

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันการดำรงชีวิตของผู้คนส่วนใหญ่ในกรุงเทพมหานคร เปลี่ยนแปลงไปมาก ทุกขณะ ผู้คนต่างทำงานแข่งกับเวลา และรักความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น สาเหตุนั้นอาจเป็นเพราะมีการนำเทคโนโลยีอันทันสมัยเข้ามาใช้ในชีวิตประจำวันมากขึ้น ซึ่งเป็นการทำให้เกิดความสะดวก สบาย ความรวดเร็วและประหยัดเวลาในการทำงาน อุปกรณ์การติดต่อสื่อสารประเภทหนึ่งที่เป็นเทคโนโลยีอันทันสมัยได้แก่ เครื่องคอมพิวเตอร์ (Computer) ซึ่งได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิต ของผู้คนส่วนใหญ่ในสังคมเมืองไปแล้วเนื่องจาก ในปัจจุบันคอมพิวเตอร์ ได้เข้ามามีบทบาทในทุกวงการและทุกสาขาอาชีพ โดยประเทศต่าง ๆ ทั้งที่พัฒนาแล้วและกำลังพัฒนา ได้พยายามหามาตรการกำหนดให้ทุกคนต้องมีความรู้ด้านคอมพิวเตอร์เป็นพื้นฐานก่อน (มนตรีชนินทรลีลา, 2539:1) ความสามารถของเครื่องคอมพิวเตอร์นั้นมีมากมายเช่น การทำรายงาน การเขียน โปรแกรมอันทันสมัยเพื่อที่บริษัทผู้เขียนโปรแกรมสามารถนำไปใช้ในการดำเนินธุรกิจ และสิ่งที่สำคัญก็คือ การเป็นอุปกรณ์เพื่อการค้นคว้าข้อมูล หรือเพื่อการติดต่อสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ต ซึ่งในปัจจุบันคนส่วนมากรู้จักและนิยมใช้งานอย่างมาก ดังจะเห็นได้จากการที่มีผู้คนจำนวนมากเข้าไปเยี่ยมชมเว็บไซต์ต่าง ๆ จำนวนมากที่มีการสร้างขึ้นอย่างรวดเร็ว ซึ่งแต่ละเว็บไซต์ได้รับความนิยมนาน้อยต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับข้อมูลและ ความต้องการใช้ของผู้ใช้บริการ

เว็บไซต์ให้บริการข้อมูลสินค้าที่มีอย่างมากมายในปัจจุบันนี้ มีแนวโน้มจะเพิ่มจำนวนมากขึ้น และมีบริการที่หลากหลายยิ่งขึ้น จำนวนที่มากขึ้นนี้ ทำให้เกิดการแข่งขันกันให้บริการอย่างมาก องค์กรต่างๆ ต่างกันหันมาให้ความสนใจที่จะทำเว็บไซต์ของตนเอง โดยยังอาจขาดความรู้ความเข้าใจในด้านการจัดทำ และการบริหารเว็บไซต์ให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการ และมักจะเกิดคำถามตามมาว่าควรดำเนินการอย่างไรเว็บไซต์จึงจะประสบผลสำเร็จ หรือควรใช้ถ้อยคำสำคัญ (Keyword) ใดในการทำเว็บไซต์ ในการจัดทำงานค้นคว้าอิสระฉบับนี้จึงมีแนวคิดที่จะหาคำตอบในเรื่องดังกล่าว โดยจะมีการศึกษาและวิจัยถึงปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาเว็บไซต์ที่ให้บริการข้อมูลสินค้า (Success measurement models for product selling websites) ที่ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการและเป็นที่ยอมรับ เพื่อให้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา และปรับปรุง เว็บไซต์ ให้ประสบผลสำเร็จต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

วัตถุประสงค์ของการวิจัยมีดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาเว็บไซต์ที่ให้บริการข้อมูลสินค้า
2. เพื่อหาแนวทางในการทำ Keyword บนเว็บไซต์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ในการหาข้อมูลสินค้าหรือ สั่งซื้อสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ต
3. เพื่อสร้างแบบจำลองเว็บไซต์ที่ให้บริการข้อมูลสินค้า ที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการ

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตของการวิจัยมีดังต่อไปนี้

1. ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

1.2 กลุ่มตัวอย่างกำหนดขนาดของตัวอย่างด้วยวิธีการคำนวณของทาโร ยามาเน่ ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เพียงพอที่จะให้ความเชื่อมั่นที่ \pm ร้อยละ 5 เมื่อประชากรผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานครมีมากกว่า 4,000,000 ราย (ที่มา สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2009 :2)

2. ขอบเขตเนื้อหา

2.1 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการของเว็บไซต์

2.2 ทักษะและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย

2.3 กลยุทธ์ในการพัฒนาเว็บไซต์

2.4 ขอบเขตในการศึกษาแบบจำลอง

2.4.1 แบบจำลองนี้สร้างขึ้นเพื่อนำไปใช้เป็นแนวทาง ในการพัฒนาหรือปรับปรุงเว็บไซต์ต่อไป

2.4.2 แบบจำลองนี้เหมาะสำหรับเว็บไซต์ที่ให้บริการข้อมูลสินค้าหรือซื้อขายสินค้าบนอินเทอร์เน็ต

3. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

3.1 ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มประชากรตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ วุฒิการศึกษา ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน ตำแหน่งงาน และสายงาน

3.2 ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมและความพึงพอใจของประชากรต่อเว็บไซต์

4 ระยะเวลาการศึกษา

รวบรวมข้อมูลในช่วงระหว่างเดือน มีนาคม ถึง มิถุนายน พ.ศ. 2553

1.4 สมมติฐานของการวิจัย

การศึกษาวิจัยในหัวข้อ “ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาเว็บไซต์ที่ให้บริการข้อมูลสินค้า” จะทำการ ศึกษาวิจัยภายใต้สมมติฐานที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาเว็บไซต์มีปัจจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ในด้านเพศของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต มีผลต่อความนิยมต่อลักษณะของเว็บไซต์
2. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ในด้านอายุของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต มีผลต่อความนิยมต่อลักษณะของเว็บไซต์
3. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ในด้านวุฒิการศึกษาของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต มีผลต่อความนิยมต่อลักษณะของเว็บไซต์
4. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ในด้านสายงานของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต มีผลต่อความนิยมต่อลักษณะของเว็บไซต์

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับมีดังต่อไปนี้

1. ทราบถึงความต้องการข้อมูลสินค้าในด้านต่างๆ ที่ใช้ในการตัดสินใจของผู้ใช้บริการเว็บไซต์
2. ทำให้ได้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าใช้บริการในเว็บไซต์ต่าง ๆ ของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย อันจะทำให้สามารถเข้าใจถึงแนวทางการวางแผน พัฒนา ปรับปรุงเว็บไซต์ที่ถูกต้องชัดเจน
3. เพื่อให้ทราบถึงแนวทางในการกำหนด Keyword ต่างๆ ให้เหมาะสมกับเว็บไซต์ของผู้ประกอบการ

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

อินเทอร์เน็ต หมายถึง เครือข่ายคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่ที่เชื่อมต่อกันทั่วโลก โดยมีมาตรฐานสำหรับการรับส่งข้อมูลระหว่างกันเป็นมาตรฐานเดียวกัน ซึ่งจะสามารถรับส่งข้อมูลระหว่างกันได้โดยลักษณะหลายรูปแบบ เช่น ภาพนิ่ง เสียง ตัวหนังสือ ภาพเคลื่อนไหว เป็นต้น

เว็บไซต์ หมายถึง หน้าเว็บเพจหลายหน้า ซึ่งเชื่อมโยงกันผ่านทางไฮเปอร์ลิงก์ส่วนใหญ่จัดทำขึ้นเพื่อนำเสนอข้อมูลผ่านคอมพิวเตอร์โดยถูกจัดเก็บไว้ในเวิลด์ไวด์เว็บ (Wikipedia.org)

คำสำคัญ (Keyword) หมายถึง ในภาษาของอินเทอร์เน็ต คือคำหรือข้อความที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ต พิมพ์ลงไปเพื่อใช้ในการ ค้นหาเว็บไซต์ หรือข้อมูลต่าง ๆ (Keyword gootum.com)

รหัส (Code) หมายถึง รหัส หรือสัญลักษณ์ที่ถูกนำมาจัดแทนความรู้สึคนึกคิดความต้องการที่จะทำให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการสื่อสาร CODE ในที่นี้หมายถึงสัญลักษณ์ที่ใช้ในการสื่อสารระหว่างคนกับคอมพิวเตอร์

ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต หมายถึง ผู้ที่สามารถเข้าใช้บริการต่าง ๆ ทางอินเทอร์เน็ต

ลิงค์ หมายถึง การต่อเชื่อมไปยังส่วนอื่น ๆ ทั้งภายในเว็บไซต์หรือไปยังเว็บไซต์อื่นที่นิยมทำกันมากจะเป็นการเชื่อมต่อไปยังเว็บไซต์อื่นที่มีส่วนเกี่ยวข้องกันทั้งในด้านข้อมูล

Bots หมายถึง โปรแกรมตัวเล็กๆ ของ Search Engine นั้น โดยใช้ในการเก็บหรือสำเนาข้อมูลหน้าเว็บใหม่ๆ ซึ่งโดยทั่วไปเรียกว่า Web Crawler หรือ Spider หรือ Search Engine Robots

Domain Name หมายถึง ชื่อตัวอักษรที่ใช้แทน IP Address ซึ่งในเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่ใช้โปรโตคอล TCP/IP ติดต่อสื่อสารกัน จะต้องมี IP Address สำหรับอ้างอิงเสมอ แต่ IP Address นำจะสะดวกและสามารถจดจำได้ง่ายกว่า

เว็บไซต์ที่ให้บริการข้อมูลสินค้า หมายถึง เว็บไซต์ที่มีเนื้อหาการให้บริการด้านข้อมูลสินค้า ที่ผู้ประกอบการต้องการนำเสนอหรือมีสินค้านำข้อมูลมาเสนอเพื่อขาย

Page Rank หมายถึง วิธีการวัดความสำคัญของเว็บเพจนับล้าน ๆ เว็บ บนอินเทอร์เน็ต โดยมีตัวเลขตั้งแต่ 0 ถึง 10 ยิ่งตัวเลขยิ่งสูง Page Rank ก็ยิ่งสูง ซึ่งหมายความว่าเว็บไซต์นั้น ๆ มีโอกาสได้รับการจัดอันดับที่ดีกว่าเว็บไซต์ที่มี Page Rank ต่ำกว่า

จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) หมายถึง บริการรับ-ส่ง ข้อมูลข่าวสาร จากบุคคลหนึ่งไปยังบุคคลอื่นๆ ผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งคล้ายกันกับการส่งจดหมาย

Meta tag หมายถึง เป็นการกำหนดคำ สำหรับการค้นหาข้อมูลในเว็บไซต์หน้านั้นๆ ประการสำคัญ คำค้น หรือ Keywords นั้นต้องสัมพันธ์กับรายละเอียดเนื้อหา เพราะ robots ของ search engine ต่างๆ จะให้ความสำคัญในจุดนี้มาก

Download หมายถึง การโอนย้ายไฟล์มาจากที่หนึ่งไปอีกที่หนึ่ง เช่น การโอนไฟล์หรือว่าข้อมูลมาจากอินเทอร์เน็ต หรือจากคอมพิวเตอร์ เครื่องหนึ่งมาบันทึกเอาไว้ในเครื่องคอมพิวเตอร์อีกเครื่องหนึ่ง

Search Engine หมายถึง เครื่องมือการค้นหาข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ต ที่ทุกคนสามารถเข้าไปค้นหาข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ต โดยกรอกข้อมูลที่ต้องการค้นหาหรือ Keyword เพื่อใช้สืบค้น

Search Engine Optimization (SEO) หมายถึง กระบวนการที่ทำให้เว็บไซต์ถูกค้นพบได้ในอันดับต้นๆ ของ Search Engine โดยใช้หลัก ของ การออกแบบ และจัดสร้างเว็บไซต์ให้เหมาะสม สอดคล้องกับหลักการทำงานของ Search Engine