ห้องสมุดงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ
245475

การวิเคราะห์และการพัฒนาการออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต

มนต์นัทธ์ เลิศเกียรติดำรงค์

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาสื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
มีนาคม 2553

b00249688

ห้องสมุดงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ
245475

การวิเคราะห์และการพัฒนาการออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต

มนต์นัทธ์ เลิศเกียรติดำรงค์

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ ห้องสมุดงานวิจัย

การค้นคว้าแบบอิสระนี้เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัยเพื่อส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาสื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
มีนาคม 2553

การวิเคราะห์และการพัฒนาการออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต

มนต์นัทธ์ เลิศเกียรติดำรงค์

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาสื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

.....ประธานกรรมการ
อ.ดร. จิตรลดา บุรพรัตน์

.....กรรมการ
อ. อุทิศ อติมานะ

.....กรรมการ
ผศ. ดรุณี ณ ลำปาง

18 มีนาคม 2553

© ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าแบบอิสระในครั้งนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาในการให้คำปรึกษาและคำแนะนำต่างๆ จาก ประธานที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ อ.ดร. จิตรลดา บุรพรัตน์ อ. อุทิศ อติมานะ และ ผศ. ดรุณี ณ ลำปาง กรรมการการค้นคว้าแบบอิสระ ที่กรุณาเสียสละเวลาอันมีค่าให้ความช่วยเหลือ ให้ความรู้ คำแนะนำ คำปรึกษา และตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ตลอดจนชี้แนะแนวทางอันเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาค้นคว้า จนทำให้การค้นคว้าแบบอิสระนี้เสร็จสมบูรณ์ด้วยดี ซึ่งผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ ญาติๆ และเพื่อนทุกคน ที่ได้ช่วยเหลือ ส่งเสริม สนับสนุน และให้กำลังใจในการศึกษาด้วยดีเสมอมา

ขอขอบพระคุณคณาจารย์สาขาวิชาสื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ทุกท่านที่ได้ประสิทธิประสาทวิชาความรู้ให้แก่ผู้ศึกษา ตลอดจนเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องทุกท่านที่ได้อำนวยความสะดวกในการศึกษาเล่าเรียน

ขอขอบพระคุณ พี่สุทธพร อู่อุดมยิ่ง ที่กรุณามอบองค์ความรู้ใหม่ และช่วยชี้แนะแนวทางในการทำการค้นคว้าแบบอิสระได้เริ่มต้นไปในแนวทางที่ถูกต้อง จนทำให้การค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้เสร็จสมบรูณ์

ขอขอบพระคุณ ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่าน ให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ในการค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้

ผู้ศึกษาหวังเป็นอย่างยิ่งว่าการค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนผู้ที่สนใจจะศึกษาในอนาคตต่อไป

ท้ายที่สุดนี้ หากมีสิ่งใดขาดตกบกพร่อง หรือผิดพลาดประการใด ผู้ศึกษาขออภัยเป็นอย่างสูง และผู้ศึกษาหวังว่าการค้นคว้าแบบอิสระนี้จะมีประโยชน์ในด้านอื่นๆ ต่อไป

มนต์นัทธ์ เลิศเกียรติดำรงค์

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ การวิเคราะห์และการพัฒนาการออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต

ผู้เขียน นางสาวมนต์นัทธ์ เลิศเกียรติดำรงค์

ปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ)

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

อ.ดร. จิตรลดา บุรพรัตน์	ประธานกรรมการ
อ. อุทิศ อติมานะ	กรรมการ

245475

บทคัดย่อ

การศึกษาการค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง "การวิเคราะห์และการพัฒนาการออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต" มีวัตถุประสงค์ 2 ประการคือ เพื่อหาข้อสรุปของหลักการพื้นฐานในการออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต ที่มีประสิทธิภาพบนอินเทอร์เน็ต และเพื่อการพัฒนาต้นแบบของ การออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตให้น่าสนใจ

ผลจากการวิจัยในครั้งนี้พบว่า หลักการพื้นฐานในการออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต ที่มีประสิทธิภาพบนอินเทอร์เน็ต มี 7 ประการ ดังนี้ (1) ข้อความที่มีลักษณะจูงใจหรือดึงดูดใจ ที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า เพื่อให้ทำการคลิกที่ป้ายโฆษณา เช่น คำว่า "คลิกด่วน", "กดที่นี่", "ฟรี" เป็นต้น (2) ควรใส่ภาพประกอบต่างๆ ที่ดูน่าสนใจ เกิดอารมณ์ร่วม อาจทำให้รู้สึกความเห็นอกเห็นใจ ความสงสาร ความตลกขบขัน ความตื่นตาตื่นใจ ชวนให้ติดตาม (3) Theme และสีที่ใช้ควรจะโดดเด่น ซึ่งจะสร้างความน่าสนใจได้มากกว่า สีเทา หรือสีดำ แต่อย่างไรก็ตามก็ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมในเนื้อหาโฆษณาที่ใช้ด้วย (4) ขนาดไฟล์ไม่ควรมีขนาดใหญ่จนเกินไป เพราะจะมีผลต่อการแสดงผลที่ช้า (5) ขนาดของแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตมีขนาดมาตรฐาน (468 x 60 พิกเซล) จะทำให้ผู้เข้าเยี่ยมชมสามารถสังเกตเห็นได้ง่าย สามารถพบเห็นได้ทันทีเมื่อมีการเข้ามายังหน้าเว็บไซต์ (6) ทำการทดสอบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตก่อนนำขึ้นจริง จากการใช้โปรแกรม Web Browser ที่แตกต่างกันไหม เช่น Microsoft IE6 , Microsoft IE7, Mozilla Firefox , Safari และ Opera (7) ควรทำการปรับเปลี่ยนแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตบ่อยๆ หรือมีสำรองเอาไว้ล่วงหน้า

245475

เพื่อการพัฒนาต้นแบบการออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตให้น่าสนใจต้องมีส่วนประกอบดังนี้ (1) ส่วนหัวเรื่อง (Head Line) ประเด็นหลักในสิ่งที่นำเสนอ (2) ส่วนหัวเรื่องรอง (Sub Head Line) อธิบายเพิ่มเติมความหมายของหัวเรื่อง (3) ข้อความโฆษณา (Body Copy) เนื้อหารายละเอียดที่จะอธิบายเนื้อความในส่วนหัวเรื่อง (4) คำบรรยายใต้ภาพ (Caption) อธิบายความหมายหรือการสื่อของภาพ (5) ชื่อผลิตภัณฑ์ (Brand Name) ชื่อผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่ใช้เป็นตัวแทนของธุรกิจ (6) คำขวัญ (Slogan) คำที่สะท้อนถึงคุณประโยชน์ของตราผลิตภัณฑ์ของธุรกิจ (7) ส่วนบรรทัดท้าย (Base Line) อาจเป็นผู้ให้การสนับสนุน หรือ ผู้ผลิต (8) ภาพประกอบ (Illustration) (9) การจัดองค์ประกอบ (Layout) เช่น ตัวอักษร (Font) รูปแบบอักษร (Style) ขนาดอักษร (Size) สี (Color) (10) เครื่องหมายการค้า (Brand Logo) (11) เสียงประกอบ (Sound Effect) เช่น เสียงดนตรี (Music) เพลงบรรเลง (Jingle) อย่างไรก็ตาม ในการออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตไม่จำเป็นต้องมีทั้งหมด 11 ข้อ อาจจะมีเท่าที่จำเป็น

จากการศึกษาครั้งนี้ มีการวิจัยการออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตผิดพลาดถึงครั้ง 2 ดังนี้ การออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตครั้งที่ 1 ผิดพลาด เนื่องจากการออกแบบทำการสัมภาษณ์ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และผู้ผลิตผลิตภัณฑ์บายศรี โดยผลิตแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์บายศรี ซึ่งไม่ได้ใช้หลักการออกแบบแต่อย่างใดจึงเกิดการออกแบบที่ผิดพลาด การออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตครั้งที่ 2 ผิดพลาด โดยใช้ผู้เชี่ยวชาญ ทั้ง 5 ท่าน แต่ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่านก็ไม่มีความรู้เรื่องการออกแบบสื่อแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตมากพอและแบบสอบถามก็ไม่มีความละเอียดให้เรื่องของการออกแบบเท่าไร ทำให้ข้อมูลที่ได้มาผู้เชี่ยวชาญตอบตามข้อมูลในแบบสอบถามที่ไม่ละเอียด ผลจึงออกมาผิดพลาด

Independent Study Title Analysis and Development of Banner Design on the Internet

Author Miss Montnutt Lertkiatdamrong

Degree Master of Arts (Media Arts and Design)

Independent Study Advisory Committee

Lect.Dr. Chitrlada Burapharat Chairperson

Lect. Uthit Atimana Member

ABSTRACT

245475

This independent study, Analysis and Development of Banner Design on the Internet, has 2 objectives which are to conclude the fundamental principle of internet banner design which makes an effective internet banner, and to develop the interesting prototype of internet banner design.

The result reveals that there are 7 fundamental principles of internet banner design which are (1) the message must be persuasive or attract the customer to click the banner such as "Click Now!", "Press Here!", or "Free". (2) The picture must be interesting and can make the customer feel sympathize with, amused, or excited. (3) The theme and color of the banner must be prominent which is more attractive than grey or black color. However the theme and color should be compatible with the content of the advertisement. (4) The file size should not be too big because it will slow the banner display. (5) The standard size of the banner is 468 x 60 pixel which will be easy to recognize. (6) The webmaster should test the internet banner before publish by using different web browser such as Microsoft IE6 , Microsoft IE7, Mozilla Firefox , Safari or Opera. (7) The webmaster should design a reserve banner or should change the banner design frequently.

The interesting prototype of internet banner consist of (1) Head line which contain the main idea of the ads, (2) Sub head line which explain the meaning of the head line, (3) Body copy

245475

message which will be a detail of the ads, (4) Picture caption which will explain the meaning of the picture, (5) Product or service brand name (6) Slogan, the word or idiom which tells the usability of the product, (7) Base line might be the sponsor name or the manufacturer name, (8) Illustration, (9) Layout adjustment such as font style, font size, font color, (10) Brand or company logo, (11) Sound effect such as music or jingle sound. Anyway the internet banner design might not consist all of these 11 elements but it should contain the necessary elements.

There were 2 mistakes while the researcher was working on the research which were (1) The 1st internet banner design had been incorrect because of the data which had been collected by interviewing the target group. The target group and also the rice offering producer didn't have a knowledge about design which caused the fault banner design. (2) The 2nd internet banner design had been incorrect because the 5 experts didn't know much about internet banner design and also the questionnaire was not good enough which caused the fault banner design.

สารบาญ

		หน้า
กิตติกรรมประกาศ		ค
บทคัดย่อภาษาไทย		ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ		ฉ
สารบาญตาราง		ญ
สารบาญภาพ		ฏ
บทที่ 1	**บทนำ**	1
	1. ความเป็นมาและความสำคัญ	1
	2. วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
	3. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา	2
	4. ขอบเขตและวิธีวิจัย	2
	5. นิยามศัพท์เฉพาะ	5
	6. สถานที่ที่ใช้ในการดำเนินการวิจัยและรวบรวมข้อมูล	5
บทที่ 2	**แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง**	7
	1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร	7
	1.1 แนวความคิดเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสารอินเทอร์เน็ต	7
	1.2 ทฤษฎีสื่อสารสนเทศ	8
	2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับหลักการสื่อสาร	10
	2.1 ทฤษฎีการสื่อสาร	10
	2.2 แนวความคิดเกี่ยวกับการโฆษณา	14
	2.3 แนวความคิดเกี่ยวกับแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต	20
	3. แนวคิดเกี่ยวกับหลักการออกแบบ	23
	3.1 แนวคิดเรื่ององค์ประกอบของโฆษณาสิ่งพิมพ์	23
	3.2 องค์ประกอบของสื่อแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต	29
	4. ภูมิปัญญาการผลิตบายศรี	41
	5. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	42
	5.1 แนวโน้มสื่อโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตไทยในทศวรรษหน้า	43
	5.2 ทัศนคติและพฤติกรรมผู้บริโภคต่อสื่อโฆษณาออนไลน์	44
	5.3 แนวทางและการออกแบบแบนเนอร์ในเว็บเพจ	45

		หน้า
บทที่ 3	**วิธีการดำเนินการศึกษาค้นคว้า**	46
	ขั้นตอนการวิจัยของแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต ในชิ้นที่ 1 และชิ้นที่ 2	47
	1. กำหนดขอบเขตในการศึกษา	47
	2. การเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล	47
	3. การพัฒนาแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต	48
	4. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาและรวบรวมข้อมูล	50
	5. การวิเคราะห์ข้อมูล สรุปผล และนำเสนอผลงาน	50
	ขั้นตอนการวิจัยของแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต ในชิ้นที่ 3	51
	1. กำหนดขอบเขตในการศึกษา	51
	2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาและรวบรวมข้อมูล	53
	3. การวิเคราะห์ข้อมูล	54
	4. การนำเสนอผลการวิจัย	54
	5. ผลงานการออกแบบ	54
บทที่ 4	**การวิเคราะห์และการพัฒนาการออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต**	55
	1. การวิเคราะห์ข้อมูล	55
	2. การผลิตแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต	58
บทที่ 5	**สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ**	99
	1. หาข้อสรุปของหลักการพื้นฐานในการออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต	99
	2. พัฒนาต้นแบบการออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเตอร์เน็ตให้น่าสนใจ	101
	3. ข้อเสนอแนะที่พบจากงานวิจัย	104
บรรณานุกรม		106
ภาคผนวก		108
	ภาคผนวก ก แบบประเมินแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต	109
	ภาคผนวก ข แบบสอบถามแสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในเรื่องข้อดีของการโฆษณาทางสื่อแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต	112
ประวัติผู้เขียน		125

สารบาญตาราง

ตาราง		หน้า
2.1	การสร้างแบบเพื่อแสดงผลข้ามแพล็ทฟอร์มแสดงค่าความสว่างของภาพ	39
2.2	การเปรียบเทียบการแสดงผลสีเว็บพาเล็ทในรูปแบบต่างๆ	40
3.1	สรุปเนื้อหาจากวรรณกรรมตามแนวคำถามที่ใช้ในแบบสอบถาม	53
4.1	ผลการประเมินประสิทธิภาพแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตโดยผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน	62
4.2	แสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในเรื่องข้อดีของการโฆษณาทางสื่อแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต	68
4.3	แสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในเรื่องข้อเสียของการโฆษณาทางสื่อแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต	70
4.4	แสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในเรื่องประเภทของแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต	71
4.5	แสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในเรื่องข้อดีและข้อเสียของแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตแต่ละประเภท	72
4.6	แสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในเรื่องประโยชน์ของการเลือกใช้แผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตถูกประเภท	75
4.7	แสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในเรื่องขนาดไฟล์ของแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต	76
4.8	แสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในเรื่องขั้นตอนการออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต	77
4.9	แสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในเรื่องความแตกต่างของการออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตแต่ละประเภท	80
4.10	แสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในเรื่องวัตถุประสงค์ของแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต	81
4.11	แสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในเรื่องกลุ่มเป้าหมายของแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต	82
4.12	แสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในเรื่องการนำองค์ประกอบของโฆษณามาใช้กับการออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต	83

สารบาญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
4.13	แสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในเรื่องลักษณะประโยคที่ใช้พาดหัว	84
4.14	แสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในเรื่องขนาดของพาดหัวและข้อความโฆษณา	85
4.15	แสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในเรื่องการใช้คำที่จะทำให้แผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตมีความน่าสนใจมากขึ้น	86
4.16	แสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในเรื่องลักษณะภาพที่ใช้กับการออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต	87
4.17	แสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในการใช้สีเพื่อออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต	88
4.18	แสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในเรื่องวิธีนำเสนอความคิดโฆษณาในการออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตตามแนวทางของสื่อสิ่งพิมพ์	89
4.19	แสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในเรื่องลักษณะของแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตที่ดี	92

สารบาญภาพ

รูป		หน้า
2.1	แบบจำลองพื้นฐานของการสื่อสาร (Basic Communication model)	12
3.1	การแบ่งขั้นตอนการศึกษาของผู้วิจัย	46
3.2	แสดงขั้นตอนการพัฒนาสื่อแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต	48
4.1	โครงร่างแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตของบายศรีหนองป่าครั่งที่ผลิตขึ้น ชิ้นที่ 1	59
4.2	ชิ้นงานที่สำเร็จแล้วของแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตของบายศรีหนองป่าครั่งที่ผลิตขึ้น ชิ้นที่ 1	60
4.3	โครงร่างแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตของบายศรีหนองป่าครั่งที่ผลิตขึ้น ชิ้นที่ 2	63
4.4	ชิ้นงานที่สำเร็จแล้วของแผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตของบายศรีหนองป่าครั่งที่ผลิตขึ้น ชิ้นที่ 2	64
4.5	แผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตที่ผลิตขึ้น ชิ้นที่ 3 การนำเสนอแบบสาธิตเชิงเปรียบเทียบ	93
4.6	แผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตที่ผลิตขึ้น ชิ้นที่ 3 การนำเสนอแบบใช้บุคลิกลักษณะ	94
4.7	แผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตที่ผลิตขึ้น ชิ้นที่ 3 การนำเสนอแบบการแสดงให้เห็นความได้เปรียบของผู้ใช้สินค้า	94
4.8	แผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตที่ผลิตขึ้น ชิ้นที่ 3 การนำเสนอแบบใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงรับรอง	95
4.9	แผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตที่ผลิตขึ้น ชิ้นที่ 3 การนำเสนอแบบสาธิตแบบกราฟิก	96
4.10	แผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตที่ผลิตขึ้น ชิ้นที่ 3 การนำเสนอแบบโชว์จุดเด่นของสินค้า	97
4.11	แผ่นป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตที่ผลิตขึ้น ชิ้นที่ 3 การนำเสนอแบบใช้การ์ตูนเป็นผู้นำเสนอ	97