

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากอดีตจนถึงปัจจุบันวิวัฒนาการทางด้านเทคโนโลยีได้มีการพัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่องในทุกวันนี้ได้มีเทคโนโลยีใหม่ๆ เกิดขึ้นมากมาย โดยเฉพาะเทคโนโลยีด้านการติดต่อสื่อสารโทรคมนาคมที่ทันสมัย เช่นเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และระบบฐานข้อมูล รวมทั้งเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตที่อยู่ภายใต้ระบบคอมพิวเตอร์ได้ถูกพัฒนาการให้สามารถให้บริการในระดับความเร็วสูง ราคาถูกและใช้ได้ทั่วไป ช่วยให้ผู้คนในโลกสามารถเข้าถึงและถ่ายทอดข่าวสารข้อมูลถึงกันอย่างง่ายดายจนทำให้อินเทอร์เน็ตกลายเป็นเทคโนโลยีพื้นฐานที่ทุกคนสามารถเข้าใช้บริการได้ทุกที่ทุกเวลาทั่วทุกมุมโลก จากการให้บริการที่หลากหลายผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ตส่งผลให้ยอดจำนวนของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลกเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว จากผลสำรวจผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จากอินเทอร์เน็ตเวิลด์สแตตส์จากปี พ.ศ. 2543 ถึงเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2551 พบว่ามีจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลกกว่า 1,460 ล้านคน ในอเมริกาเหนือและอเมริกาใต้ มีผู้ใช้งานกว่า 387 ล้านคน โดยมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้น 1.3 เท่า ในเอเชียมีจำนวนผู้ใช้งานกว่า 587 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 39.5 ของผู้ใช้ทั่วโลก มีจีนเป็นประเทศที่มีจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุดในโลกคือ 253 ล้านคน โดยมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้น 4 เท่า ในยุโรปมีจำนวนผู้ใช้งานกว่า 384 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 26.3 ของผู้ใช้ทั่วโลก โดยมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้น 2.66 เท่า ส่วนในออสเตรเลียและโอเชียเนียมีจำนวนผู้ใช้งานกว่า 20 ล้านคน อัตราการเติบโตเพิ่มขึ้น 1.65 เท่า ในตะวันออกกลาง มีจำนวนผู้ใช้งานกว่า 41 ล้านคน มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้น 11.7 เท่า และในแอฟริกา มีจำนวนผู้ใช้งานกว่า 51 ล้านคน มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้น 10.3 เท่า และจำนวนประชากรของโลกมีประมาณ 6,676 ล้านคน แต่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีเพียง 1,460 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 21.9 จะเห็นว่าปริมาณการใช้เน็ตของประชากรโลกจะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอีกมากในอนาคต ด้วยความสะดวกในการเข้าถึงติดต่อเชื่อมโยงข้อมูลทำให้ลดข้อจำกัดทางด้านเวลาและการเดินทาง เป็นผลให้พัฒนาการทางการติดต่อสื่อสารทางด้านต่างๆ เช่น ด้านสังคม ด้านการศึกษา ด้านการค้า และด้านเศรษฐกิจ ทั่วโลกได้ก้าวหน้าขึ้นอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว

เครื่องมือในการค้นหาข้อมูลจากเว็บไซต์ที่เรียกว่า โปรแกรมการค้นหาข้อมูลหรือเสิร์ชเอนจิน (Search Engine) จัดเป็นเครื่องมือในการค้นหาข้อมูล ข่าวสาร ที่น่าอัศจรรย์ยิ่ง เพราะว่า

ในโลกของอินเทอร์เน็ตข้อมูลที่บรรจุอยู่ในเว็บไซต์นับล้านบนอินเทอร์เน็ตมีมากมายมหาศาล การที่ผู้สืบค้นจะค้นหาข้อมูลที่เราต้องการจากจำนวนข้อมูลที่มีมากมาย ไม่ใช่เรื่องง่าย ที่ผู้สืบค้นจะค้นหาเจอได้ จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะมีเครื่องมือที่จะช่วยค้นหาข้อมูลที่ต้องการได้อย่างรวดเร็ว เสิร์ชเอนจิน จึงเป็นเครื่องมือที่กำเนิดขึ้นมาเพื่อช่วยอำนวยความสะดวก รวดเร็ว

เสิร์ชเอนจินเป็นโปรแกรมที่ถูกออกแบบมาให้เป็นตัวช่วยเหลือในการค้นหาข้อมูลที่เก็บไว้ในระบบคอมพิวเตอร์เช่นระบบ World Wide Web (www) ระบบของเสิร์ชเอนจิน เชื้อให้ผู้ใช้งานสามารถค้นหาข้อมูล คีย์เวิร์ดหรือข้อความสั้นๆ ที่ผู้ใช้ป้อนข้อมูลเข้าไป แล้วทำการค้นหาคำหรือข้อมูลที่ได้ป้อนลงไป และแสดงผลการค้นหาเป็นรายชื่อเว็บไซต์ หรือข้อมูลที่ตรงตามเงื่อนไขที่ต้องการ

ปัจจุบันเว็บไซต์ที่เป็นเสิร์ชเอนจินมีอยู่มากมายทั้งที่เป็นของคนไทยและของต่างชาติ สามารถนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการศึกษาค้นคว้าหาความรู้จากข้อมูลที่สืบค้นได้ของผู้คนทุกระดับหลากหลายสาขา และมีส่วนเพิ่มความสำคัญในธุรกิจการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น เนื่องจากการติดต่อธุรกิจทางออนไลน์นั้นจะต้องอาศัยการค้นหาข้อมูลเพื่อการติดต่อและเข้าถึงข้อมูลที่ต้องการ การใช้เสิร์ชเอนจิน เป็นเครื่องมือจะทำให้สามารถค้นหาข้อมูลที่ต้องการได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ จึงได้รับความนิยมใช้กันอย่างแพร่หลายด้วยกระแสที่ร้อนแรงของอินเทอร์เน็ต ทำให้เสิร์ชเอนจินกลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการทำตลาดออนไลน์ที่ช่วยให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลกสามารถรู้จักและค้นพบข้อมูลในทุกๆ เรื่องได้อย่างรวดเร็วตรงกับความต้องการของผู้ค้นหามากที่สุดจากการพัฒนามาอย่างต่อเนื่อง ในปัจจุบันนี้เสิร์ชเอนจินที่ได้รับการยอมรับว่าดีที่สุดในโลกคือกูเกิล (Google)

กูเกิล (Google, Inc) เป็นบริษัทมหาชน (NASDAQ: GOOG) ก่อตั้งเมื่อ ค.ศ. 1998 ที่แมนเทนิว รัฐแคลิฟอร์เนีย โดยมีบุคลากรหลักคือ Eric E. Schmidt เป็น CEO/ผู้อำนวยการ เซอร์เกย์ บริน (Sergey Brin) เป็นประธานฝ่ายเทคโนโลยี ลาร์รี เพจ (Larry Page) เป็นประธานฝ่ายผลิตภัณฑ์ มีรายได้ 7.14 พันล้านเหรียญ (2006) มีพนักงาน 10,000 คน ผู้ก่อตั้ง กูเกิล (Google) คือ เซอร์เกย์ บริน และลาร์รี เพจ มีประวัติโดยย่อดังนี้

เซอร์เกย์ บริน (Sergey Brin) มีชื่อเต็มว่า เซอร์เกย์ มิคาอิลโลวิช บริน เป็นชาวอเมริกันเชื้อสายรัสเซีย เกิดเมื่อวันที่ 21 สิงหาคม ปี ค.ศ. 1973 ที่เมืองมอสโก ประเทศรัสเซีย ในปี ค.ศ. 1979 ครอบครัวของเขาย้ายมาอยู่ที่ประเทศสหรัฐอเมริกาพื้นฐานทางวิชาการของครอบครัวดี เนื่องจาก บิดาของเขาเป็นนักคณิตศาสตร์เคยทำงานที่หน่วยวางแผนกลางแห่งโซเวียต (Gosplan) เป็นเวลาสิบปี ปัจจุบันทำงานเป็นอาจารย์ในมหาวิทยาลัยปาร์กแห่งรัฐแมริแลนด์ โดย

มีผลงานตีพิมพ์ทางคณิตศาสตร์ตั้งแต่เรขาคณิต จนถึงระบบกลศาสตร์อันซับซ้อน ส่วนมารดาเป็น นักวิทยาศาสตร์ที่ศูนย์การบินอวกาศกอดดาร์ดขององค์การนาซา ทำงานเกี่ยวกับการจำลอง สภาพอากาศที่จะมีผลต่อการเดินทางในอวกาศ

เซอร์เกย์ บริน มีความสนใจด้านคอมพิวเตอร์และคณิตศาสตร์ ด้วยเหตุที่ได้โตมาในยุค ที่คอมพิวเตอร์กำลังมีการพัฒนาและตื่นตัวและการมีบิดาเป็นนักคณิตศาสตร์ เขาได้รับ คอมพิวเตอร์เครื่องแรกเป็นของขวัญวันเกิดจากบิดาเมื่ออายุได้ 9 ขวบ เซอร์เกย์เริ่มเรียนที่โรงเรียน เพนต์บรานซ์มอนเตสเซอร์รี่รัฐแมริแลนด์ แต่ต่อมาเขาก็เริ่มเรียนที่บ้านเอง เซอร์เกย์เข้าเรียนระดับ มหาวิทยาลัยที่วิทยาลัยมิชิแกน และได้รับปริญญาตรีในปี ค.ศ. 1993 ด้วยคะแนนเกียรตินิยมทาง คณิตศาสตร์และคอมพิวเตอร์ ด้วยวัยเพียง 19 ปี เขาเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโททางด้าน วิทยาศาสตร์คอมพิวเตอร์ที่มหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด

ลาร์รี เพจ (Larry Page) มีชื่อจริงว่า ลอร์เรนซ์ อี. เพจ เกิดเมื่อวันที่ 26 มีนาคม ค.ศ. 1973 ณ เมืองแอนอาร์เบอร์ มลรัฐมิชิแกน ประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นชาวอเมริกันเชื้อสายยิว บิดา ของเขามีชื่อว่า คาร์ล วิกเตอร์ เพจ เป็นหนึ่งในนักศึกษารุ่นแรกที่ได้รับปริญญาสาขาคอมพิวเตอร์ จากมหาวิทยาลัยแห่งรัฐมิชิแกน และจบปริญญาเอกด้านนี้อีกห้าปีต่อมา ปัจจุบันดำรงตำแหน่ง เป็นศาสตราจารย์สาขาวิทยาการคอมพิวเตอร์ ณ มหาวิทยาลัยมิชิแกนสเตท ส่วนมารดาของเขา เป็นยิวมีชื่อว่ากลอเรีย เพจ เป็นอาจารย์สอนโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่มหาวิทยาลัยมิชิแกนสเตท เช่นเดียวกันกับสามี ที่บ้านมีคอมพิวเตอร์ใช้ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1978 เขาจึงโตมากับคอมพิวเตอร์ได้ เรียนรู้คอมพิวเตอร์มากมายจากที่บ้าน ซึ่งตอนนั้นได้เริ่มเข้าเรียนที่โรงเรียนมัธยมอีสแลนซิง เมื่อ จบแล้วจึงเจริญรอยตามผู้เป็นบิดาโดยการเข้าเรียนต่อระดับปริญญาตรีที่มหาวิทยาลัยมิชิแกน วิทยาเขตแอนอาร์เบอร์ ในคณะวิทยาศาสตร์ สาขาวิชาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์และศึกษาธุรกิจใน ระหว่างนั้นด้วย ซึ่งเขาเรียนจบด้วยปริญญาเกียรตินิยมในปี ค.ศ. 1995 จากนั้นเขาจึงเข้าศึกษาต่อ ในระดับปริญญาโท ณ มหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด

จากความเห็นของผู้ใกล้ชิดพอจะสรุปได้ว่าบุคคลทั้งสองมีความสามารถอยู่ในระดับ อัจฉริยะ แต่ลักษณะบุคลิกของแต่ละคนจะเป็นคนละแบบ เซอร์เกย์ บริน เป็นคนจริงจัง ตรงไปตรงมา เป็นนักแก้ปัญหาที่ยอมรับความจริง มีความคิดฉับไวปราดเปรื่องเชื่อมั่นในตนเอง และชอบสังคม ส่วนลาร์รีเป็นคนสุขุมมีความคิดลึกซึ้งมีความทะเยอทะยานสูง ชอบหาวิธีการ แก้ปัญหาทางสังคม ด้วยความเชื่อมั่นในความรู้ที่ตนมีทำให้ในตอนแรกที่ทั้งสองได้เจอกันต่างไม่ ค่อยถูกชะตากันสักเท่าไร มีข้อถกเถียงกันอยู่ตลอดเวลาทุกครั้งที่พบกัน จนกลายมาเป็นคู่หูใน ที่สุด ในช่วงนั้นเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตกำลังตื่นตัวจากการเปิดตัวของเน็ตสเคป และมีเว็บไซต์

เกิดขึ้นมากมาย ทั้งสองคนสนใจอยากรู้ยากเห็นเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ต เกี่ยวกับโปรแกรมค้นหาข้อมูลในเว็บ ซึ่งในขณะนั้นมีผลการค้นหาที่ไม่ชัดเจน เพจได้ทดลองใช้โปรแกรมค้นหาตัวใหม่ในขณะนั้นคืออัลตาวิสตา ที่ให้ผลการค้นหาดีกว่าและเร็วกว่าโปรแกรมตัวอื่น ผลของมันจะปรากฏรายชื่อของเว็บไซต์ เรียงเป็นดับ และมีตัวเน้นให้คลิกเพื่อเชื่อมโยงหรือลิงค์ไปยังหน้าเพจอื่น โดยอัลตาวิสตาไม่มีการให้ความสำคัญใดๆ กับลิงค์ และคิดทำการวิเคราะห์ลิงค์ว่าจะสามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้บ้าง จึงทำการทดลองโดยพยายามดาวน์โหลดเว็บไซต์ ทั้งหมดมาเก็บไว้ที่คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะของเขาและดึงบริณมาช่วย และเพจเห็นว่าการลิงค์ไปยังในแต่และเว็บมีค่าไม่เท่ากัน เว็บไหนมีการลิงค์ไปมากแสดงว่ามีความสำคัญมากกว่าและคิดระบบการจัดอันดับลิงค์ของตนว่า เพจแรงค์ (Page Rank) ทั้งเพจและบริณคิดว่าตนได้พบหัวข้อวิทยานิพนธ์ปริญญาเอกจากเพจแรงค์กับอินเทอร์เน็ตและตั้งชื่อหัวข้อว่า “BackRub Project” โดยใช้เทคโนโลยีของโปรแกรมค้นหาที่มีอยู่เดิมมาเสริมด้วยเพจแรงค์ทำให้ได้คำตอบของการค้นหาที่มีประโยชน์และรวดเร็วทันใจด้วย

การเปิดโอกาสและการให้ความสำคัญสนับสนุนของมหาวิทยาลัยให้นักศึกษาในโครงการปริญญาเอกสามารถทำงานที่มีศักยภาพเชิงพาณิชย์ได้โดยใช้ทรัพยากรของมหาวิทยาลัยมิได้อำงสิทธิ์ในงานที่คิดค้นขึ้นมาใหม่ๆ โดยมีสำนักงานออกใบอนุญาตทางเทคโนโลยีช่วยในการจดสิทธิบัตรและส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการโดยมักจะได้นั้นของบริษัทใหม่เป็นการตอบแทน

ปี ค.ศ. 1995 ทั้งสองร่วมกันสร้าง Back Rub โดยรวบรวมเครื่องคอมพิวเตอร์ PC ราคาถูกมาต่อเข้าด้วยกันเป็นจำนวนมากจนเปลี่ยนห้องนอนของเพจเป็นศูนย์ข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่นำมาใช้เป็นตัวเก็บข้อมูลหรือ เซิร์ฟเวอร์ (Server) เป็นเครื่องที่ได้มาจากการบริจาคหรือซื้อมาด้วยราคาถูก ปัจจุบันเสิร์ชเอนจินของกูเกิลทำงานอยู่บน ลินุกซ์ (Linux) เซิร์ฟเวอร์ (Server Farm) จำนวนประมาณ 250,000 เครื่อง และเปลี่ยนชื่อมาเป็นกูเกิล ซึ่งเวอร์ชันแรกถูกปล่อยออกสู่สาธารณชนไว้บนเว็บของมหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ดเป็นครั้งแรก ในเดือนสิงหาคม ค.ศ. 1996 สำนักงานออกใบอนุญาตทางเทคโนโลยีของมหาวิทยาลัยไปจัดการจดสิทธิบัตรให้ เมื่อทำการทดลองใช้ไม่นานก็ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากจนบอกกันจากปากต่อปาก โดยมีผู้ใช้งานทุกระดับทั้งอาจารย์, นักศึกษาและผู้บริหาร ในช่วงแรกๆ นั้น การทำงานของทั้งคู่เป็นไปด้วยความยากลำบาก สาเหตุเพราะยังขาดปัจจัยด้านทุนทรัพย์เหมือนกับเด็กนักศึกษาทั่วไปหน้าตาของกูเกิลได้ถูกออกแบบขึ้นเองอย่างเรียบง่าย ดูเกลี้ยงเกลาสอาดตา แต่ก็ดึงดูดผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมาใช้มันค้นหาข้อมูลจนมีฐานข้อมูลและฐานผู้ใช้เพิ่มมากขึ้น ทำให้มีความจำเป็นต้องใช้เครื่องคอมพิวเตอร์จำนวนมากขึ้นแต่ไม่มีเงินแม้จะพยายามหาเครื่องคอมพิวเตอร์มาให้ได้มากที่สุดจน

ในที่สุดก็ตัดสินใจขายเทคโนโลยีนี้ แต่ก็ได้รับการปฏิเสธจากเจ้าของโปรแกรมค้นหาอื่นๆ มาตลอด ในการตระเวนเดินประกาศขายอยู่หลายเดือนจนท้อแท้ผิดหวังต่อมาได้รับการช่วยเหลือทางการเงินเป็นเงินจำนวน 100,000 เหรียญจากแอนดี เบ็คโตลส์ไฮม์ (Andy Bechtolsheim) ผู้เชี่ยวชาญด้านคอมพิวเตอร์และเป็นผู้ลงทุนในกิจการใหม่ๆ จนประสบความสำเร็จมาหลายราย แล้วได้ชื่นชมความคิดนี้จากการที่ทั้งสองได้นำโปรแกรมตัวอย่างเข้าไปนำเสนอ ทำให้เกิดกำลังใจ จนในที่สุดก็สามารถระดมทุนจากครอบครัวและเพื่อนฝูงจนมีเงินครบ 1 ล้านดอลลาร์เพียงพอที่จะนำไปซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ที่จำเป็นต้องใช้และภายหลังทั้งสองคนได้พัฒนากูเกิล (Google) มาเรื่อยๆ

การจดทะเบียนโดเมนเนมกูเกิลได้มีขึ้นในวันที่ 15 กันยายน ค.ศ. 1997 ภายหลังได้ก่อตั้งบริษัทชื่อ บริษัทกูเกิล (Google Inc.) ในปี ค.ศ. 1998 ในวันที่ 7 กันยายน ค.ศ. 1998 ที่ Menlo Park มลรัฐแคลิฟอร์เนีย ที่พำนักใหม่ของบริษัทกูเกิลได้เปิดตัวขึ้น และยังได้ Craig Silverstein ขึ้นดำรงตำแหน่งผู้อำนวยการฝ่ายเทคโนโลยี

ชื่อ “กูเกิล (Google)” มาจากคำว่า “googol” ซึ่งหมายถึงจำนวนทางคณิตศาสตร์ที่หมายถึงเลข 1 แล้วตามด้วยเลข 0 อีกหนึ่งร้อยตัว หรือ 10^{100} เพื่อเป็นการแสดงถึงเป้าหมายของบริษัทที่จะจัดการกับข้อมูลจำนวนมหาศาลชื่อ “กูเกิล(Google)” มาจากความผิดพลาดในการจดโดเมนเนมในช่วงก่อตั้ง

จากนั้นเว็บไซต์กูเกิลดอทคอม (Google .com) ก็เริ่มออกให้บริการเผยแพร่สู่สายตาของนักท่องเที่ยวทั่วโลก ในช่วงแรกที่ยังเป็นเบต้าเวอร์ชันจำนวนการใช้บริการของผู้เข้าใช้บริการค้นหาเว็บไซต์สูงถึงวันละกว่าหมื่นครั้ง จนเดือนธันวาคม ค.ศ. 1998 หนังสือ PC Magazine ได้จัดลำดับยอดนิยมของเว็บไซต์และกูเกิล ได้เป็นหนึ่งใน Top 100 เว็บไซต์และเสิร์ชเอนจิน ประจำปี ค.ศ. 1998 ตอนนี้อย่างชื่อของกูเกิลได้กลายเป็น Brand Name ระดับโลกที่เป็นที่รู้จักทั่วทุกมุมโลก

7 มิถุนายน ค.ศ. 1999 ทางกูเกิลได้ทำการประกาศเปิดตัวผู้ร่วมทุนขนาดใหญ่รายใหม่ที่จะเข้ามาร่วมลงทุนอีก 2 ราย คือ ไมค์ โมริตซ์ (Mike Moritz) แห่งกลุ่มบริษัทเงินทุนซีควาแคปิตัล (Sequoia Capital) และ จอห์น โดเออร์ (John Doerr) ของบริษัทไคลเนอร์ เปอร์กินส์ (Kleiner Perkins) ซึ่งทั้งสองได้เข้ามาร่วมทุนและดำรงตำแหน่งคณะกรรมการบริหารของบริษัทกูเกิล พร้อมเงินลงทุนก้อนใหญ่ที่จะเพิ่มเข้ามาในบริษัทมากถึง 25 ล้านดอลลาร์ อีกทั้งโปรแกรมเสิร์ชเอนจินได้ถูก AOL/ Netscape นำไปใช้สำหรับเป็นเครื่องมือด้านในเว็บไซต์ซึ่งมียอดใช้งานสูงถึง 3 ล้านครั้งต่อวัน

ปี ค.ศ. 2000 เป็นปีที่ทางกูเกิลเริ่มค้นคว้าเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาเสริมอย่างกูเกิลไดเรกตอรี (Google Directory) และบริการค้นหาข้อมูลผ่านอุปกรณ์เชื่อมต่อแบบไร้สาย รวมถึงความสามารถในการให้บริการภาษาต่างๆ สำหรับใช้ค้นหาลิงค์เว็บไซต์ได้ถึง 10 ภาษาทั่วโลก วันที่ 26 มิถุนายน ค.ศ. 2000 กูเกิล และยาฮู ได้ประกาศการเป็นพันธมิตรทางธุรกิจกัน โดยทั้ง 2 บริษัทได้มีการแลกเปลี่ยนเทคโนโลยีซึ่งกันและกัน เพื่อรองรับการเข้าใช้บริการจากทั่วทุกมุมโลกซึ่งเข้ามาสูงถึง 18 ล้านครั้งต่อวัน และตอนนี้เว็บไซต์ NetEase ของประเทศจีน และ Biglobe ของญี่ปุ่น ต่างก็ใช้ระบบค้นหาของกูเกิล (Google) เข้ามาใช้ในเว็บไซต์ของตนเป็นครั้งแรก

บริการรูปแบบใหม่ๆ ของกูเกิล ในช่วงปี ค.ศ. 2000 นั้นได้แก่กูเกิลแอดเวิร์ด (Google AdWords) บริการคีย์เวิร์ดค้นหาเกี่ยวกับการโฆษณาสำหรับธุรกิจองค์กรขนาดเล็ก ซึ่งเป็นบริการ Pay Per Click โดยที่ผู้ใช้บริการจะมีค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการคลิกโฆษณาที่ปรากฏอยู่ในหน้าเสิร์ชเอ็นจินของกูเกิล โดยที่ผู้โฆษณาสามารถเลือกคีย์เวิร์ดที่เหมาะสมกับเนื้อหาของโฆษณาในแต่ละแคมเปญบริการกูเกิลแอดเวิร์ด ได้เข้าไปมีส่วนในการสร้างรายได้มูลค่ามหาศาลให้กับบริษัทกูเกิล พอมาถึงช่วงปลายปี 2000 กูเกิลทูลบาร์ (Google Toolbar) ได้เผยแพร่ออกมาสู่ท้องตลาดเว็บไซต์ ซึ่งช่วยทำให้บริการค้นหาของกูเกิลสามารถทำได้ง่ายขึ้น โดยที่ผู้ใช้งาน (User) ที่ใช้งานไม่จำเป็นต้องเข้าไปที่หน้าเว็บไซต์ของกูเกิลอีกต่อไป ปลายปี ค.ศ. 2000 เว็บไซต์ของกูเกิลสามารถทำยอดขายให้ผู้เข้าใช้บริการค้นหาเสิร์ชเอ็นจินได้สูงถึงวันละ 100 ล้านดอลลาร์ การใช้งานของโปรแกรมนี้แพร่หลายไปกลุ่มผู้ใช้ทุกระดับที่มีการใช้งานระบบคอมพิวเตอร์ ไม่ว่าจะเป็นนักเรียน นักศึกษานักวิจัยค้นคว้ารวมถึงบริการค้นหาแบบไร้สายนั้น กูเกิลประสบความสำเร็จอย่างมากมาย เพราะอุปกรณ์มือถือนั้นมีการใช้งานกันทั่วทุกมุมโลกและเมื่อโทรศัพท์มือถือสามารถเชื่อมต่อผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้การมีเครื่องมือสำหรับใช้ค้นหาเว็บไซต์ต่างๆ ก็เป็นเรื่องจำเป็นเช่นกัน

ในปี ค.ศ. 2004 ผู้ก่อตั้งทั้งสองของกูเกิลได้เปลี่ยนมาเป็นบริษัทมหาชนและเข้าสู่ตลาดหุ้นแนสแดค (NASDAQ) โดยใช้ตัวย่อชื่อ GOOG หุ้นของกูเกิลในช่วงทำ Initial Public Offering (IPO) มีมูลค่าสูงชันมากกว่า 200 เปอร์เซนต์

ในวันที่ 10 กรกฎาคม ค.ศ. 2005 กูเกิลชนะความในศาล ในคดีที่มีบริษัทอื่นตั้งชื่อใกล้เคียง ได้แก่ googkle.com ghoogle.com และ gooigle.com เพื่อเรียกให้คนอื่นเข้าเว็บไซต์ของตน ทำให้เกิดความเสียหายกับชื่อเสียงของกูเกิล

กูเกิลเติบโตอย่างรวดเร็วและผงาดขึ้นเป็นเสิร์ชเอ็นจินยอดนิยมภายในช่วงเวลาเพียง 5 ปี ปัจจุบันมีผู้คนที่ใช้บริการของกูเกิลดอทคอมเฉลี่ย 200 ล้านครั้งต่อวันซึ่งความนิยมที่เพิ่มขึ้น

อย่างรวดเร็วนี้เป็นผลมาจากความเร็วในการให้ข้อมูลแก่ผู้ใช้บริการและความเที่ยงตรงของข้อมูล

นอกจากการเป็น เสิร์ชเอนจินแล้วกูเกิล ยังมีบริการอื่นๆ อีกอย่างต่อเนื่องไม่ว่าจะเป็น Google Earth ค้นหาภาพถ่ายทางอากาศ Google Analytic บริการเก็บข้อมูลสถิติ Google Images Search บริการค้นหารูปภาพ Google Docs เว็บไซต์เพื่อการสร้างเอกสารร่วมกัน กูเกิล โลคอล (Google Local) บริการค้นหาสถานที่ รวมถึงร้านอาหาร ธนาคาร ห้างสรรพสินค้า Google Scholar ค้นหาเอกสารทางวิชาการและได้ประกาศเปิดตัวจีเมลล์ (Gmail) บริการฟรีอีเมล ซึ่งมาพร้อมกับเนื้อที่จัดเก็บข้อมูล 1 กิกะไบต์และเน้นเบียดแย่งส่วนแบ่งตลาดจากธุรกิจอีเมลของยาฮู (Yahoo!) และไมโครซอฟท์ (Microsoft) นอกจากนี้ กูเกิล กำลังพัฒนาการค้นหาระบบอื่น เช่นการ ค้นหาวิดีโอไฟล์ รวมทั้งการค้นหาผ่านข้อความ SMS และผ่านโทรศัพท์มือถือ

แม้ว่าหลายปีที่ผ่านมาเว็บไซต์ยาฮูดอตคอม ได้ครองความนิยมอันดับหนึ่งของโลกติดต่อกันมานานถึงร้อยละแปดสิบของตลาด แต่หลังจากที่กูเกิลได้กำเนิดขึ้นอย่างเต็มตัว กูเกิลกลับแซงความนิยมไปเป็นอันดับหนึ่งมาโดยตลอด เมื่อดูจากส่วนแบ่งของตลาดในช่วงหลังๆ จะเห็นได้ชัดเจนถึงความแตกต่างเมื่อเทียบอัตราส่วนระหว่างกูเกิลกับเว็บไซต์อื่นๆ แล้ว กล่าวได้ว่ามากกว่าครึ่งหนึ่งของจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในการสืบค้นข้อมูลใช้บริการของกูเกิล ยกตัวอย่างเช่นส่วนแบ่งตลาดการสืบค้นในเดือน กรกฎาคม ค.ศ. 2006 จากข้อมูลของเว็บไซต์เสิร์ชเอนจินวอตช์ดอตคอม (SearchEngineWatch.com) ซึ่งให้เห็นว่ากูเกิลมีส่วนแบ่งตลาดถึงประมาณร้อยละ 50 โดยมีเว็บไซต์ยาฮูและเอ็มเอสเอ็นของไมโครซอฟต์ตามมาห่างๆ ร้อยละ 23.8 และ 9.6 ต่อมาในช่วงปี ค.ศ. 2007 ข้อมูลที่ได้จาก www.gcitrading ซึ่งให้เห็นว่ากูเกิลมีอัตราเติบโตโดยเฉลี่ยถึงร้อยละ 11 โดยกูเกิลมีส่วนแบ่งตลาดมากที่สุดถึงร้อยละ 65.26 จากจำนวนการค้นถึง 3.5 พันล้านครั้ง ตามมาด้วยยาฮู และเอ็มเอสเอ็น (MSN) ของไมโครซอฟต์ที่มีส่วนแบ่งจำนวนผู้ใช้เป็นร้อยละ 20.73 และ 8.46 จากจำนวนการสืบค้น 2 พันล้านคำค้น และ 798 ล้านคำค้นตามลำดับ ในขณะที่เอเอสเค (Ask) มีส่วนแบ่งจำนวนผู้ใช้เพียงร้อยละ 3.96 และมีจำนวนการสืบค้น 379 ล้านคำค้น สำหรับในประเทศไทย ข้อมูลวิจัย (Research) ในช่วงเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2551 จากทรูฮิต (Truehits) ซึ่งเป็นผู้ให้บริการ เก็บสถิติเว็บไซต์ ในประเทศไทย มีแนวโน้มที่ชัดเจนว่า ประเทศไทยมีผู้นิยมใช้เสิร์ชเอนจินอย่างกูเกิลมาเป็นอันดับหนึ่งที่ร้อยละ 95.98 ในขณะที่ สนุกดอตคอม (sanook.com) ตามมาห่างๆ ในอันดับสอง อยู่ที่ ร้อยละ 2.75 และอันดับสามคือยักษ์ใหญ่ในวงการอินเทอร์เน็ตโลกอย่าง ยาฮูได้รับความนิยมไปเพียงแค่อันดับ 0.4 ซึ่งในกรณีของสนุก ที่มีส่วนแบ่งผู้ใช้ร้อยละ 2.75 นั้น เมื่อพิจารณาแล้ว จะพบว่าแท้จริงแล้ว สนุกนั้น ก็ใช้ระบบค้นหา

เว็บของกูเกิล เช่นกัน ดังนั้นเมื่อรวมกันแล้วก็ประมาณร้อยละ 98 ซึ่งถือได้ว่ากูเกิลมีส่วนแบ่งตลาดของผู้ใช้เสิร์ชเอนจินในประเทศไทยเกือบทั้งหมด

เว็บไซต์กูเกิลเป็นเว็บไซต์ที่ประสบความสำเร็จอย่างต่อเนื่องในการนำเทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์มาพัฒนาให้เกิดประโยชน์ทั้งทางสังคมการเรียนรู้และทางธุรกิจโดยเฉพาะเป็นสื่อกลางในการสืบค้นข้อมูลรวมไปถึงการให้คำตอบที่เชื่อมโยงกับเว็บไซต์ต่างๆ ที่ทำการค้าทางอินเทอร์เน็ตไม่ว่าจะเป็นข้อมูลของสินค้าหรือบริการ อีกทั้งผู้ใช้อย่างสามารถเข้าใช้กูเกิลได้ทั้งเครื่องคอมพิวเตอร์และเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้วยความง่ายในการใช้และความต้องการข้อมูลอย่างเร่งด่วนไม่ว่าจะเป็นเรื่องใดก็ตาม ล้วนแต่ได้รับการตอบสนองจากกูเกิลจนเป็นที่พอใจของผู้ใช้ทำให้เกิดพฤติกรรมในการพึ่งพากูเกิลจนดูเหมือนกับว่ากูเกิลกลายเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ในชีวิตประจำวัน โดยเฉพาะในประเทศไทย ที่เว็บไซต์กูเกิลสามารถครองตำแหน่งอันดับหนึ่งของส่วนแบ่งทางการตลาดของเสิร์ชเอนจินในประเทศไทยมาตลอด ด้วยบทบาทที่สำคัญของกูเกิลดังที่กล่าวมา ทำให้ธุรกิจต่างๆ ในประเทศไทยได้ตระหนักถึงความสำคัญของเว็บไซต์กูเกิลในโลกปัจจุบัน โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าวัยรุ่นหรือลูกค้าที่เป็นกลุ่มคนสมัยใหม่ที่ชอบใช้อินเทอร์เน็ตที่ถือว่าเป็นกลุ่มคนที่มีอำนาจในการใช้จ่ายสูง มักจะทำการสืบค้นข้อมูลแทบทุกอย่างที่ต้องการจากเว็บไซต์กูเกิล การมีข้อมูลธุรกิจอยู่ในเว็บไซต์กูเกิลทำให้ธุรกิจสามารถเข้าถึงลูกค้าโดยตรง จึงทำให้เว็บไซต์ต่างๆ ที่ทำธุรกิจบนอินเทอร์เน็ตมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องทำการตลาดกับกูเกิลอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เพื่อไม่ให้เสียโอกาสทางธุรกิจที่มีการแข่งขันอย่างดุเดือดในปัจจุบัน

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจว่าผู้ใช้กูเกิลมีทัศนคติและพฤติกรรมในการใช้อย่างไร ด้วยเหตุที่การสืบค้นหาข้อมูลจากเว็บไซต์ต่างๆ เป็นสิ่งที่ช่วยให้ผู้สืบค้น ได้รับข้อมูลที่ทันสมัยรวมถึงสินค้าและบริการที่ตนเองต้องการ ด้วยจำนวนการใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตที่เติบโตอย่างรวดเร็วในอัตราที่สูงของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ทำให้ผู้วิจัยเกิดความสงสัยว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีคุณลักษณะทางประชากรต่างกัน จะมีทัศนคติต่อการสืบค้นข้อมูลในเว็บไซต์กูเกิลแตกต่างกันหรือไม่อย่างไร และมีตัวแปรใดที่มีความสัมพันธ์กันระหว่างข้อมูลทั่วไปของผู้สืบค้นข้อมูลในเว็บไซต์กูเกิลระหว่างทัศนคติที่มีต่อเว็บไซต์กูเกิลกับพฤติกรรมการสืบค้น ระหว่างการใช้เทคนิคการสืบค้นและพฤติกรรมการสืบค้นข้อมูลในเว็บไซต์กูเกิล เพื่อนำผลการศึกษาวินิจฉัยนี้มาเป็นประโยชน์ในการปรับปรุงเว็บไซต์ให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตให้มากที่สุด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงทัศนคติที่มีต่อเว็บไซต์กูเกิลของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต
2. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์กูเกิลในการสืบค้นข้อมูลของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรมการสืบค้นข้อมูลในเว็บไซต์กูเกิลของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการใช้เทคนิคการสืบค้นและพฤติกรรมการสืบค้นข้อมูลในเว็บไซต์กูเกิล

สมมติฐานการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้เว็บไซต์กูเกิลที่แตกต่างกันมีทัศนคติการสืบค้นข้อมูลในเว็บไซต์กูเกิลที่แตกต่างกัน
2. ข้อมูลทั่วไปของผู้สืบค้นข้อมูลในเว็บไซต์กูเกิลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสืบค้นข้อมูลในเว็บไซต์กูเกิล
3. ทัศนคติต่อการสืบค้นข้อมูลในเว็บไซต์กูเกิลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสืบค้นข้อมูลในเว็บไซต์กูเกิล
4. การใช้เทคนิคในการสืบค้นข้อมูลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสืบค้นข้อมูลในเว็บไซต์กูเกิล

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาถึงทัศนคติและพฤติกรรมการสืบค้นข้อมูลในเว็บไซต์กูเกิลของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร การศึกษาวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเป็นข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในรูปแบบของการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อวัตถุประสงค์เดียว ได้มีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร จะศึกษาถึงความรู้ความเข้าใจ ความชอบ และพฤติกรรมที่มีต่อการใช้เว็บไซต์กูเกิลในการสืบค้นข้อมูลของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต โดยแจกแบบสอบถามกับผู้ที่ได้สืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตมาก่อนแล้ว ตามสถานที่ต่างๆ เช่น หน้าห้างสรรพสินค้า สถาบันการศึกษา ในอินเทอร์เน็ต ในพื้นที่ต่างๆ ของกรุงเทพมหานคร

นิยามศัพท์ (ข้อมูลจากโลกคอมพิวเตอร์ สารสนเทศ และอินเทอร์เน็ต)

อินเทอร์เน็ต (Internet) หมายถึง เครือข่ายคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่ที่เชื่อมโยงเครือข่ายคอมพิวเตอร์จำนวนมากเข้าไว้ด้วยกัน สามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารได้โดยง่ายและรวดเร็ว

เวิลด์ไวด์เว็บ (World Wide Web หรือ WWW) หมายถึง เครือข่ายที่เชื่อมโยงคอมพิวเตอร์บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตทั่วโลกเข้าไว้ด้วยกันเป็นระบบการเผยแพร่ข้อมูลบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เช่น ข้อมูลของสินค้าและบริการ ที่มีการเชื่อมโยงแบบใยแมงมุม

โกเฟอร์ (Gopher) หมายถึง เป็นโปรแกรมฐานข้อมูลซึ่งเป็นข่าวสารที่หลากหลายพัฒนาขึ้นโดยมหาวิทยาลัย Minesota ประเทศสหรัฐอเมริกา ช่วยให้สามารถค้นหาข้อมูลโดยผ่านระบบเมนูตามลำดับขั้น ฐานข้อมูลของระบบโกเฟอร์จะกระจายกันอยู่ทั่วโลก ซึ่งจะเชื่อมโยงกันผ่านระบบเมนูของโกเฟอร์ เป็นบริการที่ใช้ง่าย ผู้ใช้งานไม่จำเป็นต้องจำคำสั่งในการเข้าถึงข้อมูล เพียงแต่เดินตามเมนูที่กำหนดไว้ไปเรื่อยๆ ก็จะสามารถเข้าถึงข้อมูลที่ต้องการได้ ผู้ใช้เพียงแค่ทราบชื่อคอมพิวเตอร์แม่ข่ายที่ให้บริการโกเฟอร์เท่านั้น

เอฟทีพี (FTP-File Transfer Protocol) หมายถึง โปรแกรมที่ช่วยให้ผู้ใช้ สามารถถ่ายโอนแฟ้มข้อมูลจากคอมพิวเตอร์เครื่องอื่นๆ ที่อยู่บนอินเทอร์เน็ตมายังเครื่องคอมพิวเตอร์ของตนเอง หรือถ่ายโอนจากเครื่องคอมพิวเตอร์ของตนเองไปยังเครื่องอื่นได้

เว็บไซต์ (Web site) หมายถึง แหล่งข้อมูลเวิลด์ไวด์เว็บที่ประกอบด้วยเอกสารที่เขียนด้วยภาษา HTML (Hypertext Markup Language) หลายๆ หน้ารวมกัน ข้อมูลในเว็บไซต์มีทั้งข้อความปกติ หรือมัลติมีเดียที่ประกอบด้วยข้อความ เสียงภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และภาพสามมิติ แต่ละเว็บไซต์จะมีการระบุที่อยู่ของตนเอง ซึ่งเรียกว่ายูอาร์แอล (URL- Uniform Resource Locator) เช่น <http://www.google.com> และจะเชื่อมต่อไปยังผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต หรือไอเอสพี (Internet Service Provider หรือ ISP)

เว็บเสิร์ชเอนจิน (Search Engine) หมายถึง เว็บไซต์ที่รวบรวม Link ของเว็บต่างๆ เป็นจำนวนมากและช่วยในการค้นหาข้อมูลต่างๆ ได้สะดวกรวดเร็ว จากโปรแกรมที่ถูกออกแบบมาให้เป็นตัวช่วยเหลือในการค้นหาข้อมูลที่เก็บไว้ในระบบคอมพิวเตอร์เช่นระบบ World Wide Web (www) ระบบของเสิร์ชเอนจิน เอื้อให้ผู้ใช้สามารถค้นหาข้อมูล คีย์เวิร์ดหรือข้อความสั้นๆ ที่ผู้ใช้ป้อนข้อมูลเข้าไป แล้วทำการค้นหาคำหรือ ข้อมูลที่ได้ป้อนลงไป และแสดงผลการค้นหาเป็นรายชื่อเว็บไซต์ หรือข้อมูลที่ตรงตามเงื่อนไขที่ต้องการ

ข้อมูลทั่วไปของผู้สืบค้นข้อมูลในเว็บไซต์กูเกิล หมายถึง ลักษณะความแตกต่างของผู้สืบค้นข้อมูลในเว็บไซต์กูเกิล ซึ่งได้แก่ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้

ทัศนคติที่มีต่อการสืบค้นข้อมูลของผู้ใช้เว็บไซต์กูเกิล หมายถึง ผลรวมของความคิดซึ่งได้แก่ ท่าทีความรู้สึก ความรู้ ความเข้าใจ และแนวโน้มพฤติกรรมเกี่ยวกับการสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตโดยใช้เว็บไซต์กูเกิล

พฤติกรรมการสืบค้นข้อมูลในเว็บไซต์กูเกิลของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต หมายถึง การทำกิจกรรมหรือการแสดงออกของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในการสืบค้นข้อมูลจากเว็บไซต์กูเกิล ได้แก่ การแสวงหาข้อมูลเช่น แหล่งข้อมูลก่อนใช้การสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต การเปลี่ยนแปลงหลังจากใช้กูเกิล ระดับการได้รับข้อมูลตรงตามความตั้งใจแต่แรก ระดับการได้รับข้อมูลไม่ตรงตามความตั้งใจแต่แรก และการค้นหาข้อมูล เช่น ช่วงเวลาที่ใช้ สถานที่ที่ใช้และสัดส่วนร้อยละของเวลาที่มีต่อสถานที่ที่ใช้ ความถี่ที่ใช้ต่อสัปดาห์ ลำดับปัญหาที่เกิดขึ้นในการค้นข้อมูลจากกูเกิล

การใช้เทคนิคในการสืบค้น หมายถึง ระดับการใช้เครื่องมือที่กูเกิลมีให้ เช่นการสืบค้นธรรมดา การสืบค้นขั้นสูง การสืบค้นรูปภาพ หรือวิธีการที่ทำให้การค้นหามีผลลัพธ์ให้เร็วขึ้น เช่นการใช้หน้าที่ถูกเก็บไว้ (Cached) หน้าที่คล้ายกัน (Similar pages) การแปลภาษา (Translate) ตรรกะบูลีน (Boolean logic) และเครื่องหมายต่างๆ ที่ช่วยในการสืบค้น

ผู้ใช้อินเทอร์เน็ต หมายถึง ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยมีการใช้อินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครไม่ต่ำกว่า 1 เดือนก่อนตอบแบบสอบถาม

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้เว็บไซต์กูเกิลสืบค้นข้อมูลในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ประสพการณ์ในการใช้ ว่ามีความสัมพันธ์กับทัศนคติและพฤติกรรมการสืบค้นข้อมูลของผู้ใช้เว็บไซต์กูเกิล
2. เพื่อทราบถึงทัศนคติและพฤติกรรมจากการใช้เทคนิคการสืบค้นของผู้ใช้เว็บไซต์กูเกิลในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อทราบถึงปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการใช้สืบค้นข้อมูลผ่านทางเว็บไซต์กูเกิล อันจะเป็นข้อมูลสำคัญที่ช่วยให้นักการตลาดและผู้สร้างเว็บไซต์สามารถนำข้อมูลมาประกอบการตัดสินใจวางแผนทางการตลาดให้มีประสิทธิภาพได้

4. เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นต่อผู้สนใจในการทำเว็บไซต์ได้รับความรู้ความเข้าใจเพิ่มขึ้น และนำผลการวิจัยไปประกอบการวิเคราะห์ อ้างอิง หรือศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการนำเสนอข้อมูลของเว็บไซต์ได้ในแง่มุมอื่นๆ ต่อไป