

ชื่อคุณฉันทิพนธ์ การพัฒนาเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อการจัดอันดับด้วยเทคนิคการตลาดของเครื่องมือค้นหา **ผู้วิจัย** นางสาวอัมมาพร กว้างสวาสดี **สาขาวิชา** เทคโนโลยีสารสนเทศศุภณภาพ พ.ศ. 2559 **อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วีระชัย คอนจจอหอ **อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม** รองศาสตราจารย์ ดร.ปรัชญนันท์ นิลสุข และดร.ปานจิตร หลงประดิษฐ์

บทคัดย่อ

จากปัญหาเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไม่ถูกจัดอันดับจากผลการค้นหาของเครื่องมือค้นหาในหน้าแรก ทำให้เสียโอกาสทางธุรกิจ เนื่องจากพฤติกรรมผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตนิยมใช้เครื่องมือค้นหามากกว่าจดจำชื่อเว็บไซต์ จากสภาพปัญหาดังกล่าวงานวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ออกแบบตัวแบบเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อการจัดอันดับด้วยเทคนิคการตลาดของเครื่องมือค้นหา 2) ประเมินความเหมาะสมของตัวแบบเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3) พัฒนาเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อการจัดอันดับด้วยเทคนิคการตลาดของเครื่องมือค้นหา 4) ประเมินประสิทธิภาพของขั้นตอนวิธีการตลาดของเครื่องมือค้นหา และ 5) ประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย 1) ตัวแบบเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อการจัดอันดับด้วยเทคนิคการตลาดของเครื่องมือค้นหา 2) แบบประเมินความเหมาะสมของตัวแบบ 3) เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่พัฒนาตามตัวแบบ (Cosmeticsherbal.com) และ 4) แบบประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 385 คน ได้จากประชากรผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตทั่วไป เก็บข้อมูลโดยใช้แบบประเมินสถิติที่ใช้ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า

1. ตัวแบบเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อการจัดอันดับด้วยเทคนิคการตลาดของเครื่องมือค้นหา ประกอบด้วย 3 ส่วนประกอบ ได้แก่ 1) ส่วนเว็บไซต์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับการทำธุรกรรมขายสินค้า 2) ส่วนการตลาดผ่านเครื่องมือค้นหา ซึ่งมีองค์ประกอบคือ กระบวนการเพิ่มประสิทธิภาพของคำสำคัญแบบไอเอสยูไอไอ ประสิทธิภาพของโครงสร้างเว็บไซต์แบบเอสเอสอาร์บี เนื้อหาคุณภาพมีความหนาแน่นของคำสำคัญ ประสิทธิภาพของลิงค์โปรโมทผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ และการทำโฆษณากับเครื่องมือค้นหา และ 3) ส่วนการติดตามและประเมินผลเว็บไซต์ ประเมินจากการจัดอันดับของด้วยเครื่องมือค้นหา และวัดผลด้านการใช้งานเว็บไซต์ด้วยบิซิเนสเมตริก

2. การประเมินความเหมาะสมของตัวแบบ ด้านกรอบแนวคิดตัวแบบด้านความเหมาะสมภาพรวมขององค์ประกอบการตลาดผ่านเครื่องมือค้นหา ด้านภาพรวมขั้นตอนการประเมินผล และการจัดอันดับเว็บไซต์ โดยผู้เชี่ยวชาญ มีผลการประเมินรวมอยู่ในระดับมากที่ค่าเฉลี่ย 4.50 และระดับผลการประเมินของผู้เชี่ยวชาญ ไม่แตกต่างกันในระดับความเชื่อมั่น 95%

3. การพัฒนาเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ใช้สถาปัตยกรรมเว็บเชิงความหมายที่ตอบสนองกับอุปกรณ์ โดยเว็บไซต์สามารถตรวจจับขนาดหน้าจอและปรับขนาดและแสดงผลให้เหมาะสม ตามหน้าจออัตโนมัติ และมีผลต่อการจัดอันดับของเครื่องมือค้นหา

4. ประสิทธิภาพขั้นตอนวิธีการตลาดของเครื่องมือค้นหา ที่ส่งผลต่อการจัดอันดับของเว็บไซต์ คิดหน้า 1 ในเครื่องมือค้นหาถูกเกิด คิดเป็นร้อยละ 53.66 พร้อมทั้งคิดอันดับ 1-5 ในหน้า 1 ร้อยละ 49.39 ของคำค้นหาที่เข้ามายังเว็บไซต์ทั้งหมด 330 คำ

5. ผลความพึงพอใจต่อเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านประสิทธิภาพ ค่าเฉลี่ย 4.49 ด้านส่วนติดต่อกับผู้ใช้งาน ค่าเฉลี่ย 4.47 ด้านประโยชน์การใช้งาน ด้านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ค่าเฉลี่ย 4.41 ด้านความถูกต้อง ค่าเฉลี่ย 4.37 และด้านความปลอดภัย ค่าเฉลี่ย 4.19 ตามลำดับ

จากการวิจัยนี้ ได้ตัวแบบเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อการจัดอันดับด้วยเทคนิคการตลาดของเครื่องมือค้นหา ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาเว็บไซต์ที่ต้องการให้เว็บไซต์ได้รับการจัดอันดับหน้า 1 ของเครื่องมือค้นหาในรูปแบบอื่นได้ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันทางธุรกิจ ทำให้มีจำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์มากขึ้น และส่งผลให้มีการสั่งซื้อสินค้ามากด้วยเช่นกัน

คำสำคัญ : การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การจัดอันดับ เครื่องมือค้นหา การตลาดของเครื่องมือค้นหา

Dissertation Title: E-commerce Website Development Affecting the Ranking of Search Engine Marketing Techniques. **Researcher:** Ms. Achaporn Kwangsawad **Major:** Quality Information Technology **Year:** 2016 **Advisor:** Asst. Prof. Dr. Veerachai Konjoho **Co-advisors:** Assoc. Prof. Dr. Prachyanun Nilsook and Dr. Panchit Longpradit

Abstract

The problem of E-commerce websites were not ranked by searching engine on the home page, it caused of losing business opportunities for businesses. That was because the internet users only used search engines rather than recognition website names. This research was aimed to 1) design an E-commerce website that affects the ranking of the search engine marketing technique, 2) assess the suitability of the E-commerce website model, 3) develop an E-commerce website that affects the ranking of search engine marketing technique, 4) evaluate the efficiency of the search engine marketing processes, and 5) evaluate the satisfaction of users towards the E-commerce website. The research instruments were 1) the E-commerce website that affected the ranking of the search engine marketing technique, 2) an assessment form for the model's suitability, 3) the developed E-commerce website (Cosmeticsherbal.com), and 4) the evaluation of the users' satisfaction towards the E-commerce website. The samples used in this research were 385 people from general internet users. Data was collected by using a questionnaire. The data was analyzed using percentage, mean and standard deviation.

The results of the research revealed as the following:

1. The model of E-commerce website affecting the rankings of search engine marketing technique consisted of three parts. The first part was the electronic website for transactions. The second was the marketing part through search engines. This part had components as follows; the process of optimization for keywords of IASUEI, effectiveness of the website as a SSRB model, quality of keyword density, performance of link via social networks, and advertising on the search engine. The third part was the monitoring and evaluation of the website to evaluate the rankings the search engine and to measure the use of the website by the business metrics.

2. Assessment of the model suitability by experts on the aspects of the model concept, an overview of the elements of search engine marketing, the whole process of evaluation and website rankings was found that it was at the high level of 4.50 as a whole. The evaluation of experts was not different with the confidence level of 95%

3. The development of the E-commerce website used the Semantic Web. This website could detect and adjust the screen size and display the screen automatically. As a result, it affected the ranking of the search engine.

4. The efficiency of the search engine marketing processes affecting the ranking of the website on the first page of the Google search engine was at 53.66 percent. It was at 49.39 percent ranking in the top 5 listings of the first page from 330 search words.

5. The users' satisfaction towards the E-commerce website was at a high level on the whole. When considering each aspect, it was found that the efficiency aspect was at an average of 4.49, the users' connection aspect was at an average of 4.47, the E-commerce website aspect was at an average of 4.41, the accuracy aspect at the average of 4.37, and the safety aspect was at an average of 4.19 respectively.

From the research results, the E-commerce website affecting the ranking of search engine marketing techniques was successful. It can be used to develop websites aimed at the ranking on the first page of search engines in another form. This would create a competitive advantage for a business. It would cause the number of visitors on the websites to increase. As a result, their orders would be increased.

Keyword: E-commerce, Ranking, Search Engine, Search Engine Marketing