

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ภาพรวมของรูปแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ที่ได้กล่าวถึงความสำคัญของแนวคิดพร้อมปัญหาของเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ดังที่ได้นำเสนอไปในบทที่ 1 ส่วนบทที่ 2 เป็นการนำเสนอทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา บทที่ 3 เป็นการนำเสนอระเบียบวิธีการศึกษาผ่านการสัมภาษณ์ผู้ใช้อินเทอร์เน็ต พร้อมกับการสัมภาษณ์นักออกแบบเว็บไซต์ และในบทที่ 4 เป็นการนำเสนอผลการศึกษากาการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนกรรมโดยการเปรียบเทียบแนวคิดในเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยและต่างประเทศ การวิเคราะห์แนวคิดที่ส่งผลต่อการออกแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศ และข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตและนักออกแบบเว็บไซต์ จากการวิเคราะห์ข้อมูลและผลการศึกษาดังกล่าว การออกแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยควรให้ความสำคัญกับการสร้างและมีแนวคิด เพราะเป็นกลไกการสร้างเชื่อมโยงระหว่างนักออกแบบและผู้ประกอบการเพื่อสร้างความเข้าใจให้เห็นภาพรวมของการออกแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ให้มีความน่าสนใจและเหมาะสมกับผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อนำไปสู่ผลตอบแทนในรูปแบบของกำไร โดยผลที่ได้จากการศึกษาดังกล่าวผู้วิจัยได้นำเสนอออกมาเป็นแนวความคิดตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยซึ่งนำเสนอในบทที่ 5

จากการวิเคราะห์และเก็บรวบรวมข้อมูลในบทที่ 3 สามารถนำข้อมูลดังกล่าวแสดงออกมาเป็นผลการศึกษาซึ่งสามารถนำเสนอได้เป็น 3 ประเด็นดังนี้ โดยนำเสนอรายละเอียดในแต่ละประเด็นในลำดับถัดไป

1. การวิเคราะห์เปรียบเทียบแนวคิดในเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยและต่างประเทศ
2. การวิเคราะห์แนวคิดที่ส่งผลต่อการออกแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศ
3. ข้อมูลจากการสัมภาษณ์นักออกแบบเว็บไซต์และผู้ใช้อินเทอร์เน็ต

4.1 การวิเคราะห์เปรียบเทียบแนวคิดในเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยและต่างประเทศ

จากการศึกษาข้อมูลแนวคิดบนเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยและต่างประเทศ เห็นได้ว่ามีความแตกต่างกันอย่างชัดเจน โดยประเด็นหลักคือการนำเสนอแนวคิดที่มีอยู่บนเว็บไซต์ทั้งสองประเภท บนเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยมีแนวคิดหลักในการนำเสนอการขายพื้นที่

โฆษณาว่าการขายสินค้า ซึ่งต่างจากเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ที่ต่างประเทศมุ่งเน้นการขายสินค้าเพียงอย่างเดียวและไม่ได้ให้ความสำคัญกับการขายพื้นที่โฆษณาดังเช่นเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทย ดังนั้นเว็บไซต์ต่างประเทศจึงสามารถนำเสนอรูปแบบแนวคิดที่หลากหลายสอดคล้องกับการออกแบบที่ดึงดูดใจผู้ซื้อสินค้า ในส่วนแรกเป็นการนำเสนอเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทย และในส่วนถัดมาเป็นการนำเสนอเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศ

เว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยในปัจจุบัน

เว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยที่นำเสนอนี้ได้มาจากผลการสำรวจเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยในเว็บไซต์ Ecommerce⁵ (นิตยสารอีคอมเมิร์ซ, 2551) ได้ทำการสำรวจความคิดเห็นในประเด็น “คุณชอบเว็บไซต์ช้อปปิ้งแบบใด” ทำการเริ่มสำรวจตั้งแต่วันที่ 5 กันยายน 2548 ล่าสุดถึงวันที่ 3 มีนาคม 2551 เว็บไซต์ที่ได้รับความนิยมเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้

- 1) www.marketathome.com หรือชื่อใหม่คือ www.weloveshopping.com
- 2) www.pantipmarket.com
- 3) www.tarad.com
- 4) www.thaisecondhand.com
- 5) www.pramool.com

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

⁵นิตยสารรายเดือนโดยเป็นศูนย์รวมข่าวสารพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ ธุรกิจออนไลน์ การค้าออนไลน์และข่าวสารธุรกิจ

1) ตลาดคอตคอม (tarad.com)



ภาพ 4.1 เว็บไซต์ตลาดคอตคอม (Tarad, no date)

The screenshot displays the Tarad.com website, a Thai e-commerce platform. At the top, there are navigation icons for various product categories such as 'เพิ่มยอดขาย' (Increase Sales), 'สุขภาพ' (Health), 'แฟชั่น' (Fashion), 'เครื่องสำอาง' (Cosmetics), and 'MISSBS' (Beauty). Below the navigation is a section for 'ผู้สนับสนุนเว็บไซต์' (Website Sponsors) featuring several advertisements for services like 'Click For lady', 'Clinic Nutrient', '60 Minute Money', and 'เข้า Apartment'. The main body of the page is a grid of product listings, each with a small icon, a title, and a price. Categories include 'รถ ยานพาหนะ (25,012)', 'โทรศัพท์ & อุปกรณ์สื่อสาร (10,035)', 'คอมพิวเตอร์ (22,470)', 'กล้องและอุปกรณ์ (7,938)', 'อสังหาริมทรัพย์ (6,717)', 'เสื้อผ้าและแฟชั่น (86,177)', 'กีฬา (8,163)', 'นาฬิกา และจิวเวลรี่ (43,252)', 'เครื่องใช้ไฟฟ้า (14,221)', 'ห้องเช่าและที่พัก (4,398)', 'สัตว์เลี้ยง & รางสัตว์ (12,504)', 'วิกิวิกนอร์ (4,320)', 'ของเล่นและของเก่า (40,145)', 'ของเล่น & รางสัตว์ (18,413)', 'ธุรกิจ & อุตสาหกรรม (24,121)', 'เพลง คอกรี & บันทึก (31,794)', 'เครื่องดนตรี (6,440)', 'เฟอร์นิเจอร์ อุปกรณ์ภายในบ้าน (23,270)', 'อาหารและสุขภาพ (18,310)', 'แม่และเด็ก (5,735)', 'หนังสือ (25,132)', 'สิ่งขงมือสอง (17,195)', and 'อุปกรณ์สำนักงาน เครื่องเขียน (7,924)'. The bottom of the page features a footer with contact information, a 'LIVE SUPPORT' button, and a 'REBIS NEW!' button.

ภาพ 4.1 (ต่อ) เว็บไซต์ตลาดดอทคอม (Tarad, no date)

หมายเหตุ: พื้นที่วงกลมสีแดงคือตำแหน่งแสดงการขายพื้นที่โฆษณา

2) พันทิพย์มาร์เกตคอตคอม (pantipmarket.com)

The screenshot shows the PantipMarket.com website. At the top, there is a search bar and navigation links. Below the header, there are several sections:

- ข่าวสารกิจกรรม**: News and activities section with a 'Refresh' button.
- สมาชิก PantipMarket**: Member information and login options.
- แนะนำเว็บไซต์**: Recommended websites for foreigners in Thailand.
- แนะนำเว็บไซต์**: A grid of service listings including:
 - คอมพิวเตอร์**: PC, Laptop, PDA, Macintosh, printer, etc.
 - บริการเช่าบ้าน**: Real estate services.
 - เครื่องใช้ไฟฟ้า**: Electronics like VCD/DVD players, MP3 players, etc.
 - ภาษา**: Language courses for Thai, English, etc.
 - งาน**: Job listings.
 - บริการทำไป**: Travel services.
 - การเรียน**: Tutoring and educational services.
 - งาน**: Other job-related services.
- แนะนำเว็บไซต์**: A sidebar with more recommendations.
- โฆษณา**: A large advertisement for 'สอบหัดกันทั้งปี' (Exam practice all year) for 15,000 Baht, featuring a group of students holding signs with numbers 8 and 4.

ภาพ 4.2 เว็บไซต์พันทิพย์มาร์เกตคอตคอม (pantipmarket, no date)



ภาพ 4.2 (ต่อ) เว็บไซต์พันทิพย์มาร์เกตดอตคอม (pantipmarket, no date)

หมายเหตุ : พื้นที่วงกลมสีแดงคือตำแหน่งแสดงการขายพื้นที่โฆษณา

3) วิถีฟชอปปิ้งดอตคอม (www.weloveshopping.com)



ภาพ 4.3 เว็บไซต์วิถีฟชอปปิ้งดอตคอม (weloveshopping, 2007)



เพื่อช้อป
เพื่อช้อป
เพื่อช้อป

izizshop

เสื้อผ้าแฟชั่น
เครื่องสำอาง
กระเป๋า
รองเท้า



B SHOP BRAND NAME

จำหน่ายสินค้า
หลากหลาย



hisocietygirl

ลด 80%



fashjongja



hisocietygirl

fashjongja



fashjongja

จำหน่ายสินค้า
หลากหลาย

advertising
click here

 สัตว์เลี้ยง, ต้นไม้ รวมสินค้าในร้านค้า รวมร้านค้า สินค้าประมูล ประกาศซื้อ-ขายรายวัน บทความผ่านไอของร้านค้า ข่าวสารของร้านค้า	 สิ่งของเครื่องใช้ รวมสินค้าในร้านค้า รวมร้านค้า สินค้าประมูล ประกาศซื้อ-ขายรายวัน บทความผ่านไอของร้านค้า ข่าวสารของร้านค้า	 แม่และเด็ก รวมสินค้าในร้านค้า รวมร้านค้า สินค้าประมูล ประกาศซื้อ-ขายรายวัน บทความผ่านไอของร้านค้า ข่าวสารของร้านค้า
 ของใช้ในบ้าน รวมสินค้าในร้านค้า รวมร้านค้า สินค้าประมูล ประกาศซื้อ-ขายรายวัน บทความผ่านไอของร้านค้า ข่าวสารของร้านค้า	 เครื่องเล่น รวมสินค้าในร้านค้า รวมร้านค้า สินค้าประมูล ประกาศซื้อ-ขายรายวัน บทความผ่านไอของร้านค้า ข่าวสารของร้านค้า	 อุปกรณ์สำนักงาน รวมสินค้าในร้านค้า รวมร้านค้า สินค้าประมูล ประกาศซื้อ-ขายรายวัน บทความผ่านไอของร้านค้า ข่าวสารของร้านค้า
 เฟอร์นิเจอร์ รวมสินค้าในร้านค้า รวมร้านค้า สินค้าประมูล ประกาศซื้อ-ขายรายวัน บทความผ่านไอของร้านค้า ข่าวสารของร้านค้า	 ของเก่า, ของสะสม รวมสินค้าในร้านค้า รวมร้านค้า สินค้าประมูล ประกาศซื้อ-ขายรายวัน บทความผ่านไอของร้านค้า ข่าวสารของร้านค้า	 กีฬา, บริษัท รวมสินค้าในร้านค้า รวมร้านค้า สินค้าประมูล ประกาศซื้อ-ขายรายวัน บทความผ่านไอของร้านค้า ข่าวสารของร้านค้า



Beauty-Hall.com
Tel: 089-780-1017

web links

- เสื้อผ้าแฟชั่น, รองเท้า ได้เห็น พร้อมส่งของที่สุด ที่คุณไม่ต้องรอนาน พบกับร้าน ParadiseShop
- เคมบริดจ์ ไลอ้อน อีทวอลล์เป็นนักจากประเทศอังกฤษ ผลิตโดยรถเร็ว 5 กคนใน 7 วันแปดร้อยไม่มีผลข้างเคียง www.cambridgedelthai.com
- เสื้อผ้าแฟชั่นเจ้า brand Korea/HK ของแท้ คุณภาพดี ราคาพิเศษสุดๆ เข้ามาชมกันนะจ๊ะ GAL
- แหล่งรวมสินค้า ลดละชิ้น เช่นหมอน ทีวีความยาวสี่ และอุปกรณ์ป้องกันตัว สำหรับคุณผู้หญิง ลองที่ www.medede.com หรือโทร.086-522-67
- =:==: ร้าน DIANA แหล่งช้อปปิ้งแฟชั่น เสื้อผ้า อินเทรน ราคาสบาย และ ผิดที่ใจความมาจากญี่ปุ่นจ้ะ =:==: www.diana-shop.com พร้อมรับชมของของคุณจากทางร้านมากมายจ้ะ.....

latest topics ลบประกาศซื้อขาย

- เสื้อออร์ม Adidas Ess 3s TSUIT WV สีฟ้าแถบขาว ของใหม่จากSHOP ถูกสุดที่ 1580 บาท
- ของแท้ adidas รุ่น IPAKOW จากSHOP ใหม่และแท้100% ถูกสุดที่ 1980 บาท
- เฟอร์นิเจอร์ 1500 บาท
- เสื้อออร์ม Adidas Ess 3s TSUIT WV สีฟ้าแถบขาว ของใหม่จากSHOP ถูกสุดที่ 1580 บาท
- (14052)HOT-HIT ชุด 1 ..Ba-Ba-Li : รองเท้าไซส์ใหญ่+เสื้อผ้าแขนสั้น+เสื้อผ้าไซส์ใหญ่ xxxxl 0 บาท
- (2089)HOT-HIT ชุด 1 ..Ba-Ba-Li : รองเท้าไซส์ใหญ่+เสื้อผ้าแขนสั้น+เสื้อผ้าไซส์ใหญ่ xxxxl 0 บาท
- ซ็อก,starlet (สาลี่เทา),Ep71, 0 86-89,เครื่องสำอางค์ที่089-9834252,เครื่องสำอางค์,ทั่วประเทศไทย,Toyota
- starlet, ผ้าปูเตียง,เสื้อผ้าแขนสั้น, รองเท้า 999999 บาท
- เสื้อ Adidas W YOC WU TOP สะอาดอากาศดีมาก! ไม่ร้อน ของใหม่จากSHOP ถูก 1180 บาท
- ภาควิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ ภาควิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ได้เห็นในกรุงเทพฯ: 35 บาท
- ชุดหรือเครื่องใช้ในบ้านที่ทันสมัย สีฟ้า อีทวอลล์ความยาวสี่ สีส้มและสีขาว ชุด สี: สินค้าพร้อมส่งและ
- หรือจะเป็นออร์มเสริมความงามจากทางร้านจ้ะไม่มีให้เลือกหาหาคะ 000 บาท
- แรมาอียเทคสินค้าอินเทรนด์ในและ สินค้ามีให้เลือกมากมาย และ หรือจะเป็นสินค้าเสริมความงามจากทางร้านจ้ะไม่มีให้หาคะ/ 000 บาท
- ขาย DVD Wat Entertainment Show 2006 Act 1000 บาท
- กระเป๋าเงินแบบเก่า / กระเป๋าตลาด / กระเป๋าสะพาย / สาเหตุที่ชื่นชอบลวดลายกุหลาบ คลัสสิคและ มีให้เลือกหลายแบบละ/ 000 บาท
- **/บริการจัดส่งแบบบ้าน แต่รับ ที่เลี้ยงเด็ก ผู้ชายพยายาม Click..Next 6500 บาท
- รับมือของที่มีคุณภาพดี เช่น เสื้อ ผ้าขนหนู กระเป๋า หมวก ร่ม และงานปักทุกประเภท โดยโรงงานผู้ผลิตเอง จากพิเศษ บาท
- รับออกแบบบ้านสไตล์รีสอร์ท พร้อมตกแต่งภายใน นำเสนอผลงานตัวอย่าง 3 มิติ โดยทีมงานสถาปนิกและวิศวกรมืออาชีพ จากฟรีแลนซ์คลิก 00000 บาท
- กระเป๋าเงินแบบเก่า / กระเป๋าตลาด / กระเป๋าสะพาย / สาเหตุที่ชื่นชอบลวดลายกุหลาบ คลัสสิคและ มีให้เลือกหลายแบบละ ... 000 บาท
- ผิด-จำหน่ายปลีก-ส่ง ทางเกษตรอ้อมผลิตโดยแพคเกจ (สินค้าแม่-เด็กอีกมากมาย) 35 บาท
- ร้าน +*+*Focusshop+*+*+* เสื้อผ้าแฟชั่นดีดองจากต่างประเทศ อาทิ เกาหลี ฮองกง ไต้หวัน นาจิก จากที่ไม่แพง มีที่ปลีกและส่ง
- แรมาอียเทคสินค้าอินเทรนด์ในและ สินค้ามีให้เลือกมากมาย และ หรือจะเป็นสินค้าเสริมความงามจากทางร้านจ้ะไม่มีให้หาคะ/ 000 บาท
- ขาย DVD Wat Entertainment Show 2006 Act 1000 บาท
- กระเป๋าเงินแบบเก่า / กระเป๋าตลาด / กระเป๋าสะพาย / สาเหตุที่ชื่นชอบลวดลายกุหลาบ คลัสสิคและ มีให้เลือกหลายแบบละ/ 000 บาท
- **/บริการจัดส่งแบบบ้าน แต่รับ ที่เลี้ยงเด็ก ผู้ชายพยายาม Click..Next 6500 บาท
- รับมือของที่มีคุณภาพดี เช่น เสื้อ ผ้าขนหนู กระเป๋า หมวก ร่ม และงานปักทุกประเภท โดยโรงงานผู้ผลิตเอง จากพิเศษ บาท
- รับออกแบบบ้านสไตล์รีสอร์ท พร้อมตกแต่งภายใน นำเสนอผลงานตัวอย่าง 3 มิติ โดยทีมงานสถาปนิกและวิศวกรมืออาชีพ จากฟรีแลนซ์คลิก 00000 บาท
- กระเป๋าเงินแบบเก่า / กระเป๋าตลาด / กระเป๋าสะพาย / สาเหตุที่ชื่นชอบลวดลายกุหลาบ คลัสสิคและ มีให้เลือกหลายแบบละ ... 000 บาท
- ผิด-จำหน่ายปลีก-ส่ง ทางเกษตรอ้อมผลิตโดยแพคเกจ (สินค้าแม่-เด็กอีกมากมาย) 35 บาท
- ร้าน +*+*Focusshop+*+*+* เสื้อผ้าแฟชั่นดีดองจากต่างประเทศ อาทิ เกาหลี ฮองกง ไต้หวัน นาจิก จากที่ไม่แพง มีที่ปลีกและส่ง
- แรมาอียเทคสินค้าอินเทรนด์ในและ สินค้ามีให้เลือกมากมาย และ หรือจะเป็นสินค้าเสริมความงามจากทางร้านจ้ะไม่มีให้หาคะ/ 000 บาท
- ร้านคัลดีส์ซีซีซีซีประเทศไทย สาขาหน้าจระเข้ใหม่มีมากกว่า 700 เรื่อง มีเกือบทุกเรื่องที่คุณต้องการ นัคส์สั่งบ้านได้ เก็บเงินปลายทางได้ 0 บาท

หน้าหลัก | เกี่ยวกับเรา | ติดต่อเรา | FAQ | เงื่อนไขและข้อตกลง | ติดต่อโฆษณา

Weloveshopping.com ศูนย์รวมร้านค้าออนไลน์ ร้านค้าสำเร็จรูป เสื้อผ้า เครื่องสำอางค์ เครื่องประดับ โทรศัทพ์มือถือ อุปกรณ์สำนักงาน สินค้ามีผลของ

Copyright 2003-2007 Weloveshopping.com เลขทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์: 7100803001300



เราคือ
ผู้นำ
no.1
fashion
import

ฮิต Hit
trend



Pretty
Korea



Style
K/Korea

ภาพ 4.3 (ต่อ) เว็บไซต์อีเลฟชอปปิงดอทคอม (weloveshopping, 2007)

หมายเหตุ: พื้นที่วงกลมสีดำคือตำแหน่งแสดงการขายพื้นที่โฆษณา

4) ไทยเซ็กเกิ้ลแฮนด์คอตคอม (www.thaisecondhand.com)



ภาพ 4.4 เว็บไซต์ไทยเซ็กเกิ้ลแฮนด์คอตคอม (thissecondhand, 2009)

The screenshot displays the ThaiSecondhand.com website interface. At the top, there is a search bar and navigation links. The main content area is filled with a grid of product listings, each with a small image and text describing the item, such as 'รถยนต์ Yamaha', 'คอมพิวเตอร์ PDA', and 'กล้องถ่ายรูป'. On the right side, there are several vertical banners and advertisements, including one for 'TRAD QuickWeb.com' and another for 'ONJOY FOTO'. Below the product listings, there are sections for 'สินค้าที่แนะนำ' (Recommended Products) and 'บริการลูกค้า' (Customer Service). At the bottom of the page, there is a footer containing contact information, a copyright notice for 2009, and a disclaimer.

ภาพ 4.4 (ต่อ) เว็บไซต์ไทยเซ็กเซ็ทแฮนด์คอตคอม (Thissecondhand, 2009)

หมายเหตุ: พื้นที่วงกลมสีดำคือตำแหน่งแสดงการวางพื้นที่โฆษณา

5) ประมูลคอตคอม (www.pramool.com)



ภาพ 4.5 เว็บไซต์ประมูลคอตคอม (pramool, 1999)

เงินรางวัลกว่า 3000 บาท
ได้ฟรี FBE

Right Click
ประกาศรับ-WANTED (Income 3000)

150
140
130
120
110

ด้วยนางสาว นกัสนสร
ทรงกิจชัยสิริ อายุ 26 ปี
ต้องหาว่ากระทำความผิดฐาน ฉ้อโกง
ผู้ใดทราบเบาะแส
กรุณาแจ้งสถานีตำรวจท่องเที่ยว
โทร. 02-3902240-3

The foolish work for money,
Not other values, so they get only money
The clever work for progressive destiny,
Which is followed by success and money.
The wise work for good and for charity,
In return they find friends, success,
happiness and money
Chai Na Pet A

อุปกรณถ่ายภาพ
กล้องดิจิทัล, กล้องถ่ายรูป, กล้องถ่ายวีดีโอ
ประมูล (165)
ประกาศ (6353)

เฟอร์นิเจอร์
โต๊ะ, เก้าอี้, ตู้, เตียง, ...
ประมูล (470)
ประกาศ (4045)

อื่นๆ
สินค้าที่ไม่เข้าหมวดข้างต้น
ประมูล (473)
ประกาศ (38907)

ทดลองใช้ประกาศ
ประมูล (4)

อุปกรณกีฬา
ชุดกีฬา, ไม้กอล์ฟ, ...
ประมูล (76)
ประกาศ (2329)

ยานพาหนะ
จักรยาน, มอเตอร์ไซด์, รถ,
อุปกรณมีระดับรถ, ...
ประมูล (173)
ประกาศ (11054)

บ้าน และที่ดิน
บ้าน และที่ดิน
ประมูล (28896)

รวมทุกหมวด
ประมูล (13964)
ประกาศ (29361)

สินเชื่อพร้อมใจ
KTC CASH Revolve

อุมบัตรรับฟรี!
Mini Bag
มูลค่า 1,900 บาท*
Sun - 16 ต.ค. 51

รายได้ในค่า
10,000 บาท

TRUEHITS 2003 Awards
TOP 100 of the year
most to verify

TRUEHITS 2003 Awards
TOP 100 of the year
most to verify

ช่วงนี้ ถ้ายังไม่รีบทำ ลอกรียนกับเว็บดูสิครับ มีหลาย ๆ ที่น่าสนใจด้วย เช่น

- ComArts (เรียนโปรแกรมสร้างเว็บไซต์ Dreamweaver + Fireworks)
- DP-Studio (เรียนวิธีการสร้างเว็บไซต์ การออกแบบภาพ และสื่อต่างๆ ในเว็บไซต์ ค่าเรียน 5,000 บาท)
- Dcom School (หลักสูตรกระซำเว็บไซต์แบบมืออาชีพ เช่น Photoshop, Javascript, เรียนพร้อมรับสิทธิ์ขึ้นตำแหน่งเน็ตเวิร์ก)
- Bangkok Computer Arts Center (สอนการออกแบบเว็บไซต์ โดยใช้โปรแกรม Dreamweaver)
- และหลักสูตรอีกหลายๆ สถาบันของคณะเทคโนโลยี http://www.menucom.net ครับ

For You BuildBoard.com

เว็บไซต์หรือเจ้านายๆ,
YesIndie - RookieNet - VoteMyPic - Trirong - 108Engine - Thai-Tour
[..... More Recommend Site]

ส่งข้อเสนอแนะได้ที่ e-mail: webmaster@pramool.com (08-3923-5330)
Special Thanks : RookieNet, DiangHub, Ishow
Bandwidth by Internet Thailand
Web Designed by Puang

Copyright 1999, Pramool Dot Com Co.,Ltd. All Rights Reserved

ภาพ 4.5 (ต่อ) เว็บไซต์ประมูลดอตคอม (pramool, 1999)

หมายเหตุ: พื้นที่วงกลมสีแดงคือตำแหน่งแสดงการขายพื้นที่โฆษณา

การที่เว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยมุ่งเน้นการขายพื้นที่เพื่อการโฆษณา มากกว่าการขายสินค้าทำให้มีความขัดแย้งต่อวัตถุประสงค์หลักของการเป็นเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ที่เน้นเฉพาะการแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย การมุ่งการขายพื้นที่เพื่อการโฆษณาจึงมีผลต่อการออกแบบเว็บไซต์และในเรื่องของการจัดวางองค์ประกอบและจุดประสงค์ในการขายสินค้าหลักถูกลดความสำคัญลงเหลือเพียงภาพขนาดเล็กจำนวนมากและจัดวางอย่างกระจัดกระจายจึงทำให้แต่ละเว็บไซต์มาออกแบบที่คล้ายคลึงกัน แต่ในเว็บไซต์พันทิพย์มาร์เกตคอตคอมไม่ได้เน้นการขายพื้นที่โฆษณาแต่เน้นการขายสินค้า ทั้งนี้ยังขาดวิธีการนำเสนอเพื่อจูงใจผู้ซื้อ เพราะเป็นการนำเสนอด้วยข้อมูลตัวอักษรเพียงอย่างเดียวเท่านั้น ทำให้ไม่มีการสร้างจุดสนใจให้แก่ผู้ซื้อ จากการวิเคราะห์สามารถสรุปแนวคิดในของแต่ละเว็บไซต์ตามตาราง 4.1 ดังนี้

ที่	ชื่อเว็บไซต์	ประเภทสินค้า	แนวคิดที่นำเสนอ
1	ตลาดคอตคอม (tarad.com)	ทุกประเภท	ขายสินค้าทุกประเภทที่สามารถนำเสนอได้ พร้อมกับการขายพื้นที่เพื่อการโฆษณา
2	พันทิพย์มาร์เกตคอตคอม (pantipmarket.com)	ทุกประเภท	ขายสินค้าทุกประเภทที่สามารถนำเสนอได้
3	วีเลฟชอปปีงคอตคอม (weloveshopping.com)	ทุกประเภท	ขายสินค้าทุกประเภทที่สามารถนำเสนอได้ พร้อมกับการขายพื้นที่เพื่อการโฆษณา
4	ไทยเช็กเกิลแฮนด์ คอตคอม (thissecondhand.com)	สินค้ามือสอง	ขายสินค้ามือสองทุกประเภทที่สามารถ นำเสนอได้พร้อมกับการขายพื้นที่เพื่อการ โฆษณา
5	ประมูลคอตคอม (pramool.com)	ทุกประเภท	ขายสินค้าด้วยการประมูลราคาพร้อมกับการ ขายพื้นที่เพื่อการโฆษณา

ตาราง 4.1 สรุปแนวคิดของเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทย

จากตัวอย่างเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยที่ยกมาข้างต้นเป็นเว็บไซต์ที่ได้รับความนิยมจากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในไทยแต่เว็บไซต์เหล่านี้มีรูปแบบการนำเสนอแบบเดียวกัน คือ ขายสินค้าทุกประเภทที่สามารถนำเสนอได้พร้อมกับการขายพื้นที่เพื่อการโฆษณา การนำเสนอเช่นนี้ได้ส่งผลต่อการออกแบบเว็บไซต์ให้มีรูปแบบที่จำกัดและไม่มีความโดดเด่นเอกลักษณ์เพราะขาดจุดดึงดูดความสนใจจึงทำให้รูปแบบการจัดวางองค์ประกอบภาพมีรูปแบบคล้ายกัน

การนำเสนอข้างต้นเป็นตัวอย่างเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ในไทย ในส่วนถัดมาเป็นการนำเสนอตัวอย่างเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศที่มีลักษณะต่างออกไป โดยมุ่งเน้นการนำเสนอแนวคิดที่น่าสนใจ ดังนี้

เว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศที่มีแนวคิดที่น่าสนใจ

จากการรวบรวมตัวอย่างเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ที่มีแนวคิดที่น่าสนใจ จากเว็บไซต์สปริงไวส์คอตคอม (springwise.com) เป็นหนึ่งในแหล่งรวมธุรกิจแนวใหม่ชั้นนำของโลกออนไลน์ผ่านการนำเสนอจดหมายข่าวสารรายสัปดาห์และไม่เสียค่าใช้จ่ายในการเป็นสมาชิก มีเครือข่ายกระจายตัวกว่า 8,000 รายใน 70 ประเทศทั่วโลกเพื่อนำเสนอรูปแบบธุรกิจใหม่ในโลกจริงและโลกเสมือน (springwise, 2008) ได้นำเสนอแนวคิดในรูปแบบต่างกันและสอดคล้องกับการออกแบบเว็บไซต์ ตามรายละเอียดและตัวอย่างเว็บไซต์ ดังต่อไปนี้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

1) ทริลักษ์ดอตคอม (3luxe.com)

ชื่อเว็บไซต์	http://www.3luxe.com/
ประเภทสินค้า	รถยนต์ เครื่องบิน เครื่องดื่มและยาเส้น เรือ อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ สินค้าอิเล็กทรอนิกส์ อุปกรณ์สำหรับครอบครัว เครื่องประดับ ผลิตภัณฑ์เพื่อความงามและสุขภาพ อุปกรณ์เครื่องใช้ภายในบ้านและเครื่องครัว จักรยานยนต์ อุปกรณ์ถ่ายภาพ อุปกรณ์กีฬา เครื่องมือช่าง และอุปกรณ์การเดินทาง
แนวคิด	นำเสนอสินค้าในแต่ละประเภทเพียง 3 รายการที่มีการคัดสรรแล้วว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพดีที่สุด ด้วยคำพูดที่ว่า พบสิ่งที่ดีที่สุดของทุกอย่างได้ง่ายๆ “Simply find the best of everything” (3luxe, 2007)
ความสอดคล้องของแนวคิดกับการออกแบบเว็บไซต์	จุดดึงดูดสายตาที่สุดคือตำแหน่งกลางเว็บไซต์เป็นการนำเสนอบางส่วนของภาพสินค้า (Image) ที่ต่างกัน 4 ชนิดโดยมีการเปลี่ยนรูปสินค้าตลอดเวลา และในตำแหน่งถัดจากภาพเป็นการนำเสนอแนวคิดของเว็บโดยอธิบายเป็นตัวอักษร (Text) ให้เข้าใจลักษณะของเว็บไซต์อย่างรวบรัด

The screenshot shows the 3LUXE website interface. At the top, there is a navigation bar with links for "ABOUT 3LUXE", "BLOG", and "SUBMIT A REVIEW". Below this is a "VIEW BY CATEGORY" menu with a list of categories including Automotive, Aviation, Bar-Wine-Cigars, Boating, Computer, Electronics, Family and Parenting, Fashion, Health and Beauty, Home, Kitchen, Motorcycles, Photography, Sport, Tools, and Travel. The main content area features a large banner with the slogan "Simply find the best of everything." and a search bar. Below the banner, there is a "BEST OF THE DAY" section highlighting a "Signature Model Cocktail Shaker" with a description and a "FULL REVIEW" link. To the right, there is an "ACCOUNT LOGIN" section with fields for Username and Password, and a "SUBMIT" button. At the bottom, there is a footer with links for "3LUXE INC. COPYRIGHT 2007", "CONTACT US", "PRIVACY POLICY", and "USER AGREEMENT".

ภาพ 4.6 เว็บไซต์ทริลักษ์ดอตคอม (3luxe, 2007)

2) อีสซีดอตคอม (etsy.com)

ชื่อเว็บไซต์	http://www.etsy.com/
ประเภทสินค้า	แหล่งรวมสินค้าทำมือทุกประเภท (Handmade) ได้แก่ อุปกรณ์เครื่องประดับ ตกแต่ง ศิลปะ กระเป๋า ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดและเครื่องหอม หนังสือ เทียน เซรามิก ของเด็กเล่น เสื้อผ้า โครเช ชุคเครื่องเรือน เครื่องแก้ว สินค้าเทศกาล ของใช้ในบ้าน เครื่องประดับ นิตติ้ง เพลง สินค้าหัตถกรรม กระดาษ ลวดลาย สัตว์เลี้ยง พืช อุปกรณ์ตัดเย็บ ของเล่น สินค้าย้อนยุค สินค้าในงาน แต่งงาน งานไม้ และอื่นๆ
แนวคิด	นำเสนอรูปแบบการค้นหาสินค้าหลายวิธี (Search) เพื่อให้สะดวกแก่ผู้ซื้อมากที่สุด ได้แก่ วิธีค้นหาแบบแบ่งตามสี (Colors) แบ่งตามเจ้าของผลงาน (Treasure) แบ่งตามสินค้าแนะนำ (Showcase) แบ่งตามลักษณะการให้ของขวัญ (Gift Guides) แบ่งตามแหล่งที่ตั้งร้านค้า (Shop Local) แบ่งตามลักษณะสินค้าที่เพิ่งจำหน่ายไปและยังไม่ออกจำหน่าย (Pounce) แบ่งตามร้านที่ตั้งบนแผนที่โลก (Geolocator) แบ่งตามการเวลาที่ประกาศขายสินค้า (Time Machine) และแบ่งตามประเภทสินค้า (Categories) (Etsy,2008)
ความสอดคล้องของแนวคิดกับการออกแบบเว็บไซต์	จุดเด่นของการนำเสนอคือระบบการค้นหาหลายรูปแบบ ดังนั้นการวางตำแหน่งรูปแบบการค้นหาจึงถูกจัดให้อยู่ด้านซ้ายมือ โดยผู้ใช้งานจะพบข้อความที่ว่า “วิธีการซื้อสินค้า” (Ways to Shop) แล้วตามด้วยรูปแบบการซื้อแต่ละประเภท ซึ่งเป็นจุดนำสายตาของการอ่านจากบนลงล่าง ส่วนกลางหน้าเว็บไซต์เป็นการนำเสนอรูปสินค้าหลายชนิดที่มีโทสนีเดียวกันเพื่อเป็นการย้ำถึงรูปแบบวิธีการหาสินค้าประเภทแบ่งตามสีซึ่งถูกจัดเป็นลำดับแรกของวิธีการค้นหาสินค้า

Cart 0 items [Login](#) [Register](#) [Help](#)

Etsy Buy Sell Community News Your Etsy

items: tags, titles Search

Your place to buy & sell all things handmade™













Ways to shop

- Colors
- Treasury
- Showcase
- Gift Guides
- Shop Local
- Pounce
- Geolocator
- Time Machine
- Time Machine 2
- Categories
 - Accessories
 - Art
 - Bags And Purses
 - Bath And Beauty
 - Books And Zines
 - Candles
 - Ceramics And Pottery
 - Children
 - Clothing
 - Crochet
 - Everything Else
 - Furniture
 - Geekery
 - Glass
 - Holidays
 - Housewares
 - Jewelry
 - Knitting
 - Music
 - Needlecraft
 - Paper Goods
 - Patterns
 - Pets
 - Plants And Edibles
 - Quilts
 - Supplies
 - Toys
 - Vintage
 - Weddings
 - Woodworking


Main Showcase
Sellers' top picks from their shops




Springtime Showcase
Sellers' springtime picks from their shops

Hand-picked items Picked by tortillagirl


 BIG RED BEAUTY COLL... autumnhathaway \$22.00	 Fly Away Ring cynthiadeldiudi... \$30.00	 Primavera- A dress ... lorimarsha \$348.00
 Wire-Caged Dew Earr... Morphologie \$34.00	 Queso Pot- Temmoku... knhillips \$29.00	 felt and crochet ch... kjoo \$85.00
 Chunky Curve Tigerw... Trama \$20.00	 The Key Corsage Rhonda@ushee \$800.00	 Rhythm ... Freeform... irregularexpres... \$44.00
 mia NECKNECKLACE t... emmapardos \$23.15	 Vintage Letterpress... angiepea \$20.00	 Red Rose for the La... raghouseentemat... \$17.00

Featured Seller: LoucheLab

 I have to keep my hands busy at all times. I don't know what that's all about, but if I don't make art I just play with my hair and bite my fingernails too much. I used to say that if I smoked, I wouldn't make art. I don't know if that's true but it feels like that sometimes.
[Read the interview](#)

 The Black Lilly Dec... LoucheLab \$60.00	 Dragonfly iPod iPho... LoucheLab \$23.00	 Jane Eyre - Reader ... LoucheLab \$28.00
--	---	--

Recently Listed Items



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ภาพ 4.7 เว็บไซต์อีซซีดอตคอม (Etsy, 2008)



ภาพ 4.7 (ต่อ) เว็บไซต์อีส์ซี่คอตคอม (Esty, 2008)

3) สไตลอีฟคอตคอม (stylehive.com)

ชื่อเว็บไซต์	http://www.stylehive.com/
ประเภทสินค้า	เสื้อผ้า รองเท้า กระเป๋า เครื่องประดับ ของใช้ ของประดับและตกแต่งบ้าน และอื่นๆ
แนวคิด	นำเสนอรูปแบบการแต่งกายและรสนิยมการแต่งบ้านตามกระแสแฟชั่นที่กำลังได้รับความนิยมล่าสุดจากผู้นำแฟชั่นชั้นนำทั่วโลก ดังเช่นคำขวัญของเว็บไซต์ว่า “เชื่อมติดกับคนทันสมัย” (Connect stylish people) (Stylehive, No Date)
ความสอดคล้องของแนวคิดกับการออกแบบเว็บไซต์	การออกแบบให้ความสำคัญในการนำเสนอแนวคิด คิดเป็นอัตราส่วนครึ่งหนึ่งของหน้าแรก โดยข้อมูลครึ่งซ้ายเป็นข้อมูลของผู้นำเทรนด์ว่ามีสินค้าใดบ้างที่น่าติดตาม และข้อมูลครึ่งขวาเป็นรูปสินค้าที่ได้รับความนิยมสูงสุด

home people bookmarks sites tags forums subscribe hivedaily Style Daily

stylehive connecting stylish people

New Slideshow! Editor's Pick: Five Great LBD Alternatives!

New HiveDaily Post! Today's Top 10 Hive Finds

Login Password or [Join Now!](#)

First Time Here? [Join now!](#) It's fast, free and fun. Join the Stylehive community and follow cool people and trends. Start building your own hive today by bookmarking and sharing your hottest finds. What are you waiting for? [Join now!](#)

Featured People Popular Active New Online
People featured by the Hive

JETSET3000: Living the fashionista dream.

jennybug: Vintage finds, classic lines, all online.

aromaleigh: Avid shopaholic, chocaholic and shoe ingenue...

myriah: Discovering new designers so you don't have to!

stylemeg: Eco design will save the world!

natalizee: Into fashion, tech, and CRAFTS! Cool combo, no?

[>> see more people](#)

Popular Bookmarks Recent New
Last 24 hours

+11 (13 total saves) +11 (27 total saves) +11 (16 total saves)

+10 (10 total saves) +10 (10 total saves) +8 (14 total saves)

+8 (11 total saves) +8 (12 total saves) +7 (10 total saves)

+7 (12 total saves) +7 (7 total saves) +7 (8 total saves)

[>> see more bookmarks](#)

Featured Communities New Hot
Communities featured by the Hive

Tob **Lisa Kline**

Generate **Kabiri**

GenArt **Shop A-List**

Fashiontribes **Zappos**

Vivre **Urban Outfitters**

[>> see more sites](#)

Popular Tags Featured
Last 24 hours

#1 design popularity score: 181

#2 modern popularity score: 156

#3 designer popularity score: 149

#4 fashion popularity score: 127

#5 women popularity score: 114

[>> see all tags](#) [>> see more tags](#)

DESIGNER BOUTIQUE **save 30%** **shopbop.com**
MARC JACOBS ANYA HINDMARCH ZAC POSEN CHRIS BENZ **FREE GROUND SHIPPING**

home people bookmarks sites tags forums feedback hivedaily Style Daily about faq contact advertising

ภาพ 4.8 เว็บไซต์สไตล์อีฟคอตคอม (Stylehive, No Date)

4) ซูเปอร์มาร์เก็ตดอตคอม (supermarket.com)

ชื่อเว็บไซต์	http://supermarkethq.com/browse/everything
ประเภทสินค้า	การแบ่งหมวดหมู่สินค้าของเว็บไซต์นี้แบ่งเป็น 4 ประเภทคือ สินค้าทุกสิ่งทุกอย่าง สินค้าสำหรับสวมใส่และบรรจุ สินค้าที่เกี่ยวกับการใช้พื้นที่และสถานที่ และสินค้าประเภทกระดาษและสิ่งตีพิมพ์
แนวคิด	แนวคิดในเว็บไซต์นี้ค่อนข้างชัดเจนจากคำพูด คือ “ออกแบบดีเยี่ยมตรงจากนักออกแบบ” (Great Design. Straight from Designers) ดังนั้นสินค้าที่นำมาเสนอเป็นสินค้าที่มีการคัดสรรการออกแบบมาเป็นอย่างดีแล้วจากนักออกแบบมืออาชีพ (Supermarket, 2008)
ความสอดคล้องของแนวคิดกับการออกแบบเว็บไซต์	การออกแบบเว็บไซต์นี้มีความสอดคล้องกับแนวคิดเป็นอย่างมาก ออกแบบโดยยึดแนวคิดที่เป็นลักษณะคำพูด (text) ที่ปรากฏในตำแหน่งบนซ้าย ซึ่งเป็นจุดแรกๆ ที่สายตาเริ่มมองลักษณะข้อมูลภาพสินค้าขนาดใหญ่ที่เสริมข้อมูลและแนวคิดของเว็บไซต์ให้ชัดเจนและตรงประเด็นการนำเสนอ

Supermarket Login or sign up for free. view cart (0)

products designers superblog search

everything wear + carry space + place paper + prints sort: All

**Great design.
Straight from
designers.**

Learn more...

Stay tuned via [email](#).

U is for umbrella...
Grégoire Gantier

PUTTY GREY CARD
HOLDER
maxx&unicorn co. No.43

laptop bag unfold
WORKING CLASS HEROES

September 2007: What ...
Obsessive Consumption

Jellyfish
Overproof Affiliates

Dandies 05
Neiko Designs

Wall Hanging Clock - ...
Decoyfab

OLD WALLET

CAMMO WASHED
LEATHER ...
maxx&unicorn co. No.43

Basket Bowl
perchl

Wenge Series 3-C
Jason Linde

feasting gourd, small
Deadly Squire

Deco Daisy necklace
Alisha Louise Designs

Furry Heart
VICTORE NYC

Queens #1
Andy Pratt Design

Tetrad Flat Shelving ...
Brave Space

Candy Cane Notebook
Tenth & Grant

Print || Yolaine
Valérydesignwrks

uno: interactive magn...
uno industries

Custom To-Do List Not...
Paper Cuts Studio

« Previous 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ... 77 78 Next » sort: All

ภาพ 4.9 เว็บไซต์ซูเปอร์มาร์เก็ตดอตคอม (Supermarket, 2008)

Supermarket makes it easy to buy great design.

[Learn more...](#)

From The Blog

- 03.04 Welcome OOOMS!
- 03.03 Reiter8
- 03.03 FriendlyMade
- 02.27 I know you are but what am I?
- 02.27 What's your number?
- 02.26 Feeling Optimistic
- 02.21 Big Love
- 02.21 Supermarket at design.alltop.com
- 02.21 A Design Workshop with James Victore
- 02.18 Welcome Balkan Tango!
- 02.08 Show her you (heart) her this Valentine's Day
- 02.06 Designer Interview: Christopher Bril (Corky Saint Clair)
- 02.06 Brave Space in The Block Magazine
- 02.04 Welcome 1Aeon
- 01.30 Attention Valérydesignwrks!

[more >>](#)

Contact

Press & general inquiries:
hello@supermarkethq.com

Support:
visit the FAQs + Help
help@supermarkethq.com

For Designers

Learn how to sell your work.

Updates

Our newsletter is awesome. Subscribe and get the latest updates.

your email address

About

Supermarket is brought to you by the fine folks at Brooklyn-based Supercorp.

- All design and text
- © 2007–2008 Supercorp LLC

ภาพ 4.9 (ต่อ) เว็บไซต์ซูเปอร์มาร์เก็ตดอทคอม (Supermarket, 2008)

5) ไอดีลลี่คอตคอม (ideeli.com)

ชื่อเว็บไซต์	http://www.ideeli.com
ประเภทสินค้า	เสื้อผ้า รองเท้า กระเป๋า เครื่องประดับ ของใช้ ของประดับ และอื่นๆ
แนวคิด	เป็นชุมชนซื้อสินค้าที่ต้องได้รับเชิญให้เป็นสมาชิกถึงมีสิทธิในการเข้าเว็บไซต์เพื่อซื้อสินค้าที่ทันสมัยที่สุดในกระแสแฟชั่นด้วยราคาพิเศษที่สุด (Ideeli, 2008)
ความสอดคล้องของแนวคิดกับการออกแบบเว็บไซต์	เนื่องจากไม่สามารถเข้าถึงหน้าหลักได้ แต่จากแนวคิดที่อยู่ในเว็บไซต์นี้เพียงหน้าแรกก็สามารถดึงดูดให้ผู้ชื้ออยากเข้าใช้งาน การออกแบบข้อมูลในหน้าดังกล่าวเป็นการชี้นำให้เกิดความรู้สึกอยากติดตามเข้าเว็บไซต์ด้วยคำพูดเป็นพื้นที่กว่า 40% ของเนื้อที่ที่บอกลักษณะพิเศษของเว็บไซต์ที่ต้องเป็นสมาชิกถึงจะมีสิทธิในการเข้าถึงข้อมูล ซึ่งการออกแบบมุ่งเน้นให้เกิดจุดสนใจจุดเดียวที่เป็นคำพูด เพียงคำพูดอย่างเดียวก็สามารถกระตุ้นให้ผู้ใช้งานอยากได้รับเชิญให้เป็นสมาชิก

ideeli is a members-only shopping community for trendsetting women.

We offer this season's hottest luxury accessories and the best of last season, cherry picked by our editors, and specially priced for our members.

Membership is by invitation only.

Already a member? [Log in](#)

Have an invitation code? [Enter it here](#)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

© 2006-2008 ideeli Inc. | [Contact Us](#) | [Privacy Policy](#)

ภาพ 4.10 เว็บไซต์ไอดีลลี่คอตคอม (Ideeli, 2008)

6) วิชคอตคอม (wize.com)

ชื่อเว็บไซต์	http://wize.com/
ประเภทสินค้า	อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เครื่องใช้ไฟฟ้า กล้องถ่ายรูป อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ วิดีโอเกม ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด สินค้าสำหรับเด็ก เครื่องใช้ในบ้านและ อุปกรณ์ทำสวน
แนวคิด	ส่งเสริมให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีส่วนร่วมในการให้คะแนนสินค้า แต่ละชนิด ระหว่าง 1-100 คะแนน ด้วยคำขวัญที่ว่า “ล้านความคิด คะแนนเดียว” (Millions of Opinions. One Score.) (Wize,2008)
ความสอดคล้อง ของแนวคิดกับการ ออกแบบเว็บไซต์	การวางรูปสินค้าทั้ง 4 ชนิด มีความชัดเจนจัดอยู่ตำแหน่งกลางเว็บไซต์ซึ่งเป็น จุดสนใจที่มีความสำคัญที่สุด โดยแนวคิดของเว็บนี้ถูกย้ายและทำให้เห็น ชัดเจนโดยมุ่งไปยังจำนวนคะแนนสินค้าทั้ง 4 ชนิดให้มีความโดดเด่น โดยใช้ พื้นหลังตัวหนังสือเป็นสีเขียว และตัวอักษรสีขาว ซึ่งทำให้มุ่งความสนใจไป ยังจุดดังกล่าวได้ง่ายกว่าตำแหน่งอื่นๆ ในหน้าเว็บไซต์ที่มีพื้นหลังเป็นสีขาว





Wize Millions of Opinions. One Score.™

Forgot Password? Not a member? Sign Up






Home Cameras & Camcorders Electronics Computers & Office Video Games Health & Beauty Kids & Baby Home & Garden View All

Search Wize.com GO Look through 72,454 products and 3,379,098 reviews.

Let the Wize Community Help You Find the Best Product [Join Wize!](#) **Top Wize Guys** [find out more »](#)

Top Recommended in Vacuums	Top Recommended in Washing Machines	Top Recommended in Crock Pots and Slow Cookers	Top Recommended in Air Purifiers
 96	 96	 84	 91
Dyson DC14 Animal Bagless Upright Cyclonic Vacuum Best Price: \$550	LG WM0642HW 7 Cycle Front Load Washer Best Price: \$920	Maximatic Elite Cuisine MST-600VW 8.5-Quart Slow Cooker Best Price: \$40	Honeywell QuietCare 17000 Air Purifier Best Price: \$143

Top Wize Guys [find out more »](#)

-  mmphoto 200 points
-  Emily 104 points
-  RobertG 99 points
-  Rowdytown.net 85 points
-  AaronD 71 points

[see all »](#)

Browse All Categories

- Audio**
Home Theater Systems, Home Theater Speakers, Amplifiers and Preamps, Equalizers, Receivers, Satellite Radio, CD Players, Microphones, Turntables, Boomboxes, Clock Radios, Headphones, Headsets, 2 Way Radios, Personal Audio Mini Disc Player, Personal CD Players, Personal Radios
- Binoculars & Telescopes**
Binoculars, Night Vision, Telescopes
- Cameras & Camcorders**
Camcorders, Digital Cameras, Film Cameras, Camera Lenses, Flashes, Tripods, Binoculars & Telescopes
- Components**
Graphics Cards, Sound Cards, Motherboards, Processors
- Computer Accessories**
KVM Switches, UPS Systems Devices, USB and Firewire Hubs, Laptop Cases, Flash Memory, Memory Adapters, Keyboards and Mice, Web Cameras, Servers, Routers, PC Gaming Devices, Computer Speakers
- Computers**
Desktops, Laptops, Software, Monitors, PDAs & Electronic Dictionaries, Printers, Scanners & Fax, Computer Accessories, Components
- Desktops**
PC Desktops, Mac Desktops
- DVD Players & Recorders**
DVD Players, Portable DVD Players, Digital Receivers and DVRs
- GPS & Navigation**
- Health & Beauty**
Blood Pressure Monitors, Body Fat Monitors, Electric Toothbrushes, Hair Care, Heart Rate Monitors, Shavers
- Home Appliances**
Air Conditioners, Air Purifiers, Dehumidifiers, Dryers, Electric Fans, Grills and Smokers, Heaters, Humidifiers, Irons, Sewing Machines, Vacuums, Washing Machines
- Kids & Baby**
Baby Carriers, Car Seats, Cribs and Bassinets, High Chairs, Strollers
- Laptops**
PC Laptops, Mac Laptops
- Large Kitchen Appliances**
Dishwashers, Refrigerators
- Monitors**
- MP3 & Digital Media Players**
- Office Equipment**
Calculators, Voice Recorders and Transcribers, Shredders
- PDAs & Electronic Dictionaries**
- Phones & PDAs**
Cell Phones, PDAs, P Phones, Land Line Phones, Answering Machines
- Printers, Scanners & Fax**
Printers, Print Servers, Scanners, Fax Machines
- Projectors**
Multimedia Projectors, Projection Screens
- Small Kitchen Appliances**
Blenders, Bread Machines, Coffee Grinders, Coffee Makers, Crock Pots and Slow Cookers, Deep Fryers, Electric Kettles, Electric Skillets and Woks, Espresso Makers, Food Processors, Ice Cream Makers, Indoor Grills and Sandwich Makers, Juicers, Microwave Ovens, Mixers, Popcorn Makers, Rice Cookers and Steamers, Toaster Ovens, Toasters, Waffle Makers
- Software**
Operating Systems, Design and Multimedia, Education and Reference, Business & Productivity, Utilities, Computer Games
- Televisions**
Flat Panel Televisions, Projection TVs, Standard Televisions, Portable Televisions, Remote Controls
- Video Games**
Computer Games, Dreamcast Games, Game Boy Advance Games, Game Boy Color Games, Gameboy, GameCube, Nintendo DS, Playstation 1, Playstation 2, Playstation 3, PSP, Video Game

Wize

[About Wize](#) | [Contact Us](#) | [Take Our Survey](#) | [Press](#) | [WizeBlog](#) | [Add WizeRank to Your Site](#) | [Community Members](#) | [New Reviews](#)

Wize is committed to facilitating consumer research by delivering unbiased consumer and expert product reviews. © 2008 Wize, Inc.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ภาพ 4.11 เว็บไซต์วีซาคอตคอม (Wize, 2008)
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

7) วัตถุประสงค์ดอตคอม (woot.com)

ชื่อเว็บไซต์	http://www.woot.com/
ประเภทสินค้า	อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้า
แนวคิด	ขายสินค้าชิ้นเดียวเท่านั้นในแต่ละวัน ตามคำขวัญ “หนึ่งวัน หนึ่งข้อเสนอ” (One Day, One Deal) เป็นการรวมคนซื้อเพื่อให้ได้ราคาที่ถูกลงที่สุด(Woot, 2008)
ความสอดคล้องของแนวคิดกับการออกแบบเว็บไซต์	รูปสินค้าที่มีชิ้นเดียวมีความโดดเด่นซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของเว็บที่นำเสนอสินค้าชิ้นเดียววันเดียว โดยวางตำแหน่งให้อยู่เกือบกลางหน้าเว็บไซต์ซึ่งเป็นจุดดึงดูดสายตา

I need a TiVo
To copy my shows when I'm busy at night
It must be HD
And it's gotta be small
Plus support [Live365](#)

But that's not all. Each TiVo Classic Gold uses Home Movie Sharing to let you create your own private TiVo channel to upload home movies and share with the TiVo's of your friends and your family. Here's another hit!

I love my TiVo
It could sure replace the jukebox, baby
I love my TiVo
Takes analog antenna and ATSC

HDMI, Component video, S-video, Composite video, optical and analog audio, Ethernet, USB 2.0 and more, it covers **all** the bases! How much you think you'd pay for something like this? Well, don't answer yet, cause **we're not through!**

TV night
The Blockbuster's not open
On my own
Like TiVo Boy
No worry.

woot!

side deal: Philips Blue-Ray DVD Players w/ FREE Shipping: Zunes, VAIOs & More - [start starting now](#)
today's woot the blog the community write us your account what is woot?

Hi. Are you new? [Start here.](#)
username password (I forgot!)

TiVo HD DVR
\$179.99
+ \$3 shipping

CONDITION: Refurbished
PRODUCT(S): 1 TiVo HD TCD652160 High Definition Digital Video Recorder
[DISCUSS THIS PRODUCT \(248 COMMENTS\)](#)

I want one!

PRODUCT INFO PRODUCT STATS

Well, Turn It UP!

Stop right there! Woot Records in conjunction with YouTube Pakistan want to give you a deal you can't forget! Rock out to the sound of **TiVo Classic Gold!**

TiVo Classic Gold is not available in stores, and in fact, this is the

WOOTCAST

"Six-Legged Octopus Surfaces In England" (2 comments)

YOUR DAILY WOOTCAST

THIS WEEK ON **wine.woot!**
MAR 03 Wellington Vineyards Reserve Duo

ภาพ 4.12 เว็บไซต์วัตถุประสงค์ดอตคอม (Woot, 2008)

no worry
My TiVo taped a season
by itself
it's automatic
I love it more than you

Record two shows at once, save up to 20 hours of programming,
wow! TiVo Classic Gold is an televis-o-losion! KBOOM!

I'm not TiVo
My name is Julie
She had Dual
CableCARD support (2 slots)

TiVo Classic Gold has all your favorite hits. Plus if you act between
MARCH 9th, 2008 AND JUNE 28th, 2008, you'll get **THREE FREE MONTHS OF SERVICE** when you use the promo code **3FREEHD** at <http://www.TiVo.com/activate>. What an offer! Who could say no to this?

The TiVo's hot tonight
Whoa so hot tonight
But a minimum one year plan's required

TiVo Classic Gold! Don't be stuck running home from a date just to watch Lost! Use the included remote to enjoy tv on **your time!** With TiVo Classic Gold!

1080i
Wow, that sure seems high
kainy days and TiVos
always make me cry

Check the specs below for full details. Order yours today!

Warranty: 90 Day TiVo

3 FREE Months of TiVo Service - get 3 months free service when you purchase a TiVo HD DVR and activate a 1yr Monthly TiVo service plan between March 9, 2008 and June 28, 2008. Not valid on Pre-Paid TiVo service plans. Use promo code '3FREEHD' at TiVo.com/activate when activating TiVo service.

Product Overview:

- Controls cable TV with Record, Pause, Rewind, and Fast-Forward in HD
- Records two HD channels at once, while watching another recorded show
- Automatically record every episode of your favorite shows
- Display only the programs and channels that you pre-approve for your kids with TiVo KidZone
- Search for HD shows by keyword, actor, title or sports team
- Records up to 20 hours in HD (or 180 hours in Standard Definition)
- Replaces your cable box and works with over-the-air antenna
- Video output modes include: 480i, 480p, 720p, 1080i

Broadband Features:

- Download thousands of movies directly to your TV using Amazon Unbox
- Share home movies with your friends and family on their TV
- Watch any show, anywhere you go. TiVoToGo™ is an easy way to send TV programs to a computer or laptop, or transfer a personal playlist of videos to your handheld device.
- Get broadband videos, music and photos on your TV
- Schedule shows online
- Discover broadcast and broadband shows with Universal Swivel Search
- With Rhapsody on TiVo, you can choose from millions of songs, tune in to continuous music using Rhapsody Channels, and build your own library-straight from your TV using your TiVo remote. (30-day free trial included)
- Supports Live365.com Internet radio stations
- Access online web albums on Photobucket and Picasa
- Broadband internet access and wired or wireless home network required for broadband features.
- TiVo Wireless Adapter (not included) required for wireless networking

Sources:

(12 comments)

FEB 28 **Winners' Gallery: the Best of Contest 162** (37 comments)

FEB 27 **WWWoundup: All Aboard For Stainland** (11 comments)

FEB 27 **Woot Weads The Wire: The Parmesan Brief** (0 comments)

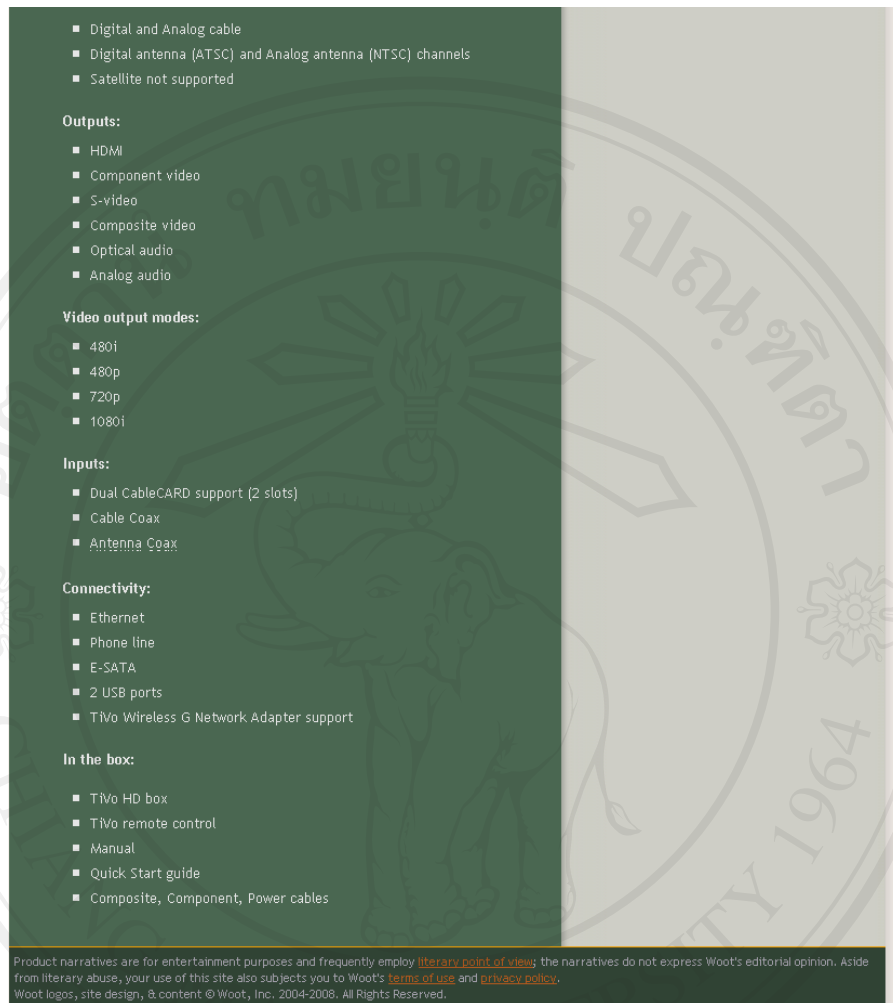


www.motion-capture-system.com Ads by Google



www.ExportTrader.com Ads by Google

ภาพ 4.12 (ต่อ) เว็บไซต์คู่มือคอมพิวเตอร์ (Woot, 2008)



ภาพ 4.12 (ต่อ) เว็บไซต์คู่มือคอมพิวเตอร์ (Woot, 2008)

8) รีวิวพีเพอร์รีสตัฟฟ์ไอคอตคอม realpeoplerealstuff.com

ชื่อเว็บไซต์	http://realpeoplerealstuff.com
ประเภทสินค้า	สินค้าไม่จำกัดประเภท
แนวคิด	ขายสินค้าทุกอย่างด้วยวิดีโอ (Sell it with video) ขายสินค้าได้ด้วยตนเองผ่านการโฆษณาในแบบการสร้างสรรค์ด้วยตัวเอง (Realpeoplerealstuff, 2008)
ความสอดคล้องของแนวคิดกับการออกแบบเว็บไซต์	พื้นที่สัดส่วนกว่า 70 % ของหน้าเว็บไซต์เป็นจุดขายสินค้าเท่านั้น จึงทำให้แนวคิดนี้เด่นชัดในการขายสินค้าผ่านวิดีโอ ซึ่งตรงกับการออกแบบเว็บที่มุ่งเน้นแนวคิดรูปแบบดังกล่าว

Most recent

Most recent · Most popular · Most money · Least money



The Osmonds on KBYU
Support KBYU-TV in Provo, Utah! At KBYU we depend on your financial support to keep our...



Custom T-Shirt Printing T-SHIRT SPECIAL - CUSTOM T-SHIRT/PHOTO SHIRT \$13.00 (single location) add \$2.00 for...



Get a tie for free
Learn how to get a necktie for free. This is a video blog of how to tie a necktie

Post your video here

Post

digital camera · camcorder · webcam · cell

Search

BROWSE CATEGORIES

All categories

STUFF FOR SALE

- Antique stuff
- Art & photo stuff
- Collectible stuff
- Geek stuff
- Girl stuff
- Guy stuff
- Home stuff
- Music stuff
- Office stuff
- Sports stuff
- Stuff under \$100

ENTERTAINMENT

- Casinos & gaming
- Comedy
- Music
- Night life
- Restaurants
- Theater
- Tickets
- Travel
- Recreation

TRANSPORTATION

- 2 wheels
- 4 wheels
- Services
- Water wheels

REAL ESTATE

- For business
- For rent
- For sale
- For vacation
- New homes

SERVICES

- Business to business
- Cosmetic
- Health & fitness
- Home & garden
- Internet
- Legal
- Music & video
- Personal
- Professional

JOBS

- Blue collar
- No collar
- Train me
- Video resume
- White collar

DATING

- Man seeking man
- Man seeking woman
- Woman seeking man
- Woman seeking woman

PETS & LIVESTOCK

- 2 legs
- 4 legs
- No legs
- Services

LOCAL NEWS

- Celebrations
- Community
- Crime
- Obituaries
- Politics
- Schools
- Spiritual
- Sports
- Video blogs

BROWSE PLACES

All places

CANADA

- British Columbia
- Quebec

UNITED STATES

- Alabama
- Alaska
- Arizona
- Arkansas
- California
- Colorado
- Connecticut
- Delaware
- District of Columbia
- Florida
- Georgia
- Hawaii
- Idaho
- Illinois
- Indiana
- Iowa
- Kansas
- Kentucky
- Louisiana
- Maine
- Maryland
- Massachusetts
- Michigan
- Minnesota
- Missouri
- Montana
- Nebraska
- Nevada
- New Hampshire
- New Jersey
- New Mexico
- New York
- North Carolina
- North Dakota
- Ohio
- Oklahoma
- Oregon
- Pennsylvania
- Rhode Island
- South Carolina
- South Dakota
- Tennessee
- Texas
- Utah
- Vermont
- Virginia
- Washington
- West Virginia
- Wisconsin
- Wyoming

INTERNATIONAL

- Australia
- Brazil
- China
- Gibraltar
- Italy
- Jamaica
- Mexico
- South Korea
- Thailand
- Ukraine
- United Kingdom

CYBERSPACE

- People
- Don't see your city? You will after you post an ad!



TRIMAXSTUDIOS.com -...
http://www.trimaxstudios.cc
We will build you a very sexy and sleek website. give us a...



TRIMAXSTUDIOS.com -...
http://www.trimaxstudios.cc
Every now and then it comes to a point in life when you...



Web Design -...
http://www.trimaxstudios.cc
We want to build you a website with the world in mind...



TRIMAXSTUDIOS.com -...
http://www.trimaxstudios.cc
We are a team of creative web specialists designed to get...



Awnings from RDW Dealer
Utah County's best way to enjoy a deck is to put an awning over it from RDW



Edison Stanford Hearing Center
Residents of Utah County are hearing better because they are using Siemens



Deen Castronovo Silenced
With the stongest Perry-esque vocals ever, Deen is regularly silenced



Cherry Valley Lake View...
Cherry Valley Lakeview Estates Where Fun Meets Fabulous Award Winning



Great Children's...
From a review: "Hockey Days is simply a wonderful book for anyone who loves the great..."



Please turn up your...
visit us online
www.dimesinpieces.com
looking for something new,special,exciting. get...



++ Planet Granite ++ Colorado...
Planet Granite's wide variety of granite and stone colors are custom



Habitat Restore
Restore is a unique thrift store! Located at 626 N. Freedom Blvd. in Provo, Utah and...



Signs By Tomorrow
Utah Valley businesses are booming!!! In part because they get great signage from Signs...



River Park West
River Park West in Springville, Utah is a town home community that offers quality...



Liberty Tax
Get ready Utah Valley for the big April 15th deadline! Liberty Tax Service is open for...

1 2 3 4 5 6 7 8 9 ... next > last >

9) โปรดักส์บาสเซอร์คอตคอม (productblazer.com)

ชื่อเว็บไซต์	http://productblazer.com/
ประเภทสินค้า	สินค้าที่มีนวัตกรรมและสินค้าใหม่ที่ยังไม่มีในตลาด
แนวคิด	เน้นการนำเสนอสินค้าที่มีนวัตกรรมและเป็นสินค้าใหม่โดยเน้นจูงใจให้ผู้ซื้อรายใหญ่ที่มีศักยภาพในการซื้อสินค้าในปริมาณมากได้พบกับผู้ผลิตสินค้าโดยตรง เน้นสินค้าใหม่ที่ยังไม่มีการวางในตลาดใดๆ มาก่อน
ความสอดคล้องของแนวคิดกับการออกแบบเว็บไซต์	การสื่อความหมายของแนวคิดที่ชัดเจนด้วยตัวอักษรโดยจัดอยู่กลางหน้าเว็บเพจ พร้อมกับการนำเสนอรูปสินค้าใหม่ให้อยู่ตำแหน่งได้ข้อความ และตำแหน่งถัดลงมาเป็นการนำเสนอข้อมูลของผู้ซื้อสินค้ารายใหญ่



ภาพ 4.14 เว็บไซต์โปรดักส์บาสเซอร์คอตคอม (Productblazer, 2008)

10) เอ็กซ์บอยเฟรนด์จิวเวลรี่รีดอตคอม (exboyfriendjewelry.com)

ชื่อเว็บไซต์	http://www.exboyfriendjewelry.com/
ประเภทสินค้า	สินค้าเครื่องประดับและอัญมณี
แนวคิด	เว็บไซต์ขายสินค้าประเภทของขวัญเครื่องประดับที่ได้รับจากอดีตคู่รักและไม่ต้องเก็บไว้อีกโดยผู้ขายต้องเขียนเล่าถึงเรื่องราวหรือความทรงจำเกี่ยวกับสินค้ากำกับไว้ด้วยโดยส่วนใหญ่เป็นสินค้าประเภทเครื่องประดับแหวนสร้อยคอ ฯลฯ ที่ผู้รับไม่ต้องการเก็บไว้เพื่อระลึกถึงอดีตคนรักอีกต่อไป
ความสอดคล้องของแนวคิดกับการออกแบบเว็บไซต์	การนำเสนอตัวอักษรภาพที่บอกลักษณะสินค้าที่อยู่ในเว็บไซต์โดยจัดอยู่ตำแหน่งกลางเว็บเพจพร้อมกับการนำเสนอภาพสินค้าตัวอย่างเพียง 3 ชิ้น พร้อมราคาเพื่อดึงดูดความสนใจให้เข้าไปดูสินค้าชิ้นอื่นๆ



ภาพ 4.15 เว็บไซต์เอ็กซ์บอยเฟรนด์จิวเวลรี่รีดอตคอม (Exboyfriendjewelry, 2008)

	Necklaces Necklaces and Neckwear	326	08.17.2008 By: boe357
	Rings Rings	1204	08.18.2008 By: almk98
	Bracelets Bracelets and Anklets	175	08.18.2008 By: Rachael10712
	Gifts That Should Have Been Jewelry Other Stuff	452	08.18.2008 By: divagirl
	For the Boys Stuff men get stuck with	35	08.16.2008 By: aklatina

Wholesale Costume Jewelry
50%-80% off MSRP. Ready to Ship! Low & Fast Shipping. Low Minimum.
[Designer-Jewelry.com](#)

Sexy Jewelry at Trinity's
Top quality anklets, toe rings barefoot sandals and belly chains!
[www.trinityjewelry.com](#)

Steel Jewelry hot selling
Stainless Steel Jewelry on line, Good quality & service. Wholesale!
[www.Purple-Jewelry.co](#)

Swarovski Crystal Bicone
Provide the Austrian Swarovski® high quality crystal bead \$301
[elisa.alaya.com](#)

SAFEFUNDS.COM
The safest way to conduct business online.

Register Today

For the Boys (35)
Ads in Marketplace: (2707)

Who's Online
We have 202 guests and 18 members online

Polls

My Ex-Boyfriend is...

- The love of my life.
- A great guy, it just didn't work out.
- An okay fella, but it was time to move on.
- Beneath my standards.
- A complete waste of oxygen.

Ads by Google

Opal Pendants Opal Shop
New opal pendants and cut opal Gold, Silver and natural
[opalshop.com.au](#)

Get Over Your Boyfriend?
[ExBoyfriendGuru.com](#)

jewelry silver & alloy
20 years jewelry manufacture Has 3 factories and 50,000 styles
[www.cosmarjewelry.com](#)

Titanium Jewelry
Titanium rings Titanium bracelets
[www.yyjewelry.com](#)

High-End Designer Jewelry
Exquisite contemporary designs in silver and gold, pearl and gemstone
[www.elisiliana.com](#)

Copyright 2007 Ex-Boyfriend Jewelry | Website Design by Ben Giroux Design | Maintained by Auramar

www.COCBEADS.cn Feedback - Ads by Google

Glam Publisher Network

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 ภาพ 4.15 (ต่อ) เว็บไซต์เอ็กซ์บอยเฟรนด์จิวเวลรี่คอตคอม (Exboyfriendjewelry, 2008)
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

11) ต้มโป้งดอตคอม (tumpang.com)

ชื่อเว็บไซต์	http://my.tumpang.com
ประเภทสินค้า	สินค้าทุกประเภท
แนวคิด	การซื้อสินค้าโดยรวมตามต้องการของผู้ซื้อที่ต้องการสินค้าประเภทเดียวกัน เพื่อต่อราคารองกับผู้ขายสินค้าเพื่อให้ได้ราคาลดลง
ความสอดคล้องของแนวคิดกับการออกแบบเว็บไซต์	การนำเสนอภาพสินค้า พร้อมราคาที่ได้รับส่วนลดแล้ว จำนวนสินค้าที่มีผู้ต้องการซื้อและระยะเวลาที่จะได้รับสินค้า



ภาพ 4.16 เว็บไซต์ต้มโป้งดอตคอม (tumpang, 2008)

เว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศจำนวนทั้ง 11 เว็บไซต์ตามรายละเอียดข้างต้น ที่คัดเลือกจากการสำรวจเว็บไซต์สปริงไวส์ดอตคอมอันเป็นแหล่งรวบรวมธุรกิจและแนวความคิดใหม่ที่เกิดขึ้นทั่วโลก โดยรูปแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์เป็นส่วนหนึ่งของหมวดข้อมูลการค้าปลีก (Retail) และจากการรวบรวมรูปแบบธุรกิจที่น่าสนใจในรูปแบบของเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ จึงสามารถสรุปเป็นแนวคิดที่แตกต่างและน่าสนใจเพื่อการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศดังตาราง 4.2 ดังนี้

ที่	ชื่อเว็บไซต์	ประเภทสินค้า	แนวคิดที่น่าสนใจ
1	ทรีลักซ์ดอตคอม (3lux.com)	สินค้าแฟชั่น ราคาสูง	นำเสนอสินค้าในแต่ละประเภทเพียง 3 รายการที่มีคุณภาพดีที่สุดใน
2	อีสซีดอตคอม(Etsy.com)	สินค้าทำมือ	นำเสนอรูปแบบการค้นหาสินค้าที่หลากหลายวิธีเพื่อให้สะดวกแก่ผู้ซื้อมากที่สุด
3	สไตล์อียฟดอตคอม (stylehive.com)	สินค้าแฟชั่น	นำเสนอรูปแบบการแต่งกายและรูปแบบการตกแต่งที่พักที่กำลังได้รับความนิยมล่าสุดจากผู้นำแฟชั่นชั้นนำของโลก
4	ซูเปอร์มาร์เกตดอตคอม (supermarket.com)	ของใช้ทั่วไป	คัดสรรสินค้าที่มีการออกแบบมาเป็นอย่างดีแล้วจากนักออกแบบทั่วโลก
5	ไอดีลลี่ดอตคอม(ideeli.com)	สินค้าแฟชั่น	ต้องได้รับเชิญให้เป็นสมาชิกถึงมีสิทธิซื้อสินค้าที่ทันสมัยที่สุดด้วยราคาพิเศษ
6	วิซดอตคอม(wize.com)	อุปกรณ์ อิเล็กทรอนิกส์	ให้ผู้ใช้มีส่วนร่วมให้คะแนนสินค้าตั้งแต่ 1-100 คะแนนในสินค้าแต่ละชนิด เพื่อให้ตัดสินใจซื้อเร็วขึ้น
7	วูดท์ดอตคอม(woot.com)	อุปกรณ์ อิเล็กทรอนิกส์	ขายสินค้าวันละหนึ่งชนิดในราคาเดียวเท่านั้น
8	เรียลพีเพอร์รีสตัฟฟ์ดอตคอม (realpeoplerealstuff.com)	สินค้าไม่จำกัด ประเภท	ขายสินค้าผ่านการถ่ายภาพวิดีโอสั้นๆ
9	โปรดักต์บลาสเซอร์ดอตคอม (productblazer.com)	สินค้า นวัตกรรม สินค้าใหม่	ขายสินค้าที่ยังไม่เคยวางตลาด โดยเน้นการพบกันระหว่างผู้ผลิตสินค้ากับผู้ซื้อ

ตาราง 4.2 สรุปแนวคิดของเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศ

ที่	ชื่อเว็บไซต์	ประเภทสินค้า	แนวคิดที่นำเสนอ
10	เอ็กซ์บอยเฟรนด์จิวเวลรี่ คอตคอม (exboyfriendjewelry.com)	เครื่องประดับ และอัญมณี	ขายเครื่องประดับที่ได้รับจากอดีตคู่รักและ ไม่ต้องการเก็บไว้
11	ตัมปังคอตคอม (tumpang.com)	ทุกประเภท	รวมความต้องการของผู้ซื้อเพื่อต่อรองราคากับ ผู้ขายสินค้า

ตาราง 4.2 (ต่อ) สรุปแนวคิดของเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศ

จากการเปรียบเทียบตัวอย่างเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ของทั้งไทยและต่างประเทศเห็นได้ว่าควรมีการนำเสนอที่มีความแตกต่างกันเป็นอย่างมาก ทั้งรูปแบบการนำเสนอ การออกแบบเว็บไซต์และประเด็นสำคัญคือการสร้างแนวคิดของเว็บไซต์ โดยสามารถสรุปได้ว่าแนวคิดในเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ของไทยไม่มีความแตกต่างกันและไม่ดึงดูด ไม่มีการมุ่งประเด็น การนำเสนอไม่ลูกเล่น แต่แนวคิดในเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศมีความแตกต่างและหลากหลายในการนำเสนอทำให้มีความน่าสนใจเข้าสำรวจเว็บไซต์และใช้บริการ ส่วนถัดมาเป็นการนำเสนอการวิเคราะห์แนวคิดที่ส่งผลต่อการออกแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศ

4.2. การวิเคราะห์แนวคิดที่ส่งผลต่อการออกแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศ

เว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศที่รู้จักคือคอตคอม (3lux.com) ที่เลือกมาวิเคราะห์เป็นหนึ่งในหลายเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศที่มีแนวคิดโดดเด่น ชัดเจน มีความสอดคล้องกับการออกแบบ โดยได้รับการยกย่องกล่าวถึงจากหนังสือพิมพ์ นิตยสาร บล็อก โทรทัศน์ และวิทยุ ในการเป็นเว็บไซต์ที่มีแนวคิดในการทำการตลาดที่โดดเด่นและน่าสนใจ การวิเคราะห์การออกแบบเว็บไซต์โดยใช้แนวคิดประสบการณ์ผู้ใช้ของกาเร็ต (Garrett) และนุชบา กิรติไกรนนท์ (2549) โดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วน คือ แผนกลยุทธ์ (Strategy plane) แผนขอบเขตงาน (Scope Plane) แผนโครงสร้างงาน (Structure Plane) แผนโครงร่าง (Skeleton Plane) และแผนออกแบบส่วนหน้าเว็บไซต์ (Surface Plane) ในส่วนที่นำมาวิเคราะห์คือส่วนแผนออกแบบส่วนหน้าเว็บไซต์ผ่านการวิเคราะห์เว็บไซต์ที่รู้จักคือคอตคอม (3lux.com)

1. แผนกลยุทธ์ (Strategy Plane)

ในส่วนแผนกลยุทธ์บนเว็บไซต์ที่นักศึกษามีสามารถวิเคราะห์การวางแผนงานได้ดังนี้เว็บไซต์นี้เริ่มจากการที่ผู้ก่อตั้งเว็บไซต์พบปัญหาในการซื้อสินค้าอำนวยความสะดวกเพื่อใช้ในที่อยู่อาศัยแห่งใหม่โดยต้องซื้อสินค้าหลายประเภท ดังนั้นจึงเลือกวิธีการซื้อสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ตเพื่อเป็นการประหยัดเวลา โดยพยายามค้นหาซื้อสินค้าที่มีคุณภาพดีแต่ต้องใช้เวลาในการค้นหาสินค้าจึงรู้สึกหงุดหงิดกับการค้นหาและการอ่านข้อมูลจำนวนมาก แม้จะใช้ระบบการค้นหาข้อมูล (Search engine) ช่วยก็ตาม จากประสบการณ์เลือกซื้อสินค้าดังกล่าวจึงพบว่าไม่มีเว็บไซต์ใดที่สามารถนำเสนอรายการสินค้าที่มีคุณภาพดีให้เลือกซื้อได้อย่างรวดเร็ว ดังนั้นจึงเป็นที่มาของการสร้างเว็บไซต์ที่นักศึกษามี

ในการวางแผนกลยุทธ์ของเว็บไซต์ประกอบด้วยวัตถุประสงค์ประสงค์ของเว็บไซต์ (Site Objectives) และการกำหนดความต้องการของผู้ใช้ (User need) โดยมีรายละเอียดดังนี้

- 1) วัตถุประสงค์ เว็บไซต์ที่นักศึกษามีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอสินค้าที่ดีที่สุดในแต่ละหมวดหมู่ จำนวน 3 รายการให้ผู้ใช้ได้ตัดสินใจโดยสินค้าที่นำเสนอถูกคัดสรรผ่านการวิจัยตลาด
- 2) ความต้องการของผู้ใช้ ในเว็บไซต์ที่นักศึกษามีได้แบ่งกลุ่มเป้าหมายของผู้ใช้โดยแบ่งตามลักษณะประชากรศาสตร์และลักษณะจิตวิทยา ด้านลักษณะประชากรศาสตร์แบ่งด้วยสถานะทางครอบครัว โดยกลุ่มเป้าหมายคือผู้ใช้ที่สมรสแล้ว สถานะทางการเงินมั่นคง จึงนำเสนอสินค้าที่เน้นการใช้สอยที่เอื้อต่อกิจกรรมภายในครอบครัว เช่นหมวดอุปกรณ์อำนวยความสะดวกในบ้าน หมวดอุปกรณ์ภายในห้องครัว หมวดสินค้าสำหรับครอบครัวและเด็กอ่อน หมวดอุปกรณ์กีฬา หมวดอุปกรณ์สำหรับการเดินทาง เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายของเว็บไซต์ดังกล่าวเป็นกลุ่มที่มีฐานะการเงินดีดังนั้นจึงนำเสนอสินค้าที่มีราคาสูง เช่นหมวดสินค้าเพื่อกิจกรรมการพายเรือ หมวดเครื่องบินส่วนตัว หมวดยานยนต์ หมวดอุปกรณ์การดื่ม ไวน์ และยาสูบ ล้วนแต่เป็นหมวดสินค้าน่าสนใจทั้งสิ้น

The screenshot shows the 3LUXE website interface. At the top, there are browser tabs and the 3LUXE logo. Below the logo are navigation links: SURVEY, ABOUT 3LUXE, and BLOG. The main content area is divided into several sections. On the left, there is a 'BEST OF' SELECTIONS menu with categories like Automotive, Aviation, Bar-Wine-Cigars, Boating, Computer, Electronics, Family and Parenting, Fashion, Health and Beauty, Home, Kitchen, Motorcycles, Photography, Sport, Tools, and Travel. The central part of the page features a large image of a canoe, a car, and a smartphone, with the text 'Simply find the best of everything.' and a search bar. Below this is a 'BEST OF THE DAY' section with a sub-section 'Deep Dish Pie Plate' and a small image of a pie plate. On the right, there is an 'ACCOUNT LOGIN' section with fields for Username and Password, and a 'SUBMIT' button. The website footer includes the text 'ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ Copyright © by Chiang Mai University All rights reserved'.

ภาพ 4.17 ภาพตัวอย่างสินค้าที่มีราคาสูง

นอกจากการแบ่งกลุ่มเป้าหมายของผู้ใช้ตามลักษณะประชากรด้วยสถานะทางครอบครัวของกลุ่มผู้มีฐานะดี ในเว็บไซต์นี้ได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายด้วยลักษณะตามจิตวิทยาอีกด้วย กล่าวคือ การเน้นกลุ่มผู้มีรสนิยมสูง มีฐานะทางสังคม รักครอบครัว ชอบทำกิจกรรมนอกบ้านและมีเวลาน้อยในการตัดสินใจหาข้อมูล โดยสังเกตได้จากกลุ่มสินค้าในแต่ละประเภทที่มีราคาสูงและคัดสรรเฉพาะความสนใจของกลุ่มผู้มีฐานะเท่านั้น เช่น ในหมวดเครื่องบินประกอบไปด้วยกลุ่มเครื่องบินเจ็ท กลุ่มเครื่องบินเฮลิคอปเตอร์ หรือในหมวดสินค้าเพื่อกิจกรรมการพายเรือ เช่น เรือยอร์ก เรือตกปลา เรือสำราญ เป็นต้น



ภาพ 4.18 ภาพสินค้าเครื่องบินเฮลิคอปเตอร์

ในการวางแผนกลยุทธ์นอกจากต้องคำนึงถึงลักษณะกลุ่มเป้าหมายแล้ว ยังต้องมีการวางแผนในส่วนประกอบอื่นๆ ด้วย เช่น ช่องทางการบริการลูกค้า ความมีประสิทธิภาพในการใช้งาน การทดสอบการใช้งานจริง ภาษาที่ใช้ในเว็บไซต์ เป็นต้น

2. แผนขอบเขตงาน (Scope Plane)

ในส่วนแผนขอบเขตงานบนเว็บไซต์ที่นักกลยุทธ์สามารถวิเคราะห์การวางแผนงานได้ดังนี้ จากแผนกลยุทธ์ต้องแปลงข้อมูลดังกล่าวมาออกแบบแผนการกำหนดขอบเขตงานโดยประกอบด้วย 2 ส่วน คือ ขอบเขตด้านเนื้อหา (Content Requirements) และขอบเขตด้านประโยชน์ใช้สอย (Functional Specifications)

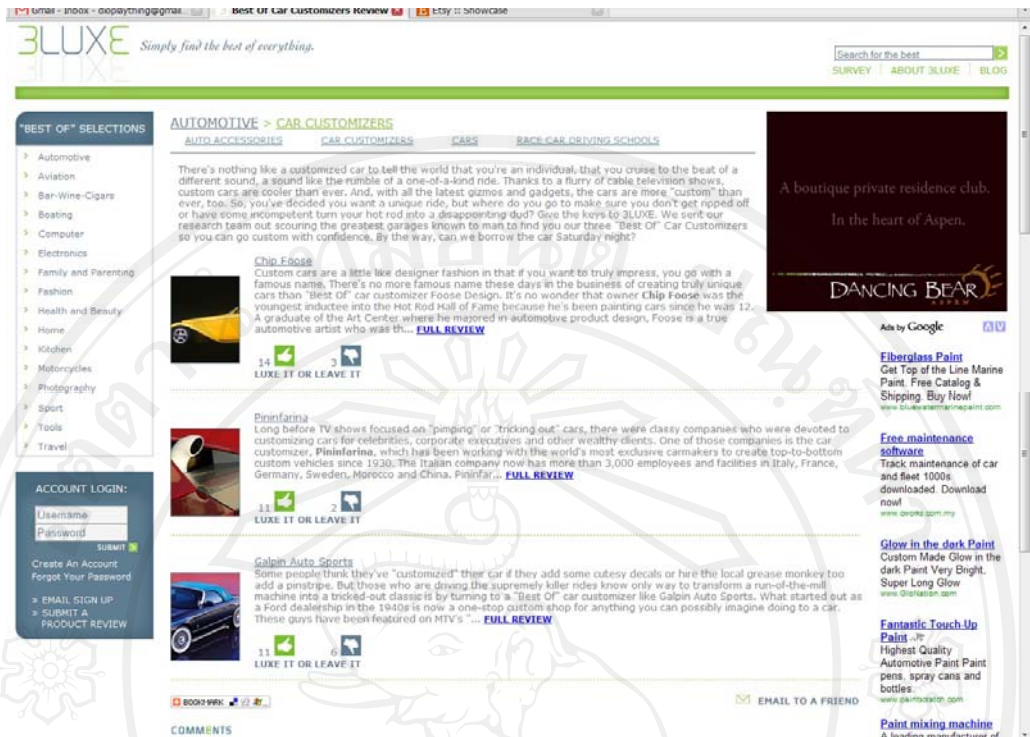
1) การกำหนดขอบเขตด้านเนื้อหา (Content Requirements) หลังจากการที่ทราบลักษณะพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายว่าอยู่ในกลุ่มผู้ที่สมรสแล้ว มีฐานะทางการเงินมั่นคง มีรสนิยมสูง มีเวลาน้อย รักครอบครัวและชอบกิจกรรมผจญภัยนอกบ้าน จากข้อมูลดังกล่าวนำไปสู่การกำหนดขอบเขตของสินค้าที่นำเสนอโดยมีการคัดสรรสินค้าในแต่ละหมวดหมู่ที่ดีที่สุดจำนวน 3 รายการเพื่อให้เหมาะสมกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย จากเว็บไซต์สามารถกำหนดขอบเขตเนื้อหาของสินค้าโดยจำแนกออกเป็นกลุ่มสินค้าทั้งสิ้นจำนวน 16 หมวดดังนี้

1. หมวดยานยนต์ (Automotive)
2. หมวดการบิน (Aviation)
3. หมวดสินค้าเพื่อการดื่ม ไวน์ และยาสูบ (Bar - Wine - Cigars)
4. หมวดสินค้าเพื่อการเล่นเรือ (Boating)

5. หมวดอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ (Computer)
6. หมวดอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronics)
7. หมวดสินค้าภายในครอบครัวและอุปกรณ์เลี้ยงลูก (Family and Parenting)
8. หมวดสินค้าแฟชั่น (Fashion)
9. หมวดสินค้าสุขภาพและความงาม (Health and Beauty)
10. หมวดสินค้าภายในบ้าน (Home)
11. หมวดสินค้าในห้องครัว (Kitchen)
12. หมวดรถจักรยานยนต์ (Motorcycles)
13. หมวดสินค้าถ่ายภาพ (Photography)
14. หมวดกีฬา (Sport)
15. หมวดเครื่องมือ (Tool)
16. หมวดท่องเที่ยว (Travel)

ซึ่งขอบเขตด้านเนื้อหาเป็นไปตามแผนกลยุทธ์ที่ได้กำหนดก่อนหน้านี้

2) การกำหนดขอบเขตด้านประโยชน์ใช้สอย (Functional Specification) จากการกำหนดขอบเขตด้านเนื้อหาที่เป็นไปตามแผนกลยุทธ์ ในส่วนขอบเขตด้านประโยชน์ใช้สอยก็เช่นกันต้องมีโครงสร้างจากแผนกลยุทธ์ด้วย ในเว็บไซต์นี้ได้กำหนดไว้ว่าต้องการนำเสนอสินค้าเพียง 3 รายการและการออกแบบต้องให้ง่ายต่อการใช้งานด้วย ดังนั้นการนำเสนอสินค้าในเว็บแต่ละหมวดหมู่มีเพียง 3 รายการเท่านั้น โดยเป็นลักษณะข้อมูลภาพและข้อมูลรายละเอียดสินค้าที่นำเสนอภายในหน้าเดียวกัน ซึ่งหากต้องการข้อมูลเพิ่มเติมสามารถเข้าไปดูรายละเอียดได้ในหน้าถัดไปเพียงคลิกที่ดูรายละเอียดทั้งหมด (Full review)



ภาพ 4.19 ภาพการนำเสนอสินค้าที่ดีที่สุด 3 รายการในหน้าเดียว



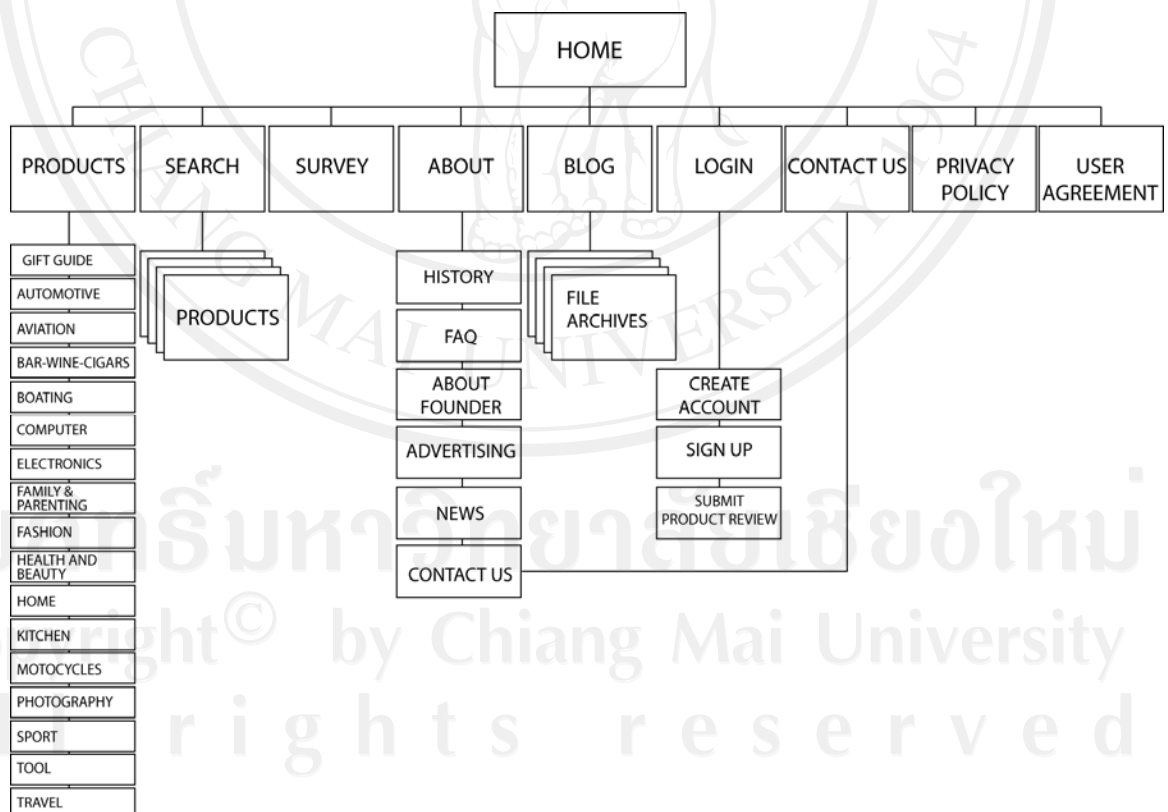
ภาพ 4.20 ภาพการนำเสนอรายละเอียดทั้งหมดของสินค้าในหน้าถัดไป

เมื่อกำหนดขอบเขตสำหรับประโยชน์ใช้สอยแล้ว ในส่วนขอบเขตทางด้านเนื้อหา ต้องมีการกำหนดขอบเขตข้อมูลที่ต้องการนำเสนอบนเว็บไซต์ ไม่ว่าจะเป็นการกำหนดในรูปแบบของ ตัวหนังสือ รูปภาพ วิดีโอ ไฟล์เสียง เป็นต้น เพื่อต้องการให้รู้ว่าต้องใช้สื่อประเภทใดจึงเหมาะสม

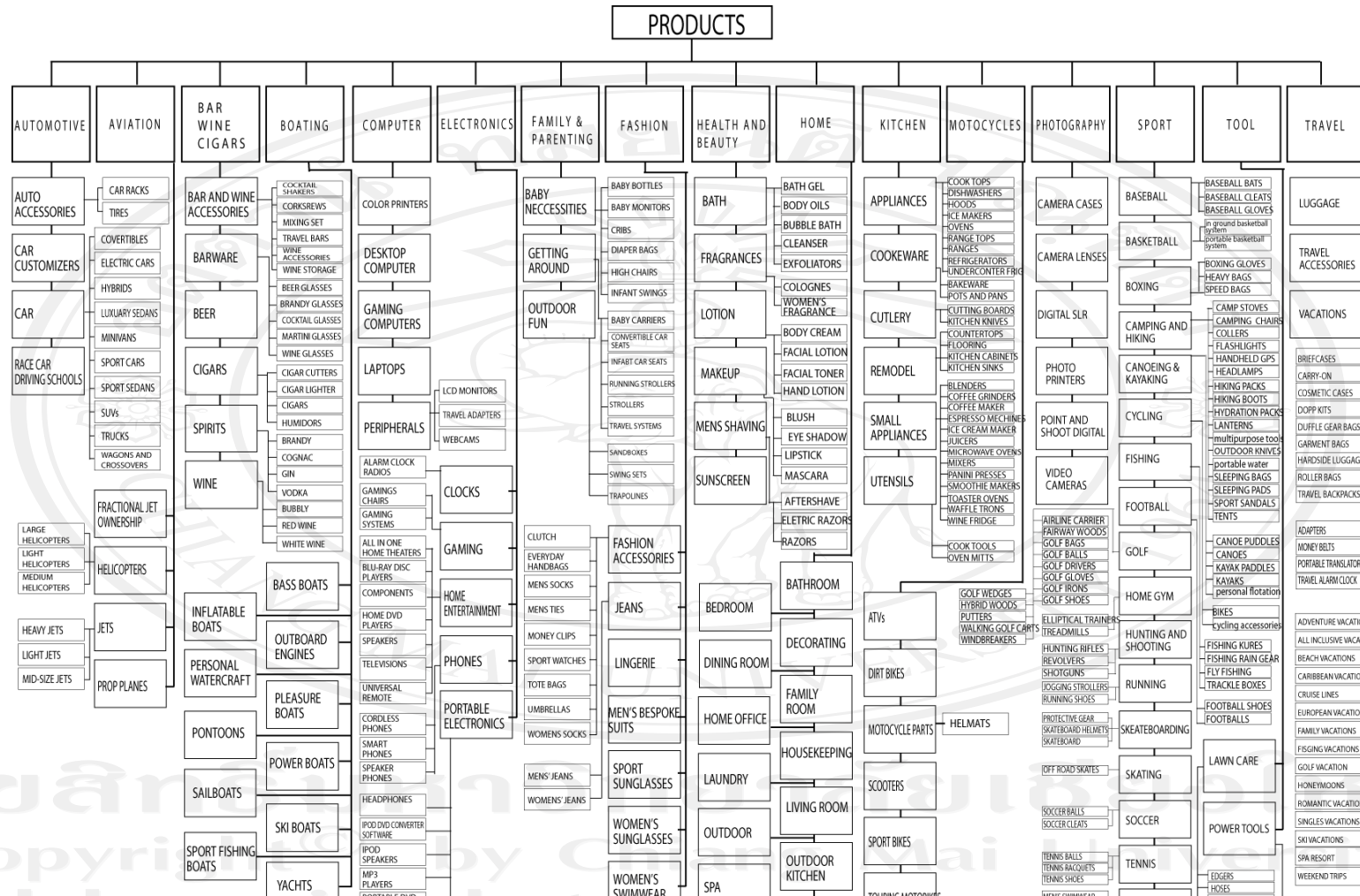
กับการนำเสนอและข้อมูลที่น่าสนใจอาจต้องมีการเพิ่มเติม ปรับปรุงทำให้ทันสมัยอยู่เสมอ โดยกำหนดระยะเวลาความถี่ในการปรับแก้ไขที่เหมาะสมกับผู้เยี่ยมชม โดยพิจารณาตามความเหมาะสมของเงื่อนไขที่นำมากำหนดความถี่ แต่หากนำเสนอเว็บไซต์ที่มีกลุ่มเป้าหมายหลายกลุ่มควรมีการระบุให้ชัดเจนว่าเนื้อหาใดเหมาะกับกลุ่มเป้าหมายใด เพื่อให้เลือกวิธีการนำเสนอเนื้อหาได้อย่างเหมาะสม

3. แผนโครงสร้างงาน (Structure Plane)

ในส่วนแผนโครงสร้างงานบนเว็บไซต์ที่ร้อยละสามารถวิเคราะห์การวางแผนงานได้ตั้งนี้ จากแผนกลยุทธ์ที่ขยายละเอียดมาเป็นส่วนแผนขอบเขตงานในส่วนถัดมาเป็นส่วนของแผนโครงสร้างงานซึ่งประกอบด้วย การออกแบบระบบปฏิบัติการต่อการกระทำของผู้ใช้ (Interaction Design) และการออกแบบสถาปัตยกรรมสารสนเทศ โดยสามารถนำเสนอออกมาเป็นแผนผังการสื่อสารภายในเว็บไซต์ดังภาพ 4.21 ได้ดังนี้



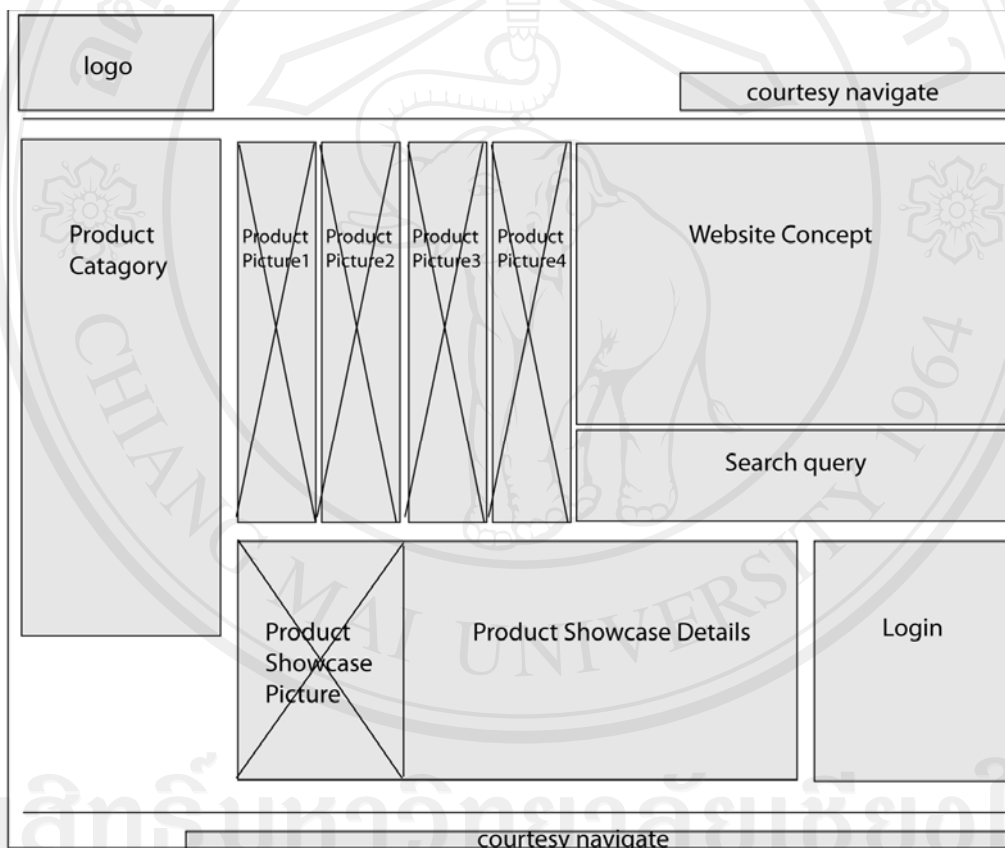
ภาพ 4.21 แผนผังการสื่อสารภายในเว็บไซต์



ภาพ 4.21 (ต่อ) แผนผังการสื่อสารภายในเว็บไซต์

4. แผนโครงร่าง (Skeleton Plane)

ในส่วนแผนโครงร่างงานบนเว็บไซต์ที่นักศึกษามารถวิเคราะห์การวางแผนงานได้ดังนี้ ในส่วนแผนโครงร่างเป็นส่วนต่อเนื่องจากข้อมูลในแผนโครงสร้าง ในส่วนนี้เป็นการแปลงความคิดให้เป็นรูปร่างมากขึ้น โดยมีองค์ประกอบร่วมกัน 3 ส่วนคือการออกแบบข้อมูล (Information Design) การออกแบบหน้าตาเว็บเพจ (Interface design) และการออกแบบเส้นทาง (Navigation design) ซึ่งนำเสนอผ่านการแสดงเป็นภาพโครงร่าง (wire frame) หรือการวางรูปแบบหน้า (page layout) ดังภาพ 4.22



ภาพ 4.22 ภาพโครงร่างโฮมเพจของเว็บไซต์ที่นักศึกษาคัดลอก

ในส่วนแรกของแผนโครงร่างได้แก่การออกแบบข้อมูล (Information Design) คือการจัดกลุ่มข้อมูล เรียงองค์ประกอบของข้อมูลและการนำเสนอข้อมูลเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้งาน จากภาพ 4.23 ด้านซ้ายมือเป็นการแสดงข้อมูลหมวดหมู่ของสินค้าโดยใช้วิธีการเรียงหมวดหมู่แบบเรียงตามอักษรภาษาอังกฤษจาก A – Z โดยมีได้จัดเรียงตามหมวดหมู่สินค้าตามความสนใจในแต่ละเพศ ทั้งนี้เนื่องจากการเน้นกลุ่มเป้าหมายที่เป็นครอบครัว การเรียงหมวดหมู่

สินค้าตามตัวอักษรทำให้เห็นหมวดหมู่ของสินค้าทุกประเภทมากกว่าการจัดเรียงแบบเฉพาะความสนใจของกลุ่มเพศชายหรือหญิง นอกจากนี้ยังมีการนำเสนอหมวดหมู่สินค้าที่เหมาะสมกับเทศกาลให้อยู่ในอันดับแรกโดยมีเครื่องหมายดอกจันทน์กำกับอยู่ รูปแบบการจัดเรียงข้อมูลแบบดังกล่าวเป็นรูปแบบการเตือนให้ผู้ใช้ได้เข้าเลือกซื้อสินค้าในโอกาสสำคัญต่างๆ การจัดเรียงหมวดหมู่สินค้าวิธีเช่นนี้นอกจากเป็นการกระตุ้นความจำแก่ผู้ซื้อแล้วยังทำให้เว็บไซต์นี้อยู่ในใจผู้ใช้ให้เข้ามาเลือกซื้อสินค้าที่เหมาะสมกับผู้รับอีกด้วย ซึ่งเมื่อผู้ใช้เข้ามาเลือกหมวดหมู่สินค้าต้องสะดุดตากับหมวดสินค้าในอันดับแรกซึ่งเป็นการเตือนถึงโอกาสเทศกาลสำคัญที่ควรซื้อ โดยหลังจากเลือกซื้อสินค้าให้บุคคลสำคัญแล้วถัดมาเป็นการเลือกซื้อสินค้าที่ตนเองต้องการในภายหลัง นับว่าเป็นการออกแบบข้อมูลได้ดีที่จูงใจให้ผู้ใช้เลือกซื้อสินค้ามากกว่าเดิม



ภาพ 4.23 ภาพแสดงการจัดเรียงหมวดหมู่สินค้า

ในส่วนที่สามของแผน โครงร่างได้แก่การออกแบบระบบนำทาง (Navigation Design) ในเว็บไซต์นี้ได้ใช้ระบบนำทางหลายระบบด้วยกัน โดยใช้คำพูดเป็นจุดบ่งบอกระบบนำทางดังเช่น

ภาพ 4.24

The screenshot shows the SLUXE website interface. At the top, there is a search bar and navigation links for SURVEY, ABOUT SLUXE, and BLOG. The main content area is divided into several sections:

- 1. Global navigation:** The SLUXE logo and tagline 'Simply find the best of everything.' are located at the top left.
- 2. Local navigation:** A breadcrumb trail 'ELECTRONICS > HOME ENTERTAINMENT' is shown, with sub-links for ALL IN ONE HOME THEATERS, SPEAKERS, TELEVISIONS, BLU-RAY/DVD PLAYERS, UNIVERSAL REMOTE, COMPONENTS, and HOME DVD PLAYERS.
- 3. Supplementary navigation:** A sidebar on the right contains a 'HalogenGuides Real Estate' advertisement and other promotional banners.
- 4. Contextual navigation:** Multiple 'FULL REVIEW' links are placed at the end of product descriptions for speakers like the BeoLab 6000, Nautilus, and Coltrane Supreme Loudspeakers.
- 5. Courtesy navigation:** A 'Post Comment' button is located at the bottom of the comments section.

- ลิขสิทธิ์ © 2013 โดย Chulalongkorn University
All rights reserved
1. ระบบนำทางแบบโกลบอล (Global navigation)
 2. ระบบนำทางแบบภายใน (Local navigation)
 3. ระบบนำทางแบบทางลัด (Supplementary navigation)
 4. ระบบนำทางแบบภายในเนื้อหา (Contextual navigation)
 5. ระบบนำทางเพื่อความต้องการเสริม (Courtesy navigation)

ภาพ 4.24 แสดงตำแหน่งของระบบนำทางในระบบต่างๆ กัน

1) ระบบนำทางแบบโกลบอล (Global navigation) คือระบบนำทางที่สามารถเคลื่อนที่ไปได้ทั้งเว็บไซต์ โดยสังเกตจากหมวดหมู่สินค้าที่ไม่ว่าไปดูสินค้าประเภทใดก็ตาม สามารถเคลื่อนที่ไปยังดูสินค้าประเภทอื่นๆ ได้ตลอดเวลา

2) ระบบนำทางแบบภายใน (Local navigation) คือระบบนำทางที่เข้าถึงได้เฉพาะส่วนใกล้เคียงเท่านั้น เช่นหากเข้าไปยังหน้าหมวดเครื่องใช้ไฟฟ้า โดยเลือกเฉพาะประเภทความบันเทิงภายในบ้านผู้ใช้สามารถเข้าไปดูสินค้าได้เฉพาะส่วนที่เลือกเท่านั้น เช่นหากต้องการเลือกคอมพิวเตอร์พกพาซึ่งอยู่ในหมวดของคอมพิวเตอร์ก็สามารถเลือกดูสินค้าอื่นได้แต่จำกัดการเข้าเฉพาะสินค้าในหมวดนี้เท่านั้น ถ้าต้องการเข้าชมสินค้าอื่นต้องเลือกใช้ระบบนำทางแบบโกลบอลแทน ซึ่งระบบนำทางแบบที่สองแบบนี้ช่วยอำนวยความสะดวกให้ผู้ใช้สามารถเลือกดูสินค้าได้อย่างสะดวกรวดเร็ว

3) ระบบนำทางแบบทางลัด (Supplementary navigation) ช่วยให้ผู้เข้าถึงข้อมูลอื่นได้ง่ายได้ เช่น ส่วนของพื้นที่โฆษณาที่ปรากฏทางขวามือทำให้ผู้ใช้เข้าไปหาข้อมูลได้ทันทีโดยไม่ต้องไปเข้าเว็บไซต์ดังกล่าวอีกครั้ง

4) ระบบนำทางแบบภายในเนื้อหา (Contextual navigation) ถ้าหากผู้ใช้ต้องการข้อมูลสินค้าเพิ่มเติมสามารถเลือกคลิกที่ FULL REVIEW ที่ปรากฏในรายละเอียดสรุปย่อของสินค้าและทำให้เชื่อมต่อไปยังรายละเอียดเพิ่มเติมของสินค้าได้ทันที ซึ่งในเว็บนี้มีระบบดังกล่าวปรากฏอยู่ในรายละเอียดของสินค้าทุกชนิด

5) ระบบนำทางเพื่อความต้องการเสริม (Courtesy navigation) เป็นระบบนำทางเพื่อเข้าถึงข้อมูลอื่นๆ เพิ่มเติมในเว็บไซต์นี้ซึ่งมีส่วนนี้เช่นกัน โดยเป็นระบบนำทางเพื่อให้เกิดการติดต่อกลับ (contact us) ส่วนนโยบาย (privacy policy) และส่วนข้อตกลงของผู้ใช้งาน (user agreement) อยู่ส่วนด้านล่างของหน้าเว็บไซต์

ในส่วนของระบบนำทางระบบโกลที่เป็นลักษณะแผนผังเว็บไซต์ (Site map) หรือสารบัญเว็บไซต์ (index) ในเว็บไซต์นี้ไม่ได้นำเสนอข้อมูลส่วนดังกล่าวเนื่องจากไม่ได้เป็นเว็บที่ซับซ้อน ข้อมูลสินค้าไม่มาก อีกทั้งยังมีการแสดงหมวดรายการสินค้าอย่างชัดเจนทางโดยอยู่ตำแหน่งด้านซ้ายมืออยู่ทุกหน้าตลอดเวลาในระบบนำทางระยะไกลจึงไม่มีความจำเป็นเท่าที่ควร จากการวิเคราะห์การออกแบบระบบนำทางของเว็บไซต์บริษัท ผู้ออกแบบเว็บไซต์พยายามนำระบบนำทางทุกระบบมาใช้ ซึ่งเป็นการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ที่ต้องการเคลื่อนที่ไปดูข้อมูลอื่นได้อย่างสะดวกรวดเร็ว และออกแบบให้สามารถใช้งานอย่างเหมาะสม

จากภาพรวมทั้งหมดของแผน โครงร่างประกอบด้วยส่วนการออกแบบข้อมูลที่ใช้ข้อมูลจากแผนกลยุทธ์มาออกแบบให้ตอบสนองกับลักษณะของกลุ่มเป้าหมายโดยจัดเรียงข้อมูล

โดยให้ผู้ใช้สามารถเห็นหมวดหมู่สินค้าทั้งหมด ส่วนการออกแบบอินเทอร์เฟซของหมวดสินค้ามีความสอดคล้องกับส่วนของการออกแบบข้อมูลที่เป็นไปในทางเดียวกันและในส่วนสุดท้ายคือ ส่วนการออกแบบเส้นทาง ผู้ออกแบบมีการเลือกใช้รูปแบบระบบนำทางได้อย่างเหมาะสมกับความ ต้องการแบ่งกลุ่มเป้าหมาย แผนโครงสร้างของเว็บไซต์นี้มีการดำเนินงานตามแผนต่างๆ ก่อนหน้านี้ เป็นอย่างดี จึงสามารถนำเสนอรูปแบบที่ตอบโจทย์กับแนวคิดของเว็บไซต์ที่ต้องการนำเสนอสินค้า ที่ดีที่สุดและง่ายต่อการใช้งาน ดังนั้นการออกแบบส่วนต่างๆ มีความกระชับและใช้งานง่ายเพื่อให้ สอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี ซึ่งในส่วนแผนถัดไปเป็นการรวบรวมทุก แผนก่อนหน้านี้แปลงให้เป็นภาพที่มองเห็นได้ชัดเจนขึ้น

5. แผนออกแบบส่วนหน้าเว็บไซต์ (Surface Plane)

ในแผนนี้เป็นขั้นตอนสุดท้ายที่ต่อยอดจากแผนโครงสร้างให้เกิดเป็นรูปร่างได้ผ่านแผน ออกแบบส่วนหน้าเว็บไซต์ ในส่วนนี้กล่าวถึงการวิเคราะห์การจัดทำหน้าเว็บไซต์ (Grid layout) รูปแบบตัวหนังสือ (Font) สี (color) และภาพ (Image) ในการจัดวางหน้าเว็บไซต์นี้มีการให้ ความสำคัญดังภาพ 4.25 โดยมีรายละเอียดนี้

1) การจัดทำหน้าเว็บไซต์ (Grid layout)



ภาพ 4.25 การแสดงตำแหน่งการวางจุดสนใจในเว็บไซต์

ในตำแหน่งที่ 0 เป็นตำแหน่งลดแรงดึงดูดทางสายตา ดังนั้นการเว้นพื้นที่ดังกล่าวให้ว่างหรือการข้อมูลที่เป็นตัวอักษรจึงเป็นการจัดวางที่เหมาะสม แต่การเลือกวางระบบหมวดหมู่สินค้านับว่าเป็นตำแหน่งที่เหมาะสมเพราะไม่เป็นการรบกวนสายตาผู้ชมมากเกินไปที่ต้องเห็นข้อมูลในทุกๆ หน้า

ในตำแหน่งที่ 1 เป็นจุดแรกที่ผู้คนใช้ความคิดซึ่งมาจากพฤติกรรมการอ่านหนังสือ ดังนั้นการวางตำแหน่งสัญลักษณ์ชื่อเว็บไซต์จึงเป็นตำแหน่งที่เหมาะสมเพราะทราบทันทีที่เข้าเว็บไซต์ว่าเป็นเว็บไซต์อะไร ถูกต้องตามที่ต้องการเข้าใช้งานหรือไม่ และเมื่อต้องการกลับไปยังหน้าหลักผู้ใช้สามารถย้ายกลับไปมองและเลือกคลิกที่โลโก้ดังกล่าวเพื่อกลับไปยังหน้าแรกได้อย่างรวดเร็วอีกด้วย

ในตำแหน่งหมายเลข 2 มุมบนซ้ายและขวาเป็นมุมเรียกข้อความสนใจแต่ในเว็บไซค์นี้มีได้ให้ความสำคัญกับตัวหนังสือดังกล่าวมากนัก จึงทำให้ส่วนของการบอกข้อมูลบริษัทจึงเป็นส่วนสำคัญแทน

ในตำแหน่งหมายเลข 3 เป็นจุดสุดท้ายที่ผู้ใช้ให้ความสำคัญ นักออกแบบได้เลือกเอาการสมัครเข้าใช้งาน (Account login) ซึ่งเป็นตำแหน่งที่เหมาะสม เพราะช่วยให้ผู้ใช้รายใหม่และผู้ใช้เดิมไม่เกิดอุปสรรคกับการเข้าเลือกดูสินค้า

ในตำแหน่งหมายเลข 4 เป็นตำแหน่งจุดรวมสายตา ในเว็บไซค์นี้เป็นการนำเสนอภาพสินค้า 4 ชนิด เปลี่ยนสลับไปมาอย่างช้าๆ ทำให้เพียงมองแต่ภาพเหล่านี้ทำให้เห็นเข้าใจภาพรวมของสินค้าที่นำเสนอในเว็บไซค์ได้ทันที ดังนั้น จึงมีความเหมาะสมในการจัดวางในตำแหน่งดังกล่าวทำให้ไม่ต้องเสียเวลาในการอ่านข้อความหรือเลือกดูสินค้าเลย

2) รูปแบบตัวหนังสือ (Font)

ในส่วนแผนออกแบบหน้าเว็บไซค์บนเว็บไซค์ตรีลักษณ์สามารถวิเคราะห์การวางแผนงานในด้านการวางรูปแบบตัวอักษรของเว็บไซค์ได้ดังนี้ รูปแบบตัวหนังสือที่ใช้มีด้วยกัน 3 รูปแบบ คือ รูปแบบตัวอักษรชื่อเว็บไซค์ ซึ่งบ่งบอกถึงความทันสมัยและความหรูหรา โดยแสดงออกด้วยน้ำหนักของเส้นตัวอักษรที่บางเบา รูปแบบถัดมาคือตัวอักษรที่บอกแนวคิดของเว็บไซค์ “Simply Find the best of everything” (ซึ่งเป็นจุดเดียวเท่านั้นที่ใช้รูปแบบนี้) รูปลักษณะดังกล่าวทำให้เกิดความเด่นชัดจากเนื้อหาส่วนอื่น ๆ ซึ่งสื่อถึงความเรียบง่ายของการใช้งานในเว็บไซค์ และสะท้อนคุณภาพของสินค้าที่มีระดับและราคาสูง รูปแบบตัวอักษรแบบตัวเขียนมักใช้บ่งบอกถึงความมีระดับ ความสำคัญของสิ่งนั้นๆ รูปแบบตัวอักษรแบบสุดท้าย คือ ตัวอักษรอื่นที่ใช้ในการสื่อสารในเว็บไซค์เป็นตัวอักษรที่อ่านง่าย เรียบง่ายมีการเว้นช่องตัวอักษรระหว่างคำได้เหมาะสมทำให้ง่ายต่อการอ่านยิ่งขึ้น ดูแล้วสบายตา

3) สี (Color)

ในส่วนแผนออกแบบหน้าเว็บไซค์ เว็บไซค์ตรีลักษณ์สามารถวิเคราะห์การวางแผนงานในด้านสีของเว็บไซค์ได้ดังนี้ การใช้สีในเว็บไซค์เน้นการใช้พื้นที่ว่างเป็นสีขาวเกือบทั้งหมด นอกจากทำให้รู้สึกสบายตาในการใช้งานแล้ว ยังช่วยเสริมภาพลักษณ์ของเว็บไซค์ที่ต้องการนำเสนอความเรียบหรู นำเสนอแต่สิ่งที่ดีที่สุด โคนบ่งบอกถึงความเป็นมืออาชีพในการคัดสรรสินค้าอีกด้วย

สีของตัวอักษร การเลือกใช้ตัวอักษรสีน้ำเงินในส่วนของหมวดหมู่สินค้าสื่อถึงความสุขุม สินค้ามีราคาหรูหรา และใช้สีเทากับส่วนที่เป็นรายละเอียดสินค้า สีเทามักใช้สื่อถึง

ความเป็นกลาง ดังนั้นการเลือกใช้สีทั้งสองช่วยให้การนำเสนอข้อมูลมีความรู้สึกไม่เอนเอียง เพื่อ
 บ่งบอกสินค้าที่มีราคาสูง

4) ภาพ (Image)

จากการวางตำแหน่งของภาพสินค้าทั้ง 4 ภาพแบบไม่เต็มภาพทั้งจัดวางใน
 ตำแหน่งจุดรวมสายตาโดยนำเสนอผ่านการสลับภาพสินค้าอื่น ๆ ตลอดเวลาทำให้เห็นภาพรวม
 ของสินค้าในเว็บไซต์ชัดเจนขึ้นแม้รูปสินค้านั้นถูกตัดทอนไปแต่เป็นภาพถ่ายที่มีความคมชัดสูง
 เห็นรายละเอียดสินค้าอย่างชัดเจนก็ยังทำให้เกิดความน่าสนใจที่ติดตามเข้าสู่สินค้าอื่นๆ ตามมา

ในการวิเคราะห์แนวคิดการออกแบบเว็บไซต์ที่รีล็กซ์คอตคอมด้วยการใช้กรอบแนวคิด
 ประสบการณ์ผู้ใช้ที่แบ่งออกได้เป็น 5 ส่วนด้วยกันนับตั้งแต่การวิเคราะห์แผนกลยุทธ์จากแนวคิด
 ของเว็บไซต์ที่มุ่งเน้นการนำเสนอสินค้าที่ดีที่สุด 3 รายการในทุกหมวดหมู่ ทำให้การกำหนด
 วัตถุประสงค์และความต้องการของผู้ใช้มีการวางแผนที่สอดคล้องกับแนวคิด ในส่วนถัดมาก็คือการ
 วิเคราะห์แผนแผนขอบเขตงานทำให้สามารถกำหนดขอบเขตของเนื้อหาและขอบเขตด้าน
 ประโยชน์ใช้สอยที่ครอบคลุมความต้องการของผู้ใช้งานได้ ในส่วนแผนโครงสร้างงานประกอบด้วย
 การออกแบบระบบปฏิบัติการต่อการทำงานของผู้ใช้ และการออกแบบสถาปัตยกรรมสารสนเทศใน
 เว็บไซต์นี้สามารถออกแบบโครงสร้างงานที่มีความละเอียดครอบคลุมกับส่วนขอบเขตเนื้อหา ส่วน
 ถัดมาคือการวิเคราะห์ส่วนแผน โครงร่างในเว็บไซต์ดังกล่าวสามารถจัดเรียงข้อมูล การออกแบบ
 เว็บไซต์ และการออกแบบเส้นทางภายในเว็บไซต์สามารถตอบสนองการใช้งานของผู้ใช้ได้เป็น
 อย่างดีโดยผ่านการเข้าใจพฤติกรรมการใช้งานของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต และส่วนสุดท้ายคือแผนการ
 ออกแบบส่วนหน้าตาเว็บไซต์จากการเข้าใจพฤติกรรมกลุ่มเป้าหมายของเว็บไซต์ทำให้เว็บไซต์
 ดังกล่าวสามารถออกแบบได้สอดคล้องกับลักษณะพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างลงตัวผ่าน
 การสื่อความด้วยการจัดวางหน้าเว็บไซต์ ตัวอักษรที่เลือกใช้ สี และภาพสินค้าที่นำเสนอ ส่วนถัดมา
 เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ผ่านการสัมภาษณ์ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตและนักออกแบบเว็บไซต์เพื่อให้
 ทราบถึงประสบการณ์ของผู้ใช้งานในการเข้าสำรวจเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยและ
 ต่างประเทศ

4.3 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์นักออกแบบเว็บไซต์และผู้ใช้อินเทอร์เน็ต

จากการวิเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึกในสองส่วนที่ผ่านมาเป็นการวิเคราะห์แนวคิด
 บนเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยและต่างประเทศ และการวิเคราะห์แนวคิดที่ส่งผลต่อการ
 ออกแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศผ่านการวิเคราะห์เว็บไซต์ที่รีล็กซ์คอตคอม

โดยทั้งสองส่วนแรกที่ได้กล่าวไปนั้นเป็นการแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการที่เว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์จำเป็นต้องมีแนวคิดที่ชัดเจนเพื่อส่งผลต่อการออกแบบที่สอดคล้องกับแนวคิดและสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้ได้อย่างลงตัว

ในส่วนที่สามเป็นการนำเสนอข้อมูลจากการสัมภาษณ์โดยเป็นข้อมูลจากการสัมภาษณ์นักออกแบบเว็บไซต์เพื่อให้ทราบถึงประสบการณ์การทำงานและผลของการออกแบบเว็บไซต์ให้แก่ผู้ประกอบการ และการสัมภาษณ์ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อให้ทราบถึงผลตอบรับของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตต่อประสบการณ์การเข้าสำรวจเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยจำนวน 2 เว็บไซต์คือ ตลาดคอตคอมและวีเลฟซ้อปปี้งคอตคอม และเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศจำนวน 2 เว็บไซต์คือ ทริลักซ์คอตคอมและอิสซี่คอตคอม โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 2 ส่วน กล่าวคือ

4.3.1 แนวคิด: ความเชื่อมโยงระหว่างนักออกแบบเว็บไซต์และผู้ประกอบการ

4.3.2 แนวคิด: การออกแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์

4.3.1 แนวคิด: ความเชื่อมโยงระหว่างนักออกแบบเว็บไซต์และผู้ประกอบการ

จากการสัมภาษณ์นักออกแบบจำนวน 2 ท่านพบว่าความเห็นของทั้งสองท่านมีความเหมือนกันและต่างกัน ส่วนที่เหมือนกันคือในการออกแบบเว็บไซต์จะต้องอาศัยแนวคิดเป็นสิ่งสำคัญในการออกแบบสร้างสรรค์ผลงาน แนวคิดเป็นสิ่งกำหนดภาพร่างของงานที่จะเกิดขึ้น นักออกแบบเว็บไซต์ท่านแรกอธิบายถึงสถานการณ์ในปัจจุบันที่ผู้ประกอบการไทยว่าจ้างให้ออกแบบเว็บไซต์ ผู้ประกอบไทยเข้าใจอย่างผิวเผินว่าเว็บไซต์เป็นสถานที่ระบายสินค้าคงคลังออกไปได้และทำให้สินค้าขายดีขึ้น โดยมีได้มองเห็นว่ามีปัจจัยอื่นร่วมด้วย ผู้ประกอบการส่วนมากมีความเข้าใจในรูปแบบดังกล่าว จึงทำให้เกิดเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เกิดขึ้นขาดประสิทธิภาพในการทำงานอย่างแท้จริงและไม่ประสบความสำเร็จในการสร้างเว็บไซต์

กระบวนการการออกแบบเว็บไซต์นั้นนักออกแบบต่างให้ความเห็นตรงกันว่าเริ่มการทำงานด้วยการรับข้อมูลและความต้องการของลูกค้า สิ่งนี้เป็นส่วนสำคัญที่สุดของการทำงาน ต้องทราบความต้องการและรายละเอียดของสินค้าทั้งหมด เป้าหมายของการสร้างเว็บไซต์และเป้าหมายของผู้ว่าจ้าง แล้วยนำข้อมูลดังกล่าวมาออกแบบระบบและพัฒนาให้เป็นระบบโมดูลคือการทำงานอย่างสอดคล้องกันทุกกระบวนการ ลักษณะการทำงานของนักออกแบบเป็นไปในทางเดียวกับองค์ประกอบแนวคิดประสบการณ์ผู้ใช้ (บุษบา กิริติไกรนนท์, 2549 และกาเร็ต, 2003) แต่จากรอบแนวคิดดังกล่าวนักออกแบบท่านแรก ได้ให้ความเห็นว่า ทฤษฎีเป็นเพียงองค์ประกอบหนึ่งและการปฏิบัติงานไม่สามารถนำทฤษฎีมาปรับใช้ได้ทั้งหมด เนื่องจากข้อจำกัดหลายประการไม่สามารถประยุกต์เข้ากับผู้ประกอบการไทยได้ ลักษณะของผู้ประกอบการไทยไม่เห็นภาพว่า

เว็บไซต์หนึ่งสามารถสร้างให้เกิดประโยชน์ได้หลากหลายกว่าที่เห็นอยู่ในเว็บไซต์ และต้องการมีเว็บไซต์เหมือนรูปแบบที่ตนเคยเห็น ดังนั้นการออกแบบเว็บไซต์จึงมีการนำองค์ประกอบที่ไม่จำเป็นเข้ามารวมด้วย ประเด็นดังกล่าวนี้มักออกแบบเว็บไซต์ได้ให้คำแนะนำแก่ผู้ประกอบการเช่นกัน ผู้ประกอบการบางรายมีความเข้าใจและเห็นประโยชน์จึงปฏิบัติตามคำแนะนำของนักออกแบบเว็บไซต์ แต่ในบางรายมิได้ปฏิบัติตามคำแนะนำดังกล่าวเพราะกลัวการเสียค่าบริการเพิ่ม จึงทำให้เสียโอกาสเพิ่มเติมส่วนที่จำเป็นแก่ธุรกิจลงไป ดังนั้นโอกาสการสร้างรายได้ผ่านระบบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จึงกลายเป็นเพียงนามบัตรออนไลน์เท่านั้น ผู้ประกอบการส่วนมากที่เข้ามาติดต่อสร้างเว็บไซต์ต้องการทำเพียงรูปแบบดังกล่าวและสิ้นสุดลง จึงทำให้เกิดรูปแบบเว็บไซต์ที่ไม่ตอบสนองการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จากการสัมภาษณ์นักออกแบบเว็บไซต์ท่านดังกล่าวให้ความเห็นว่า รูปแบบเว็บไซต์ที่ไม่ประสบผลสำเร็จมีถึง 80% และรูปแบบเหล่านี้ไม่สามารถใช้ในการซื้อขายสินค้าได้จริง มีเว็บไซต์เพียง 20% เท่านั้นที่ประสบความสำเร็จในการสร้างเว็บไซต์ที่สามารถขายสินค้าได้ นักออกแบบเว็บไซต์ให้ความเห็นเพิ่มเติมว่าศักยภาพของเว็บไซต์มีเป้าหมายเพื่อคนทั่วโลกมิใช่เพียงกลุ่มคนจำนวนน้อยอย่างที่ปฏิบัติอยู่ในปัจจุบัน นอกจากนี้ผู้ประกอบการไทยที่ไม่เข้าใจรูปแบบและการทำงานของเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์จึงเกิดการสื่อสารที่ผิดพลาดระหว่างนักออกแบบเว็บไซต์และทำให้ต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมในการแก้ไขหรืออาจได้เว็บไซต์ที่ไม่ตรงกับความต้องการที่ไม่เกิดประโยชน์แก่ธุรกิจ

นักออกแบบท่านแรกมีความเห็นว่าแนวคิดไม่จำเป็นต้องมีความแตกต่างกันมากแต่แนวคิดนั้นต้องตอบสนองการใช้งาน หากผู้ประกอบการไม่สื่อสารประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวกับแนวคิดที่จำเป็นได้อย่างชัดเจนผลที่เกิดขึ้นคือ ไม่สามารถทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อย่างแท้จริงอีกยังทำให้กระบวนการการออกแบบเว็บไซต์ต้องแก้ไขบ่อยครั้ง ทำให้เสียเวลามาก เช่นสิ่งที่นำเสนอในเว็บไซต์ไทยทั้ง 2 แห่งคือ ตลาดคอตคอมและวิเลฟชอปปี้งคอตคอม ทั้งสองเว็บไซต์มีสิ่งเหมือนกันคือ มีการนำเสนอขายสินค้าทุกอย่าง ทุกประเภท พร้อมกับการนำเสนอโฆษณา ทำให้ผู้ใช้งานรู้สึกเบื่อมากกว่าสนใจซื้อสินค้า นักออกแบบท่านแรกได้ให้ความเห็นว่าปัญหาการขายสินค้านอกจากต้องมีแนวคิดแล้ว ตัวสินค้าเองก็ต้องเป็นที่น่าสนใจที่จะนำมาจำหน่าย เพียงแต่การนำเสนอแนวคิดที่ดีจะช่วยให้สินค้ามีความน่าสนใจยิ่งขึ้น นักออกแบบท่านแรกให้ความเห็นเพิ่มเติมว่าแนวคิดมีความสำคัญซึ่งอยู่ในรูปแบบใดก็ได้ แต่สิ่งที่ถูกนำเสนอในเว็บไซต์ไทยในปัจจุบัน ล้วนแต่เป็นรูปแบบที่ตามหลังรูปแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศเมื่อ 5-10 ปีก่อน และเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยมักจะคัดลอกรูปแบบรวมถึงโครงสร้างทั้งหมดจากเว็บไซต์ต่างประเทศมาโดยตรง ทำให้ไม่มีการเปลี่ยนแปลงใดๆ เลย จึงมีผลต่อรูปแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยที่มีรูปแบบที่ล้าหลังไม่เกิดการพัฒนา ในปัจจุบันรูปแบบ

เว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศได้เปลี่ยนแปลงให้มีหลากหลายรูปแบบยิ่งขึ้น ดังนั้นรูปแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ของไทยจึงทำหน้าที่เพียงให้ข้อมูลและเป็นแคตตาล็อกสินค้าแบบออนไลน์ (Online catalog) เท่านั้น ซึ่งเป็นความเป็นจริงแล้วศักยภาพของเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไม่ได้ทำหน้าที่เพียงเท่านี้

ผลสัมฤทธิ์ความเห็นของนักออกแบบเว็บไซต์อีกท่านหนึ่งซึ่งได้ให้ความเห็นว่า เนื่องจากระบบอินเทอร์เน็ตไทยยังมีการแสดงผลที่ผิดพลาด (error) อยู่มาก เนื่องจากความสามารถในการแสดงผลและความสม่ำเสมอของสัญญาณอินเทอร์เน็ตจึงไม่สามารถทำงานซับซ้อนได้อย่างสมบูรณ์ นับเป็นอุปสรรคอีกประการต่อการออกแบบเช่นกัน โดยแตกต่างจากระบบอินเทอร์เน็ตในต่างประเทศที่มักไม่ค่อยมีข้อผิดพลาดเกิดขึ้น นอกจากนี้นักออกแบบท่านที่สองได้ให้ความเห็นที่คล้ายกันคือ เมื่อเปรียบเทียบรูปแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยกับเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศจะเห็นได้อย่างชัดเจนว่ารูปแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยมักมีการคัดลอกรูปแบบต่อๆ กันมา จึงทำให้เกิดรูปแบบล้าหลัง ไม่มีการพัฒนาและไม่มีความเข้าใจกระบวนการทางความคิดของชาวต่างชาติว่าแท้จริงแล้วองค์ประกอบนี้เกิดขึ้นมาด้วยเหตุผลใด ดังนั้นการออกแบบเว็บไซต์ในไทยจึงทำได้เพียงคัดลอกนำสิ่งที่เห็นมาเสนอทันทีซึ่งในความเป็นจริงมิได้ตอบสนองความต้องการผู้ใช้เลยและเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศมีการศึกษาถึงวิธีการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคออนไลน์อย่างแท้จริงเพื่อให้เกิดความพึงพอใจในการใช้งานสูงสุดและสิ้นสุดด้วยการตัดสินใจซื้อสินค้าในเว็บไซต์นั้น

อย่างไรก็ดีประเด็นที่ผู้บริโภคชาวไทยชื่นชอบคือสินค้าราคาถูก แต่นักออกแบบเว็บไซต์ให้ความคิดเห็นว่าการนำแนวคิดเรื่องราคามาใช้กับสินค้าที่มีลักษณะเหมือนกันส่งผลให้การทำให้เว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์แข่งขันกันลดราคาสินค้านั้นเป็นแนวคิดที่ไม่เหมาะสม เพราะส่งผลให้ภาพรวมของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไม่มีการพัฒนารูปแบบสินค้าใหม่มาเสนอ ดังนั้นปัจจัยด้านราคาไม่ควรเป็นประเด็นสำคัญเมื่อสินค้านั้นถูกจัดวางในสถานที่เดียวกัน

จากผลการสัมภาษณ์นักออกแบบเว็บไซต์ทั้งสองท่านทำให้เห็นว่าในกระบวนการออกแบบเว็บไซต์ แนวคิดเป็นสิ่งสำคัญที่กำหนดทิศทางการออกแบบให้มีความชัดเจนและมีเกิดการแก้ไขข้อผิดพลาดให้น้อยที่สุด ในทางตรงกันข้ามผู้ประกอบการไทยยังไม่มี ความเข้าใจการสร้างเว็บไซต์และไม่มีความเข้าใจศักยภาพของเว็บไซต์เพียงพอ ดังนั้นจึงขาดจุดเชื่อมโยงความเข้าใจในการสร้างเว็บไซต์ให้ประสบผลสำเร็จ และเว็บไซต์ที่เกิดขึ้นนอกจากการออกแบบมีรูปแบบในทิศทางเดียวกันคือมีการออกแบบที่มีโครงสร้างเดียวกันและเน้นการนำเสนอขายพื้นที่โฆษณามากกว่าการมุ่งเน้นการขายสินค้า เว็บไซต์รูปแบบดังกล่าวยังไม่สามารถตอบสนองการใช้งานได้จริงกลายเป็นเพียงแหล่งแสดงภาพสินค้าและราคาเท่านั้น

1) การสร้างความเข้าใจและการปรับทัศนคติของผู้ประกอบการและนักออกแบบเว็บไซต์

ผู้ประกอบการไทยควรมีความเข้าใจภาพรวมของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และควรมีรูปแบบของแนวคิดที่ชัดเจนเพราะสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสารให้เกิดความเข้าใจเพื่อปรับทัศนคติของผู้ประกอบการและนักออกแบบเว็บไซต์ให้ทำงานร่วมกันเพื่อสร้างเว็บไซต์ที่มีประสิทธิภาพตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ผู้ประกอบการเป็นผู้ที่รู้และเข้าใจว่าผู้บริโภคต้องการสิ่งใด รูปแบบแนวคิดใดที่มีความเหมาะสมกับผู้บริโภคกลุ่มใด ส่วนทางด้านนักออกแบบเว็บไซต์สามารถเป็นผู้สร้างสรรค์ความต้องการออกมาเป็นรูปแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการและเข้าถึงผู้บริโภคได้ในที่สุด

นักออกแบบเว็บไซต์ท่านแรกให้ความเห็นว่าจากประสบการณ์การออกแบบเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้แก่ผู้ประกอบการหลายบริษัท สามารถแยกประเภทความต้องการสร้างเว็บไซต์ออกเป็น 3 ระดับดังนี้

1. ระดับการให้ข้อมูล ในระดับนี้เป็นการนำเสนอข้อมูลบริษัทซึ่งทำหน้าที่ดีกว่าข้อมูลจากนามบัตรเพียงเล็กน้อยเท่านั้น
2. ระดับแคตตาล็อกสินค้า ในระดับที่สองนี้มีการนำเสนอรูปภาพสินค้าพร้อมราคา สินค้า แต่ในระดับนี้ยังไม่สามารถสั่งซื้อได้ทันที หากสนใจสินค้าต้องมีการติดต่อภายหลังโดยทางโทรศัพท์ โทรสารหรือทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Email) เป็นต้น
3. ระดับซื้อขายสินค้าทันที ในระดับสุดท้ายผู้เข้าชมสามารถสั่งซื้อสินค้าได้ทันทีโดยมีระบบอัตโนมัติทำการรองรับความต้องการซื้อดังกล่าว

นักออกแบบเว็บไซต์ให้ความเห็นเพิ่มเติมว่าผู้ประกอบการที่สร้างเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ในระดับที่ 1 และ 2 มักไม่ค่อยประสบความสำเร็จ ต้องมีการทำประชาสัมพันธ์ประเภทอื่นร่วมด้วย เว็บไซต์ที่สร้างขึ้นมาไม่มีการนำมาใช้ประโยชน์อย่างแท้จริง ไม่ตรงกับวัตถุประสงค์การทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบที่ควรปฏิบัติ นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังไม่มีความเข้าใจว่าหลังจากที่มีเว็บไซต์แล้วควรหาลูกค้าอย่างไร จึงจะมีลูกค้าเข้ามาสั่งซื้อสินค้า ดังนั้นเมื่อสร้างเว็บไซต์ขึ้นมาแล้วส่วนมากจะเป็นเพื่อไว้ชมเองเสียมากกว่า ลูกค้ามักใช้เว็บไซต์เป็นเพียงฐานข้อมูลในการเลือกสินค้าเป็นเพียงเครื่องมือเพื่อการสื่อสารและค้นหาสิ่งที่ต้องการเท่านั้น ลูกค้าต้องเดินทางไปชมสินค้าจริงเพื่อให้เกิดการตัดสินใจซื้อ นอกจากนี้ด้วยพื้นฐานของสังคมผู้ประกอบการไทยไม่ได้ให้ความสำคัญกับการวิจัยและค้นหาข้อมูลมากนัก จึงทำให้มีความคุ้นชินกับรูปแบบเว็บไซต์ที่มีอยู่อย่างจำกัดและไม่สามารถจินตนาการเห็นช่องทางความเป็นไปได้ของรูปแบบอื่น ทำให้มีผลต่อการยอมรับรูปแบบที่แตกต่างจากความคุ้นชินและปฏิเสธทางเลือกอื่นที่

นักออกแบบนำเสนอ ในทางตรงกันผู้ประกอบการที่เข้าใจความคิดดังกล่าวมักเป็นผู้ประกอบการชาวต่างชาติที่ยอมรับและปฏิบัติตามคำแนะนำของนักออกแบบเพราะมีความเข้าใจและเห็นภาพความสำเร็จที่เกิดขึ้น แต่ผู้ประกอบการไทยมักปฏิเสธการเรียนรู้สิ่งใหม่และมักกระทำตามรูปแบบของผู้อื่นซึ่งไม่มีความเข้าใจว่าสิ่งนั้นเป็นสิ่งที่ไม่เกิดผลดีต่อเว็บไซต์ของตน

การทำงานร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการไทยและนักออกแบบมีความขัดแย้งในการทำงานหลายด้านอันเกิดจากการสื่อสารที่ไม่ตรงกัน การเห็นภาพการทำงานต่างกันจึงทำให้เว็บไซต์ที่ออกแบบมาไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควร ในการสื่อสารระหว่างผู้ประกอบการไทยกับนักออกแบบเว็บไซต์ก็ไม่สามารถควบคุมได้เช่นกันเพราะต้องมีการปรับความเข้าใจและยอมรับความคิดซึ่งกันและกัน ในด้านความรู้ทั้งนี้ทักษะของนักออกแบบเว็บไซต์สามารถตอบสนองความต้องการได้ทุกรูปแบบผ่านเทคนิคการทำงานรูปแบบต่างๆ แต่ส่วนที่เกี่ยวข้องกับเทคนิคการขายสินค้าแก่นักออกแบบเว็บไซต์ไม่สามารถช่วยเหลือได้เพราะไม่มีความรู้ด้านธุรกิจจึงไม่สามารถให้คำแนะนำที่เพียงพอ ดังนั้นนักออกแบบจำเป็นต้องมีความรู้เรื่องการตลาดเพื่อช่วยคิดรูปแบบการขายสินค้าอีกด้วย

สรุปแล้วยังมีความคลาดเคลื่อนในการสร้างความเข้าใจภาพรวมของการจัดสร้างเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการเกี่ยวกับความสามารถในการทำงานของเว็บไซต์ว่าสามารถทำได้มากกว่าเว็บไซต์ที่มีให้เห็นอยู่ทั่วไป ดังนั้นการยอมรับรูปแบบเว็บไซต์ว่ามีความหลากหลายเป็นสิ่งจำเป็นที่ผู้ประกอบการควรพิจารณาก่อนทำว่าจ้างนักออกแบบเว็บไซต์ ความเข้าใจศักยภาพของเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์จะส่งผลให้ผู้ประกอบการไทยสามารถสร้างเว็บไซต์ที่มีศักยภาพในการซื้อขายสินค้าและสามารถนำไปใช้ได้จริงโดยคำนึงถึงการมีรูปแบบที่หลากหลายของเว็บไซต์และมีการแนวคิดในการจัดทำเว็บไซต์ เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถจัดทำเว็บไซต์ที่ตรงกับความต้องการของผู้ประกอบการและผู้ใช้อินเทอร์เน็ต

2) การออกแบบจำเป็นต้องมีแนวคิดกำกับ

การอภิปรายถึงประเด็นสำคัญของแนวคิดต่างๆที่เกี่ยวข้องจะช่วยเชื่อมโยงให้เกิดการสื่อสารระหว่างผู้ประกอบการและนักออกแบบให้มีความเข้าใจและสามารถปรับทัศนคติของทั้งสองฝ่ายให้เข้าใจกันได้นั้น จะทำให้แนวคิดมีความชัดเจนซึ่งสำคัญมากที่ช่วยให้เว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์สามารถตอบสนองการใช้งานของผู้ประกอบการและผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี ดังนั้นเพื่อเข้าใจถึงความสำคัญของแนวคิดในการออกแบบ ผู้วิจัยจึงได้สัมภาษณ์ความคิดเห็นของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำนวน 11 รายถึงปัญหาและอุปสรรคประสบการณ์การเข้าสำรวจเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยและต่างประเทศจำนวนทั้งสิ้น 4 เว็บไซต์ ส่วนถัดมาเป็นการนำเสนอผล

การศึกษาโอกาสการเข้าใช้บริการเว็บไซต์ต่างประเทศจำนวน 2 เว็บไซต์และประสบการณ์การเข้าสำรวจเว็บไซต์ตลาดอิเล็กทรอนิกส์ไทยและต่างประเทศ ในส่วนสุดท้ายเป็นการนำเสนอผลการศึกษาคความแตกต่างระหว่างการเข้าสำรวจเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยและตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศโดยมีรายละเอียดเป็นลำดับ 3 ลำดับ ดังนี้

2.1) ปัญหาและอุปสรรคการซื้อสินค้าบนเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์

2.1.1) ปัญหาและอุปสรรคการซื้อสินค้าบนเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทย

จากการสัมภาษณ์ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในตาราง จ.1 พบว่าปัญหาและอุปสรรคการซื้อสินค้าบนเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยโดยเรียงลำดับความสำคัญของปัญหา คือ ปัญหาด้านสินค้าที่นำเสนอ 39.13% ปัญหาด้านการออกแบบ 26.07% ปัญหาด้านการชำระเงิน 8.70% ปัญหาด้าน ความคุ้นเคยในการใช้งาน 8.70% ปัญหาด้านพฤติกรรมการซื้อสินค้า 8.70% ปัญหาด้านการนำเสนอโฆษณา 4.35% และปัญหาด้านการค้นหาสินค้า 4.35% ตามข้อมูลที่ได้กล่าวมานี้ปัญหาที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตให้ความสำคัญคือ ปัญหาด้านสินค้าและด้านการออกแบบ ทำให้เห็นได้ว่านอกจากสินค้าในเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยทั้ง 2 เว็บไซต์มีสินค้าที่ไม่น่าสนใจและการออกแบบยังไม่ดึงดูดความสนใจของผู้ซื้อเท่าที่ควร

2.1.2) ปัญหาและอุปสรรคการซื้อสินค้าบนเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศ

ผลสัมภาษณ์ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในตาราง จ.2 พบว่าปัญหาและอุปสรรคการซื้อสินค้าบนเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศ ได้แก่ ปัญหาด้านสินค้า 35.71% ปัญหาด้านความเร็วในการแสดงผลข้อมูล 21.43% ปัญหาด้านการขนส่งสินค้า 14.29% ปัญหาด้านการใช้งาน 14.29% ปัญหาด้านความคุ้นเคยในการใช้งาน 7.14% และปัญหาด้านภานีนำเข้า 7.14% เห็นได้ว่าประเด็นที่ผู้ใช้ให้ความสำคัญยังคงเป็นผลิตภัณฑ์ เนื่องจากมีสินค้าปริมาณไม่มาก อีกทั้งยังมีราคาค่อนข้างสูง ประเด็นนี้หากเป็นสินค้าที่ผลิตในประเทศไทยย่อมมีราคาถูกกว่าและอยู่ในความสนใจของผู้ซื้อมากกว่าเช่นกัน ดังเช่นผู้ใช้อินเทอร์เน็ตยังกังวลกับอัตราค่าขนส่งสินค้าหรือภานีการนำเข้าสินค้า

ผลการศึกษาประเด็นปัญหาการซื้อสินค้าบนเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทย กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งสองกลุ่มแสดงความคิดเห็นที่เหมือนกันคือปัญหาด้านสินค้าและตามมาด้วยการออกแบบเว็บไซต์ ส่วนอุปสรรคการซื้อสินค้าบนเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศ กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งสองกลุ่มมีการแสดงความคิดเห็นที่เหมือนกันคือ

ปัญหาด้านสินค้าและปัญหาด้านการใช้งานหากมองเปรียบเทียบแล้ว แม้ว่ากลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ให้ความเห็นที่ตรงกันในประเด็นปัญหาด้านสินค้า แต่ปัญหาด้านสินค้าของเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยยังมีส่วนที่ต้องปรับปรุงหลายประการได้แก่ ข้อมูลสินค้าที่ไม่เพียงพอ ไม่มีสินค้าในกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ต้องการ คุณภาพของสินค้าไม่ได้มาตรฐาน ไม่มีระบบตรวจสอบสถานะสินค้า ไม่มีระบบการจัดหมวดหมู่สินค้า และสินค้าสามารถเลือกมองได้มิติเดียว

ส่วนปัญหาบนเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศ กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ยังเห็นว่ายังมีหลายประเด็นที่เป็นจุดบกพร่องเช่นกัน ได้แก่ จำนวนสินค้ามีปริมาณน้อย ความไม่สะดวกด้านบริการหลังการขาย การบรรยายคุณสมบัติสินค้ามีความเกินจริง และสินค้าบางประเภทมีราคาสูง จะเห็นได้ว่ารายละเอียดประเด็นปัญหาที่มีความแตกต่างกันอย่างชัดเจน เว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทย ยังไม่สามารถตอบสนองปัจจัยพื้นฐานในการเลือกซื้อสินค้าบนเว็บไซต์ได้ ในขณะที่ปัญหาของเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศที่กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ล้วนเป็นปัจจัยที่อยู่นอกเหนือจากการควบคุมได้ เช่น การบริการหลังการขายที่ไม่สะดวกในการให้บริการ เนื่องจากบริษัทตั้งอยู่ต่างประเทศ สินค้ามีราคาสูงในปัจจุบันเป็นเรื่องความพึงพอใจในการตั้งราคาสินค้า ส่วนที่มีการบรรยายคุณสมบัติสินค้าเกินจริงนั้น ในการขายสินค้าออนไลน์จำเป็นต้องมีการให้ข้อมูลสินค้าให้มากที่สุดเพื่อเป็นการจูงใจผู้ซื้อ ส่วนประเด็นที่สินค้ามีปริมาณน้อยก็เนื่องจากเป็นแนวคิดของเว็บไซต์นี้ต้องการนำเสนอสินค้าเพียงจำนวนจำกัดเท่านั้น

ผลการศึกษาผู้ใช้อินเทอร์เน็ตข้างต้นทำให้ทราบถึงปัญหาและอุปสรรคของการซื้อสินค้าบนเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยและต่างประเทศ ในส่วนถัดมาเป็นการเปรียบเทียบผลการศึกษาความเป็นไปได้ของการกลับมาใช้บริการซื้อขายสินค้าบนเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยและต่างประเทศอีกครั้งเพื่อแสดงถึงแนวโน้มการออกแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยในอนาคต

2.2) โอกาสการกลับมาใช้บริการเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์

แม้ว่ากลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตไทยยังไม่มี ความคุ้นเคยกับรูปแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศ แต่จากการสัมภาษณ์ในประเด็นโอกาสการเข้าใช้บริการหลังจากการสัมภาษณ์ ทำให้เห็นแนวโน้มความเป็นไปได้ที่รูปแบบดังกล่าวจะกลายเป็นรูปแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยในอนาคตที่อาจเป็นที่คุ้นเคยกับผู้ใช้อินเทอร์เน็ตไทยได้

2.2.1) โอกาสการกลับเข้ามาใช้บริการเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทย

ตาราง จ.3 แสดงถึงผลการศึกษาของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตถึงโอกาสกลับเข้ามาใช้บริการเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยหลังจากการสัมภาษณ์ โดยกลุ่มดังกล่าวมีโอกาสกลับเข้ามาใช้บริการ 45.45% ไม่มีโอกาสกลับเข้ามาใช้บริการคิดเป็น 45.45% และอาจมีโอกาสการกลับเข้ามาใช้บริการ 9.10%

จากข้อมูลข้างต้นผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีแนวโน้มกลับเข้ามาใช้บริการเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยในอัตราส่วนที่เท่ากัน ดังนั้นจะมีกลุ่มคนเพียงส่วนเดียวเท่านั้นที่ยังให้ความสนใจเข้าใช้บริการต่อไป โดยมีเหตุผลประกอบคือ ต้องการเข้ามาชมสินค้าเท่านั้นแต่ไม่ต้องการซื้อสินค้า อาจจะกลับเข้ามาใช้บริการหากเป็นสินค้าที่หายากและไม่มีจำหน่ายทั่วไป และหากมีความจำเป็นเท่านั้น

2.2.2) โอกาสการกลับเข้ามาใช้บริการเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศ

ผลการศึกษาโอกาสในการกลับเข้าใช้บริการเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศตามตาราง จ.4 เห็นได้ว่ามีโอกาสกลับเข้ามาใช้บริการถึง 72.73% ไม่แสดงความคิดเห็น 18.18% ไม่มีโอกาสการกลับเข้ามาใช้บริการ 9.09% โดยมีเหตุผลประกอบ คือ ความจำเป็น ความน่าสนใจของสินค้า การสำรวจความคิดเห็นและสินค้าใหม่ หรือ แม้กระทั่งมีความสนใจนำสินค้ามาจำหน่าย มีการออกแบบที่ดีและมีเทคนิคการขายสินค้าที่น่าสนใจ

เมื่อเปรียบเทียบโอกาสการกลับเข้ามาใช้บริการเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยและต่างประเทศ ในตาราง จ.5 แสดงเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศมีแนวโน้มที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจะเข้าใช้บริการมากกว่าเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทย สิ่งนี้เองทำให้แนวทางการนิยามในรูปแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศมีข้อได้เปรียบกว่าเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทย จึงทำให้ผู้ใช้ต้องการกลับเข้ามาใช้บริการในเว็บไซต์อีก

จากปัญหาและอุปสรรคการเข้าสำรวจเว็บไซต์เว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยและต่างประเทศ ปัญหาหลักคือด้านสินค้าที่นำมาจำหน่ายและการออกแบบเว็บไซต์ที่ยังไม่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค จนถึงโอกาสการกลับเข้ามาใช้บริการเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยมีโอกาสเพียงครั้งหนึ่ง ในทางตรงกันข้ามผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจะหันเข้ามาใช้บริการเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศมากกว่า จึงทำให้เห็นแนวโน้มความเป็นไปได้ในรูปแบบที่ผู้ใช้

อินเทอร์เน็ตไทยคาดหวังที่จะพบในเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทย ในส่วนถัดมาเป็นการแสดงข้อมูลเปรียบเทียบประสบการณ์การเข้าสำรวจเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยและต่างประเทศถึงความแตกต่างของประสบการณ์ที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตได้รับในแต่ละเว็บไซต์

3) ประสบการณ์การเข้าสำรวจเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์

3.1) ประสบการณ์การเข้าสำรวจเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทย

ผลการศึกษาประสบการณ์การเข้าสำรวจเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทย แบ่งได้เป็นประสบการณ์เชิงลบและประสบการณ์เชิงบวก จากตาราง จ.6 แสดงผลประสบการณ์เชิงลบการเลือกซื้อสินค้าบนเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทย ดังนี้ สินค้าที่จำหน่าย 40% การออกแบบเว็บไซต์ 24% การค้นหาสินค้า 14% และการนำเสนอโฆษณา 10% จากผลการศึกษาประเด็นดังกล่าวที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตได้รับประสบการณ์เชิงลบได้แก่ ประเด็นด้านสินค้าและการออกแบบเว็บไซต์มากที่สุด ซึ่งมีความสอดคล้องกับปัญหาและอุปสรรคการใช้บริการในเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทย

ผลการศึกษาประสบการณ์เชิงบวก จากตาราง จ.7 แสดงผลประสบการณ์เชิงบวกการเลือกซื้อสินค้าบนเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทย ดังนี้ การออกแบบเว็บไซต์ 45.46% ความคุ้นเคยในการใช้งาน 18.18 % สินค้าที่จำหน่าย 18.18% การตอบสนองความต้องการในการซื้อสินค้า 18.18% จากผลการศึกษาเห็นว่าประเด็นการออกแบบยังเป็นสิ่งที่ผู้ใช้ให้ความสำคัญโดยพิจารณาจากหน้าเว็บไซต์ที่เหมาะสมกับรูปแบบความเป็นไทย แต่หากพิจารณาถึงปราบปรามการฉ้อโกงที่กลุ่มดังกล่าวได้รับการได้รับการประสบการณ์เชิงลบด้านการออกแบบอยู่ในส่วนของโครงสร้างการออกแบบ และการจัดวางองค์ประกอบบนเว็บไซต์ที่ส่งผลต่อการเกิดประสบการณ์เชิงลบมากกว่า

3.2) ประสบการณ์การเข้าสำรวจเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศ

จากการสัมภาษณ์ผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ดังตาราง จ.10 แสดงผลการศึกษาประสบการณ์การเข้าสำรวจเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศ ดังนี้ ด้านการออกแบบ 55.56% ด้านการตอบสนองความต้องการในการซื้อสินค้า 14.81% ด้านสินค้า 22.22% ด้านการค้นหาสินค้า 7.41% ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตให้ความสนใจกับการออกแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศมากกว่าครั้งหนึ่ง โดยได้รับประสบการณ์เชิงบวกด้านสินค้า จากตัวเลขข้างต้นนี้ทำให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตต้องการใช้งานบนเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยคือด้านการออกแบบควรมีการคำนึงถึงประเด็นปลีกย่อยดังนี้ การจัดหมวดหมู่สินค้า การออกแบบให้ใช้งานได้

ง่าย การออกแบบหน้าตาของเว็บไซต์มีความเหมาะสม การออกแบบหน้าตาสวยงามและมีความโดดเด่น การจัดโครงสร้างเว็บไซต์เป็นระเบียบ

ประสบการณ์ที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตได้รับจากการเข้าสำรวจเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ทั้ง 2 ประเภทไทยและต่างประเทศ ได้นำข้อมูลมาเปรียบเทียบตามตาราง จ.12 จากข้อมูลในตาราง เมื่อนำอัตราส่วนของทั้ง 2 เว็บไซต์มาเปรียบเทียบกันในประเด็นการออกแบบเว็บไซต์และด้านสินค้า สังเกตได้ว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตให้ความสำคัญกับการออกแบบเว็บไซต์เป็นอันดับแรกถึง 57.42 % และในอัตราส่วนที่ใกล้เคียงกันประเด็นด้านสินค้าคือ 42.58% จากตัวเลขดังกล่าวทำให้เห็นได้ชัดเจนว่าหากการออกแบบเว็บไซต์ไม่เป็นที่ยอมรับแก่ผู้บริโภคและผลิตภัณฑ์ที่นำมาเสนอขายยังไม่เป็นที่ต้องการ โอกาสการสร้างธุรกิจเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ให้ประสบผลสำเร็จอาจมีแนวโน้มลดลง ในทางตรงกันข้ามหากเว็บไซต์ได้รับการออกแบบให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคผ่านการออกแบบจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเว็บไซต์ และเป็นสินค้าที่มีความน่าสนใจก็จะมีโอกาสประสบผลสำเร็จในด้านการการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เช่นกัน

4.3.2 แนวคิด : การออกแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์

ในส่วนถัดมาเป็นส่วนเชื่อมโยงและอธิบายเพิ่มเติมเพื่อให้เห็นว่า “แนวคิดเป็นส่วนสำคัญที่สุดในการออกแบบเว็บไซต์” โดยก่อให้เกิดการพัฒนาบุคลากรให้มีทักษะและความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างและนำเสนอผลงานให้มีทัดเทียมกับนักออกแบบเว็บไซต์ต่างประเทศและเว็บไซต์ต่างประเทศ ซึ่งแบ่งการนำเสนอออกเป็น 2 ส่วนย่อยกล่าวคือ แนวคิดเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญในการออกแบบเว็บไซต์ และแนวคิดกับการพัฒนาบุคลากรให้เกิดทักษะและความคิดสร้างสรรค์ โดยนำเสนอเป็นลำดับดังนี้

1) แนวคิดคือจุดเริ่มต้นสำคัญในการออกแบบ

ผลจากการสัมภาษณ์นักออกแบบทั้งสองท่านพบว่ามีการพบว่ามีกระบวนการการออกแบบเว็บไซต์ที่ต่างกันเพียงเล็กน้อยแต่ประเด็นสำคัญคือทั้งสองท่านเล็งเห็นว่า การมีแนวคิดเป็นสิ่งสำคัญในการออกแบบเว็บไซต์ท่านที่สองให้ความเห็นเพิ่มเติมว่า “แนวคิดเป็นส่วนที่สำคัญที่สุดถ้าไม่แน่นในจุดนี้จะทำให้กระทบไปหมด” ดังนั้นแนวคิดจึงถือได้ว่าเป็นจุดเริ่มต้นในการเริ่มออกแบบเว็บไซต์ และมีขั้นตอนการทำงานเริ่มจากการเก็บข้อมูลรวบรวมความต้องการของลูกค้าทั้งหมดอย่างละเอียดและคว่าควรเน้นในจุดใด คู่มือเป้าหมายของลูกค้าและนำความต้องการทั้งหมดมาออกแบบระบบโครงสร้างการออกแบบเว็บไซต์ โดยมีการพัฒนาส่วนฐานข้อมูล การเขียนโปรแกรมและหน้าตาของเว็บไซต์ไปพร้อมกันวิธีการทำงานแบ่งออกเป็นโมดูลและทำงานไป

พร้อมกับการทดสอบระบบเป็นระยะเพื่อให้เกิดความสมบูรณ์แล้วจึงส่งมอบงาน นักออกแบบท่านที่สองให้ความสำคัญกับการปรับข้อมูลและจัดส่งข้อมูลทำเป็นเว็บไซต์ที่เสร็จสมบูรณ์ จากการสัมภาษณ์ในจุดนี้นักออกแบบมีความระมัดระวังในการเก็บข้อมูล หากได้ข้อมูลไม่ชัดเจนจำเป็นต้องมีการแก้ไขภายหลัง อย่างไรก็ตามการทำงานของนักออกแบบท่านแรกมีความแตกต่างออกไป กล่าวคือส่วนใหญ่ผู้ประกอบการมาพร้อมกับรูปแบบและวิธีการที่ตนเข้าใจ ดังนั้น จึงไม่ได้มีการเปลี่ยนรูปแบบมากนัก แม้มีการแนะนำองค์ประกอบอื่นที่สำคัญผู้ประกอบการบางท่านมักปฏิเสธ ผลลัพธ์คือได้เว็บไซต์ที่ทำหน้าที่เพียงการนำเสนอสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ตเท่านั้น ไม่มีการซื้อขายทันทีต้องอาศัยวิธีการขายอื่นร่วมด้วยเช่นการโทรศัพท์ การติดต่อทางโทรสารหรือทางอีเมล แต่ในส่วนของผู้ประกอบการบางราย โดยเฉพาะผู้ประกอบการต่างชาติมีความเข้าใจยอมรับและปรับเปลี่ยนตามคำแนะนำของนักออกแบบทำให้เว็บไซต์ประสบผลสำเร็จ

เมื่อสอบถามถึงการให้ความสำคัญกับแนวคิดในการออกแบบ ทั้งสองท่านมีความเห็นตรงกันว่าแนวคิดมีความสำคัญ โดยนักออกแบบท่านที่สองได้อธิบายเพิ่มเติมว่าแนวคิดมีความหมายหลายแบบไม่ว่าอยู่ในรูปแบบของรูปลักษณ์ ภาพลักษณ์ ภาพจินตนาการ การออกแบบของส่วนหน้าตาเว็บไซต์อาจเป็นความง่าย ความสวยงาม ความรวดเร็วในการนำเสนอข้อมูลก็ได้ โดยให้ความเห็นว่าแนวคิดนั้นอยู่ที่การตีความหมาย ถ้าแปลความหมายผิดพลาดมีส่วนทำให้งานออกมาไม่ตรงกับแนวทางที่วางไว้ ส่วนนักออกแบบอีกท่านหนึ่งมีความเห็นว่าแนวคิดนั้นมีความสำคัญ แนวคิดเกิดจากสิ่งใดก็ได้ โดยเริ่มมาจากแรงบันดาลใจซึ่งมาจากแรงบันดาลใจภายนอกหรือภายในก็ได้ แล้วพัฒนามาเป็นแนวคิด อาจมาจากข้อมูลต่างประเทศหรือสิ่งตีพิมพ์หรือบุคคลใกล้ชิด แล้วจึงนำความคิดดังกล่าวหาข้อมูลเพิ่มเติมถึงความเป็นไปได้ และได้ให้ความเห็นเพิ่มเติมว่าแนวคิดไม่จำเป็นต้องอยู่ที่สินค้าอาจอยู่ที่ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ กระบวนการการขนส่งสินค้า การเข้าถึงข้อมูลการสื่อสารภายในเว็บไซต์ โดยต้องทราบก่อนว่ามีแนวคิดอะไรเป็นหลัก ให้มีความชัดเจนว่าควรมุ่งประเด็นความสนใจในแนวทางใดแล้วจึงปฏิบัติงานในส่วนอื่น

จากข้อมูลของทั้งสองท่านล้วนให้ความสำคัญกับแนวคิดว่า แนวคิดเป็นส่วนผลักดันการทำเว็บไซต์ให้ตรงกับความต้องการของผู้ประกอบการและแนวคิดเกิดมาจากสิ่งใดก็ได้ และกระบวนการทำงานส่วนอื่นจะตามมาโดยมีความสอดคล้องกัน

ดังนั้น เพื่อให้เห็นภาพที่ชัดเจนยิ่งขึ้นว่าแนวคิดเป็นส่วนแรกสุดของการทำงานซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญ ผู้วิจัยจึงได้นำผลการศึกษาในประเด็นความแตกต่างระหว่างประสบการณ์การเข้าสำรวจเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยและต่างประเทศของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมาเชื่อมโยงและ

เปรียบเทียบกับเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยและต่างประเทศที่นำมาศึกษาเพื่อให้เห็นถึงความสำคัญในประเด็นดังกล่าว

จากตาราง จ.13 ที่นำเสนอความแตกต่างระหว่างประสบการณ์การเข้าสำรวจเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทย ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มดังกล่าวได้รับประสบการณ์เชิงลบมากกว่าเชิงบวก ได้แก่ด้านการออกแบบเว็บไซต์ 54.55% ด้านสินค้า 18.18% และด้านการนำเสนอโฆษณา 18.18% โดยได้รับประสบการณ์เชิงบวกเพียงด้านเดียว ได้แก่ด้านการขนส่งสินค้าคิดเป็น 9.09%

จากผลการศึกษาข้างต้นนี้ทำให้เห็นถึงสิ่งจำเป็นที่เว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยควรมีการแก้ไขปรับปรุง ด้วยการเปลี่ยนประสบการณ์เชิงลบของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตให้กลายเป็นประสบการณ์เชิงบวกพร้อมทั้งรักษาและพัฒนาประสบการณ์เชิงบวกให้ดียิ่งขึ้น การเปลี่ยนประสบการณ์เชิงลบของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเหล่านี้ส่งผลต่อแนวคิดในการพัฒนาเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างลงตัว โดยผู้วิจัยได้นำรูปแบบประสบการณ์เชิงลบของผู้ให้สัมภาษณ์มาประยุกต์เพื่อให้เห็นถึงแนวทางการสร้างแนวคิดให้การพัฒนารูปแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยที่มีการนำเสนอรูปแบบแนวคิดที่แตกต่างไปจากเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ และตอบสนองความต้องการผู้ใช้อินเทอร์เน็ตได้อย่างแท้จริง

จากประสบการณ์การเข้าสำรวจของทั้งสองกลุ่มประเด็นการออกแบบถูกนำมากล่าวถึงทั้งประสบการณ์เชิงลบที่มาจากเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยและประสบการณ์เชิงบวกจากเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศ โดยสามารถแสดงให้เห็นได้จากการวิเคราะห์เว็บไซต์ทั้ง 4 เว็บไซต์ในประเด็นด้านการออกแบบได้ ดังนี้

จากผลการสัมภาษณ์ผู้ที่มีประสบการณ์ในการซื้อสินค้าบนเว็บไซต์เมื่อเข้าสำรวจเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทย กลุ่มดังกล่าวให้ความเห็นว่าได้รับประสบการณ์เชิงลบด้านการออกแบบ ได้แก่ด้านโครงสร้างการออกแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยมีรูปแบบเหมือนกัน ด้านการใช้งานตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยไม่สามารถตอบสนองการใช้งานได้อย่างแท้จริง ด้านความเชื่อถือตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยมีความน่าเชื่อถือน้อยเนื่องจากมีรูปแบบการขายสินค้าที่ไม่น่าสนใจ โดยสามารถวิเคราะห์ประเด็นดังกล่าวได้ดังนี้

เมื่อผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งสองกลุ่มได้เข้าสำรวจเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยทั้งสองเว็บไซต์ต่างให้ความเห็นว่าโครงสร้างการออกแบบและรูปแบบโดยรวมมีความคล้ายกัน จึงทำให้ผู้ให้สัมภาษณ์เกิดประสบการณ์เชิงลบต่อเว็บไซต์ดังกล่าว จากภาพ 4.27 แสดงโครงสร้างหน้าเว็บ

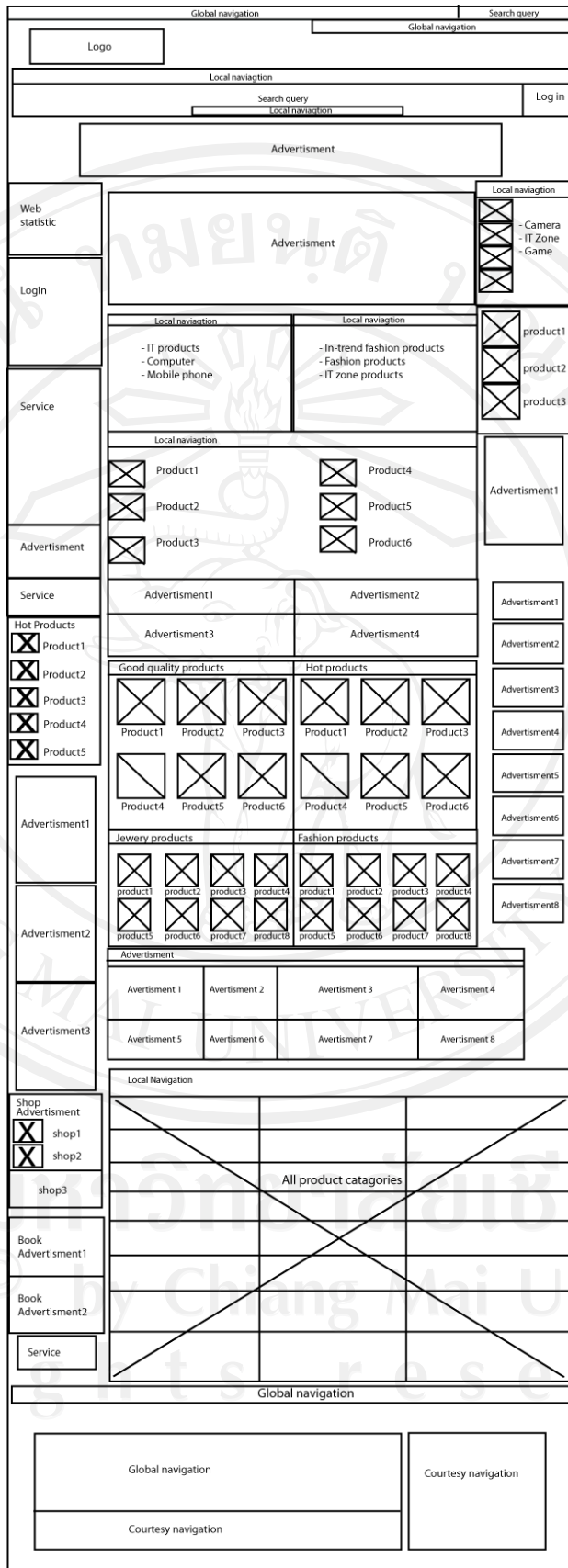
เพจของเว็บไซต์ตลาดคอตคอม และภาพ 4.29 แสดงโครงสร้างหน้าเว็บเพจของเว็บไซต์ทีวีไลฟ์ชอปปิ้งคอตคอม โดยเห็นว่าวิธีนำเสนอสินค้าทั้งสองเว็บไซต์เต็มไปด้วยรูปสินค้าขนาดเล็กและใหญ่ โดยจัดวางอยู่ทั่วไปพร้อมกับชื่อและรายละเอียดของสินค้าที่เพิ่มเข้าไป พร้อมกับการเคลื่อนไหวของภาพและข้อความอยู่ตลอดเวลา ในเว็บไซต์ตลาดคอตคอมเจ้าของเว็บไซต์มีความต้องการขายโฆษณามากกว่าสินค้าจึงทำให้พื้นที่โฆษณาถูกรวมเข้ากับการขายสินค้าไปในเวลาเดียวกัน หากแบ่งแยกระหว่างพื้นที่โฆษณาและพื้นที่การนำเสนอขายสินค้าอาจมีอัตราส่วนถึง 8 : 2 โดย 8 ส่วนเป็นการขายพื้นที่โฆษณาและ 2 ส่วนเป็นพื้นที่การนำเสนอขายสินค้า และตำแหน่งการวางส่วนที่สำคัญคือหมวดหมู่สินค้ายังถูกวางอย่างกระจัดกระจาย นอกจากการเลือกดูสินค้าในหมวดอื่นแล้วยังแสดงให้เห็นว่าในเว็บไซต์ดังกล่าวลดความสำคัญของการนำเสนอขายสินค้าแต่ให้ความสำคัญกับการขายพื้นที่โฆษณาสินค้ามากกว่า



ภาพ 4.26 เว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยตลาดคอตคอม



ภาพ 4.26 (ต่อ) เว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยตลาดดอทคอม



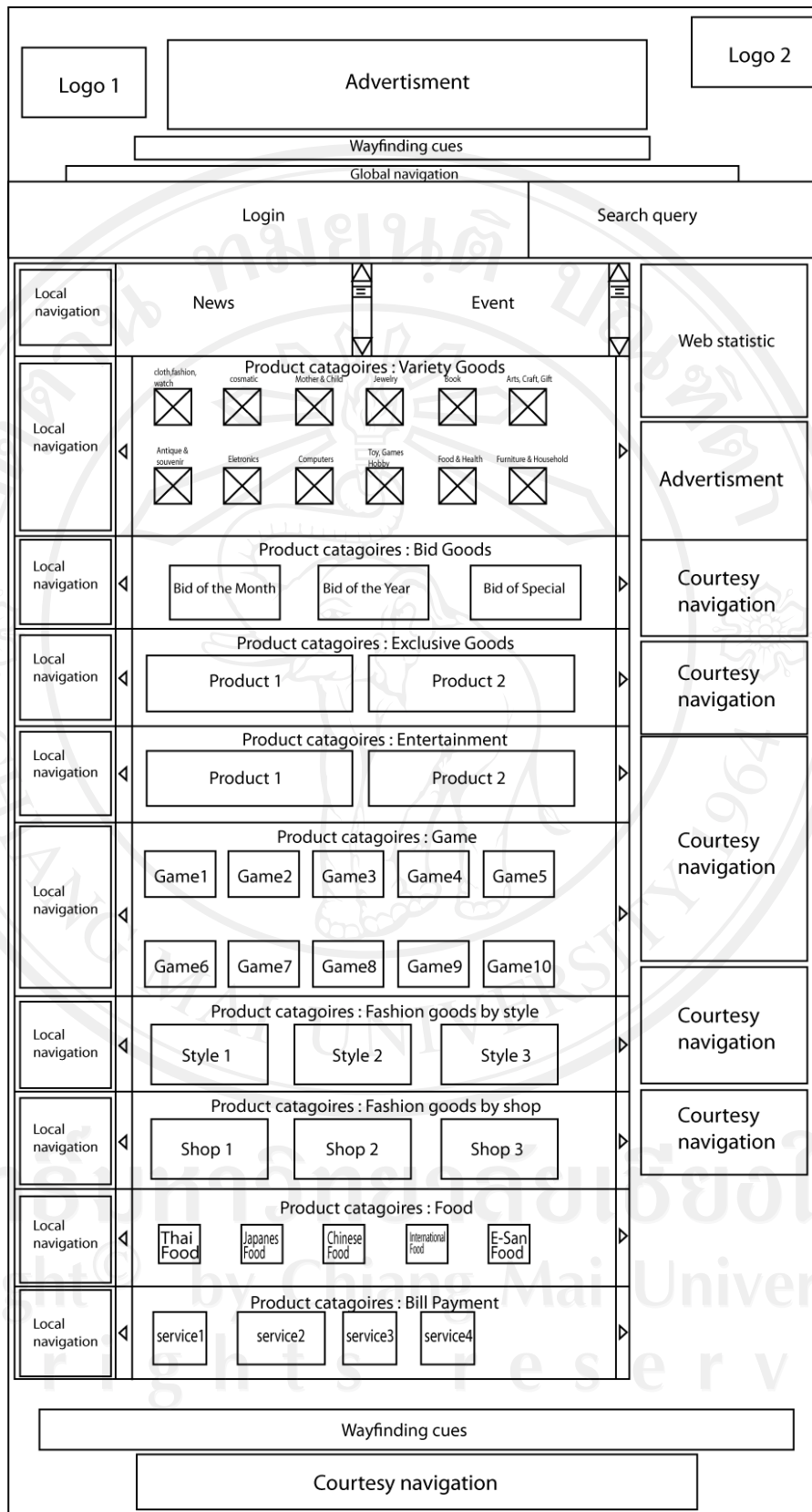
ภาพ 4.27 โครงสร้างหน้าเว็บเพจตลาดคอตคอม

ในเว็บไซต์ตลาดคอตคอม การออกแบบข้อมูลยังไม่สื่อความหมายกับผู้ใช้เท่าที่ควรนอกจากนั้นการจัดกลุ่มสินค้ายังไม่สื่อความหมายของการเลือกซื้อสินค้าและตำแหน่งการจัดวางหมวดหมู่สินค้าไม่มีความเป็นเอกภาพ ในการจัดกลุ่มหมวดหมู่สินค้าในเว็บไซต์นี้ได้แบ่งการจัดกลุ่มการจัดวางสินค้าออกเป็น 10 กลุ่มดังภาพ 4.26 ได้แก่กลุ่มที่ 1 กลุ่มสินค้าแฟชั่น งานศิลปะ และเฟอร์นิเจอร์โดยจัดวางบรรทัดแรกตำแหน่งขวาคสุด กลุ่มที่ 2 สินค้าอุปกรณ์เทคโนโลยี คอมพิวเตอร์ และโทรศัพท์จัดวางตำแหน่งบรรทัดที่ 2 ด้านซ้ายมือ และตำแหน่งถัดมาเป็นสินค้ากลุ่มที่ 3 ได้แก่สินค้าตามเทรนด์แฟชั่น แฟชั่นหน้าร้อน และสินค้าแฟชั่น กลุ่มที่ 4 อยู่ถัดจากสินค้ากลุ่มที่ 3 ได้แก่สินค้าจากร้านผู้สนับสนุนซึ่งเป็นสินค้านานาชนิด ร้านค้าหลากหลายประเภท กลุ่มที่ 5 อยู่ตำแหน่งถัดลงมาเป็นส่วนของกลุ่มสินค้าที่ถูกแนะนำโดยผู้สนับสนุน กลุ่มที่ 6 กลุ่มสินค้าน่าสนใจเป็นสินค้าหลากหลายประเภทที่ถูกนำเสนอจากผู้สนับสนุนเช่นกัน กลุ่มที่ 7 กลุ่มสินค้าดีมีคุณภาพ กลุ่มที่ 8 กลุ่มสินค้าฮอตฮิต บรรทัดถัดมาคือกลุ่มที่ 9 คือกลุ่มเครื่องประดับ อาทิเช่นแหวน นาฬิกา สร้อยข้อมือ ฯลฯ และสินค้ากลุ่มที่ 10 คือกลุ่มแฟชั่น ได้แก่เสื้อผ้า รองเท้า แวนดา เครื่องสำอาง ฯลฯ เห็นได้ว่านอกจากการจัดวางไม่มีเอกภาพแล้วหมวดหมู่สินค้ายังมีความซ้ำซ้อนกันในหลายกลุ่ม ซึ่งทำให้ผู้ใช้สับสนและไม่ตอบสนองความต้องการเลือกซื้อสินค้าอย่างแท้จริงเพียงประเด็นการจัดหมวดหมู่สินค้าที่ไม่เป็นระบบและขาดเอกภาพนี้ทำให้มีผลต่อรูปแบบการขายสินค้าที่ไม่มีความน่าสนใจและมีผลต่อระดับความน่าเชื่อถือของสินค้าและเว็บไซต์ลดลงอีกด้วย

ในส่วนของเว็บไซต์วีเลฟชอปปิงคอตคอม ก็เช่นกัน แม้จะมีการจัดหมวดหมู่สินค้าที่ดีกว่าเว็บไซต์ตลาดคอตคอม แต่รูปแบบการขายสินค้ายังไม่มีความน่าสนใจและยังไม่ตอบสนองใช้งานเช่นกัน จึงทำให้ผู้ใช้เกิดประสบการณ์เชิงลบ จากรูปแบบเว็บไซต์ดังกล่าวมีการเน้นการจำหน่ายสินค้าทุกประเภทเท่าที่ให้บริการได้ ดังนั้นการให้ความสำคัญกับการขายสินค้าจึงถูกลดความสำคัญลงจากสินค้าที่ไม่เกี่ยวข้องกับสินค้าหลัก แม้ตำแหน่งที่วางจะถูกจัดให้อยู่อันดับแรก แต่ยังอยู่ในอัตราส่วน 1:10 จากภาพรวมและรูปแบบการนำเสนอวิธีการจัดหมวดหมู่สินค้าทุกประเภทให้อยู่ในพื้นที่เดียวกันร่วมกับการใช้เทคนิคทำให้ภาพสินค้าเคลื่อนไหวไปมาตลอดเวลา วิธีการนำเสนอดังกล่าวนอกจากทำให้การเลือกดูกลุ่มสินค้าเป็นไปอย่างยากลำบากแล้วยังทำให้ผู้ใช้งานมีความสับสนกับการตั้งใจเลือกกลุ่มสินค้าหนึ่งๆ ซึ่งหากมองเป็นเวลานานอาจทำให้เกิดการวิงเวียนศีรษะได้ ดังนั้นหากรูปแบบการขายสินค้าที่สร้างความลำบากในการเข้าถึงข้อมูลเช่นนี้อาจส่งผลให้ผู้ใช้ไม่ต้องการเข้าชมเว็บไซต์นี้อีก



ภาพ 4.28 เว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์วีไลฟ์ช้อปปิ้งคอตคอม



ภาพ 4.29 โครงสร้างหน้าเว็บเพจของเว็บไซต์วีเลิฟชอปปิ้งดอทคอม

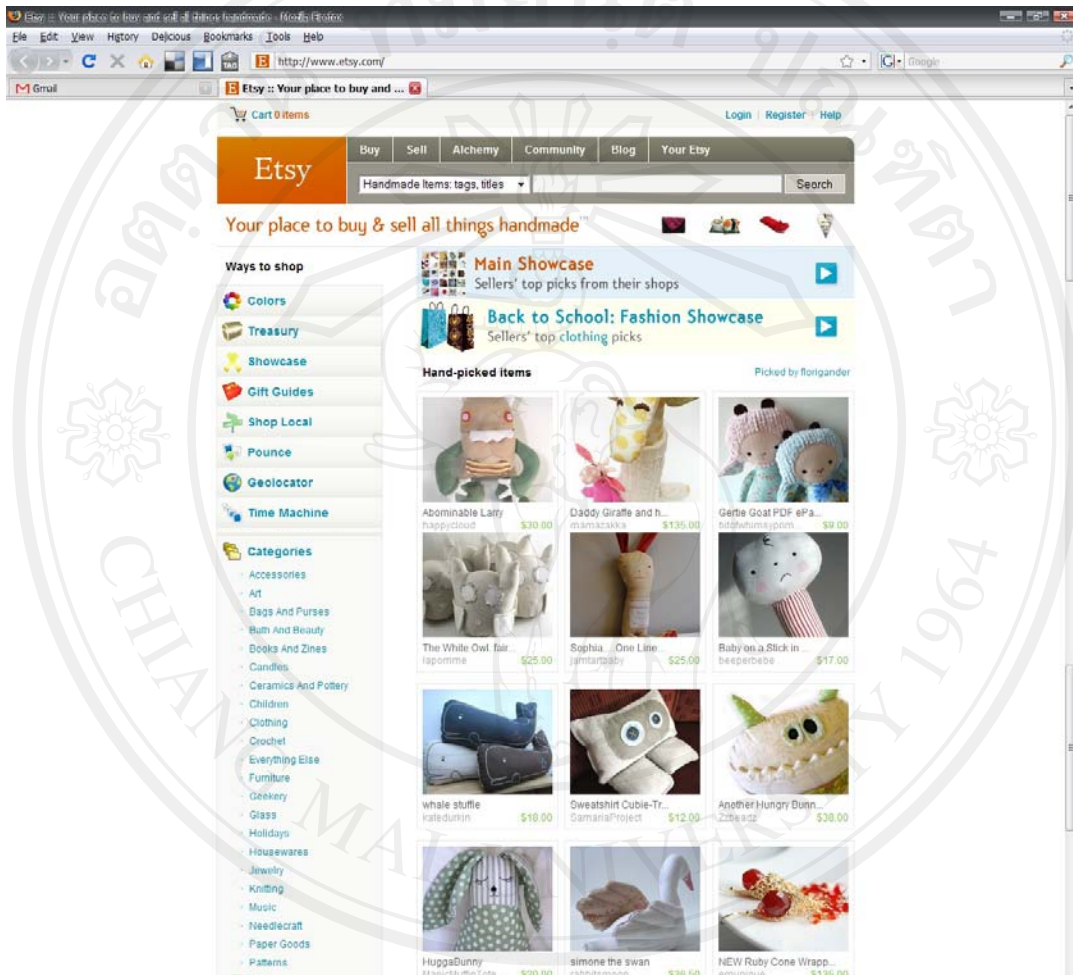
การเข้าสำรวจเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีประสบการณ์เชิงลบต่อเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยทั้งสองเว็บไซต์ ได้แก่ด้านการออกแบบเว็บไซต์ ด้านสินค้าและด้านการนำเสนอโฆษณา เมื่อพิจารณาเหตุผลแล้วเห็นได้ว่าทั้งสองเว็บไซต์ขาดการให้ความสำคัญในเรื่องแนวคิดหลักของเว็บไซต์จึงทำให้รูปแบบที่นำเสนอไม่ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการเข้ามาเพื่อชมการเข้ามาเลือกและซื้อสินค้าแต่กลับได้รับประสบการณ์เชิงลบแทน เมื่อสอบถามผู้ให้สัมภาษณ์ถึงความคิดเห็นที่ต้องการกลับเข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์ทั้งสองอีกหรือไม่ ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งสองกลุ่มให้ความเห็นว่าโอกาสไม่กลับเข้ามาเยี่ยมชมสูงถึง 40% ซึ่งแตกต่างจากประสบการณ์การเข้าสำรวจเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศที่ผู้ให้สัมภาษณ์ได้รับประสบการณ์เชิงบวกมากกว่าเชิงลบ โดยทั้งสองเว็บไซต์มีแนวคิดหลักกำกับอยู่ ดังนั้นจึงออกแบบเว็บไซต์ให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้ซื้อและสามารถนำเสนอสิ่งที่ผู้ใช้ต้องการและคาดหวังในการเข้าเว็บไซต์ให้ได้รับความพึงพอใจและบรรลุวัตถุประสงค์การสร้างเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์

ในส่วนข้างต้นเป็นการวิเคราะห์ประสบการณ์การเข้าสำรวจเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยที่ผู้ให้สัมภาษณ์ได้รับประสบการณ์เชิงลบมากกว่าเชิงบวกเมื่อเทียบกับการเข้าสำรวจเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศ ในลำดับถัดมาเป็นการวิเคราะห์ประสบการณ์เชิงบวกที่ผู้ให้สัมภาษณ์ได้รับจากการเข้าสำรวจเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศซึ่งได้แก่ประสบการณ์เชิงบวกด้านการออกแบบ ด้านสินค้า และด้านการนำเสนอโฆษณา และด้านระดับภาษาในการส่งสาร โดยจะนำเสนอรายละเอียดเป็นลำดับดังนี้

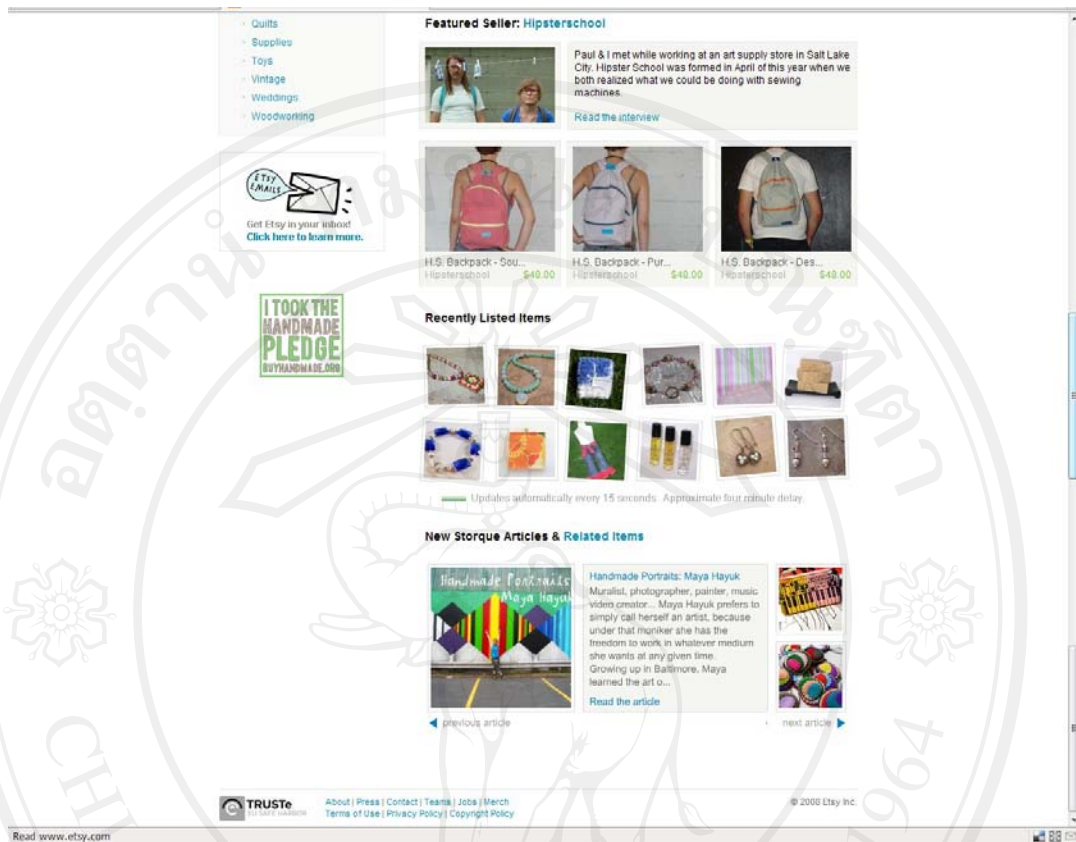
ผู้เข้าสำรวจได้รับประสบการณ์เชิงบวกด้านการออกแบบจากการเข้าสำรวจเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศ โดยแบ่งเป็นประเด็นย่อยได้แก่ ด้านการออกแบบหน้าตาเว็บไซต์มีความเหมาะสมน่าสนใจ การใช้สีภายในเว็บไซต์ที่มีความสวยงาม การจัดโครงสร้างเว็บไซต์ที่เป็นระบบ รวมไปถึงวิธีการขายสินค้าที่น่าสนใจอันนำมาสู่ความน่าเชื่อถือในการซื้อสินค้าจากเว็บไซต์ดังกล่าว โดยสามารถวิเคราะห์ประเด็นการออกแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศดังนี้

ในเว็บไซต์อีคอมเมิร์ซ มีการจัดวางโครงสร้าง การจัดวางข้อมูลและเนื้อหาอย่างเป็นระบบมีความสอดคล้องเชื่อมโยงกัน องค์ประกอบทุกส่วนมีความสอดคล้องและส่งเสริมให้ภาพรวมของเว็บไซต์มีความน่าเชื่อถือขึ้นมา จากภาพ 4.30 เป็นการแสดงให้เห็นถึงการวางโครงสร้างของเว็บไซต์ที่ทุกส่วนล้วนเกี่ยวข้องกับการเสนอขายสินค้าและส่งเสริมภาพลักษณ์การซื้อและขายสินค้าที่สามารถเข้าใจพฤติกรรมผู้ใช้เว็บไซต์และตอบสนองการใช้งานของผู้ใช้ได้อย่างดี เริ่มตั้งแต่การจัดวางข้อมูล ด้านซ้ายสุดของเว็บเพจเป็นตำแหน่งการวางระบบนำทางแบบ

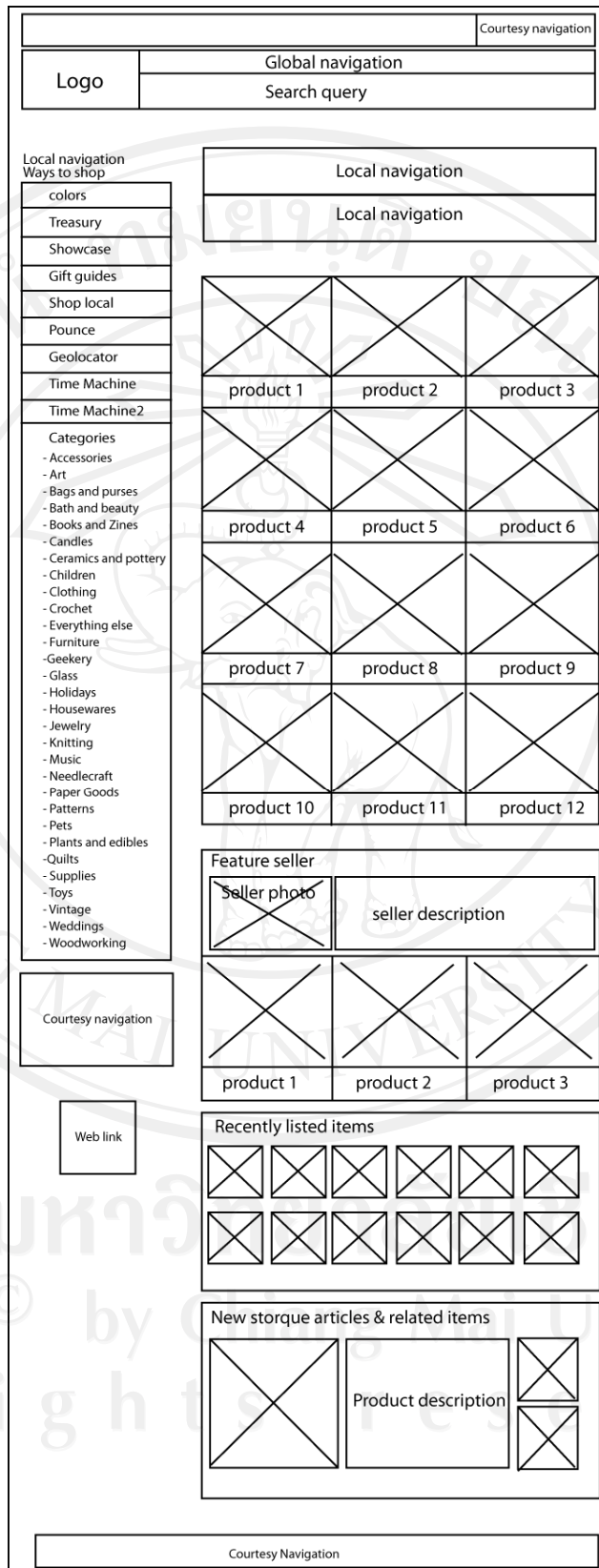
ภายใน (Local navigation) เป็นการนำเสนอวิธีการค้นหาสินค้าซึ่งมีมากถึง 10 วิธี โดยผู้ออกแบบเว็บไซต์มีความเข้าใจพฤติกรรมการใช้งานและมีวิธีจัดเรียงหมวดหมู่สินค้าโดยเรียงลำดับจากวิธีการค้นหาสินค้าที่ผู้ใช้น่าจะมีความชื่นชอบในการค้นหา



ภาพ 4.30 ประสบการณ์การเข้าสำรวจเว็บไซต์ ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์อีชีชี่ดอตคอม

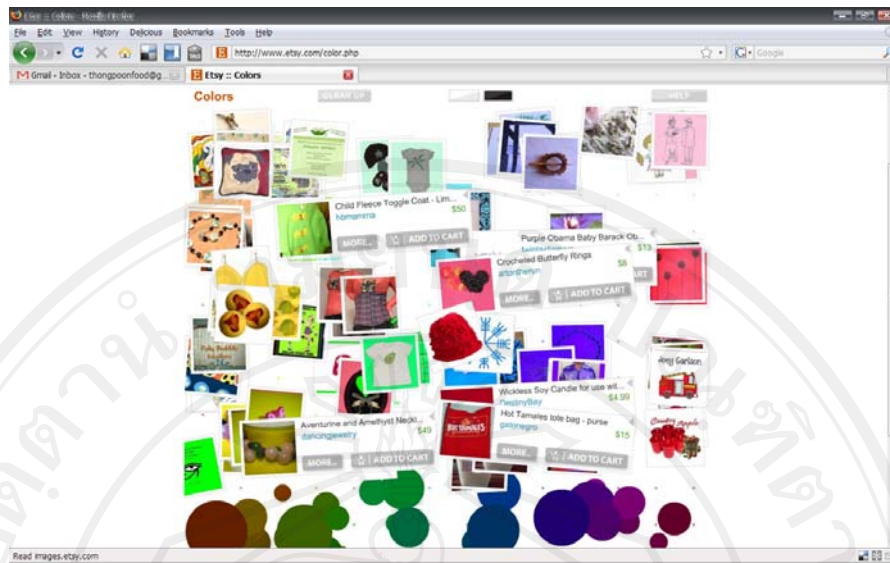


ภาพ 4.30 (ต่อ) ประสบการณ์การเข้าสำรวจเว็บไซต์ ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์อีซซีดอตคอม



ภาพ 4.31 โครงสร้างหน้าเว็บเพจของเว็บไซต์อีคอมเมิร์ซ

เนื่องจากสินค้าที่นำมาเสนอเป็นสินค้าที่ทำมือ (Handmade) จึงต้องหาวิธีดึงดูดความสนใจของผู้ซื้อด้วยวิธีการค้นหาสินค้าที่น่าจะตรงหรือเหมาะสมกับพฤติกรรมการค้นหาสินค้าของผู้ซื้อ ในเว็บไซต์นี้ได้นำเสนอรูปแบบวิธีการค้นหาสินค้า (search) มากถึง 10 วิธี เช่น วิธีการค้นหาด้วยสีสินค้า (color) ผู้ซื้อบางรายอาจต้องการสินค้าที่มีเฉพาะสีสินค้าที่ตนชอบ (ดังเช่นภาพ 4.32) ดังนั้นวิธีการค้นหาแบบสีน่าจะช่วยให้ผู้ซื้อได้เลือกซื้อสินค้าในสีที่ต้องการได้ง่าย หรือวิธีการค้นหาแบบของขวัญตามเทศกาล (Gift Guide) (ดังเช่นภาพ 4.33) วิธีนี้ช่วยผู้ซื้อตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าด้วยวิธีการตั้งคำถาม โดยแบ่งคำถามเป็นประเภทของผู้รับ โอกาสที่มอบของขวัญ ความสนใจพิเศษหรือแม้แต่การซื้อของขวัญตามฤดูกาล วิธีการค้นหาสินค้าตามแผนที่ (Geolocator) เป็นอีกวิธีหนึ่งสำหรับผู้ชื่นชอบค้นหาสินค้าตามสถานที่ เมืองหรือประเทศก็สามารถเข้าไปค้นหาจากวิธีนี้ได้ โดยอ้างอิงจากแผนที่โลกและบอกตำแหน่งของสินค้าที่ถูกเพิ่มเข้าไป 100 รายการแรก โดยสามารถเลือกการมองภาพแผนที่ในตำแหน่งภาพมองใกล้และมองไกลได้ (ดังภาพ 4.34) หรือหากมีความต้องการค้นหาสินค้าเฉพาะร้านที่ตั้งอยู่ในตำแหน่งใกล้พื้นที่พักอาศัยสามารถเลือกค้นหาเพิ่มเติมได้จากวิธีการค้นหาแบบร้านในพื้นที่ (Shop Local) โดยเพียงป้อนชื่อเมืองที่ต้องการระบบจะทำการเสนอร้านของผู้ขายในพื้นที่ที่สนใจซื้อสินค้า (ดังภาพ 4.35) หรือแม้แต่พฤติกรรมการค้นหาสินค้าของผู้ซื้อบางรายที่ชอบความทันสมัย ชอบสินค้าที่ใหม่เสมอ หรือสินค้าที่เพิ่งจะเพิ่มเข้าไปในเว็บไซต์ วิธีการค้นหาแบบย้อนเวลา (Time Machine) เป็นวิธีการค้นหาสินค้าที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายดังกล่าว โดยใช้ระบบของเวลาที่สินค้าชิ้นหนึ่งๆ ถูกเพิ่มเข้าไปในเว็บไซต์โดยมีการบอกถึงจำนวนนาที่หรือวินาทีที่สินค้านั้นถูกนำเสนอ (ดังภาพ 4.36) นอกจากนี้วิธีการค้นหาสินค้าแบบต่างๆ แล้ว วิธีการค้นหาแบบปกติซึ่งเป็นการค้นหาตามหมวดสินค้าโดยจัดเรียงหมวดสินค้า (Categories) ตามอักษรภาษาอังกฤษ A-Z ยังเป็นระบบที่เอาไว้รองรับสำหรับผู้ทั่วไปที่ยังไม่มีความคุ้นเคยกับวิธีการค้นหาแบบอื่นมากนัก (ดังภาพ 4.37)

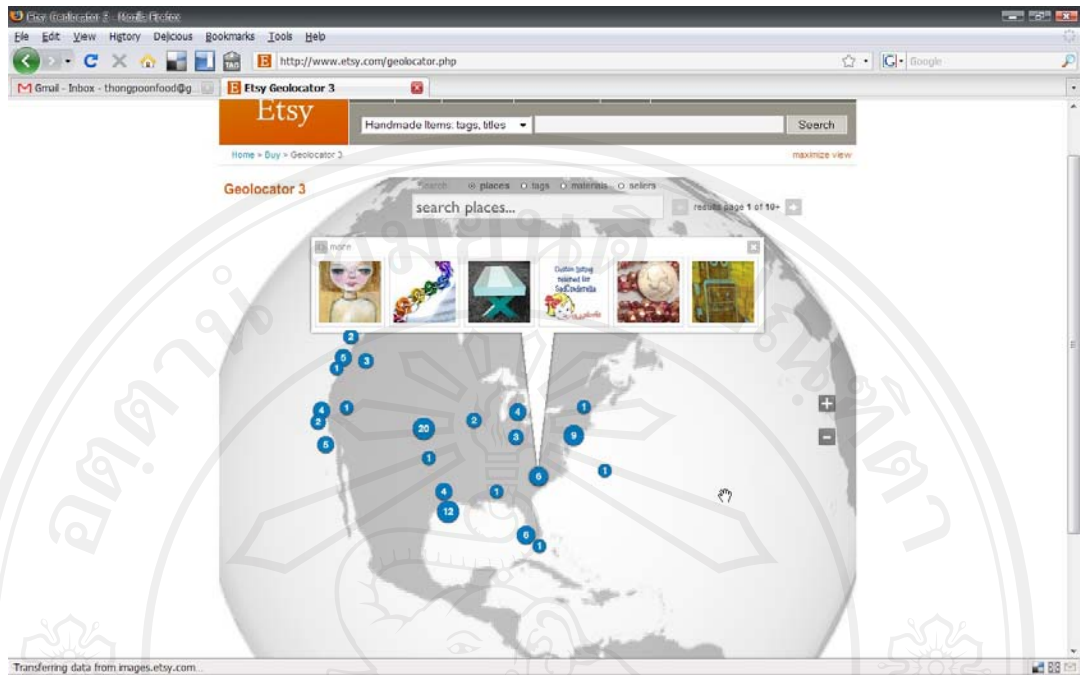


ภาพ 4.32 วิธีการค้นหาสินค้าด้วยสีของสินค้า (Color)

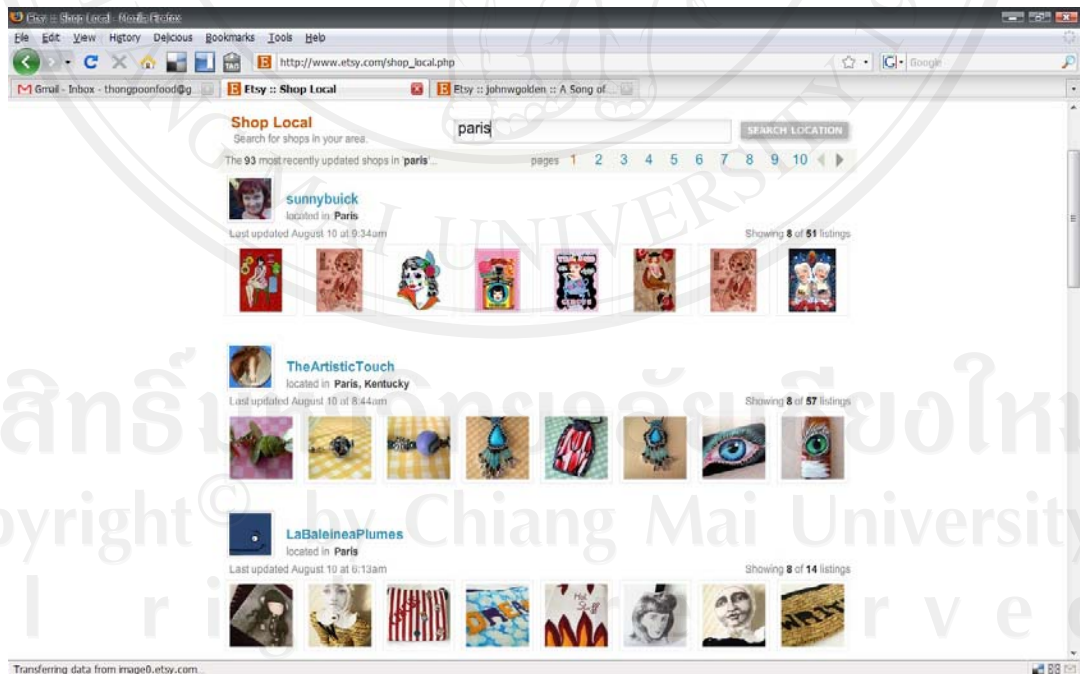


ภาพ 4.33 วิธีการค้นหาสินค้าตามเทศกาล (Gift Guide)

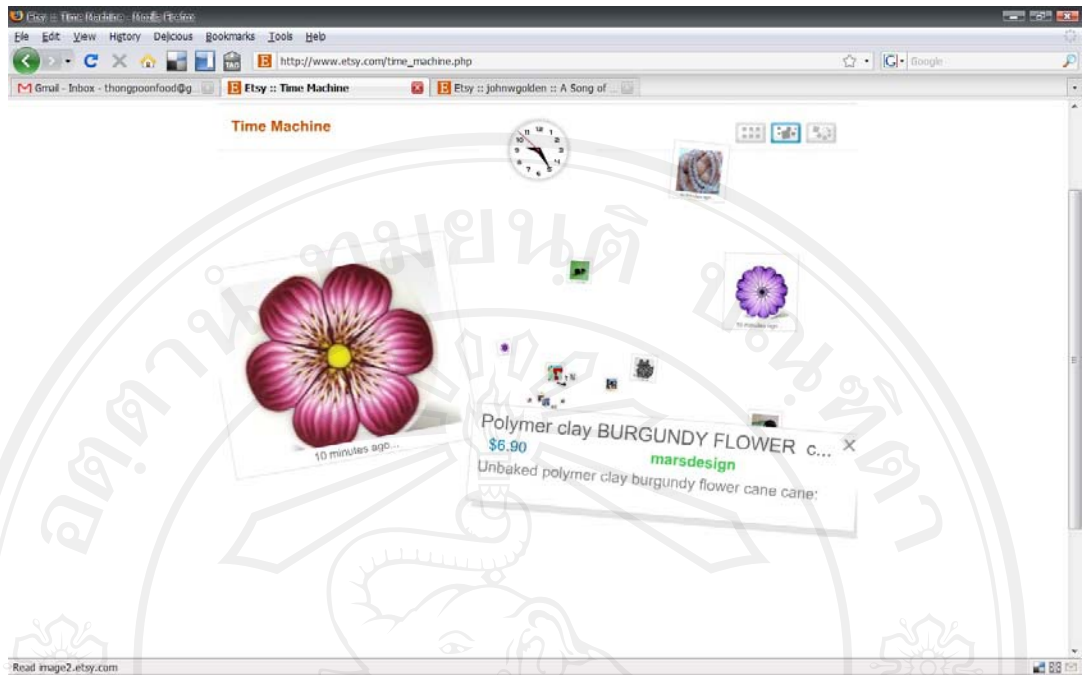
ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright © Chiang Mai University
 All rights reserved



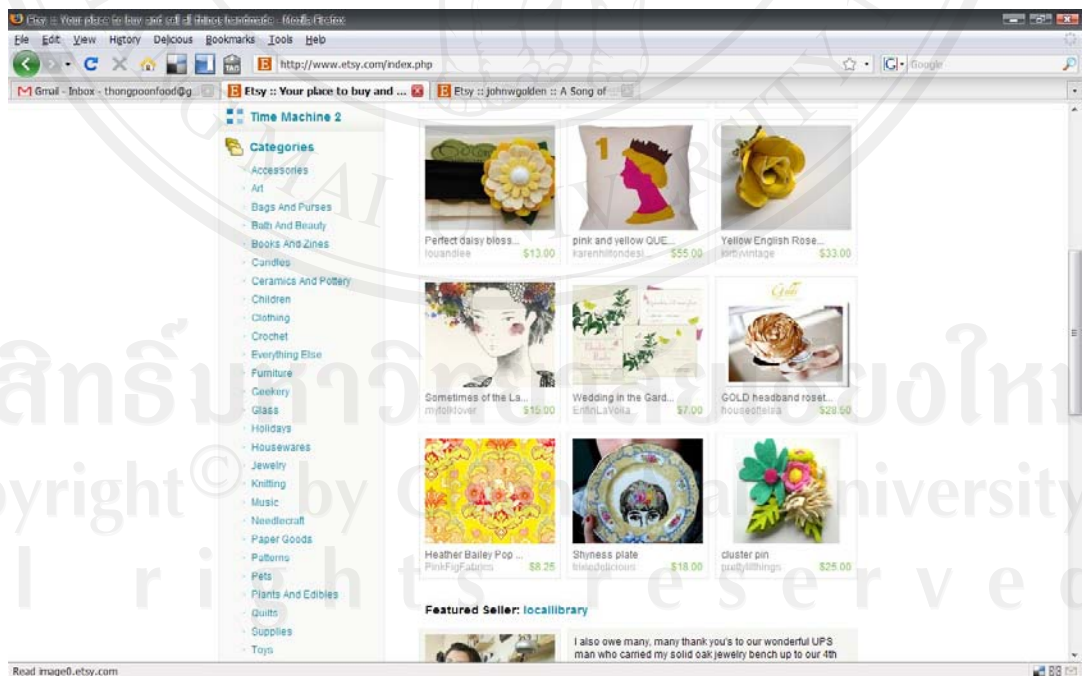
ภาพ 4.34 วิธีการค้นหาสินค้าตามแผนที่ (Geolocator)



ภาพ 4.35 วิธีการค้นหาแบบร้านในพื้นที่ (Shop Local)



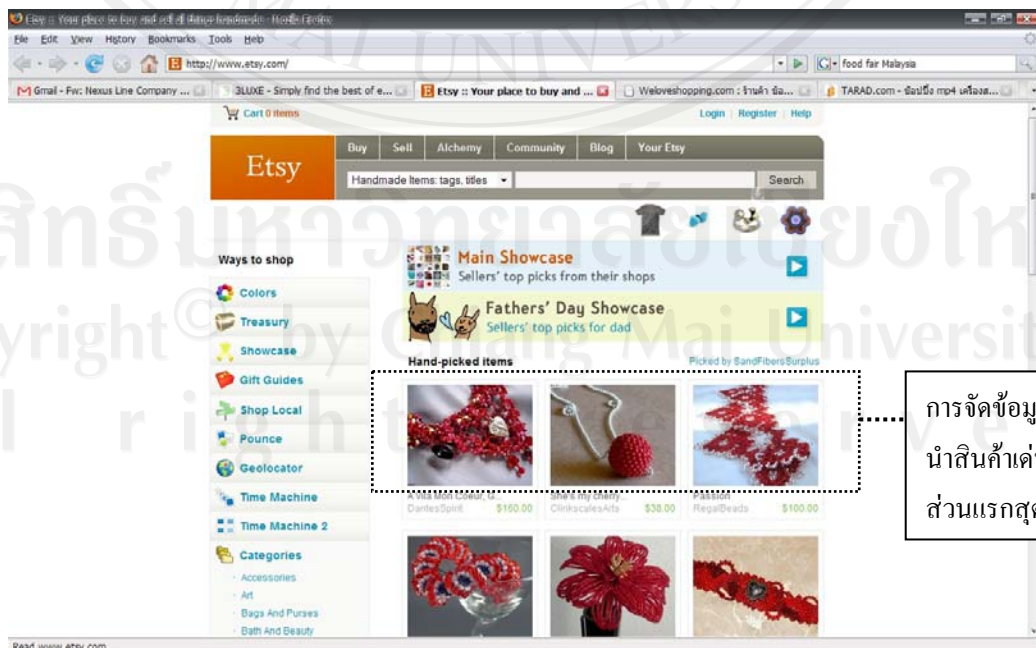
ภาพ 4.36 วิธีการค้นหาแบบย้อนเวลา (Time Machine)



ภาพ 4.37 วิธีการค้นหาตามหมวดสินค้า (Categories)

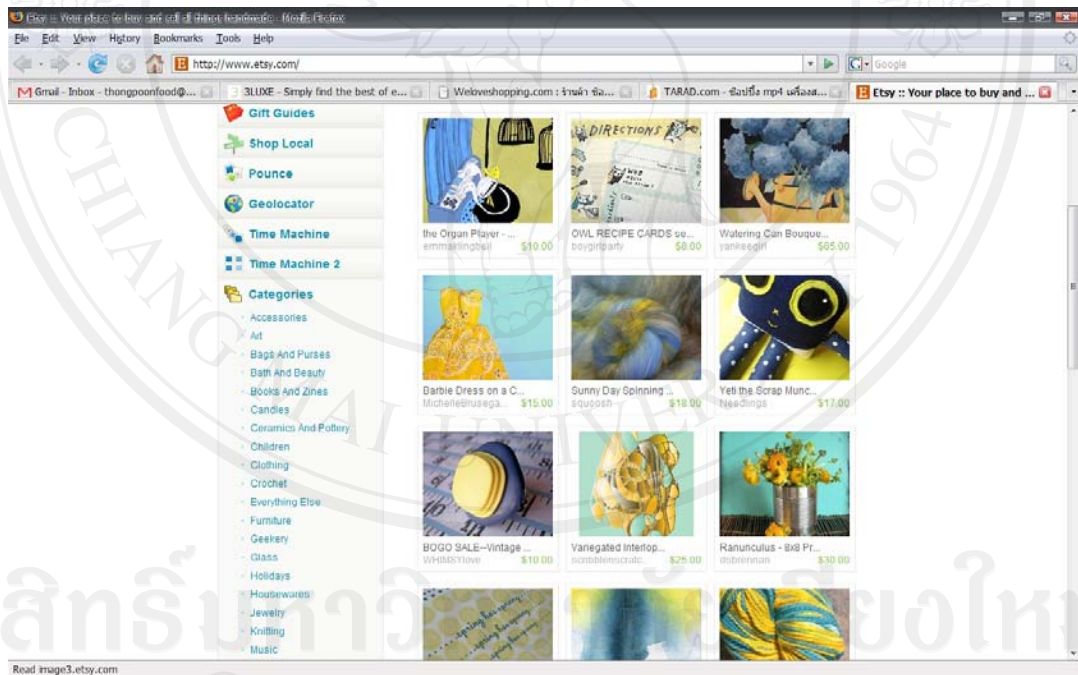
วิธีการจัดข้อมูลของเว็บไซต์นี้ไม่เพียงแต่มีวิธีการค้นหาหลากหลายรูปแบบที่แปลกใหม่ และตรงกับพฤติกรรมของผู้บริโภคแล้วยังนำมาซึ่งความเพลินเพลินในการเข้าเลือกสินค้าที่มีรูปแบบไม่ซ้ำกันซึ่งช่วยให้ผู้ซื้อใช้เวลาอยู่ในเว็บไซต์นานขึ้น เพลิดเพลินกับการเข้าชมสินค้าและกลับออกมาด้วยการเลือกสินค้าที่ถูใจ แต่เบื้องหลังของรูปแบบการค้นหาหลากหลายวิธีมีการทำวิจัยผู้บริโภคมาก่อนเพื่อให้ทราบพฤติกรรมของผู้ใช้เว็บไซต์แล้วจึงนำมาออกแบบและนำเสนอสิ่งที่ตรงกับผู้ซื้อเหล่านั้น

นอกจากการเริ่มวางเนื้อหาในเว็บไซต์ด้วยวิธีการค้นหาสินค้าหลากหลายรูปแบบแล้ว ในส่วนช่วงกลางของหน้าเว็บไซต์เรื่อยลงมา มีการนำเสนอเนื้อหาที่สอดคล้องกับการขายสินค้า เพื่อให้ผู้เข้าชมรู้สึกเพลินเพลินและเข้าไปดูข้อมูลในส่วนต่างๆ ตั้งแต่ส่วนแรกที่มีการนำเสนอสินค้าเด่น (Showcase) ที่ถือเป็นสินค้าที่ถูกคัดสรรมาเป็นอย่างดี และถัดลงมาเป็นสินค้าเด่นตามวาระโอกาสที่เหมาะสม ในเว็บไซต์นี้มีการเปลี่ยนแปลงให้สอดคล้องกับเทศกาลหนึ่งๆ (ดังภาพ 4.38) ซึ่งทั้งสองส่วนมีการจัดวางข้อมูลและการออกแบบที่มีความสอดคล้องเชื่อมโยงกัน วิธีการนำสินค้าเด่นที่ถูกคัดสรรให้อยู่ตำแหน่งแรกสุดที่ผู้ใช้จะกวาดสายตามอง สิ่งนี้เป็นการแสดงให้เห็นถึงวิธีคิดในการจัดวางที่คำนึงถึงลำดับความสำคัญก่อนหลังของผู้ใช้เป็นหลัก ดังนั้นการจัดวางหมวดสินค้าเด่นให้อยู่ในตำแหน่งบนหมวดสินค้าสำหรับเทศกาลวันพ่อ (Fathers' Day Showcase) (ดังภาพ 4.39) ทำให้เห็นว่าการให้ความสำคัญกับสินค้าที่ดีที่สุดเป็นจุดที่ผู้ใช้ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกแต่ก็เป็นจุดดึงดูดความสนใจให้เห็นสินค้าส่วนถัดมาเช่นกัน ซึ่งถือได้ว่าเป็นจุดส่งเสริมกันและกันให้ผู้ใช้สนใจเลือกเข้าชมส่วนดังกล่าวได้ง่าย

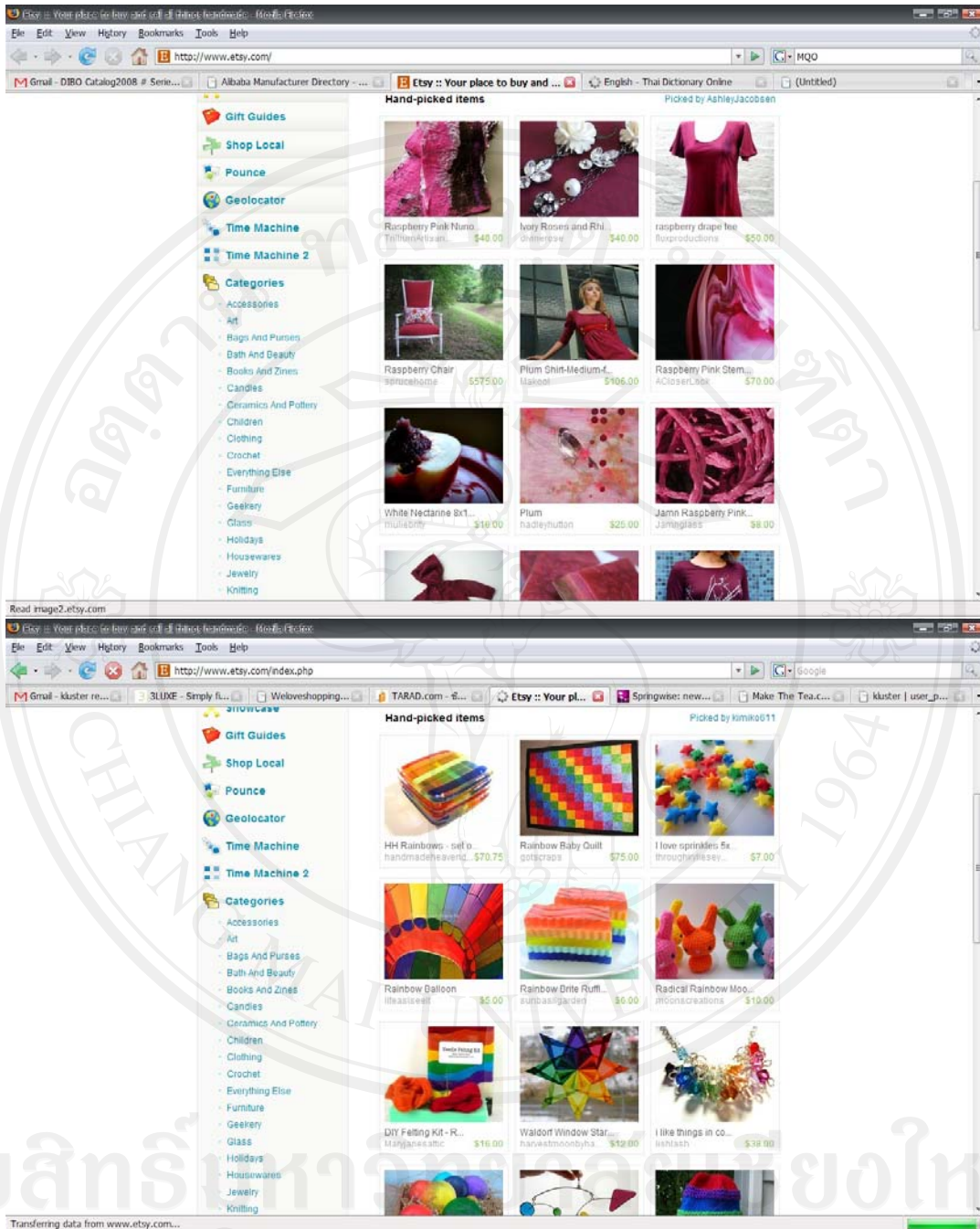


ภาพ 4.38 กลุ่มสินค้าเด่น (Main Showcase) และสินค้าตามเทศกาล

ถัดจากส่วนการนำเสนอสินค้าเด่นเป็นส่วนของการนำเสนอข้อมูลที่อยู่ในตำแหน่งคิงคูดสายตาคือตำแหน่งกลางหน้าเว็บไซต์ โดยสามารถทำหน้าที่คิงคูดสายตาได้เป็นอย่างดี ในการวางภาพสินค้าที่มีขนาดจำนวน 12 ภาพโดยจัดวางรูปสินค้าที่มีสีสันทันโทนเดียวกันมานำเสนอและมีการเปลี่ยนแปลงภาพสินค้าชุดดังกล่าวโดยเฉลี่ยจะเปลี่ยนแปลงภาพสินค้าทุก 30 นาทีซึ่งมีชื่อหัวเรื่องว่าเป็นสินค้าที่ถูกคัดสรรแล้ว (Hand-picked items) เป็นภาพสินค้าที่ถูกเลือกและเก็บไว้ในรายการสินค้าที่ชื่นชอบของผู้ใช้หรือผู้สร้างเว็บ (ดังภาพ 4.39) ดังนั้นผู้ใช้ที่เข้ามาใช้จะรู้สึกว่าสินค้าใหม่เสมอ ด้วยการนำเสนอรูปแบบดังกล่าวนี้เองทำให้ผู้ใช้ไม่รู้สึกเบื่อกับการเข้าเว็บไซต์ที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา แม้แต่การซื้อของในโลกปรกติก็ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงการจัดร้านหน้าร้านได้บ่อยเช่นนี้ ดังนั้น การที่ผู้ออกแบบเว็บไซต์นำเทคนิคดังกล่าวมาปรับใช้กับเว็บไซต์เพื่อนำเสนอประสบการณ์การเข้าเว็บไซต์ที่ต่างออกไปในการเข้าชมสินค้าด้วยความรู้สึกว่าเป็นสินค้าที่นำเสนอใหม่เสมอ



ภาพ 4.39 ตัวอย่างภาพสินค้าที่ถูกคัดสรรในหน้าแรกของเว็บไซต์ (Handed Picked Items)

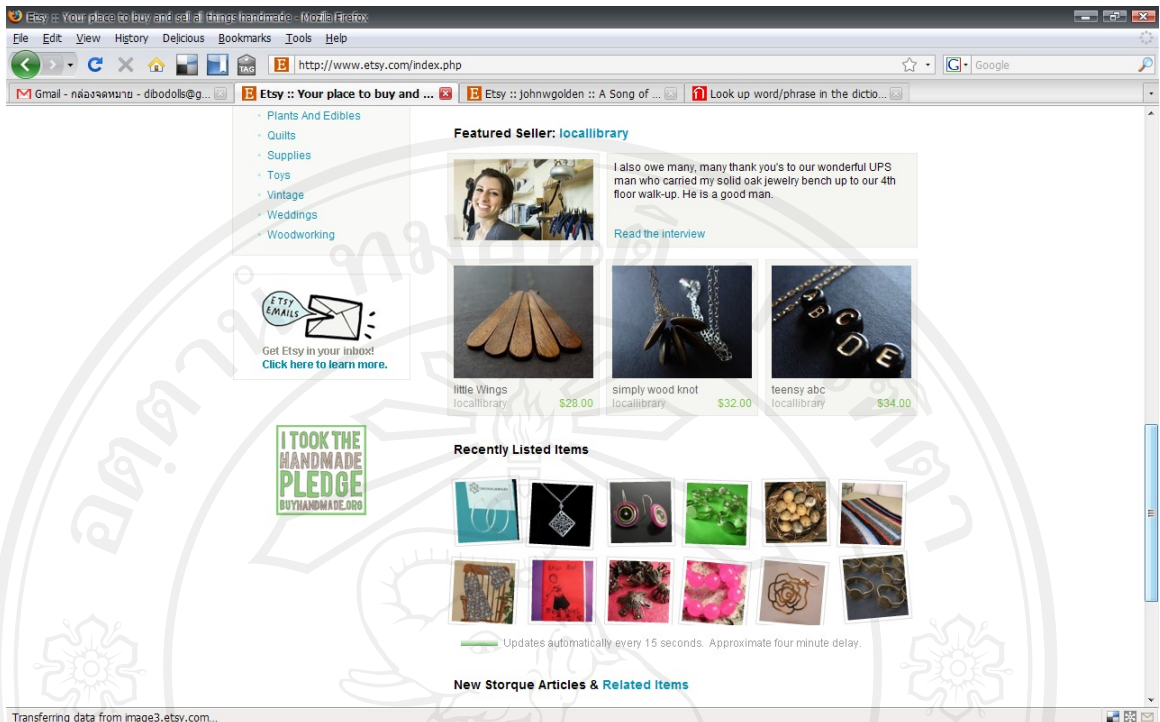


ภาพ 4.39 (ต่อ) ตัวอย่างภาพสินค้าที่ถูกคัดสรรในหน้าแรกของเว็บไซต์ (Handed Picked Items)

ดังนั้น การที่ผู้ออกแบบนำรูปแบบเว็บไซต์ดังกล่าวมาใช้ในเว็บก็เพื่อเป็นการนำเสนอประสบการณ์การเข้าเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศที่ให้ประสบการณ์การเข้าสู่สินค้าต่างออกไป ด้วยการเปลี่ยนรูปสินค้าเพื่อแสดงให้เห็นว่าสินค้าใหม่เสมอ ไม่ซ้ำ มีความโดดเด่น และมีให้เลือกมากมาย ซึ่งรูปแบบนี้ถือได้ว่าผู้ออกแบบมีความพยายามที่นำเสนอประสบการณ์ที่ดีที่สุดและสร้างความประทับใจให้กับผู้เข้าใช้ให้อยากกลับมาใช้บริการอีก ไม่เบื่อและต้องการ

เข้ามาที่นี้แห่งเดียวเพราะมีสินค้าใหม่ให้เลือกเสมอ สอดคล้องกับการใช้งานของผู้ใช้ที่มักไม่ชอบเว็บไซต์ที่ไม่มีการปรับปรุงข้อมูล เว็บไซต์นี้จึงสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้กลุ่มดังกล่าวได้เป็นอย่างดี

การเปลี่ยนรูปสินค้าอย่างสม่ำเสมอถือได้ว่าเป็นจุดหลักของการดึงดูดให้ผู้เลือกใช้สินค้า นอกจากการนำเสนอวิธีการดังกล่าวแล้ว ในเว็บไซต์นี้ยังได้นำข้อมูลของผู้ขายสินค้าที่มีความโดดเด่นมาแนะนำเป็นส่วนถัดมา นอกจากเป็นการเพิ่มความน่าเชื่อถือแล้วยังทำให้สินค้าที่แนะนำมีคุณค่าขึ้น โดยนำภาพถ่ายของเจ้าของผลงานกับบทสัมภาษณ์ช่วงสั้นๆ แนะนำพร้อมภาพสินค้าจำนวน 3 ภาพที่ถูกจัดวางถัดลงมา (ดังภาพ 4.40) ในส่วนนี้ช่วยให้ผู้ซื้อที่สนใจประวัติส่วนตัวของผู้สร้างงาน ได้ทำความรู้จักกับผลงานและเจ้าของชิ้นงานให้มากขึ้น ส่วนนี้เปรียบได้กับการสร้างแบรนด์ของสินค้ากับเจ้าของผลงานให้มีความเชื่อมโยงกันมากกว่าการนำสินค้ามาจำหน่ายเพียงอย่างเดียว ซึ่งทำให้ผู้ซื้อได้เป็นส่วนหนึ่งของเว็บไซต์ นอกจากเป็นการสนับสนุนสินค้าทำมือที่มีการออกแบบดีแล้วยังได้รู้จักกับผู้ขายผ่านบทสัมภาษณ์ สิ่งนี้จึงทำให้รู้จักผู้ขายมากขึ้น โดยเป็นการสร้างความรู้สึกใกล้ชิดกับเจ้าของผลงาน ในส่วนนี้เป็นการช่วยสร้างคุณค่าแก่สินค้ามากยิ่งขึ้นและทำให้ผู้ซื้อและผู้ขายเกิดความรู้สึกที่ดีต่อกัน ผู้ซื้อได้รับสินค้าที่พึงพอใจ ผู้ขายได้ขายและสร้างสรรค์ผลงานที่มีคุณค่าต่อไปได้เช่นกัน แม้คุณภาพสินค้าทำมืออาจเทียบไม่ได้กับสินค้าอุตสาหกรรม แต่การนำเสนอข้อมูลแก่ผู้ซื้อให้มากที่สุดเพื่อให้ผู้ใช้เข้าใจถึงที่มาที่ไปของสินค้าซึ่งทำให้ผู้ซื้อสามารถยอมรับกับคุณภาพของสินค้าและยินดีจ่ายหากสินค้านั้นมีราคาสูง

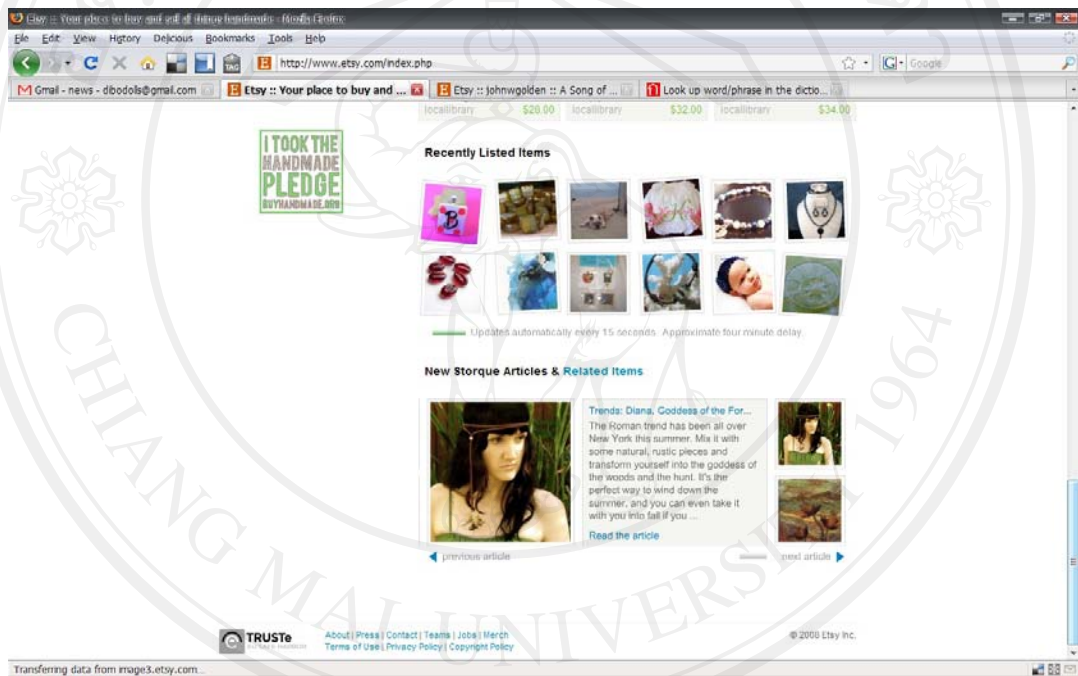


ภาพ 4.40 ข้อมูลแนะนำผู้สร้างผลงาน (Feature Seller)
และสินค้าที่เพิ่งเพิ่มเข้ามาในเว็บไซต์ (Recently Listed Items)

ถัดจากส่วนที่ทำให้ผู้ซื้อรู้จักผู้ขายกับสินค้ามากขึ้นด้วยการใช้เทคนิคการให้ข้อมูลผู้สร้างผลงาน ในส่วนถัดมาที่มีการเปลี่ยนแปลงภาพโดยอัตโนมัติทุกๆ 15 วินาทียังเป็นส่วนจูงใจเพิ่มเติมให้ผู้ใช้ที่ชอบสินค้าใหม่เฝ้าคอยชมสินค้าที่น่าสนใจโดยไม่ต้องคลิกเลือกสินค้าในจุดใดเลย แต่หากสินค้าใดตรงกับความสนใจก็ต้องรีบคลิกเข้าไปดูรายละเอียดทันทีเห็นมิฉะนั้นภาพจะเปลี่ยนไปอีกครั้งในไม่กี่วินาทีถัดมา (ดังเช่นภาพ 4.41) การจัดวางข้อมูลด้วยวิธีนี้นอกจากเป็นการกระตุ้นการซื้อสินค้าให้รวดเร็วขึ้น ยังเป็นการอำนวยความสะดวกให้ผู้ใช้ที่เหนื่อยกับการคลิกสินค้าเพื่อเลือกสินค้าที่ตนชอบโดยไม่ต้องทำอะไรเพียงคอยชมสินค้าอย่างเดียว วิธีการชมสินค้าแบบนี้คล้ายกับการเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าโลกจริงที่ต้องเดินเข้าไปชมสินค้าในระยะใกล้ คอยหาและชมสินค้าไปเรื่อยๆจนกว่าจะพบสินค้าที่ต้องการถึงหยุดชมสินค้าอีกครั้ง นับว่านักออกแบบเว็บไซต์นี้ได้มีการศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้ใน โลกความเป็นจริงและนำมาปรับให้เกิดรูปแบบและสร้างพฤติกรรมกรรมการซื้อสินค้าในโลกเสมือนได้อย่างน่าศึกษาและสามารถนำมาใช้ให้เข้ากับผู้ใช้ได้อย่างลงตัว

ในส่วนสุดท้ายของเว็บไซต์เป็นการแนะนำร้านค้าใหม่ที่น่าสนใจพร้อมทั้งรูปสินค้าตัวอย่าง (New Storque Articles & Related Items) ในส่วนนี้เป็นส่วนให้ข้อมูลเพิ่มเติมสำหรับผู้ใช้ที่ต้องการทราบรายละเอียดเชิงลึกของสินค้าและต้องการรู้จักผู้ขายรายใหม่ (ดังภาพ 4.42) ใน

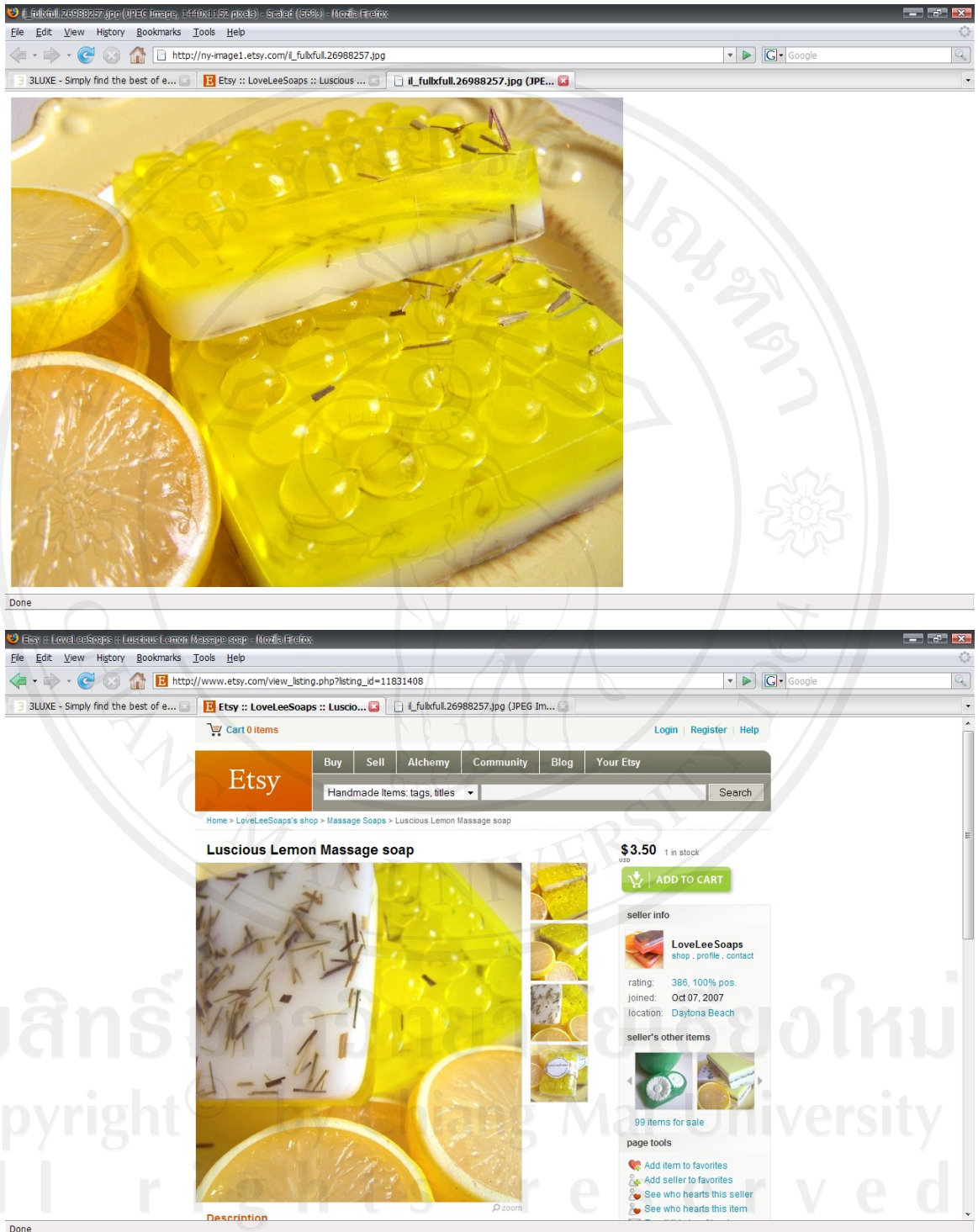
ส่วนสุดท้ายของหน้าเว็บเพจนี้เป็นส่วนที่ช่วยให้ผู้ซื้อที่มีความมั่นใจในตัวผู้ขายสินค้ารายใหม่และมั่นใจได้ว่าสินค้าที่ผู้ขายรายใหม่นำเสนอเป็นของตนเองจริงและสร้างผลงานขึ้นมาเองจริงผ่านการสัมภาษณ์ของคณะทำงานในเว็บไซค์ โดยในส่วนดังกล่าวมีการเปลี่ยนแปลงข้อมูลเพื่อนำเสนอผู้ขายรายใหม่อยู่ตลอด ในการจัดวางข้อมูลชุดสุดท้ายนี้แม้ไม่ได้เป็นการแสดงถึงการขายสินค้าอย่างชัดเจน แต่เป็นหนึ่งในรูปแบบของการนำเสนอความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ซื้อก่อนออกจากเว็บไซค์ซึ่งช่วยย้ำให้ภาพลักษณ์ของสินค้าและผู้ขายรวมถึงเนื้อหาของเว็บไซค์เองให้มีความโดดเด่นอยู่ในใจผู้ซื้อก่อนออกจากเว็บไซค์ได้เป็นอย่างดี



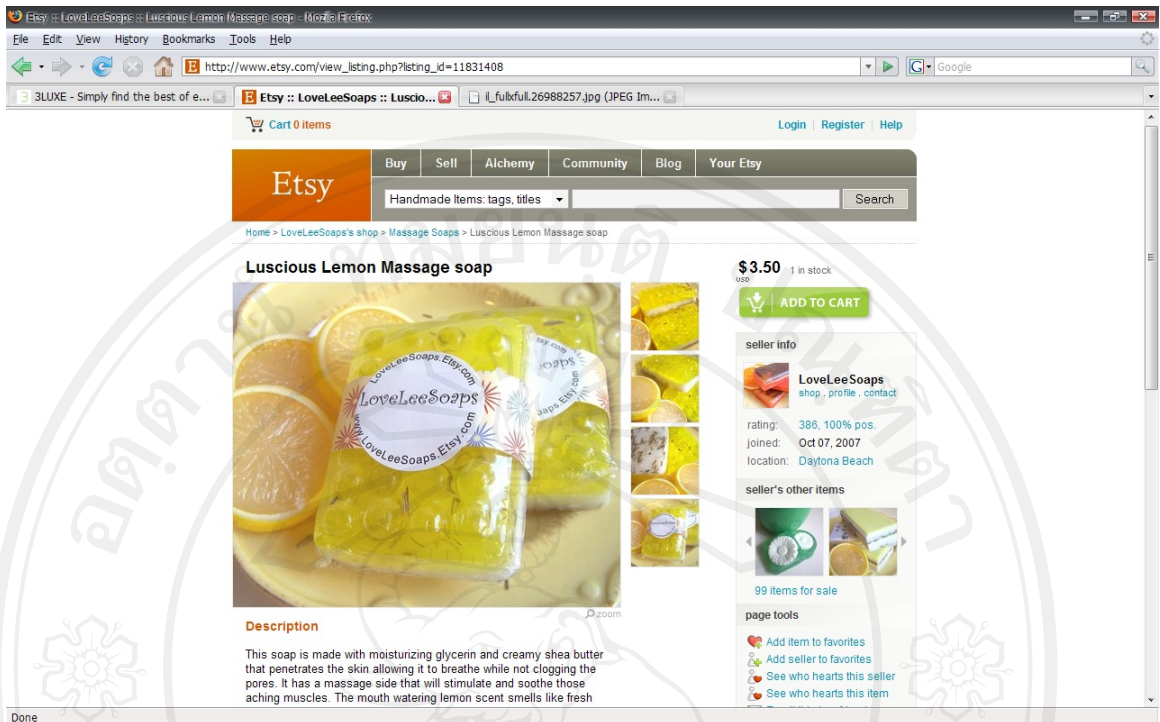
ภาพ 4.41 ส่วนแนะนำร้านใหม่ที่น่าสนใจ (New Storque Articles & Related Items)

นอกจากผู้ให้สัมภาษณ์ได้รับประสบการณ์เชิงบวกในการเข้าสำรวจเว็บไซค์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศในด้านการออกแบบแล้วถือได้ว่าเป็นจุดที่ผู้ให้สัมภาษณ์พึงพอใจที่สุด ผู้ให้สัมภาษณ์ยังได้รับประสบการณ์เชิงบวกด้านสินค้าด้วยเช่นกัน ได้แก่ประเด็นด้านภาพสินค้า รายละเอียดข้อมูลสินค้าและราคาที่เหมาะสม

ในเว็บไซค์อีคอมเมิร์ซ ภาพสินค้าที่นำมาเสนอจะมีขนาดภาพเท่ากัน ภาพมีความคมชัดทำให้เห็นสินค้าได้ชัดเจน โดยสามารถขยายภาพได้ถึง 1140 x 1152 พิกเซล เพื่อให้ชมละเอียดได้อย่างชัดเจน และเลือกดูสินค้าได้หลายมุมไม่ว่าเป็นภาพด้านหน้า ด้านข้าง ด้านหลัง หรือภาพบรรจุภัณฑ์สินค้า (ดังภาพ 4.42)



ภาพ 4.42 ภาพรายละเอียดของสินค้าในมุมมองต่างๆ รวมถึงบรรจุภัณฑ์



ภาพ 4.42 (ต่อ) ภาพรายละเอียดของสินค้าในมุมมองต่างๆ รวมถึงบรรจุกภัณฑ์

ในเว็บไซด์อีสซีดอตคอมเมื่อคลิกเข้าไปดูรายละเอียดข้อมูลสินค้าเพิ่มเติม บนเว็บไซด์มีการแจ้งข้อมูลที่เกี่ยวข้องอย่างละเอียดตั้งแต่ข้อมูลสินค้า ราคา ราคาจัดส่งสินค้า วิธีการจ่ายเงิน จำนวนสินค้าที่มีรวมถึงข้อมูลของผู้ขายสินค้า สินค้าอื่นๆ ของผู้ขาย เมื่อสังเกตราคาสินค้าชิ้นนี้ราคา 3.5 เหรียญสหรัฐ เมื่อรวมกับค่าจัดส่งสินค้า 3.5 เหรียญสหรัฐ รวมทั้งสิ้นเป็น 7 เหรียญสหรัฐก็ถือว่าราคาไม่ได้สูงเกินไปนักสำหรับสินค้าประเภทนี้

นอกจากประเด็นการได้รับประสบการณ์ที่ดีจากด้านการออกแบบและด้านสินค้าเองแล้ว ผู้ให้สัมภาษณ์ยังได้รับประสบการณ์เชิงบวกกับการนำเสนอโฆษณาและระดับการใช้ภาษาในเว็บไซด์อีกด้วย เห็นได้ว่าทั้งเว็บไซด์อีสซีดอตคอม และเว็บไซด์ทรัสต์ดอตคอม ในหน้าแรกจะไม่มี การนำเสนอพื้นที่การโฆษณาให้เห็นเลย มีเพียงเว็บไซด์ทรัสต์ดอตคอมเท่านั้นที่มีการนำเสนอโฆษณาอยู่บ้างแต่ไม่ชัดเจนเท่าที่ควรเนื่องจากอยู่ในตำแหน่งที่ลดแรงดึงดูดทางสายตา คือด้านขวามือของหน้าเว็บเพจ (ดังภาพ 4.44) แต่ส่วนเว็บไซด์อีสซีดอตคอม ไม่มีพื้นที่การขายโฆษณาเลย เนื่องจากทุกพื้นที่ล้วนแต่นำมาใช้ในการสื่อสารข้อมูลสินค้าโดยตรงเพื่อการซื้อขายสินค้าเท่านั้น สังเกตได้ว่าจุดมุ่งหมายของการใช้พื้นที่ของเว็บไซด์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยนั้นต่างจากเว็บไซด์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศ เว็บไซด์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยไม่เน้นการขายสินค้าแต่เน้นการขายพื้นที่โฆษณามากกว่าโดยขัดแย้งกับจุดประสงค์หลักของการจัดทำ

เว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ ดังนั้นการซื้อขายสินค้ากันโดยตรง ซึ่งตรงกันข้ามกับเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศเน้นการซื้อขายสินค้าไม่ใช่ขายพื้นที่โฆษณา



ภาพ 4.43 ภาพโฆษณาจากเว็บไซต์ที่รีล็กซ์ดอตคอม

ด้านระดับการใช้ภาษาในการสื่อสาร เนื่องจากการทำการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำเป็นอย่างยิ่งที่ระดับการใช้ภาษาจะสื่อถึงความน่าเชื่อถือด้วยเช่นกัน ดังนั้นการใช้ภาษาทางการ จะมีความเหมาะสมอย่างมากกับการสื่อสารกับผู้ซื้อเพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นในการซื้อสินค้า ในเว็บไซต์อีคอมเมิร์ซและทริล็กซ์ดอตคอมไม่มีการใช้ภาษาพูดในการสื่อสารเลยซึ่งต่างจากเว็บไซต์วีเลฟชอปปิ้งดอตคอมและตลาดดอตคอมมีการใช้ทั้งภาษาทางการและภาษาพูดในการสื่อสารทำให้ผู้ใช้มีความเชื่อมั่นในการซื้อสินค้าลดลง โดยขึ้นอยู่กับการตัดสินใจของผู้ใช้เองว่า เลือกซื้อสินค้าหรือไม่ หากต้องการให้ผู้ซื้อมีความมั่นใจในการซื้อสินค้าเพิ่มขึ้นระดับการใช้ภาษาที่เป็นทางการมีความเหมาะสมมากกว่า

จากการนำเสนอผลการศึกษาในบทที่ 4 ทั้งหมดผู้วิจัยได้รายงานผลโดยแบ่งออกเป็น 3 ช่วง กล่าวคือ

1. การวิเคราะห์เปรียบเทียบแนวคิดในเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยและต่างประเทศ
2. การวิเคราะห์แนวคิดที่ส่งผลต่อการออกแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศ
3. ข้อมูลจากการสัมภาษณ์นักออกแบบเว็บไซต์และผู้ใช้อินเทอร์เน็ต

ในช่วงแรกเป็นการกล่าวถึงการวิเคราะห์เปรียบเทียบแนวคิดในเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยและต่างประเทศ จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเว็บไซต์ทั้งสองประเภทเห็นได้ว่าเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยมีแนวคิดที่ไม่มุ่งเน้นการขายสินค้าแต่ให้ความสำคัญกับการขายพื้นที่โฆษณา ซึ่งต่างจากเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศที่ให้ความสำคัญกับการขายสินค้าผ่านรูปแบบแนวคิดที่หลากหลายไม่ซ้ำกันทำให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนกว่าเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทย

ในช่วงที่สองเป็นการกล่าวถึงการวิเคราะห์แนวคิดที่มีผลต่อการออกแบบเว็บไซต์ที่รีล็กซ์ คอตคอมผ่านกรอบแนวคิดประสบการณ์ผู้ใช้ของกาเร็ต (2003) จากการวิเคราะห์การออกแบบเว็บไซต์ผ่านกรอบแนวคิดดังกล่าวทำให้เห็นความสำคัญของฐานรากในการออกแบบที่จำเป็นต้องมีแนวคิดที่ชัดเจนเพื่อให้การทำงานส่วนอื่นมีความสอดคล้องกันทั้งระบบและผลลัพธ์ที่ได้คือความสามารถในการตอบสนองการใช้งานของผู้ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพตรงกับความต้องการของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต

ในส่วนสุดท้าย ได้แก่ การนำเสนอข้อมูลจากการสัมภาษณ์นักออกแบบเว็บไซต์และผู้ใช้อินเทอร์เน็ต โดยแบ่งการนำเสนอข้อมูลออกแบบสองช่วง กล่าวคือ โดยในช่วงที่แรกผู้วิจัยได้ชี้ให้เห็นความสำคัญของแนวคิดที่ช่วยสร้างความเชื่อมโยงในการสื่อสารระหว่างนักออกแบบและผู้ประกอบการให้มีความเข้าใจที่ตรงกัน โดยผู้ประกอบการมีส่วนสำคัญในการถ่ายทอดรูปแบบแนวคิดเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ โดยต้องมีความชัดเจนทางความคิดเพื่อส่งต่อให้นักออกแบบสามารถสร้างสรรค์รูปแบบที่ตรงกับความต้องการของผู้ประกอบการและผู้ใช้ด้วย และในส่วนที่ 2 เป็นการทำให้เห็นภาพชัดเจนขึ้นว่าแนวคิดมีส่วนสำคัญในงานออกแบบเว็บไซต์ซึ่งนอกจากทำให้ นักออกแบบเว็บไซต์พัฒนาทักษะและเทคนิคใหม่ แล้วยังมีความสร้างสรรค์ในการเสนอผลงานให้มีภาพลักษณ์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายอีกด้วย โดยเห็นได้ว่าผู้ใช้สัมภาษณ์ได้รับประสบการณ์เชิงบวกในการเข้าสำรวจเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศ ดังนั้นจำเป็นต้องปรับปรุงให้เว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยมีการนำเสนอที่น่าสนใจและตรงกับกลุ่มเป้าหมายมากกว่า

จากการนำเสนอข้อมูลการวิเคราะห์เปรียบเทียบแนวคิดในเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยและต่างประเทศ การวิเคราะห์แนวคิดที่ส่งผลต่อการออกแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศ และข้อมูลจากการสัมภาษณ์นักออกแบบเว็บไซต์และผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ในบทความต่อไปเป็นการนำเสนอการอภิปรายผลการศึกษา บทสรุปงานวิจัย รวมถึงข้อเสนอแนะงานวิจัย



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved