

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง



2.1 แนวคิดเรื่องกลยุทธ์การออกแบบเพื่อการสื่อสารของเว็บเพจ

สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (2540) ได้ให้ความหมายของเว็บเพจไว้ดังนี้ เว็บเพจ (Web page) คือหน้าหนังสืออิเล็กทรอนิกส์บนเวิร์ลด์ไวด์เว็บที่เจ้าของเว็บเพจต้องการจะส่งไปในหน้าหนังสืออิเล็กทรอนิกส์นั้น ซึ่งในเว็บเพจหนึ่งๆ อาจมีหลายหน้าจอ (Page) ได้ และหน้าหนึ่งๆ เหล่านี้จะมีฐานะเป็นเว็บเพจและมีนามสกุลเป็น .html คือ Hypertext Markup Language ซึ่งเป็นภาษาที่ใช้เขียนเว็บเพจเหล่านั้น ข้อมูลที่แสดงก็เป็นได้ทั้งข้อความ เสียง ภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหว และข้อมูลที่น่าเสนอสามารถเชื่อมโยงในรูปของ Hypertext คือเชื่อมโยง (link) ไปยัง Page อื่นๆ ที่จะให้ข้อมูลนั้น ๆ ในระดับลึกลงไปเรื่อยๆ นอกจากนี้เว็บเพจจะต้องมีที่อยู่อิเล็กทรอนิกส์บนเครือข่ายเฉพาะของตน ซึ่งแหล่งที่อยู่นี้เรียกว่า URL (Uniform Resource Locator)

แมทธิว (1997) ได้ให้ความหมายของเว็บเพจว่า เป็นแฟ้มข้อความที่อยู่ในรูปของ Hyper Text Markup Language (HTML) ซึ่งสามารถเชื่อมโยงไปสู่แฟ้มภาพและเว็บเพจอื่นๆ โดยที่แฟ้มข้อความจะถูกเก็บไว้ใน เว็บเซิร์ฟเวอร์ (Web server) และสามารถที่จะเข้าถึงแฟ้มได้ด้วยตัวเครื่องคอมพิวเตอร์อื่นๆ ที่เชื่อมโยงกับเว็บเซิร์ฟเวอร์โดยผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ตหรือระบบ LAN นอกจากนี้ยังสามารถเข้าถึงแฟ้มข้อมูลโดยใช้โปรแกรมค้นผ่าน (Web browser) โดยที่โปรแกรมจะทำการดาวน์โหลดข้อมูลมายังเครื่องคอมพิวเตอร์ และแปลคำสั่งของ HTML และ Links และจะแสดงผลออกทางจอคอมพิวเตอร์ ส่วนความหมายอื่นๆ ของเว็บเพจ คือ รูปแบบการปฏิสัมพันธ์ของการสื่อสารโดยใช้เครือข่ายคอมพิวเตอร์

ส่วนประกอบสำคัญของเว็บเพจมีสองส่วนคือ ส่วนที่เป็นปฏิสัมพันธ์ และส่วนที่เป็นสื่อประสม สำหรับส่วนที่เป็นสื่อประสมนั้น จะประกอบด้วย ตัวอักษร เสียง ภาพเคลื่อนไหว และแฟ้มวีดิทัศน์ ซึ่งทั้งหมดนี้จะประกอบกันเพื่อนำเสนอเนื้อหา และในส่วนที่เป็นปฏิสัมพันธ์ เนื่องจากผู้ใช้สามารถส่งข้อมูลหรือคำสั่งไปยังเว็บไซต์ที่ถูกควบคุมด้วยเว็บเซิร์ฟเวอร์

ซารินี เซาว์นคิลป์ (2540) กล่าวถึง โฮมเพจ (Home page) ว่าหมายถึง เว็บเพจที่ถูกกำหนดให้เป็นหน้าหลักของเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ ถ้าเปรียบกับหนังสือโฮมเพจคือหน้าปกของหนังสือที่มีสารบัญอยู่ด้วย โฮมเพจจะบอกชื่อผู้ผลิตหรือชื่อหน่วยงานสถาบันเจ้าของโฮมเพจนั้น ให้รายการหัวข้อสำคัญๆ ของเอกสารซึ่งผู้สร้างเว็บเพจจะเป็นผู้กำหนดสาระสำคัญ ส่วน กิดานันท์ มลิทอง (2542) สรุปว่าแต่ละเว็บไซต์จะมีโฮมเพจหรือเรียกว่า “หน้าต้อนรับ” (Welcome page) ซึ่งปรากฏเป็นหน้าแรกเมื่อเปิดเว็บไซต์นั้นขึ้นมา ซึ่งเปรียบเสมือนกับสารบัญและคำนำที่เจ้าของเว็บไซต์จัดสร้างขึ้นเพื่อใช้ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการให้บริการด้านต่างๆ ในองค์กรของตน นอกจากนี้ภายในโฮมเพจก็อาจมีเอกสารข้อความอื่นๆ ที่เชื่อมโยงต่อโฮมเพจนั้นได้อีกที่เรียกว่าเว็บเพจ (Web Page) ซึ่งโฮมเพจหนึ่งๆ ก็อาจมีการเชื่อมต่อกับเว็บเพจอื่นๆ อีกเป็นจำนวนมากก็ได้ (งามนิจ อัจฉรินทร์, 2542)

เช่นเดียวกับการออกแบบในสื่ออื่นๆ เพื่อให้การสื่อสารประสบผลสำเร็จ การออกแบบเว็บเพจต้องพิจารณาถึงกลยุทธ์ในการสื่อสารของเว็บเพจ ซึ่งมีข้อปลีกย่อยพิเศษกว่าการออกแบบสื่ออื่นๆ เนื่องจากเป็นสื่อที่มีลักษณะมัลติมีเดียที่มีการผสมผสานสื่อหลายๆ แบบเข้าด้วยกัน การออกแบบเว็บเพจต้องพิจารณาอย่างพิถีพิถันและเป็นการกระทำอย่างต่อเนื่อง ด้วยคุณสมบัติที่สามารถปรับเปลี่ยนข้อมูลให้ทันสมัย (Update) และมีการปฏิสัมพันธ์กับผู้รับสาร

ดังนั้นเพื่อให้เห็นภาพที่ชัดเจนในหลักเหตุผลของการออกแบบเว็บเพจ จึงจำเป็นที่จะต้องศึกษาถึงแนวทางด้านกลยุทธ์การออกแบบเพื่อการสื่อสารของเว็บเพจ เพื่อการนำมาสร้างความสำเร็จเบื้องต้น ซึ่งหนังสือ Creative Killer Interactivity Web Sites โดยการกล่าวร่วมกันของ Adrew Sather, Ardith Ibanez, Bermie Dechant และ Pascal มีรายละเอียดดังนี้ (นิรชรา ธนเมธี, 2541 : 20-22)

1. การกำหนดวัตถุประสงค์ของเว็บไซต์

เจ้าของโครงการและผู้ออกแบบจำเป็นต้องมีวัตถุประสงค์ที่แน่ชัดว่า มีเว็บไซต์ขึ้นเพื่ออะไร วัตถุประสงค์นั้นจะเป็นหลักสำคัญในการเป็นสิ่งที่กำหนดโครงสร้าง จำแนกวัตถุประสงค์พื้นฐานของการสื่อสารของเว็บเพจได้ดังนี้

1.1 เพื่อสร้างความเป็นผู้เชี่ยวชาญในด้านหนึ่งด้านใดขององค์กร หรือ บริษัทใดบริษัทหนึ่ง ซึ่งเนื้อหานั้นต้องสามารถดึงดูดใจด้วยข้อมูลที่มีประโยชน์ ซึ่งบอกถึงความ

รอบรู้ในสถานะที่องค์กรเป็นอยู่ เช่น บริษัทขายน้ำมัน ต้องมีข้อมูลเกี่ยวกับค่าออกเทนให้กับผู้ที่ความสนใจ องค์กรการศึกษามีข้อมูลวิชาการให้ค้นหาให้กับผู้ที่ต้องการศึกษาในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง การสร้างความน่าเชื่อถือในเรื่องที่องค์กรวางตำแหน่งอยู่ จะสามารถสร้างคุณค่าให้กับเว็บไซต์ขององค์กรนั้นๆ ได้

1.2 เพื่อให้ความเข้าใจในสินค้า และให้บริการในด้านข้อมูลข่าวสาร ผู้ที่เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ส่วนใหญ่มีความต้องการทราบถึงความชัดเจนขององค์กร ข้อมูลของสินค้าและบริการ ซึ่งเว็บไซต์จัดเป็นสื่อที่สามารถให้รายละเอียดทางด้านข้อมูลข่าวสารได้อย่างยอดเยี่ยม ไม่ว่าจะเป็นการส่งเสริมความเข้าใจให้ข้อมูลที่ทันต่อเหตุการณ์ ที่อยู่ของผู้ค้าปลีก ที่อยู่ของตัวแทนจำหน่าย ข้อมูลเพื่อการเสนอขายสินค้าใหม่ การสาธิตวิธีการใช้ จนถึง การนำเสนอข่าวสารให้กับสื่อต่างๆ การสื่อสารแบบใดๆ ก็ตาม ที่สื่ออื่นเคยทำหน้าที่สามารถทำได้ทั้งสิ้นในเว็บไซต์

1.3 เพื่อแสดงภาพลักษณ์ขององค์กร เว็บไซต์ที่ดีต้องมีการออกแบบอย่างมีความสัมพันธ์กับการสื่อสารขององค์กรแบบอื่นๆ โดยแสดงเอกลักษณ์เฉพาะขององค์กรได้

1.4 เพื่อให้องค์กรมีความแตกต่างจากคู่แข่ง เว็บไซต์ที่สามารถให้ข้อมูลข่าวสารที่มีคุณค่า และให้ประโยชน์ได้มากกว่า มีการออกแบบที่สวยงามกว่า จะสามารถทำให้เกิดความแตกต่างจากองค์กรคู่แข่งซึ่งยังผลให้เกิดความสามารถในการจดจำได้ดีกว่าด้วย

1.5 เพื่อเรียนรู้ผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์ที่มีความสนใจในองค์กร โดยใช้หลักทางสังคมศาสตร์และจิตวิทยา กรณีนี้เป็นการใช้เว็บไซต์เพื่อเป็นการสื่อสารอย่างเข้าถึงผู้รับสาร อาจใช้วิธีการสร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลของผู้รับสาร เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาองค์กร สินค้า หรือบริการ ซึ่งมักพบว่าผู้รับสารส่วนใหญ่สนใจที่จะตอบคำถาม ถ้าเราสามารถตอบสนองสิ่งที่ผู้รับสารต้องการได้

1.6 เพื่อก่อให้เกิดการขาย เว็บเพจสำหรับองค์กรที่สร้างขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ทางการค้าย่อมสามารถเก็บเกี่ยวลูกค้าเอาไว้ได้ จากการทำให้เกิดความน่าสนใจในการซื้อสินค้าและบริการ

1.7 เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับนักลงทุน ปัจจุบันขณะที่กำลังมีการพัฒนาการใช้เว็บไซต์เป็นสื่อนี้ มีนักลงทุนจำนวนไม่น้อยที่เข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์ เพื่อพิจารณาถึงสภาพการลงทุนกับบริษัทหรือองค์กรห้างร้านต่างๆ

1.8 เพื่อเป็นสื่อใหม่ที่เป็นสื่อเสริมสื่ออื่นๆ ให้กับองค์กร ด้วยคุณลักษณะพิเศษของเว็บไซต์ที่สามารถสื่อสารข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว และเปิดตลอด 24 ชั่วโมงต่อวัน และ 7 วันต่อสัปดาห์ ซึ่งสามารถให้ข้อมูลได้อย่างเร่งด่วนแบบไม่มีวันปิด เป็นการสื่อสารที่มีการใช้มัลติมีเดียที่ก่อให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ ทั้งยังมีค่าใช้จ่ายที่น้อยมากเมื่อเทียบกับสื่ออื่น จึงเป็นสื่อที่องค์กรไม่ควรมองข้ามในการใช้ เป็นสื่อที่ส่งเสริมสื่อแบบอื่นๆ โดยเฉพาะเมื่อเว็บไซต์นั้นมีการออกแบบอย่างมีประสิทธิภาพ อาจทำให้เว็บไซต์เป็นสื่อหนึ่งซึ่งแพร่กระจายได้มากกว่าสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หรือ สิ่งพิมพ์

1.9 เพื่อเพิ่มการรับรู้ในข่าวสารของบริษัท ความเป็นมา และพัฒนาการเว็บไซต์สามารถเป็นคลังแห่งประชาสัมพันธ์ สามารถปรับเปลี่ยนข้อมูลให้ทันสมัยอยู่เสมอ โดยไม่มีสื่อใดทำได้มาก่อน

1.10 สร้างผู้เยี่ยมชมไซต์ที่มีประสิทธิภาพ เว็บไซต์สามารถแบ่งแยกกลุ่มผู้ใช้ทางวิชาการ ได้เป็นเครื่องมือที่ติดอย่างหนึ่งของนักเรียน นักศึกษา เป็นตัวแทนในการหาลูกจ้างที่ตรงกับความต้องการเป็นการหาลูกค้าที่ตรงกับสินค้าที่สุด เช่น ถ้าต้องการรายชื่อขององค์กรที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม ก็จะสามารถเข้าไปสืบค้นรายชื่อเพื่อการส่งข้อมูลสินค้าไป

1.11 กระตุ้นให้ย้อนกลับมาใช้ ผู้ที่เข้าเยี่ยมชมไซต์อาจเข้ามาบ่อยๆ เพื่อเล่นเกมที่จัดไว้และถือโอกาสใ้การเปิดดูข้อมูลส่วนอื่นๆ บางคนกลับมาเพราะการออกแบบที่ดีใน เว็บไซต์สร้างสุนทรียภาพให้กับผู้รับสาร รายละเอียดที่เลือกมานำเสนอต้องเป็นสิ่งที่น่าสนใจ และมีความละเอียดลึกซึ้ง ทุกๆ หน้าของเว็บไซต์ต้องมีคุณค่าเท่าเทียมกันในการดึงให้ผู้รับสารเข้ามาเยี่ยมชมซ้ำหลายครั้ง

1.12 เพื่อแข่งขันกับคู่แข่งขั้นที่ออนไลน์ เมื่อเว็บไซต์ทุกเว็บไซต์ได้ทำการออนไลน์บนเครือข่ายแล้วถือว่าเว็บไซต์มีการแข่งขันกับเว็บไซต์ที่ออนไลน์ทั้งสิ้น การสร้างภาวะการแข่งขันนั้น หมายถึง การสร้างแรงดึงดูดใจด้วยคุณค่าทางการออกแบบ ไซต์บางไซต์มีการเปลี่ยนแปลงรายวันโดยขาดคุณค่าของข้อมูล และไม่เกิดสุนทรียภาพ ทำให้เกิดความสูญเปล่า

2. กำหนดกลุ่มเป้าหมายและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

การพิจารณาถึงกลุ่มเป้าหมายมีความสำคัญอย่างยิ่ง ในการออกแบบเว็บไซต์ให้มีประสิทธิภาพตรงตามวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้ ซึ่งผู้ออกแบบต้องศึกษาว่า ใครเป็นผู้ใช้อินเตอร์เน็ต โดยเฉลี่ย เป็นเพศใด อายุเท่าไร มีการศึกษาอยู่ระดับใด ทำอะไรเป็นงานอดิเรก มีความสนใจเรื่องใดเป็นพิเศษ จนกระทั่งระดับของความรู้ในเรื่องคอมพิวเตอร์ เมื่อทราบถึงกลุ่มเป้าหมายแล้ว ยังต้องศึกษาลงลึกไปอีกว่า บุคคลประเภทไหนในจำนวนกลุ่มเป้าหมายของเว็บไซต์นี้ ที่มีความสนใจในองค์กร หรือสินค้า แล้วนำมาวิเคราะห์ให้ได้ว่า บุคคลประเภทใดที่ต้องการให้เข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์ ซึ่งอาจเป็นบุคคลที่เป็นกลุ่มเป้าหมายเดียวกับกลุ่มเป้าหมายของสื่ออื่นๆ

การศึกษาและวิเคราะห์ของกลุ่มเป้าหมายนี้อาจทำได้โดยวิธีการออกแบบโดยให้ผู้รับสารกรออกแบบสอบถามเมื่อเข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์ คำถามที่ใช้เพื่อนำมาศึกษากลุ่มเป้าหมาย เช่น เข้ามาออนไลน์บ่อยหรือไม่ ใช้เวลามากน้อยแค่ไหนในการดูเว็บเพจแต่ละหน้า หรือเป็นผู้ที่กระโดดข้ามไปข้ามมาอย่างรวดเร็วจากไซต์หนึ่งไปอีกไซต์หนึ่ง หรือเป็นผู้ที่เชื่อถือข่าวสารที่มีอยู่ในเว็บเพจนั้นๆหรือไม่ การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายนี้ต้องเป็นการวิเคราะห์ร่วมกันจากหลายๆ ฝ่ายในองค์กร ไม่ว่าจะเป็นฝ่ายการตลาด ฝ่ายการขาย ฝ่ายบุคคล ฝ่ายประชาสัมพันธ์ หรือหุ้นส่วนธุรกิจ

การวิเคราะห์ถึงกลุ่มเป้าหมายจะทำให้เว็บไซต์นั้น เป็นเว็บไซต์ที่สามารถออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพดียิ่งในการเป็นสื่อกลาง เพื่อการสื่อสารทุกรูปแบบในองค์กร ซึ่งสิ่งที่ควรพิจารณาเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมายมีดังนี้

ลักษณะทางสังคมศาสตร์

- อายุ
- เพศ
- ระดับการศึกษา
- ภูมิลำเนา
- รายได้
- อุปนิสัยในการบริโภคสื่อ
- ลักษณะพิเศษของชนชาติ เชื้อชาติ

บุคลิกลักษณะและความต้องการ

- ต้องการรู้ข้อมูลอะไร
- ใช้ข้อมูลนั้นอย่างไร
- บ่อยแค่ไหนในการใช้ข้อมูลนี้
- หาข้อมูลนี้ได้จากไหน
- เมื่อเวลาเปลี่ยนไปความต้องการเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร
- ระดับความรู้เกี่ยวกับเว็บไซต์
- เว็บไซต์ใดบ้างที่มักเข้าไปอย่างไร
- คนเหล่านี้ใช้สินค้าและบริการที่ไหน
- เหตุผลในการใช้สินค้าและบริการ
- ใช้บริการอย่างไร
- ใช้สินค้าที่ไหน
- สามารถหาสินค้าและบริการได้อย่างไร
- ใช้สินค้าเพราะอะไร ราคา บริการ คุณภาพ หรืออื่นๆ

3. พิจารณาวัตถุประสงค์ของการเข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์ของผู้รับสาร

สิ่งหนึ่งซึ่งทำให้เว็บไซต์เป็นสื่อที่นำความสำเร็จในการสื่อสารมาให้กับองค์กร คือ การเป็นเว็บไซต์ที่สามารถดึงดูดให้ผู้รับสารเข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์ได้ ซึ่งผู้รับสารแต่ละคนมีวัตถุประสงค์ในการเข้าเยี่ยมชมไซต์แตกต่างกันลักษณะทางสังคมศาสตร์และจิตวิทยา โดยวัตถุประสงค์ของผู้เข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์มีดังนี้

3.1 ข้อมูล เข้ามาในเว็บไซต์เพื่อรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับหน่วยงาน องค์กรบริษัท สินค้า และบริการ

3.2 ข่าว เพื่อรับทราบข่าวสารเกี่ยวกับการประกาศเปิดตัวสินค้า ข่าวการลงทุน การแสดงสินค้า เหตุการณ์ที่ทันสมัย สินค้าที่ชื่นชอบ ข่าวที่ครอบคลุมโดยทั่วไป ข่าวอุตสาหกรรม การนัดหมายเพื่อกิจกรรมกับบุคคลต่างๆ แนวความคิดเห็นของหุ้นส่วน

3.3 การปฏิสัมพันธ์ เพื่อการติดต่อสื่อสารกับบริษัท การถามคำถาม การค้นหาข้อมูล การเสนอความคิดเห็น หรือการปฏิสัมพันธ์กับบุคคลที่เข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์ด้วยกัน

3.4 ความบันเทิง บุคคลที่เข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์ต่างๆ เพื่อต้องการความบันเทิงและความเพลิดเพลินในข้อมูลที่เขาต้องการ เว็บไซต์เป็นสื่อที่มีแนวความคิดเรื่อง Infotainment สื่อหนึ่ง ซึ่งหมายถึงสื่อที่ให้ทั้งข้อมูลข่าวสารและความบันเทิงไปพร้อมกัน

3.5 ของขวัญ ที่ระลึก ของแจกฟรี ผู้เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์มักไม่พลาดโอกาสที่จะรับสินค้าฟรีหรือรางวัลซึ่งเป็นผลพลอยได้ที่ตามมาซึ่งเจ้าของเว็บไซต์จะได้ที่อยู่สำหรับการส่งเอกสารทางไปรษณีย์ ที่อยู่อีเมลล์ หรือข้อมูลต่างๆ ของผู้ที่เข้ามาในเว็บไซต์

ในการออกแบบเว็บไซต์นั้น ไม่เพียงแต่ต้องทราบถึงวัตถุประสงค์พื้นฐานของลูกค้าเท่านั้น เมื่อเว็บไซต์เป็นสื่อที่สร้างการปฏิสัมพันธ์กับผู้รับสารได้ จึงเป็นโอกาสดีที่สามารถขอความคิดเห็นจากผู้รับสารโดยการเจาะเฉพาะกลุ่ม ข้อมูลที่ได้จะเป็นประโยชน์ในการจัดกลุ่มผู้รับสาร จัดกลุ่มผู้บริโภค ความคิดเห็นเหล่านี้จะทำให้ผู้ออกแบบสามารถนำมาปรับปรุงพัฒนาเว็บไซต์ให้ดีขึ้นได้

อีกประการหนึ่ง การที่เว็บไซต์หนึ่งเว็บไซต์ใดมีการขอความคิดเห็นจากผู้รับสาร ในเรื่องของรูปแบบการออกแบบ และเนื้อหาของการออกแบบ ย่อมสะท้อนให้ผู้รับสารเห็นว่า องค์กรนั้นมีความใส่ใจในผู้รับสาร และมีความมุ่งมั่นเพื่อการพัฒนาปรับปรุงซึ่งจะทำให้เกิดภาพพจน์ที่ดีสำหรับองค์กร ทำให้ผู้รับสารเกิดความประทับใจขึ้นได้

4. พิจารณาการออกแบบโครงสร้างเนื้อหา

ในการพิจารณาถึงโครงสร้างของเว็บไซต์ เนื้อหาเป็นส่วนสำคัญที่เป็นพื้นฐานของโครงสร้าง ประเด็นอยู่ที่ว่าความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเป็นอย่างไร ความคาดหวังที่จะได้รับข่าวสารข้อมูลแต่ละประเภท เช่น

- ข้อมูล
- ข่าว
- การตอบคำถาม
- ความบันเทิง
- ของแจกฟรี

ในเว็บไซต์อาจมีมุมมองของการนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบที่ไม่เหมือนกัน หมวดหมู่ของข้อมูลของเว็บไซต์ โดยส่วนใหญ่ มีดังนี้

4.1 ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท คนส่วนใหญ่ต้องการมีความรู้เกี่ยวกับบริษัท ประวัติความเป็นมา เป็นบริษัททำธุรกิจเกี่ยวกับอะไร มีบุคคลประเภทใดทำงานอยู่บ้าง ใครเป็นผู้ดำเนินการของบริษัท ใครเป็นผู้ผลิตสินค้า และ รายละเอียดอื่นๆ ที่ทำให้ผู้รับสารมีภาพที่กระจ่างชัด ในสิ่งที่เกี่ยวข้องกับบริษัท หรือสิ่งที่จะทำให้เกิดความเชื่อถือในผลิตภัณฑ์

4.2 ข้อมูลของสินค้า บุคคลโดยส่วนใหญ่มีธรรมชาติในการต้องการที่จะทราบถึงข้อมูลรายละเอียดสินค้า รายการสินค้า รายการส่งเสริมการขาย ลักษณะเด่น ข้อมูลใหม่ๆ เกี่ยวกับสินค้า แม้กระทั่งเรื่องราคา หรืออาจเจาะลึกไปในการค้นหาห้องแสดงสินค้า เทคนิคการใช้ซื้อสินค้าได้จากที่ไหน ตัวแทนจำหน่ายเป็นใครบ้าง หรือต้องการซื้อสินค้าออนไลน์

4.3 ข่าวทั่วไปหรือข่าวที่ลงในหนังสือพิมพ์ มีสิ่งใดที่เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในองค์กร มีอะไรเกิดขึ้นบ้างในวันนี้ หรือกำลังจะพัฒนาและเกิดขึ้น บริษัทคิดอย่างไรเกี่ยวกับสินค้าและบริการ หรือตัวบริษัทเองมีข้อมูล หรือ แนวความคิดอะไรที่ต้องการประกาศให้รู้โดยทั่วไปบ้าง

4.4 ข้อมูลสำหรับติดต่อ ผู้เข้ามาในเว็บไซต์ส่วนใหญ่ต้องการสัมผัสกับบริษัท ดังนั้นจึงต้องเตรียมที่อยู่ ที่ยูเอชเอ็ม ไลน์ ไปรษณีย์ โทรศัพท์ โทรสาร เพื่อการรับส่งข้อมูลให้กับลูกค้าได้ตลอดเวลา

5. การโปรโมทเว็บไซต์

เมื่อการผลิตเว็บไซต์เสร็จสิ้นลงแล้ว ต้องแน่ใจว่าเว็บไซต์มีคนเข้ามาเยี่ยมชม เว็บไซต์จะไม่มีประสิทธิภาพ หากเว็บไซต์ไม่ได้รับความสนใจ ไม่รู้จักจากผู้เยี่ยมชม กระบวนการโปรโมทเว็บไซต์นี้ทำได้โดย

5.1 การนำเสนอเว็บไซต์ เว็บไซต์ที่ประสบความสำเร็จมีการเตรียมตัวอย่างดี ก่อนการเปิดตัวจริง โดยการเตรียมตัวส่งที่อยู่ของเว็บไซต์ไปภายในบริษัทของลูกค้า ลูกค้า พนักงานภายในบริษัท

5.2 การเตรียมการสำหรับการเปิดตัว ต้องลงทะเบียนในกลไกการค้นหา อินเทอร์เน็ต หรือการลงทะเบียน ในเว็บไซต์ที่เป็นหมวดหมู่เดียวกัน หลังจากทึ่อออนไลน์แล้วต้องส่งข่าวลงในสื่ออื่นๆ ด้วย หรือการสาธิตเว็บไซต์ ในงานการแสดงผลสินค้าต่างๆ ฟังระลึกไว้ว่า เว็บไซต์ก็คือ สินค้าอย่างหนึ่งที่ต้องวางแผนการขาย

5.3 การประกาศข่าวในสื่อ ในสื่ออื่นๆ ที่ต้องเขียนส่งข่าวที่อ้างถึงคุณค่าของเว็บไซต์ ในข่าวที่เกี่ยวข้องกับผู้ใช้เทคโนโลยีของเว็บ ข่าวที่ทำให้เพิ่มจำนวนคนเข้ามาเยี่ยมชมไซต์ คือข่าวที่นำเสนอคุณลักษณะเด่นของเว็บไซต์ที่มีความแตกต่างจากเว็บไซต์อื่นๆ ภายในเว็บไซต์ต่างๆ ที่อยู่หมวดหมู่เดียวกัน หรือการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับข้อสรุปเนื้อหา

นอกจากนี้สื่อประเภทต่างๆภายในบริษัทหรือองค์กรก็เป็นสื่อที่สื่ออย่างหนึ่งในการโปรโมทเว็บไซต์ เช่น หัวจดหมายของบริษัท นามบัตร ของ สติกเกอร์ปิดชื่อที่อยู่ โบว์ชัวร์เกี่ยวกับสินค้า วารสารภายใน วารสารสำหรับลูกค้า หีบห่อขายปลีก โฆษณาของสินค้าในหน้านิตยสาร และสื่อที่ออกอากาศ บางเว็บไซต์ประกาศให้ทราบถึงแผนการส่งเสริมเว็บไซต์ที่มีในสื่ออื่นๆ เช่น การประกาศว่าในเว็บไซต์มีการเล่นเกมชิงรางวัล แจกของฟรี

5.4 การสร้างแบนเนอร์โฆษณาเว็บไซต์ ในการโฆษณาเว็บไซต์นั้น อาจต้องนำแบนเนอร์ของเราไปวางโฆษณาในไซต์อื่นที่เป็นที่นิยม แบนเนอร์ที่วางอยู่ในเว็บไซต์อื่นๆ นั้นสามารถคลิกเข้ามาดูในเว็บไซต์ของเราได้ การวิจัยในเรื่องนี้ค้นพบว่า ผู้ที่คลิกจากแบนเนอร์ผ่านเข้ามาในเว็บไซต์นั้นมีจำนวน 1-5% หมายความว่าสิ่งพิมพ์หรือการโฆษณาในโทรทัศน์จะไม่สามารถรับประกันจำนวนการเปิดรับได้เลย ซึ่งค่าใช้จ่ายในการโฆษณามีราคาแพงมากกว่าที่ต้อง

จ่ายให้กับจำนวนผู้ที่เข้ามาคลิก ซึ่งสามารถเพิ่มจำนวนการคลิกนี้ได้ ถ้าแบนเนอร์ของเรามีประสิทธิภาพเพียงพอ อาจทำได้โดยการใช้ภาพเคลื่อนไหว ซึ่งทำให้การคลิกเพิ่มขึ้นถึง 30-40% แต่อย่าใช้ภาพการเคลื่อนไหวโดยไม่พินิจพิจารณาให้ดี ซึ่งอาจเป็นสิ่งที่ป็นทางลบได้ ดังนั้นภาพที่เคลื่อนไหวต้องใช้อย่างมีเหตุผล ทำให้สามารถเข้าใจมากกว่าการอ่าน หรืออาจทำให้รบกวนสายตาผู้ดูได้ เมื่อต้องการที่จะทำแบนเนอร์ ต้องทำความเข้าใจว่าจุดประสงค์คือ ต้องการให้ผู้เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์มีจำนวนที่มากขึ้น จุดเด่นของแบนเนอร์ที่จะทำให้เกิดอิทธิพลในการคลิก มีดังนี้

- ข้อมูลที่ทันต่อเวลาและสิ่งใหม่ที่อยู่ในความสนใจ
- ข้อเสนอที่มีบริการฟรีหรือของแจกฟรี
- การแข่งขันพิเศษ

การใช้แบนเนอร์ออนไลน์ ต้องพิจารณาว่าจะเลือกวางแบนเนอร์ไว้ที่ไหนหรือจะใส่ไว้ในกลไกการค้นหา (Search Engine) หรือนำไปฝากไว้กับเว็บไซต์ที่มีความสัมพันธ์กับเว็บไซต์ของเรา เว็บไซต์ของสื่อสิ่งพิมพ์ หรือเว็บไซต์ของสื่อมวลชนแขนงอื่นๆ หรือทางโฆษณาในหน้านิตยสารของผลิตภัณฑ์ของบริษัท หรือโฆษณาทางโทรทัศน์ ซึ่งแน่นอนว่า เราต้องเตรียมค่าใช้จ่ายสำหรับการฝากแบนเนอร์โฆษณาเว็บไซต์ เพื่อให้แบนเนอร์ให้น่าสนใจและได้รับการตอบรับการคลิก

6. การประสานงานกับเว็บไซต์อื่นเพื่อโฆษณาเว็บไซต์

การประสานงานกับบริษัทอื่นในการโฆษณาเว็บไซต์ เป็นการเพิ่มโอกาสในการสื่อสารของเว็บไซต์ ซึ่งต้องสร้างสรรคิ์ในการที่จะนำเว็บไซต์ไปเชื่อมโยงกับเว็บไซต์ของบริษัทอื่นเพื่อให้เกิดความสนใจพิเศษที่ต้องมีความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องกัน ยกตัวอย่างเช่น บริษัทฟิล์มโกดักฝากแบนเนอร์ไว้กับบริษัทแคนนอน

จากการที่เป็นหุ้นส่วนซึ่งกันและกันในการโปรโมทเว็บไซต์นี้ อาจเพิ่มความแข็งแกร่งให้กับทั้งสองฝ่ายในการทำธุรกิจ แม้แต่การเป็นหุ้นส่วนกับบริษัทคู่แข่ง เพื่อการสร้างความร่วมมือในการให้ความสะดวกกับลูกค้าในลักษณะร้านเดียวมีผลิตภัณฑ์ทุกอย่างขาย (One Stop Shop) เราอาจจะเชื่อมโยงแลกเปลี่ยนกับเว็บไซต์ของบริษัทใดบริษัทหนึ่งในบรรดาบริษัทต่างๆไป กับบริษัทที่มีการให้ข้อมูลได้อย่างน่าสนใจและมีรูปแบบการออกแบบที่ดี บริษัทมีเว็บไซต์ที่ได้รับความนิยมในการเข้าเยี่ยมชม ส่วนมากจะมีอีเมลล์ส่งเข้ามาเป็นจำนวนมากต่อเดือน เพื่อขอทำการเชื่อมโยงไซต์จากบริษัทอื่น

ข้อพิจารณาในการเชื่อมโยงเว็บไซต์ของเรากับเว็บไซต์อื่น มีดังนี้

- เราจะเชื่อมโยงเว็บไซต์ของเรากับบริษัทอื่นหรือไม่ เพราะเหตุใด
- เว็บไซต์ที่จะทำการเชื่อมโยงนั้นมีลักษณะเด่นอย่างไร
- เว็บไซต์ที่จะทำการเชื่อมโยงอยู่ในหมวดหมู่เดียวกันหรือไม่
- ถ้าไม่ใช่หมวดหมู่เดียวกัน มีความสัมพันธ์กันอย่างไร
- การเชื่อมโยงนี้จะทำให้เกิดผลประโยชน์อะไรบ้าง

7. การดำรงสภาพเว็บไซต์

เมื่อเว็บไซต์ทำการออนไลน์แล้ว มิใช่เว็บไซต์นั้นผ่านกระบวนการมาจนเสร็จสิ้นลง เราต้องรักษาสภาพของเว็บไซต์เอาไว้อยู่เสมอ ซึ่งทำได้โดยพัฒนาหน้าใดหน้าหนึ่งเพิ่มเติมขึ้นมา สร้างจุดเด่นพิเศษเพิ่มขึ้น หรือพัฒนาเว็บไซต์ให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น แม้จนกระทั่งการออกแบบเว็บไซต์ชิ้นใหม่ ซึ่งการพัฒนาเว็บไซต์อย่างต่อเนื่องนี้ต้องคำนึงถึงความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่เปลี่ยนแปลงไป

หลักในการดำรงสภาพเว็บไซต์ มีดังนี้

7.1 ทำให้เว็บไซต์มีความทันสมัย ความทันสมัยในที่นี้ หมายถึง ความรับผิดชอบที่มีต่อเนื้อหา และองค์ประกอบทุกอย่างที่จะสามารถนำมาปรับปรุงเว็บไซต์ให้ดีขึ้นอยู่ตลอดเวลา รวมทั้งการสร้างสรรคสิ่งใหม่ต่างๆที่ตอบสนองของความต้องการของผู้เข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์กลุ่มเดิมให้เข้ามาเยี่ยมชมซ้ำแล้วซ้ำอีก และเพิ่มจำนวนหรือขยายกลุ่มผู้ที่เข้ามาเยี่ยมชมกลุ่มใหม่

7.2 เข้าไปดูเว็บไซต์ของคู่แข่งอย่างสม่ำเสมอ การประเมินคู่แข่งที่ดี ทำได้โดยการพิจารณาเว็บไซต์ที่มีประสิทธิภาพของคู่แข่ง ที่ออนไลน์ เว็บไซต์ที่ดีต้องมีการเจริญเติบโต การพัฒนา และการรักษาสถานภาพของการแข่งขันกับคู่แข่ง เว็บไซต์ที่ดีจะต้องเป็นผู้นำในหมวดหมู่นั้นๆ การเยี่ยมชมเว็บไซต์ของคู่แข่งต้องมองถึงการเปลี่ยนแปลงและแนวโน้มของคู่แข่ง ตลอดจนทัศนคติ พิจารณาว่าอะไรคือจุดเด่นและจุดด้อยที่มีอยู่ในเว็บไซต์ของคู่แข่ง

7.3 **คำนึงถึงผู้บริโภค** การพัฒนาเว็บไซต์ต้องไม่ลืมที่จะคำนึงถึงผู้บริโภค ต้องสังเกตว่าพฤติกรรมของผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงอย่างไร สิ่งใดที่จะสามารถนำมาเป็นวิธีการใหม่ๆ เพื่อการผูกใจผู้บริโภคให้เข้ามาชมเว็บไซต์ แม้แต่บิลบอร์ดตามป้ายรถเมล์ข้างทาง ต้องสังเกตเพื่อหาวิธีโปรโมทแบบใหม่ ๆ แม้กระทั่งต้องมีความสนใจในเทคโนโลยี และเทคนิคใหม่ๆ ที่จะนำมาใช้ เพื่อให้เกิดแรงจูงใจกับผู้บริโภค

8. การเพิ่มการกลับมาของผู้เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์

การที่เว็บไซต์จะประสบความสำเร็จได้นั้น ต้องเป็นเว็บไซต์ที่มีการเพิ่มจำนวนผู้เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ อาจจะเป็นการเพิ่มจากการบอกต่อกันของผู้ที่เคยเข้ามาเยี่ยมชมให้กับคนที่ใกล้ชิดหรือรู้จัก หรือการเข้ามาเยี่ยมชมซ้ำของคนกลุ่มเดิม วิธีการเหล่านี้ ได้แก่

8.1 **ปรับปรุงการเปลี่ยนแปลงเว็บไซต์อย่างสม่ำเสมอ** สิ่งที่น่าพอใจที่ผู้เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์คาดหวังก็คือ การที่เว็บไซต์จะต้องมีการเปลี่ยนแปลงข้อมูลให้มีความทันสมัยอยู่เสมออย่างต่อเนื่อง การแสดงให้เห็นให้ผู้เข้ามาในเว็บไซต์ทราบว่า มีข้อมูลที่เปลี่ยนแปลง ทำได้โดยมีภาพกราฟิก หรือส่วนใดส่วนหนึ่งที่บ่งบอกว่ามีการเปลี่ยนแปลงข้อมูลในโฮมเพจ แม้แต่ที่เพิ่งเข้ามาเยี่ยมชมครั้งแรกก็จะทราบได้ว่าเว็บไซต์นั้นมีการเพิ่มข้อมูลใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง และเมื่อได้แสดงให้เห็นแล้วว่า เว็บไซต์มีการปรับปรุงเนื้อหา เว็บไซต์นั้นต้องรักษาความน่าเชื่อถือในส่วนเนื้อหาที่เปลี่ยนแปลงนี้อาจรวมไปถึงสิ่งที่ลูกค้าควรทราบเกี่ยวกับเนื้อหาข่าวที่ต้องประกาศในหนังสือต่างๆ ซึ่งต้องเป็นไปอย่างตรงประเด็นที่ทันต่อความต้องการของลูกค้าและทันต่อเวลา

8.2 **การออกแบบรูปแบบเว็บไซต์ใหม่เป็นระยะ** ต้องคำนึงเสมอว่า การปรับปรุงแบบของเว็บไซต์เป็นสิ่งจำเป็นเหมือนกับที่เราต้องทำในสิ่งสิ่งพิมพ์และสื่ออื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงในเนื้อหาการจัดระบบต่างๆ ให้ดีขึ้น หรือการเพิ่มเทคโนโลยีที่ทันสมัยขึ้นก็ตาม การเปลี่ยนแปลงในเว็บไซต์สามารถทำได้ง่ายกว่า และเสียค่าใช้จ่ายน้อยกว่า แต่การเปลี่ยนแปลงในเว็บไซต์ที่ดีต้องมีขึ้นอยู่อย่างสม่ำเสมอเอง จึงต้องสร้างมาตรฐานการออกแบบโครงสร้างของเว็บไซต์ให้มีความยืดหยุ่นในการแก้ไขเมื่อต้องเปลี่ยนแปลง

การเปลี่ยนแปลงนี้ องค์กรหรือบริษัทต่างๆ อาจทำได้ โดยแผนกโฆษณาและประชาสัมพันธ์ขององค์กร ซึ่งทำโดยการเตรียมการออกแบบหน้าต่างๆ ที่มาเพิ่มเนื้อความหรือ

เปลี่ยนแปลงเนื้อหาได้ภายหลัง เช่น หน้าข่าวใหม่ที่เกิดขึ้น (What's new) หน้าข่าวประกาศในแต่ละวัน

การบริหารเว็บไซต์นั้นจะต้องคงอยู่ตลอดไปอย่างไม่จบสิ้น เว็บไซต์เป็นสิ่งที่ยิ่งใหญ่ที่ต้องมีการเจริญเติบโต และพัฒนาต่อไป ไม่ว่าจะเป็นการเรียบเรียงเนื้อหา การคำนึงถึงหน้าที่ของเว็บไซต์ และเทคนิคต่างๆ เว็บไซต์ต้องดำเนินไปอย่างมีแนวทางเดียวกันกับการพัฒนาบริษัทและองค์กร ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงและปรับปรุงอยู่ตลอดเวลา

2.2 แนวคิดเรื่องหลักการออกแบบเว็บเพจการศึกษา

ในยุคที่เทคโนโลยีการศึกษากำลังพัฒนาไปอย่างรวดเร็วในเช่นปัจจุบัน สื่อการเรียนการสอนต่าง ๆ ได้ถูกพัฒนาให้ก้าวหน้าตามไปด้วย กระแสความนิยมและความสนใจจึงมุ่งไปที่การเรียนแบบออนไลน์ หรือที่เรียกว่า E-Learning ซึ่งก็คือการศึกษา เรียนรู้ผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ตหรืออินทราเน็ต ซึ่งเป็นการเรียนรู้ด้วยตนเอง ผู้เรียนเรียนตามความสามารถและความสนใจของตน โดยเนื้อหาของบทเรียนจะประกอบด้วย ข้อความ รูปภาพ เสียง วิดีโอ และมัลติมีเดียอื่น ๆ จะส่งผ่านผู้เรียนทาง World Wide Web โดยอาศัยโปรแกรมเว็บเบราว์เซอร์เป็นตัวเปิดอ่าน และเนื้อหาสาระของบทเรียนจะถูกบรรจุอยู่ในเว็บไซต์ต่าง ๆ ที่มีเนื้อหาเป็นการเรียนการสอนแบบออนไลน์ หรือที่เรียกว่าเว็บไซต์การศึกษา ดังนั้นจึงถือได้ว่าเว็บไซต์การศึกษาเป็นส่วนหนึ่งของการเรียนการสอนแบบ E-Learning นั่นเอง

Gary A. LeFan (2544) ได้กล่าวถึงการออกแบบเว็บเพจการศึกษา โดยแบ่งลักษณะการออกแบบที่ดี และไม่ดี โดยเกี่ยวเนื่องถึงการจัดหน้า พื้นหลัง ศิลปะการใช้ตัวพิมพ์ การใช้สี การนำเสนอข้อมูล ฯลฯ โดยมีหลักในการออกแบบที่สำคัญดังนี้

ลักษณะการออกแบบที่ดี

1. การจัดวางหน้า

การออกแบบหน้าเว็บเพจควรจะมีควมเรียบง่าย และมีความสม่ำเสมอในรูปแบบของหน้าเว็บภายในเว็บไซต์ นอกจากนี้ควรจำกัดจำนวนรูปแบบตัวหนังสือที่จะใช้ การจัดวางหน้าควรจะต้องให้มีพื้นที่สีขาว หรือมีพื้นที่ว่างเหลือไว้ให้มากพอสมควร ซึ่งหมายถึงพื้นที่ที่ไม่ใช้บนหน้าจอ และในแต่ละหน้าควรมีการใช้จุดเชื่อมโยง (Link) ต่าง ๆ ภายใต้หัวข้อเพียงหัวข้อเดียว จะต้องทำให้หัวข้อในแต่ละหน้าที่อยู่ภายใต้อำเภอเดียวกันนั้นมีรูปแบบที่สม่ำเสมอ และมีความถูกต้องตรงกัน การจัดวางหน้าที่เรียบง่ายและชัดเจนจะช่วยลดความยุ่งยากในการใช้ของนักศึกษา และช่วยให้ผู้เข้าใช้บริการสามารถมุ่งความสนใจไปที่หัวข้อที่ตนสนใจง่ายขึ้น การนำทาง (Navigation) อย่าคิดเอาเองว่าผู้ที่เข้ามาท่องเว็บไซต์ของเราจะรู้จักเว็บไซต์ของเรา เหมือนกับเรา ดังนั้นการออกแบบควรออกแบบให้การค้นหาข้อมูลบนหน้าเว็บทำได้ง่าย ด้วยการวางตำแหน่งเครื่องหมายนำทางหรือเนวิเกชันให้ดีและเหมาะสม จุดเชื่อมโยง (Link) เปรียบเสมือนเป็นเส้นเลือดใหญ่ของเวปไซด์ไว้ดีเว็บ โดยปกติจะพบจุดเชื่อมโยงบนเว็บเพจเสมอ อย่างน้อย 2-3 จุด ผู้ที่เข้าไปท่องเว็บจะ

รู้สึกหงุดหงิดถ้าพบว่าจุดเชื่อมโยงไม่ทำงาน ด้วยเหตุผลดังกล่าว จึงเป็นเรื่องสำคัญอย่างยิ่งที่จะต้องตรวจสอบจุดเชื่อมโยงต่างๆ โดยเฉพาะจุดเชื่อมโยงที่ไปยังเว็บเพจภายนอก ส่วนจุดเชื่อมโยงต่อภายใน หรือจุดเชื่อมโยงไปยังหน้าเว็บภายในเว็บไซต์ของเราเอง ซึ่งเป็นสิ่งที่เราควบคุมกำหนดได้ จึงจะต้องตรวจสอบให้แน่ใจว่า สามารถไปยังที่ที่ต้องการได้โดยไม่มีข้อผิดพลาด

กฎบางประการเกี่ยวกับการใช้จุดเชื่อมโยง

- ใช้เมนูเป็นจุดเชื่อมโยง เพื่อจัดระเบียบจุดเชื่อมโยง
- ใช้จุดเชื่อมโยงอย่างสมเหตุสมผล ไม่ใช่เพียงแค่เชื่อมจากประโยคหนึ่งไปยังประโยคถัดไป
- ควรมีจุดเชื่อมโยงกลับไปหน้าแรกได้เสมอ

2. การจัดการบริหารข้อมูล

จะต้องตัดสินใจว่าจะนำเสนอข้อมูลบนเว็บไซต์อย่างไร และการจัดกลุ่มข้อมูลที่เนื้อหาเกี่ยวข้องกันออกเป็นกลุ่มๆ ตัวอย่างเช่น ถ้าต้องการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาใดๆ ที่เราต้องการให้นักเรียนร่วมกันแก้ไข จะต้องจัดหน้าแล้วใส่ข้อมูลปัญหาในลักษณะ 1 ชั้นเรียน ต่อ 1 หน้า โดยมีจุดเชื่อมโยงไปยังชั้นเรียนนั้นๆ

3. การใช้สี

มีแนวความคิด 2 ประการเกี่ยวกับเรื่องสี ผู้ให้ความสำคัญในเรื่องของประโยชน์การใช้งานเป็นหลักจะไม่สนับสนุนให้ใช้สีมากเกินไป แต่ผู้ออกแบบหลายคนมักจะอดใจไม่ได้ที่จะใช้สีเกินความจำเป็น รวมทั้งการใช้กราฟิก ภาพเคลื่อนไหว รูปแบบและขนาดของตัวอักษร ถ้ารู้จักจำกัดจำนวนสีที่จะใช้ได้อย่างเหมาะสมไม่มากเกินไป ผลที่ได้ก็คือเว็บเพจนั้นจะดึงดูดผู้ใช้ได้มากขึ้น ความสนใจของผู้ใช้ก็จะไม่ถูกเบี่ยงเบนออกไปด้วย อย่างไรก็ตามผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าเว็บเพจที่มีสีสันจะให้นผลในด้านความสวยงาม ตื่นตาตื่นใจได้ดีกว่าการใช้สีน้อย ๆ ดังนั้น หากต้องการจะใช้สีบนเว็บเพจก็ควรใช้อย่างระมัดระวัง ถ้าสีนั้นจะช่วยเพิ่มความน่าสนใจและทำให้สามารถนำเสนอเว็บเพจได้ดีขึ้น ก็จงใช้สีนั้นและใช้อย่างสร้างสรรค์ อย่าใช้เกินความจำเป็น ถ้าไม่มีความรู้เรื่องทฤษฎีสี เช่น แมสสี สีทิวติยภูมิ ก็ควรหลีกเลี่ยงการใช้สีมากๆจะดีกว่า

4. การใช้ภาพ

การใช้ภาพที่มีขนาดใหญ่ก็จะทำให้เสียเวลาในการดาวน์โหลดนาน เว็บเพจแต่ละหน้าควรใช้เวลาในการดาวน์โหลดประมาณ 10 วินาที เพื่อลดเวลาในการดาวน์โหลดให้เหลือน้อยที่สุดควรจะทำให้ภาพที่จะแสดงมีขนาดเล็กที่สุดเท่าที่จะทำได้ วิธีการแก้ปัญหาประการหนึ่งก็คือถ้าภาพไหนใหญ่มากก็ให้ใช้ภาพย่อ (thumbnail) แล้วให้ผู้คลิกภาพที่ย่อนั้นเพื่อขยายภาพเพื่อให้ได้ขนาดใหญ่ตามต้องการ

5. ทดสอบก่อนเสมอ

ต้องทดสอบเว็บเพจของเราในบราวเซอร์ต่างๆก่อนเสมอ เพื่อให้แน่ใจว่าเว็บเพจของเราไม่ว่าจะใช้บราวเซอร์ตัวไหนเปิดอ่าน ก็สามารถแสดงเว็บเพจออกมาได้อย่างถูกต้อง ต้องระวังอยู่เสมอว่าเว็บเพจของเราอาจจะมีหน้าตาแตกต่างกันออกไปเมื่อปรากฏในบราวเซอร์ที่ต่างกัน และเป็นไปได้ว่าเว็บเพจของเราอาจจะเปิดอ่านได้ในบราวเซอร์หนึ่งแต่บราวเซอร์อื่น อาจจะเปิดอ่านไม่ได้ ดังนั้นควรทดสอบก่อนเสมอ

6. นำเสนอข้อมูลที่ตรงประเด็น

นำเสนอข้อมูลที่เป็นหลักก่อนเสมอ ผู้เชี่ยวชาญหลายคนเชื่อว่า เนื้อหาเป็นส่วนสำคัญที่สุดในการออกแบบเว็บเพจ การออกแบบควรจะเน้นเรื่องการนำเสนอข้อมูลเป็นสำคัญ เพื่อป้องกันไม่ให้ผู้เยี่ยมชมหมดความสนใจ ควรจะต้องออกแบบในลักษณะที่ทำให้ผู้เยี่ยมชมสามารถเข้าถึงข้อมูลที่เขาต้องการได้ง่ายและรวดเร็วที่สุด

ลักษณะการออกแบบที่ไม่ดี

1. การใส่เสียงดนตรี

เป็นเรื่องที่ค่อนข้างง่ายในการที่จะใส่เสียงดนตรีลงไปในเว็บไซต์ แต่มันอาจจะเป็นสิ่งที่ไม่สร้างความรำคาญ ถ้าเข้าไปที่เว็บเพจนั้นแล้วก็เริ่มมีเสียงดนตรีดังขึ้นมาโดยอัตโนมัติ ต้องอย่าลืมนิวรณ์นิยมในการฟังเพลงของแต่ละคนอาจจะแตกต่างกัน แต่ถ้าผู้สร้างเว็บยังต้องการที่จะใส่เสียงดนตรีลงไป ก็ควรจะให้ผู้เยี่ยมชมมีทางเลือกที่จะฟังหรือไม่ฟังก็ได้ ด้วยการสร้างไอคอนไว้ให้

ว่าจะเลือกฟังเพลงหรือไม่ อย่างไรก็ตามมีข้อยกเว้นว่าถ้าเว็บไซต์ของเราเป็นเรื่องเกี่ยวกับดนตรีหรือเพลง การใส่เสียงดนตรีลงไปก็ถือเป็นเรื่องที่เหมาะสม และยังช่วยให้เว็บเพจนั้นมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้นด้วย ตัวอย่างเช่น ถ้าคุณสอนวิชาดนตรีหรือสอนเกี่ยวกับการประพันธ์เพลงก็ควรจะมีเสียงดนตรีอยู่ในเว็บเพจนั้นด้วย

2. ความผิดพลาดทางเทคนิค

ควรหลีกเลี่ยงอย่างยิ่งไม่ให้เว็บเพจหน้าใดหน้าหนึ่งอยู่ในสภาพสร้างไม่เสร็จ หรือไม่สามารแสดงออกมาได้ (dead page) ซึ่งสิ่งเหล่านี้เราสามารถหลีกเลี่ยงไม่ให้นมันเกิดขึ้นมาได้ นอกจากนี้ไม่ควรโฆษณาเว็บเพจของเราจนกว่ามันจะสร้างเสร็จสมบูรณ์แล้ว เพราะเป็นการทำให้เวลาของผู้ชมสิ้นเปลืองโดยใช่เหตุ เมื่อเข้าไปแล้วพบกับข้อความว่า “ยังอยู่ระหว่างการจัดทำให้แล้วเสร็จ” ถ้าเว็บเพจของเรามีจุดเชื่อมโยงไปยังเว็บเพจภายนอก ควรจะต้องตรวจสอบอยู่เสมอว่าเว็บเพจภายนอกเหล่านั้นยังทำงานได้ตามปกติ หากหมดสภาพไปแล้วก็ให้ถอนออกจากจุดเชื่อมโยงของเราทันที

3. การใช้เฟรม

ข้อผิดพลาดประการหนึ่งที่มีักพบอยู่เสมอในผู้ออกแบบเว็บเพจมือใหม่ก็คือ พยายามใส่ทุกสิ่งทุกอย่างลงไปบนหน้าเว็บด้วยวิธีการใช้เฟรม การใช้เฟรมมีโอกาสที่จะทำให้ผู้เยี่ยมชมพบกับปัญหาสารพัดแบบ เช่น ปัญหาการเปลี่ยนหน้าเว็บเกิดความยุ่งยากในการสั่งพิมพ์ ไม่สามารถจดจำเว็บเพจหรือทำบู๊คมาร์คได้ ถ้าไม่จำเป็นแล้วควรหลีกเลี่ยงการใช้เฟรมจะดีกว่า

4. การจัดวางหน้า

- 4.1 อย่าปล่อยให้พื้นที่ด้านบนสุดของเว็บเพจเป็นพื้นที่ว่างเปล่า เพราะถือกันว่าเป็นพื้นที่ระยะ 4 นิ้วแรกของเว็บเพจเป็นพื้นที่ที่มีค่ามากที่สุด
- 4.2 หลีกเลี่ยงขนาดหน้าที่ยาวเกินไป เพราะทำให้ลำบากในการเลื่อน (scrolling) เว็บเพจที่ยาวๆ
- 4.3 หลีกเลี่ยงการจัดวางหน้าที่วุ่นวาย ชับซ้อน และวาวน
- 4.4 ไม่ควรมีข้อมูลและเมนูที่มากมายจนเกินไป

ลักษณะการออกแบบที่ดูน่าเกลียด

1. ภาพเคลื่อนไหว (Animation)

ภาพเคลื่อนไหวที่มีลักษณะเป็นไอคอน (icon) หรือภาพกราฟิกที่เคลื่อนไหวได้ หรือข้อความที่สามารถเลื่อนไปมาได้ (scrolling text) สิ่งเหล่านี้หากมีมากเกินไปอาจจะสร้างความน่ารำคาญ และยังเป็นการทำลายสมาธิของผู้เยี่ยมชมได้ โดยเฉพาะภาพเคลื่อนไหวที่ไม่ได้สื่อความหมายอะไร หากจะใช้ก็ควรใช้อย่างระมัดระวัง อย่าให้มากเกินไป สัก 1 หรือ 2 ภาพก็พอแล้ว แต่อย่างไรก็ตามหากเราเป็นครูประถมหรือครูอนุบาล การใช้ภาพเคลื่อนไหวอาจจะสร้างความน่าสนใจให้กับเด็กได้ดี ในกรณีนี้การใช้ภาพเคลื่อนไหวถือเป็นเครื่องมือที่เป็นประโยชน์ในการสอน แต่พึงระมัดระวังอยู่เสมอว่า อย่าให้ภาพเคลื่อนไหวเหล่านั้นไปเบี่ยงเบนเนื้อหาสำคัญของเว็บเพจนั้นไป

2. พื้นหลัง (Background)

การปล่อยให้พื้นหลังเป็นสีขาวธรรมดาอาจจะดูน่าเบื่อ ผู้ออกแบบบางคนอาจจะหันไปใช้สีอื่นๆแทน แต่สิ่งที่เลวร้ายก็คือเว็บเพจบางเว็บเพจใช้ตัวอักษรสีม่วงเข้มปรากฏอยู่บนพื้นหลังสีดำ ทำให้การอ่านยากลำบาก ถ้าไม่ใช่นักออกแบบกราฟิกที่เชี่ยวชาญขอแนะนำว่าอย่าใช้พื้นหลังที่มีลวดลาย หรือสีเส้นที่ดูฉูดฉาด ถ้าใช้ถือว่าไม่ใช่มืออาชีพ เพราะผู้เชี่ยวชาญต่างลงความเห็นเหมือนกันว่าตัวอักษรสีดำบนพื้นหลังสีขาวหรือสีเทาเป็นสิ่งที่ดูดีที่สุด อย่างไรก็ตามหากเว็บไซต์ของเราเป็นเรื่องราวของงานเลี้ยง เทศกาล หรือเรื่องราวที่สนุกสนาน การเล่นสีเส้นหรือลวดลายของพื้นหลังก็ยอมทำได้ แต่ก็ต้องพึงระวังอย่าให้พื้นหลังดูโดดเด่นจนข่มตัวเนื้อหาจนหมดความสำคัญลงไป

3. การใช้ภาพกราฟิก

การใช้ภาพกราฟิกโดยไม่ระวังมักเป็นข้อผิดพลาดที่พบบ่อยในนักออกแบบมือใหม่ อย่าลืมว่าภาพกราฟิกมักต้องใช้เวลาในการดาวน์โหลดนานหากผู้เยี่ยมชมเว็บเพจของเราต้องรอถึง 2 นาที (โดยปกติถ้ารอนานเกิน 10 วินาทีก็มักจะเลิกรอแล้ว) กว่าที่จะดาวน์โหลดได้ เขาก็มักจะหนีไปดูหน้าอื่นแล้ว ดังนั้นการใช้ภาพกราฟิกควรย่อให้มีขนาดเล็กเพื่อลดเวลาในการดาวน์โหลดให้ได้มากที่สุด หลีกเลี่ยงภาพกราฟิกที่เกินความจำเป็น ในขณะที่เดียวกันการใช้ภาพกราฟิกที่สวยงาม

ในจำนวนที่พอดีๆ ก็จะทำให้เว็บเพจนั้นดูสวยงาม มีเสน่ห์ได้ การใช้ต้องใช้ให้เหมาะสม เช่น ครู วิชาภูมิศาสตร์อาจใช้ภาพของแม่น้ำ เทือกเขา มาใช้ได้ แต่สิ่งที่ต้องจำไว้เสมอก็คืออย่าใช้ ภาพกราฟิกที่ต้องใช้เวลาในการดาวน์โหลดนานจนเกินไป

4. การจัดวางหน้า

หลักเบื้องต้นของการจัดวางหน้าเว็บที่ดูสับสนวุ่นวายทำให้ใช้งานยาก ความ ผิดพลาดพั้งๆ ที่มักพบในนักออกแบบมือใหม่ก็คือ ความพยายามอัดเยียดข้อมูลมากมายลงให้ หมดในเว็บเพจเพียง 1 หน้า

2.3 แนวคิดเรื่องหลักการออกแบบพื้นผิวหน้าจอคอมพิวเตอร์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต

1. การควบคุม (Control)

เว็บไซต์เป็นสื่อที่อยู่ในความควบคุมของผู้ใช้โดยสมบูรณ์ เพราะผู้ใช้มีโอกาสเลือกการสืบค้นข้อมูลได้ตามต้องการ และสามารถเดินทางเชื่อมโยงไปยังส่วนต่างๆ ได้โดยง่าย ผู้ใช้จึงขาดความอดทนต่ออุปสรรคและปัญหาที่เกิดจากการออกแบบที่ผิดพลาด หากผู้ใช้ไม่เข้าใจและไม่สามารถควบคุมระบบการใช้งาน (ธวัชชัย ศรีสุเทพ, 2544: 12)

การปฏิสัมพันธ์เป็นการค้นพบสิ่งใหม่ในสื่อ ซึ่งนักออกแบบจะต้องพิจารณาส่วนนี้ตั้งแต่มุมมองของโครงสร้าง ในการที่จะนำพาผู้รับสารเข้าสู่การปฏิสัมพันธ์นั้น ความสำเร็จของการปฏิสัมพันธ์ต่างๆ นี้ทำให้เกิดคุณประโยชน์กับองค์กรผู้ผลิตเว็บไซต์ในหลายๆ ด้าน ด้วยวิธีการเทคนิคหลายรูปแบบ นอกจากนั้นยังทำให้นักออกแบบมีโอกาสใช้จินตนาการและนำเสนอแนวความคิดต่างๆ ได้อย่างมีความลึกของข้อมูลเท่าใดก็ได้ไม่จำกัด การสร้างแรงจูงใจอย่างกระฉับกระเฉงให้เกิดกับผู้รับสารได้ จะทำให้ผู้รับสารรับรู้ข้อมูลที่นำเสนอได้เป็นอย่างดี (Clement Mok, 1996: 128-130)

การออกแบบส่วนปฏิสัมพันธ์ ด้วยคุณสมบัติของการเป็นสื่อมัลติมีเดียหรือสื่อประสมของเว็บไซต์ นักออกแบบสามารถใช้เทคนิคมัลติมีเดียนี้เพื่อสร้างการปฏิสัมพันธ์เพิ่มประสิทธิภาพให้กับไซต์ นักออกแบบทุกคนต้องตระหนักว่าผู้รับสารต้องการสิ่งที่สามารถควบคุมได้และมีการตอบสนองในสิ่งที่ตนต้องการ จึงควรมีการออกแบบที่คำนึงถึงผู้รับสารหรือการควบคุมของผู้รับสาร รวมถึงทางเลือกแบบใดแบบหนึ่งที่จะทำให้ผู้รับสารเกิดการปฏิสัมพันธ์อย่างใดอย่างหนึ่งให้ได้ สิ่งเหล่านี้ต้องเรียนรู้วิธีการที่ผู้รับสารเดินทางผ่านส่วนนำทางเข้าในไซต์ พฤติกรรมในการปฏิสัมพันธ์ไซต์แต่ละไซต์ต้องมีการวัดผลของประสิทธิภาพ ในการออกแบบและการตอบสนองของผู้รับสารอย่างจริงจัง ซึ่งต้องมีความคิดคำนึงอยู่เสมอว่าการใช้เว็บไซต์เป็นสื่อ นั้นเป็นความได้เปรียบกว่าการใช้สื่ออื่นๆ ในเรื่องของการถ่ายทอดประสบการณ์ให้กับผู้รับสาร เนื้อหาทุกเนื้อหา ข้อมูลทุกขั้นตอนได้รับการบงการควบคุมจากผู้รับสาร เมื่อผู้รับสารต้องการข้อมูลส่วนใดส่วนหนึ่งเพิ่มเติมเพื่อเพิ่มประสบการณ์ของตน ผู้รับสารก็ต้องเพิ่มการปฏิสัมพันธ์ด้วยในขณะเดียวกัน วิธีการนี้จะทำให้ผู้รับสารสามารถค้นหาเฉพาะข้อมูลที่ต้องการได้ ประหยัดเวลาในการเยี่ยมชมเว็บ ซึ่งการที่เว็บไซต์มีการบันทึกประสบการณ์การเยี่ยมชมเว็บไซต์ของผู้รับสาร ก็ด้วยความต้องการของผู้รับสารที่จะควบคุมบงการปฏิบัติการ (Clement Mok, 1996 : 131-133)

โดยวิธีการถ่ายทอดประสบการณ์ของผู้รับสารนี้ พบได้ในวิธีการ เช่น การสมัครสมาชิก เพื่อขอรับข้อมูลที่ทำการปรับปรุงใหม่ การเลือกบันทึกเฉพาะหัวข้อ หรือการเก็บบันทึกเว็บไซต์ที่มี ข้อมูลประเภทต่างๆ ที่ผู้รับสารต้องการไว้ใน บราวเซอร์ หรืออีกรูปแบบหนึ่ง คือการบันทึกข้อมูล ของผู้รับสารอาจอยู่ในรูปของการสมัครสมาชิกเพื่อส่งหัวข้อแสดงความคิดเห็นในเรื่องใดๆ ที่ผู้รับ สารมีความสนใจมาให้ อีกกรณีหนึ่ง คือการบันทึกการเข้าชมเว็บไซต์ของผู้รับสารด้วยการกรอก ข้อมูลของผู้รับสารในเว็บไซต์ที่มีระบบนี้เสียก่อน เมื่อเว็บไซต์นั้นได้บันทึกข้อมูลของผู้รับสารไว้แล้ว จะทำการบันทึกว่า หน้าใดที่ผู้รับสารคนนั้นได้เดินทางเข้าไปแล้ว เมื่อกลับเข้ามาเยี่ยมชมอีกครั้ง เว็บไซต์นั้นก็จะสร้างโปรแกรมการนำทางไว้ให้ ด้วยการมีเครื่องหมายนำทางบอกว่าหน้านั้นเป็น หน้าใหม่ที่เพิ่มเข้ามา หน้าที่มีการเปลี่ยนแปลง หรือหน้าที่ยังไม่เคยเข้าไปเยี่ยมชมเลย โดยอาจแสดง คำว่า “ใหม่” ขึ้นทางหน้าจอของผู้รับสาร การออกแบบเป็นส่วนเสริมสร้างให้ผู้รับสารเกิดความ พอใจ แรงดึงดูดใจที่จะได้ตอบ และเกิดความพึงพอใจในการเปิดรับสารนั้น (Clement Mok, 1996: 134-142)

การออกแบบเว็บเพจเป็นพัฒนาการของสื่อแบบดิจิทัลยุคใหม่ โดยการรวมตัวของ ความคิดสร้างสรรค์ด้านการออกแบบและเทคโนโลยี ซึ่งคุณลักษณะสำคัญคือการออกแบบที่ทำให้ เกิดการปฏิสัมพันธ์ (Interactive) ซึ่งนิรขรา ธนเมธี (2541) ให้คำจำกัดความของการปฏิสัมพันธ์ (Interactive) ว่าหมายถึงการที่ผู้รับสารสามารถกำหนดควบคุมการเดินทางท่องเที่ยวไปในเว็บไซต์ได้ ด้วยตนเอง

การควบคุม หมายถึง การที่นักท่องเว็บจะสร้างการควบคุมในรูปแบบใดในการเข้าชม เว็บไซต์ของผู้รับสาร ผู้รับสารรู้สึกได้ว่าสามารถควบคุมระบบได้ตลอดเวลา ซึ่งระบบการ ปฏิสัมพันธ์นี้มีส่วนในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับสารได้ประการหนึ่ง ผู้รับสารควรได้รับรู้ว่า มีสิ่งใดที่จะเดินทางเข้าไปพบรูปแบบหรือเนื้อหาที่แปลกแตกต่างจากหน้าอื่นๆที่จะเกิดขึ้น โดยสิ่ง เหล่านี้ต้องมีข้อมูลให้กับผู้รับสาร เพื่อให้ผู้รับสารทราบว่าจะอยู่ส่วนไหนของการเดินทาง และสามารถควบคุมการเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งได้อย่างไร รวมถึงการออกแบบที่ผู้ใช้ทราบถึง วิธีการปฏิสัมพันธ์กับส่วนประกอบต่างๆ บนหน้าจอคอมพิวเตอร์ (นิรขรา ธนเมธี, 2541: 53)

จากรายงานการวิจัยเรื่อง สิ่งที่ใช้คาดการณ์ลักษณะของข้อมูลบนจอภาพคอมพิวเตอร์ ใน ประเทศสหรัฐอเมริกา ผลสรุปการวิจัย คือวิธีการที่ทำให้ผู้ใช้ทราบว่ากำลังอยู่ในช่วงไหนของการ เดินทาง หรือกำลังทำอะไรอยู่ และทราบวิธีการที่จะเดินทางออกจากระบบหรือสิ่งนั้นๆ เป็นการ บอกตำแหน่งที่อยู่แก่ผู้ใช้ รวมทั้งการบอกให้ทราบถึงการเปลี่ยนแปลงข้อมูลที่จะเกิดขึ้น กำลัง

เกิดขึ้น และได้เกิดขึ้นแล้วอย่างชัดเจน ซึ่งเป็นการบอกเหตุการณ์แก่ผู้ใช้นั้นเอง เป็นการออกแบบที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานในการควบคุมระบบของผู้รับสาร (วงศวิวัฒน์ พันธุ์ประสิทธิ์เวช, 2539: 33)

การควบคุมเป็นหลักสำคัญในการออกแบบพื้นผิวหน้าจคอมพิวเตอร์สำหรับผู้ให้ (User interface) คือให้ผู้รู้สึกว่าเขาสามารถควบคุมระบบได้ตลอดเวลา ไม่เป็นฝ่ายถูกระบบปฏิบัติการควบคุม หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง คือผู้ใช้เป็นฝ่ายกระทำ การออกแบบสามารถให้มีระบบการทำงานแบบอัตโนมัติ แต่ต้องอยู่ในรูปแบบที่ผู้ใช้สามารถเลือกและควบคุมการทำงานนั้นได้ด้วย

การคำนึงถึงผู้ใช้ที่มีทักษะและความชอบส่วนตัวแตกต่างกัน การออกแบบควรให้ผู้ให้สามารถปรับเปลี่ยนองค์ประกอบบางส่วนได้ เช่นสี รูปแบบตัวอักษร ขนาดตัวอักษร เป็นต้น นักออกแบบอาจเตรียมให้ผู้ให้เลือกในสิ่งที่ตนต้องการ เป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้ การออกแบบให้ผู้ให้ทราบและเข้าใจในความหมายของส่วนประกอบต่างๆ บนหน้าจคอมพิวเตอร์ เช่น การใช้ภาพสัญลักษณ์ที่ผู้ใช้คุ้นเคย เป็นผลดีเพราะทำให้ผู้ใช้สามารถเชื่อมโยงความรู้และประสบการณ์จริง

2. ความคงตัว (Consistency)

การวางรูปแบบของหัวเรื่อง (Headline) หมายเหตุที่อยู่ด้านล่างของหน้ากระดาษ (Footer) การใช้สีและการเลือกใช้ลักษณะของตัวหนังสือที่เป็นกราฟิก การจัดวางตัวหนังสือเป็นหัวเรื่อง ขนาดของกรอบ (Frame) สีพื้นที่ใช้ ลักษณะของภาพประกอบ และเลือกใช้เทคนิคใดเพื่อใช้สำหรับปุ่มหรือสัญลักษณ์ (Icon) เมื่อถูกคลิก และส่วนประกอบต่างๆ การใช้รูปแบบคงตัวนี้เป็นขั้นตอนที่จะต้องทำเป็นขั้นตอนแรกในการผลิต เพราะรูปแบบคงตัวนี้จะสามารถนำมาใช้ในการจัดวางทุกหน้า

การใช้รูปแบบคงตัวนี้อาจมีหลายรูปแบบ เพื่อแบ่งแยกระดับของเนื้อหาที่บรรจุอยู่ภายในเว็บไซต์ เมื่อได้รูปแบบการจัดวางหน้าแล้ว การจัดวางเนื้อหาข้อมูลจะมีความง่ายขึ้น แต่สำหรับองค์กรขนาดใหญ่ที่มีข้อมูลมากมาย และต้องมีการเปลี่ยนแปลง ข้อมูลให้มีความทันสมัยอย่างสม่ำเสมอ นั้น อาจไม่มีข้อจำกัดตายตัวสำหรับรูปแบบคงตัวในการจัดวางหน้า เพราะการนำเสนอข้อมูลนั้นมีความสำคัญมากกว่า โดยรูปแบบความคงตัวหรือความสม่ำเสมอของการปฏิสัมพันธ์เป็นปฏิกิริยาที่เกิดขึ้นเมื่อผู้รับสารทำการปฏิสัมพันธ์นั้น ควรให้มีลักษณะที่คล้ายคลึงกันในทุกหน้า

เช่น เลือกรูปวิธีการเปลี่ยนภาพที่ปุ่มเมื่อมีการปฏิสัมพันธ์ ก็ควรให้มีการเปลี่ยนแปลงเช่นเดียวกันนี้ในทุกๆ ครั้ง

การสร้างกฎความคงตัว เป็นตัวชี้แนะที่มองเห็นได้อย่างสำคัญ ทำให้ผู้ใช้ทราบว่ากำลังอยู่ในเว็บไซต์เดียวกัน เนื่องจากผู้ใช้จะรู้สึกกับเว็บไซต์ว่าเป็นเสมือนสถานที่จริง ถ้าลักษณะของแต่ละหน้าเว็บไซต์เดียวกันมีความแตกต่างกันมาก ผู้ใช้จะเกิดความสับสนและไม่แน่ใจว่ากำลังอยู่ในเว็บไซต์เดิมหรือไม่ (ธวัชชัย ศรีสุเทพ, 2544: 16)

รูปแบบคงตัวในการจัดวางหน้า (Templates) รูปแบบคงตัวในการจัดวางหน้าเป็นสิ่งซึ่งสามารถสร้างความต่อเนื่องให้กับเว็บเพจแต่ละหน้า ทำให้ผู้รับสารจดจำว่ากำลังอยู่ในเว็บไซต์ใด อาจใช้วิธีการจัดวางด้วยการสร้างตารางกริด (Grid) โดยการสร้างกรอบตัวอักษรและองค์ประกอบการวางภาพ ในที่นี้การกำหนดกรอบการวางเนื้อหา หมายถึง การกำหนดลักษณะการจัดวางเนื้อหาข้อมูลถึงลักษณะคอลัมน์ วางเป็นแถวหรือเป็นแนวในตำแหน่งใด กรอบจะเป็นสิ่งที่ช่วยให้นักออกแบบแบ่งหน้าจ่ออกได้ตั้งแต่ 2 ส่วนหรือมากกว่านั้นให้แบ่งแยกกันอย่างอิสระแต่ยังคงมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันได้ เทคนิคนี้จะมีประโยชน์มากในบางสถานการณ์ เช่น ถ้าต้องการให้เนื้อหาที่นำทางยังคงมองเห็นได้ตลอดเวลา นักออกแบบสามารถใส่รายการในเครื่องมือนำทาง อยู่ในกรอบที่แยกจากเนื้อเรื่อง (นิรชรา ธนเมธี, 2541: 42)

กิดานันท์ มลิทอง (2542 :13) กล่าวถึงรูปแบบคงตัวว่า นักออกแบบควรสร้างกฎของความคงตัว (Consistency) ทั้งเว็บไซต์ เนื่องจากความคงตัวนับเป็นสิ่งสำคัญในการออกแบบ และเป็นสิ่งสำคัญมากสูงสุดในการออกแบบเว็บไซต์ ทั้งนี้เพราะการคลิกเมาส์ครั้งหนึ่งก็สามารถส่งผู้อ่านไปยังเว็บไซต์ใหม่ได้ทุกขณะ ดังนั้น รูปแบบที่ตรงกันทั้งเว็บไซต์จะเป็นตัวชี้แนะที่มองเห็นได้อย่างสำคัญที่ทำให้ผู้อ่านทราบว่ากำลังอยู่ในเว็บไซต์เดียวกัน

การจัดวางตำแหน่งของหัวข้อ สัญลักษณ์การนำทาง หมายเหตุใดที่ต้องการให้ค้นพบโดยเร็ว การจัดวางตำแหน่งระบบการนำทางที่มีรูปแบบคงตัวจะช่วยให้ผู้ใช้สามารถได้ค้นพบสิ่งที่ต้องการมากที่สุดได้อย่างรวดเร็ว ทั้งนี้ไม่จำเป็นต้องเรียนรู้วิธีการใช้อื่นๆ อีกบนทุกหน้าเว็บ ทั้งนี้ผู้ใช้จะมองหาข้อมูลในส่วนต่างๆ ของจอภาพ ซึ่งคำสั่งหรือข้อมูลควรให้ผู้ใช้ค้นพบได้ตามตำแหน่งที่เคยปรากฏ ดังนั้นตำแหน่งที่ปรากฏในการมองหาข้อมูลหรือคำสั่งควรเห็นชัดเจนคงที่

การเลือกลักษณะความคงตัวของตัวหนังสือและลักษณะของกราฟิก เว็บไซต์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีความสม่ำเสมอ มักใช้ลักษณะตัวหนังสือและลักษณะของกราฟิกที่เหมือนกันในทุกๆ หน้า ซึ่งเป็นการใช้รูปแบบคงตัว การจัดแบบการพิมพ์นั้นควรสร้างลำดับชั้นของแบบการพิมพ์เพื่อความคงตัวในเว็บไซต์ โดยการสร้างแบบการพิมพ์สำหรับลำดับชั้นของการพิมพ์ หัวเรื่อง หัวข้อใหญ่ หัวข้อย่อย และเนื้อเรื่องให้มีความแตกต่างกันและใช้ตรงกันในทุกหน้า

3. ความเรียบง่าย (Simplicity)

ความเรียบง่าย ทำให้เรียนรู้ได้ง่าย และใช้งานได้ง่ายด้วย วิธีหนึ่งที่ทำให้เรียบง่ายขึ้นคือการลดการสื่อข้อมูลในเฉพาะในส่วนที่จำเป็นเท่านั้น เช่นหลีกเลี่ยงการใช้คำอธิบายที่ยืดยาว แต่ใช้วลีหรือคำที่สื่อความชัดเจน และใช้ง่าย หรือการออกแบบเพื่อลดปริมาณข้อมูลโดยตรง

จาคอบ เนลสัน (Jakob Nielsen, 1999) กล่าวว่า การออกแบบควรเน้นความเรียบง่ายเพื่อความสะดวกในการใช้งานควรเป็นเป้าหมายสำคัญในการออกแบบหน้าเว็บ เพราะอย่างไรก็ตามผู้เข้าชมเว็บก็มักจะมุ่งสนใจเนื้อหาของข้อมูลบนเว็บเป็นอันดับแรก ก่อนการชื่นชมความสวยงามในการออกแบบ

หลักสำคัญของความเรียบง่ายคือ การสื่อสารเนื้อหาถึงผู้ใช้โดยจำกัดองค์ประกอบเสริมที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอให้เลือกเฉพาะสิ่งที่จำเป็น มีรูปแบบที่เรียบง่ายไม่ซับซ้อนและใช้งานได้อย่างสะดวก (ธวัชชัย ศรีสุเทพ, 2544: 16)

ข้อมูลข่าวสารบนจอภาพมีความเป็นระเบียบ (Orderly) ชัดเจน (Clear) ขนาดเหมาะสม และไม่มีสิ่งที่ทำให้สะดุดความสนใจ นับเป็นส่วนหนึ่งของรูปแบบความเรียบง่าย ทั้งนี้จะต้องคำนึงถึงธรรมชาติการรับรู้ของมนุษย์ด้วยเช่นกัน คำสั่งต่างๆ ที่อยู่บนจอคอมพิวเตอร์จะต้องมีการจัดวางให้ถูกต้องในตำแหน่งบนจอภาพเพื่อสะดวกและง่ายต่อการมองเห็น พร้อมทั้งโต้ตอบได้อย่างถูกต้อง การจัดวางตำแหน่งต่างๆ ของคำสั่งและลักษณะที่ปรากฏของคำสั่ง เป็นส่วนหนึ่งของวิทยาการด้านการออกแบบจอคอมพิวเตอร์หรือที่เรียกว่า "Screen Design" จุดเริ่มต้นในการเสนอข้อมูลในจุดต่างๆ ควรมีจุดเริ่มต้นอยู่บนด้านขวาซึ่งสอดคล้องกับธรรมชาติการมองและการอ่านของคนไทยและคนตะวันตกโดยทั่วไป โดยเริ่มจากซ้ายไปขวา จากบนลงล่างซึ่งลักษณะนี้จะแตกต่างจากธรรมชาติของการอ่านของชาวอาหรับหรือชาวจีน-ญี่ปุ่น (กฤษมันต์ วัฒนานรงค์, 2536 อ้างถึงใน ดาเรส ทิวทัศน์, 2539: 22)

4. การแสดงผลย้อนกลับ (Feed Back)

การออกแบบเพื่อให้เกิดการตอบสนองการกระทำของผู้ใช้ทุกๆ การกระทำทางภาพหรือเสียง ถ้าการปฏิสัมพันธ์ที่ไม่เกิดการตอบสนองการกระทำใดๆ ผู้ใช้จะขาดความอดทนกับการทดลองซ้ำ การแสดงผลย้อนกลับมีรูปแบบในการตอบสนองหลายแบบ เช่น การเปลี่ยนแปลงภาพ การเปลี่ยนสี เป็นต้น (สุเทพ แสงวิโรจน์พัฒน์, 2538)

การแสดงผลย้อนกลับ เป็นการสร้างความพึงพอใจขั้นพื้นฐาน ตัวอย่างเช่น การเปลี่ยนรูปร่าง หรือการเปลี่ยนแปลงใด ๆ เป็นวิธีสร้างแรงดึงดูดใจให้เกิดกับผู้รับสารอย่างทันทีทันใด เป็นสัญญาณเตือนให้ผู้รับสารทราบถึงบางสิ่งบางอย่างที่จะเกิดขึ้น

5. ความสอดคล้องกัน (Visual Uniformity)

การใช้ภาพที่มีความสอดคล้องกัน จะสร้างให้ผู้รับสารเกิดการจดจำในข้อมูล และสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับสาร ไม่ว่าจะเป็นการวางภาพ การใช้สีเส้นตัดกันแบบจุดขนาด หรือวางแบบเรียบง่าย ทุกส่วนประกอบที่ใช้จะต้องมีความสอดคล้องเป็นเหตุเป็นผลซึ่งกันและกัน ส่วนที่มีความสัมพันธ์กันให้อยู่ในกลุ่มเดียวกัน วิธีการที่นำมาใช้อาจเริ่มจากการใช้สีเหมือนกัน หรือดีกรอบจัดกลุ่ม การใช้ช่องว่าง หรือสีตัดกัน จะทำให้ผู้ใช้แยกส่วนต่างๆ เป็นกลุ่มได้

ความสอดคล้องกันทำให้ผู้ใช้สามารถถ่ายโยงความรู้ ประสบการณ์ไปยังสิ่งใหม่ๆ และเรียนรู้ได้รวดเร็ว สามารถให้ความสนใจไปทำงานมากขึ้น เพราะผู้ใช้ไม่ต้องใช้เวลากับการเรียนรู้การติดต่อแบบใหม่ๆ (Difference in interaction)

สิ่งที่ปรากฏบนจอจะต้องมีความหมายเป็นที่เข้าใจ ผู้ใช้จะต้องไม่สับสนในการตัดสินใจได้ตอบกับสิ่งเร้าที่ปรากฏบนจอ ผู้ใช้ต้องการทราบถึงวิธีการจัดการอย่างชัดเจนเมื่อได้เห็นข้อมูลหรือข่าวสารบนจอภาพนั้นแล้ว ทั้งนี้ควรมีการชี้ชัดถึงความสัมพันธ์ของข้อมูลและคำสั่งต่างๆ ที่ปรากฏบนจอภาพ (กฤษมันต์ วัฒนานรงค์, 2536 อ้างถึงใน ดาเรส ทิวทัศน์ , 2539: 24)

ความสอดคล้องนั้น หมายถึง การออกแบบที่สามารถสะท้อนถึงเอกลักษณ์และลักษณะ (Images) ขององค์กรนั้นๆ ได้อย่างสอดคล้องกลมกลืน การใช้รูปแบบการจัดวาง ชุดสี ชนิด

ตัวอักษร รูปภาพ และกราฟิก จะมีผลต่อรูปแบบโดยรวม นักออกแบบจึงต้องใช้องค์ประกอบเหล่านี้อย่างเหมาะสม (ธวัชชัย ศรีสุเทพ, 2544: 16)

6. ความสมดุล (Balance)

องค์ประกอบทุกสิ่งทุกอย่างที่สมดุลทางความคิดสร้างสรรค์ เริ่มจากการจัดวางส่วนสำคัญ 3 ส่วน คือ โลโก้ ภาพ ตัวหนังสือ ลงบนหน้าหนึ่งหน้า เพื่อให้ปรากฏเป็นภาพทางหน้าจอคอมพิวเตอร์หน้าหนึ่ง โดยขึ้นกับหน้านั้นเป็นหน้าที่วางอยู่ในตำแหน่งใดในเว็บไซต์ เป็นหน้าคำนำ หน้าแรกของแต่ละหัวข้อ หรือหน้าที่มีจุดประสงค์พิเศษใดๆ ซึ่งการจัดวางนี้ต้องพิจารณาว่าส่วนประกอบใดสำคัญที่สุดที่ต้องการให้เห็นอย่างโดดเด่น แล้วจึงวางส่วนประกอบอื่นๆ ลงไปให้เป็นหน้ากระดาษที่ดึงดูดใจผู้รับสารได้เป็นอย่างดี และคงความสนใจนั้นไว้ได้อย่างยาวนานที่สุด ตัวอย่างเช่น กรณีเว็บไซต์เพื่อประโยชน์ทางการค้า เป็นการออกแบบเพื่อให้มีความคุ้นเคยในตราสัญลักษณ์ของสินค้า โดยใช้โลโก้วางให้เห็นเด่นชัดในหน้าแรกและเมื่อออกแบบหน้าถัดไป โลโก้นี้อาจลดขนาดลงไปอยู่ในจุดใดจุดหนึ่งของหน้า วิธีนั้นนอกจากจะเป็นการย้ำเตือนในตราสัญลักษณ์แล้ว ยังเป็นการบอกตำแหน่งของผู้รับสารด้วยว่า ขณะนี้ผู้รับสารกำลังอยู่ในไซต์ใด

ในการจัดวางนี้ การใช้ Grid ที่คงตัวในการจัดวาง อาจล้าสมัยไปแล้ว การออกแบบที่ดีควรมีความกล้าที่จะใช้รูปแบบใหม่อย่างไม่มีข้อจำกัด แต่สิ่งที่ควรคำนึงคือ ความสมดุลของแต่ละหน้า โดยมีข้อแนะนำ ดังนี้

- อย่าให้หน้ากระดาษที่เลื่อนได้ในแนวดิ่งมีความยาวเกินกว่า 3 เท่าของจอภาพ หรือ 1,440 พิกเซล (Pixels)
- อย่าให้หน้ากระดาษที่เลื่อนได้ในแนวนอน มีความกว้างมากกว่า 2 เท่า ของจอภาพ หรือ 1,280 พิกเซล (Pixels)

หากข้อมูลทั้งหมดไม่สามารถบรรจุลงได้หมดภายใน 2 ข้อกำหนดนี้ จึงใช้วิธีการสร้างหน้าเพิ่มซึ่งต้องมีลักษณะคงตัวว่า เป็นหน้ากระดาษตามแนวดิ่ง หรือแนวนอนอย่างใดอย่างหนึ่งในทุกหน้า พยายามอย่ายึดติดกับการจัดวางแบบเก่า ที่ให้ตัวหนังสืออยู่ทางด้านซ้าย และภาพอยู่ทางด้านขวา ทำให้ผู้อัดพยายามจัดความสมดุลในเรื่องของน้ำหนัก และช่องว่าง เพื่อการสร้างความสะดวกสบายให้กับการมองเห็น โดยปกติภาพต่างๆ นั้นจะให้ความมีน้ำหนักมากกว่าตัวอักษร ให้ความสมดุลกับตัวอักษรที่เล็กกับภาพที่มีขนาดใหญ่ด้วย การใส่กรอบรอบตัวอักษร พื้นที่ว่างเป็น

สิ่งหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการพักผ่อนสายตา ในขณะที่เดียวกันก็เป็นการเพิ่มคุณค่าและให้พลังกับข้อความนั้นด้วย การจัดวางหน้าให้สมดุลอาจเปรียบเทียบได้กับการที่เรานำภาพหลายๆ ภาพจัดวางบนผนัง ถ้าตัวหนังสือ มีน้ำหนักมากเกินไปในหน้ากระดาษ อาจเพิ่มน้ำหนักโดยการเพิ่มขนาดหรือการให้สีที่เข้มขึ้น ถ้าภาพที่มีน้ำหนักมากเกินไป อาจทำให้เบาลงโดยการลดขนาดหรือตัดทอนภาพ อย่ายึดติดกับการวางทุกอย่างลงตรงกลางมากเกินไป บางครั้งส่วนประกอบเล็กๆ อาจทำให้องค์ประกอบโดยรวมของหน้ามีความลงตัวมากขึ้น

ความสมดุล ซ้าย-ขวา และ บน-ล่าง ของจอภาพ การสร้างความสมดุลนิยมสร้างโดยพิจารณาทั้ง ซ้าย-ขวา และ บน-ล่าง ในการจัดวางส่วนจอภาพให้ความสมดุลจะนิยมให้ความสำคัญความสมดุล บน-ล่าง มากกว่า ซ้าย-ขวา ทั้งนี้ยังขึ้นอยู่กับลักษณะของจอบางชนิด ซึ่งให้ความสำคัญของ ซ้าย-ขวา มากกว่า บน-ล่าง การสมดุลนี้รวมไปถึงความสมดุลที่เป็นรูปแบบคงที่และความสมดุลจากการมองเห็น (ดาเรส ทิวทัศน์, 2539: 26)

7. การปรับแนว (Alignment)

สิ่งต่างๆ บนพื้นผิวหน้าจอนั้นมีการจัดเป็นแนวเดียวกัน ข้อควรคำนึงอย่างหนึ่งในการปรับแนวคือ เลือกรูปการปรับแนวเพียงอย่างใดอย่างหนึ่งเท่านั้นบนหน้าเว็บ ไม่ว่าจะเป็นการปรับชิดซ้าย ชิดขวา แนวกลาง หรือ เสมอซ้าย ขวา ก็ตาม เช่นถ้าปรับแนวข้อความให้ชิดซ้าย ข้อความทุกรายรวมทั้งกราฟิกที่อยู่บนหน้าเว็บนั้นต้องชิดซ้ายตามไปด้วย แม้แต่หัวเรื่องก็ตาม อย่าให้รูปแบบการปรับแนวที่ผสมกันในหน้าเว็บโดยเด็ดขาด นักออกแบบไม่พึงใช้การปรับแนวกลาง (center) ของทุกสิ่งเป็นอย่างยิ่ง ปัญหาอย่างหนึ่งของการปรับแนวกลาง คือ จุดอ่อนในการมองเป็นเส้นกลางของข้อความในขณะที่แนวริมจะอยู่อย่างไม่เป็นระเบียบ (กิดานันท์ มลิทอง, 2542: 45)

8. การตัดกัน (Contrast)

การตัดกันเป็นสิ่งที่ดึงดูดสายตาเข้าสู่หน้าเว็บ สิ่งที่มีการตัดกัน จะนำสายตาสร้างลำดับชั้นของสารสนเทศ และกวาดสายตาดูอย่างผิวเผิน ในทิวแถวของสารสนเทศนั้นเพื่อเลือกสิ่งที่ต้องการออกมา การตัดกัน อาจเป็นลักษณะตัวอักษรที่มีความหนา ขนาดใหญ่ หรือรูปแบบที่แตกต่างนอกจากนี้การให้สีต่างกัน ภาพสัญลักษณ์ หรือการใช้การจัดเชิงเนื้อที่ ถ้าจะให้ผลดีแล้วต้องใช้การตัดกัน อย่างหนักแน่นเห็นได้ชัดเจน ซึ่งรวมถึงการเชื่อมโยงด้วย การเชื่อมโยงเป็น

รูปแบบหนึ่งของการตัดกัน เนื่องจากจะเป็นข้อความที่มีการขีดเส้นใต้และสีที่แตกต่างกับข้อความอื่นๆ (กิดานันท์ มลิทอง, 2542: 52)

9. ความใกล้ชิด (Proximity)

ความเกี่ยวเนื่องของวัตถุที่พัฒนาขึ้นเมื่ออยู่ติดกัน เช่น เมื่อวัตถุ 2 อย่างอยู่ใกล้ติดกันติดกันจะทำให้วัตถุทั้งสองเป็นไปในทิศทางเดียวกันและมีความเกี่ยวเนื่องกันแต่เมื่อวัตถุอยู่ห่างจากกันทางด้านกายภาพแล้ว วัตถุทั้งสองจะไม่มีมีความเกี่ยวเนื่องซึ่งกันและกันอีกต่อไป สิ่งที่มีเกิดขึ้นบ่อยๆ บนหน้าเว็บ คือ หัวเรื่องใหญ่หรือหัวเรื่องย่อยมักจะอยู่ติดกับข้อความในย่อหน้าก่อนมากเกินไ่มากกว่าอยู่ติดกับข้อความ ดังนั้นจึงควรระวังเนื้อที่ว่างระหว่างสิ่งเหล่านี้ให้มากและรวมกลุ่มสิ่งที่เกี่ยวข้องกันให้อยู่ใกล้ติดกัน (กิดานันท์ มลิทอง, 2542: 48)

10.สุนทรียศาสตร์ (Aesthetic)

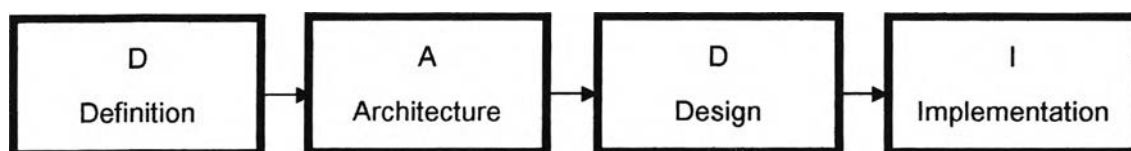
การออกแบบเพื่อให้เกิดความสวยงาม น่าประทับใจ เป็นส่วนที่สำคัญในการออกแบบ User Interface จัดองค์ประกอบจอภาพ (Visual elements) ในเรื่องของตัวอักษร, สี และสัญลักษณ์ เป็นต้น การตัดสินใจทางสุนทรียศาสตร์นั้นเกี่ยวข้องกับความชอบของแต่ละบุคคล อย่างไรก็ตาม ความงามคงความสัมพันธ์กับคุณภาพขององค์ประกอบต่างๆ เช่น คุณภาพของภาพที่จะต้องสมบูรณ์ ไม่มีร่องรอยของความเสียหาย การใช้ชนิดตัวอักษรที่อ่านง่าย สบายตา และการใช้โทนสีที่เข้ากันอย่างสวยงาม เป็นต้น (ธวัชชัย ศรีสุเทพ, 2544: 17)

2.4 แนวคิดเรื่องหลักการออกแบบเว็บเพจ

การออกแบบเว็บเพจเป็นพัฒนาการของสื่อแบบดิจิทัลยุคใหม่ โดยการรวมตัวของความคิดสร้างสรรค์ด้านการออกแบบและเทคโนโลยี โดยต้องเกิดจากการทำงานร่วมกันของวิศวกรคอมพิวเตอร์ นักเขียน นักออกแบบกราฟิก ช่างเสียงเทคนิค นักตัดต่อวิดีโอ นักแต่งเพลง ผู้ผลิตภาพยนตร์ ผู้สร้างภาพยนตร์การ์ตูน และอีกหลายด้านที่จำเป็นเฉพาะสำหรับการผลิตสื่อใหม่ ดังนั้นในการออกแบบเว็บเพจจึงมีกระบวนการที่ต่อเนื่องและเป็นเหตุซึ่งกันและกัน ซึ่งมีใช้ความเข้าใจ และความชำนาญในการออกแบบ กราฟิกที่เป็นลักษณะ 2 มิติ เหมือนกับการออกแบบสิ่งพิมพ์ที่เป็นการจัดวางตัวหนังสือ การจัดวางภาพ ออกแบบกราฟิก หรือการใส่สีสีลงไปเท่านั้น ซึ่ง Clement Mok ได้กล่าวว่า การออกแบบเว็บไซต์นั้นต้อง มีคุณลักษณะสำคัญ 2 ประการ ดังนี้

1. มีการออกแบบที่ต้องทำให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ได้ต่อกัน มีใช้หน้านิตยสารธรรมดา
2. การออกแบบเป็นส่วนเสริมสร้างให้ผู้รับสารเกิดแรงดึงดูดใจที่จะทำการโต้ตอบในขณะเดียวกันผู้รับสารก็ต้องการได้รับความพึงพอใจในการเปิดรับสารนั้นด้วย

โดย Clement Mok ได้สร้างแผนภูมิ และอธิบายกระบวนการออกแบบเว็บเพจไว้ดังนี้



D = Definition การกำหนดนิยาม หมายถึง การวางแผนเพื่อนำมาถ่ายทอดความคิดรวบยอดที่ต้องนำมาเป็นหลักในการออกแบบเว็บเพจ โดยต้องทำสิ่งต่างๆ เหล่านี้

1. กำหนดเป้าหมาย

ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่สุดของการออกแบบเว็บไซต์ ต้องการสื่อสารอะไร ให้กับใคร และอย่างไร โดยต้องผ่านการอนุมัติของเจ้าของโครงการ ยกตัวอย่างเช่น ต้องการให้เป็นเว็บไซต์ที่เสริมสร้างภาพพจน์ให้กับองค์กร หรือเพื่อเน้นย้ำให้เกิดการจดจำชื่อสินค้า หรือตราสัญลักษณ์ของบริษัท

2. กำหนดเนื้อหา และจุดเด่นที่สร้างแรงดึงดูดใจ

ด้วยการวิเคราะห์ถึงเนื้อหาที่ต้องการนำมาเป็นจุดเด่นพิเศษ ที่ต้องการสื่อไปยังผู้รับสารให้ตรงกับเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ อาจต้องรวบรวมข้อมูลและเนื้อหาที่มีอยู่ในสื่ออื่น ขององค์กร และเน้นคำนี้ถึงจุดเด่นที่จะทำให้เนื้อหานั้นมีความแปลกใหม่

3. กำหนดผู้รับสาร

ซึ่งต้องพิจารณาถึงเทคโนโลยีของผู้รับสารด้วย ซึ่งอาจได้แก่บุคคลเหล่านี้

- ลูกค้าที่มีประสิทธิภาพในการซื้อ หรือมีแนวโน้มในการซื้อ
- นักลงทุน
- กลุ่มเป้าหมายที่มีประสิทธิภาพเพื่อการจ้างงาน

สิ่งสำคัญอย่างหนึ่งในการกำหนดผู้รับสารนี้ ไม่ว่าจะผู้รับสารจะเป็นใคร ผู้ออกแบบจะต้องคำนึงถึงความแตกต่างของเครื่องคอมพิวเตอร์ต้องไม่ทำให้เกิดข้อจำกัดในการเข้าเยี่ยมชมของผู้รับสาร รวมไปถึงเบราว์เซอร์ (Browser) ที่ผู้รับสารใช้โดยคำนึงว่าเทคนิคและเทคโนโลยีที่ใช้ในเว็บไซต์เพื่อการสร้างจุดเดิมนั้นต้องไม่ทำให้เกิดข้อจำกัดในการเข้าเยี่ยมชมของผู้รับสาร

4. กำหนดระยะเวลาที่ใช้ในกระบวนการออกแบบทั้งหมด

5. กำหนดงบประมาณ

A = Architecture การกำหนดโครงสร้าง หมายถึง การพิจารณาออกแบบข้อมูลให้ตรงกับวัตถุประสงค์ ซึ่งต้องเรียงลำดับความสำคัญ และกำหนดให้แน่ชัดว่าจะนำข้อมูลใดจัดไว้ในโครงสร้างส่วนใดและใช้สื่อใดในการจำแนกแยกเนื้อหานั้นให้อยู่ในโครงสร้างเป็นสัดส่วน ซึ่งโครงสร้างนี้เป็นภาพรวมของโครงการทั้งหมดตั้งแต่ต้นจนจบ ซึ่งอาจอยู่ในรูปของภาพร่าง หรือสตอรี่บอร์ด ซึ่งโครงสร้างต้องได้รับการอนุมัติจากเจ้าของโครงการเสียก่อน จึงดำเนินการในขั้นตอนต่อไป รายละเอียดที่ต้องพิจารณาในการกำหนดโครงสร้างมีดังนี้

1. พิจารณาใจความสำคัญหลักที่ต้องการสื่อ (Key Message) จากการกำหนดนิยาม
2. การกำหนดจำแนกลักษณะและประเภทของข้อมูล และวิธีการที่จะแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างของข้อมูล
3. กำหนดความสัมพันธ์ของข้อมูล
4. กำหนดวิธีการเชื่อมโยงข้อมูลที่แตกต่างกัน
5. รวบรวมแนวความคิด และกำหนดความคิดรวบยอดที่ใช้ในการออกแบบเว็บไซต์
6. นำโครงสร้างมาทดสอบการเปิดเข้าไปในแต่ละส่วน
7. กำหนดจุดเด่นพิเศษเพื่อให้โครงการมีความสมบูรณ์

D = Design การออกแบบ หมายถึง การนำโครงสร้างที่ผ่านการอนุมัติแล้วมาทำการออกแบบเป็นรูปลักษณะบนหน้าจอบริบท ซึ่งแสดงภาพลักษณ์ขององค์กร เพื่อให้เกิดความรู้สึกร่วมและเกิดการจดจำในภาพพจน์นั้น (Design look and feel) โดยเน้นในเรื่องของการสร้างสรรค์ภาพ สร้างสรรค์สัญลักษณ์เพื่อการเชื่อมโยงส่วนต่าง ๆ (Interface design) ไปจนถึงการสร้างมัลติมีเดีย แล้วนำทุกๆ ส่วนมาประกอบกันเป็นงาน 4 มิติ โดยต้องทำสิ่งต่างๆ เหล่านี้

1. เลือกกลุ่มของสีที่จะใช้ในเว็บไซต์
2. เลือกรูปแบบตัวหนังสือ
3. กำหนดความกว้างของหน้ากระดาษและขนาดของฉากหลัง
4. สร้างภาพประกอบด้วยการใช้ภาพถ่าย หรือภาพวาด ภาพเคลื่อนไหว และเสียง
5. กำหนดแนวทางการออกแบบและส่วนที่สร้างความสัมพันธ์เชื่อมโยง
6. กำหนดชื่อของเนื้อหาหลัก และกำหนดลักษณะพิเศษให้โดดเด่นออกมา
7. สร้างกราฟิกที่นำไปหาข้อมูลและสร้างปุ่มหรือสัญลักษณ์พิเศษ เช่น ปุ่มสัญลักษณ์ Help, Sitemap, Index
8. สร้างหน้าที่แสดงการจัดวางของหน้าหลัก
9. นำเนื้อหาออกมาออกแบบแต่ละหน้า โดยเฉพาะหน้าหลัก
10. เตรียมสคริปต์ เตรียมระบบข้อมูล และเทคนิคพิเศษอื่นๆ

การออกแบบเว็บเพจนี้ อาจจะใช้โปรแกรมเดียวกับการออกแบบสิ่งพิมพ์ทั่วไป เช่น โปรแกรม Illustrator, Photoshop, Quark X Press โดยใช้ข้อมูลจริงเท่าที่จะเป็นไปได้

นอกจากจากออกแบบภาพแล้ว คำพูดที่ใช้ในเนื้อหาที่ต้องแสดงความรู้สึกเช่นเดียวกับรูปลักษณะของเพจด้วย เพื่อให้ภาพและเนื้อหาสร้างอารมณ์และความรู้สึกเดียวกัน การแต่งคำนำสำหรับส่วนต่างๆของเว็บไซต์บางเว็บไซต์ มีการเล่นคำ ใช้คำนำเพื่อดึงดูใจ และเป็นส่วนเสริมให้กับภาพที่นำมาใช้ การใช้ภาพทุกภาพและคำพูดทุกคำต้องเป็นการใช้อย่างมีเหตุและส่งเสริมซึ่งกันและกัน

ซึ่งในการออกแบบเว็บเพจมีหน้าที่เป็นหน้าหลัก (Key Page) ดังนี้

1. หน้าเปิดของเว็บไซต์ (Entrance หรือ Splash Page) อาจเรียกว่า หน้าโฮมเพจ
2. หน้าข้อมูลหลัก (Core Page)
3. หน้าเปิดเข้าส่วนต่างๆ
4. หน้าใหม่ที่เพิ่มเข้ามา (ถ้ามี)
5. หน้าที่เป็นหน้านำเสนอ หน้าสำหรับค้นหา หรือหน้าที่เป็นแผนที่ของเว็บไซต์

I = Implementation การปฏิบัติการ ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนการนำส่วนประกอบต่างๆ ที่ได้จากการออกแบบในขั้นตอนที่ 3 มาประกอบกันด้วยโปรแกรมเว็บไซต์ และทดสอบโดยกรรมวิธีของการทำเว็บเพจโดยใช้ภาษา HTML และการทดสอบการเปิดเข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์ ด้วยการใช้ Prototype สิ่งที่ต้องปฏิบัติในขั้นตอนนี้มีดังนี้

1. นำส่วนประกอบของภาพ ตัวหนังสือ และมัลติมีเดียมาประกอบกัน
2. ทดสอบการเข้าเว็บไซต์จากเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ต่างกัน
3. ตรวจสอบความถูกต้องของภาษาที่ใช้ โดยการพิสูจน์อักษร
4. เตรียม HTML Templates
5. สร้างหน้าหลักขึ้นมา รวมทั้งหน้าอื่นๆ ด้วย

เมื่อผ่านการทำทุกขั้นตอนแล้ว เว็บไซต์ก็พร้อมที่จะออนไลน์ได้ แต่อย่างไรก็ตามเพื่อให้เว็บไซต์มีความทันสมัยอยู่เสมอ นั้น ต้องหมั่นตรวจสอบคุณภาพอย่างสม่ำเสมอ รวมไปถึงการปรับปรุงในเรื่องการออกแบบเป็นประจำ และที่ยิ่งกว่านั้น เนื้อหาในเว็บไซต์จะต้องมีความใหม่ทันเหตุการณ์อยู่เสมอ จึงจะเป็นเว็บไซต์ที่มีประสิทธิภาพ

ขั้นตอนการออกแบบ



1. การนำเสนอโครงการ

การออกแบบเว็บเพจควรมีการเขียนนำเสนอโครงการอย่างเป็นลายลักษณ์อักษร โดยรวมรายละเอียดปลีกย่อยเอาไว้ด้วย เช่น กำหนดวัตถุประสงค์ ภาพลักษณ์ที่ต้องการให้ปรากฏการจัดวางหน้ากระดาษ และความลึกของไซต์ ข้อมูลที่จะนำมาใส่ และองค์ประกอบอื่นๆ จะใช้มีลิตมีเดียหรือไม่ในการสื่อสารข้อความ แต่การเขียนเพื่อการนำเสนอโครงการนี้เป็นเพียงแค่ออกแบบ มีใบสัญญาที่จะต้องยึดติดในความคิดเบื้องต้นนี้เสมอไป ข้อเสนอสำหรับโครงการนี้สามารถปรับเปลี่ยนได้เป็นธรรมดา ที่มักพบว่า การออกแบบสร้างเว็บไซต์ที่มีขนาดใหญ่ที่ใช้เวลานานในการผลิต เมื่อสำเร็จสมบูรณ์แล้วมักมีรายละเอียดที่แตกต่างจากข้อเสนอที่ทำไว้เบื้องต้นมากทีเดียว ดังนั้นการเขียนข้อเสนอจึงเป็นการแสดงภาพให้เห็นชัดถึงความคิดรวบยอด และโครงการคร่าวๆ เพราะฉะนั้นการดำเนินการออกแบบควรจะต้องมีความยืดหยุ่นได้

2. ส่วนนำทาง

เพื่อให้มีความชัดเจนในทิศทางการเดินทางของเว็บไซต์ การเขียนแผนภาพจะทำให้ความคิดเป็นรูปเป็นร่างมากขึ้น แผนภาพจะทำให้สามารถมองเห็นข้อโต้แย้งได้ดี นักออกแบบจะได้ทำการแก้ไขเพื่อให้โครงการมีความสมบูรณ์ขึ้นในขั้นตอนนี้ ซึ่งง่ายกว่าการที่จะแก้ไขเมื่อเปิดให้เว็บไซต์ได้ออนไลน์ในอินเทอร์เน็ตแล้ว การเขียนแผนภาพของเว็บไซต์อาจเริ่มจากหน้าโฮมเพจ หลังจากนั้นเขียนหัวข้อย่อยที่แยกออกมาจากหน้าโฮมเพจ โดยวาดภาพเชื่อมโยงไว้ด้วย แล้วนำมาสรุปกับทีมงานที่ทำการออกแบบ เจ้าของเว็บไซต์หรือใครก็ตามที่มีส่วนร่วมในการพิจารณาและการสร้างภาพกลไกการเดินทางของไซต์

3. ภาพลักษณ์ของเว็บไซต์

นักออกแบบต้องสร้างสรรค์รูปลักษณ์ของเว็บไซต์ ซึ่งประกอบไปด้วยการเลือกใช้สี ซึ่งขึ้นอยู่กับลักษณะขององค์กร เลือกใช้ภาพและกราฟิกที่สะท้อนลักษณะเด่นของบริษัท และการเลือกใช้สิ่งต่างๆ เพื่อการสะท้อนรูปลักษณ์ โดยให้เกิดความสัมพันธ์เชื่อมโยงรายละเอียดในทุกจุดการทำเช่นนี้จะสามารถเสริมคุณค่าของข้อมูลได้ถึง 10%

4. เมนู

เป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดที่เป็นกลไกในการเคลื่อนที่ของไซต์ ที่ต้องการให้ผู้รับสารเข้าใจอย่างชัดเจนว่า คลิกแล้วพบข้อมูลใดบ้าง ปุ่มสำหรับคลิกเมนูนี้ก็เช่นเดียวกัน ต้องทำให้เกิดแรงดึงดูดใจในการคลิกอาจเป็นการเปลี่ยนสีที่ปุ่มเมื่อผู้รับสารคลิก

5. โครงสร้าง

การจัดระบบโครงสร้างของไฟล์ต่างๆ ที่นำมาประกอบในการออกแบบเป็นสิ่งที่จะต้องพิจารณาทำไฟล์ไดเรกทอรี (File Directory) นี้จะทำให้ง่ายต่อการขยายเว็บไซต์หรือปรับปรุงเปลี่ยนแปลงในอนาคตในไดเรกทอรีนี้แยกเป็นแฟ้ม (Folder) ต่างๆ ซึ่งอาจแบ่งเป็น Folder ภาพ Folder ภาพยนตร์ นักออกแบบบางคนมองข้ามจุดนี้ไป และนำทุกไฟล์มารวมกันอยู่ที่เดียวในไดเรกทอรี ไม่ได้จัดหมวดหมู่เอาไว้อย่างเป็นระบบ เมื่อเว็บไซต์ต้องทำการเปลี่ยนแปลง พบว่ามีบางสิ่งที่ต้องตัดออกและบางสิ่งต้องทำเพิ่มขึ้นมา โดยอาจจำไม่ได้ว่าไฟล์ไหนอยู่ในส่วนไหน ทำให้ยากต่อการหาไฟล์ และใช้เวลามากทีเดียว การจัดระบบไฟล์มีลักษณะเป็นการจัดแบบลำดับ (File Directory Hierarchical) ซึ่งมีหลักดังนี้

5.1 สร้างไดเรกทอรีตามหัวข้อของข้อมูลภายในเว็บไซต์แต่ละเว็บไซต์ ซึ่งบรรจุไฟล์ทุกประเภทลงไป

5.2 สร้างความแตกต่างของลำดับชั้นของไดเรกทอรี เช่น ไดเรกทอรีที่เป็นไฟล์เดอร์ของตัวหนังสือ และภาพ เช่น หัวข้อโลโก้ หรือคำแนะนำใดๆที่ใช้ในหลายๆหน้าของเว็บไซต์ซึ่งสิ่งที่อยู่ในไฟล์เดอร์นี้อาจเป็นภาพส่วนนำทาง หรือส่วนประกอบใดๆ ก็ตามแต่ที่ต้องเปลี่ยนทุกหน้าเมื่อเว็บไซต์นั้นมีการเปลี่ยนแปลง

5.3 การจัดระบบไฟล์ตามนามสกุล เช่น .htm, .or, .gif ซึ่งต้องแน่ใจว่าชื่อเหล่านี้สามารถแบ่งแยกลักษณะของไฟล์ได้ และการสร้างไฟล์เดอร์นั้นควรใช้เก็บไฟล์ไม่มากเกินไปกว่า 15 ไฟล์ จึงจะง่ายต่อการค้นหา หากเกินกว่านี้ควรสร้างไฟล์เดอร์ขึ้นใหม่

6. หน้าแรก

เป็นหน้าที่ต้องสร้างความประทับใจให้กับผู้ท่องเที่ยวได้ในครั้งแรกที่เห็น และสามารถทำให้หยุดเพื่อความสนใจในขณะหนึ่ง เพื่ออ่านข้อความและรายละเอียดที่น่าสนใจ เพื่อที่จะการเดินทางเข้าไปในเว็บนั้นต่อไป ส่วนใหญ่นักออกแบบจะพยายามออกแบบให้หน้าแรกนี้เป็นหน้าที่ใช้เวลาในการดาวน์โหลดน้อยที่สุด เท่าที่จะเป็นไปได้ เพราะถ้าหน้านี้ใช้เวลาในการดาวน์โหลดนานเกินไปอาจทำให้เว็บไซต์นี้ล้มเหลวได้ โดยที่ไม่มีโอกาสนำเสนอองค์ประกอบอื่นๆ ความน่าสนใจนี้อาจอยู่ในกราฟิกที่ให้ความรู้สึกตื่นเต้นน่าติดตาม อาจมีการใช้มัลติมีเดียบางอย่าง หน้าแรกนี้อาจเป็นหน้าโฮมเพจ ซึ่งหน้าโฮมเพจนี้เปรียบเสมือนหน้าสารบัญที่เป็นหน้าที่สร้างภาพรวมและบอกถึงองค์ประกอบต่างๆ ของเว็บไซต์

ขั้นตอนการดำเนินการผลิตเว็บไซต์

1. การออกแบบรูปแบบคงตัว (Templates)

เริ่มมาจากการวางรูปแบบของหัวเรื่อง (headline) หมายเหตุที่อยู่ด้านล่างของหน้ากระดาษ (Footer) การใช้สีและการเลือกใช้ลักษณะของตัวหนังสือที่เป็นกราฟิกการจัดวางตัวหนังสือที่เป็นหัวเรื่อง ขนาดของกรอบ (Frame) สีพื้นที่ใช้ ลักษณะของภาพประกอบ และเลือกใช้เทคนิคอะไรเพื่อให้สำหรับปุ่มหรือ Icon เมื่อถูกคลิก ให้เสียงหรือเปลี่ยนขนาดหรือใช้การเคลื่อนไหวไปจนถึงส่วนนำทาง และส่วนประกอบมัลติมีเดียใดๆ ก็ตาม การใช้รูปแบบคงตัวนี้เป็นขั้นตอนที่จะต้องทำเป็นขั้นตอนแรกในการผลิต เพราะรูปแบบคงตัวนี้จะสามารถนำมาใช้ในการจัดวางทุกหน้าในเว็บไซต์ การใช้รูปแบบคงตัวนี้อาจมีหลายรูปแบบเพื่อแบ่งแยกระดับของเนื้อหาที่บรรจุอยู่ในเว็บไซต์เมื่อได้รูปแบบการจัดวางหน้าแล้ว การจัดวางเนื้อหาข้อมูลจะมีความง่ายขึ้น แต่อย่างไรก็ตาม สำหรับองค์กรขนาดใหญ่ที่มีข้อมูลมากมาย และต้องมีการเปลี่ยนแปลง ข้อมูลให้มีความทันสมัยอย่างสม่ำเสมอ อาจไม่มีข้อจำกัดที่ตายตัวสำหรับรูปแบบคงตัวในการจัดวางหน้า นักออกแบบเว็บต้องมีความเข้าใจว่า การนำเสนอข้อมูลนั้นมีความสำคัญมากกว่า

การออกแบบรูปแบบคงตัวนี้ ประกอบด้วย

- การวางกรอบ (Place Frames) เว็บไซต์บางเว็บไซต์ที่ต้องการใช้กรอบในการจัดวางมักออกแบบการจัดวางกรอบเพื่อเป็นต้นแบบสำหรับทุกๆ หน้า เพื่อนำ

เมื่อนำทางมาวาง นอกจากนั้นกรอบก็อาจใช้เพื่อการนำทางไปสู่เทคนิค มัลติมีเดียอื่นๆ โดยการเปิดกรอบขึ้นมาใหม่อีกหนึ่งกรอบในหน้าต่างเดียว เมื่อผู้เยี่ยมชมต้องการดูมัลติมีเดียอื่นๆ

- กำหนดกรอบเพื่อการวางเนื้อหาและกรอบเพื่อการวางตัวหนังสือ (Determine window size and tables) ในที่นี้กรอบ (Frames) มักกำหนด กรอบการวางเนื้อหา (Windows) แต่กรอบการวางตัวหนังสือนี้หมายถึง การ กำหนดลักษณะการจัดวางเนื้อหาข้อมูล มีลักษณะคอลัมน์เป็นอย่างไร หรือ วางเป็นแถวหรือเป็นแนวในตำแหน่งใด
- การวางคำแนะนํา (Comments) การวางคำแนะนําในที่นี้ หมายถึง การจัดวางตำแหน่งของหัวข้อ สัญลักษณ์ในการนำทาง หมายเหตุที่ต้องการให้ผู้ ท่องเว็บค้นพบโดยเร็ว ซึ่งการวางคำแนะนํานี้จะเป็นประโยชน์สำหรับผู้ใช้อย่างมากสำหรับการท่องเว็บไซต์ใดๆ ที่มีข้อมูลมากและมีความซับซ้อน
- การเลือกลักษณะของตัวหนังสือ และลักษณะของกราฟิก เว็บไซต์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีความสมดุล และความสม่ำเสมอ มักใช้ลักษณะ ตัวหนังสือ และลักษณะของกราฟิกที่เหมือนกันในทุกๆ หน้า ซึ่งถือว่าการ ใช้รูปแบบคงตัวอย่างหนึ่ง
- การเลือกใช้ลักษณะของเมนู กรอบเมนูเป็นส่วนหนึ่งของการออกแบบ การ เลือกใช้ภาพที่จะนำมาใส่ในปุ่มเมนู และการเปลี่ยนแปลงที่เลือกใช้เมื่อถูกคลิก ภาพที่ใส่เป็นฉากหลังในกรอบเมนูรวมไปถึงสีพื้นที่ใช้ และลักษณะของ ตัวหนังสือที่เป็นหัวเรื่องที่จะนำมาจัดวางในกรอบเมนู ก็ต้องมีกรอบออกแบบให้ เป็นรูปแบบคงตัว เช่นกัน

2. การจัดระบบการสร้างภาพพจน์

นักออกแบบเว็บไซต์ที่มีประสบการณ์ ย่อมมีความคิดสร้างสรรค์เพื่อการสร้างภาพพจน์ให้กับองค์กร ซึ่งภาพพจน์เหล่านี้ย่อมแสดงออกโดยการเลือกใช้พื้นฉากหลัง การออกแบบปุ่มเมนู หรือ Icon การสร้างโลโก้ และการเลือกภาพประกอบ ไปจนถึงภาพกราฟิกที่ใช้ ซึ่งทั้งหมดนี้ต้อง

สร้างจากไฟล์หลายไฟล์มาประกอบกัน ซึ่งในหน้าเว็บเพจหน้าใดก็ตาม เมื่อจัดหน้าเสร็จเรียบร้อยแล้ว ขนาดของไฟล์ที่นำมาจัดองค์ประกอบในหน้านั้นๆ ต้องมีขนาดไม่เกิน 50K

3. การสร้างหน้าโฮมเพจ

หน้าโฮมเพจเป็นหน้าที่ต้องทำการออกแบบเป็นหน้าแรก เนื่องจากเป็นหน้าแรกที่เป็นหน้าที่เป็นทางผ่านต่อไปยังหน้าอื่นๆของเว็บไซต์ ไม่ว่าจะโครงสร้างของเว็บไซต์นั้นจะมีลักษณะเป็นเส้นตรงหรือเป็นแบบลำดับขั้นก็ตาม หน้านี้ต้องใช้เวลาในการดาวน์โหลดน้อยที่สุด เพื่อให้ผู้รับสารคลิกผ่านไปได้อย่างรวดเร็ว โดยต้องอยู่บนพื้นฐานของการสร้างภาพพจน์ให้กับองค์กร และสร้างการจดจำให้กับผู้รับสารมากที่สุด ในขณะที่เดียวกันต้องก่อให้เกิดความสนุกสนานตื่นเต้น จึงจะสามารถดึงดูดใจผู้รับสารให้คลิกผ่านหน้านี้เข้ามาได้ ส่วนใหญ่แล้วหน้านี้มักมีข้อมูลที่บอกผู้รับสารเกี่ยวกับเครื่องมือที่ต้องใช้ในการดูเว็บไซต์นี้ นอกเสียจากว่าเครื่องมือที่ใช้จะเป็นเครื่องมือที่เป็นเครื่องมือพื้นฐานในการดูเว็บไซต์ทั่วไป หลังจากออกแบบหน้าโฮมเพจแล้ว จึงทำการออกแบบหน้าสารบัญที่มีการเชื่อมโยงกับหน้าแรกในแต่ละหัวข้อของเว็บไซต์ บางเว็บไซต์อาจรวมหน้าโฮมเพจและหน้าสารบัญไว้ด้วยกัน หลังจากออกแบบหน้าแรกแล้ว หน้าทีต่อเนื่องตามมานั้น ต้องมีความกลมกลืนกัน โดยออกแบบหน้าที่เป็นหน้าแรกของแต่ละหัวข้อหลักของข้อมูลแต่ละส่วนก่อนซึ่งอาจมีรูปแบบที่แตกต่างกันไปในแต่ละระดับชั้นของเว็บไซต์ จากการพิจารณาเนื้อหาข้อมูลและความสามารถในการคิดสร้างสรรค์ของนักออกแบบ

หน้าต่างๆ ของเว็บไซต์ มีดังนี้

3.1 หน้า Splash Pages หรือ Splash Screen หน้านี้เป็นหน้าที่นักออกแบบเพียงสร้างสรรค์ให้มีขึ้นในเว็บไซตซึ่งต้องสามารถดาวน์โหลดได้ในเวลา 15 วินาที โดยจะต้องมีแค่ข้อความหลักที่สรุปแล้วเท่านั้น อาจเป็นหน้าที่แทรกเข้ามาในระหว่างที่เครื่องของผู้รับสารกำลังดาวน์โหลด Plug-in เพื่อการดูเว็บไซต์หรืออาจปรากฏขึ้นระหว่างรอให้หน้าที่คลิกเลือกที่จะเข้าไปในหน้าใดหน้าหนึ่งดาวน์โหลดขึ้นมา

3.2 หน้าคำนำ หรือ หน้าแรกสุด (Introductory, Intro or Top Page) หน้านี้จะมีนำหน้าของเนื้อหาจากหน้า Splash Page หน้านี้มักจะเป็นหน้าที่บอกให้ผู้รับสารทราบว่าเมื่อมีเนื้อหาอะไรบ้างในเว็บไซตซึ่งอาจเป็นหน้าที่มีกรอบหรือไม่มีกรอบก็ได้ ถ้าในเว็บไซตนั้นเป็นเว็บไซตที่มีขนาดใหญ่เป็นพิเศษ หน้าที่จะเป็นหน้าที่ส่วนนำทางในการค้นหาข้อมูลต่างๆ ใน

เว็บไซต์ หน้านี้อาจสร้างขึ้นเป็นหน้าสุดท้าย หลังจากที่มีการสร้างเว็บไซต์เสร็จเรียบร้อยแล้ว หรือ หลังจากรวบรวมเนื้อหาที่จะนำมาใส่ในเว็บไซต์เสร็จเรียบร้อยแล้ว มิฉะนั้นอาจไม่ครอบคลุมเนื้อหาทั้งหมดที่มีในเว็บไซต์

3.3 หน้าโฮมเพจ (Home Page) หน้านี้เป็นหน้าที่ต้องมีเมนูในการนำทางวางอยู่โดยส่วนใหญ่มักถูกออกแบบขึ้นเป็นหน้าแรก

4. การสร้างมัลติมีเดีย

เพื่อให้เว็บไซต์มีความสมบูรณ์และให้ประสิทธิภาพในการสื่อสารมากขึ้น ควรมีเทคนิคมัลติมีเดียประกอบอยู่ด้วย ตัวอย่างของมัลติมีเดีย เช่น

4.1 การใช้ภาพเคลื่อนไหวอย่างง่าย ๆ การให้เสียง และวิดีโอ การใช้มัลติมีเดียเป็นสิ่งที่สามารถสร้างจุดสนใจให้กับหัวข้อใหญ่ การทำให้ปุ่มเมนูคลิกได้ หรือ มีขนาดใหญ่ขึ้นเป็นการสร้างความสนุกสนานอย่างหนึ่งให้กับผู้รับสาร หรือการใช้ภาพเคลื่อนไหวอย่างง่าย ๆ ที่เป็นภาพประกอบของเนื้อหาเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้รับสารจดจำเนื้อหาได้ ซึ่งการใช้มัลติมีเดียนั้น นักออกแบบต้องไม่ลืมว่า มีข้อจำกัดในเรื่องขนาดของไฟล์ที่จะทำให้เวลาในการดาวน์โหลดมีความเหมาะสมพอดี การใช้ภาพเคลื่อนไหวนี้อาจไม่ทำให้ผู้รับสารรู้สึกเกิดความประทับใจได้เสมอไป แต่ก็สามารถสร้างความมีชีวิตชีวาให้กับเว็บไซต์ได้ เช่นเดียวกับกรให้เสียง หรือวิดีโอ แต่การให้เสียงหรือวิดีโอ ควรทำเมื่อการสร้างไซต์เรียบร้อยแล้ว เนื่องจากต้องคำนึงถึงขนาดของไฟล์ดังกล่าวมาแล้ว

4.2 การสร้างการปฏิสัมพันธ์กับผู้รับสารให้สมบูรณ์ โดยการสร้างวิดีโอที่มีเสียงประกอบในเว็บไซต์นั้นมีการปฏิสัมพันธ์กับผู้รับสารด้วยเกมส์ หรือการใช้โลกเสมือนจริง (Virtual Reality) ในการปฏิสัมพันธ์ นักออกแบบควรตัดสินใจเลือกใช้เพียงอย่างใดอย่างหนึ่งเท่านั้น เพราะจะทำให้ผู้รับสารสับสนในการมองเห็นภาพพจน์ของเว็บไซต์ได้

4.3 การทดสอบเมื่อการผลิตเว็บไซต์ได้เสร็จสิ้นลง เว็บไซต์ที่ได้ควรได้รับการทดสอบตรวจสอบ เมื่อทดสอบแล้ว หากมีการแก้ไขเปลี่ยนแปลงควรทำทดสอบซ้ำอีกจนกว่าจะไม่พบข้อบกพร่อง นักออกแบบทุกคนต้องแน่ใจว่ากลไกทุกอย่างได้ทำหน้าที่ของมันตามที่ต้องการแล้ว ไม่ว่าจะเป็นการปฏิสัมพันธ์ใดๆ ต้องได้รับการทดสอบการทำงานนั้นก่อนที่ทำการออนไลน์

ออกไป อาจต้องหาผู้ที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย แล้วสมมติว่าเขาเป็นผู้รับสารโดยเฝ้าดูการท่องเว็บของเขาอย่างเงียบๆ อาจทำให้นักออกแบบค้นพบบางสิ่งที่ไม่คาดคิดได้ไม่ว่าการใช้สีการออกแบบการจัดวางหน้า หรือการวางส่วนนำทางว่ามีความเหมาะสมหรือไม่เพียงใด เหมาะกับผู้รับสารหรือไม่ นอกจากนี้ยังต้องทดสอบกับเครื่องที่แตกต่างกันหลายๆ ประเภท และหลายระบบเครือข่ายทั้งเครื่องที่บ้านและที่ทำงาน

สิ่งที่ต้องทดสอบ เช่น

- ส่วนประกอบของกราฟิกแต่ละส่วนวางอย่างถูกต้องหรือไม่
- พิสูจน์อักษรอย่างถูกต้อง
- ไม่มีความผิดพลาดในการสั่นไหวของตัวหนังสือ
- ส่วนเชื่อมโยงทุกส่วนทำงานตามที่นักออกแบบต้องการ
- มัลติมีเดียทำงานอย่างถูกต้อง
- ภาพที่ปรากฏบนเว็บไซต์ทั้งหมดมีความสมบูรณ์เพียงพอหรือไม่
- มีหมายเหตุ (Footer) สำหรับที่อยู่อีเมล เครื่องหมายการค้า และข้อมูลอื่นๆ

5. การออกแบบกราฟิก

การออกแบบกราฟิกเป็นพื้นฐานสำคัญสำหรับการออกแบบมัลติมีเดีย และเป็นหัวใจสำคัญของการออกแบบเว็บไซต์ที่ดี ซึ่งประกอบด้วย

5.1 ภาพดิจิทัล หมายถึง ภาพที่ใช้คอมพิวเตอร์ในการผลิต หรือวาดขึ้น นักออกแบบเว็บไซต์ ต้องมีความเข้าใจในลักษณะภาพที่ใช้ในการออกแบบเว็บไซต์ ชนิดของไฟล์ภาพที่นำมาใช้ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับรายละเอียดของภาพ สี และขนาดของไฟล์ ซึ่งคอมพิวเตอร์ส่วนใหญ่ที่ต่อกับอินเทอร์เน็ตสามารถแสดงผลทางหน้าจอได้เพียง 256 สี เท่านั้น

5.2 ภาพจากการสแกน การสแกนภาพสำหรับใช้บนเว็บไซต์นั้น ต้องมีความละเอียดของภาพไม่น้อยกว่า 72 DPI และไม่มากกว่า 150 DPI

6. การผลิตภาพเคลื่อนไหว

การทำภาพเคลื่อนไหวเป็นสิ่งที่นิยมใช้กันมากในการสร้างเว็บไซต์ โดยทำให้เกิดแรงดึงดูดใจเทคนิคในการสร้างภาพเคลื่อนไหวนั้น มีใช้การนำทุกองค์ประกอบของหน้ามาทำให้เคลื่อนไหวทั้งหมดการออกแบบกราฟิกส่วนใดส่วนหนึ่งให้เกิดการเคลื่อนไหวนั้น ต้องสร้างควมมีชีวิตชีวาให้กับกราฟิกหรือเนื้อหาที่มีอยู่ในเว็บไซต์นั้น โดยการใชการเคลื่อนไหวที่เราเคยชินในชีวิตประจำวัน ตัวอย่างเช่น มีควันพุ่งออกจากถ้วยกาแฟ หรือแสงแฟลชที่พุ่งออกมาจากกล้อง หรือภาพการ์ตูนที่กระโดดโลดเต้น การเคลื่อนไหวนี้อาจเป็นลักษณะการเคลื่อนไหวที่เคยเห็นในสื่อโทรทัศน์ เช่น ภาพการ์ตูนล้อเลียนอารมณ์ของผู้ดูที่กำลังยิ้ม หัวเราะ หรือร้องไห้ ภาพเคลื่อนไหวนี้จะสามารถขยายแนวความคิดให้กับตัวหนังสือ เพื่อให้เกิดอิทธิพลกับผู้รับสารได้

ภาพเคลื่อนไหวที่ใช้ในการออกแบบ มีดังนี้

6.1 โลโก้และปุ่มที่เคลื่อนไหว การพลิกหรือหมุนโลโก้กันนิยมใช้กันมากในสื่อทีวี และในเว็บไซต์การให้โลโก้หรือปุ่มใดๆ เคลื่อนไหว อาจใช้กับข้อความที่ต้องการเน้นหนัก หรือสร้างความตั้งใจในการอ่านให้กับผู้รับสาร สิ่งที่ต้องคำนึง คือ การทำให้โลโก้ และปุ่มที่เคลื่อนไหวนี้ทำงานอย่างมีเหตุผล ทำให้เกิดความเข้าใจในเนื้อหา เว็บไซต์บางเว็บไซต์มีส่วนประกอบมากมายที่หมุนไปหมุนมา และวนกลับไปมาในเวลาอันรวดเร็ว โดยปราศจากเหตุผล ซึ่งมักสร้างความรำคาญให้กับผู้รับสารมากกว่าสร้างความประทับใจให้เกิดขึ้น

6.2 การเปลี่ยนอริยาบทของตัวการ์ตูน การใช้เทคนิคภาพเคลื่อนไหวอีกแบบหนึ่งที่มีใช้กันในการออกแบบ คือ การให้ตัวการ์ตูนหรือภาพมีการเปลี่ยนอริยาบท ซึ่งอริยาบทบางอย่างอาจเป็นอริยาบทที่ธรรมดาๆ ที่ทำให้ผู้รับสารคาดไม่ถึงจนต้องหัวเราะ หรือยิ้มออกมา ซึ่งการใช้เทคนิคเคลื่อนไหวอริยาบทนี้ต้องคำนึงถึงความหมายที่แฝงอยู่ด้วยเช่นกัน

6.3 การเคลื่อนไหวตัวหนังสือ (Animated Texts) การเคลื่อนไหวตัวหนังสือเป็นสิ่งที่สร้างเสน่ห์ให้กับเว็บไซต์ได้อีกทางหนึ่ง นักออกแบบส่วนใหญ่รู้จักวิธีที่จะทำให้ตัวหนังสือสามารถเคลื่อนไหวไปอย่างช้าๆ เพื่อเน้นความสำคัญของข้อความ และทำให้ตัวหนังสือนั้นแสดงท่วงทำนองในการพูดถึงเรื่องราวใดเรื่องราวหนึ่งอยู่แล้ว บุคลิกลักษณะของตัวหนังสือแต่ละประเภท สามารถสร้างอารมณ์ให้เกิดขึ้นกับผู้รับสารได้โดยทำให้ผู้รับสารจินตนาการสร้างภาพตามเรื่องราว หรือข้อมูล ซึ่งนับเป็นศิลปะขั้นสูงอย่างหนึ่ง อย่างไรก็ตาม ในการออกแบบเว็บเพจนั้นควร

ใช้เพียงหนึ่งหรือสองลักษณะตัวหนังสือเท่านั้น ตัวหนังสือที่เคลื่อนไหวสามารถทำได้ในลักษณะ 4 ทิศทาง บน ล่าง ซ้าย และขวา ลักษณะของคำพูดที่เคลื่อนไหวได้เปรียบเสมือนมีชีวิตไม่ว่าจะเป็น คำที่ลอยขึ้นมาแล้วเบลอ หรือคำที่พุ่งเข้าหาผู้ดูในทันทีทันใดเหมือนการตะโกน คำที่กระโดดขึ้นข้างบนในลักษณะเขย่งเท้า ลักษณะของการเคลื่อนไหวนี้เป็นสิ่งที่สามารถช่วยให้ข้อความนั้นมีความหมายที่ชัดเจน และมีการแสดงออกมากขึ้น ซึ่งเว็บไซต์เป็นสื่อชนิดหนึ่งสร้างประวัติศาสตร์ใหม่ให้กับการใช้ตัวหนังสือเคลื่อนไหว การทำให้ตัวหนังสือเคลื่อนไหวได้นี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้ดูเกิดความสนใจเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะกับนักท่องเที่ยวที่ไม่ชอบการอ่าน โดยที่จะใช้การเคลื่อนไหวในควมถี่เท่าไร เป็นหน้าที่ของนักออกแบบที่ต้องพิจารณา อย่างไรก็ตาม ทุกคำพูดที่มีการเคลื่อนไหว ไม่ควรปรากฏขึ้นพร้อมๆ กัน ในคราวเดียว ต้องทำให้ผู้รับสารเกิดความรู้สึกอยากอ่าน มิใช่เพื่อดูเพียงอย่างเดียว

ข้อแนะนำในการทำให้ตัวหนังสือเคลื่อนไหว มีดังนี้

- ไม่ควรใช้คำพูดที่มากกว่า 1 ย่อหน้า หรือมากกว่า 2 คำพูด อาจทำให้ผู้รับสารไม่สามารถอ่านได้ทัน
- ไม่ควรทำให้ตัวหนังสือมีการเคลื่อนไหวถี่เกินไป ทำให้อ่านยาก
- การปรากฏตัวของตัวหนังสือบนจอ หรือการหายไปของตัวหนังสือ ต้องเหมาะสมแก่เวลาที่สามารถอ่านได้

6.4 การเคลื่อนไหวส่วนนำทาง (Animated Navigational Elements)

สิ่งที่สำคัญของการออกแบบส่วนนำทาง นักออกแบบต้องแน่ใจว่าผู้รับสารจะสามารถพบส่วนนี้ได้ ในทุกหน้าของเว็บไซต์ ดังนั้นการทำให้ส่วนนำทางนี้เคลื่อนไหวได้ จึงเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้รับสารสามารถเห็นส่วนนำทางอย่างชัดเจน นอกจากนั้นหากเราต้องการให้ผู้รับสารอยากคลิก เพื่อเข้าไปสู่ข้อมูลที่เราต้องการให้ผู้รับสารเข้าไปถึงการเคลื่อนไหว ส่วนนำทาง นี้อาจเป็นสิ่งที่ล่อใจได้สิ่งหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นการพลิกอย่างง่าย หรือสีที่เปลี่ยนไป อย่างไรก็ตามต้องแน่ใจว่าส่วนนำทางนี้ทำงานตามหน้าที่มีเช่นนั้นอาจทำให้ผู้รับสารหงุดหงิดเมื่อคลิกหลายครั้ง แล้วไม่ปรากฏอะไรขึ้นมา

6.5 การเคลื่อนไหวข้อมูลที่เป็นกราฟิก (Animated Information Graphics)

เมื่อองค์กรใดองค์กรหนึ่งมีเนื้อหาข้อมูลในเว็บไซต์มาก หรือข้อมูลบางประเภทที่ไม่สามารถอธิบายเป็นตัวหนังสือได้ การอธิบายในลักษณะของกราฟิกเป็นสิ่งจำเป็น และง่ายต่อการทำความเข้าใจ โดยเป็นสิ่งที่สร้างพลังให้กับข้อมูล ตัวอย่างเช่น กราฟฟิคที่แสดงข้อมูลของรายงานประจำปี

หรือข้อมูลทางการตลาดในลักษณะที่เป็นกราฟแท่ง กราฟลายเส้น แผนภูมิ หรือกราฟิกใดๆ ก็ตาม การเคลื่อนไหวนี้อาจเป็นแท่งกราฟที่ค่อยๆ เลื่อนขึ้นแผนภูมิรูปวงกลมที่ค่อยๆ เติบโตขึ้นเรื่อยๆ จนเต็มวงกลม

6.6 การฉายภาพสไลด์ (A Slide Show of Web Pages) โดยปกติแล้วการท่องเว็บนั้นเป็นการที่ผู้รับสารเดินทางผ่านหน้าจอแต่ละหน้า โดยผู้รับสารเป็นผู้เลือกด้วยตัวเอง แต่ลักษณะของหน้าจอที่เกิดขึ้นโดยมิได้คลิกที่ส่วนนำทางใดๆ นั้น เราเรียกหน้านั้นๆ ว่า Splash Page Bumper Page หรือ Meta Page หน้าเหล่านี้มักใช้สำหรับเป็นหน้าค้ำนำในแต่ละส่วน การฉายภาพสไลด์เป็นลักษณะเดียวกันกับหน้าเหล่านี้ โดยผู้ที่คุ้นเคยในเนื้อหาของเว็บไซต์นั้นอยู่แล้วไม่ต้องการที่จะคลิกผ่านข้อมูลเข้าไปที่ละหน้า ซึ่งในการคลิกที่ละหน้านั้นต้องรอคอยเพื่อการดาวน์โหลด

6.7 การเคลื่อนไหวกราฟิกและเทคนิคพิเศษ (Animated Graphic and Special Effect) การเคลื่อนไหวภาพที่เป็นกราฟิกและการใช้เทคนิคพิเศษนี้มีสิ่งที่ยอธิบายอย่างง่ายคือ ลักษณะของการพลิกภาพในหนังสือแบบเร็วๆ ที่ทำให้สามารถมองเห็นภาพที่หยุดนิ่งในแต่ละเฟรมเกิดเป็นภาพเคลื่อนไหว

หลักในการสร้างการเคลื่อนไหว ทำได้โดย

- ภาพที่มีการเคลื่อนไหวต้องเป็นไปอย่างมีความต่อเนื่อง
- ช่วงต่อระหว่างภาพหนึ่งกับภาพเคลื่อนไหวต้องแนบเนียน ไม่สะดุด
- การเคลื่อนไหว และเทคนิคพิเศษนี้ ควรสร้างอย่างมีคุณภาพ เพื่อให้ผู้ดูเกิดความรู้สึกประทับใจมากขึ้น

6.8 การเคลื่อนไหวพื้นฉากหลัง (Animated Background) หากข้อมูลใด

ต้องการค้างอยู่บนหน้าจอในช่วงเวลาหนึ่ง เพื่อให้ผู้รับสารสามารถจดจำ เพื่อการเน้นย้ำความสำคัญให้กับภาพ หรือ ข้อความใดๆ เราอาจใช้วิธีเคลื่อนไหวพื้นฉากหลัง

6.9 การใช้ภาพ 3 มิติ ในการเคลื่อนไหว (Used 3D Animation) ปัจจุบันนี้มีโปรแกรมคอมพิวเตอร์มากมาย ที่สามารถสร้างภาพเคลื่อนไหวแบบ 3 มิติ ซึ่งทำให้เกิดความลึก แต่การสร้างภาพเคลื่อนไหวแบบ 3 มิติ จำเป็นต้องใช้หน่วยประมวลผลที่มีความชำนาญมากเพียงพอ

7. การให้เสียง

นักออกแบบส่วนใหญ่เคยชินกับการสร้างงานออกแบบลักษณะ 2 มิติ ซึ่งเคยชินกับภาพนิ่งและโลกเงียบ แต่ทุกวันนี้นักออกแบบมีเครื่องมือมากมาย ที่จะสามารถเข้าถึงโลก 4 มิติ การใช้เสียงในเว็บไซต์ยังไม่เป็นที่นิยมอย่างกว้างขวางนัก เนื่องจากเป็นเรื่องที่ต้องอาศัยความรู้ทางเทคนิคซึ่งอาจต้องมีความชำนาญในเรื่องของการให้เสียง แต่อย่างไรก็ตาม นักออกแบบสามารถสร้างสรรค์การใช้เสียงอย่างง่าย ๆ เพื่อให้งานสร้างสรรค์เป็นงานที่มีบรรยากาศ โดยการจินตนาการว่ากำลังเปิดหนังสือเข้าสู่เรื่องราวใดเรื่องราวหนึ่ง รอยต่อของแต่ละหน้าเปรียบเสมือนประตู เสียงประกอบ เสียงดนตรี หรือเสียงพากย์ใดๆ ที่จะนำมาเป็นการเสริมสร้างประสบการณ์ของผู้รับสารนั้น มิใช่การใช้อันเนื่องมาจากความมีศิลปะเท่านั้น แต่ต้องคำนึงการดาวน์โหลดด้วย เพราะการให้เสียงในเว็บไซต่นั้นจะทำให้การดาวน์โหลดของผู้รับสารช้าลง อีกกรณีหนึ่งดังที่กล่าวมาแล้วว่า บรรณารักษ์ของผู้รับสารมีข้อจำกัดที่ไม่เหมือนกันทุกคน หากเกิดกรณีที่ระบบเสียงไม่ทำงาน นักออกแบบควรมีบทอีกแบบหนึ่งเอาไว้รองรับ โดยที่ผู้รับสารควรจะได้รับรู้ว่า มีวิธีอย่างไรในการเข้าถึงข้อมูลในแบบที่ไม่ใช้เสียง การใช้เสียงในเว็บเพจนี้นักออกแบบต้องเรียนรู้ในการที่จะนำวิธีการใหม่ๆ มาใช้ บางกรณีอาจต้องใช้เทคนิคเฉพาะทางที่เป็นมืออาชีพ เช่น นักแต่งเพลง ช่างเสียงเทคนิค

8. การใช้วิดีโอ

การใช้วิดีโอในเว็บมีแนวโน้มที่จะนำมาใช้กันมากขึ้นเหมือนกับในโทรทัศน์ นักออกแบบเว็บไซต์มีความมั่นใจสัญญา กับการออกแบบสื่อที่ต้องเป็นมัลติมีเดีย เพื่อให้ทั้งการปฏิสัมพันธ์ การให้ข้อมูลเพื่อการศึกษา และให้ทั้งความบันเทิง ดังนั้นการใช้เทคนิคทุกอย่างต้องมีความพอดี และสัมพันธ์ซึ่งกันและกันไม่มากไป หรือน้อยเกินไป อย่างใดอย่างหนึ่ง แม้ว่าข้อจำกัดของการใช้วิดีโอในเว็บนั้น จะเป็นสิ่งที่ต้องอาศัยเทคโนโลยีอย่างมาก แต่อุปสรรคเหล่านี้จะมีโอกาสลดน้อยถอยลงไปได้ เนื่องจากความก้าวหน้าของการผลิตโปรแกรม และพัฒนาการของเว็บ ซึ่งต้องการให้สื่อที่มีความเข้าใจผู้รับสารมากขึ้น ซึ่งวิดีโอที่มีความต่อเนื่องและเป็นวิดีโอที่มีความยาวพอสมควรนั้น ต้องเป็นวิดีโอที่สั้นไหวอย่างไม่ติดขัด ซึ่งการเล่นวิดีโอนั้นต้องอาศัยกำลังของ CPU ที่เครื่องของ

ผู้รับสารอย่างหนึ่ง กำลังของแบนด์วิทที่อีกอย่างหนึ่ง อีกประการหนึ่งที่สำคัญคือ การผลิตวีดีโอ นั้นต้องมีความสดใหม่อยู่เสมอ อาจเป็นการเปลี่ยนแปลงในทุกสัปดาห์ ซึ่งการผลิตวีดีโอเรื่องหนึ่ง สำหรับนักร้องแบบนั้นมีขั้นตอนที่มากมาย ขั้นตอนเหล่านี้เป็นซึ่งทำลายความสามารถของนักร้องแบบด้วยเช่นกัน การเลือกใช้วีดีโอในเว็บไซต์มีข้อควรพิจารณา คือจะให้ผู้รับสารสามารถควบคุมการเล่นวีดีโอได้ด้วยตนเองอย่างไรก็ตามเมื่อเว็บไซต์มีวีดีโอควรแจ้งให้ผู้รับสารทราบถึงวิธีการ และทางเลือกในการเปิดดู เวลาในการดาวน์โหลด Plug-in ที่ต้องใช้เพื่อการดูวีดีโอนี้และสิ่งที่นักร้องแบบต้องพิจารณาในการใช้วีดีโอ คือการตอบคำถามว่า วีดีโอนี้สร้างความสำเร็จให้กับไซต์ได้อย่างไร และจะใช้อย่างไร มีความเหมาะสมหรือไม่ที่จะนำวีดีโอมาใช้ในเว็บไซต์นี้ และผู้รับสารจะรู้สึกคุ้มค่าสำหรับการรอคอยเพื่อดูวีดีโอนี้หรือไม่

9. การปฏิสัมพันธ์ (Interactivity)

การปฏิสัมพันธ์เป็นการค้นพบสิ่งใหม่ขึ้นในสื่อ ซึ่งออกแบบจะต้องพิจารณาส່วนนี้ตั้งแต่ขั้นตอนของโครงสร้าง การที่จะนำพาผู้รับสารเข้าสู่การปฏิสัมพันธ์นั้น ต้องได้รับการเชิญจากส่วนประกอบต่างๆ มีวิธีการใดที่จะทำให้ผู้รับสารผ่านเข้ามา และทำการปฏิสัมพันธ์อย่างที่เราต้องการ การปฏิสัมพันธ์นี้เป็นเรื่องของการเขียนโปรแกรมที่ต้องการเชื่อมโยง วิธีใดที่ทำการปฏิสัมพันธ์กับผู้รับสารแล้ว ข้อมูลที่ผู้รับสารส่งมาทำให้เจ้าของเว็บไซต์ได้รับ ซึ่งเป็นเรื่องของเทคโนโลยีเช่นเดียวกับการให้เสียงและวีดีโอ

การปฏิสัมพันธ์ต่างๆ มีดังนี้

- การสมัครเข้าเป็นสมาชิก
- การกรอกข้อมูลของผู้รับสาร หรือการกรอกแบบสอบถาม
- การเซ็นชื่อลงนามในสมุดรวบรวมรายนาม
- การควบคุมการเล่นของวีดีโอ จาก Pop-up Window
- การฝึกอบรมแบบออนไลน์
- การสำรวจความคิดเห็น
- การเข้าร่วมเล่นเกมส์หรือปริศนาต่างๆ
- การนำเสนอข้อคิดเห็นอย่างทันทีทันใด
- การเปิดรับเนื้อหาข้อมูล หรือเปิดรับประสบการณ์ในเรื่องราวต่างๆ
- การเดินทางสู่โลกเสมือนจริง (Virtual Reality)

ความสำเร็จของการปฏิสัมพันธ์ต่างๆ นี้ทำให้เกิดคุณประโยชน์กับองค์กรผู้ผลิตเว็บไซต์ในหลายๆ ด้าน ด้วยวิธีการเทคนิคหลายรูปแบบ นอกจากนั้นยังทำให้นักออกแบบมีโอกาสจินตนาการและนำเสนอแนวความคิดต่างๆ ได้อย่างมีความลึกของข้อมูลเท่าใดก็ได้ไม่จำกัด การสร้างแรงจูงใจอย่างกระฉับกระเฉงให้เกิดกับผู้รับสารได้ จะทำให้ผู้รับสารรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่นำเสนอได้เป็นอย่างดี และอีกทางหนึ่งเป็นการเพิ่มจำนวนผู้รับสารให้มากขึ้นเรื่อยๆ

9.1 ความสำคัญของการปฏิสัมพันธ์

มีคำกล่าวกันว่า ทารกจะมีพัฒนาการที่ดีขึ้นได้ เนื่องจากการได้รับการกระตุ้นจากบิดามารดา และคนรอบข้าง เรามักนำของเล่นมาผูกไว้ที่เปล หรือของเล่นบางอย่างที่มีเสียงเมื่อกด กล้องดนตรี ตุ๊กตาหมุนได้ ของเล่นเหล่านี้อาจเป็นของเล่นเพื่อการพัฒนาทางสมอง ไม่เพียงแต่สมองส่วนเดียวเท่านั้น ยังกระตุ้นประสาทและกล้ามเนื้อส่วนอื่นๆ นับวันเราจึงเห็นทารกเริ่มไขว่คว้าของเล่นด้วยตนเอง ควบคุมการทำงานของของเล่นนั้น และเด็กทารกจะรู้สึกสนุกมากเมื่อพบว่าตนเองสามารถทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งได้ด้วยตนเอง และทำได้ดีขึ้นเรื่อยๆ มีการพัฒนาขึ้นเรื่อยๆ และทุกคนจะพัฒนาเขาต่อไปจนกว่าจะเติบโต และเมื่อเติบโตการพัฒนานี้เขาอาจทำด้วยตัวของเขาเอง ลักษณะการกระตุ้นเช่นนี้เป็นการให้ความสำคัญกับเด็ก รวากับเด็กทุกคนเป็นศูนย์กลางของดาวเคราะห์ เช่นเดียวกับผู้ใหญ่ทุกคน ในเว็บไซต์แล้วผู้รับสารทุกคนก็เป็นศูนย์กลางของดาวเคราะห์ โดยต้องการได้รับความสำคัญเช่นเดียวกัน คนเรานั้นจะมีความสามารถในการพัฒนาการเรียนรู้ด้วยการบรรยายจะได้ให้ผลดีเท่าเทียมกับการปฏิบัติ ซึ่งการปฏิสัมพันธ์นี้เหมาะกับบุคคลในรูปแบบที่แตกต่างกัน โดยมีแนวคิดเบื้องต้นเพื่อดึงดูดความสนใจเมื่อเกิดความสนใจผู้รับสารก็มีความพร้อมที่จะทำปฏิสัมพันธ์ เปรียบเทียบกับนักเรียนหลังห้องที่หลับไม่ลงเมื่อบทเรียนทำให้เขามีส่วนร่วม แนวคิดประการที่สองนั้นคือ การกระทำนั้นเป็นผลให้เกิดการพัฒนาการตอบสนองต่อสิ่งทำให้เกิดความพึงพอใจนั้นซึ่งทำให้เจ้าของผู้ผลิตเว็บไซต์เก็บเกี่ยวบางสิ่งจากผู้รับสารได้ ทำให้เว็บไซต์ขององค์กรเป็นสื่อที่ประสบความสำเร็จในการสื่อสาร ความรับผิดชอบที่ยิ่งใหญ่ของนักออกแบบ จึงอยู่ที่การสร้างแรงดึงดูดใจให้เกิดกับผู้รับสารที่เข้ามาท่องเว็บ ซึ่งจะทำให้สามารถ ส่งเสริมการศึกษาพัฒนามนุษยชาติ เพื่อให้ความบันเทิงหรือเพื่อการขายการปฏิสัมพันธ์อันดับแรก เมื่อผู้รับสารเดินทางเข้ามาในเว็บก็คือการเชื่อมโยงเครือข่ายไม่ว่าระยะใกล้หรือไกล ด้วยการคลิก และไม่ว่าจะมีการใช้เทคโนโลยีมากมายอย่างไรในเว็บไซต์นี้ หรือไม่ว่าประสบการณ์ใดๆ ที่ผู้รับสารต้องการได้รับจากเว็บ ผู้รับสารยังคงใช้วิธีง่ายๆ เช่นเดิมโดยการคลิก เมื่อคลิกครั้งหนึ่งจะ

พบว่าบรรยากาศและสภาพแวดล้อมต่างๆ ที่ทำให้ต้องคลิกเพื่อเดินทางลึกลงไปเรื่อยๆ โดยการขยายเทคโนโลยีออกไปได้อย่างไม่สิ้นสุด ซึ่งการใช้เทคโนโลยีในเว็บไซต่นั้น ผู้รับสารจำเป็นต้องใช้เบราว์เซอร์เพื่อการเชื่อมโยงเครือข่ายนี้ เพื่อนำทางผ่านฉากต่างๆ ในแต่ละฉาก หรือหน้าหนังสือในแต่ละหน้า

9.2 การออกแบบ

ด้วยคุณสมบัติของการเป็นสื่อแบบมัลติมีเดียของเว็บไซต์ นักออกแบบสามารถใช้เทคนิคมัลติมีเดียนี้เพื่อสร้างการปฏิสัมพันธ์เพิ่มประสิทธิภาพให้กับเว็บไซต์ นักออกแบบทุกคนต้องตระหนักว่าการตอบสนองของผู้รับสารเป็นสิ่งที่ไม่สามารถควบคุมได้ จึงควรมีการออกแบบอย่างยืดหยุ่น และให้เกิดความเป็นไปได้ของหลากหลายของทิศทางที่จะเกิดขึ้นในการปฏิสัมพันธ์นั้น รวมถึงทางเลือกแบบใดแบบหนึ่งที่จะทำให้ผู้รับสารเกิดการปฏิสัมพันธ์อย่างใดอย่างหนึ่งให้ได้ สิ่งเหล่านี้ต้องเรียนรู้วิธีการที่ผู้รับสารเดินทางผ่านส่วนนำทางเข้ามาในเว็บไซต์ และเว็บไซต์ต้องมีการวัดผลของประสิทธิภาพในการออกแบบและการตอบสนองของผู้รับสารอย่างจริงจัง ซึ่งต้องมีความคิดคำนึงอยู่เสมอว่า การใช้เว็บไซต์เป็นสื่อเป็นความได้เปรียบกว่าการใช้สื่ออื่นๆ สิ่งเหล่านี้มักสร้างความตื่นเต้นให้นักออกแบบอย่างมาก ก่อนอื่นต้องมองย้อนเข้าไปในการออกแบบสิ่งพิมพ์หรือสื่อใดๆ ที่เป็นการปฏิสัมพันธ์ในระดับบุคคลต่อบุคคล การออกแบบ ปฏิสัมพันธ์นี้ไม่มี ความแตกต่างกันในเรื่องวิธีการออกแบบ ซึ่งมีเป้าหมายที่มีความเรียบง่ายแต่เต็มไปด้วยแนวความคิดที่พิจารณาถึงเป้าหมายของเว็บไซต์ว่า การปฏิสัมพันธ์ชนิดใดจึงจะมีความเหมาะสมสำหรับเว็บไซต์ หรือเหมาะกับองค์กรผู้ผลิต และใครคือผู้ที่เข้ามาเยี่ยมชมไซต์ นอกเหนือจากนั้นยังต้องพิจารณาสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ด้วย

- ผู้รับสาร หรือการควบคุมของผู้รับสาร
- พฤติกรรมในการปฏิสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอ
- รูปแบบของการปฏิสัมพันธ์ที่ผู้รับสารนั้นๆ ใช้เป็นประจำ
- การตั้งสมมติฐานเกี่ยวกับการปฏิสัมพันธ์ขององค์กรนั้นๆ

9.3 การควบคุม

การควบคุมหมายถึง การที่นักท่องเว็บจะสร้างการควบคุมในรูปแบบใดในการเข้า

ชมเว็บไซต์ของผู้รับสาร ซึ่งการควบคุมนี้ต้องสร้างขึ้นเพื่อนักท่องเที่ยวทุกคน ซึ่งระบบการควบคุมการปฏิสัมพันธ์นี้มีส่วนในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับสารได้ประการหนึ่ง ผู้เดินทางท่องเที่ยวควรได้รับรู้ว่า มีสิ่งใดที่จะเดินทางเข้าไปพบ รูปแบบหรือเนื้อหาที่แปลกแตกต่างจากหน้าอื่นๆ ที่จะเกิดขึ้น สิ่งเหล่านี้ต้องมีข้อมูลให้กับผู้รับสาร ยกตัวอย่าง เช่น

- ผู้รับสารต้องทราบว่าอยู่ส่วนไหนของการเดินทาง
- ผู้รับสารสามารถควบคุมการเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งได้อย่างไร
- ผู้รับสารสามารถควบคุมการทำงานของวิดีโอ หรือเสียงได้

สำหรับการควบคุมนั้นมีโปรแกรมที่นอกออกแบบควรใช้ เช่น Macromedia Director สำหรับการควบคุมการเล่นวิดีโอและ Shockwave เพื่อการควบคุมเสียง ซึ่งนำรูปแบบการควบคุมเหล่านั้นมาดัดแปลงออกแบบรูปแบบให้มีความกลมกลืน กับการเชื่อมโยงส่วนอื่นๆ ของเว็บไซต์ และต้องมีคำอธิบาย หรือวิธีการดาวน์โหลด Plug-in เพื่อใช้สำหรับการควบคุมการปฏิสัมพันธ์นั้นๆ ด้วย

9.4 ความสม่ำเสมอของการปฏิสัมพันธ์ภายในเว็บไซต์

ปฏิกิริยาที่เกิดขึ้นเมื่อผู้รับสารทำการปฏิสัมพันธ์นั้น ควรให้มีลักษณะที่คล้ายคลึงกันในทุกหน้า เช่น การดูวิดีโอเรื่องใดเรื่องหนึ่งต้องมีวิธีการควบคุมในแบบเดียวกันในทุกเรื่อง เช่น ใช้วิธีการเลื่อนปุ่มใดปุ่มหนึ่ง หรือการใช้ปุ่มแบบหมุน เป็นต้น

9.5 การปฏิสัมพันธ์แบบต่างๆ บนเว็บ

การพิจารณาถึงการเลือกรูปแบบของการปฏิสัมพันธ์ในเว็บไซต่นั้นเป็นสิ่งที่วนเวียนอยู่ในหัวใจของนักออกแบบคือ การคำนึงถึงเป้าหมายของเว็บ และคำนึงถึงผู้รับสาร เช่นเดียวกับข้อพิจารณาในการคัดเลือกเนื้อหาข้อมูล รูปแบบการใช้ตัวหนังสือ ภาพ การเคลื่อนไหว การใช้เสียง วิดีโอ และส่วนนำทางซึ่งมีเป้าหมายของการปฏิสัมพันธ์ จำแนกวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

- เพื่อการแพร่กระจายข้อมูลข่าวสารอย่างทันต่อเหตุการณ์ และการให้การศึกษา
- เพื่อการตลาดและเพื่อการเป็นผู้นำทางการตลาด

- เพื่อการค้าปลีก ขาย และการส่งสินค้า
- เพื่อการประชาสัมพันธ์ ให้ความบันเทิง หรือเพื่อให้ผู้รับสารมีส่วนร่วม

นอกจากนี้การเลือกรูปแบบการปฏิสัมพันธ์ต้องคำนึงถึงเบราว์เซอร์ที่ผู้รับสารใช้ซึ่งเบราว์เซอร์นี้เป็นสิ่งที่กำหนดความเร็วในการเปิดรับข่าวสารของผู้รับสารด้วย การปฏิสัมพันธ์นั้นต้องดาวน์โหลด Plug-in ก่อน หรือ Plug-in ที่มีอยู่พร้อมแล้วในเบราว์เซอร์ รูปแบบของการปฏิสัมพันธ์ที่ได้จากสถิติที่รวบรวมจากไซต์อย่างแตกต่างกัน ซึ่งได้แก่

9.5.1 การปฏิสัมพันธ์กับข้อมูล

การปฏิสัมพันธ์กับข้อมูลเป็นสิ่งสร้างแรงดึงดูดใจในการรับรู้ข่าวสาร โดยไม่จำกัดว่าต้องเป็นเว็บไซต์ที่มีขึ้นเพื่อการศึกษาเท่านั้น มีธุรกิจจำนวนไม่น้อยที่ใช้การฝึกอบรมด้วยการปฏิบัติเพื่อให้ได้รับข้อมูลที่ก่อให้เกิดความสนใจในสินค้าและบริการ การปฏิสัมพันธ์ข้อมูลนี้เป็นการอธิบายเพิ่มเติม เพื่อให้ข้อมูลนั้นมีความสมบูรณ์ ซึ่งสามารถใช้วิธีการนี้ได้หลายรูปแบบ

- การถ่ายทอดแนวความคิด
- การนำเสนอข้อมูล วิธีการของการปฏิสัมพันธ์นี้มักใช้รูปแบบการ Scroll หรือไม่ก็เป็นรูปแบบของการใช้ Pop-up Menu ซึ่งเป็นการนำเข้าสู่ระบบฐานข้อมูล (Database) เพื่อให้ผู้รับสารเข้าถึงข้อมูลที่ต้องการได้โดยเร็วที่สุด

9.5.2 เพื่อบันทึกประสบการณ์ของผู้รับสาร

เว็บเป็นสื่ออย่างหนึ่งที่ได้เปรียบสื่ออื่นๆ ในเรื่องของการถ่ายทอดประสบการณ์ให้กับผู้รับสาร เนื้อหาทุกเนื้อหา ข้อมูลทุกขั้นตอนได้รับการบงการควบคุมจากผู้รับสาร เมื่อผู้รับสารต้องการข้อมูลส่วนใดส่วนหนึ่งเพิ่มเติม เพื่อเพิ่มประสบการณ์ของตน ผู้รับสารก็ต้องการเพิ่มปฏิสัมพันธ์ด้วยในขณะเดียวกัน วิธีการนี้จะทำให้ผู้รับสารสามารถค้นหาเฉพาะข้อมูลที่ต้องการได้ประหยัดเวลาในการเยี่ยมชมเว็บ ซึ่งการที่เว็บไซต์มีการบันทึกประสบการณ์การเยี่ยมชมเว็บไซต์ของผู้รับสารก็ด้วยความต้องการของผู้รับสารที่จะควบคุมบงการปฏิบัติการโดยผู้รับสาร วิธีนี้พบอยู่ในเว็บไซต์บางเว็บไซต์ เช่น การสมัครสมาชิกเพื่อขอรับข้อมูลที่ทำการปรับปรุงใหม่ การเลือกบันทึกเฉพาะหัวข้อ หรือการเก็บบันทึกเว็บไซต์ที่มีข้อมูลประเภทต่างๆ ที่ผู้รับสารต้องการไว้ในเบราว์เซอร์ หรืออีกรูปแบบหนึ่ง คือ การบันทึกข้อมูลของผู้รับสารอาจอยู่ในรูปของการสมัครสมาชิกเพื่อส่งหัวข้อแสดงความคิดเห็นในเรื่องใดๆ ที่ผู้รับสารมีความสนใจมาให้อีกกรณีหนึ่ง คือ การ

บันทึกการเข้าชมเว็บไซต์ของผู้รับสาร ด้วยการกรอกข้อมูลของผู้รับสารในเว็บไซด์ที่มีระบบนี้เสียก่อน เมื่อเว็บไซด์นั้นได้บันทึกข้อมูลของผู้รับสารไว้แล้ว จะทำการบันทึกว่า หน้าใดที่ผู้รับสารคนนั้นได้เดินทางเข้าไปแล้ว เมื่อกลับเข้ามาเยี่ยมชมอีกครั้ง เว็บไซด์นั้นก็จะสร้างโปรแกรมการนำทางไว้ให้ด้วยการมีเครื่องหมายนำทางบอกว่า หน้านี้เป็นหน้าที่เพิ่มเข้ามา หน้าที่มีการเปลี่ยนแปลง หรือหน้าที่ยังไม่เคยเข้าไปเยี่ยมชมเลย โดยอาจแสดงคำว่า “ใหม่” ขึ้นทางหน้าจอของผู้รับสาร

9.5.3 การปฏิสัมพันธ์ส่วนนำทาง

การสร้างความพึงพอใจพื้นฐานสำหรับการปฏิสัมพันธ์ คือ การปฏิสัมพันธ์โดยการคลิกแล้วปุ่มมีการพลิก หมุน เปลี่ยนสี เปลี่ยนรูปร่าง ใช้เทคนิคพิเศษ หรือการเปลี่ยนแปลงใดๆ เป็นวิธีง่ายๆ ที่สร้างแรงดึงดูดใจให้เกิดขึ้นกับผู้รับสารอย่างทันทีทันใด ซึ่งการนำเสนอการเปลี่ยนแปลงนี้อยู่บนเหตุผล 2 ประการ คือ

1. เพื่อเป็นสัญญาณเตือนให้ผู้ท่องเว็บรู้ว่า กราฟฟิกที่เปลี่ยนไปเมื่อถูกคลิกนั้นจะทำให้เกิดบางสิ่งบางอย่างขึ้น
2. เพื่อเป็นการนำเสนอทางเลือกของการเชื่อมโยงข้อมูลให้กับผู้รับสารอย่างเป็นระบบสร้างความเป็นระเบียบในการจัดวางหน้า ทำให้ผู้รับสารสามารถพบส่วนนำทางนี้ได้อย่างชัดเจนซึ่งให้ออกาสในการเลือกของผู้รับสารว่า จะทำการคลิกเพื่อการรับข้อมูลเพิ่มเติมหรือไม่ ถ้าไม่คลิกการเปลี่ยนแปลงนั้นก็จะหายไปทันที เมื่อเลื่อนเมาส์ออกจากส่วนนำทางนั้น

9.5.4 การท่องโลกเสมือนจริง (Virtual Visiting)

การท่องโลกเสมือนจริง เป็นการนำผู้รับสารเข้าไปสู่สภาพแวดล้อมที่นักออกแบบต้องการในวิธีการ เช่นเดียวกับการที่องค์กรบางองค์กรส่งวิดีโอเทปไปให้ผู้ใดผู้หนึ่งที่มีความสนใจซึ่งภาพในวิดีโอเทปนี้อาจเป็นภาพของสำนักงานใหญ่ การเยี่ยมชมโรงงาน สภาพแวดล้อมใดๆ ที่เกี่ยวเนื่องกัน ภาพวิดีโอที่จับอยู่ที่ผลิตภัณฑ์ในโชว์รูม ให้ความเหมือนจริงยิ่งกว่าแคตตาล็อกออนไลน์ที่ใช้ภาพถ่ายวางอยู่ในเว็บเพจ รวกับว่าผู้รับสารเดินทางเข้าไปในโชว์รูมด้วยตนเองแน่นอนว่าสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่เข้าใจให้กับผู้รับสารเดินทางอย่างต่อเนื่องเข้าไปยังส่วนของข้อมูลที่คลิกได้ เป็นความจริงที่นักออกแบบสามารถสร้างบรรยากาศต่างๆ เหล่านี้ด้วยการใช้อักษรวิ่ง บท

พากย์ เพลง วีดีโอ ซึ่งควบคุมการทำงานจากผู้รับสารแต่กรณีของการท่องเที่ยวโลกเสมือนจริงนี้เป็นอีกรูปแบบหนึ่งที่เป็นสิ่งใหม่ที่ทำได้มากกว่า โดยการให้ความรู้สึกเหมือนกับเดินทางเข้าไปในเหตุการณ์จริงซึ่งทำให้เนื้อหาข้อมูลวีดีโอมีชีวิตชีวา สร้างความตื่นตื้นให้กับผู้รับสารได้เป็นอย่างดี ซึ่งการสร้างเว็บไซต์ลักษณะนี้เป็นการนำเทคโนโลยีหลายอย่างมาผสมผสานกัน

9.5.5 การแสดงความคิดเห็นแบบกลุ่ม (Discussion Groups)

การสร้างการสนทนาแบบนี้ มีข้อดีด้วยการหาข้อมูลที่ผู้รับสารสนใจเกี่ยวกับองค์กรมากกว่าการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมแบบ Chats โดยการเสนอหัวข้อแสดงความคิดเห็นอย่างหลากหลาย ซึ่งองค์กรแต่ละองค์กรที่เป็นผู้ผลิตสามารถมาอ่านการแสดงความคิดเห็นนี้ภายหลัง โดยไม่ต้องใช้เวลาที่ตรงกันระหว่างองค์กร ผู้เข้ามาแสดงความคิดเห็น การแสดงความคิดเห็นนี้มีหลายรูปแบบของหัวข้อ อาจเป็นการเสนอความคิดเห็นในการสร้างสรรค์เว็บไซต์เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ คำติชม และอื่นๆ ซึ่งเป็นวิธีหนึ่งที่ทำให้ผู้รับสารมีส่วนร่วมซึ่งกันและกัน มีส่วนร่วมกับองค์กร เป็นวิธีการหนึ่งที่ถูกใจให้ผู้รับสารกลับมาเยี่ยมชมเว็บไซต์

หลักการออกแบบเว็บเพจ

1. โครงสร้างข้อมูลของเว็บไซต์

การออกแบบโครงสร้างข้อมูลของเว็บไซต์ หมายถึง การออกแบบเพื่อจัดกลุ่มข้อมูลให้เป็นกลุ่มที่ชัดเจน จากผลการวิจัยของนักจิตวิทยาพบว่า สมองของมนุษย์สามารถจดจำกลุ่มของข้อมูลต่างๆ ได้ประมาณ 4-7 กลุ่มข้อมูลที่แตกต่างกัน ซึ่งข้อมูลทั้งหมดจะถูกเก็บไว้ในหน่วยความจำระยะสั้น (Short-Term Memory) ดังนั้นวิธีการที่จะทำให้สมองของผู้ชมสามารถจดจำกลุ่มข้อมูลต่างๆ หรือหัวข้อต่างๆ ได้ดีที่สุดเป็นสิ่งที่ไม่ควรมองข้าม (ทฤษฎีพงศ์ เฟื่องวุฒิ, 2543: 44)

ทั้งนี้สอดคล้องกับผลการวิจัย รูปแบบของการออกแบบหน้าจอกอมพิวเตอร์สำหรับธรรมชาติของมนุษย์ โดย Yale Style Manual พบว่าผู้ใช้โดยส่วนมากพึงพอใจกับหัวข้อเมนู 5-7 ข้อ ซึ่งสอดคล้องกับ กิดานันท์ มลิทอง (2542: 10) กล่าวว่า โดยทั่วไปแล้ว ควรแบ่งเว็บไซต์ออกเป็นส่วนตั้งแต่ 3-7 ส่วน โดยแต่ละส่วนจะเกี่ยวข้องกับกิจกรรมเฉพาะอย่าง หมายถึงว่าโครงสร้างทั้งหมดของเว็บไซต์ ควรเป็นโครงสร้างเชิงตรรกะ

การจัดลำดับชั้นเนื้อหา ไม่ควรให้ผู้ใช้ไปไกลเกินกว่าจะพบสิ่งที่ต้องการ ไม่ควรให้ผู้ใช้เดินทางผ่านไปเกินกว่า 5 หน้าถึงจะพบสิ่งที่ต้องการ ทั้งนี้หากมีการเดินทางโดยคลิกมากกว่า 4 ครั้ง ผู้ใช้จะเริ่มสับสน หลงทางและมักไม่ได้รับข้อมูลที่ต้องการ (สินนาท ล้ำซ่า, 2543: 140)

ขั้นตอนการออกแบบโครงสร้างข้อมูลของเว็บไซต์ (ทฤษฎีพงศ์ เฟื่องวุฒิ, 2543: 45-47)

1.1 จัดกลุ่มของข้อมูล (Chunking Information) ควรจำแนกข้อมูลต่างๆ เป็นกลุ่มต่างๆ ให้ชัดเจนและนำหัวข้อต่างๆเหล่านั้นมาจัดเป็นกลุ่มเพื่อให้เหลือกลุ่มหลักที่แท้จริงประมาณ 4-7 กลุ่ม แนวคิดสำคัญในการจัดกลุ่มข้อมูลคือ ควรจัดทำอย่างเป็นเชิงตรรกะ (Logical) ที่มีความยืดหยุ่น (Flexible) และความสะดวกสบายสำหรับผู้ชม (Convenience) ทั้งนี้การใช้คำที่เป็นรูปแบบมาตรฐานเป็นสิ่งที่ดี เพราะผู้ชมจะสามารถเข้าใจหัวข้อของกลุ่มข้อมูลได้ทันที และสามารถเข้าใจข้อมูลภายในหัวข้อเหล่านั้นได้ทันที เช่น หัวข้อผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นต้น

1.2 ลำดับความสำคัญของหัวข้อ (Hierachy) การลำดับความสำคัญของหัวข้อเป็นการวางแผนการจัดกลุ่มหลัก กลุ่มรอง และเนื้อหา จัดวางรูปแบบที่มีความสัมพันธ์กัน

1.3 การจัดความสัมพันธ์ (Relationships) การจัดความสัมพันธ์ของเอกสารต่างๆ ภายในเว็บไซต์ สามารถรองรับความต้องการของผู้ชมได้เป็นอย่างดี

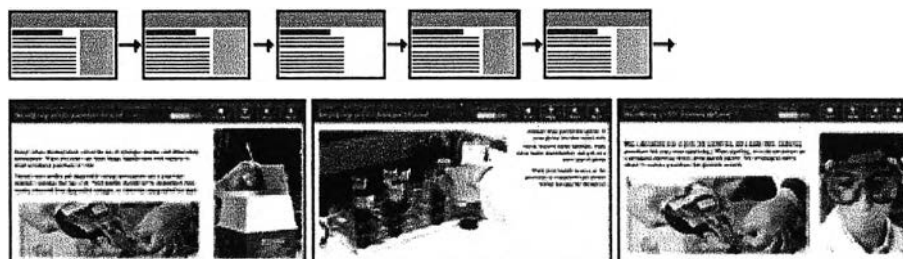
1.4 รูปแบบการใช้งาน (Function) การกำหนดโครงสร้างควรวีเคราะห์ถึงหลักการใช้งานควบคู่กับความสวยงาม เนื่องจากเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นการเชื่อมข้อมูลขนาดใหญ่ หัวใจสำคัญจึงอยู่ที่การสร้างลำดับของรายการ และจำนวนหน้าที่เหมาะสมกับผู้ชม

2. ลักษณะโครงสร้างของเว็บไซต์ (Yale Style Manual, 2000)

การจัดโครงสร้างเป็นการสร้างสรรค์ในการนำเสนอข้อมูลเป็นระบบในเชิงตรรกะและการสร้างความสนใจ เป็นที่เข้าใจของผู้ใช้

2.1 แบบลำดับ (Sequence/Linear) เป็นรูปแบบลักษณะที่ง่ายที่สุดสำหรับความเข้าใจในการนำไปใช้ เนื่องจากข้อมูลทั้งหลายจะถูกเรียงกันไปตามลำดับ เหมาะสำหรับเว็บไซต์ขนาดเล็กหรืออาจจะนำไปใช้ในบางส่วนของเว็บไซต์ขนาดใหญ่

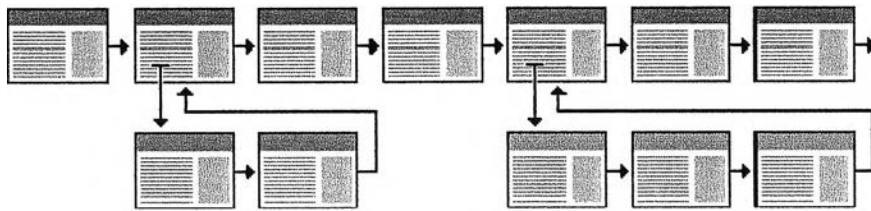
ลักษณะข้อมูลที่เหมาะสมในการใช้โครงสร้างลักษณะนี้คือ ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับช่วงเวลาและข้อมูลที่มีเนื้อหาที่ต้องการให้ผู้ชมติดตามไปตามขั้นตอน เช่น การสาธิตวิธีการทำสิ่งต่างๆ เป็นขั้นตอน



ภาพที่ 1 แสดงรูปโครงสร้างแบบลำดับ (Sequence/Linear)

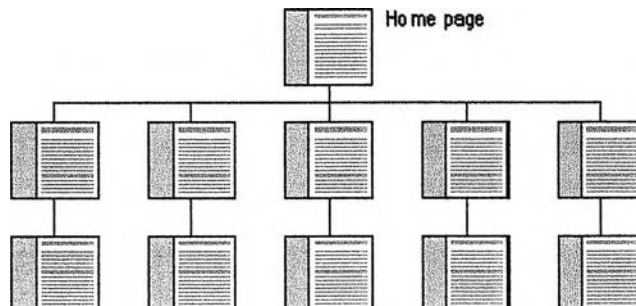
2.2 แบบตาราง (Grid/Table) โครงสร้างแบบตารางเป็นโครงสร้างเช่นเดียวกับโครงสร้างแบบลำดับ แต่แตกต่างกันตรงที่โครงสร้างนี้ประกอบไปด้วย โครงสร้างลำดับในแนวตั้ง (Vertical) และแนวนอน (Horizontal)

โดยมากโครงสร้างแบบตารางจะเหมาะกับคู่มือการใช้งานต่างๆ ซึ่งในการจัดโครงสร้างให้เป็นแบบตาราง จะต้องออกแบบโครงสร้างของหัวข้อย่อยให้ดีและเป็นมาตรฐานเดียวกัน เหมาะสำหรับผู้ใช้ที่สามารถจดจำหรือมีความเข้าใจในความสัมพันธ์ของแต่ละหัวข้อของข้อมูล หรือมีความเข้าใจในขั้นตอนพื้นฐานของหัวข้อและการจัดการภาพรวม (Graphic overview maps)



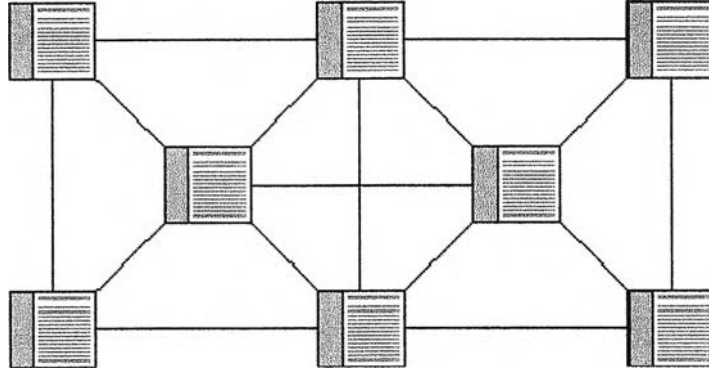
ภาพที่ 2 แสดงรูปโครงสร้างแบบตาราง (Grid/Table)

2.3 แบบรากต้นไม้ (Tree/Hierarchy) เป็นโครงสร้างที่เข้าใจง่ายและเหมาะสมในการออกแบบเว็บไซต์ สามารถประยุกต์ใช้ได้กับเนื้อหาเกือบทุกประเภท หากมีข้อมูลจำนวนมาก การเลือกออกแบบโครงสร้างแบบรากต้นไม้จะเหมาะสมที่สุด อาจเปรียบเทียบได้กับการทำงานแบบลำดับ



ภาพที่ 3 แสดงรูปโครงสร้างแบบรากต้นไม้ (Tree/Heirarchy)

2.4 แบบใยแมงมุม (Web) โครงสร้างแบบนี้เป็นโครงสร้างที่มีข้อจำกัดน้อยมาก เนื่องจากเป็นการนำเทคโนโลยีของการเชื่อมโยงมาใช้อย่างเต็มรูปแบบ ซึ่งเอกสาร 1 หน้า จะไม่มีโครงสร้างของเครื่องมือหรือระบบการเดินทางที่แน่นอน



ภาพที่ 4 แสดงรูปโครงสร้างแบบใยแมงมุม (Web)



ส่วนประกอบกรอกแบบเว็บเพจ

1. ตัวอักษร (Typography)

การใช้ตัวหนังสือในการออกแบบเว็บเพจนั้น ไม่มีทางเลือกให้ใช้ได้หลากหลายมากนัก ทั้งนี้เนื่องจากข้อจำกัดในเรื่องภาษา HTML และ Bandwidth ก่อนอื่นต้องพิจารณาว่าจะวางหน้าให้เว็บไซต์มีรูปแบบเป็นอย่างไร แล้วจึงนำมาสร้างลักษณะของตัวหนังสือที่ใช้ตัวหนาหรือตัวเอน ขนาดเท่าใดจึงเหมาะสมกับการอ่านทางหน้าจอคอมพิวเตอร์ ถ้าต้องการตัวหนังสือที่สวยงาม เพื่อใช้เป็นชื่อหัวข้อ โลโก้ หรือตัวหนังสือที่เป็นกราฟฟิกต่างๆ ต้องเป็นตัวหนังสือที่สร้างจากโปรแกรมกราฟิก

ศิลปะการใช้ตัวพิมพ์และความจำกัดของการใช้ตัวพิมพ์ นักออกแบบจะถูกจำกัดในเรื่องของศิลปะการใช้ตัวพิมพ์บนเว็บมากกว่าในสื่อสิ่งพิมพ์ รูปแบบของตัวอักษรจะมีความแตกต่างกันไปตามระบบปฏิบัติการ และ โปรแกรมค้นผ่านรุ่นเก่าๆ จะสามารถใช้แบบตัวอักษรได้เพียง 2 แบบเท่านั้น คือ Times Roman และ Courier ซึ่งเป็นแบบอักษรตามค่าโดยปริยายของโปรแกรม Netscape Navigator และ Internet Explorer สำหรับตัวอักษร 3 แบบที่สามารถใช้ภาษาไทยได้ และมีในระบบปฏิบัติการของ Microsoft Window ทั่วโลกนั้นคือ Ms San Serif, System และ Tahoma การพิมพ์ในเว็บจะไม่สามารถควบคุมช่วงบรรทัด (leading) ซึ่งเป็นเนื้อที่ระหว่างบรรทัด หรือช่องไฟระหว่างตัวอักษร (tracking) ได้ การเลือกรูปแบบตัวอักษรที่เป็นกลางๆ จะทำให้ผู้ใช้สามารถเห็นลักษณะของข้อความได้ใกล้เคียงกันมากที่สุด (ทฤษฎีพิมพ์, 2543: 114)

อย่างไรก็ตามโปรแกรมรุ่นใหม่ใช้แบบตัวอักษรได้หลายแบบมากขึ้น นอกจากนี้การพิมพ์ในเว็บจะไม่สามารถควบคุมช่วงบรรทัดซึ่งเป็นเนื้อที่ระหว่างบรรทัด หรือช่องไฟระหว่างตัวอักษรได้ ความแตกต่างระหว่างระบบ และการใช้โปรแกรมค้นผ่าน (Web Browser) โปรแกรมค้นผ่านแต่ละตัวจะมีตัวเลือกในการใช้แบบตัวอักษรที่แตกต่างกัน ซึ่งตรงนี้ผู้อ่านสามารถเปลี่ยนแปลงค่าต่างๆ ของตัวอักษรได้ด้วยตนเอง ดังนั้นผู้ออกแบบจึงควรสร้างแบบการพิมพ์เป็นแนวทางไว้ ถึงแม้จะมีข้อจำกัดในเรื่องการใช้ตัวพิมพ์บนเว็บก็ตาม แต่นักออกแบบก็สามารถระบุระดับของหัวเรื่องและเนื้อหาไว้ได้เช่นเดียวกับการพิมพ์ในหนังสือ ใช้ลักษณะกราฟิกแทนตัวอักษรธรรมดาให้น้อยที่สุด ถึงแม้จะสามารถใช้ลักษณะกราฟิกแทนลักษณะธรรมดาได้ก็ตาม แต่ไม่ควรใช้มากเกินไป 2-3 บรรทัด ทั้งนี้เพราะจะทำให้เสียเวลาในการบรรจุลงมากกว่าปกติ

Margaret Y. Rabb (1992) กล่าวว่ารูปแบบของตัวอักษรแต่ละแบบสามารถส่งเสริมหรือเป็นจุดอ่อนในการแสดงข้อความได้ ไม่มีรูปแบบใดที่ใช้ได้ตลอดการนำเสนอเนื้อหาขณะที่ตัวอักษรรูปแบบหนึ่งมีประสิทธิภาพในการใช้เป็นหัวเรื่อง แต่ตัวอักษรอีกรูปแบบหนึ่งจะมีประสิทธิภาพในการอธิบายเนื้อหา เพราะอ่านง่าย ชัดเจน และลดความเครียดของสายตาได้ ส่วนเรื่องของขนาดตัวอักษรช่วยในการแบ่งหัวเรื่อง และเนื้อหาออกจกกันอย่างชัดเจน (จิรดา บุญอารยะกุล, 2542: 22)

กิดานันท์ มลิทอง (2542: 65-69) กล่าวว่านักออกแบบควรพิจารณาถึง “ความอ่านได้” (Readability) และ “ความอ่านง่าย” (Legibility) ในการออกแบบเพื่อใช้ในการสื่อสาร

ความอ่านได้ (Readability) หมายถึง การที่สามารถอ่านข้อความที่มีอยู่เป็นจำนวนมาก ในหน้าเว็บมากมายหลายหน้าได้อย่างสบายตา ถ้าเป็นตัวพิมพ์ภาษาไทยการใช้ตัวพิมพ์แบบมีหัวหรือในภาษาอังกฤษการใช้ตัวพิมพ์แบบเซอริฟ (serif) คือตัวพิมพ์ที่ขีดบนเส้นหางจะทำให้สามารถอ่านได้มากที่สุด สำหรับข้อความที่มีขนาดยาว ไม่ควรใช้ตัวพิมพ์ใหญ่เกินกว่า 14 พอยท์ หรือไม่ควรเล็กกว่า 10 พอยท์ ควรหลีกเลี่ยงข้อความบรรทัดยาวๆ และอย่าพิมพ์ข้อความตั้งแต่ส่วนซ้ายไปจรดส่วนขวาของจอภาพ ข้อความบรรทัดยาวจะเป็นการยากสำหรับผู้อ่านในการหาจุดเริ่มต้นของบรรทัดต่อไป ควรพิมพ์ข้อความให้อยู่ในคอลัมน์ หรืออย่างน้อยก็อยู่ในลักษณะบล็อกมากกว่าให้เป็นข้อความตามแนวนอนขงหน้าเว็บ การตัดกันของสีระหว่างตัวพิมพ์และพื้นหลังเป็นส่วนสำคัญของความอ่านได้เช่นกัน จอภาพหนึ่งต้องไม่แฉ่ด้วยเนื้อหาจนเกินไป ควรใช้ประมาณ 10 บรรทัด เพราะมนุษย์มีความสามารถในการรับรู้ข้อมูลในคราวหนึ่งๆ ที่จำกัด

ความอ่านได้ง่าย (Legibility) หรือ ประจักษ์ภาพ หมายถึง ข้อความสั้นๆ ที่แปลกแตกต่างจากข้อความเนื้อเรื่อง เช่น หัวเรื่อง ชื่อปุ่มนำทาง จะสามารถสังเกตเห็นและอ่านได้ง่ายเพียงใดการใช้ตัวพิมพ์แบบไม่มีหัวในภาษาไทย หรือในภาษาอังกฤษการใช้ตัวพิมพ์แบบแซนเซอริฟ (sanserif) คือตัวพิมพ์ที่ไม่มีขีดบนเส้นหางจะทำให้สามารถอ่านได้ง่ายกว่า ถ้าเป็นภาษาอังกฤษอย่าใช้ตัวพิมพ์ที่เป็นตัวพิมพ์ใหญ่ทั้งหมด (All-Uppercase Headline) ถ้าไม่ต้องการให้มองดูแล้วคำนั้นมีลักษณะสีเหลี่ยม จะมองดูแล้วเหมือนเป็นคำที่มีลักษณะคล้ายกันจนแทบไม่เห็นความแตกต่างยากต่อการจับสายตา ธรรมชาติของการอ่านมักจะมองที่ส่วนบนของคำเป็นหลัก โดยการจดจำลักษณะโดยรวมของรูปร่างคำ ไม่ได้จดจำทีละตัวอักษร (Yale Style Manual, 2000)

ความจุตัวอักษรในหนึ่งบรรทัดสำหรับเนื้อหาในหน้าจอคอมพิวเตอร์มีขนาดมาตรฐาน 25 บรรทัด (Line) แต่ละบรรทัดจุดได้ 80 ตัวอักษรหรือ 40 ตัวอักษร (Characters) สำหรับตัวอักษรที่มีความหนา การเสนอเนื้อหาสาระจะต้องไม่วกวน ใช้ภาษาที่ชัดเจน ง่ายแก่การเข้าใจและเป็นภาษาที่แสดงความเป็นมิตร (Duchnicky & Kolers, 1993)

เป็นที่ทราบกันดีแล้วว่าการอ่านข้อความบนหน้าจอคอมพิวเตอร์นั้น ยากต่อการอ่านกว่าสิ่งพิมพ์ ระยะห่างของการกวาดสายตาในการอ่าน การเคลื่อนสายตาจะอยู่ที่ประมาณ 8 เซนติเมตร หรือ 3 นิ้ว ในแนวกว้าง ดังนั้นนักออกแบบควรจัดคอลัมน์ให้ไม่กว้างไปกว่าความสบายตาในการกวาดสายตาของผู้อ่าน (Yale Style Manual, 2000)

การจัดช่องไฟหรือระยะบรรทัดแต่ละข้อความ จะต้องห่างกันพอที่จะไม่ให้ส่วนสูงสุดของตัวอักษรในบรรทัดหนึ่งไปชนกับส่วนปลายสุดของตัวอักษรในบรรทัดก่อน กล่าวคือ ตัวอักษรในภาษาอังกฤษ เช่น ตัว "IW" ในบรรทัดล่างไปชนกับส่วนปลายสุดของตัวอักษร "g" ในบรรทัดก่อน สำหรับ ภาษาไทย นักออกแบบจะต้องระวังให้มากเพราะมีทั้ง พยัญชนะ สระ และวรรณยุกต์ ซึ่งอยู่ในระดับต่างกัน ในปัจจุบันมีซอฟต์แวร์ (Software) สำหรับภาษาไทยหลายรูปแบบ เช่น ในลักษณะเนื้อหาที่หน้าจอคอมพิวเตอร์จะมีข้อความ (Text) ได้เพียงประมาณ 8 บรรทัด หรืออีกรูปแบบหนึ่งจัดในลักษณะหนึ่งหน้าจอจะบรรจุสารสนเทศได้ 24 บรรทัด แต่ละตัวอักษรจะมีขนาดเล็กลง ความสะดวกในการอ่านจะน้อยลงตามไปด้วย

จากการศึกษาวิจัยของแกรบิงเกอร์ (Grabinger, 1985) เกี่ยวกับการจัดความกว้างระหว่างบรรทัดในการเสนอสารสนเทศด้วยคอมพิวเตอร์พบว่า ความกว้างระหว่างบรรทัดเท่ากับ 4 บิต (Double spaced) มีผู้อ่านชอบมากกว่าความกว้างระหว่างบรรทัด 2 บิต (Single spaced) แต่อย่างไรก็ตาม ถ้าใช้ความกว้างระหว่างบรรทัด 2 บิต ประกอบกับการให้ตัวชี้แนะด้วยหัวเรื่อง ผู้อ่านชอบลักษณะนี้มากกว่าการให้ความกว้างระหว่างบรรทัด 4 บิต โดยไม่มีการให้ตัวชี้แนะด้วยหัวเรื่อง โดยที่ผู้อ่านชอบอ่านมากที่สุดคือ ระยะบรรทัดที่มีการจัดโครงสร้างอย่างเป็นระบบ (Structured text) โดยให้หัวข้อเรียงตามลำดับ (Hierachy) และกำหนดให้มีช่องว่างหนึ่งบรรทัดระหว่างย่อหน้า

ในงานวิจัยการนำเสนอลักษณะคอมพิวเตอร์ช่วยสอนบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดย จิรดา บุญอารยะกุล (2542) ได้สรุปลักษณะที่เหมาะสมของตัวอักษรข้อความควรใช้แบบมีหัวกลมที่มีขนาด 10-20 พอยท์ เช่น Angsana UPC Cordia UPC Browalia UPC Jasmine UPC Dillinea

UPC เป็นต้น ซึ่งจัดอยู่ในเกณฑ์ระดับความเหมาะสมปานกลาง การจะเลือกใช้ตัวอักษรแต่ละลักษณะ (Pattern) แต่ละขนาด (Size) แต่ละประเภท (Type) และแต่ละรูปแบบ (Style) นั้นขึ้นอยู่กับความสั้นยาวของคำในข้อความแต่ละหัวเรื่อง ขึ้นอยู่กับความต้องการที่จะเสนอและรสนิยมส่วนตัวของผู้ออกแบบ

โดยจากทฤษฎีของ Anne Rae, Vasquez Peterson and Paul Chow (1997) กล่าวว่า ควรใช้ตัวอักษรที่อ่านง่ายและมีสี (Color) ใช้เป็นหัวกระดาษย่อหน้าแรก (Header) เพื่อเป็นจุดนำสายตา (Focus) ให้ผู้ดูสนใจติดตาม โดยเฉพาะตำแหน่งคอลัมน์มุมบนทางซ้ายมือควรจำกัดตัวอักษรให้มีจำนวนพอเหมาะในหนึ่งหน้าจอ (Onescreen) ประมาณ 4-5 วรรคบรรทัดในหนึ่งย่อหน้า (Paragraph) เช่น ตัวอักษร san serif ซึ่งไม่มีสัญญาณส่วนปลายอักษร (Wedge-shaped end) มีขนาดแคบกว่าและสูงกว่าตัวอักษร Serif และอ่านยาก แต่มักนิยมนำมาสร้างเป็นส่วนบนของบรรทัดหัวกระดาษ (Header) หัวเรื่องและตราสัญลักษณ์ (Logo) ซึ่งสอดคล้องกับ Fister (1996) ที่ว่าชนิดของตัวอักษรไม่ควรใช้ความแตกต่างกันมากจะทำให้การนำเสนอไร้ระเบียบและอ่านยาก และ Hannum (1998) ที่ว่าไม่ควรใช้ตัวอักษรต่างกันเกิน 3 ชนิด ตัวอักษร อีกทั้งข้อความที่มีตัวหนา ตัวขีดเส้นใต้ ควรเลือกใช้เพื่อเป็นการเน้นความสำคัญให้เด่นชัดขึ้น ควรระมัดระวังตัวข้อความที่ขีดเส้นใต้เพราะข้อความนี้ผู้ใช้งานมักเข้าใจว่าเป็นข้อความหลายมิติ (Hypertext) ดังนั้นควรหลีกเลี่ยงการขีดเส้นใต้ข้อความ จึงควรให้ความสำคัญนอกเหนือจากความชอบและรสนิยมของผู้ออกแบบ

องค์ประกอบที่ส่งผลต่อความชัดเจนนั้น Cabibi John F.J (1973) ได้จัดแบ่งไว้ดังนี้ ความแตกต่างของตัวอักษรกับพื้น แบบตัวพิมพ์ ขนาดของตัวพิมพ์ ความยาวของบรรทัดและระยะห่างระหว่างบรรทัด ความแตกต่างของตัวอักษรกับพื้นนั้นเกิดจากความหนักเบาของเส้นตัวอักษรแสงสว่าง สีของตัวอักษรและสีพื้น ซึ่งมีอิทธิพลต่อความยากง่ายในการอ่าน และส่งผลต่อเนื้อหาของสารที่ต้องการจะสื่อ (จิรดา บุญอารยะกุล, 2542: 56)

ความสัมพันธ์ระหว่างสีของตัวอักษรกับสีของพื้นหลัง (Background) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่มีอิทธิพลต่อความยากง่ายในการอ่าน (Legibility) องค์ประกอบที่มีความสำคัญอันดับแรกในส่วนนี้ก็คือ ความสว่างและความแตกต่างของสี (Brightness and Contrast) ระหว่างตัวอักษรกับสีของพื้นหลังซึ่งมีอิทธิพลต่อการรับรู้ตัวอักษร โดยทั่วไปคู่สีที่มีความแตกต่างกันสูง จะทำให้เกิดการรับรู้ได้ง่าย (Tinker Miles A., 1969) ในเรื่องนี้ McKittrick James Lee (1976) มีความเห็นเพิ่มเติมว่าความแตกต่างกันเกินไปของสีระหว่างตัวอักษรกับพื้นหลัง อาจทำให้ไม่สบาย

ตาหรือรบกวน ดังนั้นเพื่อการออกแบบสารให้เป็นที่พอใจ จึงจำเป็นต้องจัดให้เกิดความแตกต่างกันที่เหมาะสมระหว่างสีตัวอักษรกับพื้นหลัง (จิรดา บุญอารยะกุล, 2542: 57)

นอกจากนี้ยังพบว่า ถ้าจำเป็นต้องใช้ตัวอักษรสีขาว เทียว และเหลืองสามารถให้สีพื้นหลังดำเป็นพื้นได้ สีที่ไม่ควรนำมาใช้ไม่ว่าจะเป็นตัวอักษรหรือฉากหลัง ได้แก่ สีแดง และสีม่วง ทั้งนี้มีความสอดคล้องกับข้อเสนอแนะของ Jones M.K. (1989) ที่กล่าวว่าควรหลีกเลี่ยงการใช้สีแดงในพื้นที่บริเวณกว้างบนจอแสดงผล เนื่องจากสีดังกล่าวจัดเป็นสีโทนร้อนที่ให้เกิดความรู้สึกที่ร้อนแรง เกิดอาการระคายเคืองตาได้

ปวีณา ธิติวรินทร์ (2538) อ้างถึงในกำธร สถิรกุล (2536) และวิทยา ไล่ทอง (2536) เสนอแนะให้เลือกใช้สีตัวอักษรและสีพื้นหลังที่มีความตัดกันเพียงพอ ควบคู่ไปกับการเลือกเส้นและขนาดตัวอักษรให้เหมาะสม จะทำให้การอ่านตัวอักษรนั้นง่ายขึ้น ส่วนความเห็นของ Tinker (1969) เห็นว่าความสัมพันธ์ระหว่างสีของตัวอักษรกับสีของพื้นหลัง ควรเป็นคู่ที่มีความสว่างแตกต่างกันสูงเพื่อให้เกิดการรับรู้ได้ง่าย ในขณะที่ McKittrick (1976) กล่าวว่าหากความแตกต่างของสีระหว่างตัวอักษรกับพื้นหลังมีมากเกินไปอาจทำให้รบกวนสายตาได้

ระดับอายุหรือวุฒิภาวะ จะมีผลต่ออัตราการอ่านของแต่ละบุคคลได้ไม่เท่ากัน กล่าวคือผู้ใหญ่จะสามารถอ่านได้เร็วกว่าเด็กมาก แม้ลักษณะสายตาจะไม่แตกต่างกันมากนัก ทั้งนี้ Ben Blank ผู้อำนวยการฝ่ายศิลป์ จาก ABC News กล่าวว่า ตัวอักษรที่ไม่มีฐาน (San Serif) ทำหน้าที่ได้ดีบนหน้าจอคอมพิวเตอร์ เช่นการเลือกใช้ตัว Franklin, Helvetica, Futura หรือ Gill Sans เป็นต้น

2. ภาพ (Picture)

จิตเกษม พัฒนาศิริ (2539) กล่าวว่า การใช้ภาพจะต้องง่ายและมีความสม่ำเสมอในการใช้สัญลักษณ์หรือคำ การเลือกรูปภาพทำหน้าที่แทนคำบรรยายนั้นเป็นส่วนสำคัญประการหนึ่ง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับผู้นำเอารูปภาพมาทำหน้าที่แทนคำบรรยายที่ต้องการและควรใช้รูปภาพที่สามารถสื่อความหมายกับผู้ใช้ได้ตรงตามวัตถุประสงค์

Norman (1997) เสนอแนะว่าภาพที่ใช้ในการออกแบบเว็บควรสื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์ของเว็บนั้น การจัดรูปแบบหน้าที่ดีจะทำให้อ่านสามารถเข้าใจสาระสำคัญและความสัมพันธ์ของหน้านั้นๆ และเสริมความสัมพันธ์ต่อหน้าอื่น โดยอาศัยการวางโครงร่าง ชนิดการพิมพ์และการ

อธิบายภาพเพื่อให้ภาพนำสายตาของผู้อ่าน (Lynch and Horton, 1997) และ Large (1996) กล่าวว่า ภาพควรทำให้ผู้อ่านเกิดความเข้าใจและสามารถระลึกข้อมูลได้ ซึ่ง Cortrell&Eisenberg (1997) ระบุว่าควรหลีกเลี่ยงภาพที่อาจรบกวนต่อการใช้งานของผู้ใช้ เช่น Hannum (1997) ชี้ว่า หากนำภาพที่ผู้ใช้ไม่คุ้นเคยหรือมีรายละเอียดมากเกินไป จะเป็นอุปสรรคต่อการเรียนรู้จากภาพได้เช่นกัน และในปี 1998 ภาพเคลื่อนไหวที่ถูกปรับปรุงนั้นควรเหมาะสำหรับอธิบายกระบวนการที่เป็นขั้นตอนต่างๆ หากนำภาพเคลื่อนไหวมาใช้เพื่อแสดงกระบวนการหรือแสดงวัตถุต่างๆ รวมกัน ควรเลือกใช้แสดงเพียงบางจุดเท่านั้น เนื่องจากภาพเคลื่อนไหวจะหักเหความสนใจ และภาพเคลื่อนไหวไม่ควรให้มีข้อความที่ซับซ้อนเพราะจะทำให้ถ่ายทอดข้อมูลที่เข้าใจได้ยาก (จิริดา บุญอารยะกุล, 2542: 122)

เมื่อกล่าวถึงภาพ หรือภาพนิ่ง (Still Picture) ส่วนใหญ่หมายถึง ภาพถ่าย ภาพลายเส้น โดยภาพนิ่งจะมีขนาดใหญ่เต็มจอ หรือเล็กกว่านั้นก็ได้ อาจจะเป็นภาพขาวดำหรือภาพสีก็ได้ และอาจเป็นภาพ 2 มิติหรือภาพ 3 มิติก็ได้ ขึ้นอยู่กับคุณสมบัติของจอ และความสามารถของเครื่องคอมพิวเตอร์ที่มีอยู่ (Tay Vaughan, 1993) มนุษย์โดยทั่วไปจะมีความถนัดในการรับรู้ทางภาพ ดังนั้นภาพจึงมีอิทธิพลอย่างมากในการนำเสนอข้อมูลแสดงผลบนหน้าจคอมพิวเตอร์ ภาพนิ่งจึงเป็นองค์ประกอบสำคัญ และมีความจำเป็นอย่างมาก อย่างไรก็ตามภาพนิ่งเปลืองหน่วยความจำมากกว่าข้อมูลที่เป็นตัวอักษรหลายเท่า (Linda E. Tway, 1992) อ้างถึงใน จิริดา บุญอารยะกุล, 2542: 22)

ภาพเคลื่อนไหว (Animated picture) ซึ่ง Margaret Y. Rabb (1993) ได้กล่าวว่า ภาพเคลื่อนไหวช่วยดึงดูดความสนใจได้ไม่ว่าจะเป็นภาพเคลื่อนไหว (Animation) ที่เปลี่ยนทั้งตำแหน่งและรูปร่างของภาพหรือการเคลื่อนที่ (Moving) ที่เปลี่ยนเฉพาะตำแหน่งจอแต่ไม่เปลี่ยนรูปร่างของภาพ (จิริดา บุญอารยะกุล, 2542: 22)

การใช้ภาพเคลื่อนไหวสามารถสร้างความสนใจให้เกิดขึ้น เพื่อใช้อธิบายประกอบข้อมูล และเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ แต่มีข้อจำกัดที่เครื่องมือของผู้รับสารสามารถดูภาพเคลื่อนไหวได้หรือไม่ ภาพเคลื่อนไหวสามารถทำให้เกิดแรงจูงใจ โดยเทคนิคในการสร้างภาพเคลื่อนไหวนั้นมิใช่การนำทุกองค์ประกอบของหน้ามาทำให้เคลื่อนไหวทั้งหมด

3. สี (Color Palette)

สีเป็นเครื่องมือออกแบบประสงคอย่างหนึ่งที่มีความสำคัญมาก ในการออกแบบเว็บไซต์ เนื่องจากสีสามารถสื่อถึงความรู้สึกและอารมณ์ และยังช่วยสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสถานที่กับเวลาอีกด้วย ดังนั้นสีจึงเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่ช่วยเสริมสร้างความหมายขององค์ประกอบให้กับเว็บเพจได้อย่างดี ประโยชน์ของสีในรูปแบบต่าง ๆ มีดังนี้

1. สีสามารถชักนำสายตาผู้อ่านไปยังบริเวณในหน้าเว็บเพจ ผู้อ่านจะมีการเชื่อมโยงความรู้สึกกับบริเวณของสีในรูปแบบที่คาดหวังได้ การเลือกเฉดสีอย่างรอบคอบในหน้าเว็บสามารถนำทางให้ผู้อ่านติดตามเนื้อหาในบริเวณต่าง ๆ ตามที่เรากำหนดได้ วิธีนี้จะเป็นประโยชน์อย่างมากเมื่อต้องการให้ผู้อ่านสนใจกับส่วนใดส่วนหนึ่งในเว็บไซต์เป็นพิเศษ เช่น ข้อมูลใหม่ โปรโมชันพิเศษ หรือบริเวณที่ไม่ค่อยได้รับความสนใจมาก่อน

2. สีช่วยเชื่อมโยงบริเวณที่ได้รับการออกแบบเข้าด้วยกัน ผู้อ่านจะมีความรู้สึกว่าเป็นบริเวณที่มีสีเดียวกันจะมีความสำคัญเท่ากัน วิธีการเชื่อมโยงแบบนี้จะช่วยจัดกลุ่มของข้อมูลที่มีความสัมพันธ์อย่างไม่เด่นชัดเข้าด้วยกันได้

3. สีสามารถนำไปใช้ในการแบ่งบริเวณต่าง ๆ ออกจากกัน ทำนองเดียวกับการเชื่อมโยงบริเวณที่มีสีเหมือนกันเข้าด้วยกัน แต่ขณะเดียวกันก็เป็นการแบ่งแยกบริเวณที่มีสีต่างกันออกจากกัน

4. สีสามารถใช้ในการดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน สายตาของผู้อ่านมักจะมองไปยังสีที่มีลักษณะเด่นหรือผิดปกติเสมอ การออกแบบเว็บไซต์ด้วยการใช้สีอย่างรอบคอบ ไม่เพียงแต่จะกระตุ้นความสนใจของผู้อ่านเพียงเท่านั้น แต่ยังช่วยท่วงเหนี่ยวให้ผู้อ่านอยู่บนเว็บไซต์ได้นานยิ่งขึ้น ส่วนเว็บไซต์ที่ใช้สีไม่เหมาะสมเป็นเสมือนทางขั้วใล้ผู้เยี่ยมชมให้ไปสู่วีบบอื่นที่มีการออกแบบที่ดีกว่า

5. สีสามารถสร้างอารมณ์โดยรวมของเว็บเพจ และกระตุ้นความรู้สึกตอบสนองจากผู้ชมได้ นอกเหนือจากความรู้สึกที่ได้รับจากสีตามหลักจิตวิทยาแล้ว ผู้ชมยังอาจมีอารมณ์ความรู้สึกสัมพันธ์กับสีบางสีหรือบางกลุ่มเป็นพิเศษ

6. สีช่วยสร้างระเบียบให้กับข้อความต่าง ๆ เช่น การใช้สีแยกส่วนระหว่างหัวเรื่องกับตัวเรื่อง หรือ การสร้างความแตกต่างให้กับข้อความบางส่วน โดยใช้สีแดงสำหรับคำเตือน หรือใช้สีเทา สำหรับสิ่งที่ เป็นทางเลือก

7. นอกเหนือจากการใช้สีช่วยในการออกแบบแล้ว สียังสามารถส่งเสริมเอกลักษณ์ขององค์กร หรือหน่วยงานนั้น ๆ ได้ ด้วยการใช้นี่เป็นเอกลักษณ์ขององค์กรมาเป็นโทนสีหลักของเว็บไซต์ (ธวัชชัย ศรีสุเทพ, 2544)

การผสมสี (Color Mixing)

รูปแบบของการผสมสีเพื่อให้เกิดสีต่าง ๆ สามารถแบ่งได้เป็น 2 แบบ คือการผสมสีแสง หรือการผสมแบบบวก (Additive Mixing) และการผสมของรงควัตถุ (Pigment) หรือการผสมแบบลบ (Subtractive Mixing) ในการใช้สีในระบบหน้าจคอมพิวเตอร์บนเว็บไซต์จะใช้การผสมสีแสง หรือการผสมแบบบวก (Additive Mixing) โดยมีรายละเอียดดังนี้

การผสมสีแบบแอดดิทีฟ (Additive Color)

คอริแกน (2540, 86-88) ได้ให้ความหมายของสีแอดดิทีฟว่า สีแอดดิทีฟ คือ ระบบสีที่เกิดจากการผสมแสงหลายสีเข้าด้วยกัน ในระบบสีแอดดิทีฟถ้าไม่มีสีปรากฏจะมองเห็นเป็นสีดำ ในขณะที่ถ้าทุกสีปรากฏจะเป็นสีขาว ระบบสีแอดดิทีฟใช้งานกันต้นกำเนิดแสง เช่น แสงที่เกิดจากจอคอมพิวเตอร์ ในระบบสีแอดดิทีฟมีแม่สี 3 สี คือ สีแดง (Red), สีเขียว (Green), และสีน้ำเงิน (Blue) ซึ่งรวมเรียกว่าระบบสี RGB แม่สีทั้ง 3 สีนี้ถ้าผสมกันในปริมาณเท่า ๆ กันจะเห็นเป็นสีขาวและหากผสมในอัตราส่วนที่ต่างกันก็จะกลายเป็นสีต่าง ๆ โดยที่ค่าของสี RGB มีค่าตั้งแต่ 0 ถึง 255 และใช้ตัวเลข 3 ชุดแทน เช่น 000 หมายถึง สีดำ และ 255 255 255 หมายถึงสีขาว เป็นต้น อย่างไรก็ตามการแสดงสีจะชัดเจนหรือไม่ขึ้นอยู่กับความละเอียดของจอภาพและการ์ดแสดงผล (VGA Card) ที่ใช้งานด้วย ปัจจุบันจอคอมพิวเตอร์โดยทั่วไปสามารถแสดงสีได้ประมาณ 16.7 ล้านสี ในระบบ RGB หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า 24 RGB bit color ซึ่งมากกว่าในอดีตซึ่งแสดงผลได้เพียง 256 สี หรือ 16 bit color (กิตติ ภัคดีวัฒนกุล, 2540) ซึ่งคุณสมบัติเหล่านี้จะมีผลเกี่ยวเนื่องกับใช้ภาพกราฟิกรูปแบบต่าง ๆ ดังนั้นผู้ที่ ออกแบบ หรือสร้างเว็บเพจจะต้องทราบถึงคุณสมบัติเหล่านี้ด้วย

สีเป็นสิ่งที่สามารถใช้ในการสื่อสารและใช้ในการกำหนดอารมณ์ความรู้สึกได้ ดังนั้นสีที่ให้ความหมายและความรู้สึกตรงกับเนื้อหาจะช่วยสนับสนุนให้ผู้ผู้ใช้ได้รับข้อมูลที่ถูกต้องและครบถ้วน ทั้งนี้การออกแบบเว็บไซต์โดยใช้สีอย่างสม่ำเสมอช่วยสร้างความรู้สึกถึงบริเวณของสถานที่ส่งเสริมเอกลักษณ์ขององค์กร รวมถึงช่วยสร้างระเบียบให้กับข้อมูลต่างๆ (ธวัชชัย ศรีสุเทพ, 2544: 206–207)

การใช้สีเป็นสิ่งที่ทำให้เว็บเพจแต่ละหน้ามีความต่อเนื่องกัน สีสามารถแสดงภาพพจน์ขององค์กร ที่กำหนดให้ใช้ในแต่ละหน้านั้น ทำให้ผู้รับสารระลึกได้ว่าอยู่ในเว็บไซต์ใด และกำลังอยู่ในลำดับชั้นไหนของเว็บไซต์ โดยระดับของสีที่ใช้ในเว็บไซต์มีข้อจำกัดสูงสุดบังคับอยู่ที่ 256 สี เนื่องจากหน้าจอคอมพิวเตอร์ของผู้รับสารส่วนใหญ่สามารถแสดงสีได้เพียง 256 สี การใช้สีส่วนใหญ่มักเป็นสีที่อยู่ในกลุ่มสีที่องค์กรมักใช้ในโบว์ชัวร์ โลโก้ หรือสีที่อยู่ในภาพ หรือการตกแต่งภาพถ่ายซึ่งสร้างจากคอมพิวเตอร์ด้วยโปรแกรมสร้างภาพ

จิตวิทยาการใช้สี มีดังนี้

- สีอ่อน (สีเหลือง) ให้ความรู้สึกใกล้ชิด สีเย็น (สีน้ำเงิน) ให้ความรู้สึกห่างไกล
- สีที่สว่างให้ความรู้สึกตื่นเต้น
- สีเทาให้ความรู้สึกว่ามีอิทธิพลกับผู้ดู แสดงความประณีตหรือความเป็นมืออาชีพ
- คนที่อายุ 30 ปีขึ้นไป จะเกิดความจับใจในสีส้มมากกว่าคนหนุ่มสาว
- ผู้หญิงจะตอบสนองในเรื่องของสีและความเป็นตัวของตัวเองในการเลือกสี และกราฟิกมากกว่าผู้ชาย
- ผู้หญิงโดยทั่วไป จับใจในสีม่วงมากกว่าผู้ชาย แต่ไม่ค่อยชอบสีน้ำตาลนัก
- คนส่วนใหญ่ชอบสีแดงและสีน้ำเงิน ซึ่งสีแดงนั้นต้องเป็นสีแดงสดที่ไม่มีผสมสีใดๆ ส่วนสีน้ำเงินเราจะไม่ค่อยแยกแยะถึงความแตกต่างของความชอบในระดับสีที่แตกต่างกัน
- การใช้สีแดงและสีน้ำเงินกับตัวหนังสือที่วางอยู่ติดกันนั้น ทำให้ตัวหนังสือดูโดดเด่น
- สีแดงและสีเขียวเมื่ออยู่ด้วยกันแล้ว มักไม่ให้ความรู้สึกว่าเป็นสีตรงข้ามกัน
- สีเหลืองบนสีดำเป็นสีที่มีประสิทธิภาพที่สุดในการเปิดรับของสายตา

สีที่เหมาะสมคือ การใช้สีโทนอ่อนบนพื้นหลังสีเข้ม และถ้าพื้นหลังสีเข้มควรใช้ตัวอักษรสีอ่อน (Tinker, 1969; Fister, 1996; Anne Rae, Vasquez Peterson and Paul Chow, 1997) ทำ

ให้อ่านได้สบายตา การใช้สีพื้นหลังที่มีลวดลายมากจะทำให้หน้าเว็บมีความยากลำบากในการอ่านเป็นอย่างยิ่ง การใช้สีร้อนที่มีความเปรียบต่างสูงจะทำให้ไม่สบายตาในการอ่าน ดังนั้นจึงไม่ควรใช้พื้นหลังที่มีลวดลายเกินความจำเป็น และควรใช้สีเขียวเป็นพื้นหลังจะทำให้เว็บเพจนั้นน่าอ่านมากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยด้านการวัดผลของการอ่านของวิชัย ภูโยธิน (2514) พบว่าอักษรสีเขียวดีกว่าอักษรสีน้ำเงิน อักษรสีน้ำเงินดีกว่าอักษรสีดำ

การเลือกใช้สีที่เหมาะสมก่อให้เกิดผลดังนี้ (จิรดา บุญอารยะกุล, 2542: 56)

1. สร้างความสนใจให้กับผู้ดูทั้งนี้มมีผลมาจากความแตกต่างของสี
2. ก่อให้เกิดผลทางจิตวิทยา เนื่องจากสีมีผลต่ออารมณ์ของผู้ดู
3. ทำให้จำได้ง่ายเมื่ออธิบายถึงสิ่งหนึ่งสิ่งใดและอ้างถึงสีของสิ่งนั้นจะทำให้สามารถระลึกถึงได้ง่าย
4. สร้างบรรยากาศที่ดี เนื่องจากการเลือกใช้สีที่เหมาะสมทำให้เกิดความพอใจและสร้างความสบายตาให้แก่ผู้ดู (Turnbull and Russel, 1968 อ้างถึงใน จิรดา บุญอารยะกุล, 2542 : 56)

จำนวนของสีที่ใช้เป็นอักษรบนคอมพิวเตอร์ไม่ควรมากกว่า 3 สี เพื่อลดการสับสนจำนวนสีที่พอดีคือ 2 สี บนหนึ่งจอ และถ้าจะใช้สีเป็นเครื่องชี้นำออกหัวข้อต่างๆ (Highlighting) ควรใช้สีที่อ่อนกว่าหรือเข้มกว่าเพื่อสังเกตเห็นได้เมื่อมีการเคลื่อนไหวแถบสีนั้นๆ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Galitz (1985) พบว่ามนุษย์สามารถแยกแยะสีได้ดีถ้ามีจำนวนไม่เกิน 8 สี ในเวลาเดียวกัน

4. เครื่องมือช่วยในการนำทาง (Navigation)

การออกแบบเว็บเพจเป็นเรื่องที่ใหม่มาก ดังนั้นปัจจุบันนักออกแบบเว็บเพจส่วนใหญ่ยังไม่มีความชำนาญเพียงพอ ในการนำเทคโนโลยีต่างๆ สำหรับการผลิตมาใช้ ส่วนใหญ่มุ่งเน้นที่การออกแบบกราฟิก ทว่าส่วนนำทางนั้นต้องมีส่วนประกอบที่สำคัญ 2 สิ่ง คือ ทั้งกราฟิก และเทคโนโลยีมาประกอบเข้าด้วยกัน ซึ่งต้องคำนึงถึงวัตถุประสงค์ของผู้รับสารแล้วนำมาวิเคราะห์หาวิธีการที่ดีที่สุดเพื่อให้ผู้รับสารสามารถเดินทางเข้ามาในไซต์ได้ง่าย วิธีการสร้างส่วนประกอบในการนำทางนั้นมีหลายรูปแบบ แต่สิ่งหนึ่งที่มักใช้กันมาก คือ การสร้างกรอบเมนูและกรอบเนื้อหา กรอบเมนูเป็นเหมือนป้ายนำทางในการท่องเที่ยวเมืองๆ หนึ่ง ซึ่งทำให้สามารถแยกแยะแต่ละเว็บไซต์ได้ โดยแต่ละเว็บไซต์มีชื่อ URL ที่แตกต่างกันก็จริง แต่กรอบเมนูในการนำทางที่มีอยู่ในแต่

ละหน้านั้น จะทำให้ผู้รับสารสามารถคลิกกลับเข้ามาในโฮมเพจหรือเว็บเพจที่ต้องการได้ ไม่ว่าผู้รับสารจะอยู่ในส่วนใดของเว็บไซต์ การออกแบบเว็บเพจที่ไม่มีการออกแบบเมนูนำทางที่ดีจะทำให้ผู้รับสารสับสนในการเดินทางเข้ามาในเว็บไซต์ ซึ่งเป็นสิ่งหนึ่งที่สร้างความรำคาญให้กับผู้รับสารอย่างหนึ่ง

ส่วนประกอบของส่วนนำทาง

ประโยชน์ของการสร้างเว็บไซต์ที่ไม่เป็นเส้นตรงนั้น สามารถพัฒนาและสร้างสรรค์ให้มีความลึกได้เท่าที่ต้องการ ประโยชน์อีกประการหนึ่งคือ ผู้ท่องเว็บสามารถปิดหน้าต่างของเครื่องเว็บเบราว์เซอร์ได้ ดังนั้นจึงได้ภาพการแสดงผลที่สะอาดตากว่า โดยการแสดงส่วนเชื่อมโยงกับส่วนอื่นๆ ในหน้าไว้ด้วย ไซต์ในลักษณะนี้จะทำให้ผู้รับสารมีความเข้าใจที่ชัดเจนในทิศทาง และการควบคุมทิศทางนั้น ไซต์ที่ไม่เป็นเส้นตรงมักพบคุณลักษณะ 3 ประการในการนำทาง ดังนี้

1. **กรอบ** บราวเซอร์ส่วนใหญ่สามารถแสดงกรอบได้ และจะมีการโผล่ขึ้นมาในเว็บไซด์ที่ใดที่หนึ่ง ซึ่งอาจเป็นส่วนที่เป็นมัลติมีเดีย ด้วยการนำเสนออย่างง่ายๆ การวางแผนให้อยู่ในกรอบจอภาพเป็นวิธีการนำทางวิธีหนึ่งของไซต์ที่มีการกระจายข้อมูลนิยมใช้

ข้อจำกัดในการใช้กรอบนี้ ดังนี้

- ทำให้ผู้ใช้เชื่อมโยงกับไซต์อื่นๆ ได้
- ถูกแบ่งแยกด้วยส่วนประกอบที่หลากหลาย
- ต้องการเทคนิคการปฏิบัติการแบบพิเศษภายในเมนู
- ไซต์ที่มีขนาดใหญ่ต้องมีความประณีตในการออกแบบ

2. **หน้าต่างที่เปิดขึ้นมาเมื่อคลิกเมนู** วิธีนี้เป็นวิธีหนึ่งที่นักออกแบบนิยมกันมาก วิธีนี้ทำให้ผู้ใช้แน่ใจว่าเขาจะสามารถกลับมายังหน้าที่เขาจากมาได้

3. **แผนที่เว็บไซต์** สามารถเป็นเครื่องมือการนำทางที่พิเศษที่สุดในกระบวนการเครื่องมือในการนำทางทั้งหลาย ถ้ามีการออกแบบสร้างสรรค์อย่างถูกต้อง ความสามารถในการคลิก Site Map เป็นวิธีที่ดีที่สุดที่ทำให้ผู้รับสารเดินทาง และทำการสำรวจเว็บไซต์ได้ โดยการใช่การเปิดภาพแทรกเข้ามา การออกแบบแผนที่เว็บไซต์ในลักษณะที่เป็น 3 มิติ สามารถสร้างความน่าสนใจ ใน

การปฏิสัมพันธ์ให้กับผู้ท่องเว็บไซต์ ประโยชน์ของแผนที่ไซต์อีกประการหนึ่งคือ แผนที่เว็บไซต์สามารถใช้เป็นหลักในการวางแผนการเดินทางของเว็บไซต์ที่มีหลายระดับชั้น และเพื่อการขยายขนาดเว็บไซต์อีกในอนาคต

การออกแบบเครื่องมือนำทางเพื่อให้การสำรวจเว็บไซต์ เป็นไปด้วยความสะดวกรวดเร็ว และผู้ใช้ไม่หลงทาง จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ใช้ในการเข้าถึงข้อมูลต่างๆ ได้โดยง่ายและเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจ โดยที่ผู้อ่านจะสำรวจไปทั่วๆ เว็บไซต์และเข้าใจได้ว่าไปในทิศทางใดได้ จุดสำคัญของการออกแบบการนำทางที่ดีคือ การรวบรวม จุดมุ่งหมายแรกของนักออกแบบ คือ ช่วยอำนวยความสะดวกให้กับผู้อ่านไปยังสิ่งที่ต้องการและออกจากส่วนที่อยู่นั้นได้โดยง่าย อาจใช้การเชื่อมโยงอย่างง่ายๆ ด้วยข้อความ ในขณะที่บางไซต์อาจใช้สัญรูปกราฟิก สัญรูปเหล่านี้อาจเป็นปุ่มพร้อมข้อความหรืออาจเป็นภาพก็ได้ จุดมุ่งหมายสำคัญต้องให้ชัดเจน และสะดวกในการใช้ บางครั้งนักออกแบบจะละเลยข้อสรุปที่ดีที่สุด ซึ่งเป็นข้อสรุปที่ชัดเจน นั่นคือ ความเรียบง่าย (กิดานันท์ มลิทอง, 2542: 55)

พื้นฐานของระบบการนำทาง คือการนำพาผู้ใช้ไปถึงที่หมายได้ โดยผู้ใช้สามารถทราบถึงตำแหน่งปัจจุบันที่ผู้ใช้กำลังอยู่ ช่องทางเลือกในการเดินทาง วิธีการเดินทาง ผู้ใช้ได้ผ่านที่ใดมาบ้าง และวิธีย้อนกลับไปยังที่เดิม (Sean Timberlake, 2000)

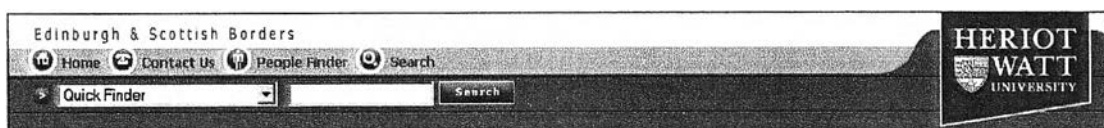
ระบบการนำทางเป็นส่วนเสริมในการสร้างสิ่งแวดล้อมที่สื่อความหมาย (Context) ในที่นี้หมายถึงองค์ประกอบอื่นๆ รอบด้านขององค์ประกอบหลักที่ต้องการนำเสนอ ในการสร้างองค์ประกอบขึ้นแฉะดังกล่าว สามารถทำได้โดยการแสดงชื่อองค์กรและที่อยู่ของเว็บไซต์ในทุกหน้าเว็บแสดงตำแหน่งปัจจุบันให้ผู้ใช้ทราบ ด้วยการเปลี่ยนรูปแบบของหัวข้อข้อมูลปัจจุบันให้แตกต่างจากส่วนอื่น เช่น การทำให้ข้อความหรือภาพกราฟิกจางลงเพื่อแสดงว่าไม่สามารถเชื่อมโยงได้ การใช้สีของการเชื่อมโยงแสดงถึงตำแหน่งที่ผ่านมา สิ่งแวดล้อมที่สื่อความหมายเหล่านี้ เมื่อนำมาใช้ประกอบกันจะชวนชี้แนะให้ผู้ใช้ทราบตำแหน่งปัจจุบันและทิศทางไปสู่จุดมุ่งหมายได้ (ธวัชชัย ศรีสุเทพ, 2544: 109-110)

องค์ประกอบของระบบการนำทางหลัก (Main Navigation Elements)

สิ่งที่เป็นเครื่องมือนำทางนี้จะมีการใช้คำต่างๆกัน ปกติแล้วมักจะเรียกว่า “แถบเครื่องมือ” (Toolbar) แต่ในบางครั้งจะเรียกว่าเป็น “เมนู” (Menu) ส่วนต่อประสาน” (Interface) หรือ “การนำทาง” (Navigation) เพื่อให้ผู้ใช้สามารถไปสู่ส่วนต่างๆ ได้โดยไม่ต้องกลับมายังหน้าสารบัญเรื่องหรือกลับไปเริ่มต้นที่หน้าหลักเสมอ จึงช่วยให้ผู้ใช้สามารถเดินทางไปสู่ส่วนอื่นๆ ได้อย่างคล่องตัว เนื่องจากเป็นระบบการนำทางที่อยู่ในส่วนของข้อมูล นักออกแบบสามารถใช้การนำทางรูปแบบต่างๆ กันได้มากมายหลายอย่างบนหน้าเว็บหน้าเดียวกันสามารถให้การนำทางมากกว่าหนึ่งวิธี เนื้อหาของเว็บไซต์และการที่จะเสนอเนื้อหาเหล่านั้นอย่างไร จะช่วยให้การตัดสินใจถึงการออกแบบเครื่องมือนำทางเช่นเดียวกับการออกแบบเว็บไซต์ทั้งหมด (กิดานันท์ มลิทอง, 2542: 11)

1. แถบเครื่องมือนำทาง (Navigation Bar)

โดยทั่วไปแล้วแถบเครื่องมือนำทางจะประกอบด้วยกลุ่มของการเชื่อมโยง (Link) ต่างๆ ที่อยู่รวมกันในบริเวณหนึ่งของหน้าเว็บ อาจเป็นตัวอักษรหรือภาพกราฟิก แถบเครื่องมือนำทางเป็นรูปแบบที่ได้รับความนิยมมากที่สุด (ธวัชชัย ศรีสุเทพ, 2544: 96)



ภาพที่ 5 ภาพแสดงแถบเครื่องมือนำทาง (Navigation Bar)

1.2 กรอบนำทาง (Frame-Based)

การใช้ระบบกรอบนำทางจะเป็นสิ่งที่ช่วยให้นักออกแบบแบ่งหน้าต่างจภาพออกได้ตั้งแต่ 2 ส่วน หรือมากกว่านั้น ให้แบ่งแยกกันอย่างอิสระแต่ยังคงมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน การใช้ระบบกรอบนำทางมีประโยชน์มากในบางสถานการณ์ เช่น ถ้าต้องการให้พื้นที่ส่วนนำทางยังคงมองเห็นได้ตลอดเวลา คงความสม่ำเสมอให้นักออกแบบสามารถใส่รายการในเครื่องมือนำทางอยู่ในกรอบที่แยกจากส่วนเนื้อหาข้อมูล (กิดานันท์ มลิทอง, 2542: 59)



ภาพที่ 6 แสดงการใช้ระบบกรอบนำทางที่รายการในเครื่องมือนำทางอยู่ในกรอบที่แยกจากส่วนเนื้อหาข้อมูล

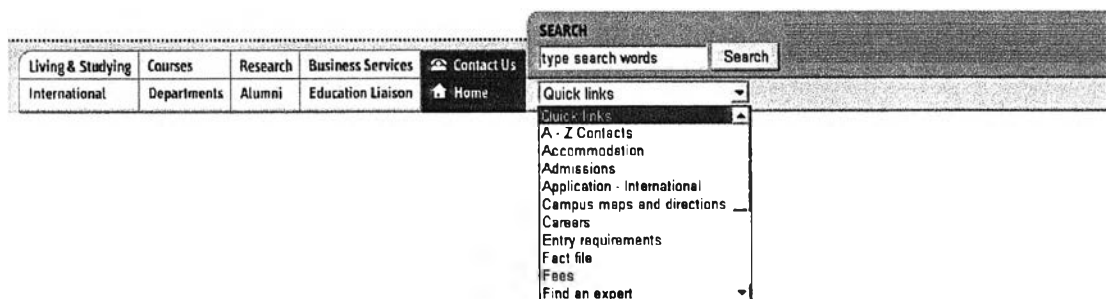
การใช้กรอบในระบบนำทาง ก่อให้เกิดปัญหาอีกหลายประการ อาทิเช่น การครอบครองพื้นที่หน้าจอตลอดเวลา จึงเหลือพื้นที่แสดงข้อมูลจริงน้อยลง รวมทั้งทำให้เวลาในการแสดงผลช้ายิ่งขึ้น เนื่องจากระบบปฏิบัติการต้องใช้เวลาในการบรรจุข้อมูลหลายแฟ้มข้อมูล และหากมีการเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์อื่นที่มีการใช้กรอบในการนำทางเช่นกัน จะเกิดปัญหาการซ้อนกันของกรอบ (ธวัชชัย ศรีสุเทพ, 2544: 96-97)

กิดานันท์ มลิทอง (2542: 22) กล่าวว่ากรอบจะแตกต่างจากตารางถึงแม้เมื่อมองในตอนแรกแล้วจะแลดูเหมือนกันก็ตาม ทั้งนี้เนื่องจากจะมีลักษณะเป็นคอลัมน์เช่นกัน การที่จะ

ทราบว่าส่วนของหน้าเว็บเป็นกรอบจะสังเกตได้จากแถบเลื่อน (Scrollbar) ที่อยู่ด้านข้างหรือด้านล่าง แต่ในบางครั้งอาจไม่มีแถบเลื่อนก็ได้หน้าเว็บหนึ่งหน้าอาจจะมีตั้งแต่ 1-4 กรอบหรือมากกว่านั้นก็ได้แล้วแต่การออกแบบ

1.3 Pull-Down Menu

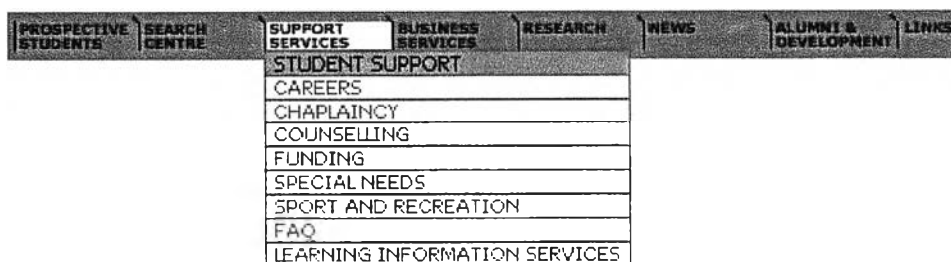
จะมีลักษณะเด่น คือ มีรายการให้เลือกเป็นจำนวนมากโดยใช้พื้นที่น้อยมากเมื่อเทียบกับองค์ประกอบชนิดอื่นๆ จะช่วยให้ผู้ใช้เลือกรายการย่อยเข้าไปสู่เป้าหมายได้อย่างสะดวก ลักษณะเช่นนี้เหมาะสำหรับข้อมูลประเภทเดียวกันที่มีจำนวนรายการมาก เช่น รายชื่อประเทศ (ธวัชชัย ศรีสุเทพ, 2544: 97)



ภาพที่ 7 แสดงลักษณะของ Pull-Down Menu

1.4 Pop-Up Menu

มีลักษณะคล้ายกับ Pull-Down Menu โดยรายการย่อยของเมนูจะปรากฏขึ้นเองเมื่อผู้ใช้นำเมาส์ไปวางเหนือตำแหน่งของรายการในเมนูหลัก จากนั้นผู้ใช้ก็สามารถเลื่อนเมาส์ไปเลือกรายการต่างๆ ที่ปรากฏขึ้นได้ วิธีนี้ช่วยประหยัดเนื้อที่แสดงรายการย่อยของเมนูได้ (ธวัชชัย ศรีสุเทพ, 2544 : 98)



ภาพที่ 8 แสดงลักษณะของ Pop-Up Menu

1.5 Image Map

ลักษณะของการสร้างการเชื่อมโยงจากภาพกราฟิก โดยที่ภาพหนึ่งภาพจะเชื่อมโยงไปยังเอกสารหรือเว็บไซต์มากกว่าหนึ่งแห่ง ส่วนมากมักจะใช้ภาพแบ่งออกเป็นส่วนต่างๆ นักออกแบบสามารถกำหนดและขอบเขตของแต่ละการเชื่อมโยงได้ (ทฤษฎพงศ์ เฟื่องวุฒิ, 2543: 122- 123)



ภาพที่ 9 แสดงลักษณะของการสร้างการเชื่อมโยงจากภาพกราฟิก (Image Map)

1.6 Search Box

การจัดเตรียมระบบสืบค้นข้อมูล (Search) ภายในเว็บไซต์ เป็นระบบการนำทางที่มีประโยชน์สำหรับเว็บที่มีข้อมูลปริมาณมาก ทำให้ผู้ใช้ค้นหาสิ่งที่ต้องการได้อย่างรวดเร็วด้วยวิธีการระบุคำสืบค้น (Key Word)

Site Search

To search the entire Napier site, please type your search word or phrase in the box below.

GO

ภาพที่ 10 แสดงระบบสืบค้นข้อมูลแบบ Search Box

1.7 ข้อความเชื่อมโยง (Hyperlink)

หมายถึงลักษณะการเชื่อมโยงที่ใช้ตัวอักษรในการสร้าง เพื่อการเชื่อมโยงไปที่ต่างๆ โดยมากจะอยู่ในข้อความที่เป็นหัวข้อหรือไม่ก็เป็นข้อความสำคัญต่างๆ การใช้ตัวอักษรเป็นการเชื่อมโยงสามารถทำได้โดยง่าย เนื่องจากไม่จำเป็นต้องมีการตกแต่งข้อความให้เป็นภาพ และสามารถทำให้เอกสารมีขนาดเล็ก (ทฤษฎีพงศ์ เฟื่องวุฒิ, 2543: 111)

International Students

- ∴ [India Spot Admissions and British Council Fair](#)
- ∴ [Studying at Abertay](#)
- ∴ [Pre-Sessional Programme](#)
- ∴ [EU Students](#)

Get the Abertay Experience

- ∴ [Choose Abertay](#)
- ∴ [A to Z](#)
- ∴ [Student Support](#)
- ∴ [Abertay Sport](#)
- ∴ [Abertay Accommodation](#)
- ∴ [Prospectus 06](#)
- ∴ [Got a Question?](#)
- ∴ [Forensic Science Taster Days](#)

ภาพที่ 11 แสดงลักษณะข้อความเชื่อมโยง (Hyperlink)

หลักการใช้สีของข้อความเชื่อมโยงควรหลีกเลี่ยงการใช้สีที่ไม่เป็นมาตรฐานและสีเหล่านี้ได้ถูกจัดการเป็นอย่างดีแล้วในระบบปฏิบัติการทั่วไป สีสีที่เป็นมาตรฐานเหล่านี้เป็นกฎแจสำคัญที่ผู้ใช้มีความคุ้นเคยอยู่แล้ว

ชนิดของสีมาตรฐานข้อความเชื่อมโยง

| | |
|-----------|--|
| สีน้ำเงิน | ข้อความเชื่อมโยงที่ยังไม่มีการปฏิสัมพันธ์ (Unvisited Link) |
| สีม่วง | ข้อความเชื่อมโยงที่มีการปฏิสัมพันธ์แล้ว (Visited Link) |
| สีแดง | ข้อความเชื่อมโยงที่กำลังจะมีการปฏิสัมพันธ์ (Active Link) |

องค์ประกอบของระบบการนำทางเสริม (Supplement Navigation Elements)

ระบบการนำทางเสริมเป็นอีกวิธีหนึ่งที่จะช่วยเพิ่มแนวทางในการเดินทางและช่วยให้ผู้ใช้สามารถเห็นภาพรวมของเว็บไซต์ได้ดียิ่งขึ้น

2.1 ระบบสารบัญ (Table of Content) เปรียบเสมือนสารบัญของหนังสือต่างๆ จะทำให้ผู้ใช้สามารถเห็นถึงหัวข้อย่อยต่างๆ ในกาตัดสินใจเลือกได้ แสดงถึงโครงสร้างลำดับชั้นของข้อมูลตามหัวข้อหลักและหัวข้อย่อย ด้วยความสามารถในการเชื่อมโยงทำให้ผู้ใช้สามารถเลือกทำการปฏิสัมพันธ์ที่หัวข้อเหล่านั้น เพื่อเข้าถึงข้อมูลนั้นได้ทันทีโดยไม่ต้องอาศัยเลขหน้าเช่นในหนังสือ (ทฤษฎพงษ์ เพ็ญวุฒิ, 2543 : 60, ธวัชชัย ศรีสุเทพ, 2544: 100)

2.2 ระบบดัชนี (Index System) สำหรับเว็บไซต์บางประเภทที่มีข้อมูลปริมาณมากแต่ไม่ได้จัดเป็นลำดับชั้น ก็สามารถจัดทำระบบดัชนีให้เป็นอีกทางเลือกที่ผู้ใช้จะค้นหาข้อมูลได้ โดยจัดนำคำหรือข้อความสำคัญในเนื้อหาของเว็บไซต์ทั้งหมดมาเรียงตามลำดับตัวอักษรเหมาะสำหรับผู้ใช้ที่ทราบถึงชื่อของสิ่งที่ต้องการค้นหา (ธวัชชัย ศรีสุเทพ, 2544 : 101)

2.3 แผนที่เว็บไซต์ (Site Map) เป็นเครื่องมือการนำทางที่พิเศษที่สุดในกระบวนการเครื่องมือในการนำทางทั้งหลาย ถ้ามีการออกแบบสร้างสรรค์อย่างถูกต้องความสามารถในการคลิกแผนที่ไซต์ เป็นวิธีที่ดีที่สุดที่ทำให้ผู้รับสารเดินทางและทำการสำรวจไซต์ได้ โดยการใช้การเปิดภาพแทรกเข้ามา แผนที่ไซต์สามารถใช้เป็นหลักในการวางแผนการเดินทางของไซต์ที่มีหลายระดับชั้น และเพื่อการขยายไซต์ในอนาคตถ้าเว็บไซต์นั้นมีขนาดใหญ่มากและซับซ้อน สิ่งที่ต้องการเพิ่มขึ้นคือ ลักษณะที่ช่วยผู้อ่านในการค้นหาสารสนเทศเฉพาะบนหน้าเว็บนั้น การใช้ดรอปดาวน์อยู่ในรูปแบบของรายการคำสำคัญ ที่เชื่อมโยงไปยังหน้าที่เกี่ยวข้องบนเว็บไซต์หรืออาจเป็นโครงร่างของเว็บไซต์ที่คล้ายคลึงกับสารบัญ สิ่งนี้จะช่วยให้ผู้อ่านสามารถผ่านเพื่อเข้าถึงเนื้อหาเฉพาะที่ตนต้องการได้

รูปแบบการนำทางสามารถออกแบบได้หลากหลายรูปแบบ อาทิเช่น ภาพปุ่ม ภาพกราฟิก ภาพเคลื่อนไหว การเลือกใช้แถบเครื่องมือนำทางแบบกราฟิกหรือแบบตัวอักษรนั้นขึ้นอยู่กับการพิจารณาของนักออกแบบ การเลือกใช้แบบกราฟิกทำให้การแสดงผลข้างตามขนาดแท้มข้อมูล หากแต่ใช้แถบเครื่องมือนำทางชุดเดียวกันตลอดทั้งไซต์ ความล่าช้าจะเกิดขึ้นในครั้งแรกเพียงครั้งเดียวเท่านั้น (ธวัชชัย ศรีสุเทพ, 2544: 104-105)

ซึ่งระบบการนำทางขั้นแรกสู่ส่วนหลักของเว็บไซต์ ควรเก็บรวบรวมกับอยู่ในส่วนรวมที่เหมาะสม เช่น ส่วนบนของหน้า ส่วนล่าง หรือส่วนข้าง ถ้ามีการใช้หน้ายาวโดยต้องให้แถบเลื่อนจะเป็นการดีมากที่จะใส่เครื่องหมายนำทางทั้งในส่วนบนและส่วนล่างของหน้า โดยอาจทำให้มีความแตกต่างกันโดยใช้เป็นภาพกราฟิกในส่วนบน และข้อความแบบตัวอักษรขนาดเล็กในส่วนล่าง

การเลือกใช้เครื่องหมายนำทางแบบกราฟิกหรือสัญลักษณ์ (Icon) ควรใส่คำอธิบายควบคู่กับกราฟิกด้วย ข้อเท็จจริงที่กล่าวว่าภาพ 1 ภาพสามารถแทนคำพูดได้มากกว่า 1,000 คำ แต่ภาพ 1 ภาพก็สามารถสื่อไปในทางที่เข้าใจได้ไม่ตรงกับกันได้เช่นกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของผู้ใช้ การใช้สื่อสัญลักษณ์ (Metaphors) ที่ผู้ใช้คุ้นเคย เป็นผลดีเพราะทำให้ผู้ใช้สามารถเชื่อมโยงความรู้และประสบการณ์จริง ผู้ใช้จะเรียนรู้การใช้ รูปแบบต่างๆ ได้รวดเร็วและเข้าใจ ดังนั้นการใส่คำอธิบายควบคู่ไปกับสัญลักษณ์ (Icon) จะช่วยให้การสื่อความหมายเป็นไปอย่างสมบูรณ์ (ธวัชชัย ศรีสุเทพ, 2544: 106)

แต่การใช้สัญลักษณ์ ควรคำนึงว่าความหมายของสิ่งนั้นไม่มีข้อจำกัดของความเป็นจริง เช่นถึงขณะในความเป็นจริงสามารถทิ้งของได้โดยมีข้อจำกัด ซึ่งต่างจากการทำถึงขณะมาเป็นสื่อสัญลักษณ์ในการทิ้งข้อมูลที่ไม่ใช่ ด้วยความสามารถของคอมพิวเตอร์ ถึงขณะทิ้งของได้ไม่เคยเต็มถึง เป็นต้น

การใช้สัญลักษณ์ไอคอนในระบบการนำทาง จะช่วยเพิ่มความสะดวกให้ผู้ที่เข้ามาใช้บริการเป็นประจำเกิดความคุ้นเคย จึงไม่ต้องเสียเวลาในการอ่านคำอธิบายหรือเริ่มเรียนรู้ใหม่ทุกครั้งการออกแบบพื้นผิวหน้าจอ (Interface) ให้ผู้ใช้สามารถจัดการกับส่วนต่างๆ เช่น สัญลักษณ์ (Icon) ได้โดยตรง เมื่อผู้ใช้สามารถเห็นว่ากระทำเกิดผลอย่างไรบนจอภาพ เช่น การลากสัญลักษณ์ ไปที่ต่างๆ ลดการทำให้สมองของผู้ใช้ทำงานโดยไม่จำเป็น เพราะผู้ใช้จำวิธีการทำงานได้กว่าการต้องจำหลักการยุ่งยาก

นอกจากนี้การใช้ตัวชี้หน้า (Cue) หรือตัวชี้แนะชี้แทนเครื่องหมายหรือสิ่งซึ่งมีผลในการจำแนกและจดจำในกรณีที่ต้องการจะบอก ได้แก่ สี ลูกศร เข็มชี้ การเคลื่อนไหว (Animation) การเคลื่อนที่เข้าประกอบกัน (Implosion Techniques) มุมถ่ายของกล้องและการอธิบายนำบอก (Directed Narration) (Kemp, 1966) ซึ่งใช้เป็นสิ่งเร้า (Flemming and Levie, 1979) และต้องช่วยก่อให้เกิดการเรียนรู้ด้านพุทธิพิสัย (Bovy, 1981)

5. การกำหนดกรอบพื้นที่นำเสนอ (Functional Areas)

R.Scott Grabinger(1991) ได้ศึกษาถึงการออกแบบหน้าจอกอมพิวเตอร์ การกำหนดขอบเขตหน้าที่ (Functional Areas) แต่ละส่วนของหน้าจอกอมพิวเตอร์นั้นมีผลต่อความรู้สึกและความพึงพอใจของผู้ใช้

ดาเรศ ทิวทัศน์ (2538) ได้กล่าวถึงเรื่องการสร้างระบบการใช้งาน (Functional) ไว้ว่า การสร้างระบบการใช้งานที่ประสบความสำเร็จนั้นเป็นขั้นตอนแรกของการออกแบบที่ประสบผลสำเร็จ

ซึ่งสอดคล้องกับ Louis Sullivan อ้างถึงใน Chanisa Arthachinda (1991) ได้กล่าวว่าการออกแบบการวางตำแหน่งหน้าที่ในการทำงานที่มีประสิทธิภาพ เป็นขั้นตอนแรกของการออกแบบที่มีประสิทธิภาพกล่าวคือ การออกแบบโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ดีนั้น ในขั้นตอนแรกๆ ควรคำนึงถึงก็คือการออกแบบหน้าที่และการกำหนดพื้นที่ของแต่ละส่วนในหน้าจอนั้นเอง ซึ่งสามารถสรุปถึงขั้นตอนในการทำงานของฟังก์ชันได้ดังนี้ คือ

1. แต่ละวัตถุ (Object) ที่ถูกออกแบบในการทำงานนั้นจะออกแบบเพื่อเป้าหมายที่ตั้งไว้อย่างน้อยที่สุดก็ควรสร้างความพึงพอใจในระดับหนึ่งในการทำงาน
2. ประสิทธิภาพที่พึงพอใจอาจไม่ใช่คุณภาพที่ดีที่สุด ซึ่งประสิทธิภาพนี้ถูกประเมินได้จากการทำงานที่สัมพันธ์กันแต่เพียงอย่างเดียว การแก้ปัญหาเพื่อสร้างความพึงพอใจให้มากขึ้นเป็นไปได้โดยการให้นิยามที่ดีกว่าเดิม
3. ประสิทธิภาพที่พึงพอใจนั้นเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ยาก เพราะจะเป็นไปตามความต้องการที่หลากหลาย ในกรณีนี้หมายถึงการออกแบบที่ซับซ้อน ความต้องการที่หลากหลายอาจจะสร้างความสับสน
4. ข้อผิดพลาดจากเกณฑ์มาตรฐานที่กล่าวมาข้างต้น จะส่งผลต่อการผิดพลาดในการออกแบบ และการสร้างฟังก์ชันที่ดีขึ้นอยู่กับเงื่อนไขของการออกแบบที่ดีแต่ก็ไม่แน่นอนเสมอไปที่จะเป็นเช่นนั้น อาจมีประเด็นอื่นๆ ที่สำคัญ ปฏิสัมพันธ์ระหว่างฟังก์ชัน ก็อาจเป็นตัวแปรหนึ่งที่สำคัญ

ข้อควรพิจารณาในเรื่องการออกแบบหน้าจอ (Considerations in Screen Design)

โปรแกรมที่สร้างขึ้นให้ผู้ใช้คอมพิวเตอร์ได้ใช้ จะต้องคำนึงถึงธรรมชาติการรับรู้ของมนุษย์ ด้วยเช่นกัน เพราะการใช้โปรแกรมต่างๆ ผู้ใช้จะต้องใช้ตามขั้นตอนของโปรแกรมที่กำหนดไว้ คำสั่งต่างๆ ที่อยู่บนจอคอมพิวเตอร์จะต้องมีการจัดวางให้ถูกต้องในตำแหน่งบนจอภาพเพื่อสะดวกและง่ายต่อการมองเห็นและโต้ตอบได้อย่างถูกต้อง การจัดวางตำแหน่งต่างๆ ของคำสั่งและลักษณะที่ปรากฏของคำสั่ง เป็นส่วนหนึ่งของวิทยาการด้านการออกแบบจอคอมพิวเตอร์หรือที่เรียกว่า "Screen Design" (กฤษมันต์ วัฒนานรงค์, 2536)

ความน่าสนใจของเนื้อหาควรเป็นประเด็นหลักของการออกแบบ ควรทุ่มเทพื้นที่บนเว็บเพจเพื่อเนื้อหา อย่างน้อยครั้งหนึ่งหรือเกือบ 80 เปอร์เซ็นต์ มากกว่าเรื่องการนำทาง (Navigation) ที่ควรจะมีสัดส่วนต่ำกว่า 20 เปอร์เซ็นต์ การใช้พื้นที่สีขาวทำให้ผู้ใช้เข้าใจการจัดหมวดหมู่เนื้อหา นำสายตาคนใช้ได้ดี เสียเวลาดาวนโหลดน้อยกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับการใช้เส้นแบ่ง ควรใช้องค์ประกอบการออกแบบให้น้อย ๆ เพื่อให้หน้าเว็บมีความเรียบง่ายและใช้เวลาดาวนโหลดน้อยลง นอกจากนั้นควรออกแบบหน้าจอให้สามารถใช้งานได้กับหน้าจอทุกประเภท

Gould Alfaro, Barnes Finn, Grischkowsky & Minuto (1987) วิจัยพบว่ามนุษย์เราจะสามารถอ่านข้อความจากหนังสือเรียนได้เร็วกว่าในคอมพิวเตอร์ประมาณ 25% จากผลการทดลองด้านต่างๆ เช่นประสบการณ์ในการใช้คอมพิวเตอร์ ขนาดตัวอักษร ชนิดของตัว สรุปลได้ว่าอักษรเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เกิดความแตกต่าง เช่น การใช้ภาพที่มีคุณภาพมองเห็นชัดเจน และตัวอักษรที่ใช้เป็นประจำจากหนังสือจะทำให้การอ่านข้อความจากจอคอมพิวเตอร์ได้เร็วขึ้น

Differient Tilley & Hamann (1981) ได้สรุปผลการวิจัยว่า ควรนั่งตัวตรง 90 องศา ห่างจากหน้าจอประมาณ 16 นิ้ว ระยะจากเก้าอี้ถึงคอมพิวเตอร์ประมาณ 14-35 นิ้ว จอภาพควรตั้งอยู่ระหว่างช่วงศรียะกับสายตา แสงบนหน้าจอจะต้องสว่างกว่าแสงในห้อง และภาพบนจอคอมพิวเตอร์ควรมีความคมชัดที่เหมาะสม

Heubes (1984) แนะนำว่าการวางตำแหน่ง และลักษณะของขอบเขตบนหน้านั้นมีความสำคัญมาก ควรวางคำสั่งต่างๆ ไว้ในแนวนอนไม่ให้เหลื่อมล้ำกัน โดยจะสามารถเรียกใช้งานได้ง่าย และสะดวก

ลักษณะการจัดจอภาพมอเนเตอร์ (Screen Display)

การได้มาซึ่งจอที่ดีสักจอหนึ่งไม่ใช่สิ่งที่ย่างยาก ถ้าจะออกแบบให้ถูกต้องตามหลักวิชา เว้นเสียแต่ว่าจะออกแบบอย่างตามใจผู้สร้าง ซึ่งจอประเภทนี้ปรากฏให้เห็นอยู่เป็นส่วนมาก โดยไม่มีการสอบถามผู้ใช้เสียก่อนตลอดจนเอกสารงานวิจัยของผู้ใช้คอมพิวเตอร์มีน้อย ทำให้ขาดข้อมูลในการนำไปพิจารณาออกแบบจอ หลักพื้นฐานของการออกแบบที่ได้ออกแบบนั้นจะต้อง

1. สนองความต้องการและลักษณะของผู้ใช้ในแต่ละคนได้
2. ลดผลกระทบที่จะเกิดขึ้นทางด้านสุขภาพของผู้ใช้ให้มากที่สุด
3. สร้างให้สอดคล้องกับประสิทธิภาพและความสามารถของซอฟต์แวร์
4. บรรลุจุดประสงค์ของการทำงานตามโปรแกรมที่ได้ออกแบบไว้

ผู้อ่านส่วนมากจะใช้จอมอนิเตอร์ขนาด 14 นิ้ว ที่มีขนาด 640x480 จุดภาพ ประมาณ 20 จุดภาพ จะใช้ในการเสนอแถบเครื่องมือไปแล้ว ดังนั้น จึงเหลือเนื้อที่เพียง 640 x 460 จุดภาพในการเสนอหน้าเว็บ ดังนั้นจึงขอแนะนำว่าควรตั้งหน้าจอให้มีการสำรวจขนาดเดียว (one-size surfing) คือขนาด 640x460 จุดภาพ และจัดการออกแบบหน้าเว็บให้เป็นมาตรฐานเท่ากันทุกหน้า ควรให้หน้าโฮมเพจมีทุกอย่างสมบูรณ์และมีขนาดพอดีกับเนื้อที่นั้น เพื่อที่จะให้ผู้อ่านสามารถดูทุกอย่างได้ภายในหน้าเดียวโดยไม่ต้องเบื่อน่าย ในการใช้แถบเลื่อนในการเลื่อนดูรายละเอียดทุกอย่างเกี่ยวกับเว็บไซต์ สำหรับหน้าอื่นๆ ก็ควรมีความคงตัวและถ้าอยู่ในเนื้อที่ขนาด 640x460 จุดภาพได้จะเป็นการดีมากทีเดียว

ผู้ออกแบบต้องกำหนดหน้า ในลักษณะที่ช่วยให้ผู้ใช้สามารถใช้ประโยชน์จากหน้านั้นได้สอดคล้องกับสภาวะการณ์ที่ต่างกันของผู้ใช้แต่ละคน บางคนจอใหญ่ บางคนจอเล็ก บางคนชอบใช้ตัวอักษรขนาดใหญ่ บางคนขนาดเล็ก หน้าทีออกแบบจะต้องทำงานได้ดีกับทุกขนาด คือไม่กำหนดขนาดตายตัวแต่กำหนดการจัดวางเป็นเปอร์เซ็นต์ของพื้นที่ที่มีอยู่บนหน้า รวมไปถึงการออกแบบให้สามารถพิมพ์งานจากหน้าเว็บออกมาได้ในสัดส่วนที่พอดีมีเนื้อหาครบถ้วน

การออกแบบไม่ควรมุ่งเน้นเรื่องการอัพเกรดหรือใช้เทคโนโลยีใหม่ล่าสุดอยู่เสมอ เพราะปัจจุบันนักออกแบบตระหนักแล้วว่า เว็บไซต์ของตนควรจะสามารถทำงานกับเทคโนโลยีตัวเก่าได้ต่อไป ซึ่งเป็นผลมาจากตัวผู้ใช้ทุกๆ ไป ที่ไม่ใช่ นักคอมพิวเตอร์ยังคงใช้โปรแกรมบราวเซอร์ตัวเก่าที่ยังทำงาน และความแตกต่างระหว่างเทคโนโลยีเก่าใหม่ ในปัจจุบันไม่ได้มีมากมาย แถมนปัจจุบัน

คนใช้คอมพิวเตอร์เป็นคนทั่วไปมีมากขึ้น ไม่ได้จำกัดอยู่เฉพาะผู้เล่นคอมพิวเตอร์ที่แข่งกันว่าเครื่องใครมีเทคโนโลยีดีกว่ากัน (Nielsen, 1999)

การจัดหน้าควรกำหนดความยาวของหน้าให้สั้น โดยการกำหนดจำนวนของข้อความที่จะบรรจุในแต่ละหน้า โดยควรมีความยาวระหว่าง 200 – 500 คำในแต่ละหน้า ใส่สารสนเทศที่สำคัญที่สุดในส่วนบนของหน้า ถ้าเปรียบเทียบเว็บไซต์กับสถานที่แห่งหนึ่ง เนื้อหาที่มีค่าที่สุดจะอยู่ในส่วนหน้า ซึ่งก็คือส่วนบนสุดของหน้านั่นเอง ทุกคนที่เข้ามาในเว็บไซต์จะมองเห็นส่วนบนของหน้าจอบนเป็นลำดับแรก ถ้าผู้อ่านไม่อยากจะใช้แถบเลื่อนเพื่อเลื่อนหน้าจอภาพลงมาก็ยังมองเห็นส่วนบนของจอภาพอยู่ได้ตลอดเวลา ดังนั้นถ้าไม่ต้องการให้ผู้อ่านพลาดสาระสำคัญของเนื้อหา ก็ควรใส่ไว้ส่วนบนของหน้าซึ่งอยู่ภายในประมาณ 300 จุดภาพ

นอกจากนั้นการใช้ตารางจะเป็นสิ่งที่อำนวยความสะดวก และช่วยนักออกแบบได้เป็นอย่างมาก การใช้ตารางจะจำเป็นสำหรับการสร้างหน้าที่ซับซ้อนหรือที่ไม่เรียบร้อยธรรมดา โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเราต้องการใช้คอลัมน์ ตารางจะให้ได้เป็นอย่างดีเพื่อใช้ในการจัดระเบียบหน้า เช่น แบ่งแยกภาพกราฟิก หรือเครื่องมือนำทางออกจากข้อความ หรือการจัดแบ่งข้อความออกเป็นคอลัมน์ (กิดานันท์ มลิทอง, 2542)

โดยสิ่งที่ผู้ใช้คาดหวังลักษณะของข้อมูลบนจอภาพคอมพิวเตอร์ในประเทศสหรัฐอเมริกา (วงษ์วิวัฒน์ พันธุ์ประสิทธิ์เวช, 2539: 33; กฤษมันต์ วัฒนานรงค์, 2536) มีดังนี้

1. ข้อมูลข่าวสารบนจอภาพมีความเป็นระเบียบ (Orderly) ชัดเจน (Clean) ไม่เล็กไม่ใหญ่เกินไป และไม่มีสิ่งที่ทำให้ระคายเคืองสายตา
2. สิ่งปรากฏบนจอจะต้องมีความหมายและเป็นที่น่าสนใจ ผู้ใช้จะต้องไม่สับสนในการตัดสินใจได้ตอบกับสิ่งที่ปรากฏบนจอ ผู้ใช้ต้องการรู้ว่าเขาต้องทำอะไรต่อไปอย่างชัดเจนเมื่อได้เห็นข้อมูลหรือข่าวสารบนจอภาพนั้นแล้ว
3. ผู้ใช้จะมองหาข้อมูลในส่วนต่างๆ ของจอภาพซึ่งคำสั่งหรือข้อมูลควรให้มีผู้ใช้หาพบได้ตามตำแหน่งที่เคยปรากฏ ดังนั้นตำแหน่งที่ปรากฏในการมองหาข้อมูลหรือคำสั่งควรเห็นชัดเจนคงที่
4. มีการชี้ชัดถึงความสัมพันธ์ของข้อมูลและคำสั่งต่างๆ ที่ปรากฏบนจอภาพ
5. ภาษาที่ใช้ในรูปของอักษรและภาพต้องง่ายต่อการเข้าใจ

6. มีวิธีการที่จะทราบได้ว่าผู้ใช้กำลังอยู่ในช่วงไหนของโปรแกรม หรือกำลังทำอะไรอยู่ และจะออกจากสิ่งนั้นได้อย่างไร
7. มีการบอกให้ทราบถึงการเปลี่ยนแปลงของโปรแกรมและข้อมูลที่จะเกิดขึ้น กำลังเกิดขึ้น และได้เกิดขึ้นแล้วอย่างชัดเจน

ตำแหน่งของข้อมูลบนจอภาพ

1. จุดเริ่มต้นในการเสนอข้อมูลในจุดต่างๆ ควรมีจุดเริ่มต้นที่มุมบนด้านขวา ซึ่งสอดคล้องกับธรรมชาติการมองและการอ่านของคนไทยและคนตะวันตกโดยทั่วไป โดยเริ่มจากซ้ายไปขวา จากบนลงล่างซึ่งลักษณะนี้จะแตกต่างจากธรรมชาติของการอ่านของชาวอาหรับหรือชาวจีน ญี่ปุ่น
2. ส่วนสำคัญของเนื้อหาในการเสนอให้ปรากฏอยู่ในตำแหน่งเดิมตลอดไป หรือคำสั่งบางประการให้ปรากฏอยู่ตำแหน่งเดิมตลอดไป
3. ส่วนที่มีความสัมพันธ์กันให้อยู่ในกลุ่มเดียวกัน เทคนิคที่นำมาใช้อาจเริ่มจากการใช้สีเหมือนกัน หรือตีกรอบจัดกลุ่ม การใช้ช่องว่างหรือสีตัดกันจะทำให้ผู้ใช้แยกส่วนต่างๆ เป็นกลุ่มได้
4. ความสมดุล ซ้าย-ขวา และ บน-ล่าง ของจอภาพ การสร้างความสมดุลนิยมสร้างโดยพิจารณาทั้ง ซ้าย-ขวา และ บน-ล่าง ในการจัดส่วนจอภาพการให้ความสมดุลจะนิยมให้ความสำคัญความสมดุล บน-ล่าง มากกว่า ซ้าย-ขวา ทั้งนี้ยังขึ้นอยู่กับลักษณะของจอบางชนิด ซึ่งให้ความสำคัญของ ซ้าย-ขวา มากกว่า บน-ล่าง การสมดุลนี้รวมไปถึงความสมดุลที่เป็นรูปแบบคงที่ และความสมดุลจากการมองเห็น

2.5 เกณฑ์การประเมินมาตรฐานเว็บไซต์

การที่เว็บไซต์ใดๆ บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตจะได้รับความนิยมและประสบความสำเร็จตามจุดมุ่งหมายของการจัดตั้งเว็บไซต์นั้นๆ มีแนวทางและเกณฑ์ในการคัดเลือกเว็บไซต์ยอดนิยมหลายวิธี โดยการคัดเลือกเว็บไซต์ยอดนิยมของสำนักบริการเทคโนโลยีสารสนเทศภาครัฐ : สบทร (<http://truehits.net>) ใช้วิธีการคัดเลือกจากจำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์ โดยเว็บไซต์ที่มีการเข้าชมมาก จะได้รับการจัดอันดับให้ติดอันดับเป็นเว็บไซต์ยอดนิยม

1. เกณฑ์การคัดเลือกเว็บไซต์ยอดนิยม ของนิตยสาร Internet Today มีหลักเกณฑ์ในการตัดสินและพิจารณาคุณสมบัติของเว็บไซต์ยอดนิยมโดยการให้คะแนนเต็ม 100 คะแนน ตามคุณสมบัติต่าง ๆ ของเว็บไซต์ ดังนี้

- 1.1 เนื้อหาของเว็บไซต์ 30 คะแนน
- 1.2 การออกแบบและความสวยงามของเว็บไซต์ 15 คะแนน
- 1.3 ความสม่ำเสมอในการอัปเดต 15 คะแนน
- 1.4 ความเร็วในการดาวน์โหลด 20 คะแนน
- 1.5 กิจกรรมและการให้บริการต่าง ๆ 10 คะแนน
- 1.6 ความสะดวกในการใช้งาน 10 คะแนน

2. เกณฑ์การตัดสินการออกแบบเว็บไซต์ของสำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษา (องค์การมหาชน) หรือ สมศ. ได้แบ่งเกณฑ์การตัดสินโดยแบ่งการให้คะแนนออกเป็น 4 ส่วน (50 คะแนน) ดังนี้

- 2.1 การแสดงถึงเอกลักษณ์ความเป็น สมศ. 5 คะแนน
- 2.2 ความคิดสร้างสรรค์และความน่าสนใจในการนำเสนอ 20 คะแนน
 - ความคิดสร้างสรรค์ มีความโดดเด่น แปลกใหม่ (5)
 - การสื่อความหมาย ความสวยงาม สามารถใช้สีสັນได้อย่างเหมาะสม และความกลมกลืนในทุกหน้าเว็บเพจ (5)
 - การวาง lay out ให้สามารถอ่านข้อมูลได้ง่ายและสบายตา (5)
 - มีความน่าสนใจในการนำเสนอ (5)

2.3 เทคนิคที่ใช้ในการสร้างเว็บไซต์ 15 คะแนน

- แสดงผลได้อย่างถูกต้องผ่านบราวเซอร์ที่เป็นที่นิยม คือ Internet Explorer Version 4.0 ขึ้นไป หรือ Netscape 4.0 ขึ้นไป ด้วยความละเอียดหน้าจอที่ 800* 600 พิกเซล (2)
- สามารถแสดงผลภาษาไทยได้อย่างถูกต้อง (2)
- มีเทคนิคการใช้ภาพได้อย่างเหมาะสม (3)
- ความถูกต้องของการทำจุดเชื่อม (link) ไปยังจุดต่างๆ (3)
- ความถูกต้องของ Web programming และสื่ออื่นๆ เช่น Flash Script Programming (3)
- ความเร็วในการโหลดและแสดงผล (2)

2.4 ครอบคลุมวัตถุประสงค์ที่นำเสนอ ความครบถ้วนถูกต้องตามข้อกำหนดของ สมศ. 10 คะแนน

- ความถูกต้องในการแสดงผลและความสมบูรณ์ของเนื้อหา (5)
- ความราบรื่นในการเรียกข้อมูล (Navigation User Friendliness) (5)

3. การพัฒนาเกณฑ์การประเมินเว็บไซต์ทางการศึกษา (บุญเลิศ อรุณพิบูลย์, 2545) ได้แบ่งเกณฑ์การประเมินเว็บไซต์ทางการศึกษาไว้ 4 เกณฑ์ ประกอบด้วย

3.1 การออกแบบ

เนื่องด้วยเว็บไซต์ประกอบด้วยส่วนสำคัญ 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่เป็นหน้าแรกของเว็บไซต์ที่เรียกว่า Homepage และส่วนเนื้อหา (Web page) ซึ่งแต่ละเว็บไซต์จะมีเว็บเพจรวมกันหลายหน้า Homepage เป็นหน้าเว็บหน้าแรกของเว็บไซต์ ซึ่งต้องมีจุดเด่นมาก เพื่อดึงดูดให้ผู้ชมเข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์และเกิดความประทับใจ อยากเข้ามาเยี่ยมชมอยู่เรื่อย ๆ

เกณฑ์การประเมินสำหรับ Homepage ประกอบด้วย

- แนวคิดในการออกแบบ
 - สำหรับเด็กนักเรียน
 - สำหรับนักศึกษา
 - สำหรับบุคคลทั่วไป
 - บริการฟรี
 - เก็บค่าลงทะเบียน

- องค์ประกอบ
 - ชื่อเรียกเว็บไซต์
 - หัวเรื่องสำหรับเว็บไซต์
 - Member Login (สมัครสมาชิก , เข้าใช้บริการ)
 - ประกาศข่าว / เนื้อหาปรับปรุงที่น่าสนใจ

- การใช้สี
 - สีตัวอักษร
 - สีพื้นเว็บ
 - สีภาพประกอบ
 - สีวัตถุอื่นๆ ที่นำมาประกอบ

- สัญลักษณ์ต่าง ๆ
 - การใช้ภาพนิ่ง (ภาพถ่ายและภาพวาด)
 - การใช้ภาพเคลื่อนไหว (Animation Gif, Flash)
 - การใช้วีดิทัศน์ (Video for Windows, MPEG, Real, Quick Time, etc.)

เกณฑ์การประเมินสำหรับหน้าเว็บเพจ ประกอบด้วย

- เนื้อหา
- รูปแบบวิธีการสอน
- เทคนิคที่ใช้ในการสร้างเว็บไซต์

3.2 เนื้อหา มีเกณฑ์การประเมินเนื้อหาสำหรับเว็บไซต์ ดังต่อไปนี้

- ข้อมูลส่วนตัวสมาชิก (ชื่อ – นามสกุล และวันเดือนปีเกิด)
- ข้อมูลการทำงานของสมาชิก
- ข้อมูลการศึกษาของสมาชิก
- ข้อมูลการสมัครสมาชิก เช่น User Name, Password

3.3 รูปแบบวิธีการสอน ได้แบ่งวิธีการประเมินคือ

- กิจกรรมการเรียนการสอน
 - เนื้อหา Text ทั้งหมด
 - เนื้อหาประกอบเสียงและวีดิทัศน์ แบบReal Time
 - เนื้อหาประกอบเสียงและวีดิทัศน์ แบบดาวน์โหลด
- บทบาทของครู
 - ติดต่อกับครูด้วย Mail
 - ติดต่อกับครูด้วย Webboard
 - ติดต่อกับนักเรียนด้วย Chat
- เวลาที่ใช้ในการเรียน
 - เลือกเวลาเรียนอิสระ
 - กำหนดเวลาเรียนตายตัว
- การทดสอบ / ประเมินผล
 - ประเมินผลกับอาจารย์แบบปกติ
 - ประเมินผลผ่านเว็บไซต์

3.4 เทคนิคในการสร้างเว็บไซต์ ประกอบด้วย

- การกำหนดโครงสร้างของเว็บไซต์
 - การตั้งชื่อไฟล์และโฟลเดอร์
 - การกำหนดโฟลเดอร์หลักและโฟลเดอร์ย่อย

- การแสดงผลภาษาไทย
 - การแสดงผลภาษาไทยผ่านเบราว์เซอร์ต่างๆ
 - การตั้งค่าการเข้ารหัสและถอดรหัสภาษา

- การสนับสนุนโปรแกรมค้นหาต่าง ๆ (Search Engine)
 - การกำหนดชื่อเว็บไซต์ (Title)
 - การกำหนดค่าสำหรับเว็บค้นหาผ่าน Meta Tag ต่างๆ

- ความถูกต้องในการเชื่อมโยง (Link)
 - ความถูกต้องในการเชื่อมโยงกับไฟล์เอกสารเว็บ
 - ความถูกต้องในการเชื่อมโยงไปหาเว็บอื่นๆ
 - ความถูกต้องในการดาวน์โหลดไฟล์ / โปรแกรม
 - ความถูกต้องในการเชื่อมโยง