

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง “องค์ประกอบการออกแบบเว็บไซต์สำหรับสินค้าประเภทเครื่องเบญจรงค์ในธุรกิจแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์” ผู้ศึกษาได้วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับหลักการในการออกแบบเว็บไซต์ การออกแบบกราฟิก แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร ข้อมูลทั้งหมดนี้ นำไปใช้เป็นแนวทางในการออกแบบเว็บไซต์ โดยแบ่งหัวข้อการนำเสนอ ดังนี้

1. การศึกษาและรวบรวมข้อมูล
2. การวิเคราะห์ตัวอย่างเว็บไซต์
3. การออกแบบเว็บไซต์ตัวอย่าง
4. ผลการประเมินประสิทธิภาพการออกแบบเว็บไซต์ต้นแบบโดยผู้เชี่ยวชาญ

#### 1. การศึกษาและรวบรวมข้อมูล

การศึกษาและรวบรวมข้อมูลแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน

- 1) รวบรวมข้อมูลจากการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ เอกสาร ตำรา สิ่งพิมพ์ เว็บไซต์ ที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเครื่องเบญจรงค์
- 2) ศึกษาความต้องการและความคาดหวังเกี่ยวกับเว็บไซต์ประเภทเครื่องเบญจรงค์ในธุรกิจแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มตัวอย่าง 400 ราย
- 3) ศึกษาทัศนคติที่มีต่อการจัดทำเว็บไซต์ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการ จำนวน 15 ราย

**แบบสอบถามความต้องการและความคาดหวังเกี่ยวกับเว็บไซต์สินค้าประเภทเครื่องเบญจรงค์ในธุรกิจแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์**

การวิเคราะห์เรื่องการออกแบบเว็บไซต์ประเภทเครื่องเบญจรงค์ในธุรกิจแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ราย จากนั้นนำมาวิเคราะห์เพื่อหาค่าสถิติเบื้องต้น ได้แก่ ความถี่ และร้อยละ โดยผลการศึกษาได้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 ความต้องการข้อมูลจากเว็บไซต์
- ส่วนที่ 3 ความสำคัญขององค์ประกอบบนเว็บไซต์

โดยแบบสอบถามความต้องการของผู้ใช้เว็บไซต์มาจากทฤษฎีของ ดวงพร เกียงคำ ที่ได้ อธิบายหลักการออกแบบเว็บไซต์ว่าต้องคำนึงถึงความต้องการของผู้ใช้เว็บไซต์เป็นหลักเพราะว่า การสร้างเว็บไซต์ของนักออกแบบเว็บไซต์ ก็เพื่อให้ผู้ใช้งานได้ใช้บริการและสามารถใช้งานได้นาน ที่สุด ความคาดหวังของผู้ใช้งาน ดังนั้น เนื้อหาที่ควรมีในเว็บไซต์ประกอบด้วยข้อมูลเกี่ยวกับ องค์กร รายละเอียดของผลิตภัณฑ์หรือบริการ ข่าวสาร ข้อมูลในการติดต่อกับเจ้าของกิจการ เป็นต้น ผลจากการศึกษาสามารถนำมาสรุปในรูปแบบของตารางและสถิติเชิงพรรณาดังต่อไปนี้

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับเพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษาสูงสุด และรายได้ต่อเดือน ผลจากการศึกษาดังปรากฏในตารางที่ 4.1

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
หญิง	213	53.25
ชาย	187	46.75
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>
<b>ระดับการศึกษาสูงสุด</b>		
ต่ำกว่ามัธยมปลาย	0	0.00
มัธยมปลาย/ปวช.	19	4.75
อนุปริญญา/ปวส.	44	11.00
ปริญญาตรี	277	69.25
ปริญญาโท	60	15.00
ปริญญาเอก	0	0.00
สูงกว่าปริญญาเอก	0	0.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>
<b>อาชีพ</b>		
ครู/อาจารย์	63	15.75
พนักงานบริษัท/องค์กรเอกชน	52	13.00
รับราชการ/เจ้าหน้าที่ของรัฐ	49	12.25

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามข้อมูลทั่วไป

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
<b>อาชีพ</b>		
ธุรกิจส่วนตัว	86	21.50
รับจ้าง	78	19.50
ว่างงาน	72	18.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>
<b>รายได้ต่อเดือน</b>		
ต่ำกว่า 5,000 บาท	106	26.50
5,000-10,000 บาท	141	35.25
10,001-25,000 บาท	80	20.00
25,001-50,000 บาท	54	13.50
50,001-100,000 บาท	16	4.00
มากกว่า 100,000 บาท	3	0.75
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

#### ตารางที่ 4.1 (ต่อ) แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามข้อมูลทั่วไป

จากตารางที่ 4.1 ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูงสุด ปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 69.25 ส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 21.50 และส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 5,000-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 35.25

#### ส่วนที่ 2 ความต้องการข้อมูลจากเว็บไซต์

การศึกษาค้นคว้าความต้องการข้อมูลจากเว็บไซต์ แบ่งออกเป็น 2 ประเด็น คือ ประเด็นแรก เป็นข้อมูลเกี่ยวกับร้านประเภทเครื่องเบญจรงค์ ได้แก่ ประวัติความเป็นมา วัตถุประสงค์ และเป้าหมาย ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ ข่าวประชาสัมพันธ์และโปรโมชั่นต่างๆ รายละเอียดผลิตภัณฑ์ต่างๆ บทความที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องเบญจรงค์ ประเด็นที่ 2 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับการอำนวยความสะดวกในการติดต่อกับร้านประเภทเครื่องเบญจรงค์ ได้แก่ การติดต่อกับร้านประเภทเครื่องเบญจรงค์ เช่น ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ การติดต่อสื่อสาร โดยตรงผ่านอินเทอร์เน็ต ห้องสนทนาออนไลน์ และการถาม-ตอบข้อมูล เช่น เว็บบอร์ด ผลจากการศึกษาดังปรากฏในตารางที่ 4.2

รายละเอียด	ระดับความคิดเห็น							แปรผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	$\bar{X}$	S.D.	
<b>ข้อมูลเกี่ยวกับร้านประเภทเครื่องเบญจรงค์</b>								
1. ข้อมูลประวัติความเป็นมา	22.75 (91)	43.00 (172)	31.75 (127)	2.50 (10)	0.00 (0)	3.86	.792	มาก
2. วัตถุประสงค์และเป้าหมาย	21.75 (87)	48.75 (195)	25.25 (101)	3.25 (13)	1.00 (4)	3.87	.821	มาก
3. ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริหารและเจ้าหน้าที่	5.75 (23)	30.25 (121)	45.75 (183)	14.25 (57)	4.00 (16)	3.20	.894	ปานกลาง
4. ข้อมูลเกี่ยวกับข่าวประชาสัมพันธ์และโปรโมชันต่างๆ	31.00 (124)	49.00 (196)	15.50 (62)	4.50 (18)	0.00 (0)	4.07	.801	มาก
5. ข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดผลิตภัณฑ์ต่างๆ	57.25 (229)	29.25 (117)	9.75 (39)	3.75 (15)	0.00 (0)	4.40	.813	มากที่สุด
6. บทความที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องเบญจรงค์	20.00 (80)	43.25 (173)	17.75 (71)	7.00 (28)	12.00 (48)	3.52	1.230	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวมด้านข้อมูลเกี่ยวกับร้านประเภทเครื่องเบญจรงค์</b>						<b>3.82</b>	<b>.579</b>	มาก
<b>การอำนวยความสะดวกในการติดต่อกับร้านประเภทเครื่องเบญจรงค์</b>								
1. การติดต่อกับร้านประเภทเบญจรงค์ เช่น ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์	54.25 (217)	24.75 (99)	16.75 (67)	4.25 (17)	0.00 (0)	4.29	.893	มากที่สุด
2. การติดต่อสื่อสารโดยตรงผ่านอินเทอร์เน็ตห้องสนทนาออนไลน์	31.25 (125)	25.75 (103)	25.00 (100)	11.75 (47)	6.25 (25)	3.64	1.212	มาก
3. การถาม-ตอบข้อมูล เช่น เว็บไซต์	21.75 (87)	34.75 (139)	21.00 (84)	14.50 (58)	8.00 (32)	3.48	1.208	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวมด้านการอำนวยความสะดวก</b>						<b>3.80</b>	<b>1.014</b>	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวมความต้องการข้อมูลจากเว็บไซต์</b>						<b>3.81</b>	<b>.770</b>	มาก

ตารางที่ 4.2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็น  
จำแนกตามความต้องการข้อมูลจากเว็บไซต์ของบุคคลทั่วไป

จากตารางที่ 4.2 ผลการศึกษาพบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการข้อมูลจากเว็บไซต์ของร้านประเภทเครื่องเบญจรงค์ อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ค่าเฉลี่ย 3.81 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.770 เมื่อพิจารณาในประเด็นย่อยกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในลักษณะดังต่อไปนี้

#### **ความต้องการข้อมูลจากเว็บไซต์ด้านข้อมูลเกี่ยวกับร้านประเภทเครื่องเบญจรงค์**

ผลการศึกษาพบว่าโดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการข้อมูลเกี่ยวกับร้านประเภทเครื่องเบญจรงค์ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.82 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.579 เมื่อพิจารณา ในประเด็นย่อยพบว่า มีความคิดเห็นอยู่ 3 ระดับคือ ระดับเห็นด้วยมากที่สุด ในประเด็นที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดผลิตภัณฑ์ต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.40) ระดับเห็นด้วยมาก ในประเด็นที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับข่าวประชาสัมพันธ์และ โปร โมชั่นต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.07) รองลงมาคือ ประเด็นที่ 2 วัตถุประสงค์และเป้าหมาย (ค่าเฉลี่ย 3.87) ประเด็นที่ 1 ข้อมูลประวัติความเป็นมา (ค่าเฉลี่ย 3.86) และประเด็นที่ 6 บทความที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์เครื่องเบญจรงค์ (ค่าเฉลี่ย 3.52) ตามลำดับ และเห็นด้วย ระดับปานกลางในประเด็นที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ (ค่าเฉลี่ย 3.20)

#### **ความต้องการข้อมูลจากเว็บไซต์ด้านการอำนวยความสะดวกในการติดต่อกับร้านประเภทเครื่องเบญจรงค์**

ผลการศึกษาพบว่าโดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการข้อมูลจากเว็บไซต์ ด้านการอำนวยความสะดวกในการติดต่อกับร้านประเภทเครื่องเบญจรงค์ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.80 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.014 เมื่อพิจารณาในประเด็นย่อยพบว่า มีความคิดเห็นอยู่ 2 ระดับคือ ระดับเห็นด้วยมากที่สุด ในประเด็นที่ 1 การติดต่อกับร้านหนูประเภทเครื่องเบญจรงค์ เช่น ที่อยู่ เบอร์ โทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.29) ระดับเห็นด้วยมาก ในประเด็นที่ 2 การติดต่อสื่อสาร โดยตรงผ่านอินเทอร์เน็ต ห้องสนทนาออนไลน์มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.64) และประเด็นที่ 3 การถาม-ตอบข้อมูล เช่น เว็บบอร์ด (ค่าเฉลี่ย 3.48) ตามลำดับ

#### **สรุป**

ผลการศึกษาในเรื่องความต้องการข้อมูลจากเว็บไซต์พบว่า ภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับ ความต้องการข้อมูลจากเว็บไซต์เกี่ยวกับร้านประเภทเครื่องเบญจรงค์ อยู่ในระดับมากและด้านความต้องการข้อมูลที่สามารถติดต่อกับร้านประเภทเครื่องเบญจรงค์อยู่ในระดับมากเช่นกัน จากข้อมูลดังกล่าว ทำให้ทราบถึงความต้องการของกลุ่มตัวอย่างในเว็บไซต์ประเภทเครื่องเบญจรงค์ ว่าต้องการเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ และข้อมูลที่สามารถติดต่อกับร้านประเภทเครื่องเบญจรงค์ เช่น ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ เนื่องจาก

กลุ่มตัวอย่างต้องการรู้ข้อมูลของผลิตภัณฑ์ต่างๆ เช่น ขนาด สี รูปร่างลักษณะเพื่อประโยชน์ในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ รวมไปถึงข้อมูลที่สามารถติดต่อกับร้านประเภทเครื่องเบญจรงค์ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างต้องการทราบข้อมูลที่สามารถติดต่อกับเจ้าของกิจการที่อยู่ของกิจการเพื่อประโยชน์ในการติดต่อสอบถามถึงปัญหาหรือข้อสงสัยต่างๆ

ทำให้นักออกแบบเว็บไซต์ต้องให้ความสำคัญมากกับการให้ข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดของผลิตภัณฑ์และข้อมูลที่สามารถติดต่อกับร้านประเภทเครื่องปั้นดินเผาบนเว็บไซต์ ส่วนสำคัญรองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญคือข้อมูลประวัติความเป็นมาวัตถุประสงค์ของข้อมูลเกี่ยวกับข่าวประชาสัมพันธ์และโปรโมชั่นต่างๆ การติดต่อสื่อสารโดยตรงผ่านอินเทอร์เน็ต เช่น ห้องสนทนาออนไลน์ และการถาม-ตอบข้อมูล เช่น เว็บบอร์ด

### ส่วนที่ 3 ความสำคัญขององค์ประกอบบนเว็บไซต์

การศึกษาความสำคัญขององค์ประกอบเว็บไซต์ แบ่งออกเป็น 2 ประเด็นคือ องค์ประกอบเกี่ยวกับการออกแบบการติดต่อกับผู้ใช้ (Interface Design) ได้แก่ การจัดวางข้อมูล การจัดวางและขนาดของรูปภาพ การใช้สีพื้นหลัง ตัวอักษร และองค์ประกอบอื่นๆ สี ขนาดของตัวอักษร และสื่อต่างๆ (Media) ได้แก่ การใช้ภาพเคลื่อนไหวต่าง เว็บไซต์ การใช้ภาพเคลื่อนไหวอธิบายเนื้อหา การใช้เสียงประกอบบรรยายเนื้อหา และการใส่เสียงประกอบอื่นๆ ภายในเว็บ เช่น เสียงเพลง เป็นแบ็คกราวด์ เสียงเพลงประกอบปุ่มกด ผลจากการศึกษาดังปรากฏ ในตารางที่ 4.3

รายละเอียด	ระดับความคิดเห็น						$\bar{X}$	S.D.	แปรผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
<b>การออกแบบการติดต่อกับผู้ใช้ (Interface Design)</b>									
1. การจัดวางข้อมูล	29.50 (118)	51.50 (206)	14.25 (57)	4.75 (19)	0.0 (0)	4.06	.791	มาก	
2. การจัดวางและขนาดของรูปภาพ	40.75 (163)	35.75 (143)	22.50 (90)	1.00 (4)	0.0 (0)	4.16	.805	มาก	
3. การใช้สีพื้นหลัง ตัวอักษรและองค์ประกอบอื่นๆ	30.50 (122)	37.75 (151)	25.75 (103)	6.00 (24)	0.0 (0)	3.93	.894	มาก	
4. สีและขนาดของตัวอักษร	32.75 (131)	34.25 (137)	32.00 (128)	1.00 (4)	0.0 (0)	3.99	.830	มาก	
<b>ค่าเฉลี่ยรวมด้านการออกแบบการติดต่อกับผู้ใช้</b>						<b>4.03</b>	<b>.768</b>	<b>มาก</b>	

ตารางที่ 4.3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็น

จำแนกตามความสำคัญขององค์ประกอบบนเว็บไซต์ของบุคคลทั่วไป

รายละเอียด	ระดับความคิดเห็น							แปรผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	$\bar{X}$	S.D.	
<b>สื่อต่างๆ (Media)</b>								
1. การใช้ภาพเคลื่อนไหว ไหวแตงเว็บไซด์	32.25 (129)	32.25 (129)	18.50 (74)	15.25 (61)	1.75 (7)	3.78	1.109	มาก
2. การใช้ภาพเคลื่อนไหว ไหวอธิบายเนื้อหา	22.25 (89)	30.50 (122)	31.25 (125)	12.25 (49)	3.75 (15)	3.55	1.077	มาก
3.การใช้เสียงประกอบ บรรยายเนื้อหา	14.00 (56)	27.75 (111)	34.50 (138)	18.75 (75)	5.00 (20)	3.27	1.075	ปานกลาง
4.การใช้เสียงประกอบ อื่นๆ ภายในเว็บ เช่น เสียงเพลงเป็นแบ็ค กราวด์ เสียงเพลง ประกอบปุ่มกด	10.00 (40)	35.00 (140)	24.50 (98)	9.75 (39)	20.75 (83)	3.04	1.296	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวมด้านสื่อต่างๆ						3.41	1.060	มาก
ค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญขององค์ประกอบบนเว็บไซต์						3.72	.883	มาก

**ตารางที่ 4.3 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็น  
จำแนกตามความสำคัญขององค์ประกอบบนเว็บไซต์ของบุคคลทั่วไป**

จากตารางที่ 4.3 ผลการศึกษาพบว่าโดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำคัญขององค์ประกอบเว็บไซต์ของร้านประเภทเครื่องเบญจรงค์ อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ค่าเฉลี่ย 3.72 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.883 เมื่อพิจารณาในประเด็นย่อยกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในลักษณะดังต่อไปนี้

**ความสำคัญขององค์ประกอบบนเว็บไซต์ด้านการออกแบบการติดต่อกับผู้ใช้**

ผลการศึกษาพบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำคัญขององค์ประกอบเว็บไซต์ด้านการออกแบบการติดต่อกับผู้ใช้ของร้านประเภทเครื่องเบญจรงค์ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.03 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.768 เมื่อพิจารณาในประเด็นย่อยพบว่ามีความคิดเห็น อยู่เพียงระดับเดียวทุกประเด็นคือ ระดับเห็นด้วยมาก โดยประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ประเด็นที่ 2 การจัดวางและขนาดของรูปภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.16) รองลงมาคือ ประเด็นที่ 1

การจัดวางข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 4.06) ประเด็นที่ 4 สีและขนาดของตัวอักษร (ค่าเฉลี่ย 3.99) และประเด็นที่ 3 การใช้สี พื้นหลัง ตัวอักษร และองค์ประกอบอื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.93) ตามลำดับ

### ความสำคัญขององค์ประกอบบนเว็บไซต์ด้านสื่อต่างๆ (Media)

ผลการศึกษาพบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำคัญขององค์ประกอบเว็บไซต์ด้านสื่อต่างๆ ของร้านประเภทเครื่องเบญจรงค์ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.41 ส่วนเบี่ยงมาตรฐาน 1.060 เมื่อพิจารณาในประเด็นย่อยพบว่า มีความคิดเห็นอยู่ 2 ระดับคือระดับเห็นด้วยมาก โดยประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ประเด็นที่ 1 การใช้ภาพเคลื่อนไหวแต่งเว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย 3.78) และประเด็นที่ 2 การใช้ภาพเคลื่อนไหวอธิบายเนื้อหา (ค่าเฉลี่ย 3.55) และระดับเห็นด้วยปานกลาง โดยประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ประเด็นที่ 3 การใช้เสียงประกอบบรรยายเนื้อหา (ค่าเฉลี่ย 3.27) และประเด็นที่ 4 การใส่เสียงประกอบอื่นๆ ภายในเว็บ เช่น เสียงเพลงเป็นแบ็คกราวด์ เสียงเพลงประกอบปุ่มกด (ค่าเฉลี่ย 3.04) ตามลำดับ

**สรุป** จากการศึกษาพบว่าโดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการออกแบบการติดต่อกับผู้ใช้ในระดับมาก และด้านสื่อต่างๆ อยู่ในระดับมากเช่นกัน จากข้อมูลดังกล่าวทำให้ทราบถึงความต้องการของกลุ่มตัวอย่างเว็บไซต์ประเภทเครื่องเบญจรงค์ ต้องการเว็บไซต์ที่มีการจัดวางข้อมูล การจัดวางภาพและขนาดของข้อมูลของภาพ การใช้พื้นหลังตัวอักษร และองค์ประกอบอื่นๆ สีและขนาดของตัวอักษรการใช้ภาพเคลื่อนไหวตกแต่งเว็บไซต์ การใช้ภาพเคลื่อนไหวอธิบายเนื้อหาอยู่ในระดับมาก เนื่องจากความต้องการดังกล่าว กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญนั้น ทำให้เว็บไซต์เกิดความสนใจ โดดเด่น แปลกใหม่ ฯลฯ ดังนั้น นักออกแบบต้องออกแบบเว็บไซต์ที่สามารถตอบสนองความต้องการเหล่านี้ของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้ได้เว็บไซต์ที่มีความโดดเด่นน่าสนใจและสามารถดึงดูดผู้ใช้ให้กลับมาใช้งานอีกต่อไป

### แบบสอบถามทัศนคติของผู้ประกอบการที่มีต่อการจัดทำเว็บไซต์เกี่ยวกับเว็บไซต์สินค้าประเภทเครื่องเบญจรงค์ เครื่องปั้นดินเผา และเซรามิกในธุรกิจแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

การวิเคราะห์เรื่ององค์ประกอบการออกแบบเว็บไซต์ประเภทเครื่องเบญจรงค์ในธุรกิจแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากเจ้าของกิจการประเภทเครื่องเบญจรงค์ เครื่องปั้นดินเผา และเซรามิกจำนวน 15 ราย จากนั้นนำมาวิเคราะห์หาค่าสถิติเบื้องต้น ได้แก่ ความถี่ และร้อยละ โดยผลการศึกษา ได้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ



ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ทักษะคดีที่มีต่อเว็บไซต์ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
หญิง	9	60
ชาย	6	40
<b>รวม</b>	<b>15</b>	<b>100.00</b>
<b>อายุ</b>		
น้อยกว่า 25 ปี	1	6.67
25-34 ปี	7	46.67
35-44 ปี	4	26.67
45-55 ปี	2	13.33
56 ปี ขึ้นไป	1	6.67
<b>รวม</b>	<b>15</b>	<b>100.00</b>
<b>ระดับการศึกษา</b>		
มัธยมต้นหรือต่ำกว่า	0	0.00
มัธยมปลาย / ปวช.	6	40
ปวส. / อนุปริญญา	2	13.33
ปริญญาตรี	6	40
สูงกว่าปริญญาตรี	1	6.67
<b>รวม</b>	<b>15</b>	<b>100.00</b>

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามข้อมูลทั่วไปของเจ้าของกิจการ

ท่านเปิดดำเนินการมานานเท่าใด		
น้อยกว่า 6 เดือน	0	0.00
6 เดือน-1 ปี	0	0.00
1-3 ปี	2	13.33
3-5 ปี	4	26.67
มากกว่า 5 ปี	9	60
<b>รวม</b>	<b>15</b>	<b>100.00</b>
กิจการของท่านขายผลิตภัณฑ์ประเภทใด		
เครื่องปั้นดินเผา	8	53.33
เครื่องเบญจรงค์	4	26.67
เครื่องเซรามิก	3	20.00
อื่นๆ	0	0.00
<b>รวม</b>	<b>15</b>	<b>100.00</b>

#### ตารางที่ 4.4 (ต่อ) แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามข้อมูลทั่วไปของเจ้าของกิจการ

จากตารางที่ 4.4 ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 15 คน พบว่าเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 60 เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 40 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา/ปวช. คิดเป็นร้อยละ 40 ดำเนินกิจการมา มากกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 60 และกิจการขายผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา คิดเป็นร้อยละ 53.33

ส่วนที่ 2 ทศนคติที่มีต่อเว็บไซต์ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

2.1 ด้านความรู้สึก

ความคิดเห็นต่อลักษณะ การขายสินค้าผ่านเว็บไซต์	ระดับความคิดเห็น					
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	แปรผล
1. การขายสินค้าผ่านเว็บไซต์ทำให้ท่าน ประหยัดเวลาในการเดินทางเพื่อไปขาย สินค้า	53.33 (8)	40 (6)	6.67 (1)	0.00 (0)	0.00 (0)	มากที่สุด
2. การขายสินค้าผ่านเว็บไซต์ทำให้ท่าน เพิ่มกลุ่มลูกค้าไปได้ทั่วโลกเพื่อการ ขยายตลาด	33.33 (5)	53.33 (8)	13.33 (2)	0.00 (0)	0.00 (0)	มาก
3. การขายสินค้าผ่านเว็บไซต์เป็นการ เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย ทำให้ท่าน สามารถขายสินค้าได้มากขึ้น	33.33 (5)	60.00 (9)	6.67 (1)	0.00 (0)	0.00 (0)	มาก
4. การขายสินค้าผ่านเว็บไซต์สามารถ นำเสนอขายสินค้าได้ตรงกับกลุ่มลูกค้า เป้าหมาย	26.67 (4)	60.00 (9)	13.33 (2)	0.00 (0)	0.00 (0)	มาก
5. การขายสินค้าผ่านเว็บไซต์ให้ความ สะดวกสบายกับลูกค้าเนื่องจากมีความ หลากหลายในวิธีการชำระเงิน	33.33 (5)	46.67 (7)	20.00 (3)	0.00 (0)	0.00 (0)	มาก
6. การขายสินค้าผ่านเว็บไซต์ให้ความ สะดวกสบายกับลูกค้าเนื่องจากไม่ต้อง เดินทางมาที่ร้านค้า	53.33 (8)	26.67 (4)	20.00 (3)	0.00 (0)	0.00 (0)	มากที่สุด
7. การขายสินค้าผ่านเว็บไซต์มีความ แน่นอนในการได้รับชำระเงินค่าสินค้า	20.00 (3)	46.67 (7)	20.00 (3)	13.33 (2)	0.00 (0)	มาก

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนร้อยละของความคิดเห็นด้านความรู้สึกที่มีต่อการจัดทำเว็บไซต์

ของเจ้าของกิจการ

ความคิดเห็นต่อลักษณะ การขายสินค้าผ่านเว็บไซต์	ระดับความคิดเห็น					
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	แปรผล
8. การขายสินค้าผ่านเว็บไซต์ทำให้ลูกค้ามีความเชื่อถือต่อสินค้าว่าเป็นของมีคุณภาพ	20.00 (3)	20.00 (3)	33.33 (5)	20.00 (3)	6.67 (1)	ปานกลาง
9. การขายสินค้าผ่านเว็บไซต์สามารถให้ข้อมูลของสินค้าได้ครบถ้วนและนำเสนอได้ทั้งภาพและเสียง	20.00 (3)	53.33 (8)	20.00 (3)	0.00 (0)	6.67 (1)	มาก
10. การขายสินค้าผ่านเว็บไซต์สามารถให้ผู้ขายและผู้ซื้อติดต่อกันได้ตลอดเวลา	53.33 (8)	20.00 (3)	20.00 (3)	6.67 (1)	0.00 (0)	มากที่สุด
11. การขายสินค้าผ่านเว็บไซต์สามารถรับความคิดเห็น /ติชมสินค้าจากผู้ซื้อได้มากกว่าการขายสินค้าจากช่องทางการจัดจำหน่ายอื่น	20.00 (3)	46.67 (7)	20.00 (3)	13.33 (2)	0.00 (0)	มาก
12. การขายสินค้าผ่านเว็บไซต์ช่วยลดความเสี่ยงจากการที่ลูกค้าไม่จ่ายเงินค่าสินค้า	20.00 (3)	46.67 (7)	26.67 (4)	6.67 (1)	0.00 (0)	มาก
13. การขายสินค้าผ่านเว็บไซต์สามารถขายของได้เร็วขึ้น	26.67 (4)	53.33 (8)	20.00 (3)	0.00 (0)	0.00 (0)	มาก
14. การขายสินค้าผ่านเว็บไซต์ประหยัดค่าใช้จ่ายทำให้สามารถลดต้นทุนสินค้า	20.00 (3)	60.00 (9)	20.00 (3)	0.00 (0)	0.00 (0)	มาก
15. การขายสินค้าผ่านเว็บไซต์สามารถนำเสนอสินค้าใหม่ออกสู่ตลาดได้รวดเร็วขึ้น	20.00 (3)	60.00 (9)	20.00 (3)	0.00 (0)	0.00 (0)	มาก
16. การขายสินค้าผ่านเว็บไซต์ท่านจำเป็นต้องมีความรู้ด้านคอมพิวเตอร์เป็นอย่างดี	20.00 (3)	53.33 (8)	20.00 (3)	6.67 (1)	0.00 (0)	มาก
17. การขายสินค้าผ่านเว็บไซต์ต้องลงทุนสูงในการจัดทำเว็บไซต์	13.33 (2)	53.33 (8)	33.33 (5)	0.00 (0)	0.00 (0)	มาก

ตารางที่ 4.5 (ต่อ) แสดงจำนวนร้อยละของความคิดเห็นด้านความรู้สึกที่มีต่อการจัดทำเว็บไซต์  
ของเจ้าของกิจการ

จากตารางที่ 4.5 ผลการศึกษาพบว่า ทัศนคติของผู้ประกอบการด้านความรู้สึกที่มีต่อการจัดทำเว็บไซต์ ในธุรกิจแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีความคิดเห็นมากที่สุด คือ ประเด็นที่ 1 การขายสินค้าผ่านเว็บไซต์ทำให้ท่านประหยัดเวลาในการเดินทางเพื่อไปขายสินค้า ประเด็นที่ 6 การขายสินค้าผ่านเว็บไซต์ให้ความสะดวกสบายกับลูกค้าเนื่องจาก ไม่ต้องเดินทางมาที่ร้านค้า และประเด็นที่ 10 การขายสินค้าผ่านเว็บไซต์สามารถให้ผู้ขายและผู้ซื้อติดต่อกันได้ตลอดเวลา

## 2.2 ด้านพฤติกรรม

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
<b>ท่านสนใจเว็บไซต์เพื่อขายผลิตภัณฑ์แบบไหน</b>		
นำเสนอสินค้าเพียงอย่างเดียว	4	26.67
นำเสนอสินค้าและรับคำสั่งซื้อได้ แต่ไม่สามารถรับชำระค่าสินค้าทางเว็บไซต์ได้	4	26.67
นำเสนอสินค้าและรับคำสั่งซื้อได้ รวมทั้งรับชำระเงินได้ด้วย	7	46.67
<b>รวม</b>	<b>15</b>	<b>100.00</b>
<b>ท่านสนใจวิธีการรับชำระค่าสินค้าที่ขายผ่านเว็บไซต์แบบไหน</b>		
บัตรเครดิต	6	40
โอนเงินเข้าบัญชีผ่านธนาคาร	7	46.67
ชำระเงินกับผู้ส่งสินค้า	2	13.33
เช็คเงินสด	0	0.00
ธนาคาร / ตัวแลกเงิน	0	0.00
<b>รวม</b>	<b>15</b>	<b>100.00</b>
<b>เหตุผลที่ท่านเลือก / ต้องการขายสินค้าทางเว็บไซต์</b>		
สามารถขายสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง	8	53.33
สามารถขายสินค้าไปทั่วโลก	8	53.33
ต้องการให้มีช่องทางในการขายเพิ่มมากขึ้น	6	40
สามารถรับความคิดเห็น / ติชมสินค้า จากผู้ซื้อ โดยตรง ได้ตลอด 24 ชั่วโมง	5	33.33
สามารถแสดงรายละเอียดข้อมูลของสินค้าอย่างครบถ้วนทั้งภาพและเสียง	5	33.33
ลูกค้ามีความต้องการซื้อขายผ่านทางเว็บไซต์มากขึ้น	5	33.33
มีการแข่งขันทางธุรกิจสูงมากขึ้นคู่แข่งจำนวนมากที่ใช้ระบบการขายทางเว็บไซต์	5	33.33
เป็นความต้องการจากผู้ซื้อ	3	20.00
เป็นนโยบายของร้านที่ต้องการให้มีเว็บไซต์	3	20.00
เนื่องจากมีสินค้าหลากหลายมากขึ้น	4	26.67
มีการพัฒนาของเทคโนโลยีเกี่ยวกับการจัดทำเว็บไซต์มากขึ้น	3	20.00

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนร้อยละ ของความคิดเห็นด้านพฤติกรรมที่มีต่อการจัดทำเว็บไซต์

ของเจ้าของกิจการ

จากตารางที่ 4.6 ผลการศึกษาพบว่า ทักษะของผู้ประกอบการด้านพฤติกรรมที่มีต่อการจัดทำเว็บไซต์ในธุรกิจแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ส่วนใหญ่สนใจเว็บไซต์ที่สามารถนำเสนอสินค้าและรับสั่งซื้อได้ รวมถึงทั้งชำระเงินได้ คิดเป็นร้อยละ 46.67 มีความสนใจใช้วิธีการชำระค่าสินค้าที่ขายผ่านเว็บไซต์ โดยการโอนเงินเข้าบัญชีผ่านธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 46.67 เหตุผลที่เลือก / ต้องการขายสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ คือ สามารถขายสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง และสามารถขายสินค้าไปทั่วโลก คิดเป็นร้อยละ 53.33 รองลงมาต้องการให้มีช่องทางในการขายเพิ่มมากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 40

### 2.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดทำเว็บไซต์

ความคิดเห็นต่อลักษณะ การขายสินค้าผ่านเว็บไซต์	ระดับความคิดเห็น					
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	แปรผล
1. การออกแบบเว็บไซต์ให้ใช้งานได้ง่าย สะดวกสำหรับผู้ขายในการใช้งาน เช่น การรับข้อมูลในการสั่งซื้อ	73.33 (11)	26.67 (4)	0.00 (0)	0.00 (0)	0.00 (0)	มากที่สุด
2. มีการรับประกัน (เช่น แก้ไขปัญหา / ช้อบกพร่องจากการใช้งาน	40 (6)	53.33 (8)	6.67 (1)	0.00 (0)	0.00 (0)	มาก
3. ความครบถ้วนสมบูรณ์ของข้อมูล รายละเอียดของสินค้าบนเว็บไซต์	66.67 (10)	33.33 (5)	0.00 (0)	0.00 (0)	0.00 (0)	มากที่สุด
4. การออกแบบเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้มีความสวยงาม และทันสมัย เพื่อดึงดูดลูกค้า	86.67 (13)	13.33 (2)	0.00 (0)	0.00 (0)	0.00 (0)	มากที่สุด
5. มีความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ทำให้เป็นประโยชน์ต่อผู้ขายสินค้า	80.00 (12)	20.00 (3)	0.00 (0)	0.00 (0)	0.00 (0)	มากที่สุด
6. มีการเชื่อมโยงกับเว็บไซต์อื่นที่เกี่ยวข้องเพื่อสะดวกในการเข้าเลือกซื้อสินค้าได้รวดเร็ว	20.00 (3)	33.33 (5)	46.67 (7)	0.00 (0)	0.00 (0)	ปานกลาง
7. เว็บไซต์ที่ให้ผู้ใช้งานสามารถแสดงความเห็นและข้อเสนอแนะได้	13.33 (2)	53.33 (8)	26.67 (4)	6.67 (1)	0.00 (0)	มาก

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนร้อยละของความคิดเห็นด้านปัจจัยที่มีต่อการจัดทำเว็บไซต์  
ของเจ้าของกิจการ

ความคิดเห็นต่อลักษณะ การขายสินค้าผ่านเว็บไซต์	ระดับความคิดเห็น					
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	แปรผล
8. มีระบบการรักษาความปลอดภัยของ เว็บไซต์ในเรื่องข้อมูลส่วนบุคคลและ วิธีการชำระเงิน	53.33 (8)	46.67 (7)	0.00 (0)	0.00 (0)	0.00 (0)	มากที่สุด
9. เว็บไซต์สามารถเพิ่มประสิทธิภาพ ในการทำงานได้ในอนาคต	26.67 (4)	60.00 (9)	6.67 (1)	6.67 (1)	0.00 (0)	มาก
10. ต้นทุนในการดำเนินงานถูกกว่า การขายสินค้าในช่องทางอื่นสินค้า บนเว็บไซต์	33.33 (5)	46.67 (7)	13.33 (2)	0.00 (0)	0.00 (0)	มาก
11. ค่าเช่าและค่าบำรุงรักษาระบบ ของเว็บไซต์	26.67 (4)	46.67 (7)	20.00 (3)	6.67 (1)	0.00 (0)	มาก
12. เว็บไซต์สามารถให้รายละเอียด ข้อมูลของสินค้าได้ครบถ้วน	60.00 (9)	40 (6)	0.00 (0)	0.00 (0)	0.00 (0)	มากที่สุด
13. สามารถขายสินค้าไปได้ทั่ว ทุกมุมโลก	46.67 (7)	46.67 (7)	6.67 (1)	0.00 (0)	0.00 (0)	มากที่สุด
14. เว็บไซต์ให้ข้อมูลความรู้ต่างๆ เช่น ขั้นตอนการผลิต ประวัติที่มาของสินค้า	33.33 (5)	53.33 (8)	13.33 (2)	0.00 (0)	0.00 (0)	มาก

ตารางที่ 4.7(ต่อ) แสดงจำนวนร้อยละของความคิดเห็นด้านปัจจัยที่มีต่อการจัดทำเว็บไซต์  
ของเจ้าของกิจการ

จากตารางที่ 4.7 ผลการศึกษาพบว่าทัศนคติของผู้ประกอบการด้านปัจจัยที่มีต่อการจัดทำ  
เว็บไซต์ในธุรกิจแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีความคิดเห็นมากที่สุดคือ ประเด็นที่ 1. การออกแบบ  
เว็บไซต์ให้ใช้งานได้ง่าย สะดวกสำหรับผู้ขายในการใช้งาน เช่น การรับข้อมูลในการสั่งซื้อ  
ประเด็นที่ 3. ความครบถ้วนสมบูรณ์ของข้อมูลรายละเอียดของสินค้าบนเว็บไซต์ ประเด็นที่ 4.  
การออกแบบเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้มีความสวยงาม และทันสมัย เพื่อดึงดูดลูกค้า  
ประเด็นที่ 5. มีความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ทำให้เป็นประโยชน์ต่อผู้ขายสินค้า ประเด็นที่ 8.  
มีระบบการรักษาความปลอดภัยของเว็บไซต์ในเรื่องข้อมูลส่วนบุคคลและวิธีการชำระเงิน  
ประเด็นที่ 12. เว็บไซต์สามารถให้รายละเอียดข้อมูลของสินค้าได้ครบถ้วน และประเด็นที่ 13.  
สามารถขายสินค้าไปได้ทั่วทุกมุมโลก

### ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษาพบว่าข้อเสนอแนะทัศนคติของผู้ประกอบการที่มีต่อการจัดทำเว็บไซต์ประเภทในธุรกิจแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ดังนี้

- การออกแบบควรสวยงามและทันสมัย
- วิธีการใช้ไม่ควรจะยุ่งยาก
- กำหนดรายละเอียดให้บริการให้ชัดเจนและปฏิบัติตามที่ให้สัญญาไว้กับลูกค้า
- การทำเว็บไซต์ดีต่อกิจการ แต่ผลเสียก็คือเมื่อมีการแสดงรูปภาพสินค้าในเว็บไซต์จะมีการลอกเลียนแบบของสินค้ากันมากขึ้น

### สรุป

โดยภาพรวมของเจ้าของกิจการ มีความเห็นในด้านความรู้สึกที่มีต่อการจัดทำเว็บไซต์มากที่สุด คือ คิดว่าการขายสินค้าผ่านเว็บไซต์ทำให้ท่านประหยัดเวลาในการเดินทางเพื่อไปขายสินค้า การขายสินค้าผ่านเว็บไซต์ให้ความสะดวกสบายกับลูกค้าเนื่องจากไม่ต้องเดินทางมาที่ร้านค้า และการขายสินค้าผ่านเว็บไซต์สามารถให้ผู้ขายและผู้ซื้อติดต่อกัน ได้ตลอดเวลา

ภาพรวมของเจ้าของกิจการ ที่มีความคิดเห็นในด้านพฤติกรรมที่มีต่อการจัดทำเว็บไซต์มากที่สุด คือ สนใจเว็บไซต์ที่สามารถนำเสนอสินค้าและรับสั่งซื้อได้ รวมทั้งชำระเงินได้ และสนใจวิธีการชำระค่าสินค้าที่ขายผ่านเว็บไซต์ โดยการโอนเงินเข้าบัญชีผ่านธนาคาร และเหตุผลที่เลือกหรือต้องการขายสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ คือ สามารถขายสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง และสามารถขายสินค้าไปทั่วโลก

ภาพรวมของเจ้าของกิจการ ที่มีความคิดเห็นในด้านปัจจัยที่มีต่อการจัดทำเว็บไซต์มากที่สุด คือ ต้องการเว็บไซต์ให้ใช้งานได้ง่าย สะดวกสำหรับผู้ขายในการใช้งาน มีความครบถ้วนสมบูรณ์ของข้อมูลรายละเอียดของสินค้าบนเว็บไซต์ มีการออกแบบที่สวยงาม และทันสมัยดึงดูดลูกค้า มีความน่าเชื่อถือทำให้เป็นประโยชน์ต่อผู้ขายสินค้า มีระบบการรักษาความปลอดภัยของเว็บไซต์ในเรื่องข้อมูลส่วนบุคคลและวิธีการชำระเงิน สามารถขายสินค้าไปได้ทั่วโลก



## 2. การวิเคราะห์ตัวอย่างเว็บไซต์

### วิเคราะห์เว็บไซต์ไทย

ขั้นตอนการวิเคราะห์เว็บไซต์เป็นขั้นตอนสำคัญ ที่จะได้มาซึ่งหลักการและแนวทางการออกแบบ เพื่อหาความชัดเจนและสร้างความแม่นยำทางการออกแบบ ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงได้ศึกษาวิเคราะห์เว็บไซต์ที่เกี่ยวกับเครื่องเบญจรงค์ เครื่องปั้นดินเผา และเซรามิก ที่ทำการซื้อและขายที่ผ่านอินเทอร์เน็ตที่มีอยู่แล้ว โดยนำตัวอย่างเว็บไซต์เหล่านี้มาจากการค้นหาจาก truehits.net ซึ่งเป็นเว็บไซต์จัดอันดับเว็บไซต์ของประเทศไทย เพื่อหาจุดเด่นและจุดด้อยของเว็บไซต์ นำมาวิเคราะห์หาแนวทางการออกแบบเว็บไซต์ จำนวน 5 เว็บไซต์ โดยใช้ตารางวิเคราะห์ภาพรวมเว็บไซต์มาประกอบการวิเคราะห์ ดังนี้

เว็บไซต์ที่ 1 คือ เว็บไซต์เดอะปั้นดินเครื่องปั้นดินเผาไทย (www.thepandin.com)

เว็บไซต์ที่ 2 คือ เว็บไซต์เอ็มเอสเบญจรงค์ (www.msbenjarong.com)

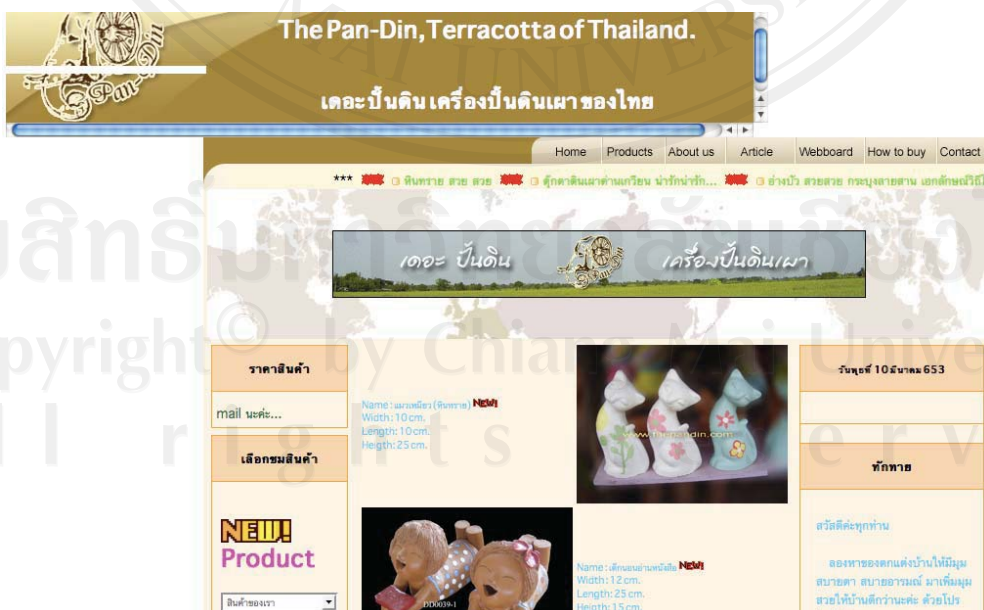
เว็บไซต์ที่ 3 คือ เว็บไซต์ค้ายสี คอท คอม (www.dignse.com)

เว็บไซต์ที่ 4 คือ เว็บไซต์บุญญารัตน์เบญจรงค์ (www.benjarong.net)

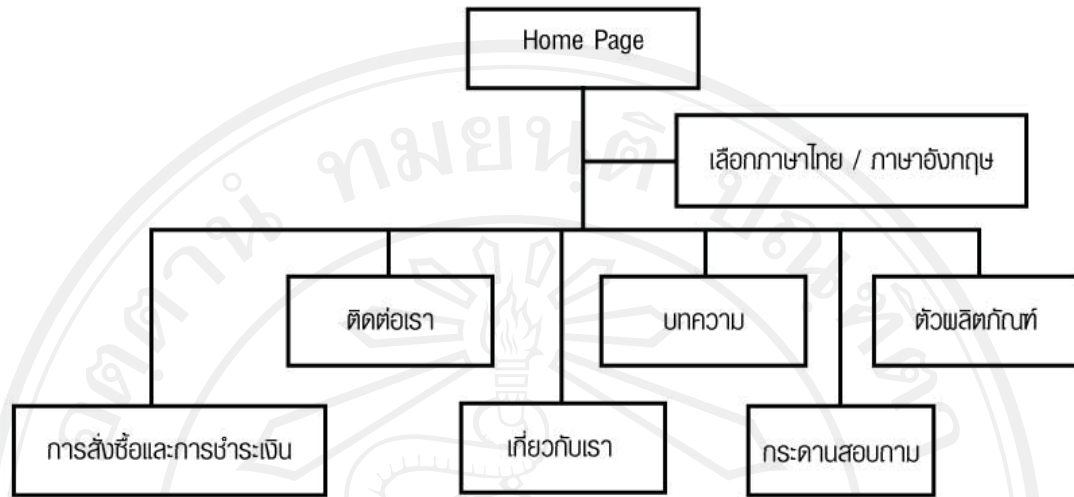
เว็บไซต์ที่ 5 คือ เว็บไซต์สายรุ้งดีไซน์ (/www.sairungdesign.com)

การวิเคราะห์ตัวอย่างเว็บไซต์โดยรายละเอียดมีดังต่อไปนี้

#### 1) เว็บไซต์เดอะปั้นดินเครื่องปั้นดินเผาไทย



ภาพที่ 4.1 เว็บไซต์เดอะปั้นดินเครื่องปั้นดินเผาไทย (www.thepandin.com)



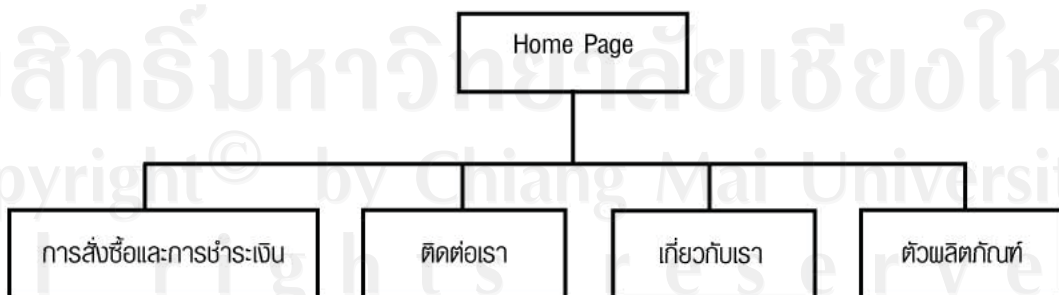
ภาพที่ 4.2 โครงสร้างเว็บไซต์เดอะป็นดินเครื่องปั้นดินเผาไทย (www.thepandin.com)

ตัวอย่างเว็บไซต์เดอะป็นดินเครื่องปั้นดินเผาไทย พบว่าการออกแบบเรียบง่าย เมนูอยู่ทางด้านบน และสามารถเลือกภาษาได้สองภาษาคือภาษาไทยและภาษาอังกฤษ มีกระดานถามตอบเพื่อสอบถามข้อสงสัยแลกเปลี่ยนความรู้ความคิดเห็น มีระบบค้นหาผลิตภัณฑ์ทำให้สะดวกต่อการเลือกค้นหาผลิตภัณฑ์ของผู้เข้าชม โทนสีที่ใช้ในเว็บไซต์เป็นโทนสีน้ำตาล สีเบ้คราวน์เป็นสีเขียว และมีภาพเคลื่อนไหว ที่ด้านบนของเว็บไซต์ ทำให้รู้สึกมีความเคลื่อนไหว ไม่หยุดนิ่ง ไม่น่าเบื่อ สื่อถึงความทันสมัย ส่วนในเรื่องของรูปภาพตัวผลิตภัณฑ์นั้น มีรูปภาพประกอบ ชื่อตัวผลิตภัณฑ์ และรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ แต่ไม่ได้บอกราคาทำให้ผู้เข้าชมไม่สามารถรู้ราคาของผลิตภัณฑ์ได้

## 2) เว็บไซต์เอ็มเอสเบญจรงค์



ภาพที่ 4.3 เว็บไซต์เอ็มเอสเบญจรงค์ (www.msbenjarong.com)

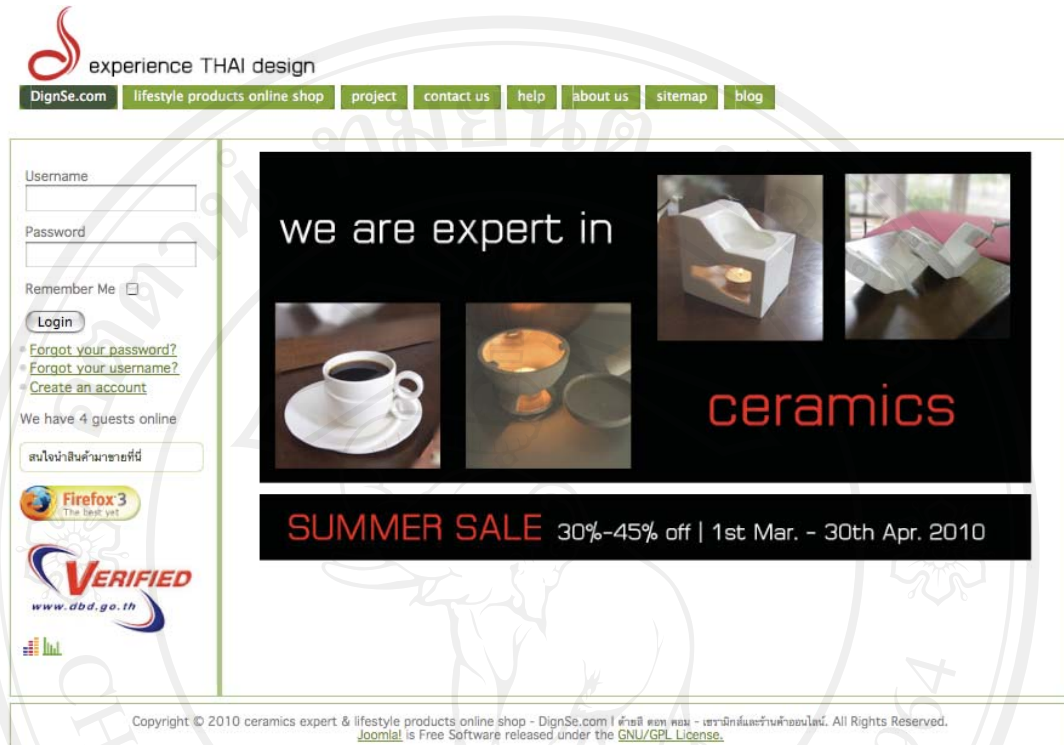


ภาพที่ 4.4 โครงสร้างเว็บไซต์เอ็มเอสเบญจรงค์ (www.msbenjarong.com)

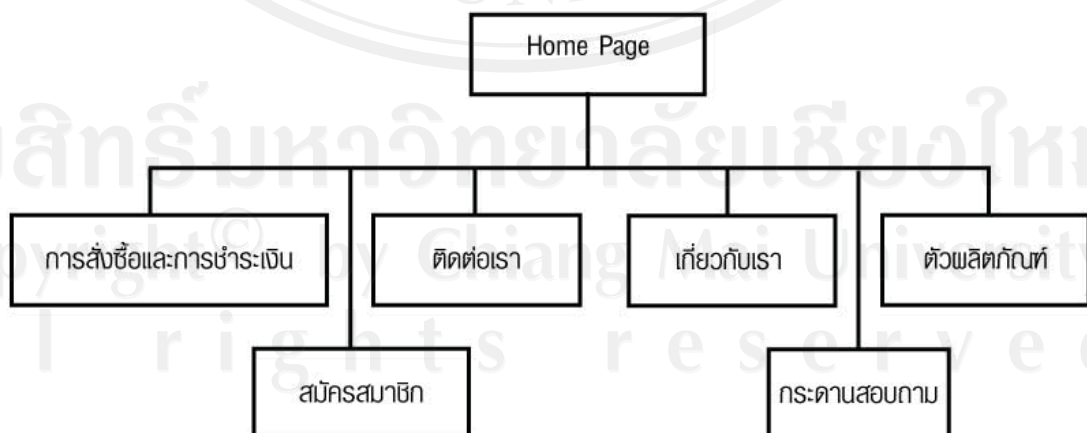
ตัวอย่างเว็บไซต์เอ็มเอสเบัญจรงค์ พบว่าการออกแบบเรียบง่าย เมนูอยู่ทางด้านบน เว็บไซต์เป็นภาษาอังกฤษ โทนสีที่ใช้ในเว็บไซต์เป็นโทนสีม่วง รูปแบ็คราวนเป็นรูปลายไทย แสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ มีโลโก้อยู่ทางด้านซ้ายมือบนสุด และมีภาพเคลื่อนไหวที่ส่วนกลางของเว็บไซต์ทำให้รู้สึกมีความเคลื่อนไหว ไม่หยุดนิ่ง ไม่น่าเบื่อ สื่อถึงความทันสมัย ส่วนในเรื่องของตัวผลิตภัณฑ์นั้น มีการจัดหมวดหมู่ของผลิตภัณฑ์ รูปภาพประกอบผลิตภัณฑ์สวยงาม มีชื่อและรหัสของผลิตภัณฑ์ง่ายต่อการสั่งซื้อ แต่ไม่ได้บอกราคาและรายละเอียดลักษณะของผลิตภัณฑ์ทำให้ผู้เข้าชมไม่สามารถรู้ราคาของผลิตภัณฑ์ได้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved

## 3) เว็บไซต์ด้วยสี ดอท คอม



ภาพที่ 4.5 เว็บไซต์ด้วยสี ดอท คอม (www.dignse.com)



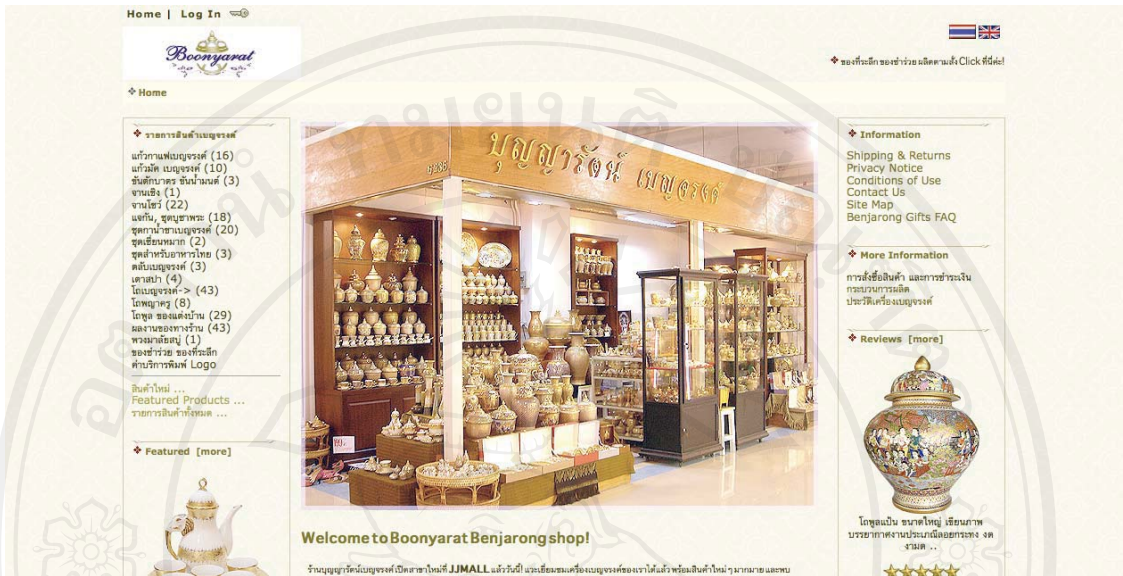
ภาพที่ 4.6 โครงสร้างเว็บไซต์ด้วยสี ดอท คอม (www.dignse.com)

ตัวอย่างเว็บไซต์ด้วยสี คอท คอม พบว่าเป็นเว็บไซต์เกี่ยวกับเครื่องเซรามิก มีสองภาษา คือ ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โลโก้ โคคเด่น เห็นได้ชัดเจน มีการให้สมัครสมาชิกในการลงทะเบียนสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ เพื่อให้เกิดความปลอดภัยในการซื้อผลิตภัณฑ์ มีคำอธิบายและรูปภาพประกอบตัวผลิตภัณฑ์ พอสังเขป ทำให้ผู้เข้าชมเว็บไซต์ได้รับความรู้ความเข้าใจ รูปภาพประกอบตัวผลิตภัณฑ์ดูเรียบง่าย ชัดเจน สวยงาม โทนสีที่ใช้ โทนสีขาว ส่วนปุ่มเมนูนั้น เป็นตัวอักษร มีทั้งตัวอักษรภาษาอังกฤษไม่สามารถเปลี่ยนภาษาได้และข้อความตัวหนังสือสั้น มีขนาดเล็กเกินไป ทำให้อ่านได้ยาก

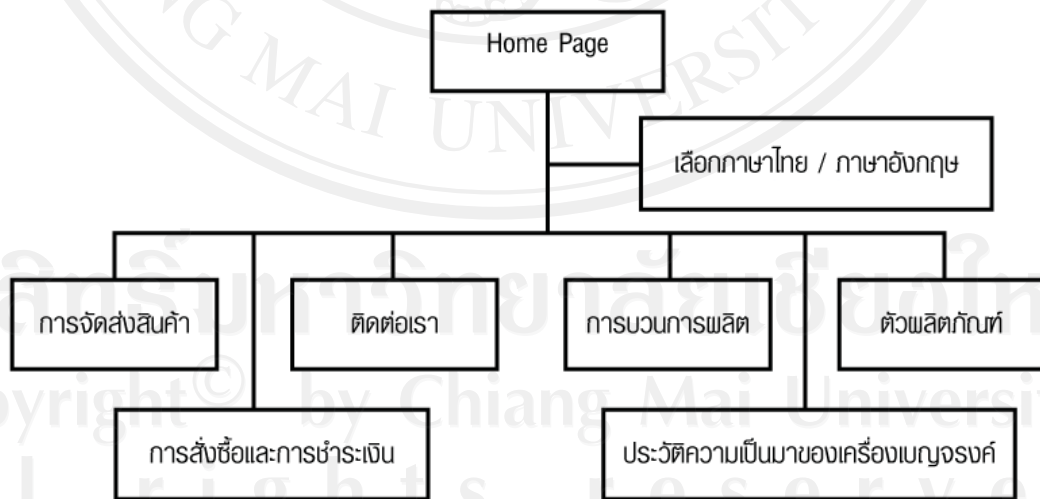


ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

4) เว็บไซต์บุญญารัตน์เบญจรงค์



ภาพที่ 4.7 เว็บไซต์บุญญารัตน์เบญจรงค์ (<http://www.benjarong.net>)



ภาพที่ 4.8 โครงสร้างเว็บไซต์บุญญารัตน์เบญจรงค์ (<http://www.benjarong.net>)

ตัวอย่างเว็บไซต์ร้านบุญญารัตน์เบญจรงค์ พบว่าสามารถเลือกภาษาได้สองภาษา คือภาษาไทยและภาษาอังกฤษ มีการจัดหมวดของตัวผลิตภัณฑ์เป็นหมวดๆ ง่ายต่อการเข้าใจ มีคำอธิบายและรูปภาพประกอบตัวผลิตภัณฑ์พอสังเขป ทำให้ผู้เข้าชมเว็บไซต์ได้รับความรู้ความเข้าใจรูปภาพประกอบตัวผลิตภัณฑ์ดูเรียบง่าย ชัดเจน สวยงาม โทนมสีที่ใช้ โทนมสีน้ำตาล ส่วนปุ่มเมนูนั้นเป็นตัวอักษรมีทั้งตัวอักษรภาษาอังกฤษและตัวอักษรภาษาไทยไม่สามารถเปลี่ยนภาษาได้ทำให้ยากต่อการเข้าใจ และข้อความตัวหนังสือนั้นมีขนาดเล็กเกินไปทำให้อ่านได้ยาก การโหลดแต่ละหน้าค่อนข้างช้าเนื่องจากมีรูปภาพมากและขนาดใหญ่ ผู้เข้าชมต้องเสียเวลารอนาน

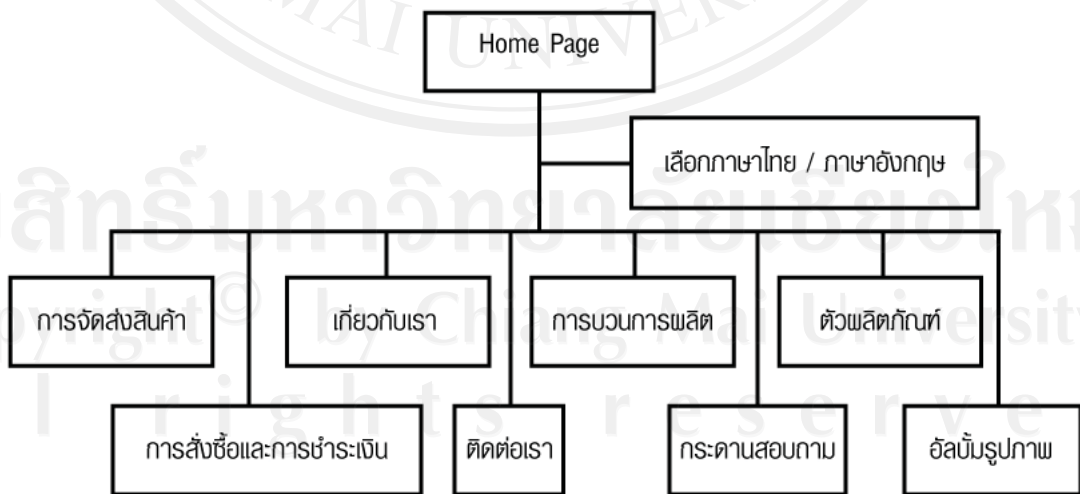
ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved



5) เว็บไซต์ร้านสายรุ้งดีไซน์



ภาพที่ 4.9 เว็บไซต์ร้านสายรุ้งดีไซน์ (<http://www.sairugdesign.com>)



ภาพที่ 4.10 โครงสร้างเว็บไซต์ร้านสายรุ้งดีไซน์ <http://www.sairugdesign.com>

ตัวอย่างเว็บไซต์ร้านสายรุ้งดีไซน์ พบว่าสามารถเลือกได้สองภาษา คือภาษาไทยและภาษาอังกฤษ มีภาพโลโก้ที่โดดเด่น มีหมวดหมู่ของสินค้าที่ไม่ใช่แค่เครื่องเบญจรงค์เพียงเดียว ยังมีสินค้าและผลิตภัณฑ์อื่นๆ เช่น แก้วน้ำ แก้วเซรามิก แก้วกาแฟ จานรองแก้ว ชุดจัดเลี้ยง ฯลฯ ทำให้สินค้าในเว็บไซต์นั้นมีมากให้เลือกสรร การใช้รูปภาพประกอบนั้นใช้รูปภาพที่ชัดเจนสวยงาม น่าสนใจ มีการให้ข้อมูลต่างๆ กับผลิตภัณฑ์อย่างครบถ้วน ทั้งราคาและขนาดของตัวผลิตภัณฑ์ ทำให้ผู้ที่เข้าชมได้รับข้อมูลที่น่าสนใจมากยิ่งขึ้น เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจในการสั่งซื้อ และมีรหัสของผลิตภัณฑ์ต่างๆ ทำให้ง่ายต่อการสั่งซื้อสินค้าแต่ขนาดตัวหนังสือที่ใช้มีขนาดเล็ก ทำให้ยากต่อการอ่าน โทนนีที่ใช้เป็นโทนที่แตกต่างกัน เช่น สีแดง สีน้ำเงิน สีขาว

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

**การวิเคราะห์ตารางภาพรวมเว็บไซต์ โดยตัวอย่างเว็บไซต์ 5 เว็บไซต์ได้แก่**

เว็บไซต์ที่ 1 คือ เว็บไซต์เดอะป็นดินเครื่องปั้นดินเผาไทย

เว็บไซต์ที่ 2 คือ เว็บไซต์เอ็มเอสเบญจรงค์

เว็บไซต์ที่ 3 คือ เว็บไซต์ค้ายสี ดอท คอม

เว็บไซต์ที่ 4 คือ เว็บไซต์บุญญรัตน์เบญจรงค์

เว็บไซต์ที่ 5 คือ เว็บไซต์ร้านสายรุ้งดีไซน์

โดยตารางการวิเคราะห์ภาพรวมเว็บไซต์มาจากทฤษฎีแนวคิดการออกแบบเว็บไซต์ของ โสรชัย นันทวิชฌบูลย์ ที่กล่าวถึงเรื่องการออกแบบกราฟิกบนเว็บไซต์ โดยกราฟิกที่ผู้ใช้งานเว็บไซต์มองเห็นบนเว็บไซต์นั้น ไม่ว่าจะเป็น สี เส้น โค้งสี การจัดวางองค์ประกอบของภาพ ฯลฯ นั้น สามารถสื่อความหมาย ความรู้สึก ต่างๆ ได้

องค์ประกอบ	เว็บไซต์ที่ 1	เว็บไซต์ที่ 2	เว็บไซต์ที่ 3	เว็บไซต์ที่ 4	เว็บไซต์ที่ 5
<b>1. เส้น</b>					
- เส้นตรง	x	x	x	x	x
- เส้นนอน	x	x	x	x	x
<b>2. รูปทรง</b>					
- สีเหลี่ยม	x	x	x	x	x
- รูปร่างธรรมชาติ					
<b>3. สี : สีพื้น</b>					
- สีเหลือง				x	
- สีนํ้าตาล	x			x	
- สีแดง				x	
- สีส้ม	x				
- สีขาว			x		x
- สีม่วง		x			
<b>4. สี : สีอักษร</b>					
- สีเหลือง		x		x	
- สีนํ้าตาล	x	x			
- สีแดง					x
- สีนํ้าเงิน	x				
- สีเทา			x		x

**ตารางที่ 4.8 สรุปผลการวิเคราะห์ตารางภาพรวมเว็บไซต์ในประเทศ 5 เว็บไซต์**

<b>5. สี : สีเมนู</b>					
- สีทอง		X	X	X	
- สีแดง					X
- สีส้ม	X				
- สีน้ำเงิน					X
<b>6. การวางโครงสี</b>					
- โครงสีกลมกลืน	X	X		X	
- โครงสีตรงข้าม			X		X
<b>7. เทคนิคในการออกแบบ</b>					
- ความเรียบง่าย	X	X	X	X	X
- ความเคลื่อนไหว	X	X			
- ความหยุดนิ่ง			X	X	X
- ความมืด		X			

#### ตารางที่ 4.8 (ต่อ) สรุปผลการวิเคราะห์ตารางภาพรวมเว็บไซต์ในประเทศ 5 เว็บไซต์

จากตารางที่ 4.8 สรุปผลการวิเคราะห์ตารางภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างเว็บไซต์ทั้ง 5 เว็บไซต์ในการออกแบบกราฟิกของเว็บไซต์เกี่ยวกับการส่งเสริมการขายเครื่องเบญจรงค์ เครื่องปั้นดินเผา และเซรามิก พบว่า ทั้งหมดใช้เส้นนอนเพื่อให้ความรู้สึกสงบ นิ่ง เรียบร้อย และเส้นตรงเพื่อให้ความรู้สึกมั่นคง ใช้รูปทรงสี่เหลี่ยมเพื่อให้ความรู้สึกสงบ มั่นคง เป็นระเบียบ ส่วนใหญ่ใช้สีโทนสีน้ำตาลเพื่อให้ความรู้สึกเรียบง่าย ความเก่าแก่ โบราณ ใช้การวางโครงสีที่กลมกลืนกัน คือสีที่ใกล้เคียงกันเดียว เพื่อให้ความรู้สึกสุขุม เรียบร้อย เป็นสากล ไม่ฉูดฉาดสะดุดตาใช้เทคนิคในการออกแบบงานที่ความเรียบง่ายเพื่อสื่อถึงความเป็นปกติ ความสมดุลที่หยุดนิ่ง

#### วิเคราะห์เว็บไซต์ต่างประเทศ

วิเคราะห์เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับเครื่องปั้นดินเผาและเซรามิกของต่างประเทศเพื่อให้ทราบถึงแนวโน้ม การออกแบบที่ทันสมัย มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับกันทั่วโลกการค้นหาจาก google โดยเลือกจากเว็บไซต์ที่มีลำดับการค้นหาที่ดีที่สุด เพื่อหาจุดเด่นและจุดด้อยของเว็บไซต์และนำมาวิเคราะห์แนวทางการออกแบบเว็บไซต์ จำนวน 5 เว็บไซต์ โดยใช้ตารางวิเคราะห์ภาพรวมเว็บไซต์มาประกอบการวิเคราะห์ ดังนี้

เว็บไซต์ที่ 1 คือ <http://www.heals.co.uk>  
ผลิตภัณฑ์พาชนะเครื่องปั้นดินเผาจากประเทศอังกฤษ

เว็บไซต์ที่ 2 คือ <http://www.pfaltzgraff.com>  
ผลิตภัณฑ์ถ้วยเซรามิกจากประเทศสหรัฐอเมริกา

เว็บไซต์ที่ 3 คือ <http://www.ppcinc.com>  
ผลิตภัณฑ์จานเซรามิกจากประเทศสหรัฐอเมริกา

เว็บไซต์ที่ 4 คือ <http://www.shopzilla.com>  
ผลิตภัณฑ์จานเซรามิกจากประเทศสหรัฐอเมริกา

เว็บไซต์ที่ 5 คือ <http://www.holymtn.com>  
ผลิตภัณฑ์เซรามิกจากประเทศญี่ปุ่น

การวิเคราะห์เว็บไซต์มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

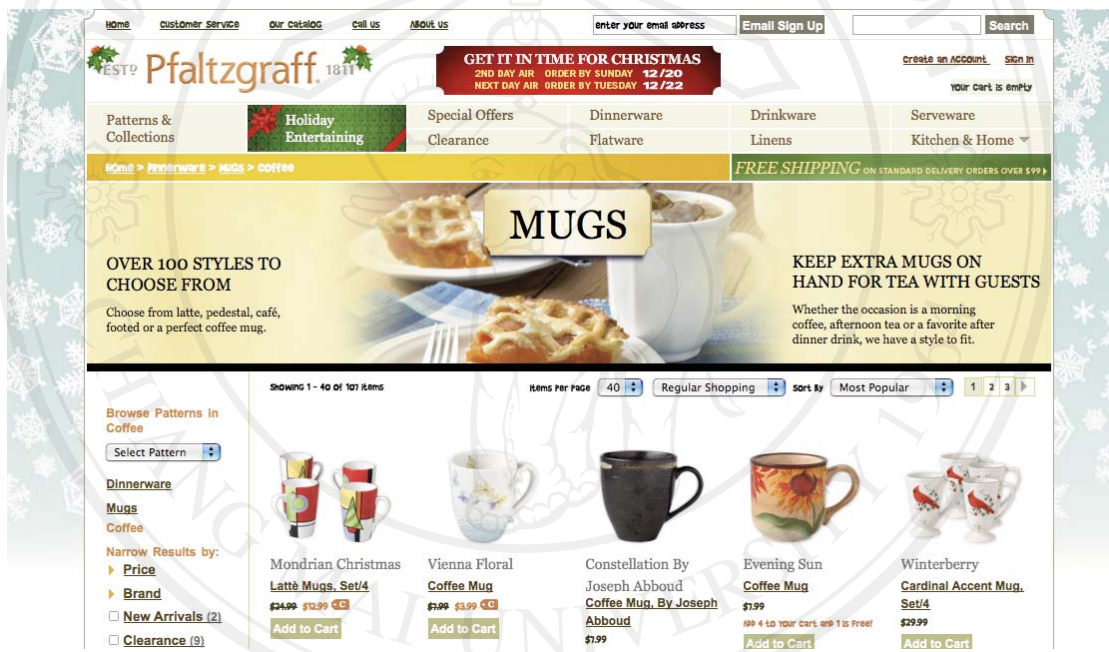
1) เว็บไซต์ [www.heals.co.uk](http://www.heals.co.uk)

The screenshot displays the HEALS website interface. At the top, the logo 'HEALS since 1810' is prominent. A navigation menu includes categories like 'KITCHEN', 'GIFTS', 'FURNITURE', 'ACCESSORIES', 'LIGHTING', 'ELECTRICAL', 'BATHROOM', 'BEDROOM', 'FRINGE ROOM', 'LIVING ROOM', 'KITCHEN', 'OFFICE', and 'SALE'. The main content area shows search results for 'CROCKERY', with 36 results found. The results are displayed in a grid format, featuring product images, names, and prices. For example, the 'ROSENTHAL LOFT 16 PIECE TABLEWARE SET' is priced at £124.00. Other products include 'ZEPHYR COBALT DINNERWARE RANGE' (from £4.50), 'PARTY DINNERWARE RANGE RED' (from £5.00), 'RED SPOT CROCKERY RANGE' (from £5.00), 'JARS TOURRON CITRON DINNERWARE RANGE' (from £30.00), and 'COOL BRITANNIA DINNERWARE RANGE' (from £4.50). The left sidebar contains filters for 'PRODUCT TYPE', 'BRAND NAME', and 'PRICE FILTER'. The 'BRAND NAME' filter lists brands like HEALS (9), OTHER (8), ROSENTHAL (4), MAXWELL & WILLIAMS (4), WEDGEWOOD (3), PORTMEIRION (3), JARS (2), TYPHOON (2), and LSA (1). The 'PRICE FILTER' ranges from £0 - £25 (29) to £100 - £250 (2). The 'RECENTLY VIEWED' section is also visible at the bottom of the sidebar.

ภาพที่ 4.11 เว็บไซต์ <http://www.heals.co.uk>

ตัวอย่างเว็บไซต์ [www.heals.co.uk](http://www.heals.co.uk) พบว่าเว็บไซต์มีโลโก้ที่สามารถเห็นได้โดดเด่น เห็นได้ชัดเจน ลักษณะของโลโก้เป็นตัวอักษรเหมือนชื่อเว็บไซต์ ทำให้เป็นที่จดจำได้ง่าย โดยกราฟฟิกในเว็บไซต์เป็นแบบเรียบง่าย มีลักษณะเป็นเส้นตรงทำให้รู้สึกมั่นคง สงบนิ่ง เรียบร้อยสีที่ใช้ในเว็บไซต์ ได้แก่ สีน้ำตาลเข้ม สีน้ำตาลอ่อน และสีขาว การวางตำแหน่งของรูปภาพ และเมนูก็สามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน โดยเมนูต่างๆ จะอยู่ด้านบนของเว็บไซต์ รูปภาพของผลิตภัณฑ์ชัดเจนสวยงาม มีการให้ข้อมูลละเอียดของผลิตภัณฑ์และราคาที่ชัดเจน

## 2) เว็บไซต์ [www.pfaltzgraff.com](http://www.pfaltzgraff.com)

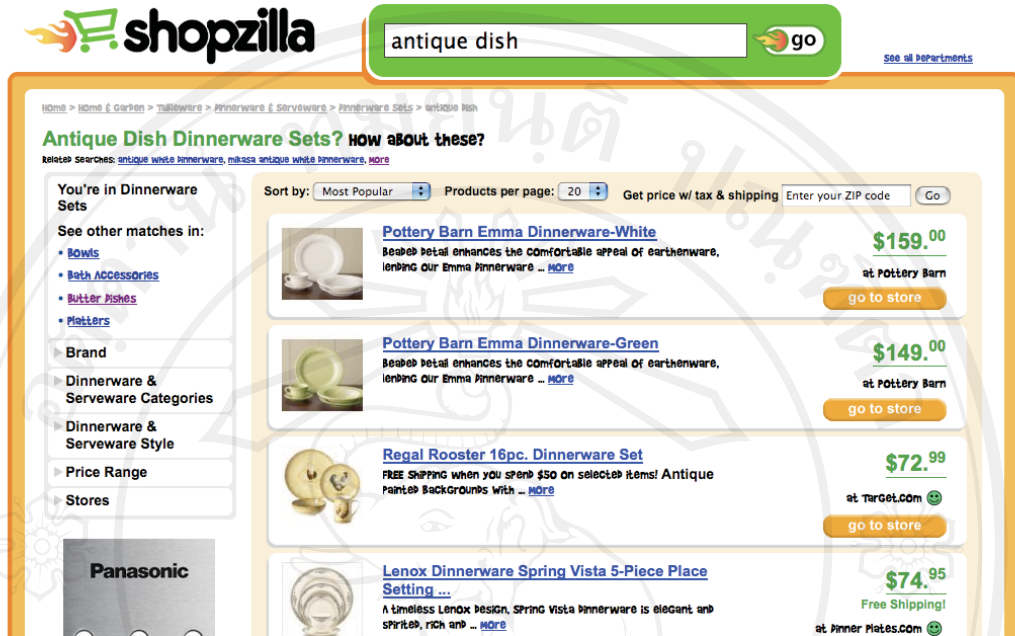


ภาพที่ 4.12 เว็บไซต์ [http:// www.pfaltzgraff.com](http://www.pfaltzgraff.com)

ตัวอย่างเว็บไซต์ 4.12 [www.pfaltzgraff.com](http://www.pfaltzgraff.com) พบว่าเว็บไซต์มีโลโก้ที่สามารถเห็นได้ชัดเจน ลักษณะของโลโก้เป็นตัวอักษรเหมือนชื่อเว็บไซต์ ทำให้เป็นที่จดจำได้ง่าย สีที่ใช้ในเว็บไซต์ ได้แก่ สีขาว สีเหลือง สีเขียว และสีส้ม กราฟฟิกที่ใช้ในเว็บไซต์เป็นแบบเรียบง่ายมีลักษณะเป็นเส้นตรงทำให้รู้สึกมั่นคง สงบนิ่ง เรียบร้อย การวางตำแหน่งของรูปภาพและเมนูก็สามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน โดยเมนูต่างๆ จะอยู่ด้านบนของเว็บไซต์ รูปภาพของผลิตภัณฑ์ชัดเจนสวยงาม การขยายดูรูปผลิตภัณฑ์นั้นเพียงเลื่อนเมาส์ไปที่รูปผลิตภัณฑ์ที่ต้องการ รูปผลิตภัณฑ์นั้นก็ขยายใหญ่ทำให้สะดวกในการเลือกดูผลิตภัณฑ์ มีการให้ข้อมูลละเอียดของผลิตภัณฑ์และราคาที่ชัดเจน

3) เว็บไซต์ [www.ppcinc.com](http://www.ppcinc.com)ภาพที่ 4.13 เว็บไซต์ <http://www.ppcinc.com>

ตัวอย่างเว็บไซต์ [www.ppcinc.com](http://www.ppcinc.com) พบว่าเว็บไซต์มีโลโก้ที่สามารถเห็นได้ชัดเจน อยู่ตรงกลางเว็บไซต์ สีที่ใช้ในเว็บไซต์ ได้แก่ สีโทนน้ำเงิน และสีเหลือง กราฟฟิกที่ใช้ในเว็บไซต์ เป็นแบบเรียบง่าย การวางตำแหน่งของรูปภาพ และเมนูก็สามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจนโดยเมนู ต่างๆ จะอยู่ด้านบนของเว็บไซต์ รูปภาพของผลิตภัณฑ์ค่อนข้างสวยงาม มีการให้ข้อมูลด้านราคา ที่ชัดเจน สิ่งที่โดดเด่นในเว็บไซต์นี้สามารถดาวน์โหลดรายการผลิตภัณฑ์ทั้งหมดได้ ทำให้สะดวก ในการเลือกดูผลิตภัณฑ์และง่ายต่อการตัดสินใจมากยิ่งขึ้น แต่ขนาดของตัวหนังสือค่อนข้างเล็ก ยกต่อการอ่าน

4) เว็บไซต์ [www.shopzilla.com](http://www.shopzilla.com)ภาพที่ 4.14 เว็บไซต์ <http://www.shopzilla.com>

ตัวอย่างเว็บไซต์ [www.shopzilla.com](http://www.shopzilla.com) พบว่าเว็บไซต์มีโลโก้ที่สามารถเห็นได้ชัดเจน อยู่ด้านซ้ายบนสุดของเว็บไซต์ ลักษณะของโลโก้เป็นทั้งรูปภาพและตัวอักษร โดยรูปภาพของโลโก้ เป็นรูปตะกร้ารถเข็น สื่อความหมายถึงการชื้อสินค้าได้อย่างชัดเจน สีที่ใช้ในเว็บไซต์ ได้แก่ สีขาว สีเขียว และสีส้ม โดยใช้ตัวอักษรสีน้ำเงิน และสีดำ กราฟฟิกที่ใช้ในเว็บไซต์เป็นแบบเรียบง่าย การวางตำแหน่งของรูปผลิตภัณฑ์สามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจนแต่ไม่ค่อยสวยงาม ส่วนเมนู สามารถมองเห็นได้ค่อนข้างยากและมีขนาดเล็ก โดยเมนูต่างๆ จะอยู่ด้านบนของเว็บไซต์ มีการให้ข้อมูลด้านราคาและข้อมูลของผลิตภัณฑ์ชัดเจน แต่ขนาดของตัวหนังสือค่อนข้างเล็กยากต่อการอ่าน



5) เว็บไซต์ [www.holymntn.com](http://www.holymntn.com)

Catalog Home Site Map Log In

Holy Mountain Trading Company

Shopping Categories

- Rare Teas->
- Teapots->
  - Chinese Glass Teapots
  - Chinese Yixing Ware
  - Teapots
    - Taiwanese Teapots
    - Japanese Tetsubin
    - Artisan Tetsubin
    - Japan Ceramic Teapots & Tea Ware
    - Japanese Ceramic Ware->
    - Thai Tea Ware
- Tea Accessories->
- Dinnerware Lines->
- Jade->
- Ikebana Supplies->
- Incense & Burners->
- Saké Sets->
- Inspired Gifts->
- Gods & Goddesses->
- Home and Garden->
- Water Fountains->
- Table Top->
- Bath Set
- Soap, Body Powder & Sachet->
- Books
- Gift Certificates
- New Products ...
- Featured Products

Catalog Home :: Teapots :: Japan Ceramic Teapots & Tea Ware

**Japan Ceramic Teapots & Tea Ware**

Welcome to the Japanese Ceramic teapot and tea set selection at Holy Mountain Trading Company. We look forward to providing you with quality Japanese ceramic tea ware at the best price. Each teapot or teaset comes boxed with an informative sheet giving the Japanese ceramic tea ware history.

The earliest Japanese ceramics were unglazed sueki and ash-glazed earthenwares. The latter developed into Seto ware, the only glazed ware in the Middle Ages (13th-16th centuries). Early Seto ware shows the strong influence of Chinese pottery. The unglazed sueki works became especially popular with the rise of the Tea Ceremony in the Edo period (16th-19th centuries). Porcelain manufacture began on a full-scale at the end of the 16th century with the rise of Izen, Early-Maki, Kakemono, Ko-Maki, Nabeshima, and Ko-Mutsumi wares.

Displaying 1 to 10 (of 65 products)

(add selected products to cart)

1 2 3 4 5 ... [Next >>]

	<b>Green Bamboo Tea Set</b> This Japanese ceramic tea set features a green glaze with a bamboo leaf motif, a symbol of abundance and utility. The teapot holds a generous 24...	\$55.00 Add: <input type="text" value="0"/>
	<b>K-Set 1:2 Cream Matte Kuchihiro</b> This cream-colored ceramic tea set features a small lidded pot with a side handle and two matching cups with irregularly-shaped rims.	\$55.00 Add: <input type="text" value="0"/>
	<b>K-Set 1:2 Nezumi Shino Konoha</b> This side-handle ceramic teapot features a gray glaze with designs of taupe leaves on the pot body and lid. Two matching cups complete the tea set.	\$40.00 Add: <input type="text" value="0"/>

ภาพที่ 4.15 เว็บไซต์ <http://www.holymntn.com>

ตัวอย่างเว็บไซต์ [www.holymntn.com](http://www.holymntn.com) พบว่าเว็บไซต์ไม่มีโลโก้ สีที่ใช้ในเว็บไซต์ ได้แก่ โทนสีน้ำตาลอ่อน สีขาว สีเขียว และสีแดง กราฟฟิกที่ใช้ในเว็บไซต์เป็นแบบเรียบง่าย การวางตำแหน่งของรูปผลิตภัณฑ์สามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน แต่รูปผลิตภัณฑ์ไม่ค่อยชัดเจน ส่วนเมนูนั้น มองเห็นได้ค่อนข้างยากและมีขนาดเล็ก โดยเมนูต่างๆ จะอยู่ด้านบนของเว็บไซต์ มีการให้ข้อมูลด้านราคาและข้อมูลของผลิตภัณฑ์ชัดเจน แต่ขนาดของตัวหนังสือค่อนข้างเล็กยากต่อการอ่าน

การวิเคราะห์ตารางภาพรวมเว็บไซต์ โดยตัวอย่างเว็บไซต์ 5 เว็บไซต์ได้แก่

เว็บไซต์ที่ 1 คือ เว็บไซต์ [www.heals.co.uk](http://www.heals.co.uk)

เว็บไซต์ที่ 2 คือ เว็บไซต์ [www.pfaltzgraff.com](http://www.pfaltzgraff.com)

เว็บไซต์ที่ 3 คือ เว็บไซต์ [www.ppcinc.com](http://www.ppcinc.com)

เว็บไซต์ที่ 4 คือ เว็บไซต์ [www.shopzilla.com](http://www.shopzilla.com)

เว็บไซต์ที่ 5 คือ เว็บไซต์ [www.holymntn.com](http://www.holymntn.com)

โดยตารางการวิเคราะห์ภาพรวมเว็บไซต์ มาจากทฤษฎีแนวคิดการออกแบบเว็บไซต์ของ โสรชัย นันทวัชบูลย์ ที่กล่าวถึงเรื่องการออกแบบกราฟิกบนเว็บไซต์ โดยกราฟิกที่ผู้ใช้งานเว็บไซต์ มองเห็นบนเว็บไซต์นั้น ไม่ว่าจะเป็น สี เส้น โครงสร้าง การจัดวางองค์ประกอบของภาพ ฯลฯ นั้น สามารถสื่อความหมาย ความรู้สึกต่างๆ ได้

องค์ประกอบ	เว็บไซต์ที่ 1	เว็บไซต์ที่ 2	เว็บไซต์ที่ 3	เว็บไซต์ที่ 4	เว็บไซต์ที่ 5
<b>1. เส้น</b>					
- เส้นตรง	x	x	x	x	x
- เส้นนอน	x	x	x	x	x
<b>2. รูปทรง</b>					
- สีเหลี่ยม	x	x	x	x	x
- รูปร่างธรรมชาติ					
<b>3. สี : สีพื้น</b>					
- สีเหลือง	x		x		x
- สีขาว	x	x	x	x	x
- สีชมพู					x
<b>4. สี : สีอักษร</b>					
- สีดำ	x	x	x	x	
- สีขาว	x				
- สีแดง		x			x
- สีนํ้าตาล		x	x		x
- สีนํ้าเงิน			x	x	
<b>5. สี : สีเมนู</b>					
- สีดำ	x	x		x	
- สีแดง		x			x
- สีนํ้าตาล		x			x
- สีขาว	x		x		
- สีนํ้าเงิน			x	x	
<b>6. การวางโครงสร้าง</b>					
- โครงสร้างกลมกลืน	x				x
- โครงสร้างตรงข้าม		x	x	x	

ตารางที่ 4.9 สรุปผลการวิเคราะห์ตารางภาพรวมเว็บไซต์ต่างประเทศ 5 เว็บไซต์

7. เทคนิคในการออกแบบ					
- ความเรียบง่าย	x	x	x	x	x
- ความเคลื่อนไหว	x	x			
- ความหยุดนิ่ง			x	x	x
- ความสว่าง	x	x	x	x	x

#### ตารางที่ 4.9 (ต่อ) สรุปผลการวิเคราะห์ตารางภาพรวมเว็บไซต์ต่างประเทศ 5 เว็บไซต์

จากตารางที่ 4.9 สรุปผลการวิเคราะห์ภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างเว็บไซต์ทั้ง 5 เว็บไซต์ ในการออกแบบกราฟิกของเว็บไซต์เกี่ยวข้องกับเครื่องปั้นดิน และเซรามิกของต่างประเทศ พบว่า ทั้งหมดใช้เส้นตรงเพื่อให้ความรู้สึกมั่นคง และเส้นนอนเพื่อให้ความรู้สึกสงบ นิ่ง เรียบร้อย ใช้รูปทรงสี่เหลี่ยมเพื่อให้ความรู้สึกสงบ มั่นคง เป็นระเบียบ ส่วนใหญ่ใช้สีขาวเพื่อให้ความรู้สึกถึงความบริสุทธิ์ ความสะอาด ความเรียบง่าย ความโล่ง ใช้เทคนิคในการออกแบบงานที่มีความเรียบง่ายเพื่อสื่อถึงความเป็นปกติ ความสมดุลที่หยุดนิ่ง และความโปร่งใส เพื่อสื่อถึงความสะอาด สว่าง

จากการศึกษาวิเคราะห์เว็บไซต์ ทั้งเว็บไซต์ในประเทศและเว็บไซต์ต่างประเทศ พบทั้งสองมีส่วนที่เหมือนกัน คือเรื่องการใช้เส้นนอนและเส้นตรงในการออกแบบเว็บไซต์ รูปทรงที่ใช้ในเว็บไซต์ที่เป็นรูปสี่เหลี่ยม เทคนิคในการออกแบบที่มีความเรียบง่าย และตัวเว็บไซต์ ที่ออกแบบมีความสว่าง แต่ส่วนที่มีความแตกต่างกัน คือเรื่องการใช้สี โดยเว็บไซต์ในประเทศใช้สี โทนน้ำตาลเป็นหลัก ส่วนเว็บไซต์ต่างประเทศใช้โทนสีขาวเป็นหลัก

ข้อมูลดังกล่าว ทำให้ทราบถึงแนวทางในการออกแบบเว็บไซต์ สำหรับสินค้าประเภทเครื่องเบญจรงค์ ว่าควรมีข้อมูลพื้นฐาน ในการออกแบบเว็บไซต์ซึ่งประกอบด้วย

- ข้อมูลเกี่ยวกับองค์กร ได้แก่ ประวัติความเป็นมาขององค์กร, ประวัติความเป็นมาของผลิตภัณฑ์
- รายละเอียดของผลิตภัณฑ์ ได้แก่ รูปภาพของผลิตภัณฑ์, ชื่อของตัวผลิตภัณฑ์, ราคาของตัวผลิตภัณฑ์, รหัสของตัวผลิตภัณฑ์
- คำถามที่มักถามบ่อย หรือเว็บบอร์ด ซึ่งเป็นแหล่งรวบรวม หรือพบปะของผู้ที่สนใจ สามารถแสดงข้อความของผู้ที่มาตั้งกระทู้ หรือตอบกระทู้
- การจัดส่งสินค้าและการชำระเงิน ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการทำธุรกิจ แบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
- ข้อมูลในการติดต่อ ได้แก่ ที่อยู่, เบอร์โทรศัพท์, แฟกซ์, อีเมลแอดเดรส

จากการศึกษาตัวอย่างจากเว็บไซต์ทั้ง 10 เว็บไซต์นี้ ซึ่งเป็นเว็บไซต์เกี่ยวกับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จะเห็นได้ว่าไม่ค่อยมีส่วนที่เป็นปฏิสัมพันธ์ร่วม (Interactive) กับผู้ใช้งานมากเท่าที่ควร เนื่องจากเว็บไซต์เกี่ยวกับสินค้าประเภทเครื่องเบญจรงค์ เครื่องปั้นดินเผา และเซรามิก ผู้ที่ใช้งานเว็บไซต์ไม่ค่อยสนใจหรือให้ความสำคัญ ของการมีปฏิสัมพันธ์ร่วม แต่จะให้ความสำคัญในเรื่องของตัวผลิตภัณฑ์ เช่น รูปภาพ รายละเอียดของผลิตภัณฑ์ จากข้อมูลเหล่านี้ทำให้นักออกแบบเว็บไซต์ทราบว่า เว็บไซต์ที่เกี่ยวกับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ควรมีเนื้อหาอะไรบ้าง แต่อย่างไรก็ตาม เรื่องนี้ไม่ได้มีการกำหนดไว้เป็นมาตรฐานตายตัว แต่ขึ้นอยู่กับสิ่งที่ต้องการนำเสนอ และจุดเด่นที่ผู้ออกแบบเว็บไซต์ต้องการให้มี ซึ่งจะทำให้รายละเอียดปลีกย่อยของแต่ละเว็บไซต์แตกต่างกันออกไป

### 3. การออกแบบเว็บไซต์ต้นแบบสำหรับสินค้าประเภทเครื่องเบญจรงค์ในธุรกิจแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

จากการศึกษาค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง “องค์ประกอบการออกแบบเว็บไซต์สำหรับสินค้าประเภทเครื่องเบญจรงค์ในธุรกิจแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์” ได้ศึกษาข้อมูลทั้งภาคเอกสารและภาคสนาม เพื่อนำผลที่ได้จากการวิเคราะห์ และสังเคราะห์ข้อมูลออกมาเป็นผลงานการออกแบบเว็บไซต์ต้นแบบ (เว็บไซต์ต้นแบบได้นำเนื้อหาของร้านหนูเล็กเบญจรงค์มาเป็นกรณีศึกษาค้นคว้าอิสระในการออกแบบครั้งนี้)

#### การออกแบบโครงสร้างหน้าเว็บเพจต้นแบบ

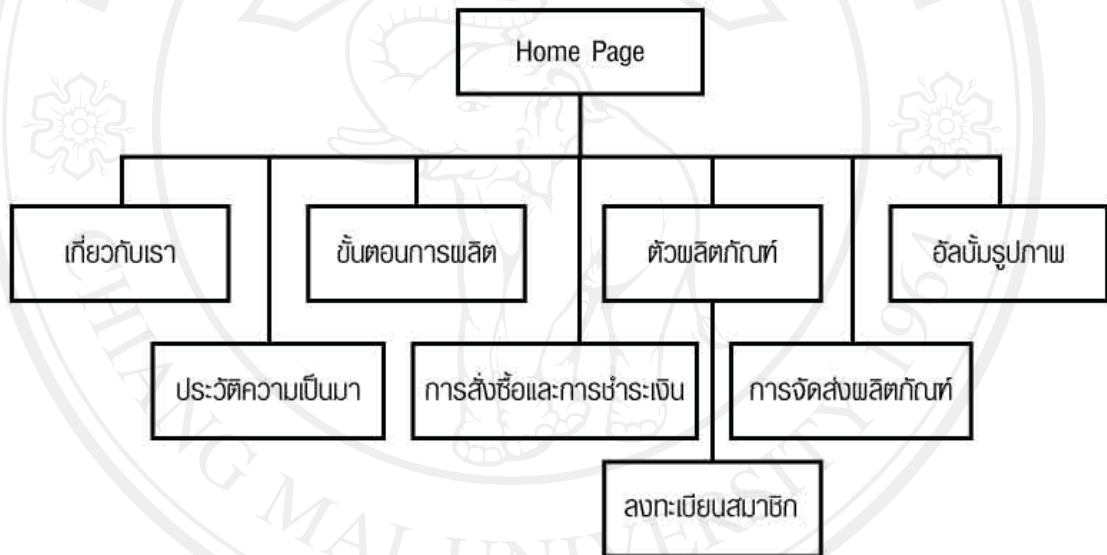
1. หน้าหลักหรือหน้าโฮม แสดงข้อมูล ชื่อองค์กร โลโก้องค์กร การเชื่อมโยง (ลิงค์) ที่อยู่ที่สามารถติดต่อกับองค์กร อีเมลล์แอดเดรส เบอร์โทรศัพท์
2. หน้าเกี่ยวกับเรา แสดงข้อมูลเกี่ยวกับร้านหนูเล็กเบญจรงค์ ประวัติขององค์กร ที่อยู่ที่สามารถติดต่อกับองค์กร ภาพแผนที่ขององค์กร และรูปภาพโดยรวมขององค์กร
3. หน้าประวัติความเป็นมาของเครื่องเบญจรงค์ แสดงข้อมูลเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของเครื่องเบญจรงค์
4. หน้าขั้นตอนการผลิตของเครื่องเบญจรงค์ แสดงข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนการผลิตเครื่องเบญจรงค์ รูปภาพขั้นตอนการผลิต วิดีทัศน์ภาพและเสียงแนะนำองค์กรและขั้นตอนการผลิต
5. หน้ารายละเอียดของผลิตภัณฑ์ แสดงข้อมูลเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์เครื่องเบญจรงค์ ชื่อของผลิตภัณฑ์ ขนาดของผลิตภัณฑ์ ลักษณะของชนิดผิวของผลิตภัณฑ์ ราคาของผลิตภัณฑ์ และรูปภาพของผลิตภัณฑ์ การลงทะเบียนสมาชิก (สามารถลิงค์เพิ่มไปหน้าลงทะเบียนสมาชิก)

- หน้าลงทะเบียนสมาชิก แสดงข้อมูลเกี่ยวกับการลงทะเบียนสมาชิกใหม่ และการเข้าใช้งานของสมาชิก

6. หน้าการสั่งซื้อและการชำระเงิน แสดงข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนวิธีการสั่งซื้อ และการชำระเงิน

7. หน้าการจัดส่งผลิตภัณฑ์ แสดงข้อมูลการจัดส่งผลิตภัณฑ์ และระยะเวลาในการจัดส่งผลิตภัณฑ์ว่ามีระยะเวลานานเท่าไรในการรอรับสินค้า

8. หน้ารูปภาพประกอบ แสดงรูปภาพต่างๆ เกี่ยวกับร้านเพื่อให้ผู้ที่เข้ามาชมเว็บไซต์ได้เห็นลักษณะขององค์กรและผลิตภัณฑ์



ภาพที่ 4.16 โครงสร้างเว็บไซต์ของร้านหนูเล็กเบญจรงค์

#### การออกแบบองค์ประกอบบนเว็บไซต์

วางเค้าโครงของหน้า และสร้างองค์ประกอบต่างๆ ลักษณะด้านกราฟิกหน้าเว็บเพจ ประกอบไปด้วย จอภาพ, โลโก้, ภาพพื้นหลัง, ปุ่มเมนู รวมไปถึงการกำหนดสีสัน และรูปแบบของส่วนประกอบต่างๆ เช่น ฟอนต์ ขนาด และสีข้อความ, สีพื้นบริเวณที่วาง

1. จอภาพ ความละเอียดของจอภาพที่ใช้กันโดยทั่วไปในเมืองไทยปัจจุบันมีคือ 1024 X 768 มีผู้ใช้ประมาณ 70% (\*ข้อมูลสถิติล่าสุดจากเว็บไซต์ Truehits.net แสดงให้เห็นว่าปัจจุบันนักเล่นอินเทอร์เน็ตชาวไทยส่วนใหญ่ใช้จอภาพความละเอียด 1024 X 768 ส่วนจำนวนผู้ใช้ 800 X 700 จะลดลงไปเรื่อยๆ

2. โลโก้ เนื่องจากทางร้านหนูเล็กเบญจรงค์มีโลโก้อยู่แล้ว จึงได้นำโลโก้ของทางร้านมาใช้ประกอบบนเว็บไซต์

3. ชื่อองค์กร ร้านหนูเล็กเบญจรงค์

4. เทคนิคในการออกแบบงาน จัดแบบเรียบง่าย แต่สร้างความน่าสนใจ และน่าเชื่อถือกับผู้ชม โดยนำภาพเคลื่อนไหวมาใช้ นอกจากนี้การวางตำแหน่งของเนื้อหาต่างๆ อย่างมีระเบียบเป็นสัดส่วน จะช่วยผู้ชมหาข้อมูลที่ต้องการได้อย่างรวดเร็ว

5. สี ใช้สีน้ำตาล ให้ความรู้สึกสงบ ความเรียบ ความเก่าแก่ โบราณ ความเป็นผู้ใหญ่

6. โครงสร้างสีของเว็บไซต์ โครงสีโทนเดียวกัน คือมีเนื้อสีเดียวแต่ให้ความแตกต่างด้วยน้ำหนักสี ให้ความรู้สึกสุขุม เรียบร้อย เป็นสากล ไม่ฉูดฉาดสะดุดตา

7. เมนู เพื่อให้เข้าถึงเนื้อหาที่ต้องการได้รวดเร็ว ใช้งานได้ง่าย ไม่เกิดความซับซ้อนจึงใช้ตัวอักษรสีแดง

8. พื้นหลังใช้ภาพกราฟิกลายไทย เพื่อสร้างความเป็นเอกลักษณ์

9. ตัวอักษร

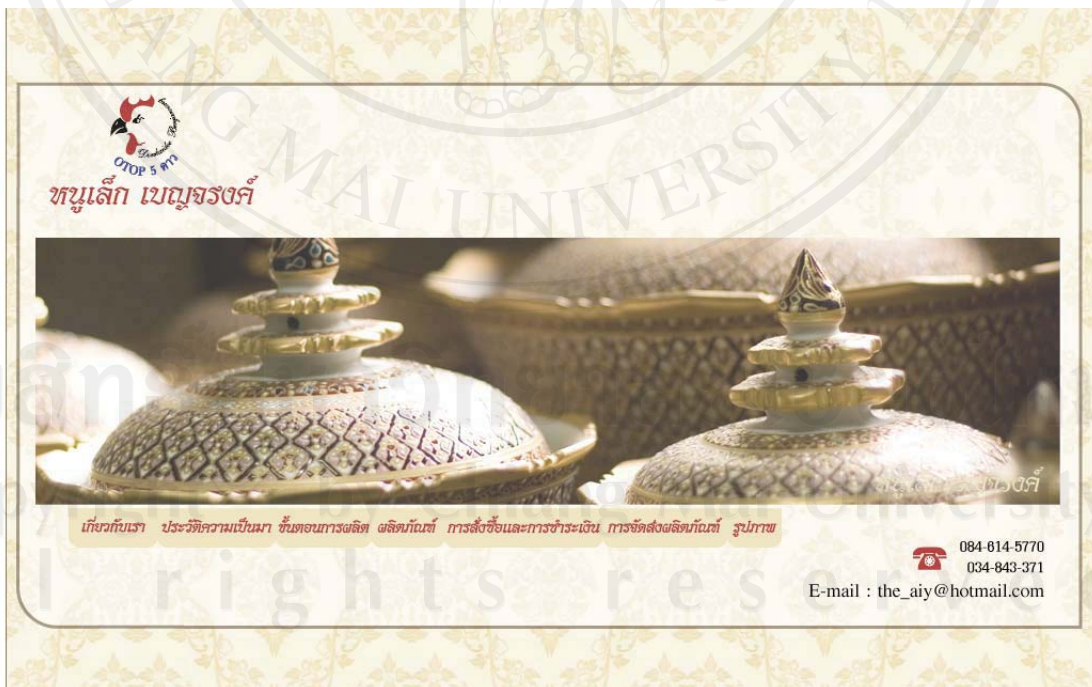
- ใช้ตัวอักษรแบบ PSLxPanpilas ซึ่งมีลักษณะแบบลายไทย ให้ความรู้สึกถึงความเป็นไทยคู่เป็นเอกลักษณ์

- ขนาดของตัวอักษร 16 เนื่องจากเป็นขนาดที่ได้มาตรฐาน ง่ายต่อการอ่านและเป็นขนาดที่ได้รับความนิยมทั่วไป


ส่วนประกอบของหน้าเว็บเพจ โดยทั่วไปหน้าเว็บเพจจะแบ่งออกเป็น 3 ส่วนหลักๆ ด้วยกัน ได้แก่ ส่วนหัว อยู่ตอนบนสุดของหน้า เป็นบริเวณที่สำคัญที่สุด เนื่องจากผู้ชมจะมองเห็นก่อนบริเวณอื่นจึงใช้วางโลโก้ และชื่อเว็บไซต์, ส่วนกลางใช้แสดงเนื้อหาภายในเว็บเพจ ประกอบไปด้วยข้อความ และรูปภาพต่างๆ ส่วนท้าย อยู่ล่างสุดของเว็บไซต์ใช้เป็นส่วนของเมนู ใช้เพื่อเลือกหน้าเพจต่างๆ และที่อยู่ที่สามารถติดต่อกับเจ้าของได้โดยตรง

โลโก้
ชื่อองค์กร
รูปภาพ
เมนู
เมนู
เมนู
เมนู
เมนู
เมนู
เมนู
ที่อยู่ติดต่อขององค์กร

ภาพที่ 4.17 ภาพโครงหน้าโฮมเพจต้นแบบเว็บไซต์ของร้านหนูเล็กเบญจรงค์



ภาพที่ 4.18 หน้าโฮมเพจต้นแบบเว็บไซต์ของร้านหนูเล็กเบญจรงค์



**การเชื่อมโยง (ลิงค์)**


**โลโก้และชื่อองค์กร**

เมื่อคลิกแล้ว ไปเว็บไซต์กรมพัฒนาเกษตรกรรมและสหกรณ์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ การส่งเสริมและการค้าระหว่างเมือง การผลิตสิ่งประดิษฐ์และนวัตกรรม

**เนื้อหาข้อมูล**

ร้านหุ้เล็กเมญจรงค์ เจ้าของร้านคือ คุณประภาศรี พงษ์เมธา เอกอัครราชทูตไทยประจำกรุงเทพฯ และลาวกลายเป็นรูปทรงที่ใช้ในชีวิตประจำวันเช่น ชุดเครื่องโต๊ะอาหาร ของที่ระลึก เครื่องประดับบ้าน ลวดลายไทยประกอบภาพบอกเรื่องราวในพุทธประวัติ เรื่องราวในวรรณคดีไทยการลงสีจะเน้นสีสดใสมากกว่า 5 สี และยังคงสีหลักของงานเมญจรงค์ไว้ครบถ้วน การเผาเคลือบมีทั้งเคลือบเงาและเคลือบด้าน เคลือบบุบด้าน

**รูปภาพร้าน**



**ที่อยู่**


34 หมู่ 1 ต.คอนโตติ อ.กระทุ่มแบน จ.สมุทรสาคร 74110

โทรศัพท์ / แฟกซ์ : 034-843371

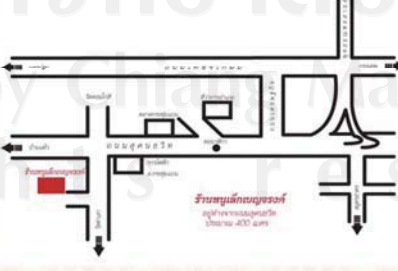
มือถือ : 084-6145770

E-mail : the\_aiy@hotmail.com

**แผนที่ Google Map**



**แผนที่**



**e-mail เบอร์โทรศัพท์**

084-614-5770  
034-843-371  
E-mail : the\_aiy@hotmail.com

**การเชื่อมโยง (ลิงค์)**

เมื่อคลิกแล้ว ไปเว็บไซต์กรมพัฒนาเกษตรกรรมและสหกรณ์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ การส่งเสริมและการค้าระหว่างเมือง การผลิตสิ่งประดิษฐ์และนวัตกรรม

ภาพที่ 4.19 แสดงหน้าเว็บเพจหน้าเกี่ยวกับเราของเว็บไซต์ต้นแบบ





ศิลปากร พิพิธภัณฑ์ กรุงเทพมหานคร

## การเชื่อมโยง (ลิงค์)

### โลโก้และชื่อองค์กร

### เนื้อหาข้อมูล

การทำเครื่องเบญจรงค์คือได้ว่าเป็นงานด้านศิลปกรรมของไทยที่มีมาตั้งแต่สมัยโบราณ เครื่องเบญจรงค์ของไทยในอดีตใช้การสังเก็จที่ประณีตด้วยความคิดและ สดุดลายของไทย การสังเก็จนั้นจะมิใช่ของของไทยแต่หากไปควบคุมการผลิตเพื่อ ไม้ได้รูปลักษณะที่ เป็นแบบไทย สมัยกรุงศรีอยุธยาและสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ช่วงศตวรรษที่ 18 และ 19 เครื่องเบญจรงค์ของราชวงศ์ไทยซึ่งสูงได้สังเก็จที่เมืองจีนแต่เดิม และจากตามพื้นที่ของอยุธยาและกรุงเก่า เครื่องเบญจรงค์ที่สังเก็จจากเมืองจีนยังคงมีนักเป็นของใช้โบราณอย่างแพร่หลายเนื่องด้วยดินปั้นละเอียด แก่ง และช่างฝีมือดี เช่นลายได้ละเอียดสวยงาม ต้นกำเนิดของเครื่องเบญจรงค์ได้ใช้สีชาครายเพียง 3 สี ต่อมาได้พัฒนาเครื่องเบญจรงค์มี 5 สี คือ สีขาว สีเหลือง สีดำ สีแดง และสีเขียว (คราม) ดังนั้นชื่อที่เรียกว่า " เบญจรงค์ " หมายถึง เครื่องเคลือบที่มีการวาดสีออกไป 5 สี ปัจจุบันมีการใช้สีมากกว่า 30 สี เครื่องเบญจรงค์มีการออกแบบลวดลายต่างๆ ด้วยการวาดสี 5 สี สดุดลายที่เป็นที่รู้จักได้แก่ ลายนก ลายทุ่งข้าวปัดที่ ลายเทพพนมลายนริศที่ รวมตลอดถึงลวดลายดอกไม้ ลายสัตว์ และลวดลายจากเรื่องรามเกียรติ์ เป็นต้น ลวดลายที่วาดลงในเครื่องเบญจรงค์ สะท้อนถึงภูมิปัญญาชาวบ้าน มิติวัฒนธรรม ความความเชื่อของไทย และวิถีชีวิตของคนไทย



ส่วนเครื่องถ้วยชามน้ำทองจะเป็นเครื่องเป็นดินเผาที่เขียนลายด้วยวิธีลงยา เช่นเดียวกับกับเครื่องเบญจรงค์ แต่จะใช้สีทองที่ต่างจากของดำ เครื่องถ้วยชามน้ำทอง ได้รับความนิยมมากในสมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัยรัชกาลที่ 2 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์เริ่มต้นจากการสังเก็จเครื่องถ้วยชามน้ำทองจากประเทศจีน และผลิตขึ้นที่สังเก็จที่เข้ามาจากประเทศญี่ปุ่น เครื่องถ้วยเบญจรงค์ และลายน้ำทอง มีการปรับปรุง และคิดค้นรูปแบบ และลวดลายใหม่ ๆ เช่นเช่นถ้วย เช่น ชามทรงบัว ภาชนะเคลือบขาว หรือเขียนน้ำทองไม่มีลวดลาย สมัยกรุงรัตนโกสินทร์ตอนต้น ได้มีการนำเครื่องถ้วยชามแบบลวดลายในอิตาลี โปตุเกสต่าง ๆ มีลวดลายที่ทันสมัย เช่น ลายราชสีห์ ลวด นรสิงห์ ลินสี หนุมาน ประกอบร่วมกับลายกนกเปลว และลายกนกชด



สมเด็จพระศรีสุริเยนทราบรมราชินีในรัชกาลที่ 2 ( พ.ศ. 2352 ) ทรงเป็นผู้ส่งเสริมหัตถ์ศิลป์ในการใช้เครื่องถ้วยชามน้ำทองจนเป็นที่นิยมในราชสำนัก มีการเขียนลายกนก ลายดอกไม้ ลายเครื่องลาย ลายประจักษ์ ลายชด ลายกนก ลายกนกเปลว ลายกนกชด ลวดลายที่นิยมกันมากในสมัยนั้น คือ ลายดอกกุหลาบ ดอกไม้จีน และดอกไม้อื่นๆที่เป็น ดอกไม้ในลวดลาย จากการศึกษาวิจัยค้นพบหลักฐานว่าในสมัยรัชกาลที่ 2 มีการทอผ้าไหมเมืองจันทร์ และสาวทอ ผลิตผ้าไหมที่ขึ้นชื่อในพระราชอาณาจักร โดยเฉพาะที่เมืองตะลุงเขาร ได้มีการพระราชทานเบญจรงค์ให้กับ ขุนนางลาว เครื่องเบญจรงค์ลวดลายเทพพนม นิยมใช้ในพิธีราชาภิเษก เรียกว่า เครื่องเบญจรงค์ขานศรีนักษัตร ซึ่งเป็นลักษณะชาม เครื่องเบญจรงค์ที่ใช้ขานศรีนักษัตร สำหรับเครื่องเบญจรงค์ที่มีลวดลายจีนที่นิยมคือ ๆ นก เช่น ลวดลายดอกไม้มีอยู่ ลายไม้ไผ่ ลายค้างคาว ลายแมลงปอ ลายดอกกุหลาบ และลายอื่น ๆ รัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ เครื่องเบญจรงค์ได้มีการผลิตในประเทศญี่ปุ่นและนำเข้ามาในประเทศไทย แต่ไม่เป็นที่แพร่หลายเพราะไม่ได้รับความนิยม จึงมี จำนวนในช่วงเวลาสั้น และนับแต่สมัยเครื่องเบญจรงค์ในระยะนี้เรียกว่า " เครื่องถ้วยเบญจรงค์ญี่ปุ่น "



ปัจจุบันเครื่องเบญจรงค์ได้ค้นพบที่ความนิยม ชาวไทยและชาวต่างประเทศได้ใช้เครื่องเบญจรงค์เป็นเครื่องประดับตกแต่งบ้าน เครื่องเบญจรงค์ถือเป็นของที่ระลึกและของขวัญที่มีความเป็นเอกลักษณ์สวยงาม หวาน และมีความคงทนสำหรับใช้ไปโลกาภิวัตน์เช่น ของขวัญวันแต่งงาน

ศิลปากร พิพิธภัณฑ์ กรุงเทพมหานคร

### การเชื่อมโยง (ลิงค์)

e-mail: [benjarong@silpa.com](mailto:benjarong@silpa.com)  
เบอร์โทรศัพท์: 02-2371-3771

ภาพที่ 4.20 แสดงหน้าเว็บเพจหน้าประวัติความเป็นมาของเว็บไซต์ต้นแบบ



**การเชื่อมโยง (ลิงค์)**

โลโก้และชื่อองค์กร

**เนื้อหาข้อมูล**

การเชื่อมโยงของศูนย์... (Text describing the center's activities and products)



ภาพที่ 1 เป็น ภาพจาก 3 ปี... (Caption for the first image)



ผลิตภัณฑ์... (Text describing the products shown in the image)



บริเวณ... (Text describing the area shown in the image)



สื่อวิทัศน์แนะนำร้าน



**การเชื่อมโยง (ลิงค์)**

e-mail เบอร์โทรศัพท์

ภาพที่ 4.21 แสดงหน้าเว็บเพจหน้าชั้นตอนการผลิตของเว็บไซต์ต้นแบบ

**สมาคม เบนจวงจักษ์**  
โลกและซี อองคักร

**การเชื่อมโยง (ลิงค์)**

ลงทะเบียนสมาชิก รูปผลิตภัณฑ์

โถเบญจรงค์ ขนาด 6 นิ้ว ราคา 2,000 บาท

โถเบญจรงค์ ขนาด 8 นิ้ว ราคา 3,700 บาท

โถเบญจรงค์ ขนาด 4 นิ้ว ราคา 880 บาท

**รายละเอียดผลิตภัณฑ์**

โถเบญจรงค์ ขนาด 9 นิ้ว ราคา 4,500 บาท

โถเบญจรงค์ ขนาด 12 นิ้ว ราคา 5,500 บาท

โถเบญจรงค์ ฝาปิดทอง ขนาด 9 นิ้ว ราคา 5,500 บาท

โถเบญจรงค์ ฝาปิดทอง ขนาด 12 นิ้ว ราคา 7,000 บาท

โถข้าวเบญจรงค์ ทรงตะกั่ว ขนาด 9 นิ้ว ราคา 7,500 บาท

โถข้าวเบญจรงค์ ทรงสิงห์ ขนาด 9 นิ้ว ราคา 7,000 บาท

ภาพที่ 4.22 แสดงหน้าเว็บเพจหน้าผลิตภัณฑ์ของเว็บไซต์ต้นแบบ

**หมูเล็ก เฒ่าจรงค์**  
OTOP 5 ปี

**โลโก้และชื่อองค์กร**  
**รายละเอียดการลงทะเบียนสมาชิกใหม่**

ชื่อ-นามสกุล  ชื่อที่ใช้ลงทะเบียน

เลขบัตรประชาชน  รหัสผ่าน

ที่อยู่  อีเมลรหัสผ่าน

โทรศัพท์  ที่อยู่ที่ต้องการส่งของ

อีเมล

**ลงทะเบียน**

ชื่อที่ใช้ลงทะเบียน

รหัสผ่าน

**e-mail เบอร์โทรศัพท์**

☎ 084-81 45770  
034-843-371  
E-mail : the\_ay@hotmail.com

ภาพที่ 4.23 แสดงหน้าเว็บเพจหน้าลงทะเบียนสมาชิกของเว็บไซต์ต้นแบบ

**หมูเล็ก เฒ่าจรงค์**  
OTOP 5 ปี

**โลโก้และชื่อองค์กร**

**การเชื่อมโยง (ลิงค์)**

**วิธีการสั่งซื้อ**  
**การสั่งซื้อผลิตภัณฑ์**

- 1.ลูกค้าเลือกผลิตภัณฑ์ที่ต้องการพร้อมบอกรายละเอียดของผลิตภัณฑ์
- 2.ลูกค้ารอการตอบรับจากทางร้าน
- 3.ลูกค้าโอนเงินเข้าบัญชีและแจ้งโอนเงินโดยระบุยอดเงินโอน พร้อมทั้งวันและเวลาที่โอนเงินเข้ามาที่อีเมล
- 4.รอการตอบรับเรื่องวันส่งผลิตภัณฑ์โดยจะจัดส่งภายใน 2 วันนับจากวันที่ได้รับแจ้งโอนเงิน

**วิธีการชำระเงิน**  
**การชำระเงิน**

อ.ไทยพาณิชย์ สาขา การท่าเรือ


บัญชีออมทรัพย์ เลขที่ 3122440427

ชื่อบัญชี สุชาวัลย์ ศรีกำเหนิด

**e-mail เบอร์โทรศัพท์**

☎ 084-814-5770  
034-843-371  
E-mail : the\_ay@hotmail.com

ภาพที่ 4.24 แสดงหน้าเว็บเพจหน้าการสั่งซื้อและการชำระเงินของเว็บไซต์ต้นแบบ



**โลโก้และชื่อองค์กร**

**การเชื่อมโยง (ลิงค์)**

เกี่ยวกับเรา ประวัติความเป็นมา ขั้นตอนการผลิต ผลิตภัณฑ์ การสั่งซื้อและการชำระเงิน การจัดส่งผลิตภัณฑ์ รูปภาพ

**วิธีการจัดส่งผลิตภัณฑ์**

*การจัดส่งผลิตภัณฑ์*

การบรรจุภัณฑ์ใช้แบบเปิดในการห่อสินค้า และจัดส่งทั่วประเทศโดยใช้บริการไปรษณีย์ไทย ส่งทาง EMS

**ระยะเวลาในการจัดส่งผลิตภัณฑ์**

*ระยะเวลาการจัดส่งผลิตภัณฑ์*

ระยะเวลาตั้งแต่ลูกค้าโอนเงินและได้รับผลิตภัณฑ์

วันที่แจ้งโอน	วันที่เราส่งของ	วันที่ได้รับของ		
		กรุงเทพ	ภาคกลาง, ตะวันออก	ภาคเหนือ, ใต้, อีสาน
วันจันทร์	วันพุธ	วันพฤหัสบดี	วันพฤหัสบดี	วันศุกร์
วันอังคาร	วันพฤหัสบดี	วันศุกร์	วันศุกร์	วันเสาร์ หรือ วันจันทร์
วันพุธ	วันศุกร์	วันเสาร์ หรือ วันจันทร์	วันเสาร์ หรือ วันจันทร์	วันจันทร์
วันพฤหัสบดี	วันเสาร์	วันจันทร์	วันจันทร์	วันจันทร์
วันศุกร์	วันจันทร์	วันอังคาร	วันอังคาร	วันพุธ
วันเสาร์	วันอังคาร	วันพุธ	วันพุธ	วันพฤหัสบดี
วันอาทิตย์	วันอังคาร	วันพุธ	วันพุธ	วันพฤหัสบดี

หมายเหตุ : หากมีการติดวันหยุดการจัดส่งจะเลื่อนไปอีก (ขึ้นอยู่กับวันหยุด, หลังจากวันหยุดเราจะส่งให้วันแรกที่ไปรษณีย์เปิดทำการ)

**การเชื่อมโยง (ลิงค์)**

**e-mail**  
เบอร์โทรศัพท์

084-814-5770  
034-943-371  
E-mail : the\_aiy@hotmail.com

ภาพที่ 4.25 แสดงหน้าเว็บเพจหน้าการจัดส่งผลิตภัณฑ์ของเว็บไซต์ต้นแบบ



ภาพที่ 4.26 แสดงหน้าเว็บเพจหน้ารูปภาพของเว็บไซต์ต้นแบบ

#### 4. ผลการประเมินประสิทธิภาพการออกแบบเว็บไซต์ต้นแบบโดยผู้เชี่ยวชาญ

##### 1) ผลการประเมินประสิทธิภาพการออกแบบสารสนเทศบนเว็บไซต์ต้นแบบ

รายละเอียด	ผลการประเมิน	
	ร้อยละ	ระดับความคิดเห็น
1. การออกแบบสารสนเทศที่นำเสนอโดยรวม	80	มาก
2. หัวข้อของสารสนเทศที่มีความครบถ้วน ครอบคลุมเนื้อหาและบริการของร้านประเภทเครื่องเบญจรงค์	80	มากที่สุด
3. ง่ายต่อการเข้าถึงสารสนเทศที่ต้องการ	80	มาก
4. ความต่อเนื่องของการนำเสนอสารสนเทศ	60	มากที่สุด
5. การแบ่งสารสนเทศออกเป็นหัวข้อต่างๆ	80	มาก

ตารางที่ 4.10 แสดงร้อยละการออกแบบสารสนเทศบนเว็บไซต์ต้นแบบ

จากตาราง 4.10 ผู้เชี่ยวชาญได้ประเมินผลการออกแบบสารสนเทศบนเว็บไซต์ต้นแบบ จำแนกเป็นรายข้อมีความเหมาะสมระดับมากที่สุด 2 ข้อ เรียงลำดับตามค่าร้อยละดังนี้ หัวข้อของสารสนเทศที่มีความครบถ้วน ครอบคลุมเนื้อหาและบริการของร้านประเภท เครื่องเบญจรงค์ (ร้อยละ 80) ความต่อเนื่องของการนำเสนอสารสนเทศ (ร้อยละ 60) และมีความเหมาะสม ระดับมาก 3 ข้อ เรียงลำดับตามค่าร้อยละ ดังนี้ การออกแบบสารสนเทศ ที่นำเสนอโดยรวม, ง่ายต่อการเข้าถึงสารสนเทศที่ต้องการ, การแบ่งสารสนเทศออกเป็นหัวข้อต่างๆ (ร้อยละ 80)

## 2) ผลการประเมินประสิทธิภาพเกี่ยวกับคุณภาพการออกแบบเว็บไซต์ต้นแบบ

รายละเอียด	ผลการประเมิน	
	ร้อยละ	ระดับความคิดเห็น
1. การออกแบบเว็บไซต์ต้นแบบโดยรวม	80	มาก
2. ความชัดเจนของคำหรือวลีที่ใช้ในการเชื่อมโยง (ลิงค์)	60	มาก
3. การออกแบบตำแหน่งการเชื่อมโยง (ลิงค์)	60	มากที่สุด
4. การใช้ตัวอักษรในการพิมพ์เนื้อหา	60	มาก
5. การออกแบบสีโดยรวมของเว็บไซต์	60	มากที่สุด
6. การออกแบบสีตัวอักษร	60	มากที่สุด
7. การออกแบบภาพและกราฟฟิก	60	มากที่สุด
8. การออกแบบภาพเคลื่อนไหว	60	มาก

## ตาราง 4.11 แสดงร้อยละคุณภาพการออกแบบเว็บไซต์ต้นแบบ

จากตาราง 4.11 ผู้เชี่ยวชาญได้ประเมินผลคุณภาพการออกแบบเว็บไซต์ต้นแบบ จำแนก เป็นรายข้อมีความเหมาะสมระดับมากที่สุด 4 ข้อ เรียงลำดับตามค่าร้อยละ ดังนี้ การออกแบบตำแหน่งการเชื่อมโยง (ลิงค์), การออกแบบสีโดยรวมของเว็บไซต์, การออกแบบ สีตัวอักษร, การออกแบบภาพและกราฟฟิก (ร้อยละ 60) และมีความเหมาะสมระดับมาก 4 ข้อ เรียงลำดับตามค่าร้อยละ ดังนี้ การออกแบบเว็บไซต์ต้นแบบโดยรวม (ร้อยละ 80) ความชัดเจนของคำหรือวลีที่ใช้ในการเชื่อมโยง (ลิงค์), การใช้ตัวอักษรในการพิมพ์เนื้อหา, การออกแบบภาพเคลื่อนไหว (ร้อยละ 60)

## 3) ผลการประเมินประสิทธิภาพเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ต้นแบบ

รายละเอียด	ระดับความคิดเห็น	
	ร้อยละ	ระดับความคิดเห็น
1. ข้อมูลเกี่ยวกับองค์กร	60	มากที่สุด
2. ข้อมูลของเนื้อหา	100	มาก
3. ข้อมูลที่สามารถติดต่อได้ขององค์กร	40	มากที่สุด
4. ความน่าเชื่อถือในตัวผลิตภัณฑ์	60	มากที่สุด
5. ความน่าเชื่อถือในการสั่งซื้อตัวผลิตภัณฑ์ผ่านเว็บไซต์	40	มากที่สุด

ตาราง 4.12 แสดงร้อยละความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ต้นแบบ

จากตาราง 4.12 ผู้เชี่ยวชาญได้ประเมินผลคุณภาพการออกแบบเว็บไซต์ต้นแบบจำแนกเป็นรายข้อมีความเหมาะสมระดับมากที่สุด 4 ข้อ เรียงลำดับตามค่าร้อยละ ดังนี้ ข้อมูลเกี่ยวกับองค์กร, ความน่าเชื่อถือในตัวผลิตภัณฑ์ (ร้อยละ 60) ข้อมูลที่สามารถติดต่อได้ขององค์กร, ความน่าเชื่อถือในการสั่งซื้อตัวผลิตภัณฑ์ผ่านเว็บไซต์ (ร้อยละ 60) และมีความเหมาะสมระดับมาก 1 ข้อ คือ ข้อมูลของเนื้อหา (ร้อยละ 100)

## สรุป

เห็นว่าผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นในเรื่องการออกแบบสารสนเทศบนเว็บไซต์ต้นแบบในหัวข้อของสารสนเทศที่มีความครบถ้วนครอบคลุมเนื้อหาและบริการของร้านประเภทเครื่องเบญจรงค์มากที่สุด เนื่องจากหัวข้อของเว็บไซต์ต้นแบบมีความครอบคลุมเนื้อหาครบถ้วนเป็นประโยชน์ต่อผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์ต้นแบบ และมีความคิดเห็นในเรื่องของความต่อเนื่องของการนำเสนอสารสนเทศมาก เนื่องจากตัวเว็บไซต์ต้นแบบมีการออกแบบหน้าเว็บเพจในแต่ละหน้ามีความต่อเนื่องกัน ง่ายต่อการทำความเข้าใจในเรื่องของคุณภาพการออกแบบเว็บไซต์ต้นแบบ ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นมากที่สุดในเรื่องการออกแบบตำแหน่งการเชื่อมโยง (ลิงค์) การออกแบบสีโดยรวมของเว็บไซต์ การออกแบบสีตัวอักษร การออกแบบภาพและกราฟฟิก เนื่องจากเว็บไซต์ต้นแบบที่ได้ออกแบบไว้ มีการวางตำแหน่งของการเชื่อมโยง (ลิงค์) ที่น่าสนใจสามารถมองเห็นได้ง่าย สีโดยรวมและสีตัวอักษรออกแบบได้ดี โดดเด่น มีการออกแบบสีในโทนเดียวกัน ไม่ขัดแย้งกัน และเรื่องการออกแบบภาพกราฟิกมีความสวยงาม น่าสนใจ



ภาพมองเห็นได้ชัดเจนและในเรื่องของความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ต้นแบบ ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นมากที่สุด เรื่องข้อมูลเกี่ยวกับองค์กร และความน่าเชื่อถือของตัวผลิตภัณฑ์ เนื่องจากตัวเว็บไซต์ต้นแบบมีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับองค์กรที่ครบถ้วนครอบคลุมและสามารถตรวจสอบตัวผลิตภัณฑ์มีความน่าเชื่อถือเพราะสามารถเห็นรูปภาพได้จริง มีรูปภาพตัวอย่างให้ดูในหลายๆ มุมมองเพิ่มทางเลือกในการตัดสินใจซื้อ

#### 4) ข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญ

การออกแบบสวยงาม สีโทนน้ำตาลทำให้รู้สึกถึงความเป็นไทย สงบ แต่ตัวหนังสือมีความสับสนอยู่บ้าง ควรเลือกใช้ตัวอักษรให้ดีเพื่อง่ายต่อการอ่าน ควรมีการจัดหมวดหมู่ของผลิตภัณฑ์เพื่อให้ง่ายต่อการเลือกซื้อ ควรมีเนื้อหาภาษาอังกฤษเพื่อให้เว็บไซต์เป็นที่ยอมรับเป็นสากลมากขึ้น มีระบบการค้นหาผลิตภัณฑ์ และควรมีส่วนแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่หรือผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยม

การออกแบบเว็บไซต์สำหรับสินค้าประเภทเครื่องเบญจรงค์ของธุรกิจแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สิ่งที่ผู้ออกแบบเว็บไซต์ต้องคำนึงถึงมากที่สุดคือ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ เช่น ขนาด สี รูปภาพ ฯลฯ เพื่อให้ผู้เข้าชมเว็บไซต์นั้น จะได้รับข้อมูลที่ เป็นประโยชน์มากที่สุด เพิ่มโอกาสในการตัดสินใจซื้อ และข้อมูลที่สามารถติดต่อกับองค์กรได้ เช่น ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ ฯลฯ เพราะผู้เข้าชมเว็บไซต์ต้องการที่อยู่ขององค์กร เพื่อสอบถามถึงปัญหาหรือข้อสงสัยต่างๆ และเพื่อต้องการทราบว่าองค์กรนั้นมีตัวตนจริง สามารถตรวจสอบได้ ส่วนเรื่องรายละเอียดปลีกย่อยต่างๆ อาทิ เช่น การใช้ภาพเคลื่อนไหวตกแต่งเว็บไซต์ การใช้ภาพเคลื่อนไหวอธิบายเนื้อหา การใช้เสียงประกอบภายในเว็บไซต์ โทนนีโดยรวมของเว็บไซต์ ชนิดของตัวอักษร ฯลฯ เป็นส่วนสำคัญรองลงมาขึ้นอยู่กับการนำเสนอของนักออกแบบ เว็บไซต์ ว่าต้องการออกแบบอย่างไร ที่จะทำให้เว็บไซต์มีความแตกต่างกัน