

สารบัญภาพประกอบ

ภาพที่	หน้า
2.1 องค์ประกอบของเว็บไซต์ที่มีผลต่อระดับความเชื่อถือเว็บไซต์.....	13
2.2 เหตุผลของผู้ที่ไม่ซื้อสินค้าหรือบริการทางอินเทอร์เน็ต จากผลการสำรวจกลุ่ม ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2552.....	15
2.3 คะแนนความน่าเชื่อถือเว็บไซต์ของผู้ที่มีประสบการณ์และผู้ที่ไม่มีประสบการณ์ ในการซื้อสินค้าออนไลน์.....	20
2.4 ตัวอย่างโครงสร้างของต้นไม้ตัดสินใจ	23
2.5 ตัวอย่างโครงสร้างของโครงข่ายประสาทเทียม	27
2.6 ตัวอย่างความเป็นสมาชิกของเซตทวินัย	32
2.7 ตัวอย่างความเป็นสมาชิกของเซตคลุมเครือ	32
2.8 โมเดลที่ออกแบบมาสำหรับการประเมินระดับความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ด้วย ตรรกศาสตร์คลุมเครือ.....	40
3.1 หน้าจอของแบบสอบถามออนไลน์ ส่วนที่ 1	50
3.2 หน้าจอของแบบสอบถามออนไลน์ ส่วนที่ 2	51
3.3 ตัวอย่างเว็บเพจของสัญลักษณ์การรับรองการรักษาข้อมูลบัตรเครดิต.....	54
3.4 การทดสอบชุดข้อมูลแบบไขว้ข้ามสิบชุด (10 fold cross validation)	61
3.5 การเตรียมข้อมูลของโครงข่ายประสาทเทียม.....	63
3.6 โมเดลของตรรกศาสตร์คลุมเครือที่ประกอบด้วยอินพุต 5 ตัวแปร และเอาต์พุต 1 ตัวแปร	66
3.7 ฟังก์ชันการเป็นสมาชิกแบบกึ่งเซียน 2 ฟังก์ชัน สำหรับแต่ละตัวแปรอินพุต และ เอาต์พุตที่มีค่าพารามิเตอร์สำหรับฟังก์ชัน (0.5, 1) และ (0.5, 3).....	66
ง.1 หน้าแรกของเว็บไซต์ที่สร้างขึ้นเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามเข้ามาประเมินระดับ ความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์	110
ง.2 หน้าที 2 ของเว็บไซต์ที่สร้างขึ้นเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามเข้ามาประเมินระดับ ความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์	111
ง.3 หน้าที 3 ของเว็บไซต์ที่สร้างขึ้นเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามเข้ามาประเมินระดับ ความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์	112

จ.1	ข้อความที่ประกาศในเว็บไซต์ www.vchakarn.com เพื่อให้อาสาสมัครช่วย เข้าไปในเว็บไซต์ที่ได้สร้างไว้เพื่อประเมินระดับความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ ...	113
จ.2	ข้อความที่ประกาศในเว็บไซต์ www.pantip.com เพื่อให้อาสาสมัครช่วยเข้าไป ในเว็บไซต์ที่ได้สร้างไว้เพื่อประเมินระดับความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์	114