

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง “องค์ประกอบการออกแบบเว็บไซต์สำหรับสินค้าประเภทเครื่องเบญจรงค์ในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์” ผู้ศึกษาได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อส่งเสริมการขายให้กับเครื่องเบญจรงค์ของไทยให้ได้การยอมรับและพัฒนาก้าวหน้าเป็นที่รู้จักบนพื้นฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมชุมชนควบคู่กันไป โดยศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้แนวคิดและทฤษฎีเป็นกรอบในการดำเนินการศึกษาดังนี้

1. การออกแบบสารสนเทศ

เป็นการนำเสนอเพื่อให้เห็นภาพรวมของความหมายและลักษณะสำคัญของสารสนเทศเพื่อสร้างการรับรู้ต่อผู้บริโภคผ่านรูปแบบของเว็บไซต์ในระบบอินเทอร์เน็ตประกอบด้วยส่วนย่อยดังนี้

- 1.1 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร
- 1.2 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์
- 1.3 แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบเชิงปฏิสัมพันธ์
- 1.4 แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบเว็บไซต์
- 1.5 แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบกราฟิก

2. การทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

เป็นการนำเสนอความเกี่ยวเนื่องจากรูปแบบกิจกรรมที่เกิดขึ้นบนอินเทอร์เน็ต โดยหนึ่งในกิจกรรมนั้นคือกิจกรรมการแลกเปลี่ยนสินค้าซึ่งนำมาสู่ช่องทางการตลาดรูปแบบใหม่ประกอบด้วยส่วนย่อยของเนื้อหา ดังนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดสำหรับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
- 2.2 อัตลักษณ์องค์กร

1. การออกแบบสารสนเทศ

1.1 แนวคิดการสื่อสาร

การสื่อสารเป็นกระบวนการส่งและรับข้อความข่าวสารระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ โดยเป็นการ แลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างผู้ส่งสาร และ ผู้รับสาร โดยใช้สื่อหรือช่องทางต่างๆ เป็นช่องทางในการสื่อสารเพื่อมุ่งโน้มน้าวจิตใจให้เกิดผลในการรับรู้ทัศนคติ และเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม อย่างใดอย่างหนึ่งในปัจจุบันการสื่อสารนั้นยังมีความสำคัญต่อสังคม ในเรื่องการสร้าง

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ในการทำงานทุกสาขาวิชาชีพ ดังนั้น การเรียนรู้เรื่องการสื่อสาร จึงเป็นเรื่องจำเป็นอย่างยิ่งต่อการสร้างสรรค์ผลงานออกแบบสื่อต่างๆ รวมถึงการผลิตสื่อผ่านเว็บไซต์ โดยใช้หลักของการสื่อสารประกอบด้วย

1. ผู้ส่งสาร (Source) หมายถึงแหล่งกำเนิดสาร อาจเป็นบุคคล องค์กร สถาบันหรือ คณะบุคคลที่เป็นผู้กำหนดสาระ ความรู้ ความคิด ที่จะส่งไปยังผู้รับสาร ดังนั้นการสื่อสารจะบรรลุ จุดประสงค์หรือไม่ เพียงใด จึงขึ้นอยู่กับผู้ส่งสาร และสารที่ส่งเป็นสำคัญสาร (Message) หมายถึง เรื่องราว ความรู้ความคิดต่างๆ ที่ผู้ส่งประสงค์จะให้ไปถึงผู้รับ มีองค์ประกอบที่เป็นปัจจัยชี้วัดความสำเร็จของการสื่อสาร 3 ประการ คือ

- เนื้อหาของสาร
- สัญลักษณ์หรือรหัสของสาร
- การเลือกและจัดลำดับข่าวสาร

2. ตัวเข้ารหัสสาร (Encoder) สาร ที่จะส่งไปยังผู้รับนั้น ปกติเป็นความรู้ความคิดที่ไม่อาจจะส่งออกไปได้โดยตรง จำเป็นต้องทำให้สารนั้นอยู่ในลักษณะที่จะส่งได้ เช่น ทำให้เป็นคำพูด สัญลักษณ์ ภาษาท่าทาง หรือรหัสอื่นๆ การสื่อสารโดยทั่วไปผู้ส่งสาร เช่น เป็นคำพูด หรืออาจจะใช้เครื่องมือสื่อสารต่างๆ เป็นเครื่องช่วย เช่น โทรเลข โทรศัพท์

3. ช่องทางการสื่อสาร (Channel) ข่าวสารจากผู้ส่งจะถูกถ่ายทอดโดยอาศัยสื่อ หรือตัวกลาง (Media) ซึ่งอาจเป็นสื่ออย่างง่าย เช่น การพบปะพูดคุยกันตัวต่อตัว การเขียน การแสดง กิริยาท่าทาง ไปจนถึงการใช้สื่อที่มีความซับซ้อนยิ่งขึ้น เช่น วิทยุ โทรศัพท์ คอมพิวเตอร์ ภาพยนตร์ ฯลฯ

4. การแปลรหัสสาร (Decoder) คือ การแปลความหมายของรหัสสัญลักษณ์ที่ส่งมายังผู้รับ เพื่อให้เกิดความเข้าใจ หากผู้ส่งใช้รหัสสัญลักษณ์ที่ผู้รับสามารถแปลความหมายได้เองโดยตรง เช่น ใช้ภาษาที่ผู้รับเข้าใจ การสื่อสารก็จะง่ายขึ้น แต่หากผู้ส่งใช้รหัสสัญลักษณ์ที่ผู้รับไม่อาจเข้าใจได้ เช่น ใช้ภาษาที่ผู้รับฟังไม่เข้าใจ การสื่อสารก็จะเพิ่มความยุ่งยากซับซ้อนยิ่งขึ้น ซึ่งย่อมจะส่งผลกระทบต่อ ความสำเร็จของการสื่อสาร

5. ผู้รับ (Receiver) เป็นจุดหมายปลายทาง (Destination) ของ การสื่อสารซึ่งจะต้องมีการรับรู้ เข้าใจหรือแสดงพฤติกรรม ตามที่ผู้ส่งสารต้องการ หากไม่เป็นไปตามนั้นก็ถือว่าการสื่อสารนั้นล้มเหลว ผู้รับสารจะต้องมีทักษะการสื่อสาร (Communication Skill) ดีเช่นเดียวกับผู้ส่งสารจึงจะช่วยให้การสื่อสารบรรลุผลสมบูรณ์

6. ปฏิกริยาของผู้รับสารและการตอบสนอง (Response and Feed back) เมื่อรับได้รับสาร และแปลความหมายจนเป็นที่เข้าใจอย่างใดอย่างหนึ่งแล้วผู้รับย่อมจะมีปฏิกริยาตอบสนองต่อสาร

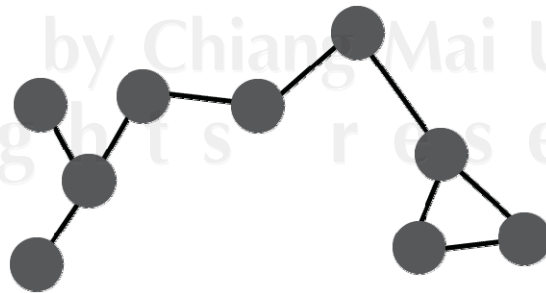
อย่างไรอย่างหนึ่งด้วย เช่นเห็นด้วยไม่เห็นด้วยคล้อยตามหรือต่อต้านซึ่งการตอบสนองของผู้รับอาจผิดไปจากผู้ส่งต้องการก็ได้ ปฏิกริยาตอบสนองของผู้รับ หากได้มีการย้อนกลับ (Feedback) ไปยังผู้ส่งสารให้รับรู้ จะช่วยให้เกิดการปรับการสื่อสารให้ได้ผลดียิ่งขึ้น กรณีเช่นนี้เรียกว่า การสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) การตอบสนองของผู้รับสารกลับไปยังผู้ส่งสารย่อมจะต้องเกิดกระบวนการสื่อสาร เริ่มต้นขึ้นอีกครั้งหนึ่ง โดยผู้รับจะทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสารและผู้ส่งสารในตอนแรกจะทำหน้าที่เป็นผู้รับสารแทน ซึ่งจะต้องอาศัยองค์ประกอบต่างๆ ของการสื่อสารเช่นเดียวกับการสื่อสารในขั้นตอนแรก การสื่อสารแบบ 2 ทาง ผู้สื่อสารจะทำหน้าที่เป็นทั้งผู้รับและผู้ส่งสารพร้อมๆ กัน

1.2 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ (Computer-Mediated Communication หรือ CMC)

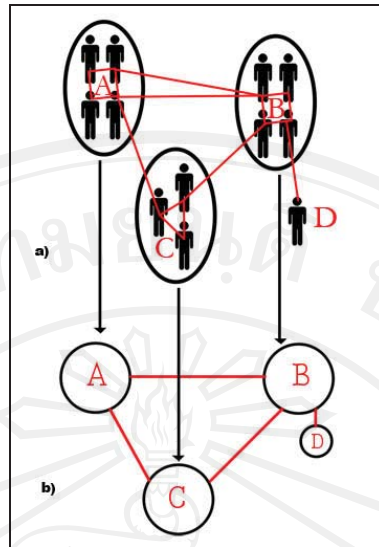
ปัจจุบันคอมพิวเตอร์มีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวัน ทั้งเรื่องของการทำธุรกิจคอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือสำคัญในการสื่อสารทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันการเกิดกลุ่มสังคมที่ผ่านตัวกลางอินเทอร์เน็ตที่มีลักษณะคล้ายการปฏิสัมพันธ์แบบการเผชิญหน้าจะส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มหรือสร้างการเป็นชุมชน

เครือข่ายทางสังคม (Social Network)

การศึกษาเรื่องเครือข่ายทางสังคมเป็นการศึกษาโดยเน้นไปที่การผลกระทบจากการใช้การสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ (CMC) ว่ามีผลกระทบมาถึงโครงสร้างและหน้าที่ของระบบในสังคมอย่างไรและระบบทางสังคมได้สร้างผลกระทบต่อการใช้งานการสื่อสารผ่านตัวกลางอินเทอร์เน็ตอย่างไรบ้าง ซึ่งเครือข่ายทางสังคมก็เป็น โครงสร้างสังคมประเภทหนึ่ง ที่ประกอบไปด้วยปัจเจกที่มีความสัมพันธ์ผ่านคอมพิวเตอร์กันแบบ 1 ต่อ 1 หรือเป็นกลุ่มเฉพาะของระบบการพึ่งพาอาศัยกันระหว่างบุคคล องค์กร และรัฐชาติ



ภาพที่ 2.1 แสดงการเชื่อมโยงเครือข่ายระหว่างปัจเจก



ภาพที่ 2.2 แสดงการเชื่อมโยงเครือข่ายของเครือข่าย

โดย a) คือการเชื่อมโยงระหว่างปัจเจก b) คือการเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มเครือข่าย

ที่มา Laura Garton, Caroline Haythornwaite and Barry Wellman, 1997

(<http://jcmc.indiana.edu/vol3/issue1/garton.html>)

การวิเคราะห์เกี่ยวกับ Social Network จะเน้นมุมมองไปที่ระดับความสัมพันธ์ของปัจเจกแต่ละคนและการเชื่อมโยงระหว่างกันซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกและการเชื่อมโยงนั้นเกิดขึ้นได้ในหลายรูปแบบ โดยมีการศึกษาวิจัยในหลากหลายแขนงที่มองลงไปในปฏิบัติการที่เกิดขึ้นในหลายระดับ ตั้งแต่ระดับครอบครัวไปจนถึงความสัมพันธ์ระหว่างรัฐชาติ ซึ่งสำหรับการศึกษาในครั้งนี้ได้นำกรอบแนวคิดในเรื่องของการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์มาเป็นตัวกรอบในการทำความเข้าใจในเรื่องของชุมชนออนไลน์

1.3 แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบเชิงปฏิสัมพันธ์ (Interactive Design)

แนวคิดทางการออกแบบจากอดีตจนถึงปัจจุบันนั้นมีการเปลี่ยนแปลงต่างๆ มากมาย ทั้งทางสังคมและวัฒนธรรมทำให้เกิดการผสมผสานกันเป็นองค์รวมเกิดขึ้นทางด้านการออกแบบนับแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน การออกแบบในภาพรวมนั้นได้มีการเปลี่ยนแปลงเรื่อยมา ทำให้เราต้องย้อนกลับไปถึงกระแสความเคลื่อนไหวของการออกแบบที่ผ่านมาที่อยู่ในระดับพื้นฐานของการออกแบบมากขึ้นซึ่งเป็นสิ่งที่สะท้อนถึงแนวทางการออกแบบในปัจจุบัน และใช้เป็นแนวทางสำหรับอนาคตต่อไป

นักออกแบบในปัจจุบันจึงควรคำนึงถึงองค์ประกอบพื้นฐานเพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างสรรค์ผลงาน ดังรายละเอียดต่างๆ ดังนี้

- 1) การสำรวจและพิจารณาความสนใจของผู้ออกแบบที่มีต่อประเด็นที่จะออกแบบ
- 2) คำนึงถึงผลกระทบทางเทคโนโลยีสมัยใหม่ต่อกระบวนการทำงานและผลงานการ

ออกแบบ

- 3) ผลจากการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมที่ส่งผลต่อการออกแบบ
- 4) คำนึงถึงความสอดคล้องระหว่างงานออกแบบกับกลุ่มเป้าหมายที่อยู่ในยุคสมัยเดียวกัน
- 5) ความเป็นสากลของงาน
- 6) การคำนึงถึงองค์ประกอบแวดล้อมที่ส่งผลกระทบต่องานออกแบบทั้งทางด้านเนื้อหา

และการปฏิบัติ

- 7) การศึกษาถึงความต้องการของผู้บริโภค

จากองค์ประกอบต่างๆ ข้างต้นและความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วในปัจจุบันได้เป็นเสมือน เงื่อนไขที่ทำให้ให้นักออกแบบในปัจจุบันจะต้องมีความรอบคอบขึ้นมากกว่าเดิม เพื่อที่จะได้สร้างผลงานการออกแบบที่ดีมีประสิทธิภาพครบถ้วนทั้งคุณค่าทางสุนทรียะและประโยชน์ใช้สอยสำหรับทุกคน

นอกจากนั้นรูปแบบและสื่อความหมายเฉพาะของการออกแบบก็ถือเป็นส่วนหนึ่งที่จะทำให้กระบวนการทำงานนั้นสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ที่ผ่านมามีได้ทำให้เห็นถึงแนวทางการออกแบบที่ตอบสนองความต้องการเฉพาะของผู้บริโภค และคำนึงถึงมิติทางวัฒนธรรมมากยิ่งขึ้นอันเนื่องมาจากการพัฒนาทางเทคโนโลยี กับการเชื่อมโยงของวัฒนธรรม ที่เปลี่ยนแปลงไปจากอดีตอย่างสิ้นเชิงซึ่งสินค้าต่างๆ ต้องสร้างสรรค์สำหรับการใช้งานในวงกว้างให้ได้มากที่สุด

การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมที่ส่งผลถึงการออกแบบดังกล่าวนี้ สามารถจำแนกให้เห็นถึงบริบททางการออกแบบ ในส่วนต่างๆ พอสังเขปดังนี้

- 1) รูปแบบ

การออกแบบในปัจจุบันได้มีการผสมผสานระหว่างโครงสร้างและรูปลักษณะเข้าด้วยกันมากขึ้นเนื่องมาจากเทคโนโลยีที่ถูกพัฒนาขึ้นของเครื่องมือเครื่องใช้ในการทำงาน นักออกแบบจึงสามารถที่จะสร้างสรรค์รูปแบบของงานได้ตามความต้องการเฉพาะทางมากขึ้น ทำให้เกิดผลงานที่มีรูปลักษณะภายนอกและโครงสร้างที่ชัดเจน

- 2) หลักการทางกายภาพ

ขอบเขตในการทำงานของนักออกแบบนั้นย่อมเกี่ยวข้องกับการนำเอาประสบการณ์ทางธรรมชาติตามหลักทางกายภาพมาใช้ ไม่ว่าจะเป็นการคำนึงถึงทิศทางของแสงเงา การจัดวาง

ตำแหน่งของสิ่งต่างๆ รวมถึงการรับรู้ตามธรรมชาติของประสามสัมผัสและผลกระทบที่จะเกิดขึ้นตามธรรมชาติจากผลงานออกแบบที่จัดทำขึ้น

3) การตัดทอน

รูปทรงที่เรียบง่าย นำเอาเฉพาะองค์ประกอบที่จำเป็นที่สุดมาใช้ในการออกแบบ ถือเป็นหลักทางการออกแบบสมัยใหม่ ทั้งนี้เนื่องจากการเผยให้เห็นโครงสร้างภายในสู่ภายนอก ซึ่งนักออกแบบสามารถใช้จุดเล็กๆ นี้อาช่วยในการเพิ่มคุณค่าของงานให้มากขึ้นได้โดยการใช้ให้เห็นถึงการใช้งานที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของจุดนั้น

4) ผลลัพธ์ทางบวก

โดยทั่วไปแล้วจินตนาการกับเครื่องมือในการออกแบบนั้น มีความเกี่ยวเป็นวงจรที่ต่อเนื่องกัน นักออกแบบในปัจจุบัน จึงต้องคำนึงถึงผลลัพธ์ในทางบวกให้มากขึ้น อีกทั้งผลงานในรูปแบบเดิมที่ต้องรองรับการใช้งานในแบบใหม่ๆ ถือเป็นเรื่องที่มีการออกแบบจะต้องสามารถผสมผสานและคาดการณ์ล่วงหน้าในส่วนนี้ไว้ด้วยเสมอ

5) การมีลักษณะเฉพาะ – ความเป็นท้องถิ่น

นักออกแบบทั่วไปมักเริ่มต้นจากรูปทรง และวัสดุที่อยู่ใกล้ตัวหรือจากวัตถุที่มีอยู่ในท้องถิ่นเดียวกันนั้น และคำนึงถึงความต้องการทางสังคมและวัฒนธรรมความเป็นมาของท้องถิ่น ความต้องการของผู้ใช้โดยตรงและการเรียนรู้จากประสบการณ์ที่ผิดพลาดจึงจะทำให้การออกแบบนั้นเกิดผลตอบรับที่ดีและตอบสนองถึงความต้องการเฉพาะได้มากที่สุด

6) การสร้างการจดจำ

การสร้างภาพลักษณ์องค์กร หรือการสร้างการจดจำของผลงานการออกแบบ ถือเป็นพลังทางด้านรูปแบบที่สำคัญในปัจจุบัน โดยการวางแผนทางด้านภาพลักษณ์นี้เป็นส่วนประกอบอย่างหนึ่งของโครงสร้างการสร้างสรรค์ นักออกแบบสามารถพัฒนาการออกแบบโดยใช้องค์ประกอบทางการออกแบบต่างๆ อาทิ สี รูปทรง วัสดุ

7) การมีเนื้อหาเชิงพรรณนา

การกำหนดภาพรวมของเนื้อหาที่จะนำเสนอเป็นสิ่งสำคัญ ในการทำให้ผู้บริโภคได้เข้าใจในสิ่งที่นักออกแบบต้องการจะนำเสนอได้การกำหนดองค์ประกอบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องจึงเป็นสิ่งสำคัญในการที่จะแสดงออกถึงภาพลักษณ์เฉพาะตัวของงานนั้นๆ

8) การแสดงออกถึงสิ่งที่เหนือความคาดหมาย

การออกแบบงานที่มีลักษณะพิเศษสูงนั้น เป็นงานที่จะต้องใช้จินตนาการสูงในการทำงาน การนำเสนอสิ่งที่อยู่เหนือจินตนาการหรือเหนือความเป็นจริงนี้ จึงต้องทำอย่างระมัดระวังมากที่สุด

หลักของการออกแบบปฏิสัมพันธ์

1) ง่ายต่อการเรียนรู้ (Easy of learning)

เป็นสิ่งที่ต้องพิจารณาก่อนเป็นอันดับแรกงานออกแบบที่ดีจะต้องให้ผู้ใช้สิ่งของที่เรานำออกแบบเข้าใจและเรียนรู้ได้ด้วยสัญชาตญาณ หรือให้เกิดความเข้าใจโดยการหยั่งรู้ด้วยตนเอง

2) ประสิทธิภาพของการใช้งาน (Efficiency of use)

ผู้ออกแบบจะต้องออกแบบให้ลดขั้นตอน กระบวนการใช้งานของสิ่งของที่เรานำออกแบบมาให้สั้นลง เพื่อให้ผู้ใช้ได้ใช้ผลิตภัณฑ์ได้รวดเร็ว นักออกแบบจะต้องสร้างผลงานออกมาให้มีกระบวนการใช้งานหรือขั้นตอนในการใช้งานที่ไม่ซับซ้อนและชัดเจนมากที่สุด

3) การจดจำ (Memorability)

นอกจากกระบวนการหรือขั้นตอนการใช้งานที่ง่ายแล้วเราจะต้องออกแบบให้เกิดการจดจำขั้นตอนหรือกระบวนการใช้งานได้ง่ายด้วยนักออกแบบไม่ควรออกแบบให้ผู้ใช้ต้องเรียนรู้ขั้นตอนการใช้งานผลิตภัณฑ์ใหม่ทุกครั้งที่ใช้งาน

4) ให้เกิดความผิดพลาดน้อยที่สุด (Minimize errors)

การออกแบบที่ดีจะต้องนำสิ่งที่เราออกแบบมาทดลองใช้ก่อนเพื่อหาข้อผิดพลาดโดยใช้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้เราต้องคำนึงถึงความแตกต่างกันระหว่างบุคคล ดังนั้นนักออกแบบจะต้องจัดการความผิดพลาด จากความเข้าใจผิดของการใช้งานของผู้ใช้ออกไปให้มากที่สุด

5) สนองความพอใจของผู้ใช้ (Satisfy the user)

นักออกแบบจะต้องออกแบบภาพลักษณ์ของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ให้ออกมาอย่างมีคุณภาพและมีรูปลักษณ์ที่สวยงาม เป็นเอกลักษณ์

ขั้นตอนการออกแบบปฏิสัมพันธ์

1) ศึกษาหลักการเบื้องต้น

- นักออกแบบจำเป็นต้องศึกษาผู้ใช้ก่อนว่าผู้ใช้ที่ใช้งานจากการออกแบบของนักออกแบบ เป็นใครและจำเป็นต้องทราบ ว่าจุดประสงค์ของผู้ใช้คืออะไร ผู้ใช้มีประสบการณ์มากน้อยขนาดไหน และสิ่งที่ผู้ใช้ต้องการคืออะไร สิ่งต่างๆ เหล่านี้เป็นตัวกำหนด การออกแบบองค์ประกอบของหน้าจอที่สามารถสื่อสารและอำนวยความสะดวกกับผู้ใช้ได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ

- ศึกษางานที่นักออกแบบจะออกแบบ ศึกษาวัตถุประสงค์ของงานคืออะไร หลักการทำงานของสื่อดิจิทัลแต่ละประเภทมีความแตกต่าง อย่างเช่น ถ้าจะออกแบบหน้าตาของโปรแกรม

สื่อผสม หรือออกแบบเว็บเพจ ก็จะมีรูปแบบและโครงสร้างรวมถึงขั้นตอนการทำงานที่แตกต่างกันออกไป

2) ลงมือปฏิบัติต่อองค์ประกอบต่างๆ

- การออกแบบสร้างองค์ประกอบเป็นการสร้างภาพสัญลักษณ์ นักออกแบบควรคำนึงถึงการเปรียบเทียบกราฟิกกับสิ่งที่อยู่ในชีวิตจริงของผู้ใช้ในการนำมาสร้างแนวคิดในการออกแบบเพื่อการสื่อสาร

- ความสัมพันธ์กับการเกาะกลุ่มกัน คือ ความสัมพันธ์หรืออยู่ในกลุ่มเดียวกันของกลุ่มคำสั่งกราฟิก สี ภาพสัญลักษณ์ ผู้ออกแบบควรใช้วิธีการใดวิธีการหนึ่ง เช่นการใช้สีเดียวกันหรือการวางใกล้ชิดกัน ทั้งนี้ผู้ออกแบบควรคำนึงถึงความนึกคิดประสมสัมผัสของผู้ใช้ด้วย

- หลักไวยากรณ์ของภาษาที่ใช้ในบางครั้งสัญลักษณ์ เพียงอย่างเดียวก็ไม่อาจจะสื่อสารได้กับทุกคน ในบางครั้งนักออกแบบจะใช้คำในภาษาเขียนมาใช้แทนหรือใช้คำควบคู่ กับกราฟิกก็ได้ซึ่งน่าจะง่ายต่อความเข้าใจของผู้ใช้ ในกรณีดังกล่าวคำต่างๆ ที่จะนำมาใช้ ควรคำนึงถึงคำที่ใช้จะต้องมีความชัดเจน สั้น และขยายความต่อองค์ประกอบของคำสั่ง ได้อย่างชัดเจน ทั้งนี้ผู้ใช้ต้องสามารถคาดเดาคำสั่งได้ และจะต้องมีลำดับก่อนหลังว่า ข้อความหรือคำใดมีขอบเขตกว้างหรือแคบกว่ากัน

จากแนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบเชิงปฏิสัมพันธ์ ผู้ออกแบบเว็บไซต์ต้องคำนึงถึงความต้องการของผู้ใช้เป็นหลัก สามารถเข้าถึงตัวเว็บไซต์ได้ง่าย มีขั้นตอนการทำงานที่ไม่ซับซ้อนเป็นที่จดจำของผู้ใช้ และสนองความพึงพอใจผู้ใช้ได้มากที่สุด จึงจะทำให้เว็บไซต์ที่ออกแบบมาสามารถเกิดประโยชน์อย่างสูงสุด และใช้งานได้จริง

1.4 แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบเว็บไซต์

แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบเว็บไซต์เป็นแนวคิดสำหรับผู้ที่ต้องการออกแบบเว็บไซต์ใช้เป็นหลักในการออกแบบเว็บไซต์ เพื่อที่จะออกแบบเว็บไซต์ที่โดดเด่น น่าสนใจดึงดูดผู้พบเห็น แต่ผู้ออกแบบเว็บไซต์ต้องคำนึงถึงผู้ใช้ด้วย เพื่อที่จะสามารถออกแบบเว็บไซต์ให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้มากที่สุด ตอบสนองความต้องการผู้ใช้มากที่สุด สอดคล้องกับสภณัทภู่งามดี (2546: จิตวิทยาการออกแบบ) ได้กล่าวว่า เว็บไซต์เป็นสื่อที่อยู่ในความควบคุมของผู้ใช้ ดังนั้นความต้องการของผู้ใช้จึงมีอิทธิพลต่อการออกแบบเว็บไซต์ของผู้ออกแบบเว็บไซต์ การออกแบบที่สวยงาม มีการใช้งานที่สะดวก ย่อมได้รับความสนใจจากผู้ใช้ มากกว่าเว็บไซต์ที่ดูสับสนวุ่นวายมีข้อมูลมากมายแต่หาอะไรไม่พบ นอกจากนี้ยังใช้เวลาในการแสดงผลแต่ละหน้านานเกินไป ซึ่งปัญหาเหล่านี้ล้วนเป็นผลมาจากการออกแบบเว็บไซต์ไม่ดีทั้งสิ้น ดังนั้น

การออกแบบเว็บไซต์จึงเป็นกระบวนการสำคัญในการสร้างเว็บไซต์ให้ประทับใจผู้ใช้ โดยมีหลักจิตวิทยาเพื่อการออกแบบดังนี้

1) การสร้างความหลากหลาย (Variety)

เป็นวิธีหนึ่งที่ทำให้ผลงานการออกแบบมีรูปลักษณะที่ไม่จำเจ อาจทำได้โดยการนำองค์ประกอบของการออกแบบหลายประเภทมาจัดวางอย่างเหมาะสม เช่น การใช้ทั้งเส้น จุด รูปร่าง รูปทรง และสีมาประสานกัน โดยให้บางองค์ประกอบมีความเด่นและสัมพันธ์กับบางส่วนของที่ดูน้อยกว่าอย่างลงตัว

2) การสร้างความกลมกลืน (Harmony)

การสร้างความกลมกลืน คือ วิธีการจัดองค์ประกอบทางการออกแบบซึ่งหลากหลายและแตกต่างกันให้อยู่ภายในพื้นที่ของผลงานอย่างมีส่วนที่ประสานสอดคล้องกัน โดยอาจจัดองค์ประกอบที่เหมือนกันและต่างกันสลับตำแหน่งในแนวนอนหรือ แนวตั้งฉากอย่างต่อเนื่อง ซึ่งวิธีการนี้เป็นการสร้างความซ้ำกันขององค์ประกอบหรือลวดลาย ที่เรียกว่าวิธีการ Repeating Design นอกจากนี้ยังสามารถสร้างความกลมกลืนได้ด้วยการใช้สีในโทนเดียวกัน เช่น การใช้สีเหลืองและเขียวให้ค่าของสี (Value of Color) อยู่ในระดับต่างๆ อย่างประสานกลมกลืนกัน เป็นต้น

3) การสร้างความลดหลั่น (Gradation)

คือ วิธีการออกแบบที่ใช้ประโยชน์จากขนาดเล็กใหญ่ของจุดรูปร่างหรือรูปทรง ความสั้นยาวของเส้น ความหม่นหรือสว่างของสีความอ่อนเข้มของสีเดียวกันหรืออื่นๆ ในทำนองเดียวกันที่จัดวางหรือใช้อย่างมีขั้นตอนหรืออย่างเป็นระบบ เช่น การจัดวางจุดลักษณะเดียวกันตั้งแต่ขนาดใหญ่ไปจนถึงขนาดเล็กตามลำดับ การใช้สีเดียวกันแต่ไล่ค่าน้ำหนักจากน้ำหนักที่เข้มไปสู่สีน้ำหนัอ่อน

4) การสร้างจังหวะและความเคลื่อนไหวหรือลื่นไหล (Rhythm and Movement of Flowing)

คือ การออกแบบให้องค์ประกอบภายในผลงานอยู่ในตำแหน่งและช่องว่างอย่างมีระบบ ซึ่งการสร้างจังหวะนี้ต่างจากวิธีการสร้างความลดหลั่นตรงที่การสร้างจังหวะจะเน้นความสม่ำเสมอและความเท่ากันของช่องว่างระหว่างองค์ประกอบและพื้นที่ว่าง (Space) ที่กำหนดไว้ตั้งแต่แรก ส่วนการสร้างการลดหลั่นนั้นเน้นที่การใช้ความแตกต่างที่นำมาประสานกันให้เป็นไปอย่างมีระบบ เช่น การเรียงรูปทรงจากขนาดใหญ่ไปสู่ขนาดเล็กโดยตลอด

5) การสร้างความสมดุล (Balance)

ความสมดุล คือ ภาพการมองเห็นหรือการรับรู้เกี่ยวกับน้ำหนักและความมั่นคงบนพื้นราบ โดยแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ

- ความสมดุลแบบเท่ากัน (Symmetrical Balance) ในการออกแบบความสมดุลลักษณะนี้ คือ การกำหนดองค์ประกอบด้านซ้ายและขวา หรือบนและล่างให้เหมือนกันและจัดวางไว้ในตำแหน่งที่ถ่วงน้ำหนักบนพื้นระนาบที่เท่ากัน เพื่อสร้างน้ำหนักของทั้งสองข้างให้เท่ากัน

- ความสมดุลที่ต่างกัน (Asymmetrical Balance) ในการออกแบบความสมดุลนี้ คือ การกำหนดองค์ประกอบให้มีลักษณะที่ต่างกันและจัดวางในตำแหน่งต่างๆ แต่สามารถทำให้เกิดความรู้สึกว่าผลงานชิ้นนั้นมีความเท่ากันได้ ทั้งนี้ความเท่ากันทางความรู้สึกทำได้ 3 วิธีคือ วิธีที่หนึ่งการสร้างสมดุลจากน้ำหนัก (Weigh) ที่เป็นผลรวมจากลักษณะผิว ขนาด หรือน้ำหนักของสี เป็นต้น วิธีที่สองคือ การสร้างความสมดุลจากสิ่งที่ดึงดูดใจ (Interesting Point) โดยทำให้องค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งมีความเด่น ในมุมใดมุมหนึ่งอย่างสัมพันธ์กับจุดที่ด้อยกว่า เช่น การถ่วงดุลด้วยขนาด รูปทรงหรือสีบริเวณด้านใดด้านหนึ่งและวิธีที่สามคือการสร้างความสมดุลด้วยการตัดกัน (Contrast) คือ การใช้ความแตกต่างด้านรูปทรง สี ขนาด หรืออื่นๆ มาจัดว่าด้านซ้ายขวาให้เกิดความสมดุลทางความรู้สึก เช่น การใช้รูปทรง ขนาดต่างกัน หรือใช้สีคู่ตรงข้ามกัน เป็นต้น

6) การสร้างความเป็นเอกภาพ (Unity)

คือ การนำส่วนประกอบต่างๆ กันมาทำให้เกิดการรวมตัวจนเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน โดยปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดเอกภาพ คือ ความสัมพันธ์ต่อเนื่อง (Coherence) ทำได้โดยการสร้างความสัมพันธ์ต่อเนื่องระหว่างส่วนประกอบต่างๆ เช่น จุด เส้น รูปร่าง รูปทรง ลักษณะผิว พื้นที่ว่าง สี เป็นต้น การสร้างความสัมพันธ์ต่อเนื่องนี้ ต้องมีการวางแผนที่จะเลือกองค์ประกอบต่างๆ มารวมกันอย่างเหมาะสม และต้องอาศัยการกำหนดลักษณะเด่นลักษณะด้อย (Dominance and Subordination) โดยการเลือกให้ความสำคัญหรือลดความสำคัญกับองค์ประกอบต่างๆ อย่างเหมาะสม

7) การใช้สัดส่วน (Proportion)

คือ วิธีการใช้ขนาด (Size) ขององค์ประกอบหนึ่งๆ ให้สัมพันธ์กับพื้นที่ว่าง เช่น การนำรูปทรงขนาดใหญ่มาจัดวางให้สัมพันธ์กับพื้นที่ว่างบนผลงานการออกแบบนั้นวิธีการนี้สามารถทำให้เกิดความสมดุลทางความรู้สึก (Asymmetrical Balance) หรือเกิดจังหวะ (Rhythm) ที่ช่วยให้หลีกเลี่ยงความจำเจในการออกแบบได้เช่นกัน

8) การใช้สี (Coloring)

“สี” เป็นองค์ประกอบที่นอกจากจะทำให้เกิดความงามที่เกิดจากประสาทสัมผัสทางตาแล้วยังสามารถสร้างความรู้สึกรู้สึกต่างๆ แก่ผู้พบเห็นผลงานที่มีการใช้สีในรูปแบบต่างๆ อีกด้วยการเกิดความรู้สึกรู้สึกดังกล่าวนี้มีผลต่อทัศนคติที่มีต่อผลงานและนำไปสู่การตัดสินใจอย่างใดอย่างหนึ่งเกี่ยวกับสิ่งที่ปรากฏในผลงานการออกแบบนั้น

นอกจากนี้ ธวัชชัย ศรีสุเทพ (2544: คัมภีร์ WEB DESIGN) ได้กล่าวถึงการออกแบบเว็บไซต์ว่าการออกแบบเว็บไซต์ต้องคำนึงถึงความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายผู้ใช้และลักษณะของเว็บไซต์นั้นควรมีความสะดวกในการใช้งานโดยองค์ประกอบของการออกแบบเว็บไซต์ที่ต้องคำนึงถึง

1) ความเรียบง่าย ได้แก่ มีรูปแบบที่เรียบง่าย ไม่ซับซ้อน และใช้งานได้สะดวก ไม่มีกราฟิกหรือตัวอักษรที่เคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลา ชนิดและสีของตัวอักษรไม่มากจนเกินไป ทำให้ดูง่าย

2) ความสม่ำเสมอ ได้แก่ ใช้รูปแบบเดียวกันตลอดทั้งเว็บไซต์ เช่น รูปแบบของหน้า สไตล์ ของกราฟิก ระบบเมนูและโทนสี ควรมีความคล้ายคลึงกันตลอดทั้งเว็บไซต์

3) ความเป็นเอกลักษณ์ การออกแบบเว็บไซต์ควรคำนึงถึงลักษณะขององค์กร เพราะรูปแบบของเว็บไซต์จะสะท้อนถึงเอกลักษณ์และลักษณะขององค์กรนั้นๆ เช่น ถ้าเป็นเว็บไซต์ของทางราชการ จะต้องดูน่าเชื่อถือไม่เหมือนสวนสนุก ฯลฯ

4) เนื้อหาที่มีประโยชน์ เนื้อหาเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในเว็บไซต์ ดังนั้น ควรจัดเตรียมเนื้อหาและข้อมูลที่ใช้ต้องการให้ถูกต้องและสมบูรณ์ มีการปรับปรุงและเพิ่มเติมให้ทันเหตุการณ์อยู่เสมอ เนื้อหาไม่ควรซ้ำกับเว็บไซต์อื่น จึงจะดึงดูดความสนใจ

5) ระบบเมนูที่ใช้งานง่าย ต้องออกแบบให้ผู้ใช้เข้าใจง่ายและใช้งานสะดวก ใช้กราฟิกที่สื่อความหมายร่วมกับคำอธิบายที่ชัดเจน มีรูปแบบและลำดับของรายการที่สม่ำเสมอ เช่น วางไว้ตำแหน่งเดียวกันของทุกหน้า

6) ลักษณะที่น่าสนใจ หน้าตาของเว็บไซต์จะต้องมีความสัมพันธ์กับคุณภาพขององค์ประกอบต่างๆ เช่น คุณภาพของกราฟิกที่จะต้องสมบูรณ์ การใช้สี การใช้ตัวอักษรที่อ่านง่าย สบายตา การใช้โทนสีที่เข้ากัน ลักษณะหน้าตาที่น่าสนใจนั้นขึ้นอยู่กับความชอบของแต่ละบุคคล

7) การใช้งานอย่างไม่จำกัด ผู้ใช้ส่วนใหญ่สามารถเข้าถึงได้มากที่สุด เลือกใช้เบราว์เซอร์ชนิดใดก็ได้ ในการเข้าถึงเนื้อหาสามารถแสดงผลได้ทุกระบบปฏิบัติการและความละเอียดหน้าจอต่างๆ กันอย่างไม่มีปัญหาเป็นลักษณะสำคัญสำหรับผู้ใช้ที่มีจำนวนมาก

8) คุณภาพในการออกแบบ การออกแบบและเรียบเรียงเนื้อหาอย่างรอบคอบ สร้างความรู้สึกว่าเว็บไซต์มีคุณภาพ ถูกต้องน่าเชื่อถือ

9) ระบบการใช้งานที่ถูกต้อง การใช้แบบฟอร์มสำหรับกรอกข้อมูลต้องสามารถกรอกได้จริงใช้งานได้จริง ลิงค์ต่างๆ จะต้องเชื่อมโยงไปหน้าที่มีอยู่จริงและถูกต้อง ระบบการทำงานต่างๆ ในเว็บไซต์จะต้องมีความแน่นอนและทำหน้าที่ได้อย่างถูกต้อง

ดังนั้นการออกแบบเว็บไซต์ของนักออกแบบต้องคำนึงถึงผู้ใช้เป็นหลักสำคัญ เพื่อให้เว็บไซต์เกิดประโยชน์สูงสุดกับผู้ใช้งานและนอกจากนี้ผู้ออกแบบเว็บไซต์ต้องออกแบบเว็บไซต์ที่สามารถดึงดูดความสนใจ และตอบสนองต่อสิ่งที่ผู้ใช้งานคาดหวังในเว็บไซต์ได้ซึ่งสอดคล้องกับดวงพร เกียรติ (2549) ผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับเรื่องการออกแบบเว็บไซต์ ที่กล่าวว่าวัตถุประสงค์หลักอย่างหนึ่งของการสร้างเว็บไซต์ก็เพื่อให้มีผู้เข้ามาชมใช้บริการ และอยู่ในเว็บไซต์ให้นานที่สุด ดังนั้นนักออกแบบจำเป็นต้องใส่เนื้อหาและองค์ประกอบที่น่าสนใจหลายๆ อย่างเพื่อดึงดูดใจ นักออกแบบต้องศึกษาและเข้าใจถึงธรรมชาติของสิ่งที่ผู้ชมส่วนใหญ่คาดหวังว่าจะได้รับจากการเข้ามาในเว็บไซต์ของนักออกแบบว่ามีอะไรบ้าง ซึ่งความต้องการของผู้ชมโดยทั่วไปสามารถแบ่งเป็นหัวข้อหลักๆ ได้ดังนี้

- ข้อมูล (Content) หรือเนื้อหาหลักที่นักออกแบบนำเสนอในเว็บไซต์ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลเกี่ยวกับองค์กรรายละเอียดของสินค้าหรือบริการและการบริการหลังการขาย

- ข่าวสารความเคลื่อนไหว (News) เกี่ยวกับสินค้า/บริการหรือกิจกรรมที่เว็บไซต์หรือองค์กรมี เช่น การเปิดตัวสินค้าใหม่ สิทธิประโยชน์หรือโปรโมชั่นที่มีให้ เป็นต้น

- ของฟรี (Free Service) มักได้ยินคนพูดกันอยู่เสมอว่า “ของฟรีไม่มีในโลก” ข้อนี้ไม่จริงเสียทีเดียว เพราะในโลกของอินเทอร์เน็ตจะพบกับเว็บไซต์จำนวนมากที่มีของฟรีแจกให้ เช่น อีเมล พื้นที่วางเว็บไซต์ โปรแกรมสำหรับดาวน์โหลด รูปภาพหรือวอลล์เปเปอร์ และเพลง MP3 เป็นต้น ซึ่งเว็บไซต์เหล่านี้มักจะมีผู้ชมเข้าไปใช้บริการมาก โดยเฉพาะการดาวน์โหลดโปรแกรม เกมส์ และเพลง MP3

- การมีปฏิสัมพันธ์ (Interactive) เช่น ให้มีการถามตอบปัญหา ร่วมแสดงความคิดเห็นหรือโหวตในหัวข้อต่างๆ ในเว็บไซต์ อาจจะมีเว็บบอร์ดไว้ให้ผู้ชมแสดงความคิดเห็นหรือตั้งกระทู้ได้ หรืออย่างน้อยก็ใช้การโต้ตอบด้วยอีเมล เช่น ถ้าเป็นเว็บไซต์ที่ทำธุรกิจออนไลน์เมื่อผู้ชมสั่งซื้อสินค้าและชำระเงิน จะต้องตอบกลับโดยเร็วเพื่อให้ลูกค้ามั่นใจว่าธุรกรรมดำเนินไปด้วยความเรียบร้อย

- ความบันเทิง (Entertainment) ผู้คนส่วนใหญ่ชอบบริโภคข้อมูลที่สร้างความสนุกสนานและความบันเทิงในรูปแบบต่างๆ ตามลักษณะของกลุ่มผู้ชมนั้นซึ่งอาจอยู่ในรูปแบบของบทความ

ตกลงข้ามัน ข่าวชุมชนของคาราน์กร็อง การแข่งขันชิงรางวัล เล่นเกม ฟังเพลง ดาวน์โหลดโลก หรือริงโทนสำหรับมือถือและดูภาพยนตร์ตัวอย่าง เป็นต้น เว็บไซต์ที่ให้บริการประเภทนี้ได้รับความนิยมสูง

ดังนั้นเนื้อหาที่ควรมีในเว็บไซต์ประกอบด้วย

1. ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท องค์กร หรือผู้จัดทำ (About Us) คือ ข้อมูลเกี่ยวกับเจ้าของเว็บไซต์ เพื่อบอกให้ผู้ชมรู้ว่าองค์กรเป็นใครมาจากไหน และต้องการนำเสนออะไร เช่น วัตถุประสงค์ของเว็บไซต์ ประวัติและความเป็นมา สถานที่ตั้งหน่วยงาน

2. รายละเอียดของผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Product/Service Information) คือข้อมูลหลักที่นำเสนอ หากเป็นเว็บไซต์ทางธุรกิจผู้ชมจำเป็นต้องได้รู้รายละเอียดของผลิตภัณฑ์ หรือบริการ รวมทั้งอาจมีการเปรียบเทียบราคา เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจซื้อ แต่หากเป็นเว็บไซต์ที่ให้ความรู้ ส่วนนี้ก็จะประกอบด้วยบทความรูปภาพมัลติมีเดียและลิงค์ไปยังเว็บไซต์อื่นที่ให้ข้อมูลเพิ่มเติม

3. ข่าวสาร (News/Press Release) อาจจะเป็นข่าวสารที่ต้องการส่งถึงบุคคลทั่วไปหรือสมาชิก เพื่อให้รับรู้ความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับองค์กรหรือเว็บไซต์ขององค์กร เช่น การเปิดตัวสินค้า หรือบริการใหม่ โปรโมชั่น หรือกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้น

4. คำถามถามบ่อย (Frequently Asked Question) มีความจำเป็นเพราะผู้ชมบางส่วนอาจไม่เข้าใจข้อมูล หรือมีปัญหา ต้องการสอบถาม การติดต่อทางอีเมลหรือช่องทางอื่น แม้ว่าจะทำได้แต่ก็เสียเวลา ดังนั้น องค์กรควรคาดการณ์หรือรวบรวมคำถามที่เคยตอบไปแล้วใส่ไว้ในเว็บเพจ ซึ่งผู้ชมที่สงสัยจะสามารถเปิดดูได้ทันที นอกจากนี้ก็อาจมีเว็บบอร์ดสำหรับให้ผู้ดูแลเว็บไซต์คอยตอบรวมทั้งอาจเปิดให้ผู้ชมด้วยกันช่วยตอบก็ได้ FAQ บางครั้งก็อยู่ในรูปของ Help หรือข้อมูลช่วยเหลือ

5. ข้อมูลในการติดต่อ (Contact Information) เพื่อให้ผู้ชมเข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์ที่เกิดข้อสงสัย หรือต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม สามารถติดต่อกับเราได้ เราควรระบุอีเมลแอดเดรสที่อยู่บริษัทหรือองค์กร เบอร์โทรศัพท์และแฟกซ์ไว้ในเว็บไซต์ด้วย

นอกจากการออกแบบเว็บไซต์ให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้ใช้งานและออกแบบเว็บเพจ ให้ตอบสนองต่อสิ่งที่ผู้ใช้งานคาดหวังแล้ว นักออกแบบเว็บไซต์ต้องคำนึงถึงเรื่องการออกแบบกราฟิกบนเว็บไซต์ เพราะกราฟิกที่อยู่บนเว็บไซต์นั้นสามารถสื่อความหมายความรู้สึกต่างๆ ให้กับผู้ใช้งาน ซึ่งพบว่ามีความเห็นตรงกับโสรัชย์ นันทวัชรวิบูลย์ (2545: Be graphic สู่เส้นทางกราฟิกดีไซน์เนอร์) ที่ได้กล่าวถึงแนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบเว็บไซต์ ในเรื่องของ

กราฟิกและมัลติมีเดียในส่วนต่างๆ ที่สามารถสื่อถึงความหมาย ความรู้สึกและภาพลักษณ์ได้ ประกอบด้วย

1) เส้น (Line)

- เส้นตรง ให้ความรู้สึกมั่นคง
- เส้นนอน ให้ความรู้สึกสงบ นิ่ง เรียบร้อย
- เส้นเฉียง ให้ความรู้สึกถึงความเคลื่อนไหว
- เส้นโค้ง ให้ความรู้สึกนุ่มนวล
- เส้นหยิกหยัก ให้ความรู้สึกความไม่เป็นระเบียบ อิสระ สบายผ่อนคลาย
- เส้นเล็กและบาง ให้ความรู้สึกเบาและเฉียบคม

2) ระนาบ (Plane)

- วงกลม ให้ความรู้สึกเป็นศูนย์กลาง รวมความสนใจ และการปกป้องคุ้มครอง
 - สี่เหลี่ยม ให้ความรู้สึกสงบ มั่นคง เป็นระเบียบ
 - สามเหลี่ยม ให้ความรู้สึกมั่นคง หยุคหนึ่ง แต่ส่วนปลายให้ความรู้สึกถึงทิศทาง
- เฉียบคม และมีแรงผลักดัน
- หกเหลี่ยม ให้ความรู้สึกเป็นหน่วยย่อย เชื่อมโยง และไม่มีสิ้นสุด
 - รูปร่างธรรมชาติ ให้ความรู้สึกถึงอิสระ การเคลื่อนไหว ไม่มีกฎเกณฑ์ที่แน่นอน

3) สี (Color)

- สีแดง ให้ความรู้สึกถึงความร้อน พลัง ความแรง
- สีเหลือง ให้ความรู้สึกถึงความปลอดโปร่ง ดึงดูดสายตา
- สีน้ำเงิน ให้ความรู้สึกถึงความทันสมัย สุขุม มีราคา หูหรา สุภาพ หนักแน่น
- สีส้ม ให้ความรู้สึกดึงดูด ทันสมัย สดใน กระฉับกระเฉง
- สีเขียว ให้ความรู้สึกสดชื่น เป็นธรรมชาติ ความสบายตา ความชุ่มชื้น
- สีม่วง ให้ความรู้สึกหนักแน่น มีเสน่ห์ ความลับ สิ่งที่ปกปิด
- สีชมพู ให้ความรู้สึกอ่อนหวาน นุ่มนวล ความรัก ผู้หญิง
- สีน้ำตาล ให้ความรู้สึกสงบ ความเรียบ ความเก่าแก่ โบราณ ความเป็นผู้ใหญ่
- สีฟ้า ให้ความรู้สึกโปร่งสบายตา ความนุ่มนวล ความสุขสบาย
- สีเงิน ให้ความรู้สึกถึงความทันสมัย มีราคา
- สีทอง ให้ความรู้สึกมีคุณค่า ราคาแพง หูหรา
- สีขาว ให้ความรู้สึกถึงความบริสุทธิ์ ความสะอาด ความเรียบง่าย ความโล่ง
- สีเทา ให้ความรู้สึกอารมณ์เศร้า หม่นหมอง ไร้ชีวิตชีวา

- สีดำ ให้ความรู้สึกถึงความไม่รู้ ความไม่เห็น น่ากลัว

4) การวางโครงสี (Color Schematic)

- โครงสีเอกรงค์ (Monochrome) คือมีเนื้อสีเดียวแต่ให้ความแตกต่างด้วยน้ำหนักสี ให้ความรู้สึกสุขุม เรียบร้อย เป็นสากล ไม่จุดฉาดสะกดตา
- โครงสีข้างเคียง (Analogous) คือสีที่อยู่ติดกัน ควรใช้สีข้างเคียง 2-4 สี ไม่ควรมากกว่านี้เพราะจะหลุดจากความข้างเคียง
- โครงสีคู่ตรงข้าม (Dyads) คือสีที่อยู่ตรงกันข้ามกันในวงจรสี ควรใช้ในสัดส่วนสองสีคือ 70:30 หากให้สัดส่วนที่เท่ากันจะไม่มีความเป็นเอกภาพ

5) การจัดวางองค์ประกอบ (Composition)

- การวางจุดสนใจในงาน (Focus Point)

1	0	2
0	4	0
2	0	3

- ตำแหน่งหมายเลข 1 ตำแหน่งที่สายตาคนจะมองเป็นจุดแรก
- ตำแหน่งหมายเลข 2 ตำแหน่งที่มีพลังดึงดูดสายตา มีความเรียบคมเหมาะกับการจัดองค์ประกอบที่ต้องการเน้น
- ตำแหน่งหมายเลข 3 ตำแหน่งที่เป็นจุดสุดท้ายที่สายตาคนจะมอง
- ตำแหน่งหมายเลข 4 ตำแหน่งที่มีความสำคัญที่สุดในงาน แม้จะไม่ใช่มุมเรียก ร้องสายตา แต่เป็นจุดรวมสายตา

6) เทคนิคในการออกแบบงาน (Design Techniques)

- ความเรียบ สื่อถึงความเป็นปกติ ความมีสมดุลที่หยุดนิ่ง มักใช้กับงานออกแบบที่เป็นทางการ งานในเชิงพาณิชย์
- ความเฉียบ สื่อถึงความขัดแย้ง ความเคลื่อนไหว มักใช้กับงานที่ไม่เป็นทางการ สำหรับกลุ่มเป้าหมายที่น้อย
- ความเคลื่อนไหว สื่อถึงความทันสมัย กระฉับกระเฉง งานที่สื่อถึงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี
- ความหยุดนิ่ง สื่อถึงความสงบนิ่ง คงทน ความน่าเชื่อถือ สงบ
- ความเป็นกลาง สื่อถึงความกลมกลืน มีเอกภาพที่เป็นสากล ไม่จุดฉาด

- ความโปร่งใส สื่อถึงความมีเอกภาพ ภาพที่โปร่งใสทำให้รู้สึกเกิดความสัมพันธ์กับการทับซ้อน

- ความทึบตัน ให้ความชัดเจน ตรงไปตรงมาเข้าใจง่าย

- ความโดดเด่น เป็นการจัดวางองค์ประกอบให้เกิดจุดเด่น ต้องการให้ผู้ชมสะดุดสายตากับสิ่งที่นำเสนอ

- ความเป็นคู่ เป็นการจัดองค์ประกอบให้เกิดการเปรียบเทียบ เกิดการไหลเลื่อนระหว่างองค์ประกอบทั้งสอง

7) ชนิดของตัวอักษร

- Serif หรือตัวอักษรโรมัน ให้ความรู้สึกถึงความเก่า มักใช้กับงานที่เป็นทางการ

- San Serif หรืออักษรแบบ Gothic ให้ความรู้สึกถึงความทันสมัย เรียบง่าย

อ่านง่าย

- Script หรือเลียนแบบลายมือ ให้ความรู้สึกถึงความไม่เป็นทางการ อีกระสนุกสนานไว้กฎเกณฑ์ อ่านลำบาก

- Display Type หรือตัวประดิษฐ์ สามารถนำไปใช้ได้หลากหลายขึ้นอยู่กับรูปแบบของงานนั้นๆ

นอกจากนี้ผู้ออกแบบยังต้องคำนึงถึงระยะห่างระหว่างคำ ระหว่างอักษร ระหว่างบรรทัด การเว้นช่องไฟให้เหมาะสม อ่านง่าย สบายตา อีกด้วย

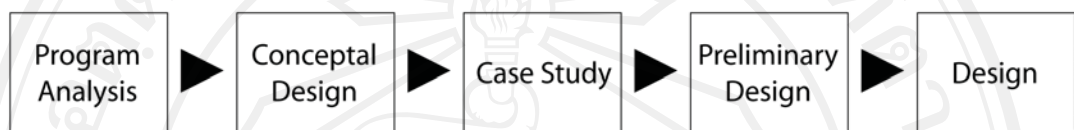
แนวคิดในการออกแบบเว็บไซต์ของนักออกแบบเว็บไซต์ คือ การออกแบบเว็บไซต์ให้ตรงกับ ความต้องการของผู้ใช้งานให้มากที่สุดโดยง่ายต่อการใช้งาน สะดวก โดดเด่นน่าสนใจ และเป็นที่ยอมรับของผู้ใช้งาน เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถใช้เว็บไซต์ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

1.5 แนวคิดการออกแบบกราฟิก

การออกแบบกราฟิกมีความสำคัญต่อการนำเสนอในรูปแบบเว็บไซต์ เพราะสามารถแสดงถึงอัตลักษณ์ขององค์กร เป็นสิ่งที่สื่อความหมายโดยรวมได้มากที่สุดโดยการออกแบบเว็บไซต์ต้องคำนึงถึงหลักการออกแบบ และเรื่องของการจัดวางองค์ประกอบ เพื่อให้เว็บไซต์ดูน่าสนใจ โดดเด่น เป็นที่น่าจดจำ ดังนั้นแนวคิดการออกแบบเว็บไซต์ถือว่าเป็นเรื่องสำคัญในการออกแบบงานเว็บไซต์ ซึ่ง พงษ์ศักดิ์ ไชยทิพย์ (2547: เทคนิคการออกแบบงานกราฟิก) ได้กล่าวไว้ว่างานกราฟิก เป็นส่วนที่มีบทบาทยิ่งต่อการออกแบบและกระบวนการผลิตสื่อ โดยเฉพาะสื่อที่ต้องการการสัมผัสรับรู้ด้วยตา (Visual Communication Design) โดยนักออกแบบจะใช้วิธีการทางศิลปะและหลักการทางการออกแบบร่วมกันสร้างสรรค์รูปแบบสื่อเพื่อให้เกิด

ศักยภาพสูงสุดในการที่จะเป็นตัวกลางในการสื่อความหมายระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร นอกจากนั้น ยังได้กล่าวถึงหลักการ ทฤษฎี และหลักการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในการออกแบบกราฟิกด้วย เช่น อิทธิพลของศิลปะที่ใช้ในการออกแบบกราฟิก การจัดองค์ประกอบกราฟิก และการวิเคราะห์การออกแบบกราฟิก เป็นต้น

ขั้นตอนการทำงานออกแบบกราฟิกนั้น การทำงานในการออกแบบ ต้องครอบคลุมตั้งแต่เริ่มมีโจทย์ ทราบปัญหา แก้ปัญหา ไปจนถึงสิ้นสุดที่ตอนส่งงาน โดยแสดงเป็นแผนภาพดังนี้



ภาพที่ 2.3 แสดงขั้นตอนการทำงานก่อนการออกแบบกราฟิก

1) วิเคราะห์โจทย์ที่มีมาให้แก้ไข (Program Analysis)

จุดเริ่มต้นของการออกแบบคือ การมีปัญหา มีโจทย์ ซึ่งต้องการแก้ปัญหาหรือดีโจทย์ที่ได้ แต่การออกแบบจะเกิดได้ก็จะต้องมีการวิเคราะห์ที่ถูกต้อง โดยการวิเคราะห์หลักๆ ของงานกราฟิกมีดังนี้ นักออกแบบจะทำงานอะไร? กำหนดเป้าหมายของงานที่จะทำ ซึ่งเป็นเรื่องเบื้องต้นในการออกแบบที่นักออกแบบต้องรู้ว่ากำหนดให้งานออกแบบบอกอะไร? งานของนักออกแบบจะนำไปใช้ที่ไหน? ใครคือคนที่จะมาใช้งาน? หรือที่เรียกว่ากลุ่มเป้าหมาย (User Target Group) ซึ่งถือเป็นเรื่องที่สำคัญที่สุดในการวิเคราะห์โจทย์ เพราะผู้ใช้งานเป้าหมายอาจเป็นตัวกำหนดแนวคิดและรูปลักษณ์ของงานออกแบบได้ทำงานชิ้นนี้ได้อย่างไร? เป็นการศึกษาวิเคราะห์ที่จะรวบรวมการวิเคราะห์ทั้งหมดออกมาเป็นแนวทางในการออกแบบ

2) สร้างแนวคิดหลักในการออกแบบให้ได้ (Conceptual Design)

งานออกแบบกราฟิกจะควรมีกฎเกณฑ์และบรรทัดฐานน้อยกว่างานออกแบบด้านอื่นๆ เช่น ไม่มีปัจจัยด้านวัสดุกระบวนการผลิตที่ซับซ้อนเหมือนการออกแบบผลิตภัณฑ์หรือ งานออกแบบสถาปัตยกรรม ดังนั้น แนวความคิดจึงเข้ามามีบทบาทสำคัญในการกำหนดคุณค่า ของตัวชิ้นงานที่นักออกแบบกำลังออกแบบอย่างมาก

3) ศึกษากรณีตัวอย่างที่มีมาอยู่แล้ว (Case Study)

การศึกษกรณตัวอย่าง เป็นการวิเคราะห์ข้อดีข้อเสียของงานที่มีอยู่แล้วเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบของนักออกแบบเปรียบเสมือนตัวชี้แนะหนทางในการออกแบบหรือการแก้ปัญหาของนักออกแบบได้

4) ออกแบบร่าง (Preliminary Design)

การออกแบบร่างคือการนำแนวคิดที่นักออกแบบมีออกมาตีความเป็นแบบอาจจะเป็นในรูปแบบของการสเก็ตงานด้วยมือเพื่อพอดูให้เห็นภาพคร่าวๆ ของงานที่ทำการออกแบบเพื่อจะนำไปสู่การออกแบบจริงต่อไป

5) ออกแบบจริง (Design)

คือการออกแบบจริงจากแบบ โครงร่างที่มีอยู่จากแบบร่างทั้งหมดที่นักออกแบบคัดเลือกแล้วและนำมาออกแบบด้วยเครื่องมือหรือ โปรแกรมองค์ประกอบทางศิลปะ (visual Element)

สำหรับองค์ประกอบทางศิลปะนั้นในการวิเคราะห์ครั้งนี้ ได้สังเกตเห็นความสำคัญและบทบาทของศิลปะที่ถูกนำมาใช้ในงานการออกแบบเว็บไซต์เพื่อให้ได้เว็บไซต์ที่ดูน่าสนใจ โดดเด่น โดยองค์ประกอบศิลปะนั้นเป็นพื้นฐานของการสร้างงานทัศนศิลป์ (Visual Arts) ทุกสาขา เพราะความเข้าใจในเรื่ององค์ประกอบศิลปะมีส่วนส่งเสริมให้เกิดความเข้าใจในงานมากยิ่งขึ้น การออกแบบหรือการจัดองค์ประกอบเพื่อให้เกิดภาพสื่อแทนของจริง(Representation) นั้นยังไม่เพียงพอความประสานระหว่างรูปกับสีและองค์ประกอบอื่นๆ จะต้องสื่อทางอารมณ์และความรู้สึกที่ต้องการด้วย ทั้งนี้ยังรวมถึงทางด้านบริเวณพื้นที่ว่างการเคลื่อนไหวอันจะทำให้เกิดพลังแห่งการกลมกลืนหรือความขัดแย้งในตัวงานออกแบบดังนั้นความเข้าใจในองค์ประกอบจะมีส่วนให้ผู้รับชมได้เข้าถึงมากยิ่งขึ้นสิ่งที่จะทำให้งานศิลปะสมบูรณ์มีองค์ประกอบทางการออกแบบดังนี้

1) เส้น (Line)

ความหมายทั่วไป หมายถึงร่องรอยอันเกิดจากการขีดด้วยวัตถุปลายแหลม เช่น ปากกา ดินสอ ฯลฯ ความหมายในทางเรขาคณิต หมายถึง การต่อเนื่องกันของจุดหลายๆ จุด (An Infinite Series of Points) นอกจากนี้ยังหมายถึงทิศการเกี่ยวโยง การเคลื่อนไหวและพลังอีกด้วย เส้นโค้ง จะให้ความรู้สึกเคลื่อนไหว ซึ่งได้จากปรากฏการณ์ธรรมชาติ เช่น ระลอกคลื่นของน้ำ

2) รูปทรงและมวล (Form and Mass)

เมื่อมองไปที่วัตถุหนึ่ง เช่น ขวด จะพบว่าบางส่วนของบรรจุในทรงกระบอกคอขวดเล็ก ชะลูดสูงและปากขวดเป็นเกลียว สิ่งเหล่านี้คือรูปทรง (Form) ส่วนที่เห็นเป็นเส้นรอบนอกหรือส่วนที่ตัดกับบริเวณที่ว่าง มีลักษณะคดโค้ง และตัดตรงนั้นคือรูปร่าง (Shape) รูปร่างและ

รูปทรงมีความสัมพันธ์กันอย่างแยกไม่ได้ ส่วนมวล (Mass) หมายถึง กลุ่มของรูปทรงที่อยู่รวมๆ กัน ดังนั้นองค์ประกอบของการออกแบบ ไม่ว่าจะเป็นรูปร่างรูปทรง หรือมวล จึงกล่าวอธิบายรวมๆ ได้คือ บริเวณทุกส่วนของภาพที่มีขอบเขตเนื้อที่ สี น้ำหนัก และพื้นผิวที่แตกต่างกันทั้งที่เป็นภาพเดี่ยว และภาพที่รวมเป็นกลุ่ม มักจะมองรูปทรงของวัตถุต่างๆ เป็นสัญลักษณ์ทรงเรขาคณิต การมองแบบนี้ทำให้ปัจจุบันหลายคนพยายามสร้างแบบให้มีลักษณะดังกล่าว คือการยัดรูปทรงเรขาคณิตแบบอย่างนี้ นอกจากจะถือว่าเป็นการสร้างภาพแบบเด็กแล้วยังเป็นการสร้างแบบอย่างมนุษย์ยุคแรกเริ่มอีกด้วย (Primitive Imagery)

3) ความสว่างและความมืด (Light and Dark)

ในงานจิตรกรรมนั้นคือแสงและเงาในธรรมชาติ ในการออกแบบจิตรกรรม แสงและเงาจะสร้างมิติคือจะทำให้เรามองเห็นรูปทรงของวัตถุและรู้สึกในระยะความลึกตื้นของภาพแสงและเงาจะสร้างมิติคือจะทำให้เรามองเห็นรูปทรงของวัตถุและรู้สึกในระยะความลึกตื้นของภาพแสงเงาที่ตัดกันลักษณะแบนเรียกว่า ภาพเงาคอน ซึ่งเกิดจากแสงส่องจากด้านหลังของวัตถุ สีแต่ละสีมีความมืดสว่างที่ไม่เท่ากัน เช่น สีเหลืองมีความสว่างมากกว่าสีแดงและสีน้ำเงินจะมีมืดกว่า สีเขียว เป็นต้น และในแต่ละสียังสามารถแยกค่าความมืดความสว่างโดยการผสมสีขาวเพื่อให้สว่างขึ้นและผสมสีดำเพื่อให้มืดลงซึ่งกรรมวิธีการแยกน้ำหนักรูปนี้ ใช้สำหรับการเขียนแสงเงาในจิตรกรรม

4) สี (Color)

หลักเกณฑ์ในการสร้างมิติ คือการแยกน้ำหนักรูปความมืดความสว่าง (Value) และการแยกวรรณะร้อนหรือเย็น และการจัดลำดับความเข้มของสี (Intensity) โดยมีแม่สีทั้งสาม คือ สีแดง สีเหลืองและสีน้ำเงิน เป็นหลักของสีอื่นๆ อันเกิดจากการผสมของแม่สีทั้งสามทฤษฎีการผสมของสีนั้นแตกต่างกับทฤษฎีของแสง ทฤษฎีการผสมของแม่สีจนเกิดสีให้มันจะทำให้เกิดสีที่เรียกว่าสีขั้นที่สอง อันได้แก่ สีส้ม สีม่วง และสีเขียว ความแตกต่างของสีทั้งสามนั้นขึ้นอยู่กับ การผสมของสีแม่สีการผสมสีต่างๆเหล่านี้สามารถแยกได้ 12 ซึ่งเรียกว่า วงล้อสี

ในการศึกษาเรื่องสีจำเป็นจะต้องเข้าใจศัพท์ต่างๆ ที่ใช้ในทฤษฎีสี (Color Terminology)

- สีแท้ (Hue) คือแม่สีหรือสีขั้นที่ 1 ในทฤษฎีเนื้อสี ได้แก่สีแดง สีเหลือง และสีน้ำเงิน
- ค่าของสี (Value) ความมืดและความสว่างของสี การแยกค่าทำได้โดยผสมสีขาวเพื่อให้สีสว่างขึ้น ตามลำดับจนถึงสว่างที่สุดคือสีขาวในทางตรงข้ามกันถ้าจะมันให้มีมืดก็ต้องผสมกับสีดำ เพื่อให้มืดจนถึงมืดที่สุดคือสีดำและสีทุกสีที่ผสมกับสีดำหรือสีขาวยิ่งมากขึ้นเท่าไร จะเสียความมีสีสัน (Chromatic) มากขึ้นเท่านั้น สีที่มีความสว่างสูง ได้แก่ สีเหลือง ซึ่งเราเรียกว่า มีค่าของสีสูง (High Value) ส่วนสีที่มีความมืด ได้แก่ สีน้ำเงิน เรียกว่า มีค่าของสีต่ำ (Low Value)

- ความเข้มจัดของสี (Intensity) หมายถึงความมีสีสรรมากที่สุด ซึ่งในทางทฤษฎีถือว่าสีจะมีความเข้มจัด ต้องผสมกับสีอื่น เช่น สีแดงเข้ม จะให้เข้มจัดต้องผสมกับสีเหลืองเล็กน้อย และถ้าเป็นสีแท้ สีจะออกมามืดมาก ต้องผสมสีขาวจึงจะเห็นความเข้มได้อย่างชัดเจน แต่ถ้าผสมสีขาวมากเกินไปความเข้มก็จะลดลง สีที่ใช้ลดความเข้มจัดมีสามประเภท คือสีผสมขาว สีผสมดำและสีผสมเทาสีแท้ทุกสีจะมีความเข้มจัดยิ่งขึ้นถ้าอยู่ในแวดล้อมช่องสีสามประเภทดังกล่าว

- สีส่วนรวม (Tonality) หมายถึง กลุ่มสีแต่ละภาพที่ให้น้ำหนักความมืดหรือสว่าง สีส่วนรวมนอกจากจะหมายถึงกลุ่มสีมืดหรือสว่างแล้วยังหมายถึงกลุ่มสีที่ปรากฏเด่นชัดเฉพาะสีใดสีหนึ่ง เช่น สีส่วนรวมเป็นสีน้ำเงิน ในกลุ่มอาจจะประกอบด้วยสีเขียว สีฟ้า หรือมากกว่านั้น แต่เมื่อดูสีส่วนรวมทั้งหมดปรากฏเป็นสีน้ำเงิน จึงเรียกว่า สีส่วนรวมน้ำเงิน

- สีตรงกันข้าม (Complementary Color) หมายถึงสีที่อยู่แนวตรงกันข้ามในวงล้อสี (Color Wheel) เช่น สีแดงตรงกันข้ามกับสีเขียว สีต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นสีแท้ หรือสีที่อยู่ในวงล้อสีทั้ง 12 สี หรือสีที่อยู่นอกวงล้อ เช่น สีผสมขาว หรือสีผสมดำ ต่างก็มีคู่สีตรงข้าม หากไม่ดูจากแผนภูมิวงล้อสี อาจจะทดลองดูด้วยตา วิธีการคือการให้ห้องคุณแผ่นกระดาษสีซึ่งวางบนพื้นสีขาว เมื่อเราเลื่อนสีนั้นออก จะเห็นสีตรงกันข้ามลอยอยู่บนพื้นขาวตำแหน่งเดียวกับสีที่เกิดขึ้นเรียกว่า สีภายหลังภาพ (Color After Image) สีคู่ตรงข้ามเหล่านี้หากใช้เนื้อสีผสมกันแล้วมันจะข่มซึ่งกันและกันจนกลายเป็นสีเทาหรือสีกลาง ศิลปินเรียกว่า สีโคลนแต่ถ้าผสมสีตรงกันข้ามเล็กน้อยจะช่วยลดความเข้มจัดของสี เช่น ลดความเข้มจัดของสีเขียวโดยผสมสีแดงเล็กน้อย

- การถ่ายเทของสี (Enhancement of Color) ถ้านำสีคู่ตรงกันข้ามมาวางเรียงกัน สีแต่ละสีจะเพิ่มความเข้มจัดมากขึ้น เช่น เมื่อนำสีแดงมาวางเคียงกับสีเขียวจะทำให้สีแดงเข้มจัดขึ้น เช่นเดียวกับสีเขียว ทั้งนี้เนื่องจากแต่ละสีจะเปล่งประกายสีตรงกันข้ามถ่ายเทซึ่งกันละกัน

- สีในตัววัตถุ (Local Color) คือสีแท้บนผิววัตถุซึ่งสีเหล่านี้เมื่อมองเห็นอาจจะแตกต่างไปจากสีจริง ทั้งนี้เกิดจากตัวแปรหลายอย่าง เช่น แสง หรือสีแวดล้อม เรียกสีที่มองเห็นนี้ว่า สีในตา (Optical Color) เช่น เมื่อเอาผลแอปเปิ้ลสีแดงวางบนพื้นหญ้าสีเขียว และแอปเปิ้ลสีแดง อาจจะแปรเป็นแดงเข้ม แดงอ่อน สีขาว สีเขียว หรือม่วง ปรากฏในผลแอปเปิ้ลทั้งนี้ขึ้นอยู่กับแสง และสีแวดล้อมของแอปเปิ้ลสีในตัววัตถุที่เปลี่ยนแปลงนี้เองศิลปินกลุ่มอิมเพรสชันนิสต์ได้ถือเป็นแนวทางในการเขียนภาพสีของแสงแดดในเวลาต่างๆที่ส่องกระทบผิววัตถุชนิดเดียวกัน

- สีอุ่นและสีเย็น (Warm and Cool Color) เมื่อมองเห็นสีต่างๆ ภาพสีที่ตกทอดบนเรตินา ของตาและถูกส่งรหัสไปยังสมอง จนกว่าสมองจะแปลรหัส ถึงจะรับรู้ได้ว่าเป็นสีอะไร และการแปลรหัสของสมองนั้นจะเกี่ยวโยงกับภาพ จากประสบการณ์เก่าที่สมองสั่งสมไว้ ดังนั้น

การแปลรหัสภาพที่เห็นจะถูกเกี่ยวโยงไปกับประสบการณ์เดิมด้วย เช่น การที่มองเห็นภาพสีแดง สีแสด สีส้ม จะทำให้สมองโยงถึงภาพเปลวไฟ ภาพโลหิต ในทางตรงกันข้าม เมื่อเห็นสีฟ้า สีเขียว สีน้ำเงิน ขาวในนิกถึงใบไม้ ทะเล ทูงหญ้า ด้วยเหตุนี้เอง สีต่างๆ ที่มองเห็นนั้นจะทำให้รู้สึกอุ่นเย็น การแยกประเภทของสีสองกลุ่มนี้จึงยึดถือความรู้สึกจากตาเห็นมากกว่าทฤษฎี โดยทั่วไปสีเหลือง และสีม่วงเป็นสีเย็นแต่สีเหล่านี้อาจจะเปลี่ยนเป็นความรู้สึกของได้ หากวางข้างเคียงกับบางสี เช่น สีเหลือง เขียว จะรู้สึกเย็นเมื่ออยู่เคียงข้างสีส้ม แต่จะรู้สึกอุ่นเมื่ออยู่ใกล้สีน้ำเงิน ปัจจุบันนิยม การแก้ปัญหาเรื่องมิติโดยการ ใช้สีอุ่นและสีเย็น มากกว่าการใช้แสงเงา หรือหลักทัศนียวิทยา เหมือนอย่างในอดีต เพราะค้นพบว่าสีอุ่นจะให้ความรู้สึกกระยะใกล้กว่าเป็นจริงในขณะที่สีเย็น จะให้ความรู้สึกเข้าไปในภาพ

- สีกลมกลืน (Analogous Color) หมายถึง สีที่มีลักษณะใกล้เคียง เช่น สีแดง แสด เหลือง ส้ม และเหลือง ในวงล้อสีหมายถึงกลุ่มสีที่อยู่ใกล้เคียงกันและต่อเนื่องกันซึ่งสีที่อยู่แนวตรงกันข้ามของวงล้อสีคือสีตัดกันและในจำนวนสีตรงกันข้ามนี้จะมีคู่ตรงกันข้ามที่ตัดกันรุนแรง ดังที่กล่าวมาแล้ว สีกลมกลืนเมื่อนำมาผสมกันจะ ไม่เป็นสีเทาเหมือนสีคู่ตรงกันข้าม

5) พื้นผิว (Texture)

พื้นผิว คือ ลักษณะผิวนอกของวัตถุทั้งที่สามารถสัมผัสได้หรือ เพียงเห็นด้วยตา วัตถุทั่วไปมีลักษณะพื้นผิวต่างๆ เช่น ขรุขระ หยาบ กระจ่างหรือผิวเรียบ เป็นมันวาว ลักษณะของพื้นผิวทำให้สามารถแยกความแตกต่างของชนิดวัตถุได้ เช่น สามารถแยก ผ้าไหมกับผ้าฝ้าย ในงานจิตรกรรมมีวิธีการสร้างพื้นผิวที่แตกต่างกัน เช่น ศิลปินกลุ่มนีโอ อิมเพรสชันนิสต์ ใช้วิธีจุดหลายๆ จุด ซึ่งเรียกการเขียนวิธีนี้ว่า ลัทธิจุดเป็นการใช้จุด แทนการกระพริบของแสงแดด และบรรยากาศ เทคนิคเช่นนี้จะทำให้ภาพเกิดเป็นพื้นผิวและ การสั่นสะเทือน การสร้างพื้นผิว ในงานจิตรกรรมเกิดจากการใช้รูปแบบซ้ำๆ ของเส้น รูปทรง น้ำหนัก หรือสี บางครั้งอาจใช้ ลักษณะพื้นผิวทำหน้าที่แตกต่างเช่นการใช้รูปเรขาคณิตซ้ำๆ กัน เช่น ในงานศิลปะของอินเดีย งานศิลปะอิสลามหรือจิตรกรรมยุโรปสมัยกลาง นอกจากนี้ ยังใช้ลวดลายของรูปในธรรมชาติ เช่น รูปใบไม้ซ้อๆ กันหรือเป็นรูปนกหลายๆ ตัว ในงาน จิตรกรรมสมัยใหม่ บางครั้งการสร้างพื้นผิว จะใช้วัสดุจริงติดบนพื้นระนาบเพื่อให้เกิดลักษณะ ผิวจริง เช่น การโรยด้วยทราย ปะติดเศษผ้า หรือกระดาษ

เทคนิคจิตรกรรมสีน้ำมัน โดยวิธีการป้ายสีหนา จะทำให้เกิดพื้นผิวเช่นเดียวกับภาพเขียนของแวน โก๊ะ ลักษณะพื้นผิวของภาพอันเกิดเปลี่ยนแปลง จะสื่อถึงอารมณ์ความรู้สึกเบื้องต้นของศิลปิน นอกจากนี้ ศิลปินบางคนมีกรรมวิธีสร้างพื้นผิวในงาน โดยวิธีพิมพ์ผิว

6) ปริมาตรและบริเวณที่ว่าง (Volume and Space)

ปริมาตรและบริเวณที่ว่างมีความหมายเดียวกัน หมายถึงเนื้อหาในบริเวณรอบสี่เหลี่ยมของภาพเขียน ซึ่งเราจะวาดหรือบรรจุรูปคนหรือวัตถุต่างๆ เข้าไปในภาพและรวมถึงบริเวณที่ว่างซึ่งเป็นส่วนลึกของภาพด้วย ในจิตรกรรมทั่วไป ลักษณะบริเวณที่ว่างแบ่งเป็น 2 ลักษณะคือ บริเวณที่ว่างที่รับรู้ด้วยตา (The Perceptual Space) และบริเวณที่ว่างที่ได้จากการสังเกตจากภาพที่มองเห็น (The Conceptual Space) ลักษณะภาพจึงใกล้เคียงกับความเป็นจริงมากที่สุด มนุษย์รู้จักสร้างบริเวณที่ว่างด้วยวิธีนี้ตั้งแต่สมัยโรมันและได้มีพัฒนาวิธีการจนกลายเป็นแบบสมบูรณ์ในสมัยฟื้นฟูศิลปวิทยา (Renaissance) หรือประมาณศตวรรษที่ 15 เรียกการสร้างบริเวณที่ว่างแบบนี้ว่า ทศนิยมวิทยา

7) เวลาและการเคลื่อนไหว (Time and Movement)

เป็นองค์ประกอบหนึ่งในงานออกแบบซึ่งปัจจุบันได้เล็งเห็นความสำคัญนับตั้งแต่มนุษย์สามารถสร้างภาพยนตร์และโทรทัศน์เพื่อให้ภาพสามารถเคลื่อนไหวได้ในงานจิตรกรรมแม้จะเป็นภาพนิ่งแต่ศิลปินพยายามจะสร้างให้เกิดความเคลื่อนไหวในภาพ โดยอาศัยองค์ประกอบต่างๆ เช่น เส้น รูปร่าง น้ำหนักของสีมาจัดวางให้เกิดจังหวะเพื่อนำสายตาคนดู ให้กวาดสายตาเป็นแนวและเคลื่อนไหวตามภาพที่ต้องการ

องค์ประกอบต่างๆ ที่กล่าวมาแล้วทั้งหมดนี้ คือองค์ประกอบที่สร้างเพื่อให้เกิดภาพและภาพที่เกิดจากการสร้างสรรค์นั้น จะต้องผ่านกระบวนการรับรู้ทางตา บุญเยี่ยม แยมเมือง (2537: สุนทรียะทางทัศนศิลป์) ได้อธิบายการจัดองค์ประกอบของศิลปะว่า มีหลักที่ควรคำนึงอยู่ 5 ประการคือ

1) สัดส่วน (Proportion)

สัดส่วนหมายถึง ความสัมพันธ์กันอย่างเหมาะสมระหว่างขนาดขององค์ประกอบที่แตกต่างกัน ความเหมาะสมของสัดส่วนอาจพิจารณาจากคุณลักษณะต่อไปนี้

- สัดส่วนที่เป็นมาตรฐาน จากรูปลักษณะตามธรรมชาติ ของ คน สัตว์ พืช ซึ่งโดยทั่วไปถือว่าสัดส่วนตามธรรมชาติจะมีความงามที่เหมาะสมที่สุดหรือจากรูปลักษณะ ที่เป็นการสร้างสรรค์ของมนุษย์ เช่น Gold Section เป็นกฎในการสร้างสรรค์รูปทรงของกรีก ซึ่งถือว่า “ส่วนเล็กสัมพันธ์กับส่วนที่ใหญ่กว่า ส่วนที่ใหญ่กว่าสัมพันธ์กับส่วนรวม” ทำให้สิ่งต่างๆ ที่สร้างขึ้นมีสัดส่วนที่สัมพันธ์กับทุกสิ่งที่ลงตัว

- สัดส่วนจากความรู้สึก สร้างขึ้นเพื่อแสดงออกถึง เนื้อหาเรื่องราว ความรู้สึกด้วยสัดส่วน จะช่วยเน้นอารมณ์ ความรู้สึกให้เป็นไปตามเจตนารมณ์ และเรื่องราวที่ศิลปินต้องการ ลักษณะเช่นนี้

ทำให้งานศิลปะของชนชาติต่างๆ มีลักษณะแตกต่างกัน เนื่องจากมีเรื่องราวอารมณ์ และความรู้สึกที่ต้องการแสดงออกต่างๆ กันไป เช่น กรีก นิยมในความงามตามธรรมชาติ เป็นอุดมคติ เน้นความงามที่เกิดจากการประสานกลมกลืนของรูปทรง จึงแสดงถึงความเหมือนจริงตามธรรมชาติ ส่วนศิลปะแอฟริกันดั้งเดิมเน้นที่ความรู้สึกทางวิญญาณที่น่ากลัว ดังนั้นรูปลักษณะจึงมีสัดส่วนที่ผิดแตกต่างไปจากธรรมชาติทั่วไป

2) ความสมดุล (Balance)

ความสมดุล หรือ ดุลยภาพ หมายถึง น้ำหนักที่เท่ากันขององค์ประกอบ ไม่เอนเอียงไปข้างใดข้างหนึ่ง ในทางศิลปะยังรวมถึงความประสานกลมกลืน ความพอเหมาะพอดีของส่วนต่างๆ ดุลยภาพในงานศิลปะมี 2 ลักษณะ คือ

- ดุลยภาพแบบสมมาตร (Symmetry Balance) หรือ ความสมดุลแบบซ้ายขวาเหมือนกัน ในงานที่ต้องการดุลยภาพที่นิ่งและมั่นคงจริงๆ

- ดุลยภาพแบบอสมมาตร (Asymmetry Balance) หรือ ความสมดุลแบบซ้ายขวาไม่เหมือนกัน มักเป็นการสมดุลที่เกิดจากการจัดใหม่ของมนุษย์ แต่มีความสมดุลกันอาจเป็นความสมดุลด้วยน้ำหนักขององค์ประกอบ หรือสมดุลด้วยความรู้สึกได้ การจัดองค์ประกอบให้เกิดความสมดุลแบบอสมมาตรอาจทำได้โดยเลื่อนแกนสมดุลไปทางด้านที่มีน้ำหนักมากกว่า หรือเลือกรูปที่มีน้ำหนักมากกว่าเข้าหาแกน จะทำให้เกิดความสมดุลขึ้น หรือใช้หน่วยที่มีขนาดเล็กแต่มีรูปลักษณะที่น่าสนใจถ่วงดุลกับรูปลักษณะที่มีขนาดใหญ่แต่มีรูปแบบธรรมดา

3) จังหวะลีลา (Rhythm)

จังหวะลีลา หมายถึง การเคลื่อนไหวที่เกิดจากการซ้ำกันขององค์ประกอบหรือเกิดจากการเคลื่อนไหวต่อเนื่องกันของเส้น สี รูปทรง หรือ น้ำหนัก

4) การเน้น (Emphasis)

การเน้น หมายถึง การกระทำให้เด่นเป็นพิเศษกว่าธรรมดา ในงานศิลปะจะต้องมีส่วนใดส่วนหนึ่ง หรือจุดใดจุดหนึ่ง ที่มีความสำคัญกว่าส่วนอื่นๆ เป็นประธานอยู่ การเน้นจุดสนใจสามารถทำได้ 3 วิธี คือ

- การเน้นด้วยการใช้องค์ประกอบที่ตัดกัน (Emphasis by Contrast) สิ่งที่แปลกแตกต่างไปจากส่วนอื่นๆ ของงาน จะเป็นจุดสนใจ

- การเน้นด้วยการอยู่โดดเดี่ยว (Emphasis by Isolation) เมื่อสิ่งหนึ่งถูกแยกออกไปจากส่วนอื่นๆ ของภาพ หรือกลุ่มของมัน สิ่งนั้นจะเป็นจุดสนใจ เพราะเมื่อแยกออกไปแล้วก็จะเกิดความสำคัญขึ้นมา ซึ่งเป็นผลจากความแตกต่าง ที่ไม่ใช่แตกต่างด้วยรูปลักษณะแต่เป็น

เรื่องของตำแหน่งที่จัดวาง ซึ่งในกรณีนี้ รูปลักษณะนั้น ไม่จำเป็นต้องแตกต่างจากรูปอื่นแต่ตำแหน่งของมันได้ดึงสายตาออกไป จึงกลายเป็นจุดสนใจขึ้นมา

- การเน้นด้วยการจัดวางตำแหน่ง (Emphasis by Placement) เมื่อองค์ประกอบอื่นๆ ชื่อนำมายังจุดใดๆ จุดนั้นก็จะเป็นจุดสนใจที่ถูกเน้นขึ้นมาและการจัดวางตำแหน่งที่เหมาะสมก็สามารถทำให้จุดนั้นเป็นจุดสำคัญขึ้นมาได้เช่นกัน การเน้น สามารถกระทำได้ด้วยองค์ประกอบของศิลปะ ไม่ว่าจะเป็น เส้น สี แสง เงา รูปร่าง รูปทรง หรือพื้นผิว ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับความต้องการในการนำเสนอของศิลปินผู้สร้างสรรค์

5) เอกภาพ (Unity)

เอกภาพ หมายถึง ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันขององค์ประกอบศิลป์ ทั้งด้านรูปลักษณะและด้านเนื้อหาเรื่องราว เป็นการประสานหรือจัดระเบียบของส่วนต่างๆ ให้เกิดความเป็นหนึ่งเดียวเพื่อผลรวมอันไม่อาจแบ่งแยกส่วนใดส่วนหนึ่งออกไป การสร้างงานศิลปะ คือการสร้างเอกภาพขึ้นมาจากความสับสน ความยุ่งเหยิง เป็นการจัดระเบียบ และดุลยภาพ ได้แก่สิ่งที่ขัดแย้งกันเพื่อให้รวมตัวกัน โดยเชื่อมโยงส่วนต่างๆ ให้สัมพันธ์เอกภาพของงานศิลปะ มีอยู่สองประการคือ

- เอกภาพของการแสดงออก หมายถึง การแสดงออกที่มีจุดมุ่งหมายเดียว แน่นอน และมีความเรียบง่าย งานชิ้นเดียวจะแสดงออกหลายความคิด หลายอารมณ์ไม่ได้ จะทำให้สับสนขาดเอกภาพ และการแสดงออกด้วยลักษณะเฉพาะตัวของศิลปินแต่ละคนก็สามารถทำให้เกิดเอกภาพแก่ผลงานได้

- เอกภาพของรูปทรง คือ การรวมตัวกันอย่างมีดุลยภาพ และมีระเบียบขององค์ประกอบทางศิลปะ เพื่อให้เกิดเป็นรูปทรงหนึ่ง ที่สามารถแสดงความคิดเห็นหรืออารมณ์ของศิลปินออกได้อย่างชัดเจน เอกภาพของรูปทรงเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดต่อความงามของผลงานศิลปะเพราะเป็นสิ่งที่ศิลปินใช้เป็นสื่อในการแสดงออกถึงเรื่องราว ความคิด และอารมณ์ ดังนั้นกฎเกณฑ์ในการสร้างเอกภาพในงานศิลปะเป็นกฎเกณฑ์เดียวกันกับธรรมชาติ ซึ่งมีอยู่ 2 หัวข้อคือ

1. กฎเกณฑ์ของการขัดแย้ง (Opposition) มีอยู่ 4 ลักษณะคือ

- การขัดแย้งขององค์ประกอบทางศิลปะแต่ละชนิด และรวมถึงการขัดแย้งกันเองขององค์ประกอบต่างชนิดกันด้วย

- การขัดแย้งของขนาด

- การขัดแย้งของทิศทาง

- การขัดแย้งของที่ว่างหรือจังหวะ

2. กฎเกณฑ์ของการประสาน (Transition) คือการทำให้เกิดความกลมกลืนให้สิ่งต่างๆ เข้ากันได้อย่างสนิท เป็นการสร้างเอกภาพจากการรวมตัวของสิ่งๆ ที่เหมือนกัน เข้าด้วยกันการประสานมีอยู่ 2 วิธี คือการเป็นตัวกลาง และการซ้ำ

- การเป็นตัวกลาง (Transition) คือ การทำสิ่งที่ขัดแย้งกันให้กลมกลืนกันด้วยการใช้ตัวกลางเข้าไปประสาน เช่น สีขาวกับสีดำ ซึ่งมีความแตกต่าง ขัดแย้งกันสามารถทำให้อยู่ร่วมกันได้อย่างมีเอกภาพ ด้วยการใส่สีเทาเข้าไปประสาน ทำให้เกิดความกลมกลืนมากขึ้น

- การทำซ้ำ (Repetition) คือการจัดวางหน่วยที่เหมือนกันตั้งแต่ 2 หน่วยขึ้นไป เป็นการสร้างเอกภาพที่ง่ายที่สุด แต่ก็ทำให้ดูจัดชิด น่าเบื่อที่สุด

นอกเหนือจากกฎเกณฑ์หลักคือ การขัดแย้งและการประสาน ยังมีกฎเกณฑ์รองอีก 2 ข้อ คือความเป็นเด่น และการเปลี่ยนแปลง ความเป็นเด่น (Dominance) ซึ่งมี 2 ลักษณะ คือความเป็นเด่นที่เกิดจากความขัดแย้ง ด้วยการเพิ่ม หรือลดความสำคัญ ความน่าสนใจในหน่วยใดหน่วยหนึ่งของคู่ที่ขัดแย้งกัน ความเป็นเด่นที่เกิดจากการประสาน การเปลี่ยนแปลง (Variation) คือการเพิ่มความขัดแย้งลงในหน่วยที่ซ้ำกัน เพื่อป้องกันความจัดชิด น่าเบื่อ ซึ่งจะช่วยให้มีความน่าสนใจมากขึ้น การเปลี่ยนแปลงมี 4 ลักษณะ คือ การเปลี่ยนแปลงของรูปลักษณะ การเปลี่ยนแปลงของขนาด การเปลี่ยนแปลงของทิศทาง และการเปลี่ยนแปลงของจังหวะ การเปลี่ยนแปลงรูปลักษณะจะต้องรักษาคุณลักษณะของการทำซ้ำไว้ ถ้ารูปมีการเปลี่ยนแปลงไปมาก การซ้ำก็จะหมดไป กลายเป็นการขัดแย้งเข้ามาแทน และถ้าหน่วยหนึ่งมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว มีความแตกต่างจากหน่วยอื่นๆ มาก จะกลายเป็นความเด่น เป็นการสร้างเอกภาพด้วยความขัดแย้ง

นอกจากนี้การจัดองค์ประกอบต่างๆ ให้เข้ากันมีหลักให้คำนึงดังนี้

1) ความเที่ยงตรง สม่ำเสมอ (Consistency)

เป็นการออกแบบป้อนำทาง อย่างเช่น สัญลักษณ์ เครื่องหมายต้องแสดงออกซึ่งความหมายและสื่อความหมายที่ถูกต้องไปในทิศทางเดียวกัน รวมถึงจะต้องอยู่ในตำแหน่งบนหน้าจอกับที่ถูกต้อง

2) ความกระจ่างชัด (Clarify)

องค์ประกอบที่เป็นภาพกราฟิกต่างๆ ในหน้าจอกจะต้องง่ายต่อการจดจำมีความหมายชัดเจน ไม่คลุมเครือ

3) ความเรียบง่าย (Simplicity)

การออกแบบต้องจำเป็นดูเรียบง่าย องค์ประกอบของงานจะต้องมีความเรียบง่าย ไม่ดูยุ่งเหยิงและไม่ซับซ้อน กราฟิกที่เป็นองค์ประกอบของหน้าจอก จะต้องไม่ไปรบกวนเนื้อหา

ของข้อมูลบนหน้าจอ จะต้องมีความสมดุลขององค์ประกอบต่างๆ เช่น การวางภาพ ตัวหนังสือ และอื่นๆ

4) มีความน่าสนใจ (Visual Appeal)

ความน่าสนใจและความสวยงามมักขึ้นอยู่กับรสนิยมของแต่ละบุคคล นักออกแบบจึงควรระบุกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจนเพื่อจะได้กำหนดรูปแบบความน่าสนใจให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย และสำคัญคือ ต้องมีมาตรฐานในการออกแบบ เช่น คุณภาพของกราฟิก คุณภาพในการจัดวางองค์ประกอบ

5) ความเป็นเอกลักษณ์ (Identity)

นักออกแบบจะต้องพยายามสร้างภาพลักษณ์หรือเอกลักษณ์ของงานให้เหมาะสมกับประเภทของงานและผู้ใช้ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมาย บางครั้งนักออกแบบยังต้องคำนึงถึงองค์กรของผู้ผลิตด้วย

จากหลักการข้างต้นที่กล่าวมาสามารถสรุปความหมายขององค์ประกอบศิลปะได้ว่าการออกแบบและจัดวางองค์ประกอบต่างๆ ทำให้เกิดความเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่น น่าสนใจ และสวยงามโดยคำนึงถึงเรื่องของเส้น สี น้ำหนัก พื้นที่ว่าง สัดส่วน ดังนั้น การออกแบบกราฟิกจึงเป็นส่วนสำคัญต่องานออกแบบทุกประเภท รวมถึงงานการออกแบบเว็บไซต์ด้วย การนำแนวคิดเรื่องการออกแบบกราฟิกมาใช้เพื่อเป็นกรอบให้เข้าใจหลัก ในการออกแบบกราฟิกในงานค้นคว้าแบบอิสระครั้งนี้

สรุปสารสนเทศมีประโยชน์ต่อการออกแบบเว็บไซต์ เพราะทำให้นักออกแบบสามารถเข้าใจหลักในการออกแบบเว็บไซต์ ขั้นตอนก่อนการเตรียมงานออกแบบ แบบแผนในการทำงาน ออกแบบเพื่อที่จะสามารถออกแบบเว็บไซต์ที่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานมากที่สุด สามารถออกแบบเว็บไซต์ที่มีความน่าสนใจ ความโดดเด่น เป็นที่จดจำ และดึงดูดความสนใจของผู้ใช้งานให้กลับเข้ามาใช้งานอีกต่อไป

2. การทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดสำหรับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดสำหรับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นแนวคิดเบื้องต้นที่จะนำไปสู่ความเข้าใจเกี่ยวกับการตลาดธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยแนวคิดเกี่ยวกับการตลาดสำหรับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นการเชื่อมโยงระหว่างโลกอินเทอร์เน็ตกับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อหาแนวทางการออกแบบเว็บไซต์ สามารถนำไปการปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีใจความสำคัญที่กิตติ สิริพัลลภ (2544: ผู้อำนวยการศูนย์ธรรมศาสตร์พาณิชย์

อิเล็กทรอนิกส์) อธิบายว่า การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง การดำเนินกิจกรรมทางการตลาด โดยใช้เครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ เช่น คอมพิวเตอร์ เป็นเครื่องมือในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด กับกลุ่มเป้าหมาย เป็นกิจกรรมที่เป็นการสื่อสาร 2 ทาง เป็นกิจกรรมที่สามารถติดต่อกับผู้บริโภคทั่วโลกได้ตลอดเวลา 24 ชั่วโมง การตลาดอิเล็กทรอนิกส์มีลักษณะเฉพาะดังนี้

1) ตลาดเป็นตลาดเฉพาะเจาะจง (Niche Market)

ลูกค้ามาที่เว็บไซต์มีจุดมุ่งหมายจะซื้อสินค้าที่อยากได้ เช่น ผู้ต้องการซื้อรองเท้า ก็จะเข้ามาดูเว็บไซต์ที่ขายรองเท้า

2) เป็นการแบ่งส่วนตลาดเชิงพฤติกรรม (Behavioral Segmentation)

การจัดกลุ่มลูกค้าพิจารณาจากความสนใจคุณค่าที่ลูกค้าให้ต่อสินค้า หรือบริการใด บริการหนึ่ง และวิถีชีวิตของลูกค้าซึ่งปัจจัยเหล่านี้เป็นสิ่งที่กำหนดพฤติกรรมของลูกค้า

3) เป็นการตลาดแบบตัวต่อตัว (Personalize Marketing / P-Marketing)

ลูกค้าสามารถกำหนดรูปแบบของสินค้าและบริการได้ตามความต้องการของตน ซึ่งอาจจะแตกต่างกับผู้อื่น เช่น www.Ufood.com เสนอเมนูอาหารให้แม่บ้านเลือก โดยให้แม่บ้านเลือกประเภทของวัตถุดิบ และระยะเวลาในการประกอบอาหารเอง แม่บ้านก็จะได้เมนูอาหาร พร้อมวิธีการปรุง

4) ลูกค้ากระจายอยู่ทั่วโลก

เพราะระบบอินเทอร์เน็ตสามารถเข้าถึงได้ทุกพื้นที่ทั่วโลกทำให้มีตลาดที่กว้าง

5) ทำธุรกิจได้ตลอดเวลา

ผู้ขายสามารถเปิดร้านขายได้ 365 วัน 24 ชั่วโมง โดยมาตรฐานคงที่ซึ่งคุณลักษณะข้อนี้ได้เปรียบกับการค้าแบบดั้งเดิม ซึ่งบุคลากรต้องการพักผ่อน ถ้าจะขาย 24 ชั่วโมง ต้องใช้พนักงานขาย 2 ถึง 3 คน

6) ข้อมูลของสินค้าหรือบริการเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจของผู้บริโภค

เพราะผู้บริโภครู้จักและเกิดความรู้ในสินค้า (Product Knowledge) จากข้อมูลบนจอคอมพิวเตอร์ โดยไม่มีพนักงานขายคอยแนะนำ

7) ธุรกิจออนไลน์เป็นกิจกรรมทางการตลาดแบบผสม

คือเป็นการผสมของการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การขาย การชำระเงินและกิจกรรมอื่นๆ ที่ทำให้เกิดซื้อขายสินค้าอยู่ร่วมกันบนเว็บไซต์

8) เป็นการสื่อสาร 2 ทาง

ผู้ซื้อและผู้ขายสามารถโต้ตอบกันได้ทันที

9) เป็นการดำเนินธุรกิจด้วยต้นทุนต่ำ

เพราะใช้บุคลากรจำนวนน้อย การสื่อสาร การตลาดทำได้รวดเร็วและเปลี่ยนแปลงได้ง่ายซึ่งถ้าเป็นการตลาดแบบดั้งเดิมการจัดทำแคตตาล็อกหรือชิ้นงานโฆษณาจะต้องใช้เวลานานและใช้งบประมาณสูงแต่ในระบบอิเล็กทรอนิกส์ผู้ขายสามารถจัดทำได้เร็วและราคาถูก นอกจากนี้ธุรกิจแบบนี้ยังไม่จำเป็นต้องมีทรัพยากรสินทรัพย์ที่ราคาสูง เช่น สถานที่ทำงาน อุปกรณ์สำนักงาน เพราะติดต่อกับลูกค้าบนจอคอมพิวเตอร์เท่านั้น

ประโยชน์ของการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ประโยชน์ของการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มี 3 ประการคือ

- 1) ลดค่าใช้จ่ายในการโฆษณา
- 2) สามารถเข้าถึงลูกค้าและได้มากกว่าทำให้มีโอกาสเพิ่มส่วนทางการตลาด
- 3) สามารถวัดผลและติดตามข้อมูลการบริการและสินค้าที่เป็นที่นิยมได้

หลักการของการตลาดอิเล็กทรอนิกส์

1) การตลาดอิเล็กทรอนิกส์นั้นเน้นลูกค้ามากกว่าตัวเจ้าของกิจการ เพราะลูกค้าทุกคนมีสิทธิ์เลือกเว็บไซต์ต่างๆ ได้ทั่วโลกเพื่อหาสินค้าที่ตนเองพึงพอใจ ดังนั้น จะต้องเน้นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก

2) การแบ่งส่วนตลาดนั้นเป็นแบบลูกค้าเป็นหนึ่ง (One-to-One Segmentation) เพราะในตลาดอิเล็กทรอนิกส์นั้น ถือลูกค้าเป็นใหญ่เนื่องจากลูกค้ามีสิทธิ์เลือกซื้อสินค้าของใครก็ได้

3) การวางตำแหน่งสินค้า ต้องเป็นไปตามความต้องการของแต่ละคนและถ้าหากลูกค้าเปลี่ยนความต้องการ หรือความต้องการเปลี่ยนไปทางเจ้าของกิจการต้องเคลื่อนตำแหน่งการวางนั้นเพื่อตอบสนองความต้องการใหม่ของลูกค้า

4) การเป็นหนึ่งในเว็บไซต์ให้เป็นที่จดจำ ต้องมีการตั้งชื่อที่ง่ายต่อการจดจำหรือสอดคล้องกับเนื้อหาในเว็บไซต์

5) ติดตามพฤติกรรมกรรมการซื้อของลูกค้าโดยตลอด เพื่อจะทำให้รู้ความต้องการของลูกค้าได้ล่วงหน้าเพื่อตอบสนองความต้องการได้อย่างรวดเร็ว

ปัจจัยทางการตลาด	การตลาดเดิม	การตลาดอิเล็กทรอนิกส์
ลูกค้า	หลากหลาย	เฉพาะกลุ่มและส่วนใหญ่เป็นผู้มีความรู้
การวิจัย	ทำกับกลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่ม	ทำกับบุคคลใดบุคคลหนึ่ง
การแบ่งส่วนตลาด	ใช้เกณฑ์สภาพภูมิศาสตร์และประชากรเป็นหลักในการแบ่ง	ใช้เกณฑ์พฤติกรรมศาสตร์เป็นหลักในการแบ่ง
สินค้า	เจ้าของกิจการพัฒนาสินค้าแล้วทดสอบการยอมรับจากผู้บริโภค	ส่วนมากเป็นการผลิตตามความต้องการของลูกค้าแต่ละราย มีความยืดหยุ่นสูง
การจัดการสินค้า	ลูกค้าพิจารณาข้อมูลจากการนำเสนอของพนักงานหรือสื่อโฆษณา	เป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลกันระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย ผู้ซื้อเป็นผู้เลือกตามความต้องการของตนเอง
ช่องทางการจัดจำหน่าย	ขายผ่านคนกลาง หรือผ่านพนักงานขาย	ขายตรงไปยังผู้ซื้อทั้งแบบธุรกิจกับธุรกิจ และธุรกิจกับผู้บริโภค
การครอบคลุมเขตการขาย	ครอบคลุมเป็นบางพื้นที่	สามารถขายได้ทุกที่ทั่วโลก
การสื่อสารการตลาด	ใช้การโฆษณาทั้งคนกลางและผู้บริโภค	สามารถโฆษณาได้โดยตรงไปยังผู้บริโภค

ตารางที่ 2.1 แสดงความแตกต่างระหว่างการตลาดเดิมกับการตลาดอิเล็กทรอนิกส์

รูปแบบการค้าแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

- 1) ธุรกิจกับธุรกิจ (Business to Business: B2B) หมายถึงธุรกิจที่มุ่งเน้นการให้บริการแก่ผู้ประกอบการด้วยกัน โดยอาจเป็นผู้ประกอบการในระดับเดียวกัน หรือต่างระดับกันได้ อาทิ ผู้ผลิตกับผู้ผลิต ผู้ผลิตกับผู้ส่งออก ผู้ผลิตกับผู้นำเข้า ผู้ผลิตกับผู้ค้าส่งและค้าปลีก เป็นต้น
- 2) ธุรกิจกับผู้บริโภค (Business to Consumer: B2C) หมายถึงธุรกิจที่มุ่งเน้นการบริการกับลูกค้าหรือผู้บริโภค อาทิ การขายสินค้าอุปโภคบริโภค
- 3) ธุรกิจกับรัฐบาล (Business to Government: B2G) หมายถึงธุรกิจการบริหารการค้าของประเทศ เพื่อเน้นการบริหารจัดการที่ดีของรัฐบาล
- 4) ผู้บริโภคกับผู้บริโภค (Consumer to Consumer: C2C) หมายถึงธุรกิจระหว่างผู้บริโภคกับผู้บริโภค ซึ่งเป็นการค้ารายย่อย อาทิ การขายของเก่าให้กับบุคคลอื่นๆ ผ่านทางอินเทอร์เน็ต

ลักษณะการดำเนินการของเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

- 1) ภาษาต้องสามารถตอบสนองกลุ่มลูกค้าได้ทุกกลุ่ม ทุกชนชาติ ดังนั้น ภาษาที่ใช้ในเว็บไซต์ต้องมีภาษาอังกฤษที่เป็นภาษาสากล ทุกชนชาติสามารถเข้าใจกันได้
- 2) ระบบการสั่งซื้อสินค้า เป็นส่วนสำคัญของเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ระบบสั่งซื้อสินค้านี้มี 2 ประเภท คือ ตะกร้าสินค้า และการกรอกแบบฟอร์ม
- 3) ระบบการชำระเงิน ในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีวิธีให้เลือกชำระเงินหลายวิธี เช่น บัตรเครดิตต่างประเทศ บัตรเครดิตในประเทศ โอนเงินผ่านธนาคาร ชำระทางไปรษณีย์และชำระกับพนักงานขนส่ง
- 4) ระบบการขนส่งของเอกชน ขนส่งทางไปรษณีย์และขนส่งจากพนักงานในองค์กร
- 5) ขอบเขตการให้บริการ สามารถให้บริการได้ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

2.2 อัตลักษณ์ขององค์กร (Corporate Identity)

แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องอัตลักษณ์ เป็นแนวคิดเบื้องต้น ที่จะนำไปสู่ความเข้าใจเกี่ยวกับการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร โดยความหมายของอัตลักษณ์ หมายถึง สิ่งต่างๆ ที่องค์กรใช้ในการสื่อถึงความเป็นองค์กรนั้นๆ เช่น ตราสัญลักษณ์ (Logo), สี (Color) และคำนิยาม (Motto) เป็นต้น การออกแบบสร้างอัตลักษณ์องค์กรส่วนใหญ่จะสร้างขึ้นเพื่อเป็นแหล่งข้อมูลให้กับสินค้าหรือตัวองค์กรเป็นสำคัญ ดังนั้น การจะสามารถตอบโจทย์การออกแบบให้ตรงตามเป้าหมายนั้นจึงจำเป็นต้องทราบถึงเรื่องอัตลักษณ์ขององค์กร เพราะถือเป็นแก่นของการออกแบบ เพื่อสนองถึงวัตถุประสงค์ที่ต้องการการสร้างเอกลักษณ์ขององค์กร เป็นโฆษณาในเชิงกลยุทธ์ที่จะนำไปสู่จุดมุ่งหมาย ที่องค์กรต้องการคือ โฆษณา สถาบันสามารถเป็นเครื่องมือที่จะสร้างอิทธิพลต่อการรับรู้เกี่ยวกับองค์กรให้กับมหาชนได้ตามความต้องการของบริษัทหรือสถาบันนั้นๆ (กัลยาณี พูลผล: 2523)

ขั้นตอนการสร้างอัตลักษณ์องค์กร

ขั้นตอนการสร้าง อัตลักษณ์องค์กร ให้กับองค์กร โดยแบ่งเป็น 3 ขั้นตอน คือ

- 1) ศึกษาวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูล (Research and Analysis)

ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนที่นักออกแบบศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลของลูกค้าซึ่งข้อมูลที่ได้จะทำให้ทราบถึงปัญหาและสามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กร

2) พัฒนาการออกแบบ (Design Development)

การที่จะสร้างอัตลักษณ์องค์กรอย่างเป็นระบบให้แก่องค์กรนั้นมักจะเป็นการทำงานใน 3 ลักษณะดังนี้คือ

1. ปรับปรุงสัญลักษณ์เดิมที่ใช้กันมาเป็นเวลานาน (Redesign)
2. สร้างอัตลักษณ์ใหม่สำหรับองค์กรที่มีการปรับปรุงโครงสร้างใหม่
3. สร้างอัตลักษณ์สำหรับองค์กรที่ตั้งขึ้นใหม่

ขั้นตอนในการออกแบบและพัฒนารูปแบบ ขั้นตอนต่างๆ ขึ้นอยู่กับความต้องการของลูกค้า และขึ้นอยู่กับว่าการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรนั้น เป็นการปรับปรุงสัญลักษณ์เดิมหรือเป็นการออกแบบขึ้นใหม่ การพัฒนาข้อมูลเพื่อการออกแบบจะต้องสรุปข้อมูลและความต้องการที่ชัดเจน จัดลำดับความสำคัญของข้อมูลทางการตลาดทั้งหมดที่มีอยู่เพื่อให้ทีมนักออกแบบสามารถกำหนดทิศทางในการออกแบบที่สามารถสื่อสารได้อย่างถูกต้องตรงตามวัตถุประสงค์ขององค์กรโดยข้อมูลเพื่อการออกแบบประกอบด้วย

1. ประวัติความเป็นมาขององค์กร
2. โครงสร้างขององค์กร
3. การดำเนินงานของกลุ่ม
4. การดำเนินงานการตลาดและการโฆษณา
5. การใช้งานสัญลักษณ์
6. ข้อมูลจากการวิจัย
7. ภาพลักษณ์ที่เหมาะสม

3) การใช้งานและการประเมินผล (Application and Implementation)

ขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการสร้างอัตลักษณ์องค์กร (Corporate Identity) ให้กับองค์กร คือ การกำหนดเกณฑ์หรือมาตรฐานในการใช้งานระบบอัตลักษณ์นั้น กับการสื่อสารทุกรูปแบบในองค์กรเพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของนักออกแบบ นักออกแบบจึงมีหน้าที่จัดทำคู่มือมาตรฐานระบบอัตลักษณ์ (Corporate Identity Manual) เพื่อเป็นการกำหนดรูปแบบการใช้งานสำหรับทุกๆ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

สรุปได้ว่า อัตลักษณ์องค์กร เสมือนเป็นตัวแทนโดยรวมขององค์กร ถ้าองค์กรนั้นมีอัตลักษณ์ องค์กรที่ดีย่อมส่งผลทำให้องค์กรน่าเชื่อถือและเป็นที่น่าสนใจต่อมหาชน แต่ในทางกลับกัน ถ้าอัตลักษณ์องค์กรไม่น่าเชื่อถือก็จะส่งผลทางลบต่อตัวองค์กรเช่นกัน ดังนั้นการออกแบบเว็บไซต์สำหรับองค์กรจำเป็นต้องคำนึงถึงการเสนอภาพลักษณ์ขององค์กรบนเว็บไซต์

จากแนวความคิดและทฤษฎีที่กล่าวมาทั้งหมด ได้แก่ แนวคิดการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ แนวคิดการออกแบบเชิงปฏิสัมพันธ์ แนวคิดการออกแบบเว็บไซต์ แนวคิดการออกแบบกราฟิก แนวคิดการทำตลาดธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และแนวคิดเรื่องอัตลักษณ์องค์กร ทำให้สามารถรวบรวมกรอบความคิดที่ครอบคลุมเนื้อหาต่างๆ ในเรื่องการออกแบบเว็บไซต์สำหรับสินค้าประเภทเครื่องเบญจรงค์ในธุรกิจแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จนสามารถนำกรอบความคิดทั้งหมดมาออกแบบเว็บไซต์ต้นแบบ โดยเว็บไซต์ต้นแบบที่ออกแบบ ได้นำเนื้อหาของร้านหนูเล็กเบญจรงค์มาเป็นกรณีศึกษาในงานครั้งนี้

แนวคิดการสื่อสาร แนวคิดการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ แนวคิดการออกแบบเชิงปฏิสัมพันธ์ และแนวคิดการทำตลาดธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นำมาเป็นกรอบในการออกแบบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง

แนวคิดการออกแบบเว็บไซต์ แนวคิดการออกแบบกราฟิก และแนวคิดเรื่องอัตลักษณ์องค์กร นำมาเป็นกรอบในการวิเคราะห์เนื้อหา และออกแบบเว็บไซต์ต้นแบบ