

การใช้เว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชน

นางสาวสกุณี โกมลิตธิพงศ์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์  
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
ปีการศึกษา 2555  
ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทคัดย่อและแฟ้มข้อมูลฉบับเต็มของวิทยานิพนธ์ตั้งแต่ปีการศึกษา 2554 ที่ให้บริการในคลังปัญญาจุฬาฯ (CUIR)  
เป็นแฟ้มข้อมูลของนิสิตเจ้าของวิทยานิพนธ์ที่ส่งผ่านทางบัณฑิตวิทยาลัย

The abstract and full text of theses from the academic year 2011 in Chulalongkorn University Intellectual Repository (CUIR)  
are the thesis authors' files submitted through the Graduate School.

THE USES OF WEBSITES  
FOR YOUTH DEVELOPMENT PUBLIC RELATIONS CAMPAIGNS

Miss Sakunee Komalittipong

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Arts (Communication Arts) Program in Public Relations

Department of Public Relations

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2012

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การใช้เว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชน
โดย	นางสาวสกุณี โกมลิตธิพงษ์
สาขาวิชา	การประชาสัมพันธ์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก	รองศาสตราจารย์ รุ่งนภา พิตรปรีชา

---

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

..... คณบดีคณะนิเทศศาสตร์  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดวงกมล ซาติประเสริฐ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ  
(ดร.สุทธิลักษณ์ หวังสันติธรรม)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก  
(รองศาสตราจารย์ รุ่งนภา พิตรปรีชา)

..... กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อัจฉรา ปันทรานวงศ์)

สฤณี โภมลทิพิพงศ์ : การใช้เว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็ก และ เยาวชน . (THE USED OF WEBSITES FOR YOUTH DEVELOPMENT PUBLIC RELATIONS CAMPAIGNS) อ .ที่ ป ร ี ก ษ า วิทยานิพนธ์หลัก : รศ.รุ่งนภา พิตรปรีชา, 154 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาถึงรูปแบบและเนื้อหาของเว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชน 2) ศึกษาถึงกลยุทธ์การใช้เว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชน 3) เพื่อศึกษาถึงกลยุทธ์การส่งเสริมให้เว็บไซต์เป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้ใช้เว็บไซต์ที่เป็นเด็กและเยาวชน โดยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ศึกษาโดยแบ่งขั้นตอนการวิจัยเป็นสองส่วนคือ 1) การวิเคราะห์เอกสาร เพื่อศึกษารูปแบบและเนื้อหา เพื่อวิเคราะห์ถึงกลยุทธ์การใช้เว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการเพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชน 2) การสัมภาษณ์เชิงลึก โดยสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเด็กและเยาวชน จำนวน 10 คน เพื่อทราบถึงความคิดเห็นที่มีต่อรูปแบบและเนื้อหาของเว็บไซต์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชน และการสัมภาษณ์ผู้ดูแลเว็บไซต์ที่เป็นตัวแทนของเว็บไซต์ที่ได้รับความนิยมจากกลุ่มเด็กและเยาวชน เพื่อทราบถึงกลยุทธ์การส่งเสริมให้เว็บไซต์ให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มเด็กและเยาวชน

ผลการวิจัยพบว่า 1) รูปแบบการนำเสนอของเว็บไซต์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชน ประกอบด้วย การสร้างลำดับชั้นความสำคัญขององค์ประกอบ การสร้างรูปแบบบุคลิกและสไตล์ การสร้างความสม่ำเสมอตลอดทั่วทั้งเว็บไซต์ และการใช้กราฟิกอย่างเหมาะสมในด้านเนื้อหาที่นำเสนอภายในเว็บไซต์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชน ได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับผู้จัดทำโครงการ รายละเอียดของโครงการ ข่าวประชาสัมพันธ์โครงการ คำถาม-คำตอบ และข้อมูลในการติดต่อ 2) โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชนใช้กลยุทธ์การสร้างเว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์ กลยุทธ์การออกแบบเว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์ และกลยุทธ์การสร้างจุดสนใจบนหน้าเว็บไซต์ 3) กลยุทธ์การส่งเสริมให้เว็บไซต์เป็นที่รู้จักของเว็บไซต์ที่ได้รับความนิยม จากกลุ่มเด็กและเยาวชน ได้แก่ กลยุทธ์ปากต่อปาก กลยุทธ์การยืมความสนใจ กลยุทธ์การสร้างที่น่าเชื่อถือ และกลยุทธ์การสื่อสารผ่านกิจกรรม

ภาควิชา.....การประชาสัมพันธ์.....ลายมือชื่อนิสิต.....  
สาขาวิชา.....การประชาสัมพันธ์.....ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก.....  
ปีการศึกษา.....2555.....

# # 5284721228: MAJOR PUBLIC RELATIONS

KEYWORDS: WEBSITES FOR PUBLIC RELATIONS / THE STRATEGIES OF CREATING AND DESIGNING A WEBSITE FOR PUBLIC RELATIONS

SAKUNEE KOMALITTIPONG: THE USE OF WEBSITES FOR PUBLIC RELATIONS FOR YOUTH DEVELOPMENT CAMPAIGNS, DISSERTATION ADVISOR: ASSOC. PROF. RUNGNAPHA PITPREECHA, 154 pp.

The objectives of this study are: 1) to study the forms and content of websites used for public relations for youth development campaigns; 2) to study the strategies of utilizing websites for public relations for youth development campaigns; and 3) to study the strategies for promoting websites among users that are youth and children. This quantitative research is divided into two phases: 1) documentary analysis to study patterns and content, and to analyze the strategies used in utilizing websites for public relations for youth development campaigns; and 2) in-depth interview with a sample youth group, consisting of 10 people, to learn their opinions towards the patterns and contents of youth development websites, as well as interview with administrators of popular websites among the youth.

The findings of the study are as follows: 1) The form of presentation of websites for public relations for youth development campaigns is composed of: prioritized elements; creation of form, personality, and style; consistency maintained throughout the website; and appropriate use of graphics. As for the form of content presented in websites for public relations for youth development campaigns, it consists of information on the project's organizers, detailed project information, public relations news, FAQs, and contact information. 2) Youth development campaigns employ the strategies of creating and designing a website for public relations, as well as creating attractive features on the home page of the website. 3) The strategies used for self-promotion by popular youth and children's websites are word of mouth, borrowed interest, credibility building, and communication through activities.

Department: .....PUBLIC RELATIONS..... Student's signature.....

Field of Study: ....PUBLIC RELATIONS.... Advisor's signature.....

Academic Year: .....2012.....

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้จะเสร็จสมบูรณ์ไม่ได้ หากไม่ได้รับความกรุณาจากรองศาสตราจารย์ รุ่งนภา พิตรปรีชา อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งท่านได้เสียสละเวลาให้ความรู้ คำปรึกษา แนะนำข้อคิดเห็นต่างๆ และให้ความเอาใจใส่ตลอดระยะเวลาของการทำวิทยานิพนธ์

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยทุกท่าน ที่ได้ให้โอกาสในศึกษา ให้ความรู้ จนสามารถการทำวิทยานิพนธ์ สำเร็จลุล่วง ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ เจ้าหน้าที่บัณฑิตศึกษาทุกท่าน ที่คอยช่วยเหลือแนะนำ ตลอดจนประสานงานเรื่องต่างๆ ในการทำวิทยานิพนธ์

ขอบคุณเพื่อนๆ ปริญาโท สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ ที่คอยให้คำปรึกษา ช่วยคิด ช่วยแนะนำ และช่วยเหลือในขั้นตอนการทำวิทยานิพนธ์ อีกทั้งคอยให้กำลังใจ คอยถามไถ่ และอยู่ด้วยกันตลอดมา ทำให้ผู้วิจัยมีแรงใจที่จะทำวิทยานิพนธ์จนสำเร็จ

ขอบคุณผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่าน โดยเฉพาะ คุณปกรณ์ สันติสุนทรกุล ผู้บริหารเว็บไซต์ Dek-D.com และ คุณกาญจนิดา กิตติสุบรรณ ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์ เว็บไซต์ Vcharkarn.com รวมถึงน้องๆ ที่ให้สัมภาษณ์ทุกท่าน ที่สละเวลามาให้สัมภาษณ์ ถึงแม้คำถามจะ ยาวมากก็ตาม

สุดท้ายนี้ ขอกราบขอบพระคุณแม่ ขอขอบคุณคุณยาย ครอบครัว รวมทั้งญาติๆ ทุกคน ที่เข้าใจ และคอยให้กำลังใจเสมอมา โดยเฉพาะกราบขอบพระคุณคุณแม่ที่คอยช่วยเหลือสนับสนุน ลูกอย่างสุดกำลังตลอดระยะเวลาของการทำวิทยานิพนธ์ ขอขอบคุณนันทน์สำหรับความช่วยเหลือ ต่างๆ ขอขอบคุณหนู โบว์ ใหม่ที่คอยอยู่เคียงข้างและให้กำลังใจกันเสมอ ความรักและกำลังใจจากทุกๆ คนเป็นแรงผลักดันที่ทำให้ผู้วิจัยสามารถมีวันนี้ได้

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฌ
สารบัญรูป.....	ญ
<b>บทที่</b>	
1	
บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	14
ปัญหำนำการวิจัย.....	14
กรอบแนวคิดการวิจัย.....	15
ขอบเขตของการวิจัย.....	16
นิยามศัพท์.....	17
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	18
2	
แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	19
แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์.....	19
แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบเว็บไซต์.....	30
แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาของเว็บไซต์.....	41
แนวคิดเรื่องสิทธิความเป็นส่วนตัว.....	53
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	55

บทที่	หน้า
3	ระเบียบวิธีวิจัย..... 58
	ขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์เอกสาร..... 58
	ขั้นตอนที่ 2 การสัมภาษณ์เชิงลึก..... 61
	การเก็บรวบรวมข้อมูล..... 63
	การวิเคราะห์ข้อมูล..... 64
	การนำเสนอข้อมูล..... 64
4	ผลการวิจัย..... 65
	ตอนที่ 1 การวิเคราะห์เอกสาร..... 65
	- การวิเคราะห์รูปแบบของเว็บไซต์..... 66
	- การวิเคราะห์เนื้อหาของเว็บไซต์..... 99
	ตอนที่ 2 การสัมภาษณ์เชิงลึก..... 115
5	สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ..... 125
	รูปแบบและเนื้อหาของเว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนา
	เด็กและเยาวชน..... 125
	กลยุทธ์การใช้เว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการรณรงค์เพื่อพัฒนาเด็กและ
	เยาวชน..... 128
	สรุปกลยุทธ์การส่งเสริมให้เว็บไซต์เป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้ใช้เว็บไซต์ที่เป็นเด็กและ
	เยาวชน..... 132
	อภิปรายผลการวิจัย..... 133
	ข้อเสนอแนะทั่วไป..... 148
	ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัย..... 149
	รายการอ้างอิง..... 150
	ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์..... 154



## สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1	จำนวนเด็กและเยาวชนอายุ 5 - 24 ปี ที่ใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ตต่อสัปดาห์ กลุ่มอายุ เพศ พ.ศ.2551.....
	2
ตารางที่ 2	จำนวนเด็กและเยาวชนอายุ 5 - 24 ปี ที่ใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามวัตถุประสงค์ที่สำคัญในการใช้ และระดับการศึกษา พ.ศ.2551.....
	4
ตารางที่ 3	แสดงจำนวนผู้ใช้เว็บไซต์ แบ่งตามระดับอายุ.....
	7
ตารางที่ 4	แสดงจำนวนผู้ใช้เว็บไซต์ แบ่งตามสาขาอาชีพ.....
	7
ตารางที่ 5	แสดงจำนวนผู้ใช้เว็บไซต์ แบ่งตามระดับการศึกษา.....
	8
ตารางที่ 6	แสดงการสรุปลักษณะของรูปแบบเว็บไซต์ 7 เว็บไซต์.....
	98
ตารางที่ 7	แสดงการวิเคราะห์เนื้อหาการประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการ.....
	99
ตารางที่ 8	แสดงการวิเคราะห์เนื้อหาการประชาสัมพันธ์รายละเอียดของโครงการ.....
	100
ตารางที่ 9	แสดงการวิเคราะห์เนื้อหาการประชาสัมพันธ์ข่าวสารของโครงการ.....
	102
ตารางที่ 10	แสดงการวิเคราะห์เนื้อหาการประชาสัมพันธ์ คำถาม-คำตอบ ของโครงการ...
	103
ตารางที่ 11	แสดงการวิเคราะห์เนื้อหาการประชาสัมพันธ์ข้อมูลในการติดต่อของโครงการ
	104

## สารบัญรูป

	หน้า
<u>รูปที่ 1</u> ร้อยละของประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไปที่ใช้คอมพิวเตอร์/อินเทอร์เน็ต จำแนกตามกลุ่มอายุ (ปี).....	2
<u>รูปที่ 2</u> แสดงสถิติการใช้อินเทอร์เน็ตเปลี่ยนพฤติกรรมเยาวชนอย่างไร.....	5
<u>รูปที่ 3</u> ตัวอย่างเว็บไซต์ที่ได้รับความนิยมจากผู้เข้าใช้ที่เป็นเด็กและเยาวชน.....	9
<u>รูปที่ 4</u> ตัวอย่างเว็บไซต์ที่สร้างเว็บเครือข่ายสังคมออนไลน์ของตนเอง.....	12
<u>รูปที่ 5</u> แสดงหน้าโฮมเพจของเว็บไซต์ โครงการกบจูนีเยร์ ปี 2.....	66
<u>รูปที่ 6</u> แสดงหน้าเว็บเพจภายในเว็บไซต์ กบจูนีเยร์ปี 2.....	67
<u>รูปที่ 7</u> แสดงหน้าโฮมเพจของเว็บไซต์ โครงการกระดานดำกับกระทิงแดง.....	70
<u>รูปที่ 8</u> แสดงหน้าเว็บเพจภายในเว็บไซต์ โครงการกระดานดำกับกระทิงแดง.....	71
<u>รูปที่ 9</u> แสดงหน้าโฮมเพจของเว็บไซต์ โครงการทูลูกปัญญา.....	74
<u>รูปที่ 10</u> แสดงหน้าเว็บเพจภายในเว็บไซต์ โครงการทูลูกปัญญา.....	75
<u>รูปที่ 11</u> แสดงหน้าโฮมเพจของเว็บไซต์ โครงการสำนักรักบ้านเกิดเพื่อพัฒนาผู้นำชุมชน.....	79
<u>รูปที่ 12</u> แสดงหน้าเว็บเพจภายในเว็บไซต์ โครงการสำนักรักบ้านเกิดเพื่อพัฒนาผู้นำชุมชน..	80
<u>รูปที่ 13</u> แสดงหน้าโฮมเพจของเว็บไซต์ โครงการ Indy In Town ชุมชนคนมีไอเดีย.....	83
<u>รูปที่ 14</u> แสดงหน้าเว็บเพจภายในเว็บไซต์ โครงการ Indy In Town ชุมชนคนมีไอเดีย.....	84
<u>รูปที่ 15</u> แสดงหน้าโฮมเพจของเว็บไซต์ เด็กดีดอทคอม.....	88
<u>รูปที่ 16</u> แสดงหน้าเว็บเพจภายในเว็บไซต์ เด็กดีดอทคอม.....	89
<u>รูปที่ 17</u> แสดงหน้าโฮมเพจของเว็บไซต์ วิชาการดอทคอม.....	93
<u>รูปที่ 18</u> แสดงหน้าเว็บเพจภายในเว็บไซต์ วิชาการดอทคอม.....	95

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันโลกได้เข้าสู่ยุคความเป็นสังคมสารสนเทศที่มีอัตราการผลิตและการบริโภคข้อมูลข่าวสารมีจำนวนเพิ่มขึ้น และมนุษย์เองก็มีความต้องการทางด้านข้อมูลข่าวสารสารสนเทศมากขึ้นด้วย จึงมีการนำวิทยาการใหม่ๆ ด้านคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้ประโยชน์ทางการสื่อสารและโทรคมนาคมเพื่อสนองความต้องการทางด้านสารสนเทศของมนุษย์ที่มีเพิ่มขึ้น การสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์โดยการส่งข้อมูลผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตทำให้เกิดการสื่อสารสองทางขึ้นระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร ดังนั้นการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ตจึงได้รับความนิยมและมีบทบาทในชีวิตของคนในยุคปัจจุบันมากขึ้นเนื่องจากมีความสะดวก รวดเร็ว และที่สำคัญ อินเทอร์เน็ตยังถือได้ว่าเป็นแหล่งความรู้และความบันเทิงขนาดใหญ่ที่ถูกย่อไว้ ผู้คนจำนวนมากจึงสามารถแสวงหาความรู้และความบันเทิงด้วยปลายนิ้วคลิกเท่านั้นเอง

การติดต่อสื่อสารข้อมูลสมัยใหม่นี้ มีรากฐานมาจากความพยายามในการเชื่อมต่อระหว่างคอมพิวเตอร์กับคอมพิวเตอร์ โดยอาศัยระบบสื่อสารที่มีอยู่แล้ว เช่น โทรศัพท์ ดังนั้นการสื่อสารข้อมูลจึงอยู่ในขอบเขตที่จำกัด ต่อมาเมื่อมีการใช้คอมพิวเตอร์มากขึ้น ความต้องการในการติดต่อระหว่างคอมพิวเตอร์หลายเครื่องในเวลาเดียวกัน ที่เรียกว่า ระบบเครือข่าย (Network) จึงได้รับการพัฒนาให้ดีขึ้นเป็นลำดับ Walther, J.B. (1996) ได้ให้ความหมายของการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ว่า เป็นการประชุมโดยอาศัยคอมพิวเตอร์และการใช้ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) ซึ่งเกิดขึ้นและดำเนินไปในเวลาเดียวกันหรือต่างเวลากัน โดยที่ผู้ส่งสารใส่รหัสลงในเนื้อหาสาร ซึ่งจะถูกลำเลียงจากคอมพิวเตอร์ของผู้ส่งสารไปคอมพิวเตอร์ของผู้รับสาร จากนิยามนี้จะเห็นได้ว่า คอมพิวเตอร์ถือได้ว่าเป็นสื่อใหม่ที่ไม่ติดอยู่ภายใต้เงื่อนไขของเวลาและสถานที่ คอมพิวเตอร์ยังเป็นทั้งเครื่องรับและเครื่องลำเลียงข้อมูลข่าวสาร ในฐานะเป็นอุปกรณ์การสื่อสาร คอมพิวเตอร์โดยเฉพาะอินเทอร์เน็ตจึงมีบทบาทมากขึ้นในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของประชาชน จากเดิมที่อาจมีเพียงหนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์ ด้วยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศในปัจจุบัน อินเทอร์เน็ตจึงได้เข้ามามีบทบาทจนกระทั่งกลายเป็นแหล่งเข้าถึงข้อมูลและความรู้ขนาดใหญ่ที่สามารถเชื่อมโยงกันได้ทั่วโลก

การสำรวจข้อมูลเด็กและเยาวชนในปี พ.ศ.2551 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร พบว่า จำนวนเด็กและเยาวชนในประเทศไทยอายุ 5 - 24 ปี ที่ใช้อินเทอร์เน็ตมีจำนวนถึง 2,079,823 คน และเมื่อจำแนกตามความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ตต่อสัปดาห์ พบว่า เด็กและเยาวชนใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุดเฉลี่ย 3-5 วันต่อสัปดาห์ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2551)

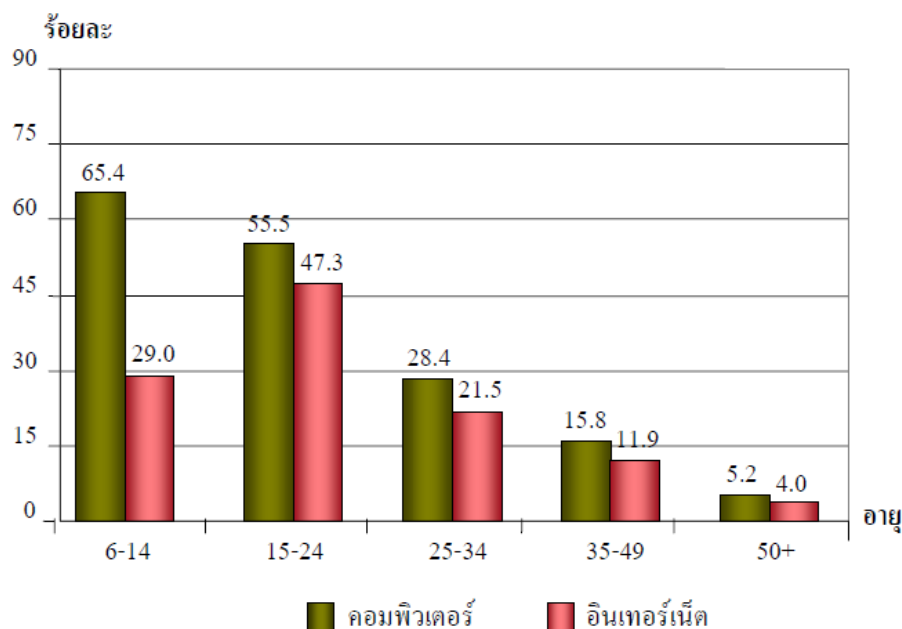
ตารางที่ 1 จำนวนเด็กและเยาวชนอายุ 5 - 24 ปี ที่ใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ตต่อสัปดาห์ กลุ่มอายุ เพศ พ.ศ.2551

กลุ่มอายุ (ปี) เพศ	ความถี่ของการใช้อินเทอร์เน็ตต่อสัปดาห์						
	รวม	ทุกวัน	4 - 6 วัน	2 - 3 วัน	1 วัน	นาน ๆ ครั้ง	ไม่ทราบ
<b>รวม</b>	2,079,823	249,021	408,240	840,543	322,984	249,057	9,978
<b>กลุ่มอายุ (ปี)</b>							
5 -10	109,623	13,786	20,199	43,236	22,277	7,778	2,347
11-17	1,048,906	105,257	160,441	425,972	211,926	141,528	3,782
18-24	921,294	129,978	227,600	371,335	88,781	99,751	3,849
<b>เพศ</b>							
ชาย	995,938	127,818	193,846	393,878	158,533	116,616	5,248
หญิง	1,083,884	121,204	214,394	446,665	164,451	132,441	4,730

ที่มา: การสำรวจเด็กและเยาวชน พ.ศ. 2551 สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

และในปี พ.ศ.2552 ข้อมูลสถิติการสำรวจการมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ แสดงให้เห็นว่า เด็กและเยาวชนเป็นหนึ่งในกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีจำนวนมาก เมื่อพิจารณาการใช้คอมพิวเตอร์และใช้อินเทอร์เน็ตในกลุ่มอายุต่างๆ พบว่า กลุ่มอายุ 6-14 ปี มีสัดส่วนการใช้คอมพิวเตอร์สูงสุด ร้อยละ 65.4 รองลงมาคือกลุ่มอายุ 15-24 ปี ร้อยละ 55.5 และกลุ่มอายุ 25-34 ปี ร้อยละ 28.4 แต่สัดส่วนการใช้อินเทอร์เน็ตกลับสูงสุดในกลุ่มอายุ 15-24 ปี ร้อยละ 47.3 รองลงมาคือกลุ่มอายุ 6-14 ปี ร้อยละ 29.0 และกลุ่มอายุ 25-34 ปี ร้อยละ 21.5 สำหรับความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ตพบว่า มากกว่าครึ่งหนึ่งของผู้ใช้

อินเทอร์เน็ต ใช้ค่อนข้างบ่อย (1-4 วันใน 1 สัปดาห์) ร้อยละ 59.8 รองลงมาใช้เป็นประจำ (5-7 วัน  
ใน 1 สัปดาห์) ร้อยละ 25.4 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2552)



รูปที่ 1 ร้อยละของประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไปที่ใช้คอมพิวเตอร์/อินเทอร์เน็ต จำแนกตามกลุ่มอายุ (ปี)

อินเทอร์เน็ตมีคุณสมบัติสำคัญคือ เป็นสื่อออนไลน์ที่เป็นแหล่งรวมของข้อมูลข่าวสาร ความบันเทิง ตลอดจนเป็นทางเลือกในการทำธุรกรรมต่างๆ จากการสำรวจของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ร่วมกับสำนักวิจัยเอแบคโพลล์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ เรื่อง “พฤติกรรมและผลกระทบของการใช้อินเทอร์เน็ตจากกลุ่มเยาวชน: กรณีศึกษาเยาวชนอายุ 15-24 ปีที่ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร” ระหว่างวันที่ 15 - 17 ตุลาคม 2550 จากกลุ่มตัวอย่าง 1,114 ตัวอย่าง พบว่า เด็กส่วนใหญ่มีจุดประสงค์ของการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อค้นหาข้อมูล ความรู้ 88.2% เล่นเกมออนไลน์ 68.1% ดาวน์โหลดเพลง/ภาพยนตร์ 65.1% และใช้บริการจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ 57.9% ขณะที่ระยะเวลาการใช้อินเทอร์เน็ต น้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน 13.6% ระหว่าง 1-2 ชั่วโมง 23.9% ระหว่าง 2 - 3 ชั่วโมง 20.3% ระหว่าง 3-4 ชั่วโมง 12.6% ระหว่าง 4-5 ชั่วโมง 12% และ 5 ชั่วโมงขึ้นไป 17.6% ส่วนช่วงเวลาที่นิยมใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด คือ ระหว่าง 20.01-24.00 น. 56.7% และ ระหว่าง 16.01-20.00 น. 44.1% (สำนักวิจัยเอแบคโพลล์, 2550)

นอกจากนี้ ผลการสำรวจข้อมูลการใช้อินเทอร์เน็ตของเด็กและเยาวชนของสำนักงานสถิติแห่งชาติ โดยจำแนกตามวัตถุประสงค์สำคัญในการใช้ พ.ศ.2551 พบว่า เด็กและเยาวชนใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อค้นหาข้อมูล 64% เล่นเกมออนไลน์ 19% และการศึกษา 7% (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2551)

ตารางที่ 2 จำนวนเด็กและเยาวชนอายุ 5 - 24 ปี ที่ใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามวัตถุประสงค์ที่สำคัญในการใช้ และระดับการศึกษา พ.ศ.2551

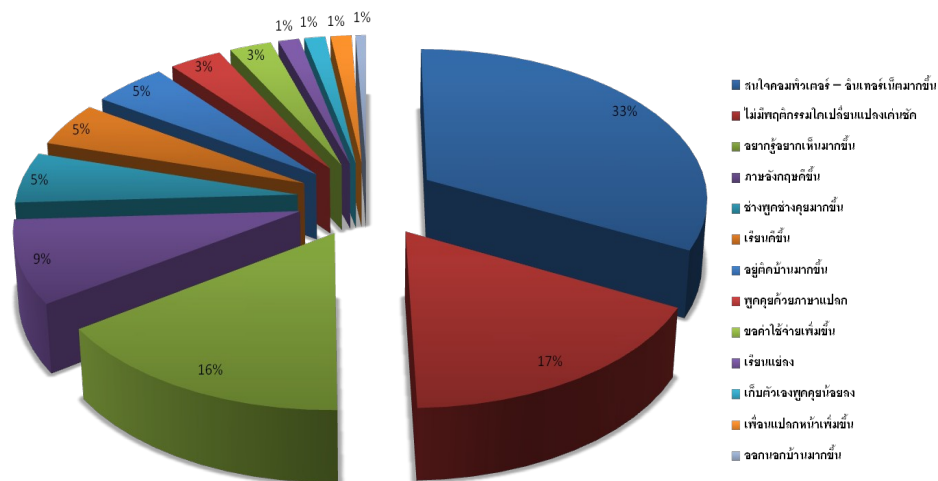
ระดับการศึกษา	วัตถุประสงค์ที่สำคัญของการใช้อินเทอร์เน็ต								
	รวม	รับ-ส่งอีเมลล์	เล่นเกมส์	ค้นหาข้อมูล	ชม/ซื้อสินค้า	ดาวน์โหลดต่างๆ	ห้องสนทนา	การศึกษา	อื่นๆ
รวม	2,079,823	80,361	396,783	1,337,869	19,664	55,760	47,016	141,030	1,340
ก่อนประถมศึกษา	6,033	199	4,367	1,216	-	37	214	-	-
ประถมศึกษา	220,844	1,876	98,792	93,199	4,204	1,240	2,623	18,492	418
มัธยมศึกษาตอนต้น	501,343	10,142	131,960	294,725	6,975	11,602	9,104	36,324	511
มัธยมศึกษาตอนปลาย	831,025	29,313	115,167	566,817	7,593	24,185	24,343	63,359	248
อนุปริญญาขึ้นไปและอื่นๆ	520,578	38,831	46,497	381,912	892	18,696	10,732	22,855	163

ที่มา: การสำรวจเด็กและเยาวชน พ.ศ. 2551 สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

จากสถิติดังกล่าวข้างต้น ทำให้บทบาทของเทคโนโลยีสารสนเทศในปัจจุบันเข้ามามีส่วนในการเจริญเติบโตของเด็กและเยาวชน มีส่วนในการเสริมสร้างความรู้ ความประพฤติ การปลูกฝังความรู้สึกรักนึกคิดต่อเด็กและเยาวชน ทั้งในด้านบวกและด้านลบ เยาวชนไทยจึงมีโอกาสนในการพัฒนาตัวเองได้มากขึ้นด้วยการใช้อินเทอร์เน็ตให้เกิดประโยชน์ ตั้งแต่การใช้ศึกษา ค้นคว้าหาความรู้และสาระต่างๆ การเล่นเกมส์ ตลอดจนหาเพื่อนใหม่เพื่อพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและประสบการณ์ นอกจากนี้ เด็กและเยาวชนใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการชมภาพยนตร์ การฟังเพลง

การโหลด (load) ภาพและเสียง การรับ-ส่ง อีเมล (e-mail) การซื้อขายสินค้าและบริการ การโพสต์ (post) ข้อความและรูปภาพ การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และอื่นๆ ความน่าสนใจและความหลากหลายในโลกอินเทอร์เน็ต จึงเป็นสิ่งดึงดูดใจเด็กและเยาวชนใช้เวลาในการเล่นอินเทอร์เน็ตในชีวิตประจำวันมากขึ้น

ผลการสำรวจของสำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ เรื่อง “อินเทอร์เน็ตเปลี่ยนพฤติกรรมเยาวชนอย่างไร” เป็นการสำรวจพฤติกรรมหลังจากที่เยาวชนใช้อินเทอร์เน็ตแล้วเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างไร โดยผลการเปลี่ยนแปลง 5 อันดับแรกคือ 1) สนใจคอมพิวเตอร์ - อินเทอร์เน็ตมากขึ้น 48% 2) ไม่มีพฤติกรรมใดเปลี่ยนแปลงเด่นชัด 25% 3) อยากรู้ อยากเห็นมากขึ้น 23% 4) ภาษาอังกฤษดีขึ้น 13% 5) ช่างพูดช่างคุยมากขึ้น 8%



ที่มา: [http://www.thaicleanet.com/modules.php?name=tcn\\_stories\\_view&sid=123](http://www.thaicleanet.com/modules.php?name=tcn_stories_view&sid=123)

รูปที่ 2 แสดงสถิติการใช้อินเทอร์เน็ตเปลี่ยนพฤติกรรมเยาวชนอย่างไร

จากสถิติตัวเลขที่สูงที่สุดสามารถบอกได้ว่า การใช้อินเทอร์เน็ตของเด็กและเยาวชนจะเกิดประโยชน์ขึ้นอย่างมาก หากเด็กและเยาวชนได้รับคำแนะนำ ได้รับการส่งเสริม ได้รับทราบข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจ ซึ่งจะช่วยทำให้เด็กและเยาวชนหันมาใช้อินเทอร์เน็ตอย่างสร้างสรรค์ สามารถทำให้เด็กและเยาวชนเกิดการพัฒนาความรู้ได้อย่างดียิ่งขึ้น

การที่อินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งเข้าถึงข้อมูลขนาดใหญ่และสามารถเชื่อมโยงกันได้ทั่วโลก ทำให้อินเทอร์เน็ตกลายเป็นศูนย์รวมเว็บไซต์ (Web Site) ประเภทต่างๆ ไร้เป็นจำนวนมาก

เว็บไซต์ส่วนใหญ่จัดทำขึ้นเพื่อนำเสนอข้อมูลผ่านคอมพิวเตอร์ โดยเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารขององค์กร และหรือข้อมูลข่าวสารทั่วไป บางเว็บไซต์มีจุดมุ่งหมายเฉพาะเจาะจง เช่น เว็บไซต์ กูเกิ้ลดอทคอม (www.google.com) เป็นเว็บไซต์ที่จัดทำขึ้นเพื่อให้บริการสืบค้นข้อมูลต่างๆ เว็บไซต์โดยทั่วไปจะให้บริการโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย แต่ในขณะเดียวกันบางเว็บไซต์จำเป็นต้องมีการสมัครสมาชิกและเสียค่าบริการเพื่อที่จะเข้าดูข้อมูลในเว็บไซต์นั้น เว็บไซต์ที่ปรากฏในปัจจุบันมีหลากหลายประเภท ตั้งแต่สร้างเว็บไซต์ส่วนตัวไปจนถึงเว็บไซต์สำหรับธุรกิจหรือองค์กรต่างๆ ตัวอย่างของประเภทเว็บไซต์ที่พบทั่วไปในปัจจุบัน เช่น เว็บไซต์หน่วยงานราชการหรือองค์กร เว็บไซต์บันเทิง เว็บไซต์เกี่ยวกับสุขภาพ เว็บไซต์บันเทิง เว็บไซต์เกี่ยวกับการท่องเที่ยว และเว็บไซต์การศึกษา เป็นต้น

ด้วยคุณลักษณะของเว็บไซต์ที่สามารถเก็บรวบรวมข้อมูลเอกสารและสื่อประสมต่างๆ เช่น ภาพเคลื่อนไหว ภาพนิ่ง เสียง และข้อความ ของแต่ละหน่วยงานหรือองค์กร เว็บไซต์จึงเป็นอีกช่องทางในการติดต่อสื่อสารกันภายในองค์กร ระหว่างองค์กร และองค์กรกับบุคคลภายนอกหรือประชาชนทั่วไป มีองค์กรจำนวนไม่น้อยที่ให้ความสำคัญกับการใช้เว็บไซต์เป็นช่องทางการสื่อสารไปถึงกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากความสะดวกรวดเร็ว การประหยัดค่าใช้จ่าย ที่สำคัญคือ เป็นการสื่อสารโดยตรงจากองค์กรสู่บุคคลภายนอก ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็นกลุ่มเป้าหมายขององค์กร ก็นิยมใช้เว็บไซต์เพื่อติดต่อสื่อสารโดยตรงกับองค์กร ในขณะเดียวกันก็ใช้เว็บไซต์เหล่านี้เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารต่างๆ กับองค์กร และการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างผู้ใช้เว็บไซต์ด้วยกัน

สำนักบริการเทคโนโลยีสารสนเทศภาครัฐ (สบทร.) ซึ่งก็คือ เว็บไซต์ทรูฮิต (Truehits) เว็บไซต์ที่ให้บริการเก็บสถิติผู้ใช้งานในเว็บไซต์ไทย และวิเคราะห์จำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ได้ทำการสำรวจภาพรวมของผู้เข้าชมทุกเว็บไซต์ ในช่วงเดือนสิงหาคม พ.ศ.2552 ถึงเดือนสิงหาคม พ.ศ.2553 จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 54,643 คน แสดงจำนวนของผู้ใช้เว็บไซต์แบ่งตามระดับอายุ 3 อันดับแรก คือ 1) ระดับอายุ 24 - 35 ปี 28.81% 2) ระดับอายุ 12 - 17 ปี 24.61% 3) ระดับอายุ 18 - 23 ปี 21.73%



2. ระดับอายุ		
จากผู้ตอบแบบสอบถาม 54643 คน		
น้อยกว่า 12 ปี	4.53%	
12 - 17 ปี	24.61%	
18 - 23 ปี	21.73%	
24 - 35 ปี	28.81%	
36 - 55 ปี	17.65%	
55 ปีขึ้นไป	2.67%	

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนผู้ใช้เว็บไซต์ แบ่งตามระดับอายุ

สำหรับจำนวนของผู้ใช้เว็บไซต์แบ่งตามสาขาอาชีพ 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) นักเรียน นักศึกษา 32.10% 2) อื่นๆ 22.09% 3) คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต 10.17%

3. สาขาอาชีพ		
จากผู้ตอบแบบสอบถาม 54643 คน		
นักเรียน นักศึกษา	32.10%	
อื่นๆ	22.09%	
คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต	10.17%	
การศึกษา วิจัย	7.09%	
อุตสาหกรรม	4.99%	
ค้าปลีก-ค้าส่ง	3.94%	
การเงิน การธนาคาร	2.88%	
ตำรวจ ทหาร	2.73%	
สาธารณสุข	2.31%	
ท่องเที่ยว	1.76%	
ที่อยู่อาศัย และก่อสร้าง	1.71%	
บันเทิง-ศิลปะ	1.62%	
เกษตรกรรม	1.42%	
ข่าวสื่อ และโฆษณา	1.36%	
กฎหมาย	1.29%	
นำเข้า-ส่งออก	1.16%	
การคมนาคม และการขนส่ง	0.77%	
สาธารณสุขโรค	0.62%	

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนผู้ใช้เว็บไซต์ แบ่งตามสาขาอาชีพ

ในส่วนของจำนวนของผู้ใช้เว็บไซต์แบ่งตามระดับการศึกษา 3 อันดับแรก คือ 1) ระดับปริญญาตรี 33.12% 2) ระดับมัธยมปลาย หรือ ปวช. 21.30% 3) ระดับมัธยมต้น 17.41%

4. ระดับการศึกษา		
จากผู้ตอบแบบสอบถาม 54643 คน		
ประถม	8.35%	
มัธยมต้น	17.41%	
มัธยมปลาย หรือ ปวช.	21.30%	
ปวส. หรือ อนุปริญญา	11.27%	
ปริญญาตรี	33.12%	
สูงกว่า ปริญญาตรี	8.55%	

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนผู้ใช้เว็บไซต์ แบ่งตามระดับการศึกษา

ข้อมูลการสำรวจดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ผู้ที่เข้าใช้เว็บส่วนใหญ่คือ กลุ่มเด็กและเยาวชน ดังนั้นจึงมีเว็บไซต์ต่างๆ ที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นเด็กและเยาวชน ให้ความสำคัญกับการพัฒนารูปแบบและเนื้อหาของเว็บไซต์ในด้านต่างๆ และปรับปรุงเว็บไซต์ให้มีความทันสมัย เพื่อดึงดูดให้กลุ่มเป้าหมายที่เป็นเด็กและเยาวชนเลือกเข้าชมเว็บไซต์นั้นๆ เป็นประจำและอย่างต่อเนื่อง

ตัวอย่างของเว็บไซต์ที่ผลิตขึ้นโดยมีกลุ่มเป้าหมายเป็นเด็กและเยาวชน และได้รับการจัดอันดับให้เป็นเว็บไซต์ในหมวดสาระและบันเทิงอันดับหนึ่งของวัยรุ่นไทย คือ เว็บไซต์เด็กดีดอทคอม (<http://www.dek-d.com/>) ด้วยบริการที่โดดเด่นของเว็บไซต์ที่มีแนวคิดสร้างสรรค์สังคมคุณภาพสำหรับวัยรุ่นโดยเฉพาะ เป็นเว็บไซต์พบปะพูดคุยของวัยรุ่น วัยมัธยมศึกษา ไปจนถึงระดับมหาวิทยาลัย และเป็นเว็บไซต์ที่บรรจุข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับวัยรุ่น ทำให้เว็บไซต์เด็กดีดอทคอมมีจำนวนผู้เข้าชมเฉลี่ยวันละ 350,000 UIP ต่อวัน และติดอันดับ Top 4 เว็บยอดนิยมของไทยในหมวดบันเทิงจากการจัดอันดับของ ทูฮิต (Truehits.net, 2010)



ในยุคของ เว็บ 2.0 (web 2.0) ที่เทคโนโลยีเว็ลด์ไวด์เว็บ (www) และ การออกแบบเว็บไซต์ มีลักษณะส่งเสริมให้เกิดการแบ่งปันข้อมูล การพัฒนาในด้านแนวความคิด และการออกแบบ รวมถึงการร่วมสร้างข้อมูลในโลกของอินเทอร์เน็ต แนวคิดเหล่านี้จึงนำไปสู่การพัฒนาและการปฏิวัติรูปแบบเทคโนโลยีที่นำไปสู่เว็บเซอร์วิสหลายอย่าง เช่น บล็อก (Blog ) และ เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Networking) เว็บ 2.0 เป็นแนวความคิดในการพัฒนาเว็บไซต์หรือพัฒนาระบบรูปแบบที่เน้นให้ผู้ใช้สามารถนำข้อมูลของตนเองที่มีอยู่เข้าสู่เว็บไซต์หรือระบบหรือระบบได้เอง ภายใต้เงื่อนไขของเว็บไซต์หรือระบบนั้นๆ รวมถึงผู้ใช้สามารถที่จะกำหนดเนื้อหาข้อมูลของเว็บไซต์หรือระบบที่แสดงผลได้ตามความต้องการของตนเอง ดังนั้น ผู้ดูแลเว็บไซต์หรือระบบประเภท เว็บ 2.0 จะไม่เน้นเรื่องการนำเข้ามาข้อมูลเพื่อนำเสนอ แต่จะเป็นการตรวจสอบข้อมูลที่ถูส่งเข้ามา รวมไปถึงการวางกลยุทธ์เพื่อให้ผู้ใช้ นำข้อมูลเข้าสู่เว็บไซต์หรือระบบของตน

Tim O'Reilly (2005) ให้คำจำกัดความไว้ว่า เว็บ 2.0 เปรียบเหมือนธุรกิจ ซึ่งเว็บกลายเป็นระบบปฏิบัติการ (Platform) หนึ่งเหนือการใช้งานของซอฟต์แวร์ โดยไม่ยึดติดกับตัวซอฟต์แวร์เหมือนระบบคอมพิวเตอร์ที่ผ่านมา โดยมีข้อมูลที่เกิดจากผู้ใช้งานหลายคน เป็นตัวผลักดันความสำเร็จของเว็บไซต์อีกต่อหนึ่ง ซึ่งเว็บไซต์ในปัจจุบันมีลักษณะการสร้างโดยผู้ใช้ที่อิสระและแยกจากกัน ภายใต้ซอฟต์แวร์ตัวเดียวกัน เพื่อสร้างระบบให้ก่อเกิดประโยชน์ในองค์รวม

เว็บ 2.0 เป็นเทคโนโลยีที่พัฒนาขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกต่อผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในยุคปัจจุบัน โดยมีการพัฒนาหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นความเร็วในการส่งผ่านข้อมูล ความสามารถในการใช้ข้อมูลร่วมกันเป็นสังคมออนไลน์ ซึ่งผู้ใช้สามารถที่จะทำการเขียนบล็อก (Blog) แบ่งปันรูปภาพ (Share) แสดงความคิดเห็นลงในท้ายข่าว (Post) หาแหล่งข้อมูลด้วย RSS เพื่อ Feed มาอ่านที่หน้าจอ ซึ่งส่วนหนึ่งของ เว็บ 2.0 ผู้ใช้จะเป็นผู้ร่วมสร้างเนื้อหาและประสบการณ์ใหม่ในการใช้งานเว็บไซต์หรือระบบ ทำให้ผู้ใช้รู้จักแนวคิดของบล็อก (Blog) เพื่อที่จะนำมาพัฒนาการแบ่งปันข้อมูลความรู้อันร่วมกันได้เป็นอย่างดี

ลักษณะที่เด่นชัดของ เว็บ 2.0 คือการพัฒนาและการโต้ตอบระหว่างผู้ใช้บริการและผู้ใช้ งาน แทนที่จากระบบเว็บแบบเดิมที่เป็นลักษณะของการให้บริการอ่านอย่างเดียว โดยรวมไปถึง ความรวดเร็วและความสะดวกของการส่งข้อมูล แทนที่แบบเดิมที่ต้องจัดการผ่านเครื่องแม่ข่าย (server) ซึ่งจะเห็นได้ทั่วไปใน บล็อก และ เว็บ ที่มีการให้บริการแสดงความคิดเห็น หรือที่ให้บริการอัปโหลดภาพ รวมถึงการใช้งานที่ง่าย โดยผู้ใช้ไม่จำเป็นต้องมีความรู้ในด้านเซิร์ฟเวอร์แต่อย่างใด ลักษณะของ เว็บ 2.0 นั้นก่อให้เกิดการสร้างเนื้อหาที่รวดเร็ว และมีการแบ่งปันข้อมูลที่สะดวกขึ้น โดยลักษณะของเว็บเปลี่ยนจากทางเน้นด้านเทคนิค ไปเน้นในด้านข้อมูลข่าวสารแทน

การเติบโตของ เว็บ 2.0 โดยเฉพาะอย่างยิ่งเครือข่ายสังคมออนไลน์นั้น ทำให้นักประชาสัมพันธ์เริ่มนำสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์มาใช้ในการประชาสัมพันธ์มากขึ้น ซึ่งอาจเรียกได้ว่า เป็นการประชาสัมพันธ์ในยุค PR 2.0

Public Relations 2.0 หมายถึง การประชาสัมพันธ์ที่มีการสื่อสารสองทาง เป็นการนำเทคโนโลยีสารสนเทศในยุคของ เว็บ 2.0 มาผนวกกับงานประชาสัมพันธ์ (Solis B. and Breakenridge D., 2009) PR 2.0 เป็นการนำทรัพยากรต่างๆ บนเว็บมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ และเป็นการประชาสัมพันธ์ที่นำเว็บสังคมออนไลน์ต่างๆ (social media) มาใช้เป็นส่วนสำคัญของการประชาสัมพันธ์ในยุคนี้ อย่าง Facebook และ Twitter ซึ่งทรัพยากรใหม่ๆ เหล่านี้จะมีส่วนช่วยทำให้การทำประชาสัมพันธ์ได้ผลดีขึ้น ยกตัวอย่างการการทำ Facebook Fan Page เป็นอีกช่องทางสำหรับกลุ่มเป้าหมายในการติดต่อสื่อสารกับองค์กรนั้นๆ ซึ่งเป็นช่องทางการติดต่อสื่อสารแบบมีปฏิสัมพันธ์ (Interactive) กับกลุ่มเป้าหมาย และการแก้ไขปัญหา หรือตอบข้อสงสัยต่างๆ ก็สามารถทำได้ตลอด 24 ชั่วโมง



ในขณะที่การสื่อสารบนโลกอินเทอร์เน็ตก้าวสู่ยุคของ เว็บ 2.0 ที่ความนิยมของการใช้เว็บ เครือข่ายสังคมออนไลน์เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้เว็บไซต์ส่วนหนึ่งที่ไม่ได้สร้างเว็บเครือข่าย สังคมออนไลน์ของตนขึ้นที่เป็นของเว็บ เริ่มมีจำนวนของผู้เข้าใช้เว็บไซต์ที่ลดลง ประกอบกับ เว็บไซต์หลายเว็บไซต์เริ่มมุ่งความสำคัญไปที่การพัฒนาเว็บเครือข่ายสังคมออนไลน์มากกว่าการพัฒนาปรับปรุงภายในเว็บไซต์เอง สิ่งทีกล่าวมาข้างต้น อาจไม่ใช่ปัจจัยหลักที่ทำให้ผู้เข้าใช้มี จำนวนลดลง แต่อาจประกอบไปด้วยปัจจัยอื่นๆ เช่น ความน่าสนใจของรูปแบบเว็บไซต์ ข้อมูลหรือ เนื้อหาขาดการปรับปรุงให้ทันสมัย ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ดูแลและผู้ใช้เว็บไซต์ที่ลดลง เป็นต้น

เมื่อผู้วิจัยทำการสำรวจโครงการต่างๆ ที่ใช้เว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์โครงการ กลับ พบว่า มีเว็บไซต์เป็นจำนวนมากที่สร้างสรรค์ขึ้นเพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชนในด้านต่างๆ แต่ กลับไม่ได้รับความนิยมหรือได้รับความสนใจเท่าที่ควร ในขณะเดียวกัน การที่จำนวนของผู้เข้าใช้ เว็บไซต์ลดลง ทำให้การได้ตอบ (Feedback) จากกลุ่มเป้าหมายเริ่มขาดหาย การปฏิสัมพันธ์ ภายในเว็บไซต์เริ่มหยุดนิ่ง กระทั่งไม่มีการเคลื่อนไหวของข้อมูลในเว็บไซต์ ส่งผลให้เว็บไซต์เริ่มไม่มีการปรับปรุงทั้งรูปแบบและเนื้อหาให้ทันต่อเหตุการณ์ จากการศึกษาวิจัยสำรวจเว็บไซต์ที่จัดทำขึ้น เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชนจำนวนหลายร้อยโครงการ ทำให้ผู้วิจัยพบเว็บไซต์โครงการที่คงการไหลเวียนของข้อมูลภายในเว็บไซต์ และมีผู้เข้าใช้เว็บไซต์ อย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเพราะเหตุใด เว็บไซต์ดังกล่าว สามารถคงสถานะอยู่ได้ในยุคแห่งความนิยมของเว็บ 2.0 และเพื่อศึกษาถึงรูปแบบและเนื้อหาของ เว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชนเหล่านั้นว่าเป็นอย่างไร รวมถึงกลยุทธ์ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ให้สามารถคงสถานะอยู่ และมีผู้เข้าใช้เว็บไซต์ อย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการใช้เว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการอื่นๆ ที่เป็น ประโยชน์กับเด็กและเยาวชน ให้สามารถใช้เว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการให้เข้าถึงกลุ่ม เยาวชนได้มากขึ้น เป็นการเปิดโอกาสให้เด็กและเยาวชนได้เข้าร่วมทำกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ และเหมาะสมกับวัยในฐานะที่อนาคตของชาติและเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศ

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

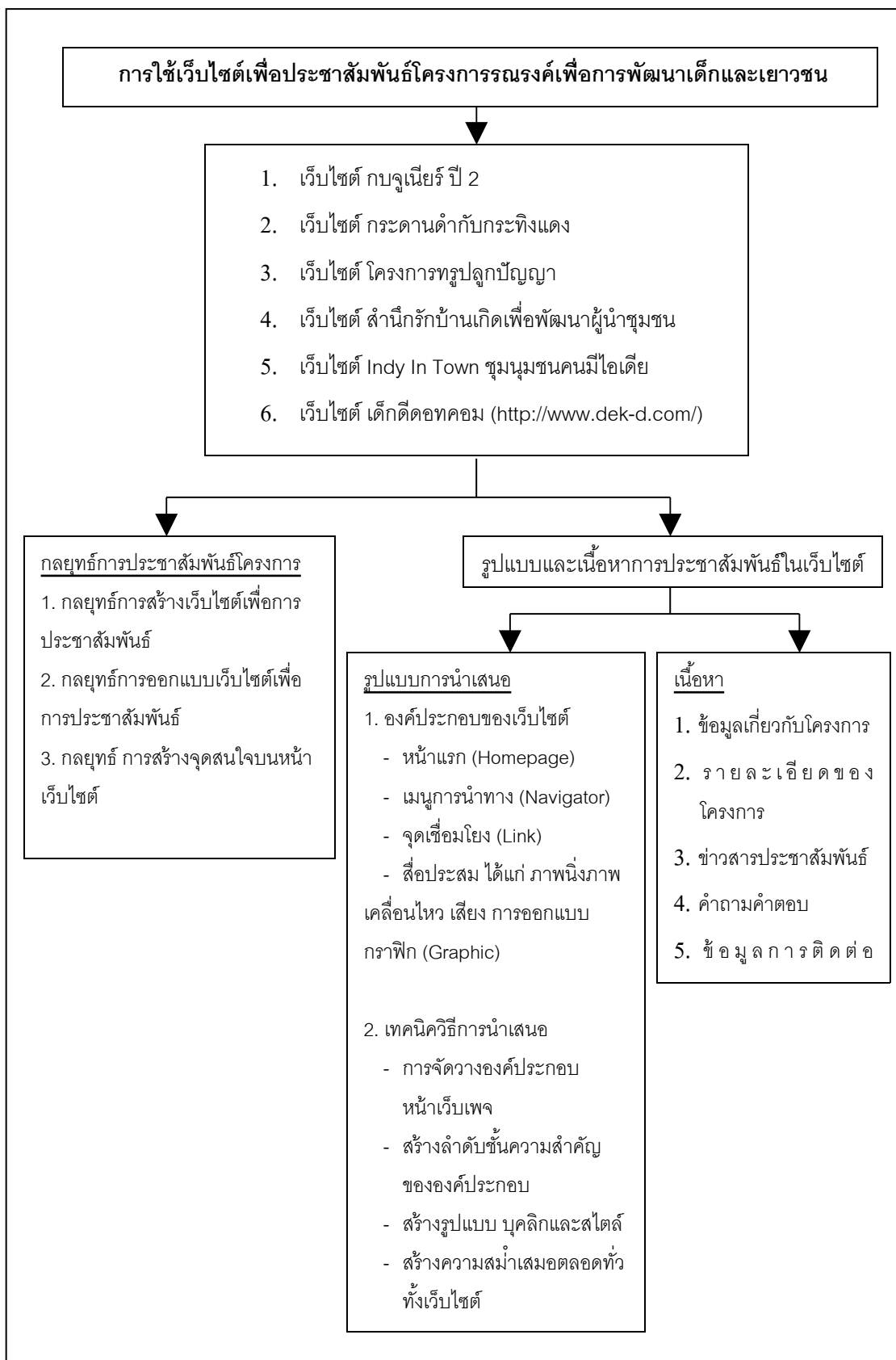
1. เพื่อศึกษาถึงรูปแบบและเนื้อหาของเว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชน
2. เพื่อศึกษาถึงกลยุทธ์การใช้เว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชน
3. เพื่อศึกษาถึงกลยุทธ์การส่งเสริมให้เว็บไซต์เป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้ใช้เว็บไซต์ที่เป็นเด็กและเยาวชน

## ปัญหานำการวิจัย

1. รูปแบบและเนื้อหาที่ใช้ในเว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชนมีลักษณะอย่างไร
2. กลยุทธ์การใช้เว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชนมีลักษณะอย่างไร
3. กลยุทธ์การส่งเสริมให้เว็บไซต์เป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้ใช้เว็บไซต์ที่เป็นเด็กและเยาวชนมีลักษณะอย่างไร



## กรอบการวิจัย



## ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาเฉพาะกลยุทธ์การใช้เว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการเพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชน รวมทั้งศึกษารูปแบบและเนื้อหาของเว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการเพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชน ที่ทำการประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์อย่างต่อเนื่องภายในช่วงเดือนมีนาคม 2552 ถึง เดือนกุมภาพันธ์ 2554 จำนวน 5 เว็บไซต์ ได้แก่

1. เว็บไซต์ กบจูเนียร์ ปี 2 ([http://www.tvburabha.com/tvb/kob\\_junior/](http://www.tvburabha.com/tvb/kob_junior/))
2. เว็บไซต์ กระดานดำกับกระทิงแดง (<http://www.kradandumproject.com>)
3. เว็บไซต์ โครงการทูลุกปัญญา  
([http://www.trueplookpanya.com/true/plookpanya\\_project.php](http://www.trueplookpanya.com/true/plookpanya_project.php))
4. เว็บไซต์ สำนักรักบ้านเกิดเพื่อพัฒนาผู้นำชุมชน  
([http://www.rakbankerd.com/rbk\\_foundation](http://www.rakbankerd.com/rbk_foundation))
5. เว็บไซต์ Indy In Town ชุมชนคนมีใจเดียว  
(<http://www.centerpointindyintown.com>)

นอกจากนี้ ผู้วิจัยจะทำการศึกษาเพิ่มเติมถึงเว็บไซต์ที่มีสถิติการเข้าชมอยู่ในอันดับต้นๆ ของประเทศ โดยที่ผู้เข้าชมส่วนใหญ่ของเว็บไซต์เป็นกลุ่มเด็กและเยาวชน จากการจัดอันดับของเว็บไซต์ทรูฮิต (Truehits.net) ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการเก็บสถิติผู้ใช้งานในเว็บไซต์ไทย จัดทำโดยสำนักบริการเทคโนโลยีสารสนเทศภาครัฐ โดยศึกษาเพิ่มเติมจำนวนทั้งสิ้น 2 เว็บไซต์ ได้แก่

1. เว็บไซต์ เด็กดีดอทคอม (<http://www.dek-d.com/>)
2. เว็บไซต์ วิชาการดอทคอม (<http://www.vcharkarn.com/>)

ทั้งนี้ เพื่อทำการศึกษาเปรียบเทียบถึงปัจจัยที่ทำให้เว็บไซต์ประสบความสำเร็จจากการที่มีจำนวนผู้เข้าชมที่เป็นกลุ่มเด็กและเยาวชนเพิ่มขึ้นในทุกๆ ปี

## นิยามศัพท์

**เด็กและเยาวชน** หมายถึง ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 12-25 ปี และกำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาจนถึงระดับมหาวิทยาลัย

**โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชน** หมายถึง กิจกรรมหรือแผนงานที่จัดทำขึ้นเพื่อเสริมสร้างทักษะและพัฒนาเด็กและหรือเยาวชนในด้านต่างๆ ภายในระยะเวลาที่กำหนด โดยอาจมีมากกว่าหนึ่งกิจกรรมหรือหนึ่งแผนงานในหนึ่งโครงการ

**การประชาสัมพันธ์โครงการ** หมายถึง การวางแผนการสื่อสารเพื่อให้โครงการเป็นที่รู้จัก โดยใช้เว็บไซต์เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์โครงการ เพื่อดึงดูดความสนใจจากผู้ใช้เว็บไซต์เป็นเด็กและเยาวชน

**กลยุทธ์การใช้เว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์** หมายถึง การใช้เว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการ ประกอบด้วยการออกแบบด้านรูปแบบของเว็บไซต์ และการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับโครงการ เพื่อให้เว็บไซต์เป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้ใช้เว็บไซต์ที่เป็นเด็กและเยาวชน

**กลยุทธ์การส่งเสริมให้เว็บไซต์เป็นที่รู้จัก** หมายถึง เทคนิควิธีการการนำเสนอเนื้อหาที่ส่งเสริมให้เว็บไซต์ให้เป็นที่รู้จักและสามารถดึงดูดกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเด็กและเยาวชนสนใจเข้าชมเว็บไซต์ และเกิดพฤติกรรมการเข้าชมเว็บไซต์อย่างต่อเนื่อง

**รูปแบบของเว็บไซต์โครงการ** หมายถึง รูปแบบการนำเสนอของเว็บไซต์โครงการที่ทำให้ผู้ใช้ที่เป็นเด็กและเยาวชนเกิดความสนใจที่จะเข้าชมเว็บไซต์ โดยมีหลักเกณฑ์ในการพิจารณาการออกแบบรูปแบบของเว็บไซต์คือ การจัดวางองค์ประกอบของเว็บไซต์ และวิธีการนำเสนอ

**เนื้อหาของเว็บไซต์โครงการ** หมายถึง ข้อมูลต่างๆ ที่นำเสนอในเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์โครงการ ได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับผู้จัดทำโครงการ รายละเอียดของโครงการ ข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับโครงการ ส่วนของคำถาม-คำตอบ และข้อมูลในการติดต่อโครงการ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ที่สนใจเข้าชมเว็บไซต์โครงการ

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อขยายมุมมองเรื่องการใช้เว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์ข่าวสารสำหรับเด็กและเยาวชน และสามารถนำเอากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เว็บไซต์โครงการเพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชนที่ประสบความสำเร็จไปประยุกต์ใช้กับการประชาสัมพันธ์โครงการอื่นๆ
2. เพื่อนำเสนอถึงบทบาทและความสำคัญของเว็บไซต์ในฐานะช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเด็กและเยาวชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “การใช้เว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชน” ผู้วิจัยได้นำแนวความคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาศึกษาและใช้เป็นแนวทางการวิจัยดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์
2. แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบเว็บไซต์
3. แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาของเว็บไซต์
4. แนวคิดเรื่องสิทธิความเป็นส่วนตัว
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์

คำว่า “ประชาสัมพันธ์” ตรงกับศัพท์ภาษาอังกฤษว่า Public relations แปลออกมา โดยแปลคำ “Public” เป็นภาษาไทยว่า “ประชา” หมายถึง หมู่คน และแปลคำว่า “Relations” เป็นภาษาไทยว่า “สัมพันธ์” หมายความว่า การผูกพัน ดังนั้น คำว่าการประชาสัมพันธ์ จึงมีความหมายว่า การเกี่ยวข้องผูกพันกับหมู่คน (วิรัช ลภีรัตนกุล, 2540)

ผู้วิจัยได้รวบรวมความหมายของการประชาสัมพันธ์จากนักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์ไว้ได้แก่

เสรี วงษ์มณฑา (2540) การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การกระทำทั้งหลายทั้งปวงที่เกิดจากการวางแผนล่วงหน้าในการสร้างความเข้าใจกับสาธารณชนที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดเจตคติที่ดี ภาพพจน์ที่ดี อันที่จะนำไปสู่สัมพันธ์ภาพที่ดีระหว่างหน่วยงานและสาธารณชนที่เกี่ยวข้องก่อให้เกิดการสนับสนุนและความร่วมมือกันเป็นอย่างดี

วิจิตร อาระกุล (2541) ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า หมายถึง ความพยายามของสถาบันที่จะแสวงหาความสัมพันธ์ ความร่วมมือและการสนับสนุนจากประชาชน ตลอดจนการดำรงไว้ซึ่งเจตคติที่ดีของประชาชนที่มีต่อสถาบันให้คงอยู่ต่อไป เพื่อให้ประชาชน

ยอมรับ สนับสนุนให้ความร่วมมือในการดำเนินงานตามกระบวนการ นโยบาย วัตถุประสงค์และ  
ความเคลื่อนไหวของสถาบันหรือหน่วยงาน

ลักษณะ สตะเวทิน (2542) ให้จำกัดความของการประชาสัมพันธ์ไว้คือ วิธีการที่มีแผนการ  
และการกระทำที่ต่อเนื่องในอันที่จะสร้าง หรือยังให้เกิดความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชน เพื่อ  
ให้สถาบันและกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องมีความรู้ ความเข้าใจ และ ให้การสนับสนุนร่วมมือซึ่งกัน  
และกัน อันจะเป็นประโยชน์ให้สถาบันนั้นๆ ดำเนินงานไปได้ผลดีสมตามความมุ่งหมายโดยมี  
ประชาคมติเป็นบรรทัดฐานที่สำคัญด้วย

กรรณิการ์ อัครดรเดชา (2544) การประชาสัมพันธ์ หมายถึง งานด้านการจัดการที่มี  
ลักษณะเป็นการวางแผนล่วงหน้า และต่อเนื่องที่สถาบันของรัฐหรือเอกชนที่สร้างขึ้นเพื่อให้บริการที่  
เกี่ยวข้องหรืออาจเกี่ยวข้องมีความหมายเข้าใจ เห็นอกเห็นใจและสนับสนุนสถาบันเหล่านั้นโดย  
การประเมินค่าประชาคมติเกี่ยวกับสถาบันนั้น เพื่อที่จะปรับปรุงนโยบาย และวิธีการของสถาบัน  
นั้นๆ ให้เกิดความร่วมมือที่ดีและก่อให้เกิดประโยชน์ร่วมกันโดยการให้ข่าวสารที่กว้างขวางและมี  
การวางแผนล่วงหน้า

สมาคมการประชาสัมพันธ์แห่ง สหรัฐอเมริกา (Public Relations Society Of America)  
หรือ PRSA (วิรัช ลภีรัตนกุล, 2540) ได้ให้คำจำกัดความของการประชาสัมพันธ์ว่า “เป็นอาชีพที่ให้  
บริการผลประโยชน์อย่างถูกต้องตามกฎหมายแก่บรรดาลูกค้าและผู้ว่าจ้าง อาชีพการ  
ประชาสัมพันธ์จึงมีวัตถุประสงค์และอํารังไว้ซึ่งความเข้าใจอันดี ร่วมกันระหว่างสถาบันกับกลุ่ม  
ประชาชนที่เกี่ยวข้อง”

Scott M. Cutlip, Allen H. Center และ Glen M. Broom (1999) ได้ให้ความหมายของ  
การประชาสัมพันธ์ไว้ว่า การวางแผนในอันที่จะมีอิทธิพลต่อประเทศชาติโดยอาศัยวิธีการที่ยอมรับ  
ในสังคมว่า เป็นวิธีการที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยยึดหลักการสื่อสารสองทาง คือ การ  
สื่อสารทั้งจากสถาบันไปยังประชาชน และจากประชาชนไปยังสถาบัน เพื่อมุ่งหวังให้เกิดความ  
พอใจทั้งสองฝ่าย เป็นการเผยแพร่ข่าวสารความรู้ไปให้ประชาชนทราบ ชักชวนให้ประชาชนให้การ  
สนับสนุนและเห็นชอบด้วยกันกับความมุ่งหมายและการดำเนินงานของสถาบัน เพื่อปรับแนวคิด  
ของประชาชนและสถาบันให้มีส่วนประสานและสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน

โดยสรุปแล้ว “การประชาสัมพันธ์” หมายถึง วิธีการขององค์กรที่มีการวางแผน และมีการ  
ปฏิบัติอย่างต่อเนื่องในการสร้างความสัมพันธ์กับผู้รับสารทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อเสริม  
สร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจได้ตรงกับที่องค์กรสื่อสารออกไป เพื่อให้เกิดทัศนคติที่ดี โดย

นำมาซึ่งผลตอบกลับคือ การยอมรับและให้ความร่วมมือต่างๆ กับองค์กร นำไปสู่การบรรลุวัตถุประสงค์ของการสื่อสารจากองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

### **ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์**

ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ นั้นเป็นบ่อเกิดที่ทำให้เกิดการรับรู้ของบุคคลในองค์กร และภายนอกองค์กรให้เกิดความคิดร่วมกันในการสนับสนุน และร่วมมือกันในการทำงาน อันก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร ซึ่งการประชาสัมพันธ์เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการบริหารหน่วยงานต่างๆ เป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพและสร้างเสริมสัมพันธ์ภาพระหว่างภายในและภายนอกหน่วยงาน ซึ่งองค์กรทั้งขนาดใหญ่และขนาดเล็กต่างยอมรับว่า การประชาสัมพันธ์เป็นวิถีทางที่ดีในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานและประชาชน เป็นส่วนหนึ่งต่อการดำรงอยู่ได้ขององค์กร เพราะฉะนั้นการประชาสัมพันธ์จึงมีบทบาทร่วมอยู่ในทุกยุทธศาสตร์ขององค์กร

### **วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์**

ลักษณะ สตะเวทิน (2542) แบ่งวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์เอาไว้ ดังนี้

1. เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจ เผยแพร่และชี้แจง สร้างความนิยมและให้สาธารณชนรับรู้ถึงบทบาท นโยบาย เป้าหมายและวัตถุประสงค์ขององค์กร ซึ่งสาธารณชนนั้นจะต้องประกอบไปด้วยประชาชนที่เป็นสมาชิกขององค์กรและประชาชนภายนอกองค์กร
2. เพื่อสร้างชื่อเสียงและป้องกันชื่อเสียงขององค์กร และสร้างความสัมพันธ์อันดีให้องค์กรเป็นที่รู้จัก ได้รับความไว้วางใจ ยกย่อง ศรัทธา โดยการแสดงเจตนารมณ์ที่ถูกต้องตามบรรทัดฐานของสังคม เป็นการกระทำที่ดีและสร้างสรรค์ความเจริญก้าวหน้าให้แก่สังคม
3. เพื่อแสวงหาความร่วมมือและการสนับสนุนจากประชาชน เช่น การเสนอร่างกฎหมาย การเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบต่างๆ ถ้ามีการประชาสัมพันธ์ให้กลุ่มประชาชนมีความรู้ ความเข้าใจ ย่อมได้รับความร่วมมือและการสนับสนุน ฉะนั้นการตรวจสอบและการประเมินผลความคิดเห็นหรือประชามติของประชาชนย่อมมีความสำคัญต่อองค์กร ซึ่งจะนำมาสู่ภาพพจน์ขององค์กร

### **จุดมุ่งหมายของการประชาสัมพันธ์**

วิรัช ฤทธิรัตนกุล (2540) กล่าวถึงจุดมุ่งหมายของการประชาสัมพันธ์ที่มีต่อหน่วยงาน และสถาบันต่างๆ ดังนี้

1. เพื่ออธิบายถึงนโยบาย วัตถุประสงค์ การดำเนินงาน และประเภทของการดำเนินงาน ธุรกิจของหน่วยงานนั้นๆ ให้กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องได้ทราบ

2. เพื่ออธิบายให้ฝ่ายบริหารหรือฝ่ายจัดการ ได้ทราบถึง เจตคติ ประชามติความรู้สึกนึกคิดของประชาชนที่มีต่อหน่วยงาน
3. เพื่อคาดการณ์ล่วงหน้าและค้นหาจุดบกพร่องต่างๆ เพื่อเป็นการป้องกันปัญหายุ่งยากต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายในองค์กร
4. เพื่อให้ประชาชนยอมรับ ซึ่งถ้าเป็นหน่วยงานธุรกิจภาคเอกชนก็เพื่อให้ลูกค้ายอมรับในบริษัทตนรวมทั้งยอมรับในผลิตภัณฑ์และบริการ
5. เพื่อทำหน้าที่ขจัดปัญหายุ่งยากภายในหน่วยงาน
6. เพื่อแนะนำฝ่ายบริหาร หรือฝ่ายจัดการให้สามารถดำเนินการได้อย่างถูกต้องเพื่อความเจริญ ก้าวหน้า และชื่อเสียงที่ดีของหน่วยงาน

### **หลักการประชาสัมพันธ์**

วิรัช ลภีรัตนกุล (2540) ให้แนวคิดหลักการประชาสัมพันธ์ไว้ ดังนี้

1. การบอกกล่าวหรือชี้แจงเผยแพร่ให้ทราบ เป็นการบอกกล่าว ชี้แจงให้ประชาชนทราบถึงนโยบาย วัตถุประสงค์ การดำเนินงานและผลงาน หรือกิจกรรมต่างๆ ตลอดจนความเคลื่อนไหวขององค์กร
2. การป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด ซึ่งมีความสำคัญมากเพราะการป้องกันไว้ก่อนย่อมมีผลดีกว่าที่จะต้องมาทำการแก้ไขในภายหลัง
3. การสำรวจประชามติ เพราะองค์กรสถาบันจะดำเนินการประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ จะต้องรู้ซึ่งถึงความนึกคิดของประชาชน

### **การดำเนินงานประชาสัมพันธ์**

ความหมายของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ หมายถึง การประสานความเข้าใจและการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (ผู้รับสาร) ทั้งภายในและภายนอกองค์กร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีอันก่อให้เกิดภาพพจน์ที่ดีขององค์กร ซึ่งการประชาสัมพันธ์จะต้องมีการดำเนินงานอย่างเป็นขั้นตอน เพื่อให้ผลบรรลุได้ตรงความวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการ โดยผู้วิจัยได้รวบรวมความหมายของ “การดำเนินงานประชาสัมพันธ์” ไว้ ดังนี้

กรรณิการ์ อัครดรเดชา (2544) เสนอกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ โดยแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้



ขั้นที่ 1 การศึกษาข้อมูล เป็นการหยั่งความคิด เจตคติ ความคิดเห็นและปฏิกิริยาของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการกระทำ และนโยบายของสถาบันและประเมินค่าเพื่อหาความจริงว่า อะไรคือ ปัญหาของเราแท้จริง

ขั้นที่ 2 การวางแผน เป็นการนำความคิดเห็นและการปฏิบัติต่างๆ มาพิจารณาว่านโยบายของสถาบันจะได้แผนงานที่ได้ประโยชน์ทุกฝ่าย

ขั้นที่ 3 การปฏิบัติงาน - การสื่อสาร เกี่ยวข้องกับการอธิบายให้ผู้ที่อาจได้รับผลกระทบหรือผู้ที่เราต้องการสนับสนุนว่าเราทำสิ่งต่างๆ ไปทำไม

ขั้นที่ 4 การประเมินผล เพื่อดูว่างานที่ทำได้ผลเพียงใดและเป็นอย่างไรบ้าง

### **เครื่องมือและสื่อในการประชาสัมพันธ์**

เครื่องมือและสื่อในการประชาสัมพันธ์ เป็นส่วนหนึ่งที่จะทำให้งานประชาสัมพันธ์ดำเนินการได้บรรลุตามวัตถุประสงค์และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่วางแผนไว้ได้ และยังสามารถแพร่กระจายข่าวสารไปยังบุคคลที่เกี่ยวข้องได้เป็นอย่างดี โดยผู้วิจัยได้มีการรวบรวมความหมายของ เครื่องมือและสื่อในการประชาสัมพันธ์ไว้ ดังนี้

วิรัช ฤทธิรัตนกุล (2540) ได้จำแนกเครื่องมือหรือสื่อที่ใช้ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้นมืออยู่มากมายหลายประเภท คือ

1. สื่อบุคคล ได้แก่ คำพูดในลักษณะต่างๆ
2. สื่อมวลชน ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์และภาพยนตร์
3. สื่อสิ่งพิมพ์และเอกสาร ได้แก่ วารสาร นิตยสาร ภาพนิ่ง फिल्मสตริป จดหมายข่าว การโฆษณา โปสเตอร์และป้ายประกาศ
4. สื่อการจัดเหตุการณ์พิเศษ ได้แก่ การจัดวันและสัปดาห์ จัดการแสดง และนิทรรศการ การพบปะ และการประชุม การจัดวันครบรอบปี การให้รางวัลพิเศษ ฯลฯ

สมควร กวียะ (2530) แบ่งสื่อการประชาสัมพันธ์ออกได้เป็น 7 ประเภท คือ

1. สื่อบุคคล (Human Media) ได้แก่ บุคลากร ประชาชน กลุ่มชน ครอบครัว ครู นักเรียน พระ ผู้นำทางความคิดเห็น ผู้ประกอบอาชีพต่างๆ เป็นต้น
2. สื่อประเพณี (Traditional Media) ได้แก่ บุคคล คณะบุคคล และเครื่องอุปกรณ์ที่เกี่ยวกับการแสดง และการแสดงออกซึ่งวัฒนธรรมของชาติที่สืบทอดกันมาแต่โบราณกาล

3. สื่อมวลชน (Mass Media) ได้แก่ องค์กร สถาบัน บุคคล ที่เกี่ยวข้องกับการผลิต และเผยแพร่หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ ภาพยนตร์ แถบเสียง หรืออื่นๆ ที่ไปถึงมวลชน

4. สื่อโทรคมนาคม (Telecommunication Media) ได้แก่ องค์กร สถาบัน หรือ กลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการบริการส่งข่าวสารทางไกลด้วยเครื่องมือโทรคมนาคม เช่น ระบบไปรษณีย์ โทรศัพท์ โทรสาร เป็นต้น

5. สื่อข้อมูล (Data Media) ได้แก่ องค์กร สถาบัน บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการบริการสื่อสารข้อมูล (Data Communication Services) โดยอาศัยเครื่องและระบบคอมพิวเตอร์

6. สื่อบูรณาการ (Integrated Media) ได้แก่ องค์กร สถาบัน บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการบริการสื่อ โดยอาศัยการประสานระบบเครื่องมือและบริการต่างๆ เข้าด้วยกัน เช่น เทเล็กซ์ (โทรเลข + โทรพิมพ์) เทเลเท็กซ์ (โทรเลข + โทรศัพท์ + คอมพิวเตอร์) วิดีโอเท็กซ์ (โทรศัพท์ + โทรทัศน์ + คอมพิวเตอร์) เทเลแพ็กซ์ (โทรสาร + โทรศัพท์) เป็นต้น

7. สื่อเฉพาะกิจ (Specialized Media) คือ สื่อที่องค์กรใดองค์กรหนึ่งสร้างขึ้นชื่อหรือเข้ามา เพื่อใช้ในการสื่อสารหรือการประชาสัมพันธ์ขององค์กรนั้นโดยเฉพาะ เช่น นิตยสาร หรือวารสารขององค์กร ภาพยนตร์หรือภาพทัศน์ที่สร้างเองทำเอง ระบบอินเตอร์คอม (Intercom) ระบบโทรทัศน์วงจรปิด (Closed Circuit Television) ระบบวิทยุคมนาคมขององค์กร ระบบข้อมูลหรือระบบโทรคมนาคมต่างๆ ที่เช่าจากองค์กรหรือสถาบันที่ให้บริการ

### การวางแผนประชาสัมพันธ์

จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์ (2537) ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ คือ การวางแผนและการดำเนินการปฏิบัติตามแผนอย่างเป็นระบบ เพื่อให้บรรลุตามแผนของการประชาสัมพันธ์ แต่ไม่ได้หมายถึงการกำหนดแต่กลวิธีหรือการปฏิบัติงานอย่างเดียว แต่รวมถึงการหาสาเหตุ ปัญหาอุปสรรค และการแก้ไขเหตุการณ์ต่างๆ หรือเหตุการณ์เฉพาะหน้าที่อาจเกิดขึ้น นอกจากนี้การประชาสัมพันธ์ยังต้องคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายหรือผู้รับสารด้วย เพื่อการวางแผนนั้นจะได้ตรงและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด

### ขั้นตอนการวางแผนประชาสัมพันธ์

การวางแผนการประชาสัมพันธ์ มีทั้งสิ้น 7 ขั้นตอน ได้แก่

1. การสำรวจสถานการณ์ การประเมินและการวิเคราะห์

การสำรวจสถานการณ์ การประเมินและการวิเคราะห์นั้น กระทำเพื่อให้เข้าใจใน ปัญหาที่อาจเกิดขึ้นได้ เช่น ปัญหาด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร ปัญหาด้านสภาพภายในองค์กร เป็นต้น ซึ่งข้อมูลจากข้อเท็จจริงในเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น จะสามารถ ช่วยในการตัดสินใจ และเป็นประโยชน์เพื่อวิเคราะห์ภาพรวมของสภาพปัญหาจนนำไปสู่การแก้ไข ปัญหาได้ อาทิ

- การค้นคว้าเอกสารสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร รายงานต่างๆ รายงานประจำปี เป็นต้น
- การคาดเหตุการณ์โดยอาศัยข้อมูลที่ทำการศึกษาจากเอกสารสิ่งพิมพ์ต่างๆ และการสังเกตและวิเคราะห์สภาพแวดล้อมด้านต่างๆ ในปัจจุบัน เพื่อคาดการณ์โอกาสความเป็นไปได้ ในอนาคต ในการเลือก ตัดสินใจกระทำ หรือกำหนดกิจกรรมต่างๆ ตามแผนงาน
- การศึกษาหาข้อมูลโดยการวิจัย
- 2. การกำหนดวัตถุประสงค์ในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ แบ่งเป็น
- วัตถุประสงค์เพื่อชี้แจงบอกกล่าวหรือให้ข้อมูล เป็นการให้ความรู้และความเข้าใจแก่ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย พร้อมส่งเสริมให้ประชาชนมีทัศนคติที่ดีให้การสนับสนุนการดำเนินงานของสถาบัน
- วัตถุประสงค์เพื่อสร้างแรงจูงใจ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการกระทำอย่างหนึ่งอย่างใด หรือเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และพฤติกรรมบางอย่าง

### 3. การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย

เพื่อให้ทราบว่าประชาชนที่ต้องการจะติดต่อสื่อสารด้วยเป็นกลุ่มใด มีลักษณะทาง ประชากรและลักษณะทางจิตวิทยาเป็นอย่างไร มีความสัมพันธ์และทัศนคติกับองค์กรอย่างไร มีการรับฟังข่าวสารจากช่องทางสื่อสารใด ด้วยเหตุผลที่ว่ากลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มนั้นมี ลักษณะที่แตกต่างกัน การที่จะสื่อสารไปยังแต่ละกลุ่มบุคคลนั้นจะต้องกำหนดแผนงาน กิจกรรม และสื่อที่เหมาะสม รวมทั้งยังสามารถประเมินผลหลังจากเสร็จสิ้นกระบวนการการประชาสัมพันธ์ ได้อีกด้วย

### กลุ่มเป้าหมายแบ่งออกได้ 2 ประเภท คือ

- กลุ่มเป้าหมายภายในองค์กร ได้แก่ บุคลากรภายในองค์กร
  - กลุ่มเป้าหมายภายนอกองค์กร ได้แก่ ผู้ที่มาติดต่อ ลูกค้า ผู้ใช้บริการ กลุ่มผู้ถือหุ้น กลุ่มนักเรียนนักศึกษา เป็นต้น
- ### 4. การกำหนดกิจกรรมและการใช้สื่อ

การกำหนดกิจกรรมและการใช้นั้น เป็นขั้นตอนสำคัญในการวางแผนการประชาสัมพันธ์เพื่อผลลัพธ์ที่ตรงกับวัตถุประสงค์ของแผน เพราะฉะนั้นการกำหนดกิจกรรมและสื่อที่จำเป็นต้องครอบคลุม เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทั่วถึงและใช้สื่อที่เหมาะสม รวมถึงประเภทของแต่ละกิจกรรมยังต้องสามารถดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายได้ รวมถึงระยะเวลาในการทำกิจกรรม และการวางแผนสื่อจะต้องสอดคล้องเหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบันและเหมาะสมกับวิถีชีวิต (Lifestyle) ของกลุ่มเป้าหมาย

#### 5. การจัดทำโครงการและแผนปฏิบัติงาน

การจัดทำโครงการและแผนปฏิบัติงาน แบ่งออกได้เป็น 2 ขั้นตอน ได้แก่

- การจัดทำแผนโครงการ คือ การกำหนดแนวทางการประชาสัมพันธ์ โดยต้องกำหนดวัตถุประสงค์ วิธีการปฏิบัติ กลุ่มเป้าหมายและกำหนดผู้รับผิดชอบในส่วนของแต่ละแผนงานต่างๆ
- การทำแผนปฏิบัติงาน คือ การจัดทำกลวิธี ตลอดจนกำหนดรายละเอียดของขั้นตอนต่างๆ ในการปฏิบัติงาน เช่น สื่อที่ใช้ บุคลากรผู้รับผิดชอบ อุปกรณ์ต่างๆ ที่ใช้ ตารางเวลาการปฏิบัติงาน ระยะเวลาของแต่ละขั้นตอน เป็นต้น

#### 6. การกำหนดงบประมาณ

การกำหนดงบประมาณจะต้องสอดคล้องกับแผนที่ตั้งเอาไว้ และจะต้องสื่อให้เห็นว่างบประมาณที่ใช้ไปนั้นมีความเหมาะสม มีประสิทธิภาพ มีความยืดหยุ่นเข้ากับสถานการณ์ปัจจุบัน

#### 7. การประเมินและติดตามผลแผนงานประชาสัมพันธ์

การประเมินและติดตามผลแผนงานประชาสัมพันธ์ เป็นการติดตามผลการตอบรับหรือประสิทธิภาพประสิทธิผลที่ได้หลังจากการทำกิจกรรมไปแล้ว ซึ่งการประเมินแผนงานสามารถทำได้ 3 ระยะ ได้แก่ ก่อนวางแผน ระหว่างปฏิบัติแผน และเมื่อสิ้นสุดแผนงาน

### กลยุทธ์ของการประชาสัมพันธ์

กลยุทธ์ของการประชาสัมพันธ์เป็นส่วนสำคัญในการจัดการพัฒนาทรัพยากรขององค์กร ไม่ว่าจะเป็น การใช้การเมือง เศรษฐกิจ วัฒนธรรม สังคม จิตวิทยา เพื่อให้มาเป็นแรงขับเคลื่อนในการดำเนินนโยบายขององค์กร เพื่อให้เกิดความสูญเสียด้านทรัพยากรให้น้อยที่สุด วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ มีหลากหลายด้าน อาทิ การสร้างความสัมพันธ์ การให้ข่าวสาร หรือการดำเนินวิธีการต่างๆ อย่างมีระบบแบบแผนที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อจูงใจ

ทั้งทางตรงและทางอ้อมเพื่อให้เป็นไปตามเป้าหมาย โดยมีแผนการ กลยุทธ์ กลวิธี เป็นตัวกำหนดทิศทางและแผนการปฏิบัติงานของกิจกรรมนั้นๆ

กลยุทธ์ของการประชาสัมพันธ์ ตามแนวคิดของ เสนีย์ แดงวัง (2525) หมายถึง การจัดขบวนการวางแผน (Design) ของขบวนการหรือสิ่งแวดล้อมในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ อันประกอบด้วยเทคนิค รายละเอียดของวิธี ตลอดจนขั้นตอนการนำมาใช้ เพื่อให้สัมฤทธิ์ผลในจุดมุ่งหมายของการดำเนินการประชาสัมพันธ์ กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ อาจใช้ได้หลายทางด้วยกัน คือ

1. ใช้สอดแทรกในการวางแผน การใช้ระดับนี้เป็นการแสดงวิถีทางของแผนที่สมบูรณ์ของแต่ละขั้นตอนหรือหมวดหมู่ต่างๆ ในแผน
2. ใช้กลยุทธ์เพื่อการดำเนินการให้เกิดแนวพฤติกรรมของกลุ่มประชาชนและผู้ดำเนินการและใช้เป็นแบบฉบับ (Model) สำหรับการดำเนินการในบางส่วนบางตอนได้
3. ใช้กลยุทธ์เพื่อวางแผนสำหรับการใช้เครื่องมือหรืออุปกรณ์การดำเนินการหรือระบบการดำเนินการทั้งหมด เพื่อให้สื่อต่างๆ รวมทั้งบุคลากร สัมฤทธิ์ผลสมความมุ่งหมายอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

โดยจุดมุ่งหมายของกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ อาจนำไปใช้เป็นแนวทางได้ดังนี้ คือ

1. **กลยุทธ์ของการเผยแพร่ข่าวสาร (Strategy of Publicity)** ได้แก่ การกำหนดกลวิธีว่าในการเผยแพร่ข่าวสาร โดยพิจารณาจากกลุ่มเป้าหมาย ช่องทางสื่อสาร ระยะเวลา ชนิดและประเภทของสื่อ
2. **กลยุทธ์ของการโน้มน้าวใจและจูงใจ (Strategy of Persuasion)** ได้แก่ การวางแผนการโน้มน้าวใจให้กลุ่มเป้าหมายคล้อยตาม โดยพิจารณาจากกลุ่มเป้าหมาย ข้อความและคำพูดช่องทางการสื่อสาร ระยะเวลา ชนิดและประเภทของสื่อ
3. **กลยุทธ์การจัดหน่วยงาน (Strategy of Organization)** คือ การกำหนดหรือจัดตั้งหน่วยงาน เพื่อทำงานหรือดำเนินการตามที่ได้วางแผนไว้ เพื่อให้งานบรรลุวัตถุประสงค์โดยพิจารณาความเหมาะสมของงานและผู้ปฏิบัติงาน
4. **กลยุทธ์แห่งความคิดคำนึงและใคร่ครวญ (Strategy of Reflection)** หมายถึง การทบทวนและพิจารณาเหตุการณ์ ความจำเป็น และอุปสรรคของการดำเนินการ

**ประเภทของกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์** ตามที่ Cutlip, Center และ Broom (1999) ได้แบ่งกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่

**1. การดำเนินการประชาสัมพันธ์เชิงรับ** ในเรื่องที่แจ่มชัด ไม่ใช่เรื่องสำคัญมากเรา อาจแถลงความจริงเชิงขอความเห็นใจ หรือให้เห็นเป็นเรื่องราวธรรมดาไม่เสียหาย คือยอมรับความผิดพลาด ชี้แจงทำความเข้าใจ ดำเนินกิจการปรับปรุงแก้ไข แล้วแจ้งให้ประชาชนทราบ หรือในกรณี ต้องการรอเวลาให้เรื่องรุนแรงผ่านไปและค่อยคลายลงไปก่อน

**2. การดำเนินการประชาสัมพันธ์ตามปกติ** ในกรณีเช่นนี้ บางเรื่องราวที่ประชาชน ประจักษ์ชัด ไม่จริงตามคำกล่าวหา หรือเป็นเรื่องที่เหตุการณ์ได้ปรับหรือแก้ไขในตัวของมันเองได้ หรือเป็นเรื่องที่ประชาชนไม่สนใจ ไม่ให้ความสำคัญ เรื่องลักษณะเช่นนี้ เราดำเนินการ ประชาสัมพันธ์ไปตามปกติ อาจเพิ่มกิจกรรมนำชมกิจการ หรือเผยแพร่กิจกรรมกิจการให้ดีขึ้นก็ พอแล้ว

**3. การดำเนินการประชาสัมพันธ์เชิงรุก** ในบางกรณี ที่ต้องใช้วิธีการที่รวดเร็ว และ รุนแรงเพื่อจัดการปัญหาที่เกิดขึ้น อาจต้องใช้วิธีการปฏิเสธ ชี้แจง ตอบโต้กลยุทธ์การ ประชาสัมพันธ์จะมีความสัมพันธ์กับการวางแผนการประชาสัมพันธ์ซึ่งวางแผนประชาสัมพันธ์นี้ เป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งที่จะทำให้กระบวนการประชาสัมพันธ์ประสบความสำเร็จเป็นไปตาม วัตถุประสงค์ที่วางไว้

พรทิพย์ พิมลสินธุ์ (2548) แบ่งประเภทของกลยุทธ์ออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่

**1. เสริมเพิ่มเติม/สนับสนุน (Supplementary/Complementary)** การประชาสัมพันธ์ จะเป็นผู้ให้ข้อมูลข่าวสารความรู้มากกว่าการเสนอการขาย นอกจากนี้บทบาทที่สำคัญที่สุดของ การประชาสัมพันธ์คือ การส่งข่าวสารให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีความหลากหลายด้วยวิธีการ สนับสนุน (Complementary) ซึ่งจะเป็นกุญแจสำคัญที่จะพิชิตใจลูกค้าเป้าหมายหลักให้เห็น ประโยชน์จากสารที่เราสื่อกับกลุ่มเป้าหมายรองได้

**2. การสร้างข่าวใหม่/การยืมความสนใจ (News/Borrowed-Interest Strategy)** เพื่อ สร้างกิจกรรมใหม่ๆ ในตัวสินค้าเก่า หรือมีสิ่งใหม่ใส่ในตัวสินค้าเก่า และการใช้ความใหม่ของสื่อ อื่นที่กำลังเป็นกระแสหรือได้รับความนิยมาช่วยสร้างความเป็นข่าวให้น่าสนใจใหม่ได้ หรือ เป็นการอุปถัมภ์กิจกรรมต่างๆ

**3. ผลัก-ดึง-ผ่าน (Push-Pull-Pass)** กลยุทธ์ผลักและดึงเป็นการกระตุ้นยอดขายและส่ง เสริมการขายเพื่อผลักดันสินค้าผ่านช่องทางจำหน่าย เป็นกลยุทธ์ที่ต้องใช้เงินจำนวนมาก ส่วน

กลยุทธ์ผ่านเป็นกลยุทธ์ทางการประชาสัมพันธ์ที่จะต้องป้องกันข่าวสารในแง่ลบ หรือการต่อต้าน จากองค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน

ประชุม ฤกษ์กลาง (2551) ให้ความหมายของกลยุทธ์การวางแผนการประชาสัมพันธ์ ดังนี้

### 1. การใช้การกระตุ้นและตอบสนองความต้องการ

แรงผลักดันที่ทำให้เกิดทฤษฎีและแนวคิดของการใช้การกระตุ้นและตอบสนองความต้องการ คือ มนุษย์มีความต้องการโดยธรรมชาติ และทฤษฎีที่มีการยกมาอธิบายปรากฏการณ์นี้ มากที่สุดคือ ทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ (Maslow, 1943 อ้างถึงใน พรหมพิมล ก้านกนก, 2531) ซึ่งแบ่งลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ออกเป็น 5 ชั้น ได้แก่

- ความต้องการทางร่างกาย (Physiological Needs) เช่น อาหาร น้ำ เสื้อผ้า ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค
- ความต้องการอยู่รอดปลอดภัย (Safety Needs) ทั้งทางร่างกายและจิตใจ
- ความต้องการความรัก (Love Needs) จากครอบครัว คนรัก เพื่อนฝูง
- ความต้องการได้รับการนับถือยกย่อง (Esteem Needs) มนุษย์ต้องการได้รับการยกย่อง นับถือ ให้เกียรติ จากคนรอบข้างและสังคม
- ความต้องการที่จะเข้าใจและเป็นตัวของตัวเอง (Self Actualization Needs) หมายถึง การบรรลุความปรารถนาอันสูงสุดของตน เช่น เป็นนักวิทยาศาสตร์เอก เป็นนักร้องมีชื่อเสียงโด่งดังทั่วประเทศ เป็นต้น

### 2. การหาพันธมิตร

งานประชาสัมพันธ์มักไม่เน้นการซื้อสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ซึ่งใช้ค่าใช้จ่ายสูง กลยุทธ์แบบหนึ่งที่เหมาะสมก็คือ การหาพันธมิตรองค์กร หน่วยงานอื่นๆ ให้เข้ามามีส่วนร่วมกับโครงการ

### 3. การใช้กลุ่มอ้างอิง

ที่มีอิทธิพลต่อกลุ่มเป้าหมายทั้งในด้านความคิด ความเชื่อ พฤติกรรม เช่น ดาราดีเจ นักร้องดีเจ นายกรัฐมนตรี แต่นักประชาสัมพันธ์จะต้องเลือกให้สอดคล้องเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เสรี วงษ์มณฑา (2546) ได้กล่าวว่า กลยุทธ์การนำชื่อไปผูกติดกับรายการทางสื่อมวลชน ต่อเนื่องในระยะยาว (Brandstanding Strategy) คือ การใช้ชื่อใดๆ อย่างถาวรโดยผูกติดกับตราสินค้าใดสินค้าหนึ่งเป็นหลัก และเป็นผู้สนับสนุน (Sponsor) กับรายการนั้นๆ อันเป็นการสร้างความเชื่อมโยง ความสัมพันธ์กับสินค้าที่หอนั้น หรือรายการใดๆ นำไปสู่การจดจำในตราสินค้าของ

ผู้ที่ให้การสนับสนุน การใช้สื่อเพื่อทำให้เกิดความเชื่อมโยงระหว่างสองตราสินค้าดังกล่าวจะต้องพิจารณาถึงความสัมพันธ์ (Associate) ระหว่างสองตราสินค้าหรือตราสินค้าของตนเองกับรายการที่ไปเป็นผู้สนับสนุนด้วย ซึ่งกลยุทธ์นี้เหมาะกับตราสินค้าที่ฝังบในการโฆษณาผ่านสื่อหลัก (above the line)

ปัจจัยสำคัญของการที่จะทำให้การประชาสัมพันธ์นั้นได้ประสิทธิภาพและประสิทธิผล จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการวางกลยุทธ์ด้วยวิธีการอันแยบยลและเหมาะสม เพื่อให้กิจกรรมและโครงการต่างๆ ที่จัดขึ้นบรรลุตามเป้าหมาย เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย ทั้งยังได้รับความร่วมมือจากกลุ่มบุคลากรที่เกี่ยวข้องรวมถึงประชาชนด้วยทัศนคติที่ดี และมีการตอบสนองอย่างต่อเนื่อง

## 2. แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบเว็บไซต์

### อินเทอร์เน็ต

ผู้วิจัยได้รวบรวมความหมายเกี่ยวกับ “อินเทอร์เน็ต” จากนักวิชาการหลายท่าน ไว้ดังนี้ พรทิพย์ ไส้เหล็ก (2537) ให้ความหมายของ “อินเทอร์เน็ต” ว่า เป็นระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (Computer Network) ที่ใหญ่ที่สุดในโลก เป็นกระบวนการคอมพิวเตอร์ข้อมูลทางสาย (Online) ระหว่างเครื่องคอมพิวเตอร์ต่างระบบและต่างชนิด ร่วมกับสายเคเบิลและผู้ใช้จำนวนมากอาศัย Software และเครื่องช่วยสื่อสารต่างๆ ในแง่วิชาการ “อินเทอร์เน็ต” เป็นเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่สื่อสารกัน โดย Transmission Control Protocol / Internet Protocol (TCP / IP) ซึ่งหมายถึงกฎเกณฑ์ที่คอยคุมกระบวนการส่งข่าวสารไปมาระหว่างเครื่องคอมพิวเตอร์ การมี TCP / IP ใช้ร่วมกับผู้ใช้จึงสามารถเชื่อมโยงคอมพิวเตอร์ของตน กับเครือข่ายใดก็ได้ที่อยู่บนอินเทอร์เน็ต เพื่อติดต่อผู้อื่น หรือ เพื่อสื่อสารกับ Software ของแต่ละเครือข่ายบนอินเทอร์เน็ต

สมใจ บุญศิริ (2538) กล่าวว่า “สื่ออินเทอร์เน็ต” คือ “ข่ายแห่งข่าย” หมายถึง การเชื่อมโยงระหว่างระบบเครือข่ายจำนวนมหาศาลทั่วโลกเข้าด้วยกัน ภายใต้หลักเกณฑ์มาตรฐานเดียวกัน นั่นคือ ใช้โปรโตคอล TCP / IP ทำให้เครื่องคอมพิวเตอร์ทั้งหลายในข่ายแห่งข่ายนี้ สามารถติดต่อสื่อสาร แลกเปลี่ยนข้อมูลถึงกันได้โดยสะดวก รวดเร็ว ไม่ว่าข้อมูลเหล่านั้นจะอยู่ในรูปแบบใดๆ อาจเป็นตัวอักษร หรือ ข้อความ ภาพ เสียง ได้ทั้งสิ้น



อภิปัทย์ คลี่สุนทร (2540) ให้ความหมายคำว่า “อินเทอร์เน็ต” เป็นเสมือนระบบเครือข่ายทางเดินข้อมูลสารสนเทศ ซึ่งมีระบบเชื่อมโยงและมีระบบแจกจ่ายจากแต่ละจุดย่อยเล็กๆ ไปยังจุดใหญ่ หรือ จากจุดใหญ่ไปยังจุดย่อย ซึ่งเปรียบเสมือนการรวมห้องสมุดของสรรพวิทยาและตำราต่างๆ มาไว้ใช้ด้วยกันที่เป็นระบบเปิดเพื่อครอบคลุมผู้ใช้ทั่วโลก

จากความหมายต่างๆ ที่นักวิชาการได้ให้ความหมาย ของคำว่า “อินเทอร์เน็ต” สรุปได้ว่า สื่ออินเทอร์เน็ต เป็นการสื่อสารรูปแบบใหม่ โดยมีลักษณะเป็นโครงข่าย ซึ่งอินเทอร์เน็ตเป็นตัวประสานและเชื่อมโยงระหว่างเครือข่ายจากสถานที่ต่างๆ ทั้งในและนอกประเทศได้ โดยมีสนธิสัญญาขั้นต้น หรือมาตรฐานที่กำหนดไว้สากล เรียกว่า โพรโตคอล (Protocol) ผลที่ได้นั้นทำให้มีการติดต่อสื่อสารโดยผ่านข้อความมัลติมีเดีย ทั้งภาพ เสียง ข้อความตัวอักษร กันอย่างไร้พรมแดน อันก่อให้เกิดความสะดวกในการแลกเปลี่ยนข้อมูลกันได้รวดเร็วและแพร่หลาย

### **ประโยชน์ของอินเทอร์เน็ต**

ในยุคโลกาภิวัตน์ สื่ออินเทอร์เน็ตได้เข้ามามีอิทธิพลต่อการดำรงชีวิตต่อทุกเพศ ทุกวัย และทุกอาชีพ ไม่ว่าทั้งในประเทศที่พัฒนาแล้ว และประเทศที่กำลังพัฒนา ซึ่งสื่ออินเทอร์เน็ตเปรียบเสมือนเป็นการสร้างสังคมเสมือนในโลกออนไลน์ เป็นพื้นที่จำลองซึ่งแหล่งรวมบุคคลต่างๆ ให้มาอยู่รวมกันเป็นจำนวนมาก จึงเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ทำให้เกิดความต้องการต่างๆ โดยที่ เสกสรร สายสีสด (2549) กล่าวถึงการแบ่งบริการในอินเทอร์เน็ต ได้แก่

#### **1. การบริการทางธุรกิจ**

อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางใหม่ทางการค้า เพราะผู้ขายสามารถประกอบธุรกิจทางการค้าโดยผ่านทางหน้าจอบคอมพิวเตอร์ที่เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต ลูกค้าสามารถชมภาพและรายละเอียดของสินค้าเพื่อใช้ในการตัดสินใจได้ทันที ณ เครื่องของลูกค้าเอง ผู้ขายเพียงแค่จัดเตรียมข้อมูลลงในคอมพิวเตอร์ของตนก็สามารถบริการขายสินค้าได้ทั่วโลกพร้อมๆ กัน โดยไม่ต้องสิ้นเปลืองงบประมาณในการประชาสัมพันธ์มากเท่าวิธีอื่น อินเทอร์เน็ตเป็นตลาดแห่งใหม่เพราะสามารถซื้อสินค้าและชำระเงินผ่านอินเทอร์เน็ตได้โดยตรง เพียงแต่ลูกค้าจะต้องมีบัตรเครดิตโดยการสั่งซื้อสินค้าต่างๆ ได้โดยกรอกหมายเลขบัตรแล้วระบุสินค้าที่ต้องการ สินค้าเหล่านั้นจะถูกส่งมาทางไปรษณีย์และเงินจะถูกหักจากเลขบัญชี

#### **2. การบริการข้อมูลข่าวสาร**

สื่อทางอินเทอร์เน็ตสามารถเข้าถึงผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อค่อนข้างสูงได้จำนวนมาก ผู้ผลิตสื่อเผยแพร่ผ่านทางอินเทอร์เน็ต จึงสามารถทำกำไรจำนวนมากจากการขายโฆษณาบนสื่อของตน

ทำให้มีผู้สนใจผลิตสื่อรูปแบบต่างๆ ในอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นทุกๆ วัน ผู้ที่มีความรู้ความชำนาญไม่ว่าเรื่องใดๆ สามารถเผยแพร่ความรู้ของตนไปยังผู้คนทั่วโลกได้ง่าย เช่น ถ้ามีความชำนาญในการทำอาหารไทยก็สามารถนำข้อมูลการทำอาหารไทยพร้อมกับภาพประกอบไปใส่ไว้ในคอมพิวเตอร์ที่เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต เพื่อให้ผู้ที่สนใจอาหารไทยทั่วโลกได้รับทราบอย่างง่ายดาย ในทางกลับกันก็สามารถทำการค้นหาข้อมูลได้แทบทุกชนิดจากอินเทอร์เน็ต โดยอาจจะอาศัยเครื่องมือค้นหาในอินเทอร์เน็ตซึ่งมีประสิทธิภาพสูงและมีให้เลือกมากมาย

### 3. การพบปะและสนทนาออนไลน์

นอกจากข้อมูลที่เป็นเพียงภาพและตัวอักษรบนอินเทอร์เน็ตยังสามารถส่งจดหมายที่เรียกว่า "อีเมล (Electronic Mail: E-mail)" หรือพิมพ์ประโยคได้ตอบกับผู้คนแม้จะอยู่กันคนละซีกโลก ยิ่งไปกว่านั้น ยังสามารถคุยโต้ตอบผ่านอินเทอร์เน็ตในลักษณะโทรศัพท์ไปทั่วโลกโดยไม่เสียค่าโทรศัพท์ได้อีกด้วย

### 4. การบริการซอฟต์แวร์

ในอินเทอร์เน็ตมีบริการซอฟต์แวร์ที่ทันสมัยให้ใช้ได้ใช้ และสามารถโอนย้ายซอฟต์แวร์จากอินเทอร์เน็ตมาใช้ในเครื่องคอมพิวเตอร์

### 5. เพื่อความบันเทิง

เนื่องจากอินเทอร์เน็ตสามารถใช้สื่อต่างๆ ได้มากมาย เช่น ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียง และภาพมิติ จึงมีความสามารถในการนำเสนอความบันเทิงรูปแบบต่างๆ เช่น เพลง รายการวิทยุ เกมส์ ฯลฯ ได้เป็นอย่างดี

สื่อบนอินเทอร์เน็ตหรือสื่อเว็บไซต์เป็นสื่อที่กำลังได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย เนื่องจากเป็นสื่อที่ประหยัดและเข้าถึงง่ายซึ่ง วิรัช ลภวิรัตนกุล (2542 อ้างถึงใน มาวิตรี บุรณศิลป์, 2540) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์บนอินเทอร์เน็ต เป็นการประชาสัมพันธ์แบบ Machine Interactivity Communication ที่เริ่มมีการนิยมใช้กันอย่างกว้างขวาง แพร่หลายในแวดวงประชาสัมพันธ์ในปัจจุบัน ซึ่งจำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตมีเพิ่มมากขึ้นในทุกๆ ปี โดยการใช้งานที่สำคัญบนอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่แล้วจะเป็น e-mail, WWW (World wide Web) และ Internet Phone ส่วนตัวอย่างสื่อการประชาสัมพันธ์บนอินเทอร์เน็ต ก็เช่น Newsgroup, Bulletin Boards ของ Website ที่เกี่ยวเนื่องกับผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ต้องการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และสำนักพิมพ์ หรือบรรดาสื่อที่มี Website บนอินเทอร์เน็ต เช่น โทรศัพท์ของต่างๆ หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง เป็นต้น

## ลักษณะเด่นของการประชาสัมพันธ์บนอินเทอร์เน็ต

อุบลวรรณ ปิติพัฒนะโมษิต (2541) กล่าวไว้ถึงข้อดีของการใช้สื่อประชาสัมพันธ์บนอินเทอร์เน็ต ดังนี้

1. สามารถเผยแพร่ข้อมูลเข้าถึงคนจำนวนมากทั่วโลก ใช้การสื่อสารได้ทั้งแบบตัวต่อตัว และการสื่อสารแบบ Machine Interactivity Communication ผู้ใช้จึงใช้สื่อประเภทนี้มากขึ้น
2. อินเทอร์เน็ตให้ข้อมูลที่เป็นจริงได้มากกว่าและมีคุณภาพกว่าสื่ออื่นๆ ไป ทั้งรูปแบบ สี เสียง และการเคลื่อนไหวได้
3. ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจะมีบทบาทสำคัญในขั้นตอนการใช้สื่อมากกว่าสื่ออื่นๆ ไป โดยผู้ใช้จะเป็นผู้เลือกดู Website ที่ตนเองสนใจได้นาน และละเอียดเท่าที่ต้องการโดยไม่จำกัดเวลา ซึ่งมีความแตกต่างจากสื่ออื่นๆ
4. อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่มีราคาถูกลงกว่าสื่ออื่นๆ ไปคือค่าใช้จ่ายในการจัดทำ Website และจัดทำข้อมูลให้ทันสมัยไม่แพงมากนัก เมื่อเทียบกับสื่ออื่นๆ ที่ต้องเสียค่าใช้จ่ายค่อนข้างแพงโดยเปรียบเทียบจำนวนความถี่ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในปริมาณเท่ากัน
5. อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจงได้ดี
6. ภาพลักษณ์ของบริษัทดูเป็นหนึ่งทางด้านเทคโนโลยีและความทันสมัย
7. อินเทอร์เน็ตสามารถรับ Feedback จากกลุ่มเป้าหมายได้ภายในเวลารวดเร็ว และสามารถแสดงสถิติประเมินผลของผู้เข้ามาใช้งานอย่างละเอียด มีข้อมูลแสดงเป็นสถิติด้วยว่าแต่ละวันมีผู้เข้ามาดูเป็นจำนวนเท่าไร

เสรี วงษ์มณฑา (2546) ได้กล่าวไว้ว่า ในอดีตที่ผ่านมาสื่อดั้งเดิม เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ กระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์จะมีบทบาทต่อการประชาสัมพันธ์เป็นอย่างมาก แต่ในยุคของโลกาภิวัตน์นั้น มีการให้บริการ รวมถึงมีการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์อย่างแพร่หลาย ทำให้เกิดการสื่อสารได้ข้ามทวีปโดยไม่จำกัดเวลา จนทำให้เป็นตลาดเดียวและก่อให้เกิดการทำธุรกิจแข่งขันในด้านความเร็วเกิดขึ้น จึงทำให้การประชาสัมพันธ์ต้องนำสื่อเว็บไซต์มาใช้เป็นส่วนหนึ่งในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายด้วยเหตุผลต่อไปนี้ คือ

1. สื่อเว็บไซต์เป็นบริการบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่สามารถเข้าถึงได้จากทั่วทุกมุมโลก โดยไม่มีข้อจำกัดในด้านภูมิศาสตร์และเข้าถึงได้ตลอดเวลา เพราะเปิดให้บริการทุกวันตลอด 24 ชั่วโมง จึงทำลายข้อจำกัดทั้งสองด้านของสื่ออื่นๆ อย่างสิ้นเชิง และสามารถเป็นสะพานเชื่อมโยงให้ทุกคนเข้าหากันได้อย่างสะดวกง่ายดาย

2. ในสภาพที่ผู้บริโภคต้องการข่าวสารข้อมูลมากขึ้น มีความละเอียดลึกซึ้งยิ่งขึ้น นักประชาสัมพันธ์สามารถใช้เว็บไซต์เป็นเครื่องมือเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลเพื่อตอบสนองความต้องการดังกล่าวได้ดี เพราะเป็นสื่อที่สามารถรวบรวมและเชื่อมโยงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกันจากหลายแหล่งมาไว้ในที่เดียวกัน อีกทั้งมีเครื่องมือช่วยในการค้นหาข้อมูลสำหรับผู้รับต้องการได้ด้วย

3. สื่อเว็บไซต์สามารถเสนอเนื้อหาเฉพาะเรื่อง เจาะลึกรายละเอียดเฉพาะแนว เพื่อสนองความต้องการเฉพาะกลุ่ม จึงเป็นสื่อที่นักประชาสัมพันธ์สามารถใช้เพื่อที่จะเข้าถึงเป้าหมายเฉพาะกลุ่มได้ดีกว่าสื่ออื่นๆ

4. องค์กรหรือหน่วยงานที่ต้องการมีสื่อเป็นของตนเอง เพื่อทำหน้าที่เป็นประตูรับการติดต่อสื่อสารจากภายนอกหรือเป็นแหล่งที่เผยแพร่สู่ภายนอก ตลอดจนเป็นช่องทางการตลาดในการติดต่อการค้ากับคนทั่วโลก สามารถอาศัยสื่อเว็บไซต์เป็นเครื่องมือตอบสนองความต้องการของตนเองได้ง่ายกว่าสื่ออื่นๆ เพราะสื่อเว็บไซต์สร้างง่าย ลงทุนน้อย และใช้เวลาไม่มากนัก

5. เว็บไซต์เป็นบริการบนอินเทอร์เน็ตที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นแหล่งข้อมูลที่มีเนื้อหาหลากหลายครอบคลุมทุกประเภท ทั้งข่าวสาร สารความรู้ และความบันเทิงมากมายเกินกว่าที่สื่อชนิดใดจะสามารถทำได้ และยังเป็นแหล่งรวมบริการออนไลน์ที่ไม่มีในสื่ออื่นๆ ทำให้ประชากรโลกจำนวนพันล้านคนอาศัยเว็บไซต์ในการทำกิจกรรมต่างๆ ตั้งแต่การติดต่อสื่อสารระหว่างกัน ติดตามข่าวสาร ค้นหาข้อมูล ซื้อขายสินค้า หรือทำธุรกรรมทางธุรกิจ

จากเหตุผลข้างต้นจึงทำให้เว็บไซต์เป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อกลุ่มเป้าหมาย และเป็นสื่อที่มีความสำคัญต่อการประชาสัมพันธ์ในการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายมวลชน (mass) และกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ (niche)

## การออกแบบเว็บไซต์

### ความหมายของเว็บไซต์

ความหมายของเว็บไซต์ (Web site) มีนักวิชาการได้ให้ความหมายต่างๆ ไว้ดังนี้  
ประภาพร ช่างไม้ (2548) กล่าวถึง “เว็บไซต์ คือ ทุกสิ่งทุกอย่างที่ประกอบกันขึ้นมาเป็นเว็บ ซึ่งหมายความถึงเว็บเพจ (Webpage) ทุกหน้า รูปทุกรูปที่นำเข้ามาใช้ แฟ้มข้อมูลเสียง รูปเคลื่อนไหวและส่วนประกอบอื่นๆ ที่นำเข้ามาใช้ เช่น โปรแกรมที่เขียนขึ้น สามารถเปรียบเทียบได้ว่าเว็บไซต์เป็นเสมือนหนังสือทั้งเล่ม”

กฤษณะ สถิต (2549) กล่าวถึง “เว็บไซต์ คือ สถานที่สำหรับเก็บเอกสารเลขที่เอ็มแอล (HTML) หรือเว็บเพจสำหรับการเผยแพร่ข่าวสารบนอินเทอร์เน็ต”

ดวงพร เกียงคำ (2549) กล่าวว่า “เว็บไซต์ คือ กลุ่มของเว็บเพจที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน เช่น กลุ่มของเว็บเพจที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับประวัติ รวมทั้งสินค้าและบริการของบริษัทหนึ่ง เป็นต้น ภายในเว็บไซต์นอกจากเว็บเพจหรือแฟ้มข้อมูลเลขที่เอ็มแอลแล้ว ยังประกอบด้วยแฟ้มข้อมูลชนิดอื่นๆ ที่จำเป็นสำหรับสร้างเป็นหน้าเว็บเพจ เช่น รูปภาพ สื่อประสม (Multimedia) แฟ้มข้อมูลโปรแกรมภาษาสคริปต์ (Script) และแฟ้มข้อมูลข้อมูลสำหรับให้ดาวน์โหลด เป็นต้น”

กล่าวโดยสรุป เว็บไซต์ คือ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่รวบรวมหน้าเพจขององค์กรแต่ละองค์กร ซึ่งมีองค์ประกอบคือ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว ข้อความภาพ ข้อความเสียง โดยสามารถเข้าถึงได้ โดยผ่านอินเทอร์เน็ต (www.)

### ประเภทของเว็บไซต์

ประเภทของเว็บไซต์มีหลากหลายรูปแบบ โดยขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของเว็บไซต์ การออกแบบให้เข้ากับองค์กรที่เป็นเจ้าของเว็บไซต์ เพราะฉะนั้น การออกแบบเว็บไซต์จึงมีหลักสำคัญคือ ความสะดวกสบายในการเข้าถึง รวมถึงการใช้งานที่เหมาะสมสอดคล้องกับเนื้อหาของเว็บไซต์ จึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งที่เว็บไซต์จะต้องมีลักษณะเฉพาะตัว เพื่อสร้างความแตกต่างจากหน้าเพจอื่นๆ โดยสามารถแบ่งตามลักษณะการใช้งานได้ 5 ลักษณะ ได้แก่ (สมาน ลอยฟ้า ,2544)

1. **เว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์** เป็นเว็บไซต์ที่จัดทำโดยองค์กรต่างๆ เว็บไซต์เหล่านี้เทียบได้กับแผ่นพับหรือจดหมายข่าว เพียงแต่เว็บไซต์อาจมีข้อมูลเพิ่มเติมมากกว่า เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดและภารกิจขององค์กร หรืออื่นๆ เป็นต้น

2. **เว็บไซต์เพื่อธุรกิจและการตลาด** เป็นเว็บไซต์ที่จัดทำโดยบริษัทธุรกิจต่างๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อขายหรือโฆษณาสินค้าและบริการต่างๆ ในบางครั้งอาจมีข้อมูลที่เป็นประโยชน์เชื่อถือได้ และให้ใช้โดยไม่มีค่าใช้จ่าย แต่ในที่สุดก็มักจะถูกขอให้ซื้อสินค้าบางอย่าง ในการใช้ข้อมูลเหล่านี้ควรวิเคราะห์ด้วยความรอบคอบก่อน

3. **เว็บไซต์เพื่อข่าวสาร** เป็นเว็บไซต์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเสนอข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริง และเพื่อแลกเปลี่ยนผลการวิจัย ข้อมูลบางอย่างมีลักษณะคล้ายจุลสารที่มักพบได้ตามหน่วยงานต่างๆ ซึ่งมีประโยชน์สำหรับเป็นข้อมูลพื้นฐาน

4. **เว็บไซต์ข่าวและเหตุการณ์** เป็นเว็บไซต์ที่มีวัตถุประสงค์หลักในการให้ข่าวสารที่เป็นปัจจุบันที่สุดในฐานะที่เป็นบริการสาธารณะ อย่างไรก็ตามเว็บไซต์เหล่านี้มักจะมีบริษัทหรือองค์กรต่างๆ เป็นผู้ให้การสนับสนุน

5. **เว็บไซต์ส่วนบุคคล** เป็นเว็บไซต์ของบุคคลเพื่อเสนอแนวคิดหรือเพื่อประชาสัมพันธ์ตัวเองในด้านต่างๆ

การกำหนดกรอบและเนื้อหาทิศทางของเว็บไซต์นั้นเป็นสิ่งสำคัญยิ่ง เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการเข้าถึงและการใช้งานในเว็บไซต์เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลตามความต้องการ

### การออกแบบเว็บไซต์

การออกแบบเว็บไซต์ หมายถึง การออกแบบเว็บไซต์ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร และตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งเว็บไซต์ที่ดีนั้นจะต้องมีการเข้าถึงง่าย ใช้งานสะดวก มีความสม่ำเสมอ บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ขององค์กร เนื้อหาดึงดูดน่าอ่านและต้องไม่มีความซับซ้อนมากเกินไป ขนาดและสีสันทิวอักษรเหมาะสมอ่านง่ายสบายตา ในการเข้าถึงเว็บไซต์ไม่ควรต้องมีการติดตั้งโปรแกรมเพิ่มเติมอันก่อให้เกิดความยุ่งยากในการเข้าถึง รวมทั้งการแสดงผลหน้าเว็บเพจจะต้องใช้เวลาดาวน์โหลดสั้น แสดงหน้าต่างเพจรวดเร็ว และควรปรับปรุงเนื้อหาให้เว็บให้ทันเหตุการณ์ (update) เสมอ (ธวัชชัย ศรีสุเทพ, 2544; Sklar, 2003; Kentie, 2002)

สิ่งสำคัญที่ผู้สร้างเว็บไซต์ที่ควรตระหนักถึงและควรปฏิบัติ (ดวงพร เกียรติคำ และ วงศ์ประชา จันทรสมวงศ์, 2546) ได้แก่

1. **กำหนดวัตถุประสงค์ของเว็บไซต์** ว่าจุดมุ่งหมายที่สร้างเว็บไซต์ขึ้นมาเพื่ออะไร ซึ่งจะได้ เตรียมข้อมูล และวางแนวทางของเว็บไซต์ได้ตรงกับเป้าหมายที่วางไว้ได้มากที่สุด

2. **กำหนดกลุ่มผู้ชมเป้าหมาย** เมื่อทราบวัตถุประสงค์ของการพัฒนาเว็บไซต์แล้ว ขั้นตอนต่อไปจะเป็นการกำหนดกลุ่มผู้ชมเป้าหมายที่จะเข้าชมและใช้บริการเว็บไซต์นี้ เพื่อออกแบบเว็บไซต์ให้ตอบสนองความต้องการของคนกลุ่มนี้มากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นการเลือกเนื้อหา โทนีสี กราฟิก และเทคโนโลยีที่นำมาสนับสนุนการสร้างเว็บไซต์

3. **ให้ความสำคัญของการออกแบบเว็บไซต์** การออกแบบเว็บไซต์ที่ดี จะมีส่วนช่วยให้ เว็บไซต์เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวได้ จึงมีส่วนสำคัญที่จะดึงดูดใจให้ผู้ใช้เข้าไปใช้บริการและใช้เวลาอยู่กับเว็บไซต์ได้นาน และกลับเข้ามาใช้บริการอีกในอนาคต

## ส่วนประกอบของเว็บไซต์

ภายในเว็บไซต์หนึ่งประกอบด้วยเว็บเพจจำนวนหลายหน้า ในแต่ละหน้ามีทั้งข้อความและสื่อประสมรวมกัน วิทยา เรื่องพรวิสุทธิ (2539) กล่าวถึงส่วนประกอบสำคัญของเว็บไซต์ ได้แก่

1. ตัวอักษร เป็นข้อความปกติ โดยสามารถตกแต่งให้สวยงามและมีลูกเล่นต่างๆ
2. กราฟิก ประกอบด้วยรูปภาพ ลายเส้น ลายพื้น ต่างๆ มากมาย
3. สื่อประสม ประกอบด้วยข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียง และวีดิทัศน์
4. ตัวนับ ใช้นับจำนวนผู้ที่เข้ามาเยี่ยมชมเว็บเพจ
5. จุดเชื่อมโยง ใช้เชื่อมโยงไปยังเว็บเพจของตนเองหรือเว็บเพจของคนอื่น
6. แบบฟอร์ม เป็นแบบฟอร์มที่ให้ผู้เข้าเยี่ยมชมกรอกรายละเอียดแล้วส่งกลับมายัง

เว็บเพจ

7. กรอบ เป็นการแบ่งจอภาพเป็นส่วนๆ แต่ส่วนก็จะแสดงข้อมูลที่แตกต่างกัน และเป็นอิสระจากกัน

8. แผนที่ภาพ เป็นรูปภาพขนาดใหญ่ที่กำหนดส่วนต่างๆ บนรูป เพื่อเชื่อมโยงไปยังเว็บเพจอื่นๆ

9. จาวาแอปเพล็ต (Java applets) เป็นโปรแกรมสำเร็จรูปเล็กๆ ที่ใส่ลงในเว็บเพจ สามารถเพิ่มลักษณะพิเศษ การโต้ตอบ เช่น เพิ่มเกมส์หรือหน้าต่างสำหรับป้อนหรือดูข้อมูล บนเว็บเซิร์ฟเวอร์ได้ เป็นต้น เพื่อให้การใช้งานเว็บเพจมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

## องค์ประกอบของเว็บไซต์ที่ดี

ธวัชชัย ศรีสุเทพ (2544) กล่าวถึงการออกแบบเว็บไซต์ที่ดี ควรมียุทธศาสตร์ประกอบ ประกอบด้วย

1. ความเรียบง่าย คือ ไม่ซับซ้อน ใช้งานได้ง่าย สะดวก ใช้เวลาในการดาวน์โหลดน้อย แสดงผลเร็ว ไม่มีกราฟิกหรือตัวอักษรที่เคลื่อนไหวตลอดเวลาจนรบกวนสายตา

2. ความสม่ำเสมอ โดยมีรูปแบบเดียวกันตลอดทั้งเว็บไซต์ ไม่ว่าจะเป็น รูปแบบของหน้า สไตลชีของกราฟิก ระบบเนวิเกชัน หรือโทนสีที่ใช้ เนื่องจากถ้าลักษณะของแต่ละหน้า แตกต่างกัน มากผู้ใช้ก็จะเกิดความสับสนและไม่แน่ใจว่ากำลังอยู่ในเว็บเดิมหรือไม่

3. ความเป็นเอกลักษณ์ การออกแบบต้องคำนึงถึงลักษณะขององค์กร เนื่องจากรูปแบบของเว็บไซต์สามารถสะท้อนถึงเอกลักษณ์และลักษณะขององค์กรได้ ผู้ออกแบบจึงต้อง เลือกรูปแบบใช้องค์ประกอบทั้งชุดสี ชนิดตัวอักษร รูปภาพ และกราฟิกอย่างระมัดระวัง

4. เนื้อหาที่มีประโยชน์ เนื้อหาถือเป็นสิ่งสำคัญที่สุดในเว็บไซต์ ดังนั้นในเว็บไซต์ควรมีการจัดเตรียมเนื้อหาและข้อมูลที่ใช้ต้องการเอาไว้ให้ถูกต้อง จัดแบ่งเป็นหมวดหมู่ให้ เรียบร้อย ครอบคลุมและสมบูรณ์ โดยมีการปรับปรุงและเพิ่มเติมให้ทันต่อเหตุการณ์อยู่เสมอ
5. ระบบเนวิเกชันที่ใช้งานง่าย โดยมีกราฟิกที่สื่อความหมายร่วมกับคำอธิบายชัดเจน รวมทั้งมีรูปแบบและลำดับของรายการที่สม่าเสมอ วางเอาไว้ในตำแหน่งเดียวกันของทุกหน้า
6. มีลักษณะที่สวยงามน่าดึงดูดใจ แม้จะเป็นเรื่องของรสนิยมเฉพาะบุคคล แต่คุณภาพกราฟิกที่ใช้จะต้องสมบูรณ์ ไม่มีร่องรอยเสียหาย หรือเป็นขอบขั้นบันได้ให้เห็น ตัวหนังสือต้องอ่านง่าย สบายตา มีการใช้โทนสีที่เข้ากันอย่างสวยงามเป็นต้น
7. การใช้งานอย่างไม่จำกัด เว็บไซต์ที่ดีต้องสามารถเข้าถึงผู้ใช้ส่วนใหญ่ได้มากที่สุด โดยที่ไม่ต้องมีการติดตั้งโปรแกรมใดๆ เพิ่มเติม สามารถแสดงผลได้ในทุกระบบปฏิบัติการ และที่ความละเอียดหน้าจอต่างๆ กันได้อย่างไม่มีปัญหา
8. คุณภาพในการออกแบบ ต้องมีการออกแบบและเรียบเรียงจัดเนื้อหาอย่าง รอบคอบ เพื่อให้ผู้ใช้เกิดความเชื่อถือ
9. ระบบการใช้งานที่ถูกต้อง ต้องคอยตรวจสอบระบบการทำงานต่างๆ ในเว็บไซต์ ว่ามีความแน่นอน และทำหน้าที่ได้อย่างถูกต้องอยู่เสมอ ตัวอย่างเช่น ถ้ามีแบบฟอร์มสำหรับให้ผู้ใช้กรอก ต้องแน่ใจว่าแบบฟอร์มนั้นใช้งานได้จริง หรือลิงค์ต่างๆ ที่มีอยู่นั้น ได้เชื่อมโยงไปยังหน้าที่ถูกต้อง

### **เทคนิคการเขียนเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต**

ธนพร จินโต (2547) กล่าวถึง การเขียนเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์มีเทคนิคการเขียนที่แตกต่างจากการเขียนในสื่ออื่นๆ ดังนี้

#### **1. ในส่วนของโฮมเพจ**

หน้าแรกหรือโฮมเพจไม่ควรมีรายละเอียดของข้อมูลจำนวนมาก ควรจัดให้มีเฉพาะที่เป็นหัวข้อหรือเมนูหลัก (main menu) แล้วให้ลิงค์ (link) เชื่อมโยงไปยังข้อมูลที่เป็นรายละเอียด ในเว็บเพจหน้าถัดไปแทน และควรมีโลโก้ (logo) หรือสัญลักษณ์ของบริษัท รวมทั้งการจัดวางเมนูสำหรับเข้าสู่ข้อมูล ควรวางไว้ทางด้านซ้ายมือของหน้าจอ เพื่อความสะดวกในการแสดงและดูข้อมูลทางด้านขวามือ ส่วนเมนูสำหรับเชื่อมโยงไปยังเว็บเพจหน้าอื่นๆ และเว็บไซต์อื่นควรจัดให้อยู่ด้านบนหรือด้านล่าง เป็นต้น



## 2. ในส่วนของเว็บเพจ

เนื้อหาจะต้องเตรียมให้ตรงกับหัวข้อที่กำหนดไว้ในโฮมเพจ และกำหนดโครงสร้างของเว็บเพจในการนำเสนอที่ง่ายต่อการเข้าใจ และสามารถแสดงและประมวลผลได้กับทุกบราวเซอร์ (browser) แม้ว่าบนเว็บเพจสามารถแสดงผลด้วยรูปภาพทั้งที่เป็นภาพเคลื่อนไหวและภาพนิ่ง แต่ไม่ควรใส่รูปภาพลงไปในแต่ละเว็บเพจจำนวนมากเกินความจำเป็น เพราะจะมีผลต่อความเร็วในการแสดงผล ซึ่งการแสดงผลช้าจะทำให้ผู้เข้าชมไม่อดทนที่จะรอชม

พื้นหลังของเว็บเพจจะต้องกำหนดให้เหมาะสม อย่าให้กลืนกับข้อมูลจนดูลำบาก เช่น ถ้าพื้นหลังเป็นสีดำ ตัวหนังสือควรเป็นสีขาว เป็นต้น

การใช้รูปแบบตัวอักษร (font) ควรเป็นตัวอักษรที่เป็นมาตรฐานสากลที่นิยมใช้กัน เพื่อการแสดงผลได้สะดวกบนคอมพิวเตอร์ของผู้ใช้ที่แตกต่างกัน และเนื้อหาข้อมูลที่เป็นหมวดหมู่เดียวกัน ควรจัดให้อยู่ในหัวข้อเดียวกัน เพื่อความสะดวกในการอ่านและค้นหาข้อมูล

## 3. ในส่วนของเว็บไซต์

หัวใจสำคัญในส่วนของเว็บไซต์ คือ การตั้งชื่อเว็บไซต์ให้ผู้ใช้จดจำง่าย ซึ่งการตั้งชื่อเว็บไซต์ควรคำนึงถึงข้อต่อไปนี้

- ตั้งให้ง่ายต่อการจดจำ ไม่ควรตั้งชื่อให้พืดหรืออ่านยาก เช่น สนุกดอทคอม (sanook.com) และหรรษาดอทคอม (hunsa.com) เป็นต้น
- ควรนำเอาชื่อหน่วยงานหรือองค์กรมาตั้งชื่อ หากชื่อยาวเกินไปก็ให้ใช้ตัวย่อของหน่วยงานหรือองค์กรนั้น เช่น กรมสรรพากร ชื่อภาษาอังกฤษคือ Revenue Department ก็ตั้งชื่อเว็บไซต์เป็น rd.go.th เป็นต้น
- ให้ตั้งชื่อเป็นภาษาอังกฤษ แต่ถ้าต้องการตั้งเป็นภาษาไทย ให้ใช้ทับศัพท์เป็นภาษาคาราโอเกะแทน เช่น สวัสดี ให้ตั้งเป็น sawasdee.com เป็นต้น
- ชื่อเว็บไซต์ไม่ควรยาวเกินไป และไม่ควรถูกตั้งชื่อให้เป็นตัวอักษรและตัวเลขสลับกันไป เพราะจะทำให้ยากต่อการจดจำ

## การใช้ตัวอักษรและข้อความบนเว็บไซต์

ความเหมาะสมของการใช้ตัวอักษรและข้อความบนเว็บไซต์ เป็นส่วนสำคัญยิ่งในการสร้างความดึงดูดให้แก่ผู้อ่าน เนื่องจากผู้รับสารไม่ได้อ่านหน้าเว็บเพจเหมือนกับอ่านสิ่งพิมพ์อื่นๆ หรือสื่อดั้งเดิม แต่การอ่านบนหน้าเว็บเพจเป็นการอ่านแบบสแกน (scan) โดยต้องการค้นหา

ใจความสำคัญในเวลาอันสั้น เพราะฉะนั้นการเขียนข้อความที่ต้องการสื่อสารบนหน้าเว็บเพจจะต้องเขียนให้เหมาะสมกับพฤติกรรมของผู้รับสาร (Nielsen, 1997) ดังนี้

### 1. ควรมีการเน้นคำหรือข้อความที่สำคัญๆ

ในการเน้นคำหรือข้อความสำคัญสามารถทำได้หลายวิธี เช่น อาศัยความแตกต่างที่ปรากฏของตัวอักษร รวมถึงความแตกต่างระหว่างพื้นที่ตัวหนังสือกับพื้นที่ว่างโดยรอบ ด้วยการสร้างความแตกต่างของรูปแบบและลักษณะของตัวอักษรให้เห็นได้ชัดเจน สะดุดตา เพื่อดึงดูดความสนใจจากผู้อ่าน นอกจากนี้ยังสามารถใช้ขนาดและน้ำหนักของตัวอักษร โดยทำให้คำหรือข้อความสำคัญมีขนาดของตัวอักษรที่มีขนาดใหญ่กว่าหรือมีลักษณะเส้นที่หนาและเข้มกว่า ซึ่งจะช่วยให้ดูมีความสำคัญมากกว่าสิ่งที่อยู่รอบข้าง ดังนั้น สิ่งที่ต้องการเน้นจะมีลักษณะเด่นชัดและสะดุดตาผู้อ่าน ส่วนข้อความที่ไม่ต้องการเน้นจะมีขนาดเล็กและบางกว่า เป็นต้น

### 2. คำนึงถึงการจัดตำแหน่งของตัวอักษรและข้อความ

การเขียนบนเว็บต้องคำนึงถึงการจัดตำแหน่งของตัวอักษรและข้อความในลักษณะเดียวกับการจัดภาพ เนื่องจากการจัดตำแหน่งของตัวอักษรและข้อความในแต่ละส่วนหรือแต่ละแบบจะมีผลต่อความรู้สึกของผู้อ่าน เช่น ตัวอักษรและข้อความที่ถูกจัดให้ชิดขอบซ้ายโดยที่ปล่อยให้ด้านขวามีลักษณะไม่สม่ำเสมอ จะให้ความรู้สึกไม่เป็นทางการ และจะอ่านได้ง่ายกว่าการจัดชิดขวา และการจัดตัวอักษรและข้อความชิดขอบซ้าย แม้จะมีปลายด้านขวาไม่สม่ำเสมอเนื่องจากตัวอักษรในแต่ละบรรทัดมีความยาวไม่เท่ากัน แต่ผู้อ่านก็ยังสามารถหาจุดเริ่มต้นของแต่ละบรรทัดได้ง่ายกว่าการจัดตัวอักษรและข้อความชิดขอบขวา

ในทางกลับกัน แม้การจัดตัวอักษรและข้อความให้ชิดขวา จะดูน่าสนใจแต่จุดเริ่มต้นของแต่ละบรรทัดที่ไม่สม่ำเสมอ จะทำให้อ่านยาก เนื่องจากผู้อ่านต้องหยุดชะงักเพื่อหาจุดเริ่มต้นของแต่ละบรรทัด ส่วนการจัดตัวอักษรและข้อความให้อยู่กึ่งกลาง จะใช้ได้ผลดีกับข้อมูลที่มีปริมาณไม่มาก เช่น ประกาศ หรือ คำเชิญเชิญ เป็นต้น

### 3. การใช้ช่องว่าง ความยาวของบรรทัด และการใช้สีของตัวอักษร

ช่องว่างระหว่างตัวอักษร ช่องว่างระหว่างข้อความ และระหว่างบรรทัด สามารถปรับระยะของช่องว่างเหล่านี้เพื่อให้อ่านได้ง่ายขึ้น

ความยาวของบรรทัด เมื่อบรรทัดของตัวอักษรยาวขึ้น อาจสร้างความไม่สะดวกให้กับผู้อ่านที่ต้องเลื่อนสายตาจากปลายบรรทัดไปยังส่วนต้นของบรรทัดใหม่ ความยาวที่เหมาะสมของบรรทัดขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย เช่น ชนิดตัวอักษร ขนาด ระยะห่างระหว่างบรรทัดและความยาวของ

เนื้อหา จะทำให้ผู้อ่านไม่ต้องขยับศีรษะไปมามาก ดังนั้น เพื่อความสะดวกในการอ่าน แต่ละบรรทัดควรมีตัวอักษรประมาณ 50-70 ตัวอักษร

การใช้สีกับตัวอักษร เป็นองค์ประกอบที่มีประสิทธิภาพสูงในการเขียนบนเว็บ โดยจะช่วยตกแต่งโครงสร้างและรูปแบบของตัวอักษรให้ดูดียิ่งขึ้น เช่น ใช้สีที่แตกต่างกันในแต่ละส่วนของข้อมูลและเนื้อหาที่แบ่งเป็นส่วนๆ ได้ เช่น ทดลองใช้สีที่ต่างกันในแต่ละย่อหน้า ช่วยให้อ่านได้รับข้อมูลได้สะดวกขึ้น ที่สำคัญคือแน่ใจว่าสีที่นำมาใช้ต้องเข้ากันได้กับสีขององค์ประกอบอื่นๆ

#### 4. ข่าวประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต

การเขียนข่าวเพื่อประชาสัมพันธ์บนเว็บ ให้ใช้การเขียนแบบปิรามิดหัวกลับเช่นเดียวกับการเขียนข่าวแจก โดยในส่วนของไฮมเพจ ควรมีเพียงพาดหัวข่าวและวรรคนำ ส่วนเนื้อหาข่าวควรเชื่อมโยงไปยังหน้าเว็บเพจหน้าอื่น หากเป็นไปได้ ที่เนื้อหาสามารถจัดแบ่งเป็นหัวข้อของแต่ละข้อความ ก็ควรจะทำ เพื่อความสะดวกในการอ่านแบบสแกนอย่างรวดเร็วของผู้รับสาร ส่วนการจัดตัวอักษรและข้อความในข่าวบนเว็บจะนิยมปรับระยะให้ชิดขอบทั้งซ้ายและขวา

### 3. แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาของเว็บไซต์

#### รูปแบบของเว็บไซต์

ธวัชชัย ศรีสุเทพ (2544) กล่าวถึง หลักการออกแบบหน้าเว็บของเว็บไซต์ ได้แก่

#### 1. สร้างลำดับชั้นความสำคัญขององค์ประกอบ (Visual Hierarchy)

หลักการสำคัญในการออกแบบหน้าเว็บ คือ การสร้างลำดับความสำคัญขององค์ประกอบต่างๆ ภายในหน้าเว็บ เพื่อเน้นให้เห็นว่าอะไรเป็นเรื่องสำคัญมาก สำคัญรองลงไปหรือสำคัญน้อยตามลำดับ การจัดระเบียบขององค์ประกอบอย่างเหมาะสมจะช่วยแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบต่างๆ ในหน้าเว็บได้ การออกแบบจึงควรให้ความสนใจกับปัจจัยเหล่านี้ ขนาดเบรียบเทียบ (relative size) ขององค์ประกอบต่างๆ ในหน้าเว็บจะช่วยสื่อความหมายถึงความสำคัญของสิ่งหนึ่งต่อสิ่งอื่นๆ โดยองค์ประกอบที่มีขนาดใหญ่ย่อมสามารถดึงความสนใจของผู้ใช้ได้ก่อนและยังแสดงถึงความสำคัญที่มีเหนือองค์ประกอบขนาดเล็ก ตัวอย่างที่เห็นกันอยู่ทั่วไป คือ การกำหนดหัวข้อเรื่องต่างๆ ให้มีขนาดใหญ่กว่าส่วนของเนื้อหาเสมอ เพื่อแสดงให้ผู้ใช้มองเห็นได้ชัดเจนและ

เข้าใจจุดสำคัญของเนื้อหาได้ดีขึ้น แต่ถ้าเมื่อใดก็ตามที่คุณกำหนดให้ส่วนของหัวข้อมีขนาดเล็กกว่าเนื้อหาก็จะส่งผลให้ผู้ใช้งานเกิดความสับสนได้ทันที  
ลักษณะขององค์ประกอบต่างๆ ที่ต้องคำนึงถึงมีดังนี้

- ตำแหน่งและลำดับขององค์ประกอบ แสดงถึง ลำดับความสำคัญของข้อมูลที่ต้องการให้ผู้ใช้งานได้รับ เนื่องจาก ภาษาส่วนใหญ่รวมถึงภาษาไทยและภาษาอังกฤษจะอ่านจากซ้ายไปขวา และจากบนลงล่าง จึงควรจัดวางสิ่งที่มีความสำคัญไว้ที่ส่วนบนหรือด้านซ้ายของหน้าอยู่เสมอ เพื่อให้ผู้ใช้งานมองเห็นได้ก่อน ถ้าจัดวางสิ่งสำคัญไว้ส่วนท้ายของหน้าผู้ใช้งานจำนวนมากอาจจะไม่ได้รับข้อมูลนั้น

- สีและความแตกต่างของสี แสดงถึง ความสำคัญและความสัมพันธ์ของสิ่งต่างๆ ภายในหน้า สีที่เด่นชัดเหมาะสำหรับองค์ประกอบที่มีความสำคัญมาก ส่วนองค์ประกอบที่ใช้สีเดียวกันย่อมสื่อความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดและความสำคัญที่เท่าเทียมกัน โดยทั่วไปการใช้สีที่แตกต่างกันอย่างชัดเจนจะสามารถดึงดูดความสนใจจากผู้ใช้งานให้มองเห็นและตอบสนองอย่างรวดเร็ว แต่การใช้สีที่หลากหลายเกินไปอย่างไม่มีจุดหมายเต็มไปหมดทั้งหน้า กลับจะสร้างความสับสนให้กับผู้ใช้งานเสียมากกว่า

- ภาพเคลื่อนไหว เป็นสิ่งที่ดึงดูดความสนใจได้เป็นอย่างดี แต่จะใช้อย่างจำกัดและระมัดระวัง เพราะการใช้สิ่งเคลื่อนไหวในหน้าเว็บมากเกินไปนั้น จะทำให้มีจุดสนใจบนหน้าจอบ่อยจนทำให้ผู้ใช้งานตัดสินใจได้ลำบากกว่าสิ่งไหนสำคัญกว่ากัน ดังนั้น ควรใช้ภาพเคลื่อนไหวโดยมีเป้าหมายที่ชัดเจนว่าจะให้ผู้ชมพุ่งความสนใจไปตรงไหน

## 2. สร้างรูปแบบ บุคลิก และสไตล์

รูปแบบของหน้านั้นขึ้นอยู่กับเนื้อหาและเป้าหมายของเว็บไซต์ว่า ต้องการให้ความรู้ โฆษณาหรือขายสินค้า เมื่อมีแนวคิดของเว็บไซต์เป็นที่เรียบร้อยแล้ว ก็ถึงมือสร้างหน้าเว็บที่จะใช้เป็นสื่อในการนำเสนอเนื้อหาภายในแก่ผู้ใช้งาน ซึ่งการออกแบบที่ควรประกอบไปด้วยรูปแบบ บุคลิกและสไตล์ที่สอดคล้องกับเนื้อหาและสร้างความชัดเจนในการสื่อสารกับเนื้อหาและสร้างความชัดเจนในการสื่อสาร

- รูปแบบ การเลือกรูปแบบของหน้าเว็บที่เหมาะสม จะช่วยสร้างความเข้าใจของผู้ใช้ได้ดีขึ้น โดยเราสามารถจำลองรูปแบบของสิ่งต่างๆ ที่มีความสัมพันธ์กับเนื้อหาของเว็บไปใช้ได้ เช่น เว็บที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับภาพยนตร์ก็จะออกแบบหน้าเว็บให้คล้ายกับโรงภาพยนตร์จริงๆ

- **บุคลิก** เว็บไซต์แต่ละประเภทอาจจะมีบุคลิกลักษณะแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับเนื้อหาและเป้าหมายในการนำเสนอ บุคลิกที่เหมาะสมกับเนื้อหาช่วยทำให้ผู้ใช้เข้าถึงเนื้อหาได้ดีขึ้น เว็บไซต์แต่ละแห่งสามารถให้ความรู้สึกสนุกสนาน เชี่ยวชาญ วิชาการ ทันสมัยลึกซึ้งหรือเป็นทางการ
- **สไตล์** หมายถึง ลักษณะการจัดโครงสร้างของหน้า รูปแบบกราฟิก ชนิดและการจัดตัวอักษร ชุดสีที่ใช้และรวมถึงองค์ประกอบอื่นๆ ทั้งหมด ไม่ควรสร้างสไตล์ของเว็บไซต์ตามอำเภอใจโดยไม่คำนึงถึงความเหมาะสม และจะต้องระวังเป็นพิเศษเมื่อนำกราฟิกจากเว็บไซต์ที่มีสไตล์แตกต่างจากของเรามาใช้ นอกจากนี้รูปแบบของกราฟิกต่างๆ รวมถึงสไตล์ของเว็บไซต์ ควรมีความสัมพันธ์กับเนื้อหาของเว็บไซต์อย่างมีเหตุผล ไม่ใช่เพียงเพื่อแสดงฝีมือในการออกแบบแต่เพียงอย่างเดียวและควรใช้รูปแบบ บุคลิกและสไตล์ที่เลือกใช้ให้มีความสม่ำเสมอตลอดทั้งเว็บไซต์ เพื่อป้องกันความสับสนที่อาจเกิดขึ้นได้

### 3. สร้างความสม่ำเสมอตลอดทั่วทั้งเว็บไซต์

ปัญหาอย่างที่เราพบเห็นมาแล้วในบางเว็บไซต์ คือ การมีรูปแบบในแต่ละหน้าไม่เหมือนกัน จนทำให้ผู้ใช้ไม่แน่ใจว่าอยู่ในเว็บเดิมหรือเปล่า เมื่อเราได้ออกแบบโครงสร้างของหน้าเว็บเพจ รูปแบบของกราฟิก ลักษณะตัวอักษร โทนสีและองค์ประกอบอื่นๆ เป็นที่เรียบร้อยแล้ว ก็ควรนำลักษณะดังกล่าวไปใช้กับทุกๆ หน้าให้เป็นมาตรฐานเดียวกันตลอดทั้งเว็บไซต์ เพื่อเป็นเอกลักษณ์ให้ผู้ใช้สามารถจดจำลักษณะของเว็บไซต์ได้ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้ ความสม่ำเสมอของโครงสร้างหน้าเว็บและระบบเมนูก็จะเป็นทำให้ผู้ใช้รู้สึกคุ้นเคยและสามารถคาดการณ์ลักษณะของเว็บได้ล่วงหน้าซึ่งจะช่วยในการท่องเว็บเป็นไปอย่างสะดวก

### 4. จัดวางองค์ประกอบที่สำคัญไว้ในส่วนบนของหน้าจอเสมอ

ส่วนบนของหน้า หมายถึง ส่วนแรกของหน้าที่ปรากฏขึ้นในหน้าต่างเบราว์เซอร์โดยที่ยังไม่มีการเลื่อนหน้าจอใดๆ เนื่องจากส่วนบนสุดของหน้าจะเป็นบริเวณที่ผู้ชมมองเห็นได้ก่อน ดังนั้นสิ่งที่อยู่ในบริเวณนี้จึงควรเป็นสิ่งสำคัญและสามารถดึงดูดความสนใจจากผู้ใช้ได้ โดยปกติส่วนบนสุดนี้ควรประกอบด้วย

- ชื่อของเว็บไซต์ เพื่อให้ผู้ใช้รู้ทันทีว่ากำลังอยู่ในเว็บอะไร
- ชื่อหัวเรื่องหรือชื่อแสดงหมวดหมู่ของเนื้อหาช่วยให้ผู้ใช้รู้ถึงส่วนของเนื้อหาที่ปรากฏอยู่
- สิ่งที่สำคัญที่ต้องการโปรโมท (promote) ในเว็บไซต์ เพราะเป็นบริเวณที่ผู้ใช้ทุกคนจะได้เห็นและให้ความสนใจมากที่สุด

- ระบบเนวิเกชัน เพื่อให้ผู้ใช้มีโอกาสคลิกไปยังส่วนที่ต้องการได้ทันที โดยไม่ต้องรอให้ข้อมูลทั้งหน้าปรากฏขึ้นมาจนครบก่อน

## 5. สร้างจุดสนใจด้วยความแตกต่าง

การจัดองค์ประกอบให้ภาพรวมของหน้ามีความแตกต่างเป็นสิ่งสำคัญที่จะนำสายตาผู้อ่านไปยังบริเวณต่างๆ ส่วนหน้าที่เต็มไปด้วยตัวอักษรจะดูคล้ายเป็นแถบสีเทาที่ไม่สนใจสำหรับหน้าที่ถูกออกแบบมาไม่ดี โดยเน้นการใช้กราฟิกหรือตัวอักษรที่มากเกินไป จะทำให้ยากต่อการมองหาข้อมูลที่มีความสำคัญจริงๆ คุณสามารถใช้เทคนิคการจัดโครงสร้างของหน้า (page layout) การจัดระเบียบตัวอักษร (typography) การออกแบบกราฟิก การเลือกใช้สีและการแสดงภาพประกอบ (illustration) เพื่อนำสายตาผู้อ่านไปยังส่วนสำคัญของเนื้อหาตามความเหมาะสม ผู้จัดทำเว็บไซต์สามารถใช้ความแตกต่างของสีเข้ามาช่วยสร้างลักษณะเด่นในหน้าเว็บ เพื่อให้เกิดการนำเสนอที่น่าสนใจได้ เพราะความแตกต่างของสีที่เกิดขึ้นจะทำให้ผู้อ่านสามารถแยกแยะบริเวณต่างๆ ออกจากกันได้ดียิ่งขึ้น ตัวอย่างเช่น การกำหนดพื้นหลังของแต่ละบริเวณให้เป็นสีต่างๆ กัน เพื่อแยกเนื้อหาออกเป็นสัดส่วน แต่ต้องแน่ใจว่าสีพื้นที่ใช้เน้นตัดสีของตัวอักษรอย่างชัดเจน เพื่อให้อ่านได้อย่างสะดวก

## 6. จัดแต่งหน้าเว็บให้เป็นระเบียบและเรียบง่าย

เนื้อหาในหน้าเว็บไซต์จำเป็นต้องอยู่ในรูปแบบที่ดูง่าย แยกเป็นสัดส่วนและไม่ดูแน่นจนเกินไป การมีข้อมูลหรือองค์ประกอบที่มากเกินไปทั้งในส่วนของลิงค์และเนื้อหา จะทำให้ผู้อ่านขาดความสนใจ สับสนและเลิกติดตามในที่สุด คุณจึงจำเป็นต้องจัดการข้อมูลในหน้าเว็บให้มีความรู้สึกที่เรียบง่ายเป็นกันเองและหน้าติดตาม วิธีการอย่างหนึ่งที่จะช่วยได้ คือ การจัดวางตัวอักษรและรูปภาพให้เกิดพื้นที่ว่าง ทำให้ภาพรวมไม่แน่นจนเกินไป รวมถึงการจัดวางหัวข้อและเนื้อเรื่องอย่างเป็นระบบและชัดเจน

เนื้อหาที่มีความบรรทัดยาวเต็มความกว้างของหน้าจอนั้นเป็นสิ่งที่สร้างความลำบากต่อการอ่าน คุณควรจัดตัวหนังสือให้อยู่ในคอลัมน์ต่อกัน ซึ่งผู้อ่านจะต้องอ่านจากบนลงล่างและต้องเลื่อนหน้าจอขึ้นมาด้านบนเพื่ออ่านคอลัมน์ถัดไปอีก เพราะเป็นสิ่งที่ไม่สะดวกอย่างยิ่ง หน้าเว็บที่ไม่เป็นระเบียบ ขาดสิ่งชี้ถึงความสำคัญขององค์ประกอบต่างๆ จะทำให้ผู้อ่านอ่านได้ไม่สะดวกและยากต่อการเข้าใจ ส่วนหน้าเว็บที่ได้รับการออกแบบอย่างเป็นระเบียบและสม่ำเสมอ จะช่วยให้

ผู้อ่านค้นหาสิ่งที่ต้องการได้อย่างรวดเร็วและสร้างความเชื่อมั่นว่าข้อมูลที่กำลังอ่านอยู่นั้นผ่านการพัฒนามาอย่างรอบคอบแล้ว

## 7. ใช้กราฟิกอย่างเหมาะสม

หลายคนอาจคิดว่าการใช้กราฟิกจำนวนมากจะทำให้เว็บดูดีและน่าสนใจกว่าเว็บอื่น แต่ความจริงแล้ว การใช้กราฟิกจำนวนมากอย่างไม่เป็นระเบียบ อาจส่งผลลัพธ์ในทางตรงข้ามกับสิ่งที่คาดหวังไว้ ควรใช้กราฟิกที่เป็นไอคอน บุ่ม ลายเส้นและสิ่งอื่นๆ ตามความเหมาะสมและไม่มากเกินไป เพื่อหลีกเลี่ยงโครงสร้างของหน้าที่ยุ่งเหยิงไม่เป็นระเบียบเช่นเดียวกับการใช้ตัวอักษรขนาดใหญ่ที่ควรใช้ในปริมาณน้อยๆ เพื่อให้ได้ผลลัพธ์สูงสุด การใช้กราฟิกมากเกินไปจนความจำเป็นจะทำให้เกิดจุดเด่นทั่วไปทั้งหน้าและเป็นผลให้ไม่มีอะไรในหน้านั้นเด่นขึ้นมาจริงๆ

### รูปแบบและโครงสร้างหน้าเว็บ

รูปแบบและโครงสร้างหน้าเว็บเพจสามารถจัดแบ่งเป็นหมวดหมู่ได้ทั้งสิ้น 4 หมวด ดังที่ ธิวัชชัย ศรีสุเทพ (2544) ได้กล่าวรายละเอียดไว้ ได้แก่

#### 1. โครงสร้างหน้าเว็บในแนวตั้ง

โครงสร้างหน้าเว็บในแนวตั้งนี้ถือเป็นรูปแบบพื้นฐานที่ได้รับความนิยมมากที่สุด เพราะเป็นรูปแบบที่ง่ายในการพัฒนาและมีข้อจำกัดน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับรูปแบบอื่น ไม่ว่าจะมีความยาวมากน้อย มีระบบเมนูหรืออยู่ด้านบนหรือด้านข้าง ต่างก็ใช้รูปแบบแนวตั้งได้ทั้งสิ้น เมื่อใดที่หน้าเว็บมีความยาวมากกว่าพื้นที่หน้าจอ บราวเซอร์ก็จะแสดงสโครลบาร์ (scrollbar) ขึ้นที่ขอบด้านขวาของหน้าต่างบราวเซอร์ สโครลบาร์ในแนวตั้งที่เกิดขึ้นนี้เป็นสิ่งที่ผู้ใช้ส่วนใหญ่เข้าใจและใช้งานได้โดยไม่มีปัญหา

#### 2. โครงสร้างหน้าเว็บในแนวนอน

โครงสร้างหน้าเว็บในแนวนอนต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์และความพยายามมากกว่าปกติ ผู้ออกแบบมีข้อจำกัดและสิ่งที่ต้องพึงระวังค่อนข้างมาก เพราะเป็นการใช้ประโยชน์ของพื้นที่ในแนวนอนอย่างเต็มที่ ปัญหาอย่างแรกที่พบ คือ ความกว้างของหน้าจอที่ไม่แน่นอน เนื่องจากความละเอียดของมอนิเตอร์ที่ต่างกัน ถ้าข้อมูลของคุณเป็นตัวอักษรทั้งหมดและมีความกว้างของบรรทัดเต็มหน้าจอ ก็จะทำให้สร้างความลำบากต่อผู้อ่านที่จะต้องสายตาระยะไปมา และถ้าหน้านั้นมี

ข้อมูลจำนวนมาก คุณก็ไม่ควรทำให้ผู้ใช้ต้องเลื่อนหน้าจอ (scroll) ไปทางด้านข้างเพื่อดูข้อมูลส่วนที่เหลือ เพราะเป็นสิ่งที่ผู้ใช้ไม่คุ้นเคยและยังไม่สะดวกต่อการใช้งานอีกด้วย

### 3. โครงสร้างหน้าที่พอดีกับหน้าจอ

โครงสร้างรูปแบบนี้ใช้พื้นที่หน้าจอน้อยกว่าเว็บทั่วไปและมักจะจัดอยู่ตรงกึ่งกลางของหน้าจอซึ่งจะออกแบบให้มีขนาดพอดีกับหน้าจอโดยไม่มีสโครลบาร์ปรากฏขึ้น เหมาะที่จะใช้ในการนำเสนอข้อมูลที่มีปริมาณไม่มากนัก ข้อดีของรูปแบบนี้ คือ การนำเสนอที่ไม่ซับซ้อนและสะดวกต่อการใช้งาน เพราะผู้ใช้จะมองเห็นข้อมูลทุกส่วนของหน้าได้พร้อมกันตลอดเวลา

### 4. โครงสร้างเว็บไซต์แบบสร้างสรรค์

รูปแบบการสร้างสรรค์นี้อยู่นอกเหนือกฎเกณฑ์ใดๆ มักมีรูปแบบและการจัดวางองค์ประกอบเฉพาะตัวที่คาดไม่ถึง ซึ่งเป็นที่นิยมในเว็บไซต์ของศิลปิน นักออกแบบ บริษัทโฆษณา หรือผู้ที่ทำงานเกี่ยวข้องกับความคิดสร้างสรรค์ เพราะสามารถใช้เว็บไซต์ของตัวเองเป็นสื่อในการแสดงถึงฝีมือและความสามารถในการออกแบบอย่างสร้างสรรค์ได้อย่างเต็มที่

## ส่วนประกอบของเว็บไซต์

เว็บไซต์เพจอาจแบ่งออกเป็นส่วนประกอบหลักๆ 3 ส่วน ได้แก่

### 1. ส่วนหัวของหน้า (Page Header)

บริเวณส่วนหัวของเว็บเพจถือเป็นบริเวณสำคัญที่สุดของหน้า เพราะเป็นส่วนที่ดึงดูดผู้ใช้ให้ติดตามเนื้อหาที่เหลือภายในหน้านั้น โดยปกติแล้วส่วนหัวของหน้ามักประกอบด้วยชื่อเว็บไซต์ ระบบเมนูหลักและหัวข้อหลักหรือชื่อของเนื้อหาในหน้านั้นก็ได้ และไม่ว่าที่บริเวณนี้จะใช้องค์ประกอบอะไรก็ตามแต่สิ่งที่สำคัญ คือ ความสม่ำเสมอที่จะต้องเหมือนกันในทุกๆ หน้าและที่ตรงกันก็คือ ถ้าใช้กราฟิกขนาดใหญ่ที่ต้องใช้เวลาในการดาวน์โหลดนาน และไม่มีสิ่งที่น่าสนใจให้เห็นในส่วนนี้ไปพลางๆ ก็อาจดูน่าเบื่อจนกลายเป็นผู้ขับไล่ผู้ใช้ให้เปลี่ยนไปยังเว็บอื่นก็ได้

ที่บริเวณมุมด้านซ้ายบนของหน้าเว็บเป็นส่วนที่มีความสำคัญมากเป็นพิเศษ เพราะเป็นบริเวณแรกของหน้าจอที่ผู้ใช้จะเริ่มต้นให้ความสนใจ ด้วยเหตุนี้เว็บไซต์จึงมีการจัดวางโลโก้หรือชื่อของเว็บไซต์ไว้ในตำแหน่งนี้ และมักจะทำหน้าที่เป็นลิงค์สำหรับเชื่อมกลับไปหน้าโฮมเพจอีกด้วย

### 2. ส่วนของเนื้อหา (Page Body)

ส่วนของเนื้อหาบนหน้าเว็บเพจนั้นควรจะมีความกะทัดรัดและจัดอย่างเป็นระเบียบเพื่อให้มองหาค้นหาข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว โดยแสดงความสำคัญไว้ในส่วนต้นๆ ของหน้า พร้อมทั้งมีการจัดรูปแบบตัวอักษรอย่างเหมาะสมเพื่อให้เนื้อหาดูน่าสนใจและอ่านได้อย่างสะดวก เช่น การใส่



ขนาดและประเภทของตัวอักษรที่เหมาะสม การกำหนดความยาวของบรรทัดไม่ให้ยาวเกินไปจนยากต่อการอ่าน การจัดตัวหนังสือให้ชิดขอบด้านต่างๆ อย่างเป็นระเบียบ สิ่งเหล่านี้จะช่วยสร้างความเชื่อมั่นต่อเนื้อหายิ่งขึ้น เนื่องจากผู้ใช้ทุกคนต้องการแหล่งข้อมูลที่ชัดเจน เป็นระเบียบ และน่าเชื่อถือ

### 3. ส่วนท้ายของเนื้อหา (Page Footer)

ส่วนท้ายของหน้าเป็นบริเวณที่จะให้ข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับเนื้อหาและเว็บไซต์ โดยอาจเป็นระบบเนวิเกชันแบบโกลบอล (global) ที่เป็นตัวอักษรซึ่งทำหน้าที่เหมือนกับเนวิเกชันหลักแบบกราฟิกในส่วนหัวของหน้า หรืออาจเป็นที่รวมลิงค์ที่เกี่ยวกับนโยบายทางกฎหมาย ลิขสิทธิ์ ความเป็นส่วนตัวและวิธีการติดต่อกับผู้ดูแลเว็บไซต์ ซึ่งส่วนท้ายของหน้านี้ก็จำเป็นต้องคงความสม่ำเสมอในทุกๆ หน้าเช่นเดียวกับส่วนหัวของหน้า

### หน้าโฮมเพจ (Home Page Design)

ทุกคนคงรู้อยู่แล้วว่าหน้าที่มีความสำคัญที่สุดในเว็บไซต์ คือ หน้าโฮมเพจ แต่อาจจะไม่ได้คำนึงถึงประโยชน์ของโฮมเพจนี้เท่าที่ควร หน้าโฮมเพจจะเป็นหน้าแรกที่ผู้ใช้ส่วนใหญ่จะได้พบเห็น และเป็นหน้าที่จะตัดสินใจว่าผู้ใช้จะอยู่หรือไปจากเว็บไซต์ ถ้าภายในหน้าโฮมเพจไม่แสดงสิ่งที่น่าสนใจหรือเป็นประโยชน์ ผู้ใช้ก็จะมีแรงจูงใจที่จะเข้าไปดูเนื้อหาที่อยู่ภายในต่อไป ดังนั้น ในหน้าโฮมเพจนี้จึงควรแสดงข้อมูลและบริการที่เป็นประโยชน์ให้เห็นอย่างชัดเจน พร้อมกับจัดเตรียมแนวทางที่จะเข้าถึงข้อมูลเหล่านั้นได้อย่างสะดวก เพื่อดึงดูดให้ผู้ใช้ท่องเว็บไซต์ต่อไป ความสำเร็จของเว็บไซต์จึงขึ้นอยู่กับหน้าโฮมเพจเป็นอย่างมาก

ผู้จัดทำเว็บไซต์อาจจะคิดว่าการสร้างลิงค์ทั้งหมดไว้ในหน้าแรก จะอำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้เพราะ เมื่อคลิกเพียงครั้งเดียวก็จะไปถึงหน้าเป้าหมายได้ แนวทางนี้อาจนำไปใช้ได้กับเว็บไซต์ที่มีจำนวนหน้าไม่มากนัก แต่สำหรับเว็บขนาดใหญ่ที่มีจำนวนหน้ามาก การมีลิงค์จำนวนมากนอกจากจะทำให้ผู้ใช้สับสนแล้ว ยังทำให้ต้องเสียเวลาในการดาวน์โหลดมากขึ้นอีก คุณจึงควรรวบรวมกลุ่มข้อมูลให้เป็นสัดส่วนแล้วจึงสร้างลิงค์ไปสู่ข้อมูลส่วนหลักๆ เท่านั้น

สิ่งสำคัญในการออกแบบหน้าแรกนี้ คือ การคำนึงสิ่งที่ผู้ใช้คาดหวังและจัดเตรียมสิ่งเหล่านั้นไว้ให้พร้อม ทำให้ผู้ใช้ได้รู้ทันทีว่าเว็บไซต์นั้นเกี่ยวข้องกับอะไร รวมถึงการสร้างระบบเนวิเกชันให้ผู้ใช้เข้าถึงข้อมูลที่ต้องการได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว รูปแบบหน้าแรกของเว็บไซต์จะเป็นอย่างไรนั้น ขึ้นอยู่กับลักษณะวัตถุประสงค์ของเว็บไซต์และถ้าเนื้อหาเกี่ยวกับดอกไม้ก็ควรมีรูป

ดอกไม้ให้เห็นในหน้าแรก เพราะถ้าใช้รูปอื่นที่ไม่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาเลยก็อาจจะสร้างความสับสนและไม่แน่ใจให้กับผู้ใช้ได้

สำหรับเว็บไซต์ที่มีผู้ใช้จำนวนมาก อย่างเช่น เว็บไซต์ให้บริการค้นหาข้อมูลหรือ Search Engine ควรคำนึงถึงความเร็วในการแสดงผลหน้าเว็บมากกว่าความสวยงาม สำหรับเว็บไซต์ที่บริการข้อมูล เช่น สถานศึกษา องค์กร หน่วยงานและแหล่งความรู้อื่นๆ ควรแสดงให้เห็นภาพรวมของเนื้อหาอย่างชัดเจนและเข้าใจง่าย ส่วนเว็บที่ทำหน้าที่เป็นแหล่งข้อมูลอ้างอิงควรพยายามแสดงสารบัญชของข้อมูลทั้งหมดไว้ในหน้าแรก เพื่อให้ผู้ใช้จะสามารถคลิกไปยังเนื้อหาที่สนใจได้อย่างรวดเร็ว

หน้าโฮมเพจนั้นเปรียบเสมือนกับหน้าปกของนิตยสาร ที่ต้องออกแบบให้น่าสนใจเมื่ออยู่บนแผงหนังสือและมีการแนะนำถึงเนื้อหาสำคัญภายในเล่ม โฮมเพจที่ดี ควรมีลักษณะดังนี้

- มีลิงค์ที่สามารถเชื่อมโยงไปยังส่วนหลักๆ ของเว็บไซต์
- แสดงผลอย่างรวดเร็ว โดยใช้กราฟิกอย่างจำกัด
- แสดงสิ่งที่ปรับเปลี่ยนใหม่ เพราะถ้าหน้าโฮมเพจไม่มีอะไรเปลี่ยนแปลงแล้ว ผู้ใช้จะเข้าใจว่าไม่มีการเปลี่ยนแปลงของเนื้อหาภายในด้วยเช่นกัน
- ใช้องค์ประกอบที่มีลักษณะเหมือนกับในหน้าอื่นๆ ทำให้ผู้ใช้รู้ว่ากำลังอยู่ในเว็บเดียวกัน

แนวทางของการแสดงข้อมูลในเว็บไซตที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ สามารถทำได้ดังนี้

- แสดงวันที่ปัจจุบันให้เห็น
- เปลี่ยนแปลงรูปภาพเป็นประจำทุกวัน สัปดาห์หรือเดือน
- แสดงข่าวหรือข้อมูลความเคลื่อนไหวใหม่ๆ ให้ผู้ใช้ได้รับรู้ในหน้าแรก
- สร้างส่วนของเนื้อหาที่แสดงถึงสิ่งใหม่ๆ ในเว็บไซต์ (What's New)

อย่างไรก็ตาม มีเว็บไซต์บางประเภทที่ไม่ได้มีการปรับปรุงข้อมูลบ่อยๆ หรืออาจมีเนื้อหาที่สมบูรณ์แล้ว ไม่จำเป็นต้องปรับปรุงอีกและไม่ควรแสดงสิ่งต่างๆ ดังกล่าวข้างต้นไว้ในหน้าโฮมเพจ โดยเฉพาะเรื่องของข่าวและวันที่ของข้อมูล เพราะอาจมีส่วนลดความน่าเชื่อถือของเนื้อหาได้

### หน้าก่อนโฮมเพจ (Splash & Utility Page)

ในบางหน้าเว็บไซต์มีการสร้างหน้าก่อนที่จะถึงโฮมเพจจริง ที่เรียกว่า “Splash Page” ทำหน้าที่แนะนำหรือสื่อข้อความบางอย่างของเว็บไซต์เพื่อสร้างความประทับใจต่อผู้ใช้ โดยปกติแล้วหน้า Splash นี้จะต้องแสดงผลได้อย่างรวดเร็วและดูน่าสนใจด้วยการใช้กราฟิกหรือเทคนิคพิเศษ

บางอย่าง เช่น แนะนำตัว แนะนำสินค้าใหม่ รายการพิเศษ หรือการแสดงข้อความในโอกาสพิเศษต่างๆ แต่สำหรับเว็บไซต์โดยทั่วไปแล้วหน้าก่อนโฮมเพจนี้อาจเป็นสิ่งไม่จำเป็นและเป็นการรบกวนเวลาของผู้ใช้

สำหรับผู้ใช้ที่เข้ามาในเว็บไซต์เป็นประจำ ถ้าต้องการพบกับหน้า Splash นี้ทุกครั้งก็อาจรู้สึกรำคาญได้อย่างน้อยที่หน้านี้ควรมีลิงค์ที่สามารถคลิกเข้าไปสู่โฮมเพจได้ทันที หรือ [skip intro] สำหรับผู้ที่ไม่ต้องเสียเวลากับหน้านี้หรือไม่ก็หลีกเลี่ยงปัญหานี้ได้โดยใช้เทคโนโลยี Cookie เพื่อตรวจสอบผู้ใช้ว่าเคยเข้ามาในเว็บแล้วหรือยังและแสดงหน้า Splash นี้เฉพาะกับผู้ใช้ที่เข้ามาในเว็บไซต์เป็นครั้งแรกเท่านั้น เราจะเคยพบเห็นหน้าก่อนโฮมเพจอีกประเภทหนึ่งที่อาจเรียกว่า “Utility Page” ซึ่งมักจะนำเสนอทางเลือกให้กับผู้ใช้ตามความเหมาะสมของอุปกรณ์ ซึ่งอาจจะเป็นเว็บไซต์หลายๆ เวอร์ชัน เช่น HTML กับ Flash และ Low-speed กับ High-speed นอกจากนี้หน้านี้ยังอาจใช้สำหรับแนะนำผู้ชมเบราว์เซอร์ชนิดและรุ่นที่เหมาะสมหรือแนะนำความละเอียดหน้าจอที่เหมาะสมในการแสดงผลของเว็บไซต์ ซึ่งอาจเป็นสิ่งที่สร้างความไม่สะดวกให้กับผู้ใช้ได้

หลักสำคัญในการออกแบบเว็บไซต์ข้อหนึ่ง คือ การไม่จำกัดผู้ใช้ด้วยสิ่งแวดล้อมบางอย่าง เช่น การบังคับให้ผู้ใช้ต้องใช้เบราว์เซอร์รุ่นล่าสุดหรือต้องติดตั้งโปรแกรมเสริมอย่างเช่น Shockwave Flash และ Acrobat Reader เทคนิคอย่างหนึ่งที่จะช่วยแก้ไขปัญหานี้ได้ คือ การเขียนโปรแกรมจาวาสคริปต์ให้มีความสามารถในการตรวจสอบประเภทและรุ่นของเบราว์เซอร์และชนิดของปลั๊กอินต่างๆ ที่ผู้ใช้มีอยู่อย่างอัตโนมัติ แล้วสั่งให้โปรแกรมนำเสนอเนื้อหาตามสิ่งแวดล้อมที่ผู้ใช้มีอยู่อย่างเหมาะสมโดยไม่ต้องรบกวนผู้ใช้แต่อย่างใด วิธีการนี้จะช่วยหลีกเลี่ยงปัญหาที่จะเกิดขึ้นกับผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่ยังไม่มีประสบการณ์เพียงพอ

### การเลือกใช้สีภายในเว็บไซต์

ทศพล กนกนุกุล (2544) และ ธวัชชัย ศรีสุเทพ (2544) กล่าวถึง การเลือกใช้สีในการออกแบบเว็บไซต์ว่ามีความสำคัญมาก เนื่องจากสีมีผลต่ออารมณ์ และความรู้สึกของผู้เข้ามาใช้บริการ ดังนั้นในการออกแบบเว็บไซต์จึงควรเลือกสีหรือโทนสีให้เหมาะสม โดยสีที่แตกต่างกันจะให้ความหมายและความรู้สึกที่แตกต่างกันด้วย ความหมายและความรู้สึกของสีที่ใช้สามารถสรุปได้ดังนี้

- สีแดง หมายถึง พลัง อำนาจ ความรัก ความอบอุ่น
- สีน้ำเงิน หมายถึง ความซื่อสัตย์ ความมั่นคง ความปลอดภัย ความสะอาด ความเป็นระเบียบ ความหวัง มีน้ำใจ

- สีเขียว หมายถึง ธรรมชาติ สุขภาพ ความยินดี ความอบอุ่น ความแข็งแรง ความหวัง ความภาคภูมิใจ ความอุดมสมบูรณ์ ความกระฉับกระเฉง ความเป็นอมตะ
- สีเหลือง หมายถึง ความสดใส ร่าเริง ความหวัง ความอบอุ่น ความสง่างาม ธรรมะ ปรัชญา ความสุข ความสมหวัง
- สีฟ้า หมายถึง ความอ่อนโยน ความนุ่มนวล ความหวัง ความสงบ ความเที่ยงตรง
- สีม่วง หมายถึง ความสูงส่ง ความซื่อสัตย์ ความสร้างสรรค์ ความแปลกใหม่ ความรอบรู้
- สีส้ม หมายถึง ความเข้มแข็ง กระตือรือร้น ความมั่นคง ความสมดุล ความอบอุ่น ความเจริญ ความเป็นเพื่อน ความมีชีวิตชีวา หรรษา
- สีน้ำตาล หมายถึง ความเรียบง่าย ความสะดวกสบาย ความทนทาน ความมั่นคง ความเชื่อถือได้ ความมีเกียรติ ความเติบโตเต็มที่
- สีเทา หมายถึง ความสุภาพ ความสงบเสงี่ยม ความมั่นคง ความไว้วางใจ
- สีขาว หมายถึง ความบริสุทธิ์ ความเป็นอิสระ ความรัก ความฉลาด ความสงบเสงี่ยม ความเรียบง่าย ความสะอาด ความเคารพนับถือ ความนอบน้อมถ่อมตน ความเที่ยงตรง ความดี
- สีดำ หมายถึง อำนาจ ความฉลาด ความเป็นเลิศ ความสุขุม ความรอบคอบ ความตั้งใจ ความมั่นคง ความเป็นทางการ

หน้าเพจเว็บไซต์นั้นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่งยวดคือ “สี” เพื่อสร้างความดึงดูดใจให้กลุ่มเป้าหมายได้หันมาเข้าหน้าเว็บเพจนั้นๆ เนื่องจากสีเป็นสิ่งแรกที่สื่อไปถึงบรรยากาศและความรู้สึกที่เว็บไซต์สื่อออกมา รวมทั้งสีเป็นส่วนประกอบในการนำไปใช้ผสมผสานกับตัวอักษรรูปภาพ สีพื้นหลัง ได้ การเลือกสีที่เหมาะสมจะเป็นส่วนช่วยทำให้เนื้อหาที่น่าสนใจมากยิ่งขึ้น และข้อคำนึงถึงของสีที่ใช้ ไม่ควรไปรบกวนสายตาของผู้อ่านมากเกินไป

### การเลือกใช้ตัวอักษร

ส่วนสำคัญที่จะทำให้เว็บไซต์มีความดึงดูดใจและดูน่าเชื่อถือมากขึ้น การเลือกใช้ตัวอักษรที่เหมาะสมนั้นก็เป็นส่วนสำคัญในการที่จะทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าว ดังที่ ฐิตารัตน์ รัชตะวรรณ (2547) ได้กล่าวถึง ลักษณะของตัวอักษรและความรู้สึกที่สื่อออกมาในรูปแบบต่างๆ ดังนี้

- ตัวหนังสือแบบมีเชิง (Serif) ให้ความรู้สึกของความคลาสสิก ดูเก่าแก่ และค่อนข้างเป็นทางการ

- ตัวหนังสือแบบไม่มีเชิง (San serif) ให้ความรู้สึกเรียบง่าย มีความทันสมัย และอ่านง่าย
- ตัวหนังสือแบบลายมือ (Script) ให้ความรู้สึกสนุกสนานเป็นกันเอง ไม่เป็นทางการ มักใช้กับคำโฆษณาสั้นๆ
- ตัวอักษรแบบมีหัว มักใช้กับบทความยาวๆ เพราะอ่านง่าย เช่น หนังสือเรียน หนังสือวิชาการ
- ตัวอักษรแบบไม่มีหัว ตัวหนังสือแบบนี้อ่านค่อนข้างยาก มักใช้กับข้อความสั้นๆ แต่ให้ความรู้สึกที่ทันสมัย

## เนื้อหาและข้อมูลภายในเว็บไซต์

เบอร์เรลสัน (Berelson, 1971) กล่าวถึงการวิเคราะห์เนื้อหาไว้ว่า การวิเคราะห์เนื้อหาเป็นเทคนิคการวิจัยอย่างหนึ่ง เพื่ออธิบายเนื้อหาสาระของการสื่อความหมายอย่างมีลักษณะ มีระบบ และสามารถอธิบายในเชิงปริมาณได้ด้วย สอดคล้องกับแนวความคิดของ คาเนียร์ (Carney 1972) ที่ว่า การวิเคราะห์เนื้อหา คือ วิธีการที่ใช้ในการศึกษาเอกสารอย่างมีระบบ มีลักษณะ และกำหนดขั้นตอนอย่างมีระบบ

คริปเพนดอร์ฟ (Krippendorff, 1980 อ้างถึงใน ศุภรัชต์ ส่วนเศรษฐษา, 2545) ให้ความหมายของการวิเคราะห์เนื้อหาไว้ว่า เป็นเทคนิคการวิจัยอย่างหนึ่งในการทำให้เครื่องมือมีความน่าเชื่อถือ และมีผลสรุปที่เที่ยงตรงจากข้อมูลไปสู่เนื้อหาของข้อมูล

เป็นที่ยอมรับว่าสื่อเว็บไซต์เป็นส่วนสำคัญยิ่งในการใช้เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ ถือว่าเป็นสื่อที่ให้ข้อมูลได้เหมาะสม มีการใช้งบประมาณน้อย เข้าถึงได้ง่าย สะดวกรวดเร็ว สามารถแก้ไขได้ทันที นอกจากนี้ยังเป็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกิจกรรมแล้ว ยังมีส่วนส่งเสริมและเชื่อมโยงภาพลักษณ์ขององค์กรได้เป็นอย่างดี (เสรี วงษ์มณฑา, 2546) ได้ให้หลักการของการจัดทำเว็บไซต์ที่ดี ไว้ดังนี้

1. หน้าแรกต้องน่าสนใจ ทำให้ชวนติดตาม
2. ต้องเผยแพร่เว็บไซต์ของเราในสื่ออื่นๆ ให้คนได้รู้จัก
3. ต้องเชื่อมโยงกับเครือข่ายอื่นๆ เพื่อให้มีการเผยแพร่ที่กว้างขวาง
4. ต้องปรับเปลี่ยนข้อความบ่อยๆ ให้ทันสมัย

5. ใช้งานง่าย ไม่ยุ่งยาก
6. สนุกสนาน น่าสนใจ
7. เปิดโอกาสให้ผู้ใช้งานเว็บไซต์สามารถสอบถามหรือส่งข้อมูลกลับมาได้ เป็นการสื่อสารสองทาง (Interactive)
8. มีข้อมูลเกี่ยวกับติดต่อกลับ และการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม

การนำเสนอเนื้อหาบนหน้าเว็บเพจไม่จำเป็นจะต้องมีรูปแบบที่ตายตัว เพราะการนำเสนอรูปแบบนั้นต้องดึงจุดเด่นของเนื้อหาในบริบทต่างๆ แตกต่างกันไป อย่างไรก็ตามเว็บไซต์ที่ดีนั้นควรมีข้อมูลพื้นฐานเบื้องต้นเพื่อสร้างความเข้าใจแก่ผู้อ่าน คือ (ดวงพร เกียรติคำและวงษ์ประชา จันทร์สมวงศ์ ,2546)

1. **ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท องค์กร หรือผู้จัดทำ (About Us)** คือข้อมูลเกี่ยวกับเจ้าของเว็บไซต์ เพื่อบอกให้ผู้ใช้งานรู้ว่าเป็นเว็บไซต์ของใครหรือองค์กรใด ต้องการนำเสนออะไร เช่น วัตถุประสงค์ของเว็บไซต์ ประวัติความเป็นมา สถานที่ตั้งของหน่วยงาน เป็นต้น

2. **รายละเอียดของผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Product/Service Information)** คือข้อมูลหลักที่นำเสนอในเว็บไซต์ ซึ่งหากเป็นเว็บไซต์ทางธุรกิจ ผู้เข้าชมอาจต้องการรู้รายละเอียดของผลิตภัณฑ์หรือบริการในเว็บไซต์ของเรา เพื่อประกอบการตัดสินใจในการซื้อสินค้าหรือบริการ แต่หากเป็นเว็บไซต์ที่ให้ความรู้ ส่วนนี้ก็จะอาจประกอบด้วยบทความ ภาพกราฟิก มัลติมีเดีย และการเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์อื่นเพื่อให้ได้ข้อมูลเพิ่มเติม

3. **ข่าวสาร (News / Press Release)** อาจเป็นข่าวสารที่ต้องการส่งถึงบุคคลทั่วไปหรือสมาชิก เพื่อให้รับรู้ความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับบริษัทหรือเว็บไซต์ของเรา เช่น การเปิดตัวสินค้า บริการใหม่ๆ โปรโมชั่นสินค้าประจำเดือน หรือกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้น

4. **คำถามคำตอบ (Frequently Asked Question)** คำถามคำตอบมีความจำเป็น เพราะผู้เข้าใช้บางส่วนอาจไม่เข้าใจข้อมูลหรือมีปัญหาที่ต้องการสอบถาม การติดต่อทางอีเมลหรือช่องทางอื่น แม้ว่าจะทำได้แต่เสียเวลา ดังนั้นเราควรคาดการณ์หรือรวบรวมคำถามที่เคยตอบไปแล้วใส่ไว้ในเว็บเพจ ซึ่งผู้เข้าชมที่สงสัยจะสามารถเปิดดูได้ทันที นอกจากนี้ อาจมีเว็บบอร์ดสำหรับให้ผู้ดูแลเว็บไซต์คอยตอบคำถาม รวมทั้งอาจเปิดให้ผู้เข้าชมด้วยกันก็ได้

5. **ข้อมูลในการติดต่อ (Contact Information)** เพื่อให้ผู้เข้าชมเว็บไซต์ที่เกิดข้อสงสัยหรือต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม สามารถติดต่อได้โดยตรง จึงควรจะมีระบุอีเมลแอดเดรส

(E-mail Address) ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ ที่ติดต่อได้ รวมถึงอาจมีแผนที่ เพื่อให้ผู้ใช้สามารถติดต่อกับเว็บไซต์ได้สะดวก

จากข้อมูลพื้นฐานเบื้องต้นทั้ง 5 ข้อ ข้างต้นแล้ว สิ่งที่ต้องคำนึงถึงอีกกรณีคือ วัตถุประสงค์ของผู้เข้าใช้เว็บไซต์ ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 5 ลักษณะ ได้แก่ (นิรชรา ธนเมธี, 2541)

1. **ข้อมูล** เข้ามาในเว็บไซต์เพื่อรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับองค์กร บริษัท สินค้าและบริการ
2. **ข่าว** เพื่อรับทราบข่าวเกี่ยวกับการประกาศตัวสินค้า ข่าวการลงทุน การแสดงสินค้า เหตุการณ์ที่ทันสมัย สินค้าที่ชื่นชอบ ข่าวที่ครอบคลุมโดยทั่วไป ข่าวอุตสาหกรรม การนัดหมายเกี่ยวกับกิจกรรมกับบุคคลต่างๆ แนวความคิดเห็นของหุ้นส่วน
3. **การปฏิสัมพันธ์** เพื่อการติดต่อสื่อสารกับบริษัท การถามคำถาม การหาข้อมูล การเสนอความคิดเห็น หรือการปฏิสัมพันธ์กับบุคคลที่เข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์ด้วยกัน
4. **ความบันเทิง** บุคคลที่เข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์ต่างๆ เพื่อต้องการความบันเทิงและความเพลิดเพลินในข้อมูลที่เขาต้องการ เว็บไซต์เป็นสื่อที่มีแนวความคิดเรื่อง Infotainment สื่อหนึ่ง ซึ่งมีความหมายความเป็นสื่อให้ทั้งข้อมูลข่าวสารและความบันเทิงไปพร้อมกัน
5. **ของขวัญ ของที่ระลึก ของฟรี** ผู้เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์มักไม่พลาดโอกาสที่จะรับสินค้าฟรีหรือรางวัลซึ่งผลพลอยได้ที่ตามมา เจ้าของเว็บไซต์จะได้ที่อยู่สำหรับการส่งเอกสารทางไปรษณีย์ ที่อยู่อีเมลหรือข้อมูลต่างๆ ของผู้ที่เข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์

#### 4. แนวคิดเรื่องสิทธิความเป็นส่วนตัว

Alan Westin (1948) ให้ความหมายของคำ “ความเป็นส่วนตัว” ไว้ว่า สิทธิของแต่ละบุคคล กลุ่ม หรือองค์กรในการตัดสินใจว่าข้อมูลข่าวสารของตนเองนั้น จะถูกเปิดเผยต่อบุคคลอื่นเมื่อใด อย่างไร และมีขอบเขตมากน้อยเพียงใด”

ร่างพระราชบัญญัติว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (2544) ให้คำจำกัดความของ “ความเป็นส่วนตัว” หรือ Privacy ว่า เป็นสิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐานของมนุษย์ ที่สังคมยุคใหม่เกือบทุกประเทศให้ความสำคัญอย่างมากในบรรดาสิทธิที่เกี่ยวข้องกับสิทธิมนุษยชนทั้งหมด “ความเป็นส่วนตัว” นับเป็นสิทธิที่ยากที่สุดในการบัญญัติความหมาย เพราะต้องพิจารณาเนื้อหา สภาพ

สังคม วัฒนธรรม และพฤติกรรมแวดล้อมประกอบด้วย อย่างไรก็ตาม คำว่า “ความเป็นส่วนตัว” เป็นคำที่มีความหมายกว้างและครอบคลุมถึงสิทธิต่างๆ หลายประการ อาทิ

### 1. ความเป็นส่วนตัวเกี่ยวกับข้อมูล (Information Privacy)

เป็นการให้ความคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลโดยการวางหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการเก็บรวบรวม และการบริหารจัดการข้อมูลส่วนบุคคล

### 2. ความเป็นส่วนตัวในชีวิตร่างกาย (Bodily Privacy)

เป็นการให้ความคุ้มครองในชีวิตร่างกายของบุคคลในทางกายภาพที่จะไม่ถูกดำเนินการใดๆ อันละเมิดความเป็นส่วนตัว อาทิ การทดลองทางพันธุกรรม การทดลองยา เป็นต้น

### 3. ความเป็นส่วนตัวในการติดต่อสื่อสาร (Communication Privacy)

เป็นการให้ความคุ้มครองในความปลอดภัย และความเป็นส่วนตัวในการติดต่อสื่อสารทางจดหมาย โทรศัพท์ ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือวิธีการติดต่อสื่อสารอื่นใด ที่ผู้อื่นจะล่วงรู้มิได้

### 4. ความเป็นส่วนตัวในเคหะสถาน (Territorial Privacy)

เป็นการกำหนดขอบเขตหรือข้อจำกัดที่บุคคลอื่นจะบุกรุกเข้าไปในสถานที่ส่วนตัวมิได้ ทั้งนี้ รวมทั้งการติดกล้องวิดีโอ และการตรวจสอบรหัสประจำตัวบุคคล (ID check)

ในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2540 มาตรา 34 สิทธิของบุคคลในครอบครัว เกียรติยศ ชื่อเสียง หรือความเป็นส่วนตัวย่อมได้รับการคุ้มครอง การกล่าวหาหรือไขข่าวแพร่หลายซึ่งข้อความหรือภาพไม่ว่าด้วยวิธีใดไปยังสาธารณชนอันเป็นการละเมิดหรือกระทบถึงสิทธิของบุคคลในครอบครัว เกียรติยศ ชื่อเสียง หรือความเป็นอยู่ส่วนตัวจะกระทำมิได้ เว้นแต่กรณีที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณชน

สำหรับนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Privacy Policy) ของเว็บไซต์ต่างๆ ซึ่งจะระบุรายละเอียดเกี่ยวกับนโยบายในการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของบริษัทว่าข้อมูลที่ผู้ใช้ให้มานั้น จะไม่นำไปขายต่อ หรือเปิดเผยแก่ผู้อื่นโดยที่ผู้ใช้ไม่ได้รับอนุญาต หรือจะมีการให้ข้อมูลสถิติรวมๆ โดยไม่ระบุถึงผู้ใช้แต่ละคน หรือขออนุญาตว่าจะมีการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์เสนอขายสินค้าและบริการตามแอดเดรสที่ให้ไว้ได้หรือไม่ ตลอดจนอาจบอกว่าเว็บไซต์นี้ใช้ระบบความปลอดภัยแบบใด เช่น SSL (Secure Socket Layer) หรือ SET แล้วแต่กรณี เพื่อให้ผู้ใช้บริการหรือสมาชิกเว็บไซต์ของตนมั่นใจได้ว่าข้อมูลส่วนบุคคลของตนจะได้รับการคุ้มครอง



ผู้วิจัยสรุปแนวคิดเรื่องสิทธิความเป็นส่วนตัวที่ยกมาจากข้างต้นว่า แม้ว่าจะเป็นการ  
กระทำบนอินเทอร์เน็ตซึ่งเป็นสื่อแพร่หลายก็ตาม แต่มนุษย์ทุกคนก็ยังสามารถมีสิทธิความเป็น  
ส่วนตัวได้ และปัจจุบันได้มีกฎหมายเพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตอีกด้วยเช่นกัน

## งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นิทัศน์ อธิพิพงษ์ (2544) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “การพัฒนาหลักการออกแบบเว็บเพจ การศึกษาตามรูปแบบเว็บไซต์ยอดนิยมของไทย” พบว่า หลักการออกแบบเว็บเพจการศึกษาตามคุณลักษณะเว็บไซต์ยอดนิยมจะมีคุณลักษณะที่เหมือนกัน คือ เน้นการออกแบบให้ใช้งานได้นาน มีเนื้อหาตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย มีความสวยงามในการออกแบบ สามารถตอบสนองและดาวน์โหลดได้อย่างรวดเร็ว และมีการปรับปรุงเนื้อหา รวมทั้งรูปแบบให้ทันสมัยอยู่เสมอ นอกจากนี้การให้ข้อมูลหรือเนื้อหาวิชาที่จะให้กับผู้เรียนซึ่งเป็นส่วนหลักแล้ว เว็บการศึกษาควรจะให้บริการเสริมที่เป็นที่ต้องการ หรือเป็นสิ่งที่น่าสนใจเพิ่มเติมกับผู้เรียน เช่น ข่าวการศึกษาที่น่าสนใจ ห้องสมุดเชื่อมต่อตรง

ธนส์ถ์ เกษมไชยานันท์ (2544) กล่าวถึง “ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร” จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมด มีความตั้งใจที่จะใช้เว็บไซต์ต่อไปในอนาคตด้วยเหตุผล คือ เป็นประโยชน์และสะดวกสบายในการสืบค้นข้อมูล ให้ความบันเทิงและเพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสาร กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้เว็บไซต์โดยรวมอยู่ในระดับสูง สำหรับความคาดหวังต่อประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้เว็บไซต์ 3 อันดับแรก คือ การช่วยให้ทราบข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่น่าสนใจ ช่วยค้นหาความรู้ใหม่ๆ ในด้านการศึกษาและงานวิจัย และช่วยประหยัดเวลาในการสื่อสาร

ลลิตา พวงมหา (2552) ได้ทำการวิจัย “กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์บนเว็บไซต์ของโรงพยาบาลเอกชนเป็น” พบว่า เว็บไซต์ของโรงพยาบาลเอกชนปรากฏรูปแบบการประชาสัมพันธ์แบบหนึ่งต่อหนึ่งแบบหนึ่งต่อกลุ่ม แบบกลุ่มต่อหนึ่ง และแบบกลุ่มต่อกลุ่ม โรงพยาบาลเอกชนใช้กลยุทธ์การนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับศักยภาพของบริการบนเว็บไซต์ การแสดงภาพลักษณ์ความเชี่ยวชาญขององค์กรบนเว็บไซต์ และการปรับเนื้อหาภายในเว็บไซต์ให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเพื่อส่งเสริมการตลาด กลยุทธ์การรวบรวมข้อมูลเชิงบวกไว้บนเว็บไซต์ให้มากที่สุดเพื่อสร้างภาพลักษณ์ และใช้กลยุทธ์การสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกบนเว็บไซต์เพื่อสร้างและรักษาความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มเป้าหมาย

สุกัญญา ตั้งเรื่องเกียรติ (2545) ศึกษาเรื่อง “การวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาของนิทานไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต” พบว่าในด้านรูปแบบ เว็บไซต์ที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมดใช้ภาพ

ประกอบการนำเสนอ เป็นภาพนิ่ง มีทั้งภาพการ์ตูน รูปภาพจริง มีการนำเสนอภาพการ์ตูนเคลื่อนไหว องค์ประกอบด้านเสียงอยู่เพียง 2 เว็บไซต์ เว็บไซต์ที่ใช้ภาพการ์ตูนเคลื่อนไหวและเสียง จะใช้เวลาในการดาวน์โหลดประมาณ 3-10 นาทีต่อหน้า การออกแบบเว็บเพจที่ใช้นำเสนอนิทานไทยนั้น พบว่ามีการจัดองค์ประกอบที่ดี มีการจัดลำดับความสำคัญก่อนหลัง การเรียงร้อยส่วนต่างๆ ของนิทานในแต่ละเว็บไซต์ทำได้อย่างสม่ำเสมอ ในด้านเนื้อหาพบว่าเป็นนิทานคติมากที่สุด แ่งคิดด้านจริยธรรมที่นำเสนอในนิทานแต่ละเว็บไซต์จะคล้ายกัน

ศุภกัญญา ลักษณะเกียรติ (2545) ให้ความหมาย “ปัจจัยที่มีผลต่ออัตราการคลิกของเว็บไซต์ : ศึกษาธุรกิจอินเทอร์เน็ตในระหว่างปี 2000-2001” ผู้ออกแบบเว็บไซต์ต้องคำนึงถึงความอยู่รอดและการเจริญเติบโตของเว็บไซต์เป็นหลัก สิ่งที่ทำก็คือการสร้างรูปแบบธุรกิจที่แข็งแกร่งและชัดเจน รวมทั้งการสร้าง การรับรู้ให้เกิดขึ้นกับผู้ใช้อินเทอร์เน็ตโดยการลงโฆษณาบนสื่อปกติ (Offline Media) ในการส่งเสริมธุรกิจออนไลน์ ผู้ออกแบบเว็บไซต์มีการวิเคราะห์พฤติกรรมและความชอบของกลุ่มเป้าหมาย อยู่ตลอดเวลา และใช้ข้อมูลข่าวสารที่ได้ในการพัฒนาเนื้อหาของเว็บไซต์ให้ ทันสมัย สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้ผู้ออกแบบเว็บจะพยายาม ออกแบบเว็บไซต์ให้ใช้งานได้สะดวกและรวดเร็ว แนวโน้มของการพัฒนาเว็บไซต์ไทยนั้น มุ่งไปยังการให้ความสำคัญกับ เนื้อหาที่ใหม่และแตกต่างจากเว็บไซต์อื่น นอกจากนี้ผู้สร้างเว็บยังเชื่อว่า เว็บไซต์ที่ประสบความสำเร็จ จะเป็นเว็บไซต์ที่มีรูปแบบธุรกิจที่ดีและมีเนื้อหาที่ดี

สินีนางู สว่างใจธรรม (2550) กล่าวว่า “การวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ของเว็บไซต์บริษัทผลิตรายการโทรทัศน์” ผลการวิจัยพบว่า ด้านรูปแบบองค์ประกอบหลักที่ใช้ในการนำเสนอ คือ เนื้อหาของข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์รายการและบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์ การเรียงร้อยข้อมูลส่วนต่างๆ ในแต่ละเว็บไซต์ทำได้อย่างสม่ำเสมอและมีการปรับปรุงข้อมูลภายในเว็บไซต์ในทุกสัปดาห์ ด้านเนื้อหา ทุกเว็บไซต์มีการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท รายละเอียดของรายการต่างๆ ข่าวสารและกิจกรรมของบริษัทและข้อมูลสำหรับการติดต่อ และในเว็บไ้ตยังมีส่วนของการเสนอข้อมูลเพื่อความบันเทิง เช่น กระดานสนทนา ดาวน์โหลด์รูปดารา นักแสดง ฯลฯ

ฤดีพร ผ่องสุภาพ (2552) ได้ทำการวิจัย “การแสวงหาข่าวสารการประชาสัมพันธ์และความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิต นักศึกษา” ผลการวิจัยพบว่า

ข่าวประชาสัมพันธ์ที่ใช้ในเครือข่ายสังคมออนไลน์คือ ข่าวประชาสัมพันธ์บุคคล ข่าวประชาสัมพันธ์ทางการตลาด ข่าวประชาสัมพันธ์องค์กร ข่าวประชาสัมพันธ์กิจกรรม ข่าวประชาสัมพันธ์เพื่อสังคมการกุศล และภาพข่าวกิจกรรม นอกจากนี้ยังพบว่านิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร มีการแสวงหาข่าวสารประชาสัมพันธ์ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ในระดับปานกลาง และการใช้ประโยชน์จากเครือข่ายสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์

ศิริพรรณ กิจก้องเจริญ (2552) ศึกษาถึง “เนื้อหาสารเกี่ยวกับความงามและผลในการโน้มน้าวใจที่นำเสนอทางเว็บบล็อกและเว็บไซต์” พบว่ามีการนำเสนอเนื้อหาประเภทวิจารณ์ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางมากที่สุด ในส่วนของผลการโน้มน้าวใจพบว่าหลังจากการอ่านเนื้อหาสารเกี่ยวกับความที่นำเสนอทางเว็บบล็อกและเว็บไซต์ ผู้รับสารมีการเปลี่ยนแปลงทั้งในด้านทัศนคติและพฤติกรรมที่เกี่ยวกับการดูแลตัวเองด้านความงาม ด้านทัศนคติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง และพฤติกรรมการเลือกใช้หรือซื้อเครื่องสำอาง

### บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การใช้เว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชน” เป็นการศึกษาที่ใช้แนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ศึกษาโดยแบ่งขั้นตอนการวิจัยเป็นสองส่วน ส่วนแรกคือ การศึกษาโดยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อทำการศึกษารูปแบบและเนื้อหา เพื่อวิเคราะห์ถึงกลยุทธ์การใช้เว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการเพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชน ส่วนที่สองคือ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเด็กและเยาวชน จำนวน 20 คน เพื่อทราบถึงความคิดเห็นที่มีต่อรูปแบบและเนื้อหาของเว็บไซต์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชน และการสัมภาษณ์ผู้ดูแลเว็บไซต์ที่เป็นตัวแทนของเว็บไซต์ที่ได้รับความนิยมสูงจากผู้ใช้ที่เป็นเด็กและเยาวชน

#### ขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์เอกสาร (Documentary Analysis)

##### แหล่งข้อมูล

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลจากเว็บไซต์ที่จัดทำขึ้นเพื่อประชาสัมพันธ์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชน

##### กลุ่มตัวอย่าง

เพื่อกำหนดขอบเขตการศึกษาอย่างชัดเจน เนื่องจากข้อมูลบนเว็บไซต์มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ผู้วิจัยจึงใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยใช้เกณฑ์ในการคัดเลือกเว็บไซต์ดังนี้

1. เป็นเว็บไซต์ที่จัดทำขึ้นโดยมีเป้าหมายเพื่อมุ่งพัฒนาเด็กและเยาวชน
2. ความสมบูรณ์ของเว็บไซต์ในเรื่องของภาพ เสียง ข้อความ การเชื่อมโยงกันในหน้าต่างๆ ภายในเว็บไซต์เดียวกันและเว็บไซต์อื่นๆ
3. มีความเคลื่อนไหวภายในเว็บไซต์ติดต่อกันเกิน 1 ปีขึ้นไป

ซึ่งผู้วิจัยได้คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างออกมาทั้งสิ้น 5 เว็บไซต์ ได้แก่

1. เว็บไซต์ กบจูเนียร์ ปี 2 ([http://www.tvburabha.com/tvb/kob\\_junior](http://www.tvburabha.com/tvb/kob_junior))

เว็บไซต์ประชาสัมพันธ์โครงการ “กบจูเนียร์ ปี 2” ภายใต้การดำเนินงานของรายการสารคดี “กบนอกกะลา” ออกอากาศทุกวันศุกร์ เวลา 20.30 น. ทางช่อง 9 เป็นโครงการที่เปิดโอกาสให้เยาวชนไทยที่ศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายและอาชีวศึกษา ได้เรียนรู้นอกตำรา ด้วยการศึกษารายงาน และทำความเข้าใจในแนวความคิดของพระเจ้าอยู่หัวที่พระองค์ทรงพระราชทานไว้ และนำความรู้ความเข้าใจดังกล่าวมาปรับใช้เป็นแนวทางในการดำเนินชีวิตของตนเอง ครอบครัว และชุมชนได้อย่างยั่งยืน

2. เว็บไซต์ กระดานดำกับกระทิงแดง (<http://www.kradandumproject.com>)

เว็บไซต์ประชาสัมพันธ์โครงการ “กระดานดำกับกระทิงแดง” ภายใต้การสนับสนุนของบริษัท เครื่องดื่มกระทิงแดง จำกัด ที่มีแนวความคิดสานต่อโครงการงานค่ายของนิสิตนักศึกษาทั่วประเทศ เพื่อสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคมและพัฒนาศึกษาให้กับผู้ด้อยโอกาส เป็นการเปิดประสบการณ์ให้กับเด็กๆ ในชนบทที่เป็นผู้รับ และกลุ่มนักศึกษาที่เป็นผู้ให้ และยังปลูกฝังจิตสำนึกในการพัฒนาสังคมให้กับนักศึกษากลายเป็นพลเมืองที่มีคุณค่าต่อไป

3. เว็บไซต์ โครงการทรูปลูก

ปัญญา([http://www.trueplookpanya.com/true/plookpanya\\_project.php](http://www.trueplookpanya.com/true/plookpanya_project.php))

เว็บไซต์ประชาสัมพันธ์โครงการ “ทรูปลูกปัญญา” โครงการที่จัดทำขึ้นเพื่อเป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์โครงการต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง อาทิเช่น ทรูปลูกความรู้ ทรูปลูกความดี และทรูปลูกใจรักสิ่งแวดล้อม เป็นต้น อีกทั้งยังเป็นเว็บไซต์ที่รวบรวมสาระความรู้ในรูปแบบมัลติมีเดียหลากหลาย และเปิดโอกาสให้ครู นักเรียน และประชาชนทั่วไป ร่วมแบ่งปันเนื้อหาเพื่อการเรียนรู้ โดยได้รับการสนับสนุนจาก บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ปัจจุบันมียอดผู้เข้าชมเว็บไซต์โดยเฉลี่ย 7,000 – 7,500 UIP ต่อวัน (สถิติรายวันจาก Truehits.net)

4. เว็บไซต์ สำนักรักบ้านเกิดเพื่อพัฒนาผู้นำชุมชน

([http://www.rakbankerd.com/rbk\\_foundation](http://www.rakbankerd.com/rbk_foundation))

เว็บไซต์ประชาสัมพันธ์โครงการ “สำนักรักบ้านเกิดเพื่อพัฒนาผู้นำชุมชน” ภายใต้การดำเนินงานของมูลนิธิร่วมด้วยช่วยกันสำนักรักบ้านเกิด เป็นโครงการที่มุ่งเน้นพัฒนาเยาวชนใน

ด้านการศึกษา เพื่อปลูกฝังจิตสำนึกให้เยาวชนมีความรับผิดชอบต่อส่วนรวม รักถิ่นฐานบ้านเกิด และประเทศไทย ปัจจุบันมียอดผู้เข้าชมเว็บไซต์โดยเฉลี่ยประมาณ 3,700 UIP ต่อวัน (สถิติรายวัน จาก Truehits.net)

#### 5. เว็บไซต์ Indy In Town ชุมชนคนคนมีไอเดีย

(<http://www.centerpointindyintown.com>)

เว็บไซต์ประชาสัมพันธโครงการ “Indy In Town ชุมชนคนคนมีไอเดีย” ที่มุ่งเน้นการจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมความสามารถของวัยรุ่นในด้านต่างๆ และให้การสนับสนุนพื้นที่การแสดงออกทางความคิดภายใต้ชื่อ “เซ็นเตอร์พ้อยท์ แอท เซ็นทรัลเวิลด์” ตั้งอยู่บนชั้น 7-8 ศูนย์การค้า เซ็นทรัลเวิลด์ กิจกรรมที่จัดขึ้นมี อาทิเช่น ตลาดนัดสินค้าความคิดสร้างสรรค์ การจัดงานประกวดการเล่นดนตรี ลานกิจกรรมนอกประสงค์สำหรับวัยรุ่น เป็นต้น เป็นโครงการความร่วมมือกันของ 3 บริษัทคือ บริษัท เซ็นทรัลพัฒนา จำกัด (มหาชน) เจ้าของศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ บริษัท มาสเตอร์แอด จำกัด (มหาชน) และบริษัท เซ็นเตอร์พ้อยท์ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด

นอกจากนี้ ผู้วิจัยจะทำการศึกษาเพิ่มเติมถึงเว็บไซต์ที่มีสถิติการเข้าชมอยู่ในอันดับต้นๆ ของประเทศ โดยที่ผู้เข้าชมส่วนใหญ่ของเว็บไซต์เป็นกลุ่มเด็กและเยาวชน จากการจัดอันดับของเว็บไซต์ทรูฮิต (Truehits.net) ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการเก็บสถิติผู้ใช้งานในเว็บไซต์ไทย โดยศึกษาเพิ่มเติมจำนวนทั้งสิ้น 2 เว็บไซต์ ได้แก่

#### 1. เว็บไซต์ เด็กดีดอทคอม (<http://www.dek-d.com/>)

เว็บไซต์สาระและบันเทิงอันดับหนึ่งของวัยรุ่นไทยที่ติดอันดับ Top 4 เว็บไซต์ยอดนิยมของไทย (สถิติรายวันจาก Truehits.net) ลักษณะของเว็บไซต์เป็นการสร้างชุมชนและเป็นแหล่งรวมตัวพบปะพูดคุยของวัยรุ่น วัยมัธยมศึกษา ไปจนถึงระดับมหาวิทยาลัย โดยมีการให้บริการที่โดดเด่น ได้แก่ เว็บบอร์ด บล็อก ชุมชนนักเขียน (Writer) ที่เปิดโอกาสให้วัยรุ่นได้นำเสนอผลงาน งานเขียนของตนเองในเว็บไซต์ นอกจากนี้ยังมีเนื้อหาที่เกี่ยวกับรูปแบบการใช้ชีวิต (Lifestyle) ของวัยรุ่น การศึกษา และการเตรียมตัวสอบเข้ามหาวิทยาลัย (Admission) การรวบรวมเว็บไซต์ที่มีประโยชน์ต่อวัยรุ่น เช่น เว็บบอร์ดโรงเรียน เว็บไซต์ของโรงเรียน ปัจจุบันเว็บไซต์เด็กดีดอทคอมมียอดผู้เข้าใช้เว็บไซต์เฉลี่ย 380,000 UIP ต่อวัน (สถิติรายวันจาก Truehits.net)

## 2. เว็บไซต์วิชาการดอทคอม (<http://www.vcharkarn.com/>)

เว็บไซต์ทางการศึกษาระดับหนึ่งของประเทศไทย ที่มียอดผู้เข้าชมสูงสุด ประจำปี 2006 และ 2007 เป็นเว็บไซต์ที่มีจุดมุ่งหมายที่จะส่งเสริมความรู้ และกระตุ้นความสนใจ โดยเป็นสื่อกลางความรู้ที่น่าสนใจ โดยใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลางในการกระจายความรู้ความสนุกสนานผ่านไปยังภูมิภาคต่างๆ ทั่วประเทศอย่างทั่วถึง โดยหวังกระตุ้นให้นักเรียน นักศึกษา อาจารย์และผู้ที่เกี่ยวข้อง เกิดการเรียนรู้ด้วยตนเอง โดยไม่มีค่าใช้จ่ายใดๆ นอกจากนี้เว็บไซต์ยังได้รับรางวัลเว็บไซต์ส่งเสริมการเรียนรู้ดีเด่นในปี 2547 จากสมาคมผู้ดูแลเว็บไทย และรางวัลเว็บไซต์สื่อวิทยาศาสตร์ดีเด่นใน 2549 จากกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี โดยปัจจุบันมียอดผู้เข้าชมเว็บไซต์โดยเฉลี่ยประมาณ 25,000 - 30,000 UIP ต่อวัน (สถิติรายวันจาก Truehits.net)

ทั้งนี้ เพื่อทำการศึกษาเปรียบเทียบถึงปัจจัยที่ทำให้เว็บไซต์ประสบความสำเร็จจากการที่มีจำนวนผู้เข้าชมที่เป็นกลุ่มเด็กและเยาวชนเพิ่มขึ้นในทุกๆ ปี

## ขั้นตอนที่ 2 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

ในการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้วิจัยแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1. กลุ่มผู้ใช้เว็บไซต์ที่เป็นเด็กและเยาวชน ซึ่งมีอายุระหว่าง 12-25 ปี จำนวน 10 คน เพื่อให้ทราบถึงความคิดเห็นที่มีต่อรูปแบบและเนื้อหาของเว็บไซต์ แบ่งการสัมภาษณ์ออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

- กลุ่มนักเรียนระดับมัธยมศึกษา จำนวน 5 คน
  - 1) คุณชยาภรณ์ ใจกล้า 2) คุณดาวิษ สหัสสานนท์ 3) คุณวิภาวี จิระอุไรพงศ์
  - 4) คุณพรภรณ์ เลิศธนพานิชย์ และ 5) คุณถนันท บัญไชยช่วย
- กลุ่มนิสิตนักศึกษาระดับมหาวิทยาลัย จำนวน 5 คน
  - 1) คุณสุชาวรรณ ชูณรงค์ 2) คุณณิชา วงศ์กาฬสินธุ์ 3) คุณดุจเทพ เอกนอก
  - 4) คุณวิศรา มีจันเพชร และ 5) คุณณัฐนนท์ ธรรมรังษี



ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) เพื่อให้ลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่เลือกเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง คือ

- เป็นผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตและมีพฤติกรรมเข้าชมเว็บไซต์ต่างๆ เป็นประจำ
- เคยเข้าชมหรือรู้จักกลุ่มตัวอย่างของเว็บไซต์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชนที่อย่างน้อย 1 เว็บไซต์
- เข้าชมเว็บไซต์ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างเว็บไซต์ยอดนิยมเป็นประจำ ได้แก่ เว็บไซต์ เด็กดีดอทคอม และ เว็บไซต์ วิชาการดอทคอม

2. **ผู้ดูแลเว็บไซต์ (Webmaster)** ที่เป็นตัวแทนของเว็บไซต์ที่ได้รับความนิยมจากผู้ที่ใช้ที่เป็นเด็กและเยาวชน เพื่อทราบถึงการดำเนินการต่างๆ ในเว็บไซต์ จำนวน 2 ท่าน จาก 2 เว็บไซต์ คือ

- 2.1 คุณปกรณ์ สันติสุนทรกุล หนึ่งในผู้ร่วมก่อตั้งและผู้ดูแลเว็บไซต์ เด็กดีดอทคอม (<http://www.dek-d.com/>)
- 2.2 คุณกาญจนิดา กิตติสุบรรณ ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์ เว็บไซต์วิชาการดอทคอม (<http://www.vcharkarn.com/>)

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) โดยแบ่งคำถามในการสัมภาษณ์ออกเป็น 2 ชุด คือ

1. กลุ่มผู้ใช้เว็บไซต์ที่เป็นเด็กและเยาวชน มีแนวคำถามในการสัมภาษณ์ ดังนี้
  - ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการใช้อินเทอร์เน็ตและเว็บไซต์
  - เว็บไซต์ที่เข้าชมเป็นประจำ
  - ส่วนของเนื้อหาหรือข้อมูลในเว็บไซต์ที่ให้ความสนใจเป็นพิเศษ
  - ปัจจัยที่ทำให้เกิดความนิยมและเข้าชมเว็บไซต์นั้นๆ เป็นประจำ
  - ปัจจัยที่ไม่สามารถดึงดูดให้เข้าชมเว็บไซต์นั้นๆ ได้อีกในครั้งต่อไป
  - ความต้องการเกี่ยวกับรูปแบบและเนื้อหาที่อยากมีปรากฏภายในเว็บไซต์

2. ผู้ดูแลเว็บไซต์ (Webmaster) ที่เป็นตัวแทนของเว็บไซต์ที่ได้รับความนิยมจากผู้ใช้ที่เป็นเด็กและเยาวชน มีแนวคำถามในการสัมภาษณ์ ดังนี้

- แนวคิดและวัตถุประสงค์ของเว็บไซต์
- ปัจจัยที่ทำให้เกิดการสร้างสรรค์เว็บไซต์สำหรับเด็กและเยาวชน
- ความแตกต่างของเว็บไซต์(เด็กดีดอทคอมและวิชาการดอทคอม)กับเว็บไซต์อื่น
- วิธีการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย
- เทคนิควิธีการออกแบบและการนำเสนอรูปแบบเว็บไซต์
- แนวคิดการคัดเลือกและพิจารณาข้อมูลสำหรับบรรจุในเว็บไซต์
- กลยุทธ์ที่ทำให้เว็บไซต์ได้รับความนิยมเป็นอันดับต้นๆ จากผู้ใช้ที่เป็นเด็กและเยาวชน
- ปัจจัยสู่ความสำเร็จในการใช้เว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์กิจกรรม

### การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แนวคำถามในการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญเพื่อทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content validity) และความเหมาะสมของภาษา (Wording) แล้วนำมาแก้ไขเพื่อพัฒนาไปสู่แบบสอบถามที่สมบูรณ์

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชนจำนวนทั้ง 5 เว็บไซต์ในช่วงเดือน ธันวาคม 2553 ถึง กุมภาพันธ์ 2554 จากข้อมูลเอกสารสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ เว็บไซต์บนเว็ลด์ไวด์เว็บ โดยการพิมพ์หน้าเว็บเพจรวบรวมสำหรับการบันทึกข้อมูล เน้นเกี่ยวกับหน้าที่มีรายละเอียดการประชาสัมพันธ์โครงการ

2. ในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept Interview) ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเด็กและเยาวชน จำนวน 10 คน และผู้ดูแลเว็บไซต์ จำนวน 2 ท่าน โดยทำการติดต่อ

ผู้ที่ให้สัมภาษณ์เพื่อนัดวัน เวลาในการสัมภาษณ์ แล้วทำการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์

## การวิเคราะห์ข้อมูล

### 1. ข้อมูลจากการวิเคราะห์เนื้อหา

หลังจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเว็บไซต์ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาของเว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชน เพื่อวิเคราะห์เชื่อมโยงกับกลยุทธ์ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์

### 2. ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview)

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยกระบวนการเชิงอุปนัย (Inductive method) ซึ่งวิเคราะห์จากข้อมูลย่อยก่อน และนำข้อมูลย่อยที่คล้ายคลึง หรือประเภทเดียวกันจนเป็นประเด็น (topic) แล้วนำหลายๆ ประเด็นรวมกันจัดเป็นกลุ่มประเด็น (category) จากนั้นหาความสัมพันธ์ของกลุ่มประเด็นเพื่อสร้าง (pattern) บทสรุป หรือแบบแผนของกระบวนการทางความคิดในภาพรวม (holistic)

จากนั้นผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์เนื้อหา มาประกอบกับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก มาพิจารณาเปรียบเทียบสรุปถึงประเด็นต่างๆ จุดเด่นจุดด้อย และประสิทธิผลของการใช้เว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชน

## การนำเสนอข้อมูล

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยจะนำเสนอข้อมูลเชิงพรรณนาที่ได้จากการวิเคราะห์สามารถแยกได้ 2 ขั้นตอนคือ

1. การนำเสนอผลการวิจัยเกี่ยวกับรูปแบบและเนื้อหาของเว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชนที่ได้คัดเลือก วิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาด้วยวิธีการพรรณนา (Descriptive) และการใช้ตาราง เพื่อเชื่อมโยงกับกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ที่ใช้และแบ่งแยกเป็นกลยุทธ์ที่ทางเว็บไซต์ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์โครงการ

2. การนำเสนอผลการวิจัยจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เกี่ยวกับความคิดเห็นของกลุ่มเด็กและเยาวชนที่มีต่อการใช้เว็บไซต์ และความคิดเห็นของผู้ดูแลเว็บไซต์เกี่ยวกับการใช้เว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ แล้วนำมาพิจารณาสรุปถึงประสิทธิผลของการใช้เว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชน

## บทที่ 4 ผลการวิจัย

การวิเคราะห์รูปแบบเว็บไซต์และเนื้อหาของเว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการรณรงค์  
เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชน ผู้วิจัยแบ่งการนำเสนอผลการวิจัยออกเป็น 2 ส่วน คือ

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์เอกสาร โดยวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาของเว็บไซต์ เพื่อเชื่อมโยง  
กับกลยุทธ์การใช้เว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็ก  
และเยาวชน

ตอนที่ 2 การสัมภาษณ์เจาะลึก

- ผู้ดูแลเว็บไซต์ (Webmaster)

เพื่อทราบถึงความคิดเห็นของผู้ดูแลเว็บไซต์เกี่ยวกับการใช้เว็บไซต์เพื่อการ  
ประชาสัมพันธ์ รวมถึงกลยุทธ์ที่ใช้ในการส่งเสริมให้เว็บไซต์เป็นที่รู้จักในกลุ่ม  
ผู้ใช้เว็บไซต์ที่เป็นเด็กและเยาวชน

- กลุ่มผู้ใช้เว็บไซต์ที่เป็นเด็กและเยาวชน

เพื่อทราบถึงความคิดเห็นของกลุ่มเด็กและเยาวชนที่มีต่อรูปแบบและเนื้อหา  
ของเว็บไซต์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

# ตอนที่ 1 การวิเคราะห์เอกสาร

## 1.1 การวิเคราะห์รูปแบบของเว็บไซต์

### 1. เว็บไซต์โครงการ กบจูเนียร์ ปี 2



ภาพที่ 6 แสดงหน้าโฮมเพจของเว็บไซต์โครงการกบจูเนียร์ ปี 2

## ข้อมูลโดยรวม

www.tvburabha.com/tvb/kob\_junior เป็นเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์โครงการ “กบจูเนียร์ ปี 2” ภายใต้การดำเนินงานของรายการสารคดี “กบนอกกะลา” ของบริษัท ทีวีบูรพา จำกัด ออกอากาศทุกวันศุกร์ เวลา 20.30 น. ทางช่อง 9 โดยมีมุ่งเน้นประชาสัมพันธ์โครงการที่เปิดโอกาสให้เยาวชนไทยที่ศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายและอาชีวศึกษา ได้ศึกษา เรียนรู้ และทำความเข้าใจในแนวความคิดของพระเจ้าอยู่หัวที่พระองค์ทรงพระราชทานไว้ และนำความรู้ ความเข้าใจดังกล่าวมาปรับใช้เป็นแนวทางในการดำเนินชีวิตของตนเอง ครอบครัวและชุมชน

หน้าหลัก

เกี่ยวกับกบจูเนียร์ปี 2

รางวัล

หลักการสมัคร

ดาวน์โหลดใบสมัคร

ดาวน์โหลดภาพกระเบื้องประกอบผลงาน

ผลงานกบจูเนียร์ปี 1

ผลงานกบจูเนียร์ปี 2

ทำใจอย่างไร... กบตัวน้อย...ตามรอยเท้าพ่อ

การแจ้งผลงานคดี

เว็บไซต์

สนับสนุนโดย

ptt Group

### เกี่ยวกับกบจูเนียร์ปี 2

โครงการ กบจูเนียร์ ปี 2 : กบตัวน้อย...ตามรอยเท้าพ่อ

#### แนวคิดของโครงการ

เนื่องในมหามงคลสมัยที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงเจริญพระชนมพรรษา 84 พรรษา ในปีพุทธศักราช 2554 พระองค์ไม่เคยเหน็ดเหนื่อยที่จะทรงงานเพื่อราษฎร ตลอดระยะเวลาที่ทรงครองราชย์ 65 ปี ไม่ว่านานจะทุกข์ก็ตามเพียงใด พระองค์ทรงสร้างคุณประโยชน์อย่างใหญ่หลวงให้กับแผ่นดินไทยสำหรับวันนี้ แต่ถึงลูกหลานด้วยเจตนารมณ์ที่พระองค์ทรงตั้งพระทัยอย่างแรงกล้า ด้วยคำสอนที่ทรงพระราชทานไว้ว่าก่อนลงมือทำต้อง ใฝ่ และ เข้าใจ เข้าถึง พัฒนา! ทรงห่วงใยและวางรากฐานการพัฒนาคุณภาพชีวิตแบบยั่งยืน

ด้วยสำนึกในพระมหากรุณาธิคุณเป็นล้นพ้น รายการ กบนอกกะลา จึงขอเป็นส่วนหนึ่งในการเชื่อมร้อยความเข้าใจในงานของพระองค์ โดยจัดทำ โครงการกบจูเนียร์ปี 2 ภายใต้แนวคิด กบตัวน้อย...ตามรอยเท้าพ่อ เพื่อเปิดโอกาสให้เยาวชนไทยที่ศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.4-6) และอาชีวศึกษา (ปวช 1-3) ได้เรียนรู้นอกตำรา ด้วยการศึกษา เรียนรู้ และทำความเข้าใจในแนวความคิดของพระเจ้าอยู่หัว ผ่านกระบวนการคิด วิเคราะห์ และถ่ายทอดเรื่องราวแนวทางการดำเนินชีวิตตามแบบอย่างที่พระองค์ทรงพระราชทานไว้ และเป็นแรงบันดาลใจให้เยาวชนรุ่นใหม่มี จังหวะการก้าวเดินที่สมดุลระหว่าง ใฝ่ความรู้ และ ใฝ่คุณธรรม!

#### วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อร่วมเทิดพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในมหามงคลสมัยที่ทรงเจริญพระชนมพรรษา 84 พรรษา ในปีพุทธศักราช 2554
2. เพื่อเป็นช่องทางที่จะทำให้เยาวชนไทยได้เรียนรู้และเข้าใจแนวความคิดของพระเจ้าอยู่หัวได้อย่างถูกต้อง
3. เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์แนวคิดของพระเจ้าอยู่หัวที่ทรงไว้ว่าอย่างมีประสิทธิภาพ
4. เพื่อให้เยาวชนไทยภาคภูมิใจความเข้าใจดังกล่าวมาปรับใช้เป็นแนวทางในการดำเนินชีวิตของตนเอง ครอบครัว และชุมชนได้อย่างแท้จริง
5. เพื่อส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมการเรียนรู้ของท้องถิ่นอย่างแท้จริง รวมทั้งเกิดการพัฒนาศักยภาพ การคิด วิเคราะห์ และนำไปปรับใช้ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ท้องถิ่น พื้นที่ของตนเองได้อย่างยั่งยืน

#### หัวข้อสำหรับผลิตโครงการ

การดำเนินชีวิตตามแนวคิดพระเจ้าอยู่หัว

หน้าหลัก

เกี่ยวกับกบจูเนียร์ปี 2

รางวัล

หลักการสมัคร

ดาวน์โหลดใบสมัคร

ดาวน์โหลดภาพกระเบื้องประกอบผลงาน

ผลงานกบจูเนียร์ปี 1

ผลงานกบจูเนียร์ปี 2

ทำใจอย่างไร... กบตัวน้อย...ตามรอยเท้าพ่อ

การแจ้งผลงานคดี

เว็บไซต์

สนับสนุนโดย

ptt Group

### ผลงานกบจูเนียร์ปี 1

ผลงานของ ทีมอุกรมประดู่ จากโรงเรียนรังกางอนสวรรค์ จังหวัด นคร ผลงานเรื่อง "ลงขันทองส่อง" (ผู้ชนะเลิศได้รับรางวัล ซูเปอร์กบจูเนียร์ ระดับประเทศครั้งที่ 1)

สิ่งใกล้ ที่ไกล และเจิดจ้า

- 5.5 รังแกวงอนสวรรค์ (ผู้ชนะเลิศได้รับรางวัล ซูเปอร์กบจูเนียร์ ระดับประเทศครั้งที่ 1)
- 5.5 สะเดา "ขรรค์ชัยกับพยานทอรัส" (ผู้ชนะเลิศรางวัล SMS ขันใจชาวกบ)
- 5.5 พัดนาศาสตร์มณี (ตัวแทนจากภาคใต้)
- 5.5 ทนมาไพรทวยดา (ตัวแทนภาคอีสาน)

ภาพที่ 7 แสดงหน้าเว็บเพจต่างๆ ภายในเว็บไซต์กบจูเนียร์ปี 2

จากการสำรวจรูปแบบของเว็บไซต์โครงการกบจูเนียร์ ปี 2 พบว่า

### หน้าโฮมเพจ (Home Page Design)

เว็บไซต์โครงการกบจูเนียร์ ปี 2 จัดอยู่ในลักษณะของการออกแบบหน้าโฮมเพจที่ดี กล่าวคือ

- มีระบบเนวิเกชัน (Navigation) และ ลิงค์ (link) ที่สามารถเชื่อมโยงไปยังส่วนหลักๆ ของเว็บไซต์
- การใช้กราฟิกอย่างจำกัดทำให้หน้าโฮมเพจหรือหน้าหลักดูตาอ่านง่าย (Download) และแสดงผลทันทีที่เปิด/เข้าใช้เว็บไซต์
- การปรับปรุงเนื้อหาหลักหรือข้อมูลรายชื่อโรงเรียนที่ผ่านเข้ารอบ 24 ทีม และรอบตัดสินในโครงการกบจูเนียร์ ปี 2 จากนั้นจะปรับปรุงเนื้อหาในหน้าหลักอีกครั้งเมื่อมีการจัดทำโครงการในปีถัด
- องค์ประกอบที่ใช้ในหน้าหลักมีลักษณะเช่นเดียวกันกับในเว็บเพจหน้าอื่นๆ ทำให้ผู้ใช้ทราบว่ากำลังเข้าใช้เว็บไซต์เดียวกัน

### 1. การสร้างลำดับชั้นความสำคัญขององค์ประกอบ

ภายในหน้าเว็บมีการวางตำแหน่งและลำดับความสำคัญขององค์ประกอบ โดยส่วนหัวของหน้า (Page Header) มีการจัดวางโลโก้ (logo) หรือสัญลักษณ์ของโครงการของที่บริเวณมุมด้านซ้ายบนของหน้าโฮมเพจ ทำให้ผู้ใช้ทราบว่ากำลังเข้าใช้เว็บไซต์กบจูเนียร์ ปี 2 การจัดวางเนวิเกชัน (Navigation) หมวดย่อยของเนื้อหาต่างๆ ในเว็บไซต์ไว้ที่ด้านซ้ายของหน้าเว็บเพจ เรียงลำดับตามความสำคัญของกิจกรรมส่วนต่างๆ ในโครงการ ทำให้ผู้เข้าใช้สามารถมองเห็นหมวดย่อยของเนื้อหาได้ก่อน อีกทั้งการจัดวางลิงค์ (link) ผู้สนับสนุนโครงการ ลิงค์ผลงานของพ่อ ลิงค์สืบค้นข้อมูลโครงการของในหลวง และกำหนดการเวทีสัญจร ในลำดับถัดมา นอกจากนี้ การจัดวางข้อมูลรายชื่อโรงเรียนที่ผ่านเข้ารอบ 24 ทีม ในโครงการกบจูเนียร์ปี 2 ไว้ตรงกลางของหน้าเว็บเพจ ทำให้ผู้เข้าใช้สามารถมองเห็นเนื้อหาที่ต้องการประชาสัมพันธ์ในขณะนั้นได้อย่างชัดเจน

หน้าเว็บไซต์โครงการกบจูเนียร์ ปี 2 ใช้สีเขียวเข้มเป็นสีหลักของพื้นหลังซึ่งมีความสัมพันธ์กับสีของกบที่เป็นสัญลักษณ์ของโครงการกบจูเนียร์ การกำหนดให้พื้นหลังของเนื้อหาเป็นสีฟ้าซึ่งตัดกับสีของตัวอักษร และการจัดวางข้อมูลไว้บริเวณส่วนของเนื้อหา (Page Body) ของหน้าเว็บเพจ เพื่อให้เนื้อหาดูน่าสนใจและอ่านได้อย่างสะดวก อีกทั้งช่วยแยกเนื้อหาให้เป็นสัดส่วน การออกแบบพื้นหลังส่วนของเนื้อหาเป็นสีฟ้าสามารถเชื่อมต่อกับสีพื้นหลังที่เป็นสีเขียวได้เป็นอย่างดี



ในส่วนเนวิเกชันหมวดหมู่ของเนื้อหาด้านซ้ายออกแบบให้เป็นแถบสีที่หลากหลาย ทำให้เกิดความแตกต่างและความโดดเด่นจากส่วนของเนื้อหา

ด้านบนสุดของหน้าเว็บเพจมีการใส่ภาพเคลื่อนไหวที่เป็นรูปก้อนเมฆ โดยเคลื่อนไหวจากด้านขวาไปทางด้านซ้าย การจัดวางภาพเคลื่อนไหวให้จำกัดไว้เพียงส่วนบนของหน้าเว็บจึงไม่กระทบกับการมองเห็นข้อมูลในส่วนอื่นๆ

## 2. การสร้างรูปแบบ บุคลิกและสไตล์

โครงสร้างหน้าเว็บเป็นแบบแนวตั้ง เหมาะสมกับการนำเสนอข้อมูลภายในเว็บไซต์ที่สามารถเพิ่มเติมเนื้อหาได้ เมื่อสำรวจรูปแบบโดยรวมของเว็บไซต์จะพบว่า รูปแบบของเว็บไซต์มีความเรียบง่าย จากการจัดวางกราฟิกและภาพการ์ตูนอย่างพอเหมาะภายใต้หน้าเว็บ การใช้สีที่สดใสและการใช้ตัวอักษรแบบลายมือ มีความสัมพันธ์สอดคล้องกับลักษณะกิจกรรมของโครงการ แสดงถึงบุคลิกที่ร่าเริงของเว็บไซต์ รูปแบบบุคลิกของเว็บไซต์ที่มีความเหมาะสมกับเนื้อหาสะท้อนถึงสไตล์ของเว็บไซต์ที่มีความสนุกสนานและเป็นกันเอง ทำให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงเนื้อหาได้ดีขึ้น

## 3. การสร้างความสม่ำเสมอตลอดทั่วทั้งเว็บไซต์

การออกแบบเว็บไซต์โครงการกบจูเนียร์ ปี 2 มีลักษณะรูปแบบและบุคลิกเช่นเดียวกันในทุกหน้าเว็บเพจ ทั้งในส่วนของการสร้างหน้าเว็บ การจัดวางตำแหน่งของเนวิเกชัน การใช้สี ภาพกราฟิก และการจัดวางหมวดหมู่ของเนื้อหาในแต่ละหน้าเว็บเพจ ทำให้รูปแบบของเว็บไซต์ในทุกๆ หน้าเว็บเพจเป็นมาตรฐานเดียวกัน ความเป็นเอกลักษณ์นี้ทำให้ผู้ใช้สามารถจดจำลักษณะของเว็บไซต์ได้ดียิ่งขึ้น

## 4. การใช้กราฟิกอย่างเหมาะสม

ภาพกราฟิกที่ปรากฏในเว็บไซต์ประกอบด้วย โลโก้ (logo) หรือสัญลักษณ์ของโครงการ ที่จัดวางไว้ทางมุมบนด้านซ้าย ทำให้ผู้เข้าใช้ทราบว่ากำลังเข้าใช้เว็บไซต์โครงการกบจูเนียร์ ปี 2 การใช้ภาพกราฟิกกับเนวิเกชันเพียงบางหมวดหมู่เนื้อหา และการจัดวางภาพกราฟิกการ์ตูนรูปกบในท่าทางต่างๆ ที่สอดคล้องกับเนื้อหากิจกรรมของโครงการไว้ด้านล่างของหน้าเว็บเพจ การใช้ภาพกราฟิกที่ไม่มากเกินไปอีกทั้งแยกสัดส่วนของภาพกราฟิกออกจากเนื้อหา ทำให้เว็บไซต์ที่ดูเป็นระเบียบ เรียบง่าย ผู้เข้าใช้สามารถมองเห็นข้อมูลแต่ละส่วนได้อย่างชัดเจน

2. เว็บไซต์โครงการ กระดานดำกับกระทิงแดง

The screenshot shows the homepage of the Kradandum Project website. At the top, there is a banner with the project logo and the text "KRADANDUM Project by Red Bull". Below the banner are four main navigation buttons: "Our Project", "How to Join", "School's Letter", and "FAQS".

On the right side, there is a vertical navigation menu with the following items: "HOME", "ABOUT US", "PROJECT", "COMMUNITY", "CONTACT US", and "BLOG".

The main content area includes:

- A calendar for May 2554 (May 2007) with the 16th highlighted.
- A section titled "ข่าวประชาสัมพันธ์" (Public Relations News) with a sub-heading "ประกาศรายชื่อ สถาบันที่ได้รับทุน โครงการกระดานดำกับกระทิงแดง ปีที่ 8" (Announcement of institutions receiving grants for the 8th year of the project).
- A section titled "ข่าวประชาสัมพันธ์" (Public Relations News) with a sub-heading "ประกาศรายชื่อ สถาบันที่ได้รับทุน โครงการกระดานดำกับกระทิงแดง ปีที่ 9" (Announcement of institutions receiving grants for the 9th year of the project).
- A section titled "ตามติดบนหน้าโครงการ" (Follow the project on the front page) with a sub-heading "โครงการกระดานดำกับกระทิงแดง ปีที่ 8 อาคารเรียนโรงเรียนบ้านกิ่งกลอง อ.สิเกา จ.ตรัง อำเภอ" (Project 8: Classroom building at Banchingklong School, Sigea District, Trang Province).
- A section titled "ขอร้องกระดานดำ" (Request for the blackboard) with a list of activities and dates.

At the bottom of the page, there is a copyright notice: "Copyright © 2006 Kradandumproject.com All rights reserved."

ภาพที่ 8 แสดงหน้าโฮมเพจของเว็บไซต์ โครงการกระดานดำกับกระทิงแดง

## ข้อมูลโดยรวม

www.kradandumproject.com เป็นเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์โครงการ “กระดานดำกับกระต๊องแดง” ซึ่งจัดต่อเนื่องมาเป็นปีที่ 9 โดยการสนับสนุนของ บริษัท เครื่องดื่มกระต๊องแดง จำกัด ที่มุ่งเน้นสานต่อโครงการงานค่ายของนิสิตนักศึกษาทั่วประเทศ เพื่อสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคมและพัฒนาการศึกษาให้กับผู้ด้อยโอกาส และเพื่อปลูกฝังจิตสำนึกในการพัฒนาสังคมให้กับนักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการ

The screenshot shows the Kradandum Project website. At the top, there is a header with the logo and the text "KRADANDUM Project by Red Bull". Below the header, there are four navigation buttons: "Our Project", "How to Join", "School's Letter", and "FAQs". The main content area features a section titled "ประกาศความสำเร็จของเหล่านักศึกษา 'โครงการกระดานดำ' รุ่นล่าสุด". This section contains two articles. The first article is titled "โครงการค่ายนิเวศอาสาพัฒนาและเผยแพร่กฎหมาย ครั้งที่ 10" and includes details such as the date (22-28 Oct. 2549), the location (Mahachulalongkornrajavidyalaya University), and the activities. The second article is titled "ค่าย ถิ่นคนสร้างค่าย จุดหมายสร้างครัว สานฝันชาวไร่ฉะเชิงเทรา" and includes a photo of the camp activities.

The screenshot shows the Kradandum Project website. At the top, there is a header with the logo and the text "KRADANDUM Project by Red Bull". Below the header, there are four navigation buttons: "Our Project", "How to Join", "School's Letter", and "FAQs". The main content area features a section titled "กว่าจะเป็นวันนี้". This section contains an article titled "กว่าจะเป็นวันนี้..." which describes the project's history and goals. The article mentions that in 2544, a group of 60 students from Mahachulalongkornrajavidyalaya University organized a project to build a school and a kitchen for a community in Chachoengsao. The article also mentions that the project has since expanded to other provinces and is now a well-known brand.

ภาพที่ 9 แสดงหน้าเว็บเพจต่างๆ ภายในเว็บไซต์โครงการกระดานดำกับกระต๊องแดง

จากการสำรวจรูปแบบของเว็บไซต์โครงการกระดานดำกับกระทิงแดง พบว่า

### หน้าโฮมเพจ (Home Page Design)

การออกแบบเว็บไซต์โครงการกระดานดำกับกระทิงแดงมีความสอดคล้องกับแนวคิดการออกแบบหน้าโฮมเพจที่ดี ดังนี้

- การจัดวางโลโก้หรือชื่อของเว็บไซต์ไว้ที่บริเวณด้านบนส่วนหัวของหน้า (Page Header)
- การใช้ระบบเนวิเกชันและลิงค์ภาพกราฟิกที่สามารถเชื่อมโยงไปยังหมวดหมู่ในแต่ละหน้าเว็บเพจของเว็บไซต์
- เว็บไซต์แสดงผลอย่างรวดเร็ว เนื่องจากการใช้ภาพกราฟิกอย่างจำกัด
- หน้าโฮมเพจของเว็บไซต์จะแสดงข้อมูลใหม่ๆ เมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงหรือมีการเคลื่อนไหวเกิดขึ้นกับกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับโครงในโครงการ ได้แก่ การประกาศรายชื่อค่าอาสาที่ได้รับทุน หัวข้อฝากข่าวมากบอก และความคืบหน้าโครงการกระดานดำกับกระทิงแดงของค่ายอาสาที่ได้รับทุนโครงการ นอกจากนี้ด้านขวาติดกับหมวดหมู่เนวิเกชัน (Navigation) มีภาพกราฟิกปฏิทินแสดงวันที่ปัจจุบันให้เห็น
- การจัดวางองค์ประกอบในหน้าโฮมเพจในลักษณะที่เหมือนกันในทุกๆ หน้าเว็บเพจ

### 1. การสร้างลำดับชั้นความสำคัญขององค์ประกอบ

หน้าแรกของเว็บไซต์มีการสร้างลำดับชั้นความสำคัญขององค์ประกอบในหน้าเว็บเพจ โดยการจัดวางตำแหน่งของข้อมูลหลักไว้ทางส่วนบนของหน้าเว็บเพจ (Page Header) การออกแบบหัวเรื่องของเนื้อหาใช้ภาพกราฟิกที่มีขนาดใหญ่กว่าภาพอื่น เพื่อสร้างจุดสนใจให้เกิดขึ้นกับผู้เข้าใช้เว็บไซต์ ในส่วนของเนวิเกชัน (Navigation) หมวดหมู่ของเนื้อหาในเว็บไซต์จัดวางโดยเรียงลำดับตามความสำคัญของข้อมูลในโครงการไว้ทางด้านขวาของหน้าเว็บเพจ และมีการจัดวางเนวิเกชันในส่วนของหัวข้อย่อไว้ทางด้านขวาของหน้าเว็บเพจติดกับเนวิเกชันหลัก

หน้าแรกของเว็บไซต์รวมถึงทุกๆ หน้าเว็บเพจใช้สีขาวและสีเขียวเป็นสีโครงสร้างหลักของพื้นหลัง โดยออกแบบให้สีขาวเป็นพื้นหลังในส่วนของเนื้อหา เพื่อสร้างความโดดเด่นให้เกิดขึ้นกับจุดเชื่อมโยง (link) เนวิเกชันหมวดหมู่เนื้อหาหลัก เนวิเกชันหมวดหมู่เนื้อหาย่อย

## 2. การสร้างรูปแบบ บุคลิกและสไตล์

เว็บไซต์โครงการกระดานดำกับกระทิงแดงออกแบบโครงสร้างเว็บในแบบแนวตั้ง รูปแบบของเว็บไซต์มีความเรียบง่าย โดยการจัดวางองค์ประกอบที่ไม่มากเกินไปทั้งในส่วนของลิงค์และเนื้อหา รวมถึงการจัดวางตัวอักษรและรูปภาพให้เกิดพื้นที่ว่าง ทำให้เว็บไซต์มีความเป็นระเบียบและน่าติดตาม รูปแบบตัวอักษรใช้สีสันทันทีหลากหลาย แต่จะใช้ชุดสีเดียวกันในแต่ละหมวดหมู่เนื้อหา ทำให้ผู้เข้าใช้สามารถเลือกดูเนื้อหาที่สนใจได้อย่างสะดวก ในหน้าหลักของเว็บไซต์มีการใช้ภาพกราฟิกรูปเด็กสวมเครื่องแบบนักศึกษาซึ่งมีความสัมพันธ์กับผู้เข้าร่วมโครงการที่เป็นกลุ่มนักศึกษา การออกแบบเว็บไซต์โดยจัดวางองค์ประกอบอย่างเป็นระเบียบเรียบง่าย และการใช้สีสันทันทีทั้งในส่วนจากรูปแบบและเนื้อหา ทำให้บุคลิกของเว็บไซต์ดูน่าเชื่อถือ สะท้อนถึงสไตล์ที่มีความสนุกสนานและเป็นกันเองของเว็บไซต์ได้อย่างชัดเจน

## 3. การสร้างความสม่ำเสมอตลอดทั่วทั้งเว็บไซต์

รูปแบบที่พบในเว็บไซต์โครงการกระดานดำกับกระทิงแดง ทั้งของโครงสร้างหน้าเว็บเพจ รูปแบบของกราฟิก รูปแบบของตัวอักษร และโทนสีที่ใช้ในเว็บไซต์ มีการออกแบบให้มีลักษณะเดียวกันตลอดในทุกหน้าเว็บเพจ แสดงให้เห็นถึงความสม่ำเสมอตลอดทั่วทั้งเว็บไซต์ ทำให้ผู้เข้าใช้สามารถจดจำรูปแบบของเว็บไซต์ได้ง่าย และเกิดความรู้สึกคุ้นเคยเมื่อเข้าใช้เว็บไซต์ในครั้งต่อไป

## 4. การใช้กราฟิกอย่างเหมาะสม

ภาพกราฟิกที่ใช้ในเว็บไซต์มีทั้งในส่วนของจุดเชื่อมโยง (link) และเนวิเกชันหมวดหมู่เนื้อหา โดยออกแบบหัวเรื่องของเนื้อหาหลักในเว็บไซต์ให้เป็นภาพกราฟิกที่มีขนาดใหญ่กว่าภาพกราฟิกอื่น สร้างความโดดเด่นให้กับหัวเรื่อง อีกทั้งเป็นจุดเชื่อมโยง (link) ไปยังเว็บเพจที่นำเสนอข้อมูลในหัวเรื่องนั้น ส่วนของหมวดหมู่ย่อยมีการเลือกใช้สีและการแสดงภาพประกอบ (illustration) ที่มีความสอดคล้องกับเนื้อหา และเป็นการนำสายตาของผู้เข้าใช้ไปยังส่วนสำคัญของเนื้อหาได้อย่างเหมาะสม

### 3. เว็บไซต์โครงการ ทรูปลูกปัญญา



ภาพที่ 10 แสดงหน้าโฮมเพจของเว็บไซต์โครงการทรูปลูกปัญญา

## ข้อมูลโดยรวม

เว็บไซต์โครงการทรูปลูกปัญญา [www.trueplookpanya.com/plookpanya\\_project.php](http://www.trueplookpanya.com/plookpanya_project.php) เป็นเว็บไซต์ที่จัดทำขึ้นเพื่อดำเนินโครงการทรูปลูกปัญญา ที่มุ่งปลูกความรู้ ปลูกความดี ปลูกใจรัก สิ่งแวดล้อม ให้แก่เด็ก เยาวชน และคนไทยทั่วประเทศ โดยเป็นสื่อกลางในการที่จะนำสื่อและเทคโนโลยีทุกรูปแบบของทรูที่มีอยู่อย่างครบวงจรไปมอบให้ โรงเรียนที่ขาดแคลนสื่อการเรียนการสอน เพื่อเปิดโอกาสให้นักเรียนและคุณครูสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลข่าวสาร สาระความรู้ ได้ทัดเทียมกับคนในเมืองใหญ่ เกิดแรงบันดาลใจในการเรียนรู้ที่ยั่งยืน และสามารถนำความรู้ที่ได้ไปพัฒนาให้เกิดประโยชน์ต่อตนเอง ชุมชน สิ่งแวดล้อม และประเทศชาติ

เว็บไซต์โครงการทรูปลูกปัญญา จัดทำขึ้นโดยการสนับสนุนจาก บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ตั้งอยู่ภายในหน้าเว็บไซต์ [www.trueplookpanya.com](http://www.trueplookpanya.com) เว็บไซต์ที่จัดทำขึ้นเพื่อสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ออนไลน์ เป็นเว็บไซต์ที่รวบรวมสาระความรู้ในรูปแบบมัลติมีเดีย และเปิดโอกาสให้ครู นักเรียน และประชาชนทั่วไป ร่วมแบ่งปันเนื้อหาเพื่อการเรียนรู้ และเป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์โครงการต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะโครงการปลูกความรู้ โครงการปลูกความดี และโครงการปลูกใจรักสิ่งแวดล้อม

The screenshot shows the True Plookpanya website interface. At the top, there is a navigation menu with items like 'หน้าแรก', 'คลังความรู้', 'คลังข้อสอบ', 'ความรู้คู่คุณธรรม', 'มุมคุณครู', 'สารพันความรู้', 'สนามปัญญา', 'เว็บบอร์ด', 'กิจกรรมทรูปลูกปัญญา', and 'ติดต่อเรา'. The main content area is titled 'กิจกรรมทรูปลูกปัญญา' and includes a search bar and a dropdown menu for 'ปีจัดกิจกรรม : 2553'. A featured activity is highlighted with a green banner: 'ประกวดภาพถ่ายอนุรักษ์ธรรมชาติ' (Nature Conservation Photo Contest). The activity details include 'ครั้งที่ 16' and a list of prizes. The sidebar on the left lists various activity categories such as 'เกี่ยวกับโครงการ', 'ข่าวประชาสัมพันธ์โครงการ', 'โรงเรียนในโครงการ', 'สมัครเข้าร่วมโรงเรียนในโครงการ', 'โรงเรียนต้นแบบในโครงการ', and 'พื้นที่บริหารจัดการปลูกปัญญา'.

ภาพที่ 11 แสดงหน้าเว็บเพจภายในเว็บไซต์โครงการทรูปลูกปัญญา

จากการสำรวจรูปแบบของเว็บไซต์โครงการทรูปลูกปัญญา พบว่า

### หน้าโฮมเพจ (Home Page Design)

การออกแบบเว็บไซต์โครงการทรูปลูกปัญญามีองค์ประกอบบางประการที่สอดคล้องกับหลักการออกแบบหน้าโฮมเพจ ดังนี้

- การใช้ลิงค์กับหมวดหมู่ของหัวข้อที่เชื่อมโยงไปยังหน้าเว็บเพจเนื้อหาที่เป็นข้อมูลหลักๆ ของเว็บไซต์โครงการ และมีระบบเมนูหลักที่เชื่อมโยงไปยังหน้าเว็บเพจย่อยของหน้าเว็บไซต์ ทรูปลูกปัญญา [www.truelookpanya.com](http://www.truelookpanya.com)
- ถึงแม้จะมีการจัดวางภาพศิลป์ รวมถึงภาพกราฟิกจำนวนมาก แต่ขนาดของภาพกราฟิกมีขนาดไม่ใหญ่มาก จึงไม่เป็นอุปสรรคต่อเวลาที่ใช้ในการดาวน์โหลดหน้าโฮมเพจ
- ไม่มีการสร้างจุดสนใจที่แสดงถึงการปรับปรุงข้อมูลในเว็บไซต์ นอกจากการแสดงวันที่และเวลาที่เป็นปัจจุบัน อาจทำให้ผู้เข้าใช้ไม่ทราบได้ว่า จะมีการเปลี่ยนแปลงของข้อมูลภายในเว็บไซต์ครั้งต่อไปเมื่อใด
- การจัดวางองค์ประกอบที่มีลักษณะเดียวกันกับในหน้าเว็บเพจเนื้อหาย่อย ทำให้ผู้ใช้เกิดความมั่นใจว่ากำลังเข้าใช้เว็บไซต์เดียวกัน

### 1. การสร้างลำดับชั้นความสำคัญขององค์ประกอบ

ในแต่ละส่วนของหน้าเว็บเพจมีการจัดวางตำแหน่งและลำดับขององค์ประกอบ ดังนี้

ส่วนหัวของหน้า (Page Header) มีการจัดวางโลโก้และชื่อของเว็บไซต์ซึ่งเป็นโลโก้เดียวกันกับโครงการไว้บริเวณมุมบนด้านซ้ายซึ่งเป็นจุดที่ผู้เข้าใช้สามารถมองเห็นได้เป็นลำดับแรกๆ และการจัดวางเมนูหลักที่เชื่อมโยงไปยังทุกหน้าของเว็บไซต์ทรูปลูกปัญญา โดยเรียงความสำคัญจากซ้ายไปขวา แสดงถึงการลำดับความสำคัญของข้อมูลในส่วนนี้ การวางตำแหน่งของเมนูหลักที่เกี่ยวกับโครงการทรูปลูกปัญญาไว้ด้านซ้าย ส่วนของเนื้อหา (Page Body) โดยเรียงลำดับความสำคัญของหมวดหมู่เนื้อหาหลักและหมวดหมู่เนื้อหาย่อย รวมถึงลิงค์หัวข้อต่างๆ ในลำดับถัดๆ ไป อีกทั้งยังสร้างกรอบแบ่งแย่งชัดเจนระหว่างเมนูหลักของเนื้อหาและส่วนของเนื้อหาที่มีเป็นจำนวนมากในหลายๆ หน้าเว็บเพจของแต่ละหัวข้อ ช่วยให้ผู้ใช้ไม่เกิดความสับสนเมื่อเรียกดูข้อมูลในส่วนที่ต้องการ บริเวณส่วนท้ายของเนื้อหา (Page Footer) มีการรวบรวมเมนูหลักที่สามารถเชื่อมโยงไปยังทุกหัวข้อภายในเว็บไซต์ ทำให้ผู้ใช้ได้รับความสะดวกมากยิ่งขึ้น การจัดวางข้อมูลที่มีเป็นจำนวนมากภายในเว็บไซต์



อย่างเป็นสัดส่วน ทำให้ข้อมูลในหน้าเว็บมีความรู้สึกที่เรียบร้อยและเป็นระเบียบ เป็นการสร้างลำดับชั้นความสำคัญขององค์ประกอบภายในเว็บไซต์ได้เป็นอย่างดี

สีหลักที่ใช้ในเว็บไซต์ประกอบด้วยสีแดง สีขาว และสีฟ้า การออกแบบพื้นหลังของเว็บไซต์ใช้สีขาวเป็นหลัก และเลือกใช้สีที่เด่นชัดกับหัวข้อซึ่งก็คือสีแดง สามารถดึงดูดความสนใจจากผู้เข้าใช้ได้เป็นอย่างดี การใช้สีและขนาดของตัวอักษรหัวข้อที่แตกต่างกัน โดยออกแบบให้ตัวอักษรของหัวข้อหลักมีขนาดใหญ่กว่า เป็นการสร้างความน่าสนใจและน่าสายตาของผู้เข้าใช้ไปยังเนื้อหารายละเอียด ส่วนของกรอบเมนูเว็ทช์หลักของโครงการออกแบบให้เป็นสีฟ้า ทำให้ผู้เข้าใช้เกิดความสบายตาในการเลือกดูหัวข้อหลักของโครงการ การกำหนดให้หัวข้อที่ผู้เข้าใช้กำลังเปิดดูเป็นแถบสีรวมทั้งการเลือกใช้แถบสีกับหมวดหมู่หัวข้อหลัก ทำให้เกิดความแตกต่างอย่างชัดเจนระหว่างหมวดหมู่หัวข้อกับส่วนของเนื้อหา

ภาพเคลื่อนไหวที่ใช้ภายในเว็บไซต์มีอย่างจำกัด และจัดวางในบางหน้าเว็บเพจเท่านั้น ทำให้จุดสนใจมีจำนวนที่เหมาะสมในแต่ละหน้าเว็บเพจ

## 2. การสร้างรูปแบบ บุคลิกและสไตล์

โครงสร้างหน้าเว็บไซต์โครงการทูลูกปัญญาเป็นแบบแนวตั้ง สะดวกสำหรับการใส่ข้อมูลเพิ่มเติมหรือเมื่อมีการพัฒนารูปแบบของเว็บไซต์ ลักษณะรูปแบบของเว็บไซต์มีความทันสมัยจากการจำลองรูปแบบของโทรทัศน์ซึ่งเป็นหนึ่งในสื่อหรือผลิตภัณฑ์หลักขององค์กรผู้จัดทำโครงการ โดยจัดวางในหน้าเว็บเพจรายการทูลูกปัญญาและหน้าเว็บเพจอื่น เป็นการจำลองบรรยากาศให้ผู้เข้าใช้รู้สึกเหมือนกำลังรับชมเนื้อหาผ่านรายการโทรทัศน์ การใช้ชุดสีแดงซึ่งเป็นสีเดียวกันกับโลโก้และองค์กรผู้จัดทำโครงการ และการใช้สีขาวและสีแดงที่สื่อความหมายถึงความฉลาด ความบริสุทธิ์ และความรัก ความอบอุ่น ช่วยสร้างบุคลิกให้กับเว็บไซต์ ทำให้ผู้ใช้สามารถรับรู้ความรู้สึกถึงพลังและการทำความดี สอดคล้องกับเนื้อหากิจกรรมของโครงการ การออกแบบเว็บไซต์ที่มีรูปแบบที่ชัดเจนทั้งตำแหน่งของข้อมูล รูปภาพ และเนกซ์ที่ปรากฏในหน้าเว็บไซต์ แสดงถึงบุคลิกความมีระเบียบของเว็บไซต์ อีกทั้งการจัดวางข้อมูลที่มีเป็นจำนวนมากในแต่ละหน้าเว็บเพจ ซึ่งมีสัดส่วนของตัวอักษรมากกว่ารูปภาพ อาจทำให้ผู้ใช้เว็บไซต์เกิดความรู้สึกถึงสไตล์ที่เป็นวิชาการของเว็บไซต์ทูลูกปัญญา

## 3. การสร้างความสม่ำเสมอตลอดทั่วทั้งเว็บไซต์

เว็บไซต์โครงการทูลูกปัญญาออกแบบให้โครงสร้างและรูปแบบภายในแต่ละหน้าเว็บเพจมีลักษณะเช่นเดียวกันตลอดทั้งเว็บไซต์ ทั้งการใช้รูปแบบของกราฟิก ลักษณะของตัวอักษร

การเลือกใช้สี และการจัดวางองค์ประกอบหลัก ความสม่ำเสมอในการออกแบบเว็บไซต์ทำให้แต่หน้าเว็บเพจเป็นมาตรฐานเดียวกันและมีความเป็นเอกลักษณ์ ผู้เข้าใช้จึงสามารถคาดการณ์ลักษณะของเว็บได้ล่วงหน้า ช่วยให้เกิดความสะดวกในการเข้าใช้เว็บไซต์ในแต่ละครั้ง

#### 4. การใช้กราฟิกอย่างเหมาะสม

การใช้ภาพกราฟิกส่วนใหญ่ภายในเว็บไซต์มีความเหมาะสมกับเนื้อหากิจกรรมของโครงการ ส่วนของบนสุดของหน้าเว็บเพจออกแบบให้ภาพกราฟิกมีขนาดใหญ่กว่าส่วนอื่นๆ เพราะเป็นส่วนที่สำคัญที่สุดซึ่งแสดงชื่อและโลโก้ของโครงการ การใช้ไอคอน (icon) ประกอบกับเนวิเกชันหมวดหมู่เนื้อหาให้ที่ความสอดคล้องกัน การออกแบบให้ภาพกราฟิกของลิงค์หัวข้อที่เกี่ยวข้องกับโครงการรูปลูกบิญญาและเว็บไซต์รูปลูกบิญญาเป็นภาพกราฟิกที่มีสดใสหรือเป็นภาพเคลื่อนไหว เพื่อสร้างความน่าพอใจให้เกิดขึ้นกับลิงค์หัวข้อนั้น โดยในแต่ละหน้าเว็บเพจยังพบการแสดงผลภาพประกอบกับข้อมูลที่มีความเกี่ยวข้องกันโดยตรงและโดยอ้อม และการจัดวางภาพกราฟิกการ์ตูนเสริมในบางจุดเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้เข้าใช้เว็บไซต์ในเนื้อหาส่วนนั้น

ทั้งนี้ จากการสำรวจภายในเว็บไซต์พบว่า มีบางส่วนในหน้าโฮมเพจที่ใช้กราฟิกจำนวนมากเกินไป ส่งผลให้ข้อมูลภายในหน้าโฮมเพจดูอัดแน่น และเกิดจุดสนใจหลายจุด อาจะสร้างสับสนกับเนื้อหาที่เว็บไซต์ต้องการจะสื่อ รวมถึงผู้เข้าใช้อาจเกิดความสับสนในเรื่องของความสัมพันธ์ของเนื้อหาในส่วนนั้น

#### 4. เว็บไซต์โครงการสำนักรักบ้านเกิดเพื่อพัฒนาผู้นำชุมชน

**มูลนิธิสำนักรักบ้านเกิด**  
โครงการสำนักรักบ้านเกิดเพื่อพัฒนาผู้นำชุมชน

- หน้าหลัก
- เกี่ยวกับโครงการ
- ทำเนียบเยาวชนในโครงการ
- กิจกรรมเสริมศักยภาพเยาวชน
- จดหมายข่าวพี่ชพี่นัของแผ่นดิน
- สมาคมสำนักรักบ้านเกิด
- รวม Link เยาวชน
- กองทุนต้นกล้ารักบ้านเกิด
- ติดต่อเรา

**จากที่ถึงน้อง... พี่ชพี่นัง**

**แบบฟอร์มประวัติส่วนตัว**  
มาอัปเดตข้อมูลเพื่อความสะดวกในการติดต่อสื่อสารถึงกันและกัน

- + ความคืบหน้าโครงการทำดีเพื่อ...
- + Ideas for Thailand
- + ประกาศผลโครงการทำดีเพื่อบ้าน...

[อ่านทั้งหมด](#)

**กิจกรรม... กิจกรรมเสริมศักยภาพเยาวชน**

**พิธีมอบรางวัลเกษตรกรสำนักรักบ้านเกิด ปี ๒๕๕๓**

มูลนิธิสำนักรักบ้านเกิด จัดพิธีมอบรางวัลเกษตรกรสำนักรักบ้านเกิด ประจำปี ๒๕๕๓

- + ประมวลภาพถ่าย Farmer Info.Camp
- + การให้เป้งบาน ณ บ้านครุน้อย
- + พบปะเยาวชนภาคใต้

[อ่านทั้งหมด](#)

**มูลนิธิสำนักรักบ้านเกิด**  
๒๕๓/๑๕๕ ข.รามคำแหง ๒๑(นาคร) ก.ประดิษฐ์มนูธรรม แขวงพลับพลา เขตวังทองหลาง กทม. ๑๐๓๑๐  
โทร. ๐-๒๑๕๔-๔๓๐๐ แฟกซ์ ๐-๒๑๕๔-๔๓๐๑ E-mail : rbk\_foundation@hotmail.com, rbk\_foundation@yahoo.com

ภาพที่ 12 แสดงหน้าโฮมเพจของเว็บไซต์โครงการสำนักรักบ้านเกิดเพื่อพัฒนาผู้นำชุมชน

## ข้อมูลโดยรวม

www.rakbankerd.com/rbk\_foundation เป็นเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์โครงการ “สำนึกรักบ้านเกิดเพื่อพัฒนาผู้นำชุมชน” ภายใต้การดำเนินงานของมูลนิธิสำนึกรักบ้านเกิด ที่ได้รับการสนับสนุนจาก บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด หรือ “DTAC” เป็นโครงการที่มุ่งเน้นการส่งเสริมคนให้เป็นรากฐานของสังคมด้วยการสนับสนุนด้านการศึกษาไปพร้อมๆ กับการปลูกฝังจิตสำนึกให้เยาวชนมีความรับผิดชอบต่อส่วนรวม รักถิ่นฐานบ้านเกิด และประเทศชาติ

มูลนิธิสำนึกรักบ้านเกิด  
โครงการสำนึกรักบ้านเกิดเพื่อพัฒนาผู้นำชุมชน

กิจกรรม...  
กิจกรรมเสริมศักยภาพเยาวชน

พิธีมอบรางวัลเกษตรกรสำนึกรักบ้านเกิด ปี ๒๕๕๓

มูลนิธิสำนึกรักบ้านเกิด จัดพิธีมอบรางวัลเกษตรกรสำนึกรักบ้านเกิด ประจำปี ๒๕๕๓

อ่านต่อ

มูลนิธิสำนึกรักบ้านเกิด  
โครงการสำนึกรักบ้านเกิดเพื่อพัฒนาผู้นำชุมชน

สมาชิก...  
สมาชิกสำนึกบ้านเกิด

ขอให้ทุกท่านไขข้อความที่สุภาพในการตั้งกระทู้และตอบกระทู้... หากมีข้อความใดไม่สุภาพและเป็นข้อความเพื่อขายสินค้า ทาง Webmaster จะทำการ ลบ กระทู้เหล่านั้นทั้งหมด

จะลบกระทู้ที่มีขนาด post รูป : ขนาดสูงสุดจะมีขนาดไฟล์ไม่เกิน 420 pixels เพื่อความสะดวกและประหยัดพื้นที่ในกระดาน

ตั้งกระทู้ใหม่

หัวข้อกระทู้	ชื่อ	วัน / เดือน / ปี	-
ออฟ ประจวบฯ	ออฟ รุ่น 9	2011-04-06 09:05:51	[0]
น้องบิ่ง เพชรบูรณ์ครับ	บิ่ง เพชรบูรณ์	2011-03-15 14:06:23	[0]

ผ่านดินธรรม  
ผ่านดินทอง

ภาพที่ 13 แสดงหน้าเว็บเพจต่างๆ ภายในเว็บไซต์โครงการสำนึกรักบ้านเกิดเพื่อพัฒนาผู้นำชุมชน

จากการสำรวจรูปแบบของเว็บไซต์สำนักกรักบ้านเกิดเพื่อพัฒนาผู้นำชุมชน พบว่า

## หน้าโฮมเพจ (Home Page Design)

หน้าหลักหรือหน้าโฮมเพจของเว็บไซต์สำนักกรักบ้านเกิดเพื่อพัฒนาผู้นำชุมชน มีลักษณะการออกแบบตรงกับแนวคิดการออกแบบหน้าโฮมเพจที่ดี ได้แก่

- ส่วนหัวของหน้า (Page Header) การจัดวางโลโก้และชื่อของเว็บไซต์ไว้ที่ด้านบน
- มีลิงค์ (link) และเมนูเนวิเกชัน (navigation) ที่เชื่อมโยงไปยังข้อมูลส่วนหลักๆ ของเว็บไซต์
- การใช้กราฟิกอย่างจำกัด ทำให้เว็บไซต์แสดงผลอย่างรวดเร็ว
- ส่วนของเนื้อหา (Page Body) มีกรอบเนื้อหาที่แสดงถึงการปรับปรุงข้อมูล
- การใช้องค์ประกอบในหน้าโฮมเพจที่มีลักษณะเหมือนกับในหน้าอื่นๆ

### 1. การสร้างลำดับชั้นความสำคัญขององค์ประกอบ

องค์ประกอบในหน้าแรกของเว็บไซต์ ทั้งในส่วนของการจัดวางข้อมูลและส่วนของหมวดหมู่เนื้อหา มีการสร้างลำดับชั้นความสำคัญขององค์ประกอบ โดยจัดวางเนื้อหาชื่อและโลโก้โครงการไว้ส่วนบนของหน้าเว็บเพจ (Page Header) ซึ่งเป็นส่วนที่ผู้เข้าใช้สามารถมองเห็นได้เป็นลำดับแรกๆ อีกทั้งการใช้กราฟิกอักษรที่มีขนาดใหญ่กว่าส่วนของข้อมูล การจัดวางหมวดหมู่เนวิเกชันไว้ด้านซ้ายของหน้าเว็บเพจเรียงลำดับตามความสำคัญของเนื้อหาจากบนลงล่าง และการจัดวางเนื้อหาที่สำคัญที่เว็บไซต์ต้องการประชาสัมพันธ์ไว้ตรงส่วนกลางของหน้าเว็บเพจ โดยให้หัวข้อมีอักษรขนาดใหญ่กว่า เป็นจุดนำสายตาไปสู่เนื้อหาที่ต้องการประชาสัมพันธ์ได้อย่างดี การจัดวางองค์ประกอบเช่นนี้มีปรากฏเช่นเดียวกันในทุกหน้าเว็บเพจ

เว็บไซต์สำนักกรักบ้านเกิดเพื่อพัฒนาผู้นำชุมชน ออกแบบให้พื้นหลังทั้งหมดของทุกหน้าเว็บเพจเป็นสีเขียว ยกเว้นพื้นหลังส่วนกลางของหน้าเว็บโฮมเพจที่ใช้สีขาว เพื่อสร้างความโดดเด่นให้กับเนื้อหาหลักที่เว็บไซต์ต้องการประชาสัมพันธ์

การใช้ภาพเคลื่อนไหวมีเฉพาะบริเวณลิงค์ของเว็บเพื่อนบ้าน เป็นภาพกราฟิกที่เคลื่อนไหวเพียงเล็กน้อย ซึ่งมีปริมาณที่เล็กน้อยเมื่อเทียบกับสัดส่วนของเนื้อหา แสดงถึงความไม่สมดุลของการจัดวางองค์ประกอบส่วนใหญ่ที่ใช้กราฟิกและภาพนิ่ง

## 2. การสร้างรูปแบบ บุคลิกและสไตล์

เว็บไซต์สำหรับบ้านเกิดเพื่อพัฒนาผู้นำชุมชน ใช้โครงสร้างหน้าเว็บในแนวตั้ง การออกแบบรูปแบบของเว็บไซต์โดยรวมมีความเรียบง่าย รูปแบบและเนื้อหาไม่มีความซับซ้อน การนำเสนอข้อมูลในแต่ละหน้ามีปริมาณเหมาะสมในแต่ละหน้าเว็บเพจ การจัดวางตัวอักษรและรูปภาพให้เกิดพื้นที่ว่าง ทำให้ภาพรวมของหน้าเว็บดูไม่แน่นจนเกินไป หัวข้อและเนื้อเรื่องจัดวางแยกกันอย่างเป็นสัดส่วนและมองเห็นได้อย่างชัดเจน การจัดโครงสร้างในแต่ละหน้าเว็บเพจ รูปแบบของกราฟิก การใช้ชุดสีและชนิดของตัวอักษร แสดงถึงบุคลิกที่เรียบร้อยของเว็บไซต์ การออกแบบหน้าเว็บไซต์ให้มีสีเขียวเป็นหลัก ซึ่งสัมพันธ์กับเนื้อหาและกิจกรรมของโครงการที่มีแนวคิดปลูกฝังและสร้างจิตสำนึกให้เยาวชนรักถิ่นฐานบ้านเกิด เปรียบเสมือนการปลูกต้นกล้าลงไปในพื้นที่ รอวันเติบโตขึ้นเป็นต้นไม้ใหญ่ สะท้อนสไตล์ความเป็นธรรมชาติของเว็บไซต์ได้เป็นอย่างดี

## 3. การสร้างความสม่ำเสมอตลอดทั่วทั้งเว็บไซต์

รูปแบบและโครงสร้างที่พบในหน้าเว็บไซต์ มีความสม่ำเสมอในการออกแบบตลอดทั่วทั้งเว็บไซต์ ทั้งในส่วนจากรูปแบบตัวอักษร การใช้กราฟิก การใช้แสดงภาพประกอบที่สอดคล้องกับเนื้อหา โทนสีของเว็บไซต์ และการจัดวางองค์ประกอบอื่นๆ ในหน้าเว็บเพจ ที่เป็นมาตรฐานเดียวกันภายในเว็บไซต์ เป็นการสร้างความสม่ำเสมอให้เกิดขึ้นกับทั้งเว็บไซต์

## 4. การใช้กราฟิกอย่างเหมาะสม

ภาพกราฟิกส่วนใหญ่ที่อยู่ในเว็บไซต์สำหรับบ้านเกิดเพื่อพัฒนาผู้นำชุมชน มีความสัมพันธ์กันกับข้อหัวเนื้อหาในแต่ละเรื่อง โดยจัดวางภาพกราฟิกประกอบกับหัวข้อบริเวณด้านบนของหน้าเว็บเพจ เพื่อเป็นการนำสายตาผู้อ่านไปยังส่วนสำคัญของเนื้อหา และเมื่อสำรวจรูปแบบโดยรวมภายในเว็บไซต์ พบว่า กราฟิกที่ใช้ในหน้าเว็บไซต์มีอย่างจำกัด และอาจมีจำนวนน้อยเกินไปในบางจุดของแต่ละหน้าเว็บเพจ ทำให้ภาพรวมของเว็บไซต์ขาดความน่าสนใจ และไม่อาจดึงดูดผู้เข้าใช้เว็บไซต์ได้มากเท่าที่ควร

## 5. เว็บไซต์โครงการ Indy In Town ชุมนุมชนคนมีไอเดีย



ภาพที่ 14 แสดงหน้าโฮมเพจของเว็บไซต์โครงการ Indy In Town ชุมนุมชนคนมีไอเดีย

### ข้อมูลโดยรวม

www.centerpointindyintown.com เป็นเว็บไซต์สำหรับประชาสัมพันธ์โครงการ “Indy In Town ชุมนุมชนคนมีไอเดีย” ที่มุ่งเน้นการจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมความสามารถของวัยรุ่นในด้านต่างๆ และให้การสนับสนุนพื้นที่การแสดงหน้าออกทางความคิดภายใต้ชื่อ “เซ็นเตอร์พ้อยท์ แอท เซ็นทรัลเวิลด์” ตั้งอยู่บนชั้น 7-8 ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ กิจกรรมที่จัดขึ้นมีอาทิเช่น ตลาดนัดสินค้าความคิดสร้างสรรค์ การจัดงานประกวดการเล่นดนตรี ลานกิจกรรมอเนกประสงค์สำหรับวัยรุ่น เป็นต้น เป็นโครงการความร่วมมือกันของ 3 บริษัทคือ บริษัท เซ็นทรัลพัฒนา จำกัด (มหาชน) เจ้าของศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ บริษัท มาสเตอร์แอด จำกัด (มหาชน) และบริษัท เซ็นเตอร์พ้อยท์ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด



ภาพที่ 15 แสดงหน้าเว็บเพจต่างๆ ภายในเว็บไซต์โครงการ Indy In Town ชุมชนคนมีไอเดีย



จากการสำรวจรูปแบบของเว็บไซต์ Indy In Town ชุมชนคนมีไอเดีย พบว่า

### หน้าโฮมเพจ (Home Page Design)

ลักษณะการออกแบบหน้าโฮมเพจของเว็บไซต์ Indy In Town ชุมชนคนมีไอเดีย สอดคล้องกับแนวคิดหลักการออกแบบหน้าโฮมเพจที่ดี คือ

- มีการจัดวางชื่อและโลโก้ของเว็บไซต์ไว้ตรงกลางส่วนหัวของหน้า (Page Header) ด้านบน
- ด้านบนของหน้าโฮมเพจมีลิงค์และเมนูเนวิเกชันที่สามารถเชื่อมโยงไปยังเนื้อหาหลักของเว็บไซต์
- ภาพกราฟิกที่มีเป็นจำนวนมาก ไม่เป็นอุปสรรคต่อการเปิดเว็บไซต์ หน้าโฮมเพจยังคงสามารถแสดงผลได้อย่างอย่างรวดเร็ว
- ในหน้าโฮมเพจไม่มีแสดงการปรับเปลี่ยนใหม่ในส่วนเนื้อหา มีเพียงการออกแบบหน้าโฮมเพจให้แตกต่างกันไปในแต่ละปี แสดงให้เห็นถึงการ
- องค์ประกอบที่ใช้หน้าโฮมเพจ ยังคงมีลักษณะเช่นเดียวกันกับในหน้าอื่น ทั้งในส่วนของการจัดวางชื่อและโลโก้โครงการ การใช้ลิงค์และภาพกราฟิกแสดงหมวดหมู่เนื้อหาหลัก และการแสดงลิงค์ไปที่เชื่อมโยงยังเว็บอื่นๆ รวมถึงการแสดงความเป็นลิขสิทธิ์ของข้อมูลภายในเว็บไซต์
- ลักษณะของหน้าโฮมเพจ เว็บไซต์ Indy In Town ที่แตกต่างจากหน้าโฮมเพจกลุ่มตัวอย่างอื่น คือ หน้าโฮมเพจออกแบบโดยใช้โครงสร้างหน้าเว็บในแนวนอน แสดงความคิดสร้างสรรค์และความพยายามมากกว่าปกติ ผู้ออกแบบมีข้อจำกัดและสิ่งที่ต้องพึงระวังค่อนข้างมาก เพราะเป็นการใช้ประโยชน์ของพื้นที่ในแนวนอนอย่างเต็มที่ ปัญหาอย่างแรกที่พบ คือ ความกว้างของหน้าจอที่ไม่แน่นอน เนื่องจากความละเอียดของมอนิเตอร์ที่ต่างกัน ถ้าข้อมูลของคุณเป็นตัวอักษรทั้งหมดและมีความกว้างของบรรทัดเต็มหน้าจอ ก็จะสร้างความลำบากต่อผู้อ่านที่จะต้องส่ายศีรษะไปมา และถ้าหน้านั้นมีข้อมูลจำนวนมาก คุณก็ไม่ควรทำให้ผู้ใช้ต้องเลื่อนหน้าจอ (scroll) ไปทางด้านข้างเพื่อดูข้อมูลส่วนที่เหลือ เพราะเป็นสิ่งที่ผู้ใช้ไม่คุ้นเคยและยังไม่สะดวกต่อการใช้งานอีกด้วย

## 1. การสร้างลำดับชั้นความสำคัญขององค์ประกอบ

เว็บไซต์ Indy In Town สร้างลำดับชั้นความสำคัญขององค์ประกอบให้เกิดขึ้น โดยด้านบนของหน้าเว็บเพจ (Page Header) ซึ่งเป็นส่วนที่ผู้เข้าใช้สามารถมองเห็นได้เป็นลำดับแรก จัดวางชื่อและโลโก้ของโครงการ รวมทั้งลิงค์หมวดหมู่เนื้อหาที่เรียงลำดับความสำคัญจากซ้ายไปขวา และเมื่อวางเมาส์บนลิงค์หมวดหมู่หลัก ระบบจะแสดงเมนูเนวิเกชันย่อยให้เห็น ในส่วนของหัวข้อเนื้อหาในแต่ละหน้าเว็บเพจ มีการภาพกราฟิกแสดงแทน เป็นการจัดวางตำแหน่งและองค์ประกอบที่แสดงถึงการลำดับความสำคัญของข้อมูล

ในหน้าโฮมเพจออกแบบให้มีสีสันที่สดใสแตกต่างกันทั้งในส่วนของพื้นหลังที่ใช้สีแดงและสีน้ำเงิน ซึ่งเป็นสีที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน และลิงค์หัวข้อต่างที่ใช้ภาพกราฟิกที่มีสีสันใส สามารถดึงดูดความสนใจจากผู้เข้าใช้ให้สามารถตอบสนองได้อย่างรวดเร็ว ส่วนของหน้าเว็บเพจอื่นๆ ออกแบบโดยใช้สีแดงและสีน้ำเงินเป็นหลัก โดยใช้สีแดงเป็นแถบพื้นหลังของลิงค์หัวข้อหลัก และส่วนของเนวิเกชันย่อยเมื่อผู้เข้าใช้กำลังชมหน้าเว็บเพจนั้น รวมถึงการออกแบบให้พื้นหลังของกรอบผู้สนับสนุนเป็นสีแดง เพื่อสร้างความโดดเด่นให้เกิดขึ้นกับให้ลิงค์แบนเนอร์ (Banner)

การออกแบบเว็บไซต์ให้หน้าแรกมีลักษณะภาพเคลื่อนไหวและมีเสียงดนตรีประกอบ ช่วยดึงดูดความสนใจได้เป็นอย่างดี ทำให้ผู้เข้าใช้เกิดความรู้สึกอยากที่จะเข้าชมในหน้าต่อๆ ไป

## 2. การสร้างรูปแบบ บุคลิกและสไตล์

การออกแบบรูปแบบของเว็บไซต์มีความทันสมัยการจัดโครงสร้างหน้าเว็บในแนวนอนและการใช้ภาพกราฟิกขนาดใหญ่ในหน้าโฮมเพจของเว็บไซต์ Indy In Town เป็นสิ่งสำคัญที่สร้างความโดดเด่นให้เกิดขึ้นกับหน้าโฮมเพจ และยังแตกต่างจากหน้าโฮมของเว็บไซต์กลุ่มตัวอย่างอื่นๆ ที่ผู้วิจัยคัดเลือกมา รวมถึงการจำลองภาพบรรยากาศของกิจกรรม Indy In Town ซึ่งมีความสัมพันธ์กับกิจกรรมของโครงการ

ในหน้าเว็บเพจอื่นๆ ออกแบบพื้นหลังให้เป็นสีน้ำเงิน-ขาว คล้ายกับสีของกระดาษเขียนจดหมาย แสดงถึงความใกล้ชิด และความเป็นกันเอง การใช้ไอคอนการ์ตูนที่มีรูปแบบที่สอดคล้องกับภาพกราฟิกประกอบหมวดหมู่ของเนื้อหาหลัก และการออกแบบให้ชื่อโครงการและเมนูเนวิเกชันเป็นตัวอักษรกราฟิกแบบลายมือและแบบไม่มีหัว เป็นการสร้างบุคลิกที่มีความน่าเชื่อถือให้กับเว็บไซต์ จากรูปแบบของหน้าโฮมเพจรวมถึงการออกแบบภาพกราฟิกที่มีสีสันสดใสในหน้าเว็บไซต์สะท้อนสไตล์ของเว็บไซต์ที่สนุกสนานและเป็นกันเอง

### 3. การสร้างความสม่ำเสมอตลอดทั่วทั้งเว็บไซต์

เว็บไซต์ Indy In Town ใช้โครงสร้างหน้าเว็บที่มีรูปแบบแตกต่างกันในบางหน้าเว็บเพจ โดยส่วนของหน้าโฮมเพจใช้โครงสร้างหน้าเว็บแบบแนวนอน และหน้าเว็บเพจอื่นๆ ของเว็บไซต์ใช้โครงสร้างหน้าเว็บแบบแนวตั้ง แต่ความสม่ำเสมอของการจัดวางองค์ประกอบต่างๆ รูปแบบกราฟิก รูปแบบตัวอักษร และการใช้สีพื้นหลังที่มีลักษณะเช่นเดียวกันในทุกๆ หน้าเว็บเพจ ทำให้รูปแบบของเว็บไซต์ยังคงมีมาตรฐานเดียวกัน และมีความสม่ำเสมอในการออกแบบตลอดทั้งเว็บไซต์

### 4. การใช้กราฟิกอย่างเหมาะสม

การใช้กราฟิกในแต่ละหน้าเว็บเพจมีจำนวนที่เหมาะสมกับโครงสร้างและเนื้อหาในหน้าเว็บเพจนั้น โดยในหน้าโฮมเพจออกแบบให้มีทั้งภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว มีการใช้กราฟิกในส่วนของชื่อโครงการ และลิงค์เชื่อมโยงไปยังข้อมูลในหัวข้อต่างๆ ลักษณะของภาพกราฟิกออกแบบให้มีความทันสมัย เพื่อดึงดูดผู้เข้าใช้เว็บไซต์ที่เป็นเด็กและเยาวชน อีกทั้งภาพกราฟิกที่มีสีสันสดใสช่วยทำให้ผู้ใช้เกิดความสนุกสนาน การใช้กราฟิกอย่างโดดเด่นที่เห็นได้ชัดในหน้าเว็บไซต์นี้คือภาพกราฟิกจำลองบรรยากาศของลานการจัดกิจกรรมในหน้าโฮมเพจ ซึ่งสามารถสร้างจุดสนใจให้เกิดขึ้นเว็บไซต์ได้เป็นอย่างมาก และถึงแม้ในหน้าโฮมเพจจะมีกราฟิกเป็นจำนวนมาก แต่การจัดวางองค์ประกอบในส่วนต่างมีความเป็นระเบียบ และแยกสัดส่วนออกจากกันอย่างชัดเจน

ผู้วิจัยได้ศึกษาเพิ่มเติมถึงรูปแบบเว็บไซต์ที่มีสถิติการเข้าชมอยู่ในอันดับต้นๆ ของประเทศ โดยที่ผู้เข้าชมส่วนใหญ่ของเว็บไซต์เป็นกลุ่มเด็กและเยาวชน จากการจัดอันดับของเว็บไซต์ทรูฮิต (Truehits.net) โดยศึกษาเพิ่มเติมจำนวนทั้งสิ้น 2 เว็บไซต์ ได้แก่

# 1. เว็บไซต์เด็กติดจอคอม



ภาพที่ 16 แสดงหน้าโฮมเพจของเว็บไซต์เด็กติดจอคอม

## ข้อมูลโดยรวม

www.dek-d.com เป็นเว็บไซต์รวบรวมข้อมูลสาระและบันเทิงที่ผู้เข้าชมจำนวนมากเป็นเด็กและเยาวชน ลักษณะของเว็บไซต์เป็นการสร้างชุมชนและเป็นแหล่งรวมตัวพบปะพูดคุยของวัยรุ่น วัยมัธยมศึกษา ไปจนถึงระดับมหาวิทยาลัย มีการให้บริการที่โดดเด่น ได้แก่ เว็บไซต์ บล็อก ชุมชนนักเขียน (Writer) นอกจากนี้ยังมีเนื้อหาที่เกี่ยวกับรูปแบบการใช้ชีวิต (Lifestyles) ของวัยรุ่น การศึกษา และการเตรียมตัวสอบเข้ามหาวิทยาลัย (Admission) การรวบรวมเว็บไซต์ที่มีประโยชน์ต่อวัยรุ่น เช่น เว็บไซต์โรงเรียน เว็บไซต์ของโรงเรียน เป็นต้น



ภาพที่ 17 แสดงหน้าเว็บเพจต่างๆ ภายในเว็บไซต์เด็กดีดอทคอม

จากการสำรวจรูปแบบของเว็บไซต์เด็กดีดอทคอม พบว่า

### หน้าโฮมเพจ (Home Page Design)

การออกแบบของหน้าเว็บไซต์เด็กดีดอทคอม มีลักษณะของการออกแบบหน้าโฮมเพจที่ดี คือ รูปแบบที่ใช้มีความน่าสนใจ มีการแนะนำถึงเนื้อหาสำคัญภายในเว็บไซต์ และแสดงข้อมูลการบริการที่เป็นประโยชน์กับผู้เข้าใช้เว็บไซต์ที่เป็นเด็กและเยาวชน ทำให้ผู้เข้าใช้มองเห็นข้อมูลโดยรวมทั้งหมดได้อย่างชัดเจน สามารถเข้าถึงข้อมูลเหล่านั้นได้อย่างสะดวกรวดเร็ว

- มีการสร้างลิงค์ทั้งหมดไว้ในหน้าแรก เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้ให้สามารถเข้าถึงข้อมูลเนื้อหาได้อย่างรวดเร็ว
- การใช้กราฟิกเป็นจำนวนมาก ทำให้เวลาในการดาวน์โหลดมีความล่าช้าเล็กน้อย
- ด้านบนส่วนหัวของหน้า (Page Header) โฮมเพจ มีการแสดงวันที่ปัจจุบัน จำนวนตัวเลขผู้เข้าเว็บไซต์ในวันที่ผ่านมา และข้อมูลจำนวนนิยายทั้งหมดของวันนี้ เป็นส่วนที่แสดงถึงสิ่งที่ปรับเปลี่ยนใหม่ในแต่ละวัน
- ภายในหน้าโฮมเพจมีการใช้องค์ประกอบสำคัญที่มีลักษณะเหมือนกับในหน้าอื่น ได้แก่ ด้านบนส่วนหัวของหน้า (Page Header) ประกอบด้วย แถบเนวิเกชันหัวข้อหลัก เมนูเนวิเกชันหมวดหมู่เนื้อหาย่อยบริเวณด้านบนสุด บริการสมาชิกบริเวณมุมขวาบน และบริเวณส่วนท้ายของเนื้อหา (Page Footer) ซึ่งประกอบไปด้วย ข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับเนื้อหาและเว็บไซต์ และความเป็นลิขสิทธิ์ของเว็บไซต์
- เว็บไซต์เด็กดีดอทคอมมีการเปลี่ยนแปลงข้อมูลอยู่เสมอ จึงมีส่วนที่แสดงถึงการเปลี่ยนแปลงข้อมูล ได้แก่ การแสดงวันที่ปัจจุบัน การแสดงข่าวหรือข้อมูลความเคลื่อนไหวใหม่ๆ และการสร้างส่วนของเนื้อหาที่แสดงถึงสิ่งใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นภายในเว็บไซต์แบบทันที (Realtime Update)

### 1. การสร้างลำดับชั้นความสำคัญขององค์ประกอบ

เว็บไซต์เด็กดีดอทคอมมีการสร้างลำดับชั้นความสำคัญขององค์ประกอบต่างๆ ภายในหน้าโฮมเพจและหน้าเว็บเพจอื่นๆ บริเวณส่วนหัวของหน้า (Page Header) มีการจัดวางเนื้อหาที่เว็บไซต์ต้องการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ผู้เข้าใช้สามารถมองเห็นข้อมูลในส่วนนี้ได้เป็นลำดับแรก ในแต่ละหมวดหมู่หลักและหมวดหมู่ย่อยมีการเรียงลำดับตามความสำคัญเนื้อหาจากบนลงล่าง การใช้ขนาดเปรียบเทียบ (relative size) ขององค์ประกอบต่างๆ โดยกำหนดให้พื้นที่ของเนื้อหาที่มีความสำคัญหรือได้รับความนิยมนจากผู้เข้าใช้เว็บไซต์ มีขนาดพื้นที่ใหญ่กว่าพื้นที่ของเนื้อหาส่วน

อื่น เพื่อดึงความสนใจของผู้เข้าใช้เว็บไซต์ได้ก่อนและเป็นการแสดงถึงความสำคัญที่มีเหนือองค์ประกอบขนาดเล็ก ส่วนของหัวข้อหรือเนื้อหาที่ทางเว็บไซต์ต้องการแนะนำหรือประชาสัมพันธ์ มีการออกแบบให้ภาพกราฟิกและกำหนดให้ตัวอักษรที่มีขนาดใหญ่กว่าส่วนของเนื้อหาเสมอ เพื่อช่วยให้ผู้เข้าใช้มองเห็นได้ชัดเจนและเข้าใจจุดสำคัญของเนื้อหาได้มากยิ่งขึ้น ในส่วนของแถบเนวิเกชันหลักและเมนูเนวิชันย่อยมีการจัดวางไว้ที่ส่วนบนของหน้าเว็บเพจ โดยเรียงลำดับจากซ้ายไปขวา ซึ่งเฉพาะในหน้าโฮมเพจจะมีการเพิ่มแถบของหมวดหมู่เนวิเกชันหลักไว้ด้านซ้ายมือ เรียงลำดับความสำคัญของหัวข้อจากบนลงล่างเพื่อให้ผู้ใช้เห็นได้ก่อนส่วนอื่นๆ เด็กดีดอทคอมเป็นเว็บไซต์ขนาดใหญ่ที่มีหน้าเว็บเพจภายในเป็นจำนวนมาก แต่มีการจัดการรวมกลุ่มข้อมูลให้เป็นสัดส่วนแล้วสร้างเป็นลิงค์เพื่อไปสู่ข้อมูลส่วนหลักเท่านั้น ทำให้ผู้ใช้ไม่เกิดความสับสนเมื่อต้องการค้นหาข้อมูลที่ตนเองสนใจ

ภายในเว็บไซต์ออกแบบให้สีส้มและสีขาวเป็นสีหลักของพื้นหลัง โดยใช้ทั้งสองสีสลับกันไปในแต่ละกรอบเนื้อหาของเนื้อหา เพื่อให้ผู้เข้าใช้เว็บไซต์สามารถแยกสัดส่วนและเลือกดูเนื้อหาในแต่ละหัวข้อได้อย่างสะดวก หากเนื้อหาในส่วนดังกล่าวมีข้อมูลที่เกี่ยวข้องความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดและความสำคัญที่เท่าเทียมกัน จะใช้สีพื้นหลังที่เป็นสีเดียวกัน

ภาพเคลื่อนไหวภายในเว็บไซต์ออกแบบให้อย่างจำกัดและระมัดระวัง เพื่อไม่ให้มีจุดสนใจที่มากจนเกินไป เนื่องจากภายในเว็บไซต์มีปริมาณของข้อมูลค่อนข้างมาก โดยภาพเคลื่อนไหวส่วนใหญ่ในหน้าโฮมเพจเป็นภาพโฆษณาของผู้สนับสนุนเว็บไซต์ (banner) วางแทรกตามในบางส่วนของเนื้อหา และเป็น banner มีความสัมพันธ์กับเนื้อหาในส่วนนั้น ภาพเคลื่อนไหวที่ปรากฏในหน้าเว็บเพจอื่นๆ จะเป็นเนื้อหาหรือข้อมูลในส่วนที่ทางเว็บไซต์ต้องการแนะนำเพิ่มเติม

## 2. การสร้างรูปแบบ บุคลิกและสไตล์

เว็บไซต์เด็กดีดอทคอมจัดโครงสร้างหน้าเว็บในแบบแนวตั้ง เหมาะกับเนื้อหาที่มีเป็นจำนวนมาก ภายในเว็บไซต์ออกแบบโดยใช้สีส้มและสีขาวเป็นหลัก ซึ่งสื่อความหมายถึงความกระตือรือร้น ความเป็นเพื่อน ความมีชีวิตชีวา แสดงถึงบุคลิกที่ร่าเริงของเว็บไซต์ ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะของเว็บไซต์ที่เป็นการสร้างชุมชนและเป็นแหล่งรวมตัวพบปะพูดคุยของวัยรุ่น การออกแบบชุดสีและการใช้องค์ประกอบในหน้าเว็บเพจของแต่ละหัวข้อ เช่น หัวข้อ Girl ใช้ตัวอักษรและแถบหัวข้อสีชมพู มีการใช้ภาพกราฟิกที่มีความน่ารักเกี่ยวข้องกับผู้หญิง คอลัมน์ Take a Photo ใช้พื้นหลังสีดำและแถบหัวข้อสีฟ้า และใช้กราฟิกที่เกี่ยวข้องกับการถ่ายภาพประกอบข้อมูลรวมถึงในหน้าเว็บเพจอื่นที่เลือกใช้รูปแบบกราฟิกที่เกี่ยวข้องกับชีวิตวัยรุ่นในปัจจุบัน ทำให้รูปแบบ

ของเว็บไซต์มีความทันสมัย แสดงถึงความเป็นเว็บไซต์ของวัยรุ่น การออกแบบโดยรวมของเว็บไซต์ ทั้งลักษณะของกราฟิก การเลือกชุดสี การใช้รูปภาพและไอคอน สะท้อนสไตล์ที่สนุกสนานของเว็บไซต์ สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเด็กและเยาวชนได้เป็นอย่างดี

### 3. การสร้างความสม่ำเสมอตลอดทั่วทั้งเว็บไซต์

รูปแบบของเว็บไซต์ในหน้าแต่ละหน้าที่มีลักษณะเช่นเดียวกัน ทั้งการออกแบบจัดวาง ในส่วนของแถบหัวข้อหลัก เมนูเนวิเกชัน องค์ประกอบต่างๆ ทั้งกราฟิก ลักษณะตัวอักษร ชุดสีของพื้นหลัง และชุดสีของตัวอักษรที่ใช้ รวมถึงส่วนท้ายของหน้าที่จัดวางระบบเนวิเกชันแบบโกลบอลที่เป็นตัวอักษรซึ่งทำหน้าที่เหมือนกับวิเกชันหลักแบบกราฟิกในส่วนหัวของหน้า ข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับเนื้อหาและเว็บไซต์ และความเป็นลิขสิทธิ์ของเว็บไซต์ ซึ่งมีปรากฏในทุกหน้าของเว็บไซต์ ข้อมูลหลักของเว็บไซต์คงสม่ำเสมอในทุกๆ หน้า ทำให้ภาพรวมของเว็บไซต์เป็นเอกลักษณ์ ช่วยให้ผู้ใช้สามารถสามารถจดจำได้

### 4. การใช้กราฟิกอย่างเหมาะสม

ภายในเว็บไซต์ประกอบไปด้วยกราฟิกจำนวนมาก ทั้งในส่วนของโลโก้เว็บไซต์ กราฟิกที่เป็นไอคอน ปุ่ม และกราฟิกอื่นๆ โดยออกแบบและจัดวางแยกสัดส่วนของภาพกราฟิกออกจากเนื้อหา ทำให้รูปแบบของเว็บไซต์ดูเป็นระบบ และมีความเป็นระเบียบในส่วนของการนำเสนอเนื้อหา ผู้ใช้สามารถมองเห็นและเลือกดูเนื้อหาในแต่ละส่วนได้อย่างชัดเจน



## 2. เว็บไซต์ วิชาการดอทคอม

The screenshot displays the homepage of the PTT Group Education website. At the top, there is a navigation menu with links for Home, About Us, Contact Us, and various educational programs. Below the menu is a search bar and a login section for users. The main content area is divided into several sections:

- วิชาการ.คอม**: A central banner for the PTT Group Education website.
- มหาวิทยาลัย / Annon / Road Show**: A section featuring profiles of university representatives and information about road shows.
- Hot Hit**: A section highlighting popular news or events, such as the PTT Group Education 2011 Photo Contest.
- มหาวิทยาลัย**: A section listing various universities and their programs, including Shopping Network, PTT Group Education, and others.
- โรงเรียน**: A section listing various schools and their programs, including PTT Group Education, PTT Group Education, and others.
- Pretest**: A section providing information about pre-test exams for various programs.
- Admission - รับเข้าเรียน**: A section providing information about admission procedures and requirements for various programs.

ภาพที่ 18 แสดงหน้าโฮมเพจของเว็บไซต์วิชาการดอทคอม

## ข้อมูลโดยรวม

www.vcharkarn.com เป็นเว็บไซต์ที่เน้นเนื้อหาเกี่ยวกับสาระความรู้ทางวิชาการ ที่ผู้เข้าใช้ส่วนใหญ่เป็นเด็กและเยาวชน (Truehits.net) ประกอบด้วยคณาจารย์และผู้เชี่ยวชาญในแต่ละสาขาที่ร่วมกันในการพัฒนาเว็บไซต์ให้กลายเป็นเครือข่ายทางวิชาการ มีจุดมุ่งหมายที่จะส่งเสริมความรู้ และกระตุ้นความสนใจ โดยเป็นสื่อกลางความรู้ที่น่าสนใจ และไม่น่าเบื่อ โดยใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลางในการกระจายความรู้ความสนุกสนานผ่านไปยังภูมิภาคต่างๆ ทั่วประเทศ หวังกระตุ้นให้นักเรียน นักศึกษา อาจารย์ และผู้สนใจ เกิดการเรียนรู้ด้วยตนเอง โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ เพื่อสร้างโอกาสทางการศึกษาและเพื่อยกระดับโครงสร้างทางการศึกษาของไทย ภายในเว็บไซต์ประกอบไปด้วยองค์ความรู้ การแลกเปลี่ยนประสบการณ์วิชาการ ทั้งด้านแนวคิดและด้านข้อเสนอนั้นๆ ภายใต้การรับรองและสนับสนุนของสถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์ คณิตศาสตร์ และเทคโนโลยี (สสวท)

ปัจจุบันเป็นเว็บไซต์ทางการศึกษาระดับหนึ่งของประเทศไทย โดยได้รับรางวัลเว็บไซต์ส่งเสริมการเรียนรู้ดีเด่น ปี 2547 จากสมาคมผู้ดูแลเว็บไทย รางวัลเว็บไซต์สื่อวิทยาศาสตร์ดีเด่น 2549 จากกระทรวงวิทยาศาสตร์ และรางวัลเว็บไซต์การศึกษาที่มียอดผู้เข้าชมสูงสุด ประจำปี 2006 และ 2007 (จัดอันดับโดย Truehits)

ptt Group

Username : Password :  จำไว้ตลอด [Login](#) | [ลืมรหัสผ่าน](#) | [สมัครสมาชิก](#) | [f](#) | [g+](#) |  Search [GO](#)

**วิชาการ.คอม**  
10 ปี พลังไทยเพื่อการศึกษาไทย

**คู่มือการศึกษาไทย**

บุคคลทั่วไป | [Home](#) | [บทความ](#) | [คำศัพท์](#) | [กิจกรรม](#) | [คลัง](#) | [ข่าววิทย์](#) | [ชิงรางวัล](#) | [Blog](#) | [นิยาย](#) | [เกม](#) | [ติดต่อทีมงาน](#) | [คลังวีดีโอวิทย์](#)

นักเรียน - นักศึกษา | [คลังข้อสอบ](#) | [โครงการ](#) | [ทุนการศึกษา](#) | [Pre-Test](#) | [TUTOR](#) | [ศึกษาต่อต่างประเทศ](#) | [คอมพิวเตอร์โอลิมปิก](#) | [Roadshow](#) | [ความรู้ไอที](#)

ครู - อาจารย์ | [บทเรียน](#) | [หนังสือ](#) | [จัดอันดับ](#) | [รวมลิงค์](#) | [เรียนไทย](#) | [ประกาศ](#) | [ชุดคุย](#) | [ความรู้ปีเตรียม](#) | [เผยแพร่ผลงานครู](#)

**Exam**  
(คลังข้อสอบออนไลน์)  
"เลือกแบบคลิกปวิติโอ"

โดย **ptt Group**  
vichakarn.com

**ระบบคลังข้อสอบออนไลน์ (Exam)**

เว็บไซต์วิชาการดอทคอม ร่วมกับ AIS **สองเข้ามาคู่กัน**  
จัดทำโครงการคลังข้อสอบและแบบฝึกหัดออนไลน์ โดยรวบรวมข้อ

Learn how at [MyPyramid.gov](#)

Learn how at [MyPyramid.gov](#)

Get more involved with your health care. [Find out more](#)

ptt Group

Username : Password :  จำไว้ตลอด [Login](#) | [ลืมรหัสผ่าน](#) | [สมัครสมาชิก](#) | [f](#) | [g+](#) |  Search [GO](#)

**วิชาการ.คอม**  
10 ปี พลังไทยเพื่อการศึกษาไทย

**คู่มือการศึกษาไทย**

บุคคลทั่วไป | [Home](#) | [บทความ](#) | [คำศัพท์](#) | [กิจกรรม](#) | [คลัง](#) | [ข่าววิทย์](#) | [ชิงรางวัล](#) | [Blog](#) | [นิยาย](#) | [เกม](#) | [ติดต่อทีมงาน](#) | [คลังวีดีโอวิทย์](#)

นักเรียน - นักศึกษา | [คลังข้อสอบ](#) | [โครงการ](#) | [ทุนการศึกษา](#) | [Pre-Test](#) | [TUTOR](#) | [ศึกษาต่อต่างประเทศ](#) | [คอมพิวเตอร์โอลิมปิก](#) | [Roadshow](#) | [ความรู้ไอที](#)

ครู - อาจารย์ | [บทเรียน](#) | [หนังสือ](#) | [จัดอันดับ](#) | [รวมลิงค์](#) | [เรียนไทย](#) | [ประกาศ](#) | [ชุดคุย](#) | [ความรู้ปีเตรียม](#) | [เผยแพร่ผลงานครู](#)

**ร่วมเชียร์เด็กไทย ร่วมใจเป็นเจ้าภาพ**  
"ประเทศไทยเป็นเจ้าภาพโอลิมปิกวิชาการ  
ระหว่างวันที่ 23 พ.ค. 2554  
จนถึงวันที่ 22-29 ก.ค. 2554 ณ เมืองฟัทา"

[www.ioi2011.or.th](#)

**vCafe ศูนย์รวมกระดานวิชาการ**

เลือกห้องหลัก >>

[ทั่วไป](#) | [การบ้านแบบฝึกหัด](#) | [ฝึกผ่านท้อใจ](#) | [สายศิลป์](#) | [เรียนต่อ](#) | [ครูอาจารย์](#)

[วิทยาศาสตร์](#) | [เทคโนโลยี](#) | [สุขภาพ](#) | [กีฬา](#) | [กิจกรรมพิเศษ](#) | [บุคคลสำคัญ](#)

[เยาวชน](#) | [ปรัชญา](#) | [บทเรียนเสริม](#) | [โปรแกรมมิ่ง](#) | [ติดต่อทีมงาน](#)

ค้นหากระดาน:  จากชื่อกระดาน:  ขอให้ออกทะเล!

จำนวน **71,319** กระดาน, หน้า: [\[1\]](#) [2](#) [3](#) [4](#) [5](#) [6](#) ... [476](#)

กระดาน	โดย	ตอบ	อ่าน	ความคิดเห็นล่าสุด
<a href="#">University of Edinburgh - 50 Scholarships for Informatics (Computer Science) new</a>	13 พ.ค. 2552, 00:34:23 <a href="#">McDucation</a>	1	3,040	16 เม.ย. 2554, 16:28:18 <a href="#">wawdaw</a>

[ตั้งกระดานใหม่](#) | [กระดานแนะนำ](#) | [กระดานยอดนิยม](#)

ภาพที่ 19 แสดงหน้าเว็บเพจต่างๆ ภายในเว็บไซต์วิชาการดอทคอม

จากการสำรวจรูปแบบของเว็บไซต์วิชาการดอกทศคอม พบว่า

### หน้าโฮมเพจ (Home Page Design)

หน้าโฮมเพจของเว็บไซต์วิชาการดอกทศคอม มีความสอดคล้องกับแนวคิดการออกแบบหน้าโฮมเพจที่ดี กล่าวคือ การนำเสนอเนื้อหาสำคัญที่น่าสนใจภายในเว็บไซต์ที่เป็นประโยชน์กับผู้ใช้งานที่เป็นเด็กและเยาวชน ข้อมูลภายในเว็บไซต์มีเป็นจำนวนมาก แต่มีการแบ่งออกเป็นกรอบตามหัวข้อต่างๆ ทำให้ผู้ใช้งานเว็บไซต์สามารถเข้าถึงเนื้อหาที่ต้องการได้อย่างสะดวกรวดเร็ว

- มีการรวบรวมลิงค์ที่สามารถเชื่อมโยงไปยังข้อมูลส่วนต่างๆ ของเว็บไซต์
- การใช้กราฟิกที่ไม่มากจนเกินไป ทำให้หน้าของเว็บไซต์แสดงผลอย่างรวดเร็ว
- การระบุตัวเลขของหัวข้อเนื้อหาที่ได้รับความนิยม ทำให้ผู้ใช้งานทราบว่ามีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นกับเนื้อหาในหน้าโฮมเพจ
- การใช้องค์ประกอบที่มีลักษณะเหมือนกับในหน้าอื่นๆ ได้แก่ สีของพื้นหลัง บริการสมาชิก หมวดยุทธศาสตร์หัวข้อหลักที่อยู่ด้านบนส่วนหัวของหน้า (Page Header) และข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับเนื้อหาและเว็บไซต์ ความเป็นลิขสิทธิ์ของเว็บไซต์บริเวณส่วนท้ายของเนื้อหา (Page Footer) ทำให้ผู้ใช้งานทราบว่ากำลังอยู่ในเว็บเดียวกัน

### 1. การสร้างลำดับชั้นความสำคัญขององค์ประกอบ

ภายในเว็บไซต์ประกอบไปด้วยข้อมูลเป็นจำนวนมาก เนื้อหาในแต่ละส่วนจึงมีการสร้างลำดับชั้นความสำคัญขององค์ประกอบทั้งภายในหน้าโฮมเพจและหน้าเว็บเพจอื่นๆ มีการจัดวางเนื้อหาที่เว็บไซต์ต้องการนำเสนอ ไว้บริเวณส่วนหัวของหน้า (Page Header) ในแต่ละหน้าเว็บเพจ เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถมองเห็นข้อมูลในส่วนนี้ได้ก่อน การเรียงลำดับตามความสำคัญเนื้อหาในแต่ละหมวดยุทธศาสตร์จากซ้ายไปขวา การเรียงลำดับหัวข้อย่อยและเนื้อหาจากบนลงล่าง การใช้ขนาดเปรียบเทียบ (relative size) ขององค์ประกอบต่างๆ ให้พื้นที่ของเนื้อหาหลักอยู่ด้านซ้ายและมีขนาดพื้นที่ใหญ่กว่าเนื้อหาที่รองลงมา แสดงถึงความสำคัญที่มีเหนือองค์ประกอบขนาดเล็ก ในส่วนของเนื้อหาที่ทางเว็บไซต์ต้องการแนะนำหรือประชาสัมพันธ์ ใช้ขนาดของกราฟิกและขนาดตัวอักษรที่มีขนาดใหญ่กว่าส่วนของเนื้อหา ทำให้ผู้ใช้งานมองเห็นได้ชัดเจน การจัดวาง

ห ม ว ด ห มู

เนวเกชันหลักไว้ที่ส่วนบนของหน้าเว็บเพจโดยเรียงลำดับจากซ้ายไปขวา การสร้างลำดับชั้นความสำคัญขององค์ประกอบภายในเว็บไซต์ ทำให้ข้อมูลเนื้อหาถูกรวบรวมกันอย่างเป็นระบบ ผู้ใช้งานเกิดความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลในแต่ละส่วน

เว็บไซต์ใช้สีขาและสีฟ้าเป็นสีหลักของพื้นหลัง โดยกำหนดให้สีขาเป็นสีพื้นหลังของข้อมูล และออกแบบให้ตัวอักษรมีสีฟ้า เพื่อสร้างความโดดเด่นให้กับเนื้อหา

ภายในเว็บไซต์ใช้ภาพเคลื่อนไหวอย่างจำกัด มีเฉพาะในส่วนของแบนเนอร์ (Banner) ผู้สนับสนุนเว็บไซต์ และส่วนของการประชาสัมพันธ์กิจกรรมหรือโครงการที่มีผู้สนับสนุน เป็นการใช้ภาพเคลื่อนไหวอย่างระมัดระวัง และไม่ดึงความสนใจจากเนื้อหามากเกินไป

## 2. การสร้างรูปแบบ บุคลิกและสไตล์

โครงสร้างของเว็บไซต์เป็นแบบแนวตั้ง ซึ่งเหมาะกับข้อมูลที่มีเป็นจำนวนมาก และสะดวกต่อการพัฒนาหรือเพิ่มเติมข้อมูลภายหลัง ข้อมูลที่บรรจุในเว็บไซต์วิชาการดอทคอมมีเนื้อหาส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับความรู้และวิชาการ รูปแบบของเว็บไซต์จึงมีความเรียบง่าย การเลือกใช้สีขาและสีฟ้าเป็นหลัก ที่สื่อความหมายถึงเรียบง่ายแต่แฝงไว้ด้วยความฉลาดและเที่ยงตรง สัมพันธ์กับข้อมูลส่วนใหญ่ที่เป็นเนื้อหาด้านสาระ การจัดโครงสร้างหน้าเว็บ การใช้รูปแบบกราฟิกที่เกี่ยวข้องของเนื้อหาสาระในแต่ละหมวด รูปแบบของตัวอักษร และการจัดวางองค์ประกอบอื่นๆ ที่มีความเรียบง่าย แสดงให้เห็นถึงบุคลิกที่มีระเบียบของเว็บไซต์ การออกแบบของเว็บไซต์ที่มีความชัดเจนในการสื่อสารด้านเนื้อหา ทำให้สไตล์ของเว็บไซต์มีความเป็นวิชาการสอดคล้องกับชื่อของเว็บไซต์

## 3. การสร้างความสม่ำเสมอตลอดทั่วทั้งเว็บไซต์

การออกแบบเว็บไซต์วิชาการดอทคอม มีรูปแบบและบุคลิกเช่นเดียวกันในทุกหน้าเว็บเพจ ทั้งในส่วนของการออกแบบโครงสร้างหน้าเว็บ ตำแหน่งของหมวดหมู่เนวิเกชันหลัก การใช้ชุดสัญลักษณ์กราฟิก และการจัดวางหมวดหมู่เนื้อหาในแต่ละหน้าเว็บเพจ นอกจากนี้ในส่วนท้ายของหน้า (Page Footer) ที่มีการจัดวางระบบเนวิเกชันแบบโกลบอล ที่เป็นตัวอักษรซึ่งทำหน้าที่เหมือนกับเนวิเกชันหลักแบบกราฟิกในส่วนหัวของหน้า รวมถึงข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับเว็บไซต์ และความ เป็นลิขสิทธิ์ของเว็บไซต์ ซึ่งมีปรากฏในทุกหน้าของเว็บไซต์ รูปแบบดังกล่าวเป็นการสร้างความสม่ำเสมอให้เกิดขึ้นตลอดทั่วทั้งเว็บไซต์

## 4. การใช้กราฟิกอย่างเหมาะสม

ภาพกราฟิกที่ปรากฏในเว็บไซต์ประกอบด้วย โลโก้ (logo) เว็บไซต์ ที่จัดวางไว้ทางมุมบนด้านซ้าย ทำให้ผู้เข้าใช้ทราบที่กำลังเข้าใช้เว็บไซต์วิชาการดอทคอม จุดเชื่อมโยง (link) การใช้กราฟิกที่เป็นไอคอนกับหมวดหมู่เนื้อหา มีความสอดคล้องกับเนื้อหาในแต่ละหมวดหมู่ และการจัด

วางแผนกราฟิกที่ประกอบด้วยเนื้อหาในแต่ละส่วน เป็นการนำสายตาของผู้เข้าใช้ไปยังส่วนสำคัญของเนื้อหาได้อย่างเหมาะสม

เว็บไซต์ เนื้อหาข้อมูล	กบเจเนียร์ ปี 2	กระดานดำ	ทฤษฎีบท ทฤษฎีบท	สำเนา สำเนา	Indy in Town	เด็กดี เด็กดี	วิชาการ
หน้าโฮมเพจ (Homepage)							
-	ด้านซ้าย	ด้านบน	ด้านซ้าย	ด้านซ้าย	ด้านบน	ด้านซ้าย	ด้านบน
- แสดงผลอย่างรวดเร็ว	เร็ว	เร็ว	ค่อนข้างเร็ว	เร็ว	เร็ว	ค่อนข้างเร็ว	เร็ว
-	กรอบ เนื้อหา	กรอบ เนื้อหา	-	กรอบ เนื้อหา	-	การระบุ ตัวเลข <sup>1</sup>	การระบุ ตัวเลข <sup>1</sup>
- จัดวางองค์ประกอบ เช่นเดียวกับหน้าอื่น	บริเวณส่วน Page Header, Page Body และ Page Footer						
การสร้างลำดับชั้นความสำคัญขององค์ประกอบ							
- ตำแหน่งและลำดับขององค์ประกอบ	จัดวาง Navigation เรียงลำดับตามความสำคัญเนื้อหา						
- ความแตกต่างของสี	ใช้สีของตัวอักษรที่ตัดกับสีของพื้นหลัง						
- ภาพเคลื่อนไหว	เล็กน้อย	เล็กน้อย	เล็กน้อย	-	ปานกลาง	ปานกลาง	เล็กน้อย
การสร้างรูปแบบ บุคลิกและสไตล์							
- รูปแบบ	เรียบง่าย	เรียบง่าย	ทันสมัย	เรียบง่าย	ทันสมัย	ทันสมัย	เรียบง่าย
- บุคลิก	จำเริญ	จำเริญ	มีระเบียบ	เรียบง่าย	จำเริญ	จำเริญ	มีระเบียบ
- สไตล์	สนุกสนาน	สนุกสนาน	วิชาการ	ธรรมชาติ	สนุกสนาน	สนุกสนาน	วิชาการ
การสร้างความสม่ำเสมอตลอดทั้งเว็บไซต์							
- โครงสร้างหน้าเว็บ	แนวตั้ง	แนวตั้ง	แนวตั้ง	แนวตั้ง	แนวตั้ง	แนวตั้ง	แนวตั้ง
- ตำแหน่ง Link หลัก	ด้านซ้าย	ด้านบน	ด้านซ้าย	ด้านซ้าย	ด้านบน	ด้านซ้าย	ด้านบน
- โครงสร้างสีหลัก	ฟ้า-เขียว	ขาว-ฟ้า	ขาว-แดง	เขียว	แดง-น้ำตาล	ขาว-ส้ม	ขาว-ฟ้า
- การจัดวางกราฟิก	สม่ำเสมอ	สม่ำเสมอ	สม่ำเสมอ	สม่ำเสมอ	สม่ำเสมอ	สม่ำเสมอ	สม่ำเสมอ
การใช้กราฟิกอย่างเหมาะสม							
- กราฟิกตัวอักษรของหัวเรื่อง	ชัดเจน	ชัดเจน	ชัดเจน	ชัดเจน	ชัดเจน	ชัดเจน	ชัดเจน
- ลักษณะกราฟิก	ลายเส้น	Icon <sup>2</sup> ลายเส้น	Icon ลายเส้น	ลายเส้น	Icon ลายเส้น	Icon ลายเส้น	Icon ลายเส้น
- ภาพประกอบเนื้อหา	ภาพนิ่งมากกว่าภาพเคลื่อนไหว	ภาพนิ่งค่อนข้างมาก	ภาพนิ่งเล็กน้อย	ภาพนิ่งมากกว่า	ภาพนิ่งค่อนข้างมาก	ภาพนิ่งเล็กน้อย	ภาพนิ่งเล็กน้อย

ตารางที่ 6 แสดงการสรุปลักษณะของรูปแบบเว็บไซต์ 7 เว็บไซต์

<sup>1</sup> การระบุตัวเลขแสดงจำนวนผู้เข้าชมหรือผู้แสดงความคิดเห็นไว้ที่บริเวณท้ายหัวข้อหรือท้ายข้อความนั้น

<sup>2</sup> Icon หมายถึง สัญลักษณ์หรือรูปภาพที่ใช้แทนหัวข้อ หรือมีความสัมพันธ์กับหัวข้อ

## 1.2 การวิเคราะห์เนื้อหาของเว็บไซต์

จากการศึกษา “การใช้เว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชน” โดยวิเคราะห์การนำเสนอเนื้อหาภายในเว็บไซต์ พบว่า

### 1. ข้อมูลเกี่ยวกับผู้จัดทำโครงการ (About Us)

เว็บไซต์	เนื้อหาข้อมูล	กบจูเนียร์ ปี 2	กระดานดำ	ทฤษฎีปัญญา	สำเนียงบ้านเกิด	Indy in Town	เด็กดีต่อคอม	วิชาการต่อคอม
ประวัติความเป็นมา			✓	✓	✓		✓	✓
แนวคิดของโครงการ		✓	✓	✓	✓		✓	✓
วัตถุประสงค์ของโครงการ		✓	✓	✓	✓		✓	✓
ลักษณะของโครงการ		✓	✓	✓	✓		✓	✓
ผลงานที่ผ่านมา		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ผู้สนับสนุนการจัดทำเว็บไซต์		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Truehits.net				✓	✓		✓	✓

ตารางที่ 7 แสดงการวิเคราะห์เนื้อหาการประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการ

จากตารางที่ 7 พบว่าเว็บไซต์กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีการนำเสนอข้อมูลผลงานที่ผ่านมา รวมถึงผู้สนับสนุนการจัดทำเว็บไซต์ และเว็บไซต์กลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งหนึ่งมีการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบในส่วนของประวัติความเป็นมา แนวคิดของโครงการ วัตถุประสงค์ของโครงการ ผลงานที่ผ่านมา และข้อมูลการจัดอันในเว็บไซต์ Truehits.net

การที่เว็บไซต์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชนส่วนใหญ่นำเสนอเนื้อหาในส่วนของแนวคิด วัตถุประสงค์ และลักษณะของโครงการ เป็นการนำเสนอข้อมูลส่วนสำคัญที่ทำให้ผู้ใช้เว็บไซต์ทราบถึงเหตุผลหรือจุดมุ่งหมายของการจัดทำโครงการ รวมถึงขั้นตอนหรือวิธีการดำเนินการ

เนนกิจกรรม ทำให้ผู้ใช้เว็บไซต์สามารถพิจารณาถึงประโยชน์ที่จะได้รับเมื่อตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมในโครงการ การนำเสนอข้อมูลผลงานที่ผ่านมาในรูปแบบภาพนิ่งของทุกเว็บไซต์ เป็นสิ่งที่แสดงถึงความสำเร็จของการดำเนินโครงการที่ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากผู้เข้าใช้เว็บไซต์ อีกทั้งการจัดวางโลโก้ของผู้สนับสนุนการจัดทำเว็บไซต์ ช่วยสร้างความน่าเชื่อถือให้กับโครงการว่ามีการดำเนินงานจริง และเป็นโครงการที่มีประโยชน์ต่อผู้เข้าร่วมกิจกรรม ทำให้องค์กรหรือหน่วยงานต่างๆ เข้ามาให้การสนับสนุนในการใช้เว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการ ดังเช่นการจัดวางโลโก้ผู้สนับสนุนเว็บไซต์ที่ปรากฏในเว็บไซต์เด็กดีดอทคอมและเว็บไซต์วิชาการดอทคอม นอกจากนี้ การแสดง Link เชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์ Truehits.net ที่ปรากฏในเว็บไซต์โครงการระบุปัญหา และเว็บไซต์สำนักרבบ้านเกิดเพื่อพัฒนาผู้นำชุมชน ช่วยสร้างความได้เปรียบให้กับเว็บไซต์ เพราะทำให้ผู้ใช้เว็บไซต์ทราบถึงความนิยมของเว็บไซต์เหล่านั้น โดยแสดงตัวเลขสถิติของผู้ใช้งานเว็บไซต์ที่มีอยู่จริง จากการเก็บข้อมูลของเว็บไซต์ Truehits.net หรือสำนักบริการเทคโนโลยีสารสนเทศภาครัฐ ซึ่งสอดคล้องกับการนำเสนอข้อมูลดังกล่าวในเว็บไซต์ยอดนิยมอย่างเว็บไซต์เด็กดีดอทคอม และเว็บไซต์วิชาการดอทคอม

## 2. รายละเอียดของโครงการ (Product Information)

เว็บไซต์	กบเจเนียร์ ปี 2	กระดานดำ	ระบุปัญหา	สำนักרבบ้านเกิด	Indy in Town	เด็กดีดอทคอม	วิชาการดอทคอม
เนื้อหาข้อมูล							
กิจกรรมในโครงการ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
บทความ	✓		✓			✓	✓
ความคิดเห็นจากผู้เข้าร่วมโครงการ		✓		✓	✓	✓	✓
รางวัล	✓		✓		✓	✓	✓
Link เชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์อื่น	✓			✓	✓	✓	✓

ตารางที่ 8 แสดงการวิเคราะห์เนื้อหาการประชาสัมพันธ์รายละเอียดของโครงการ



จากตารางที่ 8 จะพบว่าเว็บไซต์กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีการนำเสนอรายละเอียดของโครงการในส่วนข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของกิจกรรมในโครงการ เช่น วัตถุประสงค์ของแต่ละกิจกรรม ลักษณะเฉพาะของแต่ละกิจกรรม เป็นต้น และเว็บไซต์กลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งหนึ่งมีการนำเสนอรายละเอียดของโครงการในส่วนของบทความ และ Link ที่เชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์อื่นเพื่อให้ผู้ใช้เว็บไซต์สามารถค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมได้ มีเพียงเว็บไซต์กบจูเนียร์ ปี 2 เว็บไซต์โครงการทูลุกปัญหา และเว็บไซต์ Indy In Town ชุมชนคนคนมีไอเดีย ที่นำเสนอข้อมูลรางวัลสำหรับผู้เข้าร่วมโครงการ

การที่เว็บไซต์กบจูเนียร์ ปี 2 และเว็บไซต์โครงการทูลุกปัญหา นำเสนอเนื้อหาส่วนบทความและมีการจัดวาง Link ที่เชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์อื่น แสดงให้เห็นว่าผู้จัดทำเว็บไซต์โครงการให้ความสำคัญกับเนื้อหาส่วนอื่นนอกเหนือจากข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับโครงการ เนื้อหาส่วนบทความช่วยให้ผู้ใช้เว็บไซต์ได้รับข้อมูลมากขึ้น และเปิดโอกาสให้ผู้ใช้เว็บไซต์สามารถสืบค้นข้อมูลเพิ่มเติมได้จาก Link ที่เชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์อื่นๆ สอดคล้องกับเว็บไซต์เด็กดีดอทคอมและเว็บไซต์วิชาการดอทคอมที่มีการนำเสนอบทความที่เป็นประโยชน์ ทั้งบทความด้านวิชาการ บทความที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของวัยรุ่น และบทความที่ให้ความบันเทิง รวมถึงการจัดวาง Link ที่เชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์อื่นๆ นอกจากรายละเอียดเพิ่มเติมที่เกี่ยวข้องกับโครงการแล้ว การนำเสนอข้อมูลรางวัลที่ผู้เข้าร่วมโครงการจะได้รับ เป็นจุดสำคัญที่สามารถดึงดูดผู้ใช้เว็บไซต์ให้เกิดความสนใจ นำไปสู่ตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากเป็นรางวัลที่มีมูลค่ามาก จะช่วยเพิ่มโอกาสในการตัดสินใจของผู้ใช้เว็บไซต์ในการเข้าร่วมกิจกรรมมากขึ้น ซึ่งเว็บไซต์กบจูเนียร์ ปี 2 มีการมอบรางวัลทั้งในส่วนที่เป็นเงินรางวัล โฉรางวัล และประกาศนียบัตร รวมถึงทีมที่เข้ารอบ 24 ทีมสุดท้ายจะได้นำผลงานออกเผยแพร่ในรายการ “กบนอกกะลา” ผ่านสถานีโทรทัศน์ Modernine TV ส่วนเว็บไซต์โครงการทูลุกปัญหามีการให้รางวัลกับผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่ชนะในประเภทต่างๆ ของแต่ละของกิจกรรม ซึ่งเป็นรางวัลที่มีมูลค่าค่อนข้างมากนอกเหนือจาก โฉรางวัล ประกาศนียบัตร และทุนการศึกษา เช่น รางวัลทัศนศึกษาดูงานที่ต่างประเทศ รางวัลชุดสื่อดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้โครงการทูลุกปัญหา เป็นต้น รวมถึงรางวัลพิเศษที่มีคุณค่ามากสำหรับผู้ได้รับ และไม่มีปรากฏในเว็บไซต์อื่น คือ ถ้วยพระราชทานสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ซึ่งการนำเสนอข้อมูลของรางวัลในเว็บไซต์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง สอดคล้องกับการนำเสนอเนื้อหาของเว็บไซต์เด็กดีดอทคอมและเว็บไซต์วิชาการดอทคอม ที่มีการจัดกิจกรรมเล่นเกมส์ตอบคำถามชิงรางวัล และการจัดประกวดผลงานในรูปแบบต่างๆ เพื่อชิงรางวัลจากทางเว็บไซต์หรือผู้สนับสนุนเว็บไซต์ เป็นต้น

### 3. ข่าวสาร (News/Press Release)

เว็บไซต์ เนื้อหาข้อมูล	กบจูนีเยร์ ปี 2	กระดานดำ	ทฤษฎีปัญหา	สำนักกรบ้านเกิด	Indy in Town	เด็กดีดอทคอม	วิชาการดอทคอม
ข่าวประชาสัมพันธ์โครงการ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ความเคลื่อนไหวของโครงการ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
กำหนดการ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
การประชาสัมพันธ์ผลงานที่ผ่านมา	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Blog		✓	✓	✓		✓	✓

ตารางที่ 9 แสดงการวิเคราะห์เนื้อหาการประชาสัมพันธ์ข่าวสารของโครงการ

จากตารางที่ 9 พบว่าเว็บไซต์กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับข่าวสาร การประชาสัมพันธ์โครงการในส่วนของข่าวประชาสัมพันธ์โครงการ วิธีหรือหลักเกณฑ์การสมัคร เข้าร่วมโครงการ ความเคลื่อนไหวต่างๆ ของโครงการ กำหนดการต่างๆ ของโครงการ และการประชาสัมพันธ์ผลงานที่มา มีเพียงเว็บไซต์โครงการกบจูนีเยร์ ปี 2 และเว็บไซต์ Indy In Town ที่ไม่มีรายละเอียดข่าวสารในส่วนของ บล็อก (blog) สำหรับการโพสต์ (Post) ข้อมูลความรู้หรือแลกเปลี่ยนข้อมูล

การที่ทุกเว็บไซต์นำเสนอข่าวสารที่เกี่ยวข้องโครงการ เพราะผู้จัดทำโครงการมีวัตถุประสงค์ของการใช้เว็บไซต์เป็นเครื่องมือประชาสัมพันธ์โครงการที่จัดทำขึ้น เพื่อให้โครงการเป็นที่รู้จักมากขึ้นในกลุ่มผู้ใช้เว็บไซต์ที่เป็นเด็กและเยาวชน ซึ่งทุกเว็บไซต์นำเสนอรายละเอียดของข้อมูลโครงการได้อย่างครบถ้วนเริ่มตั้งแต่ วัตถุประสงค์ของกิจกรรม วิธีการเข้าร่วมกิจกรรม วัน เวลาและสถานที่ในการจัดกิจกรรม เกณฑ์การตัดสินผลงาน และรางวัลสำหรับผู้ทีชนะในแต่ละประเภทของกิจกรรม โดยเว็บไซต์โครงการกบจูนีเยร์ ปี 2 เว็บไซต์โครงการทฤษฎีปัญหา และเว็บไซต์โครงการ Indy In Town ชุมชนุมนุชนคนมีไอเดีย มีการนำเสนอข้อมูลทั้งในรูปแบบของภาพนิ่งและวีดิโอคลิป เว็บไซต์กลุ่มตัวอย่างแต่ละเว็บไซต์มีการนำเสนอข่าวความเคลื่อนไหวของโครงการเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้น เช่น การรายงานผลการตัดสินผู้เข้ารอบในแต่ละรอบ กำหนดการเพิ่มเติมหรือกำหนดการเปลี่ยนแปลงของแต่ละกิจกรรม เป็นต้น นอกจากนี้ การ

ประชาสัมพันธ์ผลงานที่ผ่านมาของแต่ละเว็บไซต์ในลักษณะของรูปภาพ ทั้งในส่วนผลงานของผู้ที่เคยเข้าร่วมกิจกรรมหรือผลงานของผู้ที่ได้รับรางวัล ซึ่งเป็นการยืนยันถึงความสำเร็จของแต่ละโครงการที่ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากผู้เข้าร่วมกิจกรรม ช่วยสร้างความเชื่อมั่นในตัวโครงการให้เกิดขึ้นกับผู้ใช้งานเว็บไซต์มากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับการประชาสัมพันธ์ผลงานของผู้ใช้เว็บไซต์เด็กดีดอทคอมและเว็บไซต์วิชาการดอทคอมที่เข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ โดยที่มีการนำเสนอความสำเร็จหรือผลงานของผู้เข้าร่วมกิจกรรมในทุกๆ กิจกรรมที่เว็บไซต์จัดขึ้นในรูปแบบของภาพนิ่งและวิดีโอคลิป

#### 4. คำถาม-คำตอบ (Frequently Asked Question)

เว็บไซต์	กบเจเนียร์ 2	กระดานดำ	ทฤษฎีปัญหา	สำนักกรบ้านเกิด	Indy in Town	เด็กดีดอทคอม	วิชาการดอทคอม
เนื้อหาข้อมูล							
Webboard	✓	✓	✓	✓		✓	✓
FAQs		✓				✓	✓

ตารางที่ 10 แสดงการวิเคราะห์เนื้อหาการประชาสัมพันธ์ คำถาม - คำตอบ ของโครงการ

จากตารางที่ 10 พบว่าเว็บไซต์กลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมดมีการนำเสนอข้อมูลในส่วนของกระดานข่าว (Webboard) ยกเว้นเว็บไซต์ Indy in Town ชุมชนคนคนมีไอเดี้ยว ส่วนข้อมูลของการรวบรวมคำถามที่มีการถามบ่อย และทางเว็บไซต์มีการแสดงข้อมูลพร้อมกับคำตอบจากคำถามเหล่านั้น (FAQs) โดยเป็นข้อมูลหรือรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับโครงการ ซึ่งพบเฉพาะในเว็บไซต์กระดานดำกับกระทิงแดง

การนำเสนอข้อมูลในส่วนของกระดานข่าว หรือ Webboard แสดงให้เห็นถึงการให้ความสำคัญกับการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้จัดทำโครงการ กับผู้ใช้เว็บไซต์ที่เป็นผู้เข้าร่วมโครงการหรือบุคคลทั่วไป โดยผู้ใช้เว็บไซต์สามารถตั้งกระทู้เพื่อสอบถามข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับโครงการจากผู้จัดทำโครงการโดยตรง การตั้งกระทู้เพื่อสอบถามหรือแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับกิจกรรม การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างผู้เข้าร่วมโครงการหรือผู้ใช้เว็บไซต์ด้วยกัน รวมถึงการให้ข้อเสนอแนะต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการจัดกิจกรรมในโครงการ เช่นเดียวกับในเว็บไซต์เด็กดีดอทคอมและ

เว็บไซต์วิชาการดอทคอม ที่กำหนดให้ส่วนของ Webboard เป็นอีกเนื้อหาส่วนสำคัญภายในเว็บไซต์ ที่เปิดโอกาสให้ผู้ใช้งานเว็บไซต์สามารถเข้ามาสอบถามหรือแสดงความคิดเห็นในเรื่องต่างๆ ได้อย่างอิสระ ซึ่งเนื้อหา Webboard ถือเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยทำให้เว็บไซต์ทั้งสองสามารถขับเคลื่อนให้เว็บไซต์อยู่ในกระแสของสังคมได้อย่างต่อเนื่อง

## 5. ข้อมูลในการติดต่อ (Contact Information)

เว็บไซต์ เนื้อหาข้อมูล	กบเจเนียร์ ปี 2	กระดานดำ	ทฤษฎีปัญหา	สำนักกรบ้านเกิด	Indy in Town	เด็กดีดอทคอม	วิชาการดอทคอม
ที่อยู่	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
เบอร์โทรศัพท์	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
เบอร์โทรสาร	✓		✓	✓		✓	✓
อีเมล			✓	✓	✓	✓	✓
แผนที่		✓	✓	✓		✓	✓
ติดต่อสอบถามผ่านทางหน้าเว็บไซต์		✓	✓			✓	✓

ตารางที่ 11 แสดงการวิเคราะห์เนื้อหาการประชาสัมพันธ์ข้อมูลในการติดต่อของโครงการ

จากตารางที่ 11 พบว่าเว็บไซต์กลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมดมีการนำเสนอข้อมูลการติดต่อกับโครงการหรือเว็บไซต์ในส่วนของการที่อยู่ และเบอร์โทรศัพท์ และเว็บไซต์กว่าครึ่งมีการแสดงข้อมูลในส่วนของการอีเมลและแผนที่ สำหรับข้อมูลเบอร์โทรสารรวมถึงการติดต่อสอบถามโดยตรงผ่านทางหน้าเว็บไซต์พบข้อมูลในบางเว็บไซต์ได้แก่ เว็บไซต์กระดานดำกระทิงแดง เว็บไซต์ทฤษฎีปัญหา เว็บไซต์เด็กดีดอทคอม และเว็บไซต์วิชาการดอทคอม

ทุกเว็บไซต์มีการนำเสนอข้อมูลในส่วนของการที่อยู่และเบอร์โทรศัพท์ ซึ่งเป็นข้อมูลพื้นฐานที่ผู้ใช้เว็บไซต์ทุกรายสามารถเข้าถึงและติดต่อกับโครงการได้ แต่การที่ผู้จัดทำโครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชนใช้เว็บไซต์เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์โครงการ สะท้อนว่าผู้จัดทำโครงการเล็งเห็นถึงความสามารถของผู้ใช้เว็บไซต์กลุ่มเป้าหมายที่เป็นเด็กและเยาวชน ว่าสามารถ

เข้าถึงระบบอินเทอร์เน็ตได้ ดังนั้นเว็บไซต์โครงการจึงควรมีช่องทางการติดต่อในส่วนของ อีเมลล์ แอดเดรส (E-mail Address) เพื่อเพิ่มความสะดวกในการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม อีกทั้งตอบสนอง ความรวดเร็วสำหรับผู้ใช้งานเว็บไซต์ ซึ่งจากตารางจะเห็นว่า มีเพียงเว็บไซต์โครงการปลูกปัญญา เว็บไซต์สำนักirkบ้านเกิดเพื่อพัฒนาผู้นำชุมชน และเว็บไซต์ Indy In Town ชุมชนคนคนมีไอเดีย ที่ มีการระบุ E-mail Address และเพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้งานเว็บไซต์มากขึ้น แต่ละ เว็บไซต์ควรสร้างส่วนของการติดต่อสอบถามผ่านทางหน้าเว็บไซต์ ทำให้ผู้ใช้งานเว็บไซต์สามารถ สอบถามหรือให้ข้อเสนอแนะกับผู้จัดทำโครงการได้โดยตรง โดยไม่จำเป็นต้องเปิดหน้าต่างใหม่ เพื่อใช้เปิดใช้โปรแกรม E-mail Address ทั้งนี้ ผู้จัดทำโครงการก็จะได้รับทราบผลตอบรับและ สามารถให้ข้อมูลกลับไปยังผู้ใช้งานเว็บไซต์ได้อย่างรวดเร็วเช่นกัน ซึ่งจากตารางจะพบการติดต่อ สอบถามผ่านทางหน้าเว็บไซต์เฉพาะในเว็บไซต์กระดานดำกับกระทิงแดง และเว็บไซต์โครงการท ปลูกปัญญา ในขณะที่เว็บไซต์ยอดนิยมคือ เว็บไซต์เด็กดีดอทคอมและเว็บไซต์วิชาการดอทคอม มี การนำเสนอข้อมูลในการติดต่อผู้จัดทำเว็บไซต์ไว้อย่างครบถ้วน เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ ใช้งานเว็บไซต์ที่แตกต่างกัน แสดงถึงการให้ความสำคัญกับการรับข้อเสนอแนะหรือผลตอบกลับจากผู้ ใช้งานเว็บไซต์

### 1.3 การวิเคราะห์กลยุทธ์การใช้เว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการ รณรงค์เพื่อพัฒนาเด็กและเยาวชน

จากการศึกษาถึงรูปแบบและเนื้อหาของเว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชน ที่ทำให้ให้เว็บไซต์โครงการเป็นที่รู้จักและส่งเสริมให้เด็กและเยาวชนเกิดความสนใจที่จะเข้าชมเว็บไซต์ อันนำไปสู่การเข้าร่วมกิจกรรมในโครงการ เมื่อวิเคราะห์ถึงรูปแบบและเนื้อหาที่ปรากฏในเว็บไซต์ สามารถสรุปกลยุทธ์ของเว็บไซต์ที่ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์ได้ดังต่อไปนี้

#### 1. กลยุทธ์การสร้างเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์

จากศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลของโครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชนจากกลุ่มตัวอย่างทำให้ผู้วิจัยพบว่า โครงการกบจูเนียร์ปี 2 และโครงการทูลุกบุญญามีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์นอกเหนือจากสื่อเว็บไซต์ แต่ในภาวะที่การสื่อสารของโลกเปลี่ยนแปลงไปสู่การสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ตมากขึ้น เพราะเป็นช่องทางที่สามารถตอบสนองความต้องการในการสื่อสารของคนในยุคปัจจุบันได้อย่างรวดเร็ว ทำให้สื่อเว็บไซต์เป็นอีกหนึ่งเครื่องมือที่เข้ามามีบทบาทมากขึ้นในการประชาสัมพันธ์องค์กรหรือโครงการ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในวงกว้างและกลุ่มเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจง ซึ่งสื่ออื่นๆ อย่างสื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ หรือสื่อหนังสือพิมพ์ อาจไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้ดีเท่ากับสื่อเว็บไซต์

เว็บไซต์ของโครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชนทั้ง 5 เว็บไซต์ ได้แก่ เว็บไซต์โครงการกบจูเนียร์ ปี 2 เว็บไซต์โครงการกระดานดำกับกระทิงแดง เว็บไซต์โครงการทูลุกบุญญา เว็บไซต์โครงการสำนึกรักบ้านเกิดเพื่อพัฒนาผู้นำชุมชน และเว็บไซต์โครงการ Indy In Town ชุมชนคนมีไอเดีย มีจุดมุ่งหมายจัดทำขึ้นเพื่อเป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมหรือข้อมูลข่าวสารต่างๆ ของโครงการ และเป็นช่องทางติดต่อสื่อสารโดยตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเด็กและเยาวชน เนื่องจากสื่อเว็บไซต์เป็นช่องทางการสื่อสารที่ได้รับความนิยมอย่างสูงในปัจจุบัน ด้วยจำนวนของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตมีเพิ่มมากขึ้นในทุกๆ ปี โดยเฉพาะเด็กและเยาวชนที่มีโอกาสเข้าถึงแหล่งอินเทอร์เน็ตได้ง่ายขึ้น คุณสมบัติที่โดดเด่นของสื่อเว็บไซต์คือ มีราคาถูก ผลิตได้เร็ว แต่สามารถเข้าถึงกลุ่มคนจำนวนมากในเวลาเดียวกัน โดยเฉพาะผู้ใช้ที่เป็นเด็กและเยาวชน ที่สามารถเข้าถึงสื่อเว็บไซต์ได้โดยไม่มีข้อจำกัดในเรื่องของเวลาและสถานที่ โดยผ่านการเชื่อมต่อ

ทางคอมพิวเตอร์หรืออุปกรณ์ต่างๆ ที่สามารถเชื่อมต่อกับเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้ เด็กและเยาวชนทุกคนที่มีโอกาสเข้าถึงแหล่งอินเทอร์เน็ตจะสามารถเข้าถึงข้อมูลต่างๆ บนเว็บไซต์ได้ตลอดเวลา

เว็บไซต์เป็นสื่อที่สามารถประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารได้หลากหลายรูปแบบมากกว่าสื่อประเภทอื่น ทั้งรูปแบบ สี เสียง และภาพเคลื่อนไหว ที่ทำให้ผู้เข้าใช้เว็บไซต์เกิดความรู้สึกสนุกสนาน ทันสมัย ทางการ วิชาการ หรือเป็นกันเอง เป็นต้น ซึ่งผู้วิจัยพบว่า เว็บไซต์ของโครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชนทั้ง 5 เว็บไซต์ มีการใช้รูปแบบของสี และภาพเคลื่อนไหวในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ ของโครงการ โดยเว็บไซต์โครงการ Indy In Town ชุมชนคนคนมีไอเดีย มีการใช้รูปแบบของเสียงเพื่อประกอบในการประชาสัมพันธ์โครงการ

สื่อเว็บไซต์ไม่มีการจำกัดพื้นที่สำหรับการบรรจุข้อมูลรายละเอียดที่ทางโครงการต้องการ สื่อสารและประชาสัมพันธ์ ข้อมูลที่นำเสนอภายในเว็บไซต์อาจเป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับโครงการเพียงอย่างเดียว หรืออาจนำเสนอเนื้อหาในด้านอื่นๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับโครงการ แต่เป็นเนื้อหาที่สามารถสร้างความสนใจ หรือเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์กับผู้เข้าเว็บไซต์ โดยที่ผู้ใช้เว็บไซต์สามารถค้นหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมหรือโครงการตามความต้องการและความสนใจ และสามารถเลือกดูข้อมูลเพิ่มเติมนอกเหนือจากที่ปรากฏภายในเว็บไซต์ได้ โดยใช้ลิงค์ (Link) เพื่อเชื่อมโยงไปยังแหล่งข้อมูลข่าวสารอื่นๆ ที่อยู่ภายนอกเว็บไซต์ โดยพบว่า เว็บไซต์โครงการกบจูเนียร์ ปี 2 เว็บไซต์โครงการกระดานดำกับกระทิงแดง เว็บไซต์โครงการสำนักרבบ้านเกิดเพื่อพัฒนาผู้นำชุมชน และเว็บไซต์โครงการ Indy In Town ชุมชนคนคนมีไอเดีย มีการนำเสนอเนื้อหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมของโครงการเพียงอย่างเดียว

“...กิจกรรมของโครงการน่าสนใจดี อยากอ่านต่อ แต่เนื้อหาต้นมีน้อยเกินไป น่าจะอัปเดตให้บ่อยกว่านี้ ...”

(ดูเทพ เอกนอก, สัมภาษณ์: 19 เมษายน 2556)

ในขณะที่เว็บไซต์โครงการทูลุกปัญญา นำเสนอทั้งในส่วนข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับโครงการ และข้อมูลในด้านอื่นๆ ที่เป็นประโยชน์กับผู้เข้าใช้เว็บไซต์ รวมถึงมีการจัดทำลิงค์ที่สามารถเชื่อมโยงไปยังแหล่งข้อมูลภายนอกเว็บไซต์ได้

“...เนื้อหาเพียบ หลากหลาย ให้ความรู้ดีมาก น่าสนใจ...”

(สุชาวรรณ ชูณรงค์, สัมภาษณ์: 20 เมษายน 2556)

“...ชอบเว็บไซต์ที่รูปถูกปัญญาเพราะมีเนื้อหาที่น่าสนใจ เนื้อหาหลากหลาย...”

(วิภาวี จิรอุไรพงศ์, สัมภาษณ์: 20 เมษายน 2556)

ทั้งนี้ ผู้จัดทำโครงการสามารถออกแบบเว็บไซต์ของโครงการให้มีรูปแบบและเนื้อหาที่หลากหลายเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้เข้าใช้เว็บไซต์ให้มากที่สุด ซึ่งผู้วิจัยพบว่า มีเพียงเว็บไซต์โครงการที่รูปถูกปัญญาที่มีการนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบที่หลากหลาย ทั้งวิชาการ สารและบันเทิง เช่น คลิปรายการรูปถูกปัญญา คลังข้อสอบ ใสไลท์บันเทิง และข่าวแอดมิชชัน เป็นต้น

“... มีเนื้อหาในทุกวิชา ทุกชั้น ชั้นชั้นใหม่ก็ยังเข้าไปอ่านได้ตลอด...”

(ชยาภรณ์ ใจกล้า, สัมภาษณ์: 20 เมษายน 2556)

หากรูปแบบและเนื้อหาในเว็บไซต์มีความเหมาะสมสัมพันธ์กับเนื้อหาของโครงการ ย่อมทำให้ผู้เข้าใช้เว็บไซต์เข้าถึงเนื้อหาได้ดีขึ้น นำไปสู่การเข้าชมเว็บไซต์อย่างต่อเนื่อง ซึ่งผู้ที่เข้าใช้เว็บไซต์โครงการที่เป็นเด็กและเยาวชนเป็นอาจเป็นกลุ่มของผู้ที่เคยเข้าใช้เว็บไซต์แล้ว หรือเป็นกลุ่มผู้เข้าใช้เว็บไซต์หน้าใหม่ที่ไม่เคยรู้จักหรือได้ยินชื่อโครงการก่อนหน้านี้ ซึ่งทั้งสองกลุ่มต่างก็เป็นกลุ่มเป้าหมายของเว็บไซต์หรือโครงการเช่นกัน นอกจากนี้ ผู้จัดทำโครงการยังสามารถปรับปรุงข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์ให้เป็นไปตามต้องการได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว

การใช้สื่อเว็บไซต์เป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์โครงการ ทำให้ผู้จัดทำโครงการสามารถรับฟังความคิดเห็นและรู้ผลตอบรับ (Feedback) จากผู้เข้าใช้ผ่านหน้าเว็บบอร์ด (webboard) หรือบล็อก (blog) ซึ่งพบการนำเสนอข้อมูลการใช้เว็บบอร์ดในทุกเว็บไซต์ ยกเว้นในเว็บไซต์โครงการ Indy In Town ชุมชนคนคนมีไอเดีย และพบว่ามีเพียงเว็บไซต์โครงการกระดานดำกับกระทิงแดง เว็บไซต์โครงการรูปถูกปัญญา และเว็บไซต์โครงการสำนักรักบ้านเกิดเพื่อพัฒนาผู้นำชุมชน ที่นำเสนอข้อมูลการใช้บล็อก

การใช้สื่อเว็บไซต์ยังสามารถแสดงตัวเลขสถิติ เพื่อประเมินผลผู้ที่เข้ามาใช้เว็บไซต์ได้โดยละเอียด ซึ่งผู้วิจัยพบว่าการจัดวางลิงค์ที่เชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์ทรูฮิต (Truehits.net) ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการตรวจสอบสถิติการเยี่ยมชมเว็บไซต์ภายในประเทศ โดยพบว่ามีเพียงเว็บไซต์โครงการรูปถูกปัญญา และเว็บไซต์โครงการสำนักรักบ้านเกิดเพื่อพัฒนาผู้นำชุมชน ที่มีการนำเสนอข้อมูลดังกล่าว



## 2. กลยุทธ์การออกแบบเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์

จากการศึกษาถึงประเภทของเว็บไซต์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชนจำนวน 5 เว็บไซต์ พบว่า ลักษณะของการออกแบบเว็บไซต์ทั้งหมดจัดอยู่ในประเภทของเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ เพราะเป็นเว็บไซต์ที่องค์กรต่างๆ จัดทำขึ้นเพื่อประชาสัมพันธ์โครงการของตนเอง ซึ่งแต่ละเว็บไซต์มีการกำหนดวัตถุประสงค์ในการใช้เว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการ รวมถึงการนำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำโครงการ เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดขึ้น โดยทุกเว็บไซต์จัดทำขึ้นเพื่อสนับสนุนวัตถุประสงค์อย่างเดียวกัน คือ การประชาสัมพันธ์โครงการเพื่อส่งเสริมให้เยาวชนเกิดการเรียนรู้เพื่อพัฒนาตนเอง ในการทำงานที่กำลังสำคัญเพื่อพัฒนาสังคมและประเทศ

เมื่อผู้วิจัยศึกษาถึงการออกแบบรูปแบบของเว็บไซต์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชนจำนวน 5 เว็บไซต์ พบว่า เว็บไซต์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชนแต่ละเว็บไซต์ใช้เทคนิควิธีการเขียนเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งมีรูปแบบและวิธีการเขียนที่แตกต่างจากสื่ออื่นๆ คือ ในส่วนของโฮมเพจของเว็บไซต์โครงการกบจูเนียร์ ปี 2 เว็บไซต์โครงการกระดานดำกับกระทิงแดง เว็บไซต์โครงการสำนึกรักบ้านเกิดเพื่อพัฒนาผู้นำชุมชน และเว็บไซต์โครงการ Indy In Town ชุมชนคนคนมีใจเดียว มีจำนวนรายละเอียดของข้อมูลในหน้าโฮมเพจที่ไม่มากเกินไป ส่วนเว็บไซต์โครงการทรูปลูกปัญญา มีการบรรจุข้อมูลเป็นจำนวนมากไว้ในหน้าโฮมเพจ ซึ่งอาจทำให้ผู้เข้าใช้เว็บไซต์เกิดความสับสนในการเลือกดูข้อมูลหรือเนื้อหาสำคัญที่ต้องการได้ การจัดวางข้อมูลส่วนใหญ่ของทุกเว็บไซต์ออกแบบให้หัวข้อหรือเมนูหลักเป็นลิงค์ที่เชื่อมโยงไปยังข้อมูลที่เป็นรายละเอียดในเว็บเพจหน้าถัดไป โดยเว็บไซต์โครงการกบจูเนียร์ ปี 2 เว็บไซต์โครงการทรูปลูกปัญญา และเว็บไซต์โครงการสำนึกรักบ้านเกิดเพื่อพัฒนาผู้นำชุมชน มีการจัดวางเมนูสำหรับเข้าสู่ข้อมูลหลักไว้ทางด้านซ้ายของหน้าเว็บ ซึ่งสะดวกกับผู้เข้าใช้ในการดูข้อมูลทางด้านขวามือ ส่วนเว็บไซต์โครงการกระดานดำกับกระทิงแดงและเว็บไซต์โครงการ Indy In Town ชุมชนคนคนมีใจเดียว ออกแบบให้เมนูหลักของเนื้อหาอยู่ทางด้านบน

ในส่วนของเว็บเพจในแต่ละเว็บไซต์ มีการกำหนดเนื้อหาให้ตรงกับหัวข้อที่กำหนดไว้ในหน้าโฮมเพจ เมื่อผู้เข้าใช้เลือกคลิกลิงค์หัวข้อที่สนใจ ระบบก็จะเชื่อมโยงไปสู่ข้อมูลหรือเนื้อหาย่อยของหัวข้อนั้นในหน้าเว็บเพจถัดไป ซึ่งเนื้อหาที่ปรากฏในแต่ละหน้าเว็บเพจของทุกเว็บไซต์จะแสดงผลในรูปแบบข้อมูลตัวอักษร ภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว โดยพบว่า หน้าโฮมเพจของเว็บไซต์โครงการกบจูเนียร์ ปี 2 เว็บไซต์โครงการกระดานดำกับกระทิงแดง เว็บไซต์โครงการสำนึกรักบ้าน

เกิดเพื่อพัฒนาผู้นำชุมชน และเว็บไซต์โครงการ Indy In Town ชุมชนคนคนมีไอเดีย บรรจุข้อมูลใน ส่วนของภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวในปริมาณที่เหมาะสม ทำให้การแสดงผลในหน้าแต่ละหน้า เว็บไซต์เป็นไปอย่างรวดเร็ว ในขณะที่หน้าโฮมเพจของเว็บไซต์โครงการทูลูกบุญญา มีการบรรจุ ข้อมูลรูปภาพและสื่อประสม (Multimedia) จำนวนมากเกินความจำเป็น ทำให้มีผลต่อความเร็วใน การแสดงผล ซึ่งอาจทำให้ผู้เข้าใช้หมดความสนใจการเข้าชมเว็บไซต์ได้

รูปแบบของตัวอักษรของเนื้อหาที่ใช้ในหน้าเว็บไซต์ในทุกเว็บไซต์ มีความเป็นมาตรฐาน สากล เป็นรูปแบบอักษรที่เว็บไซต์ส่วนใหญ่นิยมใช้ ทำให้หน้าเว็บไซต์แสดงผลได้อย่างสะดวกบน คอมพิวเตอร์ของผู้ใช้ที่แตกต่างกัน ในแต่ละเว็บไซต์มีการจัดข้อมูลที่เป็นหมวดหมู่เดียวกันอยู่ใน หัวข้อเดียวกัน สร้างความสะดวกกับผู้ใช้ในการเลือกอ่านและค้นหาข้อมูลที่สนใจ

ในส่วนที่สำคัญที่สุดของการออกแบบเว็บไซต์โครงการซึ่งก็คือชื่อของเว็บไซต์ ที่ต้องตั้งชื่อ ให้ผู้เข้าใช้สามารถจดจำได้ง่าย พบว่า เกือบทุกเว็บไซต์นำเอาชื่อของโครงการมาตั้งเป็นชื่อของ เว็บไซต์ และตั้งให้เป็นชื่อภาษาอังกฤษ โดยทับศัพท์เป็นภาษาคาราโอเกะ ได้แก่ เว็บไซต์กระดานดำ กับ กระทั่งแดง ([www.kradandumproject.com](http://www.kradandumproject.com)) เว็บไซต์ทูลูกบุญญา ([www.trueplookpanya.com/true/plookpanya\\_project.php](http://www.trueplookpanya.com/true/plookpanya_project.php)) และเว็บไซต์สำนักรักบ้านเกิดเพื่อพัฒนาผู้นำชุมชน ([www.rakbankerd.com/rbk\\_foundation](http://www.rakbankerd.com/rbk_foundation)) ยกเว้นเว็บไซต์กบจูเนียร์ ปี 2 ([www.tvburabha.com/tvb/kob\\_junior](http://www.tvburabha.com/tvb/kob_junior)) ที่ใช้ชื่อขององค์กรผู้จัดทำรวมกับชื่อของโครงการตั้งเป็นชื่อเว็บไซต์ และเว็บไซต์ Indy In Town ชุมชนคนคนมีไอเดีย ([www.centerpointindyintown.com](http://www.centerpointindyintown.com)) ที่ใช้ชื่อของสถานที่จัดกิจกรรมรวมกับชื่อโครงการมาตั้งเป็นชื่อของเว็บไซต์ ซึ่งการตั้งชื่อเป็นภาษาอังกฤษโดยทับศัพท์เป็นภาษาคาราโอเกะทำให้ชื่อของเว็บไซต์อ่านค่อนข้างยาก และมีความยาว มากเกินไป ทำให้ยากต่อการจดจำชื่อของเว็บไซต์

### 3. กลยุทธ์การสร้างจุดสนใจบนหน้าเว็บไซต์

จากการวิเคราะห์ศึกษาถึงรูปแบบและเนื้อหาที่ใช้ในเว็บไซต์โครงการรณรงค์เพื่อการ พัฒนาเด็กและเยาวชน ผู้วิจัยพบว่า การออกแบบหน้าเว็บไซต์และจัดวางองค์ประกอบต่างๆ ภายในเว็บไซต์มีรูปแบบที่ทำให้เกิดความน่าสนใจ ดังนี้

#### - ความเรียบง่ายของเว็บไซต์

รูปแบบของเว็บไซต์ที่พบว่ามี การออกแบบให้ผู้เข้าใช้สามารถเลือกดูข้อมูลที่ต้องการ ใช้งานได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว เพราะมีการจัดวางองค์ประกอบภายในหน้าเว็บไซต์ไม่ซับซ้อน

มีการใช้กราฟิกหรือตัวอักษรเคลื่อนไหวในปริมาณที่เหมาะสม และใช้เวลาในการแสดงผลเป็นไปอย่างรวดเร็ว ได้แก่ เว็บไซต์โครงการกบจูเนียร์ ปี 2 เว็บไซต์โครงการกระดานดำกับกระติ่งแดง และเว็บไซต์โครงการ Indy In Town ชุมชนคนมีไอเดีย การออกแบบของเว็บไซต์โครงการสำนึกรักบ้านเกิดเพื่อพัฒนาผู้นำชุมชน ที่ออกแบบสัดส่วนของกราฟิกไม่สมดุลกับปริมาณของข้อมูลตัวอักษร ทำให้รูปแบบของเว็บไซต์ดูเรียบง่ายเกินไป อาจดึงดูดความสนใจของผู้เข้าใช้เว็บไซต์ได้น้อย

“...ใช้ตัวอักษรมากเกินไป อ่านลำบาก สันสนว่าจะเริ่มอ่านตรงไหนดี ไม่ดึงดูดใจให้เข้าชมต่อเลย...”

(ดาวิษ สหัสสานนท์, สัมภาษณ์: 20 เมษายน 2556)

ส่วนการออกแบบเว็บไซต์โครงการทรูปลูกปัญญา ที่มีการจัดวางองค์ประกอบต่างๆ อย่างเป็นระเบียบ แต่ใช้กราฟิกในส่วนของรูปภาพและปริมาณของข้อมูลที่เป็นตัวอักษรมากเกินไป ทำให้รูปแบบของเว็บไซต์มีลักษณะที่อัดแน่น ผู้เข้าใช้อาจเกิดความสับสนเพราะมองเห็นข้อมูลที่เป็นจำนวนมากในเวลาเดียวกัน ซึ่งจะลดความน่าสนใจในการเข้าชมเว็บไซต์ในครั้งต่อไป

“...หน้าเว็บลายตาไปหน่อย ใช้สีสันตัดกันเยอะไป ดูแล้วปวดตา...”

(วิศรา มีจันเพชร, สัมภาษณ์: 19 เมษายน 2556)

#### - ความสม่ำเสมอ

ลักษณะของการออกแบบรูปแบบและเนื้อหาที่พบในเว็บไซต์โครงการรรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชนทั้ง 5 เว็บไซต์ ออกแบบและจัดวางองค์ประกอบโดยใช้รูปแบบเดียวกันตลอดทั้งเว็บไซต์ ทั้งรูปแบบของหน้าเว็บ สไตล์ของกราฟิก ระบบเนวิเกชัน และโทนสีที่ใช้ ทำให้ผู้ใช้สะดวกในการค้นหาข้อมูลภายในเว็บไซต์ และเกิดความคุ้นเคยในการเข้าใช้เว็บไซต์ในครั้งต่อไป

#### - ความเป็นเอกลักษณ์

เว็บไซต์โครงการรรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชนทั้ง 5 เว็บไซต์มีจุดมุ่งหมายที่ชัดเจนในการจัดทำโครงการ รูปแบบเว็บไซต์ของแต่ละโครงการสามารถสะท้อนความเป็นเอกลักษณ์ของโครงการได้เป็นอย่างดี คือ เว็บไซต์โครงการกบจูเนียร์ ปี 2 ใช้โครงสร้างหน้าเว็บเขียว กราฟิกหัวข้อแบบลายมือ และกราฟิกรูปกบ เว็บไซต์โครงการกระดานดำกับกระติ่งแดงใช้กราฟิกรูปนักศึกษาและกราฟิกรูปกระดานดำ เว็บไซต์โครงการทรูปลูกปัญญาใช้โครงสร้างหน้า

เว็บไซต์แดง-สีขาว ซึ่งเป็นสีเดียวกับองค์กรผู้จัดทำโครงการ เว็บไซต์โครงการสำนึกรักบ้านเกิดเพื่อพัฒนาผู้นำชุมชนใช้กราฟิกที่เกี่ยวกับธรรมชาติ โครงสร้างหน้าเว็บเป็นสีเขียว ซึ่งเป็นสีตัวแทนของต้นกล้าหรือผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรม และเว็บไซต์โครงการ Indy In Town ชุมชนคนคนมีไอเดีย ที่ออกแบบหน้าเว็บไซต์โดยใช้สีส้มและกราฟิกที่สดใส อีกทั้งการใช้เสียงดนตรีประกอบในหน้าโฮมเพจที่ช่วยสร้างความรู้สึกคึกคักและสนุกสนาน เหมาะสมกับบุคลิกของกลุ่มวัยรุ่น

“...แจ่มมากตรงที่มีพวกคลิปเสียงด้วย เพลงที่อยู่ในคลิปก็เพราะมาก ฟังแล้วเพลินดี ฟังไปฟังมาก็ติดเลย ชอบตรงสนุกด้วย แต่สาระก็มี...”

(สุชาวรรณ ชูณรงค์, 19 เมษายน 2556)

#### - เนื้อหาที่มีประโยชน์

วัตถุประสงค์การใช้เว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชนคือเพื่อเป็นช่องทางประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารกิจกรรมโครงการ ข้อมูลและเนื้อหาที่ปรากฏในหน้าเว็บไซต์จึงเป็นข้อมูลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับโครงการโดยตรง การออกแบบจัดวางเนื้อหาในทุกเว็บไซต์มีการจัดเตรียมเนื้อหาโดยแบ่งออกเป็นหมวดหมู่ จัดวางข้อมูลในแต่ละส่วนอย่างเป็นระบบ อีกทั้งมีการปรับปรุงและเพิ่มเติมข้อมูลเมื่อมีความเคลื่อนไหวของโครงการ โดยเฉพาะเนื้อหาในเว็บไซต์โครงการทูลเกล้าฯ ที่มีเนื้อหาในส่วนของคุณค่าความรู้สาระวิชาต่างๆ ซึ่งเป็นส่วนที่สามารถดึงดูดผู้เข้าใช้เว็บไซต์ได้เป็นจำนวนมาก

“...ชอบเว็บตรงที่อัปเดตคลิปบ่อย ดูฟรี จะดูเมื่อไหร่ก็ได้ สามารถเรียนหนังสือจากที่บ้านได้ ไม่ต้องออกไปเรียนพิเศษข้างนอก เช่น วิชาวิทยาศาสตร์มัธยมปลาย...”

(ถนันทน์ บุญโชคช่วย, สัมภาษณ์: 21 เมษายน 2556)

“...แบ่งหมวดหมู่ ลำดับเนื้อหาได้สะดวกดี อ่านง่าย ไม่ง่วง ที่ดีมากคือ มีเนื้อหาในทุกวิชา ทุกชั้น ชั้นไหนใหม่ก็เข้าไปอ่านได้ตลอด...”

(ชยาภรณ์ ใจกล้า, สัมภาษณ์: 20 เมษายน 2556)

“...เนื้อหาเพียบ หลากหลาย ให้ความรู้ดีมาก น่าสนใจ...”

(สุชาวรรณ ชูณรงค์, สัมภาษณ์: 20 เมษายน 2556)

“...ชอบเว็บไซต์ที่รูปปลูกปัญญาเพราะมีเนื้อหาที่น่าสนใจ เนื้อหาหลากหลาย แต่ควรเพิ่ม  
แนวข้อสอบที่หลากหลาย ถ้าให้ดีควรมีครบทุกชั้นเลย ตั้งแต่ ม 1-ม 6 ...”

(วิภาวี จิรอุไรพงศ์, สัมภาษณ์: 20 เมษายน 2556)

#### - ระบบเนวิเกชันที่ใช้งานง่าย

รูปแบบของระบบเนวิเกชันที่พบในเว็บไซต์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและ  
เยาวชนทั้ง 5 เว็บไซต์ มีรูปแบบของระบบเนวิเกชันที่ใช้งานง่าย มีการเรียงลำดับความสำคัญของ  
เนื้อหาและเรียงลำดับในทิศทางที่สม่ำเสมอ โดยเว็บไซต์โครงการกบจูเนียร์ ปี 2 เว็บไซต์โครงการ  
ปลูกปัญญา และเว็บไซต์โครงการสำนึกรักบ้านเกิดเพื่อพัฒนาผู้นำชุมชน จัดวางระบบเนวิเกชัน  
ไว้ที่ด้านซ้ายในทุกหน้าของเว็บไซต์ ส่วนเว็บไซต์โครงการกระดานดำกับกระทิงแดง และเว็บไซต์  
โครงการ Indy In Town ชุมชนคนมีไอเดีย จัดวางระบบเนวิเกชันไว้ในตำแหน่งเดียวกันคือด้าน  
บนของทุกหน้าในเว็บไซต์ นอกจากนี้ผู้วิจัยยังพบว่า มีการใช้กราฟิกที่สื่อความหมายร่วมกับคำ  
อธิบายชัดเจน โดยพบลักษณะดังกล่าวในเว็บไซต์โครงการกระดานดำกับกระทิงแดง เว็บไซต์โครง  
การปลูกปัญญา และเว็บไซต์โครงการ Indy In Town ชุมชนคนมีไอเดีย ส่วนเว็บไซต์  
โครงการกบจูเนียร์ ปี 2 ออกแบบโดยใช้แถบสีกับระบบเนวิเกชัน ทั้งนี้ ผู้วิจัยไม่พบรูปแบบของการ  
ใช้กราฟิกที่สื่อความหมายร่วมกับคำอธิบายในเว็บไซต์โครงการสำนึกรักบ้านเกิดเพื่อพัฒนาผู้นำ  
ชุมชน

#### - มีลักษณะที่สวยงามน่าดึงดูดใจ

รูปแบบของเว็บไซต์โครงการกบจูเนียร์ ปี 2 เว็บไซต์โครงการกระดานดำกับกระทิง  
แดง และเว็บไซต์โครงการ Indy In Town ชุมชนคนมีไอเดีย ทั้งในส่วนของการสร้างหน้าเว็บ  
การจัดวางองค์ประกอบ การใช้สี และการออกแบบกราฟิกในส่วนต่างๆ ทำให้รูปแบบของเว็บไซต์มี  
ลักษณะที่สวยงาม สามารถดึงดูดใจผู้เข้าใช้ได้เป็นอย่างดี

“...ชอบเว็บที่ตรงรูปแบบ สีสดใส กราฟิกที่เป็นการ์ตูน ดึงดูดใจ น่ารักดี เข้าไปดูแล้ว  
รู้สึกสนุกสนานและรู้สึกว่าเว็บน่าสนใจ...”

(วิศรา มีจันเพชร, สัมภาษณ์: 19 เมษายน 2556)

“...เว็บกระทิงแดงดูเป็นกันเองดี เว็บสวย ไม่น่าเบื่อ ตรงใจวัยรุ่นดี ออกแบบได้โดนใจดี  
คะ...”

(วิภาวี จิรอุไรพงศ์, สัมภาษณ์: 20 เมษายน 2556)

ส่วนเว็บไซต์โครงการสำนึกรักบ้านเกิดเพื่อพัฒนาผู้นำชุมชน ใช้รูปแบบโครงสร้างหน้าเว็บให้มีสีเขียวเพียงสีเดียว อีกทั้งการใช้กราฟิกที่มีจำนวนน้อยเมื่อเทียบกับปริมาณของข้อมูล ทำให้รูปแบบของเว็บไซต์มีลักษณะที่ค่อนข้างเรียบง่าย ไม่อาจดึงดูดความสนใจของผู้เข้าใช้เว็บไซต์ได้เท่าที่ควร

“...หน้าเว็บไม่ค่อยน่าสนใจ ไม่ดึงดูดใจให้เข้าชม ใช้สีเดียวกันทั้งหมดไม่มีอะไรโดดเด่น ไม่อยากเข้าต่อ...”

(วิศรา มีจันเพชร, สัมภาษณ์: 19 เมษายน 2556)

เว็บไซต์โครงการทูลุ่ปลูกปัญญา มีการจัดวางองค์ประกอบภายในหน้าเว็บไซต์ที่มากเกินไป ทั้งในส่วนของข้อมูลเนื้อหาและรูปภาพกราฟิก การออกแบบหน้าเว็บไซต์ให้มีข้อมูลมากเกินไป ทำให้ยากต่อการมองหาข้อมูลที่มีความสำคัญ

“...หน้าเว็บลายตาไปหน่อย ใช้สีสันทัดกันเยอะไป ดูแล้วปวดตา ส่วนเนื้อหาที่น่าสนใจดี แต่เยอะเกินไป ไม่เป็นระเบียบ พอมันเยอะไป ก็ขี้เกียจอ่าน...”

(วิศรา มีจันเพชร, สัมภาษณ์: 19 เมษายน 2556)

## ตอนที่ 2 การสัมภาษณ์เชิงลึก

### การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ดูแลเว็บไซต์ (Webmaster)

นอกจากการศึกษาวเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาของเว็บไซต์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชนจำนวน 5 เว็บไซต์ เพื่อทราบถึงกลยุทธ์การใช้เว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการรณรงค์เพื่อพัฒนาเด็กและเยาวชน ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมจากการสัมภาษณ์บุคคลที่มีหน้าที่รับผิดชอบด้านการจัดทำเว็บไซต์ ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่ได้รับความนิยมผู้ใช้เว็บไซต์ที่เป็นกลุ่มเด็กและเยาวชน จำนวน 2 เว็บไซต์ คือ คุณปกรณ์ สันติสุนทรกุล ผู้บริหารเว็บไซต์เด็กดีดอทคอม และ คุณกาญจนิดา กิตติสุบรรณ ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์ เว็บไซต์วิชาการดอทคอม เพื่อทราบถึงกลยุทธ์การส่งเสริมให้เว็บไซต์เป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้ใช้เว็บไซต์ที่เป็นเด็กและเยาวชน และทำให้ผู้ใช้เว็บไซต์เกิดการเข้าชมเว็บไซต์อย่างต่อเนื่อง นำไปสู่การประสบความสำเร็จจนกลายเป็นเว็บไซต์ยอดนิยมในอันดับต้นๆ จากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็นกลุ่มเด็กและเยาวชน โดยผู้วิจัยสามารถสรุปแนวทางการดำเนินงานของเว็บไซต์ได้ดังนี้

#### - แนวคิดและวัตถุประสงค์ของเว็บไซต์

ความต้องการให้มีพื้นที่สำหรับสังคมของเด็กวัยรุ่น เพื่อพบปะพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในเรื่องที่เกี่ยวกับการศึกษาหรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัยรุ่น รวมถึงการแลกเปลี่ยนความรู้ในเรื่องต่างๆ เช่น การแลกเปลี่ยนข่าวสารเรื่องการสอบ ข้อมูลเกี่ยวกับการสอบเข้ามหาวิทยาลัย การจัดกิจกรรมกีฬา เป็นต้น

วัตถุประสงค์ในการจัดทำเว็บไซต์ คือ การเป็นเว็บไซต์สื่อกลางสำหรับเด็กและเยาวชนให้มีพื้นที่คุยกัน และแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างนักเรียน ครูอาจารย์ และผู้สนใจทั่วไป โดยสร้างให้เป็นเว็บไซต์สังคมในโลกออนไลน์ หรือสังคมเสมือนจริงที่ช่วยสร้างคุณค่าให้กับชีวิตวัยรุ่น โดยเว็บไซต์วิชาการดอทคอมจะเน้นให้ความรู้ด้านการศึกษาและวิชาการเป็นหลัก

#### - ปัจจัยที่ทำให้เกิดการสร้างสรรค์เว็บไซต์สำหรับเด็กและเยาวชน

เพื่อเป็นพื้นที่สำหรับแลกเปลี่ยนข่าวสาร รวมถึงให้เด็กและเยาวชนมีพื้นที่ในการสร้างสรรค์หรือมีพื้นที่แสดงออกในสิ่งที่มีความสนใจหรือความถนัด

#### - ความแตกต่างของเว็บไซต์เด็กดีดอทคอมกับเว็บไซต์อื่น

เว็บไซต์เด็กดีดอทคอมแตกต่างจากเว็บไซต์อื่นๆ ตรงที่เป็นเว็บไซต์สำหรับวัยรุ่นที่กำลังศึกษาอยู่ในช่วงมัธยมศึกษาตอนปลาย (อายุ 12-20 ปี) โดยเฉพาะ เป็นเว็บไซต์สื่อกลางที่ให้ผู้ให้บริการเว็บไซต์สามารถตั้งกระทู้ต่างๆ ด้วยตนเองได้อย่างอิสระ นอกจากนี้ข่าวสารที่ปรากฏบนหน้าเว็บไซต์มีเนื้อหาตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย มีความความสดใหม่ ทันเหตุการณ์ และน่าเชื่อถือ ส่วนเว็บไซต์วิชาการดอทคอม เป็นเว็บไซต์ที่ไม่แสวงหาผลกำไร และมุ่งเน้นนำเสนอเนื้อหาหลักที่เกี่ยวข้องกับด้านวิชาการ การศึกษา ที่ได้รับการคัดกรองจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ เช่น ข้อมูลจากนักวิชาการ นิตยสารด้านการศึกษา เป็นต้น ให้กับผู้ใช้ที่เป็นกลุ่มเด็กนักเรียน ครู อาจารย์ ผู้ปกครอง และบุคคลทั่วไป

#### - วิธีการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายหลัก คือ เด็กและเยาวชนที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษา โดยเว็บไซต์เด็กดีดอทคอมใช้การสื่อสารแบบสองทาง (Two way communication) กับกลุ่มเป้าหมาย คือมีการโต้ตอบระหว่างผู้ใช้เว็บไซต์ด้วยตนเอง และระหว่างผู้ใช้เว็บไซต์กับเจ้าของเว็บไซต์ ในขณะที่เว็บไซต์วิชาการดอทคอมใช้การสื่อสารแบบทางเดียว (One way communication) โดยทางเว็บไซต์จะเป็นผู้ส่งข้อมูลไปหากกลุ่มเป้าหมาย และมีเพียงบางส่วนในเว็บไซต์ที่ให้ผู้ใช้งานสามารถส่งบทความเพื่อเผยแพร่ หรือทำการโฆษณาเว็บไซต์ของตนเอง

#### - เทคนิควิธีการออกแบบและการนำเสนอรูปแบบเว็บไซต์

การจัดวางเนื้อหาให้เป็นสัดส่วน การใช้สีสื่อมัลติมีเดีย และการใช้ข้อความตัวอักษร รูปภาพ และภาพประกอบเพื่อดึงดูดความสนใจสำหรับผู้ที่ไม่ชอบอ่านข้อความที่เป็นตัวอักษร และช่วยจูงใจให้ผู้ใช้งานเว็บไซต์เกิดความสนใจที่จะติดตามเนื้อหาข่าวสารด้านใน โดยเว็บไซต์เด็กดีดอทคอมจะสำรวจความต้องการของผู้รับสาร ความต้องการในการเข้าถึงเนื้อหาของเด็กวัยรุ่นเป็นหลัก แต่เว็บไซต์วิชาการดอทคอมจะเน้นในเรื่องของข้อมูลเนื้อหาเป็นหลัก โดยให้รูปแบบเป็นส่วนเสริมที่ช่วยทำให้เนื้อหาที่น่าสนใจ

#### - แนวคิดการคัดเลือกและพิจารณาข้อมูลสำหรับบรรจุในเว็บไซต์



เว็บไซต์จะคัดเลือกข้อมูลที่อยู่ในความสนใจของกลุ่มเป้าหมายในขณะนั้น โดยทำการคัดกรองเนื้อหาที่เหมาะสมและเป็นข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ โดยเว็บไซต์เด็กดีดอทคอมใช้หลักคัดกรองข่าวสารเนื้อหาที่เด่นและเหมาะสมเพื่อไปสู่มวลชน (Watch dog) ในขณะที่เว็บไซต์วิชาการดอทคอมนำเสนอข้อมูลที่เป็นบทความจากนักวิทยาศาสตร์ ข้อสอบจากครูอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญ รวมถึงข้อมูลจากหน่วยงานหรือเว็บไซต์ที่มีการประสานความร่วมมือกัน

#### - กลยุทธ์ที่ทำให้เว็บไซต์ได้รับความนิยมจากผู้ที่เป็นเด็กและเยาวชน

เว็บไซต์เด็กดีดอทคอมใช้การใช้กลวิธีแบบปากต่อปาก (Word of mouth) เป็นเครื่องมือสำคัญ คือ การยึดเอาความต้องการของผู้รับข่าวสารหรือกลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก ซึ่งกลุ่มเยาวชนวัยรุ่นมีความต้องการที่จะเสนอความคิดของตัวเอง และต้องการการยอมรับจากสังคมกลุ่มเพื่อน โดยเป็นพื้นที่ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารที่ไม่เน้นสาระทางวิชาการมากเกินไป และการเปิดพื้นที่ให้เว็บไซต์สามารถขับเคลื่อนด้วยตัวเอง โดยให้อิสระกับผู้ใช้เว็บไซต์ในการสร้างสรรค์เนื้อหาในเว็บไซต์ด้วยวิธีการต่างๆ

เว็บไซต์วิชาการดอทคอมเน้นการนำเสนอข้อมูลจากแหล่งที่น่าเชื่อถือ โดยมีการอ้างอิงที่มาของแหล่งข้อมูลนั้น และการออกกฐนุฒิบัตรการศึกษาและทำกิจกรรมกับโรงเรียนต่างๆ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายรู้จักเว็บไซต์มากขึ้น

#### - ปัจจัยสู่ความสำเร็จในการใช้เว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์กิจกรรม

เว็บไซต์มีการทำการประเมินผลเป็นระยะ โดยทำการประเมินผลการตอบรับจากกลุ่มเป้าหมายจากจำนวนการคลิกเข้าชมเนื้อหา เพื่อนำผลตอบรับมาปรับปรุงเนื้อหาที่เหมาะสมต่อการนำเสนอและสามารถดึงดูดความสนใจผู้ใช้ได้มากยิ่งขึ้น ซึ่งเว็บไซต์เด็กดีดอทคอมใช้การสร้างภาพลักษณ์ให้เป็นเว็บไซต์ตัวแทนของกลุ่มวัยรุ่น ส่วนเว็บไซต์วิชาการดอทคอมใช้การแลกเปลี่ยนผ่าน Banner และการจัด Road show เพื่อการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยตรง

### การสัมภาษณ์กลุ่มผู้ใช้เว็บไซต์ที่เป็นเด็กและเยาวชน

นอกจากนี้ ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลในส่วนของผู้ใช้เว็บไซต์ที่เป็นเด็กและเยาวชนจากการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อให้ทราบถึงความคิดเห็นต่างๆ ที่มีต่อรูปแบบและเนื้อหาของเว็บไซต์กลุ่มตัวอย่าง สามารถสรุปได้ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการใช้อินเทอร์เน็ตและเว็บไซต์

#### - วัตถุประสงค์ของการใช้อินเทอร์เน็ต

วัตถุประสงค์ส่วนใหญ่ในการใช้อินเทอร์เน็ตของกลุ่มผู้ใช้เว็บไซต์ที่เป็นเด็กและเยาวชนคือ เพื่อพูดคุยติดต่อกับเพื่อน เพื่อค้นหาข้อมูลข่าวสารที่สนใจ และเพื่อความบันเทิง

#### - เว็บไซต์ที่เข้าชมเป็นประจำ

เว็บไซต์ที่กลุ่มเด็กและเยาวชนมีความสนใจ และนิยมเปิดเข้าชม ได้แก่ [www.facebook.com](http://www.facebook.com) [www.google.com](http://www.google.com) และ [www.youtube.com](http://www.youtube.com) โดยกลุ่มผู้ใช้เว็บไซต์ที่เป็นเด็กและเยาวชนจะเปิดเว็บไซต์ดังกล่าวทุกครั้งที่ใช้คอมพิวเตอร์

#### - เนื้อหาหรือข้อมูลในเว็บไซต์ที่สนใจเป็นพิเศษ

ประเภทของเนื้อหาหรือข้อมูลที่ใช้เว็บไซต์ที่เป็นเด็กและเยาวชนมีความสนใจ คือ เนื้อหาด้านบันเทิง เนื้อหาด้าน Lifestyle และเนื้อหาประเภทความรู้

#### - ปัจจัยที่ทำให้เกิดความนิยมและเข้าชมเว็บไซต์นั้นๆ เป็นประจำ

เป็นเว็บไซต์ที่มีการนำเสนอข้อมูลตรงตามความสนใจ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้เว็บไซต์ได้เป็นอย่างดี

ข้อมูลเกี่ยวกับเว็บไซต์กลุ่มตัวอย่าง

จากการสัมภาษณ์ พบว่า กลุ่มผู้ใช้เว็บไซต์ที่เป็นเด็กและเยาวชนส่วนใหญ่เคยได้ยินหรือรู้จักเว็บไซต์ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างเพียงบางเว็บไซต์ ได้แก่ เว็บไซต์ทรูปลูกปัญญา เว็บไซต์สำนักรักบ้านเกิดเพื่อพัฒนาผู้นำชุมชน และเว็บไซต์ Indy In Town ชุมชนคนคนมีไอเดีย ซึ่งเว็บไซต์ทรูปลูกปัญญา เป็นเว็บไซต์ที่กลุ่มเด็กและเยาวชนส่วนใหญ่รู้จักและมีความถนัดในการเข้าใช้เว็บไซต์

มากกว่าเว็บไซต์กลุ่มตัวอย่างอื่นๆ โดยให้เหตุผลที่เข้าใช้เว็บไซต์ที่ถูกลบปัญญาค่าว่า เป็นเว็บไซต์ที่มีเนื้อหาสาระที่หลากหลาย มีการแบ่งหมวดหมู่และจัดลำดับเนื้อหาภายในเว็บไซต์ได้เป็นอย่างดี ซึ่งกลุ่มผู้ใช้เว็บไซต์ที่เป็นเด็กและเยาวชนบางส่วนให้ความเห็นเพิ่มเติมว่า การจัดหน้าของเว็บไซต์ที่ถูกลบปัญญาค่าค่อนข้างดีแล้วไม่เป็นระเบียบ มีการใช้ภาพกราฟิกหรือการจัดวางส่วนเนื้อหาโฆษณาที่มากเกินไป แต่เหตุผลที่ยังเข้าใช้เว็บไซต์อย่างต่อเนื่อง เพราะมีเนื้อหาที่หลากหลาย ทั้งในส่วน ของบทความ ข้อสอบ และคลังความรู้ต่างๆ

ข้อมูลเกี่ยวกับเว็บไซต์กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเว็บไซต์ยอดนิยม (*dek-d.com* และ *vcharkarn.com*)

จากการสัมภาษณ์ พบว่า กลุ่มผู้ใช้เว็บไซต์ที่เป็นเด็กและเยาวชนส่วนใหญ่รู้จักเว็บไซต์เด็ก ดีดอทคอมและเว็บไซต์วิชาการดอทคอม โดยเว็บไซต์เด็กดีดอทคอมเป็นเว็บไซต์ที่กลุ่มเด็กและเยาวชนมีความถี่ในการเข้าใช้มากที่สุด

- ปัจจัยที่ทำให้เกิดความนิยมและเข้าชมเว็บไซต์นั้น ๆ เป็นประจำ

เว็บไซต์เด็กดีดอทคอม มีความหลากหลายของเนื้อหา ตรงตามความต้องการของผู้ใช้ ทั้งด้านความรู้ ด้านไลฟ์สไตล์ และด้านสาระบันเทิง เป็นเว็บไซต์ที่ใช้งานง่าย สีสันสดใส มีระเบียบ มีการจัดแบ่งเนื้อหาเป็นหมวดหมู่ ทำให้สะดวกเวลาอ่าน และมีเปลี่ยนแปลงของข้อมูล และการปรับปรุงข่าวสารให้ทันสมัยตลอดเวลา ผู้ใช้เว็บไซต์สามารถแสดงความคิดเห็นในแต่ละกระทู้ได้อย่างอิสระ สามารถนำเรื่องราวภายในเว็บไซต์ไปพูดคุยแลกเปลี่ยนกับเพื่อนๆ ได้ในชีวิตประจำวัน

เว็บไซต์วิชาการดอทคอม มีความหลากหลายของเนื้อหาในด้านสาระความรู้และวิชาการ โดยเฉพาะในส่วน of คลังข้อสอบออนไลน์

- ความรู้สึกเมื่อเข้าใช้เว็บไซต์กลุ่มตัวอย่างยอดนิยม

เว็บไซต์เด็กดีดอทคอม เป็นเว็บไซต์ที่มีเนื้อหาค่อนข้างเนื้อหาหลากหลาย ตรงกับความต้องการของเด็ก ซึ่งกลุ่มผู้ใช้ที่อยู่ในระดับมหาวิทยาลัยให้เหตุผลเพิ่มเติมว่า เว็บไซต์เด็กดี เป็นเว็บไซต์ที่มีเนื้อหาเฉพาะเด็กในระดับชั้นมัธยมศึกษา

เว็บไซต์วิชาการดอทคอม ชอบในส่วน of สาระหรือเนื้อหาที่มีเป็นจำนวนมาก ซึ่งการนำเสนอข้อมูลส่วนใหญ่เป็นรูปแบบของตัวอักษร ทำให้ดูแล้วไม่สบายตา

- รูปแบบและเนื้อหาที่อยากให้เว็บไซต์กลุ่มตัวอย่างจัดทำเพิ่มเติม

เว็บไซต์วิชาการดอทคอม กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเด็กและเยาวชนให้ความเห็นว่าเว็บไซต์วิชาการดอทคอมให้ความรู้หลากหลายดี แต่อยากให้มียูเอไอที่ดึงดูดใจมากกว่านี้ โดยอาจลดปริมาณตัวอักษรในส่วนเนื้อหา หรือออกแบบตัวอักษรให้มีความน่าสนใจ และง่ายต่อการอ่าน รวมถึงการเพิ่มรูปภาพหรือกราฟิกเพื่อเพิ่มความน่าสนใจให้กับเนื้อหาภายในเว็บไซต์

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ดูแลเว็บไซต์เว็บไซต์เด็กดีดอทคอม และเว็บไซต์วิชาการดอทคอม สามารถสรุปการใช้กลยุทธ์การส่งเสริมให้เว็บไซต์เป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้ใช้เว็บไซต์ที่เป็นเด็กและเยาวชนได้ดังนี้

#### - กลยุทธ์ปากต่อปาก (Word of Mouth)

เว็บไซต์เด็กดีดอทคอมและเว็บไซต์วิชาการดอทคอมใช้กลยุทธ์ปากต่อปากเป็นกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์มาตั้งแต่ช่วงเริ่มต้น โดยมีพื้นฐานมาจากความแข็งแกร่งของเนื้อหาที่ปรากฏภายในเว็บไซต์ คือ เป็นเว็บไซต์ที่นำเสนอเนื้อหาที่มีความหลากหลายทั้งด้านสาระและบันเทิง อีกทั้งยังเป็นเนื้อหาที่อยู่ในความสนใจของกลุ่มเยาวชน จนเกิดการบอกปากต่อปากระหว่างกลุ่มเยาวชนด้วยกันเอง ส่งผลให้มีผู้ติดตามเว็บไซต์อย่างต่อเนื่องและมีจำนวนที่เพิ่มมากขึ้น

“มีสังคมเกิดขึ้นอัตโนมัติ ไม่ใช่สังคมที่เว็บมาสเตอร์เป็นคนสร้างแต่เป็นสังคมที่ผู้ใช้สร้างกันเอง มีความคึกคัก เขาก็จะเข้ามากันอีก และก็ไปชวนคนอื่นที่น่าจะมีความเกี่ยวข้องกันหรือความสนใจคล้ายๆ กันเข้ามา คือ จะดึงดูดกันเองครับ อันนี้ก็เป็นสิ่งสำคัญมากที่เราต้องสร้างเลย”

“ข้อมูลที่มาลงเว็บไซต์ต้องอยู่ในความสนใจของเด็ก คือ เด็กจะต้องชอบ ไม่ใช่ที่เราอยากจะเขียนเอง ไม่ใช่เราถนัดจะเขียนแต่เรื่องนี้ก็ไม่ใช่ มันต้องตรง ้วยสำคัญมาก บางที่เราอาจจะเขียนแะไป และอย่างที่บอกคือ มันต้องสร้างความเป็น social ได้ และที่สำคัญมันต้องสะอาดไว้วางใจได้”

(ปกรณ์ สันติสุนทรกุล, สัมภาษณ์, 21 เมษายน 2554)

“... ที่เข้าไปอ่านบ่อยๆ ชอบตรงที่กระตุ้นน่าสนใจ มีคนมาตอบ แลกความเห็นกันตลอด ดีกว่าเว็บอื่นๆ เว็บอื่นมันเหมือนเว็บร้าง ไม่มีคนมาตอบ อีกอย่างคือ เด็กดีแบ่งเนื้อหาเป็นตอนๆ อ่านง่าย อ่านแล้วไม่เห็นอึดเหมือนเว็บอื่นที่ยาวเหยียด กว่าอ่านจบก็หลับพอดี...”

(พรภรณ์ เลิศธนพาณิชย์: สัมภาษณ์: 21 เมษายน 2556)

“... ชอบเนื้อหาอะ เด็กดีทำเว็บได้สนุกดี มีทั้งเรื่องบันเทิง วิชาการก็มี อ่านสนุก ไม่เครียดไป ไม่เบาไป...”

(วิภาวี จิรอุไรพงษ์: สัมภาษณ์: 20 เมษายน 2556)

“... เนื้อหาหลากหลายดี นักเขียนของเด็กดีเขียนได้อ่านสนุก มีเรื่องให้อ่านหลายแบบ ตรงกับ  
กลุ่มวัยรุ่นน มัธยมดีครับ...”

(ณัฐนนท์ ธรรมรังษี: สัมภาษณ์: 21 เมษายน 2556)

“... ชอบเว็บเด็กดี เข้าบ่อย เนื้อหาเยอะดี มีหลายเรื่องเกี่ยวกับวัยรุ่นให้อ่าน แต่ยังเพิ่มเนื้อหา  
สาระได้อีก น่าจะทำให้คนอ่านเพิ่มขึ้นอีกได้...”

(ถนันทน์ ไชคบุญช่วย: สัมภาษณ์: 21 เมษายน 2556)

“... เว็บไซต์ใช้งานง่ายดี ตกแต่งสวยงาม สีสันสดใส มีระเบียบ แบ่งเป็นหมวดหมู่ เลยหา  
เนื้อหาที่อยากอ่านได้ง่าย และมีข่าวใหม่ๆ อัปเดตตลอดเวลา ไม่หลุดเทรนด์ มีเรื่องให้คุยกับเพื่อน  
ได้ตลอด...”

(วิศรา มีจันเพชร: สัมภาษณ์: 19 เมษายน 2556)

“... ชอบเว็บวิชาการมากกว่า เนื้อหาละเอียด ครบถ้วน อัปเดตเนื้อหาตลอด ทันสมัย ถ้า  
เป็นเว็บเด็กดี เนื้อหาที่มีให้อ่านจะเหมาะกับเด็กมัธยมมากกว่า เว็บวิชาการเลยตรงกับที่อยาก  
รู้มากกว่า...”

(วิศรา มีจันเพชร: สัมภาษณ์: 19 เมษายน 2556)

“... วิชาการตอบใจത്യ่ผมได้ดี ทั้งเรื่องทุนการศึกษา เรียนต่อต่างประเทศ ในประเทศ  
โครงการแนะแนว สอบเข้าทำงาน ผมได้รู้เรื่องที่เพื่อนหลายคนไม่รู้ เนื้อหาดี อ่านแล้วจบเลย  
ไม่ต้องค้นต่อ...”

(ดุจเทพ เอกนอก: สัมภาษณ์: 19 เมษายน 2556)

“... วิชาการดอทคอมมีเรื่องให้อ่านเยอะดี แต่ละเรื่องก็แปลกใหม่ ไม่ซ้ำใคร อ่านจบแล้วก็  
รู้สึกว่ารู้เยอะขึ้น เลยเข้ามาอ่านบ่อยๆ...”

(ดาวิษ สหัสสานนท์: สัมภาษณ์: 20 เมษายน 2556)

## - กลยุทธ์การยืมความสนใจ

เว็บไซต์เด็กดีดอทคอมและเว็บไซต์วิชาการดอทคอมใช้วิธีการยืมความสนใจจากกระแสของในสังคมขณะนั้น เพื่อช่วยกำหนดทิศทางการออกแบบเนื้อหาเพื่อดึงดูดความสนใจจากผู้ใช้งานเว็บไซต์ให้เข้าชมเว็บไซต์อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้เว็บไซต์เด็กดีดอทคอมเลือกใช้กลยุทธ์การยืมความสนใจ เพื่อสร้างให้เนื้อหาภายในเว็บไซต์มีความน่าสนใจ โดยการยืมความสนใจจากผู้มีชื่อเสียงในสังคมในการสนับสนุนเนื้อหาในบางคอลัมน์ของเว็บไซต์ หรือการประชาสัมพันธ์ข่าวสารและกิจกรรมต่างๆ

“หลักๆ เราจะเน้นเนื้อหาบนเว็บมากกว่า ช่วงนี้เป็นช่วงที่เด็กกำลังสนใจเรื่องอะไร เช่น เปิดเทอม-ปิดเทอม จะสอบ admission จะสอบ GAT/PAT แล้ว ช่วงเทศกาลจะเรียนต่อ ช่วงกีฬา สีสี่ ช่วงวันหยุด สงกรานต์ ปีใหม่ คริสมาสต์ เด็กจะมีความสนใจไม่เหมือนกัน หรืออย่างช่วงวาเลนไทน์มันเป็นฤดูกาลของมันอยู่แล้ว”

“การเปิดพื้นที่ให้เว็บนี้ขับเคลื่อนโดยตัววัยรุ่นเองอันนี้สำคัญมาก คือให้อิสระเขามาทำให้ตัวเองเกิดได้ในเว็บด้วยวิธีการต่างๆ ที่สร้างสรรค์ คือ อิสระเยอะมาก เขาจะรู้สึกที่นี่เป็นที่ของเขาจริงๆ เด็กยอมอดอยากคุยกับเด็ก ยอมไม่อดอยากคุยกับพ่อแม่ผู้ปกครองหรือว่าคุณครู”

(ปกรณ์ สันติสุนทรกุล, สัมภาษณ์, 21 เมษายน 2554)

“... เข้าเว็บเด็กดีบ่อย เพราะเนื้อหาดี มีสาระให้อ่านเยอะ ชาวก็ดี มีเรื่องที่เราชอบ อยากรอ่านเยอะ เช่น การสอบ admission...”

(ดาวิษ สหัสสานนท์: สัมภาษณ์: 20 เมษายน 2556)

“... เว็บเด็กดีมีเนื้อหาเฉพาะกลุ่มมัธยมเกินไป เลยไม่ค่อยได้เข้าไปดูบ่อย จะดูเฉพาะช่วงที่มีสอบ admission อยากรู้ว่าข้อสอบของน้อง ๆ เป็นอย่างไรบ้าง มีอะไรน่าสนใจบ้าง...”

(วิศรา มีจันเพชร: สัมภาษณ์: 19 เมษายน 2556)

“... ชอบเข้าเว็บวิชาการดอทคอม เพราะมีตัวอย่างข้อสอบให้อ่านเยอะ ยิ่งช่วงใกล้สอบเข้าบ่อยเลย ได้ทบทวนก่อนสอบดี เว็บอื่นมีน้อย...”

(ถนันทน์ โชคบุญช่วย: สัมภาษณ์: 21 เมษายน 2556)

## - กลยุทธ์การสร้างที่น่าเชื่อถือ

กลยุทธ์การสร้างที่น่าเชื่อถือเป็นกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ที่เว็บไซต์เด็กดีดอทคอม และเว็บไซต์วิชาการดอทคอมใช้มาตั้งแต่เริ่มต้นและให้ความสำคัญมาก เพราะตระหนักดีว่าความน่าเชื่อถือของข้อมูลเป็นจุดแข็งที่สำคัญของเว็บไซต์ ที่จะช่วยเสริมสร้างให้การประชาสัมพันธ์เว็บไซต์มีความแข็งแกร่งทั้งในระยะสั้นและระยะยาว อีกทั้งยังส่งผลต่อเนื่องในการอ้างอิงจากสื่อหลักด้วยเช่นกัน

“จุดเด่นคือว่า Dek-D มีความน่าเชื่อถือ นื่องๆ จะต้องรู้สึกได้ว่ามาที่นี่จะไม่ถูกหลอกหลวง ด้วยวิธีการหลายๆ อย่างไม่ว่าจะเป็น การสื่อสารของคอลัมน์นิสต์กับน้อง หรือว่าจะเป็นบรรยากาศของดีไซน์”

“คนโพสกระทู้รูปของเราโดยที่เรายังไม่ได้อนุญาต ถ้าเขาแจ้งมาเราก็ต้องรีบจัดการ หรือพวกที่มีปัญหาทะเลาะกันระหว่างโรงเรียน ถ้าเขาแจ้งมาแล้วมันผิดจริงเราก็ต้องจัดการลบ เด็กๆ เขาก็จะรู้สึกว่าเอออันนี้มันเชื่อถือได้ว่า เวลามีปัญหาเว็บมาสเตอร์ยอมเข้าข้างเขา”

“เรามองว่าถ้าเราทำให้ผู้ประกาศข่าวรู้จักได้ เวลาเขานึกถึงเรื่อง admission เขาก็จะนึกถึงเรา เวลาพูดออกทีวีก็ต้อง Dek-D ไปเจอใน Dek-D คือเราพยายามจะวางตัวเองให้เขาจำได้ว่า นึกถึงวัยรุ่นเมื่อไหร่ต้องนึกถึง Dek-D ไม่อย่างนั้นอย่างที่ผ่านมาเราจะเคยได้ยินแต่ผู้ใหญ่รู้จักพื้นที่ปลอดภัยอย่างเดียวเวลาดูข่าวทีวีก็จะนึกถึงแต่เว็บพื้นที่ปลอดภัย”

(ปกรณ สันติสุนทรกุล, สัมภาษณ์, 21 เมษายน 2554)

“ถ้าเป็นข้อมูลที่มาจากนักวิจัย น่าเชื่อถือ ครูอาจารย์วิชาการก็โอเคไม่มีข้อกังขาอะไร ส่วนข้อความที่เราเอามาจากเครือข่าย เหมือนกับว่าเราก็อ้างอิงเราก็เลือกว่าโอเค เขามีการเผยแพร่ และก็ป็นหน่วยงานที่อย่างนิตยสารหมอชาวบ้านก็มีความน่าเชื่อถือ หรือนิตยสารโมเดิร์นแม่ม เราก็มีการอ้างอิงให้ว่านี่คือแหล่งที่มาของเขา ถ้าถูกหรือผิดก็ค่อยว่ากันอีกที แต่ตัวของเราที่จะลงนั้นมีการคัดกรองอยู่แล้วเพื่อความน่าเชื่อถือของเว็บ”

(กาญจนิดา กิตติสุบรรณ, สัมภาษณ์, 27 เมษายน 2554)

“... เข้ามาอ่านบ่อยก็เพราะเนื้อหา สนใจเรื่องอะไรที่เกี่ยวกับสาระ มาค้นในวิชาการก็จะเจอตลอด เอาไปอ้างอิงก็ได้ด้วย...”

(วิภาวี จิรอุไรพงษ์: สัมภาษณ์: 20 เมษายน 2556)



## - กลยุทธ์การสื่อสารผ่านกิจกรรม

เว็บไซต์วิชาการดอทคอมใช้วิธีการประชาสัมพันธ์ภายนอกเว็บไซต์โดยเลือกใช้กลยุทธ์การสื่อสารผ่านกิจกรรม เพื่อประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ให้เป็นที่รู้จักและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยตรง ด้วยการจัดกิจกรรมในสถานที่ต่างๆ ที่มีเด็กและเยาวชนรวมตัวกัน อาทิ สถานศึกษา เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างใกล้ชิด และทำให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความไว้วางใจ โดยกิจกรรมที่จัดขึ้นเป็นไปในทิศทางเพื่อการวิชาการ

“แผนพีอาร์ ที่เรามีเป็นประจำคือ พีอาร์ทั้งในและนอกเว็บไซต์ และช่วงนี้ในเว็บไซต์เราทำเป็นประจำอยู่แล้ว แต่ว่าเราจะเน้นออกไปข้างนอกมากขึ้น เช่น ไปจัดกิจกรรม Road Show ไปจัดค่าย และเน้นพีอาร์ตามสื่อต่างๆ มากขึ้น เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ ทีวี และมีเป้าหมายหลักที่สำคัญก็คืออยากจะเป็นเว็บไซต์ที่มียอดผู้เข้าชมวันละประมาณ 100,000 คนต่อวัน (UIP) ก็คือเป้าหมาย”

“เราสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยตรงเวลาเราจัด Road Show และการที่เราจะเข้าไปหากกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักเรียนเราจะเข้าไปหาง่าย เพราะด้วยความที่เราเป็นเว็บการศึกษาที่ไม่มุ่งเน้นโฆษณาหรือว่าเงินแอบแฝง เราก็ค่อนข้างจะใกล้ชิดกับนักเรียนหรือนักศึกษาได้ง่ายขึ้น ครูอาจารย์จะเชื่อมั่นจะไวใจ”

(กาญจนิดา กิตติสุบรรณ, สัมภาษณ์, 27 เมษายน 2554)

## บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “การใช้เว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชน” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงรูปแบบและเนื้อหาของเว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชน ซึ่งงานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การวิเคราะห์เอกสาร (Documentary Analysis) เพื่อให้ทราบถึงรูปแบบและเว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชน และเชื่อมโยงถึงกลยุทธ์การใช้เว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชน รวมถึงการสอบถามข้อมูลจากผู้ดูแลเว็บไซต์หรือเว็บมาสเตอร์ (webmaster) ของเว็บไซต์ที่ได้รับความนิยมจากกลุ่มผู้ใช้เว็บไซต์ที่เป็นเด็กและเยาวชน เพื่อทราบถึงกลยุทธ์การส่งเสริมให้เว็บไซต์เป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้ใช้เว็บไซต์ที่เป็นเด็กและเยาวชน

### สรุปผลการวิจัย

#### 1. รูปแบบและเนื้อหาของเว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชน

##### - รูปแบบของเว็บไซต์

จากการวิเคราะห์รูปแบบของเว็บไซต์ที่พบในเว็บไซต์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชนจำนวน 5 เว็บไซต์ พบว่า รูปแบบของทุกเว็บไซต์ประกอบด้วยหน้าโฮมเพจที่มีการนำเสนอหมวดหมู่เนื้อหาที่สำคัญในเว็บไซต์ และมีการจัดวางองค์ประกอบเช่นเดียวกันกับในหน้าอื่นๆ อีกทั้งยังพบว่าภายในเว็บไซต์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชนทุกเว็บไซต์มีการสร้างลำดับความสำคัญขององค์ประกอบ ทั้งในส่วนของตำแหน่งและการลำดับองค์ประกอบ สี และความแตกต่างของสี รวมทั้งองค์ประกอบภาพเคลื่อนไหว เพื่อเน้นความสำคัญของข้อมูลในแต่ละส่วน

รูปแบบของเว็บไซต์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชนแต่ละโครงการมีการสร้างรูปแบบ บุคลิก และสร้างสไตล์ของเว็บไซต์ให้มีความสอดคล้องกับเนื้อหาและลักษณะของกิจกรรมในโครงการ ทำให้เกิดความชัดเจนในการสื่อสารเนื้อหาของโครงการ

การสร้างความสำเร็จตลอดทั่วทั้งเว็บไซต์มีปรากฏอยู่ในทุกเว็บไซต์ โดยที่เว็บไซต์เกือบทั้งหมดใช้โครงสร้างหน้าเว็บในแนวตั้ง มีเพียงเว็บไซต์โครงการ Indy In Town ชุมชนคนคนมีไอเดีย ที่ใช้โครงสร้างหน้าเว็บแบบแนวนอนในหน้าโฮมเพจ ในส่วนของการจัดวางตำแหน่งของลิงค์เนื้อหาหลัก และเมนูเนวิเกชัน ทุกเว็บไซต์มีการจัดวางในตำแหน่งเดียวกันในทุกหน้าเว็บเพจ อีกทั้งการออกแบบโครงสร้างของสีหลักที่ใช้ในเว็บไซต์ ทุกเว็บไซต์มีการกำหนดใช้สีหลักสองสี ยกเว้นเว็บไซต์โครงการสำนักรักบ้านเกิดเพื่อพัฒนาผู้นำชุมชนที่มีการใช้สีหลักภายในเว็บไซต์เพียงสีเดียว

นอกจากนี้เว็บไซต์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชนมีการใช้กราฟิกที่มีรูปแบบและปริมาณที่เหมาะสมกับเนื้อหาของเว็บไซต์ ทั้งการใช้กราฟิกในส่วนหัวเรื่อง การใช้กราฟิกของตัวอักษรขนาดใหญ่กับเนื้อหาหลักหรือหัวข้อ การใช้ภาพนิ่ง การนำเสนอวิดีโอคลิป และการจัดวางลิงค์ที่เชื่อมโยงเนื้อหาหลักภายในเว็บไซต์ ซึ่งมีเพียงบางเว็บไซต์ที่ไม่มีการนำเสนอข้อมูลในส่วนของวิดีโอคลิป คือ เว็บไซต์โครงการกบจูเนียร์ ปี 2 เว็บไซต์โครงการกระดานดำกับกระทิงแดง และเว็บไซต์โครงการสำนักรักบ้านเกิดเพื่อพัฒนาผู้นำชุมชน

การสร้างจุดสนใจด้วยความแตกต่างของแต่ละเว็บไซต์ มีการใช้โครงสร้างของหน้า การจัดระเบียบตัวอักษร การออกแบบกราฟิก การเลือกใช้สี และการแสดงภาพประกอบ เป็นการสร้างจุดสนใจเพื่อนำสายตาของผู้ใช้เว็บไซต์ไปยังส่วนที่สำคัญของเนื้อหาได้อย่างเหมาะสม ทุกเว็บไซต์มีการออกแบบให้เว็บไซต์ของตนเองมีความน่าสนใจ สะดวกต่อการเลือกดูข้อมูลที่ต้องการ มีเพียงเว็บไซต์โครงการสำนักรักบ้านเกิดเพื่อพัฒนาผู้นำชุมชน ที่ออกแบบโครงสร้างหน้าเว็บโดยใช้สีเพียงสีเดียว อีกทั้งมีการใช้กราฟิกเพียงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับปริมาณของข้อมูลตัวอักษร ทำให้รูปแบบของเว็บไซต์ดูเรียบง่ายเกินไป และไม่อาจดึงดูดความสนใจของผู้ใช้เว็บไซต์ให้กลับเข้ามาใช้เว็บไซต์ได้อีก

รูปแบบของเว็บไซต์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชนเกือบทุกเว็บไซต์ มีการจัดแต่งหน้าเว็บให้เป็นระเบียบ แยกเนื้อหาเป็นส่วนชัดเจน และมีปริมาณของข้อมูลหรือองค์ประกอบที่เหมาะสมทั้งในส่วนของลิงค์และเนื้อหา ซึ่งพบว่า เว็บไซต์โครงการทูลุปลูกปัญญา มีการนำเสนอข้อมูลและจัดวางรูปแบบและเนื้อหาที่ดูแน่นเกินไป อาจทำให้ผู้ใช้เกิดความรู้สึกล้าชืด ขาดความสนใจ และไม่อาจดึงดูดให้ผู้ใช้กลับมาใช้เว็บไซต์ได้อีกในอนาคต

อย่างไรก็ตาม แม้ว่ารูปแบบและการออกแบบรายละเอียดปลีกย่อยของแต่ละเว็บไซต์มีรูปแบบภายในที่แตกต่างกันไปบ้างตามลักษณะของกิจกรรมหรือโครงการ แต่ภาพรวมของเว็บไซต์ของโครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชนทั้ง 5 เว็บไซต์พบว่า มีรูปแบบที่สอดคล้องกัน

นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเพิ่มเติมถึงรูปแบบของเว็บไซต์เด็กดีดอทคอม และเว็บไซต์วิชาการดอทคอม ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่มีสถิติของผู้เข้าชมที่เป็นกลุ่มเด็กและเยาวชนอยู่ในลำดับต้นๆ ของประเทศ จากการจัดอันดับของเว็บไซต์ทรูฮิต (Truehits.net) พบว่า เว็บไซต์เด็กดีดอทคอมและเว็บไซต์วิชาการดอทคอม มีความโดดเด่นในด้านการออกแบบ ทั้งในหน้าโฮมเพจและหน้าเว็บเพจอื่นๆ โดยรูปแบบของเว็บไซต์มีการลำดับชั้นความสำคัญขององค์ประกอบภายในหน้าเว็บแต่ละหน้า การสร้างรูปแบบ บุคลิกและสไตล์ที่มีความเป็นเอกลักษณ์ จากการใช้สี การใช้กราฟิก และการจัดวางองค์ประกอบต่างๆ ซึ่งมีลักษณะเช่นเดียวกันในทุกหน้าของเว็บไซต์ ทำให้เกิดความสม่ำเสมอของรูปแบบตลอดทั่วทั้งเว็บไซต์ นอกจากนี้การใช้กราฟิกภายในเว็บไซต์มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับปริมาณของข้อมูลเนื้อหาที่มีเป็นจำนวนมาก

#### - เนื้อหาของเว็บไซต์

การวิเคราะห์เนื้อหาที่พบในเว็บไซต์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชนจำนวน 5 เว็บไซต์ พบว่าทุกเว็บไซต์มีการนำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับโครงการ รายละเอียดของโครงการ ข่าวประชาสัมพันธ์โครงการ คำถาม - คำตอบ และข้อมูลการติดต่ออย่างครบถ้วน

ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท องค์กร หรือผู้จัดทำ (About us) มีปรากฏอยู่ในทุกเว็บไซต์ของโครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชน ทั้งในส่วนขอข้อมูลประวัติความเป็นมา แนวคิดของโครงการ วัตถุประสงค์โครงการ ลักษณะของโครงการ และการนำเสนอผลงานที่ผ่านมา ยกเว้นเว็บไซต์โครงการกบจูเนียร์ ปี 2 ที่ไม่ปรากฏข้อมูลในส่วนขอที่มาของโครงการ และเว็บไซต์โครงการ Indy In Town ชุมชนคนคนมีใจเดียวที่ไม่ปรากฏข้อมูลในส่วนประวัติความเป็นมา รวมถึงแนวคิด วัตถุประสงค์ และลักษณะของโครงการ

ด้านรายละเอียดของโครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชนในทุกเว็บไซต์ มีการบรรจุข้อมูลเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมในโครงการ และข้อมูลกราฟิก โดยเว็บไซต์กลุ่มตัวอย่างกว่าครึ่งหนึ่งมีการนำเสนอรายละเอียดของโครงการในส่วนขอบทความ มัลติมีเดีย ความคิดเห็นจากผู้เข้าร่วมโครงการ รางวัล และ Link ที่เชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์อื่นเพื่อการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติม

การนำเสนอข่าวสารการประชาสัมพันธ์โครงการ พบว่า ในส่วนของข่าวประชาสัมพันธ์โครงการ พบว่าเว็บไซต์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชนทั้งหมดมีการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับ วิธีหรือหลักเกณฑ์การสมัครเข้าร่วมโครงการ ความเคลื่อนไหวต่างๆ ของโครงการ

กำหนดการต่างๆ ของโครงการ และการประชาสัมพันธ์ผลงานที่มา มีเพียงเว็บไซต์โครงการบจก เนียร์ ปี 2 และเว็บไซต์ Indy In Town ที่ไม่มีรายละเอียดข่าวสารในส่วนของ บล็อก (blog) สำหรับการโพสต์ (Post) ข้อมูลความรู้หรือแลกเปลี่ยนข้อมูล

ด้านการนำเสนอข้อมูลคำถาม - คำตอบ พบว่าเว็บไซต์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็ก และเยาวชนเกือบทั้งหมดมีการนำเสนอข้อมูลในส่วนของ กระดานข่าว (webboard) ยกเว้น เว็บไซต์ Indy in Town ในส่วนของการรวบรวมคำถามที่มีการถามบ่อย และทางเว็บไซต์มีการ แสดงข้อมูลพร้อมกับคำตอบจากคำถามเหล่านั้น (F&Qs) โดยเป็นข้อมูลหรือรายละเอียดที่ เกี่ยวข้องกับโครงการ ซึ่งพบเพียงในบางเว็บไซต์คือ เว็บไซต์กระดานดำกระทิงแดง

ส่วนของข้อมูลการติดต่อ พบว่าโครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชนเกือบทุก เว็บไซต์มีปรากฏข้อมูลการติดต่อกับโครงการหรือเว็บไซต์ในรายละเอียดของที่อยู่ และเบอร์ โทรศัพท์ และเว็บไซต์กว่าครึ่งมีการแสดงข้อมูลในส่วนของอีเมลล์และแผนที่ สำหรับข้อมูลเบอร์ โทรศัพท์รวมถึงการติดต่อสอบถามโดยตรงผ่านทางหน้าเว็บไซต์พบข้อมูลเพียงบางเว็บไซต์ได้แก่ เว็บไซต์กระดานดำกระทิงแดง เว็บไซต์ทรูปลูกปัญญา เว็บไซต์เด็กดีดอทคอม และเว็บไซต์วิชาการ ดอทคอม

ผู้วิจัยได้ศึกษาเพิ่มเติมถึงเนื้อหาของเว็บไซต์เด็กดีดอทคอม และเว็บไซต์ วิชาการดอท คอม ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่ได้รับความนิยมจากกลุ่มผู้ใช้เว็บไซต์ที่เป็นเด็กและเยาวชน จากการจัด อันดับของเว็บไซต์ทรูฮิต (Truehits.net) พบว่า เว็บไซต์เด็กดีดอทคอมและเว็บไซต์วิชาการดอท คอม มีการนำเสนอข้อมูลพื้นฐานที่ควรมีในเว็บไซต์ไว้อย่างครบถ้วน คือ ข้อมูลเกี่ยวกับองค์กร ข้อมูลรายละเอียดขององค์กร ข่าวสารประชาสัมพันธ์ คำถาม - คำตอบ และข้อมูลในการติดต่อ มี เพียงเว็บไซต์ วิชาการดอทคอมที่ไม่ปรากฏข้อมูลในส่วนของ คำถาม - คำตอบ นอกจากนี้ยังพบว่า เว็บไซต์เด็กดีดอทคอม มีการนำเสนอเนื้อหาส่วนอื่นนอกเหนือจากข้อมูลหลักที่ควรมีในเว็บไซต์ คือ เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการใช้ชีวิตของวัยรุ่น เนื้อหาด้านความบันเทิง นิยาย การเล่นเกมตอบ คำถามชิงรางวัล เป็นต้น ซึ่งลักษณะเนื้อหาดังกล่าวยังปรากฏในเว็บไซต์วิชาการดอทคอม ที่เน้น การนำเสนอเนื้อหาด้านวิชาการเป็นหลักอีกด้วย

## 2. กลยุทธ์การใช้เว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการรณรงค์เพื่อพัฒนาเด็กและ เยาวชน

จากการศึกษาถึงรูปแบบและเนื้อหาของเว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชน สามารถสรุปกลยุทธ์ของเว็บไซต์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชนที่ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์โครงการได้ดังนี้

## 2.1 กลยุทธ์การสร้างเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์

โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชนทั้ง 5 โครงการ ได้แก่ โครงการกบจูเนียร์ ปี 2 โครงการกระดานดำกับกระทิงแดง โครงการทูลุปลูกปัญญา โครงการสำนึกรักบ้านเกิดเพื่อพัฒนาผู้นำชุมชน และโครงการ Indy In Town ชุมชนุมชนคนมีไอเดีย มีจุดมุ่งหมายจัดทำขึ้นเพื่อเป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมหรือข้อมูลข่าวสารต่างๆ ของโครงการ และเป็นช่องทางติดต่อสื่อสารโดยตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเด็กและเยาวชน เนื่องจากสื่อเว็บไซต์มีราคาถูก ผลิตได้เร็ว และสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเด็กและเยาวชนจำนวนมากในเวลาเดียวกัน ทำให้เด็กและเยาวชนทุกคนที่มีโอกาสเข้าถึงแหล่งอินเทอร์เน็ต สามารถเข้าถึงข้อมูลต่างๆ ของโครงการที่อยู่ภายในเว็บไซต์ได้

การที่โครงการใช้เว็บไซต์เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ เพราะสามารถออกแบบข้อมูลข่าวสารให้มีความหลากหลายมากกว่าสื่อประเภทอื่น ทั้งรูปแบบ สี เสียง และภาพเคลื่อนไหว ที่ทำให้ผู้เข้าใช้เว็บไซต์เกิดความรู้สึกสนุกสนาน ทันสมัย ทางกร วิชาการ หรือเป็นกันเอง อีกทั้งสื่อเว็บไซต์ไม่มีการจำกัดพื้นที่สำหรับการนำเสนอข้อมูลที่ทางโครงการต้องการประชาสัมพันธ์ ดังนั้นจึงมีเพียงบางเว็บไซต์ที่นำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับโครงการเพียงอย่างเดียว และเพียงบางเว็บไซต์เท่านั้นที่นำเสนอเนื้อหาในด้านอื่นๆ ที่สามารถสร้างความสนใจ หรือเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์กับผู้เข้าเว็บไซต์ ซึ่งผู้ใช้เว็บไซต์สามารถค้นหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมหรือโครงการหรือเลือกดูข้อมูลเพิ่มเติมนอกเหนือจากที่ปรากฏภายในเว็บไซต์ได้ โดยใช้ลิงค์ (link) เพื่อเชื่อมโยงไปยังแหล่งข้อมูลภายในและภายนอกเว็บไซต์

ซึ่งการใช้เว็บไซต์เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์โครงการ ผู้จัดทำสามารถออกแบบเว็บไซต์ของโครงการให้มีรูปแบบและเนื้อหาที่หลากหลายเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้เข้าใช้เว็บไซต์ให้มากที่สุด พบว่า มีเพียงเว็บไซต์โครงการทูลุปลูกปัญญาที่มีการนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบที่หลากหลายทั้งวิชาการ สาระและบันเทิง

การที่โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชนออกแบบให้รูปแบบและเนื้อหาในเว็บไซต์มีความเหมาะสมสอดคล้องกับเนื้อหาของโครงการ ทำให้ผู้เข้าใช้เว็บไซต์เข้าใจถึงสิ่งที่

เว็บไซต์ต้องการสื่อสาร นำไปสู่การเข้าชมเว็บไซต์อย่างต่อเนื่อง ทั้งกลุ่มของผู้ที่เคยเข้าใช้เว็บไซต์ และกลุ่มของผู้เข้าใช้เว็บไซต์นั้นเป็นครั้งแรก ซึ่งต่างก็เป็นกลุ่มเป้าหมายของเว็บไซต์เช่นกัน นอกจากนี้ การใช้สื่อเว็บไซต์ยังช่วยให้ผู้จัดทำโครงการสามารถปรับปรุงข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์ให้เป็นไปตามต้องการได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว

การประชาสัมพันธ์โครงการโดยใช้สื่อเว็บไซต์เป็นช่องทางในการสื่อสาร ทำให้ผู้จัดทำโครงการสามารถรับฟังความคิดเห็นและรู้ผลตอบรับ (feedback) จากผู้เข้าใช้ผ่านหน้าเว็บบอร์ด (webboard) หรือบล็อก (blog) อีกทั้งยังสามารถเก็บข้อมูลตัวเลขสถิติ เพื่อประเมินผลผู้ที่เข้ามาใช้เข้าใช้เว็บไซต์ได้โดยละเอียด

## 2.2 กลยุทธ์การออกแบบเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์

จากการศึกษาถึงประเภทของเว็บไซต์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชน จำนวน 5 เว็บไซต์ พบว่า ทุกเว็บไซต์จัดทำขึ้นเพื่อสนับสนุนวัตถุประสงค์อย่างเดียวกัน คือ การประชาสัมพันธ์โครงการเพื่อส่งเสริมให้เยาวชนเกิดการเรียนรู้เพื่อพัฒนาตนเอง ในการทำงานที่กำลังสำคัญเพื่อพัฒนาสังคมและประเทศ

เมื่อผู้วิจัยศึกษาถึงการออกแบบรูปแบบของเว็บไซต์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชนจำนวน 5 เว็บไซต์ พบว่า ทุกเว็บไซต์มีการนำเสนอข้อมูลในส่วนหน้าของหน้าโฮมเพจ การจัดวางข้อมูลส่วนใหญ่ของทุกเว็บไซต์ ออกแบบให้หัวข้อหรือเมนูหลักเป็นลิงค์ที่เชื่อมโยงไปยังข้อมูลที่เป็นรายละเอียดในเว็บเพจหน้าถัดไป สะดวกกับผู้เข้าใช้ในการดูข้อมูลทางด้านขวามือ

ในส่วนหน้าของเว็บเพจในแต่ละเว็บไซต์ มีการกำหนดเนื้อหาให้ตรงกับหัวข้อที่กำหนดไว้ในหน้าโฮมเพจ เมื่อผู้เข้าใช้เลือกคลิกลิงค์หัวข้อที่สนใจ ระบบก็จะเชื่อมโยงไปสู่ข้อมูลหรือเนื้อหาย่อยของหัวข้อนั้นในหน้าเว็บเพจถัดไป ซึ่งเนื้อหาที่ปรากฏในแต่ละหน้าเว็บเพจของทุกเว็บไซต์จะแสดงผลในรูปแบบข้อมูลตัวอักษร ภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว การแสดงผลในแต่ละหน้าเว็บไซต์เป็นไปอย่างรวดเร็ว หากมีการบรรจุข้อมูลรูปภาพและสื่อประสม (Multimedia) จำนวนมากเกินความจำเป็น จะทำให้มีผลต่อความเร็วในการแสดงผล ซึ่งอาจทำให้ผู้เข้าใช้หมดความสนใจการเข้าชมเว็บไซต์ได้

รูปแบบของตัวอักษรของเนื้อหาที่ใช้ในหน้าเว็บไซต์ในทุกเว็บไซต์ มีความเป็นมาตรฐานสากล เป็นรูปแบบอักษรที่เว็บไซต์ส่วนใหญ่นิยมใช้ ทำให้หน้าเว็บไซต์แสดงผลได้อย่างสะดวกบนคอมพิวเตอร์ของผู้ใช้ที่แตกต่างกัน ในแต่ละเว็บไซต์มีการจัดข้อมูลที่เป็นหมวดหมู่เดียวกันให้อยู่ในหัวข้อเดียวกัน สร้างความสะดวกกับผู้เข้าใช้ในการเลือกอ่านและค้นหาข้อมูลที่สนใจ

การตั้งชื่อของเว็บไซต์ที่ต้องตั้งชื่อให้ผู้เข้าใช้สามารถจดจำได้ง่าย พบว่า เกือบทุกเว็บไซต์ นำเอาชื่อของโครงการมาตั้งเป็นชื่อของเว็บไซต์ และตั้งให้เป็นชื่อภาษาอังกฤษ โดยทับศัพท์เป็น ภาษาคาราโอเกะ ซึ่งการตั้งชื่อเป็นภาษาอังกฤษโดยทับศัพท์เป็นภาษาคาราโอเกะทำให้ชื่อของ เว็บไซต์อ่านค่อนข้างยาก และมีความยาวมากเกินไป ทำให้ยากต่อการจดจำชื่อของเว็บไซต์

### 2.3 กลยุทธ์การสร้างจุดสนใจบนหน้าเว็บไซต์

จากการวิเคราะห์ศึกษาถึงรูปแบบและเนื้อหาที่ใช้ในเว็บไซต์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชน ผู้วิจัยพบว่า การออกแบบหน้าเว็บไซต์และจัดวางองค์ประกอบต่างๆ ภายในเว็บไซต์มีรูปแบบที่ทำให้เกิดความน่าสนใจ ดังนี้

ความเรียบง่ายของรูปแบบเว็บไซต์ ทำให้ผู้เข้าใช้สามารถเลือกดูข้อมูลที่ต้องการ ใช้งาน ได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว เพราะมีการจัดวางองค์ประกอบภายในหน้าเว็บไซต์ไม่ซับซ้อน มีการใช้ กราฟิกหรือตัวอักษรเคลื่อนไหวในปริมาณที่เหมาะสม และใช้เวลาในการแสดงผลเป็นไปอย่างรวดเร็ว แต่หากใช้การออกแบบเว็บไซต์ที่เรียบง่ายจนเกินไป โดยที่สัดส่วนของกราฟิกไม่สมดุลกับ อาจทำให้เว็บไซต์ดูไม่น่าสนใจเท่าที่ควร

ลักษณะของการออกแบบรูปแบบและเนื้อหาที่มีความสม่ำเสมอ ทั้งรูปแบบของหน้าเว็บ สไตลของกราฟิก ระบบเนวิเกชัน และโทนสีที่ใช้ ทำให้ผู้ใช้สะดวกในการค้นหาข้อมูลภายใน เว็บไซต์ และเกิดความคุ้นเคยในการเข้าใช้เว็บไซต์ในครั้งต่อไป

ความเป็นเอกลักษณ์ของเว็บไซต์ โดยเว็บไซต์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและ เยาวชนทั้ง 5 เว็บไซต์มีจุดมุ่งหมายที่ชัดเจนในการจัดทำโครงการ ดังนั้นรูปแบบเว็บไซต์ของแต่ละ โครงการสามารถสะท้อนความเป็นเอกลักษณ์ของโครงการได้เป็นอย่างดี

มีเนื้อหาหรือข้อมูลที่มีประโยชน์ปรากฏในหน้าเว็บไซต์ และออกแบบจัดวางเนื้อหาใน แต่ละส่วนอย่างเป็นระบบโดยแบ่งออกเป็นหมวดหมู่ อีกทั้งมีการปรับปรุงและเพิ่มเติมข้อมูลเมื่อมี ความเคลื่อนไหวของโครงการ จะสามารถดึงดูดผู้เข้าใช้เว็บได้มากยิ่งขึ้น

ระบบเนวิเกชันที่ใช้งานง่าย มีการเรียงลำดับความสำคัญของเนื้อหาและเรียงลำดับใน ทิศทางที่สม่ำเสมอ การใช้กราฟิกที่สื่อความหมายร่วมกับคำอธิบายชัดเจน

รูปแบบของเว็บไซต์มีลักษณะที่สวยงามน่าดึงดูดใจ ทั้งในส่วนของโครงสร้างหน้าเว็บ การ จัดวางองค์ประกอบ การใช้สี และการออกแบบกราฟิกในส่วนต่างๆ ทำให้รูปแบบของเว็บไซต์มี ลักษณะที่สวยงาม สามารถดึงดูดใจผู้เข้าใช้ได้เป็นอย่างดี



หากการออกหน้าเว็บไซต์มีความเป็นระเบียบ แต่ขาดความเป็นเอกลักษณ์ เช่น การใช้แทนใช้รูปแบบโครงสร้างหน้าเว็บให้มีสีเดียว อีกทั้งการใช้กราฟิกที่มีจำนวนน้อยเมื่อเทียบกับปริมาณของข้อมูล ทำให้รูปแบบของเว็บไซต์มีลักษณะที่ค่อนข้างเรียบง่าย ไม่อาจดึงดูดความสนใจของผู้เข้าใช้เว็บไซต์ได้เท่าที่ควร

### 3. กลยุทธ์การส่งเสริมให้เว็บไซต์เป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้ใช้เว็บไซต์ที่เป็นเด็กและเยาวชน

นอกจากการศึกษาวเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาของเว็บไซต์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชนจำนวน 5 เว็บไซต์ ผู้วิจัยได้ข้อมูลเพิ่มเติมจากการสัมภาษณ์บุคคลที่มีหน้าที่รับผิดชอบด้านการจัดทำเว็บไซต์ ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่มีสถิติการเข้าชมอยู่ในอันดับต้นๆ ของประเทศ โดยที่ผู้เข้าชมส่วนใหญ่ของเว็บไซต์เป็นกลุ่มเด็กและเยาวชน จำนวนทั้งสิ้น 2 เว็บไซต์ คือ เว็บไซต์เด็กดีดอทคอม ([www.dek-d.com](http://www.dek-d.com)) และเว็บไซต์วิชาการดอทคอม ([www.vcharkarn.com](http://www.vcharkarn.com)) สามารถสรุปกลยุทธ์การส่งเสริมให้เว็บไซต์เป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้ใช้เว็บไซต์ที่เป็นเด็กและเยาวชนดังนี้

#### - กลยุทธ์ปากต่อปาก (Word of Mouth)

กลยุทธ์ปากต่อปากเป็นกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ที่เว็บไซต์เด็กดีดอทคอมและเว็บไซต์วิชาการดอทคอมใช้มาตั้งแต่ช่วงเริ่มต้น จากความแข็งแกร่งของเนื้อหาที่น่าสนใจในเว็บไซต์ กล่าวคือ เป็นเว็บไซต์ที่น่าสนใจเนื้อหาที่อยู่ในความสนใจของกลุ่มเด็กและเยาวชน จนเกิดการบอกปากต่อปากระหว่างกลุ่มเด็กและเยาวชนด้วยกันเอง ซึ่งส่งผลให้ผู้ติดตามเว็บไซต์เพิ่มจำนวนมากขึ้น

#### - กลยุทธ์การยืมความสนใจ

เว็บไซต์เด็กดีดอทคอมและเว็บไซต์วิชาการดอทคอมเลือกใช้กลยุทธ์การยืมความสนใจเพื่อขั้บแน่นให้เว็บไซต์มีความน่าสนใจอยู่ตลอดเวลา ด้วยการยืมความสนใจจากผู้มีชื่อเสียงในสังคม และยืมความสนใจจากกระแสในสังคมขณะนั้น ทำให้เว็บไซต์สามารถดึงดูดความสนใจจากผู้เข้าใช้เว็บไซต์ได้อย่างต่อเนื่อง และกลับเข้ามาใช้เว็บไซต์อีกในครั้งต่อไป

#### - กลยุทธ์การสร้างที่น่าเชื่อถือ

กลยุทธ์การสร้างความน่าเชื่อถือเป็นกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ที่ทั้งสองเว็บไซต์ใช้มาตั้งแต่เริ่มต้น เพราะเล็งเห็นถึงความสำคัญว่าความน่าเชื่อถือเป็นปัจจัยหลักที่จะช่วยเสริมสร้างให้การประชาสัมพันธ์เว็บไซต์มีความแข็งแกร่ง ซึ่งจะส่งผลต่อความไว้วางใจของผู้ใช้เว็บไซต์ทั้งในและระยะยาว

#### - กลยุทธ์การสื่อสารผ่านกิจกรรม

เว็บไซต์วิชาการดอทคอมเลือกใช้กลยุทธ์การสื่อสารผ่านกิจกรรมเพื่อขับเคลื่อนให้เว็บไซต์เป็นที่รู้จักในกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเด็กและเยาวชน เป็นการสื่อสารที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรง ด้วยการจัดกิจกรรมในสถานที่ต่างๆ ที่มีเด็กและเยาวชนรวมตัวกัน เช่น สถานศึกษา เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างใกล้ชิด

### อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่อง “การใช้เว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการเพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชน” ในเรื่องของรูปแบบและเนื้อหาของเว็บไซต์ที่ใช้เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการเพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชน รวมถึงกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ของโครงการเพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชน เพื่อให้เว็บไซต์เป็นที่รู้จัก ผู้วิจัยได้นำมาอภิปรายผล ดังนี้

จากผลการวิจัยรูปแบบและเนื้อหาของเว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชนพบว่า เว็บไซต์โครงการรณรงค์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 5 เว็บไซต์ ปรากฏรูปแบบของเว็บไซต์ในลักษณะที่คล้ายคลึงกัน คือ การออกแบบหน้าเว็บไซต์ที่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และกลุ่มเป้าหมายของโครงการ แต่ละโครงการมีจุดมุ่งหมายสร้างเว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการรณรงค์โดยที่กลุ่มเป้าหมายเป็นเด็กและเยาวชน ลักษณะรูปแบบของเว็บไซต์จึงถูกออกแบบเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ทั้งในส่วนของการนำเสนอเนื้อหา การเลือกใช้โทนสี กราฟิก และส่วนประกอบอื่นๆ แสดงให้เห็นถึงการให้ความสำคัญกับการออกแบบเว็บไซต์ ข้อค้นพบดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดในการออกแบบเว็บไซต์ของ ดวงพร เกียรติคำและวงศ์ประชา จันทร์สมวงศ์ (2546) ที่กล่าวถึงสิ่งที่ผู้ออกแบบควรรู้ก่อนลงมือสร้างเว็บไซต์ คือ การกำหนดวัตถุประสงค์ของเว็บไซต์ การกำหนดกลุ่มผู้ชมเป้าหมาย และการให้ความสำคัญของการออกแบบเว็บไซต์

## 1. รูปแบบและเนื้อหาของเว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชน

### - รูปแบบของเว็บไซต์

จากการศึกษารูปแบบของเว็บไซต์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 5 เว็บไซต์ พบว่าในส่วนของหน้าโฮมเพจของเว็บไซต์มีการจัดวางเนวิเกชัน (Navigation) และลิงค์ (link) ที่สามารถเชื่อมโยงไปยังหน้าเว็บเพจอื่นๆ ของเว็บไซต์ โดยจัดวางไว้บริเวณด้านบนหรือด้านซ้ายของหน้าเว็บเพจ เพื่อให้ผู้ใช้เว็บไซต์เกิดความสะดวกในการเลือกชมเนื้อหาที่ต้องการ รวมถึงการจัดวางโลโก้เว็บไซต์หรือโลโก้ของโครงการ พบว่ามีการจัดวางอยู่ที่บริเวณส่วนหัวของหน้า (Page Header) สอดคล้องตามที่ ธนพร จินโต (2547) กล่าวถึง การเขียนเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์มีเทคนิคการเขียนที่แตกต่างจากการเขียนในสื่ออื่นๆ คือ ในส่วนของโฮมเพจ หน้าแรกหรือโฮมเพจควรจัดให้มีเฉพาะที่เป็นหัวข้อหรือเมนูหลัก (main menu) แล้วให้ลิงค์ (link) เชื่อมโยงไปยังข้อมูลที่เป็นรายละเอียด ในเว็บเพจหน้าถัดไปแทน และควรมีโลโก้ (logo) หรือสัญลักษณ์ของบริษัท รวมทั้งการจัดวางเมนูสำหรับเข้าสู่ข้อมูล ควรวางไว้ทางด้านซ้ายมือของหน้าจอ เพื่อความสะดวกในการแสดงและดูข้อมูลทางด้านขวามือ ส่วนเมนูสำหรับเชื่อมโยงไปยังเว็บเพจหน้าอื่นๆ และเว็บไซต์อื่นควรจัดให้อยู่ด้านบนหรือด้านล่าง เป็นต้น ซึ่งการออกแบบให้ระบบเนวิเกชัน (Navigation) และลิงค์ (link) เชื่อมโยงไปยังหน้าเว็บเพจอื่นๆ ของเว็บไซต์ รวมถึงการจัดวางลิงค์ในหน้าเว็บเพจต่างๆ ที่สามารถเชื่อมโยงไปเว็บไซต์อื่นภายนอกได้ สอดคล้องกับส่วนประกอบสำคัญของเว็บไซต์ตามที่ วิทยา เรืองพรวิสุทธิ (2539) กล่าวว่า ควรประกอบด้วยจุดเชื่อมโยงที่ใช้เชื่อมโยงไปยังเว็บเพจของตนเองหรือเว็บเพจของคนอื่น

เว็บไซต์โครงการรณรงค์กลุ่มตัวอย่างทุกเว็บไซต์ ใช้การออกแบบเว็บไซต์มีความน่าสนใจ เพื่อเป็นนำเสนอข้อมูลของโครงการให้มีรูปแบบที่สามารถดึงดูดใจผู้ใช้เว็บไซต์ โดยการจัดวางองค์ประกอบข้อมูลและรูปภาพในแต่ละหน้าเว็บเพจ การเลือกใช้รูปภาพเพื่อประกอบกับเนื้อหา ตรงกับที่เสกสรร สายสีสด (2549) แบ่งบริการในอินเทอร์เน็ตไว้ว่า เป็นการบริการทางธุรกิจ เพราะผู้ขายสามารถประกอบธุรกิจทางการค้าโดยผ่านทางหน้าจอคอมพิวเตอร์ที่เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต ลูกค้าสามารถชมภาพและรายละเอียดของสินค้าเพื่อใช้ในการตัดสินใจได้ทันที ณ เครื่องของลูกค้าเอง ซึ่งการเลือกใช้ชุดสี การออกแบบกราฟิก และการเลือกใช้รูปภาพที่สัมพันธ์กับลักษณะของ

กิจกรรมโครงการ และการนำเสนอคลิปวิดีโอเพื่อประกอบการนำเสนอข้อมูล เพื่อสร้างความน่า 1  
 สนใจให้เกิดกับเนื้อหาในแต่ละส่วน สอดคล้องกับที่ อุบลวรรณ ปิติพัฒนะโฆษิต (2541) กล่าวไว้  
 ถึงข้อดีของการใช้สื่อประชาสัมพันธ์บนอินเทอร์เน็ต คือ อินเทอร์เน็ตให้ข้อมูลที่เป็นจริงได้มากกว่า  
 และมีคุณภาพกว่าสื่อทั่วไป ทั้งรูปแบบ สีเสียง และการเคลื่อนไหวได้ อีกทั้งยังพบว่าเว็บไซต์กลุ่ม  
 ตัวอย่างจำนวน 3 เว็บไซต์ มีการใช้กราฟิกได้อย่างเหมาะสมกับลักษณะเนื้อหาและกิจกรรมของ  
 โครงการ โดยออกแบบให้กราฟิกของตัวอักษรหัวเรื่องมีขนาดใหญ่ รวมถึงการใช้กราฟิกที่เป็น  
 ไอคอน รูปภาพ และลายเส้นกับระบบเนวิเกชันหรือจุดเชื่อมโยง (link) ที่เป็นเนื้อหาหลัก เพื่อดึงดูด  
 ผู้เข้าใช้เว็บไซต์ที่เป็นเด็กและเยาวชน สอดคล้องกับ วิทยา เรืองพรวิสุทธิ (2539) ที่กล่าวถึงส่วน  
 ประกอบสำคัญของเว็บไซต์ที่ควรมี ได้แก่ ตัวอักษรที่สามารถตกแต่งให้สวยงามและมีลูกเล่นต่าง  
 กราฟิกซึ่งประกอบด้วยรูปภาพ ลายเส้น ลายพื้น ต่างๆ และสื่อประสมที่ประกอบด้วยข้อความ  
 ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียง และวีดิทัศน์

เว็บไซต์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชน มีจุดมุ่งหมายการจัดทำเว็บไซต์  
 เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการ ซึ่งมีเว็บไซต์กลุ่มตัวอย่างหลายเว็บไซต์ที่นำเสนอความรู้เพิ่มเติมใน  
 ด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมในโครงการ ในรูปแบบของข้อมูลตัวอักษร ข้อมูลภาพ และข้อมูล  
 แบบคลิปวิดีโอ สอดคล้องตามที่ ดวงพร เกียงคำและวงศ์ประชา จันทร์สมวงศ์ (2546) ที่กล่าวถึง  
 รายละเอียดของผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Product/Service Information) ว่า หากเป็นเว็บไซต์ที่ให้  
 ความรู้ ส่วนนี้ก็อาจจะประกอบด้วยบทความ ภาพกราฟิก มัลติมีเดีย

รูปแบบโครงสร้างสีหลักของทุกเว็บไซต์ มีการออกแบบให้สีหลักหรือสีของพื้นหลังมีความ  
 สัมพันธ์กับโลโก้ของเว็บไซต์โครงการ และใช้สีเหล่านั้นในการออกแบบหน้าเว็บเพจต่างๆ รวมถึง  
 กราฟิกภายในเว็บไซต์ ซึ่งแสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ของเว็บไซต์แต่ละโครงการ อีกทั้งรูปแบบ  
 ของสีที่ใช้ในแต่ละเว็บไซต์มีความเหมาะสมกับลักษณะกิจกรรมของโครงการ ช่วยสะท้อนถึงบุคลิก  
 และสไตล์ของแต่ละเว็บไซต์ได้เป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับ ทศพล กนกนุกุลวัตร (2544) และ ธวัชชัย  
 ศรีสุเทพ (2544) ที่กล่าวถึงการเลือกใช้สีภายในเว็บไซต์ว่า การเลือกใช้สีในการออกแบบเว็บไซต์มี  
 ความสำคัญมากต่อการดึงดูดความสนใจ เนื่องจากสีมีผลต่ออารมณ์และความรู้สึกของผู้เข้ามาใช้  
 บริการ การเลือกใช้สีที่เหมาะสมจะช่วยให้สื่อความหมายของเนื้อหา และเพิ่มความสวยงามให้  
 กับหน้าเว็บเพจ

จากการออกแบบเว็บไซต์ของโครงการรณรงค์กลุ่มตัวอย่างดังกล่าว ที่สร้างสรรคูปแบบ  
 ของเว็บไซต์ให้มีความน่าสนใจ ทั้งการเลือกชุดสี การใช้รูปภาพประกอบ การออกแบบกราฟิกที่มี  
 ความสัมพันธ์กับลักษณะของกิจกรรมโครงการ เพื่อดึงดูดให้ผู้เข้าใช้เว็บไซต์เกิดความสนใจในการ

เลือกชมเนื้อหาในส่วนต่างๆ ของเว็บไซต์ และการนำเสนอข้อมูลโดยมีการสร้างลำดับชั้นความ 2  
 สำคัญของเนื้อหา และการจัดวางองค์ประกอบอย่างสม่ำเสมอตลอดทั่วทั้งเว็บไซต์ สอดคล้องกับ  
 งานวิจัยของ สุกัญญา ตั้งเรื่องเกียรติ (2545) ศึกษาเรื่อง “การวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาของ  
 นิทานไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต” พบว่าในด้านรูปแบบ เว็บไซต์ที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมดใช้  
 ภาพประกอบการนำเสนอเป็นภาพนิ่ง มีทั้งภาพการ์ตูน รูปภาพจริง มีการนำเสนอภาพการ์ตูน  
 เคลื่อนไหว องค์ประกอบด้านเสียงอยู่เพียง 2 เว็บไซต์ การออกแบบเว็บเพจที่ใช้นำเสนอนิทานไทย  
 นั้น พบว่ามีการจัดองค์ประกอบที่ดี มีการจัดลำดับความสำคัญก่อนหลัง การเรียงร้อยส่วนต่างๆ  
 ของนิทานในแต่ละเว็บไซต์ทำได้อย่างสม่ำเสมอ

### - เนื้อหาของเว็บไซต์

จากผลการวิจัยเนื้อหาของเว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็ก  
 และเยาวชนพบว่า ผู้วิจัยพบว่า เว็บไซต์โครงการรณรงค์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 4 เว็บไซต์มีการนำเสนอ  
 เนื้อหาในลักษณะเดียวกันทุกเว็บไซต์ คือ ข้อมูลเกี่ยวกับผู้จัดทำโครงการ รายละเอียดของโครงการ  
 ข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับโครงการ คำถาม-คำตอบ และข้อมูลในการติดต่อผู้จัดทำโครงการ ยกเว้น  
 เว็บไซต์โครงการรณรงค์บางเว็บไซต์ที่ไม่ปรากฏข้อมูลในส่วนของคำถาม-คำตอบ การนำเสนอ  
 เนื้อหาดังกล่าวเป็นการนำเสนอข้อมูลที่แสดงถึงจุดมุ่งหมายของการใช้เว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์  
 โครงการ ทั้งในส่วน of ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผู้จัดทำโครงการที่นำเสนอถึงประวัติความเป็นมา แนวคิด  
 และวัตถุประสงค์ของโครงการ ข้อมูลในส่วนรายละเอียดของกิจกรรมในโครงการ และข่าวสารที่  
 เกี่ยวข้องกับโครงการอันได้แก่ ข่าวประชาสัมพันธ์โครงการ กำหนดการความเคลื่อนไหวของ  
 โครงการ รวมถึงการประชาสัมพันธ์ผลงานที่ผ่านมา ซึ่งสอดคล้องกับที่ สมาน ลอยฟ้า (2544) ได้  
 จำแนกประเภทของเว็บไซต์โดยแบ่งตามลักษณะการใช้งาน คือ เว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์  
 เป็นเว็บไซต์ที่จัดทำโดยองค์กรต่างๆ เว็บไซต์เหล่านี้เทียบได้กับแผ่นพับหรือจดหมายข่าว เพียงแต่  
 เว็บไซต์อาจมีข้อมูลเพิ่มเติมมากกว่า เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดและภารกิจขององค์กร หรืออื่นๆ  
 เป็นต้น

ในส่วนของการนำเสนอบทความและการสร้างจุดเชื่อมโยง (link) ไปยังเว็บเพจอื่น  
 ภายนอกเว็บไซต์ ที่ผู้จัดทำโครงการอำนวยความสะดวกและเปิดโอกาสให้ผู้ใช้งานเว็บไซต์สามารถ  
 สืบค้นข้อมูลเพิ่มเติมจากเว็บไซต์อื่นได้ แสดงถึงการให้ความสำคัญกับเนื้อหาส่วนอื่นนอกเหนือ  
 จากข้อมูลที่เกี่ยวข้องเฉพาะกับโครงการ สอดคล้องตามที่ วิทยา เรื่องพรวิสุทธิ (2539) กล่าวถึง

ส่วนประกอบสำคัญของเว็บไซต์ในส่วนของจุดเชื่อมโยง ที่ใช้เชื่อมโยงไปยังเว็บเพจของตนเอง หรือเว็บเพจของคนอื่น 3

แต่ละเว็บไซต์มีการนำเสนอข้อมูลรางวัลที่ผู้ใช้เว็บไซต์อาจได้รับเมื่อเข้าร่วมโครงการ ในรูปแบบของเงินรางวัล โฉรางวัล ประกาศนียบัตร รวมถึงรางวัลพิเศษรูปแบบต่างๆ ตามลักษณะของกิจกรรมในโครงการ ซึ่งเป็นข้อมูลส่วนสำคัญที่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้ใช้เว็บไซต์ และเพิ่มโอกาสในการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับที่ นิรัชชา ธนเมธี (2541) ได้กล่าวถึงการนำเสนอข้อมูลข่าวสารเพื่อดึงดูดความสนใจให้กับผู้รับสารเข้ามาเยี่ยมชมได้ สิ่งหนึ่งคือ ของขวัญ ของที่ระลึก ของฟรี ซึ่งผู้เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์มักไม่พลาดโอกาสที่จะรับสินค้าฟรีหรือรางวัล

การที่เว็บไซต์โครงการรณรงค์กลุ่มตัวอย่างมีการนำเสนอข้อมูลด้านการปฏิสัมพันธ์ เพื่อเป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ใช้เว็บไซต์กับผู้จัดทำโครงการ หรือการนำเสนอข้อมูลในส่วนของกระดานข่าว (webboard) เพื่อเป็นพื้นที่สำหรับสอบถามข้อมูลกับผู้จัดทำโครงการหรือแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างผู้ใช้เว็บไซต์หรือผู้เข้าร่วมโครงการด้วยกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ เสรีวงษ์มณฑา (2546) ที่ให้ความเห็นในเรื่องของการนำเสนอข้อมูลบนเว็บไซต์ขององค์กร จะต้องเปิดโอกาสให้ผู้ที่เข้าใช้เว็บไซต์สามารถสอบถามหรือส่งข้อมูลกลับมาได้ เป็นการสื่อสารสองทาง (Interactive)

จากการศึกษาข้อมูลเนื้อหาที่นำเสนอในกลุ่มตัวอย่าง ที่เป็นเว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชน มีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่และประชาสัมพันธ์โครงการ โดยมีเนื้อหาที่มุ่งเน้นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดทำหรือดำเนินโครงการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สินีนาฏ สว่างใจธรรม (2550) ที่ศึกษาการวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ของเว็บไซต์บริษัทผลิตรายการโทรทัศน์ พบว่า ด้านเนื้อหา ทุกเว็บไซต์มีการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท รายละเอียดของรายการต่างๆ ข่าวสารและกิจกรรมของบริษัทและข้อมูลสำหรับการติดต่อ และในเว็บไซต์ยังมีส่วนของการเสนอข้อมูลเพื่อความบันเทิง เช่น กระดานสนทนา ดาวน์โหลดรูปดารา นักแสดง ฯลฯ

จากผลการวิจัยในประเด็นรูปแบบของเว็บไซต์ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชนจำนวน 5 เว็บไซต์ รวมทั้งเว็บไซต์เด็กดีดอทคอมและวิชาการดอทคอมพบว่า รูปแบบของเว็บไซต์ทั้งหมดมีการออกแบบเว็บไซต์ที่ดี คือ การออกแบบที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและลักษณะของเว็บไซต์ โดยคำนึงถึงความสะดวกในการใช้งานของผู้ใช้เป็นหลัก มี

ความสม่ำเสมอ และสะท้อนเอกลักษณ์และลักษณะขององค์กรนั้นได้ มีเนื้อหาที่มีประโยชน์ ใช้ 4  
งานง่าย มีลักษณะที่น่าสนใจและดึงดูด สามารถเข้าถึงข้อมูลได้โดยไม่ต้องเข้าเมนูที่ซับซ้อน มี  
คุณภาพในการออกแบบ การเลือกสีพื้นหลังและสีอักษรที่เหมาะสม ขนาดตัวอักษรพอเหมาะ ใช้  
เวลาในการดาวน์โหลดน้อย แสดงผลเร็ว (ธวัชชัย ศรีสุเทพ, 2544; Sklar, 2003; Kentie, 2002)  
นอกจากนี้ภายในเว็บไซต์หนึ่งประกอบด้วยเว็บเพจจำนวนหลายหน้า ในแต่ละหน้ามีทั้งข้อความ  
และสื่อประสมรวมกัน สอดคล้องกับแนวคิดของวิทยา เรื่องพรวิสุทธิ (2539) ที่ได้กล่าวถึงส่วน  
ประกอบของเว็บไซต์ที่จำเป็น

ในส่วนของผลการวิจัยในประเด็นเนื้อหาที่ควรมีในเว็บไซต์ ซึ่งพบว่าข้อมูลพื้นฐานสำคัญที่  
ปรากฏในเว็บไซต์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชนทุกเว็บไซต์ รวมถึงรวมทั้งเว็บไซต์  
เด็กดีดอทคอมและวิชาการดอทคอม คือ ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการ รายละเอียดของโครงการ  
ข่าวสารในโครงการ คำถาม-คำตอบ และข้อมูลในการติดต่อ

แม้ว่าเว็บไซต์ของโครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชน มีการออกแบบโดย  
กำหนดรูปแบบและองค์ประกอบครบตามหลักแนวคิดของธวัชชัย ศรีสุเทพ (2544) และวิทยา เรื่อง  
พรวิสุทธิ (2539) ซึ่งรูปแบบและการใช้องค์ประกอบเป็นเพียงปัจจัยหนึ่งซึ่งช่วยให้เว็บไซต์เกิด  
ความน่าสนใจ รูปแบบที่มีความโดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ อาจทำให้ผู้ใช้เกิดความประทับใจใน  
ครั้งแรกและอาจจดจำรูปแบบของเว็บไซต์ได้ แต่เมื่อผู้ใช้เกิดความคุ้นเคยกับรูปแบบของเว็บไซต์  
อาจทำให้เว็บไซต์ไม่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้เข้าใช้ได้อีกในครั้งต่อไป เพราะปัจจัยดังกล่าว  
ยังไม่เพียงพอที่จะทำให้เว็บไซต์เป็นที่นิยม การออกแบบเว็บไซต์ที่ดีนอกจากต้องตรงตาม  
วัตถุประสงค์ของโครงการและมีเนื้อหาที่สัมพันธ์กับกิจกรรมในโครงการ ผู้จัดทำเว็บไซต์ยังต้อง  
คำนึงถึงความต้องการด้านเนื้อหาของผู้ใช้เว็บไซต์ที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ว่าต้องการข้อมูลเพิ่มเติม  
ในส่วนใด หรือมีความสนใจข้อมูลในด้านใดเป็นพิเศษ เพราะเนื้อหาเป็นองค์ประกอบสำคัญที่จะ  
ทำให้ผู้เข้าใช้เว็บไซต์เกิดความสนใจในตัวเว็บไซต์อย่างแท้จริง

จากผลการวิจัยที่พบว่า เนื้อหาที่เด็กและเยาวชนให้ความสนใจนอกเหนือจากเนื้อหาด้าน  
วิชาการ คือ เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับชีวิตวัยรุ่น (lifestyle) เช่น แฟชั่น ดูดวง ทองเที่ยว หาเพื่อน เคล็ด  
ลับต่างๆ และเนื้อหาด้านความบันเทิง เช่น คอลัมน์เกี่ยวกับศิลปินดารานักกร้อง มุมนิยาย ข่าว  
กิจกรรม การเล่นเกมตอบคำถามชิงรางวัล เป็นต้น เพราะว่าเด็กและเยาวชนส่วนใหญ่ใช้  
อินเทอร์เน็ตเพื่อความบันเทิง การใช้อินเทอร์เน็ตที่บ้านคือของเล่นสำหรับการพักผ่อน (ปกรณ สันติ  
สุนทรกุล, สัมภาษณ์, 21 เมษายน 2554)

นอกจากนี้ผู้วิจัยพบว่า เว็บไซต์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชนหลาย 5  
 เว็บไซต์ที่ไม่ได้รับความนิยมจากผู้เข้าใช้ เป็นเว็บไซต์ที่นำเสนอข้อมูลในด้านเดียวคือ มีการนำ  
 เสนอจำกัดเฉพาะข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับโครงการ ในขณะที่เว็บไซต์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนา  
 เด็กและเยาวชนที่ได้รับความนิยมจากผู้เข้าใช้เว็บไซต์มากกว่า มีการนำเสนอข้อมูลในส่วนอื่นนอก  
 เหนือจากข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับโครงการ คือเนื้อหาด้านสาระและบันเทิง ได้แก่ เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับ  
 ชีวิตวัยรุ่น (lifestyle) มุมนิยาย การเล่นเกมตอบปัญหาชิงรางวัล เป็นต้น สอดคล้องกับการนำ  
 เสนอข้อมูลในเว็บไซต์เด็กดีดอทคอมและวิชาการดอทคอม ที่มีความหลากหลายของเนื้อหาทั้ง  
 ด้านสาระและความบันเทิง ซึ่งครอบคลุมความสนใจและสามารถตอบสนองต้องการของกลุ่มเป้า  
 หมายที่เป็นเด็กและเยาวชนได้มากกว่า

## 2. กลยุทธ์การใช้เว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและ เยาวชน

### - กลยุทธ์การสร้างเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์

จากผลการวิจัยกลยุทธ์การใช้เว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนา  
 เด็กและเยาวชน จะพบว่าโครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชนทุกโครงการ มีการ  
 ใช้กลยุทธ์การสร้างเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ โดยจุดมุ่งหมายของการจัดทำเว็บไซต์คือ เพื่อ  
 เป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมหรือข้อมูลข่าวสารของโครงการ และเป็นช่องทางติดต่อ  
 สื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเด็กและเยาวชนได้เป็นจำนวนมาก โดยรูปแบบและเนื้อหาที่นำ  
 เสนอในเว็บไซต์ประกอบด้วยข้อมูลตัวอักษรและข้อมูลมัลติมีเดีย เป็นการนำกลยุทธ์การสร้าง  
 เว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ โดยใช้สื่อเว็บไซต์เป็นเครื่องมือหลักในการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร  
 กิจกรรมของโครงการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของอุบลวรรณ ปิติพัฒนา  
 โฆษิต (2541) ที่กล่าวถึงข้อดีของการใช้สื่อประชาสัมพันธ์บนอินเทอร์เน็ตไว้ว่า 1) สามารถเผยแพร่  
 ข้อมูลเข้าถึงคนจำนวนมากทั่วโลก 2) อินเทอร์เน็ตให้ข้อมูลที่เป็นจริงได้มากกว่าและมีคุณภาพกว่า  
 สื่ออื่นๆ ไป ทั้งรูปแบบ สีเสียง และการเคลื่อนไหว 3) อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่มีราคาถูกลงกว่าสื่ออื่นๆ  
 ไปเมื่อเปรียบเทียบจำนวนความถี่ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในปริมาณเท่ากัน

การนำกลยุทธ์การสร้างเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ของเว็บไซต์โครงการรณรงค์กลุ่ม  
 ตัวอย่าง เป็นการประชาสัมพันธ์ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้โดยไม่มีข้อจำกัดในเรื่องของ  
 สถานที่และเวลา ซึ่งเว็บไซต์สามารถนำเสนอข้อมูลได้อย่างไม่จำกัดทั้งเนื้อหาที่ปรากฏภายใน



เว็บไซต์หรือการใช้จุดเชื่อมโยง (link) ข้อมูลไปยังเว็บไซต์ภายนอก ทำให้ผู้ใช้สามารถค้นหา 6  
 ข้อมูลที่สนใจเพิ่มเติมได้ เป็นการใช้สื่อเว็บไซต์เพื่อตอบสนองความต้องการในการติดต่อสื่อสารที่  
 เปลี่ยนไปในปัจจุบัน สอดคล้องกับแนวคิดที่ เสรี วงษ์มณฑา (2546) กล่าวถึงเหตุผลที่ทำให้สื่อ  
 เว็บไซต์เป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพเหนือกว่าสื่อเดิมอื่นๆ คือ เป็นสื่อที่สามารถรวบรวมและ  
 เชื่อมโยงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกันจากหลายแหล่ง ซึ่งสื่อเว็บไซต์สามารถนำเสนอเนื้อหาเฉพาะเรื่องเพื่อ  
 ตอบสนองความต้องการเฉพาะกลุ่ม อีกทั้งสอดคล้องกับข้อดีของการใช้สื่อประชาสัมพันธ์บน  
 อินเทอร์เน็ตตามแนวคิดของ อุบลวรรณ ปิติพัฒนะโฆษิต (2541) ว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตสามารถ  
 เลือกดูเว็บไซต์ที่ตนเองสนใจได้นานและละเอียดเท่าที่ต้องการโดยไม่จำกัดเวลา ซึ่งมีความแตก  
 ต่างจากสื่ออื่นๆ รวมถึง อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจงได้ดี

นอกจากนี้แต่ละเว็บไซต์ยังใช้กลยุทธ์การสร้างเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ โดยสร้าง  
 เนื้อหาในส่วนของกระดานข่าว การให้ข้อมูลที่อยู่ของผู้จัดทำโครงการ รวมถึงการติดต่อโดยตรงกับ  
 ผู้จัดทำโครงการผ่านหน้าเว็บไซต์ แสดงให้เห็นถึงการให้ความสำคัญกับการติดต่อสื่อสารกับผู้ใช้  
 เว็บไซต์ รวมถึงการรับการติดต่อกลับจากผู้ใช้เว็บไซต์เช่นเดียวกัน อีกทั้งการจัดวางลิงค์ที่เชื่อมโยง  
 ไปยังเว็บไซต์ทรูฮิต (Truehits.net) ในบางเว็บไซต์ที่จะแสดงข้อมูลสถิติการเข้าชมเว็บไซต์นั้นในรูปแบบ  
 แบบของข้อมูลตัวเลข สอดคล้องกับ อุบลวรรณ ปิติพัฒนะโฆษิต (2541) ที่กล่าวไว้ว่า อินเทอร์เน็ต  
 สามารถรับ Feedback จากกลุ่มเป้าหมายได้ภายในเวลารวดเร็ว และสามารถแสดงสถิติประเมิน  
 ผลของผู้เข้ามาใช้งานอย่างละเอียด มีข้อมูลแสดงเป็นสถิติด้วยว่าแต่ละวันมีผู้เข้ามาดูเป็นจำนวน  
 เท่าไร

#### - กลยุทธ์การออกแบบเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์

เว็บไซต์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชนทุกเว็บไซต์ มีจุดมุ่งหมายจัดทำขึ้น  
 เพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมของแต่ละโครงการ ผู้จัดทำโครงการจึงใช้กลยุทธ์การออกแบบเว็บไซต์  
 ทั้งในด้านรูปแบบและเนื้อหาเพื่อการประชาสัมพันธ์โครงการให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย โดยคำนึงถึง  
 หลักการออกแบบเว็บไซต์ในด้านต่างๆ ทั้งการจัดวางองค์ประกอบในหน้าเว็บไซต์ และการลำดับ  
 ความสำคัญของข้อมูล เพื่อให้ข้อมูลในหน้าเว็บไซต์เกิดความน่าสนใจและสามารถดึงดูดผู้ที่เข้าใช้  
 เว็บไซต์ได้ ซึ่งสอดคล้องกับหลักการสำคัญในการออกแบบเว็บไซต์ของ ธวัชชัย ศรีสุเทพ (2544)  
 ในเรื่องของ การสร้างลำดับความสำคัญขององค์ประกอบต่างๆ ภายในหน้าเว็บ เพื่อเน้นให้เห็นว่า  
 อะไรเป็นเรื่องสำคัญมาก สำคัญรองลงไปหรือสำคัญน้อยตามลำดับ การจัดระเบียบขององค์

ประกอบอย่างเหมาะสมจะช่วยแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบต่างๆ ในหน้าเว็บ เพื่อให้ 7  
ให้ผู้ใช้มองเห็นได้ชัดเจนและเข้าใจจุดสำคัญของเนื้อหาได้ดี

สิ่งสำคัญในการใช้กลยุทธ์การออกแบบเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์โครงการคือ  
วิธีการเขียนเว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลส่วนต่างๆ ที่ปรากฏภายในหน้าเว็บไซต์ จากผลการ  
ศึกษาพบว่าเว็บไซต์กลุ่มตัวอย่างทุกเว็บไซต์มีการใช้เทคนิคการเขียนเว็บไซต์ เริ่มตั้งแต่การบรรจุ  
ข้อมูลในหน้าโฮมเพจ ซึ่งทุกเว็บไซต์มีการบรรจุข้อมูลที่ไม่มากเกินไป โดยเน้นการจัดวางเนวิเกชัน  
หรือลิงค์เนื้อหาหลักที่เชื่อมโยงไปยังข้อมูลในหน้าเว็บเพจอื่น มีเพียงบางเว็บไซต์ที่ได้รายละเอียด  
ของข้อมูลเป็นจำนวนมาก ทำให้ผู้ใช้เว็บไซต์เกิดความสับสน และในหน้าเว็บเพจอื่นๆ สอดคล้อง  
กับเทคนิคการเขียนเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ตที่ของ ธนพร จินโต (2547) ที่  
กล่าวถึงการเขียนเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์มีเทคนิคการเขียนที่แตกต่างจากสื่ออื่นๆ คือ หน้า  
แรกหรือโฮมเพจไม่ควรมียละเอียดของข้อมูลจำนวนมาก ควรจัดให้มีเฉพาะที่เป็นหัวข้อหรือเมนู  
หลัก (Main menu) แล้วให้ลิงค์ (link) เชื่อมโยงไปยังข้อมูลที่เป็นรายละเอียด ในเว็บเพจหน้าถัดไป  
แทน โดยเนื้อหาจะต้องเตรียมให้ตรงกับหัวข้อที่กำหนดไว้ในหน้าโฮมเพจนั้น

ในส่วนของการนำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์โครงการ เว็บไซต์กลุ่ม  
ตัวอย่างเกือบทุกเว็บไซต์กลยุทธ์การออกแบบเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ โดยการนำเสนอข่าว  
หรือข้อมูลที่เว็บไซต์ต้องการประชาสัมพันธ์ไว้ในหน้าโฮมเพจ เพื่อให้ผู้ใช้เว็บไซต์สามารถมองเห็น  
ได้เป็นลำดับแรกๆ โดยจัดวางข้อมูลในรูปแบบของหัวข้อเรื่องพร้อมรายละเอียดเล็กน้อยเพื่อ  
เข้าสู่เนื้อหาของเรื่องในหน้าเว็บเพจถัดไป ผ่านจุดเชื่อมโยงหรือลิงค์ (link) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด  
ของ Nielsen (1997) ที่กล่าวถึง การเขียนข่าวเพื่อประชาสัมพันธ์บนเว็บไซต์ ให้ใช้การเขียนแบบปี  
รามิดหัวกลับเช่นเดียวกับการเขียนข่าวแจก โดยในส่วนของโฮมเพจ ควรมีเพียงพาดหัวข่าวและ  
บรรณานุกรม ส่วนเนื้อหาข่าวควรเชื่อมโยงไปยังหน้าเว็บเพจหน้าอื่น เพื่อความสะดวกในการอ่านแบบ  
สแกนอย่างรวดเร็วของผู้รับสาร

#### - กลยุทธ์การสร้างจุดสนใจบนหน้าเว็บไซต์

จากการศึกษาพบว่า เว็บไซต์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชนที่เป็นกลุ่ม  
ตัวอย่างทุกเว็บไซต์มีการใช้กลยุทธ์การสร้างจุดสนใจบนหน้าเว็บไซต์ เพื่อให้เว็บไซต์มีความโดดเด่น  
เด่นทั้งด้านรูปแบบและเนื้อหา ที่สามารถดึงดูดความสนใจจากผู้เข้าใช้เว็บไซต์ที่เป็นเด็กและ  
เยาวชน เน้นการออกแบบให้รูปแบบของเว็บไซต์มีความเป็นเอกลักษณ์ โดยเลือกใช้โครงสร้างสี  
หลักและการออกแบบกราฟิกที่สอดคล้องกับลักษณะของกิจกรรมหรือโครงการ เพื่อสร้างบุคลิก

เฉพาะให้เกิดขึ้นกับเว็บไซต์ และออกแบบให้เว็บไซต์มีลักษณะที่สวยงามดึงดูดใจ ช่วยทำให้ผู้ใช้ 8  
 เว็บไซต์เกิดความสนใจตั้งแต่เริ่มเข้าใช้เว็บไซต์ครั้งแรก และการออกแบบระบบเนวิเกชันที่ใช้งาน  
 ง่าย โดยการใส่แถบสีเน้นที่ข้อความเนวิเกชันหลัก รวมถึงการใช้สัญลักษณ์หรือไอคอน (Icon)  
 แทนลิงค์ของเนื้อหาส่วนนั้น เพื่อสร้างจุดสนใจให้เกิดขึ้นกับเนื้อหา ผู้ใช้จะเกิดความคุ้นเคยและ  
 สามารถจดจำลักษณะคร่าวๆ ของเว็บไซต์ได้ สอดคล้องกับธวัชชัย ศรีสุเทพ (2544) ที่ได้นำเสนอ  
 องค์ประกอบของเว็บไซต์ที่ดี คือ การออกแบบต้องคำนึงถึงลักษณะขององค์กร เนื่องจากรูปแบบ  
 ของเว็บไซต์สามารถสะท้อนถึงเอกลักษณ์และลักษณะขององค์กรได้ ระบบเนวิเกชันที่ใช้งานง่าย  
 โดยมีกราฟิกที่สื่อความหมายร่วมกับคำอธิบายชัดเจน

ซึ่งผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์การสร้างจุดสนใจบนหน้าเว็บไซต์ของเว็บไซต์โครงการกลุ่ม  
 ตัวอย่างทุกเว็บไซต์ ใช้การออกแบบกราฟิกกับหมวดหมู่เนวิเกชันหลักและหัวข้อหลักของเนื้อหา  
 โดยออกแบบให้ตัวอักษรของหัวข้อหลักมีขนาดใหญ่กว่าและหนากว่าส่วนของเนื้อหา หรือ  
 ออกแบบให้มีสีที่ต่างกับส่วนของเนื้อหา รวมถึงการสร้างจุดสนใจกับหมวดหมู่ของเนวิเกชันหลัก ที่  
 เว็บไซต์กลุ่มตัวอย่างออกแบบโดยใช้กราฟิกและแถบสีต่างๆ เพื่อสร้างความโดดเด่นให้เกิดขึ้นกับ  
 ตัวอักษรที่เป็นข้อความของหมวดหมู่เนวิเกชันหลักในแต่ละเว็บไซต์ การสร้างจุดสนใจดังกล่าว  
 สอดคล้องกับแนวคิดของ Nielsen (1997) ที่กล่าวถึงการเขียนเพื่อประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต  
 ว่า ควรมีการเน้นคำหรือข้อความที่สำคัญ เช่น การอาศัยความแตกต่างที่ปรากฏของตัวอักษร  
 รวมถึงความแตกต่างระหว่างพื้นที่ตัวหนังสือกับพื้นที่ว่างโดยรอบ ด้วยการสร้างความแตกต่างของ  
 รูปแบบและลักษณะของตัวอักษรให้เห็นได้ชัดเจน สะดุดตา เพื่อดึงดูดความสนใจจากผู้อ่าน  
 นอกจากนี้ ยังสามารถใช้ขนาดและน้ำหนักของตัวอักษร โดยทำให้คำหรือข้อความสำคัญมีขนาด  
 ของตัวอักษรที่มีขนาดใหญ่กว่าหรือมีลักษณะเส้นที่หนาและเข้มกว่า ซึ่งจะทำให้ดูมีความสำคัญ  
 มากกว่าสิ่งที่อยู่รอบข้าง

นอกจากนี้ เว็บไซต์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชนที่ได้รับความนิยม  
 มากกว่าเว็บไซต์อื่น ใช้กลยุทธ์การสร้างจุดสนใจบนหน้าเว็บไซต์ในด้านการนำเสนอรูปแบบของ  
 เนื้อหาที่มีความหลากหลายนอกเหนือจากข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับโครงการ และเป็นเนื้อหาที่ตรงกับ  
 ความสนใจของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเด็กและเยาวชนในขณะนั้น สอดคล้องตามที่ ธวัชชัย ศรีสุเทพ  
 (2544) กล่าวไว้ว่า เนื้อหาถือเป็นสิ่งสำคัญที่สุดในเว็บไซต์ ดังนั้นในเว็บไซต์ควรมีการจัดเตรียม  
 เนื้อหาและข้อมูลที่ใช้ต้องการเอาไว้ให้ถูกต้อง จัดแบ่งเป็นหมวดหมู่ให้เรียบร้อย ครบถ้วนและ  
 สมบูรณ์ โดยมีการปรับปรุงและเพิ่มเติมให้ทันต่อเหตุการณ์อยู่เสมอ

### 3. กลยุทธ์การส่งเสริมให้เว็บไซต์เป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้ใช้เว็บไซต์ที่เป็นเด็กและเยาวชน 9

#### - กลยุทธ์ปากต่อปาก (Word of Mouth)

เว็บไซต์เด็กดีดอทคอมใช้กลยุทธ์ปากต่อปากเป็นกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เริ่มแรกของเว็บไซต์ จากความน่าสนใจของข้อมูลและความหลากหลายของเนื้อหาที่ปรากฏในเว็บไซต์ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้เว็บไซต์ที่เป็นเด็กและเยาวชนได้เป็นอย่างดี ทำให้ผู้ใช้เว็บไซต์เกิดการพูดคุยและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในเรื่องราวที่สนใจร่วมกัน ระหว่างกลุ่มเพื่อนหรือกลุ่มคนรู้จักกัน สอดคล้องกับ ประทุม ฤกษ์กลาง (2551) ที่กล่าวถึงแนวทางการใช้กลยุทธ์ในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ โดยใช้การกระตุ้นและตอบสนองความต้องการตามทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ (Maslow, 1943 อ้างถึงใน พรรณพิมล ก้านกนก, 2531) ในชั้นความต้องการความรัก (Love Needs) จากครอบครัว คนรัก เพื่อนฝูง และความต้องการได้รับการนับถือยกย่อง (Esteem Needs) จากคนรอบข้างและสังคม

นอกจากนี้ เว็บไซต์เด็กดีดอทคอมมีการดูแลในส่วนจากรูปแบบและเนื้อหาเว็บไซต์ โดยการปรับปรุงเนื้อหาให้มีความสดใหม่และทันต่อเหตุการณ์อยู่เสมอ สอดคล้องกับงานวิจัยของ นิทัศน์ อธิพิงษ์ (2544) ที่ทำการวิจัยเรื่อง “การพัฒนาหลักการออกแบบเว็บเพจ การศึกษาตามรูปแบบเว็บไซต์ยอดนิยมของไทย” พบว่า หลักการออกแบบเว็บเพจการศึกษาตามคุณลักษณะเว็บไซต์ยอดนิยมจะมีคุณลักษณะที่เหมือนกัน คือ เน้นการออกแบบให้ใช้งานได้นาน มีเนื้อหาตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย มีความสวยงามในการออกแบบ สามารถตอบสนองและดาวน์โหลดได้อย่างรวดเร็ว และมีการปรับปรุงเนื้อหา รวมทั้งรูปแบบให้ทันสมัยอยู่เสมอ นอกจากการให้ข้อมูลหรือเนื้อหาวิชาที่จะให้กับผู้เรียนซึ่งเป็นส่วนหลักแล้ว เว็บไซต์การศึกษาควรจะให้บริการเสริมที่เป็นที่ต้องการ หรือเป็นสิ่งที่น่าสนใจเพิ่มเติมกับผู้เรียน เช่น ข่าวการศึกษาที่น่าสนใจห้องสมุดเชื่อมตรง

ความหลากหลายของเนื้อหาในเว็บไซต์เด็กดีดอทคอมคือ การนำเสนอเนื้อหาด้านสาระควบคู่กับความบันเทิง เช่น บทความน่ารู้ การสอบแอดมิชชัน (Admission) เนื้อหาเกี่ยวกับการใช้ชีวิตของวัยรุ่น (Lifestyle) นิยาย การตอบคำถามชิงรางวัล เป็นต้น ซึ่งความหลากหลายของเนื้อหาที่สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเด็กและเยาวชน เป็นอีกปัจจัยสำคัญที่ทำให้เว็บไซต์ได้รับการกล่าวถึงระหว่างผู้ใช้เว็บไซต์ด้วยกัน สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ธนสิทธิ์ เกษมไชยานันท์ (2544) ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร” จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมด มีความตั้งใจที่จะใช้เว็บไซต์ต่อไปในอนาคตด้วยเหตุผล คือ เป็นประโยชน์และสะดวกสบายในการสืบค้นข้อมูล

ให้ความบันเทิงและเพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสาร และยังคงคล้องกับ ศุภกัญญา ลักษณะเกียรติ 0  
(2545) ที่ทำการวิจัย “ปัจจัยที่มีผลต่ออัตราการคลิกของเว็บไซต์ : ศึกษาธุรกิจอินเทอร์เน็ตใน  
ระหว่างปี 2000-2001” พบว่า ผู้ออกแบบเว็บไซต์มีการวิเคราะห์พฤติกรรมและความชอบของกลุ่ม  
เป้าหมายอยู่ตลอดเวลา และใช้ข้อมูลข่าวสารที่ได้ในการพัฒนาเนื้อหาของเว็บไซต์ให้ทันสมัย  
สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย แนวโน้มของการพัฒนาเว็บไซต์ไทยนั้น มุ่งไปยัง  
การให้ความสำคัญกับ เนื้อหาที่ใหม่และแตกต่างจากเว็บไซต์อื่น

### - กลยุทธ์การยืมความสนใจ

กลยุทธ์การยืมความสนใจของเว็บไซต์เด็กดีดอทคอมถูกนำมาใช้เพื่อสร้างจุดสนใจให้เกิด  
ขึ้นกับเว็บไซต์ โดยการนำเสนอเนื้อหาที่มีความเกี่ยวข้องกับผู้ที่มิชื่อเสียงในสังคม หรือการให้ผู้  
มีชื่อเสียงช่วยในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารหรือเนื้อหาต่างๆ สอดคล้องตามที่ ประทุม ฤกษ์กลาง  
(2551) กล่าวถึงแนวทางการใช้กลยุทธ์ในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ โดยการใช้กลุ่มอ้างอิงที่  
มีอิทธิพลต่อกลุ่มเป้าหมายทั้งในด้านความคิด ความเชื่อ พฤติกรรม เช่น ดาราต่ง นักร้องต่ง นายก  
รัฐมนตรี แต่นักประชาสัมพันธ์จะต้องเลือกให้สอดคล้องเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

อีกทั้งการใช้กลยุทธ์การยืมความสนใจจากเรื่องราวที่อยู่ในกระแสสังคมส่วนใหญ่นหรือ  
กระแสสังคมวัยรุ่นในขณะนั้น โดยที่เว็บมาสเตอร์หรือผู้ใช้เว็บไซต์เองเป็นผู้ตั้งกระทู้เพื่อให้ผู้ใช้เว็บไซต์  
เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน สอดคล้องกับประเภทของกลยุทธ์ตามแนวคิดของ  
พรทิพย์ พิมลสินธุ์ (2548) ที่นำเสนอว่า การสร้างข่าวใหม่หรือการยืมความสนใจ  
(News/Borrowed-Interest Strategy) เพื่อสร้างกิจกรรมใหม่ๆ ในตัวสินค้าเก่า หรือมีสิ่งใหม่ใส่ใน  
ตัวสินค้าเก่า และการใช้ความใหม่ของสื่ออื่นที่กำลังเป็นกระแสหรือได้รับความนิยมมาช่วยสร้าง  
ความเป็นข่าวให้น่าสนใจใหม่ได้ หรือเป็นการอุปถัมภ์กิจกรรมต่างๆ

การใช้กลยุทธ์การยืมความสนใจของเว็บไซต์เด็กดี ที่ยืมความสนใจจากกลุ่มอ้างอิงหรือผู้  
มีชื่อเสียงมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารในเว็บไซต์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ฤดีพร ผ่อง  
สุภาพ (2552) ที่ศึกษา “การแสวงหาข่าวสารการประชาสัมพันธ์และความพึงพอใจในการสื่อสาร  
ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิต นักศึกษา” ผลการวิจัยพบว่า ข่าวประชาสัมพันธ์ที่ใช้ในเครือ  
ข่ายสังคมออนไลน์คือ ข่าวประชาสัมพันธ์บุคคล ข่าวประชาสัมพันธ์ทางการตลาด ข่าว  
ประชาสัมพันธ์องค์กร ข่าวประชาสัมพันธ์กิจกรรม ข่าวประชาสัมพันธ์เพื่อสังคมการกุศล และภาพ  
ข่าวกิจกรรม

## - กลยุทธ์การสร้างความน่าเชื่อถือ

เว็บไซต์เด็กดีดอทคอมเลือกใช้กลยุทธ์การสร้างความน่าเชื่อถือเช่นเดียวกับเว็บไซต์วิชาการดอทคอม โดยทั้งสองเว็บไซต์ต่างใช้กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ตั้งแต่แรกเริ่มของการจัดทำเว็บไซต์ เพราะผู้จัดทำเว็บไซต์ต่างตระหนักถึงความสำคัญของความน่าเชื่อถือของข้อมูลที่ปรากฏในเว็บไซต์ ซึ่งเป็นองค์ประกอบหลักสำคัญที่สามารถขับเคลื่อนให้เว็บไซต์มีความแข็งแกร่งและได้รับการยอมรับจากผู้ใช้งานเว็บไซต์ในระยะยาว อันนำไปสู่การกลับมาชมเว็บไซต์อย่างต่อเนื่องในครั้งต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ ลลิตา พวงมหา (2552) ที่ทำการวิจัย “กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์บนเว็บไซต์ของโรงพยาบาลเอกชนเป็น” พบว่า เว็บไซต์ของโรงพยาบาลเอกชนใช้กลยุทธ์การนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับศักยภาพของบริการบนเว็บไซต์ การแสดงภาพลักษณ์ความเชี่ยวชาญขององค์กรบนเว็บไซต์ และการปรับเนื้อหาภายในเว็บไซต์ให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเพื่อส่งเสริมการตลาด กลยุทธ์การรวบรวมข้อมูลเชิงบวกไว้บนเว็บไซต์ให้มากที่สุดเพื่อสร้างภาพลักษณ์ และใช้กลยุทธ์การสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกบนเว็บไซต์เพื่อสร้างและรักษาความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มเป้าหมาย

## - กลยุทธ์การสื่อสารผ่านกิจกรรม

เว็บไซต์วิชาการดอทคอมใช้การประชาสัมพันธ์ภายนอกเว็บไซต์ ผ่านกลยุทธ์การสื่อสารผ่านกิจกรรมเพื่อส่งเสริมให้เว็บไซต์เป็นที่รู้จักในกลุ่มเป้าหมาย โดยการจัดกิจกรรมในรูปแบบต่างๆ (Road Show) ที่สอดคล้องกับความสนใจและความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเด็กและเยาวชน สอดคล้องตามที่ พรทิพย์ พิมลสินธุ์ (2548) กล่าวถึงกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์แบบเสริมเพิ่มเติมหรือสนับสนุน (Supplementary/Complementary) การประชาสัมพันธ์จะเป็นผู้ให้ข้อมูลข่าวสารความรู้มากกว่าการเสนอการขาย นอกจากนี้บทบาทที่สำคัญที่สุดของการประชาสัมพันธ์ คือ การส่งข่าวสารให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีความหลากหลายด้วยวิธีการสนับสนุน (Complementary) ซึ่งจะเป็นกุญแจสำคัญที่จะพิชิตใจลูกค้าเป้าหมายหลักให้เห็นประโยชน์จากสารที่เราสื่อกับกลุ่มเป้าหมายรองได้

การใช้กลยุทธ์การสื่อสารผ่านกิจกรรมของเว็บไซต์วิชาการดอทคอม เป็นการสื่อสารเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยตรงตามสถานที่ต่างๆ เช่น สถานศึกษา เนื่องจากการเป็นเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาและไม่แสวงหาผลกำไร เว็บไซต์วิชาการดอทคอมจึงได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีจากครูอาจารย์ของแต่ละสถานศึกษา และได้รับความไว้วางใจจากนักเรียนหรือนักศึกษาในการเข้าร่วมกิจกรรม สอดคล้องกับ ประทุม ฤกษ์กลาง (2551) ที่กล่าวถึงการใช้กลยุทธ์ในการ

วางแผนการประชาสัมพันธ์ โดยใช้แนวทางในการหาพันธมิตร เพราะงานประชาสัมพันธ์มัก 2  
ไม่เน้นการซื้อสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ซึ่งใช้ค่าใช้จ่ายสูง กลยุทธ์แบบหนึ่งที่เหมาะสมก็คือ การ  
หาพันธมิตรองค์กร หน่วยงานอื่นๆ ให้เข้ามามีส่วนร่วมกับโครงการ

จากข้อค้นพบดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า กลยุทธ์ปากต่อปาก (Word of Mouth) กลยุทธ์การ  
ยืมความสนใจ กลยุทธ์การสร้างความสำเร็จ และกลยุทธ์การสื่อสารผ่านกิจกรรม ต่างก็เป็น  
กลยุทธ์การส่งเสริมให้ส่งเว็บไซต์เป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้ใช้เว็บไซต์ที่เป็นเด็กและเยาวชน ซึ่งทำให้  
เว็บไซต์เด็กดีดอทคอมและเว็บไซต์วิชาการดอทคอมประสบความสำเร็จ โดยได้รับการตอบรับจาก  
เป้าหมายและมีจำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน

เว็บไซต์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชนใช้สื่อเว็บไซต์เป็นเครื่องมือในการ  
ประชาสัมพันธ์ โดยใช้กลยุทธ์การออกแบบเว็บไซต์และกลยุทธ์การสร้างจุดสนใจบนหน้า  
เว็บไซต์เป็นตัวขับเคลื่อนเว็บไซต์โครงการ เพื่อที่จะสร้างความสนใจในตัวเนื้อหาให้เกิดขึ้นกับผู้  
ใช้เว็บไซต์ แต่กลยุทธ์ที่ใช้ในเว็บไซต์โครงการรณรงค์นี้อาจตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย  
ได้อย่างแท้จริง เพราะผู้ใช้เว็บไซต์ส่วนใหญ่มีความคาดหวังที่จะได้รับเนื้อหาตรงกับความ  
สนใจนอกเหนือจากเนื้อหาที่ผู้จัดทำเว็บไซต์นำเสนอ กลยุทธ์ที่เว็บไซต์โครงการรณรงค์ใช้ดังกล่าว  
ให้ความสำคัญกับการออกแบบด้านรูปแบบและเนื้อหาเท่านั้น แต่กลับไม่พบถึงการใช้กลยุทธ์อื่นที่  
ช่วยส่งเสริมให้เว็บไซต์เป็นที่นิยม ดังเช่นกลยุทธ์ปากต่อปาก (Word of Mouth) และกลยุทธ์ยืม  
ความสนใจ ที่พบในเว็บไซต์เด็กดีดอทคอม และเว็บไซต์วิชาการดอทคอม ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่ส่งเสริม  
ให้เว็บไซต์ทั้งสองประสบความสำเร็จและเป็นที่ยอมรับในวงกว้างของกลุ่มผู้ใช้เว็บไซต์ที่เป็นเด็กและ  
เยาวชน

เว็บไซต์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชน สามารถนำกลยุทธ์ปากต่อปาก  
(Word of Mouth) เป็นแนวทางปรับใช้กับเว็บไซต์ โดยการเพิ่มเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับชีวิตวัยรุ่น  
(lifestyle) และควรเป็นเนื้อหาที่กำลังอยู่ในความสนใจของกลุ่มวัยรุ่นในขณะนั้น รวมถึงเนื้อหา  
ด้านความบันเทิง เพื่อสร้างความหลากหลายของเนื้อหาให้กับขึ้นภายในเว็บไซต์ อีกทั้งผู้จัดทำ  
เว็บไซต์ควรปรับปรุงให้เนื้อหาให้ทันต่อเหตุการณ์อยู่เสมอ เพราะจะทำให้ผู้ใช้เว็บไซต์เกิดการกลับ  
เข้ามาชมซ้ำในครั้งต่อไป เมื่อเนื้อหาในเว็บไซต์มีความหลากหลายและสามารถตอบสนองความ  
ต้องการของผู้ใช้เว็บไซต์ จะนำไปสู่การพูดคุยหรือแนะนำเว็บไซต์ดังกล่าวกับกลุ่มเพื่อนหรือกลุ่ม  
คนรู้จักต่อไป

การนำกลยุทธ์การยืมความสนใจไปปรับใช้กับเว็บไซต์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็ก  
และเยาวชน ผู้จัดทำเว็บไซต์สามารถปรับปรุงรูปแบบและเนื้อหาให้สอดคล้องกับความสนใจของ

กระแสสังคมในขณะนั้น โดยอาจปรับรูปแบบของเว็บไซต์เล็กน้อย เช่น เพิ่มรูปภาพ ปรับเปลี่ยน 3  
กราฟิก และจัดมุมมองพิเศษภายในเว็บไซต์ให้เป็นส่วนที่นำเสนอเนื้อหาที่สอดคล้องกับเทศกาลต่างๆ  
เช่น ปีใหม่ สงกรานต์ กิจกรรมช่วงปิดเทอม เป็นต้น รวมถึงเปิดโอกาสให้ผู้ใช้งานเว็บไซต์มีส่วนร่วม  
กิจกรรมที่เกี่ยวข้องดังกล่าว ซึ่งจะช่วยเพิ่มความน่าสนใจให้กับเว็บไซต์ และช่วยให้เว็บไซต์  
สามารถขับเคลื่อนตัวเองให้อยู่ในกระแสของสังคมได้อย่างต่อเนื่อง

ทั้งนี้ จากการศึกษาวิจัยพบว่า เว็บไซต์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชนที่  
ได้รับความนิยมมากกว่าเว็บไซต์อื่น มีรูปแบบของเนื้อหาที่หลากหลาย และตรงกับความสนใจของ  
กลุ่มเป้าหมายที่เป็นเด็กและเยาวชน ซึ่งสอดคล้องกับกลยุทธ์การเพิ่มความสนใจของเว็บไซต์เด็ก  
ดีดอทคอม

นอกจากนี้ เว็บไซต์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชนอาจนำกลยุทธ์การ  
สื่อสารผ่านกิจกรรมที่เว็บไซต์วิชาการดอทคอมใช้เพื่อทำให้เว็บไซต์สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย  
ได้ในวงกว้าง เป็นวิธีการประชาสัมพันธ์ที่ไม่จำกัดอยู่เพียงภายในเว็บไซต์ แต่เปิดโอกาสให้กลุ่มเป้า  
หมายได้สัมผัสและรู้จักเว็บไซต์ได้ดียิ่งขึ้น เว็บไซต์โครงการรณรงค์อาจนำกลยุทธ์การสื่อสารผ่าน  
กิจกรรมไปประยุกต์ใช้ โดยการจัดกิจกรรมโปรโมท (promote) เว็บไซต์นอกสถานที่ ซึ่งเป็นสถานที่  
ที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นเด็กและเยาวชนรวมตัวกัน หรืออาจจัดกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้ผู้ใช้งานเว็บไซต์มี  
ส่วนร่วมกับการออกแบบหรือสร้างสรรค์รูปแบบและเนื้อหาภายในเว็บไซต์ นอกจากนี้จะเป็นการ  
ประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยตรงแล้ว ยังเป็นการประชาสัมพันธ์โครงการให้  
เป็นที่รู้จักอีกทางหนึ่ง

ทั้งนี้ ในการนำกลยุทธ์ไปปรับใช้ในเว็บไซต์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชน  
แต่ละเว็บไซต์ต้องคำนึงถึงแนวทางและวัตถุประสงค์ของโครงการ รวมถึงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเด็ก  
และเยาวชนเป็นสำคัญ โดยนำไปปรับใช้ให้เหมาะสมกับลักษณะของกิจกรรมหรือโครงการ



## ข้อเสนอแนะทั่วไป

การนำเสนอข้อมูลบนเว็บไซต์ให้มีความน่าสนใจที่สามารถดึงดูดผู้เข้าใช้เว็บไซต์ ควรคำนึงถึงความสมดุลระหว่างปริมาณของเนื้อหาและเทคนิควิธีในการนำเสนอเนื้อหาเหล่านั้น การใช้เทคนิควิธีและองค์ประกอบต่างๆ เช่น ภาพเคลื่อนไหว ซดสี เสียง กราฟิก หากมีการออกแบบจัดวางบนหน้าเว็บไซต์มากเกินไป อาจทำการเข้าถึงข้อมูลมีขั้นตอนที่ยุ่งยากซับซ้อนและใช้เวลานาน ส่วนของข้อมูลที่เป็นข้อความตัวอักษร ควรออกแบบให้มีขนาดที่เหมาะสมกับเนื้อหาและโครงสร้างของหน้าเว็บไซต์ และต้องเลือกใช้ตัวอักษรที่มีความเป็นมาตรฐานสากล เพื่อให้ผู้เข้าใช้เว็บไซต์สามารถอ่านได้อย่างสะดวก สบายตา และควรบรรจุเนื้อหาในแต่ละหน้าเว็บเพจที่ไม่มากเกินไปจนทำให้ผู้ใช้งานรู้สึกอึดอัด นอกจากนี้การนำเสนอข้อมูลบนเว็บไซต์ ควรเพิ่มเนื้อหาด้านความบันเทิงหรือสร้างความสนุกสนานให้แก่ผู้เข้าใช้เว็บไซต์ เช่น เกมเกี่ยวกับกิจกรรมของโครงการ การตอบปัญหาชิงรางวัล เป็นต้น

โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชนควรเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ให้เป็นที่รู้จัก โดยเป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่ไม่เสียค่าใช้จ่าย เช่น การแลกที่อยู่ของเว็บไซต์โครงการกับเว็บไซต์ที่ได้รับความนิยมจากกลุ่มผู้ใช้ที่เป็นเด็กและเยาวชน ในรูปแบบของ Link หรือ Banner การใช้เทคนิคการสร้างคำสืบค้น (Keyword) ของหัวข้อเนื้อหา เพื่อให้ผู้ใช้สามารถสืบค้นได้จากเว็บไซต์ที่เป็น Search Engine ได้ง่ายมากขึ้น รวมถึงการแนบที่อยู่ของเว็บไซต์ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีอยู่ เช่น รายการโทรทัศน์ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ หรือช่องทางในส่วนของผู้สนับสนุนหลักของเว็บไซต์

## ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

1. ควรมีการเพิ่มกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัย กล่าวคือ ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเพิ่มเติมถึงเว็บไซต์ที่มีสถิติการเข้าชมอยู่ในอันดับต้นๆ ของประเทศ ที่ผู้เข้าชมส่วนใหญ่ของเว็บไซต์เป็นกลุ่มเด็กและเยาวชน จากการจัดอันดับของเว็บไซต์ทูลูฮิต (Truehits.net) คือเว็บไซต์เด็กดีดอทคอม เว็บไซต์สาระและบันเทิงอันดับหนึ่งของวัยรุ่นไทย และเว็บไซต์วิชาการดอทคอม เว็บไซต์ทางการศึกษาอันดับหนึ่งของประเทศไทย (2006, 2007) ดังนั้นการวิจัยในครั้งต่อไป จึงควรศึกษาเพิ่มเติมถึงเว็บไซต์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชนที่ได้รับผลตอบรับที่ดีจากกลุ่มเป้าหมาย หรือประสบความสำเร็จในการใช้เว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการ โดยอาจเป็นเว็บไซต์โครงการรณรงค์ที่จัดขึ้นภายในประเทศ หรือในประเทศอื่นๆ เพื่อจะได้ทราบถึงประสิทธิผลของการใช้เว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการ และสามารถนำผลการวิจัยมาปรับใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชนที่ใช้เว็บไซต์เป็นช่องทางหลักในการประชาสัมพันธ์โครงการ เพื่อที่จะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเด็กและเยาวชนได้มากขึ้น

2. การศึกษารูปแบบและเนื้อหาของเว็บไซต์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชนในครั้งนี้ เป็นการเก็บข้อมูลเว็บไซต์กลุ่มตัวอย่างจากการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องเพียงด้านเดียว กล่าวคือ เป็นการสำรวจข้อมูลรูปแบบและเนื้อหาที่ปรากฏบนหน้าเว็บไซต์ ดังนั้นในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในส่วนของรูปแบบและเนื้อหาจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบการจัดทำเว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการ เพื่อทราบถึงวัตถุประสงค์และกลยุทธ์ของการใช้เว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์ในส่วนของผู้จัดทำโครงการ และนำผลการวิจัยมาปรับใช้ในการวางแผนการใช้เว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการ เพื่อปรับปรุงรูปแบบและเนื้อหาที่สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย อันจะนำไปสู่ความสนใจและความต้องการในการเข้าร่วมกิจกรรมของโครงการในระยะยาว

## ภาษาไทย

กวรรณิการ์ อัครวตรเดชา. **สื่อและเครื่องมือเพื่อการประชาสัมพันธ์**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

จิตรราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์ . **ยุทธวิธีการประชาสัมพันธ์**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.

ชม ภูมิภาค. เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการศึกษา. **วารสารเทคโนโลยีการศึกษา**. 6 (มกราคม 2542): 11-12

ไชยยศ เรืองสุวรรณ. **การประชาสัมพันธ์ หลักการ และแนวปฏิบัติ**. กรุงเทพฯ: เรือนแก้วการพิมพ์. 2522.

ดวงพร เกียงคำ และวงศ์ประชา จันทน์สมวงศ์. **คู่มือสร้างเว็บไซต์ด้วยตนเอง ฉบับสมบูรณ์**. กรุงเทพฯ: โปรวิชั่น, 2546.

ทศพล กนกนุกุลวัตร. **บันได 12 ขั้น สร้างสรรค์เว็บไซต์ให้อึด**. กรุงเทพฯ: เอช.เอ็น.กรุ๊ป, 2544.

ธนส์ถ์ เกษมไชยานันท์. **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์ (Website) ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544.

ธวัชชัย ศรีสุเทพ. **คัมภีร์ WEB DESIGN คู่มือออกแบบเว็บไซต์ฉบับมืออาชีพ**. กรุงเทพฯ: โปรวิชั่นจำกัด, 2544.

นิทัศน์ อิทธิพงษ์. **การพัฒนาหลักการออกแบบเว็บเพจการศึกษาตามรูปแบบเว็บไซต์ยอดนิยมของไทย**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

นิรชรา ธนเมธี. **การวิเคราะห์การออกแบบเว็บเพจในเว็ลด์ไวด์เว็บที่แบ่งตามประเภทขององค์กร**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

ประทุม ฤกษ์กลาง. **ยุทธศาสตร์การวางแผนการประชาสัมพันธ์**. พิมพ์ครั้งที่ 5. ปทุมธานี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2551.

- ปริญานาฏ หงษ์จินดา. **การวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหารายการสารคดีทางโทรทัศน์เกี่ยวกับ การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม**. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.
- พรทิพย์ พิมลสินธุ์. **กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด**. ใน **เอกสารการสอนชุดวิชา กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ หน่วยที่ 8-10**. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราชา, 2548.
- พรทิพย์ พิมลสินธุ์. **การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ประกายพริ้ง, 2539.
- พรทิพย์ ไฉ่หิเลขา. **การรับส่งจดหมายทางอิเล็กทรอนิกส์ Electronic mail (E-mail)**. กรุงเทพฯ: อูษาการพิมพ์, 2537.
- มนตรา สายวิวัฒน์. **การศึกษาเนื้อหาและการใช้ประโยชน์จากนิตยสารวัยรุ่นในการเสริม ความรู้และจริยธรรม**. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย, 2545.
- มาวิตรี บุรณศิลป์. **การเตรียมข้อมูลเพื่อการประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต**. เอกสาร ประกอบการบรรยาย คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อวันที่ 19 กันยายน พ.ศ.2540.
- ฤดีพร ผ่องสุภาพ. **การแสวงหาข่าวสารการประชาสัมพันธ์และความพึงพอใจในการสื่อสาร ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิต นักศึกษา**. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2552.
- ลลิตา พวงมหา. **กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์บนเว็บไซต์ของโรงพยาบาลเอกชน**. วิทยานิพนธ์ ปริญญาามหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2552.
- ลักษณา สตะเวทิน. **หลักการประชาสัมพันธ์**. กรุงเทพฯ: เฟื่องฟ้าการพิมพ์, 2542.
- วิจิตร อวระกุล. **การประชาสัมพันธ์หลักและวิธีปฏิบัติ**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด, 2539.
- วิจิตร อวระกุล. **เทคนิคการประชาสัมพันธ์**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. **การประชาสัมพันธ์**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2540.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. **การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย, 2540.

- ศิริพรรณ กิจก้องเจริญ. **เนื้อหาสาระเกี่ยวกับความงามและผลในการโน้มน้าวใจที่น่าสนใจบน 8**  
**ทางเว็บบล็อกและเว็บไซต์.** วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์  
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2552.
- ศุภกัญญา ลักษณะเกียรติ. **ปัจจัยที่มีผลต่ออัตราการคลิกของเว็บไซต์ : ศึกษาธุรกิจ**  
**อินเทอร์เน็ตในระหว่างปี 2000-2001.** วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต คณะ  
 นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2545.
- ศุภรัชต์ ส่วนเศรฐษา. **การวิเคราะห์เนื้อหาการศึกษาในเว็บไซต์ยอดนิยมของไทย.**  
 วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.
- สมควร กวียะ. **การวางแผนพัฒนาสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์.** กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัย  
 สุโขทัยธรรมาธิราช, 2530.
- สมใจ บุญศิริ. **อินเทอร์เน็ต: นานาสาระแห่งบริการ.** กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์  
 มหาวิทยาลัย, 2538.
- สินีนางู สว่างใจธรรม. **การวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ของเว็บไซต์**  
**บริษัทผลิตรายการโทรทัศน์.** วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์  
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550.
- สุกัญญา ตั้งเรืองเกียรติ. **การวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาของนิทานไทยบนสื่อ**  
**อินเทอร์เน็ต.** วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์  
 มหาวิทยาลัย, 2545.
- เสวี วงษ์มณฑา. **การประชาสัมพันธ์เชิงปฏิบัติ.** กรุงเทพฯ: บริษัทเอเอ็นการพิมพ์, 2540.
- เสวี วงษ์มณฑา. **สื่อประชาสัมพันธ์.** กรุงเทพมหานคร: ธนรัชการพิมพ์, 2546.
- เสาวนีย์ สิกขาบัณฑิต. **เทคโนโลยีทางการศึกษา.** กรุงเทพฯ: ภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยี  
 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า พระนครเหนือ, 2528.
- อนันต์ธนา อังกิ้นันท์ และ เกื้อกุล คูปรัตน์. **สื่อสารมวลชนและการประชาสัมพันธ์เพื่อการ**  
**ศึกษา.** กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2528.
- อภิปต์ย์ คลี่สุนทร. **Internet และ Schoolnet กับการเสริมสร้างคุณภาพการศึกษา**  
**ไทย.** เอกสารจัดสำเนา, 2540.

ภาษาอังกฤษ

Berelson, B. A. **Content analysis in communication research**. N.Y. : Hafner, 1971

Carney, T. F. **Content Analysis: A Technique for Systematic Inference from Communication**. London: Batsford, 1972.

Jakob Nielsen. **Be Succinct! (Writing for the Web)** (Online).

<http://www.useit.com/alertbox/9703b.html>. 1997.

Roger ,Everett. **Diffusion of Innovation**. New York: The Free Press, 1962.

Scott M. Cutlip, Allen H. Center and Glen M. Broom. **Effective Public Relations**. 8<sup>th</sup> ed.  
New Jersey : Prentice Hall, 1999.

Walther, J.B.. Computer-mediated communication: Impersonal, interpersonal, and hyperpersonal interaction. **Communication Research**, 23 (1996): 3-43.

**ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์**

นางสาว สกฤณี โกมลิตธิพงษ์ เกิดเมื่อวันที่ 3 กุมภาพันธ์ 2527 ที่กรุงเทพมหานคร สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี (เกียรตินิยมอันดับสอง) สาขาการศึกษาปฐมวัย จากคณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อปีการศึกษา 2548 และได้เข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาโท สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2552