

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในบทนี้เป็นการนำเสนอข้อมูล แนวคิด ทฤษฎี ผลงานวิจัย ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาเกี่ยวกับการออกแบบไอโฟนแอปพลิเคชันการท่องเที่ยวจังหวัดเพื่อให้เกิดความเข้าใจในความหมายและรายละเอียดต่างๆ ซึ่งเป็นเนื้อหาสำคัญที่จะเป็นแนวทางในการวิเคราะห์และกำหนดขอบเขตของการวิจัยในครั้งนี้

2.1 วรรณกรรมที่เกี่ยวกับการออกแบบอินเตอร์เฟซแอปพลิเคชัน

2.1.1 หลักการออกแบบอินเตอร์เฟซ

2.1.2 การจัดโครงสร้างเนื้อหาของแอปพลิเคชัน

2.1.3 การจัดโครงร่างหน้าแอปพลิเคชัน

2.1.4 เครื่องนำทางการใช้งานในแอปพลิเคชัน

2.1.5 การออกแบบทัศนศิลป์

2.2 วรรณกรรมที่เกี่ยวกับไอโฟน

2.3 วรรณกรรมที่เกี่ยวกับเรื่องการออกแบบอินเตอร์เฟซแอปพลิเคชันบนไอโฟน

2.4 วรรณกรรมที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวจังหวัด

2.5 วรรณกรรมที่เกี่ยวกับแนวคิดเรื่องมาตรวัดต้นแบบสินค้า

2.6 วรรณกรรมที่เกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมาย

2.1 แนวคิดเรื่องการออกแบบอินเตอร์เฟซแอปพลิเคชัน

อินเตอร์เฟซ (Interface) เป็นอีกส่วนประกอบหนึ่งที่มีความสำคัญต่อแอปพลิเคชันเป็นอย่างมาก เนื่องจากส่วนนี้ดึงดูดให้ผู้ใช้งานตัดสินใจเลือกใช้งานแอปพลิเคชัน ซึ่งหากจะอาศัยเพียงการประมวลผลที่มีประสิทธิภาพของแอปพลิเคชันอย่างเดียวคงไม่เพียงพอที่จะแข่งขันกับผู้ผลิตที่มีอยู่มากมายในปัจจุบันได้อย่างแน่นอน แต่อินเตอร์เฟซที่ดีไม่ได้ประกอบไปด้วยรูปภาพและสีที่สวยงามเท่านั้น แต่ต้องใช้งานได้ง่ายด้วย การออกแบบอินเตอร์เฟซนั้นจึงจำเป็นต้องเข้าใจถึงพฤติกรรมต่างๆ ในการใช้งานแอปพลิเคชันของผู้ใช้ด้วย (ณรงค์ ลำดี, 2550 : 2)

2.1.1 หลักการออกแบบอินเตอร์เฟซ

ในอดีตการออกแบบอินเตอร์เฟซแทบไม่ได้เป็นส่วนสำคัญของแอปพลิเคชัน เนื่องจากอุปกรณ์ที่ใช้งานนั้นยังไม่ทันสมัยเท่าปัจจุบัน กล่าวคือ ในอดีตยังเป็นการแสดงผลด้วยหน้าจอ

ขนาดเล็ก มีความละเอียดของสีที่ทับหน้าจอจน้อย เครื่องหรืออุปกรณ์การประมวลผลซ้ำ และการส่งข้อมูลผ่านเครือข่ายส่งได้เพียงข้อมูลขนาดเล็กเท่านั้น แต่ในปัจจุบันอุปกรณ์และเทคโนโลยีต่างๆ ถูกพัฒนาให้มีความก้าวหน้ามากขึ้นส่งผลให้ข้อจำกัดในการแสดงผลข้อมูลลดลงจากที่เคยแสดงผลในจอภาพขาว-ดำก็เปลี่ยนมาแสดงผลในจอสี การแสดงผลผ่านระบบเครือข่ายสามารถทำได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นเนื่องจากสามารถส่งข้อมูลที่มีขนาดใหญ่ได้ ทำให้การออกแบบอินเตอร์เฟซเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาแอปพลิเคชันและปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมให้เกิดความได้เปรียบทางธุรกิจอีกด้วย ดังนั้นการออกแบบอินเตอร์เฟซจึงเป็นส่วนหนึ่งที่คุณพัฒนาจะต้องให้ความสนใจในรายละเอียดเป็นอย่างมาก นอกจากการออกแบบอินเตอร์เฟซของแอปพลิเคชันที่ทำงานบนเครื่องคอมพิวเตอร์แล้ว ในปัจจุบันยังมีอุปกรณ์อื่นๆ ที่จำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการออกแบบอินเตอร์เฟซด้วย ไม่ว่าจะเป็นเครื่องคอมพิวเตอร์แบบพกพา (PDA) โทรศัพท์มือถือ (Call Phone) และระบบกำหนดตำแหน่งบนพื้นโลก (Global Position System: OPS) เป็นต้น

ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีข้างต้นเป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลกระทบต่อนักออกแบบอินเตอร์เฟซทำให้ต้องปรับเปลี่ยนการทำงานไปตามการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว นอกจากนี้ยังมีสาเหตุสำคัญอีก 2 ประการที่ส่งผลกระทบต่อนักออกแบบอินเตอร์เฟซ ก็คือ

การเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วของรูปแบบอินเตอร์เฟซ เนื่องจากมีแอปพลิเคชันเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก ทำให้อินเตอร์เฟซมีรูปแบบที่หลากหลายมากขึ้น โดยมีรูปแบบที่แตกต่างกันไปตามการออกแบบและการใช้งาน

การจัดวางองค์ประกอบของอินเตอร์เฟซทำได้อย่างอิสระ ปัจจุบันจะรวบรวมส่วนประกอบทั้งหมดไว้ด้วยกันภายในหน้าจออินเตอร์เฟซเท่านั้น โดยเฉพาะในกลุ่มของเว็บแอปพลิเคชันจะเห็นได้อย่างชัดเจนว่ามีการผสมผสานและจัดวางส่วนประกอบต่างๆ ทั้งหมดไว้ในหน้าเว็บเพียงหน้าเดียว

จากการเปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อกรออกแบบอินเตอร์เฟซ ทำให้ต้องใส่ใจในรายละเอียดมากขึ้น การออกแบบอินเตอร์เฟซที่ดีนอกจากจะมีรูปแบบที่สวยงามและการจัดวางองค์ประกอบอย่างเป็นระเบียบแล้วต้องคำนึงถึงความสะดวกในการใช้งานด้วย แอปพลิเคชันที่ใช้งานง่ายมักมีการออกแบบจากความคุ้นเคยของผู้ใช้ กล่าวคือ อาศัยความคุ้นเคยในการใช้งานอินเตอร์เฟซของผู้ใช้ เช่น อินเตอร์เฟซของเครื่องเล่นวิทยุหรือซีดี ซึ่งมีการใช้เครื่องหมายสามเหลี่ยมแทนคำสั่ง "Play" หรือ ใช้เครื่องหมายสี่เหลี่ยมจัตุรัสแทนคำสั่ง "Stop" เมื่อผู้ใช้เห็น

เครื่องหมายดังกล่าวก็จะตีความหมายไปตามสิ่งที่คุ้นเคย ทำให้ผู้ใช้เข้าใจได้ทันทีว่าเป็นเครื่องหมายที่ใช้เพื่ออะไร ส่งผลให้ผู้ใช้สามารถใช้งานอินเทอร์เน็ตเฟสได้สะดวกยิ่งขึ้น

การอาศัยความคุ้นเคยของผู้ใช้มาช่วยในการออกแบบอินเทอร์เน็ตเฟสนั้นช่วยตอบสนององการให้ทำงานและอำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้ได้เป็นอย่างดี ส่งผลให้พฤติกรรมของผู้ใช้เป็นส่วนหนึ่งที่จะต้องให้ความสำคัญและนำมาใช้ในการนำประยุกต์ใช้ เพื่อให้อินเทอร์เน็ตเฟสนั้นสามารถใช้งานได้ง่ายและสะดวกขึ้น โดยพิจารณาจากพฤติกรรมรูปแบบต่างๆ ของผู้ใช้ด้วย (ณรงค์ ล้าดี, 2550 : 4)

2.1.1.1 พื้นฐานเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ใช้

การออกแบบอินเทอร์เน็ตเฟสที่ดีนั้นจำเป็นต้องเข้าใจถึงความต้องการของผู้ใช้ โดยก่อนการออกแบบนั้นจำเป็นต้องศึกษาถึงลักษณะและพฤติกรรมของผู้ใช้ ซึ่งทำให้ทราบว่าผู้ใช้มีความต้องการใช้งานอย่างไร และการตอบสนองแบบใดที่ผู้ใช้พึงพอใจมากที่สุด ทำให้ได้อินเทอร์เน็ตเฟสที่มีประสิทธิภาพและใช้งานง่าย การศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้จึงถือเป็นส่วนสำคัญอีกหนึ่งเรื่องที่ต้องใส่ใจไปพร้อมๆ กับรูปลักษณ์ของอินเทอร์เน็ตเฟส

ขั้นตอนแรกที่ต้องทำในการออกแบบอินเทอร์เน็ตเฟส คือ ต้องทราบว่าผู้ใช้ต้องการจะทำอะไร มีเป้าหมายและวัตถุประสงค์ในการใช้งานอย่างไร การทราบถึงเป้าหมายที่ชัดเจนของผู้ใช้จะช่วยให้ทราบผลลัพธ์ที่ผู้ใช้ต้องการและอินเทอร์เน็ตเฟสที่ออกแบบนั้นสามารถตอบสนองต่อการใช้งานในรูปแบบนั้นได้หรือไม่ หากยังไม่ทราบถึงเป้าหมายที่ชัดเจนของผู้ใช้แล้ว การออกแบบอินเทอร์เน็ตเฟสก็ไม่อาจตอบสนองต่อความต้องการหรือพฤติกรรมของผู้ใช้ได้อย่างถูกต้อง การตั้งคำถามเพื่อให้ทราบถึงความต้องการที่แท้จริงของผู้ใช้ได้ เช่น ควรตั้งคำถามผู้ใช้ว่า เพราะเหตุใดจึงต้องการอินเทอร์เน็ตเฟสรูปแบบนี้ ซึ่งดีกว่าการใช้คำถามว่า อินเทอร์เน็ตเฟสแบบใดที่ผู้ใช้ต้องการ และการใช้งานอินเทอร์เน็ตเฟสของผู้ใช้ในแต่ละแอปพลิเคชันก็จะแตกต่างกันไป ดังนั้นจึงควรคำนึงถึงส่วนนี้ด้วย

นอกจากความต้องการของผู้ใช้แล้วพฤติกรรมของผู้ใช้เป็นส่วนหนึ่งที่จะบ่งบอกถึงแนวทางในการออกแบบอินเทอร์เน็ตเฟสที่สามารถตอบสนองผู้ใช้ได้เป็นอย่างดี การเข้าใจถึงลักษณะการใช้งานของผู้ใช้จึงเป็นสิ่งที่นักออกแบบอินเทอร์เน็ตเฟสจำเป็นต้องกำหนดไว้ในกระบวนการออกแบบ แต่การเข้าใจถึงพฤติกรรมของผู้ใช้ได้นั้นเป็นเรื่องยาก เนื่องจากผู้ใช้บางคนอาจมีพฤติกรรมในการใช้งานแอปพลิเคชันต่างกัน ซึ่งอาจเกิดจากประสบการณ์หรือความรู้สึกของผู้ใช้ที่

แตกต่างกัน ผู้ใช้บางคนอาจมีพฤติกรรมที่เหมือนผู้ใช้ทั่วไป แต่บางคนอาจมีพฤติกรรมที่ไม่เหมือนผู้ใช้กลุ่มใดเลย ดังนั้นจึงต้องมีการจำแนกลักษณะและพฤติกรรมของผู้ใช้ โดยพิจารณาจากสิ่งต่อไปนี้

- เป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ในการใช้งานแอปพลิเคชันของผู้ใช้
- หน้าที่หรืองานที่ผู้ใช้มีส่วนรับผิดชอบตามเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ของตน
- ภาษาและคำพูดของผู้ใช้ที่ใช้ในการอธิบายงานของตน
- ทักษะ ความรู้หรือประสบการณ์ในการใช้งานแอปพลิเคชันของผู้ใช้
- พฤติกรรมของผู้ใช้ที่มีต่ออินเทอร์เน็ตที่ออกแบบนั้นเป็นอย่างไร
- อินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกันมีผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้ใช้หรือไม่และอย่างไร

อย่างไรก็ตาม สิ่งทีกล่าวนั้นเป็นเพียงหลักหารเบื้องต้นที่นักออกแบบจำเป็นต้องทราบ เพื่อนำมาใช้ในการพิจารณาและจำแนกลักษณะหรือพฤติกรรมของผู้ใช้ ดังนั้นนักออกแบบจึงควรรหาความรู้เพิ่มเติมจากหนังสือหรือผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของผู้ใช้เพื่อให้เข้าใจได้ดียิ่งขึ้น การที่จะเข้าใจถึงพฤติกรรมของผู้ใช้ได้อย่างชัดเจนและสามารถออกแบบอินเทอร์เน็ตให้ตอบสนองต่อผู้ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น นักออกแบบจำเป็นต้องใช้วิธีการหรือเทคนิคต่างๆ เพื่อรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้ ซึ่งอาจเลือกใช้วิธีการดังต่อไปนี้

1 สังเกตจากผู้ใช้โดยตรง

เป็นการสัมภาษณ์ผู้ใช้โดยตรง ซึ่งนักออกแบบจะเป็นผู้ตั้งคำถามเพื่อรวบรวมความต้องการและพฤติกรรมของผู้ใช้ โดยอาจใช้หลักในการจำแนกผู้ใช้ซึ่งกล่าวไว้แล้วในเบื้องต้นก็ได้ เพื่อช่วยให้สามารถแยกแยะและจัดกลุ่มผู้ใช้ที่มีพฤติกรรมแตกต่างกัน นักออกแบบจะต้องใส่ใจกับคำถามที่จะใช้เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ตรงตามความต้องการและเข้าใจพฤติกรรมของผู้ใช้ได้อย่างแท้จริง เนื่องจากผู้ใช้บางกลุ่มอาจไม่แสดงออกถึงความต้องการหรือพฤติกรรมอย่างชัดเจนเมื่อใช้คำถามแบบทั่วไป การสัมภาษณ์อาจทำได้หลายแบบ เช่น แบบทางการ แบบไม่ทางการ สัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ สัมภาษณ์แบบตัวต่อตัว เป็นต้น ดังนั้นควรใส่ใจต่อรายละเอียดของการสัมภาษณ์เป็นอย่างดี เพราะเป็นโอกาสดีที่จะทำให้ให้นักออกแบบรับรู้ในสิ่งที่มีผลกระทบต่อการออกแบบ

2 กรณีศึกษา

เป็นการศึกษาจากตัวอย่างหรือกรณีศึกษาที่ได้ทำการสร้างหรือกำหนดขึ้น เพื่อให้ทราบถึงผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น การใช้กรณีศึกษานั้นจะทำให้นักออกแบบได้ข้อมูลในเชิงลึกและรายละเอียดที่เกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ใช้ โดยกลุ่มตัวอย่างก็คือผู้ใช้ที่นักออกแบบต้องการทราบถึงพฤติกรรมนั่นเอง ซึ่งข้อมูลดังกล่าวยังนำกลับมาใช้ได้อีกเมื่อนักออกแบบคนอื่นต้องการศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้ที่อยู่ในกรณีเดียวกัน สำหรับข้อมูลที่ได้จากกรณีศึกษานั้นจะสามารถตอบคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ใช้ได้ไม่น้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับกรณีศึกษาที่สร้างขึ้นนั้นมีประสิทธิภาพในการกรองพฤติกรรมของผู้ใช้ออกมาได้ตรงตามความต้องการของนักออกแบบหรือไม่

3 การสำรวจ

เป็นการรวบรวมข้อมูลที่ต้องการจากกลุ่มผู้ใช้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานที่ได้ออกแบบ โดยข้อมูลที่ได้จากการสำรวจนั้นจะนำไปประมวลผลเป็นข้อมูลทางสถิติ ซึ่งจะช่วยให้ทราบถึงความต้องการและพฤติกรรมของผู้ใช้ การสำรวจจึงจำเป็นต้องนำมาใช้สำหรับกลุ่มผู้ใช้ที่มีความเกี่ยวข้องกับงานออกแบบที่ได้ออกแบบอย่างแท้จริง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สามารถนำไปใช้งานได้จริง แต่การสำรวจนั้นจะทำให้นักออกแบบไม่สามารถเก็บข้อมูลสำคัญบางอย่างเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ใช้ได้ เนื่องจากการสำรวจนั้นจะไม่จำเป็นต้องมีการติดต่อกับผู้ใช้โดยตรง ข้อมูลที่ได้จะมาจากคำตอบแบบสำรวจเท่านั้น ซึ่งเมื่อขาดการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ใช้กับนักออกแบบอาจทำให้ไม่สามารถทราบถึงพฤติกรรมบางอย่างของผู้ใช้ได้อย่างชัดเจน หรืออาจมีผลมาจากข้อจำกัดของแบบสำรวจที่ไม่สามารถดึงพฤติกรรมบางอย่างของผู้ใช้ออกมาได้ นักออกแบบจำเป็นต้องพิจารณา วิเคราะห์และสรุปผลข้อมูลที่ได้จากการสำรวจอย่างละเอียด เพื่อให้เข้าใจถึงพฤติกรรมของผู้ใช้ได้อย่างแท้จริง

4 เทคนิคเพอร์ซันนัส (Personas)

เป็นเทคนิคหรือวิธีการที่ใช้ในงานออกแบบ ซึ่งเป็นวิธีการที่จะช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ใช้และใช้สำหรับจัดกลุ่มผู้ใช้ตามข้อมูลพฤติกรรมที่ได้มา เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมของผู้ใช้แต่ละกลุ่มว่าต้องการดำเนินการอะไรและอยากให้แอปพลิเคชันตอบสนองกลับอย่างไร วิธีการนี้จะช่วยให้นักออกแบบทราบถึงเป้าหมายและประสบการณ์ในการใช้งานแอปพลิเคชันของผู้ใช้แต่ละกลุ่มได้ ทำให้การออกแบบอินเตอร์เฟซสามารถทำได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นและตอบสนองตามพฤติกรรมของผู้ใช้ได้เป็นอย่างดี



จากที่กล่าวมานั้นเป็นวิธีการสำหรับใช้วิเคราะห์และรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ใช้ ถึงแม้ว่าวิธีการต่างๆอาจทำได้ยาก แต่ผลลัพธ์จะให้เข้าใจพฤติกรรมและความต้องการของผู้ใช้ได้อย่างแท้จริง หากนักออกแบบเข้าใจแล้วนั้น ย่อมส่งผลให้การออกแบบอินเตอร์เฟสมีประสิทธิภาพตรงตามพฤติกรรมผู้ใช้ในรูปแบบต่างๆได้เป็นอย่างดี (ณรงค์ ล้ำดี, 2550 : 6)

2.1.1.2 รูปแบบพฤติกรรมของผู้ใช้

การศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้เป็นสิ่งที่จะต้องให้ความสำคัญ เนื่องจากข้อมูลที่ได้นั้นสามารถนำมาใช้ร่วมกับการออกแบบอินเตอร์เฟส เพื่อให้ได้อินเตอร์เฟสที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้ได้อย่างเต็มที่ แต่การศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้อาจต้องใช้เวลาทำความเข้าใจนานพอสมควร ในบางกรณีอาจต้องใช้เวลาเป็นปี ดังนั้นนักออกแบบจะต้องศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้ในรูปแบบต่างๆ จากข้อมูลที่ทำการวิจัยไว้แล้ว หรืออาจสังเกตจากการใช้งานแอปพลิเคชันของผู้ใช้โดยตรง เมื่อนักออกแบบเข้าใจถึงรูปแบบพฤติกรรมของผู้ใช้จะช่วยให้สามารถหาวิธีการมารับการใช้งานตามรูปแบบพฤติกรรมนั้นได้ดียิ่งขึ้น การออกแบบอินเตอร์เฟสที่รองรับต่อพฤติกรรมของผู้ใช้ได้ย่อมส่งผลให้สามารถปฏิบัติงานได้ง่ายและสะดวกขึ้น ทำให้บรรลุตามเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว สำหรับหัวข้อนี้จะกล่าวถึงพฤติกรรมการใช้งานในรูปแบบต่างๆ ที่สามารถสังเกตได้จากการทำงานของผู้ใช้ ซึ่งเป็นพฤติกรรมบางส่วนที่อาจพบเห็นอยู่บ่อยครั้ง ดังนี้

1 อയാกรู้และอยากรทดลอง

พฤติกรรมลักษณะนี้มักเกิดขึ้นเมื่อผู้ใช้มีโอกาสใช้งานแอปพลิเคชันรูปแบบใหม่ๆ หรือเป็นแอปพลิเคชันที่ตนไม่เคยใช้งานมาก่อน ผู้ใช้กลุ่มนี้มักอยากรู้หรืออยากรทดลองการทำงานของแอปพลิเคชันและอินเตอร์เฟสใหม่ โดยจะทดลองใช้งานในส่วนต่างๆ เพื่อดูผลลัพธ์ที่ออกมาว่าเป็นอย่างไร ในบางครั้งอาจเพียงต้องการสำรวจรูปลักษณ์ภายนอกของแอปพลิเคชันเท่านั้น ดังนั้นควรออกแบบอินเตอร์เฟสให้ผู้ใช้สามารถทดลองในสิ่งที่อยากรู้โดยไม่ส่งผลกระทบต่อหรือไม่สร้างความลำบากในการใช้งานภายหลังเช่น โปรแกรมโฟโตชอป (Photoshop) จะมีฮิสตอรี พาเนล (History Panel) เพื่อบันทึกการทำงานที่ผ่านมาของผู้ใช้ไว้ ทำให้สามารถย้อนกลับไปยังขั้นตอนแรกหรือขั้นตอนก่อนหน้าได้ ผู้ใช้จึงสามารถทดลองใช้งานได้ในหลายๆ รูปแบบ แต่หากไม่สามารถย้อนกลับไปขั้นตอนก่อนหน้าได้จะทำให้ผู้ใช้รู้สึกถูกจำกัดการใช้งาน และเกิดความคิดในด้านลบต่อแอปพลิเคชันนั้น เป็นต้น

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ
ห้องสมุดงานวิจัย
วันที่ 19 ส.ย. 2555
เลขทะเบียน 246597
เลขเรียกหนังสือ

จากที่กล่าวมาหากมีการออกแบบให้ผู้ใช้งานสามารถทดลองหรือสำรวจส่วนต่างๆ ของแอปพลิเคชันและเกิดความพึงพอใจที่แอปพลิเคชันตอบสนองความต้องการได้

2 ต้องการความรวดเร็ว

ความรวดเร็วการเริ่มต้นหรือการแสดงผลของแอปพลิเคชันเป็นความต้องการพื้นฐานทั่วไปของผู้ใช้ทุกคน การที่แอปพลิเคชันสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้ในทันทีทำให้ผู้ใช้เกิดความรู้สึกที่ดี การตอบสนองที่รวดเร็วอาจช่วยสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้ใช้ได้อย่างมาก เนื่องจากสิ่งที่ผู้ใช้ต้องการให้ตอบสนองนั้นสามารถแสดงให้เห็นได้ในทันที การตอบสนองที่รวดเร็วของแอปพลิเคชันไม่ได้หมายถึงการประมวลผลที่รวดเร็วเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่ยังเกี่ยวข้องกับ การออกแบบให้ผู้ใช้งานสามารถเลือกใช้เครื่องมือต่างๆ ในแอปพลิเคชันได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว โดยนักออกแบบจะต้องคาดการณ์ว่าสิ่งแรกๆ ที่ผู้ใช้จะทำเมื่อเข้ามาใช้แอปพลิเคชันนั้นคืออะไร และทำการจัดวางสิ่งที่ผู้ใช้ต้องการทำเป็นอันดับแรกให้สามารถนำมาใช้ได้สะดวกหรือแสดงให้เห็นทันทีที่ผู้ใช้เข้ามาในส่วนนั้น นอกจากนี้การตัดสินใจการตั้งค่า (Register) ต่างๆ ในขั้นแรกของการใช้แอปพลิเคชันออกให้เหลือน้อยที่สุด จะทำให้ผู้ใช้รู้สึกว่าแอปพลิเคชันสามารถตอบสนองได้อย่างรวดเร็วโดยไม่ต้องรอและไม่สร้างความยุ่งยากเมื่อเข้ามาใช้งาน

3 ขอเพียงผลลัพธ์ที่น่าพอใจ

เป็นพฤติกรรมของผู้ใช้ที่ต้องการเพียงผลลัพธ์ที่ต้องการเท่านั้น เมื่อแอปพลิเคชันตอบสนองหรือให้ผลลัพธ์ที่ตนต้องการแล้วจะยุติการทำงานของแอปพลิเคชันทันทีโดยพฤติกรรมของผู้ใช้ประเภทนี้คือ ค้นหาเครื่องมือหรือสิ่งที่ต้องการจากแอปพลิเคชันทันทีโดยไม่สนใจส่วนประกอบอื่นๆ ของอินเตอร์เฟซ และใช้เครื่องมือดังกล่าวเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ต้องการโดยไม่สนใจว่าเป็นผลลัพธ์ที่ดีที่สุดหรือไม่ หากการใช้แอปพลิเคชันในครั้งแรกไม่ได้ผลลัพธ์ที่ต้องการจะทดลองใช้งานใหม่อีกครั้ง ถ้าแอปพลิเคชันไม่สามารถให้ผลลัพธ์ที่ต้องการได้ก็จะเลิกใช้งาน ทำให้เกิดความรู้สึกในด้านลบต่อแอปพลิเคชันดังนั้นควรพิจารณาพฤติกรรมของผู้ใช้ในกลุ่มนี้อย่างรอบคอบโดยคำนึงถึงสิ่งต่อไปนี้

3.1 สร้างเลเบล (Label) ที่มีคำอธิบายสั้นๆ สำหรับบอกหน้าที่การทำงานกำกับไว้ตามส่วนต่างๆ เช่นปุ่มคำสั่ง, เมนู, ลิงค์ เป็นต้น เพื่อให้ผู้ใช้ทราบหน้าที่หรือการทำงานในแต่ละส่วน แต่จะต้องใช้คำที่สามารถเข้าใจได้ตรงกันระหว่างนักออกแบบกับผู้ใช้

3.2 เพิ่มส่วนแสดงรายละเอียดการใช้งานลงในการออกแบบเลย์เอาต์ (Layout) เพื่อให้ผู้ใช้ทำตามคำแนะนำดังกล่าว

3.3 ออกแบบให้ผู้ใช้สามารถเข้า - ออกส่วนต่างๆ ของแอปพลิเคชันได้อย่างสะดวก ถ้าผู้ใช้เข้าไปยังส่วนที่ไม่ต้องการใช้งานสามารถย้อนกลับไปยังส่วนการทำงานก่อนหน้าได้ โดยการสร้างปุ่มย้อนกลับหรือปุ่มเอสเคป (Escape) เพื่อให้สามารถกลับมายังหน้าหลักได้

3.4 ต้องเข้าใจว่าผู้ใช้ในกลุ่มนี้จะมองหาสิ่งใดเป็นอันดับแรกเมื่อเข้ามาใช้งานในแอปพลิเคชัน

4 เปลี่ยนใจง่าย

การที่ผู้ใช้เปลี่ยนใจอย่างกะทันหันในระหว่างการใช้งานอาจเกิดจากผู้พบส่วนอื่นของแอปพลิเคชันที่น่าสนใจกว่าหรืออาจเกิดปัญหากับส่วนที่ตนใช้งานอยู่ ทำให้ผู้ใช้ต้องเปลี่ยนใจกะทันหัน ระหว่างการใช้งานจึงต้องการหยุดการใช้งานในส่วนนั้นเพื่อเปลี่ยนไปใช้งานในส่วนอื่นแทน หากแอปพลิเคชันไม่ได้ออกแบบให้รองรับการเปลี่ยนการทำงานอย่างกะทันหันก็จะทำให้ข้อมูลในส่วนที่ใช้งานในขณะนั้นสูญหายไป ซึ่งพฤติกรรมการใช้งานแบบนี้ยากที่จะคาดการณ์ได้ว่าจะเกิดขึ้นเมื่อใด

ดังนั้นจึงควรออกแบบให้ผู้ใช้สามารถออกจากส่วนที่ใช้งานได้ทันทีและกลับมาใช้งานได้อีกในภายหลัง โดยที่ข้อมูลเก่าไม่เกิดการสูญหาย เช่น การทำงานของโทรศัพท์แบบพกพา (PDA) ในขณะที่ผู้ใช้ทำการบันทึกข้อมูลนั้นอาจเกิดเหตุการณ์ที่ทำให้ผู้ใช้จำเป็นต้องปิดเครื่องอย่างกะทันหัน เมื่อผู้ใช้เปิดเครื่องขึ้นอีกครั้งข้อมูลที่บันทึกก็จะไม่สูญหายไปทำให้ผู้ใช้ไม่ต้องเริ่มต้นบันทึกข้อมูลใหม่ สำหรับแอปพลิเคชันบางประเภทอาจออกแบบให้ผู้ใช้สามารถสร้างงานได้หลายโปรเจกต์พร้อมกันและสามารถสลับการใช้งานไปยังโปรเจกต์อื่นได้ตามที่ผู้ใช้ต้องการ เป็นต้น

5 เบื่อง่าย

พฤติกรรมแบบนี้มีผลมาจากผู้ใช้ที่ต้องการความเร็ว โดยต้องการใช้งานแอปพลิเคชันทันทีแต่ละแอปพลิเคชันดังกล่าวต้องกำหนดค่าเริ่มต้นก่อนการใช้งาน นั่นคือ แอปพลิเคชันได้กำหนดทิศทางการใช้งานของผู้ใช้ โดยผู้ใช้ทำตามเงื่อนไข กรอกข้อมูล หรือกำหนดค่าต่างๆ ก่อนการใช้งาน ทำให้เสียเวลาในการทำตามเงื่อนไขดังกล่าวผู้ใช้จึงเกิดความเบื่อหน่ายและเกิดความรำคาญ ถ้าหากเป็นกลุ่มผู้ใช้ที่มีพฤติกรรมเบื่อง่ายก็อาจจะทำให้เกิดความรู้สึกในด้านลบต่อแอปพลิเคชัน

เคชั่นหรืออาจล้มเลิกการใช้งานเลยก็ได้ ดังนั้นการออกแบบไม่ควรจะบังคับหรือกำหนดทิศทาง การใช้งานของผู้ใช้มากเกินไป เพื่อให้เกิดความอิสระในการใช้งานและไม่ตกอยู่ภายใต้ข้อ บังคับของแอปพลิเคชัน เช่น การกรอกข้อมูลส่วนตัวเมื่อเข้าใช้บริการแอปพลิเคชันแบบออนไลน์ ซึ่งทำให้ผู้ใช้รู้สึกเบื่อและรำคาญใจแต่ไม่สามารถข้ามขั้นตอนได้ ดังนั้นควรออกแบบให้ผู้ใช้ สามารถข้ามขั้นตอนการกรอกข้อมูลบางส่วนที่ไม่จำเป็นแล้วจึงกลับมากรอกข้อมูลได้ในภายหลัง หรืออาจให้กรอกเฉพาะข้อมูลที่สำคัญ เป็นต้น การออกแบบเพื่อรองรับพฤติกรรมดังกล่าวของผู้ใช้ ควรพิจารณาสิ่งต่อไปนี้

5.1 รายการที่ต้องการให้กำหนดในครั้งแรกไม่ควรมียาวละเอียดมาก เพื่อลดขั้นตอนที่ อาจสร้างความรำคาญแก่ผู้ใช้

5.2 แสดงรายการที่มีรายละเอียดน้อยแก่ผู้ใช้และซ่อนรายการที่มีรายละเอียดมากไว้ เพื่อ ไม่ให้ผู้รู้สึกเบื่อก่อนที่จะกรอกข้อมูล

5.3 แสดงเหตุผลให้ผู้ใช้ทราบว่าเหตุใดต้องกรอกข้อมูลตามรายการดังกล่าว ใช้เหตุผล เป็นสิ่งจูงใจให้ผู้ใช้ทำการกรอกข้อมูลโดยสมัครใจ

5.4 หากข้อมูลนั้นสามารถย้อนกลับมากรอกในภายหลังได้ควรแจ้งให้ผู้ใช้งานและให้ผู้เลือก เองว่าจะกรอกในตอนนั้นหรือในภายหลัง

5.5 แอปพลิเคชันอาจอนุญาตให้ผู้ใช้สามารถใช้งานได้ทันทีแล้วค่อยกำหนดหรือกรอก ข้อมูลต่างๆ ในการใช้ครั้งต่อไป

6 ต้องปรับเปลี่ยนหรือแก้ไขงานอยู่เป็นประจำ

ผลลัพธ์ที่สมบูรณ์นั้นไม่ได้มาจากการทำงานเพียงครั้งเดียว ผลลัพธ์ที่ดีต้องผ่านการปรับ เปลี่ยนหรือแก้ไขส่วนที่บกพร่อง ซึ่งอาจจะต้องปรับเปลี่ยนหลายครั้งจนได้ผลลัพธ์ที่น่าพอใจ หากผู้ ใช้จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนหรือแก้ไขงานหลายครั้งควรออกแบบแอปพลิเคชันให้สามารถรองรับการใ้ งานในรูปแบบนี้ได้ กรณีที่ผู้ใช้จำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงหรือแก้ไขงานอยู่เสมอ หากงานมีขนาดใหญ่ การตอบสนองก็จะทำได้ค่อนข้างช้า ทำให้ต้องเสียเวลานานเพื่อรอผลลัพธ์ การทำงานก็จะไม่ต่อ เนื่องทำให้เกิดความเบื่อหน่ายและเสียสมาธิในการทำงานได้ ดังนั้นควรออกแบบการทำงานของแอป

พลีเคชันโดยแบ่งเป็นส่วนย่อยหรือให้แสดงผลลัพธ์ของงานที่ผู้ใช้เปลี่ยนแปลงหรือแก้ไขอย่างรวดเร็ว ซึ่งจะช่วยเพิ่มความคล่องตัวในการปรับเปลี่ยนหรือแก้ไขงานได้ดีขึ้นละทราบถึงผลลัพธ์ว่ามีความถูกต้องมากน้อยเพียงใด เช่น การคอมไพล์ โคด (Compile Code) ของโปรแกรมที่เขียนไว้ซึ่งผู้ใช้ต้องการทราบถึงความถูกต้องของโค้ดนั้น เพื่อให้ทราบว่าต้องปรับเปลี่ยนหรือแก้ไขในส่วนใดบ้าง ดังนั้นการคอมไพล์ (Compile) ควรทำได้อย่างรวดเร็วเพื่อให้ผู้ใช้ทราบถึงผลลัพธ์ของงานได้เร็วขึ้น เป็นต้น

7 เคยชินจนเป็นนิสัย

พฤติกรรมของผู้ใช้แบบนี้ถือว่าเป็นไปตามธรรมชาติของมนุษย์เมื่อมีการใช้งานหรือทำกิจกรรมใดๆ เป็นประจำจะทำให้เกิดความเคยชิน ซึ่งพฤติกรรมนี้มักเกิดกับการใช้งานแอปพลิเคชันเดียวเป็นเวลานาน ทำให้ยึดติดกับแอปพลิเคชันเดิมจนเคยชินกลายเป็นนิสัยในการใช้งานแอปพลิเคชัน เมื่อต้องเปลี่ยนมาใช้งานแอปพลิเคชันอื่นทำให้เกิดอุปสรรคในการใช้งาน นักออกแบบจึงต้องคำนึงถึงพฤติกรรมของผู้ใช้ที่ยึดติดกับความเคยชินในการใช้งานด้วย ตัวอย่างเช่น คำสั่งในไมโครซอฟท์เวิร์ด (Microsoft Word) ที่ผู้ใช้ทั่วไปเคยชิน เช่นปุ่ม Ctrl+A ที่ใช้สำหรับเลือกข้อมูลทั้งหมดในหน้าจอ (Select All), Ctrl+C ใช้สำหรับคัดลอกข้อมูล (Copy) และ Ctrl+S ที่ใช้สำหรับจัดเก็บข้อมูล (Save) เป็นต้น

จากตัวอย่างที่กล่าวมาผู้ใช้จะยึดติดคำสั่งในแอปพลิเคชันซึ่งตนคุ้นเคยเป็นอย่างดี ในบางกรณีความเคยชินของผู้ใช้อาจไม่ได้เกิดจากการใช้คำสั่งต่างๆ ในแอปพลิเคชัน แต่เกิดจากการตอบสนองแบบซ้ำๆ ที่แอปพลิเคชันตอบกลับมาจนทำให้ผู้ใช้เคยชินกับการตอบสนองนั้น เมื่อผู้ใช้เปลี่ยนไปใช้งานแอปพลิเคชันอื่นที่มีการทำงานที่คล้ายๆ กันก็มักจะตอบสนองกลับในแบบเดียวกับที่ตนเองคุ้นเคย แต่ในบางแอปพลิเคชันอาจตอบสนองกลับมาจากผลลัพธ์ที่แตกต่างจากเดิมทำให้ผู้ใช้เกิดความสับสนและทำงานผิดพลาดบ่อยครั้ง ดังนั้นควรนำพฤติกรรมแบบนี้ไปพิจารณาประกอบในการออกแบบด้วยโดยสังเกตจากแอปพลิเคชันทั่วไปที่ผู้ใช้เลือกใช้งานว่ามีลักษณะการตอบสนองเป็นอย่างไร

8 ลืมง่าย

เป็นพฤติกรรมที่ผู้ใช้ลืมข้อมูลหรือขั้นตอนบางอย่างที่เกี่ยวข้องกับการใช้งานแอปพลิเคชันนั้น ซึ่งอาจเกิดในระหว่างการใช้งานหรือเกิดขึ้นเมื่อกลับมาในภายหลัง โดยอาจลืมวิธีการเรียกใช้ฟังก์ชันหรือเครื่องมือบางอย่างที่เคยใช้มาก่อน ถ้าแอปพลิเคชันมีความซับซ้อนมากย่อมมีฟังก์ชันหรือ

เครื่องมือให้ใช้งานเป็นจำนวนมาก ทำให้ต้องเสียเวลาในการค้นหาวิธีการใช้งานเครื่องมือดังกล่าว แต่ผู้ที่เคยใช้งานมาแล้วอาจจดจำขั้นตอนการใช้งานได้บางส่วน ดังนั้นควรออกแบบให้มีข้อความช่วยเหลือเพื่อให้ผู้ใช้ทราบถึงลำดับขั้นตอนการเรียกใช้งานฟังก์ชันหรือเครื่องมือในแอปพลิเคชัน ซึ่งวิธีการนี้เหมาะสำหรับแอปพลิเคชันที่มีการทำงานที่ซับซ้อน หรืออาจออกแบบให้สามารถกำหนดการจัดเรียงเครื่องมือในแอปพลิเคชันได้เองตามความต้องการของผู้ใช้ วิธีการนี้จะช่วยให้ผู้ใช้รำลึกถึงขั้นตอนในการเรียกใช้ฟังก์ชันหรือเครื่องมือได้เร็วขึ้น

9 ทำไว้กันลืม

เป็นพฤติกรรมที่ผู้ใช้วางแผนไว้ล่วงหน้าสำหรับการใช้งานแอปพลิเคชันในครั้งต่อไป โดยกำหนดสัญลักษณ์เพื่อเตือนให้ทราบถึงสิ่งที่ต้องทำเมื่อกลับมาใช้งานแอปพลิเคชันอีกครั้ง พฤติกรรมนี้พบเห็นได้จากการใช้ชีวิตประจำวัน ตัวอย่างเช่นการเขียนโน้ตติดไว้ที่หน้าประตูหรือตู้เย็นเพื่อเตือนไม่ให้ลืมสิ่งที่ต้องทำ หรือบันทึกไว้ในปฏิทินเพื่อเตือนถึงกำหนดหมายสำคัญที่จะมีในอนาคต เป็นต้น ซึ่งบางแอปพลิเคชันอาจมีความสามารถในการกำหนดข้อความเตือนเพื่อแสดงแก่ผู้ใช้เมื่อถึงเวลาที่กำหนดได้ เช่น การเตือนวันเวลานัดหมายที่บันทึกไว้ในโทรศัพท์แบบพกพา (PDA) เป็นต้น อย่างไรก็ตามพฤติกรรมแบบนี้เป็นสิ่งที่อยู่ในความคิดของผู้ใช้ยากที่นักออกแบบจะสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบได้ สิ่งที่นักออกแบบสามารถทำได้ คือ ออกแบบให้แอปพลิเคชันมีความยืดหยุ่นในการใช้งาน ให้ผู้ใช้สามารถจดจำได้ด้วยตนเองว่าต้องทำอะไรเมื่อกลับมาใช้งานแอปพลิเคชันในครั้งต่อไป เช่น ในกรณีที่ผู้ใช้ทำงานค้างไว้ในแอปพลิเคชันเมื่อกลับมาใช้งานอาจลืมว่าได้ทำอะไรค้างไว้ ดังนั้นควรออกแบบให้แอปพลิเคชันนั้นสามารถเก็บงานที่ยังทำค้างหรือที่ผู้ใช้ยังไม่ส่งยุติไว้ และแอปพลิเคชันไม่ควรล้างข้อมูลต่างๆ ทิ้งทุกครั้งที่ปิดการใช้งาน เพื่อให้ผู้ใช้ทราบถึงงานที่ทำค้างไว้เมื่อกลับมาใช้งานแอปพลิเคชันเดิม สำหรับพฤติกรรมของผู้ใช้ในลักษณะนี้ จะมีการแจ้งเตือนโดยอัตโนมัติได้หลายรูปแบบ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

9.1 การเขียนข้อความบันทึกไว้บนพื้นหลังของหน้าจอ (Desktop)

9.2 เขียนข้อความเตือนลงในไฟล์เอกสารของงานที่จะทำโดยตรง

9.3 บันทึกยูอาร์แอล (URL) ของเว็บไซต์ที่ต้องการเรียกดูในครั้งต่อไปลงในบราวส์เซอร์ (Browser) โดยเรียกว่าการทำ “บุคมาร์ค” (Bookmarks)

9.4 จัดเก็บเอกสารที่จะใช้ในคราวต่อไปไว้บนหน้าจอ (Desktop) เพื่อให้เห็นได้ชัดเจนเมื่อเปิดเครื่องใช้งาน

10 มีการทำงานที่ซ้ำๆกัน

ผู้ใช้บางกลุ่มจำเป็นต้องทำงานเดิมๆ ซ้ำกันอยู่เป็นประจำ โดยจะเรียกใช้งานแอปพลิเคชันด้วยฟังก์ชันหรือเครื่องมือเดิมซึ่งมีลำดับขั้นตอนการทำงานเหมือนเดิมอยู่เสมอ ทำให้ผู้ใช้ต้องเสียเวลาในการทำงานเป็นอย่างมาก ดังนั้นแอปพลิเคชันควรออกแบบให้มีฟังก์ชันหรือส่วนช่วยเหลือให้กับผู้ใช้ที่มีพฤติกรรมการใช้งานรูปแบบนี้ด้วย โดยมีเครื่องมือที่สามารถรวบรวมฟังก์ชันหรือขั้นตอนการทำงานต่างๆ ไว้ด้วยกันและกำหนดให้เป็นเพียงคำสั่งเดียวได้ เพื่อลดเวลาในการทำงานซ้ำๆ กัน เช่น ผู้ใช้ต้องการจัดการกับภาพจำนวนมากในโปรแกรมโฟโต้ชอป (Photoshop) ซึ่งทุกๆ ภาพต้องผ่านการปรับให้มีขนาดเท่ากัน ปรับค่าแสงสว่างด้วยค่าเดียวกัน และจัดเก็บภาพให้มีนามสกุลเดียวกัน หากต้องปรับเปลี่ยนทีละภาพด้วยตนเองจะต้องใช้เวลานาน แต่ในโปรแกรมโฟโต้ชอป (Photoshop) มีฟังก์ชันที่ให้ผู้ใช้กำหนดการปรับแต่งรูปหลายๆ ขั้นตอนไว้ในคำสั่งเดียวได้ เมื่อผู้ใช้ต้องการปรับแต่งรูปตามขั้นตอนดังกล่าวก็สามารถเรียกใช้ฟังก์ชันที่กำหนดไว้เพียงคำสั่งเดียวเท่านั้น การออกแบบให้แอปพลิเคชันสามารถช่วยเหลือผู้ใช้ที่มีพฤติกรรมในรูปแบบนี้เป็นการสร้างความสะดวกเร็วในการทำงานแก่ผู้ใช้ได้เป็นอย่างดี

11 ทำงานโดยใช้คีย์บอร์ดเท่านั้น

ผู้ใช้ประเภทนี้จะปฏิเสธการทำงานที่ต้องอาศัยเมาส์ โดยต้องการควบคุมการทำงานด้วยคีย์บอร์ดเพียงอย่างเดียว เนื่องจากผู้ใช้บางกลุ่มอาจมีรูปร่างที่เป็นอุปสรรคต่อการใช้เมาส์หรือไม่ต้องการสลับการใช้งานระหว่างเมาส์กับคีย์บอร์ดทำให้มีการออกแบบแอปพลิเคชันที่สามารถควบคุมและทำงานโดยใช้คีย์บอร์ดหรือเมาส์อย่างใดอย่างหนึ่งตามที่ผู้ใช้ต้องการ เพื่อรองรับผู้ใช้ที่มีพฤติกรรมในรูปแบบนี้ แต่โดยทั่วไปการทำงานของแอปพลิเคชันจำเป็นต้องใช้คีย์บอร์ดและเมาส์ควบคู่กัน ตัวอย่างการใช้งานด้วยคีย์บอร์ด ดังนี้

11.1 การควบคุมคำสั่งต่างๆ ในเมนูหลักของแอปพลิเคชันด้วยคีย์ลัด เช่น Ctrl+S ที่ใช้ในการบันทึกข้อมูล เป็นต้น

11.2 การเลือกค่าต่างๆ จากลำดับรายการด้วยการใช้งานแอริโรว์คีย์ (Arrow Key)

11.3 การเลื่อนไปยังหัวข้อต่างๆ บนฟอร์ม (Form) สำหรับกรอกข้อมูลในแอปพลิเคชันด้วยปุ่มแท็บ (Tab)

12 ทำตามคำแนะนำของผู้อื่น

ผู้ใช้ประเภทหนึ่งจะมีพฤติกรรมการใช้งานตามคำแนะนำของผู้อื่นที่อาจเคยผ่านการใช้งานแอปพลิเคชันนั้นมาก่อน เมื่อเกิดปัญหาในการใช้งานหรือไม่เข้าใจขั้นตอนการใช้งานที่ชัดเจนก็จะขอคำแนะนำจากผู้อื่น เพื่อแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นกับตน การทำตามคำแนะนำของผู้อื่นนั้นอาจไม่ได้มาจากการติดต่อสื่อสารกันโดยตรงระหว่างผู้ใช้ด้วยกัน แต่อาจได้คำแนะนำมาจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ที่ผู้อื่นรวบรวมและนำเสนอต่อสาธารณะ กล่าวคือ เป็นการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างผู้ใช้ด้วยกัน เช่น การแบ่งปันโค้ดระหว่างโปรแกรมเมอร์ (Share Code), การแลกเปลี่ยนข้อมูลการใช้งานระหว่างกันผ่านเว็บบอร์ดตามเว็บไซต์ต่างๆ เป็นต้น ดังนั้นการออกแบบแอปพลิเคชันควรพิจารณาพฤติกรรมของผู้ใช้ในรูปแบบนี้ด้วย โดยแอปพลิเคชันควรมีส่วนช่วยเหลือหรือส่วนแนะนำการใช้งานแก่ผู้ใช้ (Help) ไม่ต้องไปขอคำแนะนำจากผู้อื่น เช่น ข้อมูลแสดงขั้นตอนหรือวิธีการใช้งานฟังก์ชันต่างๆ เครื่องมือที่สนับสนุนให้ผู้ใช้สามารถใช้งานฟังก์ชันได้ง่ายขึ้น ส่วนแนะนำเทคนิคการใช้งานแบบต่างๆ และลิงค์ติดต่อไปยังแหล่งข้อมูลแบบออนไลน์ เป็นต้น ซึ่งบางแอปพลิเคชันส่วนช่วยเหลือผู้ใช้ อาจแนะนำเพียงการใช้งานเบื้องต้นเท่านั้น แต่บางแอปพลิเคชันอาจมีส่วนช่วยเหลือที่สมบูรณ์แบบและอำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้เต็มที่ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความซับซ้อนของแอปพลิเคชันนั้นด้วย สำหรับแอปพลิเคชันที่มีความซับซ้อนหรือมีเครื่องมือในการใช้งานอยู่เป็นจำนวนมาก จำเป็นต้องมีส่วนช่วยเหลือผู้ใช้ไว้โดยเฉพาะ

รูปแบบพฤติกรรมของผู้ใช้ทั้งหมดที่กล่าวมาเป็นเพียงบางส่วนเท่านั้น โดยทั่วไปรูปแบบพฤติกรรมของผู้ใช้นั้นขึ้นอยู่กับหน้าที่การทำงาน องค์กรหรือหน่วยงานของผู้ใช้ พฤติกรรมของผู้ร่วมงาน ความรู้ความสามารถ และอีกหลายปัจจัยที่จะกำหนดพฤติกรรมของผู้ใช้ การทำความเข้าใจถึงพฤติกรรมที่ผู้ใช้มีต่อแอปพลิเคชันจะช่วยให้นักออกแบบสามารถค้นหาแนวทางในการออกแบบอินเตอร์เฟซที่เหมาะสมได้เป็นอย่างดีและช่วยให้การออกแบบอินเตอร์เฟซนั้นมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ดังนั้นการใส่ใจต่อพฤติกรรมรูปแบบต่างๆ ถือเป็นหน้าที่หรือขั้นตอนที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งในกระบวนการออกแบบอินเตอร์เฟซ

สรุป

เนื่องจากเทคโนโลยีต่างๆ ก้าวหน้าไปอย่างรวดเร็วทำให้อุปกรณ์ต่างๆ มีประสิทธิภาพสูงขึ้น สามารถรองรับต่อการนำเสนอข้อมูลได้หลากหลายรูปแบบการออกแบบอินเตอร์เฟซจึงมีความสำคัญอย่างมาก เนื่องจากการช่วยเพิ่มความน่าสนใจให้กับแอปพลิเคชันในด้านความสวยงาม ความเป็นระเบียบขององค์ประกอบ และความสะดวกต่อการใช้งานซึ่งการออกแบบอินเตอร์เฟซในแต่ละแอปพลิเคชันก็จะแตกต่างกันตามวัตถุประสงค์การใช้งานหรือความต้องการในการนำเสนอข้อมูลขององค์กรนั้นด้วย

ในการออกแบบอินเตอร์เฟซมีสิ่งสำคัญที่จะต้องคำนึงถึง ก็คือ ผู้ใช้ เนื่องจากรูปลักษณะของอินเตอร์เฟซที่สวยงามแต่ไม่อำนวยความสะดวกในการใช้งานก็ไม่ถือว่าเป็นการออกแบบอินเตอร์เฟซที่ดี ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการศึกษาและรวบรวมข้อมูลพฤติกรรมของผู้ใช้หรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับแอปพลิเคชัน โดยพิจารณาจากเป้าหมายการใช้งาน หน้าที่ ภาษา ความรู้ แต่ละประสบการณ์ของผู้ใช้ จึงควรเลือกวิธีการรวบรวมข้อมูลที่เหมาะสม คือ สังเกตจากผู้ใช้โดยตรง กรณีศึกษา การสำรวจ และเทคนิคเพอร์โซนา (Personas) ซึ่งช่วยให้นักออกแบบทราบถึงรูปแบบพฤติกรรมของผู้ใช้ได้ ทำให้สามารถออกแบบอินเตอร์เฟซที่เหมาะสมกับพฤติกรรมการใช้งานได้เป็นอย่างดี พฤติกรรมของผู้ใช้เป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงความต้องการและลักษณะในการใช้งานได้เป็นอย่างดี เช่น ผู้ใช้ที่ดีต้องการความรวดเร็วในการใช้งานย่อมต้องการแอปพลิเคชันที่มีอินเตอร์เฟซที่สามารถโต้ตอบการใช้งานของตนได้ทันทีโดยไม่ต้องเสียเวลารอนาน ซึ่งผู้ใช้งานนี้อาจไม่สนใจความสวยงามของอินเตอร์เฟซเลยก็ได้ เป็นต้น (ณรงค์ ล้ำดี, 2550 : 14)

การศึกษาและรวบรวมพฤติกรรมของผู้ใช้จึงสำคัญต่อการออกแบบ เพื่อให้ได้อินเตอร์เฟซที่มีประสิทธิภาพและน่าพอใจมากที่สุด

2.1.2 การจัดโครงสร้างเนื้อหาของแอปพลิเคชัน

การออกแบบอินเตอร์เฟซที่ดี นอกจากจะคำนึงถึงพฤติกรรมของผู้ใช้ในรูปแบบต่างๆ ซึ่งได้กล่าวไว้ในบทที่ 1 แล้ว การใส่ใจต่อรายละเอียดในการออกแบบและจัดวางองค์ประกอบต่างๆ ของอินเตอร์เฟซก็เป็นสิ่งสำคัญต่อกระบวนการออกแบบเช่นกัน เช่น การจัดโครงสร้างเนื้อหาของแอปพลิเคชัน การจัดวางองค์ประกอบต่างๆ ของอินเตอร์เฟซก็เป็นสิ่งสำคัญต่อกระบวนการออกแบบเช่นกัน เช่น การจัดโครงสร้างเนื้อหาของแอปพลิเคชัน การจัดองค์ประกอบภายในหน้าของแอปพลิเคชัน การออกแบบและจัดวางปุ่มคำสั่งต่างๆ การนำเสนอข้อมูลด้วยรูปภาพ เป็นต้น

สำหรับเนื้อหาในบทนี้จะกล่าวถึงการจัดโครงสร้างเนื้อหาของแอปพลิเคชัน (Content Design) โดยจะเริ่มต้นจากพื้นฐานการจัดโครงสร้างเนื้อหาของแอปพลิเคชันและตัวอย่าง เพื่อให้ผู้ออกแบบสามารถนำไปประยุกต์ใช้หรือเป็นแนวทางในการจัดโครงสร้างเนื้อหาของแอปพลิเคชัน ทำให้สามารถใช้งานได้สะดวกและสามารถตอบสนองต่อพฤติกรรมการใช้งานของผู้ใช้ได้อย่างเหมาะสม

2.1.2.1 การจัดโครงสร้างเนื้อหาของแอปพลิเคชัน

สิ่งแรกที่ผู้ออกแบบจะต้องเข้าใจก่อนการจัดโครงสร้างเนื้อหาของแอปพลิเคชัน ก็คือ เป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่ผู้ใช้งานต้องการจากการใช้งานแอปพลิเคชันนั้น เนื่องจากผู้ใช้งานทุกคนต้องการผลลัพธ์จากแอปพลิเคชันที่ตรงต่อความต้องการ ดังนั้นการจัดโครงสร้างเนื้อหาของแอปพลิเคชันจึงต้องคำนึงถึงเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์การใช้งานของผู้ใช้ โดยควรทราบว่าผลลัพธ์หรือสิ่งที่ผู้ใช้งานต้องการได้จากแอปพลิเคชันคืออะไร ผู้ใช้คาดหวังอย่างไรต่อผลลัพธ์ที่แอปพลิเคชันจะตอบสนองกลับมา เมื่อนักออกแบบเข้าใจถึงเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ของผู้ใช้จะทำให้สามารถออกแบบแอปพลิเคชันเพื่อตอบสนองตามความต้องการของผู้ใช้ได้เป็นอย่างดี (ณรงค์ ล้าดี, 2550 : 16)

เนื่องจากข้อมูลภายในเนื้อหาของแอปพลิเคชันนั้นมีความแตกต่างกันทั้งหน้าที่การทำงาน การนำเสนอรายละเอียดและการนำไปใช้งาน ทำให้ผู้ใช้งานจำเป็นต้องทำความเข้าใจกับเนื้อหา ก่อนการใช้งาน ถ้าเนื้อหาไม่ชัดเจนหรือมีการจัดโครงสร้างอย่างไม่เป็นระบบอาจต้องเสียเวลาในการทำความเข้าใจค่อนข้างมาก ดังนั้นนักออกแบบจึงต้องคำนึงถึงปัญหาที่เป็นสาเหตุโดย ต้องมีการจัดโครงสร้างเนื้อหาภายในแอปพลิเคชัน ดังนี้

1. ความไม่ชัดเจน

แต่ละภาษาที่มนุษย์ใช้สื่อสารกันต่างมีรูปแบบในการนำเสนอที่แตกต่างกัน แม้จะเป็นภาษาเดียวกันก็อาจมีความแตกต่างกันตามวัฒนธรรมหรือภูมิสำเนาของท้องถิ่นนั้นด้วย จึงเกิดความไม่ชัดเจนของภาษาขึ้น ทำให้แต่ละบุคคลเกิดความเข้าใจผิดและสื่อสารกัน得不ตรงตามที่ต้องการ ความไม่ชัดเจนจะสร้างความสับสนและความไม่แน่ใจขึ้นต่อผู้ใช้ ทำให้ต้องใช้เวลาในการทำความเข้าใจความหมายแต่ละอาจทำให้เกิดข้อผิดพลาดได้ง่าย เพื่อลดความไม่ชัดเจนของภาษาจึงต้องอาศัยไวยากรณ์และรูปแบบที่เป็นมาตรฐานของแต่ละภาษาเพื่อให้ผู้ใช้ทุกคนมี

ความเข้าใจที่ตรงกัน สำหรับเนื้อหาภายในแอปพลิเคชันก็จำเป็นต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานของภาษา เช่นกันเพราะเนื้อหาโดยส่วนใหญ่นั้นเป็นข้อความ

2. ความแตกต่างกันโดยลักษณะ

เนื้อหาและข้อมูลภายในแอปพลิเคชันอาจมีมากมายหลายชนิด ซึ่งข้อมูลชนิดเดียวกันสามารถนำไปใช้ประโยชน์และมีหน้าที่คล้ายกัน แต่ข้อมูลเหล่านั้นก็ไม่ได้มีความเหมือนกันทั้งหมด โดยยังมีความแตกต่างกันโดยลักษณะ (Heterogeneous) กล่าวคือ สิ่งของประเภทเดียวกันอาจมีลักษณะอย่างแตกต่างกัน เช่น ซุป เป็นอาหารชนิดหนึ่ง แต่ว่าในซุปแต่ละถ้วยอาจมีส่วนผสมที่ไม่เหมือนกันก็ได้ เป็นต้น ดังนั้นจำเป็นต้องมีการจัดโครงสร้างเนื้อหา เพื่อจำแนกเนื้อหาหรือข้อมูลที่อาจมีความแตกต่างกันโดยลักษณะออกมาเป็นกลุ่ม ซึ่งจะช่วยให้เนื้อหาหรือข้อมูลดังกล่าวมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น ผู้ใช้จะสามารถพิจารณาเนื้อหาดังกล่าวได้รวดเร็วมากยิ่งขึ้น เพราะข้อมูลที่ไม่จำเป็นหรือไม่สำคัญต่อผู้ใช้จะถูกแยกออกจากเนื้อหาส่วนที่ผู้ใช้ต้องการอย่างแท้จริง นอกจากนี้ยังเป็นการช่วยลดปริมาณและความหนาแน่นของเนื้อหาได้อีกด้วย

3. มุมมองที่แตกต่างกัน

กลุ่มผู้ใช้แอปพลิเคชันทั้งภายในและภายนอกองค์กร ต่างก็มีวัตถุประสงค์ในการใช้งานที่แตกต่างกัน ซึ่งผู้ใช้แต่ละกลุ่มย่อมมีมุมมองที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับหน้าที่หรือความรับผิดชอบของแต่ละคน ความแตกต่างกันของมุมมองเป็นอีกปัจจัยที่ส่งผลให้รูปแบบการใช้งานของแต่ละบุคคลแตกต่างกันโดยสิ้นเชิง เช่น ในบริษัทประกอบด้วยฝ่ายการตลาด ฝ่ายขาย ฝ่ายทรัพยากรบุคคล ฝ่ายประชาสัมพันธ์ และอื่นๆ ซึ่งแต่ละฝ่ายต่างมีความต้องการในการใช้งานที่แตกต่างกันและยังมีมุมมองของการพิจารณาเนื้อหาในแอปพลิเคชันที่แตกต่างกันด้วย ฝ่ายการตลาดและฝ่ายขายอาจมีมุมมองในด้านการทำกำไร ฝ่ายทรัพยากรบุคคลและฝ่ายประชาสัมพันธ์อาจมีมุมมองในด้านชื่อเสียงของบริษัท เป็นต้น จากที่กล่าวมาความแตกต่างของมุมมองในแต่ละบุคคลนั้นอาจส่งผลให้เกิดความยุ่งยากในการใช้งานขึ้นได้ เพราะความเข้าใจเนื้อหาที่มีความแตกต่างกัน การใช้งานแต่ละความต้องการก็ย่อมแตกต่างกันด้วย จึงจำเป็นต้องมีการจัดโครงสร้างเนื้อหาตามความเหมาะสม เพื่อให้ผู้ใช้ทุกกลุ่มสามารถบรรลุเป้าหมายได้อย่างแท้จริง

4. นโยบายภายในองค์กร

ในทุกๆ องค์กรย่อมต้องมีนโยบายในการดำเนินงาน เพื่อเป็นการระบุถึงเป้าหมายวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานและสร้างขอบเขตหน้าที่ให้แก่บุคลากร ซึ่งนโยบายในองค์กรก็

สามารถส่งผลกระทบต่อการใช้งานในแอปพลิเคชันได้ กล่าวคือ แอปพลิเคชันที่ใช้งานทั่วๆ ไปอาจมีความต้องการที่ไม่ซับซ้อนมากนัก แต่แอปพลิเคชันที่ใช้งานภายในองค์กร ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการพัฒนาองค์กรในด้านต่างๆ ตามที่ระบุไว้ในนโยบายของแต่ละองค์กร การใช้งานแอปพลิเคชันจึงต้องอยู่ภายใต้ขอบเขตของนโยบายเป็นหลัก ทำให้รูปแบบของความต้องการมีลักษณะเฉพาะตัว จึงจำเป็นต้องมีการจัดโครงสร้างเนื้อหาในแอปพลิเคชันให้สอดคล้องและมีความเหมาะสมต่อนโยบายภายในองค์กรด้วย เพื่อให้ผู้ใช้ภายในองค์กรสามารถใช้งานได้ถูกต้องตามวัตถุประสงค์และเป็นไปในทิศทางที่องค์กรต้องการ

เนื้อหาของแอปพลิเคชันถือได้ว่าเป็นส่วนหลักหรือเป็นภาพรวมของแอปพลิเคชันที่แสดงต่อผู้ใช้ ทำให้ผู้ใช้ทราบถึงรูปลักษณ์และภาพรวมในการทำงานของแอปพลิเคชัน ซึ่งช่วยให้ผู้ใช้สามารถใช้งานได้ง่ายขึ้นด้วย แต่การจัดโครงสร้างเนื้อหาของแอปพลิเคชันยังต้องคำนึงถึงการประมวลผลหรือการทำงานของแอปพลิเคชันนั้นอีกด้วย เพื่อให้การออกแบบและการจัดโครงสร้างเนื้อหานั้นสอดคล้องกับการทำงานของแอปพลิเคชัน เพราะว่าแอปพลิเคชันแต่ละประเภทมีการแสดงผลที่แตกต่างกัน ดังนั้นนักออกแบบควรพิจารณาการประมวลผลหรือการทำงานของแอปพลิเคชันที่ทำการออกแบบและการจัดโครงสร้างเนื้อหาอย่างรอบคอบ ในการจัดโครงสร้างเนื้อหาของแอปพลิเคชันนั้นสิ่งที่จะต้องพิจารณาดังนี้

พิจารณาและทำความเข้าใจกับสถาปัตยกรรมข้อมูล สถาปัตยกรรมข้อมูลจะเกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์วิธีการจัดวางองค์ประกอบต่างๆ ในเนื้อหาของแอปพลิเคชันว่าควรเป็นอย่างไร อาทิเช่น ควรมีการจัดวางปุ่มคำสั่งต่างๆ หรือวัตถุภายในแอปพลิเคชันอย่างไรจึงจะตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้และสอดคล้องกับแอปพลิเคชัน เป็นต้น ในบางกรณีแอปพลิเคชันเดียวกันอาจนำเสนอบนอุปกรณ์ที่แตกต่างกัน เช่น เว็บไซต์ที่แสดงผลทั้งบนเครื่องคอมพิวเตอร์และเครื่อง PDA เป็นต้น ดังนั้นจึงต้องพิจารณาถึงสถาปัตยกรรมข้อมูล เพื่อให้สามารถนำไปใช้งานได้เหมาะสมกับแอปพลิเคชัน

พิจารณาโครงสร้างทางกายภาพของแอปพลิเคชัน กล่าวคือ ต้องพิจารณาถึงการนำเสนอองค์ประกอบต่างๆ ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้ใช้สามารถมองเห็นได้ เช่น องค์ประกอบภายในแต่ละหน้าของแอปพลิเคชัน หน้าต่างที่ใช้สำหรับนำเสนอข้อมูล การแสดงผลบนหน้าจอหลักหรือหน้าจอย่อย เป็นต้น โครงสร้างทางกายภาพเป็นส่วนสำคัญอีกส่วนหนึ่งเทียบเท่ากับสถาปัตยกรรมข้อมูล เนื่องจาก

การนำเสนอต้องมีความสอดคล้องกับการจัดวางองค์ประกอบจึงจะทำให้เนื้อหาของแอปพลิเคชันออกมาอย่างลงตัว

การจัดโครงสร้างเนื้อหาของแอปพลิเคชันจึงต้องให้ความสำคัญและพิจารณาอย่างรอบคอบถึงสถาปัตยกรรมข้อมูลและโครงสร้างทางกายภาพของแอปพลิเคชัน เพื่อให้รูปแบบของการนำเสนอเนื้อหาเหมาะสมกับแอปพลิเคชันและช่วยให้ผู้ใช้สามารถใช้งานได้ง่ายขึ้น โดยในหัวข้อต่อไปจะกล่าวถึงรูปแบบการจัดวางองค์ประกอบและรูปแบบของโครงสร้างทางกายภาพของแอปพลิเคชัน (ณรงค์ ล้ำดี, 2550 : 19)

2.1.2.2 สถาปัตยกรรมข้อมูล

ในปัจจุบันมีแอปพลิเคชันอยู่มากมาย ทำให้ผู้ใช้หรือนักออกแบบอาจยึดติดกับรูปแบบอินเทอร์เฟซของแอปพลิเคชันที่คุ้นเคย ส่งผลให้ผู้ออกแบบต้องนำรูปแบบของอินเทอร์เฟซดังกล่าวมาใช้เป็นต้นแบบ ซึ่งช่วยให้นักออกแบบไม่ต้องออกแบบอินเทอร์เฟซใหม่ทั้งหมด นักออกแบบจึงไม่จำเป็นต้องใส่ใจรายละเอียดขององค์ประกอบในการออกแบบมากนัก หากทุกแอปพลิเคชันมีขนาดเล็กสามารถแสดงเนื้อหาและจัดวางองค์ประกอบทั้งหมดให้อยู่ในหน้าแอปพลิเคชันเพียงหน้าเดียวได้คงไม่ต้องสนใจการจัดโครงสร้างเนื้อหามากนัก แต่ในความเป็นจริงนั้นแอปพลิเคชันประกอบด้วยเนื้อหาของแอปพลิเคชัน เครื่องมือในการใช้งานและองค์ประกอบต่างๆ มากมาย ดังนั้นนักออกแบบจำเป็นต้องใส่ใจการจัดวางองค์ประกอบของแอปพลิเคชันและต้องวางแผนการออกแบบอย่างรอบคอบ เพื่อให้สามารถออกแบบได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยส่วนประกอบที่สำคัญในการจัดโครงสร้างเนื้อหาของแอปพลิเคชันที่นักออกแบบต้องคำนึงถึง คือ สถาปัตยกรรมข้อมูล (Information Architecture)

สถาปัตยกรรมข้อมูล คือ ส่วนที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างเนื้อหาของแอปพลิเคชันและฟังก์ชันภายในแอปพลิเคชัน ซึ่งเนื้อหาของแอปพลิเคชันก็คือ ข้อมูลทั่วไปที่แอปพลิเคชันมีไว้รองรับความต้องการของผู้ใช้ สำหรับฟังก์ชันภายในแอปพลิเคชันก็คือ ส่วนการใช้งานที่แอปพลิเคชันจัดเตรียมไว้ให้แก่ผู้ใช้หรือสิ่งที่ผู้ใช้สามารถเรียกใช้งานจากแอปพลิเคชันได้ สถาปัตยกรรมข้อมูลจะช่วยให้นักออกแบบเข้าใจว่าต้องทำการสร้าง ออกแบบ จัดวางองค์ประกอบ และกำหนดทิศทาง การใช้งานให้กับผู้ใช้อย่างไร ทั้งหมดก็คือ แนวทางในการออกแบบอินเทอร์เฟซซึ่งช่วยให้นักออกแบบสามารถกำหนดรูปแบบอินเทอร์เฟซของแอปพลิเคชันอย่างคร่าวๆ ได้

นอกจากที่กล่าวมาแล้วนักออกแบบต้องเข้าใจด้วยว่าการใช้งานในแอปพลิเคชันนั้นแตกต่างจากการใช้งานในเว็บไซต์เนื่องจากเว็บไซต์เป็นแหล่งข้อมูลที่รวบรวมและนำเสนอข้อมูลด้วยสื่อในรูปแบบต่างๆ เช่น ข้อความ รูปภาพ เพลง วิดีโอ เป็นต้น นักออกแบบเว็บเพจเพียงแค่จัดวาง นำเสนอ และจัดทำรายการสื่อแต่ละรูปแบบไว้ในบริเวณที่เหมาะสม ผู้ใช้ก็สามารถเข้าใจการใช้งานเองจากสิ่งที่นักออกแบบเตรียมไว้ให้ โดยเว็บไซต์เพียงแค่ตอบสนองตามที่ผู้ใช้งานต้องการเท่านั้น แต่แอปพลิเคชันถูกพัฒนาขึ้นมาเพื่อรองรับการทำงานบางอย่างของผู้ใช้ นอกจากการรับรู้เนื้อหาของแอปพลิเคชันแล้ว ผู้ใช้ต้องสามารถสร้างงานด้วยตนเอง เช่น การวาด การเขียน และการกระทำอื่นๆ ได้ โดยที่แอปพลิเคชันจะรองรับการใช้งานดังกล่าวของผู้ใช้และตอบสนองด้วยผลลัพธ์บางอย่างภายในขอบเขตของแอปพลิเคชันนั้น

จากที่กล่าวมาทำให้นักออกแบบจำเป็นต้องพิจารณาถึงสถาปัตยกรรมข้อมูล เพื่อให้สามารถเข้าใจถึงโครงสร้างของอินเทอร์เฟซ สามารถออกแบบให้แอปพลิเคชันตอบสนองตามการกระทำของผู้ใช้หรือตามความต้องการของผู้ใช้และยังช่วยให้ผู้ใช้มีความเข้าใจขั้นตอนในการใช้งานได้ง่ายขึ้นด้วย โดยแอปพลิเคชันส่วนใหญ่และเว็บไซต์ต่างๆ ไปมักมีรูปแบบการจัดวางองค์ประกอบต่างๆ ดังนี้

1. จัดลำดับรายการวัตถุ

เป็นรูปแบบการจัดวางองค์ประกอบที่นิยมใช้ในแอปพลิเคชันที่มีการเก็บรวบรวมข้อมูลจำพวก เพลง หนังสือ รูปภาพ ภาพถ่าย โดยมีการจัดเรียงข้อมูลในแบบต่างๆ เช่น เรียงตามลำดับข้อมูล แสดงข้อมูลแบบตาราง แสดงข้อมูลแบบแผนผังต้นไม้ เป็นต้น ข้อมูลที่จัดเรียงจะแสดงให้ผู้ใช้เห็นเป็นกรอบรูปขนาดเล็กช่วยให้ผู้ใช้สามารถค้นหาข้อมูลที่ต้องการได้เร็วขึ้น เนื่องจากข้อมูลที่ใช้จัดลำดับในรูปแบบนี้เป็นข้อมูลที่สามารถเข้าใจได้ง่ายด้วยการแสดงแบบวัตถุ ซึ่งจะทำให้ผู้ใช้เห็นรายละเอียดของข้อมูลได้อย่างชัดเจน

แอปพลิเคชันที่ใช้รูปแบบดังกล่าวจะมีการจัดเรียงข้อมูลที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับข้อมูลที่แอปพลิเคชันรวบรวมและวัตถุประสงค์ในการใช้งานแอปพลิเคชันนั้น โดยอาจให้ผู้ใช้กำหนดการจัดเรียงเองได้เพื่ออำนวยความสะดวกให้สามารถค้นหาข้อมูลได้เร็วขึ้น

2. จัดลำดับรายการคำสั่ง

เป็นรูปแบบการจัดวางองค์ประกอบตามลำดับของคำสั่งหรือการกระทำ โดยสนใจในสิ่งที่ผู้ใช้งานต้องการทำในขณะนั้นและทำการจัดวางรายการของคำสั่งไว้บริเวณที่ผู้ใช้งานสามารถเลือกใช้งานได้ง่ายและสะดวก ซึ่งการจัดวางตามรูปแบบนี้จะช่วยให้ผู้ที่เคยใช้งานบางส่วนของแอปพลิเคชันนี้มาก่อนสามารถใช้งานได้สะดวกขึ้น และช่วยให้ผู้ใช้ที่ยังไม่เคยใช้แอปพลิเคชันนี้สามารถเรียนรู้การใช้คำสั่งในแอปพลิเคชันได้ง่ายขึ้นด้วย

แอปพลิเคชันที่ใช้การจัดวางองค์ประกอบรูปแบบนี้มักมีการออกแบบการแสดงผลลำดับรายการของคำสั่งที่มีลักษณะคล้ายๆกัน โดยเฉพาะแอปพลิเคชันที่ใช้บนเครื่องคอมพิวเตอร์ทั่วไป (Desktop Application) เช่น เมนูบาร์ (Menu Bar), ทูลบาร์ (Tool Bar) เป็นต้น ซึ่งผู้ใช้ทั่วไปมีความคุ้นเคยทำให้ใช้งานได้ง่าย อย่างไรก็ตามนักออกแบบต้องคำนึงถึงจำนวนของคำสั่งที่จะแสดงในลำดับรายการ ถ้าหากมีคำสั่งอยู่จำนวนมากในลำดับรายการเดียวอาจทำให้เกิดความยุ่งยากต่อการใช้งาน สำหรับในอุปกรณ์ขนาดเล็กจำพวกโทรศัพท์มือถือ (PDA) ซึ่งมีข้อจำกัดในการแสดงผลลำดับรายการคำสั่ง อาจต้องออกแบบให้สามารถใช้ปุ่มสำหรับเลือกคำสั่งนั้นได้โดยตรงหรือกำหนดปุ่มสำหรับแสดงลำดับรายการคำสั่งที่ซ่อนอยู่ เพื่อให้ผู้ใช้ทำการเลือกคำสั่งที่ต้องการต่อไป

3. จัดลำดับรายการหัวข้อ

การจัดวางองค์ประกอบแบบนี้พบเห็นได้บ่อยครั้ง โดยเฉพาะตามเว็บไซต์ต่างๆ เนื่องจากเว็บไซต์ส่วนใหญ่นั้นเป็นแหล่งสำหรับรวบรวมข้อมูลและนำเสนอแก่ผู้ใช้จึงนิยมใช้การจัดลำดับรายการตามหัวข้อ ซึ่งจะเรียงลำดับรายการจากหัวข้อใหญ่ไปจนถึงหัวข้อย่อย อาจจะมีจัดหมวดหมู่ให้กับหัวข้อที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกัน หรือจัดกลุ่มหัวข้อที่มีเนื้อหาภายในคล้ายๆ กันไว้ด้วยกัน โดยจะประกอบด้วยหัวข้อใหญ่และหัวข้อย่อยขึ้นอยู่กับปริมาณเนื้อหาในหัวข้อนั้น การจัดลำดับรายการหัวข้อนั้น นักออกแบบต้องเข้าใจว่าเมื่อผู้ใช้เข้ามาในแอปพลิเคชันหรือเข้าไปในแต่ละหน้าของแอปพลิเคชัน สิ่งแรกๆที่ผู้ใช้จะทำคือสิ่งใด แล้วจัดวางหัวข้อที่ผู้ใช้งานต้องการไว้ในลำดับแรกหรือจัดลำดับรายการหัวข้อเรียงตามตัวอักษรก็ได้ เพื่อให้ผู้ใช้สามารถสังเกตเห็นได้ง่าย

การจัดลำดับรายการหัวข้ออาจพบในแอปพลิเคชันที่ต้องจัดหมวดหมู่หรือจัดการใช้งานเป็นหัวข้อ เช่น แอปพลิเคชันสำหรับเล่นเพลงจะมีการแสดงรายการเพลงต่างๆ ซึ่งผู้ใช้สามารถเลือกได้จากส่วนที่แอปพลิเคชันจัดหมวดหมู่ไว้แล้วก็ได้ อาจเลือกจากหมวดหมู่ที่มีแนวเพลงเดียวกัน อาทิเช่น แนวเพลงร็อคซึ่งแอปพลิเคชันจะแสดงศิลปินที่ร้องเพลงร็อคทั้งหมดตามลำดับ

ตัวอักษร เป็นต้น ทำให้ผู้ใช้สามารถเลือกและเข้าไปในงานได้ง่ายและสามารถป้องกันผู้ใช้ที่หลงเข้าไปในงานในส่วนที่ตนไม่ต้องการได้

4. จัดลำดับรายการเครื่องมือ

การจัดวางองค์ประกอบรูปแบบนี้ เป็นการรวบรวมเครื่องมือที่สำคัญของแอปพลิเคชัน แสดงไว้บนหน้าหลักให้ผู้ใช้เห็นอย่างชัดเจน ซึ่งอาจเป็นแอปพลิเคชันย่อยที่จำเป็นในการใช้งาน หรือเพื่อบันเทิงก็ได้ขึ้นอยู่กับรูปแบบของแอปพลิเคชันนั้น การจัดลำดับรายการเครื่องมือมักพบบนอุปกรณ์พกพา (PDA), ปาล์ม (Palm) โทรศัพท์มือถือ หรือระบบปฏิบัติการต่างๆ และอาจพบเห็นได้ในเว็บไซต์ที่มีแอปพลิเคชันย่อยอยู่ภายใน เช่น เกมส์ ต่างๆ โดยการจัดเรียงลำดับรายการเครื่องมือก็สามารถทำได้หลายแบบ เช่น การเรียงตามลำดับ การเรียงแบบกริด (Grid) เป็นต้น ในอุปกรณ์โทรศัพท์มือถือบางชนิดอาจสามารถกำหนดการจัดเรียงได้ตามความต้องการของผู้ใช้

อย่างไรก็ตาม การจัดลำดับรายการเครื่องมือจำเป็นต้องคำนึงถึงการเรียกใช้งานด้วยการกำหนดชื่อให้แต่ละเครื่องมือต้องสัมพันธ์กับการทำงานของเครื่องมือนั้นและจะต้องไม่ซ้ำซ้อนกับชื่อของคำสั่งหรือปุ่มควบคุมการทำงานอื่นในแอปพลิเคชันนั้นด้วย การตั้งชื่อให้กับเครื่องมือที่เข้าใจได้ง่ายช่วยให้ผู้เริ่มต้นใช้งานสามารถเลือกใช้เครื่องมือได้อย่างถูกต้องและไม่เกิดความสับสนในการใช้งาน การจัดลำดับรายการเครื่องมือต้องสามารถดึงดูดความสนใจของผู้ใช้ได้โดยเฉพาะผู้ใช้ในกลุ่มอายุที่ต่ำกว่า ในกรณีที่มีเครื่องมืออยู่จำนวนมากควรจัดหมวดหมู่ให้กับเครื่องมือที่มีหน้าที่คล้ายๆ กันไว้ในกลุ่มเดียวกันและเครื่องมือใดที่มีการใช้งานบ่อยๆ ควรแสดงให้ผู้ใช้เห็นเป็นอันดับแรก อีกสิ่งหนึ่งที่นักออกแบบต้องให้ความสำคัญก็คือ วิธีการออกแบบทิศทางการใช้งานแอปพลิเคชัน ซึ่งควรออกแบบให้ผู้ใช้ไม่เกิดความสับสนต่อทิศทางการใช้งาน เมื่อต้องใช้งานเครื่องมือหรือต้องเข้าออกระหว่างแอปพลิเคชันย่อยกับแอปพลิเคชันหลักอยู่เสมอ

2.1.2.3 โครงสร้างทางกายภาพของแอปพลิเคชัน

โครงสร้างทางกายภาพ (Physical Structure) คือ รูปลักษณะโดยรวมของแอปพลิเคชัน เป็นส่วนแรก que ผู้ใช้สามารถมองเห็นได้โดยที่ยังไม่ได้ใช้งาน เช่น หน้าตาของแอปพลิเคชัน (Windows) หน้า que แสดงเนื้อหาของแอปพลิเคชันในแต่ละส่วน (Page) ปุ่มควบคุมหรือคำสั่งต่างๆ ในแอปพลิเคชัน เป็นต้น การออกแบบโครงสร้างทางกายภาพจำเป็นต้องพิจารณาถึงการใช้งานของผู้ใช้และการทำงานของแอปพลิเคชันด้วย นอกจากการออกแบบให้โครงสร้างทางกายภาพมีรูปลักษณะที่สวยงามแล้วยังต้องมีความสอดคล้องในการทำงานระหว่างผู้ใช้กับแอปพลิเคชันด้วย

โดยจะต้องวิเคราะห์การแสดงผลที่ได้จากการประมวลผลของแอปพลิเคชันว่าตอบสนองต่อการใช้งานของผู้ใช้ถูกต้องหรือไม่ หน้าที่หรือการใช้งานของผู้ใช้ที่มีต่อโครงสร้างทางกายภาพของแอปพลิเคชันเป็นอย่างไร โดยมีลักษณะของโครงสร้างทางกายภาพที่แตกต่างกันดังนี้

1. One Window Paging

เป็นรูปแบบโครงสร้างทางกายภาพอย่างง่าย โดยใช้พื้นที่ในการแสดงผลหรือทำงานด้วยหน้าต่างเดียว เมื่อเปลี่ยนการทำงานไปยังส่วนอื่นๆ ก็จะแสดงผลในส่วนนั้นบนหน้าต่างเดิม ที่พบเห็นอยู่บ่อยครั้งก็คือ เว็บไซต์ต่างๆ ที่จะแสดงผลอยู่บนหน้าต่างเดียว โครงสร้างทางกายภาพลักษณะนี้เหมาะกับอุปกรณ์ขนาดเล็กที่มีข้อจำกัดในการแสดงผลบนหน้าจอเดียว เช่น โทรศัพท์มือถือพกพา (PDA), ปาล์ม (Palm) เป็นต้น โดยเฉพาะในอุปกรณ์ที่ไม่สามารถเลือกใช้โครงสร้างทางกายภาพในลักษณะอื่นได้ นักออกแบบควรออกแบบให้การใช้งานและการแสดงผลอยู่บนหน้าต่างหลักเท่านั้นแต่ต้องตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้ให้ได้อย่างครบถ้วน

2. Multiple Window

เป็นการใช้งานหลายๆ หน้าต่าง โดยสามารถใช้งานส่วนต่างๆ ของแอปพลิเคชันตามที่แสดงไว้ในแต่ละหน้าต่างตามความต้องการ ช่วยให้ผู้ใช้สามารถดูเนื้อหาหรือผลลัพธ์ของแอปพลิเคชันจากหลายๆ หน้าต่างได้ แต่โครงสร้างทางกายภาพในลักษณะนี้อาจทำให้ผู้ใช้เกิดความสับสนในการใช้งาน เนื่องจากมีหน้าต่างที่แสดงผลอยู่จำนวนมากอาจทำให้ผู้ใช้หาส่วนที่คนต้องการไม่พบหรืออาจลืมหน้าต่างส่วนนั้นในระหว่างการทำงานได้ นักออกแบบจึงต้องพิจารณาถึงการใช้งานของผู้ใช้ด้วยว่าโครงสร้างทางกายภาพลักษณะนี้เหมาะสมหรือไม่ ซึ่งการใช้โครงสร้างทางกายภาพในลักษณะอื่นอาจจะทำงานได้คล่องตัวกว่าการใช้หลายๆ หน้าต่าง

3. Tiled Panes

โครงสร้างทางกายภาพในลักษณะนี้จะแบ่งหนึ่งหน้าต่างออกเป็นหลายส่วน ซึ่งสามารถใช้งานส่วนต่างๆ บนหนึ่งหน้าต่างได้ โดยอาจแบ่งเป็น ส่วนพื้นที่สำหรับใช้งาน ส่วนสำหรับแสดงผลลัพธ์ หรือส่วนสำหรับแสดงเครื่องมือต่างๆ ที่จำเป็นในการใช้งาน โครงสร้างทางกายภาพในลักษณะนี้จะช่วยให้ผู้ใช้ทำงานได้คล่องตัวขึ้น เนื่องจากการทำงานหลายส่วนอยู่บนหน้าต่างเดียวทำให้ไม่ต้องย้ายส่วนทำงานบ่อย ก็สามารถทำงานและดูผลลัพธ์ได้บนหน้าต่างเดียวกัน อย่างไรก็ตามไม่ควรแบ่งหนึ่งหน้าต่างออกเป็นส่วนย่อยมากเกินไป เพราะผู้ใช้จะเหลือพื้นที่การใช้งาน

ในแต่ละส่วนน้อยเกินไปซึ่งอาจทำให้รู้สึกใช้งานยาก นักออกแบบอาจออกแบบให้ผู้ใช้งานสามารถแบ่งหรือเลือกส่วนการใช้งานได้เองเพื่อให้ผู้ใช้เลือกส่วนการใช้งานที่สำคัญและจำเป็นเท่านั้น

ลักษณะโครงสร้างทางกายภาพทั้งหมดที่กล่าวมามีข้อดีและข้อเสียที่แตกต่างกัน ดังนั้นนักออกแบบควรเลือกใช้โครงสร้างทางกายภาพในลักษณะต่างๆ ให้เหมาะสมกับแอปพลิเคชันนั้นด้วย โดยวิเคราะห์การทำงานของแอปพลิเคชันและการใช้งานของผู้ใช้ เพื่อให้สามารถเลือกใช้โครงสร้างทางกายภาพที่สอดคล้องต่อการทำงานและตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้ได้อย่างถูกต้อง นอกจากนี้โครงสร้างทางกายภาพลักษณะต่างๆ อาจนำมาประยุกต์ใช้ร่วมกันได้ เพื่อทดแทนจุดอ่อนของโครงสร้างทางกายภาพบางลักษณะและช่วยตอบสนองการทำงานได้อย่างครอบคลุมทุกๆ ส่วนในแอปพลิเคชันได้

2.1.2.4 วิธีการจัดโครงสร้างเนื้อหาของแอปพลิเคชัน

1. แบ่งหน้าต่างออกเป็น 2 ส่วน

เป็นวิธีการแบ่งหน้าต่างของอินเตอร์เฟซออกเป็น 2 ส่วน โดยส่วนที่หนึ่งใช้สำหรับแสดงรายการชื่อของหัวข้อหรือข้อมูลที่น่าสนใจ ส่วนที่สองจะแสดงเนื้อหาของหัวข้อหรือข้อมูลที่ใช้ได้ทำการเลือกจากรายการในส่วนที่หนึ่ง ซึ่งวิธีการนี้ควรใช้เมื่อต้องการนำเสนอข้อมูลเป็นลำดับรายการ หัวข้อ หรือจัดหมวดหมู่ให้กับข้อมูล และต้องการแสดงถึงรายละเอียดของข้อมูลในลำดับรายการที่ได้จัดไว้ เช่น รายละเอียดของเนื้อหา ขนาดของไฟล์ วันเวลา แหล่งที่มาของข้อมูล เป็นต้น เนื่องจากวิธีการนี้มีโครงสร้างทางกายภาพในลักษณะแบ่งหน้าต่างออกเป็น 2 ส่วนทำให้มีเนื้อที่เพียงพอที่จะแสดงรายละเอียดต่างๆ ได้อย่างครบถ้วน

วิธีการนี้ช่วยให้ผู้ใช้สามารถดูรายละเอียดของข้อมูลได้เร็วขึ้น โดยจะแสดงอยู่บนหน้าต่างเดียวกัน

ในบางกรณีที่มีการออกแบบให้ผู้เลือกใช้เลือกข้อมูลจากรายการและต้องรอดูรายละเอียดของข้อมูลดังกล่าวในหน้าถัดไป เช่นอีเมลล์ (E-Mail) ที่ให้บริการบนเว็บไซต์ต่างๆ ซึ่งจะแสดงรายการของเมลล์ (Mail) ที่ได้รับ เมื่อผู้ใช้ต้องการเลือกอ่านข้อความในเมลล์ (Mail) รายละเอียดของข้อความในเมลล์ (Mail) นั้นจะแสดงในหน้าต่อไป จึงต้องรออ่านข้อความในเมลล์ (Mail) ทำให้

เกิดความเบื่อหน่ายและอาจลบเมลล์ (Mail) ที่ซึ่งโดยที่ไม่สนใจข้อความในเมลล์ (Mail) เป็นต้น สำหรับข้อดีของวิธีการแบ่งหน้าต่างเป็น 2 ส่วน มีดังนี้

1. ช่วยให้สายตาผู้ใช้ไม่ต้องทำงานหนัก ไม่ต้องเปลี่ยนหรือปรับระยะการมองข้อมูลภายในหน้าต่าง เนื่องจากรายละเอียดข้อมูลที่ผู้ใช้ต้องการปรากฏอยู่บนหน้าต่างเดียว ทำให้ไม่ต้องละสายตาจากหน้าต่างเดิมไปยังหน้าต่างใหม่หรือต้องรอการแสดงผลพจนินหน้าถัดไป
2. ทำให้ผู้ใช้มีสมาธิในการใช้งานอย่างต่อเนื่อง เพราะไม่ต้องรอดูรายละเอียดข้อมูลในหน้าถัดไปหรือหน้าต่างอื่นและไม่เบนความสนใจไปยังสิ่งอื่นซึ่งอาจทำให้ขาดสมาธิในการใช้งานได้
3. ผู้ใช้สามารถดูข้อมูลได้ทันทีโดยไม่ต้องรอหรือกลับมาดูในภายหลัง

ข้อแนะนำในการออกแบบมีดังนี้

1.1 แบ่งหน้าต่างออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนแสดงรายการข้อมูลหรือหัวข้อสำหรับให้ผู้ใช้เลือก และส่วนแสดงรายละเอียดของข้อมูล ควรจัดสรรพื้นที่ในแต่ละส่วนให้เหมาะสมกับข้อมูลที่ต้องการแสดง

1.2 จัดส่วนแสดงรายการข้อมูลไว้ส่วนบนหรือด้านซ้าย เนื่องจากผู้ใช้ส่วนใหญ่จะอ่านมาจากซ้ายไปขวา จึงควรวางส่วนแสดงรายละเอียดของข้อมูลไว้ด้านล่างหรือด้านขวา เพื่อไม่ให้ผู้ใช้สับสน

1.3 การแสดงผลในส่วนแสดงรายละเอียดข้อมูลควรตอบสนองทันทีเมื่อผู้ใช้เลือกข้อมูลที่ต้องการและควรให้ผู้ใช้เลือกโดยใช้เมาส์หรือคีย์บอร์ดก็ได้

1.4 ส่วนแสดงรายการข้อมูลหรือหัวข้อ ควรเลือกใช้การจัดเรียงลำดับรายการที่เหมาะสมโดยพิจารณาความสัมพันธ์ของข้อมูลทั้งหมด เช่น จัดเรียงข้อมูลตามยาว, จัดเรียงแบบลำดับชั้น (Hierarchy), จัดเรียงแบบแผนผังต้นไม้, จัดเรียงรายการตามหัวข้อหรือหมวดหมู่ เป็นต้น

2. จัดสรรพื้นที่สำหรับสร้างงานตัวเอง

เป็นวิธีการที่นิยมใช้ออกแบบในแอปพลิเคชันที่ทำงานในด้านการตกแต่งรูปภาพ หรือวาดภาพกราฟิก (Graphic Editor) เช่น Photoshop, Paint, 3D Studio Max เป็นต้น โดยจะมีพื้นที่ว่างสำหรับใช้ในการทำงาน (Canvas) ส่วนหนึ่งและมีพื้นที่สำหรับกลุ่มเครื่องมือที่ใช้ในการสร้างงาน (Palette) จัดวางไว้บริเวณที่สะดวกต่อการเลือกใช้งาน วิธีนี้ช่วยให้ผู้ใช้สามารถสร้างงานได้อย่างอิสระบนพื้นที่ว่างที่กำหนดไว้ และสามารถกำหนดขนาดและจำนวนพื้นที่ในการสร้างงานตัวเอง นอกจากนี้สามารถหยิบใช้เครื่องมือได้ทันทีจากบริเวณใกล้เคียง ช่วยให้ทำงานได้อย่างสะดวกและรวดเร็วขึ้น ในบางแอปพลิเคชันอาจใช้การออกแบบโดยวิธีการแบ่งหน้าต่างเป็น 2 ส่วน โดยส่วนที่หนึ่งใช้สำหรับเก็บเครื่องมือและส่วนที่สองใช้สำหรับการสร้างงานก็ได้

ข้อเสนอแนะในการออกแบบมีดังนี้

2.1 พื้นที่ว่างสำหรับสร้างงานควรมีขนาดที่เหมาะสมกับงานที่จะทำ โดยผู้ใช้สามารถกำหนดขนาดเองได้ และพื้นที่จะต้องอยู่ภายในหน้าต่างเดียวกันกับเครื่องมือ เพื่อสะดวกต่อการใช้งาน

2.2 กลุ่มของเครื่องมือควรจัดเรียงอย่างมีระเบียบไม่ควรจัดวางซ้อนทับพื้นที่สำหรับสร้างงาน และรายการของเครื่องมือไม่ควรมีมากเกินไปควรแสดงเฉพาะเครื่องมือที่ต้องใช้งานอยู่เสมอหรือที่จำเป็นต่อการใช้งานของแอปพลิเคชัน

2.3 เครื่องมือควรวางไว้ทางด้านบนหรือด้านซ้ายของจอภาพ เนื่องจากผู้ใช้ส่วนใหญ่จะถนัดการใช้งานจากซ้ายไปขวาตามลักษณะในการอ่าน

2.4 การกำหนดชื่อหรือรูปภาพที่แสดงให้ผู้ใช้ทราบถึงหน้าที่ของเครื่องมือนั้น ควรมีชื่อที่เข้าใจง่ายและทราบได้ทันทีว่าหน้าที่ของเครื่องมือนั้นคืออะไร หรืออาจใช้รูปภาพที่ผู้ใช้ทั่วไปคุ้นเคยและเข้าใจได้ทันทีโดยนำรูปแบบมาจากแอปพลิเคชันอื่นที่กำลังได้รับความนิยม

2.5 ควรออกแบบเครื่องมือต่างๆ ให้สามารถเรียกใช้งานและปิดการทำงานได้ง่าย

3. แสดงลำดับรายการด้วยหน้าต่างเดียว

วิธีการนี้มีลักษณะโครงสร้างทางกายภาพแบบ One Window Paging แต่ละหน้าต่างของแอปพลิเคชันจะแสดงบนหน้าต่างเดียวเท่านั้น โดยผู้ใช้จะเลือกเนื้อหาหรือข้อมูลจากรายการที่กำหนดไว้ในหน้าต่างแอปพลิเคชัน ซึ่งเนื้อหาหรือข้อมูลดังกล่าวจะแสดงผลแทนที่ข้อมูลในหน้าต่างเดิมบนหน้าต่างเดียวกัน

วิธีการนี้นิยมนำไปใช้ออกแบบอินเตอร์เฟซในอุปกรณ์พกพาต่างๆ เช่น เครื่องเล่นเพลง MP3, โทรศัพท์มือถือ เป็นต้น เนื่องจากมีหน้าจอแสดงผลขนาดเล็กหากต้องแบ่งหน้าจอเป็นส่วนๆ พื้นที่ใช้งานและข้อมูลที่ต้องการแสดงบนหน้าจอก็จะมีขนาดเล็กลงด้วย ในกรณีที่มีหัวข้อและรายละเอียดจำนวนมาก การเข้าไปใช้งานในแต่ละหน้าต่างของแอปพลิเคชันจะทำได้ยากลำบาก ดังนั้นการให้ลักษณะโครงสร้างทางกายภาพแบบ One Window Paging จะทำได้สะดวกกว่า นอกจากนี้หากนำวิธีดังกล่าวไปใช้งานกับแอปพลิเคชันหรืออุปกรณ์ทั่วไป ซึ่งไม่มีข้อจำกัดในเรื่องของขนาดหน้าจอที่ใช้แสดงผลจะช่วยแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้นจากผู้ใช้ไม่มีความชำนาญหรือไม่คุ้นเคยกับการใช้งานหลายๆ หน้าต่าง ช่วยลดความสับสนในการใช้งานอีกด้วย

ข้อแนะนำในการออกแบบมีดังนี้

3.1 การจัดโครงสร้างเนื้อหาโดยเฉพาะในหน้าต่างแสดงผลข้อมูล ไม่ควรจัดวางข้อมูลหรือเครื่องมืออื่นๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องไว้ซึ่งอาจทำให้ผู้ใช้เบี่ยงเบนความสนใจและเสียสมาธิในการใช้งานได้

3.2 แต่ละหน้าต่างที่แสดงผลข้อมูลควรจัดเตรียมลิงค์หรือทางออกให้ผู้สามารถย้อนกลับไปยังหัวข้อหลักของข้อมูลที่ผู้ใช้สนใจหรือกลับไปยังหน้าหลักของแอปพลิเคชันได้ เพื่อป้องกันการเข้าไปยังส่วนที่ผู้ใช้ไม่ต้องการใช้งานและสามารถกลับมาเริ่มต้นใช้งานข้อมูลอื่นๆ ที่ผู้ใช้สนใจได้ง่ายขึ้น

3.3 การกำหนดทิศทางการใช้งานของผู้ใช้ ควรออกแบบอย่างรอบคอบและอำนวยความสะดวกให้สามารถใช้งานได้อย่างคล่องตัว เนื่องจากวิธีการนี้จะแสดงผลด้วยหน้าต่างเดียวเท่านั้น หากกำหนดทิศทางที่ซับซ้อนหรือเข้าออกจากหน้าต่างได้ยาก อาจทำให้ผู้ใช้เสียเวลาใช้งานแต่ละส่วนของแอปพลิเคชันมากเกินไป

4. ปรับมุมมองได้หลายแบบ

วิธีนี้ผู้ใช้สามารถเลือกหรือเปลี่ยนรูปแบบโครงสร้างการแสดงผลของหน้าแอปพลิเคชันได้ เนื่องจากผู้ใช้อาจไม่ชอบโครงสร้างการแสดงผลของหน้าแอปพลิเคชัน ซึ่งอาจเกิดจากความคุ้นเคย หรือต้องการประโยชน์จากเนื้อหาหรือการทำงานของแอปพลิเคชันมากกว่าสัญลักษณ์ที่สวยงาม ในบางกรณีแอปพลิเคชันอาจมีการจัดวางส่วนประกอบที่ไม่จำเป็นต้องใช้งานไว้มากมาย ซึ่งอาจทำให้ไม่สะดวกต่อการใช้งาน ดังนั้นจึงควรออกแบบให้สามารถเลือกโครงสร้างการแสดงผลของหน้าแอปพลิเคชันได้ การเลือกหรือเปลี่ยนโครงสร้างอาจเป็นเพียงการเปลี่ยนรูปแบบตัวอักษรให้อ่านง่ายขึ้น ให้แสดงผลเฉพาะข้อมูลที่เป็นตัวอักษร เปลี่ยนการจัดเรียงลำดับข้อมูล หรือย่อขยายให้ดูชัดขึ้นก็ได้ ทั้งหมดนี้เกิดจากความต้องการของผู้ใช้ที่ต้องการให้แสดงผลเนื้อหาหรือข้อมูลของแอปพลิเคชันได้อย่างเต็มที่

การเลือกหรือเปลี่ยนโครงสร้างการแสดงผลของหน้าแอปพลิเคชันขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้ใช้ โดยนักออกแบบจะต้องพิจารณาว่าผู้ใช้ต้องการอะไรจากแอปพลิเคชัน แต่แอปพลิเคชันไม่สามารถตอบสนองได้โดยตรงเนื่องจากอาจเกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์ทางด้านธุรกิจ ดังนั้นควรออกแบบให้สามารถรองรับต่อความต้องการของผู้ใช้โดยให้ผู้ใช้เลือกได้ด้วยตนเอง เช่น ผู้ใช้กลุ่มเป้าหมายหลักของแอปพลิเคชันอาจเป็นผู้ใช้งานบนเครื่องคอมพิวเตอร์ทั่วไป เพื่อติดต่อกิจการด้านธุรกิจ และมีผู้ใช้บางกลุ่มที่ต้องการใช้งานแอปพลิเคชันบน PDA ซึ่งไม่ใช่กลุ่มเป้าหมายหลัก แต่หากแอปพลิเคชันสามารถทำงานบน PDA ได้ ในอนาคตผู้ใช้กลุ่มนี้อาจเป็นกลุ่มที่ให้ผลกำไรจากการใช้งานแอปพลิเคชันก็เป็นได้ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการออกแบบมีดังนี้

4.1 การเปลี่ยนโครงสร้างการแสดงผลของหน้าแอปพลิเคชันควรทำเฉพาะส่วนที่สำคัญเท่านั้น โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมของเนื้อหาในแต่ละส่วนหรือตามความสนใจของผู้ใช้ เนื่องจากในบางส่วนอาจมีการจัดวางที่สามารถใช้งานได้ง่ายซึ่งอาจเพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้แล้ว

4.2 พิจารณาถึงความต้องการของผู้ใช้อย่างรอบคอบ เนื่องจากผู้ใช้อาจต้องการรูปแบบการแสดงผลเหมือนกันแต่นำไปใช้งานต่างกัน เช่น ผู้ใช้กลุ่มหนึ่งต้องการให้แสดงผลเฉพาะเนื้อหา

ที่เป็นตัวอักษรเท่านั้น ซึ่งบางคนต้องการเพียงความรวดเร็วในการแสดงผล แต่บางคนต้องการนำข้อมูลไปส่งพิมพ์ออกทางเครื่องพิมพ์ (Printer) เป็นต้น

4.3 การจัดวางปุ่มคำสั่งที่ใช้เปลี่ยนรูปแบบโครงสร้าง ควรจัดวางในบริเวณที่เด่นชัดและสังเกตง่าย เพื่อสะดวกในการใช้งาน

4.4 เมื่อผู้ใช้เปลี่ยนการแสดงผลในครั้งแรกแล้ว การแสดงผลในแต่ละหน้าจะต้องเป็นไปตามที่ผู้ใช้กำหนด โดยไม่ต้องปรับเปลี่ยนทุกครั้งเมื่อเปลี่ยนหน้าแอปพลิเคชัน และควรปรับโครงสร้างกลับมาเป็นค่าเดิมตามที่แอปพลิเคชันกำหนดไว้ได้

5. กำหนดทิศทางการใช้งาน

เป็นวิธีช่วยแนะนำขั้นตอนการใช้งานให้แก่ผู้ใช้อย่างเป็นลำดับชัดเจน โดยมีรายละเอียดของการทำงานประกอบในแต่ละขั้นตอน ทำให้ผู้ใช้เข้าใจได้ว่าต้องทำอะไรต่อไป วิธีการนี้จะช่วยให้ผู้ที่ไม่เคยใช้งานแอปพลิเคชันนี้มาก่อนสามารถเข้าใจขั้นตอนการใช้งาน เพื่อให้บรรลุตามความต้องการได้ง่ายขึ้น ในกรณีที่แอปพลิเคชันมีการใช้งานที่ค่อนข้างซับซ้อนวิธีนี้จะช่วยให้ผู้ใช้สามารถใช้งานได้โดยไม่ต้องมีความชำนาญและไม่เกิดความรู้สึกว่าแอปพลิเคชันดังกล่าวใช้งานยาก โดยพบเห็นวิธีการนี้จากเว็บไซต์สั่งซื้อสินค้าที่ต้องมีการชำระเงิน และกำหนดสถานที่จัดส่ง

อย่างไรก็ตาม หากผู้ใช้ต้องเริ่มต้นทำงานตั้งแต่ขั้นตอนแรกอาจทำให้เกิดความเบื่อหน่ายหรือรำคาญ แล้วทำให้เลิกใช้งานแอปพลิเคชันนั้น อีกทั้งต้องเสียเวลาในแต่ละขั้นตอนต่างๆ ที่บางขั้นตอนอาจไม่จำเป็นสำหรับผู้ที่เคยใช้งานมาก่อนสำหรับผู้ใช้ในแต่ละระดับจะมีความรู้สึกและประสบการณ์ที่แตกต่างกัน วิธีการนี้จึงจำเป็นต้องวิเคราะห์ว่าขั้นตอนต่างๆ ที่กำหนดให้ผู้ใช้ทำตามนั้นมีความเหมาะสมมากน้อยเพียงใด หากผู้ใช้มีประสบการณ์มากก็ไม่ควรมีขั้นตอนในการใช้งานมากเกินไป ในกรณีที่แอปพลิเคชันไม่สามารถลดลำดับขั้นตอนต่างๆ ที่กำหนดให้แก่ผู้ใช้ได้ควรมีข้อความชี้แจงประโยชน์ที่ผู้ใช้จะได้รับหากทำตามลำดับขั้นตอนดังกล่าว หรืออาจจะเป็นข้อความเพื่อจูงใจให้ผู้ใช้ทำตามลำดับขั้นตอนอย่างสมัครใจทั้งนี้เพื่อให้เกิดความรู้สึกที่ดีต่อลำดับขั้นตอนที่แอปพลิเคชันได้กำหนดให้

ข้อเสนอแนะในการออกแบบมีดังนี้

5.1 ลำดับขั้นตอนใช้งานควรจัดเป็นกลุ่มตามขั้นตอนที่มีหน้าที่สอดคล้องกันหรือมีการใช้งานคล้ายกันเพื่อทำให้รู้สึกว่ามีขั้นตอนน้อยลง และอาจกำหนดเลขลำดับให้กับกลุ่มของขั้นตอนดังกล่าว พร้อมทั้งจัดวางหรือเรียงกลุ่มของขั้นตอนไว้ให้ผู้ใช้ทราบเพื่อแสดงขั้นตอนที่เหลืออยู่

5.2 หากจำเป็นต้องให้ผู้ใช้กรอกข้อมูลควรมีข้อเสนอแนะหรือตัวอย่างแสดง เพื่อให้ผู้ใช้สามารถกรอกข้อมูลได้อย่างถูกต้องโดยไม่ต้องกลับมากรอกใหม่

5.3 หากต้องใช้โครงสร้างทางกายภาพในการแสดงผลบนหน้าต่างเดียว ควรกำหนดให้มีปุ่มย้อนกลับและไปข้างหน้าและแสดงให้เห็นว่าขั้นตอนต่อไปคืออะไร ขั้นตอนที่ผ่านมาคืออะไร ขั้นตอนที่ผ่านมาคืออะไร เพื่อให้ผู้ใช้ทราบว่าได้ดำเนินการอะไรมาบ้างและต้องทำอะไรในขั้นตอนต่อไป ในกรณีที่ผู้ใช้ต้องการแก้ไขข้อมูลก็สามารถย้อนกลับไปแก้ไขได้

5.4 หากต้องการให้ลำดับขั้นตอนทั้งหมดอยู่ในหน้าต่างเดียว ควรแบ่งเป็นส่วนๆ และแสดงให้ผู้ใช้เห็นทั้งหมดแต่ต้องดำเนินการตั้งแต่ขั้นตอนแรกตามที่กำหนดไว้

5.5 นักออกแบบควรคาดการณ์ว่าผู้ใช้จะตอบสนองในแต่ละขั้นตอนอย่างไร แล้วกำหนดหรือตั้งค่าข้อมูลดังกล่าวไว้โดยผู้ใช้ไม่ต้องเลือกหรือกรอกข้อมูลเอง เช่น คำถามที่มีทางเลือกให้ตอบน้อยหรือคำตอบที่ผู้ใช้ส่วนใหญ่เลือกจะช่วยให้ผู้ใช้สามารถใช้งานได้เร็วขึ้น เป็นต้น

6. ข้อมูลเสริมพิเศษ

เป็นการแสดงเนื้อหาหรือเครื่องมือที่สำคัญต่อการใช้งานแก่ผู้ใช้ โดยส่วนที่ไม่จำเป็นหรือส่วนที่เหลือจะถูกซ่อนไว้แต่เมื่อผู้ใช้ต้องการก็สามารถเรียกดูได้ทันที เนื่องจากเครื่องมือที่จะแสดงทั้งหมดมีจำนวนมาก หากต้องแสดงทั้งหมดอาจทำให้เกิดความสับสนหรือหาสิ่งที่ต้องการไม่พบ โดยควรแสดงเฉพาะเครื่องมือที่จำเป็นต่อการใช้งานอย่างแท้จริงและเป็นที่ต้องการของผู้ใช้ส่วนใหญ่ จึงจะช่วยให้ผู้ใช้สามารถเลือกมาใช้งานได้อย่างถูกต้องและไม่เบี่ยงเบนความสนใจไปยังส่วนที่ไม่จำเป็น

วิธีการนี้จะช่วยให้หน้าตาที่แสดงเครื่องมือมีขนาดเล็กลง ทำให้พื้นที่ในการใช้งานมีมากขึ้นและไม่ทับซ้อนกับพื้นที่ใช้งานในส่วนอื่นด้วย โดยนักออกแบบต้องคำนึงถึงการเรียกใช้งานเครื่องมือดังกล่าวของผู้ใช้ด้วย หากผู้ใช้บางกลุ่มจำเป็นต้องใช้ส่วนที่ถูกซ่อนไว้อยู่เสมออาจทำให้เรียกใช้งานได้ยาก ดังนั้นควรออกแบบให้ผู้ใช้งานสามารถกำหนดหรือเพิ่มเครื่องมือที่ต้องการซ่อนหรือแสดงได้ด้วยตนเอง เพื่อเรียกใช้งานได้เร็วและสะดวกขึ้น

ข้อเสนอแนะในการออกแบบมีดังนี้

6.1 ปุ่มที่ใช้สำหรับแสดงเครื่องมือที่ซ่อนไว้ ควรจัดวางให้สังเกตเห็นง่ายและใช้คำหรือสัญลักษณ์ที่เข้าใจความหมายได้ง่าย เพื่อให้ผู้ใช้ทราบว่าเครื่องมือหรือเนื้อหาบางอย่างซ่อนไว้

6.2 การแสดงเครื่องมือหรือเนื้อหาที่ซ่อนไว้ควรแสดงในหน้าต่างเดียวกับส่วนที่แสดงแก่ผู้ใช้เพื่อให้ผู้ใช้เปรียบเทียบได้ว่าสิ่งที่ต้องการนั้นถูกต้องหรือไม่ เมื่อได้สิ่งที่ต้องการแล้วต้องสามารถปิดส่วนที่ซ่อนไว้กลับเหมือนเดิมได้

6.3 การจัดวางกลุ่มของเครื่องมือหรือเนื้อหาที่มีส่วนเสริมดังกล่าวนี้ ควรจัดวางไว้ในบริเวณที่เรียกใช้งานง่ายและเครื่องมือหรือเนื้อหาที่ซ่อนไว้นั้นควรมีการจัดเรียงที่เป็นระเบียบ เพื่อความสะดวกในการเลือกนำมาใช้งาน

7. ซ่อนเนื้อหาที่เหลือไว้ด้วยการเชื่อมโยง

วิธีการนี้จะจัดวางข้อความหรือลิงค์ที่เชื่อมโยงไปยังเนื้อหาของแอปพลิเคชันในส่วนที่มีความสัมพันธ์หรือจำเป็นต่อเนื้อหาที่ผู้ใช้สนใจอยู่ในขณะนั้น เพื่อให้ผู้ใช้ได้รับข้อมูลเพิ่มเติมหรือเป็นตัวช่วยให้เข้าใจเนื้อหาที่สนใจได้ง่ายขึ้น ลิงค์ดังกล่าวอาจเชื่อมโยงไปยังข้อเสนอแนะหรือวิธีการใช้งาน ซึ่งเป็นข้อมูลเพิ่มเติมหรือข้อมูลที่อธิบายได้ละเอียดกว่าเนื้อหาที่แสดง ณ ขณะนั้น การสร้างลิงค์เชื่อมโยงไปยังข้อมูลส่วนเพิ่มเติมจะช่วยให้งานได้ง่ายขึ้น

อย่างไรก็ตาม นักออกแบบจะต้องพิจารณาด้วยว่าลิงค์เชื่อมโยงดังกล่าว อาจเบี่ยงเบนความสนใจของผู้ใช้จากสิ่งที่สนใจอยู่ในขณะนั้นหรือไม่ โดยเฉพาะกลุ่มผู้ใช้ที่อยากรู้ อยากรทดลอง ซึ่งอาจทำให้หลงลืมเป้าหมายที่แท้จริงในการใช้งานได้ หากข้อมูลจากลิงค์เชื่อมโยงไม่เป็นประโยชน์ต่อสิ่งที่ผู้ใช้สนใจอยู่อาจทำให้เสียเวลาไปโดยเปล่าประโยชน์ นอกจากนี้ยังต้องคำนึงถึง

ทิศทางการใช้งานแอปพลิเคชันของผู้ใช้ด้วย เนื่องจากในเนื้อหา มีการแทรกลิงค์เชื่อมโยงข้อมูลจึงควรออกแบบให้ผู้ใช้สามารถกลับมายังส่วนที่ตนสนใจได้ง่ายขึ้นและไม่เข้าไปอยู่ในส่วนที่ผู้ใช้ไม่ต้องการ

ข้อเสนอแนะวิธีการออกแบบมีดังนี้

7.1 นักออกแบบต้องเข้าใจเนื้อหาของแอปพลิเคชันที่จะแสดงแก่ผู้ใช่ว่ามีความซับซ้อนมากน้อยเพียงใด มีส่วนใดบ้างที่อาจทำให้เกิดความสับสนขึ้นได้ และพิจารณาจุดสนใจของเนื้อหาในแต่ละส่วนเพื่อให้การสร้างลิงค์เชื่อมโยงส่วนเพิ่มเติมเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

7.2 พิจารณาพฤติกรรม ความรู้ หรือประสบการณ์ในการใช้งานแอปพลิเคชันของผู้ใช้ เพื่อให้สามารถสร้างลิงค์เชื่อมโยงส่วนเพิ่มเติมที่มีประโยชน์ต่อผู้ใช้อย่างแท้จริง

7.3 เนื้อหาส่วนเพิ่มเติมกับลิงค์เชื่อมโยงต้องมีความสอดคล้องกัน เช่น ลิงค์เชื่อมโยงไปยังเนื้อหาหรือคำอธิบายการใช้งาน เมื่อผู้ใช้เข้ามาตามลิงค์เชื่อมโยงดังกล่าวเนื้อหาภายในนั้นต้องอธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับการใช้งานไม่ใช่เรื่องอื่น

7.4 เมื่อผู้ใช้ดูข้อมูลในส่วนเพิ่มเติมเรียบร้อยแล้วควรสร้างปุ่มหรือสัญลักษณ์ให้ผู้ใช้กลับมายังส่วนเดิมที่ผู้ใช้สนใจในขณะนั้น ควรออกแบบและจัดวางให้สังเกตเห็นได้ง่ายและสะดวกเพื่อดึงความสนใจของผู้ใช้กลับมายังจุดเดิมที่ผู้ใช้สนใจ

7.5 เนื้อหาในส่วนเพิ่มเติมไม่ควรมีการสร้างลิงค์เชื่อมโยงให้เกิดความสับสนอีก หากจำเป็นต้องมีลิงค์เชื่อมโยงควรพิจารณาทิศทางการใช้งานของผู้ใช้อย่างละเอียด เพื่อให้ผู้ใช้ไม่สับสนทิศทางการใช้งานแอปพลิเคชัน

8. สารพัดตัวช่วย

เป็นการรวบรวมส่วนช่วยเหลือต่างๆ เช่น เครื่องมือที่ช่วยเหลือผู้ใช้ในการใช้งาน ข้อความแนะนำการใช้งาน ข้อความแนะนำเทคนิคการใช้เครื่องมือ ลิงค์เชื่อมโยงไปยังข้อมูลที่ช่วยสนับสนุนการใช้งานผู้ใช้ เป็นต้น กล่าวคือ สารพัดตัวช่วยหรือส่วนช่วยเหลือจะถูกรวบรวมและจัดวางไว้ให้แก่ผู้ใช้ตามส่วนต่างๆ ของแอปพลิเคชัน วิธีการนี้นิยมใช้กับแอปพลิเคชันที่ค่อนข้าง

ซับซ้อน ซึ่งผู้ใช้ต้องการระบบช่วยเหลือ (Help System) ที่ดี เพื่อให้สามารถใช้งานแอปพลิเคชันได้ง่ายขึ้น โดยที่ส่วนช่วยเหลือนี้อาจช่วยสนับสนุนการใช้งานของผู้ใช้ทุกๆ กลุ่ม ทั้งกลุ่มที่ไม่เคยใช้งานมาก่อน กลุ่มที่เคยใช้งานมาบ้างแต่ยังไม่ชำนาญ และกลุ่มที่มีความชำนาญแล้ว สำหรับส่วนช่วยเหลือที่ผู้ใช้ทั่วไปสนใจมักจะเป็นแหล่งข้อมูลแนะนำการใช้งาน แต่สำหรับผู้ใช้ในกลุ่มที่มีความชำนาญแล้วมักต้องการส่วนช่วยเหลือที่สนับสนุนให้สามารถสร้างงานได้สะดวกและเร็วขึ้น ซึ่งนักออกแบบจะต้องเข้าใจถึงพฤติกรรมการใช้งานของผู้ใช้ทุกๆ กลุ่ม เพื่อนำไปพิจารณาว่าส่วนการใช้งานแต่ละส่วนจำเป็นต้องมีส่วนช่วยเหลือรูปแบบใดมาสนับสนุนการใช้งานและต้องคำนึงถึงการจัดวางส่วนช่วยเหลือต่างๆ ให้สามารถใช้งานได้ง่ายด้วย

ข้อเสนอแนะในการออกแบบมีดังนี้

8.1 ส่วนช่วยเหลือที่เป็นเนื้อหาแนะนำการใช้งาน ควรมีตัวอย่างหรือรูปประกอบ เพื่อให้เข้าใจขั้นตอนการใช้งานได้ง่ายขึ้น เนื่องจากผู้ใช้ที่ต้องการส่วนช่วยเหลือรูปแบบนี้มักไม่มีประสบการณ์ในการใช้งานมาก่อน

8.2 ส่วนช่วยเหลือที่แนะนำการใช้เครื่องมือแนะนำเทคนิคการใช้เครื่องมือ ควรออกแบบให้สามารถแสดงหรือส่วนช่วยเหลือนั้นได้ เพื่อไม่ให้ล้นเบียดพื้นที่ส่วนที่จำเป็นต้องใช้งาน เนื่องจากผู้ใช้ที่ต้องการส่วนช่วยเหลือรูปแบบนี้มักเป็นผู้ใช้ที่มีประสบการณ์ในการใช้งานมาบ้างแล้ว ซึ่งจะเรียกส่วนช่วยเหลือดังกล่าวเมื่อจำเป็นเท่านั้น

8.3 ส่วนช่วยเหลือไม่ควรทำเป็นตำราเรียนสำหรับสอนการใช้งาน ควรใช้คำอธิบายที่กระชับและเข้าใจง่าย เพื่อไม่ให้เสียเวลาในการอ่านมากนักโดยสามารถเข้าใจและนำไปใช้งานจริงได้

8.4 การแสดงส่วนช่วยเหลือควรแสดงบนหน้าต่างใหม่ ไม่ควรแสดงแทนที่หน้าต่างเดิม เพราะจะทำให้ผู้ใช้ต้องสลับหน้าต่างไปมาระหว่างส่วนช่วยเหลือกับส่วนสร้างงาน ซึ่งอาจไม่สะดวกในการใช้งาน

8.5 การจัดเรียงเนื้อหาในส่วนช่วยเหลือควรจัดเรียงเป็นกลุ่มหรือหมวดหมู่อย่างชัดเจน อาจจัดเป็นกลุ่มเครื่องมือที่มีหน้าที่คล้ายกัน หรืออาจออกแบบให้แอปพลิเคชันสามารถค้นหาส่วนช่วยเหลือต่างๆ ได้ เพื่อให้ผู้ใช้สามารถหาส่วนช่วยเหลือที่ต้องการได้ง่ายและเร็วขึ้น

8.6 ในส่วนช่วยเหลืออาจมีการสร้างลิงค์เพื่อเชื่อมโยงไปยังแหล่งข้อมูลหรือเว็บไซต์ของผู้พัฒนาแอปพลิเคชันนั้น เพื่อให้ผู้ใช้สามารถค้นหาหรือสอบถามข้อมูลการใช้งานในระดับสูงได้ หรือต้องการรายละเอียดเพิ่มเติมเมื่อเกิดปัญหาที่ไม่มีข้อแนะนำในส่วนช่วยเหลือ

สรุป

ข้อมูลภายในเนื้อหาของแอปพลิเคชันย่อมมีความแตกต่างกัน ทำให้จำเป็นต้องมีการพิจารณาถึงเนื้อหาเพื่อให้นักออกแบบสามารถจัดโครงสร้างเนื้อหาได้อย่างถูกต้อง เป็นระบบและใช้งานได้อย่างสะดวก การจัดโครงสร้างเนื้อหาของแอปพลิเคชันจึงจำเป็นต้องคำนึงถึงปัญหา คือ ความไม่ชัดเจนของเนื้อหาที่เกิดขึ้นจากภาษาและวัฒนธรรมในแต่ละกลุ่มผู้ใช้ความแตกต่างกันโดยลักษณะที่อาจสร้างความสับสนภายในข้อมูลกลุ่มเดียวกัน มุมมองของผู้ใช้ที่แตกต่างกันตามหน้าที่ในการใช้งานและนโยบายขององค์กรที่กำหนดขึ้นเพื่อเป็นแนวทางหรือข้อบังคับสำหรับผู้ใช้งานในองค์กร

สถาปัตยกรรมข้อมูลเป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างเนื้อหาของแอปพลิเคชันและฟังก์ชันภายในแอปพลิเคชัน ที่มีไว้รองรับความต้องการของผู้ใช้ ซึ่งสถาปัตยกรรมข้อมูลจะช่วยให้เข้าใจถึงโครงสร้างของอินเทอร์เฟซทำให้การออกแบบอินเทอร์เฟซสามารถตอบสนองต่อการใช้งานของผู้ใช้ได้อย่างตรงตามความต้องการ โดยมักมีรูปแบบการจัดวางองค์ประกอบ คือ จัดลำดับรายการวัตถุ จัดลำดับรายการคำสั่ง จัดลำดับรายการหัวข้อ และจัดลำดับรายการเครื่องมือ

โครงสร้างทางกายภาพของแอปพลิเคชัน เป็นรูปลักษณะโดยรวมของแอปพลิเคชันซึ่งเป็นส่วนที่ผู้ใช้มองเห็นโดยตรง ทำให้การออกแบบโครงสร้างทางกายภาพเน้นในเรื่องความสวยงามและความเป็นระเบียบ แต่ควรคำนึงถึงความเหมาะสมและความสอดคล้องในการใช้งานด้วย ซึ่งลักษณะโครงสร้างทางกายภาพมีหลายรูปแบบ คือ One Windows Paging, Multiple Window และ Tiled Panes

การจัดโครงสร้างเนื้อหาของแอปพลิเคชันต้องคำนึงถึงสถาปัตยกรรมข้อมูลและโครงสร้างทางกายภาพ เพื่อให้การนำเสนอเนื้อหา มีความสมบูรณ์และช่วยให้ใช้งานได้ง่ายขึ้น สามารถจัดโครงสร้างเนื้อหาได้หลายวิธีการ เช่น แบ่งหน้าต่างเป็น 2 ส่วน ซึ่งเป็นวิธีการที่แสดงเนื้อหาหลายส่วนพร้อมกันช่วยให้ผู้ใช้ดูรายละเอียดของข้อมูลได้รวดเร็วขึ้น ปรับมุมมองได้หลายแบบ เป็นวิธีการที่ช่วยให้ผู้ใช้สามารถเลือกปรับโครงสร้างเนื้อหาได้ตามความต้องการหรือตามวัตถุประสงค์การใช้งานที่แตกต่างกันได้ เป็นต้น แต่ละวิธีการจะสามารถตอบสนองความต้องการและสนับสนุนการใช้งานได้แตกต่างกัน ซึ่งจำเป็นต้องพิจารณาเนื้อหาของแต่ละแอปพลิเคชันว่าควรเลือกใช้วิธีการใดจึงจะเหมาะสมที่สุด

2.1.3 การจัดโครงสร้างหน้าแอปพลิเคชัน

ก่อนจะจัดวางองค์ประกอบต่างๆ ลงในหน้าแอปพลิเคชัน ควรออกแบบโครงร่างของหน้าแอปพลิเคชัน (Page Layout) เสียก่อน เพื่อแบ่งส่วนและจัดลำดับกลุ่มองค์ประกอบต่างๆ ให้ดูเป็นระเบียบ สวยงาม และสบายตา ซึ่งเนื้อหาในบทนี้นอกจากจะกล่าวถึงการจัดโครงร่างดังกล่าวแล้ว ยังกล่าวถึงวิธีการจัดองค์ประกอบและรูปแบบโครงร่างลักษณะต่างๆ ด้วย

2.1.3.1 การจัดโครงร่างหน้าแอปพลิเคชัน

การออกแบบหรือการจัดโครงร่างหน้าแอปพลิเคชัน เป็นขั้นตอนของการเตรียมหน้าแอปพลิเคชันให้พร้อมก่อนการจัดวางองค์ประกอบต่างๆ หลังจากการออกแบบจะทำให้ทราบว่าต้องวางแต่ละองค์ประกอบไว้ที่ตำแหน่งใดของหน้าแอปพลิเคชัน การจัดโครงร่างของหน้าแอปพลิเคชัน จึงประกอบด้วย 3 ขั้นตอนได้แก่ การจัดลำดับความสำคัญขององค์ประกอบในหน้าแอปพลิเคชัน การกำหนดทิศทางการมององค์ประกอบ การจัดกลุ่มและการจัดวางองค์ประกอบภายในหน้าแอปพลิเคชัน

1. การจัดลำดับความสำคัญขององค์ประกอบในหน้าแอปพลิเคชัน

เป็นการกำหนดลักษณะเด่นให้กับองค์ประกอบตามลำดับความสำคัญ องค์ประกอบหรือเนื้อหาส่วนใดที่ต้องการให้ผู้ใช้สังเกตเห็นได้ทันทีจะถูกเน้นให้มีลักษณะเด่นที่สุด ส่วนรายละเอียดอื่นจะมีลักษณะเด่นรองลงมา ช่วยให้ผู้ใช้เข้าใจเนื้อหาของแอปพลิเคชันได้อย่างตรงจุดและมีเป้าหมายในการอ่านเนื้อหาที่ชัดเจน

2. การจัดลำดับหรือทิศทางการมององค์ประกอบ

โดยทั่วไป เมื่อผู้ใช้เข้าสู่หน้าต่างทำงานของแอปพลิเคชัน มักจะเป็นด้วยการใช้สายตาสำรวจองค์ประกอบต่างๆ เพื่อทำความเข้าใจลำดับการใช้งานองค์ประกอบเหล่านั้นก่อนเริ่มทำงาน ดังนั้นนอกจากลำดับความสำคัญขององค์ประกอบหรือเนื้อหาแล้ว นักออกแบบต้องกำหนดทิศทางการมองและการทำงานให้กับองค์ประกอบต่างๆ ที่อยู่ในหน้าแอปพลิเคชันด้วย ส่วนมากทิศทางการมองและการทำงานมักจะเริ่มจากบนลงล่างและจากซ้ายไปขวาตามพฤติกรรมของผู้ใช้ นอกจากนี้ยังออกแบบกำหนดจุดสนใจ (Focus Point) ภายในหน้าแอปพลิเคชันด้วย เพื่อให้ผู้ใช้สังเกตเห็นเมื่อเข้ามาใช้งาน

3. การจัดกลุ่มและจัดวางองค์ประกอบในหน้าแอปพลิเคชัน

เมื่อจัดลำดับและกำหนดทิศทางการมอง (ซึ่งสัมพันธ์กับการใช้งาน) องค์ประกอบในหน้าแอปพลิเคชันแล้ว ขั้นตอนสุดท้ายคือ การจัดกลุ่มองค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์หรือมีหน้าที่เกี่ยวข้องกัน โดยนำมาจัดวางในรูปแบบต่างๆ ซึ่งเป็นความหลักการของเกสทัลท์ (Gestalt) ดังนี้

3.1 จัดวางไว้ใกล้เคียงกัน (Proximity)

เป็นการจัดวางองค์ประกอบไว้ใกล้ๆ กันเป็นกลุ่ม โดยอาจแบ่งกลุ่มตามความสำคัญตามความสัมพันธ์ในการใช้งาน ตามความต้องการหรือความสะดวกของผู้ใช้

3.2 จัดวางในรูปแบบคล้ายกัน (Similarity)

เป็นการจัดวางองค์ประกอบที่มีรูปร่าง รูปวง ขนาด หรือสี ที่เหมือนกันไว้เป็นกลุ่มหรือตำแหน่งเดียวกันในแต่ละหน้าหรือแต่ละส่วนของแอปพลิเคชัน เพื่อสร้างความคุ้นเคยให้แก่ผู้ใช้ เมื่อผู้ใช้เข้ามาใช้งานก็จะสามารถค้นหาหรือใช้งานองค์ประกอบดังกล่าวได้ง่ายและรวดเร็วขึ้น

3.3 จัดวางแบบต่อเนื่อง (Continuity)

เป็นการจัดวางทุกๆ องค์ประกอบเรียงต่อกันอย่างต่อเนื่อง อาจเรียงได้ทั้งแนวตั้งและแนวนอน เพื่อรองรับการใช้งานอย่างเป็นลำดับขั้นตอน ทำให้ผู้ใช้สามารถใช้งานได้สะดวกมากขึ้น

3.4 จัดวางในลักษณะปิดบางส่วน (Closure)

เป็นการจัดวางองค์ประกอบที่จำเป็นในการใช้งานไว้เป็นกลุ่มและมีองค์ประกอบส่วนที่เหลือจัดวางไว้รอบๆ

จะเห็นว่าทั้ง 3 ขั้นตอนของการจัดโครงสร้างของหน้าแอปพลิเคชันนั้นมีความสัมพันธ์กันค่อนข้างมาก กล่าวคือ องค์ประกอบที่มีความสำคัญอาจไม่ได้อยู่ลำดับแรกของทิศทางการมอง แต่ถูกทำให้มีลักษณะเด่นกว่าส่วนอื่นหรือการกำหนดทิศทางการมองก็ต้องพิจารณารูปแบบการจัดวางกลุ่มขององค์ประกอบร่วมด้วย เนื่องจากพฤติกรรมของผู้ใช้แต่ละคนย่อมแตกต่างกัน เช่น ในหน้าแอปพลิเคชันเดียวกันผู้ใช้แต่ละคนอาจมีทิศทางหรือลำดับการมององค์ประกอบที่แตกต่างกัน เป็นต้น

2.1.3.2 การจัดโครงสร้างหน้าแอปพลิเคชันลักษณะต่างๆ

ในหัวข้อนี้จะนำเสนอวิธีการจัดโครงสร้างของหน้าแอปพลิเคชันในลักษณะต่างๆ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบ

1. การใช้โครงสร้างเดียวกัน

การใช้โครงสร้างเดียวกัน คือ การกำหนดลำดับทิศทางการมองและรูปแบบการจัดวางกลุ่มขององค์ประกอบ ตลอดจนการใช้สีที่เหมือนกันทุกหน้าแต่มีเนื้อหาที่แตกต่างกัน วิธีการนี้ง่ายต่อการใช้งานและมีทิศทางของการทำงานที่ไม่มีความซับซ้อน เพราะองค์ประกอบส่วนใหญ่ของแอปพลิเคชันที่มีรูปแบบเดียวกันทำให้ผู้ใช้เกิดความคุ้นเคยได้อย่างรวดเร็ว

สำหรับการจัดองค์ประกอบภายในและหน้าของแอปพลิเคชันที่ใช้วิธีการนี้ จะไม่มีความยุ่งยาก เนื่องจากใช้รูปแบบสีและจัดวางไว้ในตำแหน่งเดียวกัน โดยทั่วไปจะใช้โครงสร้างทางกายภาพแบบ “One Window Paging” แต่ในบางกรณีที่ต้องการเปลี่ยนรูปแบบหรือโครงสร้างที่แตกต่างจากเดิมก็จะใช้โครงสร้างทางกายภาพแบบ “Multiple Window” เพื่อให้หน้าแอปพลิเคชันที่มีรูปแบบหรือโครงสร้างที่แตกต่างออกไปแสดงผลบนหน้าต่างใหม่ ซึ่งช่วยให้ผู้ใช้ทราบเมื่อมีการเปลี่ยนส่วนการทำงานแอปพลิเคชันแล้ว วิธีการนี้มีเป้าหมายเพื่อให้ผู้ใช้จดจำจุดสนใจของแอปพลิเคชัน เช่น โลโก้ (Logo) ชื่อหรือยี่ห้อของผลิตภัณฑ์ เป็นต้น เนื่องจากการใช้งานทั้งหมดอยู่บนโครงสร้างเดียวกัน ทำให้เกิดความคุ้นเคยและสามารถจดจำจุดสนใจของแอปพลิเคชันได้ง่าย

ข้อเสนอแนะในการออกแบบมีดังนี้

- 1.1 โครงร่างหรือรูปลักษณะของหน้าหลัก อาจออกแบบให้มีลักษณะแตกต่างเล็กน้อยจากหน้าย่อย เพื่อให้ผู้ใช้ทราบว่าหน้าหลักของแอปพลิเคชันจริงๆ แล้วคือส่วนใด
- 1.2 ในแต่ละหน้าแอปพลิเคชันควรมีข้อความหรือสัญลักษณ์ที่สังเกตเห็นได้ง่ายสำหรับบอกผู้ใช้งานว่าตนอยู่ ณ ส่วนใดของแอปพลิเคชัน เพื่อป้องกันการเข้าสู่หน้าที่ไม่ต้องการ
- 1.3 การจัดรูปแบบเนื้อหาที่แสดงในแต่ละหน้าควรมีลักษณะที่หลากหลายและมีการจัดวางเนื้อหาที่อ่านง่าย เพื่อไม่ให้ผู้ใช้รู้สึกเบื่อที่ต้องใช้งานด้วยรูปลักษณะที่ซ้ำๆ กัน
- 1.4 ควรออกแบบให้มีส่วนนำทางเพื่อบ่งบอกทิศทางการใช้งานในแอปพลิเคชันนั้น จะช่วยให้ผู้ใช้สามารถใช้งานไปในทิศทางที่ถูกต้อง
- 1.5 ปัจจัยสำคัญของวิธีการนี้คือ โครงร่าง ดังนั้นควรใส่ใจต่อการออกแบบโครงร่างให้มากกว่าส่วนอื่นๆ

2. ทำงานบนพื้นที่ตรงกลาง

เป็นวิธีการที่กำหนดให้เนื้อหาหรือส่วนที่สำคัญแสดงผลบนพื้นที่ตรงกลาง (Center Stage) ของหน้าแอปพลิเคชันเท่านั้น ตัวอย่างแอปพลิเคชันที่นิยมใช้วิธีนี้ เช่น แอปพลิเคชันด้านงานกราฟฟิก แอปพลิเคชันที่เน้นการทำงานบนฟอร์ม แอปพลิเคชันเน้นการทำงานด้วยตาราง เป็นต้น วิธีการนี้จะช่วยให้ผู้ใช้มีจุดสนใจเพียงจุดเดียว คือ ตรงกลางของหน้าแอปพลิเคชัน โดยไม่ต้องค้นหาจุดสนใจอื่นในหน้าแอปพลิเคชันผู้ใช้จะทราบได้ทันทีว่าสิ่งที่ตนต้องการจะต้องแสดงผลบนพื้นที่ตรงกลางในหน้าแอปพลิเคชันนั้น จึงไม่ต้องปรับเปลี่ยนจุดสนใจบ่อยๆ ทำให้มีสมาธิในการทำงาน

ข้อเสนอแนะในการออกแบบมีดังนี้

- 2.1 ขนาดของพื้นที่ตรงกลางที่ใช้แสดงเนื้อหาของแอปพลิเคชันควรมีขนาดพอเหมาะไม่เล็กหรือใหญ่เกินไป และออกแบบให้เหมาะสมกับเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอ

2.2 สีของพื้นที่ตรงกลางเป็นสีที่สบายตา และพื้นหลังก็ควรเป็นสีที่สอดคล้องกัน ไม่ควรใช้สีฉูดฉาดหรือใช้สีที่กลมกลืนกันจนเกินไป อาจทำให้ยากต่อการใช้งานเนื่องจากวิธีการนี้มีจุดสนใจอยู่ตรงกลางเท่านั้น ดังนั้นควรใช้สีที่ถนอมสายตาของผู้ใช้

2.3 ข้อความหรือหัวข้อที่ต้องการให้ผู้ใช้งานสังเกตเห็นในตำแหน่งกลางด้านบนของพื้นที่ จะช่วยให้ผู้ใช้งานสังเกตเห็นได้เร็วขึ้นและไม่ต้องเปลี่ยนจุดสนใจ

2.4 หากเนื้อหาที่ต้องการแสดงมีมากเกินไปขนาดพื้นที่ตรงกลางและจำเป็นต้องใช้แถบเลื่อน เพื่อดูเนื้อหาในส่วนที่เหลือ ควรใช้แถบเลื่อนเฉพาะในแนวตั้งเท่านั้น เพราะใช้งานง่ายและอ่านข้อความได้สะดวกกว่าแถบเลื่อนในแนวนอน

3. แบ่งปันส่วนตามหัวข้อ

เป็นวิธีการที่แบ่งโครงร่างออกเป็นส่วนเพื่อให้นำเสนอเนื้อหาที่แบ่งเป็นกลุ่ม หมวดหมู่ หรือหัวข้อ ขึ้นอยู่กับเนื้อหาแต่ละประเภท วิธีการนี้จะใช้เมื่อจำนวนหน้าของแอปพลิเคชันหรือเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอมีจำนวนมาก โดยแต่ละส่วนของโครงร่างจะบรรจุด้วยกลุ่มเนื้อหา (Section of Content) ที่ได้รวบรวมเอาไว้ ซึ่งจะต้องวางเนื้อหาแต่ละกลุ่มอย่างสัมพันธ์กันด้วย อาจเรียงตามความสำคัญของกลุ่มเนื้อหา เรียงตามความทันสมัย หรือตามความต้องการของผู้ใช้ก็ได้ ขึ้นอยู่กับประเภทของเนื้อหานั้น

วิธีการนี้จะช่วยให้ผู้ใช้งานสามารถค้นหาเนื้อหาในส่วนที่ต้องการจากเนื้อหาทั้งหมดได้ง่าย และรวดเร็วขึ้น นอกจากนี้ยังช่วยให้ผู้ใช้เข้าใจการใช้งานในส่วนอื่นได้อย่างคร่าวๆ จากการที่ได้เห็นเนื้อหาทั้งหมดนั่นเอง

ข้อเสนอแนะในการออกแบบ

3.1 ชื่อหัวข้อเนื้อหาควรใช้คำที่กระชับและเข้าใจง่าย

3.2 ชื่อหัวข้อที่สรุปได้จากเนื้อหา หากประกอบด้วยหัวข้อย่อยควรใช้รูปแบบหรือลักษณะตัวอักษรที่แตกต่างกัน เพื่อให้ผู้ใช้แยกแยะได้ว่าส่วนใดเป็นหัวข้อใหญ่และส่วนใดเป็นหัวข้อย่อย เช่น หัวข้อใหญ่ใช้ตัวอักษรที่มีขนาดใหญ่และหนา ส่วนหัวข้อย่อยอาจใช้ตัวอักษรแบบบางและเอียง เป็นต้น

3.3 มีการเว้นวรรคหรือใช้ช่องว่าง เพื่อแยกแยะแต่ละส่วนให้ผู้ใช้เห็นได้อย่างชัดเจน ทำให้ไม่เกิดความสับสนและเข้าใจผิดได้

3.4 ใช้สีที่แตกต่างกันมากำหนดให้กับแต่ละกลุ่มเนื้อหา จะช่วยให้ผู้ใช้สังเกตเห็นความแตกต่างได้ง่ายและเป็นการเพิ่มสีสันให้กับหน้าแอปพลิเคชันได้ด้วย

3.5 ใช้ตารางช่วยในการแบ่งกลุ่มเนื้อหาออกเป็นส่วนๆ หรือสร้างกรอบให้กับแต่ละกลุ่มเนื้อหา เพื่อเป็นการเน้นให้ผู้ใช้เห็นได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

4. หน้าต่างย่อยแบบการ์ด

เป็นการแบ่งกลุ่มเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอบรรจุไว้ในหน้าต่างย่อย (Panel) วิธีการนี้จะเรียกหน้าต่างย่อยว่า “การ์ด (Card)” ในการ์ดแต่ละใบจะมีกลุ่มเนื้อหาบรรจุอยู่ 1 เรื่อง และเรียงซ้อนกันอย่างเป็นลำดับ การนำเสนอจะสามารถแสดงได้ด้วยการ์ดที่ละหนึ่งใบเท่านั้น ส่วนเนื้อหาที่อยู่ในการ์ดใบอื่นๆ จะถูกซ่อนไว้เหลือเพียงชื่อเรียกของกลุ่มเนื้อหาซึ่งแสดงไว้ด้านบนสุดของการ์ดเท่านั้นและจัดว่าเป็นชื่อการ์ดด้วย วิธีการนี้จะใช้เมื่อในหน้าแอปพลิเคชันมีองค์ประกอบจำนวนมากหรือมีกลุ่มเนื้อหาทั้งที่เป็น ข้อความ ปุ่มคำสั่ง และปุ่มควบคุม กระจายอยู่ทั่วหน้าแอปพลิเคชัน จึงจัดกลุ่มไว้ในลักษณะการ์ดนั่นเอง

สำหรับเนื้อหาที่อยู่ในการ์ดอาจบ่งบอกถึงหน้าที่ รายละเอียด หรือคุณสมบัติของเนื้อหา การเรียงลำดับการ์ดจึงอาจเรียงตามตัวอักษร ความสำคัญ หรือลำดับการใช้งาน วิธีการนี้จะช่วยให้ผู้ใช้พิจารณาแต่ละกลุ่มเนื้อหาได้อย่างสะดวกโดยไม่มีกลุ่มเนื้อหาอื่นมาปะปน และนิยมใช้กับการปรับแต่งคุณสมบัติต่างๆ ของแอปพลิเคชัน ทำให้ผู้ใช้สามารถปรับแต่งเฉพาะในส่วนที่ต้องการได้ วิธีการนี้จะคล้ายๆ กับวิธีการแบ่งปันส่วนตามหัวข้อ แต่จะมีรูปแบบการนำเสนอที่แตกต่างกันเท่านั้น

ข้อเสนอแนะในการออกแบบ

4.1 ชื่อของการ์ดแต่ละใบควรเป็นคำที่เข้าใจง่ายและมีความหมายสอดคล้องกับกลุ่มเนื้อหาที่อยู่ภายในการ์ดนั้น เพื่อให้ผู้ใช้เข้าใจได้ในครั้งแรกและค้นหาสิ่งที่ตนต้องการได้เร็วขึ้น

4.2 จำนวนการ์ดไม่ควรมีมากเกินไป หากจำเป็นควรแบ่งการจัดเรียงการ์ดเป็น 2 แถว เพื่อความสะดวกในการใช้งาน

4.3 การจัดเรียงการ์ดควรให้ผู้ใช้สามารถสังเกตเห็นการ์ดทั้งหมดได้ในคราวเดียว ไม่ควรมีการ์ดอื่นซ้อนอยู่ และการ์ดแต่ละใบต้องมีขนาดเท่าๆ กัน เพื่อให้มีรูปแบบการนำเสนอที่เหมือนกัน

5. หน้าต่างย่อยแบบเปิด-ปิดได้

เป็นการแบ่งกลุ่มเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอบรรจุไว้ในหน้าต่างย่อย (Panel) ซึ่งคล้ายๆ กับวิธีการหน้าต่างย่อยแบบการ์ด แต่วิธีการนี้จะสามารถเปิดปิดหน้าต่างย่อยได้ตามความต้องการ โดยอาจเปิดหลายๆ หน้าต่างย่อยได้พร้อมกันแต่หน้าต่างย่อยแบบการ์ดจะทำให้เพียงครั้งละหนึ่งหน้าต่างย่อยเท่านั้น วิธีการนี้จะช่วยให้ผู้ใช้สามารถดูเนื้อหาที่บรรจุไว้ภายในหน้าต่างย่อยได้พร้อมกันหลายๆ กลุ่มตามต้องการ เมื่อเนื้อหาในกลุ่มใดไม่จำเป็นต่อผู้ใช้แล้วก็สามารถเปิดหน้าต่างย่อยที่แสดงกลุ่มเนื้อหาได้ทันที ผู้ใช้จึงสามารถเปรียบเทียบข้อมูลของแต่ละกลุ่มเนื้อหาที่อยู่ในแต่ละหน้าต่างย่อยได้ ช่วยให้ทำงานได้คล่องตัวมากขึ้นโดยไม่ต้องสลับดูที่ละหน้าต่างย่อย ซึ่งอาจทำให้เกิดความสับสนและเสียเวลาในการทำงานได้

ข้อเสนอแนะในการออกแบบ

5.1 หากกลุ่มเนื้อหาในหน้าต่างย่อยมีจำนวนมากควรใช้แถบเลื่อนดูข้อมูลแทนการขยายพื้นที่ในการนำเสนอกลุ่มข้อมูล พื้นที่ในการนำเสนอข้อมูลของแต่ละหน้าต่างย่อยควรมีขนาดเท่าๆ กัน เนื่องจากถ้ามีขนาดใหญ่เกินไปจะทำให้พื้นที่การนำเสนอของหน้าต่างอื่นลดน้อยลง เมื่อต้องการแสดงกลุ่มเนื้อหาพร้อมๆ กันหลายกลุ่มก็จะทำได้ยาก

5.2 นำวิธีการหน้าต่างย่อยแบบการ์ดมาช่วยในการแบ่งกลุ่มเนื้อหาภายในหน้าต่างย่อย เพื่อให้สะดวกในการใช้งานและสามารถแบ่งกลุ่มเนื้อหากลุ่มย่อยๆ ได้อีก หากในกลุ่มเนื้อหานั้นมีรายละเอียดจำนวนมาก

5.3 การออกแบบหน้าต่างย่อยควรมีความยืดหยุ่น โดยผู้ใช้สามารถขยายหรือย่อขนาดพื้นที่ในการนำเสนอกลุ่มเนื้อหาในแต่ละหน้าต่างย่อยได้ เพื่อเพิ่มความคล่องตัวการใช้งานมากขึ้น

5.4 ควรมีสัญลักษณ์แสดงว่าหน้าต่างย่อยเหล่านี้มีกลุ่มเนื้อหาซ่อนอยู่และแสดงถึงความสามารถเปิดปิดหน้าต่างย่อยได้

6. หน้าต่างย่อยแบบเคลื่อนย้ายได้

เป็นวิธีการนำกลุ่มเนื้อหาหรือเครื่องมือต่างๆ มาบรรจุไว้ในหน้าต่างย่อย โดยผู้ใช้สามารถเคลื่อนย้ายและจัดวางหน้าต่างย่อยได้อย่างอิสระภายในโครงร่างหรือหน้าแอปพลิเคชัน วิธีการนี้จะคล้ายๆ กับวิธีการหน้าต่างย่อยแบบเปิด - ปิดได้ โดยสามารถเปิดปิดหน้าต่างย่อยได้เหมือนกัน แต่ต่างกันที่วิธีการนี้ผู้ใช้จะเคลื่อนย้ายหน้าต่างย่อยได้อย่างอิสระ ทำให้สามารถเลือกหน้าต่างย่อยเฉพาะที่จำเป็นต่อการทำงานของตนและจัดวางไว้ในบริเวณที่ตนถนัดและเลือกใช้ได้สะดวก ส่งผลให้เกิดความคุ้นเคยในการใช้งานแอปพลิเคชันได้รวดเร็วขึ้นและมีความคล่องตัวในการทำงานเพิ่มขึ้น

อย่างไรก็ตาม นักออกแบบต้องคำนึงถึงผลเสียของการเคลื่อนย้ายหน้าต่างย่อยอย่างอิสระด้วย กล่าวคือ เมื่อผู้ใช้ปิดหน้าต่างที่ไม่ต้องการ หรือเคลื่อนย้ายหน้าต่างย่อยไปจนผิดจากโครงร่างเดิม และต้องการเปลี่ยนไปเป็นแบบเดิมแต่ไม่สามารถจำตำแหน่งเดิมของหน้าต่างย่อยได้ แอปพลิเคชันจึงควรมีคำสั่งให้ปรับเปลี่ยนโครงร่างกลับมาเหมือนเดิมได้

ข้อเสนอแนะในการออกแบบ

6.1 ควรเก็บค่าการปรับเปลี่ยนโครงร่างของผู้ใช้ไว้ เมื่อผู้ใช้กลับมาใช้งานแอปพลิเคชันอีกครั้ง การปรับเปลี่ยนดังกล่าวควรจะคงสภาพไว้เช่นเดิม ไม่ควรให้ผู้ใช้ต้องปรับเปลี่ยนใหม่ทุกครั้ง

6.2 การเคลื่อนย้ายหน้าต่าย่อยหรือการประกอบหลายๆ หน้าต่าย่อยเข้าด้วยกัน ควรทำได้ง่ายและสามารถประกอบกันได้อัตโนมัติ ไม่ควรให้หน้าต่าย่อยซ้อนทับกันได้ เพราะจะทำให้ผู้ใช้เคลื่อนย้ายหน้าต่าย่อยและปรับแต่งโครงร่างได้ยาก

6.3 ทุกๆ หน้าต่าย่อยควรมีปุ่มคำสั่งพื้นฐานในการเปิด ปิด ย่อ หรือขยายหน้าต่าย่อย และควรจัดวางปุ่มคำสั่งดังกล่าวไว้ในตำแหน่งที่สะดวกต่อการใช้งาน ซึ่งตำแหน่งที่นิยมจัดวางไว้คือ มุมบนขวา

6.4 ในบางกรณีหน้าต่าย่อยใดที่จำเป็นต่อการใช้งานในแอปพลิเคชัน หากผู้ใช้ต้องการปิดควรมีข้อความแจ้งเตือนถึงความสำคัญของหน้าต่าดังกล่าว เพื่อถามความสมัครใจผู้ใช้งานว่าต้องการปิดหน้าต่าย่อยนี้หรือไม่และป้องกันไม่ให้ผู้เริ่มต้นใช้งานปิดหน้าต่าย่อยนี้โดยไม่ตั้งใจ

7. จัดเรียงแบบ 2 คอลัมน์

เป็นวิธีการออกแบบโครงร่างการจัดองค์ประกอบภายในหน้าแอปพลิเคชัน โดยการแบ่งเป็น 2 คอลัมน์ (Column) คือ ด้านซ้ายและด้านขวาของหน้าแอปพลิเคชัน วิธีการนี้มักใช้ในแอปพลิเคชันที่มีฟอร์มข้อมูลต่างๆ ซึ่งอาจมีส่วนสำหรับแสดงความหมายของข้อมูลหรือแสดงรายละเอียดข้อมูลในหัวข้อนั้น โดยด้านซ้ายมือจะเป็นชื่อของหัวข้อหรือชื่อของฟอร์มที่ต้องการให้ผู้ใช้งานกรอกข้อมูลและทำความเข้าใจ ส่วนด้านขวาจะเป็นช่องสำหรับกรอกข้อมูลหรือเป็นรายละเอียดความหมายที่สัมพันธ์กับข้อมูลด้านซ้าย เช่น แบบฟอร์มสมัครงาน ที่ต้องกรอกชื่อ ที่อยู่ เพศ การศึกษา ชื่อทางด้านซ้ายจะเป็นหัวข้อเพื่อบอกว่าผู้ใช้งานต้องกรอกอะไร ส่วนด้านขวาก็เป็นรายละเอียดที่ต้องกรอกตามหัวข้อด้านซ้าย เป็นต้น

วิธีการนี้แอปพลิเคชันจะนำเสนอข้อมูลได้อย่างชัดเจนและเป็นระเบียบ ทำให้ผู้ใช้เข้าใจความหมายของข้อมูลและเข้าใจการใช้งานได้ง่ายและรวดเร็ว ซึ่งรูปแบบการจัดวางแบบนี้ผู้ใช้งานจะคุ้นเคยเป็นอย่างดี เพราะมีรูปแบบเหมือนเอกสารหรือแบบฟอร์มทั่วไป การใช้งานของผู้ใช้ก็จะสะดวกขึ้นและค้นหาข้อมูลต่างๆ ได้ง่าย เพราะมีการจัดเรียงหัวข้อไว้ทางด้านซ้าย

ข้อเสนอแนะในการออกแบบมีดังนี้

7.1 รายละเอียดทางด้านขวาไม่ควรยาวเกินไป หากจำเป็นควรแสดงเป็น 2 บรรทัด

7.2 การจัดเรียงหัวข้อทางด้านซ้าย อาจเรียงลำดับตามความสำคัญ เรียงตามลำดับตัวอักษร หรือในรูปแบบที่ผู้ใช้คุ้นเคย

7.3 หากเป็นฟอร์มสำหรับกรอกข้อมูล ควรอนุญาตให้ผู้ใช้เลื่อนไปยังหัวข้อต่างๆ ได้ด้วยคีย์บอร์ด เช่น การกดปุ่ม (Tab) เพื่อไปยังฟอร์มรับข้อมูลถัดไป เป็นต้น

8. จัดเรียงแบบสมดุล

เป็นวิธีการจัดวางองค์ประกอบต่างๆ ในหน้าแอปพลิเคชันให้มีความสมดุล โดยจัดวางองค์ประกอบใน 2 ตำแหน่ง คือ มุมบนซ้ายและมุมล่างขวาของหน้าแอปพลิเคชันตามธรรมชาติการมองของผู้ใช้ทั่วไป วิธีการนี้จะจัดวางองค์ประกอบหลักหรือหัวข้อหลักไว้มุมบนซ้ายและจัดวางองค์ประกอบที่เป็นปุ่มคำสั่งต่างๆ หรือลิงค์เชื่อมโยงไว้มุมด้านล่างขวา โดยที่หน้าแอปพลิเคชันจะมีขนาดพอดีกับเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอ โดยไม่ต้องมีการใช้แถบเลื่อน ช่วยให้ผู้ใช้ไม่เกิดความสับสนเมื่อองค์ประกอบในหน้าแอปพลิเคชันมีจำนวนมาก

สำหรับการใช้งานองค์ประกอบจะเริ่มที่ตำแหน่งมุมบนซ้ายและสิ้นสุดการใช้งานที่องค์ประกอบในตำแหน่งมุมล่างขวา เช่น มุมบนซ้ายจะเป็นส่วนประกอบสำหรับปรับแต่งค่าต่างๆ ในแอปพลิเคชัน เมื่อปรับแต่งเรียบร้อยแล้ว ผู้ใช้จะทำการเลือกปุ่มคำสั่งตกลง (OK) หรือยกเลิก (Cancel) ที่มุมล่างขวา เพื่อทำการยืนยันหรือยกเลิกการปรับแต่งดังกล่าว เป็นต้น วิธีการนี้จะช่วยให้สายตาผู้ใช้ไม่ต้องทำการค้นหาลำดับหรือทิศทางในขั้นตอนต่อไปมากนัก เนื่องจากรูปแบบที่จัดวางมีทิศทางการทำงานที่ไม่ซับซ้อนและยังเป็นไปตามธรรมชาติการใช้งานของผู้ใช้อีกด้วย

ข้อเสนอแนะในการออกแบบมีดังนี้

8.1 ตำแหน่งมุมบนซ้ายควรเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญและจำเป็นต่อการใช้งาน เพราะเป็นตำแหน่งแรกๆ ที่ผู้ใช้จะสังเกตเห็นและเริ่มต้นใช้งาน สำหรับตำแหน่งมุมล่างขวาคควรเป็นปุ่มคำสั่งหรือองค์ประกอบอื่นที่ผู้ใช้จะใช้งานเป็นลำดับสุดท้าย

8.2 การจัดวางองค์ประกอบทั้ง 2 ตำแหน่งควรทำให้มีความสมดุล เพื่อทำให้เกิดความสอดคล้องกับธรรมชาติในการใช้งานของผู้ใช้

8.3 องค์ประกอบอื่นๆ ที่ไม่มีความจำเป็นต่อผู้ใช้งานนัก ควรวางไว้ห่างจากตำแหน่งทั้ง 2 เพื่อไม่ให้ผู้ใช้สับสนและช่วยให้ผู้ใช้ไม่ต้องเสียเวลาพิจารณาองค์ประกอบอื่น

9. หน้าต่างย่อยสำหรับกำหนดคุณสมบัติ

วิธีการนี้จะคล้ายๆ กับวิธีจัดเรียงแบบ 2 คอลัมน์ คือ มีการแบ่งเป็น 2 คอลัมน์ แต่จะนำเสนอข้อมูลที่แตกต่างกัน โดยจะนำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการปรับแต่งคุณสมบัติต่างๆ ของแอปพลิเคชัน หรือคุณสมบัติที่จำเป็นต้องใช้ในหน้าแอปพลิเคชันนั้น โดยคอลัมน์ด้านซ้ายจะเป็นชื่อของคุณสมบัติส่วนคอลัมน์ด้านขวาจะเป็นรายละเอียดของคุณสมบัติที่ผู้ใช้สามารถเลือกและปรับแต่งได้ตามความต้องการ วิธีการนี้มักพบในแอปพลิเคชันที่มีการสร้างงานที่ซับซ้อน ซึ่งจำเป็นต้องมีการปรับแต่งคุณสมบัติในส่วนต่างๆ ของชิ้นงาน โดยจะมีหน้าต่างย่อยที่ออกแบบด้วยวิธีการนี้เป็นองค์ประกอบอยู่ภายในหน้าแอปพลิเคชันนั้นด้วย

วิธีการนี้จะช่วยให้ผู้ใช้มีความคล่องตัวในการสร้างงานมากขึ้น เนื่องจากสามารถเลือกและปรับแต่งคุณสมบัติต่างๆ ได้ง่ายและสะดวกต่อการค้นหาคุณสมบัติที่ต้องการ ซึ่งถูกจัดเรียงไว้อย่างเป็นระเบียบ นอกจากนี้ก็ออกแบบควรรอบแบบให้แอปพลิเคชันตอบสนองต่อการปรับแต่งคุณสมบัติของผู้ใช้โดยทันที กล่าวคือ เมื่อผู้ใช้เลือกหรือปรับแต่งคุณสมบัติใดๆ ในหน้าแอปพลิเคชันแล้วแอปพลิเคชันจะต้องแสดงผลทันทีให้เห็นได้ทันที ซึ่งจะช่วยให้ผู้ใช้สามารถพิจารณาว่างานที่ตนสร้างขึ้นเหมาะสมกับคุณสมบัติที่ได้ปรับแต่งหรือไม่ ทำให้ได้ผลลัพธ์ที่ต้องการเร็วขึ้น

ข้อเสนอแนะในการออกแบบมีดังนี้

9.1 ชื่อของคุณสมบัติควรเป็นคำสิ่งที่เข้าใจง่ายและมีความหมายสอดคล้องกับผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นเมื่อทำการปรับแต่งคุณสมบัตินั้นแล้ว

9.2 คุณสมบัติแต่ละประเภทที่ไม่เกี่ยวข้องกันควรจัดกลุ่มแยกกันไว้อย่างชัดเจน ไม่ควรนำมาจัดอยู่ในกลุ่มตารางหรือหน้าต่างย่อยเดียวกัน

9.3 รายละเอียดของคุณสมบัติที่ผู้ใช้สามารถเลือกหรือปรับแต่งได้ไม่ควรมีมากเกินไป และสามารถปรับแต่งได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก ควรเลือกใช้รูปแบบของแบบฟอร์มที่เหมาะสมกับข้อมูล

9.4 หากในหน้าต่างย่อยเดียวกันจำเป็นต้องมีคุณสมบัติอยู่จำนวนมาก ควรเลือกใช้วิธีการอื่น ๆ เข้ามาช่วยจัดกลุ่มของคุณสมบัติ เช่น วิธีการหน้าต่างย่อยแบบการ์ดหรือหน้าต่างย่อยแบบเปิด-ปิดได้ เป็นต้น

10. แสดงองค์ประกอบเพียงบางส่วน

เป็นวิธีการที่แสดงองค์ประกอบต่างๆ ในหน้าแรกให้ผู้ใช้เห็นเพียงบางส่วน ส่วนองค์ประกอบที่เหลือภายในหน้าแอปพลิเคชันจะถูกซ่อนไว้ สำหรับองค์ประกอบที่แสดงแก่ผู้ใช้นั้นจะเป็นข้อความ หรือข้อมูลสำหรับแนะนำการใช้งานโดยให้ผู้ใช้เลือกว่าจะทำให้สิ่งสดหรือแอปพลิเคชันอาจจะควบคุมให้ผู้ใช้ทำตามขั้นตอนที่กำหนดไว้ก็ได้ เมื่อผู้ใช้ทำตามขั้นตอนที่กำหนดแล้ว จะแสดงองค์ประกอบที่เหลือทันทีโดยอาจแสดงองค์ประกอบที่ละส่วนหรือทั้งหมด ขึ้นอยู่กับลำดับการใช้งานว่ามีมากน้อยเพียงใด วิธีการนี้จะใช้เมื่อแอปพลิเคชันมีความซับซ้อนมากและต้องการให้ผู้ใช้สามารถใช้งานอย่างเป็นลำดับที่ละขั้นตอน

วิธีการดังกล่าวจะคล้ายกับวิธีการบังคับทิศทางในการใช้งาน ซึ่งเป็นการบังคับให้ผู้ใช้ปฏิบัติตามขั้นตอนต่างๆ อย่างเป็นลำดับ แต่แตกต่างกันตรงที่วิธีการนี้จะแยกผู้ใช้ที่เคยใช้งานและไม่เคยใช้งานแอปพลิเคชันออกจากกัน โดยผู้ที่ผ่านการใช้งานมาแล้วอาจไม่ต้องปฏิบัติตามขั้นตอนเริ่มต้นทำให้ไม่ต้องเสียเวลา นอกจากนี้วิธีการดังกล่าวยังใช้เพื่อแสดงหรือซ่อนข้อมูลบางส่วนจากผู้ใช้ กล่าวคือ ผู้ใช้แต่ละกลุ่มมีความต้องการใช้งานที่แตกต่างกันข้อมูลที่แสดงต่อผู้ใช้อีกย่อมแตกต่างกันด้วย โดยจะแสดงเฉพาะข้อมูลที่จำเป็นต่อผู้ใช้ในแต่ละกลุ่มเท่านั้น เพื่อไม่ให้ข้อมูลส่วนที่ไม่จำเป็นมาปะปนซึ่งอาจทำให้เกิดความสับสนได้

ข้อเสนอแนะในการออกแบบมีดังนี้

10.1 องค์ประกอบที่แสดงในหน้าแรกควรเป็นข้อความสั้นๆ กระชับและสามารถให้ผู้ใช้เข้าใจได้ว่าต้องดำเนินการอะไรเป็นอันดับแรก องค์ประกอบหน้าแรกไม่ควรมีมากเกินไปและควรมีจำนวนของลำดับขั้นตอนที่เหมาะสม

10.2 การแสดงผลขององค์ประกอบที่ซ่อนไว้ควรใช้โครงสร้างทางกายภาพแบบ “One Window Paging” แต่ต้องย้อนกลับไปยังขั้นตอนก่อนหน้าได้

10.3 ลำดับชั้นตอนไม่ควรมีมากเกินไป แต่ถ้าจำเป็นควรมีการจัดกลุ่มเนื้อหาด้วย เพื่อให้ผู้ใช้เกิดความสับสนและรู้สึกว่าการใช้งานยาก

10.4 เงื่อนไขต่างๆ ที่แอปพลิเคชันต้องการให้ผู้ใช้เลือกหรือทำตามควรใช้ฟอร์มตัวเลือกแบบต่างๆ และควรใช้ฟอร์มสำหรับกรอกข้อมูลให้น้อยที่สุด เพื่อไม่ให้ผู้ใช้เกิดความเบื่อหน่าย

11. องค์ประกอบจะยังใช้งานไม่ได้จนกว่าจะตรงตามเงื่อนไข

เป็นการแสดงองค์ประกอบในส่วนต่างๆ ให้ผู้ใช้เห็นแต่ไม่สามารถเรียกใช้งานได้จนกว่าจะปฏิบัติตามเงื่อนไขที่แอปพลิเคชันกำหนดเท่านั้น

วิธีการนี้จะมีลักษณะคล้ายกับการแสดงองค์ประกอบเพียงบางส่วน แต่จะแตกต่างกัน คือ จะแสดงลำดับชั้นตอนหรือข้อมูลให้ผู้ใช้เห็นทั้งหมด ช่วยให้ผู้ใช้งานทราบว่าสิ่งที่ตนต้องการอยู่หรือไม่ และทราบว่าจะได้รับสิ่งที่ต้องการเมื่อทำตามเงื่อนไขที่กำหนดอย่างครบถ้วนแล้ว อย่างไรก็ตามวิธีการนี้อาจทำให้ผู้ใช้สับสน เนื่องจากถ้าเงื่อนไขที่ต้องทำตามนั้นมีความซับซ้อนอาจทำให้ผู้ใช้ไม่สามารถเข้าใช้งานองค์ประกอบที่ต้องการได้ ดังนั้นนักออกแบบต้องคำนึงถึงความซับซ้อนของขั้นตอนในเงื่อนไขนั้นด้วย

ข้อเสนอแนะในการออกแบบ

11.1 ควรใช้ฟอร์มแบบตัวเลือกและหลีกเลี่ยงการใช้ฟอร์มที่ผู้ใช้ต้องกรอกข้อมูลหากจำเป็นต้องใช้ก็ควรมีให้น้อยที่สุด

11.2 หากมีข้อมูลบางส่วนที่ไม่จำเป็นต้องต่อผู้ใช้บางกลุ่ม ควรมีข้อความหรือบรรยายละเอียดของข้อมูลดังกล่าวให้ผู้ใช้สามารถเข้าใจได้อย่างชัดเจนว่าข้อมูลนั้นสำคัญอย่างไร เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบใดของแอปพลิเคชัน เพื่อไม่ให้เกิดความสับสนในการใช้งาน

11.3 สามารถนำวิธีการแสดงองค์ประกอบเพียงบางส่วน มาใช้สนับสนุนวิธีการนี้ เพื่อซ่อนข้อมูลหรือองค์ประกอบที่ไม่จำเป็นต้องต่อผู้ใช้บางกลุ่มและจะแสดงต่อกลุ่มผู้ใช้ที่ทำตามเงื่อนไขที่กำหนด

11.4 เนื่องจากวิธีการนี้มักใช้ในแอปพลิเคชันที่ซับซ้อนจึงควรมีส่วนช่วยเหลือเพื่ออธิบายข้อมูลหรือองค์ประกอบต่างๆ เพื่อให้ผู้ใช้เข้าใจการใช้งานที่ถูกต้องและได้ผลลัพธ์ตามที่ต้องการอย่างแท้จริง

12. โครงสร้างแบบปรับขนาดได้

เป็นวิธีการที่กำหนดให้โครงร่างหน้าแอปพลิเคชันสามารถปรับขนาดได้ กล่าวคือ ขนาดของโครงร่างหน้าแอปพลิเคชันสามารถเปลี่ยนได้ตามการใช้งานของผู้ใช้ โดยที่ข้อมูลหรือองค์ประกอบต่างๆ ภายในหน้าโครงร่างดังกล่าวจะย้ายตำแหน่งไปตามขนาดของโครงร่างด้วย วิธีการนี้จะช่วยให้การใช้งานสะดวกยิ่งขึ้น แต่การปรับเปลี่ยนขนาดของโครงร่างจะมีรูปลักษณะดั้งเดิมโดยเปลี่ยนแปลงเพียงแค่ขนาดที่กว้างขึ้นหรือแคบลง เช่น การปรับขยายหน้าจอให้สามารถอ่านข้อความได้ง่ายขึ้นตามความถนัดของผู้ใช้ ที่อาจต้องการให้แสดงข้อความทั้งหมดหรือแสดงให้มากที่สุดภายในหน้าเดียว แต่บางกลุ่มอาจต้องการอ่านข้อความที่ละน้อยๆ ก็ได้ เป็นต้น แอปพลิเคชันที่มีข้อมูลเป็นตัวอักษรจำนวนมากๆ มักนิยมใช้วิธีการนี้ โดยผู้ใช้สามารถปรับขนาดของโครงร่างหน้าแอปพลิเคชันโดยข้อมูลจะปรับให้เข้ากับขนาดของโครงร่างดังกล่าวแบบอัตโนมัติด้วย หรืออาจให้ผู้ใช้ปรับเปลี่ยนรูปแบบหรือขนาดตัวอักษรตามต้องการโดยไม่กระทบต่อรูปลักษณะของโครงร่างเดิม วิธีการนี้จำเป็นต้องออกแบบโครงร่างที่มีความยืดหยุ่น หากแอปพลิเคชันไม่ได้ออกแบบเพื่อรองรับความต้องการดังกล่าว เมื่อผู้ใช้ปรับเปลี่ยนรูปแบบตัวอักษรหรือขนาดตัวอักษรจะทำให้โครงร่างหน้าและแอปพลิเคชันเปลี่ยนแปลงไป ไม่สามารถคงไว้ซึ่งรูปลักษณะเดิมได้ และทำให้ไม่สามารถใช้งานได้อย่างสะดวกตามต้องการ การที่ผู้ใช้สามารถปรับขนาดของโครงร่างให้เหมาะสมต่อการใช้งานของตนได้ ย่อมทำให้เกิดความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชัน

ข้อเสนอแนะในการออกแบบ

12.1 การปรับเปลี่ยนขนาดของโครงร่างหน้าแอปพลิเคชันควรมีข้อจำกัด ไม่ควรให้ผู้ใช้มีอิสระหรือปรับเปลี่ยนได้อย่างไร้ขีดจำกัด เพราะอาจทำให้การนำเสนอข้อมูลซึ่งเป็นเป้าหมายหลักต้องผิดเพี้ยนไปจากความเป็นจริง

12.2 ส่วนใดที่จำเป็นต้องกำหนดขนาดตายตัวไม่ควรให้ผู้ใช้ปรับเปลี่ยนได้ เช่น ฟอรัมในการกรอกข้อมูล ที่มีการกำหนดขนาดไว้รองรับตัวอักษรจำนวนไม่เกินที่แอปพลิเคชันต้องการ เป็นต้น

12.3 ข้อมูลที่เป็นข้อความ ตัวอักษร ควรมีการจัดแบ่งวรรคตอน แบ่งย่อหน้า อย่างเหมาะสม เพื่อให้สามารถแสดงผลได้กับโครงร่างทุกขนาด

12.4 เมื่อมีการปรับเปลี่ยนขนาดของโครงร่าง ทำให้ข้อมูลทั้งหมดไม่สามารถแสดงได้ในหน้าแอปพลิเคชันเดียว ควรออกแบบให้มีแถบเลื่อนเพื่อให้สามารถเลื่อนดูข้อมูลส่วนที่เหลือได้

12.5 วิธีการนี้ค่อนข้างมีความซับซ้อนในการสร้างและออกแบบ ดังนั้นควรพิจารณาความจำเป็นที่จะต้องใช้วิธีการนี้และต้องเป็นบุคลลากรที่มีความสามารถรองรับการพัฒนาแอปพลิเคชันในรูปแบบดังกล่าวด้วย

สรุป

การจัดโครงร่างหน้าแอปพลิเคชันเป็นการเตรียมพร้อมก่อนที่จะดำเนินการจัดวางองค์ประกอบต่างๆ ลงในหน้าแอปพลิเคชันทำให้ทราบถึงตำแหน่งในการจัดวางองค์ประกอบได้อย่างคร่าวๆ ซึ่งมี 3 ขั้นตอน คือ การจัดลำดับความสำคัญขององค์ประกอบในหน้าแอปพลิเคชัน การจัดลำดับหรือทิศทางการมององค์ประกอบ และการจัดกลุ่มและจัดวางองค์ประกอบในหน้าแอปพลิเคชัน

การจัดลำดับความสำคัญขององค์ประกอบในหน้าแอปพลิเคชัน จะช่วยเพิ่มความน่าสนใจให้กับองค์ประกอบที่สำคัญช่วยให้ผู้ใช้สังเกตเห็นได้ง่าย และสามารถใช้งานได้อย่างตรงความต้องการ

การจัดลำดับหรือทิศทางการมององค์ประกอบ เป็นการจัดลำดับการใช้งานโดยพิจารณาจากการใช้สายตาของผู้ใช้ทั่วไป ทำให้ผู้ใช้เข้าใจลำดับการใช้งานขึ้นซึ่งอาจมีการกำหนดจุดสนใจเพื่อให้ผู้ใช้สะดุดตาเมื่อกวาดสายตาตามองในภาพรวม

การจัดกลุ่มและจัดวางองค์ประกอบในหน้าแอปพลิเคชัน เป็นการนำองค์ประกอบต่างๆ มาจัดวางอย่างสัมพันธ์กันเพื่อให้สามารถใช้งานได้ง่ายขึ้น ตามหลักการของเกสทัลท์ (Gestalt) คือ จัดวางไว้ใกล้เคียงกัน (Proximity) จัดวางในรูปแบบคล้ายกัน (Similarity) จัดวางแบบต่อเนื่อง (Continuity) และจัดวางในลักษณะปิดบางส่วน (Closure)

ในการจัดโครงร่างหน้าแอปพลิเคชัน มีหลายลักษณะที่แตกต่างกัน เช่น ทำงานบนพื้นที่ตรงกลาง จะเป็นลักษณะที่เหมาะสมกับแอปพลิเคชันที่ใช้งานด้านกราฟฟิก เนื่องจากต้องการพื้นที่ในการสร้างงานค่อนข้างมากและไม่ต้องการให้ม็อดค์ประกอบอื่นๆ มารบกวนสายตา หน้าต่างย่อยแบบเคลื่อนย้ายได้ เป็นลักษณะที่ผู้ใช้สามารถเคลื่อนย้ายองค์ประกอบหรือเครื่องมือที่บรรจุอยู่ภายในหน้าต่างย่อยนั้นได้อย่างอิสระ ทำให้สามารถจัดโครงร่างหน้าแอปพลิเคชันได้ตามแบบที่ตนต้องการ เพื่อให้สะดวกและคุ้นเคยในการใช้งาน ลักษณะของการจัดโครงร่างที่แตกต่างกันจะสนับสนุนการใช้งานและการนำเสนอองค์ประกอบได้แตกต่างกัน โดยจะแบ่งและจัดเรียงลำดับองค์ประกอบต่างๆ ให้มีระเบียบและเหมาะสมต่อแอปพลิเคชัน

2.1.4 เครื่องนำทางการใช้งานในแอปพลิเคชัน

ทิศทางการใช้งานในแอปพลิเคชัน เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่นักออกแบบจะต้องคำนึงถึง ซึ่งนอกจากแอปพลิเคชันจะต้องประกอบด้วยองค์ประกอบต่างๆ ที่มีประสิทธิภาพเพื่อรองรับและตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้ได้อย่างครบถ้วนแล้ว แอปพลิเคชันยังต้องมีเครื่องนำทางการใช้งานที่ดีจึงจะช่วยให้ผู้ใช้บรรลุเป้าหมายในการใช้งานและได้ผลลัพธ์ที่ต้องการได้อย่างง่ายดายโดยไม่มีอุปสรรคใดๆ เช่น การไม่เข้าใจการใช้งานที่ถูกต้อง ผู้ใช้ค้นหาสิ่งที่ต้องการไม่พบ ทำให้ต้องสูญเสียเวลาและค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น เป็นต้น สำหรับบทนี้จะกล่าวถึงการออกแบบเครื่องนำทางการใช้งาน (Navigation) โดยการสร้างจุดสนใจต่างๆ ให้แก่ผู้ใช้ เพื่อให้สามารถค้นหาสิ่งที่ต้องการได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ เนื้อหาในบทยังกล่าวถึงรูปแบบของเครื่องนำทางการใช้งานในแอปพลิเคชันที่พบเห็นอยู่เสมอๆ และหลักการออกแบบเครื่องนำทาง (Navigation) ด้วย

2.1.4.1 เครื่องนำทางการใช้งานในแอปพลิเคชัน

ในแต่ละแอปพลิเคชันย่อมมีความซับซ้อนในการใช้งานที่แตกต่างกัน บางแอปพลิเคชันอาจมีการใช้งานที่ยุ่งยาก เนื่องจากมีองค์ประกอบภายในแอปพลิเคชันจำนวนมาก อาจส่งผลให้ผู้ใช้ไม่สามารถใช้งานได้ตรงตามความต้องการหรือได้ผลลัพธ์ที่ไม่น่าพอใจ ซึ่งเกิดจากการใช้งานแอปพลิเคชันไม่ถูกต้อง เกิดความเข้าใจผิดในการใช้งานหรือเกิดความสับสนกับองค์ประกอบต่างๆ ในแอปพลิเคชัน ทำให้ไม่ทราบว่าต้องทำอะไรต่อไป ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการกำหนดเครื่องนำทางการใช้งานในแอปพลิเคชัน (Navigation) เพื่อให้ผู้ใช้สามารถใช้งานแอปพลิเคชันได้อย่างถูกต้อง เครื่องนำทางในแอปพลิเคชันทั่วไปมีหลายรูปแบบไม่ว่าจะเป็นรายการเมนูเชื่อมโยงกล่องค้นหาข้อมูลหรือปุ่มตัวเลือกการทำงาน

การนำเสนอช่องทางการใช้งานที่ชัดเจนกับผู้ใช้จัดว่าเป็นเครื่องนำทางการใช้งานแอปพลิเคชัน ซึ่งจะช่วยให้ผู้ใช้ทราบว่าต้องทำอะไรเมื่อเข้ามาใช้งาน การค้นหาข้อมูลหรือสิ่งที่ผู้ใช้ต้องการก็จะง่ายขึ้นสำหรับการนำเสนอช่องทางการใช้งาน คือ การสร้างจุดสนใจให้กับองค์ประกอบในแอปพลิเคชันที่จำเป็นต่อการใช้งานของผู้ใช้ ดังนั้นควรคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ ในการกำหนดเครื่องนำทางการใช้งานในแอปพลิเคชัน ดังนี้

1. แสดงสัญลักษณ์ที่ชัดเจนและเข้าใจง่าย

กล่าวคือ การที่จะทำให้ผู้ใช้สามารถค้นหาสิ่งที่ต้องการได้อย่างรวดเร็ว จำเป็นต้องมีข้อความ สัญลักษณ์ หรือรูปภาพที่แสดงให้เห็นได้อย่างชัดเจนว่าสิ่งที่ต้องการนั้นอยู่ตำแหน่งใด ซึ่งจะช่วยให้ผู้ใช้ค้นหาและใช้งานองค์ประกอบต่างๆ ได้ง่ายขึ้นโดยไม่เกิดความสับสน การตัดสินใจของผู้ใช้ก็จะรวดเร็วขึ้น เครื่องนำทางการใช้งานจึงควรใช้รูปแบบสัญลักษณ์ที่ชัดเจนและเข้าใจง่าย ในบางกรณีการแสดงผลสัญลักษณ์ยังช่วยบอกตำแหน่งในการใช้งานได้ และถ้าจัดวางสัญลักษณ์ในตำแหน่งที่เหมาะสมก็สามารถช่วยสนับสนุนการใช้งานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้สัญลักษณ์บางชนิดที่มีรูปแบบเป็นมาตรฐาน ซึ่งนิยมใช้ในแอปพลิเคชันทั่วไปก็สามารถสร้างความคุ้นเคยในการใช้งานได้ด้วย เช่น นำเสนอเฉพาะช่องทางการใช้งานที่สำคัญในหน้าแรก และการจัดวางเครื่องมือนำทาง (Navigation) ในตำแหน่งเดิมทุกหน้า เป็นต้น

2. แผนที่

เป็นอีกปัจจัยที่ใช้ในการระบุตำแหน่งการใช้งานของผู้ใช้ ซึ่งช่วยให้ผู้ใช้ทราบว่าตนอยู่ในส่วนใดของแอปพลิเคชันและส่วนที่ผู้ใช้ต้องการอยู่ที่ใด เนื่องจากระหว่างการใช้งานผู้ใช้อาจไม่ตัดสินใจกับเครื่องนำทางการใช้งานมากนัก ทำให้เข้าไปใช้งานในส่วนที่ตนไม่ต้องการอีกทั้งยังไม่ทราบว่าต้องทำอะไรต่อไป การใช้แผนที่จะช่วยให้เกิดความคล่องตัวและมีความยืดหยุ่นในการใช้งานตามส่วนต่าง ๆ ในแอปพลิเคชันเพิ่มมากขึ้นด้วย เนื่องจาก ผู้ใช้สามารถเข้าไปยังส่วนต่างๆ ของแอปพลิเคชันได้โดยตรงจากแผนที่ โดยไม่จำเป็นต้องกลับไปเริ่มต้นใหม่ที่หน้าหลัก แต่ไม่ควรมากเกินไปเพราะอาจทำให้ผู้ใช้ไม่ทราบถึงจุดเริ่มต้นหรือทิศทางการใช้งานที่แอปพลิเคชันกำหนดไว้ให้อย่างแท้จริง แผนที่จึงจำเป็นต่อผู้ใช้เพื่อช่วยให้การค้นหาและการใช้งานของผู้ใช้เป็นไปในทิศทางที่ถูกต้องตามที่ผู้ใช้ต้องการ โดยต้องออกแบบให้เหมาะสมกับแอปพลิเคชันด้วย แผนที่จึงมีหลายรูปแบบ เช่น แผนที่ระบุตำแหน่งแบบเรียงลำดับ และแผนที่ระบุตำแหน่งแบบลำดับขั้น เป็นต้น

3. ร่องรอยจากสิ่งแวดล้อม

การใช้งานแอปพลิเคชันของผู้ใช้ นอกจากจะสังเกตจากสัญลักษณ์หรือแผนที่ ซึ่งแอปพลิเคชันกำหนดไว้ให้แล้วการสังเกตจากองค์ประกอบต่างๆ ที่แวดล้อมอยู่ก็สามารถช่วยบ่งบอกตำแหน่งหรือทิศทางในการใช้งานของผู้ใช้ได้ด้วย โดยที่องค์ประกอบต่างๆ ในแต่ละหน้าของแอปพลิเคชันจะต้องสอดคล้องกับเนื้อหาและรูปแบบของแอปพลิเคชันนั้นด้วย ร่องรอยจากสิ่งแวดล้อมอาจมีแทรกอยู่ในทุกๆ หน้าแอปพลิเคชันโดยต้องมีความกลมกลืนและสอดคล้องกับเนื้อหาและองค์ประกอบภายในหน้านั้นด้วย ถ้าสิ่งแวดล้อมมีความโดดเด่นกว่าเนื้อหาหรือข้อมูลส่วนที่สำคัญที่จำเป็นต่อผู้ใช้ ก็จะทำให้ความสนใจของผู้ใช้ถูกเบี่ยงเบนออกไป ซึ่งอาจเป็นสาเหตุให้การใช้งานผิดเพี้ยนไปจากวัตถุประสงค์ที่แท้จริงได้ สำหรับรูปแบบเครื่องนำทางที่ใช้สิ่งแวดล้อมเป็นตัวบ่งบอกทิศทางการใช้งาน เช่น แถบเลื่อนที่บอกตำแหน่งได้ และการกำหนดลักษณะเฉพาะด้วยสี เป็นต้น

นอกจากสิ่งที่คุณคำนึงถึงตามที่กล่าวไปข้างต้นแล้ว ในการออกแบบเครื่องมือนำทาง (Navigation) ยังต้องคำนึงถึงระยะเวลาในการใช้งาน กล่าวคือ ลำดับขั้นตอนของการเปลี่ยนจากส่วนหนึ่งไปยังอีกส่วนหนึ่งไม่ควรมีมากเกินไป และควรคำนึงถึงผู้ใช้งานที่ขาดประสบการณ์ด้วย นั่นคือเครื่องมือนำทางการใช้งาน (Navigation) จะต้องใช้งานและเรียนรู้ง่าย ซึ่งจะช่วยประหยัดงบประมาณได้อีกทางหนึ่ง เนื่องจากใช้เวลาในการทำงานน้อยลง

2.1.4.2 หลักการออกแบบเครื่องมือนำทางการใช้งาน (Navigation)

1. นำเสนอเฉพาะช่องทางใช้งานที่สำคัญในหน้าแรก

เป็นรูปแบบที่กำหนดจำนวนช่องทางใช้งานในหน้าแรกของแอปพลิเคชันให้มีจำนวนน้อย โดยกำหนดเฉพาะช่องทางที่สำคัญและจำเป็นต่อผู้ใช้งานมากที่สุด เพื่อช่วยให้ผู้ใช้ตัดสินใจเข้าใช้งานเฉพาะส่วนที่ตนต้องการได้อย่างรวดเร็ว แต่เครื่องมือที่ใช้เป็นเครื่องมือนำทางการใช้งาน (Navigation) ดังกล่าว เช่น ปุ่มหรือลิงค์ต่างๆ ควรสื่อความหมายให้ผู้ใช้เข้าใจได้อย่างถูกต้องด้วย

ข้อเสนอแนะในการออกแบบ

1.1 การนำเสนอช่องทางในการใช้งานควรนำเสนอในหน้าแรกสุด เพื่อให้ผู้ใช้ตัดสินใจเลือกช่องทางใช้งานได้ทันที โดยต้องวาง Navigation เช่น ปุ่มหรือลิงค์ต่างๆ ไว้ในตำแหน่งที่ผู้ใช้สังเกตเห็นได้ง่าย

1.2 ควรคำนึงถึงผู้ใช้ที่มีประสบการณ์สูงด้วย โดยอาจนำเสนอช่องทางไว้สำหรับผู้ที่เคยใช้งานมาแล้วหรือทำหน้าที่รวบรวมปุ่มหรือลิงค์การใช้งานทั้งหมดไว้เพื่อให้ผู้ใช้เลือกเองได้ว่าการเข้าไปยังส่วนใด

1.3 ช่องทางอื่นที่ไม่แสดงไว้ในหน้าแรกควรแสดงให้ผู้ใช้เห็นในหน้าถัดไป เพื่อให้ผู้ใช้ทราบว่ายังมีการใช้งานส่วนอื่น ๆ อีก

2. จัดวางเครื่องมือนำทางการใช้งาน (Navigation) ในตำแหน่งเดิมทุกหน้า

เป็นรูปแบบที่แอปพลิเคชันนำเสนอช่องทางในการใช้งานแอปพลิเคชัน ด้วยจุดเชื่อมโยงไปยังหน้าหรือส่วนต่างๆ ที่สำคัญของแอปพลิเคชัน โดยจะจัดวางเครื่องมือนำทางการใช้งาน (Navigation) ดังกล่าวไว้ในตำแหน่งเดิมของทุกๆ หน้าแอปพลิเคชัน รูปแบบนี้จะเป็นการสร้าง ความคุ้นเคยในการใช้งานให้กับผู้ใช้ เนื่องจากมีการจัดวางปุ่มหรือลิงค์สำหรับใช้งานรวมไว้ที่ลิงค์เดียวกันและตำแหน่งเดิม เมื่อผู้ใช้ต้องการเปลี่ยนแปลงหรือเคลื่อนไปยังส่วนต่างๆ ในแอปพลิเคชันก็สามารถทำได้โดยง่าย ผู้ใช้สามารถค้นหาและเปลี่ยนช่องทางที่ตนต้องการได้ตลอดเวลา รูปแบบนี้เป็นส่วนประกอบหนึ่งในลักษณะการจัดโครงสร้างแบบการใช้โครงสร้างเดียวกัน อย่างไรก็ตามรูปแบบนี้อาจทำให้ผู้ใช้สับสนว่าตนเองกำลังอยู่ตรงส่วนใดของแอปพลิเคชัน เนื่องจากมีโครงสร้างที่คล้ายๆ กัน ซึ่งเป็นสิ่งที่นักออกแบบต้องคำนึงถึงด้วย

ข้อเสนอแนะในการออกแบบ

2.1 ในพื้นที่ที่นำเสนอช่องทางไม่ควรมีจำนวนของปุ่มหรือลิงค์ในการใช้งานมากเกินไป เพราะอาจทำให้การจัดเรียงทำได้ยากและผู้ใช้อาจค้นหาปุ่มหรือลิงค์สำหรับช่องทางที่ตนต้องการได้ยาก

2.2 เพื่อไม่ทำให้ผู้ใช้สับสนว่าตนอยู่ส่วนใดของแอปพลิเคชัน ควรมีสัญลักษณ์บอกถึงตำแหน่งปัจจุบันให้ผู้ใช้ทราบ เช่น การใช้สีที่แตกต่างกันในแต่ละหน้า เป็นต้น

2.3 ควรจัดวางเครื่องมือนำทางการใช้งาน (Navigation) ในตำแหน่งที่ผู้ใช้สามารถสังเกตเห็นได้ง่ายและไม่กินพื้นที่ของส่วนเนื้อหามากเกินไป

3. การใช้งานแบบทิศทางเดียว

เป็นรูปแบบการกำหนดทิศทางในการใช้งานของผู้ใช้ให้เป็นไปแบบไป-กลับทางเดียว กล่าวคือ เมื่อผู้ใช้เข้าไปยังส่วนใดของแอปพลิเคชัน และใช้งานเสร็จเรียบร้อยแล้วสามารถกลับไปได้เฉพาะหน้าหลักหรือส่วนหลักเท่านั้น รูปแบบนี้จะมีลักษณะการจัดเนื้อหาแบบ “แสดงลำดับรายการด้วยหน้าต่างเดียว” ซึ่งเป็นรูปแบบที่เหมาะสมกับอุปกรณ์ขนาดเล็กที่มีพื้นที่ในการนำเสนอองค์ประกอบต่างๆ ได้ไม่มาก โดยจะใช้งานได้เฉพาะช่องทางที่ผู้ใช้เลือกเท่านั้น หากต้องการใช้งานในส่วนอื่นๆ จะต้องย้อนกลับมาที่หน้าหลัก หากรูปแบบของแอปพลิเคชันจำเป็นต้องสลับการใช้งานไปยังส่วนอื่น ๆ หรือเครื่องมืออื่นอยู่สมควรเลือกใช้รูปแบบ “จัดวางเครื่องมือนำทางการใช้งาน (Navigation) ในตำแหน่งเดิมทุกหน้า” จะเหมาะสมกว่า เพราะจะทำให้ผู้ใช้งานมีความคล่องตัวมากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการออกแบบ

3.1 ควรคำนึงถึงลักษณะการใช้งานของผู้ใช้และแอปพลิเคชันว่าเหมาะสมกับการใช้รูปแบบนี้หรือไม่ เช่น ผู้ใช้มีการใช้งานในแต่ละส่วนเป็นเวลานานมากน้อยเพียงใด หากใช้เวลาน้อยแสดงว่าผู้ใช้จะต้องเปลี่ยนการใช้งานไปยังส่วนต่างๆ อยู่เสมอ ดังนั้นจึงควรเลี่ยงไปใช้รูปแบบอื่นเป็นต้น

3.2 ช่องทางการใช้งานในแต่ละส่วนไม่ควรลึกมากเกินไป เพราะจะสร้างความยุ่งยากให้กับผู้ใช้ในการย้อนกลับมายังหน้าหลัก แต่อาจสร้างคีย์ลัดย้อนกลับหน้าหลักก็จะเป็นการช่วยประหยัดเวลาได้อีกทางด้วย

4. เชื่อมโยงเนื้อหาแบบพีระมิด

เป็นรูปแบบที่จะเชื่อมโยงหน้าแอปพลิเคชันเข้าด้วยกันอย่างเป็นลำดับ โดยให้ทุกๆ หน้าสามารถย้อนกลับไปยังหน้าหลักได้ กล่าวคือ ทุกๆ หน้าจะเชื่อมโยงกันอย่างเป็นลำดับโดยให้หน้าหลักเป็นส่วนนำเสนอเนื้อหาและจุดเชื่อมโยงทั้งหมด ซึ่งผู้ใช้สามารถเข้าไปยังหน้าใดๆ ตามที่ต้องการได้จากหน้าหลักและเมื่อเข้าไปอยู่หน้าใดๆ ก็สามารถย้อนกลับไปยังลำดับก่อนหน้าหรือหน้าถัดไปได้ และยังสามารถกลับไปหน้าหลักได้ตลอดเวลา โดยลักษณะการเชื่อมโยงดังกล่าวมีรูปแบบเหมือนรูปทรงพีระมิด รูปแบบนี้มีปุ่มหรือลิงค์สำหรับเชื่อมโยงไปหน้าต่างๆ คือ ลำดับ

ก่อนหน้า (Previous/Back) ลำดับต่อไป (Next) และหน้าหลัก (Main/Home) ทำให้ผู้มีช่องทางในการใช้งานที่เชื่อมโยงถึงกันอย่างเป็นลำดับและเมื่อผู้ใช้ต้องการกลับไปยังหน้าหลักก็สามารถทำได้ รูปแบบนี้จะช่วยให้ผู้ใช้เข้าใจการใช้งานและมีทิศทางการใช้งานอย่างเป็นลำดับมากขึ้น ทำให้ผู้ใช้ที่ไม่มีประสบการณ์ไม่เกิดความสับสนและไม่หลงทิศทางในการใช้งาน

ข้อเสนอแนะในการออกแบบ

4.1 การจัดวางปุ่มสำหรับเชื่อมโยงไปยังส่วนต่างๆ ควรวางในตำแหน่งที่สังเกตเห็นง่าย และควรออกแบบให้ผู้ใช้เข้าใจความหมายได้อย่างชัดเจน หลีกเลี่ยงการใช้สัญลักษณ์เฉพาะผู้ใช้อาจไม่เข้าใจความหมาย

4.2 ควรมีข้อความหรือสัญลักษณ์บ่งบอกถึงลำดับของหน้าแอปพลิเคชันที่ใช้งานอยู่ในปัจจุบันและลำดับที่มีทั้งหมด เช่น 3/5 แสดงว่าผู้ใช้อยู่ในหน้าที่ 3 จากทั้งหมด 5 หน้า เป็นต้น เพื่อให้ผู้ใช้ทราบลำดับการใช้งานของตนได้ อาจใช้รูปแบบ “แผนที่ระบุตำแหน่งแบบเรียงลำดับ” เข้ามาช่วยในการบ่งบอกตำแหน่ง

5. การใช้งานแบบบังคับเลือกช่องทาง

รูปแบบนี้จะแสดงช่องทางการใช้งานก็ต่อเมื่อผู้ใช้สามารถแก้ไขปัญหาหรือทำตามเงื่อนไขที่แอปพลิเคชันกำหนดให้เรียบร้อยแล้ว โดยในหน้าแอปพลิเคชันหรือหน้าต่างย่อยจะไม่แสดงช่องทางการใช้งานอื่น นอกจากข้อความหรือเงื่อนไขที่ผู้ใช้ต้องปฏิบัติตาม หากผู้ใช้อยอมรับหรือสามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขดังกล่าวได้ แอปพลิเคชันจะอนุญาตให้ผู้ใช้เข้าใช้งาน และแสดงช่องทางการใช้งานแก่ผู้ใช้ รูปแบบนี้จะช่วยป้องกันความผิดพลาดที่เกิดจากการใช้งานของผู้ใช้หรือผู้ใช้อาจหลงลืมการกระทำบางอย่างซึ่งอาจส่งผลให้ชิ้นงานและแอปพลิเคชันเกิดความเสียหายขึ้นได้ เช่น ข้อความเตือนให้ผู้ใช้จัดเก็บข้อมูลก่อนทำการปิดแอปพลิเคชัน และข้อความเตือนหรือยืนยันการลบเพิ่มข้อมูล เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการออกแบบ

5.1 การแสดงข้อความหรือเงื่อนไขที่ผู้ใช้ต้องปฏิบัติควรตอบสนองต่อการใช้งานอย่างทันที และแสดงข้อความที่เข้าใจได้ชัดเจนว่าผู้ใช้ต้องแก้ไขหรือต้องปฏิบัติอย่างไรจึงจะถูกต้อง

5.2 การแก้ไขหรือทำตามเงื่อนไขควรถูกให้ผู้เลือกได้ว่าจะยอมรับหรือไม่ และสามารถยกเลิกเพื่อออกจากขั้นตอนนี้แล้วมาแก้ไขในภายหลังได้ ไม่ควรบังคับให้ผู้ใดต้องแก้ไขหรือทำตามเงื่อนไขเพียงอย่างเดียว ดูรายละเอียดในรูปแบบ “ช่องทางสำหรับยกเลิกการใช้งาน”

6. แผนทีระบุตำแหน่งแบบเรียงลำดับ

เป็นรูปแบบที่มีแผนที่แสดงตำแหน่งการใช้งานของผู้ใช้ในปัจจุบัน เพื่อให้ผู้ใช้ทราบว่าตนกำลังทำงานอยู่ตรงส่วนใดของแอปพลิเคชันหรือตรงหน้าที่เท่าไรของเนื้อหาทั้งหมด รูปแบบนี้จะใช้กับเนื้อหาที่มีลำดับการใช้งานแบบที่ละหน้า ซึ่งจะช่วยให้ผู้ใช้ทราบตำแหน่งการใช้งานในปัจจุบันและทิศทางการใช้งานในขั้นต่อไป อีกทั้งยังสามารถทราบจุดสิ้นสุดการใช้งานได้ด้วย ทำให้คาดคะเนได้ว่าจะสิ้นสุดการใช้งานเมื่อใดและไม่หลงทิศทางการใช้งาน

ข้อเสนอแนะในการออกแบบ

6.1 หากใช้ภาพหรือสัญลักษณ์นำเสนอนำเสนอในรูปแบบแผนที่ระบุตำแหน่งควรสื่อความหมายได้อย่างชัดเจน ควรเน้นเรื่องการใช้งานมากกว่าความสวยงาม และควรจัดวางในตำแหน่งที่สังเกตเห็นได้ง่าย

6.2 ควรแสดงความแตกต่างระหว่างหน้าปัจจุบันที่ใช้งานอยู่กับหน้าที่ผ่านการใช้งานมาแล้วและหน้าที่ยังไม่ได้เข้าไปใช้งาน เพื่อให้ผู้ใช้ทราบว่าตนได้ทำงานหรือใช้งานมาแล้วกี่ขั้นตอนและยังเหลืออีกกี่ขั้นตอน โดยใช้สีของสัญลักษณ์และลิงค์ที่แตกต่างกัน

6.3 หากลำดับการใช้งานมีจำนวนมากหรือมีลำดับขั้นที่ค่อนข้างลึก การนำเสนอในรูปแบบนี้อาจทำได้ไม่ครอบคลุม ควรเปลี่ยนไปใช้รูปแบบ “แผนที่ระบุตำแหน่งแบบลำดับขั้น”

7. แผนที่ระบุตำแหน่งแบบลำดับขั้น

เป็นรูปแบบแสดงแผนที่ลำดับขั้นของเนื้อหาทั้งหมดในทุกๆ หน้า เพื่อบ่งบอกตำแหน่งของลำดับขั้นที่ใช้งานอยู่ในปัจจุบันและให้ผู้ใช้ทราบระยะทางระหว่างตำแหน่งของตนกับหน้าหลักของแอปพลิเคชัน ซึ่งรูปแบบนี้นิยมใช้กับข้อมูลที่มีโครงสร้างการจัดเรียงเป็นลำดับขั้นแบบแผนผังต้นไม้และจะนำเสนอในรูปแบบ “แสดงลำดับรายการด้วยหน้าต่างเดียว” สำหรับรูปแบบนี้จะมี

ลักษณะคล้ายกับ “แผนที่ระบุตำแหน่งแบบเรียงลำดับ” คือ เป็นการแสดงตำแหน่งการใช้งานให้ผู้ใช้ทราบ แต่รูปแบบนี้จะเหมาะกับแอปพลิเคชันที่มีลำดับชั้นของข้อมูลจำนวนมาก

ข้อเสนอแนะในการออกแบบ

7.1 การเรียงลำดับชั้นในแผนที่ควรเรียงจากลำดับชั้นบนสุดไปล่างสุด เรียงจากซ้ายไปขวาหรือใช้สัญลักษณ์บ่งบอกถึงทิศทางการจัดเรียง เช่น เครื่องหมาย < หรือ > เป็นต้น และจัดวางแผนที่ในตำแหน่งที่สังเกตเห็นง่าย

7.2 ชื่อที่ใช้ระบุลำดับชั้นควรสื่อความหมายให้ผู้ใช้เข้าใจได้อย่างชัดเจนและสามารถบ่งบอกถึงเนื้อหาภายในได้โดยไม่ต้องใช้ชื่อที่ยาวมากเกินไป

7.3 หากลำดับชั้นมีความลึกมากเกินไปจะนำเสนอให้ผู้ใช้เห็นได้ทั้งหมด ควรแสดงเฉพาะลำดับชั้นที่อยู่ใกล้เคียงและลำดับชั้นบนสุด โดยทำการซ่อนลำดับชั้นด้านบนที่ยังไม่จำเป็นต่อผู้ใช้และสามารถแสดงได้เมื่อผู้ใช้ต้องการ

8. แถบเลื่อนที่บอกตำแหน่งได้

รูปแบบนี้จำกัดให้แถบเลื่อน (Scroll Bar) ที่มีอยู่ในแต่ละหน้าแอปพลิเคชันทำหน้าที่เหมือนแผนที่ระบุตำแหน่งด้วย กล่าวคือ นอกจากแถบเลื่อนจะทำหน้าที่ในการเลื่อนดูเนื้อหาที่อยู่ภายในหน้าแล้วยังสามารถทำหน้าที่ระบุตำแหน่งที่ใช้งานอยู่ในปัจจุบันด้วย โดยแถบเลื่อนจะแสดงตำแหน่งเมื่อผู้ใช้คลิกเมาส์เคลื่อนแถบเลื่อนขึ้นลง ทำให้ผู้ใช้ทราบว่าตนอยู่ส่วนใดในขณะที่ใช้แถบเลื่อนอยู่ รูปแบบนี้จึงช่วยให้ผู้ใช้สามารถเลื่อนดูเนื้อหาที่มีจำนวนมากได้อย่างคล่องตัวและรวดเร็ว เนื่องจากสามารถเลื่อนไปยังส่วนที่ต้องการได้โดยตรง โดยไม่ต้องหยุดเลื่อนเพื่อดูว่าถึงจุดที่ตนต้องการหรือยัง นอกจากนี้การนำเสนอข้อความระบุตำแหน่งยังไม่สิ้นเปลืองพื้นที่ด้วย เพราะข้อความระบุตำแหน่งจะแสดงเฉพาะเมื่อผู้ใช้ใช้งานแถบเลื่อนเท่านั้น แต่สำหรับผู้ใช้ที่ไม่มีประสบการณ์อาจไม่ทราบว่าแถบเลื่อนบอกตำแหน่งของเนื้อหาได้ หากไม่ทดลองใช้งานก่อน

ข้อเสนอแนะในการออกแบบ

8.1 ข้อความระบุตำแหน่งควรแสดงทันทีเมื่อมีการใช้แถบเลื่อน โดยที่ข้อความจะต้องบอกถึงตำแหน่งปัจจุบันและรายละเอียดของตำแหน่งนั้น เช่น ชื่อบทหรือหัวข้อของเนื้อหา เป็นต้น และข้อความจะต้องเปลี่ยนตามตำแหน่งที่ผู้ใช้เลื่อนด้วย

8.2 อาจกำหนดแถบสีให้ภายในแถบเลื่อนเพื่อบ่งบอกความยาวของเนื้อหาแต่ละส่วน โดยแถบสีจะแตกต่างกันตามส่วนเนื้อหาที่ต้องการแบ่ง ซึ่งจะสามารถบ่งบอกขอบเขตของเนื้อหาในส่วนนั้นได้

9. กำหนดลักษณะเฉพาะด้วยสี

เป็นรูปแบบที่กำหนดสีให้แต่ละหน้าในแอปพลิเคชันมีความแตกต่างกัน รูปแบบนี้จะใช้ลักษณะโครงร่างแบบ "การใช้โครงร่างเดียวกัน" ซึ่งจะใช้โครงร่างหลักเดียวกันแต่เปลี่ยนสีพื้นหลังหรือองค์ประกอบอื่นๆ ในแต่ละหน้าให้มีลักษณะเฉพาะที่บ่งบอกให้ผู้ใช้ทราบได้ในทันทีว่าตนอยู่ตรงส่วนใดของแอปพลิเคชัน การใช้สีบ่งบอกตำแหน่งการใช้งานเป็นการอาศัยความเคยชินในการใช้งานแอปพลิเคชันของผู้ใช้ เนื่องจากเมื่อผู้ใช้ทำงานในแต่ละส่วนจนเคยชินกับสีที่กำหนดให้แล้วกลับมาใช้งานก็จะทราบได้โดยอัตโนมัติว่าตนอยู่ส่วนใดโดยดูจากสี นอกจากนี้ที่กล่าวมาแล้ว การใช้สีที่เหมาะสมกับเนื้อหาในแต่ละส่วนของแอปพลิเคชันยังเป็นการเพิ่มความน่าสนใจและความสวยงามให้กับแอปพลิเคชันนั้นด้วย

ข้อเสนอแนะในการออกแบบ

9.1 ควรเลือกสีที่ดูแล้วสบายตาและจดจำได้ง่าย โดยอาศัยจากเนื้อหาหรือองค์ประกอบอื่นๆ ภายในหน้านั้นเป็นตัวกำหนดว่าควรเลือกใช้สีใด

9.2 สีที่ใช้ในแต่ละหน้าควรกลมกลืนกับข้อความหรือเนื้อหาหากจนเกินไป อาจทำให้การอ่านข้อความต่าง ๆ ทำได้ยาก

9.3 การกำหนดสีให้กับแต่ละส่วนหรือแต่ละหน้าของแอปพลิเคชันควรใช้สีที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน เพื่อให้สามารถจดจำได้ง่ายและไม่ให้เกิดความสับสนหากมีสีที่ใกล้เคียงกัน

10. ช่องทางสำหรับยกเลิกการใช้งาน

เป็นรูปแบบที่กำหนดช่องทางให้ผู้ใช้สามารถยกเลิกหรือออกจากการใช้งานในหน้าปัจจุบันได้ ซึ่งหน้าดังกล่าวอาจเป็นรูปแบบ “การใช้งานแบบบังคับเลือกช่องทาง” ที่ผู้ใช้ต้องแก้ไขปัญหาหรือทำตามเงื่อนไขก่อนถึงจะใช้งานในขั้นต่อไปได้ รูปแบบนี้จึงช่วยให้ผู้ใช้สามารถยกเลิกหรือออกจากหน้าดังกล่าวได้ หรือรูปแบบ “การใช้งานแบบทิศทางเดียว” ที่ผู้ใช้ไม่มีอิสระในการเลือกช่องทางการใช้งานก็จำเป็นต้องมีช่องทางสำหรับยกเลิกการใช้งาน เพื่อให้ผู้ใช้สามารถออกมายังหน้าแอปพลิเคชันที่ผู้ใช้คุ้นเคยหรือเคยใช้งานมาก่อน แต่ในบางรูปแบบไม่จำเป็นต้องใช้รูปแบบนี้เข้าไปช่วยแก้ไขข้อบกพร่อง เช่น “แผนที่ระบุตำแหน่งแบบเรียงลำดับ” และ “แผนที่ระบุตำแหน่งแบบลำดับชั้น” เป็นต้น เนื่องจากรูปแบบเหล่านี้เป็นรูปแบบที่ผู้ใช้มีทิศทางการใช้งานอย่างเป็นลำดับชัดเจนและยังสามารถย้อนกลับไปยังส่วนที่ต้องการได้ตลอดเวลาทำให้ไม่ต้องอาศัยช่องทางสำหรับยกเลิกการใช้งาน จากที่กล่าวมาในรูปแบบนี้จะช่วยให้ผู้ใช้สามารถทำงานได้อย่างต่อเนื่อง โดยไม่ต้องเสียเวลาหากต้องพบกับการบังคับทิศทางการใช้งานที่ไม่ตรงตามความต้องการ นอกจากนี้ยังช่วยสนับสนุนพฤติกรรมของผู้ใช้ในบางกลุ่มอีกด้วย เช่น อยากรู้ อยากทดลอง โดยรูปแบบนี้ช่วยให้ผู้ใช้กลุ่มนี้ยกเลิกการใช้งานที่ตนต้องการทดลองใช้ได้ทันที ทำให้สามารถเข้าใช้งานในส่วนต่างๆ ของแอปพลิเคชันได้ตามต้องการ โดยไม่สร้างความเสียหายให้กับแอปพลิเคชัน เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการออกแบบ

10.1 พิจารณาความเหมาะสมของการนำรูปแบบนี้ไปใช้ร่วมกับรูปแบบอื่น ๆ เพื่อช่วยลดข้อบกพร่องบางรูปแบบได้

10.2 ช่องทางหรือปุ่มสำหรับยกเลิกการใช้งานควรมีข้อความที่สื่อให้ผู้เข้าใจความหมายได้อย่างชัดเจนและจัดวางไว้ใกล้เคียงกับปุ่มยอมรับหรือตกลงการใช้งานในหน้านั้น

สรุป

ทิศทางการใช้งานในแอปพลิเคชันเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่มีความสำคัญ เนื่องจากมีความซับซ้อนและมีลำดับการใช้งานที่แตกต่างกันออกไป ในบางแอปพลิเคชันอาจมีขั้นตอนในการใช้งานที่ยุ่งยาก ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการกำหนดเครื่องหมายทางการใช้งานในแอปพลิเคชันขึ้น เพื่อให้ทิศทาง

การใช้งานของผู้ใช้เป็นไปอย่างถูกต้องและได้ผลลัพธ์ตามที่ต้องการ ซึ่งการนำเสนอทิศทางในการใช้งานที่ชัดเจนจะช่วยให้ผู้ใช้ทราบว่าต้องทำอะไรเพื่อให้ได้สิ่งที่ต้องการ ปัจจัยสำคัญสำหรับการกำหนดเครื่องหมายทางการใช้งานในแอปพลิเคชันที่ต้องคำนึงถึง คือ แสดงสัญลักษณ์ที่ชัดเจนและเข้าใจง่าย การใช้แผนที่ และร่องรอยจากสิ่งแวดล้อม

แสดงสัญลักษณ์ที่ชัดเจนและเข้าใจง่าย จะช่วยสนับสนุนให้การใช้งานของผู้ใช้ง่ายขึ้นจากการสังเกตจากสัญลักษณ์ต่างๆ ที่กำหนดขึ้นเพื่อบ่งบอกทิศทางการใช้งานและเป็นเครื่องหมายทางการใช้งานในแอปพลิเคชันได้ ซึ่งทำให้ผู้ใช้เกิดความเข้าใจลำดับการใช้งานได้ง่ายขึ้นและสามารถใช้งานแอปพลิเคชันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

แผนที่ เป็นสิ่งที่ช่วยระบุตำแหน่งการใช้งานของผู้ใช้ในปัจจุบันได้ หรือบ่งบอกถึงตำแหน่งของสิ่งที่ผู้ใช้ต้องการว่าอยู่ตรงส่วนใดในแอปพลิเคชัน ทำให้ผู้ใช้ทราบทิศทางการใช้งานเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายที่ต้องการได้ง่ายขึ้น นอกจากนี้ยังช่วยให้มีความคล่องตัวในการสำรวจไปยังส่วนต่างๆ โดยที่ผู้ใช้ไม่หลงทิศทางการใช้งานแอปพลิเคชัน ซึ่งทำให้ต้องเสียเวลาในการใช้งานไปโดยเปล่าประโยชน์

ร่องรอยจากสิ่งแวดล้อม จะช่วยบ่งบอกให้ผู้ใช้ทราบตำแหน่งหรือทิศทางการใช้งานของตนโดยมักแทรกอยู่ภายในหน้าแอปพลิเคชันและดูกลมกลืนกับองค์ประกอบต่างๆ ซึ่งเป็นการสร้างความคุ้นเคยแก่ผู้ใช้ เมื่อผู้ใช้สังเกตเห็นร่องรอยต่างๆ ในหน้าแอปพลิเคชันผู้ใช้อีกจะทราบได้ทันทีว่าตนอยู่ส่วนใดของแอปพลิเคชัน ในบางแอปพลิเคชันอาจใช้สีที่แตกต่างกันเพื่อเป็นร่องรอยให้ผู้ใช้ทราบอย่างชัดเจน

หลักการออกแบบเครื่องหมายทางการใช้งานในแอปพลิเคชัน ช่วยสนับสนุนทิศทางการใช้งานของผู้ใช้ได้ ซึ่งทิศทางการใช้งานในแต่ละแอปพลิเคชันก็จะแตกต่างกัน เช่น การใช้งานแบบทิศทางเดียว จะเป็นการออกแบบให้ผู้ใช้เข้าไปยังส่วนต่างๆ ได้จากหน้าหลัก เมื่อต้องการไปยังส่วนอื่นก็ต้องย้อนกลับมายังหน้าหลักเพื่อเลือกส่วนที่ต้องการ ทำให้ทิศทางการใช้งานเป็นไปในทิศทางเดียว ซึ่งการออกแบบลักษณะนี้จะเหมาะสมกับอุปกรณ์ขนาดเล็กที่มีพื้นที่ในการนำเสนออยู่อย่างจำกัด กำหนดลักษณะเฉพาะด้วยสี เป็นการออกแบบโดยใช้สีเป็นตัวบ่งบอกตำแหน่งในแต่ละส่วนของแอปพลิเคชัน ซึ่งแต่ละส่วนจะใช้สีที่แตกต่างกัน ทำให้ผู้ใช้ทราบได้โดยง่ายว่าใช้งานอยู่ตำแหน่งใดของแอปพลิเคชันและยังเพิ่มความน่าสนใจให้กับรูปลักษณ์แอปพลิเคชันด้วย เป็นต้น

2.1.5 การออกแบบทัศนศิลป์

การออกแบบทัศนศิลป์ (Visual Design) หรือการตกแต่งแอปพลิเคชันเป็นการเพิ่มความน่าสนใจให้กับแอปพลิเคชัน โดยสามารถนำเสนอเนื้อหาและข้อมูลที่ต้องการแก่ผู้ใช้ได้อย่างน่าสนใจและเป็นวิธีที่ช่วยทำให้ผู้ใช้เข้าใจความหมายที่แอปพลิเคชันต้องการนำเสนอ ซึ่งในบทนี้จะกล่าวถึงปัจจัยที่สำคัญต่อการออกแบบทัศนศิลป์และลักษณะของการตกแต่งในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับแอปพลิเคชันแต่ละชนิด การออกแบบทัศนศิลป์นอกจากจะเพิ่มความสวยงามและความน่าสนใจแล้วยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารระหว่างผู้ใช้กับแอปพลิเคชันได้เป็นอย่างดีด้วย

2.1.5.1 การออกแบบทัศนศิลป์

ทัศนศิลป์ คือ ศิลปะที่สามารถมองเห็นความงามจากรูปลักษณะ ซึ่งการออกแบบทัศนศิลป์ (Visual Design) คือ การออกแบบและตกแต่งให้ชิ้นงานมีรูปลักษณะที่สวยงาม เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ที่มาพบเห็น โดยนำมาใช้ในการออกแบบอินเทอร์เฟซของแอปพลิเคชัน การออกแบบทัศนศิลป์ ก็คือ การตกแต่งแอปพลิเคชันให้มีความสวยงามนั่นเอง

การออกแบบอินเทอร์เฟซของแอปพลิเคชันนอกจากจะเน้นเรื่องการจัดวางและการออกแบบองค์ประกอบต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกในการใช้งานแก่ผู้ใช้แล้ว รูปลักษณะของอินเทอร์เฟซยังต้องดูสวยงามและเหมาะสมกับรูปแบบการใช้งานของแอปพลิเคชันด้วย การที่แอปพลิเคชันมีรูปลักษณะที่สวยงามย่อมช่วยดึงดูดความสนใจของผู้ใช้ได้ดี เพราะรูปลักษณะของอินเทอร์เฟซเป็นสิ่งแรกที่ผู้ใช้สามารถเห็นได้ทันที การออกแบบทัศนศิลป์จึงเป็นอีกขั้นตอนที่จำเป็นอย่างยิ่งในการออกแบบอินเทอร์เฟซ โดยสามารถอาศัยปัจจัยต่างๆ ได้ดังนี้

1. สี

สีที่ใช้ในแอปพลิเคชันควรเหมาะสมกับรูปแบบการใช้งานและสามารถมองเห็นเนื้อหาหรือส่วนที่นำเสนอได้อย่างชัดเจน ซึ่งการใช้สีที่จะช่วยเพิ่มความน่าสนใจได้นั้นควรเลือกคู่ที่เหมาะสมกัน เพราะจะสร้างความโดดเด่นให้กับรูปลักษณะได้เป็นอย่างดี ลักษณะคู่สีที่เหมาะสมในการใช้งานมีดังนี้

สีร้อนกับสีเย็น เป็นการจับคู่ระหว่างสีที่โดดเด่นและสีที่เย็นสบาย ซึ่งเป็นสีที่ค่อนข้างตัดกันช่วยทำให้รูปลักษณะของอินเทอร์เฟซมีความน่าสนใจมากขึ้น โดยสีร้อน เป็นสีที่ให้ความรู้สึก

อบอุ่น และมีความน่าสนใจในตัวเอง เช่น สีแดง สีส้ม สีเหลือง และสีม่วงแกมแดง เป็นต้น ซึ่งเป็นสีที่ค่อนข้างโดดเด่นแต่ก็ควรเลือกใช้กับคู่สีที่ตัดกัน เพราะช่วยดึงดูดความสนใจได้เป็นอย่างดี ส่วนสีเขียว เป็นสีที่ให้ความรู้สึกสบาย คุณภาพเรียบริยและเป็นทางการ แต่สามารถให้ความรู้สึกเศร้าและหดหูได้ เช่น สีน้ำเงิน สีเขียว สีฟ้า และสีม่วง เป็นต้น

ความอิ่มของสี (Saturated) เป็นการจับคู่สีเดียวกันแต่แตกต่างกันที่ความอิ่มของสี ซึ่งสีที่มีความอิ่มมากกว่า (มีสีขาวปนอยู่น้อย) จะมีสีที่สดกว่าทำให้รู้สึกสดใสกว่าสีที่มีความอิ่มของสีน้อยหรือสีซีด (มีสีขาวปนอยู่มาก) ซึ่งความรู้สึกสดใสก็จะลดลงตามความอิ่มของสีที่ลดลงด้วย ยิ่งสีที่มีสีขาวเพิ่มเข้าไปมาก ๆ ก็จะมีไม่อมตัวและไม่มีความสดใสในที่สุด

ระดับค่าของสี เป็นการจับคู่สีเดียวกันแต่แตกต่างกันที่ระดับค่าของสี สามารถจับคู่กันเป็นกลุ่มสีได้มากกว่า 2 สี โดยมีพื้นฐานมาจากสีเดียวกัน เมื่อเปลี่ยนระดับค่าของสีก็จะได้สีใหม่ที่แตกต่างกัน ดังรูปแบบ “ระดับค่าของสีที่แตกต่างกัน”

2. ตัวอักษร

โดยทั่วไปเราจะใช้ตัวอักษรเพื่ออธิบายและสื่อความหมายในรูปแบบข้อความให้ผู้เข้าใจได้จากการอ่าน แต่หากนำตัวอักษรมาตกแต่งแล้วจะทำให้เนื้อหาที่น่าสนใจด้วยตัวอักษรดังกล่าว มีความน่าสนใจมากขึ้นและยังสามารถใช้เป็นเครื่องมืออำนวยความสะดวกในการใช้งานแอปพลิเคชันได้อีกด้วย การใช้ลักษณะของตัวอักษรที่แตกต่างกันมานำเสนอข้อความหรือเนื้อหาเดียวกันก็สามารถแสดงออกถึงความหมายหรืออารมณ์ที่แตกต่างกันได้ การใช้ลักษณะตัวอักษรที่เหมาะสมกับเนื้อหาหรือองค์ประกอบภายในแอปพลิเคชัน จะช่วยให้หน้าแอปพลิเคชันมีความน่าสนใจ หากผู้ใช้จะต้องอ่านเนื้อหาหรือข้อความที่ใช้ลักษณะตัวอักษรที่เหมือนกันทั้งหมด ย่อมทำให้เกิดความเบื่อหน่ายได้ง่ายและอาจพลาดบางข้อความที่สำคัญในเนื้อหานั้นก็เป็นได้ การตกแต่งแอปพลิเคชันโดยใช้ความหนาของตัวอักษรหรือขนาดของตัวอักษรที่แตกต่างกัน ก็สามารถเพิ่มความน่าสนใจได้ นอกจากนี้การจัดเรียงลำดับการอ่านข้อความโดยการจัดเว้นวรรคและการย่อหน้า ก็เป็นอีกส่วนที่สำคัญ ซึ่งจะช่วยให้ผู้ใช้สามารถพิจารณาเนื้อหาในหน้าแอปพลิเคชันนั้นได้อย่างสะดวกด้วย

3. วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมของผู้ใช้

ในการตกแต่งหน้าแอปพลิเคชันบางครั้งอาจต้องคำนึงวัฒนธรรมและสภาพแวดล้อมของผู้ใช้ เนื่องจากจะทำให้ทราบถึงความต้องการและสิ่งที่สามารถตอบสนองต่อผู้ใช้ได้ดีที่สุด ซึ่งผู้ใช้ในแต่ละพื้นที่ย่อมมีความเข้าใจความหมายที่แตกต่างกันภายใต้ชื่อเดียวกัน เช่น สีต่างๆ ของแต่ละวัฒนธรรมจะมีความหมายแตกต่างกัน บางสีอาจไม่เป็นที่นิยมของผู้ใช้บางกลุ่มแต่กลับเป็นที่นิยมในผู้ใช้กลุ่มอื่น ซึ่งมีความแตกต่างกันของวัฒนธรรมหรือสภาพแวดล้อม เป็นต้น จึงจำเป็นต้องเข้าใจว่าผู้ใช้ในแต่ละกลุ่มมีวัฒนธรรมหรือสภาพแวดล้อมเป็นอย่างไร เพื่อให้สามารถเลือกปัจจัยต่างๆ ในการตกแต่งหน้าแอปพลิเคชันได้อย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับการใช้งานได้อย่างดีที่สุด ในบางแอปพลิเคชันอาจมีรูปแบบที่รองรับกับความต้องการของผู้ใช้ที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม จึงอนุญาตให้ผู้ใช้เลือกให้แอปพลิเคชันมีอินเตอร์เฟซหรือมีรูปแบบที่เป็นแบบที่ผู้ใช้ต้องการได้ (ณรงค์ ล้ำดี, 2550 : 193)

2.1.5.2 รูปแบบต่างๆ ของการออกแบบทัศนศิลป์

1. วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมของผู้ใช้

เป็นรูปแบบที่เพิ่มความน่าสนใจให้กับแอปพลิเคชันโดยใช้พื้นหลัง กล่าวคือ จะใช้พื้นหลังเป็นตัวสร้างจุดสนใจหรือสามารถแสดงสิ่งที่แอปพลิเคชันต้องการนำเสนอได้ ซึ่งลักษณะพื้นหลังที่แตกต่างกันก็สามารถสื่อความหมายหรือสร้างจุดสนใจได้แตกต่างกัน บางแอปพลิเคชันอาจต้องการนำเสนอภาพแต่ไม่ต้องการใช้ภาพร่วมกับเนื้อหาจึงนำเสนอภาพในพื้นที่หลังแทน บางแอปพลิเคชันตั้งใจทำพื้นหลังให้มีลักษณะที่ดูซับซ้อนวุ่นวายเพื่อเพิ่มความน่าสนใจให้กับเนื้อหา จากที่กล่าวมา ลักษณะพื้นหลังที่ใช้เพิ่มความน่าสนใจให้กับแอปพลิเคชันจะขึ้นอยู่กับรูปแบบของแอปพลิเคชันนั้นและวัตถุประสงค์ที่แอปพลิเคชันต้องการด้วย

ข้อเสนอแนะในการออกแบบ

1.1 ควรคำนึงตำแหน่งของสิ่งที่แอปพลิเคชันต้องการนำเสนอและสร้างจุดสนใจ เช่น ตำแหน่งตรงกลางจะเป็นการนำเสนอจุดสนใจได้ดีที่สุด เป็นต้น

1.2 ไม่ควรมีองค์ประกอบอื่นๆ ที่ไม่จำเป็นจัดวางในหน้าแอปพลิเคชันมากเกินไป เพราะจะทำให้ความน่าสนใจของพื้นหลังลดลง

1.3 หากผู้ใช้ทำการปรับขนาดหน้าจอ พื้นหลังควรปรับขนาดตามด้วย โดยต้องปรับขนาดในอัตราส่วนที่ถูกต้อง เพื่อไม่ให้ภาพในพื้นที่หลังผิดเพี้ยนไป

2. ระดับค่าของสีที่ต่างกัน

เป็นรูปแบบที่ตกแต่งด้วยการใช้สี โดยเลือกใช้สีหลักในจำนวนน้อยแต่ใช้ระดับค่าของสีที่ไม่เท่ากันทำให้ได้สีที่แตกต่างกันจำนวนมาก คล้ายกับการไล่สีจากเข้มไปอ่อน เช่น สีน้ำตาลเข้ม > สีน้ำตาล > สีน้ำตาลอ่อน > สีครีม > สีครีมอ่อน ซึ่งจะใช้สีหลักเพียงสีเดียวคือ สีน้ำตาล แอปพลิเคชันที่ใช้การตกแต่งในรูปแบบนี้จะมีโทนสีที่เหมือนกันทั้งหน้าแอปพลิเคชันทำให้ดูกลมกลืนเมื่อเลือกใช้สีที่แตกต่างออกไปกับเนื้อหาหรือข้อมูลจะทำให้การนำเสนอดูโดดเด่นขึ้นทันที ในบางแอปพลิเคชันอาจใช้สีหลักเพียงสีเดียวแต่มีระดับของสีแตกต่างกันจำนวนมากก็สามารถสร้างความน่าสนใจให้กับหน้าแอปพลิเคชันนั้นได้

ข้อเสนอแนะในการออกแบบ

2.1 ควรเลือกสีหลักที่สามารถลดหรือเพิ่มค่าสีได้หลายค่า เพื่อให้ได้สีที่แตกต่างกันจำนวนมากทำให้มีตัวเลือกมากขึ้นเมื่อนำไปใช้งาน

2.2 ความแตกต่างของสีควรมองเห็นได้ด้วยตา ไม่ควรมีระดับสีที่ใกล้เคียงกันมากเกินไป เพราะจะทำให้ผู้ใช้มองไม่เห็นความแตกต่างของสีซึ่งจะดูเหมือนใช้เพียงแค่อันเดียว

2.3 หากใช้สีหลักมากกว่าหนึ่งสีไม่ควรเลือกใช้สีหลักที่มีสีใกล้เคียงกันมากเกินไป เพราะอาจทำให้ไม่เกิดความโดดเด่น

3. การตกแต่งด้วยมุมแบบต่าง ๆ

เป็นรูปแบบที่จะทำการตกแต่งมุมกรอบสี่เหลี่ยมขององค์ประกอบต่างๆ เช่น ปุ่ม กล่อง ข้อความ และตาราง เป็นต้น โดยใช้ส่วนโค้ง ส่วนมน หรือตัดมุมของกรอบสี่เหลี่ยมดังกล่าวให้มีความสวยงามและลดความคมของกรอบสี่เหลี่ยมต่างๆ ในแอปพลิเคชันซึ่งจะได้เป็นมุมโค้งหรือมุมตัดทำให้ดูนุ่มนวลได้ โดยทั่วไปองค์ประกอบภายในหน้าแอปพลิเคชันจะนำเสนอในลักษณะกรอบเหลี่ยม ซึ่งการใช้มุมโค้งหรือมุมตัดจะช่วยให้มุมของกรอบสี่เหลี่ยมลดความแข็งกร้าวลงได้ ดูแล้วสบายตาขึ้น การใช้มุมโค้งช่วยให้ผู้ใช้เกิดความรู้สึกเรียบง่าย สบายๆ ไม่เป็นทางการหรือ

เครื่องครัดมากเกินไป ส่วนมุมตัดก็ช่วยให้รูปลักษณะของหน้าแอปพลิเคชันดูทันสมัยขึ้น นอกจากนี้การตกแต่งมุมยังช่วยสร้างความแตกต่างในการนำเสนอ และลดความน่าเบื่อที่ต้องนำเสนอด้วยกรอบสี่เหลี่ยมเดิมลงด้วย

ข้อเสนอแนะในการออกแบบ

3.1 การตกแต่งในรูปแบบนี้ควรดูองค์ประกอบอื่น ๆ ในแอปพลิเคชันด้วยว่าจะสอดคล้องหรือกลมกลืนกันหรือไม่ เพื่อให้เหมาะสมกับแอปพลิเคชัน

3.2 การใช้มุมโค้งหรือมุมตัดอาจเลือกใช้เฉพาะมุมใดมุมหนึ่งก็ได้ ทำให้เกิดความแตกต่างขึ้นและสามารถนำไปใช้ได้หลายรูปแบบ

4. การตกแต่งด้วยเส้นขอบและตัวอักษร

เป็นรูปแบบที่ใช้เส้นขอบ (Border) และตัวอักษรเป็นตัวสร้างความน่าสนใจ โดยจะใช้เส้นขอบหนากว่าปกติ เพื่อให้มีความโดดเด่นและใช้ตัวอักษรที่มีรูปแบบสอดคล้องหรือใกล้เคียงกับเส้นขอบ ซึ่งจะช่วยให้เนื้อหาหรือข้อมูลที่ใช้รูปแบบนี้ดูโดดเด่นและสังเกตเห็นง่าย โดยทั่วไปแล้วนิยมนำไปใช้ให้สอดคล้องกับโลโก้ (Logo) ของแอปพลิเคชันนั้น ทำให้ดูแล้วรู้สึกว่าจะมีความสัมพันธ์และสอดคล้องกันทั้งแอปพลิเคชัน

ข้อเสนอแนะในการออกแบบ

4.1 ลักษณะของเส้นขอบและตัวอักษรต้องมีความคล้อง กลมกลืนและสัมพันธ์กัน เมื่อดูแล้วต้องรู้สึกสะอาดตา

4.2 เส้นกรอบไม่ควรหนาหรือบางเกินไป ควรใช้ขนาดที่เหมาะสมกับเนื้อหาหรือข้อมูลที่ต้องการนำเสนอ

4.3 รูปแบบนี้อาจนำไปใช้รวมกันกับรูปแบบ “การตกแต่งด้วยมุมแบบต่าง” เพื่อให้มีความน่าสนใจมากขึ้น

5. พื้นผิวแบบลายเส้น

เป็นรูปแบบที่สร้างพื้นผิวให้กับพื้นหลังหรือในกรอบสี่เหลี่ยมขององค์ประกอบต่างๆ ที่อยู่ในหน้าแอปพลิเคชันโดยใช้พื้นผิวแบบลายเส้น ซึ่งลายเส้นที่สร้างขึ้นอาจมีได้หลายลักษณะทั้งในแนวตั้ง แนวนอน แนวทแยง สำหรับรูปแบบนี้จะช่วยให้สามารถแบ่งแยกส่วนต่างๆ ของเนื้อหาออกจากกันโดยการใส่ลายเส้นที่แตกต่างหรือใช้สีของเส้นที่ต่างกันได้ ซึ่งจะทำให้ผู้ใช้เห็นความแตกต่างในแต่ละส่วนของเนื้อหาจึงทราบได้ทันทีว่าเป็นเนื้อหาคนละส่วนกัน นอกจากนี้ยังช่วยเพิ่มความสวยงาม ความน่าสนใจและแบ่งแยกเนื้อหาออกจากกันได้แล้ว รูปแบบนี้ยังช่วยสร้างความน่าเชื่อถือให้กับรูปลักษณะของหน้าแอปพลิเคชันได้ด้วย เนื่องจากการใช้พื้นผิวลายเส้นนั้นจะทำให้ผู้ใช้รู้สึกเป็นระเบียบเรียบร้อย สุภาพและเป็นทางการ

ข้อเสนอแนะในการออกแบบ

5.1 หากเป็นองค์ประกอบหรือเนื้อหาที่สัมพันธ์กันหรือสามารถจัดอยู่ในกลุ่มเดียวกันได้ ควรใช้ลักษณะของลายเส้นแบบเดียวกันและใช้สีที่เหมือนกัน

5.2 หากความห่างระหว่างเส้นมีมากเกินไป จะทำให้กลายเป็นลวดลายที่ดูแล้วเกะกะ แต่ถ้าน้อยเกินไปผู้ใช้ก็จะไม่สามารถสังเกตเห็นถึงการใส่พื้นผิวแบบลายเส้นได้

5.3 สีของลายเส้นควรเลือกให้เหมาะสมกับองค์ประกอบอื่นๆ โดยเฉพาะตัวอักษร ไม่ควรใช้สีที่เข้มหรือกลมกลืนกับตัวอักษรมากเกินไป เพราะจะทำให้ผู้ใช้มองเห็นตัวอักษรได้ไม่ชัดเจน

6. ความหนาและขนาดตัวอักษร

เป็นรูปแบบที่สร้างความน่าสนใจด้วยความหนาหรือขนาดของตัวอักษรที่แตกต่างกัน โดยในข้อความเดียวกันจะใช้ตัวอักษรที่หนาและบางแตกต่างกัน เพื่อให้เกิดความโดดเด่นและน่าสนใจกับข้อความนั้น ทำให้เนื้อหาภายในหน้าแอปพลิเคชันมีความน่าสนใจกว่าการอ่านข้อความที่มีแบบตัวอักษรและความหนาหรือขนาดที่เท่ากัน ซึ่งจะทำให้ผู้ใช้เกิดความเบื่อได้ง่าย นอกจากนี้ยังเป็นการช่วยเน้นข้อความที่แอปพลิเคชันต้องการนำเสนอให้เด่นชัดมากขึ้นอีกด้วย ซึ่งรูปแบบนี้นิยมใช้กับโลโก้ หัวข้อ หรือข้อความที่ต้องการให้ผู้ใช้จดจำได้

ข้อเสนอแนะในการออกแบบ

6.1 ไม่ควรใช้อักษรที่หนาหรือขนาดแตกต่างกันมากเกินไป ควรเลือกใช้ในปริมาณที่เหมาะสม เพราะจะทำให้ข้อความดูไม่เป็นระเบียบ และดูยุ่งยากต่อการอ่าน

6.2 การให้กับข้อความ จะต้องคงความหมายของข้อความเดิมที่แอปพลิเคชันต้องการเสนอไว้ ไม่ควรทำให้ผู้ใช้เกิดความสับสนและเข้าใจความหมายของข้อความหรือคำที่ผิดเพี้ยนไปจากการใช้รูปแบบนี้

7. เปลี่ยนสกิน (Skin) ได้

เป็นรูปแบบที่ผู้ใช้สามารถเลือกรูปลักษณะอินเตอร์เฟซของแอปพลิเคชันหรือที่เรียกว่าสกิน (Skin) ได้ตามต้องการ โดยแอปพลิเคชันจะกำหนดลักษณะของสกิน (Skin) ได้ เพื่อให้ผู้ใช้สามารถเลือกเปลี่ยนเป็นแบบที่ตนชอบได้ ซึ่งอินเตอร์เฟซของแอปพลิเคชันจะเปลี่ยนไปจากเดิมโดยสิ้นเชิง ในบางสกิน (Skin) อาจเปลี่ยนตำแหน่งขององค์ประกอบต่างๆ จากเดิมไปอยู่ในตำแหน่งใหม่ก็ได้ รูปแบบการใช้งานก็จะเปลี่ยนไปด้วย นอกจากรูปลักษณะของอินเตอร์เฟซที่เปลี่ยนไปแล้วผู้ใช้สามารถเลือกเปลี่ยนสี ลักษณะตัวอักษรหรือการจัดวางองค์ประกอบต่างๆ ในหน้าแอปพลิเคชันนั้นได้ด้วย สำหรับรูปแบบนี้จะช่วยให้ผู้ใช้มีอิสระในการเลือกเปลี่ยนได้ตามต้องการโดยอยู่ภายในขอบเขตที่แอปพลิเคชันกำหนด จึงช่วยให้ผู้ใช้ทุกคนที่มีความต้องการหรือมีวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมที่แตกต่างกัน สามารถเลือกอินเตอร์เฟซให้มีรูปลักษณะในแบบที่ตนพอใจที่สุดได้

ข้อเสนอแนะในการออกแบบ

7.1 การเปลี่ยนสกิน (Skin) ไม่ควรเน้นความสวยงามเพียงอย่างเดียว แต่ต้องคงประสิทธิภาพการใช้งานเดิมไว้ด้วย เพื่อลดความสับสนในการใช้งาน

7.2 สกิน (Skin) ที่ผู้ใช้เลือกได้ควรมีรูปแบบที่หลากหลาย เพื่อรองรับความต้องการของผู้ใช้ได้อย่างทั่วถึง

7.3 รูปแบบนี้ควรใช้กับแอปพลิเคชันที่มีผู้ใช้อย่างแพร่หลาย เนื่องจากมีกลุ่มผู้ใช้จำนวนมากทำให้มีความต้องการหลากหลายรูปแบบ ดังนั้นแอปพลิเคชันควรตอบสนองความต้องการของทุกกลุ่มผู้ใช้ได้และควรสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้อย่างครอบคลุม

สรุป

ทัศนศิลป์ คือ ศิลปะที่มองเห็นความงามจากรูปลักษณ์ ซึ่งถือว่าเป็นอีกสิ่งที่สำคัญในการออกแบบอินเตอร์เฟซ จึงต้องมีการออกแบบทัศนศิลป์เพื่อให้แอปพลิเคชันมีความน่าสนใจมากขึ้น และมีรูปลักษณ์ที่สวยงาม แต่อย่างไรก็ตามแอปพลิเคชันจำเป็นต้องมีทั้งรูปลักษณ์ที่สวยงามและการใช้งานที่มีประสิทธิภาพ ดังนั้นการออกแบบทัศนศิลป์จะต้องสอดคล้องกับการใช้งานของแอปพลิเคชันด้วย ปัจจัยสำคัญในการออกแบบทัศนศิลป์ คือ สี, ตัวอักษร, พื้นที่, องศาและส่วนโค้ง, พื้นผิว, รูปภาพ และวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมของผู้ใช้

สี เป็นปัจจัยที่จะช่วยเพิ่มความสวยงามให้กับแอปพลิเคชันได้ ซึ่งการเลือกใช้สีก็ต้องให้มีความเหมาะสมกับสิ่งที่ต้องการนำเสนอด้วย ลักษณะคู่ที่เหมาะสมในการเลือกใช้ เช่น สีร้อนกับสีเย็น, สีเข้มกับสีอ่อน, ความอิ่มของสี (Saturated) และระดับค่าของสี เป็นต้น

ตัวอักษร เป็นการเพิ่มความน่าสนใจให้กับการนำเสนอเนื้อหาด้วยตัวอักษรและเน้นความสำคัญในส่วนที่ต้องการให้ผู้ใช้จดจำได้ ทำให้ผู้ใช้ไม่เกิดความเบื่อหน่ายกับเนื้อหา เช่น การเน้นข้อความสำคัญด้วยตัวหนา เพื่อให้ผู้ใช้สังเกตเห็นได้ง่าย เป็นต้น

พื้นที่ เป็นการจัดสรรพื้นที่ในการตกแต่งแอปพลิเคชันที่เหมาะสม ไม่แออัดหรือมีพื้นที่ว่างมากจนเกิน ซึ่งการจัดสรรพื้นที่อย่างเป็นระเบียบจะช่วยอำนวยความสะดวกในการใช้งานเพิ่มความสวยงามให้แอปพลิเคชันได้ด้วย

องศาและส่วนโค้ง เป็นการสร้างรูปลักษณ์ของแอปพลิเคชันให้มีความแตกต่างและลดความเบื่อหน่ายกับรูปลักษณ์เดิม เช่น การใช้มุมโค้งเพื่อลดความแข็งขององค์ประกอบที่เป็นกรอบสี่เหลี่ยม ทำให้สวยงามและน่าสนใจมากขึ้น เป็นต้น

พื้นผิว เป็นการตกแต่งและเพิ่มความน่าสนใจให้กับหน้าแอปพลิเคชัน พื้นผิวในแต่ละลักษณะสร้างความรู้สึกได้แตกต่างกันขึ้นอยู่กับความต้องการของแอปพลิเคชันว่าต้องการให้ผู้ใช้เกิดความรู้สึกอย่างไรเมื่อเข้ามาใช้งาน

รูปภาพ เป็นสิ่งที่สื่อความหมายและความรู้สึกได้ง่าย การใช้ภาพเพียงหนึ่งภาพสามารถอธิบายแทนข้อความจำนวนมากได้ แต่ต้องคำนึงถึงความสอดคล้องต่อแอปพลิเคชันด้วยมิใช่เพื่อความสวยงามเพียงอย่างเดียว

วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมของผู้ใช้ เป็นปัจจัยที่ช่วยบ่งบอกถึงพฤติกรรมและความต้องการของผู้ใช้ได้ ซึ่งนักออกแบบจำเป็นต้องทำความเข้าใจ เพื่อให้รูปลักษณ์ของแอปพลิเคชันตรงตามความต้องการและเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมกับผู้ใช้ (ณรงค์ ล่ำดี, 2550 : 197)

การออกแบบทัศนศิลป์มีหลายรูปแบบ ซึ่งแต่ละรูปแบบนั้นจะช่วยเพิ่มความน่าสนใจกับแอปพลิเคชัน ทำให้แอปพลิเคชันมีความโดดเด่นและแตกต่างจากแอปพลิเคชันทั่วไป เพื่อให้ผู้ใช้เกิดความสนใจกับรูปลักษณ์และเนื้อหาในแอปพลิเคชันนั้น เช่น เพิ่มความน่าสนใจด้วยพื้นหลังเป็นการเพิ่มความน่าสนใจด้วยการนำเสนอพื้นหลังที่สอดคล้องกับเนื้อหาหรือใช้พื้นหลังเพื่อเพิ่มความสวยงาม ซึ่งช่วยให้ผู้ใช้เกิดความรู้สึกที่สอดคล้องกับเนื้อหาที่นำเสนอด้วย รูปแบบความหนาและขนาดตัวอักษร เป็นการสร้างความโดดเด่นให้กับข้อความที่ต้องการให้ผู้ใช้สนใจ ซึ่งจะช่วยให้ผู้ใช้สังเกตได้ง่าย โดยเฉพาะเนื้อหาส่วนที่แอปพลิเคชันต้องการให้ผู้ใช้จดจำได้ เป็นต้น

2.2 แนวคิดเรื่องไอโฟน

ไอโฟน (iphone) เป็นโทรศัพท์มือถือผสมเครื่องเล่นมัลติมีเดียและพีดีเอ (PDA) คอมพิวเตอร์ขนาดกะทัดรัด ที่ได้รับความนิยมอย่างมากทั่วโลกด้วยคุณสมบัติที่โดดเด่น ระบบกราฟิก วิดีโอ และเสียงขั้นยอด ตลอดจนรูปลักษณ์นำสมัย ทำให้แพร่หลายไปทั่วโลก รวมถึงในไทยด้วย ทั้งเครื่องหิ้วและเครื่องที่ทรูมูฟ (TrueMove) นำเข้าอย่างเป็นทางการ

ในบทนี้เราจะมารู้จักความสามารถและการใช้งานเบื้องต้นของไอโฟน (iPhone) กัน โดยเน้นเครื่องที่เป็นรุ่นใหม่ คือไอโฟน สามจี (iPhone 3G หรือจะเป็นเครื่องรุ่นเก่า (Classic) ที่อัปเดตหรือปรับรุ่นเฟิร์มแวร์ (Firmware-โปรแกรมที่ฝังอยู่ภายในเครื่อง) ให้เป็นรุ่น 2. X ขึ้นไป เช่น 2.0.1, 2.0.2, 2.1 หรือ 2.2 เรียบร้อยแล้ว (วศิน เพิ่มทรัพย์, 2551 : 2)

2.2.1 สเป็คของไอโฟน (iPhone)

หน้าจอแสดงผล

3.5 นิ้ว หน้าจอสัมผัส (Multitouch) ในแบบไวด์สกรีน (widescreen) 480 x 320 พิกเซล ความละเอียดที่ 163 ppi รองรับการแสดงผลหลายภาษาและตัวอักษรในเวลาเดียวกัน

ความจุ

หน่วยความจำแฟลช 8 GB (สีดำ) และ 16 GB (สีดำและสีขาว - สีขาวมีเฉพาะรุ่น 3G)

ซิงค์ (Sync) กับเครื่องที่ใช้ระบบปฏิบัติการ

Mac OS X และ Window XP/Vista

ขนาดและน้ำหนัก

ความสูง 4.5 นิ้ว (115.5 มิลลิเมตร)

ความกว้าง 2.4 นิ้ว (62.1 มิลลิเมตร)

ความหนา 0.48 นิ้ว (12.3 มิลลิเมตร)

น้ำหนัก 133 กรัม (4.7 ออนซ์) (รุ่น Classic จะบางและหนักกว่าเล็กน้อย)

การส่งข้อมูลแบบไร้สาย

Wi-Fi (802.11 b/g)

GPRS / EDGE

Bluetooth 2.0+EDR / 3G (HSPDA) เฉพาะรุ่น 3G

อุปกรณ์ภายในกล่อง

ตัวเครื่องไอโฟน (iPhone)

ชุดหูฟังสเตอริโอ

ด็อก คอนเนคเตอร์ (Dock Connector) สำหรับเชื่อมต่อกับแท่นวาง หรือสายยูเอสบี (USB) (เฉพาะรุ่น Classic)

อะแดปเตอร์จ่ายไฟแบบยูเอสบี (USB)

คู่มือการใช้งาน

ผ้าทำความสะอาด

อุปกรณ์ต้นกำเนิดเสียง

พลังงานและแบตเตอรี่

แบตเตอรี่ลิเธียมไอออนชนิดชาร์จใหม่ได้ภายในตัวเครื่อง (ผู้ใช้เปลี่ยนเองไม่ได้)

สนทนาต่อเนื่องนาน 10 ชั่วโมง (รุ่น Classic) และ 6 ชั่วโมง (รุ่น 3G)

รอสายได้นานถึง 300 ชั่วโมง

เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้นาน 6 ชม. บนเครือข่าย Wi-Fi และ 5 ชม. บนเครือข่าย 3G

ดูวิดีโอได้นาน 7 ชั่วโมง

ฟังเพลงได้นาน 24 ชั่วโมง

ระบบเครือข่ายที่รองรับ

รองรับ 3 ระบบโทรศัพท์ คลื่นความถี่ 850, 1900 และ 2100 MHz

วิดีโอ (Video)

สามารถเล่นไฟล์วิดีโอในรูปแบบ H.264 และ MPEG - 4 ที่ระดับความละเอียดและ Bit Rate ต่าง ๆ เช่น 640 x 480 จุด 30 ภาพต่อวินาที, 320 x 240 จุด 30 ภาพต่อวินาที เป็นต้น รวมทั้งระบบเสียงในวิดีโอ เช่น AAC - LC (Low Complexity ฟอर्मเมตอย่างง่ายของรูปแบบเสียง AAC) ที่ Bit Rate 160 kbps โดยไฟล์จะอยู่ในรูปแบบ .m4v, .mp4 หรือ .mov เป็นต้น

เสียง (Audio)

ตอบสนองที่ความถี่ (Frequency response) 20Hz to 20,000Hz

รองรับไฟล์ฟอर्मเมตเสียง AAC, Protected AAC, MP3, MP3 VBR, Apple Lossless, AIFF และ WAV

2.2.2 ไอโฟนสามจี (iPhone 3G) มีอะไรใหม่

เริ่มตั้งแต่การดีไซน์ที่ดูผิวเผินแล้วอาจจะคล้ายกับ ไอโฟน (iPhone) รุ่นแรก ขนาดหน้าจอเท่าเดิม ปุ่มควบคุมต่าง ๆ เหมือนเดิม ต่างตรงที่ด้านหลังเปลี่ยนเป็นพลาสติกแทน ไม่ใช่อลูมิเนียมแบบรุ่นก่อน ซึ่งทางแอปเปิ้ลให้เหตุผลว่าจำเป็นต้องลดส่วนประกอบที่เป็นโลหะลงเพื่อให้อุปกรณ์จีพีเอส (GPS) จากดาวเทียมได้ดีขึ้นนั่นเอง สำหรับอุปกรณ์มาตรฐานในรุ่นนี้ ไม่มีแท่นวางหรือด็อก (Dock) มาให้ต้องซื้อเพิ่มเอง

เทคโนโลยีสามจี (3G)

เทคโนโลยีสามจี (3G) ช่วยให้การดาวน์โหลดไฟล์ที่แนบมากับเมลล์และเว็บเพจทำได้รวดเร็วเกือบสามเท่าเมื่อเทียบกับการโหลดผ่านเอ็ดจ์ (EDGE), สามจี (3G) หรือไวไฟ (Wi - Fi) ได้แล้ว แต่ว่าเครือข่ายไหนที่สามารถใช้ได้เร็วที่สุดในขณะนั้น แต่ก็ทำให้หลายคนเป็นห่วงว่าการใช้สามจี (3G) นี้อาจจะทำให้แบตเตอรี่หมดเร็วขึ้น ซึ่งทางแอปเปิ้ลเองก็เล็งเห็นถึงจุดนี้เล่นกันไอโฟน (iPhone) รุ่นใหม่จึงถูกออกแบบมาให้ใช้เทคโนโลยีการจัดการพลังงานที่ดีขึ้นกว่ารุ่นก่อน โดยช่วยให้รับสายได้นานต่อเนื่องถึง 5 ชั่วโมงบนเครือข่ายสามจี (3G) ส่วนในพื้นที่ที่ยังไม่มีเครือข่ายสามจี (3G) ก็จะทำงานเป็นระบบปกติเหมือนไอโฟน (iPhone) รุ่นเดิม สำหรับไอโฟนสามจี (iPhone 3G) รุ่นนี้จะรองรับเครือข่ายสามจี (3G) บนคลื่นความถี่ 850, 1900 และ 2100 MHz

ระบบจีพีเอส (GPS) ที่ทำงานร่วมกับแผนที่ (Maps)

ไอโฟนสาม (iPhone 3) มีตัวรับสัญญาณจีพีเอส (GPS) จากดาวเทียม และเพิ่มระบบ A-GPS (Assisted GPS) เพื่อช่วยเหลือการทำงานของจีพีเอส (GPS) ปกติจะใช้สัญญาณบอกตำแหน่งของดาวเทียมชุดที่อยู่ใกล้ที่สุดมาระบุ แต่เมื่อต้องเข้าไปอยู่ภายในตัวตึกหรืออาคาร จะไม่สามารถรับสัญญาณดาวเทียมได้แรงหรือชัดเจนพอที่จะหันไปใช้ข้อมูลตำแหน่งเสาส่งสัญญาณของเครือข่ายโทรศัพท์มาประกอบ เหมือนที่ใช้ในกูเกิ้ลแมพ (Google Maps) บนไอโฟน (iPhone) ที่ไม่ใช่สามจี (3G) นอกจากนี้ยังอาจใช้การดาวน์โหลดข้อมูลตำแหน่งดาวเทียมเพิ่มจากเครือข่ายอื่น ๆ ที่หาได้ เช่นไวไฟ Wi - Fi, เครือข่ายโทรศัพท์สามจี (3G) หรือเอ็ดจ์ (EDGE) ซึ่งก็ช่วยให้กำหนดตำแหน่งที่อยู่ของเราได้เร็วกว่าว่าการรอสัญญาณจีพีเอส (GPS) เพียงอย่างเดียว

สำหรับการใช้งานจีพีเอส (GPS) ร่วมกับแผนที่ (Maps) ของกูเกิ้ล (Google) ในไอโฟนสามจี (iPhone 3G) ช่วยให้ระบุตำแหน่งที่อยู่ปัจจุบันได้ ใช้ค้นหาสถานที่ ใช้ค้นหาเส้นทางและสิ่งนำทาง หรือใช้ดูสภาพการจราจรได้

เอนเทอร์ไพรส์ (Enterprise) คุณสมบัติสำหรับลูกค้าในระดับองค์กร

โดยคุณสมบัติใหม่ในเฟิร์มแวร์ 2.0 ขึ้นไป ที่สามารถใช้ได้กับไอโฟน (iPhone) ทั้งรุ่นสามจี (3G) และรุ่นเดิมจะเน้นคุณสมบัติใหม่ ๆ สำหรับลูกค้าในระดับองค์กรขนาดใหญ่หรือเอนเทอร์ไพรส์ (Enterprise) ไม่ว่าจะเป็นการซิงค์ (Sync) ข้อมูลกับไมโครซอฟท์เอนเซนจ์ (Microsoft Exchange) บริการผลัก (push) ข้อมูลอีเมลล์ (email), ผู้ติดต่อ (contacts) และปฏิทิน

(calendars) จากเสิร์ฟเวอร์ไปยังไอโฟน (iPhone) และคอมพิวเตอร์ การสนับสนุนโปรโตคอล IPsec สำหรับเข้ารหัสข้อมูลเพื่อเชื่อมต่อเข้ากับเครือข่ายในองค์กร รวมทั้งเพิ่มระบบรักษาความปลอดภัยตามมาตรฐาน WPA2 Enterprise กับ 802.1x เพื่อให้ผู้ใช้ในระดับองค์กรสามารถใช้งาน ไอโฟน (iPhone) ผ่านเครือข่าย Wi-Fi ได้อย่างปลอดภัยขึ้น

นอกจากนี้ยังอำนวยความสะดวกให้ผู้ดูแลระบบเข้าไปตั้งค่าต่างๆ ในไอโฟน (iPhone) ได้อย่างรวดเร็วและง่ายดายอีกด้วย ไม่ว่าจะเป็นการเข้ารหัสส่วนตัว (password policies), การตั้งค่า วีพีเอ็น (VPN), ตั้งค่าเมลเสิร์ฟเวอร์ ฯลฯ รวมถึงแม้กระทั่งการให้ผู้ดูแลระบบสามารถสั่งรีโมทวิป (remote wipe) หรือลบข้อมูลทั้งทั้งเครื่องจากระยะไกลผ่านเครือข่ายได้ (เช่นกรณีเครื่องถูกขโมย)

แอปสโตร์ (APP Store) แอปพลิเคชันสำหรับไอโฟน (iPhone) รวมอยู่ที่นี้ทีเดียว

แหล่งรวมแอปพลิเคชันอย่างเป็นทางการของแอปเปิล (Apple) สำหรับไอโฟน (iPhone) ที่เปิดให้ดาวน์โหลด (มีทั้งเสียเงินและฟรี) ล่าสุดมีมากกว่า 1,200 แอปพลิเคชัน โดยนักพัฒนาจากทั่วโลกที่เขียนโปรแกรมด้วยระบบ SDK (Software Development Kit) สำหรับเครื่องที่เป็นเฟิร์มแวร์รุ่น 2 ขึ้นไป ซึ่งไม่ว่าคุณจะเป็นคนชอบดูหนัง ฟังเพลง เล่นเกม แชทกับเพื่อน ฯลฯ ก็มีทุกอย่างให้เลือกบนแอปสโตร์ (App Store) สำหรับแอปพลิเคชันเหล่านี้จะถูกออกแบบมาให้เหมาะกับเทคโนโลยีของไอโฟน (iPhone) เช่น เกมที่ทำงานกับระบบตรวจจับการเคลื่อนไหว (Accelerometer) เช่น มังก้าบอล (Monkey Ball) ของบริษัทเซก้า (SEGA) หรืออีเบย์ (Ebay) โปรแกรมช่วยประมวลผลที่ทำได้ง่ายๆ เพียงใช้ปลายนิ้วสัมผัส หรือแม่แต่ชาม (Shaaam) หรือ มิโดมิ (Midomi) ที่เพียงคุณเปิดโปรแกรมให้ "ฟัง" เพลงที่เปิดอยู่สัก 10 วินาที มันก็จะนำข้อมูลเสียงส่งกลับไปเสิร์ฟเวอร์ และตอบกลับมาได้ทันทีว่าเพลงนั้นชื่ออะไร ใครร้อง อยู่ในอัลบั้มใด

2.2.3 เทคโนโลยีในไอโฟน (iPhone)

ไอโฟน (iPhone) มาพร้อมกับระบบปฏิบัติการโอเอสเอ็กซ์ (OS X) แบบเดียวกับที่ใช้ในเครื่องแมค (Mac) และอยู่ในตระกูลเดียวกับ Unix/Linux) ซึ่งได้รับการยอมรับจากผู้ใช้มากมายทั่วโลกแล้วว่า เป็นระบบปฏิบัติการที่มีความล้ำหน้าที่สุด มาพร้อมกับซอฟต์แวร์ที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้คุณมากมาย ไม่ว่าจะเป็น ระบบเมล์แบบเอชทีเอ็มแอล (HTML) การท่องเว็บอย่างเต็มรูปแบบด้วยซาฟารี (Safari) ระบบจัดการข้อมูลส่วนตัว และปฏิทินกำหนดการ นอกจากนี้ในบางกรณีไอโฟน (iPhone) ยังรองรับการทำงานพร้อมๆ กันหลายโปรแกรม หรือที่เรียกว่ามัลติแทกกิง (Multitasking) เช่น คุณสามารถฟังเพลงไปพร้อมๆ กับใช้โปรแกรมอื่น

มัลติทัช (Multitouch)

ระบบมัลติทัช (Multitouch) ของไอโฟน (iPhone) ทำงานโดยระบบตรวจจับประจุไฟฟ้าจากนิ้วมือของผู้ใช้ คุณจึงต้องใช้ส่วนของร่างกายสัมผัส จะใช้สไตลัส หรือแม้แต่นิ้วที่ใส่ถุงมือซึ่งเป็นฉนวนไฟฟ้าก็ไม่ได้ แต่ประเด็นสำคัญคือหน้าจอของไอโฟน (iPhone) สามารถรับข้อมูลจากการแตะหรือลากนิ้วที่หน้าจอพร้อมกันได้หลายจุด วิธีนี้ทำให้คุณสั่งงานไอโฟน (iPhone) ได้ซับซ้อนกว่าจอแบนทัชสกรีน (Touch screen) ธรรมดา (ที่จะเกิดเออเรอ error และไม่ตอบสนองเมื่อผู้ใช้แตะหลายจุดพร้อมกัน) เช่นคุณสามารถใช้ 2 นิ้ว แตะพร้อมกันแล้ว ถ่างออกเพื่อขยาย (ซูมเข้า) รูปหน้าจอหรือบีบเข้าเพื่อย่อ (ซูมออก)

เครือข่ายไร้สาย

ไอโฟน (iPhone) ทำงานกับระบบไร้สายทุกรูปแบบ โดยเครือข่ายจีเอสเอ็ม (GSM) แบบ quad – band รองรับการใช้งาน GPRS / EDGE รับส่งข้อมูลผ่านมาตรฐาน 802.11b/g และมีบลูทูธ 2.0 EDR ซึ่งช่วยให้สามารถเชื่อมต่อกับหูฟังบลูทูธได้ นอกจากนี้ไอโฟน (iPhone) ยังสามารถทำการสลับการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตระหว่างสามจี (3G), เอ็ดจ์ (EDGE), จีพีอาร์เอส (GPRS) และไวไฟ (Wi – Fi) เพื่อค้นหารูปแบบการเชื่อมต่อที่รวดเร็วที่สุดในพื้นที่นั้น ๆ ให้กับคุณโดย อัตโนมัติอีกด้วย

ระบบตรวจจับความเคลื่อนไหว (Accelerometer)

ระบบตรวจจับการเคลื่อนไหวของไอโฟน (iPhone) จะทำการตรวจจับการเคลื่อนไหวของโทรศัพท์ว่าอยู่ในแนวตั้งหรือแนวนอน หรือเอนเอียงไปทางใดในแบนสามมิติ และบางโปรแกรมก็ปรับหน้าจอให้สอดคล้องไปตามแนวของโทรศัพท์ในขณะนั้นโดยอัตโนมัติ ทำให้การแสดงผลข้อมูลหรือรูปภาพต่างๆ บนไอโฟน (iPhone) ถูกต้องตามแนวของหน้าจอโดยที่ผู้ใช้ไม่ต้องคอยหมุนโทรศัพท์ไปมาเพื่อดูข้อมูลอีกต่อไป นอกจากนี้ระบบดังกล่าวยังใช้ในการควบคุมสำหรับการเล่นเกมบางเกม โดยการเอียงเครื่องไอโฟน (iPhone) ไปมาแทนการกดปุ่มบังคับอีกด้วย

ระบบเซนเซอร์ตรวจจับระยะ (Proximity Sensor)

เซนเซอร์ตรวจจับระยะ จะทำการตรวจสอบเมื่อผู้ใช้ยกโทรศัพท์ขึ้นมาใกล้ใบหน้าในขณะสนทนาไอโฟน (iPhone) จะปิดแสงและไม่รับการกดที่หน้าจอโดยอัตโนมัติเพื่อประหยัดพลังงานและป้องกันการสัมผัสหน้าจอโดยไม่ได้ตั้งใจ และเมื่อเคลื่อนโทรศัพท์ออกจากใบหน้าแล้วหน้าจอจะกลับมาทำงานใหม่อีกครั้ง นอกจากนี้ไอโฟน (iPhone) ยังมีเซนเซอร์ตรวจจับความสว่าง

โดยจะปรับความสว่างของหน้าจอให้สัมพันธ์กับสภาพแสงในขณะนั้นโดยอัตโนมัติ เช่น เมื่อใช้งานในสถานที่ที่มีแสงสว่างจ้ามากๆ ไอโฟน (iPhone) จะทำการเพิ่มความสว่างของหน้าจอเพื่อให้มองเห็นง่าย และเมื่อใช้งานในสถานที่ที่มีแสงน้อย ความสว่างของหน้าจอก็จะถูกปรับให้ลดลงเพื่อไม่ให้แสงหน้าจอสว่างจ้าจนเกินไป

2.2.4 ฟังก์ชันการใช้งานหลักใน iPhone

โทรศัพท์ (Phone) ให้เราโทรออกด้วยการแตะที่ชื่อหรือหมายเลขโทรศัพท์ในสมุดรายชื่อ (Contacts) รวมถึงเบอร์ที่บันทึกเป็นรายการโปรด (Favorites) หรือรายการโทรเข้า – โทรออก (Recents) ยิ่งกว่านั้นยังโอนรายชื่อ (Contact) ทั้งหมดจากเครื่องพีซี, เครื่องแมค หรือผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตบางแห่งลงไอโฟน (iPhone) ให้อัตโนมัติ นอกจากนี้ยังให้คุณเลือกและฟังข้อความเสียง (Voicemail) เมื่อไหร่ก็ได้ตามต้องการ (ใช้ได้กับผู้ให้บริการเครือข่ายที่มีสัญญาเกี่ยวกับแอปเปิล Apple)

เอสเอ็มเอส (SMS) ไอโฟน (iPhone) มีโปรแกรมรับส่งเอสเอ็มเอส (SMS) โดยใช้คีย์บอร์ดที่มีเลย์เอาต์เหมือนกับคีย์บอร์ดจริงแบบ “QWERTY” โดยแสดงข้อความเอสเอ็มเอส (SMS) เหมือนกับคุณกำลังแชทอยู่ ให้คุณส่งเอสเอ็มเอส (SMS) ให้เพื่อนหลาย ๆ คนในเวลาเดียวกัน

ข้อความเสียง (Voicemail) บันทึกข้อความเสียงที่ได้รับเก็บลงเครื่องไว้ ให้คุณเลือกฟังข้อความเสียงเมื่อไหร่ก็ได้ตามต้องการ (เรียกคุณสมบัตินี้ว่า Visual Voicemail แต่ยังไม่ได้ในเมืองไทย)

รูปภาพ กล้องดิจิทัล 2 ล้านพิกเซลพร้อมกับโปรแกรมจัดการรูปภาพ โอนถ่ายรูปภาพอัตโนมัติเมื่อมีการเชื่อมต่อกับคอมพิวเตอร์ (ใช้กับบางโปรแกรม) โอนภาพจากคอมพิวเตอร์มาดูในไอโฟน (iPhone) ก็ได้ เพลิดเพลินกับการดูภาพไม่ว่าจะหมุนจอหรือใช้นิ้วย่อ – ขยายภาพ

ริงโทน สั่งซื้อและโหลดเสียงริงโทนโดนใจได้จากไอจูนส์โตร์ (iTune Store) สามารถแก้ไข, ให้เล่นซ้ำ กำหนดให้ตอนต้นเพลงค่อยๆ ดัง (fade in) และค่อยๆ เบาลงเมื่อจบเพลง (fade out) หรือจะทำเองจากไฟล์เสียงที่มีในเครื่องก็ได้

ไอพอด (iPod) ไอโฟน (iPhone) เป็นการผสมผสานโทรศัพท์เข้ากับไอพอด (iPod) ที่มีจอกว้าง 3.5 นิ้ว ในแบบไวด์สกรีน (widescreen) พร้อมกับใช้งานไอพอด (iPod) ด้วยระบบมัลติทัช (Multitouch) ให้คุณควบคุมได้อย่างอิสระ สนุกเพลิดเพลินไปกับการดูหนัง, รายการทีวี, คลิปวิดีโอและฟังเพลง หนังสือเสียง และรายการพอดแคสต์ (podcasts) ต่างๆ แบบจุใจ

เพลง (Music) เลือกฟังเพลงโปรดจากชื่อเพลง, ชื่อศิลปิน, อัลบั้มและเพลย์ลิสต์ (Playlist) ที่ต้องการโดยเพียงแตะสไลด์บนจอ และเลือกอัลบั้มที่ต้องการฟังได้โดยพลิกจอแล้วเลื่อนหน้าจอไปยังปกอัลบั้มนั้น

วิดีโอ (Video) รับชมวิดีโอ, หนัง, รายการพอดแคสต์ (podcasts), รายการทีวี และมิวสิกวิดีโอ ได้แบบเต็มอิมกับหน้าจอไวด์สกรีน (widescreen) พร้อมปุ่มควบคุมการเล่นที่เรียกใช้ได้บนหน้าจอ

ไอทูนส์ไวไฟสโตร์ (iTunes Wi – Fi Store) เลือกซื้อเพลงผ่านไอทูนส์ (iTunes) ในเครื่องไอโฟน (iPhone) เอง (ต้องมีการเชื่อมต่อ Wi-Fi) โดยทำการค้นหาเพลง และทดลองฟังก่อนได้ และเมื่อนำไปเชื่อมต่อกับคอมพิวเตอร์ก็จะก๊อปปี้ลงไอทูนส์ไลบรารี (iTunes Library) ให้อัตโนมัติ หรือจะทำกลับกันคือ ชื่อเพลงจากไอทูนส์ (iTunes) บนคอมพิวเตอร์แล้วโหลดลงไอโฟน (iPhone) ก็ได้

อินเทอร์เน็ต (Internet) ไอโฟน (iPhone) มาพร้อมกับระบบอีเมลล์และเว็บเบราว์เซอร์ซาฟารี (Safari) ที่แสดงผลไฟล์เอชทีเอ็มแอล (HTML) ได้เหมือนกับใช้งานอยู่บนคอมพิวเตอร์จริงๆ และถ้าคุณใช้ Wi – Fi ก็สามารถใช้งานโทรศัพท์พร้อมกับการส่งอีเมลล์หาเพื่อนหรือจะท่องเน็ตไปด้วยก็ได้

ซาฟารี (Safari) เว็บเบราว์เซอร์ตัวเก่ง รวมฟังก์ชันการใช้งานที่ช่วยให้คุณท่องเน็ตได้อย่างเพลิดเพลินแสดงเว็บเพจความละเอียดสูงได้ในรูปแบบเดียวกับบนเครื่องคอมพิวเตอร์ ถึงแม้จะยังขาดความสามารถบางอย่าง เช่น การดาวน์โหลดหรือดูไฟล์แฟลช (Flash)

เมลล์ (Mail) แสดงผลอีเมลในรูปแบบ HTML และรับ – ส่งเมลล์จากผู้ให้บริการฟรีอีเมลที่เป็น POP หรือ IMAP รวมถึงการรับอีเมลแบบ Push เช่นจาก MobileMe, Microsoft Exchange หรือ Yahoo! รวมทั้งดูไฟล์แนบที่เป็นรูปภาพ, เอกสาร Word, Excel, PowerPoint หรือ PDF

แผนที่ (Maps) ผนวก Google Map บรรจุไว้ในไอโฟน (iPhone) ช่วยให้ค้นหาแผนที่ ดูแผนที่ ดูสภาพการจราจรค้นหาเส้นทาง ทำได้อย่างรวดเร็ว (สำหรับการใช้งานในเมืองไทย บางคุณสมบัติอาจยังใช้ไม่ได้ เนื่องจากไม่มีอยู่ฐานข้อมูลของ Google Map)

วิดจ์เก็ตส์ (Widgets) แอปพลิเคชันขนาดเล็กที่ตั้งเอาข้อมูลมาแสดงบนหน้าจอได้ เช่น รายงานข้อมูลการซื้อขายหุ้น (Stocks), รายงานสภาพอากาศ (Weather) เป็นต้น

ยูทูป (YouTube) ใช้ค้นหาและดูคลิปวิดีโอสารพัดคลิปและส่งลิงค์คลิปวิดีโอใดๆ ให้เพื่อนผ่านทางอีเมลได้

2.2.5 แอปพลิเคชันในไอโฟน (iPhone) (เฉพาะที่มากับเครื่อง)

โทรศัพท์ (Phone) ใช้โทรออกอย่างรวดเร็วจากเบอร์ที่เคยโทรหา เบอร์ที่โทรหาบ่อยๆ (เก็บเป็น Favorite ไว้) และเบอร์จาก contact ทั้งหมดที่มี

เมลล์ (Mail) ส่งและรับอีเมลโดยใช้อีเมลแอดเดสส์ที่มีอยู่ โดย iPhone สามารถทำงานกับระบบอีเมลยอดนิยมอย่าง Yahoo! Mail, Gmail, AOL ตลอดจนระบบอีเมลอื่นๆ ที่ใช้โปรโตคอลมาตรฐานแบบ POP3 และ IMAP รวมถึง MobileMe (.Mac เดิม) และ Microsoft Exchange

ซาฟารี (Safari) ใช้ท่องเว็บผ่านระบบเครือข่ายโทรศัพท์ไร้สาย (3G, GPRS หรือ EDGE) หรือ Wi-Fi ก็ได้, สามารถหมุนตัวเครื่องเพื่อใช้ดูเว็บแบบ widescreen ได้ แต่ 2 ครั้ง เพื่อซูมเข้า – ซูมออก หรือใช้สองนิ้วซูมแบบ Multitouch นอกจากนี้ยังแบ่งเนื้อหาให้พอดีกับหน้าจอโดยอัตโนมัติเพื่อให้อ่านได้ง่ายขึ้น

ไอพอด (iPod) ใช้ฟังเพลงโปรด, หนังสือเสียง และรายการ Podcasts รวมถึงดูหนังและวิดีโอในแบบ widescreen

เอสเอ็มเอส (SMS) ส่งและรับข้อความ SMS กับเพื่อนที่ใช้งาน SMS ในโทรศัพท์ได้ และสามารถกลับเข้าไปดูข้อความย้อนหลังที่ส่งหรือรับจากเพื่อนแต่ละคน

ปฏิทิน (Calendar) ดูปฏิทินของ iCal, Microsoft Entourage (ใน MAC) หรือ MS Outlook Calendar ที่โอนจากคอมพิวเตอร์ได้ และเมื่อมีการเพิ่มรายการนัดหมายลงใน iPhone ก็ สามารถโอนกลับไปยังคอมพิวเตอร์ได้ด้วย นอกจากนี้ยังตั้งให้เตือนเมื่อถึงเวลานัดหมายหรือ กำหนดเวลาที่ต้องทำให้เสร็จ

รูปภาพ (Photos) ใช้ดูรูปภาพที่โอนถ่ายมาจากคอมพิวเตอร์ หรือภาพที่ถ่ายจากกล้องใน ไอโฟน (iPhone) โดยดูภาพในแบบแนวตั้งและแนวนอน รวมทั้งซูมเพื่อขยายเข้าไปดูในรายละเอียดในภาพได้ นอกจากนี้ยังใช้ดูรูปภาพในแบบสไลด์โชว์, ส่งรูปภาพแนบไปกับอีเมล, เพิ่มรูปภาพที่ถ่ายไปยังเว็บแกลเลอรี, ตั้งรูปภาพให้กับ contact เพื่อให้โซเชียลทอนโทรเข้ามา และตั้งรูปภาพนี้เป็นวอลล์เปเปอร์ในเครื่องได้

กล้อง (Camera) ถ่ายภาพด้วยความละเอียด 2 ล้านพิกเซล และดูผ่านไอโฟน (iPhone) ได้เลย รวมถึงแนบภาพถ่ายไปกับอีเมลหรือจะอัปโหลดภาพถ่ายที่ถูกใจเก็บไว้ที่คอมพิวเตอร์ และ ใช้ถ่ายภาพของเพื่อนนำมาตั้งเป็นรูปภาพ contact ตอนโทรเข้ามาได้

ยูทูป (YouTube) ใช้เล่นวิดีโอที่มีอยู่หลากหลายจากเว็บยูทูป (YouTube) โดยสามารถ ค้นหาวิดีโอเอง หรือจะดูวิดีโอเรื่องเด่น, วิดีโอที่มียอดคนดูสูงสุด, วิดีโอที่เพิ่งเพิ่มเข้ามา รวมถึง วิดีโอที่มีการจัดเรตติ้งไว้

สต็อกส์ (Stocks) ใช้ดูข้อมูลการซื้อขายหุ้นโดยอัปเดตให้อัตโนมัติผ่านอินเทอร์เน็ต

แผนที่ (Maps) ใช้ดูแผนที่ถนน หรือภาพถ่ายดาวเทียมจากทุกมุมโลก โดยสามารถซูม เข้าไปดูใกล้ๆ ได้ รวมทั้งใช้ค้นหาที่อยู่หรือและดูสภาพการจราจรขณะนั้น (ในอเมริกาและบาง ประเทศ) พร้อมทั้งระบุตำแหน่งที่อยู่ในปัจจุบันผ่านระบบดาวเทียม GPS (เฉพาะรุ่น 3G) หรือ อ้างอิงตำแหน่งจากเครือข่ายของผู้ให้บริการ (ซึ่งไม่แม่นยำเท่า GPS)

อากาศ (Weather) ใช้ดูสภาพอากาศและอุณหภูมิของวันนี้และพยากรณ์อากาศในอีก 6 วันข้างหน้า ของเมืองต่างๆ ทั่วโลก (เพิ่มเมืองเองได้)

นาฬิกา (Clock) ใช้ดูเวลาของแต่ละเมืองได้ทั่วโลก และสร้างนาฬิกาเพิ่มได้ตามต้องการ สามารถตั้งเวลาปลุกได้มากกว่า 1 ครั้ง นอกจากนี้ยังใช้สำหรับจับเวลา หรือตั้งเวลานับถอยหลัง

เครื่องคิดเลข (Calculator) ใช้สำหรับคิดเลข ทั้งแบบธรรมดาและฟังก์ชันวิทยาศาสตร์ (โดยแค่แตะแคงเครื่องเท่านั้น)

บันทึก (Notes) ใช้บันทึกข้อความย่อๆ เพื่อเตือนความจำ

การตั้งค่า (Settings) ปรับแต่งการตั้งค่าต่างๆ ในไอโฟน (iPhone) จากที่นี่ทีเดียว ไม่ว่าจะเป็นการตั้งค่าริงโทน, วอลล์เปเปอร์, ความสว่างหน้าจอ และการตั้งค่าเน็ตเวิร์ก, โทรศัพท์, เมลล์, เว็บ, เพลง, วิดีโอ, รูปภาพ และอื่นๆ รวมถึงตั้งล๊อคหน้าจออัตโนมัติและตั้งรหัสผ่าน (passcode) เพื่อรักษาความปลอดภัย และในเฟิร์มแวร์ 2.x ขึ้นไป ยังตั้งค่าการทำงานของแอปพลิเคชันต่างๆ ได้ที่นี่ด้วย

ไอทูนส์ (iTunes) ค้นหาคลังเพลง, รายชื่อเพลงหรือบราวน์เข้าไปดู ทดลองฟังและสั่งซื้อเพลงใหม่ๆ, รวมทั้งสิบลเพลงและสิบลอัลบั้มที่ขึ้นอันดับสูงสุดและอื่นๆ (ต้องใช้ Wi-Fi)

แอปสโตร์ (App Store) ใช้ค้นหาแอปพลิเคชันสำหรับ iPhone ซึ่งคุณสามารถสั่งซื้อหรือดาวน์โหลดมาใช้ในการเชื่อมต่อด้วยเครือข่าย Wi-Fi หรือเครือข่าย 3G/EDGE/GPRS เข้าไปอ่านหรือเขียนรีวิวแอปพลิเคชันที่สนใจได้ ดาวน์โหลดและติดตั้งแพพลิเคชันมากมาย บนหน้าจอ Home ของคุณ

รายชื่อผู้ติดต่อ (Contacts) รับข้อมูลรายชื่อผู้ติดต่อจาก MobileMe, สมุดที่อยู่ใน Mac OS X, Yahoo!, Google, Windows (Outlook Express), Microsoft Outlook หรือ Microsoft Exchange สามารถค้นหา เพิ่ม เปลี่ยน หรือลบรายชื่อผู้ติดต่อได้ที่ iPhone และซิงค์กลับไปยังคอมพิวเตอร์ได้

2.2.6 ไอคอนสัญญาณ (แสดงที่แถบบนสุดของหน้าจอ)

Cell signal แสดงความแรงคลื่นสัญญาณโทรศัพท์ที่รับได้ในบริเวณนั้นๆ ยิ่งมากขีด แสดงว่ามีสัญญาณยิ่งแรง แต่ถ้าบริเวณนั้นไม่มีสัญญาณ แถบสัญญาณจะหายไปและขึ้นว่า No Service แทน

Airplane Mode แสดงว่าเปิดใช้งานโหมดบิน ซึ่งจะปิดการส่งคลื่นวิทยุทั้งหมดสำหรับใช้เวลานขึ้นเครื่องบิน เพื่อไม่ให้คลื่นไปรบกวนการบิน แต่จะไม่สามารถใช้โทรศัพท์ได้ รวมถึง 3G/EDGE/GPRS, Wi-Fi และ Bluetooth ด้วย

Wi-Fi กำลังเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตผ่าน Wi-Fi ยิ่งจำนวนขีดมาก แสดงว่ามีความแรงของสัญญาณมาก การเชื่อมต่อก็รวดเร็วตามไปด้วย

3G กำลังเชื่อมต่อกับระบบเครือข่ายโทรศัพท์ไร้สายแบบ 3G (เร็วกว่า EDGE) ใช้ได้กับ iPhone รุ่น 3G

EDGE

กำลังเชื่อมต่อกับระบบเครือข่ายโทรศัพท์ไร้สายแบบ EDGE (เร็วกว่า GPRS) และทำให้สามารถเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตโดยใช้ EDGE ได้

GPRS กำลังเชื่อมต่อกับระบบเครือข่ายโทรศัพท์ไร้สายแบบ GPRS และทำให้สามารถเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตโดยใช้ GPRS ได้

Network activity แสดงว่ากำลังรับ - ส่งข้อมูลแบบไร้สายอยู่

VPN แสดงว่ากำลังเชื่อมต่อกับเน็ตเวิร์ก VPN อยู่

Lock เครื่องถูกล็อคการใช้งาน

Play กำลังเล่นเพลงด้วย iPod

Alarm แจ้งเตือน เมื่อมีการตั้งปลุกไว้หรือถึงเวลานัดหมาย

Bluetooth

ไอคอนสีฟ้าหรือสีขาว : บลูทูธถูกเปิดใช้งาน และมีการเชื่อมต่ออุปกรณ์ เช่น หูฟัง หรือชุดเครื่องมือในรถยนต์อยู่

ไอคอนสีเทา : บลูทูธถูกเปิดใช้งาน แต่ไม่มีการเชื่อมต่อกับอุปกรณ์

Bluetooth Headset/battery indicator แสดงระดับพลังงานแบตเตอรี่ของหูฟัง บลูทูธ (เฉพาะรุ่นของ Apple เอง) เมื่อมีการเชื่อมต่อกับ iPhone

Battery แสดงระดับพลังงานแบตเตอรี่หรือสถานะของการชาร์จแบตเตอรี่

TTY แสดงว่า iPhone ตั้งให้ทำงานกับเครื่อง TTY (Tele Type Machine) ที่ใช้กับผู้พิการทางหู

2.2.7 การใช้งานทัชสกรีน (Touchscreen)

การควบคุมการทำงานบนทัชสกรีน (Touchscreen) ของไอโฟน (iPhone) ไม่ว่าจะเป็นการเลื่อน การแตะ การย่อขยาย หรือการพิมพ์ข้อความก็ทำได้ง่ายโดยใช้นิ้วมือเท่านั้น (แต่ใช้วัตถุปลายแหลมอย่างปลายปากกา, ปลายนิ้ว หรือสไตลัสของ PDA อื่นไม่ได้)

1. กดปุ่มโฮม (Home) ด้านล่างจอเพื่อกลับเข้าสู่หน้าจอหลัก (Home หรือ Spring board) จะเห็นรายการแอปพลิเคชันทั้งหมด
2. แตะไอคอนเพื่อเปิดแอปพลิเคชันที่ต้องการ
3. แตะที่รายการในหัวข้อนั้นเพื่อเลือก โดยอาจจะเปิดเป็นรายการใหม่ขึ้นมา, เล่นเพลง, ปิดอีเมล หรือแสดงข้อมูลของ contact (ทำให้สามารถโทรหาได้ทันที) ขึ้นอยู่กับหัวข้อที่เลือก
4. ปุ่มกลับ (back) ที่มุมซ้ายบนของแต่ละหน้าจอจะแสดงชื่อของหัวข้อก่อนหน้านี ให้แตะกลับไปยังหัวข้อนั้น
5. แตะนิ้วลากขึ้นหรือลง (เรียกอีกอย่างว่า "สไลด์") เพื่อเลื่อนหน้าจอ สำหรับหน้าจอเว็บเพจสามารถเลื่อนไปทางซ้ายและขวาได้ (ขณะที่ใช้นิ้วลากเพื่อเลื่อนนั้น ห้ามแตะเลือกหรือทำ

สิ่งใดๆ บนหน้าจอ) ส่วนถ้าเป็นหน้าจอหลัก (Home) จะสามารถเลื่อนซ้าย – ขวา เพื่อดูไอคอนในหน้าอื่นๆ ได้ (ถ้ามี)

2.2.8 การใช้งานคีย์บอร์ด (Onscreen Keyboard)

การพิมพ์ข้อความต่างๆ ลงในไอโฟน (iPhone) นั้นสามารถพิมพ์ได้โดยใช้คีย์บอร์ดระบบสัมผัส หรือที่เรียกว่าการใช้งานคีย์บอร์ด (Onscreen Keyboard) ซึ่งมาพร้อมระบบช่วยพิมพ์คำศัพท์ (มีเฉพาะบางภาษาเท่านั้น) ซึ่งจะช่วยให้คุณพิมพ์คำศัพท์ต่างๆ ไปได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง

1. คีย์บอร์ดนานาชาติ (International Keyboard)

ไอโฟน (iPhone) ได้เตรียมคีย์บอร์ดในหลายๆ ภาษาและรองรับตามรูปแบบของคีย์บอร์ด เช่น English, English(UK) Danish, German, Spanish, Finnish, French, French(Canada), Italian, Japanese Kana, Korean, Russian และอื่นๆ อีกมากมาย (ไม่รวมภาษาไทย ซึ่งล่าสุดเป็นการดัดแปลงกันเองจากภาษารัสเซีย)

2. การพิมพ์ข้อความ

การพิมพ์ข้อความลงในไอโฟน (iPhone) ทำได้ง่ายดายเพียงแค่นี้สลับนิ้วสัมผัสลงบนตรงพื้นที่ที่ต้องการพิมพ์ข้อความจะปรากฏคีย์บอร์ดขึ้นมา จากนั้นจึงใช้นิ้วสัมผัสตรงตัวอักษรที่ต้องการพิมพ์ คีย์อักษรนั้นจะโดดขึ้นมา หากคีย์ที่เราสัมผัสลงไปไม่ใช่อักษรที่ต้องการ (แตะผิดตัว) ก็อย่ารีบยกนิ้ว แต่ให้ลากต่อไปยังตัวอักษรที่ถูกแทน เมื่อยกนิ้วขึ้น ตัวอักษรนั้นก็จะถูกพิมพ์ลงไป

3. การแก้ไขข้อความ

ใช้นิ้วแตะที่หน้าจอค้างไว้ หน้าจอจะแสดงภาพขยายของตัวหนังสือตรงบริเวณที่เราสัมผัส จากนั้นให้ลากนิ้วต่อไปจนถึงตำแหน่งที่ต้องการแทรกเพื่อให้เครื่องหมายอยู่ตรงที่ต้องการแล้วค่อยยกนิ้ว จากนั้นก็เริ่มพิมพ์แทรกหรือลบข้อความด้วยคีย์บอร์ดได้

4. เปิด/ปิดการใช้งานคีย์บอร์ด ภาษาต่างประเทศ (International Keyboard)

แตะไอคอนตั้งค่า (Settings) ในหน้าโฮม (Home) แตะ General > International > Keyboards เปิดการใช้งานคีย์บอร์ดที่ต้องการโดยแตะเลื่อนเป็นออน (ON) สำหรับภาษาที่มีคีย์บอร์ดให้เลือกใช้มากกว่าหนึ่งแบบก็เช่น ญี่ปุ่น (Japanese) และ จีน (Chinese) ให้แตะเพื่อเข้าไปเลือกคีย์บอร์ดที่ต้องการใช้ภาษานั้นๆ อีกที

ที่หน้า General > International ตรงหัวข้อ Keyboards ก่อนแตะเข้าไปเลือกใช้งานจะมีตัวเลขแสดงจำนวนชุดของคีย์บอร์ดที่เปิดใช้อยู่ขณะนั้น

5. พิมพ์ตัวพิมพ์ใหญ่

แตะที่สัญลักษณ์ชิฟท์ (Shift) จากนั้นเลือกตัวอักษรที่ต้องการพิมพ์

6. พิมพ์จุด full stop อัฒโนมติ

แตะที่สเปซบาร์ (space bar) ซ้ำกันสองครั้งจะขึ้นจุดและวรรค 1 ตัวอักษรให้ ต้องเปิดใช้คุณสมบัตินี้ก่อน

7. เปิดแคปส์ล็อก (caps lock)

สำหรับการเปิดใช้แคปส์ล็อก (caps lock) แตะที่ปุ่มชิฟท์ (Shift) ซ้ำกันสองครั้งจนปุ่มเปลี่ยนเป็นสีน้ำเงิน เมื่อพิมพ์ตัวอักษรนั้นจะเป็นตัวพิมพ์ใหญ่ทั้งหมดจนกว่าเรา จะยกเลิกโดยการแตะที่ปุ่มชิฟท์ (Shift) ซ้ำอีกครั้ง

8. แสดงตัวเลข

เครื่องหมายวรรคตอนหรือสัญลักษณ์ต่างๆ แตะที่ปุ่ม(ตัวเลข) จากนั้นแตะที่ปุ่ม(สัญลักษณ์) เพื่อแสดงสัญลักษณ์และเครื่องหมายวรรคตอน

2.2.9 ใช้แอปพลิเคชันบนแอปสโตร์ (App Store)

แอปสโตร์ (App Store) แหล่งรวมแอปพลิเคชันหรือโปรแกรมเสริมที่จะช่วยให้ใช้ไอโฟน (iphone) ได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ นอกเหนือจากที่มีมาให้เพียง 15 ตัวเท่านั้น ซึ่งแอปสโตร์ (App Store) นี้เป็นร้านอย่างเป็นทางการของบริษัทแอปเปิล (Apple) เช่นเดียวกับไอทูนส์สโตร์ (itunes Store) แอปพลิเคชันทั้งหลายจากที่นี่จึงสามารถติดตั้งโดยไม่ต้องมีการดัดแปลงใดๆ กับเฟิร์มแวร์และเครื่อง (ต่างจากการติดตั้งโปรแกรมอย่างไม่เป็นทางการจากแหล่งอื่นๆ ของผู้พัฒนาอิสระคือพวกที่ไม่ได้ทำตามมาตรฐานของแอปเปิล (Apple) เช่น Cydia หรือ Installer) และมีทั้งแบบที่แจกฟรีและแบบที่ต้องเสียเงินซื้อในราคาที่ไม่แพงนัก

ในบทนี้จะอธิบายวิธีซื้อและโหลดแอปพลิเคชันจากแอปสโตร์ (App Store) ทั้งแบบที่ทำบนเครื่องไอโฟน (iphone) โดยตรง ซึ่งเมื่อซิงค์ (sync) กับคอมพิวเตอร์ก็จะถูกโหลดขึ้นไปเก็บใน

โปรแกรมไอทูนส์ (iTunes) ด้วย และแบบที่ทำผ่านโปรแกรมไอทูนส์ (iTunes) บนคอมพิวเตอร์ แล้วซิงค์ (sync) ค่อยโหลดลงมาบนเครื่องไอโฟน (iphone) อีกทีหนึ่ง แต่ทั้งสองวิธีจะโหลดจากร้านหรือแหล่งเดียวกันคือแอปสโตร์ (App Store) ของแอปเปิล (Apple)

นอกจากนี้ยังจะแฉะจำแอปพลิเคชันจากแอปสโตร์ (App Store) ที่น่าสนใจหรือควรมีไว้ประจำเครื่องด้วย ส่วนแอปพลิเคชันจากแหล่งอื่นๆ เช่น Cydia หรือ Installer จะอยู่ในภาคผนวกแอปสโตร์ (App Store) มีระบบแอคเคาท์ที่ต้องการ Sign in ด้วยชื่อผู้ใช้และรหัสผ่านรวมทั้งจำกัดให้แอปพลิเคชันที่โหลดมารันได้เฉพาะบางเครื่องที่ได้รับอนุญาตเท่านั้น เช่นเดียวกับเพลงที่ซื้อผ่านไอทูนส์สโตร์ (iTunes Store) ดังนั้นหากคุณซื้อเครื่องโดยมีโปรแกรมจากแอปสโตร์ (App Store) ติดตั้งมาให้แต่ไม่รู้แอคเคาท์ ต้องระวังในการโหลดแอปพลิเคชันเพิ่มจากแอปสโตร์ (App Store) เพราะอาจทำให้แอปพลิเคชันเดิมรันไม่ได้ เนื่องจากเป็นคนละแอคเคาท์กัน

แอปพลิเคชันบนไอทูนส์แอปสโตร์ (iTunes App Store)

ไอทูนส์แอปสโตร์ (iTunes App Store) แหล่งรวมแอปพลิเคชันหรือโปรแกรมเสริมแบบที่ดาวน์โหลดผ่านไอทูนส์ (iTunes) ล่าสุดมีให้เลือกใช้มากกว่า 1,200 รายการ มีทั้งให้ใช้ฟรีและแบบเสียตังค์ซื้อ (ตามแบบฉบับ Apple) และเพื่อให้ง่ายในการเลือกเอาไปใช้งาน จึงได้แยกออกเป็นกลุ่ม (categories) ต่าง ๆ เช่น Entertainment, Games, Sports ฯลฯ และหยิบเอาบางตัวที่ใหม่มาแสดงไว้เป็นพิเศษหรือจัดอันดับ เช่น New, Top Paid Apps และ Top Free Apps เป็นต้น ซึ่งจะมีกลุ่มต่างๆ ในหน้าจอไอทูนส์แอปสโตร์ (iTunes App Store) มีรายละเอียดดังนี้

Categories แยกแอปพลิเคชันออกเป็นแต่ละประเภทการใช้งาน เช่น Games, Lifestyle, Music, Photography Travel เป็นต้น เมื่อคลิกที่ชื่อก็จะแสดงแอปพลิเคชันในประเภทเดียวกันทั้งหมด

New แสดงรายการแอปพลิเคชันใหม่ ๆ ที่เพิ่มเข้ามา

What's Hot แสดงแอปพลิเคชันที่น่าสนใจ

Staff Favorites แนะนำแอปพลิเคชันดี ๆ ที่อยากให้ทดลองใช้งานเมื่อคลิกที่ See All ก็จะแสดงแอปพลิเคชันทั้งหมดในกลุ่มนั้น ๆ

Top paid Apps แอปพลิเคชันที่มีผู้ซื้อมากที่สุดใน 10 อันดับแรก

Top Free Apps แอปพลิเคชันฟรีที่มีผู้ดาวน์โหลดไปใช้งานมากที่สุดใน 10 อันดับแรกทั้งสองพวกเมื่อคลิกปุ่มก็จะแสดงอันดับเพิ่มเป็น 1 - 100 แทน

ค้นหาแอปพลิเคชัน

เนื่องจากมีแอปพลิเคชันไว้ให้เลือกใช้จำนวนมาก จึงมีวิธีช่วยให้ค้นหาได้เร็วขึ้น โดยคลิกคำสั่งพาวเวอร์เสิร์ช (Power Search) ตรงมุมขวาบน แล้วทำตามขั้นตอนดังนี้

1. คีย์ชื่อแอปพลิเคชันที่ต้องการค้นหาและใส่รายละเอียดเพื่อให้ดึงเฉพาะแอปพลิเคชันที่ตรงกับเงื่อนไขเสร็จแล้วคลิกปุ่มเสิร์ช (Search)
2. บนหน้าจอจะแสดงแอปพลิเคชันที่มีรายละเอียดคล้ายๆ กัน

ดูรายละเอียดของแอปพลิเคชัน

ก่อนที่จะซื้อหรือโหลดแอปพลิเคชันควรเปิดดูรายละเอียดเสียก่อน เพราะบางตัวไม่สามารถใช้งานได้ในบ้านเรา เราจะไม่คุ้มกับเงินที่จ่ายไป (ถ้าแอปพลิเคชันแจกฟรีก็โหลดได้ไม่ต้องกังวล) มีวิธีดังนี้

1. คลิกที่ไอคอน
2. ที่หน้าจอจะแสดงรายละเอียดของแอปพลิเคชัน อาจเปิดดูคอมเมนต์จากผู้ที่ใช้โหลดไปแล้ว

ดาวน์โหลดแอปพลิเคชันบนไอทูนส์แอปสโตร์ (iTunes App Store)

เมื่อคุณทราบรายละเอียดของแอปพลิเคชันแต่ละตัวแล้ว โดยแอปพลิเคชันนั้นจะมีทั้งแจกฟรีและที่ต้องเสียดังค์ซื้อ หากต้องการจะดาวน์โหลดมีขั้นตอนดังนี้

โหลดแอปพลิเคชันที่แจกฟรี

เมื่อคุณเจอที่โดนใจอยากจะทำโหลดมาเก็บไว้ลองใช้ให้คลิกที่ปุ่ม จากนั้นรอดาวน์โหลดโปรแกรมให้เสร็จ เมื่อดาวน์โหลดเสร็จแอปเปิล (Apple) จะส่งเมลล์แจ้งให้ผู้ใช้งานตรวจสอบทางอีเมลว่ามีการซื้อหรือดาวน์โหลดอะไรไปบ้าง (เพื่อถูกขโมยแอดเค้าท์ไปใช้จะได้รู้ตัว)

อัปเดตแอปพลิเคชัน

เนื่องจากผู้เขียนโปรแกรมได้พัฒนาให้มีประสิทธิภาพขึ้นเรื่อยๆ ที่ไอโฟน (iPhone) ก็แสดงข้อมูลให้ทราบว่ามีการอัปเดตโปรแกรมที่เราโหลดมาใช้งานแล้ว ซึ่งจะอัปเดตให้เป็นรุ่นใหม่ได้

ลบแอปพลิเคชัน

หากคุณต้องการจะลบแอปพลิเคชันออกไปให้ทำดังนี้

1. ให้คลิกขวาที่ไอคอนแอปพลิเคชันแล้วเลือกคำสั่งลบ (Delete) หรือ กดคีย์ลบ (Delete) ได้เลย
2. คลิกปุ่มลบ (Remove) เพื่อยืนยันลบแอปพลิเคชันทิ้ง
3. คลิกปุ่มพู่ไม้ไซเคิลบิน (Move to Recycle Bin) เพื่อลบไฟล์ทิ้งไปเลยหรือคลิกปุ่มไฟล์ (Keep Files) ให้เก็บไฟล์ไว้เพื่อสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้อีกครั้ง

แอปสโตร์ (App Store) บนไอโฟน (iPhone)

แหล่งรวมแอปพลิเคชันเสริมบนแอปสโตร์ (App Store) นอกจากโหลดผ่านบนโปรแกรมไอทูนส์ (iTunes) บนเครื่องคอมพิวเตอร์ (แมคหรือพีซี) แล้ว ยังสามารถซื้อหรือโหลดมาใช้งานผ่านทางไอโฟน (iPhone) ได้โดยตรงอีกด้วย และเมื่อติดตั้งในเครื่องแล้ว หากเลือกให้ซิงค์ (sync) แอปพลิเคชันกับไอทูนส์ (iTunes) ก็จะถูกส่งไปเก็บบนเครื่องเช่นกันการค้นหาและโหลดโปรแกรมจากไอโฟน (iPhone) โดยตรงทำได้หลายวิธีดังนี้ (วศิน เพิ่มทรัพย์, 2551 : 150)

1. เปิดแอปพลิเคชันจากฟีเจอร์ (Featured) เมื่อแตะเข้าไปที่ฟีเจอร์ (Featured) จะแสดงแอปพลิเคชันเด็ดๆ โดยแยกออกเป็น 2 กลุ่ม คือใหม่ (New) แสดงแอปพลิเคชันใหม่ๆ ที่เพิ่มเข้ามา น่าสนใจ (What'Hot) แสดงแอปพลิเคชันที่มีน่าสนใจ
2. เปิดแอปพลิเคชันจากหมวดหมู่ (Categories) ได้จัดแยกแอปพลิเคชันออกเป็นหมวดหมู่การใช้งาน เช่น Books, Business, Games, Lifestyle เป็นต้น เมื่อคลิกที่ชื่อหมวดหมู่ก็จะแสดงแอปพลิเคชันประเภทเดียวกันทั้งหมด
3. เปิดแอปพลิเคชันจาก Top 25 ติดอันดับแอปพลิเคชันที่มีผู้ดาวน์โหลดมากที่สุด Top Paid Apps แอปพลิเคชันที่มีผู้ซื้อมากที่สุด 25 อันดับแรก Top Free Apps แอปพลิเคชันแจกฟรีที่มีผู้โหลดไปใช้งานมากที่สุดใน 25 อันดับแรก แตะที่ Show Top 50 เพื่อให้แสดงแอปพลิเคชันอื่นๆ บนหน้าจอเพิ่มอีก

2.4 แนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวจังหวัด

การท่องเที่ยวจังหวัด หรือการท่องเที่ยวนั้นเกิดขึ้นโดยพระดำริของพระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมพระกำแพงเพชรอัครโยธิน ครั้งทรงดำรงตำแหน่งผู้บัญชาการรถไฟ ได้มีการส่งเรื่องราวเกี่ยวกับเมืองไทยไปเผยแพร่ในสหรัฐอเมริกา ใน พ.ศ. 2467 ได้มีการจัดตั้งแผนกโฆษณาของการรถไฟขึ้นทำหน้าที่รับรอง และ ให้ความสะดวก แก่นักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาประเทศไทย รวมทั้งการโฆษณาเผยแพร่ประเทศไทย ให้เป็นที่รู้จักของชาวต่างประเทศ มีสำนักงานตั้งอยู่ที่กรมรถไฟ เิงสะพานนพวงศ์ ต่อมาได้ย้ายมาตั้งที่สถานีรถไฟหัวลำโพง เมื่อพระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมพระกำแพงเพชรอัครโยธิน ทรงย้ายไปดำรงตำแหน่งเสนาบดีกระทรวงพาณิชย์ และคมนาคม งานด้านส่งเสริมการท่องเที่ยว ได้ย้ายไปอยู่ที่กระทรวงพาณิชย์ และคมนาคมด้วย แต่ยังคงทำงานร่วมกับกรมรถไฟ มีสำนักงานตั้งที่ถนนเจริญกรุง หน้าไปรษณีย์กลาง (ข้อมูลโดยสรุปเกี่ยวกับประเทศไทย, 2553 : ออนไลน์)

การส่งเสริมการท่องเที่ยวได้เริ่มขึ้นอย่างชัดเจนใน พ.ศ. 2479 เมื่อ กระทรวงเศรษฐกิจ เสนอโครงการบำรุงอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศสยามต่อคณะรัฐมนตรี โดยเสนอแผนและวัตถุประสงค์ของการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 3 ประการ คือ

1. งานโฆษณาชักชวนนักท่องเที่ยว
2. งานรับรองนักท่องเที่ยว
3. งานบำรุงสถานที่ท่องเที่ยวและที่พัก

ในการเสนอโครงการนี้ กระทรวงเศรษฐกิจได้เสนอให้จัดเป็นรูปของสมาคมการท่องเที่ยว คณะรัฐมนตรีประชุมปรึกษา เมื่อวันที่ 4 พฤศจิกายน 2479 มีมติรับหลักการของการบำรุงอุตสาหกรรมท่องเที่ยว แต่ไม่รับหลักการในการจัดตั้งให้เป็นรูปสมาคม ได้มีมติแต่งตั้งคณะกรรมการขึ้นคณะหนึ่ง ดำเนินงานโดยให้กระทรวงเศรษฐกิจ เป็นเจ้าของเรื่อง กระทรวงเศรษฐกิจได้มอบงานนี้ให้กรมพาณิชย์ เป็นผู้จัดทำเพราะกรมพาณิชย์มีแผนกส่งเสริมพาณิชย์ และท่องเที่ยวอยู่กระทรวงเศรษฐกิจได้ดำเนินการเรื่องนี้ต่อมาจนเมื่อสงครามโลกครั้งที่ 2 เกิดขึ้น และสำนักงานถูกระเบิด จึงเลิกกิจการไปชั่วคราว

เมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2492 คณะรัฐมนตรีได้พิจารณาเห็นควรปรับปรุงหน่วยงานท่องเที่ยวขึ้นใหม่ จึงได้มีมติให้กรมโฆษณา การยกร่างโครงการปรับปรุงหน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยวเสนอให้คณะรัฐมนตรีพิจารณา ในการประชุม เมื่อวันที่ 19 ตุลาคม 2492 คณะรัฐมนตรีได้มีมติให้กรมโฆษณาการพิจารณาส่งเสริมการท่องเที่ยว กรมโฆษณาการได้ทำความตกลงกับกระทรวงเศรษฐกิจ ซึ่งในสมัยนั้นมีชื่อว่า กระทรวงพาณิชย์และคมนาคม ขอโอนกิจการส่งเสริมการท่องเที่ยว จากกระทรวงพาณิชย์และคมนาคมมาอยู่กับกรมโฆษณาการ สำนักนายกรัฐมนตรี และให้เรียกส่วนงานนี้ว่า "สำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยว" ใช้งบประมาณของกรมโฆษณาการ

เป็นงบประมาณค่าใช้จ่ายของสำนักงานนี้ ต่อมากรมโฆษณาการได้พิจารณาเห็นว่ากิจการส่งเสริมการท่องเที่ยวกำลังตื่นตัวในประเทศไทยมาก จึงได้จัดตั้งสำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มีฐานะเทียบเท่ากอง เรียกว่า "สำนักงานท่องเที่ยว" โดยพระราชกฤษฎีกาจัดวางระเบียบราชการกรมโฆษณาการในสำนักนายกรัฐมนตรี พ.ศ. 2493

ใน พ.ศ. 2501 เมื่อจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ ไปพักรักษาตัวอยู่ ณ โรงพยาบาลวอลเตอร์ริด สหรัฐอเมริกา ได้ศึกษากิจการท่องเที่ยวด้วยความสนใจ และได้ดำริที่จะส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทยอย่างจริงจัง ในปีต่อมาเมื่อจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ เป็นนายกรัฐมนตรี ได้มีประกาศพระราชกฤษฎีกาจัดแบ่งส่วนราชการ กรมประชาสัมพันธ์ พ.ศ. 2502 โดยตัด "สำนักงานท่องเที่ยว" ออกแล้วจัดตั้งขึ้นเป็นองค์การอิสระ เรียกว่า "องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย" มีชื่อย่อว่า "อ.ส.ท." โดยพระราชกฤษฎีกาตั้งองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว พ.ศ. 2502

ในระยะแรกสถานที่ทำการขององค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้อาศัยอาคารของกรมประชาสัมพันธ์เป็นสำนักงาน ต่อมาได้ย้ายมาเปิดดำเนินการ ณ สำนักงานถนนศรีอยุธยา เมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2503 ได้ประกอบพิธีเปิด "องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย" เมื่อวันที่ 18 มีนาคม 2503

องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งจัดตั้งขึ้นโดยพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว พ.ศ. 2502 นั้น มีหน้าที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นส่วนใหญ่ ต่อมาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้ขยายตัวอย่างกว้างขวางรวดเร็ว จำเป็นต้องปรับปรุงอำนาจหน้าที่ของ อ.ส.ท. ให้มีขอบเขตการปฏิบัติงานกว้างขวางยิ่งขึ้นทั้งในด้านการพัฒนา อนุรักษ์ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว และการส่งเสริมเผยแพร่ จึงได้มีการนำเสนอร่างพระราชบัญญัติ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และ ร่างพระราชบัญญัติจัดระเบียบธุรกิจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อให้ หน่วยงานการท่องเที่ยวของรัฐมีอำนาจหน้าที่และรับผิดชอบในการพัฒนาส่งเสริมเผยแพร่ และ ดำเนินกิจการ เพื่อเป็นการริเริ่มให้มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนคุ้มครองความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวด้วย สภานิติบัญญัติแห่งชาติซึ่งทำหน้าที่รัฐสภาในการประชุมครั้งที่ 41 วันศุกร์ที่ 20 เมษายน 2522 ได้พิจารณาร่างพระราชบัญญัติทั้ง 2 ฉบับ แล้วปรากฏว่า ร่างพระราชบัญญัติจัดระเบียบธุรกิจ เกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไม่ผ่านการพิจารณา ส่วนพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้ผ่านการพิจารณาประกาศในราชกิจจานุเบกษา ฉบับพิเศษ เล่มที่ 96 ตอนที่ 72 วันที่ 4 พฤษภาคม 2522 จัดตั้ง "การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย" ขึ้น มีชื่อย่อว่า "ททท."

ปัจจุบันการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้แสดงวิสัยทัศน์การท่องเที่ยวภายใต้กระแสแห่งการเปลี่ยนแปลงสถานการณ์โลก เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยวของไทย สามารถสรุปได้ดังนี้ (เอกสารแสดงวิสัยทัศน์ การท่องเที่ยวภายใต้กระแสแห่งการเปลี่ยนแปลงสถานการณ์โลก, 2553 : 1-10)

1. พลวัตของเทคโนโลยีสื่อสารออนไลน์

สังคมออนไลน์กลายเป็นกลุ่มสังคมกลุ่มใหม่ที่นักท่องเที่ยวเลือกเข้าไปหาข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการเลือกจุดหมายในการเดินทาง ผลกระทบที่เห็นได้ชัดเจนของการเปลี่ยนแปลงนี้คือการก่อให้เกิดการกระจายตัวของข่าวสารอย่างไม่มีข้อจำกัดภายในเวลาอันรวดเร็ว ซึ่งทำให้การท่องเที่ยวได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ต่างๆ และความคิดเห็นของบุคคลต่างๆ ได้อย่างง่ายดาย

2. กระบวนทัศน์เรื่องการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การตระหนักในความสำคัญของการรักษาสีเขียวแวดล้อมมีผลกระทบต่อพฤติกรรมและต้นทุนของผู้ประกอบการ และมีผลกระทบต่อความคิดเห็นเลือกจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว

3. การทำการตลาดแบบใหม่ในธุรกิจการท่องเที่ยว

มีการนำเอาหลักของเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (Creative Economy หรือ Value Creation Economy) มาผสมผสานและปรับใช้เพื่อตอบสนองทิศทางกาบริโภคของนักท่องเที่ยว

4. การเติบโตของเศรษฐกิจใหม่

อย่างเช่นกลุ่ม BRICs และกลุ่มประเทศอาเซียน มีความพร้อมที่จะเป็นตลาดสำคัญด้านการท่องเที่ยวในอนาคตอันเนื่องมาจากกำลังซื้อของประชากรที่สูงขึ้น

5. การกระจายอำนาจในการบริหารจัดการทรัพยากรไปยังท้องถิ่น

มีผลทำให้เกิดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นหรือ “ผู้เล่น” (Stakeholder) ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวกลุ่มใหม่เพิ่มขึ้น

จากปัจจัยการเปลี่ยนแปลงทั้ง 5 ประการดังกล่าว เมื่อนำมาพิจารณาร่วมกับหน้าที่ของ ททท. ที่ถูกกำหนดตามนโยบายผู้ถือหุ้นภาครัฐที่มีต่อรัฐวิสาหกิจ (Statement of Directions : SODs) และผนวกด้วยวิสัยทัศน์ ททท. ตามแผนวสาทกิจ 2551 - 2554 วิสัยทัศน์ในการปฏิบัติงานของผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยคือ “ผลักดันให้ ททท. เป็นองค์กรที่มีความเป็นเลิศในด้านการตลาดอย่างแท้จริงโดยการเพิ่มขีดความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับสภาวะแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงและให้ ททท. ทำหน้าที่เป็นผู้นำและผู้ขับเคลื่อนเศรษฐกิจของไทยด้านการท่องเที่ยว”

โดยมีวาระสำคัญที่จะต้องทำให้เกิดขึ้น 4 ประการคือ

1. การให้ความสำคัญกับ Digital Marketing
2. การเร่งสร้างแบรนด์ประเทศไทยให้แข็งแกร่งมากขึ้น
3. การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
4. การวางระบบบริหารภาวะวิกฤตที่มีประสิทธิภาพ

สำหรับขั้นตอนในการดำเนินงานมี Strategy Map ที่สำคัญอยู่ 2 ด้าน เพื่อให้บรรลุตามวิสัยทัศน์และวัตถุประสงค์ดังกล่าว คือ

1. ด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

1.1 **ปรับแผนการตลาดเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยใช้ระบบดิจิทัล** โดยเน้นแนวทางการทำการตลาดแบบ Crystallization บนระบบอินเทอร์เน็ต ความหมายของ Crystallization คือการปรากฏตัวอย่างชัดเจนโปร่งใสของแบรนด์สินค้า ของแหล่งท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการ และของนักท่องเที่ยว ต่างฝ่ายต่างรู้ข้อมูลของกันและกันครบถ้วนทั้งขบวนการก่อนการเดินทาง

1.2 **ทำการตลาดแบบเจาะเข้าสู่จิตใจนักท่องเที่ยว** แบรนด์ Amazing Thailand มีการรับรู้สูงในหมู่มูลเป้าหมาย แต่การที่จะรักษาและเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวตามกลางสภาวะปัจจุบัน ททท. จำเป็นต้องใช้กลยุทธ์การตลาดแบบใหม่ คือ Emotional Marketing เพื่อเอาชนะปัจจัยเชิงลบที่ไม่สามารถทำนายหรือควบคุมได้

1.3 **เพิ่มการใช้ระบบสารสนเทศเป็นเครื่องมือการตลาด** พัฒนา Portal Website หลักของ ททท. ให้มีความเป็น Web 2.0 อย่างเต็มรูปแบบ ซึ่งเป้าหมายในการพัฒนาเว็บไซต์นี้มุ่งที่จะให้เว็บไซต์หลักของ ททท. พัฒนาไปสู่ความเป็น Web 3.0 ซึ่งในการดำเนินการตลาดด้วย Online Technology นี้จะให้มีการดำเนินการในสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นเพื่อสนับสนุนการทำการตลาดทั้งหมด

2. บริหารองค์กร

จะดำเนินการตามลำดับความสำคัญดังนี้

2.1 ผลักดันและเปิดโอกาสให้พนักงานได้รับการอบรมความรู้ที่เป็น Core Competency ขององค์กร คือ ด้านการตลาดอย่างทั่วถึง เพื่อมาสนับสนุนพันธกิจหลักด้านการตลาดของ ททท. เพื่อให้ ททท. กลายเป็น Learning Organization อย่างแท้จริง

2.2 พัฒนาระบบฐานข้อมูลการตลาด และข้อมูลที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาใช้วิเคราะห์ประกอบการตัดสินใจของ ททท.เอง และเป็นข้อมูลสนับสนุนแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั้งหมด และพัฒนาระบบฐานข้อมูลไปสู่การเป็นศูนย์สนับสนุนข้อมูลแก่ผู้เกี่ยวข้องในภาวะวิกฤตซึ่งเป็น Crystallization ในส่วนการบริหารองค์กร

2.3 สร้างความเข้าใจกับบุคลากรใน ททท. ถึงบทบาทและภาระขององค์กร ในทศวรรษที่จะมาถึงให้ชัดเจนและเมื่อบุคลากรเข้าใจเป้าหมายวิสัยทัศน์และวิธีการทำงานในทุกระดับจะก่อให้เกิดผลดีต่อการติดตามและประเมินผลการทำงานขององค์กรในภาพรวมเหมือนเช่นการนำเอาเทคนิคของ Balanced Scorecard มาใช้ในแปลงกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติของพนักงานทุกคน

แผนการตลาดการท่องเที่ยว ปี 2554

แผนการตลาดการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ในปี 2554 ถูกจัดทำขึ้นตามกรอบนโยบายของรัฐบาล และกรอบนโยบายของคณะกรรมการ ททท. รวมทั้งแผนวิสาหกิจของ ททท. ปี 2551 - 2554 ผนวกกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด ทั้งปัจจัยภายในและภายนอกที่คาดว่าจะส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวในปี 2554 ได้แก่ ภาวะเศรษฐกิจถดถอยในทวีปยุโรป ปัญหาการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ ความไม่แน่นอนทางการเมืองภายในประเทศ รวมทั้งการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยได้ผ่านการประชุมแลกเปลี่ยนข้อมูลและปรึกษาหารือร่วมกับหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. เป้าหมายการดำเนินงาน

1.1 เป้าหมายตำแหน่งทางการตลาด (Positioning)

ยังคงสานต่อแนวคิดที่มุ่งส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็น “แหล่งท่องเที่ยวคุณภาพที่หลากหลายให้ประสบการณ์ที่ทรงคุณค่าและประทับใจ”

1.2 เป้าหมายทางการตลาดในเชิงเศรษฐกิจ

ภายใต้สถานการณ์ความไม่สงบทางการเมืองภายในประเทศ ซึ่งจะมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวทั่วโลก ในปี 2554 ททท. จึงได้กำหนดเป้าหมายทางการตลาด ดังนี้

- ตลาดต่างประเทศ : สร้างรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 9
(ประมาณการจำนวนรายได้ 600,000 ล้านบาท และประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยว 15.5 ล้านคน)
- ตลาดในประเทศ : สร้างรายได้หมุนเวียนภายในประเทศเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.6
(ประมาณการจำนวนรายได้ 432,00 ล้านบาท และประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยว 91 ล้านคน-ครั้ง)

2. กลยุทธ์และแนวทางการดำเนินงาน

2.1 ด้านตลาดต่างประเทศ

การดำเนินงานในปี 2554 จะมุ่งเน้นดำเนินงานเพิ่มความเชื่อมั่น และตอกย้ำความเข้มแข็งให้แบรนด์ประเทศไทย ภายใต้กลยุทธ์สร้างความเข้มแข็งให้กับแบรนด์ประเทศไทย ควบคู่ไปกับการรุกตลาดขยายตลาดลูกค้าเดิมและลูกค้าใหม่ ภายใต้กลยุทธ์สร้างฐานตลาดนักท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนทั่วไป รวมทั้ง ยังคงให้ความสำคัญกับการดำเนินงานเพื่อปรับตำแหน่งทางการตลาดของไทยในระยะยาว ภายใต้กลยุทธ์ขยายฐานตลาดคุณภาพ และกลยุทธ์เสริมสร้างศักยภาพขีดความสามารถในการแข่งขัน เป็นลำดับแรก ซึ่งการดำเนินงานในแต่ละกลยุทธ์ประกอบด้วย

กลยุทธ์สร้างความเข้มแข็งในแบรนด์ “ประเทศไทย” จะอาศัยการดำเนินงานจากส่วนกลางเป็นหลัก โดยอาศัยสื่อระดับ Regional และ Global ต่างๆ อาทิ CNN, BBC, Al Jazeera ฯลฯ เป็นช่องทางในการสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นในใจนักท่องเที่ยว คู่ขนานไปกับการรักษาภาพลักษณ์ประเทศไทย ให้เข้มแข็งติดตลาดโลก

ททท.จึงใช้แคมเปญ “Amazing Thailand : Always Amazes You” โดยนำเสนอสารที่ยืนยันจะมอบความประทับใจ ให้กับนักท่องเที่ยวในทุกครั้งที่มาเยือน ซึ่งนักท่องเที่ยวจะได้รับประสบการณ์ที่ทรงคุณค่า ผ่านการสัมผัสความแตกต่างทางวัฒนธรรม ศิลปะ อาหาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้คน ซึ่งเป็นตัวแทนของ “เสน่ห์ความเป็นไทย” ที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว

ในส่วนของการทำงานของสำนักงานในภูมิภาค จะเป็นการดำเนินงานในลักษณะเสริมการทำงานของสำนักงานใหญ่ ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ โดยอาศัย Celebrity ในท้องถิ่น

เป็นช่องทางในการสื่อสาร เช่นในภูมิภาคอเมริกา เชิญ Celebrity ชื่อดังด้านอาหาร สุขภาพ ความงาม แพชั่นและกีฬา ให้เดินทางมาถ่ายทำรายการในประเทศไทย ในโครงการ Celebrity Hosting

กลยุทธ์สร้างฐานการตลาดนักท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนทั่วไป (Leisure) ชูจุดขายความเป็น "Shopping Paradise" ในตลาดเอเชียเพื่อ ขยายฐานลูกค้าเก่า เช่น โครงการ Shopping Around be Proud of Thai Product หรือโครงการ Amazing Thailand Shopping Paradise ขณะที่ ใน อเมริกามุ่งเน้นจัด Road Show เข้าพื้นที่ใหม่ ในโครงการ Amazing Thailand Road Show 2011 to USA & Canada ส่วนในยุโรปและตะวันออกกลาง ดำเนินการสานสัมพันธ์กับลูกค้าเพื่อสร้างความภักดี โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าเก่า ผ่านโครงการ Thailand Fan Club ร่วมกับพันธมิตรกระตุ้นการเดินทาง โดยการนำเสนอสิทธิพิเศษให้กับนักท่องเที่ยว เช่น โครงการ Thailand Stop Over โครงการ Spacial offer in Green Season กระตุ้นการท่องเที่ยวช่วงนอกฤดูกาล

รวมทั้งในทุกภูมิภาคจะเข้าร่วมงาน Trade Show ในตลาดต่างๆ ผนวกการจัดงาน TTM+ ในประเทศไทย

กลยุทธ์ขยายตลาดคุณภาพ จะเน้นการดำเนินการในแต่ละกลุ่มแตกต่างกันไปตามลักษณะความสนใจและतालक्षणเฉพาะของพฤติกรรมในแต่ละภูมิภาค โดยทุกกลุ่มตลาดยังคงอาศัย การเข้าร่วมงานเสนอขาย ต่อกลุ่มเฉพาะดังกล่าว เช่น การเข้าร่วมงาน Golf Show ของ PGA ที่เมืองออแลนโด สหรัฐอเมริกา รวมทั้งร่วมกับพันธมิตรนำเสนอสิทธิพิเศษต่างๆ เช่น คุปองสมนาคุณ ห้องพัก ซ็อบบี้ ฯลฯ

นอกจากนี้ยังใช้ Celebrity Market สร้างกระแสความสนใจในกลุ่มเฉพาะ อาทิ โครงการ Thailand I love you ในตลาดจีน โครงการ Beauty and the Star ในตลาดยุโรป และจัด Road Show เพื่อให้ข้อมูลเชิงลึกกับผู้ซื้อ เช่น Medical Road Show ในตะวันออกกลาง

กลยุทธ์เสริมสร้างศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขัน การดำเนินงานส่วนใหญ่จะอยู่ในส่วนกลาง โดยอาศัยการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ (Online) เป็นหลัก ทั้งการพัฒนาประสิทธิภาพเว็บไซต์ การประยุกต์ใช้นวัตกรรมสารสนเทศ และการบริหารข่าวสารบนชุมชนออนไลน์ (Online) ภายใต้โครงการบริการข้อมูลและปรับปรุงระบบเว็บไซต์ B2B และ B2C โครงการอีมาร์เก็ตติ้ง (E-Marketing) และโครงการเพิ่มประสิทธิภาพของสารสนเทศองค์กร ผนวกด้วยการเสริมความรู้ให้กับ Front liner เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการขาย และการขยายสำนักงานสาขา

2.2 ด้านตลาดในประเทศ

การดำเนินงานด้านตลาดในประเทศไทยในปี 2554 จะมุ่งเน้นดำเนินการกระตุ้นให้เกิดการกระจายการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ภายใต้กลยุทธ์สร้างกระแสให้การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต กลยุทธ์ส่งเสริมการเดินทางเชื่อมโยง และกลยุทธ์สร้างการรับรู้ความเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ ขณะเดียวกันจะดำเนินการเพื่อสนับสนุนให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ภายใต้กลยุทธ์รณรงค์ให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างรู้คุณค่า รักษาแหล่งท่องเที่ยว และกลยุทธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวในมิติของการเรียนรู้ ซึ่งการดำเนินงานในแต่ละกลยุทธ์ ประกอบด้วย

กลยุทธ์สร้างกระแสการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต จะมุ่งสร้างกระแสให้การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต โดยมีเป้าหมายสูงสุด คือ ต้องการให้คนไทยทั้งที่เป็นนักท่องเที่ยวเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งผู้ประกอบการ ปรับแนวคิดต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศใหม่ โดยจะนำเสนอการท่องเที่ยวภายใต้วิถีคิดแบบใหม่ ซึ่งไม่เพียงแต่จะให้คุณค่ากับคนที่ท่องเที่ยวเท่านั้น แต่จะช่วยสร้างคุณค่าและความยั่งยืนให้กับประเทศไทยไปพร้อมกัน โดยคีย์เวิร์ด (Key Words) หลักที่จะสะท้อนถึงคุณค่า ประกอบไปด้วย “สำนึก สร้างสรรค์ ด้วยกัน เข้าใจ และด้วยหัวใจ” คือ

- การเที่ยวบวกสำนึก จะได้รับความภูมิใจ
- การเที่ยวบวกสร้างสรรค์ จะได้มุมมอง ความคิด ไอเดียใหม่ๆ
- การเที่ยวบวกด้วยกัน จะได้รับความสามัคคี ความผูกพัน เห็นคุณค่าของความแตกต่าง
- การเที่ยวบวกความเข้าใจ จะได้รับความรู้เชื่อมโยง ปัญญา และ
- การเที่ยวบวกด้วยหัวใจ จะได้รับความรัก ความผูกพันและความมหัศจรรย์ที่คาดไม่ถึง

โดยดำเนินการผ่านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ที่เข้าถึงผู้รับสื่อในวงกว้าง ขณะเดียวกันจะจัดกิจกรรมเสริมเพื่อนำส่งคุณค่าของการท่องเที่ยวที่สอดรับกับทุกกลุ่ม เช่น ไลฟ์สไตล์ (Lifestyle) ของคนไทย ซึ่งเที่ยวด้วยหัวใจรักในสิ่งที่ชอบเป็นตัวกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยว เพื่อนำส่งคุณค่าตามความปรารถนาเฉพาะตัว โดยต่อยอดจากรูปแบบที่ยังอยู่ในกระแสนิยม และมีการตอบรับเป็นอย่างดี เช่น ต่อยอดกลุ่มนักกอล์ฟ ขยายไปยังกลุ่มครอบครัวเพื่อการท่องเที่ยวที่ให้ทั้งความรัก ความผูกพันจากการทำกิจกรรมร่วมกัน โครงการ Amazing Fun Golf จึงถูกนำมาสานต่อเพื่อการต่อยอดในปีหน้า เช่นเดียวกับกับกลุ่มรักการถ่ายภาพ ก็จะทำเสนอโครงการคาราวานท่องเที่ยวบันทึกภาพสวย โครงการโฟโต้อัพโหลด (Photo Upload) โหวตเที่ยวประจวบฯ เป็นต้น

กลยุทธ์ส่งเสริมการเดินทางเชื่อมโยง จะขยายผลการส่งเสริมการเดินทางข้ามภูมิภาค โดยดำเนินงานผ่านการจัดงานส่งเสริมการขาย “เทศกาลเที่ยวไทย” เสริมด้วยงานส่งเสริมการขายของแต่ละภูมิภาค อาทิ “งานเทศกาลเที่ยวอีสาน” และดำเนินการจัดโรดโชว์ (Road Show) ข้ามภูมิภาค เพื่อสร้างโอกาสให้กับผู้ประกอบการในพื้นที่ให้สามารถเข้าถึงลูกค้าในต่างภูมิภาคได้มากขึ้น รวมทั้งนำเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวแบบอิสระ เช่น การขับรถท่องเที่ยวในรูปแบบของคาราวานท่องเที่ยว

กลยุทธ์สร้างการรับรู้ความเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ สานต่อการนำเสนอความแตกต่างของแต่ละภูมิภาค (Product Differentiation) เพื่อให้เห็นคุณค่าเฉพาะของแต่ละพื้นที่ โดยจะเน้นย้ำภาพลักษณ์ที่ชัดเจนของภาคเหนือ ที่มุ่งเสนอภาพลักษณ์ “วัฒนธรรมล้ำค่า งามผืนป่าธรรมชาติ” ผ่านการประชาสัมพันธ์ทางสื่อออนไลน์ (Online) และสื่อสิ่งพิมพ์

ในขณะที่จะจัดโครงการอวยทุกไร่ ชิมไปทุกสวน ชำเสริมภาพลักษณ์ “สีส้มของภาคตะวันออก” เช่นเดียวกับ ภาคใต้ จะจัดโครงการ “ร้อยเรื่องเมืองใต้” และโครงการ “เที่ยวได้ตามสไตล์หลากหลายวัฒนธรรม” เพื่อต่อยอดภาพลักษณ์ “ปาสวย ทะเลใส หลากหลายวัฒนธรรม”

สำหรับภาคกลางและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ยังต้องผลักดันให้เกิดการจดจำภาพลักษณ์ของภูมิภาค โดย ภาคกลางจะเร่งสร้างการจดจำ “เที่ยวหลากหลายสไตล์ภาคกลาง” ผ่านการประชาสัมพันธ์ต่างๆ ทั้งออนไลน์ (Online) และออฟไลน์ (Offline) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จะเร่งประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ “แหล่งเรียนรู้ อู่อารยธรรม” ผ่านสื่อโทรทัศน์และสื่อสิ่งพิมพ์ นอกจากนี้ จะใช้งานเทศกาลประเพณี เป็นสื่อบอกเล่าถึงความแตกต่างของวัฒนธรรมในแต่ละภูมิภาค เช่น งานเทศกาลมหาสงกรานต์ งานประเพณีลายกระซง

กลยุทธ์ธรรมาภิบาล ให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างรู้คุณค่า รักษาแหล่งท่องเที่ยว มุ่งสร้างจิตสำนึกอย่างต่อเนื่อง ให้กับนักท่องเที่ยวและผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรม เพื่อดูแลรักษาทุนทางธรรมชาติและวัฒนธรรมของประเทศให้ยั่งยืน โดยมุ่งหวังจะนำส่งคุณค่าความภูมิใจให้กับผู้เกี่ยวข้องเกิดความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งในการดูแลประเทศ ผ่านการนำเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อสังคม (CSR) และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Tourism) โดยเฉพาะในแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล ที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากและมีความเปราะบางสูง เช่น โครงการสมุย Going Green และโครงการเที่ยวได้อย่างรู้คุณค่า

กลยุทธ์รณรงค์ให้เกิดการท่องเที่ยวในมิติของการเรียนรู้ ใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือ นำส่งคุณค่าด้านความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและภูมิปัญญาไทย ผ่านการจัด กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ให้ความรู้ในด้านต่างๆ ที่เป็นลักษณะเฉพาะของพื้นที่นั้นๆ เช่น โครงการเปิดโลกดำดำนบรพพ์ มหัทศจรรยไ้ไดโนเสาร์ โครงการท่องเที่ยวเรียนรู้วิถีชีวิตภาคกลาง

แผนผังเว็บไซต์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่ใช้เป็นเว็บท่า (Portal) เชื่อมโยงให้ ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว โดยจะใช้แผนการตลาดออนไลน์กับเว็บไซต์นี้ "thai.tourismthailand.org" โดยมีแผนผังเว็บไซต์ ดังนี้ (ข้อมูลโดยสรุปเกี่ยวกับประเทศไทย, 2553 : ออนไลน์)

หน้าแรก

Search

ข่าวอัปเดต

RSS

พยากรณ์อากาศ

อัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา

ลือกอิน

สมัครสมาชิก

เกี่ยวกับประเทศไทย

ข้อมูลน่ารู้

ลักษณะภูมิประเทศ

ประวัติศาสตร์

ยุคแรกเริ่ม

สมัยสุโขทัย

สมัยอยุธยา

สมัยธนบุรี

สมัยรัตนโกสินทร์

ศาสนา

แหล่งธรรมชาติ

ชายฝั่งทะเลและหมู่เกาะ

อุทยานแห่งชาติ

พรรณไม้ไทยและสัตว์ป่าไทย

ภูมิอากาศ

การเมือง

เศรษฐกิจ

ข่าวน่ารู้

News

ภาษา

การเดินทาง

เดินทางทั่วไทย

พาหนะ

สายการบิน

รถบริการรับส่งสนามบิน

รถประจำทาง

รถเช่าพร้อมคนขับ

รถเช่า

รถแท็กซี่

รถไฟฟ้า BTS

รถไฟฟ้าใต้ดิน MRT

แอร์พอร์ตเรลลิงก์

รถไฟ

ตุ๊กตุ๊ก

เรือโดยสาร

มอเตอร์ไซด์

จักรยาน

รถบ้าน

ขับรถในประเทศไทย

เครื่องบินเช่าเหมาลำ

การเดินทางในประเทศไทย

สนามบินในประเทศไทย

สนามบินนานาชาติ

สนามบินภายในประเทศ

ศูนย์ข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยว

คำถามที่ถามบ่อย

ท่าอากาศยาน

เดินทางทั่วไทย

ที่พัก

สถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรม

เทศกาลงานประเพณี

หาข้อมูลเพิ่มเติม

แผนที่อินเตอร์แอคทีฟ

ข้อมูลจำเป็นสำหรับนักท่องเที่ยว

วันหยุดของไทย

เวลาทำการ

ศูนย์ข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยว

ข้อมูลจังหวัด

ภาคเหนือ

ภาคกลาง

ภาคใต้

ภาคตะวันออก

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

สถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรม

กิจกรรมและงานประเพณี

การแสดง

ศิลปะการแสดง

ดนตรีและคอนเสิร์ต

ละครเวที

อาหารและเครื่องดื่ม

ศิลปะและวัฒนธรรม

การถ่ายภาพ

ประเพณีและกิจกรรมทางศาสนา

นิทรรศการ

งานแฟร์และเทศกาล

ภาพยนตร์

กีฬาและสันทนาการ

ขี่จักรยาน

พายเรือแคนู/ล่องเรือ

ตกปลา

แข่งขันกอล์ฟ

แข่งรถ

แข่งกีฬาผสมผสาน

แข่งวิ่งและเดิน

เทนนิส

แข่งไตรกีฬา

กีฬาผาดโผน

บอลลูน / กิจกรรมทางอากาศ

กีฬาทางน้ำ

วอลเลย์บอล / วอลเลย์บอลชายหาด

การแข่งขันโปโล

เปตอง

ชกมวย

ธรรมชาติและกิจกรรมกลางแจ้ง

ท่องเที่ยวเชิงเกษตร

งานไม้ดอกไม้ประดับ

เวิร์กช็อปและการอบรม

แฟชั่นและเครื่องแต่งกาย

ข้อปิ้ง

ท่องเที่ยว ไลฟ์สไตล์

กิจกรรมท่องเที่ยว

ล่องเรือ

ล่องเรือ

ล่องเรือดินเนอร์

ล่องเรือยอชต์

ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ประวัติศาสตร์

วิถีชีวิตชุมชน

ชาวไทยภูเขา

การแสดงทางวัฒนธรรม

โฮมสเตย์

มวยไทย

ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ธรรมชาติและสัตว์ป่า

ตุนก

สวนเกษตรและไร่ออร์แกนิก

กอล์ฟ

กิจกรรมเพื่อการเรียนรู้

Art & Craft School

Thai Boxing Courses

เรียนทำอาหารไทย

เรียนดำน้ำ

เรียนปั่นหน้าผา

โรงเรียนสอนการบิน

โรงเรียนสอนการเล่นกอล์ฟ

ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

การทำสมาธิ

กิจกรรมกลางแจ้งและผจญภัยทางอากาศ

บอลลูน

สกายไคฟ์

กิจกรรมกลางแจ้งและผจญภัยบนบก

ไฟรวิลโดรฟ์และออฟโรด

ปีนหน้าผา

สำรวจจ้ำ

เพนต์บอล

รอยตัว บันจี้จัมพ์

ขี่ม้า

ขี่ช้าง

เดินป่า

จักรยาน

จักรยานเสือภูเขา

กิจกรรมกลางแจ้งและผจญภัยทางน้ำ

กิจกรรมชายหาด

ล่องแก่ง

พายคายัค แคนูน้ำจืด

พายคายัค แคนูในทะเล

ตกปลา

วินด์เซิร์ฟ ไคต์เซิร์ฟ

พาราเซลลิ่ง

ดำน้ำแบบสกูบา

ดำน้ำแบบสนอร์เกิล

เจ็ตสกี สกีน้ำ

เวกบอร์ด

ขี่รถเทียวก

ซ้อปปีง

สปา

แต่งงานและฮันนีมูน

สถานที่ท่องเที่ยว

ศิลปะ วัฒนธรรม และแหล่งมรดก

แลนด์มาร์กและอนุสรณ์สถาน

พิพิธภัณฑน์

บ้านโบราณ

สถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และอนุสาวรีย์

ศูนย์ศิลปะและวัฒนธรรม

อาร์ตแกลเลอรี

สถานที่ที่เกี่ยวข้องกับสงครามโลกครั้งที่ 2

พระราชวัง

สถานที่ศักดิ์สิทธิ์

วัด

โบสถ์

มัสยิด

สถานที่เกี่ยวกับศาสนาอื่นๆ

ธรรมชาติและสัตว์ป่า

หมู่เกาะ

เขื่อน พื้นที่อนุรักษ์ ทะเลสาบ

อุทยานแห่งชาติ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า

แม่น้ำลำคลอง

ทุ่งดอกไม้

น้ำพุร้อน

ถ้ำ

น้ำตก

อ่าวและชายหาด

จุดดำน้ำ

คanyon และภูเขา

แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติอื่นๆ

สปาเพื่อสุขภาพ

วิถีชีวิต

หมู่บ้าน ชุมชน
ตลาดน้ำ
ตลาดท้องถิ่น

สันตนาการและบันเทิง

สนามกีฬา
สวนสัตว์ อควาเรียม
สวนสนุก
โรงละคร
โรงภาพยนตร์
สวนสาธารณะ
สนามกอล์ฟ
กิจกรรมกลางแจ้ง และกิจกรรมผจญภัย
แคมป์สัตว์ และการแสดงสัตว์
คอนเสิร์ต

โครงการหลวงและโครงการในพระราชดำริ

ข้อปิ้ง

ไร่ถั่วและโรงงานเบียร์

สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวิชาการ

พิพิธภัณฑ์เพื่อการศึกษา
ศูนย์ฝึกอบรม
สวนเพื่อการศึกษา
ห้องสมุด

ทัวร์และแพ็คเกจท่องเที่ยว

ทัวร์ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ประวัติศาสตร์
วิถีชีวิตชุมชน
ชาวไทยภูเขา
การแสดงทางวัฒนธรรม
โฮมสเตย์
มวยไทย

ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ธรรมชาติและสัตว์ป่า

ดูนก

สวนเกษตรและไร่ถั่ว

ล่องเรือ

ล่องเรือ

ล่องเรือดินเนอร์

กอล์ฟ

สปา

การทำสมาธิ

ช้อปปิ้ง

กิจกรรมเพื่อการเรียนรู้

โรงเรียนสอนทำอาหารไทย

โรงเรียนสอนดำน้ำ

แต่งงานและฮันนีมูน

กิจกรรมกลางแจ้งและผจญภัยทางบก

ไฟรวิลโดรฟ์และออฟโรด

ปีนหน้าผา

สำรวจถ้ำ

เพนต์บอล

รอยตัว บันจี้จัมพ์

ขี่ม้า

ขี่ช้าง

เดินป่า

จักรยาน

เสือภูเขา

กิจกรรมกลางแจ้งและผจญภัยทางน้ำ

กิจกรรมบนชายหาด

ล่องแก่ง

พายคายัค แคนูในทะเล

ตกปลา

ดำน้ำแบบสกุบา

ดำน้ำแบบสนอร์เกิล

ขับรถเที่ยว

Theme Travel

Luxury Travel in Thailand

Luxury Destination

Luxury Transportation

Luxury Accommodation

Luxury Restaurant & Bar

Luxury Things to do

Luxury Attractions

Luxury Shopping

Luxury Travel Tips

Romance Travel in Thailand

Romance Destination

Romance Transportation

Romance Accommodation

Romance Restaurant & Bar

Romance Things to do

Romance Attractions

Romance Shopping

Romance Travel Tips

Budget Travel in Thailand

Budget Destination

Budget Transportation

Budget Accommodation

Budget Restaurants & Bars

Budget Things to do

Budget Attractions

Budget Shopping

Budget Travel Tips

Family Travel in Thailand

Family Destination

Family Transportation

Family Accommodation

Family Restaurant

Family Things to do

Family Attractions

Family Shopping

Family Travel Tips

Senior Travel in Thailand

Senior Destination

Senior Transportation

Senior Accommodation

Senior Restaurant & Bar

Senior Things to do

Senior Attractions

Senior Shopping

Senior Travel Tips

ที่พัก

โรงแรม

เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์

รีสอร์ทและสปา

บูติกรีสอร์ท

โฮมสเตย์

บ้านพักเยาวชน

B&Bs และเกสต์เฮาส์

พื้นที่กางเต็นท์และแคมป์ปิ้ง

แพริมน้ำ

กระท่อมและบังกะโล

วิลล่า

คอนโด, อพาร์ทเมนต์และแมนชั่น

อาหารและเครื่องดื่ม

ร้านอาหารทั่วไทย

เมนูอาหารไทย

ข้อปิ้ง

สถานที่ข้อปิ้ง

ของเก่าและของสะสม

เครื่องแต่งกายเด็ก

เครื่องแต่งกายผู้ชาย

เครื่องแต่งกายผู้หญิง

ศิลปะและหัตถกรรม

อาร์ตแกลเลอรี

หนังสือ แผนที่ และคู่มือท่องเที่ยว

พรม

เครื่องสำอาง น้ำหอม

เพชร

สินค้าอิเล็กทรอนิกส์

ผ้าทอ

ไม้ดอก ไม้ประดับ

อาหารและเครื่องดื่ม

ทองและเครื่องประดับ

วัตถุดิบสำหรับประกอบอาหาร

เครื่องใช้ในบ้าน

ของตกแต่งบ้าน

ชุดชั้นใน

กระเป๋าเดินทาง กระเป๋าถือ และเครื่องใช้ในการเดินทาง
 เครื่องดนตรี
 แวนตา
 รองเท้า
 ของขวัญและของที่ระลึก
 อุปกรณ์กีฬาและชุดกีฬา
 สิ่งทอ
 ของเล่น
 นาฬิกา
 ไวน์และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
 เครื่องประดับ อื่นๆ
 เครื่องเงิน
 คู่มือข้อป้ัง

ข้อเสนอท่องเที่ยว

ที่พัก
 ตัวเครื่องบิน
 ทัวร์
 แพคเกจท่องเที่ยว
 อื่นๆ

ร้านอาหาร
 อื่นๆ

ประสบการณ์นักเดินทาง

เรื่องราวท่องเที่ยว
 ทิปส์ท่องเที่ยว
 ภาพถ่าย
 วิดีโอ

มัลติมีเดีย

E-Brochure

แผนที่

ภาพถ่าย

วิดีโอ

ภาพถ่าย 360 องศา

วอลเปเปอร์

สกรีนเซฟเวอร์

E-Card

E-Game

Podcasts

ชุมชนนักเดินทาง

กระทู้

บล็อก

แบบสำรวจความคิดเห็น

ข้อกำหนดและเงื่อนไข

นโยบายความเป็นส่วนตัว

ติดต่อเรา

ขอใบรخصة

สมัครรับ Deal Alert

แจ้งปัญหาการใช้งานเว็บไซต์

ร้องเรียน

2.5 แนวคิดเรื่องมาตรฐานต้นแบบสินค้าเพื่อประยุกต์ใช้เชิงการตลาด

แนวคิดต้นแบบตราสินค้าเป็นการผสมผสานระหว่างทฤษฎีจิตวิทยาบุคลิกภาพเรื่องภาพต้นแบบของ Jung (1978) แนวคิดเอกลักษณ์ตราสินค้า และค่านิยมทางวัฒนธรรม จากผลการวิจัย นายอริชัย อรรถอุดมทำให้ของสามารถจำแนกต้นแบบตราสินค้าออกเป็น 15 ต้นแบบด้วยกัน คือ ต้นแบบตราสินค้าวีรบุรุษ (Hero) ต้นแบบตราสินค้านักปราชญ์ (Sage) ต้นแบบตราสินค้าผู้วิเศษ

(Magician) ต้นแบบตราสินค้านักรบ (Warrior) ต้นแบบตราสินค้าจอมเจ้าเล่ห์ (Trickster) ต้นแบบตราสินค้าผู้แสวงหา (Seeker) ต้นแบบตราสินค้าผู้ช่วยเหลือ (Helper) ต้นแบบตราสินค้ามารดา (Mother) ต้นแบบตราสินค้านักรัก (Lover) ต้นแบบตราสินค้าผู้ไร้เดียงสา (Innocent) ต้นแบบตราสินค้าเพื่อนสนิท (Companion) ต้นแบบตราสินค้าราชา (King) ต้นแบบตราสินค้าผู้สันโดษ (Loner) ต้นแบบตราสินค้าเจ้าเสน่ห์ (Enchantress) และต้นแบบตราสินค้าขบถ (Rebel) ทำให้ได้มาตรวดีภาพต้นแบบที่มีคุณลักษณะที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของตนเองแตกต่างกัน (อริชัย อรรคอุดม, 2552 : 365-371)

ต้นแบบตราสินค้าวีรบุรุษ

เป็นต้นแบบที่มีภาพลักษณ์ของพระเอก มีคุณลักษณะทางบุคลิกภาพ 6 คุณลักษณะ คือ มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ (Generous) มีความกล้าหาญ (Brave) มีประสิทธิภาพ (Efficient) มีคุณธรรม (Moral) มีความอ่อนโยน (Gentle) และประกอบด้วยจิตใจที่แข็งแกร่ง (Lion Heart) ไม่เกรงกลัวต่ออุปสรรคที่ขวางกั้น ตราสินค้าแบบวีรบุรุษจึงมักเล่าเรื่องราวของวีรกรรม เป็นเรื่องราวของผู้ยิ่งใหญ่สามารถเอาชนะทุกสิ่ง วีรบุรุษของไทยจะไม่เน้นที่กำลังความแข็งแกร่งทางกาย แต่จะเน้นที่ชาติกำเนิดที่สูง มีบุญบารมี ถ้าเปรียบในปัจจุบันก็จะสะท้อนออกมาเป็นสถานะทางสังคม หรือฐานะทางเศรษฐกิจที่มีต้นทุนสูงกว่าผู้อื่น ต้องหน้าตาดี และอ่อนโยนไม่ก้าวร้าว อยู่ในตำแหน่งที่สูงส่งไม่ต่ำต้อย หรือถ้าลำบากต่ำต้อยในตอนแรกก็ต้องพลิกฟื้นขึ้นมาสูงส่งหรือพบความจริงของชาติกำเนิดในภายหลัง เหล่านี้ถือเป็นมาตรฐานของวีรบุรุษของไทย ต้นแบบตราสินค้านี้จึงเป็นตัวแทนของตราที่มีความเก่งรอบด้าน มีประสิทธิภาพ เป็นสัญลักษณ์ของต้นแบบที่ดึ้นยากยิ่ง ทุกคนต้องยอมรับ รวมทั้งต้องมีจิตใจที่ดี การนำเสนอตราสินค้ารูปแบบนี้จึงต้องแสดงถึงตราสินค้าที่มีประสิทธิภาพในการเข้าไปช่วยเหลือแก้ไขให้กับผู้บริโภค

ต้นแบบตราสินค้านักปราชญ์

เป็นต้นแบบที่เป็นตัวแทนของผู้มีความรู้ ตราสินค้าแบบนี้ประกอบด้วยคุณลักษณะทางบุคลิกภาพ 5 คุณลักษณะ คือ เป็นตราที่มีความลึกซึ้ง เข้าใจยาก (Subtle) มีความรอบรู้ (Intelligent) มีเหตุผล (Logical) มีความพากเพียร (Persevering) และเห็นคุณค่าของตนเองอย่างมาก (Self-esteem) ต้นแบบตราสินค้านักปราชญ์จึงเป็นตราที่ปราดเปรื่อง เป็นเหมือนดังครู อาจารย์ ผู้มีความรู้มากเต็มไปด้วยหลักการ สุขุมรอบคอบ เปี่ยมด้วยประสบการณ์ ในเรื่องราวของไทย อาจารย์ปราชญ์มักแยกตัวออกมาอยู่โดดเดี่ยว เป็นต้นแบบที่มีบทบาทไม่เด่นมากในตำนาน ไม่เป็นตัวเอก แต่มักจะเป็นผู้ที่คอยช่วยเหลือให้คำแนะนำที่ดีอยู่เบื้องหลัง จึงเป็นตราสินค้าที่มีความน่าเชื่อถือ

ถือ หากใช้ต้นแบบนี้ในการวางแผนตราสินค้าก็จะเป็นตราที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะในธุรกิจของตนอย่างแท้จริง ต้องมีปรัชญาของตราสินค้า มีคุณสมบัติที่สามารถสะท้อนความน่าเชื่อถือจากกรค้นคว้าวิจัยมาเป็นอย่างดี เช่น การใช้การรับรองจากสถาบันวิจัย หรือการใช้ผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ให้การรับรอง

ต้นแบบตราสินค้าผู้วิเศษ

เป็นต้นแบบที่มีเอกลักษณ์ของผู้มีพลังในการเปลี่ยนแปลงสิ่งต่างๆ รอบตัว หากเปรียบเป็นคนแล้ว คนประเภทนี้จะประกอบด้วย คุณลักษณะทางบุคลิกภาพ 5 คุณลักษณะ คือ แบบลึกลับซับซ้อน (Mysterious) เก็บงำความลับไว้มาก เป็นผู้ที่ชอบตัดสินคนอื่นจากความคิดของตนเอง (Judgmental) เปี่ยมด้วยจินตนาการที่แปลกประหลาดเหนือความคาดหมาย (Imaginative) เป็นคนที่พึ่งพาได้ (Dependable) และมีอุปนิสัยแจ่มใสเบิกบานอยู่เสมอ (Cheerful) ต้นแบบตราสินค้าผู้วิเศษจึงเป็นตัวแทนของการพลิกฟื้นเปลี่ยนแปลง ทั้งการปรับสภาพตนเอง และการปรับสภาพสิ่งอื่นรอบตัว รวมทั้งยังเป็นตัวแทนของความฉลาดและภูมิปัญญาด้วย เพียงแต่เป็นภูมิความรู้คนละลักษณะกับนักปราชญ์คือ เป็นความรู้ที่พิสูจน์ไม่ได้ถึงที่มาของความรู้นั้น เป็นความลับ ในวัฒนธรรมไทยจะคุ้นเคยกับความวิเศษในลักษณะนี้สะท้อนจากเรื่องราวในตำนานที่มีเรื่องเล่าถึงตำนานลี้ลับและพลังเหนือธรรมชาติที่มีมากมาย ต้นแบบตราสินค้าผู้วิเศษจึงสามารถทำให้ผู้บริโภคพร้อมจะเชื่อได้อย่างง่ายดายอย่างไม่มีเหตุผล ตราแบบผู้วิเศษจึงเป็นสัญลักษณ์ของการเปลี่ยนแปลงในชั่วพริบตา เช่น สูตรลับเครื่องสำอางที่มีผลเปลี่ยนแปลงให้กลับคืนสู่ความเยาว์วัยใน 7 วัน หรือสถาบันลดน้ำหนักที่ทำให้ผอมอย่างรวดเร็ว

ต้นแบบตราสินค้านักรบ

เป็นต้นแบบที่มีความแข็งแกร่ง เป็นตัวแทนของพลังกำลัง และการต่อสู้อย่างไม่ยอมแพ้ ประกอบด้วยคุณลักษณะทางบุคลิกภาพ 5 คุณลักษณะ คือ บุคลิกภาพแบบเข้มแข็ง (Strong) ชอบที่จะปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ของสังคม (Rule-conscious) ยึดถือระเบียบวินัย (Self-disciplined) มักเป็นคนที่มีความเย่อหยิ่ง (Arrogance) และด้วยลักษณะทางกายภาพที่มีความแข็งแกร่งจึงไม่ยอมตาย (Deathless) หรือไม่ยอมพ่ายแพ้ง่ายๆ เป็นอมตะ ตราสินค้าแบบนี้กรบจะเป็นตราที่สร้างเกิดความอึกเขิม เป็นนักสู้ เป็นทหาร มีความจงรักภักดี มีความมั่นใจ เรื่องราวของนักรบของไทยนั้นมักจะเกี่ยวข้องกับความเป็นวีรบุรุษนักรบ เช่น ชุนแผน หรือเป็นกษัตริย์นักรบ เช่น สมเด็จพระนเรศวรมหาราช ต้นแบบตราสินค้านักรบพยายามสื่อถึงความเป็นผู้ชาย ความแข็งแรงทนทาน สมบุกสม

บัน และความมุ่งมั่นเอาชนะอุปสรรคที่ขวางหน้า จึงมักแสดงภาพของความทนทานของตัวผลิตภัณฑ์จากการใช้ที่รุนแรงหรือความสามารถในการทำลายล้างครบทุกประเภทๆ

ต้นแบบตราสินค้าจอมเจ้าเล่ห์

เป็นต้นแบบที่ชอบสร้างความประหลาดใจ สามารถพลิกแพลงเรื่องราวอย่างไม่คาดฝัน ชี้เล่น เอาแต่ใจ และยังแฝงมุขตลกในสิ่งที่ทำอยู่เสมอ จอมเจ้าเล่ห์ประกอบด้วยคุณลักษณะทางบุคลิกภาพ 5 คุณลักษณะ คือ บุคลิกภาพแบบชอบคิดถึงแต่เรื่องตนเอง (Egocentric) ยึดตนเองเป็นศูนย์กลาง เป็นจอมวางแผน (Conspiring) และมีอารมณ์ขันอยู่เสมอ (Humorous) จึงมักเป็นต้นแบบที่ให้ความเพลิดเพลินจากความตลกโปกฮา นอกจากนี้ ตราสินค้าแบบนี้ให้ความรู้สึกกำกวมคลุมเครือ (Equivocal) ไม่รู้ว่าจะตัดสินคนประเภทนี้ว่าเป็นคนดีหรือคนร้าย ไม่รู้จะวางใจหรือหวาดระแวง แต่ต้นแบบตราสินค้าลักษณะนี้ก็เป็นตัวแทนของผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์ (Creative) มีจินตนาการสูง ต้นแบบจอมเจ้าเล่ห์ที่คนไทยรู้จักอย่างแพร่หลาย คือ ศรีธนญชัย ผู้มีความเด่นในเรื่องเจ้าปัญญา แต่ก็ชอบแก้งคนอื่น แม้แต่ผู้ที่เหนือกว่าตน เช่น พระราชา และขุนนาง ต้นแบบตราสินค้านี้จึงมักใช้กลยุทธ์การแก้งให้ผู้บริโภคแปลกใจ เป็นตราที่สนุกสนาน ฉลาดแกมโกง เสมอ มุมมองในการบริโภคที่แปลกๆ คิดใหม่ทำใหม่ เป็นตราสินค้าที่มักจะมีเคล็ดลับในการนำเสนอที่แปลกแหวกแนว และความขบขันด้วยรอยยิ้มได้เสมอ ซึ่งตรงกับลักษณะนิสัยของคนไทยที่ชอบเรื่องสนุกสนานตลกบันเทิง

ต้นแบบตราสินค้าผู้แสวงหา

เป็นต้นแบบของผู้ที่ชอบแสวงหาสิ่งมาเติมเต็มความต้องการของตนเอง ตราสินค้าแบบผู้แสวงหาประกอบด้วยคุณลักษณะทางบุคลิกภาพ 5 คุณลักษณะ คือ บุคลิกภาพแบบชอบค้นคว้า (Searching) เก็บตัว (Introvert) มีการจัดการที่ดี (Well-organized) สามารถจัดระเบียบเรื่องรอบตัวได้อย่างเป็นระเบียบเรียบร้อย เป็นผู้ที่มีความกังขาซึ่งสงสัยอยู่เสมอ (Skeptical) รวมถึงเป็นคนรักอิสระชอบเดินทางเพื่อแสวงหาสิ่งใหม่ๆ (Outdoorsy) เพื่อเติมเต็มประสบการณ์ให้กับชีวิต ผู้แสวงหาจะคอยมองหาสิ่งมาตอบสนองความต้องการของตน เดินทางเพื่อตามหาเป้าหมาย และมีความวิตกกังวลอยู่เสมอ ตราสินค้าประเภทนี้จึงเสนอประสบการณ์ผจญภัยให้ผู้บริโภค แต่ต้องไม่โลดโผนเกินไป การเดินทางหรือการออกไปผจญภัยต้องมีการจัดการที่ดี มีความปลอดภัย วางแผนอย่างดี เช่น ตัวแทนการท่องเที่ยว หรือรถยนต์ประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ

ต้นแบบตราสินค้าผู้ช่วยเหลือ

เป็นต้นแบบของผู้มีใจอารีที่พร้อมจะอุทิศตนเพื่อผู้อื่น ตราสินค้าแบบผู้ช่วยเหลือประกอบด้วยคุณลักษณะทางบุคลิกภาพ 5 คุณลักษณะ คือ ผู้ที่ชอบยื่นมือเข้าไปช่วยเหลือผู้อื่น (Helpful) แม้เป็นเรื่องที่ตนเองไม่ได้มีผลประโยชน์ร่วมด้วย เป็นคนยึดมั่นในอุดมการณ์ (Idealistic) มีความเกรงอกเกรงใจสูง (Considerate) ชอบให้ความปกป้องคุ้มครองผู้อื่นจากอันตราย (Protective) และเป็นคนที่คำนึงถึงผู้อื่นมากกว่าตนเอง (Altruistic) ผู้ช่วยเหลือนั้นอยู่ในกลุ่มเดียวกับผู้ปกป้อง ผู้พิทักษ์ ผู้อารักขา เทวดาอารักษ์ เป็นผู้มีความมุ่งมั่นที่จะอุทิศตนเพื่อผู้อื่น เป็นคนรอบคอบ ซื่อสัตย์ เป็นห่วงเป็นใย เป็นผู้อภิบาลคนดี ต้นแบบตราสินค้าผู้ช่วยเหลือมีภาระหน้าที่ในการช่วยเหลือปกป้อง เสนอตัวเองต่อผู้อื่นแม้ไม่ได้รับการร้องขอ ตราสินค้าแบบประกันชีวิตมักอยู่ในกลุ่มเหล่านี้ หรือการเสนอมาตรฐานรับรองคุณภาพสินค้าอย่างเชื่อถือได้ การรับประกันหรือการบริการหลังการขายที่สามารถทำให้ผู้บริโภคมีความไว้วางใจ

ต้นแบบตราสินค้ามารดา

เป็นต้นแบบของหญิงผู้มีความรักที่พร้อมจะมอบแก่ผู้อื่นอย่างไม่มีที่สิ้นสุด เป็นตัวแทนของการเป็นผู้คอยดูแล พร้อมที่จะประคับประคองผู้อื่นเหมือนดั่งแม่ที่มีความห่วงใยลูกอยู่ตลอดเวลา หากเปรียบเป็นคนก็เป็นตราสินค้าที่ประกอบด้วยคุณลักษณะทางบุคลิกภาพ 4 คุณลักษณะ คือ บุคลิกภาพแบบรักครอบครัว (Family Oriented) ยึดความสุขของสมาชิกในครอบครัวเป็นที่ตั้ง มีความรักที่มอบให้อย่างไม่มีขอบเขต (Eternal Loving) เป็นผู้ที่ให้ความเชื่อใจผู้อื่น (Trusting) และมีความเสียสละตนเองเพื่อผู้อื่นอย่างมากโดยเฉพาะเสียสละเพื่อลูก (Dedicated) แม่แบบไทยนั้นจะเป็นแม่ที่รักลูกมากเสียสละได้ทุกอย่าง ในตำนานเรื่องเล่าจะพบว่า แม่นั้นจะต้องลำบาก ต้องยอมทนทุกข์เวทนาเสียสละก็เพราะรักลูก มารดาจึงเป็นความอบอุ่น เลี้ยงดู ใฝ่ทะนุถนอมให้ลูกได้มีความสบาย ต้นแบบตราสินค้ามารดาจึงเป็นสัญลักษณ์ของความรักจากธรรมชาติไม่มีการปรุงแต่งผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ อาหารและเครื่องดื่มที่มีคุณประโยชน์จึงมักใช้ต้นแบบนี้เพื่อแสดงถึงความรัก ความผูกพัน และความห่วงใย

ต้นแบบตราสินค้านักรัก

เป็นต้นแบบที่มีเอกลักษณ์ของคนที่มีความเปิดเผย ตราสินค้าแบบนี้จะสามารถเข้ากับผู้อื่นได้ง่าย มีมนุษยสัมพันธ์ดี ตราสินค้าแบบนี้ประกอบด้วยคุณลักษณะทางบุคลิกภาพ 5 คุณลักษณะ คือ บุคลิกภาพแบบชอบเข้าสังคม (Extrovert) เป็นผู้มีความสุนทรีย์ (Aesthetic) สามารถเข้าใจเพศตรงข้ามได้เป็นอย่างดี (Heterosexual) เป็นคนทันสมัยตามแฟชั่น (Trendy) และยังเป็นคนที่

ความอ่อนไหวต่อความรู้สึก (Sensitive) สามารถรับรู้ความรู้สึกของผู้อื่นได้อย่างรวดเร็ว ต้นแบบนี้ยังรวมถึงเรื่องราวโรแมนติก การเกี้ยวพาราสี บุพเพสันนิวาส และความรักแท้อีกด้วย นักรักของเมืองไทยในตำนานมักเป็นชายรูปงาม อุปลิขัยเจ้าชู้ ซึ่งกลายมาเป็นภาพเหมารวมรู้สึกเป็นเรื่องธรรมดา เช่น ขุนแผนหรือพระลอ ปัจจุบันสัญลักษณ์ที่ถูกนำมาสื่อความหมายถึงต้นแบบนี้ก็คือ ภาพของคู่รัก การสมรส หัวใจ ซ่อดอกไม้ คำพูดสวยหู เพลงที่ไพเราะ การเต้นรำ และงานเลี้ยง สิ่งเหล่านี้จึงเป็นตัวแทนของการสานสัมพันธ์อย่างลึกซึ้ง และสื่อด้วยเรื่องราวที่โรแมนติก ตราสินค้าที่มักใช้ต้นแบบของนักรักจึงเป็นตราสินค้าเกี่ยวกับความงามความรัก เช่น น้ำหอม เครื่องสำอาง เสื้อผ้า แฟชั่น และ เครื่องประดับ

ต้นแบบตราสินค้าผู้ไร้เดียงสา

เป็นต้นแบบที่มีเอกลักษณ์ของความอ่อนเยาว์ เป็นตัวแทนของความสดใส มีความเป็นวัยรุ่น ตราสินค้าแบบนี้ประกอบด้วยคุณลักษณะทางบุคลิกภาพ 5 คุณลักษณะ คือ เป็นคนยอมคน (Compliant) มีความบริสุทธิ์ (Pure) ไร้มลทิน นุ่มนวลอ่อนหวาน (Soft) ไม่เสแสร้ง (Unpretentious) และเป็นตราสินค้าที่มีชีวิตชีวา (Lively) เป็นตัวแทนของความสดใสในวัยเยาว์ ความอ่อนกว่าวัย และการมองโลกในแง่ดี ตัวเอกผู้มีความไร้เดียงสาแบบไทยมักจะเป็นหญิงบริสุทธิ์ ซึ่งก็คือนางเอกของเรื่องเหล่านั้น เป็นคนอ่อนต่อโลก มีความงามเป็นเลิศ ต้นแบบตราสินค้าผู้ไร้เดียงสาจึงมักถูกสื่อออกมาถึงความใสซื่อของเด็ก หญิงสาววัยรุ่น ความสะอาด น่าทะนุถนอม ความน่ารักดึงดูดเพศตรงข้าม สีเส้นที่อ่อนหวาน ตราสินค้าที่ใช้ต้นแบบนี้จึงมักสื่อถึงความบริสุทธิ์ เช่น น้ำแร่ ผลิตภัณฑ์สำหรับแม่และเด็ก และสินค้าจากธรรมชาติ

ต้นแบบตราสินค้าเพื่อนสนิท

เป็นต้นแบบที่เป็นตัวแทนของความสนิทสนมความไว้วางใจที่เพื่อนมอบให้แก่กัน ตราสินค้าแบบนี้ประกอบด้วยคุณลักษณะทางบุคลิกภาพ 4 คุณลักษณะ คือ เป็นตราที่ผู้บริโภคไว้วางใจ (Reliable) ยอมรับอะไรได้อย่างง่ายดาย (Accepting) มีความซื่อสัตย์ (Honest) และสามารถเข้าใจผู้บริโภคได้อย่างลึกซึ้ง (Insightful) เมื่อใช้ตราสินค้านี้แล้วเหมือนอยู่กับเพื่อนสนิทที่รู้จัก เรื่องราวของความเป็นเพื่อนในตำนาน หรือวรรณคดีของไทยจะพบน้อยมาก เพราะความสัมพันธ์ของไทยจะเป็นความสัมพันธ์ที่เป็นลำดับขั้นในสังคมศักดินา คือ มุลนายกับบ่าว เจ้านายกับลูกน้อง กษัตริย์กับทหารที่มาเป็นเพื่อนกัน เรื่องราวในวรรณคดีมักมีตัวเอกเป็นลูกพระเจ้าแผ่นดินมีบ่าวเป็นเพื่อน ในวรรณคดีของไทยความเป็นเพื่อนที่มีสถานะเท่าเทียมกันจึงมีน้อยมาก มักปรากฏในนิทานพื้นบ้าน ต่อมาเมื่อสังคมเริ่มเปลี่ยนแปลงมีการรับวัฒนธรรมตะวันตกเข้ามาในวรรณกรรมสมัยใหม่

นวนิยาย วรรณกรรมร่วมสมัย เรื่องราวของเพื่อนน้ำมิตรที่เท่าเทียมจึงถูกสถาปนาขึ้นมา เกิดความคิดเรื่องเพื่อนที่คอยให้กำลังใจ มิตรภาพ เสียว เกลอส เพื่อนที่ พรรคพวก ตราสินค้าในกลุ่มนี้จะเสนอถึงความกลมเกลียว แนบแน่น เป็นแรงสนับสนุน เช่น MK สุกี้ ช่วงเวลาแห่งความอบอุ่น

ต้นแบบตราสินค้าราชา

เป็นต้นแบบที่มีเอกลักษณ์ของความยิ่งใหญ่เหนือผู้อื่น ตราสินค้าแบบนี้ประกอบด้วยคุณลักษณะทางบุคลิกภาพ 4 คุณลักษณะ คือ ความเป็นนักปกครอง มีบุคลิกภาพแบบผู้นำ (Leading) อ้างว่าเป็นผลิตภัณฑ์ชั้นเยี่ยมที่ได้รับการยอมรับ เป็นตราสินค้าที่สังคมคาดหวังและให้การยอมรับว่าต้องเป็นคนดี (Decent) เป็นตราที่ดี มีความยุติธรรม (Fair) เป็นตัวแทนของอำนาจ (Powerful) ซึ่งแสดงถึงความมั่นคง ตรงไปตรงมา เชื่อถือได้ ตราสินค้าที่มีภาพลักษณ์แบบราชาจึงเป็นตราที่มีประวัติอันยาวนานสามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค เป็นตราที่เด่น ส่วนมากเป็นบริษัทใหญ่ ได้รับการยอมรับในวงกว้าง เช่น การใช้ข้อความยืนยันในโฆษณาว่าได้รับรางวัลรับรองหรือการยกย่องว่าเป็นสินค้าผู้นำในตลาดเป็นอันดับหนึ่ง

ต้นแบบสินค้าผู้สันโดษ

เป็นต้นแบบที่พัฒนามาจากต้นแบบกำพร้า มีลักษณะของผู้ที่พึ่งพาตัวเองสูง ผู้ชีวิต ตราสินค้าแบบนี้ประกอบด้วยคุณลักษณะทางบุคลิกภาพ 5 คุณลักษณะ คือ เป็นคนที่ปรับตัวง่าย (Adaptable) มีความมานะอุตสาหะ (Industrious) ไม่จำเป็นต้องพึ่งใคร สามารถทำทุกอย่างได้ด้วยตนเอง (Independent) เป็นตราสินค้าที่เปี่ยมด้วยความหวัง (Hopeful) และมีความถ่อมตัวไม่โอ้อวดความสามารถ (Humble) เมื่อย้อนดูเรื่องเล่าเกี่ยวกับนิทานกำพร้าก็พบว่าเป็นตัวเอกที่พบอยู่ทั่วโลก ในวัฒนธรรมไทยมักพบในภาคอีสาน ความเป็นสากล เป็นตัวแทนของความเป็นชายขอบ อัตคัดในรูปสมบัติและทรัพย์สินสมบัติ จึงเป็นตัวละครที่ตรงข้ามกับวีรบุรุษของไทยในวรรณกรรมภาคกลางที่มีชาติกำเนิดสูง มาในปัจจุบันได้รับการพัฒนามาเป็นตัวละครที่รักสันโดษ ช่วยเหลือตัวเอง มีความเท่าเทียมกัน และมักเป็นคนที่ไม่โอ้อวด ต้นแบบตราสินค้านี้จึงมักสื่อถึงความเป็นรองไม่ได้เป็นที่หนึ่ง การมีความพยายาม ความอดทนมุมานะ ความเป็นพื้นบ้าน และความพอเพียง

ต้นแบบตราสินค้าเจ้าเสน่ห์

เป็นต้นแบบที่มีเอกลักษณ์ของผู้ที่เปี่ยมไปด้วยเสน่ห์และแรงปรารถนา มีความเข้ายวนเพศตรงข้าม ตราสินค้าแบบนี้ประกอบด้วยคุณลักษณะทางบุคลิกภาพ 4 คุณลักษณะ คือ บุคลิกภาพแบบดึงดูดใจ (Attractive) ความเข้าใจผู้อื่น (Understanding) ดูเป็นชนชั้นสูง (High-class)

เปรียบเหมือนเป็นสินค้าราคาแพง มีอุปนิสัยชอบเรียกร้อง (Demanding) เอาแต่ใจเห็นแก่ความสุขของตนเอง มีความต้องการอยู่เสมอ เป็นตัวแทนของการล่องลอยให้หลง เปี่ยมพลังแห่งความสุขที่ดึงดูด การช่วยวนใจ โดยมากตราสินค้าในกลุ่มนี้จะใช้การดึงดูดทางเพศ รูปสลักลึกลับเสียงสัมผัส หากเป็นเรื่องเล่าในตำนานก็จะเป็นการใช้เสน่ห์ลึกลับ ผังรูปผังรอย มนตราอาคม หรือการใช้จิตวิทยาในการเจรจาต่อรอง สินค้าที่มักใช้เรื่องราวของต้นแบบเจ้าเสน่ห์ก็มักเป็นสินค้าที่สื่อถึงการดึงดูดเพศตรงข้าม เช่น น้ำหอม โคโลญจน์ โรลออน หรือร้านกาแฟสตาร์บัคส์ (Starbucks) ที่ใช้ความหอมเย้ายวนของกลิ่นกาแฟมาดึงดูด

ต้นแบบตราสินค้าขบถ

เป็นต้นแบบที่มีเอกลักษณ์ไม่เหมือนใคร เป็นสัญลักษณ์ของความแตกต่างทางความคิด เป็นตราสินค้าที่คิดนอกกรอบ ชอบแตกแถว ปฏิเสธกฎเกณฑ์เดิมๆ จึงมีความขัดแย้งในตนเองสูง ตราสินค้าแบบนี้ประกอบด้วยคุณลักษณะทางบุคลิกภาพ 5 คุณลักษณะ คือ เป็นคนต่อต้านสังคม (Anti-social) ชอบความท้าทาย (Challenging) มีความรักอิสระเป็นอย่างมาก (Freedom Loving) มักดูเท่ (Cool) ร้ายๆ กวนๆ และไม่หวั่นเกรงต่อความกลัว (Fearless) พร้อมทั้งจะออกไปเผชิญกับปัญหา ต้นแบบขบถนี้เป็นพลังด้านที่ต่อต้านความเป็นระเบียบ อาจออกมาในภาพของการเสียดสีเป็นคนแปลกหรือคนไม่ดี ตัวแสบ มีความเป็นตัวของตัวเอง แต่คนลักษณะนี้ก็มีเสน่ห์ดึงดูดจากความไม่ตายนั่นเช่นกัน ตัวละครขบถนี้ก็เป็นฮีโร่และก็สามารถสร้างจุดเด่นให้เป็นที่สนใจได้ แตกต่างจากตัวพระเอกที่เป็นคนดีซึ่งมักจะจำเจน่าเบื่อ ตราสินค้าการเสนอภาพแนวคิดที่นอกกรอบจึงเป็นทางเลือกให้ผู้ที่ยากแตกต่างจากแนวทางเดิมๆ เช่น รายการแฉแต่เช้า หรือบับนอกระยะ เป็นตราสินค้าที่ไม่ต้องพยายามทำตัวเป็นคนดีตลอดเวลา

2.6 แนวคิดเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมาย

ในระยะ 2-3 ปีนี้ เราคงจะได้เห็นและได้ยินกระแสของเด็กแนว และเด็กฮิป มาโดยตลอด ซึ่งนักการตลาดและนักสร้างแบรนด์ได้ให้ความสนใจกับกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มนี้เป็นอย่างมากเนื่องจากเป็นกลุ่มที่พฤติกรรมมารบริโภคและไลฟ์สไตล์ (Lifestyle) ที่อาจจะเรียกว่าจับไม่ติดเลยทีเดียว นอกจากนั้นบรรดาผู้ผลิตได้พยายามนำเสนอสินค้าและบริการต่างๆ เพื่อเอาใจลูกค้ากลุ่มนี้ ซึ่งเป็นธรรมดาที่สินค้าและบริการบาง แบรนด์ (ไม่มีแบรนด์) ขาดดิ้นขาดดีเป็นหน้าตาทำ แต่บางแบรนด์ (ไม่มีแบรนด์) ต้องม้วนเสื่อกลับบ้านไป เนื่องจากยังไม่รู้จักไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคกลุ่มนี้เท่าที่ควร เพื่อไม่ให้เป็นการตกกระโหลกเด็กแนว จึงขอแนะนำเรื่องราวและงานวิจัยเกี่ยวกับไลฟ์สไตล์ของเด็ก

แนวมาให้ท่านผู้อ่านได้อ่านกัน เริ่มจากการทำความรู้จักกับกลุ่มเด็กแนวตามทางของพฤติกรรมผู้บริโภคในตลาด ดังต่อไปนี้ (ณัฐพล จิตประไพ, 2551 : 1-10)

กลุ่ม Gen-M (เจน-เอ็ม) หรือ Millennial Generations คำๆ นี้ อาจจะยังไม่เป็นที่คุ้นเคยกันมากนัก แต่สำหรับในแวดวงของกลุ่มนักวิชาการตลาด นักการตลาด นักสร้างแบรนด์ รวมไปถึงกลุ่มนักศึกษา MBA คงมีความคุ้นเคยและรู้จักลักษณะของ Gen-M มาเป็นอย่างดี ซึ่ง Gen-M เป็นคำเฉพาะที่นักการตลาดใช้ในการแบ่งกลุ่มผู้บริโภค โดยสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

- 1.กลุ่ม Gen-B หรือ Boomer Generation ซึ่งหมายถึงผู้บริโภคที่มีอายุระหว่าง 40-63 ปี
- 2.กลุ่ม Gen-X หรือ Generation X ซึ่งหมายถึง ผู้บริโภคที่มีอายุระหว่าง 34-39 ปี
- 3.กลุ่ม Gen-Y หรือ Generation Y ซึ่งหมายถึง ผู้บริโภคที่มีอายุระหว่าง 25-33 ปี
- 4.กลุ่ม Gen-M หรือ Millennial Generation ซึ่งหมายถึง ผู้บริโภคที่มีอายุระหว่าง 18-24 ปี

จากการแบ่งกลุ่มผู้บริโภคในข้างต้นนี้ นักการตลาดและนักสร้างแบรนด์กำลังให้ความสนใจกับกลุ่ม Gen-M ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีลักษณะพิเศษ มีความโดดเด่นเฉพาะตัวและค่อนข้างจะมีพฤติกรรมผู้บริโภคที่ซับซ้อนแต่มีอำนาจในการซื้อค่อนข้างสูง ซึ่งเป็นเหตุผลที่ทำให้นักการตลาดและนักสร้างแบรนด์จำเป็นต้องหันมาและให้ความสนใจกับผู้บริโภครุ่นนี้เป็นอย่างดีทีเดียว

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของ Gen-M

ในปัจจุบันจำนวนประชากรกลุ่ม Gen-M มีอยู่ประมาณ 6.84 ล้านคน หรือ 11.4% ของประชากรทั้งประเทศ (ประเทศไทย) นอกจากนี้ กลุ่ม Gen-M ยังแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มแรก ได้แก่ กลุ่มที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับอุดมศึกษา (ปริญญาตรี) และบัณฑิตศึกษา (ปริญญาโท) ส่วนกลุ่มที่ 2 คือ กลุ่มที่เริ่มเข้าสู่ตลาดแรงงานและทำงานอยู่เป็นระยะเวลาหนึ่งแล้ว (อายุงานไม่เกิน 4ปี)

ลักษณะเฉพาะของคนกลุ่ม Gen-M

Gen-M จะมีบุคลิกลักษณะที่อาจจะแตกต่างจากคนกลุ่มอื่นๆ ไปบ้าง สามารถสรุปได้ดังนี้

1. เป็นกลุ่มที่มีความละเอียดอ่อนเรื่องการสร้างสัญลักษณ์ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตน

2. มีแรงขับภายในสูง
3. มีความเชื่อมั่นในการใช้พลังของตนเองสูง
4. มีความรักครอบครัว เคารพผู้อาวุโสกว่าแต่ไม่ได้แสดงออกแบบธรรมเนียมไทยแท้แต่โบราณ (ไม่ถึงขนาดหมอบคลาน กราบ)
5. มีความรู้สึกที่ชีวิตนี้เป็นของตนเองเลือกและตัดสินใจบริโภคสินค้าหรือบริการต่างๆ ด้วยความคิดของตนเอง เป็นต้น

ทั้งนี้เนื่องจากกระแสของ Gen-M ทำให้ผู้วิจัยเกิดแรงบันดาลใจในการทำการสำรวจ “รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ของกลุ่ม Gen-M ซึ่งทำการสำรวจกลุ่มประชากรทั้งเพศหญิงและเพศชาย ที่มีอายุระหว่าง 18-24 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยทำการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ในการสำรวจครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการรู้ถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่ม Gen-M ตามแนวทางการวัดรูปแบบการดำเนินชีวิตของ Henry Assael มาใช้ ด้วยวิธี AIO Inventories ซึ่งประกอบไปด้วย 3 ด้าน ได้แก่ 1.ด้านกิจกรรม (Activities) 2.ด้านความสนใจ (Interests) และ 3.ด้านความคิดเห็น (Opinion) สามารถสรุปไลฟ์สไตล์ของกลุ่ม Gen-M ได้ดังนี้

Techno-Computer

กลุ่ม Gen-M มักจะใช้คอมพิวเตอร์เพื่อเข้าสู่โปรแกรมอินเทอร์เน็ตในการสื่อสารระหว่างเพื่อนหรือบุคคลอื่นๆ ซึ่งบางครั้งเคยได้ยินบางคนเรียกเด็กกลุ่มนี้ว่าเป็นกลุ่มเด็ก MSN (Messenger) ก็มี (เป็นการพูดแซวกันเล่นๆ) นอกจากนี้ Gen-M ยังใช้เป็นแหล่งค้นคว้าสิ่งต่างๆ เพื่อให้ประกอบการเรียนการสอน เพื่อความบันเทิง เพื่อแสวงหาความรู้ใหม่ๆ เป็นต้น

Entertainment

กลุ่ม Gen-M ชอบความสนุกสนาน ความบันเทิง แม้กระทั่งเรื่องราวที่เป็นสาระก็ควรที่จะเป็นสารคดีในรูปแบบที่สนุกสนาน ไม่ใช่เนื้อหาวิชาการที่ดูซีเรียส สไตล์ Edutainment มากเกินไป ทำให้ยากต่อการเข้าใจ

Luxury

กลุ่ม Gen-M ชอบความสะดวกสบายที่อำนวยความสะดวกในการดำรงชีวิตและชอบทำกิจกรรมต่างๆ และแสวงหาสิ่งที่ทำให้ชีวิตตนเองดูดี มีระดับในสายตาของคนรอบข้าง

Gang

กลุ่ม Gen-M ชอบทำกิจกรรมร่วมกับเพื่อนๆ ที่เป็นคนกลุ่มแนวเดียวกัน แต่ในความเป็นกลุ่มหรือแก๊งนี้ ตนเองก็จะพยายามสร้างความโดดเด่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะขึ้นมาภายในกลุ่มของตนเองด้วยเช่นกัน

Freedom

Gen-M มักจะชอบการมีอิสระทางความคิดและการดำเนินชีวิต ไม่ขึ้นอยู่กับบรรทัดฐานที่เคยมีมาในอดีต แต่พวกเขาก็จะรู้จักวิธีประเพณีที่ควรปฏิบัติ ไม่นอกลู่ นอกทางเกินไป

Future Plan

กลุ่ม Gen-M เริ่มมีการวางแผนอนาคตของตนเองไม่ว่าจะเป็นเรื่องการศึกษา การใช้ชีวิตในอนาคต การใช้ชีวิตคู่ (เนื่องจากแนวคิดการมีคู่หรือการใช้ชีวิตคู่ของคนกลุ่มนี้เปลี่ยนไป มองเรื่องการอยู่ก่อนแต่งเป็นเรื่องธรรมดา ไม่ผิดขนบธรรมเนียมประเพณี)

Education

กลุ่ม Gen-M สนใจที่จะศึกษาเล่าเรียนในระดับที่สูงขึ้น โดยอย่างน้อยต้องศึกษาให้สำเร็จในระดับปริญญาตรี และถ้ามีโอกาสจะพยายามศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้นเรื่อยๆ

In-Trend Fashion

กลุ่ม Gen-M เป็นผู้นำแฟชั่นรวมถึงผู้ตามแฟชั่นลำดับแรกๆ โดยจะไม่ยอมตกเทรนด์เกี่ยวกับสิ่งใหม่ๆ ไม่ว่าจะเป็น เทคโนโลยี เสื้อผ้า ทรงผม หนังสือ ภาพยนตร์ เป็นต้น

Socialize

กลุ่ม Gen-M จะให้ความสนใจ ร่วมทำ ร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับกิจกรรมอันเป็นสาธารณสังคม เช่น การบริการโลหิต การรณรงค์โครงการต่างๆ การเป็นสมาชิกกลุ่มอนุรักษ์ เป็นต้น

จากบทสรุปดังกล่าวข้างต้น พอจะมองเห็นลักษณะพฤติกรรมไลฟ์สไตล์ของกลุ่ม Gen-M ซึ่งนับว่าเป็นกลุ่มที่มีความสำคัญต่อนักการตลาดและนักสร้างแบรนด์อย่างมาก ดังนั้นในการทำกิจกรรมทางการตลาด การสื่อสาร กับ กลุ่ม Gen-M เราควรจะต้องรู้และเข้าใจผู้บริโภคกลุ่มนี้ให้ลึกซึ้งเสียก่อน โอกาสในการสร้างตลาดกับคนกลุ่มนี้ยังไปได้อีกไกล