



บรรณานุกรม

- ครรชิต มาลัยวงศ์. (2539). เทคโนโลยีสารสนเทศ. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มณฑลชน.
- จงจิต ศรีพรรณ โรเบิร์ต. (2542). การสื่อสารเพื่อการโฆษณา. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิชย์.
- จันทร์ ทองประยูร. (2537). การออกแบบและจัดสิ่งพิมพ์. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ปรมะ สตะเวทิน. (2539). การสื่อสารมวลชน กระบวนการและทฤษฎี. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์.
- เยาวลักษณ์ เตียรบรรจง และคณะ. (2544). สื่อมัลติมีเดียเพื่อการศึกษา. กรุงเทพฯ: ศูนย์พัฒนาหนังสือ กรมวิชาการ กระทรวงศึกษาธิการ.
- เลอลักษณ์ ศรีเกษมศิรา. การนำเสนอความคิดสร้างสรรค์ในภาพโฆษณาสิ่งพิมพ์ตามทฤษฎีแรงจูงใจ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาบริหารธุรกิจ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.
- ศิริวรรณ ศรีวิชูพงษ์. แนวโน้มสื่อโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตในทศวรรษหน้า (พ.ศ. 2542-2551). วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2543.
- ศิริพงษ์ พยอมแย้ม. (2537). เทคนิคงานกราฟิก. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
- ศุภลักษณ์ หนูนภักดี เลาทองดี. (2546). ทักษะคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อสื่อโฆษณาออนไลน์. วิทยาลัยนวัตกรรมการศึกษามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สมชัย จิว. (2539). การออกแบบกราฟิก. กรุงเทพฯ: โปรวิชั่น.
- สุทธพร อุ่อครยี่ง. แนวทางและการออกแบบแบนเนอร์ในเว็บเพจ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาบริหารธุรกิจ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2534). **กว่าจะเห็นเป็นโฆษณา ฉบับ ดร.เสรี วงษ์มณฑา**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ธรรมสาร จำกัด.
- โสรัช นันทวัชรวิบูลย์. (2545). **Be Graphic** เส้นทางกราฟิกดีไซน์เนอร์. กรุงเทพฯ: เอ อาร์.อินโฟเมชันแอนด์ พับลิเคชัน จำกัด.
- โสภารวรรณ รัตนจิตรกร. **ทัศนคติพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ “ป้ายแบนเนอร์” ในระบบเวปไซด์ ไซด์ เว็บของผู้ใช้บริการในประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาบริหารธุรกิจ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
- อดิศักดิ์ อนันนนับ. **ธุรกิจการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาบริหารธุรกิจ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

อิสสระ ลลิตวณิชกุล. (2542). บทบาทสื่อมัลติมีเดียเพื่อการศึกษา. (ระบบออนไลน์). แหล่งที่มา

http://www.bmaeducation.in.th/content_view.aspx?.con=987-37k

(8 มีนาคม 2550).

Internet Usage in Asia. (Internet Users & Population Statistics for 35 countries and regions in Asia). <http://www.internetworldstats.com/stats3.htm>.

PricewaterhouseCoopers Global Entertainment and Media Outlook: 2004-2008.

<http://www.hostingbkk.com/html/advertising.php>.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบประเมินแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต

แบบสอบถามนี้ เป็นแบบสอบถามเพื่อนำข้อมูลไปประเมินผลการค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง “การวิเคราะห์และการพัฒนาการออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต”

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการทราบประสิทธิภาพของแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต
2. แบบสอบถามนี้ ใช้เป็นข้อมูลประกอบการค้นคว้าแบบอิสระ (Independent study) หลัก สูตร ศิลปะศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาสื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
3. ความคิดเห็นที่ท่านตอบนี้จะมีคุณค่าอย่างยิ่ง และคำตอบนี้จะไม่ส่งผลกระทบต่อผู้ตอบแบบสอบถามใดๆ ทั้งสิ้น

แบบสอบถามมีทั้งหมด 3 ตอนคือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ประสิทธิภาพของแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะและแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต

ตอนที่ 1 ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม

- ผู้เชี่ยวชาญ
- เจ้าของกิจการ ช่างฝีมือในกลุ่มนายศรีหนองป่าครั่ง
- นักท่องเที่ยว

ตอนที่ 2 ประสิทธิภาพของแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต

โปรดพิจารณาข้อความและทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องว่างที่เป็นจริงมากที่สุด

ลักษณะของแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตในส่วนต่างๆ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
ภาพ (องค์ประกอบทั่วไป)					
ลักษณะภาพมีความชัดเจน					
ลักษณะตัวอักษร ข้อความ มีขนาดเหมาะสม สามารถอ่านได้สะดวก					
ภาพ (การสื่อความหมาย)					
ภาพประกอบในแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตสามารถเสริมความเข้าใจเนื้อหาอย่างสมบูรณ์					
ภาพประกอบในแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตแสดงออกถึงภาพลักษณ์ความเป็นไทยที่น่าสนใจ					
ภาพแสดงการสาธิตในแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต สามารถทำให้เกิดความเข้าใจในเนื้อหา					
เนื้อหา					
เนื้อหามีการลำดับความที่ดี สามารถทำให้ผู้ชมเข้าใจตามลำดับขั้นตอน					
เนื้อหาของแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตมีปริมาณเหมาะสมกับเวลา ไม่มากหรือน้อยเกินไป					
ความคิดโดยรวม					
แผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตสามารถทำให้ผู้ชมเข้าใจถึงภูมิปัญญาการผลิตบายศรีอินเทอร์เน็ตสามารถทำให้ผู้ชมเกิดภาพลักษณ์ที่ดี					
แผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตมีระยะการนำเสนอที่เหมาะสม					

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะและแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาแผนป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต

ขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม 😊

ภาคผนวก ข

แบบสอบถามแสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในเรื่องข้อดีของการโฆษณา ทางสื่อแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต

แบบสอบถาม

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง การวิเคราะห์และการพัฒนาการออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต มีวัตถุประสงค์เพื่อหาข้อสรุปของหลักการพื้นฐานในการออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตที่มีประสิทธิภาพบนอินเทอร์เน็ต และพัฒนาต้นแบบการออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตที่น่าสนใจ โดยผู้เชี่ยวชาญกรุณาทำเครื่องหมาย ในตัวเลือกที่ท่านเห็นด้วย (แต่ละคำถามสามารถเลือกได้มากกว่า 1 ตัวเลือก) และสามารถแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมของท่านผู้เชี่ยวชาญได้ มีหัวข้อให้เลือกดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต

- 1.1 ข้อดี - ข้อเสียของการโฆษณาทางสื่อแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต
- 1.2 ประเภทของแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต

2. ข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต

- 2.1 ขั้นตอนการออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต
- 2.2 วัตถุประสงค์ของแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต
- 2.3 กลุ่มเป้าหมายของแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต
- 2.4 องค์ประกอบที่ใช้ในการออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต
- 2.5 วิธีนำเสนอความคิดโฆษณาทางสื่อแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต

3. การวิเคราะห์แผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต

- 3.1 ลักษณะของแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตที่ดี

ข้อมูลพื้นฐานของผู้เชี่ยวชาญในการตอบแบบสัมภาษณ์ครั้งนี้

ชื่อผู้ให้ข้อมูล

หน่วยงาน

ตำแหน่ง

ประสบการณ์การทำงาน

วันที่ให้ข้อมูล

คำชี้แจง : การกรอกข้อมูลกรุณาทำเครื่องหมาย ในตัวเลือกที่ท่านเห็นด้วย (แต่ละคำถามสามารถเลือกได้มากกว่า 1 ตัวเลือก) และสามารถแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมของท่านผู้เชี่ยวชาญได้

ตารางที่ 1 แสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในเรื่องข้อดีของการโฆษณาทางสื่อ ผ่านป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต	ผู้เชี่ยวชาญ แสดงความเห็น		ความคิดเห็น เพิ่มเติม
	เห็นด้วย	ไม่ เห็นด้วย	
แนวทางจากวรรณกรรม			
(1) กลุ่มเป้าหมายชัดเจน			
(2) ทราบจำนวนผู้ชมที่แน่นอน			
(3) พาผู้ชมมาชมสินค้าได้ทันที			
ความคิดเห็นเพิ่มเติมของผู้เชี่ยวชาญจากงานวิจัย “แนวทางและการออกแบบแบนเนอร์ในเว็บไซต์”			
(4) ผู้ชมเห็นภาพและข้อความที่นำเสนอได้ง่ายดายและชัดเจน			
(5) ราคาถูกกว่าสื่อประเภทอื่น			
(6) เปลี่ยนแปลงข้อมูลให้ทันสมัยได้ทันที			
(7) สามารถเก็บข้อมูลผู้เข้าชมไว้ใช้ประโยชน์อื่นได้			
(8) นำเสนอได้ตลอด 24 ชั่วโมง			

ความคิดเห็นเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ตารางที่ 2 แสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในเรื่องข้อเสียของการโฆษณาทางสื่อ ผ่านป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต	ผู้เชี่ยวชาญ แสดงความเห็น		ความคิดเห็น เพิ่มเติม
	เห็นด้วย	ไม่ เห็นด้วย	
แนวทางจากรรณกรรม			
(1) ขนาดพื้นที่จำกัด			
(2) ต้องคำนึงถึงขนาดไฟล์			
ความคิดเห็นเพิ่มเติมของผู้เชี่ยวชาญจากงานวิจัย “แนวทางและการออกแบบแบนเนอร์ในเว็บไซต์”			
(3) รบกวนการดูข้อมูลในเว็บไซต์			
(4) ให้ข้อมูลได้น้อย			
(5) มีผลกระทบต่อการออกแบบของเว็บไซต์			

ความคิดเห็นเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

1.2 ประเภทของแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 3 แสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในเรื่องประเภทของ แผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต	ผู้เชี่ยวชาญ แสดงความเห็น		ความคิดเห็น เพิ่มเติม
	เห็นด้วย	ไม่ เห็นด้วย	
แนวทางจากรรณกรรม			
(1) แผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตภาพนิ่ง			
(2) แผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตภาพเคลื่อนไหว			
(3) แผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตที่สร้างด้วยโปรแกรม Flash			

ความคิดเห็นเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

ตารางที่ 4 แสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในเรื่องข้อดีและข้อเสียของ แผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตแต่ละประเภท	ผู้เชี่ยวชาญ แสดงความเห็น		ความคิดเห็น เพิ่มเติม
	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	
ความคิดเห็นเพิ่มเติมของผู้เชี่ยวชาญจากงานวิจัย “แนวทางและการออกแบบแบนเนอร์ในเว็บไซต์”			
(1) ข้อดีของแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตภาพนิ่ง			
- นำเสนอสารได้ชัดเจน			
- ขนาดไฟล์เล็ก			
ข้อเสียของแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตภาพนิ่ง			
- ขาดชีวิตชีวา			
- นำเสนอเนื้อหาได้น้อย			
- ไม่ดึงดูดความสนใจ			
(2) ข้อดีของแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตภาพเคลื่อนไหว			
- ดึงดูดความสนใจได้ดี			
- นำเสนอเนื้อหาได้มาก			
ข้อเสียของแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตภาพเคลื่อนไหว			
- ต้องระวังความต่อเนื่องของการนำเสนอ			
- ระยะเวลาที่เปลี่ยนภาพต้องเพียงพอที่ผู้ชมจะรับสารได้			
- การเคลื่อนไหวไม่นุ่มนวล			
- ขนาดไฟล์ใหญ่			
- อาจก่อความรำคาญให้กับผู้ชมบางกลุ่ม			
(3) ข้อดีของแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตที่สร้างด้วยโปรแกรม Flash			
- เคลื่อนไหวนุ่มนวล			
- ขนาดไฟล์เล็ก			
- ดึงดูดความสนใจได้ดี			
ข้อเสียของแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตที่สร้างด้วยโปรแกรม Flash			
- ต้องใช้ปลั๊กอิน (Plug-in) ในการชมโฆษณา			

ความคิดเห็นเพิ่มเติม.....

ตารางที่ 5 แสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในเรื่องประโยชน์ของการเลือกใช้ แผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตทุกประเภท	ผู้เชี่ยวชาญ แสดงความเห็น		ความคิดเห็น เพิ่มเติม
	เห็นด้วย	ไม่ เห็นด้วย	
แนวทางจากวรรณกรรม			
(1) เข้าถึงผู้บริโภคได้สะดวกขึ้น			
(2) ใช้เวลาในการแสดงผลไม่นาน			
(3) ประหยัดพื้นที่ในเซิร์ฟเวอร์			
ความคิดเห็นเพิ่มเติมของผู้เชี่ยวชาญจากงานวิจัย “แนวทางและการออกแบบแบนเนอร์ในเว็บไซต์”			
(4) บังคับผู้เข้าชมเว็บไซต์ให้เห็นโฆษณาได้			

ความคิดเห็นเพิ่มเติม.....

ตารางที่ 6 แสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในเรื่องขนาดไฟล์ของ แผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต	ผู้เชี่ยวชาญ แสดงความเห็น		ความคิดเห็น เพิ่มเติม
	เห็นด้วย	ไม่ เห็นด้วย	
ความคิดเห็นเพิ่มเติมของผู้เชี่ยวชาญจากงานวิจัย “แนวทางและการออกแบบแบนเนอร์ในเว็บไซต์”			
(1) 5 - 10 K			
(2) 5 - 15 K			
(3) 5 - 20 K			
(4) 5 - 25 K			
(5) 5 - 30 K			

ความคิดเห็นเพิ่มเติม.....

2. ข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต

2.1 ขั้นตอนการออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 7 แสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในเรื่องขั้นตอนการออกแบบ แผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต	ผู้เชี่ยวชาญ แสดงความเห็น		ความคิดเห็น เพิ่มเติม
	เห็นด้วย	ไม่ เห็นด้วย	
ความคิดเห็นเพิ่มเติมของผู้เชี่ยวชาญจากงานวิจัย “แนวทางและการออกแบบแบนเนอร์ในเว็บไซต์”			
ขั้นตอนการศึกษาสิ่งที่ต้องการจะโฆษณา			
(1) ศึกษาสิ่งที่ต้องการนำเสนอในแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต			
(2) วิเคราะห์จุดเด่น - จุดด้อยของสินค้า			
ขั้นตอนการกำหนดแนวทางการออกแบบ			
(3) กำหนดวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร			
(4) กำหนดกลุ่มเป้าหมาย			
(5) กำหนดคอนเซ็ปต์			
ขั้นตอนการเตรียมสิ่งที่ต้องใช้ในการออกแบบตามแนวทางที่กำหนดไว้			
(6) จัดเตรียมข้อมูลที่ต้องการนำเสนอ			
(7) กำหนดว่าจะออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตประเภทใด มีการเคลื่อนไหวหรือไม่			
(8) เลือกโปรแกรม เทคโนโลยีที่เหมาะสมที่จะใช้สร้างแผ่นป้ายโฆษณา บนอินเทอร์เน็ต			
(9) จัดลำดับการนำเสนอข้อมูลทำสตอรี่บอร์ดของการเคลื่อนไหว			
ขั้นตอนการลงมือออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต			
(10) คิดคำพาดหัว และข้อความโฆษณา			
(11) เลือกภาพที่จะใช้สื่อสาร			
(12) นำเสนอชื่อสินค้าและสโลแกน			

(13) กำหนดสี และจำนวนสีที่จะใช้			
(14) ออกแบบเลย์เอ๊าท์			
ขั้นตอนการสร้างแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต			
(15) ลงมือสร้างแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต			
(16) ทำการบีบอัดข้อมูลให้เล็ก แต่ยังคงความชัดเจนของเนื้อหาและคุณภาพ			

ความคิดเห็นเพิ่มเติม

.....

.....

.....

ตารางที่ 8 แสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในเรื่องความแตกต่างของการออกแบบ แผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตแต่ละประเภท	ผู้เชี่ยวชาญ แสดงความเห็น		ความคิดเห็น เพิ่มเติม
	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	
แนวทางจากวรรณกรรม			
(1) แผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตภาพนิ่ง			
- ต้องคำนึงถึงขนาดไฟล์			
- การเลือกใช้โปรแกรมที่จะใช้สร้าง			
(2) แผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตภาพเคลื่อนไหว			
- ต้องคำนึงเรื่องลำดับการนำเสนอ			
- ต้องคำนึงเรื่องระยะเวลาในการเปลี่ยนภาพ			
- ต้องคำนึงถึงขนาดไฟล์มากกว่าแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตประเภทอื่น ๆ			
- การเลือกใช้โปรแกรมที่จะใช้สร้าง			
(3) แผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตที่สร้างด้วยโปรแกรม Flash			
- ต้องคำนึงถึงขนาดไฟล์			
- ควรเลือกใช้แผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตประเภทนี้กับกลุ่มเป้าหมายที่คาดว่าจะมีปลั๊กอินเท่านั้น			

ความคิดเห็นเพิ่มเติม

.....

.....

.....

2.2 วัตถุประสงค์ของแผนปฏิบัติการโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 9 แสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในเรื่องวัตถุประสงค์ของ แผนปฏิบัติการโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต	ผู้เชี่ยวชาญ แสดงความเห็น		ความคิดเห็น เพิ่มเติม
	เห็นด้วย	ไม่ เห็นด้วย	
แนวทางจากรรณกรรม			
(1) เพื่อสร้างการระลึกถึง			
(2) เพื่อสร้างการคลิก			
ความคิดเห็นเพิ่มเติมของผู้เชี่ยวชาญจากงานวิจัย “แนวทางและการออกแบบแบนเนอร์ในเว็บไซต์”			
(3) เพื่อสร้างการระลึกถึงและสร้างการคลิก			

ความคิดเห็นเพิ่มเติม

.....

.....

.....

2.3 กลุ่มเป้าหมายของแผนปฏิบัติการโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 10 แสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในเรื่องกลุ่มเป้าหมายของ แผนปฏิบัติการโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต	ผู้เชี่ยวชาญ แสดงความเห็น		ความคิดเห็น เพิ่มเติม
	เห็นด้วย	ไม่ เห็นด้วย	
แนวทางจากรรณกรรม			
(1) กลุ่มผู้ค้นหาข้อมูล			
(2) กลุ่มผู้ดูข้อมูล			

ความคิดเห็นเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

2.4 องค์ประกอบที่ใช้ในการออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 11 แสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในเรื่องการนำองค์ประกอบของ โฆษณามาใช้ในการออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต	ผู้เชี่ยวชาญ แสดงความเห็น		ความคิดเห็น เพิ่มเติม
	เห็นด้วย	ไม่ เห็นด้วย	
องค์ประกอบของโฆษณา			
(1) พาดหัว			
(2) ข้อความโฆษณา			
(3) ภาพประกอบ			
(4) สัญลักษณ์ของผู้โฆษณา			
(5) สี			
ความคิดเห็นเพิ่มเติมของผู้เชี่ยวชาญจากงานวิจัย “แนวทางและการออกแบบแบนเนอร์ในเว็บไซต์”			
(6) เสี่ยง			

ความคิดเห็นเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

ตารางที่ 12 แสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในเรื่องลักษณะประโยคที่ใช้พาดหัว	ผู้เชี่ยวชาญ แสดงความเห็น		ความคิดเห็น เพิ่มเติม
	เห็นด้วย	ไม่ เห็นด้วย	
แนวทางจากรรณกรรม			
(1) สั้น			
(2) ใ้ใจความ			
(3) คึงดูด			
(4) เป็นลักษณะคำถาม			
(5) ให้ความรู้สึกเกี่ยวข้องกับผู้บริโภค			

ความคิดเห็นเพิ่มเติม

.....

.....

.....

ตารางที่ 13 แสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในเรื่องขนาดของพาดหัว และข้อความโฆษณา	ผู้เชี่ยวชาญ แสดงความเห็น		ความคิดเห็น เพิ่มเติม
	เห็นด้วย	ไม่ เห็นด้วย	
ขนาดของพาดหัว (แพลตฟอร์ม PC)			
(1) CordiaUPC-Bold 65pt			
(2) CordiaUPC-Bold 48pt			
(3) CordiaUPC-Bold 32pt			
ขนาดของข้อความโฆษณา (แพลตฟอร์ม PC)			
(4) CordiaUPC-Bold 48pt			
(5) CordiaUPC-Bold 32pt			
(6) CordiaUPC-Bold 16pt			

ความคิดเห็นเพิ่มเติม

.....

.....

.....

ตารางที่ 14 แสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในเรื่องการใช้คำที่จะทำให้ แผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตมีความน่าสนใจมากขึ้น	ผู้เชี่ยวชาญ แสดงความเห็น		ความคิดเห็น เพิ่มเติม
	เห็นด้วย	ไม่ เห็นด้วย	
แนวทางจากวรรณกรรม			
(1) Click Here กดที่นี่			
(2) You คุณคือผู้โชคดี			
(3) New ใหม่			
(4) Free ฟรี			
(5) Discount ลดราคา			

ความคิดเห็นเพิ่มเติม

.....

.....

.....

ตารางที่ 15 แสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในเรื่องลักษณะภาพ ที่ใช้กับการออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต	ผู้เชี่ยวชาญ แสดงความเห็น		ความคิดเห็น เพิ่มเติม
	เห็นด้วย	ไม่ เห็นด้วย	
แนวทางจากรรณกรรม			
(1) เป็นภาพกราฟฟิก			
(2) เป็นภาพถ่าย			
(3) เป็นภาพอะไรก็ได้ที่ขนาดไฟล์ไม่ใหญ่			
(4) เป็นภาพสินค้า			
(5) เป็นภาพตราสินค้า			
(6) เป็นภาพสี			
(7) เป็นภาพขาว - ดำ			

ความคิดเห็นเพิ่มเติม

.....

.....

.....

ตารางที่ 16 แสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในการใช้สีเพื่อออกแบบ แผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต	ผู้เชี่ยวชาญ แสดงความเห็น		ความคิดเห็น เพิ่มเติม
	เห็นด้วย	ไม่ เห็นด้วย	
แนวทางจากรรณกรรม			
(1) ใช้สีจากเว็บพาลีท 216 สี			
(2) ใช้สีอะไรก็ได้			

ความคิดเห็นเพิ่มเติม

.....

.....

.....

2.6 วิธีนำเสนอความคิดโฆษณาทางสื่อแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 17 แสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในเรื่องวิธีนำเสนอความคิดโฆษณา ในการออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต ตามแนวทางของสื่อสิ่งพิมพ์	ผู้เชี่ยวชาญ		ความคิดเห็น เพิ่มเติม
	แสดงความเห็น เห็นด้วย	ไม่ เห็นด้วย	
วิธีนำเสนอความคิดโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์			
1. นำเสนอในลักษณะพร้อมใช้งาน (The Product Ready for Use)			
2. นำเสนอด้วยการสาธิต (Demonstration)			
- สาธิตเชิงเปรียบเทียบ (Comparative Demonstration)			
- สาธิตเชิงปฏิบัติการ (Operational Demonstration)			
- สาธิตเกินจริง (Dramatization Demonstration)			
- สาธิตแบบกราฟิก (Graphic Demonstration)			
3. นำเสนอส่วนประกอบเด่นของสินค้า (Part of The Product)			
3. นำเสนอสินค้าในขณะที่กำลังถูกทดสอบ (The Product in Test or Torture Test)			
5. นำเสนอให้เห็นปัญหาและการแก้ไข			
6. นำเสนอแบบเปรียบเทียบ (Comparison or The Product Compared with The Competitor)			
7. นำเสนอด้วยการแสดงให้เห็นความได้เปรียบของผู้ใช้สินค้า (Advantage of User or The Happy Results of Using The Product)			
8. นำเสนอด้วยการแสดงให้เห็นความเสียเปรียบของผู้ที่ไม่ได้ใช้สินค้า (Disadvantage of Non-user or The Unhappy Results of Not Using The Product)			
9. นำเสนอโดยใช้บุคคลรับรอง (Testimonial)			
- บุคคลธรรมดา (Actual Users)			
- ลูกค้าจำนวนมาก (Most People)			
- ลูกค้าที่มีความพิเศษ (Selected Few)			
- บุคคลที่มีชื่อเสียง (Celebrities)			
10. นำเสนอโดยใช้ผู้นำเสนอ (Presenter)			
- โฆษก (Spokesman)			
- ผู้เชี่ยวชาญ (Expert)			
- ตัวการ์ตูน (Mascot)			

- บุคคลธรรมดา (Talking Head / Pitch Man)			
11. นำเสนอแบบอุปมาอุปไมย (Analogy)			
12. นำเสนอโดยใช้สัญลักษณ์ (Symbolic)			
13. นำเสนอโดยใช้บุคลิกลักษณะ (Personality Symbol)			
14. นำเสนอด้วยอารมณ์ขัน (Humor)			

ความคิดเห็นเพิ่มเติม.....

3. การวิเคราะห์แผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต

3.1 ลักษณะของแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตที่ดี

ตารางที่ 18 แสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในเรื่องลักษณะของ แผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตที่ดี	ผู้เชี่ยวชาญ แสดงความเห็น		ความคิดเห็น เพิ่มเติม
	เห็นด้วย	ไม่ เห็นด้วย	
แนวทางจากรรณกรรม			
(1) กระชับ			
(2) ชัดเจน สະคุดตา			
(3) ใช้ภาพธรรมดาเรียบๆ สื่อสารได้ง่าย			
(4) มีประโยชน์กระตุ้น เช่น Click Here			
(5) นำเสนอความบันเทิง เช่น เกมส์ คำถาม แจกของรางวัล			
(6) มีความสอดคล้องกับเว็บไซต์ที่เกิดขึ้นหลังจากมีการคลิก			
(7) มีการปฏิสัมพันธ์ มีการเคลื่อนไหว			
ความคิดเห็นเพิ่มเติมของผู้เชี่ยวชาญจากงานวิจัย “แนวทางและการออกแบบบนเนอร์ในเว็บไซต์”			
(8) ไม่บังคับให้ผู้ชมคลิกเพียงอย่างเดียว ควรให้ข้อมูลด้วย			

ความคิดเห็นเพิ่มเติม.....



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล นางสาวมนต์นัทธ์ เลิศเกียรติดำรงค์

วัน เดือน ปีเกิด 27 มิถุนายน 2523

ประวัติการศึกษา สำเร็จการศึกษาปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์
มหาวิทยาลัยพายัพ ปีการศึกษา 2547

