

ห้องสมุดงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ



249721



ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาเว็บไซต์ที่ให้บริการข้อมูลสินค้า

FACTORS AFFECTING THE DEVELOPMENT OF AUDIENCES VISITING
PRODUCT INFORMATION WEBSITES

ปิยะวงศ์ วงศ์หฤทธิคุณ

งานค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และการสื่อสาร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสุโขทัยวังจันทน์

พ.ศ. 2553

600254285

ห้องสมุดงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ



249721

ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาเว็บไซต์ที่ให้บริการข้อมูลสินค้า

ปิยะวงศ์ วงศ์ชุตินิญา



งานค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และการสื่อสาร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ. 2553

**Factors Affecting the Development of Audiences Visiting
Product Information Websites**

Piyawong Wongchutipinyo

**An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Science (Computer and Communication Technology)**

Graduate School, Dhurakij Pundit University

2010



ใบรับรองงานค้นคว้าอิสระ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ปริญญา วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต

หัวข้องานค้นคว้าอิสระ ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาเว็บไซต์ที่ให้บริการข้อมูลสินค้า

เสนอโดย ปิยะวงศ์ วงศ์ชุตติภิญโญ

สาขาวิชา เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และการสื่อสาร

อาจารย์ที่ปรึกษางานค้นคว้าอิสระ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประณต บุญไชยอภิสิทธิ์

ได้พิจารณาเห็นชอบโดยคณะกรรมการสอบงานค้นคว้าอิสระแล้ว

.....ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.ณรงค์ มั่งคั่ง)

.....กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษางานค้นคว้าอิสระ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประณต บุญไชยอภิสิทธิ์)

.....กรรมการ
(อาจารย์ ดร.ประศาสน์ จันทราทิพย์)

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร.ธนิศา จิตรน้อมรัตน์)

วันที่ 2 เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2553

หัวข้องานค้นคว้าอิสระ	ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาเว็บไซต์ที่ให้บริการข้อมูลสินค้า
ชื่อผู้เขียน	ปิยะวงศ์ วงศ์ชุดิทธิญา
อาจารย์ที่ปรึกษางานค้นคว้าอิสระ	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประจักษ์ บุญไชยอภิสิทธิ์
สาขาวิชา	เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และการสื่อสาร
ปีการศึกษา	2553

บทคัดย่อ

249721

งานค้นคว้าอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติ และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ที่ให้บริการข้อมูลสินค้า รวมถึงปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาเว็บไซต์ เพื่อใช้ประกอบในการสร้างแบบจำลองเว็บไซต์ที่เหมาะสมสำหรับเว็บไซต์ที่ให้บริการข้อมูลสินค้า ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา และปรับปรุงเว็บไซต์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมดังกล่าว โดยเป็นการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจ มีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม ด้วยวิธีสุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพฯ และปริมาณทงจำนวน 400 ตัวอย่าง

ผลการวิจัยพบว่า ด้านสถานภาพทั่วไปของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต มีความใกล้เคียงกันระหว่างเพศชาย และหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 20 - 29 ปี ส่วนมากมีวุฒิการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี เป็นนักศึกษาโดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท ด้านพฤติกรรมและทัศนคติในการใช้บริการอินเทอร์เน็ต มีความถี่ในการใช้บริการของผู้ใช้ส่วนใหญ่คือทุกวัน มักใช้บริการอินเทอร์เน็ตจากที่บ้าน และใช้ความเร็วอินเทอร์เน็ต 4 เมกะบิตต่อวินาทีหรือมากกว่า ด้านการให้ความสำคัญของผู้บริการเกี่ยวกับส่วนประกอบต่างๆ บนเว็บไซต์ที่ให้ บริการข้อมูลสินค้าเรียงตามลำดับจากมากไปน้อยได้แก่ มีสินค้าหลายรุ่นให้เปรียบเทียบ ภาพ แบบ สี และขนาดของสินค้า ราคาสินค้าและส่วนลด และข้อมูลของสินค้า

ด้านการใช้ Search Engine และการรู้จักเว็บไซต์ของกลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้ บริการอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่เกือบทั้งหมดเคยใช้บริการ เสิร์ชเอ็นจิน มักใช้ Key Word ที่เกี่ยวกับ รุ่นหรือรหัสของสินค้าในการค้นหาข้อมูลเว็บไซต์ใน เสิร์ชเอ็นจิน รู้จักเว็บไซต์ต่างๆ ได้จากการหาข้อมูลจากการใช้ เสิร์ชเอ็นจิน สาเหตุที่เข้าชมเว็บไซต์คือมีข้อมูลที่ต้องการหรือน่าสนใจ เหตุผลที่กลุ่มเป้าหมายเลือกจดจำและเข้าชมเว็บไซต์ได้แก่ ง่ายต่อการค้นหาข้อมูล มีการอัปเดตข้อมูลอยู่เสมอ และมีข้อมูลที่ต้องการหรือน่าสนใจ ประเภทสินค้าที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตนิยมใช้ เสิร์ชเอ็นจิน ในการค้นหาข้อมูลได้แก่ ที่พักโรงแรม ของที่ระลึก และเกมส์ ของเล่น ภาพยนตร์ ซึ่งผลการวิจัยดังกล่าวข้างต้น ได้ถูกนำไปใช้ ประกอบการสร้างแบบจำลองเว็บไซต์เพื่อให้บริการข้อมูลลูกค้า

Independent Study Title Factors Affecting the Development of Audiences Visiting
Product Information Websites

Author Piyawong Wongchutipinyo

Independent Study Advisor Assistant Professor Dr.Pranot Boonchai-Apisit

Department Computer and Communication Technology

Academic Year 2010

ABSTRACT

249721

This independent study aims for attitudes and satisfaction of audiences visiting product information websites, and Including the factors affect the development of websites. This can be applied to guide the development and improve the site in according that behavior. This study is a survey research that has collected data using questionnaires, a random sampling method for 400 Internet users in Bangkok and the vicinity had been used.

The results showed that the general status of Internet users who are similar between males and females in the age range 20-29 years, the most of education is undergraduated. Being Students have a monthly income lower than 10,000 Baht. For behavior and attitude in using Internet services, the frequency of utilization of the most common everyday, often use the Internet from home, and using Internet speed 4 Mbps or more. For the importance of the Internet service provider components, on the site, providing product information service, order from most to least, such as there are several versions to compare product about image, form, color and size of product, price and discount and product information.

For using the Search Engines and known sites of the samplings, the most Internet users almost never use. The Search Engines often use the keyword about the model or product code to find information in the Search Engines. When the sites found always from using the Search engine. Because target group select recognition of the keyword, Easy finding, Update always. And the information you want or like. Internet users used Search engine to find Categories of product information such as hotel, accommodation, souvenirs and game, toys, movie. The results of the above. Can be using to create modeling site to Information services to customers.

กิตติกรรมประกาศ

งานค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์อย่างยิ่งจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประณต บุญไชยอภิสิทธิ์ อาจารย์ที่ปรึกษาที่ได้กรุณาให้คำแนะนำ คำปรึกษาที่มีคุณค่าอย่างยิ่งสำหรับใช้เป็นแนวทางการดำเนินงานศึกษาวิจัยมาโดยตลอด ตั้งแต่เริ่มต้นทำงานค้นคว้าอิสระมาจนกระทั่งการนำเสนอผลการศึกษาวิจัย โดยเฉพาะกระบวนการตรวจสอบ และแก้ไขข้อบกพร่อง ผู้วิจัยขอขอบคุณ

ขอขอบคุณผู้ที่ให้ความช่วยเหลือ และสละเวลาอันมีค่ายิ่ง ในการให้ความร่วมมือ ให้ข้อมูลต่างๆ ตลอดจนการให้กำลังใจในการจัดทำ งานค้นคว้าอิสระฉบับนี้ ให้สำเร็จได้ด้วยดี

ปิยะวงศ์ วงศ์สุทธิคุณโย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	๗
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	๘
กิตติกรรมประกาศ	๙
สารบัญตาราง	๙
สารบัญภาพ	๑๐
บทที่	
1. บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
1.3 ขอบเขตของการวิจัย	2
1.4 สมมติฐานของการวิจัย	3
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ	3
2. แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
2.1 การตลาด	6
2.2 การวางแผนกลยุทธ์	13
2.3 อินเทอร์เน็ต และการบริการต่างๆ	17
2.4 การแสวงหาข่าวสาร	24
2.5 เสิร์ชเอนจิน	29
2.6 การเพิ่มสมรรถนะของเสิร์ชเอนจิน	32
2.7 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	35
3. ระเบียบวิธีวิจัย	41
3.1 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย	41
3.2 กรอบแนวคิดการวิจัย	42
3.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	43
3.4 การสุ่มตัวอย่าง	43
3.5 สมมติฐานการวิจัย	44

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
3.6 เครื่องมือในการวิจัย	45
3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล	46
3.8 ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย	47
4. ผลการวิจัย	48
4.1 ข้อมูลความถี่ และค่าร้อยละ	48
4.2 ข้อมูลค่ามัธยฐาน และค่าฐานนิยม	54
4.3 ข้อมูลความถี่ ของความพึงพอใจของการใช้บริการเว็บไซต์.....	57
4.4 ค่าความถี่ และค่ามัธยฐานของข้อมูลระดับความคิดเห็น	59
4.5 การทดสอบสมมติฐาน	63
5. การสร้างแบบจำลองเว็บไซต์ที่ให้บริการข้อมูลสินค้า.....	65
5.1 ผลการสำรวจข้อมูลการวิจัย.....	65
5.2 แบบจำลองเว็บไซต์ที่ให้บริการข้อมูลสินค้า.....	69
6. สรุปผล อภิปรายและข้อเสนอแนะ	74
6.1 สรุปผลการวิจัย	74
6.2 อภิปรายผลการวิจัย	77
6.3 ปัญหา อุปสรรค และข้อจำกัดในการวิจัย	78
6.4 ข้อเสนอแนะ	79
บรรณานุกรม	80
ภาคผนวก	86
ประวัติผู้เขียน	93

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1 ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย	47
4.1 ข้อมูลด้าน เพศ ของกลุ่มตัวอย่าง	48
4.2 ข้อมูลด้านอายุของกลุ่มตัวอย่าง	49
4.3 ข้อมูลด้านวุฒิการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง	49
4.4 ข้อมูลด้านสถานภาพสมรส ของกลุ่มตัวอย่าง	50
4.5 ข้อมูลด้านอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง	50
4.6 ข้อมูลด้านรายได้ส่วนตัวต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง	51
4.7 ข้อมูลด้านลักษณะใช้คอมพิวเตอร์ในการทำงานของกลุ่มตัวอย่าง	51
4.8 ข้อมูลด้านความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่าง	52
4.9 ข้อมูลด้านระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่าง	52
4.10 ข้อมูลด้านสถานที่ใช้อินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่าง	53
4.11 ข้อมูลด้านความเร็วของอินเทอร์เน็ตที่กลุ่มตัวอย่างใช้บริการ	53
4.12 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้เสิร์ชเอนจินของกลุ่มตัวอย่าง	54
4.13 ข้อมูลเกี่ยวกับคำสำคัญ (Key Word) ที่ใช้ในการค้นหาโดยเสิร์ชเอนจิน	54
4.14 ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างรู้จักเว็บไซต์ต่าง ๆ	55
4.15 ข้อมูลเกี่ยวกับสาเหตุที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างเข้าชมเว็บไซต์ต่าง ๆ	56
4.16 ข้อมูลเกี่ยวกับสาเหตุที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างไม่พึงพอใจเว็บไซต์ต่าง ๆ	56
4.17 สาเหตุที่กลุ่มเป้าหมายเลือกจดจำ และพึงพอใจเว็บไซต์	57
4.18 ประเภทสินค้าที่ใช้อินเทอร์เน็ตนิยมใช้เสิร์ชเอนจิน ค้นหาข้อมูล	58
4.19 ระดับความสำคัญของข้อมูลของสินค้า	59
4.20 ระดับความสำคัญของรายละเอียดการประกันสินค้าและบริการหลังการขาย	59
4.21 ระดับความสำคัญของภาพ แบบ สี และขนาดของสินค้า	60
4.22 ระดับความสำคัญของราคาสินค้าและส่วนลด	60
4.23 ระดับความสำคัญของข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและผลิตภัณฑ์	61
4.24 ระดับความสำคัญของความคิดเห็นจากผู้ที่เคยใช้สินค้านั้น	61

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.25	ระดับความสำคัญของข้อมูลอุปกรณ์เสริม	61
4.26	ระดับความสำคัญของการมีสินค้าหลายๆรุ่นให้เปรียบเทียบ	62
4.27	ค่ามัธยฐาน ของความสำคัญกับข้อมูลสินค้าในหมวดหมู่ต่างๆ	63
4.28	ค่าสหสัมพันธ์ และระดับนัยสำคัญทางสถิติ	63

สารบัญญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 แบบจำลองแนวคิดทางการตลาด	6
2.2 แบบจำลองการแลกเปลี่ยนระหว่างกันแนวคิดทางการตลาด	8
2.3 แบบจำลองกระบวนการตัดสินใจ	10
2.4 แบบจำลองขั้นตอนการวางแผนกลยุทธ์	13
2.5 ระดับขั้นของกลยุทธ์	14
2.6 สัดส่วนการใช้อินเทอร์เน็ตแยกตามทวีป	20
2.7 ขั้นตอนการซื้อสินค้าผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต	23
2.8 การรับและการเก็บรักษาข่าวสาร	26
2.9 กิจกรรมอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย	30
2.10 กิจกรรมการใช้คอมพิวเตอร์ของกลุ่มตัวอย่างวัยผู้ใหญ่ในประเทศสหรัฐอเมริกา ..	38
2.11 ประเภทของสินค้าที่มีการซื้อทางออนไลน์ ในปี พ.ศ. 2546 และปี พ.ศ. 2548 ในประเทศสหรัฐอเมริกา	39
2.12 ลักษณะของเว็บไซต์ที่ใช้อินเทอร์เน็ต วัยผู้ใหญ่ในประเทศสหรัฐอเมริการู้สึกว่าชาญ	40
3.1 กรอบแนวคิดการวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนา เว็บไซต์ที่ให้บริการข้อมูลสินค้า	42
5.1 หน้าหลักของแบบจำลองเว็บไซต์ SiamTV.com	70
5.2 หน้าแบบจำลองเว็บไซต์แสดงข้อมูลของสินค้า	71
5.3 หน้าแบบจำลองเว็บไซต์แสดงผลของการเปรียบเทียบข้อมูลสินค้า	72