

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญ

อินเทอร์เน็ต (Internet) นับเป็นเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในปัจจุบัน เนื่องจากเป็นสื่อที่เกิดขึ้นจากผลผลิตของเทคโนโลยีการสื่อสารที่ล้ำหน้า เสมือนทางด่วนของข้อมูลข่าวสารที่ทรงพลังยิ่งในยุคโลกไร้พรมแดน อินเทอร์เน็ตมีระบบเชื่อมโยงเครือข่ายจำนวนมหาศาลทั่วโลกเข้าด้วยกันภายใต้เกณฑ์มาตรฐานเดียวกัน ทำให้มนุษย์สามารถติดต่อสื่อสารแลกเปลี่ยนข้อมูลถึงกันทั่วโลกได้สะดวกและรวดเร็ว ในรูปแบบตัวอักษร ภาพ เสียง ระบบเครือข่ายที่กลายมาเป็นอินเทอร์เน็ตในปัจจุบันนั้นได้ผ่านกระบวนการพัฒนาที่ยาวนานนับสิบปี มีคอมพิวเตอร์นับร้อยล้านเครื่องเชื่อมต่ออย่างเต็มเวลาเพื่อให้บริการสารพัดรูปแบบ และอีกนับพันเครื่องเชื่อมต่อเข้ามาเป็นครั้งคราวเพื่อเรียกดูข้อมูลหรือใช้บริการต่างๆ การสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตสามารถกระทำได้หลากหลายบริการและวัตถุประสงค์ อาทิ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) การสนทนา (Online conversation/chat) การถ่ายโอนข้อมูล (File Transfer) การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) การธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (E-banking) หนังสือพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ (E-newspaper) อินเทอร์เน็ตเป็น “ช่องทาง” หรือเครือข่ายที่จะเชื่อมต่อคอมพิวเตอร์ทั้งโลกเข้าด้วยกันให้สามารถรับส่งข้อมูลกันได้ คอมพิวเตอร์ทั้งหลายที่เชื่อมต่อกันเป็นเจ้าของข้อมูลหรือผู้ให้บริการของตนเอง ถ้าจะเปรียบกับธุรกิจอื่นเครือข่ายอินเทอร์เน็ต อินเทอร์เน็ตก็คือศูนย์การค้า ส่วนคอมพิวเตอร์ทั้งหลายที่มาเชื่อมต่อคือผู้เช่าพื้นที่เปิดร้านค้า ส่วนผู้ใช้ทั้งหลายก็คือลูกค้าที่เข้ามาเดินเลือกหาซื้อสินค้าคอมพิวเตอร์นั่นเอง ดังนั้นอินเทอร์เน็ตจึงเข้ามามีบทบาทกับชีวิตประจำวันของมนุษย์เรามากขึ้น

เว็บ (Web) เป็นบริการพื้นฐานบนอินเทอร์เน็ตที่ใช้มากที่สุด โดยการเรียกดูข้อความและภาพประกอบเป็นหน้าๆ ไป เสมือนการอ่านหนังสือพิมพ์หรือวารสาร แต่เป็นข้อมูลที่เปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาตามการทำงานของโปรแกรมที่จะดึงข้อมูลใดมานำเสนอ อาจมีภาพเคลื่อนไหวหรือเสียงประกอบ นอกจากนี้เว็บไซต์ยังเป็นต้นทางของบริการอื่นๆ ที่จะตามมาคือก่อนเข้าใช้บริการใดผู้ใ้มักจะทำที่เว็บไซต์ของผู้ให้บริการนั้นๆ เพื่ออ่านข้อมูลเบื้องต้น วิธีใช้งาน จากนั้นจึงลงทะเบียน สมัครสมาชิก หรือใช้บริการอื่นๆ ต่อไป

คำว่า “เว็บ” เรียกเต็มๆ ว่า “เวิลด์ ไวด์ เว็บ” (World Wide Web) หรือ “เว็บไซต์” (Website) เป็นรูปแบบของเอกสารที่เรียกดูในคอมพิวเตอร์ได้โดยใช้โปรแกรม “บราวเซอร์” (Browser) เช่น Internet Explorer ของไมโครซอฟท์ หรือโปรแกรมอื่นๆ ที่เทียบเท่า เช่น Firefox, Opera ในเว็บเพจนี้อาจมีทั้งข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียง วิดีโอ หรืออื่นๆ และอาจมีทั้งการเรียกดูเว็บเพจ (Browse) หรือส่งข้อมูล (Upload) ลักษณะพิเศษของเว็บคือ ในแต่ละหน้าจะมีการเชื่อมโยงหรือ “ลิงก์” (Link) เรียกเต็มๆ ว่า “ไฮเปอร์ลิงก์” (Hyperlink) ที่ช่วยเชื่อมต่อเพื่อเรียกดูเอกสารอื่นที่เกี่ยวข้องกันได้โดยง่ายโดยการคลิก ซึ่งจะสามารถเชื่อมโยงไปยังแหล่งข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตที่ไหนก็ได้

จากพัฒนาการที่ไม่หยุดนิ่งและการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วของอินเทอร์เน็ต เดิมมีการใช้อินเทอร์เน็ตเฉพาะในกลุ่มนักวิชาการ นักวิจัย ต่อมาได้มีการนำอินเทอร์เน็ตมาเป็นสื่อเพื่อการค้าขาย บริการข่าวสาร และสื่อบันเทิงร่วมกันในระบบเดียว ถือเป็นก้าวแรกเริ่มการใช้งานอินเทอร์เน็ตเชิงพาณิชย์ อินเทอร์เน็ตถือเป็นเครื่องมือที่ช่วยเพิ่มช่องทางในการขยายโอกาสทางการค้าจากระดับประเทศไปสู่ระดับนานาชาติได้อย่างมีประสิทธิภาพในระดับหนึ่ง และมีค่าใช้จ่ายที่ไม่สูงมากนักในปัจจุบัน จึงผู้ให้ความสำคัญกับการทำธุรกิจบนอินเทอร์เน็ตมากขึ้นเป็นหลายเท่า หากกล่าวถึงคำว่าอินเทอร์เน็ตนั้นโดยทั่วไปแล้วจะถือว่าเป็นเรื่องของกาสื่อสาร แต่หากพูดถึงคำว่าธุรกิจอินเทอร์เน็ตก็คือการนำสื่ออินเทอร์เน็ตมาเป็นเครื่องมือหลักในการดำเนินธุรกิจหรืออีกชื่อคือธุรกิจออนไลน์นั่นเอง

ภาพรวมของการใช้อินเทอร์เน็ตปัจจุบันมีการแข่งขันเพื่อแย่งชิงเม็ดเงินในตลาดบนโลกออนไลน์เป็นอย่างมาก ด้วยจำนวนตัวเลขของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตกว่า 1,574,313,184 คน จากประชากรทั่วโลก 6,710,029,070 คน ในปี 2551 คิดเป็นร้อยละ 23.5 โดยมีอัตราการเติบโตจากปี 2543 เป็นร้อยละ 336.1

จากตารางการใช้อินเทอร์เน็ตและสถิติประชากรของโลก พบว่าภูมิภาคที่มีการใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุดคือภูมิภาคเอเชีย แต่หากเปรียบเทียบจำนวนประชากรในภูมิภาคแล้วกลับพบสัดส่วนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตอยู่ที่ร้อยละ 17.2 คือมีสัดส่วนการใช้เป็นอันดับที่ 6 เมื่อเทียบกับทุกภูมิภาค ในขณะที่ภูมิภาคอเมริกาเหนือมีสัดส่วนปริมาณการใช้อินเทอร์เน็ตเทียบกับจำนวนประชากรในภูมิภาคสูงสุดอยู่ที่ร้อยละ 73.1 รองลงมาคือภูมิภาคออสเตรเลีย และโอเชียเนีย มีสัดส่วนประชากรผู้ใช้อินเทอร์เน็ตอยู่ที่ร้อยละ 59.9 และภูมิภาคยุโรปเป็นอันดับรองลงมาอยู่ที่ร้อยละ 48.5 ส่วนภูมิภาคที่มีอัตราผู้ใช้อินเทอร์เน็ตน้อยที่สุดคือแอฟริกาจำนวนร้อยละ 5.6 (World Internet Users and Population Statistics, 2008)

ตารางที่ 1.1

ตารางสถิติการใช้งานอินเทอร์เน็ตทั่วโลกเปรียบเทียบจำนวนประชากรแบ่งตามภูมิภาค

| WORLD INTERNET USAGE AND POPULATION STATISTICS | | | | | | |
|--|-------------------------|------------------------------|----------------------------|----------------------------|------------------------|------------------|
| World Regions | Population (2008 Est.) | Internet Users Dec. 31, 2000 | Internet Users Latest Data | Penetration (% Population) | Users Growth 2000-2008 | Users % of Table |
| Africa | 975,330,899 | 4,514,400 | 54,171,500 | 5.6 % | 1,100.0 % | 3.4 % |
| Asia | 3,780,819,792 | 114,304,000 | 650,361,843 | 17.2 % | 469.0 % | 41.3 % |
| Europe | 803,903,540 | 105,096,093 | 390,141,073 | 48.5 % | 271.2 % | 24.8 % |
| Middle East | 196,767,614 | 3,284,800 | 45,861,346 | 23.3 % | 1,296.2 % | 2.9 % |
| North America | 337,572,949 | 108,096,800 | 246,822,936 | 73.1 % | 128.3 % | 15.7 % |
| Latin America/Caribbean | 581,249,892 | 18,068,919 | 166,360,735 | 28.6 % | 820.7 % | 10.6 % |
| Oceania / Australia | 34,384,384 | 7,620,480 | 20,593,751 | 59.9 % | 170.2 % | 1.3 % |
| WORLD TOTAL | 6,710,029,070 | 360,985,492 | 1,574,313,184 | 23.5 % | 336.1 % | 100.0 % |

NOTES: (1) Internet Usage and World Population Statistics are for December 31, 2008. (2) CLICK on each world region name for detailed regional usage information. (3) Demographic (Population) numbers are based on data from the [US Census Bureau](#) . (4) Internet usage information comes from data published by [Nielsen//NetRatings](#), by the [International Telecommunications Union](#), by [GfK](#), local Regulators and other reliable sources. (5) For definitions, disclaimer, and navigation help, please refer to the [Site Surfing Guide](#). (6) Information in this site may be cited, giving the due credit to [www.internetworldstats.com](#). Copyright © 2001 - 2009, Miniwatts Marketing Group. All rights reserved worldwide.

ที่มา : World Internet Users and Population Statistics. Retrieved January 28, 2009, from <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>

สำหรับสถิติผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยในปัจจุบันจากการสำรวจทางสถิติของเว็บ internetworldstats.com พบว่ามีอัตราการใช้อินเทอร์เน็ตที่มีตัวเลขเติบโตอย่างต่อเนื่องโดยล่าสุดในเดือนมิถุนายนปี 2551 มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตกว่า 13,416,000 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 ของสัดส่วนประชากรในไทย อัตราการเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 483.3 จากปี 2543 (Asia Internet Users & Population, 2008)

ตารางที่ 1.2

ตารางสถิติการใช้งานอินเทอร์เน็ตภูมิภาคเอเชียเปรียบเทียบเทียบจำนวนประชากร

| ASIA INTERNET USAGE AND POPULATION | | | | | | |
|------------------------------------|---------------------------|--------------------------------|--------------------------------|-------------------------------|----------------------|---------------------------|
| ASIA | Population (2008 Est.) | Internet Users, (Year 2000) | Internet Users, Latest Data | Penetration (% Population) | (%) Users in Asia | Use Growth (2000-2008) |
| Afghanistan | 32,738,376 | 1,000 | 580,000 | 1.8 % | 0.1 % | 57,900.0 % |
| Armenia | 2,968,586 | 30,000 | 172,800 | 5.8 % | 0.0 % | 476.0 % |
| Azerbaijan | 8,177,717 | 12,000 | 1,035,600 | 12.7 % | 0.2 % | 8,530.0 % |
| Bangladesh | 153,546,901 | 100,000 | 500,000 | 0.3 % | 0.1 % | 400.0 % |
| Bhutan | 682,321 | 500 | 40,000 | 5.9 % | 0.0 % | 7,900.0 % |
| Brunei Darussalem | 381,371 | 30,000 | 176,029 | 46.2 % | 0.0 % | 486.8 % |
| Cambodia | 14,241,640 | 6,000 | 70,000 | 0.5 % | 0.0 % | 1,066.7 % |
| China * | 1,330,044,605 | 22,500,000 | 253,000,000 | 19.0 % | 43.7 % | 1,024.4 % |
| East Timor | 1,108,777 | - | 1,200 | 0.1 % | 0.0 % | 0.0 % |
| Georgia | 4,630,841 | 20,000 | 360,000 | 7.8 % | 0.1 % | 1,700.0 % |
| Hong Kong * | 7,018,636 | 2,283,000 | 4,878,713 | 69.5 % | 0.8 % | 113.7 % |
| India | 1,147,995,898 | 5,000,000 | 60,000,000 | 5.2 % | 10.4 % | 1,100.0 % |
| Indonesia | 237,512,355 | 2,000,000 | 25,000,000 | 10.5 % | 4.3 % | 1,150.0 % |
| Japan | 127,288,419 | 47,080,000 | 94,000,000 | 73.8 % | 16.2 % | 99.7 % |
| Kazakhstan | 15,340,533 | 70,000 | 1,400,000 | 9.1 % | 0.2 % | 1,900.0 % |
| Korea, North | 23,479,089 | -- | -- | -- | -- | 0.0 % |
| Korea, South | 49,232,844 | 19,040,000 | 34,820,000 | 70.7 % | 6.0 % | 82.9 % |
| Kyrgyzstan | 5,356,869 | 51,600 | 750,000 | 14.0 % | 0.1 % | 1,353.5 % |
| Laos | 6,677,534 | 6,000 | 100,000 | 1.5 % | 0.0 % | 1,566.7 % |
| Macao * | 460,823 | 60,000 | 238,000 | 51.6 % | 0.0 % | 296.7 % |
| Malaysia | 25,274,133 | 3,700,000 | 14,904,000 | 59.0 % | 2.6 % | 302.8 % |
| Maldives | 379,174 | 6,000 | 33,000 | 8.7 % | 0.0 % | 450.0 % |
| Mongolia | 2,996,081 | 30,000 | 320,000 | 10.7 % | 0.1 % | 966.7 % |
| Myanmar | 47,758,181 | 1,000 | 40,000 | 0.1 % | 0.0 % | 3,900.0 % |
| Nepal | 29,519,114 | 50,000 | 337,100 | 1.1 % | 0.1 % | 574.2 % |
| Pakistan | 167,762,040 | 133,900 | 17,500,000 | 10.4 % | 3.0 % | 12,969.5 % |
| Philippines | 92,681,453 | 2,000,000 | 14,000,000 | 15.1 % | 2.4 % | 600.0 % |
| Singapore | 4,608,167 | 1,200,000 | 2,700,000 | 58.6 % | 0.5 % | 125.0 % |
| Sri Lanka | 21,128,773 | 121,500 | 771,700 | 3.7 % | 0.1 % | 535.1 % |
| Taiwan | 22,920,946 | 6,260,000 | 15,400,000 | 67.2 % | 2.7 % | 146.0 % |
| Tajikistan | 7,211,884 | 2,000 | 19,500 | 0.3 % | 0.0 % | 875.0 % |
| Thailand | 65,493,298 | 2,300,000 | 13,416,000 | 20.5 % | 2.3 % | 483.3 % |
| Turkmenistan | 5,179,571 | 2,000 | 70,000 | 1.4 % | 0.0 % | 3,400.0 % |
| Uzbekistan | 28,268,440 | 7,500 | 1,745,000 | 6.2 % | 0.3 % | 23,166.7 % |
| Vietnam | 86,116,559 | 200,000 | 20,159,615 | 23.4 % | 3.5 % | 9,979.8 % |
| TOTAL ASIA | 3,776,181,969 | 114,304,000 | 578,538,257 | 15.3 % | 100.0 % | 406.1 % |

NOTES: (1) The Asian Internet Statistics were updated for June 30, 2008. (2) CLICK on each country name to see detailed data for individual countries and regions. (3) The demographic (population) numbers are based on data contained in [Census Bureau](#). (4) The usage numbers come from various sources, mainly from data published by [Nielsen/NetRatings](#), [ITU](#), and other trustworthy sources. (5) Data may be cited, giving due credit and establishing an active link to [Internet World Stats](#). (6) For definitions and help, see the [site surfing guide](#). (*) For statistical purposes, China figures do not include SAR Hong Kong and SAR Macao which are reported separately.

© Copyright 2008, www.internetworldstats.com. All rights reserved.

ที่มา : Asia Internet Users & Population. Retrieved January 28, 2009,

from <http://www.internetworldstats.com/stats3.htm>

เว็บไซต์ที่มีผู้เข้าชมมากที่สุดทั่วโลกซึ่งอ้างอิงจาก alexa.com เว็บไซต์ที่ให้บริการจับสถิติจำนวนผู้ชมบนเว็บไซต์ พบว่าเว็บไซต์ที่มีจำนวนผู้เข้าชมมากที่สุดทั่วโลกคือ yahoo.com ตามด้วย google.com และ youtube.com ตามลำดับ (ออนไลน์, 2552) ด้านเว็บไซต์ที่ได้รับความนิยมสูงสุดของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตไทยคือ google.co.th, hi5.com และ live.com ตามลำดับ นอกจากนี้การจัดอันดับโดย alexa.com เอแบคโพล (มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ, สำนักวิจัยเอแบคโพลล์, 2550) ได้ทำการสำรวจและจัดอันดับเว็บไซต์ที่มีการใช้งานสูงสุดของไทยพบว่า google.co.th เว็บไซต์ผู้ให้บริการค้นหาข้อมูลได้รับความนิยมสูงสุดคือร้อยละ 30.80 รองลงมาเป็น sanook.com ร้อยละ 11.30 อันดับที่ 3 ได้แก่ hotmail.com ร้อยละ 9.9

จากข้อมูลเว็บไซต์ที่มีผู้เข้าชมมากที่สุดของโลกและในประเทศไทยจะเห็นได้ว่าเป็นเว็บไซต์ที่มีลักษณะของการให้ข้อมูล หรือการสืบค้นเพื่อเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์ต่างๆ ที่อยู่ในความสนใจ ซึ่งเราเรียกรูปแบบการให้บริการเว็บในลักษณะนี้ว่า “Web Portal” หรือ “เว็บท่า” โดย yahoo.com เป็นเว็บท่าที่มีขนาดใหญ่ที่สุดของโลก ส่วนเว็บท่าที่ใหญ่ที่สุดและมีผู้เข้าชมสูงสุดของไทยของไทยคือ sanook.com

เว็บท่า (Web Portal)

ในความหมายทั่วไปโดยไม่เกี่ยวข้องกับอินเทอร์เน็ตคำว่า a portal แปลว่า ประตู หรือ ทางเข้า หากแปลคำว่า Web Portal โดยลึกลงแล้ว Arthur Tatnall (2005, pp.3-4) ได้ให้ความหมายว่าเป็น เว็บไซต์พิเศษที่ออกแบบมาเป็นทางเข้าเพื่อไปยังเว็บไซต์ต่างๆ โดยจะรวบรวมข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลต่างๆ หรืออีกนัยหนึ่งเว็บท่า นั้นคือเว็บไซต์ที่เป็นศูนย์รวมที่ถูกรวบรวมเพื่อหาข้อมูล หรือเพื่อนำไปสู่เว็บไซต์ต่างๆ และยังให้บริการในการแนะนำไม่ให้ผู้ชมนั้นไปยังเว็บไซต์ที่ไม่เหมาะสมหรือไม่ถูกต้อง แต่จะเป็นตัวเชื่อมไปยังเว็บไซต์ที่ต้องการอย่างแท้จริง

ประวัติศาสตร์ของเว็บท่า นั้นถูกพัฒนามาจากระบบค้นหาเช่น yahoo.com, excite.com และ lycos.com ซึ่งถูกเรียกว่าผู้เริ่มต้นในการทำเว็บท่าแต่เว็บไซต์ดังกล่าวได้ให้บริการด้านอื่นเพิ่มมากขึ้นเช่น e-mail, บทความ, ข่าวสาร และการสร้างชุมชนที่ใช้บริการเว็บไซต์ เว็บท่า นั้นมีทั้งแนวตั้งและแนวนอน โดย yahoo.com, excite.com เป็นตัวอย่างของเว็บท่าแนวนอนคือจะมีลักษณะการนำเสนอข้อมูลทั่วไป ส่วนแนวตั้งนั้นจะแตกต่างออกไปเนื่องจากเป็นการนำเสนอที่จะเจาะจงไปยังข้อมูลเพื่อผู้ชมของแต่ละส่วน

การวัดความสำเร็จของการดำเนินการของเว็บทำนั้นจะขึ้นอยู่กับความสามารถที่จะให้ข้อมูลที่ต้องการกับผู้ชมเพื่อที่จะให้ผู้ชมย้อนกลับมาที่เว็บไซต์อีกครั้งหลังจากเข้าไปเยี่ยมชมเว็บไซต์ที่ได้แนะนำไปแล้ว

กล่าวโดยสรุปเว็บท่า (Web Portal) คือเว็บที่รวบรวมลิงก์เว็บไซต์ และบทความต่างๆ โดยการจัดหมวดหมู่ให้ดูง่าย และมีหน้าที่นำพาผู้ชมไปยังเว็บอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เว็บท่าอาจให้บริการแบบทั่วไปคือ มีเว็บครบทุกหมวดหมู่ (General portal) หรือบริการเฉพาะ เช่น เว็บท่าสุขภาพ (Health portal), เว็บท่ามัลติมีเดีย (Multimedia portal), เว็บท่าข่าว (News portal) ปัจจุบันเว็บท่า (Web Portal) ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางการให้บริการข้อมูลและการบริการต่างๆ โดยมีทั้งข้อมูลและการบริการที่อยู่ภายในเว็บเอง และข้อมูลที่เชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์ต่างๆ เว็บท่าจึงเป็นแหล่งที่จะนำไปสู่เว็บไซต์อื่นๆ อีกมากมาย

การจัดประเภทของเว็บท่าโดย Arthur Tatnall (2005, p.4-7) สามารถแบ่งได้ดังนี้

1. General Portals เว็บท่าชนิดนี้จะรวบรวมลิงก์เพื่อนำไปสู่เว็บไซต์ที่ค้นหา โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะรวบรวมลิงก์ที่นำไปสู่สิ่งที่ผู้เข้าชมค้นหาให้ได้มากที่สุด โดยส่วนใหญ่ถูกพัฒนามาจากเครื่องมือค้นหา ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต และผู้ให้บริการ e-mail ซึ่งเว็บท่านี้ต้องการเป็นศูนย์กลางของความต้องการเพื่อผู้เข้าชม โดยมุ่งหวังจะให้ผู้เข้าชมกลับมาใช้งานอีกครั้งหากต้องการค้นหาสิ่งใดในอินเทอร์เน็ตซึ่งจะประสบความสำเร็จได้ถ้าสามารถให้ข้อมูล, บริการและลิงก์ที่ผู้เข้าชมต้องการ โดยมีบริการดังต่อไปนี้ฟรี e-mail, ระบบค้นหา, หมวดหมู่ข้อมูล, ระบบสมาชิก, ข่าว, บทความ, พื้นที่ให้ใช้งานของบุคคล, ห้องสนทนา, ร้านค้าออนไลน์ และสารบบเว็บ ทั้งยังสามารถหารายได้ได้โดยการขายโฆษณา โดยวัดความสำเร็จจากผู้เข้าชมของเว็บไซต์ และการทำให้ผู้ชมใช้เวลาในเว็บไซต์ให้นานที่สุดรวมทั้งนำผู้เข้าชมใหม่ๆ เข้ามาสม่ำเสมอ

2. Vertical Portals หรือเรียกอีกอย่างว่า VORTAL คือเว็บท่าประเภทที่เป็นเหมือนประตูไปสู่เรื่องราวเฉพาะทางโดยยึดตามอุตสาหกรรมเป็นหลัก โดยจะแบ่งตามสินค้าและบริการที่ใช้ในการแลกเปลี่ยนในท้องตลาด โดยจะมุ่งเน้นไปยังอุตสาหกรรม, เคมี, เหล็ก, ปิโตรเลียม และไม้ หรือแบ่งตามบริการเช่น ทำความสะอาด, อาหาร, ขนส่ง, จัดหางาน และโฆษณา หรือแบ่งตามความสนใจเช่น ดั้งแค้มป์, ปีนเขา หรือตกปลา

3. Horizontal Portals จะมุ่งเน้นทำการตลาดแบบแนวนอนโดยจะมุ่งไปยังพื้นที่นั้นๆ และมีข้อมูลทุกด้านเป็นเหมือนกับประตูทางผ่านไปสู่เรื่องราวที่ค่อนข้างจะหลากหลาย โดยที่เนื้อหาที่มีนั้น มักจะไม่ใช่ว่าเนื้อหาในเชิงลึกซึ่งส่วนมากมักจะเป็นเว็บไซต์ขนาดใหญ่ที่มีเนื้อหา

มากมายทั้งหาเพื่อน หางาน ข่าวสารต่างๆ บันเทิง กีฬาฯลฯ ตัวอย่างของเว็บท่าประเภทนี้คือ Yahoo.com หรือเว็บท่าของไทยอย่าง Sanook.com หรือ Siam2You.com

4. Community Portals เป็นเว็บท่าที่มีการตั้งกลุ่มผู้เข้าใช้งาน หรือตั้งกลุ่มเฉพาะโดยผู้เข้าชมจะแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน

5. Enterprise Information Portals หรือเรียกสั้นๆ ว่า EIP ซึ่งจะถูกนำไปใช้เป็นทางเข้าไปสู่เว็บภายในขององค์กร (Intranet) ซึ่งเป็นแหล่งความรู้ขององค์กรเองโดยถูกออกแบบเพื่อให้บุคลากรในองค์กรเข้าใช้งานและแลกเปลี่ยนข้อมูลกันภายในองค์กร โดยอาจมีรูปแบบหลากหลาย เช่น แบ่งเป็นหมวดหมู่ชัดเจน, สามารถค้นโดยใช้ระบบค้นหาจาก อินทราเน็ตได้, รับข่าวสารประจำวันขององค์กร, E-mail, เข้าใช้งานโปรแกรมขององค์กร, การจัดการเอกสาร, ลิงก์เพื่อไปยังเว็บไซต์ภายในองค์กรหรือเว็บไซต์ภายนอกขององค์กร และสุดท้ายคือความสามารถที่จะจัดการหน้าจอการใช้งานได้เอง

อีกจุดประสงค์หนึ่งคือเพื่อใช้เป็นเครื่องมือตัดสินใจโดยการให้ข้อมูลที่ถูกต้องแม่นยำ เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถตัดสินใจเรื่องต่างๆได้ถูกต้อง เช่น การจัดการส่วนบุคคล ทรัพยากรในองค์กร หรือการจัดการสนับสนุนพนักงานขายนอกพื้นที่

6. E-marketplace Portals คือเว็บท่าที่ถูกพัฒนาเพิ่มจาก EIP โดยจะมุ่งเน้นการใช้งานเชื่อมต่อระหว่างองค์กร (Extranet) เป็นหลักใช้ระหว่างธุรกิจด้วยกันเอง เช่น การสั่งซื้อสินค้าต่างๆ ยกตัวอย่างเช่น eba.ch ซึ่งผู้ที่เข้ามาใช้บริการจะเป็นผู้ผลิตชิ้นส่วนของนาฬิกาชื่อดังเช่น Omega, Rado, Longines, Tissot, Certina, และ Swatch โดยจะหาหรือเรื่องต่างๆ ผ่านเว็บไซต์นี้ไม่เพียงเท่านั้นยังสามารถใช้เพื่อการทำธุรกรรมระหว่างผู้ประกอบการกับลูกค้าได้อีกด้วย ที่เห็นได้ชัดคือ amazon.com เว็บไซต์ขายหนังสือออนไลน์ขนาดใหญ่

7. Personal/Mobile Portals โดยจะใช้วิธีการตามกระแสของผู้ที่ใช้งานคอมพิวเตอร์ ตั้งโต๊ะ โทรศัพท์เคลื่อนที่โดยจะใช้โปรแกรมที่เขียนขึ้นมาเพื่อกลุ่มผู้ใช้เครื่องมือดังกล่าวเพื่อติดต่อกันภายในกลุ่ม ไม่เพียงเท่านั้นบางโปรแกรมสามารถที่จะทำให้ติดต่อสื่อสารระหว่างเครือข่าย

8. Information Portals โดยส่วนมากจะถูกนำไปรวมอยู่กับเว็บท่าอื่นๆ หรือจะถูกแยกออกมาเดี่ยวๆ ก็ได้ขึ้นอยู่กับข้อมูลของเว็บไซต์เอง เช่น msn.espn.go.com จะเน้นไปยังกลุ่มเป้าหมายเพศชาย อายุ 18-34 ปี ส่วน ivillage.co.uk มุ่งไปยังกลุ่มเพศหญิงหรือบางแห่งจะเปิดให้ใช้บริการก็ต่อเมื่อเสียค่าใช้จ่ายเพื่อเป็นสมาชิกเท่านั้น จึงจะเข้าไปสู่ข้อมูลข่าวสารได้

พัฒนาการของเว็บท่าสู่โลกธุรกิจจากการเป็นผู้ให้บริการระบบสืบค้น หรือการจัดการข้อมูลเป็นหมวดหมู่เพื่อความสะดวกในการหาข้อมูลของผู้เข้าชม จากนั้นจึงพัฒนาไปสู่การซื้อขายทางอินเทอร์เน็ตซึ่งได้รับความนิยมอย่างมาก มีการคาดการณ์ว่าเว็บท่าจะเป็นตัวสร้างรายได้ในโลกออนไลน์ทั้งการเป็นต้นแบบการทำธุรกิจสำหรับธุรกิจอื่น จะเห็นได้ว่าเว็บท่าไม่เพียงเป็นสื่อกลางให้กับบริษัทต่างๆ ไปสู่ผู้บริโภคแต่ได้พัฒนาจากผู้ผลิตไปยังพ่อค้าคนกลางอีกด้วยโดยใช้วิธีสร้างแบนด์ให้แพร่หลายไปสู่ผู้บริโภคแต่ได้พัฒนาจากผู้ผลิตไปยังพ่อค้าคนกลางอีกด้วยโดยใช้วิธีสร้างแบนด์ให้แพร่หลายไปสู่ตลาดรวมทั้งพัฒนาการสู่การเป็นช่องทางสำคัญของการทำการตลาดออนไลน์ที่สร้างเม็ดเงินจำนวนมหาศาลให้หมุนเวียนอยู่บนพื้นที่ออนไลน์ในปัจจุบัน

อีกส่วนประกอบที่สำคัญของเว็บท่าคือสารบบเว็บ (Web Directory) ด้วยปริมาณเว็บไซต์ที่มีอยู่มากมายบนโลกนี้เองจึงเป็นเรื่องยากของผู้ใช้งานที่จะค้นหาเว็บไซต์ที่สนใจ วิธีที่ดีที่สุดในการเข้าถึงข้อมูลคือมีศูนย์กลางที่ให้บริการรวบรวมรายชื่อเว็บไซต์ ซึ่งเรียกระบบดังกล่าวว่าสารบบเว็บอาจกล่าวได้ว่าสารบบเว็บเป็นบริการหลักของเว็บท่าก็ได้ การทำงานของสารบบเว็บคือการแบ่งข้อมูลออกเป็นหมวดหมู่ตามเกณฑ์เฉพาะของผู้สร้าง โดยจะมีการรวบรวมรายชื่อของเว็บไซต์หรือแหล่งข้อมูลต่างๆ เอาไว้ พร้อมจำแนกข้อมูลของเว็บไซต์ออกเป็นกลุ่มตามลักษณะของข้อมูลที่อยู่ภายในรวมไปถึงสามารถเชื่อมโยงไปที่เว็บไซต์เหล่านั้น

เครื่องมือสำคัญของสารบบเว็บในเว็บท่าคือ Search Engine เป็นเครื่องมือค้นหาข้อมูลใน สารบบเว็บที่ได้มีการจัดเรียงไว้เรียบร้อยแล้ว ซึ่งเครื่องมือในการสืบค้นข้อมูลนี้จะทำงานโดยเริ่มจากผู้พิมพ์ข้อความที่ต้องการค้นหาในกล่องค้นหา จากนั้นระบบจะเริ่มค้นคว้าเว็บไซต์ที่มีเนื้อหาเชื่อมโยงกับข้อความที่พิมพ์ลงในกล่องค้นหา โดยจะเรียงลำดับเว็บไซต์ตามความใกล้เคียงของข้อความตามความสัมพันธ์มากไปหาน้อย

ปัจจุบันเครื่องมือค้นหาหรือ Search Engine ได้มีการนำมาประยุกต์เพื่อหารายได้ให้กับเว็บท่าซึ่งถือเป็นเทคนิคการโฆษณาประเภทหนึ่งใช้สำหรับโฆษณาเว็บไซต์ผ่านการค้นหาการลงโฆษณาวิธีนี้จะแสดงการโฆษณาที่หน้าผลการค้นหา ในส่วนผู้สนับสนุนที่อยู่ด้านบนด้านข้างและด้านขวามือเมื่อผู้เยี่ยมชมเห็นคำโฆษณาและคลิกเพื่อเข้าชมเว็บไซต์ที่โฆษณานั้น ผู้ลงโฆษณาจะต้องเสียค่าบริการเป็นค่าการคลิกเข้าชมในแต่ละครั้งในรูปแบบ Cost Per Click (CPC) ซึ่งแต่ละเว็บไซต์อาจคิดอัตราค่าลงโฆษณาในอัตราหรือรูปแบบที่แตกต่างกัน โดยผู้ลงโฆษณาแต่ละรายต้องประมูล (Bid) คำสำคัญที่ใช้ในการสืบค้นแข่งขันกันผู้ที่ให้ราคาสูงกว่าก็จะอยู่ในตำแหน่งที่ดีกว่าในหน้าผลการค้นหา

การทำโฆษณาผ่าน Search Engine นับเป็นรูปแบบโฆษณาที่กำลังบุกหนักในตลาดโฆษณา ทำให้ทุกพื้นที่ในเว็บมีค่าและแนบเนียนไม่ทำให้ผู้ชมเว็บไซต์เกิดความเบื่อหน่ายจากโฆษณา เพราะเป็นการใช้ข้อความเพียงอย่างเดียวในการทำโฆษณาไม่ใช้ภาพกราฟิกแบบแบนเนอร์อย่างที่เคย การใช้ภาพอินเตอร์แอคทีฟเคลื่อนไหวที่ดูทันสมัยอาจสร้างความน่าสนใจในการเข้าชมครั้งแรก แต่หากมีจำนวนมากจนเกินไปอาจเกิดความเบื่อหน่ายขึ้นมาก็เป็นได้

การทำโฆษณาผ่านเว็บไซต์บริการค้นหาข้อมูล จะทำให้สินค้าและบริการประสบความสำเร็จได้ง่าย ด้วยโอกาสที่จะมีการคลิกเข้าไปเว็บไซต์ที่มีบริการและสินค้าที่ต้องการอยู่แล้วนั้นมีมาก หากจะพูดถึงความเหมาะสมในการใช้บริการโฆษณาผ่านเว็บไซต์บริการค้นหาเป็นแนวทางหนึ่งของการเพิ่มยอดขายรวมถึงการสนับสนุนการสร้างตราสินค้า เนื่องจากการนำเว็บไซต์ให้สามารถเชื่อมโยงจากเว็บไซต์ที่ได้รับความนิยมถือเป็นประตูด่านแรกในการแนะนำผู้บริโภคให้รู้จักสินค้าหรือบริการนั้นๆ

เว็บท่าถือเป็นช่องทางหนึ่งในการทำธุรกิจออนไลน์ที่สร้างรายได้ให้เจ้าของเว็บไซต์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายได้หลักที่มาค่าบริการโฆษณาในรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น ป้ายโฆษณา (Banners), การโฆษณาผ่านการคลิก (Pay-per click ads) และการโฆษณาด้วยการแลกเปลี่ยนลิงก์ เป็นต้น ด้วยความหลากหลายของโฆษณาออนไลน์ทำให้สินค้าที่ลงโฆษณาเป็นที่รู้จัก โดยเฉพาะหากลงในเว็บท่าที่มีชื่อเสียงหรือได้รับความนิยมอยู่แล้วถือเป็นอีกช่องทางที่สำคัญในการทำโฆษณาของสินค้าและบริการในยุคการสื่อสารที่อินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทในทุกพื้นที่ ด้วยการทำโฆษณาออนไลน์ที่สามารถพิสูจน์ให้เห็นถึงประสิทธิภาพที่แตกต่างจากสื่อโฆษณาหลักอย่างโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ตรงที่มีต้นทุนในการโฆษณาต่อคนต่ำกว่าหลายเท่าตัว ขณะที่มีประสิทธิภาพที่สามารถระบุกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการสื่อสารได้แม่นยำกว่า

ทอม ศรีวรกุล กรรมการผู้จัดการ บริษัท แอดแม็กซ์ ประเทศไทย ผู้ให้บริการธุรกิจโฆษณาออนไลน์ในภูมิภาคอาเซียน กล่าวว่า ตลาดโฆษณาออนไลน์ในไทยปีพ.ศ. 2551 ที่ผ่านมามีมูลค่าประมาณ 22 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (770 ล้านบาท) คิดเป็นร้อยละ 30 ของมูลค่าตลาดโฆษณาออนไลน์ในอาเซียน และเป็นอันดับ 2 รองจากสิงคโปร์ โดย ปี 2551 โฆษณาออนไลน์ไทยมีการเติบโตประมาณร้อยละ 48 เทียบจากปีก่อนหน้า ขณะที่ปี 2552 คาดว่าตลาดโฆษณาออนไลน์จะมีการเติบโตอีก 4-5 เท่า เพราะจากสภาพเศรษฐกิจและสถานการณ์ต่างๆ ทำให้หลายบริษัทลดงบโฆษณาทีวีและหนังสือพิมพ์ และหันมาใช้โฆษณาออนไลน์มากขึ้น แต่ยังไม่ได้เลิกใช้สื่อใดสื่อหนึ่ง โดยคาดว่าปีนี้มูลค่าตลาดโฆษณาออนไลน์จะมีสัดส่วนร้อยละ 4-5 ของมูลค่าตลาดโฆษณาทั้งหมด จากปัจจุบันมีสัดส่วนร้อยละ 1 เท่านั้น

ตั้งแต่ปลายปีที่ผ่านมามีโฆษณาออนไลน์เริ่มมีบทบาทขึ้นในตลาดโฆษณาเมืองไทย มีตัวแทน (Agency) รายใหม่ๆ เกิดขึ้นมาทำให้ตัวแทนรายเดิมต้องปรับตัวเพื่อรับกับการโฆษณาในรูปแบบดิจิทัลมีเดีย รวมไปถึงเว็บไซต์รายใหญ่ก็เริ่มให้ความสำคัญกับการโฆษณาผ่านออนไลน์และเข้ามาบุกตลาดในเมืองไทยมากขึ้น อย่าง hi5.com เว็บไซต์ในลักษณะ Social Network รายใหญ่ระดับโลกที่เข้ามาทำตลาดในเมืองไทยอย่างจริงจัง โดยมีบริษัท Topspace ตัวแทนโฆษณาเป็นผู้ดูแลพื้นที่การโฆษณา รวมไปถึงการดูแลพื้นที่โฆษณาออนไลน์ให้กับเว็บ sanook.com, MCOT.net เป็นต้น (ทอม ศรีวรกุล, 2552)

เว็บทำโฮสต์เสิร์ช (hostsearch.com)

ด้วยความน่าสนใจของธุรกิจออนไลน์ ผสมผสานกับการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องของการทำการตลาดออนไลน์ จากการเล็งเห็นอีกช่องทางในการทำธุรกิจออนไลน์จากการมองเห็นโอกาสจากกลุ่มผู้ใช้จ่ายเงินในสื่อโฆษณาออนไลน์ขนาดคือผู้ประกอบการธุรกิจ Web hosting ถือเป็นจุดกำเนิดที่สำคัญของเว็บทำโฮสต์เสิร์ช เว็บทำที่เปรียบเสมือนสมุดหน้าเหลืองที่รวบรวมเว็บไซต์ผู้ให้บริการเช่าพื้นที่บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Web hosting) รวมทั้งเป็นเว็บไซต์ที่ให้ความรู้ต่างๆ ที่เกี่ยวกับบริการ Web hosting ซึ่งผู้สนใจสามารถเข้ามาหาข้อมูลได้อย่างครบถ้วนก่อนเลือกใช้บริการ

เว็บทำโฮสต์เสิร์ชก่อตั้งเมื่อเดือนธันวาคม พ.ศ.2540 โดยชาญชนม์ ลวิตรังสิมา ด้วยการวางนโยบายให้เว็บทำโฮสต์เสิร์ช คือการให้เว็บทำโฮสต์เสิร์ชเป็นชื่อแรกๆ ที่ผู้ต้องการซื้อบริการ Web Hosting นี้ถึงและเป็นเว็บที่ดีที่สุดสำหรับผู้ให้บริการ Web Hosting ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์บริการของตน

ตลอดเวลาของการทำธุรกิจกว่าสิบปี เว็บทำโฮสต์เสิร์ชประสบความสำเร็จในตลาดออนไลน์เป็นอย่างมาก แม้จะมีคู่แข่งที่เกิดขึ้นท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีแต่เว็บทำโฮสต์เสิร์ชก็ยังสามารถครองตำแหน่งในอันดับต้นๆ ของวงการได้ตลอดมา

เว็บทำโฮสต์เสิร์ชถือเป็นเว็บทำที่มีความน่าสนใจทั้งในเรื่องของเนื้อหาและการทำธุรกิจ เนื่องจากมีการเจาะกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนในรูปแบบเฉพาะกลุ่ม (Niche Audience) คือกลุ่มที่สนใจบริการ Web hosting ซึ่งมีคู่แข่งในตลาดตลาดไม่มากนักโดยคู่แข่งที่สำคัญคือ webhostdir.com, tophosts.com และthewhir.com รวมทั้งการมีระบบค้นหาอันครอบคลุมซึ่งถือเป็นจุดเด่นของเว็บทำโฮสต์เสิร์ชที่สร้างรายได้หลักจากค่าสมัครสมาชิกแรกเข้า การขายพื้นที่โฆษณา แบนเนอร์โฆษณา ซึ่งมีหลากหลายรูปแบบทั้งขนาด, ระยะเวลาในการลงโฆษณา,

ตำแหน่งในการวางแผนเนื้อหาโฆษณาบนหน้าเว็บ และการสร้างรายได้จากระบบสืบค้น จากการดำเนินธุรกิจที่ผ่านมามีการสร้างควมพึงพอใจให้ลูกค้ามาลงโฆษณาถูกคำแรกของเว็บท่าไฮสท์เสิร์ชก็ยังคงใช้บริการจนถึงทุกวันนี้

เว็บท่าไฮสท์เสิร์ชนับเป็นธุรกิจออนไลน์ที่มีเอกลักษณ์แตกต่างจากเว็บท่าอื่นคือเน้นตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) โดยเฉพาะในประเทศไทยที่มีการทำธุรกิจแบบจำเพาะเพียงเจ้าเดียว รวมไปถึงเว็บไซต์ลักษณะนี้ทั่วโลกยังมีจำนวนไม่มากนัก ทั้งการทำธุรกิจเว็บท่าเป็นการทำธุรกิจที่มีต้นทุนต่ำเพียงมีเว็บไซต์เป็นของตนเองผนวกกับการบริหารจัดการระบบและโปรโมทให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างก็สามารถเริ่มต้นธุรกิจได้

ด้วยเหตุนี้จึงเป็นที่มาของการศึกษาการบริหารงานธุรกิจเว็บท่า ซึ่งเป็นอีกหนึ่งประเภทของการทำธุรกิจออนไลน์ในครั้งนี ว่ารูปแบบการดำเนินธุรกิจเช่นไรเพื่อให้ธุรกิจสามารถอยู่รอดในตลาดได้ อันเป็นอีกแนวทางหนึ่งที่จะนำไปเป็นประโยชน์ และพัฒนาธุรกิจเว็บท่ารวมทั้งออนไลน์อื่นๆ ต่อไปในอนาคต

ปัญหำนำวิจัย

1. ธุรกิจการให้บริการของเว็บท่าไฮสท์เสิร์ชเป็นอย่างไร
2. นโยบายการบริหารจัดการเว็บท่าไฮสท์เสิร์ชเป็นอย่างไร
3. ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการบริหารจัดการเว็บท่าไฮสท์เสิร์ช ประกอบด้วยปัจจัยใดบ้าง
4. แนวโน้มการดำเนินธุรกิจในอนาคตของเว็บท่าไฮสท์เสิร์ชมีแนวโน้มเช่นไร

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อศึกษารูปแบบการให้บริการของเว็บท่าไฮสท์เสิร์ช
2. เพื่อศึกษาการบริหารจัดการเว็บท่าไฮสท์เสิร์ช
3. เพื่อศึกษาปัจจัยแวดล้อมทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อการบริหารจัดการเว็บท่าไฮสท์เสิร์ช
4. เพื่อศึกษาแนวโน้มการดำเนินธุรกิจในอนาคตของเว็บท่าไฮสท์เสิร์ช

ขอบเขตการศึกษา

ในการจัดทำรายงานโครงการเฉพาะบุคคลฉบับนี้จะศึกษาถึงรูปแบบการให้บริการ ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการทำงานทั้งภายในและภายนอก รวมทั้งศึกษาแนวทางการดำเนินธุรกิจในอนาคต วิธีการศึกษาใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview)

นิยามศัพท์

อินเทอร์เน็ต (Internet) หมายถึง เครือข่ายคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่ ที่มีการเชื่อมต่อระหว่างเครือข่ายหลายๆ เครือข่ายทั่วโลก โดยใช้ภาษาที่ใช้สื่อสารกันระหว่างคอมพิวเตอร์ที่เรียกว่า โพรโทคอล (Protocol) ผู้ใช้เครือข่ายนี้สามารถสื่อสารถึงกันได้ในหลายๆ ทาง อาทิเช่น อีเมล เว็บบอร์ด และสามารถสืบค้นข้อมูลและข่าวสารต่างๆ รวมทั้งคัดลอกแฟ้มข้อมูลและโปรแกรมมาใช้ได้

เวิลด์ไวด์เว็บ (World Wide Web: WWW) หมายถึง พื้นที่ที่เก็บข้อมูลข่าวสารที่เชื่อมต่อกันทางอินเทอร์เน็ต โดยการกำหนด URL เป็นบริการที่ได้รับความนิยมมาก เนื่องจากสามารถนำเสนอข้อมูลในรูปแบบที่เข้าใจง่ายมีความน่าสนใจ ในรูปแบบภาพ ตัวอักษร และเสียง

เว็บท่า (Web Portal) หมายถึง เว็บที่รวบรวมลิงค์เว็บไซต์ และบทความต่างๆ โดยการจัดหมวดหมู่ให้ดูง่าย และมีหน้าที่นำพาผู้ชมไปยังเว็บอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เว็บท่า อาจให้บริการแบบทั่วไป คือ มีเว็บครบทุกหมวดหมู่ หรือบริการเฉพาะ เช่น เว็บท่าสุขภาพ (Health Portal) เว็บท่ามัลติมีเดีย (Multimedia Portal) เว็บท่าข่าว (News Portal) ซึ่งเว็บท่าโฮสต์เสิร์ช เป็นเว็บท่าผู้ให้บริการเช่าพื้นที่บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Web Hosting Portal)

เว็บท่าโฮสต์เสิร์ช (hostsearch.com) หมายถึง เว็บไซต์สืบค้นข้อมูลบริษัทผู้ให้บริการเช่าพื้นที่บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต แหล่งรวมความรู้เกี่ยวกับให้บริการเช่าพื้นที่บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และเป็นเว็บไซต์ธุรกิจออนไลน์ที่ขายบริการโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต

เว็บโฮสติ้ง (Web Hosting) หมายถึง รูปแบบการให้บริการที่อนุญาตให้ผู้ให้บริการสามารถนำเว็บเพจของตนเองมาฝากเพื่อออนไลน์บนอินเทอร์เน็ตได้ ซึ่งเว็บโฮสต์นี้มีอีกชื่อหนึ่งว่า HSP ย่อมาจาก Hosting Service Provider หรือผู้ให้บริการโฮสติ้งโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เว็บไซต์นั้นสามารถมองเห็นได้บนอินเทอร์เน็ตทุกเว็บไซต์ที่ออนไลน์บนอินเทอร์เน็ตจะต้องได้รับการฝาก หรือเก็บไว้บนคอมพิวเตอร์พิเศษที่เรียกว่าเว็บเซิร์ฟเวอร์

โฆษณาออนไลน์ หมายถึง การสื่อสารด้วยข้อความโฆษณาหรือด้วยภาพโฆษณาเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการในรูปแบบต่างๆ ไปยังผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายทางสื่ออินเทอร์เน็ต

ป้ายโฆษณาออนไลน์ (Banner) หมายถึง รูปแบบหนึ่งของการโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตมีลักษณะเป็นแถบสี่เหลี่ยมขนาดต่างๆ ซึ่งออกแบบให้มีทั้งภาพและคำโฆษณาซึ่งอยู่ในรูปแบบของภาพกราฟิก สามารถเชื่อมโยงเว็บไซต์ถึงกันได้ และถูกจัดวางในตำแหน่งที่จ้องไว้เพื่อการลงโฆษณาในเว็บไซต์โดยเฉพาะ

บิท (Bid) หมายถึง การทำโฆษณาในรูปแบบการสืบค้นโดยผู้ลงโฆษณาที่มีจำนวนบิทสูงจะถูกคัดเลือกให้อยู่ในตำแหน่งอันดับต้นๆ ของผลการสืบค้นหาโดยเรียงลำดับจากจำนวนการบิทจากมากไปหาน้อย

การบริหารจัดการเว็บท่าโฮสต์เสิร์ช หมายถึง แนวทางในการบริหารงานขององค์กร อันจะนำไปสู่ความสำเร็จของเว็บท่าโฮสต์เสิร์ช ประกอบด้วยการจัดการโครงสร้างองค์กร แนวทางการวางนโยบาย การจัดการกลุ่มลูกค้า การประเมินความสำเร็จของธุรกิจ และการบริหารความเสี่ยง

รูปแบบการให้บริการของเว็บท่าโฮสต์เสิร์ช หมายถึง บริการพื้นฐานที่มีบนเว็บท่าโฮสต์เสิร์ช อันประกอบด้วย บริการรวบรวม Web Hosting, บริการด้านข้อมูลข่าวสารและเนื้อหา และบริการด้านการตลาดออนไลน์

ปัจจัยภายใน หมายถึง องค์กรประกอบภายในที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของเว็บท่าโฮสต์เสิร์ชทั้งทางตรงและทางอ้อมอันได้แก่ บุคลากร งบประมาณ เทคโนโลยี

ปัจจัยภายนอก หมายถึง องค์กรประกอบภายนอกที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของเว็บท่าโฮสต์เสิร์ชทั้งทางตรงและทางอ้อมอันได้แก่ เศรษฐกิจ คู่แข่ง กลุ่มเป้าหมาย

แนวโน้มการดำเนินธุรกิจ หมายถึง นโยบายการดำเนินธุรกิจ และแผนงานขยายธุรกิจในอนาคตของเว็บท่าโฮสต์เสิร์ช

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงแนวทางการดำเนินธุรกิจเว็บไซต์โฮสต์เสิร์ช เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจเว็บไซต์ทั้งในประเภทเดียวกันและประเภทอื่นๆ
2. ทราบถึงการบริหารจัดการธุรกิจเว็บไซต์โฮสต์เสิร์ช เพื่อใช้เป็นแนวทางในการบริหารธุรกิจเว็บไซต์ทั้งในประเภทเดียวกันและประเภทอื่น
3. ทราบถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการบริหารเว็บไซต์
4. เพื่อเป็นประโยชน์และใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้สนใจในการทำธุรกิจเว็บไซต์ประเภทอื่น