

สุพิชญา เข้มทอง : ศึกษาองค์ประกอบของการออกแบบเว็บไซต์สำหรับสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์

ธรรมชาติ (A STUDY OF WEB ELEMENTS IN DESIGNING WEBSITE FOR NATURAL PRODUCTS)

อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ : อ.ธนพร เจียรกุล และ อ.ศักดิ์สยาม พงษ์ดำ. 139 หน้า. ISBN 974 - 464 - 226 - 2

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะการใช้องค์ประกอบในการออกแบบเว็บไซต์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการนำเสนอข้อมูล และตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการเว็บไซต์สินค้าประเภทผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ โดยการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง 3 กลุ่ม คือ ผู้เชี่ยวชาญด้านเว็บไซต์ 4 คน นักออกแบบเว็บไซต์ 4 คน และผู้ให้บริการเว็บไซต์ 20 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย 1) ตารางวิเคราะห์องค์ประกอบในการออกแบบเว็บไซต์ 2) แบบสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 2 ชุด สำหรับผู้เชี่ยวชาญและนักออกแบบเว็บไซต์ 1 ชุด และสำหรับผู้บริโภคที่ใช้งานเว็บไซต์ 1 ชุด

การวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งเป็น 3 ตอน คือ 1) คุณลักษณะของเว็บไซต์สินค้าผลิตภัณฑ์ธรรมชาติที่มีอยู่ในปัจจุบัน 2) แนวคิดของผู้เชี่ยวชาญและนักออกแบบในการออกแบบองค์ประกอบของเว็บไซต์ 3) แนวคิดของผู้ใช้บริการที่มีต่อองค์ประกอบของเว็บไซต์ ในด้านความสะดวกในการใช้งานและการดึงดูดความสนใจ

จากการวิจัยสามารถสรุปลักษณะองค์ประกอบที่เหมาะสมกับเว็บไซต์สินค้าผลิตภัณฑ์ธรรมชาติได้ดังนี้

เนวิเกชันที่กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่มเห็นว่าออกแบบและใช้งานง่าย คือ Menu Bar ที่อยู่ด้านบนของหน้าหรือด้านซ้าย เว็บไซต์ควรเชื่อมโยงข้อมูลแบบลำดับขั้น และแสดงผลข้อมูลใหม่ในหน้าต่างเดิม รายการลิงค์ควรตอบสนองกับการใช้งาน และใช้เนวิเกชันแบบกราฟิกผสมกับแบบ Text Link โดยไม่ต้องมี Gimmick มาก

โครงสร้างของหน้าเว็บควรเป็นแบบพอดีน้าจอในหน้าแรก และแนวดิ่งในหน้าที่มีข้อมูลมาก ควรมีพื้นที่ว่างสำหรับพักสายตา และหากมีการแบ่งข้อความเป็นคอลัมน์ ไม่ควรเกิน 3 คอลัมน์

ภาพที่ใช้ประกอบในเว็บไซต์ ควรใช้ผสมกันระหว่างภาพถ่าย 70% และภาพกราฟิก 30% ภาพทั้ง 2 ประเภทต้องสามารถเชื่อมโยงข้อมูลได้

ตัวอักษรที่ใช้เป็นหัวข้อควรมีบุคลิกแบบไม่เป็นทางการ ส่วนข้อความยาวๆ ควรมีบุคลิกเป็นทางการ เพื่อให้อ่านง่าย โดยใช้ตัวอักษรสีเข้มบนพื้นหลังสีอ่อน ซึ่งเป็นพื้นหลังแบบสีพื้นเรียบๆ ไม่ให้แข่งกับภาพประกอบ

โทนสีที่เป็นที่นิยม คือ สีหม่นแบบเอิร์ธโทน สร้างความผ่อนคลาย และน่าเชื่อถือแก่เว็บไซต์ รองลงมาเป็นโทนสีแบบ Light สร้างความรู้สึกสะอาดบริสุทธิ์ ปลอดภัยให้กับตัวสินค้า

ระยะเวลาที่ใช้ในการแสดงผลข้อมูล 1 หน้าไม่ควรเกิน 35 วินาที ถ้ามีการแสดงความคืบหน้าของการดาวน์โหลด จะมีผลให้ผู้บริการอดทนรอได้นานขึ้นโดยเฉลี่ย 10 วินาที

K 43362019 : MAJOR : VISUAL COMMUNICATION DESIGN

KEYWORD : WEB ELEMENTS / NATURAL PRODUCTS

SUPITCHAYA KHEMTHONG : A STUDY OF WEB ELEMENTS IN DESIGNING WEBSITE FOR NATURAL PRODUCTS. THESIS ADVISORS : THANATORN JIARAKUN AND SAKSAYARM PONGDAM. 139 p. ISBN 974 – 464 - 226 - 2

The purpose of this research were to study the usage of web elements in order to increase efficiency of information presentation and to serve the need of users of natural products websites by interviewing 3 groups of purposive sampling that consist of 4 experts, 4 web designers and 20 users.

The instruments used for gathering data were; 1) a table of web matrix analysis; 2) two versions of interview guide, one for experts and web designers, another for users.

The analysis was divided into three parts 1) the attribute of web elements used in natural product website 2) the opinions of expert and web designer in designing web elements 3) the opinions of user about the convenience in using web elements and the attractiveness of website.

The conclusion of this research was an attribute of web elements that most suited to natural products website, from both view of designers and users.

Navigation system : Both group preferred hierarchical site structure and compound navigator, both graphic and text. Menu Bar was the easiest design and comprehends. The most proper position of navigator was on the top of page either on the left. Menu should interact with users and link target was supposed to be in the same window. There's no need a lot of gimmicks in one site.

Page Layout was depend on an amount of information. Fixed size was suited to homepage or intro page while vertical layout suited to information page. Space was needed and in one page shouldn't have more than 3 columns of content.

70% of images used in natural products websites should be photograph in order to make sense of pure natural products and 30% should be graphic. Both type of image should be hyperlink.

Typography of heading or topic should be casual while body or content should be formal. For the most legibility, typography should be dark color on light plain color background.

The most favorite color was obscure or earth tone for relaxation and reliability. Secondary was light for pure, clean and safety

Access Time should be 35 seconds or less and plus 10 seconds if display progress of download.