

## การให้บริการของบริษัทผู้ให้บริการเครือข่าย

จากการศึกษาเรื่องการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่องานโฆษณาประชาสัมพันธ์และด้านการตลาดขององค์กรธุรกิจ พบว่าเป็นการนำไปใช้งานเพื่องานโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพพจน์ให้กับองค์กรธุรกิจ ส่วนการโฆษณาเน้นการให้ความรู้เกี่ยวกับสินค้าโดยละเอียดเพื่อเป็นการดึงดูดใจให้ลูกค้าได้มีการสินค้าของตนเอง และการตลาดจะเป็นสิ่งที่ตามลำดับต่อมา เนื่องจากแนวโน้มการใช้อินเทอร์เน็ตสำหรับยูสเซอร์เองกำลังมีการใช้เพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ โดยมีสาเหตุมาจากการที่อินเทอร์เน็ตเริ่มแพร่หลายมากขึ้น โดยเป็นผลจากนโยบายรัฐบาลที่ประกาศเน้นการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศให้มีการใช้มากขึ้นและส่งเสริมให้มีการซื้อขายบนออนไลน์ ผู้ที่มีบทบาทในการนำเสนอเว็บไซต์คือบริษัทผู้ให้บริการเครือข่าย เพื่อให้ได้คำตอบในส่วนที่ของผู้ส่งสาร ผู้วิจัยจึงขอเสนอรายละเอียดในการให้บริการของบริษัทผู้ให้บริการเครือข่าย

ในบทนี้เป็นการแสดงผลที่ได้จากการเก็บข้อมูลตามระเบียบวิธีวิจัยจากผู้ที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนและนโยบายของบริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายและผู้ที่มีส่วนในการติดต่อกับการตัดสินใจในการเลือกใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อในองค์กรของกลุ่มลูกค้าที่เป็นลูกค้าของบริษัทผู้ให้บริการเครือข่าย ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลบุคคลในการศึกษาครั้งนี้ ซึ่งปรากฏผลดังนี้

### ลักษณะของบริษัทผู้ให้บริการเครือข่าย

เนื่องจากการสื่อสารโดยการใช้อินเทอร์เน็ตจัดเป็นการสื่อสารประเภทหนึ่งที่มีความนิยมมากในยุคปัจจุบันเพราะเข้าถึงกลุ่มผู้รับสารได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้สื่ออินเทอร์เน็ตยังมีการสื่อสารทางวัฒนธรรมทางความคิด โดยเป็นผู้ที่ผลิตข่าวสารหรือเว็บไซต์ต่างๆ ออกไปยังผู้รับสาร ผู้เป็นกลุ่มเป้าหมาย โดยกลุ่มบริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายเหล่านี้หรือไอเอสพี ประกอบด้วย บริษัทต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. บริษัทเอเน็ตจำกัด
2. บริษัทเคเอสซีจำกัด
3. บริษัทดาต้าลายไทย
4. บริษัทอินเทอร์เน็ตประเทศไทย
5. บริษัทสามารอินโฟเน็ต

ธุรกิจการให้บริการเครือข่ายเพื่อเชิงพาณิชย์ โดยได้รับอนุญาตจากการสื่อสารแห่งประเทศไทย โดยในปัจจุบันมีทั้งหมด 13 บริษัทที่เปิดดำเนินการ ซึ่งสอดคล้องกับจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องตลอดมา ถึงแม้ว่าประเทศไทยจะประสบภาวะปัญหาเศรษฐกิจที่ไม่สู้ดีนัก แต่อัตราการเติบโตทั้งในส่วนผู้ใช้ส่วนบุคคลและองค์กรยังมีการเติบโตดี ข้อมูลจากสัมภาษณ์พบว่า ในปัจจุบันนี้ทางบริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายไม่ได้ใช้กลยุทธ์ทางด้านราคาเพื่อดำเนินการทางด้านการตลาดแต่เพียงอย่างเดียว แต่ทุกทุกบริษัทหันมาเน้นเรื่องคุณภาพการให้บริการ การบริการหลังการขาย และยุทธวิธีต่างๆ เพื่อเป็นการผูกมัดใจลูกค้า เพราะปัจจุบันผู้คนมีการตื่นตัวในการรับข่าวสารมากขึ้นและต้องการการบริการที่ดีที่สุดตอบรับได้

การดำเนินงานของบริษัทผู้ให้บริการเครือข่าย

1. บริษัทเอเน็ต จำกัด ในเครือเอ็นวี คอร์ปอเรชั่น ให้บริการแก่ลูกค้าดังต่อไปนี้
  - ชื่อที่ให้บริการ เอเน็ต อินเทอร์เน็ต
  - ศูนย์บริการเชื่อมต่อ ต่างจังหวัด 15 จังหวัด ประกอบด้วย ประจวบคีรีขันธ์ ชลบุรี ลพบุรี นครศรีธรรมราช สิงหนบุรี ลำพูน นครราชสีมา นครปฐม เชียงใหม่ ขอนแก่น อุบลราชธานี สระบุรี ภูเก็ต เชียงรายและพะเยา
  - บริการที่ให้แก่ลูกค้า
    1. Web Pager
    2. WebPage Development
    3. Web Hosting
    4. Corporate Internet Setup
    5. Internet Training
  - Web Site [www.a-net.net.th](http://www.a-net.net.th)
  - News (NNTP) Server [news.a-net.net.th](http://news.a-net.net.th)
  - FTP Server [ftp.a-net.net.th](http://ftp.a-net.net.th)

บริษัทเอเน็ตเป็นบริษัทที่มีผู้ถือหุ้นระหว่างการสื่อสารแห่งประเทศไทยและบริษัทเอ็นวี คอร์ปอเรชั่นจำกัด บริษัทเอเน็ตก่อตั้งเมื่อเดือนธันวาคม ปี 2538 ดำเนินการเพื่อให้บริการด้านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตโดยแยกเป็นการบริการผู้ใช้บริการที่เป็นองค์กร (Corporate account) มีจำนวนสมาชิกทั้งสิ้น 40 ราย และผู้ใช้ทั่วไป หรือผู้ใช้ส่วนตัว (Individual User) มีจำนวนสมาชิกทั้งสิ้น 12,000 รายในปี 2541 และประเภทของบริการสำหรับกลุ่มลูกค้าองค์กรมีดังนี้ คือ บริการเชื่อมต่อเครือข่ายขององค์กรเข้าสู่อินเทอร์เน็ตโดยตรง (Internet Direct Connection) บริการเช่าพื้นที่สำหรับ

เปิดเว็บไซต์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลขององค์กร (Web Hosting Services) และมีการให้บริการรับสร้างโฮมเพจให้ด้วย (Web pages planning & design services) และมีการให้บริการผู้ใช้ทั่วไป (Individual User) โดยแบ่งประเภทของบริการสำหรับผู้ใช้ทั่วไปมีดังนี้ คือการใช้บริการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตผ่านสายโทรศัพท์ (Dial-up connection) และเข้าพื้นที่เปิดเว็บไซต์ส่วนบุคคล (personal homepage)

สำหรับเป้าหมายในการให้บริการลูกค้า คุณโสจิพรรณ นาคสกุล ผู้จัดการทั่วไปของบริษัทเอเน็ตกล่าวว่า “เอเน็ตเรามุ่งเน้นตรงที่ว่า เรามีบริการเสริมอะไรบ้างมีเครือข่ายอยู่ที่จังหวัด มีคู่สายความเร็วต่อไปต่างประเทศขนาดเท่าไร และบริการหลังการขายที่ดี ถ้าทำไม่ได้ดี ทั้งสี่ข้อคุณก็ขายใครไม่ได้” นอกจากนี้ยังเน้นอีกว่า “เป้าหมายสูงสุดของเราคือขายบริการ เอเน็ตเรามีบริการที่ให้กับทั้งในส่วนของสมาชิกและคู่ค้าอย่างเช่นในส่วนของลูกค้าเรามีบัตรสิทธิพิเศษ (privilege card) ที่ให้กับสมาชิกมีการจัดกิจกรรมไปเยี่ยมเด็กพิการที่บ้านปากเกร็ด เรามีทีมลูกค้าสัมพันธ์และบริการ Hotline เพื่อคอยตอบปัญหาลูกค้าและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้ามากที่สุด กิจกรรมต่างๆจัดขึ้นมาเพื่อให้สมาชิกของเราได้รู้จักกัน ต่อไปสมาชิกของเราจะมีหมายเลขประจำตัว ตรงนี้เราจะสร้างฐานข้อมูลสมาชิกขึ้นมาสำหรับคู่ค้าเราไม่รังเกียจที่เขาจะขายให้เจ้าอื่น แต่ถ้าขายให้เราเขาจะได้สิทธิพิเศษอย่างในส่วนของพนักงานเอเน็ต นอกจากเราจะมีการอบรมในเรื่องต่างๆ ให้แล้ว เช่น เรื่องการอบรมบุคลิกภาพ เราจะมีการหมุนเวียนหน้าการทำงานของพนักงานอยู่เสมอเพื่อให้ทุกคนนึกถึงใจเขาใจเรา เช่น เวลาที่พนักงานส่วนที่ทำงานในสำนักงานสลับมาทำงานที่ต้องออกตลาดพบปะลูกค้า พวกเขาจะได้รู้สึกว่าเพื่อนพนักงานของเขาต้องการอะไรสนับสนุนจากส่วนหลัง” (อินเทอร์เน็ตทูเดย์, 2540)

สำหรับภาพรวมของธุรกิจอินเทอร์เน็ต คุณโสจิพรรณกล่าวว่า “ในปีที่ผ่านมาเจออุปสรรคในเดือนมีนาคมที่ทางสื่อสารแห่งประเทศไทยประกาศลดราคาค่าบริการครึ่งวงจร (half circuit) ลงมาประมาณ 10 % และลดอัตราค่าบริการพิเศษให้กับไอเอสพีอีกประมาณ 25% ช่วงนั้นคนสับสนว่าไอเอสพีเอากำไรเกินไปหรือเปล่า ไอเอสพีเอาเปรียบเกินไปหรือเปล่า มีกระแสออกมาว่า ราคาอินเทอร์เน็ตแพง นอกจากนี้เรื่องนี้แล้วก็ยังมีข่าวของการคิดอัตราค่าบริการโทรศัพท์แบบ time-zone metering เข้ามาอีก ถ้ามีการคิดค่าโทรศัพท์แบบนี้จะกระทบกับผู้ใช้อินเทอร์เน็ตโดยตรงเลย ส่วนครึ่งปีหลังเจอเรื่องกองทุนการเงินระหว่างประเทศ เพราะจู่ๆ ต้นทุนในการทำธุรกิจก็สูงขึ้น แต่อย่างไรก็ดีเวดวงของอินเทอร์เน็ตก็มีการรวมตัวกันจัดตั้งชมรมผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตในไทย โดยภาพรวมแล้วเป็นสิ่งดี เมื่อเรามองถึงเอเน็ต มีการปรับป้ายยอดขายลง”

การบริการให้กับผู้ใช้บริการที่เป็นองค์กรของบริษัทเอเน็ตมีขบวนการทำงานดังนี้

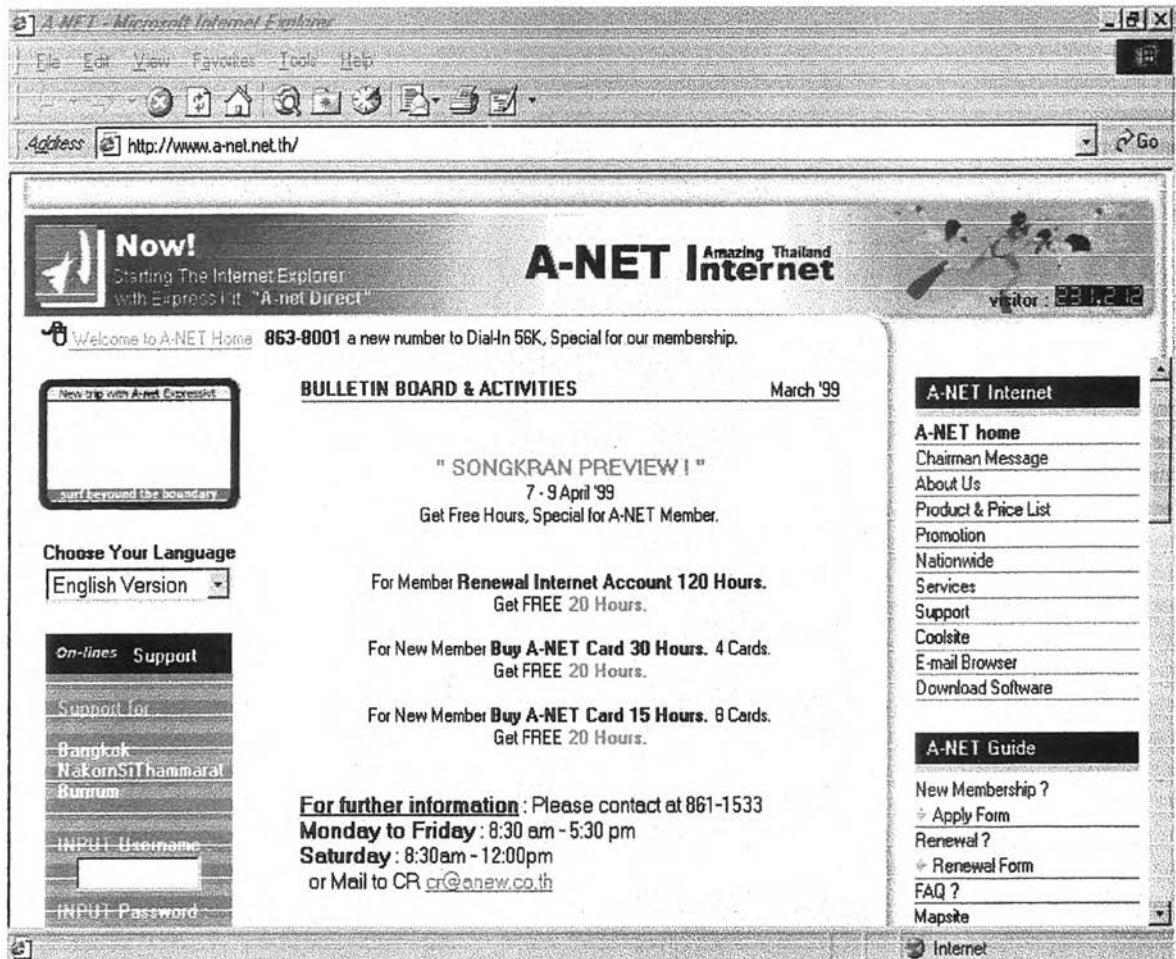
โดยพนักงานขายติดต่อกับลูกค้าที่สนใจในบริการให้บริการเช่าพื้นที่สำหรับเปิดเว็บไซต์ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลขององค์กร (Web Hosting Services) และมีการพูดคุยกันในเนื้อหาที่ต้องการเช่น ข้อมูลและผลิตภัณฑ์ของบริษัทที่กำลังจะเป็นลูกค้า เช่นบริษัท Satin Textile ต้องการให้บริษัทเอเน็ตออกแบบโฆษณาสินค้าและข้อมูลของบริษัท (Company Profile) เพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์บริษัทให้เป็นที่รู้จัก ดังนั้นจึงติดต่อกับบริษัทเอเน็ต ทางบริษัทเอเน็ตนำข้อมูลที่มีการพูดคุยกับบริษัท Satin Textile มาประชุมกันภายในบริษัทเพื่อกำหนดขอบเขตแนวความคิดและการออกแบบเว็บไซต์ให้เรียบร้อยแล้วนำเสนอบนพื้นที่ของบริษัทเอเน็ตที่ลูกค้าทำการเช่าซื้อ เพื่อไปสู่กลุ่มผู้รับสารหรือกลุ่มเป้าหมายบนอินเทอร์เน็ตต่อไป

หลังจากที่บริษัทเอเน็ตทำการออกแบบโฆษณาเรียบร้อยแล้ว นำกลับไปคุยกับลูกค้าในรูปแบบที่ทำสำเร็จออกมาแล้ว ถ้าลูกค้ายอมรับในแนวคิดก็จะนำข้อมูลไปเปิดบนเนื้อที่ให้เช่าของบริษัทเอเน็ตและถ้าไม่ยอมรับ จะนำกลับไปแก้ไขแล้วมีการประชุมนัดหมายอีกครั้งหนึ่งและถ้าไม่มีการแก้ไข ก็จะนำข้อมูลไปเปิดบนเนื้อที่ให้บริการเลย

โดยที่ลูกค้าจะรับรู้รายละเอียดของเนื้อหาเว็บไซต์ของบริษัทเอเน็ตผ่านทางพนักงานขายที่ทำการติดต่อและมีการเข้าไปเยี่ยมชมบนอินเทอร์เน็ต และในรายละเอียดของบริษัทเอเน็ตที่แสดงบนโฆษณาจะแสดงถึงบริการต่างๆ ที่ให้กับลูกค้า เช่น เนื้อหาบนหน้าของเว็บเพจ (Web Page) ในที่นี้หมายถึงจำนวนหน้าหนึ่งหน้าที่น่าเสนอข้อมูลในเว็บไซต์ (Web Site) นั้นๆ จะบอกถึงรายละเอียดเกี่ยวกับอัตราค่าบริการอินเทอร์เน็ตในช่วงส่งเสริมการขาย (promotion) และเนื้อหาบนหน้าจะแสดงถึงจำนวนคนที่เข้าชมเว็บไซต์ในแต่ละครั้ง (Counter)

ส่วนตรงกลางเว็บเพจจะบอกถึงรายละเอียดของการส่งเสริมการขายในช่วงนั้นๆ เช่น เทศกาลสงกรานต์ตั้งแต่วันที่ 7-9 เมษายน ถ้าสมัครสมาชิกจะได้ฟรีชั่วโมงในการเล่นอินเทอร์เน็ตและด้านล่างของเว็บเพจจะบอกถึงรายละเอียดที่ลูกค้าต้องการติดต่อได้ เช่น ที่อยู่ (E-mail address) และเบอร์โทรศัพท์ นอกจากนี้ยังมีรายละเอียดที่ให้บริการกับลูกค้าจะอยู่ด้านล่างขวา เช่น ศูนย์พจนานุกรมผู้จัดการ ข้อมูลบริษัท ผลิตภัณฑ์และราคา รายการส่งเสริมการขาย เครื่องหมายที่ให้บริการ การบริการที่ให้กับลูกค้า การสนับสนุน (support) รายชื่อเว็บไซต์ที่น่าสนใจ การส่งข้อความคิดเห็นแก่ผู้ดูแลระบบ (Web Master) และการดาวน์โหลดซอฟต์แวร์ฟรี นอกจากนี้ด้านล่างสุดยังบอกถึงรายละเอียดในการกรอกใบสมัครทั้งที่ต่ออายุและสมัครสมาชิกใหม่ ดังรายละเอียดจากภาพที่ 1

ภาพที่ 1 รูปแบบเว็บไซต์ของบริษัทเอเน็ต มีลักษณะการนำเสนอเนื้อหา ดังภาพต่อไปนี้



สำหรับเนื้อหาในเว็บไซต์ของบริษัทเอเน็ต คุณประสิทธิ์ วรรณตราวิช Web Business Director แห่งบริษัทเออาร์อินฟอร์เมชันแอนด์พับลิชเคชั่นจำกัด ได้กล่าวถึงรายละเอียดในเนื้อหาของบริษัทเอเน็ตว่า “เว็บไซต์ของAnet เน้นการให้บริการกับสมาชิก ไม่ว่าจะเป็นการตรวจสอบอายุใช้งาน เวลาที่เหลือ เปลี่ยนรหัสผ่าน ฯลฯ นอกจากนี้ยังมีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับบริการต่างๆ เพื่อประชาสัมพันธ์ตัวเอง และสร้างโอกาสทางการตลาด จุดเด่นของไซต์ Anet คือการมีหลายภาษาให้เลือก และข้อมูลเกี่ยวกับฮับ หรือสาขาย่อยทั่วประเทศ ทำให้ผู้ใช้รู้สึกถึงความยิ่งใหญ่ และความสัมพันธ์ใกล้ชิดลูกค้า อย่างไรก็ตาม เนื่องจาก ISP จำกัดธุรกิจตัวเองเกินไป การออกแบบเว็บเพจนี้ จึงไม่ค่อยมีผู้เข้ามาเยี่ยมชมนัก หากไม่จำเป็น ซึ่งทำให้เสียโอกาส ทั้งๆ ที่ลูกค้าทุกคนที่ได้แอดเคาต์ไป จะต้องเข้ามาที่นี่ในครั้งแรกอยู่แล้ว ถ้าทาง ISP สามารถจัดทำโฮมเพจที่มีบริการที่น่าสนใจ และสามารถทำให้มีผู้เยี่ยมชมมากขึ้น ISP เข้านั้น ก็จะมีโอกาสทางการตลาดเพิ่มมากขึ้น”

2. บริษัทอินเทอร์เน็ตประเทศไทย

(รัฐวิสาหกิจในสังกัดกระทรวงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และสิ่งแวดล้อม)

ชื่อผู้ให้บริการ อินเทอร์เน็ตประเทศไทย

ศูนย์บริการเชื่อมต่อ ต่างจังหวัด 3 แห่งประกอบด้วย-อุดรธานี ชลบุรี สงขลา

บริการที่ให้บริการแก่ลูกค้า

1. 4-ditgit Modem Access (1601)
2. Official Microsoft FTP Site
3. Web Page Development
4. Web Hosting
5. Internet Roaming
6. GSM Internet Mailnote

Web site            www.inet.co.th

บริษัทอินเทอร์เน็ตประเทศไทยบริษัทร่วมทุนระหว่างการสื่อสารแห่งประเทศไทย องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทยและ National Science and Technology Development Agency (NSTDA) โดยมีสัดส่วนของผู้ถือหุ้นคือ ร้อยละ 33 ร้อยละ 33และร้อยละ 34 ตามลำดับ โดยมีการให้บริการทางด้าน ผู้ใช้บริการที่เป็นองค์กร (Corporate account) มีจำนวนสมาชิกทั้งสิ้น 25 ราย และผู้ใช้ทั่วไป หรือผู้ใช้ส่วนตัว (Individual User) มีจำนวนสมาชิกทั้งสิ้น 6,000 รายในปี 2541 และประเภทของบริการสำหรับกลุ่มลูกค้าองค์กรมีดังนี้ คือ 4-ditgit Modem Access (1601) Official Microsoft FTP Site และ บริการอื่นๆ Web Page Development Web Hosting Internet Roaming GSM Internet Mailnote โดยส่วนใหญ่เป็นการให้บริการเชื่อมต่อเครือข่ายขององค์กรเข้าสู่อินเทอร์เน็ตโดยตรง (Internet Direct Connection) บริการเช่าพื้นที่สำหรับเปิดเว็บไซต์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลขององค์กร (Web Hosting Services) และมีการให้บริการรับสร้างโฮมเพจให้ด้วย และการให้บริการผู้ใช้ทั่วไป (Individual User) โดยแบ่งประเภทของบริการสำหรับผู้ใช้ทั่วไปมีดังนี้ คือการใช้บริการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตผ่านสายโทรศัพท์ (Dial-up connection) และเช่าพื้นที่เปิดเว็บไซต์ส่วนบุคคล (personal homepage)

สำหรับในการให้บริการแก่ลูกค้า คุณตฤณ ดัชนีเศรษฐี กรรมการผู้จัดการบริษัทอินเทอร์เน็ตประเทศไทย กล่าวว่า “สิ่งที่อินเทอร์เน็ตไทยแลนด์ถือเป็นจุดเด่นคือ เป็นไอเอสพีรายเดียวที่มีเลขหมายโทรศัพท์ 4 ตัวให้ผู้โทรเข้ามา คือ 1601 เป็นไอเอสพีรายเดียวที่มีสายวงจรต่อต่างประเทศมากถึง 10 เมกะบิตต่อวินาที (Mbps) และถือเป็นแหล่งรวมเนื้อหาในประเทศไทยไว้มากที่

สุดแห่งหนึ่ง” นอกจากนี้ยังเน้นอีกว่า “ จะเน้นการขายออกต่างจังหวัด โดยที่อินเทอร์เน็ตไทย แลนด์เข้าไปกระจายอินเทอร์เน็ตโหนด พยายามให้ทุกคนมีโอกาสใช้อินเทอร์เน็ตเหมือนกันหมด โดยพยายามเข้าไปในจังหวัดอื่นๆ ที่ไอเอสพีรายอื่นไม่ทำกัน นอกจากนี้แล้วส่วนของลูกค้าราย บุคคลนั้นอินเทอร์เน็ตไทยแลนด์จะเน้นตลาดล่าง จะเป็นบริการที่มีฟีเจอร์น้อยกว่าบริการอื่นๆ คือ เล่นได้เฉพาะบางฟีเจอร์ เช่น อีเมล แต่จะเป็นบริการที่มีราคาถูก และรวมถึงบริการประเภทให้เช่า พื้นที่ฝากเว็บไซต์ (Web hosting) อินเทอร์เน็ตไทยแลนด์กำหนดรูปแบบใหม่ออกมา ราคากว่าเดิม มาก เพียงเดือนละ 3600 บาท ผู้เช่าจะได้รับเนื้อที่ว่าง 30 เมกะไบต์ อีเมล ชื่อโดเมนเนมภายใต้โดเมนเนมของอินเทอร์เน็ตไทยแลนด์ (เช่น name.inet.co.th) และไม่จำกัดจำนวนข้อมูลที่ส่งเข้าออก (traffic in-out)” (อินเทอร์เน็ตทูเดย์, 2540)

การบริการให้กับผู้ใช้บริการที่เป็นองค์กรของบริษัทอินเทอร์เน็ตประเทศไทยมีขบวนการทำงานดังนี้

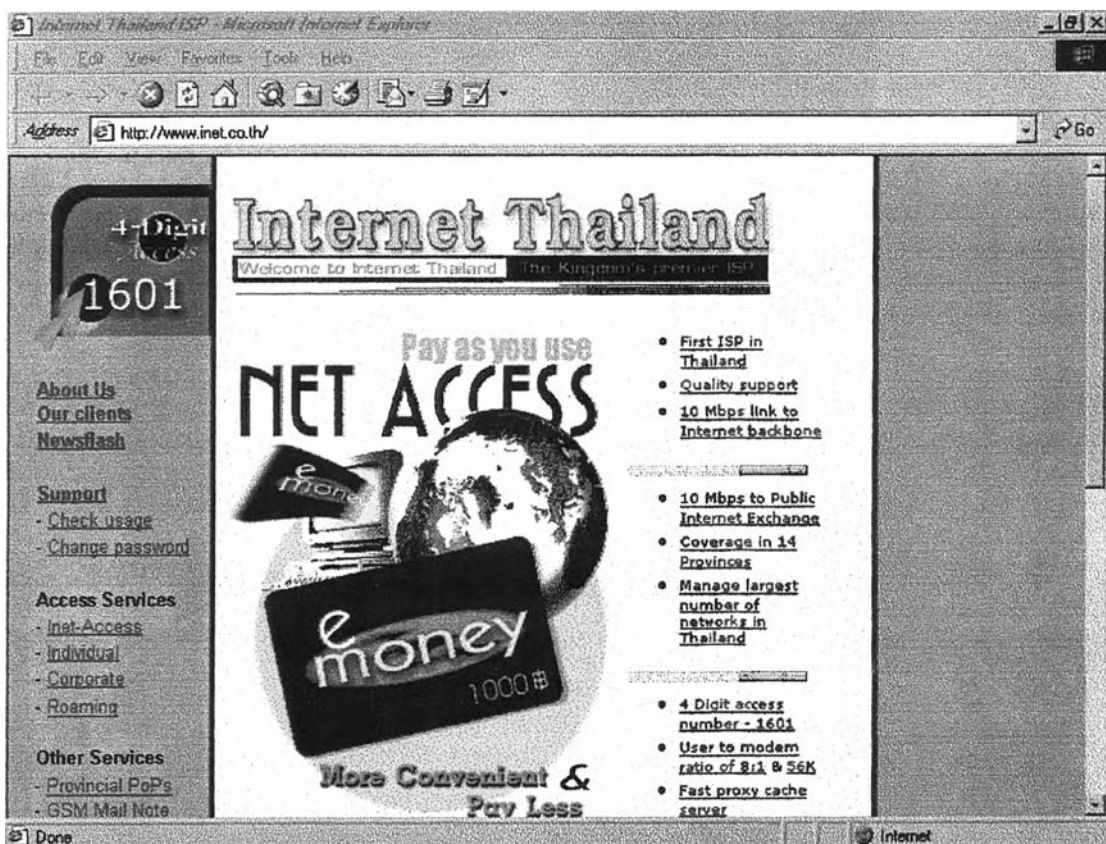
เริ่มต้นมีพนักงานขายไปติดต่อกับลูกค้าที่สนใจในบริการให้บริการเช่าพื้นที่สำหรับเปิดเว็บไซต์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลขององค์กร (Web Hosting Services)หรือบางครั้งเกิดจากการที่เพื่อนแนะนำให้มาเช่าพื้นที่ที่บริษัทอินเทอร์เน็ตประเทศไทย และได้มีการพูดคุยกันในเนื้อหาที่ต้องการเช่น ข้อมูลและผลิตภัณฑ์ของบริษัทที่กำลังจะเป็นลูกค้า เช่น หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ หรือบริษัทอมรินทร์พริ้นติ้ง ต้องการให้บริษัทอินเทอร์เน็ตประเทศไทยทำการออกแบบสินค้าและข้อมูลของบริษัท (Company Profile) เพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์บริษัทให้เป็นที่รู้จัก ดังนั้นจึงติดต่อกับบริษัทอินเทอร์เน็ตประเทศไทย หลังจากนั้นทางบริษัทอินเทอร์เน็ตประเทศไทยนำข้อมูลที่มีการพูดคุยกับหนังสือพิมพ์ไทยรัฐหรือ บริษัท อมารินทร์พริ้นติ้ง มากำหนดขอบเขตแนวความคิดและการออกแบบเว็บไซต์ให้เรียบร้อย หลังจากนั้นรูปแบบทั้งหมดไปพูดคุยกับลูกค้าอีกครั้งเพื่อหาข้อสรุปทั้งหมด ถ้าลูกค้าพึงพอใจก็จะนำเสนอข้อมูลบนพื้นที่ของบริษัทอินเทอร์เน็ตที่ลูกค้าทำการเช่าซื้อ เพื่อไปสู่กลุ่มผู้รับสารหรือกลุ่มเป้าหมายบนอินเทอร์เน็ตต่อไป

โดยปกติลูกค้าจะรับรู้รายละเอียดของเนื้อหาเว็บไซต์ของบริษัทอินเทอร์เน็ตประเทศไทยผ่านทางเพื่อนหรือคนรู้จักที่อยู่ในวงการเหมือนกันเช่นรูปแบบบริษัทเป็นรัฐวิสาหกิจหรือธุรกิจประเภทเดียวกันและจากพนักงานขายที่ทำการติดต่อ และในรายละเอียดของบริษัทอินเทอร์เน็ตประเทศไทยที่แสดงบนโฮมเพจจะแสดงถึงบริการต่างๆ ที่ให้กับลูกค้า เช่น เนื้อหาหมบบนซ้ายของเว็บเพจ (Web Page) จะบอกถึงรายละเอียดการส่งเสริมการขายในช่วงเวลานั้นๆ ส่วนด้านบนของโฮมเพจจะเป็นชื่อบริษัทอินเทอร์เน็ตประเทศไทย

ส่วนด้านขวาของโฮมเพจจะเป็นรายละเอียดที่แสดงถึงสถานภาพของบริษัทอินเทอร์เน็ตประเทศไทย เช่น เป็นไอเอสพีรายแรกในประเทศไทย มีคุณภาพในการบริการ มีความเร็ว 10 เมกะบิตต่อวินาทีในการส่งข้อมูลไปสู่เบสิคโบน มีเครือข่ายครอบคลุม 14 จังหวัดทั่วประเทศ และสามารถจัดการเครือข่ายที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย และมีการบอกจุดเด่นของการติดต่อเข้าอินเทอร์เน็ตประเทศไทยด้วยหมายเลขโทรศัพท์เพียง 4 ตัวเลขซึ่งสามารถจดจำง่าย สังกัดได้จากมีที่มุมด้านบนซ้ายและด้านล่างขวาด้วย ดังรายละเอียดจากภาพที่ 2

นอกจากนี้ยังมีด้านซ้ายที่มีรายละเอียดเกี่ยวกับข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท รายชื่อลูกค้าที่มาใช้บริการเช่าพื้นที่ มีข่าวที่ช่วยบอกความเคลื่อนไหว มีการสนับสนุนด้านสมาชิกเช่น การเปลี่ยนรหัสผ่าน และยังมีรายละเอียดในด้านการให้บริการต่างๆ เช่น Inet access, Individual, corporate และ roaming และยังมีบริการอื่นๆ อีก เช่น เครือข่ายในต่างจังหวัด และ GSM Mail Note (จากภาพที่ 2)

ภาพที่ 2 รูปแบบเว็บไซต์ของบริษัทอินเทอร์เน็ตประเทศไทย มีลักษณะการนำเสนอเนื้อหา ดังภาพต่อไปนี้





สำหรับเนื้อหาในเว็บไซต์ของบริษัทเอเน็ต คุณประสิทธิ์ วรรณราวนิช Web Business Director แห่งบริษัทเออาร์อินฟอร์เมชันแอนด์พับลิชเคชั่นจำกัดได้กล่าวไว้ว่า “เว็บไซต์ของ Internet Thailand เน้นการเป็นผู้นำในการให้บริการใหม่ๆ (เนื่องจากตนเองเป็น ISP เจ้าแรกของประเทศไทย) และประสิทธิภาพความเร็วที่สูงที่สุดในประเทศ นอกจากนี้ก็จะมีบริการต่างๆ ให้กับสมาชิกเช่นเดียวกับเว็บไซต์ของ ISP เจ้าอื่นๆ วิเคราะห์โอกาสในการประชาสัมพันธ์ตนเอง คิดว่าเว็บไซต์ของ Internet Thailand ใช้ภาษาอังกฤษเพียงอย่างเดียว ซึ่งเป็นกำแพงสำหรับผู้ใช้อีกมากมาย ที่จะมีโอกาสได้รับรู้ข่าวสารต่างๆ ที่ทาง ISP มีให้ ข้อมูลที่ให้เน้นความยิ่งใหญ่ แข็งแรงของระบบ แต่การขายที่จุดนี้ ผู้บริโภคอาจจะไม่เข้าใจ เพราะสิ่งที่ผู้สนใจหรือผู้ใช้อินเทอร์เน็ตต้องการคือ ความง่ายในการติดตั้งและใช้งานมากกว่า “บริการ” ของ ISP เป็นเรื่องสำคัญ แต่ควรจะต้องดีกว่า บริการ ให้กว้างกว่าที่เป็นอยู่ก็จะมีโอกาสมากขึ้น การมีแคมเปญ หรือกิจกรรมอื่นๆ มากกว่าการขายแอดเคสต์ จะช่วยสร้างความจงรักภักดีต่อผู้ใช้ให้เกิดขึ้นกับผู้ใช้ได้ ซึ่งเป็นอีกจุดหนึ่งที่หลายๆ ISP ต่างพยายามสร้างโอกาสเหล่านี้ (ตัวอย่างเช่น Anet จะมีบริการคั่วหนังฟรีกับสมาชิกด้วย เป็นต้น)”

### 3. บริษัท เคเอสซี คอมเมอร์เชียล อินเทอร์เน็ต

ชื่อผู้ให้บริการ อินเทอร์เน็ต เคเอสซี

ศูนย์บริการเชื่อมต่อ ต่างจังหวัด 10 แห่งประกอบด้วย-เชียงใหม่ ภูเก็ต ชลบุรี อุตรดิตถ์  
อยุธยา แพร่ ลำปาง จันทบุรี ระยอง อุทัยธานี

ระบบที่ใช้เชื่อมต่อ Global-One, Teleglobe 2 Mb, Local 512 Kb

บริการที่ให้บริการแก่ลูกค้า

1. Lifetime Email Address
2. International Roaming
3. GSM Mail Note
4. Mail Alert
5. Web Page Development
6. Web Hosting
7. Corporate Internet Setup
8. Internet Kit Instant Internet (599 Baht/15 hours), Web surfer (399 baht/15 hours only WWW)

Web site [www.ksc.co.th](http://www.ksc.co.th), [www.thaicast.ksc.net](http://www.thaicast.ksc.net), [ksc.goldsite.com](http://ksc.goldsite.com)

บริษัทเคเอสซีให้บริการทางด้าน ผู้ใช้บริการที่เป็นองค์กร (Corporate account) มีจำนวนสมาชิกทั้งสิ้น 100 ราย และผู้ใช้ทั่วไป หรือผู้ใช้ส่วนตัว (Individual User) มีจำนวนสมาชิกทั้งสิ้น 40,000 รายในปี 2541 และประเภทของบริการสำหรับกลุ่มลูกค้าองค์กรมีดังนี้ คือ บริการเชื่อมต่อเครือข่ายขององค์กรเข้าสู่อินเทอร์เน็ตโดยตรง (Internet Direct Connection) บริการเช่าพื้นที่สำหรับเปิดเว็บไซต์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลขององค์กร (Web Hosting Services) และมีการให้บริการรับสร้างโฮมเพจให้ด้วย (Web pages planning & design services) และการให้บริการผู้ใช้ทั่วไป (Individual User) โดยแบ่งประเภทของบริการสำหรับผู้ใช้ทั่วไปมีดังนี้ คือการใช้บริการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตผ่านสายโทรศัพท์ (Dial-up connection) และเช่าพื้นที่เปิดเว็บไซต์ส่วนบุคคล (personal homepage) นอกจากนี้ยังมีบริการเสริมให้ลูกค้า คือ Lifetime Email Address, International Roaming, GSM Mail Note และ Mail Alert

ในการให้บริการลูกค้า ดร.กนกวรรณ ว่องวัฒนะสิน กรรมการผู้จัดการใหญ่ประธานบริษัทเคเอสซีกล่าวว่า “เคเอสซีมีการให้ความสำคัญกับลูกค้าทุกกลุ่มเท่าๆ กัน โดยมีทีมงานการตลาดหลายๆ ทีมแยกกันทำงาน ซึ่งได้แก่ ทีมงานเพื่อหาลูกค้าระดับองค์กร ทีมงานเพื่อหาลูกค้าตลาดการศึกษา และทีมงานตลาดเพื่อหาลูกค้า Dial-up ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับทีมงานไหนจะมีความสามารถในการตลาดได้มากกว่า นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญกับการเป็น System Integrator (SI) โดยให้บริการวางระบบและคำปรึกษาการใช้อินเทอร์เน็ตภายในองค์กรให้เกิดประโยชน์สูงสุด ซึ่งรูปแบบการให้บริการแบบ SI นี้ถือเป็นหัวใจสำคัญของไอเอสพีเลยทีเดียว ตัวอย่างเช่น เคเอสซีเปิดให้บริการคือ VCN (Virtual Corporate Network) ซึ่งเป็นบริการติดตั้งอินเทอร์เน็ตให้กับองค์กร โดยที่ไม่ต้องลงทุนติดตั้งเซิร์ฟเวอร์และว่าจ้างผู้ดูแลระบบ ทางเคเอสซีจะเป็นผู้ดูแลปัญหาทางเทคนิคและติดตั้งใช้งานให้ทั้งหมด โดยที่องค์กรนั้นๆ สามารถใช้อินเทอร์เน็ตได้ที่ขนาดความเร็ว 32-64 Kbps ด้วยบริการนี้ช่วยให้องค์กรขนาดกลางถึงขนาดเล็กสามารถใช้อินเทอร์เน็ตได้โดยมีค่าใช้จ่ายที่ต่ำ นอกจากนี้ยังเน้นในส่วนการตลาดเว็บโฮสติ้ง ซึ่งยากต่อการแข่งขันราคากับบริษัทรับทำเว็บไซต์ที่นำข้อมูลไปเก็บไว้ในต่างประเทศ ซึ่งการตั้งเซิร์ฟเวอร์ต่างประเทศนั้นมีทั้งบริการที่สมบูรณ์กว่า และมีราคาค่าบริการที่ถูกกว่า ปัจจัยเหล่านี้เปิดโอกาสให้บรรดาบริษัทรับจ้างทำเว็บไซต์สามารถทำกำไรได้มากกว่า แต่ปัจจุบันทางเคเอสซีได้ร่วมมือกับเอเยนซีในการจัดตั้งเว็บไซต์ร่วมกัน” (อินเทอร์เน็ตทูเดย์, 2540)

ส่วนศาสตราจารย์ดอกเตอร์ศรีศักดิ์ จามรมารกล่าวถึงในเรื่องกลยุทธ์ของการตลาดว่า “จะมีเปิดตัวบริการใหม่ที่เรียกว่า ฮีต เน็ต ดิลิเวอรี หรือบริการอินเทอร์เน็ตถึงหน้าบ้าน โดยให้บริการตั้งแต่รับสมัครสมาชิก ตลอดจนให้คำปรึกษาด้านอินเทอร์เน็ต ส่วนพื้นที่ที่จะให้บริการนั้น จะเริ่ม

ในเขตกรุงเทพมหานคร และเขตปริมณฑลก่อน ซึ่งค่าบริการในการติดตั้ง ในอัตรา 500 บาทต่อครั้ง ในครึ่งปีหลังบริษัทจะเน้นกลุ่มเป้าหมายไปที่ธุรกิจ ขนาดเล็ก และกลางเป็นหลัก” นอกจากนี้ยังเน้นเรื่องการให้บริการกับลูกค้าว่า “ทางเคเอสซียังเน้นการบริการวงจรเช่าอัตราถูก เป็นลักษณะการหาโครงข่ายไอเอสดีเอ็นแบบเต็มรูปแบบ ความเร็ว 64 Kbps-128 Kbps ในราคาเริ่มต้นเพียง 28,000 บาท/เดือน จะปรับราคาและให้บริการให้เหมาะสมกับกำลังซื้อของลูกค้ารายบุคคล อาทิ ลดราคาให้ลูกค้าที่เพิ่มจบการศึกษา 50% เป็นต้น”

ในการบริการให้กับผู้ใช้บริการที่เป็นองค์กรของบริษัทเคเอสซีมีขบวนการทำงานดังนี้

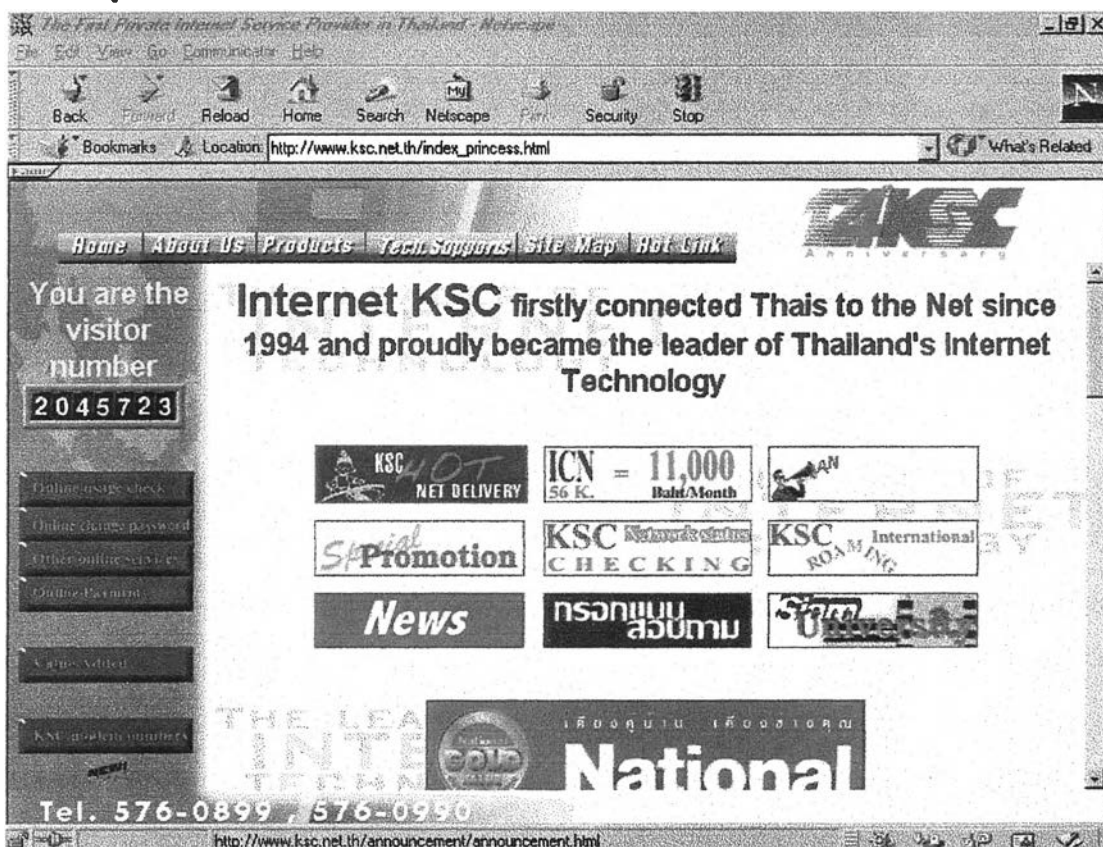
โดยพนักงานขายติดต่อกับลูกค้าที่สนใจในบริการให้บริการเช่าพื้นที่สำหรับเปิดเว็บไซต์ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลขององค์กร (Web Hosting Services) และมีการพูดคุยกันในเนื้อหาที่ต้องการเช่น ข้อมูลและผลิตภัณฑ์ของบริษัทที่กำลังจะเป็นลูกค้า เช่นบริษัท HMC Polymers ต้องการให้บริษัทเคเอสซีออกแบบข้อมูลของบริษัท (Company Profile) เพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์บริษัทให้เป็นที่รู้จัก โดยทำการเปิดบนอินเทอร์เน็ต ดังนั้นจึงติดต่อกับบริษัทเคเอสซี ทางบริษัทเคเอสซีนำข้อมูลที่มีการพูดคุยกับบริษัทที่เป็นลูกค้ามาประชุมกันภายในบริษัทเพื่อกำหนดขอบเขตแนวความคิดและการออกแบบเว็บไซต์ให้เรียบร้อยแล้วนำเสนอบนพื้นที่ของบริษัทเคเอสซีที่ลูกค้าทำการเช่าชื่อ เพื่อไปสู่กลุ่มผู้รับสารหรือกลุ่มเป้าหมายบนอินเทอร์เน็ตต่อไป

หลังจากที่บริษัทเคเอสซีทำการออกแบบโฮมเพจเรียบร้อยแล้ว นำกลับไปคุยกับลูกค้าในรูปแบบที่ทำสำเร็จออกมาแล้ว ถ้าลูกค้ายอมรับในแนวคิดก็จะนำข้อมูลไปเปิดบนเนื้อที่ให้เช่าของบริษัทเคเอสซีและถ้าไม่ยอมรับ จะนำกลับไปแก้ไขแล้วมีการประชุมนัดหมายอีกครั้งหนึ่ง และถ้าไม่มีการแก้ไข ก็จะนำข้อมูลไปเปิดบนเนื้อที่ที่ให้บริการเลย

โดยที่ลูกค้าจะรับรู้รายละเอียดของเนื้อหาเว็บไซต์ของบริษัทเคเอสซีผ่านทางพนักงานขาย ที่ทำการติดต่อและมีการเข้าไปเยี่ยมชมบนอินเทอร์เน็ต และในรายละเอียดของบริษัทเคเอสซีที่แสดงบนโฮมเพจจะแสดงถึงบริการต่างๆ ที่ให้กับลูกค้า เช่น เนื้อหาบนหน้าของเว็บเพจจะบอกถึงรายละเอียดเกี่ยวกับจำนวนคนที่เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ในแต่ละครั้ง (Counter) ด้านบนของมุมบนซ้ายจะเป็นปุ่มที่ให้ผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์เข้าไปเยี่ยมชมในรายละเอียดแต่ปุ่ม เช่น ข้อมูลของบริษัท ผลิตภัณฑ์ของบริษัทที่นำเสนอ การสนับสนุนทางด้านเทคนิค รายละเอียดการให้บริการลูกค้าต่างๆ และเว็บไซต์ที่น่าสนใจ ส่วนด้านซ้ายของโฮมเพจจะเป็นการเช็คการใช้ออนไลน์ การเปลี่ยนรหัสผ่าน วิธีการจ่ายเงินสำหรับผู้ที่เป็นสมาชิก

ส่วนตรงกลางของโฮมเพจจะแสดงข้อความที่ด้านบนคือ เคเอสซีเป็นบริษัทแรกที่เปิดให้บริการเครือข่ายและเป็นผู้นำในเรื่องอินเทอร์เน็ตเทคโนโลยี ส่วนด้านล่างลงมาจะเป็นปุ่มให้ผู้คลิกดูรายละเอียดการส่งเสริมการขาย การกรอกแบบสอบถาม หรือบริการด้านต่างๆที่ให้กับลูกค้าเช่น Roaming หรือ ข่าวสารต่างๆที่ต้องการให้สมาชิกทราบ ส่วนด้านล่างเป็นเบอร์โทรศัพท์ที่ให้ลูกค้าโทรศัพท์ติดต่อเข้าไป ส่วนรูปที่อยู่เหนือเบอร์โทรศัพท์ที่เป็นการลงโฆษณาของบริษัทที่มาลงบนเนอรักับเคเอสซีเพื่อเป็นการโฆษณาประชาสัมพันธ์ของบริษัท ดังรายละเอียดจากภาพที่ 3

ภาพที่ 3 รูปแบบเว็บไซต์ของบริษัทเคเอสซี มีลักษณะการนำเสนอเนื้อหา ดังภาพต่อไปนี้



4. บริษัท สามารถอินโฟเน็ต  
 ชื่อผู้ให้บริการ อินโฟนิวส์  
 ศูนย์บริการเชื่อมต่อ ต่างจังหวัด 3 แห่งประกอบด้วย- เชียงใหม่ ภูเก็ต สุราษฎร์ธานี  
 บริการที่ให้บริการแก่ลูกค้า
1. Web Page Development
  2. Web Hosting
  3. Corporate Internet Setup

#### 4. Internet Training

Internet Kit      Cybernet Kit (10 hours/500 baht)

Web site                      [www.samart.co.th](http://www.samart.co.th)

บริษัทสามารถอินเทอร์เน็ตให้บริการทางด้าน ผู้ใช้บริการที่เป็นองค์กร (Corporate account) มีจำนวนสมาชิกทั้งสิ้น 42 ราย และผู้ใช้ทั่วไป หรือผู้ใช้ส่วนตัว (Individual User) มีจำนวนสมาชิกทั้งสิ้น 4,200 รายในปี 2541 และประเภทของบริการสำหรับกลุ่มลูกค้าองค์กรมีดังนี้ คือ บริการเชื่อมต่อเครือข่ายขององค์กรเข้าสู่อินเทอร์เน็ตโดยตรง (Internet Direct Connection) บริการเช่าพื้นที่สำหรับเปิดเว็บไซต์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลขององค์กร (Web Hosting Services) และมีการให้บริการรับสร้างโฮมเพจให้ด้วย (Web pages planning & design services) และการให้บริการผู้ใช้ทั่วไป (Individual User) โดยแบ่งประเภทของบริการสำหรับผู้ใช้ทั่วไปมีดังนี้ คือการใช้บริการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตผ่านสายโทรศัพท์ (Dial-up connection) และเช่าพื้นที่เปิดเว็บไซต์ส่วนบุคคล (personal homepage)

ในแง่การให้บริการลูกค้าคุณเชษฐา อุดมวงศ์ ผู้อำนวยการฝ่าย Interactive Media บริษัทสามารถอินเทอร์เน็ตกล่าวว่า “ต้องการเน้นในเรื่องการบริการเสริมและการสนับสนุนลูกค้า โดยเน้นทั้งกลุ่มลูกค้าส่วนบุคคลและกลุ่มองค์กรเช่น ร่วมมือกับโพสเทลในการทำตลาดและโปรโมชัน ส่วนกลุ่มองค์กรได้ร่วมมือกับดาต้าเน็ตและเทลคอมเอเชีย เพื่อจัดทำสายสำรองเพิ่มขึ้นมาจากการมีสายวงจรเช่า (leased-line) ธรรมดา สายวงจรที่เชื่อมต่อเข้ากับเน็ตของลูกค้าและของดาต้าเน็ตหรือของทีเอ็นเอ็นจะทำหน้าที่เป็นสายวงจรสำรองหากสายวงจรเช่าล่ม เป็นการรับประกันว่าเครือข่ายที่ต่อเข้ากับอินเทอร์เน็ตนั้นจะใช้งานได้ตลอดเวลา แต่ตรงนี้ลูกค้าจะต้องเสียเงินเพิ่ม นอกจากนี้ยังมีเรื่องสนับสนุนลูกค้า โดยทำระบบใบเสร็จรับเงิน (billing) ใหม่หมดให้อยู่ในระบบคอมพิวเตอร์ ทำระบบฐานข้อมูลลูกค้าขึ้นมา เพื่อให้บริการลูกค้าที่ดีขึ้น สะดวกขึ้น คือทำบริการให้ดีขึ้น ให้โทรติดง่าย” (อินเทอร์เน็ตทูเดย์, 2540)

นอกจากนี้คุณเชษฐา อุดมวงศ์ยังกล่าวเสริมอีกว่า “จุดแข็งของสามารตคือ การทำโฮมเพจให้บริษัทต่างๆ เยอะมาก คือไม่ใช่ว่าเราจะทำเว็บแค่ความสวยงาม เรารับทำถึงขนาดว่าวางระบบฐานข้อมูลบนเว็บให้ (Web Database) เช่น เว็บไซต์ที่ทางสามารตเป็นผู้จัดทำระบบฐานข้อมูลบนเว็บให้คือกรมสรรพากร ที่เปิดให้บริการกับประชาชนในการสอบถามข้อมูลต่างๆ ได้ด้วยตนเองผ่านเว็ลด์ไวด์เว็บ”

ส่วนคุณโสภารวรรณ รัตนจิตรกร ผู้รับผิดชอบในส่วนของ Internet Advertising Consultant กล่าวถึงการบริการลูกค้าว่า “ ทางสามารถฯมีการในเรื่องการออกแบบเนื้อหาให้กับสิ่งที่ลูกค้าต้องการ ทั้งรูปแบบและรายละเอียดต่างๆของสินค้า เรานั้นในการเรื่องการให้บริการเป็นหนึ่งในและสนับสนุนลูกค้ามากขึ้นโดยเน้นที่บริการเสริมเช่น ระบบตอบรับอัตโนมัติเป็นบริการตอบรับอีเมลล์อัตโนมัติหรือระบบส่งต่ออีเมลล์เป็นบริการที่ตอบสนองกับผู้ที่ใช้อีเมลล์มากกว่าหนึ่งอัน ซึ่งระบบทั้งหมดนี้ลูกค้าสามารถเข้ามาลงทะเบียนเปิดใช้ได้เองผ่านทางเว็บไซต์ของสามารถฯ”

ในการบริการให้กับผู้ใช้บริการที่เป็นองค์กรของบริษัทสามารถอินโฟเน็ตมีขบวนการทำงานดังนี้

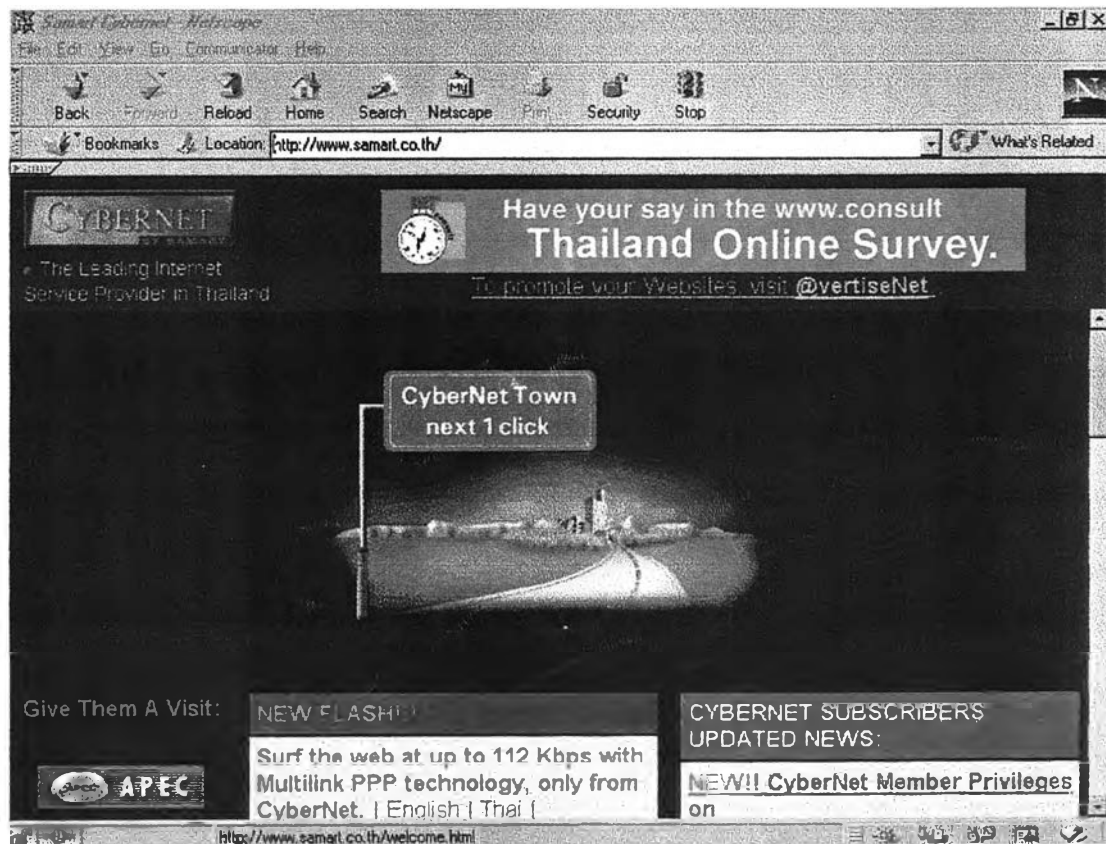
โดยพนักงานขายติดต่อกับลูกค้าที่สนใจในการให้บริการเช่าพื้นที่สำหรับเปิดเว็บไซต์ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลขององค์กร (Web Hosting Services)และมีการพูดคุยกันในเรื่องที่ความต้องการเช่น ข้อมูลและผลิตภัณฑ์ของบริษัทที่กำลังจะเป็นลูกค้า เช่นบริษัท Amtra Travel ต้องการให้บริษัทสามารถอินโฟเน็ตออกแบบโฆษณาสินค้าและข้อมูลของบริษัท (Company Profile) เพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์บริษัทให้เป็นที่รู้จัก ดังนั้นจึงติดต่อกับบริษัทสามารถอินโฟเน็ต ทางบริษัทสามารถอินโฟเน็ตนำข้อมูลที่มีการพูดคุยกับบริษัท Amtra Travel มาประชุมกันภายในบริษัทเพื่อกำหนดขอบเขตแนวความคิดและการออกแบบเว็บไซต์ให้เรียบร้อยแล้วนำเสนอบนพื้นที่ของบริษัทสามารถอินโฟเน็ตที่ลูกค้าทำการเช่าซื้อ เพื่อไปสู่กลุ่มผู้รับสารหรือกลุ่มเป้าหมายบนอินเทอร์เน็ตต่อไป

หลังจากที่บริษัทสามารถอินโฟเน็ตทำการออกแบบโฮมเพจเรียบร้อยแล้ว นำกลับไปคุยกับลูกค้าในรูปแบบที่ทำสำเร็จออกมาแล้ว ถ้าลูกค้ายอมรับในแนวคิดก็จะนำข้อมูลไปเปิดบนเนื้อที่ให้เช่าของบริษัทเอเน็ตและถ้าไม่ยอมรับ จะนำกลับไปแก้ไขแล้วมีการประชุมนัดหมายอีกครั้งหนึ่งและถ้าไม่มีการแก้ไข ก็จะนำข้อมูลไปเปิดบนเนื้อที่ที่ให้บริการเลย

โดยที่ลูกค้าจะรับรู้รายละเอียดของเนื้อหาเว็บไซต์ของบริษัทสามารถอินโฟเน็ตผ่านทางพนักงานขายที่ทำการติดต่อและมีการเข้าไปเยี่ยมชมบนอินเทอร์เน็ต และในรายละเอียดของบริษัทเอเน็ตที่แสดงบนโฮมเพจจะแสดงถึงบริการต่างๆ ที่ให้กับลูกค้า เช่น เนื้อหาบบนซ้ายของเว็บเพจ (Web Page) บอกถึงบริการของสามารถฯที่ให้กับลูกค้า ส่วนด้านบนจะเป็นจุดที่สามารถคลิกเข้าไปกรอกแบบสอบถามที่เป็นลักษณะออนไลน์ก็ได้

ส่วนตรงกลางของเว็บเพจนั้นจะเป็นรูปแบบที่เหมือนเส้นทางการเดินทางให้สามารถคลิกเข้าไปในส่วนของไซเบอร์เน็ตทาวน์ได้ ส่วนด้านล่างซ้ายจะเป็นปุ่มให้คลิกเข้าไปในเว็บไซด์ของบริษัทที่เป็นลูกค้าเช่าพื้นที่โฮสติ้งได้ในแต่ละบริษัท ส่วนด้านล่างและด้านขวาจะเป็นรายละเอียดในการให้บริการลูกค้า สามารถเลือกชมได้ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ดังรายละเอียดภาพที่ 4

ภาพที่ 4 รูปแบบเว็บไซด์ของบริษัทสามารถอินโฟเนต มีลักษณะการนำเสนอเนื้อหา ดังภาพต่อไปนี้



5. บริษัทดาต้าไทย ในเครือดาต้าเมท  
 ชื่อที่ให้บริการ ไทย อินเทอร์เน็ต  
 ศูนย์บริการเชื่อมต่อ ไม่ระบุ  
 บริการที่ให้บริการแก่ลูกค้า
1. Web Page Development
  2. Web Hosting
  3. Corporate Internet Setup
  4. Internet Training
- Web Site      [www.linethai.co.th](http://www.linethai.co.th)

News (NNTP) Server ไม่ระบุ

FTP Server <ftp.linethai.co.th>

Proxy Server Support <proxy.linethai.co.th> (port 8080)

Domain Name Server (DNS) 202.80.252.1, 202.80.25.2

บริษัทดาต้าลายไทยให้บริการทางด้าน ผู้ใช้บริการที่เป็นองค์กร (Corporate account) มีจำนวนสมาชิกทั้งสิ้น 15 ราย และผู้ใช้ทั่วไป หรือผู้ใช้ส่วนตัว (Individual User) มีจำนวนสมาชิกทั้งสิ้น 2,000 รายในปี 2541 และประเภทของบริการสำหรับกลุ่มลูกค้าองค์กรมีดังนี้ คือ บริการเชื่อมต่อเครือข่ายขององค์กรเข้าสู่อินเทอร์เน็ตโดยตรง (Internet Direct Connection) บริการเช่าพื้นที่สำหรับเปิดเว็บไซต์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลขององค์กร (Web Hosting Services) และมีการให้บริการรับสร้างโฮมเพจให้ด้วย (Web pages planning & design services) และการให้บริการผู้ใช้ทั่วไป (Individual User) โดยแบ่งประเภทของบริการสำหรับผู้ใช้ทั่วไปมีดังนี้ คือการใช้บริการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตผ่านสายโทรศัพท์ (Dial-up connection) และเช่าพื้นที่เปิดเว็บไซต์ส่วนบุคคล (personal homepage)

คุณกฤษดา บัณฑิตย์นพรัตน์กล่าวถึงการให้บริการกับลูกค้าว่า “ดาต้าลายไทยให้บริการลูกค้าทั้งส่วนบุคคลและองค์กร ส่วนใหญ่รายได้หลักจะมาจากสมาชิกที่เป็นส่วนบุคคล และถ้าเป็นลูกค้าองค์กรจะเป็นลูกค้าที่เป็นบริษัทขนาดกลางถึงเล็ก เราจะเน้นลูกค้าเฉพาะกลุ่มเพราะต้องการสร้างความแตกต่างจากไอเอสพีรายอื่น โดยมากจะเน้นที่การจัดกิจกรรมกลุ่มต่างๆ ตอนนี้จะเน้นการจัดกิจกรรมกับกลุ่มนำเข้าส่งออก เพราะพวกนี้มีศักยภาพที่ใช้อินเทอร์เน็ตค่อนข้างมาก ถ้าทางรัฐบาลการบังคับในเรื่องอีดีไอ (EDI) ก็จะช่วยให้เห็นการใช้อินเทอร์เน็ตค่อนข้างมาก”

ในการบริการให้กับผู้ใช้บริการที่เป็นองค์กรของบริษัทดาต้าลายไทยมีขบวนการทำงานดังนี้

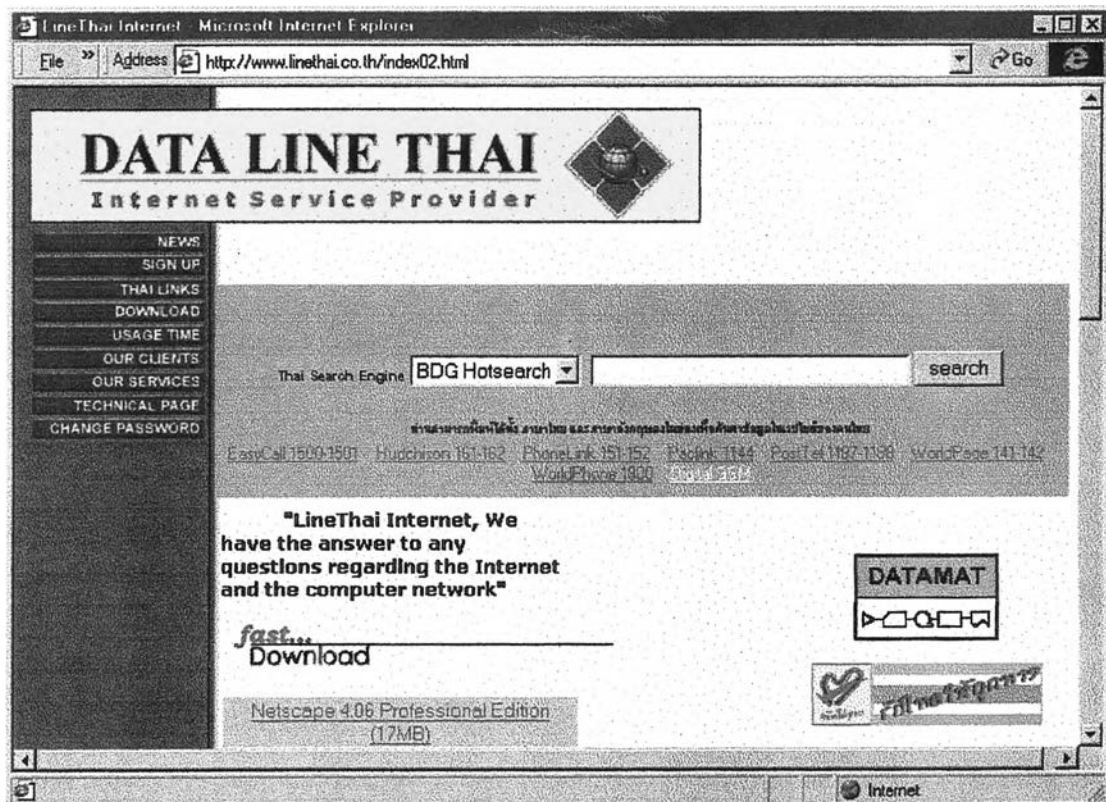
การให้บริการเว็บไซต์ของบริษัทดาต้าลายไทยจะมีบริษัทที่รับออกแบบเว็บไซต์ทำให้ลูกค้าของบริษัทดาต้าลายไทยโดยเฉพาะ บริษัทที่รับออกแบบคือบริษัทเพนทรีออน ซึ่งเป็นบริษัทรับออกแบบโดยเฉพาะ โดยที่บริษัทนี้จะมีพนักงานขายติดต่อกับลูกค้าที่สนใจในการให้บริการเช่าพื้นที่สำหรับเปิดเว็บไซต์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลขององค์กร (Web Hosting Services) และมีการพูดคุยกันในเนื้อหาที่ต้องการเช่นข้อมูลและผลิตภัณฑ์ของบริษัทที่กำลังจะเป็นลูกค้า เช่นบริษัท Hara Jeans ต้องการให้บริการออกแบบโฆษณาสินค้าและข้อมูลของบริษัท (Company Profile) เพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์บริษัทให้เป็นที่รู้จัก ดังนั้นจึงติดต่อกับบริษัทเพนทรีออน ทางบริษัทเพนทรีออนนำข้อมูลที่มีการพูดคุยกับบริษัท Hara Jeans มาประชุมกันภายในบริษัทเพนทรีออนเพื่อกำหนดขอบเขตแนวความ



คิดและการออกแบบเว็บไซต์ให้เรียบร้อยแล้วนำเสนอบนพื้นที่ของบริษัทเพนทริออนที่ลูกค้าทำการเช่าซื้อ เพื่อ ไปสู่กลุ่มผู้รับสารหรือกลุ่มเป้าหมายบนอินเทอร์เน็ตต่อไป

หลังจากที่บริษัทเพนทริออนทำการออกแบบโฮมเพจเรียบร้อยแล้ว นักกลับไปคุยกับลูกค้าในรูปแบบที่ทำสำเร็จออกมาแล้ว ถ้าลูกค้ายอมรับในแนวคิดก็จะนำข้อมูลไปเปิดบนเนื้อที่ให้เช่าของบริษัทเอเน็ตและถ้าไม่ยอมรับ จะนำกลับไปแก้ไขแล้วมีการประชุมนัดหมายอีกครั้งหนึ่ง และถ้าไม่มีการแก้ไข ก็จะนำข้อมูลไปเปิดบนเนื้อที่ที่ให้บริการเลย

โดยที่ลูกค้าจะรับรู้รายละเอียดของเนื้อหาเว็บไซต์ของบริษัทดาต้าลายไทยและบริษัทเพนทริออนผ่านทางพนักงานขายที่ทำการติดต่อและมีการเข้าไปเยี่ยมบนอินเทอร์เน็ต นอกจากนี้ยังมีการแนะนำจากเพื่อนหรือลูกค้าที่เคยใช้บริการของทั้งสองบริษัทไปแล้ว และในรายละเอียดของบริษัทดาต้าลายไทยที่แสดงบนโฮมเพจจะแสดงถึงบริการต่างๆ ที่ให้กับลูกค้า เช่น เนื้อหาของบริการที่มีให้กับลูกค้า ส่วนด้านซ้ายของเว็บเพจจะเป็นรายละเอียดทางด้านข้อมูลบริษัท เว็บไซต์ที่น่าสนใจ การดาวน์โหลดไฟล์ เวลาในการใช้ว่ามีข้อจำกัดอะไรบ้าง และรายชื่อลูกค้าที่มาเช่าพื้นที่โฮสติ้งส์ ส่วนด้านล่างจะเป็นบริการต่างๆ เช่น การส่งข้อความผ่านเพจเจอร์บริษัทต่างๆ หรือการส่งข้อความในกรณีใช้โทรศัพท์ระบบดิจิตอล 1800 และจีเอสเอ็ม เป็นต้น ดังรายละเอียดภาพที่ 5 ภาพที่ 5 รูปแบบเว็บไซต์ของบริษัทดาต้าลายไทยมีลักษณะการนำเสนอเนื้อหา ดังภาพต่อไปนี้



บริการรูปแบบต่างๆ ที่ให้บริการกับลูกค้าส่วนใหญ่มีผลสะท้อนกลับในแง่มีความพอใจ โดยไม่ค่อยมีลูกค้าโทรศัพท์เข้ามาต่อว่า จากความคิดเห็นบริษัทผู้ให้บริการคือทั้งเคเอสซี เอเน็ต ดาต้าลายไทย สามารถอินโฟเน็ตและอินเทอร์เน็ตประเทศไทยต่างให้ความเห็นเป็นทิศทางเดียวกันคือ ส่วนใหญ่ในระยะที่ผ่านมาคือในปี 1998 ทั้งปี จะมีจำนวนลูกค้ากลุ่มองค์กรเพิ่มขึ้นตามลำดับ โดยเป็นผลจากการที่ภาวะเศรษฐกิจที่ซบเซา ทำให้บรรดาองค์กรต่างๆ มองหาช่องทางใหม่ๆ ในการตลาดเพื่อเป็นการเพิ่มยอดขายและขยายกลุ่มลูกค้า ซึ่งเป็นการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อเนื่องจากปัจจุบันนโยบายของรัฐบาลที่ต้องการเน้นให้มีการซื้อขายเป็นแบบอิเล็กทรอนิกส์ (E Commerce) เพื่อส่งเสริมการส่งออกเนื่องจากการซื้อขายบนอินเทอร์เน็ตจะเป็นลูกค้าต่างประเทศและเป็นคนไทยที่อยู่ในต่างประเทศ

แนวโน้มในการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์พบว่า มีแนวโน้มในการใช้อินเทอร์เน็ตมากขึ้นเนื่องจากลูกค้ามองว่าอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อทันสมัยที่เมื่อมีการใช้งานทำให้เกิดภาพพจน์ที่ดีและส่งผลให้มีการซื้อขายตามมาเป็นความคิดเห็นจากเคเอสซี เอเน็ต ดาต้าลายไทย สามารถอินโฟเน็ตและอินเทอร์เน็ตประเทศไทย นอกจากนี้ทางบริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายเหล่านี้มีการทำกิจกรรมต่าง ๆ เช่น จัดโปรแกรมคู่มือรอบพิเศษ หรือสิทธิพิเศษมากมาย เช่น มีการบริการรับส่งเมลล์ของบริษัทสามารถฯ การจัดโปรแกรมคู่มือรอบพิเศษของบริษัทเอเน็ตที่มีการจัดเดือนละครึ่งหรือการไปเยี่ยมบ้านพักคนชราหรือเด็กกำพร้าซึ่งจัดทุกสามเดือนครั้ง ส่วนทางเคเอสซีเน้นลดราคาพิเศษให้กับนักศึกษา

สำหรับบริษัทผู้ออกแบบเว็บไซต์ ผู้ให้ข้อมูลคือคุณสุรชัย จินตนาณภูมิตร ผู้อำนวยการฝ่าย Client Service บริษัทเพนทริออน กล่าวถึงขบวนการในการติดต่อลูกค้าดังนี้คือ “ส่วนใหญ่จะเป็นเออี (AE) ที่บริษัทมีการติดต่อพูดคุยกับลูกค้าก่อนหรือบางครั้งลูกค้าติดต่อเข้ามาที่บริษัทเองเนื่องจากมีเพื่อนแนะนำมา เมื่อมีการพูดคุยกันจะทำการนัดหมายกับบริษัทลูกค้าที่สนใจ เช่น บริษัทฮาร์วาร์ด ยินส์ เข้าไปประชุมกันที่บริษัทลูกค้า เพื่อพูดคุยกันในรายละเอียดว่าอินเทอร์เน็ตมีประโยชน์อย่างไร ทำไมต้องมีการโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตและมีการอ้างถึงรายชื่อของลูกค้าที่ทางบริษัทได้ทำการออกเว็บไซต์ให้ และลูกค้าจะเป็นผู้บอกในสิ่งที่ตนเองต้องการเช่น ข้อมูลบริษัทหรือรายละเอียดในผลิตภัณฑ์ของสินค้าที่บริษัทจำหน่ายอยู่หรือกิจกรรมต่างๆ ที่ลูกค้าต้องการมีในโฮมเพจนั้นๆ เมื่อรับทราบแนวคิดของลูกค้าแล้วจะนำกลับมาประชุมกันในบริษัทโดยมีการประชุมกับ Creative ของบริษัทให้ออกแบบตามเนื้อหาที่ลูกค้าต้องการ หลังจากนั้นนำรูปแบบที่ทำการออกแบบแล้วกลับไปคุยกับลูกค้า ถ้าลูกค้ายอมรับโดยไม่มีเงื่อนไขจะทำการ up load file ไว้บน server เพื่อแสดงผลบนอินเทอร์เน็ตต่อไป สำหรับในเรื่องผลกระทบของการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการโฆษณาประชาสัมพันธ์และด้านการตลาด ผู้ให้สัมภาษณ์มองว่า อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อสมัยใหม่ในวงการโฆษณา

เนื่องจากประสิทธิภาพและความสามารถของสื่ออินเทอร์เน็ตที่ค่อนข้างสูง ซึ่งช่วยเพิ่มสีสันให้กับ การโฆษณา ซึ่งสื่อเดิมๆ ก็รับผลกระทบพอสมควร

นอกจากนี้ยังให้ความเห็นเสริมอีกว่า “เนื่องจากในประเทศไทย ตัวเลขผู้ใช้อินเทอร์เน็ตยังมีน้อยอยู่ จึงอาจเกิดผลกระทบกับสื่ออื่นๆ น้อย แต่ในต่างประเทศบรรดาบริษัทเอเจนซีต่างๆ ที่ผลิตงานโฆษณาทั้งตามนิตยสารและทีวีเป็นต้น ได้เริ่มมีส่วนที่ผลิตงานสำหรับสื่ออินเทอร์เน็ตขึ้นมา โดยเฉพาะ ทั้งนี้เพราะในต่างประเทศอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่มีความสำคัญค่อนข้างมาก เพราะผู้บริโภคส่วนใหญ่เริ่มจับจ่ายหรือเลือกซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตค่อนข้างสูง สำหรับในเมืองไทย บริษัทที่ผลิตผลงานทางอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่เป็นบริษัทที่ตั้งขึ้นผลิตผลงาน (โฮมเพจ) เกี่ยวกับสื่ออินเทอร์เน็ตโดยเฉพาะหรือเรียกว่า เว็บเอเจนซี (Web Agency)”

สำหรับคุณวรวิชัยยังย้ำอีกว่า “เนื่องจากสถานะเศรษฐกิจที่ตกต่ำ จึงทำให้หลายองค์กรค่อนข้างควบคุมเรื่องค่าใช้จ่าย โดยเฉพาะค่าใช้จ่ายในการทำโฆษณาและประชาสัมพันธ์แบบเดิม จึงทำให้ต้องมาใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกันมากขึ้น เนื่องจากมีค่าใช้จ่ายที่ถูกลง และระยะเวลาในการโฆษณาก็นานกว่า พร้อมทั้งข้อมูลก็ยังสามารถอัปเดตได้ตลอดเวลา แต่ในระยะแรกองค์กรเหล่านั้นอาจจะต้องใช้สื่อทั้งแบบเก่าและแบบใหม่ควบคู่กันไป เพราะในระยะแรก ถ้าไม่มีการทำโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ ว่าบริษัทมี URL หรือได้ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อแล้ว ก็จะไม่มีความรู้จึก และสื่ออินเทอร์เน็ตก็อาจจะไม่ประสบผลสำเร็จ ดังนั้นในระยะแรกๆ สื่ออินเทอร์เน็ตไม่ค่อยมีผลกระทบกับสื่อโฆษณาอื่นๆ แต่ในระยะยาวสื่ออินเทอร์เน็ตก็จะเพิ่มบทบาทมากขึ้น จนทำให้สื่อโฆษณาอื่นๆ หมดความสำคัญไปในที่สุด”

สำหรับประสิทธิภาพในการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อ ผู้วิจัยพบว่า เป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพค่อนข้างสูง เพราะสามารถนำเสนอรายละเอียดได้มากทั้งในรูปตัวอักษร เสียง วิดีโอ รวมทั้งภาพเคลื่อนไหวต่างๆ เมื่อเทียบกับสื่ออื่นๆ เช่นนิตยสาร ทีวี ไม่สามารถเห็นภาพเคลื่อนไหวต่างๆ รวมทั้งเสียงผ่านนิตยสารเล่มไหนก็ตาม แต่ถ้าเลือกสื่อทีวี ผู้ชมก็อาจจะได้เห็นภาพ เสียง วิดีโอต่างๆ เหมือนอินเทอร์เน็ต แต่ข้อจำกัดคือ จะต้องเลือกเวลาในการออกอากาศ ซึ่งค่าใช้จ่ายก็ค่อนข้างสูง สื่ออินเทอร์เน็ตเหมือนกับการนำสื่อสิ่งพิมพ์และทีวีมารวมกัน โดยสรุปจากความคิดเห็นของคุณสุรชัยและคุณวรวิชัย ที่กล่าวว่า “อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่สามารถให้รายละเอียดในการนำเสนอได้ดี เพราะสามารถทำให้เกิดความเคลื่อนไหวได้ และให้ภาพที่เสมือนจริง”

ยังมีการเสริมถึงความสามารถของอินเทอร์เน็ตโดยคุณสุรชัยอีกว่า “โดยสามารถนำเสนอสิ่งต่างๆ ได้เหมือนสื่อทีวี และผู้ใช้ก็สามารถเข้ามาดูโฆษณาหรือสิ่งนำเสนอได้ตลอดเวลา 24 ชั่วโมง

โมง และทุกๆที่ในโลกนี้ ถึงแม้ว่าอินเทอร์เน็ตจะมีประสิทธิภาพค่อนข้างสูง แต่ก็มีข้อจำกัดอยู่ คือ คนที่จะเข้ามาใช้สื่ออินเทอร์เน็ตจำเป็นต้องดูจากคอมพิวเตอร์เท่านั้น ถึงแม้ว่าปัจจุบันนี้จะมีเทคโนโลยีที่เรียกว่า เว็บทีวี (Web TV) เกิดขึ้นมาแล้ว แต่ในประเทศไทยก็ยังไม่เป็นที่นิยมมากนัก”

สำหรับคุณวรวิฑูริกกล่าวเสริมอีกว่า “อินเทอร์เน็ตจึงจำกัดเฉพาะผู้ที่ใช้อินเทอร์เน็ตและคอมพิวเตอร์เท่านั้น แต่ในอนาคตคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตก็อาจเป็นสิ่งจำเป็นในชีวิตประจำวันสำหรับทุกๆคน จนถึงว่าเป็นอีกปัจจัยหนึ่งในการดำเนินชีวิตก็ได้ ดังนั้นข้อจำกัดสำหรับสื่ออินเทอร์เน็ตก็จะน้อยลงไป”

สำหรับแนวโน้มในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นการโฆษณาประชาสัมพันธ์และการตลาด บริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายคือเคเอสซี อินเทอร์เน็ตประเทศไทย สามารถอินโฟเน็ต เอนเน็ต ดาต้าลายไทยและเพนทริออน มองว่า “ปัจจุบันนี้ธุรกิจหลายบริษัท ได้มีการขยายตลาดออกไปยังต่างประเทศกันมาก จึงทำให้การโฆษณาประชาสัมพันธ์มีบทบาทและมีความสำคัญมากขึ้น อินเทอร์เน็ตจึงเป็นสื่อที่มีบทบาทมากในปัจจุบันนี้ เพราะอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่สามารถโฆษณาสินค้าของบริษัทนั้นๆ หรือสามารถนำเสนอองค์กรนั้นๆ ออกไปยังทั่วโลกได้ รวมทั้งยังมีค่าใช้จ่ายที่ไม่ค่อยสูงมาก หลายๆ องค์กรในเมืองไทยเริ่มให้ความสำคัญของสื่ออินเทอร์เน็ตกันมากขึ้น”

ทางคุณวรวิฑูริกกล่าวเพิ่มเติมอีกว่า “โดยเฉพาะองค์กรที่มีการดำเนินธุรกิจกับต่างประเทศ โดยไม่จำกัดเฉพาะอยู่กับสินค้าประเภทใดประเภทหนึ่ง แต่ก็ยังมีหลายองค์กรที่ยังไม่ค่อยรู้จักอินเทอร์เน็ตมากเท่าที่ควร บางครั้งก่อนที่จะเสนอขายโฆษณาให้กับทางลูกค้า ทางบริษัทฯจำเป็นต้องชี้แจงและอธิบายถึงประโยชน์และความสำคัญของสื่ออินเทอร์เน็ต รวมทั้งอธิบายว่าอินเทอร์เน็ตคืออะไร ทุกวันนี้องค์กรที่ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเริ่มมีมากขึ้นเรื่อย ๆ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน ไม่ว่าจะ เป็นธุรกิจเสริม ก่อสร้าง ที่อยู่อาศัย อุตสาหกรรมต่างๆ รวมทั้งสมาคมต่างๆ เป็นต้น แต่ก็ยังมีบริษัทที่เคยใช้สื่ออินเทอร์เน็ต และเลิกใช้ไปแล้วก็มี โดยให้เหตุผลว่าไม่ประสบความสำเร็จกับสื่ออินเทอร์เน็ต แต่ทั้งนี้และทั้งนั้น ก็ต้องพิจารณาจากรูปแบบของโฆษณาที่เข้าใช้ว่าสามารถดึงดูดผู้ใช้ได้มากน้อยแค่ไหน และมีความสนใจเท่าไร และบริษัทนั้นได้มีการโฆษณาโฆษณาของตัวเองหรือเปล่า ถึงแม้ว่าสื่ออินเทอร์เน็ตจะมีประโยชน์และกว้างขวางกว่าสื่ออื่นๆก็ตาม”

สำหรับในการที่จะทำให้รักษาระดับจำนวนผู้เข้าชมเว็บได้ จากความคิดเห็นของคุณปรเมศวร์ มินศิริ เว็บมาสเตอร์ของ Sanook.com กล่าวว่า “จุดยืนคือเราไม่เคยหยุด เพราะในเมื่อโลกมันหมุนเร็วขึ้นไม่ใช่ที่เราทำเว็บวันนี้อีกปีหนึ่งคนก็ยังจะแฮปปี้กับเว็บเรา ถ้าเราหยุดที่จะก้าวเมื่อ

ไทร์ คนดูก็จะไปทันที คอนเซ็ปต์ของเว็บนี้คือการอำนวยความสะดวกให้ผู้ใช้ ผมไม่ได้มองว่าเนื้อหาข้างในมืออย่างไร เพียงแต่ทำให้เขาไม่รู้สึกรู้ยากเวลาเข้าไปดูเท่านั้นเอง” (อินเทอร์เน็ตทูเดย์, 2542)

ส่วนคุณวันฉัตรผดุงรัต เว็บมาสเตอร์ของ Pantip.com ยังให้ความคิดเห็นในเรื่องนี้อีกว่า “เกี่ยวกับเรื่องนี้ คือถ้าใครเคยอ่านเว็บโบโนมิก (Webonomics) นั้นจะเห็นกฎข้อแรกเลยของการสร้างเว็บที่กล่าวไว้ว่า “ The quality of experience more important than the quantity than the number of visitors” คือคนเข้ามาเยอะไทร์นั้นไม่สำคัญ มันสำคัญตรงที่ว่าเมื่อเข้ามา เขารู้สึกดีขนาดไหน ซึ่งเป็นจุดที่ต้องคิดมาว่า ทำอย่างไรเขาถึงจะเข้ามาแล้วรู้สึกแฮปปี้ ซึ่งคนทำเองก็ต้องมีเซอร์วิสมาด้วย ต้องทำตัวเหมือนเป็นพนักงานต้อนรับในโรงแรม คือต้องทำอะไรลูกค้าถึงประทับใจ และทำอย่างไรถึงจะให้เซอร์วิสที่ดีกับเขาได้เพื่อทำให้เขากลับมาหาเราอีก ซึ่งจริงๆ แล้วสิ่งเหล่านี้ไม่ใช่เรื่องใหม่เลย แต่เป็นสิ่งที่คุยกันมานานมากแต่พวกเราลืมคิดไป” (อินเทอร์เน็ตทูเดย์, 2542)

คุณวรวิฑูถิกล่าวอีกว่า “แต่ถึงอย่างไรก็ต้องอาศัยสื่ออื่นเพื่อที่จะบอกกับลูกค้าหรือใครก็ตามว่า “คุณสามารถเข้าไปเยี่ยมชมบริษัทของเราได้ที่ <http://www.yourcompany.co.th> “ เป็นต้น เช่นการพิมพ์ URL ของบริษัทลงไปที่นามบัตร จดหมาย เป็นต้น โดยพิมพ์ต่อท้ายที่อยู่ของบริษัท นอกจากการโฆษณาสินค้าผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตแล้ว บางบริษัทหรือบางองค์กรก็ยังใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการทำประชาสัมพันธ์มากขึ้น”

นอกจากนี้ยังให้ความคิดเห็นอีกว่า “อย่างเช่น สมาคมบางสมาคมในประเทศไทย ก็ได้ให้ความสำคัญกับอินเทอร์เน็ตมากขึ้น โดยจุดประสงค์ในการทำโฮมเพจของสมาคมนั้นก็เพื่อประชาสัมพันธ์ สมาคมให้ทุกคนรู้จักมากขึ้น ทุกวันนี้สื่ออินเทอร์เน็ตได้มีการถูกใช้มากขึ้นสำหรับการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของแต่ละองค์กร อีกสาเหตุหนึ่งที่หลายๆ องค์กรเริ่มให้ความสนใจและเห็นถึงความสำคัญของสื่อ เนื่องจากรัฐบาลได้มีการสนับสนุนและผลักดันให้องค์กรต่างๆ หันมาใช้สื่ออินเทอร์เน็ตมากขึ้น ปัจจุบันตัวเลขผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยนับว่ายังน้อยมากเมื่อเทียบกับประเทศเพื่อนบ้านอย่าง ฮองกง สิงคโปร์ มาเลเซีย เป็นต้น ดังนั้นแนวโน้มของการสื่ออินเทอร์เน็ตในประเทศไทยจะมีเพิ่มขึ้น”

## การวิเคราะห์บทบาทของช่องทางการสื่อสาร

บทบาทของช่องทางการสื่อสารตามแนวคิดของเวสลีย์และแมคคีนในการเป็นช่องทาง คือ เป็นช่องทางระหว่างผู้ส่งสารกับสาธารณชนซึ่งเป็นผู้เลือกวิธีที่จะมีทางติดต่อถึงผู้รับสาร โดยเลือกสรรเนื้อหาจากกลุ่มลูกค้าในการศึกษาครั้งนี้ คือกลุ่มลูกค้าของบริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายโดยเป็นผู้กำหนดเนื้อหาหรือ source ต่างๆ สำหรับการนำเสนอเว็บเพจของแต่ละบริษัทนั้นแล้วนำเนื้อหาผ่านช่องทางส่งไปสู่ผู้รับสาร โดยผู้เป็นช่องทางในการสื่อสารคือบริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายโดยที่ เป็นผู้จัดสรรเนื้อหาต่างๆที่จะเผยแพร่บนอินเทอร์เน็ต โดยผู้ที่มีบทบาทในการกำหนดเนื้อหาทั้งหมดคือกลุ่มลูกค้าบริษัทต่างๆ ที่กำหนดว่าบริษัทของตนต้องการนำเสนอและต้องการเผยแพร่อะไร เช่น เพื่อการประชาสัมพันธ์ เพื่อการโฆษณา หรือเพื่อการทำการตลาดบนอินเทอร์เน็ต บริษัทที่เป็นกลุ่มลูกค้าเหล่านี้ได้แก่

1. บริษัท Amarin Printing & Publishing Public จำกัด
2. บริษัท Onpa International จำกัด
3. บริษัท Toyota Motors Thailand
4. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
5. หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ
6. บริษัท Sation-Textile จำกัด
7. บริษัท BSI จำกัด
8. บริษัท CK Shoes จำกัด
9. บริษัท Lyra Bag จำกัด
10. บริษัท Art & Gift Product จำกัด
11. บริษัท EST Trading จำกัด
12. บริษัท Film Master จำกัด
13. บริษัท Hara Jcoms (Thailand) จำกัด
14. บริษัท KNN Printing จำกัด
15. บริษัท Menthol Thai Import & Export จำกัด
16. Thai Apec Study Center
17. บริษัท Amtra Travel จำกัด
18. บริษัท Bisco Placement จำกัด
19. บริษัท Wetco International จำกัด
20. บริษัท Six Stars Travel จำกัด

21. บริษัท Riken (Thailand) จำกัด
22. บริษัท Thai President Food จำกัด
23. โรงงานผ้าไทย (Thai Textile Industry Public Company)
24. บริษัท HMC Polymers
25. บริษัท MC Software เป็นบริษัทในเครือตรีเพชร อีซูซุ

กลุ่มบริษัทเหล่านี้เป็นผู้กำหนดเนื้อหาทั้งหมด ก่อนที่จะตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทที่ให้ บริการเครือข่ายต่างๆ เช่น บริษัทเอเน็ต บริษัทอินเทอร์เน็ตประเทศไทย บริษัทคาต้าลายไทย บริษัท เคเอสซีและบริษัทสามารถอินโฟเน็ต ซึ่งบริษัทดังกล่าวเหล่านี้ที่เป็นบริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายเป็น ผู้ที่มีบทบาทในฐานะที่เป็นช่องทางการสื่อสาร ซึ่งมีจุดมุ่งหมายเพื่อนำข้อมูลข่าวสารของกลุ่มลูกค้า นำออกสู่สายตาสาธารณชน จึงทำหน้าที่เป็นตัวกลางระหว่าง กลุ่มลูกค้าของบริษัทผู้ให้บริการ เครือข่ายกับกลุ่มผู้รับสารที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของการสื่อสารของเว็บเพจคือผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์

ดังนั้นบทบาทของผู้ให้บริการเครือข่าย จึงเป็นบทบาทของนักวางแผนการสื่อสารและนอก จากนี้ยังทำหน้าที่ในการเป็น “ผู้รักษาประตู” (Gatekeeper) ในการเลือกสรรเนื้อหาและข้อมูลต่างๆ เพื่อเสนองานต่อไปยังกลุ่มลูกค้าผู้จ้างเพื่อให้เป็นไปตามที่ลูกค้าสั่ง การทำหน้าที่ gatekeeper จึงเป็น การทำงานร่วมกันของนักวางแผนการสื่อสาร คือ กลุ่มผู้ให้บริการเครือข่ายกับกลุ่มลูกค้าของบริษัท ผู้ให้บริการเครือข่ายที่มีความต้องการนำเนื้อหาของเว็บไซต์ไปสู่สาธารณชนเพื่อการ โฆษณา ประชาสัมพันธ์ให้ได้ตามจุดมุ่งหมายไปสู่กลุ่มเป้าหมายดังกล่าว

เมื่อบริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายสามารถผลิตเนื้อหาเว็บไซต์ได้ตามแบบที่ลูกค้าต้องการ เนื่องจากลูกค้าของบริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายจะต้องมีการเสียค่าใช้จ่ายที่มีการกำหนดโดยบริษัทผู้ ให้บริการเครือข่าย และบริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายเป็นผู้ที่รับงานของลูกค้า ดังนั้นสรุปได้ว่าบริษัท ผู้ให้บริการเครือข่ายไม่ได้เป็นผู้กำหนดเนื้อหาแต่เป็นเพียงผู้ออกแบบเหมือนเป็นตัวผ่านหรือออก แบบให้กับลูกค้าในสิ่งที่ลูกค้าต้องการหรือตามแนวคิดของลูกค้าต้องการแล้ว บริษัทผู้ให้บริการ เครือข่ายมีพื้นที่ให้เช่าสำหรับการเปิดเว็บไซต์โดยเป็นผู้ที่ไปติดต่อกับการสื่อสารแห่งประเทศไทย ในการเปิดพื้นที่ให้เช่าเว็บไซต์ เพื่อเป็นการจัดระเบียบการจราจรในการรับส่งข้อมูลให้เป็นไปอย่าง เรียบร้อย

นอกจากมีการเลือกใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อเนื่องจากเป็นกระแสความนิยมและเห็นว่าอิน เทอร์เน็ตเป็นสื่อมวลชนที่สามารถเข้าถึงผู้ชมจำนวนมากซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการสื่อสารมวลชน ของศิริชัย ศิริกายะและกาญจนา แก้วเทพ โดยมีแนวคิดที่ว่าสื่อมวลชนเป็นตัวกลางระหว่างตัวเรา



กับบุคคลอื่น หรือกับสิ่งอื่นๆ ในเงื่อนงำของเวลาและสถานที่นั้นเป็นการเปรียบเทียบทำให้เรามองเห็นบทบาทของสื่อมวลชนได้ คือ ทำหน้าที่เป็นตัวพาหะที่เป็นกลาง ทำหน้าที่เป็นตัวเชื่อมโยงให้กับปฏิสัมพันธ์ต่างๆ เพราะผู้ที่เข้ามามีส่วนร่วมในปฏิสัมพันธ์นั้นอาจมีโอกาสดูติดต่อสื่อสารได้ไม่เท่าเทียมกัน ทำหน้าที่เป็นผู้ที่ทำการควบคุม ไม่ว่าจะมึนงงหมายหรือมีทิศทางหรือไม่ก็ตาม สื่อมวลชนมีภาระกิจในการเป็นแหล่งของการนำเสนอประเด็นปัญหาต่างๆ การเปิดโอกาสให้มีการถ่ายทอดความคิดเห็นและเลือกสรรประเด็นที่ควรได้รับความสนใจ (Katz 1971) ในแง่ความสามารถของสื่อมวลชนในการเชื่อมโยงปฏิสัมพันธ์ สื่อมวลชนทำหน้าที่เชื่อมโยงตัวเราเข้ากับประสบการณ์ และเชื่อมโยงตัวเรากับบุคคลอื่นๆ นอกจากนั้นยังเป็นช่องทางเชื่อมโยงตัวเรากับประสบการณ์ของผู้อื่นอีกด้วย และสอดคล้องกับแนวคิดของ Rafaeli's (1988) ที่กล่าวถึงทฤษฎีปฏิสัมพันธ์ทางการสื่อสารที่เกิดการพัฒนากระบวนการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ให้เป็นสื่อที่สามารถสร้างกระบวนการปฏิสัมพันธ์ได้ นอกจากนี้อดิศักดิ์ (2540) ยังเสริมในแนวคิดว่า อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทาง (Channel) หรือตัวนำสาร (Carrier) ที่มีศักยภาพในการสื่อสารอีกสื่อหนึ่ง โดยเฉพาะความสามารถในการสร้างปฏิสัมพันธ์ในกระบวนการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพซึ่งถือเป็นศักยภาพของสื่อรูปแบบใหม่ที่ยังไม่เคยปรากฏในสื่ออื่น

เมื่อทราบถึงการบริการของบริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายที่มีการบริการให้กับลูกค้าของบริษัทตนเองแล้ว ในส่วนต่อไปจะเป็นการประเมินผลการให้บริการของบริษัทเหล่านี้โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

การประเมินผลการให้บริการของบริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายแก่องค์กรธุรกิจต่างๆ

การประเมินความพึงพอใจในการรับบริการจากบริษัทผู้ให้บริการเครือข่าย โดยแหล่งข้อมูลบุคคลซึ่งเป็นลูกค้าของบริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายต่างๆ ได้แสดงความคิดเห็นในเรื่องความพึงพอใจที่บริษัทผู้ให้บริการสามารถให้ brand width ได้ตามต้องการ นอกจากบริษัทที่เป็นลูกค้าของบริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายยังสามารถติดต่อถึงลูกค้าได้สะดวกและสามารถติดต่อโดยตรงได้มากขึ้น การที่บริษัทผู้ให้บริการมีการอัปเดตข้อมูลบนเว็บไซต์ได้รวดเร็วและสามารถให้ความรู้เพิ่มเติมหรือข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบริษัทและสินค้าได้ตรงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น นอกจากนี้ยังสามารถสร้างชื่อเสียงและลูกค้ารู้จักชื่อสินค้ามากขึ้น โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

สำหรับลูกค้าที่เป็นของบริษัทเเน็ดพบว่ามี ความพึงพอใจในเรื่องสามารถให้บริการลูกค้าได้สะดวกและติดต่อโดยตรงมากขึ้น และยังมี brand width ตามที่ลูกค้าต้องการด้วยโดยเป็นความคิดเห็นของคุณกัณวัฒนาสังกัดบริษัท Art & Gift คุณอุดมสังกัดบริษัท BSI คุณกิตติศักดิ์สังกัด



บริษัท CK Shoes คุณจันทิมาสังกัดบริษัท Lyra Bag และคุณกิตติศักดิ์บริษัท Satin-Textile นอกจากนี้ยังให้ความรู้เพิ่มเติมและข้อมูลข่าวสารของบริษัทได้มากขึ้นและตรงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้นคือ คุณกันวัฒนาสังกัดบริษัท Art & Gift คุณอุดมสังกัดบริษัท BSI และคุณจันทิมาสังกัดบริษัท Lyra Bag และยังมีความคิดเห็นที่เหมือนกันในเรื่องที่ไอเอสพีมีการอัปเดตข้อมูลบนเว็บไซต์ได้รวดเร็วอีกด้วย ส่วนความพึงพอใจในเรื่องสามารถสร้างชื่อเสียงหรือลูกค้ารู้จักี่ห้อของสินค้ามากขึ้นหลังใช้บริการคือคุณคุณจันทิมาสังกัดบริษัท Lyra Bag คุณอุดมสังกัดบริษัท BSI และคุณกันวัฒนาสังกัดบริษัท Art & Gift นอกจากนี้คุณอุดมสังกัดบริษัท BSI ยังมีความพึงพอใจในเรื่องที่สามารถติดต่อถึงลูกค้าได้โดยตรงโดยไม่ผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายมากขึ้นอีกด้วย

ลูกค้าของบริษัทอินเทอร์เน็ตประเทศไทยโดยมีคุณสุจิตตราสังกัดหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ คุณวันชัยสังกัดบริษัทโตโยต้ามอเตอร์ คุณณรงค์สังกัดบริษัทออนป้าและคุณปรสุสังกัดบริษัทอมารินทร์มีความพึงพอใจในเรื่องของสามารถติดต่อถึงลูกค้าได้โดยตรงมากขึ้นโดยไม่ผ่านช่องทางการจำหน่าย นอกจากนี้ยังมีความพึงพอใจในเรื่องสามารถให้บริการลูกค้าได้สะดวกอีกด้วยและให้ความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริษัทได้ตรงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น โดยมีคุณสมชายสังกัดการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีความเห็นเหมือนกันในเรื่องนี้อีกด้วย สำหรับเรื่องความพึงพอใจในเรื่องสามารถสร้างชื่อเสียงหรือลูกค้ารู้จักี่ห้อของสินค้ามากขึ้นหลังใช้บริการเป็นความพึงพอใจของคุณสุจิตตราสังกัดหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ คุณวันชัยสังกัดบริษัทโตโยต้ามอเตอร์ คุณณรงค์สังกัดบริษัทออนป้าและคุณปรสุสังกัดบริษัทอมารินทร์และคุณคุณสมชายสังกัดการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย คุณสุจิตตราสังกัดหนังสือพิมพ์ไทยรัฐและคุณปรสุสังกัดบริษัทอมารินทร์มีความพึงพอใจในเรื่องที่สามารถวิเคราะห์พฤติกรรมของลูกค้าได้มากขึ้นโดยที่สามารถรู้ได้ว่าลูกค้าของตนเองมีชอบในคอลัมภ์อะไรบ้างหรือเพิ่มเติมหัวข้อเรื่องใดๆที่ลูกค้าตนเองสนใจ สำหรับการที่ไอเอสพีมีการอัปเดตข้อมูลได้รวดเร็วและสามารถให้ brand width ได้ตามที่ต้องการเป็นความพึงพอใจของคุณสุจิตตราสังกัดหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ คุณวันชัยสังกัดบริษัทโตโยต้ามอเตอร์ คุณณรงค์สังกัดบริษัทออนป้าและคุณปรสุสังกัดบริษัทอมารินทร์ และคุณสมชายสังกัดการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ส่วนลูกค้าของบริษัทเคเอสซีมีความพึงพอใจในเรื่องการติดต่อและให้บริการลูกค้าได้สะดวกและโดยตรงมากขึ้นโดยไม่ต้องผ่านช่องทางจัดจำหน่ายมากขึ้นอีกด้วย และสามารถให้ brand width ได้ตามต้องการเป็นความคิดเห็นของคุณเอกวิทย์สังกัดบริษัท HMC Polymers คุณบวรจักรสังกัดบริษัท MC Software คุณปรีชาสังกัดโรงงานผ้าไทย คุณสุกัญญาสังกัดบริษัท Riken และคุณสุวรรณสังกัดบริษัทไทยเพชรศิรินทร์ โดยที่มีความพึงพอใจเหมือนกันในเรื่องที่สามารถสร้างชื่อเสียงหรือลูกค้ารู้จักี่ห้อของสินค้ามากขึ้นหลังใช้บริการอีกด้วย นอกจากนี้ยังเป็นให้ความรู้เพิ่มเติมในเรื่องข้อมูลข่าวสารและสินค้าของบริษัทได้ตรงกลุ่มเป้าหมายมาก และเคเอสซีมีการ

อัปเดตข้อมูลบนเว็บไซต์ได้รวดเร็วโดยเป็นความพึงพอใจของคุณเอกวิทย์สังกัดบริษัท HMC Polymers คุณบวรขจรสังกัดบริษัท MC Software และคุณสุกัญญาสังกัดบริษัท Riken

สำหรับลูกค้าของบริษัทสามารถอินโฟเน็ตคือคุณวุฒิพงษ์สังกัด Thai Apec Study Center คุณวันชาติสังกัดบริษัท Amtra Travel คุณสมบัติสังกัดบริษัท Bisco Placement คุณจุฑาทากาญจน์ สังกัดบริษัท Wetco International และคุณกิตติวัฒน์สังกัดบริษัท Six Stars Travel และลูกค้าของบริษัทคาด้าไทยคือคุณสมบัติสังกัดบริษัท EST Trading คุณเบญจสังกัดบริษัท Film Master คุณศรีสุภาสังกัดบริษัท Hara Jeans คุณชาญยุทธสังกัดบริษัท KNN Printing และคุณดามัสสังกัดบริษัท Menthol Thai Import & Export มีความพึงพอใจในเรื่องสามารถให้ความรู้เพิ่มเติมในเรื่องข้อมูลข่าวสารและตรงกลุ่มเป้าหมายและมีการอัปเดตข้อมูลที่รวดเร็ว นอกจากนี้ยังมีความพึงพอใจในเรื่องไอเอสพีสามารถให้ brand width ได้ตามที่ต้องการ

จากการที่นำเสนอในความพึงพอใจของบริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายจากกลุ่มลูกค้าแล้วมีส่วนที่ไม่มีความพึงพอใจในการบริการของบริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายโดยมีรายละเอียดดังนี้ คุณกิตติศักดิ์ ช่อนทรัพย์จากบริษัท CK Shoes จำกัดผู้เป็นลูกค้าของบริษัทเอเน็ตกล่าวว่า “ในเรื่องการให้ความสนับสนุนเรื่องเทคนิค ตัวเอนจินี่ที่คอยตอบถามยังไม่เป็นเรื่องเทคโนโลยีจริงๆ บางครั้งมีการล็อกอินเข้ากับทางไอเอสพีค่อนข้างยาก พอถามถึงปัญหาที่เกิดขึ้นจริง กลับตอบคำถามไม่ค่อยรู้เรื่อง บางครั้งอยากให้เคลียร์ในรายละเอียดมากกว่านี้ น่าจะปรับปรุงตรงที่ตัวเอนจินี่ควรมีความรู้จริงและมีความชำนาญมากหน่อยไม่ใช่เอาเด็กจบใหม่มานั่งตอบคำถาม” หรือในเรื่องการรับส่งข้อมูลให้เร็วขึ้น ทางคุณกันวัฒนา ทองสุวรรณสังกัดบริษัท Art & Gift Product จำกัดกล่าวถึงว่า “บางที่เรื่องการใช้เมล มีบางครั้งที่คนส่งเมลมาให้ บางคราวค้างอยู่ที่เครื่อง server ของไอเอสพีตั้ง 20 นาที ใช้เวลาสักพักค่อยส่งมาให้ที่บริษัท ทำให้ขาดการติดต่อกับลูกค้า บางที่ต้องเสียเวลาในการเช็คเมลกับทางไอเอสพีอีกครั้ง ซึ่งเสียเวลาและยุ่งยาก อยากให้ปรับปรุงตรงนี้จุดมากหน่อย” สำหรับในเรื่องการดาวน์โหลดข้อมูลที่ช้าเนื่องการล็อกอินเข้ามาของผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์ คุณสุจิตตรา ขุนสิทธิ์สังกัดหนังสือพิมพ์ไทยรัฐเป็นลูกค้าของบริษัทอินเทอร์เน็ทแห่งประเทศไทย กล่าวว่า “ไม่ค่อยพอใจตรงที่ web hosting ที่เวลามีคนเข้ามาดูจำนวนมากๆ จะมีการโหลดข้อมูลค่อนข้างช้า ทำให้คนก็เกียจกร บางทีอยากเปลี่ยนไปเข้าเว็บอื่นแทนได้” สำหรับลูกค้าของบริษัทเคเอสซี คุณบวรขจร วิหะคุปต์สังกัดบริษัท MC Software ซึ่งเป็นบริษัทในเครือของบริษัทตรีเพชรอิซูซุ กล่าวว่า “เรื่องการบริการน่าจะมีการเพิ่มเนื้อที่ให้ด้วยเป็นอัตโนมัติ ถ้าในกรณีที่ account เต็ม เห็นว่าเป็นบริการหลังการขายที่ควรมีให้ลูกค้าเลย ไม่ใช่ว่าจะมาขอร้องราคาเพิ่มขึ้นกว่าเดิม คิดว่ายังไม่ค่อยแฟร์เท่าไรนัก” และคุณกิตติวัฒน์ พรเลิศสังกัดบริษัท Six Stars Travel ซึ่งเป็นลูกค้าของบริษัทสามารถอินโฟเน็ตกล่าวว่า “ในเรื่องราคาที่คิดบริการ พอจะให้อัปเดตข้อมูลของบริษัทให้เร็วขึ้น

ทางสามารถทำให้ต้องมาคิดค่าใช้จ่าย ซึ่งนอกเหนือจากข้อตกลงที่ได้ตกลงกันไว้กับไอเอสพี น่าจะบริการเป็นบริการหลังการขายให้กับลูกค้าไป มาคิดละเอียดแบบนี้คิดว่าค่อนข้างเอาเปรียบเหมือนกัน” ดังนั้นจากการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยพบว่าความไม่พึงพอใจในการบริการของบริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายเป็นเรื่องในเรื่องปัญหาของเทคนิคหรือเทคโนโลยีและเรื่องรายละเอียดในเรื่องราคาค่าบริการ ซึ่งทางบริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายควรมีปรับปรุงเทคโนโลยีให้ทันสมัยและทันใจกับลูกค้าและควรชี้แจงให้ลูกค้าเข้าใจถึงระเบียบวิธีการที่บริษัทเป็นผู้กำหนดขึ้นมา ซึ่งจะทำให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจในการบริการของบริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายมากขึ้น

ดังนั้นในรายละเอียดที่ให้บริการแก่ลูกค้าจึงไม่แตกต่างกันในแต่ละบริษัทผู้ให้บริการเครือข่าย แต่โดยภาพรวมแล้วจะเป็นการให้บริการเว็บเพจให้ได้ตามที่ลูกค้าต้องการ โดยเป็นการขายพื้นที่ที่มีการเช่าโฮสติ้งให้ได้ แต่ในการขายนั้นผู้ที่เป็นผู้กำหนดเนื้อหาคือผู้ที่เป็นลูกค้าว่าต้องการอะไร แล้วนำข้อมูลทั้งหมดออกสู่สายตาสาธารณะชนต่อไป เพื่อให้การศึกษาวิจัยครั้งได้เข้าถึงความต้องการแท้จริงของลูกค้าที่เป็นของกลุ่มบริษัทผู้ให้บริการเครือข่าย ผู้วิจัยจึงไปทำการศึกษาจากกลุ่มบุคคลเหล่านี้ โดยมีผู้วิจัยจะทำการนำเสนอในบทถัดไป