

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	(3)
Abstract.....	(5)
กิตติกรรมประกาศ.....	(7)
สารบัญ.....	(8)
สารบัญตาราง.....	(10)
สารบัญภาพ.....	(11)
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
คำถามวิจัย.....	6
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	6
ขอบเขตของการวิจัย.....	6
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	8
ประโยชน์ของการวิจัย.....	9
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	10
การพัฒนาเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์.....	10
การทำงานเครื่องมือค้นหาและการจัดอันดับ.....	34
การตลาดผ่านเครื่องมือค้นหา.....	44
การวัดผลด้านธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์.....	69
ปรัชญาเทคโนโลยีสารสนเทศคุณภาพ.....	72
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	74
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	78
แบบแผนการวิจัย.....	78
ขั้นตอนการวิจัยและพัฒนา.....	79
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	85
เครื่องมือและการสร้างเครื่องมือวิจัย.....	86

สารบัญ (ต่อ)

บทที่ (ต่อ)	หน้า
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	95
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้.....	96
4 ผลการวิจัย.....	100
ผลการออกแบบพัฒนาเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์.....	100
ผลการประเมินความเหมาะสมของ ตัวแบบที่ผ่านการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ.....	107
ผลการพัฒนาเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อการจัดอันดับด้วยเทคนิค การตลาดของเครื่องมือค้นหา.....	109
ประสิทธิภาพของขั้นตอนวิธีการตลาดของเครื่องมือค้นหา.....	120
ผลการประเมินความพึงพอใจต่อการใช้งานเว็บไซต์.....	137
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	144
สรุปผลการวิจัย.....	145
การอภิปรายผล.....	148
ข้อเสนอแนะ.....	152
บรรณานุกรม.....	154
ภาคผนวก.....	157
ภาคผนวก ก แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญและดัชนีความสอดคล้อง ของแบบประเมินตัวแบบ.....	158
ภาคผนวก ข วิธีการใช้งานเครื่องมือวิเคราะห์คำค้นหา	167
ภาคผนวก ค ขั้นตอนการจดโดเมนเนม.....	179
ภาคผนวก ง แบบประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์พาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์.....	184
ภาคผนวก จ การตีพิมพ์บทความในวารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.....	189
ประวัติผู้วิจัย.....	206

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
2-1	แสดงขั้นตอนของวงจรพัฒนาระบบ.....	15
2-2	การเปรียบเทียบการจัดอันดับเว็บไซต์ด้วยเครื่องมือค้นหาของกูเกิ้ล.....	48
2-3	เปรียบเทียบวิธีการเพิ่มประสิทธิภาพการค้นหาด้้นบวกลบ.....	50
2-4	ผลการสังเคราะห์การเพิ่มประสิทธิภาพ.....	51
3-1	สรุปขั้นตอนการวิจัย.....	98
4-1	การประเมินความเหมาะสมของผู้เชี่ยวชาญ.....	108
4-2	คำสำคัญที่ใช้ในการโปรโมทเว็บไซต์.....	115
4-3	การจัดอันดับของเครื่องมือค้นหา.....	120
4-4	สรุป Keyword ที่คิดหน้า 1-3 และอันดับที่ 1-5 ของแต่ละหน้า.....	134
4-5	แสดงจำนวนและร้อยละตามเพศ.....	137
4-6	แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามอายุ.....	137
4-7	แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามระดับการศึกษา.....	138
4-8	แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามอาชีพ.....	138
4-9	แสดงจำนวนร้อยละ จำแนกตามประสบการณ์การทำงาน.....	139
4-10	ผลความพึงพอใจด้านความถูกต้องของข้อมูล.....	139
4-11	ผลความพึงพอใจด้านประโยชน์ของการใช้งาน.....	140
4-12	ผลความพึงพอใจด้านส่วนติดต่อกับผู้ใช้งาน.....	140
4-13	ผลความพึงพอใจด้านประสิทธิภาพในการใช้งาน.....	141
4-14	ผลความพึงพอใจด้านความปลอดภัย.....	142
4-15	ผลความพึงพอใจด้านเกี่ยวกับเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์.....	142

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1-1 การบูรณาการองค์ความรู้ที่ใช้สำหรับพัฒนาเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อการจัดอันดับด้วยเทคนิคการตลาดของเครื่องมือค้นหา.....	5
2-1 แบบจำลองทำเพิ่ม.....	16
2-2 แสดงโครงสร้างภาษา HTML.....	25
2-3 แสดงโครงสร้างภาษา HTML มีส่วน META TAG.....	26
2-4 แสดงตัวอย่างคำสั่งแสดงผลรูปภาพภาษา HTML.....	27
2-5 แสดงลักษณะโครงสร้างคำสั่ง CSS.....	28
2-6 แสดงลักษณะโครงสร้างคำสั่ง CSS กรณีกำหนดคุณสมบัติมากกว่าหนึ่งคุณสมบัติ.....	28
2-7 แสดงการใช้งาน CSS ด้วยการกำหนดคุณสมบัติของคำสั่ง HTML.....	29
2-8 แสดงการใช้งาน CSS ภายใต้อำนาจคำสั่ง “<STYLE>”.....	29
2-9 กรณีชื่อคำสั่ง CSS มีชื่อเดียวกับคำสั่งของภาษา HTML.....	30
2-10 กระบวนการค้นหาข้อมูลของเครื่องมือค้นหา.....	36
2-11 โครงสร้างของการทำงานเพื่อแสวงหาข้อมูลบนเว็บ.....	37
2-12 การทำครรชนิจจากเอกสารต้นฉบับ.....	41
2-13 การเชื่อมโยงของหน้าเว็บต่าง ๆ ในเครือข่าย.....	58
2-14 ตำแหน่งที่ต้องมีคำสำคัญ (Keyword) ในการทำการตลาดของเครื่องมือค้นหา.....	67
2-15 องค์ความรู้ของเทคโนโลยีสารสนเทศคุณภาพ.....	72
2-16 ทฤษฎีที่ 1 ของเทคโนโลยีสารสนเทศคุณภาพ.....	73
2-17 ทฤษฎีที่ 2 ของเทคโนโลยีสารสนเทศคุณภาพ.....	73
2-18 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	77
3-1 ระเบียบวิธีบูรณาการวงจรเดมมิ่ง กับ Iterative and Incremental.....	80
3-2 ตัวแบบการพัฒนาเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อการจัดอันดับด้วยเทคนิคการตลาดของเครื่องมือค้นหา.....	93
4-1 แผนภาพบริบท (Context Diagram) เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์.....	101
4-2 แผนภาพกระแสข้อมูล DFD Level 1 ของเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์.....	102
4-3 แผนภาพกระแสข้อมูล DFD Level 2 การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล.....	103
4-4 แผนภาพกระแสข้อมูล DFD Level 2 กระบวนการแสดงสินค้า.....	104

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
4-5	แผนภาพกระแสข้อมูล DFD Level 2 การสั่งซื้อสินค้า..... 105
4-6	แผนภาพกระแสข้อมูล DFD Level 2 การชำระเงิน..... 106
4-7	การดำเนินการของพัฒนาเว็บไซต์ Cosmeticsherbal.com..... 110
4-8	หน้าเว็บไซต์ Cosmeticsherbal.com..... 111
4-9	เข้าเว็บไซต์ www.cosmeticsherbal.com เพื่อเลือกสินค้าที่ลูกค้ามีความสนใจ..... 112
4-10	เลือกสินค้าที่ลูกค้าต้องการจะซื้อภายในเว็บไซต์ www.cosmeticsherbal.com..... 112
4-11	รายการสินค้าในตะกร้าสินค้า..... 113
4-12	สรุปรายการสินค้าในระบบตะกร้าสินค้า..... 113
4-13	กรอกรายรายละเอียดของผู้ซื้อเพื่อทำการชำระเงิน..... 114
4-14	หน้าจอแสดงผลบนมือถือ ในรูปแบบการตอบสนองกับอุปกรณ์ (Responsive)..... 118
4-15	แสดงภาพส่วนของ Off page Facebook ของเว็บไซต์ www.cosmeticsherbal.com..... 118
4-16	แสดงภาพส่วนของ Off page Twitter ของเว็บไซต์ www.cosmeticsherbal.com..... 119
4-17	แสดงภาพส่วนของ Off page Google+ ของเว็บไซต์ www.cosmeticsherbal.com..... 119
4-18	แสดงภาพส่วนของ Off page Instagram ของเว็บไซต์ www.cosmeticsherbal.com..... 120
4-19	ประสิทธิภาพของเว็บไซต์ Cosmeticsherbal.com..... 135
4-20	แสดงแหล่งที่มาของการเข้าชมเว็บไซต์ Cosmeticsherbal.com..... 136