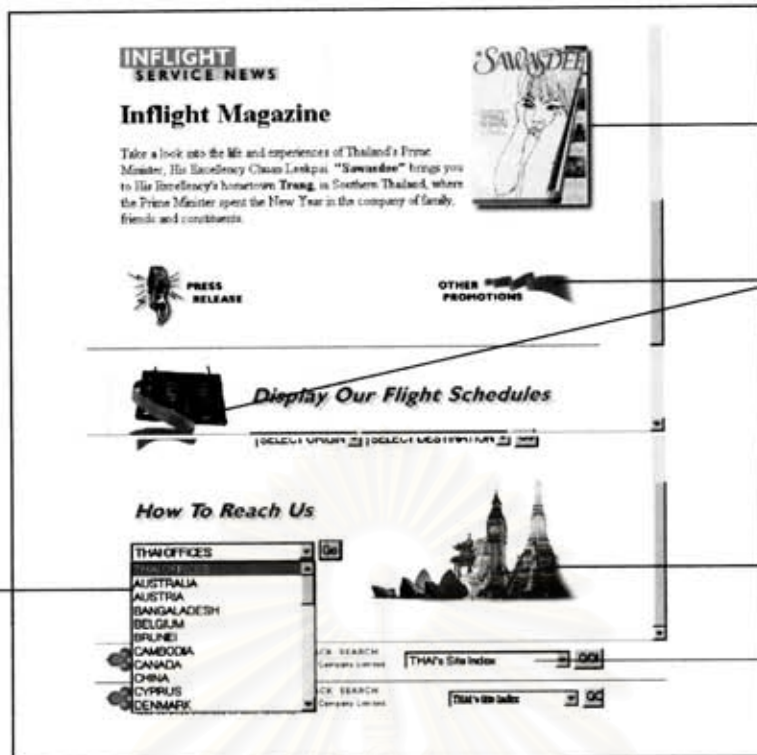




ต้นฉบับไม่มีหน้านี้

NO THIS PAGE IN ORIGINAL

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



Pop-up Menu สำหรับการค้นหาข้อมูลที่ต้องการ

ภาพจากการสแกนที่เป็นส่วนเชื่อมโยง เหมือนกับเป็น Icon สามารถคลิกเชื่อมโยงเข้าสู่เนื้อหาของวารสารของการบินไทยได้

ภาพวิบวับสีชมพูและสีม่วงที่กำลังปลิวแสดง ความเคลื่อนไหว บ่งบอกเอกลักษณ์ขององค์กร

ภาพจากการสแกน มีการตกแต่ง

มีการเชื่อมโยงไฮต์ลิ้นในทุกหน้า

แผนภาพที่ 2 แสดงหน้า Inflight Service News ของการบินไทย

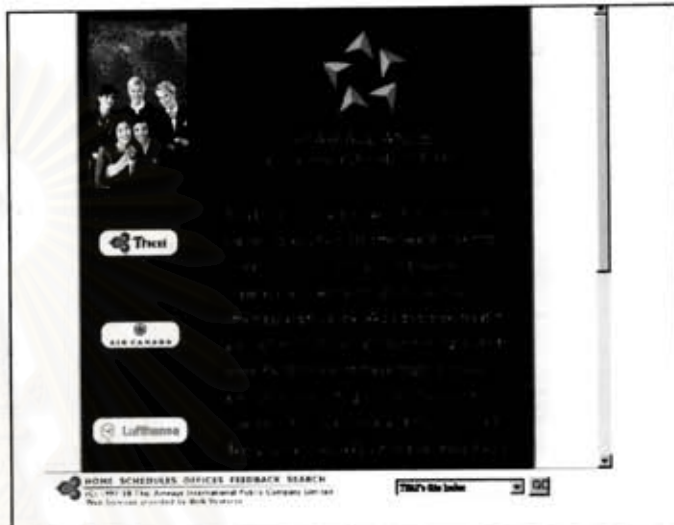
แผนภาพนี้แสดงหน้า Inflight Service News ซึ่งเป็นหน้าที่ Scroll จากหน้า Welcome Page ซึ่งเลื่อนได้ในแนวดิ่ง ความยาว 2 หน้ากระดาษ หน้าเว็บเพจของการบินไทยเป็นตัวอย่างหนึ่งของการใช้รูปแบบคงตัวในการจัดวางหน้า โดยการใช้พื้นฉากหลังสีขาว ทางด้านล่างของหน้าเว็บเพจหน้านั้นยังคงตำแหน่งของ Footer ไว้ที่เดิม นอกจากนั้น ยังคงมีการใช้สีชมพูและสีม่วงอย่างสม่ำเสมอ เพื่อแสดงเอกลักษณ์ขององค์กร ลักษณะของการใช้กราฟฟิกที่มีลักษณะเหมือนริบบิ้นที่กำลังปลิว ให้ความรู้สึกถึงความเคลื่อนไหว การปฏิสัมพันธ์ในไซต์ของการบินไทย ยังคงใช้ Pop-up Menu เพื่อเลือกไซต์ของไทยที่เชื่อมโยงได้ในทุกหน้า เนื่องจากไซต์นี้เป็นไซต์ที่มีข้อมูลมากจึงออกแบบให้มีระบบของฐานข้อมูลเพื่อการค้นหาส่วนนำทางไปยังหน้าอื่นในเว็บไซท์ใช้ภาพกราฟฟิก และภาพที่นำมาประกอบในหน้าใช้ภาพจากสถานที่ต่างๆ รอบโลก ที่ผ่านการสแกนจากรูปถ่าย มาตกแต่งแล้วนำมาประกอบในเว็บเพจ



ตำแหน่งที่วางเมนูในการนำทางที่ใช้รูปแบบตัวหนังสือ โดยมีไฮต์ลิ้นที่เปลี่ยนไปในหน้าข้อมูลที่มีความลึกมากขึ้น

แผนภาพที่ 3 แสดงการเชื่อมโยงข้อมูลในหน้าที่ลึกลงไปของ บริษัท การบินไทย จำกัด

แผนภาพนี้แสดงให้เห็นว่าเว็บไซต์ของการบินไทย เป็นเว็บไซต์ที่ใช้รูปแบบคงตัวในการจัดวางหน้า ซึ่งประกอบด้วยการใช้กรอบ รูปแบบของส่วนนำทางที่เป็นลักษณะเดียวกันในทุกหน้า แตกต่างตรงการใช้สีที่เป็นแถบตกแต่งด้านบนของหน้าที่เป็นตำแหน่งในการวางเมนูที่ใช้เป็นตัวนำทางซึ่งใช้ตัวหนังสือ



แผนภาพที่ 4 แสดงการกระจายข้อมูลที่มีการเชื่อมโยง และแสดงรูปแบบและการใช้กราฟฟิกของหน้าที่มีความลึก

แผนภาพนี้แสดงให้เห็นการเคลื่อนไหวภาพกราฟฟิกโลโก้ขององค์กรที่ทำการค้าร่วมกับสายการบินอื่นที่เป็นปุ่มเมนูนำทาง ซึ่งอยู่ในหน้าของหน้าข้อมูลหลัก เมื่อคลิกแล้วปรากฏเป็นหน้าข้อมูลรายละเอียดที่เป็นข้อมูลเกี่ยวกับการร่วมทำการค้าระหว่างสายการบิน เดินทางลึกลงไปอีกในหน้าถัดไปที่เป็นข้อมูลของสายการบินแต่ละสายการบิน พบว่า มีการใช้สีของหน้าเว็บเพจที่มีความต่อเนื่องกับหน้าข้อมูลหลัก โดยการใช้สีคำของโลโก้มาเป็นสีพื้นของเว็บเพจ

จากแผนภาพแสดงหน้าเว็บเพจที่ยกมาเป็นตัวอย่างนี้จะเห็นว่า เว็บเพจของบริษัทการบินไทยมีลักษณะการจัดวางที่เรียบง่าย สะอาดตา บนพื้นสีขาว มีการใช้กราฟฟิกที่ต่อเนื่อง มีการจัดระบบฐานข้อมูลเพื่อการค้นหาข้อมูล รวมทั้งมีการปฏิสัมพันธ์ในการสามารถจองตั๋วเครื่องบินทางหน้าเว็บเพจได้ด้วย

บริษัท มาลีสามพราน จำกัด (มหาชน)



แผนภาพที่ 5 แสดงหน้า Splash Page หรือ หน้า Welcome Page
ของบริษัท มาลีสามพราน จำกัด(มหาชน)

แผนภาพการแสดงผลหน้า Splash Page หรือ Welcome Page นี้ แสดงป้ายบอกการเปลี่ยนชื่อบริษัท มีการใช้ภาพเคลื่อนไหวเป็นที่คั้นน้ำผลไม้ เครื่องปั่นน้ำผลไม้ และกระบอกน้ำ กำลังตะโกนบอกข้อความซึ่งอยู่ในกราฟฟิคที่แสดงคำพูด ซึ่งลักษณะของที่คั้นน้ำผลไม้ เครื่องปั่นน้ำผลไม้ กระบอกน้ำ เหล่านี้เป็นรูปแบบที่เคยเห็นจากโฆษณาทางหน้านิตยสาร หนังสือพิมพ์ และโฆษณาทางโทรทัศน์ ตรงกลางภาพด้านล่างของหน้ามีโลโก้ที่เป็นลักษณะของตัวหนังสือที่ผู้บริโภคคุ้นเคย เป็นการสร้างการจดจำในตราสัญลักษณ์ของบริษัท ช่างได้โลโก้ที่อยู่ด้านล่างสุด มีสินค้าวางเรียงรายแบบจัดองค์ประกอบ สีของฉากหลังของหน้าใช้สีขาวให้ความรู้สึกที่สะอาดตา ซึ่งเป็นลักษณะของการจัดรูปแบบของสื่อต่างๆของบริษัท ไม่ว่าจะ เป็นบรรจุภัณฑ์ ป้ายโฆษณา



แผนภาพที่ 6 แสดงการใช้กราฟฟิคที่เคลื่อนไหวบนหน้า Splash Page
หรือ หน้า Welcome Page ของบริษัท มาลีสามพราน จำกัด (มหาชน)

โลโก้และชื่อของ
บริษัทที่เปลี่ยน
ตำแหน่งการวาง
ในหน้าที่เป็นเนื้อหา
เมนูในการนำทาง
ใช้รูปผลไม้วาง
อยู่กับแถบสีดำ
ในเนื้อหาคำพูด
ที่กล่าวถึงบริษัท ใช้โลโก้ทุกคำ



Banner ที่เชื่อมโยงสู่
เครือข่ายอื่น
ภาพกราฟิกที่ใช้วาง
ตกแต่งด้านหลังเป็น
รูปผลไม้ตามลักษณะ
ธุรกิจ ขององค์กร
ข้อมูลสามารถเลื่อน
ได้ตามแนวดิ่ง
(Scroll) ทางด้านขวา

แผนภาพที่ 7 แสดงหน้าโฮมเพจ หรือหน้าสารบัญของ บริษัท มาลีสามพราน จำกัด(มหาชน)

แผนภาพนี้เป็นหน้ากล่าวนำเข้าสู่เว็บเพจของบริษัท มาลีสามพราน จำกัด (มหาชน) โดยใช้พื้นฉากหลังเป็นสีขาวเช่นเดียวกับหน้า Welcome Page ภาพที่ใช้ประกอบเป็นภาพสินค้าผลไม้กระป๋อง วางแบบจัดองค์ประกอบ มีรูปผลไม้ที่ผ่านการตกแต่งให้มีความนุ่มนวลอยู่ด้านหลัง โลโก้ย้ายตำแหน่งมาวางอยู่ข้างซ้ายด้านบนของหน้า และมีชื่อบริษัทอยู่ข้างใต้ เช่นเดียวกับการจัดวางในหน้าโฮมเพจ โดยคงสีของโลโก้ไว้ อย่างมีเอกลักษณ์ของตราयीห่อ เมนูที่ใช้นำทางไปสู่หัวข้อหลักใช้รูปผลไม้แต่ละชนิดวางประกบกับแถบสีดำ ภายในวางตัวหนังสือที่มีลักษณะคล้ายลายมือเขียน ในส่วนของเนื้อหา ทุกคำพูดที่กล่าวถึงบริษัทมาลี ได้นำเอาโลโก้ที่มีลักษณะเป็นตัวหนังสือมาวาง ข้างขวาด้านบนของหน้ามี Banner เพื่อการเชื่อมโยงเข้าสู่เครือข่ายเว็บไซต์ของโครงการอะเมซิ่งไทยแลนด์วางอยู่

แผนภาพที่ 8 แสดงหน้าที่เป็นหน้าที่มีการปฏิสัมพันธ์โดยผู้ที่สนใจสินค้าของ บริษัทสามารถสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ตได้

บริษัท เคเอฟซี จำกัด



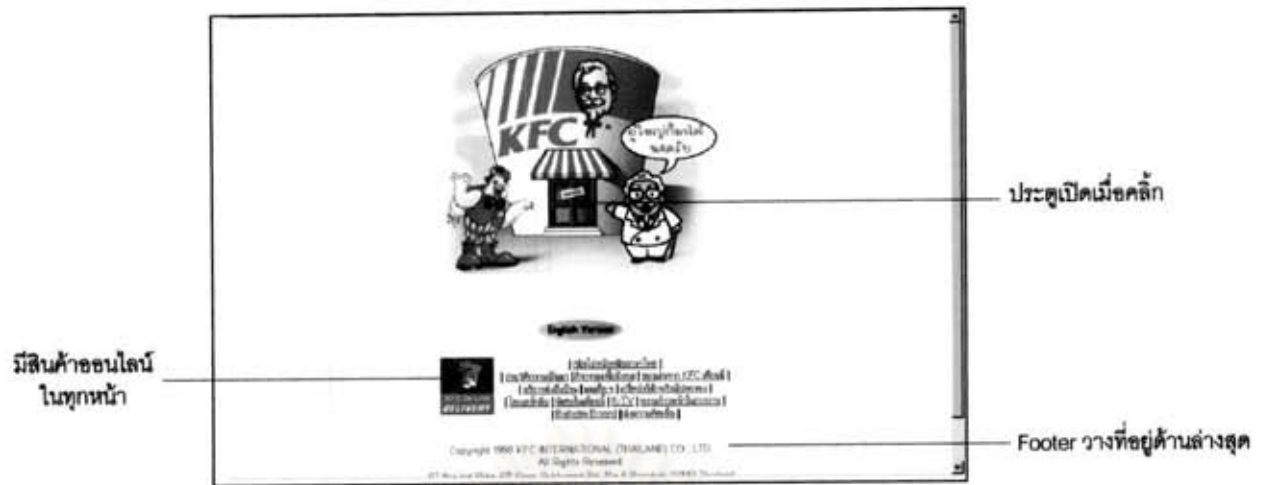
แผนภาพที่ 10 แสดงหน้าโฮมเพจของบริษัท เคเอฟซี จำกัด

หน้าโฮมเพจของบริษัท เคเอฟซี จำกัด ซึ่งทำหน้าที่เป็นหน้าเดียวกับหน้า Welcome Page โดยมีการออกแบบ ให้เห็นเอกลักษณ์ขององค์กรอย่างเด่นชัด โดยการใช้กรอบ ลักษณะของภาพทั้งหมดที่ใช้เป็นรูปแบบกราฟิก ในลักษณะเดียวกับโลโก้ ซึ่งมีโครงสร้างหลัก คือ สีแดงและสีน้ำเงินวางบนพื้นสีขาว ไม่ว่าจะเป็นร้านค้าจำหน่าย สินค้า ของแถมหรือ จากหน้าโฮมเพจนี้ การจัดวางหน้าเป็นการจัดวางหน้าแบบใช้รูปแบบคงตัว โดยการใช้กรอบซึ่งใช้แถบสีในการจัดวาง ซึ่งในเว็บไซต์นี้มีการใช้กรอบทุกหน้า แต่มีความแตกต่างกันในแต่ละระดับชั้น ของข้อมูล ซึ่งจะเห็นได้จากแผนภาพต่อไปนี้



แผนภาพที่ 11 แสดงหน้าข้อมูลกิจกรรมเพื่อสังคม

หน้ากิจกรรมเพื่อสังคมเป็นหน้าหนึ่งที่เป็นหน้าข้อมูลหลัก ซึ่งมีการวางกรอบในอีกรูปแบบหนึ่ง โดยการเปลี่ยนตำแหน่งการวางปุ่มเมนู การวางโลโก้ แต่ยังคงไว้ซึ่งการใช้แถบสีที่นำมาใช้วางประกอบปุ่มเมนู ภาพที่ใช้เป็น ปุ่มเมนู ใช้ภาพสินค้า มีการเคลื่อนไหวเมื่อเกิดการคลิก ขาไก่ที่อยู่ในลักษณะที่สมบูรณ์ซึ่งถูกเตะออกไป ภาพ ที่ใช้ประกอบข้อมูลเป็นภาพถ่าย ซึ่งมีการเคลื่อนไหวสลับกันไปมาค่อนข้างรวดเร็ว



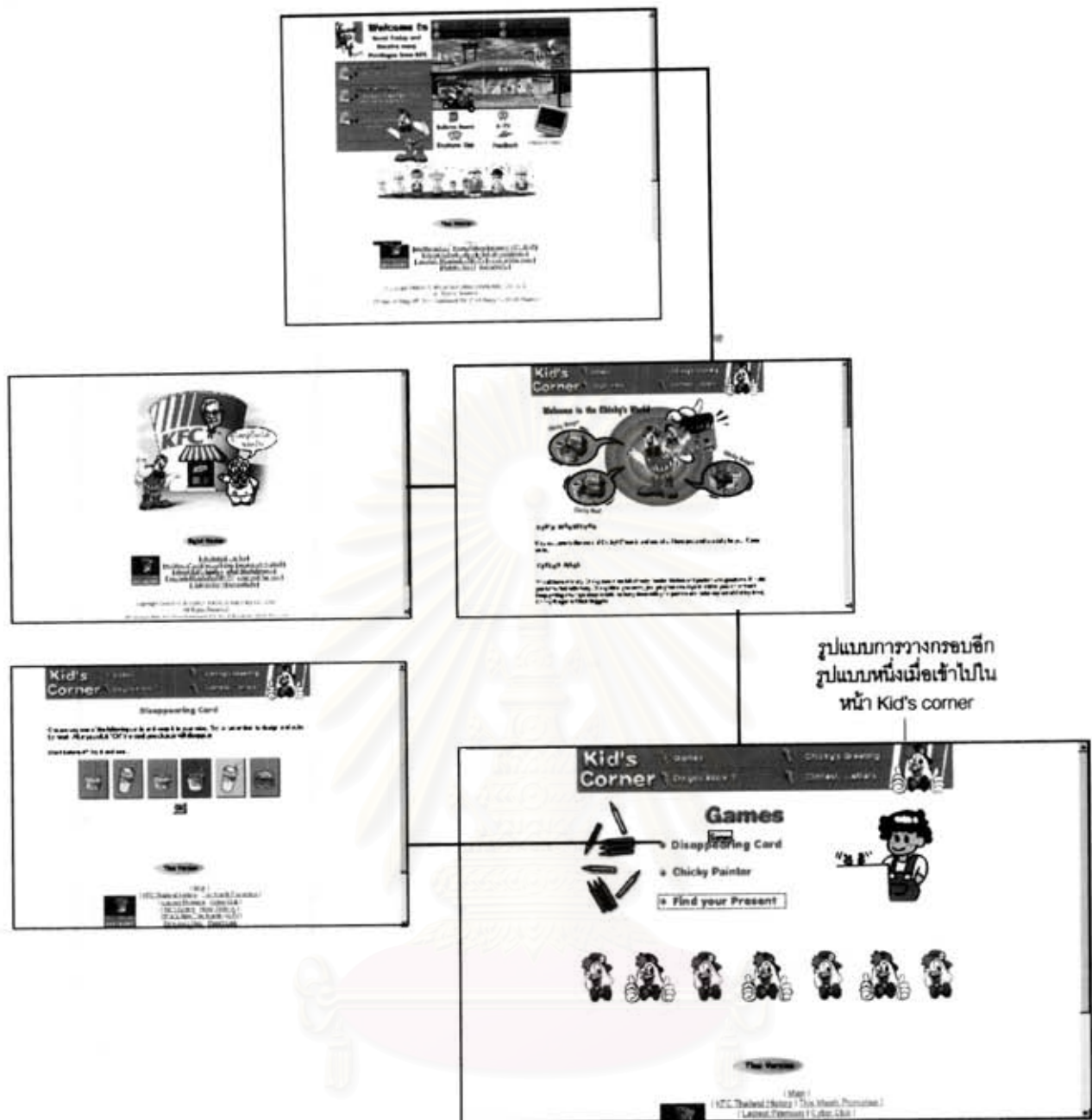
แผนภาพที่ 12 Welcome Page ของการเข้าสู่ Kid Corner

เมื่อคลิกเข้าสู่หัวข้อ Kid Corner จะปรากฏหน้า Welcome ของ Kid Corner ขึ้น โดยใช้กราฟฟิคเป็นรูปบรรจุภัณฑ์ ซึ่งมีแถบโลโก้อยู่ ด้านหน้าวาดขึ้นเป็นประตูทางเข้า สามารถเปิดได้เมื่อถูกคลิก ข้างประตูทั้งสองด้านมีภาพของผู้พันแซนเดอร์ กับซิกก็ กำลังผายมือเชื้อเชิญ แสดงการต้อนรับ ซึ่งมีปุ่มเมนูสำหรับการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ สำหรับผู้ที่เข้ามาในเว็บไซตนี้เพื่อต้องการสั่งซื้อสินค้า โดยสามารถคลิกเข้าไปสั่งได้ทันทีเมื่อเข้ามาในเว็บไซต ซึ่งการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์นี้ สำหรับผู้ที่สมัครเป็นสมาชิกของไซเบอร์คลับเท่านั้น



แผนภาพที่ 13 หน้าของ Cyber Club

การวางกรอบเป็นรูปแบบคงตัวเหมือนข้อมูลในหน้าหลักอื่นๆ แต่มีการหน้าที่แตกต่างกันออกไป โดยการใช้กราฟฟิคอีกลักษณะหนึ่งเข้ามาปูวางเนื้อหา เมื่อต้องการเข้าไปยังเมนูที่เป็นการเชื่อมโยงกับเครือข่ายอื่นหรือเพื่อการดาวน์โหลดโปรแกรมฟรีทำได้โดยการเข้าเมนูลงทะเบียนชื่อเสียก่อน เมื่อลงทะเบียนแล้วสามารถทำการสั่งซื้อสินค้าได้ด้วย



แผนภาพที่ 14 แสดงการเชื่อมโยงข้อมูล

แผนภาพนี้แสดงการกระจายข้อมูลในลักษณะการเชื่อมโยงสามารถคลิกให้ลึกลงไปเรื่อยๆ ในขณะที่เดียวกัน สามารถกลับไปหน้าอื่นๆ ของเว็บไซต์ได้ด้วย แผนภาพนี้แสดงให้เห็นว่า การออกแบบของบริษัท เคเอฟซี นั้น ใช้รูปแบบคงตัวในการจัดวาง ตั้งแต่กรอบ กราฟฟิค เมนูนำทาง การใช้สี อย่างมีความต่อเนื่อง สม่่าเสมอและคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของบริษัท โดยในหน้าข้อมูลของ Kid Corner นั้น มีการใช้สีส้ม และภาพที่มีลักษณะการ์ตูนมากขึ้น เนื่องจากคำนึงถึงจุดประสงค์ของไซต์และผู้รับสารซึ่งส่วนใหญ่เป็นเด็ก ซึ่งในระหว่างช่วงเวลาการเก็บข้อมูลของเว็บไซต์นี้ พบว่ามีการเปลี่ยนแปลงข้อมูลในบางหน้า และมีการเพิ่มหน้าใหม่เข้ามาคือหน้าของเทศกาลตรุษจีน นอกจากนั้นมีการออกแบบเพิ่มเติมในหน้าโฮม เช่น ส่วนของภาพของแลงจื๊อ

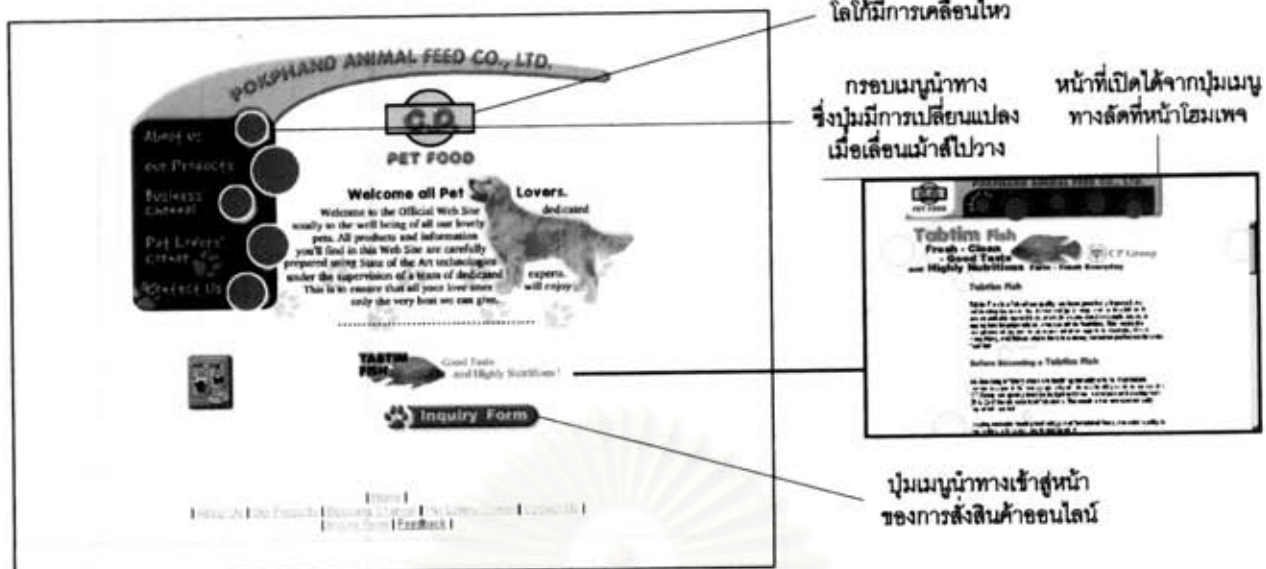


แผนภาพที่ 15 แสดงหน้าของบริการส่งถึงบ้าน

ในหน้านี้เป็นหน้าของการปฏิสัมพันธ์ของการบริการส่งถึงบ้าน การใช้บริการส่งถึงบ้านนั้นต้องสมัครเป็นสมาชิกในไซเบอร์คลับเสียก่อน จึงเข้าสู่กรรมวิธีการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ได้ ซึ่งในขณะเดียวกันยังมีเบอร์โทรของบริการส่งถึงบ้านในระบบปกติให้ไว้ด้วย ในกรณีที่ผู้รับสารไม่ต้องการสมัครเป็นสมาชิก

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บริษัท โภคภัณฑ์อาหารสัตว์ จำกัด



แผนภาพที่ 16 หน้าโฮมเพจของ บริษัท โภคภัณฑ์อาหารสัตว์ จำกัด

หน้าโฮมเพจ ซึ่งเป็นหน้าเวลคัมเพจไปในขณะเดียวกันของบริษัท โภคภัณฑ์อาหารสัตว์ ซึ่งเป็นบริษัทในเครือซีพี รูปแบบการออกแบบมีลักษณะของการบ่งบอกประเภทธุรกิจอย่างชัดเจน โดยการใช้ภาพสัตว์ และกราฟฟิคที่เป็นรอยเท้า ซึ่งหน้านี้มีการวางปุ่มเมนูในการนำทางในรูปวงกลม เมื่อเลื่อนเมาส์ไปวางจะปรากฏเป็นภาพขึ้นมาในวงกลมนั้น การวางหน้าเวลคัมมีการวางเมนูเพื่อเป็นทางลัดสู่หน้าซึ่งอาจเป็นข้อมูลของสินค้าใหม่ ที่ต้องการให้ผู้รับสารเกิดความสนใจ ในขณะเดียวกันเมนูเพื่อการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์มีในทุกหน้าสำหรับผู้ที่ต้องการเข้ามาในเว็บไซต์เพื่อการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์



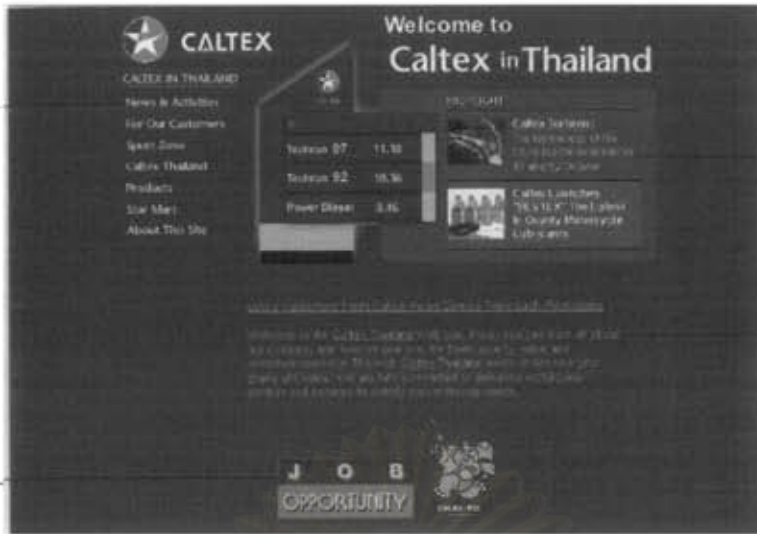
หน้าข้อมูลหลัก
สังเกตการเปลี่ยนแปลงของ
ปุ่มเมนูเมื่อเลื่อนเมาส์ไปวาง

สามารถเลื่อนดูข้อมูล
ได้ในแนวนอน



แผนภาพที่ 16 การเชื่อมโยงข้อมูลและรูปแบบหน้าต่างๆ

เมนูนำทาง
ที่ใช้รูปแบบ
ตัวหนังสือ



สัญลักษณ์ของโลกที่นำมา
มาใช้เป็นสีพื้น

กรอบวางเชิงซ้อนในเว็บไซด์

ข้อความกล่าว
นำต้อนรับ

ปุ่มเมนูคลิกลักษณะ
เพื่อนำทางลัดไป
สู่หน้าตำแหน่ง
งานที่รับสมัคร

แผนภาพที่ 18 หน้าโฮมเพจของบริษัทนี้ใช้สีที่มีอยู่ในโลโก้ ปูเป็นพื้นจากหลัง

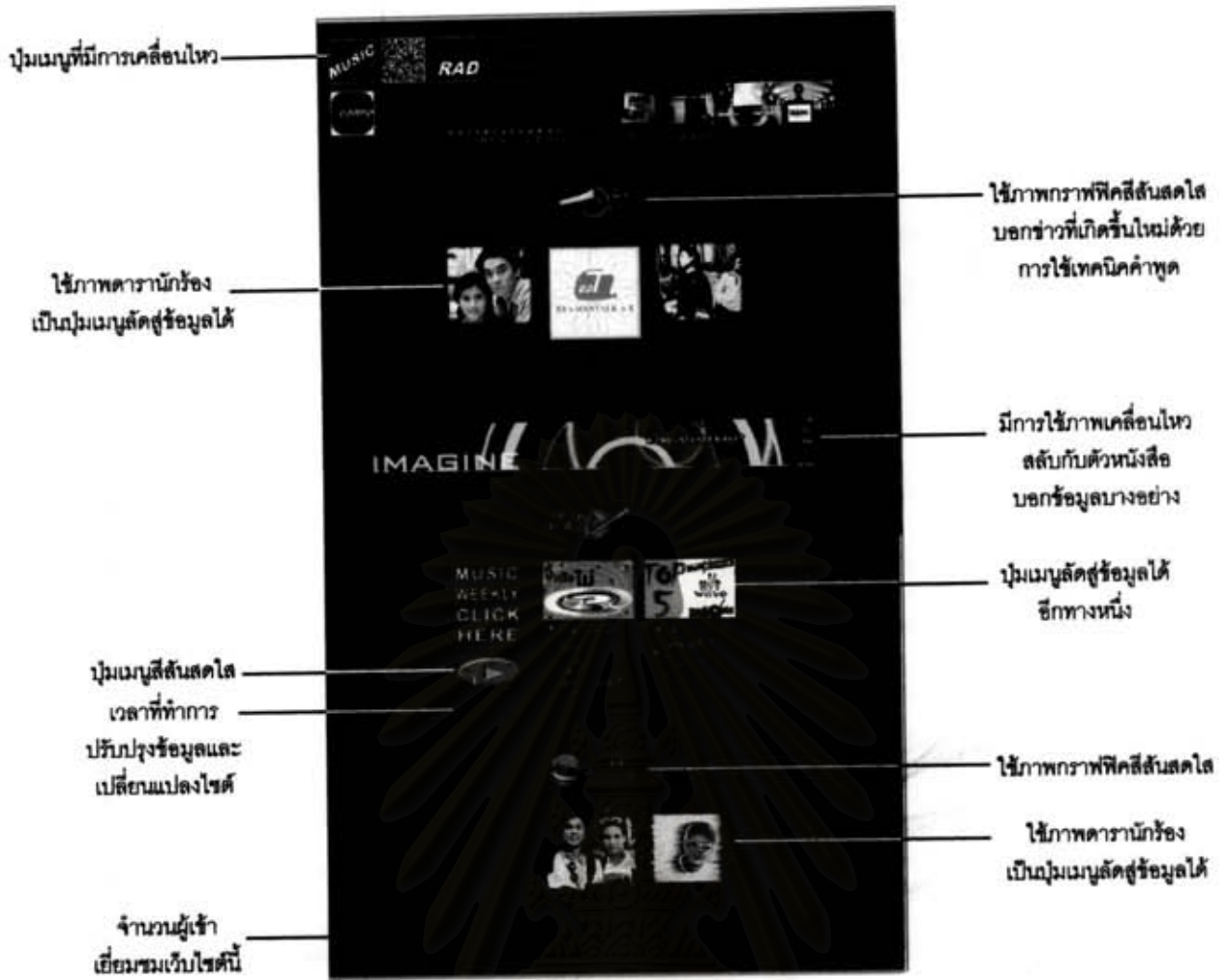
ใช้ป้ายโลโก้หน้าสถานีบริการน้ำมันเป็นส่วนประดับ เพื่อให้เกิดการจดจำในตราสัญลักษณ์สินค้าเมนูในการนำทางใช้ตัวหนังสือ จากแผนภาพที่ 18 และ แผนภาพที่ 19 จะเห็นว่า บริษัท คาลเท็กซ์ใช้รูปแบบคงตัวในการจัดวางหน้า โดยการใช้ตัวหนังสือสีขาว มีการใช้ภาพเคลื่อนไหวตัวหนังสือ สลับภาพกราฟฟิคซึ่งแสดงความเป็นไทย เพื่อแสดงเอกลักษณ์เฉพาะของบริษัท



มีการเคลื่อนไหวตัวหนังสือส่วนนี้



แผนภาพที่ 19 การใช้ตัวหนังสือเคลื่อนไหว



แผนภาพที่ 24 แสดงหน้าโฮมเพจ

หน้าโฮมเพจของบริษัท แกรมมี เอนเทอร์เทนเมนท์ จำกัด ใช้พื้นที่จากหลังสีดำ และสามารถเลื่อนเพื่อดูข้อมูลได้ตามแนวตั้งความยาว 2 หน้ากระดาษ ลักษณะการจัดวางเป็นแบบไม่ใช้กรอบ ในช่วงเวลาที่เก็บข้อมูลเว็บเพจมีการเปลี่ยนแปลงทั้งในเรื่องรูปแบบการออกแบบและข้อมูลเกือบทั้งหมด มีการใช้ภาพเคลื่อนไหวในบางจุด เช่น ปุ่มเมื่อนำทาง และแถบที่เป็นพื้นที่ของข้อมูลตรงกลางของหน้า การใช้เมื่อนำทางใช้ ปุ่มเมนูสีดำ มีกราฟฟิคสีดำข้างใน ภาพนักแสดง นักร้อง และภาพกราฟฟิคสีสันสดใส ตัวหนังสือส่วนใหญ่ใช้สีขาวและสีที่สว่าง เนื่องจากพื้นฉากหลังเป็นสีดำ



Pop-up Window
ของข้อมูล Top 5 Hit

แผนภาพที่ 25 แสดง Pop-up Window

ภาพนี้แสดง Pop-up Window เมื่อคลิกปุ่มเมนูนำทาง ในปุ่ม Top 5 Hit ซึ่งสามารถดูภาพเต็มจอ และดูข้อมูลในส่วนที่เป็นรายละเอียดได้ ซึ่งข้อมูลของรายละเอียดมีการเชื่อมโยงกับหัวข้อหลักรายการวิทยุ อีกทางหนึ่ง ซึ่งหน้านี้ยังคงใช้สีดำเป็นสีพื้น แต่เมื่อเข้าสู่รายละเอียดของข้อมูลแล้ว เว็บเพจใช้สีส้มสดใสเป็น พื้นจากหลัง แต่ยังคงไว้ซึ่งส่วนตกแต่งที่เป็นสีดำ เพื่อความต่อเนื่องของเว็บเพจ โดยหน้าที่เป็นหน้าเนื้อหา ของเพลงนี้ มีให้เลือกเปิดฟังเพลงด้วยการใช้ Plug-in ด้วย หน้านี้มีการเคลื่อนไหวในส่วนของโลกได้

มีการใช้การเคลื่อนไหวโลกได้ของบริษัทในจุดนี้

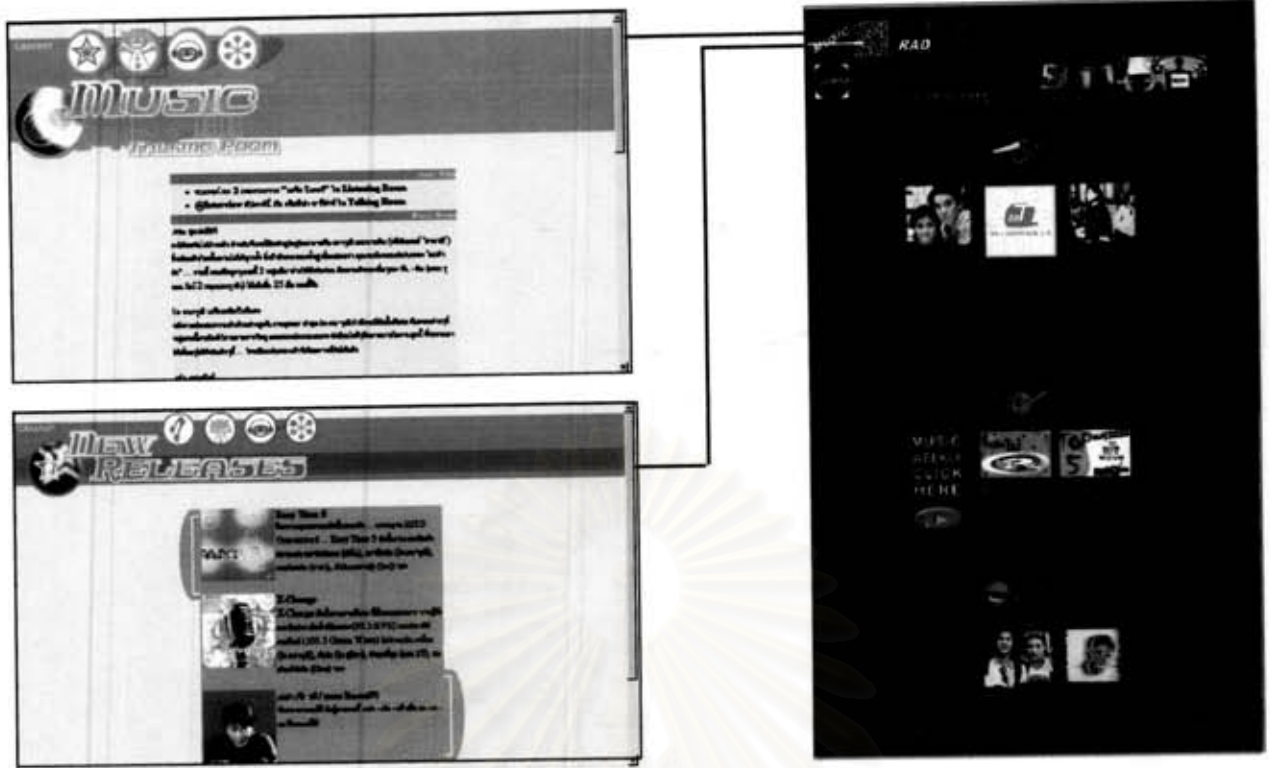


ข้อมูลใน Chart สามารถคลิกเพื่อ เปิดฟังเพลงได้

ปลั๊ก-อิน ที่มีไฮไลต์ เพื่อการเปิดฟังเพลง

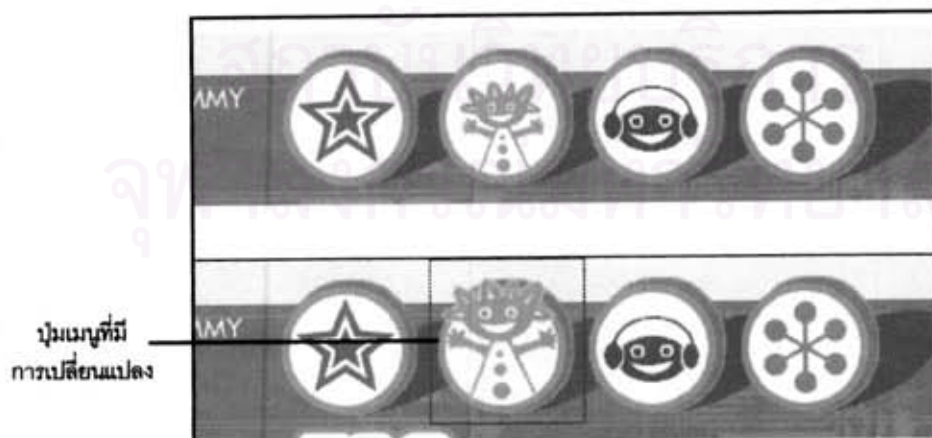


แผนภาพที่ 26 แสดงการเชื่อมโยงข้อมูล



แผนภาพที่ 27 แสดงการกระจายข้อมูลและรูปแบบของหน้าข้อมูล

ภาพนี้แสดงหน้าข้อมูลอีกประเภทหนึ่ง เริ่มมีการใช้กรอบด้านบนสุดของหน้ากระดาษ และกรอบในการวางตัวหนังสือ โดยการใส่สีสันตโตเข้ากับปุ่มเมนู ปุ่มเมนูเป็นการใช้กราฟฟิก และมีการเคลื่อนไหวเมื่อเลื่อนเมาส์ไปวาง แต่ไม่มีตัวหนังสือบอกให้ทราบว่าเป็นข้อมูลใด ซึ่งกราฟฟิกที่ใช้บางภาพสื่อถึงลักษณะของข้อมูลได้ แต่บางภาพไม่สามารถสื่อได้ ส่วนของเนื้อหารายละเอียดมีการนำภาพถ่าย และภาพกราฟฟิกเข้ามาประกอบข้อมูล



แผนภาพที่ 28 แสดงลักษณะการเคลื่อนไหวของปุ่มเมนู

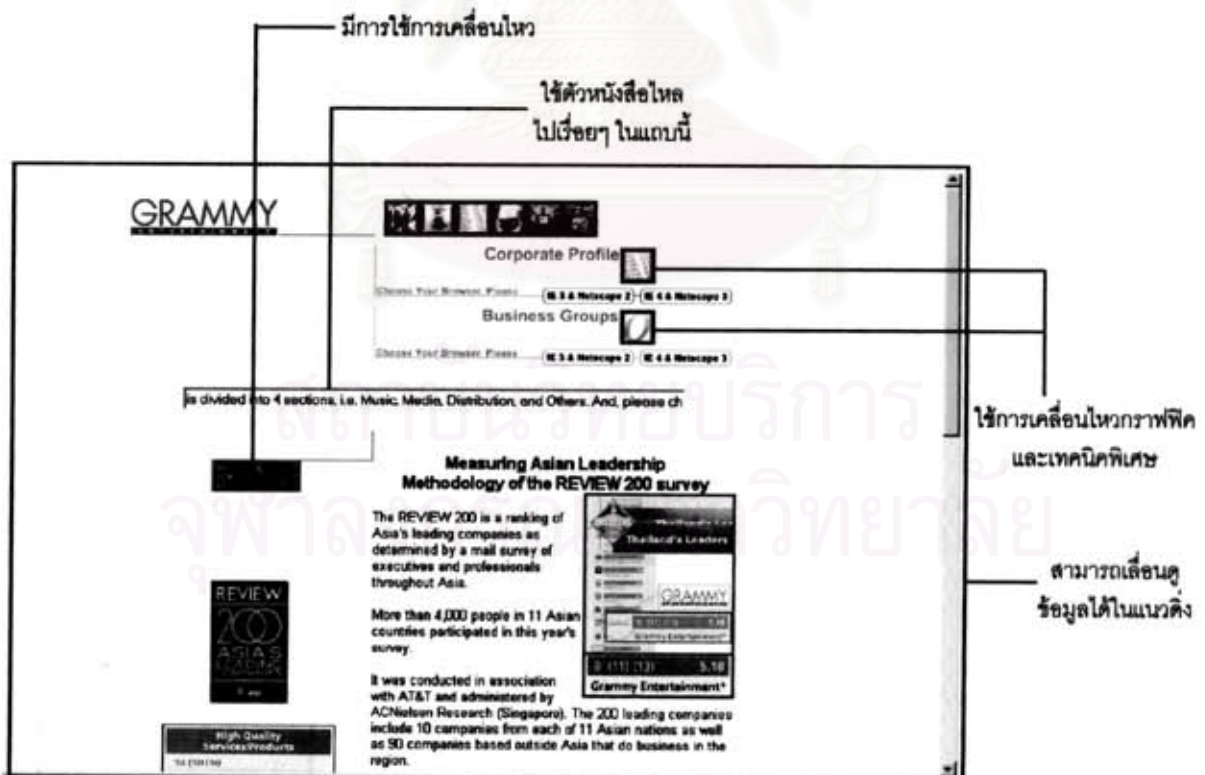


ปุ่มนำทางไปยัง
หน้าที่เพิ่งเข้ามา

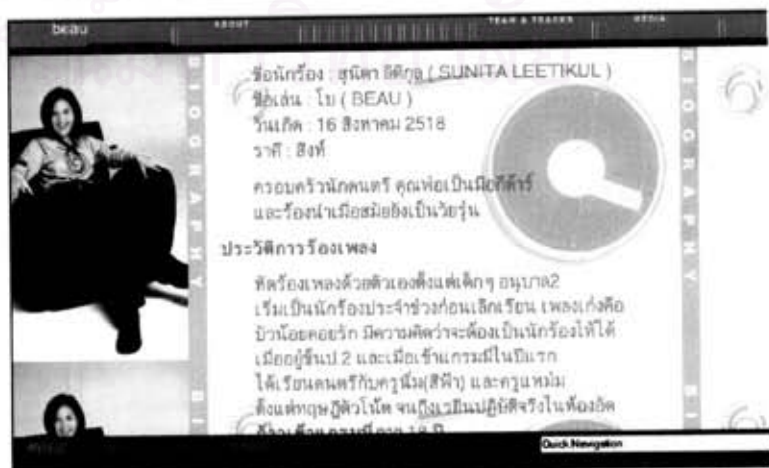
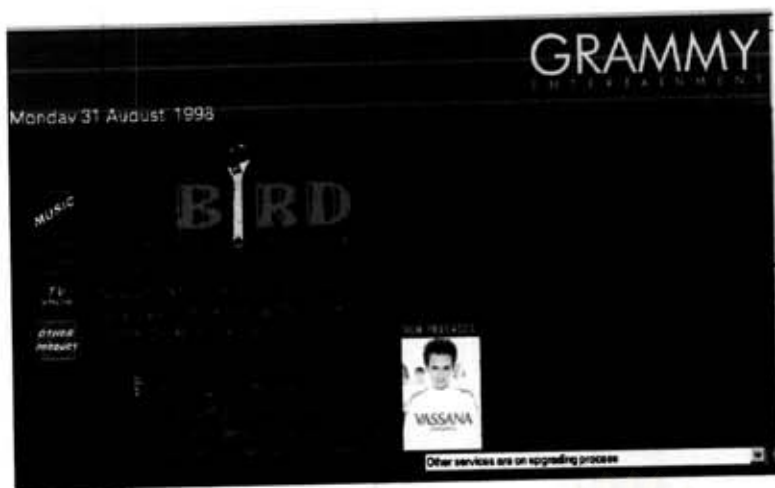
แผนภาพที่ 29 แสดงหน้าที่อยู่ในระหว่างการสร้าง

บางปุ่มเมนูเมื่อคลิกเข้าไปแล้วมีป้ายบอกว่า อยู่ในระหว่างการสร้าง โดยการใช้กราฟฟิคบอก ซึ่งมีปุ่มนำทางให้กลับไปหน้าที่เพิ่งเข้ามาได้

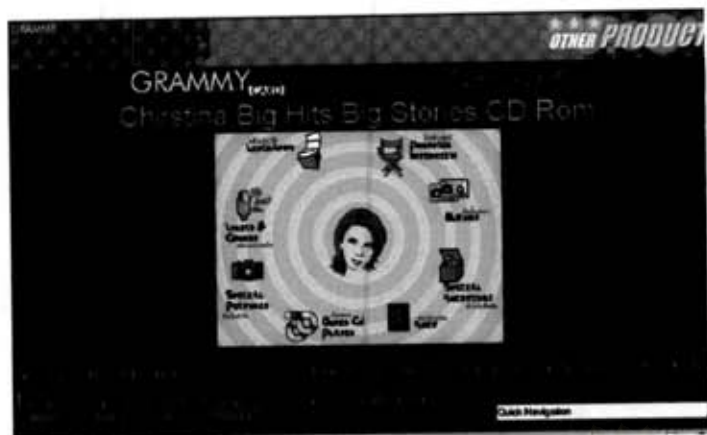
แผนภาพที่ 29 แสดงหน้าข้อมูลของบริษัท โดยมีการวางข้อมูลทั้งหมดบนหน้ากระดาษสีขาว มีการออกแบบให้มีการเคลื่อนไหวบางส่วน เช่น ปุ่มเมนู ตัวหนังสือในแถบข้อความลักษณะเลื่อนไปเรื่อยๆ ตามแนวนอน และในกรอบที่วางโลโก้ การจัดวางหน้ายังคงเป็นแบบไม่ใช้กรอบ



แผนภาพที่ 30 หน้าข้อมูลของบริษัท



แผนภาพที่ 31 หน้ารูปแบบต่างๆ ก่อนหน้าที่จะมีการเปลี่ยนแปลง



แผนภาพที่ 32 หน้ารูปแบบต่างๆ ก่อนหน้าที่จะมีการเปลี่ยนแปลง

บริษัท แปซิฟิก คอร์ปอเรชั่น จำกัด



แผนภาพที่ 33 แสดงหน้าโฮมเพจของ บริษัท แปซิฟิก คอร์ปอเรชั่น จำกัด

ลักษณะการจัดวางเป็นแบบไม่ใช้กรอบ โดยการใส่โลโก้ของบริษัทวางอยู่ตรงกลางหน้า และวางเมนูสำหรับนำทางวางไว้รอบๆ โลโก้ ลักษณะของปุ่มนำทางนี้มีรูปแบบที่แตกต่างกัน เช่น ส่วนของหนังสือดิฉันใช้หน้าปกหนังสือดิฉัน ส่วนของรายการตามล่าหาความจริงใช้โลโก้ของรายการ ส่วนของสารคดีเป็นการใช้ตัวหนังสือวางบนภาพท้องฟ้าตอนอาทิตย์กำลังตกดิน ส่วนของรายการ จส100 ใช้โลโก้ของรายการ จส 100 นอกจากนี้หน้ายังมีเมนูให้เลือกเพื่อการเชื่อมโยงกับไซต์อื่นจาก Pop-up Menu



Pop-up Window
มีตัวอย่างแฟชั่นให้ดู



จาก Pop-up Window
สามารถขยายเพื่อ
ดูตัวอย่างภาพแฟชั่น
อย่างเต็มหน้าจอได้

แผนภาพที่ 36 แสดง Pop-up Window ของหน้าแฟชั่นในนิตยสารดิจิทัล

เมื่อคลิกเข้าไปในหน้าของคอลัมน์แฟชั่นในนิตยสารดิจิทัล จะปรากฏ Pop-up Window ขึ้นมา เพื่อให้ดูตัวอย่างแฟชั่น ซึ่งสามารถเปิดให้เห็นอย่างเต็มหน้าจอได้ หรือเลือกให้ปิดเพื่อดูข้อมูลอื่นต่อไป แต่การนำทางนั้นมีลักษณะเป็นรูปแบบเดียวกับหน้าอื่นๆ แต่เมื่อเดินทางเข้าไปในหน้าที่ลึกลงเรื่อยๆ พบว่าไม่มีส่วนนำทางในการกลับไปสู่หน้าอื่นนอกจากกลับไปยังหน้าที่เพิ่งมาจากเมนูของบราวเซอร์

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

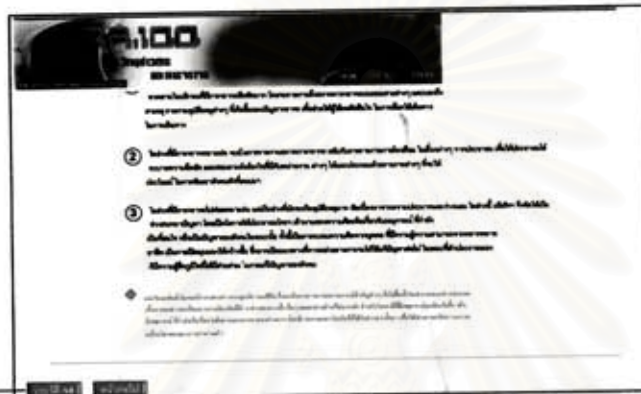
แผนภาพนี้แสดงให้เห็นลักษณะของหน้าหนังสือที่แตกต่างกันในแต่ละคอลัมน์ของนิตยสาร โดยเรื่องเส้นทางสู่ดวงดาวของ"ทาทา ยัง" ใช้ภาพถ่ายของบุคคลในเรื่องประกอบ ส่วนคอลัมน์ "ดิฉันดูดวง" มีการใช้กราฟฟิคที่เป็นสัญลักษณ์ของราศี การวางหน้ากระดาษของนิตยสารดิฉันไม่แตกต่างจากการวางหน้าในนิตยสารตามปกตินัก โดยใช้พื้นสีขาวเป็นพื้นจากหลัง ส่วนแผนภาพที่ 25 แสดงเว็บเพจของรายการ จส 100 โดยมีการวางหน้าโดยการใส่กรอบที่เหมือนกันทุกหน้า โดยกรอบด้านบนของหน้าใช้ภาพถ่ายที่ผ่านการตกแต่งมาจัดวาง



แผนภาพที่ 37 แสดงหน้าคอลัมน์ต่างๆ ของนิตยสารดิฉัน



แผนภาพที่ 38 แสดงเว็บเพจรูปแบบต่างๆ ของรายการ จส 100



ส่วนนำทางกลับ
ซึ่งอยู่ตอนท้ายสุด
ของหน้า

แผนภาพที่ 39 แสดงรูปแบบของการวางเนื้อหาข้อมูลของ จต 100

หน้าข้อมูลของ จต 100 มีมากกว่า 1 หน้ากระดาษ ซึ่งดูได้โดยวิธีการ Scroll เลื่อนตามแนวดิ่ง โดยวางเนื้อหาบนพื้นฉากหลังสีขาวล้วน มีภาพกราฟฟิคลายเส้นสีดำประกอบหัวเรื่อง เมื่อเลื่อนมาตามแนวดิ่งของหน้ากระดาษแล้ว มีเครื่องหมายนำทางให้คลิกเลือกเชื่อมโยงกับหน้าอื่นๆ นอกจากหน้ารายละเอียดข้อมูลแล้วยังมีข้อมูลในรูปตาราง ซึ่งมีรูปแบบตามแผนภาพที่ 37

สายการบิน	เที่ยวบิน	สถานะ	เวลา
การบินไทย	TH 301	ปกติ	10:00
การบินไทย	TH 302	ล่าช้า	10:30
การบินไทย	TH 303	ปกติ	11:00
การบินไทย	TH 304	ปกติ	11:30
การบินไทย	TH 305	ปกติ	12:00
การบินไทย	TH 306	ปกติ	12:30
การบินไทย	TH 307	ปกติ	13:00
การบินไทย	TH 308	ปกติ	13:30
การบินไทย	TH 309	ปกติ	14:00
การบินไทย	TH 310	ปกติ	14:30
การบินไทย	TH 311	ปกติ	15:00
การบินไทย	TH 312	ปกติ	15:30
การบินไทย	TH 313	ปกติ	16:00
การบินไทย	TH 314	ปกติ	16:30
การบินไทย	TH 315	ปกติ	17:00
การบินไทย	TH 316	ปกติ	17:30
การบินไทย	TH 317	ปกติ	18:00
การบินไทย	TH 318	ปกติ	18:30
การบินไทย	TH 319	ปกติ	19:00
การบินไทย	TH 320	ปกติ	19:30

แผนภาพที่ 40 แสดงให้เห็นหน้าที่มีข้อมูลในลักษณะตาราง

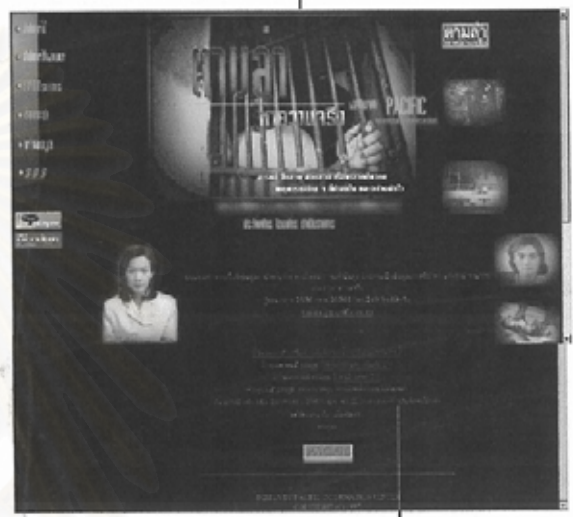
คลิกเพื่อโหลด
สำหรับดูวิดีโอ



โลโก้มีการใช้เทคนิคพิเศษ



วางโลโก้ไว้ตอนท้ายของหน้า



ส่วนคำแนะนำ (Comments)



เมื่อคลิกเลือกหัวข้อ
มี Pop-up Window
สำหรับการดูวิดีโอขึ้นมา

แผนภาพที่ 41 แสดงเว็บเพจของรายการตามล่าหาความจริง

ส่วนของรายการตามล่าหาความจริงที่สามารถคลิกเข้ามาดูได้จากหน้าโฮมเพจมีลักษณะการวางภาพแบบใช้กรอบเมนูวางทางด้านซ้ายบนพื้นฉากหลังสีดำ ภาพที่ใช้ประกอบเป็นภาพเหตุการณ์ที่สื่อถึงรูปแบบของรายการ มีรูปของพิธีกรประจำรายการเพื่อการย้ำเตือนด้วย ปุ่มเมนูใช้การออกแบบตัวหนังสือนอกจากนี้ยังมีหน้าที่สามารถทำการปฏิสัมพันธ์โดยการเปิดเข้าไปดูวิดีโอได้ ซึ่งต้องดาวน์โหลด Plug-in เสียก่อน

สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3



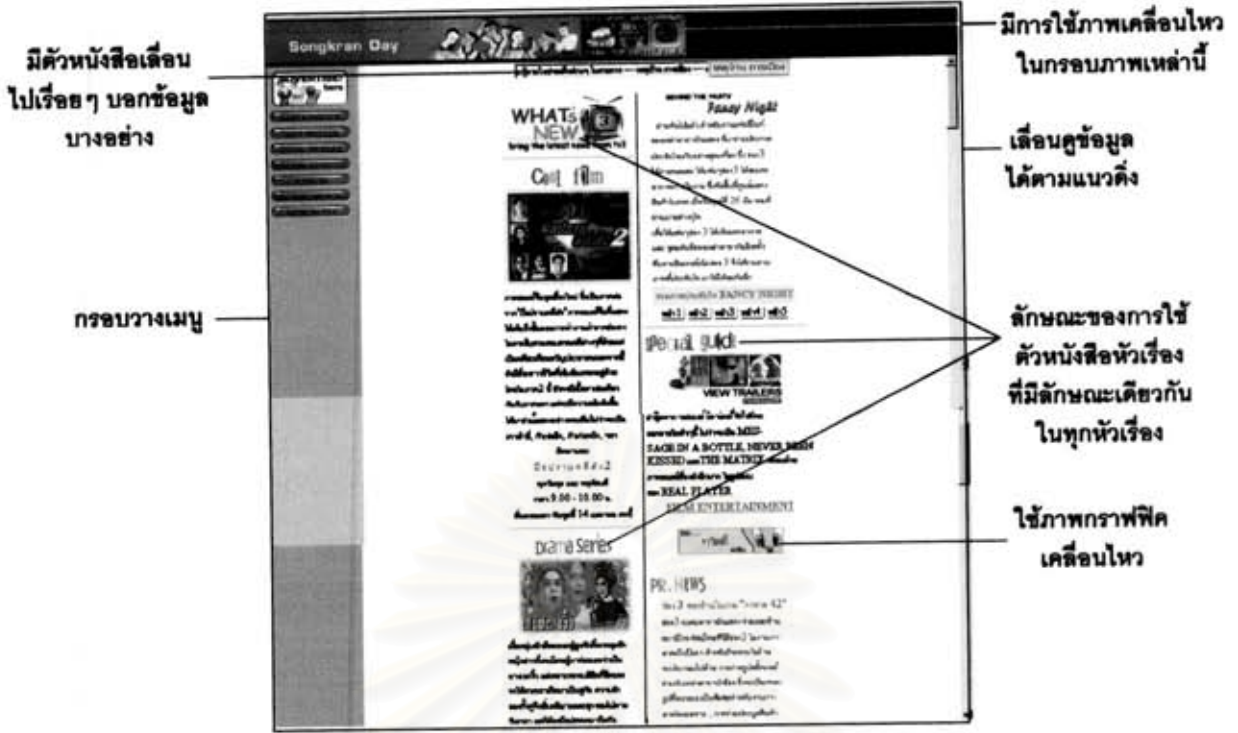
แผนภาพที่ 45 หน้า Splash Page ของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3

หน้า Splash Page ของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ใช้กราฟฟิครูปจอโทรทัศน์วางตรงกลางหน้าบนพื้นสีขาว ในจอโทรทัศน์มีการใช้ภาพเคลื่อนไหวสลับกัน 3 ภาพ ในกรอบของจอ ตัวหนังสือบนพื้นสีขาวแจ้งข้อมูลว่า โอกาสครบรอบ 29 ปี ในสีส้มที่หลากหลาย และยังใช้ตัวเลื่อนตามแนวขนาน หน้านี้เมื่อค้างอยู่สักครู่จะหายไปได้เอง แล้วปรากฏหน้าโฮมเพจขึ้นมา



แผนภาพที่ 46 แสดงการเคลื่อนไหวของภาพ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



แผนภาพที่ 47 แสดงหน้าโฮมเพจของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3

ภาพนี้แสดงเว็บเพจที่มีการจัดวางโดยการใส่กรอบ และให้เนื้อหาที่มีเป็นจำนวนมาก สามารถดูได้ด้วยการเลื่อนหน้าจอตามแนวดิ่ง ในส่วนของกรอบมีการใช้ตัวหนังสือเคลื่อนไหวเป็นการกล่าวถึงเทศกาลที่เกิดขึ้นในขณะนั้น คือ เทศกาลสงกรานต์ที่เกิดขึ้นในเว็บเพจที่ออนไลน์นั้น ภาพที่ใช้ประกอบในกรอบด้านบนเป็นภาพแสดงเอกลักษณ์ความเป็นไทย ด้านขวามือมีการใช้ภาพเคลื่อนไหวเป็นภาพในรายการทีวีต่างๆ และโลโก้ ด้านซ้ายมือของหน้ามีกรอบสำหรับวางเมนูในการนำทางที่อยู่ในลักษณะ Icon มีตัวหนังสือวางอยู่ด้านใน ด้านบนสุดของกรอบการวางเมนูนำทาง มีการใช้ภาพเคลื่อนไหว เพื่อใช้เป็นเนื้อหาที่โฆษณา เนื่องจากข้อมูลที่มีมาก หน้ากระดาษของช่อง 3 จึงใช้สีขาว ลักษณะของหัวเรื่องมีรูปแบบเดียวกันในทุกหัวข้อ และใช้รูปแบบนี้ในทุกหน้า



แผนภาพที่ 48 แสดงหน้าข้อมูลอีกหน้าหนึ่งที่มีการตอบคำถามที่ถามมาทางอีเมลล์



การใช้ลักษณะของ
ตัวหนังสือในแต่ละหัวข้อ
ในรูปแบบเดียวกัน

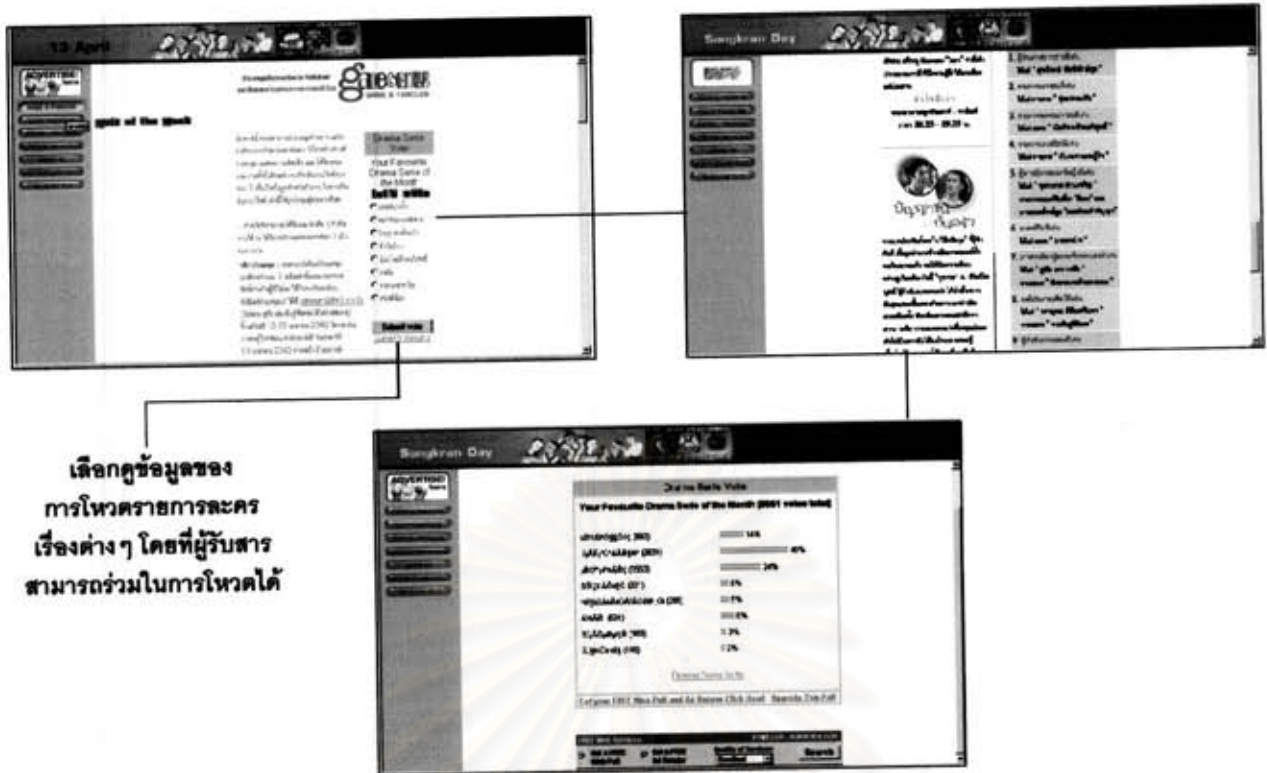
หน้านี้มีสีส้มมากขึ้น
เพราะเป็นหน้าของรายการ
การ์ตูนสำหรับเด็ก

แผนภาพที่ 49 แสดงลักษณะการวางหน้าในหัวข้อต่างๆ

การวางหน้าของช่อง 3 เป็นลักษณะมีรูปแบบคงตัวเพียงรูปแบบเดียว มีข้อมูลเท่านั้นที่เปลี่ยนไป การวางข้อมูลเรียงข้อมูลตามแนวตั้งมากกว่า 1 หน้าจอคอมพิวเตอร์ โดยให้เลื่อนดูข้อมูลด้วยการเลื่อน (Scroll) ตามแนวดิ่ง



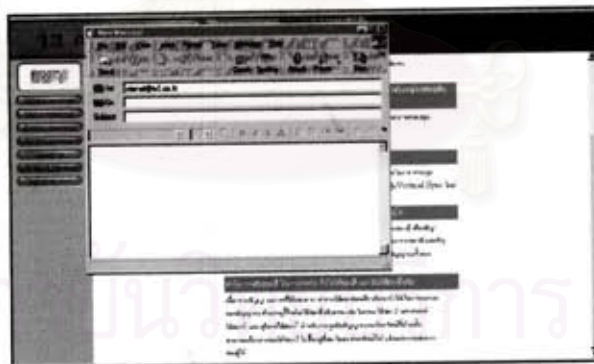
แผนภาพที่ 50 แสดงการใช้ตัวหนังสือและภาพที่เคลื่อนไหว



เลือกดูข้อมูลของ
การโหวตรายการละคร
เรื่องต่างๆ โดยที่ผู้รับสาร
สามารถร่วมในการโหวตได้

แผนภาพที่ 51 แสดงหน้าที่มีการปฏิสัมพันธ์

แผนภาพนี้ แสดงหน้าที่มีการปฏิสัมพันธ์ โดยการเล่นเกมส มีการลงคะแนนให้กับละครเรื่องต่างๆ โดยแสดงผลให้ดูด้วย รวมไปถึงการแสดงความคิดเห็นมีการสมัครแฟนคลับในเว็บไซด์นี้ด้วย

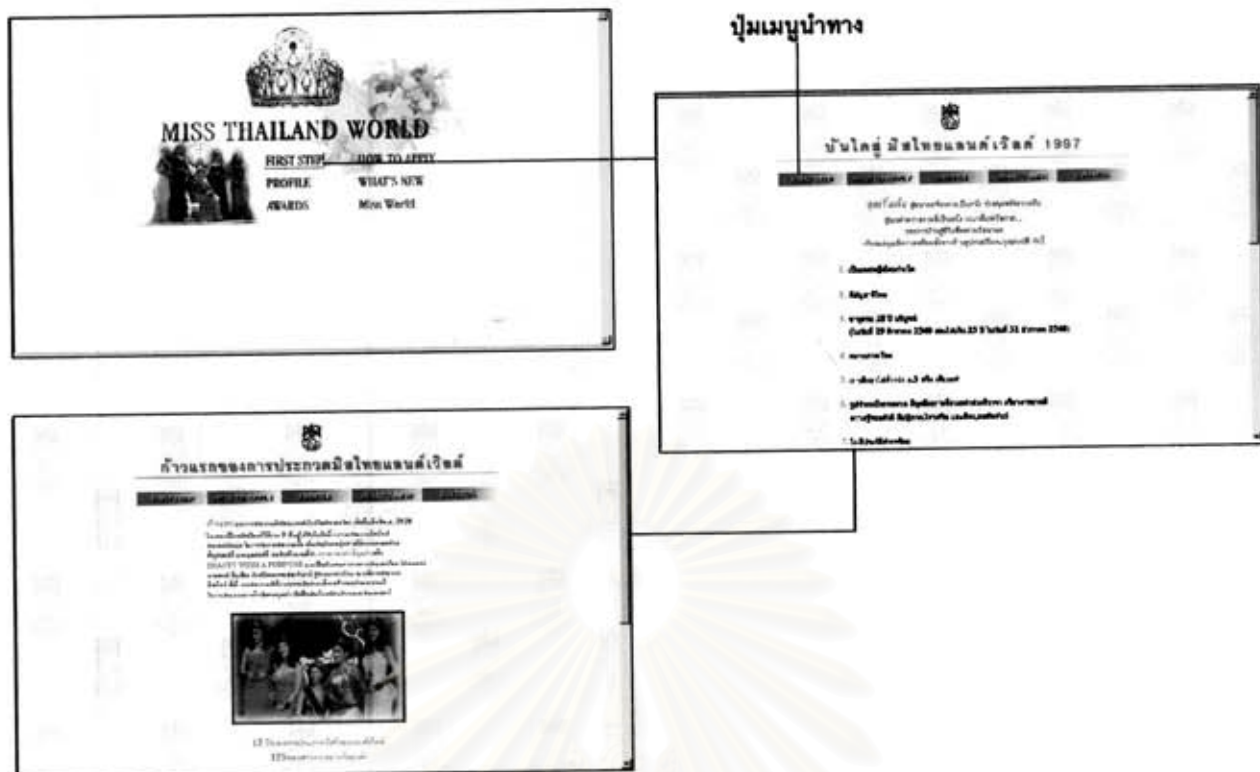


แผนภาพที่ 52 แสดงหน้าต่างที่เป็น Pop-up Window สามารถส่งข้อความแสดงความคิดเห็น

ส่วนนำทางท้ายสุดของหน้า
ที่เป็นการนำไปยังหน้าส่งอีเมลล์



แผนภาพที่ 53 แสดงปุ่มนำทางในตอนท้ายสุดของหน้า เพื่อนำทางสู่การส่งอีเมลล์



แผนภาพที่ 54 แสดงหน้าของข้อมูลการประกวดมิสไทยแลนด์เวิลด์ และการกระจายข้อมูล

ช่อง 3 มีกิจกรรมที่องค์กรจัด และนำมาใส่ในข้อมูลของเว็บเพจด้วยในหน้าที่ลิงก์ลงไป ซึ่งมีรูปแบบการจัดวางอีกแบบหนึ่ง แต่ยังคงไว้ซึ่งหน้ากระดาษสีขาวในหน้าหลัก หน้าทีลิงก์ลงไปมีการปูลายบนพื้นด้วยลายเส้นรูปมงกุฎบางๆ ภาพที่ใช้ประกอบมีการแต่งขอบภาพให้นุ่ม ส่วนเมนูนำทางเป็นตัวหนังสือในแถบสีไล่โทนจากสีน้ำเงินเข้มไปหาสีน้ำเงินอ่อน

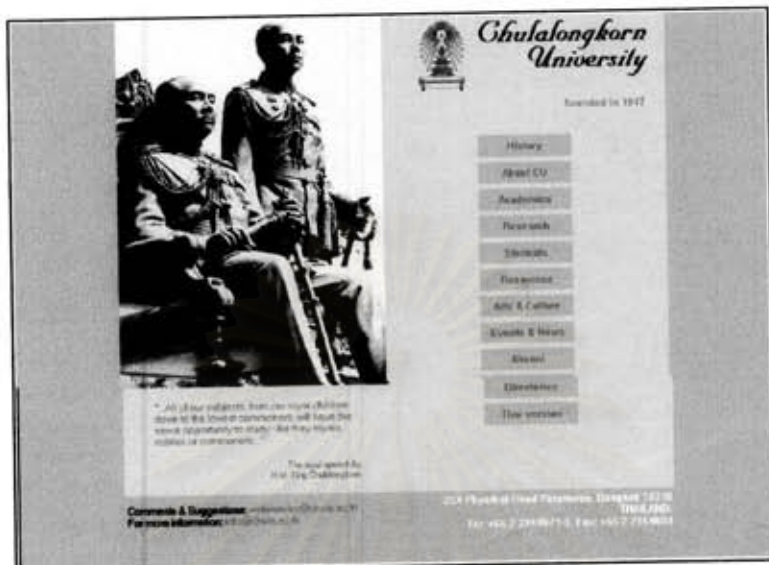
สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



แผนภาพที่ 55 แสดงเว็บเพจของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีช่อง 3 ก่อนหน้าที่มีการเปลี่ยนแปลง

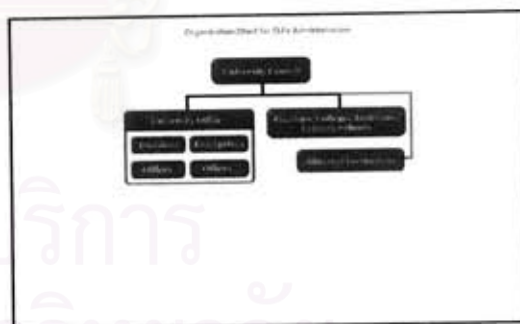
สถาบันการศึกษา

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



แผนภาพที่ 56 หน้าโฮมเพจของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

โฮมเพจของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ใช้สีประจำมหาวิทยาลัยวางเป็นสีหลักของหน้าโฮมเพจ โดยรอบนอกพื้นที่สีชมพูใช้สีเทา อัญเชิญภาพรัชกาลที่ 5 และรัชกาลที่ 6 มาวางบนหน้าโฮมเพจ เนื่องจากชื่อของมหาวิทยาลัย เป็นพระราชทินนาม นุ่มเมนูใช้ตัวหนังสือวางบนแถบสีเทาอย่างง่าย เมื่อเข้าไปถึงหน้าของข้อมูล ใช้หน้ากระดาษสีขาว มีการใช้ภาพตกแต่งบ้างในหน้าของห้องสมุด



ติดตั้งโปรแกรมนับจำนวนผู้เข้าชม



แผนภาพที่ 57 แสดงลักษณะของการจัดวางหน้าข้อมูลแบบต่างๆ



แผนภาพที่ 58 หน้านำเข้าสู่คณะต่างๆ

เช่นเดียวกับหน้าอื่นๆ ใช้พื้นสีขาว ใช้แถบสีชมพูวางหัวข้อ เมนูในการนำทางเข้าหน้าเว็บของแต่ละคณะใช้โลโก้แสดงเอกลักษณ์ของคณะตามด้วยตัวหนังสือขีดเส้นใต้



แผนภาพที่ 59 ลักษณะของหน้าต่างๆ ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ในเว็บไซต์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยนี้เป็นเว็บไซต์ที่มีคณะต่างๆ ที่แยกย่อยออกไปมากมาย รูปแบบของหน้าต่างๆ จึงแตกต่างกันออกไปตามแต่ละคณะ ซึ่งแสดงไว้ในแผนภาพที่

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University
 254 Phayathai Road Patumwan, Bangkok 10330 THAILAND.
 Tel: +66 2 2150871-3, Fax: +66 2 2154804


About CU
 Academic Services
 Students
 Directory
 News
 Resources
 Table of Contents

welcome to Chulalongkorn University homepage. Visit our resources and direct any comments and suggestions to <webmaster@chula.ac.th>. Many pages contain Thai language characters, you may visit: <http://thoigate.rd.nacsis.ac.jp/refer/index.html> to get Thai fonts and to see how to configure your favourite browser/platform to display Thai.

What is new

- Chulalongkorn University Language Institute's National Seminar 2 - 3 Dec 1998
- Chulalongkorn University Language Institute's Fourth International Conference 1 - 3 Dec 1999
- Looking for a job? Visit [Jobs & Adverts Thailand](#) and search your interested one. Our university jobs will be available soon. (Aug 4th, 1998)
- New! EduNet: Education Networks for Future (Faculty of Education)
- The Personnel Division homepage started up. Looking for a job? (Jun 25th, 1998)
- Faculty of Arts homepage set up now. (Jun 2nd, 1998)
- New! CU comprehensive information page started up. (only in Thai for now) Check it out, and any suggestion would be very appreciated. (Jun 1st, 1998)
- CU Press homepage has been updated. (May 27th, 1998)
- Graduates Commencement web pages released. (May 27th, 1998)
- Metallurgy and Materials Research Institute homepage added. (May 14th, 1998)

Student information



[Home](#) [Circle](#) [Academic Services](#) [Directory](#) [News](#) [Resources](#) [T.O.C](#)

The Student Organizations and Activities


- Student Council of Chulalongkorn University
- CU Band
- English club
- Environmental Conservation Club

Students' Personal Homepages

Having your own page, announcement will be shown at your ID <http://www.students.chula.ac.th>

Chulalongkorn University Alumni Association

and so many more



Chula-Sumpen online is available now!

Chula-Sumpen is a weekly letter for Chulalongkorn University community. See [Chula-Sumpen online service](#) <http://www.chula.ac.th>

Warning! All issues contain Thai character which can be viewed with Thai-encode web browser only.

ดู! [Click here](#) to see how to have your favorite browser be able to see Thai.

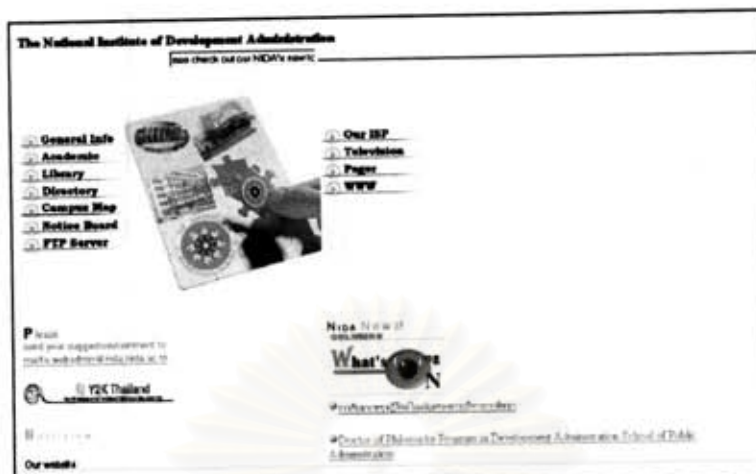
See the previous issues

- 1997
- 1998

made by the Office of Public Relation Chulalongkorn University

แผนภาพที่ 61 ลักษณะของหน้าต่างๆ ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยก่อนที่จะมีการเปลี่ยนแปลง

สถาบันพัฒนาบริหารศาสตร์ (Nida)

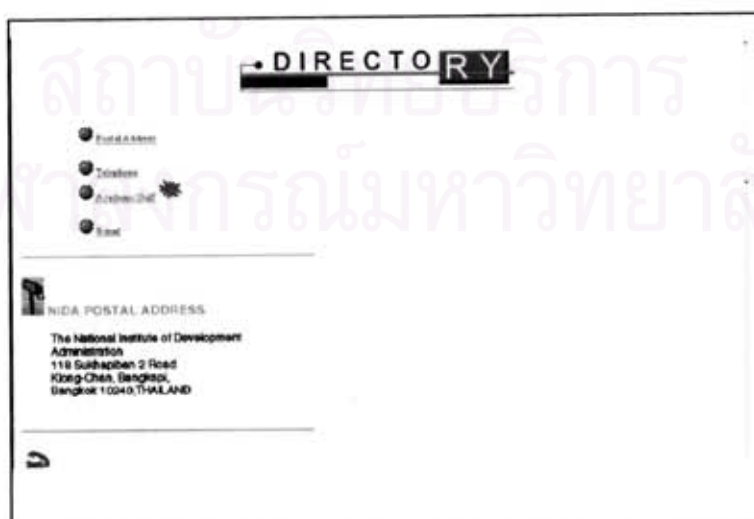


มีการไหลของตัวหนังสือ
ในกรอบนี้ตลอดเวลา

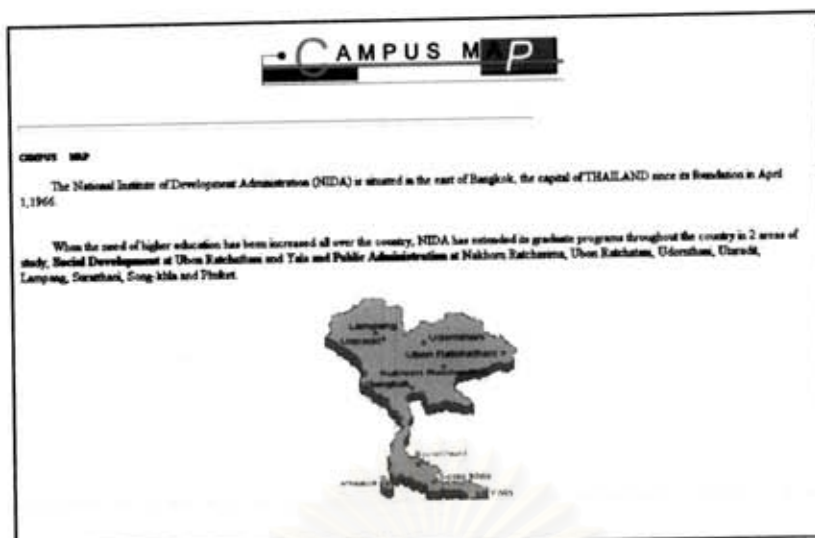
แผนภาพที่ 62 แสดงหน้าโฮมเพจของสถาบันพัฒนาบริหารศาสตร์

โฮมเพจของสถาบันพัฒนาบริหารศาสตร์ มีรูปแบบการจัดวางแบบไม่ใช้กรอบ ใช้ภาพจากการสแกนวางตรงกลางหน้า เมนูในการนำทางใช้ตัวหนังสือขีดเส้นใต้วางอยู่ทางด้านข้างทั้งสองด้าน เมนูในการนำทางส่วนอื่นก็เช่นเดียวกัน มีลักษณะเดียวกัน คือใช้ตัวหนังสือขีดเส้นใต้ มีการใช้ตัวหนังสือเคลื่อนไหวในกรอบข้างใต้ชื่อสถาบันบอกข้อความบางอย่างในลักษณะไหลไปเรื่อยๆ ตามแนวนอน

แผนภาพที่ 63 แสดงหน้าสารบัญของเว็บไซต์นี้ ซึ่งวางแบบเรียบง่ายบนพื้นสีขาว มีการออกแบบตัวหนังสือหัวเรื่อง ซึ่งจะใช้รูปแบบนี้ในหน้าของข้อมูลทุกหน้า เมนูในการนำทางยังคงใช้ตัวหนังสือขีดเส้นใต้นอกจากนั้นหน้านี้มีบอที่อยู่ที่ของสถาบันด้วย

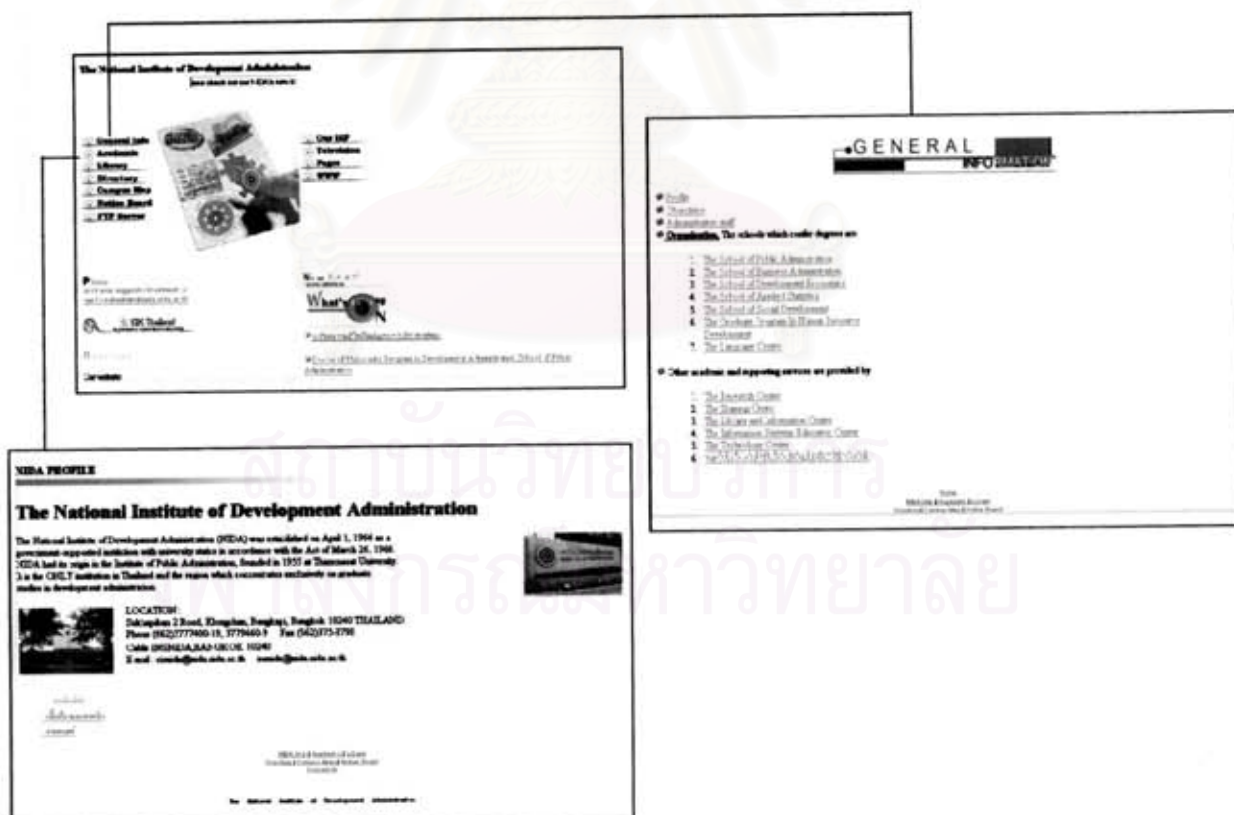


แผนภาพที่ 63 แสดงหน้าสารบัญของเว็บไซต์

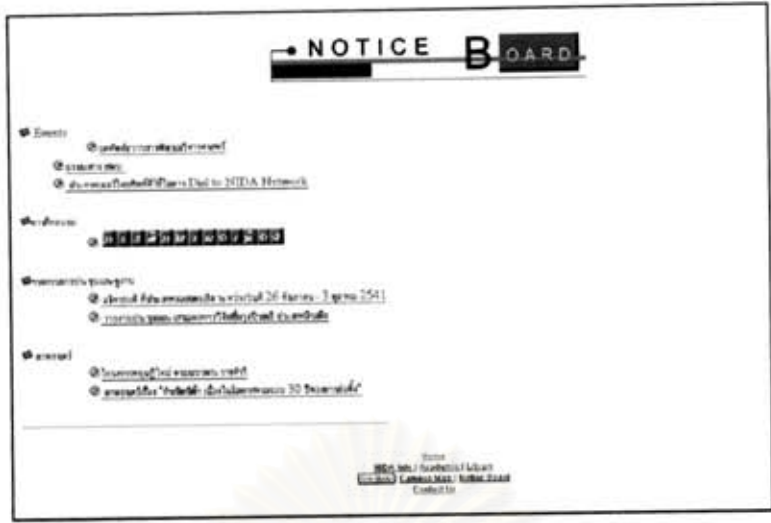


แผนภาพที่ 64 หน้าแผนที่ของสถาบัน

แผนภาพนี้แสดงรูปแบบเหมือนหน้าสารบัญ แต่มีกราฟที่สรุปแผนที่ประเทศไทยเพิ่มเติมขึ้นมา แผนภาพที่ 58 แสดงการกระจายข้อมูลของเว็บไซต์นี้ ซึ่งมีการวางรูปแบบการจัดหน้าแตกต่างกันในแต่ละลำดับชั้น มีการใช้รูปถ่ายประกอบในหน้าของข้อมูลรายละเอียด



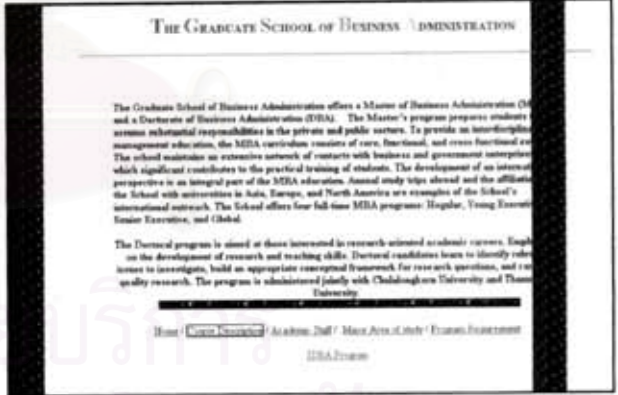
แผนภาพที่ 65 แสดงการกระจายของข้อมูล



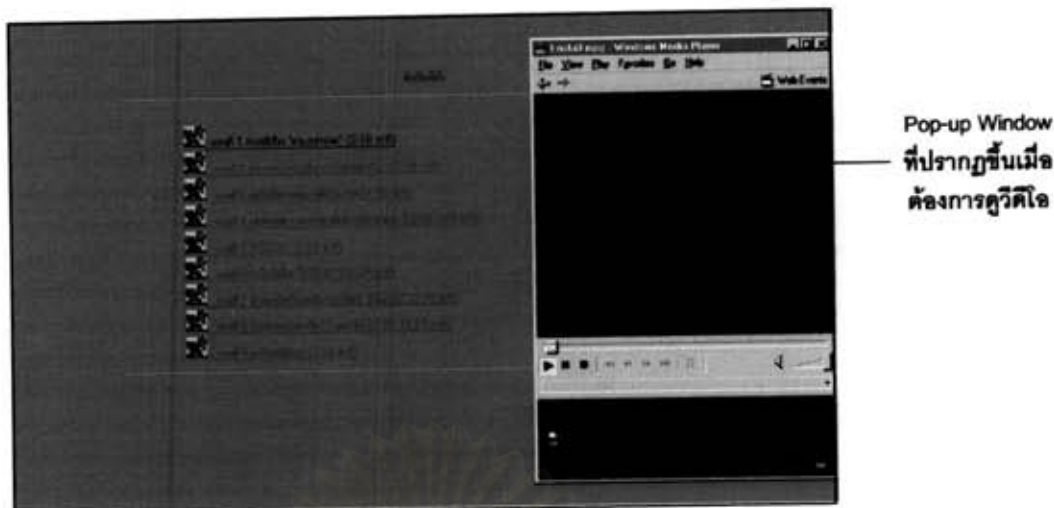
แผนภาพที่ 66 แสดง Note หรือ Footer

Note หรือ Footer ในเว็บไซต์นี้สามารถเป็นส่วนนำทางไปยังหน้าโฮม หรือหน้าอื่นๆ ได้

แผนภาพที่ 60 แสดงรูปแบบของหน้าข้อมูลอีกรูปแบบหนึ่ง โดยการใช้กรอบในการจัดวางใช้ตัวหนังสือเป็นสีที่เข้ากับกรอบ ข้อมูลในบางหน้าสามารถเลื่อนดูได้ตามแนวดิ่ง มี Note หรือ Footer นำทางในท้ายสุดของหน้ากระดาษตัวหนังสือในหน้านี้นั้นบางส่วนทับไปบนกรอบด้านข้างซึ่งทำให้อ่านยาก



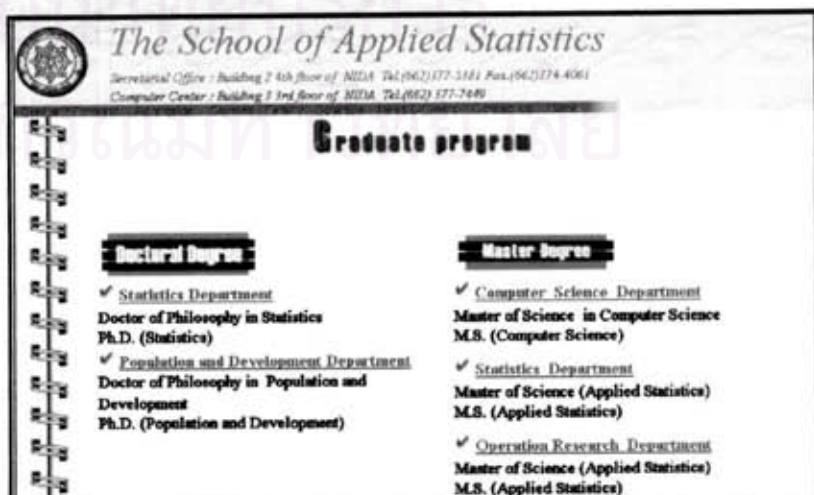
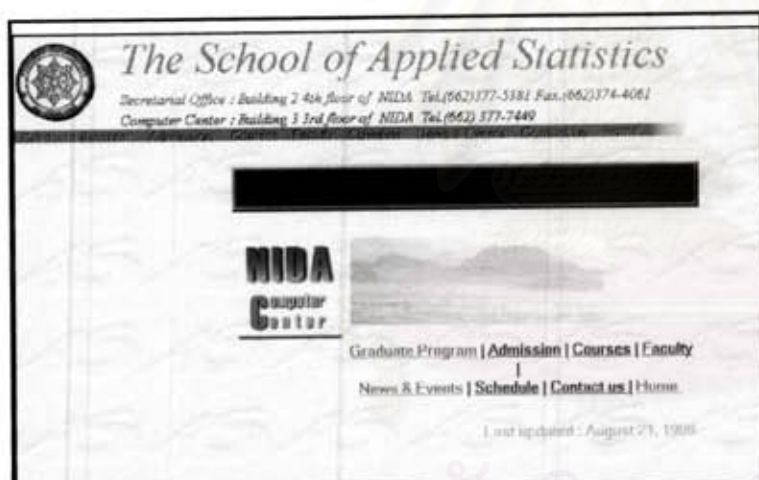
แผนภาพที่ 67 แสดงการจัดหน้าแบบใช้กรอบในหน้ารายละเอียดของข้อมูล



Pop-up Window
ที่ปรากฏขึ้นเมื่อ
ต้องการดูวิดีโอ

แผนภาพที่ 68 แสดงหน้าการปฏิสัมพันธ์โดยการเล่นวิดีโอ

เว็บไซต์ของนิด้าเป็นเว็บไซต์ซึ่งมีการปฏิสัมพันธ์โดยมีภาพยนตร์ให้สามารถเลือกเปิดดูได้ ซึ่งหน้ารายการภาพยนตร์นี้ใช้พื้นสีฟ้า ใช้เครื่องฉายภาพยนตร์ตกแต่งเมนูนำทางซึ่งอยู่ในรูปแบบของตัวหนังสือที่ขีดเส้นใต้ เช่นเดียวกับหน้าอื่นๆ ทางเลือกในการดูภาพยนตร์นี้ใช้ Pop-up Window



แผนภาพที่ 69 แสดงหน้าก่อนที่มีการเปลี่ยนแปลง

มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญบริหารธุรกิจ

The screenshot shows the Assumption University of Thailand website. The main content is organized in a grid with sections for 'Current Events', 'Lead Stars', and 'Sites Guide'. A 'Pop-up Menu' is overlaid on the right side, titled 'เพื่อการเข้าสู่ระบบฐานข้อมูล' (For entering the database system). The pop-up menu contains a search bar and a list of categories including 'About AU', 'Academic Programs', 'Admission Information', 'Digital Library System', 'Executive Body', 'General Academic Information', and 'Special Programs'. Below the main content, there are logos for 'AN BULLETIN' and 'Assumption University'.

แผนภาพที่ 70 แสดงหน้าโฮมเพจของมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญบริหารธุรกิจ

หน้าโฮมเพจของมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญบริหารธุรกิจ มีการเปลี่ยนแปลงในช่วงที่ทำการศึกษาที่เห็นเด่นชัด คือ การใช้ภาพประกอบ แต่ยังคงไว้ซึ่งภาพที่มีลักษณะการตกแต่งให้นุ่มลงในลักษณะเดียวกันของหน้าโฮมเพจที่แล้ว ด้านซ้ายมือมีภาพของเทศกาลปัจจุบันที่เพิ่งผ่านมา คือเทศกาลสงกรานต์ หัวข้อหลักของข้อมูลมีการเปลี่ยนแปลงเช่นเดียวกัน แต่ไม่บอกเวลาที่ทำการปรับปรุงเอาไว้ ลักษณะของเมนูใช้ตัวหนังสือสีแดงได้ วางใน Grid เหมือนการจัดวางหน้ากระดาษของสิ่งพิมพ์ เมื่อเข้าหน้าข้อมูลวางรูปแบบการจัดหน้าแบบใช้กรอบ ทั้งในส่วนของกรวางหัวข้อ และส่วนกรอบที่วางเมนูในการนำทาง ซึ่งเป็นตัวหนังสือในแถบสีวางบนพื้นฉากหลังสีขาว ซึ่งแต่ละหัวข้อใช้กรอบการวางเมนูและกรอบสำหรับวางหัวข้อด้วยการให้สีที่แตกต่างกันออกไป

The screenshot shows the 'About AU' page. It features a header with the university's name and logo. The main content is organized in a grid with sections for 'About AU', 'Some Historical Background', and 'Assumption University Today'. The text is presented in a clean, professional layout with a dark sidebar on the right containing navigation links.

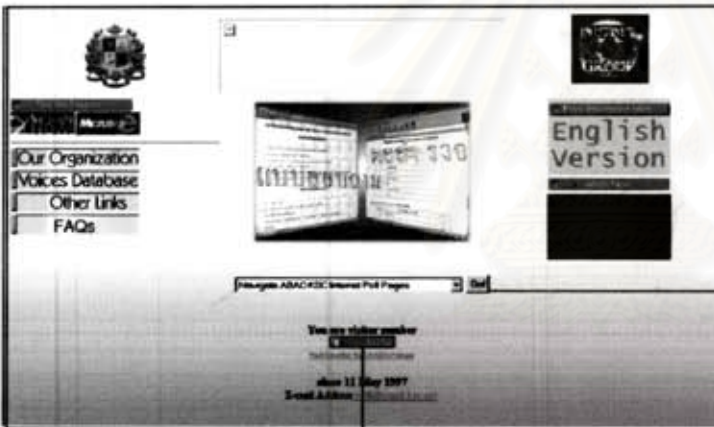
The screenshot shows the 'Facilities & Services' page. It features a header with the university's name and logo. The main content is organized in a grid with sections for 'Facilities & Services' and 'Make Us Proud'. The text is presented in a clean, professional layout with a dark sidebar on the right containing navigation links.

แผนภาพที่ 71 หน้าข้อมูลที่ผู้ใช้สีของกรอบที่แตกต่างกัน



แผนภาพที่ 72 หน้าข้อมูลที่ใช้สีของกรอบที่แตกต่างกัน

เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญบริหารธุรกิจเป็นเว็บไซต์ที่บรรจุข้อมูลที่ได้ทำการสำรวจความคิดเห็น ซึ่งมหาวิทยาลัยร่วมกับบริษัท เคเอสซี จำกัด ร่วมกันทำการสำรวจ ซึ่งมีให้แสดงการปฏิสัมพันธ์โดยการแสดงความคิดเห็น นอกจากนี้ยังมีข้อมูลเสียงให้เปิดรับฟังได้อีกด้วย การจัดหน้าในส่วนของการสำรวจความคิดเห็นนี้เป็นอีกรูปแบบหนึ่งที่มีความแตกต่างออกไปตามรูปแบบที่นำมาแสดงในแผนภาพที่ 73



ใช้ Pop-up Menu ในการนำทาง

ใช้ตัวหนังสือเคลื่อนไหว

ติดตั้งโปรแกรมนับจำนวนของผู้เข้าชมในหลายหน้าของเว็บไซต์



แผนภาพที่ 73 รูปแบบของการจัดวางหน้าของหน้า ABACKSC POLLS

หากการตัดสินใจของท่านอยู่ในความมืด... ติดต่อเรา

If your decision is in the dark.... Contact us.

หากการตัดสินใจของท่านอยู่ในความมืด... ติดต่อเราที่นี่

For more information, contact...

ABAC-KSC Internet Poll Research Center (ABAC Poll), ASSUMPTION UNIVERSITY
 Tel. (662)300-4543 to 62 ext. 1333,1336 or direct phone (662)719-1577
 Fax (662) 719-1546 to 50 or 719-1590 (5 Fax machines are available at the center.)
 Email Address: poll@abac.ksc.net

หน้าแรก | เกี่ยวกับเรา | บริการของเรา | ขั้นตอนการดำเนินงาน | ติดต่อเรา

กดสำรวจ

กดสำรวจ

ดำเนินการเมื่อ

1. การศึกษาเกี่ยวกับ...
2. การศึกษาเกี่ยวกับ...
3. การศึกษาเกี่ยวกับ...
4. การศึกษาเกี่ยวกับ...
5. การศึกษาเกี่ยวกับ...
6. การศึกษาเกี่ยวกับ...
7. การศึกษาเกี่ยวกับ...
8. การศึกษาเกี่ยวกับ...

สามารถ download ไฟล์แบบ Microsoft Word 95 หรือ 97 ได้
 ไฟล์ Zip 751k

สถาบันวิจัยระบบบริหาร มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ (อัสสัมชัญ)
มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ (อัสสัมชัญ)

แบบสำรวจความคิดเห็น

"การประเมินผลของงานบริการด้านวิชาการของมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ ประจำปีงบประมาณ 2548"

ชื่อ นามสกุล ตำแหน่ง อีเมล

เลขที่โทรศัพท์ หมายเลขแฟกซ์ หมายเลขมือถือ

ชื่อหน่วยงาน/ชื่อโรงเรียน/ชื่อมหาวิทยาลัย

ชื่อหน่วยงาน/ชื่อโรงเรียน/ชื่อมหาวิทยาลัย

ชื่อหน่วยงาน/ชื่อโรงเรียน/ชื่อมหาวิทยาลัย

ชื่อหน่วยงาน/ชื่อโรงเรียน/ชื่อมหาวิทยาลัย

ชื่อหน่วยงาน/ชื่อโรงเรียน/ชื่อมหาวิทยาลัย

แผนภาพที่ 74 รูปแบบของการออกแบบอีกลักษณะหนึ่ง

The First International University in Thailand
Assumption University of Thailand

Select Related Sites

Current Events

- Admission Schedule
- Bachelor Degree Programs
- Master Degree Programs
- Doctorate Degree Programs

Lead Story

Admission Schedule of Bachelor, Master and Doctorate Degree Programs

- Special Program for MBA
- Amazing Thailand 1998-1999
- Warning Traffic Problem
- Y2K : The Millennium Bug
- Announcement of the new pre-registration system

You are visitor no
 Last revised today : **Mon Aug 31 11:12:38 1998**

Au Technology | Site Guides

Au active Channel

- Au IRC
- ABAC Mail
- Au Radio

Site Guides

- Au Fast Find
- Feedback
- Ask the registrar
- FAQ
- E-mail query

Special Program of MBA

Graduate Schools
Learning And Thinking Organization

MBA SPECIAL PROGRAM
Graduate School of Business
 Assumption University of Thailand

This program is specially designed to service those who have the strong determination to study MBA in ABAC, especially those who could not pass the entrance examination.

- Students will enjoy the status as other MBA Students
- ID card assigned will be used temporarily. 1 semester only
- Enrollment in study

Assumption University of Thailand
 General Academic Information

Academic Information

--Academic information consists of the regulations that the students should follow. It includes information about academic system, normal course load, minimum percentage of attendance, withdrawal, grading system, probation, dismissal, academic action, honours system and requirements for honours.--

Introduction to Au | Executive Body | General Academic Information | Academic Programs | Admission Information | Registration System | Visa and on Line Application | Facilities & Services | Links

Copyright © 1998, Welcome for all comments at com@assuon.au.th
 by Information Management Office of Internet Audit Center
 Assumption University of Thailand

Au Intranet
 Assumption University of Thailand

Academic Affairs | Administrative Services | Education | Graduate Schools | News & Events | Office of the Registrar | Student Affairs

HELP SUPPORT HELPDESK

ONLINE SERVICES

- Grade Report Online
- Course Description Online
- Class & Exam Schedule
- GPA Calculating Tool
- LI Multivision Room
- Reservation

AURIS Online Registration System

Basic Steps for the New Pre-Registration System

Prepare and practice before Pre-Registration period

Logon appointment, form (sp/forms, see Announcement boards "P" bldg.)

NEWS FOR TODAY

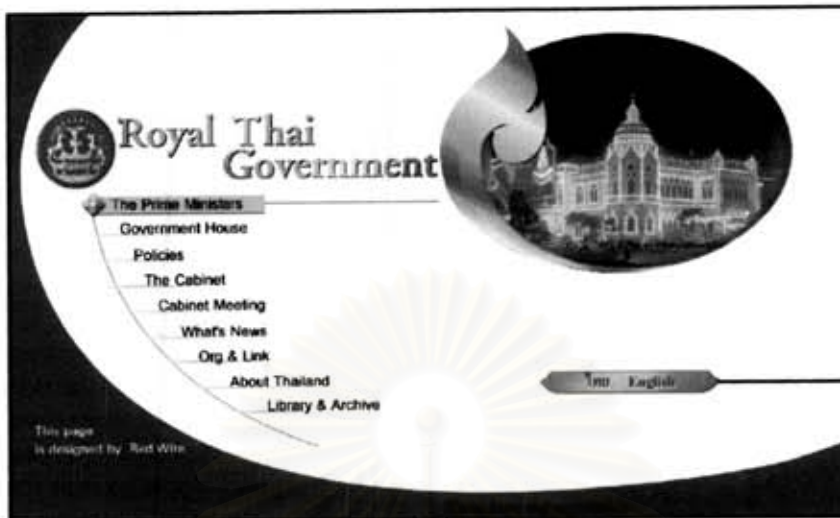
- 2nd ABAC Logic Game
- Championship 1998
- On September 5-6, 1998 at MERCURE Hotel, Grandballroom 3rd floor
- For further information, contact Logic Club, "M" Building or 1500-409286
- ABAC Special Admission

last revised: Aug. 20, 1998

แผนภาพที่ 75 รูปแบบของเว็บเพจต่างๆ ของมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญบริหารธุรกิจก่อนที่มีการเปลี่ยนแปลง

องค์การรัฐบาล

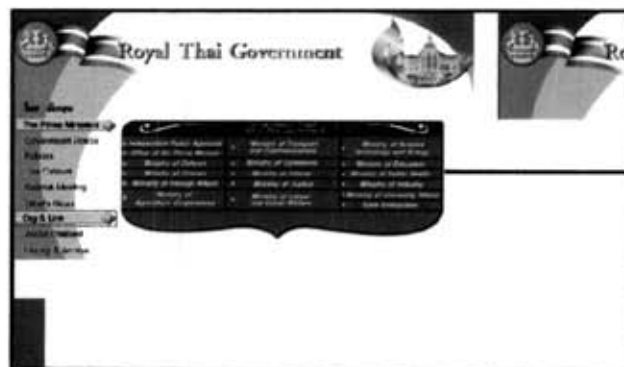
สำนักนายกรัฐมนตรี



ป้ายให้เลือกดู
ข้อมูลได้ทั้งภาษาไทย
และภาษาอังกฤษ

แผนภาพที่ 76 โคมเพจของสำนักนายกรัฐมนตรี

โคมเพจนี้มีการแสดงออกซึ่งเอกลักษณ์ของความเป็นไทยอย่างเด่นชัด โดยการใช้กรอบรูปแบบของส่วนโค้งสีแดง เพื่อแสดงความอ่อนช้อยเข้ากับความเป็นไทย กราฟฟิคที่ใช้เป็นลายกนก ใช้สีเหลืองทองแต่งเป็นกรอบภาพ ภาพที่นำมาประกอบเป็นภาพพระที่นั่งอนันตสมาคมในเวลากลางคืน ซึ่งมีการประดับไฟอย่างสวยงามมองเห็นเป็นสีทอง ซึ่งมีความกลมกลืนกับกราฟฟิคลายกนก ปุ่มเมนูนำทางใช้ตัวหนังสือที่วางตามแนวโค้งของกรอบส่วนโค้ง เมื่อเลื่อนเมาส์ไปวางที่ปุ่มนำทางมีการเปลี่ยนแปลงขึ้นกับ หัวข้อโดยเกิดแถบสีทองตกแต่งด้วยดอกไม้ลายไทยในหน้าข้อมูล การจัดวางใช้โครงสร้างเช่นเดียวกับหน้าโคมเพจ คือสีแดงและสีทอง โดโก้ขององค์กรมีธงไทยในลักษณะที่กำลังปลิวประดับ



รูปแบบการนำเสนอ
ข้อมูลแบบตาราง

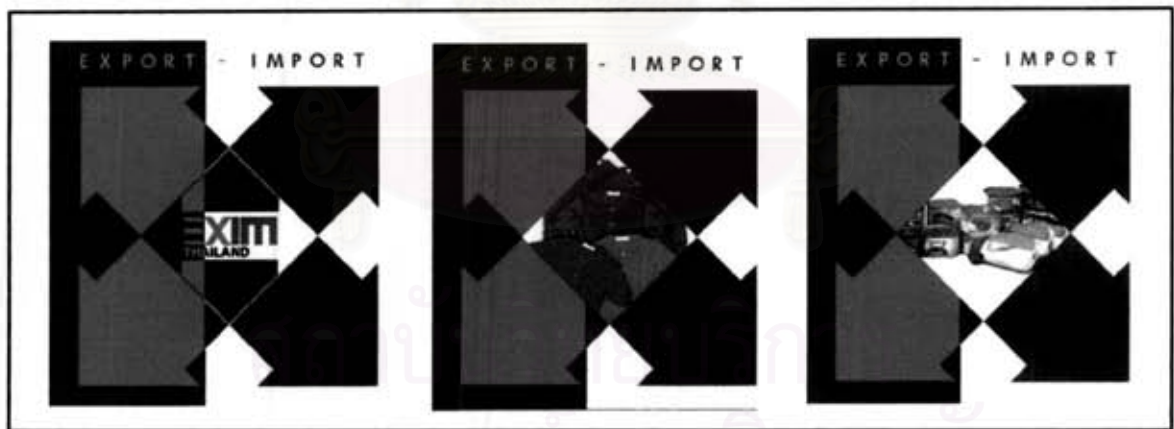
แผนภาพที่ 77 แสดงรูปแบบต่างๆ ของหน้าข้อมูล

ธนาคารเพื่อการนำเข้าและส่งออกแห่งประเทศไทย

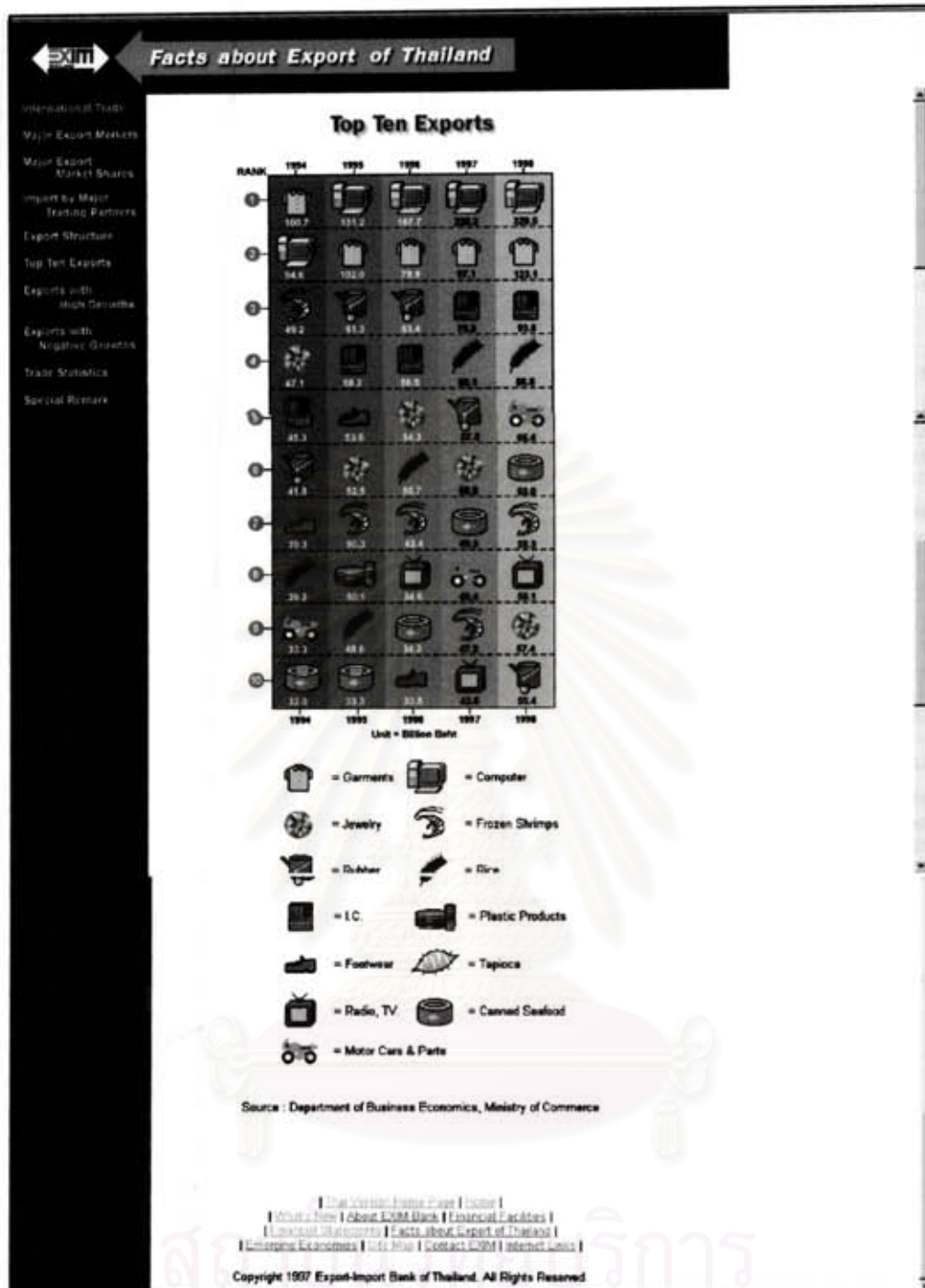


แผนภาพที่ 78 แสดงหน้าโฮมเพจของธนาคารเพื่อการนำเข้าและส่งออกแห่งประเทศไทย

โฮมเพจของ Exim Bank ใช้รูปแบบคงตัวการจัดวางหน้าด้วยการใช้กรอบ ใช้ลูกศรมาจัดวางโลโก้ตรงกลาง เมนูใช้ตัวหนังสือ มีการใช้ ภาพเคลื่อนไหว ภายในกรอบที่วางโลโก้ วางแถบข้อความเคลื่อนไหวสลับโดยเป็นเมนูนำทางไปด้วยในขณะเดียวกัน เพื่อเป็นทางลัดไปสู่หน้าข้อมูลที่น่าสนใจ เว็บไซต์นี้สามารถเลือกดูข้อมูลได้ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ



แผนภาพที่ 79 แสดงการเคลื่อนไหวของภาพสลับกับโลโก้



แผนภาพที่ 81 แสดงข้อมูลของการสินค้าส่งออก 10 อันดับแรกในรูปแบบวงกลม โดยการใช้ภาพกราฟพีคประกอบเพื่อช่วยในการทำความเข้าใจ



แผนภาพที่ 82 เป็นหน้าที่รวมการเชื่อมโยงกับเครือข่ายอื่นขององค์กรรัฐบาล

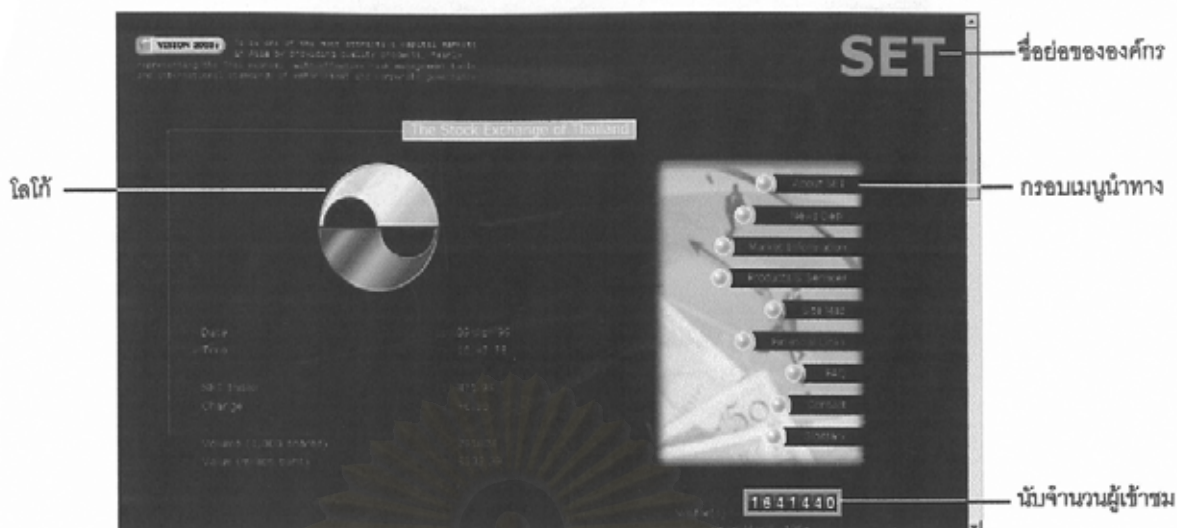


แสดงหน้าแผนที่เว็บไซต์ที่เป็นรูปแบบหนึ่งของส่วนนำทาง



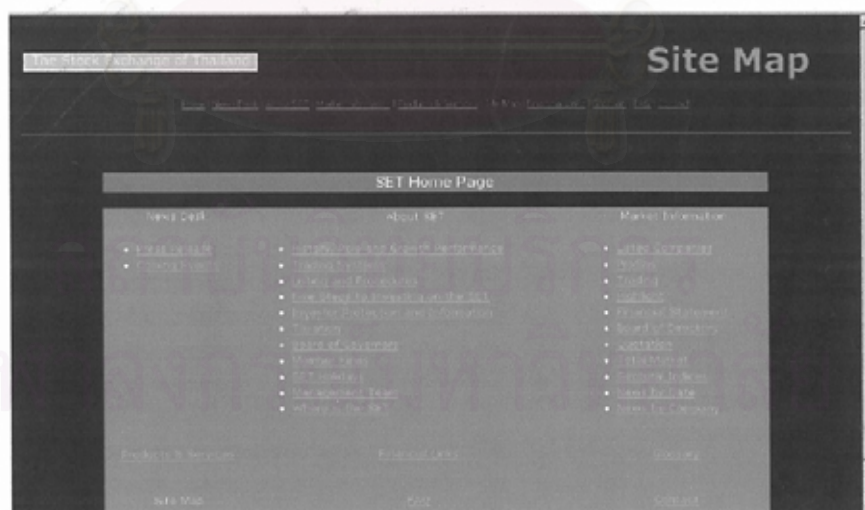
แผนภาพที่ 83 แสดงการกระจายข้อมูลของธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย



แผนภาพที่ 84 หน้าโฮมเพจของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

หน้าโฮมเพจของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ใช้หน้ากระดาษหรือพื้นจากหลังปูสีดำ จัดวางแบบใช้กรอบในการวางเมนูนำทาง ซึ่งเป็นตัวหนังสือวางในแถบสีดำ บนกรอบพื้นลวดลายสีขาว ด้านซ้ายของหน้ามีวงโลโก้ และด้านล่างจากโลโก้มีข้อมูลบอกเวลาในการทำการปรับปรุงและข้อมูลอื่นๆ ที่จำเป็นของตลาดหลักทรัพย์ เนื่องจากข้อมูลเกี่ยวกับการเงินมีการเปลี่ยนแปลงรายวัน การปรับปรุงข้อมูลจึงเป็นสิ่งที่จำเป็นมากสำหรับเว็บไซต์นี้ ด้านขวาสุดส่วนบนวางตัวหนังสือคำย่อขององค์กร ด้านล่างของส่วนเมนูนำทางมีการนับจำนวนผู้เข้าชม หน้ากระดาษของโฮมเพจตลาดหลักทรัพย์นี้มีความยาวมากกว่า 1 หน้ากระดาษ ซึ่งสามารถดูข้อมูลได้ด้วยการ Scroll หน้ากระดาษตามแนวตั้ง



แผนภาพที่ 85 แสดงหน้าแผนที่ไซต์

สำหรับแผนภาพที่ 85 แสดงหน้าแผนที่ไซต์ เพื่อเป็นส่วนนำทางให้กับผู้รับสาร ซึ่งมีการใช้กรอบในอีกแบบหนึ่ง โดยยังคงกรอบภายนอกซึ่งเป็นสีดำ และวางชื่อของหัวข้อหลักไว้ด้านบนขวาสุด

The Stock Exchange of Thailand

Market information

Total Market

STOCK	SET INDEX	VOLUME (1000 SHARES)
▲ 174	371.95	▲ 211,910
◄ 24	-6.86	◄ 22,070
▼ 37		▼ 11,510

TOTAL TRADES (TRANSACTIONS)	TOTAL VALUE (M.BAHT)	TOTAL SHARES (1000 SHARES)
1,812	1,526.13	29,017

Source: SET, The Stock Exchange of Thailand
 Last Updated: 01:02:00 PM on 11/05/2004
 Address: 62 Ratchadapisek Road, Bangkok 10110, Thailand

The Stock Exchange of Thailand

About SET

Five Steps to Investing on the SET

Foreign investment in Thailand's capital market has increased exponentially over the past eight years - foreign capital accounted for over \$90 billion baht in 1998, more than 34 per cent of total trading turnover.

Year	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
Foreign Trading Turnover (Bt. BAHT)	130.16	267.99	746.96	865.25	909.40	892.72	604.39	592.04
% of Total Turnover	6.2	7.2	17.0	20.9	25.3	34.25	43.27	34.62

Foreign investors may invest directly on the SET or through foreign funds which are defined as on-shore and off-shore funds.

Under the SEA, on-shore foreign funds are registered in Thailand and their investment plans are approved by the office of the SEC. Fund managers of on-shore funds are Thai companies, and therefore these funds are not subject to the foreign share-ownership restrictions for any particular stock.

Off-shore funds are foreign funds registered abroad and managed by institutional investors. They are subject to foreign share-ownership restrictions.

Five Steps to Invest in the SET

Step One: Appointing custodian, correspondent bank and broker

The Stock Exchange of Thailand

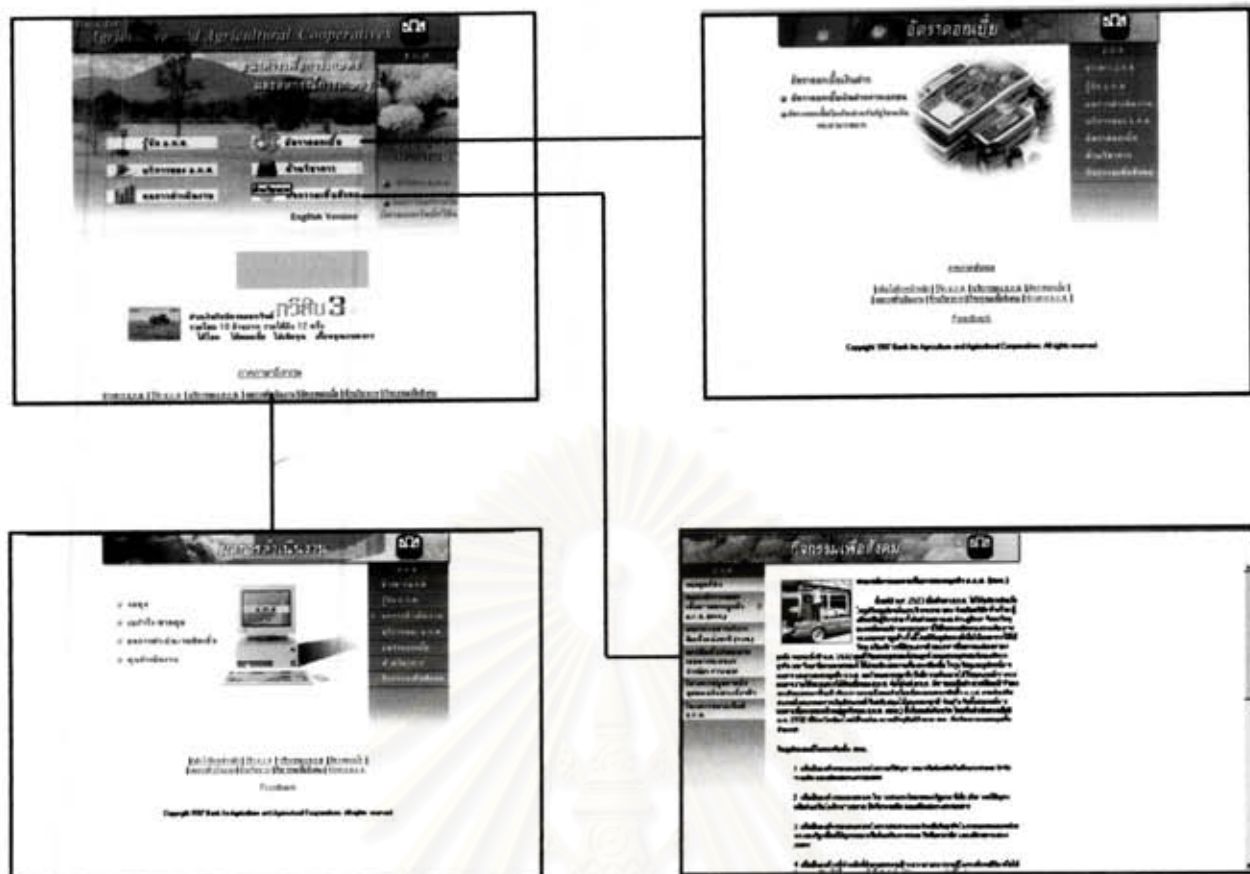
About SET

The Stock Exchange of Thailand

62 Ratchadapisek Road, Klongtoey, Bangkok 10110 THAILAND
 Tel. (662) 220-2000 or 654-8586 Fax. 654-8540

แผนภาพที่ 86 แสดงหน้ากระดาษที่มีการใช้กรอบต่างๆ กัน

แผนภาพที่ 86 แสดงหน้ากระดาษแบบใช้กรอบในรูปแบบต่างๆ กันของเว็บไซต์นี้ ซึ่งมีข้อมูลตารางในพื้นที่ภาพหลังสีดำทั้งหน้า และกรอบที่มีเมนูนำทางบนพื้นสีดำด้านซ้าย กรอบการวางเนื้อหาเป็นสี่เหลี่ยม โดยให้ข้อมูลในรูปแบบตารางบ้าง หรือมีภาพประกอบบ้างตามลักษณะของข้อมูล

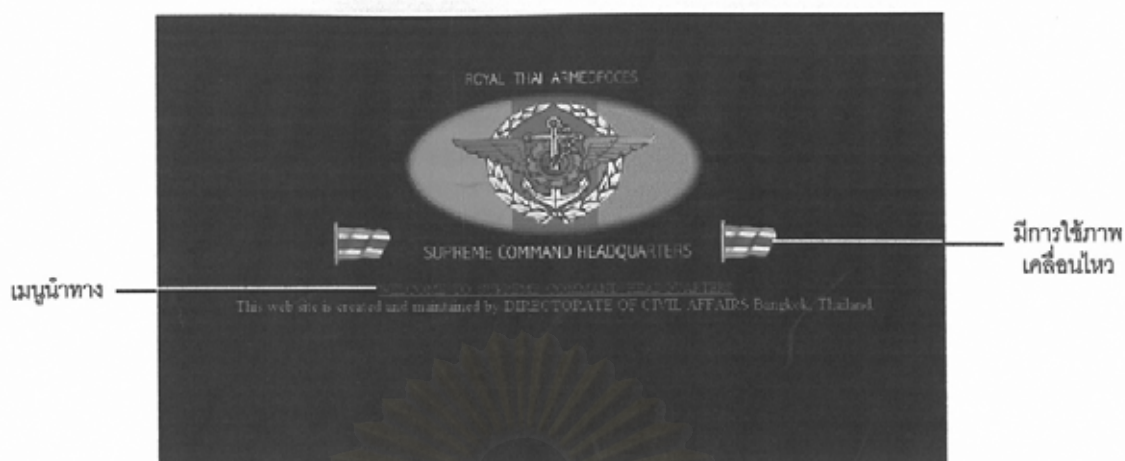


แผนภาพที่ 89 แสดงรูปแบบการจัดวางหน้าต่างๆ และการกระจายข้อมูล

อีกรูปแบบหนึ่งของการใช้กรอบในการจัดวางหน้าที่เป็นหน้าข้อมูล โดยบางหน้าเมื่อกล่าวถึงการดำเนินงาน มีการใช้ภาพให้กลมกลืนกับเนื้อหา เช่น ใช้ภาพคอมพิวเตอร์ เมื่อกล่าวถึงอัตราดอกเบี้ย ใช้ภาพธนบัตรมาเป็นส่วนตกแต่ง แต่ยังคงลักษณะของภาพที่มีความนุ่ม ซึ่งให้ความกลมกลืนต่อเนื่องในบางหน้า เช่น หน้ากิจกรรมเพื่อสังคม ใช้วิธีการดูข้อมูลที่มีความยาวมากกว่า 1 หน้ากระดาษ ด้วยการเลื่อนหน้าจอ ตามแนวดิ่ง เมื่อเลื่อนมาจนสุดหน้ากระดาษแล้วมี NOTE หรือ FOOTER เป็นเมนูนำทางในตอนท้ายสุดของหน้ากระดาษทุกหน้า ซึ่งเว็บไซต์ของ ธ.ก.ส. เป็นเว็บไซต์หนึ่งที่มีการออกแบบอย่างมีความสม่ำเสมอ

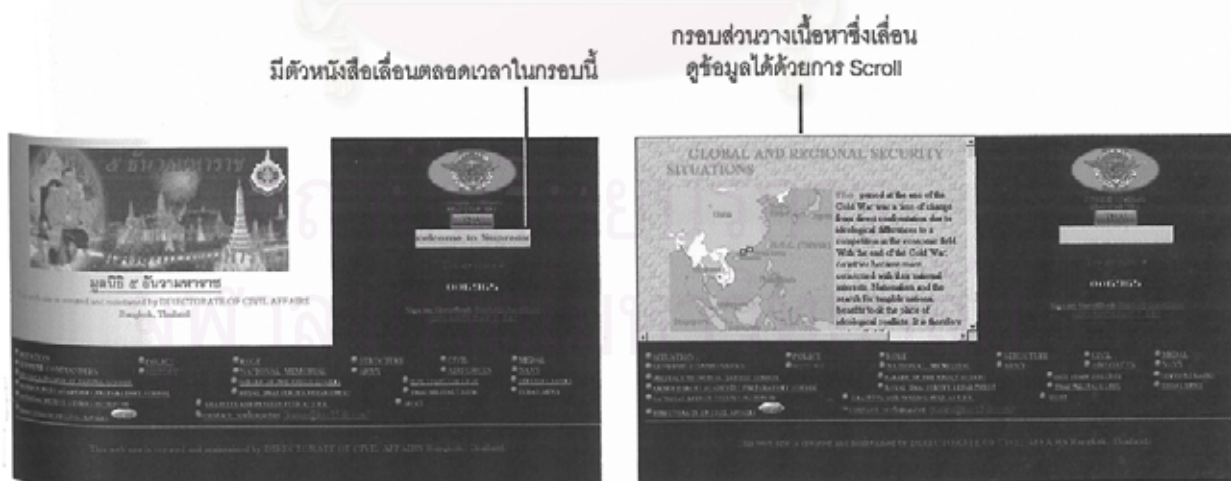
สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

กองบัญชาการทหารสูงสุด

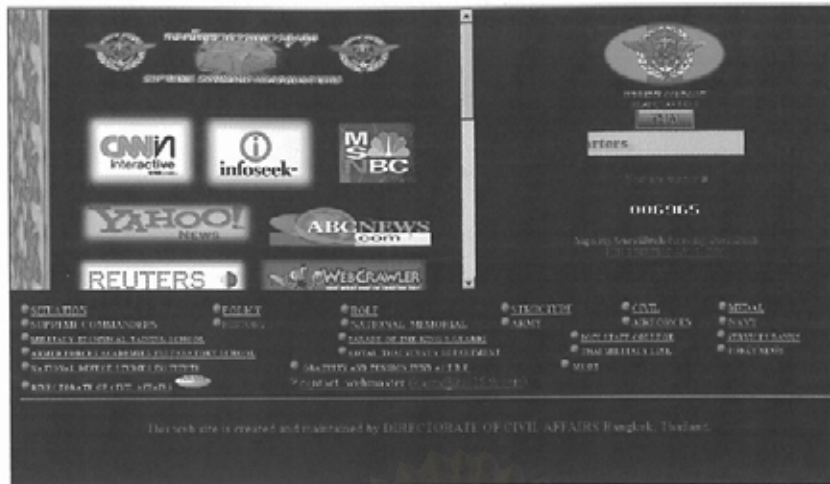


แผนภาพที่ 90 หน้าโฮมเพจของกองบัญชาการทหารสูงสุด

โฮมเพจของกองบัญชาการทหารสูงสุดใช้พื้นฉากหลังสีดำ โดยการวางโลโก้ตรงกลาง และเมนูนำทางเป็นตัวหนังสือวางอยู่ข้างใต้โลโก้ เมื่อเข้าสู่หน้าข้อมูลจึงมีการใช้กรอบ ซึ่งแยกส่วนกรอบเนื้อหาทางด้านซ้ายและกรอบสีดำวางทางด้านขวา ซึ่งกรอบสีดำนี้นี้ใช้สำหรับวางโลโก้และเมนูต่างๆ คงตัวอยู่ในทุกหน้าด้านขวา วิธีการดูข้อมูลใช้วิธีเลื่อนกรอบส่วนของกรอบวางเนื้อหา เมนูนำทางยังคงใช้ตัวหนังสือสีขาว และเนื่องจากเว็บไซต์นี้เป็นเว็บไซต์ที่เป็นองค์กรส่วนกลาง มีหน่วยย่อยแยกออกไปมากมาย ดังนั้นข้อมูลส่วนกลางจึงมีน้อย ลักษณะเมนูของเว็บไซต์จึงเป็นการนำทางไปสู่เว็บไซต์ของหน่วยงานย่อยต่างๆ อีกหลายแห่งในลักษณะ Pop-up Menu สามารถดูได้เต็มจอด้วยการขยาย



แผนภาพที่ 91 แสดงหน้าข้อมูลของเว็บไซต์

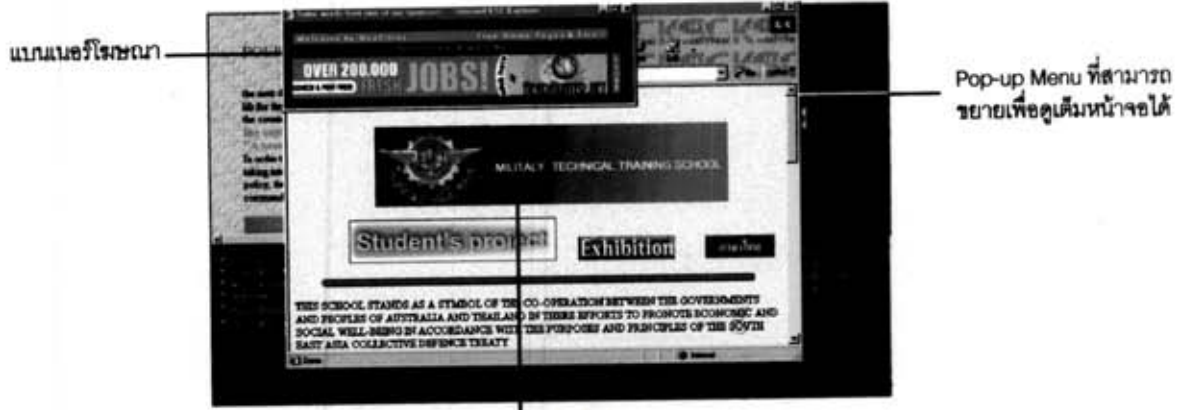


แผนภาพที่ 92 แสดงหน้าที่มีเว็บไซต์อื่นฝากแบนเนอร์เอาไว้เพื่อการเชื่อมโยง

เว็บไซต์ของบ.ก. สูงสุดเป็นเว็บไซต์ที่มีผู้มาขอทำการเชื่อมโยงมากมาย ในไซต์จึงมีหน้าสำหรับการเชื่อมโยงไว้โดยเฉพาะ นอกจากนั้นไซต์ยังมีหัวข้อของหน่วยงานภาครัฐบาลที่ทำการเชื่อมโยงเข้ามาเป็นหัวข้อหลักอีกด้วย เมื่อคลิกเพื่อเปิดเข้าไปในหน้าของหัวข้อหลักปรากฏในหน้าโฮมเพจของเว็บไซต์ที่ทำการเชื่อมโยงในลักษณะ Pop up Menu ยกตัวอย่างดังภาพที่ 93



แผนภาพที่ 93 แสดงการเชื่อมโยงกับหน่วยงานของบ.ก.สูงสุดในลักษณะที่มี Pop-up Menu ปรากฏขึ้นเมื่อคลิกเลือก



แผนภาพที่ 94 แสดงหน้าเว็บเพจของหน่วยงานหนึ่งของบ.ก.สูงสุด และการกระจายข้อมูล

การกระจายข้อมูลของเว็บไซต์นี้เป็นลักษณะเส้นตรง ดังแผนภาพที่ 94 ซึ่งแสดงลักษณะการจัดวางหน้ากระดาษ และรูปแบบการออกแบบของโรงเรียนช่างฝีมือทหารซึ่งเป็นหน่วยงานย่อยของบ.ก.ทหารสูงสุด

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

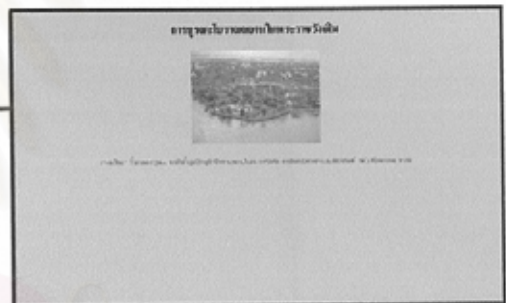
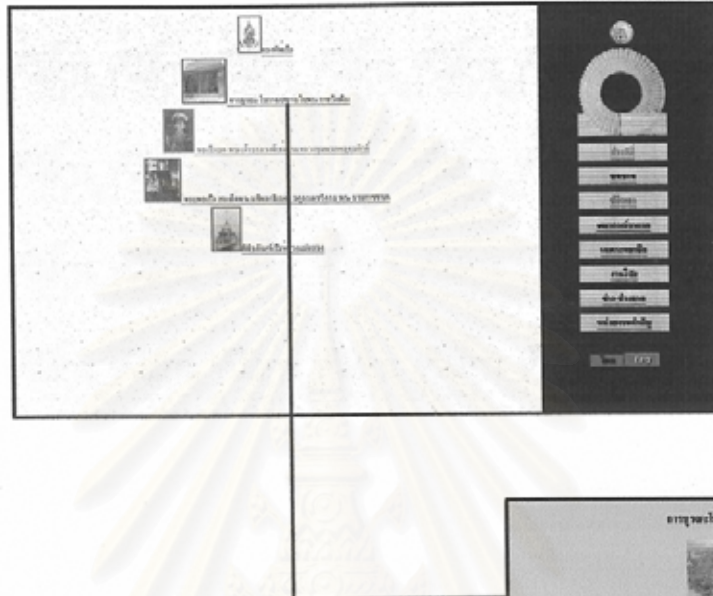
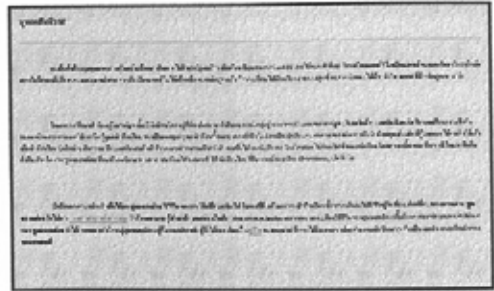


แผนภาพที่ 95 แสดงหน้าโฮมเพจของกองทัพเรือ

หน้าโฮมเพจของกองทัพเรือมีการใช้กรอบในการจัดวางหน้า โดยใช้ระดับยศบนปามาเป็นกรอบเมนูนำทางซึ่งวางบนพื้นดำด้านขวา เมนูนำทางเป็นตัวหนังสือวางในแถบของระดับบนปามา เมื่อเข้าสู่หน้าข้อมูลแล้ว มีการวางเมนูอีกประเภทหนึ่งในกรอบของเนื้อหาด้วย ด้านล่างมีการบอกจำนวนผู้เข้าชม และที่อยู่อีเมลล์ ดังแผนภาพที่ 96



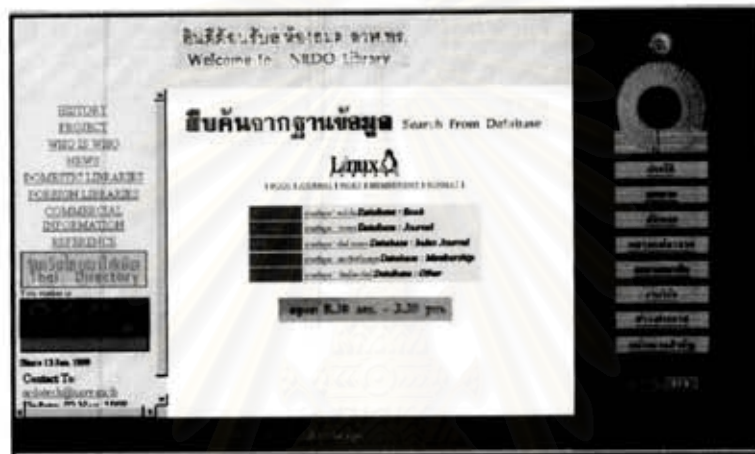
แผนภาพที่ 96 แสดงกรอบและการจัดวางของหน้าข้อมูลหลัก



แผนภาพที่ 97 หน้าที่มีความแตกต่างของเว็บไซต์กองทัพเรือ

เว็บไซต์ของกองทัพเรือมีการวางเว็บเพจอย่างมีความแตกต่างกันในแต่ละหน้า มีทั้งแบบใช้กรอบและแบบไม่ใช้กรอบ บางหน้าใช้ลวดลายมาตกแต่งเป็นพื้นจากหลัง ซึ่งทำให้ผู้รับสารอ่านข้อมูลได้ยาก และใช้เวลาในการดาวน์โหลดที่นานเกินไป

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



แผนภาพที่ 100 แสดงหน้าเว็บเพจของหน่วยงานหนึ่งที่อยู่ในกองทัพเรือ
ที่มีการใช้กรอบแบบเดียวกันกับหน้าหลักของเว็บไซต์

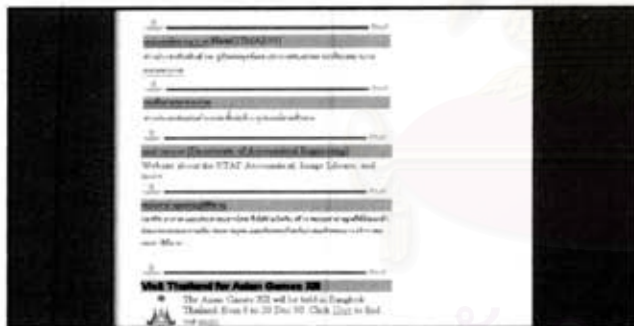
สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

กองทัพอากาศ

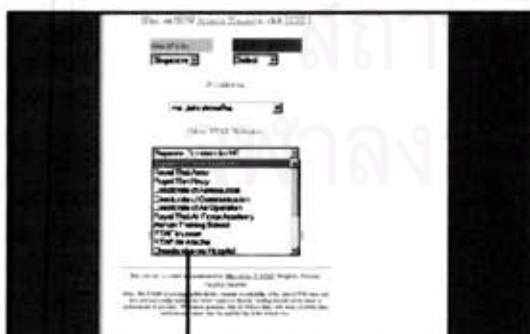


แผนภาพที่ 101 หน้าโฮมเพจของกองทัพอากาศ

การออกแบบการจัดวางเว็บไซต์ของกองทัพอากาศมีความเรียบง่าย โดยใช้กรอบสีน้ำเงินวางทางด้านซ้ายและด้านบน ซึ่งอยู่ในรูปแบบตัวหนังสือวางในกรอบเมนู การดูข้อมูลสามารถเลื่อนดูได้ตามแนวดิ่ง ซึ่งมีความยาวหลายหน้ากระดาษ ไซต์นี้มีการเชื่อมโยงกับไซต์ของโครงการเอเชียนเกมส์และไซต์ของโครงการอะเมซิงไทยแลนด์



แบบเนอร์ที่ไซต์อื่นนำมาฝากไว้

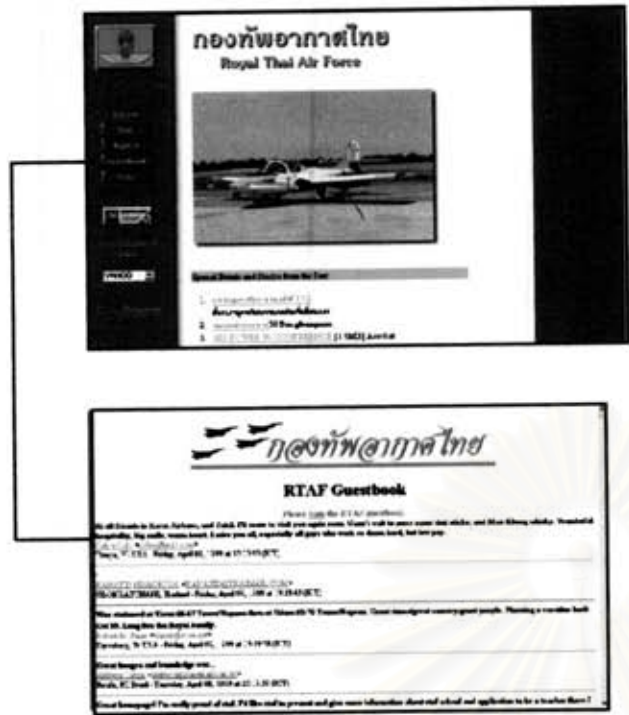


Pop-up Menu เชื่อมโยงเว็บไซต์
กองทัพอากาศในต่างประเทศ



แผนภาพที่ 102 แสดงส่วนของหน้ากระดาษที่ให้สืบค้นข้อมูลได้

นอกจากเชื่อมโยงกับโครงการอะเมซิงไทยแลนด์และโครงการเอเชียนเกมส์แล้ว ยังมีการเชื่อมโยงกับองค์กรการทหารของประเทศอื่นๆ โดยให้เลือกได้จากการใช้ Pop-up Menu ในการสืบค้นและนำทาง



แผนภาพที่ 103 แสดงการกระจายข้อมูลของกองทัพอากาศ



มีการใช้ภาพเคลื่อนไหว

นำเอาโลโก้ 50 ปีมาวางทำลวดลายพื้นจากหลัง

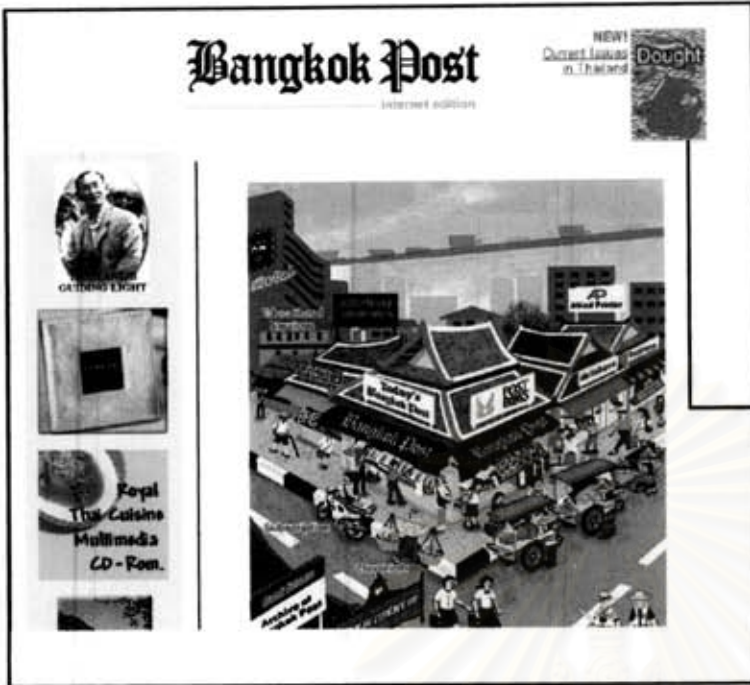


แผนภาพที่ 104 แสดงหน้าข้อมูลของกรมการสื่อสารทหารอากาศ

แผนภาพนี้แสดงหน้าเว็บเพจของกรมการสื่อสารทหารอากาศ ซึ่งใช้ภาพเรดาร์เป็นพื้นจากหลัง มีโลโก้เป็นภาพโลโก้ครบรอบ 50 ปี เคลื่อนไหวภายในกรอบสี่เหลี่ยม เมื่อเข้าสู่หน้าเนื้อหา การออกแบบใช้โลโก้ครบรอบ 50 ปีนี้อย่างจางๆ วางเป็นลวดลายพื้นจากหลัง ท้ายสุดของหน้ามี Footer เพื่อการนำทางไปยังหน้าอื่นๆ

องค์กรให้บริการเครือข่าย

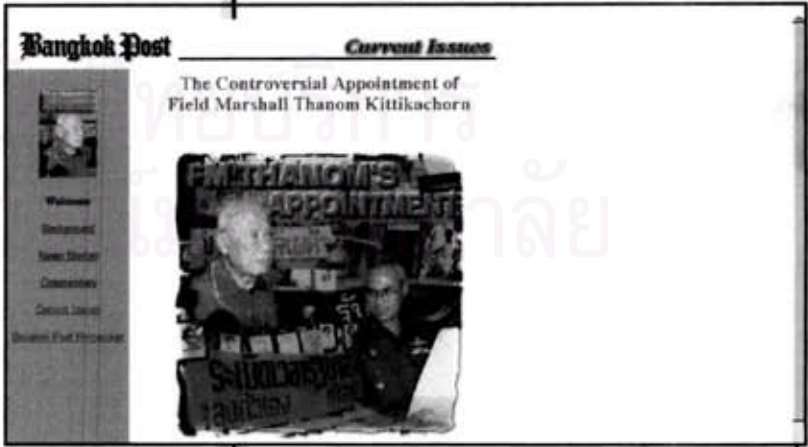
หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์



ใช้ภาพเคลื่อนไหว

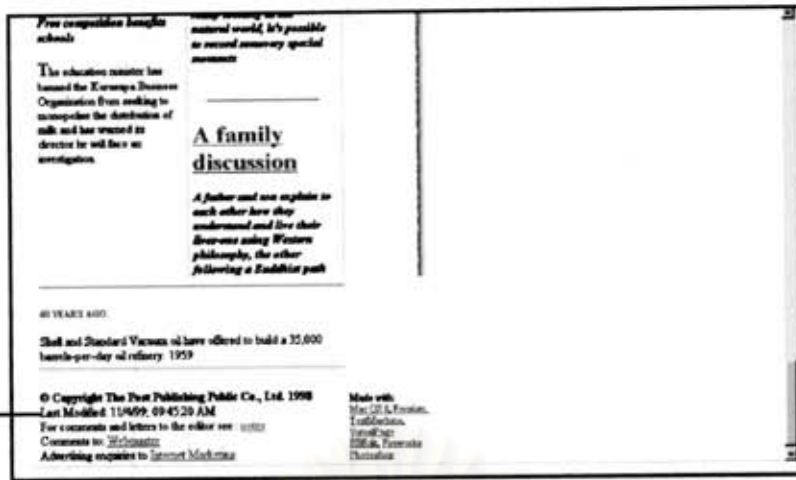
แผนภาพที่ 105 หน้าไฮมเพจของหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์

เว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์เป็นการจัดวางโดยมีหัวหนังสือพิมพ์วางด้านบนสุด มีการใช้ภาพเคลื่อนไหวตรงมุมบนสุดด้านขวา เพื่อเป็นทางลัดเข้าสู่ข้อมูลของข่าวเกี่ยวกับสถานการณ์ปัจจุบัน โดยวางหน้ากระดาษแบบหนังสือพิมพ์ เช่นเดียวกัน ซึ่งข้อมูลในหน้านี้มีความยาวมากกว่าหนึ่งหน้ากระดาษ ซึ่งสามารถดูข้อมูลได้โดยการ Scroll หน้าจอตามแนวดิ่ง ลักษณะของการใช้เมนูนำทางในส่วนอื่นๆ เป็นรูปแบบของรูปภาพ และหัวข้อข่าวที่เป็นตัวหนังสือ



Scroll ดูข้อมูล ได้ตามแนวดิ่ง

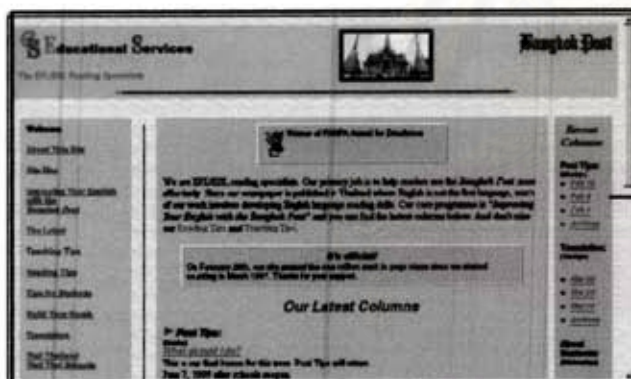
แผนภาพที่ 106 หน้าข้อมูลของหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์



ที่อยู่อีเมลที่อยู่
ด้านล่างสุดของหน้า
เพื่อการติดต่อ

แผนภาพที่ 106 แสดง Footer หรือ Note ของหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์

หน้ากระดาษที่คล้ายหน้าหนังสือพิมพ์ของหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์โดยใช้พื้นสีขาว ซึ่งมีความยาวมากกว่า 1 หน้ากระดาษนี้ เมื่อเลื่อนจนสุดหน้ากระดาษแล้วจะมีที่อยู่สำหรับการส่งอีเมลล์และการติดต่อโฆษณาในเว็บไซด์นี้ไว้ด้วย มีการวางหัวข้อความ และเนื้อหาข้อมูลแบบคอลัมน์ในหนังสือพิมพ์ บางหน้ามีการใช้กรอบด้านข้างเพื่อการวางปุ่มเมนูซึ่งอยู่ในรูปแบบตัวหนังสือ บางคอลัมน์ เช่น ส่วนของคอลัมน์บริการเพื่อการศึกษา ใช้รูปแบบการวางข้อความอีกแบบหนึ่งซึ่งใช้กรอบและเริ่มมีการใช้สีสันมากขึ้นในหน้านี้

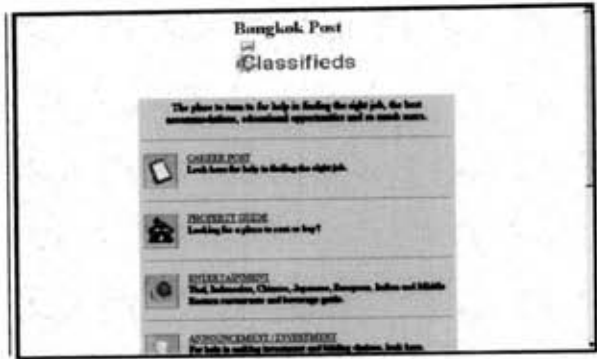


กรอบวางเมนูนำทาง

กรอบวางเมนูนำทาง



แผนภาพที่ 107 แสดงหน้ากระดาษต่างๆ ของหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์



แผนภาพที่ 108 แสดงหน้ากระดาษต่างๆ ของหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์



แบนเนอร์ที่ไซต์
อื่นนำมาฝากไว้
เพื่อการโฆษณา
ที่มีการเคลื่อนไหว



แผนภาพที่ 109 แสดงหน้า Today's Headlines Horizons ของหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์
ซึ่งมีการเคลื่อนไหวของแบนเนอร์โฆษณา

Bangkok Post
internet edition


Post Books

 Today's BANGKOK POST

Week News Digests emailed to you

 Back issues

 Archive of Bangkok Post stories

provided by Smart Cybernet

 **LEARN THAI**
Multimedia Thai Language CD

sections

 [Post Database](#) Technology and computer news.

 [Horizons](#) Travel information and features.


 [New Chat](#) Think, wisdom and hot chat sessions.



Manufacturer
Exporter
Jaliang
STORE
Handcraft
Products


Bangkok Post

Classifieds

This place is open to help in finding the right job, the best investment, educational opportunities and so much more.

 **WANTED**
Seeking for help in finding the right job.

 **CLASSIFIED**
Looking for a place to invest right?

 **WANTED**
This, Indonesia, Vietnam, Singapore, Taiwan and other. Details available and language path.

 Learn English with the Bangkok Post
Today: Real time

Bangkok Post

WEATHER HIGH: 30 LOW: 23 (8/17/98)
SET Index CLOSED
Bak/USD CLOSED
Gold Bkk CLOSED

Sun, August 30, 1998

DIET Index Exchange Rates

News

PUBLIC HEALTH

Heads will roll, warns premier

Scandal may lead to purge in government

Prime Minister Chuan Leekpai yesterday threatened a cabinet reshuffle if any coalition members are found to be involved in the medical supply purchase scandal that has dogged the Public Health Ministry.

Tag Perspective

BORDER / LAND MINES

Caught in the crossfire

KILLING FIELD: Land mines laid by Burmese forces along the northern border in Mae Hong Son continue to strike terror in the hearts of farm communities.

The lush greenery of the Mae Hong Son countryside is a picture of false innocence: the pathways winding

Fun Virtual Bangkok Map of URLs

Send to your company's URL, location address & Computer name (Click here)

*Miyazaki Economic Review

Daily Editorial Commentary Map Posting

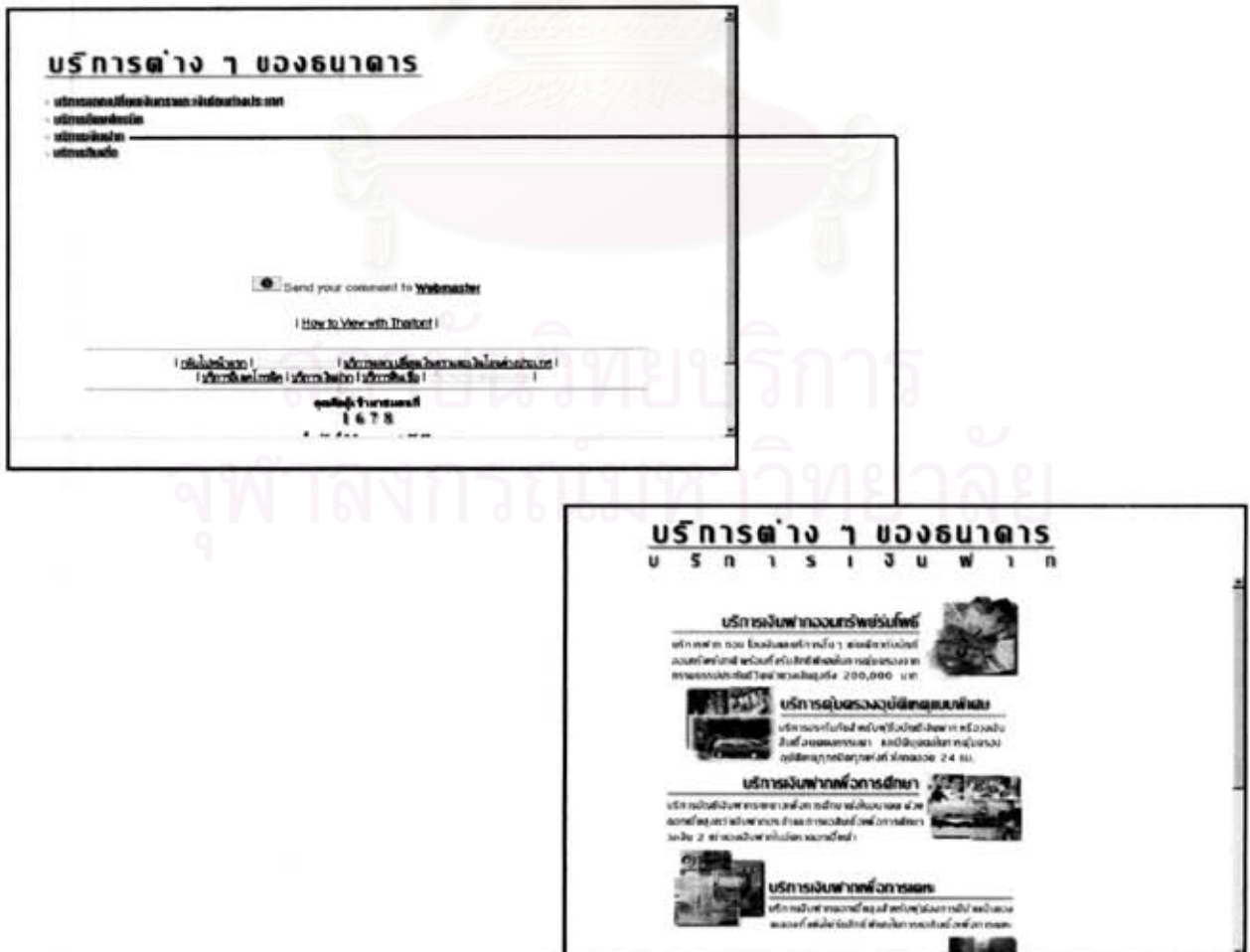
แผนภาพที่ 110 แสดงหน้ากระดาษต่างๆ ของหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ ก่อนมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบ



แผนภาพที่ 113 แสดงหน้าเว็บเพจแบบต่างๆ

รูปแบบการจัดวางหน้าอื่นๆ ของธนาคารมีรูปแบบที่ต่างกันออกไปอีก เช่น หน้าของบริการต่างๆ ของธนาคารนำเสนอข้อมูลส่วนของการบริการด้วยรูปแบบแผนผังรูปต้นไม้ มีกิ่งก้านเป็นบริการด้านต่างๆ การออกแบบหน้านี้ถึงแม้จะมีรูปแบบที่ต่างกันออกไป แต่ยังมีแนวความคิดที่ต่อเนื่อง อีกรูปแบบหนึ่งเป็นการจัดหน้าในส่วนของ SCB Global Network ซึ่งใช้กรอบสีม่วงเข้มมีลวดลาย และมีโลโก้วางอยู่ในกราฟฟิครูปต้นไม้ ซึ่งมีแนวความคิดเดียวกันกับหน้าอื่นๆ

นอกจากนี้ เป็นหน้าข้อมูลของธนาคาร ซึ่งใช้โครงสร้างของหน้าแบบเดียวกัน อย่างมีการจัดวางที่เรียบง่ายบนพื้นฉากหลังสีขาว ในหน้าของข้อมูลนี้มีภาพถ่ายใช้ประกอบข้อมูลบ้าง จะเห็นได้ว่า หน้าของธนาคารไทยพาณิชย์วางส่วนการนับจำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์ไว้ในส่วนของหน้าบริการต่างๆ ของธนาคาร



แผนภาพที่ 114 แสดงการเชื่อมโยงของข้อมูล

บริษัท เคเอสซี จำกัด

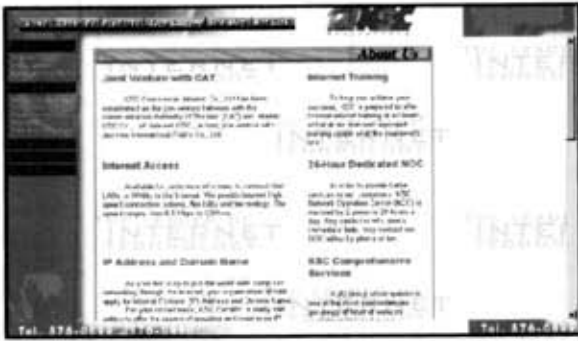


แผนภาพที่ 115 หน้าโฮมเพจของบริษัท เคเอสซี จำกัด

หน้าโฮมเพจของบริษัท KSC จัดวางหน้าโดยการใส่กรอบโดยมีปุ่มเมนูนำทางทั้งด้านบนของหน้า และกรอบทางด้านซ้าย กรอบทางด้านบนเว้นช่องว่างไว้สำหรับวางโลโก้ ซึ่งวางเครื่องมือในการนับจำนวนผู้เข้าชมได้ด้วย มุมทั้ง 2 ด้านล่าง วางเบอร์โทรศัพท์เพื่อการติดต่อกับบริษัทเอาไว้ พื้นที่ของหน้ากระดาษนั้นใช้ตัวหนังสือมาวางเป็นลวดลายของพื้นจากหลัง ตรงกลางมีปุ่มเมนูในอีกลักษณะหนึ่ง ซึ่งรูปแบบคงตัวในการจัดวางหน้าในลักษณะนี้บริษัท KSC ใช้เพื่อการวางหน้าเว็บของบริษัททุกหน้า ส่วนปุ่มเมื่อนั้นบางปุ่มใช้เพื่อเดินทางเชื่อมโยงสู่ไซต์อื่นๆ บางปุ่มมีการใช้ตัวหนังสือเคลื่อนไหว นอกจากนั้นยังเป็นที่วางแบนเนอร์โฆษณาของบริษัทอื่นๆนำมาฝากไว้ หน้าโฮมเพจของ KSC สามารถ Scroll เพื่อการดูข้อมูลได้มากกว่า 1 หน้ากระดาษ ด้านล่างของหน้ามีที่อยู่สำหรับอีเมลล์และที่อยู่สำหรับติดต่อกับบริษัท

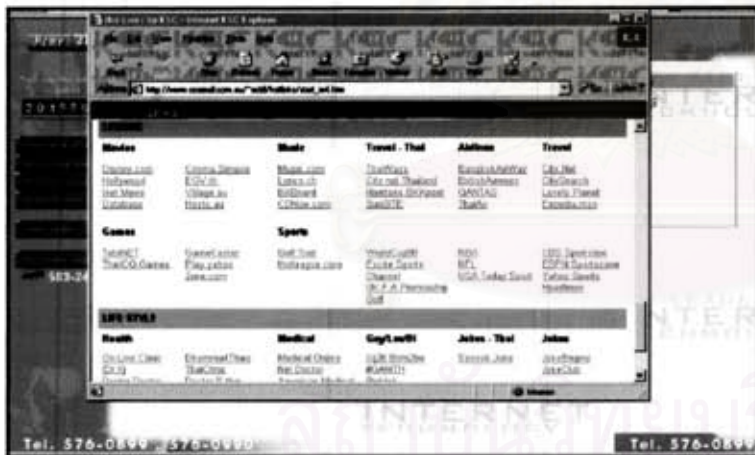


แผนภาพที่ 116 แสดง Footer หน้าโฮมเพจของ KSC

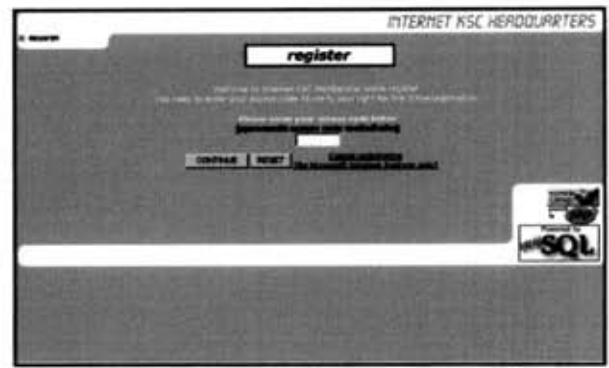
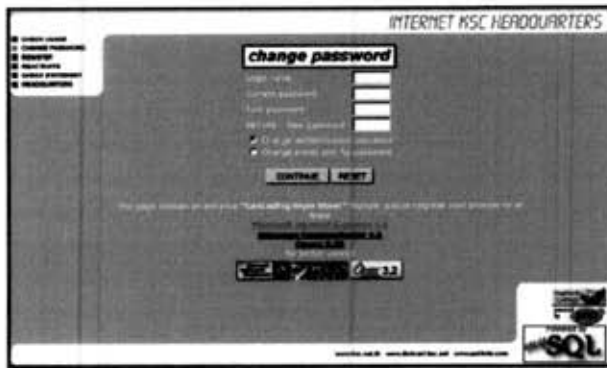


แผนภาพที่ 117 แสดง Footer หรือ Note หน้าโฮมเพจของ KSC

เมื่อเปิดเข้าไปในหน้าอื่นๆ ของ KSC พบว่า KSC มีการใช้กรอบแบบเดียวกัน มีลักษณะการจัดวางหน้าแตกต่างกันเพียงเล็กน้อยในแต่ละหน้าตามแผนภาพที่ 117 นอกจากหน้าข้อมูล KSC ซึ่งเป็นองค์กรที่ให้การบริการเครือข่าย ยังมีหน้าที่มีการปฏิสัมพันธ์กับผู้บริหาร โดยสามารถทำการเชื่อมโยงกับเครือข่ายอื่นในลักษณะของการเชื่อมโยงข้อมูล เลือกเว็บไซต์ที่มีการเชื่อมโยงได้โดยการใช้ Pop-up Menu ดังที่แสดงในแผนภาพที่ 117 มีหน้าของการส่งข้อความถึงบริษัท หน้าที่เข้าไปเพื่อทำการเปลี่ยน Password หรือเปลี่ยนรหัสผ่านเข้าเครือข่ายของผู้ใช้บริการของบริษัท เช็คข้อมูลการใช้งานอินเทอร์เน็ต การลงทะเบียน และการต่ออายุสมาชิก ซึ่งมีรูปแบบ ในการจัดวางหน้าแบบใช้กรอบอีกรูปแบบหนึ่ง แต่ยังคงใช้พื้นสีฟ้า การเข้าสู่หน้าข้อมูลเหล่านี้ ผู้เข้าชมต้องพิมพ์ Password ในการเข้าปฏิสัมพันธ์เสียก่อนจึงจะเข้าสู่ระบบฐานข้อมูลได้

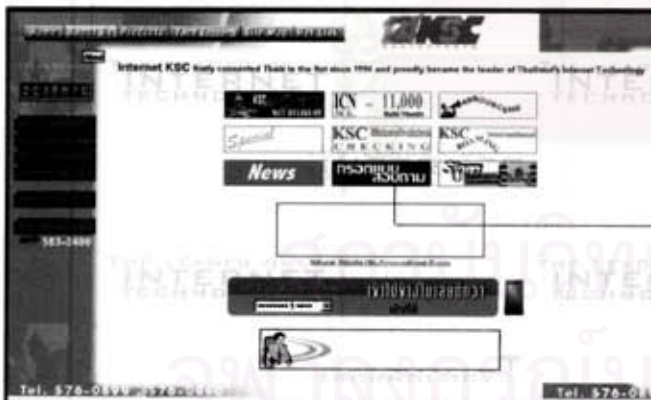


แผนภาพที่ 118 แสดงเครือข่ายเชื่อมโยงกับเว็บไซต์อื่นๆ และหน้าส่งข้อความซึ่งใช้ Pop-up Menu



แผนภาพที่ 119 เว็บไซต์ที่มีการปฏิสัมพันธ์ให้เช็คการใช้งานอินเทอร์เน็ตของสมาชิก
การลงทะเบียน และรหัสผ่าน

นอกจากการปฏิสัมพันธ์ดังในแผนภาพที่ 119 แล้ว แผนภาพที่ 120 ยังแสดงลักษณะของการปฏิสัมพันธ์
โดยการกรอกแบบสอบถามที่มีการจับฉลากชิงรางวัลอีกด้วย ซึ่งเป็นหน้าที่เชื่อมโยงมาจากหน้าโฮมเพจ



แผนภาพที่ 120 เว็บไซต์ที่มีการปฏิสัมพันธ์ โดยการกรอกแบบสอบถามจับฉลากชิงรางวัล

บริษัท ล็อกซ์อินโฟเซอริวิต จำกัด

Comprehensive International Trade Fair for the Automotive Industry
BITEC, Bangkok, Thailand

Shopping Thailand by Loxinfo

Welcome to Loxinfo

about us | search | contact us | download | sitemap | sitemap

Product & Services | Pricelist | Member's Privilege | Node & Phone Numbers | Member Support | Account Management

Hotlink

- Check Usage Time
- Change Parameters
- Trashed Yellow Pages
- Shopping Thailand
- Loxinfo Store
- Info Card
- Market
- Self Test
- Job Classified
- TUCOM
- Loxinfo About
- Loxinfo-SM System
- Loxinfo-FAQ
- Advis

Announcement

12 April, 1999 Songkran Holidays

9 April, 1999 Additional 56Kbps Digital Lines in RAYONG Node

1 April, 1999 Price Adjustment after New VAT Rate

Previous Announcement

Click Here

98-99

"April Special Offer 20% off"
Golden Jubilee Stamp Set from \$60 to \$40

You are visitor no. 1186044 Since October 1st, 1998

Copyright © 1998, Loxley Information Services Co., Ltd.

เมนูเชื่อมโยง
ไซต์อื่นอยู่ใน
รูปแบบตัวหนังสือ

เมนูเชื่อมโยง
ไซต์อื่นอยู่ใน
รูปแบบกราฟฟิก

แบนเนอร์โฆษณา

รูปแบบการจัดวาง
เมนูแบบกึ่งใช้กรอบ
เป็นลักษณะของ
การใช้รูปแบบคงตัว

แบนเนอร์เชื่อมโยง
เครือข่ายอื่น

แบนเนอร์โฆษณา

แผนภาพที่ 121 หน้าโฮมเพจของ บริษัท ล็อกซ์อินโฟเซอริวิต จำกัด

หน้าโฮมเพจของบริษัท ล็อกซ์อินโฟเซอริวิต จำกัด เป็นแบบกึ่งใช้กรอบ โดยการวางตำแหน่งของเมื่อนำทางทั้งด้านบนในตำแหน่งเดียวกันทุกหน้า ซึ่งมีทั้งวางปุ่มเมนูในแถบสีด้านบนและด้านข้าง ด้วยการออกแบบลักษณะของปุ่มที่เป็นทั้งกราฟฟิก ตัวหนังสือ ซึ่งโฮมเพจใช้พื้นฉากหลังสีขาว มีการวางแบนเนอร์โฆษณาและส่วนเชื่อมโยงกับเครือข่ายอื่นๆ จำนวนมาก ตอนท้ายสุดของหน้ากระดาษ มีการนับจำนวนผู้เข้าชมไซต์ และเมื่อนำทางที่เป็นทางลัดเชื่อมโยงสู่เนื้อหาได้ ความยาวของหน้าโฮมเพจนี้มากกว่า 1 หน้ากระดาษ และสามารถดูข้อมูลได้ด้วยการ Scroll เลื่อนดูข้อมูลตามแนวดิ่ง

ส่วนที่เปลี่ยนแปลงในรูปแบบคงตัวของแต่ละหน้าของข้อมูลที่แตกต่างกัน

เปลี่ยนรูข้อมุลได้ในแนวคิด

First Month	900 kbit with 20 hours for first month usage 1,200 kbit with 30 hours for first month usage												
Second and the following months	<table border="1"> <thead> <tr> <th>WEEK 1</th> <th>WEEK 2</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Login Time: 10 hrs/month</td> <td>20 hrs/month</td> </tr> <tr> <td>Extra: 40 kbit/ 1 hour</td> <td>30 kbit/ 1 hour</td> </tr> <tr> <td>Disk Space: 2 MB</td> <td>2 MB</td> </tr> <tr> <td>Email: Unlimited No. of Emails with in 2 MB</td> <td>Unlimited No. of Emails with in 2 MB</td> </tr> <tr> <td>Monthly fee: 500 kbit</td> <td>900 kbit</td> </tr> </tbody> </table>	WEEK 1	WEEK 2	Login Time: 10 hrs/month	20 hrs/month	Extra: 40 kbit/ 1 hour	30 kbit/ 1 hour	Disk Space: 2 MB	2 MB	Email: Unlimited No. of Emails with in 2 MB	Unlimited No. of Emails with in 2 MB	Monthly fee: 500 kbit	900 kbit
WEEK 1	WEEK 2												
Login Time: 10 hrs/month	20 hrs/month												
Extra: 40 kbit/ 1 hour	30 kbit/ 1 hour												
Disk Space: 2 MB	2 MB												
Email: Unlimited No. of Emails with in 2 MB	Unlimited No. of Emails with in 2 MB												
Monthly fee: 500 kbit	900 kbit												
For person who apply for the internet service	<table border="1"> <thead> <tr> <th>WEEK 3</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Login Time: 30 hours</td> </tr> <tr> <td>Extra: 100 hours</td> </tr> <tr> <td>Disk Space: 2 MB</td> </tr> <tr> <td>Email: Unlimited No. of Emails with in 2 MB</td> </tr> <tr> <td>Monthly fee: 4,500</td> </tr> </tbody> </table>	WEEK 3	Login Time: 30 hours	Extra: 100 hours	Disk Space: 2 MB	Email: Unlimited No. of Emails with in 2 MB	Monthly fee: 4,500						
WEEK 3													
Login Time: 30 hours													
Extra: 100 hours													
Disk Space: 2 MB													
Email: Unlimited No. of Emails with in 2 MB													
Monthly fee: 4,500													

แผนภาพที่ 122 หน้าต่างๆ ของเว็บไซต์ของ บริษัท ล็อกอินโฟเซอริวิส จำกัด

แผนภาพนี้ แสดงการวางข้อมูลในหน้าเว็บเพจในรูปแบบต่างๆกันไปตามลักษณะของข้อมูล แต่ตำแหน่งการวางรูปแบบคงตัว ซึ่งเป็นส่วนการวางหัวข้อและปุ่มเมนูด้านบนยังอยู่ในรูปแบบเดิม โดยเปลี่ยนแปลงภาพที่เป็นส่วนตกแต่งเล็กน้อยในเว็บไซต์นี้ มีการปฏิสัมพันธ์โดยการตอบแบบสอบถาม

Questionnaire

home | about us | search | contact us | download | sitemap | sitemap

Product & Services | Private | Member's Privilege | Node & Phone Numbers | Member Support | Account Management

About LoxInfo Service

In order to provide better service to our potential customers, we do appreciate your time in filling out these questionnaire and comments. This will be a valuable input for us to better service you.

About access service.

EMAIL : _____

1. Your Net experience

Beginner Intermediate Advance

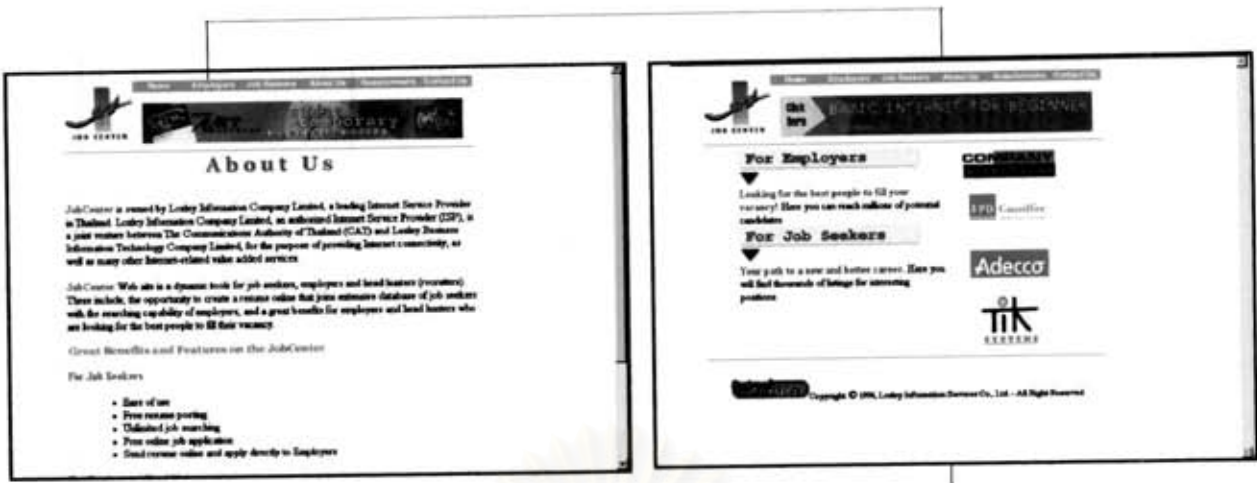
2. Your speed Internet connection

14.4 kbps 28.8 kbps 33.6 kbps

Others ; please specify _____

3. The other Internet Service Providers that you used to access to (Can choose more than one)

แผนภาพที่ 123 หน้าการปฏิสัมพันธ์ภายในเว็บไซต์ของ บริษัท ล็อกอินโฟเซอริวิส จำกัด

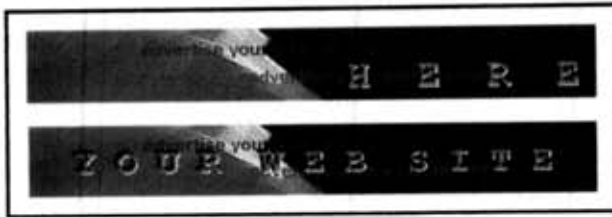


แผนภาพที่ 124 หน้าของข้อมูลส่วน Job Center

แผนภาพนี้แสดงการกระจายข้อมูลของ Job Center และรูปแบบการจัดวางที่แตกต่างออกไป โดยการใช้กรอบรูปแบบคงตัวอีกแบบหนึ่ง โดยด้านบนของหน้าเป็นตำแหน่งการวางแบนเนอร์ โลโก้ และใช้ภาพเคลื่อนไหวในบางหน้า บางหน้ามีการใช้เทคนิคพิเศษกับตัวหนังสือแบนเนอร์ ข้อมูลสำหรับส่วนนี้คือข้อมูลเกี่ยวกับการจ้างงาน ทั้งกลุ่มลูกจ้างและกลุ่มผู้ประกอบการสามารถพบกันได้ในเว็บไซต์ โดยผู้ที่ต้องการหางานสามารถส่งประวัติและรายละเอียดเพื่อการสมัครงานผ่านทางไครต์นี้ โดยเลือกดูข้อมูลจากการสืบค้นจาก Pop up Menu



แผนภาพที่ 125 แสดงหน้าที่ให้สืบค้นข้อมูลโดยการใช้ Pop up Menu



แผนภาพที่ 126 แสดงส่วนของแบนเนอร์ที่เป็นเนื้อที่เพื่อโฆษณา
มีการใช้การเคลื่อนไหวและเทคนิคพิเศษ

Loxinfo Family
Quarterly Newsletter

HOME ABOUT US SPECIAL FOR YOU CONTACT US

special offer!

Loxinfo-Multichoice
Privilege Card

LOXINFO
CyberCard
just one price!

Loxinfo Family is a newly introduced quarterly newsletter for Loxinfo members which will be sent to all members by email quarterly.

Last updated: Nov 1, 2000

Announcement:

New service rate of International Roaming Services

With this International Roaming service, you can access Internet by using Loxinfo's account in more than 50 countries worldwide eliminating the needs of long distance calls. Just calling to local ISP in that country without having to make an overseas call back to Thailand. The new service rate is 500 Baht for start up fee (one time charge), pay per use fee : 15 Baht per connection and 4 Baht per minute. To apply for the service, please send your User-ID to comms@loxinfo.co.th, then you will receive a roaming password to use your account overseas. For more information, please call (02) 632-5288.

Phonelink pager ready now for MailAlert service.

From now onward, Phonelink subscribers can now apply for MailAlert service which is the service allowing you to be alerted whenever you have important Email coming in. Currently, MailAlert system is linked to the Hot-bean, Easy Call, Pacalink and PostTel paging systems and the latest partner, Phonelink. This makes Loxinfo the only ISP which can provide MailAlert service supporting all of the leading paging systems in Thailand. The service fees are start up fee 300 Baht and monthly fee 900 Baht per 3 months, 1,500 Baht per 6 months or 2,400 Baht per year.

Special for You.

Job Site: The Best Way to Apply Your Job in Year 2000

For "Special For You" column in this issue, we would like to introduce "Job Site", one of interesting Websites created by Loxinfo which is at <http://www.job.jobinfo.co.th>. This site let you find and apply for jobs offered by many companies within a few minutes without having to personally walk in by yourself. The site contain companies with 2 parts, the first one for companies would like to recruit employees. They can fill in the company name, business type, numbers of position and applicants' qualifications. Another part is for applicants who want to apply for jobs by simply fill in their resume and required education which will be sent immediately to the destination company via Internet network.

GO BACK TO TOP

Copyright (1998-2000) Information Systems Co., Ltd. All Rights Reserved.

เมนูนำทาง
เพื่อเปิด
เข้าสู่หน้าเกม

แผนภาพที่ 127 หน้าของ Loxinfo Family

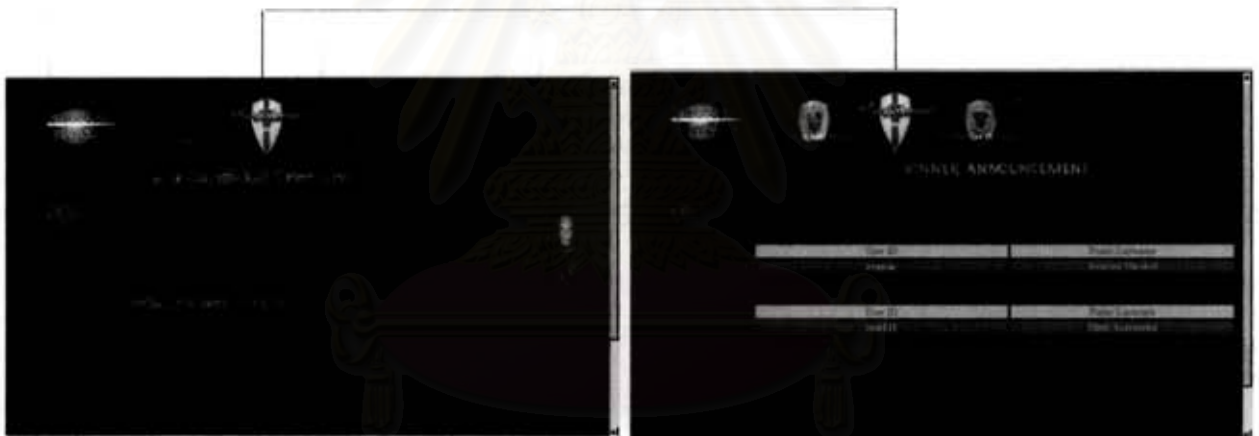
ในเว็บไซต์หน้าของของ Loxinfo Family ที่มีรูปแบบการออกแบบในอีกรูปแบบหนึ่งซึ่งใช้กรอบ แต่ยังคงไว้ซึ่งโครงสร้างที่ใช้ในการออกแบบเว็บเพจของบริษัท คือ สีฟ้า, น้ำเงินและแดง ข้อมูลสามารถเลื่อนดูได้ข้อมูลตามแนวดิ่ง ในส่วนของหน้า Loxinfo Family มีส่วนของการเชื่อมโยงสู่การเล่นเกมส์ด้วย ซึ่งรูปแบบของหน้าเกมส์เป็นดังแผนภาพที่ 128 นี้



เมนูเปิดเข้าดูชื่อผู้ชนะ

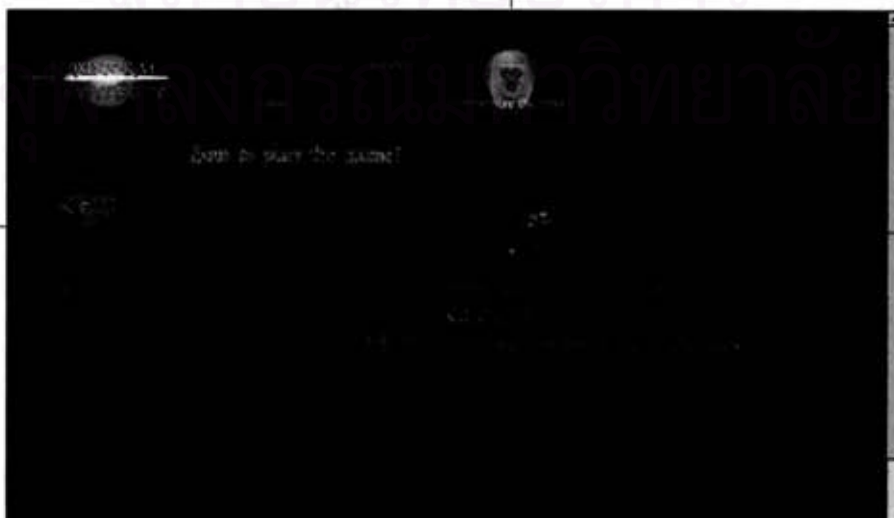
แผนภาพที่ 128 หน้าเกมส์ของเว็บไซต์ บริษัท ล็อกซอินโฟ เซอร์วิส จำกัด

หน้าเกมนี้ผู้รับสารต้องทำการโหลด Plug-in เสียก่อนจึงจะสามารถเล่นเกมได้ หน้านี้มีการใช้เทคนิคพิเศษ และภาพเคลื่อนไหวในบางจุดซึ่งสร้างความตื่นเต้นและความบันเทิงให้ผู้รับสารได้



ใช้เทคนิคพิเศษที่ไม่เมนูรูปแบบกราฟฟิกที่สว่างขึ้นเมื่อเลื่อนเมาส์ไปวาง

ปุ่มเมนูสว่างขึ้นเมื่อเลื่อนเมาส์ไปวาง

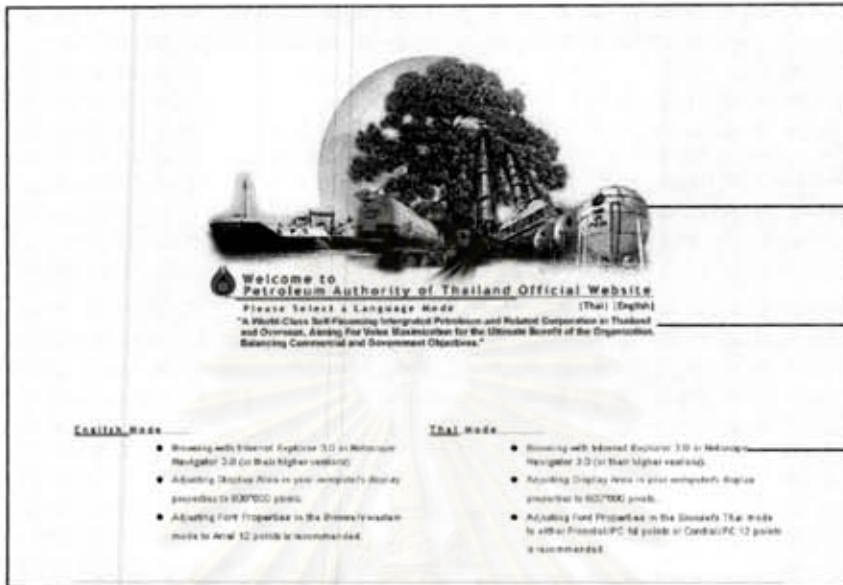


ตัวการ์ตูนเคลื่อนไหวในลักษณะก้าวเดินอยู่กับที่

แผนภาพที่ 129 แสดงการเชื่อมโยงข้อมูลของหน้าเกมส์

องค์กรไม่แสวงผลกำไร

การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย



ภาพกราฟฟิค
ตกแต่งที่ม่งบอก
ภาพพจน์และ
เอกลักษณ์
ขององค์กร

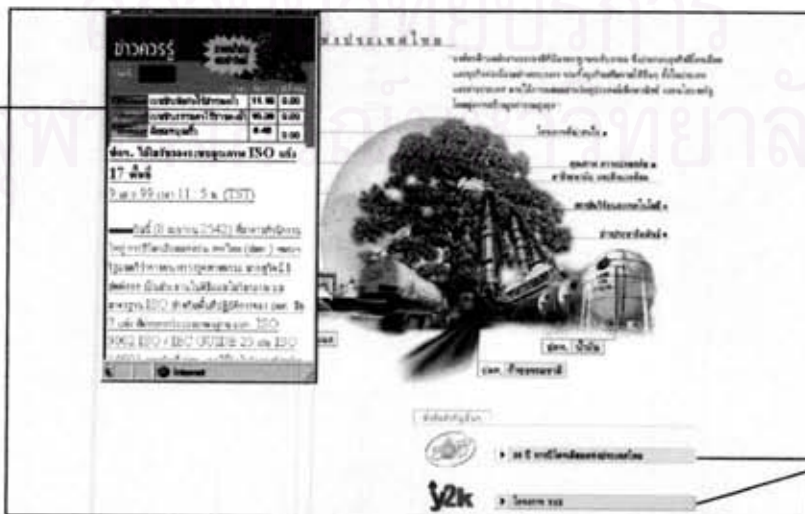
คำพูดที่สื่อ
ถึงวิสัยทัศน์
ขององค์กร

คำแนะนำ หรือ
comments
ในการเข้าดู
ข้อมูลในไซต์นี้

แผนภาพที่ 130 แสดงหน้าเวลค์เมทของกรปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย

เวลค์เมทของกรปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย ใช้พื้นจากหลังเป็นสีเหลือง ภาพประกอบเป็นการนำเอาภาพถ่ายหลายๆ ภาพเกี่ยวกับโรงงานผลิตและการใช้น้ำมันมาทำการสแกนและทำการตกแต่ง โดยการวางแบบไม่มีกรอบ ลักษณะของภาพที่ใช้เพื่อสื่อถึงเอกลักษณ์เฉพาะขององค์กรที่เห็นความสำคัญในสิ่งแวดล้อม โดยการนำสีเหลืองและสีเขียวซึ่งเป็นสีของธรรมชาติมาประกอบในหน้า เวลค์เมทวางคำกล่าวถึงวิสัยทัศน์ขององค์กร และคำแนะนำในการท่องเว็บไซต์นี้ให้กับผู้รับสารในหน้านี ส่วนในแผนภาพที่ 131 แสดงหน้าโฮมเพจที่มีการจัดวางคล้ายหน้าเวลค์เมท เพียงแต่มีปุ่มเมนูนำทางที่เป็นตัวหนังสือเพิ่มเข้ามา นอกจากนี้ในหน้าโฮมเพจนี้ มีช่วงเวลาที่จะปรากฏ Pop up Menu ของข่าวที่ควรรู้ขึ้นมาด้วย

Pop-up Window
ที่ปรากฏขึ้นเอง
ในหน้าโฮมเพจ
เพื่อข่าวก้าวครวรู้



ปุ่มเมนูนำสู่
ข้อมูลหน้า Y2K
และหน้าครบรอบ
26 ปี

แผนภาพที่ 131 แสดงหน้าโฮมเพจที่มี Pop up Window ข่าวควรรู้ในหน้าโฮม



เมนูนำทาง
วางบนกราฟฟิก
ในหน้าข้อมูลหลัก
ที่เหมือนกันทุกหน้า

เมนูนำทาง
รูปแบบ
ตัวหนังสือ



เมนูเปลี่ยนสี
เมื่อถูกคลิก

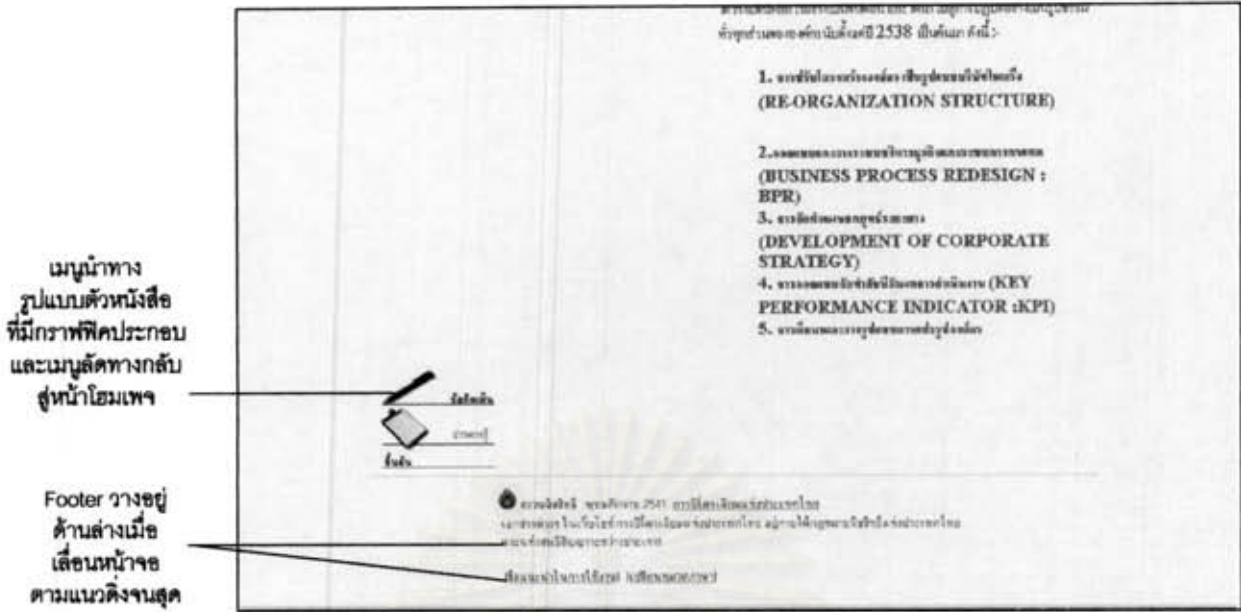
หน้าแผนที่ไซต์ซึ่งมี
ให้เห็นชัดเจน
ในเมนูนำทางของทุกหน้า



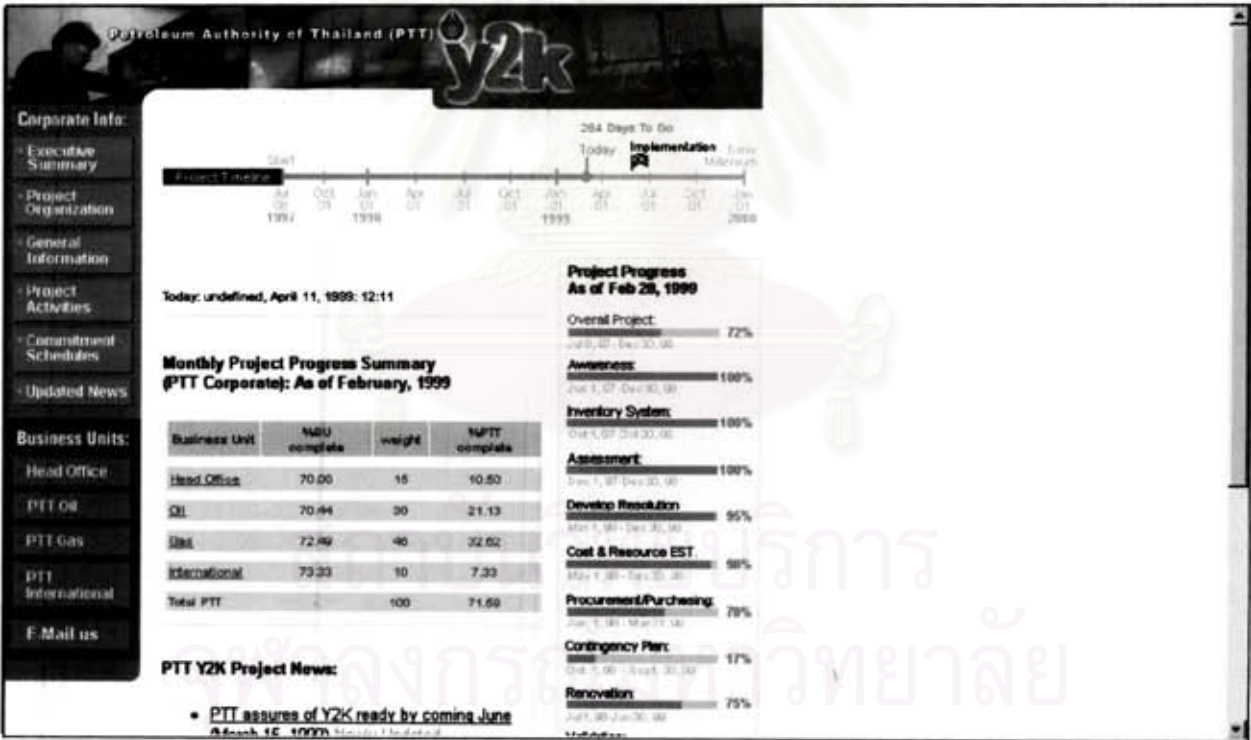
เลื่อนดูข้อมูล
ได้ด้วยกรวย Scroll

แผนภาพที่ 132 แสดงหน้าข้อมูลต่างๆของเว็บไซต์นี้

ในแผนภาพที่ 132 แสดงรูปแบบคงตัวในการจัดวางอีกรูปแบบหนึ่งซึ่งเป็นแบบไม่ใช้กรอบ แต่การวางส่วนนำทาง และการวางภาพประกอบยังคงอยู่ในตำแหน่งเดิม และใช้รูปแบบนี้ในทุกหน้าภายในเว็บไซต์ ส่วนของการวางปุ่มเมนูใช้ภาพวาดเป็นต้นไม้ และใช้แขนของรากไม้ที่นั่นเป็นกึ่งกั้นแสดงเมนูของหัวข้อหลักที่เป็นลักษณะตัวหนังสือ และตัวหนังสือที่เป็นเมนูนี้เมื่อเลื่อนเมาส์ไปวางจะเกิดการเปลี่ยนสีขึ้น ในตอนท้ายสุดของหน้าเมื่อเลื่อนตามแนวตั้งจนสุดนั้น มี Note หรือ Footer วางไว้เพื่อเป็นเมนูลัดไปสู่หน้าอื่นๆ ภาพที่ใช้ในหน้าข้อมูลนี้ใช้ภาพหลายๆภาพมาตกแต่งเช่นเดียวกับหน้าอื่นๆ โดยสังเกตได้ชัดเจนอีกอย่างว่า ป.ต.ท. พยายามที่จะนำเสนอข้อมูลด้วยคำกล่าวที่สื่อถึงวิสัยทัศน์ขององค์กรอย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้แผนภาพที่ 133 เป็นหน้าที่เพิ่มเข้ามาในระหว่างการเก็บข้อมูลมีหน้าที่เป็นข้อมูลของ Y2K ซึ่งมีรูปแบบของหน้าที่แตกต่างกัน



แผนภาพที่ 133 แสดงการวางเมนูและ Footer ในส่วนล่างสุดของหน้า



แผนภาพที่ 134 แสดงหน้าเว็บเพจส่วนของหน้าข้อมูล Y2K

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

หัวข้อใช้ตัวหนังสือออกแบบให้มีลักษณะค่อนข้างบ่งบอกเอกลักษณ์ไทยวางภายในส่วนตกแต่งลักษณะคล้ายชายคาบ้านทรงไทย

เมนูนำทางรูปแบบตัวหนังสืออีกแบบหนึ่ง



เมนูนำทางรูปแบบตัวหนังสือที่วางในกรอบ

มีการเคลื่อนไหว

เมนูเชื่อมโยงเครือข่ายของโครงการที่ดำเนินงานโดยททท.

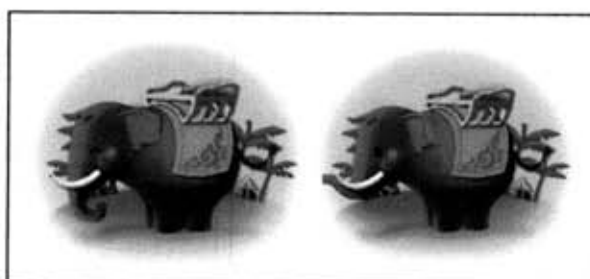
เมนูนำทางลัดสู่ข้อมูล

Footer

โลโก้การใช้การเคลื่อนไหว

แผนภาพที่ 135 โสมเพจของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

โสมเพจของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีความยาวมากกว่า 1 หน้ากระดาษ สามารถดูข้อมูลได้โดยวิธีการ Scroll ซึ่งจะมีลักษณะการดูข้อมูลลักษณะนี้ในทุกๆ หน้า กรอบและรูปแบบการจัดวางของ ท.ท.ท. มี 2 รูปแบบ โดยแสดงความเป็นเอกลักษณ์ขององค์กรอย่างชัดเจน การออกแบบที่นำเอาลายไทยมาตกแต่งทำกรอบให้สีแดงและสีทองเป็นสีหลักของกรอบ กรอบวางเมนูด้านบนสุดของหน้าใช้แถบสีดำ วางตัวหนังสือสีขาว ใช้การดูรูปข้างมาประกอบโดยเคลื่อนไหวอริยาบถ เช่น ยกขา ชูวง และส่ายหาง ดังแผนภาพที่ 136 การวางเมนูนำทางในหน้าโสมเพจนี้มีอีกรูปแบบหนึ่งคือ รูปแบบ ตัวหนังสือที่จัดวางอยู่รอบตัวข้างที่วาง อยู่ตรงกลางและใช้ลายไทยดอกเล็กๆ ประกอบ หน้านี้มีส่วนเชื่อมโยง และด้านล่างสุดของหน้า มีกราฟฟิครูปต่างๆ ที่อยู่ในกรอบเป็นปุ่มเมนูนำทางเพื่อลัดสู่ข้อมูลบางหน้าได้ ได้เมนูนี้มีข้อมูลของเทศกาลที่เกิดขึ้นในขณะนั้น




แผนภาพที่ 136 แสดงการเคลื่อนไหวอริยาบถของการ์ตูนรูปช้าง

ใช้การเคลื่อนไหว
การต้อนรับ
ทางซ้ายของหน้าจอ
และภาพที่มีกราฟฟิก
คำพูดมีการเปลี่ยนแปลง

Exotic Thailand

CONTACT | MENU | SEARCH | HOME



welcome to the land of smiles



Environment

Geography: The Kingdom of Thailand, covering an area of 514,000 square kilometers, lies in the heart of Southeast Asia, roughly equidistant between India and China. We share borders with Burma to the west and north, Laos to the northeast, Cambodia to the east and Malaysia to the south.

Topography: Thailand is divided into four distinct areas: the mountainous North, the fertile Central Plains, the semi-arid plateau of the Northeast, and the peninsula South, distinguished by its many beautiful tropical beaches and offshore islands.

Climate: Thailand lies within the humid tropics and remains hot throughout the year. Average temperatures are about 29°C, ranging in Bangkok from 35°C in April to 17°C in December.

Environment
[History](#)
[Religion](#)
[Monarchy](#)
[Thai horoscopes](#)


หัวข้อย่อย
ที่มีออกแบบ
ให้เป็นรูปแบบ
คงตัวและมี
เอกลักษณ์

เปลี่ยนสีกรอบนี้ในแต่ละหัวข้อ

หัวข้อหลักที่
เปลี่ยนไปใน
แต่ละหน้า

Enchanting Thailand

CONTACT | MENU | SEARCH | HOME



advice for the visitor

General Information


Climate: We enjoy a tropical climate with 3 distinct seasons - summer from March through May, rainy with plenty of sunshine from June to September and cool from October through February. The average annual temperature is 29°C (83°F), ranging from in Bangkok, for example, from 30°C in April to 25°C in December.

What to wear: Light, loose cotton clothing is best. Nylon should be avoided. Sweaters are needed during cool season evenings or if visiting mountainous areas or national parks. Jackets and ties are required in a few restaurants and nightclubs. Neat clothes are required for entering temples or palaces.

Local time: GMT + 7 hours.

Business hours: Most offices open from 9 am to 5 pm, Monday to Friday, except on public holidays. General banking hours are Monday to Friday 9.30 am to 3.30 pm. Many stores open 12 hours a day, seven days a week.

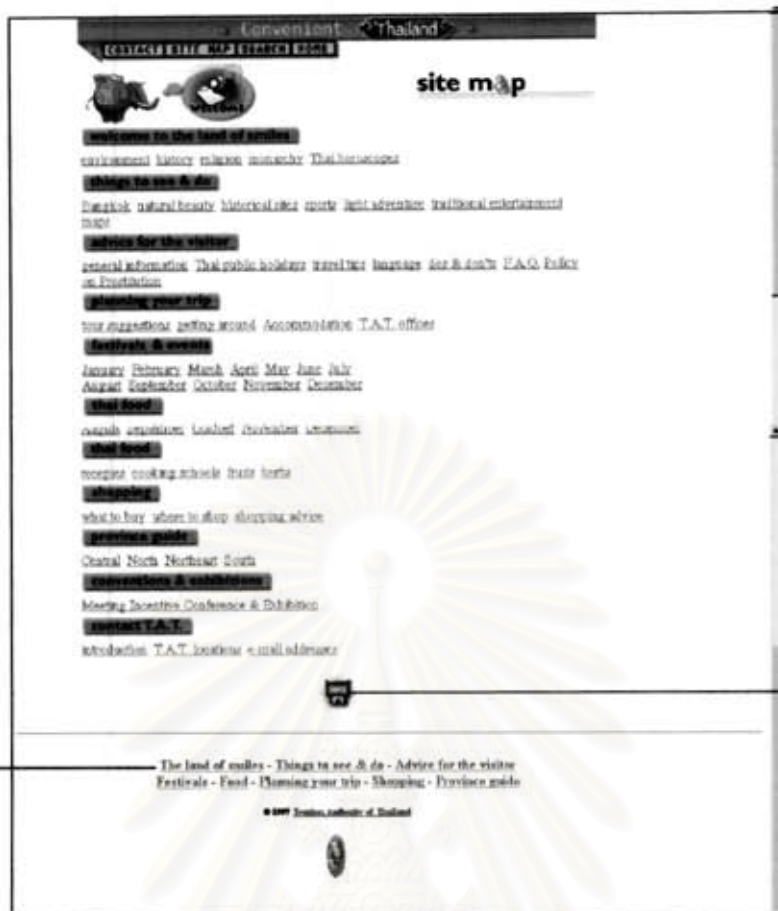
General information
[Thai public holidays](#)
[Travel tips](#)
[Language](#)
[Dress & conduct](#)
[Frequently asked questions](#)
[Buses & ferries](#)
[Policy on Prostitution](#)
- [The Prostitution, sex tourism, & prostitution](#)
- [Penalty for the Offender](#)



การใช้กรอบวาง
เมนูในอีกรูป
แบบหนึ่งของหน้า
ข้อมูลซึ่งเป็นการใช้
รูปแบบคงตัว
ในการจัดวาง

แผนภาพที่ 137 แสดงกรอบในหน้าของข้อมูล

หน้าข้อมูลมีการออกแบบในการวางกรอบอีกรูปแบบหนึ่ง โดยการวางหัวข้อในแถบสีแดง และวางปุ่มเมนูมุมล่างด้านซ้ายของแถบนี้ด้วย การวางหัวข้อในรูปแบบของป้ายชื่อของไทยวางตัวหนังสือคำว่า Thailand โดยมีชื่อหัวข้อวางด้านหน้า มีการใช้ภาพกราฟฟิกประกอบบ้างในหน้า เมื่อนำทางยังคงใช้ตัวหนังสือในบางหัวข้อซึ่งวางอยู่ในรูปแบบคงตัวในทุกหน้า การใช้รูปแบบหัวข้อมีการออกแบบบางตัวของตัวหนังสือได้กรอบวางหัวข้อและกรอบวางเมนู มีการใช้ภาพการ์ตูนรูปช้างเคลื่อนไหวเข้ามาทางด้านซ้ายของกรอบและขงวงบอกข้อความ ข้อมูลแต่ละหน้าของเว็บไซต์นี้มี ปุ่มเมนูกราฟฟิกที่น่าสนใจทางกลับสู่หน้าโฮมเพจ และมี Footer ที่เป็นเมนูลัด และ Note บอกที่อยู่ ในด้านท้ายสุดของหน้า และที่ขาดไม่ได้ คือ โลโก้ขององค์การการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่เคลื่อนไหวอยู่ล่างสุด



เมนูนำทาง
 ลัดสู่ข้อมูลต่างๆ
 จากหน้านี้ได้

ปุ่มเมนูนำทาง
 กลับสู่หน้าโฮมเพจ
 ตอนท้ายสุดของหน้า

แผนภาพที่ 138 หน้าแผนที่ไซต์

ในเว็บไซต่นี้มีหน้าแผนที่ไซต์เพื่อเป็นสิ่งที่ใช้สำหรับนำทางให้กับผู้รับสารได้ โดยมีการวางกรอบ
 เหมือนในหน้าอื่นๆ

สถาบันวิทยบริการ
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

องค์การการสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย

MCOT Thailand
1387093

Welcome to **www.mcot.or.th**
April 11, 1999

Hot News
MCOT 228 อ.ส.ม.ท. MCW
► เปิดตัวจริงวันที่ 10 เมษายน 2542
► บทบาท ไร้ขีดจำกัดของสื่อวิทยุกระจายเสียง
► อ.ส.ท. ใจดีกับชาวเอเชียทุกคน

More >>>
คลิกเพื่อดูภาพกิจกรรมล่าสุด

MCOT 228 อ.ส.ม.ท. ไร้ขีดจำกัดของสื่อวิทยุกระจายเสียง...
พร้อมด้วย...
► ข่าวสารบันเทิงล่าสุด
► ข่าวสารกีฬาสดๆ รวดเร็ว
► รายการสาระบันเทิงสาระบันเทิงสาระบันเทิง
► รายการสาระบันเทิงสาระบันเทิงสาระบันเทิง
► รายการสาระบันเทิงสาระบันเทิงสาระบันเทิง

MCOT Variety
Download Acrobat Reader
Download Flash
Download Java

MCOT News
TNA Online
Fud Fit Fo Fi
100.5 Entertainment
newslink

MCOT Radio
FM 100.5 MHz
FM 100.5 MHz
FM 100.5 MHz

Television City
TVS
A-Net
Asia Airport Hotel

ISP Links
Internet KSC

Hotel Links
Asia Airport Hotel

Weather Links
Weather in Asia with mcot

to a new community... **click here**

Copyright The Mass Communication Organization of Thailand. Since 1996
For comments to: Webmaster, Advertisement tel. 1992129183189

โลโก้ที่ได้รับยกย่องจากบริษัทไมโครซอฟท์ว่าเป็นเว็บไซต์ที่ดีที่สุด

เมนูนำทางรูปแบบตัวหนังสือที่วางในกรอบ

ส่งอีเมลล์ด่วน

Pop-up Menu เป็นทางเลือกเชื่อมโยงสู่ไซต์ที่ทำการเชื่อมโยง

แบนเนอร์โฆษณา

แผนภาพที่ 139 หน้าโฮมเพจขององค์การการสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย

องค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทยซึ่งเป็นเว็บไซต์หนึ่งที่มีการนำเสนอข้อมูลมากมายเกี่ยวกับข่าวสารและเรื่องต่างๆ รวมทั้งการเชื่อมโยงเครือข่ายกับเว็บไซต์อื่น รูปแบบการออกแบบใช้กรอบในการจัดวางหน้ากระดาษที่มีความยาวสามารถดูข้อมูลได้โดย วิธีการเลื่อนหน้าจอตามแนวดิ่ง ใช้กรอบสำหรับวางเมนูทางด้านซ้ายวางตัวหนังสือที่มีปุ่มเมนูในกรอบนี้ โดยมีโลโก้และระบบการนับจำนวนอยู่ด้านบนสุดของเมนูนำทางด้านล่างของเมนูนำทาง วางส่วนที่ให้การปฏิสัมพันธ์กับไซต์ด้วยการส่งอีเมลล์ได้ และส่วนนี้มีอยู่ในแทบทุกหน้าของเว็บไซต์นี้ ส่วนกลางไปจนถึงส่วนท้ายสุดของหน้า มีเมนูนำทางโดยใช้ Pop up Menu ให้เลือกสืบค้นข้อมูลไปยังไซต์ที่มีการเชื่อมโยง โครงสีหลักของไซต์นี้ใช้สีน้ำเงิน ฟ้ำ มีภาพประกอบที่เป็นภาพถ่ายบ้าง



แผนภาพที่ 140 แสดงการเคลื่อนไหวในแบนเนอร์ของไซต์อื่นที่นำมาฝากไว้



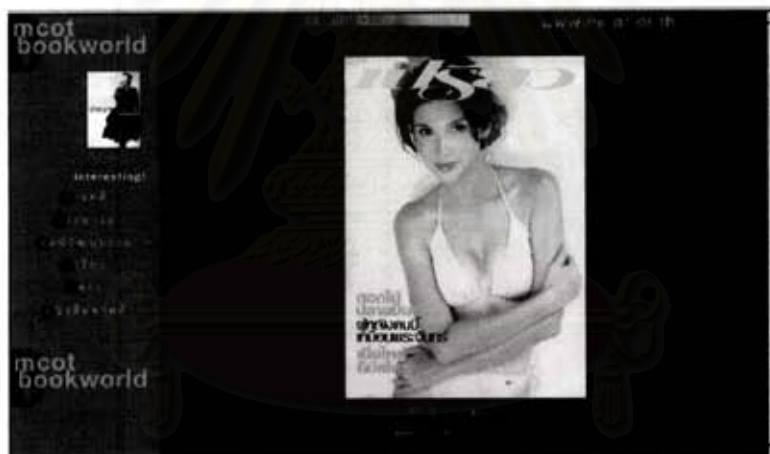
แผนภาพที่ 141 แสดงหน้าข้อมูลที่มีการใช้กรอบแบบเดิม

หน้าข้อมูลตามแผนภาพนี้ ใช้แถบสีในการวางหัวข้ออยู่ด้านบนสุด ด้านล่างของกรอบวางหัวข้อ มีเมนูตัวหนังสือนำทางสู่หน้าข้อมูลในหน้าของ TV นี้ โดยมีรายการทีวีให้ดูด้วย แต่ต้องโหลด Plug in เพื่อการดูเสียก่อนจึงจะสามารถดูได้



แผนภาพที่ 142 แสดง Pop up Window ของรายการหนึ่งของ อสมท

ทางเลือกในการดูข้อมูลหรือ TV ทางอินเทอร์เน็ต ใช้ลักษณะของ Pop up Window โดยมีให้เลือกดูเทพสำหรับการออกอากาศในแต่ละเดือนด้วย



แผนภาพที่ 143 แสดงหน้าของ Bookworld ของ อสมท

หน้า Bookworld นี้ มีหมวดหมู่ของหนังสือให้เลือกหาข้อมูลโดยการใช้ตัวหนังสือวางบนกรอบสีแดงด้านซ้ายมือ

มูลนิธิช่วยชีวิตสัตว์ป่า

เมนูนำทาง
รูปแบบ
ตัวหนังสือ
ที่วางในกรอบ

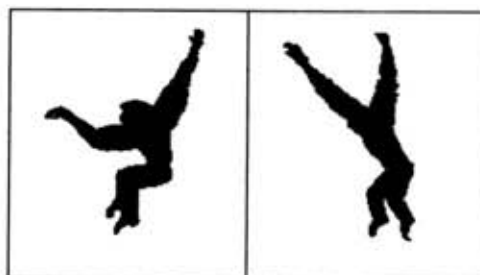
 <p>Home Page Gibbon Rehabilitation Project Our Objectives Species History Links, to help us? Contact Learn More about Gibbons Highland Forest</p>	<h3>Wild Animal Rescue Foundation of Thailand</h3> <p>The foundation runs several sanctuaries which are care for injured and orphaned wildlife. Their long term aim is to return as many of these animals as possible back to the wild where they belong.</p> <p>We evolved from the work of a few people who started in 1985 to rescue wild animals in distress. The fundamental objective of the Foundation is to take care of the wild animals that are disabled, ill, malnourished, and abandoned. If, after being in our care they produce offspring, it is hoped that with the help of experts in the wild animal rehabilitation such offspring can be trained to live as naturally in the wild. We know of several cases where well meaning people released pet wild animals in to the wild and most animals died, disappeared or caused damage to the forest.</p> <p>We have been assisted by the International Primate Foundation, Sumnerville, South Carolina, and other organizations and individual both on local and overseas. We welcome the assistance in cash and kind, volunteers to help with our work and experts to advise us.</p> <p>Please feel free to call or fax at the address mentioned below:-</p> <p>The Wild Animal Rescue Foundation of Thailand (WARF) 292 Sukhumvit Soi 33 Bangkok 10110, Thailand Tel: 258 5540 Fax: 261 0925</p> <p>or</p>	
---	--	--

แผนภาพที่ 144 แสดงหน้าโฮมเพจของมูลนิธิสัตว์ป่า

เว็บไซต์นี้ออกแบบด้วยการใช้กรอบในรูปแบบที่เรียบง่ายอย่างมีเอกลักษณ์ โดยการจัดวางบนหน้ากระดาษสีขาว ใช้ใบไม้มาตกแต่งเป็นกรอบสำหรับวางเมนูด้านซ้าย ด้านบนของกรอบวางเมนูนี้เป็นตำแหน่งในการวางโลโก้ เมนูในการนำทางมีลักษณะเป็นตัวหนังสือ ภาพประกอบที่ใช้เป็นรูปสัตว์ หรือภาพถ่ายที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาข้อมูล บางหน้ามีการใช้กราฟฟิครูปสัตว์เคลื่อนไหวหรือวิดีโอ ดังในแผนภาพที่ 145

 <p>Home Page Gibbon Rehabilitation Project Our Objectives Species History Links, to help us? Contact Learn More about Gibbons Highland Forest</p>	<h3>Gibbons</h3> <p><i>Hominidae</i> sp.</p> <p>Description: Gibbons are perhaps the most conspicuous animals in Southeast Asian rainforests. Their songs are described as some of the finest music ever uttered by a wild land mammal and their remarkable power and grace in swinging through their tall tree habitat is unparalleled. To many naturalists, gibbons are the voice and soul of the forest, an observation also held by indigenous peoples who have shared the same forests for centuries.</p>  <p>Because of their small body size, gibbons are termed lesser apes. Their arms are relatively longer than their legs, adapting them to suspensory locomotion--or brachiation-- which allows rapid movement through the forest canopy and access to preferred foods. Gibbons come in many different combinations of color, including jet black, silvery, rufous or cinnamon; some species' colors vary with gender while other species change color as they mature.</p> <p>Gibbons in North American institutions are primarily represented by three species. The siamang (<i>Hominidae siamangensis</i>) is the largest and both sexes are all black but the male can be distinguished by a conspicuous silken throat sac used for loud vocalizations. The white-headed gibbon (<i>H. leucon</i>) varies widely in appearance from area to area and can be either black or buff.</p>
---	---

ใช้กราฟฟิคเคลื่อนไหว



แผนภาพที่ 145 แสดงการเคลื่อนไหวของกราฟฟิครูปสัตว์ที่ใช้ในเว็บไซต์



IAR
Wild Animal Rescue
Foundation of Thailand

Home Page
Gibbon Rehabilitation Project
Our Objectives
Brief History
Links to help us?
Search
Learn More about Gibbons
Highland Farms

Gibbon Rehabilitation Project

ENDANGERED

Thailand is losing its wild Gibbons. Mothers are being shot for their babies. The infants often end up in bars or behind bars. The Gibbon Rehabilitation Project (GRP) rescues these Gibbons and trains them to live in the wild where they belong, swinging through the trees high in the rain forest, singing their beautiful songs.

WAR

The Wild Animal Rescue Foundation of Thailand (WAR) rescues wild animals from appalling conditions. Run mainly by volunteers and funded by donations, the foundation operates several sanctuaries which care for injured, orphaned and confiscated wildlife.

WAR's long term aim is to return as many of these animals back to the wild as possible. The Gibbon Rehabilitation (GRP) is a research division of WAR and is setting out to do just that, returning Gibbons back to the forests where they have become extinct, and educating the community about their plight.

THE GRP

Terrence Dixon Morris (TD) an American ecologist, established the GRP in 1992. He realized that the wild population of Gibbons were





IAR
Wild Animal Rescue
Foundation of Thailand

Home Page
Gibbon Rehabilitation Project
Our Objectives
Brief History
Links to help us?
Search
Learn More about Gibbons
Highland Farms

Highland Farms

The family of Phrasamee and William Detert operate Highland Farm, an experimental forest farm. The farm is located at high levels in the mountains adjacent to the border of Myanmar in Tak province.

We offer an opportunity for conservation oriented individuals to experience life in the rough in the remote region north of the beautiful wilderness area of Chaping.

Individuals who come to the farm would be expected to participate in the support activities which include research into fruit tree propagation and/or care for one animal many of which have arrived at the farm in severely distressed condition. We are in the process of forming a private care center and forming a journal related to practical methods of animal care.

Contact E-mail for details




แผนภาพที่ 146 แสดงหน้าต่างๆ ของเว็บไซต์นี้

ลักษณะของเว็บไซต์นี้ ใช้รูปแบบคงตัวแบบเดียวกันในทุกหน้า นอกจากนั้นยังมีหน้าที่เป็นแบบฟอร์มการบริจาคเงินเพื่อการช่วยเหลือมูลนิธิอยู่ด้วย ซึ่งถือเป็นการปฏิสัมพันธ์อย่างหนึ่ง



IAR
Wild Animal Rescue
Foundation of Thailand

Home Page
Gibbon Rehabilitation Project
Our Objectives
Brief History
Links to help us?
Search
Learn More about Gibbons
Highland Farms

Wild Animal Rescue Foundation of Thailand

* Below is a form which you may fill up on-line, print and fax it directly to the foundation at 642-2610923.

Donation Form

Mr / Mrs / Miss _____

Address _____

Telephone _____

Donation Amount _____

Mode of Payment Cash Cheque Direct bank deposit Credit Card

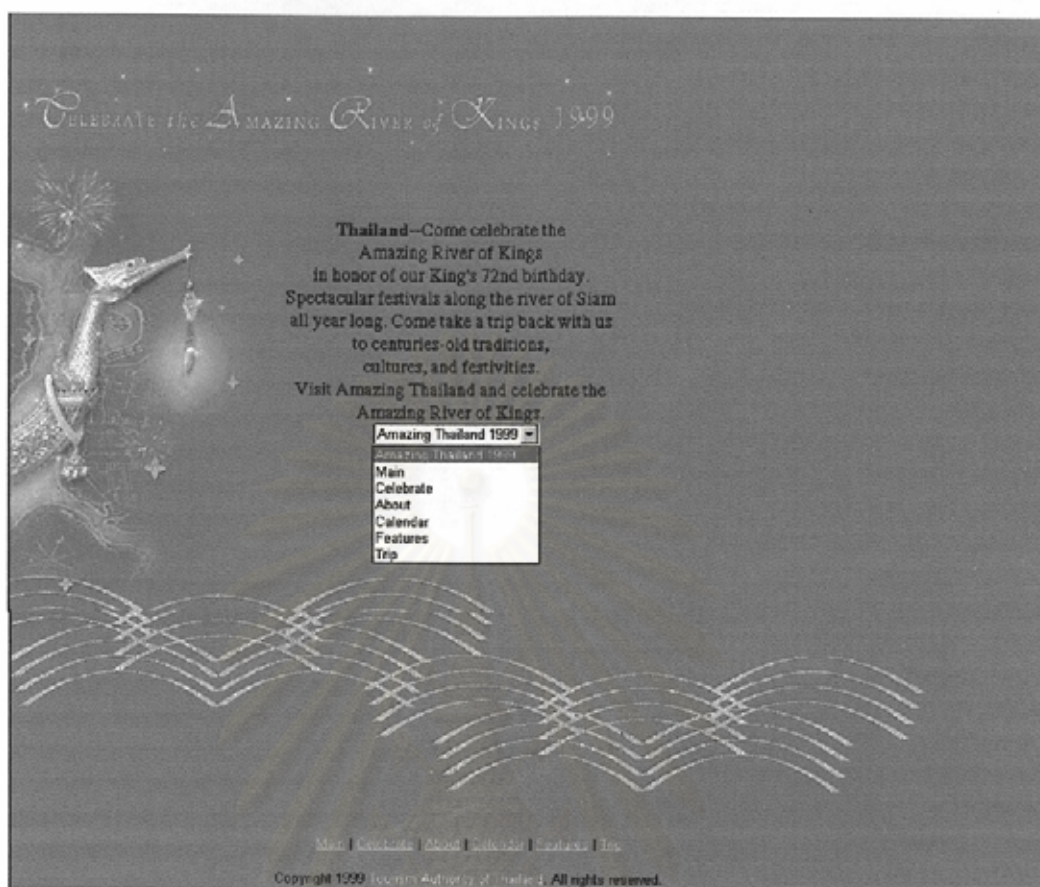
Credit Card Type Visa Amex Master Card

Card No. _____

Date of Expiry _____

แผนภาพที่ 147 แสดงหน้าที่มีการปฏิสัมพันธ์ของเว็บไซต์

โครงการอะเมซิ่งไทยแลนด์ ปี 2540-2542



แผนภาพที่ 148 แสดงหน้าโฮมเพจของโครงการอะเมซิ่งไทยแลนด์ ปี 2540-2542

หน้าเวลค์มเพจและโฮมเพจในไซต์นี้อยู่ในหน้าเดียวกัน ซึ่งรูปแบบการออกแบบเว็บเพจของโครงการนี้มีการแสดงเอกลักษณ์ไทย และสื่อถึงขนบธรรมเนียมของไทยอย่างชัดเจน ด้วยการให้สีแดงเลือดหมูและสีทอง ภาพกราฟฟิคที่ใช้เป็นภาพที่เกี่ยวข้องกับความเป็นไทยทั้งสิ้น โดยหน้านี้ใช้รูปสุพรรณหงส์ซึ่งเป็นสีทอง ตกแต่งด้วยรัศมีที่เปล่งประกายระยิบระยับ และใช้ลายเส้นสีทองตกแต่งเป็นพื้นน้ำ ตัวหนังสือที่ใช้เป็นรูปแบบที่อ่อนช้อย มีความกลมกลืนกับกราฟฟิคและแนวความคิดของเว็บไซต์นี้ ในหน้าโฮมเพจนี้มีเมนูนำทางอยู่ในรูปของ Pop up Menu และการออกแบบหน้าต่างกระดาษให้มีความยาวมากกว่า 1 หน้ากระดาษ จึงต้องใช้วิธีเลื่อนข้อมูลด้วยการ Scroll ด้านล่างสุดของหน้ามี Footer หรือ Note เป็นเมนูลัดสู่หน้าของข้อมูลได้ ช่างได้ Note มีที่อยู่ขององค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวซึ่งเป็นผู้จัดโครงการนี้ขึ้นมา

ตัวหนังสือ
เปลี่ยนสีเมื่อเลื่อน
เมาส์ไปวาง



เมนูนำทาง
รูปแบบ
ตัวหนังสือ
ที่วางในกรอบ

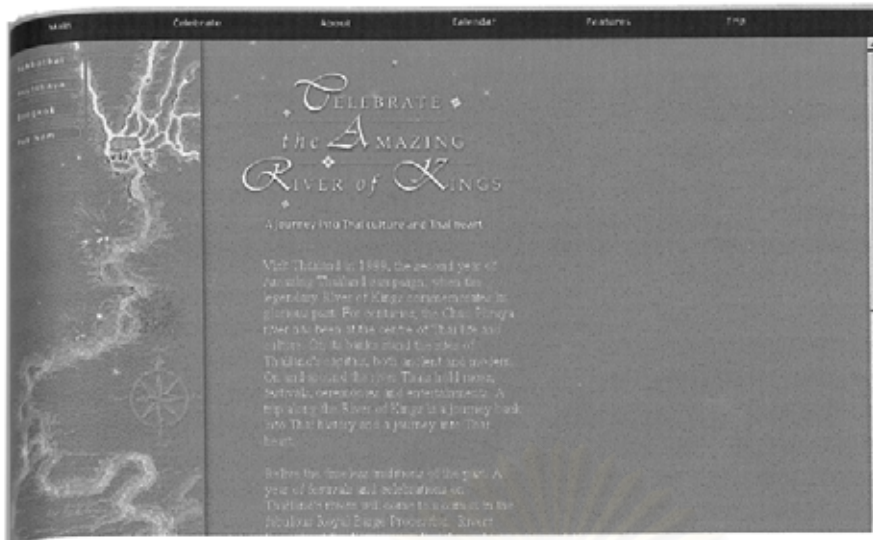


เมนูนำทาง
รูปแบบ
ตัวหนังสือ
ขีดเส้นใต้



แผนภาพที่ 149 แสดงการกระจายข้อมูลและรูปแบบของหน้า

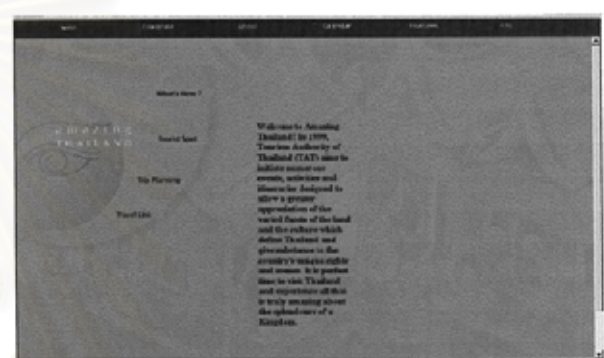
การจัดหน้าในหน้าข้อมูลนั้นมีรูปแบบเช่นเดียวกัน และเป็นการจัดวางโดยการไม่ใช้กรอบ แต่มีการใช้แถบสีดำวางเมนูในส่วนบนสุดของหน้า และวางตัวหนังสือที่เป็นปุ่มเมนูลงไป ภาพที่ใช้ประกอบแสดงความ เป็นไทย แม้ว่าบางหน้าจะไม่ใช่ภาพสีทอง แต่ก็ใช้ภาพลายเส้นจางๆ มีลักษณะที่กลมกลืนและแสดงออกซึ่งเอกลักษณ์เช่นเดียวกัน



เลื่อนดูข้อมูล
ได้ตามแนวดิ่ง



เมนูนำทาง
รูปแบบ
Pop-up
Window



เมนูนำทาง
รูปแบบตัวหนังสือ
ที่วางในกรอบ
มีการเปลี่ยนสี
เมื่อเลื่อนเมาส์
ไปวาง



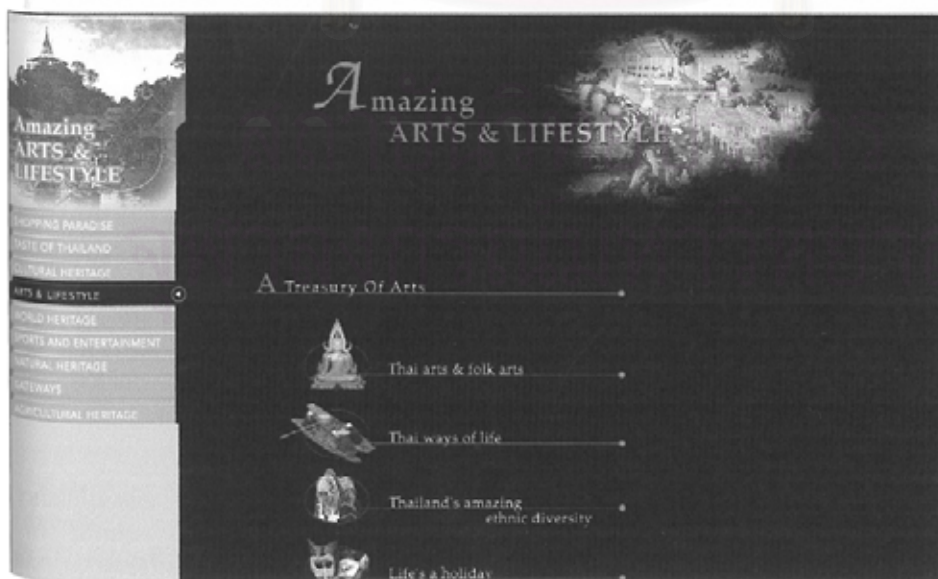
แผนภาพที่ 150 แสดงรูปแบบของหน้าที่มีการจัดองค์ประกอบหลากหลาย

การจัดหน้าในเว็บไซต์ของโครงการนี้ เนื่องจากเป็นรูปแบบที่ไม่ใช้กรอบจึงค่อนข้างอิสระในการจัดวาง
ทั้งหน้าวางเมนูได้ตามส่วนโค้งของภาพที่นำมาประกอบ บางหน้าวางเป็นแนวด้านข้างของหน้า และบางหน้า
วางตามจุดของภาพที่ใช้ประกอบ ภาพประกอบของหน้าบางหน้าใช้ปูเป็นพื้นจากหลัง แต่อย่างไรก็ตาม
ยังคงความต่อเนื่องและรูปแบบโดยรวมไว้ได้ด้วยการใช้สี และลักษณะของภาพที่นำมาประกอบ



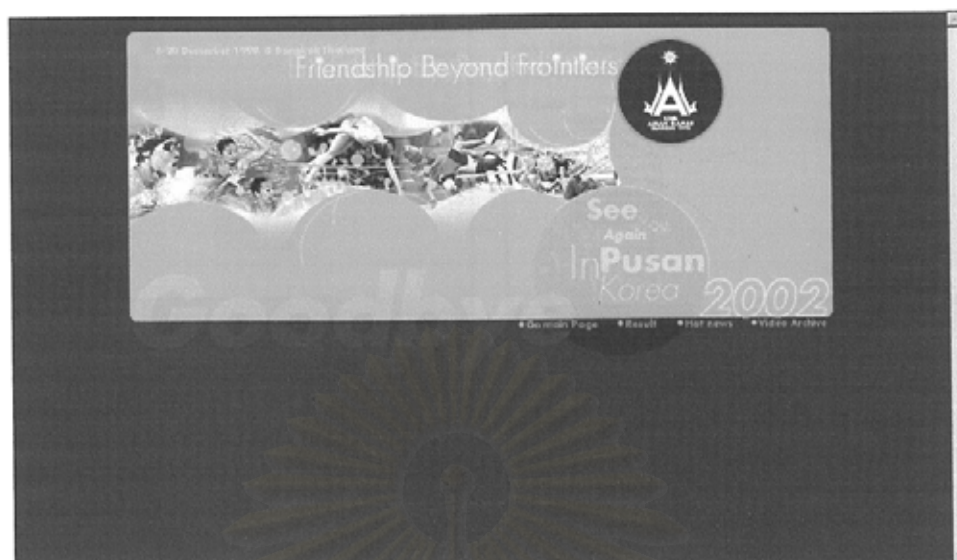
แผนภาพที่ 151 แสดงรูปแบบของหน้าที่มีการจัดองค์ประกอบอีกรูปแบบหนึ่ง

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



แผนภาพที่ 152 แสดงรูปแบบของหน้าก่อนหน้าที่จะมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการออกแบบ

โครงการเอเชียนเกมส์ครั้งที่ 13 ระหว่างวันที่ 6-20 ธันวาคม พ.ศ. 2541

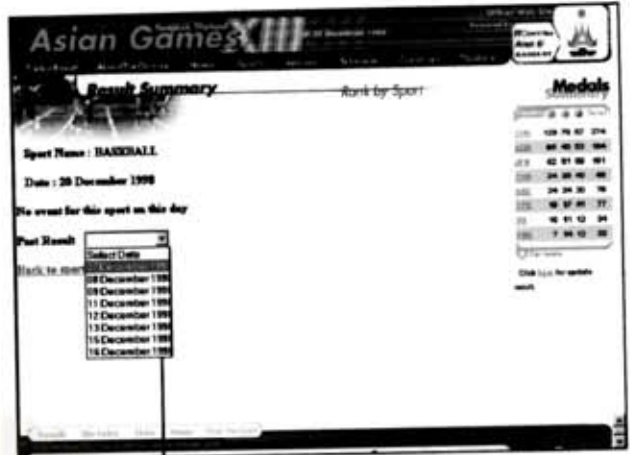
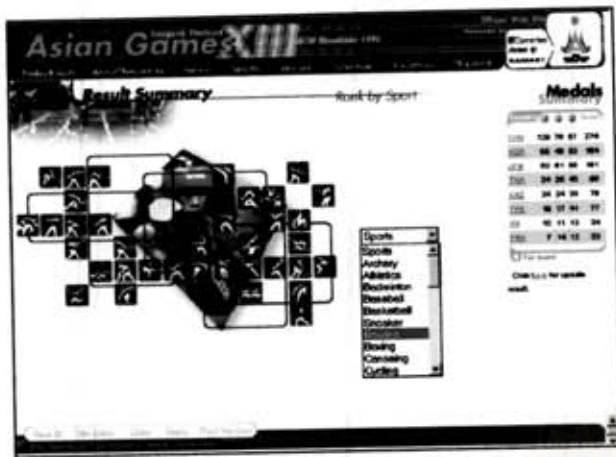


แผนภาพที่ 153 แสดงหน้าเวลาดังพิเศษของโครงการเอเชียนเกมส์ ครั้งที่ 13

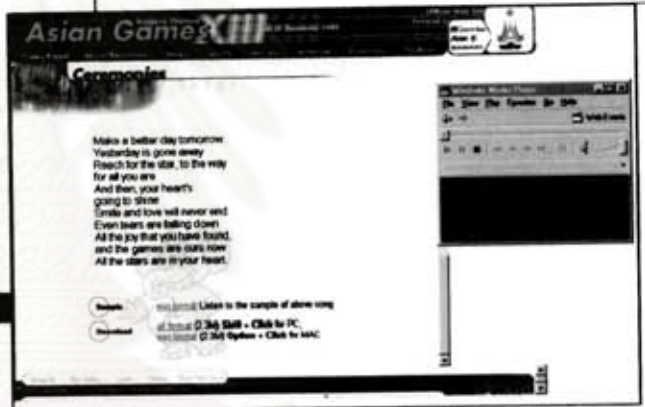
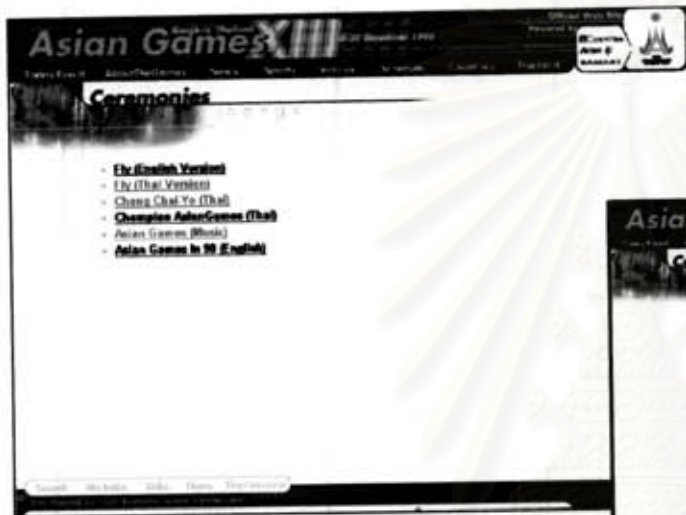
เว็บไซต์นี้มีการเปลี่ยนแปลงหน้าเว็บเพจ และข้อมูล เนื่องจากเป็นการแข่งขันกีฬาที่มีการรายงานผลต่อวัน เมื่อการแข่งขันสิ้นสุดลง หน้าเวลาดังพิเศษจึงเปลี่ยนแปลงให้มีคำกล่าวอำลา และคำกล่าวพบกันใหม่ ตลอดจนหน้าเวลาดังพิเศษใช้สีน้ำเงินและส้มที่ใช้กับโลโก้มาเป็นสีของหน้า โดยการใช้กรอบสี่เหลี่ยม ภาพที่ใช้ประกอบเป็นภาพของการแข่งขันกีฬาเอาหลายๆ ภาพที่ผ่านเทคนิคการตกแต่งมาจัดวางในกรอบสี่เหลี่ยม สีส้มเมนูเชื่อมโยงวางอยู่ใต้กรอบสี่เหลี่ยมด้านซ้าย เมื่อเข้าสู่หน้าข้อมูลแล้ว การจัดวางหน้าใช้กรอบการจัดวางแบบคงตัวและใช้ในลักษณะนี้ไปทุกหน้า ซึ่งแตกต่างกันที่การวางเมนูเชื่อมโยง ในหน้าตามแผนภาพที่ 154 ยังได้กรอบวางโลโก้ของผู้สนับสนุนอย่างเป็นทางการ ภาพที่ใช้เป็นภาพนักกีฬาที่กำลังทำการแข่งขันซึ่งใช้เทคนิคตกแต่งให้คล้ายกำลังเคลื่อนไหว เช่นเดียวกับชื่อโครงการที่อยู่ในกรอบด้านบน



แผนภาพที่ 154 แสดงหน้าข้อมูลของโครงการเอเชียนเกมส์ ครั้งที่ 13 ที่มีการใช้กรอบ



เมนูทาง
รูปแบบ
Pop-up Menu











แผนภาพที่ 155 แสดงหน้าข้อมูลและหน้าการปฏิสัมพันธ์ของ
โครงการเอเชียนเกมส์ ครั้งที่ 13 ที่มีการใช้กรอบ

เมื่อเข้าสู่หน้าข้อมูล มีการใช้กรอบแบบเดียวกัน และสามารถเลือกดูข้อมูลได้จาก Pop up Menu
ซึ่งในหน้า Ceremonies มีเพลงเอเชียนเกมส์ให้เลือกเปิดฟัง และหน้า Movie Clip มีวิดีโอพิธีเปิด และภาพ
ของเหตุการณ์เด่นให้ดู

Asian Games XIII Bangkok Thailand 9-20 December 1998 Official Web Site

Home | Fast Asia | About The Games | News | Sports | Venues | Schedule | Countries | Thailand

Fast Asia

	China (CHN)		Chinese Taipei (TPE)
	DPR Korea (PRK)		Hong Kong China (HKG)
	Japan (JPN)		Kazakhstan (KAZ)
	Korea (KOR)		Macau (MAC)

Countries


East Asia
South East Asia
South Central Asia
West Asia

Home | Schedule | Links | Home | Thai Version

Asian Games XIII Bangkok Thailand 9-20 December 1998 Official Web Site

Home | Fast Asia | About The Games | News | Sports | Venues | Schedule | Countries | Thailand

Venues



Home | Fast Asia | About The Games | News | Sports | Venues | Schedule | Countries | Thailand

Asian Games XIII Bangkok Thailand 9-20 December 1998 Official Web Site

Home | Fast Asia | About The Games | News | Sports | Venues | Schedule | Countries | Thailand

Sports

Athletics

Date
The 13th Asian Games Athletics competition will be held from the 13th - 20th of December 1998.

Competition Site
1. **Track & Field Events**
The track and field events will take place at the 713 Male stadium of Thammasat University Sports Complex, Rangsit Campus, Pathumthani Province, which is located in the north of Bangkok approximately 1 km from the Athletes Village. The stadium has a seating capacity of 20,000 spectators. It has an 8-lane 400 m synthetic (all weather) track with a 37.990 m curve radius.

2. **Marathon**
The marathon event will be held at the Asia Road and Ayutthaya Province Road, approximately 33 km from the Athletes Village.

3. **Walk Events**
The walking events will be held at the road in the Ayutthaya Province, approximately 40 km North of the Athletes Village.

Home | Fast Asia | About The Games | News | Sports | Venues | Schedule | Countries | Thailand

แผนภาพที่ 156 แสดงการจัดวางองค์ประกอบที่แตกต่างในการใช้กรอบแบบเดียวกัน

2. ตารางแสดงการใช้ส่วนประกอบต่างๆ ในการออกแบบเว็บเพจตามแนวความคิดของ การออกแบบเว็บเพจ โดยเรียงลำดับดังนี้

2.1 ตารางแสดงลักษณะของข้อมูลที่แต่ละองค์กรนำมารวบรวมไว้ในเว็บไซต์ซึ่งลักษณะของ ข้อมูลนี้เป็นส่วนหนึ่งที่มีผลต่อการออกแบบต่างๆ ในการวิจัยจึงได้สรุปลักษณะของข้อมูลโดยรวม เพื่อ ประกอบการวิเคราะห์ ดังที่แสดงในตารางนี้

องค์กร	ข้อมูลเกี่ยวกับองค์กร	ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการ	ข่าวทั่วไปหรือข่าวส่งหนังสือพิมพ์	ข้อมูลสำหรับติดต่อ
1. บริษัท การบินไทย จำกัด	•	•		•
2. บริษัท มาลีสามพราน จำกัด	•	•		•
3. บริษัท เคเอฟซี จำกัด	•	•	•	•
4. บริษัท โภคภัณฑ์อาหารสัตว์ จำกัด	•	•		•
5. บริษัท คาสเท็กซ์ ประเทศไทย จำกัด	•	•		•
6. บริษัท แกรมมี เซนเทอร์เทนเมนท์ จำกัด	•	•	•	•
7. บริษัท แปซิฟิค คอร์ปอเรชั่น จำกัด	•	•		•
8. สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3	•	•	•	•

ตารางที่ 1 แสดงลักษณะของข้อมูลในเว็บไซต์ขององค์กรเอกชน

จากตารางการสรุปนี้ จะเห็นว่า โดยส่วนใหญ่ขององค์กรเอกชนมักนำเสนอข้อมูลของสินค้าเป็นเบื้องต้น และข้อมูลที่นำเสนอเกี่ยวกับองค์กรเป็นส่วนประกอบที่รองลงมา ส่วนข้อมูลเกี่ยวกับข่าวทั่วไป และข่าวที่ส่งลงหนังสือพิมพ์นั้น ยังไม่ค่อยเน้นหนักนัก มีเพียงบางองค์กรที่มีการนำเสนอข้อมูลส่วนนี้ ซึ่งการออกแบบการวางเนื้อหาข้อมูลเท่าที่พบในการเก็บข้อมูลนั้น องค์กรเอกชนมักใช้โลโก้มาสร้างความทรงจำ ย้ำเตือนในตราสัญลักษณ์ที่หน้าโฮมเพจ และมักวางอยู่ในทุกหน้า บางองค์กรใช้สีที่ใช้ในโลโก้มาเป็นพื้นฉากหลังของเว็บเพจ เช่น บริษัท คาสเท็กซ์ แห่งประเทศไทย จำกัด ใช้สีเขียวเป็นพื้นฉากหลัง องค์กรเอกชนที่ทำการค้ามักเห็นความสำคัญในการนำเสนอเรื่องราวของสินค้าก่อน โดยการใช้รูปสินค้ามาประกอบในหน้าเว็บ และในหน้าอื่นๆ เกือบทุกหน้า ข้อมูลที่เกี่ยวกับองค์กรที่นำมารวบรวมไว้เป็นไปเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือขององค์กร อีกรูปแบบหนึ่งของการนำเสนอข้อมูลขององค์กรบางองค์กรที่ไม่ต้องการนำเสนอข้อมูลของสินค้ามากนัก

เช่น บริษัทคาลเท็กซ์ มีการใช้กลยุทธ์เพื่อการสร้างความเป็นผู้เชี่ยวชาญในการเป็นองค์กรผู้ผลิตน้ำมัน โดยการให้ข้อมูลเกี่ยวกับค่าออกเทนแทนซึ่งเป็นการสร้างภาพพจน์ของบริษัทโดยรวม หรือสังเกตลักษณะของข้อมูลอย่างหนึ่งคือ องค์กรเอกชนที่อยู่ในกลุ่มของธุรกิจที่มีการแข่งขันสูง มักสนใจในเรื่องการนำเสนอข่าวทั่วไป และข่าวส่งลงหนังสือพิมพ์ โดยเป็นข้อมูลสินค้าใหม่ และกิจกรรมเพื่อสังคม หรือ กิจกรรมอื่นที่เกิดขึ้นในองค์กร มักใช้ลักษณะของข้อมูลมาเป็นมุมที่ทำการเชื่อมโยงสู่ข้อมูล ด้วยการออกแบบกราฟฟิกไม่ว่าจะเป็นลักษณะของภาพ หรือ ตัวหนังสือ เช่น คำว่า "ใหม่" , "ข่าว"

องค์กร	ข้อมูลเกี่ยวกับองค์กร	ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการ	ข่าวทั่วไปหรือข่าวส่งหนังสือพิมพ์	ข้อมูลสำหรับติดต่อ
1. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	•	•	•	•
2. สถาบันพัฒนาบริหารศาสตร์	•	•		•
3. มหาวิทยาลัย อีสต์แฮมป์ไชร์บริหารธุรกิจ	•	•		•

ตารางที่ 2 แสดงลักษณะของข้อมูลของเว็บไซต์สถาบันการศึกษา

ข้อมูลของสถาบันศึกษานั้นเน้นในเรื่องการนำเสนอข้อมูลขององค์กร ข้อมูลทางด้านหลักสูตรต่างๆ ของมหาวิทยาลัย รองลงมาเน้นในเรื่องการบริการที่มีให้กับนักศึกษา เช่น ข้อมูลของการบริการห้องสมุด ฐานหนังสือ นอกจากนี้ยังมีการบริการด้านข้อมูลทางวิชาการ เช่น งานวิจัยให้กับบุคคลผู้สนใจ ความสัมพันธ์ของข้อมูลกับการออกแบบหน้าเว็บเพจจึงค่อนข้างมีความเรียบง่าย บางสถาบันการศึกษา เช่น มหาวิทยาลัยอีสต์แฮมป์ไชร์บริหารธุรกิจ ได้ร่วมกับบริษัท KSC ทำการสำรวจความคิดเห็นในเรื่องต่างๆ การออกแบบของมหาวิทยาลัยจึงมีส่วนนี้เพิ่มเข้ามา โดยการให้รูปแบบการออกแบบที่พิถีพิถันขึ้น

องค์กร	ข้อมูลเกี่ยวกับองค์กร	ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการ	ข่าวทั่วไปหรือข่าวส่งหนังสือพิมพ์	ข้อมูลสำหรับติดต่อ
1. สำนักเลขาธิการสำนักนายกรัฐมนตรี	•			
2. ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย	•	•		•
3. ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	•	•		•
4. ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์	•	•		•

ตารางที่ 3 แสดงลักษณะของข้อมูลในเว็บไซต์ขององค์กรรัฐบาล

ลักษณะขององค์กรภาครัฐบาลมีความแตกต่างกันในรูปแบบขององค์กร บางองค์กรมีการให้บริการบริการ เช่น ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ บางองค์กรให้บริการด้านข้อมูล เช่น ธนาคารเพื่อการนำเข้าและส่งออกแห่งประเทศไทย และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยองค์กรที่ให้บริการด้านข้อมูลนั้นให้ความสำคัญในเรื่องการออกแบบค่อนข้างมาก เนื่องจากต้องนำเสนอข้อมูลที่นำเสนอเกี่ยวกับความสัมพันธ์กับความเข้าใจของข้อมูล ส่วนสำนักนายกรัฐมนตรีนั้นนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับองค์กรเพียงด้านเดียว แต่ในฐานะที่เป็นองค์กรต้องสร้างความเชื่อถืออย่างมาก รูปแบบการนำเสนอจึงเป็นแบบทางการ การออกแบบในการนำเสนอมีความพิถีพิถันด้วยการใช้กราฟฟิค ที่เห็นเด่นชัด คือ การออกแบบกราฟฟิคที่สื่อถึงเอกลักษณ์ความเป็นไทย นอกจากนี้องค์กรรัฐบาลเป็นองค์กรที่มีวัตถุประสงค์การเพื่อการพัฒนาประเทศไทย ถึงแม้มีองค์กรธนาคารที่ให้บริการแต่ก็มีใช้ลักษณะที่เกิดการแข่งขันในตลาด จึงไม่มีข้อมูลในรูปแบบของข่าว

องค์กร	ข้อมูลเกี่ยวกับองค์กร	ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการ	ข่าวทั่วไปหรือข่าวส่งหนังสือพิมพ์	ข้อมูลสำหรับติดต่อ
1. กองบัญชาการทหารสูงสุด	•			•
2. กองทัพอากาศ	•		•	•
3. กองทัพบก	•			•

ตารางที่ 4 แสดงลักษณะข้อมูลในเว็บไซต์ขององค์กรทหาร

องค์กรการทหารมีลักษณะข้อมูลที่เหมือนกับองค์กรรัฐบาล โดยมีข้อมูลเฉพาะข้อมูลขององค์กรและข้อมูลเพื่อการติดต่อเท่านั้น แต่ลักษณะของข้อมูลในองค์กรการทหารไม่เป็นที่นำมาเปิดเผยมากนัก

กับอีกประการหนึ่งขององค์การอาหาร เป็นองค์การที่มีศูนย์กลางการบัญชาการที่กองบัญชาการอาหารสูงสุด แล้วแยกออกเป็นกองทัพบก, กองทัพเรือ และกองทัพอากาศ ในกองทัพแต่ละกองทัพมีหน่วยงานย่อยแยกออกไปอีก ดังนั้นลักษณะการออกแบบของเว็บไซต์ขององค์การทางด้านการทหาร จึงมีเว็บไซต์หน่วยย่อยขององค์การทหารซ่อนอยู่อีกชั้นหนึ่ง ด้วยเหตุผลทางลักษณะของข้อมูลการออกแบบขององค์การทหารเอง ซึ่งมักไม่มีรายละเอียดหรือข้อมูลที่มากนัก การออกแบบไม่ซับซ้อน มีความเรียบง่าย ยกตัวอย่าง เว็บไซต์กองบัญชาการอาหารสูงสุด เป็นเว็บไซต์ที่มีการเชื่อมโยงกับเว็บไซต์อื่นโดยการใช้ Pop up Window เป็นส่วนใหญ่ การออกแบบจึงมีหลายรูปแบบหลายแนวทางภายในเว็บไซต์ ส่วนการออกแบบของกองทัพเรือมักใช้กรอบในบางหน้าและบางหน้าเป็นการใช้พื้นฉากหลังวางตัวหนังสือ มีภาพประกอบเพียงเล็กน้อย รูปแบบที่คล้ายคลึงกันนี้ กองทัพอากาศก็นำมาใช้เช่นกัน

องค์กร	ข้อมูลเกี่ยวกับองค์กร	ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการ	ข่าวทั่วไปหรือข่าวส่งหนังสือพิมพ์	ข้อมูลสำหรับติดต่อ
1. ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	•	•		•
2. บริษัท บางกอกโพลด์ หับลิชิ่ง จำกัด	•	•	•	•
3. บริษัท เคเอสซี จำกัด	•	•	•	•
4. บริษัท ลีอกรีนไฟ จำกัด	•	•	•	•

ตารางที่ 5 แสดงลักษณะข้อมูลในเว็บไซต์ขององค์การการให้บริการเครือข่าย

องค์การการให้บริการเครือข่ายเป็นองค์การที่ทำการค้าด้านการบริการ โดยบริษัท บางกอกโพลด์ หับลิชิ่ง จำกัด เป็นองค์กรผลิตสื่อเพื่อการสื่อสารมวลชน ซึ่งเป็นองค์การให้บริการการให้ข้อมูลข่าวสารด้านการขายพื้นที่โฆษณา พื้นที่สำหรับข่าวการรับสมัครงาน ที่เพิ่มเติมขึ้นมาคือ การใช้เว็บไซต์เพื่อการขายหนังสือในเครือของบริษัท บางกอกโพลด์ หับลิชิ่ง สำหรับธนาคารไทยพาณิชย์ให้บริการรับฝากเงิน และให้สินเชื่อต่างๆ ส่วนบริษัท เค เอส ซี และบริษัท ลีอกรีนไฟเป็นการให้บริการสมาชิกผู้ใช้อินเทอร์เน็ต และให้บริการเครือข่าย แต่อย่างไรก็ตาม ทุกองค์กรในองค์การการให้บริการเครือข่ายนี้เป็นองค์การทำการค้าทั้งสิ้น ดังนั้นลักษณะของข้อมูลจึงมีทั้งข่าวเกี่ยวกับองค์กร เกี่ยวกับสินค้าและบริการ การออกแบบจึงมีรูปแบบที่แสดงเอกลักษณ์เฉพาะขององค์กร การนำเสนอรายสินค้าและบริการ ไปจนถึงการบริการให้ข้อมูลกับลูกค้าในบางส่วน ซึ่งมีรายละเอียดที่มาก เว็บไซต์จึงมีความหลากหลายระดับชั้น รูปแบบการออกแบบจึงมีลักษณะของการออกแบบการใช้รูปแบบคงตัวหลายรูปแบบตามลำดับชั้นของข้อมูล

องค์กร	ข้อมูลเกี่ยวกับองค์กร	ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการ	ข่าวทั่วไปหรือข่าวส่งหนังสือพิมพ์	ข้อมูลสำหรับติดต่อ
1. การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย	•			•
2. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	•	•		•
3. องค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย	•	•		•
4. มูลนิธิช่วยชีวิตสัตว์ป่า	•			•

ตารางที่ 6 แสดงลักษณะข้อมูลภายในเว็บไซต์ขององค์กรที่ไม่แสวงผลกำไร

องค์กรที่ไม่แสวงผลกำไร มีลักษณะหลายรูปแบบ ทั้งองค์กรผู้ผลิตน้ำมัน ได้แก่ การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย การให้บริการด้านข้อมูล ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และการเป็นองค์กรเพื่อการสื่อสารมวลชน ได้แก่ องค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย และมูลนิธิที่ทำประโยชน์เพื่อสังคม ได้แก่ มูลนิธิช่วยชีวิตสัตว์ป่า การออกแบบขององค์กรตามโดเมนนี้จึงมีความแตกต่างกันด้านรูปแบบการออกแบบ ยกตัวอย่างเช่น การออกแบบเว็บไซต์ขององค์กรปิโตรเลียมแห่งประเทศไทยมุ่งเน้นภาพพจน์ขององค์กรที่บ่งบอกถึงการเห็นความสำคัญในเรื่องสิ่งแวดล้อมโดยการใช้สีหลักของเว็บไซต์เป็นสีเขียวและสีเหลือง รวมทั้งภาพกราฟฟิค ภาพประกอบ การออกแบบส่วนประกอบของเว็บไซต์สื่อแนวความคิด เช่น การใช้รากต้นไม้เพื่อการวางแผนเชื่อมโยง การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยก็เช่นเดียวกัน เนื่องจากเป็นหน่วยงานเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ การออกแบบจึงใช้กราฟฟิค และการให้สี เพื่อสร้างเอกลักษณ์ความเป็นไทย สำหรับองค์การการสื่อสารมวลชน มีลักษณะการนำเสนอข้อมูลข่าวสารและเรื่องต่างๆ มากมาย ลักษณะรูปแบบการออกแบบจึงเน้นในลักษณะข้อมูลข่าวสารมากกว่าเน้นเรื่องรูปแบบ

องค์กร	ข้อมูลเกี่ยวกับองค์กร	ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการ	ข่าวทั่วไปหรือข่าวส่งหนังสือพิมพ์	ข้อมูลสำหรับติดต่อ
1. โครงการอะเมซิงไทยแลนด์		•	•	•
2. โครงการเอเชียนเกมส์			•	•

ตารางที่ 7 แสดงลักษณะของข้อมูลในเว็บไซต์โครงการพิเศษ

เว็บไซต์โครงการพิเศษเป็นการจัดทำขึ้นเพื่อบอกข้อมูลเกี่ยวกับโครงการเท่านั้น โดยโครงการอะเมซิงไทยแลนด์ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และกิจกรรมเพื่อการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นเป็นพิเศษระหว่างปี พ.ศ. 2541 ถึง ปี พ.ศ. 2542 ส่วนเว็บไซต์โครงการเอเชียนเกมส์เป็นโครงการเพื่อการแข่งขันกีฬาในประเทศไทยที่ให้ข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับการแข่งขัน และทั้งสองโครงการนับเป็นโครงการพิเศษที่มีข้อมูลที่ค่อนข้างมาก

และที่สำคัญคือ เป็นโครงการที่สร้างภาพพจน์ของประเทศไทย ดังนั้นการออกแบบของโครงการเอเชียนเกมส์เน้นในเรื่องระบบข้อมูล ส่วนโครงการอะเมซิ่งไทยมีความพิถีพิถันในเรื่องเอกลักษณ์ของไทยที่สร้างความรู้สึกอะเมซิ่งตามชื่อโครงการ

2.2 ตารางแสดงการใช้ส่วนประกอบนำทาง ส่วนประกอบนำทางเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งในการสร้าง เว็บไซต์ให้เป็นเว็บไซต์ที่ง่ายในการค้นหาข้อมูล สะดวกในการเยี่ยมชม และรับข้อมูลข่าวสารได้อย่างมีความเข้าใจมากขึ้น การออกแบบส่วนนี้เป็นสิ่งที่นักออกแบบเลือกใช้ตามลักษณะของข้อมูลที่มี และรูปแบบของเว็บไซต์ที่ต้องการสื่อซึ่งแต่ละองค์กรที่แบ่งตามประเภทโดเมน มีการใช้ส่วนประกอบนำทาง สรุปได้ผลดังตารางดังต่อไปนี้

องค์กร	กรอบ	หน้าต่างที่เปิดขึ้นมาเมื่อคลิก	แผนที่ไซต์
1. บริษัท การบินไทย จำกัด	•	•	
2. บริษัท มาลีสามพราณ จำกัด			
3. บริษัท เคเอพีซี จำกัด	•		
4. บริษัท โภคภัณฑ์ อาหารสัตว์ จำกัด	•		
5. บริษัท คาลเท็กซ์ ประเทศไทย จำกัด	•	•	
6. บริษัท แกรวมมี เอนเทอร์เทนเมนท์ จำกัด	•	•	
7. บริษัท แปซิฟิค คอร์ปอเรชั่น จำกัด		•	
8. สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3	•		

ตารางที่ 8 แสดงการใช้ส่วนประกอบนำทางขององค์กรเอกชน

องค์กรเอกชนใช้กรอบในการนำทางเกือบทั้งหมด บางองค์กรมีทั้งการใช้กรอบและหน้าต่างที่เปิดขึ้นมาเมื่อคลิก ในขณะเดียวกันบางองค์กรก็ไม่ใช้ส่วนนำทางในรูปแบบนี้เลย

องค์กร	กรอบ	หน้าต่างที่เปิด ขึ้นมาเมื่อคลิก	แผนที่ไซต์
1. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย			
2. สถาบันพัฒนาบริหารศาสตร์			●
3. มหาวิทยาลัย อีสต์อีสต์เอเชียติก	●	●	

ตารางที่ 9 แสดงการใช้ส่วนประกอบนำทางของสถาบันการศึกษา

มหาวิทยาลัยอีสต์อีสต์เอเชียติกใช้การนำทางแบบใช้กรอบ และหน้าต่างที่เปิดขึ้นมาเมื่อคลิก และสถาบันพัฒนาบริหารศาสตร์ใช้แผนที่ไซต์ ในขณะที่จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยมิได้ใช้ส่วนนำทางรูปแบบใดๆ

องค์กร	กรอบ	หน้าต่างที่เปิด ขึ้นมาเมื่อคลิก	แผนที่ไซต์
1. สำนักเลขาธิการ สำนักนายกรัฐมนตรี	●		
2. ธนาคารเพื่อการส่งออก และนำเข้าแห่งประเทศไทย	●		●
3. ตลาดหลักทรัพย์ แห่งประเทศไทย	●		●
4. ธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์	●		

ตารางที่ 10 แสดงการใช้ส่วนประกอบนำทางขององค์กรรัฐบาล

องค์กรภาครัฐบาลใช้การนำทางแบบมีกรอบทั้งหมด และมีใช้แผนที่ไซต์ คือ ธนาคารเพื่อการนำเข้าและส่งออกแห่งประเทศไทย และ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ส่วนหน้าต่างที่เปิดขึ้นมาเมื่อคลิกในองค์กรรัฐบาลไม่มีองค์กรใดใช้เลย

องค์กร	กรอบ	หน้าต่างที่เปิด ขึ้นมาเมื่อคลิก	แผนที่ไรต์
1. กองบัญชาการทหารสูงสุด	●	●	
2. กองทัพอากาศ	●		
3. กองทัพบก	●	●	

ตารางที่ 11 แสดงการใช้ส่วนประกอบนำทางขององค์กรทหาร

องค์กรทหารใช้การนำทางแบบมีกรอบทั้งหมด และมีใช้แผนที่ไรต์ คือ ธนาคารเพื่อการนำเข้าและส่งออกแห่งประเทศไทย และ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ส่วนหน้าต่างที่เปิดขึ้นมาเมื่อคลิก ในองค์กรทหารไม่มีองค์กรใดใช้เลย

องค์กร	กรอบ	หน้าต่างที่เปิด ขึ้นมาเมื่อคลิก	แผนที่ไรต์
1. ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	●	●	
2. บริษัท บางกอกโพลีส์ พับลิชชิง จำกัด	●		
3. บริษัท เคเอสซี จำกัด	●		
4. บริษัท ลีอกรีนไฟ จำกัด	●	●	

ตารางที่ 12 แสดงการใช้ส่วนประกอบนำทางขององค์กรให้บริการเครือข่าย

องค์กรให้บริการเครือข่ายทุกองค์กรใช้การนำทางแบบกรอบ ธนาคารไทยพาณิชย์ และบริษัท ลีอกรีนไฟ ใช้ส่วนนำทางทั้งแบบกรอบและหน้าต่างที่เปิดขึ้นมาเมื่อคลิก ส่วนแผนที่ไรต์ไม่มีองค์กรให้บริการเครือข่ายใดที่ใช้

องค์กร	กรอบ	หน้าต่างที่เปิดขึ้นมาเมื่อคลิก	แผนที่ไรต์
1. การวิโตรเลียมแห่งประเทศไทย			
2. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	●		
3. องค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย	●	●	
4. มูลนิธิช่วยชีวิตสัตว์ป่า	●		

ตารางที่ 13 แสดงการใช้ส่วนประกอบนำทางขององค์กรที่ไม่แสดงผลกำไร

องค์กรทุกองค์กรใช้กรอบในการนำทางยกเว้นการวิโตรเลียมแห่งประเทศไทย ส่วนองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทยใช้หน้าต่างที่เปิดขึ้นมาเมื่อคลิก ส่วนแผนที่ไรต์ไม่มีองค์กรใดใช้การนำทางในลักษณะนี้

องค์กร	กรอบ	หน้าต่างที่เปิดขึ้นมาเมื่อคลิก	แผนที่ไรต์
1. โครงการอะเมริงไทยแลนด์		●	
2. โครงการเอเชียนเกมส์	●	●	

ตารางที่ 14 แสดงการใช้ส่วนประกอบนำทางของเว็บไซต์โครงการพิเศษ

โครงการอะเมริงไทยแลนด์ ใช้ส่วนประกอบนำทางแบบหน้าต่างที่เปิดเมื่อคลิกเพียงอย่างเดียว ในขณะที่โครงการเอเชียนเกมส์ใช้ทั้งกรอบและหน้าต่างที่เปิดขึ้นมาเมื่อคลิก

โดยสรุปจากการเข้าสำรวจเว็บไซต์ขององค์กรต่างๆ 28 เว็บไซต์ องค์กร 21 องค์กรใช้ส่วนนำทางแบบกรอบ โดย 12 องค์กรใช้หน้าต่างที่เปิดขึ้นมาเมื่อคลิก (Pop up Window) ซึ่งในจำนวนนี้มี 10 องค์กรที่ใช้ส่วนนำทางทั้งแบบกรอบและหน้าต่างที่เปิดขึ้นมาเมื่อคลิก สำหรับแผนที่เว็บไซด์นั้นมีองค์กร 3 องค์กรที่ใช้การนำทางแบบนี้ ซึ่งในจำนวน 3 ไรต์ที่ใช้แผนที่นี้มี 2 ไรต์ที่ใช้การนำทางแบบกรอบควบคู่กันไป

2.3 ตารางแสดงส่วนประกอบของการเป็นมัลติมีเดีย ซึ่งในส่วนประกอบของการเป็นมัลติมีเดียนี้ ในทุกองค์กรมีการใช้กราฟิกและมีการปฏิสัมพันธ์อยู่ทุกองค์กรเป็นปกติอยู่แล้ว แต่ในบางองค์กรได้สร้างสรรค์การปฏิสัมพันธ์ในรูปแบบใหม่เข้ามา ซึ่งสรุปผลการใช้ส่วนประกอบของการเป็นมัลติมีเดียในแต่ละเว็บไซต์ได้ตามตาราง เรียงลำดับตามองค์กรดังนี้

องค์กร	กราฟิก	ภาพเคลื่อนไหว	เสียง	วิดีโอ	โลกเสมือนจริง	การปฏิสัมพันธ์
1. บริษัท การบินไทย จำกัด	•	•				ให้เลือกค้นหาข้อมูลได้ด้วยการใช้ Pop up Menu
2. บริษัท มาลีสามพราน จำกัด	•	•				ให้สั่งซื้อสินค้าออนไลน์ได้
3. บริษัท เคเอฟซี จำกัด	•	•				โบบอร์ดกับ Bulletin Board แสดงความคิดเห็นเกมส์
4. บริษัท โกลด์มาร์ท อาหารสัตว์ จำกัด	•	•				ให้สั่งซื้อสินค้าออนไลน์ได้
5. บริษัท คาลเท็กซ์ ประเทศไทย จำกัด	•	•				ให้เลือกค้นหาข้อมูลได้ด้วยการใช้ Pop up Menu
6. บริษัท แกรมี่ เอนเทอร์เทนเมนท์ จำกัด	•	•	•			-ให้สั่งซื้อบัตรคอนเสิร์ตออนไลน์ได้ -ให้เลือกค้นหาข้อมูลได้ด้วยการใช้ Pop up Menu
7. บริษัท แปซิฟิค คอร์ปอเรชั่น จำกัด	•	•	•	•		-ให้เลือกค้นหาข้อมูลได้ด้วยการใช้ Pop up Menu -สมัครสมาชิก
8. สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3	•	•				โอบต ละคร

ตารางที่ 15 แสดงการใช้ส่วนประกอบของการเป็นมัลติมีเดียในเว็บไซต์ขององค์กรเอกชน

จากตารางที่ 15 เนื่องจากองค์กรเอกชนส่วนใหญ่ทำธุรกิจ และอยู่ในสนามของการแข่งขัน ดังนั้นนอกจากการใช้ภาพกราฟฟิค และภาพเคลื่อนไหวแล้ว องค์กรทุกองค์กรในภาคเอกชนพยายามที่จะพัฒนาระบบการปฏิสัมพันธ์ ซึ่งเป็นกลยุทธ์หนึ่งของการทำให้ผู้รับสารกลับมาเยี่ยมชมเว็บไซต์ได้ในครั้งต่อไป หรือเพิ่มการบอกต่อเว็บไซต์นี้ในระหว่างผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์ด้วยกัน นอกจากนี้เว็บไซต์บางเว็บไซต์มีการใช้เสียง และวิดีโอภายในเว็บไซต์ด้วย ที่น่าสนใจ คือ ในเว็บไซต์ที่ใช้เสียงเป็นเว็บไซต์ที่ประกอบธุรกิจทางด้านเพลง คือ บริษัทแกรมมี่ และเว็บไซต์ที่ใช้ทั้งเสียงและวิดีโอ คือ เว็บไซต์ผู้ผลิตรายการออกอากาศ บริษัทแปซิฟิก คอร์ปอเรชั่น

องค์กร	กราฟฟิค	ภาพเคลื่อนไหว	เสียง	วิดีโอ	โลกเสมือนจริง	การปฏิสัมพันธ์
1. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	●					มีการให้ลงทะเบียนออนไลน์ได้
2. สถาบันพัฒนาบริหารศาสตร์	●			●		ดูวิดีโอจาก Pop up Menu ได้
3. มหาวิทยาลัย อีสต์แอสเทิร์นบริหารธุรกิจ	●					สืบค้นข้อมูลจาก Pop up Menu ได้

ตารางที่ 16 แสดงการใช้ส่วนประกอบของการเป็นมัลติมีเดียในเว็บไซต์ของสถาบันการศึกษา

นอกจากการใช้กราฟฟิคแล้ว สถาบันพัฒนาบริหารศาสตร์มีการใช้วิดีโอ และนอกเหนือจากการปฏิสัมพันธ์ตามปกติ สถาบันการศึกษาทุกองค์กรได้สร้างสรรค์ให้มีการปฏิสัมพันธ์อย่างอื่นด้วย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

องค์กร	กราฟิก	ภาพเคลื่อนไหว	เสียง	วิดีโอ	โลกเสมือนจริง	การปฏิสัมพันธ์
1. สำนักเลขาธิการ สำนักนายกรัฐมนตรี	•	•				•
2. ธนาคารเพื่อการส่งออก และนำเข้าแห่งประเทศไทย	•	•				•
3. ตลาดหลักทรัพย์ แห่งประเทศไทย	•					•
4. ธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์	•					•

ตารางที่ 17 แสดงการใช้ส่วนประกอบของการเป็นมัลติมีเดียในเว็บไซต์ขององค์กรรัฐบาล

องค์กรรัฐบาลนั้นมีการใช้ภาพเคลื่อนไหวเพียง 2 องค์กร คือ สำนักนายกรัฐมนตรี และธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย ส่วนการใช้กราฟิก และการปฏิสัมพันธ์ มีการใช้ตามปกติ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

องค์กร	กราฟฟิก	ภาพเคลื่อนไหว	เสียง	วิดีโอ	โลกเสมือนจริง	การปฏิสัมพันธ์
1. กองบัญชาการทหารสูงสุด	•		•			
2. กองทัพอากาศ	•		•			ให้เลือกเปิดฟังเพลงของกองทัพอากาศ
3. กองทัพอากาศ	•	•				-สืบค้นข้อมูลด้วยการ Pop up Menu ได้ -ลงนาม Guest Book

ตารางที่ 18 แสดงการใช้ส่วนประกอบของการเป็นมัลติมีเดียในเว็บไซต์ขององค์การทหาร

นอกจากการใช้กราฟฟิกและการปฏิสัมพันธ์ตามปกติแล้ว กองบัญชาการทหารสูงสุดมีการใช้เสียง กองทัพอากาศมีการใช้เสียงและการปฏิสัมพันธ์แบบอื่นๆเพิ่มเข้ามา กองทัพอากาศมีการใช้ภาพเคลื่อนไหว และการปฏิสัมพันธ์

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

องค์กร	กราฟฟิค	ภาพเคลื่อนไหว	เสียง	วิดีโอ	โลกเสมือนจริง	การปฏิสัมพันธ์
1. ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	•	•				•
2. บริษัท บางกอกโพลีส์ ทับลิซซิ่ง จำกัด	•	•				-เปลี่ยนสีผ่าน -ลงตะเบียน -เช็คการใช้ อินเทอร์เน็ต -คอนเม้นตอบตาม วิจารณ์
3. บริษัท เคเอสซี จำกัด	•	•				•
4. บริษัท ลีอกซ์อินโฟ จำกัด	•	•				-สมัครงาน -รับสมัครงาน -ให้บริการด้านสมาชิก -อินเทอร์เน็ต -เกมส์

ตารางที่ 19 แสดงการใช้ส่วนประกอบของการเป็นมัลติมีเดียในเว็บไซต์ขององค์กรการให้บริการเครือข่าย

นอกจากการใช้กราฟฟิคและการปฏิสัมพันธ์ตามปกติแล้ว ทุกองค์กรมีการใช้การเคลื่อนไหว ส่วนบางกอกโพลีส์ และลีอกซ์อินโฟมีการสร้างสรรค์การปฏิสัมพันธ์เพิ่มเข้ามา

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

องค์กร	กราฟฟิค	ภาพเคลื่อนไหว	เสียง	วิดีโอ	โลกเสมือนจริง	การปฏิสัมพันธ์
1. การบิดรเลียมแห่งประเทศไทย	•					•
2. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	•					•
3. องค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย	•	•				- ทำข้อมูลด้วยการ ใช้ Pop up Menu - ส่งอีเมลล์ด่วน
4. มูลนิธิช่วยชีวิตสัตว์ป่า	•					•

ตารางที่ 20 แสดงการใช้ส่วนประกอบของการเป็นมัลติมีเดียในเว็บไซต์ขององค์กรไม่แสวงผลกำไร

นอกจากการใช้กราฟฟิคและการปฏิสัมพันธ์ตามปกติแล้ว องค์กรการสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย มีการสร้างสรรค์ระบบการปฏิสัมพันธ์และการใช้ภาพเคลื่อนไหว

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

องค์กร	กราฟฟิก	ภาพเคลื่อนไหว	เสียง	วิดีโอ	โลกเสมือนจริง	การปฏิสัมพันธ์
1. โครงการอะเมซิงไทยแลนด์	•	•				สืบค้นข้อมูลด้วย Pop up Menu
2. โครงการเอเชียนเกมส์	•	•	•	•		-เลือกฟังก์ชันจาก Pop up Window และหาข้อมูลจาก Pop up Menu

ตารางที่ 21 แสดงการใช้ส่วนประกอบของการเป็นมัลติมีเดียในเว็บไซต์ของโครงการพิเศษ

นอกจากการใช้กราฟฟิกและการปฏิสัมพันธ์ตามปกติแล้ว โครงการทั้งสองโครงการมีใช้ภาพเคลื่อนไหว และการสร้างสรรคการปฏิสัมพันธ์ นอกจากนี้โครงการเอเชียนเกมส์มีการใช้เสียงและวิดีโอ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2.4 ตารางแสดงส่วนประกอบของการเป็นมัลติมีเดียโดยการใช้การเคลื่อนไหว
ตามลำดับองค์กร ดังนี้

องค์กร	ไลโก, ปูน	การเปลี่ยน อริยาบถ ตัวการ์ตูน	ตัวหนังสือ	ส่วน นำทาง	ข้อมูล กราฟิก	การขยาย ภาพไฮด์	กราฟิก และ เทคนิคพิเศษ	พื้น จากหลัง	ภาพ 3 มิติ
1. บริษัท การบินไทย จำกัด	●	●							
2. บริษัท มาลีสามพราน จำกัด		●					●		
3. บริษัท เคเซพีซี จำกัด				●			●		
4. บริษัท โภคภัณฑ์ อาหารสัตว์ จำกัด	●			●					
5. บริษัท คาลเท็กซ์ ประเทศไทย จำกัด			●				●		
6. บริษัท แกรมมี เอนเทอร์เทนเมนท์ จำกัด	●		●	●			●		
7. บริษัท แปซิฟิค คอร์ปอเรชั่น จำกัด	●		●	●			●		
8. สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3			●				●		

ตารางที่ 22 แสดงการใช้ส่วนประกอบของการเป็นมัลติมีเดีย
โดยการใช้การเคลื่อนไหวในเว็บไซต์ขององค์กรเอกชน

จากตารางนี้แสดงให้เห็นว่าองค์กรเอกชนนิยมใช้การออกแบบตัวหนังสือให้เคลื่อนไหวมากที่สุด รองลงมาเป็นการเคลื่อนไหวส่วนนำทาง และการเคลื่อนไหวเทคนิคพิเศษ

องค์กร	ไอที, ปุ่ม	การเปลี่ยน อริขานก ตัวการ์ตูน	ตัวหนังสือ	ส่วน นำทาง	ข้อมูล กราฟฟิค	การฉาย ภาพสไลด์	กราฟฟิค และ เทคนิคพิเศษ	พื้น ฉากหลัง	ภาพ 3 มิติ
1. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย									
2. สถาบันพัฒนาบริหารศาสตร์			●						
3. มหาวิทยาลัย ชัยธรรม์วิทยบริหารธุรกิจ			●						

ตารางที่ 23 แสดงขยายผลการใช้ส่วนประกอบของการเป็นมัลติมีเดีย โดยการใช้การเคลื่อนไหวในเว็บไซต์ของสถาบันการศึกษา

สถาบันการศึกษาใช้การเคลื่อนไหวตัวหนังสือเพียงอย่างเดียว ทุกสถาบันการศึกษา โดยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยมีการใช้การเคลื่อนไหวกราฟฟิคในบางหน้าที่เป็นหน้าข้อมูลของคณะต่างๆ

องค์กร	ไอที, ปุ่ม	การเปลี่ยน อริขานก ตัวการ์ตูน	ตัวหนังสือ	ส่วน นำทาง	ข้อมูล กราฟฟิค	การฉาย ภาพสไลด์	กราฟฟิค และ เทคนิคพิเศษ	พื้น ฉากหลัง	ภาพ 3 มิติ
1. สำนักเลขาธิการ สำนักนายกรัฐมนตรี				●			●		
2. ธนาคารเพื่อการส่งออก และนำเข้าแห่งประเทศไทย							●		
3. ตลาดหลักทรัพย์ แห่งประเทศไทย				●					
4. ธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์			●	●					

ตารางที่ 24 แสดงการใช้ส่วนประกอบของการเป็นมัลติมีเดีย โดยการใช้การเคลื่อนไหวในเว็บไซต์ขององค์กรรัฐบาล

จากตารางนี้แสดงให้เห็นว่าองค์กรรัฐบาลมีการใช้การเคลื่อนไหวตัวหนังสือ ส่วนนำทาง ใช้กราฟฟิค และเทคนิคพิเศษ

องค์กร	โลโก้, ปุ่ม	การเปลี่ยน อริยาบถ ตัวการ์ตูน	ตัวหนังสือ	ส่วน นำทาง	ข้อมูล กราฟฟิค	การขยาย ภาพสไลด์	กราฟฟิค และ เทคนิคพิเศษ	พื้น ฉากหลัง	ภาพ 3 มิติ
1. กองบัญชาการทหารสูงสุด							●		
2. กองทัพอากาศ									
3. กองทัพบก	●								

ตารางที่ 25 แสดงการใช้ส่วนประกอบของการเป็นมัลติมีเดีย
โดยการใช้การเคลื่อนไหวในเว็บไซต์ขององค์กรทหาร

จากตารางนี้แสดงให้เห็นว่าองค์กรทหารมีการใช้การเคลื่อนไหวโลโก้ กราฟฟิคและ
เทคนิคพิเศษ

องค์กร	โลโก้, ปุ่ม	การเปลี่ยน อริยาบถ ตัวการ์ตูน	ตัวหนังสือ	ส่วน นำทาง	ข้อมูล กราฟฟิค	การขยาย ภาพสไลด์	กราฟฟิค และ เทคนิคพิเศษ	พื้น ฉากหลัง	ภาพ 3 มิติ
1. ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	●								
2. บริษัท บางกอกโพลด์ ทับสิริ จำกัด							●		
3. บริษัท เคเอสซี จำกัด			●	●					
4. บริษัท ลีอกรีนไฟ จำกัด		●	●				●		

ตารางที่ 26 แสดงการใช้ส่วนประกอบของการเป็นมัลติมีเดีย
โดยการใช้การเคลื่อนไหวในเว็บไซต์ขององค์กรให้บริการเครือข่าย

จากตารางนี้แสดงให้เห็นว่าองค์กรการให้บริการเครือข่ายมีการใช้การเคลื่อนไหวกับ โลโก้หรือปุ่ม
การเปลี่ยนอริยาบถของตัวการ์ตูน ตัวหนังสือ ส่วนนำทาง รวมถึงกราฟฟิคและเทคนิคพิเศษ

องค์กร	โลโก้, ปุ่ม	การเปลี่ยน อริยาบท ตัวการ์ตูน	ตัวหนังสือ	ส่วน นำทาง	ข้อมูล กราฟฟิค	การฉาย ภาพสไลด์	กราฟฟิค และ เทคนิคพิเศษ	พื้น ฉากหลัง	ภาพ 3 มิติ
1. การปฏิวัติสยามแห่ง ประเทศไทย									
2. การท่องเที่ยวแห่ง ประเทศไทย	●	●					●		
3. องค์การสื่อสารมวลชน แห่งประเทศไทย							●		
4. มูลนิธิช่วยชีวิตสัตว์ป่า		●							

**ตารางที่ 27 แสดงการใช้ส่วนประกอบของการเป็นมัลติมีเดีย
โดยการใช้การเคลื่อนไหวในเว็บไซต์ขององค์กรไม่แสวงหาผลกำไร**

จากตารางนี้แสดงให้เห็นว่าองค์กรการที่ไม่แสวงผลกำไรมีการใช้การเคลื่อนไหวแบบเคลื่อนไหวปุ่มหรือโลโก้ การเปลี่ยนอริยาบทตัวการ์ตูน และกราฟฟิคและเทคนิคพิเศษ

องค์กร	โลโก้, ปุ่ม	การเปลี่ยน อริยาบท ตัวการ์ตูน	ตัวหนังสือ	ส่วน นำทาง	ข้อมูล กราฟฟิค	การฉาย ภาพสไลด์	กราฟฟิค และ เทคนิคพิเศษ	พื้น ฉากหลัง	ภาพ 3 มิติ
1. โครงการอะเมซิงไทยแลนด์				●					
2. โครงการเอเชียเกมส์				●					

**ตารางที่ 28 แสดงขยายผลการใช้ส่วนประกอบของการเป็นมัลติมีเดีย
โดยการใช้การเคลื่อนไหวในเว็บไซต์ของโครงการพิเศษ**

จากตารางนี้แสดงให้เห็นว่าโครงการพิเศษมีการเคลื่อนไหวส่วนนำทางเพียงอย่างเดียว

โดยสรุปองค์กรต่างๆ นิยมใช้การเคลื่อนไหวกราฟฟิคและเทคนิคพิเศษมากที่สุด รองลงมาเป็นการใช้การเคลื่อนไหวตัวหนังสือ ส่วนนำทาง การเคลื่อนไหวโลโก้ การเปลี่ยนอริยาบทตัวการ์ตูน เป็นลักษณะการเคลื่อนไหวที่ไม่มีเว็บไซต์ขององค์กรใดใช้เลย คือการเคลื่อนไหวข้อมูลกราฟฟิค การฉายภาพ สไลด์ การเคลื่อนไหวพื้น ฉากหลัง และภาพ 3 มิติ

2.5 ตารางแสดงการปรับปรุงเพื่อเพิ่มการกลับมาของผู้เข้าชมเว็บไซต์ กลยุทธ์การเพิ่มการกลับมาของผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์ มี 2 รูปแบบ ได้แก่ การปรับปรุงเนื้อหาเป็นบางหน้า และการออกแบบเว็บไซต์ใหม่เป็นระยะๆ ผลจากการสำรวจ ปรากฏว่าเว็บไซต์ขององค์กรต่างๆ มีการปรับปรุงเพื่อการกลับมาของผู้เข้าชมเว็บไซต์ได้ตามตารางเรียงลำดับตามองค์กร ดังนี้

องค์กร	การปรับปรุงเนื้อหาเป็นบางหน้า และการออกแบบหน้าใหม่	การออกแบบเว็บไซต์ใหม่เป็นระยะๆ
1. บริษัท การบินไทย จำกัด	หน้าเนื้อหาของวารสารสวัสดิ์	
2. บริษัท มาลีสามพราน จำกัด	หน้าเนื้อหาของวารสารสวัสดิ์	
3. บริษัท เคเอฟซี จำกัด	หน้าโฮมเพจของข้อมูลแลกรือโปรโมชัน และหน้าข้อมูล	
4. บริษัท โกลด์กันท์ อาหารสัตว์ จำกัด	หน้าโฮมเพจ	
5. บริษัท คาลเท็กซ์ ประเทศไทย จำกัด	หน้า Job Opportunity	
6. บริษัท แกรมมี เอนเทอร์เทนเมนท์ จำกัด	หน้าโฮมเพจและหน้าข้อมูล	●
7. บริษัท แปซิฟิค คอร์ปอเรชั่น จำกัด	หน้าข้อมูล	●
8. สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3	หน้าโฮมเพจและหน้าข้อมูล	●

ตารางที่ 29 แสดงการปรับปรุงเพื่อเพิ่มการกลับมาของผู้เข้าชมเว็บไซต์

องค์กร	การปรับปรุงเนื้อหาเป็นบางหน้า และการออกแบบหน้าใหม่	การออกแบบเว็บไซต์ใหม่เป็นระยะๆ
1. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	หน้าข้อมูล	●
2. สถาบันพัฒนาบริหารศาสตร์	หน้าโฮมเพจของข้อมูลแลกรือโปรโมชัน และหน้าข้อมูล	
3. มหาวิทยาลัย อัสสัมชัญบริหารธุรกิจ	หน้าโฮมเพจของข้อมูลแลกรือโปรโมชัน และหน้าข้อมูล	

ตารางที่ 30 แสดงการปรับปรุงเพื่อเพิ่มการกลับมาของผู้เข้าชมเว็บไซต์ของสถาบันการศึกษา

องค์กร	การปรับปรุงเนื้อหาเป็นบางหน้า และการออกแบบหน้าใหม่	การออกแบบเว็บไซต์ใหม่เป็นระยะๆ
1. สำนักเลขาธิการ สำนักนายกรัฐมนตรี	หน้ารายชื่อรัฐมนตรี	
2. ธนาคารเพื่อการส่งออก และนำเข้าแห่งประเทศไทย	หน้า What's new	
3. ตลาดหลักทรัพย์ แห่งประเทศไทย	หน้าโฮมเพจและหน้าข้อมูล	
4. ธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์	หน้าผลการออกรางวัล และหน้าข้อมูล	

ตารางที่ 31 แสดงการปรับปรุงเพื่อเพิ่มการกลับมาของผู้เข้าชมเว็บไซต์ขององค์กรรัฐบาล

องค์กร	การปรับปรุงเนื้อหาเป็นบางหน้า และการออกแบบหน้าใหม่	การออกแบบเว็บไซต์ใหม่เป็นระยะๆ
1. กองบัญชาการทหารสูงสุด	หน้า 5 ธันวาคมหาราช	
2. กองทัพอากาศ	หน้าข่าวประกาศ	
3. กองทัพอากาศ	หน้าข้อมูล	

ตารางที่ 32 แสดงการปรับปรุงเพื่อเพิ่มการกลับมาของผู้เข้าชมเว็บไซต์ขององค์กรทหาร

องค์กร	การปรับปรุงเนื้อหาเป็นบางหน้า และการออกแบบหน้าใหม่	การออกแบบเว็บไซต์ใหม่เป็นระยะๆ
1. ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	หน้าข้อมูล	
2. บริษัท บางกอกโพลีส์ ทับลิชชิ่ง จำกัด	หน้าเนื้อหาเปลี่ยนทุกวัน	●
3. บริษัท เคเอสซี จำกัด	หน้าโฮมเพจและหน้าข้อมูล	
4. บริษัท ล็อกซ์อินโฟ จำกัด	หน้าข้อมูล	

ตารางที่ 33 แสดงการปรับปรุงเพื่อเพิ่มการกลับมาของผู้เข้าชมเว็บไซต์ขององค์กรทหาร

องค์กร	การปรับปรุงเนื้อหาเป็นบางหน้า และการออกแบบหน้าใหม่	การออกแบบเว็บไซต์ใหม่เป็นระยะๆ
1. การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย	หน้า Y2K, ข่าวควรรู้	
2. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	Footer บอกเทศกาล หน้าข้อมูล	
3. องค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย	หน้าข้อมูลเปลี่ยนรายวัน	
4. มูลนิธิช่วยชีวิตสัตว์ป่า	หน้าข้อมูล	

ตารางที่ 34 แสดงการปรับปรุงเพื่อเพิ่มการกลับมาของผู้เข้าชมเว็บไซต์ขององค์กรไม่แสวงผลกำไร

องค์กร	การปรับปรุงเนื้อหาเป็นบางหน้า และการออกแบบหน้าใหม่	การออกแบบเว็บไซต์ใหม่เป็นระยะๆ
1. โครงการอะเมซิ่งไทยแลนด์	หน้าข้อมูล	●
2. โครงการเอเชียนเกมส์	หน้าไฮมเพจและ หน้าข้อมูลเปลี่ยนรายวันช่วงที่มี การแข่งขัน	●

ตารางที่ 35 แสดงการปรับปรุงเพื่อเพิ่มการกลับมาของผู้เข้าชมเว็บไซต์ของโครงการพิเศษ

โดยสรุปเว็บไซต์ขององค์กรต่างๆ ที่นำมาศึกษานั้นมีการเปลี่ยนแปลงในเรื่องข้อมูล และการออกแบบหน้าใหม่ที่เพิ่มเข้ามา แต่ยังคงมีการเปลี่ยนแปลงในรูปแบบการออกแบบใหม่ทั้งหมดน้อยมาก ในช่วงระยะเวลาที่ทำการศึกษา

สถาบันวิจัยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

3. ผลจากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการออกแบบเว็บเพจขององค์กร

ประเทศไทยในขณะนี้ ถือว่าเว็บไซต์เป็นเทคโนโลยีใหม่ที่กำลังมีการพัฒนานำมาใช้งานมากขึ้น ซึ่งจากการศึกษาเว็บไซต์ขององค์กรต่างๆ นั้น พบว่า การดำเนินการออกแบบเว็บเพจนั้นมี 2 รูปแบบ คือ

1. ดำเนินการออกแบบขึ้นเองโดยบุคลากรภายในองค์กร ซึ่งมักเป็นบุคลากรที่มีความรู้ความชำนาญทางด้านคอมพิวเตอร์ หรือพนักงานในแผนก Information Technology

2. จัดจ้างบริษัทที่รับทำการออกแบบเว็บเพจโดยเฉพาะหรือบริษัทตัวแทนโฆษณาที่วางแผนโฆษณาให้กับบริษัท

ซึ่งรูปแบบการออกแบบเว็บเพจของแต่ละองค์กรมีความแตกต่างกันเป็นไปตามวัตถุประสงค์ ซึ่งแต่ละองค์กรได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ไว้ดังนี้

“เจ้าขององค์กรมองว่าสื่อเว็บไซต์เป็นสื่อที่ทันสมัย บ่งบอกความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีขององค์กรได้ เพื่อให้คนทั่วไปมองเห็นถึงความทันสมัย จึงอยากเปิดเว็บไซต์เพื่อให้เป็นการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับองค์กร ซึ่งเป็นสื่อที่มีค่าใช้จ่ายถูกมากเมื่อเทียบกับสื่ออย่างอื่น” (ปานจันทร์ เขียมอร่าม, สัมภาษณ์ 20 มีนาคม 2542)

ในฐานะที่ถูกมองว่าเป็นสื่อที่ทันสมัยนี้ จึงทำให้องค์กรทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐบาล เอกชน องค์กรเพื่อการค้า หรือองค์กรประเภทใดๆ ก็ตาม หรือแม้แต่องค์กรการทหารเองมุ่งมองถึงประโยชน์ของการสื่อสารด้วยเว็บเพจนี้ แต่วัตถุประสงค์ของการออนไลน์เว็บเพจออกไปนั้นก็แล้วแต่ผู้ที่ทำการสื่อสารกำหนด เช่น องค์กรการทหารมองว่า เป็นช่องทางสื่อสารที่ดีที่สร้างความสัมพันธ์กับประชาชนคนทั่วไป

“สำหรับกองทัพแล้วมีความต้องการที่จะใช้สื่อนี้ เพื่อการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีที่ทำให้เกิดความใกล้ชิดกับประชาชนมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นคนทั่วไป นักเรียน นิสิต นักศึกษา ซึ่งรู้จักกองทัพน้อยมาก” (พันเอกสิทธิโชค มุกเดีย, สัมภาษณ์ 20 มีนาคม 2542)

นอกจากกองทัพแล้ว สื่อมวลชนได้ออนไลน์เว็บไซต์เพื่อวัตถุประสงค์ในการเป็นช่องทางสื่อมวลชน ทางหนึ่งที่น่าเสนอข้อมูลรูปแบบเดียวกัน กับที่น่าเสนอในสื่อเดิมขององค์กร

“ในฐานะที่เราเป็นสื่อมวลชน จึงมองว่า เว็บไซต์เป็นสื่อแบบหนึ่งที่เป็นสื่อเสริมสื่อเดิมของเรา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอรายการต่างๆ ของช่อง 3 ในขณะเดียวกันก็มีข้อมูลที่เตรียมสำหรับคนที่ไม่รู้จักเรา เป็นใครก็ได้ บุคคลทั่วไป ให้เขาได้รู้จัก อาจสร้างการปฏิสัมพันธ์ให้เขากลับเข้ามาบ่อยๆ เช่น เล่นเกมส์ ตอบคำถามชิงรางวัล โหวตรายการละคร จากสถิติที่เราเก็บรวบรวมไว้ มีคนเข้ามาจากเครื่องที่อยู่ต่างประเทศเป็นจำนวนมากเหมือนกัน” (ดวงรัตน์ มหาวนิช, สัมภาษณ์ 20 มีนาคม 2542)

สำหรับบางองค์กรมีแนวทางการใช้เว็บเพื่อการประชาสัมพันธ์ การใช้กันเองภายในองค์กร เพื่อการขายหลากหลายรูปแบบ ดังนี้

“อ.ก.ส. ออนไลน์เว็บไซต์เพื่อใช้ในการสื่อสารกับองค์กรร่วมของภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับภาคการเกษตร ส่วนใหญ่คนที่อยู่ในองค์กรร่วมซึ่งเป็นภาครัฐบาลด้วยกัน”(วิษุตา ประวิตรกาญจน์, สัมภาษณ์ 20 มีนาคม 2542)

“มองว่าเป็นสื่อเพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้กับการบินไทย แต่ยังไงก็ยังคงการให้เกิดการขายด้วย เพราะเป็นสื่อที่มีราคาถูกเมื่อเทียบกับสื่อโฆษณาอย่างอื่น ๆ ดังนั้นจึงถือว่าเว็บไซต์เป็นสื่อที่เป็นสื่อเพื่อการส่งเสริมการขายสื่อหนึ่ง”(เวรดี วราดุล, สัมภาษณ์ 20 มีนาคม 2542)

“เริ่มจากชาวไลเบเนอเด็ก ที่ทำให้ประเทศไทยมีภาพลบต่อคนทั่วโลก เว็บไซต์เริ่มแรกของแล้ว เกิดจากการแก้ไขภาพพจน์ให้ดีขึ้นในสายตาชาวต่างประเทศ ต่อมาเมื่อพบว่ามีชาวต่างชาติออนไลน์เข้ามาเป็นจำนวนมาก ด้วยความต้องการที่อยากจะได้ข้อมูลเกี่ยวกับประเทศไทยเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นข้อมูลพื้นฐานที่เรามีอยู่แล้ว”(สมชาย เขียมวิวัฒน์กิจ, สัมภาษณ์ 20 มีนาคม 2542)

ซึ่งจากวัตถุประสงค์ดังกล่าวจึงเป็นที่มาของแนวทางการออกแบบที่น่าเสนอแนวคิดในแต่ละรูปแบบ และถูกถ่ายถอดออกมาเป็นรูปแบบที่มองเห็นได้ทางหน้าจอ ไม่ว่าจะเป็นการใช้สี การใช้ภาพ กราฟฟิค หรือมัลติมีเดียใดๆ ก็ตาม

“อ.ก.ส. เป็นองค์กรภาครัฐบาลที่สร้างเว็บไซต์ขึ้นเพื่อใช้ภายในองค์กรร่วม ผู้ที่เข้ามาใช้มีลักษณะที่เป็นผู้ใหญ่ รูปแบบการออกแบบจึงต้องมีความเรียบง่าย ไม่หวือหวา ไม่ต้องมีมัลติมีเดียมาก ง่ายต่อการนำทาง และแน่นอนที่ต้องสื่อถึงเอกลักษณ์ขององค์กรด้วย โดยการใช้ภาพต้นข้าวบ้าง ถั่วบ้าง ภาพเกษตรกรรม บ้าง”(วิษุตา ประวิตรกาญจน์, สัมภาษณ์ 20 มีนาคม 2542)

“รูปแบบการออกแบบของศาลเท็กซ์ ได้มาจากการดูสื่ออื่นๆ เช่น เอกสารของศาลเท็กซ์ เว็บไซต์ของศาลเท็กซ์ประเทศต่างๆ ดูว่าลูกคำมีรูปอะไรบ้าง ข้อมูลเป็นอย่างไร ต้องการนำเสนอในรูปแบบใด นอกจากนั้นก็เป็นหน้าที่ของนักออกแบบที่ต้องนำเสนอ อย่างแรกคือ ต้องทำตัวอย่างขึ้นมาเป็นหน้าจอจึงให้ลูกค้า ศึกษานำทางผ่านหน้าจอต่างๆ ไม่ภาพเคลื่อนไหวตรงไหน และเราสามารถมีส่วนประกอบของการเป็นสื่อ มัลติมีเดียนี้กับส่วนใดบ้าง”(ระวิพันธ์ โลหะอนุกุล, สัมภาษณ์ 20 มีนาคม 2542)

นอกจากแนวคิดที่ตีพิมพ์ในการออกแบบขององค์กรเอกชนแล้ว เมื่อศึกษาเว็บไซต์ขององค์กร การสื่อสารมวลชนกลับพบว่า รูปแบบของการออกแบบนั้นไม่มีความสำคัญเท่ากับข้อมูลที่มีให้กับผู้รับสาร

“เราเป็นองค์กรหนังสือพิมพ์ที่ต้องการนำเสนอข่าวที่ให้ความรวดเร็วทันเหตุการณ์ เพราะฉะนั้น จะให้เทคโนโลยีมาเป็นข้อจำกัดในการเปิดรับข่าวสารของผู้รับสารไม่ได้ สิ่งแรกที่เป็นแนวทางการออกแบบ คือ เราต้องคงหัวหนังสือพิมพ์ของเราไว้ รูปแบบการจัดวางเหมือนหน้าหนังสือพิมพ์ มีตัวหนังสือมาก การใช้กราฟฟิคภาพ หรือภาพเคลื่อนไหวอาจทำให้หาข้อมูลและดาวนโหลดได้ช้า บางครั้งเราก็ไม่ต้องการ อะไรที่เป็นสีส้มมาก ต้องมีความเรียบง่าย อีกประเด็นหนึ่งที่สำคัญ คือ เราต้องเตรียมรูปแบบการออกแบบ ที่เรียบง่ายไว้เพื่อการเปลี่ยนแปลงข้อมูลได้ตลอดเวลา”(วิบูลย์ จำเจริญเลิศ, สัมภาษณ์ 20 มีนาคม 2542)

เมื่อศึกษาถึงรูปแบบการออกแบบของหนังสือพิมพ์แล้ว อาจเป็นสิ่งที่ตรงข้ามกันกับเว็บไซต์ของสถานีโทรทัศน์ ซึ่งต้องการการออกแบบที่มีเทคนิคมีเดียเดียว มีการปฏิสัมพันธ์ และมีรูปแบบที่ต้องการดึงดูดใจผู้รับสารมากกว่า

“รูปแบบการออกแบบของหน้าเว็บของช่อง 3 ไม่ได้มีการกำหนดแน่นอนเอาไว้แล้วแต่คนออกแบบซึ่งเรามีแผนกราฟฟิค สีเส้นที่เน้นคือความสดใส เน้นสีฟ้า”(ดวงรัตน์ มหาวนิช, สัมภาษณ์ 20 มีนาคม 2542)

นอกจากนี้ยังมีเว็บไซต์ขององค์การทหารซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่มีรูปแบบการออกแบบที่หลากหลายสาเหตุที่เป็นเช่นนี้เพราะไม่มีหน่วยงานสำหรับทำการออกแบบซึ่งเป็นงานที่เยอะมากเนื่องจากเป็นองค์กรที่มีขนาดใหญ่ ดังนั้นจึงเป็นลักษณะของการที่แต่ละหน่วยงานส่งเว็บเพจของแต่ละหน่วยงานมาทำการเชื่อมโยง

“เราไม่มีงบประมาณสำหรับไปจัดจ้าง เพราะผู้ใหญ่ไม่ได้มีนโยบายในการจัดทำตรงนี้ จึงต้องออกแบบกันเอง รูปแบบก็ไม่ได้กำหนดต่างคนต่างออกแบบกันเอง ซึ่งเป็นคนที่อยู่ในแผนกคอมพิวเตอร์ มีความรู้ในเรื่องเทคนิคการสร้างเว็บ”(พันเอกธีรวัฒน์ ประภาประเสริฐ, สัมภาษณ์ 20 มีนาคม 2542)

ในขณะที่องค์การทหารยังไม่มียงบประมาณสำหรับการออกแบบเว็บเพจ เมื่อเปรียบกับองค์กรอีกรูปแบบหนึ่ง คือการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยกลับมีการทุ่มเงินทุนเพื่อการออกแบบโดยเฉพาะ

“รูปแบบที่ต้องการให้บริษัทออกแบบทำให้นั้น เราก็เพียงแต่บอกว่า เราต้องการให้เป็นแหล่งข้อมูลของการท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งแน่นอนต้องสร้างเอกลักษณ์ความเป็นไทยในเว็บไซต์ของเราด้วย ซึ่งบริษัทรับออกแบบได้นำเสนอรอบวงหัวข้อที่ดูแล้วคล้ายขายคาบ้านทรงไทย โดยใช้สีแดงและทอง นอกจากนั้นก็มีส่วนที่ทำให้คนมองแล้วอาจนึกถึงความเป็นไทยได้ในทันที”(สมชาย เอี่ยมวัฒน์กิจ, สัมภาษณ์ 20 มีนาคม 2542)

รูปแบบการออกแบบนี้บริษัทที่เป็นองค์กรที่อยู่ในรูปของบริษัทนานาชาติจะมีรูปแบบการออกแบบที่เป็นอีกรูปแบบหนึ่ง ซึ่งวิธีการนี้บริษัทข้ามชาติและองค์การการค้าที่มีขนาดใหญ่นิยมใช้

“การออกแบบเว็บเพจของการบินไทย ต้องการความเรียบง่าย โดยมีการใช้เทคโนโลยีอย่างเหมาะสมด้วย อย่างหนึ่งที่จำกัดในรูปแบบการออกแบบคือ ตำแหน่งของการวางโลโก้ การใช้สี การเลือกใช้ภาพลักษณะอย่างนี้เรียกว่า Identity Standard เราใช้วิธีการจัดวางแบบนี้ในทุกสื่อ”(เวดี วราวุธ, สัมภาษณ์ 20 มีนาคม 2542)

นอกจากรูปแบบการออกแบบแล้ว การปรับปรุงเปลี่ยนแปลงเว็บเพจเป็นคุณสมบัติที่สำคัญอย่างหนึ่งของสื่อนี้ ซึ่งองค์กรต่างๆ ได้กล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงไว้ดังนี้

“แน่นอนว่า ชาวของเราต้องมีการเปลี่ยนแปลงทุกวัน ถ้าชาวของเราไม่เปลี่ยน กลุ่มเป้าหมายก็จะไม่เข้ามา ซึ่งกลุ่มเป้าหมายของเราเป็นชาวต่างชาติ จากการเก็บบันทึกข้อมูลในการออนไลน์เว็บเพจ เพราะคนไทยคงไม่ต้องการอ่านหนังสือพิมพ์ทางหน้าจอ เพราะเขาสามารถซื้อหนังสือมาอ่านได้ง่ายกว่า และประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายมากกว่าด้วย”(วิบูลย์ จำเจริญเลิศ, สัมภาษณ์ 20 มีนาคม 2542)

“ททท กำลังจะออนไลน์เว็บไซต์ใหม่ภายในเดือนพฤษภาคมนี้ ซึ่งเป็นการเปลี่ยนรูปแบบใหม่ หลังจากที่เราก่อนหน้านี้มีอยู่เป็นเวลาหนึ่งถึงปีกว่า ซึ่งในรูปแบบที่ออนไลน์ในขณะนี้ไม่ใช่เราไม่ได้มีการปรับปรุงข้อมูลเลย บางหน้าเป็นข้อมูลที่คงตัว แต่บางหน้าที่เป็นปฏิทินการท่องเที่ยวต้องมีการเปลี่ยนแปลงทุกเทศกาล หลังจากที่เราก่อนหน้านี้แบบใหม่เรามีแนวโน้มในการพัฒนาต่อไปถึงการพัฒนาระบบฐานข้อมูลเพื่อการค้นหา ชื่อโรงแรม สถานที่ที่พัก สถานที่ท่องเที่ยว ร้านอาหาร ซึ่งน่าจะเป็นการบริการด้านข้อมูลอย่างเต็มรูปแบบมากกว่าเดิม”(สมชาย เข็มวิวัฒน์กิจ, สัมภาษณ์ 20 มีนาคม 2542)

“การบินไทยกำลังดำเนินการวางแผนการออกแบบเว็บไซต์ เพื่อให้เป็นสื่อเพื่อการเพื่อการขายอย่างแท้จริง ซึ่งในตอนนี้อยู่ยังไม่ไปถึงรูปแบบนั้น ตอนนี้เป็นอะไรที่เจาะกลุ่มลูกค้าวงแคบที่เป็นสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารกรุงไทย โดยการให้สามารถสั่งซื้อตั๋วออนไลน์ได้ ซึ่งยังไม่ได้ผลเป็นที่น่าพอใจนักสำหรับการดำเนินการซื้อขายผ่านบัตรเครดิต”(เวรตี วราคุล, สัมภาษณ์ 20 มีนาคม 2542)

“ตอนนี้ ปตท. กำลังทำการจัดตั้งคณะทำงานเพื่อปรับปรุงให้เว็บไซต์เป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพทางด้านการนำเสนอข้อมูลข่าวสารมากกว่าเดิม เนื่องจากเว็บไซต์ที่ออนไลน์ในขณะนี้มีการกระจายการทำงานออกไปในแต่ละหน่วยธุรกิจ ทำให้ข้อมูลมีลักษณะที่ต่างกันคนต่างพูด ไม่เป็นไปในแนวทางเดียวกัน ไม่มีแนวความคิดเป็นหนึ่งเดียว ดังนั้น ปตท. จึงวางแผนที่จะมีศูนย์กลางในการจัดระบบข้อมูล และระดมความคิดที่จะทำการสื่อสารเป้าหมายขององค์กร และนำเสนอข้อมูลให้กับนักลงทุนให้เกิดสภาพการณ์ที่ดี ซึ่งทุกวันนี้มีความคิดเห็นเข้ามามากกว่า เรายังไม่มีข้อมูลที่ตรงกับความต้องการ ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงนี้เป็นสิ่งหนึ่งที่เราต้องวางแผนต่อไป นอกเหนือจากการที่เราปรับปรุงข้อมูลบางส่วนไปตามปกติ”(ระวิพันธ์ แฉ้วพานชน, สัมภาษณ์ 20 มีนาคม 2542)

เมื่อได้ศึกษาถึงรูปแบบการออกแบบจากผลทางหน้าจอ และการสัมภาษณ์แล้ว ได้พบปัญหาที่เกี่ยวกับเรื่องเทคนิค เรื่องความเข้าใจคุณสมบัติของสื่อเว็บเพจ และความรู้ความสามารถทางทักษะในการออกแบบของนักออกแบบ

“การที่เว็บไซต์ในขององค์กรต่างๆ ในบ้านเราไม่มีลักษณะของการแข่งขันกันมาก หรือไม่มีรูปแบบของการเป็นมัลติมีเดียมากเนื่องจากปัญหาเรื่องการดาวน์โหลดไฟล์ อีกปัญหาหนึ่ง คือ โปรแกรมการออกแบบเปลี่ยนแปลงเร็วมากเรียกว่า เราไม่มีทางตามทัน เพราะเราไม่ใช่ผู้นำทางเทคโนโลยี เราเป็นเพียงผู้ตาม และบ้านเราไม่มีใครที่มีความชำนาญเพียงพอที่จะสอนเทคนิคในการออกแบบนี้ เทคนิคของการออกแบบเป็นเรื่องของความสามารถของใครก็ของคนนั้น สอนกันได้ยาก เทคนิคการออกแบบสร้างสรรค์ให้เกิดแนวทางใหม่เป็นเรื่องที่ต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์อย่างมาก ซึ่งแนวโน้มการออกแบบเว็บเพจในประเทศไทยที่จะเป็นรูปแบบของมัลติมีเดียอย่างเต็มตัว คงต้องใช้เวลาลึกกระบะหนึ่ง ซึ่งน่าที่จะต้องเป็นการรวมทีมงานขึ้นมาจึงจะทำให้การออกแบบเป็นไปได้อย่างมาก มีเวลาในการผลิตมากกว่าที่ทำโดยคนคนเดียวในขณะนี้”

“การที่องค์กรการทหารจะก้าวไปสู่การออกแบบที่เป็นมัลติมีเดียที่สามารถแข่งขันกับ เว็บไซต์ที่ออนไลน์อื่นๆ ได้คงจะอีกนาน เพราะทุกวันนี้ยังไม่ถึงงบประมาณ หรือนโยบายที่แน่นอนจากผู้ใหญ่ในการดำเนินการจัดทำ ซึ่งผู้ใหญ่บางท่านก็เห็นความสำคัญ แต่ก็ไม่รู้ว่าควรจะดำเนินการอย่างไรกับการผลิตนี้ ควรจัดตั้งคณะทำงานหรือสรรหานักวิชาการมาเพื่อทำงานนี้หรือไม่ หรือต้องมีหน่วยงานที่รองรับ เพราะเมื่อทำกันเองก็เป็นไปคนละทิศละทางและไม่มีความสะดวกเพียงพอ”