



การออกแบบเว็บไซต์เพื่อสร้างแรงจูงใจในการบริจาคเงินแก่เด็กด้อยโอกาส

โดย

นายฉัตรวิวัฒน์ คำรักษ์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการออกแบบนิเทศศิลป์

ภาควิชาการออกแบบนิเทศศิลป์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2552

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

การออกแบบเว็บไซต์เพื่อสร้างแรงจูงใจในการบริจาคเงินแก่เด็กด้อยโอกาส

โดย

นายธิตวิวัฒน์ ดำรักษ์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการออกแบบนิเทศศิลป์

ภาควิชาการออกแบบนิเทศศิลป์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2552

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

A WEBSITE DESIGN TO PURSUADE DONATIONS TO CHILDREN INNEED

By

Thitiwat Dumrak

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree

MASTER OF FINE ARTS

Department of Visual Communication Design

Graduate School

SILPAKORN UNIVERSITY

2009

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร อนุมัติให้วิทยานิพนธ์เรื่อง “การออกแบบเว็บไซต์เพื่อสร้างแรงจูงใจในการบริจาคเงินแก่เด็กด้อยโอกาส” เสนอโดย นาย ธิติวัฒน์ ดำรงค์ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปมหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบนิเทศศิลป์

.....

(รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริชัย ชินะตั้งกูร)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่.....เดือน..... พ.ศ.....

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์อาวิน อินทร์งษ์
2. อาจารย์อนุชา แสงสุขเยี่ยม

คณะกรรมการตรวจสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิวัฒน์พันธุ์ ครุฑทะเลน)

...../...../.....

..... กรรมการ

(รองศาสตราจารย์พรรณเพ็ญ ฉายปรีชา)

...../...../.....

..... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์อาวิน อินทร์งษ์)

...../...../.....

..... กรรมการ

(อาจารย์อนุชา แสงสุขเยี่ยม)

...../...../.....

49151308 : สาขาวิชาการออกแบบนิเทศศิลป์

คำสำคัญ: การออกแบบเว็บไซต์/ การบริจาคเงิน

ฉัตรวิวัฒน์ คำรักษ์: การออกแบบเว็บไซต์เพื่อสร้างแรงจูงใจในการบริจาคเงินแก่เด็กด้อยโอกาส. อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : ผศ.อาวิน อินทร์ซี่ และ อ.อนุชา แสงสุขเอี่ยม. 140 หน้า.

การออกแบบเว็บไซต์เพื่อสร้างแรงจูงใจในการบริจาคเงินแก่เด็กด้อยโอกาสในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบว่าการออกแบบเว็บไซต์โดยอาศัยการนำเสนอในรูปแบบ Community สามารถสร้างทัศนคติที่ดี เพิ่มความเชื่อมั่นในการบริจาคเงินแก่ผู้บริจาค จนนำไปสู่การบริจาคเงินแก่เด็กด้อยโอกาสได้ โดยใช้วิธีวิจัยเชิงทดลองกับกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานเว็บไซต์จำนวนประมาณ 300 คน และ ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน

ขั้นตอนของการวิจัย วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างสรรคงานออกแบบเว็บไซต์ สร้างงานออกแบบเว็บไซต์โดยมีการปรับแก้ไขจากผู้เชี่ยวชาญ จากนั้นจึงนำไปทดสอบการใช้งานกับกลุ่มเป้าหมายและผู้เชี่ยวชาญด้วยวิธี Online ในลักษณะคล้ายการใช้งานจริง เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามสำหรับกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานเว็บไซต์ และแบบสัมภาษณ์เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลจะพบว่าเหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยากบริจาคเงินให้แก่เด็กด้อยโอกาส คือสามารถร่วมแสดงความคิดเห็นผ่านทาง Blog หรือ Webboard ได้ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานเว็บไซต์เชื่อว่า การหมุนเวียนของข้อมูลต่างๆ ที่ผู้ใช้งานท่านหนึ่งเป็นผู้นำเสนอ เกิดการชักจูงให้ผู้ใช้งานอีกหลายๆ ท่าน ร่วมแสดงความคิดเห็นหรือบอกต่อ เป็นสิ่งดึงดูดให้ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตเข้ามาสู่เว็บไซต์บ่อยมากขึ้น ความน่าเชื่อถือของตัวเว็บไซต์นั้น เป็นปัจจัยที่สำคัญยิ่งต่อการตัดสินใจของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานเว็บไซต์ว่าจะให้การบริจาคหรือไม่

ซึ่งผลการวิจัยสามารถตอบสมมุติฐานที่ตั้งไว้ได้นั้นคือ งานออกแบบเว็บไซต์ โดยอาศัยการนำเสนอในรูปแบบ Community ซึ่งเป็นเว็บไซต์ในลักษณะที่เป็นชุมชนออนไลน์ จะสามารถสร้างแรงจูงใจและกระตุ้นให้เกิดการบริจาคได้

ภาควิชาการออกแบบนิเทศศิลป์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ปีการศึกษา 2552
ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ 1. 2.

49151308 : MAJOR : VISUAL COMMUNICATION DESIGN

KEY WORD : WEBSITE DESIGN / DONATIONS

THITIWAT DUMRAK : WEBSITE DESIGN TO PURSUADE DONATIONS TO CHILDREN INNEED. THESIS ADVISORS : ASST.PROF.ARWIN INTRUNGSI AND ANUCHA SANGSUKAIM. 140 pp.

The purpose of the research named "Website design to build motivation in donating to underprivileged children" was to experiment with Online Community Website Design in order to evaluate whether the mentioned website was able to create positive attitude and enhance the website users' confidence in donation leading to the decision on supporting to underprivileged children.

This research was an experimental research which tested with 300 samples who were the website users and 5 experts.

The steps of research were: 1) analyzed data to use it as the way to design website. 2) Created website and revised it as the experts commented. 3) Tested the website with the users and the experts by running the online website as real use.

The data was collected by questionnaires for the website users and the interview guide for gathering information from the experts. The results of this research showed that most samples desired to donate to underprivileged children if they could participate in giving their opinions via blog or web board; the reason was that the samples believed that the dynamic information which a user posted could influence the other users to show their opinions or to spread by word-of-mouth. As a result, it attracted the website users to visit the website more frequently. The credibility of website is the most significant factor for the decision on donation.

According to the results of this research, the hypothesis was correct, that is, the Online Community Website could build motivation and encourage the website users to donate for underprivileged children.

Department of Visual Communication Design Graduate School, Silpakorn University Academic Year 2009
Student's signature
Thesis Advisors' signature 1. 2.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดีด้วยความอนุเคราะห์จากอาจารย์ที่ปรึกษา
วิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์อาวิน อินทร์ซี่ และ อาจารย์อนุชา แสงสุขเอี่ยม ที่ได้เสียสละ
เวลาและชี้แนะแนวทางในการทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้อย่างมาก

ขอขอบคุณผู้เชี่ยวชาญทุกท่านที่เสียสละเวลาและให้ข้อคิดเห็นและข้อมูลในการทำ
วิทยานิพนธ์

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยน้อมรำลึกถึงคุณบิดามารดา คณาจารย์ และเพื่อนพี่น้องรุ่น 9 สาขา
ออกแบบนิเทศศิลป์ที่สนับสนุนช่วยเหลือและเป็นกำลังใจแก่ผู้วิจัยตลอดมา รวมทั้งอีกหลายๆ
ท่านที่มีได้เอ่ยนามไว้ ณ ที่นี้ ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในความเอื้อเฟื้อ ทำให้งานวิจัยครั้งนี้ให้
บรรลุวัตถุประสงค์ได้ด้วยดี

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญภาพ.....	ฎ
สารบัญแผนภูมิ.....	ฏ
บทที่	
1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	2
สมมติฐานของการศึกษา.....	2
ขอบเขตของการศึกษา.....	3
ขั้นตอนของการศึกษา.....	3
ข้อจำกัดของการศึกษา.....	3
นิยามคำศัพท์เฉพาะ.....	4
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	5
ข้อมูลเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตและการออกแบบเว็บไซต์.....	5
ความหมายและความเป็นมาของอินเทอร์เน็ต.....	5
ประโยชน์ของอินเทอร์เน็ต.....	6
การเข้าสู่ระบบอินเทอร์เน็ต.....	6
บริการบนอินเทอร์เน็ต.....	7
ลักษณะต่างๆ ของเว็บไซต์.....	10
กระบวนการในการออกแบบเว็บไซต์.....	10
การออกแบบเว็บเพจ.....	18
สีสำหรับเว็บเพจ.....	22
กราฟิกสำหรับเว็บไซต์.....	25

บทที่	หน้า
สื่อประสมในเว็บเพจ.....	30
การค่านิ่งถึงขนาดไฟล์ในเว็บเพจ.....	35
การใช้ตัวอักษรบนเว็บเพจ.....	37
การออกแบบให้เหมาะสมกับผู้เข้าชม.....	41
ซอฟต์แวร์ที่ใช้ในการออกแบบเว็บไซต์.....	42
บล็อก (Blog)	43
เว็บบอร์ด (Webboard)	44
ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติ และพฤติกรรมผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต.....	46
ทัศนคติสังคมออนไลน์	46
พฤติกรรมของผู้ใช้งานเว็บไซต์.....	48
จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย.....	49
องค์กรด้านการรับบริจาคเพื่อเด็กด้อยโอกาส.....	51
ประวัติความเป็นมา.....	51
วัตถุประสงค์.....	52
พันธกิจ.....	52
โครงการในปัจจุบันของมูลนิธิ.....	53
เว็บไซต์ปัจจุบันขององค์กร.....	55
องค์กรอื่นๆ ที่มีส่วนรับบริจาคเงิน.....	61
3 ระเบียบวิธีการวิจัย.....	63
การศึกษาภาคเอกสารและภาคสนาม.....	63
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	63
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	64
ข้อมูลบุคคล.....	64
พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต.....	66
ทัศนคติเกี่ยวกับการบริจาคเงินแก่เด็กด้อยโอกาส.....	68
ความคาดหวังเกี่ยวกับตัวเว็บไซต์.....	71
ผลงานออกแบบ.....	73
การสร้างกลยุทธ์ในการออกแบบ.....	73

บทที่		หน้า
	การกำหนดขอบเขตข้อมูล.....	76
	การจัดทำโครงสร้างข้อมูล.....	76
	การออกแบบรูปลักษณะของเว็บเพจ.....	77
	การออกแบบตราสัญลักษณ์ของเว็บไซต์	78
	การออกแบบเว็บไซต์.....	80
	แบบร่าง	82
	งานออกแบบ.....	89
	ทดสอบผล.....	100
4	ผลการวิจัย.....	103
	ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานเว็บไซต์	103
	ข้อมูลส่วนบุคคล.....	103
	ข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบ.....	105
	ข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญในด้านการออกแบบเว็บไซต์.....	112
5	สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ.....	117
	สรุปผลการวิจัย.....	117
	ปัญหาที่พบ.....	118
	ข้อเสนอแนะ.....	119
	ข้อสังเกต.....	120
	บรรณานุกรม.....	122
	ภาคผนวก.....	124
	ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลผู้ใช้งานเว็บไซต์.....	125
	ภาคผนวก ข แบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานเว็บไซต์.....	130
	ภาคผนวก ค แบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ.....	135
	ประวัติผู้วิจัย.....	140

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ตารางแสดงข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง.....	64
2	ตารางแสดงข้อมูลพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่าง.....	66
3	ตารางแสดงข้อมูลที่สนใจเกี่ยวกับการบริจาคเงินของกลุ่มตัวอย่าง.....	69
4	ตารางแสดงข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบ.....	72
5	ตารางการกำหนดขอบเขตข้อมูลของเว็บไซต์.....	76
6	ตารางแสดงการให้คะแนนจากผู้เชี่ยวชาญ.....	112
7	ตารางค่าคะแนนเฉลี่ยจากผู้เชี่ยวชาญ.....	113
8	ตารางเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยจากผู้เชี่ยวชาญ กับกลุ่มตัวอย่าง.....	120

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	ภาพแสดงการจัดลำดับหัวข้อในเว็บไซต์.....	12
2	ภาพแสดงการจัดรูปแบบเว็บไซต์แบบเรียงลำดับ.....	13
3	ภาพแสดงการจัดรูปแบบเว็บไซต์แบบตาราง.....	13
4	ภาพแสดงการจัดรูปแบบเว็บไซต์แบบลำดับชั้น.....	14
5	ภาพแสดงการจัดรูปแบบเว็บไซต์แบบเว็บหรือแบบเชื่อมโยง.....	14
6	การกำหนดตำแหน่งที่แน่นอนให้กับองค์ประกอบต่างๆ ในเว็บเพจ.....	17
7	แบบตัวอักษรของไมโครซอฟท์ในขนาด 12 พ้อยท์ แสดงผลบนวินโดว์ และแมคอินทอช.....	40
8	ภาพแสดงบริเวณที่เหมาะสมในการออกแบบบนจอขนาด 800 x 600	42
9	ภาพแสดงสัดส่วนพื้นที่ที่ผู้ใช้คลิกเพื่อเลือกชมข้อมูลมากที่สุด เมื่อแบ่งพื้นที่หน้าเว็บออกเป็น 5 ส่วน.....	49
10	จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยตั้งแต่ปี ค.ศ. 1991 – 2007.....	50
11	ภาพแสดงการใช้งานหมวดหลักของเว็บไซต์.....	50
12	หน้าแรกของเว็บไซต์ มูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทย.....	57
13	หน้าภายในของเว็บไซต์ มูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทย.....	58
14	หน้าร่วมบริจาค.....	59
15	หน้าแสดงรายละเอียดของการชำระเงินออนไลน์.....	60
16	เว็บไซต์ศูนย์รับบริจาคออนไลน์โดยมูลนิธิอินเทอร์เน็ตร่วมพัฒนาไทย..	61
17	หน้าภายในของเว็บไซต์ศูนย์รับบริจาคออนไลน์โดยมูลนิธิอินเทอร์เน็ต ร่วมพัฒนาไทย.....	62
18	หน้าภายในของเว็บไซต์ศูนย์รับบริจาคออนไลน์โดยมูลนิธิอินเทอร์เน็ต ร่วมพัฒนาไทย.....	62
19	ภาพโครงสร้างข้อมูลแบบลำดับชั้นในเว็บไซต์ Community ของมูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทย.....	77
20	ภาพแบบร่างตราสัญลักษณ์ของเว็บไซต์ Community ของมูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทย.....	78

ภาพที่		หน้า
21	ภาพตราสัญลักษณ์ของเว็บไซต์ Community ของมูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทย.....	79
22	ภาพแนวความคิดของเว็บไซต์.....	80
23	แบบตัวอักษรที่ใช้งานในเว็บไซต์.....	78
24	งานออกแบบครั้งที่ 1 – หน้าแรก.....	82
25	งานออกแบบครั้งที่ 1 – หน้าข่าวและกิจกรรม.....	84
26	งานออกแบบครั้งที่ 1 – หน้าบล็อก.....	85
27	งานออกแบบครั้งที่ 1 – หน้าเว็บบอร์ด.....	86
28	ผลงานออกแบบ – หน้าแรก.....	89
29	ผลงานออกแบบ – หน้ารวมข่าวและกิจกรรม.....	92
30	ผลงานออกแบบ – หน้ารายละเอียดข่าวหรือกิจกรรม.....	93
31	ผลงานออกแบบ – หน้ารวมบทความ.....	94
32	ผลงานออกแบบ – หน้าแสดงบทความ.....	95
33	ผลงานออกแบบ – หน้าผู้สร้างบทความ.....	96
34	ผลงานออกแบบ – หน้าสร้างบทความ.....	97
35	ผลงานออกแบบ – หน้ารวมกระทู้.....	98
36	ผลงานออกแบบ – หน้าแสดงกระทู้.....	99

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การพัฒนาของประเทศไทยในปัจจุบัน ทำให้สภาพความเป็นเมืองมีการขยายตัวมากยิ่งขึ้นและประชากร ซึ่งหมายรวมถึงเด็กและเยาวชนก็มีการย้ายถิ่นจากชนบทเข้าสู่เมืองมากขึ้นด้วยเช่นกัน การเข้ามาใช้ชีวิตในสังคมเมืองโดยขาดการเตรียมตัวของหลายครอบครัว ซึ่งต้องอาศัยอยู่ท่ามกลางสิ่งแวดล้อมที่ไม่ดีและไม่ถูกสุขลักษณะนัก อีกทั้งยังต้องคอยปรับตัวให้เข้ากับสภาพชีวิตใหม่และความกดดันทางเศรษฐกิจ ย่อมเป็นแรงผลักดันให้เกิดปัญหาครอบครัวอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ หลายครอบครัวต้องอยู่ในสภาพแตกแยก เด็กขาดการดูแลเอาใจใส่ ต่างคนต่างต้องดิ้นรนต่อสู้ชีวิต

เด็กซึ่งควรจะได้รับการดูแลเลี้ยงดูเพื่อให้เป็นทรัพยากรมนุษย์ที่มีค่าต่อสังคมต่อไป กลับถูกเอารัดเอาเปรียบ ถูกกดขี่ข่มเหงและถูกทอดทิ้ง อันเป็นผลให้เด็กเหล่านี้สูญเสียโอกาสที่จะได้รับบริการขั้นพื้นฐานจากรัฐหรือสังคม และกลายเป็นเด็กด้อยโอกาส ต้องตกอยู่ในภาวะยากลำบากในที่สุด

จากการศึกษาของหน่วยงานต่างๆ พบว่าเด็กด้อยโอกาสทั้งหมดดำเนินชีวิตเพียงเพื่อให้ตน มีชีวิตอยู่รอด มีอาหารกิน มีเงินใช้ เป็นสิ่งที่ถูกต้องสำหรับตนเอง เพราะนั่นได้บรรลุเป้าหมายความสุข แห่งชีวิตแล้ว แต่การกระทำเช่นนั้นหลายกรณีเบี่ยงเบนไปจากมาตรฐานของสังคม เช่นการขายบริการทางเพศเพื่อเอาเงินมาใช้จ่าย รวมทั้งเพื่อเสพสารเสพติดต่าง ๆ การลักเล็กขโมยน้อย การเกะกะเกร และการเล่นการพนัน เป็นต้น สภาพดังกล่าวเป็นวงจรที่ไร้จุดจบ ซึ่งหากไม่ป้องกันแก้ไขก็จะทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น มีผู้ให้ความหมายของคำว่า เด็กด้อยโอกาสไว้เป็นจำนวนมาก และมีการเรียกชื่อแตกต่างกันออกไป เช่น เด็กด้อยโอกาส เด็กในสภาวะยากลำบาก เป็นต้น และบางกรณีได้มีการระบุลักษณะเฉพาะของกลุ่มเป้าหมายเด็ก เช่น เด็กเร่ร่อน เด็กถูกละเมิดสิทธิ เด็กถูกใช้แรงงาน ฯลฯ ซึ่งเด็กเหล่านี้ไม่เพียงอยู่ในสภาวะที่ไม่เหมาะสม ประสบความยากลำบาก และไม่ได้รับการดูแลเอาใจใส่จากสังคมเท่านั้น แต่ยังเป็นผู้ที่ขาดโอกาสทางการศึกษาที่พอเหมาะแก่สภาพของตนด้วย ดังนั้น เด็กด้อยโอกาสทุกคนสมควรที่จะได้รับการพัฒนาตามศักยภาพได้รับสิทธิขั้นพื้นฐานและ การคุ้มครองให้พ้นจากการถูกเอารัดเอาเปรียบจากบุคคลและสังคม

ในปัจจุบัน การใช้อินเทอร์เน็ตแพร่หลายในสังคมเพิ่มมากขึ้น สื่ออินเทอร์เน็ตกลายเป็นสื่อกลางในการติดต่อสื่อสาร การค้นหาข้อมูลและการทำธุรกรรมอื่นๆ เป็นไปโดยง่ายและสะดวก เว็บไซต์ในรูปแบบต่างๆ เกิดขึ้นอย่างมากมาย รวมไปถึงเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลและรับบริจาคสำหรับเด็กด้อยโอกาส โดยมีกลุ่มผู้ใช้งานคือผู้มีจิตกุศล ต้องการบริจาคเงินหรือสิ่งของเพื่อช่วยเหลือ แต่ไม่มีเวลา และไม่ทราบช่องทางการบริจาคผ่านทางอินเทอร์เน็ตทำให้ผู้บริจาคไม่จำเป็นต้องเดินทางไปยังองค์กร การกุศล เพียงคลิกบริจาคผ่านทาง เว็บไซต์โดยกรอกข้อมูลรายละเอียดบัตรเครดิต

เว็บไซต์รับบริจาคสำหรับเด็กด้อยโอกาสส่วนใหญ่ ไม่ได้ให้ความสำคัญกับยุทธวิธีหรือรูปแบบ การนำเสนอมากไปกว่าการใช้ข้อความเชิญชวนแบบธรรมดา การนำเสนอแบบเข้าไปปรับใช้เพื่อ เสริมสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้บริจาคเงินกับเด็กด้อยโอกาส เพิ่มแรงจูงใจแก่ผู้บริจาคเงิน ทำให้เกิด ความสนใจ ความประทับใจ ความน่าเชื่อถือ หรือทำให้เกิดการกระตุ้นทางความคิด และการตัดสินใจ ได้อย่างรวดเร็วมากยิ่งขึ้น เนื่องจากผู้บริจาคสามารถบริจาคได้ทันทีเมื่อต้องการ นอกจากนี้ยังเป็นการ สร้างมุมมองใหม่ให้แก่ผู้ที่ต้องการบริจาคเงินผ่านทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งอาจเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพ ในการรับบริจาคเงินผ่านทางเว็บไซต์ได้อีกทางหนึ่งด้วย

โดยอาศัยกระบวนการทางการออกแบบและความสามารถของโปรแกรมที่นำมาปรับใช้ ทำให้ ผู้บริจาคเงินผ่านอินเทอร์เน็ต ไม่เพียงแต่เข้ามากรอกข้อมูลกรอกรายละเอียดบัตรเครดิตเท่านั้น ยัง สามารถมีปฏิสัมพันธ์กับกิจกรรมต่างๆ ที่ถูกวางไว้เพื่อเป็นตัวแทนของเหล่าเด็กด้อยโอกาส ไม่ใช่เพียง แค่บริจาคเงินแต่ยังเป็นการแสดงความรักและการดูแลเอาใจใส่ สร้างความผูกพันและกระตุ้นให้ผู้ บริจาคเงินอยากติดตามผลความเป็นไปของกิจกรรม เข้ามาเยี่ยมชมและให้การบริจาคเงินบ่อยมากขึ้น

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาและออกแบบเว็บไซต์เพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจและกระตุ้นให้เกิดการบริจาคเงินแก่เด็กด้อยโอกาสผ่านทางอินเทอร์เน็ตบ่อยมากขึ้น

สมมติฐานของการศึกษา

งานออกแบบเว็บไซต์ โดยอาศัยการนำเสนอในลักษณะที่เป็นชุมชนออนไลน์ (Community) จะสามารถสร้างแรงจูงใจและกระตุ้นให้เกิดการบริจาคได้

ขอบเขตของการศึกษา

เนื่องจากเว็บไซต์สำหรับการรับบริจาคนั้นมีขึ้นเพื่อหลายกลุ่มองค์กรและหลายรูปแบบ การบริจาค ผู้วิจัยเลือกออกแบบเฉพาะเว็บไซต์ของมูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทย ในส่วนของ Community เท่านั้น เนื่องจากมูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทย เป็นองค์กรที่น่าเชื่อถือและมีเว็บไซต์ขององค์กรที่แสดงข้อมูลเพียงพอ มีการจัดระบบการรับบริจาคเงินอย่างชัดเจน จึงเป็นช่องทางเหมาะสมที่จะส่งเสริมให้เว็บไซต์มีประสิทธิภาพมากขึ้น

ขั้นตอนของการศึกษา

1. ศึกษาข้อมูลจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แหล่งข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต เอกสารทางวิชาการ บทความ สรุปเนื้อหาแบ่งเป็นหัวข้อหลักๆ ได้ดังนี้
 - 1.1 ข้อมูลเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตและการออกแบบเว็บไซต์
 - 1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติ และพฤติกรรมผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต
 - 1.3 ข้อมูลเกี่ยวกับองค์กรด้านการรับบริจาคเพื่อเด็กด้อยโอกาส
2. วิเคราะห์ข้อมูล เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างสรรค์งานออกแบบเว็บไซต์
3. สร้างงานออกแบบเว็บไซต์โดยมีการปรับแก้ไขจากผู้เชี่ยวชาญ
4. ทดสอบการใช้งานกับกลุ่มเป้าหมายและผู้เชี่ยวชาญโดยการ Online ในลักษณะคล้ายการใช้งานจริง เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม
5. วิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้จากการใช้งานและผลที่ได้จากการทดสอบ
6. สรุปผลการศึกษา ปัญหาและข้อเสนอแนะ

ข้อจำกัดของการศึกษา

เนื่องจากข้อมูลด้านการบริจาคเงินทางอินเทอร์เน็ตเป็นข้อมูลปกปิดขององค์กร ด้วยเหตุผลด้านความปลอดภัยแก่ผู้บริจาคเงินและตัวองค์กรเอง การสร้างงานออกแบบใดๆ ที่เข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับขั้นตอนการบริจาคเงินผ่านทางอินเทอร์เน็ต จึงไม่สามารถทำได้ การออกแบบครั้งนี้ จึงเน้นไปที่การสร้างแรงจูงใจและกระตุ้นให้เกิดการบริจาคเงินแก่เด็กด้อยโอกาสผ่านทางอินเทอร์เน็ตบ่อยมากขึ้น

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. เว็บไซต์ (Web Site) หมายถึง กลุ่มของเว็บเพจในหน่วยงานเดียวกัน ที่เชื่อมโยงกันด้วยระบบไฮเปอร์ลิงค์ ในแต่ละเว็บไซต์ประกอบด้วยเว็บเพจหลายๆ หน้าและเก็บไว้ใน Internet Server ดังนั้นจึงอาจเรียก Internet Server นี้ว่าเว็บไซต์ โดยในแต่ละ Internet Server นั้นสามารถมีได้หลายเว็บไซต์

2. เว็บเพจ (Web Page) หมายถึง ชุดของเอกสารที่เกี่ยวข้องกันในเวปไซต์เว็บหรือในระบบไฮเปอร์เท็กซ์ (Hypertext) ที่ใช้เป็นสื่อในการนำเสนอข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตซึ่งจะต้องอาศัยบราวเซอร์ในการแสดงผล

3. โฮมเพจ (Home Page) หมายถึง หน้าแรกของเว็บไซต์ที่ผู้ใช้จะได้พบก่อนเมื่อเปิดเข้าไปในเว็บไซด์หนึ่งๆ ด้วยการพิมพ์ที่อยู่ของเว็บไซด์ลงในบราวเซอร์

4. HTML (Hyper Text Markup Language) หมายถึง ภาษามาตรฐานที่ใช้ในการสร้างเว็บเพจเพื่อนำไปแสดงผลในบราวเซอร์ ซึ่งอาจจะประกอบด้วยตัวอักษร กราฟิก ลิงค์ เป็นต้น

5. บราวเซอร์ (Browser) หมายถึง โปรแกรมที่ใช้ในการแสดงเว็บเพจหรือเอกสารประเภท HTML เช่น Internet Explorer, Netscape Navigator, Opera

6. ลิงค์ (Link) หมายถึง ระบบการเชื่อมโยงข้อมูลในเว็บเพจ เมื่อคลิกในส่วนที่เป็นลิงค์แล้วบราวเซอร์จะทำการเปิดไฟล์หรือเว็บเพจที่ถูกอ้างถึงขึ้นมา

7. URL (Uniform Resource Locator) หมายถึง มาตรฐานในการกำหนดที่อยู่ของเว็บไซต์ในเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

8. เว็บบอร์ด (Webboard) หมายถึง กระดานข่าวที่ทำหน้าที่ให้ผู้เข้าเยี่ยมชมร่วมแสดงความคิดเห็นทัศนะต่างๆ ตามที่มีการตั้งหัวข้อหรือกระทู้เอาไว้

9. บล็อก (Blog) เป็นหน้าเว็บประเภทหนึ่ง ซึ่งคำว่า Blog ย่อมาจากคำว่า Weblog หรือ Web Log โดยคำว่า Weblog นั้นมาจาก Web (เวปไซด์เวป) และ Log (ปูม, บันทึก) รวมกัน หมายถึง บันทึกบนเวปไซด์เวป

10. เด็กด้อยโอกาส หมายถึง เด็กที่อยู่ในภาวะที่ไม่เหมาะสม ประสบความยากลำบาก ไม่ได้รับการดูแลเอาใจใส่จากสังคม และยังเป็นผู้ที่ขาดโอกาสทางการศึกษาที่เหมาะสมแก่สภาพของตน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง “การออกแบบเว็บไซต์เพื่อสร้างแรงจูงใจในการบริจาคเงินแก่เด็กด้อยโอกาส” จากการศึกษาข้อมูลจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เอกสารทางวิชาการ บทความ สรุปเนื้อหา แบ่งเป็นหัวข้อหลักๆ ได้ดังนี้

1. ข้อมูลเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตและการออกแบบเว็บไซต์
2. ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติ และพฤติกรรมผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต
3. ข้อมูลเกี่ยวกับองค์การด้านการรับบริจาคเพื่อเด็กด้อยโอกาส

1. ข้อมูลเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตและการออกแบบเว็บไซต์

1.1 ความหมายและความเป็นมาของอินเทอร์เน็ต

คำว่าอินเทอร์เน็ต (Internet) เป็นคำย่อของ Internetwork หมายถึง เครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่ใหญ่ที่สุดในโลก โดยเชื่อมโยงเครือข่ายย่อยจำนวนมากมาวมหาศาล นับตั้งแต่เครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลที่ใช้งานภายในบ้าน และสำนักงานไปจนถึงคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่แบบเมนเฟรมในโรงงานอุตสาหกรรมและอินเทอร์เน็ตสามารถทำให้คนเราสามารถติดต่อสื่อสารกันได้อย่างรวดเร็วไม่ว่าจะอยู่ส่วนใดของโลก

แต่เดิมนั้นอินเทอร์เน็ต เป็นเครือข่ายที่ใช้ในกิจการทางทหาร ของสหรัฐอเมริกา ชื่อ อาร์พาเน็ต (ARPANET : Advanced Research Projects Agency Network) ซึ่งเริ่มใช้ในกิจการเมื่อประมาณ พ.ศ. 2512 ภายหลังมีมหาวิทยาลัยหลายแห่งขอร่วมเครือข่าย โดยเชื่อมต่อระบบคอมพิวเตอร์ของมหาวิทยาลัยกับเครือข่ายดังกล่าว เพื่อใช้ประโยชน์ในการศึกษาและการวิจัย ต่อมาเมื่อมีการใช้เทคนิคการสื่อสารโต้ตอบที่เรียกว่าโพรโทคอล (protocol) แบบเฉพาะของอินเทอร์เน็ตที่เรียกว่า Transmission Control Protocol / Internet Protocol (TCP/IP) เครือข่ายนี้จึงได้รับความนิยมต่อเนื่องและมีคอมพิวเตอร์มาเชื่อมโยงมากขึ้นจนกระทั่งกลายเป็นเครือข่ายระบบคอมพิวเตอร์ที่ใหญ่ที่สุดในโลก

1.2 ประโยชน์ของอินเทอร์เน็ต

อินเทอร์เน็ตเป็นระบบเครือข่ายเปิดและสามารถติดต่อเชื่อมโยงตลอด 24 ชั่วโมง ดังนั้น เราจึงสามารถเข้าถึงข้อมูล ซึ่งประกอบด้วยข้อความ ภาพ และเสียง ที่มีผู้นำเสนอไว้ได้โดยผ่าน รูปแบบและเนื้อหาที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ยังสามารถเป็นที่สื่อสารแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ แนวคิดที่หลากหลาย อาทิ ด้านการเมือง การอุตสาหกรรม การแพทย์ ศาสนา สิ่งแวดล้อม ดนตรี กีฬา การค้า การท่องเที่ยว วัฒนธรรม เป็นต้น ซึ่งนอกจากจะรวดเร็วแล้วยังประหยัดค่าใช้จ่ายอีกด้วย

1.3 การเข้าสู่ระบบอินเทอร์เน็ต

การเชื่อมต่อหรือการเข้าสู่ระบบอินเทอร์เน็ตนั้น จำเป็นต้องมีอุปกรณ์พื้นฐาน ได้แก่ เครื่องคอมพิวเตอร์โมเด็มและสายโทรศัพท์ รวมทั้งซอฟต์แวร์ที่ใช้ติดต่ออินเทอร์เน็ตสำหรับเครื่องคอมพิวเตอร์นั้นสามารถใช้ได้เกือบทุกชนิด ไม่ว่าจะเป็นเครื่องเมนเฟรม มินิคอมพิวเตอร์หรือไมโครคอมพิวเตอร์ อย่างไรก็ตามเครื่องที่ใช้ก็ควรจะมีหน่วยความจำและความเร็วอย่างเหมาะสมเพื่อความสะดวกและรวดเร็วในการรับ-ส่งข้อมูล

ส่วนโมเด็ม (Modem: Modulator/Demodulator) และสายโทรศัพท์ เป็นอุปกรณ์ที่จำเป็นต้องใช้คู่กันโดยโมเด็มจะทำหน้าที่แปลงข้อมูลจากคอมพิวเตอร์ซึ่งเป็นสัญญาณดิจิทัลให้เป็นสัญญาณอะนาล็อก จากนั้นจะส่งผ่านคู่สายโทรศัพท์ไปยังจุดหมาย เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างคอมพิวเตอร์ด้วยกันเอง

เวิลด์ไวด์เว็บ เรียกสั้นๆ ว่า เว็บ หรือ WWW ถือเป็นส่วนที่น่าสนใจที่สุดบนอินเทอร์เน็ต เพราะสามารถแสดงสารสนเทศต่างๆ ได้หลากหลาย เช่น นิตยสารหรือหนังสือพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ ข้อมูลด้านดนตรีกีฬา การศึกษา ซึ่งสามารถนำเสนอได้ทั้งภาพ เสียง รวมถึงภาพเคลื่อนไหว เช่น แฟ้มภาพวีดิทัศน์หรือตัวอย่างภาพยนตร์ และการสืบค้นสารสนเทศในเวิลด์ไวด์เว็บนั้นจำเป็นต้องอาศัยโปรแกรมค้นดูเว็บ (Web Browser) ในการเข้าถึงแหล่งข้อมูล โดยที่เว็บกับโปรแกรมค้นผ่าน จะทำหน้าที่รวบรวมและกระจายเอกสารที่เครือข่ายที่ทำได้

เกตส์ (Gates 1995) ได้กล่าวถึงเว็บไว้ว่า นอกเหนือจากการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และการแลกเปลี่ยนเอกสารกันแล้ว อินเทอร์เน็ตยังสนับสนุนสืบค้นข้อมูล อันเป็นโปรแกรม การใช้งานที่ได้รับความนิยมมากที่สุดแบบหนึ่งนั่นคือเวิลด์ไวด์เว็บ ซึ่งหมายถึงเครื่องบริการเว็บที่ต่อเชื่อมเข้ากับอินเทอร์เน็ตโดยมีข่าวสารเป็นภาพกราฟิก เมื่อเชื่อมต่อเข้ากับเครื่องบริการ เว็บประเภทนั้น จอภาพจะปรากฏข่าวสารพร้อมด้วยการเชื่อมโยง เมื่อเลื่อนเมาส์ไปคลิกที่ จุดเชื่อมโยงใดๆ ก็จะเป็นการเปิดไปสู่อีกหน้าหนึ่งที่มีข่าวสารเพิ่มเติมพร้อมทั้งการเชื่อมโยง จุดใหม่อื่นๆ ซึ่งข่าวสารหน้าใหม่นี้อาจจะอยู่ในเครื่องบริการเว็บเดียวกันหรืออาจเป็นเครื่องบริการเว็บอื่นๆ ในอินเทอร์เน็ต

1.4 บริการบนอินเทอร์เน็ต

บริการต่างๆ ในอินเทอร์เน็ตมีหลายลักษณะ ซึ่งข้อมูลทุกด้านจะเพิ่มขึ้นเนื่องจาก มีสมาชิกส่วนหนึ่งได้จัดเสนอข้อมูลของตนเองเพื่อไว้ใช้หรืออำนวยความสะดวกแก่ผู้อื่นๆ ตลอดเวลา ซึ่งประโยชน์โดยทั่วไปของอินเทอร์เน็ตมีหลายด้าน ดังนี้

1.4.1 ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-mail : electronics mail) เป็นบริการที่ให้ผู้ให้บริการ สามารถส่งจดหมายถึงบุคคล องค์กร สถาบัน ฯลฯ โดยผู้รับจะได้รับผ่านจอคอมพิวเตอร์ หรือให้พิมพ์ เป็นเอกสารได้ทันที หากผู้รับไม่อยู่ที่จอคอมพิวเตอร์ จดหมายนี้ก็จะถูกส่งไว้ในตู้ คือ ในหน่วยความจำที่เสมือนเป็นผู้รับจดหมายในคอมพิวเตอร์ ซึ่งผู้รับจะรับเวลาใดก็ได้ และจะโต้ตอบส่งกลับเวลาใดก็ได้เช่นกัน

1.4.2 การทำงานข้ามเครื่อง (TelNet) ผู้ให้บริการหากมีระบบเครื่องที่ทำงานได้ไม่สะดวก ก็สามารถเปลี่ยนไปทำงานในเครื่องอื่นที่มีสมรรถนะสูงกว่า เพื่อเข้าไปใช้ข้อมูลเนื้อที่บนฮาร์ดดิสก์สำหรับเก็บข้อมูลหรือบริการอื่นใดก็ได้ โดยมีข้อแม้ว่าผู้ให้บริการต้องมีชื่ออยู่ในระบบที่ได้รับอนุญาตให้ใช้ได้

1.4.3 การถ่ายโอนแฟ้มข้อมูล (FTP : File Transfer Protocol) เป็นบริการถ่ายโอนแฟ้มข้อมูลหรือโปรแกรมที่ผู้ใช้ต้องการจากเครื่องอื่นมาเก็บไว้ยังเครื่องของตน โดยเฉพาะโปรแกรมที่บางคนพัฒนาขึ้นและต้องการบริจาคให้ส่วนรวมได้ใช้โดยไม่คิดมูลค่า โปรแกรมลักษณะนี้เรียกว่า Shareware โดยบางโปรแกรมก็อาจจะให้ลองใช้เป็นการชั่วคราว หากสนใจก็อาจจะต้อง เสียค่าใช้จ่ายก็อยู่ในลักษณะบริการนี้เช่นกัน

1.4.4 กลุ่มข่าวที่น่าสนใจ (UseNet) เป็นบริการที่เสมือนเป็นกระดานประกาศขายสินค้า หรือแสดงความต้องการเพื่อให้ผู้สนใจตรงกัน หรือคล้ายๆ กัน ได้ส่งข่าวติดต่อกันข่าวที่นำมาเสนอไว้อาจจะเกี่ยวกับสังคม กีฬา ศาสนา วัฒนธรรม เทคโนโลยี ประชญา ฯลฯ เป็นต้น โดยที่ ทำข่าวจะมีที่อยู่ซึ่งผู้สนใจสามารถติดต่อถึงกันได้

1.4.5 การสนทนาบนเครือข่าย (Talk) บริการนี้จะแตกต่างจากจดหมายซึ่งเขียนไปไว้ที่ตู้ไปรษณีย์ของผู้รับคือ ผู้ส่ง ผู้รับโต้ตอบกันทางตัวอักษรบนจอคอมพิวเตอร์ หรือที่เรียกว่า IRC (InternetRelay Chat) ปัจจุบันมีซอฟต์แวร์ที่พัฒนาขึ้นให้สามารถพูดโต้ตอบกันผ่านระบบคอมพิวเตอร์ได้ดังเช่นพูดกันทางโทรศัพท์

1.4.6 การค้นหาข้อมูลและแฟ้มข้อมูล (Gopher/Archie) เป็นบริการที่เปรียบเสมือนตู้บัตรคำในห้องสมุดที่สามารถค้นชื่อผู้แต่ง ชื่อเรื่อง ชื่อที่เกี่ยวข้อง ฯลฯ ซึ่งจะช่วยให้

การค้นต่างๆ เป็นไปอย่างสะดวกและรวดเร็วมาก ผู้ใช้เพียงเข้าไปค้นเมนู (Menu) ที่โปรแกรมนี้ทำไว้เมื่อพอใจดูเรื่องใดก็ใช้เมื่อนั้นผ่านเข้าไปยังเรื่องหรือสิ่งที่ต้องการได้ทันที

1.4.7 เวิลด์ไวด์เว็บ (World Wide Web) หรือที่มักเรียกกันว่าเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เป็นบริการค้นหาและแสดงข้อมูลแบบมัลติมีเดียหรือสื่อประสม เป็นระบบสื่อสารความเร็วสูง ซึ่งผู้ใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตนิยมใช้สูงสุด และมีอัตราการขยายตัวเร็วที่สุดเมื่อเทียบกับบริการอื่นๆ เนื่องจากการใช้งานอินเทอร์เน็ตแต่เดิมนั้นยากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน เพราะต้องจำและพิมพ์คำสั่ง จึงมีการลดความยุ่งยากลง ด้วยการสร้าง World Wide Web เพื่อให้สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายขึ้น ข้อมูลที่ได้จะถูกแบ่งออกเป็นหน้าๆ ประกอบด้วยรูปภาพ กราฟิก หรือตัวหนังสือแบบไฮเปอร์เท็กซ์ (Hyper Text) คือ ข้อความหรือภาพที่ถูกทำเครื่องหมายเอาไว้ ทำให้ผู้ใช้บริการสามารถเชื่อมโยงไปยังจุดต่างๆ ที่มีข้อมูลเพิ่มเติม ซึ่งอาจอยู่ภายในเว็บไซต์เดียวกันหรือเว็บไซต์อื่นๆ ที่อยู่ต่างประเทศก็ได้ ทำให้เกิดเครือข่ายข้อมูลขนาดใหญ่ที่เชื่อมโยงกันเหมือนใยแมงมุม

เวิลด์ ไวด์ เว็บ ใช้หลักการทำงานด้วยโพรโทคอลแบบ โคลเอนท์-เซิร์ฟเวอร์ ที่เรียกว่า HTTP ผู้ใช้สามารถค้นหาข้อมูลจากเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ให้บริการที่เรียกว่า เว็บเซิร์ฟเวอร์ (Web Server) โดยใช้โปรแกรมเว็บเบราว์เซอร์ (Web Browser) คือ โปรแกรมที่ใช้ดาวน์โหลดข้อมูลจากเว็บเซิร์ฟเวอร์ลงมาดูในเครื่องคอมพิวเตอร์ของตนเอง แล้วแสดงผลที่ได้เป็นข้อมูลที่แบ่งเป็นหน้าๆ เรียกว่า “เว็บเพจ” (Web Page) เป็นสื่อแบบมัลติมีเดียที่ประกอบด้วยสื่อหลายชนิด เช่น ตัวหนังสือ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหวและเสียง โดยมีเครื่องมือที่ช่วยจัดหน้าตาของเว็บเพจนั้นให้น่าดู คือ HTML (Hyper Text Markup Language) เป็นภาษาคอมพิวเตอร์ที่ใช้สร้างไฮเปอร์เท็กซ์ โดยเขียนข้อความบรรยายลักษณะของเว็บเพจแต่ละหน้า นิยมใช้ร่วมกับโปรแกรมสร้างเว็บเพจ ที่เรียกว่า Web Authoring ซึ่งช่วยอำนวยความสะดวกให้เขียนเว็บเพจได้โดยไม่ต้องทราบวิธีเขียนภาษา HTML เพื่อกำหนดตำแหน่งของรูปภาพ สีของตัวอักษร ควบคุมการนำเสนอข้อมูลให้เป็นไปตามลำดับในรูปเว็บเพจหลายๆ หน้าต่อเนื่องกันที่เรียกว่า เว็บไซต์ (Website) รวมไปถึงควบคุมการเชื่อมโยงข้อมูลที่เรียกว่า การลิงค์ (Link) ทำให้สามารถเชื่อมโยงข้อมูลไปยังเว็บเพจ รูปภาพ ภาพเคลื่อนไหว เสียง หรือเอกสารอิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ ทั้งที่อยู่ภายในเว็บไซต์เดียวกันและเว็บไซต์อื่น โดยการสั่งงานแบบ Graphic User Interface (GUI) ซึ่งไม่ต้องพิมพ์คำสั่ง เพียงแค่ใช้เมาส์คลิกบนภาพหรือตัวหนังสือที่อยู่บนจอคอมพิวเตอร์ไปเรื่อยๆ ก็สามารถเข้าถึงข้อมูลที่ต้องการได้

เว็บไซต์ประกอบด้วยเว็บเพจหลายๆ หน้า หน้าแรกหรือหน้าที่เป็นจุดเริ่มต้นในการเชื่อมโยงข้อมูล เรียกว่า “โฮมเพจ” (Homepage) เป็นส่วนที่บอกให้ทราบว่าเว็บไซต์ของหน่วยงานใด มีข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องใดบ้าง และมีจุดเชื่อมโยงสู่เนื้อหาส่วนต่างๆ ภายในเว็บไซต์นั้น

การทำงานของเว็บไซต์เริ่มจาก Local Site คือ เครื่องคอมพิวเตอร์ที่มีแฟ้มงาน (Folder) ซึ่งเก็บเว็บเพจที่ออกแบบและเชื่อมโยงแต่ละหน้าเข้าด้วยกันเรียบร้อยแล้ว ส่งงานออกแบบขึ้นไปเก็บไว้ที่เว็บเซิร์ฟเวอร์ คือ เครื่องคอมพิวเตอร์ที่มีพื้นที่มากมาย ซึ่งใช้เก็บข้อมูล เมื่อผู้ใช้บริการต้องการชมเว็บไซต์ ก็จะใช้โปรแกรมเว็บเบราว์เซอร์ ดาวนโหลดข้อมูลจากเว็บเซิร์ฟเวอร์ลงมาดูในเครื่องของตนเอง ข้อมูล ภาพ เสียง ฯลฯ ที่ถูกดาวนโหลดลงมาจะถูกเก็บไว้ใน Cache ในเครื่องคอมพิวเตอร์เครื่องนั้น เมื่อผู้เข้าชมกลับมาใช้บริการอีก ก็จะสามารถดาวนโหลดข้อมูลได้เร็วขึ้น เพราะมีข้อมูลบางส่วนอยู่ในเครื่องแล้ว โปรแกรมเว็บเบราว์เซอร์ที่เป็นที่นิยม เช่น โปรแกรม Netscape Navigator ของบริษัท Netscape และโปรแกรม Internet Explorer ของบริษัทไมโครซอฟท์ จะใช้โพรโตคอลแบบ HTTP เช่น [http:// www.mail.com](http://www.mail.com) ซึ่งเรียกกันว่า URL (Universal Resource Locator) เป็นชื่อใช้เรียกตำแหน่งที่อยู่ของข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต เรียกอีกอย่างว่า Internet Address หรือ Web Address

การทำงานของ URL เริ่มจากไฮเปอร์เท็กซ์ที่ทำการเชื่อมโยงกับข้อมูลภายในเว็บไซต์ ไปยังโปรแกรมต่างๆ ตามโพรโตคอลที่ผู้ใช้ได้กำหนดรูปแบบการเชื่อมต่อ ดังนี้

Protocol://hostname/filename

URL มีหลายรูปแบบ เช่น

1. ftp:// ทำหน้าที่ Upload หรือ Download ไฟล์จาก FTP server
2. http:// ทำหน้าที่เรียกไฮเปอร์เท็กซ์ขึ้นมาแสดงผลบนเว็บเบราว์เซอร์
3. file:// ทำหน้าที่ค้นหาและแสดงผลข้อมูลจากไฟล์ที่กำหนดแบบ Local
4. telnet:// ทำหน้าที่เป็น Remote Control
5. gopher:// ทำหน้าที่เรียกไฟล์จาก Gopher Server ขึ้นมาใช้งาน
6. mailto:// ทำหน้าที่ส่งข้อมูลในรูปแบบของ e-mail
7. news:// ทำหน้าที่คล้าย mailto แต่ข้อมูลเป็นลักษณะจดหมายข่าว

URL สำคัญที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตต้องเข้าใจให้เป็น คือ โพรโตคอลแบบ <http://> หรือ Hyper Text Transfer Protocol มีรูปแบบการพิมพ์ คือ <http://hostname/filename> โดย hostname เป็นชื่อของเว็บไซต์ที่ต้องการเข้าใช้บริการ และ filename คือชื่อ Folder หรือชื่อของไฟล์บนเว็บเซิร์ฟเวอร์ ซึ่งมี extension ต่างๆ กัน โดยจะแสดงผลคล้ายนามสกุลของไฟล์นั้น เช่น .html หรือ .asp หรือ .php เมื่อต้องการใช้งานก็เพียงแต่พิมพ์ชื่อตามรูปแบบการพิมพ์ โดยไม่ต้องพิมพ์ extension เนื่องจากระบบจะระบุ extension ให้เอง เมื่อกดปุ่ม Enter

1.5 ลักษณะต่างๆ ของเว็บไซต์

1.5.1 เว็บไซต์ที่ไม่มีการเปลี่ยนแปลงข้อมูล (static web site) ลักษณะของเว็บไซต์ประเภทนี้จะมีข้อมูลคงที่ไม่มีมีการเปลี่ยนแปลงข้อมูลในลักษณะอัตโนมัติเลย การพัฒนาเว็บไซต์ประเภทนี้จะเป็นแบบที่ง่ายที่สุด ลักษณะของเว็บไซต์ประเภทนี้เปรียบได้เช่นเดียวกับการสื่อสารสิ่งพิมพ์ที่มีวางแผงอยู่ทั่วไป นั่นเอง

1.5.2 เว็บไซต์ที่ไม่มีการเปลี่ยนแปลงข้อมูลแต่มีฟอร์มกรอกข้อมูล (static web site with Entry Form) ถึงแม้ว่าเว็บไซต์ประเภทนี้มีความคล้ายคลึงกับเว็บไซต์ที่ไม่มีการเปลี่ยนแปลงข้อมูล มีฟอร์มต่างๆ สำหรับเป็นส่วนในการรวบรวมข้อมูลต่างๆ จากผู้ชม อย่างไรก็ตาม รูปแบบของเว็บไซต์ลักษณะนี้ไม่ได้ถูกจัดให้อยู่ในประเภทของซอฟต์แวร์ เนื่องจากจะไม่สามารถโต้ตอบกลับจากเว็บไซต์เพราะข้อมูลที่ผู้ชมกรอกลงในแบบฟอร์มจะไม่ถูกประมวลผลเพื่อส่งผลลัพธ์ให้กับผู้ชม จึงทำให้เว็บไซต์ลักษณะนี้ยังมีความใกล้เคียงกับสิ่งพิมพ์มากกว่าที่จะเป็นซอฟต์แวร์และหากจะเพิ่มเติมหรือแก้ไขข้อมูลบนเว็บไซต์ยังคงต้องใช้ซอฟต์แวร์ที่เป็นเครื่องมือต่างๆ มาช่วยในการแก้ไขที่ต้นฉบับของเอกสาร

1.5.3 เว็บไซต์ที่มีการรับส่งข้อมูล และโต้ตอบกันได้ (web site with Dynamic Data Access) ในปัจจุบันมีเว็บไซต์ไม่น้อยกว่า 40% สามารถจัดให้อยู่ในลักษณะนี้ได้ เว็บไซต์ลักษณะนี้จะมีฐานข้อมูลปฏิบัติการอยู่เบื้องหลัง ซึ่งทำให้ผู้ชมสามารถทำงานกับเว็บไซต์เหล่านั้นในลักษณะการโต้ตอบกันได้ เว็บไซต์ประเภทนี้มีลักษณะผสมระหว่างสื่อสิ่งพิมพ์กับซอฟต์แวร์

1.5.4 เว็บไซต์ที่มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบตามกลุ่มผู้ชม (Dynamically Generated web site) ลักษณะของเว็บไซต์แบบนี้มักจะเป็นเว็บไซต์ที่ใช้ในการทำงานเฉพาะด้านเพื่อตอบสนองของกลุ่มของผู้ชมที่ต้องการในการปรับแต่งลักษณะของข้อมูลที่ต้องการจริงๆ เช่น เว็บไซต์ของสำนักข่าวบางแห่งได้พัฒนาเว็บไซต์ขึ้นมาโดยอนุญาตให้ผู้ชมหรือสมาชิกสามารถเลือกกลุ่มของข้อมูลที่ต้องการอย่างแท้จริง ซึ่งหมายความว่าหากมีผู้ชม 1 000,000 คนเข้าชมในโฮมเพจ(Home page) ของเว็บไซต์นั้นอาจเป็นไปได้ที่เว็บไซต์ จะแสดงข้อมูลที่เป็นไปตามความต้องการและไม่เหมือนกันเลยแม้แต่คนเดียว ที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือข้อมูลที่อยู่บนเว็บไซต์ประเภทนี้จะมีจะเป็นข้อมูลที่มีความทันสมัยตลอดเวลาเนื่องจากข้อมูลต่างๆจะสามารถถูกป้อนเข้ามาในระบบของเว็บไซต์ โดยไม่จำเป็นต้องสร้างเว็บเพจใหม่เลย เว็บไซต์ประเภทนี้มีลักษณะเป็นซอฟต์แวร์มากกว่าสื่อสิ่งพิมพ์

1.6 กระบวนการในการออกแบบเว็บไซต์

เว็ลด์ไวด์เว็บนั้นนอกจากจะเป็นแหล่งข้อมูลที่หลากหลายเพื่อการค้นหาแล้วหน่วยงานและองค์กรต่างๆ รวมถึงบุคคลยังสามารถใช้เว็บไซต์เพื่อเป็นสื่อในการนำเสนออีกทาง

หนึ่งด้วย ซึ่งกระบวนการนำเสนอผ่านเว็บไซต์นั้นไม่ได้แตกต่างจากการนำเสนอผ่านสื่ออื่นๆ แต่สิ่งที่ทำให้การนำเสนอด้วยเว็บไซต์มีความน่าสนใจและแตกต่างจากสื่ออื่นก็คือ สิ่งที่ปรากฏบนเว็บไซต์นั้นสามารถเปลี่ยนแปลงข้อมูลให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา ผู้ใช้สามารถเลือกที่จะเข้าชมข้อมูลส่วนที่ต้องการด้วยการคลิกเมาส์ไปที่ลิงค์ต่างๆ โดยเลือกที่จะเข้าชมและออกจากเว็บไซต์ไหนก็ได้อย่างง่ายดาย ผู้ใช้จึงมักไม่ค่อยอดทนกับอุปสรรคและปัญหาในการใช้งาน เช่นความซับซ้อนของระบบการนำทาง (Navigation) การค้นหาข้อมูลยาก เวลาดาวน์โหลดนาน ข้อมูลที่ไม่เป็นระเบียบ หรือข้อมูลไม่ตอบสนองความต้องการของผู้ชม นอกจากนี้เว็บไซต์ยังเป็นสื่อที่มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ทำเว็บไซต์กับผู้ชมหรือระหว่างผู้ชมกับผู้ชมด้วยกันเองได้ทันทีอีกด้วย โดยอาศัยหลักการที่เรียกว่า Common Gateway Interface (CGI) ซึ่งกระบวนการสื่อสารผ่านเว็ลด์ไวด์เว็บนั้นเป็นการสื่อสารทั้งสองทางคือจากผู้ทำเว็บไซต์ไปยังผู้ชมและจากผู้ชมกลับมายังผู้ทำเว็บไซต์ อีกทั้งยังสามารถติดต่อกับผู้ชมคนอื่นๆ ที่เข้ามาชมเว็บไซต์เดียวกัน ซึ่งกระบวนการสื่อสารในรูปแบบนี้เองทำให้เว็บไซต์กลายเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมอย่างมาก การออกแบบเว็บไซต์จึงเป็นส่วนสำคัญที่จะสร้างความพอใจแก่ผู้ใช้งานจนนำไปสู่วัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ มีกระบวนการต่างๆ ดังนี้

1.6.1 การสร้างกลยุทธ์ในการออกแบบ (Strategy Plane)

โดยการกำหนดเป้าหมายหลักของเว็บไซต์ ว่าต้องการทำเว็บเนื้อหาเกี่ยวกับอะไร เพื่ออะไร กลุ่มเป้าหมายหลักเป็นใคร มีความต้องการและพฤติกรรมอย่างไร รวมทั้งสำรวจเนื้อหาและเรียนรู้กลยุทธ์การออกแบบ และการใช้งานของเว็บไซต์ที่ให้บริการลักษณะเดียวกับเรามีวัตถุประสงค์ที่แน่นอนว่าจะสร้างเว็บไซต์ขึ้นเพื่ออะไร เพราะวัตถุประสงค์นั้นจะเป็นหลักสำคัญในการกำหนดโครงสร้าง (Structure) ของเว็บไซต์นั้น มีขั้นตอนดังนี้

1. กำหนดเป้าหมายเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดของการออกแบบเว็บไซต์ว่าต้องการสื่อสารอะไรให้กับใครและอย่างไร โดยต้องผ่านการอนุมัติของเจ้าของโครงการ

2. กำหนดเนื้อหาและจุดเด่นที่สร้างแรงดึงดูดใจ ด้วยการวิเคราะห์ถึงเนื้อหาที่ต้องการนำมาเป็นจุดเด่นที่จะสื่อไปยังผู้รับสารให้ตรงเป้าหมายที่กำหนดไว้ ซึ่งอาจต้องรวบรวมข้อมูลและเนื้อหาที่อยู่ในสื่ออื่นๆ ขององค์กรและคำนึงถึงการเน้นจุดเด่นที่จะทำให้เนื้อหานั้นมีความแปลกใหม่

3. กำหนดผู้รับสาร ซึ่งต้องพิจารณาถึงเทคโนโลยีของผู้รับสารด้วย เพราะสิ่งสำคัญในการกำหนดผู้รับสารคือ ไม่ว่าผู้รับสารจะเป็นใครผู้ออกแบบจะต้องคำนึงถึงความแตกต่างของเครื่องคอมพิวเตอร์ ซึ่งต้องไม่ทำให้เกิดข้อจำกัดในการเข้าเยี่ยมชมของผู้รับสาร รวมไปถึง

บรรณาธิการที่ผู้รับสารใช้ โดยคำนึงว่าเทคนิคและเทคโนโลยีที่ใช้ในเว็บไซต์เพื่อสร้างจุดเด่นนั้นต้องไม่ทำให้เกิดข้อจำกัดในการเข้าเยี่ยมชมของผู้รับสาร

1.6.2 การกำหนดขอบเขตข้อมูล (Scope Plane)

ในขั้นตอนนี้จึงเป็นการกำหนดขอบเขตข้อมูลในเว็บไซต์ว่าแบ่งเป็นสัดส่วนอย่างไร และแต่ละส่วนมีหน้าที่การทำงาน (function) อย่างไร เป็นการรวบรวมและจัดระเบียบข้อมูล กำหนดเนื้อหาหลักและวิธีการใช้งานของเว็บไซต์มาจัดให้เป็นระบบเพื่อให้ได้เป็นร่างแผนผังโครงสร้าง (Draft Architecture Plan) ด้วยการทดลองใช้แนวคิดหลายๆ แบบ มาใช้เป็นเกณฑ์ในการจัดกลุ่มและลงตั้งชื่อกลุ่มข้อมูลเหล่านั้น จากนั้นให้เปรียบเทียบแนวทางการจัดกลุ่มข้อมูลของผู้เกี่ยวข้องทุกคนเพื่อหาข้อสรุปที่คนส่วนใหญ่เข้าใจได้ง่ายระบบโครงสร้างข้อมูลที่ดีจะมีส่วนช่วยให้ผู้ใช้เข้าใจภาพรวมของเนื้อหาได้ดี การเลือกใช้ระบบข้อมูลแบบใดนั้นขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์และแนวคิดในการจัดแบ่งข้อมูลเป็นสำคัญ สำหรับเว็บไซต์ทั่วไปควรจะหาการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ ซึ่งก็คือผู้ใช้ต้องการรู้ว่าข้อมูลที่ต้องการนั้นอยู่ที่ไหนและจะเข้าถึงข้อมูลนั้นได้อย่างไร ดังนั้นการจัดระบบข้อมูลในเว็บไซต์เพื่อให้ง่ายต่อการค้นหา จึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยส่งเสริมหรือช่วยขัดขวางความสำเร็จของเว็บไซต์นั้นๆ ได้ การจัดระบบข้อมูลนั้นจึงมีผลต่อเนื่องมายังระบบเนวิเกชันอีกด้วย

1.6.3 การจัดทำโครงสร้างข้อมูล (Structure Plane)

Lynch and Horton (2003) กล่าวถึงการออกแบบเว็บไซต์ไว้ว่าต้องเริ่มจากการกำหนดโครงสร้างโดยรวมของเว็บไซต์นั้น โดยเริ่มต้นจากการสร้างแผนผัง (Site Map) ของเว็บไซต์ขึ้นเพื่อให้เห็นภาพโดยรวมของเว็บไซต์ก่อนที่จะลงมือสร้างจริงซึ่งจำเป็นต้องแบ่งสัดส่วนของเนื้อหาทั้งหมดที่จะลงในเว็บให้มีส่วนของหัวข้อและเนื้อหาย่อยๆ



ภาพที่ 1 แสดงการจัดลำดับหัวข้อในเว็บไซต์

ที่มา : Patrick Lynch and Sarah Horton, Web Style Guide [Online],

accessed 5 June 2003. Available from <http://www.webstyleguide.com>

การแบ่งเนื้อหาตามหัวข้อหลักโดยการจัดลำดับแล้วแยกเป็นหัวข้อย่อยนั้นเป็นสิ่งที่จะทำให้ผู้ที่เข้ามาชมเว็บไซต์ไม่สับสน การสร้างเว็บไซต์ขึ้นมาโดยไม่มีการจัดโครงสร้างและไม่มีการจัดลำดับอาจจะทำให้ผู้ที่เข้ามาชมสับสนและไม่รู้ว่าจะเข้าไปชมในหน้าเว็บใดต่อไป

โครงสร้างเว็บไซต์นั้น สามารถแบ่งได้ตามลักษณะดังนี้

1. แบบเรียงลำดับ (Sequence Structure) โครงสร้างประเภทนี้จะมีลักษณะการเรียงลำดับแต่ละเว็บเพจตายตัว โดยเนื้อหาจะดำเนินไปในลักษณะเส้นตรงซึ่งใช้แนวคิดเช่นเดียวกับหนังสือ ข้อดีของโครงสร้างแบบนี้คือง่ายต่อการสร้างและดูแลปรับปรุงแก้ไข ส่วนข้อเสียคือผู้ใช้จะต้องผ่านหน้าเว็บที่ไม่จำเป็นก่อนเพื่อเข้าสู่หน้าเว็บที่ต้องการ



ภาพที่ 2 แสดงการจัดรูปแบบเว็บไซต์แบบเรียงลำดับ

ที่มา : Patrick Lynch and Sarah Horton, Web Style Guide [Online],

accessed 5 June 2003. Available from <http://www.webstyleguide.com>

2. แบบตาราง (Grid Structure) โครงสร้างนี้จะเพิ่มความยืดหยุ่นให้แก่การเข้าสู่เว็บไซต์ของผู้ใช้ โดยเพิ่มการเชื่อมโยงซึ่งกันและกันระหว่างเว็บไซต์แต่ละส่วน การเข้าสู่เว็บไซต์จะไม่เป็นลักษณะเชิงเส้นตรงเนื่องจากผู้ใช้สามารถเปลี่ยนทิศทางการเข้าสู่หน้าเว็บที่ต้องการได้



ภาพที่ 3 แสดงการจัดรูปแบบเว็บไซต์แบบตาราง

ที่มา : Patrick Lynch and Sarah Horton, Web Style Guide [Online],

accessed 5 June 2003. Available from <http://www.webstyleguide.com>

3. แบบลำดับชั้น (Hierarchy Structure) เป็นแบบมาตรฐานที่ใช้ในการออกแบบซึ่งมีการเชื่อมโยงเป็นชั้นๆ จากบนลงล่าง คล้ายกับต้นไม้ที่แตกกิ่งก้านสาขาออกไป โดยมีจุดเริ่มต้นจากหน้าแรกแล้วจึงไปยังหมวดหมู่ต่างๆ ที่มีการแบ่งแยกกลุ่มที่ชัดเจน โครงสร้างนี้เป็นแบบที่มีผู้นิยมใช้มากที่สุดเนื่องจากเป็นรูปแบบที่ผู้เข้าชมสามารถใช้งานได้ง่ายไม่สับสน ซึ่งมีข้อดีคือง่ายต่อการแยกแยะและจัดระบบข้อมูล ส่วนข้อเสียคือต้องออกแบบโครงสร้างให้สมดุล

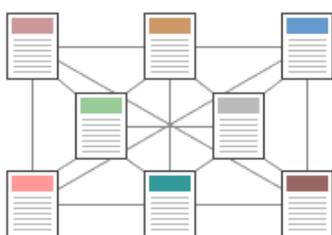


ภาพที่ 4 แสดงการจัดรูปแบบเว็บไซต์แบบลำดับชั้น

ที่มา : Patrick Lynch and Sarah Horton, Web Style Guide [Online],

accessed 5 June 2003. Available from <http://www.webstyleguide.com>

4. แบบเว็บหรือแบบเชื่อมโยง (Web Structure) โครงสร้างนี้มีความยืดหยุ่นมากที่สุด เพราะทุกหน้าในเว็บไซต์จะเชื่อมโยงถึงกันได้ทั้งหมดรูปแบบนี้เป็นโครงสร้างที่ไม่มี ความตายตัวการเชื่อมโยงเว็บเพจแต่ละหน้าจะอาศัยเนื้อหาที่มีแนวคิดเหมือนกัน



ภาพที่ 5 แสดงการจัดรูปแบบเว็บไซต์แบบเว็บหรือแบบเชื่อมโยง

ที่มา : Patrick Lynch and Sarah Horton, Web Style Guide [Online],

accessed 5 June 2003. Available from <http://www.webstyleguide.com>

เว็บไซต์ส่วนใหญ่จะใช้ลักษณะโครงสร้างทั้ง 4 แบบมาใช้ในการออกแบบซึ่งอาจนำมาเพียงแบบเดียวหรือใช้โครงสร้างหลักเพียงแบบเดียว แต่อาจนำลักษณะการเชื่อมโยงแบบอื่นมาผสมผสานกันได้

การใช้โครงสร้างของเว็บเพจที่เหมาะสมนั้นจะทำให้สามารถติดตามเนื้อหาและเชื่อมโยงไปยังหัวข้อหรือหน้าที่ต้องการได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว ในการนำเสนอเนื้อหา นั้นควร จะนำเสนอด้วยข้อมูลทั่วไปก่อนแล้วจึงเชื่อมโยงต่อไปยังหน้าที่มีข้อมูลเพิ่มเติม ซึ่งข้อมูลในหน้าที่ ผู้อ่านเชื่อมโยงมาจะเป็นการอธิบายรายละเอียดต่อจากหน้าก่อนหน้านั้น การกระทำเช่นนี้คล้ายดัง เราเรียบเรียงเนื้อหาเป็นตอนๆ โดยที่ผู้ใช้สามารถเลือกอ่านรายละเอียดเองได้การวางระบบเนวิเกชันอาจใช้แผนภาพเข้ามาประกอบการสร้าง Flowchart หรือ Storyboard เพื่อแสดงให้เห็นแนวทางและรูปแบบการเชื่อมโยงที่ชัดเจนขึ้น เป็นการแสดงขั้นตอนการใช้งานของเว็บไซต์ที่สร้างขึ้นเพื่อแสดงส่วนหลักๆ และการทำงานของเว็บไซต์ โดยเริ่มจากโฮมเพจแล้วเคลื่อนไปยังส่วนต่างๆ ตามแนวทางของเนื้อหาจนไปถึงเป้าหมายที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ชม โดยที่ผู้ออกแบบต้องแน่ใจว่า ในแต่ละแนวทางผู้ชมจะได้รับข้อความที่เว็บไซต์ต้องการจะสื่อออกไปจริงระบบเนวิเกชันหรือระบบนำทาง เป็นเครื่องมือสำคัญที่จะนำผู้ชมไปยัง ส่วนต่างๆ ของเว็บไซต์ได้ ดังนั้นจึงควรระลึกรักษาเสมอว่าไม่ว่าเว็บไซต์นั้นจะมีประโยชน์ขนาดไหน ถ้าผู้ชมไม่สามารถเข้าถึงสิ่งที่ต้องการได้เว็บไซต์นั้นก็จะมีไม่มี ความหมาย

การนำเครื่องมือมาช่วยอำนวยความสะดวกให้ผู้ใช้เข้าสู่เรื่องต่าง ๆ ที่ต้องการได้อย่างรวดเร็ว นั้นถือได้ว่าเป็นสิ่งจำเป็นอย่างหนึ่งสำหรับเว็บไซต์ นอกจากที่ทำให้ผู้ใช้สะดวกในการใช้แล้วยังทำให้ผู้ใช้ไม่ต้องเสียเวลากลับไปที่หน้าเริ่มต้นหรือหน้าที่เป็นสารบัญซึ่งเครื่องมือที่นำมาช่วยเหลือนั้นมีอยู่หลายรูปแบบ และมักได้รับการขนานนามแตกต่างกันไปในแต่ละเว็บไซต์ ในบางแห่งก็อาจเรียกเครื่องมือประเภทนี้ว่าทูลบาร์ บางแห่งเรียกว่า Interface, Navigation หรือเรียกว่า Menu

สำหรับลักษณะของพวกทูลบาร์ส่วนใหญ่ที่พบเห็นนั้นมักใช้รูปกราฟิก ซึ่งไม่เหมาะสมเท่าไรนัก ควรที่จะใช้ทูลบาร์ที่อยู่ในรูปของตัวอักษร (Text Link) จะดีกว่า เนื่องจากกราฟิกนั้นอาจทำให้ขนาดของเว็บเพจแต่ละหน้านั้นใหญ่ ซึ่งทำให้ผู้ใช้ต้องเสียเวลาในการดาวน์โหลดมาก ทูลบาร์นั้นอาจปรากฏในทุกหน้าของเว็บไซต์ที่สร้างขึ้น ดังนั้นในการสร้างทูลบาร์ขึ้นมานั้นจึงควรคิดว่า จะสร้างทูลบาร์อย่างไรที่นอกจากมีลักษณะที่ดีแล้วยังมีประโยชน์ในการใช้สูงสุดเพราะถึงแม้ว่าทูลบาร์ที่สร้างขึ้นมานั้นมีความสวยงามจนอาจเป็นจุดหนึ่งที่ผู้เข้ามาชมประทับใจแต่ในขณะเดียวกันทูลบาร์นี้ก็จะเป็นจุดที่สร้างความน่ารำคาญให้กับผู้ใช้เช่นกัน ในกรณีที่มีขนาดใหญ่

มากจนเกินไปนอกจากจะทำให้ใช้เวลาในการดาวน์โหลดมากแล้วอาจทำให้ไปกินพื้นที่ของหน้าจอโดยไม่จำเป็นอีกด้วย ดังนั้นจึงควรสร้างทูลบาร์ให้มีขนาดเล็กเพื่อเป็นการถ่ายต่อผู้ใช้

ในส่วนการเชื่อมโยงข้อมูลไปยังเป้าหมาย ถ้าข้อมูลที่นำมาแสดงมีเนื้อหามากเกินไป และเว็บเพจที่สร้างขึ้นไม่สามารถนำข้อมูลทั้งหมดมาแสดงได้อันเนื่องมาจากสาเหตุใดๆ ก็ตาม หากทราบแหล่งข้อมูลอื่นที่สามารถให้ความกระจ่างแก่ผู้ใช้ได้ ควรที่จะนำเอาแหล่งข้อมูลนั้นมาสร้างเป็นจุดเชื่อมโยง เพื่อให้ผู้ใช้จะได้ค้นหาข้อมูลได้อย่างถูกต้องและกว้างขวางยิ่งขึ้น การสร้างจุดเชื่อมโยงนั้น สามารถจัดทำในรูปของอักษรหรือรูปภาพก็ได้ แต่ควรที่จะแสดงจุดเชื่อมโยงให้ผู้ใช้สามารถเข้าใจได้ง่ายจุดเชื่อมโยงที่นิยมสร้างนั้น โดยส่วนใหญ่เมื่อมีเนื้อหาตอนใดเอ่ยถึงส่วนที่เป็นรายละเอียดเกี่ยวเนื่องกันก็จะสร้างเป็นจุดเชื่อมโยงทันที นอกจากนี้ในแต่ละเว็บเพจที่สร้างขึ้นมากควรมีจุดเชื่อมโยงกลับมายังหน้าแรกของเว็บไซต์ที่กำลังใช้งานอยู่ด้วย ทั้งนี้เพื่อผู้ใช้ที่อาจหลงทางและไม่ทราบว่าจะทำอย่างไรต่อไปจะได้มีหนทางกลับมาสู่จุดเริ่มต้นใหม่

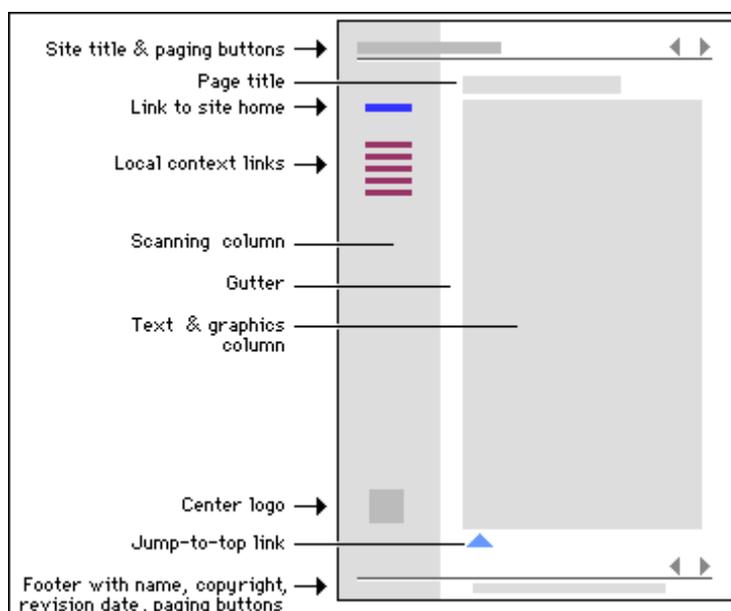
ระบบการนำทางที่ดี อย่างน้อยควรมีเมนูหลักทุกเว็บเพจ เพื่อป้องกันมิให้ผู้ใช้หลงทาง และสามารถกลับสู่หน้าแรกหรือหน้าหลักของแต่ละหมวดได้ตลอดเวลาที่ต้องการ นอกจากนี้การมีเมนูทุกเว็บเพจยังช่วยอำนวยความสะดวกให้ผู้ใช้สามารถข้ามไปอ่านเนื้อหาในหมวดอื่นได้ตลอดเวลาเช่นกัน

1.6.4 ออกแบบหน้าตาของเว็บไซต์ (Page Design)

เป็นการออกแบบลักษณะหน้าตาเว็บเพจ (Interface Design) เริ่มจากการแบ่งพื้นที่ของเว็บเพจ (Page Layout) ว่าจะจัดวางองค์ประกอบชนิดต่างๆ ไว้ในบริเวณไหนของหน้าเว็บองค์ประกอบหลักๆ เช่น โลโก้หรือสัญลักษณ์ของหน่วยงาน ปุ่มเนวิเกชัน ซึ่งจำเป็นต้องมีทุกหน้าและอยู่ในตำแหน่งเดิม โครงสร้างนี้จะกำหนดตำแหน่งของเนื้อหา กราฟิก โลโก้ ระบบเนวิเกชัน ป้ายโฆษณา และองค์ประกอบอื่นๆ ในเว็บเพจ โดยเว็บไซต์หนึ่งๆ อาจมีโครงสร้างของเว็บเพจหลายแบบได้ตามลักษณะของเนื้อหา แต่จะต้องมีลักษณะที่ใกล้เคียงกัน เพื่อผู้ใช้จะไม่สับสนว่าเป็นเว็บไซต์เดียวกันหรือไม่ เมื่อโครงสร้างเว็บเพจที่เป็นมาตรฐานให้เหลือ 2 - 3 แบบแล้ว จึงนำมาทำโครงร่าง (Design Sketch) ด้วยโปรแกรมกราฟิก เพื่อให้ได้ลักษณะหน้าตาของเว็บเพจที่กำหนดรูปแบบมาตรฐาน (Style Guide) ประกอบด้วยชุดสีที่ต้องการใช้ ชนิดและขนาดของตัวอักษร ลักษณะของหัวข้อเรื่อง ลักษณะของกราฟิก ไอคอน รูปภาพและองค์ประกอบที่จำเป็นอื่นๆ รูปแบบของเนวิเกชัน ฯลฯ เพื่อสร้างโครงร่างมาตรฐาน (Template) คือไฟล์ HTML ที่ประกอบขึ้นจากองค์ประกอบที่เรากำหนดไว้แล้วในรูปแบบมาตรฐาน เมื่อนำเนื้อหาที่มีอยู่มาใส่ในเทมเพลตก็จะได้น้ำเว็บที่สมบูรณ์ เทมเพลตอาจมีมากกว่า 1 แบบก็ได้ ขึ้นอยู่กับจำนวนโครงสร้าง

ของเว็บเพจ (Page Layout) ที่ออกแบบไว้ จากนั้นจึงลิงค์เว็บเพจเข้าด้วยกันตาม Site Structure จะได้เว็บไซต์ที่เสร็จสมบูรณ์

การออกแบบเว็บเพจ สามารถใช้ระบบกริด (Grid) มาช่วยในการออกแบบได้แต่เนื่องจากไม่มีระบบกริดแบบใดที่จะเหมาะสำหรับการออกแบบเว็บเพจในทุกๆแบบดังนั้นสิ่งที่ควรทำเป็นอย่างแรกคือการคิดโครงสร้างของเลย์เอาท์ (Lay Out) ในการออกแบบเว็บไซต์นั้นๆ ขึ้นมาก่อนและสร้างเส้นเพื่อกำหนดและแบ่งพื้นที่ให้กับหัวข้อหลัก หัวข้อรองและปุ่มนำทางต่างๆ โดยเริ่มจากการรวบรวมข้อมูลทั้งหมดที่จะใส่ไว้ในเว็บเพจทั้งข้อความต่างๆ รูปภาพ กราฟฟิก รูปถ่ายที่สแกนมาแล้วหรือภาพประกอบต่างๆ และนำองค์ประกอบที่ได้มานั้นมาจัดวางบนเว็บเพจ โดยที่ทั้งหมดนี้ไม่สามารถคาดเดาได้ว่าจะทำอย่างไรให้ภาพและข้อความมีความเหมาะสมกับบนเว็บเพจ นอกจากการเริ่มออกแบบและเสกสรรค์รูปแบบของเว็บเพจนั้นลงบนกระดาษก่อนที่จะลงมือทำเว็บไซต์ โดยกำหนดตำแหน่งเมนู ข้อความ รูปภาพ พื้นหลังของหน้าและใช้วิธีการจัดโครงสร้างต่างๆ หน้าให้มีความเหมือนกัน เช่นจัดเมนูไว้บริเวณคอลัมน์ด้านซ้ายของหน้า วิธีนี้เป็นกำหนดยุทธศาสตร์ที่แน่นอนให้กับองค์ประกอบต่างๆ ในเว็บเพจซึ่งจะช่วยให้มองเห็นภาพรวมที่ชัดเจนก่อนที่จะลงมือสร้างเว็บเพจ (Lynch and Horton 2002)



ภาพที่ 6 การกำหนดตำแหน่งที่แน่นอนให้กับองค์ประกอบต่างๆ ในเว็บเพจ

ที่มา : Patrick Lynch and Sarah Horton, Web Style Guide [Online],

accessed 5 June 2003. Available from <http://www.webstyleguide.com>

1.7 การออกแบบเว็บเพจ

เว็บเพจเป็นสิ่งแรกๆที่ผู้ใช้จะมองเห็นขณะเปิดเข้าสู่เว็บไซต์และยังเป็นสิ่งแรกที่แสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพในการออกแบบเว็บไซต์อีกด้วย โดยปกติแล้วเว็บเพจจะประกอบด้วยรูปภาพ ตัวอักษร สีพื้น ระบบเนวิเกชันและองค์ประกอบอื่นๆที่ช่วยสื่อความหมายของเนื้อหาและอำนวยความสะดวกในการใช้งาน

1.7.1 การจัดวางข้อมูลในเว็บเพจ

เว็บเพจสามารถแบ่งออกเป็น 3 ส่วนใหญ่ๆ ได้แก่ ส่วนหัว ส่วนเนื้อหา และส่วนท้าย

1. ส่วนหัว เป็นบริเวณที่สำคัญที่สุดในหน้าเพราะเป็นส่วนดึงดูดผู้ใช้ให้ติดตามเนื้อหาที่เหลือภายในหน้านั้น โดยปกติแล้วมักประกอบด้วยชื่อเว็บไซต์ ระบบเนวิเกชันหัวข้อหลักหรือชื่อของเนื้อหาในหน้านั้น ที่บริเวณมุมซ้ายของหน้าควรเป็นตำแหน่งวางโลโก้หรือชื่อบริษัท เนื่องจากตำแหน่งนี้เป็นตำแหน่งที่ผู้ชมจะเริ่มต้นให้ความสนใจ

2. ส่วนเนื้อหา ควรมีความกะทัดรัดและจัดอย่างเป็นระเบียบเพื่อให้มองหาข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว.โดยแสดงใจความสำคัญไว้ตอนต้นของหน้าพร้อมทั้งจัดรูปแบบตัวอักษรอย่างเหมาะสมเพื่อให้เนื้อหาดูน่าสนใจและอ่านได้อย่างสะดวก

3. ส่วนท้าย ส่วนนี้เป็นบริเวณให้ข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับเนื้อหาและเว็บไซต์ โดยอาจทำเป็นระบบเนวิเกชันแบบโกลบอลแบบตัวอักษร ที่ทำหน้าที่แบบเนวิเกชันหลักที่เป็นกราฟิกในส่วนหัวของหน้า ในส่วนท้ายนี้อาจเป็นที่รวมของลิงค์ที่เกี่ยวข้องกับนโยบายทางกฎหมายลิขสิทธิ์ ความเป็นส่วนตัวและวิธีการติดต่อกับผู้ดูแลเว็บไซต์ ซึ่งส่วนท้ายนี้จำเป็นต้องคงความสม่ำเสมอในทุกๆหน้าเช่นเดียวกับส่วนหัวของหน้า

ถ้าเปรียบเทียบเว็บไซต์กับสถานที่แห่งหนึ่ง เนื้อหาที่มีค่าที่สุดจะอยู่ในส่วนหน้าซึ่งก็คือส่วนบนสุดของหน้าจอภาพนั่นเอง ทุกคนที่เข้ามาในเว็บไซต์จะมองเห็นส่วนบนของจอภาพได้เป็นลำดับแรก ถ้าผู้ชมไม่อยากที่จะใช้แถบเลื่อนเพื่อเลื่อนจอภาพลงมาก็จะยังคงเห็นส่วนบนของจอภาพอยู่ได้ตลอดเวลา ดังนั้นถ้าไม่ต้องการให้ผู้ชมพลาดสาระสำคัญของเนื้อหาก็คควรใส่ไว้ส่วนบนของหน้า ซึ่งอยู่ภายในประมาณ 300 พิกเซลแรก เนื่องจากเว็บเพจสามารถที่จะเชื่อมโยงเว็บต่างๆ เข้าหากันได้ง่ายเพียงแต่กำหนดจุดในการเชื่อมโยงเท่านั้น ดังนั้นในแต่ละหน้าจึงไม่ควรมีความจุของข้อมูลมากเกินไปเพราะจะทำให้ผู้ชมเกิดความเบื่อหน่ายได้ โดยเฉพาะการใช้แถบเลื่อนด้านข้างในการเลื่อนเพื่ออ่านข้อมูลบางครั้งผู้ชมอาจจะละทิ้งการอ่านและออกจากเว็บไซต์ของเราไป

กฏง่ายๆ ของการนำเสนอข้อมูลในแต่ละหน้าให้ดูว่าจำนวนเนื้อที่ว่าง (White space) ในเว็บเพจ ถ้าหากมีที่ว่างน้อยกว่า 30 เปอร์เซนต์แสดงว่าในเว็บเพจนั้นมีความจุของข้อมูลมากเกินไปถ้าหากเนื้อหามีความยาวมากเกินไปควรจะทำให้เป็นย่อหน้าสั้นๆ หรืออาจใช้การวางหัวข้อระหว่างเนื้อหา ซึ่งปกติแล้วหัวข้อนั้นจะมีขนาดตัวอักษรใหญ่กว่าเนื้อหาปกติ ทำให้มีเนื้อที่ว่างระหว่างแต่ละเนื้อหามากกว่าการใช้ย่อหน้าควรมีพื้นที่ว่างเพื่อเป็นการผ่อนคลายกัลด้ามนเนื้อสยตลของผู้ชม ถ้าหากในเว็บเพจนั้นบรรจุเนื้อหามากเกินไป เมื่อผู้ชมอ่านไปนาน ๆ จะทำให้เกิดอาการล้าทางสยตล

การออกแบบเว็บเพจให้มีความยาวที่เหมาะสม การตัดสินใจเกี่ยวกับความยาวของเว็บเพจ ขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย เช่นลักษณะเนื้อหาและการใช้งานของผู้ใช้ เว็บเพจที่ไม่ยาวนักจะทำให้คุณอ่านขณะที่เว็บเพจยาวๆ จะทำให้ง่ายต่อการจัดการสำหรับผู้ที่ต้องการดาวน์โหลดหรือส่งพิมพ์หน้านั้น โดยที่ผู้ออกแบบจะมีความสะดวกตรงที่ไม่ต้องสร้างลิงค์และเว็บเพจจำนวนมากขณะที่ผู้ใช้สามารถดาวน์โหลดหรือพิมพ์จากไฟล์เพียงไฟล์เดียวเท่านั้น ดังนั้นหน้าเว็บยาวๆจึงเหมาะสำหรับเนื้อหาที่คาดว่าผู้ใช้จะไม่อ่านบนหน้าจอ โดยทั่วไปเว็บเพจที่มีขนาดสั้นเหมาะสำหรับหน้าโฮมเพจหรือหน้าที่เป็นแหล่งรวมลิงค์เป็นหน้าที่จะถูกอ่านจากหน้าจอ อาจเป็นหน้าที่มีกราฟิกขนาดใหญ่ แต่สำหรับเว็บเพจขนาดยาวนั้นจะเหมาะที่จะใช้ในการพิมพ์หรือดาวน์โหลดเพื่อความสะดวกในการจัดการกับจำนวนไฟล์และลิงค์ที่น้อยลง. เพื่อที่โครงสร้างของเนื้อหาจะได้ไม่ถูกตัดแบ่งออกจากกัน

Lynch and Horton (2002) กล่าวว่าบริเวณที่เหมาะสมที่จะใช้ในการออกแบบบนหน้าจอั้นถูกกำหนดขึ้นโดยปัจจัย 2 อย่างคือ

1. ต้องมีขนาดเท่ากับจอที่เล็กที่สุดที่ใช้กันทั่วไปในปัจจุบัน หรือมีขนาดมาตรฐาน 800 x 600 pixel
2. วัดจากขนาดความกว้างของกระดาษ ที่พิมพ์ข้อความจากเว็บเพจ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นขนาด A4โดยที่บริเวณที่เหมาะสมสำหรับการพิมพ์คือ แนวนอนสามารถออกแบบให้กว้างมากที่สุดได้ที่ 560 พิกเซล ส่วนแนวตั้งสามารถใช้พื้นที่ได้มากที่สุดที่ 410 พิกเซล (โดยไม่นับสกอลบาร์ด้านข้าง) ส่วนบริเวณที่เหมาะสมในการวางเลย์เอาต์บนหน้าจอั้นสามารถออกแบบให้แนวนอนมีความกว้างมากที่สุด 760 พิกเซลและมีความสูงมากที่สุด 410 พิกเซล (โดยไม่นับสกอลบาร์ด้านข้าง)

1.7.2 ส่วนประกอบของเว็บเพจ

การออกแบบเว็บเพจเป็นเหมือนการทำงานศิลปะชนิดหนึ่ง ที่จะต้องทำให้ผู้ชมได้รับความสำราญสนุกสนานหรือชื่นชอบและพอใจที่จะกลับมาชมอีกดังนั้นการออกแบบเว็บเพจที่ดีจึงต้องประกอบด้วย ส่วนสำคัญดังนี้

1. ภาพใช้ในเว็บเพจ

จะอยู่ในรูปแบบของ gif หรือ jpeg ซึ่งมีความแตกต่างในเรื่องของการบีบอัดภาพสีและการสอดประสานภาพ รวมถึงการแสดงผลภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวด้วย ส่วนพื้นหลังของข้อความในเว็บเพจจะเป็นส่วนช่วยดึงดูดใจผู้ชมได้เป็นอย่างมากโดยการเลือกใช้สีที่เหมาะสมกับเนื้อหาของเรื่อง หรืออาจจะเป็นภาพกราฟิกหลายที่ไม่โดดเด่นมากนักเพื่อช่วยเสริมความสัมพันธ์ของเนื้อหาประเภทของภาพมีดังนี้

1.1 ภาพพื้นหลัง (Background) เป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อการมองเห็นและความสนใจของผู้ที่เข้าชมเว็บไซต์ ซึ่งการสร้างพื้นหลังนั้นควรมีลักษณะต่างๆดังนี้

- 1.1.1 เรียบง่ายสบายตาสีสันไม่ดูฉูดฉาดหรือไม่มีลวดลาย
- 1.1.2 บริเวณว่างเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อให้เป็นที่พักของสายตา
- 1.1.3 น้ำหนักสี มีความกลมกลืน เข้ากัน
- 1.1.4 ทิศทาง การจัดวางตำแหน่งไม่ขัดกัน
- 1.1.5 มีขนาดของภาพ (kb) ที่ไม่ใหญ่มาก

1.2. ตัวควบคุม (Controller) หมายถึงระบบควบคุมการปฏิสัมพันธ์ต่างๆ ที่จะนำทางผู้เข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์นั้นๆ ซึ่งแบ่งเป็น 2 ประเภทคือปุ่มนำทาง (Button) และสัญลักษณ์นำทาง (Icon) ซึ่งการสร้างตัวควบคุมนั้นควรมีลักษณะต่างๆดังนี้

- 1.2.1 มีรูปแบบที่เรียบง่าย ไม่ซับซ้อน
- 1.2.2 สร้างความรับรู้และเข้าใจได้รวดเร็วที่สุดในตัวเอง
- 1.2.3 มีความเป็นสากล สามารถสื่อสารข้ามอารยธรรมได้
- 1.2.4 มีขนาดที่ใกล้เคียงกันดูเป็นกลุ่มเดียวกัน
- 1.2.5 มีขนาดของภาพ (kb) ที่ไม่ใหญ่มาก

1.3 ภาพนิ่ง (Image) เป็นส่วนที่พบมากที่สุดในเว็บไซต์ สามารถเสนอภาพได้ 2 ลักษณะคือภาพแบบ Bitmap หรือ Vector โดยที่ภาพ Bitmap คือภาพที่ประกอบจากการนำจุดสีที่มีสีต่างๆ ที่เกิดจากการผสมผสานสีเข้าด้วยกัน ได้แก่ สีแดง สีเขียว สีน้ำเงิน(RGB) ภาพที่ได้จะมีความคมชัดน้อยกว่าแบบ Vector ส่วนภาพ Vector คือ ภาพที่เกิดจากการวาดของคอมพิวเตอร์

โดยใช้หลักทางคณิตศาสตร์ในการคำนวณ จึงมีความคมชัดมากและสามารถย่อขยายได้ เช่นภาพที่สร้างจากโปรแกรม Illustrator หรือ Flash ซึ่งการสร้างภาพนิ่งนั้นควรมีลักษณะต่างๆ ดังนี้

1.3.1 ขนาดไฟล์ไม่ใหญ่ ควรมีขนาด (Kb) ที่เล็กกะทัดรัดที่สุดเพื่อความรวดเร็วในการดาวน์โหลด

1.3.2 มีความคมชัด สีไม่เพี้ยน

1.3.3 การจัดองค์ประกอบต่างๆมีความกลมกลืนกัน

1.4 ภาพเคลื่อนไหว (Animation) เพื่อดึงดูดใจผู้ที่เข้ามาเยี่ยมชมเว็บเพจ ภาพเคลื่อนไหวที่มักจะใช้ในการออกแบบเว็บไซต์คือใช้ในส่วนของโลโก้และปุ่มให้เคลื่อนไหว การเคลื่อนไหวของตัวการ์ตูน การเคลื่อนไหวของตัวหนังสือ ซึ่งการสร้างภาพเคลื่อนไหวนั้นควรมีลักษณะต่างๆ ดังนี้

1.4.1 ภาพเคลื่อนไหวต้องเป็นไปอย่างต่อเนื่อง แนบเนียน ไม่สะดุด

1.4.2 ภาพต้องไม่เคลื่อนไหวเร็วเกินไปหรือช้าเกินไป เพราะจะทำให้ผู้ชมเกิดความเบื่อหรือรำคาญ

1.4.3 ขนาดของไฟล์ต้องไม่ใหญ่เพื่อความรวดเร็วในการโหลด

2. ข้อความ

2.1 ข้อความที่ปรากฏอยู่ในเว็บเพจ จะได้รับการจัดรูปแบบด้วยรหัส HTML ให้มีลักษณะตามที่กำหนดไว้เช่นหัวเรื่อง หัวข้อย่อย หรือเนื้อหาในขนาดตัวอักษรและแบบพิมพ์ที่แตกต่างกันหรืออาจมีการจัดให้ชิดซ้าย ขวา หรืออยู่กึ่งกลางหน้าก็ได้ นอกจากนี้ข้อความในแต่ละคำหรือย่อหน้ายังอาจจะมีการเปลี่ยนสีเพื่อเน้นหรือแสดงความแตกต่างกันได้เช่นกัน

2.2 พื้นหลังของข้อความในเว็บเพจ จะเป็นส่วนช่วยดึงดูดใจผู้ชมได้เป็นอย่างมากโดยการใช้สีที่เหมาะสมกับเนื้อหาของเรื่องหรืออาจจะเป็นภาพกราฟิกลวดลายที่ไม่โดดเด่นมากนักเพื่อช่วยเสริมความสัมพันธ์ของเนื้อหา

2.3 การเชื่อมโยงข้อความในเว็บเพจ อาจมีการเชื่อมโยงไปยังส่วนอื่นของข้อความภายในหน้าเดียวกันหรือหน้าอื่นๆ ภายในเว็บไซต์เดียวกันหรือแม้แต่ในเว็บไซต์อื่นก็ได้ นอกจากนี้ยังมีการเชื่อมโยงกับอีเมลโดยการเปิดแบบฟอร์มของอีเมลขึ้นมา เพื่อให้ผู้ชมส่งอีเมลไปตามที่อยู่ที่กำหนด

2.4 ตาราง (table) โดยทั่วไปแล้วข้อความในเว็บเพจอาจจะมีการจัดอยู่ในลักษณะของคอลัมน์เดียว แต่ถ้าต้องการให้ข้อความจัดอยู่ในคอลัมน์ที่แตกต่างกันแล้วจะต้องมีการสร้างตารางเพื่อจัดข้อความในแต่ละคอลัมน์ให้อยู่ในแต่ละช่องของตาราง ปกติแล้วผู้ชมจะไม่

ทราบเลยว่าข้อความนั้นจัดอยู่ในตาราง เนื่องจากนักออกแบบได้ซ่อนเส้นตารางไว้ไม่ให้เห็นเส้นตารางในเว็บเพจ

2.5 กรอบ (frame) กรอบจะแตกต่างจากตารางถึงแม้เมื่อมองในตอนแรกแล้วจะดูเหมือนกันเนื่องจากกรอบจะมีลักษณะเป็นคอลัมน์เช่นกัน การที่จะทราบว่าส่วนใดของเว็บเพจเป็นกรอบจะสังเกตดูได้จากแถบเลื่อน (scroll bar) ที่อยู่ด้านข้างหรือด้านล่าง แต่ในบางครั้งอาจจะไม่มีแถบเลื่อนก็ได้เว็บเพจหนึ่งอาจจะมีตั้งแต่ 1 - 4 กรอบหรือมากกว่านั้นก็ได้

2.6 แบบฟอร์ม (form) ลักษณะพิเศษอย่างหนึ่งของสื่อในระบบเชื่อมต่อตรงคือ การให้ผู้ชมสามารถส่งข้อมูลป้อนกลับไปยังเจ้าของเว็บไซต์นั้นได้ทันที ซึ่งนอกจากจะเป็นในลักษณะอีเมลล์แล้วยังมีลักษณะของการกรอกแบบฟอร์มในช่องข้อความ การใส่รหัสผ่าน รวมถึงการคลิกปุ่มเลือกตอบ ปุ่มส่ง หรือปุ่มจัดใหม่ และการเลือกตัวเลือกในเมนูที่มีทั้งแบบดึงลงและเลื่อนหาข้อความได้ด้วยเช่นกัน

1.8 สื่อสำหรับเว็บเพจ

สื่อเป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญมากในการออกแบบเว็บเพจเนื่องจากสื่อสามารถสื่อถึงความรู้สึกอารมณ์และยังสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสถานที่กับเวลาด้วย ประโยชน์ของสื่อในรูปแบบต่างๆ มีดังนี้

1. สื่อสามารถชักนำสายตาของผู้ชมไปยังทุกบริเวณในเว็บเพจ ผู้ชมจะมีการเชื่อมโยงความรู้สึกกับบริเวณของสื่อในรูปแบบที่คาดหวังได้ ซึ่งการเลือกเจดสื่ออย่างรอบคอบในเว็บเพจสามารถที่จะนำทางให้ผู้ชมติดตามเนื้อหาในบริเวณต่างๆ ตามที่เรากำหนดได้ วิธีนี้จะเป็นประโยชน์อย่างมาก เมื่อต้องการให้ผู้ชมให้ความสนใจกับส่วนใดส่วนหนึ่งในเว็บไซต์เป็นพิเศษ เช่น ข้อมูลใหม่ โปรโมชันพิเศษ หรือบริเวณที่ไม่ค่อยได้รับความสนใจมาก่อน

2. สื่อช่วยเชื่อมโยงบริเวณที่ได้รับการออกแบบเข้าด้วยกันผู้ชมจะมีความรู้สึกว่าเป็นบริเวณที่มีสื่อเดียวกันจะมีความสำคัญเท่ากัน วิธีการเชื่อมโยงแบบนี้จะช่วยจัดกลุ่มของข้อมูลที่มีความสัมพันธ์อย่างไม่เด่นชัดเข้าด้วยกันได้

3. สื่อสามารถนำไปใช้ในการแบ่งบริเวณต่างๆ ออกจากกัน ทำนองเดียวกับการเชื่อมโยงบริเวณที่มีสื่อเหมือนกันเข้าด้วยกัน..แต่ขณะเดียวกันก็เป็นการแบ่งแยกบริเวณที่มีสื่อต่างกัน ออกจากกัน

4. สื่อสามารถใช้ในการดึงดูดความสนใจของผู้ชมสายตาของผู้ชมมักจะมองไปยังสื่อที่มีลักษณะเด่นหรือผิดปกติเสมอ การออกแบบเว็บไซต์ด้วยการใช้สื่ออย่างรอบคอบไม่เพียงแต่จะ

กระตุ้นความสนใจของผู้ชมเพียงเท่านั้นแต่ยังช่วยหน่วยงานให้ผู้ชมอยู่ในเว็บไซต์ได้นานยิ่งขึ้น ส่วนเว็บไซต์ที่ใช้สีไม่เหมาะสมเป็นเสมือนทางขับไล่ผู้เยี่ยมชมให้ไปสู่เว็บไซต์อื่นที่ออกแบบดีกว่า

5. สีสามารถสร้างอารมณ์โดยรวมของเว็บเพจและยังกระตุ้นความรู้สึกตอบสนองจากผู้ชมได้ นอกเหนือจากความรู้สึกที่ได้รับจากสีตามหลักจิตวิทยาแล้วผู้ชมยังอาจมีอารมณ์ความรู้สึกสัมพันธ์กับสีบางสีหรือบางกลุ่มเป็นพิเศษ

6. สีช่วยสร้างระเบียบให้กับข้อความต่างๆ เช่น การใช้สีแยกส่วนระหว่างหัวเรื่องกับตัวเรื่องหรือการสร้างความแตกต่างให้กับข้อความบางส่วน โดยใช้สีแดงสำหรับคำเตือนหรือใช้สีเทาสำหรับสิ่งที่เป็นทางเลือก

7. นอกเหนือจากการใช้สีมาช่วยในการออกแบบแล้ว สียังสามารถส่งเสริมเอกลักษณ์ขององค์กรหรือหน่วยงานนั้นๆ ได้ด้วยการใช้สีที่เป็นเอกลักษณ์ขององค์กรมาเป็นโทนสีหลักของเว็บไซต์

การเลือกใช้สีในการออกแบบเว็บไซต์ เนื่องจากสีมีผลต่อความรู้สึกของมนุษย์อย่างมาก ดังนั้นการเลือกใช้สีในการออกแบบเว็บไซต์จึงเป็นเรื่องสำคัญ เว็บไซต์ที่เลือกใช้ชุดสีที่ดีและเหมาะสมกับเรื่องราวหรือลักษณะของเว็บไซต์นั้นจะช่วยให้เว็บน่าสนใจ น่าเชื่อถือและสามารถทำให้ผู้ชมอยู่ชมเว็บไซต์นานขึ้น โดยมีแนวทางในการนำสีไปใช้กับการออกแบบเว็บไซต์ดังนี้

สีแดง เป็นสีที่มีความเด่นสะดุดตา เหมาะที่จะใช้เน้นความสำคัญของส่วนต่างๆ แต่สีแดงจัดมากๆ มีผลรบกวนสายตาและทำให้สายตาเมื่อยล้าได้ง่าย ดังนั้นจึงไม่ควรใช้สีแดงในบริเวณกว้าง สีแดงมักเป็นที่ชื่นชอบของคนที่มีลักษณะเปิดเผยและมีความรู้สึกรุนแรง สีแดงจะขัดแย้งกับสีเขียว น้ำเงินและม่วง ในขณะที่สีแดงอ่อนนั้นจะเข้ากันได้ดีกับสีโทนร้อนเช่น ส้ม น้ำตาลและเหลือง

สีน้ำเงิน เป็นสีที่ได้รับความนิยมมาก สามารถเข้ากันได้ดีกับชุดสีเย็น เช่นสีเขียวและเหมาะสมอย่างมากกับสีเอิร์ธโทน หรือสีที่เป็นกลางอย่างเทาหรือน้ำตาลอ่อน แต่ควรระวังเมื่อใช้ร่วมกับสีส้ม เพราะสีทั้งสองจะตัดกันอย่างเด่นชัดซึ่งอาจเป็นการรบกวนสายตา สีน้ำเงินอ่อนเหมาะที่จะใช้เป็นส่วนหลังของเว็บไซต์ที่ให้ความสนุก ร่าเริงและมีชีวิตชีวา สามารถใช้ในการแสดงถึงความอนุรักษ์นิยมโดยปราศจากสีที่มีความมืดทึบได้นอกจากนี้สีน้ำเงินยังมีความหมายถึงเทคโนโลยีและความรอบรู้ ในทางตรงกันข้ามสีน้ำเงินเป็นสีที่ควรหลีกเลี่ยงในเว็บไซท์ที่เกี่ยวกับอาหารหรือการประกอบอาหารเนื่องจากแทบไม่มีอาหารใดที่มีสีน้ำเงินและยังเป็นที่รู้กันว่าเป็นสีที่ลดความอยากอาหารอีกด้วย

สีเขียว มีผลต่อความรู้สึกของผู้คนอย่างมากจึงควรใช้อย่างระมัดระวัง สีเขียวสามารถสร้างความรู้สึกร้อนหรือเย็นก็ได้..โดยที่สีเขียวแก่ค่อนข้างที่จะเป็นสีสงบ..เย็น ในขณะที่สีเขียวอ่อนให้ความอบอุ่น แข็งขันและสะอาด ควรหลีกเลี่ยงการใช้สีเขียวกับสีแดงเพราะสองสีนี้จะรบกวนกันทำให้อ่านยาก สีเขียวนั้นจะเป็นทางเลือกที่ดีสำหรับเว็บไซต์ที่เกี่ยวกับการเงินหรือสิ่งแวดล้อม ซึ่งแสดงถึงความสมบูรณ์และความเจริญเติบโต

สีเหลือง เป็นสีที่ดูสว่างมากกว่าสีขาวโดยเฉพาะในสิ่งพิมพ์ เป็นสีที่แสดงถึงความสดใส การต้อนรับ สามารถดึงความสนใจได้มาก จนบางครั้งอาจมากกว่าสีแดงแต่สีเหลืองจะไม่สามารถสร้างแรงจูงใจได้ด้วยตัวเอง เหมาะกับการใช้สร้างความแตกต่างร่วมกับสีอื่น โดยใช้ความสว่างสดใสที่มีทำให้เกิดประโยชน์ต่อองค์ประกอบที่มีสีมืด นอกจากนั้นสีเหลืองยังเป็นตัวเลือกที่ดีต่อสีพื้นซึ่งจะช่วยเพิ่มความสามารถในการอ่านเมื่อใช้สีตัวอักษรที่ตัดกัน

สีส้ม เป็นสีที่ให้ความสบายแก่สายตามากกว่าสีเหลืองหรือสีแดง อาจนำไปใช้แสดงความสดใสหรือเรียกร้องความสนใจได้ เนื่องจากสีส้มเป็นสีที่เด่นจึงเหมาะที่จะใช้ในการเน้นถึงบางส่วนในเว็บเพจ แต่ควรระวังอย่าใช้เป็นสีพื้นหรือใช้มากเกินไป นอกจากนั้นสีส้มยังเป็นสีที่มีความละเอียดอ่อน และมีประโยชน์ในการตกแต่งมาก นอกจากนี้จากการศึกษาพบว่าสีส้มมีความสัมพันธ์กับความอยากอาหาร

สีน้ำตาล ให้ความรู้สึกถึงความเก่าแก่ โบราณ แสดงถึงความมั่นคง เรียบง่าย สะดวกสบาย แต่อาจจะดูมืดทึบหรือน่าเบื่อได้ถ้าใช้อย่างไม่เหมาะสม สีน้ำตาลเป็นตัวเลือกที่ดีสำหรับเว็บเกี่ยวกับบ้านและครอบครัวรวมถึงกิจกรรมกลางแจ้ง

สีเทา เป็นสีพื้นฐานของสีที่เป็นกลาง แสดงถึงความสุภาพและสร้างสรรค์แต่อาจทำให้เกิดความรู้สึกน่าเบื่อหน่าย ซ้ำซากหรือขาดชีวิตชีวา สีเทาเข้ากันได้ดีกับสีโทนเย็นเช่นน้ำเงินหรือม่วงซึ่งจะทำให้รู้สึกสง่างาม ชำนาญและมั่นคง

สีขาว..เป็นสีที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในการใช้เป็นสีพื้นของเว็บเพจเพราะเป็นสีพื้นที่สามารถเข้ากันได้กับทุกสีและยังช่วยเพิ่มความสามารถในการอ่านข้อความของหน้าจอ สีขาวไม่ได้มีแต่ความหมายที่ดีเสมอไป สีที่จัดจางหรือซีดขาวจะมีความเกี่ยวเนื่องกับความเจ็บป่วยและความใจอ่อน บางสถานการณ์อาจหมายถึงความเจ็บป่วยและความตาย

สีดำ ปกติเป็นสีที่สื่อถึงความเศร้าโศก ความรุนแรง ความหดหู่ ตามทฤษฎีแล้วมักจะมี ความหมายตรงข้ามกับสีขาว แต่เมื่อสีดำมาอยู่คู่กับสีขาวก็ทำให้มีความหมายดีขึ้น เช่นความฉลาดและความมั่นคง เมื่อใช้ร่วมกับสีอื่นๆ ก็สามารถสร้างความซับซ้อน ลึกลับได้เป็นอย่างดี จากการศึกษาพบว่าการใช้สีดำเป็นสีพื้นบนเว็บเพจทำให้อ่านตัวหนังสือได้ยากขึ้น แต่ก็มิหลายๆ

เว็บไซต์ที่ใช้สีดำเป็นพื้นหลังอย่างประสบความสำเร็จ ด้วยการใช้นำสีที่มีความแตกต่างอย่างมากเช่นสีขาวหรือเขียวอ่อน. นอกจากนี้สีดำมักจะถูกใช้เป็นสีพื้นหลังในการนำเสนอผลงานของศิลปินและเป็นที่ยอมรับในเว็บไซท์ที่ให้ข้อมูลทางเทคนิคหรือเว็บที่ให้ความรู้สึกแบบโต้ตอบอย่างไรก็ตามการใช้สีดำเป็นหลักควรพิจารณาอย่างรอบคอบเช่นไม่ควรใช้กับเว็บไซท์ที่เกี่ยวข้องกับเด็ก

แนวทางในการใช้สีบนเว็บไซท์ เป็นสิ่งที่มีความสำคัญมากในการดึงดูดความสนใจของผู้ใช้เนื่องจากเป็นสิ่งแรกที่มองเห็น สีเป็นตัวกำหนดบรรยากาศและความรู้สึกโดยรวมของเว็บไซท์ เราสามารถใช้สีได้กับทุกองค์ประกอบของเว็บเพจ ตั้งแต่ตัวอักษร ภาพ การเชื่อมโยงและสีพื้นหลัง การใช้สีที่เหมาะสมนอกจากจะช่วยเพิ่มความสวยงามให้กับเว็บไซท์แล้วยังส่งผลต่อการสื่อความหมายของเนื้อหาด้วย ในทางกลับกันสีที่ไม่เหมาะสมอาจสร้างความยากลำบากในการอ่านหรือ รบกวนสายตาผู้ชมรวมทั้งอาจทำให้การสื่อความหมายไม่ถูกต้องก็เป็นได้

การเลือกใช้นั้นหลักทั่วไปได้แก่การเลือกสีให้เหมาะสมและเลือกสีที่แตกต่าง เพื่อสื่อถึงความหมายที่แตกต่างของสิ่งที่ต้องการนำเสนอ เช่น สีน้ำเงินเพื่อแสดงข้อความที่เป็นหัวข้อ สีดำเพื่อแสดงข้อความทั่วไป สีแดงเพื่อเน้นข้อความที่สำคัญ เป็นต้น แต่ไม่ควรใช้สีเกินกว่า 3 สีในแต่ละหน้า เพราะทำให้ยากสำหรับผู้ใช้ในการแยกความแตกต่างของความหมายที่แต่ละสีพยายามที่จะสื่อและการใช้สีเพื่อสื่อความหมายที่ต่างกันนี้จะต้องใช้อย่างสม่ำเสมอในเว็บไซท์เดียวกัน

1.9 กราฟิกสำหรับเว็บไซท์

การสร้างภาพกราฟิกด้วยคอมพิวเตอร์มีวิธีการสร้าง 2 แบบ คือ แบบบิตแมป (Bit Mapped) และแบบเวกเตอร์ (Vector) หรือสโตรก (Stroked) ซึ่งมีวิธีสร้างภาพดังนี้

กราฟิกแบบบิตแมป มีความหมายที่ค่อนข้างจะตรงไปตรงมา คือ มีลักษณะเป็นช่องๆ เหมือนตาราง แต่ละบิตก็คือส่วนหนึ่งของข้อมูลคอมพิวเตอร์ (คำว่าบิต ย่อมาจาก Binary Digit หมายถึงเลขฐานสองแต่ละตัว คือ 0 กับ 1 ซึ่งก็คือสวิตช์ปิดเปิดในหน่วยความจำ "1" หมายถึงเปิด และ "0" หมายถึงปิด) และสวิตช์ปิดเปิดนี้ก็ยิ่งหมายถึงสีดำและสีขาวอีกด้วย ดังนั้นถ้าเราเอาบิตที่แตกต่างกันในแต่ละตารางมารวมกันเข้าเราจะสามารถสร้างภาพจากจุดดำและขาวเหล่านี้ได้ กราฟิกแบบบิตแมปทุกชนิดมีลักษณะที่เหมือนกันอยู่บางประการ ถ้าทำความเข้าใจส่วนต่างๆ เหล่านี้เราจะสามารถหลีกเลี่ยงหรือป้องกันปัญหาที่อาจเกิดขึ้นได้ โดยมีศัพท์ที่ใช้กับกราฟิกต่างๆ ดังนี้

พิกเซล (Pixel) เป็นคำที่ใช้แทนองค์ประกอบของภาพ ย่อมาจาก Picture Element เป็นองค์ประกอบพื้นฐานของภาพบิตแมปซึ่งองค์ประกอบย่อยๆ เหล่านี้ถูกรวมกันเข้าทำให้เกิดภาพ

โดยแต่ละชิ้นเป็นองค์ประกอบที่แยกจากกัน เปรียบเทียบได้กับพิกเซลซึ่งถือเป็นหน่วยย่อยที่เล็กที่สุดของรูปภาพ พิกเซลมีความสำคัญต่อการสร้างกราฟิกของคอมพิวเตอร์มากเพราะทุกๆ ส่วนของกราฟิก เช่น จุด เส้น แบบลายและสีของภาพ ล้วนเริ่มจากพิกเซลทั้งสิ้น พิกเซลหนึ่งๆ อาจจะมีขนาดความเข้มและสีแตกต่างกันได้ ในโลกแห่งดิจิทัลพิกเซลได้ถูกใช้สำหรับสิ่งต่างๆ เป็นต้นว่า จุดแต่ละจุดบนหน้าจอคอมพิวเตอร์ จุดแสดงความละเอียดของเครื่องพิมพ์แบบเลเซอร์หรืออุปกรณ์แสดงผลประเภทกราฟิกอื่นๆ ของระบบคอมพิวเตอร์ ซึ่งพิกเซลหมายถึงองค์ประกอบย่อยในไฟล์กราฟิกแบบบิตแมป ส่วนวิดีโอพิกเซลหมายถึงองค์ประกอบย่อยของภาพในหน้าจอคอมพิวเตอร์ จุด หรือ Dot หมายถึงความละเอียดของภาพที่พิมพ์โดยเครื่องพิมพ์แบบเลเซอร์

เอสเป็กเรโซของภาพ (Image Aspect Ratio) คือ อัตราส่วนระหว่างจำนวนพิกเซลทางแนวขวางและจำนวนพิกเซลทางแนวตั้งที่ใช้ในการสร้างภาพ หากจะยกตัวอย่างเปรียบเทียบกับกระดาษกราฟจะเห็นได้ว่าภาพบิตแมปจะมีจำนวนพิกเซลคงที่ในมิติแนวขวางและแนวตั้ง ซึ่งอัตราส่วนมีไว้อ้างอิงขนาดของภาพและมักจะเขียนในรูปของ 800 x 600 (ซึ่งหมายถึงรูปภาพที่มี 800 พิกเซลในแนวขวาง และ 600 บรรทัดของพิกเซลในแนวตั้ง) เราสามารถคำนวณหาจำนวนพิกเซลทั้งหมดในรูปภาพได้โดยการคูณตัวเลขทั้งสองนี้เข้าด้วยกัน นั่นคือรูปภาพที่มีเอสเป็กเรโซ 800 x 600 จะมีทั้งหมด 480,000 พิกเซล ซึ่งจำนวนดังกล่าวไม่ได้หมายถึงขนาดของไฟล์ของภาพนั้นๆ

รีโซลูชัน (Resolution) คือค่าความละเอียดของกราฟิก ค่ารีโซลูชันมักระบุเป็นจำนวนพิกเซลในแนวนอนคือแนวแกน X และจำนวนพิกเซลในแนวตั้งคือแนวแกน Y ดังนั้นรีโซลูชัน 720 x 348 จึงหมายความว่ากราฟิกชนิดนี้สามารถแสดงพิกเซลในแนวนอนได้ไม่เกิน 720 พิกเซล และแสดงพิกเซลในแนวตั้งได้ไม่เกิน 348 พิกเซล โปรแกรมสร้างภาพกราฟิกบางโปรแกรมจะระบุค่ารีโซลูชันเป็นระดับสูง (High Resolution) ปานกลาง (Medium Resolution) และระดับต่ำ (Low Resolution) โดยพิจารณาจากจำนวนพิกเซลในแนวนอนเพียงอย่างเดียว ซึ่งมีหลักว่าถ้าค่าน้อยกว่า 128 เป็นระดับต่ำ ค่าระหว่าง 128 ถึง 512 เป็นระดับกลาง ค่าสูงกว่า 512 เป็นระดับสูง สำหรับจอภาพขนาดปกติถ้ามีค่ารีโซลูชันมากกว่า 1500 ตาจะมองไม่เห็นแต่ละพิกเซลคือจะมองเห็นเป็นภาพที่มีความละเอียดคมชัดสูงมาก คอมพิวเตอร์กราฟิกที่ใช้กับฟิล์มถ่ายรูปในระดับมืออาชีพจะต้องใช้ค่ารีโซลูชันสูงถึง 3000 ส่วนการแสดงผลในเว็บเพจหรือในจอคอมพิวเตอร์นั้นใช้ค่ารีโซลูชันเพียง 72 ก็เพียงพอแล้ว

การสร้างภาพแบบบิตแมปนี้ สามารถสร้างและตกแต่งภาพได้จากโปรแกรม Photoshop โดยมีลักษณะฟอร์แมตของไฟล์หลายประเภทซึ่งภาพที่ใช้บนเว็บไซต์นั้นต้องเป็นไฟล์ที่มีขนาดเล็ก

และมีความละเอียดไม่เกิน 72 จุดต่อนิ้ว พอร์แมตที่ใช้ต้องมีรูปแบบการบีบอัดข้อมูลสำหรับพอร์แมตที่มีการจัดเก็บแบบบีบอัดข้อมูลได้แก่ GIF, JPEG และ PNG ซึ่งการจะใช้พอร์แมตใดนั้นเราต้องทำความเข้าใจลักษณะการบีบอัดข้อมูลของแต่ละแบบเพื่อให้เราสามารถเลือกใช้งานได้อย่างถูกต้อง โดยมีหลักการในการเลือกใช้ดังนี้

1. ใช้ JPEG สำหรับภาพถ่าย หรือภาพวาดที่มีจำนวนสีมาก ๆ
2. ใช้ GIF หรือ PNG สำหรับภาพที่มีลักษณะเป็นลายเส้นหรือภาพที่ต้องการสร้างเป็นภาพโปร่งใส
3. ใช้ PGN - 24 สำหรับภาพถ่ายที่ต้องการให้มีลักษณะโปร่งแสงแต่ไฟล์ที่ได้จากการบีบอัดจะมีขนาดใหญ่กว่าและมีคุณภาพมากกว่า JPEG

ลักษณะภาพแบบบิตแมปที่มีการแบ่งพอร์แมตที่ใช้ในการบีบอัดภาพต่างๆ ดังนี้

1. พอร์แมต GIF หรือ Graphic Interchange Format ถูกพัฒนาโดยCompuServe Information Service ในปีค.ศ.1980 ซึ่งใช้ในการบีบอัดข้อมูลภาพลายเส้นและมีข้อจำกัดอยู่ที่ 256 สีหรือ 8 บิต ใช้ในการบีบอัดแบบสร้าง Palette สีขึ้นมาใหม่ทำให้ไม่สูญเสียคุณภาพของงาน เพราะไม่มีการตัดสีออก แต่จะเป็นการแทนสีภาพในแต่ละพิกเซลด้วยสีที่กำหนดขึ้นใหม่ ดังนั้นคุณภาพไฟล์จะไม่เสียและพอร์แมตนี้ยังมีความสามารถในการแสดงภาพแบบโปร่งแสงและภาพเคลื่อนไหวด้วย แฟ้มภาพที่อยู่ในรูปแบบของ GIF เป็นรูปแบบที่ได้รับความนิยมใช้กับเว็บเพจมากที่สุดเพราะมีขนาดเล็กเนื่องจากการบีบอัดข้อมูล โดยใช้เทคนิคที่เรียกว่า “Lossless Compression” คือเมื่อผ่านการบีบอัดแฟ้มภาพแล้วจะมีการสูญหายของข้อมูลนั้นคือได้ภาพเหมือนต้นฉบับมากและยังสามารถนำไปสร้างภาพเคลื่อนไหวได้อีก นอกจากนี้สามารถทำให้พื้นหลังโปร่งใส (Transparent) เพื่อให้ภาพนั้นกลมกลืนกับภาพพื้นหลัง (Background) และลักษณะสำคัญอีกประการหนึ่งของแฟ้มรูปแบบ GIF คือ การสอดประสาน (Interlace) เป็นการแสดงภาพในขณะที่กำลังรอให้ปรากฏเป็นชั้นๆ โดยที่แต่ละชั้นจะค่อยๆ เพิ่มความชัดของภาพขึ้นมาจนปรากฏทั้งหมด อย่างไรก็ตามรูปแบบแฟ้ม GIF มีข้อจำกัดคือแสดงสีได้มากที่สุดเพียง 256 สีเท่านั้น ดังนั้นภาพหรือกราฟิกส่วนใหญ่ที่ใช้รูปแบบแฟ้ม GIF จึงเป็นภาพลายเส้น ภาพการ์ตูนที่มีจำนวนสีไม่มากนัก

2. พอร์แมต JPEG ถูกพัฒนาขึ้นโดย Joint Photographic ExpertsGroup เพื่อจุดประสงค์ในการบีบอัดข้อมูลของไฟล์รูปภาพมีจุดเด่นคือหลังการบีบอัดแล้วยังสามารถใช้สีได้ถึง 16.7 ล้านสี ในขณะที่ GIF ใช้ได้เพียง 256 สีเท่านั้น JPEG ไม่จำเป็นต้องกำหนดpalette สีเพื่อการใช้งานเพราะรองรับข้อมูลสีได้เป็นจำนวนมากอยู่แล้ว ซึ่งลักษณะการบีบอัดจะเป็นการลบข้อมูล

ส่วนที่ซ้ำซ้อนกันมากที่สุดออกจากภาพ ดังนั้นยังมีการบีบอัดข้อมูลมากเท่าไรคุณภาพของภาพก็จะสูญเสียมากขึ้นเท่านั้น ผลของการบีบอัดข้อมูลจะได้ไฟล์ภาพที่มีขนาดเล็กกว่าฟอร์แมต GIF ซึ่งจะทำให้ใช้เวลาในการดาวน์โหลดน้อยลงแต่จะใช้เวลาในการแสดงผลที่นานกว่าเพราะต้องขยายข้อมูลที่บีบอัดก่อนการแสดงผล ฟอร์แมตแบบ JPEG นี้จะไม่สนับสนุนการบีบอัดข้อมูลที่มีภาพโปร่งแสง เพราะหลังการบีบอัดพิกเซลที่โปร่งแสงจะถูกแทนที่ด้วยสีของแบกราวน์รูปแบบแฟ้มนี้ใช้เทคนิคการบีบอัดคงสัญญาณหลักที่เรียกว่า Lossy Compression ซึ่งมีโอกาสมากที่จะได้แฟ้มภาพที่ไม่เหมือนต้นฉบับและหากบีบอัดมากขึ้น คุณภาพของภาพที่ได้ก็จะต่ำลงไปด้วยอย่างไรก็ดีรูปแบบแฟ้ม JPEG สามารถแสดงสีได้มากถึง 16.7 ล้านสี ทำให้รูปแบบแฟ้ม JPEG เป็นรูปแบบที่นิยมกันมาก โดยเฉพาะเว็บที่ต้องการเน้นภาพในลักษณะที่ให้ความคมชัดสูง นอกจากนี้ยังสามารถแสดงคุณสมบัติพิเศษที่เรียกว่า Progressive คือภาพจะค่อยๆ ปรากฏคล้ายกับภาพในรูปแบบแฟ้ม GIF

3. ฟอร์แมต PNG หรือ Portable Network Graphic ถูกพัฒนาโดย Thomas Boutell และ Tom Lane ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อการทำงานข้ามระบบเพราะมีการจัดเก็บข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะเครื่องทำให้สามารถแสดงผลได้อย่างถูกต้องกับเครื่องทุกระบบ ฟอร์แมตนี้จะสามารถบีบอัดข้อมูลได้ดีกว่า GIF 20 - 30 เปอร์เซ็นต์และไม่สูญเสียข้อมูลเหมือนฟอร์แมต Jpeg และยังสามารถเลือกการจัดเก็บข้อมูลได้ทั้งแบบ 8 บิต 24 บิต และ 32 บิต ต่างกับฟอร์แมต GIF แต่จะแสดงผลได้เร็วกว่า GIF เพราะภาพใน GIF จะเริ่มแสดงผลเมื่อดาวน์โหลดข้อมูลมาได้ 1 ใน 18 ส่วนขณะที่ PNG จะแสดงผลเมื่อข้อมูลถูกโหลดมา 1 ใน 64 ส่วน อีกทั้งยังสนับสนุนในการทำงานกับภาพโปร่งใสด้วย ฟอร์แมต PNG เป็นรูปแบบที่พัฒนาเพื่อต้องการหลีกเลี่ยงปัญหาเรื่องลิขสิทธิ์จากการใช้กราฟิกรูปแบบแฟ้ม GIF ซึ่งรูปแบบแฟ้ม PNG สามารถใช้การบีบอัดเช่นเดียวกับ GIF ซึ่งไม่มีการสูญเสียข้อมูลใดๆ ในการบีบอัดและสามารถเก็บแฟ้มได้เล็กกว่า GIF ทั้งยังสามารถแสดงสีได้มากกว่า อย่างไรก็ตามเบราว์เซอร์ที่สนับสนุนรูปแบบแฟ้ม PNG ยังมีข้อจำกัด แต่ในอนาคตอันใกล้รูปแบบแฟ้ม PNG อาจจะเป็นที่นิยมใช้กันมากขึ้น

กราฟิกแบบเวกเตอร์ กราฟิกแบบเวกเตอร์ต่างจากบิตแมปตรงที่บิตแมปนั้นประกอบไปด้วยจุดต่างๆ มากมาย แต่กราฟิกแบบเวกเตอร์ใช้สมการทางคณิตศาสตร์เป็นตัวสร้างภาพเช่น วงกลม หรือเส้นตรง เป็นต้น ถึงแม้ว่าอาจจะฟังดูซับซ้อนแต่ภาพบางชนิดก็ถูกสร้างได้ง่าย หลักที่จะนำไปสู่กราฟิกแบบเวกเตอร์ก็คือ การรวมเอาคำสั่งทางคอมพิวเตอร์และสูตรทางคณิตศาสตร์เพื่ออธิบายเกี่ยวกับขอบเขต ซึ่งจะปล่อยให้อุปกรณ์คอมพิวเตอร์เช่น จอภาพหรือเครื่องพิมพ์เป็นตัวกำหนดเองว่าจะวางจุดจริงๆ ไว้ที่ตำแหน่งใดในการสร้างภาพ คุณลักษณะเด่นเหล่านี้ทำให้

กราฟิกแบบเวกเตอร์ได้เปรียบกราฟิกแบบบิตแมปในเรื่องของขนาดที่เล็กกว่า แม้แต่จะนำภาพเวกเตอร์มาย่อขยายภาพก็จะไม่แตกเหมือนบิตแมป...แต่ก็มีข้อเสียคือสีที่ปรากฏบนภาพจะมีลักษณะสม่ำเสมอไม่มีน้ำหนักอ่อนแก่ตามธรรมชาติจึงไม่สามารถใช้สร้างงานภาพถ่ายได้ลักษณะของกราฟิกแบบเวกเตอร์สามารถสร้างเป็นออบเจกต์(Object) ง่ายๆ เช่น วงกลม เส้นตรง ทรงกลม ลูกบาศก์ และอื่นๆ ที่เรียกว่ารูปทรงพื้นฐานซึ่งสามารถใช้ในการสร้างออบเจกต์ที่ซับซ้อนขึ้นโดยการรวมเอาออบเจกต์หลายๆ ชนิดมาผสมกันเพื่อสร้างภาพที่แตกต่างกัน กราฟิกแบบเวกเตอร์ใช้คำสั่งง่ายๆ เพื่อสร้างออบเจกต์พื้นฐานการสร้างภาพลักษณะเวกเตอร์นี้สามารถสร้างได้จากโปรแกรม Flash ซึ่งจะใช้ฟอร์แมตไฟล์ได้หลายรูปแบบเช่น .swf หรือแปลงเป็นไฟล์ Quick Time, Animated Gif, Images Map และอื่นๆ ได้อีกซึ่งสามารถเป็นได้ทั้งภาพกราฟิกและภาพเคลื่อนไหวที่สามารถใส่เสียงลงไปได้ ซึ่งเป็นไฟล์ที่มีขนาดเล็กและสามารถย่อขยายภาพได้โดยที่รายละเอียดของภาพไม่เสียหายแต่บราวเซอร์ส่วนมากยังไม่สนับสนุนการทำงานของไฟล์ภาพประเภทเวกเตอร์โดยตรงทำให้ต้องดาวน์โหลดตัว Plug - In มาช่วยเพิ่มความสามารถให้กับ Browser เช่น Flash, Shockwave, QuickTime, Real Player สามารถเปรียบเทียบคุณสมบัติของกราฟิกแบบบิตแมปและแบบเวกเตอร์ในด้านความเร็วของการแสดงภาพและความสามารถในการเปลี่ยนขนาดภาพดังนี้

1. กราฟิกแบบบิตแมปสามารถแสดงให้เห็นที่จอภาพได้เร็วกว่ากราฟิกแบบเวกเตอร์ เช่น การแสดงภาพแบบบิตแมปขนาด 1000 ไบต์ จะทำโดยการนำคำสั่งย้ายข้อมูลขนาด 1000 ไบต์ จากหน่วยความจำที่เก็บภาพไปยังหน่วยความจำของจอภาพ (คือ Video DisplayBuffer) ภาพนั้นก็ปรากฏบนจอภาพทันที การแสดงภาพแบบเวกเตอร์คอมพิวเตอร์จะใช้เวลามากกว่าเนื่องจากคอมพิวเตอร์ต้องทำตามคำสั่งที่มีจำนวนมากกว่า

2. การเปลี่ยนแปลงขนาดภาพให้ใหญ่ขึ้นหรือเล็กลงกว่าภาพเดิม กรณีภาพแบบบิตแมปจะทำได้ไม่มากนัก และยังอาจจะทำให้ลักษณะของภาพผิดเพี้ยนไปจากเดิมด้วยเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงขนาดภาพทำโดยวิธีการเพิ่มหรือลดพิกเซลจากที่มีอยู่เดิม ภาพที่ถูกขยายจะมองเห็นเป็นตารางสี่เหลี่ยมเรียงต่อกันทำให้ขาดความสวยงาม แต่ภาพแบบเวกเตอร์จะสามารถย่อและขยายขนาดได้มากกว่า โดยสัดส่วนและลักษณะของภาพยังคงคล้ายเดิมและยังสามารถขยายเฉพาะความกว้างหรือความสูงเพื่อให้มองเห็นเป็นภาพพอมหรืออ้วนกว่าภาพเดิมได้ด้วย

1.10 สื่อประสมในเว็บเพจ

1.10.1 เสียง การพัฒนาอย่างต่อเนื่องของซอฟต์แวร์ที่ใช้สร้างเว็บเพจนอกจากจะทำให้ผู้สร้างสามารถบรรจุภาพต่างๆ ลงไปในเว็บเพจแล้ว ยังสามารถบรรจุสื่อประสม (Multimedia) ได้อีกด้วยซึ่งจะทำให้เว็บเพจมีความสวยงามน่าสนใจและน่าติดตามมากขึ้น

อย่างไรก็ตามผู้ชมทุกคนไม่จำเป็นที่จะต้องการฟังเสียงเสมอไป นอกจากนี้การใช้แฟ้มเสียงยังทำให้ความจุของข้อมูลมีปริมาณขึ้น ทำให้ต้องใช้เวลามากในการเข้าถึงข้อมูล ดังนั้นถ้าหากจะเลือกใช้แฟ้มเสียงประกอบควรพิจารณาถึงความจำเป็นให้ถี่ถ้วนก่อน

นิทัศน์ อิทธิพงษ์ (2544) กล่าวว่าควรหลีกเลี่ยงการใช้เสียงโดยไม่จำเป็นเพราะจะทำให้เสียเวลาในการดาวน์โหลดมากยิ่งขึ้นและยังอาจจะสร้างความรำคาญให้กับผู้ใช้ได้ นอกจากนี้เครื่องคอมพิวเตอร์ของผู้ใช้อาจจะไม่มี Sound Card หรือไม่ได้ต่อลำโพงไว้

นิรชรา ธนเมธี 2540 (อ้างถึงในนิทัศน์ อิทธิพงษ์ 2546) กล่าวว่านักออกแบบส่วนใหญ่มักเคยชินกับการสร้างงานออกแบบลักษณะ 2 มิติ ซึ่งเคยชินกับภาพนิ่ง และไม่มีเสียงใดๆ แต่ทุกวันนี้ นักออกแบบมีเครื่องมือมากมายที่สามารถเข้าถึงโลก 4 มิติ การใช้เสียงในเว็บไซตียังไม่เป็นที่นิยมกว้างขวางนัก เนื่องจากเป็นเรื่องที่ต้องอาศัยความรู้ทางเทคนิคซึ่งอาจต้องมีความชำนาญในเรื่องการใช้เสียง แต่อย่างไรก็ตาม นักออกแบบสามารถสร้างสรรค์การใช้เสียงอย่างง่ายๆ เพื่อให้งานสร้างสรรค์เป็นงานที่มีบรรยากาศ โดยการจินตนาการว่ากำลังเปิดหนังสือเข้าสู่เรื่องราวใดเรื่องราวหนึ่ง รอยต่อของแต่ละหน้าเปรียบเสมือนประตู เสียงประกอบ เสียงดนตรีหรือเสียงพากย์ใดๆ ที่จะนำมาเพื่อเป็นการเสริมสร้างประสบการณ์ของผู้รับสารนั้นมิใช่การใช้อันเนื่องมาจากความมีศิลปะเท่านั้น แต่ต้องคำนึงถึงการดาวน์โหลดด้วยเพราะการใช้เสียงในเว็บไซตนั้นจะทำให้การดาวน์โหลดของผู้รับสารช้าลง หากเกิดกรณีที่ระบบเสียงไม่ทำงานนักออกแบบควรมีทางเลือกไว้รองรับ โดยที่ผู้รับสารควรที่จะได้รับรู้ว่ามีวิธีอย่างไรในการเข้าถึงข้อมูลในแบบที่ไม่ใช้เสียง การใช้เสียงในเว็บเพจนั้นนักออกแบบต้องเรียนรู้ในการที่จะนำวิธีการใหม่ๆ มาใช้ บางกรณีอาจต้องใช้เทคนิคเฉพาะทางที่เป็นมืออาชีพ เช่น นักแต่งเพลง ช่างเสียงเทคนิค

ลักษณะการใช้เสียงแบ่งออกเป็นประเภทต่างๆ ได้ดังนี้

1. เสียงเพลง (Music) เสียงเพลงบรรเลงเป็นสิ่งหนึ่งที่จะสามารถสร้างบรรยากาศให้เกิดขึ้นได้อย่างดีที่สุดในเว็บไซต ซึ่งสามารถกระตุ้นให้เกิดอารมณ์ เช่นภาวะถูกขู่เข็ญ คุกคาม ทำให้เกิดความกลัว ดีใจ หรือ อารมณ์โรแมนติก ซึ่งเพลงอาจทำหน้าที่แทนคำพูดเป็นร้อยเป็นพันคำได้ การเลือกใช้เพลงแบบใดนั้นขึ้นอยู่กับอารมณ์ของเรื่องราวในเว็บไซตเช่น อารมณ์รื่นเริง การท่องเที่ยว หรืออารมณ์ใดๆ ก็ตามจะทำให้เกิดแนวความคิดนั้น สิ่งที่ต้องระวังก็คือ เสียงที่

ไม่เข้ากับบรรยากาศ ขาดความต่อเนื่อง หรือเสียงที่ไม่มีคุณภาพขาดๆ หายๆ จะทำให้ผู้รับสารเกิดความสับสนและเบื่อหน่ายได้

2. เสียงประกอบหรือเสียงเทคนิคพิเศษ (Sound Effects) เสียงประเภทนี้เป็นเสียงประเภทเดียวกับเสียงประกอบในรายการวิทยุ ซึ่งด้านหน้าของไมโครโฟนของตัวละครมีเครื่องมือในการทำเสียงเหล่านี้เกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเสียงเคาะโต๊ะ เสียงกรีดแผ่นเหล็ก หรือเสียงใดๆที่ทำให้ผู้รับสารรู้สึกเหมือนเข้าไปอยู่ในเหตุการณ์จริง เช่น เสียงเกิดขึ้นเมื่อเปิดประตู เสียงน้ำที่กำลังไหล ขณะอาบน้ำ เสียงลิฟต์กำลังขึ้นลงเสียงใดก็ตามที่เป็นเสียงสนับสนุนเหตุการณ์ในเว็บเพจเพื่อให้เกิดความสมจริงแก่ผู้รับสาร

3. เสียงพูด (Voice) เสียงพูดในเว็บเพจมีอยู่ด้วยกัน 4 ลักษณะดังนี้

3.1 เสียงพูดที่ไม่มีคนอยู่ในเหตุการณ์ (Voice Over) เสียงพูดในลักษณะนี้อาจทำให้เกิดการรบกวนและสร้างความประหลาดใจกับผู้รับสารจึงควรใช้อย่างระมัดระวังทางเลือกที่ดีที่สุดของการใช้เสียงประเภทนี้อาจใช้วิธีให้ผู้รับสารมีโอกาสเลือกฟังด้วยตนเอง

3.2 เสียงพากย์หรือเสียงเล่าเรื่อง (Narration and Storytelling) เสียงพากย์นี้มักใช้เล่าเรื่องราวใดเรื่องราวหนึ่งมีเพลงประกอบคลอเบาๆและเป็นช่วงสั้นๆ เช่น ผู้รับสารที่เปิดเข้าไปในเว็บไซต์ของเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการรักษาสุขภาพฟัน และได้ยินเสียงหมอฟันผู้หนึ่งกำลังอธิบายเกี่ยวกับเรื่องต่างๆ ของฟัน จะเป็นการอธิบายที่น่าสนใจว่าการอ่านข้อมูลเพียงอย่างเดียว

3.3 เสียงข่าวการสัมภาษณ์ (Interviews Clips) มักใช้ในข่าว ซึ่งในเว็บไซต์ก็สามารถใช้ได้เช่นเดียวกัน การสัมภาษณ์จะเป็นการเพิ่มประสบการณ์ให้กับผู้ดูในการรับรู้เรื่องราว คำพูดของคนใดคนหนึ่งซึ่งมีการแสดงอารมณ์ที่แตกต่างกันในขณะที่ถูกพูด ซึ่งทำให้เกิดอิทธิพลกับผู้รับสารอย่างแตกต่างกัน เสียงพูดที่ออกมานั้นอยู่ในทำนองที่แข็งกร้าว หรือราบเรียบอารมณ์เหล่านี้ไม่สามารถถ่ายทอดได้ชัดเจนในตัวหนังสือเท่ากับการได้รับฟัง

3.4 สถานีวิทยุบนเว็บไซต์ (Radio on Web) มีเว็บไซต์บางเว็บไซต์ที่เป็นเว็บไซต์ของสถานีวิทยุที่สามารถเปิดรับฟังได้ทันทีในขณะที่ออกอากาศจริงหรือว่าเลือกดูเฉพาะเนื้อหาข้อมูลซึ่งเนื้อหาของข่าวมีการปรับปรุงทุกชั่วโมงสำหรับรูปแบบของแฟ้มเสียงที่ใช้กันโดยทั่วไปมีด้วยกันหลายรูปแบบ ได้แก่

1. Wave หรือแฟ้ม Wave จะมีนามสกุลเป็น .wav เป็นแฟ้มข้อมูลที่เป็นคลื่นเสียงที่ได้จากการบันทึกเสียงซึ่งบันทึกเก็บไว้บนสื่อดิจิทัล เช่น ฮาร์ดดิสก์ คอมแพ็คดิสก์ เป็นต้นแทนที่จะเก็บลงบนสื่ออนาล็อกแบบเดิมๆ อย่างเทปคาสเซต แฟ้ม Wave มีคุณสมบัติคือ มีความถี่หลายระดับ ตั้งแต่ความถี่ต่ำจนถึงสูง ยิ่งความถี่สูง เสียงสูงจะชัดเจนมาก ทำให้ได้ความคมชัดของเสียง

Hi Fi ให้เสียงในระบบสเตอริโอ คือ มีเสียงสองช่อง (Channel) แยกเป็นซ้ายและขวาอันเป็นระบบเสียงมาตรฐานที่ใช้กันในเรื่องสื่อบันทึก เช่น เพลง ภาพยนตร์ เกม ข้อเสียของแฟ้ม Wave คือมีขนาดใหญ่มากจึงเปลืองพื้นที่ในการเก็บข้อมูล

2. CD Audio หรือเพลงบนแผ่นซีดีจะมีลักษณะเป็น Track ซึ่งมีค่าเท่ากับเพลงๆ หนึ่ง ในแผ่นซีดีที่ใช้กับเครื่องเสียงตามบ้านทั่วไปข้อมูลเสียงประเภทนี้มีพื้นฐานจากแฟ้ม Wave โดยมีความสัมพันธ์และคุณภาพของเสียงเหมือนกัน คือมีความคมชัดมากและแฟ้มจะมีขนาดใหญ่มาก แต่แฟ้ม CD Audio ที่เก็บอยู่ในแผ่นซีดีนั้นมีรูปแบบและโครงสร้างแฟ้มพิเศษที่เมื่อทำการเขียนแฟ้มลงบนแผ่นซีดีต้องมีการแปลงข้อมูลแฟ้ม Wave ให้เป็น Audio Track ทำให้ไม่สามารถ copy แฟ้มโดยตรงลงบนฮาร์ดดิสก์ได้ แต่จะได้แฟ้ม wave ซึ่งต้องเล่นกับคอมพิวเตอร์เท่านั้น

3. MP3 ปัจจุบันเป็นที่รู้จักกันอย่างกว้างขวางและเป็นที่ยอมรับในหมู่นักฟังเพลงมาก แฟ้ม MP3 เกิดจากแฟ้มเสียงแบบ Wave เนื่องจากแฟ้ม Wave มีขนาดใหญ่จึงเปลืองพื้นที่เก็บข้อมูลเป็นอย่างมาก ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจนคือแผ่นซีดีเพลงธรรมดาที่บรรจุเพลงเต็มแผ่นนั้นจะจุเพลงได้ประมาณ 16 - 20 เพลง ในเวลา 74 นาที หรือ 650 MB และเมื่อเราบีบอัด (Compress) ข้อมูลให้มีขนาดเล็ก แต่ยังรักษาคุณภาพเสียงไว้ได้ ด้วยการเข้ารหัสเป็นมาตรฐาน MPEG Audio Layer 3 ที่ทั่วโลกยอมรับในปัจจุบัน ทำให้แฟ้ม Wave เมื่อถูกบีบอัดแล้วมีขนาดเล็กกว่าเดิมประมาณ 10 เท่า ทำให้แผ่นซีดีความจุ 650 MB นั้นสามารถจุเพลงได้ประมาณ 180 เพลง ดังนั้นแฟ้ม MP3 จึงเป็นแฟ้มที่มีขนาดเล็กกว่าเมื่อเทียบกับแฟ้ม Wave กล่าวคือหากเปรียบเทียบแฟ้มที่มีความยาวในการเล่นเท่ากัน แฟ้มเพลง MP3 หนึ่งเพลงจะมีขนาดเล็กประมาณ 4 - 5 MB ในขณะที่เพลงเดียวกันถ้าเก็บในรูปแบบของ Wave จะมีขนาดถึง 40 - 50 MB โดยคุณภาพของเสียงที่ได้นั้นใกล้เคียงกับเพลงจากแผ่นซีดีมาก

4. MIDI แฟ้มเสียงแบบ MIDI มีนามสกุลคือ .mid เป็นแฟ้มที่บรรจุข้อมูลที่ใช้กับอุปกรณ์ดนตรี เมื่ออุปกรณ์ดนตรีได้รับข้อมูลจากแฟ้มก็จะเล่นเสียงต่างๆ ตามข้อมูลในแฟ้มเช่น ข้อมูลที่เป็นตัวโน้ต ความยาวของโน้ตหรือจังหวะ ความดังของโน้ต เอ็ฟเฟ็กต์ ฯลฯ เมื่อบรรเลงหลายๆ เสียงรวมกันจึงออกมาเป็นเพลง ขนาดของแฟ้มจะเล็กมากเช่นแฟ้มเพลงปกติ 4 นาทีจะมีขนาดเพียง 50 KB เท่านั้น เนื่องจากไม่ใช่ข้อมูลที่เป็นเสียงเหมือน Wave แต่เป็นข้อมูลที่เป็นค่าตัวเลขเสียเป็นส่วนใหญ่อจึงสามารถแก้ไขได้ง่าย แต่ไม่สามารถใส่เสียงร้องหรือเสียงพูดได้

5. VOC หรือแฟ้มเสียงที่มีนามสกุลเป็น .voc จะมีลักษณะคล้ายคลึงกับ Wave เพียงแต่เป็นระบบโมโน ใช้กับการบันทึกเสียงพูดธรรมดาไม่ต้องการความคมชัดมากนักเช่น การบันทึกเสียงพูดทางโทรศัพท์และการบันทึกเสียงในระบบฝากข้อความผ่านโมเด็ม แฟ้มแบบ .Voc

เป็นแฟ้มที่มีขนาดเล็กกว่า Wave เพราะมีความละเอียดต่ำกว่า ไม่นิยมใช้ในการผลิตสื่อบันทึก และในปัจจุบันไม่ค่อยเป็นที่นิยมใช้แล้ว

6. RA แฟ้มเสียงที่มีนามสกุลเป็น .RA เป็นแฟ้มเสียงที่ใช้กับโปรแกรม RealPlayer มีรูปแบบโครงสร้างคล้าย Wave แต่มีการบีบอัดสูงเพื่อวัตถุประสงค์ในการรับส่งแฟ้มผ่าน อินเทอร์เน็ตได้อย่างรวดเร็วมีคุณภาพเสียงหลายระดับ คือมีความชัดเจนในระดับ FM สเตอริโอซึ่ง นับว่าดีพอสมควร ไปจนถึงเสียงแบบโมโนที่มีคุณภาพพอฟังได้เท่านั้น

7. ASF แฟ้มที่มีนามสกุล .ASF ย่อมาจาก Audio Streaming Format เป็นแฟ้มเสียง วิทยุบนอินเทอร์เน็ต ซึ่งมีลักษณะคล้ายกับ Real Audio

1.10.2 แฟ้มวิดีโอ (Video Files) ปัจจุบัน Digital Video เป็นสิ่งที่ทำให้เว็บเพจมีความทันสมัยแปลกตายิ่งขึ้น โดยทั้งผู้ผลิตฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ และผู้ใช้งานต่างให้ความสนใจและ พัฒนาเทคโนโลยีในด้านนี้เป็นอย่างมากเพื่อเพิ่มความน่าสนใจให้กับเว็บไซต์ แต่แฟ้มวิดีโอจะมี ขนาดใหญ่มากดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการบีบอัดแฟ้มให้มีขนาดเล็กลงโดยผ่านกระบวนการที่ เรียกว่า Codec (Compression Decompression) ซึ่งกระทำโดยผ่านซอฟต์แวร์ต่างๆ เช่น Cinepak (Compak Video) เป็นวิธีที่นิยมกันมากที่สุด คุณภาพรองลงมาได้แก่ Quicktime และ Video for Window (vfw) แต่เร็วกว่า CinePak ใช้ได้ใน Quicktime Version 2.0

การใช้วิดีโอในเว็บไซตีมักมีแนวโน้มจะมีการใช้กันมากขึ้นเหมือนกับไนโตรที่ค้นพบ ออกแบบที่ต้องการใช้วิดีโอเป็นส่วนหนึ่งของการใช้สื่อประสมเพื่อให้ทั้งการปฏิสัมพันธ์การให้ ข้อมูลเพื่อการศึกษา หรือให้ความบันเทิง การใช้เทคนิคทุกอย่างต้องมีความพอดีและสัมพันธ์ซึ่งกัน และกันไม่มากไปหรือน้อยไปอย่างใดอย่างหนึ่ง แม้ว่าข้อจำกัดของวิดีโอในเว็บไซตนั้นจะเป็นสิ่งที่ ต้องอาศัยเทคโนโลยีอย่างมาก แต่อุปสรรคเหล่านี้จะมีโอกาสลดน้อยถอยลงไปได้ เนื่องจาก ความก้าวหน้าของการผลิตโปรแกรมและการพัฒนาการของเว็บ ซึ่งต้องการให้เป็นสื่อที่มีความ เร้าใจแก่ผู้รับสารมากขึ้น..ซึ่งวิดีโอที่มีความต่อเนื่องและมีความยาวพอสมควรนั้นต้องเป็น วิดีโอที่สั้นไหลไม่ติดขัด..การเล่นวิดีโอนั้นของอาศัยกำลังของ CPU ที่เครื่องของผู้รับสารอย่างหนึ่ง กำลังของแบนด์วิดท์อีกอย่างหนึ่ง อีกประการหนึ่งที่สำคัญคือการผลิตวิดีอนั้นต้องมีความสดใหม่ อยู่เสมอ โดยอาจเปลี่ยนแปลงในทุกสัปดาห์ การเลือกใช้วิดีโอในเว็บไซตมีข้อควรพิจารณาคือจะ ให้ผู้รับสารดูวิดีโอในจอหลักของผู้รับสารเลย หรือจะทำการเชื่อมโยงไปสู่หน้าจอใหม่หรืออะไรก็ ตามที่จะทำให้ผู้รับสารสามารถควบคุมการเล่นวิดีโอได้ด้วยตนเอง อย่างไรก็ตามหากในเว็บไซตมี วิดีโอควรแจ้งให้ผู้รับสารทราบถึงวิธีการและทางเลือกในการเปิดดูเวลาในการดาวน์โหลด Plug – In ที่ต้องใช้ในการดูวิดีอนี้และสิ่งที่น่าสนใจนอกแบบต้องพิจารณาในการใช้วิดีโอคือ.การตอบคำถามว่า

วิดีโอจะสร้างความสำเร็จให้กับเว็บไซต์ได้อย่างไร จะใช้อย่างไร จะมีความเหมาะสมหรือไม่ที่จะนำวิดีโอมาใช้ในเว็บไซต์นี้ และผู้รับสารจะรู้สึกคุ้มค่ากับการรอคอยเพื่อดูวิดีโอหรือไม่

สำหรับรูปแบบของแฟ้มวิดีโอที่เซ็กกันโดยทั่วไปมีด้วยกันหลายรูปแบบ ได้แก่

1. QuickTime เป็นแฟ้มวิดีโอรูปแบบหนึ่งที่พัฒนาโดยบริษัท Apple จะนำมาใช้กับงานด้านมัลติมีเดียและเว็บไซต์เป็นส่วนใหญ่ ทั้งนี้ต้องติดตั้ง Plug - In ไว้ที่เบราว์เซอร์ก่อนที่จะแสดงแฟ้มมัลติมีเดียประเภทนี้ได้ คุณภาพของภาพและเสียงที่ดีนั้นขึ้นอยู่กับต้นฉบับที่ได้ทำการสร้างหรือแปลงแฟ้มมา

2. AVI เป็นแฟ้มวิดีโอเช่นเดียวกัน ข้อเสียของแฟ้มลักษณะนี้ก็คือมีขนาดใหญ่มาก เมื่อเปรียบเทียบกันแล้วแฟ้มวิดีโอ 1 นาที อาจจะต้องใช้พื้นที่เก็บประมาณ 5 - 10 MBสามารถนำแฟ้มรูปแบบนี้ไปใช้หรือทำการแปลงเป็นแฟ้มรูปแบบอื่นๆ เช่น QuickTime, MPEG และอื่นๆ โดยที่คุณภาพของการแปลงแฟ้ม ภาพและเสียงจะแตกต่างกันเล็กน้อย

3. MPEG (Motion Picture Expert Group) เป็นวิธีการบีบอัดข้อมูลที่เป็นแฟ้มเสียงหรือแฟ้มวิดีโอให้มีขนาดเล็กลง มักจะใช้ในการสร้างแผ่น Video - CD เช่น VCD, SVCD, DVD หรือ Karaoke (แฟ้มที่มีนามสกุล .mpg) ในการเสนองานประเภท MPEG จะต้องเปิดด้วยโปรแกรมสำหรับเปิดโดยเฉพาะ เช่น XimgMpeg, PowerDVD เป็นต้น และคุณสมบัติของเครื่องเล่น MPEG จะต้องมีความจำและความเร็วของเครื่องคอมพิวเตอร์ที่สูงพอจึงจะไม่เกิดปัญหาภาพยนตร์กระตุก

4. RPM.เป็นรูปแบบหนึ่งของแฟ้มมัลติมีเดียพัฒนาโดย.Real Network Inc. จะมีรูปแบบเฉพาะในตัวในการเล่นแฟ้มมัลติมีเดียภาพ และเสียงอย่างต่อเนื่องที่เรียกว่า Streaming โดยจะมีโปรแกรมสำหรับเปิดแฟ้มประเภทนี้ ได้แก่ Real Player, Real Audio สามารถนำเสนองานบนอินเทอร์เน็ตได้เป็นอย่างดี

5. DAT ในแฟ้ม Video - CD (VCD) จะมีแฟ้มรูปแบบหนึ่งที่มีนามสกุล .dat ซึ่งเป็นเป้าหมายหนึ่งในการแปลงแฟ้มภาพยนตร์รูปแบบอื่นๆ ไปเป็นรูปแบบของ VCD จัดว่าเป็นแฟ้มประเภท MPEG ซึ่งจะเปิดแฟ้มรูปแบบนี้ได้ทั้งบนคอมพิวเตอร์ และเครื่องเล่น VCD

1.10.3 แฟ้มภาพเคลื่อนไหว (Animation files) ภาพเคลื่อนไหวคือชุดลำดับของภาพนิ่ง เป็นการนำภาพนิ่งหลายๆ ภาพมาลำดับกันอย่างต่อเนื่อง..เพื่อให้ปรากฏเป็นการเคลื่อนไหวบนแผ่นระนาบซึ่งก็คือ จอภาพแผ่นกระดาษและการมองเห็นภาพเหล่านี้เป็นภาพเคลื่อนไหวก็เพราะปรากฏการณ์ภาพติดตาหรือ Persistence..of..vision ปัจจุบันมีการนำคอมพิวเตอร์มาใช้เป็นเครื่องมือสร้างภาพเคลื่อนไหวโดยการสร้างภาพกราฟิกทีละภาพหรือที่

เรียกว่าเฟรม วัตถุแต่ละเฟรมมีการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรที่ละน้อยเช่น ตำแหน่งวัตถุ ขนาด การหมุน การแปลงรูปร่าง สี เป็นต้น ดังนั้นการทำภาพเคลื่อนไหวจึงเริ่มจากร่างภาพต้นแบบที่มีการเปลี่ยนแปลงของตัวแปร และควรจะเป็นภาพที่มีขนาดเท่ากันเพื่อให้เห็นการเปลี่ยนแปลงที่ดี ลักษณะของภาพเคลื่อนไหวที่ใช้ในปัจจุบันมีดังนี้

1. GIF Animation เป็นรูปแบบหนึ่งของภาพเคลื่อนไหว ซึ่งเริ่มต้นใช้ในการนำเสนอภาพผ่านเว็บเพจ ใช้หลักการสร้างเช่นเดียวกับการสร้างภาพเคลื่อนไหวปกติทั่วไป คือนำภาพนิ่งหลายๆ ภาพมาเรียงลำดับด้วยโปรแกรมเฉพาะ เช่น Animagic Gif, Microsoft Gif Animator, Photo Impact Gif Animator หรือ Corel Xara ซึ่งช่วยให้การสร้างตัวอักษรเคลื่อนไหวแบบสามมิติกระทำได้อย่างสะดวก โดยที่เมื่อเพิ่มเหล่านี้ถูกเรียกใช้งานผ่านบราวเซอร์รูปภาพทั้งหมดที่เก็บไว้ จะถูกแสดงออกมาตามลำดับที่เรียงไว้ทำให้ได้ภาพ เสมือนกับเคลื่อนไหวอยู่

2. Macromedia Flash เป็นซอฟต์แวร์ที่ช่วยในการสร้างสื่อมัลติมีเดียกราฟิกสำหรับงานออกแบบเว็บไซต์ของบริษัท Macromedia เจ้าแห่งผลิตภัณฑ์ซอฟต์แวร์ด้านมัลติมีเดียเช่น Authorware และผลิตภัณฑ์สำหรับงานออกแบบเว็บไซต์เช่น Dreamweaver ผลงานที่พัฒนาด้วย Flash มีทั้งสื่อภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว สื่อมัลติมีเดีย ตลอดจนสื่อที่มีระบบโต้ตอบกับผู้ใช้ (Interactive Multimedia) ซึ่งเป็นสื่อที่มีขนาดเล็ก โหลดผ่านบราวเซอร์ได้รวดเร็ว มีความคมชัดสูง แม้ว่าจะถูกขยายขนาด เพราะเป็นซอฟต์แวร์ที่ทำงานแบบเวกเตอร์อิมเมจที่ทำให้การย่อขยายภาพทำได้สวยงาม ทั้งนี้สามารถนำเสนอได้ทั้งบนเว็บไซต์หรือผ่านโปรแกรม Flash Player หรือสร้างเป็น .exe เพื่อเรียกใช้งานได้ทันที นอกจากนี้ยังสามารถแปลงไฟล์ไปอยู่ในฟอร์แมตอื่นได้ด้วย เช่น Animation Gif, AVI, QuickTimeการใช้ภาพเคลื่อนไหวในเว็บเพจควรรู้ใช้อย่างมีวัตถุประสงค์ ภาพเคลื่อนไหวอาจช่วยดึงดูดความสนใจให้กับผู้ใช้ได้แต่ควรรู้ใช้อย่างระมัดระวัง ไม่ควรรู้ให้มีมากเกินไป ควรพิจารณาว่าจะคุ้มค่ากับการเสียเวลาและผู้ใช้จะยอมรับหรือไม่ อย่างไรก็ตามการใช้แฟ้มข้อมูลประเภทเสียง ภาพวิดีโอทัศน์และภาพเคลื่อนไหว ควรจะต้องคำนึงถึงวัตถุประสงค์ของการนำเสนอด้วย เนื่องจากแฟ้มเหล่านี้มักจะมีขนาดใหญ่ ทำให้ต้องเสียเวลาในการดาวน์โหลดแต่ครั้งอาจจะทำให้ผู้เข้ามาชมอดทนรอไม่ไหวและออกไปยังเว็บเพจอื่นแทนได้

1.11 การคำนึงถึงขนาดไฟล์ในเว็บเพจ

ส่วนใหญ่อุปกรณ์ที่จะนำมาใช้บรรจุนั้น จะถูกกำหนดให้มีขนาดไฟล์ของภาพให้มีขนาดเล็กที่สุดเท่าที่จะทำได้ ทั้งนี้เนื่องจากขนาดไฟล์ของภาพนั้นจะมีผลต่อขนาดของเว็บเพจรวมไปถึงเวลาที่ใช้ในการดาวน์โหลดด้วยโดยปกติแล้วรูปภาพที่ได้รับการสร้างขึ้นมาให้

อยู่ในรูปแบบของ GIF และ JPEG มักได้รับการบีบอัดอย่างอัตโนมัติด้วยลักษณะของไฟล์แล้วแต่ยังมีเทคนิคอื่น ๆ ที่สามารถนำมาใช้ลดขนาดของไฟล์ได้ดังนี้

1. ลักษณะการบีบอัดไฟล์ GIF การย่อไฟล์ใน GIF ด้วยระบบ LZW (Lempel - ziv Welch) ถือได้ว่าเป็นการลดขนาดของไฟล์ที่จะไม่มีการเกิดสูญหายของข้อมูลระหว่างกระบวนการย่อ แต่อาจเกิดการลดจำนวนสีเพื่อทำให้ความเข้มข้นของสีลดลง อย่างไรก็ตามการใช้โปรแกรมในการย่อไฟล์ในรูปแบบของ GIF โดยส่วนใหญ่อัตราส่วนมีอัตราส่วนในการย่อประมาณ 3 : 1

2. ลักษณะการบีบอัดไฟล์ JPEG เริ่มต้นจากการแบ่งรูปที่ได้รับการย่อออกเป็นสี่เหลี่ยมเล็กๆ ซึ่งรูปสี่เหลี่ยมเล็กๆ นั้นจะถูกแบ่งย่อยลงไปอีก จากนั้นระบบจะทำการคำนวณทางคณิตศาสตร์ เพื่อกำหนดค่าของแต่ละรูปสี่เหลี่ยมเล็กที่เกิดจากการตัดแบ่งในตอนแรกอย่างไรก็ตามการย่อไฟล์ใน JPEG นั้นระบบจะลบสีที่มีความแตกต่างออกไป โดยสีที่ลบออกไปนี้มักเป็นสีที่มนุษย์ไม่สามารถแบ่งแยกถึงความแตกต่างได้ จึงทำให้การย่อไฟล์ของรูปที่มีสีขาว ดำ ใน JPEG สามารถที่จะย่อไฟล์ได้สูงถึง 50 : 1 โดยที่มีการสูญเสียคุณภาพของรูปเพียงเล็กน้อยเท่านั้น ปกติแล้วภาพ JPEG นั้นเมื่อเทียบกับไฟล์ฟอร์แมตอื่นๆ จะไม่ปรากฏความแตกต่างเด่นชัดโดยเฉพาะถ้าไม่ใช่การใช้งานที่มีความละเอียดสูง

3. การบีบอัดไฟล์ด้วยวิธีการอื่นๆ โปรแกรมบีบอัดส่วนใหญ่ที่สามารถเก็บข้อมูลให้อยู่ในรูปแบบของ GIF มักจะลดจำนวนสีที่ใช้ในรูปนั้นได้และถ้าหากการลดจำนวนสี ไม่ทำให้คุณภาพของรูปเสียไปก็เป็นอีกวิธีหนึ่งที่ควรนำไปใช้ในการลดขนาดไฟล์ให้มีขนาดเล็กลง เพราะการลดจำนวนสีให้น้อยลงจะส่งผลให้ขนาดของไฟล์ลดลงตามไปด้วย นอกจากลดจำนวนสีแล้วควรที่ลบสีที่ไม่ได้ใช้ในรูปแบบออกจากกลุ่มสีที่อยู่ในพาเลตต์ (Palette จานสี) ของ GIF ด้วยอย่างไรก็ดีภาพจะไม่สามารถเติมแต่งสีให้เข้มข้น (Non - Dither) เพราะการ Dither รูปจะทำให้มีสีที่ซ้ำกันในภาพมากขึ้น จึงทำให้มีขนาดไฟล์ที่ใหญ่กว่าและสิ่งสุดท้ายที่สามารถใช้ในการลดขนาดของไฟล์คือขนาดความกว้างและสูงของรูป ยิ่งลดขนาดรูปเท่าไร ขนาดของไฟล์ก็จะเล็กลงตามไปด้วย

สิ่งหนึ่งที่ต้องพิจารณาในการสร้างเว็บไซต์คือ ขนาดไฟล์ของแต่ละเว็บเพจที่ต้องระวังไม่ให้มีขนาดใหญ่จนเกินไป มิฉะนั้นผู้เข้ามาเยี่ยมชมต้องรอเป็นเวลานานกว่าจะได้เห็นหน้าเว็บนั้น ซึ่งการได้รู้ว่าเว็บเพจหน้าหนึ่งนั้นต้องใช้เวลาในการดาวน์โหลดนานเท่าใดจะช่วยให้ควบคุมขนาดไฟล์ได้ดียิ่งขึ้น ก่อนอื่นควรทำความเข้าใจเกี่ยวกับหน่วยที่ใช้ในการจัดเก็บข้อมูล ได้แก่

1. bit = binary digit ซึ่งก็คือระบบเลขฐานสองที่ประกอบด้วย 0 และ 1 หมายถึง หน่วยที่เล็กที่สุดของข้อมูลที่ระบบสามารถจัดเก็บได้

2. byte เป็นหน่วยที่ใช้แทนกลุ่มของ bit โดยที่ 1 byte จะเท่ากับ 8 bits

3. Kb หรือ Kbit = KILOBIT = 1,024 bits

4. KB หรือ Kbyte = KILOBYTE = 1,024 bytes

ประเด็นสำคัญอยู่ที่ระบบไฟล์ในคอมพิวเตอร์ของเรานั้นใช้หน่วยเป็น KB ส่วนโมเด็มและสายที่ใช้เชื่อมต่อข้อมูลต่างๆ กลับใช้หน่วยเป็น kb วิธีการคำนวณนี้จะอิงกับผู้ใช้กลุ่มใหญ่ที่สุด ซึ่งก็คือผู้ที่เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตผ่านโมเด็มที่มีความเร็ว 56 Kbps (Kilobits per Second) ดังนั้นถ้าจะเอาความเร็วนี้มาคำนวณกับไฟล์ จะต้องเปลี่ยนให้อยู่ในหน่วยเดียวกันเสียก่อน โดยนำ 8 มาหาร 56 ก็จะได้ 7 KBps ยกตัวอย่างเช่นไฟล์มีขนาด 70 KB ก็ต้องใช้เวลา $70 / 7 = 10$ วินาทีในการดาวน์โหลด แต่แม้ว่าจะใช้โมเด็มขนาด 56 Kbps แล้วเมื่อเชื่อมต่อเข้าไปในระบบของผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต (ISP) ก็ยังมีโอกาสที่จะพบกับความเร็วของการส่งถ่ายข้อมูลที่น้อยกว่ากำหนด เช่น 49,333 หรือ 52,000 bps

นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่นๆ อีกหลายอย่างที่ทำให้ระบบอินเทอร์เน็ตช้าลงเช่น จำนวนคนที่เรียกเข้ามาในเว็บไซตนั้นหรือประสิทธิภาพของเซิร์ฟเวอร์ ซึ่งจากการสังเกตความเร็วในการดาวน์โหลดที่ได้ มักจะอยู่ในช่วง 1 - 4 KBps ซึ่งอาจใช้เลข 3 เป็นค่าเฉลี่ยแทน ซึ่งจะมีค่าน้อยกว่าครึ่งหนึ่งของความเร็วที่ควรจะได้ดังนั้นตัวเลขความเร็วในการดาวน์โหลดในเว็บจึงคำนวณจากขนาดไฟล์รวมของ html และกราฟิกหารด้วย 3 ยกตัวอย่างเช่นไฟล์มีขนาด 60 KB ก็ต้องใช้เวลา $60 / 3 = 20$ วินาทีในการดาวน์โหลดโดยประมาณ ด้วยวิธีนี้จะช่วยให้สามารถคำนวณเวลาที่ผู้ใช้จะต้องรอการแสดงผลของเว็บเพจได้ค่อนข้างใกล้เคียงกับความเป็นจริง

1.12 การใช้ตัวอักษรบนเว็บเพจ

การใช้ตัวอักษรว่าควรเลือกใช้ชนิดตัวอักษร (Font) ที่อ่านง่าย ไม่เกิดปัญหาให้กับผู้ใช้ในการเปิดอ่าน ไม่ว่าจะผู้ใช้จะใช้โปรแกรมเว็บเบราว์เซอร์ใดในการเปิดอ่าน หรือเครื่องคอมพิวเตอร์นั้นจะใช้ระบบปฏิบัติการโดยอยู่ ชนิดของตัวอักษรที่น่าจะเหมาะสมที่สุดคือ MS San Serif เพราะอ่านได้ง่าย โปรแกรมเว็บเบราว์เซอร์ทุกตัวสามารถอ่านได้ อย่างไรก็ตามควรมีทางเลือกให้กับผู้ใช้ได้เลือกใช้ได้หากในกรณีนี้ที่ตัวอักษรแบบที่หนึ่งไม่มีก็สามารถใช้ตัวอักษรแบบที่ 2 หรือแบบที่ 3 เป็นทางเลือกสำรอง

หลักการใช้ตัวอักษรบนเว็บเพจ

1. ความแตกต่างของตัวอักษรกับพื้น ความยากง่ายในการอ่านตัวอักษรว่าเป็นส่วนสำคัญที่ส่งผลให้การอ่านเป็นไปอย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพ ซึ่งเกิดจากความหนักเบาของเส้นตัวอักษร แสงสว่าง สีของตัวอักษรและสีพื้น การเลือกใช้สีตัวอักษรและสีพื้นที่มีความตัดกันเพียงพอควบคู่ไปกับการเลือกเส้นและขนาดตัวอักษรให้เหมาะสมจะทำให้การอ่านตัวอักษรนั้นง่าย

ขึ้น ความสัมพันธ์ระหว่างสีของตัวอักษรกับสีของพื้นหลังควรเป็นคู่สีที่มีความสว่างแตกต่างกันสูง เพื่อทำให้เกิดการรับรู้ได้ง่าย แต่หากความแตกต่างของสีระหว่างตัวอักษรกับพื้นหลังมีมากเกินไป อาจทำให้รบกวนสายตาผู้อ่านมีผู้ทำการศึกษาเกี่ยวกับเรื่องสีของตัวอักษรกับสีของพื้นหลังไว้ในสื่อประเภทต่างๆ ดังนี้

(นนทพร พรประยูทธ 2528, อ้างถึงใน ณิชศรี กาญจนินภาศ 2540) ทำการศึกษาผลการรับรู้อักษรสีบนพื้นขาวและอักษรสีขาวบนพื้นสีโดยใช้บัตรคำบรรจุพยางค์ไว้ความหมายพิมพ์อักษรสีแดง สีน้ำเงิน สีเขียว สีดำบนพื้นสีขาว และอักษรสีขาวบนพื้นสีแดง สีน้ำเงิน สีเขียว และสีดำ กับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 รวม 160 คน ผลการวิจัยปรากฏว่าการรับรู้ตัวอักษรสีต่างๆ บนพื้นสีขาวแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ แต่เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยคะแนน พบว่าอักษรสีน้ำเงินบนพื้นสีขาวรับรู้ได้สูงสุด อักษรสีเขียว สีดำ สีแดง รับรู้รองลงมาตามลำดับ ในส่วนของอักษรสีขาวบนพื้นสีต่างๆ พบว่าแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ย แล้วปรากฏว่าอักษรสีขาวบนพื้นสีเขียวรับรู้ได้สูงสุด และอักษรสีขาวบนพื้นสีแดง สีดำ สีน้ำเงินรับรู้รองลงมาตามลำดับ ส่วนผลการรับรู้ที่เป็นคู่สีเดียวกัน เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนน พบว่าอักษรสีน้ำเงินบนพื้นสีขาวให้ผลการรับรู้ดีกว่าอักษรสีขาวบนพื้นสีน้ำเงินอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่สีอื่นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

(กฤษมันต์ วัฒนาณรงค์ 2534, อ้างถึงใน ณิชศรี กาญจนินภาศ 2540 :40) ศึกษาถึงความชอบของสีบนจอคอมพิวเตอร์กับผู้เรียนที่มีภูมิหลังต่างกัน แบ่งเป็นนักศึกษาไทย 100 คน และนักศึกษาอเมริกัน 100 คน รวมจำนวน 200 คน นักศึกษาทั้งหมดเรียนวิชาคอมพิวเตอร์อยู่ในมหาวิทยาลัยต่างๆ ของสหรัฐอเมริกา โดยได้ทำการศึกษาลากหลายแง่มุมแต่ในด้านความชอบคู่สี พบว่าคู่สีที่ได้รับความนิยมมากที่สุด 10 อันดับ จาก 36 อันดับคู่สีในการทดลองได้แก่

- อันดับ 1 ตัวอักษรสีขาวบนพื้นสีน้ำเงิน
- อันดับ 2 ตัวอักษรสีขาวบนพื้นสีดำ
- อันดับ 3 ตัวอักษรสีเหลืองบนพื้นสีดำ
- อันดับ 4 ตัวอักษรสีเขียวบนพื้นสีดำ
- อันดับ 5 ตัวอักษรสีดำบนพื้นสีเหลือง
- อันดับ 6 ตัวอักษรสีขาวบนพื้นสีเขียว
- อันดับ 7 ตัวอักษรสีน้ำเงินบนพื้นสีดำ
- อันดับ 8 ตัวอักษรสีเหลืองบนพื้นสีน้ำเงิน
- อันดับ 9 ตัวอักษรสีขาวบนพื้นสีม่วง

อันดับ 10 ตัวอักษรสีเหลืองบนพื้นสีเขียว

นอกจากนี้ยังพบว่า การใช้สีบนจอคอมพิวเตอร์ขัดแย้งกับการค้นพบการใช้สีบนวัสดุสิ่งพิมพ์และภาพที่เกิดจากการฉาย ในด้านของความชอบและความชัดเจนในการมองเห็น ดังนั้น การศึกษาทฤษฎีสีจากวัสดุสิ่งพิมพ์หรือสีที่มองเห็นได้จากแสงสะท้อนจึงไม่อาจสอดคล้องกันกับการใช้สีบนจอคอมพิวเตอร์แต่อย่างใด

2. แบบตัวพิมพ์หรือรูปแบบของตัวอักษรนั้นมี 9 ประเภทคือ

1. ประเภทตัวเอน (Italic)
2. ประเภทตัวธรรมดา (Normal)
3. ประเภทตัวบางพิเศษ (Extra Light)
4. ประเภทตัวแคบ (Condensed)
5. ประเภทตัวบาง (Light)
6. ประเภทตัวหนา (Bold)
7. ประเภทตัวเส้นขอบ (Outline)
8. ประเภทตัวหนาพิเศษ (Extra Bold)
9. ประเภทตัวดำ (Black)

3. ขนาดของตัวอักษร เป็นการกำหนดขนาดที่ความกว้างกับความสูงและรูปร่างของตัวอักษร โดยยึดถือเอาความสูงเป็นหลักในการจัดขนาดที่เรียกว่าพอยท์ (Point) ขนาดของตัวอักษรหัวเรื่องมักจะใช้ขนาดตัวอักษรประมาณ 6 พอยท์ ถึง 16 พอยท์ หากใช้ตัวอักษรขนาดเล็กหรือบางเกินไปจะทำให้อ่านได้ไม่ชัดเจน ดังนั้นความหนาของตัวอักษรควรใช้ตัวอักษรควรใช้ประมาณ $\frac{1}{6}$ ของความสูงของตัวอักษรและอัตราส่วนของความสูงต่อความกว้างของตัวอักษรควรจะเป็น 5 ต่อ 3 (Scruozzo 1969, อ้างถึงใน ฌริศร์ กาญจโนภาส 2540 : 42) โจนส์ 1989 (อ้างถึงใน ฌริศร์ กาญจโนภาส 2540 : 42) ให้ข้อแนะนำว่า ตัวอักษรขนาดใหญ่เหมาะสำหรับการสร้างหัวข้อ เน้นความสำคัญ และสร้างความสนใจให้กับผู้อื่น ส่วนตัวอักษรขนาดเล็ก สำหรับการอธิบายข้อความบรรยายเนื้อหา ซึ่งขนาดของตัวอักษรในจอคอมพิวเตอร์ที่นิยมใช้งานกันอยู่นั้น ขนาดที่เล็กที่สุดคือ 9 พอยท์ ตัวขนาดใหญ่ที่สุด 72 พอยท์ ทั้งนี้การออกแบบหน้าจอจะเลือกตัวอักษรขนาดใดนั้นก็แล้วแต่การต้องการใช้งาน

Relative sizes of TrueType font display	
Windows95, 12 pt type	Macintosh, 12 pt type
Arial	Arial
Arial Black	Arial Black
Arial Narrow	Arial Narrow
Arial Rounded MT Bold	Arial Rounded MT Bold
Book Antiqua	Book Antiqua
Bookman Old Style	Bookman Old Style
Century Gothic	Century Gothic
Century Schoolbook	Century Schoolbook
Courier New	Courier New
Garamond	Garamond
MS LineDraw	MS LineDraw
Times New Roman	Times New Roman
Verdana	Verdana

ภาพที่ 7 แบบตัวอักษรของไมโครซอฟท์ในขนาด 12 พ้อยท์ แสดงผลบนวินโดวส์และแมคอินทอช
ที่มา : Patrick Lynch and Sarah Horton, Web Style Guide [Online],
accessed 5 June 2003. Available from <http://www.webstyleguide.com>

4. การจัดบรรทัดของเนื้อหาที่นำเสนอ สามารถทำได้หลายรูปแบบดังนี้

4.1 แบบชิดซ้ายคือจัดตัวอักษรแต่ละบรรทัดชิดแนวทางด้านซ้ายมือทั้งหมดและปล่อยให้ตัวอักษรทางด้านขวามือเป็นอิสระไม่จำเป็นต้องเสมอกัน

4.2 แบบชิดขวา คือจัดตัวอักษรทุกบรรทัดชิดขอบทางขวาและปล่อยให้ทางซ้ายมือเป็นอิสระแบบนี้นิยมใช้สำหรับงานออกแบบสื่อโฆษณาหรือข้อความที่ต้องการให้แปลกตา

4.3 แบบซ้ายขวาตรงกัน คือการจัดข้อความให้อยู่ในกรอบตัวอักษรทุกบรรทัดอยู่ตรงกันทั้งขอบซ้ายและขอบขวาทั้งหมดแบบนี้ดูเป็นระเบียบ เป็นทางการนิยมใช้ใน

การจัดหน้าหนังสือและวารสารทั่วไป จากเอกสารงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องนั้นสรุปได้ว่า รูปแบบของพื้นที่สำหรับตัวอักษร บนจอคอมพิวเตอร์นั้นเป็นองค์ประกอบหนึ่ง ที่มีความสำคัญต่อความง่ายในการอ่าน อันจะนำไปสู่การรับรู้ การแปลความหมาย จนเกิดความเข้าใจในที่สุด

1.13 การออกแบบให้เหมาะสมกับผู้เข้าชม

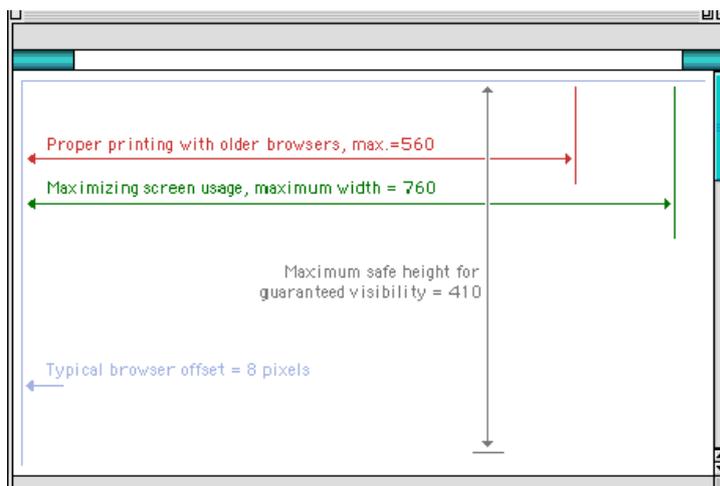
การออกแบบเว็บไซต์ให้เหมาะสมบนจอของผู้ใช้หรือผู้เข้าชมนั้นเป็นสิ่งที่ค่อนข้างยาก เนื่องจากความแตกต่างของฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ของผู้ใช้แต่ละคนรวมไปถึงการปรับตั้งค่าต่างๆ หรือปรับขนาดหน้าต่างเบราว์เซอร์ อีกทั้งสื่อเว็บไซต์ยังไม่สามารถควบคุมปัจจัยที่มีผลต่อการแสดงเว็บเพจได้เท่ากับสื่อสิ่งพิมพ์ที่สามารถควบคุมได้อย่างสมบูรณ์ดังนั้นจึงจำเป็นต้องศึกษาลักษณะและสิ่งแวดล้อมของผู้เข้าชมส่วนใหญ่ให้มากที่สุด ทั้งในเรื่องของระบบปฏิบัติการ ความละเอียดหน้าจอ จำนวนสีที่ใช้ในการออกแบบ ชนิดและรุ่นของเบราว์เซอร์ ความเร็วในการรับส่งข้อมูลและความชำนาญของผู้ใช้ เพื่อให้สามารถออกแบบเว็บไซต์ให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้ใช้ได้มากที่สุด

1.ระบบปฏิบัติการของคอมพิวเตอร์ เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการทำงานของเบราว์เซอร์ ระบบปฏิบัติการที่นิยมใช้กันได้แก่ Windows, Macintosh, Unix, Linux โดยที่แต่ละระบบจะมีความแตกต่างกันในเรื่องของชนิดและรุ่นของเบราว์เซอร์ที่ใช้ได้ ระดับความละเอียดของหน้าจอ ชุดสีของระบบและชนิดของตัวอักษรที่มาพร้อมกับระบบ ดังนั้นหากรู้ว่ากลุ่มผู้เข้าชมส่วนใหญ่ใช้ระบบปฏิบัติการแบบใดย่อมจะทำให้สามารถออกแบบเว็บเพจได้เหมาะสมมากยิ่งขึ้น

2.ความละเอียดหน้าจอคอมพิวเตอร์ บ่อยครั้งที่นักออกแบบมักจะลืมไปว่าผู้เข้าชมตั้งค่าหน้าจอไม่เท่ากัน ดังนั้นการออกแบบเว็บไซต์นั้นนอกจากความสวยงามแล้วยังต้องคำนึงถึงขนาดหน้าจอของผู้ชมด้วย การที่เรารู้ว่าผู้ชมส่วนใหญ่ตั้งค่าจอไว้ที่เท่าใดจะทำให้เราสามารถ

3.เบราว์เซอร์ เป็นโปรแกรมที่ใช้สำหรับเรียกดูเอกสารในระบบอินเทอร์เน็ตหรือในเว็บเพจ โดยสามารถแสดงผลได้ทั้งรูปแบบตัวอักษร รูปภาพและภาพเคลื่อนไหว

4.ความสามารถในการแสดงสีของมอนิเตอร์ คือจำนวนสีที่ใช้ในการแสดงผลซึ่งจะมีค่าแตกต่างกันตั้งแต่ 2 สี (1 บิต) จนถึง 16 ล้านสี (24 บิต)



ภาพที่ 8 แสดงบริเวณที่เหมาะสมในการออกแบบบนจอขนาด 800 x 600
ที่มา : Patrick Lynch and Sarah Horton, Web Style Guide (ออนไลน์),
เข้าถึงเมื่อ 5 มิถุนายน 2546. เข้าถึงได้จาก <http://www.webstyleguide.com>

1.14 ซอฟต์แวร์ที่ใช้ในการออกแบบเว็บไซต์

ปัจจุบันซอฟต์แวร์ที่ใช้ในการออกแบบเว็บไซต์มีการพัฒนาต่อเนื่องมากมายจากหลายๆค่ายสำหรับการใช้งานบนแมคอินทอชและวินโดวส์ซึ่งมีระบบปฏิบัติการที่ต่างกัน ลักษณะของซอฟต์แวร์สามารถแบ่งเป็น บรรณาธิการ ซอฟต์แวร์สำหรับการสร้างกราฟิกและสื่อประสม ซอฟต์แวร์ที่ใช้เขียน HTML ซอฟต์แวร์ที่ใช้ Upload File ซอฟต์แวร์สำหรับออกแบบ Layout และ Typography ดังนี้ (David Siegel : 2002)

1. บรรณาธิการ สามารถใช้โปรแกรม Internet Explorer และ Netscape ได้ทุกเวอร์ชันแต่เพื่อให้ได้ผลดีที่สุดควรทดสอบก่อนเปิดตัวเว็บไซต์

2. ซอฟต์แวร์ที่ใช้ในการสร้างภาพ

2.1 Adobe Photoshop ใช้สำหรับสร้างภาพต่างๆ ภาพที่ได้จะมีลักษณะเป็นบิตแมป ซึ่งสามารถดาวน์โหลดปลั๊กอินของโปรแกรมเพิ่มได้

2.2 Adobe Illustrator ใช้สำหรับสร้างภาพแบบเวกเตอร์

2.3 Macromedia Freehand ใช้สำหรับสร้างภาพแบบเวกเตอร์

2.4 Flash ใช้สร้างอนิเมชันและภาพแบบเวกเตอร์

2.5 Fractal Design Painter ใช้สำหรับสร้างภาพแบบเวกเตอร์

2.6 GIF Builder ใช้สร้างภาพ Gif Animations

3. ซอฟต์แวร์ที่ใช้เขียน HTML

3.1 BBEdit (Mac OS) ใช้เขียน HTML แก้ไขโค้ด เขียน Scripting สามารถบรรจุตัวอักษร (ชุดคำสั่ง) ได้เป็นจำนวนมาก

3.2 Dreamweaver เป็นโปรแกรมสำเร็จรูปที่ใช้เขียน HTML ซึ่งสามารถมองเห็นเว็บเพจไปได้พร้อมๆกับการเขียน HTML และยังมีเครื่องมือช่วยในการสร้างเว็บไซต์โดยผู้ชมไม่จำเป็นต้องรู้เรื่องโค้ดคำสั่ง

4. ซอฟต์แวร์ที่ใช้ Upload File

4.1 Fetch เป็นซอฟต์แวร์ที่ใช้อัปโหลดไฟล์ ใช้ร่วมกับ FTP Server หรือ TCP/IP Network

4.2 NCSA Telnet เป็นโปรแกรมสำหรับติดต่อระหว่างเครื่องคอมพิวเตอร์ผ่านระบบเน็ตเวิร์ค

1.15 บล็อก (Blog)

บล็อก (Blog) เป็นคำรวมมาจากคำว่า เว็บล็อก (Weblog) เป็นรูปแบบเว็บไซต์ประเภทหนึ่งซึ่งถูกเขียนขึ้นในลำดับที่เรียงตามเวลาในการเขียน ซึ่งจะแสดงข้อมูลที่เขียนล่าสุดไว้แรกสุด บล็อกโดยปกติจะประกอบด้วย ข้อความ ภาพ ลิงค์ ซึ่งบางครั้งจะรวมสื่อต่างๆไม่ว่า เพลง หรือวิดีโอในหลายรูปแบบได้ จุดที่แตกต่างของบล็อกกับเว็บไซต์โดยปกติคือ บล็อกจะเปิดให้ผู้เข้ามาอ่านข้อมูล สามารถแสดงความคิดเห็นต่อท้ายข้อความที่เจ้าของบล็อกเป็นคนเขียน ซึ่งทำให้ผู้เขียนสามารถได้ผลตอบกลับโดยทันที คำว่า "บล็อก" ยังใช้เป็นการเรียกรวมได้ซึ่งหมายถึงการเขียนบล็อกและนอกจากนี้ผู้ที่เขียนบล็อกเป็นอาชีพก็จะถูกเรียกว่า "บล็อกเกอร์"

บล็อกเป็นเว็บไซต์ที่มีเนื้อหาหลากหลายขึ้นอยู่กับเจ้าของบล็อก โดยสามารถใช้เป็นเครื่องมือสื่อสาร การประกาศข่าวสาร การแสดงความคิดเห็น การเผยแพร่ผลงาน ในหลายด้านไม่ว่า อาหาร การเมือง เทคโนโลยี หรือข่าวปัจจุบัน นอกจากนี้บล็อกที่ถูกเขียนเฉพาะเรื่องส่วนตัวหรือจะเรียกว่าไดอารีออนไลน์ ซึ่งไดอารีออนไลน์นี้เองเป็นจุดเริ่มต้นของการใช้บล็อกในปัจจุบัน นอกจากนี้ตามบริษัทเอกชนหลายแห่งได้มีการจัดทำบล็อกของทางบริษัทขึ้นเพื่อเสนอแนวความเห็นใหม่ให้กับลูกค้า โดยมีการเขียนบล็อกออกมาในลักษณะเดียวกับข่าวสั้น และได้รับการตอบรับจากทางลูกค้าที่แสดงความเห็นตอบกลับเข้าไป เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์

ในปัจจุบัน บริษัทใหญ่ๆ ก็หันมามี Blog เป็นของตัวเองกันมาก ไม่ว่าจะเป็น Google , Yahoo เพราะ Blog สามารถเป็นส่วนประชาสัมพันธ์ให้กับบริษัทได้ โดยสร้างความรู้สึกเป็นกันเอง

สามารถสื่อสารกับลูกค้าได้โดยตรง โดยไม่ต้องเป็นทางการมากนัก และลูกค้าก็ชอบที่จะติดต่อสื่อสารผ่านทาง Blog ด้วย

ในประเทศไทยมีผู้ให้บริการ Blog อยู่หลายที่ เช่น Bloggang, Exteen หรือ BlogKa หรือต่างประเทศเช่น Blogger, Wordpress, MySpace

กระแสการเขียนบล็อก เข้ามาในลักษณะคล้ายการเขียนไดอารี่ ออนไลน์ ตอนนี้ การเขียนไดอารี่ หรือบล็อก กำลังแพร่หลายอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็น spocce ของ MSN หรือ เว็บบล็อกของประเทศไทย การเขียนบล็อกทำให้เส้นแบ่งของคำว่า สื่อ กับ คนอ่าน เริ่มหายไป เพราะบล็อกทำให้ใครก็สามารถเป็น คอลัมนิสต์ หรือ นักเขียน ได้ทั้งนั้น นอกจากนั้น บล็อกยังมีความเป็นกันเองทั้งในแง่คนเขียนและคนอ่าน เพราะเรื่องที่ลงในบล็อก ส่วนใหญ่ไม่ใช่เรื่องยากและไม่มีศัพท์ทางวิชาการที่อ่านแล้วเข้าใจยาก

เมื่อเดือนธันวาคม 2549 เคยมีรายงานจากเว็บไซต์ technorati.com ซึ่งเป็นบริษัทค้นหาและรวบรวมข้อมูลบล็อกไซต์ในอเมริกา เปิดเผยว่า คนทั่วโลกเข้ามาสร้างบล็อกใหม่ทุกวินาที และในช่วงเวลาดังกล่าว อาณาจักรบล็อก (Blogosphere) ทั่วโลกมีจำนวนสูงถึง 50 ล้านบล็อก อัตราการเติบโตโดยเฉลี่ยของบล็อกจะเพิ่มขึ้นเป็น 2 เท่าในทุกๆ 6 เดือน หรือมีบล็อกที่ถูกรสร้างขึ้นใหม่ประมาณ 175,000 บล็อกต่อ 1 วัน

มีการโพสต์ (Post) เรื่องลงบล็อก ประมาณ 1.6 ล้านครั้งต่อวัน หรือ 18.6 ครั้งต่อวินาที และทุก ๆ ชั่วโมง มีคนโพสต์เรื่องใหม่ลงในบล็อกของตัวเองประมาณ 50,000 เรื่องต่อชั่วโมงหากนับถึงปัจจุบัน ตัวเลขบล็อกทั่วโลกคงพุ่งทะยานไปเกินหลัก 100 ล้านไปเรียบร้อยแล้ว

1.16 เว็บบอร์ด (Webboard)

คือลักษณะของเว็บไซต์ที่ใช้สำหรับการแลกเปลี่ยนบทสนทนา การพูดคุย การอภิปรายในสังคมออนไลน์ นอกจากชื่อเว็บบอร์ดแล้ว ยังมีเรียกกันหลายชื่อไม่ว่า กระดานข่าว กระดานข่าวสาร กระดานสนทนา กระดานสนทนาออนไลน์ ฟอรัม เว็บฟอรัม เมสเสจบอร์ด บูลิตินบอร์ด ดิสคัสชันบอร์ด ฯลฯ หรือเรียกอย่างสั้นว่า บอร์ด ก็มี

เรื่องราวที่มีการพูดคุยในแต่ละเว็บบอร์ดจะมีการแตกต่างกันไปในแต่ละเว็บบอร์ด บางเว็บบอร์ดจะมีหลายหัวข้อโดยแบ่งแยกย่อยออกไปเช่นที่ปรากฏได้แก่ เครกส์ลิสต์ กูเกิลกรุ๊ปส์หรือ ยาฮู! รู้อรอบ หรือตัวอย่างในเว็บบอร์ดไทยได้แก่ พันทิป ประมุข และ เอ็มไทย และหลายเว็บบอร์ด มีเรื่องพูดคุยเฉพาะทางตัวอย่างเว็บบอร์ดไทยอาทิ ไทยแวร์ นารีสา ในด้านคอมพิวเตอร์ หรือ Soccersuck ในด้านฟุตบอล Thaigaming ในด้านวิดีโอเกม ส่วนเว็บบอร์ดที่ใหญ่ที่สุดในญี่ปุ่นคือ 2channel

ในการใช้งานเว็บบอร์ดสามารถแบ่งได้เป็น

1. ผู้ใช้งาน เราสามารถจำแนกผู้เข้าใช้งานกระดานข่าวสารได้เป็น 4 ส่วนตามลักษณะสิทธิของการเข้าถึง คือ

1.1 ผู้ดูแลระบบสูงสุด ผู้ที่มีอภิสิทธิ์เหนือกว่าทุกคนและมีสิทธิพิเศษที่ผู้อื่นไม่มี คือการลบผู้ใช้งานที่อยู่ระดับต่ำกว่าตนเอง เป็นต้น

1.2 ผู้ดูแลระบบทั่วไป ผู้ที่เข้าไปจัดการกับกระทู้ต่างๆ ให้เกิดความเป็นระเบียบเรียบร้อย เช่น การย้ายกระทู้ไปในหมวดที่ถูกต้อง ลบกระทู้เก่าๆ เป็นต้น

1.3 ผู้ใช้ที่เข้าระบบโดยการกรอกชื่อและรหัสผ่าน ผู้ใช้งานที่มีสิทธิบางอย่างเหนือกว่ามากกว่าผู้ไม่ประสงค์ออกนาม ได้แก่การแก้ไขคำตอบกระทู้และการลบกระทู้ของตัวเอง เป็นต้น

1.4 ผู้ใช้ที่ไม่ประสงค์ออกนาม หรือผู้ที่ไม่ได้เข้าระบบโดยการกรอกชื่อ และรหัสผ่าน จะไม่ได้รับสิทธิบางประการ เช่น การแก้ไขคำตอบกระทู้ ลบกระทู้ของตัวเอง เป็นต้น ผู้ใช้ที่ไม่ประสงค์ออกนามมีสิทธิพิเศษบางอย่างที่ไม่เป็นที่พึงต้องการคือการก่อกวนกระทู้หรือการปั่นกระทู้ แต่ผู้ดูแลระบบก็สามารถระงับการก่อกวนกระทู้ได้โดยการใส่บทลงโทษที่ได้กำหนดเอาไว้แล้ว ในส่วนของผู้ควบคุมระบบ

2. ผู้ให้บริการ ผู้ให้บริการเว็บบอร์ดสามารถมีเว็บบอร์ดของตัวเองได้หลายวิธีไม่ว่าเขียนโปรแกรมสร้างเว็บบอร์ดของตัวเอง ใช้ซอฟต์แวร์สำเร็จรูปติดตั้งบนเซิร์ฟเวอร์ส่วนตัวหรือขอบริการติดตั้งเว็บบอร์ดส่วนตัวผ่านผู้ให้บริการตัวอย่างผู้ให้บริการเว็บบอร์ดส่วนตัว เช่น กูเกิล กรุ๊ปส์, แพนทาวน์ ของพันทิป, 212 คาเฟ่ เป็นต้น

เว็บบอร์ดซอฟต์แวร์ หรือเว็บบอร์ดสำเร็จรูปเป็นซอฟต์แวร์ในลักษณะ ของระบบจัดการเนื้อหาเว็บที่สามารถนำมาสร้างเว็บบอร์ดได้ทันทีโดยไม่ต้องเขียน โปรแกรมเพื่อสร้างเว็บบอร์ดของตนเองหรือสร้างเว็บไซต์แต่อย่างใด โดยนอกจากนี้ ซอฟต์แวร์บางตัวสามารถเปลี่ยนหน้าตาที่เรียกว่าธีมได้ รวมถึงเพิ่มความสามารถ พิเศษให้เว็บบอร์ดเพิ่มขึ้น

ซอฟต์แวร์ส่วนใหญ่สามารถดาวน์โหลดและติดตั้งได้ทันทีโดยผู้ใช้ ซึ่งซอฟต์แวร์บางส่วนเป็นซอฟต์แวร์โอเพนซอร์สซึ่งเป็นซอฟต์แวร์ที่ไม่สงวนลิขสิทธิ์ ซึ่งผู้พัฒนาสามารถนำมาปรับแก้เป็นของตนเองติดตั้งไว้ใช้เป็นเว็บบอร์ดส่วนตัว หรือเผยแพร่ให้คนอื่นมาใช้งานได้ ส่วนซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์นั้น จะมีทั้งในรูปแบบที่ให้ใช้งาน แบบเสียค่าใช้จ่ายหรือให้ใช้งานฟรี

เว็บบอร์ดซอฟต์แวร์ที่เป็นที่นิยมพร้อมทั้งชื่อซอฟต์แวร์ที่ใช้พัฒนาในวงเล็บ

1. phpBB (พีเอชพี/มายเอสคิวแอล)
2. vBulletin (พีเอชพี/มายเอสคิวแอล)
3. Invision Power Board (IPB) (พีเอชพี/มายเอสคิวแอล)
4. Simple Machines Forum (SMF) (พีเอชพี/มายเอสคิวแอล)
5. YaBB (เพิร์ล/แพลตฟอร์ม)

2. ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติ และพฤติกรรมผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต

สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไปในสมัยนี้เกิดจากปัจจัยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ ทำให้ทุกคน ทั้งบริษัท องค์กรและบุคคลในสาขาอาชีพต่าง ๆ ต้องมีการปรับตัวเพื่อรับกับความเปลี่ยนแปลงที่กำลังเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและต่อสู้นี้เองผู้บริโภคยุคปัจจุบัน จึงกลายเป็นกลุ่มผู้รับสารเชิงรุก (Active Audience) ที่มีอิสระในการเลือกค้นข้อมูลข่าวสารได้เองตามความพึงพอใจ ความเป็นสังคมออนไลน์ (Digital Social Network) กลายเป็นสิ่งใหม่เมื่อเทียบกับพฤติกรรมยุคดั้งเดิม

2.1 ทัศนคติสังคมออนไลน์

Digital Social Network เป็นการสร้างสังคมออนไลน์ให้เราสามารถรู้จักเพื่อนๆ ของเพื่อน และทำให้เป็นเพื่อนของเรา การแพร่ขยายของสังคมออนไลน์เร็วมาก ถ้าสังคมออนไลน์ใดถูกใจกลุ่มผู้บริโภคจะแพร่ขยายอย่างรวดเร็ว ความเร็วที่สูงขึ้นของอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ และการแข่งขันเรื่องราคาที่ค่าบริการลดลงต่อเนื่อง ทำให้การสื่อสารสองทางในรูปแบบของ Digital Social Network ในไทยมากขึ้น รูปแบบสังคมออนไลน์ที่กำลังได้รับความนิยมในไทย และทั่วโลก คือ บล็อก (Blog)

มีรายงานสำรวจความนิยมผู้ใช้บล็อกในไทยโดยไม่โครซอฟท์ พบว่าไทยขึ้นแท่นอันดับ 1 ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และมีผู้ใช้งานบล็อกเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ไม่โครซอฟท์ ได้สำรวจออนไลน์ผู้ใช้บล็อกในประเทศไทย จำนวนกลุ่มตัวอย่างกว่า 1,000 คน พบว่าไทยมีผู้ใช้เยี่ยมชมบล็อก (Visiting Blog User) ของไม่โครซอฟท์ผ่านบริการวินโดวส์ ไลฟ์ สเปซ ประมาณ 1.7 ล้านราย

ตัวเลข ดังกล่าวถือว่าสูงสุดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งเกิดจากพฤติกรรมบริโภคออนไลน์ของไทย ชอบแสดงความคิดเห็นและแบ่งปันข้อมูลเป็นหลัก ควบคู่ไปกับการเติบโตของจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ในประเทศไทยที่เพิ่มขึ้น 200%

จากผลสำรวจยังพบว่า ผู้ที่เป็นเจ้าของบล็อกเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยมีจำนวนเพศหญิง 57% และชาย 43% และยังพบว่า 57% ของผู้ใช้บล็อกมีอายุต่ำกว่า 25 ปี และเหตุผลหลักที่อ่านบล็อก จำนวน 54% ของทั้งหมด ระบุว่าเพื่อความบันเทิง และ 41% ระบุว่าเพื่อการติดต่อสื่อสารกับครอบครัวและเพื่อน ส่วนหัวข้อที่น่าสนใจในบล็อกประกอบด้วย เทคโนโลยี จำนวน 32%, ท่องเที่ยว 14% และเพื่อการศึกษา 10% ขณะเดียวกัน ตัวเลขผลสำรวจข้างต้น ยังสะท้อนให้เห็นว่า บล็อก จะเป็นเครื่องมือที่ทรงอิทธิพลให้กับผู้โฆษณาสินค้า เนื่องจากการใช้บล็อกจะเป็นเครือข่ายของครอบครัวและเพื่อน ทำให้เนื้อหาในบล็อกที่เกี่ยวกับข้อมูลหรือการใช้งานของสินค้า จะเป็นเครื่องมือในการตัดสินใจซื้อสินค้าด้วย

จากการสำรวจของไมโครซอฟท์ พบว่าวินโดวส์ โลไฟฟ์ สเปนซ์ มีส่วนแบ่ง 61% ซึ่งสูงกว่ามายสเปซ ที่มีส่วนแบ่ง 29% โดยไมโครซอฟท์ได้เปิดบริการวินโดวส์ โลไฟฟ์ สเปนซ์ ที่เป็นภาษาไทยพร้อมๆ กับเปิดวินโดวส์ โลไฟฟ์ เมสเซนเจอร์ ที่เป็นเมนูภาษาไทย และการเชื่อมโยงเพื่อให้บริการกับผู้ใช้ให้ใช้งานได้สะดวกขึ้น ทั้งการอัปเดตบล็อก และสร้างบล็อก และจะสร้างนวัตกรรมบริการใหม่ที่จะให้ผู้ใช้ได้ใช้บล็อกของตนเองผ่านทางเครื่องรับโทรทัศน์ โทรศัพท์มือถือ และเครื่องเล่นเกม เอ็กซ์บ็อกซ์ 360

นอกจากรายงานการสำรวจของไมโครซอฟท์แล้ว ยังมีรายงานว่ามียบล็อกของไทยหลายบล็อก เป็นสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมสูง เช่น บล็อกจีบัน ซึ่งเป็นบล็อกที่ให้ความรู้เรื่องการแต่งหน้าของหญิงสาวเป็นหลัก มีผู้เข้าร่วมในสังคมบล็อกของจีบันร่วมสองแสนคน สำหรับบล็อกใหญ่หรือเรียกว่าบล็อกแม่ที่เปิดให้ใครก็ได้ที่ต้องการมีบล็อกเข้ามาสร้างบล็อกของตนเองไว้ในบล็อกแม่เหล่านี้ นอกจากของไมโครซอฟท์แล้ว ก็มี เช่น hi5, my space ที่เป็นของไทย เช่น bloggang ของพันทิป oknation ชื่อค่ายเนชั่น

hi5 (ไฮไฟว์) เป็นชุมชนออนไลน์ขนาดใหญ่เป็นอันดับ 3 ของโลก ปัจจุบันมีสมาชิกลงทะเบียนกว่า 98 ล้านราย (ตัวเลขเมื่อธันวาคม 2550) ส่วนในประเทศไทยมีสมาชิกที่เข้าใช้งานเป็นประจำอยู่ประมาณ 1,000,000 ราย และมีผู้ลงทะเบียนใหม่เพิ่มมากกว่าวันละ 8,000 ราย โดยสมาชิกส่วนใหญ่จะใช้ไฮไฟว์ในการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเพื่อน มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ให้กันและกัน มีการแชร์รูปกันดู ตลอดจนบอกเล่าถึงเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นรอบโลก สมาชิกของไฮไฟว์ ได้ขยายวงกว้างไปยังผู้เล่นหลากหลายกลุ่ม ทั้งนักเรียน นักศึกษา รวมไปถึง กลุ่มคนวัยทำงาน

สำหรับ myspace (มาย สเปนซ์) มีผู้ลงทะเบียนมากกว่า 100 ล้านคน และมีผู้ลงทะเบียนใหม่ประมาณ 200,000 คนต่อ วัน บล็อกที่มีผู้เข้าร่วมกิจกรรมจำนวนมากเช่นนี้ทำให้เป็น

เป้าหมายในการลงโฆษณาของสินค้าต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับเรื่องความสวยความงาม มีการประมาณการว่า การใช้จ่ายโฆษณาออนไลน์อยู่ ระดับ 1 %การใช้จ่ายเงินโฆษณาในไทยทั้งหมด หรือประมาณกว่า 800 ล้านบาท ซึ่งในปี 2550 ค่าใช้จ่ายในการโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ตก็เพิ่มมากกว่าปี 2549 เท่าตัวเช่นกัน

2.2 พฤติกรรมของผู้ใช้งานเว็บไซต์

ผู้ใช้งานเว็บไซต์ คือ กลุ่มผู้ใช้เว็บทั่วไป ทั้งผู้ที่เคยเข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์ขององค์กรแล้ว และผู้ที่ยังไม่เคยเข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์ขององค์กร ซึ่งนักพัฒนาเว็บมีหน้าที่ต้องตอบคำถามว่า จะออกแบบเว็บไซต์อย่างไรจึงจะสามารถเพิ่มโอกาสหรือความเป็นไปได้ที่จะมีผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์มากขึ้น นั่นหมายถึง โอกาสที่จะสร้างรายได้ของธุรกิจเพิ่มขึ้นด้วย

พฤติกรรมของผู้ใช้งานเว็บไซต์ เป็นการแสดงออกถึงวิธีการใช้งานเว็บของผู้ชมเว็บไซต์ ยกตัวอย่างเช่น วิธีการเข้าถึงเว็บไซต์ เวลาที่ใช้ในการชมข้อมูลบนเว็บเพจแต่ละหน้า เครื่องมือที่มีการใช้งานบ่อยครั้ง และความพึงพอใจของผู้ใช้ เป็นต้น

ตัวอย่างพฤติกรรมของผู้ใช้งานเว็บที่มีผลต่อการออกแบบเว็บ เช่น

1. ผู้ใช้งานเว็บนิยมเข้าถึงข้อมูลในลักษณะ “Deep Link” คือ ผ่านเครื่องมือ Search Engine มากกว่าการเข้าถึงข้อมูลโดยใช้ URL หรือชื่อของเว็บไซต์นั้นโดยตรง
2. ในกรณีที่เข้าถึงเว็บไซต์โดยใช้ Search Engine ผู้ชมเว็บไซต์จะคลิกเพื่อชมรายการเว็บไซต์ที่ปรากฏในผลการค้นหาหน้าแรกๆ เท่านั้น
3. ในกรณีที่เข้าถึงเว็บไซต์มายังหน้า Home Page ผู้ชมเว็บไซต์จะใช้เวลาในการชมข้อมูลในหน้า Home Page น้อยกว่าเวลาชมข้อมูลในหน้า “Interior Page” คือ หน้าเว็บเพจย่อย ซึ่งมักจะเป็นหน้าเว็บที่มีรายละเอียดที่ผู้ใช้งานต้องการโดย ตรง
4. โดยทั่วไป ผู้ชมเว็บไซต์จะใช้เวลาเฉลี่ยเพียงเล็กน้อย เพื่อพิจารณาว่าเว็บเพจดังกล่าวมีข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับที่ตนต้องการ หรือมีข้อมูลใดที่น่าสนใจหรือไม่ หากไม่พบก็จะยกเลิกการใช้งานเว็บนั้นทันที
5. เมื่อแบ่งพื้นที่บนหน้าเว็บเพจออกเป็นส่วนต่างๆ ได้แก่ ส่วนบน (Header) ส่วนท้าย (Footer) คอลัมน์ทางด้านขวา (Right-Hand Column) คอลัมน์ทางด้านซ้าย (Left-Hand Column) และส่วนเนื้อหา (Content) แล้ว หากลองสังเกตพบว่าพื้นที่ที่ผู้ใช้จะคลิกเพื่อใช้งานหรือเลือกชมข้อมูลมากที่สุด คือ ส่วนเนื้อหา ในขณะที่ส่วนคอลัมน์ทั้งสอง ส่วนบนและส่วนท้ายของเว็บ จะเป็นพื้นที่ที่ผู้ชมเว็บไซต์ใช้งานเท่าๆ กัน

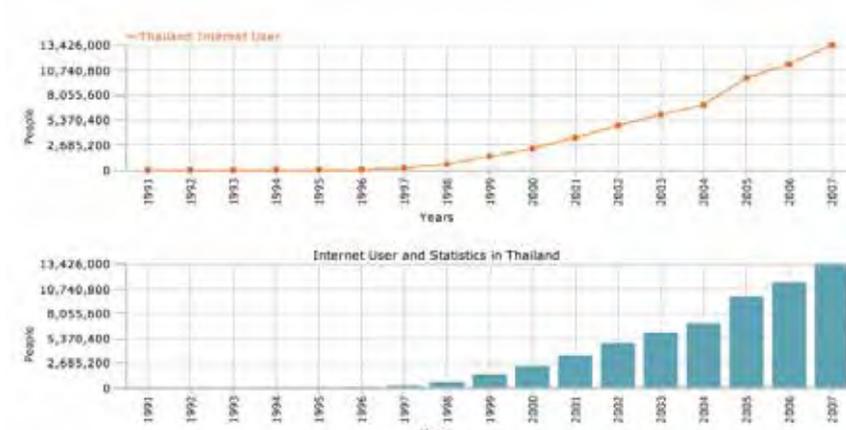


ภาพที่ 9 แผนภูมิแสดงสัดส่วนพื้นที่ที่ผู้ใช้คลิกเพื่อเลือกชมข้อมูลมากที่สุด เมื่อแบ่งพื้นที่หน้าเว็บออกเป็น 5 ส่วน

พฤติกรรมของผู้ใช้งานเว็บไซต์จะเป็นแนวทางสำคัญในการออกแบบเว็บ เนื่องจากจะทำให้ทราบว่าควรหลีกเลี่ยงการออกแบบเว็บอย่างไรที่จะทำให้ผู้ชมเว็บไซต์รู้สึกไม่อยากใช้งานเว็บนั้น และออกแบบเว็บอย่างไรจึงจะมีผู้เยี่ยมชมเว็บเพิ่มขึ้น ยกตัวอย่างเช่น เมื่อทราบว่าผู้ใช้งานส่วนมากเข้าถึงเว็บไซต์โดยผ่าน Search Engine แล้ว องค์กรควรกำหนดวิธีที่จะทำให้ search Engine มีโอกาสค้นพบเว็บของเรามากที่สุด และนอกจากจะค้นหาพบแล้ว ต้องให้รายชื่อเว็บแสดงอยู่ในลำดับต้นๆ ของรายการที่ Search Engine ค้นพบด้วย ซึ่งอาจทำโดยสร้าง Keyword ที่คาดว่าผู้ใช้น่าจะเลือกใช้เมื่อต้องการค้นหาข้อมูลในเรื่องนี้ หรืออาจจ้างบริษัทที่ทำงานด้านนี้โดยตรงก็ได้ อย่างไรก็ตามวิธีนี้้องค์การจะมีค่าใช้จ่ายสูง หากองค์กรต้องการเลือกใช้อ้างอิงก็ต้องพิจารณาความคุ้มค่าที่จะได้รับประกอบด้วย

2.3 จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย

จากการสำรวจพบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในแต่ละปี โดยในปี 2007 มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยสูงถึง 13,426,000 คน ตามสถิติที่บันทึกไว้ ดังนี้



ภาพที่ 10 จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยตั้งแต่ปี ค.ศ. 1991 – 2007

ที่มา : NECTEC, Internet users in Thailand [Online], accessed 31 May 2009.

Available from <http://internet.nectec.or.th/webstats/internetuser.iir?Sec=internetuser>

ผู้ใช้งานเว็บไซต์ในประเทศไทยนั้นมีการใช้งานในหมวดหลักของเว็บไซต์ในช่วงกลางปี 2007 ถึงช่วงกลางปี 2009 มีการใช้งานในหมวดบันเทิงมากที่สุด คิดเป็น 37.8% ของจะนวนผู้ใช้งาน รองลงไปคือหมวดเกมส์ และหมวดบุคคล-สังคม ตามลำดับ ดังนี้

Year-Month	อินเทอร์เน็ต	บันเทิง	ธุรกิจ	ข่าว	บุคคล-สังคม	เกมส์	คอมพิวเตอร์	หน่วยงานราชการ	การศึกษา
2007-06	6.8%	37.49%	4.82%	6.8%	7.77%	10.39%	1.47%	1.65%	2.14%
2007-07	7.18%	37.14%	4.29%	6.79%	8.2%	10.48%	1.49%	1.59%	2.08%
2007-08	7.2%	37.84%	4.14%	6.63%	8.14%	10.37%	1.48%	1.6%	2.12%
2007-09	6.84%	37.64%	3.83%	6.54%	8.16%	11.41%	1.52%	1.51%	2.15%
2007-10	6.54%	38.13%	3.76%	6.11%	8.29%	12.91%	1.48%	1.33%	1.86%
2007-11	7.23%	36.95%	3.83%	6.22%	8.32%	12.65%	1.44%	1.46%	2.05%
2007-12	7.26%	36.37%	3.54%	6.06%	8.1%	14.76%	1.32%	1.37%	1.87%
2008-01	6.41%	37.75%	4.31%	6.11%	7.59%	13.66%	1.4%	1.38%	1.96%
2008-02	6.16%	39.05%	3.82%	6.04%	7.39%	14.21%	1.38%	1.5%	1.87%
2008-03	6.13%	39.09%	3.94%	5.74%	7.27%	15.55%	1.31%	1.44%	1.73%
2008-04	6.09%	39.86%	3.78%	5.86%	7.77%	15.06%	1.3%	1.15%	2.02%
2008-05	6.08%	38.14%	3.97%	6.3%	7.54%	15.25%	1.36%	1.19%	2.11%
2008-06	5.69%	39.01%	3.87%	6.6%	8.17%	14.27%	1.36%	1.3%	2.02%
2008-07	5.7%	39.05%	3.48%	6.87%	8.61%	13.23%	1.36%	1.29%	1.91%
2008-08	5.02%	38.93%	3.3%	7.24%	8.88%	13.43%	1.39%	1.3%	2.04%
2008-09	4.98%	38.62%	3.63%	6.99%	9.08%	12.83%	1.43%	1.21%	2.08%
2008-10	4.62%	38.7%	3.29%	6.9%	9.06%	14.34%	1.23%	1.12%	1.64%
2008-11	4.69%	38.32%	3.33%	7.29%	8.86%	13.21%	1.39%	1.23%	2.08%
2008-12	4.55%	38.88%	2.92%	6.4%	9.8%	13.62%	1.41%	1.2%	1.87%
2009-01	4.12%	38.69%	3.48%	6.15%	9.79%	13.29%	1.4%	1.22%	2.02%
2009-02	3.75%	38.67%	3.51%	5.91%	9.85%	13.67%	1.39%	1.3%	2.13%
2009-03	3.33%	38.15%	3.68%	5.73%	10.13%	15.46%	1.36%	1.2%	1.68%
2009-04	3.19%	37.12%	3.17%	7.21%	10.78%	15.55%	1.27%	0.98%	2.14%
2009-05	3.09%	37.8%	3.84%	5.69%	10.37%	14.07%	1.35%	1.15%	2.15%

ภาพที่ 11 ตารางการใช้งานมาหมวดหลักของเว็บไซต์

ที่มา : Truehits Statistic[Online], accessed 31 May 2009.

Available from <http://internet.nectec.or.th/webstats/internetuser.iir?Sec=internetuser>

3.องค์กรด้านการรับบริจาคเพื่อเด็กด้อยโอกาส

3.1 มูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทย (World Vision Foundation of Thailand)

ประวัติความเป็นมา ในปี ค.ศ.1950 ดร.บ็อบ เพียส ผู้นำคริสตชนและนักข่าวชาวอเมริกันได้เดินทางเข้าไปในประเทศ เกาหลี และพบเห็นความทุกข์ยากของประชาชน หญิงม่าย และเด็กกำพร้าจำนวนมาก อันเป็นผลมาจากภัยสงครามภายในประเทศขณะนั้น ด้วยความปรารถนาที่จะหยิบยื่นความช่วยเหลือไปให้ ท่านจึงระดมทรัพย์สิ่งของจากสมาชิกคริสตจักรต่างๆ และผู้มีจิตศรัทธาไปบรรเทาทุกข์ให้แก่ คนเหล่านั้นและได้ก่อตั้งศุภนิมิตสากล (World Vision International Organization) ขยายเครือข่ายไปยังประเทศต่างๆทั่วโลก ในปัจจุบันมูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทย เป็น 1 ในกว่า 100 ประเทศทั่วโลกที่เป็นองค์กรร่วมพันธกิจกับองค์กรศุภนิมิตสากลในการนำความช่วยเหลือไปสู่เด็ก และผู้ยากไร้ของโลก

ศุภนิมิตสากลได้เข้ามาดำเนินการในประเทศไทยใน ปี ค.ศ.1972 ด้วยการอุปการะเด็กกำพร้าที่จังหวัดอุดรธานี จากนั้นได้เปิดหน่วยอุปการะเด็กยากไร้ขึ้นเป็นหน่วยแรกที่โรงเรียนอรุณประดิษฐ์ จังหวัดเพชรบุรี และขยายงานไปตามจังหวัดต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาคเหนือและอีสานและในปี ค.ศ.1974 ได้รับอนุญาตให้จดทะเบียนมูลนิธิเพื่อสาธารณกุศลอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 21 มกราคม 2517 ในนามของมูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทย (World Vision Foundation of Thailand) โดยมุ่งงานด้านการอุปการะเด็กและการบรรเทาทุกข์เป็นงานหลัก เพื่อพัฒนาและ ส่งเสริมการศึกษา อนามัย จริยธรรม และการพัฒนาคุณภาพชีวิต

มูลนิธิศุภนิมิตฯ ยังคงดำเนินพันธกิจเรื่อยมา และยังคงยึดมั่นในการดำเนินงานต่อไปตามเจตจำนง และเป้าหมายสูงสุดขององค์กร เพื่อพัฒนาเปลี่ยนแปลงชีวิต และช่วยเหลือผู้ยากไร้ทั้งหลายอย่างไม่หยุดยั้ง โดยได้ขยายเขตพื้นที่การดำเนินโครงการออกไปอีกหลายจังหวัดเพิ่มจำนวนเด็กในความอุปการะของโครงการมากขึ้น และได้ดำเนินโครงการพิเศษต่างๆ ในพื้นที่ห่างไกลหรือตามบริเวณเขตชายแดนระหว่างประเทศ

ปัจจุบัน มูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทย ยังคงมุ่งเน้นให้เด็กเป็นศูนย์กลางการพัฒนา มีชุมชนเป็นฐานการพัฒนา และดำเนินพันธกิจโดยมีองค์พระเยซูคริสต์เจ้าเป็นศูนย์กลางชีวิต ในขณะเดียวกัน ก็มุ่งการเสริมสร้างศักยภาพและความเข้มแข็งแก่ชุมชนด้วยการสนับสนุนพันธกิจการสร้างงาน และเสริมสร้างรายได้แก่ชุมชนในลักษณะธุรกิจชุมชนขนาดย่อมด้วย ปัจจุบันมูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทยมีพื้นที่ดำเนินงาน 102 โครงการ ใน 46 จังหวัดทั่วทุกภาคของประเทศไทย และมีเด็กในความอุปการะ 120,355 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2552)

3.2 วัตถุประสงค์ มูลนิธิศุภนิมิตฯ มุ่งมั่นดำเนินพันธกิจด้วยแนวทางที่ผสมผสาน และครบบริบูรณ์ อันได้แก่

1. การพัฒนาชุมชนสู่การเปลี่ยนแปลงชีวิต มีฐานที่ชุมชนมีลักษณะยั่งยืน และเน้นความ ต้องการที่จำเป็นของเด็กเป็นพิเศษ
2. การบรรเทาทุกข์ฉุกเฉิน ที่จะช่วยคนผู้ประสบทุกข์ภัยจากความขัดแย้งหรือวินาศภัย
3. การส่งเสริมความยุติธรรมในสังคม ที่จะแสวงหาความเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางสังคม ที่ไม่เป็นธรรม ซึ่งมีผลกระทบต่อผู้ยากไร้
4. การร่วมพันธกิจกับคริสตจักร ที่จะช่วยเหลือคริสตจักรในการทำพันธกิจของตนเอง ให้สมบูรณ์
5. การเสริมสร้างจิตสำนึกแก่มวลชน ซึ่งจะนำไปสู่ความเข้าใจที่ถูกต้องในการให้ การมีส่วนร่วม และการอธิษฐาน

3.3 พันธกิจ มูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทย เป็นองค์กรคริสเตียนเพื่อการพัฒนา และสาธารณกุศลที่ดำเนินพันธกิจด้านต่างๆ ในกระบวนการพัฒนาคุณภาพชีวิต ให้ความช่วยเหลือ ผู้ยากไร้ ด้อยโอกาสในสังคมและผู้ที่ยากลำบากในภาวะยากลำบาก โดยมุ่งเน้นการพัฒนาเด็ก ครอบครัว ชุมชน และผู้ประสบภัยพิบัติต่างๆ

1. พันธกิจการพัฒนาชุมชนเพื่อการเปลี่ยนแปลงชีวิต มูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทย ดำเนินงาน พัฒนาและอุปการะเด็กยากไร้ ด้อยโอกาส ในรูปแบบการพัฒนาชุมชนเป็นพื้นที่แบบพึ่งตนเองและยั่งยืน โดยมีเด็กเป็นหัวใจสำคัญของพันธกิจ ให้การสนับสนุนช่วยเหลือปัจจัยทางด้านการศึกษา การดูแลทางด้านอนามัย การพัฒนาจิตใจ จริยธรรม และการส่งเสริมพัฒนาอาชีพให้แก่เด็ก และครอบครัว

2. พันธกิจการบรรเทาทุกข์ฉุกเฉิน มูลนิธิศุภนิมิตฯ ได้ให้การช่วยเหลือบรรเทาทุกข์แก่ผู้ประสบภัย ทั้งภัยอันเกิดจากธรรมชาติ หรือภัยจากการกระทำของมนุษย์ โดยให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ประสบภัยทั้งในเบื้องต้น และภายหลังจากเหตุการณ์ตามความเหมาะสม เพื่อฟื้นฟูสู่ภาวะปกติ และพัฒนาให้สามารถพึ่งพาตนเองต่อไปได้

3. พันธกิจการส่งเสริมความยุติธรรมในสังคม มูลนิธิศุภนิมิตฯ ได้สนับสนุนส่งเสริม และให้ความรู้แก่บุคคลกลุ่มเป้าหมาย ผู้นำชุมชน คนในชุมชน และผู้นำคริสตจักร ในการร่วมมือกันตอบสนองต่อการแก้ไขปัญหาเร่งด่วนในสังคม ซึ่งจะมีผลกระทบต่อเด็ก

และผู้ยากไร้ โดยประสานงานร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในการดำเนินงานโครงการพิเศษต่างๆ

4. พันธกิจการสนับสนุนและร่วมพันธกิจกับคริสตจักร มูลนิธิศุภนิมิตฯ ได้สนับสนุนให้คริสตจักรในท้องถิ่นมีบทบาทในการแพร่ธรรม และปลูกฝังจริยธรรมที่ดีให้แก่เด็กและคนในชุมชน โดยการเสริมสร้างทักษะแก่ผู้นำคริสตจักร เชิญชวนให้คริสตจักรมีส่วนร่วมในพันธกิจการช่วยเหลือผู้ยากไร้ด้วยโอกาสในสังคม อีกทั้งสนับสนุนให้คริสตจักรมีบทบาทในงานให้บริการแก่ชุมชนด้วย

5. พันธกิจการเสริมสร้างจิตสำนึกแก่มวลชน มูลนิธิศุภนิมิตฯ เชิญชวนให้ประชาชนชาวไทยได้มีส่วนร่วมในการช่วยเหลือเกื้อกูลแก่ผู้ด้อยโอกาสในสังคม โดยมูลนิธิศุภนิมิตฯ จะเป็นผู้ดำเนินการไปสู่เด็กและผู้ยากไร้ด้วยโอกาสในโครงการต่างๆ

3.4 โครงการในปัจจุบันของมูลนิธิ

3.4.1 โครงการอุปการะเด็ก คือการบริจาคเงิน 450 บาท อย่างต่อเนื่องทุกๆ เดือน (วันละ 15 บาท) สิ่งที่คุณอุปการะเด็กจะได้รับ มีดังนี้

1. ประวัติส่วนตัวของเด็กพร้อมรูปถ่าย
2. จดหมายแนะนำตัวเด็ก
3. เอกสารข้อมูลเกี่ยวกับพื้นที่ที่เด็กอาศัยอยู่
4. รายงานพัฒนาการประจำปีของเด็ก
5. วารสาร และจดหมายข่าวตามวาระของมูลนิธิฯ
6. ผู้อุปการะสามารถเขียนจดหมายโต้ตอบกับเด็กหรือติดต่อเพื่อพบปะ

เด็กที่อุปการะได้

เงินบริจาคที่ได้รับจากผู้อุปการะจะนำไปรวมกับเงิน ของผู้อุปการะเด็ก ท่านอื่นๆ ในโครงการเดียวกัน เพื่อให้กิจกรรมต่างๆ ของโครงการนั้นสามารถดำเนินการได้อย่างเต็มที่ และทั่วถึงกัน เด็กและครอบครัวจะไม่ได้รับเงินสดโดยตรง แต่เงินบริจาคจะถูกนำไปใช้ใน พื้นที่เป้าหมายที่มูลนิธิฯ ให้ความช่วยเหลือโดยผ่านกิจกรรมต่างๆ ตามความเหมาะสมของท้องถิ่น ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตเด็กยากไร้ให้ได้รับโอกาสทางการศึกษา มีสุขภาพอนามัยที่ดี และช่วยเหลือพัฒนาอาชีพให้แก่ครอบครัวและชุมชนของเด็กเช่น สนับสนุนชุดนักเรียน หนังสือสมุดเรียนแก่เด็ก ตรวจและดูแลสุขภาพอนามัยสนับสนุนอาหารกลางวันในโรงเรียน สอนให้เด็กมีจริยธรรมที่ดี ให้ความรู้และฝึกอบรมอาชีพ เสริม แก่เด็กและครอบครัว

เพื่อเพิ่มรายได้ ให้ความรู้ด้านงานพัฒนาแก่ผู้นำชุมชน พัฒนาชุมชนให้มีน้ำดื่ม น้ำใช้อย่างถูก สุขลักษณะ และการรักษาสิ่งแวดล้อมเป็นต้น

การดำเนินงานในโครงการของมูลนิธิศุภนิมิตฯ จะมีเจ้าหน้าที่โครงการของมูลนิธิร่วมทำงานกับคนในชุมชนประสานงานกับองค์กรภาครัฐ เพื่อให้กิจกรรมต่างๆ สามารถตอบสนองต่อเด็ก ครอบครัว และชุมชนที่ยากไร้อย่างดีที่สุดและสำเร็จผลตามวัตถุประสงค์ของโครงการ ระยะเวลาในการดำเนินงานแต่ละโครงการจะใช้เวลาประมาณ 5-10 ปี เป็นอย่างน้อย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมและความพร้อมของเด็ก ครอบครัวและชุมชนนั้นๆ

การเข้าร่วมโครงการอุปการะเด็กขึ้นอยู่กับการตัดสินใจของผู้อุปการะไม่มีการจำกัดจำนวนเด็ก หรือระยะเวลาในการอุปการะ ผู้อุปการะอาจให้ความอุปการะเด็กตลอดอายุของแต่ละโครงการ หรือเท่าที่เด็กอยู่ในพื้นที่โครงการของมูลนิธิศุภนิมิตฯ หรือจนกระทั่งเด็กและครอบครัวสามารถพึ่ง ตนเองได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความสมัครใจและกำลังทรัพย์ของผู้อุปการะ

กรณีที่เด็กในความอุปการะต้องย้ายออกนอกชุมชนพร้อมครอบครัวและยากต่อการติดตามผลของ เจ้าหน้าที่โครงการของมูลนิธิฯ ผู้อุปการะจะได้อุปการะเด็กคนใหม่ที่อยู่ในชุมชนเดิม หรือเด็กคนใหม่จากโครงการอื่นของมูลนิธิฯ ตามแต่การตัดสินใจของผู้อุปการะเอง

การเยี่ยมเยียนของผู้อุปการะ จะทำให้ผู้อุปการะมีโอกาสสื่อสารโดยตรงกับเด็ก ได้รู้จัก และเข้าใจกันมากยิ่งขึ้น ผู้อุปการะที่ประสงค์จะไปเยี่ยมเด็กเป็นการส่วนตัวขอให้แจ้งมูลนิธิศุภนิมิตล่วงหน้าอย่างน้อย 2 สัปดาห์เพื่อการเตรียมงาน หรือไม่เช่นนั้นผู้อุปการะไม่สามารถเยี่ยมเด็กได้ เมื่อมูลนิธิศุภนิมิตจัดกิจกรรมวันผู้อุปการะพบเด็กซึ่งเป็นกิจกรรมตามแผนงานของมูลนิธิฯ ทั้งนี้ การเยี่ยมเยียนเด็กแต่ละครั้ง ผู้อุปการะจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น

การส่งเงินอุปการะเด็ก สามารถส่งเงินอุปการะเป็นธนาณัติหรือเช็คขีดคร่อม หรือโอนเงินเข้าบัญชีออมทรัพย์ ของมูลนิธิ หรือใช้บริการหักบัญชีอัตโนมัติ หรือเรียกเก็บเงินจากบัญชีบัตรเครดิต โดยสามารถส่งเงิน อุปการะเป็นรายเดือน ราย 3 เดือน ราย 6 เดือนหรือรายปี ก็ได้

มูลนิธิศุภนิมิตฯ มีการตรวจสอบการดำเนินกิจกรรมในโครงการต่างๆ ตลอดจนการใช้จ่ายเงินอย่าง สม่าเสมอ จากคณะผู้ตรวจสอบทั้งระดับภายในและภายนอกองค์กร เพื่อให้แน่ใจว่าเงินบริจาคนั้น ถูกนำไปใช้อย่างเหมาะสมและนำไปสู่การช่วยเหลือผู้ยากไร้อย่างแท้จริง

เงินบริจาคส่วนหนึ่ง มูลนิธิศุภนิมิตฯ จะนำไปใช้ในการดำเนินงานโครงการ เพื่อให้เจ้าหน้าที่ สามารถ ดูแลเด็กในความอุปการะได้อย่างใกล้ชิด ใช้ประสานงานร่วมกับ ครอบครัว ชุมชนและ หน่วยงานภาครัฐในท้องถิ่นได้อย่างเต็มที่ และใช้ในการผลิตสื่อ เพื่อแจ้งข่าวสาร อีกทั้งการรายงานข้อมูลความก้าวหน้าให้ผู้อุปการะได้ทราบเป็นระยะๆ งบประมาณ

ณที่ใช้ในส่วนนี้จะไม่เกิน กว่าร้อยละ 25 ของเงินที่ได้รับบริจาคตามกฎหมายเกณฑ์ของกระทรวงการคลังที่กำหนดไว้

3.4.2 โครงการอนาคตของหนู เป็นการรับบริจาคจากผู้มีจิตเมตตา และการบริจาคผ่านกล่องรูปบ้าน ซึ่งตั้งอยู่ตามธนาคาร ห้างสรรพสินค้า โรงพยาบาล และบริษัทต่างๆ เพื่อสมทบทุนเป็นกองทุนสนับสนุนการศึกษา ส่งเสริมพัฒนาคุณภาพสุขภาพอนามัยและการรักษาพยาบาลแก่เด็กยากไร้ในรายชื่อที่เป็นเร่งด่วนและช่วยเหลือในกรณีฉุกเฉินแก่เด็กและครอบครัวที่ขาดแคลนทุนทรัพย์

3.4.3 โครงการอาหารกลางวัน เป็นการรับบริจาคจากผู้มีจิตเมตตา ผ่านกล่อง "อาหารกลางวันของหนู" เพื่อสมทบทุนช่วยเหลือในกิจกรรมการเกษตรเพื่ออาหารกลางวันแก่โรงเรียนที่ขาดแคลน เงินบริจาคที่มูลนิธิศุภนิมิตได้รับบริจาคผ่านโครงการอาหารกลางวันนั้น มูลนิธิฯ จะพิจารณาให้การสนับสนุนโรงเรียนชนบทที่ยากไร้และขาดแคลนให้จัดทำโครงการการเกษตรเพื่ออาหารกลางวันแก่เด็กนักเรียนโดยจะสนับสนุนเป็นเงินทุนหมุนเวียนให้โรงเรียนดำเนินกิจกรรมตามแผน อาทิ การเลี้ยงสัตว์ประเภทปลา ไก่ หมู หรือปลูกพืชผักสวนครัว รวมทั้งการเพาะเห็ดชนิดต่างๆ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมในแต่ละพื้นที่ โดยนักเรียนจะได้รับการฝึกสอนให้ดูแลผลผลิตที่ได้รับ ตลอดจนนำมาประกอบเป็นอาหารกลางวัน โดยนำผลผลิตบางส่วนไปขายเพื่อแลกเปลี่ยนเป็นอาหารประเภทอื่นที่โรงเรียนไม่สามารถผลิตเองได้ หรือเก็บเงินที่ได้ไว้เป็นกองทุนหมุนเวียนสำหรับกิจกรรมนี้ต่อไป

3.4.4 โครงการบรรเทาทุกข์ฉุกเฉิน เป็นการให้ความช่วยเหลืออย่างเร่งด่วน แก่ผู้ประสบภัยธรรมชาติและภัยจากมนุษย์ โดยการรับบริจาคทรัพย์สินของ อาหารแห้ง จากผู้มีจิตเมตตา โดยมูลนิธิฯ จะช่วยประสานงานกับหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อให้พวกเขาได้รับการฟื้นฟูสภาพและสามารถพึ่งพาตนเองได้ในอนาคต

3.5 เว็บไซต์ปัจจุบันขององค์กร

เป็นเว็บไซต์ในลักษณะให้ข้อมูล (Information Site) ที่มีการสื่อสารทางเดียว (One-Way Communication) โดยมีองค์กรเป็นผู้ส่งสาร ภายในเว็บไซต์มีส่วนประกอบดังนี้

1. หน้าหลัก
2. เกี่ยวกับเรา
3. คุณมีส่วนสนับสนุนอย่างไร
4. ข่าวและเหตุการณ์
5. วารสารศุภนิมิต

6. ติดต่อเรา
7. ร่วมบริจาค
8. ท่องโลกศุภนิมิตสากล

สำหรับใน ส่วนร่วมบริจาค เป็นส่วนที่สร้างขึ้นสำหรับรับบริจาคแก่เด็กด้อยโอกาส ผู้ใช้งานสามารถร่วมบริจาคได้ที่ โดยกรอกข้อมูลรายละเอียดของผู้บริจาคเงิน เช่น ชื่อและนามสกุล, ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ เป็นต้น และผู้บริจาคเป็นผู้เลือกว่าจะบริจาคให้แก่โครงการใดของมูลนิธิ กรอกจำนวนเงิน โดยมีวิธีการชำระเงินหลายช่องทางดังนี้

1. ชำระเงินออนไลน์ผ่านบัตรเครดิต (Payment Online)
2. ชำระผ่านบัญชีบัตรเครดิตอัตโนมัติ (Auto Payment)
3. เรียกเก็บเงินผ่านบัญชีอัตโนมัติธนาคาร(มูลนิธิจะส่งแบบฟอร์มให้ภายหลัง)
4. เช็ค สั่งจ่าย มูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทย
5. ธนาณัติ ในนาม มูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทย สั่งจ่าย ปท.พระโขนง
6. โอนเงิน เข้าบัญชีออมทรัพย์ มูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทย

World Vision
มูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทย

[หน้าหลัก](#) | [เกี่ยวกับเรา](#) | [คุณมีส่วนสนับสนุนอย่างไร](#) | [ข่าวและเหตุการณ์](#) | [วารสารศุภนิมิต](#) | [ติดต่อเรา](#) 0-2381-8863 ถึง 5



[ห้องโลกศุภนิมิตสากล](#) | [WVFT Toll free 1800-238118](#) | [english version](#)

ร่วมบริจาค

เกี่ยวกับเรา

ความเป็นมา
เจตจำนง
พันธกิจ
คุณธรรมหลัก
ผู้บริหาร
34 ปีแห่งการพัฒนา

เสียงจากใจผู้อุปการะ

การสนับสนุน

โครงการอุปการะเด็ก
ศุภนิมิตแฟมมิน 24 ชั่วโมง
โครงการอนาคตของหนู
โครงการอาหารกลางวัน
โครงการบรรเทาทุกข์ฉุกเฉิน

กรณีตัวอย่าง

ชุมชนเอวาอาสา
ร่วมงานกับเรา
วันผู้อุปการะพบเด็ก

วารสารศุภนิมิต



[คลิกที่นี่](#)

[ร่วมอุปการะเด็ก](#)




ปีนี้มีเด็กยากไร้

0 5 8 1 0

รอคอย
ความช่วยเหลือ
จากท่าน

โปรดตัดสินใจอุปการะ
เด็กสัก 1 คนวันนี้



วันนี้ขอส่งเด็กในอุปการะ

ภาพที่ 12 หน้าแรกของเว็บไซต์ มูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทย

ที่มา : เว็บไซต์มูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทย [ออนไลน์], เข้าถึงเมื่อ 10 กรกฎาคม 2552.

เข้าถึงได้จาก <http://www.worldvision.or.th>

World Vision
มูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทย

หน้าหลัก | เกี่ยวกับเรา | **คุณมีส่วนสนับสนุนอย่างไร** | ข่าวและเหตุการณ์ | วารสารศุภนิมิต | ติดต่อเรา




english version

ร่วมอุปการะเด็กวันนี้

ร่วมบริจาค

คุณมีส่วนสนับสนุนอย่างไร

โครงการอุปการะเด็ก ศุภนิมิตแฟมมิน 24 ชั่วโมง โครงการอนาคตของหนู โครงการอาหารกลางวัน โครงการบรรเทาทุกข์ฉุกเฉิน
โครงการอุปการะเด็ก รายงานพิเศษ อิมใจเมื่อไหร่

โครงการอุปการะเด็กคืออะไร?

การอุปการะเด็ก คือการเข้าสู่สายสัมพันธ์แห่งความเอื้ออาทร

ท่านจะสุขใจ ปลอดภัย ยินดีที่ได้พุ่มพัก การพัฒนาของเด็กเล็กๆ คนหนึ่งให้เติบโตขึ้นเป็นคนดีของสังคม ซึ่งใช้เวลายาวนานติดต่อกันหลายปี การดูแลและความห่วงใยที่ท่านเสียสละ นอกจากจะไปถึงเด็กที่ท่านอุปการะแล้ว ครอบครัวของเด็ก และชุมชนที่เด็กอาศัยอยู่ ยังได้รับการเปลี่ยนแปลงชีวิต ได้เรียนรู้การพึ่งตนเอง ได้รับการพัฒนาอย่างยั่งยืนในอนาคต และท่านมีส่วนร่วมจุดประกาย



ภาพที่ 13 หน้าภายในของเว็บไซต์ มูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทย

ที่มา : เว็บไซต์มูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทย [ออนไลน์], เข้าถึงเมื่อ 10 กรกฎาคม 2552.

เข้าถึงได้จาก <http://www.worldvision.or.th>

*จังหวัด	<input type="text"/>
*รหัสไปรษณีย์	<input type="text"/>
*โทรศัพท์	<input type="text"/>
มือถือ	<input type="text"/>
โทรศัพท์	<input type="text"/>
อีเมล (กรุณาระบุเมื่อเลือก Payment Online)	<input type="text"/>

ยินดีบริจาคเพื่อโครงการต่างๆ ดังนี้ กรุณากรอกจำนวนเงินเฉพาะตัวเลขเท่านั้น เช่น 1000

1. บริจาคเพื่อโครงการห้องสมุด	<input type="text"/>	บาท
2. บริจาคเพื่อโครงการอาหารกลางวัน	<input type="text"/>	บาท
3. บริจาคเพื่อโครงการอนาคตของหนู	<input type="text"/>	บาท
4. บริจาคเพื่อกิจกรรมศุภนิมิตแฟมมิน 24 ชั่วโมง	<input type="text"/>	บาท
5. บริจาคเพื่อโครงการบรรเทาทุกข์ฉุกเฉิน - ผู้ประสบภัย 'น้ำท่วม'	<input type="text"/>	บาท
6. บริจาคอื่นๆ (โปรดระบุ)	<input type="text"/>	บาท

โดยทาง:

- กดมาเลือกวิธีการชำระเงิน
- ชำระเงินออนไลน์ผ่านบัตรเครดิต (Payment Online)
- ชำระผ่านบัญชีบัตรเครดิตอัตโนมัติ (Auto Payment)
- เรียกเก็บเงินผ่านบัญชีอัตโนมัติธนาคาร/ (มูลนิธิฯ จะส่งแบบฟอร์มให้ภายหลัง)
- เช็ค สั่งจ่าย มูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทย
- ธนาคารดี ในนาม มูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทย สั่งจ่าย บท.พระราชวัง
- โอนเงิน เข้าบัญชีออมทรัพย์ มูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทย (World Vision Foundation of Thailand)

ภาพที่ 14 หน้าร่วมบริจาค

ที่มา : เว็บไซต์มูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทย [ออนไลน์], เข้าถึงเมื่อ 10 กรกฎาคม 2552.

เข้าถึงได้จาก <http://www.worldvision.or.th>



มูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทย
[แจ้งโอนเงิน](#) english version

หน้าหลัก | เกี่ยวกับเรา | คุณมีส่วนสนับสนุนอย่างไร | ข่าวและเหตุการณ์ | ข่าวสารทุกปี | ติดต่อเรา



ขอขอบคุณทุก
ประเทศไทย ขอ
โอกาส ผู้ยาก
มูลนิธิศุภนิมิตฯ

ข้าพเจ้ายินดีร่วมบริจาคในโครงการค่า
กรุณากรอกรายละเอียดให้ครบถ้วนในส่วนที่มี

*ชื่อ-สกุล (ภาษาไทย) นาย น

*ชื่อ-สกุล (ภาษาอังกฤษ) Mr. Mrs

วันเกิด (กรุณากรอกชื่อ วันที่ เดือน)

*ที่อยู่

*จังหวัด

*รหัสไปรษณีย์

*โทรศัพท์

มือถือ

โทรสาร

อีเมล
(กรุณาระบุเมื่อเลือก Payment Online)

ยินดีบริจาคเพื่อโครงการต่างๆ ดังนี้ กรุณากรอกจำนวนเงินเฉพาะตัวเลขเท่านั้น เช่น 1000

Paybycreditcard

การชำระเงินออนไลน์ (Online Payment)





MasterCard.
SecureCode.

กรณชำระเงินออนไลน์ด้วยบัตรเครดิต VISA และ MASTER CARD ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต เพื่อความปลอดภัยสูงสุดของข้อมูลบัตรเครดิต ในการให้บริการชำระเงินออนไลน์ สำหรับผู้ถือบัตร VISA และ MASTER CARD ของทุกธนาคาร

หลังจากที่ท่านยืนยันการชำระเงินแล้ว ระบบจะแสดงหน้าต่างการบริจาคด้วยบัตรเครดิตของท่าน โดยท่านจะต้องกรอกข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับบัตรเครดิตในหน้านี้เพิ่ม เมื่อท่านกรอกข้อมูลเสร็จสิ้น และได้รับการอนุมัติการใช้บัตรจากระบบของธนาคารแล้ว ระบบจะแสดง "หมายเลขการบริจาค"

ภาพที่ 15 หน้าแสดงรายละเอียดของการชำระเงินออนไลน์

ที่มา : เว็บไซต์มูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทย [ออนไลน์], เข้าถึงเมื่อ 10 กรกฎาคม 2552.

เข้าถึงได้จาก <http://www.worldvision.or.th>

3.6 องค์กรอื่นๆ ที่มีส่วนบริจาคเงิน

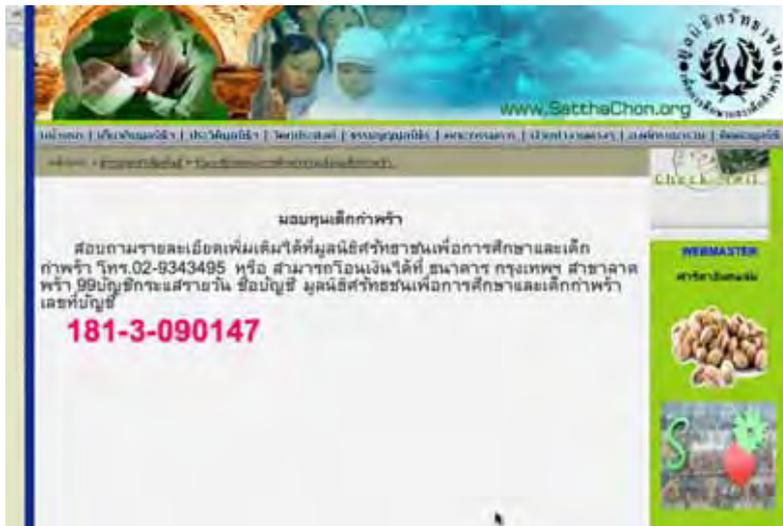
ศูนย์รับบริจาคออนไลน์ (Donation Exchange Center) โดยมูลนิธิอินเทอร์เน็ตร่วมพัฒนาไทย เป็นเว็บไซต์ที่จัดตั้งขึ้นเพื่อเป็นศูนย์กลางในการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับองค์กรการกุศลต่างๆ การบริจาคเงินไม่ได้วางเป็นระบบอย่างชัดเจนเช่นเดียวกับระบบการบริจาคเงินของมูลนิธิศุภนิมิต ข้อมูลภายในเว็บไซต์ศูนย์รับบริจาคออนไลน์ เป็นเพียงข้อมูลรายละเอียดและข้อมูลเลขที่บัญชีขององค์กรต่างๆ ที่เข้ามาพร้อมกับเว็บไซต์เท่านั้น หากผู้บริจาคต้องการบริจาคแก่องค์กรใด ก็ต้องนำเลขบัญชีไปธุรกรรมต่อ



ภาพที่ 16 เว็บไซต์ศูนย์รับบริจาคออนไลน์โดยมูลนิธิอินเทอร์เน็ตร่วมพัฒนาไทย

ที่มา : เว็บไซต์ศูนย์รับบริจาคออนไลน์โดยมูลนิธิอินเทอร์เน็ตร่วมพัฒนาไทย [ออนไลน์],

เข้าถึงเมื่อ 10 กรกฎาคม 2552. เข้าถึงได้จาก <http://www.thaigiving.org/>



ภาพที่ 17 หน้าภายในของเว็บไซต์ศูนย์รับบริจาคออนไลน์โดยมูลนิธิอินเทอร์เน็ตร่วมพัฒนาไทย
ที่มา : เว็บไซต์ศูนย์รับบริจาคออนไลน์โดยมูลนิธิอินเทอร์เน็ตร่วมพัฒนาไทย [ออนไลน์],
เข้าถึงเมื่อ 10 กรกฎาคม 2552. เข้าถึงได้จาก <http://www.thaigiving.org/>



ภาพที่ 18 หน้าภายในของเว็บไซต์ศูนย์รับบริจาคออนไลน์โดยมูลนิธิอินเทอร์เน็ตร่วมพัฒนาไทย
ที่มา : เว็บไซต์ศูนย์รับบริจาคออนไลน์โดยมูลนิธิอินเทอร์เน็ตร่วมพัฒนาไทย [ออนไลน์],
เข้าถึงเมื่อ 10 กรกฎาคม 2552. เข้าถึงได้จาก <http://www.thaigiving.org/>

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การออกแบบเว็บไซต์เพื่อสร้างแรงจูงใจในการบริจาคเงินแก่เด็กด้อยโอกาสในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบว่าการออกแบบเว็บไซต์โดยอาศัยการนำเสนอในรูปแบบ Web Community สามารถสร้างทัศนคติที่ดี เพิ่มความเชื่อมั่นในการบริจาคเงินแก่ผู้บริจาค จนนำไปสู่การบริจาคเงินแก่เด็กด้อยโอกาสได้ โดยใช้วิธีวิจัยเชิงทดลอง ซึ่งมีวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

การศึกษาภาคเอกสารและภาคสนาม

1. ศึกษาข้อมูลจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แหล่งข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต เอกสารทางวิชาการ บทความ สรุปเนื้อหาแบ่งเป็นหัวข้อหลักๆได้ดังนี้

- 1.1 ข้อมูลเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตและการออกแบบเว็บไซต์
- 1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติ และพฤติกรรมผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต
- 1.3 ข้อมูลเกี่ยวกับองค์การด้านการรับบริจาคเพื่อเด็กด้อยโอกาส

2. ศึกษาข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถามเพื่อให้ได้แนวทางในการออกแบบเว็บไซต์เพื่อสร้างแรงจูงใจในการบริจาคเงินแก่เด็กด้อยโอกาสที่เหมาะสมกับความต้องการของผู้ชม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในขั้นต้นจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แหล่งข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต เอกสารทางวิชาการ บทความ แล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้มาสร้างแบบสอบถาม เพื่อศึกษาข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้ได้แนวทางในการออกแบบเว็บไซต์เพื่อสร้างแรงจูงใจในการบริจาคเงินแก่เด็กด้อยโอกาส ที่เหมาะสมกับความต้องการของผู้ชม โดยการให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถาม ปลายเปิดผ่านทางอินเทอร์เน็ต กลุ่มตัวอย่างนี้เป็นกลุ่มตัวอย่างแบบไม่เจาะจง โดยทำการฝากลิงค์เว็บไซต์ Pantip, Exteen และ Manager ซึ่งเป็นเว็บไซต์ในลักษณะเว็บบอร์ดที่มีผู้ใช้งานสูง การเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างมีระยะเวลาประมาณ 1 เดือน เป็นจำนวนอย่างน้อย 300 คน มีข้อมูลที่ผู้วิจัยต้องการจากแบบสอบถามเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการออกแบบเว็บไซต์เพื่อสร้างแรงจูงใจในการบริจาคเงินแก่เด็กด้อยโอกาส ดังนี้

1. ข้อมูลบุคคล (เพศ, อายุ, การศึกษา, อาชีพ, รายได้)
2. พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต
3. การบริจาคเงินแก่เด็กด้อยโอกาส

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้จากการสำรวจจากกลุ่มผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตจำนวน 361 คน ในระยะเวลาประมาณ 1 เดือน (มีนาคม 2552 – เมษายน 2552) เพื่อนำมาเป็นแนวทางการออกแบบเว็บไซต์เพื่อสร้างแรงจูงใจในการบริจาคเงินแก่เด็กด้อยโอกาส นั้นสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ข้อมูลบุคคล

กลุ่มผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตที่ตอบแบบสอบถามหรือกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งหมด 361 คน จากข้อมูลด้านคำถามส่วนบุคคล เป็นเพศชาย 127 คน เพศหญิง 234 คน คิดเป็นจำนวน 35% และ 65% ตามลำดับ ทั้งหมดมีอายุครอบคลุมตั้งแต่ 15-47 ปี ในจำนวนนี้ ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตที่ตอบแบบสอบถามช่วงอายุระหว่าง 26-30 ปี มีจำนวนมากที่สุด เป็นจำนวน 145 คน จากกลุ่มตัวอย่าง 361 คน คิดเป็น 40% ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด โดยมีระดับช่วงอายุ 31-35 ปี, อายุ 21-25 ปี, อายุ 36-40 ปี ลดลงตามลำดับ ส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่างจบการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีอาชีพมั่นคงและรายได้ต่อเดือนแน่นอน

ตารางที่ 1 ตารางแสดงข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

	จำนวน	คิดเป็น %
1. เพศ		
ชาย	127	35%
หญิง	234	65%
รวม	361	100%

ตารางที่ 1 (ต่อ)

2. อายุ		
15-20	26	7%
21-25	60	17%
26-30	145	40%
31-35	78	22%
36-40	40	11%
45-50	12	3%
รวม	361	100%
3. การศึกษา		
มัธยมศึกษาตอนต้น	2	1%
มัธยมศึกษาตอนปลาย	12	3%
ปริญญาตรี	229	63%
ปริญญาโท	108	30%
สูงกว่าปริญญาโท	10	3%
รวม	361	100%
4. อาชีพ		
รับราชการ	26	7%
พนักงานบริษัท	173	48%
ธุรกิจส่วนตัว	24	7%
นักเรียน-นักศึกษา	70	19%
รับจ้าง	46	13%
อื่นๆ	22	6%
รวม	361	100%

ตารางที่ 1 (ต่อ)

5. รายได้ต่อเดือน		
0 – 15000 บาท	92	25%
15000 – 20000 บาท	42	12%
20000 – 30000 บาท	93	26%
30000 – 40000 บาท	74	20%
40000 – 50000 บาท	34	9%
มากกว่า 50000 บาท	26	7%
รวม	361	100%

2. พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามเกือบทั้งหมดเคยใช้งานและคุ้นเคยกับอินเทอร์เน็ตดีอยู่แล้ว คิดเป็นจำนวนถึง 98% ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ส่วนใหญ่ใช้งานอินเทอร์เน็ตเฉลี่ย 3-6 ชั่วโมง/วัน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาข้อมูลต่างๆ เป็นหลักถึง 43% เช็คอีเมล 23% และใช้งานอินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าสู่ชุมชนออนไลน์ (การ chat, เข้าเว็บบอร์ด/บล็อก) เป็นจำนวนไม่น้อยถึง 14% และ 11% ตามลำดับ นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่าง ยังมีการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการอื่นๆ เช่น ฟังเพลง หรือเล่นเกม

ตารางที่ 2 ตารางแสดงข้อมูลพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่าง

	จำนวน	คิดเป็น %
1. เคยใช้งานอินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าเว็บไซต์ใดๆ บ้างหรือไม่?		
เคย	355	98%
ไม่เคย	6	2%
	361	100%

ตารางที่ 2 (ต่อ)

2. ใช้งานอินเทอร์เน็ตกี่ชั่วโมงต่อ 1 วัน		
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	2	1%
1-3 ชั่วโมง	83	23%
3-6 ชั่วโมง	104	29%
6-8 ชั่วโมง	64	18%
8-10 ชั่วโมง	66	18%
มากกว่า 10 ชั่วโมง	42	12%
	361	100%
3. วัตถุประสงค์ของการใช้อินเทอร์เน็ต		
หาข้อมูลต่างๆ	177	49%
เช็คอีเมล	82	23%
chat	50	14%
สมัครงาน	3	1%
เข้าเว็บบอร์ด/บล็อก	41	11%
อื่นๆ	8	2%
	361	100%
4. ท่านเคยใช้งาน webboard หรือ blog หรือไม่		
เคย	305	84%
ไม่เคย	48	13%
ไม่รู้จัก	8	2%
	361	100%

ตารางที่ 2 (ต่อ)

5. ถ้าเคย ท่านเข้าใช้งานบ่อยครั้งแค่ไหน		
ทุกวัน	155	43%
3-4 วัน/สัปดาห์	92	25%
1-2 วัน/สัปดาห์	36	10%
น้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง	78	22%
	361	100%
6. ท่านมี blog เป็นของตนเองหรือไม่		
มี	93	26%
ไม่มี	268	74%
	361	100%

สำหรับการมีส่วนร่วมกับชุมชนออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่างนั้น ส่วนใหญ่รู้จักและมีการใช้งานบ่อยครั้ง โดย 155 คน จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 361 คน เข้าไปใช้งานงาน Webboard หรือ Blog ทุกวัน รองลงมาคือ 3-4 วัน/สัปดาห์ จึงนับได้ว่าชุมชนออนไลน์มีส่วนเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละวัน

3. ทักษะเกี่ยวกับการบริจาคเงินแก่เด็กด้อยโอกาส

กับการบริจาคเงินแก่เด็กด้อยโอกาสนั้น จากจำนวนทั้งหมด 361 คน ของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามนั้น มีเพียง 102 คน ที่เคยบริจาคเงินแก่เด็กด้อยโอกาส โดยแบ่งเป็นบริจาคผ่านอินเทอร์เน็ต 30 คนและ บริจาคผ่านช่องทางอื่นๆ 72 คน

ปัจจัยที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างบริจาคเงินแก่เด็กด้อยโอกาสผ่านอินเทอร์เน็ตคือผู้บริจาคต้องการบริจาคเงินอยู่แล้ว เป็นจำนวน 53% ปัจจัยรองลงไปคือความสะดวก, เกิดความสงสัย และเว็บไซต์ให้ข้อมูลที่น่าเชื่อถือ คล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างที่บริจาคเงินผ่านช่องทางอื่นๆ ปัจจัยหลักในการบริจาคได้แก่ความต้องการบริจาคเงินอยู่แล้ว ปัจจัยรองลงไปคือความสงสัย, ความสะดวก และได้รับการบอกต่อกันมา

ส่วนปัจจัยที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างไม่บริจาคเงินแก่เด็กด้อยโอกาสผ่านทางอินเทอร์เน็ตนั้น ปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างเลือกตอบมากที่สุด คือ เว็บไซต์ไม่น่าเชื่อถือ เป็นจำนวน 39% ลำดับรองลงไปคือ มีขั้นตอนยุ่งยาก จำนวน 30% และไม่น่าสนใจ เป็นจำนวน 18% ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ตารางแสดงข้อมูลทัศนคติเกี่ยวกับการบริจาคเงินของกลุ่มตัวอย่าง

	จำนวน	คิดเป็น %
1. เคยบริจาคเงินผ่านทางอินเทอร์เน็ต บ้างหรือไม่?		
เคย	30	8%
ไม่เคย	259	72%
ไม่เคย แต่บริจาคช่องทางอื่น	72	20%
	361	100%
เคยบริจาคทางอินเทอร์เน็ตมาก่อน		
2. บริจาคเงินผ่านทางอินเทอร์เน็ตบ่อยแค่ไหน		
หลายครั้งใน 1 เดือน	2	7%
เดือนละ 1 ครั้ง	4	13%
2-3 เดือนต่อ 1 ครั้ง	4	13%
4-6 เดือนต่อ 1 ครั้ง	8	27%
6 เดือน-1 ปี ต่อ 1 ครั้ง	4	13%
น้อยกว่าปีละครั้ง	8	27%
	30	100%
3. ปัจจัยใดที่ทำให้ท่านบริจาคเงินผ่านทางอินเทอร์เน็ต		
สงสาร	4	13%
สะดวกดี	5	17%
ต้องการบริจาคอยู่แล้ว	16	53%
ได้รับการบอกต่อๆมา	1	3%
เว็บน่าเชื่อถือ	4	13%
อื่นๆ	0	0%
	30	100%

ตารางที่ 3 (ต่อ)

เคยบริจาคทางอื่น		
4. ปัจจัยใดที่ทำให้ท่านบริจาคเงิน		
สงสาร	48	67%
สะดวกดี	4	6%
ต้องการบริจาคอยู่แล้ว	18	25%
ได้รับการบอกต่อๆมา	2	3%
อื่นๆ	0	0%
	72	100%
ไม่เคยบริจาคมาก่อน		
5. ปัจจัยใดที่ทำให้ท่านไม่บริจาคเงินผ่านทางอินเทอร์เน็ต		
เว็บไม่น่าเชื่อถือ	102	39%
ขั้นตอนยุ่งยาก	78	30%
ไม่สนใจ	46	18%
ไม่มีเงิน	31	12%
อื่นๆ	2	1%
	259	100%

ตารางที่ 3 (ต่อ)

6. ถ้ามีโอกาส ท่านจะบริจาคเงินแก่เด็กด้อยโอกาสผ่านทางอินเทอร์เน็ตหรือไม่		
บริจาค	134	52%
ไม่บริจาค	125	48%
	259	100%
7. ปัจจัยใดที่ทำให้ท่านไม่บริจาคเงินผ่านทางอินเทอร์เน็ตเมื่อมีโอกาส		
เว็บไม่น่าเชื่อถือ	143	55%
ขั้นตอนยุ่งยาก	67	26%
ไม่สนใจ	24	9%
ไม่มีเงิน	21	8%
อื่นๆ	4	2%
	259	100%

4. ความคาดหวังเกี่ยวกับตัวเว็บไซต์

กลุ่มผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตที่ตอบแบบสอบถามหรือกลุ่มตัวอย่างจำนวน 103 คนจากทั้งหมด 361 คน คิดเป็นจำนวน 29% มีความเห็นเกี่ยวกับการออกแบบเว็บไซต์เพื่อสร้างแรงจูงใจในการบริจาคเงิน แก่เด็กด้อยโอกาสว่าควรมีภาพและเนื้อหาที่น่าเชื่อถือ ประเด็นที่สำคัญรองลงไปคือ การให้ข้อมูลขององค์กรอย่างละเอียด 23%, ผู้ใช้งานสามารถมีส่วนร่วมกับเว็บไซต์ได้ เช่น การแสดงความคิดเห็นผ่าน Blog หรือ Webboard จำนวน 21%, การออกแบบให้เว็บไซต์ใช้งานง่าย 12%, การออกแบบสวยงาม 10% และอยากให้เว็บไซต์มีสื่อมัลติมีเดียที่น่าสนใจ เช่น วีดีโอ คลิป, เพลง, เกม จำนวน 6%

กับประเด็นที่ว่าเว็บไซต์ควรมี Mood&Tone ที่แสดงออกอย่างไรนั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เชื่อว่าการแสดงออกในแนวทางที่ให้ความหวัง และให้กำลังใจ เป็นการแสดงออกที่ดีที่สุด โดยมีผู้เลือกตอบในข้อนี้สูงถึง 61% หรือ 219 คน จากกลุ่มผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 361 คน

ตารางที่ 4 ตารางแสดงข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบ

	จำนวน	คิดเป็น %
1. เว็บไซต์สำหรับการรับบริจาคเงินเพื่อเด็กด้อยโอกาสควรมีลักษณะอย่างไร ในความคิดของท่าน		
มีภาพและเนื้อหาที่น่าเชื่อถือ	103	29%
ข้อมูลขององค์กรอย่างละเอียด	84	23%
เว็บไซต์ใช้งานง่าย	42	12%
ผู้ใช้งานสามารถมีส่วนร่วมกับเว็บไซต์ได้ เช่นการแสดงความ ความคิดเห็นผ่าน Blog หรือ Webboard	75	21%
การออกแบบสวยงาม	36	10%
มีสื่อมัลติมีเดียที่น่าสนใจ เช่น วีดีโอคลิป, เพลง, เกม	21	6%
	361	100%
2. ภาพที่ปรากฏในเว็บไซต์ควรมีระดับอารมณ์ที่แสดงออกมาอย่างไร (Mood & Tone)		
น่าสงสาร เศร้า หดหู่	16	4%
มีความหวัง ให้กำลังใจ	219	61%
สนุกสนาน ดุสดำใส	29	8%
ฉลาด มีแนวคิดทางออก	97	27%
	361	100%

จากการสรุปข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม พบว่าสิ่งที่ผู้ใช้งานคาดหวังเกี่ยวกับเว็บไซต์เพื่อสร้างแรงจูงใจในการบริจาคเงิน แก่เด็กด้อยโอกาส คือเว็บไซต์ที่น่าเชื่อถือและมีข้อมูลที่ถูกต้อง เพียงพอ ซึ่งสอดคล้องกับประเด็นคำถามที่ว่าทำไมกลุ่มตัวอย่างจึงไม่บริจาคเงินแก่เด็กด้อยโอกาสผ่านทางอินเทอร์เน็ต นั่นคือ เว็บไซต์ไม่น่าเชื่อถือ นั่นเอง

ผลงานออกแบบ

เว็บไซต์รับบริจาคสำหรับเด็กด้อยโอกาสส่วนใหญ่ ไม่ได้ให้ความสำคัญกับยุทธวิธีหรือรูปแบบ การนำเสนอมากไปกว่าการใช้ข้อความเชิญชวนแบบธรรมดา การนำเสนอออกแบบเข้าไปปรับใช้เพื่อ เสริมสร้างแรงจูงใจแก่ผู้บริจาคเงิน ทำให้เกิดความสนใจ ความประทับใจ ความน่าเชื่อถือ หรือทำให้เกิดการกระตุ้นทางความคิดและการตัดสินใจได้อย่างรวดเร็วมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังเป็นการ สร้างมุมมองใหม่ให้แก่ผู้ที่ต้องการบริจาคเงินผ่านทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งอาจเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพ ในการรับบริจาคเงินผ่านทางเว็บไซต์ได้อีกทางหนึ่งด้วย

การออกแบบเว็บไซต์เพื่อสร้างแรงจูงใจในการบริจาคเงินแก่เด็กด้อยโอกาสมีกระบวนการดังนี้

1. การสร้างกลยุทธ์ในการออกแบบ (Strategy Plan)

1.1 ชื่อโครงการ

โครงการออกแบบเว็บไซต์ Community ของมูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทย

1.2 ที่มาและปัญหาที่พบ

เนื่องจากในปัจจุบันการบริจาคเงินแก่เด็กด้อยโอกาสของมูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทย มีการประชาสัมพันธ์องค์การเพื่อให้บุคคลทั่วไป ร่วมบริจาคเงิน และสิ่งของต่างๆ แก่เด็กด้อยโอกาสด้วยกันหลายช่องทาง เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ (แผ่นพับ, ป้าย, ไตเร็กซ์, โฆษณาทางนิตยสาร) หรือ กล่องรับบริจาคตามสถานที่ต่างๆ นอกจากนี้ การบริจาคผ่านทางเว็บไซต์ก็เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่ผู้บริจาคจะสามารถบริจาคเงินได้

แต่จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติเกี่ยวกับการบริจาคเงินแก่เด็กด้อยโอกาสพบว่า ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ขาดความเชื่อมั่นในการทำธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ต กลัวไม่ปลอดภัยและไม่กล้าเสี่ยง ไม่แน่ใจว่าเงินที่บริจาคไปนั้นจะส่งถึงมือผู้รับจริงหรือไม่ เว็บไซต์ที่รับบริจาคเงินขาดความน่าเชื่อถือ หรือ มีขั้นตอนการจัดการที่ยุ่งยากเนื่องจากคนไทยยังไม่คุ้นเคยกับระบบและยังไม่มีองค์กรใดเป็นสื่อกลางหรือสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริจาคได้ว่าเงินที่บริจาคจะสามารถ ส่งถึงมือผู้รับได้จริง (เช่น Paypal เป็นธนาคารเสมือนในโลกอินเทอร์เน็ต เป็นศูนย์กลางการโอนเงินและแบกรับความเสี่ยง เป็นเหมือนเครื่องหมายยืนยันว่าเว็บไซต์ที่ใช้ระบบนี้จ่ายเงินสามารถเชื่อถือได้)

1.3 วิธีแก้ไขปัญหา

การสร้างความน่าเชื่อถือให้เว็บไซต์ด้วยการนำรูปแบบของ Community มาใช้ เพื่อให้เกิดการบอกต่อกันในเชิงสร้างสรรค์ ดึงดูดให้ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตที่มีความสนใจเหมือนกัน หรือคล้ายๆ กัน เข้ามาร่วมเป็นชุมชนออนไลน์ สามารถแลกเปลี่ยนแสดงความคิดเห็น รวมถึงชักชวนกันให้ร่วมบริจาคเพิ่มมากขึ้น

เว็บไซต์ Community คือเว็บไซต์ลักษณะที่เป็นสังคมออนไลน์ โดยมีการสื่อสารแบบ Two Way ง่ายๆ เหมือนเมืองจำลองที่มีผู้อยู่อาศัยและมีการพบปะพูดคุยเป็นสังคมออนไลน์ มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น โดยแต่ละเว็บไซต์จะแยกไปตามความชอบ ตามแนวความคิด (Concept)

เว็บไซต์ปกติจะมีแต่ผู้รับสาร โดยเจ้าของเว็บเป็นคนส่งสาร แต่เว็บไซต์แบบ Community คือเว็บไซต์แบบที่ต้องการผลตอบรับจากสมาชิกหรือผู้เยี่ยมชม รวมถึงเป็นเว็บไซต์ที่อาศัยผู้ใช้งานเป็นผู้สร้างเนื้อหา ทำให้เว็บไซต์มีการเคลื่อนไหวตลอดเวลา เช่นเว็บไซต์ Youtube ที่มีคนโพสคลิปแล้วมีผู้มาชมเว็บร่วมแสดงความคิดเห็น หรือ Blog Diary Online ที่มีผู้มาโพสข้อความในพื้นที่ของตนเองในเว็บไซต์ ทำให้มีการอัปเดตตลอดเวลา

เว็บไซต์ community เหมือนเมืองจำลอง สังคมออนไลน์ หน้าที่ของเว็บไซต์ก็เป็นเหมือนที่ดิน ให้คนมาปลูกบ้านอาศัยอยู่ (คือผู้ที่มาสมัครสมาชิกเว็บไซต์เพื่อมีพื้นที่ส่วนตัวบนเว็บไซต์นั้นๆ) และเนื่องจากเป็นเว็บไซต์ลักษณะที่เป็นสังคมออนไลน์นี้เอง จึงสามารถสะท้อนมุมมอง ความคิดเห็นของคนในเว็บไซค์ เป็นข้อมูลแนวทางในการชี้นำสังคม เพราะคนที่ใช้งานเว็บไซต์ในลักษณะนี้ เมื่อได้ข้อมูลในเว็บไซค์ก็มักจะมีการนำข้อมูล ความเห็น กระแสนั้นๆ ไปพูดคุยกับผู้อื่นนอกโลกออนไลน์ เหมือนเป็นกระบอกเสียงของเว็บไซค์นั้นๆ และสื่อในยุคปัจจุบันนี้ มักนำความคิดเห็นของคนในสังคมเว็บไซค์ ไปทำข่าว กระจายสู่สังคมภายนอกได้รับรู้

เว็บไซต์ Community สามารถเข้ามาช่วยส่งเสริมให้คนบริจาคเงินผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้มากขึ้นในด้านการกระจายข่าวสาร และหากการบริจาคในครั้งนั้นเห็นผล ก็จะมีการบอกต่อ สร้างความน่าเชื่อถือ แต่หากคนที่รับเงินไปทำไม่ดี ก็จะโดนประณาม และมีการบอกต่ออย่างรวดเร็วเช่นกัน

1.4 วัตถุประสงค์

การออกแบบเว็บไซต์เพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจและกระตุ้นให้เกิดการบริจาคเงินแก่เด็กด้อยโอกาสผ่านทางอินเทอร์เน็ตมากขึ้น

1.5 กลุ่มเป้าหมาย

จากการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลทำให้สามารถกำหนดเกณฑ์ของกลุ่มเป้าหมายได้ดังนี้

1. ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตอายุระหว่าง 25-40 ปี
2. จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี
3. รายได้ต่อเดือน 20000 – 40000 บาท
4. มีช่วงเวลาดูอินเทอร์เน็ต 3-6 ชั่วโมง/วัน

1.6 แนวความคิด

“จุดหมายของความหวัง”

1.7 เหตุผลสนับสนุนแนวความคิด

“จุดหมาย” เป็นช่องทางหนึ่งในการนำสารจากบุคคลหนึ่งไปสู่อีกบุคคลหนึ่ง ทำให้มีการเชื่อมต่อกันระหว่างคนในชุมชน จนนำไปสู่การเคลื่อนไหวเพื่อพัฒนาชุมชนนั้นๆ สำหรับเด็กด้อยโอกาสนั้น จุดหมายก็เป็นสื่อที่เด็กสามารถใช้ติดต่อกับผู้อุปการะเด็กหรือผู้บริจาคได้ ทำให้ผู้อุปการะเด็กหรือผู้บริจากรับรู้ถึงเรื่องราว การดำเนินชีวิต หรือเหตุการณ์สำคัญในช่วงเวลาต่างๆ ของเด็กด้อยโอกาส รู้ถึงการพัฒนาของเด็กด้อยโอกาสว่าเป็นไปอย่างไร จุดหมายจึงเป็นเหมือนสัญลักษณ์ของการส่งผ่านข้อมูล, การกระจายข่าว จนถึงการสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์

การนำรูปแบบ, ลักษณะ หรือองค์ประกอบต่างๆ ที่สื่อความหมายดังกล่าวมาใช้เป็นแนวความคิดในการออกแบบเว็บไซต์ ก็เพื่อแสดงออกถึงลักษณะของเว็บไซต์ในแบบ community คือการเชื่อมโยงกันเป็นชุมชนเล็กๆ ผ่านข้อความหรือภาพต่างๆ ที่ผู้ใช้แต่ละคนได้แสดงออกมา การแสดงความคิดเห็น การบอกต่อๆ กันไปจนนำไปสู่การสร้างแรงจูงใจ และความน่าเชื่อถือ

1.8 การตอบสนองที่คาดหวัง

เว็บไซต์ Community ของมูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทยสามารถเข้ามาช่วยส่งเสริมให้ผู้ใช้งานเว็บไซต์บริจาคเงินแก่เด็กด้อยโอกาสได้มากขึ้นในด้านการกระจายข่าวสาร การบอกต่อๆ กันไปสร้างความน่าเชื่อถือ และสามารถสร้างแรงจูงใจและกระตุ้นให้เกิดการบริจาคได้

1.9 Mood & Tone มีความหวัง ให้กำลังใจ / ดูน่าเชื่อถือ

2. การกำหนดขอบเขตข้อมูล (Scope Plan)

จุดสำคัญเว็บไซต์ในลักษณะแบบ Community คือเว็บไซต์แบบที่ต้องการผลตอบรับจากสมาชิกหรือผู้ใช้งานเว็บไซต์ รวมถึงเป็นเว็บไซต์ที่อาศัยตัวผู้ใช้งาน เป็นผู้สร้างเนื้อหาต่างๆ บนเว็บไซต์ ให้เว็บไซต์มีการเคลื่อนไหวปรับเปลี่ยนให้ทันสมัยตลอดเวลา ดังนั้นรูปแบบข้อมูลในเว็บไซต์จึงค่อนข้างอิสระ ไม่ได้ถูกกำหนดอย่างแน่นอนว่าจะเป็นเรื่องอะไร ขึ้นอยู่กับสิ่งที่สมาชิกหรือผู้ใช้งานเว็บไซต์ จะเป็นผู้นำเสนอ ดังนั้นในบางส่วนของเว็บไซต์จึงจำเป็นต้องมีส่วนที่ให้ผู้ใช้งานลงทะเบียนเพื่อจะได้เก็บเป็นข้อมูลและสามารถสืบค้นได้

ในขั้นตอนนี้จึงเป็นการกำหนดขอบเขตข้อมูลในเว็บไซต์ Community ของมูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทย ว่าแบ่งเป็นสัดส่วนอย่างไร และแต่ละส่วนมีหน้าที่การทำงาน (function) ใดๆ ดังนี้

ตารางที่ 5 ตารางการกำหนดขอบเขตข้อมูลของเว็บไซต์

เนื้อหา (Content Requirement)	ผู้สร้างเนื้อหา : เว็บไซต์			ผู้สร้างเนื้อหา : สมาชิก ของเว็บไซต์, ผู้ใช้งาน	
	ข้อมูล องค์กร	การบริจาค เงิน	ข่าวและ กิจกรรม	Blog	Webboard
การใช้งาน (Functional Specifications)	อ่าน Link สู่วี ไซต์หลัก	อ่าน Link สู่วี ไซต์หลัก	อ่าน สมัครสมาชิก ลงทะเบียน	อ่าน สมัครสมาชิก ลงทะเบียน ตอบ บทความ	อ่าน สมัคร สมาชิก ลงทะเบียน ตั้งกระทู้ ตอบกระทู้

3. การจัดทำโครงสร้างข้อมูล (Structure Plan)

ภายหลังจากที่ได้กำหนดขอบเขตข้อมูลแล้ว ในขั้นตอนของการจัดทำโครงสร้างข้อมูลคือการกำหนดเนื้อหาและหน้าที่การใช้งานต่างๆ ลงในหน้าเว็บเพจแต่ละหน้า โดยทำการจัด

หมวดหมู่เป็นส่วนๆ และเชื่อมโยงเว็บเพจทั้งหมดให้สัมพันธ์กับระบบงาน เพื่อให้ข้อมูลเคลื่อนที่
 อย่างเป็นระบบ จนผู้ใช้งานไม่รู้สึกระงัด หรือข้ามขั้นตอนเมื่อเรียกใช้หน้าเว็บนั้น

โครงสร้างข้อมูลในเว็บไซต์ Community ของมูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทย ที่ได้
 ออกแบบนั้น นำเสนอในลักษณะโครงสร้างแบบลำดับชั้น (Hierarchical structure) เรียกอีกชื่อ
 หนึ่งว่า โครงสร้างต้นไม้ (Tree structure) เป็นโครงสร้างที่นิยมใช้งาน โดยจัดลำดับการเข้าถึง
 ข้อมูลตามความสัมพันธ์จากหัวข้อใหญ่ไปจนถึงหัวข้อย่อยแตกออกไป ดังนี้



ภาพที่ 19 โครงสร้างข้อมูลแบบลำดับชั้นในเว็บไซต์ Community
 ของมูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทย

4. การออกแบบรูปลักษณ์ของเว็บเพจ (Surface Plan)

เป็นขั้นตอนที่ทำการออกแบบหน้าตา รูปลักษณ์ของเว็บไซต์หรือ Visual Design
 นั้นเอง เป็นขั้นตอนที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพหรือความสามารถในการใช้งานเว็บไซต์ โดยจะต้อง
 สามารถใช้งานได้ง่าย ใช้งานได้จริง และให้ผลลัพธ์เป็นที่พอใจของผู้ใช้งาน ในขณะเดียวกันยังต้อง
 มีความสวยงาม สื่อสารได้ตรงแนวคิดที่วางไว้ นำเสนอผ่านองค์ประกอบทางการออกแบบต่างๆ
 เช่น ภาพที่นำมาประกอบในเว็บไซต์, การเลือกใช้สี, รูปแบบตัวอักษร พื้นหลัง หรือสื่อมัลติมีเดีย
 ต่างๆ นั้นเอง

การออกแบบตราสัญลักษณ์ของเว็บไซต์ Community ของมูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทย

การออกแบบตราสัญลักษณ์ของเว็บไซต์ มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นตัวแทนของชุมชนออนไลน์ของมูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทย เพื่อให้ผู้ที่เข้ามาใช้งานเว็บไซต์สามารถจดจำชื่อและลักษณะการให้บริการของเว็บไซต์ได้โดยง่าย โดยต้องสอดคล้องกับประเด็นและแนวทางที่ที่เว็บไซต์ต้องการจะสื่อสารด้วยเช่นกัน กระบวนการออกแบบตราสัญลักษณ์ของเว็บไซต์มีดังนี้

1. ข้อกำหนดของการออกแบบ

การออกแบบตราสัญลักษณ์ของเว็บไซต์ Community ของมูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทยมีข้อกำหนด ดังนี้

1. เป็นองค์กรเพื่อเด็กและสาธาณะกุศล
2. มีกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตทั่วไป อายุระหว่าง 25-40 ปี
3. สอดคล้องกับแนวความคิด “จดหมายของความหวัง”
4. สื่อถึงการให้ความหวังและให้กำลังใจ
5. เข้าใจและจดจำได้ง่าย

2. สร้างแบบร่าง

เมื่อได้ข้อกำหนดในการออกแบบตราสัญลักษณ์ของเว็บไซต์แล้ว จึงได้ทำการสร้างแบบร่างโดยอาศัยทฤษฎีการรับรู้ภาพ คือ การเห็นและรับรู้สิ่งที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันด้วยความเข้าใจสามารถจดจำ เรียนรู้และตอบสนองได้



ภาพที่ 20 แบบร่างตราสัญลักษณ์ของเว็บไซต์ Community ของมูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทย

การนำภาพสัญลักษณ์มาประกอบในงานออกแบบเพื่อการสื่อความหมายในเชิงบวก ทำให้งานออกแบบไม่รู้สึกรำคาญใจและกระด้างจนเกินไป และภาพสัญลักษณ์ยังเป็นตัวแทนของสิ่งนามธรรม สิ่งที่ต้องจับต้องไม่ได้ต่างๆ เช่นความรัก ความอบอุ่น ความสุข ความปลอดภัย และพยายามนำเสนองานออกแบบให้ตรงตามข้อกำหนดเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้เข้าใจตรงกัน

3. งานออกแบบ

เมื่อนำแบบร่างไปปรึกษากับผู้เชี่ยวชาญในการออกแบบเว็บไซต์ เพื่อหาข้อสรุปและแนวทางแก้ไขพัฒนาไปสู่งานออกแบบ ดังนี้



ภาพที่ 21 ตราสัญลักษณ์ของเว็บไซต์ Community ของมูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทย

งานออกแบบตราสัญลักษณ์ของเว็บไซต์ Community ของมูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทย มีลักษณะเป็นตราสัญลักษณ์แบบตัวอักษร เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถจดจำชื่อและลักษณะการให้บริการของเว็บไซต์ได้โดยง่าย เป็นแบบตัวอักษรประดิษฐ์รูปแบบลายมือของเด็ก สอดคล้องกับแนวความคิด “จดหมายของความหวัง” แสดงถึงการเขียนจดหมายของเด็กด้วยโอกาสไปสู่ผู้มีอุปการะ การจัดวางของตัวอักษรไม่ได้อยู่บนระนาบเดียวกัน แสดงถึงความซุกซน ไม่อยู่นิ่ง กระตือรือร้นที่จะแสวงหาสิ่งที่ดีกว่า ประกอบกับภาพสัญลักษณ์ หน้ายิ้ม (Smiley) ซึ่งเป็นภาพสัญลักษณ์ที่แสดงออกถึงรอยยิ้ม ความสุข ความหวังของเด็กด้วยโอกาส ซึ่งเป็นภาพสัญลักษณ์ที่ง่ายต่อการตีความหมายและทำความเข้าใจ ด้านอารมณ์และความรู้สึกของตรา

สัญลักษณ์โดยรวมดูสนุกสนานเพื่อลดทอนความตึงเครียดในด้านเนื้อหาของเว็บไซต์ ทำให้เว็บไซต์ดูไม่น่าเบื่อจนเกินไป

การออกแบบเว็บไซต์ Community ของมูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทย

จากการรวบรวม วิเคราะห์ข้อมูล จนถึงการกำหนดยุทธวิธีเพื่อการออกแบบเว็บไซต์ Community ของมูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทยนั้น พบว่าปัญหาคือผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ขาดความเชื่อมั่น กลัวไม่ปลอดภัยและไม่กล้าเสี่ยง เว็บไซต์ที่รับบริจาคเงินขาดความน่าเชื่อถือ จึงนำรูปแบบของ Web Community มาใช้เพื่อให้เกิดการบอกต่อกันในเชิงสร้างสรรค์ สามารถแลกเปลี่ยนแสดงความคิดเห็น รวมถึงชักชวนกันให้ร่วมบริจาคเพิ่มมากขึ้น

1. แนวความคิดและการนำเสนอ

นำเสนอด้วยแนวคิด “จุดหมายของความหวัง” คือการนำรูปแบบ, ลักษณะ หรือองค์ประกอบต่างๆ ที่สื่อความหมายเกี่ยวกับจุดหมายและการสื่อสาร การเขียนเพื่อบอกต่อๆ กันไป โดยนำเสนอในเชิงมีความหวัง ให้กำลังใจและน่าเชื่อถือ



ภาพที่ 22 แนวความคิดของเว็บไซต์

2. โครงสร้างสีหลัก

สีหลักที่นำมาปรับใช้ในการออกแบบเว็บไซต์คือ



สีส้ม เป็นสีที่ถูกใช้ในตราสัญลักษณ์ของมูลนิธิศุภนิมิตร์ และเป็นสีหลักในการออกแบบด้านอื่นๆ ขององค์กร เช่น งานสิ่งพิมพ์หรือเว็บไซต์หลักของมูลนิธิ การนำสีส้มมาปรับใช้กับงานออกแบบเว็บไซต์ Community ก็เพื่อให้มีความเชื่อมโยงต่อกัน ดูเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรเช่นกัน นอกจากนี้ สีส้มยังนำมาใช้เพื่อแสดงความสดใสร่าเริงหรือสร้างความหวังและกำลังใจได้

สีน้ำตาล ให้ความรู้สึกแสดงถึงความมั่นคง น่าเชื่อถือ เรียบง่าย สะดวกสบาย ดูจริงจังและอบอุ่น สีน้ำตาลจึงเป็นตัวเลือกที่ดีสำหรับเว็บไซต์เกี่ยวกับครอบครัว เด็ก รวมถึงกิจกรรมกลางแจ้ง

สีขาว นำมาปรับใช้เป็นสีพื้น เนื่องจากสีขาวเป็นสีที่สามารถเข้าได้กับทุกสีและยังช่วยเพิ่มความสามารถในการอ่านข้อความบนหน้าจอ นอกจากนี้ยังนำสีขาวมาใช้เพื่อสื่อถึงกระดาษเขียนจดหมาย ตามแนวความคิดที่ตั้งไว้อีกด้วย

3. แบบตัวอักษร

เลือกใช้ตัวอักษรในลักษณะ ที่ดูน่าเชื่อถือ จริงจัง และ เพื่อให้อ่านได้ง่าย

PSL Text

ก ข ช ค ค พ ง จ ฉ ช ช ณ ณ ฎ ฎ ฐ ฑ ฒ ณ ด ต
ถ ท ธ น บ ป ผ ฝ พ ฟ ภ ม ย ร ล ว ศ ษ ส ห พื อ ฮ
๑ ๒ ๓ ๔ ๕ ๖ ๗ ๘ ๙ ๐

PSL Text

ก ข ช ค ค พ ง จ ฉ ช ช ณ ณ ฎ ฎ ฐ ฑ ฒ ณ ด ต
ถ ท ธ น บ ป ผ ฝ พ ฟ ภ ม ย ร ล ว ศ ษ ส ห พื อ ฮ
๑ ๒ ๓ ๔ ๕ ๖ ๗ ๘ ๙ ๐

PSL Text

ก ข ช ค ค พ ง จ ฉ ช ช ณ ณ ฎ ฎ ฐ ฑ ฒ ณ ด ต
ถ ท ธ น บ ป ผ ฝ พ ฟ ภ ม ย ร ล ว ศ ษ ส ห พื อ ฮ
๑ ๒ ๓ ๔ ๕ ๖ ๗ ๘ ๙ ๐

PSL Text

ก ข ช ค ค พ ง จ ฉ ช ช ณ ณ ฎ ฎ ฐ ฑ ฒ ณ ด ต
ถ ท ธ น บ ป ผ ฝ พ ฟ ภ ม ย ร ล ว ศ ษ ส ห พื อ ฮ
๑ ๒ ๓ ๔ ๕ ๖ ๗ ๘ ๙ ๐

4. แบบร่าง

งานออกแบบครั้งที่ 1 ขึ้นแบบร่างตามแนวคิดที่วางไว้ โดยทำการออกแบบเบื้องต้นทั้งหมด 4 หน้าหลัก ที่จำเป็นต้องใช้งานในเว็บไซต์ก่อน เมื่อได้ผลงานออกแบบแล้วจึงนำไปปรึกษาผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเว็บไซต์ เพื่อนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงแก้ไขงานออกแบบต่อไป

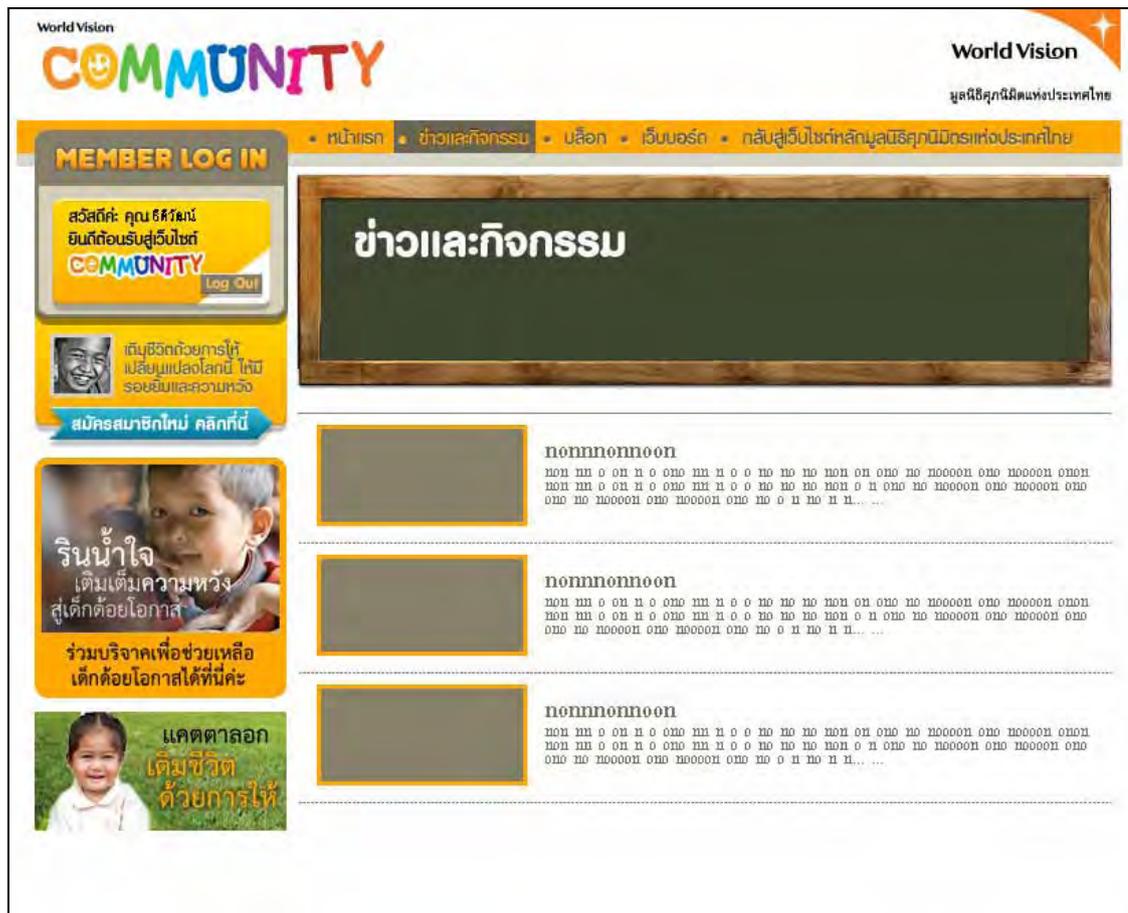


ภาพที่ 24 งานออกแบบครั้งที่ 1 – หน้าแรก

หน้าแรก

การจัดวางองค์ประกอบในหน้าเว็บเพจ ถูกออกแบบมาอย่างเป็นระเบียบเพื่อให้ง่ายต่อการใช้งาน จัดวางอยู่บนพื้นขาวเป็นหลักเพื่อให้อ่านง่าย นำเอาส่วนที่เป็นจุดเด่นของแต่ละหน้าในเว็บไซต์มาแสดงในหน้าแรก เพื่อเพิ่มความน่าสนใจและผู้ใช้สามารถเข้าสู่หน้าต่างๆ ได้โดยไม่ต้องเข้าจากเมนูด้านบนเพียงอย่างเดียวในเว็บเพจหน้าแรกนี้ได้แบ่งเป็นส่วนสำคัญ 3 ส่วนหลักๆ ได้ดังนี้

1. ส่วนบนของหน้าเว็บเพจ ประกอบไปด้วยตราสัญลักษณ์ (Logo) ของเว็บไซต์ แถบเมนูที่จะเชื่อมโยงเข้าสู่หน้าต่างๆ ของเว็บไซต์ และส่วนที่สำคัญนั่นคือ พื้นที่สำหรับเข้าสู่การบริจาคเงิน นำเสนอด้วยภาพเด็กด้อยโอกาส และถูกจัดวางในตำแหน่งที่ผู้ใช้งานเห็นได้ง่ายที่สุด
2. พื้นที่ด้านซ้ายของเว็บเพจ ประกอบไปด้วยพื้นที่สำหรับให้สมาชิกเข้ามาลงทะเบียนใช้งานหรือสมัครสมาชิกใหม่ และส่วนของบทความน่าสนใจ
3. พื้นที่ตรงกลางของเว็บเพจ เป็นพื้นที่แสดงกระตุ้จากส่วนของ Webboard และพื้นที่แสดงข่าวและกิจกรรมของเว็บไซต์



ภาพที่ 25 งานออกแบบครั้งที่ 1 – หน้าข่าวและกิจกรรม

หน้าข่าวและกิจกรรม

ยังคงมีการจัดวางใกล้เคียงกับหน้าแรก จัดวางอยู่บนพื้นขาวเป็นหลักเพื่อให้อ่านง่าย ส่วนบนของหน้าเว็บเพจ ประกอบไปด้วยตราสัญลักษณ์ (Logo) ของเว็บไซต์ แถบเมนูที่จะเชื่อมโยงเข้าสู่หน้าต่างๆ ของเว็บไซต์ พื้นที่ด้านซ้ายของเว็บเพจ ประกอบไปด้วยพื้นที่สำหรับให้สมาชิกเข้ามาลงทะเบียนใช้งานหรือสมัครสมาชิกใหม่ และพื้นที่สำหรับเข้าสู่การบริจาคเงิน ซึ่งเป็นภาพเดียวกับในหน้าแรก ทั้งนี้เพื่อรักษาความต่อเนื่องและป้องกันความสับสน พื้นที่ตรงกลางแสดงข้อมูลของข่าวและกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นหรือเกี่ยวข้องกับเว็บไซต์



ภาพที่ 26 งานออกแบบครั้งที่ 1 - หน้าบล็อก

หน้าบล็อก

การจัดวางใกล้เคียงกับหน้าแรก จัดวางอยู่บนพื้นขาวเป็นหลักเพื่อให้อ่านง่าย ส่วนบนของหน้าเว็บเพจ ประกอบไปด้วยตราสัญลักษณ์ (Logo) ของเว็บไซต์ แถบเมนูที่จะเชื่อมโยงเข้าสู่หน้าต่างๆ ของเว็บไซต์ พื้นที่ด้านซ้ายของเว็บเพจ ประกอบไปด้วยพื้นที่สำหรับให้สมาชิกเข้ามาลงทะเบียนเป็นทีมงานหรือสมัครสมาชิกใหม่ และแสดงบทความก่อนหน้าของผู้เขียนบล็อก



ภาพที่ 27 งานออกแบบครั้งที่ 1 – หน้าเว็บบอร์ด

หน้าเว็บบอร์ด

การจัดวางใกล้เคียงกับหน้าแรก จัดวางอยู่บนพื้นขาวเป็นหลักเพื่อให้อ่านง่าย ส่วนบนของหน้าเว็บเพจ ประกอบไปด้วยตราสัญลักษณ์ (Logo) ของเว็บไซต์ แถบเมนูที่จะเชื่อมโยงเข้าสู่หน้าต่างๆ ของเว็บไซต์ พื้นที่ด้านซ้ายของเว็บเพจ ประกอบไปด้วยพื้นที่สำหรับให้สมาชิกเข้ามาลงทะเบียนใช้งานหรือสมัครสมาชิกใหม่ และพื้นที่สำหรับเข้าสู่การบริจาคเงิน ซึ่งเป็น

ภาพเดียวกับในหน้าแรก ทั้งนี้เพื่อรักษาความต่อเนื่องและป้องกันความสับสน พื้นที่ตรงกลางแสดง ข้อมูลกระทู้ที่มีผู้ใช้งานเข้ามาโพสต์ไว้ ด้านบนและด้านล่างของข้อความมีปุ่มสำหรับผู้ที่ต้องการ ตั้งคำถามใหม่ ดูกระทู้ก่อนหน้า หรือดูกระทู้ถัดไป ด้านล่างสุดของหน้าจะเป็นพื้นที่สำหรับให้ ผู้ใช้งานแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับกระทู้ โดยจะแสดงชื่อและข้อความของผู้โพสต์

เมื่อได้แบบร่าง ที่มาจากกระบวนการออกแบบแล้ว จึงนำแบบร่างไปปรึกษา ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเว็บไซต์จำนวน 5 ท่าน ดังนี้

1. คุณ กฤตยชญ์ โภภัสสถาวร
ตำแหน่ง Senior Art Director อิศระ
ประสบการณ์การทำงาน 9 ปี
2. คุณ นิภาพร โอมอารักษ์ณ์
ตำแหน่ง Design Manager/ บริษัท ก้านสมองจำกัด
ประสบการณ์การทำงาน 8 ปี
3. คุณ ธนวัฒน์ จงมหากุล
ตำแหน่ง Interactive Creative Grouphead / บริษัท โอทิลวีวัน เวิร์ดไวด์ จำกัด
ประสบการณ์การทำงาน 14 ปี
4. คุณ เอกลักษณ์ วรรณาทพันธ์กุล
ตำแหน่ง Creative Director / บริษัท Adaptor จำกัด
ประสบการณ์การทำงาน 8 ปี
5. คุณ นิชชา รัตนธรรมวัฒน์
ตำแหน่ง Senior Web Designer
ประสบการณ์การทำงาน 10 ปี

ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์ในการเก็บข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญ เพื่อต้องการทราบข้อมูล และความเห็นของผู้เชี่ยวชาญในเรื่องการออกแบบเว็บไซต์เพื่อสร้างแรงจูงใจในการบริจาคเงินแก่ เด็กด้อยโอกาส ว่าผลงานออกแบบนั้นเป็นอย่างไร โดยให้ผู้เชี่ยวชาญตอบแบบสัมภาษณ์ โดยใช้ แบบสัมภาษณ์ แบบปลายเปิด (Open-Ended Questionnaire) คือ คำถามให้โอกาสผู้ตอบแสดง ความคิดเห็นแบบอิสระ โดยจะสัมภาษณ์เกี่ยวกับความคิดเห็น ที่เป็นข้อมูลด้านการใช้ทฤษฎี เทคนิค และวิธีการในด้านการออกแบบเว็บไซต์ มีประเด็นหลักที่ต้องการข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญ ดังนี้

- 1.การจัดวางองค์ประกอบของหน้าเว็บเพจ
2. การให้ลำดับความสำคัญของข้อมูล/การจัดโครงสร้างเว็บไซต์
3. ภาพที่นำมาใช้เหมาะสมกับเนื้อหาอย่างไร
4. แบบตัวอักษรที่นำมาใช้เหมาะสมกับเนื้อหาอย่างไร

จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ด้านการออกแบบเว็บไซต์จำนวน 5 ท่าน เกี่ยวกับผลงานออกแบบครั้งที่ 1(แบบร่าง) เพื่อนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงแก้ไขนั้น มีประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญได้ให้ความเห็นมาดังนี้

1. ภาพรวมของงานออกแบบยังไม่สามารถสื่อถึงแนวความคิดได้ดีพอ การนำสัญลักษณ์ของจดหมายหรือการสื่อสารมาใช้ยังน้อย นำเสนอออกมาอย่างไม่ชัดเจน และด้านอารมณ์ความรู้สึกที่เกี่ยวกับความรู้สึกอบอุ่นหรือให้การให้กำลังใจ ก็ยังขาดหายไป

2. แบบตัวอักษรและสีที่นำมาใช้ดูสดใสเกินควร ทำให้งานออกแบบดูไม่น่าเชื่อถือ ไม่จริงจัง ขาดความหนักแน่น ให้อารมณ์ความรู้สึกเหมือนของเล่น

3. การจัดหน้าในเว็บเพจหน้าแรกยังดูแน่น จัดวางพื้นที่ส่วนต่างๆ ในขนาดใกล้เคียงกันเกินไป ขาดจุดเด่นภายในหน้าเว็บเพจ ทำให้ผู้ใช้งานไม่แน่ใจว่าเรื่องใดในหน้าเว็บเพจนี้ที่ผู้ออกแบบให้ความสำคัญที่สุด ดูแล้วค่าความสำคัญใกล้เคียงกัน

เมื่อรับทราบถึงปัญหาและข้อบกพร่องของการออกแบบในครั้งแรกแล้ว ผู้วิจัยจึงได้นำข้อเสนอแนะมาวิเคราะห์และปรับปรุงการออกแบบ เพื่อให้งานออกแบบมีประสิทธิภาพและการสามารถสร้างแรงจูงใจในการบริจาคเงินแก่เด็กด้อยโอกาสมากที่สุด

ผลงานออกแบบ



ภาพที่ 28 ผลงานออกแบบ - หน้าแรก

1. หน้าแรก

1.1. ส่วนบนของหน้าแรก(Page Header) เป็นพื้นที่ที่สำคัญที่สุดในหน้าเว็บเพจ เพื่อให้ผู้ใช้งานเว็บไซต์ทราบว่ากำลังอยู่ในเว็บไซต์ Community ของมูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทย

ไทย ด้วยตราสัญลักษณ์ขององค์กร และสัญลักษณ์ของเว็บไซต์ โดยการออกแบบในส่วนนี้จะเหมือนกันในทุกๆ หน้าเว็บเพจในเว็บไซต์นี้ เพื่อแสดงความสม่ำเสมอ (Consistency) และช่วยให้ง่ายต่อการจดจำวิธีการใช้งานของเว็บไซต์อีกด้วย นอกจากนี้ส่วนบนของหน้าเว็บเพจหน้าแรกนี้ยังประกอบไปด้วย

1. ส่วนระบบนำทาง(Navigation System) หรือเมนูของเว็บไซต์นั่นเอง หน้าทีของระบบนำทางก็คือเป็นส่วนที่ทำให้ผู้ใช้งานเว็บไซต์เข้าไปสู่อื่นๆ ได้ดังนี้

หน้าแรก – ข่าวและกิจกรรม – บล็อก – เว็บบอร์ด – รู้จักมูลนิธิกับนิเทศนิมิตร

2. ส่วนสมัครสมาชิกใหม่และลงทะเบียนใช้งาน เพื่อเก็บข้อมูลของผู้ใช้งานเมื่อผู้ใช้งานสมัครสมาชิกใหม่หรือลงทะเบียน และนำชื่อที่ผู้ใช้งานลงทะเบียนไว้ไปแสดงในหน้าจอเพื่อสร้างการตอบสนองแก่ผู้ใช้งานเว็บไซต์

1.2.ส่วนเนื้อหาของหน้าแรก (Page Content) เป็นส่วนที่นำเสนอข้อมูลทุกด้านภายในเว็บไซต์ แต่นำเสนอเพียงเล็กน้อยเท่านั้น หากผู้ใช้งานต้องการข้อมูลเพิ่มเติมจากที่นำเสนอในหน้าแรกก็สามารถคลิกที่ปุ่มด้านล่างเพื่อเข้าสู่หน้าข้อมูลนั้นๆ ได้ โดยแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1. ส่วนบริจาคเงิน เป็นส่วนที่สำคัญที่สุด จัดวางอยู่ในตำแหน่งบนสุดของส่วนเนื้อหา ผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงข้อมูลได้เร็วและง่าย เนื่องจากเป้าหมายหลักอันดับแรกคือการชักชวนให้ผู้ใช้งานเว็บไซต์เข้ามาบริจาคเงิน โดยมีส่วนอื่นๆ ของเนื้อหา (ส่วน Community) เป็นส่วนที่ช่วยสร้างแรงจูงใจ ภาพและเนื้อหาในส่วนนี้ นำเสนออย่างตรงไปตรงมา ชัดเจนเข้าใจได้ง่าย ในส่วนนี้ได้มีการนำเสนอ คลิปวิดีโอ เพื่อสร้างความน่าสนใจแก่หน้าแรกและเป็นส่วนโน้มน้าวให้ผู้ใช้งานคลิกเพื่อบริจาคมากขึ้น

2. ส่วน Community เป็นส่วนที่แสดงบทความและกระทู้ที่มีผู้ใช้งานสร้างไว้ โดยเลือกบทความและกระทู้ล่าสุดมานำเสนอในหน้าแรกนี้เพื่อให้เข้าถึงได้ง่ายและสร้างความน่าสนใจ เนื่องจากเป็นส่วนที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ตามลำดับบทความและกระทู้ที่อยู่ในเว็บไซต์ ผู้ใช้งานสามารถสร้างบทความหรือกระทู้ใหม่ได้ทันที หรือถ้าต้องการอ่านบทความหรือกระทู้มากกว่านี้ คลิกปุ่ม “อ่านเพิ่มเติมคลิกที่นี่” ก็จะเข้าสู่หน้ารวมบทความหรือกระทู้ต่อไป

3. ส่วนข่าวและกิจกรรม เป็นส่วนที่ประชาสัมพันธ์ให้รู้ถึงข่าวสารและกิจกรรมต่างๆ ของมูลนิธิ ในหน้าแรกนี้เลือกข่าวและกิจกรรมล่าสุดที่มูลนิธิจัดขึ้นมา เพื่อความทันสมัย และเป็นข้อมูลในปัจจุบัน เมื่อคลิกปุ่ม “อ่านเพิ่มเติมคลิกที่นี่” จะเข้าสู่หน้ารวมข่าวและกิจกรรม แสดงให้เห็นถึงข่าวและกิจกรรมต่างๆ ที่มูลนิธิเคยทำมา สร้างความน่าเชื่อถือ เพื่อชักจูงให้ผู้ใช้งานเว็บไซต์อยากมีส่วนร่วมและนำไปสู่การบริจาคเงินในที่สุด

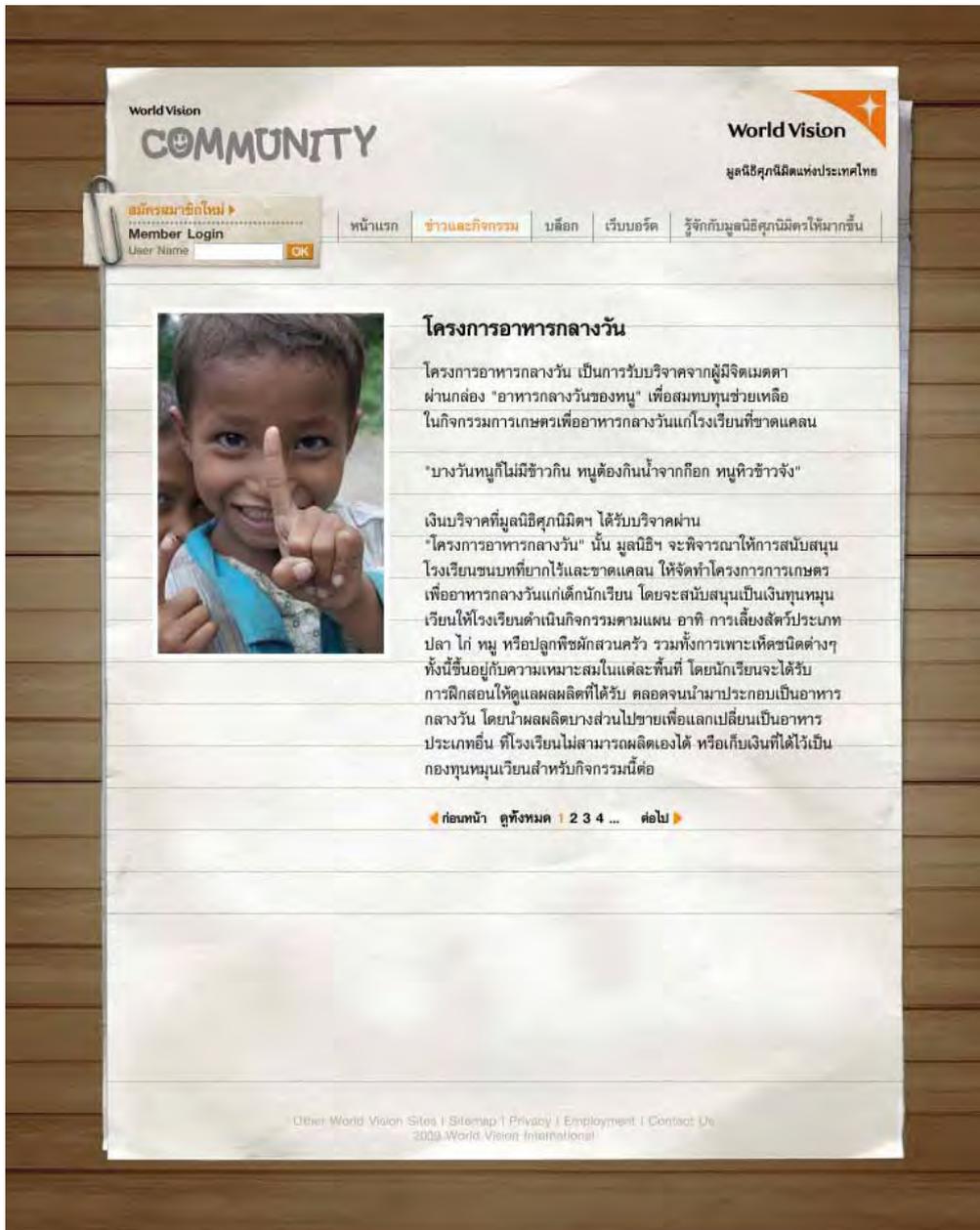
1.3. ส่วนล่างของหน้าแรก (Page Footer) เป็นส่วนปิดท้ายของหน้าเว็บเพจ เพื่อให้ผู้ใช้งานทราบว่าไม่มีข้อมูลต่อลงไปด้านล่างอีกแล้ว มีระบบนำทางแสดงอยู่เพื่อความสะดวกในการใช้งานเมื่อผู้ใช้งานอ่านส่วนเนื้อหาจบแล้วและต้องการเข้าสู่หน้าต่อไป โดยไม่ต้องย้อนกลับไปในส่วนบนของหน้าเว็บเพจอีกครั้ง

2.ข่าวและกิจกรรม



ภาพที่ 29 ผลงานออกแบบ - หน้ารวมข่าวและกิจกรรม

หน้ารวมข่าวและกิจกรรมมีส่วนบนและส่วนล่างของหน้าเหมือนกับในหน้าแรก ในส่วนของเนื้อหาแสดงข่าวและกิจกรรมต่างๆ ที่มูลนิธิเคยทำมา เพื่อให้ผู้ใช้งานได้เลือกอ่าน โดยการคลิกที่ข้อความหรือรูปภาพของข่าวหรือกิจกรรมนั้นๆ เพื่อเข้าสู่หน้ารายละเอียดของข่าวหรือกิจกรรม



ภาพที่ 30 ผลงานออกแบบ - หน้ารายละเอียดข่าวหรือกิจกรรม

หน้ารายละเอียดข่าวหรือกิจกรรมมีส่วนบนและส่วนล่างของหน้าเหมือนกับในหน้าแรก ในส่วนของเนื้อหาแสดงรายละเอียดของข่าวหรือกิจกรรม อาจมีการแสดงผลทั้งในส่วนของข้อความ ภาพ หรือวิดีโอคลิป

3. Blog

The screenshot shows the 'World Vision COMMUNITY' website. At the top right, it says 'World Vision มูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทย'. Below the header is a navigation menu with 'หน้าแรก', 'ข่าวและกิจกรรม', 'บล็อก', 'เว็บบอร์ด', and 'รู้จักกับมูลนิธิศุภนิมิตฯให้มากขึ้น'. A 'Member Login' box is on the left. The main content area is titled '+ Blog' and features a list of blog posts. A callout box on the left highlights a post about malnutrition with a photo of a child and the text: 'การให้จากท่าน คือ ความหวังของเด็กน้อย' (Your giving is the hope of the little child). The list of posts includes titles like 'โครงการอุปการะเด็ก มูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทย' and 'วันนี้องค์เด็กในอุปการะ'. Each post has a 'โดย' (By) column with the author's name, 'ผู้ใช้งาน...'. At the bottom, there is a pagination control showing 'ก่อนหน้า 1 2 3 4 ... ต่อไป'.

ชื่อบทความ	โดย
โครงการอุปการะเด็ก มูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทย	ผู้ใช้งาน...
วันนี้องค์เด็กในอุปการะ	ผู้ใช้งาน...
การอุปการะเด็ก คือการเข้าสู่สายสัมพันธ์แห่งความเอื้ออาทร	ผู้ใช้งาน...
อิมใจเมื่อให้ - สายสัมพันธ์ข้ามพรมแดน	ผู้ใช้งาน...
โครงการอุปการะเด็ก มูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทย	ผู้ใช้งาน...
วันนี้องค์เด็กในอุปการะ	ผู้ใช้งาน...
การอุปการะเด็ก คือการเข้าสู่สายสัมพันธ์แห่งความเอื้ออาทร	ผู้ใช้งาน...
อิมใจเมื่อให้ - สายสัมพันธ์ข้ามพรมแดน	ผู้ใช้งาน...
โครงการอุปการะเด็ก มูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทย	ผู้ใช้งาน...
วันนี้องค์เด็กในอุปการะ	ผู้ใช้งาน...
การอุปการะเด็ก คือการเข้าสู่สายสัมพันธ์แห่งความเอื้ออาทร	ผู้ใช้งาน...
อิมใจเมื่อให้ - สายสัมพันธ์ข้ามพรมแดน	ผู้ใช้งาน...
โครงการอุปการะเด็ก มูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทย	ผู้ใช้งาน...
วันนี้องค์เด็กในอุปการะ	ผู้ใช้งาน...

ภาพที่ 31 ผลงานออกแบบ - หน้ารวมบทความ

หน้ารวมบทความ แสดงชื่อบทความทั้งหมดที่มีผู้เขียนไว้ โดยผู้ใช้งานสามารถเลือกคลิกเข้าไปอ่านได้ มีส่วนบนและส่วนล่างของหน้าเหมือนกับในหน้าแรก



ภาพที่ 32 ผลงานออกแบบ - หน้าแสดงบทความ

หน้าแสดงบทความมีส่วนบนและส่วนล่างของหน้าเหมือนกับในหน้าแรก มีเนื้อหาแสดงบทความที่มีผู้เขียนไว้ ประกอบไปด้วย ชื่อเรื่อง, ภาพประกอบ, ตัวบทความ, ช่องให้แสดงความเห็นของผู้อ่าน และ ความเห็นของผู้อ่านก่อนหน้า

The image shows a screenshot of the World Vision Community website. At the top, there is a navigation bar with the World Vision logo and the text 'World Vision' and 'มูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทย'. Below the navigation bar, there is a 'Member Login' section with a 'User Name' field and an 'OK' button. The main content area features a '+ Blog' section with a 'สร้างบทความใหม่>>' link. The blog post is titled 'ชื่อผู้ใช้งาน' and 'เกี่ยวกับผู้ใช้งาน'. The text of the post describes a school lunch program in Thailand, mentioning that it is a project from the World Vision Thailand office to support children in rural areas. It states that the program provides lunch for children in rural areas, and that the money for the program comes from donations. The post also mentions that the program is supported by the Thai government and that it is a project of the World Vision Thailand office. Below the text, there is a 'Photo' section with a grid of six small images showing children. At the bottom of the page, there is a footer with the text '© 2009 World Vision International'.

ภาพที่ 33 ผลงานออกแบบ - หน้าผู้สร้างบทความ

หน้าผู้สร้างบทความ แสดงข้อมูลของผู้เขียนบทความ เช่น ชื่อ, นามแฝง หรือข้อมูลส่วนบุคคลบางอย่าง, บทความที่เคยเขียนไว้ก่อนหน้านี้ หากผู้ใช้งานเว็บไซต์ต้องการเป็นผู้สร้างบทความ ผู้ใช้งานจำเป็นต้องสมัครสมาชิกก่อน

World Vision
COMMUNITY

World Vision
มูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทย

สมัครสมาชิกใหม่ >
Member Login
User Name

หน้าแรก ข่าวและกิจกรรม **บล็อก** เว็บบอร์ด รู้จักกับมูลนิธิศุภนิมิตฯให้มากขึ้น

+ Blog

สร้างบทความใหม่

ชื่อบทความ

พิมพ์บทความของคุณที่นี่

เลือกภาพประกอบ(ขนาดหน้าทึบภาพไม่เกิน 300 kb)

Other World Vision Sites | Sitemap | Privacy | Employment | Contact Us
© 2009 World Vision International

ภาพที่ 34 ผลงานออกแบบ - หน้าสร้างบทความ

หน้าสร้างบทความ เป็นหน้าที่ใช้เมื่อผู้ใช้งานที่สมัครสมาชิกแล้วต้องการสร้างบทความ ประกอบไปด้วยส่วนที่ให้ผู้ใช้งานกรอกชื่อบทความ, เลือกใส่ภาพประกอบและ ช่องที่ให้พิมพ์บทความ

4. Webboard

World Vision COMMUNITY

มูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทย

สมัครสมาชิกใหม่ >

Member Login

User Name

หน้าแรก ข่าวและกิจกรรม บล็อก **เว็บบอร์ด** รู้จักกับมูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทย

+ Webboard ตั้งกระทู้ใหม่ >>

ลำดับ	หัวข้อกระทู้	โดย
001	พันธกิจเพื่อการเปลี่ยนแปลงชีวิต (อ่าน25 /ตอบ15)	ผู้ใช้งาน...
002	โครงการบรรเทาทุกข์ฉุกเฉิน (อ่าน25 /ตอบ15)	ผู้ใช้งาน...
003	พันธกิจบรรเทาทุกข์ (อ่าน25 /ตอบ15)	ผู้ใช้งาน...
004	ในสังคมไทยยังมีเด็กถูกไร้อาหารอยู่เป็นจำนวนมากที่กำลังรอคอย "มือปกาเก" (อ่าน25 /ตอบ15)	ผู้ใช้งาน...
005	ติดต่อเรา (อ่าน25 /ตอบ15)	ผู้ใช้งาน...
006	พันธกิจการส่งเสริมความยุติธรรมใน (อ่าน25 /ตอบ15)	ผู้ใช้งาน...
007	พันธกิจการสร้างจิตสำนึกแก่สาธารณ (อ่าน25 /ตอบ15)	ผู้ใช้งาน...
008	"บางวิญญูก็ไม่มีข้าวกิน หนูต้องกินน้ำจากก๊อก หนูหิวข้าวจัง" (อ่าน25 /ตอบ15)	ผู้ใช้งาน...
009	การอุปการะเด็ก คือการเข้าดูสายสัมพันธ์แห่งความเอื้ออาทร (อ่าน25 /ตอบ15)	ผู้ใช้งาน...
010	คุณมีมติฯ สนับสนุนการฝึกอบรมผู้นำคริสตจักรในการทำงานพัฒนาชุมชน (อ่าน25 /ตอบ15)	ผู้ใช้งาน...
011	โครงการบรรเทาทุกข์ฉุกเฉิน (อ่าน25 /ตอบ15)	ผู้ใช้งาน...
012	พันธกิจบรรเทาทุกข์ (อ่าน25 /ตอบ15)	ผู้ใช้งาน...
013	ในสังคมไทยยังมีเด็กถูกไร้อาหารอยู่เป็นจำนวนมากที่กำลังรอคอย "มือปกาเก" (อ่าน25 /ตอบ15)	ผู้ใช้งาน...
014	ติดต่อเรา (อ่าน25 /ตอบ15)	ผู้ใช้งาน...

◀ ก่อนหน้า 1 2 3 4 ... ต่อไป ▶

11th World Vision Sites | Sitemap | Privacy | Employment | Contact Us
© 2009 World Vision International

บริจาค ได้ทันที

'การให้จากท่าน คือ ความหวังของเด็กน้อย'

ด้วยการบริจาคเงินอย่าง
ต่อเนื่อง ผ่านขั้นตอนง่ายๆ
เพียงเดือนละ 450 บาท
เท่านั้นค่ะ **ร่วมบริจาคได้ทันที**

ภาพที่ 35 ผลงานออกแบบ - หน้ารวมกระทู้

หน้ารวมกระทู้ มีส่วนบนและส่วนล่างของหน้าเหมือนกับในหน้าแรก ในส่วนของเนื้อหาแสดงกระทู้ที่มีผู้ใช้งานตั้งไว้ทั้งหมด แบ่งเป็นหน้าโดยนำหน้าล่าสุดที่มีผู้ตั้งกระทู้ขึ้นมาแสดง ผู้ใช้งานสามารถคลิกเข้าไปอ่าน, ตอบกระทู้ หรือตั้งกระทู้ใหม่ได้



ภาพที่ 36 ผลงานออกแบบ - หน้าแสดงกระทู้

หน้าแสดงกระทู้ เป็นหน้าที่แสดงรายละเอียดของกระทู้ที่มีผู้ตั้งไว้ เช่น หัวข้อกระทู้, ข้อความ และผู้ตั้งกระทู้ มีพื้นที่ให้ผู้ใช้งานเข้ามาแสดงความคิดเห็นหรือตอบกระทู้ และพื้นที่ส่วนที่แสดงความคิดเห็นหรือคำตอบกระทู้ที่ผ่านๆ มา

ทดสอบผล

ทดสอบการใช้งาน โดยการ Online ในลักษณะคล้ายการใช้งานจริง และทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามสำหรับกลุ่มตัวอย่าง และแบบสัมภาษณ์สำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเว็บไซต์

1. การเก็บข้อมูลโดยใช้ แบบสอบถามสำหรับกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานเว็บไซต์ โดยการให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามปลายเปิดและปลายปิดผ่านทางอินเทอร์เน็ต กลุ่มตัวอย่างนี้เป็นกลุ่มตัวอย่างแบบไม่เจาะจง โดยทำการฝากลิงค์เว็บไซต์ไว้ที่ส่วนของ Webboard ของเว็บไซต์ Pantip, Exteen และ Manager ซึ่งเป็นเว็บไซต์ ในลักษณะเว็บบอร์ดที่มีผู้ใช้งานสูง การเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างมีระยะเวลาประมาณหนึ่งเดือน เป็นจำนวนอย่างน้อย 300 คน ข้อมูลที่ผู้วิจัยต้องการจากแบบสอบถามเพื่อนำมาสรุปผลการวิจัย มีดังนี้

ข้อมูลส่วนบุคคล

1. เพศ
2. อายุ
3. การศึกษา
4. อาชีพ
5. รายได้ต่อเดือน

ข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบ

1. การใช้งานของเว็บไซต์
2. ความสวยงามการออกแบบ
3. ภาพและเนื้อหาในเว็บไซต์เป็นอย่างไร
4. เว็บไซต์สื่อมวลชนมีเดีย เช่น วีดีโอคลิป, เพลง, เกม เป็นอย่างไร

ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของผู้ใช้งาน

1. ความรู้สึกต่อเด็กด้อยโอกาส หลังจากการเข้าชมเว็บไซต์
2. ทัศนคติเกี่ยวกับการบริจาคเงินแก่เด็กด้อยโอกาส หลังจากการเข้าชม

เว็บไซต์

3. การติดตามผล ความคาดหวังที่จะกลับเข้ามาชมเว็บไซต์อีกครั้งหนึ่ง
4. ผลของการนำรูปแบบเว็บ Community มาปรับใช้งานในเว็บไซต์
5. ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงเว็บไซต์

2. แบบสัมภาษณ์สำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเว็บไซต์ จำนวน 5 ท่าน ดังนี้

1. คุณ กฤตยชญ์ โภภาสถาวร
ตำแหน่ง Senior Art Director อิสระ
ประสบการณ์การทำงาน 9 ปี
2. คุณ นิภาพร โอมอารักษ์ณ์
ตำแหน่ง Design Manager/ บริษัท ก้านสมอง จำกัด
ประสบการณ์การทำงาน 8 ปี
3. คุณ ธนวัฒน์ จงมหากุล
ตำแหน่ง Interactive Creative Grouphead / บริษัท โอทิลวีวัน เวิลด์ไวด์ จำกัด
ประสบการณ์การทำงาน 14 ปี
4. คุณ เอกลักษณ์ วรรณานันท์กุล
ตำแหน่ง Creative Director / บริษัท Adaptor จำกัด
ประสบการณ์การทำงาน 8 ปี
5. คุณ นิชชา รัตนธรรมวัฒน์
ตำแหน่ง Senior Web Designer
ประสบการณ์การทำงาน 10 ปี

ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์ในการเก็บข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญ เพื่อต้องการทราบข้อมูลและความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในเรื่องการออกแบบเว็บไซต์เพื่อสร้างแรงจูงใจในการบริจาคเงินแก่เด็ก ด้อยโอกาส ว่าผลงานออกแบบนั้นเป็นอย่างไร โดยให้ผู้เชี่ยวชาญตอบแบบสัมภาษณ์ โดยใช้แบบสัมภาษณ์ แบบปลายเปิด (Open-Ended Questionnaire) คือ คำถามให้โอกาสผู้ตอบแสดงความคิดเห็นแบบอิสระ โดยจะสัมภาษณ์เกี่ยวกับความคิดเห็น ที่เป็นข้อมูลด้านการใช้ทฤษฎี เทคนิค และวิธีการในด้านการออกแบบเว็บไซต์ มีประเด็นหลักที่ต้องการข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่าน ดังนี้

1. การจัดวางองค์ประกอบของหน้าเว็บเพจ
2. การให้ลำดับความสำคัญของข้อมูล/การจัดโครงสร้างเว็บไซต์
3. ภาพที่นำมาใช้เหมาะสมกับเนื้อหาอย่างไร
4. แบบตัวอักษรที่นำมาใช้เหมาะสมกับเนื้อหาอย่างไร
5. เว็บไซต์มีสื่อมัลติมีเดียที่น่าสนใจ เช่น วีดีโอคลิป, เพลง, เกม
6. เว็บไซต์ใช้งานง่าย

7. เว็บไซต์มีข้อมูลขององค์กรอย่างละเอียด
 8. ผู้ใช้งานสามารถมีส่วนร่วมกับเว็บไซต์ได้ เช่นการแสดงความคิดเห็นผ่าน Blog หรือ Webboard
 9. การนำรูปแบบเว็บ community มาปรับใช้งานในเว็บไซต์มีผลอย่างไร
 10. จากการเข้าชมเว็บไซต์บริจาคเงินเพื่อเด็กด้อยโอกาส ท่านมีข้อเสนอแนะ เพื่อการปรับปรุง เว็บไซต์อย่างไร
- เมื่อรับทราบถึงปัญหาและข้อบกพร่องของการออกแบบแล้ว ผู้วิจัยจึงนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์ สรุปผล และสร้างข้อเสนอแนะต่อไป

บทที่ 4

ผลการวิจัย

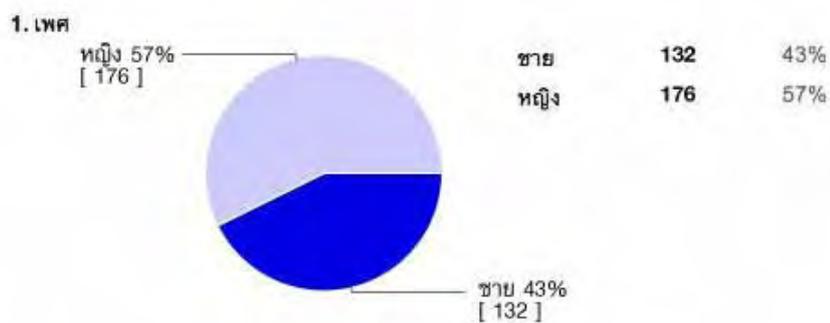
จากการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการทดสอบการใช้งานของเว็บไซต์ Community ของมูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทย ที่ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบเพื่อทดสอบว่า การนำเสนอเว็บไซต์ ในลักษณะที่เป็นชุมชนออนไลน์ (Community) จะสามารถสร้างแรงจูงใจและกระตุ้นให้เกิดการบริจาคได้นั้น มีผลดังนี้

1. ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานเว็บไซต์ โดยการให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามปลายปิดและปลายเปิดผ่านทางอินเทอร์เน็ต กลุ่มตัวอย่างนี้เป็นกลุ่มตัวอย่างแบบไม่เจาะจง การเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง นับตั้งแต่วันที่ 20 กรกฎาคม พ.ศ. 2552 จนถึงสิ้นสุดวันที่ 23 สิงหาคม พ.ศ. 2552 รวมระยะเวลาประมาณหนึ่งเดือน เป็นจำนวน 308 คน เนื่องจากผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บข้อมูลแบบออนไลน์ ในบางครั้งกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานเว็บไซต์ที่เข้ามาตอบแบบสอบถามนั้น ไม่ได้ตอบคำถามที่ผู้วิจัยตั้งไว้ในแบบสอบถามอย่างครบถ้วน ดังนั้นในแต่ละข้อคำถาม จำนวนรวมของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานเว็บไซต์ที่เข้ามาตอบแบบสอบถามนั้นอาจจะมีความแตกต่างกันบ้างเล็กน้อย สามารถแบ่งข้อมูลออกเป็นสองส่วนได้แก่

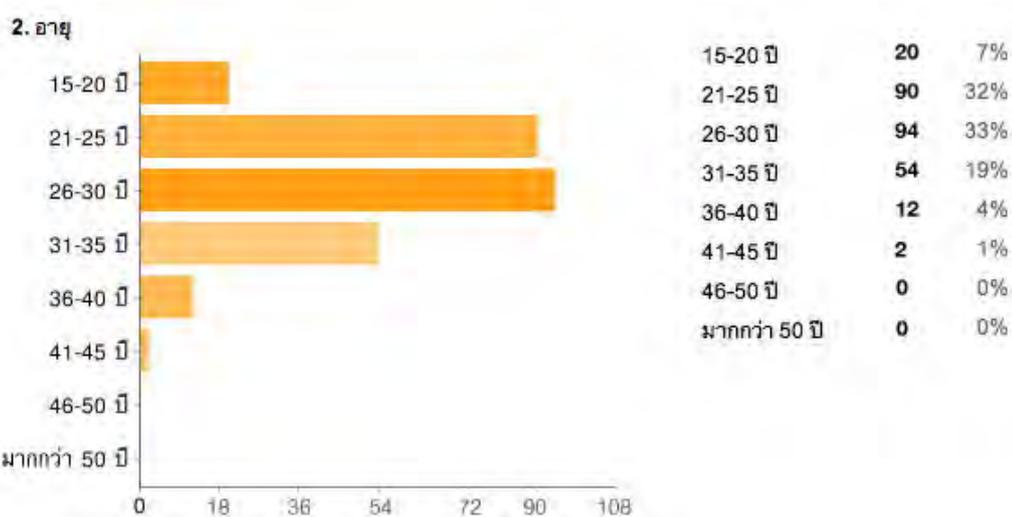
1.1 ข้อมูลส่วนบุคคล

จากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานเว็บไซต์จำนวนทั้งหมด 308 คน พบว่ามีจำนวนเพศหญิงมากกว่าเพศชายเล็กน้อย คิดเป็นสัดส่วนคือ เพศหญิง 57% และ เพศชาย 43% มีช่วงอายุอยู่ระหว่าง 26 – 30 เป็นจำนวนมากที่สุด 94 คน คิดเป็น 33% จากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานเว็บไซต์ทั้งหมด รองลงมาคือช่วงอายุ 21-25 ปี จำนวน 90 คน, ช่วงอายุ 31-35 ปี จำนวน 54 คน, ช่วงอายุ 15-20 ปี จำนวน 20 คน และมากกว่า 36 ปี จำนวน 14 คน

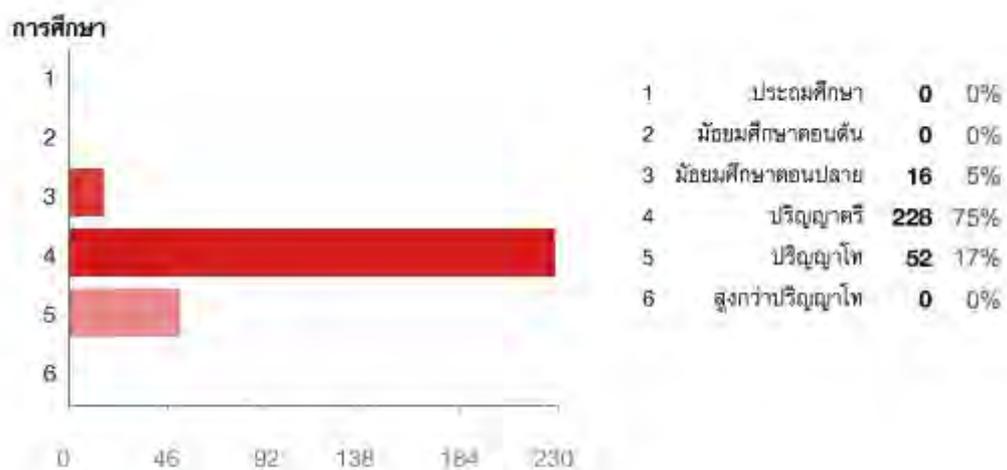
ส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี เป็นจำนวนถึง 75% และจากทั้งหมดมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทมากที่สุดเป็นจำนวน 53% ลำดับรองลงมาคือ นักเรียนหรือนักศึกษา, ธุรกิจส่วนตัว, รับราชการ, รับจ้าง ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานเว็บไซต์มีรายได้อยู่ในช่วงระหว่าง 20,000 – 30,000 บาท มากที่สุด จำนวน 78 คนหรือคิดเป็น 26%



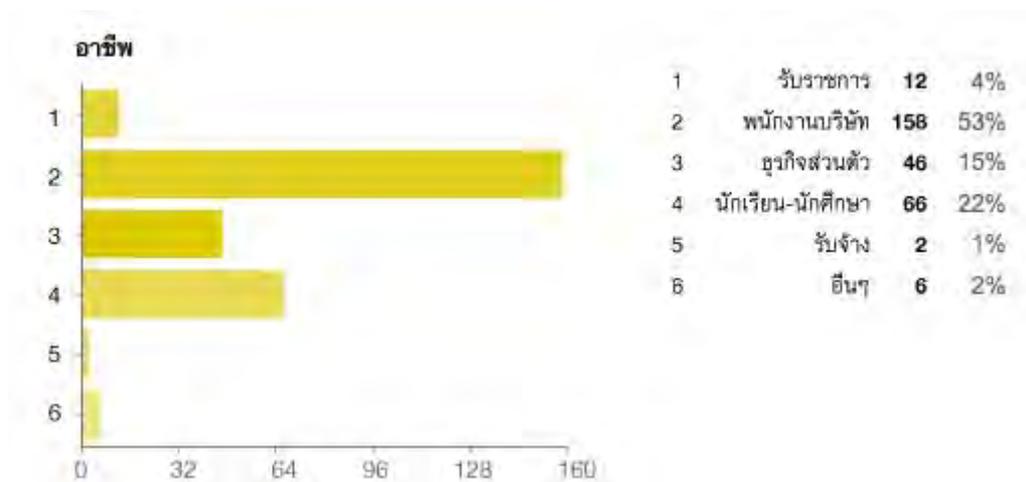
แผนภูมิที่ 1 แผนภูมิแสดงข้อมูลด้านอายุของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานเว็บไซต์



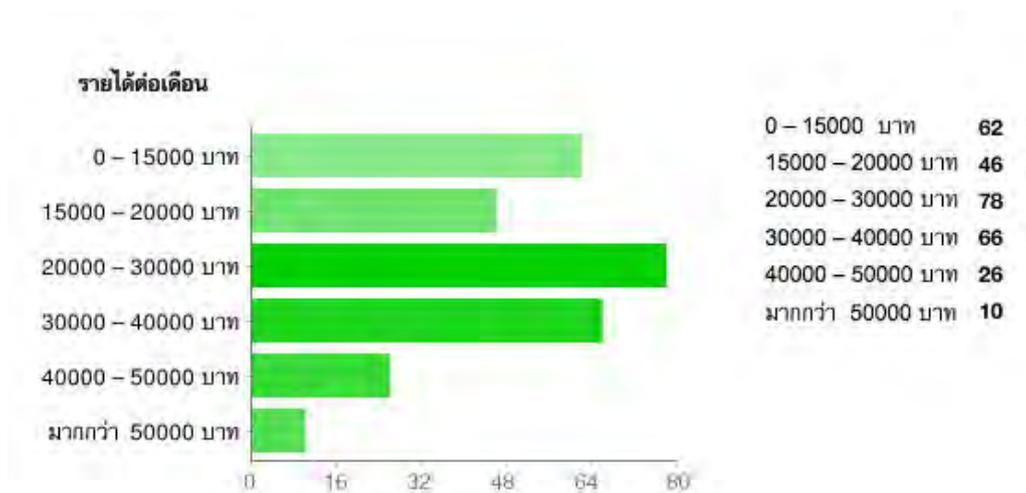
แผนภูมิที่ 2 แผนภูมิแสดงข้อมูลด้านอายุของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานเว็บไซต์



แผนภูมิที่ 3 แผนภูมิแสดงข้อมูลด้านการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานเว็บไซต์



แผนภูมิที่ 4 แผนภูมิแสดงข้อมูลด้านอาชีพของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานเว็บไซต์

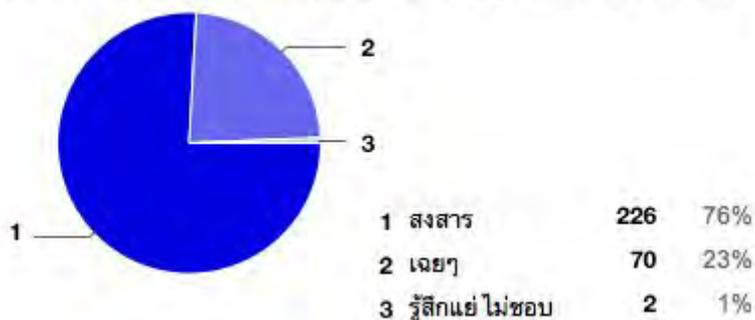


แผนภูมิที่ 5 แผนภูมิแสดงข้อมูลด้านรายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานเว็บไซต์

1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบ

ส่วนข้อมูลในด้านที่เกี่ยวกับทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานเว็บไซต์ที่มีต่องานออกแบบนั้น เมื่อตั้งคำถามแก่กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานเว็บไซต์ถึงความรู้สึกที่มีต่อเด็กด้อยโอกาส หลังจากได้เข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์แล้วนั้น ส่วนใหญ่เป็นจำนวนถึง 76% หรือ 226 คน มีความรู้สึกสงสารเด็กด้อยโอกาส

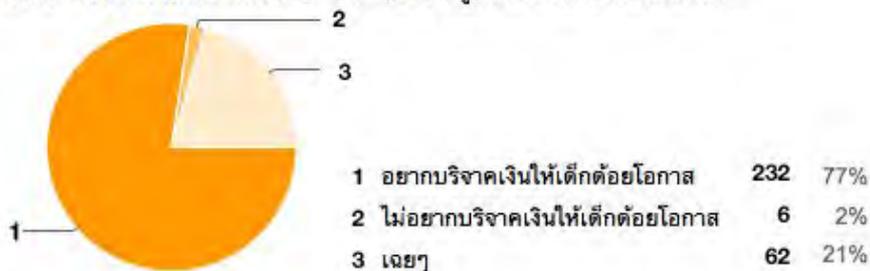
2. จากการเข้าชมเว็บไซต์บริจาคเงินเพื่อเด็กด้อยโอกาส ท่านมีความรู้สึกต่อเด็กด้อยโอกาสอย่างไร



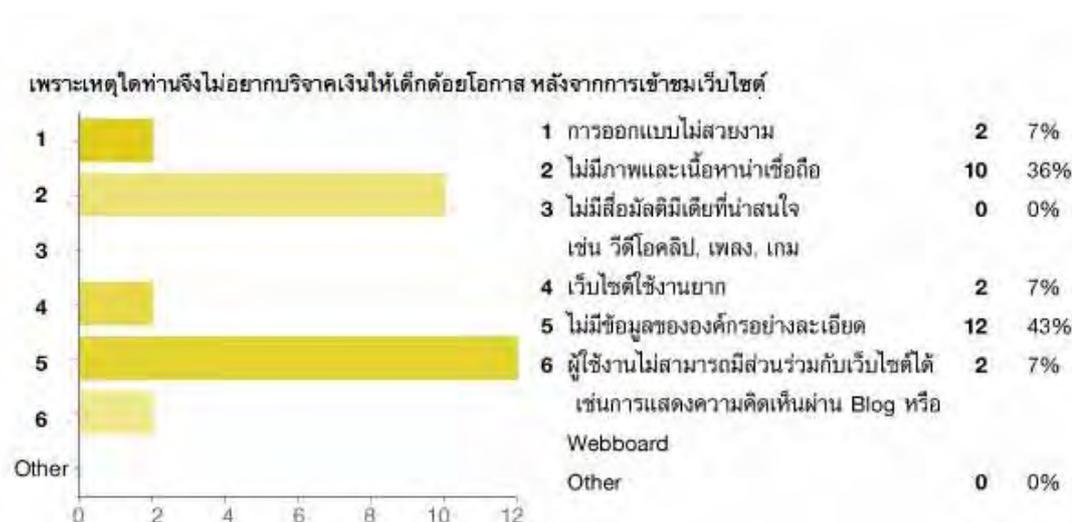
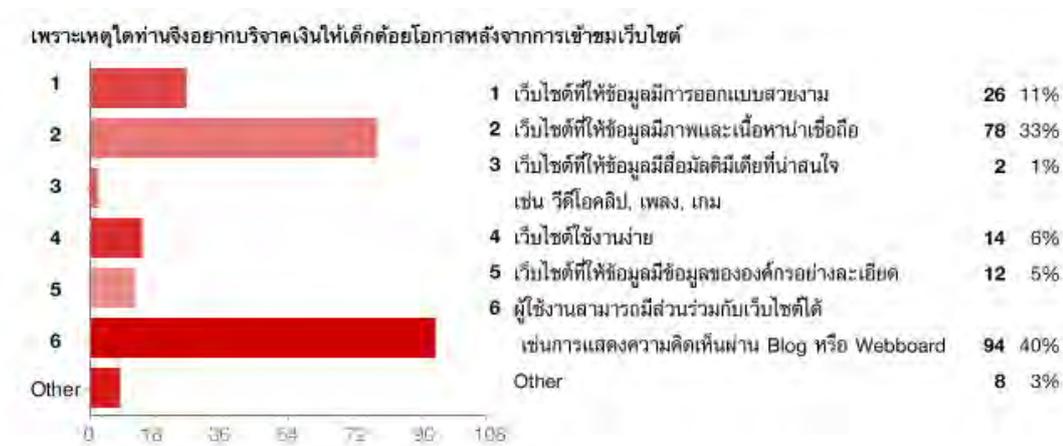
แผนภูมิที่ 6 แผนภูมิแสดงข้อมูลด้านทัศนคติต่อเด็กด้อยโอกาส
หลังการเข้าชมเว็บไซต์ของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานเว็บไซต์มีแนวโน้มอยากจะบริจาคเงินให้แก่เด็กด้อยโอกาส เป็นจำนวน 232 คนหรือ 77% ของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานเว็บไซต์ โดยส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่าเว็บไซต์เปิดโอกาสให้ผู้เข้าชมได้แสดงความเห็น และแบ่งปันข่าวสารต่างๆ ได้ ทำให้ผู้บริจาคมั่นใจมากยิ่งขึ้น เป็นจำนวน 94 คน หรือคิดเป็น 40% ของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานเว็บไซต์ เหตุผลรองลงไปมีจำนวน 78 คน นั่นก็คือเว็บไซต์มีภาพและข้อมูลที่น่าเชื่อถือ เหตุผลรองลงมาคือ การออกแบบสวยงามเป็นจำนวน 26 คน หรือคิดเป็น 11%, เว็บไซต์ใช้งานง่าย เป็นจำนวน 14 คน หรือคิดเป็น 6%, การให้ข้อมูลขององค์กรอย่างละเอียด จำนวน 12 คน หรือคิดเป็น 5%, เหตุผลอื่นๆ เป็นจำนวน 8 คน หรือคิดเป็น 3% และการนำสื่อมัลติมีเดีย (multimedia) มาใช้ ในเว็บไซต์ เป็นเหตุผลที่ชักจูงให้เข้ามาบริจาคเงินน้อยที่สุด จำนวน 2 คน หรือคิดเป็น 1%

จากการเข้าชมเว็บไซต์บริจาคเงินเพื่อเด็กด้อยโอกาส ท่านมีความรู้สึกต่อการบริจาคเงินอย่างไร



แผนภูมิที่ 7 แผนภูมิแสดงข้อมูลด้านทัศนคติต่อการบริจาคเงิน
หลังการเข้าชมเว็บไซต์ของกลุ่มตัวอย่าง



แผนภูมิที่ 8 แผนภูมิแสดงข้อมูลด้านทัศนคติต่อการบริจาคเงิน
หลังการเข้าชมเว็บไซต์ของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนจำนวนกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานเว็บไซต์ที่รู้สึกไม่อยากบริจาคเงินแก่เด็กด้อยโอกาสจำนวนหลังจากเข้ามาชมเว็บไซต์แล้วนั้น ให้เหตุผลว่าไม่มีข้อมูลขององค์กรอย่างละเอียดเพียงพอเป็นลำดับแรก ตามมาด้วยประเด็นเว็บไซต์ไม่น่าเชื่อถือ ส่วนเหตุผลลำดับสุดท้ายที่มีค่าเท่ากันคือผู้ใช้งานไม่สามารถมีส่วนร่วมกับเว็บไซต์ได้, เว็บไซต์ใช้งานยาก และการออกแบบไม่สวยงาม

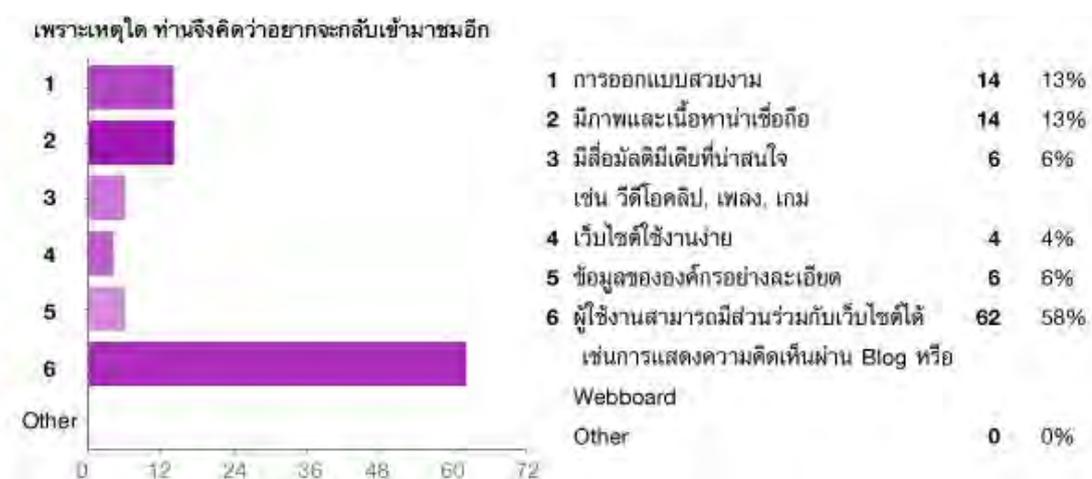
ความคาดหวังในการกลับเข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์หลังจากออกจากเว็บไซต์ไปแล้ว กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานเว็บไซต์จำนวน 114 คน หรือคิดเป็น 38% คิดว่าอาจจะกลับมาอีกครั้ง ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานเว็บไซต์จำนวน 68 คน หรือคิดเป็น 23% คิดว่าจะกลับเข้ามาอีกแน่นอน

เนื่องจากสนใจในการมีส่วนร่วมกับเว็บไซต์, ผู้ที่ไม่แน่ใจว่าจะกลับมาอีกหรือไม่ 74 คน หรือคิดเป็น 25%, คิดว่าไม่ได้เข้ามาบ่อยนัก 36 คน หรือคิดเป็น 12% และคิดว่าไม่กลับมาอีกแน่นอนจำนวน 6 คน หรือ 2% โดยให้เหตุผลว่าเว็บไซต์มีภาพและ เนื้อหาไม่น่าเชื่อถือ

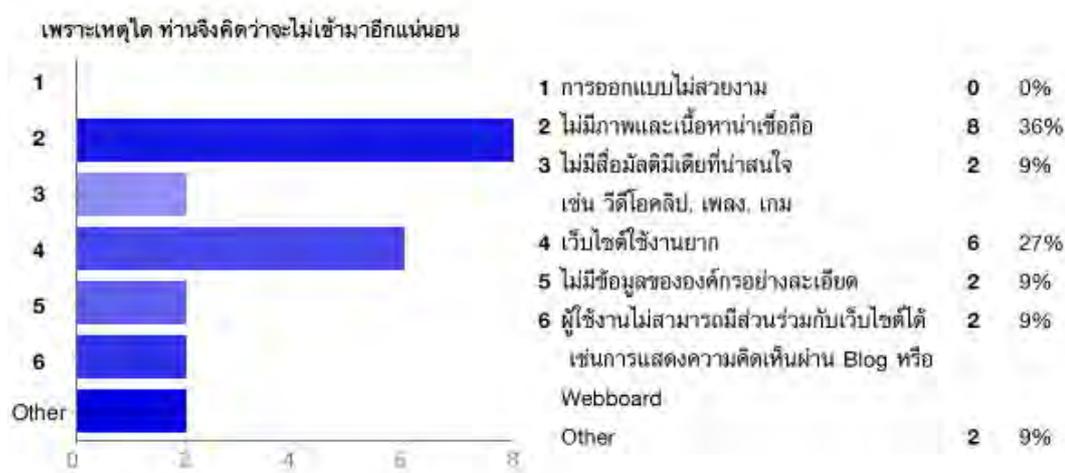
6. จากการเข้าชมเว็บไซต์บริจาคเงินเพื่อเด็กด้อยโอกาส เว็บไซต์นี้เมื่อออกจากเว็บไปแล้ว ท่านยังคิดว่าจะกลับมาอีกหรือไม่



แผนภูมิที่ 9 แผนภูมิแสดงข้อมูลความคาดหวังในการกลับมาเยี่ยมชมเว็บไซต์ของกลุ่มตัวอย่าง

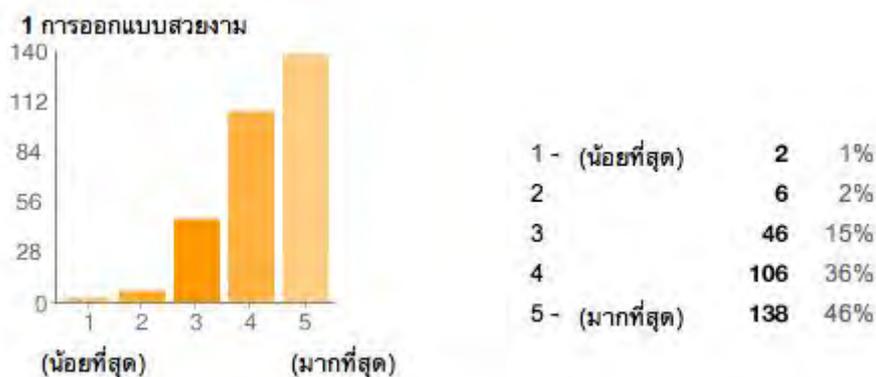


แผนภูมิที่ 10 แผนภูมิแสดงข้อมูลการแสดงผลในการกลับมาเยี่ยมชมเว็บไซต์ของกลุ่มตัวอย่าง

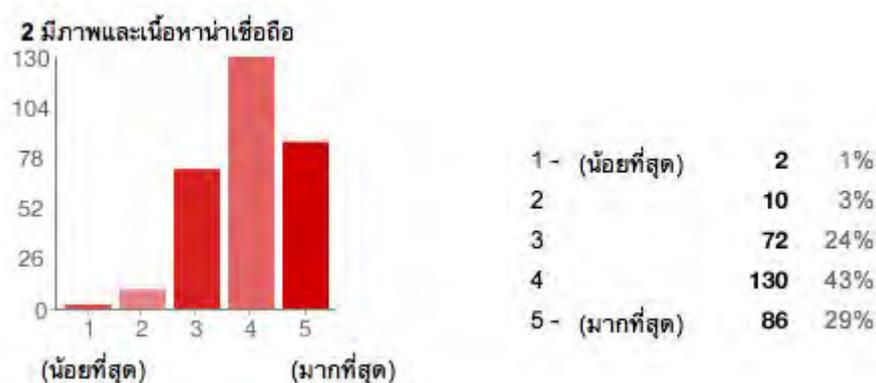


แผนภูมิที่ 11 แผนภูมิแสดงข้อมูลการแสดงผลในการไม่กลับมาเยี่ยมชมเว็บไซต์
ของกลุ่มตัวอย่าง

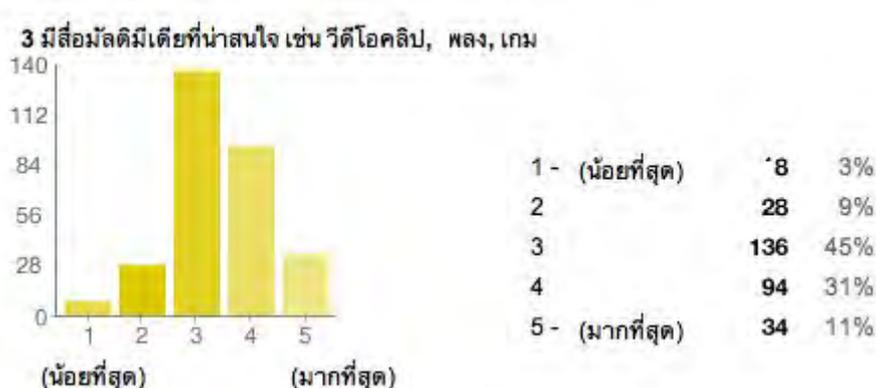
การให้คะแนนการออกแบบเว็บไซต์ตามปัจจัยด้านต่างๆ
ที่มีผลต่อทัศนคติของผู้ใช้งานเว็บไซต์



1. การออกแบบสวยงาม ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.32 คะแนน



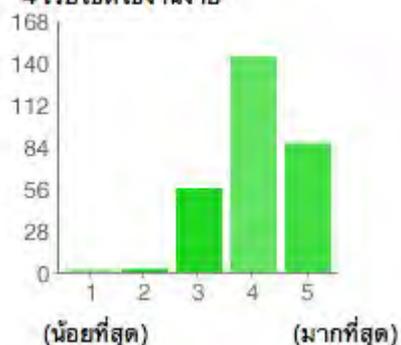
2. มีภาพและเนื้อหาที่น่าสนใจ ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.96 คะแนน



3. การนำสื่อมัลติมีเดียที่น่าสนใจ เช่น วิดีโอคลิป, เพลง, เกม มาใช้ ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.39 คะแนน

แผนภูมิที่ 12 การให้คะแนนการออกแบบเว็บไซต์ตามปัจจัยด้านต่างๆ
ที่มีผลต่อทัศนคติของผู้ใช้งานเว็บไซต์

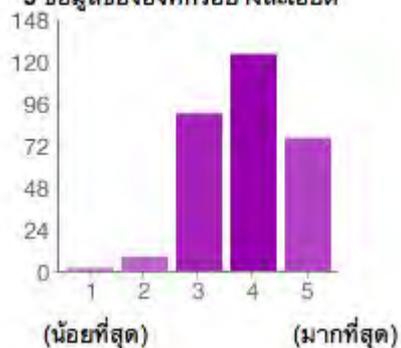
4 เว็บไซต์ใช้งานง่าย



1 - (น้อยที่สุด)	2	1%
2	2	1%
3	56	19%
4	144	50%
5 - (มากที่สุด)	86	30%

4. เว็บไซต์ใช้งานง่าย ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.06 คะแนน

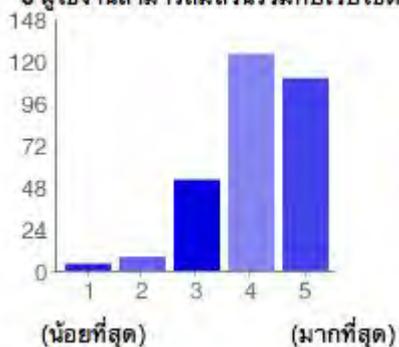
5 ข้อมูลขององค์กรอย่างละเอียด



1 - (น้อยที่สุด)	2	1%
2	8	3%
3	90	30%
4	124	41%
5 - (มากที่สุด)	76	25%

5. การให้ข้อมูลขององค์กรอย่างละเอียด ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.88 คะแนน

6 ผู้ใช้งานสามารถมีส่วนร่วมกับเว็บไซต์ได้ เช่นการแสดงความคิดเห็นผ่าน Blog หรือ Webboard



1 - (น้อยที่สุด)	4	1%
2	8	3%
3	52	17%
4	124	42%
5 - (มากที่สุด)	110	37%

6. ผู้ใช้งานสามารถมีส่วนร่วมกับเว็บไซต์ได้ เช่นการแสดงความคิดเห็นผ่าน Blog หรือ Webboard
ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.10 คะแนน

แผนภูมิที่ 13 การให้คะแนนการออกแบบเว็บไซต์ตามปัจจัยด้านต่างๆ
ที่มีผลต่อทัศนคติของผู้ใช้งานเว็บไซต์

จากผลการรวบรวมข้อมูลทำให้ทราบว่า ผลงานออกแบบเว็บไซต์ Community ของมูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทย มีค่าคะแนน การออกแบบสวยงามสูงที่สุดด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.32 คะแนน รองลงมาคือคะแนนในส่วนของการเปิดโอกาสให้ผู้ใช้งานมีส่วนร่วมในเว็บไซต์ (Community) มีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.10 คะแนน, เว็บไซต์ใช้งานง่าย ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.06 คะแนน, มีภาพและเนื้อหาที่น่าเชื่อถือ ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.96 คะแนน, การให้ข้อมูลขององค์กรอย่างละเอียด ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.88 คะแนน และ การนำสื่อมัลติมีเดีย (Multimedia) มาใช้ในเว็บไซต์ ได้ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.39 คะแนน ซึ่งเป็นปัจจัยที่ได้คะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด

2. ข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญในด้านการออกแบบเว็บไซต์ โดยใช้แบบสัมภาษณ์ เพื่อต้องการทราบข้อมูลและความเห็นของผู้เชี่ยวชาญในเรื่องการออกแบบเว็บไซต์เพื่อสร้างแรงจูงใจในการบริจาคเงินแก่เด็กด้อยโอกาส มีประเด็นและการให้คะแนนจากผู้เชี่ยวชาญ ดังนี้

ตารางที่ 6 ตารางแสดงการให้คะแนนจากผู้เชี่ยวชาญ

ประเด็นคำถาม	ผู้เชี่ยวชาญ ท่านที่1	ผู้เชี่ยวชาญ ท่านที่2	ผู้เชี่ยวชาญ ท่านที่3	ผู้เชี่ยวชาญ ท่านที่4	ผู้เชี่ยวชาญ ท่านที่5	ค่า คะแนน เฉลี่ย
การจัดวาง องค์ประกอบของ หน้าเว็บเพจ	2	3	3	5	3	3.2
การให้ลำดับ ความสำคัญของ ข้อมูล/การจัด โครงสร้างเว็บไซต์	2	3	3	5	3	3.2
ภาพที่นำมาใช้ เหมาะสมกับ เนื้อหาอย่างไร	3	4	4	4	4	3.8
แบบตัวอักษรที่ นำมาใช้เหมาะสม กับเนื้อหาอย่างไร	1	4	4	4	4	3.4

ตารางที่ 6 (ต่อ)

มีสื่อมัลติมีเดียที่ น่าสนใจ เช่น วีดิโอคลิป, เพลง, เกม	1	2	1	3	2	1.8
เว็บไซต์ใช้งานง่าย	4	4	5	5	4	4.4
ข้อมูลขององค์กร อย่างละเอียด	2	3	4	3	3	3
ผู้ใช้งานสามารถมี ส่วนร่วมกับ เว็บไซต์ได้ เช่น การแสดงความคิดเห็นผ่าน Blog หรือ Webboard	2	3	4	4	3	3.25

ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่าน ได้ให้คะแนนและความเห็นต่องานออกแบบเว็บไซต์ ต่างกันออกไปในบางประเด็น ยกตัวอย่างเช่น ในประเด็นของการจัดวางองค์ประกอบของหน้าเว็บเพจนั้น ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1 ได้ให้ความเห็นว่า “เรียบง่าย จนบางครั้งอาจทำให้ ดูไม่มีการเน้น จุดเด่น จุดด้อย” ให้คะแนนในประเด็นนี้ 2 คะแนน ในอีกด้านหนึ่ง ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 4 มีความเห็นว่า “ลักษณะการออกแบบเว็บไซต์ให้ความรู้สึกน่าเชื่อถือ แต่ก็มีความใกล้ชิด ระหว่างผู้ใช้อินเทอร์เน็ตกับองค์กร จากการเลือกส่วนประกอบที่ดึงมาจากวิถีชีวิตของเด็กด้อยโอกาสมาใช้ในการออกแบบ” และให้คะแนนในประเด็นนี้ 5 คะแนน จึงนับได้ว่า งานออกแบบเว็บไซต์ Community ของมูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทย มีข้อบกพร่อง ที่ยังต้องปรับปรุงและยังมีจุดแข็งที่สามารถ นำมาพัฒนาต่อไปได้ ผู้วิจัยจึงได้คิดคะแนน ค่าเฉลี่ยของแต่ละประเด็นที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่าน ดังนี้

ตารางที่ 7 ตารางค่าคะแนนเฉลี่ยจากผู้เชี่ยวชาญ

ประเด็นคำถาม	ค่าคะแนนเฉลี่ย
การจัดวางองค์ประกอบของหน้าเว็บเพจ	3.2
การให้ลำดับความสำคัญของข้อมูล/การจัดโครงสร้างเว็บไซต์	3.2

ตารางที่ 7 (ต่อ)

ภาพที่นำมาใช้เหมาะสมกับเนื้อหาอย่างไร	3.8
แบบตัวอักษรที่นำมาใช้เหมาะสมกับเนื้อหาอย่างไร	3.4
มีสื่อมัลติมีเดียที่น่าสนใจ เช่น วีดีโอคลิป, เพลง, เกม	1.8
เว็บไซต์ใช้งานง่าย	4.4
ข้อมูลขององค์กรอย่างละเอียด	3
ผู้ใช้งานสามารถมีส่วนร่วมกับเว็บไซต์ได้ เช่นการแสดงความคิดเห็นผ่าน Blog หรือ Webboard	3.25

จากตาราง จะพบว่าประเด็นเว็บไซต์ใช้งานง่าย ได้ค่าคะแนนเฉลี่ยจากผู้เชี่ยวชาญมากที่สุดเป็นคะแนน 4.5 คะแนนโดยมีเหตุผล ว่า การใช้งานของเว็บไซต์นี้มีความง่ายและสะดวก เนื่องจากรูปแบบการออกแบบคำนึงถึงหลักการใช้งานเป็นหลัก แบบตัวอักษรที่อ่านง่ายและเมนูอยู่ด้านบน พื้นที่สำหรับกรอกข้อมูลต่างๆ ก็มีข้อความบอกว่าต้องทำอะไร

ส่วนประเด็นที่มีคะแนนต่ำที่สุดคือ เว็บไซต์มีสื่อมัลติมีเดียที่น่าสนใจ เช่น วีดีโอคลิป, เพลง, เกม ในประเด็นนี้ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่า ยังดูไม่เหมาะสมกับเว็บไซต์เท่าที่ควร ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเนื้อหาของสื่อมัลติมีเดียว่าเป็นอย่างไร แต่ถ้าหากมีแล้วสร้างทำให้เว็บไซต์น่าสนใจมากขึ้น ก็จะทำให้ผู้ใช้งานสามารถเข้าใจสารที่เว็บไซต์ต้องการจะสื่อมากขึ้น เนื่องจากสื่อมัลติมีเดีย นั้นแสดงผลทั้งด้านภาพและเสียง ในประเด็นนี้จึงยังคงเป็นประเด็นที่ต้องปรับปรุงแก้ไขต่อไป

อย่างไรก็ดี ประเด็นสำคัญที่ผู้วิจัยได้สอบถามกับผู้เชี่ยวชาญ นั่นคือประเด็นที่ว่า การนำรูปแบบเว็บ Community มาปรับใช้งานในเว็บไซต์ หรือการให้ผู้ใช้งานสามารถมีส่วนร่วม กับเว็บไซต์ได้ เช่นการแสดงความคิดเห็นผ่าน Blog หรือ Webboard ได้นั้น ผู้เชี่ยวชาญ มีความเห็นว่าเป็นเรื่องที่ดีและสามารถนำไปพัฒนาต่อไป เนื่องจากชุมชนบนอินเทอร์เน็ต คือจุดแข็งของเว็บไซต์ เมื่อมีชุมชนก็ย่อมหมายถึงมีการรวมกลุ่มคนที่มี ความสนใจคล้ายกัน และการร่วมมือกัน เพื่อสร้างหรือพัฒนาสิ่งใดๆ ที่จะนำมาซึ่งสิ่งใหม่ๆ ง่ายขึ้น เป็นข้อดี และเป็นการใช้ประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตได้อย่างครบถ้วน ด้วยการสื่อสารสองทาง ที่ผู้ใช้บริการเว็บไซต์สามารถมีปฏิสัมพันธ์กันได้อันจะนำมาซึ่งการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และจะพัฒนา เว็บไซต์และเข้าถึงจุดสนใจของ

คนทั่วไปได้อย่างแท้จริง แต่งานออกแบบเว็บไซต์ ณ วันที่เก็บข้อมูลนั้น ผู้เชี่ยวชาญท่านหนึ่งให้ความเห็นว่า ข้อมูลยังไม่ดีคึกคัก อาจเป็นที่เนื้อหาหรือ ข้อความที่โพสต์จากผู้ใช้งานยังมีไม่มากพอ และบางข้อความหรือบางเนื้อหาไม่น่าสนใจ และไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างตรงจุดนัก ทำให้ในประเด็นนี้ได้ค่าคะแนนเฉลี่ยจากผู้เชี่ยวชาญ อยู่ที่ 3.25 คะแนน ซึ่งนับว่าไม่ได้น้อยจนเกินไป แต่ก็ไม่ได้โดดเด่นจนผู้เชี่ยวชาญให้คะแนน สูงที่สุด

จากการรวบรวมข้อมูลการวิจัยที่ได้ทั้งจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานเว็บไซต์ และข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญ ทำให้สามารถนำไปสรุปผล และหาข้อเสนอแนะต่อไป

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

การออกแบบเว็บไซต์เพื่อสร้างแรงจูงใจในการบริจาคเงินแก่เด็กด้อยโอกาสในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบว่าการออกแบบเว็บไซต์โดยอาศัยการนำเสนอในรูปแบบ Community สามารถสร้างทัศนคติที่ดี เพิ่มความเชื่อมั่นในการบริจาคเงินแก่ผู้บริจาค จนนำไปสู่การบริจาคเงินแก่เด็กด้อยโอกาสได้ โดยใช้วิธีวิจัยเชิงทดลอง โดยมีขั้นตอน ของการศึกษาดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แหล่งข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต เอกสารทางวิชาการ บทความ สรุปเนื้อหาแบ่งเป็นหัวข้อหลักๆได้ดังนี้

1.1 ข้อมูลเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตและการออกแบบเว็บไซต์

1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติ และพฤติกรรมผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต

1.3 ข้อมูลเกี่ยวกับองค์การด้านการรับบริจาคเพื่อเด็กด้อยโอกาส

2. วิเคราะห์ข้อมูล เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างสรรค์งานออกแบบเว็บไซต์

3. สร้างงานออกแบบเว็บไซต์โดยมีการปรับแก้ไขจากผู้เชี่ยวชาญ

4. ทดสอบการใช้งานกับกลุ่มเป้าหมายและผู้เชี่ยวชาญโดยการ Online ในลักษณะคล้ายการใช้งานจริง เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม

5. วิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้จากการใช้งานและผลที่ได้จากการทดสอบ

6. สรุปผลการศึกษา ปัญหาและข้อเสนอแนะ

จากการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานเว็บไซต์ทำให้พบสาเหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่ยอมบริจาคเงินให้แก่เด็กด้อยโอกาสหลังจากการเข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ เนื่องมาจากเว็บไซต์ไม่มีข้อมูลขององค์กรอย่างละเอียด เป็นจำนวน 43% ซึ่งนับว่าเป็นประเด็นที่มีจำนวนสูงที่สุดเมื่อเทียบกับประเด็นอื่นๆ ทำให้สามารถวิเคราะห์ได้ว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานเว็บไซต์คาดหวังและต้องการที่จะเห็นข้อมูลขององค์กรที่รับบริจาคเงิน มีความอยากรู้ว่าองค์กรเป็นอย่างไร จึงนับได้ว่าการให้ข้อมูลขององค์กรเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งของเว็บไซต์ ไม่ใช่ให้ความสำคัญกับส่วนที่ให้ร่วมแสดงความคิดเห็น (Community) เพียงอย่างเดียว

ประเด็นรองลงมาที่มีผลต่อการตัดสินใจไม่บริจาคเงินให้แก่เด็กด้อยโอกาส นั่นคือ กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานเว็บไซต์เชื่อว่าเว็บไซต์ไม่มีภาพและเนื้อหาที่น่าเชื่อถือเพียงพอเป็นจำนวน 36% จากผู้ปฏิบัติภารกิจให้บริจาคทั้งหมด ซึ่งนับว่าเป็นเหตุผลที่มีความสอดคล้องกับประเด็นแรก

กล่าวคือ ทั้งการแสดงผลข้อมูลขององค์กรอย่างเพียงพอ และการที่มีภาพและเนื้อหาที่น่าเชื่อถือนั้น ล้วนแต่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริจาคนทั้งสิ้น จึงสามารถสรุปได้ว่า ความน่าเชื่อถือของตัวเว็บไซต์นั้น เป็นปัจจัยที่สำคัญยิ่งต่อการตัดสินใจของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานเว็บไซต์ว่าจะให้การบริจาคหรือไม่

ส่วนประเด็นที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานเว็บไซต์รู้สึกอยากบริจาคเงินให้แก่เด็กด้อยโอกาสนั้น คือประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานเว็บไซต์สามารถร่วมแสดงความคิดเห็นผ่านทาง Blog หรือ Webboard ได้ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานเว็บไซต์เชื่อว่าการเชื่อมโยงกัน ทางข้อมูล ข่าวสาร, การบอกต่อๆ กัน, การกระจายข่าวต่างๆ ในเว็บไซต์ ทั้งในส่วนของ Webboard และ Blog นั้น ทำให้เว็บไซต์ไม่หยุดนิ่ง และมีการเคลื่อนไหวตลอดเวลา การหมุนเวียนของข้อมูลต่างๆ ที่ผู้ใช้งานท่านหนึ่งเป็นผู้นำเสนอ เกิดการชักจูงให้ผู้ใช้งานอีกหลายๆ ท่าน ร่วมแสดงความคิดเห็นหรือบอกต่อ เป็นสิ่งดึงดูดให้ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตเข้ามาสู่เว็บไซต์ บ่อยมากขึ้น หรือส่วนใหญ่เมื่อออกจากเว็บไซต์ไปแล้วก็ยังมีแนวโน้มที่จะกลับเข้ามาอีก เพราะไม่ได้เป็นเพียงแค่เว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลเพียงอย่างเดียว แต่ยังเปิดโอกาสให้ผู้ใช้งาน ได้มีส่วนร่วมและแสดงความคิดเห็น ผ่านทาง Webboard หรือ Blog อีกด้วย เนื่องจากชุมชนบนอินเทอร์เน็ตคือจุดแข็งของเว็บไซต์ เมื่อมีชุมชนก็ย่อมหมายถึงมีการรวมกลุ่มคนที่มีความสนใจคล้ายกันและการร่วมมือกันเพื่อสร้างหรือพัฒนาสิ่งใดๆ ที่จะนำมาซึ่งสิ่งใหม่ๆ ง่ายขึ้น เป็นข้อดีและเป็นการใช้ประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตได้อย่างครบถ้วน ด้วยการสื่อสารสองทาง ที่ผู้ใช้บริการเว็บไซต์สามารถมีปฏิสัมพันธ์กันได้ อันจะนำมาซึ่งการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและจะพัฒนาเว็บไซต์และเข้าถึงจุดสนใจของคนทั่วไปได้อย่างแท้จริง

ประเด็นรองลงมาที่มีผลต่อการตัดสินใจบริจาคเงินให้แก่เด็กด้อยโอกาส นั้นคือ กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานเว็บไซต์เชื่อว่าเว็บไซต์มีภาพและเนื้อหาที่น่าเชื่อถือ เป็นจำนวน 33% ของผู้ตัดสินใจบริจาคเงินทั้งหมด จากประเด็นนี้เมื่อเทียบกับกลุ่มผู้ปฏิเสธการบริจาค พบว่าเป็นเหตุผลลำดับที่สองเช่นเดียวกัน (จำนวนสัดส่วนผู้ตอบก็ใกล้เคียงกัน คือ 36%) หรืออาจกล่าวได้ว่า เหตุผลนี้เป็นประเด็นที่ใช้ในการตัดสินใจรองลงมาของกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่ม กลุ่มที่สนใจบริจาคเงินคิดว่าภาพและเนื้อหาบนเว็บ ดูน่าเชื่อถือดีแล้ว ในขณะที่กลุ่มปฏิเสธการบริจาคคิดว่าภาพและเนื้อหาบนเว็บยังไม่น่าเชื่อถือเพียงพอ

การที่กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานเว็บไซต์สามารถร่วมแสดงความคิดเห็นผ่านทาง Blog หรือ Webboard ได้นั้น ยังเป็นประเด็นที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างกลับมาเยี่ยมชมและใช้งานเว็บไซต์อีกครั้งหนึ่งด้วย จากการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า มีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 23% ของทั้งหมดคิดว่า จะกลับมาเยี่ยมชมเว็บไซต์อีกครั้งแน่นอน และอีก 38% คิดว่าอาจจะเข้ามาดูบ้าง

โดยให้เหตุผลว่า ผู้ใช้งานเว็บไซต์สามารถร่วมแสดงความคิดเห็นผ่านทาง Blog หรือ Webboard ได้เป็นจำนวนถึง 58% ซึ่งนับว่าเป็นประเด็นที่มีสัดส่วนสูงมาก ส่วนประเด็นที่มีผลต่อการตัดสินใจ กลับมาชมเว็บไซต์รองลงไปได้แก่ การออกแบบที่สวยงาม, มีภาพและเนื้อหาที่น่าเชื่อถือ, การให้ข้อมูลขององค์กรอย่างละเอียด และเว็บไซต์ใช้งานง่าย ตามลำดับ

ส่วนเหตุผลที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานเว็บไซต์รู้สึกที่ไม่อยากจะกลับเข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์อีกครั้ง นั้นคือเว็บไซต์ไม่มีภาพและข้อมูลที่น่าเชื่อถือ เป็นจำนวน 36% รองลงมาคือเว็บไซต์ใช้งานยาก, ไม่มีสื่อมัลติมีเดียที่น่าสนใจ, ไม่มีข้อมูลขององค์กรอย่างเพียงพอ และกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานเว็บไซต์ไม่สามารถมีส่วนร่วมเว็บไซต์ได้ ตามลำดับ

จากการวิเคราะห์ข้อมูล ประเด็นที่ผู้ใช้งานเว็บไซต์สามารถมีส่วนร่วมเว็บไซต์ได้นั้น นับเป็นจุดแข็งที่จะทำให้เว็บไซต์ประสบความสำเร็จ สามารถชักจูงและมีส่วนต่อการตัดสินใจว่าจะบริจาคเงินหรือไม่ อีกทั้งยังเป็นส่วนช่วยให้ผู้ใช้งานกลับเข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์อีกด้วย ส่วนประเด็นที่ยังคงต้องนำไปแก้ไขและปรับปรุงคือ ความน่าเชื่อถือนั่นเอง ซึ่งในประเด็นนี้อาจรวมถึงภาพและเนื้อหาของเว็บไซต์ และการให้ข้อมูลขององค์กรอย่างละเอียดอีกด้วย

ซึ่งผลการวิจัยสามารถตอบสนองมูติฐานที่ตั้งไว้ได้ นั่นคือ งานออกแบบเว็บไซต์ โดยอาศัยการนำเสนอในแบบ Community ซึ่งเป็นเว็บไซต์ในลักษณะที่เป็นชุมชนออนไลน์ จะสามารถสร้างแรงจูงใจและกระตุ้นให้เกิดการบริจาคได้

ผลการวิจัยครั้งนี้ สามารถเป็นแนวทางแก่ผู้สนใจทางด้านการสร้างสรรค์งานออกแบบเว็บไซต์เพื่อการรับบริจาคต่อไป

ปัญหาที่พบ

แม้ว่าผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานเว็บไซต์ที่เข้ามาตอบแบบสอบถามนั้น ทำให้ทราบว่า งานออกแบบเว็บไซต์ โดยอาศัยการนำเสนอในลักษณะที่เป็นชุมชนออนไลน์ (Community) จะสามารถสร้างแรงจูงใจและกระตุ้นให้เกิดการบริจาคได้ แต่ทั้งนี้ งานออกแบบเว็บไซต์ยังคงมีข้อบกพร่องอยู่หลายด้าน ตามความเห็นของผู้เชี่ยวชาญ ด้านการออกแบบเว็บไซต์ ดังนี้

1. ปัญหาด้านการออกแบบ

ในกระบวนการออกแบบเว็บไซต์ ผู้วิจัยมีความต้องการให้เว็บไซต์ใช้งานง่าย น่าเชื่อถือ จริงจังและอบอุ่น ซึ่งเป็นผลมาจากการวิเคราะห์ข้อมูลก่อนการออกแบบนั่นเอง แต่เมื่อกระบวนการออกแบบเสร็จสิ้น และนำไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างและผู้เชี่ยวชาญ พบว่าการ

ออกแบบเว็บเพจยังดูเรียบง่าย จนบางครั้งอาจทำให้ดูไม่มีการเน้น จุดเด่น จุดด้อย ขาดลูกเล่นที่จะทำให้เว็บไซต์ดูน่าสนใจ การนำสีที่สดใสเข้ามาเป็นองค์ประกอบในหน้าเว็บเพจจะเป็นส่วนช่วยในการสร้างจุดเด่นให้แก่เว็บเพจได้ ควรมีการนำภาพสัญลักษณ์ (Icon) มาใช้มากขึ้นเพื่อให้ผู้ใช้งานอ่านน้อยลง และสามารถสร้างเอกลักษณ์ให้กับเว็บไซต์ได้

2. ปัญหาด้านการจัดการข้อมูล

ข้อมูลบนเว็บไซต์ ณ ช่วงเวลาที่เก็บรวบรวมข้อมูล ยังไม่เต็มรูปแบบ เพราะเนื้อหาหรือ ข้อความที่โพสต์จากผู้ใช้งานยังมีไม่มากพอ และบางข้อความหรือบางเนื้อหายังไม่น่าสนใจ และเข้าไม่ถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างตรงจุดนัก

ข้อเสนอแนะ

1. การเพิ่มเติมลูกเล่นที่น่าสนใจ เพื่อลดความตึงเครียด หม่นหมองของเว็บไซต์ การนำภาพสัญลักษณ์ (Icon) มาใช้มากขึ้นเพื่อลดการอ่านลง กลายเป็นภาพสัญลักษณ์มากขึ้น จะทำให้ผู้ใช้งาน สามารถเข้าใจได้ง่ายมากขึ้น เพิ่มความสนุกสนาน เป็นกันเอง และยังสามารถสร้างเอกลักษณ์ให้แก่เว็บไซต์ได้อีกทางหนึ่งด้วย

2. การเพิ่มเติมสื่อมัลติมีเดียที่น่าสนใจ เช่น วีดีโอคลิป, หรือเกม การใส่ภาพ หรือลูกเล่นเพิ่มเติมเพื่อดึงดูดให้ผู้ใช้งานเข้าไปมีส่วนร่วมมากกว่านี้ เช่น ในบทความอาจจะมีการใส่รูปเสียง หรือ ภาพเคลื่อนไหว เพื่อให้อยากเข้าไปดู หรือ ร่วมแสดงความคิดเห็น เป็นต้น

3. จากผลการวิจัยที่ผ่านมาทำให้พบว่า การนำลักษณะของเว็บไซต์แบบ Community มาใช้ประกอบกับเว็บไซต์รับบริจาคเงินเพื่อเด็กด้อยโอกาสจะเป็นส่วนช่วยโน้มน้าวหรือมีผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์ได้ จึงนับได้ว่าเป็นประเด็นที่น่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง ในกรณีที่มีผู้ต้องการทำเว็บไซต์เกี่ยวกับการบริจาคเงินต่อไป แต่ก็มีข้อควรระวังเช่นกัน ในเรื่องของความน่าเชื่อถือของตัวเว็บไซต์เพราะเป็นประเด็นสำคัญที่จะทำให้ผู้ใช้งานตัดสินใจเชื่อหรือไม่ จนนำไปสู่การตัดสินใจบริจาคเงินในที่สุด

การขยายเครือข่ายของชุมชนออนไลน์ เช่นการฝาก Links กับเว็บไซต์ Community อื่นๆ เพื่อสร้างกระแส หรือเพิ่มจำนวนผู้ใช้งานที่จะเข้ามาจากเว็บไซต์อื่นๆ ได้ด้วย เช่น การไปสร้าง Blog ในเว็บไซต์ Facebook เพื่อดึงความสนใจจากผู้ใช้งาน และเครือข่ายของผู้ใช้งานในเว็บไซต์นั้นๆ อยู่ก่อนแล้วเข้ามาสู่ตัวเว็บไซต์ Community ที่สร้างขึ้น นอกจากนี้ยังเป็นการทำประชาสัมพันธ์ให้แก่ตัวเว็บไซต์แบบไม่เสียค่าใช้จ่ายอีกด้วย

4. วิธีการจ่ายเงินบริจาคควรมีรูปแบบที่หลากหลายมากกว่าปัจจุบัน เช่น ไม่จำกัด

ในการช่วยเหลือ, จำนวนเงินไม่มากก็สามารถบริจาคได้, ไม่มีข้อผูกพันรายเดือน, มีขั้นตอนการบริจาคต่ำกว่านี้, สามารถหักภาษีได้ สิ่งสำคัญคือข้อมูลในส่วนนี้ควรชัดเจนและสามารถตรวจสอบได้

5. ควรมีกรณีตัวอย่างมากกว่านี้ เช่น เรื่องราวของเด็กด้อยโอกาส (เรื่องเล่าจากตัวเด็กเอง) และเรื่องราวประสบการณ์จากผู้ที่เคยบริจาค, ช่วยเหลือ, อุปการะเด็ก หรือเรื่องเล่าบอกความรู้สึกดีๆ เกี่ยวกับการบริจาค เรื่องราวของเด็กด้อยโอกาสที่เรียนจบหรือประสบความสำเร็จ เพราะได้รับความช่วยเหลือจากมูลนิธิและผู้อุปการะ อาจนำเสนอในรูปแบบเหมือนเป็นบันทึกบอร์ด หรือจดหมาย

ข้อสังเกต

เมื่อนำเว็บไซต์ไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานเว็บไซต์และผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้คะแนน ผลคะแนนที่ได้จากการทดสอบนำมาเปรียบเทียบกันได้ดังนี้

ตารางที่ 8 ตารางเปรียบเทียบคะแนนระหว่างกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานเว็บไซต์และผู้เชี่ยวชาญ

ประเด็นคำถาม	คะแนนจากผู้เชี่ยวชาญ	คะแนนจากผู้ใช้งาน
ความสวยงาม	3.2	4.32
ภาพที่นำมาใช้เหมาะสมกับเนื้อหาอย่างไร	3.8	3.96
มีสื่อมัลติมีเดียที่น่าสนใจ เช่น วีดีโอคลิป, เพลง, เกม	1.8	3.39
เว็บไซต์ใช้งานง่าย	4.4	4.06
ข้อมูลขององค์กรอย่างละเอียด	3	3.88

ตารางที่ 8 (ต่อ)

ประเด็นคำถาม	คะแนนจากผู้เชี่ยวชาญ	คะแนนจากผู้ใช้งาน
ผู้ใช้งานสามารถมีส่วนร่วมกับเว็บไซต์ได้ เช่นการแสดงความคิดเห็นผ่าน Blog หรือ Webboard	3.25	4.32

จากตารางจะพบว่าเกณฑ์การให้คะแนนเฉลี่ยของผู้เชี่ยวชาญจะต่ำกว่าค่าคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานเว็บไซต์ เนื่องมาจากผู้เชี่ยวชาญมีตัวแปรหรือประเด็นที่จะนำมาตัดสิน มากกว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานเว็บไซต์ และจากคะแนนที่สรุปออกมา ทั้งสองกลุ่มมีมุมมองในการตัดสินเว็บไซต์ต่างกัน เช่นกลุ่มผู้เชี่ยวชาญให้คะแนนประเด็นการใช้งานของเว็บไซต์สูงที่สุดเป็นอันดับแรก 4.4 คะแนน ส่วนกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานเว็บไซต์ ให้คะแนนความสวยงามของเว็บไซต์มากเป็นอันดับแรก ที่ 4.10 คะแนน

แต่ในด้านคะแนนต่ำสุด ผู้เชี่ยวชาญ ให้คะแนนในข้อที่มีสื่อัลลิตีมีเดียที่น่าสนใจ เพียง 1.8 คะแนน เช่นเดียวกับกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานเว็บไซต์ ที่ให้คะแนนในประเด็นนี้ 3.39 ซึ่งนับว่าเป็นประเด็นที่มีลำดับคะแนนต่ำสุดของทั้งสองกลุ่ม ซึ่งปัญหาจากจุดนี้อาจเป็นเพราะ ข้อมูลและสื่อที่นำเสนอบนเว็บไซต์ ในวันที่เก็บรวบรวมข้อมูลยังไม่เต็มรูปแบบ เนื่องจากเว็บไซต์ในลักษณะ Community ต้องอาศัยจำนวนผู้ใช้งานเป็นผู้สร้างเนื้อหาและระยะเวลาจำนวนมากพอ ที่จะทำให้นี้อาบบนเว็บไซต์น่าสนใจมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กวรรณิการ์ สวรรค์โพธิพันธ์ . ออกแบบเว็บไซต์ให้หน้าใช้ . กรุงเทพฯ : เคทีพี, 2550.
- ทฤษฎพงษ์ศ์ เพ็องวุฒิ . Wweb Design. กรุงเทพฯ : SUM Publishing, 2543.
- ทวีเดช จิวบาง . เรียนรู้ทฤษฎีดี . กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์, 2547.
- ธวัชชัย ศรีสุเทพ . เว็บไซต์ไหน ค่ะมีออกแบบเว็บไซต์ฉบับมืออาชีพ. กรุงเทพฯ : โปรวิชั่น, 2544.
- พูลศรี เวศย์อุฬาร . คลิกไม่ต้องคิด : Dont Make Me Think . กรุงเทพฯ :
ซีเอ็ดยูเคชั่น, 2545
- ภัทรพร หุ่นรักวิทย์ . “การออกแบบเว็บไซต์สำหรับสถานีโทรทัศน์ในประเทศไทย.”
วิทยานิพนธ์ สาขาวิชาการออกแบบนิเทศศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2547.
- มูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทย . รายงานประจำปี 2006 . กรุงเทพฯ : ชูศักดิ์ วุฒิวโรภาส, 2549.
_____ . รายงานประจำปี 2007 . กรุงเทพฯ : ชูศักดิ์ วุฒิวโรภาส, 2550.
_____ . รายงานประจำปี 2008 . กรุงเทพฯ : ชูศักดิ์ วุฒิวโรภาส, 2551.
_____ . วารสารนิศุภนิมิต ฉบับที่ 1 . กรุงเทพฯ : ชูศักดิ์ วุฒิวโรภาส, 2543.
- ยุทธพงษ์ศ์ จิว และ นลินี ปิ่นแก้ว “3.0 : Convergence” BrandAge Essential (2551) : 28 - 55.
- วรรณภา พูลเกื้อ . “การออกแบบงานโฆษณาเพื่อกระตุ้นให้เกิดการบริจาคของมูลนิธิเด็ก.”
วิทยานิพนธ์ สาขาวิชาการออกแบบนิเทศศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2546.
- วิรุณ ตั้งเจริญ . การออกแบบ . กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์, 2539.
_____ . ทฤษฎีดี : เพื่อการสร้างสรรค์ศิลปะ . กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์, 2535.
- ศิริพรรณ ปีเตอร์ . มนุษย์และการออกแบบ . กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์, 2550.
_____ . ออกแบบกราฟฟิก . กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์, 2559.
- สุพิชญา เข้มทอง . “ศึกษาองค์ประกอบของการออกแบบเว็บไซต์สำหรับสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์
ธรรมชาติ.” วิทยานิพนธ์ สาขาวิชาการออกแบบนิเทศศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร,
2547.
- อภิศิลป์ ตรุกานนท์ . แบรนด์คือคน คนคือแบรนด์ [ออนไลน์].
เข้าถึงเมื่อ 3 มีนาคม 2552 เข้าถึงได้จาก
<http://blog.macroart.net/2008/02/brand-is-man-man-is-brand.html>

ภาษาต่างประเทศ

Friedman, Vital. 20 Rules of Smart and Successful Web-Development [online].

Accessed 3 March 2009 Available from <http://www.alvit.de/blog/article/20-rules-of-smart-and-successful-web-development-and-web-design>

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลผู้ใช้งานเว็บไซต์

แบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาเติมข้อความลงในช่องว่างหรือเขียนเครื่องหมาย / ลงใน ()

หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

.....

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล

1. เพศ () ชาย () หญิง

2. อายุ ปี

3. การศึกษา

() ประถมศึกษา () มัธยมศึกษาตอนต้น () มัธยมศึกษาตอนปลาย

() ปริญญาตรี () ปริญญาโท () สูงกว่าปริญญาโท

4. อาชีพ () รับราชการ () พนักงานบริษัท () ธุรกิจส่วนตัว

() นักเรียน-นักศึกษา () รับจ้าง () อื่นๆ (โปรดระบุ).....

5. รายได้ต่อเดือน

() 0 – 15000 บาท () 15000 – 20000 บาท () 20000 – 30000 บาท

() 30000 – 40000 บาท () 40000 – 50000 บาท () มากกว่า 50000 บาท

.....

ตอนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต

2.1. เคยใช้งานอินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าเว็บไซต์ใดๆ บ้างหรือไม่?

() เคย () ไม่เคย

2.2. ใช้งานอินเทอร์เน็ตกี่ชั่วโมงต่อ 1 วัน

() น้อยกว่า 1 ชั่วโมง () 1-3 ชั่วโมง () 3-6 ชั่วโมง

() 6-8 ชั่วโมง () 8-10 ชั่วโมง () มากกว่า 10 ชั่วโมง

2.3. วัตถุประสงค์ของการใช้อินเทอร์เน็ต

- () หาข้อมูลต่างๆ () เช็คอีเมล () chat
 () สมัครงาน () เพื่อฆ่าเวลา () อื่นๆ (โปรดระบุ).....

2.4. เคยบริจาคเงินผ่านทางอินเทอร์เน็ต บ้างหรือไม่?

- () เคย(ทำต่อข้อ 2.5) () ไม่เคย(ทำต่อข้อ 2.9)
 () ไม่เคยบริจาคเงินผ่านทางอินเทอร์เน็ตแต่บริจาคผ่านช่องทางอื่นๆ เช่น
 (ทำต่อข้อ 2.8)

2.5. ถ้าเคยบริจาคมาก่อน บริจาคเงินผ่านทางเว็บใด

.....

2.6. บริจาคเงินผ่านทางอินเทอร์เน็ตบ่อยแค่ไหน

- () หลายครั้งใน 1 เดือน () เดือนละ 1 ครั้ง () 2-3 เดือนต่อ 1 ครั้ง
 () 4-6 เดือนต่อ 1 ครั้ง () 6 เดือน-1 ปี ต่อ 1 ครั้ง () น้อยกว่าปีละครั้ง

2.7. ปัจจัยใดที่ทำให้ท่านบริจาคเงินผ่านทางอินเทอร์เน็ต

- () สงสาร () สะดวกดี () ต้องการบริจาคอยู่แล้ว
 () ได้รับการบอกต่อๆมา () เว็มน่าเชื่อถือ () อื่นๆ
 (โปรดระบุ).....

2.8. ปัจจัยใดที่ทำให้ท่านบริจาคเงิน

- () สงสาร () สะดวกดี () ต้องการบริจาคอยู่แล้ว
 () ได้รับการบอกต่อๆมา () เห็นข้อมูลจากสื่อต่างๆ
 () อื่นๆ (โปรดระบุ).....

- 2.9. ปัจจัยใดที่ทำให้ท่านไม่บริจาคเงินผ่านทางอินเทอร์เน็ต
- () ไม่สนใจ () ไม่มีเงิน () เว็บไม่น่าเชื่อถือ
- () ขั้นตอนยุ่งยาก () อื่นๆ (โปรดระบุ).....
- 2.10. ถ้ามีโอกาส ท่านจะบริจาคเงินแก่เด็กด้อยโอกาสผ่านทางอินเทอร์เน็ตหรือไม่
- () บริจาค () ไม่บริจาค
- 2.11. ปัจจัยใดที่ทำให้ท่านไม่บริจาคเงินผ่านทางอินเทอร์เน็ตเมื่อมีโอกาส
- () ไม่สนใจ () ไม่มีเงิน () เว็บไม่น่าเชื่อถือ
- () ขั้นตอนยุ่งยาก () อื่นๆ (โปรดระบุ).....
- 2.11. ท่านเคยใช้งาน webboard หรือ blog หรือไม่
- () เคย () ไม่เคย () ไม่รู้จัก
- 2.12. ถ้าเคย ท่านเข้าใช้งานบ่อยครั้งแค่ไหน
- () ทุกวัน () 3-4 วัน/สัปดาห์ () 1-2 วัน/สัปดาห์ () น้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง
- 2.13. webboard หรือ blog ใดที่ท่านใช้งานประจำ
-
- 2.14. ท่านมี blog เป็นของตนเองหรือไม่
- () มี url :
- () ไม่มี

ตอนที่ 3 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบ

3.1 เว็บไซต์สำหรับการรับบริจาคเงินเพื่อเด็กด้อยโอกาสควรมีลักษณะอย่างไรในความคิดของท่าน (เรียงตามลำดับความสำคัญ 1/มากที่สุด-6/น้อยที่สุด)

- () การออกแบบสวยงาม
- () มีภาพและเนื้อหาที่น่าสนใจ
- () มีสื่อมัลติมีเดียที่น่าสนใจ เช่น วีดีโอคลิป, เพลง, เกม
- () เว็บไซต์ใช้งานง่าย
- () ข้อมูลขององค์กรอย่างละเอียด
- () ผู้ใช้งานสามารถมีส่วนร่วมกับเว็บไซต์ได้ เช่นการแสดงความคิดเห็นผ่าน Blog หรือ

Webboard

- () อื่นๆ

3.4 ภาพที่ปรากฏในเว็บไซต์ควรมีระดับอารมณ์ที่แสดงออกมาอย่างไร

- () น่าสงสาร เศร้า หดหู่ () มีความหวัง ให้กำลังใจ () สนุกสนาน ดุสดีใส
- () ฉลาด มีแนวคิดทางออก

ภาคผนวก ข
แบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานเว็บไซต์

แบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาเติมข้อความลงในช่องว่างหรือเขียนเครื่องหมาย / ลงใน ()

หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล

1. เพศ () ชาย () หญิง

2. อายุ ปี

3. การศึกษา

() ประถมศึกษา () มัธยมศึกษาตอนต้น () มัธยมศึกษาตอนปลาย

()ปริญญาตรี ()ปริญญาโท ()สูงกว่าปริญญาโท

4. อาชีพ () รับราชการ () พนักงานบริษัท () ธุรกิจส่วนตัว

() นักเรียน-นักศึกษา () รับจ้าง () อื่นๆ (โปรดระบุ).....

5. รายได้ต่อเดือน

() 0 – 15000 บาท () 15000 – 20000 บาท () 20000 – 30000 บาท

() 30000 – 40000 บาท () 40000 – 50000 บาท () มากกว่า 50000 บาท

ตอนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต

2.1. เคยใช้งานอินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าเว็บไซต์ใดๆ บ้างหรือไม่?

() เคย () ไม่เคย

2.2. ใช้งานอินเทอร์เน็ตกี่ชั่วโมงต่อ 1 วัน

() น้อยกว่า 1 ชั่วโมง () 1-3 ชั่วโมง () 3-6 ชั่วโมง

() 6-8 ชั่วโมง () 8-10 ชั่วโมง () มากกว่า 10 ชั่วโมง

2.3. วัตถุประสงค์ของการใช้อินเทอร์เน็ต

() หาข้อมูลต่างๆ () เช็คอีเมลล์ () chat

() สมัครงาน () เพื่อฆ่าเวลา () อื่นๆ (โปรดระบุ).....

2.4. เคยบริจาคเงินผ่านทางอินเทอร์เน็ต บ้างหรือไม่?

- () เคย(ทำต่อข้อ 2.5) () ไม่เคย(ทำต่อข้อ 2.9)
 () ไม่เคยบริจาคเงินผ่านทางอินเทอร์เน็ตแต่บริจาคผ่านช่องทางอื่นๆ เช่น
 (ทำต่อข้อ 2.8)

2.5. ถ้าเคยบริจาคมาก่อน บริจาคเงินผ่านทางเว็บใด

.....

2.6. บริจาคเงินผ่านทางอินเทอร์เน็ตบ่อยแค่ไหน

- () หลายครั้งใน 1 เดือน () เดือนละ 1 ครั้ง () 2-3 เดือนต่อ 1 ครั้ง
 () 4-6 เดือนต่อ 1 ครั้ง () 6 เดือน-1 ปี ต่อ 1 ครั้ง () น้อยกว่าปีละครั้ง

2.7. ปัจจัยใดที่ทำให้ท่านบริจาคเงินผ่านทางอินเทอร์เน็ต

- () สงสาร () สะดวกดี () ต้องการบริจาคอยู่แล้ว
 () ได้รับการบอกต่อๆมา () เว็บน่าเชื่อถือ () อื่นๆ

(โปรดระบุ).....

2.8. ปัจจัยใดที่ทำให้ท่านบริจาคเงิน

- () สงสาร () สะดวกดี () ต้องการบริจาคอยู่แล้ว
 () ได้รับการบอกต่อๆมา () เห็นข้อมูลจากสื่อต่างๆ
 () อื่นๆ (โปรดระบุ).....

2.9. ปัจจัยใดที่ทำให้ท่านไม่บริจาคเงินผ่านทางอินเทอร์เน็ต

- () ไม่สนใจ () ไม่มีเงิน () เว็บไม่น่าเชื่อถือ
 () ขั้นตอนยุ่งยาก () อื่นๆ (โปรดระบุ).....

2.10. ถ้ามีโอกาส ท่านจะบริจาคเงินแก่เด็กด้อยโอกาสผ่านทางอินเทอร์เน็ตหรือไม่

บริจาค ไม่บริจาค

2.11. ปัจจัยใดที่ทำให้ท่านไม่บริจาคเงินผ่านทางอินเทอร์เน็ตเมื่อมีโอกาส

ไม่สนใจ ไม่มีเงิน เว็บไม่น่าเชื่อถือ

ขั้นตอนยุ่งยาก อื่นๆ (โปรดระบุ).....

2.11. ท่านเคยใช้งาน webboard หรือ blog หรือไม่

เคย ไม่เคย ไม่รู้จัก

2.12. ถ้าเคย ท่านเข้าใช้งานบ่อยครั้งแค่ไหน

ทุกวัน 3-4 วัน/สัปดาห์ 1-2 วัน/สัปดาห์ น้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง

2.13. webboard หรือ blog ใดที่ท่านใช้งานประจำ

.....

2.14. ท่านมี blog เป็นของตนเองหรือไม่

มี url :

ไม่มี

ตอนที่ 3 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบ

3.1 เว็บไซต์สำหรับการรับบริจาคเงินเพื่อเด็กด้อยโอกาสควรมีลักษณะอย่างไรในความคิดของท่าน (เรียงตามลำดับความสำคัญ 1/มากที่สุด-6/น้อยที่สุด)

- () การออกแบบสวยงาม
- () มีภาพและเนื้อหาที่น่าสนใจ
- () มีสื่อมัลติมีเดียที่น่าสนใจ เช่น วีดีโอคลิป, เพลง, เกม
- () เว็บไซต์ใช้งานง่าย
- () ข้อมูลขององค์กรอย่างละเอียด
- () ผู้ใช้งานสามารถมีส่วนร่วมกับเว็บไซต์ได้ เช่นการแสดงความคิดเห็นผ่าน Blog หรือ

Webboard

- () อื่นๆ

3.4 ภาพที่ปรากฏในเว็บไซต์ควรมีระดับอารมณ์ที่แสดงออกมาอย่างไร

- () น่าสงสาร เศร้า หดหู่ () มีความหวัง ให้กำลังใจ () สนุกสนาน ดุสดีใส
- () ฉลาด มีแนวคิดทางออก

ภาคผนวก ค
แบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ

แบบสัมภาษณ์เรื่อง

การออกแบบเว็บไซต์เพื่อสร้างแรงจูงใจในการบริจาคเงินแก่เด็กด้อยโอกาส

แบบสัมภาษณ์นี้จัดทำขึ้นสำหรับผู้เชี่ยวชาญในด้านการออกแบบเว็บไซต์เพื่อต้องการทราบ ข้อมูลและความเห็นของผู้เชี่ยวชาญในเรื่องการออกแบบเว็บไซต์เพื่อสร้างแรงจูงใจในการบริจาคเงินแก่เด็กด้อยโอกาส ว่าผลงานออกแบบนั้นเป็นอย่างไร โดยให้ผู้เชี่ยวชาญตอบแบบสัมภาษณ์ โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบปลายเปิด (Open-Ended Questionnaire) คือคำถามให้โอกาสผู้ตอบแสดงความคิดเห็นแบบอิสระ โดยจะสัมภาษณ์เกี่ยวกับความคิดเห็นที่เป็นข้อมูลด้านการใช้ทฤษฎี เทคนิค และวิธีการในด้านการออกแบบเว็บไซต์ที่ผู้เชี่ยวชาญได้คัดเลือกและเรียงลำดับความสำคัญ

สัมภาษณ์ วัน/เวลา/สถานที่

ผู้ให้สัมภาษณ์.....

อาชีพ/ตำแหน่ง.....

ประสบการณ์.....

ผลงาน.....

หัวข้อสัมภาษณ์

1.การจัดวางองค์ประกอบของหน้าเว็บเพจ

.....

.....

.....

.....

การให้คะแนน

() 0 (น้อยที่สุด) () 1 () 2 () 3 () 4 () 5 (มากที่สุด)

2. การให้ลำดับความสำคัญของข้อมูล/การจัดโครงสร้างเว็บไซต์

.....

.....

.....

การให้คะแนน

() 0 (น้อยที่สุด) () 1 () 2 () 3 () 4 () 5 (มากที่สุด)

3. ภาพที่นำมาใช้เหมาะสมกับเนื้อหาอย่างไร

.....

.....

.....

การให้คะแนน

() 0 (น้อยที่สุด) () 1 () 2 () 3 () 4 () 5 (มากที่สุด)

4. แบบตัวอักษรที่นำมาใช้เหมาะสมกับเนื้อหาอย่างไร

.....

.....

.....

การให้คะแนน

() 0 (น้อยที่สุด) () 1 () 2 () 3 () 4 () 5 (มากที่สุด)

5. มีสื่อมัลติมีเดียที่น่าสนใจ เช่น วิดีโอคลิป, เพลง, เกม

.....

.....

.....

การให้คะแนน

() 0 (น้อยที่สุด) () 1 () 2 () 3 () 4 () 5 (มากที่สุด)

6. เว็บไซต์ที่ใช้งานง่าย

.....

.....

.....

.....

การให้คะแนน

() 0 (น้อยที่สุด) () 1 () 2 () 3 () 4 () 5 (มากที่สุด)

7. ข้อมูลขององค์กรอย่างละเอียด

.....

.....

.....

.....

การให้คะแนน

() 0 (น้อยที่สุด) () 1 () 2 () 3 () 4 () 5 (มากที่สุด)

8. ผู้ใช้งานสามารถมีส่วนร่วมกับเว็บไซต์ได้ เช่นการแสดงความคิดเห็นผ่าน Blog หรือ Webboard

.....

.....

.....

การให้คะแนน

() 0 (น้อยที่สุด) () 1 () 2 () 3 () 4 () 5 (มากที่สุด)

9. การนำรูปแบบเว็บ community มาปรับใช้งานในเว็บไซต์มีผลอย่างไร

.....

.....

.....

การให้คะแนน

() 0 (น้อยที่สุด) () 1 () 2 () 3 () 4 () 5 (มากที่สุด)

9. จากการเข้าชมเว็บไซต์บริจาคเงินเพื่อเด็กด้อยโอกาส
ท่านมีข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุง เว็บไซต์อย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์นี้ใช้เพื่อการศึกษาไม่ได้ใช้เพื่ออ้างทางธุรกิจหรือประโยชน์
อื่นๆ ข้อมูลดังกล่าวจะไม่ก่อให้เกิดผลเสียหายใดๆ ต่อผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ทั้งสิ้น

ขอขอบคุณในความร่วมมือ

นายธิตินันต์ ดำรักษ์

นักศึกษาศาสาวิชา การออกแบบนิเทศศิลป์

ภาควิชา ออกแบบนิเทศศิลป์

รหัสประจำตัว 49151308

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – สกุล	นายธิดิวัฒน์ ดำรักษ์
ที่อยู่	5/2483 ถ.สามัคคี ต.บางตลาด อ. ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2540	สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนเบญจมราชาอนุสรณ์ นนทบุรี
พ.ศ. 2544	สำเร็จการศึกษาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานิตยศิลป์ ภาควิชานิตยศิลป์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง
พ.ศ. 2552	สำเร็จการศึกษาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบนิตยศิลป์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
ประวัติการทำงาน	
พ.ศ. 2545	Web Designer - GMM Grammy/EO Today
พ.ศ. 2547	Graphic Designer - Bioscope Magazine
พ.ศ. 2548	Graphic Designer / Web Designer - Matchbox
พ.ศ. 2550	Graphic Designer / Interactive Designer - Ogilvy One World Wide
ปัจจุบัน	นักออกแบบอิสระ