



สมาคมศูนย์กลางอิสลามนครศรีธรรมราช  
Nakhonsithammarat Islamic  
Center Association (NICA)

## คู่มือการใช้งาน NICA-IS เวอร์ชัน 0.1

*รศ.ดร. ชัยรัตน์ ศิริพัธนะ*

## สงวนลิขสิทธิ์

---

เอกสารนี้เป็นลิขสิทธิ์ ของสมาคมศูนย์กลางอิสลามนครศรีธรรมราช รายชื่อผู้มีส่วนร่วมแสดงอยู่ด้านล่าง ท่านสามารถเผยแพร่และ/หรือแก้ไขได้ภายใต้เงื่อนไขของ GNU General Public License (<https://www.gnu.org/licenses/gpl.html>) เวอร์ชัน 3 หรือใหม่กว่า หรือ Creative Commons Attribution License (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>) เวอร์ชัน 4.0 หรือใหม่กว่า เครื่องหมายการค้าทั้งหมดในคู่มือนี้เป็นของเจ้าของที่ถูกต้องตามกฎหมาย

## ผู้มีส่วนร่วมในการเขียน

รศ.ดร.ชัยรัตน์ ศิริพันธ์

## คำแนะนำจากผู้อ่าน

โปรดส่งความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะเกี่ยวกับเอกสารนี้ไปยังทีมงาน ของสมาคมศูนย์กลางอิสลามนครศรีธรรมราช หรือส่งอีเมลไปที่ [schairat61@gmail.com](mailto:schairat61@gmail.com)

# Contents

---

<b>สงวนลิขสิทธิ์.....</b>	<b>2</b>
ผู้มีส่วนร่วมในการเขียน.....	2
คำแนะนำจากผู้อ่าน.....	2
<b>บทนำ.....</b>	<b>4</b>
Wagtail CRX (CodeRed Extensions).....	4
<b>รู้จักแพคเกจควบคุมของแอดมิน.....</b>	<b>5</b>
การล็อกอิน (logging in).....	5
การเข้าถึงโครงสร้างของเพจภายในเว็บไซต์.....	6
คลังรูปภาพ.....	7
คลังเอกสาร.....	8
เกร็ดเล็กเกร็ดน้อย.....	9
<b>ทิวต่อเรียง ตอนที่ 1 : ชื่อของไซต์ (site) โลโก้ (logo) และตั้งค่า CRX (CRX Settings).....</b>	<b>10</b>
การเปลี่ยนแปลงชื่อไซต์.....	10
ใส่โลโก้ให้เว็บไซต์และตั้งค่า CRX.....	11
การตั้งค่าทั่วไป.....	12
การตั้งค่าฟอร์ม.....	13
API Keys สำหรับ Google Maps/Mailchimp.....	13
แถบนำทางหลัก (Site Navbar) ของไซต์.....	14
เลือกแถบนำทางของไซต์ (Site Navbars) และ แถบล่างสุดของไซต์ (Site Footer).....	16
<b>ทิวต่อเรียง ตอนที่ 2: การเพิ่มเพจและการกำหนดโครงสร้างของเพจ.....</b>	<b>17</b>
การสร้างเว็บเพจ.....	18
การกำหนดโครงสร้างของเว็บเพจ.....	19
การตั้งค่าเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพเครื่องมือค้นหา (SEO).....	21
การกำหนดผนังเนื้อหาดิจิทัล (Content Wall) ให้กับเพจ.....	22
เผยแพร่หน้าเพจ.....	23
<b>ทิวต่อเรียง ตอนที่ 3: การออกแบบและจัดวางเนื้อหาในเพจ.....</b>	<b>24</b>
<b>ทิวต่อเรียง ตอนที่ 4: การสร้างพื้นที่เฉพาะสำหรับการทำงานเอกสารออนไลน์.....</b>	<b>25</b>
กรณีศึกษา 1: การสร้างพื้นที่ทำงานเอกสารของฝ่ายเศรษฐกิจชุมชน.....	25

## บทนำ

---

ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการของสมาคมศูนย์กลางอิสลามนครศรีธรรมราช (NICA-IS: Nakhon Si Thammarat Islamic Center Association – Information Syatem) เป็นความริเริ่มของนายกสมาคม และทีมกรรมการบริหารของสมาคมชุดปัจจุบัน เป้าหมายหลักในการพัฒนาระบบสารสนเทศที่รองรับ

- เว็บไซต์ของสมาคมศูนย์กลางที่มีความทันสมัย มีความยืดหยุ่น สามารถปรับใช้เป็น อินทราเน็ต (Intranet) และระบบการจัดการเนื้อหา (Content Management System (CMS)) สำหรับองค์กรขนาดเล็กถึงกลาง

- NICA offices สามารถใช้ในการทำงานออนไลน์

- สามารถใช้ในการเรียนการสอนออนไลน์ได้อย่างสมบูรณ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเรียนการสอนที่ใช้หลายภาษาในเวลาเดียวกัน เช่น ภาษาไทย อาหรับ มลายู และอังกฤษ

- สำหรับรองรับตลาดมุสลิมเมืองคอน (ออนไลน์) (Nakhon Si Muslims' Marketplace: NICA-Mart )

เนื่องจาก NICA-IS เป็นระบบสารสนเทศที่มีขนาดใหญ่ เราจึงต้องมีการพัฒนาเป็นหลายเฟส ในเฟสแรก ที่อยู่ในเอกสารคู่มือนี้จะเน้นที่การใช้งานเว็บไซต์ เพื่อเป็นศูนย์กลางในการสื่อสารภายในองค์กร ให้การทำงานเป็นแบบที่ใช้กระดาษให้น้อยที่สุด

## Wagtail CRX (CodeRed Extensions)

ในการพัฒนา NICA-IS ทีมพัฒนาได้ใช้ Django framework เป็นฐาน และใช้ Wagtail CRX ในการพัฒนาเว็บไซต์ CRX ซึ่งเดิมชื่อ CodeRed CMS นั้น มีเครื่องมือในการสร้างเนื้อหาที่ผ่านการปรับปรุงและส่วนประกอบสำเร็จรูปมากมาย ที่พร้อมใช้งานได้ทันที! สิ่งนี้ช่วยประหยัดเวลาในการพัฒนาและหลีกเลี่ยงการ "สร้างสิ่งใหม่ทั้งหมด" โดยการจัดหาคุณสมบัติที่เว็บไซต์ส่วนใหญ่ต้องการใช้งาน:

- บล็อกและเทมเพลตหน้าเว็บ Streamfield สำหรับ Bootstrap 5: แถว คอลัมน์ หน่วยอีโรรี่ แครูเซล ปุ่ม โหมดล การ์ด และอื่นๆ อีกมากมาย!
- การตั้งค่าสำหรับการเพิ่มโลโก้ การนำทาง ฟุตเตอร์ และองค์ประกอบทั่วไปอื่นๆ
- ชุดแอดทริบิวต์การติดแท็ก SEO ที่ครบครันในแต่ละหน้า
- การกำหนดค่า Google Analytics และการติดตามอื่นๆ
- เครื่องมือสร้างแบบฟอร์มที่ทรงพลัง รวมถึงความสามารถในการสร้างแบบฟอร์มหลายขั้นตอน ตรรกะแบบมีเงื่อนไข อีเมลยืนยันที่กำหนดเอง การผสาน
- รวม MailChimp และอื่นๆ เข้าไปในระบบการจัดการเนื้อหา (CMS)
- หน้าบทความสำหรับการสร้างบล็อก ข่าวสาร ฯลฯ
- หน้าปฏิทินและกิจกรรม
- บล็อก Google Maps และฟังก์ชันค้นหาร้านค้า
- ระบบจัดหมวดหมู่แบบไดนามิก สำหรับสร้างหมวดหมู่ที่สามารถกรองได้
- ฟังก์ชันการค้นหาเว็บไซต์ สามารถกรองตามประเภทหน้าได้
- จัดสไตล์เว็บไซต์ของคุณโดยใช้ SASS/SCSS โดยตรงจาก Django โดยไม่จำเป็นต้องใช้ Node.js

## รู้จักแผงควบคุมของแอดมิน

หลังจากที่ทางแอดมินกลางได้สร้างเว็บไซต์ ชื่อของผู้ใช้งาน และพาสเวิร์ด และกำหนดสิทธิ์ในการใช้งานของเราเป็นที่เรียบร้อยแล้ว เราจะต้องล็อกอินเข้าสู่ระบบ

### การล็อกอิน (logging in)

การที่ผู้ใช้ระบบจะสามารถเข้าไปใช้งานระบบได้ Admin จะต้องสร้าง User Account (บัญชีผู้ใช้งาน) ให้ก่อน ซึ่งการสร้าง User Account ผู้ใช้งานจะต้องมีข้อมูลอย่างน้อย 3 อย่าง คือ ชื่อผู้ใช้งาน (User Name) พาสเวิร์ด (Password) ชื่อ-นามสกุลจริง และอีเมล

- User Name: เป็นชื่ออะไรก็ได้ แต่เป็นคำๆเดียว ไม่มีช่องว่าง (space)
- พาสเวิร์ด : เป็นคำๆเดียวที่ต่างๆไม่คล้ายคลึงกับ User name มีจำนวนไม่น้อยกว่า 8 ตัวอักษร และจะต้องไม่มีเพียงตัวเลข ถ้ามีตัวเลขก็ต้องมีตัวอักษรปนอยู่ด้วย
- อีเมล : ควรใช้อีเมลจริง แต่ระบบไม่ได้ตรวจสอบว่าเป็นอีเมลจริงหรือไม่

เมื่อมีบัญชีผู้ใช้แล้ว ผู้ใช้งานสามารถเข้าสู่ระบบได้โดยเปิดเบราว์เซอร์ แล้วไปที่ <http://saitharn.net/admin>

Sign in to Saitharn Network

คุณออกจากระบบเรียบร้อยแล้ว

ชื่อผู้ใช้ \*  
rifai

Password \*  
.....

[Forgotten password?](#)

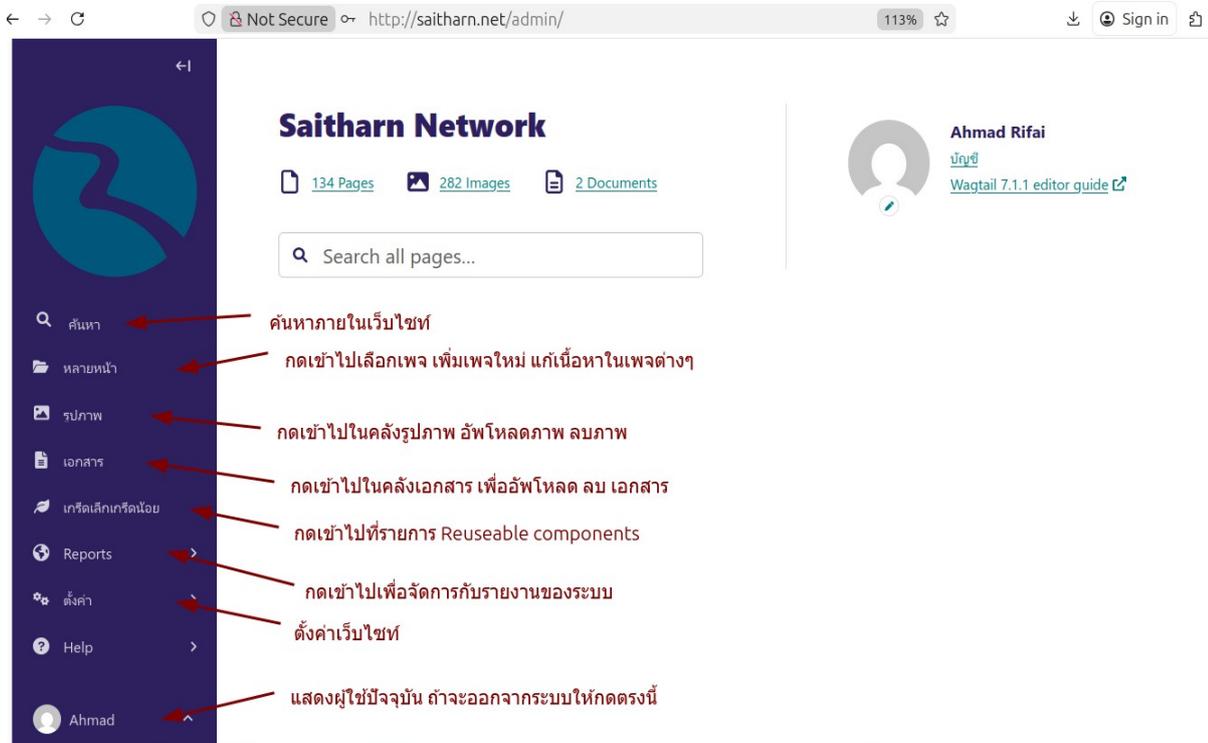
Remember me

ลงชื่อเข้าใช้

wagtail

รูปที่ 1 ไดอะแกรมที่ให้ผู้ใช้งานล็อกอิน

- แล้วป้อนค่า ชื่อผู้ใช้ พาสเวิร์ด และ กดลงชื่อใช้งาน
- ถ้าล็อกอินเข้าไปในแผงควบคุมแอดมิน (Admin Panels) ได้สำเร็จแล้ว ผู้ใช้จะสู่แผงและมีตัวเลือกต่างๆ ดังนี้ ขึ้นอยู่กับสิทธิ์ที่ผู้ใช้ได้รับ (รูปที่ 2)



รูปที่ 2 ไซด์บาร์ (side bar) ซึ่งเป็นเมนูใช้การเข้าถึงส่วนต่างๆ/ฟังก์ชันต่างๆของระบบ

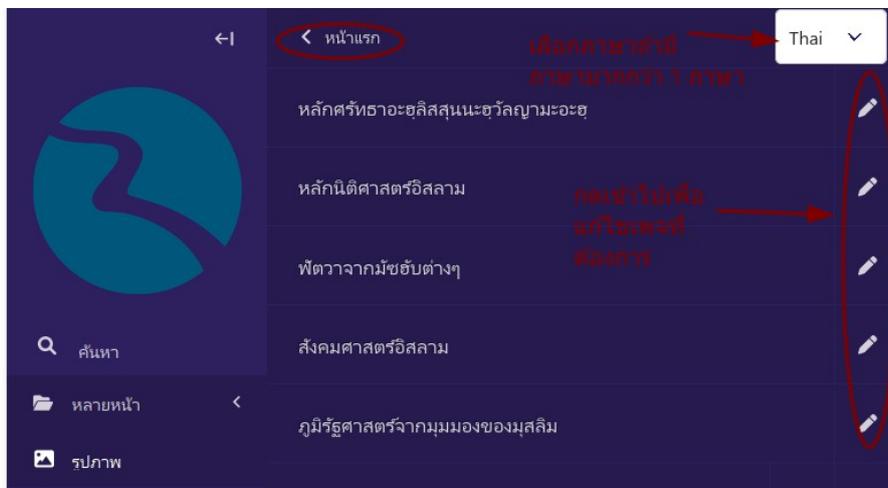
## การเข้าถึงโครงสร้างของเพจภายในเว็บไซต์

กล่าวแบบกว้างๆ สิทธิในการเข้าถึงเพจเพื่อเข้าไปสร้าง ลบ และแก้ไขเพจ นั้น *แอดมินกลาง* (แอดมินที่สามารถเข้าถึงทุกส่วนของเว็บไซต์) เป็นผู้กำหนดให้ผู้ใช้แต่ละคนตามบทบาทของเขา ในกรณีที่ผู้ใช้ถูกกำหนดให้เป็น *แอดมินกลาง* หรือที่เรียกว่า *ผู้ดูแลระบบรวม* จะสามารถทำอะไรก็ได้ในเว็บไซต์ (ดังนั้นควรสงวนบทบาทนี้ไว้ ให้อยู่ในมือของผู้ที่เข้าใจระบบอย่างดีเท่านั้น) เราจะเห็นในเมนูย่อยต่างๆ ดังนี้ (รูปที่ 3 )



### รูปที่ 3 ทางเข้าหน้าแรกของเว็บไซต์ (ซึ่งมี 2 ภาษา คือ ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ)

- 1 กด "หลายหน้า" เพื่อเข้าไปในเมนูย่อย (Submenu)
- 2 หน้าแรกของเว็บไซต์ (ภาคภาษาไทย) เราสามารถคลิกเครื่องหมายปากกา เพื่อเข้าไปแก้ไขเนื้อหาได้ เราจะเห็นอีกว่าที่ด้านขวาสุดของแต่ละเมนูเพจ (page menu) มีเครื่องหมายมากกว่า (>) อยู่ ถ้าคลิกเข้าไปก็จะเข้าไปในเมนูเพจลูก (child pages) ซึ่งผู้ใช้สามารถเลือกที่จะเข้าไปแก้ไขได้เช่นกัน เช่น เมื่อกดเข้าไปที่ > เมนูย่อยต่อไปนี้จะปรากฏขึ้น (รูปที่ 4) เป็นต้น (ถ้าไม่มีเครื่องหมาย > แสดงว่า ไม่มีโฟลเดอร์ย่อยที่ลึกลงไป นั่นเอง)
- 3 หน้าแรกของเว็บไซต์ (ภาคภาษาอังกฤษ) ในขณะนี้เว็บไซต์ของ NICA รองรับ 2 ภาษา คือ ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ในอนาคตหากมีความต้องการเราสามารถที่จะเปิดภาษาอื่นได้อีก
- 4 5 เพื่อความปลอดภัยข้อมูล เราอาจจะมีร่างหน้าแรกของเว็บไซต์ ที่ใช้เป็นการสำรองข้อมูล ตามความเหมาะสม



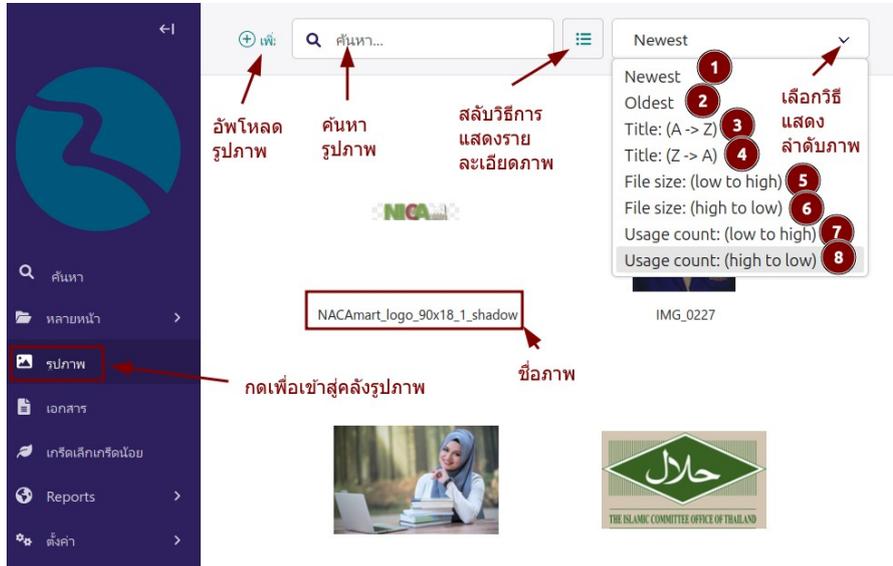
รูปที่ 4 เมนูย่อย (submenu) ที่ลึกลงไปเป็นชั้นๆ

## คลังรูปภาพ

คลังรูปภาพ (image collection) เป็นที่เก็บรูปภาพสำหรับใช้ในเนื้อหาของเพจต่างๆ ที่มีอยู่ในเว็บไซต์ เมื่อคลิกเมนู "รูปภาพ" ที่ไซด์บาร์ (side bar) เข้าไป เราจะเห็นรายการภาพที่มีวางจัดเรียงอยู่ เราสามารถเพิ่มภาพโดยการอัปโหลดขึ้นไปในคลัง (ขนาดของไฟล์ถูกกำหนดให้ไม่ใหญ่เกิน 10 MB) สามารถค้นหาภาพ เปลี่ยนวิธีการแสดงรายละเอียดของภาพได้ และสามารถกำหนดลำดับของภาพได้ ดังนี้

- 1 "Newest" วางภาพล่าสุดไว้เป็นลำดับแรก ที่เหลือก็วางถัดตามความล่าสุดของภาพ
- 2 "Oldest" วางภาพเก่ากว่าไว้เป็นลำดับต้น
- 3 "Title (A→Z):" เรียงลำดับภาพตามตัวอักษรของชื่อภาพ
- 4 "Title (Z→A):" เรียงลำดับตามตัวอักษรของชื่อภาพ จากหลังมาหน้า
- 5 "File size (low to high):" เรียงลำดับตามขนาดของไฟล์จากเล็กไปหาใหญ่

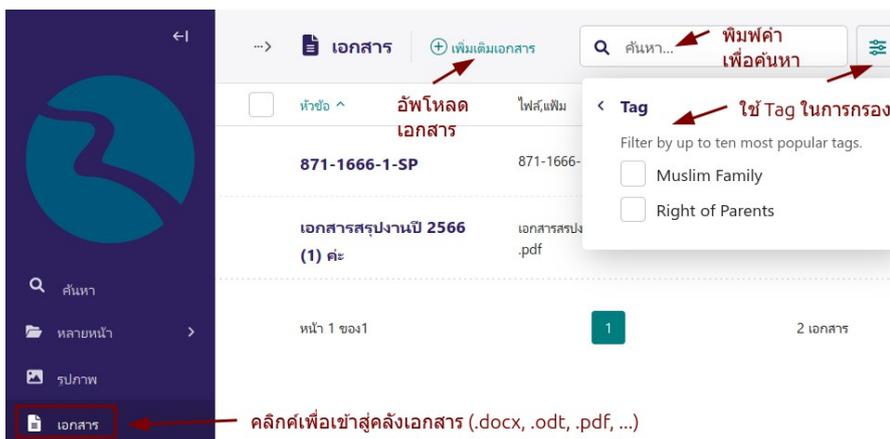
- ⑥ “File size (high to low):” เรียงลำดับตามขนาดของไฟล์จากใหญ่ไปหาเล็ก
- ⑦ “Usage count (low to high):” เรียงลำดับจำนวนครั้งของการใช้ภาพจากที่น้อยไปที่มาก
- ⑧ “Usage count (high to low):” เรียงลำดับจำนวนครั้งของการใช้ภาพจากที่มากไปหาที่น้อย



รูปที่ 5 อีพพชันในการแสดงรูปภาพที่อยู่ภายในคลังรูปภาพ

## คลังเอกสาร

คลังเอกสาร เป็นศูนย์รวมของไฟล์เอกสารที่ไม่จำกัดฟอร์แมต ในทำนองเดียวกับคลังรูปภาพ แต่ด้วยธรรมชาติที่ต่างกันจึงมีจัดการที่ต่างกัน เมื่อคลิกเข้าไปในเมนู “เอกสาร” จะมีอีพพชันให้เลือกดังนี้ (รูปที่ 6)



รูปที่ 6 การจัดคลังเอกสารเมื่อเข้าจากเมนู “เอกสาร”

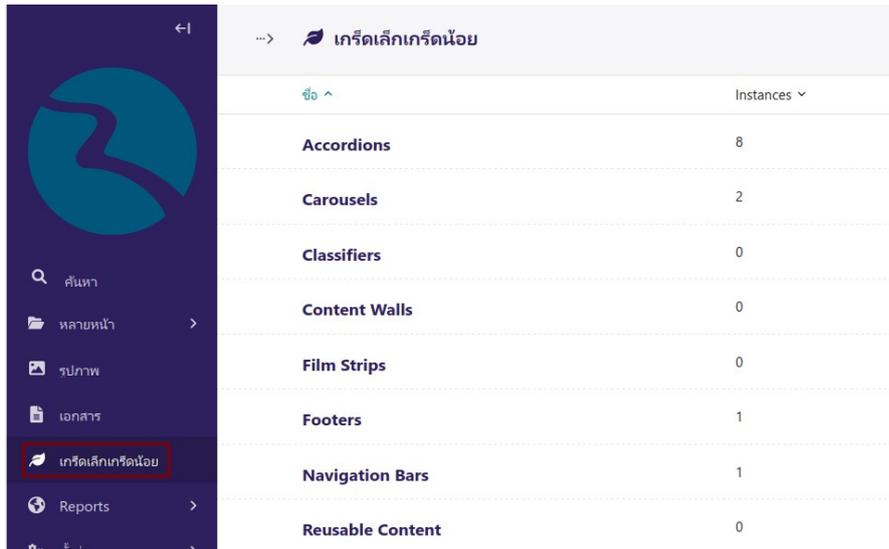
สิ่งที่ผู้ใช้สามารถทำได้ในคลังเอกสาร

- อัปโหลด และลบเอกสาร

- ค้นหาเอกสาร
- กรองเอกสารโดยใช้ Tag ก่อนการค้นหา

## เกร็ดเล็กเกร็ดน้อย

*เกร็ดเล็กเกร็ดน้อย* เป็นศูนย์รวมขององค์ประกอบเนื้อหา (Content Components) ที่สามารถใช้ซ้ำ เช่น Accordions, Carousels, Classifiers, Content Walls, Footers, Navigation Bars, Reusable Contents เป็นต้น



ชื่อ ^	Instances v
Accordions	8
Carousels	2
Classifiers	0
Content Walls	0
Film Strips	0
Footers	1
Navigation Bars	1
Reusable Content	0

### *รูปที่ 7 องค์ประกอบที่นำไปสร้างเนื้อหาได้จากเมนู "เกร็ดเล็กเกร็ดน้อย"*

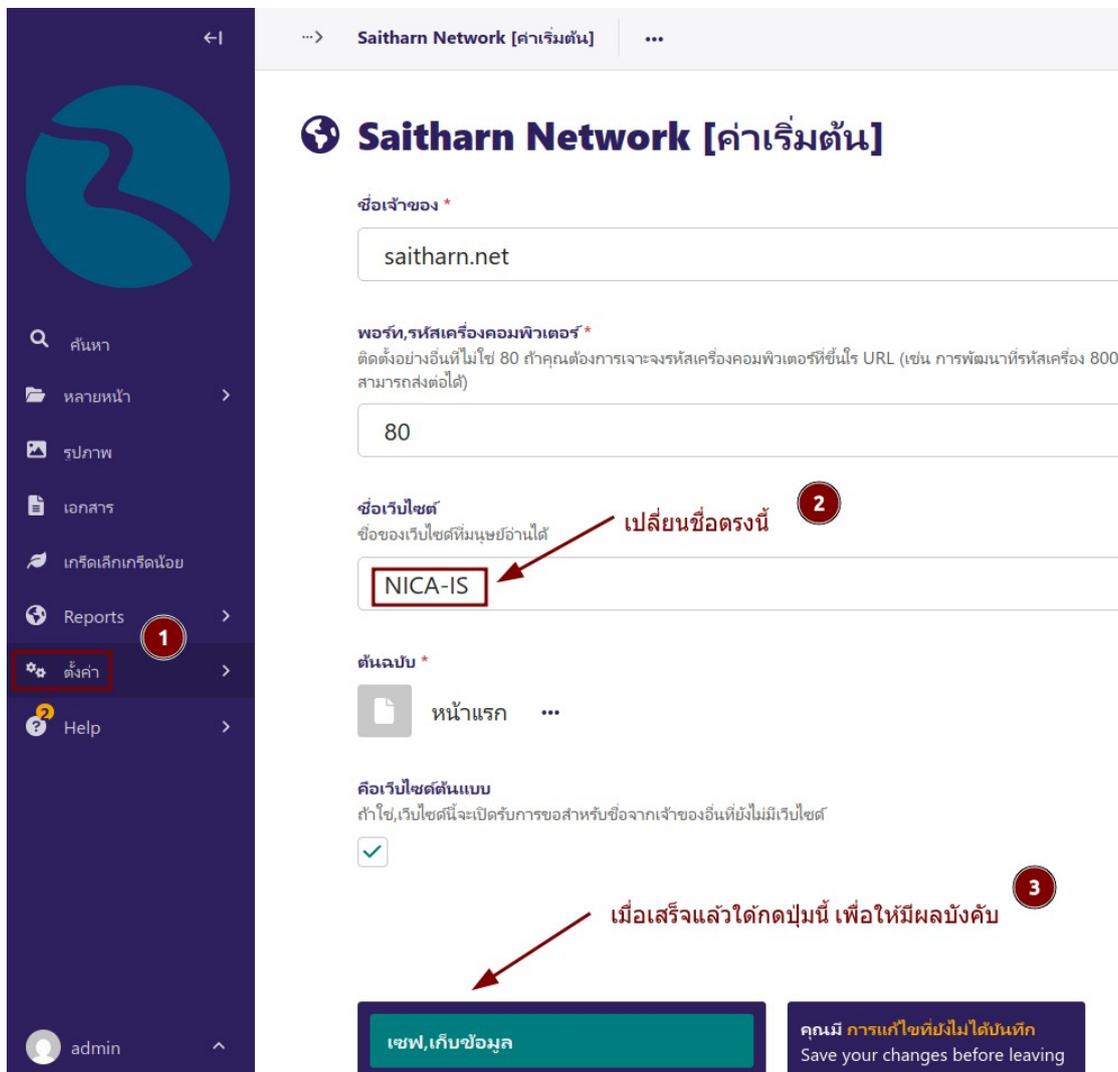
เนื่องจากองค์ประกอบ (components) ในกลุ่ม "เกร็ดเล็กเกร็ดน้อย" มีจำนวนค่อนข้างมาก และมีรายละเอียดที่ต้องอธิบายมาก วิธีการใช้งานเครื่องมือเหล่านี้ เราจะอธิบายในรายละเอียดในบทหลังๆ เช่นเดียวกันกับเมนู Reports และเมนู "ตั้งค่า" ซึ่งอยู่ในบทบาทของแอดมินที่ได้รับสิทธิ์ในการเข้าถึงเท่านั้น

# ตัวต่อเรียล ตอนที่ 1 : ชื่อของไซต์ (site) โลโก้ (logo) และตั้งค่า CRX (CRX Settings)

ตอนที่ 1 นี้จะอธิบายวิธีการเปลี่ยนชื่อไซต์ เปลี่ยนโลโก้ และสไตลของธีมสีของเว็บไซต์ ซึ่งผู้ใช้ที่รับบทบาทแอดมินกลาง (ซึ่งอาจจะมีมากกว่า 1 คน) เท่านั้นที่มีสิทธิ์ที่สามารถทำได้

## การเปลี่ยนแปลงชื่อไซต์

ชื่อเริ่มต้น (default) ของเว็บไซต์จะปรากฏอยู่หลายตำแหน่งในเว็บไซต์ รวมถึงชื่อหน้าในแถบเบราวเซอร์ หากต้องการเปลี่ยนชื่อ ให้ไปที่ ❶ การตั้งค่า > หลายเว็บไซต์ แล้วคลิกที่เว็บไซต์นั้น ❷ เปลี่ยนการตั้งค่าชื่อเว็บไซต์ แล้วคลิก ❸ "เซฟ, เก็บข้อมูล" (รูปที่ 8 )



รูปที่ 8 การกำหนดค่าเริ่มต้นของเว็บไซต์

จากนั้นในซอร์สโค้ดของไฟล์ saitharn/settings/base.py ให้ไปเปลี่ยนค่าของตัวแปร WAGTAIL\_SITE\_NAME ให้เป็นค่าที่เราต้องการ เช่น

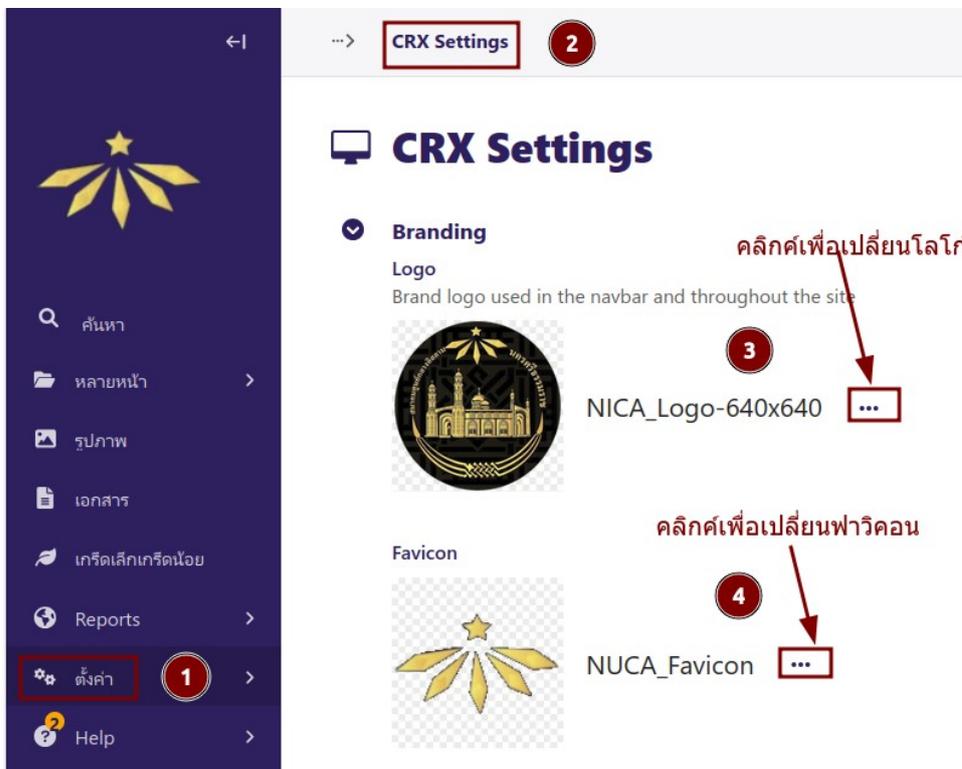
```
# Wagtail settings
WAGTAIL_SITE_NAME = "NICA-IS"
WAGTAIL_ENABLE_UPDATE_CHECK = False
WAGTAILIMAGES_EXTENSIONS = ["gif", "jpg", "jpeg", "png", "webp", "svg"]
```

จากนั้นก็อาจจะต้อง restart เว็บเซิร์ฟเวอร์ (เช่น Nginx) จากนั้นไป Admin dashboard, login page, และ Home Page จะแสดง "NICA-IS"

## ใส่โลโก้ให้เว็บไซท์และตั้งค่า CRX

สิ่งแรกและสำคัญที่สุดคือโลโก้ ให้ไปที่ การตั้งค่า > CRX Setting ซึ่งจะมีตั้งค่าการแสดงผลและการออกแบบสำหรับเว็บไซท์ของคุณทั้งเว็บไซท์ ด้านบนจะมีสองการตั้งค่าสำหรับโลโก้และไอคอนเว็บไซท์ ทั้งสองจะถูกปรับขนาดให้พอดีกับตำแหน่งที่ใช้งาน แต่เราขอแนะนำพารามิเตอร์รูปภาพดังต่อไปนี้

- โลโก้ : โดยทั่วไปแล้วไม่จำเป็นต้องมีขนาดใหญ่กว่า 500x500 พิกเซล เว้นแต่คุณวางแผนที่จะมีโลโก้ขนาดใหญ่ อัตราส่วนภาพใดๆ ก็ใช้ได้ โลโก้มีหลากหลายรูปทรงและขนาด
- ฟาวิคอน (Favicon) : ไม่จำเป็นต้องมีขนาดใหญ่กว่า 200x200 พิกเซล อัตราส่วนภาพ 1 : 1 (สี่เหลี่ยมจัตุรัส) จะดีที่สุด หากภาพไม่ใช่สี่เหลี่ยมจัตุรัส ระบบจะปรับขนาดให้เป็นสี่เหลี่ยมจัตุรัสโดยอัตโนมัติ



## รูปที่ 9 วิธีการกำหนดแบรนด์ติ้งของเว็บไซต์โดยการเปลี่ยนโลโก้ และฟาว์คอน

นอกจากนั้นแล้วยังมีการตั้งค่าที่สำคัญต่อไปนี้

### การตั้งค่าทั่วไป

▼ **General**

**From email address** 1  
The default email address this site appears to send from. For example: "sender@example.com" or "Sender Name <sender@example.com>" (without quotes)

schairat61@gmail.com

**Number of results per page \*** 2  
10

**Open all external links in new tab** 3

## รูปที่ 10 การตั้งค่าทั่วไปของเว็บไซต์

- 1 **From email address (ส่งจากอีเมล)** : ที่อยู่อีเมลเริ่มต้นที่เว็บไซต์นี้ใช้ส่งอีเมล ตัวอย่างเช่น: "sender@example.com" หรือ "ชื่อผู้ส่ง <sender@example.com>" (โดยไม่ต้องใส่เครื่องหมายคำพูด)
- 2 **Number of results per page** : จำนวนผลของการค้นหา การแสดงผล
- 3 **Open all external links in new tab** : เปิดลิงก์ภายนอกในแท็บใหม่

## การตั้งค่าฟอร์ม

### Form Settings

#### Spam Protection **1**

Choose a technique or 3rd party service to help block spam submissions.

Basic - honeypot technique

#### reCAPTCHA Threshold \* **2**

reCAPTCHA v3 returns a score (0.0 is very likely a bot, 1.0 is very likely a good interaction). Reject submissions with a score below this threshold (recommended 0.5).

0.5

#### reCAPTCHA Site Key (Public) **3**

Create this key in the Google reCAPTCHA or Google Cloud dashboard.

#### reCAPTCHA Secret Key (Private) **4**

Create this key in the Google reCAPTCHA or Google Cloud dashboard.

### รูปที่ 11 การตั้งค่าฟอร์ม

- 1 Spam Protection (การป้องกันสแปม)**: เลือกเทคนิคหรือบริการจากภายนอกเพื่อช่วยบล็อกการส่งสแปม
- 2 reCAPTCHA Threshold (เกณฑ์ reCAPTCHA)**: reCAPTCHA v3 จะแสดงคะแนน (0.0 มีแนวโน้มสูงมากที่จะเป็นบอท 1.0 มีแนวโน้มสูงมากที่จะเป็นการโต้ตอบที่ดี) ปฏิเสธการส่งข้อมูลที่มีคะแนนต่ำกว่าเกณฑ์นี้ (แนะนำที่ 0.5)
- 3 reCAPTCHA Site Key (Public)**: reCAPTCHA v3 จะแสดงคะแนน (0.0 มีแนวโน้มสูงมากที่จะเป็นบอท 1.0 มีแนวโน้มสูงมากที่จะเป็นการโต้ตอบที่ดี) ปฏิเสธการส่งข้อมูลที่มีคะแนนต่ำกว่าเกณฑ์นี้ (แนะนำที่ 0.5)
- 4 reCAPTCHA Secret Key (Private)**: สร้างรหัสในแดชบอร์ด Google reCAPTCHA หรือ Google Cloud (ในกรณีที่ใช้ reCAPTCHA)

## API Keys สำหรับ Google Maps/Mailchimp

### API Keys

#### Google Maps API Key

The API Key used for Google Maps.

ใส่ API Key สำหรับ Maps

#### Mailchimp API Key

The API Key used for Mailchimp.

ใส่ API Key สำหรับ Mailchimp

## รูปที่ 12 การตั้งค่า API Keys สำหรับ Google Maps/Mailchimp

### แถบนำทางหลัก (Site Navbar) ของไซต์

▼ **Site Navbar Layout**

**Navbar color scheme**  
Optimizes text and other navbar elements for use with light or dark backgrounds.

Light - for use with a light-colored navbar ▾ **1**

**Navbar CSS class**  
Custom classes applied to navbar e.g. "bg-light", "bg-dark", "bg-primary". **2**

bg-light

**Fixed navbar**  
Fixed navbar will remain at the top of the page when scrolling. **3**

**Full width navbar contents**  
Content within the navbar will fill edge to edge. **4**

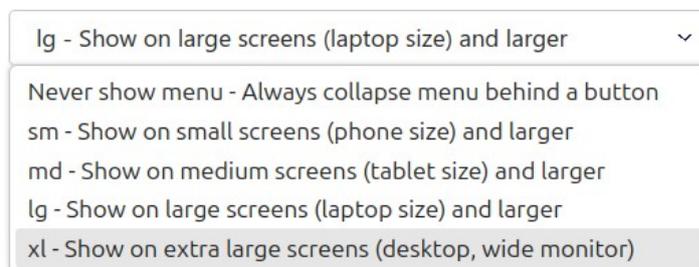
### รูปที่ 13 การกำหนดโครงสร้างของแถบนำทางของไซต์

- 1** *Navbar color scheme*: ปรับแต่งข้อความและองค์ประกอบอื่นๆ ในแถบนำทางให้เหมาะสมกับการใช้งานบนพื้นหลังสีอ่อนหรือสีเข้ม
- 2** *Navbar color scheme*: ปรับแต่งข้อความและองค์ประกอบอื่นๆ ในแถบนำทางให้เหมาะสมกับการใช้งานบนพื้นหลังสีอ่อนหรือสีเข้ม
- 3** *Fixed navbar*: แถบนำทางแบบคงที่ (Fixed navbar) จะยังคงอยู่ด้านบนสุดของหน้าเว็บขณะเลื่อนหน้าจอ
- 4** *Full width navbar contents*: เนื้อหาภายในแถบนำทางจะแสดงผลเต็มพื้นที่



### รูปที่ 14 การตั้งค่าแถบนำทางของไซต์ (ต่อ)

5 Collapse navbar menu : ควบคุมขนาดหน้าจอที่จะแสดงและซ่อนลิงก์เมนูนำทาง มีให้เลือก 5 แบบ



### รูปที่ 15 อีพชั่นของวิธีการแสดงและซ่อนลิงค์เมนูนำทาง

Never show menu – ซ่อนเมนูไว้ใต้ปุ่มกด

sm – แสดงบนสกรีนขนาดเล็ก (ขนาดเท่ากับโมบายโฟน) และใหญ่กว่า

md - แสดงบนสกรีนขนาดกลาง (ขนาดเท่ากับแท็บเล็ต) และใหญ่กว่า

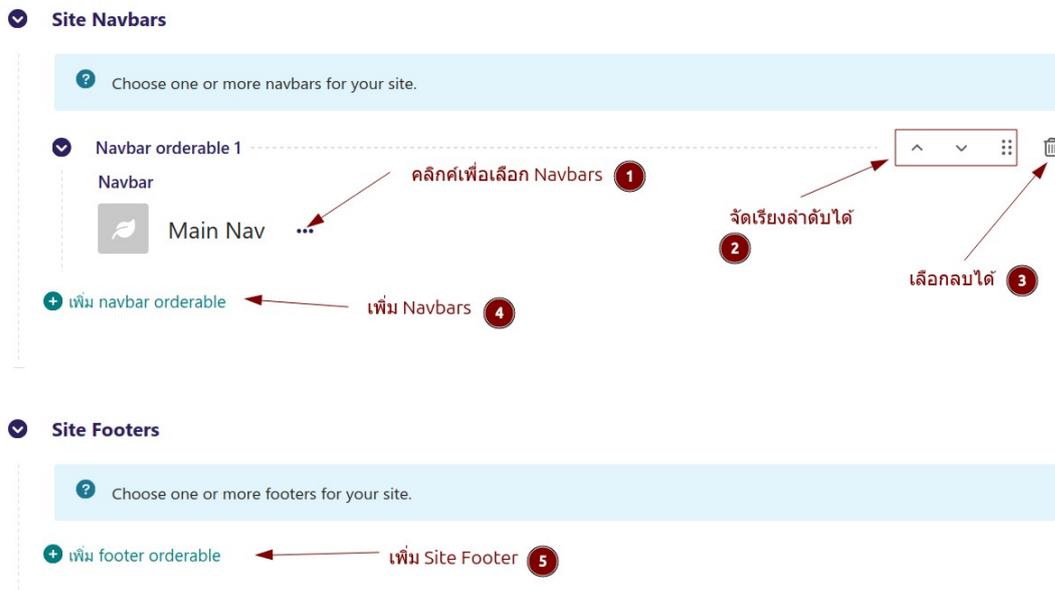
lg – แสดงบนสกรีนขนาดใหญ่ (ขนาดเท่ากับแล็ปท็อป) และใหญ่กว่า

xl - แสดงบนสกรีนขนาดใหญ่พิเศษ (เดสก์ท็อป จอมอนิเตอร์กว้าง)

6 Navbar format : ใช้ธีมฟอล์กของ Bootstrap และแบบโลโก้อยู่บนสุด ที่กึ่งกลาง

7 Search box : โห้ว์กล่องค้นหาหรือไม่

## เลือกแถบนำทางของไซต์ (Site Navbars) และ แถบล่างสุดของไซต์ (Site Footer)



รูปที่ 16 การเลือกแถบนำทางของไซต์ (Site Navbars) และ แถบล่างสุดของไซต์ (Site Footer)

เมื่อใส่ตัวเลือกครบถ้วนแล้วจึงกดปุ่ม "เซฟ,เก็บข้อมูล"

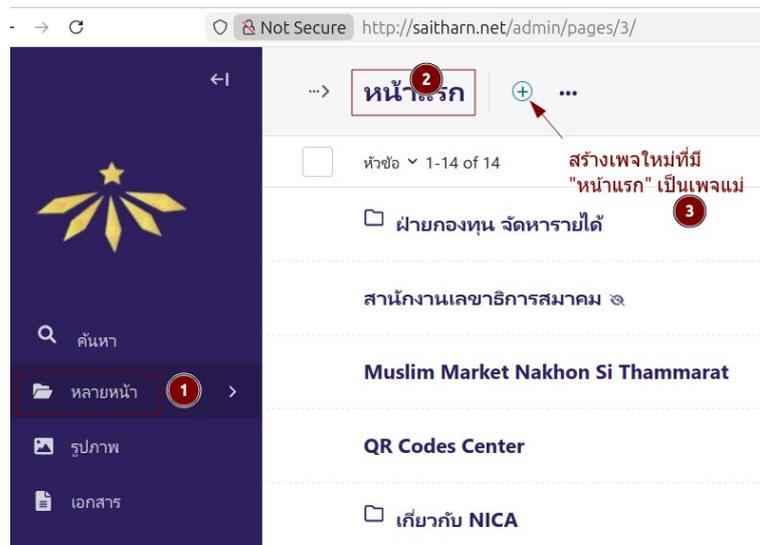
เซฟ,เก็บข้อมูล

## ทิวต่อเรียง ตอนที่ 2: การเพิ่มเพจและการกำหนดโครงสร้างของเพจ

ในบทนี้ เราจะเพิ่มหน้าตัวอย่าง (ว่างๆ) ลงในโปรเจกต์ของเรา แล้วเราจะลงรายละเอียดและสร้างหน้าเหล่านี้ในภายหลัง การมีหน้าตัวอย่างจะช่วยให้ดีมาก เมื่อเราสร้างหน้าแรก แถบนำทาง และส่วนท้าย เราจะสามารถเชื่อมโยงไปยังเพจที่ถูกต้องได้เมื่อเราสร้างปุ่ม รูปภาพ แถบนำทาง และลิงก์อื่นๆ นี่เป็นเพียงข้อเสนอแนะ ไม่ใช่ข้อกำหนดสำหรับ Wagtail-CRX คุณสามารถสร้างและเชื่อมโยงเพจต่างๆ โดยทำตามลำดับใดก่อนก็ได้

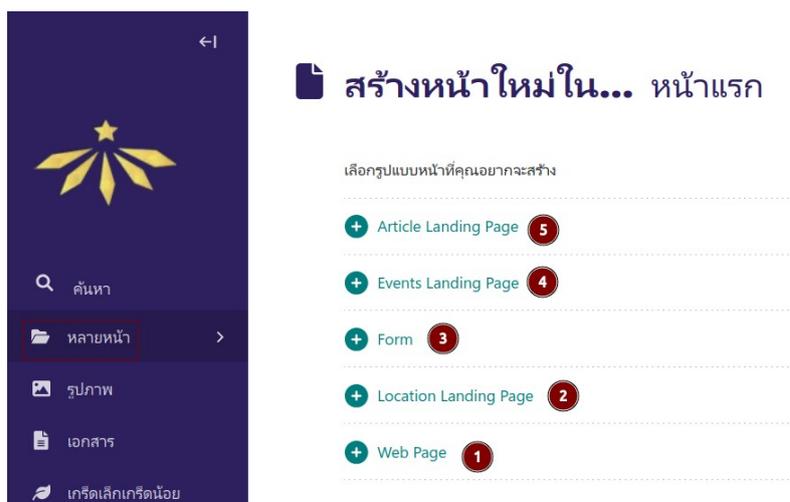
เนื่องจากผู้พัฒนาได้สร้างเว็บไซต์ขึ้นมาแล้ว เราไม่ต้องสร้างเพจหน้าบ้าน (Home Page) ใหม่ แต่เราจะสร้างเพจที่เป็นเพจลูกของ Home ได้เลย

- ล็อกอินเข้าสู่แผงควบคุมโดยพิมพ์ที่บราวเซอร์ <http://saitharn.net/admin>
- ในเมนูด้านซ้ายคลิก "หลายหน้า" แล้ว "หน้าแรก"



- คลิกเครื่องหมาย ⊕ (เพิ่มหน้าย่อย) เพื่อสร้างเพจลูก

เมื่อคลิก ⊕ แล้ว จะมี 5 ออปชั่นให้เลือก คือ



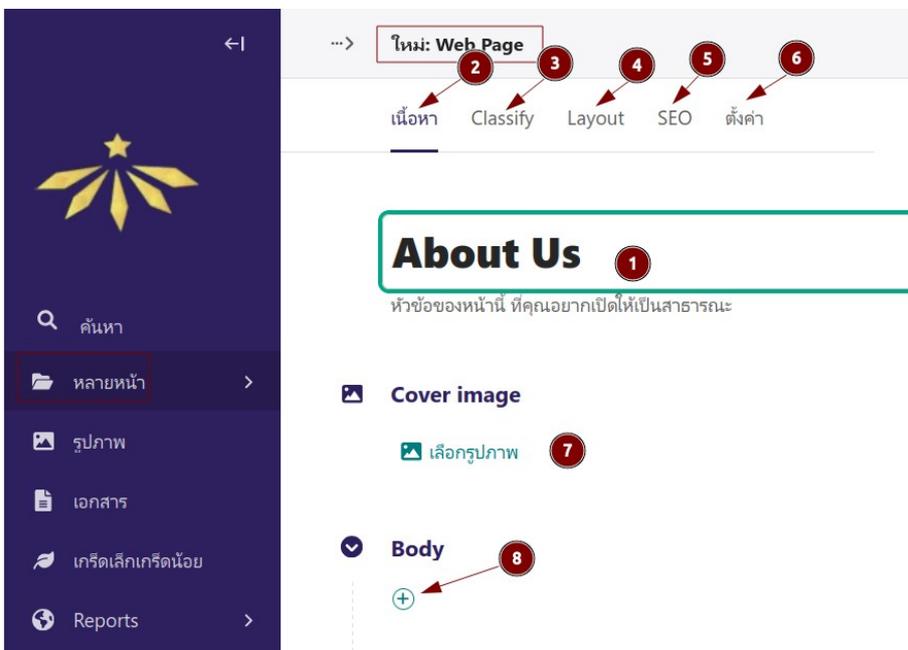
## รูปที่ 17 ตัวเลือกในการสร้างหน้าเพจขึ้นมาใหม่

- เลือก "Web Pages"

- 1 Article Landing Page : เพจที่รองรับการเขียนบทความ
- 2 Events Landing Page : เพจที่รองรับการเขียนอีเวนต์
- 3 Form : เพจสำหรับสร้างฟอร์ม
- 4 Location Landing Page : เพจสำหรับนำเสนอตำแหน่งทางภูมิศาสตร์
- 5 Web Page : เพจที่รองรับเพจอื่นๆ (เพจลูก)

- เลือกสร้าง "Web page" Screen ต่อไปนี้จะโชว์ขึ้นมา

## การสร้างเว็บเพจ



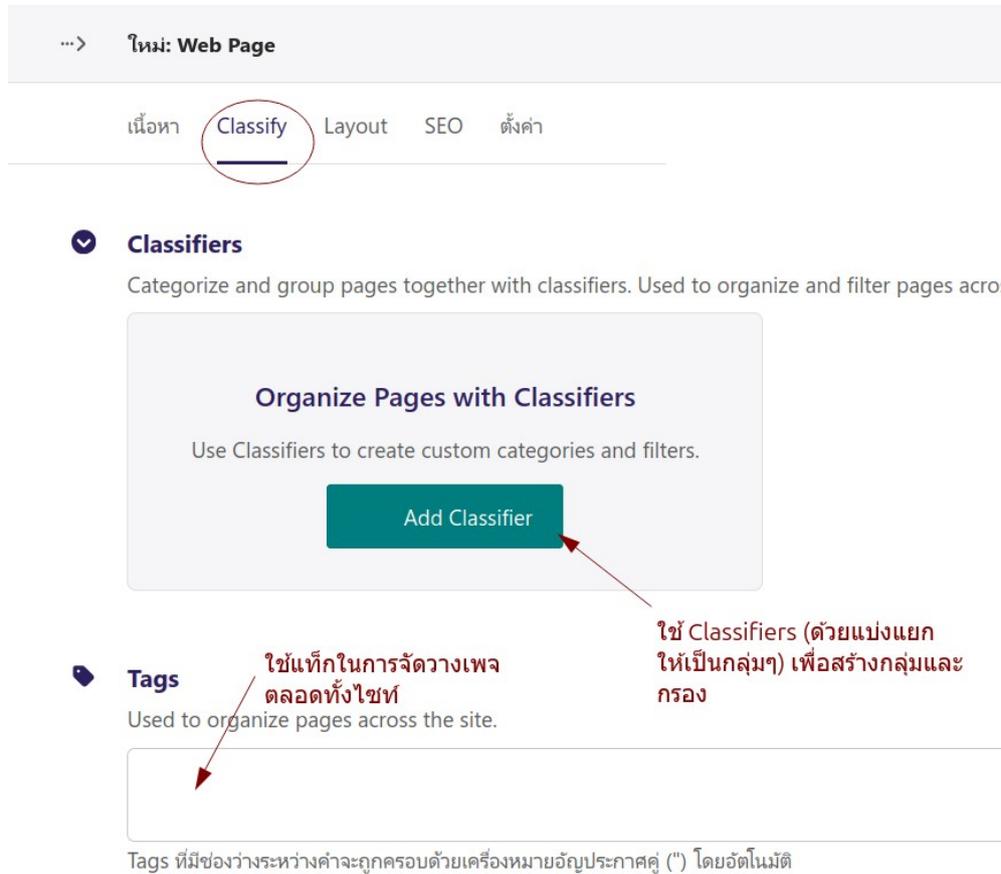
รูปที่ 18 แสดงช่องทางในการตั้งค่าหน้าเพจ

- 1 ให้ใส่หัวข้อที่เราอยากให้เห็นเมื่อเข้าสู่เพจ (ที่กำลังสร้างอยู่นี้)

เว็บเพจมีความยืดหยุ่นสูง เปิดโอกาสให้เราปรับเปลี่ยนลักษณะของเว็บเพจ โดยแบ่งแยกเป็นแท็บ 6 แท็บที่อยู่ด้านบนของสกรีน

- 2 เนื้อหา : ซึ่งเป็นแท็บที่เราตั้งชื่อเพจ บรรจุเนื้อหา และสร้างรูปร่างหน้าตาของเพจ เป็นแท็บที่เราต้องใช้เวลากับมันมากที่สุด

③ Classify : จัดหมวดหมู่และจัดกลุ่มเพจเข้าด้วยกันโดยใช้ *ตัวจัดหมวดหมู่ (Classifiers)* เพื่อจัดระเบียบและกรองเพจต่างๆ ทั่วทั้งเว็บไซต์



รูปที่ 19 แท็บที่ใช้ในการจัดการเพจโดยอาศัยตัวจัดหมวดหมู่ (Classifiers) และแท็ก (Tags)

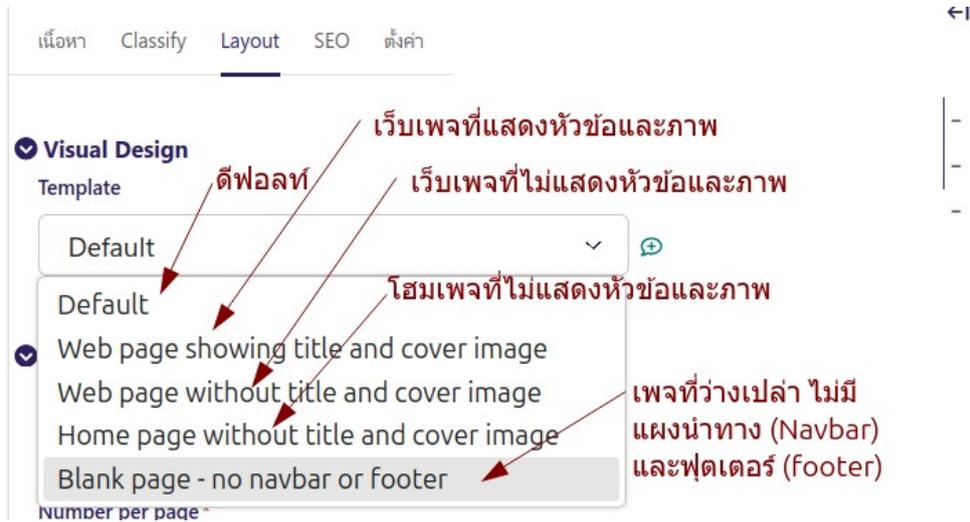
④ Layout : การวางเค้าโครงหน้าเว็บ

## การกำหนดโครงสร้างของเว็บเพจ

การออกแบบโครงเว็บเพจ :

เมื่อคลิกแท็บ "Layout" เราจะสามารถตั้งคือ

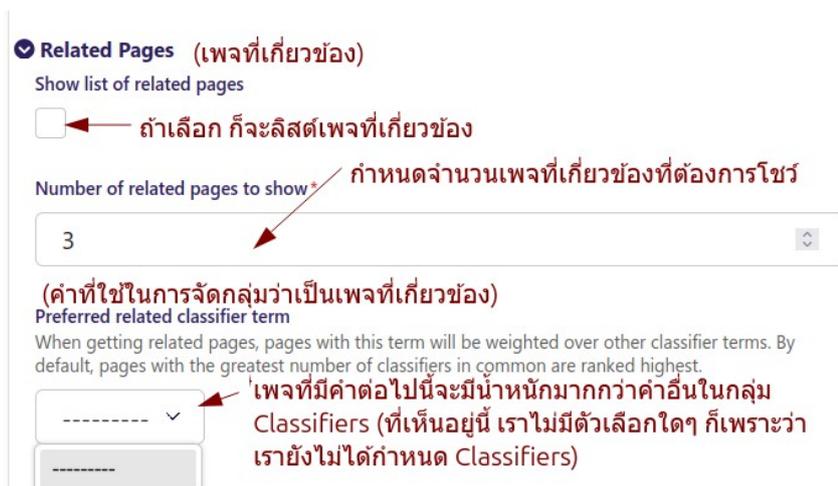
- "การออกแบบเชิงการมองเห็น (Visual Design)"
- ออฟชั่นในการโชว์เพจลูก
- ออฟชั่นในการโชว์เพจอื่นๆที่เกี่ยวข้อง



รูปที่ 20 การออกแบบเพจเชิงการมองเห็น (Visual Design)



รูปที่ 21 ออฟชั่นในการโชว์เพจลูก



รูปที่ 22 ออฟชั่นในการโชว์เพจที่เกี่ยวข้อง

## 5 การเพิ่มประสิทธิภาพเครื่องมือค้นหา (SEO)

### การตั้งค่าเพื่อการเพิ่มประสิทธิภาพเครื่องมือค้นหา (SEO)

SEO (Search Engine Optimization) คือ กระบวนการปรับแต่งเว็บไซต์และเนื้อหาให้มีคุณภาพและสอดคล้องกับอัลกอริทึมของเครื่องมือค้นหา (เช่น Google) เพื่อให้ติดอันดับสูงๆ ในหน้าผลการค้นหา (SERPs) โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย (Organic Search) ซึ่งช่วยเพิ่มการเข้าชมเว็บไซต์ (Traffic) ที่มีคุณภาพ และทำให้ธุรกิจเป็นที่รู้จักเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น และเพิ่มโอกาสทางธุรกิจ.

การเลือกตั้งค่า SEO ที่ดี จะทำให้เครื่องมือค้นหา เช่น Google search มองเห็นหน้าเพจได้ง่าย และช่วยให้ไปอยู่ในลิ้นชักต้นๆ ในผลการค้นหา

ในการสร้างเพจของเรา เพื่อให้ Search Engine สามารถทำงานได้ดี เราสามารถให้ข้อมูลแก่ Search Engine มากขึ้น

- ใช้ Slug (ส่วนท้ายสุดของ URL ที่ใช้ในการที่บราวเซอร์จะเข้าถึงหน้าเพจ) ที่มีความหมายสอดคล้องกับเนื้อหาของเพจ
- ใส่แท็กชื่อเรื่องเพื่อให้ Search Engine แสดงในผลการค้นหาให้คลิกต่อเพื่อให้ดูรายละเอียดในเพจ
- ใส่คำอธิบายสรุปว่าเพจนี้มีความเนื้อหาอย่างไร
- ใส่ภาพที่สวยงามและสามารถแทนภาพรวมของเนื้อหาในเพจ



รูปที่ 23 การตั้งค่าเพื่อให้ Search Engine มองเห็นและจัดอันดับในผลการค้นหาได้ดี

## ๖ การตั้งค่าผนังเนื้อหาดิจิทัล (Content Wall)

### การกำหนดผนังเนื้อหาดิจิทัล (Content Wall) ให้กับเพจ

"Content Wall" (คอนเทนต์วอลล์) หมายถึง ผนังแสดงผลคอนเทนต์สดๆ จากโซเชียลมีเดีย/แหล่งต่างๆ สำหรับกิจกรรมอีเวนต์หรือบนเว็บไซต์ เพื่อเพิ่มการมีส่วนร่วมในด้านการตลาดและอีเวนต์ (Social/Content Wall)

- คือ: หน้าจอขนาดใหญ่ที่แสดงผลคอนเทนต์สดๆ (โพสต์, รูป, วิดีโอ) จากโซเชียลมีเดีย (เช่น # แฮชแท็ก) บนเว็บไซต์, งานอีเวนต์, หรือบูธต่างๆ
- วัตถุประสงค์: สร้างบรรยากาศ, เพิ่มการมีส่วนร่วมของผู้ชม, กระตุ้นให้คนโพสต์เกี่ยวกับแบรนด์ (User-Generated Content)
- ลักษณะ: อาจมีระบบคัดกรอง (Curate) เนื้อหาที่ต้องการแสดงให้เห็น

## เผยแพร่หน้าเพจ

ในขณะที่กำลังเลือกอุปกรณ์ต่างๆ ในการวางโครงร่างของเพจ เราอาจจะยังไม่พร้อมที่จะเผยแพร่ ก็สามารถ "เซฟไว้ก่อน" ได้ หรือ "เสนอให้ผู้อื่นตรวจทานอนุมัติ" เมื่อพร้อมก็คลิก "เผยแพร่" (เปิดให้ผู้อื่นเห็นเนื้อหาในเพจ ขึ้นอยู่กับว่าเราจะให้ใครเห็นได้บ้าง)



## ตัวต่อเรียง ตอนที่ 3: การออกแบบและจัดวางเนื้อหาในเพจ

---

## ทิวต่อเรียล ตอนที่ 4: การสร้างพื้นที่เฉพาะสำหรับการทำงานเอกสารออนไลน์

---

เราลองมาจินตนาการดูว่า ในสมาคมของเรา ถ้าเราจะสร้างพื้นที่ในเว็บไซท์ให้แต่ละฝ่ายสามารถใช้ทำระบบเอกสาร และระบบการทำงานแบบออนไลน์ได้ (ใช้ร่วมกับไลน์ หรือเฟสบุ๊คแมชเซนเจอร์) โดยเรามีสเปคร่าวๆ ดังนี้

- เป็นพื้นที่การทำงานที่มีความปลอดภัยที่เหมาะสม คือเป็นพื้นที่ให้เข้าไปสร้างและแก้ไขเอกสารได้เฉพาะผู้ที่ได้รับสิทธิเท่านั้น
- สามารถสร้างเอกสารแบบฟอร์มได้ โดยใช้ฟีเจอร์ของเครื่องมือในการสร้างหน้าเพจได้อย่างหลากหลาย สามารถไปแขวนเอกสารให้ดาวน์โหลดได้ สามารถควบคุมว่าใครสามารถเข้าถึงเอกสารได้บ้าง สามารถล็อกหน้าเพจบางเพจให้เข้าถึงได้เฉพาะผู้ที่ทราบพาสเวิร์ดเท่านั้น
- สามารถสร้างฟอร์มที่สามารถใช้ในการทำแบบสอบถาม ลงมติ ให้คำแนะนำ ให้ทัศนคติในเรื่องต่างๆ ได้โดยไม่ต้องมีการจัดประชุมแบบเรียลไทม์ (Real Time) แต่ใช้ไลน์ และลิงค์เข้าสู่ระบบเอกสารแทน

### กรณีศึกษา 1: การสร้างพื้นที่ทำงานเอกสารของฝ่ายเศรษฐกิจชุมชน

