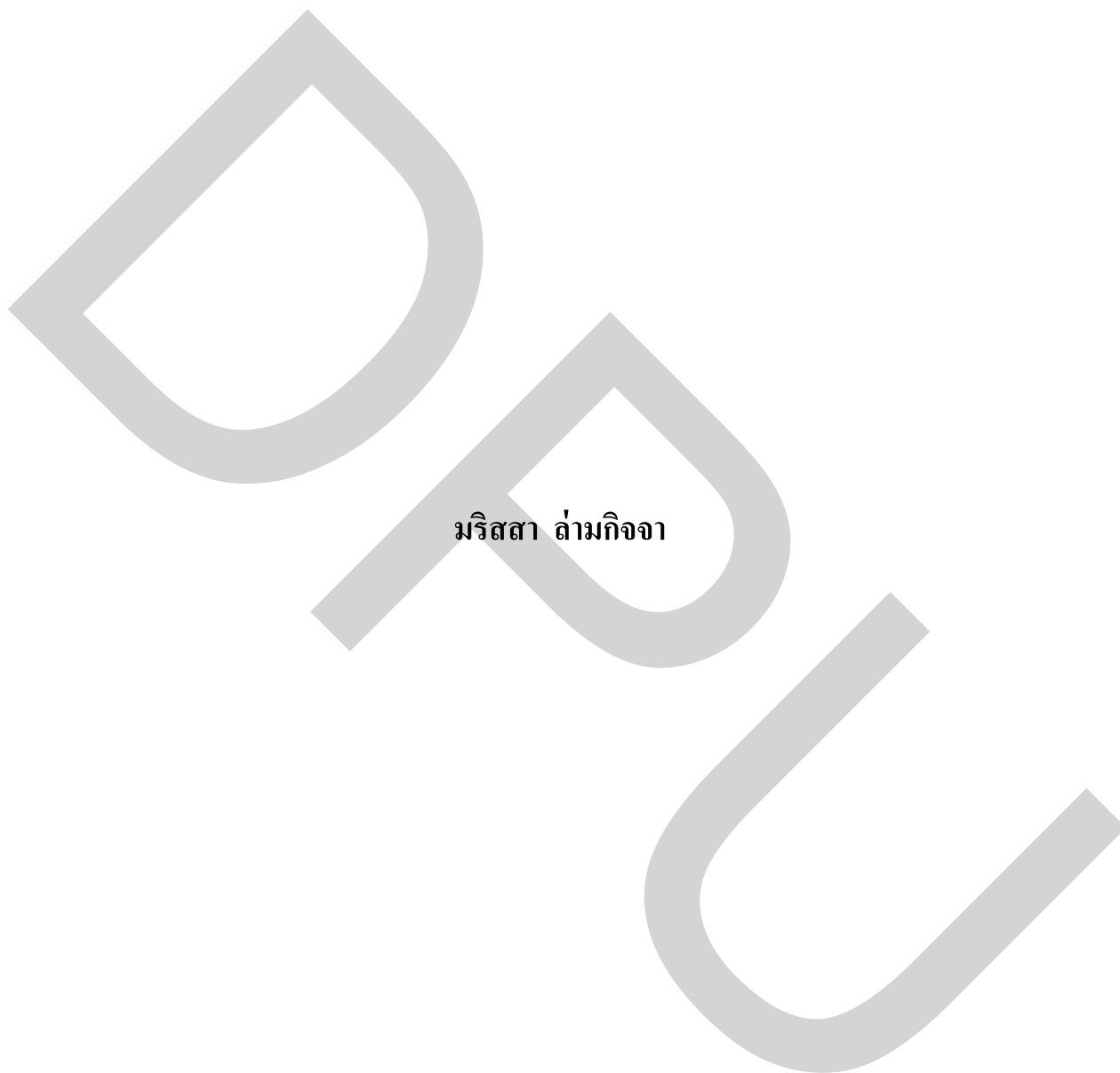


องค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ที่ปรากฏในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชน  
และทักษะของเว็บมาสเตอร์

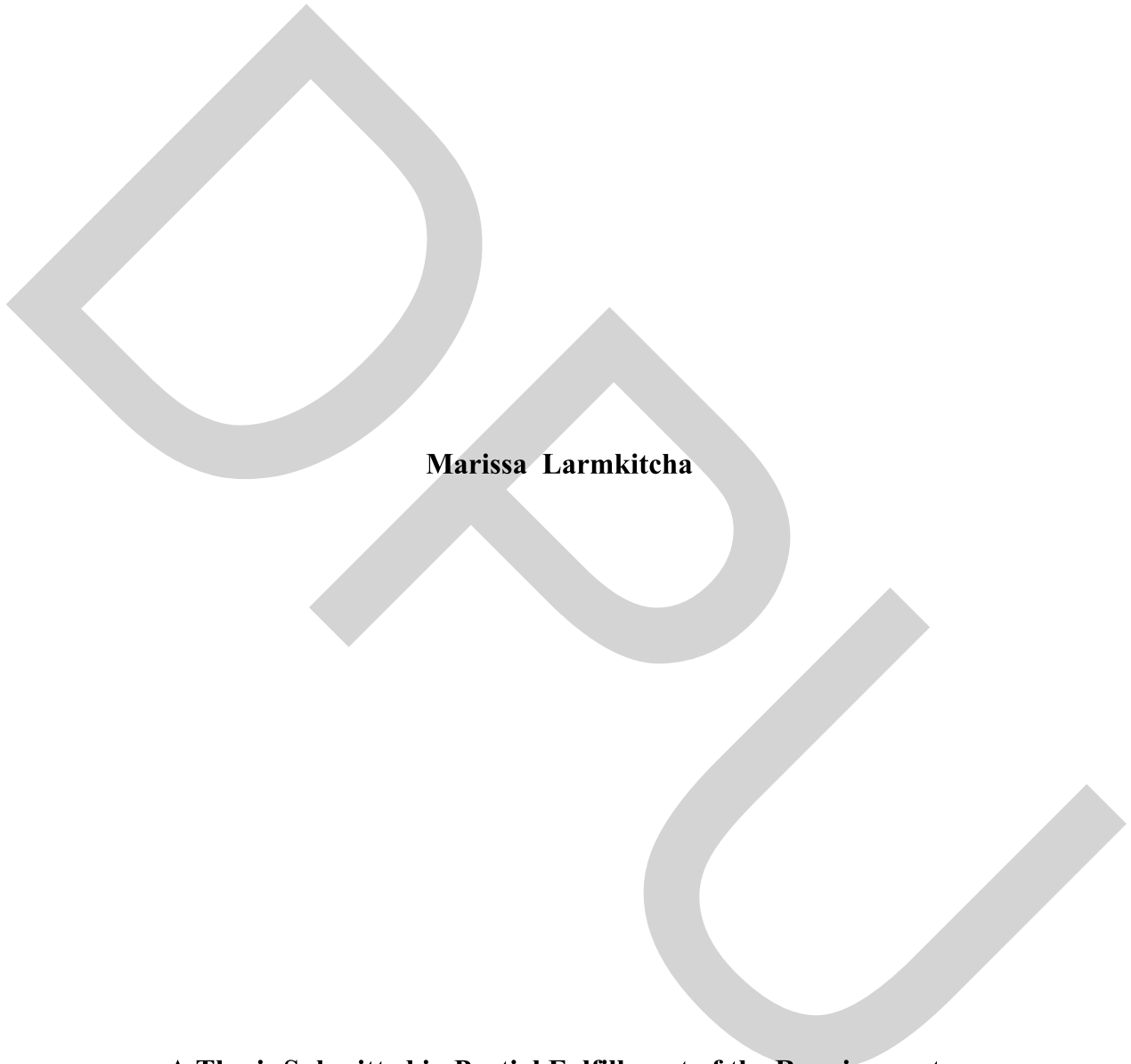


มริสตา ล้ามกิจจา

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทสาขาสถาปัตยกรรมมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาโทสาขาสถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ. 2550

**The Sign of Composition appeared in Government University's Homepage &  
University's Homepage and Webmaster's Opinion**



**Marissa Larmkitcha**

**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Arts (Communication)  
Department of Information Communication  
Graduate School, Dhurakij Pundit University**

**2007**

หัวข้อวิทยานิพนธ์	องค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ที่ปรากฏในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยของรัฐ และเอกชน และทักษะของเว็บมาสเตอร์
ชื่อผู้เขียน	มริสสา ล่ามกิจจา
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผศ.ดร.กฤษทิพย์ ศาสตรระจิก
สาขาวิชา	นิเทศศาสตร์สารสนเทศ
ปีการศึกษา	2549

### บทคัดย่อ

วิทยานิพนธ์เรื่อง องค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ที่ปรากฏในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยของรัฐ และ เอกชน และทักษะของเว็บมาสเตอร์ มีวัตถุประสงค์การวิจัย เพื่อศึกษาองค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ที่ปรากฏบนเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยของรัฐ และมหาวิทยาลัยเอกชน ศึกษาถึงความแตกต่างขององค์ประกอบของเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยของรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน และทักษะของเว็บมาสเตอร์เกี่ยวกับแนวความคิดในการสร้างหน้าโฮมเพจเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการวิเคราะห์สัญลักษณ์ที่ปรากฏในเว็บไซต์หน้าแรก (Homepage) ของมหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพฯ 6 สถาบัน ได้แก่ มหาวิทยาลัยของรัฐ 3 สถาบันคือ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (<http://www.ku.ac.th>), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (<http://www.tu.ac.th>), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (<http://www.chula.ac.th>) สำหรับ มหาวิทยาลัยเอกชน 3 สถาบัน ได้แก่ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ (<http://www.bu.ac.th>), มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย (<http://www.utcc.ac.th>), และ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ (<http://www.dpu.ac.th>) นอกจากนี้ได้สัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับเว็บมาสเตอร์ผู้ซึ่งเป็นผู้กำหนดแนวความคิดในการสร้างเว็บไซต์มหาวิทยาลัยทั้ง 6 สถาบันข้างต้น

ผลการวิจัยพบว่า เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยรัฐ มีองค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์หลักคือ ชื่อสถาบันทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ, ตราสัญลักษณ์ของสถาบัน ซึ่งเป็นการแสดงสัญลักษณ์ที่มีความหมายโดยอรรถสื่อถึงความเป็นมหาวิทยาลัยนั้นๆ มีความหมายโดยนัยเป็นความหมายของชื่อแต่ละสถาบัน องค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์นี้ปรากฏอยู่ในส่วนหัวของหน้า มีการจัดวางในลักษณะเดียวกัน ส่วนองค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์อื่นๆ อย่างเช่นภาพต้นไม้ประจำสถาบัน อาคารที่เป็นสัญลักษณ์ของสถาบัน เช่น โคมของธรรมศาสตร์ ปรากฏอยู่ในส่วนเนื้อหา แสดงสัญลักษณ์ที่มีความหมายโดยนัยสื่อถึงมหาวิทยาลัยนั้นๆ โทนี่ที่เลือกใช้เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยรัฐ ใช้เฉพาะสีที่เป็นสีประจำสถาบันเป็นหลัก เพื่อแสดง สัญลักษณ์ที่มีความหมายโดยนัยสื่อถึงความเป็น

มหาวิทยาลัยอื่นๆ โดยใช้ทฤษฎีสีเข้ามาช่วยในการทำให้หน้าเว็บไซต์ดูน่าสนใจมากขึ้น ลักษณะอักษรที่เลือกใช้ มีทั้งอักษรภาษาไทยและภาษาอังกฤษแต่ใช้ภาษาไทยเป็นหลัก เว็บมาสเตอร์ของมหาวิทยาลัยของรัฐมีแนวคิดในการจัดทำเว็บไซต์เน้นที่ความสะดวก ในการใช้งาน ง่ายต่อการค้นหาข้อมูล สีสีนสวยงาม โดยพิจารณาถึงความต้องการใช้สื่อของผู้รับสารในด้าน ความต้องการสารสนเทศเพื่อทราบถึงเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับตนเอง เพื่อสนองความสนใจ เพื่อการเรียนรู้ องค์ประกอบหลักๆ ที่ต้องการให้มีในหน้าเว็บไซต์ คือชื่อสถาบัน, ตราสัญลักษณ์ของสถาบัน, ข่าวสารภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย, รายละเอียดเกี่ยวกับมหาวิทยาลัย และ การติดต่อกับเว็บมาสเตอร์ ส่วนเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยเอกชน มีองค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์หลักคือ ชื่อสถาบันทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ, ตราสัญลักษณ์ของสถาบัน ซึ่งเป็นการแสดงสัญลักษณ์ที่มีความหมายโดยอรรถสื่อถึงความเป็นมหาวิทยาลัยนั้นๆ มีความหมายโดยนัยที่เป็นความหมายของปณิธาน หรือคำขวัญของมหาลัย มีภาพอาคารที่เป็นสัญลักษณ์ของสถาบัน ภาพนักศึกษา ภาพเกี่ยวกับการสำเร็จการศึกษา ที่เป็นองค์ประกอบในรูปแบบของภาพเคลื่อนไหว แสดงสัญลักษณ์ที่มีความหมายโดยนัยสื่อถึงมหาวิทยาลัยนั้นๆ ทั้งหมดนี้ปรากฏอยู่ในส่วนหัวของหน้า โทนสีที่เลือกใช้เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยเอกชน ใช้สีที่เป็นสีประจำสถาบันเป็นหลักแต่มีสีอื่นๆ เข้ามาประกอบโดยใช้ทฤษฎีสี เพื่อให้ดูมีสีสันสะดุดตา น่าสนใจมากขึ้น ลักษณะอักษรที่เลือกใช้ มีทั้งอักษรภาษาไทยและภาษาอังกฤษ มีทั้งแบบใช้ภาษาไทยเป็นหลัก และภาษาอังกฤษเป็นหลักสามารถเลือกได้ เว็บมาสเตอร์ของมหาวิทยาลัยของเอกชนมีแนวคิดในการจัดทำเว็บไซต์เน้นที่ความสะดุดตา น่าสนใจ ง่ายต่อการค้นหาข้อมูล โดยพิจารณาถึงความต้องการใช้สื่อของผู้รับสารในด้าน ความต้องการสารสนเทศ ความต้องการการรวมตัวและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ความต้องการความบันเทิง และพิจารณาถึงพฤติกรรมของมนุษย์ในด้านทัศนคติ ค่านิยมและความรู้สึกชอบ การรับรู้หรือให้ความสนใจ, การตอบสนอง, การยินยอมในการตอบสนอง องค์ประกอบหลักๆ ที่ต้องการให้มีในหน้าเว็บไซต์ คือชื่อสถาบัน, ตราสัญลักษณ์ของสถาบัน, รายละเอียดการรับสมัครนักศึกษาข่าวสารภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย, รายละเอียดเกี่ยวกับมหาวิทยาลัย และ การติดต่อกับเว็บมาสเตอร์

ผลการวิจัยพบว่าความแตกต่างขององค์ประกอบเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยของรัฐ และมหาวิทยาลัยเอกชน มีความแตกต่างกันที่ เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยเอกชนมีองค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ที่มีรายละเอียดและมีความซับซ้อนมากกว่าเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยรัฐ ทั้งในด้านการเลือกใช้โทนสี การเลือกใช้ภาพประกอบทั้งภาพประกอบที่อยู่ในองค์ประกอบหลักและภาพประกอบที่อยู่ในองค์ประกอบย่อย เช่นที่อยู่กับข่าว หรือภาพประกอบที่อยู่กับปุ่มเชื่อมโยง ซึ่งทำให้องค์ประกอบของหน้าเว็บไซต์ที่ปรากฏออกมาดูมีสีสันสดใส น่าสนใจมากกว่าเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยรัฐ

ผลการวิจัยนี้ ยังมีส่วนที่น่าสนใจในการทำวิจัยต่อจากนี้คือ ศึกษาการพัฒนา รูปแบบ และองค์ประกอบของเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชน หรือองค์ประกอบของเว็บไซต์ ขององค์กรต่างๆ ที่เป็นไปในทางการศึกษา เพราะเทคโนโลยีทั้งฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์มีการ พัฒนาไปอย่างรวดเร็ว และจากการพัฒนาของซอฟต์แวร์ทำให้การสร้างเว็บไซต์ทำได้ง่ายมากขึ้น รูปแบบขององค์ประกอบหน้าเว็บไซต์อาจซับซ้อนน้อยลง อาจมีโครงสร้างเหมือนกันหมด หรืออื่นๆ รวมไปถึงอนาคตผู้เป็นเว็บมาสเตอร์ขององค์กรต่างๆ อาจเป็นผู้สร้างเว็บไซต์เอง

Thesis Title : The Sign of Composition appeared in Government University's  
Homepage & University's Homepage and Webmaster's Opinion

Author : Marissa Larmkitcha

Thesis Advisor : Assistance Professor Dr. Kullatip Satararuji

Department : Information Communication

Academic Year : 2006

### ABSTRACT

This thesis is designed to study **The Sign of Composition appeared in Government University's Homepage & University's Homepage and Webmaster's Opinion**

The objectives of the sign of composition appeared in Government University's Homepage & University's Homepage and Webmaster's opinion is for study of Composition Sign in Government University's Homepage & University's Homepage, study in the different of Homepage Composition between Government and Private University's Homepage and study in the attitude of webmaster affected to concept of university's The sign of composition appeared design. This research is qualitative research and the sign of composition was analyzed in 6 universities in Bangkok area. They are consisted by 3 government universities from Kasetsart University (<http://www.ku.ac.th>), Thammasart University (<http://www.tu.ac.th>) Chulalongkorn University (<http://www.chula.ac.th>) and other 3 Private Universities from Bangkok University (<http://www.bu.ac.th>), The Commercial of Commerce University (<http://www.utcc.ac.th>) and Dhurakij Pundit (<http://www.dpu.ac.th>). Beside that there are Webmaster's in-depth interview who set up the idea concept of those 6 universities's homepages.

This thesis result is found that main sign of composition appeared in government university's homepages are name of institutes both Thai and English, institute's logos which are communicated the meaning of their institute's story and meaning of institute's name. Generally the main sign of composition will appeared in head of pages and same position. Other sign of compositions such as picture of institute's trees or buildings such as Dome Building of Thammasat University will be appeared in text and shown the meaning of those universities. Color of government university's homepage will be selected from university's colors that will be

communicate those universities. Theory of color will be applied for homepage design for more interesting. Text will be used both of Thai and English but Thai language is main. Webmasters of government's university concentrate to work on easy of using, easy of data searching and good colors. Moreover they consider in user's needs, to response their interesting, to study the main functions such as name of institutes, logo, internal and external news, details of university, webmaster's contact. the sign of composition of private university are name of institute in both English and Thai, institute's logo that are shown wish or state of university, symbol of building, student's pictures, successes of education. Most of them will shown in motion pictures. Generally the sign of composition will appeared in head of pages. Color of university will be used in main color and will use the other color for remarkable and more interesting. Text will be used both Thai and English and users can select the main language by themselves. Webmasters of private university consider in remarkable webpage design, more interesting, easy of data searching. They consider in need of information technology, community and communication, entertainment and human behavior in attitude, value, alike, perceive or interesting and response, acceptance of response. The main of homepage's compositions are institution's name, logo, detail of recruitment, internal and external news, university details and webmaster's contact.

The result of this research was found that the different of composition between government and private university's homepages are sign of composition appeared in private universities having more details and more complicate than government universities. Colors, pastures in main pages and other pages such as news or pictures in the contact bottoms are colorful and more interesting that government university's homepages.

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความอนุเคราะห์ และการสนับสนุนจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กุลทิพย์ ศาสตรระจิก อาจารย์ที่ปรึกษาที่ให้คำแนะนำ ชี้แนะ และให้ข้อคิดเห็นต่างๆ ด้วยความใส่ใจยิ่งมาตลอด ผู้วิจัยจึงขอกราบขอพระคุณไว้ ณ โอกาสนี้

กราบขอพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.อุษา บิ๊กกินส์ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว พันโทรองศาสตราจารย์ ดร.เศรษฐพงษ์ มะลิสวรรณ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กุลทิพย์ ศาสตรระจิก กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่ได้กรุณาสละเวลาอันมีค่ามาดำเนินการสอบวิทยานิพนธ์ พร้อมทั้งกรุณาให้คำชี้แนะที่เป็นประโยชน์ต่อการทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้

กราบขอพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ และญาติๆ ที่ให้การสนับสนุนทั้งทางด้านการศึกษา และคุณภาพชีวิตที่ดียิ่งต่อผู้วิจัยมาโดยตลอด ครอบครัวเป็นกำลังใจและสิ่งสำคัญที่สุดของชีวิตผู้วิจัย

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานวิจัยเล่มนี้ ทั้งในทางตรงและทางอ้อม โดยเฉพาะเว็บมาสเตอร์ของมหาวิทยาลัยทั้ง 6 สถาบัน ที่ให้ความร่วมมือในการให้สัมภาษณ์ เป็นอย่างดี และเพื่อน ๆ ที่คอยเคียงข้างและเป็นกำลังใจจนวิทยานิพนธ์สำเร็จลุล่วง หากมีข้อผิดพลาดประการใดในงานวิจัยเล่มนี้ ผู้วิจัยต้องขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

มริสสา ล่ามกิจจา



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ฉ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ฉ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฉ
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 ปัญหาวิจัย.....	4
1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย.....	4
1.4 ขอบเขตการวิจัย.....	4
1.5 นิยามศัพท์.....	5
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	7
2. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
2.1 แนวคิดเรื่องสัญญาณวิทยา.....	8
2.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับองค์ประกอบเว็บไซต์.....	12
2.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมมนุษย์.....	22
2.4 ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ.....	25
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องวิจัย.....	27
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	30
3.1 รายละเอียดของวิธีการวิจัย.....	30
3.2 แหล่งข้อมูล.....	30
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	32
3.4 ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	33
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	34
4. ผลการวิจัย.....	36
ส่วนที่ 1 องค์ประกอบเชิงสัญญาณที่ปรากฏในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยของรัฐ.....	36
และทักษะของเว็บมาสเตอร์	

## สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่

4. ผลการวิจัย (ต่อ)	
ส่วนที่ 2 องค์กรประกอบเชิงสัญญาที่ปรากฏในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยของเอกชน.....	61
และทัศนะของเว็บมาสเตอร์	
ส่วนที่ 3 ความแตกต่างขององค์กรประกอบเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชน....	86
5. สรุป และอภิปรายผล.....	89
ส่วนที่ 1 องค์กรประกอบเชิงสัญญาที่ปรากฏในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยของรัฐ.....	90
และทัศนะของเว็บมาสเตอร์	
ส่วนที่ 2 องค์กรประกอบเชิงสัญญาที่ปรากฏในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยของเอกชน.....	93
และทัศนะของเว็บมาสเตอร์	
ส่วนที่ 3 ความแตกต่างขององค์กรประกอบเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชน....	95
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต.....	98
บรรณานุกรม.....	99
ภาคผนวก.....	102

## สารบัญญัตราง

ตารางที่

หน้า

4.1	องค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ที่ปรากฏในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยของรัฐ.....	39
	ในส่วนหัวของหน้า	
4.2	องค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ที่ปรากฏในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยของรัฐ.....	47
	ในส่วนเนื้อหา	
4.3	องค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ที่ปรากฏในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยของรัฐ.....	54
	ในส่วนท้าย	
4.4	องค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ที่ปรากฏในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยของเอกชน.....	64
	ในส่วนหัวของหน้า	
4.5	องค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ที่ปรากฏในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยของเอกชน.....	73
	ในส่วนเนื้อหา	
4.3	องค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ที่ปรากฏในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยของเอกชน.....	80
	ในส่วนท้าย	

## สารบัญภาพ

ภาพที่

หน้า

1.1	แสดงสัดส่วนจำนวนกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ในปี 2004-2005.....	3
1.2	แสดงตัวอย่างองค์ประกอบหน้าเว็บไซต์.....	6
2.1	แสดงกระบวนการสร้างความหมาย.....	9
2.2	แสดงกระบวนการสร้างความหมายระดับ 2.....	10
2.3	แสดงโครงสร้างหน้าเว็บไซต์.....	12
2.4	แม่สีและวงล้อสี.....	15
2.5	วงล้อสี.....	16
2.6	ภาพชุดสีร้อน.....	17
2.7	ภาพชุดสีเย็น.....	18
2.8	ภาพชุดสีแบบสีเดียว.....	18
2.9	ภาพชุดสีแบบสามเส้น.....	19
2.10	ภาพชุดสีที่คล้ายคลึงกัน.....	20
2.11	ภาพชุดสีตรงข้าม.....	20
2.12	ภาพชุดสีตรงข้ามข้างเคียง.....	21
2.13	ภาพชุดสีตรงข้ามข้างเคียงทั้ง 2 ด้าน.....	21
2.14	ภาพชุดสีสีเหลี่ยม.....	22
4.1	เว็บไซต์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.....	36
4.2	เว็บไซต์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.....	36
4.3	เว็บไซต์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.....	37
4.4	โครงสร้างหน้าเว็บไซต์.....	38
4.5	ภาพส่วนหัว (Page Header) ของ เว็บไซต์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.....	38
4.6	ภาพส่วนหัว (Page Header) ของ เว็บไซต์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.....	38
4.7	ภาพส่วนหัว (Page Header) ของ เว็บไซต์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.....	38
4.8	ภาพส่วนเนื้อหา (Page Body) ของ เว็บไซต์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.....	45
4.9	ภาพส่วนเนื้อหา (Page Body) ของ เว็บไซต์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.....	45
4.10	ภาพส่วนเนื้อหา (Page Body) ของ เว็บไซต์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.....	46
4.11	ภาพส่วนท้าย (Page Footer) ของ เว็บไซต์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.....	53

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
4.12 ภาพส่วนท้าย (Page Footer) ของ เว็บไซต์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.....	53
4.13 ภาพส่วนท้าย (Page Footer) ของ เว็บไซต์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.....	53
4.14 เว็บไซต์มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.....	61
4.15 เว็บไซต์มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.....	62
4.16 เว็บไซต์มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.....	62
4.17 ภาพส่วนหัว (Page Header) ของ เว็บไซต์มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.....	63
4.18 ภาพส่วนหัว (Page Header) ของ เว็บไซต์มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.....	63
4.19 ภาพส่วนหัว (Page Header) ของ เว็บไซต์มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.....	63
4.20 ภาพส่วนเนื้อหา (Page Body) ของ เว็บไซต์มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.....	71
4.21 ภาพส่วนเนื้อหา (Page Body) ของ เว็บไซต์ธุรกิจบัณฑิต.....	72
4.22 ภาพส่วนเนื้อหา (Page Body) ของ เว็บไซต์มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.....	72
4.20 ภาพส่วนท้าย (Page Footer) ของ เว็บไซต์มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.....	79
4.21 ภาพส่วนท้าย (Page Footer) ของ เว็บไซต์มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.....	79
4.22 ภาพส่วนท้าย (Page Footer) ของ เว็บไซต์มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.....	79

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การสื่อสารเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินชีวิตของมนุษย์ในสังคมในปัจจุบันเทคโนโลยีการสื่อสาร มีวิวัฒนาการที่ล้ำยุค เทคโนโลยีหลักที่เป็นตัวแปรสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลง คือ ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต อินเทอร์เน็ตถูกนำมาใช้งานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสารและดำเนินการต่างๆ พร้อมๆกันกับการขยายตัวของเศรษฐกิจโลก แทบทุกองค์กรต่างพัฒนาเชื่อมโยงเครือข่ายเข้าด้วยกันและยังเชื่อมต่อเครือข่ายไปยังทั่วโลกจนทำให้อินเทอร์เน็ตกลายเป็นอีกสื่อหนึ่งที่ทวีความสำคัญ โดยเฉพาะในสังคมสารสนเทศ

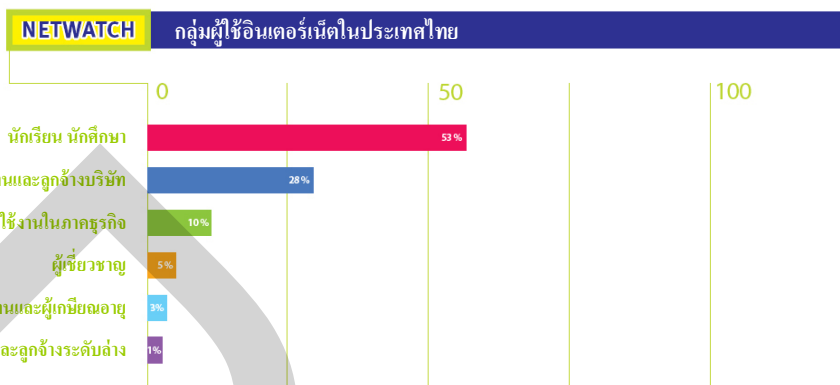
การใช้งานที่เป็นเหตุผลสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้อินเทอร์เน็ตเป็นที่นิยมแพร่หลายอย่างรวดเร็วก็คือ การค้นหาไฟล์ และฐานข้อมูลแบบเวิลด์ ไรด์ เว็บ (World Wide Web : WWW) ซึ่งเป็นเครือข่ายที่ประกอบด้วยหน้าของข้อมูลหรือที่เรียกว่า เว็บเพจ (Web Page) จำนวนหลายล้านหน้ากระจายอยู่บนอินเทอร์เน็ต โดยเว็บเพจแต่ละชุดจะเรียกว่า เว็บไซต์ (Web Site) ซึ่งบนเว็บไซต์ต่างๆ จะมีการนำเสนอข้อความหลายมิติ หรือ ข้อมูลชนิดไฮเปอร์เท็กซ์ (Hypertext) ซึ่งสามารถเชื่อมโยงไปยังส่วนอื่นๆ บนเว็บไซต์เดียวกันหรือบนเว็บไซต์อื่นๆ การเชื่อมโยงนี้สามารถทำได้ทั่วโลก นอกจากนี้ ข้อมูลบนเครือข่ายเวิลด์ ไรด์ เว็บ ยังเป็นข้อมูลแบบ Non-Linear คือ การนำเสนอข้อมูลที่หลากหลายรูปแบบและสามารถเลือกอ่าน ชม หรือดูข้อมูลใดๆ ก่อนก็ได้ ข้อมูลมากมายที่ปรากฏบนเว็บไซต์ต่างๆ อยู่ในรูปของสื่อเอนกทัศน์ หรือ มัลติมีเดีย (Multimedia) ข้อมูลเหล่านี้มีทั้งที่เป็นข้อความ รูปภาพ เสียง ภาพนิ่ง และ ภาพเคลื่อนไหว และผู้ใช้สามารถเชื่อมโยงและโอนย้ายข้อมูลเหล่านี้จากแหล่งข้อมูล (World Wide Web Server) ได้

นอกจากข้อมูลที่เป็นข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว วิดีโอ และเสียงแล้วการใช้งานระบบเวิลด์ ไรด์ เว็บ ยังเปิดให้ผู้ใช้ทำการสื่อสารแบบโต้ตอบกันได้ด้วย (Interactive) ผู้รับสารสามารถแสดงความคิดเห็นแล้วส่งกลับ (Feedback) ไปยังผู้ส่งสารได้ที่ เวิลด์ ไรด์ เว็บจึงเป็นขีดความสามารถ ส่วนหนึ่งของอินเทอร์เน็ตที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานได้อย่างครอบคลุม และด้วยการใช้งานที่ไม่ได้ซับซ้อนเมื่อเทียบกับการใช้งานด้านอื่น ทำให้เป็นเครื่องมือที่ได้รับความนิยมสูงสุดในการสื่อสารบนอินเทอร์เน็ต (ปราณี พุ่มบางป่า, 2544 : 2)

เมื่อมีการใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตหรือการสื่อสารผ่านเว็ด์ ไรด์ เว็บ (World Wide Web : WWW) “ระยะทาง” จึงมีใช้อุปสรรคในการติดต่อสื่อสารของมนุษย์อีกต่อไป มนุษย์ทั่วทุกมุมโลก สามารถค้นหาความรู้และสารสนเทศต่างๆ จากฐานข้อมูลนับพัน นับหมื่น ธุรกิจต่างๆ สามารถติดต่อผ่านระบบเครือข่ายทำให้เกิดความรวดเร็วสามารถตรวจสอบข้อมูลทางธุรกิจได้อย่างทันทั่วถึง ที่ เครือข่ายการค้าขายวางออกไปอย่างกว้างไกล สินค้าและบริการต่างๆ สนองความต้องการของสังคมทุกมุมโลก ก่อให้เกิดความเป็นสากลในการบริโภคสินค้า บริการ การศึกษา และการดำรงชีวิต ด้านต่างๆ ตามมา ข่าวสารของประเทศต่างๆ ทั่วโลก ทั้งด้านธุรกิจ การเมือง การศึกษา วัฒนธรรม เทคโนโลยี บันเทิง ฯลฯ สามารถส่งผ่านถึงกันได้อย่างทั่วถึงและตลอดเวลา หรือที่เรียกว่า “สังคมไร้พรมแดน” ซึ่งเป็นสัญลักษณ์แห่งโลกปัจจุบัน เพราะมนุษย์ในสังคมทุกมุมโลกสามารถติดต่อสื่อสาร รับทราบข้อมูลข่าวสารความรู้ถึงกันได้โดยไม่มีอุปสรรคและพรมแดน อันเป็นผลเนื่องมาจากเครือข่ายอินเทอร์เน็ตนั่นเอง และจะยังคงเป็นเอกลักษณ์ของสังคมนี้ต่อไป (มนทกาส ดิงพันธ์, 2546 : 1-2)

ประเทศไทยเป็นอีกประเทศหนึ่งที่มีพัฒนาการทางเทคโนโลยีการสื่อสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญทั้งในระดับสังคมและระดับปัจเจกบุคคลในประเทศไทย การสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้เริ่มขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ.2530 โดยในระยะแรกเป็นการใช้งานในรูปแบบอีเมลล์ทรอนิกส์ผ่านการเชื่อมต่อคอมพิวเตอร์ของมหาวิทยาลัย 12 แห่ง เข้าเป็นเครือข่าย อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญของการใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตเกิดขึ้นในปี 2534 เมื่อจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยได้เริ่มให้บริการเต็มรูปแบบ โดยเป็นเกตเวย์ (Gate Way) หรือช่องทางเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตทั่วโลกโดยตรง โดยใช้ชื่อเครือข่ายว่า ไทยสาร (Thaisarn : Thai Social/Scientific Academic and Research Network) ซึ่งได้มีการขยายการให้บริการไปยังหน่วยงานราชการและรัฐวิสาหกิจ นอกเหนือจากสถาบันอุดมศึกษาภาครัฐและภาคเอกชน แต่การใช้อินเทอร์เน็ตในเชิงพาณิชย์เริ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2538 เมื่อการสื่อสารแห่งประเทศไทยให้สัมปทานแก่บริษัทเอกชนในการดำเนินการให้บริการอินเทอร์เน็ตแก่บุคคลทั่วไป

จากการสำรวจของบริษัท เอซี เนลสัน (ประเทศไทย) จำกัด พบว่าร้อยละ 53 ของจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นนักเรียน นักศึกษา ร้อยละ 28 เป็นพนักงานและลูกจ้างบริษัท ร้อยละ 10 เป็นผู้ใช้งานในภาคธุรกิจ ร้อยละ 5 เป็นผู้เชี่ยวชาญ ส่วนพนักงานและลูกจ้างระดับล่างใช้อินเทอร์เน็ต เพียงร้อยละ 3 เท่านั้น ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 1 เป็นแม่บ้านและผู้เกษียณอายุ และจากการสำรวจดังกล่าวยังพบอีกว่ากิจกรรมบนอินเทอร์เน็ตของคนไทยนั้นค่อนข้างหลากหลาย ดังแสดงใน ภาพที่ 1.1



ภาพที่ 1.1 แสดงสัดส่วนจำนวนกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ในปี 2004 - 2005

ที่มา : ACNielsen (Thailand) ปี 2005 (<http://www.acnielsen.co.th/download/pdf/netwatch.pdf>)

จากภาพที่ 1.1 แสดงให้เห็นได้ว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นักศึกษา หรือกลุ่มวัยรุ่นซึ่งคิดเป็นสัดส่วนสูงเกินกว่าครึ่งหนึ่งของจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั้งหมดในประเทศไทย

ประกอบกับในปัจจุบันนี้ ตลาดการศึกษา มีการขยายตัวเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะในระดับอุดมศึกษาทั้งมหาวิทยาลัยของรัฐ, มหาวิทยาลัยเอกชน, สถาบันราชภัฏ และสถาบันราชมนฑล มีการแข่งขันกันอย่างสูง การทำเว็บไซต์ ถือว่าเป็นการส่งเสริมการตลาดแขนงหนึ่งที่ทางสถาบันการศึกษาต่างๆ ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการเผยแพร่ความรู้ ข้อมูลข่าวสาร ผ่านทางเว็บไซต์ ซึ่งมีวัตถุประสงค์ให้เกิดคุณค่าของตราสินค้า (Brand Equity) ในสายตาของผู้บริโภค (Customer-based brand equity) โดยต้องการให้เกิดความรู้สึกว่าสินค้านั้นแตกต่างจากสินค้าอื่นๆ และคุณค่าในตราสินค้าเกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคมีความคุ้นเคยกับตราสินค้า หรือเกิดความพึงพอใจบางประการซึ่งเกิดจากลักษณะตราสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ และแข็งแกร่งในความจำของลูกค้า (เสรี วงษ์มณฑา, 2542 : 145)

จากการศึกษาเบื้องต้นเห็นได้ว่ามหาวิทยาลัยของรัฐกับมหาวิทยาลัยเอกชนนั้นมีวัตถุประสงค์ คล้ายคลึงกันในการสื่อสารเพื่อดึงดูดให้ผู้ใช้เข้าชมเว็บไซต์ค้นหาข้อมูล แต่มหาวิทยาลัยเอกชนยังมีวัตถุประสงค์ เพื่อดึงดูดความสนใจในภาพลักษณ์ให้คู่ทันสมัย และเพื่อจูงใจให้มาสนใจสถาบันของตนเป็นสำคัญ ส่วนมหาวิทยาลัยของรัฐนั้นส่วนใหญ่เป็นมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียงอยู่แล้วและมีความต้องการที่จะรักษาความมีชื่อเสียงให้คงอยู่ มิได้หวังผลทางการตลาดในทางธุรกิจจากเว็บไซต์เหมือนกับมหาวิทยาลัยเอกชน จึงสร้างเว็บไซต์ในแง่ของแหล่งความรู้ เพื่อเผยแพร่



ข่าวสาร และข้อมูลของทางมหาวิทยาลัยเป็นสำคัญ นอกจากนี้ทั้งมหาวิทยาลัยของรัฐและมหาวิทยาลัยของเอกชนยังต้องการสร้างให้เกิดความซื่อสัตย์ต่อตราสินค้า (Brand Royalty) การได้ความหมายให้กับองค์ประกอบเพื่อถ่ายทอดความหมายสำคัญไปกับสิ่งที่ปรากฏบนหน้าเว็บไซต์ที่สื่อด้วยการออกแบบ, สัญลักษณ์, รูปภาพและภาพกราฟฟิก, และการเลือกใช้โทนสี ที่ปรากฏในหน้าเว็บไซต์ของทั้งมหาวิทยาลัยของรัฐและเว็บไซต์มหาวิทยาลัยเอกชน ซึ่งรวมเป็นองค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ในหน้าเว็บไซต์นั้น จะทำให้เห็นถึงสิ่งที่แต่ละมหาวิทยาลัยต้องการสื่อสารผ่านหน้าเว็บไซต์ของตน และยังเห็นถึงความแตกต่างขององค์ประกอบที่ปรากฏในหน้าเว็บไซต์

จากข้อมูลข้างต้น ที่แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยส่วนใหญ่ที่เป็นนักเรียน นักศึกษา อีกทั้งการเกิดอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยเริ่มต้นจากสถาบันอุดมศึกษา การสื่อสารผ่านเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาถึงรูปแบบการนำเสนอองค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ที่เว็บ มาสเตอร์ของมหาวิทยาลัยทั้งรัฐและเอกชนนำเสนอเพื่อสื่อสารออกมาในหน้าของเว็บไซต์มหาวิทยาลัย ว่ามีแนวความคิดเกี่ยวกับหน้าเว็บไซต์อย่างไรเป็นสำคัญ จึงทำให้เกิดการศึกษาวิจัยในเรื่อง องค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ที่ปรากฏในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชน และทัศนระของเว็บมาสเตอร์ ขึ้น โดยมีปัญหานำวิจัยของการศึกษาดังนี้

## 1.2 ปัญหานำวิจัย

1.2.1 เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยของรัฐ กับ เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยเอกชน มีองค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ที่ปรากฏบนเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย อย่างไร

1.2.2 เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยของรัฐ กับ เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยเอกชน มีองค์ประกอบแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร

1.2.3 เว็บมาสเตอร์มีทัศนระอย่างไร เกี่ยวกับเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย

## 1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย

1.3.1 เพื่อศึกษาองค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ที่ปรากฏบนเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยของรัฐและมหา-วิทยาลัยเอกชน

1.3.2 เพื่อศึกษาความแตกต่างขององค์ประกอบของเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยของรัฐและมหา-วิทยาลัยเอกชน

1.3.3 เพื่อศึกษาทัศนระของเว็บมาสเตอร์ เกี่ยวกับเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย

## 1.4 ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง“องค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ที่ปรากฏในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชน และทัศนระของเว็บมาสเตอร์“ เป็นการศึกษากลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ด้วยกัน กลุ่มแรกคือการศึกษาเฉพาะเว็บไซต์หน้าแรก (Homepage) ของมหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพฯ 6 สถาบัน ซึ่ง

แบ่งเป็น มหาวิทยาลัยของรัฐฯ 3 สถาบัน ได้แก่ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (<http://www.ku.ac.th>), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (<http://www.tu.ac.th>), และ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (<http://www.chula.ac.th>) มหาวิทยาลัยเอกชน 3 สถาบัน ได้แก่ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ (<http://www.bu.ac.th>), มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย(<http://www.utcc.ac.th>), และ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ (<http://www.dpu.ac.th>) กลุ่มตัวอย่างที่สองคือ เว็บไซต์ของเว็บไซต์มหาวิทยาลัยทั้ง 6 สถาบันข้างต้น การวิจัยนี้จะใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือน เมษายน พ.ศ. 2547– ตุลาคม พ.ศ. 2547 โดยเก็บรวบรวมข้อมูล 3 ช่วงเพื่อดูความเปลี่ยนแปลงของหน้าเว็บไซต์แต่ละสถาบัน ซึ่งทำการเก็บข้อมูลครั้งที่ 1 ในเดือน เมษายนพ.ศ.2547, เก็บข้อมูลครั้งที่ 2 ในเดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2547 และครั้งที่ 3 ในเดือนตุลาคม พ.ศ.2547

### 1.5 นิยามศัพท์

องค์ประกอบ หมายถึง สิ่งปรากฏในหน้าแรกของเว็บไซต์ ซึ่งประกอบด้วย Home Banner, Sidebar Menu, Channel & Service Links, รูปภาพและกราฟฟิก, ข้อความ, โฆษณา

Home Banner เป็นส่วนที่แสดงชื่อ ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ (Logo) ของเว็บไซต์ ซึ่งจะแสดงไว้ตอนบนของหน้าโฮมเพจ (Home Page) ของเว็บไซต์ ด้านข้างจะเป็นป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์ต่างๆ

Sidebar Menu หรือแถบรายการด้านข้างส่วนมากจะแสดงอยู่ด้านซ้ายของทุกๆ หน้า เพื่อแสดงหัวข้อต่างๆ ที่อยู่ในประเด็นข้อมูลหลักที่กำลังนำเสนอในแต่ละหน้า

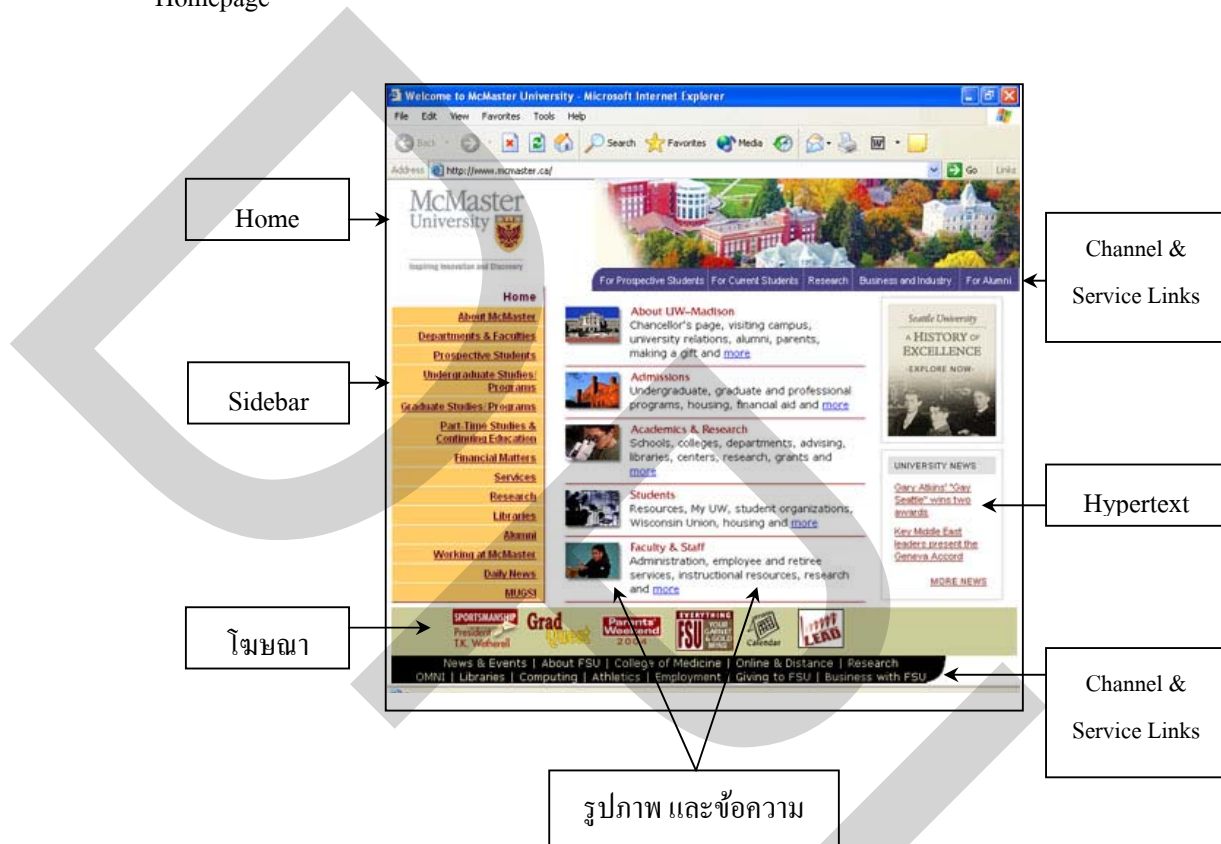
Channel & Service Links เป็นแถบรายการ หรือส่วนต่างๆ และบริการของเว็บไซต์ ช่วยอำนวยความสะดวกให้ผู้เข้าชมในการท่องไปส่วนอื่นๆ ของเว็บไซต์ที่มีการจัดแบ่งออกเป็นหมวด (Channel) ต่างๆ และมีบริการที่หลากหลาย ส่วนใหญ่จะแสดงอยู่ส่วนบนสุดหรือล่างสุดของหน้า

Picture & Graphic รูปภาพและกราฟฟิกลักษณะการใช้ทั้งเพื่อประกอบเนื้อหา เพื่อเป็นองค์ประกอบของแต่ละหน้า และเพื่อเป็น Navigation Button หรือเป็น Links เชื่อมต่อไปยังเนื้อหาส่วนอื่นๆ

Text ข้อความที่เป็นเนื้อหา มีทั้ง ข้อความธรรมดา (Text) และ ข้อความหลายมิติ (Hyper-text) ที่สามารถเชื่อมโยงกับข้อมูลส่วนอื่นๆ

องค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ หมายถึง การใส่ความหมายให้กับองค์ประกอบเพื่อถ่ายทอดความหมายสำคัญไปกับสิ่งที่ปรากฏบนหน้าแรกของเว็บไซต์ ที่สื่อด้วย การออกแบบ, สัญลักษณ์, รูปภาพและภาพกราฟฟิก, และการเลือกใช้โทนสี

เว็บไซต์ หมายถึง เว็บเพจหนึ่งหน้าหรือเว็บเพจหลาย ๆ หน้าที่เกี่ยวข้องถึงกันรวมเรียกเป็นเว็บไซต์โดยในที่นี้จะหมายถึงเฉพาะเว็บเพจหน้าแรกหรือหน้าเอกสารหน้าแรกซึ่งหมายถึงหน้า Homepage



ภาพที่ 1.2 แสดงตัวอย่างองค์ประกอบหน้าเว็บไซต์

มหาวิทยาลัยของรัฐ หมายถึง มหาวิทยาลัยของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร 3 สถาบัน ได้แก่ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยเอกชน หมายถึง มหาวิทยาลัยของเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร 3 สถาบัน ได้แก่ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย และ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยของรัฐ หมายถึง เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (<http://www.ku.ac.th>), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (<http://www.tu.ac.th>), และ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (<http://www.chula.ac.th>)

เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยเอกชน หมายถึง เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ (<http://www.bu.ac.th>), มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย (<http://www.utcc.ac.th>), และมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต (<http://www.dpu.ac.th>)

ทักษะของเว็บมาสเตอร์ หมายถึง แนวความคิดในการจัดทำเว็บไซต์มหาวิทยาลัย การเลือกใช้สัญลักษณ์, ภาพและกราฟฟิก, และการเลือกใช้โทนสี ในการนำเสนอและการสื่อความหมายให้ปรากฏบนเว็บไซต์ของผู้จัดทำเว็บไซต์มหาวิทยาลัย

เว็บมาสเตอร์ หมายถึง ผู้กำหนดกรอบแนวความคิดขององค์ประกอบหน้าเว็บไซต์ในการนำเสนอและสื่อความหมายให้ปรากฏบนหน้าเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย

## 1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 เพื่อเป็นประโยชน์ในการศึกษาสื่ออินเทอร์เน็ตที่นำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารขององค์กรทั้งที่เป็นสถาบันการศึกษาของรัฐ และเอกชน ตลอดจนองค์กรที่เกี่ยวข้อง

1.6.2 ผลการวิจัยสามารถใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับผู้จัดทำเว็บไซต์ ในการพัฒนาองค์ประกอบของเว็บไซต์ ของสถาบันการศึกษา ตลอดจนองค์กรที่เกี่ยวข้อง

1.6.3 ผลการวิจัยสามารถใช้เป็นแนวทางและข้อมูลพื้นฐานสำหรับผู้สนใจในการศึกษาเกี่ยวกับเว็บไซต์ ของสถาบันการศึกษา ตลอดจนเว็บไซต์องค์กรอื่นๆ ต่อไป

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง “องค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ที่ปรากฏในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชน และทักษะของเว็บมาสเตอร์” ผู้วิจัยได้นำแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้เป็นแนวทางการศึกษา ดังต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิดเรื่องสัญลักษณ์วิทยา
- 2.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับองค์ประกอบเว็บไซต์
- 2.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของมนุษย์
- 2.4 ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 แนวคิดเรื่องสัญลักษณ์วิทยา (Semiology)

สัญลักษณ์วิทยา หรือ ศาสตร์แห่งสัญลักษณ์ ถือเป็นศาสตร์ที่ว่าด้วยเรื่องของความหมาย ความสัมพันธ์ของสัญลักษณ์ และการอ้างอิงกับความเป็นจริงทางสังคม (ณรงค์ศักดิ์ อัสวสกุลไกร, 2541 : 13-14)

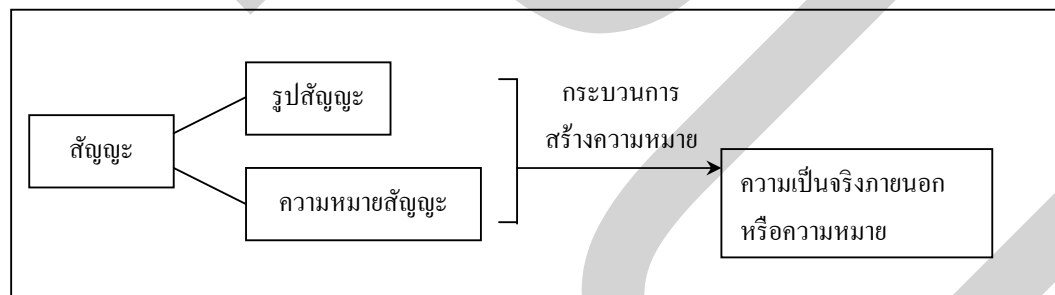
ในการศึกษาทางสัญลักษณ์วิทยา โดยทั่วไป จะให้ความสนใจวิธีการสืบทอดความหมายของ สัญลักษณ์ ว่าเข้ามาเกี่ยวข้องและสัมพันธ์กันจนเกิดเป็นความหมายขึ้นมาว่าอะไร และความหมายเหล่านั้น ได้รับการตกลงยอมรับเป็นความหมายร่วมทางสังคมอย่างไร ซึ่งการตกลงนั้น ตั้งอยู่บนพื้นฐานความเข้าใจหรือการยอมรับร่วมกันของคนในสังคม (กำธร หลุยยะพงศ์, 2539 : 25)

Ferdinand de Saussure นักภาษาศาสตร์ชาวสวิส ผู้วางรากฐานวิชาสัญลักษณ์วิทยา ได้อธิบายความหมายของสัญลักษณ์ว่า เป็นสิ่งที่สัมพันธ์ได้ด้วยอายาตนะ (ประสาทรับสัมผัสทั้ง 5) และเป็นเครื่องหมายของคนกลุ่มหนึ่งตกลงใช้ร่วมกัน เรียกว่าเป็นระบบสัญลักษณ์ (Signs) เพื่อนำไปสู่ความเข้าใจในตัวบท 3 ประเด็นหลัก คือ

1. ลักษณะโครงสร้างภายในของตัวสาร
2. วิธีการที่ทำให้เกิดความหมาย
3. ความสัมพันธ์ระหว่างตัวสารกับวัฒนธรรมในลักษณะที่เป็นองค์รวม ซึ่งจะนำไปสู่ความเข้าใจ ถึงการที่ตัวบทของสื่อมวลชนถูก “อ่าน” หรือ “ถอดรหัส” ได้อย่างไร

Saussure อธิบายว่า โครงสร้างภายในของสัญญะนั้น จะประกอบด้วยองค์ประกอบย่อย 2 ส่วน คือ ตัวหมาย หรือรูปสัญญะ (Signifier) คือ ภาพกับเสียง และ ตัวหมายถึง หรือความหมาย สัญญะ (Signified) คือ แนวคิด (Concept) เป็นการศึกษาถึงความสัมพันธ์ของความหมายของคำกับความ เป็นจริงทางภาวะวิสัย ซึ่งเรียกว่า “กระบวนการสร้างความหมาย” (Signification) เช่น เมื่อเรา เขียนคำว่า “อาหาร” โดยมุ่งที่จะให้ความหมายถึงตัวอาหารจริงๆ ตัวอักษรคำว่า “อาหาร” ถือว่าเป็น ตัวหมาย (Signifier) ส่วนอาหารจริงๆ เป็น ตัวหมายถึง (Signified) เหล่านี้เป็นกระบวนการให้ ความหมายที่ถูกสร้างขึ้น

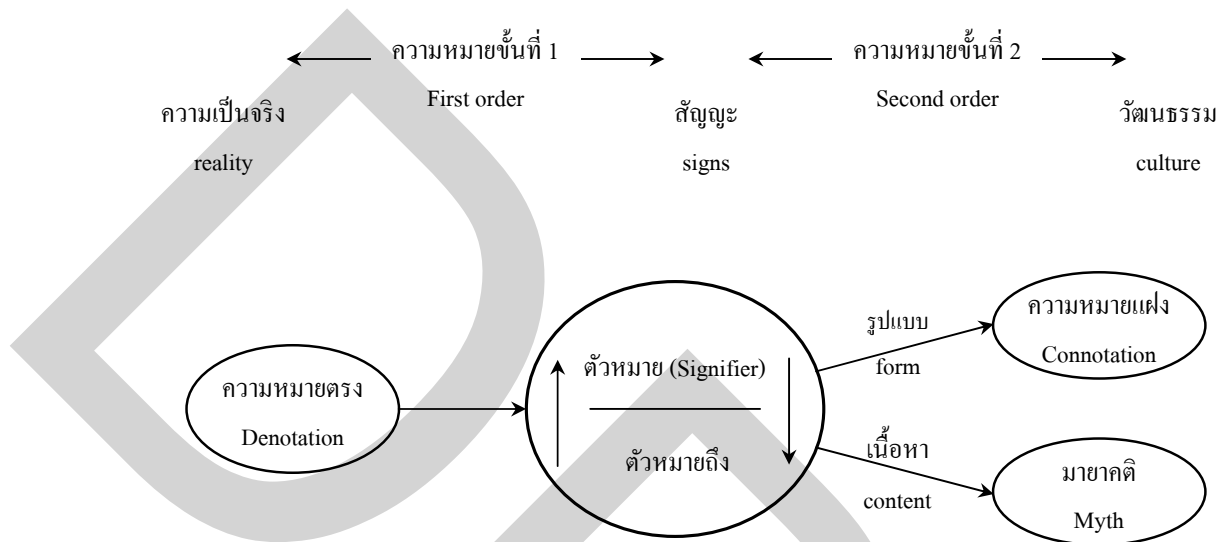
การศึกษาในเชิงสัญญะวิทยาให้ความสำคัญกับการศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่าง ตัว หมาย (Signifier) กับ ตัวหมายถึง (Signified) เพื่อดูว่าความหมายถูกสร้างขึ้นและถูกถ่ายทอดออกมา อย่างไร โดยนำเอาตัวบทมาวิเคราะห์ เพื่อดูว่าตัวหมายนั้นสร้างความหมายอย่างไร ในการสื่อสาร ของคนเรานั้นจะมีความสัมพันธ์ระหว่างตัวหมายกับตัวหมายถึงเกิดขึ้นตลอดเวลา การวิเคราะห์ ทางสัญญะวิทยานั้นเราจะไม่คำนึงถึงเนื้อหา เพราะเนื้อหาไม่ได้สร้างความหมายของตัวบท แต่ ความสัมพันธ์ของตัวหมายและตัวหมายถึงเป็นตัวสร้างความหมาย (ศิริชัย ศิริกาเย และกาญจนา แก้วเทพ, 2531)



ภาพที่ 2.1 ภาพแสดงกระบวนการสร้างความหมาย  
ที่มา : (กาญจนา แก้วเทพ, 2543 : 2)

Roland Barthes ศิษย์คนหนึ่งของ Saussure ได้ศึกษาเรื่องของกระบวนการสร้างความ หมาย (Signification) โดยใช้แนวความคิดในการวิเคราะห์ความหมายแฝงที่อยู่ในการติดต่อสื่อสาร โดยให้ความสำคัญกับขั้นตอนของกระบวนการสร้างความหมาย 2 ระดับ ระดับแรก คือการตี ความหมายโดยตรง หรือความหมายโดยอรรถ (Denotation) เป็นการตีความที่เนื่องมาจากประสบ การณ์ของแต่ละคน ระดับที่สองการตีความหมายโดยนัยแฝงหรือความหมายโดยนัย (Connotation)

เป็นการตีความหมายที่ถูกใส่ความหมายในระดับของสังคม หรือมีปัจจัยทางวัฒนธรรมเข้ามาเกี่ยวข้อง (Barthes, 1967 อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2543)



ภาพที่ 2.2 กระบวนการสร้างความหมาย 2 ระดับ  
ที่มา : (กาญจนา แก้วเทพ, 2543 : 2)

สัญวิทยาวิชานี้เป็นศาสตร์ที่ค้นคว้าเกี่ยวข้องกับ 3 เรื่อง คือ

2.1.1 ตัวสัญญะ (Sign) ในที่นี้หมายถึง ภาษาพูด ภาษาเขียน ภาษาภาพ ภาษาเสียง ตลอดจนถึง อาหาร เสื้อผ้า รูปร่าง และอาการของโรค (กาญจนา แก้วเทพ, 2543 : 3) ได้ทำการสรุปว่าสัญญะนั้นต้องมีคุณสมบัติสำคัญ 3 ประการ คือ

1. ต้องมีรูปธรรม ซึ่งอาจเป็น ภาพ เสียง อักษร หรือวัตถุอื่นๆ
2. ต้องมีความหมายมากไปกว่าตัวเอง
3. ผู้ใช้สัญญะต้องตระหนักว่า รูปธรรมดังกล่าวเป็น สัญญะ

บาร์ทส์ (Barthes, 1967 :126-127) ได้กล่าวไว้ในงานเขียนเรื่อง Elements of Semiology ว่ากระบวนการสร้างความหมายประกอบด้วย ระดับของคำพูดหรือตัวหมาย (the plane of expression or signifier) และระดับของเนื้อหาหรือตัวหมายถึง (the plane of content or signified) องค์ประกอบทั้งสองนั้น มีความสัมพันธ์ในการสร้างความหมายด้วยเช่นกัน โดย บาร์ทส์ ได้กล่าวเพิ่มเติมว่า ในกระบวนการสร้างความหมาย ความหมายระดับแรกที่มีพบโดยทั่วไป คือ ความหมายโดยอรรถ (Denotation) ยกตัวอย่างเช่น เมื่อเอ่ยถึงคำว่า “หมู” ซึ่งเป็นคือ ตัวหมาย หรือ

รูปสัญลักษณ์ (Signifier) ที่มีความหมายว่า สัตว์ชนิดหนึ่งที่มีประโยชน์มาก สามารถรับประทานได้ ความหมายนี้จึงถือว่าเป็น ตัวหมายถึง หรือความหมายสัญลักษณ์ (Signified) ดังนั้นความสัมพันธ์ระหว่าง หมู และ สัตว์ชนิดหนึ่งที่มีประโยชน์มาก สามารถรับประทานได้ จึงเป็นการสร้างความหมายให้กับคำว่า หมู (ความหมายระดับสอง จะกล่าวถึงในหัวข้อถัดไป)

**2.1.2 รหัส หรือระบบ (Code / System)** เนื่องจากสัญลักษณ์เป็นเรื่องของการตกลงร่วมกัน และการเข้าใจร่วมกันของผู้คนในสังคม ดังนั้น สัญลักษณ์จึงไม่ใช่สิ่งที่อยู่อย่างโดดเดี่ยว แต่เป็นสิ่งที่ดำรงอยู่อย่างเป็นระบบ เพราะถ้าสัญลักษณ์ไม่ได้รับการจัดระบบที่ดีแล้ว สัญลักษณ์ก็ไม่อาจจะสื่อสารความหมายได้ตรงกัน หรืออาจจะไม่มีความหมายเลย (กาญจนา แก้วเทพ, 2543 : 58) ได้อธิบายว่า ระบบที่นำเอาสัญลักษณ์มาประกอบเข้าด้วยกันและสามารถสื่อความรับรู้ร่วมกันในสังคมได้นั้น คือ รหัส (Code) นั่นเอง

เพราะรหัสมีความสำคัญต่อมนุษย์ในการเข้าใจความหมาย มนุษย์จำเป็นต้องเรียนรู้ความสัมพันธ์ของรหัส เพื่อช่วยในการตีความหมายของสัญลักษณ์ เซเรียล (Sreale, 1995 : 5) ได้กล่าวว่า มนุษย์นั้นได้รับการอบรมเลี้ยงดูขึ้นมาภายใต้วัฒนธรรมหนึ่ง เขาและเธอเหล่านั้นจะได้รับการเลี้ยงดูและปลูกฝังความจริงทางสังคมต่างๆ โดยไม่เฉลียวใจ ซึ่งเป็นลักษณะเดียวกับการศึกษาเรื่องของภาษา และความหมายของภาษา ว่าสามารถเรียนรู้และเข้าใจตรงกันได้ด้วยการกำกับของ ไวยากรณ์ทั้งที่ตั้งใจและไม่ตั้งใจ ดังนั้น ทั้งรหัสและไวยากรณ์ จึงเป็นตัวกำหนดเนื้อหา และการรับรู้ความหมายต่างๆ ในสังคมเหมือนกัน

บาร์ทส์ (Barthes, 1967 : 126-127) ได้ยกตัวอย่างเรื่องของหมู อีกครั้งว่า สามารถมีความหมายระดับที่สอง หรือความหมายโดยนัย (Connotation) ได้ เช่น เมื่อคำว่า หมู ปรากฏในบริบท ในอเมริกาเหนือ ระหว่างการเคลื่อนไหวของคนผิวดำ คำว่า หมู จะไม่ได้แปลว่า สัตว์ชนิดหนึ่งที่มีประโยชน์มาก สามารถรับประทานได้ แต่จะมีความหมายว่า ตำรวจ แทน หรือถ้าปรากฏในบริบทกลุ่มชนผิวดำในย่านเสื่อมโทรม และอยู่ระหว่างการเรียกร้องสิทธิสตรี ความหมายของ หมู ก็ จะหมายความว่า ผู้ชายที่ชั่วร้าย หรือ ผู้ชายที่เอาเปรียบผู้หญิง ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า รหัสมีความสำคัญในการรับรู้ และตีความหมายเป็นอย่างมาก และการที่มนุษย์สามารถรับรู้ความหมายของสัญลักษณ์ รวมทั้งรหัสต่างๆ ได้ ก็เพราะมนุษย์ได้รับการอบรมเลี้ยงดูและปลูกฝังมาตั้งแต่เกิด อย่างที่ เซเรียล ได้กล่าวไว้ นั่นเอง เบิร์นสไตน์ (Bernstein, 1973 อ้างจาก ณรงค์ศักดิ์ อัสวสกุล ไกร, 2541: 16) กล่าวเพิ่มเติมว่า คำๆ หนึ่งสามารถมีความหมายได้หลากหลาย ตามแต่บริบทในช่วงสังคมหนึ่งจะเป็นตัวกำหนดว่า ลำดับชั้นของความหมายดังกล่าวเรียงตัวอย่างไร และมีความหมายอย่างไร

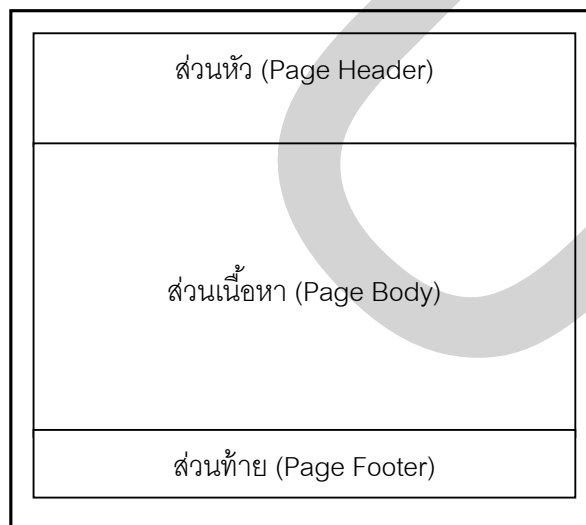


2.1.3 วัฒนธรรม (Culture) ถือเป็นพื้นที่ที่สัญลักษณ์ (Sign) และ รหัส (Code) เกี่ยวพันกัน และดำรงอยู่ร่วมกันในเวลาเดียวกัน (กาญจนา แก้วเทพ, 2543 : 5) ได้อธิบายว่าบริบททางวัฒนธรรมคือ บ่อเกิดของ สัญลักษณ์และรหัส สัญลักษณ์ซึ่งเป็นผลิตรกรรมของมนุษย์ จึงถือเป็นผลิตรกรรมของวัฒนธรรมด้วยเช่นกัน สัญลักษณ์และรหัสนั้นถูกสร้างและใช้งานอยู่ภายใต้บริบททางวัฒนธรรมหนึ่งเท่านั้น หากเปลี่ยนบริบทไป ความหมายก็จะเปลี่ยนไปเช่นกัน คล้ายกับตัวอย่างเรื่อง หมู ของบารทส์ เพราะถ้า หมู ถูกกล่าวถึงในวัฒนธรรมหนึ่ง เช่นในวัฒนธรรมอเมริกาเหนือ ก็จะถูกรหัสและระบบต่างๆ ในวัฒนธรรมนั้นกำกับและควบคุม ขณะเดียวกันเมื่อ หมู ปรากฏในวัฒนธรรมไทย เช่น ดินพอกหางหมู หมู ก็จะถูกรหัสและระบบในวัฒนธรรมไทยกำกับ ดังนั้น ความหมายของคำว่า หมู ในที่นี้จึงมีค่าเท่ากับ ความเกียจคร้าน และ การผลัดวันประกันพรุ่ง แต่เมื่อคำว่า หมู ปรากฏในประโยคที่ว่า เรื่องหมูหมู “หมู” จะมีความหมายว่าเป็น เรื่องง่ายๆ ไม่ลำบาก เป็นต้น ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า ทั้งสัญลักษณ์ รหัส และวัฒนธรรมล้วนแต่มีความสัมพันธ์กันอย่างแยกจากกันไม่ได้ เพราะสิ่งเหล่านี้เป็นองค์ประกอบสำคัญในกระบวนการสร้างความหมาย และกระบวนการถอดความหมายของผู้ถอด รหัสเช่นกัน

## 2.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับองค์ประกอบเว็บไซต์

### 2.2.1 ส่วนประกอบของหน้าเว็บไซต์

เว็บไซต์โดยทั่วไปสามารถแบ่งหน้าเว็บออกเป็นส่วนประกอบหลักๆ 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนหัว (Page Header), ส่วนเนื้อหา (Page Body) และ ส่วนท้าย (Page Footer)



ภาพที่ 2.3 โครงสร้างหน้าเว็บไซต์

**ส่วนหัวของหน้า (Page Header)** บริเวณนี้ถือเป็นบริเวณที่สำคัญที่สุดในหน้า เพราะเป็นส่วนที่จะดึงดูดผู้ใช้ให้ติดตามเนื้อหาที่เหลือนภายในหน้านั้น โดยปกติส่วนหัวของหน้ามักประกอบด้วย Home Banner ซึ่งจะมี ตราสัญลักษณ์ ชื่อเว็บไซต์ และอาจมีโฆษณา และโดยส่วนมากก็จะมี Channels และ Service Links อยู่ด้วย และไม่ว่าที่บริเวณนี้จะใช้องค์ประกอบอะไรก็ตามแต่สิ่งสำคัญคือความสม่ำเสมอที่ต้องมีเหมือนกันในทุกหน้าที่บริเวณมุมด้านซ้ายบนของหน้าเว็บเป็นส่วนที่สำคัญมากเป็นพิเศษ เพราะเป็นบริเวณแรกของหน้าจอ ที่ผู้ใช้จะเริ่มสนใจด้วยความสนใจ ด้วยเหตุนี้เว็บไซต์ส่วนใหญ่จึงมีการจัดวางตราสัญลักษณ์ หรือชื่อของเว็บไซต์ไว้ในตำแหน่งนี้ และมักจะทำหน้าที่ที่เป็นลิงก์สำหรับเชื่อมกลับมายังหน้าโฮมเพจได้อีกด้วย

**ส่วนเนื้อหาของหน้า (Page Body)** ส่วนของเนื้อหาบนหน้าเว็บเพจนั้นควรจะมีวาทะทัศน์ และจัดอย่างเป็นระเบียบเพื่อให้ง่ายต่อการหาข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว โดยแสดงความสำคัญไว้ในส่วนต้นๆของหน้า พร้อมทั้งมีการจัดรูปแบบตัวอักษรอย่างเหมาะสมเพื่อให้เนื้อหาน่าสนใจและอ่านได้อย่างสะดวก

**ส่วนท้ายของหน้า (Page Footer)** เป็นบริเวณที่จะให้ข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับเนื้อหาและเว็บไซต์ โดยอาจเป็น Channels และ Service Links ที่เป็นตัวอักษรซึ่งทำหน้าที่เหมือนกับ Channels และ Service Links หลักที่เป็นกราฟฟิกที่อยู่ในส่วนหัว และส่วนเนื้อหาของหน้า หรืออาจเป็นที่แสดงลิขสิทธิ์ ความเป็นส่วนตัว และวิธีการติดต่อผู้ดูแลเว็บไซต์ เว็บบาสเตอร์ ซึ่งส่วนท้ายของหน้านี้ก็จำเป็นต้องคงความสม่ำเสมอทุกหน้าเช่นกัน

## 2.2.2 รูปแบบโครงสร้างของหน้าเว็บไซต์

โครงสร้างหน้าเว็บไซต์มีด้วยกันหลากหลายรูปแบบยากที่จะจัดเป็นกลุ่มได้อย่างชัดเจน แต่การแบ่งโครงสร้างหน้าเว็บที่มักจะพบอยู่บ่อยๆ มีด้วยกัน 4 รูปแบบ ซึ่งมีรายละเอียดและตัวอย่างดังนี้

**โครงสร้างหน้าเว็บแนวตั้ง** โครงสร้างแบบนี้ถือเป็นรูปแบบพื้นฐานที่ได้รับความนิยมมากที่สุด เพราะเป็นรูปแบบที่ง่ายในการพัฒนาและมีข้อจำกัดน้อยที่สุด เมื่อเทียบกับรูปแบบอื่น ไม่ว่าจะคุณจะมีเนื้อหาหรือมี Service Links อยู่ด้านบนหรือด้านล่าง ต่างก็ใช้รูปแบบแนวตั้งได้ทั้งสิ้น เมื่อใดที่หน้าเว็บมีความยาวมากกว่าพื้นที่หน้าจอบราวเซอร์ ก็จะแสดง สโครลบาร์ (Scroll bar) ขึ้นที่ขอบด้านขวาของหน้าเว็บในแนวตั้ง

**โครงสร้างหน้าเว็บในแนวนอน** โครงสร้างแบบนี้ต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์ และความพยายามมากกว่าปกติ ผู้ออกแบบมีข้อจำกัดและสิ่งที่จะต้องระวังค่อนข้างมาก เพราะเป็นการใช้ประโยชน์ของพื้นที่ในแนวนอนอย่างเต็มที่ ปัญหาอย่างแรกที่จะพบคือความกว้างของหน้าจอที่ไม่แน่นอน ถ้าข้อมูลเป็นตัวอักษรทั้งหมดและมีความกว้างของบรรทัดเต็มหน้าจอ ก็จะสร้างความ

ลำบากต่อผู้อ่าน ที่จะต้องสายศีรษะไปมา และการที่ต้องเลื่อนหน้าจอไปทางด้านข้างเพื่อดูข้อมูล ส่วนที่เหลือนั้นเป็นสิ่งที่ผู้ใช้ไม่คุ้นเคย และยังไม่สะดวกต่อการใช้งานอีกด้วย

**โครงสร้างหน้าเว็บที่พอดีกับหน้าจอ** โครงสร้างรูปแบบนี้ใช้พื้นที่หน้าจอน้อยกว่าเว็บทั่วไป ซึ่งจะออกแบบมาให้พอดีกับหน้าจอจะไม่มีสโครลบาร์ (Scroll bar) ปรากฏขึ้น เหมาะที่จะใช้นำเสนอข้อมูลที่มีปริมาณไม่มากนัก รูปแบบนี้จะมียอดค์ประกอบที่ไม่ซับซ้อนและยังสะดวกต่อการใช้งาน เพราะสามารถมองเห็นทุกส่วนของหน้าได้อย่างชัดเจน

**โครงสร้างหน้าเว็บแบบสร้างสรรค์** รูปแบบนี้อยู่นอกเหนือกฎเกณฑ์ มักมีรูปแบบเฉพาะตัวที่คาดไม่ถึง ซึ่งเป็นที่นิยมในเว็บไซต์ของศิลปิน, นักออกแบบ, นักโฆษณา หรือผู้ที่ทำงานเกี่ยวข้องกับความคิดสร้างสรรค์

**2.2.3 หลักการออกแบบหน้าโฮมเพจเว็บไซต์** หน้าโฮมเพจเปรียบเสมือนกับหน้าปกของนิตยสาร ที่ต้องออกแบบให้น่าสนใจและมีการแนะนำถึงเนื้อหาที่สำคัญภายในเว็บ ซึ่งโฮมเพจที่ดีควรมีลักษณะดังนี้

1. มีลิงค์ที่สามารถเชื่อมโยงไปสู่ส่วนหลักๆ ของเว็บไซต์
2. แสดงผลได้อย่างรวดเร็วโดยใช้รูปภาพฟิกอย่างจำกัด
3. แสดงถึงสิ่งที่ปรับเปลี่ยนใหม่ เพราะถ้าหน้าโฮมเพจไม่มีอะไรเปลี่ยนแปลงแล้ว ผู้ใช้ก็จะเข้าใจว่าไม่มีอะไรเปลี่ยนแปลงของเนื้อหาภายในด้วยเช่นกัน แนวทางการแสดงว่าข้อมูลของเว็บไซต์มีการเปลี่ยนแปลงสามารถทำได้ดังนี้

- แสดงวันที่ปัจจุบันให้เห็น
- เปลี่ยนแปลงรูปภาพฟิกเป็นประจำทุกวัน, ทุกสัปดาห์, ทุกเดือนหรือ ทุกสามเดือน

- แสดงข่าวหรือข้อมูลความเคลื่อนไหวใหม่ๆ ให้ผู้ใช้ได้รู้ในหน้าแรก อาจมีภาพหรือตัวอักษรกระพริบหรือเคลื่อนไหวที่แสดงถึงข่าวสารที่มีมาใหม่

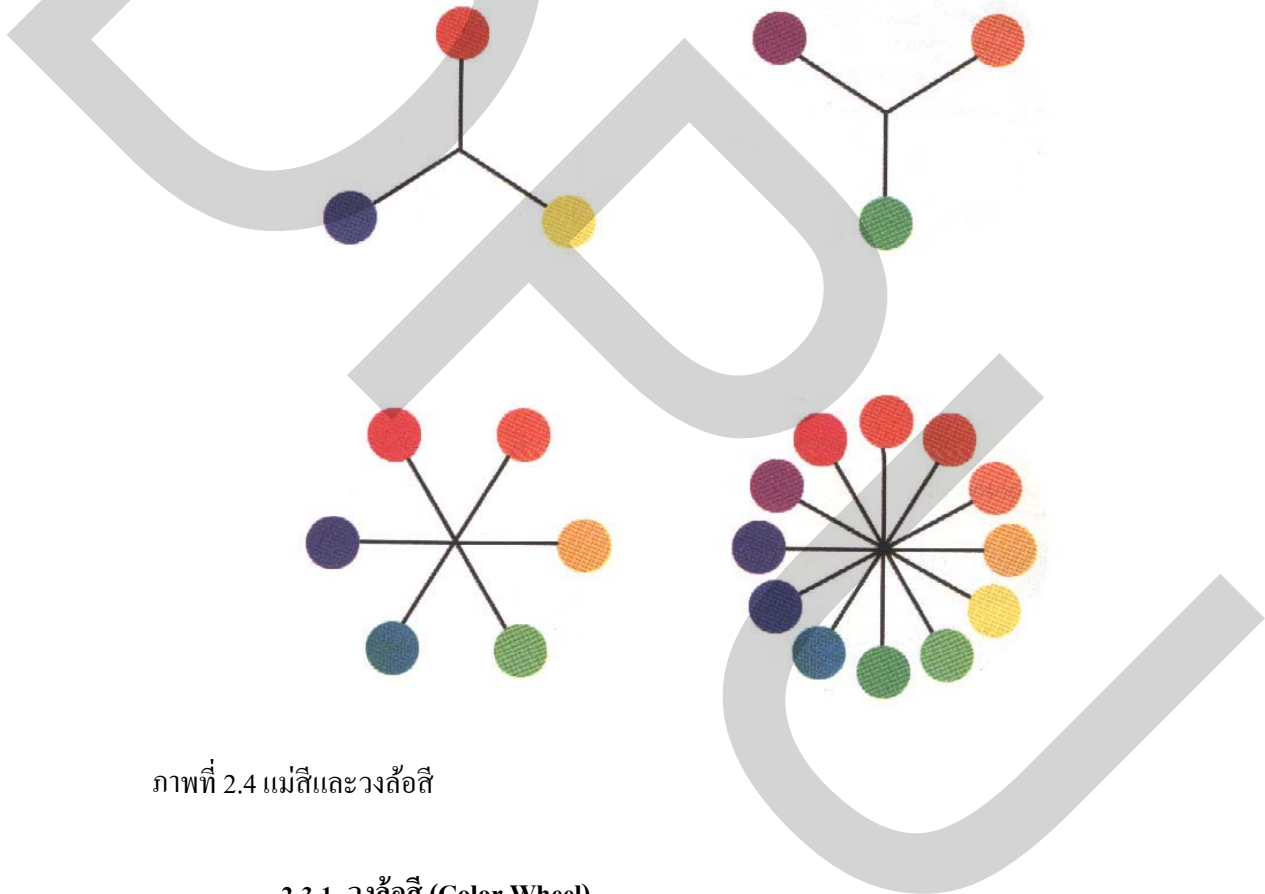
- สร้างส่วนของเนื้อหาที่แสดงถึงสิ่งใหม่ๆ ในเว็บไซต์ เช่น What's new แต่เว็บไซต์บางประเภทที่ไม่ได้มีการปรับปรุงข้อมูลบ่อยๆ หรืออาจมีเนื้อหาสมบูรณ์อยู่แล้วไม่จำเป็นต้องปรับปรุงอีกก็ไม่ควรแสดงสิ่งต่างๆ ดังกล่าวข้างต้นไว้ในหน้าโฮมเพจ โดยเฉพาะเรื่องข่าวและวันที่ของข้อมูล เพราะอาจมีส่วนลดความน่าเชื่อถือของเนื้อหาหลงได้

4. แสดงออกถึงเอกลักษณ์ของเว็บไซต์ ด้วยการแสดงชื่อหรือตราสัญลักษณ์ของเจ้าของเว็บไซต์

5. ใช้องค์ประกอบที่มีลักษณะเหมือนกับในหน้าอื่นๆ เพื่อแสดงถึงความสม่ำเสมอ ผู้ใช้จะได้ทราบว่ายังอยู่ในเว็บไซต์เดียวกัน

### 2.3 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสี

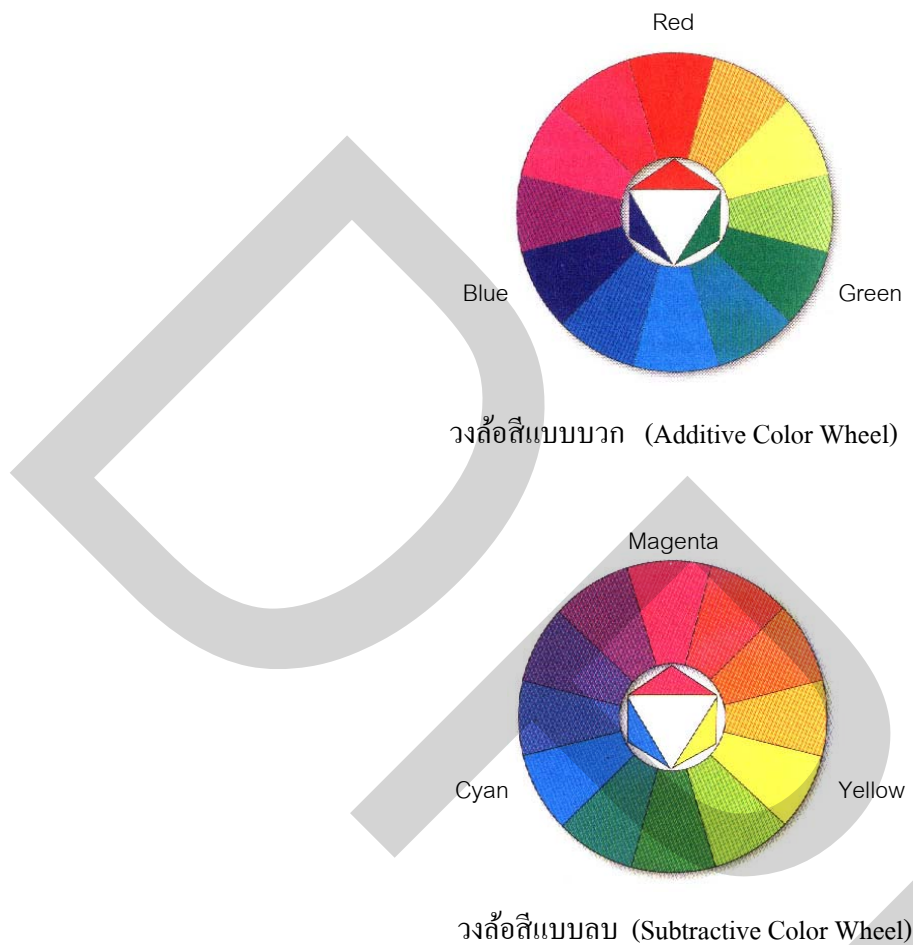
แม่สี หรือสีขั้นต้น (Primary color) มีสามสี ประกอบด้วย สีแดง, สีเหลือง, สีนํ้าเงิน เหตุที่สีทั้งสามนี้ถือว่าเป็นแม่สีหลักก็เพราะว่าสีทั้งสามเป็นสีที่ไม่สามารถเกิดเกิดขึ้นจากการผสมของสีอื่นๆ และยังเป็นต้นกำเนิดของสีอื่นๆที่เหลือทั้งหมด สีขั้นที่ 2 เกิดจากการผสมสีขั้นต้นเข้าด้วยกัน โดยที่ สีแดงผสมกับสีเหลือง ได้เป็น สีส้ม, สีนํ้าเงินผสมกับสีเหลือง ได้เป็น สีเขียว, สีแดงผสมกับสีนํ้าเงิน ได้เป็น สีม่วง ต่อจากนั้นก็ป็นสีขั้นที่ 3 ซึ่งเกิดจากการผสมของสีขั้นต้นกับสีขั้นที่ 2 ที่อยู่ติดกันทั้งสองด้าน



ภาพที่ 2.4 แม่สีและวงล้อสี

#### 2.3.1 วงล้อสี (Color Wheel)

เพื่อความเข้าใจถึงความสัมพันธ์ของสีที่ดีขึ้นเราควรทำความรู้จักกับระบบสีที่เข้าใจง่ายและมีประโยชน์มากที่สุดที่เรียกกันว่า “วงล้อสี” (Color Wheel) ซึ่งเป็นรูปแบบหนึ่งที่มีระบบการจัดเรียงสีทั้งหมดไว้ในวงกลม เราจะใช้วงล้อสีแบบ 12 ขั้น ซึ่งถูกประดิษฐ์ขึ้นโดย Sir Isaac Newton ในปี 1666 ที่ได้แสดงถึงการจัดลำดับเฉดสีอย่างมีเหตุผลและง่ายต่อการเลือกใช้สีในกระบวนการออกแบบเว็บไซต์



ภาพที่ 2.5 วงล้อสี (Color Wheel)

### 2.3.2 สีที่เป็นกลาง (Neutral Colors)

สีที่เป็นกลางคือสีกลุ่มหนึ่งที่ไม่ได้ถูกระบุไว้ในวงล้อสี เพราะเป็นสีที่ไม่ได้รับอิทธิพลใดๆ มาจากสีอื่น ซึ่งก็คือสีเทา แม้ว่าจะมีเฉดสีของสีเทาจำนวนมากมายไม่สิ้นสุด แต่แค่เพียง 256 ระดับ สายตาคนเราก็ไม่สามารถแยกความแตกต่างออกจากกันได้แล้ว สีเทาได้ชื่อว่าเป็นสีกลางก็เพราะเป็นสีที่ไม่มีลักษณะเฉพาะตัว ทำให้ชุดของสีประกอบไปด้วยสีเทาทั้งหมดจะดูค่อนข้างจืดชืด ไม่เร้าอารมณ์ สีเทาจะไปปรับเอาลักษณะจากสีที่อยู่ล้อมรอบนั่นเอง และด้วยเหตุนี้สีเทาจึงเป็นสีที่ยากต่อการควบคุม

### 2.3.3 ความกลมกลืนของสี (Color Harmony)

ความกลมกลืนของสี หมายถึงความเป็นระเบียบของสีอย่างเป็นที่น่าพึงพอใจต่อสายตา ทำให้ผู้ชมรู้สึกถึงความเป็นระเบียบ สมดุล และความสวยงามในเวลาเดียวกัน การใช้สีที่จัดชิดเกินไปจะทำให้เกิดความรู้สึกน่าเบื่อ และไม่สามารถดึงดูดความสนใจจากผู้ชมได้ ในทางตรงกันข้าม การใช้สีที่มากเกินไป ดูวุ่นวายไร้ระเบียบ ก็จะสร้างความไม่เข้าใจและสับสนให้ผู้ชม

### 2.3.4 รูปแบบชุดสีพื้นฐาน (Simple Color Schemes)

#### ชุดสีร้อน (Warm Color Scheme)

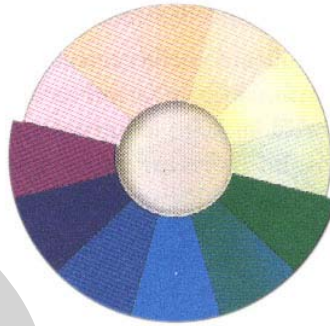
ชุดสีร้อนประกอบด้วย สีม่วงแกมแดง, สีแดงแกมม่วง, สีแดง, สีส้ม, สีเหลือง, สีเขียวอมเหลือง สีเหล่านี้สร้างความรู้สึกรอบอุ่น สบาย และความรู้สึกต้อนรับต่อผู้ชม ช่วยดึงดูดความสนใจได้ง่าย ในทางจิตวิทยาสีร้อนมีความสัมพันธ์กับความ สุข สะดวกสบาย สีต่างๆ ในชุดสีร้อนมีความกลมกลืนอยู่ในตัวเอง ขณะที่อาจดูไม่น่าสนใจบ้าง เพราะขาดสีประกอบที่ตัดกันอย่างชัดเจน



ภาพที่ 2.6 ภาพชุดสีร้อน (Warm Color Scheme)

#### ชุดสีเย็น (Cool Color Scheme)

ชุดสีเย็น ประกอบด้วย สีม่วง, สีน้ำเงิน, สีน้ำเงินอ่อน, สีฟ้า, สีน้ำเงินแกมเขียว, และสีเขียว ซึ่งเป็นสีตรงกันข้ามกับชุดสีร้อน ชุดสีเย็นให้ความรู้สึกเย็นสบาย องค์ประกอบที่ใช้สีเย็นเหล่านี้จะดูสุภาพเรียบร้อย และมีความชำนาญ แต่ในทางจิตวิทยาสีเย็นเหล่านี้กลับมีความสัมพันธ์กับความซึมเศร้าหดหู่ และเสียใจ นอกจากนี้ ชุดสีเย็นมีความกลมกลืนกันโดยธรรมชาติ แต่อาจดูไม่น่าสนใจบ้างในบางครั้ง เพราะขาดความแตกต่างของสีที่เด่น เช่นเดียวกับชุดสีร้อน



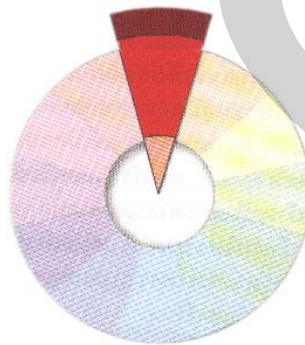
ภาพที่ 2.7 ภาพชุดสีเย็น (Cool Color Scheme)

จะเห็นว่า มีอีก 2 สี ที่ไม่อาจจำแนกออกเป็นสีเย็นหรือสีร้อน ได้อย่างแน่นอน ซึ่งก็คือสีเหลืองและสีเขียว เพราะสีทั้งสองสามารถให้ความรู้สึกได้ทั้งร้อนทั้งเย็น ตามแต่สถานการณ์และสีรอบข้าง

#### ชุดสีแบบสีเดียว (Monochromatic Color Scheme)

รูปแบบของชุดสีที่ง่ายที่สุดคือชุดสีแบบสีเดียว ที่มีค่าของสีบริสุทธิ์เพียงสีเดียว ความหลากหลายของสีชุดนี้เกิดจากการเพิ่มความเข้มหรือความอ่อนในระดับต่างๆ ให้กับสีตั้งต้น ดังนั้นชุดสีแบบสีเดียวอาจประกอบด้วยสีแดงล้วน, สีแดงอิฐ (สีเข้มของสีแดง), สีสตรอเบอร์รี่ (สีอ่อนปานกลางของสีแดง), และสีชมพู (สีอ่อนมากของสีแดง)

ชุดสีแบบนี้ค่อนข้างจะมีความกลมกลืนเป็นหนึ่งเดียวกันและมีประสิทธิภาพในการสร้างอารมณ์ โดยรวมด้วยการใช้สีเพียงสีเดียว แต่ในบางครั้งรูปแบบที่มีสีเดียวอาจดูไม่มีชีวิตชีวา เพราะขาดความหลากหลายของสี ซึ่งอาจทำให้ผู้อ่านขาดความสนใจ



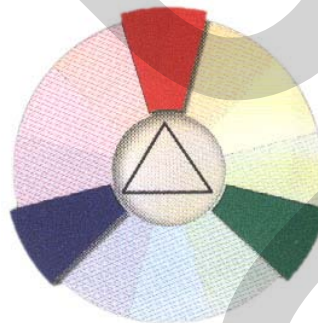
ภาพที่ 2.8 ภาพชุดสีแบบสีเดียว (Monochromatic Color Scheme)

### ชุดสีแบบสามเส้า (Triadic Color Scheme)

วิธีการที่ง่ายอีกแบบหนึ่งในการเลือกชุดสีมาใช้ก็คือ การนึกถึงสมเหลี่ยมด้านเท่าลอยอยู่เหนือวงล้อสี เลือกสีที่อยู่ตรงมุมของสามเหลี่ยม สีทั้งสามก็จะเป็นสีที่เข้าชุดกัน ชุดสีที่ได้จากการเลือกแบบนี้จึงเรียกว่า “ชุดสีแบบสามเส้า” ซึ่งประกอบด้วยสี สามสีที่มีระยะห่างเท่ากันในวงล้อสี จึงมีความเข้ากันอย่างลงตัว ชุดสีแบบสามเส้าที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดก็คือ ชุดที่ประกอบด้วยสี ขึ้นต้นทั้งสามนั่นเอง เนื่องจากการตัดกันรุนแรงของสีทั้งสาม ที่สร้างความสะดุดตาอย่างมาก ส่วนชุดสีที่ได้จากสีขึ้นที่สองและขึ้นที่สามนั้นยากต่อการนำมาใช้เพราะความแตกต่างของสีดังกล่าวยังไม่รุนแรงนัก



ชุดสีทั้ง 4 ชุดที่ได้จากการเลือกสีแบบสามเส้า



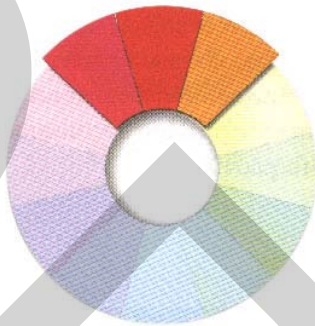
ภาพที่ 2.9 ภาพชุดสีแบบสามเส้า (Triadic Color Scheme)

ชุดสีแบบสามเส้ามีข้อได้เปรียบตรงที่มีเสถียรภาพสูงเพราะแต่ละสีมีความสมดุลอย่างสมบูรณ์แบบกับอีกสองสีที่เหลือ และรูปแบบนี้ยังมีลักษณะของความเคลื่อนไหว เนื่องจากแต่ละสีมีการชักนำไปสู่กันและตามกระบวนการธรรมชาติ ทำให้มีลักษณะเด่นในด้านความมีชีวิตชีวา ซึ่งเป็นประโยชน์ในการนำเสนอข้อมูลในรูปแบบที่ชัดเจน แน่นอน แต่บางครั้งความสดใสดังกล่าวอาจมีลักษณะที่ดูฉูดฉาดจนเกินไปจนไปรบกวนการสื่อความหมายที่แท้จริงได้



### ชุดสีที่คล้ายคลึงกัน (Analogous Color Scheme)

ชุดสีที่มีรูปแบบอย่างง่ายอีกแบบหนึ่ง ซึ่งจะประกอบด้วยสี 2 หรือ 3 สีที่อยู่ติดกันในวงล้อสี เช่นสีแดงแกมม่วง, สีแดง, และสีส้ม เนื่องจากชุดสีที่อยู่ในรูปแบบนี้มีจำนวนมากมายทำให้เราสามารถเพิ่มจำนวนสีในชุดให้มากขึ้นเป็น 4 หรือ 5 สีได้ แต่กลับจะมีผลให้ขอบเขตของสีมีความกว้างเกินไป ทำให้สีที่อยู่ตรงปลายทั้งสองชุดไม่มีความสัมพันธ์กัน เป็นสาเหตุให้ความคล้ายคลึงกันลดลง

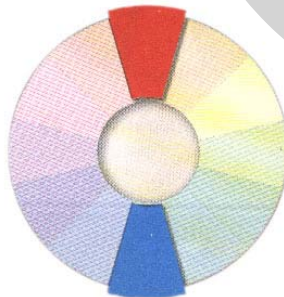


ภาพที่ 2.10 ภาพชุดสีที่คล้ายคลึงกัน (Analogous Color Scheme)

### ชุดสีตรงข้าม (Complementary Color Scheme)

สีตรงข้าม หมายถึง สีที่อยู่ตรงกันข้ามในวงล้อสี เช่น สีแดงกับสีฟ้า หรือ สีนํ้าเงินอ่อนกับสีส้ม เมื่อนำสีทั้งสองนี้มาผสมกันจะได้ผลลัพธ์เป็นสีขาวสำหรับวงล้อสีแบบบวก หรือได้เป็นสีดำในวงล้อสีแบบลบ เนื่องจากว่าสีทั้งคู่ที่อยู่ตรงกันข้ามนี้จะมีอัตราส่วนของสีขั้นต้นที่หักผันกันจากคุณสมบัตินี้จึงอาจเรียกสีคู่นี้ว่าเป็น “คู่สีเติมเต็ม” ได้

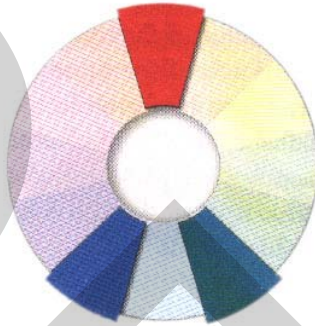
เมื่อนำสีทั้งสองมาใช้คู่กันก็จะทำให้สีทั้งสองมีความสว่างและสดใสมากขึ้น ซึ่งถือเป็นคู่สีที่มีความแตกต่างมากที่สุด และยังมีความเสถียรมากที่สุด ข้อได้เปรียบของสีในลักษณะนี้คือความสดใส ความสะอาด และบางครั้งดูน่าสนใจกว่าสีที่ใช้รูปแบบสามเส้า



ภาพที่ 2.11 ภาพชุดสีตรงข้าม (Complementary Color Scheme)

### ชุดสีตรงข้ามข้างเคียง (Split Complementary Color Scheme)

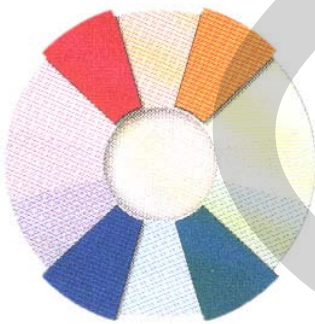
ชุดสีตรงข้ามข้างเคียง มีรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงมาจากชุดสีตรงข้าม แต่มีความแตกต่างกันที่สีใดสีหนึ่งที่อยู่ตรงข้ามกันถูกแทนที่ด้วยสีที่อยู่ด้านข้างทั้งสอง ข้อได้เปรียบของชุดสีแบบนี้คือความหลากหลายที่มากขึ้นเมื่อเทียบกับชุดสีตรงข้าม แต่ความหลากหลายที่เพิ่มขึ้นนี้ มีผลให้ความสดใสและความสะดุดตาลดลง รวมถึงความเข้ากันของสีก็ลดลงด้วย



ภาพที่ 2.12 ภาพชุดสีตรงข้ามข้างเคียง (Split Complementary Color Scheme)

### ชุดสีตรงข้ามข้างเคียงทั้ง 2 ด้าน (Double Split Complementary Color Scheme)

ชุดสีแบบนี้ถูกดัดแปลงมาจากชุดสีตรงข้ามเช่นกัน แต่ชุดสีแบบนี้สีตรงข้ามทั้งสองถูกแบ่งแยกเป็นสีด้านข้างทั้งสองด้าน จึงได้เป็นชุดสี 4 สี ข้อได้เปรียบที่เห็นได้ชัดคือความหลากหลายที่เพิ่มขึ้นจากชุดสีตรงข้ามแบบแบ่งแยก และข้อเสียเปรียบคือ ความสำเร็จและความกลมกลืนของสีลดลง



ภาพที่ 2.13 ภาพชุดสีตรงข้ามข้างเคียงทั้ง 2 ด้าน (Double Split Complementary Color Scheme)

นอกเหนือจากนี้ ยังมีรูปแบบอื่นที่เรียกว่า Alternate Complementary Color Scheme โดยมีสีที่ได้จากสามเหลี่ยมกับอีกสีหนึ่งที่อยู่ตรงข้ามกับสีใดสีหนึ่งในสามเหลี่ยม และแบบ

สุดท้าย ชุดสีสี่เหลี่ยม (Tetrad Color Scheme) ที่เกิดจากสี่สีที่อยู่ตรงกันข้ามภายใต้รูป สีเหลี่ยม วิธีนี้เป็นการใช้สีขั้นต้น 1 สี, สีขั้นที่สอง 1 สี และสีขั้นที่สาม 2 สี มาประกอบกัน



Alternate Complementary  
Color Scheme



Tetrad  
Color Scheme

ภาพที่ 2.14 ภาพชุดสีสี่เหลี่ยม (Tetrad Color Scheme)

### 2.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของมนุษย์

กิจกรรมทุกประเภทที่มนุษย์กระทำอาจเป็นสิ่งที่สังเกตได้หรือไม่ได้ก็ตาม เรียกว่า พฤติกรรม แบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ

**2.3.1 พฤติกรรมด้านความรู้ ความคิด (Cognitive Domain)** พฤติกรรมด้านนี้มีขั้นตอนของการพัฒนาความรู้ มีการใช้ความคิด การพัฒนาด้านสติปัญญา เป็นสิ่งที่เกี่ยวกับการรับรู้และแสดงพฤติกรรมทางความรู้ออกมา สรุปได้ว่าพฤติกรรมด้านนี้บอกให้ทราบว่า ใครรู้หรือไม่รู้มากน้อยเพียงใด จำแนกไว้ตามลำดับ 5 ขั้นตอน คือ

1. ความรู้ (Knowledge) ความสามารถในการที่ระลึกได้ถึงเรื่องราวต่าง ๆ ที่เคยประสบมาโดยที่เรื่องราวนั้นอาจได้มาจากที่ก็ได้
2. ความเข้าใจ (Comprehension) เป็นขั้นตอนต่อจากความรู้ เมื่อรู้ก็สามารถแปลความหรือคาดหมายได้ หรือขยายความนั้นตามแนวใหม่ ทักษะใหม่เพื่อให้กว้างไกลไปจากข้อเท็จจริง
3. การนำความรู้ไปใช้ (Application) การที่ผู้คนสามารถนำเอาความรู้ ความเข้าใจ ในเรื่องราวต่าง ๆ ที่ตนมีอยู่เดิมไปแก้ปัญหาที่แปลกใหม่ของเรื่องนั้น ๆ ได้
4. การวิเคราะห์ (Analysis) ความสามารถในการนำเอาหลักการ กฎเกณฑ์และวิธีการดำเนินการต่าง ๆ ของเรื่องที่มีประสบการณ์หรือรู้แล้ว ไปใช้แก้ปัญหาใหม่ได้
5. การประเมินผล (Evaluation) เป็นขั้นที่บุคคลสามารถตัดสินใจตีราคาโดยอาศัยเกณฑ์ (Criteria) และมาตรฐานที่วางไว้

**2.3.2 พฤติกรรมด้านทัศนคติ ค่านิยม ความรู้สึกชอบ (Affective Domain)** พฤติกรรมด้านนี้ หมายถึง ความรู้สึก ความชอบ ความสนใจ ค่านิยมต่าง ๆ การรับการเปลี่ยนค่านิยม เป็น

พฤติกรรมที่yakต่อการมองเห็นหรือเข้าใจ เพราะเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในจิตใจคน ซึ่งต้องใช้เครื่องมือพิเศษในการจัดพฤติกรรมด้านนี้ การเกิดพฤติกรรมด้านนี้แบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน

1. ขั้นการรับรู้หรือการให้ความสนใจ (Receiving or Attention)

- การตระหนัก (Awareness) เป็นพฤติกรรมขั้นแรกของ Affective Domain เป็นขั้นที่บุคคลได้ถูกคิดหรือการเกิดขึ้นในความรู้สึกว่ามีสิ่งหนึ่งเหตุการณ์หนึ่งเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นในสภาวะจิตใจ

- ความยินดีหรือเต็มใจรับรู้ (Willingness to receive) เป็นการพึงพอใจต่อสิ่งเร้ามากระตุ้นและให้ความสนใจต่อสิ่งเร้านั้น

- การเลือกรับหรือเลือกให้ความสนใจ (Controlled and Selected Attention) เป็นขั้นที่บุคคลนั้นจะเลือกรับหรือเลือกให้ความสนใจเฉพาะสิ่งที่เขาชอบหรือนำความพอใจมาให้

2. ขั้นการตอบสนอง (Responding) เป็นพฤติกรรมที่พัฒนาต่อจากขั้นรับรู้ กล่าวคือเมื่อเกิดการรับรู้แล้ว บุคคลนั้นเริ่มมีปฏิกิริยาตอบสนองสิ่งเร้า แยกเป็นกระบวนการย่อย ๆ จากระดับต่ำสุดของกระบวนการนี้

3. การยินยอมในการตอบสนอง (Acquiescence Responding) เป็นการกระทำเพราะการเชื่อฟังหรือคล้อยตามหรือทำตามคำแนะนำโดยมีความรู้สึกต่อต้านเล็กน้อย

- ความเต็มใจที่จะตอบสนอง (Willingness in Respond) เป็นการอาสาสมัครที่จะทำโดยมิได้เกิดจากความเกรงกลัวหรือเกรงใจ เป็นเพราะตั้งใจทำงานด้วยตัวเอง

- ความพอใจในการตอบสนอง (Satisfaction in Respond) เป็นการตอบสนองที่ประกอบด้วยอารมณ์ หรือความรู้สึกพึงพอใจ ยินดี สนุกสนาน

4. ขั้นการสร้างคุณค่าการเกิดค่านิยม (Valuing) เป็นขั้นที่บุคคลมองเห็นคุณค่าของวัตถุปรากฏการณ์ และพฤติกรรม ด้วยตัวเอง ซึ่งรวมถึงการเอากฎเกณฑ์ของสังคมมาเป็นเกณฑ์ตัดสินคุณค่าของสิ่งต่าง ๆ สิ่งบุคคลจะแสดงออกจะมีลักษณะคงเส้นคงวา ซึ่งเป็นคุณลักษณะของความเชื่อ หรือทัศนคติที่ความคุมพฤติกรรมของบุคคลหรือการตอบสนอง จะเป็นไปตามค่านิยมที่เขานับถือ ขั้นการเกิดคุณค่านี้แยกเป็น 3 ระดับคือ

- การยอมรับค่านิยม (Acceptance of a Value) เป็นการทำที่ทุกคนเห็นด้วยและยอมรับในความเชื่อ ทัศนคติ หรือค่านิยมด้วยการกระทำอย่างคงเส้นคงวา

- ความชอบในค่านิยม (Reference of Value) เป็นความรู้สึกที่แสดงถึงความนิยมในค่านิยมที่แสดงความต้องการ การยกย่องชมเชยในสิ่งที่เขายอมรับค่านิยมแล้ว

- การยึดมั่นในค่านิยม (Commitment) บุคคลจะแสดงออกอย่างชัดเจนว่าเขายึดถือค่านิยมสิ่งใด มีแรงจูงใจที่จะแสดงออกถึงการสนับสนุนช่วยเหลือทำด้วยความศรัทธาเชื่อมั่นตลอดจนปฏิเสธที่จะกระทำสิ่งที่ยึดแย้งกับการเชื่อมั่น

5. การจัดระบบคุณค่า (Organization) พฤติกรรมในขั้นนี้เป็นขั้นที่บุคคลมีค่านิยมหลายอย่าง บุคคลจึงต้องพิจารณาความสัมพันธ์ของค่านิยมเหล่านั้น โดยจัดลำดับความสำคัญของค่านิยมเป็นการจัดระบบของค่านิยม และการพัฒนาระบบไปที่ละน้อยจนอาจกลายเป็นค่านิยมใหม่ขึ้นมา ระดับของการจัดระบบแยกเป็น 2 ระดับคือ

- การสร้างแนวความคิดเกี่ยวกับค่านิยม (Conceptualization of a Value) จะเริ่มตั้งแต่การสร้างความสำเร็จในคุณค่าของสิ่งต่าง ๆ ด้วยการเข้ากลุ่มอภิปรายเปรียบเทียบ ซึ่งเป็นความพยายามที่มองเห็นความสัมพันธ์ของค่านิยมที่ยึดถืออยู่

- การจัดระบบค่านิยม (Organization of Value Systems) เป็นการสร้างแบบแผนหรือกฎเกณฑ์ตามสิ่งที่บุคคลจัดระบบขึ้น ซึ่งการจัดระบบค่านิยมนี้จะออกมาในลักษณะของการพัฒนาปรัชญาแห่งชีวิต หรือเกิดอุดมการณ์ทางความคิดของบุคคล

6. การแสดงลักษณะตามค่านิยมที่ยึดถือ (Characterization by a Value) พฤติกรรมในขั้นนี้เป็นการพัฒนาถึงขั้นของการประพฤติปฏิบัติของบุคคล ตามระบบค่านิยมที่เขายึดถือ มีการแสดงออกมาในรูปแบบที่คงเส้นคงวา และเป็นอัตโนมัติโดยมิได้มีอารมณ์เข้ามาเกี่ยวข้อง แบ่งเป็น 2 ระดับ คือ

- การวางทั่วไปหรือสรุปค่านิยม (Generalized Set) คือ การแสดงออกซึ่งความแน่นอนของความเชื่อ ทศนคติ และค่านิยมที่ตนมี

- แสดงลักษณะตามค่านิยม (Characterization) เป็นพฤติกรรมขั้นสูงสุดของพฤติกรรมด้าน Affective Domain ที่แสดงให้เห็นหรือสังเกตได้โดยบุคคลอื่น การแสดงลักษณะนี้ค่อนข้างจะถาวร ถือเป็นการสร้างลักษณะที่รวมเอาทุกสิ่งทุกอย่าง มาเป็นจุดใหญ่ที่สำคัญของลักษณะนิสัยสมบูรณ์ เช่น การมีปรัชญาชีวิต การมีเห็นผลเชิงจริยธรรม เป็นต้น

**2.3.3 พฤติกรรมด้านการปฏิบัติ (Psychomotor Domain)** เป็นพฤติกรรมขั้นสุดท้ายที่แสดงออกมา เป็นพฤติกรรมเกี่ยวกับการใช้ความสามารถที่แสดงออกทางร่างกาย ซึ่งรวมทั้งการปฏิบัติหรือพฤติกรรมที่แสดงออกและสังเกตได้ พฤติกรรมด้านนี้เมื่อแสดงออกมาสามารถประเมินผลได้ง่าย แต่กระบวนการที่จะก่อให้เกิดพฤติกรรมด้านนี้ ต้องอาศัยระยะเวลาการตัดสินใจหลายขั้นตอน

## 2.4 ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (The Uses and Gratifications Theory)

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ เป็นทฤษฎีที่เน้นแบบจำลองของกระบวนการรับสารของบุคคล มิได้กล่าวรวมถึงแบบจำลองการสื่อสารทั้งหมด โดยได้เน้นให้เห็นความสำคัญของผู้รับสารในฐานะเป็นผู้เลือกใช้สื่อประเภทต่าง ๆ และเลือกรับเนื้อหาที่ตอบสนองความต้องการของตนเอง แนวคิดเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อสนองความพึงพอใจของมนุษย์เป็นแนวคิดที่มีความเชื่อว่าผู้รับสารเป็นผู้กำหนดว่าตนต้องการอะไรจากสื่อใดและข่าวสารชนิดใดที่สนองความต้องการของตนได้ ผู้รับสารเป็นผู้ใช้สื่อและรับสารที่สามารถสนองความต้องการโดยอาศัยพื้นฐานความต้องการต่าง ๆ ของตนเป็นหลัก

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจนี้ เปลี่ยนความสนใจและความตั้งใจของผู้สร้างสารมาเป็นความต้องการของผู้ใช้สื่อ อันเป็นผลสืบเนื่องมาจากกระบวนการทางสังคมและจิตวิทยาของผู้ใช้ทฤษฎีนี้อธิบายว่า นอกจากความต้องการขั้นพื้นฐาน 5 อย่างที่มาสโลว์ (Maslow, 1954) กล่าวคือ ความต้องการด้านร่างกาย ความต้องการด้านความปลอดภัย ความต้องการความรัก ความต้องการความนับถือ และความต้องการความสำเร็จในชีวิต มนุษย์ยังมีความต้องการอีกอย่างหนึ่งคือ ความต้องการที่จะเรียนรู้ (Need for Cognition) ซึ่งเป็นความต้องการที่จะแสวงหาระเบียบและความเข้าใจสภาวะแวดล้อมตนเอง ความต้องการที่จะรู้เป็นแรงผลักดันที่มนุษย์เรียนรู้มาจากการอยู่ในสังคม การศึกษาแบบนี้เป็นการยอมรับว่ามนุษย์เราสนใจแสวงหาข่าวสารต่าง ๆ จากสื่อมวลชน ไม่ใช่ถูกยัดเยียดข่าวสารอย่างที่เคยคิดกัน และลักษณะที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งในทฤษฎีนี้ คือ เป็นการศึกษาที่มากกว่าสารที่มนุษย์ได้รับ ศึกษาว่าทำไมมนุษย์จึงมีพฤติกรรมการเปิดรับสารเช่นนี้มากกว่าที่จะศึกษาว่าสารนี้ก่อให้เกิดพฤติกรรมอย่างไร

อะไรคือความต้องการ หรือแรงจูงใจที่จะเปิดรับข่าวสาร และข่าวสารถูกนำไปใช้ประโยชน์อะไร จึงเป็นคำถามที่ผู้ใช้สื่อจะเป็นต้องตระหนักถึง อาจจะยกตัวอย่างเพื่ออธิบายให้เห็น เช่น ประชาชนแต่ละคนมีสถานะภาพเป็นผู้รับสาร ซึ่งมีความต้องการตามสภาพทางสังคมและจิตใจของตนเอง เช่น ต้องการเป็นคนเก่ง เป็นคนทันสมัย ต้องการเข้ากลุ่มต้องการสังคมที่ดี มีลักษณะเป็นพวกเดียวกันในกลุ่ม เพื่อให้เป็นที่ยอมรับของบุคคลอื่น ดังนั้นจึงมีความคาดหวังว่าสารและข้อมูลข่าวสารจากเว็บไซต์จะช่วยสนองความต้องการได้ จึงนำไปสู่การเลือกรับสื่อที่เป็นประเภท สื่ออินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ โดยเลือกเปิดรับเนื้อหาและข่าวสารที่จะช่วยให้ได้รับความพึงพอใจตามที่ต้องการได้ ในขณะที่เดียวกันผลของการบริโภคข่าวสารจากสื่อ ก็อาจจะมีผลอื่น ๆ ตามมานอกเหนือจากการเป็นผู้ที่ทันสมัย เช่น การปรับปรุงเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และ พฤติกรรมได้ เป็นต้น

เมื่อพิจารณาถึงความต้องการใช้สื่อของผู้รับสาร ในการศึกษาของนักวิชาการสื่อสารมวลชนของไทย ศิริชัย ศิริกายะ และกาญจนา แก้วเทพ (2531) ได้ศึกษาชุดตัวแปรความต้องการที่ผู้รับสารต้องการจากสื่อ ซึ่ง Maxwell และคณะสร้างไว้ ซึ่งได้ปรับปรุงใหม่ขึ้นให้สอดคล้องกับการใช้สื่อมวลชนโดยผู้รับสาร ดังนี้

#### 2.4.1 ความต้องการสารสนเทศ

- เพื่อทราบถึงเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับตนเอง สภาพปัจจุบันที่อยู่รอบตัว
- เพื่อเป็นเครื่องมือในการแสวงหาข้อแนะนำในการปฏิบัติหรือความคิดเห็นและการตัดสินใจ

- เพื่อสนองความอยากรู้อยากเห็น และสนองความสนใจ
- เพื่อการเรียนรู้ เป็นการศึกษาตนเอง
- เพื่อสร้างความรู้สึกรู้สึกที่มั่นคงโดยใช้ความรู้สึกรู้สึกที่ได้จากสื่อมวลชน

#### 2.4.2 ความต้องการสร้างความมีเอกลักษณ์ให้แก่บุคคล

- ให้แรงเสริมแก่ค่านิยมส่วนบุคคล
- ให้ตัวแบบทางพฤติกรรม
- แสดงออกร่วมกับค่านิยมของคนอื่น (ในสื่อมวลชน)
- มองทะลุลึกเข้าไปภายในตัวเอง

#### 2.4.3 ความต้องการรวมตัวและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

- มองทะลุเข้าไปในสภาพแวดล้อมของผู้อื่น
- แสดงออกร่วมกับผู้อื่น และเกิดความรู้สึกร่วมกันในลักษณะร่วมอยู่ในเหตุการณ์
- นำไปใช้สนทนา และปฏิสัมพันธ์ทางสังคม
- สร้างสายสัมพันธ์กับครอบครัว

#### 2.4.4 ต้องการความบันเทิง

- เพื่อหลบหนีหรือหลีกเลี่ยงจากปัญหาที่ไม่ต้องการต่างๆ
- เพื่อการผ่อนคลาย
- เพื่อให้ได้วัฒนธรรมที่เป็นของแท้ ได้ความสนุกสนาน
- เพื่อมีอะไรทำเป็นการใช้เวลาให้หมดไป
- เพื่อปลดปล่อยอารมณ์
- เพื่อเป็นการกระตุ้นทางเพศ

จากการศึกษาวิจัยของแม็คคอมบส์ และเบ็คเกอร์ (McCombs and Becker) ได้วัดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ โดยเน้นในเรื่องเหตุผลในการติดตามข่าวสาร ในมุมมองของผู้รับสาร

เนื่องจากคนเรามีเหตุผลในการเลือกใช้สื่อหรือเปิดรับสื่อแตกต่างกัน ซึ่งเป็นเรื่องเฉพาะบุคคล ได้ชี้ให้เห็นว่าบุคคลที่ใช้สื่อมวลชนเพื่อตอบสนองความต้องการ 6 ประการ คือ (McCombs and Beeder, 1979 : 51-52)

1. เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการติดตามความเคลื่อนไหวและสังเกตการณ์รอบตัว เพื่อให้รู้ว่าอะไรกำลังจะเกิดขึ้น เพื่อให้ทันเหตุการณ์ ทันสมัย และเรียนรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งสำคัญที่ควรระวัง
2. เพื่อต้องการช่วยในการตัดสินใจ (Discussion) เป็นการใช้ข่าวสารที่ได้จากสื่อมวลชนเพื่อการตัดสินใจในเรื่องเกี่ยวกับชีวิตประจำวัน ทำให้มีข้อมูลประกอบความคิดเห็นในการตัดสินใจเพื่อความอยู่รอดในระบบสังคมที่เป็นอยู่
3. เพื่อนำเอาไปใช้ในการสนทนา (Anticipated Communication)
4. เพื่อความมีส่วนร่วม (Participating) โดยการรับรู้เหตุการณ์ข่าวสารจากสื่อมวลชนทำให้รู้สึก ว่ามีส่วนร่วมอยู่ในเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น
5. เพื่อเสริมความคิดเห็น หรือสนับสนุนในสิ่งที่ทำไปแล้ว (Reinforcement) เป็นการนำเอาข้อมูลข่าวสารมาสนับสนุนการกระทำของตน
6. เพื่อความบันเทิง (Relaxing and Entertainment) เป็นการนำเอาข้อมูลมาใช้เพื่อผ่อนคลายอารมณ์ หรือเพื่อหาความเพลิดเพลิน

แม็คคอมบส์ และเบ็คเคอร์ ยังกล่าวโดยสรุปว่า “พฤติกรรมการรับข่าวสารความรู้จากสื่อมวลชนเพื่อให้เกิดผล ต้องอาศัยทฤษฎีการใช้ประโยชน์จากการรับข่าวสารที่จะเกิดตามมาเมื่อเกิดการยอมรับ กลุ่มเป้าหมายจะตัดสินใจเลือกรับข่าวสารจากสื่อประเภทต่าง ๆ ที่สนใจการใช้ประโยชน์จากสื่อชนิดนั้นทำให้เกิดประสิทธิภาพสูงขึ้น”

## 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จรินทร ธนาธิลปกุล (2545) ศึกษาเกี่ยวกับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อเว็บไซต์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ซึ่งศึกษาถึงพฤติกรรมการเปิดรับ เหตุผลในการใช้ ลักษณะการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจต่อเว็บไซต์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ตลอดจนศึกษาถึงปัญหาและข้อจำกัดในการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ของนักศึกษามหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์รวมถึงเพื่อทราบความต้องการของนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ซึ่งได้ผลการศึกษาคือ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีเหตุผลในการใช้เพื่อรับทราบข้อมูลข่าวสาร เหตุการณ์ ในระดับมาก กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ในการลงทะเบียน ตรวจสอบผลการลงทะเบียนเรียน แจ้งจบ



การศึกษา และตรวจสอบผลการศึกษาในระดับมาก กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าการรอข้อมูลนาน และการโหลดข้อมูลช้าเป็นปัญหาและอุปสรรคในการใช้เว็บไซต์มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์มากที่สุด กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการให้เว็บไซต์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ปรับปรุงข้อมูล (Update) ให้ทันสมัยเสมอ มากที่สุด จากการศึกษาครั้งนี้ได้เสนอแนะให้มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ปรับปรุงเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยเพื่อตอบสนองความต้องการของนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ โดยปรับปรุงข้อมูลให้มีความทันสมัยเสมอ (Update) เพิ่มขีดความสามารถของ Server ให้สามารถรองรับความต้องการในการเข้าใช้เว็บไซต์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ได้ ออกแบบ ตกแต่งให้สวยงามทันสมัย จัดหมวดหมู่ให้สามารถสืบค้นได้ง่าย ปรับปรุงรูปแบบให้มีบริการที่หลากหลาย เพิ่มเติมการเชื่อมโยง(Link)กับเว็บไซต์ที่น่าสนใจอื่นๆและปรับปรุงกระดานข่าวสารอิเล็กทรอนิกส์

อรพิน จิรวัดนศิริ (2541) ศึกษาเรื่อง “การใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาปริญญาโท ศึกษาเปรียบเทียบระหว่างมหาวิทยาลัยรัฐและเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร” จากกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยรัฐและเอกชน รวม 5 แห่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 250 คน พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยรัฐและเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ปัจจัยด้านคุณลักษณะประชากร พบว่าอายุ เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ต โดยผู้ที่มีอายุน้อยมีแนวโน้มในการใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตมากกว่าผู้ที่มีอายุมาก ไม่ว่าจะเป็นผู้ใช้เพื่อการศึกษาหรือการใช้ประโยชน์ด้านอื่นๆ

ปัจจัยภายนอกอื่นๆ ได้แก่ ความเป็นเจ้าของสื่อ และทักษะการใช้สื่อ ซึ่งผู้มีโอกาสเป็นเจ้าของสื่อ หมายถึง มีคอมพิวเตอร์ซึ่งติดตั้งอินเทอร์เน็ต และมีเลขที่ IP Address ใช้ส่วนตัว มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ต หมายถึง มีแนวโน้มจากการใช้ประโยชน์จากสื่อมาก ส่วนมากที่ไม่มีเป็น เจ้าของสื่อจะมีการใช้ประโยชน์จากสื่อน้อย ในขณะที่เดียวกัน ทักษะการใช้สื่อก็มีความสัมพันธ์จากการใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ต โดยที่ผู้มีความเชี่ยวชาญในการใช้สื่อมาก ก็จะมีแนวโน้มการใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตมากในขณะที่ผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในการใช้สื่อ น้อย ก็จะ ใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตน้อย

อย่างไรก็ตามพบประเด็นที่น่าสนใจคือปัจจัยทางด้านเพศซึ่งพบว่าไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตในภาพรวม แต่เมื่อแยกเปรียบเทียบการใช้ประโยชน์ออกเป็นการใช้ประโยชน์เพื่อการศึกษา และประโยชน์ในด้านอื่นๆ ปัจจัยด้านเพศจะมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์เพื่อการศึกษา แต่ไม่มีความสัมพันธ์ เมื่อเป็นการใช้ ประโยชน์ในด้านอื่นๆ ส่วนปัจจัยทางด้านรายได้ ซึ่งคาดว่าจะเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ต แต่

กลับพบว่าไม่มีผลต่อการใช้ประโยชน์แต่อย่างใด ทั้งนี้เพราะนักศึกษาปริญญาโทโดยส่วนใหญ่เน้นใช้ประโยชน์จากสื่ออินเทอร์เน็ตที่มหาวิทยาลัย

ส่วนปัญหาที่พบจากการใช้อินเทอร์เน็ต 5 ประเด็นแรกคือ การดาวน์โหลดข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตใช้เวลานาน ไม่พบข้อมูลที่ต้องการใช้ประโยชน์ ติดต่อแม่ข่ายอินเทอร์เน็ตไม่ได้ ไม่ถนัดใช้ภาษาต่างประเทศ และอัตราค่าบริการสูงเกินไป

อุษาพรรณ ศรีกุลประเสริฐ (2543) ศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต ประโยชน์และความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่ออินเทอร์เน็ตของ นักเรียนในระดับมัธยมศึกษา โรงเรียนนานาชาติใหม่แห่งประเทศไทย และ โรงเรียนเซนต์คาเบรียล พบว่า นักเรียนพึงพอใจอินเทอร์เน็ตเพราะอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่กว้างหลากหลาย ข้อมูลครบถ้วน มีความน่าเชื่อถือ ภาษาที่ใช้ชัดเจน เข้าใจง่าย สามารถ แลกเปลี่ยนข้อมูลกับเพื่อนๆ ได้อย่างกว้างขวาง และประหยัดเวลาในการหาข้อมูล โดยปัจจัยที่ไม่มีผลต่อความพึงพอใจคือ ความสามารถในการใช้คอมพิวเตอร์ และระยะเวลาในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจคือ ความสามารถในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งกลุ่มที่สามารถใช้สื่ออินเทอร์เน็ตได้บางบริการ กับกลุ่มที่สามารถใช้สื่ออินเทอร์เน็ตได้ทุกบริการมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน

## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “องค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ที่ปรากฏในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชน และทัศนคติของเว็บมาสเตอร์” ครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบ วิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากหน้า Homepage และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews) เป็นเครื่องมือในการศึกษา

#### 3.1 รายละเอียดของวิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ที่ปรากฏในหน้าแรกของเว็บไซต์มหาวิทยาลัย โดยผู้วิจัยมุ่งศึกษาองค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ของหน้าโฮมเพจหรือหน้าแรกของเว็บไซต์มหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชนรวมถึงศึกษาความแตกต่างขององค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ของเว็บไซต์มหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชน และผู้วิจัยได้ใช้การสัมภาษณ์ (Interviews) เป็นเครื่องมือศึกษาทัศนคติของเว็บมาสเตอร์เกี่ยวกับองค์ประกอบในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย โดยจะทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยผู้วิจัยเลือกศึกษาเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีนักศึกษามากที่สุด 3 อันดับแรก จากข้อมูลของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา จำนวนนิสิต/นักศึกษาทั้งหมด จำแนกตามประเภทของสถาบัน และระดับการศึกษา ปีการศึกษา 2547 ซึ่งได้มหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชนอย่างละ 3 สถาบัน รวม 6 สถาบันตามลำดับดังนี้ **มหาวิทยาลัยของรัฐ** ได้แก่ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มีนักศึกษาทั้งหมด 39,841 คน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มีนักศึกษาทั้งหมด 31,678 คน, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มีนักศึกษาทั้งหมด 30,086 คน, **มหาวิทยาลัยของเอกชน** ได้แก่ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มีนักศึกษาทั้งหมด 25,542 คน, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต มีนักศึกษาทั้งหมด 20,035 คน, และ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มีนักศึกษาทั้งหมด 19,956 คน (ดูรายละเอียดในภาคผนวก)

#### 3.2 แหล่งข้อมูล

3.2.1 แหล่งข้อมูลจากสื่อมวลชนได้แก่ Homepage ของเว็บไซต์มหาวิทยาลัย 6 สถาบัน ซึ่งแบ่งเป็นเว็บไซต์มหาวิทยาลัยรัฐ 3 สถาบัน และเว็บไซต์มหาวิทยาลัยเอกชน 3 สถาบัน ที่

ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา ทำการเก็บข้อมูลในวันที่ 3 ตุลาคม พ.ศ. 2547 ซึ่งมี URL ดังนี้

3.2.1.1 เว็บไซต์ของ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

<http://www.ku.ac.th>

3.2.1.2 เว็บไซต์ของ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

<http://www.tu.ac.th>

3.2.1.3 เว็บไซต์ของ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

<http://www.chula.ac.th>

3.2.1.4 เว็บไซต์ของ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

<http://www.bu.ac.th>

3.2.1.5 เว็บไซต์ของ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

<http://www.dpu.ac.th>

3.2.1.6 เว็บไซต์ของ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

<http://www.utcc.ac.th>

**3.2.2 แหล่งข้อมูลบุคคล** เป็นการเก็บข้อมูลด้วยวิธี สัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews) กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant ) ซึ่งได้แก่เว็บมาสเตอร์ของทั้ง 6 มหาวิทยาลัยข้างต้น

3.2.2.1 เว็บมาสเตอร์ของ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

คุณกรองแก้ว อามาตย์เสนา

3.2.2.2 เว็บมาสเตอร์ของ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

คุณประพนธ์ โพธิ์ทอง

3.2.2.3 เว็บมาสเตอร์ของ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

คุณวรรณวดี สุขเอม

3.2.2.4 เว็บมาสเตอร์ของ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

Chumpol.p

3.2.2.5 เว็บมาสเตอร์ของ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

คุณสิรินทิพย์ พุทธรักษา

3.2.2.6 เว็บมาสเตอร์ของ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ผศ.กนกพร ปิรมแปง

### 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.3.1 เก็บรวบรวมข้อมูลประเภทสื่อมัลติมีเดีย Log in เข้าไปใน Web site ของมหาวิทยาลัยที่เป็นเป้าหมายในการศึกษา เพื่อศึกษาถึง ข้อมูลรายละเอียดที่เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยทั้ง 6 มหาวิทยาลัยนั้น และศึกษาองค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ของหน้าโฮมเพจ (Home page) หลังจากนั้น บันทึกข้อมูล (Save) และพิมพ์ออกจากเครื่องพิมพ์ เพื่อมาใช้ในการศึกษาวิเคราะห์ต่อไป

1. Log in เข้าไปที่ [www.ku.ac.th](http://www.ku.ac.th) เว็บไซต์ของของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และบันทึกข้อมูล (Save) ครั้งที่ 1 ในวันที่ 5 เมษายน พ.ศ. 2547, ครั้งที่ 2 ในวันที่ 8 กรกฎาคม พ.ศ. 2547 และครั้งที่ 3 ในวันที่ 3 ตุลาคม พ.ศ. 2547

2. Log in เข้าไปที่ [www.tu.ac.th](http://www.tu.ac.th) เว็บไซต์ของของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และบันทึกข้อมูล (Save) ครั้งที่ 1 ในวันที่ 5 เมษายน พ.ศ. 2547, ครั้งที่ 2 ในวันที่ 8 กรกฎาคม พ.ศ. 2547 และครั้งที่ 3 ในวันที่ 3 ตุลาคม พ.ศ. 2547

3. Log in เข้าไปที่ [www.chula.ac.th](http://www.chula.ac.th) เว็บไซต์ของของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และบันทึกข้อมูล (Save) ครั้งที่ 1 ในวันที่ 5 เมษายน พ.ศ. 2547, ครั้งที่ 2 ในวันที่ 8 กรกฎาคม พ.ศ. 2547 และครั้งที่ 3 ในวันที่ 3 ตุลาคม พ.ศ. 2547

4. Log in เข้าไปที่ [www.bu.ac.th](http://www.bu.ac.th) เว็บไซต์ของของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ และบันทึกข้อมูล (Save) ครั้งที่ 1 ในวันที่ 7 เมษายน พ.ศ. 2547, ครั้งที่ 2 ในวันที่ 10 กรกฎาคม พ.ศ. 2547 และครั้งที่ 3 ในวันที่ 3 ตุลาคม พ.ศ. 2547

5. Log in เข้าไปที่ [www.dpu.ac.th](http://www.dpu.ac.th) เว็บไซต์ของของมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ และบันทึกข้อมูล (Save) ครั้งที่ 1 ในวันที่ 7 เมษายน พ.ศ. 2547, ครั้งที่ 2 ในวันที่ 9 กรกฎาคม พ.ศ. 2547 และครั้งที่ 3 ในวันที่ 5 ตุลาคม พ.ศ. 2547

6. Log in เข้าไปที่ [www.utcc.ac.th](http://www.utcc.ac.th) เว็บไซต์ของของมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย และบันทึกข้อมูล (Save) ครั้งที่ 1 ในวันที่ 5 เมษายน พ.ศ. 2547, ครั้งที่ 2 ในวันที่ 8 กรกฎาคม พ.ศ. 2547 และครั้งที่ 3 ในวันที่ 3 ตุลาคม พ.ศ. 2547

หลังจากการเก็บข้อมูลในช่วงแรก ช่วงกลางและช่วงท้าย ทั้ง 3 ครั้งในช่วงเดือน เมษายน พ.ศ. 2547 – ตุลาคม พ.ศ. 2547 แล้วทำการศึกษาวิเคราะห์เบื้องต้นพบว่าหน้าโฮมเพจของแต่ละมหาวิทยาลัย ทั้งสามช่วงนั้น ไม่ได้มีการเปลี่ยนแปลงในส่วนองค์ประกอบหลัก มีเพียงการเปลี่ยนแปลงในส่วนหัวข้อความและส่วนประกอบย่อยเพียงเล็กน้อยจึงเลือกข้อมูลในช่วงท้ายสุดมาวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ที่ปรากฏในหน้าเว็บไซต์ พิมพ์หน้าโฮมเพจของทั้ง 6 สถาบัน นำหน้า

เว็บไซต์ที่พิมพ์นั้นมาวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์, วิเคราะห์ความแตกต่างหน้าเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยของรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน

**3.3.2 เก็บรวบรวมข้อมูลประเภทบุคคล** ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews) กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) โดยผู้วิจัยติดต่อขอเข้าสัมภาษณ์เว็บมาสเตอร์ของทั้ง 6 มหาวิทยาลัยที่จะมาเป็นผู้ถูกสัมภาษณ์ ซึ่งผู้วิจัยได้เตรียมคำถามในการสัมภาษณ์, อุปกรณ์บันทึกเสียง, สมุดบันทึกเพื่อจดบันทึกข้อมูลเบื้องต้น

1. สัมภาษณ์ เว็บมาสเตอร์ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ คุณกรองแก้ว อามาตย์เสนา สัมภาษณ์ในวันที่ 3 พฤษภาคม พ.ศ.2548
2. สัมภาษณ์ เว็บมาสเตอร์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ คุณประพนธ์ โพธิ์ทอง สัมภาษณ์ในวันที่ 8 พฤษภาคม พ.ศ.2548
3. สัมภาษณ์ เว็บมาสเตอร์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย คุณวรรณวดี สุขอม สัมภาษณ์ในวันที่ 25 กรกฎาคม พ.ศ.2548
4. สัมภาษณ์ เว็บมาสเตอร์ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ คุณชุมพล สัมภาษณ์ในวันที่ 19 กรกฎาคม พ.ศ.2548
5. สัมภาษณ์เชิงลึก เว็บมาสเตอร์ของมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ผศ.กนกพร ปิมแปง สัมภาษณ์ในวันที่ 29 สิงหาคม พ.ศ.2548
6. สัมภาษณ์ เว็บมาสเตอร์ของมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย คุณสิรินทิพย์ พุทธิรักษา สัมภาษณ์ในวันที่ 2 สิงหาคม พ.ศ.2548

หลังจากสัมภาษณ์เว็บมาสเตอร์ของทั้ง 6 สถาบันเป็นที่เรียบร้อยแล้ว นำอุปกรณ์บันทึกเสียงมาถอดข้อความการสัมภาษณ์ บันทึกข้อความทั้งหมด นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ทัศนคติของเว็บมาสเตอร์เกี่ยวกับองค์ประกอบของหน้าเว็บไซต์

#### 3.4 ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ เก็บข้อมูลจากเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย 6 เว็บไซต์ เพื่อศึกษาองค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ที่ปรากฏในหน้าโฮมเพจของเว็บไซต์ทั้ง 6 เว็บไซต์ ในช่วงเดือนเมษายน – ตุลาคม พ.ศ. 2547 ดังนั้นผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลในเดือนเมษายน, กรกฎาคม และเดือนตุลาคม พ.ศ. 2547 เพื่อศึกษาการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงของแต่ละเว็บไซต์ แล้วเลือกช่วงใดช่วงหนึ่งมาวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ของหน้าโฮมเพจแต่ละมหาวิทยาลัย และสัมภาษณ์เว็บมาสเตอร์ในช่วงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ.2547 – ตุลาคม พ.ศ. 2548

### 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาในเชิงคุณภาพ ใช้ทฤษฎีเกี่ยวกับองค์ประกอบเว็บไซต์ และแนวคิดเรื่องสัญวิทยา ในการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ที่ปรากฏในหน้าโฮมเพจ ของเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชน และที่ชนะของเว็บมาสเตอร์

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “องค์ประกอบเชิงสัญญาที่ปรากฏในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชน และทักษะของเว็บมาสเตอร์” เป็นการศึกษา ศึกษาองค์ประกอบเชิงสัญญาที่ปรากฏในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชน, ศึกษาความแตกต่างขององค์ประกอบเชิงสัญญาของเว็บไซต์มหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชน และศึกษาถึงทักษะของเว็บมาสเตอร์ เกี่ยวกับองค์ประกอบเชิงสัญญาที่ปรากฏในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย ซึ่งเป็นมหาวิทยาลัยของรัฐ 3 สถาบัน ได้แก่ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (<http://www.ku.ac.th>), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (<http://www.tu.ac.th>), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (<http://www.chula.ac.th>) และมหาวิทยาลัยของเอกชน 3 สถาบัน ได้แก่ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ (<http://www.bu.ac.th>), มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต (<http://www.dpu.ac.th>) และ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย (<http://www.utcc.ac.th>)

ผลจากการศึกษาวิเคราะห์เว็บไซต์มหาวิทยาลัยทั้ง 6 สถาบันดังกล่าว ผู้วิจัยขอเสนอผลการ วิจัยเรื่อง “องค์ประกอบเชิงสัญญาที่ปรากฏในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชน และทักษะของเว็บมาสเตอร์” โดยแบ่งการรายงานผลการวิจัยออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 องค์ประกอบเชิงสัญญาที่ปรากฏในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยของรัฐและทักษะของเว็บมาสเตอร์

ส่วนที่ 2 องค์ประกอบเชิงสัญญาที่ปรากฏในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยของเอกชนและทักษะของเว็บมาสเตอร์

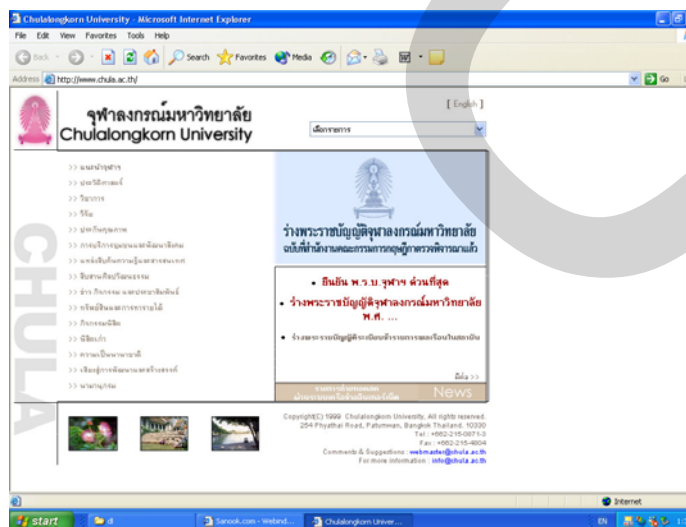
ส่วนที่ 3 ความแตกต่างขององค์ประกอบเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชน



ส่วนที่ 1 องค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ที่ปรากฏในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยของรัฐและทัศนะของเว็บ  
 มาสเตอร์



ภาพที่ 4.1 เว็บไซต์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

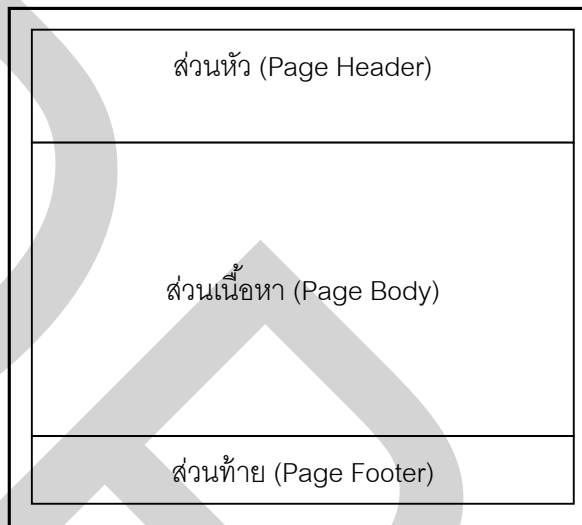


ภาพที่ 4.2 เว็บไซต์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาพที่ 4.3 เว็บไซต์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

องค์ประกอบเชิงสัญญาของหน้าเว็บไซต์ที่ปรากฏในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยของรัฐ และเอกชน ในศึกษาวิจัยนี้จะแบ่งหน้าเว็บไซต์ออกเป็นส่วนๆ ตามทฤษฎีเกี่ยวกับองค์ประกอบเว็บไซต์ คือแบ่งหน้าเว็บไซต์ออกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนหัว (Page Header), ส่วนเนื้อหา (Page Body) และ ส่วนท้าย (Page Footer)



ภาพที่ 4.4 โครงสร้างหน้าเว็บไซต์

**Page Header** เว็บไซต์มหาวิทยาลัยของรัฐ



ภาพที่ 4.5 ภาพส่วนหัว (Page Header) ของ เว็บไซต์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์



ภาพที่ 4.6 ภาพส่วนหัว (Page Header) ของ เว็บไซต์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาพที่ 4.7 ภาพส่วนหัว (Page Header) ของ เว็บไซต์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

องค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ที่ปรากฏในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยรัฐ ในส่วนหัวของหน้า  
ตารางที่ 4.1 องค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ที่ปรากฏในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยรัฐ ในส่วนหัวของหน้า



ตารางที่ 4.1 (ต่อ)



4.1 องค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ที่ปรากฏในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยรัฐ ในส่วนหัวของหน้า (Page Header) มีรายละเอียดดังนี้

#### 4.1.1 เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

การออกแบบ เว็บไซต์เป็นแบบแนวดิ่ง สามารถเลื่อนขึ้น-ลงได้

สัญลักษณ์ ตราสัญลักษณ์ ของมหาวิทยาลัย อยู่ในตำแหน่งมุมขวาสุดด้านบน รูปพระพิรุณทรงนาคกำลังพ่นน้ำล้อมรอบเป็นวงกลมด้วยกลีบบัวคว่ำและกลีบบัวหงายสีเหลืองทอง วงรอบนอกเป็นแถบวงกลมสีเขียว มีตัวอักษรสีเหลืองทองคำว่า “มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์” อยู่ในส่วนโค้งด้านบน และคำว่า “พ.ศ.๒๕๕๖” อยู่ในแถบโค้งด้านล่าง

ความหมายโดยอรรถ -- เป็นตราสัญลักษณ์ของมหาวิทยาลัย

ความหมายโดยนัย -- พระพิรุณทรงนาคเป็นสัญลักษณ์ที่สื่อถึงน้ำ, ความอุดมสมบูรณ์, ความเจริญงอกงามและยังแสดงถึงความขลัง ความศักดิ์สิทธิ์ความน่าเคารพเลื่อมใส เพราะพระพิรุณเป็นเทพที่เคารพของคนไทยพญานาคเป็นสัตว์ที่คนไทยเชื่อว่ามีวิเศษและมีความอัศจรรย์น่าเลื่อมใส บูชา และ สืบทอง สื่อถึงความยิ่งใหญ่, ความสูงค่าและเพิ่มความน่าเคารพบูชาให้กับตราสัญลักษณ์ของสถาบัน ส่วนสีเขียว สื่อถึงความเขียวขจีอุดมสมบูรณ์ของต้นไม้ การเกษตรกรรม และสื่อถึงความเป็นเกษตรศาสตร์

ชื่อสถาบัน อยู่ในตำแหน่งด้านซ้ายบนมี 2 บรรทัด บรรทัดบนเป็นอักษรประดิษฐ์สีเขียวคำว่า “มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์” ซึ่งมีขนาดใหญ่ที่สุดในหน้าเว็บไซต์ บรรทัดล่างเป็นอักษรประดิษฐ์ภาษาอังกฤษสีเขียวเข้ม คำว่า “Kasetsart University”

ความหมายโดยอรรถ -- เป็นชื่อของมหาวิทยาลัย

ความหมายโดยนัย -- อักษรประดิษฐ์ภาษาไทยตัวใหญ่ เป็นองค์ประกอบที่มีพื้นที่มากที่สุดที่สุดในหน้าเว็บไซต์นี้ สื่อถึงการเน้นส่วนนี้เป็นจุดเด่นขององค์ประกอบ เน้นความเป็นมหาวิทยาลัยของไทยมากกว่าความเป็นนานาชาติ และตัวอักษรภาษาอังกฤษที่อยู่ในบรรทัดล่างที่มีขนาดเล็กไม่ใหญ่นักนั้น สื่อถึงการไม่เน้นความเป็นนานาชาติแต่ก็ได้เป็นเพียงมหาวิทยาลัยเฉพาะคนไทยเท่านั้น สีเขียวของตัวอักษรสื่อถึงความเป็นเกษตรศาสตร์

การเลือกใช้โทนสี สีหลักที่ใช้คือสีเขียว

ความหมายโดยอรรถ เป็นสีประจำมหาวิทยาลัย

ความหมายโดยนัย สื่อถึงความเขียวขจีอุดมสมบูรณ์ของต้นไม้ การเกษตรกรรม และสื่อถึงความเป็นเกษตรศาสตร์

Channel & Service Links (1) มุมซ้ายบนสุดเป็น Service Link แบบปุ่มกด ที่เชื่อมโยงไปยังหน้า KU Webmail (2) ถัดลงมาเป็น ปุ่มกดที่มีอักษรว่า “English” เพื่อเชื่อมโยงไปยังหน้า

เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยในแบบภาษาอังกฤษ (3) ถัดลงมาอีกเป็นแถบตัวอักษรสองแถว แถวแรกเป็นปุ่มกดที่มีตัวอักษรธรรมบาลีคำ เป็นอักษรขนาดเล็ก บนพื้นสีขาว เป็นชื่อวิทยาเขตต่างๆ ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ในแต่ละปุ่มก็เชื่อมโยงไปยังหน้าเว็บไซต์ของแต่ละวิทยาเขตดังนี้ คือ วิทยาเขตกำแพงแสน, วิทยาเขตศรีราชา, วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จ.สกลนคร, วิทยาเขตสุพรรณบุรี, วิทยาเขตลพบุรี, และ วิทยาเขตกระบี่ (4) ส่วนแถวล่างสุดเป็นปุ่มกดที่เป็นแถบสีเขียวไล่โทนสี มีตัวอักษรประดิษฐ์สีขาว ตัวอักษรใหญ่กว่าแถวแรกและเป็นตัวเอียง เป็นปุ่มกดที่เชื่อมโยงไปยัง สารอธิการบดี, ข่าวปัจจุบัน-ประกาศ, และ แนะนำงานวิจัย

*ความหมายโดยอรรถ* เป็นองค์ประกอบที่ใช้เชื่อมโยงไปยังส่วนต่างๆ ในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย

*ความหมายโดยนัย* (1) สื่อถึงการก้าวทันเทคโนโลยีของสถาบัน มีระบบคอมพิวเตอร์ของสถาบันที่คอยดูแลและรองรับอีเมลล์ของนักศึกษาและบุคลากร (2) สื่อถึงความเป็นสากลไม่ได้เป็นมหาวิทยาลัยที่มีให้เฉพาะคนไทยได้เข้ามาศึกษาหาข้อมูลแต่ยังรองรับสำหรับนักเรียน นักศึกษาต่างชาติด้วย (3) สื่อถึงความกว้างขวางของมหาวิทยาลัยที่มีหลายวิทยาเขตทั่วประเทศ

#### 4.1.2 เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

*การออกแบบ* เว็บไซต์เป็นแบบแนวตั้ง สามารถเลื่อนขึ้น-ลงได้

*สัญลักษณ์* ตราสัญลักษณ์ อยู่ในตำแหน่งมุมขวาสุดด้านบน ลักษณะเป็นรูปพานรัฐธรรมนูญ สีเหลือง-แดง ล้อมรอบด้วยธรรมจักรสีเหลือง-แดง และล้อมรอบด้วยแถบวงกลมสีเหลืองอีกชั้นหนึ่ง มีตัวอักษรสีแดง คำว่า “มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์” ที่แถบโค้งด้านบน และคำว่า “Thammasat University” ที่แถบโค้งด้านล่าง มีเส้นวงกลมสีแดงล้อมรอบอีกชั้นหนึ่ง ตราสัญลักษณ์นี้อยู่บนแถบพื้นสีแดงสด และแถบเส้นสีเหลืองที่อยู่บนพื้นสีแดงเข้ม

*ความหมายโดยอรรถ* เป็นตราสัญลักษณ์ของมหาวิทยาลัย

*ความหมายโดยนัย* ตราธรรมจักร สื่อถึงว่า สถาบันแห่งนี้ยึดถือคตินิยมของพุทธศาสนา เป็นหลักกลม่อเมตตาบ้นจิต พานรัฐธรรมนูญ สื่อถึงการยึดมั่นเชิดชูรัฐธรรมนูญ เป็นหลักการที่ยึดถือและประพฤติปฏิบัติ

*ชื่อสถาบัน* ทางด้านซ้ายติดกับตราสัญลักษณ์ บนแถบสีแดงสดบรรทัดแรกเป็นชื่อสถาบัน ตัวอักษรประดิษฐ์สีขาว ขนาดเล็กกว่าตัวอักษรภาษาอังกฤษ ข้อความว่า “มหาวิทยาลัย-ธรรมศาสตร์” บรรทัดล่างเป็นอักษรสีขาว ข้อความว่า “THAMMASAT UNIVERSITY” คือชื่อสถาบันภาษาอังกฤษ คำว่า THAMMASAT อักษรตัวหนากว่าคำว่า UNIVERSITY ได้แถบสีแดงนี้เป็นแถบเส้นสีเหลืองที่สั้นกว่าแถบพื้นสีแดง

*ความหมายโดยอรรถ* เป็นชื่อของมหาวิทยาลัย

*ความหมายโดยนัย* อักษรประดิษฐ์ภาษาไทยตัวเล็กกว่าอักษรภาษาอังกฤษ คำว่า THAMMASAT อักษรตัวหนากว่าคำว่า UNIVERSITY สื่อถึงการเน้นความเป็นนานาชาติ ความหนาของตัวอักษร สื่อถึงความหนักแน่นมั่นคง

*การเลือกใช้โทนสี* สีหลักที่ใช้คือสีเหลือง-สีแดง ซึ่งเป็นสีประจำมหาวิทยาลัย มีพื้นเป็นสีแดงเข้ม องค์ประกอบส่วนอื่นๆ เป็นสีเหลือง และสีแดงสด

*ความหมายโดยอรรถ* เป็นสีประจำมหาวิทยาลัย

*ความหมายโดยนัย* สีเหลือง สื่อถึง ธรรมะ ความเป็นธรรม สีแดง สื่อถึง ความเข้มแข็ง โดดเด่น และทั้งสองสีนี้สื่อถึงความเป็นธรรมศาสตร์

*Channel & Service Links* (1) แบบปุ่มกด เป็นแถบสีเหลืองเข้มขนาดเล็ก มีอักษรสีดำ คำว่า “select version“ และอักษรสีขาวคำว่า “ไทย /ENG” สำหรับเชื่อมโยงไปยังหน้าเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยในแบบภาษาอังกฤษ (2) ถัดลงมาเป็นแถวตัวอักษรสีขาวบนพื้นสีแดงเข้มที่เป็นสีพื้นของหน้าเว็บไซต์ คั่นด้วยเส้นตั้งสีแดงสดสูงเท่ากับตัวอักษร เป็น Channel & Service Links แบบปุ่มกดที่เชื่อมโยงไปยัง รู้จักกันก่อน, วิชาการ/วิจัย, บริการ, นักศึกษา, และ พิเศษสุด

*ความหมายโดยอรรถ* เป็นองค์ประกอบที่ใช้เชื่อมโยงไปยังส่วนต่างๆ ในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย

*ความหมายโดยนัย* (1) สื่อถึงความเป็นสากลไม่ได้เป็นมหาวิทยาลัยที่มีให้เฉพาะคนไทยได้เข้ามาศึกษาหาข้อมูลแต่ยังรองรับสำหรับนักเรียน นักศึกษาต่างชาติด้วย

#### 4.1.3 เว็บไซต์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

*การออกแบบ* เว็บไซต์เป็นแบบแนวนอน ขนาดพอดีหน้าจอไม่สามารถเลื่อนขึ้น-ลงได้ สัญลักษณ์ ตราสัญลักษณ์ อยู่ในตำแหน่งมุมขวาสุดด้านบน ลักษณะเป็นรูปพระเกี้ยว สีชมพู

*ความหมายโดยอรรถ* เป็นตราสัญลักษณ์ของมหาวิทยาลัย

*ความหมายโดยนัย* พระเกี้ยว เป็นสิริภรณ์ประดับพระเศียรของพระราชโอรสและพระราชธิดาของพระมหากษัตริย์ สื่อถึงความสูงค่า ความยิ่งใหญ่ ความน่าเชื่อถือ สื่อถึงความเก่าแก่ของสถาบัน เนื่องจากเป็นตราสัญลักษณ์ที่ได้รับพระราชทานจากรัชกาลที่ 5 และสื่อถึงความเป็นจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย คือคำว่า จุฬาลงกรณ์ แปลว่า เครื่องประดับศีรษะหรือจตุรมงกุฏ ส่วนสีชมพูของพระเกี้ยว สื่อถึงความเป็น จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

*ชื่อสถาบัน* ทางด้านซ้ายติดกับตราสัญลักษณ์ เป็นชื่อสถาบันตัวอักษรธรรมดาดำบนพื้นขาว ข้อความว่า “จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย” บรรทัดล่างมีข้อความว่า “Chulalongkorn University” ชื่อสถาบันภาษาอังกฤษ ขนาดของตัวอักษรไม่แตกต่างกันมาก



*ความหมายโดยอรรถ* เป็นชื่อของมหาวิทยาลัย

*ความหมายโดยนัย* อักษรลีคำธรรมดา ตัวอักษรทั้งไทยและอังกฤษขนาดเท่าๆกัน สื่อถึงความเก่าแก่ มีมายาวนาน มีระเบียบ

การเลือกใช้โทนสี สีหลักที่ใช้คือสีชมพู ซึ่งเป็นสีประจำมหาวิทยาลัย ถึงแม้จะมีสีชมพูเพียงจุดเดียวคือที่ตราสัญลักษณ์แต่ในพื้นที่ส่วนอื่นๆเป็นองค์ประกอบย่อยที่มีการเปลี่ยนแปลง แต่ในส่วนของตราสัญลักษณ์นี้เป็นองค์ประกอบหลัก และพื้นที่โดยรวมใช้สีขาว อักษรใช้สีเทา และคำ จุดเด่นที่สุดของหน้าเว็บไซต์นี้จึงอยู่ที่ตราสัญลักษณ์

*ความหมายโดยอรรถ* เป็นสีประจำมหาวิทยาลัย

*ความหมายโดยนัย* สีชมพู สื่อถึง รัชกาลที่ 5 ซึ่งสีชมพูเป็นสีประจำวันเกิดของรัชกาลที่ 5 ผู้ก่อตั้งมหาวิทยาลัย, สื่อถึงความเป็นจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Channel & Service Links (1)แบบปุ่มกด มีอักษรลีคำ คำว่า “English“ สำหรับเชื่อมโยงไปยังหน้าเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยในแบบภาษาอังกฤษ (2) ถัดลงมาเป็น Channel & Service Links แบบปุ่มเลือกรายการ

*ความหมายโดยอรรถ* เป็นองค์ประกอบที่ใช้เชื่อมโยงไปยังส่วนต่างๆ ในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย

*ความหมายโดยนัย* (1) สื่อถึงความเป็นสากลไม่ได้เป็นมหาวิทยาลัยที่มีให้เฉพาะคนไทยได้เข้ามาศึกษาหาข้อมูลแต่ยังรองรับสำหรับนักเรียน นักศึกษาต่างชาติด้วย

ในส่วนหัวของหน้า (Page Header) ของเว็บไซต์มหาวิทยาลัยของรัฐทั้ง 3 สถาบัน ประกอบด้วย ชื่อสถาบันภาษาไทย และภาษาอังกฤษ มีทั้งเป็นตัวอักษรประดิษฐ์และตัวอักษรธรรมดา สีหลักที่ใช้ล้วนแต่เลือกใช้สีประจำสถาบันเป็นหลัก ตราสัญลักษณ์ของมหาวิทยาลัยรัฐมีปรากฏเป็นองค์ประกอบอยู่ในส่วนมุมขวาบนของหน้าเว็บไซต์ จัดวางอยู่ใกล้กับชื่อสถาบันทั้งไทยและอังกฤษ ในส่วนนี้ไม่มีต้นไม้ประจำสถาบันหรืออาคารของสถาบันปรากฏอยู่ ส่วน Channels และ Service Links ที่เชื่อมโยงไปสู่ส่วนหลักๆ ของเว็บไซต์มีหลายรูปแบบด้วยกันคือ มีทั้งแบบปุ่มกด แบบแถบตัวอักษร และแบบเลือกรายการ และทั้งสามมหาวิทยาลัยของรัฐนั้นมี Service Links ที่เชื่อมโยงไปยังหน้าเว็บไซต์ภาษาอังกฤษ โทนที่ใช้ก็เป็นสีประจำมหาวิทยาลัย

Page Body เว็บไซต์มหาวิทยาลัยของรัฐ



ภาพที่ 4.8 ภาพส่วนเนื้อหา (Page Body) ของ เว็บไซต์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์




ภาพที่ 4.9 ภาพส่วนเนื้อหา (Page Body) ของ เว็บไซต์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

# ๗๐ ปี

๒๕๕๗/๒๐๐๘

ธรรมศาสตร์ **Thammasat**  
all set for a big anniversary celebration!



๗๐ ปี  
ธรรมศาสตร์

๒๕๕๗/๒๐๐๘

มธ. ขอเชิญชวนแม่ทัพ  
ปีติภรณ์เฉลิมฉลอง  
ธรรมศาสตร์ ๗๐ ปี



มธ. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
และบริวารกำลังเสนอเพื่อ  
เพิ่มประสิทธิภาพของ  
สำนักงาน ก.พ.

สภามหาวิทยาลัย มธ. เชิญชวน  
ร่วมกิจกรรมการ สรรหา  
อธิการบดีคนใหม่

ข่าวสาร	ประชาสัมพันธ์	ข่าวสาร
<p><b>ข่าวประชาสัมพันธ์</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>มธ. ขอเชิญ ร่วมทำบุญสมทบองค์ฐน พระราชมารดา ปี๕๗ ณ วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม สืบปาง. ๑๒ พ.ย.</li> <li>มธ. เพิ่มเบอร์ Modem ๒๕๐ คู่สาย เพื่อให้บริการ Internet เริ่ม ๑ ต.ค.</li> <li>มธ. เพิ่มความเร็วการให้บริการอินเทอร์เน็ต จากเดิม ๖ Mbps เป็น ๑๖ Mbps เริ่ม ๑ ต.ค.</li> <li>มธ. มีมติเห็นชอบให้ปรับบัญชีเงินเดือนพนักงาน เริ่ม ต.ค.</li> <li>มธ. ขอเชิญร่วมงานรำลึก ๒๕ ปี ๖ ตุลา</li> <li>มธ. แต่งตั้ง ศ.ดร.สุรพล ชาติไกรเจริญ ดำรงตำแหน่งอธิการบดี. ตั้งแต่ ๑ ต.ค.</li> <li>มธ. แต่งตั้ง ศศ.พรพิชญ์ ตระกูลวรานนท์ ดำรงตำแหน่ง คณบดีคณะสังคมวิทยา. ตั้งแต่ ๑ ต.ค. ๕๗</li> <li>คณะกรรมการ มธ. ได้รับรางวัล สภาวิจัยแห่งชาติ เป็นปีที่สองติดต่อกัน</li> <li>ขอเชิญข่าว มธ. ร่วมแสดงบนเวทีงานป๊อปปี้เพื่อมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ที่ศูนย์รังสิต</li> <li>ขอเชิญข่าว มธ. แสดงความคิดเห็น 'การประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปี๕๗'</li> </ul> <p><b>ปชช. หน่วยงาน</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>โครงการ Healthy Campus ชุดกิจกรรมต่อเนื่อง ผลักดัน มธ. ให้เป็นวิทยาเขตสุขภาพ</li> <li>คณะพยาบาล มธ. จัดแข่งขันไม่วิ่งการศัลยกรรม. ๓๑ ต.ค. ๕๗</li> <li>สำนักงานสภามธ. เปิดบริการ On line ขึ้นหนังสือด้วยตนเองได้</li> </ul> <p><b>รับสมัครงาน</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>[เข้าร่วมสมัครงาน มธ. ...]</li> <li>[รับสมัครงานนอก มธ. ...]</li> </ul> <p><b>ประกวดราคา</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>[ข่าวประกวดราคา มธ. ...]</li> </ul> <p><b>หน่วยงานนอก มธ.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>โครงการบ้าน ๕๐๘. เพื่อลดภาระหนี้สมาชิก กทช. รุ่นที่ ๒. ถึง ๓๐ ก.ย.</li> <li>สมาคมศึกษานิเทศศาสตร์ มธ. ขอเชิญเสนอชื่อเพื่อคัดเลือกเป็นศึกษานิเทศก์ ศักดิ์. ถึง ๑ พ.ย.</li> <li>สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์ (สวทช.) รับสมัครศึกษานิเทศศาสตร์ ร่วมกิจกรรม ด้านวิทยาศาสตร์. ถึง ๑๕ ต.ค.</li> </ul> <p><b>นักศึกษา</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>NONA Club (ในเครือข่าย) กิจกรรม กลุ่ม นศ. เพื่อการรวมรุ่นคิดค้น สิ่งใหม่</li> <li>สถาบันภาษา มธ. จัดทดสอบความรู้ ภาษาอังกฤษ (TU-GET)</li> </ul> <p><b>หน่วยงานศึกษา ทุนวิจัย</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>กองทุนสร้างพระ ๖๐ ปี มธ. จัดสรรทุน ทำวิทยานิพนธ์ ภายพระ นศ ป.โท</li> <li>[ข่าวทุนต่างๆ จากภายนอก มธ. ...]</li> </ul>	<p><b>ประชาสัมพันธ์</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ประกาศมติที่ประชุม ผู้สืบทอดวัดความรุ่ง ครั้งที่ 2/2547 สมัยสอง มธ. สมุหวิจิตร</li> <li>สถาบันภาษา มธ. ประกาศผลโตแคค EL KO ภาค ๒/๕๗</li> </ul> <p><b>ประชุม/กิจกรรม</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ศูนย์อินเตอร์ มธ. จัดสัมมนา 'ยุคใหม่แห่งดิจิทัลภาพ ระหว่างไทยและอินเดีย'. ๑ ต.ค.</li> <li>คณะศิลป มธ. ขอเชิญสิ่งทอร่วมเข้าร่วมสัมมนา 'Innovations in English Language Teaching'. ถึง ๓๑ ต.ค.</li> <li>คณะวิชาว มธ. ขอเชิญสิ่งทอเข้าร่วมสัมมนา 'วิชาการ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ครั้งที่ ๕'. ถึง ๑๕ พ.ย.</li> <li>คณะพยาบาล มธ. จัดประชุมวิชาการ 'นวัตกรรมเพื่อสุขภาพ: องค์ความรู้สู่ผู้ปฏิบัติงาน'. ๒๐-๒๒ ต.ค.</li> </ul> <p><b>กิจกรรม</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>คณะศิลป มธ. จัดอบรมภาษาอังกฤษ. เป็นวิทยากร สำหรับบุคลากรทั่วไป วันที่ ๕/๕๗</li> <li>สถาบันภาษา มธ. จัดอบรม 'การใช้อ้างอิงระบบ APA ภาษาอังกฤษ'. ๕ ต.ค.</li> <li>วิทยาลัยวิศวกรรม มธ. จัดอบรมสำหรับบุคลากรทั่วไป ๓ หลักสูตร. เริ่มตั้งแต่ถึง ๕ ต.ค.</li> <li>คณะพยาบาล มธ. จัดสัมมนาอบรม 'พัฒนาความรู้และทักษะ การทำวิจัย'. ถึง ๑๕ ต.ค.</li> <li>สถาบันเอเชีย มธ. รับสมัครเรียน 'ภาษาญี่ปุ่น. ภาษาดี. จบ'. ถึง ๒๕ ต.ค.</li> <li>คณะศิลป มธ. จัดโครงการสอนภาษาไทย ฟ้าขาวต่างประเทศ. เริ่ม ๒ พ.ย.</li> <li>คณะสหเวช มธ. ร่วมจัดอบรม 'เอกกำลังกายแก่ใจกับการ撲คตัง'. เริ่ม ๒๒ พ.ย.</li> <li>Basic Thai for Foreigners. 2 Nov-10 Dec 2004</li> </ul> <p><b>ปริญญาตรี</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>จำนวนผู้สมัครสอบ โครงการรับรอง ของ มธ. สูงถึง ๑๕,๐๕๔ คน</li> <li>มธ. เปิดรับสมัครนักศึกษา ป.ตรี ปี ๕๕๗ กว่า ๒๐ โครงการ</li> </ul> <p><b>สมัครรับปริญญาตรี</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>คณะพาณิชย์ มธ. ป โท MIM จัดงาน Open-House 2005. ๓ ต.ค. ๑๕ พ.ย.</li> <li>[ข่าวรับสมัครนักศึกษา จะสมัครนักศึกษา มธ. ...]</li> </ul>	<p style="font-size: 10px;">Updated: 2004-10-01 14:09 TH</p> <p><b>INTERNET</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Live</li> <li>Guide</li> <li>Reference</li> <li>Search</li> </ul> <p><b>INFO</b></p> <p><b>Info</b></p> <p><b>โครงการแข่งขัน</b> คุณลักษณะที่เด่น</p> <p><b>Thai Studies Program</b></p> <p><b>ภาษา ๗๐๖ ม.ธ.</b></p> <p><b>โรงเรียนเตรียมอุดมศึกษา</b></p> <p><b>Thammasat</b></p> <p><b>TU Scenery Album</b></p> <p>Google search</p> <p><b>มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์</b></p> <p>มธ. ภายหลังจันทร์ 2 ถนนพระจันทร์ แขวงพระนคร กรุงเทพฯ 10200 โทร. 0-2619-3333</p> <p>มธ. ศูนย์รังสิต 99 หมู่ 18 ถนนพหลโยธิน สามเสนนอกเขต ทุ่งเขตรองพระนคร กรุงเทพฯ 12121 โทร. 0-2564-4440</p>

๑๑ อนุสาวรีย์ท้าวสุรนารี

หน้าเว็บไซต์ต่างๆ ของ มธ.

สำนักงานอธิการบดี: ๑ สภา/กอง/ฝ่าย/สำนักงาน | ๑ ศูนย์วิจัยเขต

การรับสมัครสอบ: ๑ คณะ | ๑ วิทยาลัย/สถาบัน/สำนัก

บริการ/วิจัย/ทุน: ๑ สำนัก/สถาบัน | ๑ ศูนย์โครงการ

หน้าหน่วยงานอื่นๆ

\* = homepage not yet available  
I = self-host may unreachable/not full time service

บริการเพิ่มเติม: ชมรม/กลุ่ม ของนักศึกษา มธ.

ภาพที่ 4.10 ภาพส่วนเนื้อหา (Page Body) ของ เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

องค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ที่ปรากฏในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยรัฐ ในส่วนเนื้อหา  
ตารางที่ 4.2 องค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ที่ปรากฏในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยรัฐ ในส่วนเนื้อหา



ตารางที่ 4.2 (ต่อ)



4.2 องค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ที่ปรากฏในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยรัฐ ในส่วนเนื้อหา (Page Body) มีรายละเอียดดังนี้

#### 4.2.1 เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

การออกแบบ เว็บไซต์เป็นแบบแนวตั้ง สามารถเลื่อนขึ้น-ลงได้ ส่วนเนื้อหาแบ่งหน้าเว็บไซต์ออกเป็น 3 แถว แถวแรกทางขวาของหน้าจอเป็น Side Bar Menu ที่เป็นปุ่มกดที่มีอักษรสีเขียวบนพื้นสีขาวที่เป็นสีพื้นของหน้าเว็บไซต์ เชื่อมโยงไปยังหน้าเว็บไซต์ที่เกี่ยวกับ ข้อมูลทั่วไป, การบริหาร, หน่วยงาน, วิชาการ, การเข้าศึกษา, งานวิจัย, สำหรับนิสิต, สำหรับบุคลากร, สมาคมศิษย์เก่า, ข่าวและกิจกรรม, บริการคอมพิวเตอร์, นานาสาระ, ห้องสมุด, เสียงสู่อธิการบดี แถวที่ 2 และแถวที่ 3 เป็นตัวอักษรหัวข้อกิจกรรมมหาวิทยาลัย พร้อมมีภาพประกอบในบางหัวข้อและในแถวที่ 2 ตอนล่าง เป็น Service Link แบบเลือกรายการและแบบค้นหา

สัญลักษณ์ ไม่มีตราสัญลักษณ์ หรือสัญลักษณ์ใดๆของมหาวิทยาลัยปรากฏอยู่ในส่วนเนื้อหา

การเลือกใช้โทนสี สีหลักที่ใช้คือสีเขียว

ความหมายโดยอรรถ เป็นสีประจำมหาวิทยาลัย

ความหมายโดยนัย สื่อถึงความเขียวจีอุดมสมบูรณ์ของต้นไม้ การเกษตรกรรม และสื่อถึงความเป็นเกษตรศาสตร์

Channel & Service Links มี Side Bar Menu แบบปุ่มกด เป็นอักษรสีเขียวบนพื้นสีขาวที่เป็นสีพื้นของหน้าเว็บไซต์ เชื่อมโยงไปยังหน้าเว็บไซต์ที่เกี่ยวกับ ข้อมูลทั่วไป, การบริหาร, หน่วยงาน, วิชาการ, การเข้าศึกษา, งานวิจัย, สำหรับนิสิต, สำหรับบุคลากร, สมาคมศิษย์เก่า, ข่าวและกิจกรรม, บริการคอมพิวเตอร์, นานาสาระ, ห้องสมุด, เสียงสู่อธิการบดี ในแถวที่ 2 ตอนล่าง เป็น Service Link แบบเลือกรายการและแบบค้นหาข้อมูลในเว็บไซต์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ความหมายโดยอรรถ เป็นองค์ประกอบที่ใช้เชื่อมโยงไปยังส่วนต่างๆ ในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย

ความหมายโดยนัย สื่อถึงความเป็นองค์การการศึกษาด้วยข้อความของปุ่มที่ใช้เชื่อมโยงเช่น การบริหาร, หน่วยงาน, วิชาการ, การเข้าศึกษา และสื่อถึงมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ด้วยสีเขียว

Text & Hyper-text ในแถวที่ 2 และแถวที่ 3 เป็น Hyper-text ข้อความโดยย่อของเนื้อหากิจกรรมมหาวิทยาลัย มีสีน้ำเงินและสีแดงพร้อมภาพประกอบในบางหัวข้อ ภาพประกอบโดยรวมเป็นสีโทนเขียว

#### 4.2.2 เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

การออกแบบ เว็บไซต์เป็นแบบแนวตั้ง สามารถเลื่อนขึ้น-ลงได้ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ส่วนที่ 1 ตอนบนเป็นภาพเคลื่อนไหว (Flash Image) ส่วนที่ 2 ตอนกลาง แบ่งออกเป็น 4 แถว แถวที่ 1 มีแถบหัวข้อเรื่องเป็นแถบพื้นสีเหลืองตัวอักษรสีขาว คำว่า “ข่าวสาร” ถัดลงมาเป็นแถบพื้นสีชมพู ภายในเป็นหัวข้อข่าวพร้อมภาพประกอบ แถวที่ 2 มีแถบหัวข้อเรื่องเป็นแถบพื้นสีเหลืองตัวอักษรสีขาว คำว่า “ประชาคม” ถัดลงมาเป็นแถบพื้นสีชมพู ภายในเป็นหัวข้อข่าวซึ่งมีกลุ่มของข่าวชื่อกลุ่มข่าวเป็นตัวอักษรสีแดงตัวหนาขีดเส้นใต้ ขนาดเท่ากับหัวข้อข่าว แถวที่ 3 มีแถบหัวข้อเรื่องเป็นแถบพื้นสีเหลืองตัวอักษรสีขาว คำว่า “วิชาการ” ถัดลงมาเป็นแถบพื้นสีชมพู ภายในเป็นหัวข้อข่าว มีกลุ่มของข่าวชื่อกลุ่มข่าวเป็นตัวอักษรสีแดงตัวหนาขีดเส้นใต้ ขนาดเท่ากับหัวข้อข่าวลักษณะเหมือนแถวที่ 2 แถวที่ 4 มีแถบสีเหลืองด้านบนเหมือนทั้ง 3 แถวแต่เรียวยาวเล็กกว่า สีพื้นเป็นพื้นเดียวกับหน้าเว็บไซต์คือมีสีแดงเข้ม บรรทัดแรกของแถวที่ 4 เป็น วัน เดือน ปี และ เวลา ที่เปลี่ยนแปลงข้อมูลครั้งล่าสุดเป็นอักษรว่า “Updated 2004-10-01 14.09 TH” ถัดลงมาเป็น Service Link แบบปุ่มกราฟฟิกที่ใช้เชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์อื่นๆ ถัดลงไปอีกเป็นช่องสำหรับให้ใส่ข้อมูลหรือ key word ที่ต้องการค้นหา โดยใช้ Search engine ของ Google ถัดลงไปจาก ช่องค้นหา เป็นตัวอักษร ชื่อมหาวิทยาลัยและที่อยู่ของทั้งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ และมหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต ส่วนที่ 3 ตอนล่างสุด

สัญลักษณ์ ในตอนบนของส่วนเนื้อหาที่เป็นภาพเคลื่อนไหว มุมซ้ายสุดด้านบนมีสัญลักษณ์ “โดม” อาคารของมหาวิทยาลัย ทางด้านขวามีตัวอักษร “๗๐ ปี” ตัวใหญ่สีน้ำเงินบนพื้นสีแสด ถัดจากอักษร “๗๐ ปี” ขีดเส้นใต้ด้วยเส้นสีเหลืองเล็กๆ ตามด้วย อักษรคำว่า “๒๕๔๗/๒๐๐๔” สีขาว และตามด้วย คำว่า “ธรรมศาสตร์” สีเหลือง ช่วงตรงกลางมีรูปโดมเป็นภาพกราฟฟิกสองมิติสีจางๆ อยู่บนพื้นสีแสด ด้านบนมีอักษรคำว่า “Thammasat” เป็นอักษรสีน้ำเงินตัวหนา ขนาดใหญ่กว่า คำว่า “ธรรมศาสตร์” บรรทัดถัดลงมามีอักษร 2 บรรทัด คำว่า “all set for a big anniversary celebration!” อักษรสีน้ำเงิน ตัวหนา ขนาดเล็กกว่า “Thammasat” ทั้ง 3 บรรทัดนี้ทับอยู่บนกราฟฟิกรูปโดม

ความหมายโดยอรรถ เป็นสัญลักษณ์ของมหาวิทยาลัยคือ โดม เป็นอาคารของมหาวิทยาลัย

ความหมายโดยนัย โดม เป็นอาคารรูปดินสอที่เหลาจนแหลม ปลายแหลมชี้ขึ้นไปบนฟ้า สื่อถึง ความยิ่งใหญ่ ที่จะใช้ดินสอนี้เขียนฟ้า

ข้อสถาบัน ชื่อภาษาไทย ขนาดเล็กกว่าภาษาอังกฤษ เช่นเดียวกับส่วนหัวของหน้า สื่อถึงการเน้นความเป็นนานาชาติ ความหนาของตัวอักษร สื่อถึง การเน้น และความหนักแน่นมั่นคง

การเลือกใช้โทนสี สีหลักที่ใช้คือ สีแดง และสีเหลืองซึ่งเป็นสีประจำมหาวิทยาลัย มีพื้นเป็นสีแดงเข้ม องค์ประกอบส่วนอื่น เป็นแถบสีเหลือง และตัวอักษรเป็นสีแดงและสีเข้ม

ความหมายโดยอรรถ เป็นสีประจำมหาวิทยาลัย

ความหมายโดยนัย สีเหลือง สื่อถึง ธรรมะ ความเป็นธรรม สีแดง สื่อถึง ความเข้มข้น โดดเด่น และทั้งสองสีนี้สื่อถึงความเป็นธรรมศาสตร์

Channel & Service Links มีอยู่ในตอนกลางและตอนล่าง ในตอนกลางแถวที่ 1, 2 และ 3 เป็นแบบตัวอักษรหลายมิติ (Hyper-text) อักษรสีแดงเข้ม พื้นสีชมพูอ่อน และชมพูเข้ม แถวที่ 4 มีแบบปุ่มกด เป็นปุ่มภาพกราฟิกที่เป็นสัญลักษณ์ของเว็บไซต์ที่เชื่อมโยงไป และมีแบบค้นหาทั่วไป ไม่ได้ค้นหาเฉพาะในเว็บไซต์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ โดยใช้ Search engine ของ Google ในตอนล่างเป็น Service Links แบบเลือกรายการค้นหาเฉพาะหน่วยงานต่างๆของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ความหมายโดยอรรถ เป็นองค์ประกอบที่ใช้เชื่อมโยงไปยังส่วนต่างๆ ในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย

ความหมายโดยนัย สื่อถึงการเห็นความสำคัญของการศึกษาทั่วไป สื่อถึงความกว้างขวางใหญ่โตของมหาวิทยาลัยโดยดูได้จาก Service Link แบบเลือกรายการที่มีหน่วยงานต่างๆมากมายให้เลือกที่จะเชื่อมโยงไป

Text & Hyper-text ตัวอักษร (Text) ส่วนใหญ่เป็นสีขาว บนพื้นสีแดงเข้ม ข้อความหลายมิติ (Hyper-text) โดยรวมเป็นอักษรสีแดงเข้ม มีอักษรสีแดงสดอยู่บ้าง มีอยู่ในแถวที่ 1, 2 และ 3 ตอนกลางของส่วนเนื้อหา ซึ่งเป็นข้อความโดยย่อของเนื้อหาที่เกี่ยวกับ *ข่าวสาร, ประชาคม และวิชาการ* แบ่งหมวดย่อยของข่าวสารด้วยตัวอักษรสีแดงสดขีดเส้นใต้ ในแถวที่ 1 มีภาพประกอบข่าว

#### 4.2.3 เว็บไซต์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

การออกแบบ เว็บไซต์เป็นแบบแนวนอน ขนาดพอดีหน้าจอไม่สามารถเลื่อนขึ้น-ลงได้ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ส่วนที่ 1 ครึ่งหน้าทางด้านขวา แถบขวาสุดด้านล่างมีอักษรสีเทาอ่อนคำว่า “CHULA” เอียง 90 องศา บนพื้นสีขาว ถัดมาเป็น Side Bar Menu เป็นแบบปุ่มกด อักษรสีเทา แบบธรรมดา บนพื้นสีขาวใช้สำหรับเชื่อมโยงข้อมูลไปยัง *แนะนำจุฬา, ประวัติศาสตร์, วิชาการ, วิจัย, ประกันคุณภาพ, การบริการชุมชนและพัฒนาสังคม, แหล่งสืบค้นความรู้และสารสนเทศ, สืบสานศิลปวัฒนธรรม, ข่าว กิจกรรม และประชาสัมพันธ์, ทรัพยากรและการหารายได้, กิจกรรมนิสิต, นิสิตเก่า, ความเป็นนานาชาติ, เสี่ยงสู่การพัฒนาและสร้างสรรค์, นามานุกรม* และ ส่วนที่ 2 ครึ่งบนเป็นปุ่มกดสีเหลี่ยมขนาดใหญ่ พื้นสีฟ้า ตัวอักษรสีน้ำเงิน สำหรับเชื่อมโยงไปยัง “*ร่างพระราชบัญญัติจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*” ครึ่งด้านล่างเป็น Hyper-text สำหรับเชื่อมโยงไปยังข่าวสารต่างๆ



ตามหัวข้อข่าวที่ปรากฏ ส่วนที่เคยเชื่อมโยงไปแล้วจะเป็นตัวอักษรสีแดงตัวหนา ส่วนที่ยังไม่เคยเชื่อมโยงไปไหนจะเป็นสีเทา แถบล่างสุดเป็นแถบสีเทาดำอักษรสีขาวเป็นส่วนของข่าว

สัญลักษณ์ มีสัญลักษณ์รูปพระเกี้ยว สีน้ำเงินบนพื้นสีฟ้าที่เป็นปุ่มเชื่อมโยง

ความหมายโดยอรรถ เป็นตราสัญลักษณ์ของมหาวิทยาลัยที่เป็นส่วนประกอบของส่วนที่จะเชื่อมโยงไป

ความหมายโดยนัย เป็น พรบ.ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ชื่อสถาบัน ทางด้านขวาสุดมีอักษรสีเทาอ่อน ตัวใหญ่และหนา คำว่า ข้อความว่า “CHULA” เอียง 90 องศา บนพื้นสีขาว

ความหมายโดยอรรถ เป็นชื่อของมหาวิทยาลัย

ความหมายโดยนัย สื่อถึงความเป็นสากล

การเลือกใช้โทนสี สีหลักที่ใช้คือสีขาว และสีเทา

Channel & Service Links ทางขวาของหน้าจอเป็น Side Bar Menu เป็นแบบปุ่มกด อักษรสีเทาบนพื้นสีขาวใช้สำหรับเชื่อมโยงข้อมูลไปยัง แนะนำจุฬา,ประวัติศาสตร์, วิชาการวิจัย, ประกันคุณภาพ, การบริการชุมชนและพัฒนาสังคม, แหล่งสืบค้นความรู้และสาร-สนเทศ, สืบสานศิลปวัฒนธรรม, ข่าว กิจกรรม และประชาสัมพันธ์, ทรัพย์สินและการหารายได้, กิจกรรมนิสิต, นิสิตเก่า, ความเป็นนานาชาติ, เสี่ยงสู่การพัฒนาและสร้างสรรค์, นามานุกรม ครึ่งทางซ้ายส่วนบนเป็นปุ่มกดสี่เหลี่ยมขนาดใหญ่ พื้นสีฟ้า ตัวอักษรสีน้ำเงิน สำหรับเชื่อมโยงไปยัง “ร่างพระราชบัญญัติจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย” ส่วนด้านล่างเป็น Hyper-text สำหรับเชื่อมโยงไปยังข่าวสารต่างๆ ตามหัวข้อข่าวที่ปรากฏ ส่วนที่เคยเชื่อมโยงไปแล้วจะเป็นตัวอักษรสีแดงตัวหนา ส่วนที่ยังไม่เคยเชื่อมโยงไปไหนจะเป็นสีเทา แถบล่างสุดเป็นแถบสีเทาดำอักษรสีขาวเป็นส่วนของข่าว

ความหมายโดยอรรถ เป็นองค์ประกอบที่ใช้เชื่อมโยงไปยังส่วนต่างๆ ในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย

ความหมายโดยนัย สื่อถึงความเก่าแก่ มีมายาวนาน จากการที่มีส่วนที่เชื่อมโยงไปยัง “ประวัติศาสตร์, นิสิตเก่า” สื่อถึงการเป็นเว็บไซต์ขององค์กรที่เกี่ยวกับการศึกษา และให้ความสำคัญกับภาคนี้ว่า ศึกษาหาความรู้ เพราะมีส่วนที่เชื่อมโยงไปยัง วิชาการ, วิจัย, แหล่งสืบค้นความรู้และสารสนเทศ, สืบสานศิลปวัฒนธรรม,

ในส่วนเนื้อหา (Page Body) ของเว็บไซต์มหาวิทยาลัยของรัฐทั้ง 3 สถาบัน จะแบ่งหน้าเว็บไซต์ออกเป็นส่วนๆอย่างเห็นได้ชัด มีทั้งแบบเป็นแนวตั้ง 3 ส่วน, แนวตั้ง 2 ส่วน และแบบทั้งแนวนอนและแนวตั้งในแต่ละส่วนประกอบไปด้วย Service Links ที่เป็น Side Bar Menu แบบ

ปุ่มกด ที่เชื่อมโยงไปสู่ส่วนหลักๆ ของเว็บไซต์ แบบตัวอักษรหลายมิติ Hyper-Links ข่าวสารต่างๆ แบบค้นหา และแบบเลือกรายการ

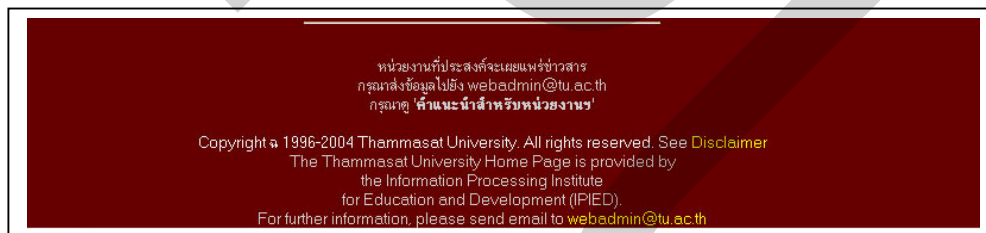
#### Page Footer เว็บไซต์มหาวิทยาลัยของรัฐ



ภาพที่ 4.11 ภาพส่วนท้าย (Page Footer) ของ เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์



ภาพที่ 4.12 ภาพส่วนท้าย (Page Footer) ของ เว็บไซต์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาพที่ 4.13 ภาพส่วนท้าย (Page Footer) ของ เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

องค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ที่ปรากฏในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยรัฐ ในส่วนท้าย  
ตารางที่ 4.3 องค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ที่ปรากฏในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยรัฐ ในส่วนท้าย



4.3 องค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ที่ปรากฏในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยรัฐ ในส่วนท้าย (Page Footer) มีรายละเอียดดังนี้

#### 4.3.1 เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สัญลักษณ์ ไม่มีตราสัญลักษณ์ มีชื่อมหาวิทยาลัยภาษาอังกฤษที่ประกอบอยู่กับการแสดงลิขสิทธิ์

*ความหมายโดยอรรถ* แสดงความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์

การใช้โทนสี พื้นสีขาวตัวอักษรส่วนใหญ่เป็นสีดำ

Channel & Service Links มี Service Links แบบปุ่มกด อักษรสีน้ำตาลเข้มบนแถบเส้นพื้นสีครีม เชื่อมโยงไปยัง หน้าแรก, ค้นหาข้อมูล, และ ติดต่อ มีตัวอักษรหลายมิติ (Hyper-text) เชื่อมโยงไปยัง e-mail ที่ติดต่อกับ webmaster ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

*ความหมายโดยอรรถ* เป็นองค์ประกอบที่ใช้เชื่อมโยงไปยังส่วนต่างๆ ในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย

*ความหมายโดยนัย* สื่อถึงการสามารถมีปฏิสัมพันธ์กันได้ระหว่าง ผู้เข้าชมเว็บไซต์กับ ผู้ดูแลเว็บไซต์

Text & Hyper-text มีตัวอักษรแสดงความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ของเว็บไซต์นี้ด้วยอักษรข้อความว่า “Copyright © 2002. Kasetsart University” และมีอักษรแสดงเวลาที่เปลี่ยนแปลง ปรับปรุงเว็บไซต์ครั้งล่าสุด ข้อความว่า “Revised : June, 2002” และในบรรทัดสุดท้ายของหน้า เว็บไซต์มีตัวอักษรหลายมิติ (Hyper-text) เชื่อมโยงไปยัง e-mail ที่ติดต่อกับ webmaster ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

#### 4.3.2 เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

สัญลักษณ์ ไม่มีตราสัญลักษณ์ มีชื่อมหาวิทยาลัยภาษาอังกฤษที่ประกอบอยู่กับการแสดงลิขสิทธิ์

*ความหมายโดยอรรถ* แสดงความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์

การใช้โทนสี สีหลักที่ใช้คือ สีแดง

*ความหมายโดยอรรถ* เป็นสีประจำมหาวิทยาลัย

Channel & Service Links เป็นแบบตัวอักษรหลายมิติ (Hyper-text) อักษรสีเหลือง บนพื้นสีแดงเข้ม ข้อความว่า “webadmin@tu.ac.th” 2 แห่ง เชื่อมโยงไปยัง e-mail ของ Web Administration ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และอักษรสีขาว ตัวหนา ข้อความว่า “คำแนะนำสำหรับหน่วยงานฯ”

*ความหมายโดยอรรถ* เป็นองค์ประกอบที่ใช้เชื่อมโยงไปยังส่วนต่างๆ ในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย

*ความหมายโดยนัย* สื่อถึงความเอาใจใส่กับผู้เข้าชมเว็บไซต์ ผู้เข้าชมเว็บไซต์สามารถมีปฏิสัมพันธ์ กับผู้ดูแลเว็บไซต์ได้

Text & Hyper-text ตัวอักษร (Text) ส่วนใหญ่เป็นสีขาว บนพื้นสีแดงเข้ม ข้อความหลายมิติ (Hyper-text) เป็นอักษรสีเหลืองและ ขาว มีตัวอักษรแสดงความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ของเว็บไซต์นี้ด้วยอักษรข้อความว่า “Copyright © 1996-2004, Thammasat University. All rights reserved See Disclaimer” และมีอักษรแสดงถึงผู้ดูแล ปรับปรุงเว็บไซต์ ข้อความว่า “The Thammasat University Homepage is provided by the Information Processing Institute for Education and Development (IPIED)” และ ในบรรทัดสุดท้ายของหน้าเว็บไซต์มีตัวอักษรหลายมิติ (Hyper-text) เชื่อมโยงไปยัง e-mail ที่ติดต่อกับ Web Administration ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

*ความหมายโดยอรรถ* เป็นองค์ประกอบที่ใช้เชื่อมโยงไปยังส่วนต่างๆ ในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย

*ความหมายโดยนัย* สื่อถึงความเอาใจใส่กับผู้เข้าชมเว็บไซต์ ผู้เข้าชมเว็บไซต์สามารถมีปฏิสัมพันธ์ กับผู้ดูแลเว็บไซต์ได้

#### 4.3.3 เว็บไซต์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สัญลักษณ์ มีภาพดอกจามจรี, ภาพนิสิตในชุดครุยกำลังถ่ายภาพหมู่หน้าอาคารเรียนของมหาวิทยาลัย, ภาพนิสิตนั่งเล่นอยู่ริมสระน้ำของมหาวิทยาลัย

*ความหมายโดยอรรถ* ดอกจามจรี, นิสิตในชุดครุยกำลังถ่ายภาพหมู่หน้าอาคารเรียนของมหาวิทยาลัย, นิสิตนั่งเล่นอยู่ริมสระน้ำของมหาวิทยาลัย

*ความหมายโดยนัย* ภาพทั้งสาม สื่อถึงความเป็น จามจรีเป็นต้นไม้ประจำมหาวิทยาลัย ส่วนนิสิต, อาคารและสระน้ำ ในภาพก็ส่วนหนึ่งของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

การเลือกใช้โทนสี สีหลักที่ใช้คือสีขาว และสีเทา

Channel & Service Links เป็นแบบตัวอักษรหลายมิติ (Hyper-text) อักษรสีเทา บนพื้นสีขาว ข้อความว่า “webmaster@chula.ac.th” และ info@chula.ac.th เชื่อมโยงไปยัง e-mail ของ Webmaster และ ฝ่าย Information ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

*ความหมายโดยอรรถ* เป็นอักษรที่ใช้เชื่อมโยงไปยัง e-mail ของ Webmaster และ ฝ่าย Information ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

*ความหมายโดยนัย* สื่อถึงความเอาใจใส่กับผู้เข้าชมเว็บไซต์ ผู้เข้าชมเว็บไซต์สามารถมีปฏิสัมพันธ์ กับผู้ดูแลเว็บไซต์ และขอข้อมูลจากฝ่าย Information ได้

Text & Hyper-text ตัวอักษร (Text) สีเทา บนพื้นขาว เป็นข้อความแสดงความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ “Copyright © 2002 Chulalongkorn University. All rights reserved.” และที่อยู่เบอร์โทรศัพท์ของมหาวิทยาลัย ข้อความหลายมิติ (Hyper-text) เป็นอักษรสีเทา บนพื้นสีขาว ข้อความว่า “webmaster@chula.ac.th” และ info@chula.ac.th เชื่อมโยงไปยัง e-mail ของ Webmaster และ ฝ่าย Information ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

*ความหมายโดยอรรถ* เป็นข้อความแสดงความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ และอักษรที่ใช้เชื่อมโยงไปยัง e-mail ของ webmaster และ Information ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

*ความหมายโดยนัย* สื่อถึงความเอาใจใส่กับผู้เข้าชมเว็บไซต์ ผู้เข้าชมเว็บไซต์สามารถมีปฏิสัมพันธ์ กับผู้ดูแลเว็บไซต์ และขอข้อมูลจากฝ่าย Information ได้

ในส่วนท้าย (Page Footer) ของเว็บไซต์มหาวิทยาลัยของรัฐทั้ง 3 สถาบันประกอบด้วย ตัว อักษร (Text) แสดงความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ และ ตัวอักษรหลายมิติ (Hyper-text) เชื่อมโยงไปยัง e-mail ของ Webmaster, ฝ่าย Information และ Administration ของมหาวิทยาลัย ส่วนของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยแตกต่างไปจากเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยอื่นคือ มีภาพที่เป็นสัญลักษณ์ของมหาวิทยาลัยประกอบอยู่ด้วย

องค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ของหน้าเว็บไซต์ที่ปรากฏในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยของรัฐทั้ง 3 สถาบัน มีองค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ ที่สื่อถึงความเป็นมหาวิทยาลัยด้วย - **สัญลักษณ์** ในรูปแบบของตราสัญลักษณ์ของมหาวิทยาลัย และชื่อสถาบัน ปรากฏอยู่ในส่วนหัวของหน้า สัญลักษณ์อื่นอย่างเช่น ต้นไม้และดอกไม้ประจำมหาวิทยาลัย, อาคารของมหาวิทยาลัย, ชุมนครของมหาวิทยาลัย, และสถานที่ภายในมหาวิทยาลัยจะปรากฏอยู่ในส่วนเนื้อหา และส่วนท้ายของหน้า ความหมายเชิงสัญลักษณ์ที่เป็นความหมายโดยนัยของตราสัญลักษณ์ แต่ละมหาวิทยาลัยสื่อความหมายถึงชื่อของมหาวิทยาลัยนั้นๆ - **Picture & Graphic** รูปภาพและภาพกราฟิกไม่มีปรากฏอยู่ในส่วนหัวของหน้า แต่จะปรากฏอยู่ในส่วนเนื้อหา และส่วนท้ายของหน้า ในบางเว็บไซต์ก็เป็นภาพเคลื่อนไหว - **สีหลักที่ใช้ในหน้าเว็บไซต์** ใช้สีประจำมหาวิทยาลัยเป็นหลัก สีอื่นที่ไม่ใช่สีประจำมหาวิทยาลัยจะใช้ในส่วนที่เป็นองค์ประกอบที่เปลี่ยนแปลงอยู่เรื่อยๆ ทั้งภาพและตัวอักษร ความหมายเชิงสัญลักษณ์ที่เป็นความหมายโดยนัยของสีประจำมหาวิทยาลัย แต่ละมหาวิทยาลัยสื่อความหมายถึงชื่อของมหาวิทยาลัยเช่นเดียวกับตราสัญลักษณ์ - **Channel & Service Links** มีหลายรูปแบบในหลายตำแหน่ง ในส่วนหัวของหน้า (Page Header) เป็น Channel & Service Links แบบปุ่มกดวางเรียงตามแนวนอน ในส่วนเนื้อหา (Page Body) เป็น Side Bar Menu แบบปุ่มกดวางเรียงในแนวตั้ง และแบบตัวอักษรหลายมิติ (Hyper-text) ที่เป็นหัวข้อความสำหรับเชื่อมโยงไปเนื้อหาเกี่ยวกับรายละเอียดข่าว

มีทั้งที่มีภาพกราฟฟิกและไม่มีภาพกราฟฟิกประกอบ และมีแบบค้นหา โดยใช้ Search engine ของ Google ประกอบอยู่ด้วย ในส่วนเนื้อท้าย (Page Footer) มีตัวอักษรหลายมิติ (Hyper-text) สำหรับเชื่อมโยงยัง e-mail ของผู้ดูแลเว็บไซต์ ทั้ง web master, web administrator, และ web information – **Text & Hyper-text** ข้อความ (Text) เป็นข้อความแสดงความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ ซึ่งปรากฏอยู่ในส่วนท้ายของหน้า (Page Footer) และที่อยู่เบอร์โทรศัพท์ ของมหาวิทยาลัย ปรากฏอยู่ในส่วนท้ายของหน้า (Page Footer) หรือ ในส่วนเนื้อหา (Page Body) ข้อความหลายมิติ (Hyper-text) ที่ปรากฏอยู่ในส่วนเนื้อหา (Page Body) จะเป็นข้อความสำหรับ เชื่อมโยงไปยังเนื้อหาและรายละเอียดของข่าวสารจากหัวข้ออื่นๆ ที่ปรากฏอยู่ในส่วนท้ายของหน้า (Page Footer) เป็น Hyper-text ที่ใช้สำหรับเชื่อมโยงยัง e-mail ของผู้ดูแลเว็บไซต์ ทั้ง web master, web administrator, และ web information ของมหาวิทยาลัย

#### 4.4 ทักษะของเว็บมาสเตอร์เกี่ยวกับองค์ประกอบเชิงสัญญะที่ปรากฏในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย

จากการสัมภาษณ์ (Interview) เว็บมาสเตอร์เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยที่เลือกทำการวิจัยครั้งนี้พบว่า ทักษะของเว็บมาสเตอร์เกี่ยวกับองค์ประกอบเชิงสัญญะที่ปรากฏในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย มีลักษณะดังนี้

##### 4.4.1 การออกแบบ แนวคิดในการออกแบบจัดทำหน้าเว็บไซต์

จากคำถามที่ว่า “ทางมหาวิทยาลัยมีแนวความคิดอย่างไรในการจัดวางองค์ประกอบหน้าเว็บไซต์?”

เว็บมาสเตอร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ :

“การสร้างเว็บไซต์ควรคำนึงถึงองค์ประกอบของหน้าเว็บไซต์ให้สวยมีแรงดึงดูด แสดงผลรวดเร็ว เนื้อहतันทันสมัย เป็นหมวดหมู่ และสะดวกในการค้นหา”

เว็บมาสเตอร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ :

“เน้นความเป็นธรรมชาติ ลื่นออกมาให้เห็นถึงความเป็นธรรมชาติทั้งสื่อด้วยภาพด้วยสี และเน้นความสะดวกในการค้นหาข้อมูลที่ต้องการในเว็บไซต์”

เว็บมาสเตอร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย :

“เน้นการให้ข้อมูลข่าวสาร”

จากคำถามที่ว่า “ทางมหาวิทยาลัยมีหลักในการจัดองค์ประกอบหน้าเว็บไซต์อย่างไร มีอะไรบ้างที่กำหนดให้จำเป็นต้องมีในหน้าเว็บไซต์”

เว็บมาสเตอร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ :

“สิ่งที่ต้องมี...ก็โลโก้มหาวิทยาลัย, ชื่อ, วิทยาเขตต่างๆ,ประวัติมหาวิทยาลัย, ที่ติดต่อมหาวิทยาลัย, คณะที่เปิดสอน, ข่าว”

เว็บมาสเตอร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ :

“ชื่อมหาวิทยาลัย, ดวงตราธรรมจักรตราสัญลักษณ์ของมหาวิทยาลัย, โคม, ข่าว, กิจกรรม, ลิงค์หน่วยงานต่างๆ...ประมาณนี้”

เว็บมาสเตอร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย :

“ตราพระเกี้ยว, ชื่อมหาวิทยาลัย, ลิงค์ต่างๆ, ข่าว”

#### 4.4.2 การเลือกใช้สัญลักษณ์ รูปภาพและภาพกราฟฟิก

จากคำถามที่ว่า “ทางมหาวิทยาลัย มีหลักการในการเลือกใช้ภาพประกอบอย่างไร ภาพที่นำมาใช้ต้องการสื่อถึงอะไรบ้าง”

เว็บมาสเตอร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ :

“ภาพที่ใช้ในประกอบ ไม่เยอะจนเกินไป สอดคล้องกับเนื้อหา ไฟล์ภาพขนาดไม่ใหญ่จนเกินไป”

เว็บมาสเตอร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ :

“เลือกภาพที่เกี่ยวกับมหาวิทยาลัย อย่างรูปโคม, รูปท่านสัญญา ธรรมศักดิ์, รูปพานรัฐธรรมนูญ”

เว็บมาสเตอร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย :

“จะเป็นภาพที่สื่อถึงมหาวิทยาลัย มีภาพต้นจามจุรี, ภาพบรรยากาศในจุฬา, สระน้ำ อาคารเรียน...”

#### 4.4.3 การเลือกใช้โทนสี

จากคำถามที่ว่า “ทางมหาวิทยาลัย มีหลักในการเลือกใช้สีอย่างไร ใช้หลักทฤษฎีสีด้วยหรือไม่ สีที่เลือกมาใช้ต้องการสื่อถึงอะไร”

เว็บมาสเตอร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ :

“ไม่ใช้สีฉูดฉาด ใช้สีที่สบายตา”

ผู้วิจัย : “ทำไมจึงเลือกโทนสีเขียวมาใช้เป็นสีหลักของหน้าเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย มีความหมายอะไร หรือไม่ ?”

“ก็เป็นสีประจำมหาวิทยาลัยด้วย และก็เป็นสีที่สบายตา ไม่หวิ้อหาว ฉูดฉาดจนเกินไป”

ผู้วิจัย : “มีความหมายอะไรนอกเหนือจากที่เป็นสีประจำมหาวิทยาลัย หรือไม่ ?”

“ก็...สีเขียวเป็นสีที่ดูแล้วสบายตา ...เป็นสีของการเกษตร เป็นสีของต้นไม้ด้วยค่ะ”



เว็บมาสเตอร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ :

“เน้นสีแดงและสีเหลือง ธรรมศาสตร์ คือแสดงความเป็นธรรมศาสตร์ ถ้าคุณเห็นสีแดง-เหลืองคุณก็ต้องนึกถึงธรรมศาสตร์อยู่แล้ว”

เว็บมาสเตอร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย :

“สีเขียวๆ คือบายตา ค้นหาข้อมูลง่าย”

ผู้วิจัย : “ที่ดูจากหน้าเว็บไซต์เห็นว่า สีหลักของหน้าเว็บไซต์จะเป็นพื้นขาว ตัวอักษรสีเทาและสีดำ ไซ้ใหม่คะ ?”

“ค่ะ แต่มีตราพระเกี้ยวสีชมพู ซึ่งรวมๆเราก็จะเห็นพระเกี้ยวก่อนเลย แล้วที่มีสีส้มอีกจุด ก็จะเป็นภาพของมหาวิทยาลัยในด้านล่าง”

ผลการวิจัยพบว่าองค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ที่ปรากฏในหน้าเว็บไซต์และทัชสเนชของเว็บมาสเตอร์เกี่ยวกับการจัดองค์ประกอบหน้าเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยของรัฐ เป็นดังนี้คือ

ด้านการออกแบบ แนวคิดในการออกแบบจัดทำหน้าเว็บไซต์ เว็บมาสเตอร์ส่วนใหญ่เน้นที่การให้ข้อมูลข่าวสารกับผู้เข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์ทั้งนักศึกษา บุคลากรและ บุคคล ภายนอก องค์ประกอบสำคัญที่ต้องมีในหน้าเว็บไซต์ของทุกมหาวิทยาลัย คือ ชื่อมหาวิทยาลัย, ตราสัญลักษณ์ของมหาวิทยาลัย, ข่าว, ลิงค์ต่างๆ แต่บางมหาวิทยาลัยจะมีสัญลักษณ์ของมหาวิทยาลัย อย่างเช่น อาคารสำคัญ, บุคคลสำคัญ, นักศึกษาของมหาวิทยาลัย หรืออื่นๆที่แสดงความเป็นมหาวิทยาลัยนั้นๆ เพิ่มเข้ามาด้วย

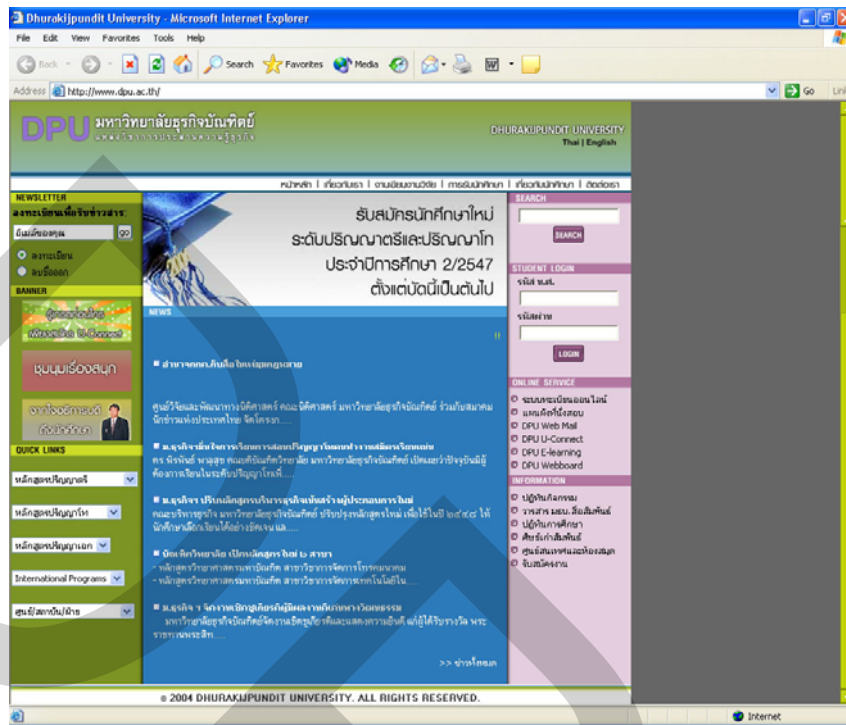
ด้านการเลือกใช้สัญลักษณ์ รูปภาพและภาพกราฟฟิก หน้าเว็บไซต์ของทุกมหาวิทยาลัย มีสัญลักษณ์ที่เป็น ชื่อมหาวิทยาลัย, ตราสัญลักษณ์ของมหาวิทยาลัย เป็นองค์ประกอบ บางมหาวิทยาลัยจะมีสัญลักษณ์ของมหาวิทยาลัย อย่างเช่น อาคารสำคัญ, บุคคลสำคัญ, นักศึกษาของมหาวิทยาลัย หรืออื่นๆที่แสดงความเป็นมหาวิทยาลัยนั้นๆ เพิ่มเข้ามา ส่วนรูปภาพและภาพกราฟฟิก เป็นภาพประกอบหัวข้อข่าวเป็นส่วนใหญ่ ไม่ใช้ภาพอื่นเข้ามาเป็นองค์ประกอบ ทุกมหาวิทยาลัย เน้นความสะดวกในการค้นหาข้อมูลไม่ต้องการให้หน้าเว็บไซต์ดูรกตา เน้นการบริการข้อมูลข่าวสาร และการใช้งาน

ด้านการเลือกใช้โทนสี เว็บมาสเตอร์ทุกมหาวิทยาลัยของมหาวิทยาลัยรัฐเน้นที่สีประจำมหาวิทยาลัยเป็น โทนสีหลักเพียงอย่างเดียว

## ส่วนที่ 2 องค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ที่ปรากฏในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยเอกชนและทัศนยะของเว็บ มาตรฐาน



ภาพที่ 4.14 ภาพเว็บไซต์มหาวิทยาลัยกรุงเทพ



ภาพที่ 4.15 ภาพเว็บไซต์มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต



ภาพที่ 4.16 ภาพเว็บไซต์มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Page Header เว็บไซต์มหาวิทยาลัยของเอกชน



ภาพที่ 4.17 ภาพส่วนหัวของหน้า (Page Header) ของ เว็บไซต์มหาวิทยาลัยกรุงเทพ



ภาพที่ 4.18 ภาพส่วนหัวของหน้า (Page Header) ของ เว็บไซต์มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต



ภาพที่ 4.19 ภาพส่วนหัวของหน้า (Page Header) ของ เว็บไซต์มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

องค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ที่ปรากฏในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยเอกชน ในส่วนหัวของหน้า  
ตารางที่ 4.4 องค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ที่ปรากฏในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในส่วนหัว  
ของหน้า



ตารางที่ 4.4 (ต่อ)



4.5 องค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ที่ปรากฏในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยเอกชน ในส่วนหัวของหน้า (Page Header) มีรายละเอียดดังนี้

#### 4.5.1 เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ

##### การออกแบบ

**สัญลักษณ์** มุมขวาสุดด้านบนมี **ตราสัญลักษณ์** ของมหาวิทยาลัยรูปเพชรวางอยู่บนหนังสือล้อมรอบด้วยช่อชัยพฤกษ์วางรอบนอกด้านบน มีอักษรข้อความว่า “มหาวิทยาลัยกรุงเทพ” ด้านล่าง มีอักษรข้อความว่า “ความรู้ คู่ความดี” คั่นระหว่างอักษรด้านบนและด้านล่างด้วยรูป ดาวตราสัญลักษณ์ทั้งหมดเป็นสีม่วง อยู่บนพื้นสีขาว

**ความหมายโดยอรรถ** เป็นตราสัญลักษณ์ของมหาวิทยาลัย

**ความหมายโดยนัย** หนังสือ สื่อถึงความรู้ การเรียนรู้ เพชรที่เจียรนัยแล้ว สื่อถึง การได้รับการศึกษา ขัดเกลา ฝึกฝน จนเป็นคนดีมีความรู้ และแกร่งกล้า สวยงาม เหมือนเพชรที่เจียรนัยมาเป็นอย่างดีแล้ว **ช่อชัยพฤกษ์** สื่อถึง ชัยชนะ และความสำเร็จ

**ชื่อสถาบัน** ด้านซ้ายติดกับตราสัญลักษณ์เป็นชื่อสถาบัน แถวบนเป็นตัวอักษรแบบธรรมดาตัวหนา สีม่วงบนพื้นสีขาว คำว่า “มหาวิทยาลัยกรุงเทพ” บรรทัดถัดมาเป็นอักษรแบบธรรมดาภาษาอังกฤษสีม่วง บนพื้นสีขาว ตัวเล็กกว่าอักษรภาษาไทย คำว่า “Bangkok University”

**ความหมายโดยอรรถ** เป็นชื่อของมหาวิทยาลัย

**ความหมายโดยนัย** สีม่วงของตัวอักษรสื่อถึงความเป็นมหาวิทยาลัยกรุงเทพ อักษรภาษาไทยตัวใหญ่ กว่าอักษรภาษาอังกฤษ สื่อถึงการไม่เน้นความเป็นนานาชาติแต่ก็ได้เป็นเพียงมหาวิทยาลัยเฉพาะคนไทยเท่านั้น

**ภาพอาคาร** หอสมุดสุรัตน์ ลักษณะเป็นอาคารรูปทรงโค้งรูปแบบทันสมัย เป็นอาคารใหญ่ สีขาวครีมตกแต่งด้วยเส้นสีฟ้า เป็นภาพประกอบอยู่ทางด้านซ้ายสุดของภาพเคลื่อนไหว

**ความหมายโดยอรรถ** เป็นอาคารหอสมุดของมหาวิทยาลัย

**ความหมายโดยนัย** สื่อถึงความทันสมัยจากรูปทรงของอาคาร สื่อถึงการเห็นความสำคัญของการค้นคว้าหาความรู้ สื่อถึงมหาวิทยาลัยกรุงเทพ

**ภาพนักศึกษาทั้งชายและหญิง** นักศึกษาทุกคนหน้าตาอิมยิ้มแจ่มใสแต่งกายเรียบร้อย ในชุดเครื่องแบบนักศึกษาของมหาวิทยาลัย นักศึกษาหญิงคนหน้าสุดในมือถือหนังสือที่กางพร้อมอ่านอยู่หนึ่งเล่ม ถัดไปด้านหลังเป็นนักศึกษาชายหน้าตามีลักษณะเป็นชาวต่างชาติ ถัดไปทางด้านหลังอีกมีนักศึกษาผู้หญิงยืนอยู่ 2 คน

**ความหมายโดยอรรถ** เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัย

*ความหมายโดยนัย* สื่อถึงความสดใส การมีเพื่อนที่ซึ่มซี้มทั้งชาย หญิง และสื่อถึงความเป็นนาชาติ ไม่ได้รับเฉพาะนักศึกษาไทยเท่านั้น

การเลือกใช้โทนสี สีหลักที่ใช้คือสีม่วง สีแสด และสีฟ้า

*ความหมายโดยอรรถ* เป็นสีที่เลือกใช้ให้ดูมีสีสันสดใส

*ความหมายโดยนัย* สื่อถึงความเป็นมหาวิทยาลัยกรุงเทพด้วยสีม่วงและสีแสดที่เป็นสีประจำมหาวิทยาลัย และไม่ยึดติดอยู่ในความเป็นมหาวิทยาลัยกรุงเทพเพียงอย่างเดียว สีโดยรวมทั้งหมดสื่อถึงความสดใส ความสนุกสนาน มีความคิดสร้างสรรค์

Channel & Service Links มุมซ้ายบนสุดเป็น Service Link แบบปุ่มกด สีแสดตัวอักษรสีขาว ข้อความว่า “รับสมัคร” และ “Virtual Tour” ที่เชื่อมโยงไปยังหน้ารับสมัคร และ ภาพ Multimedia เกี่ยวกับมหาวิทยาลัย ตามลำดับ ถัดมาทางซ้ายเป็นปุ่มกดที่มีอักษรว่า “English” เพื่อเชื่อมโยงไปยังหน้าเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยในแบบภาษาอังกฤษ แถบด้านล่างทางซ้าย ได้ภาพอาคารหอสมุดสุรัตน์ฯ เป็นแถบพื้นสีขาวซึ่งเป็นสีพื้นของหน้าเว็บไซต์ มีจุดวงกลมสีแสดอยู่หน้าตัวอักษรในแต่ละปุ่ม ที่ใช้เชื่อมโยงไปยังหน้าเว็บไซต์ของแต่ละวิทยาลัยดังนี้คือ รั้วจัม.กรุงเทพ, แผนที่, แผนที่เว็บไซต์, ข้อมูลประเทศไทย, ติดต่อ

*ความหมายโดยอรรถ* เป็นองค์ประกอบที่ใช้เชื่อมโยงไปยังส่วนต่างๆ ในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย

*ความหมายโดยนัย* สื่อถึงการก้าวทันเทคโนโลยีของสถาบัน สื่อถึงความเป็นสากล ความเป็นนานาชาติ ไม่ได้เป็นมหาวิทยาลัยที่มีให้เฉพาะคนไทยได้เข้ามาศึกษาหาข้อมูลแต่ยังรองรับสำหรับนักเรียน นักศึกษาต่างชาติด้วย

#### 4.5.2 เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

##### การออกแบบ

สัญลักษณ์ อักษรย่อภาษาอังกฤษ ของมหาวิทยาลัย “DPU” เป็นอักษรธรรมดา ตัวหนา สีขาว เป็นอักษรตัวใหญ่ที่สุดในส่วนหัวของหน้า

*ความหมายโดยอรรถ* เป็นอักษรย่อของมหาวิทยาลัย

*ความหมายโดยนัย* สื่อถึง ความแตกต่าง, ความคิดสร้างสรรค์, ความไม่ยึดติดในรูปแบบ

ชื่อสถาบัน ด้านซ้ายติดกับ “DPU” มีอักษรภาษาไทยสีขาว ข้อความว่า “มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์” ด้านขวาบรรทัดบนสุด มีอักษรภาษาอังกฤษธรรมดา สีขาว ข้อความว่า “Dhurakijpundit University”

*ความหมายโดยอรรถ* เป็นชื่อของมหาวิทยาลัย



*ความหมายโดยนัย* สื่อถึง ความแตกต่าง, ความคิดสร้างสรรค์  
*คำขวัญ* บรรทัดถัดลงมาจากชื่อสถาบันภาษาไทย เป็นอักษรภาษาไทยตัวเล็กกว่า  
 บรรทัดบน มีข้อความว่า “*แหล่งวิชาการประสานความรู้ธุรกิจ*”

*ความหมายโดยอรรถ* เป็นคำขวัญของมหาวิทยาลัย

*ความหมายโดยนัย* สื่อถึงความเป็นสถานศึกษา ที่มีทั้งทางด้านวิชาการ และ ธุรกิจ

*การเลือกใช้โทนสี* สีหลักที่ใช้คือสีฟ้า, สีน้ำเงิน, สีเขียว, และสีม่วง

*ความหมายโดยอรรถ* เป็นสีที่แปลกตา

*ความหมายโดยนัย* สื่อถึง ความแตกต่าง, ความคิดสร้างสรรค์, ความไม่ยึดติดใน  
 รูปแบบ สื่อถึงความแปลกใหม่ น่าสนใจ

*Channel & Service Links* ด้านล่างสุดเป็น Service Link แบบปุ่มกด แถบสีขาว  
 ตัวอักษรธรรมดา สีดำ ค้นด้วยเส้นตั้ง สีดำ ความสูงขนาดเท่าตัวอักษร ข้อความว่า *หน้าหลัก, เกี่ยวกับ  
 เรา, งานเขียนงานวิจัย, การรับนักศึกษา, เกี่ยวกับนักศึกษา, ติดต่อเรา* เพื่อเชื่อมโยงไปยังหน้าต่างๆ  
 ของเว็บไซต์ และ e-mail ของผู้ดูแลเว็บไซต์ ตามลำดับ

*ความหมายโดยอรรถ* เป็นองค์ประกอบที่ใช้เชื่อมโยงไปยังส่วนต่างๆ ในเว็บไซต์ของ  
 มหาวิทยาลัย

#### 4.5.3 เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

##### การออกแบบ

*สัญลักษณ์* มุมซ้ายสุดด้านบนมี *ตราสัญลักษณ์* ของมหาวิทยาลัยรูปเรือสำเภาหัวนาค  
 ลอยอยู่ในคลื่นทะเลภายในรูปอาร์ม บนพื้นสีฟ้าสด ล้อมรอบด้วยแถบวงกลมสีเหลือง ด้านบนมี  
 ข้อความ “*มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย*” ด้านล่างมีข้อความว่า “*The University of the Thai Chamber  
 of Commerce*” เป็นอักษรสีน้ำเงิน และล้อมรอบด้วยเส้นวงกลมสีน้ำเงินอีกชั้นหนึ่ง

*ความหมายโดยอรรถ* เป็นตราสัญลักษณ์ของมหาวิทยาลัย

*ความหมายโดยนัย* เรือสำเภาหัวนาค สื่อถึง การค้า, การค้าระหว่างประเทศ *คลื่นใน  
 ทะเล* สื่อถึง อุปสรรคที่ต้องฟันฝ่า *อาร์ม* สื่อถึง การประสบความสำเร็จ *ตราสัญลักษณ์โดยรวมจึง  
 เป็นสัญลักษณ์ที่สื่อถึง สถาบันที่เกี่ยวกับการค้าและการทำธุรกิจที่แม้จะต้องฟันฝ่าอุปสรรคแต่ก็จะ  
 ประสบความสำเร็จในที่สุด*

*ชื่อสถาบัน* ด้านขวาติดกับตราสัญลักษณ์เป็นชื่อสถาบันภาษาไทย เป็นตัวอักษรสีขาว  
 แบบธรรมดาไม่มีหัว บนพื้นสีฟ้าสด ข้อความว่า “*มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย*” บรรทัดถัดมาเป็น  
 อักษรแบบธรรมดาภาษาอังกฤษสีน้ำเงินบนพื้นสีฟ้าสด ขนาดเล็กกว่าภาษาไทยเล็กน้อย ข้อความ  
 ว่า “*The University of the Thai Chamber of Commerce*”

*ความหมายโดยอรรถ* เป็นชื่อของมหาวิทยาลัย

*ความหมายโดยนัย* สีขาวของตัวอักษรและสีฟ้าของพื้นเว็บไซต์ สื่อถึงความเป็นมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย อักษรภาษาไทยตัวใหญ่กว่าและสีที่ใช้สามารถเห็นชัดเจนกว่า สื่อถึงการเน้นความเป็นมหาวิทยาลัยของไทย แต่ไม่ได้มีให้ใช้เฉพาะคนไทย

*ภาพอาคาร* อาคารเรียนลักษณะเป็นอาคารรูปทรงเหลี่ยมขนาดใหญ่ สีขาวครีมมีชื่อมหาวิทยาลัยภาษาไทยอยู่บนผนังด้านนอกอาคารชั้นบน เป็นภาพประกอบอยู่ตรงกลางของภาพเคลื่อนไหว

*ความหมายโดยอรรถ* เป็นอาคารของมหาวิทยาลัย

*ความหมายโดยนัย* สื่อถึงความกว้างขวางใหญ่โตของมหาวิทยาลัยจากขนาดของอาคารเรียน สื่อถึงการเห็นความสำคัญของสถานที่ที่ใช้สำหรับการเรียน

*ภาพนักศึกษา* นักศึกษาหญิงในชุดครุยของมหาวิทยาลัย หน้าตายิ้มแย้มแจ่มใสกำลังสวมหมวกสำเร็จการศึกษา เป็นภาพประกอบอยู่ทางด้านขวาของภาพเคลื่อนไหว

*ความหมายโดยอรรถ* เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัย

*ความหมายโดยนัย* สื่อถึงความสดใส ความสำเร็จ

*ภาพใบปริญญาบัตรและหมวกจบการศึกษา* เป็นภาพประกอบจางๆ อยู่ทางด้านซ้ายล่างสุดของภาพเคลื่อนไหว

*ความหมายโดยอรรถ* เป็นใบปริญญาบัตรและหมวกจบการศึกษาของมหาวิทยาลัย

*ความหมายโดยนัย* สื่อถึง ความสำเร็จ และจุดหมายของการเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัย

การเลือกใช้โทนสี สีหลักที่ใช้คือสีฟ้า

*ความหมายโดยอรรถ* เป็นสีที่สดใสสบายตา เป็นสีประจำมหาวิทยาลัย

*ความหมายโดยนัย* สื่อถึงความเป็นมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Channel & Service Links ด้านล่างสุดเป็น Service Link แบบปุ่มกด แถบสีเขียวไล่โนสีจากซ้ายไปขวาจางลงตรงชุดครุยของนักศึกษาที่ยืนอยู่ในด้านขวาสุด ตัวอักษรธรรมดาสีขาว ข้อความว่า *เกี่ยวกับมหาวิทยาลัย, หลักสูตร, สำนักหอสมุดกลาง, ศิษย์เก่าสัมพันธ์, กิจกรรมนักศึกษา, การสมัครเข้าศึกษา, ทุนการศึกษา และ English Version* เพื่อเชื่อมโยงไปยังหน้าต่างๆ ของเว็บไซต์ และหน้าเว็บไซต์มหาวิทยาลัยภาษาอังกฤษ ตามลำดับ

*ความหมายโดยอรรถ* เป็นองค์ประกอบที่ใช้เชื่อมโยงไปยังส่วนต่างๆ ในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย

*ความหมายโดยนัย* สื่อถึงความเป็นสากล ไม่ได้เป็นมหาวิทยาลัยที่มีให้เฉพาะคนไทย ได้เข้ามาศึกษาหาข้อมูลแต่ยังรองรับสำหรับนักเรียน นักศึกษาต่างชาติด้วย

Text & Hyper-text มีอักษรข้อความว่า “*คุณธรรมพัฒนาบัณฑิต คุณภาพชีวิตพัฒนาสังคมไทย*” คำขวัญของมหาวิทยาลัย เป็นตัวอักษรสีขาวจางๆ บนพื้นสีฟ้าสด เน้นที่คำว่า “บัณฑิต” และ “คุณภาพชีวิต” โดยใช้ตัวอักษรขนาดใหญ่กว่าคำอื่นๆ ประกอบอยู่ในภาพเคลื่อนไหว

*ความหมายโดยอรรถ* เป็นคำขวัญของมหาวิทยาลัย

*ความหมายโดยนัย* สื่อถึงความความสำเร็จเป็น “บัณฑิต” และสื่อถึงคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นเมื่อมีการศึกษาสูงขึ้น และสามารถช่วยพัฒนาสังคมไทยได้

ในส่วนหัวของหน้า (Page Header) ของเว็บไซต์มหาวิทยาลัยเอกชนทั้ง 3 สถาบัน ประกอบด้วย ชื่อสถาบันภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ตราสัญลักษณ์ของมหาวิทยาลัย แต่ทั้ง 3 สถาบันมีการจัดวางองค์ประกอบของหน้าต่างกันอย่างสิ้นเชิง มีลักษณะรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละสถาบัน มีการใช้สีที่ดูน่าสนใจไม่ได้ใช้เฉพาะสีประจำมหาวิทยาลัยเท่านั้น 2 สถาบันมีภาพเคลื่อนไหว (Flash Image) เป็นองค์ประกอบหลักของหน้าเว็บไซต์ มี Channels และ Service Links ที่สามารถเชื่อมโยงไปสู่ส่วนต่างๆ ของเว็บไซต์ เป็นแถบแนวนอนอยู่ในส่วนล่างสุดในส่วนหัวของหน้า (Page Header) ของเว็บไซต์

Page Body เว็บไซต์มหาวิทยาลัยของเอกชน

**การรับสมัคร**

- หลักสูตร
- วิทยาการ/คณะ
- วิทยาลัยนานาชาติ
- บัณฑิตวิทยาลัย
- ภาคพิเศษ
- หน่วยงาน
- บริการนักศึกษา
- บริการออนไลน์
- สถาบันวิจัย
- หอสมุด

**บุคคลดีเด่น**



**คุณสรยุทธ สุทัศนะจินดา**  
กัปตันท่า (รุ่นที่ 22)

- Online Radio
- Broadcast
- University Music
- Wallpaper



**บัณฑิตวิทยาลัย**

**ทันข่าวทันเหตุการณ์**

- ▶ ผลการแข่งขันทัน BU BAND & SINGING CONTEST ครั้งที่ 12 **NEW**
- ▶ ม.กรุงเทพครองแชมป์รักฟุตบอลสมัครเล่นศึกษา 1 ถึงชนะเลิศแห่งประเทศไทย **NEW**
- ▶ รางวัลชนะเลิศภาพยนตร์แอนิเมชันยอดเยี่ยม **NEW**
- ▶ ประกาศรายชื่อผู้ผ่านการคัดเลือก โครงการอบรม "นักวิจัยตลาดเงินเยาว์ รุ่นที่ 2" **NEW**
- ▶ ผลการคัดเลือกนักศึกษามาในโครงการติดต่อสรรหาทูตนิเทศศาสตร์ [BUCA AMBASSADOR SPEECH CONTEST] **NEW**
- ▶ งานคืนสู่เหย้าฯ ประจำปี 2547 **NEW**
- ▶ ชมรมโรตารี ม.กรุงเทพ จัดกิจกรรมค่ายอาสาพัฒนา **NEW**
- ▶ Bangkok Best Innovation Awards 1
- ▶ Exchange Students meet BU Executives
- ▶ ผลการแข่งขันทันนิส "ม.กรุงเทพ โลกแห่ง 2004"

**อบสม/สัมมนา**

- ▶ เชิญร่วมรับฟังแนะนำนักศึกษาต่อ **NEW**
- ▶ บริหารธุรกิจสัญจร ณ มหานครเชียงใหม่ **NEW**
- ▶ โครงการ Pre-Engineer ครั้งที่ 7
- ▶ เตรียมความพร้อมเป็นแอร์โฮสเตสและสจ๊วต
- ▶ สัมมนาเชิงปฏิบัติการ หัวข้อ "การจัดการด้านภาษีอากร เพื่อการวางแผนเชิงกลยุทธ์สำหรับธุรกิจ SMEs"
- ▶ เทศนิตการเขียนจดหมายสมัครงาน และการสมัคร (ให้ได้) งาน
- ▶ โครงการอบรม "นักวิจัยการตลาดเงินเยาว์ รุ่นที่ 2"
- ▶ เทศนิตการเจรจาต่อรอง
- ▶ ยุทธวิธีบริการเพื่อครองใจลูกค้า
- ▶ โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการการสืบค้นสารสนเทศ (Information Retrieval)
- ▶ การจัดสัมมนาและอบรม ของศูนย์ส่งเสริมสร้างทรัพยากรมนุษย์
- ▶ โครงการอบรมคอมพิวเตอร์ : BU Training
- ▶ โครงการอบรมกฎหมายภาษีอากร ให้แก่ผู้สอนบัญชีภาษีอากร

**iDream** ประกาศรายชื่อผู้ผ่านเข้ารอบ ประกวดการผลิตภาพยนตร์สั้น iDream: Digital Arts Competition

**CIROLINE** นักศึกษาคณะศิลปกรรมศาสตร์ ครีเอทีฟวีดิทัศน์และศิลปภาพยนตร์ แอนิเมชันยอดเยี่ยม

**วิชาการ**

- ▶ ม.กรุงเทพ ให้นักศึกษาคณะศิลปกรรมศาสตร์ และโท **NEW**
- ▶ คณะศิลปกรรมศาสตร์ ม.กรุงเทพ รับสมัครศึกษาคณะศิลปกรรมศาสตร์ **NEW**
- ▶ ประกาศรายชื่อผู้ผ่านเข้ารอบประกวดการผลิตภาพยนตร์สั้น iDream **HOT**
- ▶ ผลการประกวดจัดโต๊ะอาหาร ระดับอุดมศึกษา Young Thai Artist Award 2004: Photography **NEW**
- ▶ โครงการยุวนักปรัชญาครั้งที่ 1 **NEW**
- ▶ โครงการ English Clinic
- ▶ ขุนการศึกษาศึกษาอินปริญญาโทและปริญญาเอก ณ ประเทศสหรัฐอเมริกา **HOT**
- ▶ โครงการ "รณรงค์การเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร"
- ▶ Sun Academic Initiative

**ปภังกะ**

- ▶ คอยกับ 3 ทีม (ว่าที่) คนข่าวเจ้าของรางวัล "เกาะติดเลือกดังๆ"
- ▶ เปิดสมองคิด...พิชิตเงินล้าน
- ▶ Bangkok International ICT Expo 2004
- ▶ ประกาศรับสมัครงาน ศูนย์คอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- ▶ เปิดรับสมัครเข้าร่วม โครงการ นวท. ครั้งที่ 4

**สมัครงาน**

ค้นหา  SEARCH

**QA** ภาวะ คุณคุณภาพการศึกษา

**KNOWLEDGE CENTER** ศูนย์บริการความรู้

**ศูนย์คอมพิวเตอร์**

**ศูนย์กฎหมาย**

**เพื่อประชาชน**

**ผลงานดีเด่น**

**บัญชี**

**ISO 14001** การจัดการสิ่งแวดล้อม

**แสดงความคิดเห็น**

ภาพที่ 4.20 ภาพส่วนเนื้อหา (Page Body) ของ เว็บไซต์มหาวิทยาลัยกรุงเทพ



ภาพที่ 4.21 ภาพส่วนเนื้อหา (Page Body) ของ เว็บไซต์มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์



ภาพที่ 4.22 ภาพส่วนเนื้อหา (Page Body) ของ เว็บไซต์มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

องค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ที่ปรากฏในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยเอกชน ในส่วนเนื้อหา  
ตารางที่ 4.5 องค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ที่ปรากฏในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในส่วนเนื้อหา



ตารางที่ 4.5 (ต่อ)



4.6 องค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ที่ปรากฏในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยเอกชน ในส่วนเนื้อหา (Page Body) มีรายละเอียดดังนี้

#### 4.6.1 เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ

**การออกแบบ** มีสีพื้นของหน้าเว็บไซต์เป็นสีขาว ส่วนองค์ประกอบโดยรวมอื่นๆเป็นสีฟ้า จัดแบ่งหน้าเว็บไซต์ส่วนนี้ออกเป็น 3 ช่องหลักๆ ช่องแรกเป็น Sidebar Menu ซึ่งจะมีเหมือนกับหน้าอื่นๆ และมี Channels และ Service Links ที่สามารถเชื่อมโยงไปสู่เว็บไซต์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ในช่องที่ 2 เป็นส่วนของข้อความหลายมิติ (Hyper-text) ที่แบ่งหัวเรื่องออกเป็น “ทันข่าวทันเหตุการณ์” “อบรม / สัมมนา” “วิชาการ” และ “ปกิณกะ” ส่วนในช่องที่ 3 เป็นลิงค์ไปยังส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัย ช่องนี้เป็นรูปภาพ หรือสัญลักษณ์ของหน่วยงานที่จะเชื่อมโยงไป

**สัญลักษณ์** ภาพนักศึกษาทั้งชายและหญิง นักศึกษาทุกคนหน้าตายิ้มแย้มแจ่มใสแต่งกายในชุดครุย เป็นภาพประกอบในส่วนที่เชื่อมโยงไปยัง “ขึ้นทะเบียนบัณฑิต”

**ความหมายโดยอรรถ** เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยที่เพิ่งจบมหาวิทยาลัย

**ความหมายโดยนัย** ความสำเร็จที่รออยู่, อนาคตที่สดใส

**การใช้โทนสี** สีหลักที่ใช้คือสีฟ้า สีขาว

**ความหมายโดยอรรถ** เป็นสีที่เลือกใช้ให้ดูมีสีสันสดใส

**Channel & Service Links** ในแถวแรกมี Service Links ที่เป็น Side Bar Menu เชื่อมโยงไปยังหน้าหลักๆ ภายในเว็บไซต์ ด้านล่างถัดลงไปเป็นปุ่มกดที่ประกอบด้วยภาพบุคคลดีเด่นที่เป็นศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัย ถัดลงไปอีกเป็นปุ่มกดแบบกราฟฟิก เชื่อมโยงไปยังส่วน Entertainment ของมหาวิทยาลัย แถวที่ 2 และ 3 เป็นส่วนของข้อความหลายมิติ (Hyper-text) ที่แบ่งหัวเรื่องออกเป็น *ทันข่าวทันเหตุการณ์, อบรม / สัมมนา, วิชาการ, และปกิณกะ* ในตอนล่างสุดของแถวที่ 3 มีปุ่มเชื่อมโยงไปยัง “สมัครงาน” และ “ปฏิทินกิจกรรม” ปิดท้ายด้วย ช่องสำหรับใส่ข้อมูลที่ต้องการค้นหาสำหรับส่วนเชื่อมโยงแบบค้นหา แถวที่ 4 เป็นปุ่มกดแบบกราฟฟิก เชื่อมโยงไปยังส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัย โดยเป็นรูปภาพกราฟฟิก หรือสัญลักษณ์ของหน่วยงานที่จะเชื่อมโยงไป

**ความหมายโดยอรรถ** เป็นองค์ประกอบที่ใช้เชื่อมโยงไปยังส่วนต่างๆ ในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย

**ความหมายโดยนัย** สื่อถึงการก้าวทันเทคโนโลยีของสถาบัน สื่อถึงความใส่ใจในรายละเอียดและเห็นความสำคัญของการพักผ่อน ด้วยการดูหนังฟังเพลง ดูได้จากกรณีมีปุ่มที่เชื่อมโยงไปยังส่วน Entertainment ของมหาวิทยาลัย



#### 4.6.2 เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

**การออกแบบ** เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ จัดแบ่งหน้าเว็บไซต์ส่วนนี้ออกเป็น 3 แถวหลักๆ แบ่งแต่ละแถวด้วยสีที่แตกต่างกัน แถวแรกเป็น Service link แบบเลือกรายการ มีสีพื้นเป็นสีเขียว แบ่งหัวข้อออกเป็น 3 ส่วนคือ NEWSLETTER, BANNER และ QUICK LINKS แถวที่ 2 มีสีพื้นเป็นสีฟ้าสด เป็นส่วนของข่าวสาร มีทั้งข้อความ (Text) และข้อความหลายมิติ (Hyper-text) สีขาว ด้านบนเป็นโฆษณาประกาศรับสมัคร และมีภาพส่วนหนึ่งของหมวกสำเร็จการศึกษา ซึ่งสื่อถึงความสำเร็จทางการศึกษา ในแถวท้ายสุด แถวที่ 3 มีสีพื้นเป็นสีม่วง ในช่องนี้เป็น Channels และ Service Links แบบค้นหา และแบบปุ่มกด แบ่งหัวข้อออกเป็น 4 หัวข้อด้วยกัน คือ SEARCH, STUDENT LOGIN, ONLINE SERVICE และ INFORMATION

**สัญลักษณ์** หมวกสำเร็จการศึกษา ของมหาวิทยาลัย

**ความหมายโดยอรรถ** เป็นหมวกสำเร็จการศึกษา

**ความหมายโดยนัย** สื่อถึง จุดหมาย, ความสำเร็จ

**การเลือกใช้โทนสี** สีหลักที่ใช้คือ สีฟ้าสด, สีเขียว, และสีม่วง

**ความหมายโดยอรรถ** สีฟ้าสด, สีเขียว, และสีม่วง

**ความหมายโดยนัย** สื่อถึง ความแตกต่าง, ความคิดสร้างสรรค์, ความไม่ยึดติดในรูปแบบ สื่อถึงความแปลกใหม่ น่าสนใจ

**Channel & Service Links** แถวแรกเป็น Service link แบบเลือกรายการ มีสีพื้นเป็นสีเขียว แบ่งหัวข้อออกเป็น 3 ส่วนคือ NEWSLETTER, BANNER และ QUICK LINKS แถวที่ 2 มีสีพื้นเป็นสีฟ้าสด เป็นส่วนของข่าวสาร มีทั้งข้อความ (Text) และข้อความหลายมิติ (Hyper-text) สีขาว ด้านบนเป็นโฆษณาประกาศรับสมัคร และมีภาพส่วนหนึ่งของหมวกสำเร็จการศึกษา ซึ่งสื่อถึงความสำเร็จทางการศึกษา ในแถวท้ายสุด แถวที่ 3 มีสีพื้นเป็นสีม่วง ในช่องนี้เป็น Channels และ Service Links แบบค้นหา และแบบปุ่มกด แบ่งหัวข้อออกเป็น 4 หัวข้อด้วยกัน คือ SEARCH, STUDENT LOGIN, ONLINE SERVICE และ INFORMATION

**ความหมายโดยอรรถ** เป็นองค์ประกอบที่ใช้เชื่อมโยงไปยังส่วนต่างๆ ในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย

#### 4.6.3 เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

**การออกแบบ** เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มีสีพื้นของหน้าเว็บไซต์เป็นสีขาว จัดแบ่งหน้าเว็บส่วนนี้ออกเป็น 3 ส่วน ส่วนแรกเป็น Service Link แบบค้นหา มีทั้งค้นหาในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย และเว็บไซต์อื่นๆ มีปุ่มเชื่อมโยงไปยังหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง กับมหาวิทยาลัย ส่วนที่ 2 แบ่งออกเป็น 3 แถว เป็นหัวเรื่องที่เกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัย คือ เกี่ยวกับ

นักศึกษา, *UTTC NEWS*, *HOT NEWS* ในส่วนนี้มีสีพื้นเป็นสีไลโทนสีฟ้า มีแถบหัวเรื่องเป็นสีฟ้า และเส้นใต้แถบสีเขียว ตัวอักษรหัวเรื่องสีน้ำเงิน ส่วนที่ 3 แบ่งออกเป็น 3 แถวเช่นเดียวกัน ในส่วนนี้ใช้สำหรับเชื่อมโยงไปยังหน่วยงานต่างๆ ของมหาวิทยาลัย คือ ศูนย์ บริการสังคม, ลิงค์ด่วน, อินเทอร์เน็ต เป็นพื้นสีขาว หัวเรื่องเป็นอักษรสีฟ้า ข้อความหลายมิติ (Hyper-text) ที่ใช้สำหรับเชื่อมโยงไปที่ต่างๆ เป็นสีฟ้าเขียว

**สัญลักษณ์ ชื่อสถาบัน** เป็นชื่อย่อภาษาอังกฤษของสถาบัน ข้อความว่า “UTCC” มีเพื่อใช้สำหรับเลือกค้นหาภายในมหาวิทยาลัย

*ความหมายโดยอรรถ* เป็นชื่อของมหาวิทยาลัย

*ความหมายโดยนัย* เฉพาะภายในเว็บไซต์มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

**ภาพนักศึกษา** นักศึกษาชายและหญิงในชุดนักศึกษาของมหาวิทยาลัย หน้าตายิ้มแย้มแจ่มใสกำลังนั่งคุยกัน เป็นภาพประกอบอยู่ทางด้านขวาของภาพสำหรับปุ่มที่เชื่อมโยงไปยัง “การรับสมัคร”

*ความหมายโดยอรรถ* เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัย

*ความหมายโดยนัย* สื่อถึงความสดใส, เพื่อน และสังคม การเลือกใช้โทนสี สีหลักที่ใช้คือสีฟ้า, สีเขียว และสีขาว

*ความหมายโดยอรรถ* เป็นสีที่สดใสสบายตา เป็นสีประจำมหาวิทยาลัย

*ความหมายโดยนัย* สื่อถึงความเป็นมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

**Channel & Service Links** บนสุดทางด้านขวาเป็น Service Link แบบค้นหา ทั้งค้นหาเฉพาะภายในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย และเว็บไซต์อื่นๆ ทั่วโลก ถัดลงมาเป็น Service Link แบบปุ่มกดมีภาพนักศึกษาชายและหญิงในชุดนักศึกษาของมหาวิทยาลัย กำลังนั่งคุยกัน ประกอบเป็นของปุ่มที่เชื่อมโยงไปยัง “การรับสมัคร” ต่อจากปุ่มรับสมัครเป็นตัวเลขอยู่ในช่องสี่เหลี่ยม เป็นตัวเลขแสดงจำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์ ตอนล่างสุดของส่วนแรก มีปุ่มเชื่อมโยงไปยังหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัย ส่วนที่ 2 มีข้อความหลายมิติ (Hyper-text) หัวเรื่องเกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัย มีหัวข้อหลักคือ *เกี่ยวกับนักศึกษา, UTTC NEWS, HOT NEWS* ในส่วนนี้มีสีพื้นเป็นสีไลโทนสีฟ้า มีแถบหัวเรื่องเป็นสีฟ้าและเส้นใต้แถบสีเขียว ตัวอักษรหัวเรื่องสีน้ำเงิน ส่วนที่ 3 ข้อความหลายมิติ (Hyper-text) เช่นเดียว กัน ในส่วนนี้ใช้สำหรับเชื่อมโยงไปยังหน่วยงานต่างๆ ของมหาวิทยาลัย คือ ศูนย์ บริการสังคม, ลิงค์ด่วน, อินเทอร์เน็ต เป็นพื้นสีขาว หัวเรื่องเป็นอักษรสีฟ้า ข้อความหลายมิติ (Hyper-text) ที่ใช้สำหรับเชื่อมโยงไปที่ต่างๆ เป็นสีฟ้าเขียว

*ความหมายโดยอรรถ* เป็นองค์ประกอบที่ใช้เชื่อมโยงไปยังส่วนต่างๆ ในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย

*ความหมายโดยนัย* สื่อถึงความทันสมัย สื่อถึงการเห็นความสำคัญของเด็กรุ่นใหม่ ที่สนใจค้นคว้าหาความรู้ ไม่ได้เป็นเว็บไซต์เฉพาะ นักศึกษา แต่นักเรียนก็สามารถเข้ามาหาความรู้เตรียมตัวสอบได้

**Text & Hyper-text ส่วนที่ 2** มีข้อความหลายมิติ (Hyper-text) หัวเรื่องเกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัย มีหัวข้อหลักคือ *เกี่ยวกับนักศึกษา, UTTC NEWS, HOT NEWS* ในส่วนนี้มีสีพื้นเป็นสีไลโทนสีฟ้า มีแถบหัวเรื่องเป็นสีฟ้าและเส้นใต้แถบสีเขียว ตัวอักษรหัวเรื่องสีน้ำเงิน ส่วนที่ 3 ข้อความหลายมิติ (Hyper-text) เช่นเดียว กัน ในส่วนนี้ใช้สำหรับเชื่อมโยงไปยังหน่วยงานต่างๆ ของมหาวิทยาลัย คือ *ศูนย์ บริการสังคม, ลิงค์ด่วน, อินเทอร์เน็ต* เป็นพื้นสีขาว หัวเรื่องเป็นอักษรสีฟ้า ข้อความหลายมิติ (Hyper-text) ที่ใช้สำหรับเชื่อมโยงไปที่ต่างๆ เป็นสีฟ้าเขียว

*ความหมายโดยอรรถ* ใช้สำหรับเชื่อมโยงไปหน้าเว็บไซต์ต่างๆ

*ความหมายโดยนัย* สื่อถึงความทันสมัย สื่อถึงการเห็นความสำคัญของเด็กรุ่นใหม่ ที่สนใจค้นคว้าหาความรู้ ไม่ได้เป็นเว็บไซต์เฉพาะนักศึกษา แต่ให้บริการกับนักเรียน นักธุรกิจ และประชาชนทั่วไป ได้เข้ามาค้นคว้าหาความรู้ หาข้อมูลได้

ในส่วนเนื้อหา (Page Header) ของเว็บไซต์มหาวิทยาลัยเอกชนทั้ง 3 สถาบันประกอบด้วย Channels และ Service Links เป็นหลัก รูปแบบการจัดองค์ประกอบหน้าเว็บไซต์ ของทั้ง 3 สถาบัน แตกต่างกัน การเลือกใช้สีไม่ได้เลือกเฉพาะสีประจำมหาวิทยาลัยเพียงอย่างเดียว มีสีอื่นๆ เพิ่มเข้ามาเพื่อให้หน้าตาของเว็บไซต์ดูสดใส สนุกสนาน ดึงดูดใจผู้เข้าชม มี Service Links ที่เชื่อมโยงไปสู่ส่วนการรับสมัคร

**Page Footer** เว็บไซต์มหาวิทยาลัยของเอกชน



ภาพที่ 4.23 ภาพส่วนท้าย (Page Footer) ของ เว็บไซต์มหาวิทยาลัยกรุงเทพ



ภาพที่ 4.24 ภาพส่วนท้าย (Page Footer) ของ เว็บไซต์มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต



ภาพที่ 4.25 ภาพส่วนท้าย (Page Footer) ของ เว็บไซต์มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

องค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ที่ปรากฏในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยเอกชน ในส่วนท้าย  
ตารางที่ 4.6 องค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ที่ปรากฏในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยเอกชน ในส่วนท้าย



4.7 องค์ประกอบเชิงสัญญาะที่ปรากฏในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยรัฐ ในส่วนท้าย (Page Footer) มีรายละเอียดดังนี้

#### 4.7.1 เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ

**Text & Hyper-text** มีตัวอักษร (Text) สีดำ แสดงความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ของเว็บไซต์ด้วยข้อความว่า “© 2004 Bangkok University” และมีตัวอักษรหลายมิติ (Hyper-text) ข้อความว่า “Contact Us” เชื่อมโยงไปยัง e-mail ของ webmaster มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

*ความหมายโดยอรรถ* แสดงความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย และการติดต่อกับมหาวิทยาลัย

*ความหมายโดยนัย* สื่อถึงการให้ความสำคัญกับ สิทธิการเป็นผู้ออกแบบ สื่อถึงผู้เข้าชมเว็บไซต์สามารถมีปฏิสัมพันธ์ กับผู้ดูแลเว็บไซต์ และขอข้อมูลจากฝ่าย Information ได้

#### 4.7.2 เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

**Text & Hyper-text** มีตัวอักษร (Text) สีดำ แสดงความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ของเว็บไซต์ด้วยข้อความว่า “© 2004 DHURAKIJPUNDIT UNIVERSITY. ALL RIGHTS RESERVED.”

*ความหมายโดยอรรถ* แสดงความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย

*ความหมายโดยนัย* สื่อถึงการให้ความสำคัญกับ สิทธิการเป็นผู้ออกแบบ

#### 4.7.3 เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

**Text Text & Hyper-text** มีตัวอักษร (Text) สีเทา แสดงความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ของเว็บไซต์ด้วยข้อความว่า “Copyright © 2003 by the University of the Thai Chamber of Commerce Reserved” ปิดท้ายบรรทัดด้วย ปุ่มกดขนาดเล็กรูปกราฟแท่งสี่เหลี่ยมหลากสี แสดงจำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์

*ความหมายโดยอรรถ* แสดงความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย และจำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์

*ความหมายโดยนัย* สื่อถึงการให้ความสำคัญกับ สิทธิการเป็นผู้ออกแบบ

องค์ประกอบเชิงสัญญาะของหน้าเว็บไซต์ที่ปรากฏในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยเอกชน ทั้ง 3 สถาบัน มีองค์ประกอบเชิงสัญญาะ ที่สื่อถึงความเป็นมหาวิทยาลัยด้วย - **สัญลักษณ์** ในรูปแบบของตราสัญลักษณ์ของมหาวิทยาลัย และชื่อสถาบัน ปรากฏอยู่ในส่วนหัวของหน้า รูปแบบการจัดวางองค์ประกอบ ของทั้งสามสถาบันแตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด มีทั้งจัดวางชื่อและตราสัญลักษณ์ไว้ทางซ้าย, ทางขวา และทั้งซ้ายและขวา ส่วนมากมีภาพเคลื่อนไหว (Flash Image) องค์ประกอบ

เชิงสัญลักษณ์อย่างเช่น อาคารของมหาวิทยาลัย, นักศึกษา, นักศึกษาในชุดครูของมหาวิทยาลัย, และหมวกสำเร็จการศึกษา ล้วนปรากฏอยู่ในส่วนหัวของหน้า ความหมายเชิงสัญลักษณ์ที่เป็นความหมายโดยนัยของตราสัญลักษณ์ แต่ละมหาวิทยาลัย สื่อความหมายถึงชื่อคำขวัญของมหาวิทยาลัย, สื่อถึงแนวทางหรือชื่อมหาวิทยาลัย หรือบางมหาวิทยาลัยใช้เทพแห่งความรู้ความสำเร็จ อย่างเช่น ตราสัญลักษณ์ของมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตเป็นรูปพระสิทธินาคา ซึ่งเป็นภาคหนึ่งของพระ พิกเนศวร - *Picture & Graphic* รูปภาพและภาพกราฟฟิกปรากฏอยู่ในส่วนหัวของหน้า - *สัญลักษณ์ที่ใช้ในหน้าเว็บไซต์* ใช้สีประจำมหาวิทยาลัยและสีอื่นมาช่วยเพิ่มสีสัน ให้เว็บไซต์ดูน่าสนใจมากยิ่งขึ้น - *Channel & Service Links* มีหลายรูปแบบในหลายตำแหน่ง ในส่วนหัวของหน้า (*Page Header*) เป็น Channel & Service Links แบบปุ่มกดวางเรียงตามแนวนอน ในส่วนเนื้อหา (*Page Body*) เป็น Side Bar Menu แบบปุ่มกดวางเรียงในแนวตั้ง และ แบบตัวอักษรหลายมิติ (*Hyper-text*) ที่เป็นหัวข้อข่าวสำหรับเชื่อมโยงไปเนื้อหาเกี่ยวกับรายละเอียดข่าว มีทั้งที่มีภาพกราฟฟิกและไม่มีภาพกราฟฟิกประกอบ และมีแบบค้นหา โดยใช้ Search engine ของ Google ประกอบอยู่ด้วย ในส่วนท้าย (*Page Footer*) มีตัวอักษรหลายมิติ (*Hyper-text*) สำหรับเชื่อมโยงยัง e-mail ของผู้ดูแลเว็บไซต์ - *Text & Hyper-text* ข้อความ (*Text*) เป็นข้อความแสดงความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ ซึ่งปรากฏอยู่ในส่วนท้ายของหน้า (*Page Footer*) ข้อความหลายมิติ (*Hyper-text*) ที่ปรากฏอยู่ในส่วนเนื้อหา (*Page Body*) จะเป็นข้อความสำหรับ เชื่อมโยงไปยังเนื้อหาและรายละเอียดของข่าวสารจากหัวข้ออื่นๆ ที่ปรากฏอยู่ในส่วนท้ายของหน้า (*Page Footer*) เป็น *Hyper-text* ที่ใช้สำหรับเชื่อมโยงยัง e-mail ของผู้ดูแลเว็บไซต์ และมีส่วนที่แสดงจำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์

#### 4.8 ทิศนะของเว็บมาสเตอร์เกี่ยวกับองค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ที่ปรากฏในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยเอกชน

จากการสัมภาษณ์ (Interview) เว็บมาสเตอร์เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยเอกชนที่เลือกทำการวิจัยครั้งนี้พบว่า ทิศนะของเว็บมาสเตอร์เกี่ยวกับองค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ที่ปรากฏในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย มีลักษณะดังนี้

##### 4.8.1 การออกแบบ แนวคิดในการออกแบบจัดทำหน้าเว็บไซต์

จากคำถามที่ว่า“ทางมหาวิทยาลัยมีแนวความคิดอย่างไรในการจัดวางองค์ประกอบหน้าเว็บไซต์?”

เว็บมาสเตอร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ :

“เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร เพื่อให้นักเรียน นักศึกษาเข้ามาหาข้อมูล รายละเอียดการเรียนการสอน...”

เว็บมาสเตอร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ :

“ให้ง่ายต่อการค้นหา ค้นหาเชื่อถือ น่าสนใจ”

เว็บมาสเตอร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย :

“มีแนวคิดที่ให้เว็บไซต์เป็นที่ที่นักเรียน นักศึกษาสามารถเข้ามาค้นหาข้อมูล ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นที่กระจายข่าวสารต่างๆ ของมหาวิทยาลัย ”

จากคำถามที่ว่า “ทางมหาวิทยาลัยมีหลักในการจัดองค์ประกอบหน้าเว็บไซต์ อย่างไร มีอะไรบ้างที่กำหนดให้จำเป็นต้องมีในหน้าเว็บไซต์”

เว็บมาสเตอร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ :

“ชื่อมหาวิทยาลัย, สัญลักษณ์ของมหาวิทยาลัย, ภาพแอนิเมชันเกี่ยวกับมหาวิทยาลัย, ข่าวประชาสัมพันธ์, ข่าวกิจกรรม, ลิงค์ต่างๆ”

เว็บมาสเตอร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ :

“ชื่อมหาวิทยาลัย, รายละเอียดประวัติมหาวิทยาลัย, ข่าวประชาสัมพันธ์, ลิงค์ของข้อมูลต่างๆ”

เว็บมาสเตอร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย :

“ชื่อมหาวิทยาลัย, สัญลักษณ์ของมหาวิทยาลัย, ข้อมูลข่าวสารต่างๆ, ลิงค์ต่าง, เว็บบอร์ด”

#### 4.8.2 การเลือกใช้สัญลักษณ์ รูปภาพและภาพกราฟฟิก

จากคำถามที่ว่า “ทางมหาวิทยาลัย มีหลักการในการเลือกใช้ภาพประกอบอย่างไร ภาพที่นำมาใช้ต้องการสื่อถึงอะไรบ้าง”

เว็บมาสเตอร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ :

“ภาพนักศึกษาจะดูเข้าถึงเป้าหมายของเราที่สุด เพราะใกล้ตัวที่สุด ดูสดใส น่าสนใจ ”

เว็บมาสเตอร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ :

“ภาพที่ใช้ก็จะเป็นภาพประกอบในแต่ละส่วนให้น่าสนใจมากขึ้น ”

เว็บมาสเตอร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย :

“ภาพที่ใช้ประกอบ ก็จะเป็นภาพที่เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเป็นส่วนใหญ่ ภาพอาคารเรียน ภาพนักศึกษาแล้วก็ภาพประกอบข่าวต่างๆ”

#### 4.8.3 การเลือกใช้โทนสี

เว็บมาสเตอร์ของทุกมหาวิทยาลัย เน้นที่สีหลักของหน้าเว็บไซต์ ควรจะเป็นสีประจำมหาวิทยาลัย เว็บมาสเตอร์ของมหาวิทยาลัยรัฐเน้นที่สีประจำมหาวิทยาลัยเพียงอย่างเดียว แต่ของ



มหาวิทยาลัยเอกชนเน้นที่ความสดใสของสีแต่ต้องที่สีประจำมหาวิทยาลัยเป็นสีประกอบหลักรวมอยู่ด้วย

จากคำถามที่ว่า “ทางมหาวิทยาลัย มีหลักในการเลือกใช้สีอย่างไร ใช้หลักทฤษฎีสีด้วยหรือไม่ สีที่เลือกมาใช้ต้องการสื่อถึงอะไร”

เว็บมาสเตอร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ :

“เลือกใช้สีสดใส ดูสบายตาดึงดูดใจผู้เข้ามาชมเว็บไซต์”

ผู้วิจัย : “เลือกใช้สีสดใส ... จำเป็นหรือไม่ว่าจะต้องใช้สีที่เป็นสีประจำมหาวิทยาลัยด้วย แล้วมีหลักหรือใช้ทฤษฎีสีอะไรหรือเปล่าคะ ?”

“มีสีประจำมหาวิทยาลัยประกอบอยู่ด้วย แต่ไม่ได้เน้นชัดๆ ส่วนทฤษฎีสีก็ดูการออกแบบให้สดใส น่าสนใจ”

เว็บมาสเตอร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต :

“สีไม่จัดจ้านจนเกินไป ไม่ได้กำหนดตายตัวว่าต้องเป็นสีนั้นสีนี้ แต่ให้ดูน่าสนใจและดูน่าเชื่อถือ”

ผู้วิจัย : “แล้วจำเป็นต้องมีสีประจำมหาวิทยาลัยเป็นสีหลักด้วยหรือไม่ ใช้หลักทฤษฎีสีด้วยหรือเปล่าคะ”

“ค่ะ...สีประจำมหาวิทยาลัยเป็นสีม่วงกับสีฟ้า ส่วนหลักทฤษฎีสีอะไรนั้นขึ้นอยู่กับคนออกแบบค่ะ”

เว็บมาสเตอร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย :

“สีที่ใช้โดยรวมเป็นสีฟ้า สีนี้ดูเย็นตา สบายตา และเป็นสีหนึ่งที่เป็นสีประจำมหาวิทยาลัยด้วย”

ผู้วิจัย : “คือเน้นการใช้สีประจำมหาวิทยาลัยเป็นสีหลักด้วยหรือไม่ ใช้หลักทฤษฎีสีอะไร”

“ค่ะ...เน้นที่สีประจำมหาวิทยาลัย แต่ไม่ได้ใช้เฉพาะสีประจำมหาวิทยาลัยถ้าดูให้ดีในหน้าเว็บไซต์ยังมีสีอื่นๆอีก เช่นสีเขียวส่วนหลักทฤษฎีสีนั้น ก็คำนึงถึงแค่แต่การใช้สีอะไรอย่างไรก็ให้เว็บไซต์ออกมาดูน่าสนใจค่ะ”

ผลการวิจัยพบว่าองค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ที่ปรากฏในหน้าเว็บไซต์และทัศนยะของเว็บมาสเตอร์เกี่ยวกับการจัดองค์ประกอบหน้าเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยเอกชน เป็นดังนี้คือ

ด้านการออกแบบ แนวคิดในการออกแบบจัดทำหน้าเว็บไซต์ เว็บมาสเตอร์ส่วนใหญ่เน้นที่การให้ข้อมูลข่าวสารกับผู้เข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์ทั้งนักเรียน นักศึกษา บุคลากรและ บุคคลภายนอก ที่เว็บมาสเตอร์ของมหาวิทยาลัยเอกชนเน้นกลุ่มเป้าหมายที่นักเรียนด้วยนั้น เป็นเพราะทาง

มหาวิทยาลัยเอกชนใช้หน้าเว็บไซต์เป็นสื่อทางการตลาด การประชาสัมพันธ์ข้อมูลมหาวิทยาลัย และมีการให้ข้อมูลรายละเอียดการเปิดรับนักศึกษาใหม่ผ่านทางเว็บไซต์ องค์ประกอบสำคัญที่มีในหน้าเว็บไซต์ของทุกมหาวิทยาลัยเอกชน คือ ชื่อมหาวิทยาลัย, ตราสัญลักษณ์ของมหาวิทยาลัย , อาคารสำคัญ, บุคคลสำคัญ, นักศึกษาของมหาวิทยาลัย หรืออื่นๆที่แสดงความเป็นมหาวิทยาลัยนั้นๆ ชำว, ลิงค์ต่างๆ

**ด้านการเลือกใช้สัญลักษณ์ รูปภาพและภาพกราฟิก** หน้าเว็บไซต์ของทุกมหาวิทยาลัย มีสัญลักษณ์ที่เป็น ชื่อมหาวิทยาลัย, ตราสัญลักษณ์ของมหาวิทยาลัย เป็นองค์ประกอบ และหน้าเว็บไซต์มหาวิทยาลัยเอกชนส่วนใหญ่จะมีสัญลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ประเภทอาคารสำคัญ, บุคคลสำคัญ, นักศึกษาของมหาวิทยาลัย หรืออื่นๆที่แสดงความเป็นมหาวิทยาลัยนั้นๆ เป็นองค์ประกอบด้วย ส่วนรูปภาพและภาพกราฟิก เป็นภาพประกอบหัวข้อข่าวเป็นส่วนใหญ่ ไม่ใช่ภาพอื่นเข้ามาเป็นองค์ประกอบ ทุกมหาวิทยาลัยเน้นความสะดวกในการค้นหาข้อมูลไม่ต้องการให้หน้าเว็บไซต์ดูรกตา เน้นการบริการข้อมูลข่าวสาร และการใช้งาน

**ด้านการเลือกใช้โทนสี** เว็บบาสเตอร์ของมหาวิทยาลัยเอกชนเน้นที่ความสดใสของสีแต่ต้องมีสีประจำมหาวิทยาลัยเป็นสีประกอบหลักรวม อยู่ด้วย

### ส่วนที่ 3 ความแตกต่างขององค์ประกอบเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชน

จากตารางในส่วนที่ 1 และ 2 ข้างต้นทำให้มองเห็นได้อย่างชัดเจนว่าองค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ที่ปรากฏในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยของรัฐกับมหาวิทยาลัยของเอกชน มีความแตกต่างที่สามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจนที่สัญลักษณ์ที่ใช้ในหน้าเว็บไซต์โดยรวมดังนี้ คือ

#### การออกแบบ

**เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยรัฐ** มีรูปแบบการจัดวางองค์ประกอบในรูปแบบที่คล้ายกันคือมีตราสัญลักษณ์, ชื่อสถาบันภาษาไทยและอังกฤษ ปรากฏอยู่ในส่วนหัวของหน้า มี Channel & Service Link แบบปุ่มกดเรียงตามแนวนอน อยู่ในส่วนหัวของหน้า Channel & Service Link แบบปุ่มกดเรียงตามแนวตั้ง แบบเลือกรายการ แบบค้นหา และแบบตัวอักษรหลายมิติ มีอยู่ในส่วนเนื้อหา ในส่วนนี้เป็นเหมือนส่วนให้บริการการเชื่อมโยงไปยังหน้าหลักๆ ของเว็บไซต์ และรายละเอียดข่าวสาร

**เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยเอกชน** รูปแบบการจัดวางองค์ประกอบ ของมหาวิทยาลัยเอกชนทั้งสามสถาบันแตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด ตราสัญลักษณ์ของมหาวิทยาลัย และชื่อสถาบัน ปรากฏอยู่ในส่วนหัวของหน้ามีทั้งจัดวางชื่อและตราสัญลักษณ์ไว้ทางซ้าย, ทางขวา และทั้งซ้ายและขวา ส่วนมากมีภาพเคลื่อนไหว (Flash Image) องค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์อื่นอย่างเช่น อาคารของมหาวิทยาลัย, นักศึกษา, นักศึกษาในชุดครุยของมหาวิทยาลัย, และหมวกสำเร็จการศึกษา ล้วนปรากฏอยู่ในส่วนหัวของหน้าที่เป็นภาพเคลื่อนไหว ความหมายเชิงสัญลักษณ์ที่เป็นความหมายโดยนัยของตราสัญลักษณ์ แต่ละมหาวิทยาลัย สื่อความหมายถึงชื่อคำขวัญของมหาวิทยาลัย, สื่อถึงแนวทางหรือชื่อมหาวิทยาลัย หรือบางมหาวิทยาลัยใช้เทพแห่งความรู้ความสำเร็จ อย่างเช่น ตราสัญลักษณ์ของมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตเป็นรูปพระสิริธรรมา ซึ่งเป็นภาคหนึ่งของพระพิรุณศวร

#### การเลือกใช้โทนสี

**เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยของรัฐ** ใช้เฉพาะสีประจำมหาวิทยาลัยเป็นสีของหน้าเว็บไซต์เท่านั้น

**เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยเอกชน** ไม่ได้เลือกใช้เฉพาะสีประจำมหาวิทยาลัยเท่านั้น ยังมีการนำสีอื่นเข้ามาประกอบเพื่อให้หน้าเว็บไซต์มีความน่าสนใจมีสีสันหลากหลายมากขึ้น เพื่อดึงดูดใจผู้เข้ามาชมเว็บไซต์

#### การเลือกใช้รูปภาพและภาพกราฟฟิก

**เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยของรัฐ** มีรูปแบบเรียบง่ายไม่มีรูปภาพและภาพกราฟฟิกเป็นส่วนประกอบของหน้าเว็บไซต์ มีเฉพาะเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์ที่มีภาพเคลื่อนไหว ปรากฏอยู่ในส่วนเนื้อหาของหน้า

**เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยเอกชน** ส่วนประกอบหลักของหน้าเว็บไซต์ปรากฏอยู่ใน ส่วนหัวของหน้า องค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์หลักอย่างเช่น ภาพตราสัญลักษณ์ของมหาวิทยาลัย, สถานที่และอาคารสำคัญของมหาวิทยาลัย, นักศึกษาในชุดครุยของมหาวิทยาลัย, นักศึกษา, และ หมวกสำเร็จการศึกษา ล้วนเป็นภาพประกอบของภาพเคลื่อนไหวปรากฏอยู่ในส่วนหัวของหน้า

#### **การใช้สัญลักษณ์**

**เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยของรัฐ** เน้นหนักไปที่สัญลักษณ์ที่สื่อถึงตัวมหาวิทยาลัย คือมี ภาพตราสัญลักษณ์ของมหาวิทยาลัย, ภาพสถานที่และอาคารสำคัญของมหาวิทยาลัย, ต้นไม้ประจำ มหาวิทยาลัย

**เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยเอกชน** เน้นองค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ที่สื่อถึงจุดหมายหรือความสำเร็จ โดยเลือกใช้ภาพนักศึกษา, นักศึกษาในชุดครุยรวมถึงภาพหมวกที่ใส่ในวันสำเร็จ การศึกษา

#### **การใช้ Channel & Service Links**

**เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยรัฐ** มีหลายรูปแบบในหลายตำแหน่ง ในส่วนหัวของหน้า (*Page Header*) เป็น Channel & Service Links แบบปุ่มกดวางเรียงตามแนวนอน ในส่วนเนื้อหา (*Page Body*) เป็น Side Bar Menu แบบปุ่มกดวางเรียงในแนวตั้ง และ แบบตัวอักษรหลายมิติ (Hyper-text) ที่เป็นหัวข้อข่าวสำหรับเชื่อมโยงไปเนื้อหาที่รายละเอียดข่าว มีทั้งที่มีภาพกราฟฟิก และไม่มีภาพกราฟฟิกประกอบ และมีแบบค้นหา โดยใช้ Search engine ของ Google ประกอบอยู่ ด้วย ในส่วนเนื้อหาท้าย (*Page Footer*) มีตัวอักษรหลายมิติ (Hyper-text) สำหรับเชื่อมโยงยัง e-mail ของผู้ดูแลเว็บไซต์ ทั้ง web master, web administrator, และ web information

**เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยเอกชน** มีหลายรูปแบบในหลายตำแหน่ง ในส่วนหัวของหน้า (*Page Header*) เป็น Channel & Service Links แบบปุ่มกดวางเรียงตามแนวนอน ในส่วนเนื้อหา (*Page Body*) เป็น Side Bar Menu แบบปุ่มกดวางเรียงในแนวตั้ง และ แบบตัวอักษรหลายมิติ (Hyper-text) ที่เป็นหัวข้อข่าวสำหรับเชื่อมโยงไปเนื้อหาที่รายละเอียดข่าว มีทั้งที่มีภาพกราฟฟิก และไม่มีภาพกราฟฟิกประกอบ และมีแบบค้นหา โดยใช้ Search engine ของ Google ประกอบอยู่ ด้วย ในส่วนท้าย (*Page Footer*) มีตัวอักษรหลายมิติ (Hyper-text) สำหรับเชื่อมโยงยัง e-mail ของ ผู้ดูแลเว็บไซต์

#### **การใช้ Text & Hyper-text**

**เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยรัฐ** ข้อความ (*Text*) เป็นข้อความแสดงความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ ซึ่งปรากฏอยู่ในส่วนท้ายของหน้า (*Page Footer*) และที่อยู่ เบอร์ โทรศัพท์ ของมหาวิทยาลัย ปรากฏอยู่ในส่วนท้ายของหน้า (*Page Footer*) หรือ ในส่วนเนื้อหา (*Page Body*) ข้อความหลายมิติ

(Hyper-text) ที่ปรากฏอยู่ในส่วนเนื้อหา (Page Body) จะเป็นข้อความสำหรับ เชื่อมโยงไปยังเนื้อหา และรายละเอียดของข่าวสารจากหัวข้ออื่นๆ ที่ปรากฏอยู่ในส่วนท้ายของหน้า (Page Footer) เป็น Hyper-text ที่ใช้สำหรับเชื่อมโยงยัง e-mail ของผู้ดูแลเว็บไซต์ ทั้ง web master, web administrator, และ web information ของมหาวิทยาลัย

เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยเอกชน ข้อความ (Text) เป็นข้อความแสดงความเป็นเจ้าของ ลิขสิทธิ์ ซึ่งปรากฏอยู่ในส่วนท้ายของหน้า (Page Footer) ข้อความหลายมิติ (Hyper-text) ที่ปรากฏ อยู่ในส่วนเนื้อหา (Page Body) จะเป็นข้อความสำหรับ เชื่อมโยงไปยังเนื้อหาและรายละเอียดของ ข่าวสารจากหัวข้ออื่นๆ ที่ปรากฏอยู่ในส่วนท้ายของหน้า (Page Footer) เป็น Hyper-text ที่ใช้ สำหรับเชื่อมโยงยัง e-mail ของผู้ดูแลเว็บไซต์ และมีส่วนที่แสดงจำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์

## บทที่ 5

### สรุปและอภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่อง “องค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ที่ปรากฏในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชน และทัศนคติของเว็บมาสเตอร์” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทราบถึง องค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์และความแตกต่างขององค์ประกอบในหน้าโฮมเพจเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชน และทัศนคติของเว็บมาสเตอร์ ในการออกแบบเว็บไซต์และการใช้องค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ การถ่ายทอดความหมายไปสู่ผู้รับสาร ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยศึกษาด้วยรูปแบบการ **วิจัยเชิงคุณภาพ** (Qualitative Research) โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยผู้วิจัยได้ใช้ข้อมูลจากเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยทั้ง 6 สถาบัน ในช่วงเดือนเมษายน – ตุลาคม 2547 ประกอบกับการใช้ข้อมูลประเภทบุคคล ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews) เว็บมาสเตอร์ของเว็บไซต์มหาวิทยาลัยทั้ง 6 สถาบัน

การวิจัยครั้งนี้ได้ทำการศึกษาจาก เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยของรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมี URL ดังนี้

1. เว็บไซต์ของ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์  
<http://www.ku.ac.th>
2. เว็บไซต์ของ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
<http://www.tu.ac.th>
3. เว็บไซต์ของ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
<http://www.chula.ac.th>
4. เว็บไซต์ของ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
<http://www.bu.ac.th>
5. เว็บไซต์ของ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต  
<http://www.dpu.ac.th>
6. เว็บไซต์ของ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย  
<http://www.utcc.ac.th>

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาโดยใช้แนวคิดเรื่องสัญญาณวิทยา ทฤษฎีเกี่ยวกับองค์ประกอบศิลป์ โครงสร้างเว็บไซต์ ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมมนุษย์ และทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ มาใช้ประกอบในการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสัญญาณที่ปรากฏในเว็บไซต์ ของมหาวิทยาลัยของรัฐ และเอกชน และทักษะของเว็บมาสเตอร์ ซึ่งผลการศึกษสามารถสรุปได้ โดยการนำเสนอ ผลการวิจัยเรื่อง “องค์ประกอบเชิงสัญญาณที่ปรากฏในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชน และทักษะของเว็บมาสเตอร์” ซึ่งจะแบ่งการรายงานผลการวิจัยออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 องค์ประกอบเชิงสัญญาณที่ปรากฏในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยของรัฐและทักษะของเว็บมาสเตอร์

ส่วนที่ 2 องค์ประกอบเชิงสัญญาณที่ปรากฏในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยของเอกชนและทักษะของเว็บมาสเตอร์

ส่วนที่ 3 ความแตกต่างขององค์ประกอบเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชน

**ส่วนที่ 1 องค์ประกอบเชิงสัญญาณของหน้าเว็บไซต์ที่ปรากฏในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยของรัฐ และทักษะของเว็บมาสเตอร์**

### 5.1 องค์ประกอบเชิงสัญญาณของหน้าเว็บไซต์ที่ปรากฏในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยของรัฐ

จากการวิจัยพบว่าทั้ง 3 สถาบัน มีองค์ประกอบเชิงสัญญาณ ที่สื่อถึงความเป็นมหาวิทยาลัยด้วย ชื่อสถาบันทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ, ตราสัญลักษณ์ของสถาบัน ซึ่งเป็นการแสดงสัญญาณที่มีความหมายโดยอรรถสื่อถึงความเป็นมหาวิทยาลัย มีความหมายโดยนัยเป็นความหมายของชื่อแต่ละสถาบัน องค์ประกอบเชิงสัญญาณหลักนี้ปรากฏอยู่ในส่วนหัวของหน้า มีการจัดวางในลักษณะเดียวกันคือมุมขวาสุดด้านบนเป็นตำแหน่งของตราสัญลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ถัดมาทางด้านซ้ายติดกับตราสัญลักษณ์เป็นชื่อของมหาวิทยาลัย บรรทัดบนเป็นชื่อมหาวิทยาลัยภาษาไทย บรรทัดล่างเป็นชื่อมหาวิทยาลัยภาษาอังกฤษ ส่วนองค์ประกอบเชิงสัญญาณอื่นๆ เช่น ภาพต้นไม้ประจำสถาบัน (ภาพต้นจามจุรี ในหน้าเว็บไซต์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย) ภาพอาคารที่เป็นสัญลักษณ์ของสถาบัน (อาคารโดมของธรรมศาสตร์, อาคารเรียนรูปทรงแบบไทยของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย) ปรากฏอยู่ในส่วนเนื้อหา หรือส่วนท้ายของหน้าเว็บไซต์ แสดงสัญญาณที่มีความหมายโดยนัยสื่อถึงความเป็นมหาวิทยาลัยนั้นๆ โทนสีที่เลือกใช้ เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยรัฐใช้เฉพาะสีที่เป็นสีประจำสถาบันเป็นหลัก เพื่อแสดงสัญญาณที่มีความหมายโดยนัยสื่อถึงความเป็นมหาวิทยาลัยนั้นๆ ถึงแม้จะเลือกใช้เฉพาะสีประจำมหาวิทยาลัยเป็นหลักแต่ก็ยังคำนึงถึงทฤษฎีสีและการจัดองค์ประกอบของสี เห็นได้จาก มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ถึงจะใช้เพียงสีเขียวแต่ก็เป็นสีเขียวในหลายๆ ระดับ โทนสี มีเขียวอ่อน, เขียวเข้ม, เขียวสด ซึ่งหากดูตามทฤษฎีสีแล้วลักษณะ

แบบนี้จัดอยู่ในชุดสีแบบสีเดียว (Monochromatic Color Scheme) ที่มีค่าของสีบริสุทธิ์เพียงสีเดียว ความหลากหลายของสีชุดนี้เกิดจากการเพิ่มความเข้มหรือความอ่อนในระดับต่างๆ ให้กับสีตั้งต้น ชุดสีแบบนี้ค่อนข้างจะมีความกลมกลืนเป็นหนึ่งเดียวกันและมีประสิทธิภาพในการสร้างอารมณ์ โดยรวมด้วยการใช้สีเพียงสีเดียว แต่ในบางครั้งรูปแบบที่มีสีเดียวอาจดูไม่มีชีวิตชีวา และสีเขียวเป็นชุดสีเย็น (Cool Color Scheme) ชุดสีเย็น ประกอบด้วย สีม่วง, สีน้ำเงิน, สีน้ำเงินอ่อน, สีฟ้า, สีน้ำเงินแกมเขียว, และสีเขียว ซึ่งเป็นสีตรงกันข้ามกับชุดสีร้อน ชุดสีเย็นให้ความรู้สึกเย็นสบาย องค์กรประกอบที่ใช้สีเย็นเหล่านี้จะดูสุภาพเรียบร้อย และมีความชำนาญ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ใช้เพียงสีแดงและสีเหลืองเป็นหลัก สีแดงที่ใช้ก็มีหลายระดับ โทนสี แดงสด, แดงเข้ม, แดง มีสีเหลืองเป็นสีที่ใส่ตกแต่งในแบบเส้นและแถบสี ลักษณะการใช้สีสองสีนี้จัดอยู่ในชุดสีร้อน (Warm Color Scheme) ชุดสีร้อนประกอบด้วย สีม่วงแกมแดง, สีแดงแกมม่วง, สีแดง, สีส้ม, สีเหลือง, สีเขียวอมเหลือง สีเหล่านี้สร้างความรู้สึกอบอุ่น สบาย และความรู้สึกต้อนรับต่อผู้ชม ช่วยดึงดูดความสนใจได้ง่าย ในทางจิตวิทยาสีร้อนมีความสัมพันธ์กับความ สุข สะดวกสบาย และจัดองค์ประกอบของสีแบบ 80-20 คือ มีพื้นที่สีแดง ประมาณ 80% ของหน้าเว็บไซต์ และ สีเหลือง ประมาณ 20% เป็นหลักการออกแบบที่จะทำให้หน้าเว็บไซต์น่าสนใจมากขึ้น เพราะสีต่างๆ ในชุดสีร้อนมีความกลมกลืนอยู่ในตัวเอง ขณะที่อาจดูไม่น่าสนใจบ้าง เพราะขาดสีประกอบที่ตัดกันอย่างชัดเจน แต่เลือกใช้เพียงสีแดงและเหลืองที่อยู่ห่างกันในวงล้อสีก็ช่วยให้สีดูน่าสนใจขึ้น **จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย** ใช้สีขาวและสีเทาเป็นส่วนใหญ่ ทำให้สีชมพูที่ถึงแม้จะมีพื้นที่น้อยดูเด่นขึ้นมาได้ ลักษณะอักษรที่เลือกใช้ มีทั้งอักษรภาษาไทยและภาษาอังกฤษแต่ใช้ภาษาไทยเป็นหลัก ส่วนข้อความ (Text) และข้อความหลายมิติ (Hyper-text) เป็นองค์ประกอบที่ส่วนใหญ่ปรากฏอยู่ในส่วนเนื้อหา (Page Body) เป็นข้อความสำหรับ เชื่อมโยงไปยังเนื้อหาและรายละเอียดของข่าวสารจากหัวข้อนั้นๆ สำหรับใช้สำหรับเชื่อมโยงยัง e-mail ของผู้ดูแลเว็บไซต์ ทั้ง web master, web administrator, และ web information ของมหาวิทยาลัย ข้อความ (Text) เป็นข้อความแสดงความ เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ ของมหาวิทยาลัย ปรากฏอยู่ในส่วนท้ายของหน้า (Page Footer) ในส่วน Channel & Service Links มีหลายรูปแบบในหลายตำแหน่ง Channel & Service Links หลักแถบเมนูที่อยู่ในส่วนหัวของหน้า และ Side Bar Menu ที่อยู่ในส่วนเนื้อหา จากข้อความที่ปรากฏอยู่ในแต่ละปุ่มที่จะเชื่อมโยงไปทำให้ทราบถึงสิ่งที่เว็บมาสเตอร์ต้องการจะสื่อสาร ปุ่มหลักที่มีคือปุ่มที่เชื่อมโยงไปยัง รายละเอียด ประวัติมหาวิทยาลัยหน่วยงาน, วิชาการ, สำหรับนิสิต กิจกรรมนิสิต สิ่งที่จะเชื่อมโยง ไปถึงเหล่านี้เป็นสิ่งที่ทำให้ทราบว่าเว็บมาสเตอร์ของมหาวิทยาลัยรัฐ สร้างหน้าโฮมเพจโดยพิจารณาถึงการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้รับสาร เกี่ยวกับความ



ต้องการสารสนเทศ เพื่อการเรียนรู้ เพื่อสนองความอยากรู้อยากเห็น เพื่อสนองความสนใจ เกี่ยวกับการต้องการรวมตัวและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม เสนาไปใช้สนทนา และปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

## 5.2 ทักษะของเว็บมาสเตอร์เกี่ยวกับองค์ประกอบของหน้าเว็บไซต์ที่ปรากฏในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยของรัฐ

เว็บมาสเตอร์ของมหาวิทยาลัยของรัฐมีแนวคิดในการจัดทำเว็บไซต์เน้นที่ความสะดวกในการใช้งาน ง่ายต่อการค้นหาข้อมูล สีสันสบายตา โดยพิจารณาถึงความต้องการใช้สื่อของผู้รับสารในด้าน ความต้องการสารสนเทศเพื่อทราบถึงเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับตนเอง เพื่อสนองความสนใจ เพื่อการเรียนรู้ องค์ประกอบหลักๆ ที่ต้องการให้มีในหน้าเว็บไซต์ คือชื่อสถาบัน, ตราสัญลักษณ์ของสถาบัน, ข่าวสารภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย, รายละเอียดเกี่ยวกับมหาวิทยาลัย และ การติดต่อกับเว็บมาสเตอร์

จากการศึกษาหน้าโฮมเพจและการสัมภาษณ์เว็บมาสเตอร์ของมหาวิทยาลัยรัฐ แสดงให้เห็นว่าการกำหนดแนวคิดในการจัดองค์ประกอบหน้าเว็บไซต์ เว็บมาสเตอร์คำนึงถึง ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมมนุษย์ ทั้งพฤติกรรมด้านความรู้ ความคิด (Cognitive Domain) การพัฒนา ด้านความรู้ มีการใช้ความคิด การพัฒนาด้านสติปัญญา เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้และแสดง พฤติกรรมทางความรู้ พฤติกรรมด้านทัศนคติ ค่านิยม ความรู้สึกชอบ (Affective Domain) หมายถึง ความรู้สึก ความชอบ ความสนใจ ค่านิยมต่างๆ การรับการเปลี่ยนค่านิยม เป็นพฤติกรรมที่ ยากต่อการมองเห็นหรือเข้าใจ เพราะเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในจิตใจคน ซึ่งจะเกิดขึ้นแบบเป็นขั้นเป็นตอน คือ ขั้นการรับรู้หรือการให้ความสนใจ (Receiving or Attention) คือ การตระหนัก (Awareness) เป็น พฤติกรรมขั้นแรกสุดของ Affective Domain เป็นขั้นที่บุคคลได้ถูกคิดหรือการเกิดขึ้นในความรู้สึก ว่ามีสิ่งหนึ่งเหตุการณ์หนึ่งเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นในสภาวะจิตใจ, ความยินดีหรือเต็มใจรับรู้ (Willingness to receive) การเลือกรับหรือเลือกให้ความสนใจ, ขั้นการตอบสนอง (Responding) เป็นพฤติกรรมที่พัฒนาต่อจากขั้นรับรู้, การยินยอมในการตอบสนอง (Acquiescence Responding) เป็นการกระทำเพราะการเชื่อฟังหรือคล้อยตามหรือทำตามคำแนะนำโดยมีความรู้สึกต่อต้าน เล็กน้อย, ขั้นการสร้างคุณค่าการเกิดค่านิยม (Valuing) เป็นขั้นที่บุคคลมองเห็นคุณค่าของวัตถุ ปรากฏการณ์ และพฤติกรรม ด้วยตัวเขาเอง ซึ่งรวมถึงการเอากฎเกณฑ์ของสังคมมาเป็นเกณฑ์ ตัดสินคุณค่าของสิ่งต่าง ๆ นอกจากนี้เว็บมาสเตอร์ยังตระหนักถึงการให้ประโยชน์และความพึง พอใจ (The Uses and Gratifications Theory) ของผู้รับสาร เกี่ยวกับความต้องการสารสนเทศ เพื่อ การเรียนรู้ เพื่อสนองความอยากรู้อยากเห็น เพื่อสนองความสนใจ เกี่ยวกับการต้องการรวมตัวและ ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม เสนาไปใช้สนทนา และปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

ส่วนที่ 2 องค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ของหน้าเว็บไซต์ที่ปรากฏในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยของเอกชน และทักษะของเว็บมาสเตอร์

### 5.3 องค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ของหน้าเว็บไซต์ที่ปรากฏในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยของเอกชน

จากการวิจัยพบว่าทั้ง 3 สถาบัน มีองค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ ที่สื่อถึงความเป็นมหาวิทยาลัยด้วย ตราสัญลักษณ์ของมหาวิทยาลัย และชื่อสถาบัน ปรากฏอยู่ในส่วนหัวของหน้า รูปแบบการจัดวางองค์ประกอบ ของทั้งสามสถาบันแตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด มีทั้งจัดวางชื่อและตราสัญลักษณ์ไว้ทางซ้าย, ทางขวา และทั้งซ้ายและขวา ส่วนมากมีภาพเคลื่อนไหว (Flash Image) องค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์อื่นอย่างเช่น อาคารของมหาวิทยาลัย, นักศึกษา, นักศึกษาในชุดครุยของมหาวิทยาลัย, และหมวกสำเร็จการศึกษา ล้วนปรากฏอยู่ในส่วนหัวของหน้า ความหมายเชิงสัญลักษณ์ที่เป็นความหมายโดยนัยของตราสัญลักษณ์ แต่ละมหาวิทยาลัย สื่อความหมายถึงชื่อคำขวัญของมหาวิทยาลัย, สื่อถึงแนวทางหรือชื่อมหาวิทยาลัย หรือบางมหาวิทยาลัยใช้เทพแห่งความสำเร็จ อย่างเช่น ตราสัญลักษณ์ของมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตเป็นรูปพระพิรุณธาดา ซึ่งเป็นภาคหนึ่งของพระพิคนศวร สีหลักที่ใช้ในหน้าเว็บไซต์ ใช้สีประจำมหาวิทยาลัยเป็นหลักและสีอื่นมาช่วยเพิ่มสีสัน ทำให้เว็บไซต์ดูน่าสนใจมากยิ่งขึ้นด้วยทฤษฎีสี และการจัดองค์ประกอบของสี มหาวิทยาลัยกรุงเทพ สีหลักที่ใช้คือ สีฟ้า มีสีม่วงและสีแดงเป็นสีประกอบ ทั้งสามสีนี้จัดอยู่ในทฤษฎีสี ชุดสีแบบสามเส้า (Triadic Color Scheme) วิธีการที่ง่ายอีกแบบหนึ่งในการเลือกชุดสีมาใช้ก็คือ การนึกถึงสมเหลี่ยมด้านเท่าลอยอยู่เหนือวงล้อสี เลือกสีที่อยู่ตรงมุมของสามเหลี่ยม สีทั้งสามก็จะเป็นสีที่เข้าชุดกัน ชุดสีที่ได้จากการเลือกแบบนี้จึงเรียกว่า “ชุดสีแบบสามเส้า” ซึ่งประกอบด้วยสีสามสีที่มีระยะห่างเท่ากันในวงล้อสี จึงมีความเข้ากันอย่างลงตัว ชุดสีแบบสามเส้าที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดคือ ชุดที่ประกอบด้วยสีขั้นต้นทั้งสามนั่นเอง เนื่องจากการตัดกันรุนแรงของสีทั้งสาม ที่สร้างความสะดุดตาอย่างมาก ส่วนชุดสีที่ได้จากสีขั้นที่สองและขั้นที่สามนั้นยากต่อการนำมาใช้ เพราะความแตกต่างของสีดังกล่าวยังไม่รุนแรงนัก ในหน้าเว็บไซต์จะเห็นว่าพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นสีฟ้าอ่อนที่ดูสบายตา มีสีแดงเป็นส่วนประกอบเล็กน้อยประมาณ 5% สีม่วงอีกประมาณ 5% มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต สีหลักที่ใช้คือสีเขียว, สีฟ้า, สีม่วง สามสีนี้จัดอยู่ในชุดสีแบบ ชุดสีเย็น (Cool Color Scheme) ชุดสีเย็นประกอบด้วย สีม่วง, สีนํ้าเงิน, สีนํ้าเงินอ่อน, สีฟ้า, สีนํ้าเงินแกมเขียว และ สีเขียว มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย สีหลักที่ใช้คือ สีฟ้าและสีเขียว พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นสีฟ้า มีสีเขียวเป็นสีประกอบ จัดอยู่ในทฤษฎีสี ชุดสีที่คล้ายคลึงกัน (Analogous Color Scheme) ชุดสีที่มีรูปแบบอย่างง่ายอีกแบบหนึ่ง ซึ่งจะประกอบด้วยสี 2 หรือ 3 สีที่อยู่ติดกันในวงล้อสี และยังจัดอยู่ในชุดสีเย็น (Cool Color Scheme) ชุดสีเย็น ประกอบด้วย สีม่วง, สีนํ้าเงิน, สีนํ้าเงินอ่อน, สีฟ้า, สีนํ้าเงินแกมเขียว, และสีเขียว ซึ่งเป็นสีตรงกันข้ามกับชุดสีร้อน ชุดสีเย็นให้ความรู้สึกเย็นสบาย

องค์ประกอบที่ใช้เขียนเหล่านี้จะดูสุภาพเรียบร้อย และมีความชำนาญ แต่ในทางจิตวิทยาเขียนเหล่านี้กลับมีความสัมพันธ์กับความซึมเศร้าหดหู่ และเสียใจ นอกจากนั้น ชุดเขียนมีความกลมกลืนกันโดยธรรมชาติ ลักษณะอักษรที่เลือกใช้ มีทั้งอักษรภาษาไทยและภาษาอังกฤษแต่ใช้ภาษาไทยเป็นหลัก ส่วนข้อความ (Text) และข้อความหลายมิติ (Hyper-text) เป็นองค์ประกอบที่ส่วนใหญ่ปรากฏอยู่ในส่วนเนื้อหา (Page Body) เป็นข้อความสำหรับ เชื่อมโยงไปยังเนื้อหาและรายละเอียดของข่าวสารจากหัวข้อนั้นๆ สำหรับใช้สำหรับเชื่อมโยงยัง e-mail ของผู้ดูแลเว็บไซต์ ทั้ง web master, web administrator, และ web information ของมหาวิทยาลัย ข้อความ (Text) เป็นข้อความแสดงความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ ของมหาวิทยาลัย และมีส่วนที่แสดงจำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์ ปรากฏอยู่ในส่วนท้ายของหน้า (Page Footer) ในส่วน Channel & Service Links มีหลายรูปแบบในหลายตำแหน่ง Channel & Service Links หลักแถบเมนูที่อยู่ในส่วนหัวของหน้า และ Side Bar Menu ที่อยู่ในส่วนเนื้อหา จากข้อความที่ปรากฏอยู่ในแต่ละปุ่มที่จะเชื่อมโยงไปทำให้ทราบถึงสิ่งที่เว็บมาสเตอร์ต้องการจะสื่อสาร ปุ่มหลักที่มีคือปุ่มที่เชื่อมโยงไปยัง รายละเอียดประวัติมหาวิทยาลัยหน่วยงาน, วิชาการ, สำหรับนิสิต กิจกรรมนิสิต สิ่งที่จะเชื่อมโยงไปถึงเหล่านี้ เป็นสิ่งที่ทำให้ทราบว่าเว็บมาสเตอร์ของมหาวิทยาลัยรัฐสร้างหน้าโฮมเพจโดยพิจารณาถึงการให้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้รับสาร เกี่ยวกับความต้องการสารสนเทศ เพื่อการเรียนรู้ เพื่อสนองความอยากรู้อยากเห็น เพื่อสนองความสนใจ เกี่ยวกับการต้องการรวมตัวและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม เอนำไปใช้สนทนา และปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

#### 5.4 ทักษะของเว็บมาสเตอร์เกี่ยวกับองค์ประกอบของหน้าเว็บไซต์ที่ปรากฏในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยของรัฐ

เว็บมาสเตอร์ของมหาวิทยาลัยของเอกชนมีแนวคิดในการจัดทำเว็บไซต์เน้นที่ความสะดุดตา น่าสนใจ ง่ายต่อการค้นหาข้อมูล โดยพิจารณาถึงความต้องการใช้สื่อของผู้รับสาร ในด้านความต้องการสารสนเทศ ความต้องการการรวมตัวและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ความต้องการความบันเทิง และพิจารณาถึงพฤติกรรมของมนุษย์ในด้านทัศนคติ ค่านิยมและความรู้สึกชอบ การรับรู้ หรือให้ความสนใจ, การตอบสนอง, การยินยอมในการตอบสนอง องค์ประกอบหลักๆ ที่ต้องการให้มีในหน้าเว็บไซต์ คือชื่อสถาบัน, ตราสัญลักษณ์ของสถาบัน, รายละเอียดการรับสมัครนักศึกษา ข่าวสารภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย, รายละเอียดเกี่ยวกับมหาวิทยาลัย และ การติดต่อกับเว็บมาสเตอร์

จากการศึกษาหน้าโฮมเพจและการสัมภาษณ์เว็บมาสเตอร์ของมหาวิทยาลัยรัฐ แสดงให้เห็นว่าการกำหนดแนวคิดในการจัดองค์ประกอบหน้าเว็บไซต์ เว็บมาสเตอร์คำนึงถึงทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมมนุษย์ ทั้งพฤติกรรมด้านความรู้ ความคิด (Cognitive Domain) การพัฒนา

ด้านความรู้ มีการใช้ความคิด การพัฒนาด้านสติปัญญา เป็นสิ่งที่เกี่ยวกับการรับรู้และแสดง พฤติกรรมทางความรู้ พฤติกรรมด้านทัศนคติ ค่านิยม ความรู้สึกชอบ (Affective Domain) หมายถึง ความรู้สึก ความชอบ ความสนใจ ค่านิยมต่างๆ การรับการเปลี่ยนค่านิยม เป็นพฤติกรรมที่ ยากต่อการมองเห็นหรือเข้าใจ เพราะเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในจิตใจคน ซึ่งจะเกิดขึ้นแบบเป็นขั้นเป็นตอน คือ ขั้นการรับรู้หรือการให้ความสนใจ (Receiving or Attention) คือ การตระหนัก (Awareness) เป็น พฤติกรรมขั้นแรกสุดของ Affective Domain เป็นขั้นที่บุคคลได้ถูกคิดหรือการเกิดขึ้นในความรู้สึก ว่ามีสิ่งหนึ่งเหตุการณ์หนึ่งเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นในสภาวะจิตใจ, ความยินดีหรือเต็มใจรับรู้ (Willingness to receive) การเลือกรับหรือเลือกให้ความสนใจ, ขั้นการตอบสนอง (Responding) เป็นพฤติกรรมที่พัฒนาต่อจากขั้นรับรู้, การยินยอมในการตอบสนอง (Acquiescence Responding) เป็นการกระทำเพราะการเชื่อฟังหรือคล้อยตามหรือทำตามคำแนะนำโดยมีความรู้สึกต่อต้าน เล็กน้อย, ขั้นการสร้างคุณค่าการเกิดค่านิยม (Valuing) เป็นขั้นที่บุคคลมองเห็นคุณค่าของวัตถุ ปραกฏการณ์ และพฤติกรรม ด้วยตัวเขาเอง ซึ่งรวมถึงการเอากฎเกณฑ์ของสังคมมาเป็นเกณฑ์ ตัดสินคุณค่าของสิ่งต่าง ๆ นอกจากนี้เว็บมาสเตอร์ยังตระหนักถึงการใช้ประโยชน์และความพึง พอใจ (The Uses and Gratifications Theory) ของผู้รับสาร เกี่ยวกับความต้องการสารสนเทศ เพื่อ การเรียนรู้ เพื่อสนองความอยากรู้อยากเห็น เพื่อสนองความสนใจ เกี่ยวกับการต้องการรวมตัวและ ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม เอนำไปใช้สนทนา และปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

### ส่วนที่ 3 ความแตกต่างขององค์ประกอบเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชน

จากผลการวิจัย เห็นได้ว่าองค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ที่ปรากฏในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย ของรัฐกับมหาวิทยาลัยของเอกชน มีความแตกต่างที่สามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจนที่สีหลักที่ใช้ใน หน้าเว็บไซต์โดยรวมดังนี้ คือ

#### 5.5 ความแตกต่างขององค์ประกอบเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชน

##### 5.5.1 ความแตกต่างในด้านการออกแบบ

เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยรัฐ มีรูปแบบการจัดวางองค์ประกอบในรูปแบบที่คล้ายกัน คือมีตราสัญลักษณ์, ชื่อสถาบันภาษาไทยและอังกฤษ ปรากฏอยู่ในส่วนหัวของหน้า มี Channel & Service Link แบบปุ่มกดเรียงตามแนวนอน อยู่ในส่วนหัวของหน้า Channel & Service Link แบบ ปุ่มกดเรียงตามแนวตั้ง แบบเลือกรายการ แบบค้นหา และแบบตัวอักษรหลายมิติ มีอยู่ในส่วน เนื้อหา ในส่วนนี้เป็นเหมือนส่วนให้บริการการเชื่อมโยงไปยังหน้าหลักๆ ของเว็บไซต์ และ รายละเอียดข่าวสาร

**เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยเอกชน** รูปแบบการจัดวางองค์ประกอบ ของมหาวิทยาลัย เอกชนทั้งสามสถาบันแตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด ตราสัญลักษณ์ของมหาวิทยาลัย และชื่อสถาบัน ปรากฏอยู่ในส่วนหัวของหน้ามีทั้งจัดวางชื่อและตราสัญลักษณ์ไว้ทางซ้าย, ทางขวา และทั้งซ้ายและ ขวา ส่วนมากมีภาพเคลื่อนไหว (Flash Image) องค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์อื่นอย่างเช่น อาคารของ มหาวิทยาลัย, นักศึกษา, นักศึกษาในชุดครุยของมหาวิทยาลัย, และหมวกสำเร็จการศึกษา ล้วน ปรากฏอยู่ในส่วนหัวของหน้าที่เป็นภาพเคลื่อนไหว ความหมายเชิงสัญลักษณ์ที่เป็นความหมายโดยนัย ของตราสัญลักษณ์ แต่ละมหาวิทยาลัย สื่อความหมายถึงชื่อคำขวัญของมหาวิทยาลัย, สื่อถึงแนวทาง หรือชื่อมหาวิทยาลัย หรือบางมหาวิทยาลัยใช้เทพแห่งความรู้ความสำเร็จ อย่างเช่น ตราสัญลักษณ์ของ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์เป็นรูปพระสิริธรรมา ซึ่งเป็นภาคหนึ่งของพระพิคนศวร

#### 5.5.2 ความแตกต่างในด้านการเลือกใช้เทคโนโลยี

**เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยของรัฐ** ใช้เฉพาะสีประจำมหาวิทยาลัยเป็นสีของหน้าเว็บไซต์ เท่านั้น

**เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยเอกชน** ไม่ได้เลือกใช้เฉพาะสีประจำมหาวิทยาลัยเท่านั้น ยังมี การนำสีอื่นเข้ามาประกอบเพื่อให้หน้าเว็บไซต์มีความน่าสนใจมีสีสันหลากหลายมากขึ้น เพื่อดึงดูด ใจผู้เข้ามาชมเว็บไซต์

#### 5.5.3 ความแตกต่างในด้านการเลือกรูปภาพและภาพกราฟฟิก

**เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยของรัฐ** มีรูปแบบเรียบง่ายไม่มีรูปภาพและภาพกราฟฟิกเป็น ส่วนประกอบของหน้าเว็บไซต์ มีเฉพาะเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์ที่มีภาพเคลื่อนไหว ปรากฏอยู่ในส่วนเนื้อหาของหน้า

**เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยเอกชน** ส่วนประกอบหลักของหน้าเว็บไซต์ปรากฏอยู่ใน ส่วนหัวของหน้า องค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์หลักอย่างเช่น ภาพตราสัญลักษณ์ของมหาวิทยาลัย, สถานที่และอาคารสำคัญของมหาวิทยาลัย, นักศึกษาในชุดครุยของมหาวิทยาลัย, นักศึกษา, และ หมวกสำเร็จการศึกษา ล้วนเป็นภาพประกอบของภาพเคลื่อนไหวปรากฏอยู่ในส่วนหัวของหน้า

#### 5.5.4 ความแตกต่างในด้านการเลือกใช้สัญลักษณ์

**เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยของรัฐ** เน้นหนักไปที่สัญลักษณ์ที่สื่อถึงตัวมหาวิทยาลัย คือมี ภาพตราสัญลักษณ์ของมหาวิทยาลัย, ภาพสถานที่และอาคารสำคัญของมหาวิทยาลัย, ต้นไม้ประจำ มหาวิทยาลัย

**เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยเอกชน** เน้นองค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ที่สื่อถึงจุดหมายหรือ ความสำเร็จ โดยเลือกใช้ภาพนักศึกษา, นักศึกษาในชุดครุยรวมถึงภาพหมวกที่ใส่ในวันสำเร็จ การศึกษา

### 5.5.5 ความแตกต่างในด้านการใช้ Channel & Service Links

เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยรัฐ มีหลายรูปแบบในหลายตำแหน่ง ในส่วนหัวของหน้า (Page Header) เป็น Channel & Service Links แบบปุ่มกดวางเรียงตามแนวนอน ในส่วนเนื้อหา (Page Body) เป็น Side Bar Menu แบบปุ่มกดวางเรียงในแนวตั้ง และ แบบตัวอักษรหลายมิติ (Hyper-text) ที่เป็นหัวข้อข่าวสำหรับเชื่อมโยงไปเนื้อหาเกี่ยวกับรายละเอียดข่าว มีทั้งที่มีภาพกราฟฟิก และไม่มีภาพกราฟฟิกประกอบ และมีแบบค้นหา โดยใช้ Search engine ของ Google ประกอบอยู่ด้วย ในส่วนเนื้อหาท้าย (Page Footer) มีตัวอักษรหลายมิติ (Hyper-text) สำหรับเชื่อมโยงยัง e-mail ของผู้ดูแลเว็บไซต์ ทั้ง web master, web administrator, และ web information

เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยเอกชน มีหลายรูปแบบในหลายตำแหน่ง ในส่วนหัวของหน้า (Page Header) เป็น Channel & Service Links แบบปุ่มกดวางเรียงตามแนวนอน ในส่วนเนื้อหา (Page Body) เป็น Side Bar Menu แบบปุ่มกดวางเรียงในแนวตั้ง และ แบบตัวอักษรหลายมิติ (Hyper-text) ที่เป็นหัวข้อข่าวสำหรับเชื่อมโยงไปเนื้อหาเกี่ยวกับรายละเอียดข่าว มีทั้งที่มีภาพกราฟฟิก และไม่มีภาพกราฟฟิกประกอบ และมีแบบค้นหา โดยใช้ Search engine ของ Google ประกอบอยู่ด้วย ในส่วนท้าย (Page Footer) มีตัวอักษรหลายมิติ (Hyper-text) สำหรับเชื่อมโยงยัง e-mail ของผู้ดูแลเว็บไซต์

### 5.5.6 ความแตกต่างในด้านการใช้ Text & Hyper-text

เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยรัฐ ข้อความ (Text) เป็นข้อความแสดงความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ ซึ่งปรากฏอยู่ในส่วนท้ายของหน้า (Page Footer) และที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ ของมหาวิทยาลัย ปรากฏอยู่ในส่วนท้ายของหน้า (Page Footer) หรือ ในส่วนเนื้อหา (Page Body) ข้อความหลายมิติ (Hyper-text) ที่ปรากฏอยู่ในส่วนเนื้อหา (Page Body) จะเป็นข้อความสำหรับ เชื่อมโยงไปยังเนื้อหา และรายละเอียดของข่าวสารจากหัวข้ออื่นๆ ที่ปรากฏอยู่ในส่วนท้ายของหน้า (Page Footer) เป็น Hyper-text ที่ใช้สำหรับเชื่อมโยงยัง e-mail ของผู้ดูแลเว็บไซต์ ทั้ง web master, web administrator, และ web information ของมหาวิทยาลัย

เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยเอกชน ข้อความ (Text) เป็นข้อความแสดงความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ ซึ่งปรากฏอยู่ในส่วนท้ายของหน้า (Page Footer) ข้อความหลายมิติ (Hyper-text) ที่ปรากฏอยู่ในส่วนเนื้อหา (Page Body) จะเป็นข้อความสำหรับ เชื่อมโยงไปยังเนื้อหาและรายละเอียดของข่าวสารจากหัวข้ออื่นๆ ที่ปรากฏอยู่ในส่วนท้ายของหน้า (Page Footer) เป็น Hyper-text ที่ใช้สำหรับเชื่อมโยงยัง e-mail ของผู้ดูแลเว็บไซต์ และมีส่วนที่แสดงจำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์

**ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต**

การวิจัยเรื่อง องค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ที่ปรากฏเว็บไซต์ การศึกษาในแง่มุมมองของผู้รับสาร เพื่อให้งานวิจัยมีความสมบูรณ์มากขึ้น ศึกษาถึงการพัฒนาการจัดองค์ประกอบและองค์ ประกอบเชิงสัญลักษณ์ของเว็บไซต์มหาวิทยาลัย

## บรรณานุกรม

### ภาษาไทย

#### หนังสือ

- กาญจนา แก้วเทพ. (2541). **สื่อสารมวลชน : ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา**. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ด  
ยูเคชั่น.
- กาญจนา แก้วเทพ และศิริชัย ศิริกายะ. (2531). **ทฤษฎีการสื่อมวลชน**. กรุงเทพมหานคร :  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธวัชชัย ศรีสุเทพ. (2544). **คู่มือออกแบบเว็บไซต์ฉบับมืออาชีพ คัมภีร์ WEB DESIGN**. กรุงเทพฯ :  
โปรวิชั่น.
- พีระ จิระโสภณ. (2529). **ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน. ในหลักและทฤษฎีการสื่อสาร**. นนทบุรี :  
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. (2544). **นิเทศศาสตร์กับการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด**. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ด  
ยูเคชั่น.
- สุกัญญา สุกบรรทัด. (2541). "เมืองสารสนเทศกับกระบวนทัศน์ใหม่" **วารสารนิเทศศาสตร์ คณะ  
นิเทศศาสตร์ (จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย)**.

#### วิทยานิพนธ์

- จรินธร ธนาศิลปกุล. (2545). **การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อเว็บไซต์มหาวิทยาลัยธรรม-  
ศาสตร์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขา  
วารสารศาสตร์ (สื่อสารมวลชน). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- มนกาส สิงห์พันธ์. (2546). **พฤติกรรม การเปิดรับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับ  
ข้อมูลข่าวสารผ่านเว็ลด์ ไซด์ เว็บ (www.) ของนักศึกษามหาวิทยาลัยของรัฐในภาคใต้**.  
วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวารสารศาสตร์ (สื่อสารมวลชน). กรุงเทพฯ :  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.



อรพิน จิรวัดนศิริ. (2541). การใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาปริญญาโท ศึกษาเปรียบเทียบระหว่างมหาวิทยาลัยรัฐและเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญา  
มหาบัณฑิต สาขาวิชาวารสารศาสตร์ (สื่อสารมวลชน). กรุงเทพฯ :  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อุษาพรรณ ศรีกุลประเสริฐ. (2543). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต ประโยชน์และความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่ออินเทอร์เน็ตของ นักเรียนในระดับมัธยมปลายโรงเรียน  
นานาชาติใหม่แห่งประเทศไทย และโรงเรียนเซนต์คาเบรียล. วิทยานิพนธ์ปริญญา  
มหาบัณฑิต สาขาวิชาวารสารศาสตร์ (สื่อสารมวลชน). กรุงเทพฯ :  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.



ภาคผนวก



## บทสัมภาษณ์เว็บมาสเตอร์ (Web Master) ของเว็บไซต์มหาวิทยาลัยรัฐและเอกชน

### 1. บทสัมภาษณ์เว็บมาสเตอร์ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

(คุณกรองแก้ว อามาตย์เสนา)

ผู้วิจัย : “ทางมหาวิทยาลัยมีวัตถุประสงค์อย่างไร ในการจัดทำเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย ?”

เว็บมาสเตอร์ : “เพื่อให้ผู้เข้าเยี่ยมชมหรือใช้บริการ สะดวกกับข้อมูลข่าวสาร และประโยชน์สูงสุด”

ผู้วิจัย : “กลุ่มเป้าหมายโดยส่วนใหญ่เป็นกลุ่มไหน เน้นที่นักศึกษาหรือนักเรียนหรือไม่ ?”

เว็บมาสเตอร์ : “กลุ่มเป้าหมายเน้น บุคลากรภายในมหาวิทยาลัย และนิสิตนักศึกษา”

ผู้วิจัย : “ทางมหาวิทยาลัยมีแนวคิดอย่างไรในการสร้างสรรค์หน้าเว็บไซต์ ?”

เว็บมาสเตอร์ : “การสร้างเว็บไซต์ควรคำนึงถึงองค์ประกอบของหน้าเว็บไซต์ให้สวยงามมีแรงดึงดูด แสดงผลรวดเร็ว เนื้อหาทันสมัย เป็นหมวดหมู่ และสะดวกในการค้นหา”

ผู้วิจัย : “ทางมหาวิทยาลัยมีหลักในการจัดองค์ประกอบหน้าเว็บไซต์ อย่างไร มีอะไรบ้างที่กำหนดให้จำเป็นต้องมีในหน้าเว็บไซต์”

เว็บมาสเตอร์ : “สิ่งที่ต้องมี...ก็โลโก้มหาวิทยาลัย, ชื่อ, วิทยาเขตต่างๆ, ประวัติมหาวิทยาลัย, ที่ติดต่อมหาวิทยาลัย, คณะที่เปิดสอน, ข่าว”

ผู้วิจัย : “องค์ประกอบหลักๆ ของหน้าเว็บไซต์ ที่ต้องมีก็คือ ตราสัญลักษณ์, ชื่อมหาวิทยาลัย แล้วส่วนอื่นๆ ที่บอกมาเมื่อสักครู่นี้ก็เป็นส่วนที่เชื่อมโยงไปยังหน้ารายละเอียดนั้นๆ ไหมคะ?”

เว็บมาสเตอร์ : “ค่ะ องค์ประกอบหลักๆ ที่ต้องมีคือตราสัญลักษณ์, ชื่อมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ทั้งไทย ทั้งอังกฤษ นอกนั้นก็จะเป็นเมนูลิงค์ ทั้งในแถบข้างบนและด้านข้างคิงที่เห็นในหน้าเว็บ”

ผู้วิจัย : “มีหลักในการเลือกใช้สีอย่างไร ใช้หลักทฤษฎีสีด้วยหรือไม่ สีที่เลือกมาใช้ต้องการสื่อถึงอะไร”

เว็บมาสเตอร์ : “ไม่ใช้สีฉูดฉาด ใช้สีที่สบายตา”

ผู้วิจัย : “ทำไมจึงเลือกโทนสีเขียวมาใช้เป็นสีหลักของหน้าเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย มีความหมายอะไรหรือไม่?”

เว็บมาสเตอร์ : “ก็เป็นสีประจำมหาวิทยาลัยด้วย และก็เป็นที่สบายตา ไม่หือหาว ฉูดฉาดจนเกินไป”

ผู้วิจัย : “มีความหมายอะไรนอกเหนือจากที่เป็นสีประจำมหาวิทยาลัย หรือไม่?”

เว็บมาสเตอร์ : “ก็...สีเขียวเป็นสีที่ดูแล้วสบายตา ...เป็นสีของการเกษตร เป็นสีของต้นไม้ด้วยค่ะ”

ผู้วิจัย : “แล้วทางมหาวิทยาลัย มีหลักการในการเลือกใช้ภาพประกอบอย่างไร ภาพที่นำมาใช้ ต้องการสื่อถึงอะไรบ้าง”

เว็บมาสเตอร์ : “ภาพที่ใช้ในประกอบ ไม่เยอะจนเกินไป สอดคล้องกับเนื้อหา ไฟล์ภาพขนาดไม่ใหญ่จนเกินไป”

ผู้วิจัย : “ไม่เลือกใช้ภาพอาคาร, ภาพต้นไม้ประจำมหาวิทยาลัย, ภาพนักศึกษา หรือภาพอื่นๆ มาเป็นองค์ประกอบด้วยหรือคะ ดูจากหน้าเว็บไซต์แล้ว เห็นมีแต่ภาพที่ใช้ประกอบข่าว”

เว็บมาสเตอร์ : “ค่ะ... ไม่ได้เลือกมาใช้ แค่ภาพที่ประกอบข่าวก็ดูว่าเยอะแล้ว ถ้ามีภาพเยอะกลัวว่าทำให้โหลดหน้าเว็บได้ช้านะค่ะ”

ผู้วิจัย : “หน้าเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยขณะนี้ เป็นไปตามแนวคิดที่ได้วางไว้หรือเปล่าคะ ?”

เว็บมาสเตอร์ : “ก็เป็นตามที่วางไว้...ก็ดูสบายสบาย ค้นหาข้อมูลง่าย ...ค่ะ”

## 2. บทสัมภาษณ์เว็บมาสเตอร์ของ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

(คุณประพนธ์ โพธิ์ทอง)

ผู้วิจัย : “ทางมหาวิทยาลัยมีวัตถุประสงค์อย่างไร ในการจัดทำเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย ?”

เว็บมาสเตอร์ : “เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร เพื่อให้นักศึกษาเข้ามาหาข้อมูลข่าวสาร รายละเอียดการเรียนการสอน คู่มือการสอบ ...”

ผู้วิจัย : “กลุ่มเป้าหมายโดยส่วนใหญ่เป็นกลุ่มไหน เน้นที่นักศึกษาหรือนักเรียนหรือไม่ ?”

เว็บมาสเตอร์ : “กลุ่มเป้าหมายเน้น นักศึกษาและบุคลากรภายในมหาวิทยาลัย และบุคคลภายนอกด้วย”

ผู้วิจัย : “ทางมหาวิทยาลัยมีแนวคิดอย่างไรในการสร้างสรรค์หน้าเว็บไซต์ ?”

เว็บมาสเตอร์ : “เน้นความเป็นธรรมชาติ สื่อออกมาให้เห็นถึงความเป็นธรรมชาติทั้งสื่อด้วยภาพ ด้วยสี และเน้นความสะดวกในการค้นหาข้อมูลที่ต้องการในเว็บไซต์”

ผู้วิจัย : “ทางมหาวิทยาลัยมีหลักในการจัดองค์ประกอบหน้าเว็บไซต์ อย่างไร มีอะไรบ้างที่กำหนดให้จำเป็นต้องมีในเว็บไซต์”

เว็บมาสเตอร์ : “ชื่อมหาวิทยาลัย, ดวงตราธรรมจักรตราสัญลักษณ์ของมหาวิทยาลัย, โคม, ข่าว, กิจกรรม, ลิงค์หน่วยงานต่างๆ...ประมาณนี้”

ผู้วิจัย : “มีหลักในการเลือกใช้สื่ออย่างไร ใช้หลักทฤษฎีสี่สีด้วยหรือไม่ สีที่เลือกมาใช้ต้องการสื่อถึงอะไร”

เว็บมาสเตอร์ : “เน้นสีแดงและสีเหลือง ธรรมชาติ คือแสดงความเป็นธรรมชาติ ถ้าคุณเห็นสีแดง-เหลืองคุณก็ต้องนึกถึงธรรมชาติอยู่แล้ว”

ผู้วิจัย : “คะ...ก็คือเลือกใช้สีที่เป็นสีประจำมหาวิทยาลัย เป็นสีหลักของหน้าเว็บไซต์ใช่ไหมคะ ?”

เว็บมาสเตอร์ : “ครับ ”

ผู้วิจัย : “แล้วใช้หลักทฤษฎีสีอะไรด้วยหรือเปล่าคะ หรือเน้นแค่ต้องมีสีแดงกับสีเหลือง”

เว็บมาสเตอร์ : “คือใช้สีที่ขึ้นอยู่กับคนออกแบบครับ ”

ผู้วิจัย : “เว็บมาสเตอร์เป็นคนวางแนวความคิดแล้วให้เว็บดีไซน์เนอร์ออกแบบตามแนวความคิดนั้น ใช่ไหมคะ ?”

เว็บมาสเตอร์ : “ครับ ”

ผู้วิจัย : “ทางมหาวิทยาลัย มีหลักการในการเลือกใช้ภาพประกอบอย่างไร ภาพที่นำมาใช้ต้องการสื่อถึงอะไรบ้าง”

เว็บมาสเตอร์ : “เลือกภาพที่เกี่ยวกับมหาวิทยาลัย อย่างรูปโคม, รูปท่านสัญญา ธรรมศักดิ์, รูปพานรัฐธรรมนูญ”

ผู้วิจัย : “ดูจากหน้าเว็บไซต์แล้ว เห็นมีแต่ภาพโคมในส่วนที่เป็นแฟลชแอนิเมชัน ?”

เว็บมาสเตอร์ : “ครับ พอในช่วงนี้มีแต่ภาพโคม เพราะเป็นช่วงประชาสัมพันธ์งานครบรอบ 70 ปี ธรรมศาสตร์ แต่ก่อนหน้าจะมีภาพต่างๆที่กล่าวมาแล้ว”

ผู้วิจัย : “แสดงว่าเว็บไซต์มีการเปลี่ยนแปลงอยู่บ่อยๆ เปลี่ยนรูปสัญลักษณ์ไปเลย หรือเปลี่ยนแปลงข้อมูลบางอย่าง ?”

เว็บมาสเตอร์ : “รูปสัญลักษณ์เดิม จะเปลี่ยนในส่วนของภาพเคลื่อนไหว...แฟลชแอนิเมชัน นะครับ และอัปเดตข้อมูลข่าวสารต่างๆ ครับ ”

ผู้วิจัย : “หน้าเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยขณะนี้ เป็นไปตามแนวคิดที่ได้วางไว้หรือเปล่าคะ ?”

เว็บมาสเตอร์ : “ครับ...”

### 3. บทสัมภาษณ์เว็บมาสเตอร์ของ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

(คุณวรรณวดี สุขอม)

ผู้วิจัย : “ทางมหาวิทยาลัยมีวัตถุประสงค์อย่างไร ในการจัดทำเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย ?”

เว็บมาสเตอร์ : “เพื่อการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารกับนักศึกษาและบุคลากรในมหาวิทยาลัย ”

ผู้วิจัย : “กลุ่มเป้าหมายโดยส่วนใหญ่เป็นกลุ่มไหน เน้นที่นักศึกษาหรือนักเรียนหรือไม่ ?”

เว็บมาสเตอร์ : “กลุ่มเป้าหมายจะเป็นนักศึกษา,บุคลากร และบุคคลภายนอกด้วยค่ะ”

ผู้วิจัย : “ทางมหาวิทยาลัยมีแนวคิดอย่างไรในการสร้างสรรค์หน้าเว็บไซต์ ?”

เว็บมาสเตอร์ : “เน้นการให้ข้อมูลข่าวสาร”

ผู้วิจัย : “ทางมหาวิทยาลัยมีหลักในการจัดองค์ประกอบหน้าเว็บไซต์ อย่างไร มีอะไรบ้างที่กำหนดให้จำเป็นต้องมีในหน้าเว็บไซต์”

เว็บมาสเตอร์ : “ตราพระเกี้ยว, ชื่อมหาวิทยาลัย, ลิงค์ต่างๆ, ข่าว”

ผู้วิจัย : “มีหลักในการเลือกใช้สื่ออย่างไร ใช้หลักทฤษฎีสื่อด้วยหรือไม่ สื่อที่เลือกมาใช้ต้องการสื่อถึงอะไร”

เว็บมาสเตอร์ : “สื่อเรียบๆ ดูสบายตา ค้นหาข้อมูลง่าย”

ผู้วิจัย : “ที่ดูจากหน้าเว็บไซต์เห็นว่า สื่อหลักของหน้าเว็บไซต์จะเป็นพื้นขาว ตัวอักษรสีเทาและสีดำ ไซ้ใหม่คะ ?”

เว็บมาสเตอร์ : “คะ แต่มีตราพระเกี้ยวสีชมพู ซึ่งรวมๆเราก็จะเห็นพระเกี้ยวก่อนเลย แล้วที่มีสีสัน อีกจุดก็จะเป็นภาพของมหาวิทยาลัยในด้านล่าง”

ผู้วิจัย : “แล้วใช้หลักทฤษฎีสื่ออะไรด้วยหรือเปล่าคะ”

เว็บมาสเตอร์ : “ไม่ได้ใช้คะ”

ผู้วิจัย : “เมื่อสักครู่พูดถึงภาพของมหาวิทยาลัย ทางมหาวิทยาลัย มีหลักการในการเลือกใช้ ภาพประกอบอย่างไร ภาพที่นำมาใช้ต้องการสื่อถึงอะไรบ้าง”

เว็บมาสเตอร์ : “จะเป็นภาพที่สื่อถึงมหาวิทยาลัย มีภาพต้นจามจุรี, ภาพบรรยากาศในจุฬา, สระน้ำ อาคารเรียน...”

ผู้วิจัย : “จากหน้าเว็บไซต์แล้ว ทางด้านซ้ายของหน้าจอเห็นเป็นข่าวที่มีภาพประกอบอยู่ด้วย ในส่วนนี้เปลี่ยนแปลงบ่อยหรือเปล่าคะ ?”

เว็บมาสเตอร์ : “ก็พอสมควร แต่ภาพหลักๆ ก็เป็นภาพที่อยู่ด้านล่าง สามภาพนั้นล่ะคะ”

ผู้วิจัย : “หน้าเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยขณะนี้ เป็นไปตามแนวคิดที่ได้วางไว้หรือเปล่าคะ ?”

เว็บมาสเตอร์ : “คะ...เป็นไปตามที่วางไว้ นักศึกษาและบุคลากรสามารถค้นหาข้อมูลได้ง่าย”

#### 4. บทสัมภาษณ์เว็บมาสเตอร์ของ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

(Chumpol.p)

ผู้วิจัย : “ทางมหาวิทยาลัยมีวัตถุประสงค์อย่างไร ในการจัดทำเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย ?”

เว็บมาสเตอร์ : “เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร เพื่อให้ นักเรียน นักศึกษาเข้ามาหาข้อมูล รายละเอียดการเรียนการสอน...”

ผู้วิจัย : “กลุ่มเป้าหมายโดยส่วนใหญ่เป็นกลุ่มไหน เน้นที่นักศึกษาหรือนักเรียนหรือไม่ ?”

เว็บมาสเตอร์ : “กลุ่มเป้าหมายเน้น นักเรียน นักศึกษาและบุคลากรภายในมหาวิทยาลัย”

ผู้วิจัย : “ทางมหาวิทยาลัยมีการรับสมัครนักศึกษาผ่านทางหน้าเว็บไซต์ด้วยหรือไม่ ?”

เว็บมาสเตอร์ : “มีครับ กลุ่มเป้าหมายเราจึงเป็นนักเรียนด้วย”

ผู้วิจัย : “ทางมหาวิทยาลัยมีหลักในการจัดองค์ประกอบหน้าเว็บไซต์อย่างไร มีอะไรบ้างที่กำหนดให้จำเป็นต้องมีในหน้าเว็บไซต์”

เว็บมาสเตอร์ : “ชื่อมหาวิทยาลัย, สัญลักษณ์ของมหาวิทยาลัย, ภาพแอนิเมชันเกี่ยวกับมหาวิทยาลัย, ข่าวประชาสัมพันธ์, ข่าวกิจกรรม, ลิงค์ต่างๆ”

ผู้วิจัย : “มีหลักในการเลือกใช้สีอย่างไร ใช้หลักทฤษฎีสีด้วยหรือไม่ สีที่เลือกมาใช้ต้องการสื่อถึงอะไร”

เว็บมาสเตอร์ : “เลือกใช้สีสดใส ดูสบายตาดึงดูดใจผู้เข้ามาชมเว็บไซต์”

ผู้วิจัย : “เลือกใช้สีสดใส ... จำเป็นหรือไม่ว่าจะต้องใช้สีที่เป็นสีประจำมหาวิทยาลัยด้วย แล้วมีหลักหรือใช้ทฤษฎีสีอะไรหรือเปล่าคะ ?”

เว็บมาสเตอร์ : “มีสีประจำมหาวิทยาลัยประกอบอยู่ด้วย แต่ไม่ได้เน้นชัดๆ ส่วนทฤษฎีสีก็ดูการออกแบบให้สดใส น่าสนใจ”

ผู้วิจัย : “ทางมหาวิทยาลัย มีหลักการในการเลือกใช้ภาพประกอบอย่างไร ภาพที่นำมาใช้ต้องการสื่อถึงอะไรบ้าง”

เว็บมาสเตอร์ : “ภาพนักศึกษาจะดูเข้าถึงเป้าหมายของเราที่สุด เพราะใกล้ตัวที่สุด ดูสดใส น่าสนใจ”

ผู้วิจัย : “หน้าเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยขณะนี้ เป็นไปตามแนวคิดที่ได้วางไว้หรือเปล่าคะ ?”

เว็บมาสเตอร์ : “ครับ...เป็นไปตามแนวคิด แต่เรื่อนี้ทางเราจะมีการปรับปรุงเว็บไซต์ใหม่ เพราะทางมหาวิทยาลัยกำลังจะเปลี่ยนโลโก้ใหม่ แต่ยังคงแนวความคิดเดิม”

##### 5. บทสัมภาษณ์เว็บมาสเตอร์ของ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

(ผศ.กนกพร ปิมแปง)

ผู้วิจัย : “ทางมหาวิทยาลัยมีวัตถุประสงค์อย่างไร ในการจัดทำเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย ?”

เว็บมาสเตอร์ : “เพื่อการให้ข้อมูลข่าวสารทั้งกับบุคคลภายนอกและนักศึกษามุคกลางของมหาวิทยาลัย”

ผู้วิจัย : “กลุ่มเป้าหมายโดยส่วนใหญ่เน้นที่กลุ่มไหน ?”

เว็บมาสเตอร์ : “นักศึกษา, บุคลากร และนักเรียนค่ะ” “นักศึกษาสามารถเข้ามาหาข้อมูลเกี่ยวกับการเรียนการสอน เข้ามาเช็คเกรด เข้ามาค้นคว้าหาข้อมูลต่างๆ ได้ อาจารย์และบุคลากรก็เหมือนกัน

ส่วนนักเรียน การที่นักเรียนจะเข้ามาดูเว็บไซต์มหาวิทยาลัยนั้น ส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วงที่กำลังหาสถานที่ศึกษาต่อ”

ผู้วิจัย : “ทางมหาวิทยาลัยมีแนวคิดอย่างไรในการสร้างสรรค์หน้าเว็บไซต์ ? ”

เว็บมาสเตอร์ : “ให้ง่ายต่อการค้นหา ค้นหาเชื่อถือ น่าสนใจ”

ผู้วิจัย : “ทางมหาวิทยาลัยมีหลักในการจัดองค์ประกอบหน้าเว็บไซต์ อย่างไร มีอะไรบ้างที่กำหนดให้จำเป็นต้องมีในหน้าเว็บไซต์”

เว็บมาสเตอร์ : “ชื่อมหาวิทยาลัย, รายละเอียดประวัติมหาวิทยาลัย, ข่าวประชาสัมพันธ์, ลิงค์ของข้อมูลต่างๆ”

ผู้วิจัย : “มีหลักในการเลือกใช้สื่ออย่างไร ใช้หลักทฤษฎีสื่อด้วยหรือไม่ สื่อที่เลือกมาใช้ต้องการสื่อถึงอะไร”

เว็บมาสเตอร์ : “สื่อไม่จัดจ้านจนเกินไป ไม่ได้กำหนดตายตัวว่าต้องเป็นสีนั้นสีนี้ แต่ให้ดูน่าสนใจ และดูน่าเชื่อถือ ”

ผู้วิจัย : “แล้วจำเป็นต้องมีสีประจำมหาวิทยาลัยเป็นสีหลักด้วยหรือไม่ ใช้หลักทฤษฎีสื่อด้วยหรือเปล่าคะ”

เว็บมาสเตอร์ : “ค่ะ...สีประจำมหาวิทยาลัยเป็นสีม่วงกับสีฟ้า ส่วนหลักทฤษฎีสื่ออะไรนั้นขึ้นอยู่กับคนออกแบบค่ะ ”

ผู้วิจัย : “แสดงว่าไม่ได้ใช้เฉพาะสีประจำมหาวิทยาลัยแต่ใช้สีอื่นๆ เข้ามาประกอบด้วย ใช่ไหมคะ”

เว็บมาสเตอร์ : “ค่ะ”

ผู้วิจัย : “ทางมหาวิทยาลัย มีหลักการในการเลือกใช้ภาพประกอบอย่างไร ภาพที่นำมาใช้ต้องการสื่อถึงอะไรบ้าง”

เว็บมาสเตอร์ : “ภาพที่ใช้ก็จะเป็นภาพประกอบในแต่ละส่วนให้ดูน่าสนใจมากขึ้น ”

ผู้วิจัย : “ไม่ได้เลือกใช้ภาพอาคารของมหาวิทยาลัย, ต้นไม้ประจำมหาวิทยาลัย, หรือภาพที่สื่อถึงความ เป็นมหาวิทยาลัยมาใช้หรือคะ?”

เว็บมาสเตอร์ : “ไม่ได้เลือกมาใช้เพราะจะทำให้หน้าเว็บไซต์ดูรกตาไปนะคะ จะมีภาพประกอบของแต่ละหน้าอยู่เพียงเล็กน้อยจะได้สะดวกต่อการค้นหาข้อมูล ”

ผู้วิจัย : “หน้าเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยขณะนี้ เป็นไปตามแนวคิดที่ได้วางไว้หรือเปล่าคะ ?”

เว็บมาสเตอร์ : “ค่ะเป็นไปตามแนวคิดที่วางไว้”



6. บทสัมภาษณ์เว็บมาสเตอร์ของ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย  
คุณสิรินทิพย์ พุทธิรักษา

ผู้วิจัย : “ทางมหาวิทยาลัยมีวัตถุประสงค์อย่างไร ในการจัดทำเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย ? ”

เว็บมาสเตอร์ : “เพื่อการให้ข้อมูลข่าวสารทั้งกับบุคคลภายนอกและนักศึกษาบุคลากรของมหาวิทยาลัย”

ผู้วิจัย : “กลุ่มเป้าหมายโดยส่วนใหญ่เน้นที่กลุ่มไหน ? ”

เว็บมาสเตอร์ : “นักศึกษา,บุคลากร และนักเรียนค่ะ” “นักศึกษาสามารถเข้ามาหาข้อมูลเกี่ยวกับการเรียนการสอน เข้ามาเช็คเกรด เข้ามาค้นคว้าหาข้อมูลต่างๆ ได้ อาจารย์และบุคลากรก็เหมือนกัน ส่วนนักเรียน การที่นักเรียนจะเข้ามาดูเว็บไซต์มหาวิทยาลัยนั้น ส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วงที่กำลังหาสถานที่ศึกษาต่อ”

ผู้วิจัย : “ทางมหาวิทยาลัยมีแนวคิดอย่างไรในการสร้างสรรค์หน้าเว็บไซต์ ? ”

เว็บมาสเตอร์ : “ให้ง่ายต่อการค้นหา ค้นหาเชื่อถือ น่าสนใจ”

ผู้วิจัย : “ทางมหาวิทยาลัยมีหลักในการจัดองค์ประกอบหน้าเว็บไซต์ อย่างไร มีอะไรบ้างที่กำหนดให้จำเป็นต้องมีในหน้าเว็บไซต์”

เว็บมาสเตอร์ : “ชื่อมหาวิทยาลัย, รายละเอียดประวัติมหาวิทยาลัย, ข่าวประชาสัมพันธ์, ลิงค์ของข้อมูลต่างๆ”

ผู้วิจัย : “มีหลักในการเลือกใช้สีอย่างไร ใช้หลักทฤษฎีสีด้วยหรือไม่ สีที่เลือกมาใช้ต้องการสื่อถึงอะไร”

เว็บมาสเตอร์ : “สีไม่จัดจ้านจนเกินไป ไม่ได้กำหนดตายตัวว่าต้องเป็นสีนั้นสีนี้ แต่ให้ดูน่าสนใจ และดูน่าเชื่อถือ”

ผู้วิจัย : “แล้วจำเป็นต้องมีสีประจำมหาวิทยาลัยเป็นสีหลักด้วยหรือไม่ ใช้หลักทฤษฎีสีด้วยหรือไม่ค่ะ”

เว็บมาสเตอร์ : “ค่ะ...สีประจำมหาวิทยาลัยเป็นสีม่วงกับสีฟ้า ส่วนหลักทฤษฎีสีอะไรนั้นขึ้นอยู่กับคนออกแบบค่ะ”

ผู้วิจัย : “แสดงว่าไม่ได้ใช้เฉพาะสีประจำมหาวิทยาลัยแต่ใช้สีอื่นๆ เข้ามาประกอบด้วย ใช่ไหมคะ”

เว็บมาสเตอร์ : “ค่ะ”

ผู้วิจัย : “ทางมหาวิทยาลัย มีหลักการในการเลือกใช้ภาพประกอบอย่างไร ภาพที่นำมาใช้ต้องการสื่อถึงอะไรบ้าง”

เว็บมาสเตอร์ : “ภาพที่ใช้ก็จะเป็นภาพประกอบในแต่ละส่วนให้ดูน่าสนใจมากขึ้น”

ผู้วิจัย : “ไม่ได้เลือกใช้ภาพอาคารของมหาวิทยาลัย, ต้นไม้ประจำมหาวิทยาลัย, หรือภาพที่สื่อถึงความเป็นมหาวิทยาลัยมาใช้หรือคะ?”

เว็บมาสเตอร์ : “ไม่ได้เลือกมาใช้เพราะจะทำให้หน้าเว็บไซต์ดูรกตาไปนะคะ จะมีภาพประกอบของแต่ละหน้าอยู่เพียงเล็กน้อยจะได้สะดวกต่อการค้นหาข้อมูล”

ผู้วิจัย : “หน้าเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยขณะนี้ เป็นไปตามแนวคิดที่ได้วางไว้หรือเปล่าคะ ?”

เว็บมาสเตอร์ : “จะเป็นไปตามแนวคิดที่วางไว้”

## ประวัติมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ โดยสังเขป

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์เป็นสถาบันอุดมศึกษาที่เปิดสอนหลักสูตรทางการเกษตรแห่งแรกของประเทศไทย โดยถือกำเนิดจากโรงเรียนฝึกหัดครูประถมกสิกรรม เมื่อ พ.ศ. 2460 ต่อมาได้ขยาย ยกฐานะเป็นวิทยาลัยเกษตรศาสตร์และพัฒนาจนกระทั่งเป็นมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ โดยมีพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ฉบับแรก เมื่อวันที่ 2 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2486 ในระหว่าง พ.ศ. 2486 - 2504 มีพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ใช้ 6 ฉบับ ฉบับที่ใช้เวลานานที่สุดคือ พ.ศ. 2511 สำหรับพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ พ.ศ. 2541 เป็นฉบับปัจจุบัน ได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษาฉบับกฤษฎีกา เล่ม 115 ตอนที่ 15 ก เมื่อวันที่ 24 มีนาคม 2541

ปัจจุบันมหาวิทยาลัยได้ดำเนินการกิจเพื่อสนองนโยบายการกระจายโอกาสทางการศึกษาของรัฐบาลใน 4 วิทยาเขต ได้แก่ วิทยาเขตบางเขน, วิทยาเขตกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม, วิทยาเขตศรีราชา จังหวัดชลบุรี และวิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติจังหวัดสกลนคร และวิทยาเขตที่อยู่ระหว่างการจัดตั้งอีก 3 วิทยาเขต คือ วิทยาเขตกระบี่ วิทยาเขตลพบุรี และวิทยาเขตสุพรรณบุรี โดยมุ่งเน้นการพัฒนาตามศักยภาพและความต้องการของชุมชน

## ตราสัญลักษณ์ประจำมหาวิทยาลัย



ตราประจำมหาวิทยาลัยเป็นรูปวงกลม มีรูปพระพิรุณทรงนาคอยู่กึ่งกลาง ล้อมรอบด้วยกลีบบัวว่าและกลีบบัวหงายและมีข้อความว่า "มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ พ.ศ.๒๔๘๖" ล้อมรอบเป็นชั้นนอกสุด ตาม พ.ร.บ. เครื่องหมายราชการ พุทธศักราช 2482 ที่ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 7 พฤศจิกายน 2540 เล่มที่ 114 ตอนพิเศษ 104 ง

## ต้นไม้ประจำมหาวิทยาลัย

**นนทรีทรงปลูก** พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงปลูกต้นนนทรี จำนวน ๕ ต้น ณ บริเวณหน้าหอประชุม มก. เมื่อวันที่ ๒๕ พฤศจิกายน ๒๕๐๖ เวลา ๑๕.๓๐ น. นับเป็นวันประวัติศาสตร์ นนนทรีทรงปลูกที่ชาวมหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์ต้องจารึกไว้ในดวงจิตอย่างไม่มีวันลืม ต้นนนทรี (*Peltophorum pterocarpum*) เป็นไม้ยืนต้นในตระกูล Leguminasae มีอายุยาวนาน ใบเขียว ตลอดปี ลำต้นแข็งแรง เปลือกสีเทาอม น้ำตาล ชูกิ่งก้านสาขาแผ่เรื้อนยอดสู่เบื้องบน ใบเป็นช่อแบบขนนกสองชั้น ดอกสีเหลือง ออกรวมกันเป็นช่อตั้ง ชูขึ้นตามปลายกิ่ง ผลเป็นฝักแบน ๆ เกือบ ฝักอ่อนสีเขียว เมื่อ แก่ออกสีน้ำตาลแดง ทนทานในทุกสภาพ อากาศ

**สีประจำมหาวิทยาลัย** สีประจำมหาวิทยาลัยคือ สีเขียวใบไม้

### ประวัติมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ โดยสังเขป

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ก่อตั้งเมื่อวันที่ 27 มิถุนายน 2477 โดยมีชื่อเมื่อเริ่มก่อตั้งว่า "มหาวิทยาลัยวิชาธรรมศาสตร์ และการเมือง" (มธก.) มหาวิทยาลัยนี้ถือกำเนิดมาจากความคิดริเริ่มของ ศาสตราจารย์ ดร.ปรีดี พนมยงค์ (รัฐมนตรีว่าการ กระทรวงมหาดไทย ในขณะนั้น) โดยเล็งเห็นว่าการศึกษาระดับอุดมศึกษา ขณะนั้นมีจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยเพียงแห่งเดียว เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงการปกครองเป็นระบอบประชาธิปไตยใน พ.ศ.2475 ประเทศชาติ มีความจำเป็นต้องมีบุคคลที่มีความรู้ ทางกฎหมาย การปกครอง และสังคม มารับใช้ประเทศชาติโดยด่วน จึงได้เสนอร่าง พระราชบัญญัติมหาวิทยาลัย วิชา ธรรมศาสตร์ และ การเมือง พ.ศ.2476 เพื่อเปิดสอนในวิชาแขนงดังกล่าว เมื่อพระราชบัญญัติผ่านสภาผู้แทนราษฎรแล้ว ได้มีพิธี เปิดมหาวิทยาลัยขึ้น เมื่อวันที่ 27 มิถุนายน 2477 โดยผู้สำเร็จราชการแทนพระองค์เป็นผู้กระทำพิธีเปิด และ ศาสตราจารย์ ดร.ปรีดี พนมยงค์ ได้รับแต่งตั้งเป็นผู้ประศาสน์การคนแรกของมหาวิทยาลัย (และเป็นผู้ประศาสน์การ คนเดียว เพราะต่อมาได้เปลี่ยนชื่อ ตำแหน่ง เป็นอธิการบดี)

ปรัชญาของการตั้งมหาวิทยาลัย ปรากฏตามสุนทรพจน์ ของศาสตราจารย์ ดร.ปรีดี พนมยงค์ รายงานต่อผู้สำเร็จราชการ แทนพระองค์ มีดังนี้ "...มหาวิทยาลัยย่อมอุปมา ประดุจบ่อน้ำ บำบัดความกระหายของราษฎร ผู้สมัครแสวงหาความรู้ อันเป็นสิทธิและโอกาส ที่เขาควรมีควรรู้ ตามหลักเสรีภาพของการศึกษา..."

ด้วยเหตุนี้มหาวิทยาลัยวิชาธรรมศาสตร์และการเมือง จึงเป็นตลาดวิชา และเป็นมหาวิทยาลัย เปิดแห่งแรกของประเทศไทย โดยให้สิทธิแก่ผู้ที่เคยศึกษาในโรงเรียน

กฎหมายผู้สำเร็จประโยคมัธยมศึกษา และเปิดกว้างให้ถึงผู้ที่เป็น ข้าราชการ สมาชิกสภาผู้แทน ฯ ผู้แทนตำบล ครู ทนายความ เข้าเรียน ได้ด้วย ปรากฏว่าในปีแรกมีผู้สมัครเข้าศึกษาถึง 7,094 คน

วิชาที่เปิดสอนมี 2 แขนงคือ หลักสูตรธรรมศาสตร์บัณฑิต ซึ่งสอนวิชากฎหมายเป็นหลัก แต่ได้สอนวิชา รัฐศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ และการทูตด้วย เมื่อจบปริญญาตรีธรรมศาสตร์ บัณฑิตก็อาจศึกษาต่อปริญญาโท แยกเป็นแขนงนิติศาสตร์ รัฐศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ และการทูตต่อไป วิชาอีกแขนงหนึ่งคือ วิชาการบัญชี โดยมีหลักสูตร 3 ปี สำหรับประกาศนียบัตรทางการบัญชี (เทียบเท่าปริญญาตรี) และ 5 ปี สำหรับประกาศนียบัตรชั้นสูงทางการบัญชี (เทียบเท่าปริญญาโท) จากวิสัยทัศน์ของศาสตราจารย์ ดร.ปรีดี พนมยงค์ ทำให้ผู้ไม่มีโอกาสได้ศึกษาถึงชั้นมหาวิทยาลัยได้จบปริญญา และ ประกาศ นียบัตรไปรับใช้ประเทศชาติในทางการเมือง กระทรวง ทบวงกรมต่าง ๆ วงการธุรกิจ และอาชีพอิสระเป็นอันมาก

ในปี พ.ศ.2481 มหาวิทยาลัยตั้งโรงเรียนเตรียมปริญญามีหลักสูตร 2 ปี เพื่อรับผู้ประสงค์จะเข้าเรียนต่อ ที่มหาวิทยาลัย วิชาธรรมศาสตร์และการเมืองโดยตรง โรงเรียนเตรียมปริญญามีหลักสูตรการสอนหนักไปทางด้านภาษา ทั้งภาษาไทย ภาษาบาลี ภาษาอังกฤษ ภาษาฝรั่งเศส และวิชาด้านสังคม เช่น ปรัชญา วิชาเทคโนโลยี ดนตรี พิมพ์ดีด และตัวเลข เป็นต้น โรงเรียนเตรียม ปริญญา มีทั้งหมดรวม 8 รุ่น จนถึงปี พ.ศ.2490 จึงถูกยกเลิกไป

เมื่อวันที่ 8 พฤศจิกายน 2490 คณะรัฐประหาร ได้ยึดอำนาจการปกครองประเทศ ด้วยเหตุผลทางการเมือง และการ ปกครอง ของคณะรัฐประหาร ทำให้มหาวิทยาลัยได้รับผลกระทบ และถูกเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ผู้ประศาสน์การ ปรีดี พนมยงค์ ต้องลี้ภัย การเมืองไปอยู่ต่างประเทศ ชื่อมหาวิทยาลัยถูกตัดคำว่า "การเมือง" ออก เปลี่ยนเป็น "มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์" ตำแหน่ง ผู้ประศาสน์ การถูกยกเลิก เปลี่ยนเป็นอธิการบดี หลักสูตรการศึกษาธรรมศาสตร์บัณฑิต ถูกเปลี่ยนแปลงเป็น นิติศาสตร์ รัฐศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ พาณิชยศาสตร์และการบัญชี ความเป็นตลาดวิชาหมดไป ตามพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์ พ.ศ.2495

ในปี พ.ศ.2518 ศาสตราจารย์ ดร.ป๋วย อึ๊งภากรณ์ เป็นอธิการบดี ท่านเห็นว่า ควรที่ จะขยายการศึกษา ด้านวิทยาศาสตร์ ในชั้นปริญญาตรีเพิ่มขึ้น ทั้งนี้เพราะ วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี มีส่วนสำคัญ ในการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาสังคม เช่นเดียวกับหลักสูตรทางสังคมศาสตร์ที่มีอยู่เดิม พื้นที่ธรรมศาสตร์ทำพระจันทร์มีเนื้อที่ประมาณ 50 ไร่ ไม่เพียงพอ ต่อการขยายตัว ทางวิชาการและการพัฒนา มหาวิทยาลัยจึงเจรจาขอใช้ที่ดินนิคมอุตสาหกรรม กระทรวง อุตสาหกรรม เนื้อที่ประมาณ 2,400 ไร่ ที่รังสิต เพื่อสนองรับการขยายตัวของมหาวิทยาลัยต่อไป มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์จึงขยายออกไปที่รังสิต เรียกว่า มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต ซึ่งเจริญก้าวหน้า และพัฒนามาจนถึงปัจจุบัน นอกจากนี้ ยังขยายไปที่ มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์ ศูนย์ลำปาง และ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์พัทยาด้วย โดยอยู่บน พื้นฐาน การปลูกฝังจิตวิญญาณความเป็น ธรรมศาสตร์ ดังเช่น จิตวิญญาณธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์

#### ตราสัญลักษณ์ประจำมหาวิทยาลัย



เป็นรูปธรรมจักรสี่เหลี่ยม ตัดเส้นด้วยสีแดง มีพานรัฐธรรมนูญสีแดงสลัก เหนืออยู่กลาง ที่ขอบธรรมจักรมีอักษรสีแดงจารึกว่า "มหาวิทยาลัย- ธรรมศาสตร์" หรือ "ม.ธ." อยู่ตอนบน กับ "THAMMASAT UNIVERSITY" หรือ "T.U." อยู่ตอนล่าง และระหว่างคำว่า "มหา-วิทยาลัย ธรรมศาสตร์" หรือ "ม.ธ." กับ "THAMMASAT UNIVERSITY" หรือ

"T.U." มีลายกนกสีแดงคั่นอยู่ (คัดจากหนังสือราชกิจจานุเบกษา เล่ม 83 ตอนที่ 19 วันที่ 1 มีนาคม 2509)

**ตราธรรมจักร** บอกความหมายว่า สถาบันแห่งนี้ยึดถือคตินิยมของพุทธศาสนาเป็นหลักกลมกลืนกับชาติ สิ่งที่อยู่กลางธรรมจักร คือ **พานรัฐธรรมนูญ** หมายถึง การยึดมั่น เจตฐรัฐธรรมนูญเป็นหลักการที่ มธก. ยึดถือ และประพฤติปฏิบัติ

#### อาคารสำคัญของมหาวิทยาลัย

ตึกโดม เป็นอาคารหลังแรกของมหาวิทยาลัยวิชาธรรมศาสตร์และการเมือง ออกแบบโดยนายหมีว อภัยวงศ์ ตามคำแนะนำของผู้ประศาสน์การ ปรับปรุงจากตึกเก่า 4 หลังของทหารโดยสร้างหลังคาเชื่อมแต่ละตึก จนกลายเป็นอาคารหลังเดียวกัน ส่วนกลางของตึกได้สร้างอาคาร 3 ชั้นขึ้นเพิ่มเติมโดยมี “โดม” เป็นสัญลักษณ์ตรงกลาง รูปแบบของโดมนี้ กล่าวอธิบายกันในภายหลังว่า นำรูปแบบมาจากดินสอแปดเหลี่ยมที่เหลาจนแหลมคม เพื่อแสดงถึงภูมิปัญญาที่สูงส่งของการจัดการศึกษา

ภายในอาคารตึกโดม เมื่อเดินจากบันไดกลางขึ้นไปบนชั้น 2 ห้องแรกจะเป็นห้องทำงาน ของผู้ประศาสน์การ ปรีดี พนมยงค์ ซึ่งห้องเดียวกันนี้ในสมัยสงครามโลก ครั้งที่สอง คือ ศูนย์บัญชาการขบวนการเสรีไทยที่มีนายปรีดี พนมยงค์ เป็นผู้นำ โดยทำงาน ร่วมกับเสรีไทยสายอังกฤษ และสาย สหรัฐอเมริกา

มหาวิทยาลัยวิชาธรรมศาสตร์และการเมือง รวมทั้งตึกโดมของมหาวิทยาลัยแห่งนี้ จึงมีสถานะพิเศษอย่างยิ่ง สำหรับผู้ร่วมขบวนการเสรีไทยและผู้รักชาติทั้งหมด แต่ในอีกทางหนึ่งก็ได้ส่งผลให้ฝ่ายกองทัพและผู้มีอำนาจทางการเมือง ฝ่ายตรงข้าม นายปรีดี มีความระแวง และหวาดกลัวมหาวิทยาลัย

หลังเหตุการณ์กบฏแมนฮัตตัน เดือนมิถุนายน พ.ศ.2494 กองทัพบกได้เข้ายึดพื้นที่ของมหาวิทยาลัยวิชาธรรมศาสตร์และการเมืองไว้ รวมทั้งเสนอขอซื้อที่ดินนี้ด้วยเงินจำนวน 5 ล้านบาท แต่นักศึกษาของ มธก. จำนวนกว่า 2 พันคน ได้รวมตัวกันเดินขบวนไปยังรัฐสภา เพื่อเรียกร้องขอมหาวิทยาลัยคืนจากรัฐบาลทหารในวันที่ 11 ตุลาคม พ.ศ.2494 และประสบความสำเร็จโดยได้มหาวิทยาลัยคืนกลับ มาอย่างสันติวิธีโดยมีนักศึกษา จำนวนกว่าพันคน ได้บุกเข้ามายึดพื้นที่มหาวิทยาลัยคืนเมื่อวันที่ 5 พฤศจิกายน พ.ศ.2494

อย่างไรก็ตาม ในปีถัดต่อมา คือ พ.ศ.2495 ชื่อของมหาวิทยาลัยก็ได้ถูกตัดคำว่า “การเมือง” ออกไป และเหลือแต่เพียงชื่อ “มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์” トラาจนปัจจุบัน

กล่าวได้ว่า โดมได้กลายเป็นสัญลักษณ์สำคัญของมหาวิทยาลัย ดังเช่นที่นักศึกษาของมหาวิทยาลัยแห่งนี้นิยมเรียกตนเองว่า “ลูกแม่โดม” ตลอดมา ซึ่งลูกแม่โดมคนหนึ่ง ชื่อ เปลื้อง

วรรณศรี ได้ประพันธ์บทกวี “โคม...ผู้พิทักษ์ธรรม” ไว้ในปี พ.ศ.2495 มีความตอนหนึ่งกล่าวว่า  
 “ถ้าขาดโคม...เจ้าพระยา...ท่าพระจันทร์ ก็ขาดสัญลักษณ์พิทักษ์ธรรม

#### ต้นไม้ประจำมหาวิทยาลัย

ต้นไม้ประจำมหาวิทยาลัย คือ "ต้นหางนกยูง" ซึ่งพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ได้เสด็จพระราชดำเนินมาทรงดนตรีที่หอประชุมใหญ่ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เมื่อวันที่ 9 กุมภาพันธ์ 2506 และได้ทรงปลูกต้น "หางนกยูง" จำนวนห้าต้น ที่บริเวณหน้าหอประชุมใหญ่ เพื่อให้เป็นต้นไม้ประจำมหาวิทยาลัย ตามที่นักศึกษาขอพระราชทาน ซึ่งผู้ขอคือ นายวิชา สุขดำรง

#### สีประจำมหาวิทยาลัย

สีประจำมหาวิทยาลัย คือ สีเหลือง-แดง การเลือกสีเหลืองกับแดงนี้ ไม่มีหลักฐานเด่นชัด เพียงแต่ทราบว่า ผู้ประสานงาน นายปรีดี พนมยงค์ เป็นผู้เลือก ซึ่งอาจมาจากความต้องการเอาสีเหลือง ซึ่งเป็นสีของศาสนา เหมือนดังธรรมจักรกับสีแดง ซึ่งแสดงความเข้มแข็ง คือ เลือด ดังปรากฏในเพลงของขุนวิจิตรมาตราว่า "เหลืองของเราคือธรรมประจำจิต แดงของเราคือโลหิตอุทิศให้"

### ประวัติจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยสังเขป

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยเป็นสถาบันอุดมศึกษาแห่งแรกของประเทศไทย ถือกำเนิดจากโรงเรียนสำหรับฝึกหัดวิชาข้าราชการฝ่ายพลเรือน โดยได้รับพระมหากรุณาธิคุณจากพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว โปรดเกล้าฯ ให้ตั้งขึ้น ณ ตึกยาวข้างประตูพิมานชัยศรีในพระบรมมหาราชวังเมื่อ พ.ศ.๒๔๔๒ [ประเทศไทยเปลี่ยนวันขึ้นปีใหม่ตามปฏิทินสากลในปี พ.ศ. ๒๔๗๓ (ค.ศ. ๑๙๔๐) ดังนั้น พ.ศ. กับ ค.ศ.ก่อนหน้าจึงเหลื่อมกันอยู่ ๑ ปี] และได้รับพระบรมราชานุญาตให้เปลี่ยนชื่อเป็นโรงเรียนมหาดเล็ก เมื่อ ๑ เมษายน พ.ศ.๒๔๔๕ ทั้งนี้เพื่อผลิตบุคลากรให้รับราชการซึ่งมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว อันเป็นผลจากพระบรมราโชบายปฏิรูประบบบริหารราชการแผ่นดินเมื่อ พ.ศ.๒๔๒๕

ต่อมาทั้งภาคราชการและเอกชนต้องการบุคลากรทำงานในสาขาวิชาต่างๆกว้างขวางมากขึ้น พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว ได้ทรงพระอนุสรณ์คำนึงถึงพระบรมราโชบายในสมเด็จพระบรมชนกาทิราช ที่จะให้มีมหาวิทยาลัยขึ้นสำหรับเป็นสถาบันอุดมศึกษาของชาวสยาม" พื่อที่จะช่วยให้งานปกครองท้องที่ของกระทรวงมหาดไทยดำเนินไปได้ดีในระดับหนึ่งแล้ว และสมควรขยายการจัดการศึกษาเพื่อสนองความต้องการของ กระทรวง ทบวง กรมอื่น ๆ จึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้สถาปนาโรงเรียนมหาดเล็กเป็นสถาบันอุดมศึกษา พระราชทานนามว่า "โรงเรียนข้าราชการพลเรือนของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว" เมื่อ ๑ มกราคม ๒๔๕๓ ต่อมาทรงเห็นว่าควรขยายกิจการให้กว้างขวางตามพระราชประสงค์เพื่อให้เป็นพระบรมราชานุสาวรีย์อันยิ่งใหญ่และถาวรในสมเด็จพระบรมชนกาทิราชพระองค์จึงได้พระราชทานเงินทุนที่เหลือจากการที่ราษฎรได้ริเริ่มเพื่อสร้างพระบรมราชานุสาวรีย์พระบรมรูปทรงม้าจำนวนเก้าแสนกว่าบาทให้ใช้เพื่อสร้างอาคารเรียนและเป็นตึกบัญชาการบนที่ดินของพระคลังข้างที่จำนวน ๑,๓๐๕ ไร่ ซึ่งอยู่ที่อำเภอปทุมวัน และเงินที่เหลือจากการสร้างก็ได้พระราชทานพระบรมราชานุญาตให้ใช้เพื่อกิจการของโรงเรียนต่อไปทั้งนี้ได้พระราชทานพระมหากรุณาธิคุณเสด็จพระราชดำเนินและทรงวางศิลาพระฤกษ์ในการสร้างอาคารดังกล่าวเมื่อ ๓ มกราคม พ.ศ.๒๔๕๗

ในครั้งนั้นมีเปิดสอน ๘ แผนกวิชา ได้แก่ การปกครอง กฎหมาย การทูต การคลัง การแพทย์การช่าง การเกษตร และวิชาครู จัดการศึกษาใน ๕ โรงเรียน (คณะในปัจจุบัน) คือ โรงเรียนรัฐประศาสนศาสตร์ตั้งอยู่ในพระบรมมหาราชวังโรงเรียนฝึกหัดอาจารย์ตั้งอยู่ที่บ้านสมเด็จพระเจ้าพระยา โรงเรียนราชแพทยาลัยตั้งอยู่ที่โรงพยาบาลศิริราชโรงเรียนเนติศึกษาตั้งอยู่ที่เชิงสะพานผ่านพิภพลีลา และโรงเรียนยันตรศึกษาตั้งที่วังใหม่หรือวังกลางทุ่ง หรือวังวินเซอร์(เคยเป็นวังของสมเด็จพระบรมโอรสาธิราชเจ้าฟ้ามหาวชิรุณหิศ)



ต่อมาพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว ได้มีพระราชดำริที่จะขยายการศึกษาในโรงเรียนข้าราชการพลเรือนฯ ให้กว้างขวางยิ่งขึ้น คือ ไม่เฉพาะสำหรับผู้ที่จะเล่าเรียนเพื่อรับราชการเท่านั้น แต่จะรับผู้ซึ่งประสงค์จะศึกษาขั้นสูงให้เข้าเรียนได้ทั่วถึงกัน จึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ประดิษฐานโรงเรียนข้าราชการพลเรือนฯ ขึ้นเป็นจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยเมื่อ ๒๖ มีนาคม พ.ศ. ๒๔๕๕ เพื่อเป็นพระบรมราชานุสาวรีย์เฉลิมพระเกียรติแห่งสมเด็จพระพุทธเจ้าหลวง ให้เจริญก้าวหน้ากว้างขวางแผ่ไพศาลและมีรู้เลื่อมสมัญ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยในช่วงแรกมีการจัดการศึกษาเป็น ๔ คณะ ได้แก่ คณะรัฐประศาสนศาสตร์ คณะแพทยศาสตร์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ คณะอักษรศาสตร์และวิทยาศาสตร์ โดยในระหว่าง พ.ศ. ๒๔๕๕ - ๒๔๖๕ มีการปรับปรุงมาตรฐานการศึกษาระดับประกาศนียบัตรและการเตรียมการจัดการเรียนการสอนระดับปริญญา มีการติดต่อกับมูลนิธิร็อกกี้เฟลเลอร์ เพื่อช่วยเหลือการเรียนการสอนของคณะแพทยศาสตร์ จากนั้นระหว่าง พ.ศ. ๒๔๖๖ - ๒๔๘๐ เริ่มรับผู้สำเร็จหลักสูตรมัธยมบริบูรณ์เข้าเรียนในคณะแพทยศาสตร์ขณะเดียวกันก็ได้มีการปรับปรุงหลักสูตรและรับนักเรียนผู้จบประโยคมัธยมบริบูรณ์เข้าเรียนอีก ๔ คณะ และในระหว่างปี พ.ศ. ๒๔๘๑ - ๒๔๘๐ เริ่มเน้นการเรียนการสอนอันเป็นพื้นฐานของวิชาชีพในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายโดยมีการจัดเตรียมมหาวิทยาลัยคือนักเรียนจะต้องเลือกเรียนตามคณะต่าง ๆ ที่มหาวิทยาลัยเปิดสอนทำให้มีโรงเรียนเตรียมอุดมศึกษาแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยขึ้น หลังจากนั้น ในช่วงระหว่าง พ.ศ. ๒๔๘๑ - ๒๕๐๓ เป็นระยะเวลาของการขยายการจัดการศึกษาออกไปในศาสตร์และศิลปวิทยาการต่างๆ โดยเน้นระดับปริญญาตรีเป็นหลัก และตั้งแต่ พ.ศ. ๒๕๐๔ จนถึงปัจจุบัน เป็นช่วงเวลาของการขยายการศึกษาระดับปริญญาตรีเพิ่มขึ้น และเริ่มพัฒนาการศึกษาระดับ บัณฑิตศึกษาส่งเสริมการค้นคว้า วิจัย การอนุรักษ์และสนับสนุนศิลปวัฒนธรรมและการบริการทางวิชาการให้แก่สังคมมีการจัดตั้งสถาบันวิจัยสถาบันบริการและศูนย์ เพื่อให้จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยเป็นมหาวิทยาลัยเพื่อการวิจัยและพัฒนาตนเองให้ดีที่สุดเท่าที่จะทำได้ทุกวิถี ทางให้สมกับเป็นพระบรมราชานุสาวรีย์ของสมเด็จพระพุทธเจ้าหลวงพระปิยมหาราชของพสกนิกรชาวไทยตลอดไป

**ตราสัญลักษณ์ประจำมหาวิทยาลัย**



พระเกี้ยวเป็นสิริภรณ์ประดับพระเกศาหรือพระเศียรของพระราชโอรสและพระราชธิดาของพระมหากษัตริย์ คำว่า เกี้ยว ถ้าเป็นคำนามแปลว่า เครื่องประดับศีรษะหรือเครื่องสวมจุก ถ้าเป็นคำกริยาแปลว่าผูกมัดหรือพัน พระเกี้ยวเป็นสัญลักษณ์ที่ชาวจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยภูมิใจทั้งนี้สืบเนื่องจากชื่อของมหาวิทยาลัยได้รับ พระราชทานจากพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว เพื่อเป็นพระบรมราชานุสาวรีย์ในสมเด็จพระปิยมหาราช ผู้พระราชทานกำเนิดมหาวิทยาลัยนี้

จุฬาลงกรณ์ แปลว่า เครื่องประดับศีรษะหรือจูลมงกุฎ จูลมงกุฎมี ความหมายสำคัญยิ่งคือเกี่ยวโยงถึงพระนามอภิไธยเดิมของพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว คือ สมเด็จพระเจ้าลูกยาเธอเจ้าฟ้ามงกุฎฯ สมเด็จพระเจ้าลูกยาเธอเจ้าฟ้าจุฬาลงกรณ์ จึง มีความหมายว่า จูลมงกุฎ หรือพระราชโอรสของสมเด็จพระเจ้าฟ้ามงกุฎฯ ยิ่งกว่านั้น ยังมีความเกี่ยวพันถึงพระปรมาภิไธยในพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ซึ่งมีหมายความว่า "พระจอมเกล้าน้อย" พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯกำหนดให้พระเกี้ยวเป็นพิจิตรเรขา(สัญลักษณ์)ประจำรัชกาลของพระองค์ เมื่อตั้งโรงเรียนฝึกหัดข้าราชการพลเรือนหรือโรงเรียนมหาดเล็ก จึงโปรดเกล้าฯ พระราชทานพระบรมราชานุญาตให้อัญเชิญพระเกี้ยวเป็นเครื่องหมายหน้าหมวกของนักเรียน มหาดเล็ก ต่อมาเมื่อโรงเรียนมหาดเล็กกราบบังคมทูลขอพระราชทานพระบรมราชานุญาตอัญเชิญพระเกี้ยวเป็น เครื่องหมายของโรงเรียนก็ได้พระราชทานพระบรมราชานุญาตตามที่กราบบังคมทูลขอพระราชทาน เมื่อโรงเรียนมหาดเล็กได้วิวัฒนาการขึ้นเป็นโรงเรียนข้าราชการพลเรือนฯ และจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ผู้บริหารก็ได้กราบบังคมทูลขอพระราชทานพระบรมราชานุญาตเปลี่ยนข้อความใต้พระเกี้ยวตามชื่อซึ่งได้รับพระราชทานใหม่ตลอดมา

### ต้นไม้ประจำมหาวิทยาลัย

"จามจุรี" เป็นต้นไม้ประจำมหาวิทยาลัย ถือเป็นสัญลักษณ์อย่างหนึ่งของจุฬาฯ มีความผูกพันกับชาวจุฬาฯ มาตั้งแต่เริ่มก่อตั้งเป็นมหาวิทยาลัย ด้วยวัฏจักรของจามจุรีมีความสอดคล้องกับวิถีชีวิตของชาวจุฬาฯ กล่าวคือ มีสีเขียวข่มู่มให้ความสดชื่นในช่วงเวลาภาคต้นของการศึกษาเสมือนนิสิตปีที่1ที่ยังคงเร่ร่อนสนุกสนานกับการเป็นน้องใหม่ และเมื่อเวลาผ่านไปในภาคปลายของการศึกษาทั้งใบและฝักย่ำเตือนให้นิสิตเตรียมตัวสอบปลายปีมิฉะนั้นอาจต้องเรียนซ้ำชั้นหรือถูกไล่ออก

### สีประจำมหาวิทยาลัย

เนื่องจากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ถือกำเนิดจากพระมหากษัตริย์คุณในพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯให้ตั้ง โรงเรียนฝึกหัดข้าราชการพลเรือน หรือโรงเรียนมหาดเล็กครั้งนั้น ได้พระราชทานพระบรมราชานุญาต ให้นักเรียนมหาดเล็ก แต่งเครื่องแบบมหาดเล็ก ซึ่งมีอินทรรูปเป็นสีบานเย็นอันเป็นสีของกรมมหาดเล็ก สีบานเย็น จึงเป็นสีประจำสถาบัน

ต่อมาเมื่อมีการแข่งขันฟุตบอลประเพณีครั้งแรกระหว่างจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และมหาวิทยาลัย วิชาธรรมศาสตร์และการเมือง คณะกรรมการสโมสรนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยจึงพิจารณาสิ่งที่ใช้ในการแข่งขันฟุตบอลประเพณี ศาสตราจารย์ ม.ร.ว.สุมนชาติ สวัสดิ์กุล เมื่อครั้งยังเป็นนิสิตและนายกสโมสรนิสิตฯ ได้เสนอว่าชื่อของมหาวิทยาลัยคือ พระปรมาภิไธยเดิมของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ซึ่งมีพระบรมราชสมภพในวันอังคารและโปรดเกล้าฯ ให้ใช้**สีชมพู**เป็นสีประจำพระองค์ คณะกรรมการสโมสรนิสิตฯ เห็นสมควรอัญเชิญสีประจำพระองค์เป็นสีประจำมหาวิทยาลัย เพื่อเป็นเกียรติและสิริมงคล มหาวิทยาลัยจึงใช้ **สีชมพู** เป็นสีประจำมหาวิทยาลัยตลอดมา

## ประวัติมหาวิทยาลัยกรุงเทพ โดยสังเขป

มหาวิทยาลัยกรุงเทพเป็นสถาบันอุดมศึกษาเอกชนที่มีชื่อเสียงและเก่าแก่ที่สุดแห่งหนึ่งในประเทศ อยู่ภายใต้การสนับสนุนของ "มูลนิธิมหาวิทยาลัยกรุงเทพ" โดยได้เปิดดำเนินการสอนตั้งแต่ พ.ศ. 2505 เป็นต้นมา ด้วยปรัชญาอันแน่วแน่ของอาจารย์สุรัตน์และอาจารย์ปองทิพย์ โอสธานุเคราะห์ ที่ต้องการก่อตั้งสถาบันการศึกษาของเอกชนที่ไม่หวังกำไร (Non-Profit) เพื่อเป็นแหล่งรวบรวมความรู้อันจะพัฒนาบัณฑิตยุคใหม่ให้มีคุณภาพ พร้อมด้วยความรู้ทางด้าน วิชาการและทักษะ ในการปฏิบัติซึ่งจะเป็นกำลังสำคัญของประเทศชาติต่อไปในอนาคต

มหาวิทยาลัยได้จัดการศึกษา โดยนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาใช้ประกอบในการเรียนการสอน รวมทั้งได้ค้นคว้าทฤษฎีและแนวทางปฏิบัติใหม่ๆ ที่เหมาะสมมาสอดคล้องกับวิชาเรียน เพื่อให้นักศึกษาได้รับประโยชน์จากการเรียนอย่างเต็มที่ รวมทั้งสามารถนำความรู้ไปใช้ปฏิบัติได้จริงในชีวิตการทำงาน ความพร้อมของเทคโนโลยีและสื่อการเรียนการสอนที่สมบูรณ์แบบในทุกๆ ด้าน ผสานกับศักยภาพของคณาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ส่งผลให้มหาวิทยาลัยเป็นสถาบันอุดมศึกษาที่คงความเป็นเลิศทางด้านวิชาการ ทั้งยังเป็นแหล่งส่งเสริมองค์ความรู้จากการค้นคว้า วิจัยวิทยาการสาขาต่างๆ มหาวิทยาลัยกรุงเทพเปิดดำเนินการสอนใน 2 วิทยาเขต ได้แก่ วิทยาเขตกล้วยน้ำไท และ รังสิต

## ตราสัญลักษณ์ประจำมหาวิทยาลัย



ตราสัญลักษณ์ที่ปรากฏ ในเว็บไซต์ที่ศึกษา



มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
BANGKOK UNIVERSITY

ตราสัญลักษณ์ใหม่

## ต้นไม้ประจำมหาวิทยาลัย

ต้นไม้ประจำมหาวิทยาลัย คือ ต้นชัยพฤกษ์

## สีประจำมหาวิทยาลัย

สีประจำมหาวิทยาลัยคือ สีแสด-สีม่วง

## ประวัติมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ โดยสังเขป

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ เป็นหนึ่งในสถาบันอุดมศึกษาเอกชนชั้นนำของประเทศ ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ ๓๐ พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๑๑ ภายใต้เจตนารมณ์ของ ดร.ไสว สุทธิพิทักษ์ และ อาจารย์สนั่น เกตุทัต โดยใช้ชื่อสถาบัน "ธุรกิจบัณฑิตย์" ตั้งอยู่ริมคลองประปา ถนนพระราม ๖ สามเสน ในยุคเริ่มต้น ต่อมาจึงเปลี่ยนสถานภาพเป็นวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ ในปี พ.ศ. ๒๕๑๓ และเลื่อนฐานะเป็น "มหาวิทยาลัย" ในปี พ.ศ. ๒๕๒๗ ด้วยพัฒนาการที่ไม่หยุดยั้งผนวกกับการขยายตัวของระบบการศึกษาในประเทศไทย มหาวิทยาลัย จึงย้ายสถานที่ตั้งมาอยู่ริมคลองประปา ถนนประชาชื่น บนเนื้อที่ ๑๐ ไร่ เพื่อก่อสร้างอาคารเรียนและอาคารปฏิบัติการทางการเรียนการสอน สิ่งอำนวยความสะดวกในรูปแบบที่เอื้ออำนวยประโยชน์ต่อนักศึกษาอย่างสมบูรณ์แบบด้วย ภายใต้ปรัชญาการดำเนินงานที่ว่า "นักธุรกิจเป็นผู้สร้างชาติ" มาตลอดกว่า ๓๐ ปี โดยมี ศ.ดร.สิปปนนท์ เกตุทัต เป็นนายกสภามหาวิทยาลัย และ รศ.ดร. วรากรณ์ สามโกเศศ เป็นอธิการบดี

ปัจจุบันมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์เปิดสอนทั้งระดับปริญญาตรีและปริญญาโท ระดับปริญญาตรี เปิดสอน ๘ คณะ ๒๔ สาขา วิชา คือ คณะบริหารธุรกิจ คณะการบัญชี คณะนิติศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ และคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ ระดับปริญญาโท เปิดสอน ๕ สาขาวิชา ได้แก่ บริหารธุรกิจ นิติศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ นิเทศศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์เทคโนโลยีสารสนเทศ การจัดการการศึกษา การจัดการทางวิศวกรรม ระดับปริญญาเอก เปิดสอนในสาขานิติศาสตร์ หลักสูตรนานาชาติ เปิดสอน ๔ สาขาวิชา ได้แก่ Bachelor of Science in Informaion Technology, Master of Marketing Communication, Master fo Business Informatics, Docrate of Business Informatics

## ตราสัญลักษณ์ประจำมหาวิทยาลัย



เป็นรูปพระสิทธิตาดาประทับนั่งบนแท่น มีวงกลมล้อมรอบ ๒ ชั้น ขอบของวงกลมนอกประดับด้วยกลีบบัวซ้อนกัน ๓๒ กลีบ ระหว่างวงกลมนอกกับวงกลมในมีนพรัตน์ หรือดวงแก้ว ๕ ดวง วางอยู่ห่างกันเป็นช่วงเท่า ๆ กัน ความหมายของดวงตรา : พระสิทธิตาดา เป็นปางหนึ่งของพระคเณศ เทพเจ้าแห่งความสำเร็จและปัญญา

## ต้นไม้ประจำมหาวิทยาลัย

ต้นไม้ประจำมหาวิทยาลัย คือ ต้นไผ่

## สีประจำมหาวิทยาลัย

สีประจำมหาวิทยาลัยคือ สีม่วง-สีฟ้า หมายถึง การปฏิบัติทางธุรกิจ

### ประวัติมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย โดยสังเขป

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ตั้งขึ้นครั้งแรก เมื่อ พ.ศ. 2483 สำนักงานหอการค้าไทย ตึกพาณิชย์ภัณฑ์ ถนนศรีอยุธยา สนามเสือป่า โดยในครั้งนั้นใช้ชื่อ "วิทยาลัยการค้า" เปิดรับผู้สำเร็จการศึกษา ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 และมีหลักสูตรการศึกษา 6 เดือน และ 2 ปี มีนักศึกษาประมาณ 300 คน หลักสูตรการสอนของวิทยาลัยการค้า นับว่าทันสมัยอย่างยิ่ง เพราะดำเนินตามหลักสูตร ของหอการค้าแห่งกรุงลอนดอน แต่วิทยาลัยการค้าเปิดสอนได้เพียง 1 ปี ก็เกิดสงครามมหาเอเชียบูรพาเป็นเหตุให้วิทยาลัยต้องปิดตัวเอง เนื่องจากการสงคราม และรัฐบาลต้องการใช้สถานที่ เป็นที่ตั้งสำนักงานประสานงานระหว่างไทยกับญี่ปุ่น วิทยาลัยการค้าปิดไปร่วม 22 ปี กรรมการหอการค้าไทยทุกสมัยได้พยายามเป็นลำดับที่จะรื้อฟื้นวิทยาลัยขึ้นใหม่ จนกระทั่ง พ.ศ. 2506 คณะกรรมการหอการค้าไทยก็ประสบผลสำเร็จในการเปิดวิทยาลัยอีกครั้งในชื่อ "วิทยาลัยการค้า" เช่นเดิม แต่ได้ย้ายอาคารที่ตั้งมาอยู่ที่ ณ ที่ทำการของหอการค้าไทย เลขที่ 150 ถนนราชบพิศ เปิดรับผู้สำเร็จการศึกษา ชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย มีหลักสูตรการศึกษา 3 ปี ซึ่งผู้สำเร็จการศึกษาก็จะได้รับประกาศนียบัตรการค้าชั้นสูง การเปิดสอนของวิทยาลัยการค้าครั้งนี้ อยู่ภายใต้การควบคุมของพระราชบัญญัติโรงเรียนราษฎร์

8 กรกฎาคม พ.ศ. 2508 ที่ประชุมสภาวิทยาลัยการค้า มีมติให้เปลี่ยนชื่อวิทยาลัยเป็น "วิทยาลัยการพาณิชย์" (College of Commerce of The Thai Chamber of Commerce) ดำเนินการตามเงื่อนไขมาตรา 28 แห่งพระราชบัญญัติหอการค้า (พ.ศ. 2509) ที่กำหนดให้หอการค้าไทยมีหน้าที่จัดตั้ง และดำเนินการสถานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการค้าและเศรษฐกิจ และในวันที่ 17 มิถุนายน พ.ศ. 2513 คณะกรรมการวิทยาลัยเอกชน กระทรวงศึกษาธิการ ได้อนุญาตให้หอการค้าไทย จัดตั้ง "วิทยาลัยการพาณิชย์" (College of Commerce) อักษรย่อ "ว.พณ." (C.C.) เปิดสอนหลักสูตร 3 ปี ผู้สำเร็จการศึกษาก็จะได้รับประกาศนียบัตรใน 7 สาขาวิชา ได้แก่ สาขาวิชาบริหารทั่วไป ธุรกิจระหว่างประเทศ เลขานุการ การตลาด การบัญชี การคลังการธนาคาร และสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ประยุกต์

2 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2514 คณะรัฐมนตรีได้ลงมติรับในหลักการให้วิทยาลัยเอกชนดำเนินการสอนได้ ในระดับเกินกว่า 3 ปี และวิทยาลัยการพาณิชย์ได้รับการอนุมัติให้เปิดสอน ทั้งหลักสูตรปริญญาตรี 4 ปี ทั้ง 7 สาขาวิชา ในวันที่ 9 มีนาคม พ.ศ. 2516 พร้อมกันนี้วิทยาลัยได้ขอเปลี่ยนชื่อเป็น "วิทยาลัยการค้า" อีกครั้ง ในชื่อภาษาอังกฤษว่า College of Commerce อักษรย่อ "วค" (C.C.)

21 มิถุนายน พ.ศ. 2517 วิทยาลัยการค้าโอนมาสังกัดกับทบวงมหาวิทยาลัยพร้อมกับ ได้ย้ายมาอยู่ เลขที่ 126/1 ถนนวิภาวดีรังสิต เขตดินแดง อันเป็นสถานที่ตั้งในปัจจุบัน เมื่อวิทยาลัย

การค้าปฏิบัติพันธกิจได้อย่างครบถ้วน ตามเงื่อนไขแห่งการเป็นสถาบันการศึกษา ระดับอุดมศึกษา ใน วันที่ 24 ตุลาคม พ.ศ. 2527 ทบวงมหาวิทยาลัยได้อนุมัติให้เปลี่ยนประเภทสถาบันเป็น มหาวิทยาลัย ในชื่อ "มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย" (The University of the Thai Chamber Commerce) อักษรย่อ "มกค" (UTCC)

### สีประจำมหาวิทยาลัย

สีประจำมหาวิทยาลัยคือ สีฟ้า-สีขาว

### ตราสัญลักษณ์ประจำมหาวิทยาลัย



"ลำเกี้ยวหนาค" ลำเกี้ยวหนาคเป็นสัญลักษณ์ของการค้าขายระหว่างประเทศมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน และลำเกี้ยวหนาคเป็นสัญลักษณ์ของเรือสำเภาไทย

"คลื่น" คลื่นเป็นอุปสรรคที่สำคัญอย่างยิ่งในการเดินเรือสำเภาที่จะสามารถฝ่าเกรียวคลื่นและอุปสรรคต่างๆ ได้ ต้อง เป็นสำเภาที่มี

นายท้ายเรือที่ชำนาญและมีความวิริยะ อุตสาหะ

"อาร์ม" ตราอาร์มมักใช้เป็นเครื่องหมายเชิดชูเกียรติสำหรับผู้ที่ประสบความสำเร็จในชีวิตและการทำงาน ความหมายรวมของตรามหาวิทยาลัยหอการค้าไทย จึงหมายถึงสถาบันการศึกษาที่เปิดสอนวิชาที่เกี่ยวกับ การธุรกิจ เพื่อให้นักศึกษาได้รับประสบการณ์นำไปประกอบอาชีพจนประสบผลสำเร็จในชีวิตตนเอง และเป็นประโยชน์ต่อประเทศชาติต่อไป

จำนวนนิสิต/นักศึกษาทั้งหมด จำแนกตามประเภทของสถาบัน และระดับการศึกษา ปีการศึกษา 2547

Table 6 Number of all enrollment classified by types of institution and levels of education in academic year 2004

ประเภทสถาบัน	ระดับการศึกษา					
	รวม Total	ต่ำกว่า ป.ตรี	ป.ตรี Bachelor's	ป.บัณฑิต Graduate	ป.โท Master's	ป.เอก Ph.D.
<b>นิสิต/นักศึกษา(รวม)</b>	<b>1,792,606</b>	<b>69,850</b>	<b>1,568,468</b>	<b>9,614</b>	<b>136,566</b>	<b>8,108</b>
<b>1. นิสิต/นักศึกษใน สถาบันอุดมศึกษาของรัฐ (รวม)</b>	<b>1,538,306</b>	<b>66,331</b>	<b>1,331,052</b>	<b>9,201</b>	<b>123,849</b>	<b>7,873</b>
<b>1.1 มหาวิทยาลัย/สถาบันจำกัด รับ</b>	<b>913,910</b>	<b>56,706</b>	<b>749,032</b>	<b>8,998</b>	<b>92,775</b>	<b>6,399</b>
1) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	30,086	0	19,077	245	9,547	1,217
2) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	39,841	0	30,909	35	8,151	746
3) มหาวิทยาลัยขอนแก่น	20,256	0	16,208	113	3,535	400
4) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	26,911	37	19,450	289	6,620	515
5) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	31,678	0	22,930	438	8,001	309
6) มหาวิทยาลัยนเรศวร	27,176	4	19,649	29	7,311	183
7) มหาวิทยาลัยบูรพา	15,780	0	11,404	12	4,260	104
8) มหาวิทยาลัยมหาสารคาม	24,180	0	17,421	743	5,955	61
9) มหาวิทยาลัยมหิดล	20,213	1,454	11,500	1,423	4,760	1076
10) มหาวิทยาลัยศรีนครินทร วิโรฒ	18,861	0	13,222	160	5,149	330
11) มหาวิทยาลัยศิลปากร	13,797	0	10,977	362	2,360	98
12) มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์	27,006	0	23,179	17	3,527	283
13) มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี	4,677	0	4,347	320	0	10
14) สถาบันเทคโนโลยี พระจอมเกล้า	18,812	0	15,331	0	3,346	135
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง						
15) สถาบันเทคโนโลยีพระจอม เกล้าพระนครเหนือ	19,338	1,180	15,269	2,809	0	80
16) มหาวิทยาลัยแม่โจ้	8,924	0	8,125	0	791	8



17) สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์	9,760	0	0	19	9,534	207
18) มหาวิทยาลัยทักษิณ	6,514	0	5,685	20	809	0
19)มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย	10,473	150	10,323	0	0	0
20)มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่	17,238	272	16,802	9	155	0
21)มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง	7,149	6	7,143	0	0	0
22)มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์	9,344	75	8,956	117	196	0
23)มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร	5,557	478	4,931	0	148	0
24)มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์	12,230	1,212	11,018	0	0	0
25)มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม	6,352	33	6,316	0	3	0
26)มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์	5,412	0	5,412	0	0	0
27)มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม	11,522	169	10,791	48	514	0
28)มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย	8,276	140	7,870	92	174	0
29)มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร	8,950	443	7,917	146	444	0
30)มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรธานี	16,275	691	15,446	21	117	0
31)มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา	7,844	48	7,693	0	103	0
32)มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์	6,429	195	5,901	94	239	0
33)มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์	9,313	996	7,644	11	600	62
34)มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี	18,551	710	17,397	19	425	0
35)มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์	3,111	91	3,020	0	0	0
36)มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี	5,222	208	5,001	0	13	0
37)มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา	7,224	549	5,934	223	518	0

38)มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลย ลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์	22,734	3,287	18,869	0	578	0
39)มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพ พรรณี	4,120	0	4,120	0	0	0
40)มหาวิทยาลัยราชภัฏ กาญจนบุรี	3,712	168	3,544	0	0	0
41)มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม	12,579	1,964	10,615	0	0	0
42)มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี	10,594	1,369	8,586	0	639	0
43)มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้าน จอมบึง	5,664	1,030	4,252	85	297	0
44)มหาวิทยาลัยราชภัฏ นครศรีธรรมราช	5,725	0	5,725	0	0	0
45)มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต	11,741	1,705	9,661	153	222	0
46)มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา	10,189	834	8,883	133	129	210
47)มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา	9,437	1,067	8,249	46	75	0
48)มหาวิทยาลัยราชภัฏ สุราษฎร์ธานี	12,182	1,514	10,032	140	496	0
49)มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทร เกษม	19,568	205	18,691	147	525	0
50)มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี	13,039	500	12,423	0	116	0
51)มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้าน สมเด็จเจ้าพระยา	19,124	1,099	17,639	138	248	0
52)มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร	9,727	0	9,648	0	12	67
53)มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต	63,812	1,481	60,059	238	1,736	298
54)มหาวิทยาลัยราชภัฏสวน สุนันทา	27,220	202	26,605	69	344	0
55)มหาวิทยาลัยราชภัฏกาฬสินธุ์	690	17	673	0	0	0
56)มหาวิทยาลัยราชภัฏ นครพนม	819	0	819	0	0	0
57)มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ	936	114	821	0	1	0
58)มหาวิทยาลัยราชภัฏ ศรีสะเกษ	1,156	4	1,152	0	0	0

59)มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด	1,786	164	1,540	30	52	0
60)มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล	107,074	30,841	76,228	5	0	0
<b>1.2 มหาวิทยาลัย/สถาบันไม่ จำกัดรับ</b>	<b>597,428</b>	<b>9,625</b>	<b>560,999</b>	<b>99</b>	<b>25,804</b>	<b>901</b>
61) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราชา	170,112	9,625	157,300	61	3,110	16
62) มหาวิทยาลัยรามคำแหง	427,316	0	403,699	38	22,694	885
<b>1.3 มหาวิทยาลัย/สถาบันใน กำกับ</b>	<b>26,968</b>	<b>0</b>	<b>21,021</b>	<b>104</b>	<b>5,270</b>	<b>573</b>
63)มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระ จอมเกล้าธนบุรี	12,453	0	8357	22	3782	292
64) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี สุรนารี	6,100	0	5,497	0	349	254
65) มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	4,907	0	3,860	82	939	26
66) มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง	3,508	0	3,307	0	200	1
<b>2. นักศึกษาใน สถาบันอุดมศึกษาเอกชน (1)</b>	<b>254,300</b>	<b>3,519</b>	<b>237,416</b>	<b>413</b>	<b>12,717</b>	<b>235</b>
<b>2.1 รวมมหาวิทยาลัยเอกชน</b>	<b>220,143</b>	<b>3,519</b>	<b>204,160</b>	<b>413</b>	<b>11,816</b>	<b>235</b>
1) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	25,542	0	24,755	0	761	26
2) มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต	10,050	0	9,696	0	354	0
3) มหาวิทยาลัยเกริก	2,930	0	2,417	0	513	0
4) มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น	2,460	0	2,283	0	138	39
5) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี มหานคร	7,129	0	6,538	0	571	20
6) มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต	20,035	0	17,972	0	2,063	0
7) มหาวิทยาลัยรังสิต	14,116	0	13,203	0	908	5
8) มหาวิทยาลัยศรีปทุม	19,856	0	19,236	0	620	0
9) มหาวิทยาลัยสยาม	12,061	0	11,595	0	444	22
10) มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	19,956	0	18,890	0	1,066	0

11) มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ	7,778	0	7,576	0	202	0
12) มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ	19,362	0	17,324	0	1,999	39
13) มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์	6,453	0	6,147	0	306	0
14) มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย	3,932	3,519	0	413	0	0
15) มหาวิทยาลัยเจ้าพระยา	1,397	0	1,330	0	67	0
16) มหาวิทยาลัยฉันทนา	455	0	447	0	8	0
17) มหาวิทยาลัยเว็บสเตอร์ (ประเทศไทย)	279	0	190	0	89	0
18) มหาวิทยาลัยชินวัตร	217	0	144	0	73	0
19) มหาวิทยาลัยคริสเตียน	1,558	0	1,443	0	89	26
20) มหาวิทยาลัยพายัพ	7,273	0	6,905	0	368	0
21) มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล	3,931	0	3,786	0	112	33
22) มหาวิทยาลัยภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ	8,575	0	8,214	0	336	25
23) มหาวิทยาลัยวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีแห่งเอเชีย	198	0	164	0	34	0
24) มหาวิทยาลัยภาคกลาง	1,494	0	1,435	0	59	0
25) มหาวิทยาลัยนานาชาติ ซิลเวอร์-แอสตมฟอร์ด	718	0	623	0	95	0
26) มหาวิทยาลัยราชธานี	2,470	0	2,098	0	372	0
27) มหาวิทยาลัยหาดใหญ่	2,506	0	2,506	0	0	0
28) มหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	15,431	0	15,262	0	169	0
29) มหาวิทยาลัยปทุมธานี	1,981	0	1,981	0	0	0
<b>2.2 รวมวิทยาลัยเอกชน</b>	<b>34,157</b>	<b>0</b>	<b>33,256</b>	<b>0</b>	<b>901</b>	<b>0</b>
30) วิทยาลัยดุสิตธานี	1,523	0	1,523	0	0	0
31) วิทยาลัยทองสุข	984	0	937	0	47	0
32) วิทยาลัยเซนต์หลุยส์	599	0	571	0	28	0

33) วิทยาลัยมิชชัน	754	0	754	0	0	0
34) วิทยาลัยรัชกาลย์	488	0	488	0	0	0
35) วิทยาลัยแสงธรรม	282	0	282	0	0	0
36) วิทยาลัยเทคโนโลยีธนบุรี	2,595	0	2,595	0	0	0
37) วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก	1,399	0	1,305	0	94	0
38) วิทยาลัยนอร์ท-กรุงเทพ	2,122	0	2,028	0	94	0
39) วิทยาลัยสันตพล	853	0	853	0	0	0
40) วิทยาลัยเทคโนโลยีราชธานี อุดร	1,475	0	1,475	0	0	0
41) วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย	1,031	0	1,031	0	0	0
42) วิทยาลัยโปลีเทคนิคภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ	2,320	0	2,320	0	0	0
43) วิทยาลัยบัณฑิตบริหารธุรกิจ	1,775	0	1,651	0	124	0
44) วิทยาลัยศรีโสภณ	1,088	0	1,088	0	0	0
45) วิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี	1,735	0	1,617	0	118	0
46) วิทยาลัยอิสลามยะลา	1,260	0	1,260	0	0	0
47) วิทยาลัยดาปี	1,008	0	1,008	0	0	0
48) วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้	3,368	0	3,368	0	0	0
49) วิทยาลัยเซนต์เทราซา-อินดิ	42	0	42	0	0	0
50) วิทยาลัยโยนก	1,333	0	1,132	0	201	0
51) วิทยาลัยคู่ม่าน้ำปิง	400	0	400	0	0	0
52) วิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่	1,257	0	1,085	0	172	0
53) วิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น	3,671	0	3,648	0	23	0
54) วิทยาลัยพินูโลก	234	0	234	0	0	0
55) วิทยาลัยเชียงราย	390	0	390	0	0	0
56) วิทยาลัยนครราชสีมา	171	0	171	0	0	0