

บทที่ 1

บทนำ



ที่มาและความสำคัญของปัญหา

อินเทอร์เน็ตเป็นระบบสื่อสารที่กำลังได้รับความนิยมในปัจจุบัน โดยประเทศไทยนั้นก็มี การใช้อินเทอร์เน็ตกันอย่างแพร่หลายในหน่วยงานราชการ และองค์กรธุรกิจต่างๆ โดยได้รับความ สนใจจากกลุ่มผู้ใช้ทุกระดับ และมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ โดยเฉพาะกลุ่มผู้ใช้ในเรื่องเกี่ยวกับการ ศึกษา ค้นคว้าหาความรู้ ในศาสตร์แขนงต่างๆ ซึ่งอินเทอร์เน็ตเปรียบได้กับแหล่งข้อมูลที่สำคัญ ยิ่ง จากความนิยมในการใช้อินเทอร์เน็ตที่เพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็วนี้เอง ทำให้หลายหน่วยงาน จำเป็นต้องมีการพัฒนาเว็บไซต์ขึ้นมาอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เราจึงเห็นเว็บไซต์ต่างๆ ในทุกวงการ เกิดขึ้นอย่างมากมาย ทั้งแบบที่มีคุณภาพและไม่มีคุณภาพตามความรู้และความสามารถของ ผู้ออกแบบ การจะออกแบบเว็บไซต์ขึ้นมาสักแบบหนึ่งนั้นจะต้องมีเป้าหมายที่แน่นอน ไม่ใช่จะ สร้างเว็บไซต์เพื่อทำตามอย่างหน่วยงานอื่นที่มีเว็บไซต์มาก่อน หรืออาจจำเป็นต้องสร้างเว็บไซต์ ขึ้นมาตามคำสั่งของผู้บังคับบัญชาโดยไม่มีเป้าหมายที่ชัดเจน ซึ่งจะทำให้เว็บนั้นไม่มีประโยชน์ ใดๆกับผู้ใช้และไม่มีใครเข้ามาใช้บริการ นอกจากนั้นถ้าในการสร้างเว็บหนึ่งๆขึ้นมาแล้วนั้น แต่ไม่ สนใจคอยมาดูแลปรับปรุงให้ดีขึ้นอยู่เสมอ เว็บนั้นก็จะมีคามหมายน้อยลงไปเรื่อยๆ ดังนั้นการ ยึดหลักในการออกแบบเว็บไซต์ที่ถูกต้อง ตั้งแต่ขั้นแรกในการกำหนดเป้าหมายของเว็บไซต์ไป จนถึงการใช้ในรายละเอียดของการออกแบบในส่วนประกอบต่างๆ จะเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้ เว็บไซต์นั้นประสบความสำเร็จได้ (ธวัชชัย ศรีสุเทพ, 2544: 12)

เว็บไซต์เป็นสื่อที่อยู่ในความควบคุมของผู้ใช้โดยสมบูรณ์ เพราะผู้ใช้มีโอกาสที่จะเลือกคลิกหรือไม่เลือกคลิกที่ใดก็ได้ตามต้องการ สามารถไปยังทุกหนทุกแห่งได้อย่างง่ายดายด้วยการใช้เมาส์คลิกไปตามลิงค์ต่างๆ ผู้ใช้จึงมักจะไม่ค่อยมีความอดทนกับอุปสรรคและปัญหาที่เกิดจากการออกแบบที่ผิดพลาด ไม่อำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้งาน ยกแก่การเข้าใจหรือไม่เข้าใจวิธีในการใช้ งาน ทำให้ต้องเปลี่ยนไปยังเว็บไซต์อื่น ดังนั้นจึงควรออกแบบเว็บไซต์เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้ใช้งาน และดึงดูดให้เข้ามาใช้บริการอยู่เสมอ

ในปัจจุบันนอกจากจะมีเว็บไซต์อยู่มากมายแล้ว ก็ยังมีเว็บไซต์เกิดขึ้นใหม่ทุกวัน ผู้ใช้จึงมี ทางเลือกมากขึ้นที่จะเข้าไปทดลองใช้บริการในเว็บไซต์ต่างๆ เพื่อนำมาเปรียบเทียบหาเว็บที่

น่าสนใจมากที่สุด แทนที่จะทนอยู่ในเว็บไซต์ที่ดูแล้วสับสน ไม่น่าพอใจ ความรู้สึกที่ได้จากแต่ละเว็บไซต์มีความแตกต่างกันออกไป ซึ่งเว็บไซต์ที่ออกแบบมาแล้วดูสวยงามและมีการใช้งานที่สะดวกมากกว่าเว็บที่ดูสับสนวุ่นวาย มีแต่ข้อมูลมากมายเต็มหน้าจอแต่หาอะไรไม่เจอ และยังใช้เวลามากในการแสดงผลแต่ละหน้า การออกแบบเว็บไซต์จึงมีส่วนสำคัญในการสร้างความประทับใจให้กับผู้ใช้งาน และทำให้อยากกลับมาใช้อีกในอนาคต

การออกแบบเว็บไซต์นั้นไม่ได้หมายถึงลักษณะหน้าตาของเว็บไซต์เพียงอย่างเดียว แต่เกี่ยวข้องตั้งแต่การเริ่มต้นกำหนดเป้าหมายของเว็บไซต์ ระบุกลุ่มผู้ใช้ การจัดระบบข้อมูล การสร้างเครื่องมือนำทาง (Navigation) การออกแบบหน้าเว็บ รวมไปถึงการใช้กราฟิก การเลือกใช้สี และการจัดรูปแบบตัวอักษร นอกจากนี้ยังต้องคำนึงถึงความแตกต่างของสื่อกลางในการแสดงผลเว็บไซต์ด้วย สิ่งเหล่านี้ได้แก่ ชนิดและรุ่นของบราวเซอร์ (Browser) ขนาดของหน้าจอคอมพิวเตอร์ ความละเอียดของสีในระบบ รวมไปถึงปลั๊ก-อิน (Plug-ins) ชนิดต่างๆที่ผู้ใช้มีอยู่ ซึ่งลักษณะต่างๆที่ประกอบกันเป็นเว็บเพจนี้ พัฒนาขึ้นโดยความต้องการที่จะสื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะเรื่องหรือเฉพาะองค์กรที่สังกัดทำให้กลุ่มเป้าหมายทราบว่า เว็บไซต์นั้นเป็นองค์กรประเภทใด มีลักษณะขององค์กรเป็นอย่างไร ไปจนถึงภาพพจน์ขององค์กรโดยรวม ซึ่งสื่อที่เป็นอวัจนภาษานี้จะมีความชัดเจนและได้ตามวัตถุประสงค์อย่างไรรันขึ้นอยู่กับการออกแบบนั่นเอง (นิรชรา ธนเมธี, 2541: 7)

เว็บไซต์ที่ดูสวยงามหรือมีลูกเล่นมากมายนั้น อาจจะไม่จำเป็นการออกแบบที่ดีก็ได้ ถ้าความสวยงามและลูกเล่นเหล่านั้นไม่เหมาะสมกับลักษณะของเว็บไซต์ Daniel Donnelly นักออกแบบเว็บไซต์ได้กล่าวไว้ว่า เว็บไซต์ที่จะทำให้ผู้รับสารเกิดการจดจำที่ดีจะต้องเป็นเว็บไซต์ที่มีคุณค่ามากกว่าความสวยงาม (Daniel Donnelly , 2002: 27) ด้วยเหตุนี้จึงเป็นเรื่องยากที่จะระบุว่า การออกแบบเว็บไซต์ที่ดีนั้นเป็นอย่างไร เนื่องจากไม่มีหลักเกณฑ์แน่นอนที่ใช้ได้กับทุกเว็บไซต์ แนวทางการออกแบบบางอย่างที่เหมาะสมกับเว็บไซต์หนึ่ง อาจจะไม่เหมาะสมกับอีกเว็บไซต์หนึ่งก็ได้ ทำให้แนวทางการออกแบบของแต่ละเว็บไซต์นั้น แตกต่างกันไปตามเป้าหมายและลักษณะของเว็บไซต์นั้น เว็บไซต์บางแห่งอาจต้องการความสนุกสนาน ความบันเทิง ขณะที่เว็บอื่นกลับต้องการความถูกต้อง ชัดเจน น่าเชื่อถือเป็นหลัก ดังนั้นอาจสรุปได้ว่า การออกแบบที่ดีก็คือ การออกแบบให้เหมาะสมกับเป้าหมายและลักษณะของเว็บไซต์โดยคำนึงถึงความสะดวกในการใช้งานของผู้ใช้เป็นหลัก

เว็บไซต์แต่ละประเภทต่างมีเป้าหมายและลักษณะที่แตกต่างกัน ตัวอย่างเช่น เว็บไซต์ที่เป็นระบบค้นหา (Search Engine) ซึ่งเป็นแหล่งรวมที่อยู่ของเว็บไซต์ต่างๆ ทำหน้าที่เป็นประตูไปสู่เว็บไซต์อื่นๆ เว็บไซต์ประเภทนี้มีเป้าหมายที่จะให้ข้อมูลที่ผู้ใช้ต้องการอย่างรวดเร็ว และจะมีผู้เข้ามาใช้บริการค้นหาข้อมูลเป็นจำนวนมากในแต่ละวัน ดังนั้นสิ่งที่สำคัญในการออกแบบเว็บไซต์ประเภทนี้ก็คือสามารถแสดงหน้าเว็บอย่างรวดเร็วเมื่อผู้ใช้เปิดเข้ามา และมีระบบสืบค้นข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่รวดเร็ว สำหรับเว็บไซต์เพื่อความบันเทิงหรือเกี่ยวข้องกับศิลปะนั้น ผู้ใช้มักคาดหวังที่จะได้พบกับสิ่งที่น่าตื่นเต้น เรื่องราวที่สนุกสนาน เพลิดเพลิน หรืออาจจะได้เรียนรู้สาระบางอย่าง ความสำคัญในการออกแบบเว็บไซต์เหล่านี้จึงมีมากพอๆกับเนื้อหาภายในเว็บไซต์ ส่วนเว็บทั่วไปที่ให้บริการข้อมูลซึ่งไม่ได้มีเป้าหมายที่จะให้ความบันเทิง ควรจะมีการจัดข้อมูลอย่างเป็นระบบและมีรูปแบบที่เข้าใจง่าย เพื่อให้สามารถเข้าถึงข้อมูลที่ต้องการได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งจากเว็บไซต์ประเภทต่างๆที่กล่าวมานั้นจำเป็นต้องมีองค์ประกอบของโครงสร้าง (Structure) และหน้าตาเว็บไซต์ (Interface) ที่ดี (โสรชัย นันทวัชรวิบูลย์, 2545: 228)

องค์ประกอบของการออกแบบเว็บไซต์ที่มีประสิทธิภาพ เป็นพื้นฐานที่สำคัญของเว็บไซต์ที่ได้รับการออกแบบที่ดี ดังต่อไปนี้ (ธวัชชัย ศรีสุเทพ, 2544: 16-17)

1. ความเรียบง่าย (Simplicity)
2. ความสม่ำเสมอ (Consistency)
3. ความเป็นเอกลักษณ์ (Identity)
4. เนื้อหาที่มีประโยชน์ (Useful Content)
5. ระบบเนวิเกชันที่ใช้งานง่าย (User-Friendly Navigation)
6. มีลักษณะที่น่าสนใจ (Visual Appeal)
7. การใช้งานอย่างไม่จำกัด (Compatibility)
8. คุณภาพในการออกแบบ (Design Stability)
9. ระบบการใช้งานที่ถูกต้อง (Functional Stability)

จะเห็นได้ว่าเว็บไซต์ที่มีการใช้ลักษณะและองค์ประกอบดังกล่าว สามารถช่วยทำให้เว็บไซต์มีการออกแบบที่ดีและมีประสิทธิภาพได้ ดังจะเห็นตัวอย่างได้จากเว็บไซต์ขององค์กรหรือหน่วยงานของต่างประเทศที่มีการวางแผนพัฒนาเว็บไซต์เป็นอย่างดี มีการกำหนดเป้าหมาย และมีรูปแบบที่มีมาตรฐานเดียวกัน รวมถึงความเป็นเอกภาพภายในองค์กร

เว็บไซต์เปรียบเสมือนการแสดงภาพลักษณ์ขององค์กรนั้นๆ โดยสามารถให้ข้อมูลขององค์กรในด้านต่างๆ รวมถึงมูลค่าสินค้าหรือบริการ การสร้างภาพลักษณ์ให้กับเว็บไซต์นั้นเป็นวิธีการและกลยุทธ์หนึ่งในการพัฒนาเว็บไซต์ ซึ่งองค์ประกอบที่สำคัญในการออกแบบเว็บไซต์ ได้แก่ การจัดวาง ระบบการนำทาง การใช้ภาพ และองค์ประกอบอื่นๆ ในขณะที่การสร้างภาพลักษณ์นั้นเป็นการกำหนดรูปแบบโดยรวมมากกว่าสร้างความแตกต่างในรายละเอียด ซึ่งมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้มีการตอบสนองจากกลุ่มเป้าหมายให้เข้าใจด้วยความรู้สึก โดยไม่จำเป็นต้องอ่านแม้ประโยคเดียว (www.webinteractiveconsulting.com)

รูปแบบการออกแบบของเว็บเพจขององค์กรประเภทต่างๆในประเทศไทย มีความแตกต่างกันเนื่องจาก วัตถุประสงค์และกลุ่มเป้าหมายในการสื่อสารขององค์กรที่แตกต่างกัน ซึ่งเว็บเพจขององค์กรประเภทต่างๆในประเทศไทยนั้นเรียกว่า ยังอยู่ในระยะเริ่มต้น โดยมีจุดมุ่งหมายที่ต้องการแสดงวิสัยทัศน์ในการก้าวทัน เทคโนโลยีเป็นส่วนใหญ่ ยังมิได้คำนึงถึงวัตถุประสงค์ของการสื่อสารอย่างแท้จริง ซึ่งความสามารถในการออกแบบกราฟิกในเว็บเพจขององค์กรประเภทต่างๆของไทย ยังมีจำกัด รวมทั้งการเล็งเห็นความสำคัญ ของคุณสมบัติที่แท้จริงของการสื่อสารรูปแบบนี้ของผู้บริหารองค์กร

ปัจจุบันมีสถาบันการศึกษาต่างๆ พยายามสร้างเว็บไซต์ของตนขึ้นมา เพื่อเป็นสื่อการเรียนการสอน เพื่อแนะนำ หรือเพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆของสถาบันการศึกษา ซึ่งเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาเหล่านี้มีแนวโน้มที่จะเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ และเว็บไซต์ที่สร้างขึ้นมาก็จะมีความแตกต่างกันออกไปตามการออกแบบของแต่ละสถาบันการศึกษา หรือนักออกแบบเว็บไซต์การศึกษาแต่ละท่าน อย่างไรก็ตามการออกแบบเว็บไซต์และเว็บเพจที่ดี ให้เป็นที่สนใจสามารถดึงดูดให้คนเข้ามาในเว็บไซท์เพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆนั้นไม่ใช่เรื่องง่ายนัก จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการวิเคราะห์ และวางแผนที่ดี รวมไปถึงการพิจารณาปัจจัยต่างๆอย่างรอบคอบก่อนลงมือสร้าง มิฉะนั้นโอกาสที่เว็บไซต์นั้นจะประสบความสำเร็จมีอยู่สูง (นิทัศน์ อธิพิพงษ์, 2544: 5)

รูปแบบเว็บเพจของสถาบันศึกษานั้น ส่วนใหญ่มีลักษณะการจัดวางที่เรียบง่าย โครงสร้างของข้อมูลไม่ซับซ้อน และไม่มีความลึกมากนัก และมีรูปแบบที่เป็นลักษณะของการวางหน้าหนังสือเป็นส่วนใหญ่ ใช้พื้นฉากหลังเป็นสีขาว อย่างไรก็ตามเว็บไซต์ของสถาบันศึกษานั้นจะพยายามมุ่งเน้นเอกลักษณ์ขององค์กรที่สื่อถึงรูปแบบการศึกษาในองค์กรนั้นๆ แต่เนื่องจากบางสถาบัน มีลักษณะโครงสร้างขององค์กรที่มีขนาดใหญ่ และเป็นสถาบันที่ไม่ได้เข้าสู่ภาวะการณแข่งขันในประเทศไทย เว็บไซต์มีลักษณะที่ใช้งานกันเองภายในสถาบันเป็นหลัก และบุคคลที่เป็น

ปัญหาของการวิจัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป็นสถาบันอุดมศึกษาแห่งแรกของประเทศไทย ซึ่งเป็นมหาวิทยาลัยที่มีขนาดใหญ่ และมีชื่อเสียงเป็นอันดับ 29 จากการจัดอันดับมหาวิทยาลัยในเอเชีย (Asiaweek, 1999) โดยเว็บไซต์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ประกอบด้วยเว็บไซต์ของหน่วยงาน คณะวิชาต่างๆภายในเป็นจำนวนมาก แต่การออกแบบเว็บไซต์ของหน่วยงานนั้นๆ ยังไม่มีมาตรฐานเดียวกัน ขาดความเป็นเอกภาพ ทำให้รูปแบบเว็บไซต์ของหน่วยงานมีความแตกต่างกันมาก ก่อให้เกิดความยุ่งยากในการออกแบบ สิ้นเปลืองงบประมาณในการออกแบบหลายครั้ง ทั้งยังสร้างความลำบากในการค้นหาข้อมูลที่ซับซ้อน ดังนั้นรูปแบบมาตรฐานเว็บไซต์ของคณะในจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยควรมีรูปแบบอย่างไร ซึ่งจะมีส่วนทำให้นักออกแบบเว็บไซต์ หรือผู้มีหน้าที่พัฒนาเว็บไซต์ของหน่วยงานต่างๆ สามารถออกแบบได้อย่างรวดเร็วและมีมาตรฐาน ทำให้สามารถสื่อสารข้อมูลได้อย่างถูกต้องและชัดเจนเป็นเอกภาพเดียวกัน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลและวิเคราะห์องค์ประกอบเว็บไซต์ของคณะในจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
2. เพื่อหาแนวทางการออกแบบเว็บไซต์ของคณะในจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สมมุติฐานของการวิจัย

การออกแบบเว็บไซต์โดยการใช้เอกลักษณ์องค์การของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยสามารถทำให้เว็บไซต์ของคณะในจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยมีเอกภาพเดียวกัน

ขอบเขตการศึกษาวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ จะศึกษาวิเคราะห์เฉพาะเว็บไซต์ของคณะในจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ไม่รวมถึงหน่วยงาน สำนัก หรือสถาบันต่างๆ ที่สนับสนุนและแยกตัวเป็นอิสระ

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ศึกษาและรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย
 - 1.1 การรวบรวมรูปแบบเว็บไซต์ของคณะในจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
 - 1.2 การรวบรวมข้อมูลองค์ประกอบในการออกแบบเว็บไซต์
 - 1.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสรุปปัญหา
2. การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญและผู้ใช้งาน
3. วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาแนวทางในการออกแบบ
4. สรุปผลการวิจัย และจัดทำคู่มือรูปแบบมาตรฐานเว็บไซต์
5. เผยแพร่ผลงานการวิจัย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. การวิจัยครั้งนี้ทำให้ทราบข้อมูลและปัญหาของรูปแบบเว็บไซต์ของคณะในจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เพื่อนำไปออกแบบพัฒนาให้เป็นรูปแบบมาตรฐาน
2. ทำให้สามารถกำหนดแนวทางการออกแบบเว็บไซต์ของคณะในจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

รูปแบบมาตรฐาน (Standard) หมายถึง การนำเสนอแนวทางการออกแบบที่มีการยอมรับโดยส่วนใหญ่ ว่ามีความถูกต้องเป็นเอกภาพเดียวกัน แสดงถึงองค์ประกอบที่ใช้ร่วมกันได้อย่างสมบูรณ์

ภาพลักษณ์องค์กร (Corporate Image) หมายถึง ภาพรวมทั้งหมดขององค์กรที่บุคคลรับรู้จากประสบการณ์ หรือมีความรู้ความประทับใจ ตลอดจนความรู้สึกที่มีต่อหน่วยงานหรือสถาบันโดยการกระทำหรือพฤติกรรมองค์กร การบริหาร ผลสัมฤทธิ์การบริหาร และการประชาสัมพันธ์จะเข้ามามีบทบาทต่อภาพลักษณ์องค์กรด้วย

เว็บไซต์ (Web Site) หมายถึง หน้าเอกสารและข้อมูลทั้งหมดบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งจะใช้ชื่อเพื่อแสดงที่อยู่ของเว็บไซต์ที่ได้จากการลงทะเบียนกับผู้ให้เช่าพื้นที่บนระบบอินเทอร์เน็ต หรือ เว็บเซิร์ฟเวอร์ (Web Server) ซึ่งชื่อของเว็บไซต์ที่จดทะเบียนจะมีการแบ่งประเภทขององค์กร ตามระบบชื่อโดเมน (Domain Name System)

เว็บเพจ (Web Page) หมายถึง หน้าเอกสารหรือแฟ้มข้อมูลในแต่ละหน้า ซึ่งเป็นองค์ประกอบของเว็บไซต์ สามารถมีหน้าเว็บเพจได้หลายหน้า โดยมีสถานะเป็นแฟ้มข้อมูลที่เขียนด้วยภาษา HTML นามสกุล .html (Hypertext Markup Language) ใช้การเชื่อมโยง (Link) หน้าเว็บเพจแต่ละหน้าด้วยการไปยังหน้าเว็บเพจอื่นๆ ซึ่งจะให้ข้อมูลที่แตกต่างกัน

โฮมเพจ (Home Page) หมายถึง เว็บเพจหน้าแรกของเว็บไซต์ ซึ่งเป็นส่วนแรกของเอกสารทั้งหมด ทำหน้าที่สื่อสารข้อมูลที่ต้องการให้รับรู้ก่อนส่วนอื่นๆ ซึ่งประกอบด้วยหัวเรื่อง ส่วนประกอบต่างๆ เครื่องมือนำทางเพื่อนำไปสู่หน้าต่อไป