

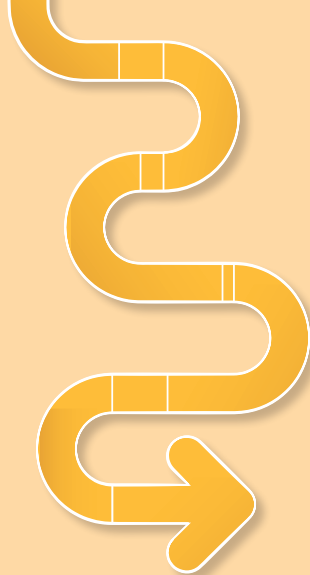
website DIY.

ทำเว็บไซต์ด้วยตัวเองไม่ยากอย่างที่คิด
รวบรวมเทคนิคการทำเว็บไซต์
ให้ประสบความสำเร็จที่คุณก็ทำได้





website DIY.



1 ใน ETDA e-Commerce Pocket Series

เราป็นหนังสือเล่มนี้เพื่อ “เ้าแก่ยุคไอที นักธุรกิจหน้าใหม่ SMEs/OTOP”

เลขมาตรฐานสากลประจำหนังสือ ISBN 978-616-91910-6-3

สงวนลิขสิทธิ์หนังสือเล่มนี้ ตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ 2527

ห้ามคัดลอกเนื้อหา ภาพประกอบก่อนได้รับอนุญาต

รวมทั้งดัดแปลงเป็นแถบบันทึกเสียง วิดีโอ โทรศัพท์ และสื่ออื่นๆ

พิมพ์ครั้งแรก : กันยายน 2557

สร้างสรรค์โดย

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน)

กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

อาคารเดอะไนท์ ทาวเวอร์ เลขที่ 33/4 ตึก B ชั้น 21

ถนนพระรามเก้า แขวงห้วยขวาง เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310

โทรศัพท์ 0-2123-1234 โทรสาร 0-2123-1200

www.etda.or.th





สร้างคณา วายภาพ
ผอ.สพสอ.



อรุณรุ่ง อีระศักดิ์
ผู้อำนวยการ
สำนักส่งเสริมธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์



สรสิช เนตรนิล
ผู้ช่วยผู้อำนวยการ
สำนักส่งเสริมธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์



พายัพ ขาวเหลือง
ผู้จัดการ
ทีม e-Marketing



ปริญญา สุวรรณชินกุล
ผู้จัดการ
ทีมพัฒนาระกิจ



ทศพร ชอมพิตร
Creative Content
ทีมกราฟิก

ร่วมแรงกันทำ

กำหนดทิศทาง & แนะนำ
กำกับดูแล

สรรค์สร้างเนื้อหา

ดูแลประเด็นกฎหมาย
ดูแลกราฟิก

สร้างคณา วายภาพ (แอน)

อรุณรุ่ง อีระศักดิ์ (เอ)

สรสิช เนตรนิล (กอล์ฟ)

พายัพ ขาวเหลือง (ตั้ม)

ปริญญา สุวรรณชินกุล (เก่ง)

ทศพร ชอมพิตร (โจ)

พิชญลักษณ์ คำทองสุข (หยิ)

ณัฐพงศ์ วรพิวุฒิ (เอ)

นภดล อุษณบุญศิริ (เฟรม)

ณัฐนัย รวดเร็ว (ฮอลต์)





คำนำ

“เว็บไซต์” กลายเป็นเครื่องมือหลักในการติดต่อสื่อสารของคนเราผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในโลกทุกวันนี้ และกลายเป็นเครื่องมือสำคัญของเจ้าของธุรกิจในการสื่อสารกับลูกค้า เพราะสามารถกระจายข้อมูลข่าวสารของสินค้าหรือบริการต่างๆ ให้ออกไปได้ในวงกว้างอย่างรวดเร็ว ง่ายดาย ด้วยต้นทุนที่ต่ำที่สุด ซึ่งกลุ่มผู้ประกอบการ SMEs/OTOP สามารถใช้ช่องทางนี้ในการนำธุรกิจไปสู่ความสำเร็จได้

หากแต่จะอย่างไรให้เว็บไซต์ประสบความสำเร็จ นั้นหมายถึงความจำเป็นในการออกแบบเว็บไซต์ให้ดึงดูดและน่าสนใจต่อกลุ่มเป้าหมายหรือกลุ่มลูกค้า เพราะเว็บไซต์จำนวนไม่น้อยที่พัฒนาโดยขาดการวางแผนและทำงานอย่างไม่เป็นระบบ เช่น การลงมือออกแบบโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป โดยจัดทำเนื้อหาและรูปแบบของเว็บไซต์ตามความคิดที่นึกขึ้นได้ขณะนั้น และเมื่อเห็นว่าดูดีแล้วก็เปิดตัวเลย ทำให้เว็บไซต์นั้นมีเป้าหมายและแนวทางที่ไม่แน่นอน ผลลัพธ์ที่ได้จึงเสี่ยงต่อการล้มลุกคลุกคลานกว่าเว็บไซต์จะฮอตฮิต





“Website D.I.Y.” เป็น 1 ใน 3 ของหนังสือชุด ETDA e-Commerce Pocket Series ภายใต้โครงการเพิ่มศักยภาพการทำธุรกรรมออนไลน์ เน้นกลุ่มผู้ประกอบการ SMEs/OTOP ของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) (สพธอ.) หรือ ETDA (เอ็ตด้า) ที่จัดทำขึ้นเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจด้าน e-Commerce ที่มีมาตรฐาน (Standard) และมั่นคงปลอดภัย (Security) เพื่อให้ผู้ที่สนใจ โดยเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการ SMEs ขนาดย่อมและขนาดกลาง ทั้งกลุ่มที่ทำอยู่แล้ว และกลุ่มที่คิดจะเริ่มต้น ได้นำไปเป็นแนวทางในการสร้างเว็บไซต์ด้วยตนเอง และสามารถเข้าสู่ระบบการค้าออนไลน์ที่สามารถเพิ่มยอดขายหรือสร้างรายได้ให้แก่ธุรกิจมากขึ้น หรือให้นักศึกษาที่ต้องการประกอบอาชีพอิสระสามารถนำไปประกอบธุรกิจของตนเองได้ ซึ่งทั้งหมดนี้จะช่วยเพิ่มรายได้ให้แก่ประเทศมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การเปิดประชาคม เศรษฐกิจอาเซียน ในปี 2558 ซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบการมีโอกาสขยายฐานลูกค้าได้ เพิ่มขึ้นถึง 600 ล้านคน หากสามารถแสวงหาโอกาสจากช่องทางออนไลน์นี้

หนังสือเล่มนี้จะปูพื้นฐานให้รู้จักตั้งแต่วิธีการทำงานของเว็บไซต์ว่าต้องอาศัย อุปกรณ์ใดบ้าง ขั้นตอนการพัฒนาเว็บไซต์โดยละเอียดที่ผู้อ่านสามารถนำไปปฏิบัติจริงได้ กลยุทธ์ในการสร้างเว็บไซต์ที่ดึงดูดลูกค้าและทันสมัย รวมทั้งการตั้งชื่อเว็บไซต์ให้ติดตลาด และติดอันดับใน Search Engine ซึ่งจะเป็นส่วนสำคัญในการสร้างนักธุรกิจรุ่นใหม่ ที่สามารถพัฒนาเว็บไซต์ของตนเองได้อย่างตรงใจลูกค้าและประสบความสำเร็จมากที่สุด

Srw

สุรางคณา วายุภาพ

ผู้อำนวยการ

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์
(องค์การมหาชน)

website D.I.Y.



Contents

บทที่ 1	เว็ลต์ไวด์เว็บ...โยแมงมมมัดใจคนทั้งโลก	8
1.1	“IoT” Internet of Things	10
1.2	กลไกของเว็ลต์ไวด์เว็บ	16
1.3	อุปกรณ์พร้อม...เว็บก็พร้อม!	20
1.4	ขบวนการพัฒนาเว็บไซต์	24
บทที่ 2	กลเม็ดปั้นเว็บสวยและดี	28
2.1	องค์ประกอบ 9 ด้าน...แต่งแต่มีสีสันให้เว็บไซต์	30
2.2	ทำเว็บสวยและดีแบบ Step by Step	42
2.3	จับกระแสนี้เว็บไซต์ยุค 3.0	56
2.4	เปิดไอเดียสร้างสรรค์เว็บยุคใหม่	62
บทที่ 3	นักพัฒนาเว็บมือใหม่...สไตล์ D.I.Y.	64
3.1	Web Template...สร้างเว็บเหมือนเสกได้	66
3.2	e-Marketplace...ได้ทั้งเว็บได้ทั้งลูกค้า	74
3.3	CMS...โปรแกรมแต่งเว็บตามจินตนาการ	80
บทที่ 4	แต่งเว็บขั้นเทพในยุคเว็บ 3.0	86
4.1	โดเมนเนม...ตั้งดีเว็บก็ดัง	89
4.2	บันไดหกขั้นปั้นเว็บให้น่าซื้อ	93
4.3	ล้วงลับปรับเว็บให้เป็นมิตรกับเสิร์ชเอนจิน	99
Appendix WEBSITE CHECKUP 60 SECONDS!		107
เกี่ยวกับ ETDA		112



“ ‘อินเทอร์เน็ต’
คือทุกสิ่ง...เป็นทุกอย่างในชีวิต
ของมวลมนุษยชาติ
Internet of Things ”



วีรชัย ประยูรพุกภัย
หนุ่มสมาร์ท ผู้มุ่งมั่นพัฒนา
โครงสร้างพื้นฐานสารสนเทศของประเทศ @ ETDA



01

เวิลด์ไวด์เว็บ...
ใยแมงมุม
มัดใจคนทั้งโลก

1.1 “IoT” Internet of Things

เวิลด์ไวด์เว็บ (World Wide Web) นิยมเรียกสั้นๆ ว่า เว็บ หรือ WWW เป็นบริการที่ช่วยให้เราสามารถค้นหาข้อมูลต่างๆ ที่ต้องการได้อย่างรวดเร็ว และด้วยการที่มีอุปกรณ์อันทันสมัยเกิดขึ้นตลอดเวลา อย่างเช่น สมาร์ทโฟนและแท็บเล็ต ก็ยิ่งทำให้อินเทอร์เน็ตและเวิลด์ไวด์เว็บถูกใช้งานอย่างต่อเนื่อง เรียกได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของคนในยุคสมัยนี้ไปเรียบร้อยแล้ว ดังจะเห็นได้

จากการที่องค์กรต่างๆ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนก็มีการสร้างและพัฒนาเว็บของตนเองเพื่อใช้เป็นช่องทางสื่อสารระหว่างองค์กรและลูกค้า ตัวอย่างเช่น โรงภาพยนตร์ก็มีเว็บไซต์ (เช่น www.majorcineplex.com) เพื่อให้ลูกค้าจองตั๋วชมภาพยนตร์ได้โดยไม่ต้องมาต่อแถวซื้อให้เสียเวลา หรือห้างสรรพสินค้าไม่ว่าจะขนาดเล็กหรือใหญ่ (เช่น www.central.co.th) ก็มีเว็บไซต์เพื่อให้ลูกค้าใช้เป็นช่องทางสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ได้ เป็นต้น

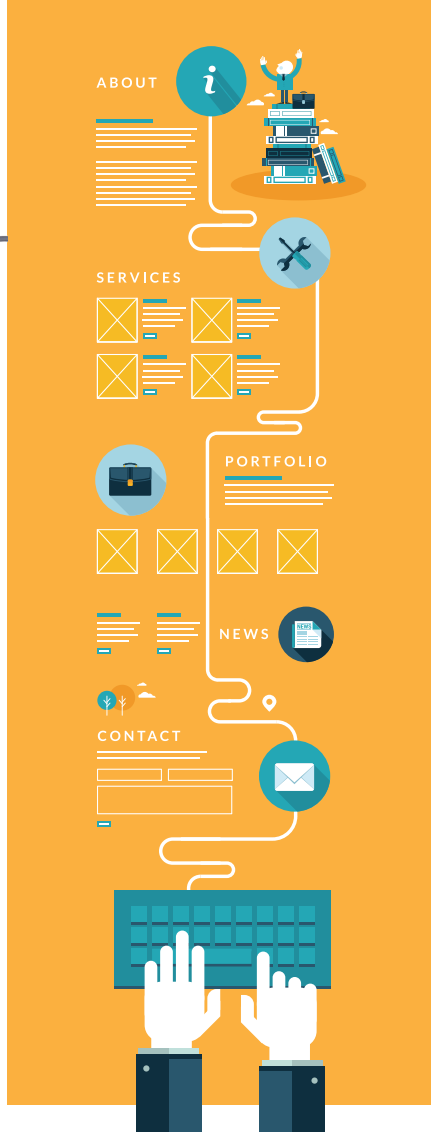
“คนไทย”
ใช้เวลากับอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้น
เป็น 7.2 ชั่วโมงต่อวัน*

* อ้างอิงข้อมูลจากรายงานผลการสำรวจพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย พ.ศ. 2557 โดยสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) หรือ สทผอ.





ถ้าหากจะย้อนกลับไปเมื่อหลายสิบปีที่แล้ว เวิลด์ไวด์เว็บถือกำเนิดขึ้นโดยนักวิทยาศาสตร์จากห้องทดลองของสถาบันเซิร์น (CERN) ซึ่งเป็นห้องปฏิบัติการฟิสิกส์แห่งยุโรปในนครเจนีวา ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ นามว่า ทิม เบอร์เนอร์ส-ลี (Tim Berners-Lee) ได้สร้างระบบการสื่อสารข้อมูลผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ในรูปแบบใหม่ที่เรียกว่า ไฮเพอร์เท็กซ์ (Hypertext) ซึ่งผลที่ได้ทำให้มีการสร้างข้อตกลงในการสื่อสาร หรือที่เรียกว่า โพรโทคอล (Protocol) แบบ HTTP (Hypertext Transport Protocol) ขึ้น เพื่อใช้ในการส่งข้อมูลสารสนเทศต่างๆ โดยจะถูกจัดอยู่ในรูปแบบใหม่ที่เราเรียกว่า HTML (Hyper Text Markup Language) ซึ่งการสื่อสารและการสืบค้นสารสนเทศในรูปแบบใหม่นี้เองทำให้คนทั่วโลกสามารถติดต่อสื่อสารกันได้อย่างรวดเร็วในทุกรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นข้อความ ภาพ และเสียง

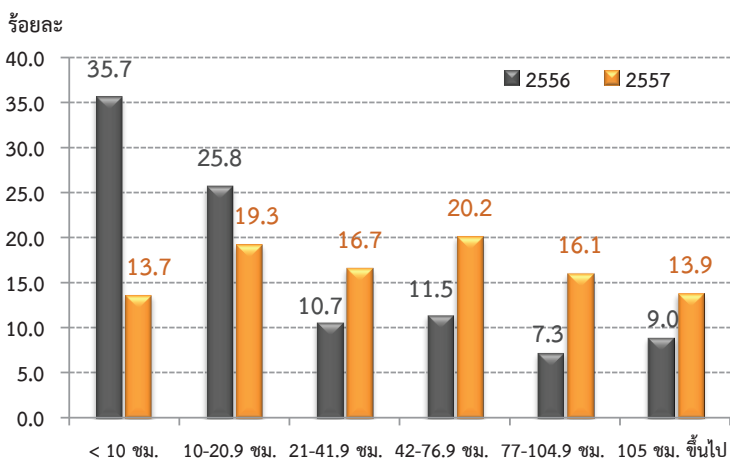
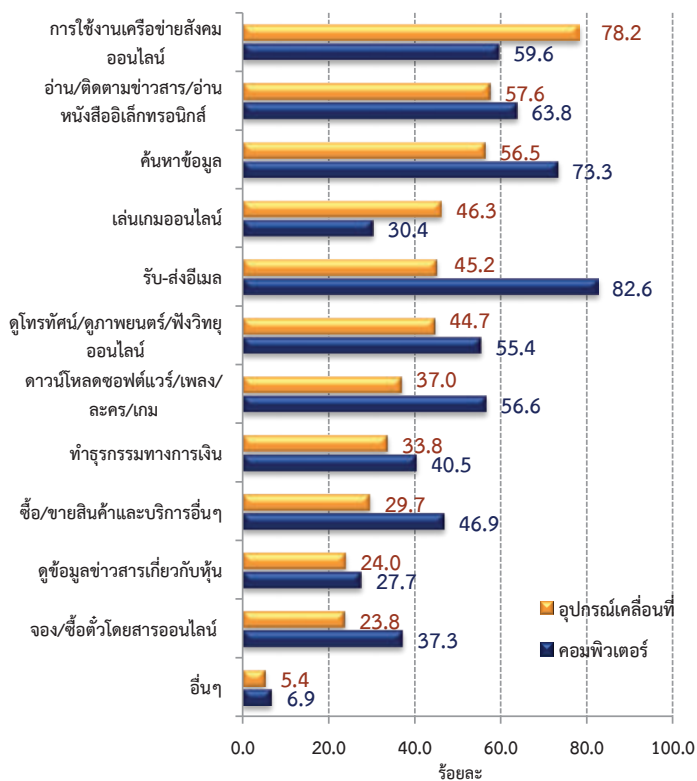




» รูปภาพจาก www.unleashthephones.com

ดังเช่น ไมโครซอฟท์ (Microsoft) เจ้าพ่อยักษ์ใหญ่ด้านการผลิตและพัฒนาซอฟต์แวร์รายใหญ่ของโลก ก็เปิดตัวโฆษณาเพื่องานมหกรรม Super Bowl ซึ่งเป็นการแข่งขันกีฬาอเมริกันฟุตบอล ตั้งชื่อโฆษณาว่า Microsoft 2014 Super Bowl Commercial: Empowering โดยใช้ประสบการณ์ของผู้พิการเป็นเครื่องมือบอกให้โลกเห็นถึงประโยชน์ของเทคโนโลยี ซึ่งสามารถให้ความหวังเต็มเปี่ยมแก่มวลมนุษยชาติได้ โฆษณานี้ถือเป็นการศึกษาที่สามารถบอกถึงแนวโน้มเปลี่ยนแปลงไอซีทีของโลกได้เป็นอย่างดี

กลับมาที่เมืองไทยบ้านเรา จากตัวเลขการใช้งานอินเทอร์เน็ตล่าสุดในรายงานผลการสำรวจพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย พ.ศ. 2557 โดย ETDA พบว่า ปริมาณการใช้อินเทอร์เน็ตมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี ล่าสุดคนไทยใช้เวลาอยู่กับอินเทอร์เน็ตเฉลี่ย 50.4 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ หรือ 7.2 ชั่วโมงต่อวัน เทียบกับในทศวรรษก่อนที่ใช้เพียง 2.6 ชั่วโมงเท่านั้น โดยนิยมท่องอินเทอร์เน็ตเพื่อรับส่งอีเมลมากที่สุด รองลงมาคือ การค้นหาข้อมูลต่างๆ สิ่งนี้คงทำให้เรามองเห็นการเติบโตของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยที่จะเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ เช่นเดียวกับการเปลี่ยนแปลงของโลก

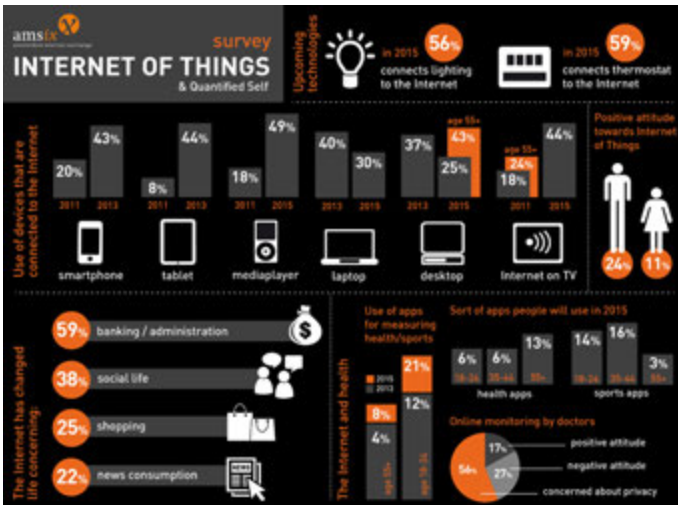


» พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของไทย พ.ศ. 2557

สรุปประโยชน์ ของอินเทอร์เน็ต



ด้วยพัฒนาการของเว็บไซต์เว็บที่มีอย่างต่อเนื่อง ที่สามารถเพิ่มขีดความสามารถด้านการนำเสนอข้อมูลข่าวสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมายังจอคอมพิวเตอร์ของผู้ใช้ ทำให้การสื่อสารบนอินเทอร์เน็ตมีประสิทธิภาพ ด้วยภาพและเสียงที่มีสีสันชวนติดตาม มีการแสดงข้อมูลสื่อประสมที่สามารถโต้ตอบกับผู้ใช้งานได้ (Interactive Multimedia) ทำให้ปัจจุบัน “เว็บไซต์เว็บ” กลายเป็นเครื่องมือหลักในการติดต่อสื่อสารและนำเสนอผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายทั่วโลก จนมีสำนวนที่นิยมพูดกันว่า “Internet of Things : IoT” คือ อินเทอร์เน็ตจะครอบคลุมทุกสิ่งทุกอย่างในชีวิตของมวลมนุษยชาตินี้เอง



» Internet of Things : IoT (อ้างอิงข้อมูลจาก www.ams-ix.net)

1. ด้านการศึกษา



บริการหนึ่งบนอินเทอร์เน็ตที่สำคัญคือ **การค้นหา**หาข้อมูลต่างๆ ซึ่งมีเว็บไซต์ที่ให้ บริการค้นหาข้อมูลที่ใช้ต้องการมากมาย เช่น www.google.com ดังนั้น นักเรียน นักศึกษา และบุคคลทั่วไป สามารถใช้ประโยชน์จากการ ค้นหาข้อมูลนี้เพื่อใช้ในการค้นคว้าข้อมูล นอกห้องเรียน ซึ่งถือได้ว่าอินเทอร์เน็ตเป็น แหล่งข้อมูลขนาดใหญ่ที่สุดสำหรับค้นคว้าเพื่อ การศึกษาและวิจัยเลยทีเดียว

2. ด้านการพาณิชย์



หลายคนคงมีประสบการณ์กับการ **“ช้อปปิ้งออนไลน์”** หรือ e-Commerce ซึ่งการซื้อขาย สินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตถือเป็นตัวอย่างประโยชน์ ของอินเทอร์เน็ตในเชิงพาณิชย์ที่ชัดเจนที่สุด เราสามารถสั่งซื้อสินค้าออนไลน์โดยไม่ต้องเดินทางไป ที่ร้านค้าจริง โดยกระบวนการสั่งซื้อและ ชำระเงินสามารถทำผ่านเว็บไซต์ได้ทุกที่ ทุกเวลา

3. ด้านความบันเทิง



สื่อด้านความบันเทิงไม่ว่าจะเป็นเพลง วิดีโอ หรือ เกม สามารถเข้าถึงได้ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต เช่น เราสามารถดูทีวีออนไลน์ หรือชมการ ถ่ายทอดสดต่างๆ ผ่านเว็บไซต์ รวมทั้ง เกมออนไลน์ที่มีอยู่มากมายบนอินเทอร์เน็ต



1.2 กลไก ของเว็ลด์ไวด์เว็บ

เว็ลด์ไวด์เว็บนั้นมีการทำงานอยู่สองฝั่ง ได้แก่ 1) เครื่องคอมพิวเตอร์ของผู้ใช้ (Client) และ 2) เครื่องคอมพิวเตอร์แม่ข่าย หรือที่มักเรียกกันว่าเครื่องเซิร์ฟเวอร์ (Server) โดยในฝั่งเครื่องคอมพิวเตอร์ของผู้ใช้นั้นจะเป็นรูปแบบใดก็ได้ ไม่ว่าจะเป็นคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (Desktop) คอมพิวเตอร์แบบพกพา (Notebook / Laptop) สมาร์ทโฟน (Smartphone) รวมทั้งแท็บเล็ต (Tablet) ขอเพียงแค่คอมพิวเตอร์เหล่านั้นสามารถเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตและติดตั้งโปรแกรมเพื่อใช้งานเว็บไซต์ หรือที่เรียกว่าเว็บเบราว์เซอร์ (Web Browser) ก็เพียงพอแล้ว แต่สำหรับฝั่งเครื่องเซิร์ฟเวอร์นั้น จะเป็นคอมพิวเตอร์ที่ทำหน้าที่ให้ข้อมูลตามที่เครื่องของผู้ใช้ร้องขอ ซึ่งต้องทำงานตลอดเวลา ทำให้เครื่องคอมพิวเตอร์ที่ใช้เป็นคอมพิวเตอร์แม่ข่ายต้องเป็นเครื่องที่มีประสิทธิภาพพอสมควร และแน่นอนว่าจะต้องเชื่อมต่ออยู่กับอินเทอร์เน็ตเช่นกัน รวมทั้งยังต้องติดตั้งโปรแกรมเฉพาะเพื่อให้คอมพิวเตอร์เครื่องนั้นทำหน้าที่เป็นเครื่องเซิร์ฟเวอร์ได้อีกด้วย



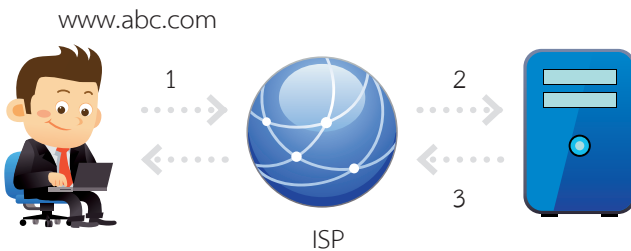
วิธีการทำงานของ World Wide Web



1) ผู้ใช้ทำการป้อนที่อยู่เว็บไซต์ หรือ URL (เช่น www.abc.com)
ที่โปรแกรมเว็บเบราว์เซอร์ (เช่น Internet Explorer, Google Chrome
หรือ Mozilla Firefox)

2) หลังจากนั้นเครื่องคอมพิวเตอร์ของผู้ใช้ก็จะทำงานร่วมกับ
ระบบอินเทอร์เน็ตเพื่อค้นหาว่าเครื่องเซิร์ฟเวอร์ของเว็บไซต์ที่ต้องการนั้น
ตั้งอยู่ที่ใดในโลกใบนี้ เมื่อค้นหาได้แล้วก็ทำการร้องขอหน้าเว็บไปยัง
เครื่องเซิร์ฟเวอร์เครื่องนั้น

3) เครื่องเซิร์ฟเวอร์เมื่อได้รับคำร้องขอแล้ว ก็จะส่งข้อมูลหน้าเว็บ
ที่ต้องการกลับไปยังโปรแกรมเว็บเบราว์เซอร์ของเครื่องผู้ใช้เพื่อทำการ
แสดงผลออกมา

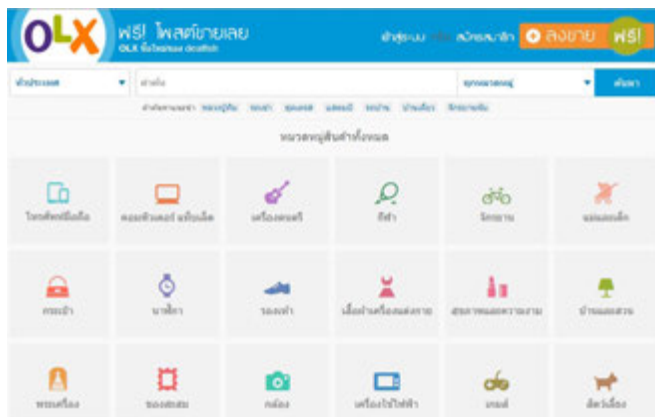


» วิธีการทำงานของระบบเว็บไซต์ไวด์เว็บ

รู้จักกับ รูปแบบของ เว็บไซต์

เว็บไซต์ที่เราใช้งานกันในปัจจุบันนี้ สามารถแบ่งเป็น 2 รูปแบบหลักๆ ด้วยกันคือ 1) Static Web และ 2) Dynamic Web ซึ่งมีจุดเด่นและข้อจำกัดที่แตกต่างกัน ดังนี้

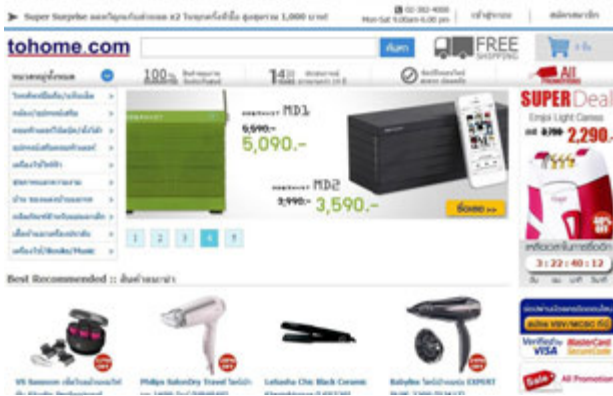
1) **เว็บไซต์ที่ทำหน้าที่แสดงข้อมูลเพียงอย่างเดียว (Static Web)** เป็นเว็บไซต์เหมือนกระดานประกาศข่าวสารธรรมดา ผู้ใช้สามารถรับรู้ข่าวสารได้เพียงอย่างเดียวโดยไม่สามารถโต้ตอบกับเว็บได้ เช่น เว็บไซต์ประกาศขายสินค้า (เช่น www.olx.co.th) ที่ผู้ซื้อจำเป็นต้องติดต่อกับผู้ขายเอง เว็บไซต์จึงเป็นเพียงช่องทางการประกาศขายสินค้าเท่านั้น



» ตัวอย่างเว็บไซต์แบบ Static



2) เว็บไซต์ที่ทำหน้าที่เสมือนโปรแกรม (Web Application หรือ Dynamic Web) เป็นเว็บที่ผู้ใช้สามารถโต้ตอบกับเว็บได้ โดยผู้ใช้อาจจะกรอกข้อมูลบางอย่าง แล้วเว็บก็ทำการประมวลผลข้อมูลนั้นๆ เช่น การซื้อขายแบบมีตะกร้าสินค้าที่สามารถคลิกสั่งซื้อผ่านเว็บและชำระเงินออนไลน์ (เช่น www.tohome.com) เว็บไซต์รูปแบบนี้จึงมีความหลากหลายและสามารถโต้ตอบกับผู้ใช้ได้อย่างไร้ที่ติตาม ผู้ที่ต้องการพัฒนาเว็บลักษณะนี้ต้องมีความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับระบบคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตพอสมควร เนื่องจากระดับตอนการจัดการและต้องดูแลมากกว่า Static Web



» ตัวอย่างเว็บไซต์แบบ Dynamic



1.3 อุปกรณ์พร้อม... เว็บก็พร้อม!

จากหัวข้อที่ผ่านมาเราได้ทำความรู้จักกับวิธีการทำงานของเว็บไซต์ ซึ่งในการทำงานดังกล่าวต้องอาศัยอุปกรณ์ Software และ Hardware ที่จำเป็นแบ่งเป็น 2 ด้านคือ ผู้ใช้งาน และผู้พัฒนาเว็บ ดังนี้

1) Software และ Hardware ของผู้ใช้

► **คอมพิวเตอร์**: เครื่องคอมพิวเตอร์สำหรับผู้ใช้นั้น เป็นเครื่องในเชิงเทคนิคจะเรียกกันว่าเครื่อง Client นั้น เป็นคอมพิวเตอร์ทั่วไปที่สามารถเชื่อมต่ออยู่กับอินเทอร์เน็ต และมีโปรแกรมเว็บเบราว์เซอร์เพื่อให้ผู้ใช้สามารถใช้งานระบบเว็บได้



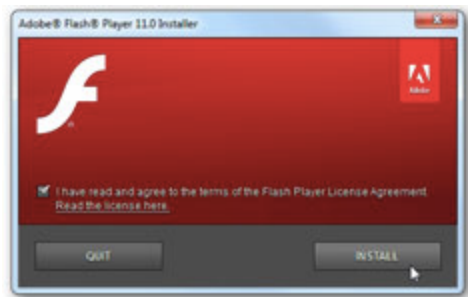
➤ ตัวอย่างอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ PC / Mobile / Tablet



► **โปรแกรมเว็บเบราว์เซอร์**: คือโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ผู้ใช้งานสามารถใช้งานเพื่อเรียกหน้าเว็บขึ้นมาดูได้ ตัวอย่างของโปรแกรมเว็บเบราว์เซอร์ เช่น Internet Explorer และ Google Chrome

» ตัวอย่างโปรแกรมเว็บเบราว์เซอร์

► **โปรแกรมเสริม** : หรือ Plug-in เป็นโปรแกรมที่ติดตั้งเพิ่มเติมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของเว็บเบราว์เซอร์ให้สามารถแสดงผลหรือเปิดแฟ้มข้อมูลรูปแบบอื่นๆ นอกเหนือจากแฟ้ม HTML ได้ เช่น การติดตั้ง Flash Plug-in เพื่อเปิดแฟ้มข้อมูลที่สร้างจากโปรแกรม Adobe Flash ให้สามารถแสดงเว็บแบบภาพเคลื่อนไหวได้ (Animation)



» ตัวอย่างโปรแกรมเสริม Plug-in

2) Software และ Hardware ของผู้พัฒนาเว็บ

► **คอมพิวเตอร์แม่ข่าย** : หรือเครื่องเซิร์ฟเวอร์ เป็นคอมพิวเตอร์ที่ทำหน้าที่ให้ข้อมูลตามที่คุณใช้ร้องขอ ไม่ว่าจะเป็นหน้าเว็บ รูปภาพ เสียง เพลง หรือวิดีโอ โดยปกติแล้วการเข้าถึงเครื่องคอมพิวเตอร์แม่ข่ายนั้นจะต้องมีการระบุที่อยู่เว็บ (URL) ซึ่งอยู่ในรูปแบบ www.aaa.bbb โดย www หมายถึง เวิลด์ไวด์เว็บ aaa คือชื่อเว็บไซต์ และ bbb คือโดเมนของเว็บไซต์ ซึ่งที่อยู่เว็บไซต์จะต้องถูกเปลี่ยนเป็นที่อยู่ไอพี (IP Address) ซึ่งเป็นหมายเลขที่อยู่ของเครื่องเซิร์ฟเวอร์ โดยเครื่อง DNS (Domain Name Server) ซึ่งเป็นเครื่องเซิร์ฟเวอร์อีกเครื่องหนึ่งที่ทำหน้าที่เปลี่ยนที่อยู่เว็บเป็นที่อยู่ไอพี นั่นคือ หากผู้พัฒนาเว็บสามารถติดตั้งเครื่องเซิร์ฟเวอร์ของตนเองเพื่อให้บริการเว็บไซต์ของตนเอง และมีที่อยู่เว็บรวมทั้งที่อยู่ไอพีที่แน่นอน อีกทั้งสามารถติดตั้งเครื่องเซิร์ฟเวอร์เพื่อทำหน้าที่เป็น DNS ได้แล้ว ก็จะสามารถให้บริการเว็บไซต์ของตนเองได้ทันที แต่ในทางปฏิบัติ การติดตั้งระบบเหล่านี้มีขั้นตอนที่ยุ่งยากและต้องอาศัยใช้ความรู้เฉพาะทาง ดังนั้น จึงมีผู้ให้บริการเครื่องเซิร์ฟเวอร์สำหรับการให้บริการเว็บโดยเฉพาะ หรือที่เรียกว่า Web Hosting นั่นเอง ทำให้ผู้พัฒนาเว็บไซต์ไม่จำเป็นต้องติดตั้งระบบต่างๆ เหล่านี้เอง เพียงแค่ทำการสร้างเว็บและนำไปวางไว้ที่เครื่องเซิร์ฟเวอร์ของ Web Hosting เหล่านั้นแทน

► **ช่องทางการสื่อสาร** : คือสื่อกลางที่ช่วยให้เครื่องคอมพิวเตอร์ของผู้ใช้ติดต่อไปผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตไปยังเครื่องเซิร์ฟเวอร์ได้ ตัวอย่างของช่องทางการสื่อสารที่เราคุ้นเคยกันก็คือ WiFi และระบบ 3G ที่มีให้บริการอยู่ในปัจจุบันอย่างทั่วถึง ช่องทางการสื่อสารรูปแบบนี้เป็นแบบไร้สายคือ เราสามารถใช้งานอินเทอร์เน็ตได้ทุกที่ทุกเวลา แต่ก็ยังมีช่องทางการสื่อสารอีกรูปแบบหนึ่งคือ รูปแบบที่พึ่งพาสายเคเบิลต่างๆ ซึ่งจะมีความเร็วกว่าการสื่อสารแบบไร้สาย

► **ระบบปฏิบัติการสำหรับเครื่องเซิร์ฟเวอร์** : เมื่อกล่าวถึงเรื่องระบบปฏิบัติการ (Operation System : OS) ก็คือ โปรแกรมที่ต้องติดตั้งลงบนคอมพิวเตอร์ทุกเครื่อง เสมือนเป็นโปรแกรมหลักที่คอยดูแลการทำงานของคอมพิวเตอร์เครื่องนั้นๆ ในแง่ของเครื่องเซิร์ฟเวอร์ก็เช่นเดียวกัน ก็ต้องมีระบบปฏิบัติการที่จำเพาะเนื่องจากต้องมีความสามารถในการจัดการที่ซับซ้อนกว่าคอมพิวเตอร์ของผู้ใช้งาน โดยในทางปฏิบัติ หากผู้พัฒนาเว็บเลือกใช้บริการ Web Hosting แล้ว ก็ไม่จำเป็นต้องติดตั้งระบบปฏิบัติการสำหรับเครื่องเซิร์ฟเวอร์ด้วยตนเองแต่อย่างใด

► **โปรแกรมที่ใช้พัฒนาเว็บ** : ผู้พัฒนาเว็บสามารถพัฒนาเว็บโดยโปรแกรมใดๆ ก็ได้ที่สามารถพิมพ์ข้อความตัวอักษรได้ ทั้งนี้ การพัฒนาเว็บไซต์ต้องสร้างขึ้นด้วยโครงสร้างภาษาพิเศษที่มีไว้เฉพาะการทำเว็บไซต์ที่เรียกว่า HTML อย่างไรก็ตาม มีผู้พัฒนาบางโปรแกรมที่มีความสามารถช่วยเหลือในการเขียนแฟ้มข้อมูลเว็บในรูปแบบ HTML ได้อย่างเช่น Adobe Dreamweaver นอกจากนี้ ยังมีโปรแกรมรูปแบบอื่นๆ ที่ช่วยให้ผู้พัฒนาเว็บสามารถสร้างเว็บของตนเองได้โดยไม่จำเป็นต้องเขียนโปรแกรมเลย เช่น โปรแกรมในรูปแบบ CMS (Content Management System) ที่เพียงผู้พัฒนาเว็บทำการติดตั้ง CMS บนเครื่องคอมพิวเตอร์เซิร์ฟเวอร์และปรับแต่งรูปแบบการแสดงผลตามที่ต้องการ ก็จะสามารถให้บริการเว็บไซต์ได้โดยง่าย



» ตัวอย่างโปรแกรมที่ใช้พัฒนาเว็บในรูปแบบ CMS

จะเห็นว่าในฝั่งของผู้ใช้งานนั้น Hardware และ Software เป็นสิ่งที่ผู้ใช้ทั่วไปส่วนใหญ่มีอยู่ในมืออยู่แล้ว แต่สำหรับฝั่งผู้พัฒนาเว็บไซต์นั้น อาจต้องการเครื่องมือพิเศษบางอย่าง แต่เนื่องด้วยปัจจุบันมีผู้ให้บริการ Web Hosting เกิดขึ้นในท้องตลาดมากมาย รวมทั้งยังมีโปรแกรมที่ช่วยในการพัฒนาเว็บไซต์ที่ง่ายมากขึ้น ทำให้การพัฒนาเว็บไซต์ยุคนี้ไม่ใช่เรื่องยุ่งยากอีกต่อไป



1.4 ขบวนการพัฒนาเว็บไซต์

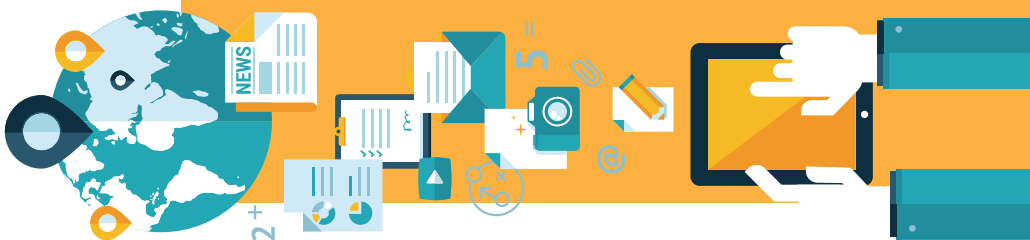
จากหัวข้อต่างๆ ก่อนหน้านี้จะเห็นว่าระบบเว็ลด์ไวด์เว็บนั้น ประกอบด้วย 2 ส่วนหลักๆ คือ เครื่องคอมพิวเตอร์แม่ข่าย และ เครื่องคอมพิวเตอร์ลูกข่าย โดยผู้พัฒนาเว็บไซต์จำเป็นต้องสร้างแฟ้มข้อมูลเว็บและนำไปบันทึกไว้ยังเครื่องคอมพิวเตอร์แม่ข่าย รวมทั้งต้องทำการลงทะเบียนที่อยู่เว็บไซต์เพื่อเป็นช่องทางให้ผู้ใช้งานทั่วไปสามารถเข้าถึงเว็บไซต์ของตนเองได้ สำหรับหัวข้อนี้จะได้อธิบายถึงขั้นตอนการพัฒนาเว็บไซต์โดยย่อ เพื่อให้เข้าใจถึงกระบวนการสร้างเว็บไซต์ในภาพรวมทั้งหมด ส่วนในรายละเอียดนั้นสามารถศึกษาได้ในบทถัดไป

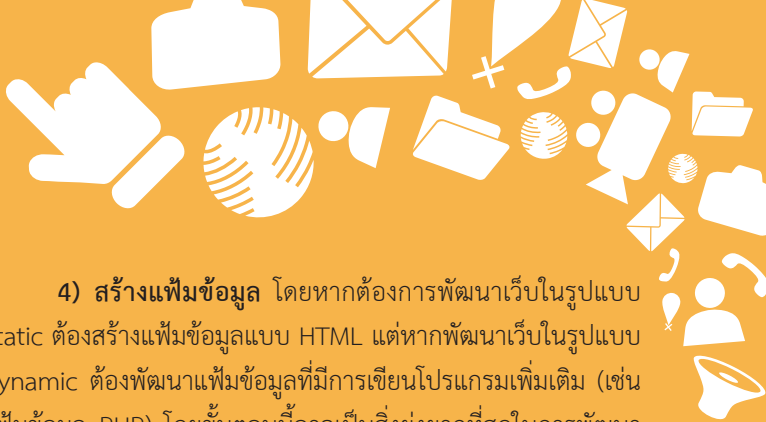


1) กำหนดวัตถุประสงค์ของเว็บไซต์ ถือเป็นขั้นตอนสำคัญของการพัฒนาเว็บ เพราะหากสามารถกำหนดวัตถุประสงค์ได้อย่างชัดเจน ก็จะนำมาซึ่งการกำหนดคุณสมบัติของเว็บไซต์ รวมทั้งรูปแบบและเนื้อหาภายในเว็บที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย

2) รวบรวมข้อมูลเพื่อนำเสนอบนเว็บไซต์ เช่น รูปภาพและรายละเอียดสินค้า ข้อมูลร้านค้า ข้อมูลการติดต่อ รวมทั้งแผนที่ร้านค้า

3) กำหนดรูปแบบเว็บไซต์ โดยผู้พัฒนาเว็บควรออกแบบการแสดงผลให้เหมาะสมกับเนื้อหาและกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งเนื้อหาในบทต่อไปจะได้แนะนำถึงเทคนิคการออกแบบเว็บไซต์ที่ดีสำหรับการค้าขายออนไลน์โดยเฉพาะ





4) **สร้างแฟ้มข้อมูล** โดยหากต้องการพัฒนาเว็บในรูปแบบ Static ต้องสร้างแฟ้มข้อมูลแบบ HTML แต่หากพัฒนาเว็บในรูปแบบ Dynamic ต้องพัฒนาแฟ้มข้อมูลที่มีการเขียนโปรแกรมเพิ่มเติม (เช่น แฟ้มข้อมูล PHP) โดยขั้นตอนนี้อาจเป็นสิ่งที่ยุ่งยากที่สุดในการพัฒนาเว็บไซต์ โดยเฉพาะผู้ไม่มีความรู้ด้านภาษา HTML หรือการเขียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์มาก่อน ซึ่งในกรณีนี้สามารถใช้ทางเลือกอื่นในการพัฒนาเว็บไซต์แทนได้เช่น โปรแกรมประเภท WYSIWYG ที่อนุญาตให้ผู้พัฒนาสามารถพิมพ์ข้อมูลที่ต้องการเผยแพร่ และสามารถจัดรูปแบบการแสดงผลต่างๆ ได้โดยไม่ต้องเรียนรู้ภาษา HTML เลย หรืออาจเลือกใช้โปรแกรมประเภท CMS ที่ผู้พัฒนาเว็บสามารถติดตั้งเว็บไซต์ได้โดยใช้เวลาไม่นาน โดยเนื้อหาในบทที่ 3 จะได้แนะนำถึงวิธีพัฒนาเว็บไซต์ที่ไม่จำเป็นต้องมีความรู้เกี่ยวกับภาษา HTML

5) **บันทึกข้อมูลเว็บยังเครื่องแม่ข่าย** ขั้นตอนสุดท้ายคือการนำแฟ้มข้อมูลเว็บ (HTML, PHP หรือแฟ้มอื่นๆ) ไปบันทึกไว้ที่เครื่องคอมพิวเตอร์แม่ข่าย ซึ่งดังที่ได้กล่าวไปแล้วว่าการติดตั้งเครื่องคอมพิวเตอร์แม่ข่ายเองนั้นมีขั้นตอนที่ยุ่งยาก ดังนั้น ในทางปฏิบัติจึงควรใช้บริการเครื่องคอมพิวเตอร์แม่ข่าย หรือ Web Hosting ซึ่งจะมีขั้นตอนที่ง่ายกว่า โดยอาจแบ่งการให้บริการ Web Hosting เป็น 2 รูปแบบ ได้แก่





► **บริการฟรี Web Hosting** เป็นบริการที่ให้ผู้พัฒนาเว็บสามารถให้บริการเว็บไซต์ของตนเองได้โดยไม่มีค่าใช้จ่าย แต่ก็อาจมีข้อจำกัดคือ อาจไม่สามารถให้บริการเว็บไซต์ด้วยที่อยู่เว็บที่ตนเองต้องการ แต่ต้องใช้ที่อยู่เว็บที่ตามฟรี Web Hosting นั้นๆ กำหนด รวมทั้งอาจถูกจำกัดเรื่องเนื้อหาที่สามารถบันทึกแฟ้มข้อมูล ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อ การนำเสนอเนื้อหาต่างๆ บนเว็บไซต์อีกด้วย

► **Web Hosting แบบมีค่าใช้จ่าย** ในกรณีนี้ผู้ให้บริการ Web Hosting จะทำการเรียกเก็บค่าบริการจากผู้พัฒนาเว็บตามข้อตกลง ซึ่งค่าบริการมักจะขึ้นอยู่กับเนื้อที่ที่สามารถบันทึกแฟ้มข้อมูลเว็บได้ และผู้พัฒนาเว็บจะมีอิสระในการจดทะเบียนที่อยู่เว็บของตนเองได้ ดังนั้นผู้พัฒนาเว็บสามารถตั้งชื่อที่อยู่เว็บให้ตรงกับเนื้อหาและการบริการของตนเองได้

เมื่อผู้พัฒนาเว็บทำการบันทึกแฟ้มข้อมูลเว็บของตนบน Web Hosting ที่เลือกแล้ว รวมทั้งอาจจะจดทะเบียนชื่อเว็บไซต์ตามที่ต้องการแล้ว เพียงเท่านี้ผู้ใช้งานทั่วไปก็จะสามารถเข้าถึงเว็บไซต์ โดยการอ้างอิงที่อยู่เว็บที่จดทะเบียน หรือกำหนดโดยผู้ให้บริการ Web Hosting ได้ทันที

“มีเว็บไซต์เท่ากับ
มีสาขาทั่วโลก...”

ขายของแบบ
7 วัน 24 ชั่วโมง
ลงทุนต่ำ
แต่คุ้มค่าที่สุด!

”



พัทธนันท์ ธรรมจะดี

วิศวกรซอฟต์แวร์สาวสวย

เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ @ ETDA



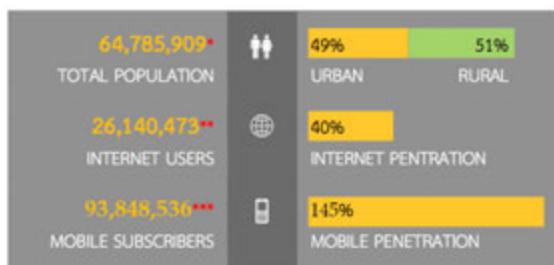
02

กลเม็ดปั้นเว็บ
สวยและดี

2.1 องค์ประกอบ 9 ด้าน... แต่งแต้มสีสันให้เว็บไซต์

“คนไทย” เข้าถึง
อินเทอร์เน็ต 40% **
ของประชากรทั้งหมด

จากการรวบรวมข้อมูลการใช้ไอซีที
ของไทยในปี 2013 พบว่า คนไทยกว่า
26 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 40
ของประชากรทั้งหมดสามารถเข้าถึง
อินเทอร์เน็ตเรียบร้อยแล้ว แต่ตัวเลข
ที่น่าสนใจกว่านั้นก็คือ การเปิดใช้
บริการหมายเลขโทรศัพท์มือถือมีสูงกว่า
93.8 ล้านเลขหมาย ในขณะที่ประชากรไทย
มีเพียง 64 ล้านคนเท่านั้น นั่นจึงแสดงให้เห็นว่า
“คนไทยบางส่วนใช้โทรศัพท์มือถือมากกว่าคนละ
เครื่องกันแล้วนั่นเอง”



» ข้อมูลการใช้ไอซีทีของไทยปี 2013

อ้างอิงข้อมูลจาก

* กรมการปกครอง (www.dopa.go.th)

** ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (www.nectec.or.th)

*** สำนักงาน กสทช. (www.nbtc.go.th)



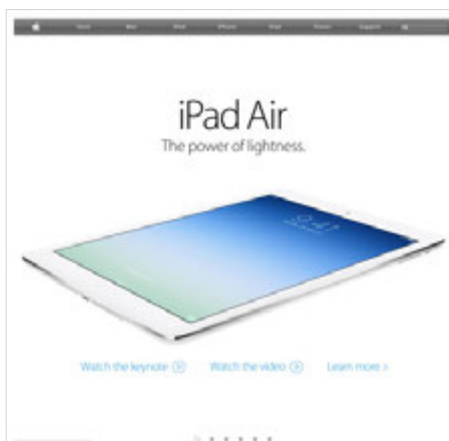
จากตัวเลขการใช้ไอซีทีของคนไทยข้างต้น คงพอทำให้เจ้าของธุรกิจเห็นความสำคัญของการมีเว็บไซต์เพื่อใช้เป็นช่องทางการสื่อสารกับลูกค้า เพราะเห็นได้ชัดว่าปัจจุบันเว็บไซต์กลายเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมมากที่สุดบนอินเทอร์เน็ต เป็นช่องทางที่จะช่วยกระจายข้อมูลข่าวสารสินค้า/บริการต่างๆ ออกไปในวงกว้างอย่างรวดเร็ว ง่ายดาย แถมยังมีต้นทุนต่ำที่สุดอีกด้วย

อย่างไรก็ตาม สิ่งที่ผู้ประกอบการควรคำนึงถึงในการใช้เว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์ธุรกิจก็คือ **“เราต้องออกแบบเว็บไซต์ให้ดึงดูดและน่าสนใจต่อกลุ่มเป้าหมาย”** แม้ว่าจากข้อมูลพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตปี 2557 ที่รายงานโดย ETDA พบว่า คนไทยใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า 7.2 ชั่วโมงต่อวัน แต่เนื่องจากผู้ใช้สามารถเลือกได้ว่าจะดูเว็บไซต์ใด และไม่เลือกดูเว็บไซต์ใดก็ได้ตามต้องการ จึงทำให้ผู้ใช้ที่ไม่มีความอดทนต่ออุปสรรคและปัญหาที่เกิดจากการออกแบบเว็บไซต์ที่ผิดพลาด หรือเห็นว่าเว็บที่กำลังชมอยู่นั้นไม่มีประโยชน์ หรือไม่เข้าใจว่าเว็บไซต์นั้นๆ ใช้งานอย่างไร เปลี่ยนไปชมเว็บไซต์อื่นได้ตลอดเวลา



ปัจจุบันมีเว็บไซต์เกิดขึ้นใหม่ทุกวัน ผู้ใช้งานจึงมีทางเลือกมากขึ้น และสามารถเปรียบเทียบคุณภาพของเว็บต่างๆ ได้เอง เว็บที่มีการออกแบบสวยงาม การใช้งานที่ง่ายและสะดวก ย่อมได้รับความสนใจมากกว่าเว็บที่ดูสับสนวุ่นวาย มีข้อมูลมากมายแต่หาอะไรไม่เจอ หรือใช้เวลาในการแสดงผลแต่ละหน้านานเกินไป ปัญหาเหล่านี้ล้วนเป็นผลมาจากการออกแบบเว็บที่ไม่มีคุณภาพทั้งสิ้น ดังนั้น การออกแบบจึงเป็นกระบวนการสำคัญในการสร้างเว็บไซต์ให้ประทับใจผู้ใช้ ทำให้อยากกลับมาใหม่ โดยองค์ประกอบสำคัญของการออกแบบเว็บที่ดีนั้นมี ดังนี้

(1) ความเรียบง่าย : การออกแบบเว็บไซต์ที่ดีควรทำให้ผู้เข้าชมสามารถเข้าถึงข้อมูลที่ต้องการได้โดยง่าย เพราะมักจะพบเสมอว่าผู้พัฒนาเว็บต้องการนำเสนอข้อมูลต่างๆ มากมายโดยไม่นึกถึงผู้ชม ดังนั้น การจำกัดองค์ประกอบเสริมให้เหลือเฉพาะองค์ประกอบหลักจะทำให้เว็บไซต์มีความเรียบง่ายต่อการใช้งานมากขึ้น กล่าวคือ การสื่อสารข้อมูลเชิงเนื้อหานั้น ควรเลือกสิ่งที่ต้องการนำเสนอจริงๆ ในส่วนของภาพกราฟิก สี สัน ตัวอักษรและภาพเคลื่อนไหว ก็ควรเลือกให้พอเหมาะ เพราะหากมีมากเกินไปจะรบกวนสายตาและสร้างความรำคาญต่อผู้ใช้ได้ ลองเปรียบเทียบเว็บไซต์ในรูปที่ 1 และ 2 จะเห็นได้ว่ารูปที่ 1 มีความเรียบง่ายและน่าใช้งานมากกว่า มีข้อมูลและรูปภาพที่เห็นแล้วเข้าใจง่ายในครั้งแรกที่มองเห็น ในขณะที่เว็บไซต์รูปที่ 2 จะเน้นข้อมูลที่เป็นข้อความเป็นหลัก แม้ว่าเว็บไซต์นี้จะเน้นเรื่องของข้อมูล แต่การเรียบเรียงหรือการจัดวางข้อมูลต่างๆ ก็สามารถออกแบบให้ดูเรียบง่ายกว่านี้ได้ “ขอให้จดจำไว้ว่า ความเรียบง่ายไม่ได้หมายความว่าไม่มี แต่คือมีให้พอเหมาะพอควร” เช่น หากต้องการเน้นข้อมูลเป็นแบบข้อความจริงๆ อาจจะเป็นลิงก์เชื่อมโยงไปยังหน้าเว็บเพจอื่นๆ เพื่อแยกส่วนข้อความไปอีกหน้าหนึ่ง ทำให้หน้าเว็บดูไม่รกจนเกินไป



➤ รูปที่ 1 การออกแบบเว็บไซต์ของ www.apple.com



➤ รูปที่ 2 การออกแบบเว็บไซต์ของ www.moi.go.th

(2) ความสม่ำเสมอ : คือ การสร้างความสม่ำเสมอ

ให้เกิดขึ้นตลอดทั้งเว็บไซต์ โดยอาจเลือกใช้รูปแบบเดียวกันตลอดทั้งเว็บก็ได้ เพราะถ้าหากว่าแต่ละหน้าของเว็บมีความแตกต่างกันมากเกินไป อาจทำให้ผู้ใช้เกิดความสับสนและไม่แน่ใจว่ากำลังอยู่ในเว็บไซต์เดิมหรือไม่ เพราะฉะนั้นการออกแบบเว็บไซต์แต่ละหน้าควรมีรูปแบบ สไตล์ของกราฟิก ตัวอักษร เมนูต่างๆ รวมทั้งระบบเนวิเกชัน (Navigation) และโทนสีที่มีความคล้ายคลึงกันตลอดทั้งเว็บ ตัวอย่างของความสม่ำเสมอนี้สามารถทดลองเข้าไปที่เว็บไซต์ www.apple.com ซึ่งจะเห็นได้ว่าการออกแบบอย่างสม่ำเสมอในลักษณะเดียวกันทุกหน้าเว็บเพจ



หน้าหลัก (Homepage)



หน้าสินค้า (Product)

» ตัวอย่างการออกแบบเว็บไซต์ที่มีความสม่ำเสมอของ www.apple.com

(3) ความเป็นเอกลักษณ์ : สิ่งที่เราควรให้ความสำคัญเรื่อง

การออกแบบเว็บไซต์อีกประการหนึ่งก็คือ **ตัวตนของธุรกิจ หรือ Corporate Identity** (คอร์ปอเรท ไอเดนติตี้) เนื่องจากเว็บไซต์เป็นสื่อที่สามารถสะท้อนถึงเอกลักษณ์ของธุรกิจต่อผู้ใช้งานเว็บได้ ดังนั้น การเลือกใช้ตัวอักษร ชุดสี รูปภาพ หรือกราฟิกต่างๆ ล้วนส่งผลต่อรูปแบบของเว็บไซต์เป็นอย่างมาก ตัวอย่างเช่น ในธุรกิจธนาคารที่ตัวตนธุรกิจคือการแสดงถึงความน่าเชื่อถือ หากออกแบบเว็บไซต์โดยเลือกใช้สีฉูดฉาดและมีภาพกราฟิกมากมาย อาจทำให้ผู้ชมคิดว่า เป็นเว็บไซต์สวนสนุก ซึ่งย่อมส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของธุรกิจได้ในที่สุด ตัวอย่างเว็บไซต์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (www.chula.ac.th) ซึ่งทุกคนทราบดีว่า สีประจำมหาวิทยาลัยคือสีชมพู เว็บไซต์นี้ก็เลือกใช้โทนสีชมพูเพื่อให้เป็นเอกลักษณ์และตรงกับสัญลักษณ์ขององค์กร



» ตัวอย่างการออกแบบเว็บไซต์ที่มีความเป็นเอกลักษณ์ของ
www.chula.ac.th

(4) เนื้อหา : เนื้อหาบนเว็บไซต์หรือที่นิยมเรียกกันว่า Content ถือเป็นสิ่งสำคัญที่สุดของเว็บไซต์ เนื้อหาที่นำเสนอบนเว็บไซต์ต้องสมบูรณ์และควรปรับปรุงให้ทันสมัยอยู่เสมอ ผู้พัฒนาต้องเตรียมข้อมูลและเนื้อหาที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญคือ ควรเป็นข้อมูลที่สดใหม่ไม่ซ้ำใคร เพราะเนื้อหาเหล่านี้จะเป็นจุดขายที่สามารถดึงดูดผู้ใช้ให้มาเข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์อย่างสม่ำเสมอ เช่น www.lazada.co.th เว็บไซต์ขายสินค้าออนไลน์ ที่มีการจัดโปรโมชั่นลดราคาสินค้าตลอดเวลา ทำให้ผู้เยี่ยมชมต้องหมั่นเข้าชมเพื่อซื้อสินค้าในราคาพิเศษ



» ตัวอย่างการออกแบบเนื้อหาเว็บไซต์ของ
www.lazada.co.th

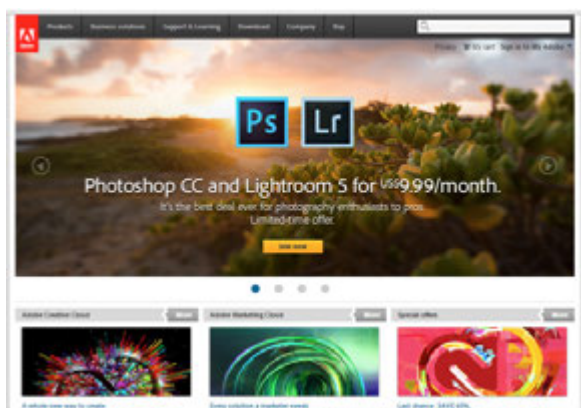
(5) ความง่ายของเมนูต่างๆ : เป็นส่วนประกอบที่มีความสำคัญต่อเว็บไซต์มากเช่นกัน เปรียบเสมือนป้ายบอกทางที่ช่วยไม่ให้เกิดความสับสนระหว่างการเยี่ยมชมเว็บ ดังนั้น การออกแบบระบบเนวิเกชัน (Navigation) และเมนูต่างๆ จึงควรให้เข้าใจง่าย ใช้งานได้สะดวก ถ้ามีการใช้กราฟิกก็ควรเป็นภาพที่สื่อความหมาย รวมทั้งตำแหน่งเนวิเกชันก็ควรจัดวางให้สม่ำเสมอ เช่น อยู่ตำแหน่งบนสุดของทุกหน้า เป็นต้น ซึ่งถ้าจะให้ดี เมื่อมีเนวิเกชันที่เป็นกราฟิกก็ควรเพิ่มระบบเนวิเกชันที่เป็นตัวอักษรไว้ส่วนล่างด้วย เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้ที่ยกเลิกการแสดงผลภาพกราฟิกบนเว็บเบราว์เซอร์ เช่น www.officemate.co.th เว็บไซต์จำหน่ายเครื่องเขียนและเครื่องใช้สำนักงานออนไลน์ มีการออกแบบเมนูการใช้งาน และระบบเนวิเกชันด้วยภาพกราฟิกที่เข้าใจง่าย ทำให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงสินค้าที่ต้องการได้อย่างรวดเร็ว



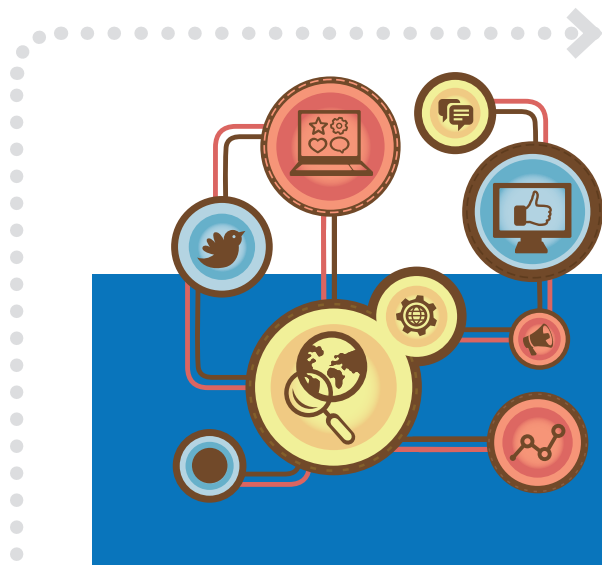
» ตัวอย่างการออกแบบระบบเนวิเกชันของ www.officemate.co.th

(6) คุณภาพของสิ่งที่ปรากฏบนเว็บไซต์ : ลักษณะที่น่าสนใจ

ของเว็บไซต์นั้นขึ้นอยู่กับความชอบส่วนบุคคลเป็นสำคัญ แต่โดยรวมแล้วสามารถสรุปได้ว่าเว็บไซต์ที่น่าสนใจนั้น องค์ประกอบต่างๆ ทุกส่วนควรมีคุณภาพ เช่น ภาพกราฟิกควรสมบูรณ์แบบ ไม่มีรอยหรือขอบขั้นบันไดให้เห็น ตัวอักษรอ่านง่าย สบายตา และคำสะกดที่ถูกต้อง รวมไปถึงการเลือกใช้โทนสีที่เข้ากันอย่างลงตัว เป็นต้น โดยตัวอย่างเว็บไซต์ที่มีคุณภาพก็มีอยู่มากมาย เช่น www.apple.com, www.adobe.com, www.autodesk.com เป็นต้น

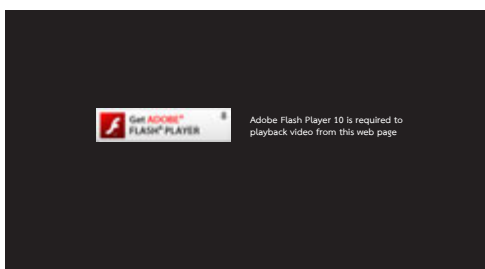


➤ ตัวอย่างการออกแบบเว็บไซต์ที่มีคุณภาพของ
www.adobe.com



(7) ความสะดวกของการใช้งานในสภาพต่างๆ :

การใช้งานของเว็บไซต์นั้นไม่ควรมีข้อจำกัด กล่าวคือ ต้องสามารถใช้งานได้
ในสภาพแวดล้อมที่หลากหลาย ไม่มีการบังคับให้ผู้ใช้ต้องติดตั้งโปรแกรม
อื่นใดเพิ่มเติมนอกจากเว็บเบราว์เซอร์ ตัวอย่างเช่น เว็บไซต์ที่พัฒนาด้วย Adobe
Flash อาจไม่สามารถแสดงผลได้หากผู้ใช้ไม่ได้ติดตั้ง Adobe Flash Player
ดังรูปด้านล่าง นอกจากนี้ การออกแบบเว็บไซต์ก็ควรแสดงผลได้ดีในทุกระบบ
ปฏิบัติการ ทุกความละเอียดหน้าจอ ซึ่งหากเป็นเว็บไซต์ที่มีผู้ใช้บริการมาก
และกลุ่มเป้าหมายหลากหลายควรให้ความสำคัญกับเรื่องนี้มากเป็นพิเศษ
ตัวอย่างเช่น www.facebook.com สังเกตว่าถ้าเราเปิดในคอมพิวเตอร์
จะเห็นหน้าเว็บรูปแบบหนึ่ง แต่เมื่อเปิดผ่าน Smartphone หรือ Tablet จะมี
หน้าตาอีกรูปแบบหนึ่งที่เหมาะสมกับอุปกรณ์เหล่านี้



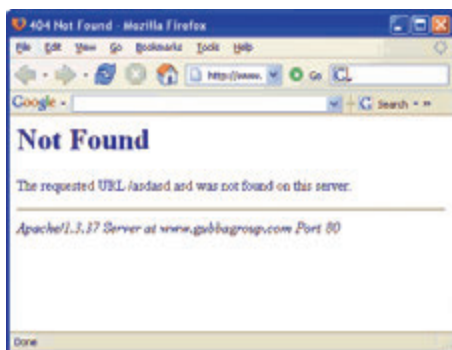
» ตัวอย่างเว็บไซต์ที่พัฒนาด้วย Adobe Flash
จะแสดงผลไม่ได้หากผู้ใช้ไม่ได้ติดตั้ง Adobe Flash Player



» การออกแบบเว็บไซต์ที่แสดงผลตามลักษณะของอุปกรณ์ที่ต่างกันของ
www.facebook.com

(8) ความถี่ในการออกแบบ : ถ้าต้องการให้ผู้ใช้งานรู้สึกว่าการเว็บไซต์มีคุณภาพ ถูกต้อง และเชื่อถือได้ ควรหมั่นปรับปรุงเว็บไซต์ให้ดูทันสมัยอยู่เสมอ ซึ่งสามารถทำได้ 2 ลักษณะใหญ่ๆ ได้แก่ 1) **การปรับปรุงเนื้อหา** การปรับปรุงข้อมูลสินค้าให้ทันสมัย เช่น ราคาสินค้า รูปภาพสินค้า คุณลักษณะของสินค้า รวมไปถึงการจัดโปรโมชั่น หรือ กิจกรรมส่งเสริมการตลาดอย่างสม่ำเสมอ และ 2) **การปรับปรุงการออกแบบเว็บไซต์** อาจวางแผนการ Re-Design เว็บไซต์เป็นประจำทุก 6 - 12 เดือน เพื่อให้ผู้เยี่ยมชมเว็บไม่เบื่อ

(9) เสถียรภาพของเว็บไซต์ : ควรหมั่นตรวจสอบการทำงานของระบบการทำงานต่างๆ ภายในเว็บไซต์อย่างสม่ำเสมอ ตัวอย่างเช่น ลิงก์เชื่อมโยงต่างๆ เพราะปัญหาที่อาจเกิดขึ้นคือ ลิงก์ขาด ทำให้ไม่สามารถเชื่อมโยงไปยังลิงก์ปลายทางได้ ซึ่งหากผู้ชมทำการคลิกลิงก์ดังกล่าวจะแสดงข้อความผิดพลาด สร้างความรำคาญเป็นอย่างมาก และยังส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์อีกด้วย



» ข้อความผิดพลาดเมื่อคลิกลิงก์ที่มีปัญหาการเชื่อมโยง

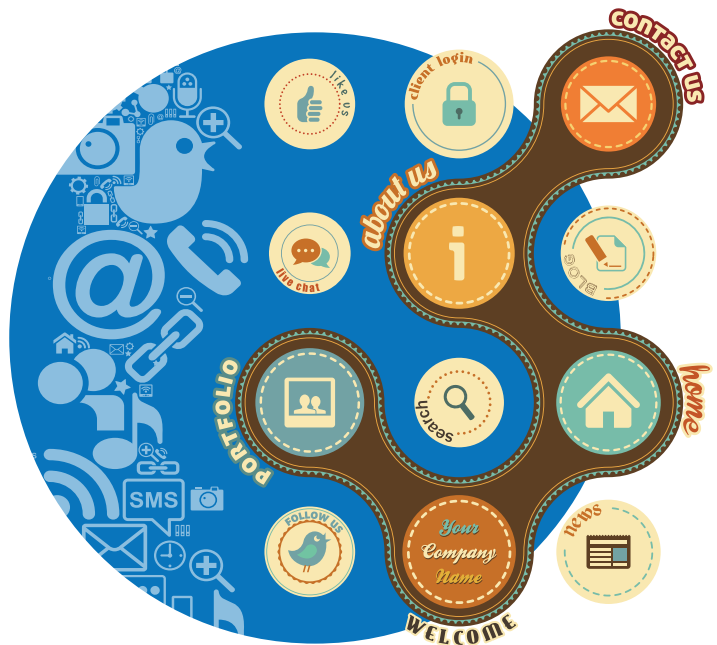


องค์ประกอบทั้ง 9 ส่วนนี้

เป็นปัจจัยสำคัญในการออกแบบเว็บไซต์ ซึ่งหากผู้พัฒนาสามารถดำเนินการได้ครบทั้ง 9 ข้อ เชื่อว่าเว็บไซต์ที่พัฒนาขึ้นต้องดึงดูดผู้ใช้ได้อย่างแน่นอน เช่นเดียวกับกับเว็บอีคอมเมิร์ซ หากมีการออกแบบโดยคำนึงถึงองค์ประกอบทั้งหมดนี้ ก็จะสามารถดึงดูดลูกค้า และทำให้เว็บไซต์มีความน่าเชื่อถือเช่นกัน

2.2 ทำเว็บสวยและดี แบบ Step by Step

ในการทำกิจกรรมต่างๆ ของเรานั้นจำเป็นต้องมีการวางแผนให้ดี การทำธุรกิจก็ต้องมีการวางแผน กำหนดกลุ่มเป้าหมาย การตกแต่งร้านค้าให้ดูน่าสนใจ สำหรับการออกแบบเว็บไซต์ก็เช่นเดียวกัน ต้องประกอบด้วยกระบวนการมากมาย เช่น การออกแบบโครงสร้างเว็บ ลักษณะหน้าตา จนถึง การเขียนโปรแกรม แต่ก็มีเจ้าของเว็บจำนวนไม่น้อยที่พัฒนาเว็บไซต์โดยขาดการวางแผนและทำงานไม่เป็นระบบ เช่น การลงมือออกแบบโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป โดยจัดทำเนื้อหาและรูปแบบของเว็บตามความคิดที่นึกขึ้นได้ขณะนั้น และเมื่อเห็นว่าดูดีแล้วก็เปิดตัวเลยทำให้เว็บนั้นมีเป้าหมายและแนวทางที่ไม่แน่นอน ผลลัพธ์ที่ได้จึงเสี่ยงกับความล้มเหลวค่อนข้างมาก





ความล้มเหลวที่พบเห็นได้ทั่วไปคือ เว็บไซต์แสดงข้อความว่าอยู่ระหว่างการก่อสร้าง (Under Construction หรือ Coming Soon) ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการขาดการวางแผนที่ดี บางเว็บถือได้ว่าตายไปแล้ว เนื่องจากข้อมูลไม่ทันสมัย ขาดการพัฒนาปรับปรุง เทคโนโลยีล้าสมัย ลิงก์ผิดพลาด สิ่งเหล่านี้แสดงให้เห็นถึงการขาดการดูแล ตรวจสอบและพัฒนาให้ทันสมัยอยู่เสมอ



➡ ตัวอย่างเว็บไซต์ที่อยู่ระหว่างการปรับปรุง

การออกแบบเว็บไซต์อย่างถูกต้องจะช่วยลดความผิดพลาดเหล่านี้นลงได้ และช่วยลดความเสี่ยงที่จะทำให้เว็บไซต์ต้องประสบกับความล้มเหลว ซึ่งต้องอาศัยกระบวนการออกแบบและจัดระบบข้อมูลอย่างเหมาะสม ดังนี้

การวางแผน การพัฒนาเว็บไซต์

กระบวนการแรกของการออกแบบเว็บไซต์คือ การกำหนดเป้าหมายของเว็บไซต์ รวมทั้งกำหนดกลุ่มผู้ใช้งาน ซึ่งการจะให้ได้มาซึ่งข้อมูลเหล่านี้ ผู้พัฒนาต้องเรียนรู้ผู้ใช้ หรือจำลองสถานการณ์ สิ่งเหล่านี้จะช่วยให้สามารถออกแบบเนื้อหา และการใช้งานเว็บไซต์ได้อย่างเหมาะสม และตรงกับความต้องการของผู้ใช้อย่างแท้จริง กระบวนการนี้อาจเรียกได้ว่าเป็นการวางแผนพัฒนาเว็บไซต์ ซึ่งมีขั้นตอน ดังนี้

(1) กำหนดวัตถุประสงค์ของเว็บไซต์ : ขั้นตอนแรกของการออกแบบเว็บไซต์คือ การกำหนดวัตถุประสงค์ของเว็บไซต์ให้ชัดเจน

เสียก่อน โดยทั่วไปมักจะเข้าใจว่าการทำเว็บไซต์มีจุดมุ่งหมายเพื่อบริการข้อมูลของหน่วยงานหรือองค์กรเท่านั้น แต่ในความเป็นจริงแล้ว แต่ละเว็บไซต์จะมีเป้าหมายแตกต่างกันไป เช่น ทำเว็บไซต์มาเพื่อประชาสัมพันธ์ร้านค้า จะได้เป็นการเพิ่มยอดขายทำให้ลูกค้ารู้จักร้านค้ามากยิ่งขึ้น หรือทำเว็บไซต์เพื่อเพิ่มช่องทางการส่งสินค้าให้ลูกค้าสามารถซื้อสินค้าได้โดยไม่ต้องเดินทางมาที่ร้านค้า กล่าวโดยสรุป วัตถุประสงค์ในการสร้างเว็บไซต์มี ดังนี้

- ▶ ขายสินค้า/บริการ
- ▶ นำเสนอข้อมูลสินค้า/บริการ
- ▶ สร้างภาพลักษณ์องค์กร
- ▶ เพิ่มช่องทางการติดต่อกับลูกค้า
- ▶ สร้างเครือข่ายสังคมออนไลน์
- ▶ เพื่อความบันเทิง

(2) การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย : ผู้ออกแบบเว็บไซต์

ควรทราบถึงกลุ่มผู้ใช้เป้าหมายที่จะเข้ามาใช้บริการเว็บไซต์ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้อย่างชัดเจน เช่น กลุ่มเป้าหมายของเว็บไซต์เกี่ยวกับเครื่องสำอางคือ ผู้หญิงวัยรุ่นและวัยทำงาน

(3) การกำหนดสิ่งที่ผู้ใช้งานต้องการจากเว็บ : หลังจากที่กำหนดวัตถุประสงค์และกลุ่มเป้าหมายของเว็บไซต์แล้ว ลำดับต่อไปคือการออกแบบเว็บไซต์ที่น่าสนใจเพื่อดึงดูดผู้ใช้งานให้ได้นานที่สุด โดยทั่วไปแล้วสิ่งที่ผู้ใช้งานคาดหวังจากการเข้าชมเว็บไซต์หนึ่งๆ ได้แก่ ข้อมูลที่น่าสนใจและเป็นประโยชน์ หรือความบันเทิงต่างๆ แต่สำหรับเว็บไซต์อีคอมเมิร์ซนั้นอาจมีสิ่งอื่นๆ เพิ่มเติม เช่น การจัดโปรโมชั่นส่งเสริมการตลาด วิธีการจัดส่งสินค้า การคืนสินค้าที่ไม่ได้คุณภาพและการริวสินค้าโดยลูกค้าคนอื่นๆ

(4) การกำหนดข้อมูลหลักที่ควรมีบนเว็บไซต์ : เมื่อเราทราบถึงสิ่งที่ผู้ใช้งานต้องการเมื่อเข้าชมเว็บไซต์แล้ว ก็ควรออกแบบให้มีข้อมูลเหล่านั้นโดยจัดกลุ่มเป็นสิ่งที่ผู้ใช้งานส่วนใหญ่คาดหวังจะได้รับเมื่อเข้าชมเว็บไซต์ เช่น

- ▶ ข้อมูลสินค้า/บริการ
- ▶ ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท
- ▶ ข่าวความคืบหน้า
- ▶ คำถามที่ถามบ่อยหรือคำถามยอดนิยม
- ▶ ข้อมูลการติดต่อ



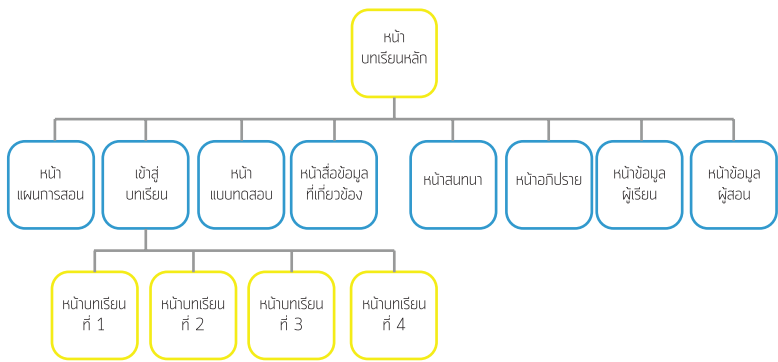
หลังจากที่ได้วางแผนและรวบรวมข้อมูลที่จำเป็นสำหรับการพัฒนาเว็บไซต์แล้ว ขั้นตอนถัดมาคือการออกแบบหน้าเว็บไซต์ ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งแรกที่ผู้ใช้จะได้เห็นขณะที่เปิดเข้าสู่เว็บไซต์ และยังเป็นสิ่งที่แสดงถึงประสิทธิภาพในการออกแบบเว็บไซต์อีกด้วย โดยปกติหน้าเว็บจะประกอบด้วยรูปภาพ ตัวอักษร สีพื้น ระบบเนวิเกชันหรือเมนู และองค์ประกอบอื่นๆ ที่ช่วยสื่อความหมายของเนื้อหาและอำนวยความสะดวกต่อการใช้งาน โดยหลักสำคัญในการออกแบบก็คือ การใช้รูปภาพและองค์ประกอบต่างๆ ร่วมกันเพื่อสื่อความหมายเกี่ยวกับเนื้อหาของเว็บไซต์ โดยมีเป้าหมายสำคัญเพื่อการสื่อความหมายที่ชัดเจนและน่าสนใจ บนพื้นฐานของความเรียบง่าย และความสะดวกต่อผู้ใช้งาน

การออกแบบ โครงสร้าง ของเว็บไซต์

ขั้นตอนแรกสุดของการ
ออกแบบเว็บไซต์คือ การออกแบบและ
กำหนดโครงสร้างของเว็บไซต์ (Site Structure)

ให้แน่นอน โดยโครงสร้างเว็บไซต์เป็นแผนผังของการลำดับเนื้อหาหรือการจัดวางตำแหน่งเว็บเพจทั้งหมด ซึ่งจะทำให้เรารู้ว่าทั้งเว็บไซต์ประกอบด้วยเนื้อหาอะไรบ้าง และมีเว็บเพจหน้าไหนที่เกี่ยวข้องเชื่อมโยงถึงกัน ดังนั้น การออกแบบโครงสร้างเว็บไซต์จึงเปรียบเสมือนกับการเขียนแบบอาคารก่อนที่จะลงมือสร้างจริง เพราะจะทำให้เรามองเห็นหน้าตาของเว็บอย่างเป็นรูปธรรมขึ้น นอกจากนี้ โครงสร้างเว็บไซต์ที่ดียังช่วยให้ผู้ชมไม่สับสนและค้นหาข้อมูลที่ต้องการได้อย่างรวดเร็วอีกด้วย

สำหรับวิธีการออกแบบโครงสร้างเว็บไซต์สามารถทำได้โดยวางแผนภูมิทัศน์ไม่ เช่น รูปตัวอย่าง ซึ่งเป็นการออกแบบเว็บไซต์เพื่อการเรียนการสอนออนไลน์ จะเห็นได้ว่า มีหน้าหลักคือหน้า “บทเรียนหลัก” ซึ่งจะมีลิงก์ไปยังหน้าอื่นๆ อีก 8 หน้า โดยในหน้า เข้าสู่บทเรียนก็จะมีการเชื่อมโยงไปยังหน้าอื่นๆ อีก การออกแบบลักษณะนี้จะทำให้มองเห็นโครงสร้างภาพรวมทั้งหมดของเว็บไซต์ และทำให้การพัฒนาเว็บไซต์เป็นไปได้ง่ายและรวดเร็วยิ่งขึ้น



» การออกแบบโครงสร้างเว็บไซต์โดยใช้แผนภูมิต้นไม้

การจัดโครงสร้างเว็บไซต์สามารถทำได้หลายวิธี แต่ที่นิยมใช้กันมีอยู่ 2 แบบ คือ การจัดโครงสร้างเว็บไซต์ตามกลุ่มเนื้อหา และตามกลุ่มผู้ชม

1) จัดตามกลุ่มเนื้อหา (Content-based Structure)

เป็นรูปแบบการจัดวางโครงสร้างของเว็บไซต์ให้เป็นส่วนๆ ตามเนื้อหาของเว็บ เช่น หากต้องการพัฒนาเว็บไซต์อีคอมเมิร์ซ อาจจะแบ่งเนื้อหาตามประเภทสินค้า หรือตามราคา เป็นต้น ดังเช่น www.tohome.com เป็นตัวอย่างของการออกแบบโครงสร้างตามกลุ่มเนื้อหา โดยแบ่งเว็บไซต์เป็นกลุ่มๆ ตามประเภทของสินค้า



การออกแบบโครงสร้างเว็บไซต์
จัดตามกลุ่มเนื้อหาของ www.tohome.com



ก่อนล็อกอินเข้าสู่ระบบ

หลังล็อกอินเข้าสู่ระบบ



การออกแบบโครงสร้างเว็บไซต์
จัดตามกลุ่มผู้ชมของ www.amazon.com

2) จัดตามกลุ่มผู้ชม (User-based Structure) เป็นรูปแบบการ

จัดโครงสร้างของเว็บไซต์ตามสิทธิการใช้งาน หรือตามความสนใจของผู้ใช้ เช่น ผู้ใช้งานที่เป็นสมาชิกของเว็บจะได้รับข้อมูลมากกว่าผู้ใช้งานทั่วไป หรือโครงสร้างข้อมูลต่างๆ ในเว็บอาจจะแตกต่างกันตามเพศ อายุ หรือความสนใจของผู้ใช้ก็ได้ ดังเช่น www.amazon.com เป็นตัวอย่างของการออกแบบโครงสร้างตามกลุ่มผู้ชม โดยภาพบนจะเห็นว่าก่อนเข้าสู่ระบบนั้นจะเป็นหน้าเว็บที่แสดงสินค้าประเภทภาพยนตร์ แต่หลังจากล็อกอินเข้าสู่ระบบแล้วจะเปลี่ยนไปแสดงสินค้าประเภทอื่นซึ่งเป็นสินค้าที่ผู้ใช้งานนั้นเคยซื้อมาก่อน

สำหรับการเชื่อมโยงหน้าเว็บต่างๆ นั้น สามารถกำหนดรูปแบบการเชื่อมโยงในเว็บได้ 3 รูปแบบด้วยกันคือ

1) **แบบเรียงลำดับ (Sequence)** เป็นการเชื่อมโยงเนื้อหาในเว็บไซด์ที่ผู้ใช้งานจะต้องอ่านทีละหน้าเพื่อรับข้อมูลเป็นลำดับๆ ไป การออกแบบเว็บนี้เหมาะสำหรับเว็บไซด์ที่มีจำนวนเว็บเพจไม่มาก หรือเว็บไซด์ที่จำเป็นต้องนำเสนอข้อมูลแบบทีละขั้นตอน เช่น เว็บไซด์เกี่ยวกับคู่มือการใช้งานที่ต้องอ่านทีละขั้นตอนตามลำดับ เป็นต้น

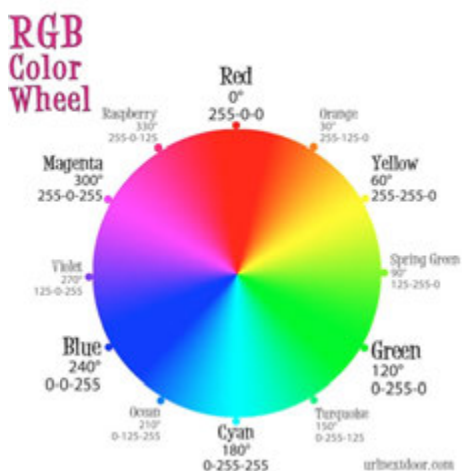
2) **แบบระดับชั้น (Hierarchy)** เป็นรูปแบบการเชื่อมโยงในเว็บไซด์ที่นิยมใช้กันมากที่สุดคือ แบ่งเนื้อหาออกเป็นกลุ่มและรวมอยู่ในเมนูเดียวกัน ผู้ใช้ทำการเข้าถึงเนื้อหาผ่านทางเมนูต่างๆ การออกแบบเว็บลักษณะนี้เหมาะกับเว็บไซด์ที่มีจำนวนเว็บเพจมากขึ้น เช่น www.apple.com, www.tohome.com และ www.amazon.com ดังตัวอย่างหน้าเว็บไซด์ที่ผ่านมาแล้ว ที่จะเห็นได้ว่าในหน้าเว็บหลักนั้นจะมีเมนูย่อยๆ และเมื่อเข้าไปในเมนูย่อยแล้วจะมีเมนูเพื่อเข้าถึงเนื้อหาต่อไปโดยที่ไม่ได้บังคับผู้ใช้ให้เข้าถึงหน้าเว็บอย่างเป็นลำดับ

3) **แบบผสม (Combination)** เหมาะสำหรับเว็บไซด์ที่มีความซับซ้อน โดยนำข้อดีของรูปแบบทั้งสองข้างต้นมาผสมกัน นั่นคือแบ่งเนื้อหาออกเป็นกลุ่มให้อยู่ในแต่ละเมนูย่อย และเมื่อผู้ใช้เข้าไปในเมนูนั้นๆ แล้ว การเข้าถึงเนื้อหาเว็บจะทำการเข้าไปทีละลำดับ เช่น เว็บไซด์ที่เสมือนเป็นหนังสือที่มีหน้าหลักคือหน้าสารบัญ และเมื่อผู้ใช้ทำการคลิกที่หัวข้อในสารบัญแล้ว เมื่อเข้าไปอ่านในแต่ละหัวข้อจำเป็นจะต้องอ่านหน้าเว็บอย่างเป็นลำดับ

การเลือก ใช้สีสำหรับ เว็บไซต์

หลังจากที่ทำการออกแบบโครงสร้างการเชื่อมโยงของเว็บไซด์แล้ว ขั้นตอนถัดมาคือเลือกโทนสีหรือ Theme ของเว็บไซด์เนื่องจากการสร้างสีบนหน้าเว็บเป็นสิ่งที่สื่อความหมายของเว็บไซด์ได้อย่างชัดเจน การเลือกใช้สีให้เหมาะสมกลมกลืน ไม่เพียงแต่จะสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้ แต่ยังสามารถทำให้เห็นถึงความแตกต่างระหว่างเว็บไซด์ได้ โดยสีเป็นองค์ประกอบหลักสำหรับการตกแต่งเว็บ จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับการเลือกใช้สี

ระบบสีที่แสดงบนหน้าจอคอมพิวเตอร์ มีระบบการแสดงผลผ่านหลอดลำแสงที่เรียกว่า CRT (Cathode ray tube) โดยมีลักษณะระบบสีแบบบวก อาศัยการผสมของแสงสีแดง สีเขียว และสีน้ำเงิน หรือที่เรียกว่า “ระบบสี RGB” สามารถกำหนดค่าแม่สีจาก 0 ถึง 255 ได้ โดยค่า 0 หมายถึงแม่สีนั้นๆ มีความสว่างน้อยมากจนมืดเป็นสีดำไปเลย ในขณะที่ค่า 255 หมายถึงแม่สีนั้นมีความสว่างมากที่สุด จากการรวมสีของแม่สีหลักจะทำให้เกิดแสงสีต่างๆ บนหน้าจอ สำหรับการพัฒนาเว็บไซต์โดยการใช้ภาษา HTML นั้น ก็มีการกำหนดสีโดยใช้ระบบ RGB เช่นกัน



» วงล้อสีสำหรับพัฒนาเว็บไซต์ด้วยภาษา HTML
(รูปภาพจาก www.urlnexusdoor.com)

สีมีอิทธิพลในเรื่องของอารมณ์ การสื่อความหมายที่เด่นชัด กระตุ้นการรับรู้ทางด้านจิตใจมนุษย์ สีแต่ละสีจะสะท้อนอารมณ์และความรู้สึกไม่เหมือนกัน สีบางสีให้ความรู้สึกสงบ บางสีให้ความรู้สึกตื่นเต้นเร้าใจ สีจึงเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อการออกแบบเว็บไซต์ ดังนั้น การเลือกใช้โทนสีภายในเว็บไซต์จึงเป็นการแสดงถึงความแตกต่างของสีที่แสดงออกทางอารมณ์ มีชีวิตชีวาหรือเศร้าโศก รูปแบบของสีที่สายตาของมนุษย์มองเห็น สามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มคือ



➤ ตัวอย่างเว็บไซต์ที่ออกแบบเว็บโดยใช้สีโทนร้อนของ
www.stickermule.com



➤ ตัวอย่างเว็บไซต์ที่ออกแบบเว็บโดยใช้สีโทนเย็นของ
www.logolabs.nl



➤ ตัวอย่างเว็บไซต์ที่ออกแบบเว็บโดยใช้สีโทนกลางของ
www.amazon.com

1. สีโทนร้อน (Warm Colors) เป็น

กลุ่มสีที่แสดงถึงความสุข ความปลอดภัย ความอบอุ่น และดึงดูดใจ สีกลุ่มนี้ช่วยให้หายจากความเฉื่อยชา มีชีวิตชีวามากยิ่งขึ้น ตัวอย่างเว็บไซต์ เช่น www.stickermule.com

2. สีโทนเย็น (Cool Colors) แสดงถึง

ความสุภาพ อ่อนโยน เรียบร้อย จัดเป็นกลุ่มสีที่มีคนชอบมากที่สุด เพราะเป็นสีที่สามารถโน้มน้าวในระยะไกลได้ เช่น www.ecopono.com

3. สีโทนกลาง (Neutral Colors)

สีที่เป็นกลางประกอบด้วยสีดำ สีขาว สีเทา และสีน้ำตาล กลุ่มสีเหล่านี้คือ สีกลางที่สามารถนำไปผสมกับสีอื่นๆ เพื่อให้เกิดสีกลางขึ้นมา เช่น www.amazon.com ที่เน้นสีพื้นหลังเป็นสีขาว



การกำหนด ส่วนประกอบต่างๆ ในหน้าเว็บไซต์

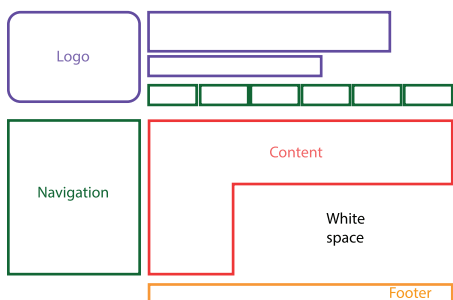
โดยทั่วไปแล้ว หน้าเว็บต่างๆ
จะประกอบไปด้วยส่วนประกอบ ดังนี้

1) สัญลักษณ์ หรือโลโก้ (Logo)

เป็นสิ่งที่บ่งบอกความเป็นเอกลักษณ์ของ
เว็บนั้นๆ ควรจะเป็นรูปภาพหรือข้อความที่
จดจำได้ง่าย โดยส่วนใหญ่นิยมวางไว้มุมซ้าย
บนสุดของเว็บไซต์

2) เมนูหรือเนวิเกชัน (Navigation)

เป็นส่วนที่รวมการเชื่อมโยงไปยังหน้าต่างๆ
ในเว็บไซต์ ควรออกแบบให้เห็นชัดและเข้าถึง
ง่าย สะดวกใช้งาน โดยส่วนใหญ่แล้วจะวางไว้
ส่วนบน หรือด้านซ้ายของเว็บไซต์ และควร
อยู่ในตำแหน่งที่เห็นได้เมื่อเข้าเว็บครั้งแรก



➡ แสดงส่วนประกอบของเว็บไซต์ที่ดี

3) เนื้อหา (Content) ถือเป็นหัวใจหลักของเว็บไซต์ที่ทำให้ผู้ใช้ตัดสินใจเข้าใช้งาน
เว็บไซต์หรือออกจากเว็บไซต์ได้เลย การเขียนเนื้อหาควรเลือกใช้ขนาดตัวอักษร และสีสัน
ที่ดึงดูดผู้ใช้ ดูสะอาดตาเพื่อให้อ่านง่าย และควรมีรูปภาพประกอบที่สดใส สื่อถึงเนื้อหา
ชัดเจน หากมีส่วนของมัลติมีเดียอื่นๆ เช่น วิดีโอ หรือแอนิเมชันก็จะช่วยดึงดูดผู้ใช้งานได้มาก
ยิ่งขึ้นอีก

4) ส่วนท้ายของเว็บ (Footer) มักจะเป็นส่วนที่รวมลิงก์ไปยังบทความ หรือส่วน
ที่ผู้ชมมักจะเข้าถึงบ่อยๆ หรือรวมช่องทางการติดต่อเพื่อให้ผู้ใช้ติดต่อกับเจ้าของเว็บไซต์ได้

5) พื้นที่ว่าง (White Space) เป็นส่วนที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งของเว็บไซต์ แม้ว่า
พื้นที่ว่างจะไม่มีข้อมูล หรือเนื้อหาใดๆ แต่จะช่วยให้หน้าเว็บดูไม่อึดอัดจนเกินไป และยัง
ช่วยให้ผู้อ่านข้อมูลในเว็บได้ง่ายขึ้นด้วย เช่น www.apple.com จะเห็นว่าพื้นที่ว่าง
มากมาย ถึงแม้ว่าจะไม่มีตัวหนังสือมากนักแต่ก็ดึงดูดผู้ใช้งานได้เป็นอย่างดี



» ตัวอย่างโครงสร้างเว็บไซต์ของ www.apple.com

» การใช้เส้นกริดเพื่อกำหนดตำแหน่งรายละเอียด
ในรูปภาพ

การออกแบบหน้าเว็บไซต์นั้นอาจจะนำหลักการถ่ายภาพมาประยุกต์ใช้ร่วมได้ การถ่ายภาพโดยส่วนใหญ่ นั้นมักจะใช้เส้นกริด (Grid) เพื่อกำหนดตำแหน่งรายละเอียดในรูปภาพ ซึ่งการจัดวางองค์ประกอบในหน้าเว็บอาจจะใช้วิธีการเดียวกันนี้ได้ สำหรับแนวคิดเกี่ยวกับเส้นกริดนั้นคือ “กฎสามส่วน” ซึ่งกล่าวไว้ว่า ไม่ว่าภาพจะอยู่แนวตั้งหรือแนวนอนก็ตาม หากเราแบ่งภาพนั้นออกเป็นสามส่วนทั้งตามแนวตั้งและแนวนอน แล้วลากเส้นแบ่งภาพทั้งสามเส้นจะเกิดจุดตัดกันทั้งหมด 4 จุด ดังรูปด้านล่าง ซึ่งจุดตัดของเส้นทั้งสี่นี้เป็นตำแหน่งที่เหมาะสมสำหรับการจัดวางวัตถุที่ต้องการเน้นให้เป็นจุดเด่นหลัก ส่วนรายละเอียดอื่นๆ นั้นเป็นส่วนสำคัญที่รองลงมาอาจจะวางในตำแหน่งอื่นๆ ก็ได้



» ตัวอย่างการจัดวางโครงสร้างเว็บ
โดยให้เมนูอยู่ด้านซ้าย

สำหรับการวางตำแหน่งเมนู
รวมทั้งตำแหน่งของส่วนประกอบต่างๆ
ในหน้าเว็บไซต์ที่นิยมใช้มีอยู่ 3 รูปแบบ
ด้วยกันคือ

▶ การกำหนดเมนูด้านซ้าย

เป็นรูปแบบที่นิยมใช้มากที่สุด เนื่องจาก
เป็นรูปแบบที่สามารถใช้งานได้ง่าย
แต่ก็มีข้อด้อยคืออาจดูไม่น่าสนใจ
เท่าที่ควรเพราะว่าผู้ใช้งานสามารถ
พบเห็นได้โดยทั่วไป



» ตัวอย่างการจัดวางโครงสร้างเว็บ
โดยให้เมนูอยู่ด้านขวา

► การกำหนดเมนูด้านขวา

เป็นรูปแบบที่อาจจะไม่ค่อยนิยมใช้มากนัก เพราะดูแปลกตา แต่ว่ามีข้อดีคือ ส่วนเนื้อหาหลักจะถูกแสดงอยู่ด้านซ้ายมือ ซึ่งผู้ใช้จะมองเป็นส่วนแรกๆ อย่างไรก็ตาม เนื่องจากด้วยส่วนเมนูจะถูกวางไว้ทางขวามือ ซึ่งทำให้ผู้ใช้อาจมองไม่เห็น โดยเฉพาะหากหน้าจอของผู้ใช้มีขนาดเล็ก ส่วนเมนูก็จะถูกบังไปได้



» ตัวอย่างการจัดวางโครงสร้างเว็บ
โดยให้เมนูอยู่ด้านขวาและซ้าย

► การกำหนดเมนูด้านขวาและซ้าย

กำลังเป็นรูปแบบที่เริ่มให้ความนิยมใช้มากขึ้น การออกแบบลักษณะนี้เหมาะกับเว็บไซต์ที่มีจำนวนเมนูมาก รวมทั้งเว็บอีคอมเมิร์ซ หรือเว็บที่เน้นการโฆษณาสินค้า โดยจะพยายามให้เนื้อหา มีข้อความน้อยที่สุดแต่ข้อมูลครบถ้วน

เมื่อกำหนดส่วนประกอบและตำแหน่งของข้อมูลในหน้าเว็บได้แล้ว เราสามารถเริ่มต้นพัฒนาเว็บไซต์ได้ทันที โดยในการออกแบบนั้น อาจยังไม่ต้องใช้เครื่องมือทางคอมพิวเตอร์มากนัก อาจจะร่างบนกระดาษก่อนเพื่อให้เข้าใจถึงองค์ประกอบโดยรวมทั้งหมดของหน้าเว็บก่อนจะลงมือพัฒนาต่อไป

2.3 จักระแส เว็บดีไซน์ยุค 3.0

ในหัวข้อก่อนหน้านี้ได้อธิบายถึงหลักการและขั้นตอนการออกแบบเว็บไซต์ที่ดีไปแล้ว สำหรับหัวข้อนี้จะกล่าวถึงรายละเอียดเพิ่มเติมว่ารูปแบบเว็บไซต์ที่ดีและกำลังได้รับความนิยมในปัจจุบันนั้นเป็นอย่างไร โดยแนวโน้มการออกแบบเว็บไซต์ขณะนี้ มักเน้นที่ความเรียบง่าย ไม่ซับซ้อนในการเข้าถึงข้อมูล นอกจากนี้ ด้วยความนิยมของอุปกรณ์เคลื่อนที่แบบพกพา ทำให้เว็บไซต์ยุคใหม่จำเป็นต้องออกแบบให้รองรับทั้งการเข้าเว็บจากเครื่องคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์เคลื่อนที่อีกด้วย



การออกแบบเว็บไซต์แบบ Single Page Design

“เป็นการออกแบบเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลทุกอย่างอยู่ในหน้าจอเดียว” ทั้งในส่วน of หน้าจอคอมพิวเตอร์ หรืออุปกรณ์การเคลื่อนที่แบบพกพา เช่น สมาร์ทโฟน เนื่องจากมีผลการวิจัยว่า ผู้ใช้งานเว็บไซต์ส่วนใหญ่ไม่ชอบการเลื่อนไปมา หรือการ Scroll บนหน้าเว็บไซต์ เนื่องจากพฤติกรรมของผู้ใช้งานเว็บไซต์มีโอกาสเบี่ยงง่าย และอาจจะออกจากหน้าเว็บไซต์ได้ง่ายถ้าหากไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารตามที่ต้องการอย่างรวดเร็ว ดังนั้น การออกแบบเว็บไซต์ในยุคใหม่จึงมักผสมผสานกับ Script หรือโปรแกรมที่จะใช้ในการออกแบบเว็บไซต์ให้หน้าใช้งานและอยู่ในหน้าจอเดียว ด้วยการนำ Script Program จำพวกซ่อนเนื้อหาไว้ก่อน แล้วค่อยแสดงผลเมื่อกด หรือขยายเนื้อหาออกมาให้เห็นเมื่อผู้ใช้คลิกหรือเลื่อนเมาส์มายังตำแหน่งที่กำหนดไว้

การออกแบบเว็บลักษณะนี้ ส่วนใหญ่จะกำหนดให้มีพื้นที่ว่างในหน้าเว็บด้วย ซึ่งทำให้ดูสะอาดตา ดึงดูดผู้ใช้งาน ตัวอย่างหน้าเว็บในลักษณะนี้เป็นดังรูปด้านล่าง



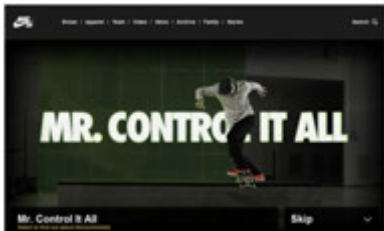
» ตัวอย่างเว็บไซต์แบบ Single Page Design



การออกแบบเว็บไซต์โดยให้มีภาพพื้นหลังขนาดใหญ่

เป็นที่ทราบกันดีว่าภาพหนึ่งภาพ สามารถแทนคำพูดได้เป็นร้อยคำ และเนื่องจากผู้ใช้งานในปัจจุบันไม่ชอบอ่านตัวหนังสือมากนัก ดังนั้น การออกแบบเว็บไซต์ยุคใหม่มักลดปริมาณข้อความลง แต่จะใช้รูปภาพที่สวยงามและสื่อตรงกับเนื้อหาของเว็บไซต์มาเป็นภาพพื้นหลังแทน

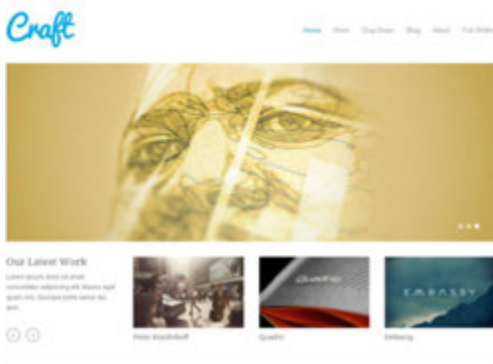
นอกจากภาพพื้นหลังขนาดใหญ่แล้ว อาจมีการใช้ตัวหนังสือที่มีลักษณะพิเศษ สวยงาม ดึงดูดผู้ชม รวมทั้งการเล่นคำต่างๆ ที่โดนใจผู้ชมร่วมกันด้วย ดังตัวอย่างรูปด้านล่าง



» ตัวอย่างเว็บไซต์แบบภาพพื้นหลังขนาดใหญ่



» ตัวอย่างเว็บไซต์ที่มีภาพพื้นหลังขนาดใหญ่ และใช้รูปแบบอักษรที่น่าสนใจ

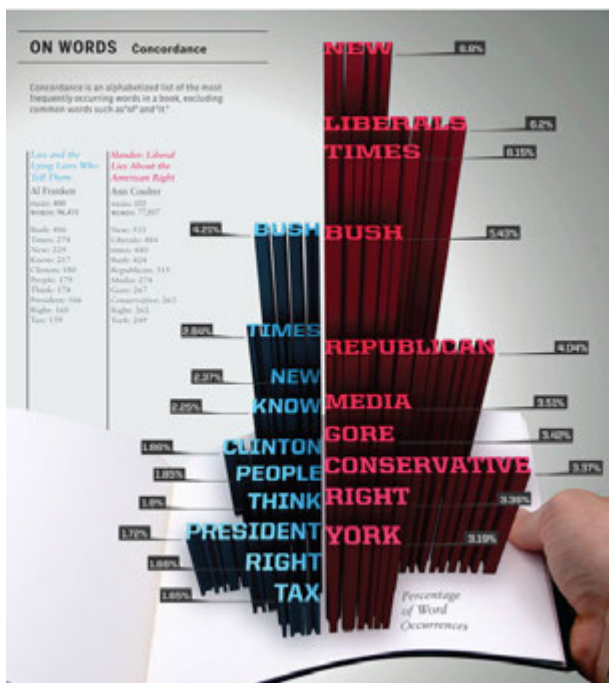


» ตัวอย่างการออกแบบเว็บไซต์
ที่เน้นความเรียบง่าย

การออกแบบเว็บไซต์ ที่เน้นความเรียบง่าย

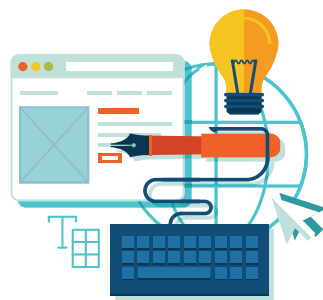
การออกแบบเว็บไซต์ในปัจจุบันจะเน้นความเรียบง่ายในลักษณะที่ว่า เมื่อผู้ใช้เข้ามาถึงหน้าเว็บไซต์ต้องสามารถใช้งานเว็บไซต์ได้ทันที โดยไม่จำเป็นต้องอาศัยเวลาในการศึกษารูปแบบการใช้งานเว็บไซต์เลย ด้วยการเน้นข้อความและรูปภาพที่เมื่อผู้ใช้เห็นแล้วสามารถเข้าใจได้ในทันที รวมไปถึงการออกแบบเมนูต่างๆ ที่เรียบง่าย เข้าใจได้ง่าย ดังตัวอย่างรูป





➡ ตัวอย่างเว็บไซต์ที่มีการใช้ภาพ Infographic

แนวทางหนึ่งที่จะช่วยให้หน้าเว็บไซต์สามารถเข้าใจได้ง่าย ไม่ซับซ้อนคือ การใช้ Infographic ซึ่งเป็นรูปภาพที่สามารถใช้เพื่อแสดงถึงผลสรุปข้อมูลต่างๆ ที่สามารถเข้าใจได้ง่าย โดยการดูภาพนั้นเพียงภาพเดียว



การออกแบบเว็บไซต์แบบ Responsive Web

ในรูปแบบนี้มีแนวคิดที่ว่า “การพัฒนาเว็บไซต์นั้นควรทำเพียงครั้งเดียวและสามารถแสดงผลได้กับทุกอุปกรณ์และทุกขนาดของหน้าจอ” ไม่ว่าจะเป็นหน้าจอขนาดใหญ่หรือเล็กหรืออุปกรณ์เคลื่อนที่แบบพกพาอย่างสมาร์ทโฟน หรือแท็บเล็ตก็ตาม ถึงแม้ผู้ใช้จะสามารถ Zoom in/out จากหน้าจอได้ แต่ก็ยังเรียกว่าสร้างความยุ่งยากและไม่สะดวกในการใช้งาน ดังนั้น การพัฒนาเว็บในแนวทาง **Responsive** จึงกำลังได้รับความสนใจในกลุ่มผู้พัฒนาเว็บไซต์ ด้วยเหตุผลหลายประการ เช่น ประหยัดทรัพยากรของเครื่องที่เรียกใช้ สามารถลดค่าใช้จ่ายในการพัฒนาแยกส่วนจากเดิมที่อาจจะต้องทำเว็บไซต์สำหรับเครื่องคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์อื่นๆ แยกจากกัน ก็เหลือเพียงการพัฒนาเว็บไซต์เพียงครั้งเดียว รวมทั้งยังส่งผลต่อ Search Engine อย่างเช่น www.google.com ที่จะเข้ามาตรวจสอบและจับ Keyword บนเว็บไซต์ได้มีประสิทธิภาพมากขึ้นอีกด้วย

อย่างไรก็ตาม ข้อพึงระวังสำหรับการออกแบบเว็บไซต์แบบ **Responsive** คือ นักพัฒนาจะต้องคิดและวางแผนการออกแบบเป็นอย่างดี และที่สำคัญจำเป็นจะต้องหลีกเลี่ยงการใช้โปรแกรมเสริมบนเว็บไซต์ เนื่องจากข้อจำกัดในส่วนของอุปกรณ์เคลื่อนที่แบบพกพาต่างๆ แต่ข้อจำกัดเหล่านี้ก็ไม่สามารถหยุดยั้งความสนใจที่มีต่อการพัฒนาเว็บไซต์แบบ **Responsive** ได้



» ตัวอย่างเว็บไซต์แบบ Responsive Design

นอกจากนี้ เว็บไซต์ที่ออกแบบในลักษณะของ Responsive นั้นควรจะต้องคำนึงถึงรูปร่างหน้าตา หน้าจอ ปุ่ม หรือไอคอนต่างๆ ให้มีขนาดใหญ่ขึ้น เพื่ออำนวยความสะดวกใช้นิ้วสัมผัสจากหน้าจอเมื่อเข้าชมเว็บไซต์ เพราะหากออกแบบให้ขนาดเล็กเกินไป อาจสร้างความไม่สะดวกกับผู้ใช้ ดังเช่นตัวอย่างเว็บไซต์ในรูปต่อไปนี้ที่พยายามออกแบบให้ปุ่มไอคอนต่างๆ มีขนาดใหญ่ ซึ่งเมื่อเปิดเว็บไซต์ในอุปกรณ์ที่มีจอขนาดเล็กแล้ว ก็ยังไม่ส่งผลเสียใดๆ ต่อการใช้งาน



» ตัวอย่างเว็บไซต์ที่มีการออกแบบให้ปุ่มไอคอนมีขนาดใหญ่

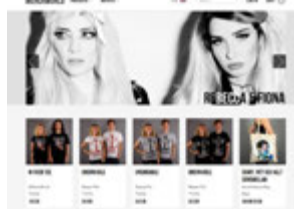


2.4 เปิดไอเดีย สร้างสรรค์เว็บยุคใหม่

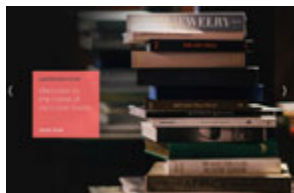
ในหัวข้อนี้จะได้ยกตัวอย่างเว็บไซต์อีคอมเมิร์ซที่มีการออกแบบที่ดี มีความสวยงาม และดึงดูดผู้เยี่ยมชม อีกทั้งยังสามารถใช้ง่าย โดยที่ผู้ใช้ไม่จำเป็นต้องศึกษาเรียนรู้มากนัก โดยท่านสามารถทดลองเข้าไปยังเว็บไซต์เหล่านี้เพื่อศึกษาแนวทางการออกแบบเว็บไซต์ที่ดี และนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบเว็บไซต์ของตนเองได้



(1) www.gforce.be : เว็บไซต์ที่ออกแบบโดยใช้ภาพพื้นหลังขนาดใหญ่แบบ Single Page Design โดยมุ่งเน้นความเรียบง่ายต่อการใช้งาน

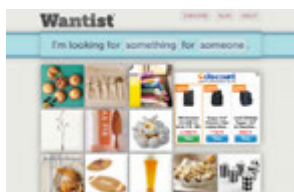


(2) www.merchworld.eu : เว็บไซต์ที่ออกแบบด้วยการแบ่งสัดส่วนบนเว็บไซต์อย่างชัดเจน ปุ่มไอคอนหรือเมนูที่เข้าถึงยังหน้าเว็บต่างๆ มีขนาดใหญ่ เลือกใช้สีโทนกลางคือสีขาวเป็น Theme หลักบนเว็บไซต์ ซึ่งทำให้ทำให้เว็บไซต์ดูเรียบง่าย สบายตา น่าใช้ และดูมีความเป็นมืออาชีพ



(3) www.mendo.nl : เว็บไซต์ที่ออกแบบ

ในลักษณะ Single Page Design มีพื้นหลังเป็นโทนสีกลางคือสีด้า มีการใช้ภาพพื้นหลังขนาดใหญ่ ทำให้ทราบทันทีเมื่อเข้าชมเว็บไซต์ว่าเป็นเว็บไซต์จำหน่ายหนังสือ



(4) www.wantist.com : การออกแบบ

โดยใช้สีโทนกลางคือสีเทา แต่มีการเน้นความสวยงามด้วยสีโทนเย็นคือสีฟ้า รวมทั้งยังมีการจัดโครงสร้างเว็บไซต์ตามประเภทของสินค้าด้วยภาพขนาดใหญ่ ทำให้เว็บไซต์ดูน่าสนใจ และมีความง่ายในการใช้งาน



(5) www.scb.co.th/scbfirst/ : เว็บไซต์

ที่ออกแบบโดยเน้นสีที่เป็นเอกลักษณ์ขององค์กรคือสีม่วง และใช้ภาพพื้นหลังขนาดใหญ่ที่เน้นประโยชน์ของบริการ นั่นคือผู้ใช้จะมีความสุขในการรับบริการ มีการออกแบบเมนูและไอคอนเพื่อเข้าชมส่วนต่างๆ ภายในเว็บไซต์อย่างสะดวก

จะเห็นว่าการออกแบบเว็บไซต์นั้นแม้ว่าจะมีอยู่หลายขั้นตอน แต่นั่นคงไม่ใช่ข้อจำกัดที่จะลงมือทำ เพียงแต่ผู้พัฒนาเว็บควรคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ใช้เว็บเป็นสำคัญ การออกแบบเว็บไซต์ในยุคปัจจุบันนอกจากเนื้อหาต้องเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้อย่างแท้จริงแล้ว การออกแบบเว็บไซต์ที่สวยงาม เรียบง่าย นำใช้รวมไปถึงการจัดวางตำแหน่งข้อมูลต่างๆ อย่างเหมาะสมและโดดเด่น เป็นสิ่งสำคัญที่จะเรียกใจผู้ใช้ให้อยู่กับเว็บไซต์ของเราได้นานที่สุด และตั้งใจที่จะกลับมาเยี่ยมชมเว็บไซต์เราใหม่อีกครั้ง

“อย่างกลัวเทคโนโลยี
แต่จงกลัวว่าจะไร้ลูกค้า...
หากไม่ใช้เทคโนโลยี”



วีรชัย ประยูรพฤกษ์
อินเทอร์เน็ตคือส่วนหนึ่งของชีวิต @ ETDA



03

นักพัฒนา
เว็บมือใหม่...สวัสดี
D.I.Y.



การพัฒนาเว็บไซต์อีคอมเมิร์ซนั้น แม้ว่าจะมีหลายขั้นตอนจนผู้ที่ไม่มีประสบการณ์เขียนโปรแกรมมาก่อนอาจรู้สึกว่าจะไม่สามารถทำได้แต่ด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยีต่างๆ ทำให้ปัจจุบันนี้ “ทุกคนสามารถสร้างเว็บไซต์ได้ด้วยตนเองโดยไม่จำเป็นต้องมีความรู้ด้านการเขียนโปรแกรมแต่อย่างใด” อย่างเช่น การใช้บริการเว็บไซต์สำเร็จรูปที่จะช่วยให้เรามีเว็บได้ภายในเวลาเพียงไม่กี่นาที หรือการใช้บริการในตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือที่นิยมเรียกกันว่า e-Marketplace ที่มีอยู่มากมายทั้งในและต่างประเทศหรือหากใครมีพื้นฐานความรู้ด้านการเขียนโปรแกรมบ้าง ก็อาจเลือกใช้โปรแกรมสำเร็จรูปที่เรียกว่า CMS ก็ได้ ซึ่งทั้งหมดจะได้แนะนำให้รู้จักกันในบทนี้



ซื้อผ่านหน้าร้าน



โทรสั่งอาหาร



สั่งซื้อออนไลน์



ผ่านแอปพลิเคชัน



ตัวอย่างพัฒนาการวิธีสั่งซื้อสินค้าของ The Pizza Company

3.1 Web Template... สร้างเว็บเหมือนเสกได้

เว็บไซต์สำเร็จรูป (Web Template) เป็นบริการที่ถูกสร้างขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้ต้องการมีเว็บไซต์แต่ไม่มีความรู้ด้านการเขียนโปรแกรมมาก่อน จึงมีการพัฒนาเว็บไซต์แบบอัตโนมัติขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้งาน กล่าวคือ ผู้ใช้บริการเว็บไซต์สำเร็จรูปมีหน้าที่เพียงกรอกข้อมูลลงบนแบบฟอร์มที่ผู้ให้บริการเว็บไซต์สำเร็จรูปจัดเตรียมไว้ เช่น ชื่อร้านค้า รายการสินค้าต่างๆ ข้อมูลการติดต่อ จากนั้นระบบก็จะทำงานให้โดยอัตโนมัติ



www.readyplanet.com



www.shopup.com



www.igetweb.com



www.makewebeasy.com

➡ ตัวอย่างผู้ให้บริการเว็บไซต์สำเร็จรูป

จุดเด่น/ด้อย ของ เว็บไซต์สำเร็จรูป

ลักษณะเด่นของการใช้เว็บไซต์แบบสำเร็จรูปที่เห็นได้ชัดเจนก็คือ เจ้าของเว็บไม่จำเป็นต้องมีความรู้ในการเขียนโปรแกรมใดๆ ก็สามารถมีเว็บไซต์ได้อย่างรวดเร็วทันใจ ใช้เวลาเพียงไม่กี่นาที และที่สำคัญยังสามารถจัดการแก้ไข หรือปรับปรุงข้อมูลต่างๆ ด้วยตนเองได้ตลอดเวลา อย่างไรก็ตาม เนื่องจากเว็บสำเร็จรูปเป็นโปรแกรมอัตโนมัติ ทำให้ความสามารถของระบบ (Features) อาจไม่รองรับความต้องการของเจ้าของเว็บไซต์ได้ทั้งหมด เพราะส่วนใหญ่มักจะถูกออกแบบเป็นมาตรฐานให้ทุกคนสามารถใช้งานได้

ขั้นตอนการพัฒนา เว็บไซต์สำเร็จรูป

ปัจจุบันมีผู้ให้บริการเว็บไซต์สำเร็จรูป ทั้งในและต่างประเทศจำนวนมาก รวมทั้งบางแห่งก็มุ่งเน้นให้บริการเว็บไซต์สำหรับอีคอมเมิร์ซ โดยเฉพาะด้วย ทำให้เจ้าของธุรกิจต่างๆ สามารถมีเว็บไซต์โดยไม่จำเป็นต้องมีความรู้ด้านการเขียนโปรแกรมใดๆ รวมทั้งไม่จำเป็นต้องติดต่อผู้ให้บริการเครื่องแม่ข่ายสำหรับทำเว็บไซต์อีกด้วย เนื่องจากกระบวนการทั้งหมดจะได้รับการดูแลโดยผู้ให้บริการเว็บไซต์สำเร็จรูปนั่นเอง โดยขั้นตอนการสร้างเว็บไซต์สำเร็จรูปนั้นจะมีความแตกต่างกันไปตามผู้ให้บริการของแต่ละเว็บไซต์ แต่โดยหลักใหญ่ใจความแล้วส่วนมากจะประกอบไปด้วย 4 ขั้นตอนหลักๆ ดังนี้

1. สมัครสมาชิก

2. สร้างร้านค้าออนไลน์

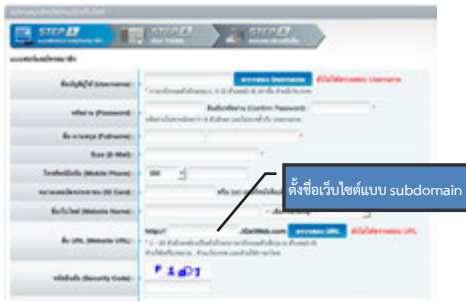
3. การจัดข้อมูล

4. ติดตั้งส่วนประกอบเสริม

» ขั้นตอนการพัฒนาเว็บไซต์สำเร็จรูป

(1) สมัครสมาชิก :

เป็นขั้นตอนแรกของการใช้บริการเว็บไซต์สำเร็จรูปโดยผู้ให้บริการต้องลงทะเบียนเพื่อสมัครเป็นสมาชิกของเว็บไซต์ผู้ให้บริการนั้นๆ ในขั้นตอนนี้หากเป็นผู้ให้บริการฟรีแบบไม่มีค่าใช้จ่ายก็สามารถสมัครสมาชิกและสร้างเว็บไซต์ได้ทันที แต่สำหรับผู้ให้บริการที่คิดค่าใช้จ่าย จะต้องมีการจ่ายค่าสมาชิกเสียก่อน จึงจะสามารถใช้บริการต่างๆ ในเว็บไซต์นั้นได้



www.igetweb.com



www.shopup.com

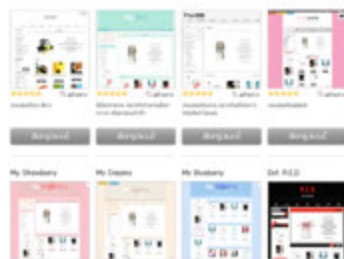
» ตัวอย่างขั้นตอนการสมัครสมาชิก
เว็บไซต์สำเร็จรูป

(2) สร้างร้านค้าออนไลน์ :

เมื่อการสมัครสมาชิกเสร็จสมบูรณ์แล้วต่อมาคือขั้นตอนการสร้างร้านค้าออนไลน์ ซึ่งผู้ให้บริการเว็บไซต์สำเร็จรูปแต่ละรายก็มีวิธีการใช้งานที่แตกต่างกันไป แต่ขั้นตอนโดยรวมๆ แล้ว มักจะเป็นเรื่องการใส่โลโก้พร้อมข้อมูลร้านค้า ข้อมูลและรูปภาพสินค้า ข้อมูลการติดต่อ ช่องทางการชำระเงิน นอกจากนี้ บางเว็บเจ้าของเว็บสามารถเลือกรูปแบบเว็บไซต์สำเร็จรูป หรือที่เรียกว่า เทมเพลต (Template) ที่เหมาะสมกับธุรกิจของตนเองได้อีกด้วย



www.chaiyoreadyweb.com



www.inwshop.com

» ตัวอย่างเทมเพลตของเว็บไซต์สำเร็จรูป

โดยทั่วไปแล้วข้อมูลพื้นฐานที่จะต้องกรอกเพื่อสมัครสมาชิกเว็บไซต์สำเร็จรูป เช่น ชื่อ-นามสกุล ชื่อร้านค้า ข้อมูลการติดต่อ อีเมลรวมถึงหมายเลขบัตรประชาชน ฯลฯ ในขั้นตอนนี้ ผู้ให้บริการส่วนใหญ่มักจะกำหนดให้สมาชิกตั้งชื่อเว็บไซต์ในลักษณะที่เรียกว่า “Subdomain” ด้วย ซึ่ง Subdomain ก็คือ เว็บไซต์ย่อยๆ ภายในเว็บไซต์หลักนั่นเอง ตัวอย่าง เช่น เว็บไซต์หลักคือ www.igetweb.com จะมีเว็บไซต์ย่อยๆ ภายใต้เว็บไซต์ดังกล่าว เช่น สมมติเราเป็นธุรกิจบริการรถเช่า และต้องการตั้งชื่อเว็บไซต์ว่า Car Rent ดังนั้น Subdomain ภายใต้เว็บไซต์ igetweb ก็คือ www.carrent.igetweb เป็นต้น

ปัจจุบันนี้ระบบเว็บสำเร็จรูปได้พัฒนาให้ช่วย
ต่อการใช้งานมากขึ้น อย่างเช่น การสร้างร้านค้า
ในลักษณะที่เรียกว่า “Direct Manipulation”
ซึ่งเป็นรูปแบบการโต้ตอบระหว่างผู้ใช้กับระบบ
โดยตรง หรือที่เข้าใจกันโดยทั่วไปว่า **เทคนิคแบบ
ลากและวาง (Drag & Drop)** กล่าวคือ ผู้ให้บริการ
จะสร้างหน้าร้านค้าเริ่มต้นมาให้ก่อน หลังจากนั้น
เจ้าของเว็บสามารถคลิกเลือกตำแหน่งต่างๆ บน
เว็บไซต์ที่ต้องการแก้ไขข้อมูลได้ทันทีถือเป็น
รูปแบบการใช้งานที่ง่ายกว่ายุคก่อนที่ส่วนใหญ่
มักจะออกแบบเป็นแบบฟอร์มให้กรอกข้อมูล
โดยไม่ได้แสดงตัวอย่างร้านค้าจริงให้เห็นในทันที

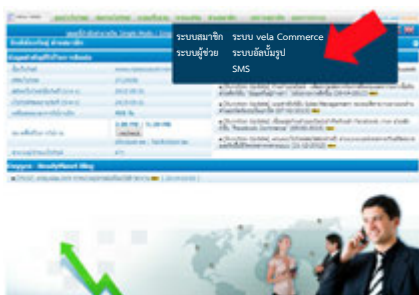


www.lnwshop.com



www.pro-webbiz.com
(ใช้เทคโนโลยีแบบ Direct Manipulation)

➡ ตัวอย่างขั้นตอนการสร้างร้านค้าออนไลน์
ผ่านเว็บไซต์สำเร็จรูป



www.readyplanet.com



www.lnwshop.com

➡ ตัวอย่างระบบหลังร้านของเว็บไซต์สำเร็จรูป

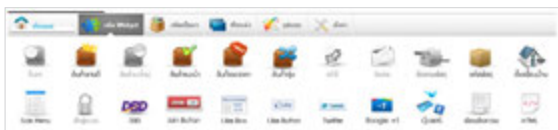
(3) การใช้งานระบบหลังร้าน :

เป็นระบบที่ผู้ให้บริการเว็บสำเร็จรูป
จัดเตรียมไว้เพื่ออำนวยความสะดวกให้เจ้าของ
เว็บไซต์ใช้ในการดูแลบริหารจัดการธุรกิจของ
ตนเองได้สะดวกยิ่งขึ้น เช่น ระบบสต็อกสินค้า
ระบบติดตามการชำระเงิน ระบบสมาชิก ระบบ
ดูแลลูกค้า อย่างไรก็ตาม ความสามารถในส่วนนี้
อาจมีหรือไม่มีก็ได้ขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการนั้นๆ
เป็นหลัก ดังนั้น ก่อนตัดสินใจเลือกใช้บริการ
เว็บไซต์สำเร็จรูปใดๆ ก็อาจต้องพิจารณา
ถึงความสามารถในส่วนนี้ด้วย เพราะมันจะ
เป็นเครื่องมือที่เจ้าของธุรกิจสามารถนำไปใช้
ประโยชน์ได้ระดับหนึ่งเลยทีเดียว

(4) การติดตั้งส่วนประกอบเสริม :

อันที่จริงแล้ว เมื่อได้สร้างเว็บไซต์สำเร็จรูปในขั้นตอนที่ 1 ถึง 3 ก็ถือว่าเราได้เว็บไซต์พร้อมที่จะขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์เรียบร้อยแล้ว แต่ดังที่ได้อธิบายไปในบทที่ผ่านมาว่าการออกแบบเว็บไซต์ที่ดีควรมีความสวยงามและดึงดูดใจผู้ใช้งาน ดังนั้น ในทางปฏิบัติอาจต้องมีการติดตั้งส่วนประกอบเสริมเพิ่มเติม หรือที่นิยมเรียกกันว่า **Widget** เพื่อเรียกความน่าสนใจให้กับเว็บไซต์มากยิ่งขึ้นซึ่งโดยทั่วไปแล้ว เว็บไซต์สำเร็จรูปส่วนใหญ่ก็มักจะสามารถในการติดตั้งส่วนประกอบเสริมต่างๆ ลงบนเว็บได้แต่จะมีมากหรือน้อยก็ขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการนั้นๆ อาทิเช่น

- ▶ **Link Banner** : เป็น Widget ช่วยสร้างแบนเนอร์โฆษณาบนตำแหน่งต่างๆ ของเว็บไซต์
- ▶ **Form** : เป็นการสร้างแบบฟอร์มเพื่อให้ผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์ป้อนข้อมูล เช่น แบบฟอร์มสมัครสมาชิก แบบฟอร์มสั่งซื้อสินค้า แบบฟอร์มการติดต่อ เป็นต้น
- ▶ **HTML** : เป็นการเพิ่ม Widget โดยการนำเอาโค้ด HTML มาใส่เอง เช่น การติดตั้งตัววัดสถิติ การใส่เสียง วิดีโอต่างๆ บนเว็บไซต์ เป็นต้น
- ▶ **Google Map** : เป็นการนำเอาแผนที่ Google Map มาวางไว้บนหน้าเว็บไซต์ โดยเราสามารถใส่ประโยชน์ในการกำหนดตำแหน่งของร้านค้าได้ในกรณีที่เรากำลังทำธุรกิจแบบมีหน้าร้าน



www.lnwshop.com

» ตัวอย่างการติดตั้งส่วนประกอบเสริมบนเว็บไซต์สำเร็จรูป



www.blogger.com

นอกจาก 4 ขั้นตอนการสร้างเว็บไซต์โดยใช้เว็บสำเร็จรูปที่กล่าวไปนั้นยังมีข้อควรคำนึงถึง ซึ่งจะมีผลต่อความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ และช่วยทำให้เว็บนั้นๆ ติดลำดับในเว็บค้นหาต่างๆ อย่างเช่น Google ได้ดียิ่งขึ้น ดังนี้

(1) รูปภาพสินค้า

ควรเป็นการถ่ายภาพที่เน้นหลายมุมมอง หรือที่นิยมเรียกว่าการถ่ายภาพแบบ 360 องศา ลูกค้าสามารถเห็นสินค้าได้โดยรอบ นอกจากนี้ เทคนิคการจัดแสงและเงาของการถ่ายภาพ ก็เป็นสิ่งสำคัญเช่นเดียวกัน โดยทั่วไปแล้วจะต้องจัดแสงให้พอเหมาะและพยายามไม่ให้เกิดเงา ภาพที่ถ่ายบนพื้นหลังสีขาวเรียบก็จะได้ภาพถ่ายที่สวยงาม



➤ ตัวอย่างการจัดแสงสำหรับการถ่ายภาพสินค้า



➤ ตัวอย่างการแสดงภาพสินค้าแบบหลายมุมมองของ www.zalora.com

(2) การกำหนดคำค้นหา (Keyword)

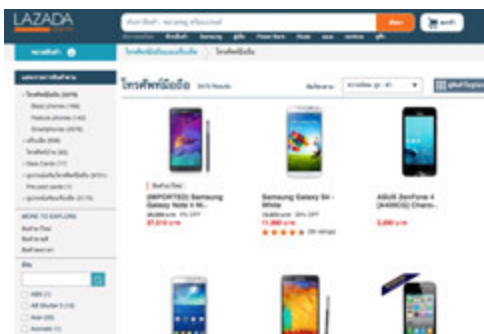
การสร้างเว็บไซต์อีคอมเมิร์ซ ควรกำหนด Keyword หรือคำสำคัญเพื่อให้เว็บไซต์ที่พัฒนาขึ้นนั้นถูกค้นพบบนเว็บไซต์ค้นหาต่างๆ เช่น Google ซึ่งมีอยู่หลายเครื่องมือที่สามารถนำมาช่วยกำหนด Keyword ได้ อย่างเช่น Keyword Planner ซึ่งเป็นบริการดีๆ ที่พัฒนาโดย Google (<https://adwords.google.com/ko/KeywordPlanner/Home>)



➤ ตัวอย่างเครื่องมือวิเคราะห์คำค้นหาของ www.google.com

(3) การกำหนดหมวดหมู่สินค้า (Category)

การตั้งชื่อกลุ่มสินค้าก็เช่นเดียวกับการกำหนด Keyword ที่จำเป็นต้องพิจารณาให้สอดคล้องกับสินค้านั้นๆ เพราะนอกจากจะส่งผลต่อการถูกค้นพบในเว็บไซต์ค้นหาต่างๆ แล้ว ประโยชน์อีกด้านหนึ่งก็คือ จะช่วยให้ผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์สามารถเข้าถึงสินค้าที่ต้องการได้ง่ายยิ่งขึ้น เช่น เว็บไซต์ lazada.co.th นอกจากจะแบ่งสินค้าออกเป็นหมวดหมู่เพื่อให้ง่ายต่อการค้นหาแล้ว ยังเพิ่มลูกเล่นให้ผู้เยี่ยมชมสามารถเลือกดูจากยี่ห้อสินค้า และตามช่วงราคาอีกด้วย



➤ ตัวอย่างการกำหนดหมวดหมู่สินค้าของ www.lazada.co.th



จะเห็นว่าการสร้างเว็บไซต์โดยใช้เว็บสำเร็จรูปนั้นไม่มีความยุ่งยากอะไรเลยเพราะแม้จะไม่ใช้โปรแกรมเมอร์ก็สามารถมีเว็บไซต์ที่ทั้งสวยและดูดีได้ อย่างไรก็ตาม สิ่งที่ต้องคำนึงถึงในการเลือกใช้เว็บไซต์เหล่านี้คือ บริการที่ได้รับจากผู้ให้บริการที่นอกเหนือจากพื้นที่เว็บไซต์ เพราะบางเว็บไซต์ก็มีบริการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการสร้างร้านค้าออนไลน์ บริการวิเคราะห์ค่าสถิติต่างๆ ซึ่งสิ่งเหล่านี้แม้ไม่ใช่ปัจจัยหลักในการพัฒนาเว็บ แต่ก็ยังเป็นสิ่งที่มีประโยชน์ต่อการทำธุรกิจอีคอมเมิร์ซเช่นเดียวกัน

3.2 e-Marketplace... ได้ทั้งเว็บได้ทั้งลูกค้า

e-Marketplace หรือตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นเว็บไซต์ในรูปแบบของ “ตลาดนัดออนไลน์ขนาดใหญ่” เป็นบริการที่เปิดให้เจ้าของกิจการไม่ว่าจะเป็นขนาดเล็กหรือใหญ่ สามารถนำธุรกิจของตนมาประชาสัมพันธ์ผ่าน e-Marketplace ในรูปแบบการสร้างเว็บไซต์แค่तालोकสินค้า อีกทั้งผู้ยังไม่มีเว็บไซต์ก็สามารถสร้างเว็บขนาดย่อมๆ ผ่าน e-Marketplace ได้เช่นกัน ดังนั้นเราจะพบว่า e-Marketplace ต่างๆ จึงเต็มไปด้วยร้านค้ามากมาย มีการจัดแบ่งหมวดหมู่อย่างเป็นระบบระเบียบให้ผู้เยี่ยมชมสามารถค้นหาร้านค้าได้ง่ายและสะดวกโดยสามารถแบ่งเป็น 2 ลักษณะใหญ่ๆ ได้แก่ B2C และ B2B ดังนี้

► **B2C e-Marketplace** เป็นตลาดกลางระหว่างธุรกิจร้านค้า (Business) ตรงไปยังผู้บริโภคคนสุดท้าย (Consumer) ตลาดกลางลักษณะนี้จึงคล้ายกับช้อปปิ้งมอลล์ขนาดใหญ่ (Shopping Mall) ที่ลูกค้าสามารถเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าต่างๆ ภายในมอลล์แห่งนั้นได้ ซึ่งมักจะเป็นการซื้อปลีก คือซื้อคราวละไม่มากผ่านระบบตะกร้าสินค้า (Shopping Cart)



www.lnwmarket.com



www.priceza.com



www.tarad.com



www.weloveshopping.com

» ตัวอย่างเว็บไซต์ให้บริการ B2C e-Marketplace

► **B2B e-Marketplace** เป็นตลาดกลางระหว่างผู้ที่ทำธุรกิจด้วยกันเอง (Business to Business) เพื่อทำการค้าระหว่างธุรกิจกับธุรกิจโดยตรง เช่น การซื้อสินค้า หรือวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตจากผู้ผลิต เพื่อนำไปแปรรูป หรือนำไปขายให้กับผู้บริโภคอีกที ดังนั้น ลักษณะการซื้อสินค้าในตลาดกลางนี้จะซื้อคราวละมากๆ และส่วนใหญ่จะไม่นิยมซื้อผ่านระบบตะกร้าสินค้า แต่มักจะเจรจาต่อรองราคากันผ่านระบบแบบสอบถามราคาออนไลน์ (Inquiry Form) ที่ตลาดกลางฯ เป็นผู้จัดเตรียมไว้ให้ผู้ซื้อและผู้ขาย



www.alibaba.com



www.ec21.com



www.globaltrade.net



www.thaitrade.com

➡ ตัวอย่างเว็บไซต์ผู้ให้บริการ B2B e-Marketplace

รายนามเว็บไซต์ผู้ให้บริการ e-Marketplace*

Local	Global
www.b2bthai.com	www.alibaba.com
www.lnwmarket.com	www.amazon.com
www.pantavanij.com	www.ec21.com
www.priceza.com	www.eceurope.com
www.quinl.com	www.ecplaza.net
www.shoppingthai.com	www.eng.bestsme.com
www.tarad.com	www.europages.com
www.thaiSecondhand.com	www.globaltrade.net
www.thaitambon.com	www.rusbiz.com
www.thaitechno.net	www.thaitrade.com
www.weloveshopping.com	www.tradekey.com
	www.verticalzoom.com

* อ้างอิงข้อมูลบางส่วนจาก www.pawoot.com

บริการต่างๆ ใน e-Marketplace

ผู้ให้บริการเว็บไซต์ e-Marketplace ส่วนใหญ่มุ่งเน้นสนับสนุนด้านการนำผู้ซื้อและผู้ขายให้มาพบปะ และค้าขายกัน ซึ่งมีบริการหลักๆ 3 ลักษณะ ได้แก่

1) สารบัญธุรกิจ (Business Directory)

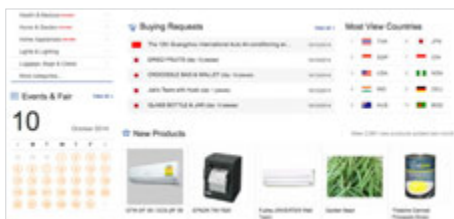
e-Marketplace จะทำหน้าที่รวบรวมข้อมูลสินค้าและร้านค้าต่างๆ บนเว็บไซต์ เปรียบเสมือนสารบัญธุรกิจ โดยจะมีการจัดแบ่งออกเป็นหมวดหมู่ เพื่อให้ผู้ซื้อสามารถค้นหา เลือกชมข้อมูลสินค้า/ร้านค้าต่างๆ ได้ง่ายและสะดวก



» ตัวอย่างหน้าสารบัญธุรกิจของ www.thaitechno.net

2) ประกาศความต้องการทางธุรกิจ (Trade Leads)

เป็นบริการที่ผู้ซื้อสามารถใช้เว็บไซต์ e-Marketplace เป็นช่องทางในการประกาศต้องการซื้อสินค้าของตนไปสู่ผู้ขาย ขณะเดียวกันผู้ขายก็สามารถประกาศความต้องการขายไปยังผู้ซื้อเช่นเดียวกัน เว็บไซต์ e-Marketplace จึงเป็นตลาดที่เชื่อมโยงผู้ซื้อผู้ขายให้ได้พบกัน เกิดการติดต่อและทำการค้ากันโดยตรง



» ตัวอย่างหน้าประกาศความต้องการทางธุรกิจของ www.thaitrade.com

3) บริการเว็บไซต์สำเร็จรูป หรือ เค็ตตาล็อกสินค้าออนไลน์ (Web Template)

เจ้าของธุรกิจสามารถใช้บริการจาก e-Marketplace เพื่อจัดทำเว็บไซต์สำเร็จรูป ขนาดย่อยๆ ที่มีการนำเสนอข้อมูลสินค้า/ บริการ รวมทั้งข้อมูลร้านค้าได้ด้วยตัวเอง ซึ่ง ลักษณะเด่นของบริการนี้ก็คือ นอกจากจะได้ เว็บไซต์ที่พร้อมใช้งานแล้ว ข้อมูลในร้านค้า จะถูกนำไปรวบรวมและแยกเป็นหมวดหมู่ไว้ในสารบัญธุรกิจของ e-Marketplace นั้นๆ อีกด้วย



» ตัวอย่างเว็บไซต์สำเร็จรูปของ
www.alibaba.com



ขั้นตอน การพัฒนาเว็บไซต์ e-Marketplace

การสร้างเว็บไซต์โดยใช้ e-Marketplace ไม่มีความยุ่งยากซับซ้อนแต่อย่างใด สามารถใช้ หลักการเช่นเดียวกับการสร้างเว็บไซต์สำเร็จรูป ที่อธิบายไปในหัวข้อก่อนหน้านี้ อย่างไรก็ตาม ด้วยคุณสมบัติพิเศษของ e-Marketplace ที่นอกจากจะทำให้มีเว็บไซต์ย่อยๆ แล้ว เว็บไซต์ดังกล่าวยังจะได้รับการประชาสัมพันธ์ใน e-Marketplace นั้นๆ อีกด้วย ดังนั้น ในหัวข้อนี้ จะได้แนะนำถึงขั้นตอนพร้อมเทคนิคการเปิด ร้านค้าออนไลน์ผ่าน e-Marketplace ดังนี้

1. สมัครสมาชิก ▾

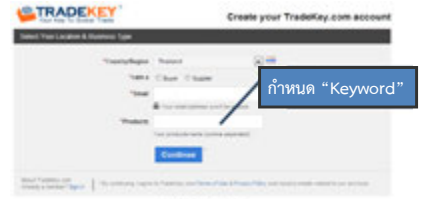
2. สร้างร้านค้าออนไลน์ ▾

3. การจัดการหลังร้าน

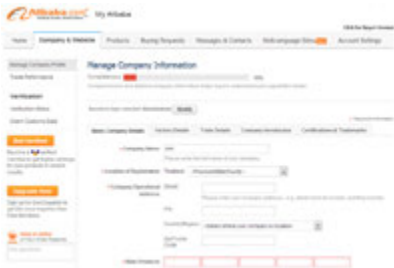
» ขั้นตอนการพัฒนาเว็บไซต์ผ่าน
e-Marketplace

1) การลงทะเบียน :

เป็นขั้นตอนแรกของการสร้างร้านค้าออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ผู้ให้บริการ e-Marketplace วิธีการมีความคล้ายคลึงกับการสร้างเว็บไซต์สำเร็จรูป แต่สิ่งที่อาจมีความแตกต่างกันบ้างก็คือ ผู้ให้บริการ e-Marketplace บางเว็บจะกำหนดให้สมาชิกใส่ “คำค้นหา หรือ Keyword” ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ เพื่อให้ผู้เยี่ยมชมเว็บง่ายต่อการค้นหาธุรกิจตาม Keyword ดังนั้น ในขั้นตอนนี้จึงไม่ควรละเลยตั้ง Keyword ปลอมๆ ขึ้นไป แต่ควรกำหนดให้เหมาะสมกับธุรกิจมากที่สุด โดยพึงระลึกไว้เสมอว่าควรเป็นคำที่ถูกค้าส่วนใหญ่นิยมใช้ในการค้นหา ไม่ใช่คำที่เราต้องการค้นหา



» ตัวอย่างขั้นตอนการสมัครสมาชิก
www.tradekey.com



» ตัวอย่างการสร้างร้านค้าออนไลน์
ผ่าน www.alibaba.com

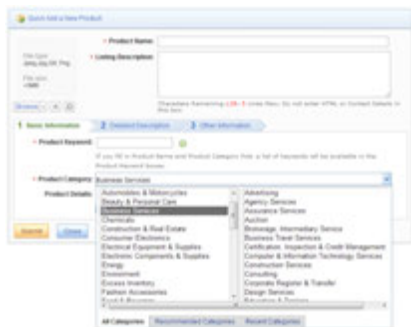
2) สร้างร้านค้าออนไลน์ :

การสร้างร้านค้าออนไลน์ผ่าน e-Marketplace มีวิธีการใกล้เคียงกับการสร้างเว็บไซต์สำเร็จรูป กล่าวคือ หลักๆ เป็นการป้อนข้อมูลร้านค้า ข้อมูลและรูปภาพสินค้า ข้อมูลการติดต่อ รวมทั้งการเลือกรูปแบบเทมเพลตให้กับเว็บไซต์

3) การจัดการหลังร้าน :

โดยทั่วไปแล้วเว็บไซต์ e-Marketplace จะมีความเป็นอิสระในการจัดการได้น้อยกว่าเว็บสำเร็จรูป เนื่องจากมุ่งเน้นเรื่องการประชาสัมพันธ์ธุรกิจของผู้ขายไปยังผู้ซื้อเป็นหลักมากกว่าเรื่องความสามารถของเว็บไซต์ ดังนั้น ในเรื่องการจัดการระบบหลังร้านต่างๆ อาจจะทำไม่ได้ในบาง e-Marketplace อย่างไรก็ตาม สิ่งที่เราควรคำนึงถึงก็คือ ข้อมูลบางอย่างที่กรอกลงไปในระบบจะมีผลต่อการถูกค้นพบบนเว็บหน้านั้นๆ ด้วย

เช่น การกำหนดกลุ่มสินค้า (Category) การตั้งชื่อสินค้า (Product Name) การกำหนดคำค้นหา (Keyword) การกำหนดสถานะของสินค้า นอกจากนี้ ในบางเว็บยังกำหนดเงื่อนไขเกี่ยวกับความสมบูรณ์ของข้อมูล หากใครมีข้อมูลที่สมบูรณ์กว่า ก็จะมีโอกาสติดลำดับการค้นหาดีกว่าเว็บที่มีข้อมูลไม่ครบถ้วน เช่น รูปภาพสินค้า เบอร์โทรศัพท์ ข้อมูลบริษัท ดังนั้น การสร้างร้านค้าออนไลน์ผ่าน e-Marketplace จึงควรศึกษาหลักการค้นหาข้อมูลจาก e-Marketplace นั้นๆ เท่าที่จะทำได้ เพื่อเพิ่มโอกาสทางธุรกิจให้มากยิ่งขึ้นนั่นเอง เช่น ภาพด้านล่างเป็นการสร้างแค็ตตาล็อกสินค้าผ่านเว็บไซต์ alibaba.com ซึ่งต้องมีการใส่รูปภาพสินค้า กำหนดชื่อสินค้า คำค้นหา และหมวดหมู่สินค้า เป็นต้น โดยข้อมูลเหล่านี้จะส่งผลต่อผลลัพธ์การค้นหาภายในเว็บไซต์ alibaba.com



➤ ตัวอย่างการสร้างแค็ตตาล็อกสินค้า
ผ่าน www.alibaba.com

จะเห็นว่า การมีเว็บไซต์ผ่านเว็บสำเร็จรูป และ e-Marketplace ดูผิวเผินแล้วอาจมีขั้นตอนที่ใกล้เคียงกัน แต่เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้ว จะมีความแตกต่างกันตั้งแต่วัตถุประสงค์ในการจัดทำ เพราะเว็บสำเร็จรูปจะมีจุดเด่นเรื่องความสามารถของเว็บไซต์ ในขณะที่ e-Marketplace จะมุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์ธุรกิจของผู้ขายไปยังผู้ซื้อมากกว่า ดังนั้น การพิจารณาว่า จะเลือกสร้างเว็บไซต์โดยใช้เว็บสำเร็จรูป หรือ e-Marketplace นั้น จึงขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของเจ้าของเว็บเป็นสำคัญ อย่างไรก็ตาม ก็ไม่ได้มีข้อจำกัดว่าหากทำเว็บสำเร็จรูปแล้วจะมีเว็บผ่าน e-Marketplace ไม่ได้ ดังนั้น เราจึงสามารถที่จะมีเว็บไซต์โดยใช้เครื่องมือทั้งสองแบบนี้ร่วมกันได้ ซึ่งย่อมจะส่งผลดีต่อธุรกิจได้มากขึ้นนั่นเอง

3.3 CMS...โปรแกรมแต่งเว็บ ตามจินตนาการ

การสร้างเว็บไซต์ด้วยเว็บไซต์สำเร็จรูป และ e-Marketplace นั้น เป็นการสร้างเว็บไซต์ที่ง่ายมาก เนื่องจากเราไม่ต้องใช้ความรู้ด้านการเขียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์ใดๆ เลย อีกทั้งขั้นตอนเกี่ยวกับการจัดการเครื่องแม่ข่ายก็ถูกดูแลโดยเว็บไซต์ผู้ให้บริการอยู่แล้ว แต่บริการทั้งสองประเภทนี้ก็มีข้อจำกัดที่สำคัญคือ ไม่สามารถปรับปรุงแบบของเว็บไซต์ได้ตามต้องการทั้งหมด ดังนั้น จึงมีรูปแบบการสร้างเว็บไซต์ขึ้นอีกลักษณะหนึ่งคือการใช้โปรแกรมสำเร็จรูป หรือที่เรียกว่า CMS ซึ่งเป็นโปรแกรมที่จัดทำเว็บไซต์ให้โดยอัตโนมัติ แต่กรณีนี้มีความจำเป็นต้องจัดการเครื่องแม่ข่ายด้วยตนเอง รวมถึงการดูแลเว็บไซต์และระบบเครื่องแม่ข่ายด้วยตนเอง





➤ ตัวอย่างผู้ให้บริการโปรแกรม CMS

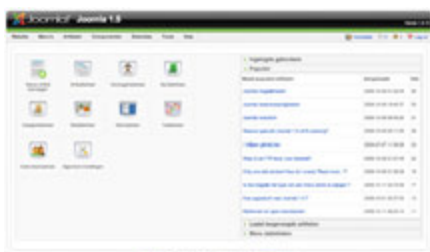
CMS ย่อมาจาก Content Management System เป็นเหมือนโปรแกรมแบบหนึ่งที่มีผู้พัฒนาจากภาษาคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในเว็บไซต์ เช่น PHP, Python, ASP, JSP เป็นระบบที่นำมาช่วยในการสร้างและบริหารเว็บไซต์แบบสำเร็จรูป โดยในการใช้งาน CMS นั้น ผู้ใช้งานแทบไม่จำเป็นต้องมีความรู้ในด้านการเขียนโปรแกรมก็สามารถสร้างเว็บไซต์ได้ด้วยตัวของ CMS เอง จะมีโปรแกรมแถมมา และสามารถแทรกเองได้มากมาย เช่น Webboard ระบบจัดการป้ายโฆษณา ระบบนับจำนวนผู้ชม แม้แต่กระทั่งตะกร้าสินค้า และอื่นๆ อีกมากมาย จึงสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการสร้างเว็บไซต์อีคอมเมิร์ซได้ ในปัจจุบันมี CMS ที่พัฒนามาให้ใช้งานฟรีมากมาย ทำให้เราสามารถเริ่มต้นการทำเว็บไซต์อีคอมเมิร์ซเพื่อขายสินค้าออนไลน์ได้ง่ายเช่นกัน โดยเราสามารถเลือก CMS เพื่อสร้างเว็บไซต์ได้หลายประเภท เช่น

- ▶ เว็บไซต์ส่วนตัว (Personal Web Sites)
- ▶ เว็บไซต์ที่ใช้ในองค์กร (Intranet Web Sites)
- ▶ เว็บไซต์เชิงพาณิชย์ (Commercial Web Sites)
- ▶ เว็บท่า (Portals)
- ▶ เว็บไซต์ที่ไม่แสวงหากำไร (Non-Profit Web Sites)
- ▶ เว็บไซต์ที่สร้างจาก Flash (Integrated Flash Sites)

จุดเด่นของการพัฒนาเว็บไซต์ผ่านโปรแกรม CMS มีหลายประการ คือ เราไม่จำเป็นต้องมีความรู้เรื่องการทำเว็บไซต์มากมาย เพียงแค่เคยพิมพ์หรือโพสต์ข้อความทางอินเทอร์เน็ต ก็สามารถมีเว็บไซต์เป็นของตัวเองได้โดยใช้เวลาไม่มาก ค่าใช้จ่ายไม่สูงอีกทั้งยังสามารถจัดการระบบ Plug-in มาใส่เพิ่มเติมมากมาย อย่างเช่น ระบบแกลลอรี่ ตะกร้าสินค้า เป็นต้น อย่างไรก็ตาม โปรแกรม CMS ก็ยังมีข้อจำกัดอยู่บ้าง เช่น

- ▶ ผู้ใช้จะต้องศึกษาระบบ CMS ที่ผู้พัฒนาสร้างขึ้นมา เช่น จะต้องใส่ข้อความลงตรงไหน จะต้องแทรกภาพอย่างไร อย่างไรก็ตามความลำบากนี้จะ เป็นเพียงแค่ช่วงแรกเท่านั้น
- ▶ ในกรณีที่ผู้ใช้ต้องการออกแบบหน้าตาของเว็บหรือ Theme เอง จะต้องใช้ความรู้มากกว่าปกติ เนื่องจาก CMS มีหลายๆ ระบบมารวมกันทำให้เกิดความยุ่งยากสำหรับผู้ที่ไม่มีความรู้
- ▶ ความยุ่งยากในการติดตั้งและกำหนดค่าของเครื่องแม่ข่าย อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันมีผู้ให้บริการเครื่องแม่ข่ายมากมายที่ติดตั้งระบบ CMS ให้โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายหากเราเลือกใช้บริการเครื่องแม่ข่ายของผู้ให้บริการนั้นๆ

เมื่อพิจารณาจุดเด่นและข้อจำกัดของ CMS แล้วจะพบว่าโปรแกรมลักษณะนี้เป็นระบบที่นำใช้งานและสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการสร้างเว็บไซต์ขายสินค้าออนไลน์ได้เป็นอย่างดีโดยเราสามารถแบ่ง CMS ออกเป็น 2 ส่วนหลักๆ ได้แก่



▶▶ ตัวอย่างหน้าจอ Back end ของ Joomla

- 1) **Front end** คือ ส่วนที่แสดงผลให้กับผู้เข้าชมเว็บไซต์เห็น กล่าวง่ายๆ ก็คือหน้าเว็บไซต์นั่นเอง
- 2) **Back end** คือ ส่วนการจัดการเนื้อหา รวมถึงโครงสร้างของเว็บไซต์ หรือเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า ส่วน Admin นั่นเอง



อย่างไรก็ตาม การใช้งาน CMS เพียงอย่างเดียวอาจไม่เพียงพอสำหรับเว็บไซต์แบบอีคอมเมิร์ซ ดังนั้น จึงมีผู้พัฒนาโปรแกรมส่วนเสริม หรือที่มักเรียกกันว่า Plug-in เพื่อการซื้อขายออนไลน์ได้ เช่น โปรแกรม Virtrue Mart โดยส่วนเสริมดังกล่าวจะมีระบบตะกร้าสินค้า รวมทั้งระบบอื่นๆ ทั้งหน้าร้านและหลังร้านเพื่อสร้างให้เว็บนั้นๆ มีความพร้อมสำหรับการซื้อขายออนไลน์ เช่น

- ▶ ระบบจัดการจำนวนสินค้าและหมวดหมู่สินค้าได้ไม่จำกัด
- ▶ ใส่รูปภาพ หรือไฟล์ให้กับสินค้าได้
- ▶ ใส่รายละเอียดให้กับสินค้าได้
- ▶ ระบุราคาให้กับตัวสินค้าได้
- ▶ การจัดการระบบลูกค้า
- ▶ การจัดการระบบสต็อกสินค้า
- ▶ ระบบเตือนลูกค้าของเราเมื่อมีสินค้าอยู่ในสต็อกแล้ว
- ▶ สามารถนำเข้า หรือเอาออกเอกสารข้อมูลสินค้าในรูปแบบ CSV จึงสามารถนำไปเปิดในโปรแกรมประเภท Spreadsheet เช่น Microsoft Excel ได้
- ▶ ระบบสถิติร้านค้าเพื่อนำไปใช้ในการวางแผนการตลาด

จะเห็นได้ว่าการใช้โปรแกรม CMS เพื่อสร้างเว็บนั้นจะมีขั้นตอนที่ยุ่งยากกว่าเว็บไซต์สำเร็จรูป และ e-Marketplace แต่ก็มีความสามารถที่มากกว่าในด้านการติดตั้งและปรับแต่งสิ่งต่างๆ บนเว็บไซต์ได้ยืดหยุ่น อย่างไรก็ตาม แม้ว่าเว็บไซต์แบบ CMS จะมีขั้นตอนที่ยุ่งยากแต่ก็ไม่ได้ยากเกินไปสำหรับผู้พัฒนาเว็บไซต์มือใหม่ อีกทั้งผู้พัฒนาในประเทศไทยยังมีการปรับแต่ง CMS และส่วนเสริมต่างๆ ให้รองรับภาษาไทยทำให้การใช้งานไม่ได้ยากอย่างที่คิด



สรุปจุดเด่นของ การพัฒนาเว็บไซต์ แบบ D.I.Y.

การพัฒนาเว็บไซต์ในสไตล์ D.I.Y. ไม่ว่าจะเป็นการสร้างร้านค้าออนไลน์ผ่านเว็บไซต์สำเร็จรูป ผ่าน e-Marketplace หรือ CMS ก็ตาม เป็นเรื่องง่ายๆ ที่ทุกคนสามารถทำได้โดยไม่ต้องพึ่งพาโปรแกรมเมอร์ ไม่ต้องเตรียม Software หรือ Hardware ให้ยุ่งยากมากมาย แต่สิ่งสำคัญคือ ต้องกำหนดวัตถุประสงค์ในการทำที่ชัดเจนบวกกับความมุ่งมั่นตั้งใจและเริ่มลงมือทำทันที เพียงเท่านั้นก็เชื่อว่าเว็บสวยและดีจะอยู่ในมือเราอย่างแน่นอน

ความสามารถ	เว็บสำเร็จรูป	e-Marketplace	CMS
1. ไม่ต้องมีความรู้ด้านการเขียนโปรแกรม	✓	✓	✗
2. ไม่ต้องจัดการด้านเครือข่ายคอมพิวเตอร์	✓	✓	✗
3. มีระบบจัดการหลังร้าน	✓	✓	✓
4. ติดตั้งโปรแกรมเสริม (Plug in) ได้	✓	✗	✓
5. ช่วยประชาสัมพันธ์ธุรกิจ	✗	✓	✗
6. มีมาตรฐานและผู้ใช้งานทั่วโลก	✗	✓	✓
7. สามารถพัฒนาตามความต้องการได้อิสระ	✗	✗	✓



“เว็บสวย...ก็ไร้ประโยชน์
หากผู้คนไม่รู้จักมันจ้ะ”



พัทธนันท์ ธรรมจะดี
วิศวกรซอฟต์แวร์สาวสวย
กับ WEB 3.0 @ ETDA



04

แต่งเว็บขั้นเทพ ในยุคเว็บ 3.0

พัฒนาการ ของอินเทอร์เน็ต ไม่มีวันหยุดจริงๆ

พัฒนาการของอินเทอร์เน็ตนั้นไม่มีวันหยุด
จริงๆ จากยุคแรกหรือที่เรียกกันว่า

เว็บ 1.0 จะมุ่งเน้นการสื่อสาร
ทางเดียวคือ เจ้าของเว็บเป็น
ผู้นำเสนอข้อมูลต่างๆ โดยผู้ชม
แทบไม่มีส่วนร่วมบนเว็บไซต์
เหล่านั้นเลย กระทั่งก้าว
เข้าสู่ยุคเว็บ 2.0 ที่ผู้ใช้
สามารถสร้างเนื้อหาได้เอง

พร้อมความสามารถใน
การแบ่งปันเนื้อหาออกสู่สังคม
ในวงกว้าง เช่น การเขียนบล็อก
(Blog) การแชร์รูปภาพและไฟล์
มัลติมีเดียต่างๆ โซเชียลเน็ตเวิร์ก
รวมทั้งเว็บอย่างเช่น Wikipedia คลังความรู้
ขนาดใหญ่ที่ถูกพัฒนาและต่อยอดออกไปอย่าง
ไม่มีที่สิ้นสุด ในยุคนี้เรียกว่าเป็นยุคแห่งข้อมูล
ที่มีปริมาณมหาศาลที่เกิดจากการสร้างและ
แบ่งปันกันอยู่ตลอดเวลา ด้วยเหตุนี้ จึงเกิดเป็น
วิวัฒนาการไปสู่เว็บ 3.0 ที่มีความสามารถ
ในการจัดการกับข้อมูลขนาดใหญ่เหล่านั้น
 อีกทั้งยังมีจุดเด่นที่สามารถวิเคราะห์ความ
ต้องการของผู้ใช้ให้เข้ามามีบทบาทต่อเว็บมากยิ่งขึ้น
 ง่ายขึ้นๆ ก็คือ เว็บยุค 3.0 จะมีความชาญฉลาด
เหนือความคาดหมายของผู้ใช้นั่นเอง



การพัฒนาเว็บไซต์ในยุค 3.0 จึงมีความยากกว่ายุคก่อนๆ แต่นั่นก็ไม่ใช่อุปสรรคขวางกั้น เพราะเว็บไซต์ก็ยังถือเป็นสื่อที่ทรงพลังที่สุด และลูกค้าก็มักจะนึกถึงเป็นลำดับแรกเมื่อต้องการทำความรู้จักกับธุรกิจของเรา ดังนั้น เนื้อหาในบทนี้จะได้กล่าวถึงข้อควรปฏิบัติเพื่อเสริมสร้างความน่าเชื่อถือให้ลูกค้าคลิกสั่งซื้อสินค้าบนเว็บไซต์ อีกทั้งยังได้แนะนำถึงเรื่องหลักการตั้งชื่อเว็บไซต์ และวิธีเล็กๆ น้อยๆ ที่จะทำให้เว็บของเราถูกค้นพบผ่านเว็บค้นหา หรือ Search Engine ต่างๆ อย่างเช่น Google อีกด้วย

4.1 โดเมนเนม... ตั้งดีเว็บก็ดัง

คงไม่มีใครปฏิเสธว่าการแข่งขันทางด้านการตลาดของธุรกิจหลายๆ ประเภทนั้น เริ่มต้นจากการสร้างแบรนด์ หรือการทำให้ชื่อผลิตภัณฑ์ของตนเป็นที่รู้จักไปสู่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ในธุรกิจอีคอมเมิร์ซก็เช่นเดียวกัน จุดเริ่มต้นสำคัญที่สุดคือการตั้งชื่อเว็บไซต์ หรือที่เรียกกันว่า “โดเมนเนม (Domain Name)” เพราะเป็นการสร้างลักษณะเฉพาะของเว็บไซต์ (Brand Identity) อีกรูปแบบหนึ่ง



“โดเมนเนม” ถือเป็นประตูที่จะดึงให้ผู้สนใจสามารถเข้าไปยังเว็บไซต์ ดังนั้น จึงถือเป็นสิ่งสำคัญประการแรกที่จะต้องคิดให้ดี เพราะชื่อดีก็มีส่วนสร้างเว็บไซต์ให้ประสบความสำเร็จ โดยหลักการตั้งชื่อ มีด้วยกันหลายวิธีไม่ตายตัว ขึ้นอยู่กับชื่อนั้นๆ เข้ากับลักษณะของเว็บ และตรงใจกับกลุ่มเป้าหมายมากน้อยเพียงใด ทั้งนี้ ก่อนที่จะตั้งชื่อเว็บก็ควรทบทวนความเข้าใจว่าเว็บของเรานั้นเป็นเว็บแบบไหน ให้บริการอะไร ที่สำคัญจุดเด่นและข้อแตกต่างกับเว็บอื่นๆ คืออะไร นั่นคือการค้นหาจุดขายให้ได้ก่อน จากนั้นก็ควรเข้าใจกลุ่มเป้าหมายของเว็บด้วย ว่าพวกเขาเป็นใคร ต้องการอะไร และจะได้อะไรจากเว็บของเรา เพื่อจะได้ตั้งชื่อเว็บให้สื่อถึงบริการ และตรงใจกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด

กฎของการตั้งชื่อโดเมนเนม

1. ต้องสร้างแบรนด์ :

หากมีชื่อบริษัท ชื่อสินค้า/บริการ ก็สามารถตั้งเป็นชื่อเว็บไซต์เพื่อสร้างแบรนด์ได้อีกช่องทางหนึ่ง เช่น บริษัทชื่อ ABC ก็ตั้งชื่อเว็บว่า www.ABC.com อย่างไรก็ตาม เป็นที่ทราบกันว่าโดเมนเนมในโลกนี้ต้องไม่ซ้ำกัน ดังนั้น ถ้าหาก ABC.com มีผู้แย่งจดทะเบียนไปแล้ว อาจเลียงไปใช้นามสกุลอื่นที่สอดคล้องกับธุรกิจแทน เช่น .co.th, .net เป็นต้น นอกจากนี้ชื่อแคมเปญการตลาดก็สามารถนำมาตั้งเป็นชื่อเว็บไซต์ได้เช่นกัน เรามักจะพบเสมอว่าแบรนด์สินค้าชั้นนำต่างๆ นิยมสร้างเว็บเฉพาะแคมเปญนั้นๆ เช่น Chevron เปิดตัวเว็บไซต์ใหม่ว่า www.WillYouJoinUs.com เพื่อแนะนำเรื่องการใช้พลังงาน เป็นต้น

2. ต้องสั้น :

การตั้งโดเมนเนมสามารถกำหนดตัวอักษรได้ตั้งแต่ 3-63 โดยใช้ a-z, 0-9, ชีดกลาง (-) และ “.” เท่านั้น เราจะพบว่าเว็บไซต์ต่างๆ ของเมืองไทยยุคแรกๆ นิยมใช้ชื่อภาษาไทยมาสะกดทับศัพท์เป็นภาษาอังกฤษ เช่น sanook.com, tarad.com, sabuy.com เพราะคนจะจดจำได้ง่ายแถมยังบ่งบอกถึงความเป็นไทยอีกด้วย

3. ต้องจำง่าย :

การตั้งโดเมนเนมต้องจำง่าย พุดง่าย และสะกดง่าย เพราะบางครั้งการเข้าเว็บไซต์ก็มาจากการบอกต่อ หรือการได้ฟังจากวิทยุหรือเห็นตามโฆษณาในสื่อต่างๆ ดังนั้นหากชื่อเว็บจดจำได้ง่าย พุดและสะกดง่าย ก็จะช่วยเพิ่มโอกาสให้ลูกค้าเข้ามาที่เว็บไซต์ได้ถูกต้อง เช่น หากเราเปรียบเทียบชื่อเว็บไซต์ www.tohome.com กับ www.lazada.co.th จะเห็นว่า tohome มีชื่อที่สั้น กระชับ จำง่าย สะกดง่าย และสื่อความหมายธุรกิจได้ดีกว่า lazada เป็นต้น

4. ต้องตรงตัว :

ชื่อเว็บไซต์ควรสื่อถึงสินค้า/บริการของธุรกิจ เพราะแม้กฎข้อหนึ่งของการตั้งชื่อเว็บไซต์คือต้องสั้น แต่หากสามารถตั้งชื่อได้สื่อความหมายถึงธุรกิจได้อย่างชัดเจน แม้จะเป็นชื่อยาวก็ยังสามารถจำได้ง่ายเช่นกัน เช่น www.thaisecondhand.com เป็นต้น

5. ต้องหลีกเลี่ยงการใช้ – (ขีดกลาง หรือ Hyphen)

แม้เป็นอักขระที่อนุญาตให้ใช้ในการตั้งชื่อเว็บไซต์ได้ แต่หากเลี่ยงได้ก็ควรเลี่ยง เพราะมันยากต่อการบอกต่อ ซึ่งนั่นหมายถึง เราอาจสูญเสียลูกค้าในอนาคตได้เลยทีเดียว

สำหรับการตั้งชื่อโดเมนนั้นอีกเรื่อง
หนึ่งที่ต้องเข้าใจคือข้อความหลัง
เครื่องหมาย “.” เช่น .com หรือ .co.th
โดยความหมายมีดังนี้

เลือกใช้ “ดอก”
อะไรดีหนอ?

นามสกุล	ย่อมาจาก	วัตถุประสงค์
.com	Commercial	การค้า บริษัท องค์กร
.net	Network	เครือข่าย
.org	Organization	องค์กรไม่หวังผลกำไร
.biz	Business	องค์กร บริษัท ห้างหุ้นส่วน คล้ายกับ .com
.info	Information	ข้อมูลสารสนเทศ
.us	united states	ประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งจะต้องมีภูมิลำเนาอยู่ที่ประเทศนี้ด้วย
.co.th	commercial in Thailand	บริษัท หรือองค์กร ที่ประกอบธุรกิจในประเทศไทย
.ac.th	academic in Thailand	โรงเรียน มหาวิทยาลัย ที่ตั้งอยู่ในประเทศไทย
.or.th	organization in Thailand	องค์กรไม่หวังผลกำไร ที่ตั้งอยู่ในประเทศไทย
.in.th	individual in Thailand	บุคคลทั่วไป ที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย
.net.th	network in Thailand	หน่วยงาน/องค์กรทำธุรกิจด้านเครือข่าย ที่ตั้งอยู่ในประเทศไทย

อย่างไรก็ตาม มีข้อสังเกตว่าเมื่อจดชื่อโดเมนเรามักนึกถึง .com หรือดอทอื่น เช่น .org, .net เป็นต้น เอาเข้าจริงๆ การจดดอทเหล่านั้น อาจไม่มีการตรวจสอบตัวตนที่แท้จริงของเว็บหรือเจ้าของเว็บ แต่หากจดอะไรก็ตามที่ลงท้ายด้วย .th ก็อาจมีการดูแลเกี่ยวกับการยืนยันตัวตนของเว็บนั้นถึง 3 ขั้นด้วยกัน ขั้นแรกคือ THNIC ที่รับจดทะเบียน .th และหากเราไปแจ้งกระทรวงพาณิชย์เพื่อให้เครื่องหมายรับรองความมีตัวตน หรือ Verified ก็เป็นอีกขั้นหนึ่ง ยิ่งไปกว่านั้น หาก สฟทอ. หรือ ETDA ออกตัว Trust Mark ที่ดูแลความมีตัวตนของเว็บออกมาอีก ก็จะทำให้การยืนยันตัวตนของเว็บนั้นสามารถตรวจสอบได้แบบ Real Time เลยทีเดียว

4.2 บันไดหกขั้น ปั้นเว็บให้น่าซื้อ

หลังจากเราได้ซื้อเว็บไซต์ที่คิดว่าน่าจะถูกอกถูกใจลูกค้าอันเป็นที่รักของเราแล้ว ต่อมาก็ควรปรับแต่งเว็บไซต์ให้น่าเชื่อถือ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่น และตัดสินใจซื้อสินค้าบนเว็บไซต์ของเราในที่สุด ดังนั้น ในหัวข้อนี้จะกล่าวถึงข้อควรปฏิบัติ 6 ประการ เพื่อให้เว็บไซต์น่าซื้อ



» บันไดหกขั้นปั้นเว็บให้น่าซื้อ

1. เว็บไซต์สวย

เว็บไซต์ก็เปรียบเสมือนหน้าร้านค้าต่างๆ ไป หากมีการประดับตกแต่งร้านอย่างสวยงาม ย่อมดึงดูดให้มีลูกค้าเข้าร้าน ในบางครั้งจะพบว่าสินค้ายี่ห้อเดียวกันเมื่อนำไปวางอยู่ในร้านค้าต่างกันก็ส่งผลต่อการตั้งราคาด้วย เช่น ในห้างสรรพสินค้า ย่อมตั้งราคาได้สูงกว่าร้านค้าแผงลอยทั่วไป แม้จะเป็นผลิตภัณฑ์เดียวกันก็ตาม ซึ่งการปรับแต่งเว็บไซต์ให้สวยและดีนั้น ได้อธิบายโดยละเอียดแล้วในบทที่ 2 ลองนำเทคนิคเหล่านั้นไปปฏิบัติกันดู โดยวิธีที่จะช่วยทดสอบว่าเว็บของเราสวยแล้วหรือยัง ก็อาจลองถามจากเพื่อนฝูง หรือผู้เชี่ยวชาญด้านเว็บไซต์ให้ลองวิพากษ์วิจารณ์กันแบบเปิดใจ หรือ



www.evenuwhitcream.com

อีกวิธีก็คือเข้าร่วมการประกวดเว็บไซต์ ดังเช่น www.lnwshop.com ซึ่งเป็นผู้ให้บริการเว็บสำเร็จรูปที่มีกิจกรรมจัดประกวดเว็บไซต์ยอดเยี่ยมเป็นประจำทุกปี



» ร้านค้ายอดเยี่ยมประจำปี 2012
ของ www.lnwshop.com

2. สินค้าต้องเยอะไว้อ่อน

ลองนึกภาพว่า ถ้าเราเดินไปที่ร้านค้าแบบมีหน้าร้าน และเห็นสินค้าโชว์อยู่เพียงไม่กี่ชิ้น ในขณะที่ร้านข้างๆ ขายของเหมือนกันแต่จัดวางสินค้าไว้มากมาย เราจะเดินเข้าร้านไหน? เชื่อว่าคนส่วนใหญ่ย่อมต้องการทางเลือกเยอะๆ และเดินไปยังร้านที่มีสินค้ามากกว่าแน่นอนเพราะดูน่าซื้อและน่าเชื่อถือมากกว่า เช่นเดียวกับ **เว็บอีคอมเมิร์ซก็ควรนำเสนอสินค้า/บริการบนเว็บไซต์ให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้** (ขั้นต่ำ 20 – 30 รายการ) และพยายามเพิ่มจำนวนสินค้าบนหน้าเว็บทุกครั้งที่มีสินค้าใหม่ อย่างไรก็ตาม บางธุรกิจที่มีสินค้าจำนวนน้อย เช่น ขายรองเท้าแค่มือเดียว สินค้าก็มีแค่รายการเดียวแล้วจะให้ทำอย่างไร? กรณีนี้เราก็คงสามารถนำเสนอรองเท้าบนหน้าเว็บแม้จะเป็นมือเดียว หรือรายการเดียวก็ตามให้มีความน่าสนใจมากขึ้นได้ เช่น การแสดงรองเท้าทุกสี ทุกขนาด หรือในทุกมิติ ไม่ว่าจะเป็นมุมมองภาพรวม ด้านข้าง ด้านบน ด้านล่าง ซึ่งจะช่วยให้เพิ่มความน่าสนใจในตัวสินค้าได้ไม่น้อยเลยทีเดียว นอกจากนี้ ประโยชน์อีกด้านของการมีข้อมูลบนเว็บไซต์จำนวนมากก็คือ ธุรกิจของเราก็มีโอกาสดูกค้นพบบนเว็บค้นหา (Search Engine) ต่างๆ ได้ดียิ่งขึ้นอีกด้วย

» ตัวอย่างการแสดงสินค้า
“หมวดรองเท้า”
บนเว็บไซต์ต่างๆ



www.shoes.com



www.shoethailand.com



www.zalora.com



www.baoji-shop.com

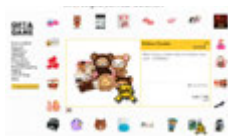
» ตัวอย่างการแสดงสินค้า
“หมวดของที่ระลึก”
บนเว็บไซต์ต่างๆ



www.postmart.co.th



www.premium360.com



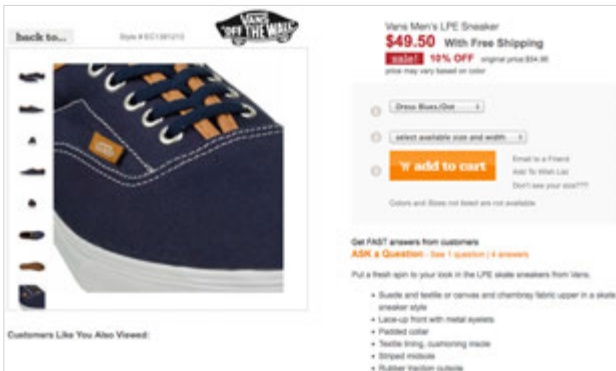
www.loftbangkok.com



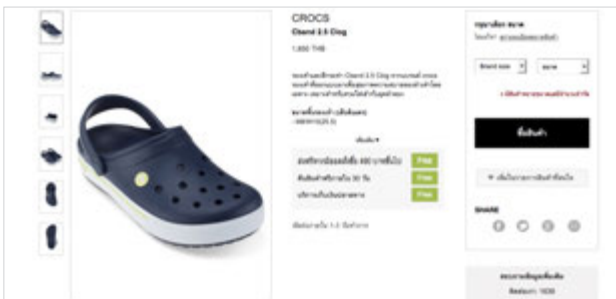
www.gifts.com

3. ข้อมูลสินค้าต้องครบถ้วน

เจ้าของเว็บควรระลึกไว้เสมอว่า การขายสินค้าออนไลน์นั้นมีความแตกต่างจากการขายแบบมีหน้าร้านตรงที่ “การสื่อสารกับลูกค้า” เพราะโอกาสที่ลูกค้าจะสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมต่างๆ นั้นอาจเป็นไปได้ยาก ดังนั้น แนวทางหนึ่งที่สามารถทำได้ก็คือ การให้ข้อมูลสินค้าที่สมบูรณ์ ครบถ้วนให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ในระดับที่ลูกค้าสามารถตัดสินใจได้ทันทีว่าจะซื้อหรือไม่ซื้อสินค้าบนเว็บไซต์ของเราหรือไม่ เพราะหากขาดข้อมูลประกอบการตัดสินใจ นั้นอาจหมายถึงการสูญเสียโอกาสที่ลูกค้าจะออกจากเว็บไซต์ของเรา แล้วไปซื้อกับเว็บอื่นที่ให้ข้อมูลครบถ้วนสมบูรณ์มากกว่า ตัวอย่างเช่น www.shoes.com และ www.zalora.com เว็บช้อปปิ้งออนไลน์ตามรูปด้านล่าง ที่พยายามให้ข้อมูลสินค้าอย่างครบถ้วนที่สุด ไม่ว่าจะเป็นชื่อสินค้า ราคา คุณสมบัติของสินค้า ระยะเวลาจัดส่ง หรือแม้แต่รูปสินค้าก็แสดงให้เห็นทุกสี ทุกมิติ เพื่อให้ลูกค้าใช้ประกอบการตัดสินใจสั่งซื้อได้ทันที



www.shoes.com



www.zalora.com

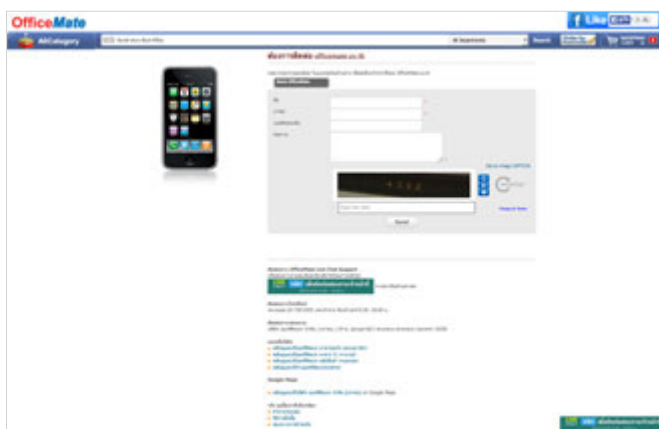
» ตัวอย่างการนำเสนอข้อมูลสินค้าบนเว็บไซต์ต่างๆ



4. ข้อมูลร้านค้าต้องชัดเจน

ลูกค้าจะสั่งซื้อสินค้าบนเว็บไซต์ของเราหรือไม่นั้น ข้อมูลสำคัญประการหนึ่งที่ใช้ประกอบการตัดสินใจก็คือ “ข้อมูลร้านค้า” เพราะเป็นสิ่งที่แสดงถึงตัวตนของเจ้าของร้านได้ระดับหนึ่ง ดังนั้น การจัดเตรียมข้อมูลร้านค้าให้ชัดเจน ถูกต้องและครบถ้วน จึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญและต้องปฏิบัติอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ตัวอย่างของข้อมูลร้านค้า เช่น

- ▶ ประวัติความเป็นมาของร้านค้า
- ▶ รูปภาพร้านค้า พนักงาน รถขนส่งอุปกรณ์-เครื่องจักร
- ▶ วัน-เวลาทำการ
- ▶ วิธีการชำระเงิน
- ▶ ช่องทางติดต่อ (โทรศัพท์, มือถือ, แฟกซ์, อีเมล, e-Contact Form, Facebook, LINE ฯลฯ)
- ▶ รูปแผนที่ตั้งทั้งสำนักงานใหญ่และสาขา (ถ้าไม่มีแผนที่ลองใช้ Google Map ก็ได้)
- ▶ เครื่องหมายรับรองความน่าเชื่อถือ (ถ้ามี) เช่น ISO, DBD Registered, DBD Verified
- ▶ ทำวิดีโอแนะนำร้านค้าผ่านโซเชียล เช่น YouTube



➤ ตัวอย่างการนำเสนอข้อมูลร้านค้า
ของ www.officemate.co.th

5. ทำให้น่าเชื่อถือ

อันที่จริงแล้วจาก 4 ข้อควรปฏิบัติข้างต้น ไม่ว่าจะเป็นการสร้างเว็บไซต์ให้สวยงาม การแสดงสินค้าจำนวนมาก มีรายละเอียดสินค้าครบถ้วน และข้อมูลร้านค้าที่ชัดเจน หากสามารถทำได้ตามคำแนะนำก็จะช่วยสร้างความน่าเชื่อถือต่อลูกค้าได้มากแล้วแต่ยังมีองค์ประกอบอื่นๆ ที่ช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับเว็บไซต์ได้มากขึ้นอีก เช่น ในขั้นตอนที่ลูกค้าต้องชำระเงินออนไลน์ อาจสร้างความเชื่อมั่นด้วยการพัฒนาความสามารถของเว็บไซต์เพื่อให้ได้รับการรับรองจากสถาบันที่มีความน่าเชื่อถือด้านความมั่นคงปลอดภัยต่างๆ ดังเช่น www.zalora.com



» วิธีสร้างความเชื่อมั่นของ www.zalora.com

รวมทั้งการแสดงขั้นตอนการชำระเงินที่ชัดเจนแบบ Step by Step ก็ช่วยสร้างความมั่นใจต่อการชำระเงินของลูกค้าได้ไม่น้อย ยิ่งหากเจ้าของเว็บสามารถเพิ่มการชำระเงินได้หลากหลายช่องทาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการชำระเงินเมื่อได้รับสินค้าก็ยิ่งเพิ่มความไว้วางใจมากขึ้น เช่น www.officemate.co.th นอกจากนี้ยังสามารถใช้วิธีการให้คะแนน (Ratings) และแสดงความคิดเห็น (Reviews) ของลูกค้ารายอื่นๆ ที่มีต่อสินค้า เพราะโดยทั่วไปแล้วลูกค้ามักจะไม่เชื่อสิ่งที่เจ้าของเว็บพูด แต่จะเชื่อถือลูกค้าด้วยกันเอง เช่น www.shoes.com ที่เปิดเวทีให้ลูกค้าสามารถให้คะแนนและแสดงความคิดเห็นต่อสินค้าต่างๆ บนเว็บไซต์ได้ และลูกค้าจะยิ่งเชื่อถือมากขึ้นหากมีการแจ้งสถานะการจัดส่งของที่สามารถติดตามได้เองตลอด 24 ชั่วโมง เช่น www.postmart.co.th



www.officemate.co.th



www.shoes.com



www.postmart.co.th

» วิธีสร้างความเชื่อมั่นของเว็บไซต์ต่างๆ

6. ติดตั้งเครื่องมือวัดผลสถิติบนเว็บไซต์

เราจะทราบได้อย่างไรว่าผู้ชมเว็บไซต์ของเรานั้นเป็นใคร รู้จักเว็บไซต์ของเราได้อย่างไร ผู้ชมเหล่านั้นใช้เวลาอยู่กับเว็บนานแค่ไหน และในที่สุดแล้วคลิกสั่งซื้อสินค้าบนเว็บไซต์หรือไม่ คำถามเหล่านี้ล้วนมีความสำคัญต่อการพัฒนาปรับปรุงเว็บไซต์ รวมทั้งการวางแผนการตลาดในกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอีกด้วย ดังนั้น การสร้างเว็บไซต์กับการติดตั้งเครื่องมือวัดผลทางสถิติ หรือที่นิยมเรียกกันว่า **Web Stat** ลงบนเว็บไซต์นั้นจึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญไม่แพ้กัน โดยปัจจุบันก็มีผู้ให้บริการดังกล่าวเป็นจำนวนมากทั้งในและต่างประเทศ บางรายก็มีค่าใช้จ่าย เช่น Truehits.net และบางรายก็เป็นบริการฟรี เช่น Google Analytics



www.truehits.net



www.histats.com



www.google.com/analytics

» ตัวอย่างผู้ให้บริการเก็บสถิติบนเว็บไซต์

4.3 ล้วงลับปรับเว็บ ให้เป็นมิตรกับเสิร์ชเอนจิน



แม้ว่าเราจะพัฒนาเว็บให้สวยและดีเพียงใด หากปราศจากการประชาสัมพันธ์เว็บให้เป็นที่รู้จัก นั่นก็เท่ากับการทำเว็บที่สูญเปล่าโดยไม่เกิดประโยชน์ใดๆ ซึ่งวิธีการประชาสัมพันธ์นั้นก็มีอยู่มากมายหลายวิธี บ้างก็ต้องใช้งบประมาณ แต่บางวิธีก็สามารถทำได้โดยมีต้นทุนไม่มาก เช่น การทำ SEO หรือคำเต็มๆ คือ **Search Engine Optimization** เป็นวิธีการหนึ่งในการพัฒนาเว็บไซต์ให้สามารถค้นพบในเว็บค้นหา (Search Engine) ต่างๆ เช่น Google เป็นต้น

รู้จักกับ SEO

SEO เป็นวิธีการปรับแต่งเว็บไซต์ให้ตรงกับ
หลักการค้นหาของเสิร์ชเอนจินซึ่งหากสามารถ
ทำได้จะทำให้ผลลัพธ์การค้นหาถูกจัดอยู่ในอันดับ
ต้นๆ โดยวิธีการทำ SEO สามารถแบ่งเป็น 2 ส่วน
ที่ควรทำไปพร้อมกันได้แก่ 1) On Page Factor คือ
การปรับแต่งเว็บเพจให้ตรงกับหลักการค้นหาของเสิร์ชเอนจิน

เช่น การปรับแต่งเนื้อหาของเว็บเพจให้มีคีย์เวิร์ด (Keyword) จำนวนมากๆ
สอดคล้องเป็นเรื่องราวเดียวกัน มีความทันสมัยตลอดเวลา และ
การทำแผนผังเว็บไซต์ (Site Map) 2) Off Page Factor เป็นเทคนิค
การใช้ปัจจัยภายนอกที่ไม่เกี่ยวข้องกับการปรับแต่งเว็บไซต์ของเจ้าของเว็บ
เช่น การแลกเปลี่ยน (Link) กับเว็บไซต์ที่มีเนื้อหาใกล้เคียงกัน และการสร้างประกาศ
ซื้อขายบนเว็บไซต์ต่างๆ เป็นต้น อย่างไรก็ตาม แม้ว่าการทำ SEO จะเป็นวิธีการทาง
การตลาดออนไลน์ที่อาจไม่ต้องใช้เงินลงทุนหรือใช้เงินลงทุนไม่สูงแต่ก็เป็น
เทคนิคที่ต้องอาศัยเวลากว่าที่จะเห็นผลรวมทั้งต้องใช้ประสบการณ์และความ
เชี่ยวชาญของผู้ทำด้วย



» ตำแหน่งการแสดงผลในเว็บค้นหา (Search Engine) จากการทำ SEO
(รูปภาพจาก www.switchconsultancy.com/what-is-seo-ppc)



เทคนิคเบื้องต้น การทำ SEO

แม้ว่าการทำ SEO จะเป็นวิธีการตลาดออนไลน์ที่อาจไม่ต้องใช้เงินลงทุนหรือใช้เงินลงทุนไม่สูงแต่ก็เป็นเทคนิคที่ต้องอาศัยเวลากว่าที่จะเห็นผลรวมทั้งต้องใช้ประสบการณ์และความเชี่ยวชาญของผู้ทำด้วย โดยมีเทคนิคง่ายๆ ที่สามารถนำไปปรับใช้กับเว็บไซต์ได้ทันที ดังนี้

1) ใส่คำสำคัญ (Keyword) บน Title ของหน้าเว็บ

เนื่องจากการใส่คำสำคัญในตำแหน่ง Title หรือชื่อเว็บไซต์ จะช่วยให้ Search Engine รู้ว่าเว็บไซต์หน้านั้นๆ มีข้อมูลเกี่ยวกับอะไร ซึ่งข้อมูลนี้จะแสดงอยู่ในตำแหน่งด้านบนสุดของเว็บเบราว์เซอร์ ซึ่งตำแหน่งนี้ถือเป็นปัจจัยที่สำคัญส่วนหนึ่ง

2) ใส่คำสำคัญ (Keyword) แบบตัวหนา ทราบหรือไม่

ว่าขนาดตัวอักษรก็มีผลต่อการแสดงผลการค้นหาใน Search Engine ด้วย ดังนั้น สำหรับคำสำคัญที่ต้องการเน้น ก็ควรกำหนดเป็นตัวหนาและปรับให้มีขนาดใหญ่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนบนของเว็บไซต์ซึ่งจะทำให้ Search Engine ทราบว่าเป็นคำสำคัญที่ต้องการเน้นเป็นพิเศษ

3) ใส่คำสำคัญ (Keyword) ให้หนาแน่น คำสำคัญ

ที่กำหนดในแต่ละหน้าเว็บไซต์ไม่จำเป็นต้องมีเพียงจุดเดียว เราสามารถใส่คำสำคัญได้ซ้ำๆ ได้ แต่ก็ไม่ควรมากเกินไป จนดูไม่เป็นธรรมชาติ (แนะนำไม่ควรเกิน 20% ของจำนวน อักษรในหน้าเว็บเพจนั้น) โดยเมื่อ Search Engine พบ คำสำคัญซ้ำๆ บ่อยๆ ก็จะตีความว่าเป็นเว็บที่เกี่ยวข้องกับคำ เหล่านั้น และนำไปแสดงเป็นผลลัพธ์ในการค้นหา ทั้งนี้ มีเครื่องมือที่สามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์คำสำคัญ บนเว็บไซต์ได้คือ www.ranks.nl ตัวอย่างเช่น ลองค้นหา คำสำคัญของ www.thaibodyguard.com ซึ่งเป็นเว็บอีคอมเมิร์ซ ที่จำหน่ายอุปกรณ์ป้องกันตัวสำหรับผู้หญิง จะพบว่าคำที่พบ 3 ลำดับแรกคือ com, thaibodyguard และสเปรย์พริกไทย ตามลำดับ โดยเมื่อเห็นข้อมูลดังกล่าวแล้วก็สามารถนำไป วิเคราะห์ต่อได้ทันทีว่าจะเน้นใช้คำไหนเป็นคำสำคัญ ดังเช่น ตัวอย่างนี้ ก็ควรเน้นคำว่า สเปรย์พริกไทย อุปกรณ์ป้องกันตัว มากกว่าคำว่า com และ thaibodyguard

Word	Repeats	Wizard	Density	Prominence
com	6 T,U,D,K		3.30%	74.27
thaibodyguard	5 T,HST,D,K		2.75%	84.40
สเปรย์พริกไทย	4 T,D,K		2.20%	90.11
อุปกรณ์ป้องกันตัว	4 T,D,K		2.20%	90.11
splitted	7		3.85%	23.00
mailsubscribe	6		3.30%	55.22
www	2 u,D,K		1.10%	84.62
ป้องกันตัว	2 A,K		1.10%	78.85

» www.ranks.nl เครื่องมือวิเคราะห์คำสำคัญบนเว็บไซต์

4) เลี่ยงการออกแบบเว็บไซต์ด้วยแอนิเมชันหรือรูปภาพเยอะเกินไป

โดยไม่มีตัวหนังสืออธิบายเลย เนื่องจาก Search Engine จะพิจารณาเนื้อหาเฉพาะที่เป็นข้อความเป็นหลัก ซึ่งหากเว็บไซต์มีแต่ภาพแล้ว Search Engine จะไม่เข้าใจเว็บไซต์ของเรานั่นเอง

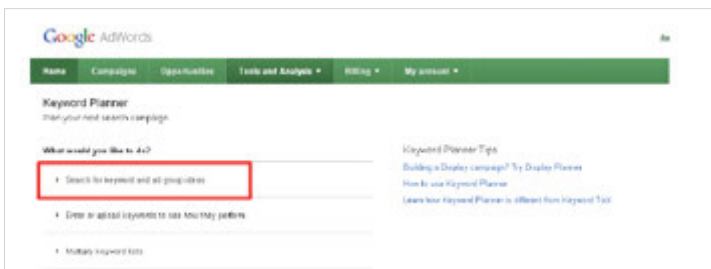
5) ควรตั้งชื่อไฟล์รูปภาพ และใส่คำอธิบายให้กับภาพ

โดยควรตั้งชื่อไฟล์รูปภาพที่ตรงกับ Keyword ที่ต้องการ และควรใส่คำอธิบายภาพ เพื่อให้ Search Engine รู้ว่าภาพที่ใส่เข้าไปในเว็บไซต์คือภาพอะไร และเกี่ยวข้องกับเนื้อหาอะไร

6) แลก链接กับเว็บไซต์อื่นๆ

เนื่องจากการแลกเปลี่ยนกับเว็บไซต์อื่นๆ และมีเว็บไซต์อื่นๆ ลิงก์มาหาเว็บไซต์ของเราเยอะๆ นั้นเป็นการแสดงว่าเว็บไซต์ของเรากำลังเป็นที่รู้จัก ได้รับความนิยม Search Engine ก็จะทำให้คะแนนเว็บไซต์ของเรา โดยถ้าเรามีคะแนนสูงก็จะมีผลต่อบรรยากาศการแสดงผลลัพท์ในเว็บไซต์ของ Search Engine นั้นๆ

จะเห็นได้ว่าส่วนสำคัญของการทำ SEO คือการกำหนด “คำสำคัญ หรือ Keyword” ซึ่งแนวทางหนึ่งที่ได้คือการใช้เครื่องมือช่วยเหลือ อย่างเช่น Google Adwords ซึ่งสามารถเข้าใช้บริการได้ที่ www.google.com/adwords/ โดยเมื่อสมัครสมาชิกและเข้าสู่ระบบแล้ว ระบบจะพาเข้าสู่หน้าจอหลัก ให้คลิกที่เมนู “Tool and Analysis” และเลือกเมนูย่อย “Keyword Planner” หลังจากนั้นคลิก “Search for keyword and ad group ideas” ดังรูปด้านล่าง



» การวิเคราะห์คำสำคัญ (Keyword) ผ่านเว็บ
www.google.com/adwords ขั้น 1

ระบบจะพาเข้าสู่การวิเคราะห์คำสำคัญ (Keyword) ดังรูปต่อไป โดยส่วนที่ต้องกรอกเพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลนั้นมี ดังนี้

- (1) สินค้าและบริการของเรา
- (2) ชื่อเว็บไซต์ของเรา
- (3) ประเภทของสินค้าและบริการของเรา
- (4) เป้าหมาย โดยให้เราทำการปรับประเทศและภาษาใน 2 ช่องแรกตามเป้าหมายลูกค้าที่ต้องการ
- (5) ส่วนนี้เป็นส่วนของปรับค่าเกี่ยวกับ Keyword ที่เราต้องการ ส่วนที่น่าจะปรับคือ “Avg. Monthly Search” หรือจำนวนครั้งที่ Keyword นั้นถูกใช้โดยเฉลี่ยต่อเดือน

what would you like to do?

▼ Search for keyword and ad group ideas

Enter one or more of the following:

Your product or service
For example, fowers or used cars **1.**

Your landing page
www.example.com/page **2.**

Your product category
Enter or select a product category **3.**

Targeting **4.**

Thailand ☒

Thai ☒

Google ☒

Negative keywords ☒

Customize your search **5.**

Keyword filters

Avg. monthly searches > 0 ☒

Avg. CPC < \$0.30 ☒

Ad Impr. share > 0% ☒

Keyword options

Hide keywords in my account ☒

Hide keywords in my plan ☒

Include/Exclude ☒

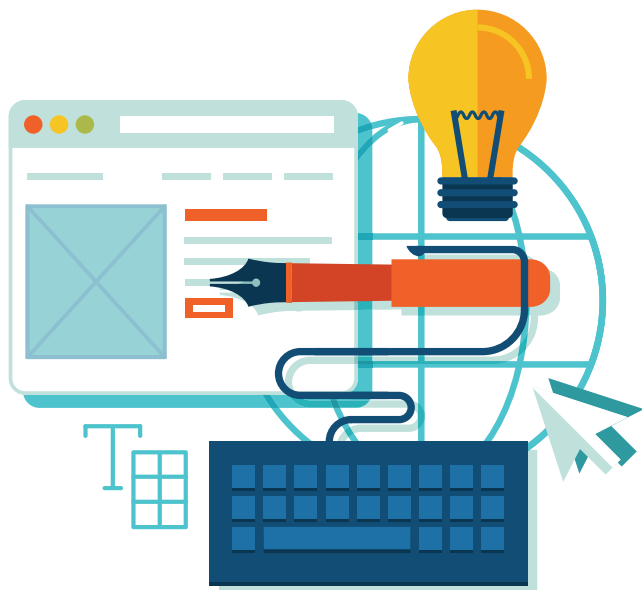
Get ideas

» การวิเคราะห์คำสำคัญ (Keyword) ผ่านเว็บ
www.google.com/adwords ขั้น 2

ตัวอย่างเช่น หากเป็นธุรกิจขายเครื่องสำอาง (กำหนดในข้อ 1) กำหนดประเภทสินค้า (ข้อ 3) เป็น “Beauty & Personal Care” และ กำหนดเป้าหมาย (ข้อ 4) เป็นประเทศไทยและภาษาไทย จะได้ผลลัพธ์ ดังรูปด้านล่างซึ่งระบบจะแนะนำคำสำคัญ (Keyword) ที่มีประสิทธิภาพ ให้เราสามารถนำไปวิเคราะห์และปรับใช้ต่อไปได้ทันที

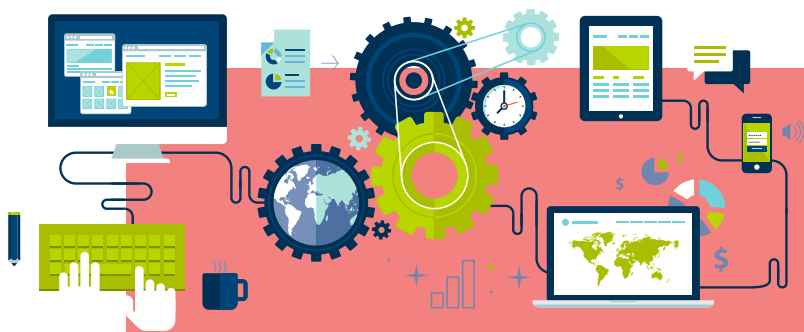
Keyword	Monthly searches	Competition	Suggested bid	Ad impression	Ad impression
เครื่องสำอางค์	17,800	High	\$1.00	0%	0
เครื่องสำอางค์	1,410	Low	\$1.00	0%	0
เครื่องสำอางค์	1,410	Low	\$1.00	0%	0
เครื่องสำอางค์	1,410	Low	\$1.00	0%	0
เครื่องสำอางค์	1,410	Low	\$1.00	0%	0
เครื่องสำอางค์	1,410	Low	\$1.00	0%	0
เครื่องสำอางค์	1,410	Low	\$1.00	0%	0
เครื่องสำอางค์	1,410	Low	\$1.00	0%	0
เครื่องสำอางค์	1,410	Low	\$1.00	0%	0
เครื่องสำอางค์	1,410	Low	\$1.00	0%	0

» ผลลัพธ์การวิเคราะห์คำสำคัญ (Keyword)
ผ่านเว็บ www.google.com/adwords



การทำ SEO นั้นมีอยู่มากมายหลายวิธี ซึ่งที่กล่าวถึงในหัวข้อนี้ก็เป็นเพียงส่วนเล็กๆ เท่านั้น ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับเว็บไซต์ของเราได้ อย่างไรก็ตาม ต้องพึงระลึกไว้เสมอว่า ทุกอย่างต้องใช้เวลาพอสมควร เพราะเว็บไซต์ในโลกนี้มีอยู่เป็นจำนวนมาก การที่ Search Engine จะเข้ามาจัดเก็บข้อมูลต่างๆ ของเว็บเรานั้น ก็ไม่ใช่ทุกวัน อีกทั้งการทำ SEO ต้องอาศัยคุณภาพของเนื้อหาบนเว็บไซต์ และการหมั่นปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา จึงจะส่งผลดีต่อการถูกค้นพบใน Search Engine ดังนั้น ความมุ่งมั่นตั้งใจจริงของเจ้าของเว็บจึงถือเป็นสิ่งสำคัญที่สุด ที่นอกจากจะทำให้เว็บไซต์ของเราสวยและดูดีแล้ว ยังมีลูกค้าเข้าร้านอีกด้วย

...เมื่ออ่านมาถึงบรรทัดนี้ หวังว่าสาระเกี่ยวกับการสร้างเว็บไซต์ฉบับ D.I.Y. เล่มนี้ คงจะพอหอมปากหอมคอ ช่วยเติมเต็มความรู้ในอีกแง่มุมหนึ่งให้กับ “เจ้าแกล้งโหด” ทุกท่าน แต่เหนือสิ่งอื่นใดคือ “เทคโนโลยีไม่มีวันหยุด” ดังนั้น ขยันศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมอย่างสม่ำเสมอ จุดประกายไอเดียใหม่ๆ เพื่อสร้างแรงบันดาลใจให้เราในทุกๆ วัน พวกเราทีมงาน ETDA (เอ็ตต้า) ขอให้ท่านประสบความสำเร็จในธุรกิจผ่านโลกออนไลน์กันทุกคนนะคะ :





Appendix

WEBSITE CHECKUP 60 SECONDS!



มาตรฐานสุขภาพเว็บไซต์ ของเราทันเถอะ

	ด้านความเรียบง่าย	ถูกต้อง	พอใช้	ไม่ถูกต้อง
1	ลูกค้าส่วนใหญ่ไม่บ่นว่าเว็บใช้งานยาก			
2	มีการจัดหมวดหมู่สินค้า/บริการอย่างชัดเจน			
3	มีฟังก์ชัน Search เพื่อให้ง่ายต่อการค้นหาข้อมูลบนเว็บ			
4	ปุ่ม Click ต่างๆ บนเว็บแสดงให้เห็นชัดเจน หาง่าย			
5	มีระบบนำทางบนเว็บไซต์ (Navigation)			
6	มีแผนผังเว็บไซต์ (Site Map)			
7	มีพื้นที่ว่าง (White Space) ในระดับที่ทำให้เว็บดูสบายตา			



ด้านความดึงดูดน่าสนใจ		ถูกต้อง	พอใช้	ไม่ถูกต้อง
8	ตำแหน่งโลโก้แสดงชัดเจน เห็นง่าย พร้อมมี Tagline อธิบายเว็บไซต์สั้นๆ			
9	ภาพทุกภาพบนเว็บไซต์มีความคมชัด			
10	ใช้ภาพบุคคลประกอบบนหน้าเว็บ			
11	ตัวอักษรอ่านง่าย และสีอักษรกับสีพื้นหลัง เป็นสีที่ตัดกัน (Contrast)			
12	เนื้อหาสำคัญที่สุดแสดงอยู่บริเวณระดับสายตาของผู้เยี่ยมชม (Eye Contact)			
13	เนื้อหาบนเว็บไซต์อ่านง่าย น่าติดตาม			

ด้านความสามารถในการเข้าถึง		ถูกต้อง	พอใช้	ไม่ถูกต้อง
14	ใช้ Screen Resolution ที่เหมาะสมกับผู้เยี่ยมชม (ดูได้ที่ www.truehits.net)			
15	ใช้ Web Browser ที่เหมาะสมกับผู้เยี่ยมชม (ดูได้ที่ www.truehits.net)			
16	ใช้ Font ตามมาตรฐานเว็บ (ไทย-Tahoma อังกฤษ-Arial, Verdana, Times New Roman)			
17	รูปภาพมี Alternative Text			
18	ใช้ Pop Up บางโอกาสเท่านั้น			
19	โหลดเว็บเพจแต่ละหน้าไม่เกิน 6 วินาที (ทดสอบได้ที่ www.webwait.com)			

ด้านความน่าเชื่อถือ		ถูกต้อง	พอใช้	ไม่ถูกต้อง
20	มีเมนู “เกี่ยวกับเรา (About Us)”			
21	มีแผนที่ร้านค้าชัดเจน			
22	มีเมนู “คำถามที่พบบ่อย (FAQs)”			
23	ตัวสะกดบนหน้าเว็บไซต์ถูกต้อง และสำนวนการเขียนที่น่าเชื่อถือ			
24	มีเครื่องหมายรับรองความน่าเชื่อถือในด้านต่างๆ			

ด้านความน่าเชื่อถือ การรักษาความเป็นส่วนตัวและความมั่นคงปลอดภัยบนเว็บไซต์		ถูกต้อง	พอใช้	ไม่ถูกต้อง
25	ชี้แจงข้อมูลสินค้าทุกรายการอย่างชัดเจน เช่น ชื่อสินค้า รหัส รูปภาพ คุณลักษณะ			
26	ชี้แจงขั้นตอนการสั่งซื้อและการชำระเงินอย่างชัดเจน			
27	ข้อมูลการติดต่อชัดเจน เช่น ที่อยู่ โทรศัพท์ โทรสาร อีเมล โซเชียลมีเดีย			
28	มีเมนู “ข้อตกลงและเงื่อนไข/นโยบายความเป็นส่วนตัว”			
29	มีข้อกำหนดด้านนโยบายการเปลี่ยน/คืนสินค้า และชี้แจงขั้นตอนปฏิบัติอย่างชัดเจน			
30	มีมาตรการรักษาความมั่นคงปลอดภัยบนเว็บไซต์และนำไปใช้จริง			



ผลตรวจสอบสุขภาพเว็บ

คะแนนของคุณคือ.....คะแนน

- | | |
|------------------|--|
| ต่ำกว่า 15 คะแนน | เว็บไซต์อยู่ในเกณฑ์ “ ต่ำกว่ามาตรฐาน ” ควรปรับปรุงเว็บไซต์ในด้านที่ท่านยังด้อยอยู่จะ |
| 15 – 23 คะแนน | เว็บไซต์อยู่ในเกณฑ์ “ มาตรฐาน ” แต่ก็ยังสามารถพัฒนาเว็บไซต์ให้ดียิ่งขึ้นได้อีกนะ |
| ตั้งแต่ 24 คะแนน | ว้าว ว้าว ว้าว!!! เว็บไซต์ของท่านอยู่ในเกณฑ์ “ ยอดเยี่ยม ” แล้วละ อุดช่องโหว่ในเรื่องที่ท่านยังตอบว่า “ไม่ถูกต้อง” รับรองได้เลยเว็บไซต์ท่านจะประทับใจลูกค้าแน่นอน |

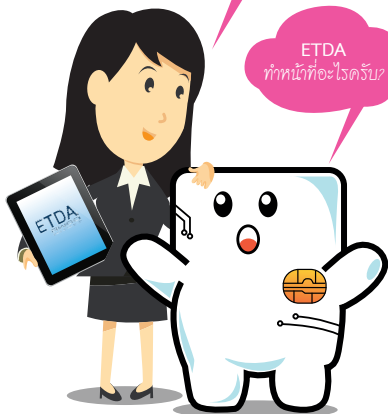
เกี่ยวกับ ETDA

บริการของ สฟธอ. งานวิชาการ การให้คำปรึกษา

- ➔ ด้านนโยบายและการวางแผนเกี่ยวกับการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์
- ➔ ด้านสถิติข้อมูลเชิงลึก ที่เกี่ยวกับการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศ
- ➔ ด้านกฎหมาย ที่เกี่ยวกับการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์
- ➔ ด้านความมั่นคงปลอดภัย และมาตรฐาน ในการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ รวมทั้งการตรวจและพิสูจน์พยานหลักฐานอิเล็กทรอนิกส์
- ➔ ด้านระบบบริการสำคัญที่เป็นโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นเกี่ยวกับธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์
- ➔ งานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

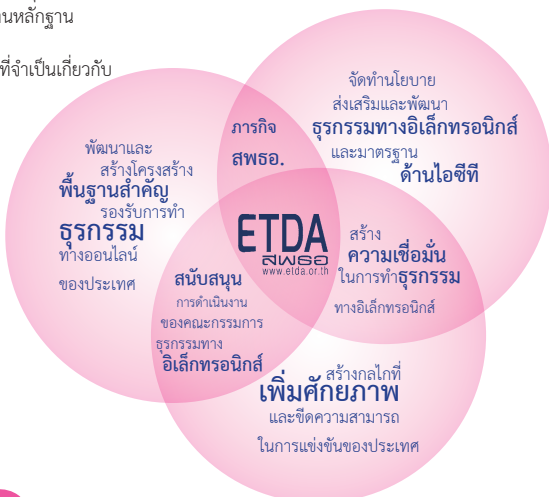
ETDA สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) เป็นองค์กรสำคัญในการสนับสนุน SMART THAILAND โดยส่งเสริมให้การทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์เติบโตอย่างมั่นคงปลอดภัยทัดเทียมผู้นำในภูมิภาค
SECURE e - TRANSACTIONS
 ธุรกรรมออนไลน์ ยกระดับคุณภาพชีวิต

ETDA
 ทำหน้าที่อะไรครับ?



การยกระดับขีดความสามารถบุคลากร

สฟธอ. ให้บริการการฝึกอบรมเพื่อยกระดับทักษะและความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านให้กับบุคลากรในประเทศเกี่ยวกับมาตรฐานและความมั่นคงปลอดภัยในการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ทั้งทางด้านเทคนิคและหลักสูตรประยุกต์สำหรับผู้ประกอบการ e-Commerce และผู้ที่สนใจ



สฟธอ. เป็นองค์การมหาชนที่มีภารกิจสำคัญในการผลักดัน พัฒนา ส่งเสริม และสนับสนุนการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศ โดยมุ่งสร้างสภาพแวดล้อมที่ก่อให้เกิดความเชื่อมั่น ความไว้วางใจ และความน่าเชื่อถือของทั้งผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการในการทำธุรกรรมทางออนไลน์ ด้วยความมุ่งมั่นในการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ ควบคู่ไปกับการสร้างเครือข่ายความร่วมมือในการทำงานจากทุกภาคส่วนทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ สามารถเป็นที่พึ่งด้านการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ให้กับทุกภาคส่วนได้ ประกอบกับเป็นองค์กรที่มีความคล่องตัวสูง ด้วยทีมผู้บริหารที่เป็นคนรุ่นใหม่

“Secure e - transactions : Opportunities for Thailand”

ETDA
สฟธอ
 www.etda.or.th

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน)

กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

อาคารเดอะไนท์ ทาวเวอร์ เลขที่ 33/4 ตึก B ชั้น 21 ถนนพระรามเก้า

แขวงห้วยขวาง เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310 โทรศัพท์ 0-2123-1234 โทรสาร 0-2123-1200

สฟธอ. www.etda.or.th

“เว็บไซต์” กลายเป็นช่องทางหลักในการเข้าถึงลูกค้าในยุคดิจิทัล เพราะสามารถนำเสนอข้อมูลออกไปได้ในวงกว้างอย่างรวดเร็ว ง่ายดาย ด้วยต้นทุนที่ต่ำที่สุด แต่ก็มีจำนวนไม่น้อยที่ขาดความเข้าใจเรื่องพฤติกรรม การเยี่ยมชมเว็บไซต์ของลูกค้ายุคใหม่ สุดท้ายลูกค้าก็ไม่ประทับใจและจากเราไปในที่สุด **“แล้วต้องทำอย่างไรให้การพัฒนาเว็บไซต์ด้วยตัวเองง่ายๆ และประสบความสำเร็จได้”...หนังสือเล่มนี้คือคำตอบ**

- อยากมีเว็บไซต์ต้องเริ่มต้นอย่างไร?
- กลเม็ดปั้นเว็บให้สวยและโดนใจลูกค้า
- เผยเทคนิคทำเว็บสำหรับมือใหม่...สไลด์ D.I.Y.
- แนะนำวิธีปรับแต่งเว็บขั้นเทพในยุคเว็บ 3.0

เราเป็นหนังสือเล่มนี้เพื่อคุณ :

- ✓ เฝ้าแกะยุคไอที
- นักช้อปออนไลน์
- ครองครัวโซเชียล

ETDA
www.etda.or.th

ICT
Smart Thailand

สร้างสรรค์โดย
สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน)
กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร
อาคารเดอะไนท์ ทาวเวอร์ เลขที่ 33/4 ตึก B ชั้น 21
ถนนพระรามเก้า แขวงห้วยขวาง เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310
โทรศัพท์ 0-2123-1234 โทรสาร 0-2123-1200
สพธอ. www.etda.or.th
กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร www.mict.go.th



ISBN 978-616-91910-6-3



9 786169 191063