

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง "แนวทางและการออกแบบแบนเนอร์ในเว็บเพจ" มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อรวบรวมหลักการออกแบบแบนเนอร์ที่มีอยู่ในปัจจุบัน และนำผลการวิจัยมาสรุปเป็นแนวทางการออกแบบแบนเนอร์ของไทย โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามในลักษณะคำถามปลายเปิด และใช้กลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติเป็นนักออกแบบแบนเนอร์ในประเทศไทย ที่มีประสบการณ์ด้านงานโฆษณาสิ่งพิมพ์ หลังจากทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างแล้ว ก็ได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการค้นหาประเด็นที่นักออกแบบเห็นด้วยและไม่เห็นด้วย ต่อแนวคิดในการออกแบบแบนเนอร์ที่ค้นคว้าได้จากเอกสารต่างๆ ทั้งของไทยและของต่างประเทศ พร้อมกับนำเสนอแนวคิดที่ค้นพบเพิ่มเติมซึ่งเป็นความคิดเห็นของนักออกแบบทุกท่าน

ผู้วิจัยได้ตั้งปัญหาคำถามวิจัย และขอบเขตของการวิจัยไว้ดังนี้

1. แนวทางการออกแบบแบนเนอร์ในเว็บเพจสำหรับประเทศไทยเป็นอย่างไร
2. การใช้องค์ประกอบในการออกแบบแบนเนอร์และการออกแบบโฆษณาสิ่งพิมพ์มีความเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร
3. การใช้วิธีการนำเสนอความคิดโฆษณาในสื่อแบนเนอร์และสื่อสิ่งพิมพ์มีความเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลทำให้สามารถสรุปเป็นผลการวิจัยซึ่งตอบประเด็นปัญหาต่างๆ ที่กำหนดไว้ได้ดังนี้

1. แนวทางการออกแบบแบนเนอร์ในเว็บเพจสำหรับประเทศไทยเป็นอย่างไร

จากการศึกษาพบว่าสามารถสรุปแนวทางการออกแบบแบนเนอร์ในเว็บเพจสำหรับประเทศไทยดังมีรายละเอียดตามลำดับหัวข้อดังนี้

- องค์ประกอบในการออกแบบแบนเนอร์

- ขั้นตอนการออกแบบแบนเนอร์
- ประเภทของแบนเนอร์
- ความแตกต่างของการออกแบบแบนเนอร์แต่ละประเภท
- ข้อดี - ข้อเสียของแบนเนอร์แต่ละประเภท
- วัตถุประสงค์ของแบนเนอร์
- กลุ่มเป้าหมายของแบนเนอร์
- วิธีนำเสนอความคิดโฆษณาทางสื่อแบนเนอร์
- ลักษณะของแบนเนอร์ที่ดี
- ข้อเสนอแนะในการออกแบบ
- ข้อดีของการโฆษณาทางสื่อแบนเนอร์
- ข้อเสียของการโฆษณาทางสื่อแบนเนอร์

เมื่อต้องการจะออกแบบแบนเนอร์ นักออกแบบควรจะทำความเข้าใจถึงองค์ประกอบที่จะนำมาใช้ในการออกแบบ และวิธีการเลือกใช้อองค์ประกอบที่เหมาะสมกับแผนงานที่วางไว้ ซึ่งองค์ประกอบของการออกแบบแบนเนอร์ และข้อพิจารณาในการเลือกใช้มีดังนี้

องค์ประกอบของการออกแบบแบนเนอร์

1. พาดหัว
2. ข้อความโฆษณา
3. ภาพประกอบ
4. สัญลักษณ์ของผู้โฆษณา
5. สี
6. เสียง

ข้อพิจารณาในการเลือกใช้อองค์ประกอบ

- สามารถนำเสนอเนื้อหาที่ต้องการได้ครบถ้วน
- สามารถสื่อสารได้ชัดเจนภายในพื้นที่ที่กำหนด
- สื่อสารได้ตรงวัตถุประสงค์

- ดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย
- นำเสนอภาพลักษณ์ของสินค้าที่จะทำการโฆษณาได้อย่างมีเอกลักษณ์
- เลือกใช้องค์ประกอบที่สามารถสร้างแบนเนอร์ได้ภายในขนาดไฟล์ที่กำหนด
- มีความเหมาะสมกับประเภทของแบนเนอร์ที่เลือกใช้
- มีความสอดคล้องกับเนื้อหาและการออกแบบของเว็บเพจที่จะนำแบนเนอร์ไปวาง

และต่อไปนี้จะเป็นการพิจารณาในการเลือกใช้องค์ประกอบแต่ละชนิด

ลักษณะของประโยคที่ใช้เป็นพาดหัว

1. ได้ใจความ
2. ดึงดูด
3. สั้น
4. ให้ความรู้สึกเกี่ยวข้องกับผู้บริโภค
5. เป็นลักษณะคำถาม

ขนาดของพาดหัวที่เหมาะสม

พาดหัวควรมีขนาดประมาณ 48pt ของฟอนท์ CordiaUPC-Bold แพลตฟอร์ม PC (สูงประมาณ 7.5mm หรือ 1 ใน 3 ของความสูงแบนเนอร์)

ขนาดของข้อความโฆษณาที่เหมาะสม

ข้อความโฆษณาคควรมีขนาดประมาณ 32pt ของฟอนท์ CordiaUPC-Bold แพลตฟอร์ม PC (สูงประมาณ 5mm หรือ 1 ใน 4 ของความสูงแบนเนอร์)

คำที่ควรใช้ในพาดหัวและข้อความโฆษณา ซึ่งจะทำให้แบนเนอร์มีความน่าสนใจมาก

ขึ้น

1. Free
2. New
3. Click Here

4. How
5. Why
6. Sex
7. Now
8. You
9. Discount
10. Help
11. Hot
12. Hit
13. For You
14. More
15. Get
16. ซ้ำอด

การใช้ภาพที่เป็นภาพประกอบ ภาพสินค้า และตราสัญลักษณ์ของผู้โฆษณา

1. ภาพมีขนาดไฟล์ไม่ใหญ่เกินกำหนด
2. ในแบนเนอร์ควรมีภาพสินค้า และภาพตราสินค้า เป็นองค์ประกอบอยู่ด้วย
3. ภาพที่ใช้ควรเป็น ภาพสี มากกว่า ภาพขาว-ดำ
4. ภาพที่ใช้ควรเป็น ภาพกราฟฟิก มากกว่า ภาพถ่าย

การใช้สี

ควรใช้สีชุด เว็บไซต์ และมีส่วนเสริมเป็นข้อพิจารณาในการเลือกใช้สีที่อยู่ในชุด เว็บไซต์ ทั้ง 216 สีว่าควรเลือกใช้สีที่เหมาะสมผลิตภัณฑ์ กลุ่มเป้าหมาย และแพลตฟอร์มของคอมพิวเตอร์ที่กลุ่มเป้าหมายใช้

หลังจากที่ได้ทราบวิธีการเลือกใช้อุปกรณ์ประกอบในการออกแบบแล้ว ต่อไปก็จะมาศึกษาถึงขั้นตอนการออกแบบ การแบ่งประเภทของแบนเนอร์และการออกแบบแบนเนอร์แต่ละประเภท รวมไปถึงข้อ

ดี-ข้อเสียของแบนเนอร์แต่ละประเภท เพื่อที่จะได้เลือกใช้แบนเนอร์ให้ถูกประเภทเหมาะสมกับเนื้อหาที่
ต้องการนำเสนอ

ขั้นตอนการออกแบบแบนเนอร์

1. ศึกษาสิ่งที่ต้องการนำเสนอในแบนเนอร์
2. วิเคราะห์จุดเด่น – จุดด้อยของสินค้า
3. กำหนดวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร
4. กำหนดกลุ่มเป้าหมาย
5. กำหนดคอนเซ็ปต์
6. จัดเตรียมข้อมูลที่ต้องการนำเสนอ
7. กำหนดว่าจะออกแบบแบนเนอร์ประเภทใด มีการเคลื่อนไหวหรือไม่
8. เลือกโปรแกรม เทคโนโลยีที่เหมาะสมที่จะใช้สร้างแบนเนอร์
9. จัดลำดับการนำเสนอข้อมูล ทำสตอรี่บอร์ดของการเคลื่อนไหว ในกรณีที่จะมีการเคลื่อนไหว
10. คิดคำพาดหัว และข้อความโฆษณา
11. เลือกภาพที่จะใช้สื่อสาร
12. นำเสนอชื่อสินค้าและสโลแกน
13. กำหนดสี และจำนวนสีที่จะใช้
14. ออกแบบเลย์เอาท์
15. ลงมือสร้างแบนเนอร์
16. ทำการบีบอัดข้อมูลให้เล็ก แต่ยังคงความชัดเจนของเนื้อหา และคุณภาพของสี

จากผลสรุปทั้ง 16 ข้อจะเห็นว่า

ข้อ 1-2 เป็นขั้นตอนการศึกษาสิ่งที่ต้องการจะโฆษณา

ข้อ 3-5 เป็นขั้นตอนการกำหนดแนวทางการออกแบบ

ข้อ 6-9 เป็นขั้นตอนการเตรียมสิ่งที่ต้องใช้ในการออกแบบตามแนวทางที่กำหนดไว้

ข้อ 10-14 เป็นขั้นตอนการลงมือออกแบบแบนเนอร์

ข้อ 15-16 เป็นขั้นตอนการสร้างแบนเนอร์

แบนเนอร์สามารถแบ่งได้เป็น 4 ประเภทดังนี้

1. แบนเนอร์ภาพเคลื่อนไหว คือแบนเนอร์ที่นำเสนอด้วยเทคนิค จีฟ อนิเมชัน
2. แบนเนอร์ภาพนิ่ง คือแบนเนอร์ที่นำเสนอด้วยภาพเพียงภาพเดียว
3. แบนเนอร์แบบฟอร์ม คือแบนเนอร์ที่สร้างด้วย html และมีฟอร์มเป็นส่วนประกอบ
4. แบนเนอร์ที่สร้างด้วยโปรแกรม Flash

ความแตกต่างของการออกแบบแบนเนอร์แบบฟอร์ม

- ผู้ออกแบบต้องมีความรู้ด้าน html เนื่องจากต้องมีการสร้างฟอร์มเพื่อนำเสนอข้อมูล
- ต้องเทียบค่าสีกับการสั่งสีด้วยภาษา html เนื่องจากการสร้างแบนเนอร์ด้วยภาษา html

ความแตกต่างของการออกแบบแบนเนอร์ภาพเคลื่อนไหว

- ต้องคำนึงเรื่องลำดับการนำเสนอ เนื่องจากการใช้ภาพหลายภาพในการนำเสนอ
- ต้องคำนึงเรื่องระยะเวลาในการเปลี่ยนภาพ เพื่อให้เพียงพอต่อการรับสารของผู้ชม
- ต้องคำนึงถึงขนาดไฟล์มากกว่าแบนเนอร์ประเภทอื่น เนื่องจากการใช้ภาพหลายภาพ และโปรแกรมที่ใช้สร้างภาพเคลื่อนไหวนี้ก็ไม่มีส่วนช่วยในการบีบอัดขนาดไฟล์
- การเลือกใช้โปรแกรมที่จะใช้สร้าง เนื่องจากสามารถใช้ได้หลายโปรแกรมขึ้นอยู่กับความถนัดของนักออกแบบ

ความแตกต่างของการออกแบบแบนเนอร์ภาพนิ่ง

- ต้องคำนึงถึงขนาดไฟล์ เนื่องจากสามารถใช้ภาพได้หลายฟอร์แมตซึ่งแต่ละฟอร์แมตมีความเหมาะสมกับลักษณะภาพที่ต่างกัน
- การเลือกใช้โปรแกรมที่จะใช้สร้าง เนื่องจากการสร้างภาพสำหรับใช้ออกแบบแบนเนอร์สามารถสร้างได้จากหลายโปรแกรม

ความแตกต่างของการออกแบบแบนเนอร์ที่สร้างด้วยโปรแกรม Flash

- ต้องคำนึงถึงขนาดไฟล์ เนื่องจากสามารถใช้เทคนิคได้หลากหลาย
- ควรเลือกใช้แบนเนอร์ประเภทนี้กับกลุ่มเป้าหมายที่คาดว่าจะมีปฏิสัมพันธ์ เนื่องจากไม่สามารถรับชมในบราวส์เซอร์ปกติได้

ข้อดีของแบนเนอร์แบบฟอร์ม

- ใช้เวลาแสดงผลไม่นาน เนื่องจากใช้ส่วนประกอบที่สร้างด้วย html จึงทำให้ได้ขนาดไฟล์งานที่เล็ก
- ใช้งานได้ เนื่องจากใช้ส่วนประกอบที่สร้างด้วย html
- ประหยัดพื้นที่ในเซิร์ฟเวอร์ เนื่องจากมีขนาดไฟล์งานที่เล็ก
- นำไปสู่ข้อมูลที่ต้องการจริงๆ เนื่องจากสามารถกรอกหรือเลือกข้อมูลได้ก่อนที่จะทำการคลิก
- ดึงดูดผู้ที่สนใจข้อมูล เนื่องจากแบนเนอร์แบบฟอร์มมักใช้ข้อมูลเป็นเนื้อหาในการนำเสนอ
- ได้ทราบความสนใจเบื้องต้นของผู้ที่คลิก เนื่องจากสามารถกรอกหรือเลือกข้อมูลได้ก่อนที่จะทำการคลิก

ข้อเสียของแบนเนอร์แบบฟอร์ม

- ดูเป็นทางการ เนื่องจากมีส่วนประกอบที่สร้างด้วย html จึงมีลักษณะของการใช้งาน
- ไม่ดึงดูดผู้ใช้ทั่วไป เนื่องจากนำเสนอด้วยข้อมูลเฉพาะสำหรับผู้ที่สนใจจริงๆ
- ผู้ใช้อาจคิดว่าเป็นพื้นที่ของเว็บเพจนั้นๆ ไม่ใช่แบนเนอร์ เนื่องจากมีส่วนประกอบที่สร้างด้วย html ซึ่งเป็นส่วนประกอบเดียวกับกับส่วนประกอบที่ใช้ในการเก็บข้อมูลในเว็บเพจ

ข้อดีของแบนเนอร์ภาพเคลื่อนไหว

- ดึงดูดความสนใจได้ดี เนื่องจากดูมีชีวิตชีวา มีการเคลื่อนไหว
- นำเสนอเนื้อหาได้มาก เนื่องจากสามารถใช้ภาพได้หลายภาพเพื่อการนำเสนอ

ข้อเสียของแบนเนอร์ภาพเคลื่อนไหว

- ต้องระวังความต่อเนื่องของการนำเสนอ เนื่องจากมีการใช้ภาพหลายภาพต่อกัน
- ระยะเวลาที่เปลี่ยนภาพต้องเพียงพอที่ผู้ชมจะรับสารได้ เนื่องจากต้องมีการหยุดภาพให้ผู้ชมอ่านข้อความและดูภาพ
- การเคลื่อนไหวไม่นุ่มนวล เนื่องจากแบนเนอร์ภาพเคลื่อนไหวนั้นสร้างจากโปรแกรมที่ใช้การต่อภาพแบบชนกันภาพต่อภาพ
- ขนาดไฟล์ใหญ่ เนื่องจากมีการใช้ภาพหลายภาพรวมกันเป็น 1 ไฟล์
- อาจก่อความรำคาญให้กับผู้ชมบางกลุ่ม เนื่องจากมีการเคลื่อนไหวเป็นลิ่งดึงดูดความสนใจ อาจทำให้รบกวนการดูข้อมูลในเว็บเพจของคนบางกลุ่ม

ข้อดีของแบนเนอร์ภาพนิ่ง

- นำเสนอสารได้ชัดเจน เนื่องจากไม่มีการเคลื่อนไหว สามารถดูได้นานเท่าที่ต้องการ
- ขนาดไฟล์เล็ก เนื่องจากใช้ภาพเพียงภาพเดียวทั้งนี้ต้องเลือกฟอร์แมตภาพที่เหมาะสมด้วย

ข้อเสียของแบนเนอร์ภาพนิ่ง

- ขาดชีวิตชีวา เนื่องจากไม่มีการเคลื่อนไหว
- นำเสนอเนื้อหาได้น้อย เนื่องจากมีพื้นที่ที่จำกัด (468x60 พิกเซล)
- ไม่ดึงดูดความสนใจ เนื่องจากไม่มีการเคลื่อนไหว

ข้อดีของแบนเนอร์ที่สร้างด้วยโปรแกรม Flash

- เคลื่อนไหวนุ่มนวล เนื่องจากโปรแกรม Flash สามารถสร้างการเชื่อมต่อภาพที่นุ่มนวลได้
- ขนาดไฟล์เล็ก เนื่องจากโปรแกรม Flash สามารถบีบอัดขนาดไฟล์ได้
- ดึงดูดความสนใจได้ดี เนื่องจากมักมีการเคลื่อนไหว และสร้างเทคนิคได้หลากหลาย

ข้อเสียของแบนเนอร์ที่สร้างด้วยโปรแกรม Flash

- ต้องใช้ปลั๊กอิน (Plug-in) ในการชมโฆษณา เนื่องจาก Flash เป็นโปรแกรมเฉพาะซึ่งเบราว์เซอร์ปกติไม่รองรับการแสดงผล

หากศึกษาถึงข้อดี-ข้อเสียของแบนเนอร์ทุกประเภทแล้ว จะทำให้สามารถเลือกใช้แบนเนอร์ได้ถูกต้องเหมาะสม และเกิดประโยชน์ดังนี้

1. เข้าถึงผู้บริโภคได้สะดวกขึ้น เนื่องจากเลือกใช้แบนเนอร์ที่เหมาะสมกับสารที่ต้องการนำเสนอและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย
2. ใช้เวลาในการแสดงผลไม่นาน เนื่องจากเลือกใช้แบนเนอร์ที่มีขนาดไฟล์ที่เหมาะสม
3. ประหยัดพื้นที่ในเซิร์ฟเวอร์ เนื่องจากเลือกใช้แบนเนอร์ที่มีขนาดไฟล์ที่เหมาะสม ซึ่งขนาดไฟล์ที่เหมาะสมของแบนเนอร์ 1 ชิ้น คือ ไม่เกิน 15 K

เมื่อทราบถึงขั้นตอนการออกแบบ และรายละเอียดของแบนเนอร์ประเภทต่างๆ แล้ว สิ่งต่อไปที่ควรทราบเพื่อใช้เป็นแนวทางการออกแบบก็คือ การกำหนดวัตถุประสงค์ของแบนเนอร์ เพื่อที่จะสามารถออกแบบแบนเนอร์ได้ตรงตามความต้องการของโจทย์ ซึ่งวัตถุประสงค์ของแบนเนอร์สามารถแบ่งได้ดังนี้

วัตถุประสงค์ของแบนเนอร์

1. เพื่อสร้างการระลึกถึง
2. เพื่อสร้างการคลิก
3. เพื่อสร้างการระลึกถึงและสร้างคลิก

ซึ่งการออกแบบแบนเนอร์เพื่อสร้างการระลึกถึงนั้นน่าจะเน้นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า เน้นภาพสินค้า และตราสินค้าที่ชัดเจนเพื่อให้เกิดการจดจำได้

ส่วนการออกแบบแบนเนอร์เพื่อสร้างการคลิกนั้นน่าจะเน้นการดึงดูดความสนใจเป็นอันดับแรก โดยการใช้สิ่งล่อใจเช่น นำเสนอของแถม ของสมนาคุณ

เมื่อมีการกำหนดวัตถุประสงค์แล้วก็ต้องมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการจะสื่อสารถึงด้วย เพื่อที่จะเลือกใช้องค์ประกอบต่างๆ ได้เหมาะสม และกลุ่มเป้าหมายยังเป็นตัวกำหนดว่าแบนเนอร์ชิ้นนั้นจะไปอยู่ที่หน้าเว็บเพจได้ด้วย

กลุ่มเป้าหมายของแบนเนอร์มีดังนี้

1. กลุ่มผู้ค้นหาข้อมูล
2. กลุ่มผู้ดูข้อมูล

กลุ่มผู้ค้นหาข้อมูล

มีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตด้วยความตั้งใจหาข้อมูลอย่างใดอย่างหนึ่ง นิยมใช้ เซิร์ชเอนจิน (Search Engine) ในการหาข้อมูล ไม่ค่อยสนใจสิ่งดึงดูดใจที่เสนอตามแบนเนอร์ สนใจแต่ข้อมูลที่ต้องการเท่านั้น มักใช้ชื่อจริงในการติดต่อขอข้อมูลจากเว็บไซต์ต่างๆ ถ้าที่จะทำธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ต มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตค่อนข้างมาก ต้องการความรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล มีความสนใจในข้อมูลที่เป็นตัวหนังสือมากกว่าภาพ

กลุ่มผู้ดูข้อมูล

มีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการพักผ่อน ไม่เจาะจงว่าต้องการรับข้อมูลประเภทใด สนใจสิ่งดึงดูดใจตามแบนเนอร์และลูกเล่นต่างๆ ในเว็บเพจ หากมีข้อมูลที่สนใจก็จะรอดูถ้าไม่ต้องรอนานเกินไป แต่หากต้องกรอกข้อมูลส่วนตัวเพื่อการรับชมข้อมูลนั้นๆ ก็มักจะไม่กรอก หรือกรอกด้วยข้อมูลเท็จ มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตในระดับหนึ่ง มีความสนใจในข้อมูลที่เป็นภาพมากกว่าตัวหนังสือ

หลังจากที่ได้ทราบวิธีการกำหนดวัตถุประสงค์และกลุ่มเป้าหมายแล้ว ต่อไปก็จะมาศึกษาถึงวิธีการนำเสนอความคิดโฆษณาทางสื่อแบนเนอร์ว่าสามารถใช้วิธีใดได้บ้าง และมีข้อพิจารณาอะไรบ้างในการเลือกใช้แต่ละวิธี

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลทำให้สรุปได้ว่าสามารถนำวิธีนำเสนอความคิดโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์มาใช้ในการออกแบบแบนเนอร์ได้ทุกวิธี โดยเรียงลำดับจากวิธีที่มีนัยออกแบบเห็นด้วยมากที่สุดไปถึงน้อยที่สุดได้ดังนี้

1. การสาธิตเชิงเปรียบเทียบ
2. การสาธิตแบบกราฟฟิก
3. การนำเสนอส่วนประกอบเด่นของสินค้า
4. นำเสนอด้วยการแสดงให้เห็นความได้เปรียบของผู้ใช้สินค้า
5. การนำเสนอแบบเปรียบเทียบ
6. การนำเสนอโดยใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงรับรอง
7. การนำเสนอโดยใช้ผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้นำเสนอ
8. การนำเสนอโดยใช้ตัวการ์ตูนเป็นผู้นำเสนอ
9. การนำเสนอแบบอุปมาอุปไมย
10. การนำเสนอโดยใช้บุคลิกลักษณะ
11. การนำเสนอด้วยอารมณ์ขัน
12. การนำเสนอในลักษณะพร้อมใช้งาน
13. การนำเสนอสินค้าในขณะที่กำลังถูกทดสอบ
14. การนำเสนอให้เห็นปัญหาและการแก้ไข
15. การนำเสนอโดยใช้บุคคลธรรมดารับรอง

16. การนำเสนอโดยใช้สัญลักษณ์
17. การสาธิตเชิงปฏิบัติการ
18. การนำเสนอด้วยการแสดงให้เห็นความเสียหายเปรียบของผู้ที่ไม่ได้ใช้สินค้า
19. การนำเสนอโดยใช้ลูกค้าจำนวนมากรับรอง
20. การนำเสนอโดยใช้ลูกค้าที่มีความพิเศษรับรอง
21. การนำเสนอโดยใช้โฆษกเป็นผู้นำเสนอ
22. การนำเสนอโดยใช้บุคคลธรรมดาเป็นผู้นำเสนอ
23. การสาธิตแบบเกินจริง

ข้อพิจารณาในการเลือกใช้วิธีนำเสนอความคิดโฆษณา

- ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย
- ตอบสนองวัตถุประสงค์
- สามารถนำเสนอจุดเด่นของสินค้า เอกลักษณะสินค้า
- เหมาะสมกับน้ำเสียงที่ต้องการใช้ในการนำเสนอ เช่น เชิญชวน โน้มน้าว บอกล่า ฯลฯ
- มีความทันสมัยสอดคล้องกับแฟชั่น ความนิยม สภาพแวดล้อม ที่มีผลต่อผู้บริโภค

หลังจากที่ได้ทำการออกแบบแบนเนอร์ตามแนวทางที่กำหนดแล้ว ก็ถึงขั้นตอนที่จะศึกษาวิธีการตรวจสอบว่าแบนเนอร์ที่ได้นั้นเป็นอย่างไร ซึ่งผลการวิเคราะห์ทำให้สามารถสรุปลักษณะของแบนเนอร์ที่ดีได้ ดังนี้

1. กระชับ
2. ชัดเจน สະดุดตา
3. มีการปฏิสัมพันธ์ มีการเคลื่อนไหว
4. มีประโยชน์กระตุ้นเช่น Click Here
5. นำเสนอความบันเทิงเช่น เกมส์ คำถาม แจกของรางวัล
6. มีความสอดคล้องกับเว็บเพจที่เกิดขึ้นหลังจากมีการคลิก
7. ใช้ภาพธรรมดาเรียบๆ สื่อสารได้ง่าย
8. ไม่บังคับให้ผู้ชมคลิกเพียงอย่างเดียว ควรให้ข้อมูลด้วย

และสุดท้ายคือข้อเสนอแนะในการออกแบบเพื่อทบทวนสิ่งสำคัญที่ควรคำนึงถึงอีกครั้ง

- ควรเปลี่ยนแบนเนอร์อยู่เรื่อยๆ ไม่ควรทิ้งแบนเนอร์ชิ้นเดิมไว้นานจนเกินไป การออกแบบใหม่จะทำให้ผลิตภัณฑ์ดูมีความทันสมัยอยู่เสมอ

- แบนเนอร์ควรนำเสนอข้อมูลที่น่าสนใจ กระชับ ชัดเจน

- แบนเนอร์เป็นหน้าต่างแรกที่จะเรียกผู้ชมให้ติดตามหาข้อมูลต่อ หากผู้ชมมีความสนใจในข้อมูลที่อยู่บนแบนเนอร์ ผู้ชมเหล่านั้นก็มักจะคลิกด้วยตัวเองอยู่แล้ว ดังนั้นในการออกแบบจึงควรทำหน้าที่ให้ดึงดูด สวยงาม นำเสนอข้อมูลที่พอเหมาะ ชัดเจน เข้าใจง่าย และไม่พยายามบังคับให้คนดูคลิกเพียงอย่างเดียว

- การออกแบบแบนเนอร์ควรคำนึงถึงหน้าเว็บเพจที่จะนำแบนเนอร์ไปวางด้วย เพื่อให้การออกแบบของทั้ง 2 ฝ่ายไม่รบกวนกัน

- ศึกษาหาลูกเล่น เทคนิคใหม่ๆ ในการนำเสนอ เพื่อเพิ่มความน่าสนใจให้กับแบนเนอร์

- พิจารณาดำเนินงานในหน้าเว็บเพจที่จะนำแบนเนอร์ไปวางด้วยว่า แบนเนอร์จะถูกเห็นได้ง่ายเพียงใด

- เลือกใช้องค์ประกอบที่ชัดเจน และไม่ก่อความรำคาญให้กับผู้ชม เนื่องจากผู้ชมส่วนใหญ่จะไม่สามารถมองเห็นหน้าจอคอมพิวเตอร์เป็นเวลานานได้ และควรเลือกใช้สีที่สะดุดตาในการอ่านที่สุด

ผลสรุปข้างต้นคือแนวทางการออกแบบแบนเนอร์ในเว็บเพจสำหรับประเทศไทยที่ค้นพบจากการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งนอกจากแนวทางการออกแบบแล้ว การศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ทำการศึกษาถึงข้อดี-ข้อเสียของสื่อแบนเนอร์เอาไว้ด้วย เพื่อที่นักออกแบบจะได้ทราบถึงประสิทธิภาพของสื่อและสามารถใช้เป็นข้อพิจารณาวางแผนการใช้สื่อได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ ผลสรุปข้อดี-ข้อเสียของสื่อแบนเนอร์มีดังนี้

ข้อดีของการโฆษณาทางสื่อแบนเนอร์

1. พาผู้ชมมาชมสินค้าได้ทันที เนื่องจากเป็นสื่อที่สามารถสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้ชมและนำพาผู้ชมไปสู่ข้อมูลที่ต้องการได้
2. กลุ่มเป้าหมายชัดเจน เนื่องจากสามารถเลือกเผยแพร่ในเว็บเพจที่มีกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการผ่านเข้าไปเป็นประจำได้
3. ผู้ชมเห็นภาพและข้อความที่น่าเสนอได้ง่ายและชัดเจน เนื่องจากแบนเนอร์มักถูกวางในตำแหน่งที่เห็นได้ชัดเจนในเว็บเพจ เช่น ด้านบนสุด
4. ทราบจำนวนผู้ชมที่แน่นอน เนื่องจากสามารถนับจำนวนผู้ชมได้จากเซิร์ฟเวอร์ที่แบนเนอร์นั้นๆ ถูกเรียกมาแสดงผล
5. ราคาถูกกว่าสื่อประเภทอื่น
6. เปลี่ยนแปลงข้อมูลให้ทันสมัยได้ทันที
7. สามารถเก็บข้อมูลผู้เข้าชมไว้ใช้ประโยชน์อื่นได้ด้วยโปรแกรมในเซิร์ฟเวอร์
8. นำเสนอได้ตลอด 24 ชั่วโมง

ข้อเสียของการโฆษณาทางสื่อแบนเนอร์

1. ขนาดพื้นที่จำกัด (468x60 พิกเซล)
2. รบกวนการดูข้อมูลในเว็บเพจ เนื่องจากผู้ชมส่วนใหญ่ใช้อินเตอร์เน็ตเพื่อข้อมูลบางอย่างตามที่ตัวเองต้องการ ไม่ได้ใช้เพื่อชมโฆษณา และโฆษณาก็มีส่วนทำให้เว็บเพจแสดงผลได้ช้าลงด้วย
3. ต้องคำนึงถึงขนาดไฟล์ เนื่องจากมีผลต่อการเลือกชมของผู้ชม
4. ไม่สามารถควบคุมสีให้ถูกต้องได้ หากชมโฆษณาจากแพลตฟอร์มที่ต่างกัน

เมื่อทราบถึงแนวทางการออกแบบ และข้อพิจารณาในการเลือกใช้สื่อแบนเนอร์แล้ว ต่อไปจะกล่าวถึงประเด็นคำตอบอีก 2 ข้อ ซึ่งเป็นการเปรียบเทียบการใช้อีเมลประกอบและการใช้วิธีนำเสนอความคิดโฆษณาระหว่างสื่อแบนเนอร์และสื่อสิ่งพิมพ์

2. การใช้อีเมลประกอบในการออกแบบแบนเนอร์และการออกแบบโฆษณาส่งพิมพ์มีความเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเรื่ององค์ประกอบของการออกแบบแบนเนอร์ทำให้สามารถสรุปได้ว่าแบนเนอร์มีความแตกต่างจากโฆษณาสิ่งพิมพ์ในส่วนของการใช้องค์ประกอบในการออกแบบซึ่งแบนเนอร์สามารถเลือกใช้องค์ประกอบในการออกแบบได้มากกว่าโฆษณาสิ่งพิมพ์อยู่ 2 ชนิด คือ สี และ เสียง

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเรื่องลักษณะของพาดหัวในแบนเนอร์พบว่าลักษณะของพาดหัวในแบนเนอร์มีความครอบคลุมลักษณะที่ดีของพาดหัวในสิ่งพิมพ์ทั้งหมด และมีคุณสมบัติเพิ่มเติมคือเป็นลักษณะคำถาม

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเรื่องลักษณะภาพที่ใช้กับการออกแบบแบนเนอร์พบว่า การใช้ภาพในสื่อแบนเนอร์มีความเหมือนและแตกต่างจากสื่อสิ่งพิมพ์ดังนี้

1. แตกต่างจากสิ่งพิมพ์ตรงที่การโฆษณาสิ่งพิมพ์ไม่ต้องควบคุมขนาดไฟล์ภาพเพื่อรักษาเวลาในการแสดงผล เพียงแต่ต้องใช้ภาพที่ชัดเจนสวยงามและสื่อสารได้ชัดเจน มีความสอดคล้องกับพาดหัว
 2. เหมือนกับโฆษณาสิ่งพิมพ์ที่เห็นว่าควรมีภาพสินค้า และภาพตราสินค้า เป็นองค์ประกอบในงาน
 3. เหมือนกับงานโฆษณาสิ่งพิมพ์ที่เห็นว่าภาพสีมีความน่าสนใจมากกว่าภาพขาว-ดำ
 4. แตกต่างจากงานสิ่งพิมพ์ตรงที่งานสิ่งพิมพ์นิยมใช้ภาพถ่ายมากกว่าภาพกราฟฟิก
3. การใช้วิธีการนำเสนอความคิดโฆษณาในการออกแบบแบนเนอร์และการออกแบบโฆษณาสิ่งพิมพ์มีความเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเรื่องการใช้วิธีนำเสนอความคิดโฆษณาทางสื่อแบนเนอร์พบว่าสามารถนำวิธีนำเสนอความคิดโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์มาใช้ในการออกแบบแบนเนอร์ได้ทุกวิธีไม่มีความแตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับสื่อชนิดใหม่ ซึ่งคนไทยยังไม่คุ้นเคยนัก และยังมีผู้ที่ทำการศึกษาอย่างจริงจังในเรื่องการออกแบบมาก่อน ทำให้การค้นหาข้อมูลในเบื้องต้นเป็นไปได้ด้วยความยากลำบาก อีกทั้งการนำเสนอข้อมูลให้กลุ่มตัวอย่างเข้าใจก็ควรต้องใช้การอธิบายที่ค่อนข้างละเอียดเช่นกัน ข้อมูลที่ค้นพบส่วนใหญ่เป็นของนักออกแบบต่างประเทศเป็นหลัก โดยข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบส่วนใหญ่จะหาได้จากการค้นคว้าจากเว็บไซต์ ส่วนข้อมูลที่เป็นเชิงการตลาด จะค้นคว้าได้จากหนังสือ ซึ่งปัญหาที่สำคัญในการรวบรวมข้อมูลก็คือ ความหลากหลายของแหล่งข้อมูลที่ค้นพบ เนื่องจากว่าข้อมูลแต่ละส่วนจะกล่าวถึงการออกแบบแบนเนอร์ในประเด็นย่อยๆ ที่ควรคำนึงถึง ทำให้การค้นหาหลักการในเบื้องต้น ผู้วิจัยต้องปะติดปะต่อข้อมูลที่เกี่ยวข้องกันเข้าด้วยกันด้วยตัวเอง ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการลำดับข้อมูลโดยอิงจากหนังสือแนะนำการออกแบบโฆษณาของไทย เท่าที่จะสามารถสรุปให้เข้ากันได้ ซึ่งในที่สุดแล้วก็ยังขาดข้อมูลในบางส่วนที่เป็นของการออกแบบแบนเนอร์จริงๆ ทำให้การสรุปข้อมูลของการวิจัยในครั้งนี้ จำเป็นต้องใช้หลักการในบางส่วนจากสื่อสิ่งพิมพ์มาช่วยประกอบให้สมบูรณ์ ซึ่งหลักการเหล่านั้นได้รับการรับรองจากผู้ทรงคุณวุฒิแล้วว่า สามารถใช้ร่วมกันได้

สำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยเห็นว่ายังสามารถศึกษาต่อให้ลึกซึ้งขึ้นได้ในประเด็นเดิม อีกทั้งยังสามารถทำการวิจัยประเด็นใหม่ๆ ที่ยังไม่ได้ทำการศึกษาอย่างจริงจังตัวอย่างเช่น การใช้สิ่งดึงดูดใจ (Appeal) ในการออกแบบแบนเนอร์ การออกแบบตามวัตถุประสงค์ของการโฆษณา หรือวิเคราะห์ในองค์ประกอบที่แตกต่างจากสื่อสิ่งพิมพ์อย่างเช่น สี และเสียง เป็นต้น ซึ่งหากต้องการศึกษาเรื่ององค์ประกอบในการออกแบบสื่อแบนเนอร์ ควรใช้คำว่า องค์ประกอบของสื่อ แทนคำว่า องค์ประกอบในการออกแบบ จะสามารถสื่อความหมายถึงสิ่งที่ต้องการศึกษาได้ชัดเจนกว่า และควรกำหนดชื่อเรียกแบนเนอร์ที่สร้างด้วยโปรแกรม Flash เสียใหม่ เช่น แบนเนอร์เทคนิคพิเศษ เป็นต้น เพื่อที่จะไม่เป็นการจำเพาะเจาะจงกับโปรแกรมที่ใช้สร้างจนเกินไป เนื่องจากในอนาคตอาจมีโปรแกรมใหม่ๆ เกิดขึ้นและสามารถสร้างเทคนิคพิเศษแบบ Flash ได้เช่นกัน ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าสื่อนี้ยังมีโอกาสที่จะพัฒนาไปได้อีกยาวไกลด้วยเทคโนโลยีที่พัฒนาขึ้นเรื่อยๆ ทุกวัน เพราะรายละเอียดในหลายๆ ส่วนของสื่อนี้ มักจะมีความเกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี นอกจากนี้การศึกษารายละเอียดต่อไปอาจใช้วิธีการเก็บข้อมูลจากผู้ชมโฆษณา ซึ่งจะทำให้ได้ทราบผลที่เกิดขึ้นกับตัวผู้ชมอย่างแท้จริง และน่าจะสามารถคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างในการเก็บข้อมูลได้เป็นจำนวนมาก