้ใช้, อีเมล, เพศ, ช่วงอายุและรหัสผ่าน

2. ผู้ใช้งานทั่วไป สามารถใช้งานฟังก์ชันนี้ได้

2.1 การลงทะเบียน

2.2 หน้าบทความข่าวสารที่เกี่ยวข้อง

3. ผู้ใช้งานที่เป็นสมาชิก สามารถใช้งานฟังก์ชันนี้ได้

3.1 การลงทะเบียน

3.2 หน้าบทความข่าวสารที่เกี่ยวข้อง

3.3 การเลือกดูตามประเภทเว็บไซต์

3.4 ตัวอย่างเว็บไซต์การวางตำแหน่งโฆษณา

3.5 การกดโหวตการวางตำแหน่งโฆษณาบนหน้าเว็บไซต์

3.6 การดูกราฟสรุปผลจากการโหวตเว็บไซต์

3.7 ข้อเสนอแนะ

4. ผู้ดูแลระบบ สามารถใช้งานฟังก์ชันนี้ได้

4.1 การลงทะเบียน

4.2 ตารางข้อมูลการเลือกตำแหน่ง ข้อมูลผู้ใช้งาน และข้อเสนอแนะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2 ขั้นตอนการวิเคราะห์ระบบ

งานวิจัยนี้มีการนำข้อมูลจำนวนการถูกใจของผู้ใช้งานและจำนวนผู้เยี่ยมชมตัวอย่างเว็บไซต์ มาวิเคราะห์กราฟ โดยแบ่งกราฟการวิเคราะห์ได้ดังนี้

1. **กราฟภาพรวม** คือ กราฟแสดงจำนวนการกดไลค์ทั้งหมดของตัวอย่างเว็บไซต์ ซึ่งในการนับจำนวนการไลค์นั้นเกิดจากการที่ผู้ใช้ทำการดูตัวอย่างเว็บไซต์ที่ระบุตำแหน่งโฆษณาแบบต่าง ๆ เมื่อผู้ใช้งานรู้สึกว่าการวางตำแหน่งนั้นเหมาะสมจึงทำการใช้ฟังก์ชันการไลค์

2. **กราฟภาพรวมโดยแบ่งตามเพศ** คือ กราฟแสดงจำนวนการกดไลค์ทั้งหมดของตัวอย่างเว็บไซต์ โดยแบ่งเป็นเพศชาย เพศหญิง และเพศอื่น ๆ

3. **กราฟเว็บไซต์ประเภทบันเทิง** คือ กราฟแสดงจำนวนการกดไลค์ทั้งหมดของตัวอย่างเว็บไซต์ โดยแสดงเฉพาะข้อมูลของเว็บไซต์ประเภทบันเทิง

4. **กราฟเว็บไซต์ประเภทข่าวสาร** คือ กราฟแสดงจำนวนการกดไลค์ทั้งหมดของตัวอย่างเว็บไซต์ โดยแสดงเฉพาะข้อมูลของเว็บไซต์ประเภทข่าวสาร

5. **กราฟเว็บไซต์ประเภทธุรกิจ** คือ กราฟแสดงจำนวนการกดไลค์ทั้งหมดของตัวอย่างเว็บไซต์ โดยแสดงเฉพาะข้อมูลของเว็บไซต์ประเภทธุรกิจ

3.3 ขั้นตอนการออกแบบและการดำเนินการ

1. แผนภาพแสดงความสามารถของระบบงาน (Use case diagram)



รูปที่ 3.1 แผนภาพแสดงความสามารถของระบบงาน

จากรูปเป็นแผนภาพ (รูปที่ 3.1) แสดงความสามารถของระบบ โดยผู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับระบบประกอบด้วย ผู้ใช้งานทั่วไป ผู้ใช้งานที่เป็นสมาชิก และผู้ดูแลระบบ ผู้ใช้งานทั่วไปคือผู้ใช้งานที่ไม่ได้ทำการลงทะเบียน ผู้ใช้งานทั่วไปสามารถดูบทความที่เกี่ยวข้องได้เท่านั้น หากผู้ใช้ทั่วไปต้องการเข้าถึงฟังก์ชันทั้งหมดต้องทำการลงทะเบียนก่อน ผู้ใช้งานที่เป็นสมาชิกคือผู้ใช้งานที่สามารถให้งานเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ฟังก์ชันได้ทั้งหมด ผู้ดูแลระบบเป็นผู้ดูตารางข้อมูลของการโหวตตำแหน่งทั้งหมด ดูตารางข้อมูลผู้ใช้งาน และตารางข้อมูลข้อเสนอแนะ

รายละเอียดแต่ละกิจกรรมสามารถอธิบายได้ด้วยตารางคำอธิบายยูสเคส (Use case description) ดังนี้

ตารางที่ 3.1 คำอธิบายยูสเคส การลงทะเบียน

Use case ID	1	
Use case name	การลงทะเบียน	
Actor	ผู้ใช้งาน, ผู้ดูแลระบบ	
Description	การลงทะเบียน	
Purpose	เพื่อลงทะเบียนเก็บข้อมูลผู้ใช้งาน	
Pre-condition	-	
Post-condition	-	
Normal flow	Actor	System
	1. ผู้ใช้งานกรอกข้อมูล 2. คลิกลงทะเบียน	1. ระบบตรวจสอบข้อมูลการลงทะเบียน 2. เมื่อตรวจสอบสำเร็จจะไปยังหน้าหลักเว็บไซต์
Alternate condition	ผู้ใช้กรอกข้อมูลไม่ถูกต้อง	

ตารางที่ 3.2 คำอธิบายยูสเคส การอ่านบทความข่าวสารที่เกี่ยวข้อง

Use case ID	2	
Use case name	การอ่านบทความข่าวสารที่เกี่ยวข้อง	
Actor	ผู้ใช้งาน	
Description	เพื่อให้ผู้ใช้งานได้อ่านบทความที่ให้ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับเว็บไซต์	
Purpose	คลิกเลือกหัวข้อบทความที่สนใจ	
Pre-condition	-	
Post-condition	-	
Normal flow	Actor	System
	1. ผู้ใช้เลือกหัวข้อบทความที่สนใจ	1. ระบบพาไปยังหน้าบทความที่ผู้ใช้เลือก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ตารางที่ 3.3 คำอธิบายยูสเคส การเลือกประเภทเว็บไซต์
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Use case ID	3	
Use case name	การเลือกประเภทเว็บไซต์	
Actor	ผู้ใช้งานที่เป็นสมาชิก	
Description	การเลือกประเภทเว็บไซต์	
Purpose	คลิกเลือกประเภทเว็บไซต์เพื่อเข้าใช้งาน	
Pre-condition	-	
Post-condition	-	
Normal flow	Actor	System
	1. ผู้ใช้เลือกประเภทเว็บไซต์ที่ต้องการ	1. ระบบพาไปยังหน้าเว็บไซต์ที่ผู้ใช้เลือก

ตารางที่ 3.4 คำอธิบายยูสเคส ตัวอย่างเว็บไซต์การวางตำแหน่งโฆษณา

Use case ID	4	
Use case name	ตัวอย่างเว็บไซต์การวางตำแหน่งโฆษณา	
Actor	ผู้ใช้งานที่เป็นสมาชิก	
Description	ตัวอย่างเว็บไซต์การวางตำแหน่งโฆษณา	
Purpose	เพื่อดูรูปตัวอย่างการจัดวางหน้าโฆษณาตำแหน่งต่างๆ	
Pre-condition	-	
Post-condition	-	
Normal flow	Actor	System
	1. ผู้ใช้คลิกรูปแบบตัวอย่างที่ต้องการ	1. ระบบแสดงรูปภาพและคำอธิบาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.4 คำอธิบายยูสเคส การเลือกโหวตตำแหน่งโฆษณาบนเว็บไซต์

Use case ID	5	
Use case name	การเลือกโหวตตำแหน่งโฆษณาบนเว็บไซต์	
Actor	ผู้ใช้งานที่เป็นสมาชิก	
Description	การเลือกโหวตตำแหน่งโฆษณาบนเว็บไซต์	
Purpose	เพื่อโหวตการวางโฆษณาตำแหน่งนั้นๆ	
Pre-condition	ลงทะเบียนเพื่อเข้าใช้งานสำเร็จและมีการเลือกดูรูปแบบการวางโฆษณา	
Post-condition	มีการเพิ่มจำนวนผู้กดโหวตและถูกนำไปคำนวณลงกราฟสรุปผล	
Normal flow	Actor	System
	1. ผู้ใช้คลิกโหวตตำแหน่งโฆษณาที่ต้องการ	1. ระบบเพิ่มจำนวนผู้กดโหวตในรูปแบบนั้นๆ

ตารางที่ 3.6 คำอธิบายยูสเคส กราฟสรุปผลการถูกใจเว็บไซต์

Use case ID	6	
Use case name	กราฟสรุปผลการถูกใจเว็บไซต์	
Actor	ผู้ใช้งานที่เป็นสมาชิก	
Description	กราฟสรุปผลการถูกใจเว็บไซต์	
Purpose	เพื่อดูกราฟสรุปผลการถูกใจรูปแบบเว็บไซต์	
Pre-condition	-	
Post-condition	-	
Normal flow	Actor	System
	1. ผู้ใช้คลิกปุ่มกราฟสรุปผล	1. ระบบพาผู้ใช้ไปหน้ากราฟสรุปผล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.7 คำอธิบายยูสเคส ข้อเสนอแนะ

Use case ID	7	
Use case Name	ข้อเสนอแนะ	
Actor	ผู้ใช้งานที่เป็นสมาชิก	
Description	ข้อเสนอแนะ	
Purpose	เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถเสนอเว็บไซต์เพิ่มเติม	
Pre-condition	-	
Post-condition	-	
Normal flow	Actor	System
	1. ผู้ใช้กรอกข้อมูล 2. ผู้ใช้คลิกส่งข้อเสนอแนะ	1. ระบบทำการบันทึกข้อมูล

ตารางที่ 3.8 คำอธิบายยูสเคส การดูตารางข้อมูลของการโหวตตำแหน่งทั้งหมด ดูตารางข้อมูลผู้ใช้งาน และตารางข้อมูลข้อเสนอแนะ

Use case ID	8	
Use case Name	การดูตารางข้อมูลของการโหวตตำแหน่งทั้งหมด ดูตารางข้อมูลผู้ใช้งาน และตารางข้อมูลข้อเสนอแนะ	
Actor	ผู้ดูแลระบบ	
Description	การดูตารางข้อมูลของการโหวตตำแหน่งทั้งหมด ดูตารางข้อมูลผู้ใช้งาน และตารางข้อมูลข้อเสนอแนะ	
Purpose	เพื่อให้ผู้ดูแลระบบดูตารางข้อมูลของการโหวตตำแหน่งทั้งหมด ดูตารางข้อมูลผู้ใช้งาน และตารางข้อมูลข้อเสนอแนะ	
Pre-condition	-	
Post-condition	-	
Normal flow	Actor	System
	1. ผู้ดูแลระบบเลือกหัวข้อข้อมูลที่ต้องการดู	1. ระบบพาไปยังหน้าข้อมูลนั้น

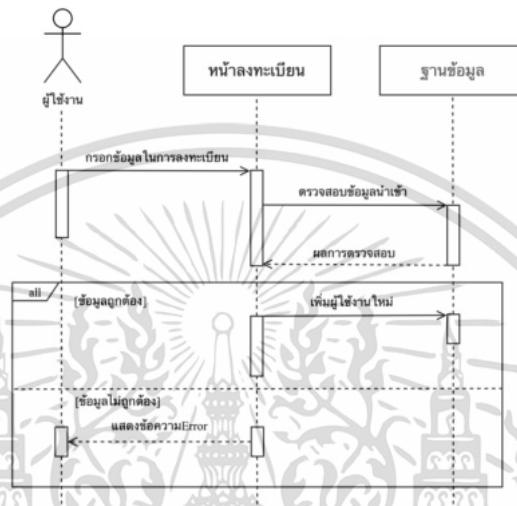
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3.2 แผนภาพลำดับการทำงานของระบบ (Sequence Diagram)

แผนภาพลำดับการทำงานของเว็บแอปพลิเคชันวิเคราะห์การวางตำแหน่งโฆษณาบนเว็บไซต์ ที่แสดงให้เห็นถึงการทำงานของระบบมีดังต่อไปนี้

1. หน้าการลงทะเบียน

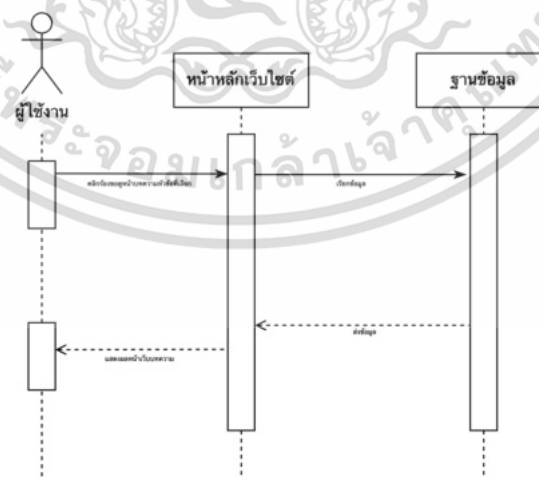
เป็นส่วนที่ผู้ใช้งานทำการลงทะเบียน เพื่อยืนยันตัวตนในการเข้าใช้งานเว็บไซต์ สามารถอธิบายการทำงานได้ตามแผนภาพลำดับดังรูปที่ 3.2



รูปที่ 3.2 แผนภาพแสดงลำดับการทำงานของหน้าการลงทะเบียน

2. การอ่านบทความข่าวสารที่เกี่ยวข้อง

เป็นส่วนที่ผู้ใช้งานสามารถอ่านบทความข่าวสารที่เกี่ยวข้อง สามารถอธิบายการทำงานได้ตามแผนภาพลำดับการลำดับดังรูปที่ 3.3



รูปที่ 3.3 แผนภาพแสดงลำดับการทำงานของหน้าการอ่านบทความข่าวสารที่เกี่ยวข้อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. หน้าการเลือกดูตามประเภทเว็บไซต์

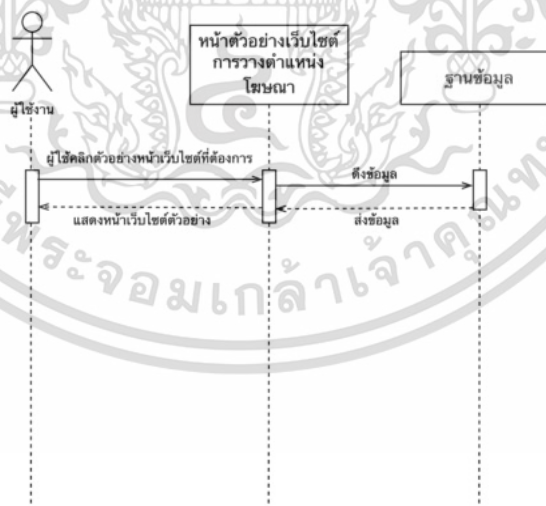
เป็นหน้าที่ผู้ใช้งานสามารถเลือกดูเว็บไซต์โดยแบ่งตามประเภทได้ สามารถอธิบายการทำงานได้ตามแผนภาพลำดับการลำดับดังรูปที่ 3.4



รูปที่ 3.4 แผนภาพลำดับการทำงานของหน้าการเลือกประเภทเว็บไซต์

4. หน้าตัวอย่างเว็บไซต์การวางตำแหน่งโฆษณา

เป็นหน้าที่ผู้ใช้งานสามารถคลิกเพื่อดูรูปภาพตัวอย่างบนหน้าเว็บไซต์ที่ทำการระบุตำแหน่งโฆษณาที่แตกต่างกัน สามารถอธิบายการทำงานได้ตามแผนภาพลำดับการลำดับดังรูปที่ 3.5

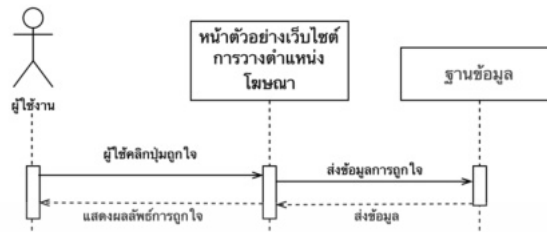


รูปที่ 3.5 แผนภาพลำดับการทำงานของหน้าตัวอย่างเว็บไซต์การวางตำแหน่งโฆษณา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. การกดโหวตการวางตำแหน่งโฆษณาบนเว็บไซต์

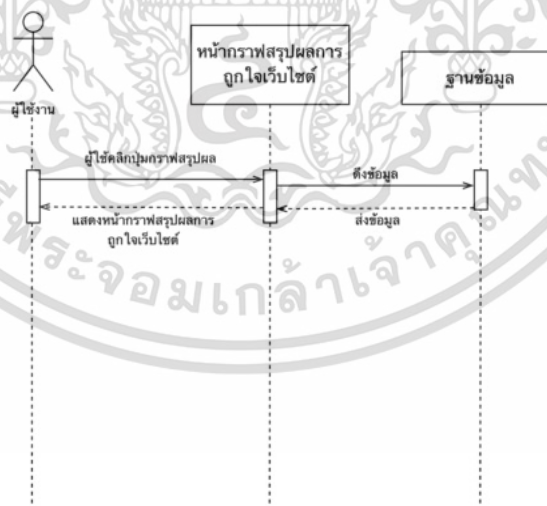
เป็นส่วนที่ผู้ใช้ที่เป็นสมาชิกสามารถกดโหวตการวางตำแหน่งโฆษณาที่ชอบได้ สามารถอธิบายการทำงานได้ตามแผนภาพลำดับการลำดับดังรูปที่ 3.6



รูปที่ 3.6 แผนภาพลำดับการทำงานของการกดถูกใจการวางตำแหน่งโฆษณาบนเว็บไซต์

6. หน้ากราฟสรุปผลการโหวตเว็บไซต์

เป็นหน้าที่ผู้ใช้ที่เป็นสมาชิกสามารถกดเพื่อดูสรุปว่าการวางตำแหน่งโฆษณาดำเนินงานไหนมีผู้โหวตมากที่สุด สามารถอธิบายการทำงานได้ตามแผนภาพลำดับการลำดับดังรูปที่ 3.7

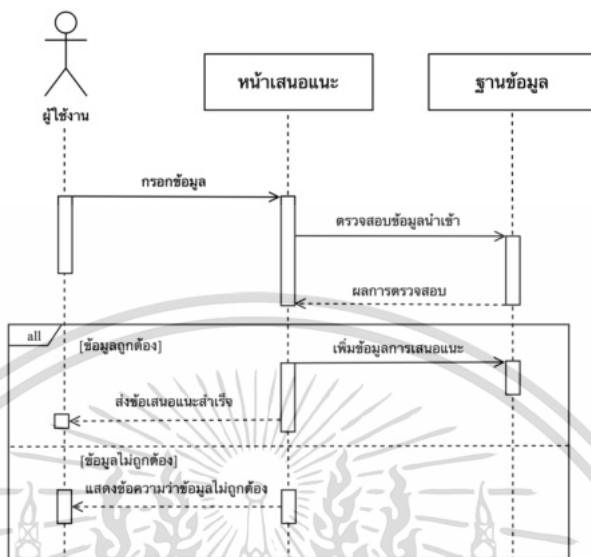


รูปที่ 3.7 แผนภาพลำดับการทำงานของหน้ากราฟสรุปผลการโหวตเว็บไซต์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7. หน้าข้อเสนอแนะ

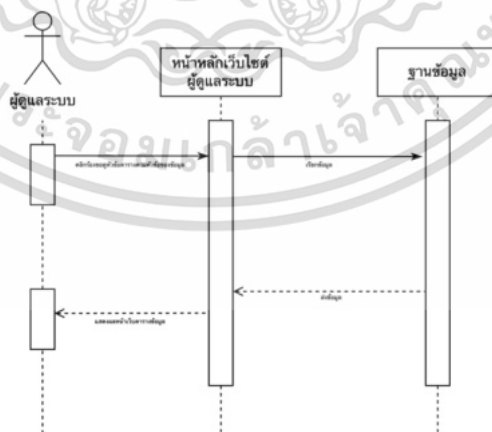
เป็นหน้าที่ผู้ใช้สามารถเสนอเว็บไซต์ที่ชื่นชอบการจัดวางโฆษณามาได้ สามารถอธิบายการทำงานได้ตามแผนภาพลำดับการลำดับดังรูปที่ 3.8



รูปที่ 3.8 แผนภาพลำดับการทำงานของหน้าข้อเสนอแนะ

8. หน้าการดูตารางข้อมูลของการไหลต่าแหน่งทั้งหมด ตารางข้อมูลผู้ใช้งาน และตารางข้อมูลข้อเสนอแนะ

เป็นหน้าในส่วนของผู้ดูแลระบบเพื่อใช้ดูตารางข้อมูลของการไหลต่าแหน่งทั้งหมด ตารางข้อมูลผู้ใช้งาน และตารางข้อมูลข้อเสนอแนะ สามารถอธิบายการทำงานได้ตามแผนภาพลำดับการลำดับดังรูปที่ 3.9

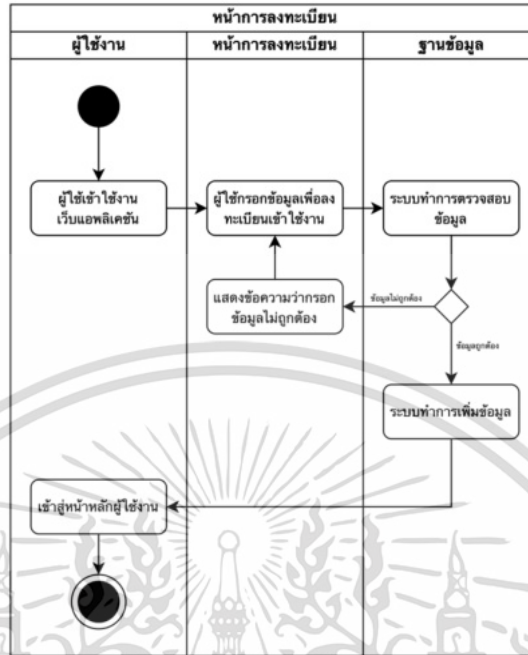


รูปที่ 3.9 แผนภาพลำดับการทำงานของหน้าการดูตารางข้อมูลของการไหลต่าแหน่งทั้งหมด ตารางข้อมูลผู้ใช้งาน และตารางข้อมูลข้อเสนอแนะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

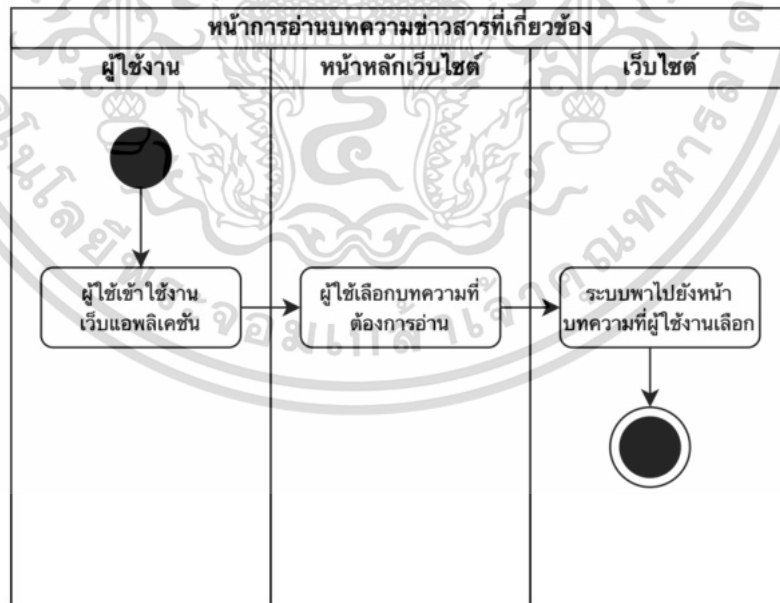
3.3.3 แผนภาพกิจกรรม (Activity Diagram)

1. แผนภาพกิจกรรมหน้าลงทะเบียน



รูปที่ 3.10 แผนภาพกิจกรรมหน้าการลงทะเบียน

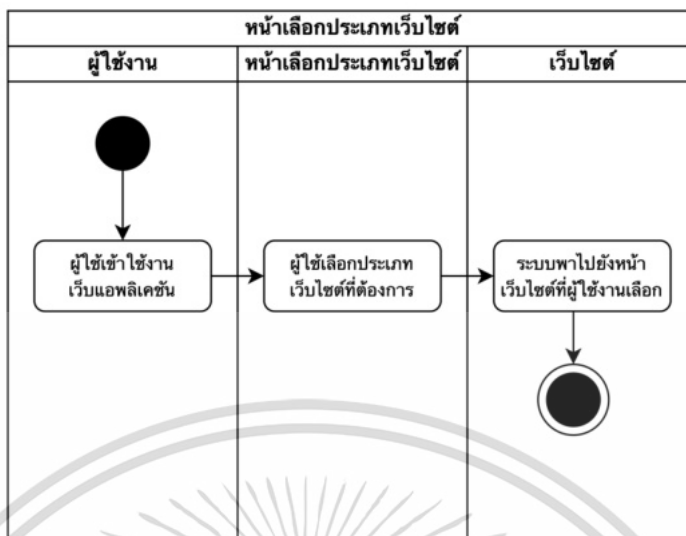
2. แผนภาพหน้าการอ่านบทความข่าวสารที่เกี่ยวข้อง



รูปที่ 3.11 แผนภาพหน้าการอ่านบทความข่าวสารที่เกี่ยวข้อง

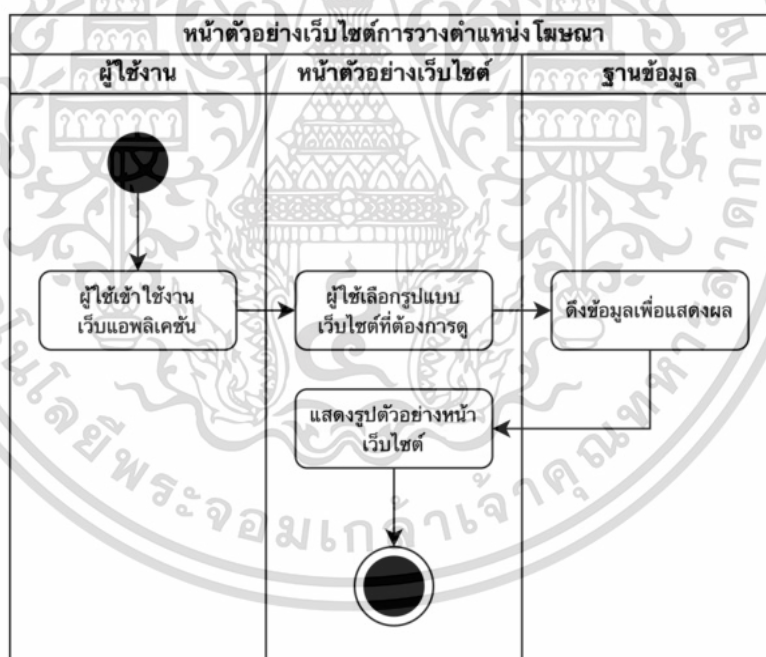
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. แผนภาพหน้าการเลือกดูตามประเภทเว็บไซต์



รูปที่ 3.12 แผนภาพกิจกรรมหน้าการเลือกประเภทเว็บไซต์

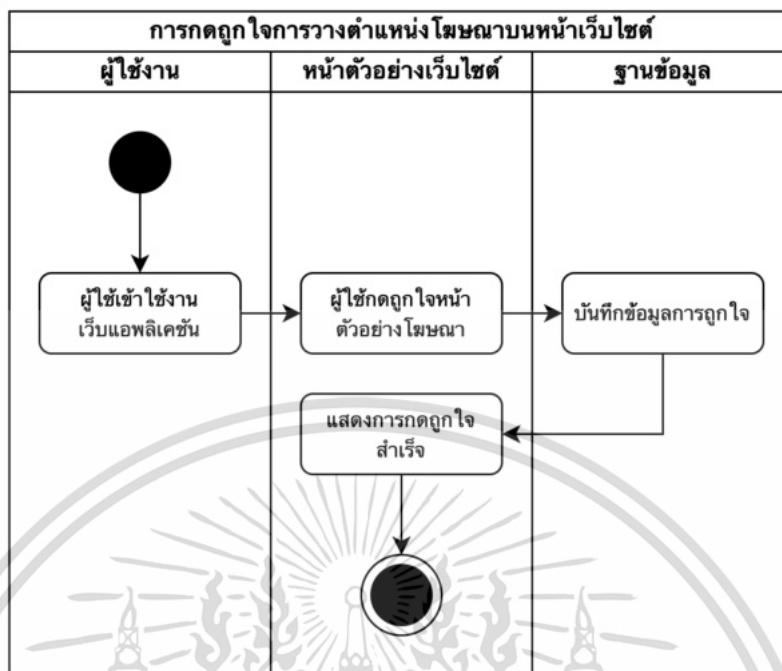
4. แผนภาพหน้าตัวอย่างเว็บไซต์การวางตำแหน่งโฆษณา



รูปที่ 3.13 แผนภาพหน้าตัวอย่างเว็บไซต์การวางตำแหน่งโฆษณา

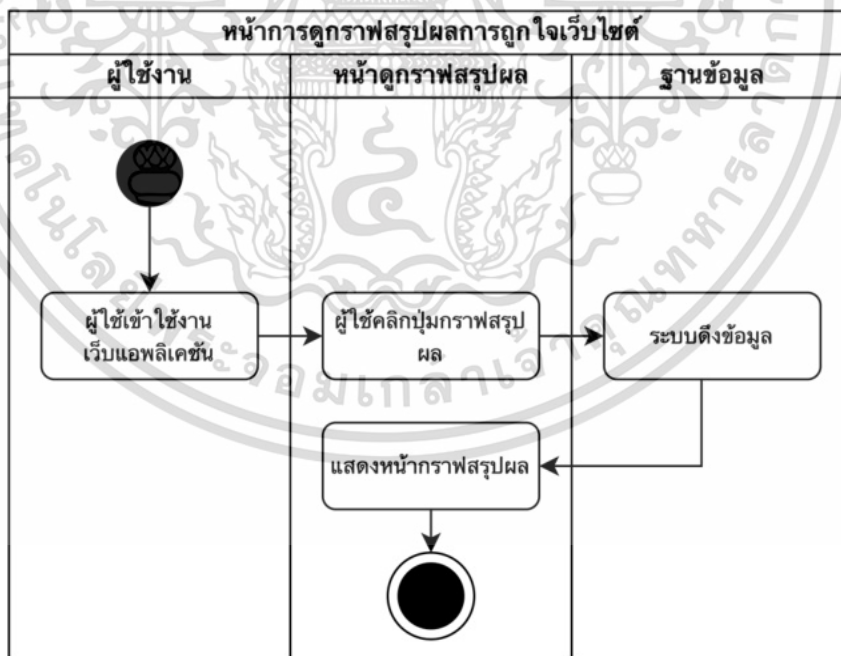
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. แผนภาพการกดโทวดการวางตำแหน่งโฆษณาบนหน้าเว็บไซต์



รูปที่ 3.14 แผนภาพการกดดูใจการวางตำแหน่งโฆษณาบนหน้าเว็บไซต์

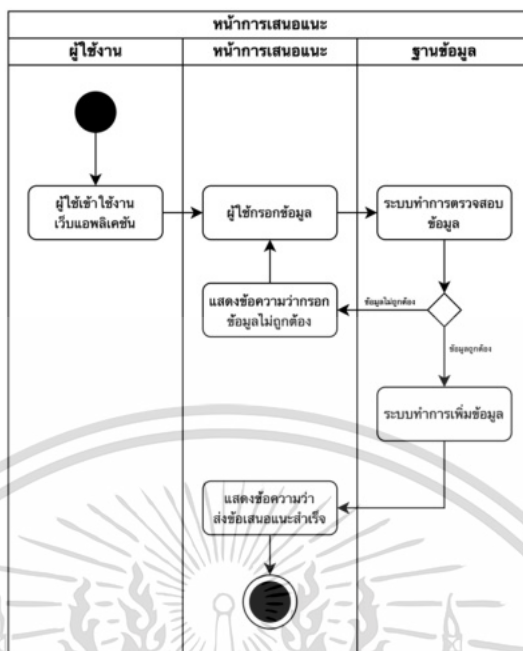
6. แผนภาพหน้าการดูกราฟสรุปผลการดูใจเว็บไซต์



รูปที่ 3.15 แผนภาพหน้าการดูกราฟสรุปผลการดูใจเว็บไซต์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7 แผนภาพหน้าข้อเสนอแนะ



รูปที่ 3.16 แผนภาพหน้าข้อเสนอแนะ

8 แผนภาพการดูตารางข้อมูลของการโหวตตำแหน่งทั้งหมด ตารางข้อมูลผู้ใช้งาน และตารางข้อมูลข้อเสนอแนะ

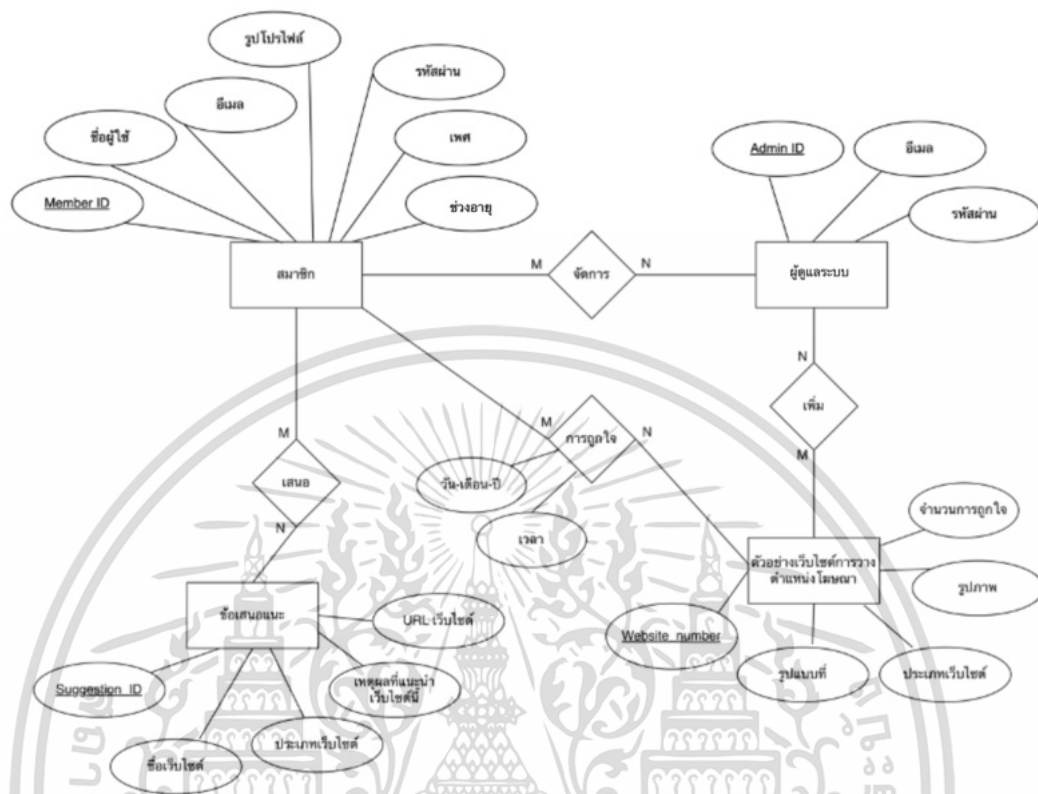


รูปที่ 3.17 แผนภาพการดูตารางข้อมูลของการโหวตตำแหน่งทั้งหมด ตารางข้อมูลผู้ใช้งาน และตารางข้อมูลข้อเสนอแนะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3.4 ความสัมพันธ์ของระบบ (Entity Relationship Diagram)

1. แผนภาพความสัมพันธ์ของระบบ (Entity Relationship Diagram)



รูปที่ 3.18 แผนภาพความสัมพันธ์ของระบบ

2 ตารางแสดงความสัมพันธ์ของระบบ (Data Dictionary)

ตารางที่ 3.9 Member ตารางเก็บข้อมูลสมาชิก

Table	Attribute name	Description	Data type	Data size	Key type
Member	Member ID	รหัสลำดับของสมาชิก	INT	10	PK
	ชื่อผู้ใช้	ชื่อของสมาชิก	VARCHAR	30	
	อีเมล	อีเมลของสมาชิก	VARCHAR	30	
	รูปโปรไฟล์	รูปโปรไฟล์ของสมาชิก	IMAGE		
	รหัสผ่าน	รหัสผ่านของสมาชิก	VARCHAR	10	
	เพศ	เพศของสมาชิก	VARCHAR	20	
	ช่วงอายุ	ช่วงอายุสมาชิก	VARCHAR	50	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.10 Admin ตารางเก็บข้อมูลผู้ดูแลระบบ

Table	Attribute name	Description	Data type	Data size	Key type
Admin	Admin ID	รหัสลำดับของผู้ดูแลระบบ	INT	10	PK
	อีเมล	อีเมลของผู้ดูแลระบบ	VARCHAR	30	
	รหัสผ่าน	รหัสผ่านของผู้ดูแลระบบ	VARCHAR	10	

ตารางที่ 3.11 Suggestion ตารางเก็บข้อมูลข้อเสนอแนะ

Table	Attribute name	Description	Data type	Data size	Key type
Suggestion	Suggestion ID	รหัสลำดับของข้อเสนอแนะ	INT	10	PK
	ชื่อเว็บไซต์	ชื่อของเว็บไซต์	VARCHAR	100	
	ประเภทเว็บไซต์	ประเภทเว็บไซต์	VARCHAR	50	
	เหตุผลที่แนะนำเว็บไซต์นี้	เหตุผลที่แนะนำ	VARCHAR	200	
	URL เว็บไซต์	URL ที่เชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์	VARCHAR	300	

ตารางที่ 3.12 Website ตารางเก็บข้อมูลตัวอย่างเว็บไซต์

Table	Attribute name	Description	Data type	Data size	Key type
Website	Website Number	รหัสลำดับของเว็บไซต์	INT	10	PK
	รูปแบบที่	ลำดับของเว็บไซต์	VARCHAR	100	
	ประเภทเว็บไซต์	ประเภทเว็บไซต์	VARCHAR	50	
	รูปภาพ	รูปภาพที่ระบุตำแหน่งโฆษณา	IMAGE		
	จำนวนการถูกใจ	การถูกใจเว็บไซต์	INT	2000	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

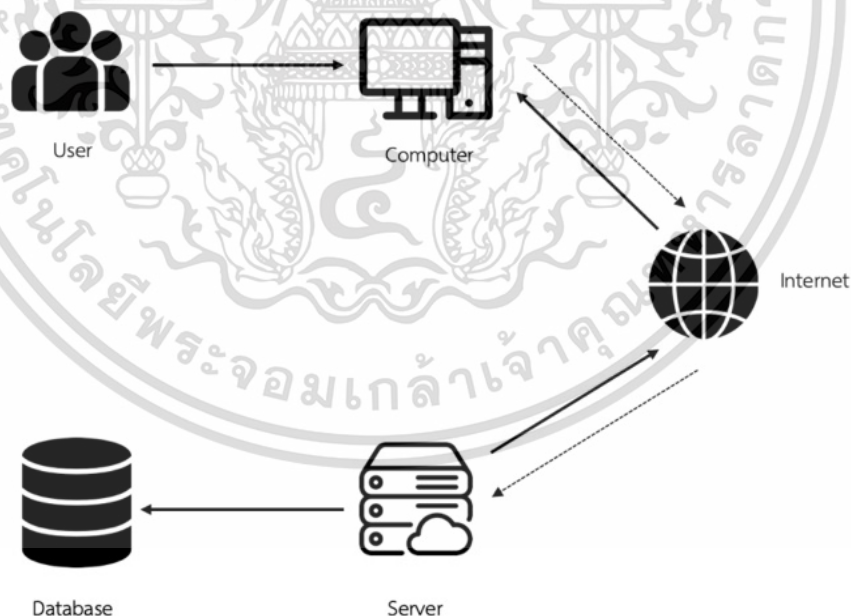
ตารางที่ 3.13 Like ตารางเก็บข้อมูลการถูกใจการวางตำแหน่งโฆษณา

Table	Attribute name	Description	Data type	Data size	Key type
Like	Member ID	รหัสลำดับของสมาชิก	INT	10	PK/FK
	Website Number	รหัสลำดับของเว็บไซต์	INT	10	PK/FK
	วัน-เดือน-ปี	วัน-เดือน-ปี ที่มีการกดถูกใจ	INT	1000	
	เวลา	เวลาที่มีการกดถูกใจ	INT	1000	

ตารางที่ 3.14 Admin_Management ตารางเก็บข้อมูลการจัดการ

Table	Attribute name	Description	Data type	Data size	Key type
Admin_Management	Admin ID	รหัสลำดับของผู้ดูแลระบบ	INT	10	PK/FK
	Member ID	รหัสลำดับของสมาชิก	INT	10	PK/FK

3.3.5 สถาปัตยกรรมของระบบ (Architectural Design Activities)



รูปที่ 3.19 สถาปัตยกรรมของระบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากรูปที่ 3.19 เมื่อมีผู้ใช้งานเว็บไซต์ ผู้ใช้งานต้องทำการลงทะเบียนเข้าใช้งาน ระบบจะส่งข้อมูลของผู้ใช้งานมาเก็บไว้ยังฐานข้อมูล ในการใช้งานเว็บไซต์แต่ครั้งจะมีการเก็บข้อมูลเข้าใช้งานของผู้ใช้ไว้ใน Server และนำมาคำนวณสถิติ เพื่อให้ทราบถึงลักษณะการใช้งานของผู้ใช้

3.3.6 การออกแบบโครงสร้างหน้าจอของระบบ (โครงสร้าง)

1. โครงสร้างหน้าจอลงทะเบียน

หน้าลงทะเบียนเป็นหน้าที่ผู้ใช้ลงทะเบียนก่อนเข้าใช้งานเว็บไซต์ สามารถแบ่งเป็นส่วนต่าง ๆ ดังรูปที่ 3.20

รูปที่ 3.20 โครงสร้าง หน้าจอลงทะเบียน

ส่วนที่ 1 เป็นส่วนแสดงของหัวข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นส่วนแสดงช่องกรอกข้อมูล

ส่วนที่ 3 เป็นปุ่มลงทะเบียน

2. โครงสร้างหน้าจอการตั้งค่าโปรไฟล์

หน้าจอการตั้งค่าโปรไฟล์ที่ผู้ใช้ที่ทำการลงทะเบียนแล้ว สามารถแก้ไขข้อมูลได้สามารถแบ่งเป็นส่วนต่าง ๆ ดังรูปที่ 3.21

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

The image shows a registration form for a profile. It features a profile picture placeholder (1), input fields for name (2), email (2), gender (2), and education level (2), a submit button (3), and a link to return to the main page (4).

รูปที่ 3.21 โครงสร้าง หน้าจอการตั้งค่าโปรไฟล์

ส่วนที่ 1 เป็นส่วนของการเปลี่ยนรูปโปรไฟล์

ส่วนที่ 2 เป็นส่วนแสดงช่องกรอกข้อมูล

ส่วนที่ 3 เป็นปุ่มกดยืนยันการแก้ไข

ส่วนที่ 4 เป็นปุ่มย้อนกลับหน้าหลัก

3. โครงสร้างหน้าจอการเลือกดูตามประเภทเว็บไซต์

หน้าจอการเลือกดูประเภทเว็บไซต์ ผู้ใช้สามารถเลือกดูเว็บไซต์โดยแบ่งตามประเภทได้ สามารถแบ่งเป็นส่วนต่าง ๆ ดังรูปที่ 3.22



รูปที่ 3.22 โครงสร้าง หน้าจอการเลือกดูตามประเภทเว็บไซต์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 1 ส่วนของ Navbar เป็นส่วนหัวของเว็บไซต์นี้ประกอบด้วย Logo
ปุ่มหน้าหลัก ประเภทเว็บไซต์ กราฟสรุปผล ข้อเสนอแนะ
และการลงทะเบียน

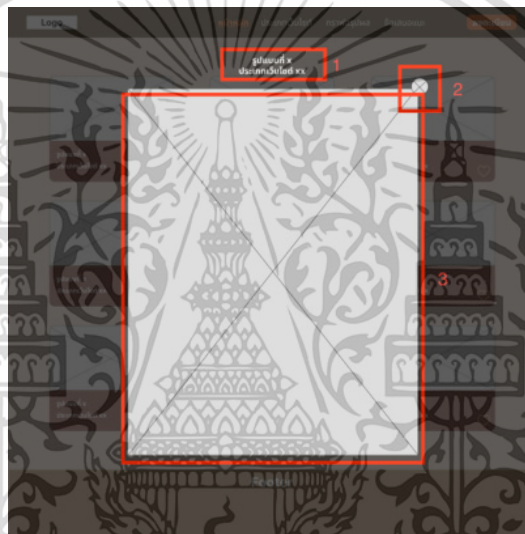
ส่วนที่ 2 ส่วนของหัวข้อประเภทเว็บไซต์

ส่วนที่ 3 ส่วนของการ์ดแสดงรูปตัวอย่าง ระบุว่าในรูปแบบที่เท่าไร
และประเภทของเว็บไซต์

ส่วนที่ 4 ส่วน Footer ของเว็บไซต์

4. โครงสร้างหน้าจอตัวอย่างเว็บไซต์การวางตำแหน่งโฆษณา

หน้าจอตัวอย่างเว็บไซต์การวางตำแหน่งโฆษณา ผู้ใช้สามารถดูรูปการณ้วางตำแหน่งของ
โฆษณาได้ สามารถแบ่งเป็นส่วนต่าง ๆ ดังรูปที่ 3.23



รูปที่ 3.23 โครงสร้าง หน้าจอตัวอย่างเว็บไซต์การวางตำแหน่งโฆษณา

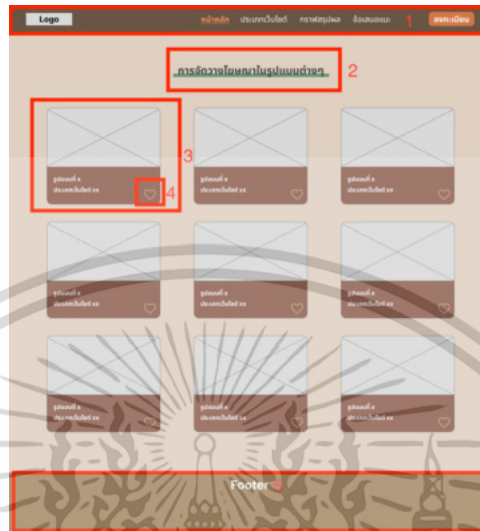
ส่วนที่ 1 ส่วนของหัวข้อโดยจะบอกว่าเป็นรูปแบบที่เท่าไรและเป็นเว็บไซต์ประเภทใด

ส่วนที่ 2 ส่วนของปุ่มปิดการแสดงผล

ส่วนที่ 3 ส่วนของรูปเว็บไซต์ตัวอย่างแสดงตำแหน่งโฆษณาบนหน้าเว็บไซต์

เอกสารนี้เป็นเอกสารลิขสิทธิ์ภายใต้การดูแลของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีสงขลา
5. โครงสร้างหน้าจอการถูกใจการวางตำแหน่งโฆษณาบนหน้าเว็บไซต์
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หน้าจอกการถูกใจการวางตำแหน่งโฆษณาบนหน้าเว็บไซต์ เป็นส่วนที่เมื่อผู้ใช้เลือกดูเว็บตัวอย่างเรียบร้อยแล้ว หากถูกในการวางตำแหน่งรูปแบบนี้ สามารถกดถูกใจการวางโฆษณาในตำแหน่งนี้ได้ สามารถแบ่งเป็นส่วนต่าง ๆ ดังรูปที่ 3.24



รูปที่ 3.24 หน้าจอกการถูกใจการวางตำแหน่งโฆษณาบนหน้าเว็บไซต์

ส่วนที่ 1 ส่วนของ Navbar เป็นส่วนหัวของเว็บไซต์นี้ประกอบด้วย Logo ปุ่มนำหลัก ประเภทเว็บไซต์ กราฟสรุปผล ข้อเสนอแนะ และการลงทะเบียน

ส่วนที่ 2 ส่วนของข้อความ

ส่วนที่ 3 ส่วนของการ์ดแสดงตัวอย่างเว็บไซต์

ส่วนที่ 4 ส่วนของปุ่มกดถูกใจการวางตำแหน่งโฆษณาบนหน้าเว็บไซต์

ส่วนที่ 5 ส่วนของ Footer

6. โครงสร้างหน้าจอกการดูกราฟสรุปผลการถูกใจเว็บไซต์

หน้าจอกการดูกราฟสรุปผลการถูกใจเว็บไซต์ เป็นส่วนที่ผู้ใช้ที่ทำการลงทะเบียนสามารถเข้ามาดูว่าเว็บไซต์รูปแบบใด เว็บไซต์ประเภทไหน มีผู้ถูกใจมากที่สุด เพื่อนำผลการวิเคราะห์ไปปรับใช้ในการทำเว็บไซต์ สามารถแบ่งเป็นส่วนต่าง ๆ ดังรูปที่ 3.25

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 3.25 หน้าจอการดูกราฟสรุปผลการถูกใจเว็บไซต์

- ส่วนที่ 1 ส่วนของ Navbar เป็นส่วนหัวของเว็บไซต์นี้ประกอบด้วย Logo ปุ่มหน้าหลัก ประเภทเว็บไซต์ กราฟสรุปผล ข้อเสนอแนะ และโปรไฟล์ผู้ใช้งาน
- ส่วนที่ 2 ส่วนของหัวข้อกราฟสรุปผลแบบต่าง ๆ
- ส่วนที่ 3 ส่วนของกราฟสรุปผล
- ส่วนที่ 4 ส่วนของ Footer

7. โครงสร้างหน้าจอการเสนอแนะ

หน้าจอการเสนอแนะ เป็นส่วนที่ผู้ใช้ทุกคนสามารถเสนอเว็บไซต์ที่มีการวางตำแหน่งโฆษณาตามที่ตัวเองชื่นชอบได้ สามารถแบ่งเป็นส่วนต่าง ๆ

ดังรูปที่ 3.26

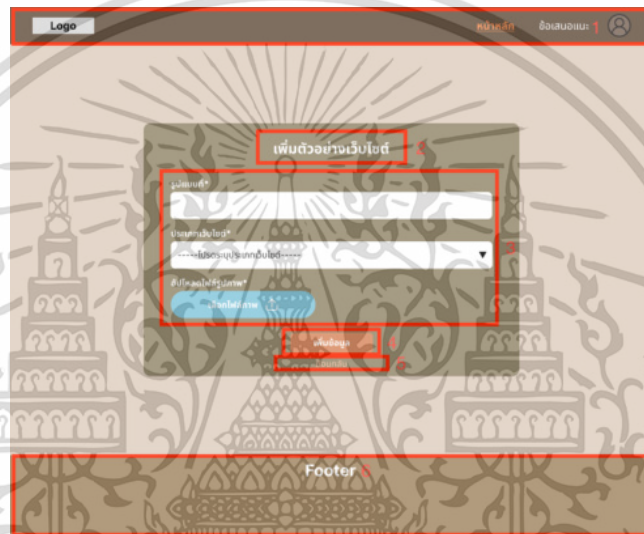
รูปที่ 3.26 หน้าจอการเสนอแนะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ส่วนที่ 1 ส่วนของ Navbar เป็นส่วนหัวของเว็บไซต์นี้ประกอบด้วย Logo ปุ่มหน้าหลัก ประเภทเว็บไซต์ กราฟสรุปผล ข้อเสนอแนะ และการลงทะเบียน
- ส่วนที่ 2 ส่วนของหัวข้อ
- ส่วนที่ 3 ส่วนของช่องกรอกข้อมูล
- ส่วนที่ 4 ส่วนของปุ่มส่งข้อเสนอแนะ
- ส่วนที่ 5 ส่วนของ Footer

8. โครงสร้างหน้าจอกการเพิ่มเว็บไซต์ตัวอย่าง

หน้าจอกการเพิ่มเว็บไซต์ตัวอย่าง เป็นส่วนที่เข้าใช้งานได้เฉพาะผู้ดูแลระบบ ผู้ดูแลระบบสามารถเพิ่มเว็บไซต์ตัวอย่างได้ในหน้านี้ สามารถแบ่งเป็นส่วนต่าง ๆ ดังรูปที่ 3.27



รูปที่ 3.27 หน้าจอกการเพิ่มเว็บไซต์ตัวอย่าง

- ส่วนที่ 1 ส่วนของ Navbar ประกอบด้วย Logo ปุ่มหน้าหลัก ข้อเสนอแนะ และโปรไฟล์ผู้ดูแลระบบ
- ส่วนที่ 2 ส่วนของหัวข้อ
- ส่วนที่ 3 ส่วนของช่องกรอกข้อมูล
- ส่วนที่ 4 ส่วนของปุ่มเพิ่มข้อมูล
- ส่วนที่ 5 ส่วนของปุ่มย้อนกลับ
- ส่วนที่ 6 ส่วนของ Footer

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ผลการวิจัยและการอภิปรายผล

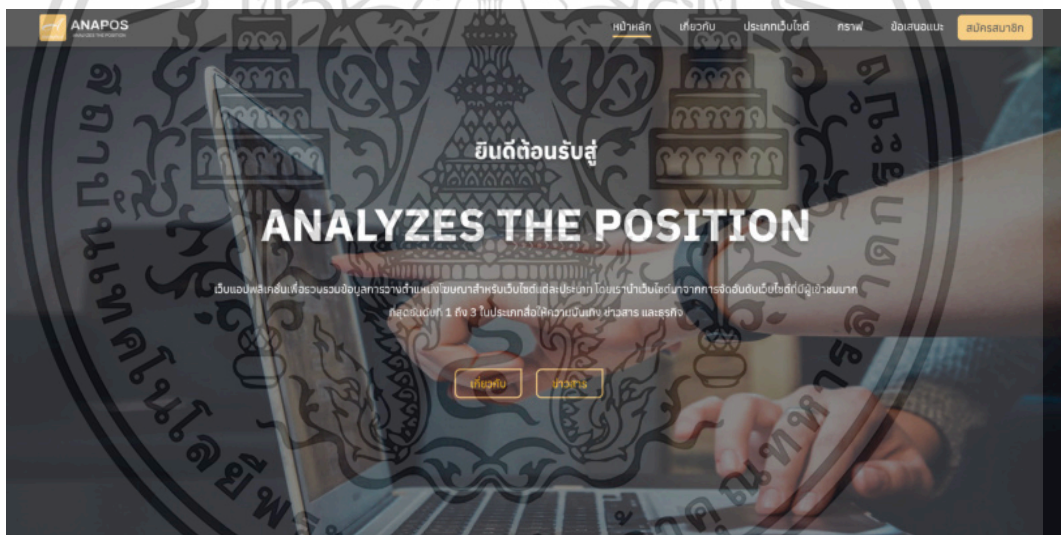
ในตัวของเว็บแอปพลิเคชันนี้ มีชื่อว่า Anapos โดยจะมีการทำงานในรูปแบบวิเคราะห์ตำแหน่งของโฆษณาต่าง ๆ จากเว็บ ซึ่งจะเป็นการดึงตำแหน่งโฆษณาแต่ละตำแหน่งของเว็บ นั้น ๆ มาให้ผู้ใช้ได้เลือกในส่วนตำแหน่งที่สนใจ แล้วยังสามารถเลือกกราฟิกในการออกแบบของตัวโฆษณาพร้อมกับคำอธิบายได้อีกด้วย ผลลัพธ์ต่าง ๆ นั้นจะออกมาในรูปแบบของผลกราฟ

4.1 ระบบวิเคราะห์การวางตำแหน่งโฆษณาบนหน้าเว็บไซต์ (Anapos)

4.1.1. ส่วนของผู้ใช้งานที่ไม่ได้สมัครสมาชิก

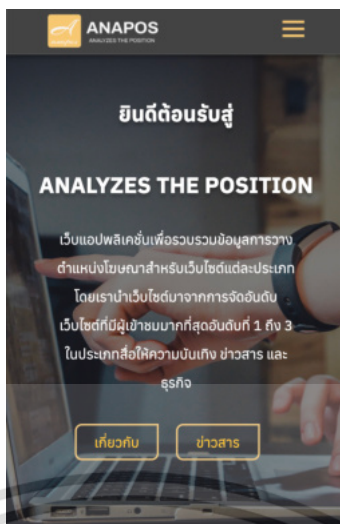
1. หน้าแรกของเว็บไซต์

ในส่วนของหน้าแรกนั้นจะมีการอธิบายในส่วนของตัวเว็บคืออะไร มีอะไรบ้าง และสามารถทำอะไรได้ภายในเว็บ



รูปที่ 4.1 หน้าแรกของเว็บ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



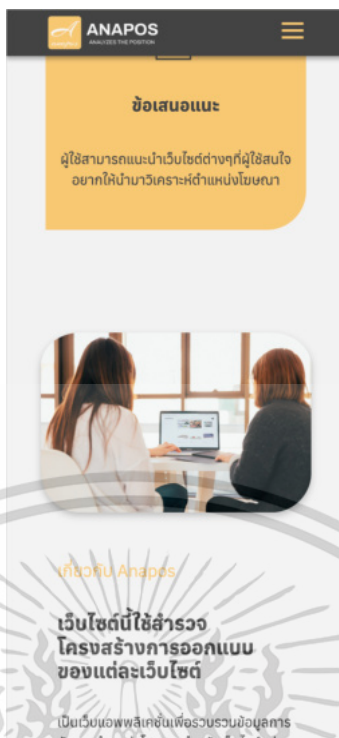
รูปที่ 4.2 หน้าแรกของเว็บในรูปแบบมือถือ

ส่วนต่อของหน้าเว็บไซต์ จะมีการบอกข้อมูลคร่าวในการใช้งานบนเว็บไซต์ ซึ่งจะมีการบอกข้อมูลเกี่ยวกับ Anapos



รูปที่ 4.3 หน้าแรกของเว็บส่วนต่อที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 4.4 หน้าแรกของเว็บในรูปแบบมือถือส่วนต่อที่ 1

เป็นส่วนต่อของหน้าเว็บ ซึ่งส่วนนี้จะเป็นส่วนของข่าวสารต่าง ๆ โดยจะนำข้อมูลจากพฤติกรรมของคนทั่วโลก



รูปที่ 4.5 หน้าแรกของเว็บส่วนต่อที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 4.6 หน้าแรกของเว็บในรูปแบบมือถือส่วนต่อที่ 2

ส่วนต่อในส่วนนี้จะเป็นการบอกชื่อเว็บไซต์ต่าง ๆ ที่มีทาง Anapos นำมาวิเคราะห์



รูปที่ 4.7 หน้าแรกของเว็บส่วนต่อที่ 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 4.8 หน้าแรกของเว็บในรูปแบบมือถือส่วนต่อที่ 3

ส่วนต่อในส่วนนี้จะบอกถึง ประเภทของเว็บไซต์ที่มีในเว็บ Anapos ซึ่งได้แก่ บันเทิง ข่าวสาร และธุรกิจ



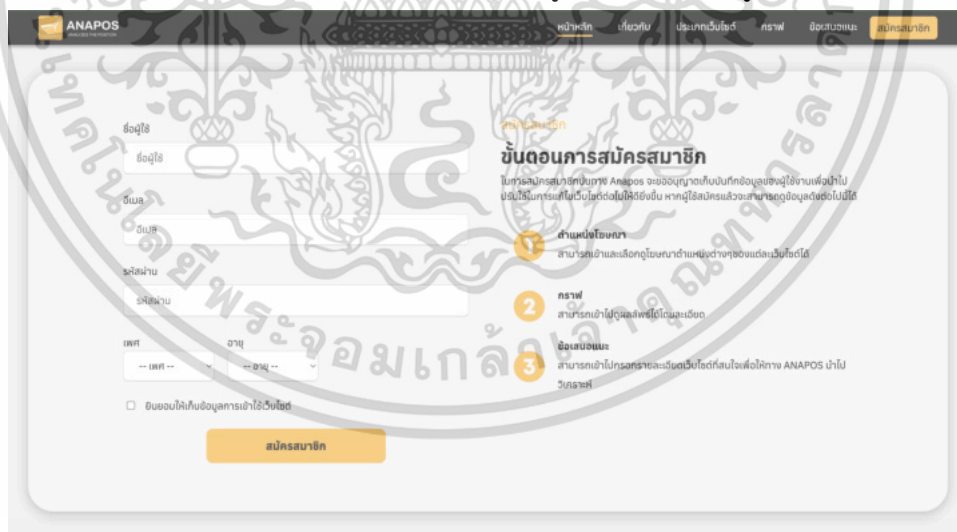
รูปที่ 4.9 หน้าแรกของเว็บส่วนต่อที่ 4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 4.10 หน้าแรกของเว็บในรูปแบบมือถือส่วนต่อที่ 4

ในส่วนสุดท้ายของหน้าแรกนั้น จะมีในส่วนของการที่สมัครสมาชิกได้ ซึ่งทางเว็บ Anapos นั้นจะมีข้อความยินยอมในการเก็บข้อมูลการใช้งานของผู้ใช้ด้วย



รูปที่ 4.11 หน้าแรกของเว็บส่วนสุดท้ายของหน้าแรก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 4.12 หน้าแรกของเว็บในรูปแบบมือถือส่วนสุดท้ายของหน้าแรก

2. หน้าในส่วนของเนื้อหาข่าว

จะเป็นข่าวต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับทางเนื้อหาของเว็บ Anapos ซึ่งมาจาก Global digital stat 2023 โดยข้อมูลนั้นมาจากเว็บ We are social



รูปที่ 4.13 หน้าแรกของเว็บโดยเป็นส่วนของข้อมูลข่าวสาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 4.14 หน้าแรกของเว็บในรูปแบบมือถือโดยเป็นส่วนหนึ่งของข้อมูลข่าวสาร

จะเป็นการโชว์เนื้อหาของข่าวสั้น ๆ ที่คลิกเข้าดู โดยจะมีส่วนของเนื้อหา และรูปภาพประกอบในเนื้อหา



รูปที่ 4.15 โดยจะเป็นส่วนหนึ่งของเนื้อหาของข่าวสารต่าง ๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 4.16 หน้าแรกของเว็บในรูปแบบมือถือโดยเป็นส่วนหนึ่งของเนื้อหาข่าวสารต่าง ๆ

3. หน้าที่เป็นเกี่ยวกับของเว็บ Anapos

สิ่งนี้จะเป็นการบอกเนื้อหาข้อมูลเกี่ยวกับเว็บ Anapos



รูปที่ 4.17 ส่วนของหน้าเกี่ยวกับ Anapos

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เกี่ยวกับ Anapos

**เว็บไซต์นี้ใช้สำรวจโครงสร้าง
การออกแบบของแต่ละ
เว็บไซต์**

เป็นเว็บไซต์เพื่อรวบรวมข้อมูลการจัดวาง
ตำแหน่งโฆษณาสำหรับเว็บไซต์แต่ละประเภท โดย
เราเป็นเว็บไซต์จากการจัดอันดับเว็บไซต์ที่มีเข้า
ชมมากที่สุดในประเทศไทยซึ่งส่วนมากเป็น ประเภท
สื่อให้ความบันเทิง ข่าวสาร และธุรกิจ

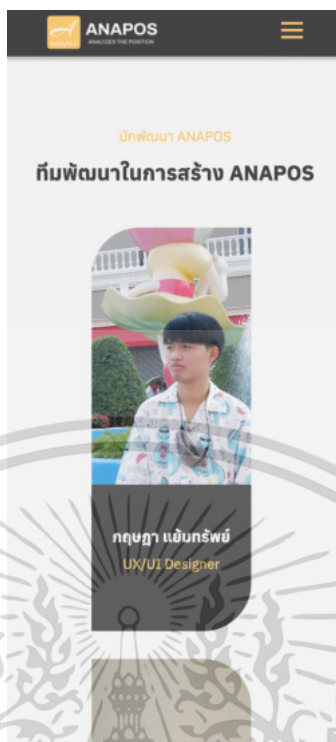
รูปที่ 4.18 ส่วนของหน้าเกี่ยวกับ Anapos ในรูปแบบมือถือ

ซึ่งจะมีในส่วนของทีมพัฒนาผู้จัดทำ Anapos โดยจะบอกตำแหน่งแต่ละคน



รูปที่ 4.19 ส่วนของหน้าเกี่ยวกับ ในส่วนของทีมพัฒนาในการสร้าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

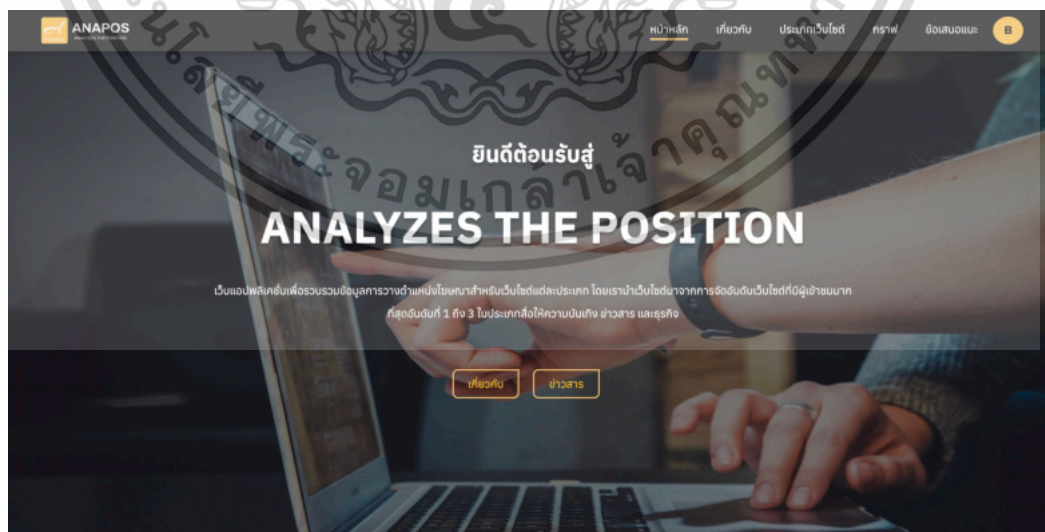


รูปที่ 4.20 ส่วนของหน้าเกี่ยวกับ ในส่วนของทีมพัฒนาในรูปแบบมือถือ

4.1.2 ส่วนของผู้ใช้งานที่สมัครสมาชิก

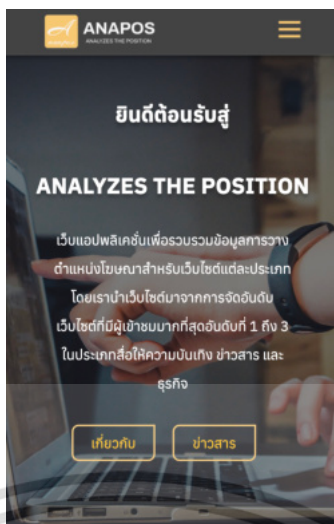
1. หน้าแรกของเว็บไซต์

ในส่วนของหน้าแรกนั้นจะมีการอธิบายในส่วนของตัวเว็บคืออะไร มีอะไรบ้าง และสามารถทำอะไรได้ภายในเว็บ



รูปที่ 4.21 หน้าแรกของเว็บ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 4.22 หน้าแรกของเว็บในรูปแบบมือถือ

ส่วนต่อของหน้าเว็บไซต์ จะมีการบอกข้อมูลคร่าวในการใช้งานบนเว็บไซต์ ซึ่งจะมีการบอกข้อมูลเกี่ยวกับ Anapos



รูปที่ 4.23 หน้าแรกของเว็บส่วนต่อที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เกี่ยวกับ Anapos

เว็บไซต์นี้ใช้สำรวจ โครงสร้างการออกแบบ ของแต่ละเว็บไซต์

เป็นเว็บไซต์แพลตฟอร์มเพื่อรวบรวมข้อมูลการจัดวางตำแหน่งโฆษณาสำหรับเว็บไซต์แต่ละประเทศ โดยจะนำมาวิเคราะห์จากการจัด

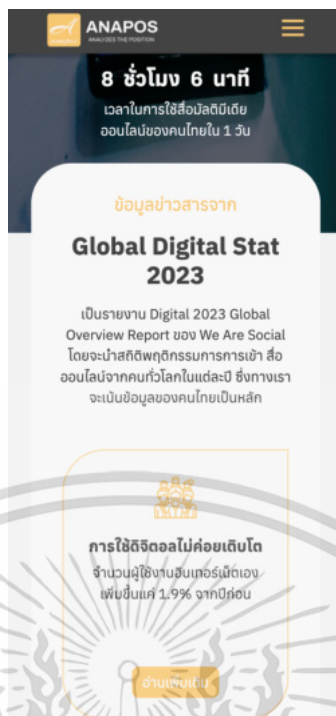
รูปที่ 4.24 หน้าแรกของเว็บในรูปแบบมือถือส่วนต่อที่ 1

เป็นส่วนต่อของหน้าเว็บ ซึ่งส่วนนี้จะเป็นส่วนของข่าวสารต่าง ๆ โดยจะนำข้อมูลจากพฤติกรรมของคนทั่วโลก



รูปที่ 4.25 หน้าแรกของเว็บส่วนต่อที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 4.26 หน้าแรกของเว็บในรูปแบบมือถือส่วนต่อที่ 2

ส่วนต่อในส่วนนี้จะเป็นการบอกชื่อเว็บไซต์ต่าง ๆ ที่มีทาง Anapos นำมาวิเคราะห์



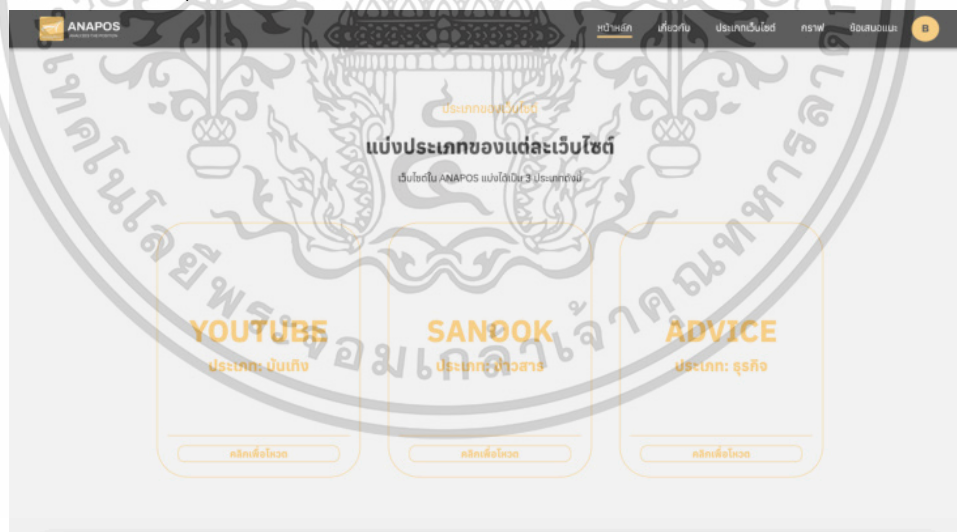
รูปที่ 4.27 หน้าแรกของเว็บส่วนต่อที่ 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 4.28 หน้าแรกของเว็บในรูปแบบมือถือส่วนต่อที่ 3

ในส่วนนี้จะบอกถึง ประเภทของเว็บไซต์ที่มีในเว็บ Anapos ซึ่งได้แก่ บันเทิง ข่าวสาร และธุรกิจ



รูปที่ 4.29 หน้าแรกของเว็บส่วนต่อที่ 4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 4.30 หน้าแรกของเว็บในรูปแบบมือถือส่วนต่อที่ 4

ในส่วนสุดท้ายของหน้าแรกนั้น จะมีในส่วนของการที่สมัครสมาชิกได้ ซึ่งทางเว็บ Anapos นั้นจะมีข้อความยินยอมในการเก็บข้อมูลการใช้งานของผู้ใช้ด้วย



รูปที่ 4.31 หน้าแรกของเว็บส่วนสุดท้ายของหน้าแรก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 4.32 หน้าแรกของเว็บในรูปแบบมือถือส่วนสุดท้ายของหน้าแรก

2. หน้าในส่วนของเนื้อหาข่าว

เป็นข่าวต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับทางเนื้อหาของเว็บ Anapos ซึ่งมาจาก Global digital stat 2023 โดยข้อมูลนั้นมาจากเว็บ We are social



รูปที่ 4.33 หน้าแรกของเว็บโดยเป็นส่วนของข้อมูลข่าวสาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 4.34 หน้าแรกของเว็บในรูปแบบมือถือโดยเป็นส่วนหนึ่งของข้อมูลข่าวสาร

เป็นการโชว์เนื้อหาของข่าวนั้น ๆ ที่คลิกเข้าดู โดยจะมีส่วนของเนื้อหา และรูปภาพ ประกอบในเนื้อหา



รูปที่ 4.35 โดยจะเป็นส่วนหนึ่งของเนื้อหาของข่าวสารต่าง ๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 4.36 หน้าแรกของเว็บในรูปแบบมือถือโดยเป็นส่วนหนึ่งของเนื้อหาข่าวสารต่าง ๆ

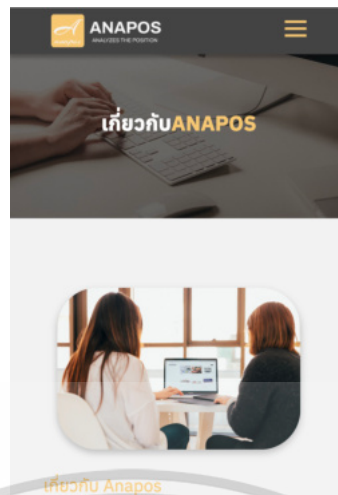
3. เป็นหน้าเกี่ยวกับของเว็บ Anapos

เป็นการบอกเนื้อหาข้อมูลเกี่ยวกับเว็บ Anapos



รูปที่ 4.37 ส่วนของหน้าเกี่ยวกับ Anapos

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เกี่ยวกับ Anapos

เว็บไซต์นี้ใช้สำรวจโครงสร้าง
การออกแบบของแต่ละ
เว็บไซต์

เป็นเว็บไซต์แพลตฟอร์มเพื่อรวบรวมข้อมูลการจัดวาง
ตำแหน่งโฆษณาสำหรับเว็บไซต์แต่ละประเทศ โดย
เรานำเว็บไซต์จากการจัดอันดับเว็บไซต์ที่มีผู้เข้า
ชมมากที่สุดในประเทศไทยซึ่งส่วนมากเป็น ประเทศ
สื่อให้ความบันเทิง ข่าวสาร และธุรกิจ

รูปที่ 4.38 ส่วนของหน้าเกี่ยวกับ Anapos ในรูปแบบมือถือ

ซึ่งจะมีในส่วนของทีมพัฒนาผู้จัดทำ Anapos โดยจะบอกตำแหน่งแต่ละคน



รูปที่ 4.39 ส่วนของหน้าเกี่ยวกับ ในส่วนของทีมพัฒนาในการสร้าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 4.40 ส่วนของหน้าเกี่ยวกับ ในส่วนของทีมพัฒนาในการสร้างในรูปแบบมือถือ

4. หน้าประเภทเว็บไซต์ที่มีใน Anapos

จะเป็นในส่วนของหน้าแรกในส่วนของประเภทเว็บไซต์ โดยการนำเว็บมาวิเคราะห์ นั้นมาจาก จำนวนคนไทยที่เข้าชมมากที่สุดในปี 2021



รูปที่ 4.41 หน้าแรกของประเภทเว็บไซต์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



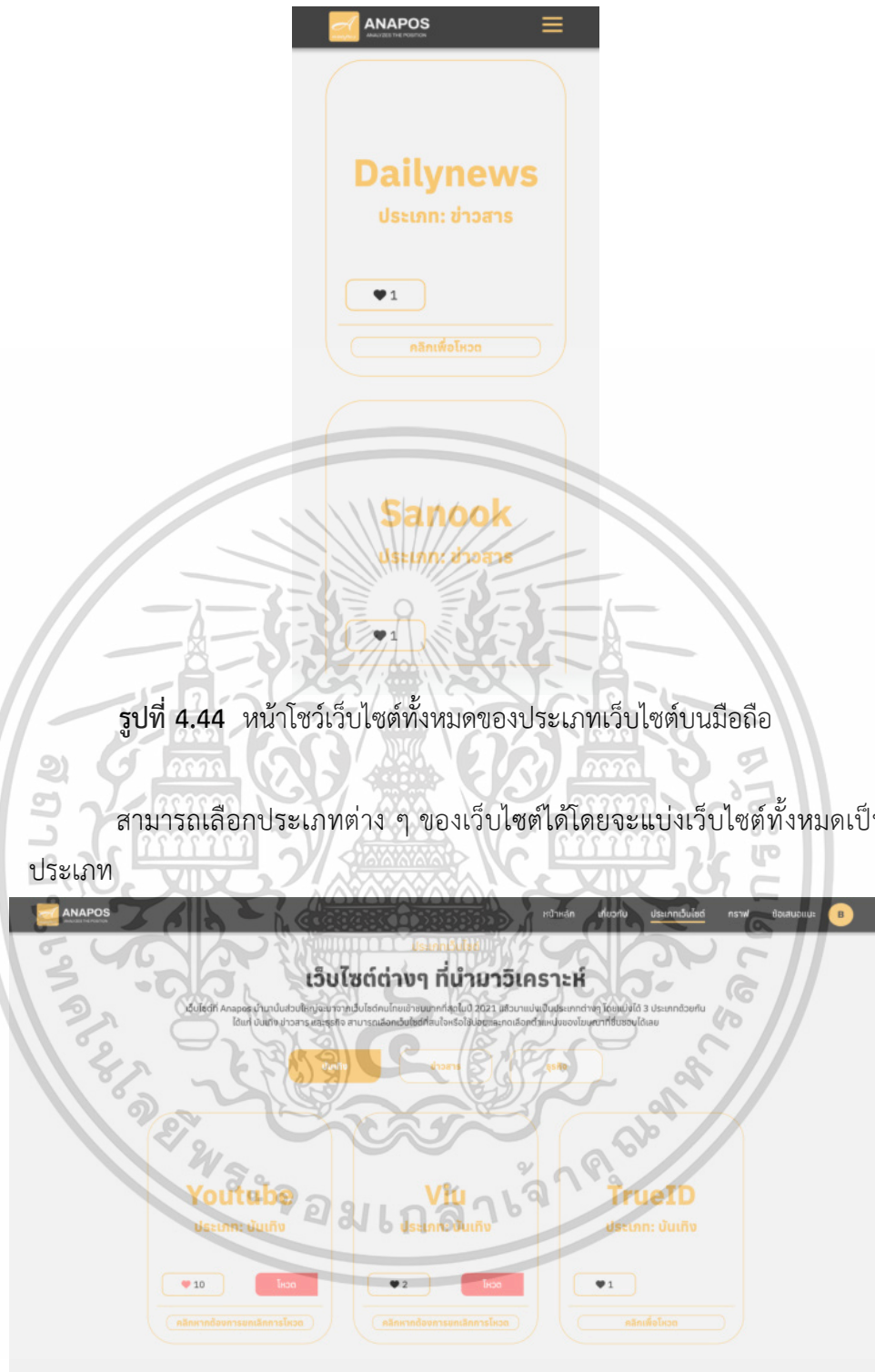
รูปที่ 4.42 หน้าแรกของประเภทเว็บไซต์ในรูปแบบมือถือ

จะเป็นโชว์เว็บไซต์ทั้งหมดที่ได้รับรวบรวมมา โดยสามารถกดดูใจได้ และถ้าทำการเลือกแล้วก็จะมีการแสดงว่าโหลดแล้ว



รูปที่ 4.43 หน้าโชว์เว็บไซต์ทั้งหมดของประเภทเว็บไซต์

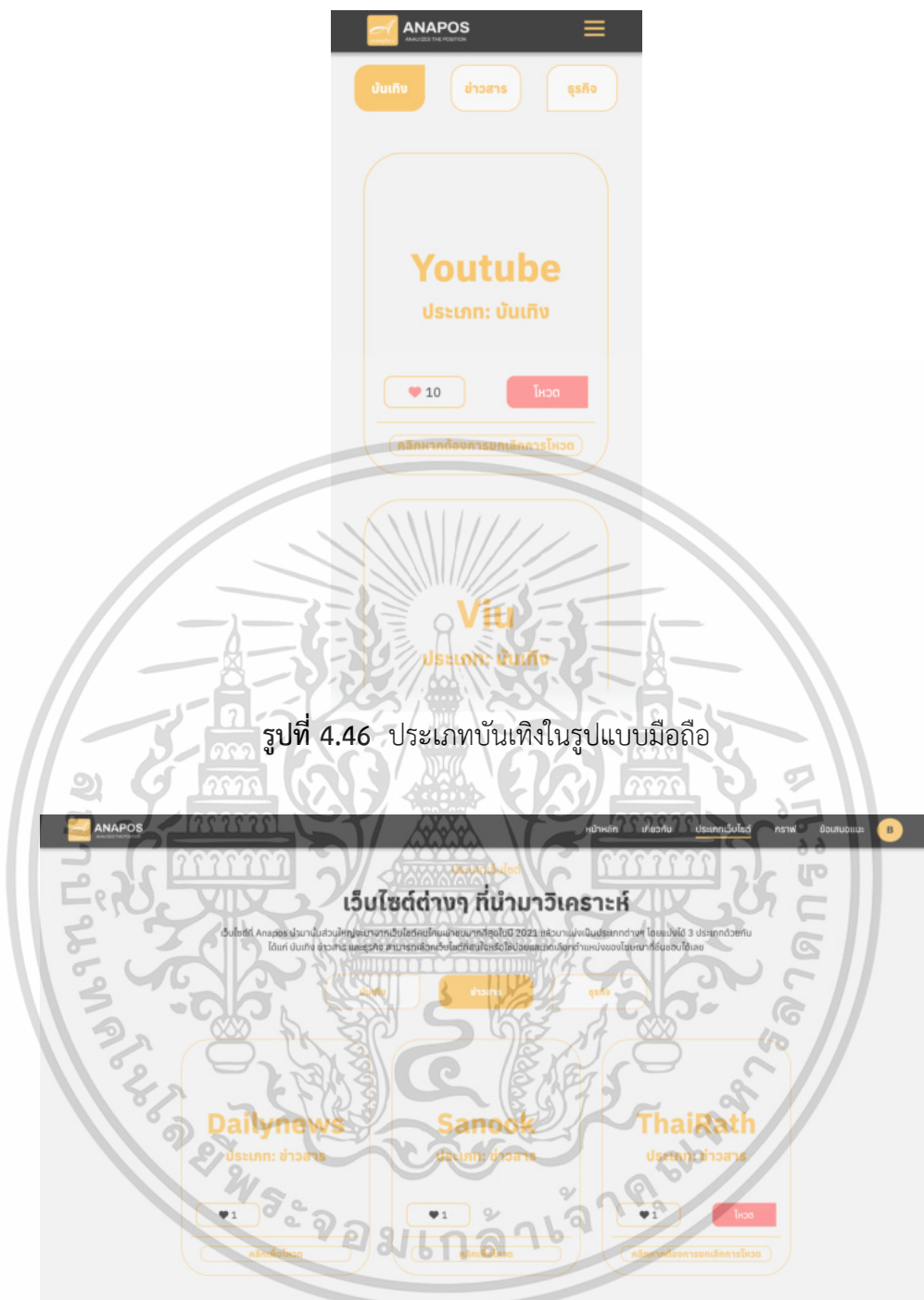
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 4.44 หน้าจอเว็บไซต์ทั้งหมดของประเภทเว็บไซต์บนมือถือ
สามารถเลือกประเภทต่าง ๆ ของเว็บไซต์ได้โดยจะแบ่งเว็บไซต์ทั้งหมดเป็นแต่ละ
ประเภท

รูปที่ 4.45 ประเภทบันเทิง

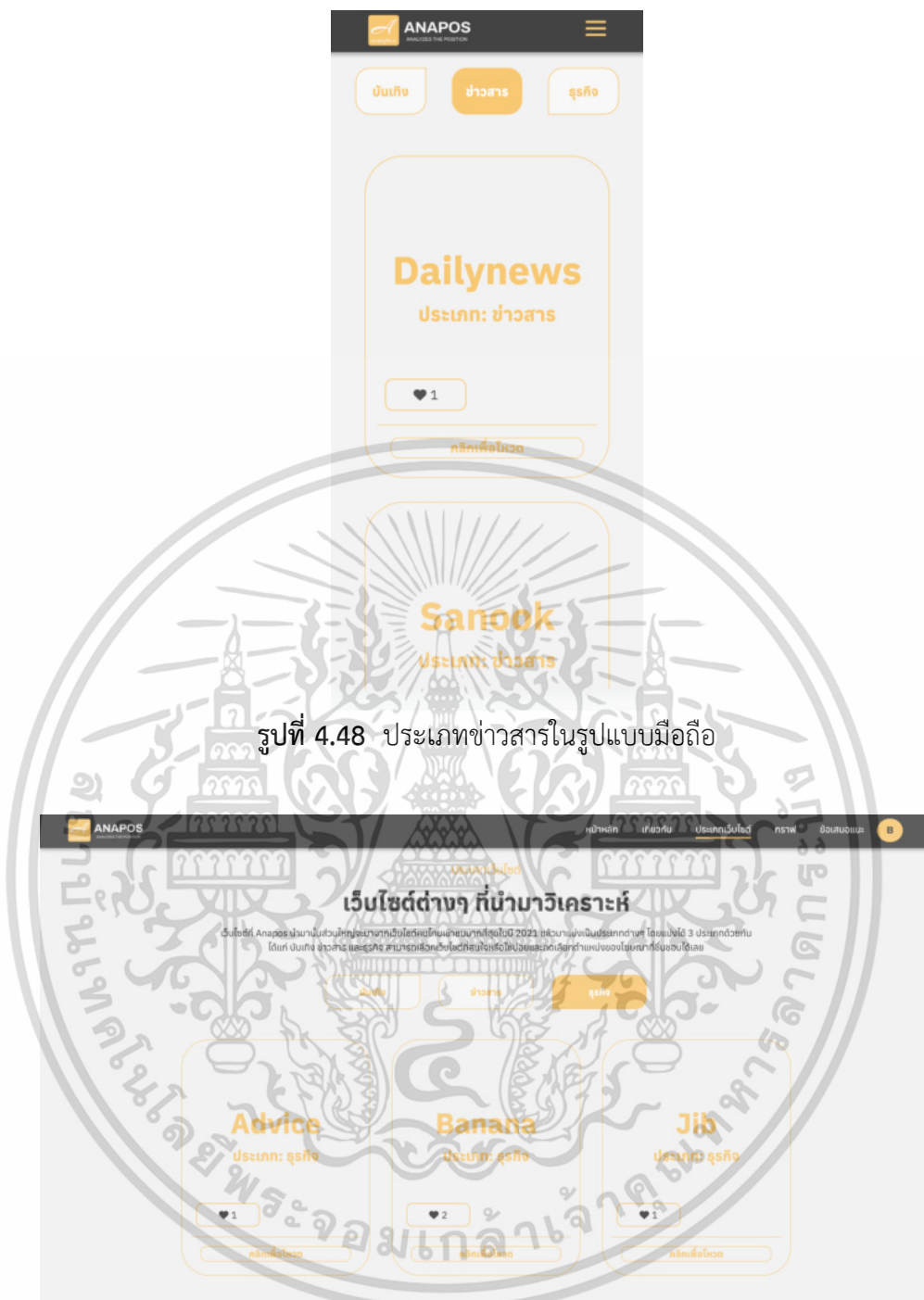
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 4.46 ประเภทบันเทิงในรูปแบบมือถือ

รูปที่ 4.47 ประเภทข่าวสาร

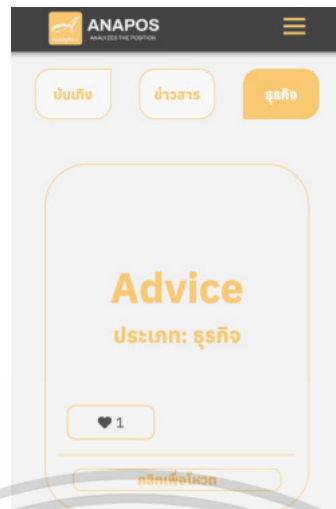
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 4.48 ประเภทข่าวสารในรูปแบบมือถือ

รูปที่ 4.49 ประเภทธุรกิจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 4.50 ประเภทธุรกิจในรูปแบบมือถือ

เป็นหน้าในส่วนของการคัดเลือกตำแหน่งของโฆษณาบนเว็บนั้น ๆ ซึ่งจะมีคำอธิบายให้เข้าใจโดยง่าย



รูปที่ 4.51 เป็นส่วนคัดเลือกตำแหน่งโฆษณา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



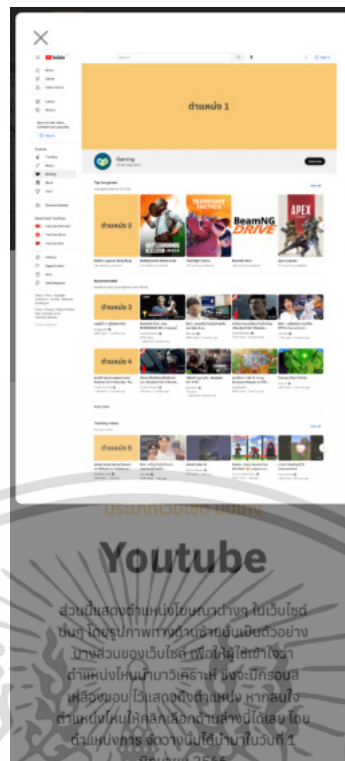
รูปที่ 4.52 เป็นส่วนคัดเลือกตำแหน่งโฆษณาในรูปแบบมือถือ

เป็นส่วนโชว์ตำแหน่งโฆษณาจากเว็บไซต์จริงที่นำเอามาวิเคราะห์ตำแหน่ง สามารถกดที่รูปเพื่อแสดงตัวอย่างเว็บจริงได้



รูปที่ 4.53 โชว์ตำแหน่งโฆษณาจากเว็บจริง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 4.54 โฉว์ตำแหน่งโฆษณาจากเว็บจริงในรูปแบบมือถือ

สามารถกดตรงในส่วนของข้อความที่เขียนว่า “ตำแหน่ง หมายเลข ” เพื่อเป็นการ
เลือกตำแหน่งที่ถูกใจ



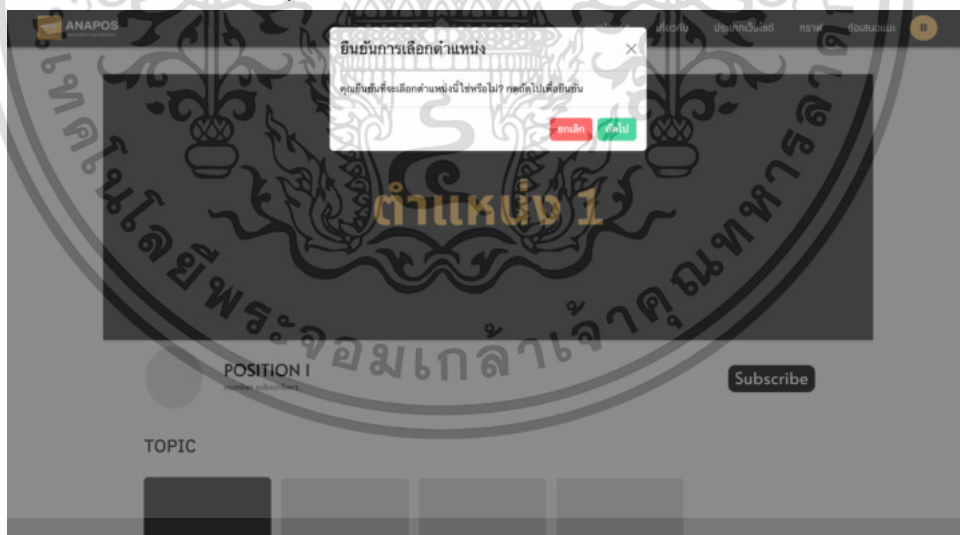
รูปที่ 4.55 กดเลือกตำแหน่งที่ถูกใจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 4.56 กดเลือกตำแหน่งที่ถูกใจในรูปแบบมือถือ

จะมีการป๊อปอัพ ในการยืนยันเลือกตำแหน่ง ถ้ายืนยันสามารถกดปุ่มถัดไปได้เลย แต่ถ้าไม่จะสามารถกดปุ่มยกเลิกได้



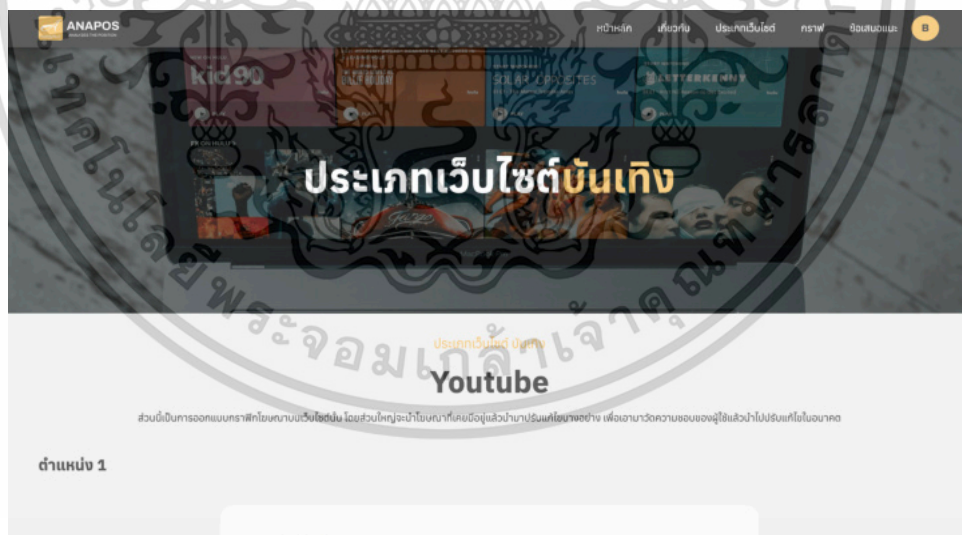
รูปที่ 4.57 ป๊อปอัพ ในการยืนยันในการเลือกตำแหน่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 4.58 ป๊อปอัพ ในการยืนยันในการเลือกตำแหน่งในรูปแบบมือถือ

ส่วนนี้จะเป็นส่วนของกราฟิกในตำแหน่งนั้น ๆ โดยจะมีการบอกตำแหน่งที่เลือกไว้ด้วย



รูปที่ 4.59 หน้าของกราฟิกในการออกแบบตัวโฆษณา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ประเภทเว็บไซต์ บันเทิง

Youtube

ส่วนนี้เป็นการออกแบบกราฟิกโฆษณาบนเว็บไซต์นั้น โดยส่วนใหญ่จะนำโฆษณาที่เคยมีอยู่แล้วเข้ามาปรับแก้ไปบางอย่าง เพื่อเอาวัดความชอบของผู้ใช้แล้วนำไปปรับแก้ไขในอนาคต

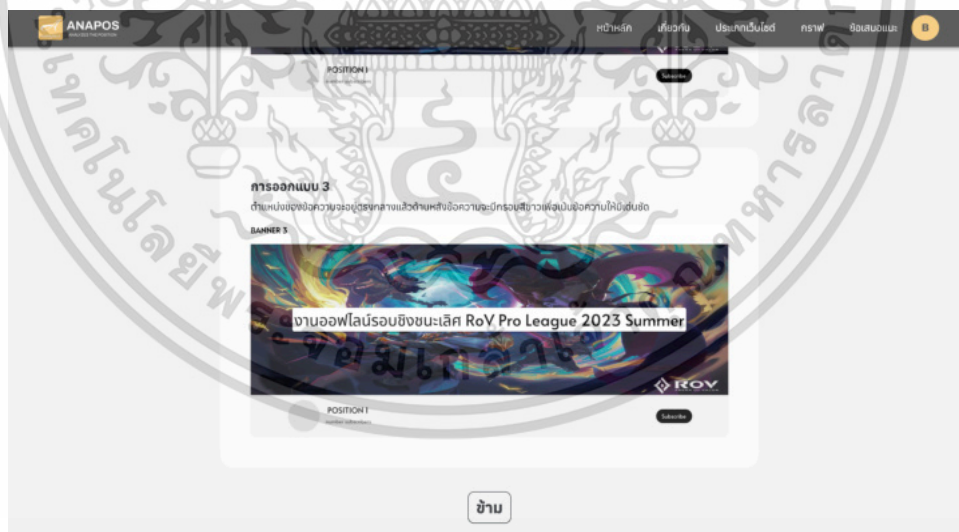
ตำแหน่ง 1

การออกแบบ 1

จะใช้รูปภาพเป็นพื้นหลัง โดยจะใช้ข้อความที่กระชับเพื่อให้

รูปที่ 4.60 หน้าของกราฟิกในการออกแบบตัวโฆษณาในรูปแบบมือถือ

จะมีกราฟิกให้เลือก 3 แบบ ซึ่งถ้าไม่ถูกใจอันไหนเลยสามารถกดข้ามได้ โดยในแต่ละการออกแบบนั้นจะมีคำอธิบายการออกแบบด้วย



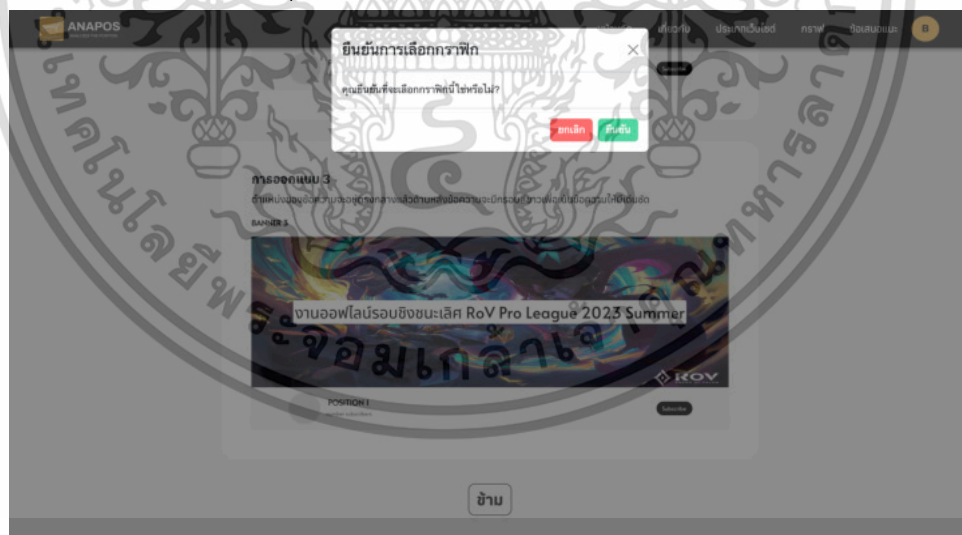
รูปที่ 4.61 ตัวเลือกในการเลือกกราฟิก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



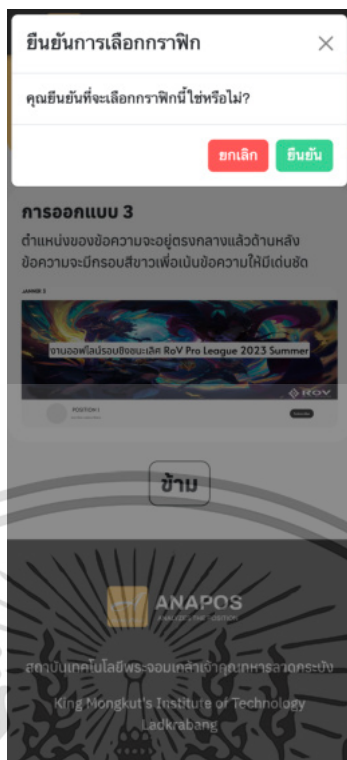
รูปที่ 4.62 ตัวเลือกในการเลือกกราฟิกแบบในรูปแบบมือถือ

จะมีการป๊อปอัป ในการยืนยันการเลือกกราฟิก ถ้ายืนยันสามารถกดปุ่มยืนยันได้เลย แต่ถ้าไม่จะสามารถกดปุ่มยกเลิกได้



รูปที่ 4.63 ป๊อปอัป ในการยืนยันในการกราฟิก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 4.64 ป๊อปอัป ในการยืนยันในการกราฟิกในรูปแบบมือถือ

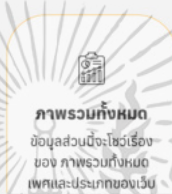
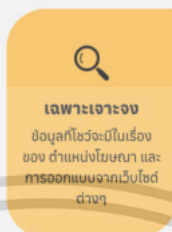
5. หน้าในส่วนของการแสดงผลกราฟ

ข้อมูลทั้งหมดของผู้ใช้ในการกดเลือกต่าง ๆ นั้นจะมีโชว์ข้อมูลในรูปแบบกราฟแท่ง โดยจะแบ่งเป็น กราฟเฉพาะ และ กราฟภาพรวมทั้งหมด



รูปที่ 4.65 ประเภทของกราฟ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 4.66 ประเภทของกราฟในรูปแบบมือถือ

กราฟเฉพาะเจาะจงนั้นจะแสดงผลกราฟในแต่ละเว็บไซต์ต่าง ๆ



รูปที่ 4.67 ประเภทของกราฟเฉพาะเจาะจง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 4.68 ประเภทของกราฟเฉพาะเจาะจงในรูปแบบมือถือ

จะเป็นการโชว์กราฟข้อมูลของเว็บไซต์นั้น ๆ โดยข้อมูลจะมีในส่วนของตำแหน่ง และ กราฟฟิก



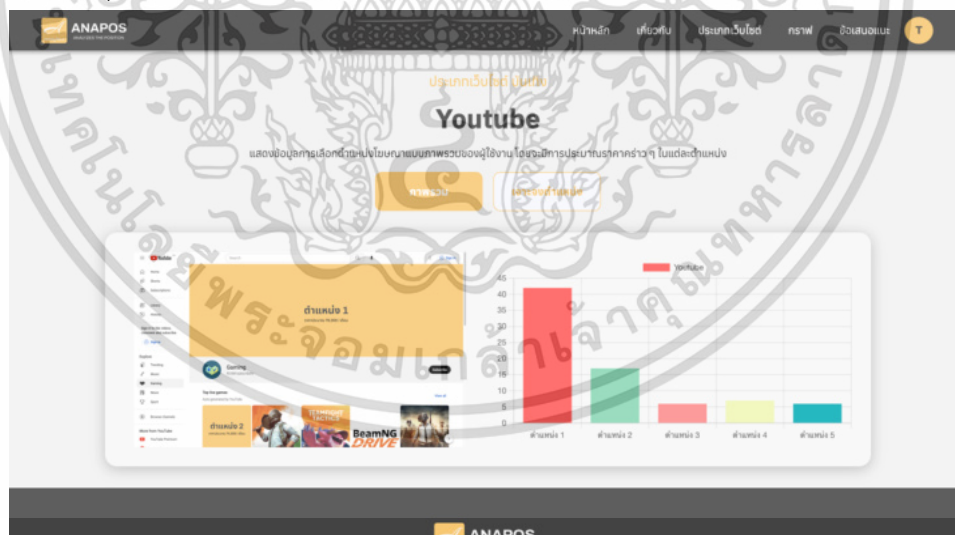
รูปที่ 4.69 กราฟผลของข้อมูลแต่ละตำแหน่งของเว็บไซต์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 4.70 กราฟผลของข้อมูลแต่ละตำแหน่งของเว็บไซต์ในรูปแบบมือถือ

แสดงผลเป็นรูปแบบกราฟแท่งว่าในตำแหน่งต่าง ๆ นั้นตำแหน่งไหนมีผู้ใช้งานเลือกมากที่สุด



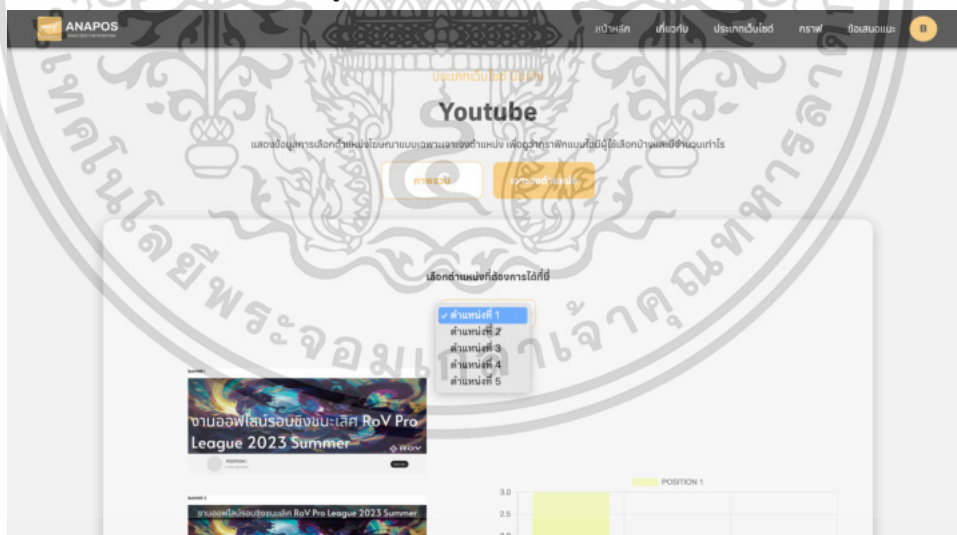
รูปที่ 4.71 แสดงผลกราฟในการเลือกตำแหน่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



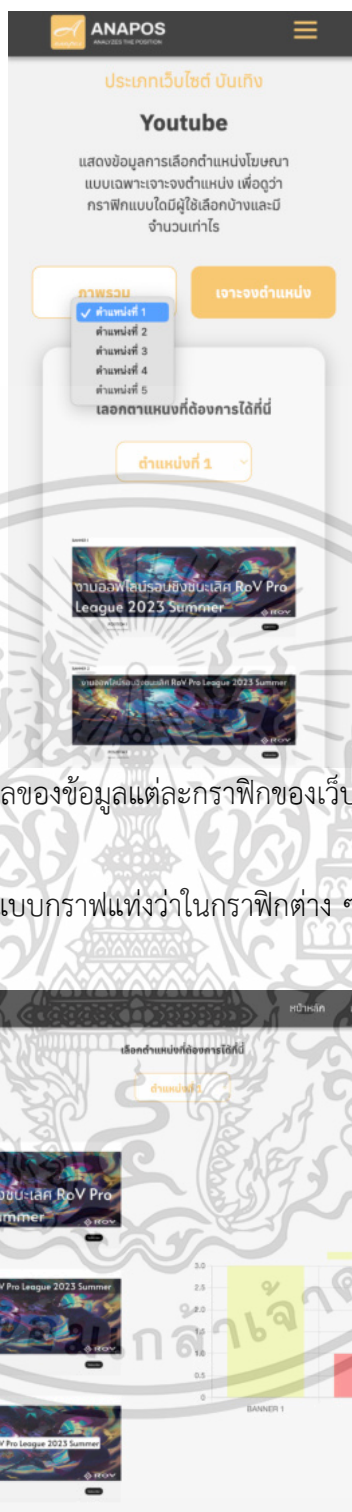
รูปที่ 4.72 แสดงผลกราฟในการเลือกตำแหน่งในรูปแบบมือถือ

ในส่วนตำแหน่งเฉพาะเจาะจงนั้น จะเป็นผลกราฟแท่งของกราฟิกของแต่ละตำแหน่ง โดยสามารถเลือกดูตำแหน่งแต่ละกราฟิกได้



รูปที่ 4.73 กราฟผลของข้อมูลแต่ละกราฟิกของเว็บไซต์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

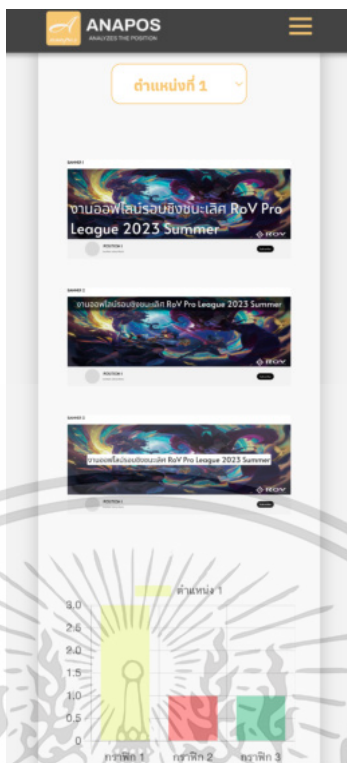


รูปที่ 4.74 กราฟผลของข้อมูลแต่ละกราฟิกของเว็บไซต์ในรูปแบบมือถือ

แสดงผลเป็นรูปแบบกราฟแท่งว่าในกราฟิกต่าง ๆ นั้น แบบไหนมีผู้ใช้งานเลือกมากที่สุด

รูปที่ 4.75 แสดงผลกราฟในการเลือกกราฟิก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 4.76 แสดงผลกราฟในการเลือกกราฟิกในรูปแบบมือถือ

เป็นการโชว์ผลกราฟทั้งหมดโดยจะเป็นในรูปแบบของกราฟแท่ง ซึ่งจะมีการแสดงข้อมูล ได้แก่ ภาพรวมทั้งหมด ประเภทของเว็บไซต์ และ เพศ



รูปที่ 4.77 ประเภทของกราฟภาพรวมทั้งหมด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



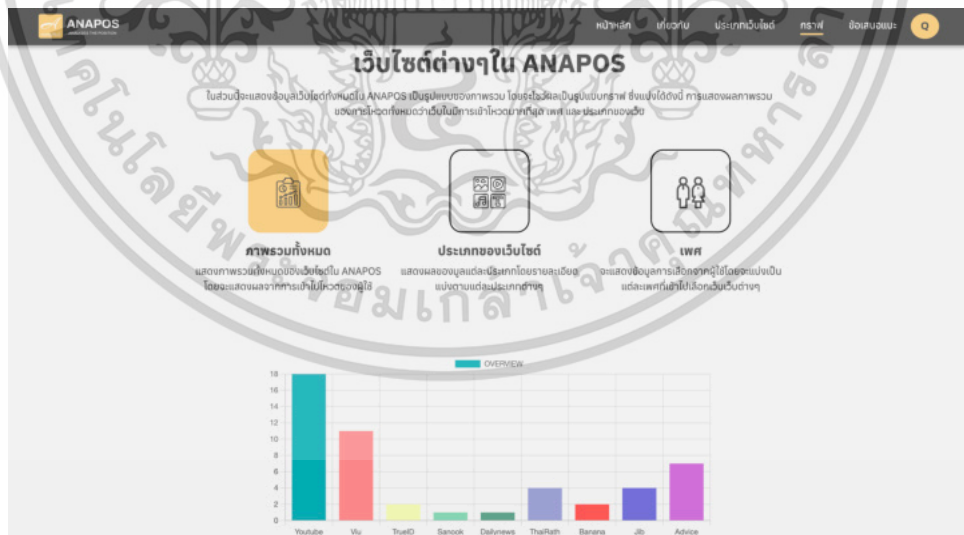
ภาพรวมทั้งหมด

เว็บไซต์ต่างๆใน ANAPOS

ในส่วนนี้จะแสดงข้อมูลเว็บไซต์ทั้งหมดใน ANAPOS เป็นรูปแบบของภาพรวม โดยจะโชว์ผลเป็นรูปแบบกราฟ ซึ่งแบ่งได้ดังนี้ การแสดงผลภาพรวมของข่าวหรือสื่อทั้งหมดว่า เว็บไซต์มีการเข้าเยี่ยมชมมากที่สุด เพศ และประเภทของเว็บ

รูปที่ 4.78 ประเภทของกราฟภาพรวมทั้งหมดในรูปแบบมือถือ

ในส่วนของภาพรวมนั้น จะแสดงผลจากการเข้าไปทวิตของผู้ใช้ว่า ชอบเว็บไซต์ไหนมากที่สุด



รูปที่ 4.79 กราฟแสดงผลของภาพรวมทั้งหมด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 4.80 กราฟแสดงผลของภาพรวมทั้งหมดในรูปแบบมือถือส่วนแรก

รูปที่ 4.81 กราฟแสดงผลของภาพรวมทั้งหมดในรูปแบบมือถือส่วนสุดท้าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเภทของเว็บไซต์จะเป็นการโชว์ ว่าประเภทในที่ใช้ส่วนใหญ่นั้นมีความสนใจมากที่สุด

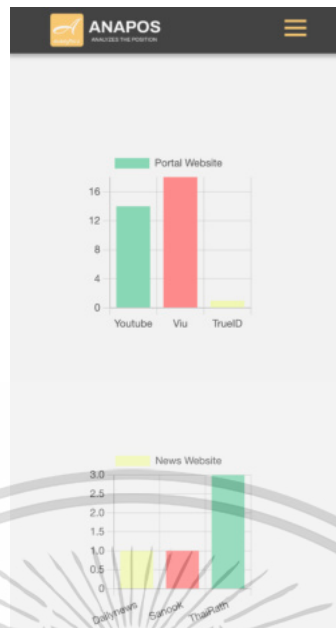


รูปที่ 4.82 กราฟแสดงผลของประเภทเว็บไซต์



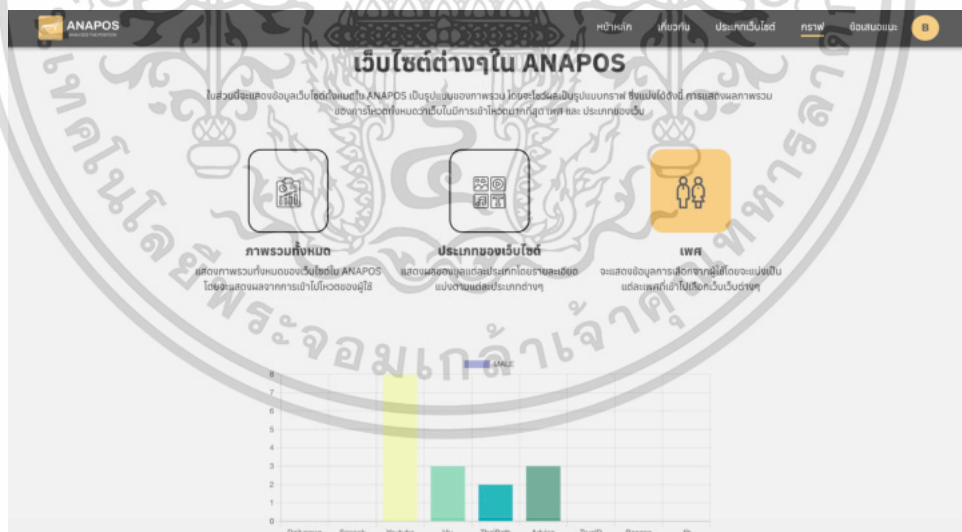
รูปที่ 4.83 กราฟแสดงผลของประเภทเว็บไซต์ในรูปแบบมือถือส่วนแรก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



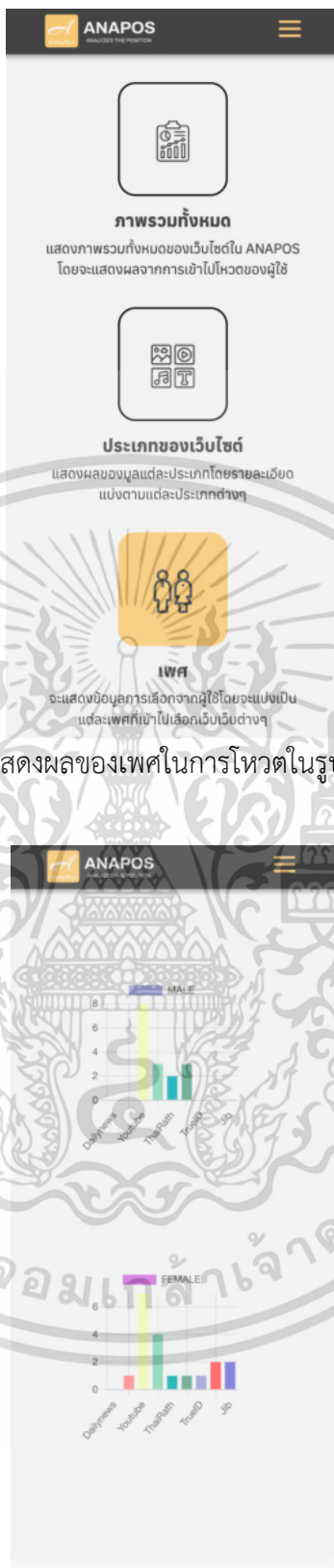
รูปที่ 4.84 กราฟแสดงผลของประเภทเว็บไซต์ในรูปแบบมือถือส่วนสุดท้าย

จะมีกราฟในการโชว์ในส่วนของเพจด้วย เพื่อให้ผู้ใช้ที่อยากได้ข้อมูลนั้นได้นำไปวิเคราะห์ประกอบการตัดสินใจ



รูปที่ 4.85 กราฟแสดงผลของเพจในการโหลด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 4.86 กราฟแสดงผลของเพศในการโหวตในรูปแบบมือถือส่วนแรก

รูปที่ 4.87 กราฟแสดงผลของเพศในการโหวตในรูปแบบมือถือส่วนสุดท้าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. ข้อเสนอแนะ

เป็นการอยากจะทำให้ Anapos นั้นนำตำแหน่งของโฆษณาที่ผู้สนใจมาทำการวิเคราะห์ตำแหน่งจากผู้ใช้หลาย ๆ คน

ANAPOS

หน้าหลัก เกี่ยวกับ ประเภเว็บไซต์ กราฟ ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะ

ชื่อเว็บไซต์*

ประเภทเว็บไซต์*
 -- ประเภทเว็บไซต์ --

เหตุผลที่เสนอเว็บไซต์*

URL ของเว็บไซต์*

ยืนยัน

รูปที่ 4.88 ข้อเสนอแนะ

ANAPOS

ข้อเสนอแนะ

ชื่อเว็บไซต์*

ประเภทเว็บไซต์*
 -- ประเภทเว็บไซต์ --

เหตุผลที่เสนอเว็บไซต์*

URL ของเว็บไซต์*

ยืนยัน

รูปที่ 4.89 ข้อเสนอแนะในรูปแบบมือถือ

4.1.2 ส่วนของผู้ใช้ที่เป็นผู้ดูแลระบบ

หน้าแรกของเว็บแอปพลิเคชันของผู้ดูแลระบบนั้นจะเป็นในส่วนของหน้าลงชื่อเข้าใช้ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์หรือการเข้าถึงที่อื่นนั้น เมื่อผู้ดูแลระบบใช้ระบบที่นี้หากไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รูปที่ 4.90 หน้าแรกของผู้ดูแลระบบ

1. ผลสรุปข้อมูลต่าง ๆ

หลังจากลงชื่อเข้าใช้เสร็จเรียบร้อยแล้วนั้น จะเข้ามาสู่ในหน้าของผลสรุปข้อมูลต่าง ๆ ภายใน Anapos ซึ่งจะโชว์ในส่วนของจำนวนการกดถูกใจในแต่ละเว็บไซต์ โดยจะโชว์ผลเป็นในรูปแบบตัวเลข

ID	Name	Type	Like
1	Dailynews	ข่าวสาร	2
2	Serivok	ข่าวสาร	2
3	Youtube	บันเทิง	11
4	Viu	บันเทิง	2
5	ThaiRan	ข่าวสาร	1
6	Advice	สุขภาพ	1
7	TrueID	บันเทิง	1
8	Banana	สุขภาพ	2
9	Jib	สุขภาพ	1

Position	Banner 1	Banner 2	Banner 3
Position 1	0	0	1

รูปที่ 4.91 ผลสรุปข้อมูลในการกดหัวใจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนนี้จะเป็นการโชว์ผลการเลือกกราฟิกในแต่ละตำแหน่งของแต่ละเว็บไซต์

The screenshot shows the ANAPDS interface with three sections: Youtube, Viu, and ThaiRath. Each section contains a table with columns for Position, Banner 1, Banner 2, and Banner 3.

Position	Banner 1	Banner 2	Banner 3
Position 1	3	1	1
Position 2	2	0	2
Position 3	1	0	0
Position 4	0	1	0
Position 5	0	3	1

Position	Banner 1	Banner 2	Banner 3
Position 1	1	0	2
Position 2	0	3	7
Position 3	1	0	0
Position 4	0	0	0

Position	Banner 1	Banner 2	Banner 3
Position 1	1	0	2
Position 2	0	3	7
Position 3	1	0	0
Position 4	0	0	0

รูปที่ 4.92 ผลการเลือกกราฟิกในแต่ละตำแหน่ง

2. ข้อมูลผู้ใช้งาน

เป็นหน้าในส่วนของการโชว์ข้อมูลของผู้ใช้งาน ได้แก่ ชื่อผู้ใช้ เพศ และ ช่วงอายุของผู้ใช้

The screenshot shows the ANAPDS interface with a table titled 'User' containing columns for ID, Username, Sex, and Age_range.

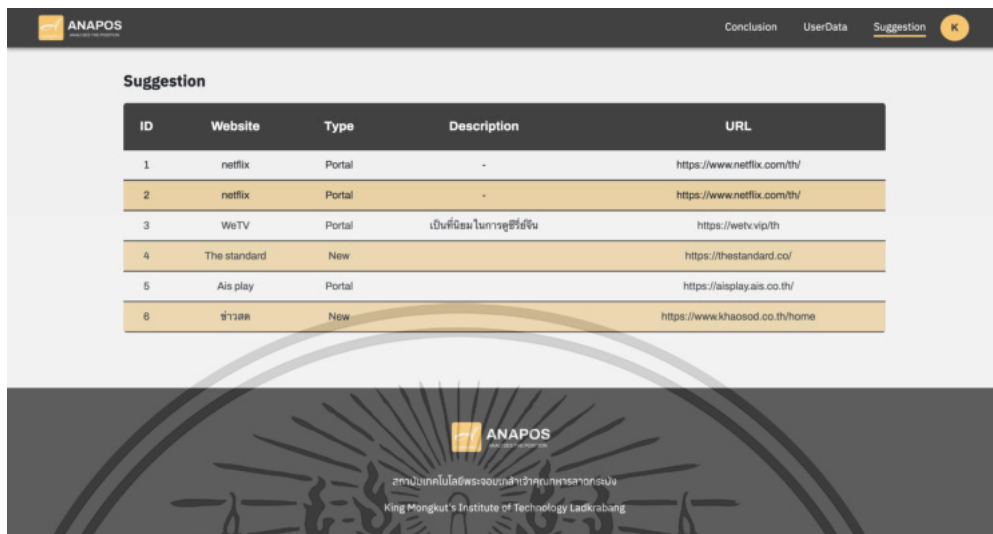
ID	Username	Sex	Age_range
1	memory	MALE	18-25
2	ben	MALE	18-25
3	beer12	MALE	18-25
4	opor	FEMALE	18-25
5	est	MALE	26-35
6	est	MALE	26-35
7	Lek	MALE	18-25
8	Pen	OTHER	<55
9	willy	MALE	18-25
10	62050167	MALE	18-25
11	nutch	FEMALE	18-25

รูปที่ 4.93 ข้อมูลของผู้ใช้งาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ข้อเสนอแนะ

เป็นส่วนในการดูข้อเสนอแนะที่ทางผู้ใช้อยากให้นำเว็บไซต์มาวิเคราะห์ตำแหน่งของโฆษณา

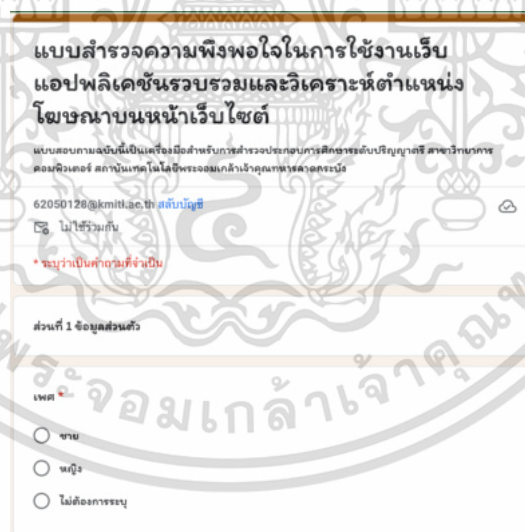


ID	Website	Type	Description	URL
1	netflix	Portal	-	https://www.netflix.com/th/
2	netflix	Portal	-	https://www.netflix.com/th/
3	WeTV	Portal	เป็นที่นิยมในการดูซีรีส์จีน	https://wetr.vip/th
4	The standard	New		https://thestandard.co/
5	Ais play	Portal		https://aisplay.ais.co.th/
6	ข่าวสด	New		https://www.khaosod.co.th/home

รูปที่ 4.94 ข้อเสนอแนะจากผู้ใช้งาน

4.2 การสำรวจความพึงพอใจในแต่ละด้าน

4.2.1 ตัวอย่างแบบสำรวจ



แบบสำรวจความพึงพอใจในการใช้งานเว็บไซต์
แอปพลิเคชันรวบรวมและวิเคราะห์ตำแหน่งโฆษณาบนหน้าเว็บไซต์

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นเครื่องมือสำหรับการสำรวจองค์ประกอบการศึกษาในระดับปริญญาตรี สาขาบริหารการตลาด คณะวิศวกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

62050129@kmitl.ac.th **คลิกที่นี่**

📧 ไม่ใช้ร่วมกับ

* ระบุว่าเป็นค่าความถี่เป็น

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัว

เพศ *

ชาย

หญิง

ไม่ต้องการระบุ

รูปที่ 4.95 แบบสำรวจความพึงพอใจส่วนที่ 1 ในส่วนแรก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านคุณภาพของเนื้อหา (Content)	5	4	3	2	1
การเชื่อมโยงข้อมูลภายในเว็บไซต์	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ความรวดเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูล	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูล	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ความเหมาะสมของข้อมูลภายในเว็บไซต์	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
โอกาสที่กรรมการมีบทบาทอยู่ในกระบวนการของเนื้อหาบนเว็บไซต์	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ชื่อเล่นแบบ
คำตอบของคุณ

กลับ ส่ง ส่งแบบส่วนตัว

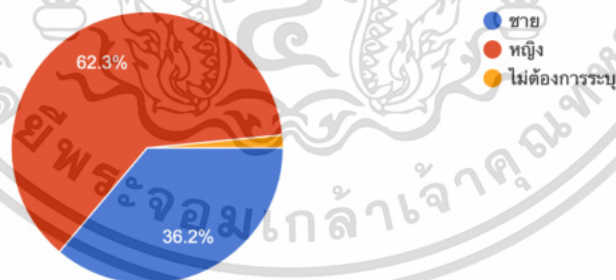
รูปที่ 4.98 แบบสำรวจความพึงพอใจส่วนที่ 2 ในส่วนสุดท้าย

4.2.2 ผลการสำรวจความพึงพอใจในแต่ละด้าน แอปพลิเคชันรวบรวมและวิเคราะห์ตำแหน่งโฆษณาบนหน้าเว็บไซต์ จากผู้ใช้ 130 คน

1. ข้อมูลส่วนตัวส่วนตัวที่ 1

อัตราเฉลี่ยของผู้เข้ามาประเมินนั้น ส่วนใหญ่จะเป็นผู้หญิง ซึ่งมีทั้งหมด 81 คน และรองลงมาเป็นผู้ชายมีทั้งหมด 47 คน

เพศ
130 responses



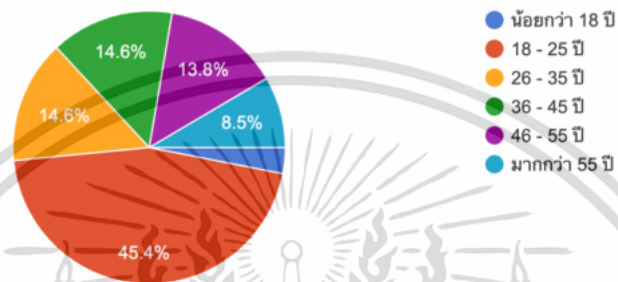
รูปที่ 4.99 ข้อมูลเพศจากผู้เข้าประเมิน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อัตราเฉลี่ยของผู้เข้ามาประเมินนั้น ส่วนมากจะเป็นในช่วงอายุ 18 – 25 ปี มีทั้งหมด 59 คน และรองลงมานั้นเป็นในส่วนของช่วงอายุ 26 – 35 ปี และ ช่วงอายุ 36 - 45 ปี มีทั้งหมดช่วงอายุละ 19 คน

อายุ

130 responses

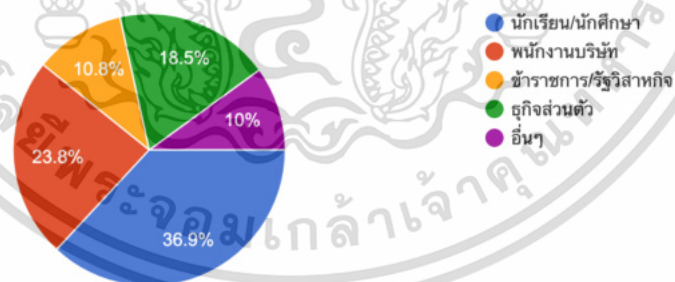


รูปที่ 4.100 ข้อมูลอายุจากผู้เข้าประเมิน

อัตราเฉลี่ยอาชีพของผู้เข้ามาประเมินนั้น ส่วนมากจะเป็นนักเรียน/นักศึกษา มีทั้งหมด 48 คน และรองลงมานั้นเป็นอาชีพของพนักงานบริษัท มีทั้งหมด 31 คน

อาชีพ

130 responses



รูปที่ 4.101 ข้อมูลอาชีพจากผู้เข้าประเมิน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ข้อมูลส่วนตัวส่วนตัวที่ 2

ด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบ (Design) โดยจะมีการให้คะแนนแต่ละหัวข้อจะเรียงจากมากไปน้อย ดังนี้

5 = เห็นด้วยมากที่สุด

4 = เห็นด้วยมาก

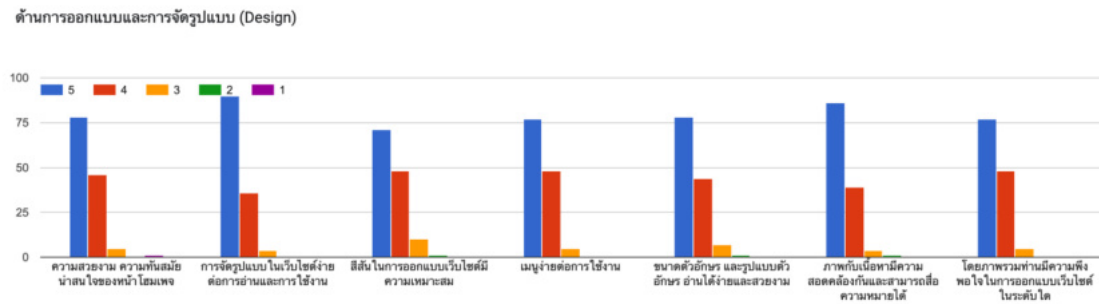
3 = เห็นด้วยปานกลาง

2 = เห็นด้วยค่อนข้างน้อย

1 = เห็นด้วยน้อยสุด

ซึ่งโดยจะแบ่งหัวข้อการประเมินไว้ได้ 7 หัวข้อได้แก่ 1. ความสวยงาม ความทันสมัย น่าสนใจของหน้าโฮมเพจ โดยผลจากการประเมินนั้น โดยจำนวนผู้ใช้ที่โหวตให้มากที่สุด 78 คน นั้นโหวตให้เห็นด้วยมากที่สุด ตามด้วย 46 คนโหวตให้เห็นด้วยมาก โหวตให้เห็นด้วยปานกลาง 5 คน และสุดท้ายเห็นด้วยน้อยที่สุด 1 คน 2. การจัดรูปแบบในเว็บไซต์ง่ายต่อการอ่านและการใช้งาน โดยผลจากการประเมินนั้น โดยจำนวนผู้ใช้ที่โหวตให้มากที่สุด 90 คน นั้นโหวตให้เห็นด้วยมากที่สุด ตามด้วย 36 คน โหวตให้เห็นด้วยมาก และสุดท้ายที่ 4 คน โหวตให้เห็นด้วยปานกลาง 3. สีสีในการออกแบบเว็บไซต์มีความเหมาะสม โดยผลจากการประเมินนั้น โดยจำนวนผู้ใช้ที่โหวตให้มากที่สุด 71 คน นั้นโหวตให้เห็นด้วยมากที่สุด ตามด้วย 48 คน โหวตให้เห็นด้วยมาก ตามด้วย 10 คน เห็นด้วยปานกลาง และสุดท้ายที่ 1 คน โหวตให้เห็นด้วยค่อนข้างน้อย 4. เมนูง่ายต่อการใช้งาน โดยผลจากการประเมินนั้น โดยจำนวนผู้ใช้ที่โหวตให้มากที่สุด 77 คน นั้นโหวตให้เห็นด้วยมากที่สุด ตามด้วย 48 คน โหวตให้เห็นด้วยมาก และสุดท้ายที่ 5 คน โหวตให้เห็นด้วยปานกลาง 5. ขนาดตัวอักษร และรูปแบบตัวอักษร อ่านได้ง่ายและสวยงาม โดยผลจากการประเมินนั้น โดยจำนวนผู้ใช้ที่โหวตให้มากที่สุด 78 คน นั้นโหวตให้เห็นด้วยมากที่สุด ตามด้วย 44 คน โหวตให้เห็นด้วยมาก โหวตให้เห็นด้วยปานกลาง 7 คน และสุดท้ายโหวตเห็นด้วยค่อนข้างน้อย 1 คน 6. ภาพกับเนื้อหา มีความสอดคล้องกันและสามารถสื่อความหมายได้ โดยผลจากการประเมินนั้น โดยจำนวนผู้ใช้ที่โหวตให้มากที่สุด 86 คน นั้นโหวตให้เห็นด้วยมากที่สุด ตามด้วย 39 คน โหวตให้เห็นด้วยปานกลาง 4 คน และสุดท้ายโหวตเห็นด้วยค่อนข้างน้อย 1 คน 7. โดยภาพรวม ท่านมีความพึงพอใจในการออกแบบเว็บไซต์ในระดับใด โดยผลจากการประเมินนั้น โดยจำนวนผู้ใช้ที่โหวตให้มากที่สุด 77 คน นั้นโหวตให้เห็นด้วยมากที่สุด ตามด้วย 48 คน โหวตให้เห็นด้วยมาก และสุดท้ายที่ 5 คน โหวตให้เห็นด้วยปานกลาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 4.102 ด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบ

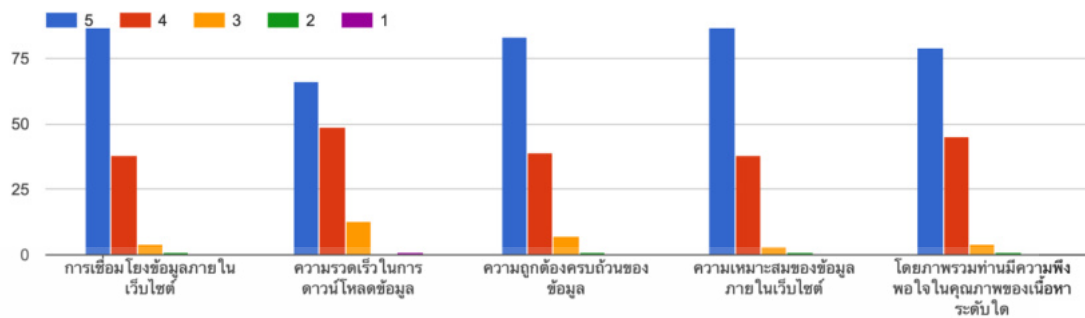
ด้านคุณภาพของเนื้อหา (Content) โดยจะมีการให้คะแนนแต่ละหัวข้อจะเรียงจากมากไปน้อย ดังนี้

- 5 = เห็นด้วยมากที่สุด
- 4 = เห็นด้วยมาก
- 3 = เห็นด้วยปานกลาง
- 2 = เห็นด้วยค่อนข้างน้อย
- 1 = เห็นด้วยน้อยสุด

ซึ่งโดยจะแบ่งหัวข้อการประเมินไว้ได้ 7 หัวข้อได้แก่ 1. การเชื่อมโยงข้อมูลภายในเว็บไซต์ โดยผลจากการประเมินนั้น โดยจำนวนผู้ใช้ที่โหวตให้มากที่สุด 87 คน นั้นโหวตให้เห็นด้วยมากที่สุด ตามด้วย 38 คนโหวตให้เห็นด้วยมาก โหวตให้เห็นด้วยปานกลาง 4 คน และสุดท้ายโหวตเห็นด้วยค่อนข้างน้อย 1 คน 2. ความรวดเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูล โดยผลจากการประเมินนั้น โดยจำนวนผู้ใช้ที่โหวตให้มากที่สุด 66 คน นั้นโหวตให้เห็นด้วยมากที่สุด ตามด้วย 49 คนโหวตให้เห็นด้วยมาก โหวตให้เห็นด้วยปานกลาง 13 คน และสุดท้ายโหวตเห็นด้วยน้อยสุด 1 คน 3. ความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูล โดยจำนวนผู้ใช้ที่โหวตให้มากที่สุด 83 คน นั้นโหวตให้เห็นด้วยมากที่สุด ตามด้วย 39 คนโหวตให้เห็นด้วยมาก ตามด้วย 7 คนโหวตให้เห็นด้วยปานกลาง และสุดท้ายที่ 1 คน โหวตให้เห็นด้วยค่อนข้างน้อย 4. ความเหมาะสมของข้อมูลภายในเว็บไซต์ โดยผลจากการประเมินนั้น โดยจำนวนผู้ใช้ที่โหวตให้มากที่สุด 87 คน นั้นโหวตให้เห็นด้วยมากที่สุด ตามด้วย 38 คนโหวตให้เห็นด้วยมาก โหวตให้เห็นด้วยปานกลาง 3 คน และสุดท้ายโหวตเห็นด้วยค่อนข้างน้อย 1 คน 5. โดยภาพรวมท่านมีความพึงพอใจในคุณภาพของเนื้อหาในระดับใด โดยผลจากการประเมินนั้น โดยจำนวนผู้ใช้ที่โหวตให้มากที่สุด 79 คน นั้นโหวตให้เห็นด้วยมากที่สุด ตามด้วย 45 คนโหวตให้เห็นด้วยมาก โหวตให้เห็นด้วยปานกลาง 4 คน และสุดท้ายโหวตเห็นด้วยค่อนข้างน้อย 1 คน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านคุณภาพของเนื้อหา (Content)



รูปที่ 4.103 ด้านคุณภาพของเนื้อหา (Content)

ในส่วนของข้อเสนอแนะนั้นมีด้วยกัน 3 ข้อ ได้แก่

1. หน้าข้อมูลเกี่ยวกับเรายังติด Stats ที่มีจำนวนคนไทย ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตและเวลาในการใช้สื่อสังคมมีเดียออนไลน์ อยู่
2. ตีมากครับ
3. เก่งมากครับ

ข้อเสนอแนะ

คำตอบ 3 ข้อ

หน้าข้อมูลเกี่ยวกับเรายังติด Stats ที่มีจำนวนคนไทย ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตและเวลาในการใช้สื่อสังคมมีเดียออนไลน์ อยู่

ตีมากครับ

เก่งมากครับ

รูปที่ 4.104 ข้อเสนอแนะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ตารางสถิติในการคำนวณตามมาตรวัดของลิเคิร์ท (Likert Scale)

การวิเคราะห์ภาพรวมความพึงพอใจในแต่ละด้านของแอปพลิเคชันโดยมีเกณฑ์การแปลความหมาย เพื่อจัดระดับคะแนนเฉลี่ย ในช่วงคะแนนดังต่อไปนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 แปลความว่า มีผลมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 แปลความว่า มีผลมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 แปลความว่า มีผลปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 แปลความว่า มีผลค่อนข้างน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 แปลความว่า มีผลน้อยที่สุด

ตารางที่ 4.1 ตารางการคำนวณลิเคิร์ท (Likert Scale)

ผลการสำรวจความพึงพอใจในแต่ละด้านของแอปพลิเคชัน	จำนวนคน	ค่าเฉลี่ย
ความสวยงาม ความทันสมัย น่าสนใจของหน้าโฮมเพจ	130	4.54
การจัดรูปแบบในเว็บไซต์ง่ายต่อการอ่านและการใช้งาน	130	4.66
สีสันทันในการออกแบบเว็บไซต์มีความเหมาะสม	130	4.45
เมนูง่ายต่อการใช้งาน	130	4.55
ขนาดตัวอักษร และรูปแบบตัวอักษร อ่านได้ง่ายและสวยงาม	130	4.53
ภาพกับเนื้อหา มีความสอดคล้องกัน และสามารถสื่อความหมายได้	130	4.62
โดยภาพรวมท่านมีความพึงพอใจในการออกแบบเว็บไซต์ในระดับใด	130	4.55
การเชื่อมโยงข้อมูลภายในเว็บไซต์	130	4.62
ความรวดเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูล	130	4.38
ความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูล	130	4.57
ความเหมาะสมของข้อมูลภายในเว็บไซต์	130	4.61
โดยภาพรวมท่านมีความพึงพอใจในคุณภาพของเนื้อหาในระดับใด	130	4.6

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3. Unit test

ตารางที่ 4.2 Test case ของการสมัครสมาชิก

Scenario ID	Requirement name	Test scenario	Test case
1.	Register all case	สมัครสมาชิก	1. กรอกข้อมูลสมัครสมาชิกครบถ้วน 2. ลงทะเบียนโดยไม่มีชื่อผู้ใช้ 3. ลงทะเบียนโดยไม่มี Email 4. ลงทะเบียนโดยไม่มีรหัสผ่าน 5. ลงทะเบียนโดยไม่มีเพศ 6. ลงทะเบียนโดยไม่มีช่วงอายุ 7. ใส่รหัสผ่านผิด

Epic module	Test case ID	Test scenario description	Test data	Test step description	Expected result	Output result	Positive/negative test case
ลงทะเบียน	RG_001	ผู้ใช้กรอกสมัครสมาชิกครบถ้วน	ชื่อผู้ใช้ -test01 Email -test01@email.com รหัสผ่าน -tt1234 เพศ -ชาย อายุ -18-25	1.ผู้ใช้สามารถสมัครสมาชิกได้ที่หน้าหลัก 2.กดสมัครสมาชิก 3.ผู้ใช้กรอกข้อมูลสำหรับเข้าใช้งาน 4.สมัครสมาชิก	1.สมัครสมาชิกเสร็จสิ้น 2.นำพาไปในหน้าหลัก	1.สมัครสมาชิกเสร็จสิ้น 2.นำพาไปในหน้าหลัก	Positive

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Epic module	Test case ID	Test scenario description	Test data	Test step description	Expected result	Output result	Positive/negative test case
ลงทะเบียน	RG_002	ผู้ใช้งานสมัคร โดยที่ไม่กรอก บัญชีผู้ใช้งาน	Email -test01@email.com รหัสผ่าน -tt1234 เพศ -ชาย อายุ -18-25	1.ผู้ใช้งานสามารถสมัครสมาชิกได้ที่หน้าหลัก 2.กดสมัครสมาชิก 3.ผู้ใช้กรอกข้อมูลสำหรับเข้าใช้งาน 4.สมัครสมาชิก	แสดงการแจ้งเตือนข้อผิดพลาดในการกรอกข้อมูล	แสดงการแจ้งเตือนข้อผิดพลาดในการกรอกข้อมูล	Positive

Epic module	Test case ID	Test scenario description	Test data	Test step description	Expected result	Output result	Positive/negative test case
ลงทะเบียน	RG_003	ผู้ใช้งานสมัคร โดยที่ไม่กรอก Email	ชื่อผู้ใช้ -test01 รหัสผ่าน -tt1234 เพศ -ชาย อายุ -18-25	1.ผู้ใช้งานสามารถสมัครสมาชิกได้ที่หน้าหลัก 2.กดสมัครสมาชิก 3.ผู้ใช้กรอกข้อมูลสำหรับเข้าใช้งาน 4.สมัครสมาชิก	แสดงการแจ้งเตือนข้อผิดพลาดในการกรอกข้อมูล	แสดงการแจ้งเตือนข้อผิดพลาดในการกรอกข้อมูล	Positive

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้拿去ใช้ประโยชน์ทางการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Epic module	Test case ID	Test scenario description	Test data	Test step description	Expected result	Output result	Positive/negative test case
ลงทะเบียน	RG_004	ผู้ใช้งานสมัครโดยที่ไม่กรอกรหัสผ่าน	ชื่อผู้ใช้ -test01 Email -test01@email.com เพศ -ชาย อายุ -18-25	1.ผู้ใช้สามารถสมัครสมาชิกได้ที่หน้าหลัก 2.กดสมัครสมาชิก 3.ผู้ใช้กรอกข้อมูลสำหรับเข้าใช้งาน 4.สมัครสมาชิก	แสดงการแจ้งเตือนข้อผิดพลาดในการกรอกข้อมูล	แสดงการแจ้งเตือนข้อผิดพลาดในการกรอกข้อมูล	Positive

Epic module	Test case ID	Test scenario description	Test data	Test step description	Expected result	Output result	Positive/negative test case
ลงทะเบียน	RG_005	ผู้ใช้งานสมัครโดยที่ไม่กรอกเพศ	ชื่อผู้ใช้ -test01 Email -test01@email.com รหัสผ่าน -tt1234 อายุ -18-25	1.ผู้ใช้สามารถสมัครสมาชิกได้ที่หน้าหลัก 2.กดสมัครสมาชิก 3.ผู้ใช้กรอกข้อมูลสำหรับเข้าใช้งาน 4.สมัครสมาชิก	แสดงการแจ้งเตือนข้อผิดพลาดในการกรอกข้อมูล	แสดงการแจ้งเตือนข้อผิดพลาดในการกรอกข้อมูล	Positive

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Epic module	Test case ID	Test scenario description	Test data	Test step description	Expected result	Output result	Positive/negative test case
ลงทะเบียน	RG_006	ผู้ใช้งานสมัครโดยที่ไม่กรอกอายุ	ชื่อผู้ใช้ -test01 Email -test01@email.com รหัสผ่าน -tt1234 เพศ ชาย	1. ผู้ใช้สามารถสมัครสมาชิกได้ที่หน้าหลัก 2. กดสมัครสมาชิก 3. ผู้ใช้กรอกข้อมูลสำหรับเข้าใช้งาน 4. สมัครสมาชิก	แสดงการแจ้งเตือนข้อผิดพลาดในการกรอกข้อมูล	แสดงการแจ้งเตือนข้อผิดพลาดในการกรอกข้อมูล	Positive

ตารางที่ 4.3 Test case ของการเข้าสู่ระบบ

Scenario ID	Requirement name	Test scenario	Test case
2.	Login all case	เข้าสู่ระบบ	<ol style="list-style-type: none"> เข้าสู่ระบบ ใส่Emailและรหัสผ่านให้ถูกต้อง เข้าสู่ระบบโดยใช้งานการจดจำรหัสผ่าน เข้าสู่ระบบใส่Emailถูก แต่รหัสผ่านผิด เข้าสู่ระบบใส่Emailผิด แต่รหัสผ่านถูก เข้าสู่ระบบใส่Email และ รหัสผ่านผิด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Epic module	Test case ID	Test scenario description	Test data	Test step description	Expected result	Output result	Positive/negative test case
เข้าสู่ระบบ	LG_001	ผู้ใช้งานชื่อเข้าสู่ระบบโดยกรอกข้อมูลครบถ้วนและถูกต้อง	Email -test01@email.com รหัสผ่าน -tt1234	1.ผู้ใช้งานสามารถกดที่สมัครสมาชิกได้ที่หน้าหลัก 2.กรอกข้อมูลผู้ใช้งานสำหรับเข้าใช้งาน 3.ลงชื่อเข้าใช้	1.เข้าสู่ระบบเสร็จสิ้น 2.ระบบพากลับไปหน้าหลัก	1.เข้าสู่ระบบเสร็จสิ้น 2.ระบบพากลับไปหน้าหลัก	Positive

Epic module	Test case ID	Test scenario description	Test data	Test step description	Expected result	Output result	Positive/negative test case
เข้าสู่ระบบ	LG_002	ผู้ใช้งานชื่อเข้าสู่ระบบโดยการใช้งานการจดจำรหัสผ่าน	Email -test01@email.com รหัสผ่าน -tt1234	1.ผู้ใช้งานสามารถกดที่สมัครสมาชิกได้ที่หน้าหลัก 2.ใช้งานการจดจำรหัสผ่าน 3.ลงชื่อเข้าใช้	1.เข้าสู่ระบบเสร็จสิ้น 2.ระบบพากลับไปหน้าหลัก	1.เข้าสู่ระบบเสร็จสิ้น 2.ระบบพากลับไปหน้าหลัก	Positive

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Epic module	Test case ID	Test scenario description	Test data	Test step description	Expected result	Output result	Positive/negative test case
เข้าสู่ระบบ	LG_003	ผู้ใช้งานชื่อเข้าสู่ระบบโดยการกรอกข้อมูลใส่Emailถูกแต่รหัสผ่านผิด	Email -test01@email.com รหัสผ่าน -tt12344	1.ผู้ใช้งานสามารถกดที่สมัครสมาชิกได้ที่หน้าหลัก 2.กรอกข้อมูลผู้ใช้งานสำหรับเข้าใช้งาน 3.ลงชื่อเข้าใช้	แจ้งเตือนรหัสผ่านไม่ถูกต้อง	แจ้งเตือนรหัสผ่านไม่ถูกต้อง	Positive

Epic module	Test case ID	Test scenario description	Test data	Test step description	Expected result	Output result	Positive/negative test case
เข้าสู่ระบบ	LG_004	ผู้ใช้งานชื่อเข้าสู่ระบบโดยการกรอกข้อมูลใส่Emailผิดแต่รหัสผ่านถูก	Email -test1@email.com รหัสผ่าน -tt1234	1.ผู้ใช้งานสามารถกดที่สมัครสมาชิกได้ที่หน้าหลัก 2.กรอกข้อมูลผู้ใช้งานสำหรับเข้าใช้งาน 3.ลงชื่อเข้าใช้	แจ้งเตือนไม่พบชื่อผู้ใช้	แจ้งเตือนไม่พบชื่อผู้ใช้	Positive

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Epic module	Test case ID	Test scenario description	Test data	Test step description	Expected result	Output result	Positive/negative test case
เข้าสู่ระบบ	LG_005	ผู้ใช้งานชื่อเข้าสู่ระบบโดยการกรอกข้อมูลใส่Emailผิดและรหัสผ่านผิด	Email -test1@email.com รหัสผ่าน -tt12344	1.ผู้ใช้งานสามารถกดที่สมัครสมาชิกได้ที่หน้าหลัก 2.กรอกข้อมูลผู้ใช้งานสำหรับเข้าใช้งาน 3.ลงชื่อเข้าใช้	แจ้งเตือนไม่พบชื่อผู้ใช้	แจ้งเตือนไม่พบชื่อผู้ใช้	Positive

ตารางที่ 4.4 Test case ของการเข้าใช้งานในส่วนต่าง ๆ

Scenario ID	Requirement name	Test scenario	Test case
3.	Access all case	เข้าใช้งานระบบ	<ol style="list-style-type: none"> 1. เข้าใช้งานในหน้าหลัก โดยไม่ Login 2. เข้าใช้งานในหน้าหลัก โดยมีการ Login 3. เข้าหน้าข่าวสาร โดยไม่ Login 4. เข้าหน้าข่าวสาร โดยมีการ Login 5. เข้าหน้าเกี่ยวกับ โดยไม่ Login 6. เข้าหน้าเกี่ยวกับ โดยมีการ Login 7. เข้าหน้าประเภทเว็บไซต์ โดยไม่ Login 8. เข้าหน้าประเภทเว็บไซต์ โดยมีการ Login 9. เข้าหน้ากราฟ โดยไม่ Login 10. เข้าหน้ากราฟ โดยมีการ Login 11. เข้าหน้าข้อเสนอแนะ โดยไม่ Login 12. เข้าหน้าข้อเสนอแนะ โดยมีการ Login

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Epic module	Test case ID	Test scenario description	Test data	Test step description	Expected result	Output result	Positive/negative test case
เข้าใช้งานระบบ	AC_001	ผู้ใช้เข้าใช้งานในหน้าหลัก		1.ผู้ใช้งานสามารถเข้าสู่หน้าหลัก	ผู้ใช้งานสามารถเข้าสู่หน้าหลัก	ผู้ใช้งานสามารถเข้าสู่หน้าหลัก	Positive

Epic module	Test case ID	Test scenario description	Test data	Test step description	Expected result	Output result	Positive/negative test case
เข้าใช้งานระบบ	AC_002	ผู้ใช้เข้าใช้งานในหน้าหลักโดยมีการกรอกข้อมูลเข้าใช้งาน	Email -test01@email.com รหัสผ่าน -tt1234	1.ผู้ใช้งานสามารถกดที่สมัครสมาชิกได้ที่หน้าหลัก 2.กรอกข้อมูลผู้ใช้งานสำหรับเข้าใช้งาน 3.ลงชื่อเข้าใช้	1.เข้าสู่ระบบเสร็จสิ้น 2.ระบบพากลับไปหน้าหลัก	1.เข้าสู่ระบบเสร็จสิ้น 2.ระบบพากลับไปหน้าหลัก	Positive

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Epic module	Test case ID	Test scenario description	Test data	Test step description	Expected result	Output result	Positive/negative test case
เข้าใช้งานระบบ	AC_003	ผู้ใช้เข้าใช้งานในหน้าข่าวสาร		1.ผู้ใช้งานสามารถเข้าสู่หน้าข่าวสาร	ผู้ใช้งานสามารถเข้าสู่หน้าข่าวสาร	ผู้ใช้งานสามารถเข้าสู่หน้าข่าวสาร	Positive

Epic module	Test case ID	Test scenario description	Test data	Test step description	Expected result	Output result	Positive/negative test case
เข้าใช้งานระบบ	AC_004	ผู้ใช้เข้าใช้งานในหน้าข่าวสารโดยมีการกรอกข้อมูลเข้าใช้งาน	Email -test01@email.com รหัสผ่าน -tt1234	1.ผู้ใช้สามารถกดที่สมัครสมาชิกได้ที่หน้าหลัก 2.กรอกข้อมูลผู้ใช้สำหรับเข้าใช้งาน 3.ลงชื่อเข้าใช้	1.เข้าสู่ระบบเสร็จสิ้น 2.ระบบพาหลัก 3.สามารถไปในหน้าข่าวสารได้	1.เข้าสู่ระบบเสร็จสิ้น 2.ระบบพาหลัก 3.สามารถไปในหน้าข่าวสารได้	Positive

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Epic module	Test case ID	Test scenario description	Test data	Test step description	Expected result	Output result	Positive/negative test case
เข้าใช้งานระบบ	AC_005	ผู้ใช้เข้าใช้งานในหน้าเกี่ยวกับ		1.ผู้ใช้งานสามารถเข้าสู่หน้าเกี่ยวกับ	ผู้ใช้งานสามารถเข้าสู่หน้าเกี่ยวกับ	ผู้ใช้งานสามารถเข้าสู่หน้าเกี่ยวกับ	Positive

Epic module	Test case ID	Test scenario description	Test data	Test step description	Expected result	Output result	Positive/negative test case
เข้าใช้งานระบบ	AC_006	ผู้ใช้เข้าใช้งานในหน้าเกี่ยวกับโดยมีการกรอกข้อมูลเข้าใช้งาน	Email -test01@email.com รหัสผ่าน -tt1234	1.ผู้ใช้สามารถกดที่สมัครสมาชิกได้ที่หน้าหลัก 2.กรอกข้อมูลผู้ใช้สำหรับเข้าใช้งาน 3.ลงชื่อเข้าใช้	1.เข้าสู่ระบบเสร็จสิ้น 2.ระบบพากลับไปหน้าหลัก 3.สามารถไปในหน้าเกี่ยวกับได้	1.เข้าสู่ระบบเสร็จสิ้น 2.ระบบพากลับไปหน้าหลัก 3.สามารถไปในหน้าเกี่ยวกับได้	Positive

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Epic module	Test case ID	Test scenario description	Test data	Test step description	Expected result	Output result	Positive/negative test case
เข้าใช้งานระบบ	AC_007	ผู้เข้าใช้งานหน้าประเภทเว็บไซต์		1.ผู้ใช้งานสามารถเข้าสู่หน้าประเภทเว็บไซต์	ระบบจะนำพาไปในหน้าของการลงชื่อเข้าใช้งาน	ระบบจะนำพาไปในหน้าของการลงชื่อเข้าใช้งาน	Positive

Epic module	Test case ID	Test scenario description	Test data	Test step description	Expected result	Output result	Positive/negative test case
เข้าใช้งานระบบ	AC_008	ผู้เข้าใช้งานหน้าประเภทเว็บไซต์โดยมีการกรอกข้อมูลเข้าใช้งาน	Email -test01@email.com รหัสผ่าน -tt1234	1.ผู้ใช้งานสามารถที่สมัครสมาชิกได้ที่หน้าหลัก 2.กรอกข้อมูลผู้ใช้งาน 3.ลงชื่อเข้าใช้	1.เข้าสู่ระบบเสร็จสิ้น 2.ระบบพากลับไปหน้าหลัก 3.สามารถไปในหน้าประเภทเว็บไซต์ได้	1.เข้าสู่ระบบเสร็จสิ้น 2.ระบบพากลับไปหน้าหลัก 3.สามารถไปในหน้าประเภทเว็บไซต์ได้	Positive

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Epic module	Test case ID	Test scenario description	Test data	Test step description	Expected result	Output result	Positive/negative test case
เข้าใช้งานระบบ	AC_009	ผู้ใช้เข้าใช้งานหน้ากราฟ		1.ผู้ใช้งานสามารถเข้าสู่หน้ากราฟ	ระบบจะนำพาไปในหน้าของการลงชื่อเข้าใช้งาน	ระบบจะนำพาไปในหน้าของการลงชื่อเข้าใช้งาน	Positive

Epic module	Test case ID	Test scenario description	Test data	Test step description	Expected result	Output result	Positive/negative test case
เข้าใช้งานระบบ	AC_0010	ผู้ใช้เข้าใช้งานหน้ากราฟโดยมีการกรอกข้อมูลเข้าใช้งาน	Email -test01@email.com รหัสผ่าน -tt1234	1.ผู้ใช้สามารถกดที่สมัครสมาชิกได้ที่หน้าหลัก 2.กรอกข้อมูลผู้ใช้สำหรับเข้าใช้งาน 3.ลงชื่อเข้าใช้	1.เข้าสู่ระบบเสร็จสิ้น 2.ระบบพากลับไปหน้าหลัก 3.สามารถไปในหน้ากราฟได้	1.เข้าสู่ระบบเสร็จสิ้น 2.ระบบพากลับไปหน้าหลัก 3.สามารถไปในหน้ากราฟได้	Positive

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Epic module	Test case ID	Test scenario description	Test data	Test step description	Expected result	Output result	Positive/negative test case
เข้าใช้งานระบบ	AC_0011	ผู้ใช้เข้าใช้งานหน้าข้อเสนอแนะ		1.ผู้ใช้งานสามารถเข้าสู่หน้าข้อเสนอแนะ	ระบบจะนำพาไปในหน้าของการลงชื่อเข้าใช้งาน	ระบบจะนำพาไปในหน้าของการลงชื่อเข้าใช้งาน	Positive

Epic module	Test case ID	Test scenario description	Test data	Test step description	Expected result	Output result	Positive/negative test case
เข้าใช้งานระบบ	AC_0012	ผู้ใช้เข้าใช้งานหน้าข้อเสนอแนะโดยมีการกรอกข้อมูลเข้าใช้งาน	Email -test01@email.com รหัสผ่าน -tt1234	1.ผู้ใช้สามารถกดที่สมัครสมาชิกได้ที่หน้าหลัก 2.กรอกข้อมูลผู้ใช้สำหรับเข้าใช้งาน 3.ลงชื่อเข้าใช้	1.เข้าสู่ระบบเสร็จสิ้น 2.ระบบพากลับไปหน้าหลัก 3.สามารถไปในหน้าข้อเสนอแนะได้	1.เข้าสู่ระบบเสร็จสิ้น 2.ระบบพากลับไปหน้าหลัก 3.สามารถไปในหน้าข้อเสนอแนะได้	Positive

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.5 Test case ของการสมัครผู้ดูแลระบบ

Scenario ID	Requirement name	Test scenario	Test case
4.	Register admin all case	สมัครสมาชิก	1. กรอกข้อมูลสมัครสมาชิกครบถ้วน 2. ลงทะเบียนโดยไม่ได้ Email 3. ลงทะเบียนโดยไม่ได้รหัสผ่าน

Epic module	Test case ID	Test scenario description	Test data	Test step description	Expected result	Output result	Positive/negative test case
ลงทะเบียน	RA_001	ผู้ดูแลระบบสมัครสมาชิกครบถ้วน	Email -Admin@email.com รหัสผ่าน -ad1234	1.กดลงทะเบียน 2.กรอกข้อมูลสำหรับเข้าใช้งาน 3.กดลงทะเบียน	1.สมัครเสร็จสิ้น 2.นำพาไปในหน้าหลักของผู้ดูแลระบบ	1.สมัครเสร็จสิ้น 2.นำพาไปในหน้าหลักของผู้ดูแลระบบ	Positive

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Epic module	Test case ID	Test scenario description	Test data	Test step description	Expected result	Output result	Positive/negative test case
ลงทะเบียน	RA_002	ผู้ดูแลระบบสมัครโดยลงทะเบียนไม่ใส่ Email	รหัสผ่าน -ad1234	1.กดลงทะเบียน 2.กรอกข้อมูลสำหรับเข้าใช้งาน 3.กดลงทะเบียน	แสดงการแจ้งเตือนข้อผิดพลาดในการกรอกข้อมูล	แสดงการแจ้งเตือนข้อผิดพลาดในการกรอกข้อมูล	Positive

Epic module	Test case ID	Test scenario description	Test data	Test step description	Expected result	Output result	Positive/negative test case
ลงทะเบียน	RA_003	ผู้ดูแลระบบสมัครโดยลงทะเบียนไม่ใส่ Email	รหัสผ่าน -ad1234	1.กดลงทะเบียน 2.กรอกข้อมูลสำหรับเข้าใช้งาน 3.กดลงทะเบียน	แสดงการแจ้งเตือนข้อผิดพลาดในการกรอกข้อมูล	แสดงการแจ้งเตือนข้อผิดพลาดในการกรอกข้อมูล	Positive

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.6 Test case ของการเข้าสู่ระบบของผู้ดูแลระบบ

Scenario ID	Requirement name	Test scenario	Test case
5.	Login admin all case	เข้าสู่ระบบ	1. เข้าสู่ระบบ ใส่Emailและรหัสผ่านให้ถูกต้อง 2. เข้าสู่ระบบโดยใช้งานการจดจำรหัสผ่าน 3. เข้าสู่ระบบใส่Emailถูก แต่รหัสผ่านผิด 4. เข้าสู่ระบบใส่Emailผิด แต่รหัสผ่านถูก 5. เข้าสู่ระบบใส่Email และ รหัสผ่านผิด

Epic module	Test case ID	Test scenario description	Test data	Test step description	Expected result	Output result	Positive/negative test case
เข้าสู่ระบบ	LA_001	เข้าสู่ระบบ โดยกรอกข้อมูลครบถ้วนและถูกต้อง	Email -Admin@email.com รหัสผ่าน -ad1234	1.กรอกข้อมูลสำหรับใช้งาน 2.กดลงชื่อเข้าใช้	1.นำพาไปในหน้าหลักของผู้ดูแลระบบ	1.นำพาไปในหน้าหลักของผู้ดูแลระบบ	Positive

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Epic module	Test case ID	Test scenario description	Test data	Test step description	Expected result	Output result	Positive/negative test case
เข้าสู่ระบบ	LA_002	ลงชื่อเข้าสู่ระบบโดยการใช้งานการจดจำรหัสผ่าน	Email -Admin@email.com รหัสผ่าน -ad1234	1.ใช้งานการจดจำรหัสผ่าน 2.กดลงชื่อเข้าใช้	1.นำพาไปในหน้าหลักของผู้ดูแลระบบ	1.นำพาไปในหน้าหลักของผู้ดูแลระบบ	Positive

Epic module	Test case ID	Test scenario description	Test data	Test step description	Expected result	Output result	Positive/negative test case
เข้าสู่ระบบ	LA_003	ลงชื่อเข้าใช้โดยใส่Email ถูก แต่รหัสผ่านผิด	Email -Admin@email.com รหัสผ่าน -ad11234	1.กรอกข้อมูลสำหรับเข้าใช้งาน 2.กดลงชื่อเข้าใช้	แจ้งเตือนรหัสผ่านไม่ถูกต้อง	แจ้งเตือนรหัสผ่านไม่ถูกต้อง	Positive

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Epic module	Test case ID	Test scenario description	Test data	Test step description	Expected result	Output result	Positive/negative test case
เข้าสู่ระบบ	LA_004	ผู้ใช้งานชื่อเข้าสู่ระบบโดยการกรอกข้อมูล Email ผิด แต่รหัสผ่านถูก	Email -Admn@email.com รหัสผ่าน -ad1234	1.กรอกข้อมูลสำหรับเข้าใช้งาน 2.กดลงชื่อเข้าใช้	แจ้งเตือนไม่พบชื่อผู้ใช้	แจ้งเตือนไม่พบชื่อผู้ใช้	Positive

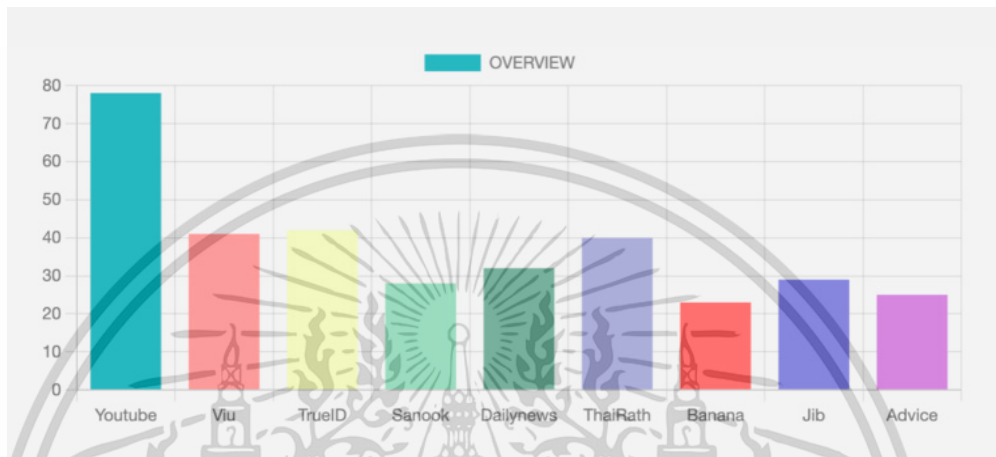
Epic module	Test case ID	Test scenario description	Test data	Test step description	Expected result	Output result	Positive/negative test case
เข้าสู่ระบบ	LA_005	ผู้ใช้งานชื่อเข้าสู่ระบบโดยการกรอกข้อมูล Email และรหัสผ่านผิด	Email -Admn@email.com รหัสผ่าน -ad11234	1.กรอกข้อมูลสำหรับเข้าใช้งาน 2.กดลงชื่อเข้าใช้	แจ้งเตือนไม่พบชื่อผู้ใช้	แจ้งเตือนไม่พบชื่อผู้ใช้	Positive

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.4 กราฟสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลการเลือกตำแหน่งโฆษณาบนหน้าเว็บไซต์

4.4.1 ภาพรวมทั้งหมดของเว็บไซต์ใน ANAPOS โดยจะแสดงผลจากการเข้าไปโหวตของผู้ใช้

จากกราฟสรุปผลข้อมูล เว็บไซต์ที่มีผู้ใช้โหวตเลือกตำแหน่งมากที่สุดอันดับ 1 คือ YouTube ซึ่งมีผู้โหวตทั้งหมด 78 คน ลำดับที่ 2 คือ TrueID มีผู้โหวตทั้งหมด 42 คน และลำดับที่ 3 คือ Viu มีผู้โหวตทั้งหมด 41 คน

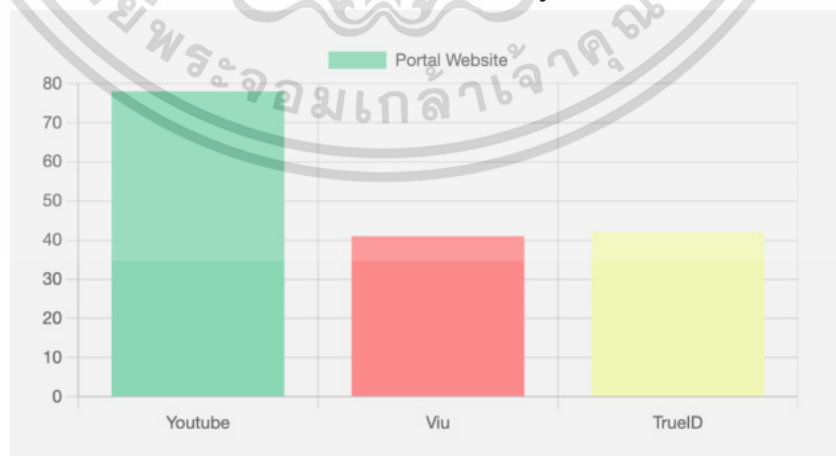


รูปที่ 4.105 ภาพรวมทั้งหมดของเว็บไซต์ใน ANAPOS โดยจะแสดงผลจากการเข้าไปโหวตของผู้ใช้

4.4.2 ภาพรวมทั้งหมดของเว็บไซต์ใน ANAPOS โดยจะแสดงผลของข้อมูลแต่ละประเภท โดยแบ่งตามแต่ละประเภทต่างๆ มีดังนี้

1. เว็บไซต์ประเภทบันเทิง

จากกราฟสรุปผลข้อมูล เว็บไซต์ที่มีผู้ใช้โหวตเลือกตำแหน่งมากที่สุดอันดับ 1 คือ YouTube ซึ่งมีผู้โหวตทั้งหมด 78 คน ลำดับที่ 2 คือ TrueID มีผู้โหวตทั้งหมด 42 คน และลำดับที่ 3 คือ Viu มีผู้โหวตทั้งหมด 41 คน

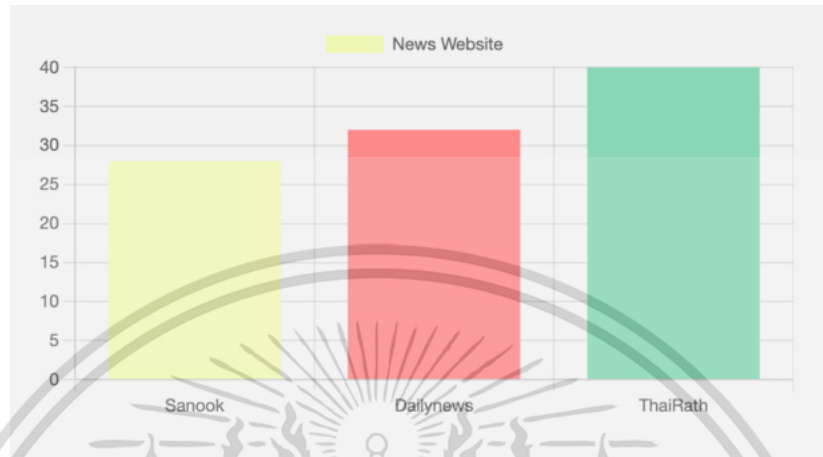


รูปที่ 4.106 กราฟสรุปผลข้อมูลเว็บไซต์ประเภทบันเทิง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. เว็บไซต์ประเภทข่าวสาร

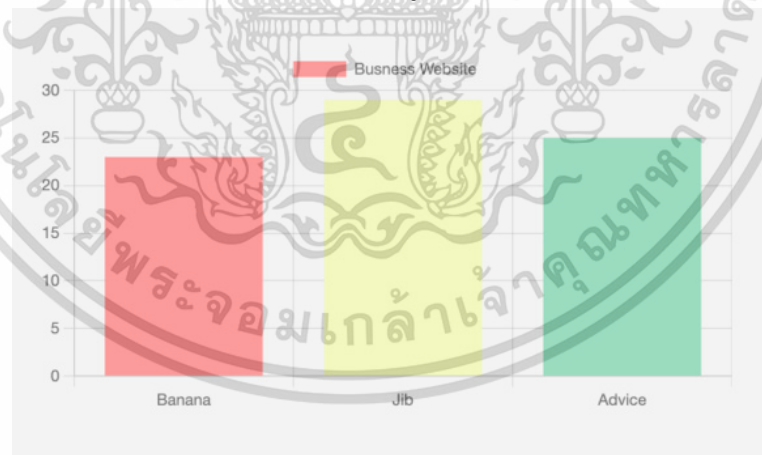
จากกราฟสรุปผลข้อมูล เว็บไซต์ที่มีผู้ใช้โหวตเลือกตำแหน่งมากที่สุดอันดับ 1 คือ ThaiRath ซึ่งมีผู้โหวตทั้งหมด 40 คน ลำดับที่ 2 คือ Dailynews มีผู้โหวตทั้งหมด 32 คน และลำดับที่ 3 คือ Sanook มีผู้โหวตทั้งหมด 28 คน



รูปที่ 4.107 กราฟสรุปผลข้อมูลเว็บไซต์ประเภทข่าวสาร

3. เว็บไซต์ประเภทธุรกิจ

จากกราฟสรุปผลข้อมูล เว็บไซต์ที่มีผู้ใช้โหวตเลือกตำแหน่งมากที่สุดอันดับ 1 คือ Jib ซึ่งมีผู้โหวตทั้งหมด 29 คน ลำดับที่ 2 คือ Advice มีผู้โหวตทั้งหมด 25 คน และลำดับที่ 3 คือ Banana มีผู้โหวตทั้งหมด 23 คน



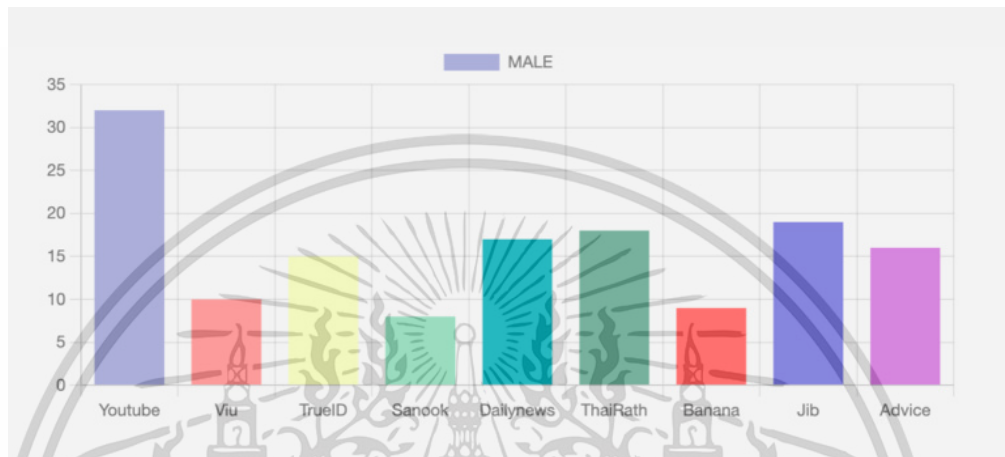
รูปที่ 4.108 กราฟสรุปผลข้อมูลเว็บไซต์ประเภทธุรกิจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.4.3 ภาพรวมทั้งหมดของเว็บไซต์ใน ANAPOS โดยจะแสดงข้อมูลการเลือกจากผู้ใช้ โดยจะแบ่งเป็นแต่ละเพศที่เข้าไปเลือกเว็บไซต์ต่างๆ มีดังนี้

1. เพศชาย

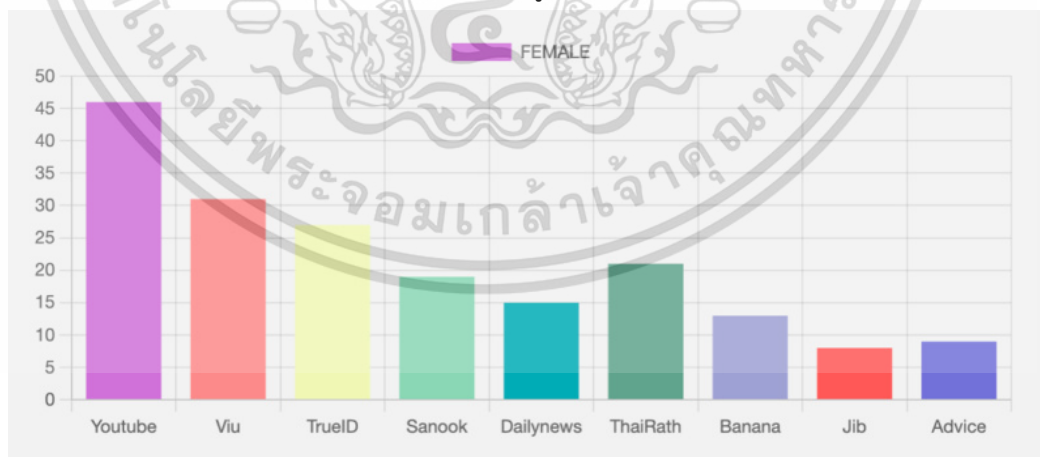
จากกราฟสรุปผลข้อมูล เว็บไซต์ที่มีผู้ใช้โหวตเลือกตำแหน่งมากที่สุดอันดับ 1 คือ Youtube ซึ่งมีผู้โหวตทั้งหมด 32 คน ลำดับที่ 2 คือ Jib มีผู้โหวตทั้งหมด 19 คน และลำดับที่ 3 คือ ThaiRath มีผู้โหวตทั้งหมด 18 คน



รูปที่ 4.109 กราฟสรุปผลข้อมูลเว็บไซต์จากการโหวตของเพศชาย

2. เพศหญิง

จากกราฟสรุปผลข้อมูล เว็บไซต์ที่มีผู้ใช้โหวตเลือกตำแหน่งมากที่สุดอันดับ 1 คือ Youtube ซึ่งมีผู้โหวตทั้งหมด 46 คน ลำดับที่ 2 คือ Viu มีผู้โหวตทั้งหมด 31 คน และลำดับที่ 3 คือ TrueID มีผู้โหวตทั้งหมด 27 คน

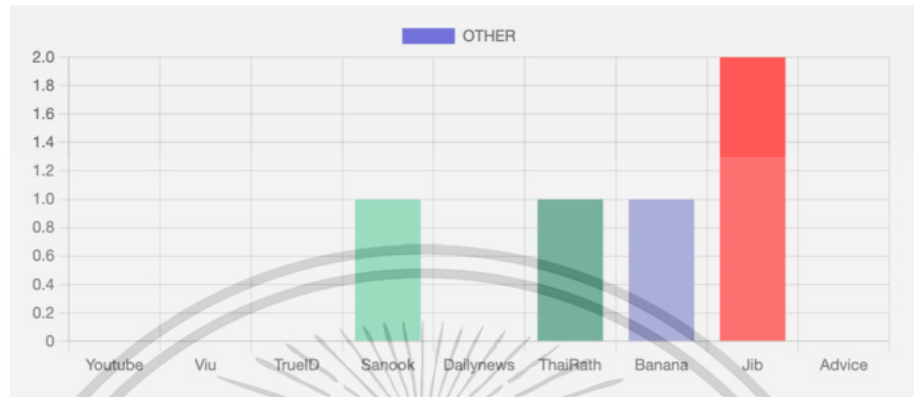


รูปที่ 4.110 กราฟสรุปผลข้อมูลเว็บไซต์จากการโหวตของเพศหญิง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. เพศอื่นๆ

จากกราฟสรุปผลข้อมูล เว็บไซต์ที่มีผู้ใช้ไวโหวตเลือกตำแหน่งมากที่สุดอันดับ 1 คือ Jib ซึ่งมีผู้ไวโหวตทั้งหมด 2 คน ลำดับที่ 2 มีคะแนนเท่ากัน คือ Sanook ThaiRath Banana ซึ่งมีผู้ไวโหวตเว็บไซต์ละ 1 คน

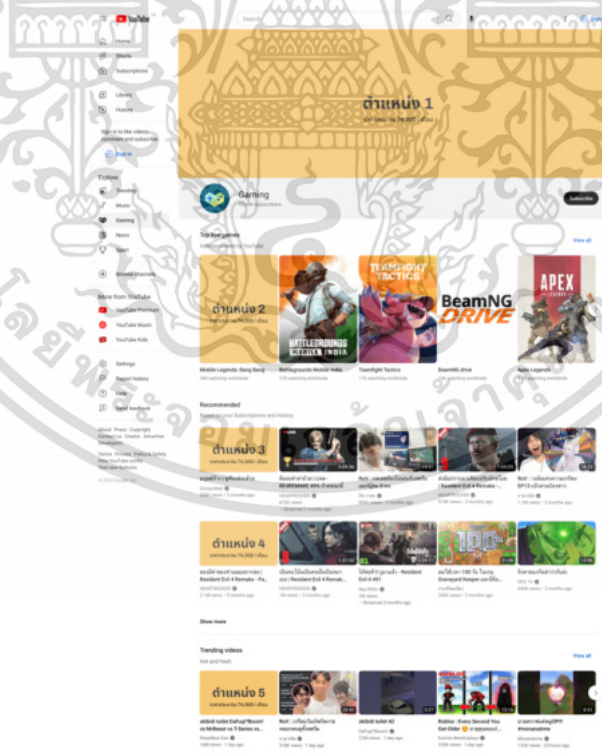


รูปที่ 4.111 กราฟสรุปผลข้อมูลเว็บไซต์จากการไวโหวตของเพศอื่นๆ

4.4.4 ภาพรวมการเลือกตำแหน่งของเว็บไซต์ยูทูป (Youtube)

1. ตำแหน่งโฆษณาในเว็บไซต์ยูทูป (Youtube)

จากเว็บไซต์ยูทูปได้มีการนำตำแหน่งโฆษณามาทั้งหมด 5 ตำแหน่ง ดังรูป

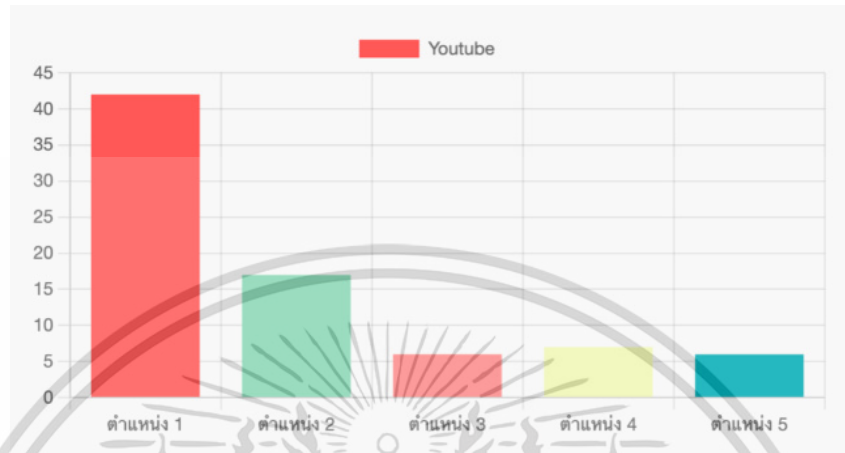


รูปที่ 4.112 ตำแหน่งโฆษณาในเว็บไซต์ยูทูป (Youtube)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. กราฟสรุปผลการเลือกตำแหน่งในเว็บไซต์ยูทูป (Youtube)

จากภาพตำแหน่งที่มีผู้ใช้ไว้มากที่สุดในเว็บไซต์ยูทูป (Youtube) คือ ตำแหน่งที่ 1 ซึ่งมีผู้โหวตทั้งหมด 42 คน รองลงมาคือตำแหน่งที่ 2 มีผู้โหวตทั้งหมด 17 คน

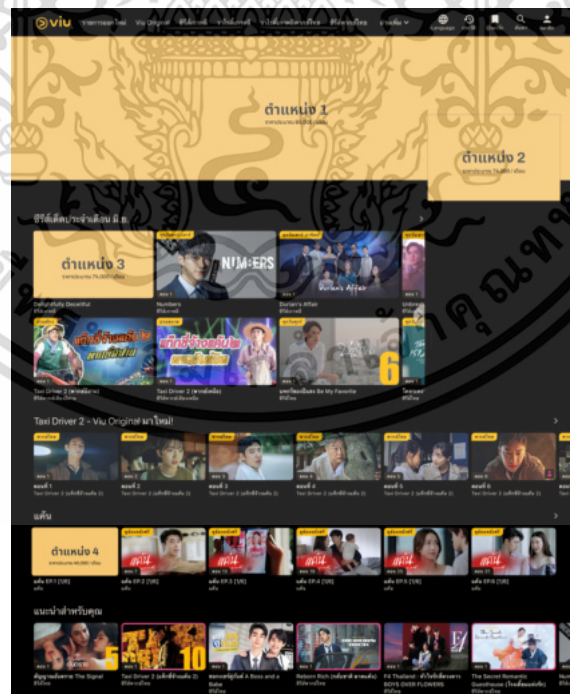


รูปที่ 4.113 กราฟสรุปผลการเลือกตำแหน่งในเว็บไซต์ยูทูป (Youtube)

4.4.5 ภาพรวมการเลือกตำแหน่งของเว็บไซต์วีว (Viu)

1. ตำแหน่งโฆษณาในเว็บไซต์วีว (Viu)

จากเว็บไซต์วีวได้มีการนำตำแหน่งโฆษณามาทั้งหมด 4 ตำแหน่ง ดังรูป

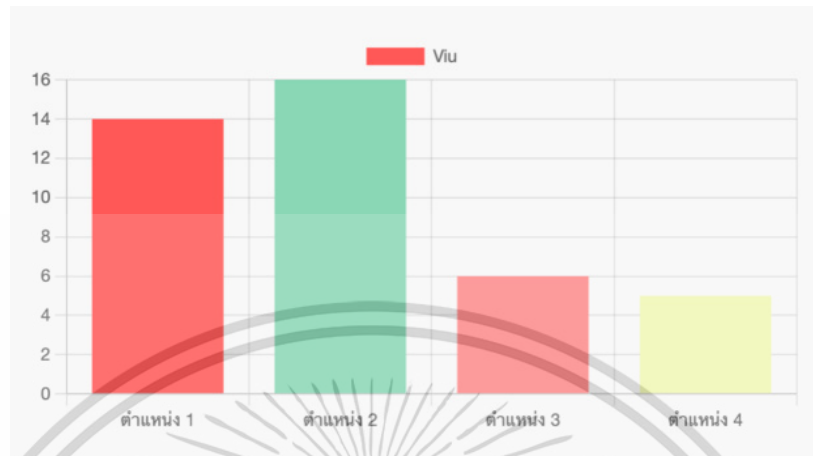


รูปที่ 4.114 ตำแหน่งโฆษณาในเว็บไซต์เว็บไซต์วีว (Viu)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. กราฟสรุปผลการเลือกตำแหน่งในเว็บไซต์วีว (Viu)

จากภาพตำแหน่งที่มีผู้ใช้ไว้มากที่สุดในเว็บไซต์วีว (Viu) คือ ตำแหน่งที่ 2 ซึ่งมีผู้โหวตทั้งหมด 16 คน รองลงมาคือตำแหน่งที่ 1 มีผู้โหวตทั้งหมด 14 คน

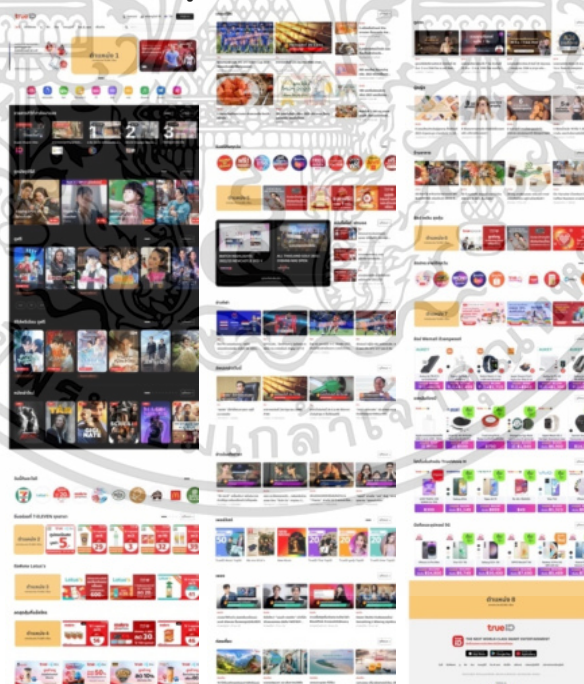


รูปที่ 4.115 กราฟสรุปผลการเลือกตำแหน่งในเว็บไซต์วีว (Viu)

4.4.6 ภาพรวมการเลือกตำแหน่งของเว็บไซต์ทรูไอดี (TrueID)

1. ตำแหน่งโฆษณาในเว็บไซต์ทรูไอดี (TrueID)

จากเว็บไซต์ทรูไอดีได้มีการนำตำแหน่งโฆษณามาทั้งหมด 8 ตำแหน่ง ดังรูป

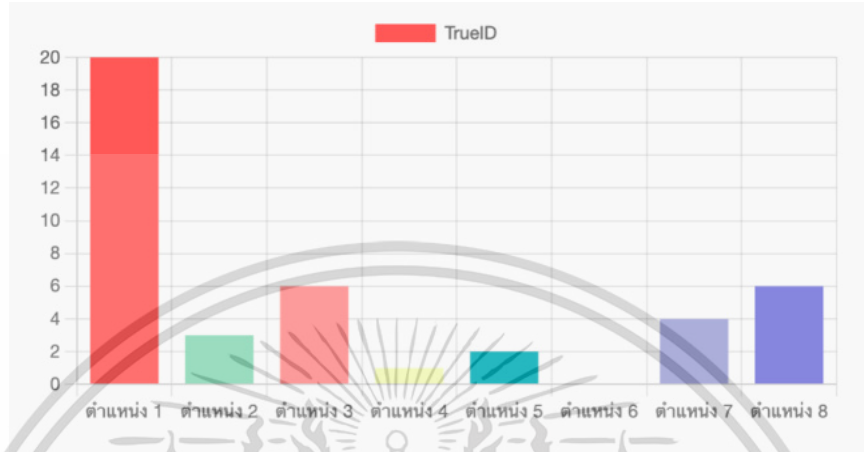


รูปที่ 4.116 ตำแหน่งโฆษณาในเว็บไซต์ทรูไอดี (TrueID)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. กราฟสรุปผลการเลือกตำแหน่งในเว็บไซต์ทรูไอดี (TrueID)

จากภาพตำแหน่งที่มีผู้ใช้โหวตมากที่สุดในเว็บไซต์ทรูไอดี (TrueID) คือ ตำแหน่งที่ 1 ซึ่งมีผู้โหวตทั้งหมด 20 คน รองลงมาคือตำแหน่งที่ 3 และ 8 มีผู้โหวตทั้งหมด 6 คน



รูปที่ 4.117 กราฟสรุปผลการเลือกตำแหน่งในเว็บไซต์ทรูไอดี (TrueID)

4.4.7 ภาพรวมการเลือกตำแหน่งของเว็บไซต์สนุก (Sanook)

1. ตำแหน่งโฆษณาในเว็บไซต์สนุก (Sanook)

จากเว็บไซต์สนุกได้มีการนำตำแหน่งโฆษณามาทั้งหมด 7 ตำแหน่ง ดังรูป

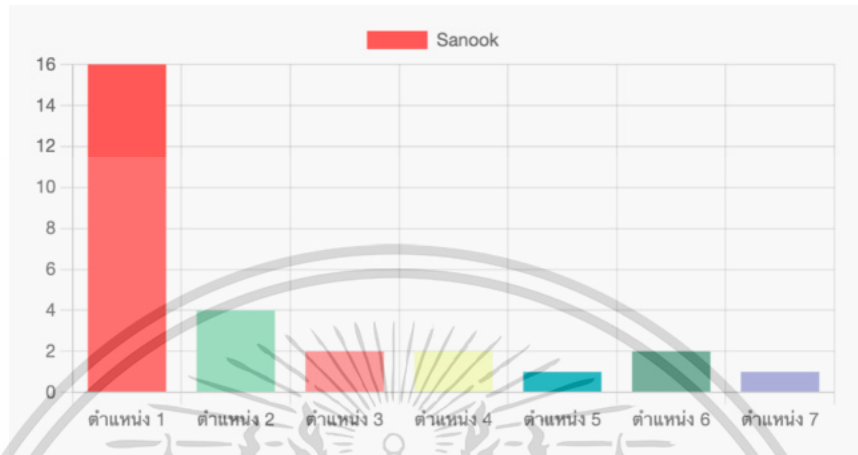


รูปที่ 4.118 ตำแหน่งโฆษณาในเว็บไซต์สนุก (Sanook)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. กราฟสรุปผลการเลือกตำแหน่งในเว็บไซต์สนุก (Sanook)

จากภาพตำแหน่งที่มีผู้ใช้โหวตมากที่สุดในเว็บไซต์สนุก (Sanook) คือ ตำแหน่งที่ 1 ซึ่งมีผู้โหวตทั้งหมด 16 คน รองลงมาคือตำแหน่งที่ 2 มีผู้โหวตทั้งหมด 4 คน



รูปที่ 4.119 กราฟสรุปผลการเลือกตำแหน่งในเว็บไซต์สนุก (Sanook)

4.4.8 ภาพรวมการเลือกตำแหน่งของเว็บไซต์ไทยรัฐ (ThaiRath)

1. ตำแหน่งโฆษณาในเว็บไซต์ไทยรัฐ (ThaiRath)

จากเว็บไซต์ไทยรัฐได้มีการนำตำแหน่งโฆษณามาทั้งหมด 7 ตำแหน่ง ดังรูป

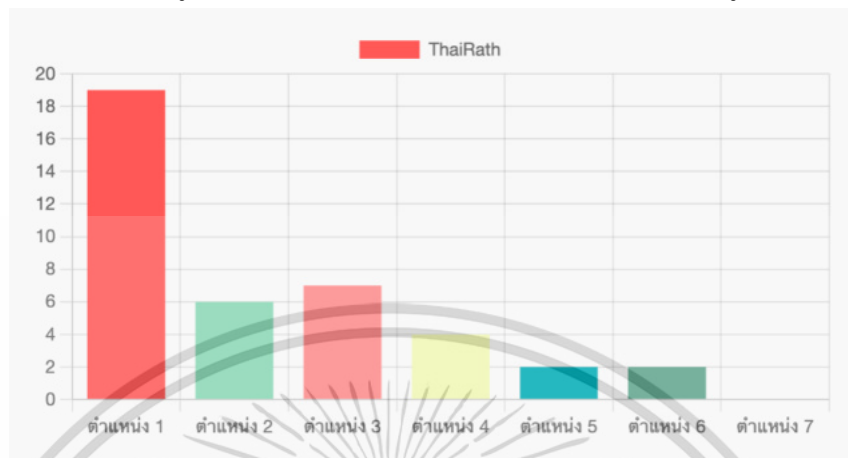


รูปที่ 4.120 ตำแหน่งโฆษณาในเว็บไซต์ไทยรัฐ (ThaiRath)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. กราฟสรุปผลการเลือกตั้งตำแหน่งในเว็บไทยรัฐ (ThaiRath)

จากภาพตำแหน่งที่มีผู้ใช้โหวตมากที่สุดในไทยรัฐ (ThaiRath) คือ ตำแหน่งที่ 1 ซึ่งมีผู้โหวตทั้งหมด 16 คน รองลงมาคือตำแหน่งที่ 2 มีผู้โหวตทั้งหมด 4 คน



รูปที่ 4.121 กราฟสรุปผลการเลือกตั้งตำแหน่งในเว็บไทยรัฐ (ThaiRath)

4.4.9 ภาพรวมการเลือกตั้งตำแหน่งของเว็บไซต์เดลินิวส์ (Dailynews)

1. ตำแหน่งโฆษณาในเว็บไซด์เดลินิวส์ (Dailynews)

จากเว็บไซต์เดลินิวส์ได้มีการนำตำแหน่งโฆษณามาทั้งหมด 7 ตำแหน่ง

ดังรูป

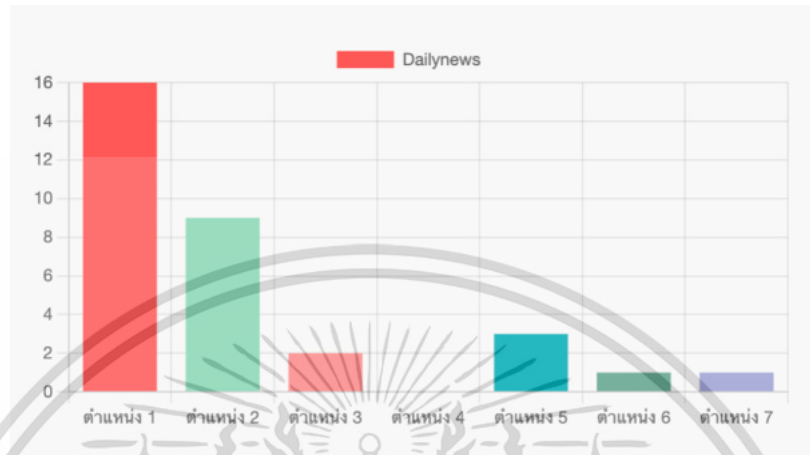


รูปที่ 4.122 ตำแหน่งโฆษณาในเว็บไซด์เดลินิวส์ (Dailynews)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. กราฟสรุปผลการเลือกตำแหน่งในเว็บไซต์เดลินิวส์ (Dailynews)

จากภาพตำแหน่งที่มีผู้ใช้โหวตมากที่สุดในเดลินิวส์ (Dailynews) คือ ตำแหน่งที่ 1 ซึ่งมีผู้โหวตทั้งหมด 16 คน รองลงมาคือตำแหน่งที่ 2 มีผู้โหวตทั้งหมด 4 คน



รูปที่ 4.123 กราฟสรุปผลการเลือกตำแหน่งในเว็บไซต์เดลินิวส์ (Dailynews)

4.4.10 ภาพรวมการเลือกตำแหน่งของเว็บไซต์บานาน่า (Banana)

1. ตำแหน่งโฆษณาในเว็บไซต์บานาน่า (Banana)

จากเว็บไซต์บานาน่าได้มีการนำตำแหน่งโฆษณามาทั้งหมด 10 ตำแหน่ง

ดังรูป

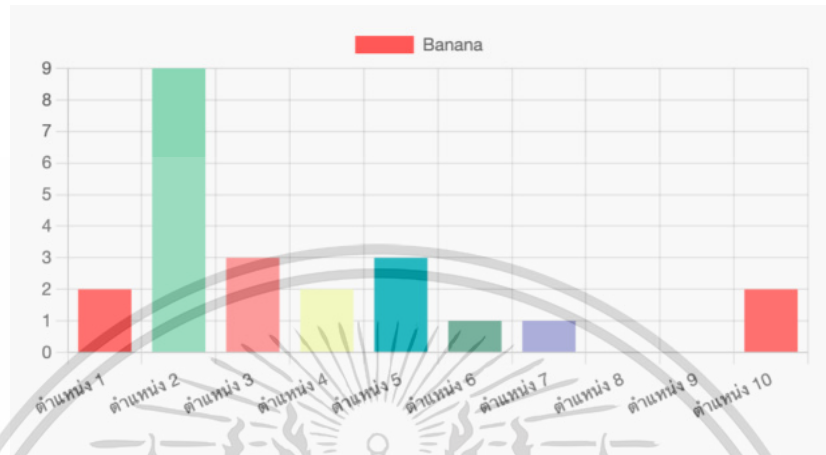


รูปที่ 4.124 ตำแหน่งโฆษณาในเว็บไซต์บานาน่า (Banana)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. กราฟสรุปผลการเลือกตำแหน่งในเว็บไซต์บานาน่า (Banana)

จากภาพตำแหน่งที่มีผู้ใช้โหวตมากที่สุดในเว็บไซต์บานาน่า (Banana) คือ ตำแหน่งที่ 2 ซึ่งมีผู้โหวตทั้งหมด 9 คน รองลงมาคือตำแหน่งที่ 3 และ 5 มีผู้โหวตทั้งหมด 3 คน



รูปที่ 4.125 กราฟสรุปผลการเลือกตำแหน่งในเว็บไซต์บานาน่า (Banana)

4.4.11 ภาพรวมการเลือกตำแหน่งของเว็บไซต์จิบ (Jib)

1. ตำแหน่งโฆษณาในเว็บไซต์จิบ (Jib)

จากเว็บไซต์จิบได้มีการนำตำแหน่งโฆษณามาทั้งหมด 9 ตำแหน่ง ดังรูป

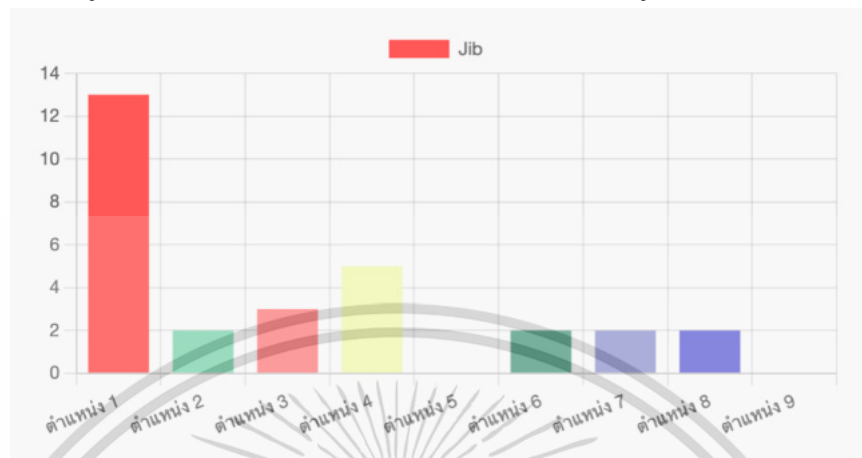


รูปที่ 4.126 ตำแหน่งโฆษณาในเว็บไซต์จิบ (Jib)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. กราฟสรุปผลการเลือกตำแหน่งในเว็บไซต์จิบ (Jib)

จากภาพตำแหน่งที่มีผู้ใช้โหวตมากที่สุดในจิบ (Jib) คือ ตำแหน่งที่ 1 ซึ่งมีผู้โหวตทั้งหมด 13 คน รองลงมาคือตำแหน่งที่ 4 มีผู้โหวตทั้งหมด 5 คน



รูปที่ 4.127 กราฟสรุปผลการเลือกตำแหน่งในเว็บไซต์จิบ (Jib)

4.4.12 ภาพรวมการเลือกตำแหน่งของเว็บไซต์แอดไวซ์ (Advice)

1. ตำแหน่งโฆษณาในเว็บไซต์แอดไวซ์ (Advice)

จากเว็บไซต์แอดไวซ์ได้มีการนำตำแหน่งโฆษณามาทั้งหมด 7 ตำแหน่ง

ดังรูป

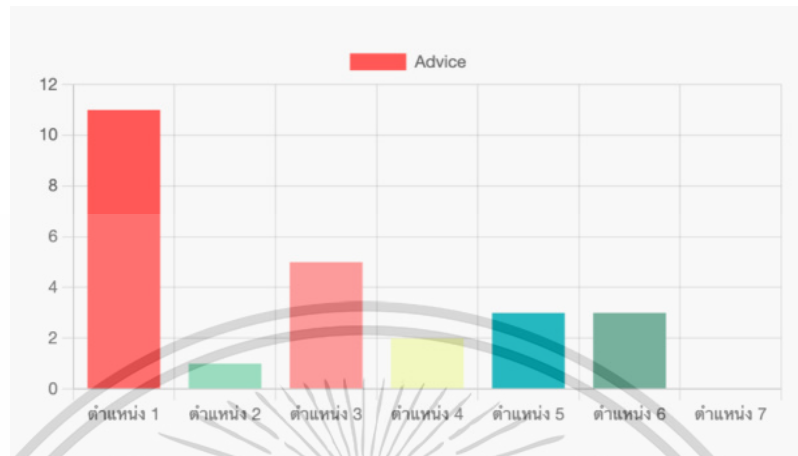


รูปที่ 4.128 ตำแหน่งโฆษณาในเว็บไซต์แอดไวซ์ (Advice)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. กราฟสรุปผลการเลือกตำแหน่งในเว็บไซต์แอดไวซ์ (Advice)

จากภาพตำแหน่งที่มีผู้ใช้โหวตมากที่สุดในแอดไวซ์ (Advice) คือ ตำแหน่งที่ 1 ซึ่งมีผู้โหวตทั้งหมด 11 คน รองลงมาคือตำแหน่งที่ 3 มีผู้โหวตทั้งหมด 5 คน



รูปที่ 4.129 กราฟสรุปผลการเลือกตำแหน่งในเว็บไซต์แอดไวซ์ (Advice)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

ระบบวิเคราะห์การวางตำแหน่งโฆษณาบนหน้าเว็บไซต์ จัดทำขึ้นเป็นในรูปแบบของเว็บแอปพลิเคชัน เพื่อแก้ปัญหาสำหรับผู้ใช้ที่ต้องการลงพื้นที่โฆษณาบนเว็บไซต์ต่าง ๆ แต่ยังไม่รู้ว่าจะลงตำแหน่งของโฆษณาตรงไหนบนเว็บไซต์ที่จะได้ไม่สิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายโดยใช้เหตุ ซึ่งผลจากการที่ได้ลองให้กลุ่มส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุที่ 18 – 25 ปี ได้ข้อสรุปดังนี้ เว็บไซต์ที่ผู้ใช้เข้าไปทำการโหวตมากที่สุดนั้นจะเป็นในส่วนของ ยูทูป (Youtube) และรองลงจะเป็นในส่วนของ ทูไรด์ (TrueID) ซึ่งจะสังเกตได้ว่า 2 เว็บไซต์นี้เป็นเว็บไซต์ในด้านของความบันเทิง ส่วนในด้านของข่าวสารนั้นไทยรัฐ (Thairath) จะเป็นอันดับที่หนึ่งของประเภทข่าวสาร และ ในด้านของธุรกิจนั้น จิบ (Jib) จะเป็นอันดับหนึ่งในส่วนของประเภทธุรกิจ

ซึ่งในส่วนของการทำงานหลักๆนั้นจะมี 2 ฝั่ง นั่นก็คือ ฝั่งผู้ใช้งาน และฝั่งผู้ดูแลระบบโดยมีรายละเอียดได้ดังนี้

5.1.1 ฝั่งผู้ใช้งานนั้นสามารถเข้าไปดูรายละเอียดต่าง ๆ บนเว็บไซต์ได้ แต่ก็จะมีข้อจำกัดในการเข้าดูรายละเอียดบางอย่างที่ต้องสมัครสมาชิกถึงจะดูได้ โดยจะมาอธิบายได้ดังนี้

1. ผู้ใช้ที่ยังไม่ได้สมัครสมาชิก ซึ่งสามารถเข้าดูเนื้อหาเว็บไซต์ได้แต่จะมีข้อจำกัด โดยในส่วนที่สามารถจะเข้าชมได้นั้นจะเป็นในส่วนของ หน้าหลัก ข่าวสารต่างที่ทางเว็บหา และ หน้าของเกี่ยวกับ ซึ่งถ้าอยากที่จะสามารถดูเพิ่มเติมได้นั้นจะต้องสมัครสมาชิกเท่านั้น

2. ผู้ใช้ที่สมัครสมาชิก จะสามารถเข้าไปดูเนื้อหาทางเว็บไซต์ได้ทุกอย่างโดยสามารถดูเนื้อหาได้มากกว่าผู้ที่ยังไม่ได้สมัครสมาชิก ซึ่งสามารถทำเพิ่มเติมได้ดังนี้ การเข้าไปดูประเภทของเว็บไซต์ และทำการเลือกตำแหน่งบนเว็บไซต์ได้ สามารถเลือกกราฟิกจากโฆษณาได้ สามารถกรอกข้อเสนอแนะให้กับทางเว็บไซต์ได้ และสุดท้ายนั้นยังสามารถดูผลลัพธ์ข้อมูลการโหวตต่าง ๆ ได้โดยจะแสดงข้อมูลเป็นในรูปแบบกราฟแท่ง

5.1.2 ด้านของผู้ดูแลระบบ จะสามารถเข้าดูข้อมูลต่าง ๆ ได้โดยจะเป็นผลในรูปแบบตัวเลขสามารถดูรายชื่อผู้ใช้งานได้ และยังดูในส่วนของข้อเสนอแนะที่ทางผู้ใช้นั้นส่งมาได้อีกด้วย

5.2 ข้อจำกัด

5.2.1 รูปแบบในเว็บไซด์นั้น บางเว็บไซด์จะมีการปรับเปลี่ยนตำแหน่งต่าง ๆ ค่อนข้างบ่อย จึงทำให้ยากต่อการนำมาจัดวางโครงสร้างของเว็บ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ควรมีในส่วนของประเภทเว็บไซต์ และเว็บไซต์ให้มากยิ่งขึ้น เพื่อได้มีตัวเหลือที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น

5.3.2 อาจจะต้องเพิ่มในส่วนของช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างที่นำมาทดลองใช้ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เอกสารอ้างอิง

- ดารีกา พันเครือ. 2021. Banner คืออะไร ทำไมต้องมี Banner. [Online]. เข้าถึงได้จาก <https://www.sogoodweb.com/Article/Detail/7959/Banner-คืออะไร-ทำไมต้องมี-Banner>
- Thanadet. 2021. รวมขนาดแบนเนอร์เว็บไซต์มาตรฐาน (Website Banner) ครบทุกไซส์ ทั้ง Desktop & Mobile. [Online]. เข้าถึงได้จาก <https://contentshifu.com/blog/website-banner-standard-sizes>
- STEPS academy. 2020. 7 เทคนิค Banner Ads ที่คุณไม่ควรมองข้าม เพื่อให้การโฆษณาของคุณดีขึ้น. [Online]. เข้าถึงได้จาก <https://stepstraining.co/strategy/banner-ads-design-technique>
- Packhai. 2019. Display ads คืออะไร ช่วยให้ขายของได้ดีขึ้นจริงไหม. [Online]. เข้าถึงได้จาก <https://packhai.com/display-ads-meaning/>
- Kanokwan Kankate. 2019. 8 เทคนิค สร้าง Call to action (CTA) ให้ลูกค้าอยาก”คลิก” มากยิ่งขึ้น. [Online]. เข้าถึงได้จาก <https://stepstraining.co/content/8-tactics-for-call-to-action>
- Cartoon Tanaporn. 2022. เว็บไซต์มีกี่ประเภท? รู้จัก 9 ประเภทของเว็บไซต์และรูปแบบการใช้งาน. [Online]. เข้าถึงได้จาก <https://thegrowthmaster.com/blog/9-types-of-website>
- Nattapon Muangtum. 2021. รายงานสถิติ Thailand Digital Stat 2021 จาก We Are Social. [Online]. เข้าถึงได้จาก <https://www.everydaymarketing.co/knowledge/thailand-digital-stat-2021-we-are-social/>
- React Core. 2020. React. [Online]. เข้าถึงได้จาก <https://react.dev>
- OpenJS Foundation. 2023. Nodejs. [Online]. เข้าถึงได้จาก <https://nodejs.org/en>
- Getbootstrap. 2023. Bootstrap. [Online]. เข้าถึงได้จาก <https://getbootstrap.com>
- Vite. 2019. Vit. [Online]. เข้าถึงได้จาก <https://vitejs.dev/>
- Netlify. 2017. Netlify. [Online]. เข้าถึงได้จาก <https://www.netlify.com>
- Mongodb. 2023. Mongodb. [Online]. เข้าถึงได้จาก <https://www.mongodb.com>
- Render. 2019. Render. [Online]. เข้าถึงได้จาก <https://render.com>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก ก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ก

เครื่องมือในการนำมาใช้งาน

1. React

React เป็นไลบรารี (library) สำหรับการพัฒนาแอปพลิเคชันเว็บแบบเปลี่ยนแปลงข้อมูล (data-driven) และเป็นภาษาโปรแกรมที่ใช้ในการสร้างอินเทอร์เฟซผู้ใช้ (user interface) ในแอปพลิเคชันเว็บโดยใช้เทคนิคการสร้างอินเทอร์เฟซผ่านการจัดการสถานะ (state management) เพื่อให้การเปลี่ยนแปลงของข้อมูลแสดงผลบนหน้าเว็บเป็นไปอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ React ออกแบบมาเพื่อให้การพัฒนาแอปพลิเคชันเว็บเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและง่ายต่อการบำรุงรักษา โดยมีความสามารถในการสร้างคอมโพเนนต์ (components) ที่สามารถนำมาใช้ซ้ำได้และมีการจัดการสถานะ (state) ที่ช่วยให้การเปลี่ยนแปลงข้อมูลแสดงผลอัตโนมัติ นอกจากนี้ React ยังมีความยืดหยุ่นในการใช้งานร่วมกับไลบรารีและเครื่องมืออื่น ๆ เช่น Redux, React Router, Styled Components ซึ่งช่วยให้การพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันได้รับประสิทธิภาพและสามารถขยายขนาดได้อย่างง่ายดาย

2. Node.js

Node.js เป็นแพลตฟอร์มรันไทม์ (runtime platform) ที่ใช้สำหรับการพัฒนาแอปพลิเคชันเซิร์ฟเวอร์สำหรับเว็บ โดยมีความพิเศษที่ใช้ JavaScript เป็นภาษาหลักในการเขียนโปรแกรมทั้งฝั่งเซิร์ฟเวอร์และฝั่งไคลเอ็นต์ (client-side) โดย Node.js อนุญาตให้ผู้พัฒนาสร้างแอปพลิเคชันเว็บที่มีการดำเนินการ I/O (input/output) อย่างต่อเนื่องและแบบไม่บล็อก (non-blocking) ทำให้สามารถประมวลผลคำขอหลายๆ คำขอพร้อมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ Node.js ใช้เทคโนโลยี V8 JavaScript Engine ที่พัฒนาโดย Google เป็นตัวดำเนินการหลักในการแปลและทำงานของ JavaScript ทำให้ Node.js มีประสิทธิภาพสูงและเหมาะสำหรับการทำงานที่มีการจัดการกับการเขียนและอ่านไฟล์ การสร้างและการเรียกใช้ API การติดต่อฐานข้อมูล เว็บเซิร์ฟเวอร์แบบ Real-time และอื่น ๆ ทำให้ Node.js เป็นอีกหนึ่งเลือกที่น่าสนใจสำหรับการพัฒนาแอปพลิเคชันเว็บที่มีการตอบสนองอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพสูง

3. Vite

Vite เป็นเครื่องมือสำหรับการพัฒนาแอปพลิเคชันเว็บใน JavaScript หรือ TypeScript ที่มีความเร็วและประสิทธิภาพสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการสร้างและรีเฟรชเว็บแอปพลิเคชันในระหว่างการพัฒนา (development) ใช้ Vite จะช่วยลดเวลาที่ใช้ในขั้นตอนการรีเฟรชและโหลดใหม่ของโมดูล (module reloading) ทำให้คุณสามารถดูการเปลี่ยนแปลงในแอปพลิเคชันของคุณได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ Vite ยังมีการสนับสนุนที่ดีสำหรับโมดูลแบบ ESM (ECMAScript Modules) และ

ช่วยให้คุณสามารถใช้ไลบรารีและตัวอื่น ๆ ในโปรเจกต์ของคุณได้โดยง่ายและรวดเร็วกว่าในโปรเจกต์ที่ใช้โมดูลแบบ CommonJS หรือ Bundler แบบอื่น ๆ

4. Vscode

Visual Studio Code หรือ VSCode เป็นโปรแกรม Code Editor ที่ใช้ในการแก้ไขและปรับแต่งโค้ด จากค่ายไมโครซอฟท์ มีการพัฒนาออกมาในรูปแบบของ OpenSource จึงสามารถนำมาใช้งานได้แบบฟรี ๆ ที่ต้องการความเป็นมืออาชีพ ซึ่ง Visual Studio Code นั้น เหมาะสำหรับนักพัฒนาโปรแกรมที่ต้องการใช้งานข้ามแพลตฟอร์ม รองรับการใช้งานทั้งบน Windows, macOS และ Linux สนับสนุนทั้งภาษา JavaScript, TypeScript และ Node.js สามารถเชื่อมต่อกับ Git ได้ นำมาใช้งานได้ง่ายไม่ซับซ้อน มีเครื่องมือส่วนขยายต่าง ๆ ให้เลือกใช้อย่างมากมาย ไม่ว่าจะเป็น 1. การเปิดใช้งานภาษาอื่น ๆ ทั้ง ภาษา C++, C#, Java, Python, PHP หรือ Go 2.Themes 3.Debugger 4.Commands เป็นต้น

5. Figma

Figma คือ เครื่องมือออกแบบเว็บไซต์ แอปพลิเคชัน โลโก้ และอื่น ๆ ทำให้นักออกแบบ UX/UI สะดวกมากขึ้น ผ่านการใช้ฟีเจอร์ต่าง ๆ ซึ่งมีจุดเด่นอยู่ที่การใช้งานบนได้ทุกระบบปฏิบัติการ และยังมี Community ที่ผู้ใช้สามารถแชร์ไฟล์งาน Prototype หรือ Plug-in ต่าง ๆ แล้วนำไปปรับใช้กับงานของตัวเองได้มากกว่านั้น ผู้ใช้งานสามารถทำงานเป็นทีมได้อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากการทำงานบนเว็บเบราว์เซอร์มีการอัปเดตแบบ Real-time ทำให้ในทีมสามารถพูดคุย และปรับแก้งานได้ทันทีเมื่อมีปัญหาระหว่างการทำโปรเจกต์ หรือมีไอเดียเพิ่มเติม อีกทั้ง Figma ยังเหมาะสำหรับมือใหม่ เพราะเป็นเครื่องมือที่ใช้งานง่าย ขณะที่คนที่มีความรู้กราฟิกดีไซน์สามารถทำงานได้แบบไร้รอยต่อ หากใครสนใจเรื่องการใช้งาน สามารถดูวีดิโอการใช้ Figma ได้

6. MogoDB

MongoDB เป็นระบบจัดการฐานข้อมูลแบบโอเพ่นซอร์สแบบข้ามแพลตฟอร์ม ไม่มี SQL ออกแบบมาเพื่อจัดเก็บและจัดการข้อมูลจำนวนมากด้วยวิธีที่ยืดหยุ่นและปรับขนาดได้ คุณสมบัติหลักอย่างหนึ่งของ MongoDB คือโมเดลข้อมูลเชิงเอกสาร ซึ่งเก็บข้อมูลในรูปแบบของเอกสารคล้าย JSON พร้อมสคีมาเสริม ซึ่งช่วยให้มีความยืดหยุ่นมากขึ้นและใช้เวลาพัฒนาเร็วขึ้น

7. Netlify

Netlify เป็นแพลตฟอร์มเว็บโฮสติ้งและการตั้งค่าเว็บแอปพลิเคชันที่มีความสามารถมากมาย ในการให้บริการโฮสต์และการจัดการเว็บไซต์อย่างง่าย โดย Netlify ให้บริการการโฮสต์แอปพลิเคชันสแตติกและสแตติกเว็บไซต์ (static websites) ที่มีการตั้งค่าและการจัดการโดยอัตโนมัติ ด้วยการใช้

ใช้ Git ในการติดตามและการตรวจสอบรหัสที่อัปเดต โดยเว็บไซต์และแอปพลิเคชันจะถูกโฮสต์บน CDN (Content Delivery Network) ของ Netlify ทำให้มีการโหลดเว็บไซต์อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพสูง นอกจากนี้ Netlify ยังมีฟีเจอร์อื่น ๆ ที่มีประโยชน์ เช่น ฟอรัมการติดต่อและการจัดการผู้ใช้ การสร้างและการจัดการเว็บไซต์แบบ A/B testing การติดตั้ง SSL อัตโนมัติ การสำรองข้อมูลและเครื่องมือสำหรับการอัปเดตและการตรวจสอบเว็บไซต์ โดย Netlify เป็นที่นิยมในการใช้งานในโครงการเว็บแอปพลิเคชันสแตติก การตั้งค่าที่ง่าย รวมถึงการให้บริการฟรีและราคาที่เหมาะสม ทำให้เป็นทางเลือกที่น่าสนใจสำหรับการโฮสต์และการจัดการเว็บไซต์และแอปพลิเคชันสแตติก

8. Render

render เป็นบริการโฮสต์เว็บแพลตฟอร์มที่ให้บริการในการตั้งค่าและการจัดการเว็บแอปพลิเคชัน ด้วย Render เราสามารถโฮสต์เว็บแอปพลิเคชันแบบสเกลได้อย่างง่ายดาย ผ่านการใช้งานที่เป็นมืออาชีพและใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น Docker และ Kubernetes เพื่อให้การดำเนินงานของเว็บแอปพลิเคชันเป็นไปอย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพสูง นอกจากนี้ Render ยังมีฟีเจอร์ที่ช่วยในการจัดการ SSL ให้เว็บไซต์ของคุณปลอดภัย รวมถึงการจัดการการอัปเดตและการสำรองข้อมูลอัตโนมัติ รวมถึงเครื่องมือสำหรับดูสถานะและบันทึกการดำเนินงานของแอปพลิเคชันของคุณในเวลาจริง

9. Chartjs

Chart.js เป็นไลบรารี JavaScript ที่ใช้สร้างกราฟและแผนภูมิต่าง ๆ ในเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชัน มีความยืดหยุ่นสูงและง่ายต่อการใช้งาน มีการสนับสนุนแผนภูมิต่าง ๆ เช่น เส้น, แท่ง, วงกลม, เปร้เซ็นต์ และอื่น ๆ ทำให้นักพัฒนาสามารถสร้างแผนภูมิที่สวยงามและปรับแต่งได้ตามต้องการ นอกจากนี้ Chart.js ยังมีความสามารถในการจัดการกับข้อมูลและอัปเดตแผนภูมิได้อย่างสะดวก โดยสามารถนำเข้าข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ เช่น JSON, CSV, หรือแหล่งข้อมูลอื่น ๆ และสามารถอัปเดตแผนภูมิเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงข้อมูลใหม่เกิดขึ้นได้อัตโนมัติ ทำให้งานการแสดงผลและการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นไปได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้