

แนวทางและการออกแบบแบนเนอร์ในเว็บเพจ

นายสุเทพ อู่อุดมยิ่ง

ศูนย์วิทยพัทยากร

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต

สาขานฤมิตศิลป์ ภาควิชาานฤมิตศิลป์

คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2544

ISBN 974-17-0428-3

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

DESIGN METHOD FOR BANNERS IN WEB PAGE

Mr. Suttaporn Oudomying

**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Fine and Applied Arts in Creative Arts**

**Department of Creative Arts
Faculty of Fine and Applied Arts
Chulalongkorn University**

Academic Year 2001


ISBN 974-17-0428-3


หัวข้อวิทยานิพนธ์ แนวทางและการออกแบบแบนเนอร์ในเว็บเพจ
โดย นายสุเทพพร อุ๋อุ๋ดมยั้ง
สาขาวิชา นฤมิตรศิลป์
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร. ศุภกรณ์ ดิษฐพันธ์

คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยนี้เป็น
ส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต

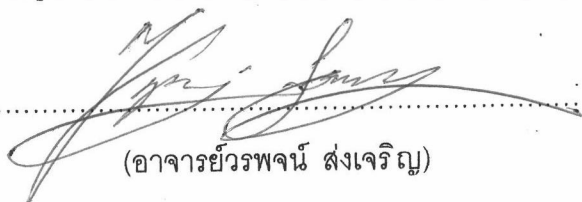

..... คณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ ดร. ชาญฉกรรจ์ พรุ่งโรจน์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


..... ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง)


..... อาจารย์ที่ปรึกษา
(รองศาสตราจารย์ ดร. ศุภกรณ์ ดิษฐพันธ์)


..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์อารยะ ศรีกัลยาณบุตร)


..... กรรมการ
(อาจารย์วราภรณ์ ส่งเจริญ)

สุทธพร อุอุดมยั้ง : แนวทางและการออกแบบแบนเนอร์ในเว็บเพจ. (DESIGN METHOD FOR BANNERS IN WEB PAGE) อ.ที่ปรึกษา : รองศาสตราจารย์ ดร. ศุภกรณ์ ดิษฐพันธุ์, 146 หน้า. ISBN 974-17-0428-3.

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาแนวทางการออกแบบแบนเนอร์สำหรับนักออกแบบเรขศิลป์ไทย วิเคราะห์เปรียบเทียบกับสื่อสิ่งพิมพ์ในส่วนประกอบในการออกแบบและวิธีนำเสนอความคิดโฆษณา โดยศึกษาจากความคิดเห็นของนักออกแบบแบนเนอร์ไทยที่มีต่อแนวคิดในการออกแบบแบนเนอร์ของต่างประเทศและในประเทศที่ค้นพบ และนำแนวทางที่ได้มาเปรียบเทียบกับหลักการออกแบบโฆษณาสิ่งพิมพ์ ระเบียบวิธีการศึกษาที่ใช้คือการวิจัยเชิงคุณภาพจากแหล่งข้อมูล 2 ประเภทคือเอกสารและบุคคล โดยใช้แบบสอบถามในลักษณะคำถามปลายเปิด เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 6 ท่านได้แสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ

ผลการศึกษาวิจัยพบว่า การออกแบบแบนเนอร์ของไทยสามารถใช้แนวคิดในการออกแบบแบนเนอร์ของต่างประเทศเป็นแนวทางได้ ซึ่งเมื่อนำมารวมกับความคิดเห็นเพิ่มเติมของกลุ่มตัวอย่างแล้วสามารถวิเคราะห์เป็นผลสรุปได้ คือ องค์ประกอบที่ใช้ในการออกแบบแบนเนอร์มี 6 ชนิดคือ พาดหัว ข้อความโฆษณา ภาพประกอบ สัญลักษณ์ของผู้โฆษณา สี และเสียง ลักษณะที่ดีของพาดหัวมี 5 ข้อ ขนาดที่เหมาะสมของพาดหัวคือ 48pt ขนาดที่เหมาะสมของข้อความโฆษณาคือ 32pt ควรใช้ภาพกราฟฟีกในการออกแบบมากกว่าภาพถ่าย ควรใช้สีชุดเว็บพาเลทในการออกแบบ ขั้นตอนการออกแบบแบนเนอร์สามารถแยกย่อยได้เป็น 16 ขั้นตอน และมีความแตกต่างกันสำหรับการออกแบบแบนเนอร์แต่ละประเภท แบนเนอร์แบ่งได้เป็น 4 ประเภทคือ แบนเนอร์ภาพเคลื่อนไหว แบนเนอร์ภาพนิ่ง แบนเนอร์แบบฟอร์ม และแบนเนอร์ที่สร้างด้วยโปรแกรม Flash ซึ่งแต่ละประเภทมีข้อดี-ข้อเสียที่แตกต่างกัน วัตถุประสงค์ของแบนเนอร์มี 3 ข้อ กลุ่มเป้าหมายของแบนเนอร์แบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม ข้อดีในการใช้สื่อแบนเนอร์เพื่อการโฆษณามี 8 ข้อ ข้อเสียในการใช้สื่อแบนเนอร์เพื่อการโฆษณามี 4 ข้อ

ในส่วนขององค์ประกอบนั้น สิ่งที่แตกต่างกันจากโฆษณาสิ่งพิมพ์ชัดเจนที่สุดก็คือ แบนเนอร์มีการใช้องค์ประกอบของเสียงร่วมด้วย และในส่วนของวิธีนำเสนอโฆษณาแบนเนอร์สามารถใช้วิธีนำเสนอโฆษณาของโฆษณาสิ่งพิมพ์ได้ทั้งหมด และไม่มีวิธีอื่นใดเพิ่มเติมอีก ปัจจัยสำคัญที่สุดที่ต้องคำนึงถึงเสมอในการออกแบบแบนเนอร์ และเป็นปัจจัยในเกือบทุกขั้นตอนของการออกแบบแบนเนอร์คือเรื่องขนาดไฟล์

ภาควิชา นฤมิตรศิลป์
สาขาวิชา นฤมิตรศิลป์
ปีการศึกษา 2544

ลายมือชื่อนิสิต
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา

4186567035 : MAJOR CREATIVE ARTS

KEY WORD : BANNER DESIGN / ADVERTISING / GRAPHIC / INTERNET

SUTTAPORN OUDOMYING : DESIGN METHOD FOR BANNERS IN WEB PAGE : THESIS

ADVISOR : ASSOC. PROF. SUPPAKORN DISATAPUNDHU, Ph.D., 146 p. ISBN 974-17-0428-3.

The purpose of this study is to research and find a proper method in designing banners for Thai graphic designers. The in depth research focuses on the elements in design and the presentation process (Creative Execution) of the advertisement. The research information are a comparison of view points of Thai banner designers and how they view the methods of banner design in Thailand and from abroad. It also consists of formulation of the survey and comparing the research results with print Advertisements' design method. The process of research includes two methods. The first method is an open question survey that allows the study group, of 6 people, for free opinionated answers. The second method used was an in depth research from documents.

The results of the research on Thai banner design is that the method of design used abroad can be applied and used as a guideline for Thai banners. With additional research from the group study, the researcher can conclude that there are 6 types of elements used in designing a banner: headline, copy, illustration, logo or trademark of the advertiser, color, and sound. When creating an effective headline there are 5 factors that should be considered. An effective point size for a headline is 48 points. The effective point size for the copy is 32 points. Graphic elements should be used more than photographs and the colors used should be from the web palette. The process of creating a banner consists of 16 steps and vary according to what type of banner is to be created. Banners can be separated in 4 different categories: Animated banner, static banner, form banner, and banner created with the Flash program. Each category has both its own advantages and disadvantages. There are 3 reasons for creating a banner. The target segment can be divided into two groups. There are together 8 advantages and 4 disadvantages in using banners for commercial purposes. As for the elements used in banners, a very unique element that is different from printing media is sound. As for the presentation method of banners, they can be presented in the same way as print advertisements. The most important factor in designing banners is the the size of the file should always be kept in mind.

Department CREATIVE ARTS

Field of study CREATIVE ARTS

Academic year 2001

Student's signature

Advisor's signature

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้เป็นอย่างดี ด้วยความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจากหลายๆ ท่านโดยเฉพาะอย่างยิ่ง รองศาสตราจารย์ ดร. ศุภกรณ์ ดิษฐพันธุ์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งได้ให้คำแนะนำต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ ตลอดช่วงเวลาที่ทำการศึกษาวิจัย และต้องขอขอบคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง ผู้ช่วยศาสตราจารย์อารยะ ศรีกัลยณนบุตร และอาจารย์วรพจน์ สงเจริญ ที่ได้ให้คำแนะนำอันเป็นประโยชน์ ตลอดจนสละเวลามาดำเนินการสอบและให้ข้อคิดต่างๆ จนทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์

ขอขอบคุณ อาจารย์วิไล อัครเศษศักดิ์ ที่ทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ได้เริ่มต้น ขอขอบคุณกลุ่มตัวอย่างที่ให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ในการทำวิจัย ขอขอบคุณเพื่อนๆ พี่ๆ ที่ให้คำแนะนำหลายๆ อย่างตั้งแต่งานวิจัยฉบับนี้ยังไม่เป็นรูปเป็นร่างจนกระทั่งถึงวันนี้เสร็จสมบูรณ์ได้ด้วยดี และขอขอบคุณผู้มีพระคุณอีกหลายๆ ท่านที่ไม่ได้เอ่ยนามไว้ ณ ที่นี้ ที่ช่วยให้การศึกษาวิจัยครั้งนี้สำเร็จลงอย่างราบรื่นทุกขั้นตอน

ขอขอบคุณ บิดา มารดา และพี่ๆ ที่ให้โอกาสได้เรียนในสิ่งที่ต้องการ และให้การสนับสนุนจนได้สำเร็จการศึกษาตามที่ตั้งใจไว้

สุทธพร อู่อุดมยิ่ง

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่	
1 บทนำ	1
ปัญหาในการวิจัย	4
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
สมมติฐานของการวิจัย	4
ขอบเขตของการวิจัย	4
วิธีการดำเนินการวิจัยโดยย่อ	5
ประโยชน์ที่จะได้รับ	5
นิยามศัพท์	5
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
แนวคิดเรื่องการออกแบบแบบนอร์	8
แนวคิดเรื่ององค์ประกอบของโฆษณาสิ่งพิมพ์	24
แนวคิดเรื่องวิธีนำเสนอความคิดโฆษณา	31
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	39

สารบัญ (ต่อ)

บทที่		หน้า
3	ระเบียบวิธีวิจัย	40
	แหล่งข้อมูล	40
	วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	40
	กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา	41
	เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	42
	การทดสอบเครื่องมือ	44
	การวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล	44
	ผลงานการออกแบบ	45
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	46
	ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับแบนเนอร์	46
	ข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบแบนเนอร์	56
	การวิเคราะห์แบนเนอร์	76
	ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการออกแบบแบนเนอร์	78
5	สรุปผลการวิจัย	80
	แนวทางการออกแบบแบนเนอร์ในเว็บเพจ	80
	องค์ประกอบที่ใช้ในการออกแบบแบนเนอร์	81
	การเลือกใช้อุปกรณ์ประกอบในการออกแบบแบนเนอร์	81
	ขั้นตอนการออกแบบแบนเนอร์	84
	ประเภทของแบนเนอร์	85
	การเลือกใช้แบนเนอร์	86
	วัตถุประสงค์ของแบนเนอร์	88
	กลุ่มเป้าหมายของแบนเนอร์	88
	วิธีนำเสนอความคิดโฆษณาทางสื่อแบนเนอร์	89
	การเลือกใช้วิธีนำเสนอความคิดโฆษณา	90
	ลักษณะของแบนเนอร์ที่ดี	90

สารบัญ (ต่อ)

บทที่		หน้า
5	ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการออกแบบแบนเนอร์	91
	ข้อดีของการโฆษณาทางสื่อแบนเนอร์	92
	ข้อเสียของการโฆษณาทางสื่อแบนเนอร์	92
	เปรียบเทียบการใช้องค์ประกอบระหว่างการออกแบบแบนเนอร์และการออกแบบ โฆษณาสิ่งพิมพ์	92
	เปรียบเทียบการใช้วิธีนำเสนอความคิดโฆษณาในสื่อแบนเนอร์และสื่อสิ่งพิมพ์	93
	ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป	94
6	สรุปผลการออกแบบ	95
	เว็บไซต์นำเสนอแนวทางการออกแบบแบนเนอร์	95
	ตัวอย่างแบนเนอร์	104
	รายการอ้างอิง	122
	ภาคผนวก	126
	ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์	146

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ตารางแสดงค่ามาตรฐานความสว่างของหน้าจอ ในแต่ละแพลตฟอร์ม	21
2	ตารางแสดงค่าเปรียบเทียบการแสดงผลเว็บพาเลทในรูปแบบต่างๆ	22
3	ความคิดเห็นของนักออกแบบไทยในเรื่องข้อดีของการโฆษณาทางสื่อแบนเนอร์	46
4	ความคิดเห็นของนักออกแบบไทยในเรื่องข้อเสียของการโฆษณาทางสื่อแบนเนอร์...	49
5	ความคิดเห็นของนักออกแบบไทยในเรื่องประเภทของแบนเนอร์	51
6	ความคิดเห็นของนักออกแบบไทยในเรื่องข้อดีและข้อเสียของแบนเนอร์ แต่ละประเภท	52
7	ความคิดเห็นของนักออกแบบไทยในเรื่องประโยชน์ของการเลือกใช้แบนเนอร์ ถูกประเภท	55
8	ความคิดเห็นของนักออกแบบไทยในเรื่องขนาดไฟล์ของแบนเนอร์	56
9	ความคิดเห็นของนักออกแบบไทยในเรื่องขั้นตอนการออกแบบแบนเนอร์	57
10	ความคิดเห็นของนักออกแบบไทยในเรื่องความแตกต่างของการออกแบบแบนเนอร์ แต่ละประเภท	59
11	ความคิดเห็นของนักออกแบบไทยในเรื่องวัตถุประสงค์ของแบนเนอร์	61
12	ความคิดเห็นของนักออกแบบไทยในเรื่องกลุ่มเป้าหมายของแบนเนอร์	63
13	ความคิดเห็นของนักออกแบบไทยในเรื่องการนำองค์ประกอบของโฆษณาลิงคิมพ์ มาใช้ในการออกแบบแบนเนอร์	64
14	ความคิดเห็นของนักออกแบบไทยในเรื่องลักษณะประโยคที่ใช้เป็นพาดหัว.....	67
15	ความคิดเห็นของนักออกแบบไทยในเรื่องขนาดของพาดหัว และข้อความโฆษณา....	68
16	ความคิดเห็นของนักออกแบบไทยในเรื่องการใช้คำที่จะทำให้แบนเนอร์มีความ น่าสนใจมากขึ้น	69
17	ความคิดเห็นของนักออกแบบไทยในเรื่องลักษณะภาพที่ใช้กับการออกแบบ แบนเนอร์	71
18	ความคิดเห็นของนักออกแบบไทยในการใช้สีเพื่อออกแบบแบนเนอร์	72

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
19	ความคิดเห็นของนักออกแบบไทยในเรื่องการนำวิธีนำเสนอความคิดโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์มาใช้ในการออกแบบแบนเนอร์	73
20	ความคิดเห็นของนักออกแบบไทยในเรื่องลักษณะของแบนเนอร์ที่ดี	77



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	ตัวอย่างแบนเนอร์ และไมโครบาร์	2
2	ตัวอย่างพื้นที่โฆษณาในเว็บเพจขนาดต่างๆ และชื่อเรียก	3
3	ตัวอย่างแบนเนอร์แบบฟอร์ม	13
4	ตัวอย่างแบนเนอร์ภาพเคลื่อนไหว	14
5	ตัวอย่างแบนเนอร์ภาพนิ่ง	15
6	สไลเดอร์ปรับค่าสีโหมด อาร์จีบี	20
7	ตัวอย่างงานโฆษณาที่ประกอบไปด้วย หัวเรื่อง ภาพประกอบ ข้อความโฆษณา และตราสินค้า	30
8	โครงสร้างของเว็บไซต์นำเสนอแนวทางการออกแบบแบนเนอร์	95
9	เว็บเพจหน้าแรก (โฮมเพจ) ของเว็บไซต์นำเสนอแนวทางการออกแบบแบนเนอร์	98
10	เว็บเพจหัวข้อที่ 1 ของเว็บไซต์นำเสนอแนวทางการออกแบบแบนเนอร์	99
11	เว็บเพจหัวข้อที่ 2 ของเว็บไซต์นำเสนอแนวทางการออกแบบแบนเนอร์	100
12	เว็บเพจหัวข้อที่ 3 ของเว็บไซต์นำเสนอแนวทางการออกแบบแบนเนอร์	101
13	หน้าต่าง pop-up window ของเว็บเพจหัวข้อที่ 3	102
14	เว็บเพจหัวข้อที่ 4 ของเว็บไซต์นำเสนอแนวทางการออกแบบแบนเนอร์	103
15	ตัวอย่างวิธีการนำเสนอแบบที่ 1 การสาธิตเชิงเปรียบเทียบ	104
16	ตัวอย่างวิธีการนำเสนอแบบที่ 2 การสาธิตแบบกราฟฟิก	105
17	ตัวอย่างวิธีการนำเสนอแบบที่ 3 การนำเสนอส่วนประกอบเด่นของสินค้า	106
18	ตัวอย่างวิธีการนำเสนอแบบที่ 4 การนำเสนอด้วยการแสดงให้เห็นความได้เปรียบ ของผู้ใช้สินค้า	107
19	ตัวอย่างวิธีการนำเสนอแบบที่ 5 การนำเสนอแบบเปรียบเทียบ	108
20	ตัวอย่างวิธีการนำเสนอแบบที่ 6 การนำเสนอโดยใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงรับรอง	109
21	ตัวอย่างวิธีการนำเสนอแบบที่ 7 การนำเสนอโดยใช้ผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้นำเสนอ	109
22	ตัวอย่างวิธีการนำเสนอแบบที่ 8 การนำเสนอโดยใช้ตัวการ์ตูนเป็นผู้นำเสนอ	110
23	ตัวอย่างวิธีการนำเสนอแบบที่ 9 การนำเสนอแบบอุปมาอุปไมย	110

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่		หน้า
24	ตัวอย่างวิธีการนำเสนอแบบที่ 10 การนำเสนอโดยใช้บุคลิกลักษณะ	111
25	ตัวอย่างวิธีการนำเสนอแบบที่ 11 การนำเสนอด้วยอารมณ์ขัน	111
26	ตัวอย่างวิธีการนำเสนอแบบที่ 12 การนำเสนอในลักษณะพร้อมใช้งาน	112
27	ตัวอย่างวิธีการนำเสนอแบบที่ 13 การนำเสนอสินค้าในขณะที่กำลังถูกทดสอบ	112
28	ตัวอย่างวิธีการนำเสนอแบบที่ 14 การนำเสนอให้เห็นปัญหาและการแก้ไข	113
29	ตัวอย่างวิธีการนำเสนอแบบที่ 15 การนำเสนอโดยใช้บุคคลธรรมดารับรอง	113
30	ตัวอย่างวิธีการนำเสนอแบบที่ 16 การนำเสนอโดยใช้สัญลักษณ์	114
31	ตัวอย่างวิธีการนำเสนอแบบที่ 17 การสาธิตเชิงปฏิบัติการ	115
32	ตัวอย่างวิธีการนำเสนอแบบที่ 18 การนำเสนอด้วยการแสดงให้เห็นความเสียเปรียบ ของผู้ที่ไม่ได้ใช้สินค้า	115
33	ตัวอย่างวิธีการนำเสนอแบบที่ 19 การนำเสนอโดยใช้ลูกค้าจำนวนมากรับรอง	117
34	ตัวอย่างวิธีการนำเสนอแบบที่ 20 การนำเสนอโดยใช้ลูกค้าที่มีความพิเศษรับรอง	118
35	ตัวอย่างวิธีการนำเสนอแบบที่ 21 การนำเสนอโดยใช้โฆษกเป็นผู้นำเสนอ	119
36	ตัวอย่างวิธีการนำเสนอแบบที่ 22 การนำเสนอโดยใช้บุคคลธรรมดาเป็นผู้นำเสนอ ...	120
37	ตัวอย่างวิธีการนำเสนอแบบที่ 23 การสาธิตแบบเกินจริง.....	121