

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษานี้เป็นการศึกษาการประเมินผลการใช้งานเว็บไซต์โฮมส์เชียงใหม่ดอทคอม ในบทนี้แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับ แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ซึ่งประกอบด้วย แนวคิดปัจจัยแห่งความสำเร็จของเว็บไซต์การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ แนวคิดเกี่ยวกับหลักสำคัญ 7 ประการของเว็บไซต์อสังหาริมทรัพย์ แนวคิดเกี่ยวกับหลักพื้นฐาน 10 ประการในการออกแบบเว็บไซต์ให้มีประสิทธิภาพ และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ดังรายละเอียดต่อไปนี้

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1.1 แนวคิดปัจจัยแห่งความสำเร็จของเว็บไซต์การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ปัจจัยแห่งความสำเร็จของเว็บไซต์การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มี 7 ประการ ประกอบด้วย 7 Cs ของ Rayport และ Jaworski (2002) ดังนี้

1. บริบทของเว็บไซต์ (Context) ต้องมีการออกแบบให้มีความสอดคล้องกันทั้งข้อความและรูปภาพ มีสีสันทันทีและมีความกลมกลืนกัน มีเมนูให้เลือกเพื่อเข้าถึงเนื้อหาที่ต้องการได้ง่าย สามารถเปิดได้รวดเร็วไม่ใช้เวลานานเกินไป

วิธีหนึ่งที่จะทำให้ผู้ใช้เว็บไซต์สามารถเข้าถึงข้อมูลได้รวดเร็วขึ้นก็คือ การจัดระเบียบการบอกทิศทางของเว็บไซต์ (Navigation) ให้มีความชัดเจน ซึ่งโดยปกติจะอยู่ทางด้านบนและ/หรือ ด้านข้างของหน้าแรก (Home Page) ทำให้ผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์ไม่หลงทาง

2. เนื้อหา (Content) ต้องจัดให้มีเนื้อหาที่หลากหลาย และมีจำนวนมากพอที่จะให้ผู้เข้าชมยังเว็บไซต์ได้รับประโยชน์อย่างเพียงพอ ต้องปรับปรุงให้เนื้อหามีความทันสมัย และมีการเพิ่มเนื้อหาใหม่ๆ อยู่เสมอ โดยเนื้อหาในเว็บไซต์สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 รูปแบบ ดังนี้

2.1 เนื้อหาเป็นการเสนอขายสินค้า (Offering Dominant) ซึ่งอาจจะเป็นการขายสินค้าประเภทเดียว หรือหลายประเภท

2.2 เนื้อหาเป็นข้อมูลข่าวสารต่างๆ (Information Dominant) เน้นการนำเสนอข้อมูลข่าวสารต่างๆ เช่น www.manager.co.th

2.3 เนื้อหาเป็นผู้ซื้อผู้ขายภายในตลาดออนไลน์ (Market Dominant) ไม่ได้เป็นเว็บไซต์ที่ขายสินค้า หรือ บริการโดยตรง แต่เป็นเสมือนตลาดที่ให้ผู้ซื้อและผู้ขายมาพบกัน เช่น www.pramool.com, www.ddproperty.com, www.homeschiangmai.com เป็นต้น

3. ชุมชนออนไลน์ (Community) หรือชุมชนออนไลน์ มีการเปิดโอกาสให้ผู้ใช้ได้ติดต่อสื่อสารระหว่างกัน เช่น การแลกเปลี่ยนความรู้ และความสนใจด้านต่างๆ ตลอดจนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน โดยRayport และ Jaworski (2002) ได้ให้เกณฑ์ในการสร้างความหนาแน่นของชุมชนออนไลน์ ไว้ดังต่อไปนี้

3.1 ความรู้สึกของการเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม (Cohesion) ต้องทำให้มีความรู้สึกว่าคุณเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม โดยอาจจะมีการจัดการแข่งขัน ให้มีการแสดงความคิดเห็น หรือการจัด Meeting

3.2 ผลกระทบต่อวิถีชีวิตของสมาชิก (Effect) เว็บไซต์ต้องไม่เพียงแต่พูดคุยกันแล้วก็จากไป แต่ต้องมีประโยชน์ต่อการดำรงชีวิตของสมาชิกด้วย

3.3 การช่วยเหลือกัน (Help) สมาชิกที่มีปัญหาคล้ายกัน จะมีการตอบคำถามด้วยความเข้าใจกัน

3.4 สายสัมพันธ์ (Relationship) เว็บไซต์ต้องจัดความขัดแย้งกัน เพื่อให้สมาชิกมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน ทำให้เข้ามาเว็บไซต์นั้นต่อไป

3.5 ภาษา (Language) การมีภาษาที่สื่อสารกันได้อย่างเข้าใจระหว่างสมาชิก ทำให้สมาชิกเข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์อย่างต่อเนื่อง

3.6 การควบคุมดูแลความเรียบร้อยภายในบอร์ดตนเอง (Self-regulation) บางครั้งอาจจะมีคนแปลกหน้าเข้ามาก่อวุ่น หรือสร้างความรำคาญ เช่น การเขียนข้อความที่หยาบคาย หรือ โฆษณาสินค้าที่ไม่มีประโยชน์ หรือไร้สาระ ก็จะทำให้สมาชิกไม่เข้าไปเยี่ยมชมเว็บไซต์นั้นต่อไป จึงต้องมีการควบคุมกันเอง อย่าให้มีเหตุการณ์ที่ไม่สร้างสรรค์ดังกล่าวเกิดขึ้น

4. การบริการเป็นรายบุคคล (Customization) จัดให้มีการบริการเป็นรายบุคคล เช่น ให้สมาชิกเข้ามาช่วยสร้างเนื้อหาในส่วนที่ตนเองสนใจ สามารถปรับแต่งหน้าตาในส่วนของสมาชิกแต่ละคนได้ ทำให้ผู้ใช้เกิดความผูกพันและรู้สึกถึงความเป็นส่วนตัวมากยิ่งขึ้น

5. การติดต่อสื่อสาร (Communication) กับทางเว็บไซต์ โดยสามารถจัดให้มีการติดต่อสื่อสารแบบทางเดียว เช่น มีข้อมูลบอกเล่าเกี่ยวกับเว็บไซต์ แนวคิดของเว็บไซต์ รวมถึงการแนะนำทีมงาน และควรจัดให้มีส่วนที่เป็นคำถามที่มีถามบ่อย (Frequent Asked Questions: FAQ) หรือการติดต่อสื่อสาร 2 ทาง ซึ่งสามารถทำได้ 3 วิธี ได้แก่ ติดต่อทางอีเมล ติดต่อผ่านบล็อกรองเว็บมาสเตอร์ และทีมงานฝ่ายต่างๆ และติดต่อผ่านเว็บบอร์ดแจ้งปัญหาการใช้เว็บไซต์

การติดต่อสื่อสารกับทางเว็บไซต์มีประโยชน์หลายประการ เช่น เป็นเครื่องมือหนึ่งในการสร้างการตลาดแบบได้รับอนุญาต เป็นเครื่องมือในการตอบคำถามที่ลูกค้ามักถามบ่อยๆ เป็นเครื่องมือในการให้บริการลูกค้าและสร้างความสัมพันธ์

6. การเชื่อมโยงกับยังเว็บไซต์อื่นๆ (Connection) จัดให้สามารถเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์อื่นๆ ได้จำนวนมาก ทำให้สามารถเพิ่มจำนวนผู้เข้ามาใช้ได้เป็นจำนวนมากเช่นกัน โดยรูปแบบของการเชื่อมโยงของเว็บไซต์มี 4 ประเภท ดังนี้

6.1 เว็บไซต์ปลายทาง (Destination Site) เป็นเว็บไซต์ที่เน้นถึงเนื้อหาที่สร้างขึ้นด้วยตนเอง โดยไม่มีการเชื่อมโยงกับยังเว็บไซต์อื่น เหมือนเป็นเว็บไซต์เป้าหมายปลายทางที่ผู้เข้ามาเยี่ยมชมต้องการ อย่าง www.chulabook.com ซึ่งจำหน่ายหนังสือออนไลน์ ไม่จำเป็นต้องมีการเชื่อมโยงกับยังเว็บไซต์อื่น

6.2 เว็บไซต์ศูนย์กลาง (Hub Site) เป็นเว็บไซต์ที่มีเนื้อหาของตนเอง และมีการเชื่อมโยงกับยังเว็บไซต์ที่มีความเกี่ยวข้องโยงกัน ทั้งนี้เนื่องจากต้องการให้เว็บไซต์ตนเองเสมือนเป็นศูนย์กลางของข้อมูลในด้านนั้นๆ เช่น www.tripparty.com ให้บริการข้อมูลร้านอาหาร เมนูเด็ด และสูตรอาหารต่างๆ มีการเชื่อมโยงกับยังเว็บไซต์ของร้านอาหารต่างๆ มากมาย เพื่อให้ทุกคนที่เข้ามายังเว็บไซต์สามารถค้นหาร้านอาหารที่ดูใจได้อย่างสะดวกที่สุด

6.3 เว็บท่า (Portal Site) เป็นเว็บไซต์ที่มีเป้าหมายในการเป็นเว็บไซต์แรกสำหรับคนที่เข้ามาใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเชื่อมต่อไปยังเว็บไซต์อื่นๆ ต่อไป ดังนั้นจึงมีความจำเป็นในการเชื่อมโยงกับยังเว็บไซต์ให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้

6.4 เนื้อหาที่มาจากเว็บไซต์อื่น (Outsourced Content) หลายๆ เว็บไซต์ที่มักเอาเนื้อหาจากเว็บไซต์อื่น เนื่องจากหากผลิตเองจะมีต้นทุนที่สูงมาก อีกทั้งยังสะดวกกว่าอีกด้วย แต่อาจมีเนื้อหาไปซ้ำกับเว็บไซต์อื่น ที่นำเนื้อหาจากแหล่งเดียวกัน เนื้อหาที่นิยม และถูกนำมาใช้มากที่สุด คือ เนื้อหาข่าวจากเว็บไซต์ข่าวต่าง ๆ

7. การพาณิชย์ (Commerce) สามารถให้เว็บไซต์มีรายได้ ซึ่งอาจจะเป็นการโฆษณา การขายสินค้า หรือบริการ เป็นต้น

1.2 แนวคิดเกี่ยวกับหลักสำคัญ 7 ประการของเว็บไซต์อสังหาริมทรัพย์ (7 Real Estate Website Essentials) โดยทั่วไปแล้ว เว็บไซต์ที่ถูกสร้างขึ้นโดยบริษัทรับออกแบบเว็บไซต์อสังหาริมทรัพย์ระดับมืออาชีพ ต้องประกอบไปด้วยคุณสมบัติต่างๆ ที่ไม่เพียงสร้างขึ้นตามความต้องการเท่านั้น แต่จำเป็นต้องมีความโดดเด่นท่ามกลางเว็บไซต์อสังหาริมทรัพย์อื่นๆ โดยมีหลักสำคัญ 7 ประการดังนี้ (Enovabiz Solution: Online, 2008)

1. การออกแบบที่ดูดีและสะอาดตา (Nice and Clean Design) เว็บไซต์อสังหาริมทรัพย์ควรจะมีการออกแบบที่สะอาดตาและง่ายต่อการใช้งานเพื่อที่จะสร้างความมั่นใจแก่ผู้เข้าชมว่าจะสามารถค้นหาข้อมูลต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว ข้อมูลเนื้อหาควรจะนำเสนอแบบกระชับ

หลายๆ เว็บไซต์ประกอบภาพเคลื่อนไหวที่มีการออกแบบอย่างสวยงาม แต่ก็ไม่ได้ประโยชน์หรือตอบสนองความต้องการของผู้ใช้เว็บไซต์ และอาจทำให้พลาดลูกค้าคนสำคัญไปเนื่องจากมีระยะเวลาในการดาวน์โหลดข้อมูลนานเกินไป ดังนั้นสิ่งสำคัญที่สุดก็คือทำให้เว็บไซต์ดูเรียบง่าย

2. ความสามารถในการค้นหาผ่าน Search Engine ได้ง่าย (Search Engine Friendly) Search Engine อย่างเช่น Google หรือ Yahoo เป็นเครื่องมือในการสร้างปริมาณการเข้าใช้เว็บไซต์ที่สำคัญ การออกแบบเว็บไซต์จำเป็นต้องเลือกใช้หัวข้อ คำสำคัญ รวมถึงเนื้อหาที่เหมาะสมและเป็นข้อมูลให้กับ Search Engine ได้

3. ความหลากหลายของรายการอสังหาริมทรัพย์ (Real Estate Listings) เว็บไซต์อสังหาริมทรัพย์ควรมีรายการอสังหาริมทรัพย์หลากหลายพอที่จะดึงดูดให้ผู้ใช้เว็บไซต์เข้ามาใช้งานเว็บไซต์นานขึ้น นอกจากนี้ ควรมีระบบเพิ่ม แก้ไข หรือลบรายการอสังหาริมทรัพย์ ที่ใช้งานได้ง่ายสำหรับผู้ดูแลระบบด้วย

4. คลังภาพและวิดีโอ (Image and Video Gallery) การสร้างวิดีโอภาพเสมือนจริงนั้นสามารถแสดงตัวสินทรัพย์สู่ผู้ใช้เว็บไซต์ที่อยู่ต่างจังหวัด หรือต่างประเทศ หรืออยู่ไกลออกไปได้ และยังสามารถเป็นตัวบ่งบอกถึงระดับความเป็นมืออาชีพและความใส่ใจที่มีของผู้ที่ลงประกาศขายได้อีกด้วย

5. ระบบการจัดการเนื้อหา (Content Management System: CMS) ระบบการจัดการเนื้อหา ถือว่าเป็นส่วนสำคัญสำหรับเว็บไซต์อสังหาริมทรัพย์ ผู้ที่ลงประกาศขายอสังหาริมทรัพย์อาจจะต้องมีการปรับเปลี่ยนเนื้อหาอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นจำเป็นต้องมีระบบการจัดการเนื้อหาแบบไม่ซับซ้อนรองรับเพื่อที่จะแก้ไขหรือเพิ่มเติมเนื้อหาได้อย่างรวดเร็ว

6. ระบบจัดการการติดต่อ (Contact Management) การติดต่อถือว่าเป็นหลักสำคัญของการขาย ผู้ใช้เว็บไซต์ควรจะสามารถติดต่อกับผู้ลงประกาศขายอสังหาริมทรัพย์ผ่านแบบฟอร์มการติดต่อได้ ควรมีแบบฟอร์มข้อเสนอแนะที่เหมาะสมเพื่อให้ผู้ใช้เว็บไซต์สามารถส่งความคิดเห็นของพวกเขาได้ ควรมีการวางกลยุทธ์ในการตอบรับการติดต่ออย่างเหมาะสม เพราะถือว่าเป็นกุญแจสำคัญที่จะติดต่อกับผู้ใช้เว็บไซต์ อีกทั้งควรมีการส่งข่าวสารรายเดือนพร้อมกับรายการสินทรัพย์ตัวใหม่ๆ ให้แก่ลูกค้าเสมอ

7. การตลาดบนอินเทอร์เน็ต (Internet Marketing) เนื่องจากจำนวนของเว็บไซต์อสังหาริมทรัพย์มีอยู่เป็นจำนวนมาก การวางแผนการตลาดบนอินเทอร์เน็ตจึงเป็นสิ่งสำคัญในการแข่งขันกับเว็บไซต์อื่นๆ เช่น การโฆษณาโดยใช้แบนเนอร์ Search Engine Optimization หรือ การสร้างลิงก์เชื่อมโยงกับเว็บไซต์อื่นๆ เป็นต้น

1.3 พฤติกรรมของผู้ใช้เว็บไซต์ การเข้าใจความคิด พฤติกรรมทั่วไป และการโต้ตอบการใช้งานบนเว็บไซต์ของผู้ใช้เว็บไซต์ ถือเป็นสิ่งจำเป็นที่จะช่วยให้สามารถนำหลักพื้นฐานในการออกแบบเว็บไซต์มาใช้ได้อย่างเหมาะสม (Smashing Magazine: Online, 2008)

โดยทั่วไปแล้ว นิสัยของผู้ใช้เว็บไซต์ไม่ได้มีความแตกต่างจากนิสัยของลูกค้าที่มีตามร้านค้า หรือห้างสรรพสินค้าทั่วไป ผู้ใช้เว็บไซต์จะเพียงมองผ่านๆ ในแต่ละหน้าของเว็บไซต์ และคลิกลิงก์แรกที่ตรงกับความสนใจ หรือสิ่งที่คล้ายกับสิ่งที่ผู้ใช้เว็บไซต์กำลังเสาะหา ซึ่งในความเป็นจริงแล้ว ยังมีอีกหลายหน้าเว็บไซต์ที่ผู้ใช้เว็บไซต์ไม่อ่าน เนื่องจากเป็นสิ่งที่ไม่ตรงกับความสนใจของผู้ใช้เว็บไซต์ และผู้ใช้ส่วนใหญ่จะมีพฤติกรรมดังนี้

1. ผู้ใช้เว็บไซต์ส่วนใหญ่ จะค้นหาในสิ่งที่สอดคล้องกับความสนใจ หรือมีประโยชน์ และสามารถคลิกได้ และทันทีที่พบสิ่งเหล่านั้น ก็จะคลิกเลือกหน้าเว็บไซต์นั้น และถ้าหากหน้าเว็บไซต์ใหม่ที่ถูกเปิดขึ้นหลังจากการคลิกนั้นๆ ไม่ตรงกับสิ่งที่ผู้ใช้เว็บไซต์คาดหวัง ผู้ใช้เว็บไซต์ก็จะกลับไปเริ่มการค้นหาใหม่
2. ผู้ใช้เว็บไซต์ให้ความสำคัญกับคุณภาพและความน่าเชื่อถือ เป็นเหตุผลที่เว็บไซต์ที่มีเนื้อหาที่มีคุณภาพแต่การออกแบบไม่ดีมากนักยังสามารถมีจำนวนการเข้าใช้ที่มากได้ เนื้อหาจึงเป็นสิ่งสำคัญมากกว่าการออกแบบ
3. ผู้ใช้เว็บไซต์ดูข้อมูลเพียงผ่านตา โดยผู้ใช้เว็บไซต์จะค้นหาใจความสำคัญหรือลิงก์ที่คาดว่าจะนำไปสู่เนื้อหาที่ต้องการ
4. ผู้ใช้เว็บไซต์ไม่มีความอดทนและเบื่อหน่ายง่าย ผู้ใช้เว็บไซต์จะเปลี่ยนไปใช้เว็บไซต์อื่นได้ง่าย หากมีการออกแบบเว็บไซต์ที่ยากต่อการใช้งานเกินไป
5. ผู้ใช้เว็บไซต์ไม่คัดกรองทางเลือก และไม่ค้นหาวิธีในการหาข้อมูลที่เร็วที่สุด แต่จะเลือกคลิกตัวเลือกแรกๆ ที่ผู้ใช้เว็บไซต์คิดว่าน่าจะนำไปสู่เนื้อหาที่ต้องการได้
6. ผู้ใช้เว็บไซต์จะใช้งานตามความเคยชินมากกว่าที่จะอ่านและปฏิบัติตามคำแนะนำในการใช้งานที่ผู้ออกแบบเว็บไซต์แนะนำ

ผู้ใช้เว็บไซต์ต้องการที่จะควบคุมการใช้งานต่างๆ ได้เอง ยกตัวอย่าง เช่น ผู้ใช้ไม่ต้องการให้มีหน้าต่าง Pop Up ขึ้นมาเองโดยที่ผู้ใช้เว็บไซต์ไม่ต้องการ หรือสามารถกลับไปสู่หน้าเว็บไซต์ก่อนหน้าโดยใช้เพียงแค่ปุ่ม “Back” ในเมนูของ Web Browser เป็นต้น

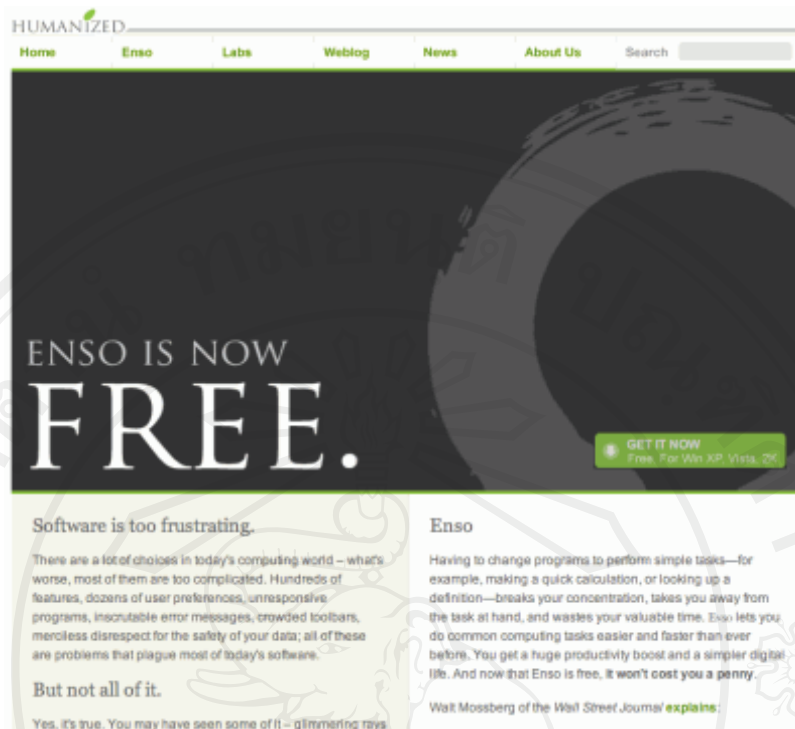
1.4 แนวคิดเกี่ยวกับหลักพื้นฐาน 10 ประการในการออกแบบเว็บไซต์ให้มีประสิทธิภาพ (10 Principles of Effective Website Design) เมื่อเข้าใจถึงพฤติกรรมทั่วไปของผู้ใช้เว็บไซต์แล้ว จึงสามารถนำมาใช้ประกอบการออกแบบเว็บไซต์ได้อย่างเหมาะสมตามหลักพื้นฐานในการออกแบบเว็บไซต์ให้มีประสิทธิภาพ 10 ประการ ดังนี้ (Smashing Magazine: Online, 2008)

1. ออกแบบให้เข้าใจง่าย (Don't make users think) ไม่ควรออกแบบเว็บไซต์ให้ผู้ใช้เยี่ยมชมเว็บไซต์เกิดคำถามขึ้นเกี่ยวกับการใช้งานว่า เมื่อเข้ามาที่เว็บไซต์แล้วจะต้องใช้งานอย่างไรต่อไป ควรออกแบบให้สอดคล้องกับความเคยชินของผู้ใช้เว็บไซต์

2. ลดขั้นตอนที่ยุ่งยาก (Don't squander users' patience) ควรลดขั้นตอนที่ยุ่งยากในการลงทะเบียนสมาชิก หรือมีขั้นตอนที่สั้นและรวดเร็ว ไม่ควรบังคับให้ผู้ใช้เว็บไซต์ให้ข้อมูลส่วนตัวมากเกินไปในเบื้องต้น ผู้ออกแบบเว็บไซต์อาจขอข้อมูลของผู้ใช้เว็บไซต์ในภายหลังที่ผู้ใช้เว็บไซต์ได้ทดลองใช้งานดูแล้ว ซึ่งผู้ใช้เว็บไซต์ส่วนใหญ่มักจะยินดีให้ข้อมูลเพิ่มเติมเมื่อพบว่าระบบดังกล่าวสามารถตอบสนองความต้องการได้

ภาพที่ 1 ขั้นตอนการลงทะเบียนของ Stikkit

3. สร้างจุดสนใจให้กับผู้ใช้เว็บไซต์ (Manage to focus users' attention) ควรสร้างจุดสนใจให้กับผู้ใช้เว็บไซต์ในหน้าแรกของเว็บไซต์ ด้วยข้อความหรือรูปภาพที่ดึงดูดความสนใจได้ดี และสามารถสื่อถึงสิ่งที่ต้องการบอกถึงผู้ใช้เว็บไซต์ได้



ภาพที่ 2 ตัวอย่างการสร้างจุดสนใจของ Humanized.com

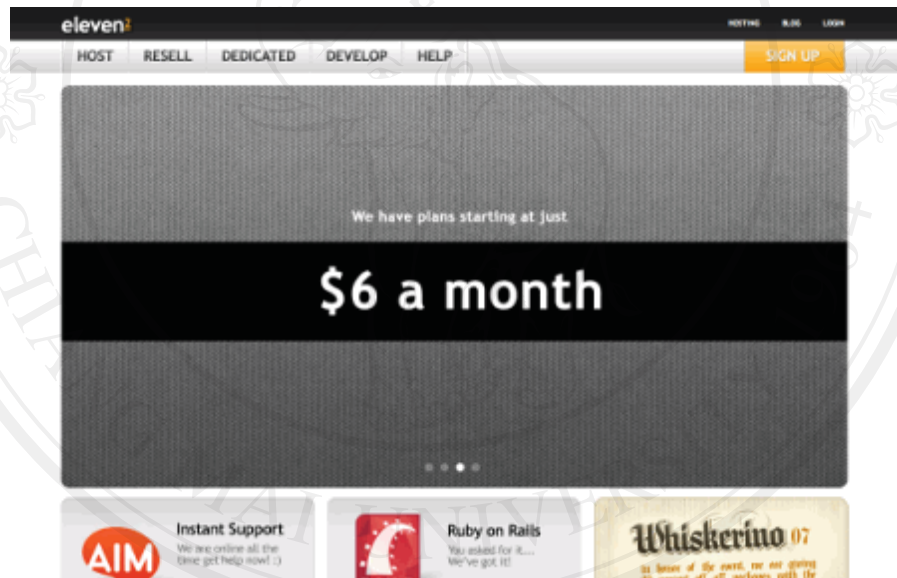
4. แสดงให้เห็นคุณสมบัติการใช้งานอย่างชัดเจน (Strive for feature exposure)

การแสดงให้เห็นคุณสมบัติการใช้งานอย่างชัดเจน (Strive for feature exposure) การแสดงให้เห็นผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์เห็นว่าสามารถทำอะไรได้บ้างในเว็บไซต์ เช่น Dibusoft.com ได้แสดงเมนูการใช้งานหลัก 9 ตัวเลือก ในตำแหน่งที่สามารถสังเกตเห็นได้อย่างชัดเจน นอกจากนี้ อาจสร้างระบบนำทางที่มีขั้นตอนชัดเจนเพื่อช่วยนำพาผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์ไปสู่เนื้อหาที่ต้องการได้



ภาพที่ 3 ตัวอย่างการแสดงผลเมนูการใช้งานหลักของ Dibusoft

5. ใช้การเขียนที่เข้าใจได้ง่าย (Make use of effective writing) ลักษณะการเขียนที่ดี ได้แก่ การใช้คำที่สั้นและได้ใจความ การจัดวางรูปแบบให้สามารถอ่านได้ง่าย การใช้คำพูดที่เป็นกลางหรือประโยคบอกเล่าโดยไม่มีลักษณะโน้มน้าว เป็นต้น เนื่องจากเว็บไซต์นั้นแตกต่างจากสื่อสิ่งพิมพ์ทั่วไป ดังนั้น ผู้ใช้เว็บไซต์มักจะมองข้ามหรือไม่ให้ความสนใจกับหัวข้อที่ยาวเกินไปและไม่มีรูปภาพหรือไม่มีการเน้นคำสำคัญด้วยตัวอักษรหนาหรือตัวอักษรเอียง นอกจากนี้ยังควรใช้ภาษาพูดและคำที่ติดหู ไม่ใช่คำหรือชื่อที่เป็นทางการ เป็นการโน้มน้าว ชื่อเฉพาะ หรือคำศัพท์เฉพาะที่คนทั่วไปไม่คุ้นเคย ยกตัวอย่างเช่น ควรใช้คำว่า “sign up” มากกว่าคำว่า “start now!” หรือ “explore our service” เช่น Eleven2.com นำเสนอราคาซึ่งเป็นประเด็นหลักที่ต้องการนำเสนอ โดยการแสดงราคาไม่จำเป็นต้องมีคำว่า “Price:”



ภาพที่ 4 ตัวอย่างการแสดงราคาของ Eleven2.com

6. ออกแบบให้เรียบง่าย (Strive for simplicity) เป้าหมายของการออกแบบเว็บไซต์ คือ การออกแบบให้เรียบง่ายที่สุด ผู้ใช้เว็บไซต์น้อยรายนัก ที่เข้ามาใช้งานเว็บไซต์เพียงเพราะเว็บไซต์มีการออกแบบที่น่าสนใจ ผู้ใช้เว็บไซต์ต้องการหาข้อมูลมากกว่าการออกแบบ เช่น Finch แสดงตัวเลือกบนเว็บไซต์แก่ผู้ใช้เว็บไซต์อย่างชัดเจน ซึ่งผู้ใช้เว็บไซต์สามารถมองหาตัวเลือกได้ง่ายโดยที่ไม่ปะปนกับเนื้อหาที่ไม่จำเป็น



ภาพที่ 5 ตัวอย่างการออกแบบเว็บไซต์ที่เรียบง่ายของ Finch

7. แบ่งเนื้อหาด้วยช่องว่าง (Don't be afraid of the white space) การแบ่งเนื้อหาด้วยช่องว่าง ช่วยให้ผู้ใช้เว็บไซต์สามารถอ่านได้ง่ายขึ้นมากกว่าการแบ่งเนื้อหาด้วยเส้นตาราง ซึ่งโครงสร้างของการจัดวางเนื้อหาที่ซับซ้อนเกินไปนั้นยากแก่การอ่านและการใช้งานเว็บไซต์ ดังนั้น หากต้องจัดให้มีการแบ่งส่วนของเนื้อหาออกจึงควรแบ่งด้วยช่องว่างมากกว่าการใช้เส้นตาราง



ภาพที่ 6 ตัวอย่างการแบ่งเนื้อหาด้วยช่องว่างของ Cameron.io

8. สื่อสารด้วยการจัดระบบการแสดงผลเนื้อหาที่มีประสิทธิภาพ (Communicate effectively with a “visible language”) ควรออกแบบและเรียบเรียงและจัดวางเนื้อหาอย่างรอบคอบ มีการใช้รูปแบบเดียวกันตลอดทั้งเว็บไซต์ เช่น รูปแบบของหน้า สไตล์ของกราฟิก ระบบเมนูไอคอน และโทนสี ควรมีความคล้ายคลึงกันตลอดทั้งเว็บไซต์ และแสดงเนื้อหาที่สอดคล้องกับเว็บไซต์

9. ใช้รูปแบบที่เป็นสามัญที่ใช้กันทั่วไป (Conventions are our friends) การใช้รูปแบบที่เป็นสามัญและมีใช้กันอยู่ในหลายเว็บไซต์ช่วยลดการเรียนรู้การใช้งานของผู้ใช้เว็บไซต์ โดยที่ผู้ที่เข้ามาใช้เว็บไซต์ใหม่ไม่จำเป็นต้องศึกษาว่าจะใช้งานเว็บไซต์ได้อย่างไร นอกจากนี้ยังช่วยสร้างความน่าเชื่อถือแก่เว็บไซต์และความเชื่อมั่นของผู้ใช้เว็บไซต์อีกทางหนึ่ง

10. ทดสอบก่อนการใช้งานและทดสอบอย่างสม่ำเสมอ (Test early, test often) ควรทดสอบทุกครั้งหลังจากที่มีการออกแบบ หรือแก้ไข และควรทดสอบโดยบุคคลอื่นที่ไม่ใช่ผู้ออกแบบหรือเจ้าของเว็บไซต์

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Jinling Chang (2005) ได้ศึกษาเรื่องการประเมินผลการใช้งานของเว็บไซต์การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ประเภท B2C ในประเทศจีน เพื่อทำการเปรียบเทียบเว็บไซต์การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ประเภท B2C ในประเทศจีนจำนวน 5 เว็บไซต์ ได้แก่ เว็บไซต์ของบริษัท Haier Group, Lenovo, Tsinghua, Tongfang Huaqi และ Tsinghua Unisplendour โดยใช้หลักเกณฑ์ในการประเมินที่พัฒนาขึ้นโดย Microsoft (Microsoft Usability Guidelines) ซึ่งประกอบไปด้วยการประเมินในด้าน Content, Ease of use, Promotion, Made-for-the-medium และ Emotion ทำการประเมินเว็บไซต์โดยกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาเอก การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ จำนวน 120 คน นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาเอก การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ 50 คน บุคคลทั่วไป 80 คน และลูกจ้างบริษัทที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศ จำนวน 100 คน พบว่า เว็บไซต์ของ Haier และ Lenovo มีคะแนนสูงกว่า เว็บไซต์ของอีก 3 บริษัทที่เหลือ และเว็บไซต์ของ Tsinghua Unisplendour มีจุดบกพร่องมากที่สุด

นัฐพงษ์ เชนวิวัฒน์ (2546) ได้ศึกษาเรื่องการพัฒนาเว็บไซต์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา มีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนาเว็บไซต์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพาให้มีความเหมาะสม โดยสำรวจสภาพปัญหาและความต้องการของผู้บริหารบัณฑิตวิทยาลัย รวมถึงสำรวจเว็บไซต์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยต่างๆ แล้วนำข้อมูลที่ได้มากำหนดคุณสมบัติของเว็บไซต์ที่จะพัฒนา จากนั้นจึงนำเว็บไซต์ที่พัฒนาไปให้กลุ่มตัวอย่างทดลองใช้ในวันต้น 2 ครั้ง พร้อมทำการปรับปรุง แล้วให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดทำเว็บไซต์ จำนวน 5 คน ตรวจสอบและทำการปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ จากนั้นจึงทำการประเมินเว็บไซต์โดยกลุ่มตัวอย่างจำนวน 60 คน เครื่องมือที่ใช้ในการประเมินเว็บไซต์ คือ แบบประเมิน ชนิดมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ โดยประเมินเว็บไซต์ใน 4 ด้าน คือ ด้านรูปแบบการนำเสนอและการออกแบบ ด้านเนื้อหา ด้านภาพ และด้านการเชื่อมโยง ผลการประเมิน พบว่า เว็บไซต์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา มีความ

เหมาะสมโดยรวมอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 4.04 คือ สามารถใช้เป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารฯ เป็นแหล่งสืบค้นข้อมูลทางวิชาการ เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารระหว่างอาจารย์ นักศึกษา และบุคคลทั่วไปได้

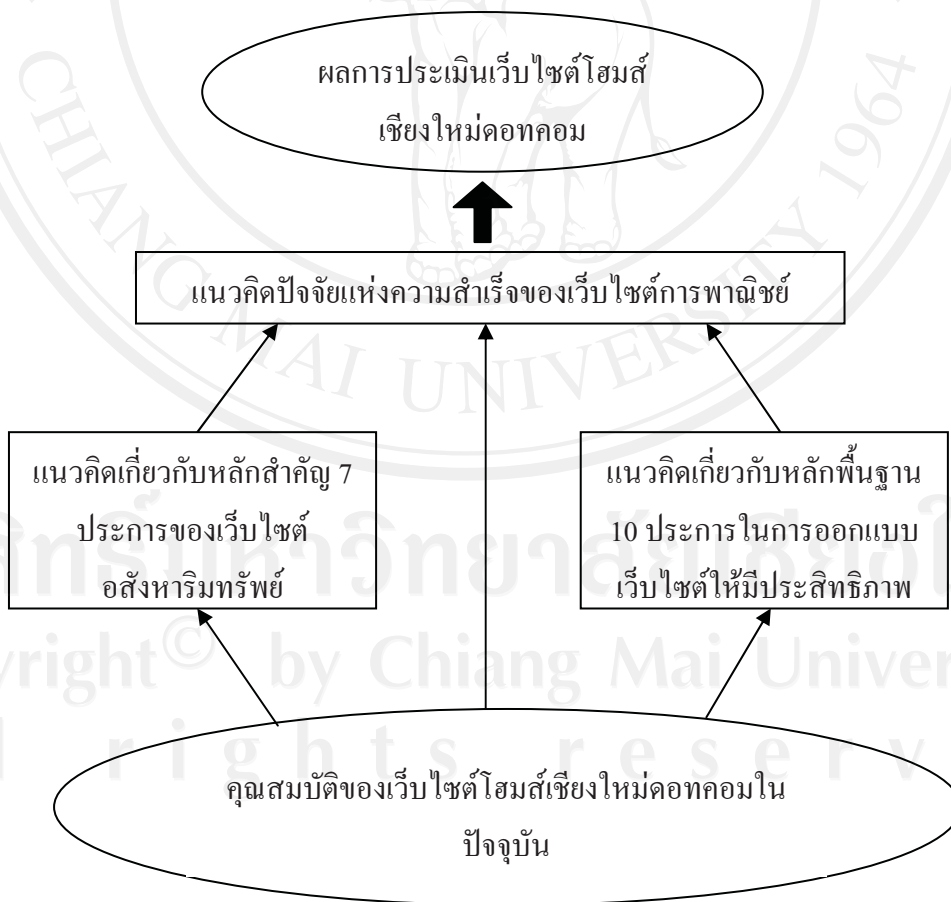
กิตติพงษ์ จำรูญ (2551) ได้ศึกษาเรื่องการพัฒนาเว็บไซต์สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษาระดับปริญญาโท คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น เพื่อพัฒนาเว็บไซต์ดังกล่าวตามหลักการและวิธีออกแบบและพัฒนาเว็บเพจ โดยศึกษาในด้านองค์ประกอบต่างๆ ของเว็บไซต์ 7 ด้าน ได้แก่ ด้านข้อมูลที่น่าสนใจบนเว็บไซต์ ด้านการเข้าถึงข้อมูล ด้านการออกแบบหน้าเว็บเพจ ด้านระบบนำทาง (Navigator System) ด้านกราฟและภาพเคลื่อนไหว ด้านตัวอักษรและการจัดรูปแบบข้อความ และด้านการใช้สีในเว็บเพจ กลุ่มเป้าหมายในการวิจัย เป็นบุคลากรและนักศึกษาระดับปริญญาโท การศึกษาระดับปริญญาโท คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่นจำนวน 20 คน และบุคคลทั่วไปที่ผู้วิจัยขอความร่วมมือในการชมเว็บไซต์ของผู้วิจัยจำนวน 10 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1) เว็บไซต์สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษาระดับปริญญาโท คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ที่สร้างขึ้นตามหลักการและวิธีการออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ ที่ผ่านการตรวจสอบและประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ 2) แบบสอบถามความคิดเห็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ สอบถาม 7 ด้าน คือ ด้านข้อมูลที่น่าสนใจบนเว็บไซต์ ด้านการเข้าถึงข้อมูล ด้านการออกแบบหน้าเว็บเพจ ด้านระบบนำทาง (Navigation System) ด้านกราฟิกและภาพเคลื่อนไหว ด้านตัวอักษรและการจัดรูปแบบข้อความ และด้านการใช้สีในเว็บเพจ วิเคราะห์ข้อมูลโดย หาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นที่มีต่อเว็บไซต์ พบว่า บุคลากรและนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น มีความคิดเห็นต่อเว็บไซต์ในด้านต่างๆ ที่ศึกษาทั้ง 7 ด้านในระดับดี และบุคคลทั่วไปที่ให้ความร่วมมือในการชมเว็บไซต์ มีความคิดเห็นต่อเว็บไซต์ในด้านต่างๆ ที่ศึกษาทั้ง 7 ด้านในระดับดี เช่นเดียวกัน

เจริญศรี แซ่กิม (2551) ได้ศึกษาเรื่องการประเมินเว็บไซต์สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาในเขตภาคใต้ เพื่อสังเคราะห์แบบประเมินเว็บไซต์ และประเมินเว็บไซต์สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาในเขตภาคใต้ โดยใช้กลุ่มประชากรทั้งหมด คือ เว็บไซต์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาในเขตภาคใต้ จำนวน 30 เขต เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบประเมินเว็บไซต์แบบมาตราประมาณค่าที่สร้างขึ้นเอง มีค่าความตรงเชิงเนื้อหาเท่ากับ 1.00 ผลการวิจัยพบว่า สามารถสรุปเกณฑ์การประเมินเว็บไซต์ได้ 7 ด้าน ได้แก่ด้านเนื้อหาและข้อมูล การเชื่อมโยงข้อมูล ความทันสมัย ความน่าเชื่อถือ ความเป็นมิตรมีเดีย การเข้าถึงข้อมูล และรูปแบบการนำเสนอและการออกแบบ มีการประเมินในภาพรวมของเว็บไซต์สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาในเขตภาคใต้อยู่ในระดับดีทุกด้าน และมีข้อเสนอแนะว่า

มีเนื้อหามากเกินไป ทำให้ขาดความน่าสนใจ ควรมีเฉพาะหัวข้อหรือแสดงเป็นภาพและสามารถเชื่อมโยงถึงรายละเอียดของข้อมูล การจัดกลุ่มเนื้อหาของหน้าโฮมเพจ หากมีความใกล้เคียงกันควรจัดไว้ในตำแหน่งใกล้เคียงกัน ควรมีการใช้ตัวอักษร สีของตัวอักษร สีพื้นเว็บ สีภาพประกอบให้เกิดความกลมกลืนสบายตาอย่างเหมาะสม ควรมีการปรับปรุงเนื้อหาและข้อมูลให้ใหม่และเป็นปัจจุบัน การตกแต่งควรใช้ภาพเคลื่อนไหวประกอบ

กรอบแนวคิดในการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ความต้องการของผู้ใช้เว็บไซต์เด็กมอของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ในครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาแนวความคิดปัจจัยแห่งความสำเร็จของเว็บไซต์การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ แนวความคิดเกี่ยวกับหลักสำคัญ 7 ประการของเว็บไซต์อสังหาริมทรัพย์ แนวความคิดเกี่ยวกับหลักพื้นฐาน 10 ประการในการออกแบบเว็บไซต์ให้มีประสิทธิภาพ และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องต่างๆ เป็นกรอบแนวความคิดในการสร้างแบบสอบถามในการศึกษาครั้งนี้ ดังนี้



ภาพที่ 7 แสดงการนำแนวความคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องมาสร้างกรอบแนวความคิดในการศึกษา