

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาบทบาทที่สำคัญของบริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายในแง่การให้บริการการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่องานโฆษณาประชาสัมพันธ์และด้านการตลาด ซึ่งกำลังเป็นที่สนใจของผู้ที่เป็นลูกค้าของบริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายเนื่องจากในปัจจุบันอินเทอร์เน็ตกำลังเป็นที่นิยมในการใช้เป็นสื่อและยังมีผลไปถึงการติดต่อซื้อขายกันบนออนไลน์ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้กรอบแนวคิดทฤษฎีต่างๆ เป็นแนวทางในการศึกษา ซึ่งได้แก่ แนวคิดการโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ต แนวคิดเรื่องสถาปัตยกรรมของข้อมูลข่าวสาร แนวคิดทฤษฎีผู้ส่งสาร ตามที่แบบจำลองของเวสลีย์ และแมคลีน และแนวคิดการทำตลาดบนอินเทอร์เน็ต โดยเก็บรวบรวมข้อมูลและทำการศึกษาในแต่ละประเด็น

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ เอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับภาระดำเนินงานของบริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายและแหล่งข้อมูลบุคคลซึ่งเป็นผู้บริหารและผู้วางแผนต่างๆ ในองค์กร แหล่งข้อมูลที่สำคัญที่ใช้เป็นแหล่งข้อมูลหลักคือ ลูกค้าของบริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายและอยู่ในตำแหน่งที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของบริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายแต่ละบริษัท ซึ่งแหล่งข้อมูลกลุ่มนี้ได้แสดงความคิดเห็นต่อการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่องานโฆษณาประชาสัมพันธ์และด้านการตลาดในประเด็นต่างๆ ซึ่งพอสรุปได้ดังนี้

สำหรับกระแสความนิยมต่อสื่ออินเทอร์เน็ตกำลังปรับตัวเพื่อตอบรับกับสื่อชนิดใหม่ที่สามารถใช้เป็นสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์และด้านการตลาดได้ สำหรับการศึกษานี้ได้ศึกษาเกี่ยวกับตัวสื่ออินเทอร์เน็ตที่เป็นตัวกลางในการโฆษณาประชาสัมพันธ์และแนวโน้มที่กำลังเกิดในอนาคต

ระบบการให้บริการของบริษัทที่ให้บริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

ข้อมูลจากการวิจัยพบว่า บริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในฐานะผู้ให้บริการเครือข่ายเป็นตัวกลางในการทำให้องค์กรและธุรกิจต่างๆ ได้ทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์และด้านการตลาดให้ โดยที่บริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายเป็นผู้ที่มีบทบาทในฐานะที่เป็นช่องทางการสื่อสาร โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อนำข้อมูลข่าวสารของกลุ่มลูกค้ามาออกสู่สายตาสาธารณะชน เพราะฉะนั้นจึงทำหน้าที่เป็นตัวกลางระหว่างผู้ส่งสารกับกลุ่มผู้รับสารที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของการสื่อสารของเว็บเพจ

โดยที่บทบาทของผู้ให้บริการเครือข่ายเป็นผู้คัดเลือกสรรเนื้อหาและข้อมูลต่างๆ เพื่อเสนองานต่อไปยังกลุ่มลูกค้าผู้จ้างเพื่อให้เป็นไปตามที่ลูกค้าสั่ง โดยเป็นการทำงานร่วมกันของบริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายกับกลุ่มลูกค้าของบริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายที่มีบทบาทเพื่อการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ให้ได้ตามจุดมุ่งหมายไปสู่กลุ่มเป้าหมายดังกล่าว

จากบทบาทที่กล่าวมาข้างต้นทำให้บริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายมีบทบาทในการทำให้บริษัทที่เป็นลูกค้าในการประสบความสำเร็จในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตน้อยมาก เนื่องจากการให้บริการแต่ละที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งผู้ที่เป็ลูกค้าได้มีการเลือกใช้บริการแต่ละบริษัทเนื่องจาก

1. เห็นความสำคัญในเรื่องเทคโนโลยีเป็นหลัก
2. มีการเลือกใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อเนื่องจากเป็นกระแสความนิยมและเห็นว่าอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อมวลชนที่สามารถเข้าถึงผู้ชมจำนวนมาก

จากการศึกษาของผู้วิจัยพบว่า ทางบริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายเป็นผู้สร้างเว็บไซต์เท่านั้น ไม่ได้มีการช่วยในการทำให้เว็บไซต์นั้นประสบความสำเร็จเนื่องจากบริษัทผู้ให้บริการไม่ทราบวิถีทางที่แท้จริงในการทำให้เว็บไซต์มีความน่าสนใจและดึงดูดสายตาผู้ชม ทางบริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายควรมีความเข้าใจแนวคิดในเรื่องการผลักดันสื่ออินเทอร์เน็ตเข้าไปในสื่ออื่นให้ได้

การประเมินความพึงพอใจในการรับบริการจากบริษัทผู้ให้บริการเครือข่าย ซึ่งแหล่งข้อมูลกลุ่มนี้ได้แสดงความคิดเห็นต่อความพึงพอใจในการรับบริการจากบริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายในประเด็นต่างๆ ซึ่งพอสรุปได้ดังนี้

1. เป็นความพึงพอใจที่บริษัทผู้ให้บริการสามารถให้ brand width ได้ตามต้องการ
2. บริษัทที่เป็นลูกค้าของบริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายยังสามารถติดต่อถึงลูกค้าได้สะดวกและสามารถติดต่อโดยตรงได้มากขึ้น
3. การที่บริษัทผู้ให้บริการมีการอัปเดตข้อมูลบนเว็บไซต์ได้รวดเร็ว
4. สามารถให้ความรู้เพิ่มเติมหรือข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบริษัทและสินค้าได้ตรงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น
5. สามารถสร้างชื่อเสียงและลูกค้ารู้จักยี่ห้อสินค้ามากขึ้น
6. มียอดจำหน่ายเพิ่มขึ้น โดยเป็นการติดต่อซื้อขายสินค้าบนออนไลน์
7. มีการสามารถติดต่อถึงลูกค้าได้โดยตรงโดยไม่ผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายมากขึ้น
8. สามารถวิเคราะห์พฤติกรรมของลูกค้าได้มากขึ้น

ปัจจัยที่กำหนดให้องค์กรมีการเลือกใช้อินเทอร์เน็ต

จากการเก็บรวบรวมในการศึกษาครั้งนี้พบว่าองค์กรธุรกิจมีการเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต โดยเลือกจาก

1. ประเภทของบริการที่ต้องการ (Service type) เช่นบริการเสริมต่างๆ ซึ่งได้แก่การแจ้งอีเมลทางเพจเจอร์ การให้บริการข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ตในรูปแบบต่างๆ ซึ่งต้องพิจารณาเป็นรายๆ ไป
2. เนื้อที่ในการจัดเก็บข้อมูล (Disk Space) ซึ่งเป็นเนื้อที่ที่ทางบริการผู้ให้บริการเครือข่ายอนุญาตให้สมาชิกสามารถจัดเก็บข้อมูลลงบนเครื่องคอมพิวเตอร์ของผู้ให้บริการเครือข่าย เช่นใช้เนื้อที่เพื่อจัดเก็บอีเมล หรือจัดเก็บไฟล์ข้อมูลทั่วไปดาวน์โหลดจากแหล่งข้อมูลในอินเทอร์เน็ตมาเป็นต้น
3. ปริมาณจดหมายที่รับส่งได้ (Incoming/ Outgoing Mail) ผู้ให้บริการเครือข่ายจะกำหนดปริมาณจดหมายที่สามารถรับส่งได้ในปริมาณไม่เท่ากัน ขึ้นอยู่กับประเภทสมาชิก โดยจะต้องพิจารณาถึงการใช้งานจริงว่าจะต้องไปใช้ทำงานอะไรบ้าง มีการติดต่อกับบุคคลภายนอกมากน้อยเพียงใด
4. เวลาในการใช้งาน
5. ค่าบริการรายเดือนซึ่งเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญในการเลือกประเภทสมาชิก
6. ค่าธรรมเนียมต่างๆ โดยส่วนใหญ่แล้วจะเป็นค่าธรรมเนียมที่ทางผู้ให้บริการเรียกเก็บเพิ่มเติมจากสมาชิกใหม่เท่านั้น เช่น ค่าธรรมเนียมแรกเข้า หรือค่าธรรมเนียมการสมัครค่าธรรมเนียมต่างๆ
7. ความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการเครือข่าย (Reliability) เพราะผู้ให้บริการที่คิดจะต้องได้รับการยอมรับจากบุคคลต่างๆ ในวงการ เรื่องความน่าเชื่อถือนั้นยอมรับได้หรือไม่ เช่น ชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับหรือไม่ ใครเป็นผู้ถือหุ้น บริษัทดำเนินธุรกิจด้านนี้มากี่ปี จำนวนลูกค้าในปัจจุบันมีเท่าใด มีการขยายสาขาเพื่อให้บริการไปยังต่างจังหวัดหรือไม่ มีการลงทุนที่จะพัฒนาการให้บริการมากน้อยเพียงใด และยังมีประสิทธิภาพของตัวระบบ (Performance) เนื่องจากการใช้อินเทอร์เน็ตมีการรับส่งข้อมูลของผู้ใช้แต่ละคนเป็นจำนวนมาก ทำให้ตัวระบบรวมจะต้องมีประสิทธิภาพในตัวระบบมาก และยังมีการจัดการอบรมการใช้งานเบื้องต้น (Training)

เนื้อหาต่างๆ ที่แสดงบนเว็บไซต์

จากการที่ลูกค้าของบริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายมีการเลือกใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อในองค์กรเพื่องานโฆษณาประชาสัมพันธ์และด้านการตลาด มีการออกแบบเนื้อหาเว็บไซต์ตามแนวคิดของ Barker & Groenne ที่ให้แนวคิดที่ว่าอินเทอร์เน็ตสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสารสำหรับการประชาสัมพันธ์ไปยังสาธารณชนได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยเปิดให้ผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์ได้เข้าไปดูข้อมูลได้และมีการปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัย ซึ่งจะสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรได้ โดยแยกตามวัตถุประสงค์ในการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อดังนี้

1. การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่องานโฆษณา เป็นการนำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์กับผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นการดึงดูดความสนใจของผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์
2. การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่องานประชาสัมพันธ์ เป็นการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับสินค้าและบริษัท
3. การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่องานด้านการตลาดเป็นการสร้างกลุ่มเป้าหมายและสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ

สิ่งที่กล่าวมาข้างต้นเพื่อให้ผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์มีความสนใจในรูปแบบเว็บไซต์ที่ทำการออกแบบ โดยที่วัตถุประสงค์ที่ผู้ออกแบบเว็บไซต์ก็เพื่อให้เกิดมีการขายได้เพื่อบรรลุเป้าหมายในการทำตลาดของบริษัทผู้ให้บริการเครือข่าย เพราะนั่นหมายถึงการที่มีผู้เช่าพื้นที่ (Web hosting) มากเท่าไรก็ทำให้บริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายสามารถมีรายได้ที่มากขึ้นตามลำดับ

จากการศึกษาผู้วิจัยพบว่าบริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายมีบทบาทในการเป็นช่องทางในการสื่อสารโดยมีจุดมุ่งหมายคือนำข้อมูลข่าวสารของกลุ่มลูกค้าของบริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายออกสู่สาธารณะโดยที่ต้องการนำเสนอข่าวสารต่างๆเพื่องานโฆษณาประชาสัมพันธ์และด้านการตลาดของลูกค้าแต่ละบริษัท เพื่อเกิดการกระตุ้นให้มีผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์เข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์ได้ตามต้องการ โดยที่ผู้เยี่ยมชมจะมีเครื่องคอมพิวเตอร์เป็นสื่อกลางในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ

ส่วนผู้เป็นลูกค้าควรมีการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ของตนเองให้มากขึ้น เพื่อเข้าไปถึงกลุ่มลูกค้าตามต้องการให้ได้โดยที่การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่องานโฆษณาในประเทศไทยยังเป็นกระแสความนิยมโดยที่ต้องการประชาสัมพันธ์องค์กรมาก สำหรับด้านบุคคลากรต้องมีความจำเป็นที่จะ

ต้องอาศัยหาความรู้เพิ่มเติมทั้งที่หาด้วยตัวเองและจากการที่บริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายเป็นผู้ให้ข้อมูลด้วยระดับหนึ่งด้วย

สำหรับวิธีการที่จะทำให้กลุ่มลูกค้ากลับมาเยี่ยมชมเว็บไซต์ โดยสามารถทำได้ดังนี้ การ link ด้วย Banner จากเว็บไซต์อื่นๆ หรือการ โฆษณาในเว็บไซต์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับข้อมูลในโฆษณาของผู้โฆษณาถ้ามีการลิงค์มาก โอกาสที่กลุ่มลูกค้าจะเข้าเว็บไซต์ผู้โฆษณาจะมีมากขึ้น

การผูกมัดกลุ่มเป้าหมายให้กลับมาอีกโดยการใส่คุณค่าลงไปโฆษณา นั้น เช่นการให้รางวัล เกมส์ การแจกซอฟต์แวร์ฟรี การโปรโมทเว็บไซต์ทั้งบนออนไลน์และสื่อชนิดอื่น เช่น ทีวี และหนังสือพิมพ์ การลงทะเบียนไว้ใน Search Engine ที่มีชื่อเสียง และผู้ที่เป็ลูกค้าของบริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายมีการเปลี่ยนแปลงข้อมูลตลอดเวลาซึ่งส่งผลให้บริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายต้องมีการอัปเดตข้อมูลให้ทันกับสิ่งที่ลูกค้าของบริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายด้วย นอกจากนี้ยังมีการทำการตลาดบนอินเทอร์เน็ตซึ่งเป็นกลยุทธ์อีกแบบหนึ่งที่น่าสนใจเพื่อดึงกลุ่มเป้าหมายมาที่เว็บไซต์ หรือการอัปเดตข้อมูลข่าวสารอยู่เสมอ เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกได้รับอะไรใหม่ ๆ ไม่รู้สึกเบื่อที่จะเข้าชมหรือการทำโฆษณาที่น่าสนใจ สำหรับบริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายควรมีการทำประชาสัมพันธ์ต่างๆ เพื่อให้คนรู้จักเว็บไซต์ของลูกค้ามากขึ้น

ข้อจำกัดของการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีข้อจำกัดในการเก็บข้อมูลในส่วนของการดำเนินงานของบริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายบางส่วน ซึ่งพบว่าข้อมูลต่างๆ ที่ควรจะได้โดยตรงจากบริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายนั้นเป็นข้อมูลที่เปิดเผยไม่ได้ เนื่องจากมีผลกระทบนโยบายของบริษัท ถ้ามีการเปิดเผยข้อมูลออกไปอาจไปถึงบริษัทคู่แข่งได้ ทำให้ต้องใช้เอกสารต่างๆ ที่เป็นข้อมูลเกี่ยวกับความเป็นมาของบริษัท สำหรับในส่วนบริษัทที่เป็นลูกค้าของบริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายในการดาวน์โหลดเว็บไซต์ออกมา บางครั้งไม่สามารถคอนเน็คได้เนื่องจากการจราจรของเซิร์ฟเวอร์นั้นติดขัดทำให้โหลดได้เฉพาะบางบริษัทที่สามารถเข้าติดต่อ ซึ่งเป็นข้อจำกัดในการใช้เทคโนโลยีในขณะนั้นๆ

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยในอนาคต

สำหรับการศึกษาในครั้งนี้ กลุ่มเป้าหมายที่ให้คำตอบเป็นเพียงกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มหนึ่งของบริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายเท่านั้น ซึ่งโดยข้อเท็จจริงแล้วลูกค้าของบริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายยังสามารถแยกเป็นกลุ่มลูกค้าส่วนบุคคลและกลุ่มลูกค้าที่เป็นองค์กร โดยที่เป็นองค์กรสามารถแยกประเภทได้ตามประเภทธุรกิจต่างๆ ซึ่งหากการวิจัยในครั้งต่อไปจะสามารถขยายกลุ่มผู้ให้ข้อมูลได้กว้างไปกว่านี้ จะทำให้คำตอบที่ได้นั้น แสดงให้เห็นถึงความต้องการของลูกค้าบริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายได้อย่างทั่วถึงทุกกลุ่ม