

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมา และความสำคัญของการศึกษา

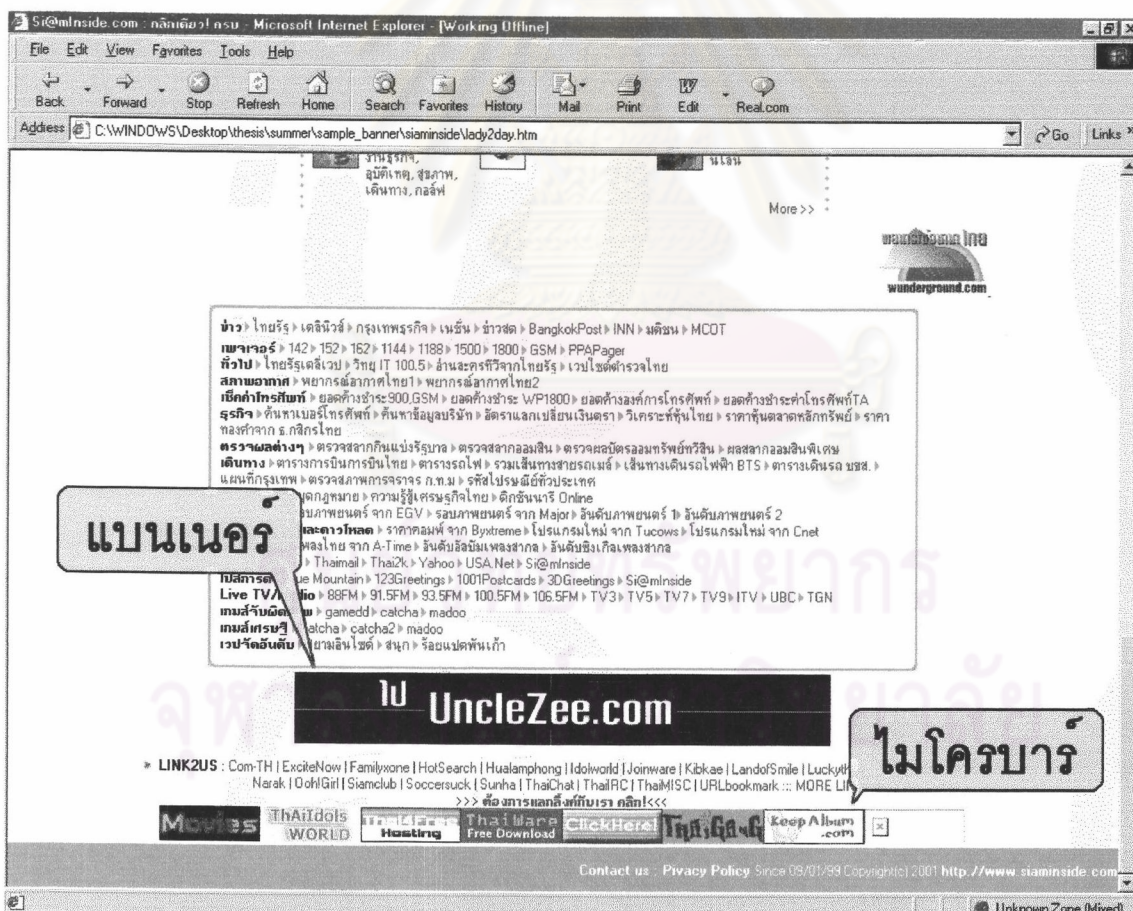
อินเทอร์เน็ตได้เข้ามามีบทบาทกับวงการธุรกิจในการเป็นสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารขององค์กรสู่กลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากเป็นสื่อที่สามารถนำเสนอข้อมูลข่าวสารได้หลากหลายรูปแบบ หรือที่เรียกว่าสามารถนำเสนอข้อมูลในลักษณะมัลติมีเดีย (Multimedia) คือมีทั้งภาพนิ่ง (Image) ภาพเคลื่อนไหว (Animation) วิดีทัศน์ (VDO) เสียง (Sound) และข้อความ (Text) อีกทั้งยังสามารถเผยแพร่ได้กว้างไกลทั่วโลกทุกวันตลอด 24 ชั่วโมง ทำให้เจ้าของธุรกิจต่างๆ มีความสนใจที่จะสร้างเว็บไซต์ของตนเองขึ้นมาเพื่อเป็นช่องทางในการติดต่อกับลูกค้าผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะอย่างยิ่งเจ้าของสินค้าที่ต้องมีการติดต่อกับลูกค้าชาวต่างประเทศเป็นประจำ อีกทั้งภาครัฐก็ให้การสนับสนุนผู้ที่สนใจทำการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตด้วยโครงการต่างๆ ตัวอย่างเช่น “โครงการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อสนับสนุนการส่งออก” ที่สนับสนุนและให้บริการสร้างเว็บไซต์แก่องค์กรที่ต้องการมีเว็บไซต์ของตนเอง เป็นต้น (โสภารวรรณ รัตนจิตรกร, 2542: 2) ทำให้มีเว็บไซต์ของธุรกิจประเภทต่างๆ เกิดขึ้นมากมาย

นอกจากเว็บไซต์เพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตนเองขององค์กรธุรกิจแล้ว ในปัจจุบันก็มีเว็บไซต์ในลักษณะต่างๆ เกิดขึ้นอีกมากมายทั้งที่สร้างโดยองค์กรและสร้างโดยบุคคลทั่วไป เว็บไซต์เหล่านี้บ้างก็ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อการค้าขายสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต บ้างก็เพื่อนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ บ้างก็นำเสนอความบันเทิง ซึ่งทุกคนและทุกองค์กรที่สร้างเว็บไซต์ขึ้นมา ก็ย่อมต้องการให้มีผู้ชมแวะเวียนเข้ามาที่เว็บไซต์ของตน ดังนั้นการทำโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อให้ผู้ชมรู้จักเว็บไซต์ที่กำลังเกิดขึ้นมาใหม่จึงเกิดขึ้น

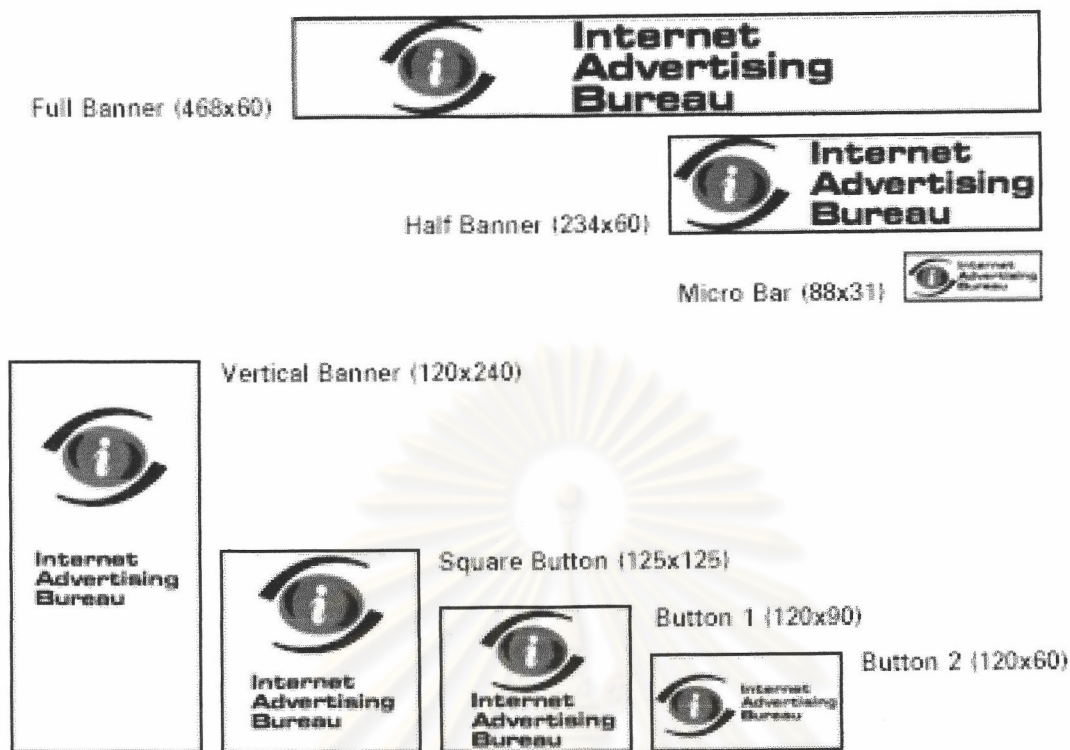
การทำโฆษณาเพื่อให้ผู้ชมที่ผ่านไปมาในเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้รู้จักเว็บไซต์ที่เกิดขึ้นใหม่นั้นมีมากมายหลายวิธี สามารถกระทำได้ทั้งแบบออฟไลน์ (Offline) คือการทำโฆษณาเว็บไซต์ผ่านทางสื่ออื่นๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับอินเทอร์เน็ต เช่น โปสเตอร์ แผ่นพับ โบปปลิว โทรทัศน์ วิทยุ และสามารถกระทำได้แบบออนไลน์ (Online) คือการโฆษณาผ่านทางเว็บไซต์อื่นๆ ที่มีผู้ชมผ่านเข้าไปเป็นประจำอยู่แล้ว ซึ่งการโฆษณาแบบออนไลน์ที่ผู้ประกอบการนิยมใช้มากที่สุด (Adrelevance, 2000: 2) เนื่องจาก

จากว่าประหยัด และให้ผลที่ชัดเจน ก็คือการทำโฆษณาออนไลน์ผ่านสื่อที่เรียกว่า“แบนเนอร์” (Banner)

แบนเนอร์ หรือ ฟูลแบนเนอร์ (Full Banner) คือสื่อโฆษณาประเภทหนึ่ง มีลักษณะเป็นพื้นที่โฆษณาในเว็บเพจ มีขนาด 468x60 พิกเซล (pixel) ซึ่งเป็นขนาดที่นิยมใช้ที่สุด หากเป็นขนาดอื่นก็จะมีชื่อเรียกที่แตกต่างกันไปแต่โดยหน้าที่การใช้งานแล้วจะเหมือนกันคือเป็นพื้นที่โฆษณา เช่น พื้นที่โฆษณาขนาด 88x31 พิกเซล จะเรียกว่าไมโครบาร์ (Micro Bar) เป็นต้น ซึ่งรายละเอียดของพื้นที่โฆษณาขนาดต่างๆ จะถูกกำหนดโดย IAB (Internet Advertising Bureau) เป็นรูปแบบมาตรฐานที่ใช้กันโดยทั่วไป (ดูรายละเอียดเรื่องขนาดของพื้นที่โฆษณาในเว็บเพจได้ในภาคผนวก) ตำแหน่งของแบนเนอร์ในหน้าเว็บเพจโดยส่วนใหญ่แล้วจะถูกวางไว้ที่ด้านบนและด้านล่างของเว็บเพจ และวางอยู่ในหน้าเว็บเพจที่มีเนื้อหาสอดคล้องกับเนื้อหาของแบนเนอร์ (โสภารวรรณ รัตนจิตรกร, 2542: 74)



ภาพที่ 1 ตัวอย่างแบนเนอร์ และไมโครบาร์



ภาพที่ 2 ตัวอย่างพื้นที่โฆษณาในเว็บเพจขนาดต่างๆ และชื่อเรียก

การโฆษณาเว็บไซต์ผ่านทางแบนเนอร์สามารถดึงดูดผู้ชมมาที่เว็บไซต์ได้ในทันทีเนื่องจากเป็นสื่อออนไลน์ และสามารถสร้างปฏิสัมพันธ์ (Interactive) ได้ กล่าวคือ ผู้ชมสามารถคลิก (Click) ที่แบนเนอร์เพื่อเชื่อมโยง (Link) มาที่เว็บไซต์ที่โฆษณาอยู่ได้เลย ซึ่งหากเป็นการโฆษณาออนไลน์ ก็ไม่สามารถทราบได้เลยว่าเมื่อไรที่ผู้ชมโฆษณาออนไลน์นั้นๆ จะเข้ามาชมเว็บไซต์

สำหรับในต่างประเทศ การออกแบบแบนเนอร์แต่ละชิ้นโดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าเป็นแบนเนอร์สำหรับองค์กรใหญ่ๆ จะมีการวางแผนเป็นอย่างดีว่าจะดึงดูดผู้ชมอย่างไร และต้องการให้เกิดการตอบรับอย่างไรจากผู้ชม (Forbes, 2000: 6-10) ดังจะเห็นได้จากหนังสือรวบรวมแบนเนอร์ของต่างประเทศซึ่งในปัจจุบันมีการให้รางวัลเหมือนกันกับผลงานโฆษณาในสื่ออื่นๆ แต่สำหรับในประเทศไทย แบนเนอร์เป็นสื่อใหม่ซึ่งยังไม่มี การคิดค้นหลักการออกแบบไว้ให้เป็นแนวทางสำหรับผู้สนใจอย่างจริงจังเหมือนเช่นสื่ออื่นๆ

การออกแบบแบนเนอร์ที่ดีนั้นจะช่วยกระตุ้นให้ผู้ชมตัดสินใจเข้าชมเว็บไซต์ของป้ายแบนเนอร์นั้นๆ ได้ง่ายขึ้น อีกทั้งควรมีการปรับเปลี่ยนป้ายแบนเนอร์บ่อยๆ เพื่อให้ผู้ชมที่พบเห็นแบนเนอร์มีความรู้สึกว่ามีสิ่งใหม่ๆ เกิดขึ้นอยู่เสมอ ซึ่งจะมีผลต่อการตัดสินใจเข้าชมเว็บไซต์ของแบนเนอร์นั้นๆ

มากขึ้นด้วยจึงทำให้การออกแบบแบนเนอร์จำเป็นต้องทำเป็นประจำเพื่อสร้างความสดใหม่ให้กับแบนเนอร์อยู่เสมอ (โสภาวรรณ รัตนจิตรกร, 2542: 76-77) ซึ่งหากเป็นเช่นนั้นแล้วก็น่าจะมีการค้นหาหลักการออกแบบแบนเนอร์ที่เหมาะสมสำหรับประเทศไทยเช่นเดียวกันกับในสื่ออื่นๆ ที่มีผู้คิดค้นหลักการออกแบบที่เหมาะสมและเผยแพร่ออกสู่สาธารณะแล้วหลายท่าน จึงเป็นที่มาของการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ซึ่งผู้วิจัยคาดว่าผลการวิจัยจะช่วยให้นักออกแบบแบนเนอร์ในปัจจุบัน นักออกแบบที่ทำงานออกแบบในสื่ออื่นๆ รวมไปถึงบุคคลทั่วไปที่มีความสนใจในการออกแบบแบนเนอร์ จะได้ใช้ผลการวิจัยเป็นแนวทางในการออกแบบต่อไป

## ปัญหานำการวิจัย

แนวทางการออกแบบแบนเนอร์ในเว็บเพจสำหรับประเทศไทยเป็นอย่างไร

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อรวบรวมหลักการออกแบบแบนเนอร์ที่มีอยู่ในปัจจุบัน
2. เพื่อนำผลการวิจัยมาสรุปเป็นแนวทางการออกแบบแบนเนอร์ของไทย

## สมมติฐานของการวิจัย

การออกแบบแบนเนอร์มีแนวทางการออกแบบที่เป็นรูปแบบเฉพาะของสื่อแบนเนอร์

## ขอบเขตของการวิจัย

1. ศึกษาจากแนวคิดเรื่องการออกแบบแบนเนอร์ของต่างประเทศและของไทย ตามที่รวบรวมได้เป็นหลักการเบื้องต้น
2. ศึกษาเปรียบเทียบกับงานโฆษณาสิ่งพิมพ์ในส่วนของการใช้องค์ประกอบ และวิธีการนำเสนอความคิดโฆษณา ว่ามีความเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร

## วิธีการดำเนินการวิจัยโดยย่อ

1. รวบรวมข้อมูลเบื้องต้นด้านการออกแบบแบนเนอร์ ที่มีการนำเสนอในสิ่งตีพิมพ์ เว็บไซต์ บทสัมภาษณ์ ทั้งของไทยและของต่างประเทศ
2. สรุปหลักการของการออกแบบโฆษณาสิ่งพิมพ์ในส่วนของการใช้องค์ประกอบ และวิธีการนำเสนอความคิดโฆษณา เพื่อใช้ศึกษาเปรียบเทียบในการค้นหาแนวทางการใช้องค์ประกอบ และวิธีการนำเสนอความคิดโฆษณาของสื่อแบนเนอร์
3. วิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้ โดยนักออกแบบแบนเนอร์ในประเทศไทย เพื่อค้นหาแนวทางการออกแบบแบนเนอร์ของไทย
4. สรุปผลเป็นแนวทางการออกแบบแบนเนอร์ของไทย
5. นำเสนอตัวอย่างแบนเนอร์ประกอบแนวทางที่ค้นพบ
6. จัดทำเว็บไซต์เพื่อการนำเสนอผลงานวิจัย

## ประโยชน์ที่จะได้รับ

ค้นพบแนวทางการออกแบบแบนเนอร์ของไทย เพื่อใช้เป็นแนวทางตรวจสอบ (Check List) แบนเนอร์ที่ดี

## นิยามศัพท์

สื่ออินเทอร์เน็ต หมายถึง เครือข่ายเวิลด์ไวด์ (World Wide Web)

เครือข่ายเวิลด์ไวด์ หมายถึง เครือข่ายคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่ที่นำเสนอข้อมูลตลอด 24 ชั่วโมง โดยแบ่งการนำเสนอข้อมูลออกเป็นกลุ่มๆ ซึ่งเราจะเรียกแต่ละกลุ่มว่า เว็บไซต์

เว็บไซต์ (Web Site) หมายถึง กลุ่มของเว็บเพจซึ่งอยู่ภายใต้ที่อยู่เดียวกัน

เว็บเพจ (Web Page) หมายถึง หน้าจอที่นำเสนอข้อมูลอยู่ในเครือข่ายเวิลด์ไวด์ และมีการจัดสรรพื้นที่บางส่วนเป็นพื้นที่โฆษณา

แบนเนอร์ (Banner) หมายถึง ฟูลแบนเนอร์ (Full Banner) ที่เป็นพื้นที่โฆษณาในเว็บเพจ ขนาด 468 x 60 พิกเซล (pixel) หากเป็นขนาดอื่นก็มีชื่อเรียกที่แตกต่างกันไป แต่โดยหน้าที่การใช้งานแล้วจะเหมือนกันคือเป็นพื้นที่โฆษณา (ดูรายละเอียดเรื่องขนาดของพื้นที่โฆษณาในเว็บเพจได้ในภาคผนวก)

คลิก (Click) หมายถึง กริยาที่ใช้อินเทอร์เน็ตกดปุ่มที่เมาส์ (Mouse)

เชื่อมโยง (Link) หมายถึง ปฏิกริยาของหน้าเว็บเพจหลังจากที่มีการคลิก ซึ่งจะนำพาผู้ที่ทำการคลิกไปสู่ข้อมูลที่ต้องการ

บราวส์เซอร์ (Browser) หมายถึง โปรแกรมท่องอินเทอร์เน็ต



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย