

บทที่ 5

ปัจจัยที่กำหนดให้องค์กรธุรกิจต่างเลือกใช้อินเทอร์เน็ตเพื่องาน โฆษณาประชาสัมพันธ์และด้านการตลาด

ในบทนี้เป็นการแสดงผลที่ได้จากการเก็บข้อมูลตามระเบียบวิธีวิจัย จากกลุ่มลูกค้าของบริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลบุคคลในการศึกษาคั้งนี้ ในส่วนของปัจจัยที่กำหนดให้องค์กรธุรกิจต่างๆเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตเพื่องานโฆษณาประชาสัมพันธ์และด้านการตลาด ซึ่งปรากฏผลที่ได้จากการเก็บข้อมูลดังนี้

ปัจจัยต่างๆที่เป็นเหตุผลในการเลือกบริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายโดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ลูกค้าของบริษัทเอเน็ต

ลูกค้าของบริษัทเอเน็ตมีการสอบถามข้อมูลจากคุณกันวัฒนา ทองสุวรรณสังกัดบริษัท Art & Gift Product กล่าวว่า “มีการเลือกบริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายจากการที่มีเพื่อนแนะนำให้บริษัทเอเน็ต โดยเพื่อนมีธุรกิจเกี่ยวกับเครื่องหนังแล้วใช้บริการเว็บโฮสติ้งกับบริษัทนี้ แล้วชอบใจในการบริการของเอเน็ตเลยแนะนำให้มาใช้ที่นี่” ซึ่งสอดคล้องกับคุณจันทิมา ภาสพันธ์พัฒน์สังกัดบริษัท Lyra Bag เลือกจากเพื่อนอยู่ในวงการเครื่องหนังแนะนำให้ใช้ เพราะหลังจากเปิดเว็บไซต์แล้วมียอดขายเพิ่มขึ้น

นอกจากนี้ทางคุณกันวัฒนาและคุณจันทิมายังกล่าวเสริมอีกว่า “เอเน็ตมีความน่าเชื่อถือที่มีเครือข่ายที่กว้างขวาง โดยมีบริการเว็บโฮสติ้งทั่วประเทศและมีกลุ่มสมาชิกที่มีจำนวนมากพอและส่วนใหญ่เป็นสมาชิกที่เป็นกลุ่มเป้าหมายเนื่องจากเป็นลูกค้าองค์กรระดับกลางและเล็ก นอกจากนี้ยังมีกลุ่มราชการอีกด้วย” สำหรับคุณอุดม แซ่ฮึ้งสังกัดบริษัท BSI เลือกจาก “มีเพื่อนที่รู้จักทำงานในบริษัทนี้เลยแนะนำให้ใช้บริการเว็บโฮสติ้งที่นี่และหลังจากที่พอทราบรายละเอียดที่แนะนำให้ก็พอใจในการบริการ นอกจากนี้ยังเห็นว่าบริษัทมีชื่อเสียงเนื่องจากเป็นบริษัทที่ผู้ร่วมก่อตั้งเป็นคนที่อยู่ในวงการไอทีอยู่แล้วยิ่งเพิ่มความเชื่อมั่นให้บริษัทมีความน่าเชื่อถืออีกด้วย”

สำหรับคุณกิตติ จึงดำรงสังกัดบริษัท Satin Textile เห็นว่า “มีระบบการเชื่อมต่อที่ไม่ติดขัดเนื่องจากเวลาที่ล็อกอินเข้าแต่ละไอเอสพีแล้วสามารถ connect ได้ง่ายไม่ล่าช้าเมื่อเทียบกับที่อื่น”

“นอกจากนี้ยังมีค่าบริการที่สมเหตุผลไม่แพงจนเกินไปและมีคุณภาพในตัวผลิตภัณฑ์ที่น่าเชื่อถือ เพราะใช้บริการเครื่องฮาร์ดแวร์ที่มียี่ห้อและคนที่ดูแลระบบมีประสบการณ์ในการดูแลอุปกรณ์ไอที คืออยู่แล้ว”

ลูกค้าของบริษัทอินเทอร์เน็ตประเทศไทย

จากการสัมภาษณ์กลุ่มลูกค้าของบริษัทอินเทอร์เน็ตประเทศไทยมีดังนี้คือ คุณสมชาย เข็มวิวัฒน์กิจสังักการทองเทียวแห่งประเทศไทยเลือกบริษัทนี้เพราะ “เป็นบริษัทที่เป็นรัฐวิสาหกิจเหมือนกัน ทำให้เข้าใจระบบการติดต่อกันที่คล้ายกันทำให้เข้าใจกันมากกว่าที่บริษัทเอกชน เพราะรัฐวิสาหกิจเป็นการตัดสินใจที่ต้องอาศัยขั้นตอนมีลำดับขั้นทำให้มีความล่าช้าในการตัดสินใจ ถ้าเป็นเอกชนจะมีการตัดสินใจที่ค่อนข้างเร็วกว่าทำให้เวลาที่ติดต่อกันกับเอกชนจะมีการทวงถามที่บ่อยมากส่งผลให้เวลาติดต่อกันค่อนข้างไม่สะดวกใจและถ้าผู้ติดต่อเป็นผู้ที่เข้าใจระบบจะทำให้การติดต่อกันไม่รำคาญใจมาก”

“นอกจากนี้เวลาที่เสนอรายชื่อบริษัทที่เราจะเลือกทำให้คณะกรรมการตัดสินใจเลือกเป็นอันดับแรกไม่ต้องหาข้อมูลที่เป็นรายละเอียดเกี่ยวกับบริษัทนั้นๆ และด้วยความที่เป็นรัฐวิสาหกิจเหมือนกันยังเพิ่มความน่าเชื่อถือในการบริการลูกค้ามากกว่าเอกชน เพราะมองว่าเอกชนมักจะต้องการแสวงหาผลกำไรมากกว่าที่ต้องการให้บริการจริงๆ และบริษัทอินเทอร์เน็ตประเทศไทยเป็นผู้ดูแลระบบเครื่องคอมพิวเตอร์ในองค์กรด้วยทำให้มีความไวใจในการให้บริการอีกด้วย”

สำหรับคุณสุจิตรา ขุนสิทธิสังักคณังสือพิมพ์ไทยรัฐกล่าวว่า “มีความคุ้นเคยกันมาก่อน เพราะมีเพื่อนรุ่นน้องทำงานเป็นเซลล์ที่นี่เลยแนะนำให้ใช้บริการของที่นี่และสอดคล้องกับราคาที่ ไม่แพงมากสามารถจ่ายได้โดยที่บอร์ดบริหารไม่ต้องคอยเช็คราคาว่าสูงกว่าไอเอสพีรายอื่นหรือเปล่า และมีความน่าเชื่อถือเพราะเป็นรัฐวิสาหกิจด้วยและมีชื่อเสียงในเรื่องจำนวนสมาชิกที่ยอดคิดอันดับยอดเยี่ยม” สำหรับคุณวันชัย ศรีอิสราภรณ์สังักคณังสือพิมพ์ไทยรัฐกล่าวว่า “เป็นบริษัทที่มีความมั่นคงเพราะมีส่วนที่รัฐบาลถือหุ้นอยู่เพราะฉะนั้นจะไม่หายไปจากตลาดง่ายๆ เพราะช่วงที่เลือกใช้บริการเป็นช่วงที่ไอเอสพีบูมมากมีการเปิดให้บริการเป็นจำนวนมากเลยไม่รู้ว่า จะใช้อะไรเป็นปัจจัยเป็นการเลือกเลยใช้เกณฑ์นี้”

และ “นอกจากนี้ยังมีกำลังส่ง (bandwidth) ที่สามารถส่งข้อมูลได้รวดเร็วเลยเป็นบริษัทที่น่าสนใจในการเลือกใช้บริการ” สำหรับเหตุผลในเรื่องของกำลังส่งจะสอดคล้องกับความต้องการของคุณณรงค์ ภูมเรศสังักคณังสือพิมพ์ไทยรัฐที่มีการเลือกใช้บริการจากบริษัทนี้ และเห็นว่า “อินเทอร์เน็ต

เน็ตประเทศไทยมีชื่อเสียงในเรื่องมีจำนวนสมาชิกเป็นจำนวนมากซึ่งถ้ามียอดจำนวนมากหมายความว่าเมื่อต้องการให้คนเข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ของตนเองจำนวนมากต้องสอดคล้องกับจำนวนสมาชิกด้วย ถ้ามีคนเห็นเนื้อหาของเว็บไซต์บริษัทตัวเองเป็นจำนวนมาก จะส่งผลต่อการเตือนความทรงจำกับผู้บริโภคในการซื้อสินค้าครั้งต่อไปก็จะนึกถึงยี่ห้อของสินค้าที่ตนเองเห็นบ่อยๆ” และคุณปรสุ โภมารทัตสังักตบริษัทอมรินทร์พรีนติ้งกล่าวว่า “อินเทอร์เน็ตประเทศไทยมียอดจำนวนมาก เป็นไอเอสพีที่มีชื่อเสียงและราคาสมเหตุสมผลต่อบริการที่ได้รับและ speed ในการส่งมีความเร็วดี”

ลูกค้าของบริษัทเคเอสซี

คุณเอกวิทย์ ชูใจสังักตบริษัท HMC Polymers กล่าวว่า “เลือกจากการที่เคเอสซีมีบริการเว็บโฮสติ้ง และราคาในการให้บริการสมเหตุสมผลไม่แพงเกินไป” ส่วนคุณบรรขจร วิริยะคุปต์สังักตบริษัท MC Software กล่าวว่า “เมื่อเทียบราคาที่ซาร์ตกับบริการที่ได้ รู้สึกว่าถูกดีจึงเลือกใช้ที่บริษัทนี้” และคุณปรีชา ฤทธิธนะจรสังักตบริษัท Thai Textile Industry คุณสุกัญญา ปุญญาภิเกษตรสังักตบริษัท Riken และคุณสุวรรณ พิทักษ์ปรีชากิจสังักตบริษัท Thai Presiden Food กล่าวคล้ายกันว่า “ที่เลือกเพราะบริษัทมีชื่อเสียงในเรื่องจำนวนสมาชิกที่มีจำนวนมาก โดยเฉพาะกลุ่มนิสิตนักศึกษาและราชการซึ่งตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ” ซึ่งโดยสรุปกลุ่มลูกค้าของกลุ่มนี้พบว่าบริษัทเคเอสซีเป็นบริษัทที่มีชื่อเสียงเนื่องจากมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญเป็นผู้ริเริ่มซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความรู้ชำนาญระดับหนึ่งเพราะเป็นคณาจารย์ที่มีชื่อเสียงส่งผลให้คนส่วนใหญ่ยอมรับทำให้เคเอสซีประสบความสำเร็จในตลาดระดับหนึ่งด้วย

ลูกค้าของบริษัทสามารถอินโฟเน็ต

จากการสัมภาษณ์คุณสมบัติ หยิววัฒน์สังักตบริษัทBisco Placement กล่าวว่า “เลือกเนื่องจากรู้จักกันมานานแล้วเป็นเพื่อนกันตั้งแต่สมัยเรียนมหาวิทยาลัยเห็นว่าสนิทกันเลยน่าจะพูดกันรู้เรื่องสั่งงานกันได้สะดวกใจ นอกจากนี้ยังราคายังเหมาะสมอีกด้วยเพราะเมื่อเทียบกับการลงโฆษณาผ่านสื่ออื่นแล้วสื่อนี้มีราคาถูกกว่าหลายเท่าตัวและราคาที่บำรุงดูแลรักษาก็ไม่สูงไปด้วยเพราะถ้ามีการอัปเดตบ่อยๆ แต่เสียเงินไม่มากก็คุ้มดี” ส่วนคุณกิตติวัฒน์ พรเลิศสังักตบริษัท Six Stars Travel กล่าวว่า “มีผลงานน่าเชื่อถือดี ทำให้บริษัทใหญ่ๆ หลายๆ ที่ก็น่าจะได้รับการยอมรับในการดูแลลูกค้าดีและมีลูกค้าเพิ่มอยู่เรื่อยๆก็ป็นสิ่งรับประกันได้” คุณจุฑาทากาญจน์ รัตนศรีบัวทองสังักตบริษัท Wetco กล่าวว่า “สามารถเป็นบริษัทที่มีชื่อเสียงดีเพราะเป็นบริษัทที่ให้บริการด้านโทรคมนาคมอยู่แล้วน่าจะมีความรู้เรื่องไม้เครื่องมือในการส่งข้อมูลได้ดีและรวดเร็วด้วย” และสอดคล้องกับความ

ต้องการของคุณวุฒิพงษ์ ไชยสิทธิ์ สังกัด Thai Apec Study Center กล่าวว่า “เลือกบริษัทนี้เนื่องจากมีประสบการณ์ในเรื่องการสร้างเว็บไซต์และทางทบวงแนะนำให้บริการจากที่นี่และมี Site reference ที่น่าเชื่อถือมาก โดยเฉพาะการสร้างเว็บไซต์ให้กับทางทบวง ยิ่งเพิ่มความน่าเชื่อถือได้มากที่สุดทีเดียว”

กลุ่มลูกค้าของบริษัทค้าปลีกไทย

คุณชาญยุทธ นันทสุขเกษมสังกัดบริษัท Knn Printing กล่าวว่า “รู้จักกับเจ้าของบริษัทนี้มาก่อนเป็นเวลานาน มีความคุ้นเคยกันและเวลาติดต่อกันสามารถทำงานได้ตามที่ตนเองต้องการ ไม้มีความล่าช้าในการทำงานส่งงานตรงเวลา ไม้เคยต้องเลื่อนนัดเวลาที่จะต้องมาพรีเซนต์ให้ดู” ส่วนคุณศรีสุภา กมลวิศิษฐ์สังกัดบริษัท Hara Jeans กล่าวว่า “มีความน่าเชื่อถือจากการที่พนักงานบริษัทนี้มาพรีเซนต์งานดูว่ามีการบริการอะไรบ้างและเวลาพูดก็น่าสนใจดี คิดว่าเมื่อใช้บริการแล้วคงได้รับการเอาใจใส่มากหลังจากที่มีการเซ็นต์สัญญากันแล้ว” คุณเบญจ โอสถรูปสังกัดบริษัท Film Master กล่าวว่า “สามารถติดต่อกันได้ตลอดเวลาและมีความเร็วในการรับส่งข้อมูลได้เร็วตามต้องการและคิดว่ามีความเร็วกว่าไอเอสพีรายอื่นแน่นอน”

สำหรับคุณดามส์ ตรีนงสกุลชัยสังกัดบริษัท Menthol Thai Import & Export กล่าวว่า “เลือกเพราะเวลาถือกินเข้าไปในเว็บไซต์ ทำได้ง่ายสะดวก ไม้ต้องรอรเวลานาน เหมือนกับไอเอสพีรายอื่นที่พอเวลาที่มีคนถือกินเข้าไปจำนวนมาก ทำให้การจราจรติดขัดซึ่งจะช้ามาก เสียเวลาในการรอนานไม่ชอบรอ “ และคุณสมบัติ ระยันสุขสถิตย์สังกัดบริษัท EST Trading กล่าวว่า “เลือกเพราะเพื่อนแนะนำให้ใช้บริษัทนี้ อีกอย่างเวลาที่พรีเซนต์งานมีความน่าเชื่อถือในการแ่งผลงานที่ผ่านมา และคิดว่าเมื่อใช้การบริการที่นี่แล้วจะได้รับการบริการที่มีคุณภาพทีเดียว”

จากข้อมูลที่ได้จากการศึกษาพบว่า การเลือกบริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายจะเลือกจากบริษัทที่เป็นบริษัทที่มีความน่าเชื่อถือและมีการบริการที่เอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดีซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีผู้ส่งสารของเวสลีย์และแมคลินที่แสดงถึงผู้ส่งสารในระบบของการจัดการสื่อสาร โดยที่บริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายมีบทบาทในการส่งสารอย่างมีความมุ่งหมายและเป็นช่องทางการสื่อสารที่มีเป้าหมายเพื่อส่งสารให้ข้อมูลสู่สาธารณชนเป็นตัวกลางเชื่อมระหว่างบริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายกับสาธารณชนซึ่งมีส่งสารผ่านไปสู่อุสาธารณะโดยที่ต่ออาศัยความหลากหลายในการเลือกบริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายโดยเลือกจากความมีชื่อเสียงและการได้รับการยอมรับจากสาธารณชนด้วยการสื่อสารแนวนั้นแสดงถึงการไหลเวียนของสารหรือข้อมูลที่มีส่งผ่านตัวกลางคือบริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายไปยังผู้รับสาร โดยผ่านตัวกลางคืออินเทอร์เน็ต และวิธีนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ Sturmer

ที่กล่าวว่าการสื่อสารผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์โดยมีการสร้างปฏิสัมพันธ์ในการสื่อสารระหว่างกัน โดยผ่านตัวกลางที่กล่าวมาข้างต้น แนวคิดนี้เป็นการสื่อสารกันระหว่างบุคคลโดยที่เป็นการสื่อสารที่ผู้ร่วมสื่อสารไม่ต้องเผชิญหน้ากันแต่เป็นการสื่อสารต่างสถานที่โดยผ่านตัวกลางที่เรียกว่าคอมพิวเตอร์

ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยพบว่าปัจจัยของการเลือกบริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายจะเลือกจากบริษัทที่มีชื่อเสียง มีความน่าเชื่อถือ ความมีชื่อเสียงเป็นสิ่งที่บริษัทนั้นต้องอาศัยประสบการณ์สั่งสมกันมานานหรือมีผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ก่อตั้ง นอกจากนี้ยังต้องมี site reference ที่มีน้ำหนักดี โดยเฉพาะถ้าเป็นการที่ออกแบบให้บริษัทใหญ่หรือบริษัทข้ามชาติในแง่รายได้ หรือบริษัทขนาดใหญ่จะได้รับการยอมรับจากลูกค้าค่อนข้างมาก ถ้ามีคนรู้จักหรือคนที่อยู่ในวงการเดียวกันแนะนำมาจะมีการเลือกใช้บริการจากบริษัทนั้นเป็นอย่างมาก สำหรับจำนวนสมาชิกที่ใช้บริการของบริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายถ้ามีจำนวนมากจะยังได้รับการยอมรับมากตามลำดับด้วย เนื่องจากมีความเชื่อว่าเป็นบริษัทที่มีการบริการลูกค้าเป็นอย่างดี สำหรับราคาค่าบริการก็เป็นสิ่งที่ลูกค้ามีการพิจารณาเป็นพิเศษ โดยเฉพาะลูกค้าที่เป็นระดับองค์กร เพราะจะต้องมีการเสนองบประมาณผ่านทางการประชุมผู้บริหารขององค์กร ถ้าค่าบริการไม่แพงมาก ราคาสมเหตุผลก็จะได้รับการพิจารณาเช่นกัน นอกจากนี้ยังมีเทคโนโลยีที่ต้องการเช่นมีการรับส่งข้อมูลที่รวดเร็ว ใช้เอ็นทีเหมือนกับเทคโนโลยีที่ทางบริษัทลูกค้าใช้ด้วย

จากการเก็บรวบรวมในการศึกษาครั้งนี้พบว่าองค์กรธุรกิจมีการเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต โดยเลือกจากประเภทของบริการที่ต้องการ (Service type) เช่นบริการเสริมต่างๆ ซึ่งได้แก่การแจ้งอีเมลทางเพจเจอร์ การให้บริการข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ตในรูปแบบต่างๆ ซึ่งต้องพิจารณาเป็นรายๆ ไป นอกจากนี้ยังมีเนื้อที่ในการจัดเก็บข้อมูล (Disk Space) ซึ่งเป็นเนื้อที่ที่ทางบริการผู้ให้บริการเครือข่ายอนุญาตให้สมัครสามารถจัดเก็บข้อมูลลงบนเครื่องคอมพิวเตอร์ของผู้ให้บริการเครือข่าย เช่นใช้เนื้อที่เพื่อจัดเก็บอีเมล หรือจัดเก็บไฟล์ข้อมูลที่ไปดาวน์โหลดจากแหล่งข้อมูลในอินเทอร์เน็ตมาเป็นต้น ยังมีปริมาณจดหมายที่รับส่งได้ (Incoming/ Outgoing Mail) ผู้ให้บริการเครือข่ายจะกำหนดปริมาณจดหมายที่สามารถรับส่งได้ในปริมาณไม่เท่ากัน ขึ้นอยู่กับประเภทสมาชิก โดยจะต้องพิจารณาถึงการใช้งานจริงว่าจะต้องไปใช้ทำงานอะไรบ้าง มีการติดต่อกับบุคคลภายนอกมากน้อยเพียงใด เวลาในการใช้งาน ค่าบริการรายเดือนซึ่งเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญในการเลือกประเภทสมาชิก ค่าธรรมเนียมต่างๆ โดยส่วนใหญ่แล้วจะเป็นค่าธรรมเนียมที่ทางผู้ให้บริการเรียกเก็บเพิ่มเติมจากสมาชิกใหม่เท่านั้น เช่น ค่าธรรมเนียมแรกเข้า หรือค่าธรรมเนียมการสมัครค่าธรรมเนียมต่างๆ นอกจากนี้ยังมีสิ่งที่สำคัญในการเลือกอีก คือ ความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการเครือข่าย (Reliability) เพราะผู้ให้บริการที่ดีจะต้องได้รับการยอมรับจากบุคคลต่างๆ ในวงการ เรื่องความน่า

เชื่อถือกันยอมรับได้หรือไม่ เช่น ชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับหรือไม่ ใครเป็นผู้ถือหุ้น บริษัทดำเนินธุรกิจด้านนี้มากี่ปี จำนวนลูกค้าในปัจจุบันมีเท่าใด มีการขยายสาขาเพื่อให้บริการไปยังต่างจังหวัดหรือไม่ มีการลงทุนที่จะพัฒนาการให้บริการมากขึ้นเพียงใด และยังมีประสิทธิภาพของตัวระบบ (Performance) เนื่องจากการใช้อินเทอร์เน็ตมีการรับส่งข้อมูลของผู้ใช้แต่ละคนเป็นจำนวนมาก ทำให้ตัวระบบรวมจะต้องมีประสิทธิภาพในตัวระบบมาก และยังมีจัดการอบรมการใช้งานเบื้องต้น (Training)

สำหรับการเลือกใช้บริการเว็บโฮสติ้ง (บริการให้เช่าทรัพยากรของเครื่องคอมพิวเตอร์ในการทำเว็บไซต์)ของบริษัทต่างๆ บริษัทเหล่านี้สามารถให้บริการ และความน่าเชื่อถือได้ด้วยราคาที่สมเหตุสมผล นอกจากนี้ยังใช้บริการเว็บโฮสติ้ง เพื่อสร้างอินเทอร์เน็ตเองได้ เพราะมันสามารถลดปัญหาเรื่องการดูแลรักษาอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ในองค์กรได้เป็นอย่างดี อย่างไรก็ตาม เพื่อช่วยให้การเลือกเว็บโฮสติ้งง่ายและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น จะมีหลักสำคัญๆ ในการพิจารณาเลือกใช้บริการ โดยจะมีวิธีเลือกดังต่อไปนี้

เลือกยูนิคส์หรือเอ็นทีดี

ผู้ให้บริการเว็บโฮสติ้งส่วนใหญ่จะเสนอแพลตฟอร์มของเว็บเซิร์ฟเวอร์ให้เลือกว่าจะใช้ยูนิคส์ หรือวินโดวส์เอ็นที(บางแห่งมีให้เลือกทั้ง 2 แพลตฟอร์ม) สำหรับเว็บเพจต่างๆ ที่สร้างขึ้นจาก HTML จะเลือกใช้แพลตฟอร์มไหนก็ได้ แต่ถ้าต้องการทำ Server-side scripting (เป็นการทำงานของเครื่อง server ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการทำงานของ application ต่างๆ เช่น อินเทอร์เน็ตดาต้าเบส) ด้วย ต้องดูรายละเอียดของชนิด และเวอร์ชันของซอฟต์แวร์ที่ต้องการให้ดี ซึ่งโดยทั่วไปแล้ว แพคเกจที่เสนอให้ระหว่างยูนิคส์กับเอ็นทีนั้นแตกต่างกันอย่างชัดเจน และในบริการที่เท่าเทียมกัน ราคาของบริการที่ใช้แพลตฟอร์มเอ็นทีจะแพงกว่ายูนิคส์

สำหรับผู้วางแผนจะใช้ Active Server Page(ASP) (เป็น application ของไมโครซอฟท์ที่ใช้งานบนระบบเอ็นทีเท่านั้น) คงต้องหาผู้ให้บริการที่ใช้เอ็นทีเซิร์ฟเวอร์ และมี Internet Information Server (IIS) (เป็นระบบการทำงานของ server อย่างหนึ่งที่เก็บข้อมูลไว้) ด้วย ส่วนเว็บไซต์ที่ใช้ดาต้าเบสเป็นหลักนั้น การใช้ NT/IIS เป็นทางเลือกที่ดีอีกหนึ่ง แต่ต้องเช็คจากผู้ให้บริการก่อนว่า มีบริการดาต้าเบสให้ด้วย หรือไม่ และถึงแม้ว่า ไมโครซอฟท์แอ็กเซสจะสามารถใช้งานได้ดีกับเว็บไซต์ขนาดเล็ก แต่เมื่อใดก็ตามที่เราต้องการประสิทธิภาพที่สูงขึ้น การให้บริการก็ควรจะสามารถอัพเกรดเป็น SQL Server ได้ด้วย

เป็นเรื่องน่ายินดีที่ธุรกิจนี้มีการแข่งขันสูงมาก บรรดาบริษัทน้อยใหญ่ที่รีบร้อนให้บริการที่จำเป็นต้องใช้ในการสร้างเว็บไซต์ สิ่งที่จะต้องทำคือหาคำตอบให้กับตัวเองให้ได้ว่า ความต้องการบริการที่จำเป็นมีอะไรบ้างแต่โดยทั่วไปแล้วผู้ให้บริการจะเสนอบริการที่นิยมใช้กันทั่วไป ถ้าจะเริ่มต้นจากตรงนั้นก็ดี แต่บางทีอาจอยากดูราคาเทียบกับความต้องการที่มีอยู่ ซึ่งหลักทั่วไปที่ใช้ในการพิจารณาเลือกใช้บริการนี้คือ พื้นที่ใช้งาน : ปกติจะได้รับพื้นที่ใช้งานรวมอยู่ในบริการอยู่แล้ว อย่างน้อยประมาณ 10 เมกะไบต์ ซึ่งอาจจะเหมาะกับไซต์ขนาดเล็กๆหรือที่แสดงผลเป็นแบบข้อความอย่างเดียวแต่สำหรับไซต์ที่ใช้รูปภาพ หรือมัลติมีเดียมากๆถ้าคิดว่าสามารถจำกัดอยู่ในพื้นที่เท่านี้ได้ให้ดูเงื่อนไข หรือ ราคา ในกรณีที่ใช้พื้นที่เกินกำหนดให้ดี

แบนด์วิธ

ข้อจำกัดข้อนี้หมายถึง จำนวนไบต์ทั้งหมดที่แอดเคาต์ของที่ให้บริการได้ต่อเดือน โดยทั่วไป ถ้าเป็น 1 กิกะไบต์จะเหมาะสำหรับแอดเคาท์ขนาดเล็ก ดูตัวเลขแล้วเหมือนเป็นจำนวนที่มาก แต่จริงๆ แล้วไม่ได้มากมาย ลองคำนวณดูว่า ถ้าโฮมเพจมีขนาดทั้งข้อความและรูปภาพรวมแล้วประมาณ 50 กิโลไบต์ ในขณะที่เดียวกันมีผู้เข้าชม 4,000 คนต่อเดือน นั่นคือใช้ แบนด์วิธประมาณ 200 เมกะไบต์ต่อเดือนให้รวมขนาดไฟล์เว็บเพจทั้งไซต์ รวมทั้งขนาดของเดโมซอฟต์แวร์ที่ให้ความช่วยเหลือด้วย(ถ้ามีแผนจะตั้งไซต์สำหรับให้บริการดาวน์โหลดซอฟต์แวร์ ขอแนะนำให้ผู้ให้บริการที่ไม่จำกัดแบนด์วิธ) การคิดราคาของผู้ให้บริการนั้นจะรวม header protocolของเซิร์ฟเวอร์ และโอเวอร์เฮดต่างๆ เช่น Cookie เข้าไปด้วยซึ่งทั้งหมดนี้รวมแล้วอาจจะมากกว่า ตัวเลขที่คำนวณได้ประมาณ 20 เปอร์เซ็นต์

การสนับสนุน File Transfer Protocol (FTP) (เป็นการรับส่งไฟล์เช่นดาวน์โหลดไฟล์)

โดยปกติในการจัดการเว็บไซต์ มีขั้นตอนง่ายๆ คือ หลังจากที่แก้ไขเว็บเพจบนเครื่องของเรียบร้อยแล้วจะต้องส่งไฟล์เว็บเพจเหล่านั้นไปยังผู้ให้บริการ โดยใช้บริการftp (ต้องมีชื่อและพาสเวิร์ด) หรือบางทีอาจจะให้บริการดาวน์โหลดบนเว็บไซต์ผ่านทาง Anonymous FTP (เป็นนิรนามในกรณีที่ทำการล็อกอินเข้าเครื่อง server นั้นๆ แล้วใส่ชื่อนี้ลงไปก็สามารถล็อกอินได้) ก็ได้

ความสามารถของเมลล์

อีเมลล์ยังคงเป็นบริการที่สำคัญสำหรับอินเทอร์เน็ต ดังนั้นต้องแน่ใจว่าผู้ให้บริการมีคุณสมบัติของอีเมลล์ให้ตามที่ต้องการด้วยเช่น มีอีเมลล์ที่ใช้ POP3(เป็นอีเมลล์ที่ใช้กัน) ซึ่งจะช่วยให้สามารถมี Inbox ส่วนตัว และเก็บจดหมายไว้ที่เครื่องที่ให้บริการจนกว่าโปรแกรมไคลเอนต์ของ POP3 เช่น ยูโคร่า หรือเอาต์ลุคต์มาอ่านไปไว้ในเครื่องและจะดีมาก ถ้าผู้ให้บริการมี mailbox ให้เพียงพอกับผู้ใช้รวมทั้งความสามารถในการส่งต่อ(Forward) ซึ่งจะช่วยให้ส่งต่อจดหมายไปยังที่อื่นได้ เช่น ทำให้อีเมลล์ที่ส่งมาให้ที่ support@Zsoftware.com ถูกส่งผ่านมาให้ที่ Zsoft2392@aol.com ในทันที ความสามารถที่เป็นที่นิยมอีกอันหนึ่งได้แก่ Autoresponse เป็นการตอบกลับด้วยข้อความที่เตรียมไว้แล้ว เช่น ถ้ามีใครส่งจดหมายมาที่ prices@Zsoftware.com ไม่ว่าข้อความในจดหมายเป็นอย่างไร เจ้า Autoresponse จะตอบเป็นรายการราคาเตรียมไว้กลับไป

ประสิทธิภาพการทำงาน

ผู้ให้บริการบางรายจะหวงแบนด์วิธของเซิร์ฟเวอร์มาก และจะให้ลูกค้าไปแออัดกันอยู่ในเครื่องที่แบนด์วิธน้อยๆ แน่ละ ถ้าเว็บไซต์ของผู้ให้บริการเองนั้นช้า เมื่อเทียบกับที่อื่นก็จะทำให้ดูไม่ดี ในบางที่ผู้ให้บริการจะใส่เว็บเพจของตัวเองไว้บนเซิร์ฟเวอร์ที่เร็วๆ แต่ของลูกค้ามันจะไม่ใช่นั่นให้ลองไปดูที่เว็บไซต์ของลูกค้าที่ใช้บริการของผู้ให้บริการรายนั้นสัก2-3รายเพื่อดูประสิทธิภาพการทำงานของมัน หรือ เข้าไปในไซต์ ของ Ultimate Web Host List ที่ www.webhostlist.com ซึ่งจะจัดอันดับของเว็บโฮสต์ทั้งหมดไว้ตามประสิทธิภาพการทำงานของผู้ให้บริการแต่ละที่

FrontPage server extensions (เป็นเครื่องคอมพิวเตอร์ธรรมดาเครื่องหนึ่ง ที่หลังจากที่ทำการออกโฮมเพจเรียบร้อยแล้วจะทำการโหลดข้อมูลใส่ก่อนที่จะทำการเก็บไว้ในเครื่อง server จริงเพื่อเป็นการทดลองว่าโฮมเพจที่ทำการออกแบบสามารถใช้งานได้จริง)

ตอนนี้จำนวนของผู้ให้บริการที่มี FrontPage sever extensions กำลังเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งข้อดีก็คือ ทำให้สามารถแก้ไขเว็บไซต์ของได้ง่ายเพียงแค่อ้าง mouse ในโปรแกรม FrontPage แต่บางรายก็อาจเก็บเงินเพิ่ม ถ้าจะใช้บริการนี้ ดังนั้นดูให้ดีๆก่อนว่ามีรวมอยู่ในรายการด้วย หรือไม่

Server-side scripts

สามารถสร้างไดนามิกเว็บไซต์ได้ โดยใช้เทคโนโลยี Server-side ซึ่งมีอยู่มากมายแต่ไม่สามารถใช้ทั้งหมดพร้อมกันได้ คงต้องเลือกอย่างหนักเลยทีเดียวที่จะเซ็นสัญญากับผู้ให้บริการ แต่ถ้ามีความต้องการพื้นฐานอยู่แล้ว เช่น มีแบบฟอร์มการเก็บข้อมูล, บริการค้นหาไซต์ หรือ บริการ Chat และ threaded discussion ผู้ให้บริการอาจมีแอปพลิเคชันบางส่วนเตรียมไว้ให้ เช่น FrontPage extensions ก็สามารถลดงานส่วนหลักๆได้มากมายทีเดียว ในกรณีที่จะสร้างscript โดยใช้ ASP, CGI, Cold Fusion, Perl หรือ โปรแกรมพิเศษอื่นๆ อย่าลืมดูด้วยว่าผู้ให้บริการมีบริการเหล่านี้ให้หรือไม่(ส่วนใหญ่ถ้าราคาถูกเป็นพิเศษจะไม่ค่อยให้ใช้ CGIหรือScript อื่นๆ)

Electronics commerce

ในกรณีที่วางแผนจะขายของในลักษณะออนไลน์ในไซต์ก็ให้ดูว่า ผู้ให้บริการนั้นมีความพร้อมสำหรับระบบการจัดเก็บเงินหรือไม่บางรายนั้นมีบริการให้เกือบทุกอย่างสำหรับการสร้างระบบซื้อขายบน on-line เช่น ระบบจัดการรายการสินค้า, Script ช่วยในการเลือก ซื้อสินค้า, Cyber cash และ บัญชีผู้ให้บริการบัตรเครดิต แรงจูงใจในการขาย : ถ้าเป็นผู้สร้าง หรือดูแลเว็บไซต์ของคุณ คำนวณสักหน่อย ผู้ให้บริการบางรายอาจลดราคาให้และยังช่วยหาลูกค้าให้คุณอีกด้วย ในกรณีที่ผู้ใช้บริการของเขาต้องการให้ช่วยปรับปรุงเว็บไซต์

นโยบายการอัปเดต

ในครั้งแรกนั้น การกำหนดรายการที่จะใช้ทั้งหมดยังไม่ถูกต้องหรือคังนั้นลองตรวจสอบราคาก่อนว่า ถ้าต้องการเปลี่ยนแปลงรายการจากเดิมที่ใช้อยู่ หรือต้องการซื้อบางส่วนของรายการที่เสนอ เช่นซื้อเพิ่มเฉพาะแบนด์วิทช์เป็นอย่างไร เช่นในกรณีกำหนด POP3 ของเมล์บ็อกซ์ไว้เป็นจำนวนมาก หลังจากที่ติดตั้งไซต์เสร็จแล้ว สามารถใช้งาน E-mail forwarding ได้ตามที่ต้องการทั้งหมด และทันทีที่สัญญาของหมดลง คงจะต้องเปลี่ยน ไปใช้รายการที่ถูกกลง

ความคาดหวังที่ได้จากการรับบริการจากผู้ให้บริการเครือข่าย

จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้เป็นลูกค้าของบริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายพบว่ากลุ่มที่เป็นลูกค้าของบริษัทเอเน็ต บริษัทอินเทอร์เน็ตประเทศไทย บริษัทเคเอสซี บริษัทสามารถอินโฟเน็ตและบริษัทดาต้าลายไทยกล่าวว่า “ต้องการข้อมูลที่อัปเดตตลอดเวลา” โดยเป็นคำกล่าวของคุณกันวัฒนาทองสุวรรณสังกัดบริษัท Art & Gift Product คุณอุดม แซ่ฮึงสังกัดบริษัท BSI คุณกิติ จิ่งดำรงกิจสังกัดบริษัท Satin Textile คุณสมชาย เอี่ยมวิวัฒน์กิจสังกัดการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย คุณสุกัญญา ปุญญาภิเกษตรสังกัดบริษัท Rikken คุณสุวรรณ พิทักษ์ปรีชากิจสังกัดบริษัท Thai President Food คุณสมบัติ หยิวัฒน์สังกัดบริษัท Bisco Placement คุณจุฑาภาญจน์ รัตนศรีบัวทองสังกัดบริษัท Wetco และคุณสมบัติ ระยันสุขสถิตย์สังกัดบริษัท EST Trading

เหตุผลนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ Victoria and Alan J. Bush and Sharon Harris ในเรื่องของ Advertiser Perceptions of the Internet as a Marketing Communications Tools คือการที่ความต้องการของลูกค้าของบริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายต้องการข้อมูลที่อัปเดตตลอดเวลาเพื่อใช้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางในการสื่อสารเพื่อการตลาด เพื่อผลที่ว่าเมื่อมีการให้ข้อมูลที่ใหม่ๆ อยู่เสมอบนอินเทอร์เน็ตเป็นการให้ความรู้กับลูกค้าอย่างหนึ่ง เมื่อลูกค้ามีความรู้หรือรับรู้ในรายละเอียดของสินค้าแต่ละผลิตภัณฑ์ที่ตนเองสนใจจะส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมในการซื้อสินค้าด้วยและยังมีการแนะนำให้ผู้อื่นมีพฤติกรรมในการซื้อสินค้าอีกเช่นกัน

นอกจากนี้ยังมีสิ่งที่ต้องการอีกเหตุผลหนึ่งคือ ต้องการการสนับสนุนในเรื่องข้อมูลที่ต้องการเพื่อเป็นการเสริมเพิ่มความรู้ให้แก่บริษัทที่เป็นลูกค้าโดยมีคุณกันวัฒนาทองสุวรรณสังกัดบริษัท Art & Gift Product คุณอุดม แซ่ฮึงสังกัดบริษัท BSI กลุ่มลูกค้าของบริษัทเคเอสซี คือคุณสุกัญญา ปุญญาภิเกษตรสังกัดบริษัท Riken คุณสุวรรณ พิทักษ์ปรีชากุลสังกัดบริษัท Thai President Food นอกจากนี้ยังกลุ่มลูกค้าบริษัทสามารถอินโฟเน็ตคือคุณสมบัติ หยิวัฒน์สังกัดบริษัท Bisco Placement คุณวุฒิพงษ์ ไชยสิทธิ์สังกัด Apec Study Center คุณชาญยุทธ นันทสุขเกษมสังกัดบริษัท KNN Printing

จากเหตุผลที่ผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวมาข้างต้นสอดคล้องกับแนวคิดในเรื่อง Advertiser Perceptions of the Internet as Marketing Communications Tools ถ้าผู้ผลิตสินค้าได้รับทราบหรือได้รับความช่วยเหลือทางด้านเทคโนโลยีหรือข้อมูลเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตเพื่อนำเอาข้อมูลใหม่ๆ มาปรับปรุงให้เข้ากับสิ่งที่ลูกค้าต้องการและความก้าวหน้าของเทคโนโลยี สิ่งเหล่านี้เป็นผลกระทบของอินเทอร์เน็ตที่ส่งผลให้มีสินค้าที่ก้าวหน้าทันสมัยและสามารถให้ผู้ผลิตบรรลุจุดประสงค์ตามต้องการได้ โดยการผลิตสินค้ามีความสอดคล้องกับเทคโนโลยีใหม่ๆ อยู่เสมอ เพื่อเป็นการขยายตลาดให้กว้างออกไปอีก นอกจากนี้ยังให้ผลประโยชน์แก่การโฆษณาประชาสัมพันธ์อีกด้วยเพราะ

เมื่อทำให้ยูสเซอร์รู้จักสินค้าของตนเองเป็นจำนวนมาก ยูสเซอร์จะไม่ลืมสินค้าของเราส่งผลต่อการใช้สินค้าที่มีการซื้อเพิ่มหรือซื้อใหม่ขึ้นเรื่อยๆ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Intelliquest Survey ที่มีการสำรวจวิธีการให้ผู้เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์กลับมาเยี่ยมชม โสมเพจอีกครั้ง

สำหรับเรื่องความต้องการในเรื่องเทคโนโลยีมีคุณอุดม แซ่ฮึงสังกัดบริษัท BSI คุณกิตติศักดิ์ ช่อนทรัพย์สังกัดบริษัท CK Shoesซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าของบริษัทเอเน็ต ส่วนกลุ่มลูกค้าของบริษัทค้าปลีกไทยมีคุณศรีสุภา กมลวิศิษฐ์สังกัดบริษัท Hara Jeans คุณคามส์ ตรีชนสกุลชัยสังกัดบริษัท Menthol Thai Import & Export และคุณสมบัติ ระยันสุขสถิตย์สังกัดบริษัท EST Trading เป็นผู้มีความต้องการมีความรู้ทางด้านเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเป็นอย่างดี เพื่อนำความรู้ทางไอทีไปปรับให้เข้าประเภทอุตสาหกรรมที่มีอยู่เพื่อจะได้พัฒนาคุณภาพสินค้าได้ดีกว่าคู่แข่งรายอื่นในท้องตลาด ในอีกด้านของเทคโนโลยีที่ยูสเซอร์ต้องการคือการเพิ่มกำลังรับส่งข้อมูลให้เร็วขึ้น เป็นความคิดเห็นของคุณกันวัฒนา ทองสุวรรณสังกัดบริษัท Art & Gift Product คุณอุดม แซ่ฮึงสังกัดบริษัท BSI บุคคลเหล่านี้เป็นกลุ่มลูกค้าของบริษัทเอเน็ต ส่วนลูกค้าของบริษัทค้าปลีกไทย คุณคามส์ ตรีชนสกุลชัยสังกัดบริษัท Menthol Thai Import & Export และคุณสมบัติ ระยันสุขสถิตย์สังกัดบริษัท EST Trading

นอกจากนี้ยังมีคุณเอกวิทย์ ชูใจสังกัดบริษัท HMC Polymers ซึ่งเป็นลูกค้าของบริษัทเคเอสซี จะเห็นว่ากลุ่มลูกค้าที่ต้องการได้รับการเพิ่มกำลังรับส่งข้อมูลได้เร็วขึ้นเป็นลูกค้าที่อยู่ในประเภทอุตสาหกรรมทั้งหมดแสดงว่าอุตสาหกรรมประเภทส่งออกนำเข้าสินค้าหรือการผลิตต่างต้องการกำลังในการติดต่อข้อมูลข่าวสาร โดยเฉพาะการติดต่อสื่อสารบนอินเทอร์เน็ตเพื่อให้ได้รับข้อมูลที่รวดเร็วโดยเฉพาะการติดต่อกันระหว่างองค์กรกับองค์กร หรือองค์กรกับผู้ใช้ทั่วไป ตัวอย่างของการติดต่อกันระหว่างองค์กรกับองค์กร คือการส่งอีเมลล์หรือข้อความที่ใช้ในธุรกิจเช่นบริษัท Menthol Thai Import & Export กับบริษัทที่เป็นคู่ค้ากันโดยเป็นช่องทางการจำหน่ายให้หรือเรียกอีกแบบหนึ่งเป็นดีลเลอร์

ถ้ามีข้อมูลหรือข่าวสารที่ต้องการอัปเดตก็สามารถส่งผ่านอินเทอร์เน็ตได้เลย โดยเป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายในการใช้โทรศัพท์โดยเฉพาะการติดต่อกับบริษัทที่อยู่ต่างประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับแนวการวิจัยของ Ellen S. Kole ที่กล่าวว่า การสื่อสารบนอินเทอร์เน็ตเป็นการเน้นที่องค์กรและบริบทรอบด้านเป็นสื่อกลางในการสร้างอำนาจในการสื่อสารและสามารถแก้ไขปัญหาต่างๆได้

สำหรับความคาดหวังอีกรูปแบบหนึ่งที่ลูกค้าของบริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายต้องการคือ ความต้องการทราบความคิดเห็นของลูกค้าที่เข้าไปเยี่ยมชมเว็บไซต์ของตนเองแล้วมีความคิดเห็นอย่างไร ต้องการความคิดเห็นของลูกค้าในแง่ผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการต่างๆ

ตัวอย่างเช่น คุณวันชัย ศรีอิสราภรณ์สังกัดบริษัทโตโยต้ามอเตอร์ส์ กล่าวว่า “ต้องการทราบ Feed back ของผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์ว่ามีความคิดเห็นอย่างไรและจะได้มาเปรียบเทียบกับบริษัทที่มีธุรกิจเดียวกันเพื่อจะสามารถวิเคราะห์คู่แข่งได้”

หรือในกลุ่มสื่อสิ่งพิมพ์ คือคุณปรส โภมารัตต์สังกัดบริษัทอมารินพรินติ้ง กล่าวว่า “ต้องการให้ไอเอสพีมีบริการเสริมคือมีการแถมข้อมูลการใช้ของยูสเซอร์ในกลุ่มต่างๆ ว่ามีพฤติกรรมอย่างไรในการเลือกซื้อสินค้า เพราะตัวเองอยู่ในวงการสิ่งพิมพ์ เพราะฉะนั้นถ้าได้รับความต้องการของผู้อ่านจะได้ผลิตหนังสือหรือคอลัมส์ที่ผู้อ่านต้องการจะได้ถูกใจกันหมดทุกวัย”

จากผลการวิจัยของ IntelliQuest Survey ในการให้ผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์กลับมาเยี่ยมชมโฮมเพจ สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าบริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายที่ต้องการให้เว็บไซต์สามารถกระตุ้นความต้องการที่จะซื้อสินค้าได้ เนื่องจากเห็นเนื้อหาในโฮมเพจนั้นๆ โดยเนื้อหามีความน่าสนใจและดึงดูดใจในการอ่านเนื้อหาหรือกระตุ้นความต้องการที่อยากได้สินค้านั้นๆ มาครอบครอง

ความคาดหวังในการรับบริการของบริษัทผู้ให้บริการเครือข่าย จากการสัมภาษณ์ผู้วิจัยพบว่าลูกค้าของบริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายมีความต้องการมีการอัปเดตข้อมูลที่รวดเร็ว มีการลดราคาค่าบริการให้ลงไปมากกว่าเดิม “อยากให้ราคาค่าบริการลดลงกว่าเดิม” สำหรับในเรื่องการลดราคาค่าบริการเป็นความคิดเห็นของคุณอุดม แซ่เอ็งสังกัดบริษัท BSI คุณสมชาย เข็มวิวัฒน์กิจ สังกัดการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย คุณณรงค์ ภูมิเรศสังกัดบริษัทออนป้า คุณบรรจกร วิริยะคุปต์ สังกัดบริษัท MC Software โดยที่คุณบรรจกรกล่าวว่า “ต้องการให้บริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายมีการเพิ่มเนื้อที่ในการเว็บข้อมูลโดยไม่ต้องเก็บเงินค่าบริการเพิ่มขึ้น” และคุณกิตติวัฒน์ พรเลิศสังกัดบริษัท Six Stars ก็ต้องการให้มีการลดราคาค่าบริการด้วยเหมือนกัน

อันเป็นสาเหตุเนื่องมาจากในยุคปัจจุบันแต่ละองค์กรธุรกิจต้องมีการประหยัดงบประมาณในการใช้สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์และด้านการตลาด ถ้าสามารถเลือกราคาที่ประหยัดก็จะเป็นสิ่งดีที่สามารถใช้เป็นสื่อในองค์กรได้ นอกจากนี้มองว่าสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อสมัยใหม่ที่กำลังมีความนิยมอย่างมาก นับเป็นช่องทางในการสื่อสารทางการตลาดซึ่งเป็นสื่อที่สามารถดึงดูดใจให้ผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์ตลอดเวลา

โดยการทำให้คนรู้จักมากขึ้นซึ่งขึ้นอยู่กับประเภทของสินค้าและบริการด้วย ตัวอย่างการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจำเป็นต้องมีการใช้สื่อนี้เนื่องจากต้องการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น นอกจากนี้สำหรับประเภทสินค้าที่เป็นเครื่องยนต์มองว่าต้องการทราบผลสะท้อนกลับของผู้เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์เพื่อนำผลไปวิเคราะห์ทางการตลาด ซึ่งเป็นการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่องานตลาดเพื่อต้องการหากลุ่มลูกค้าใหม่และรับทราบความต้องการของลูกค้าเดิมอยู่แล้วนับว่าเป็นสื่อที่จำเป็นในการทำ การโฆษณาประชาสัมพันธ์และการตลาดอย่างยิ่ง

จากข้อมูลที่สัมภาษณ์มาพบว่าลูกค้าของบริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายมีความคาดหวังในเรื่องการให้บริการของบริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายเพียงเรื่องของเทคโนโลยีเท่านั้น ซึ่งผู้วิจัยพบว่ากลุ่มลูกค้าของบริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายยังไม่มีความเข้าใจในการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ตว่าเป็นประโยชน์อย่างไร ผู้ให้ข้อมูลมองเพียงบริษัทผู้ให้บริการเป็นเพียงผู้ทำการส่งข้อมูลของบริษัทตนเองลงผ่านบนอินเทอร์เน็ตเท่านั้น นอกจากนี้ยังมองว่าสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่สร้างภาพลักษณ์ขององค์กรให้ดีขึ้นโดยที่ความต้องการให้บริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายมีการทำกิจกรรมต่างๆ เกี่ยวกับเว็บไซต์เพื่อดึงให้มีคนมาเยี่ยมชมเว็บไซต์มากขึ้น

เนื่องจากอินเทอร์เน็ตสามารถเข้าถึงกลุ่มคนที่เป็นจำนวนมากว่าการใช้สื่ออื่นๆ เช่น โทรทัศน์หรือ นิตยสาร ส่งผลให้มีการใช้สื่อนี้ในระยะยาวซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการติดต่อธุรกิจทั่วโลกเลยทีเดียว นอกจากการใช้ผ่านอินเทอร์เน็ตซึ่งเป็นสื่อทันสมัย ทำให้บริษัทตนเองมีภาพลักษณ์ที่ทันสมัย เป็นผู้นำในด้านเทคโนโลยีซึ่งเป็นสิ่งดึงดูดใจในการซื้อสินค้าและบริการ เป็นการตอบรับกระแสความนิยมการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างชัดเจน

ในปัจจุบันอินเทอร์เน็ตได้รับการยอมรับมากขึ้นส่งผลบริษัทแต่ละบริษัทต้องการมีการวางแผนการใช้สื่อนี้อย่างมากโดยเฉพาะสินค้าที่ต้องการให้ข้อมูลกับผู้บริโภคอย่างมากเพื่อเป็นเครื่องในการตัดสินใจ ตัวอย่างเช่นบริษัทโตโยต้า เป็นการขายสินค้าประเภทรถยนต์ต้องการให้ข้อมูลของสินค้าอย่างละเอียดเพราะเป็นสินค้าที่มีราคาแพง ถ้าผู้บริโภคมีการตัดสินใจผิดก็ต้องผิดหวังอย่างมาก

กล่าวโดยสรุปได้ว่าเหตุผลในการเลือกใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อในองค์กรธุรกิจเพื่องานโฆษณาประชาสัมพันธ์และด้านการตลาด เนื่องจากอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อสามารถเข้าถึงกลุ่มคนได้เป็นจำนวนมากในเวลาเดียวกันโดยไม่จำกัดเวลาและสถานที่ซึ่งสอดคล้องกับ Jill H. Ellsworth

กล่าวว่า เว็บ เป็นระบบบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่นำเสนอข้อมูลข่าวสารตลอด 24 ชั่วโมง และยังสามารถเลือกชมสิ่งที่ตนต้องการเพียงแค่ใช้อุปกรณ์เมาส์เลือกในหัวข้อที่ต้องการเท่านั้น โดยวัตถุประสงค์ของผู้สร้างเว็บเพื่องานประชาสัมพันธ์

เหตุผลในการเลือกใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อในองค์กร

ในการเลือกใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อในการโฆษณาประชาสัมพันธ์และด้านการตลาดจากการเก็บข้อมูลในการศึกษาค้นคว้าวิจัยพบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์มีการเลือกใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์และด้านการตลาด จากตารางที่แสดงกลุ่มลูกค้าของแต่ละบริษัทที่ให้บริการเครือข่ายโดยมีรายละเอียดดังนี้คือ

1. กลุ่มลูกค้าบริษัทเอเน็ตจำกัด ใช้เพื่อการตลาดโดยเป็นเหตุผลจากบริษัท Art & Gift Product บริษัท BSI บริษัท CK Shoes และบริษัท Satin Textile ผู้ให้สัมภาษณ์เป็นผู้ที่ในกลุ่มประเภทอุตสาหกรรม จึงต้องมีการวางแผนการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อให้เกิดผลกำไรสูงสุด สำหรับเหตุผลใช้เพื่อประชาสัมพันธ์จากการสัมภาษณ์บริษัท Art & Gift Product บริษัท Lyra Bag และ บริษัท Satin Textile และเพื่อการโฆษณา โดยเป็นเหตุผลจากบริษัท Art & Gift Product และบริษัท Satin Textile
2. กลุ่มลูกค้าบริษัทด้าลายไทย ใช้เพื่อการตลาด โดยมีบริษัท KNN Printing บริษัท Film Master Menthol บริษัท Thai Import & Export และ สำหรับบริษัท Hara Jeans บริษัท Menthol Thai Import & Export และบริษัท EST Trading ที่ใช้เพื่อการโฆษณาและประชาสัมพันธ์
3. กลุ่มลูกค้าบริษัทสามารถอินโฟเน็ต ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์ โดยมีบริษัท Six Stars Travel Wetco Amtra Travel Thai Apec Study Center เป็นผู้ให้สัมภาษณ์และบริษัท Bisco Placment ที่ใช้เพื่อการตลาด
4. กลุ่มลูกค้าบริษัทเคเอสซี ใช้เพื่อการตลาดคือบริษัท HMC Polymers บริษัท MC Software บริษัท Riken และบริษัท Thai President Food และใช้เพื่อการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ บริษัท MC Software บริษัท Thai Textile Industry บริษัท Riken และบริษัท Thai President Food
5. กลุ่มลูกค้าบริษัทอินเทอร์เน็ตประเทศไทย ใช้เพื่อการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ คือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ บริษัท โคโยต้า มอเตอร์ บริษัท ออนป้าและบริษัทอมารินทร์พรีนติ้ง และใช้การตลาด คือบริษัทอมารินทร์พรีนติ้ง

แนวคิดการโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ต

สำหรับแนวคิดการโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ต ได้ใช้แนวคิดของ Jill H. Ellsworth ซึ่งกล่าวว่า เว็บ เป็นระบบบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่นำเสนอข้อมูลข่าวสารตลอด 24 ชั่วโมง เพียงแค่เขียนเพิ่มข้อมูลและบรรจุข้อมูลลงบนเครื่องคอมพิวเตอร์ที่เชื่อมต่อกับเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และรูปแบบของข้อมูลที่เกิดขึ้นจะมีได้เป็นเพียงตัวอักษรเท่านั้น แต่ประกอบไปด้วย ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว หรือเสียง ผู้ที่ชมข้อมูลสามารถเลือกชมสิ่งที่ตนต้องการเพียงแค่ใช้อุปกรณ์เมาส์เลือกในหัวข้อที่ต้องการเท่านั้น

การใช้เว็บไซต์เพื่อกิจกรรมทางตลาดสามารถนำไปใช้ได้หลายวิธี คือ

- การสำรวจความคิดเห็นของลูกค้าและรับข้อเสนอแนะต่างๆ
- การจัดทำศูนย์การค้าและร้านค้าเสมือนจริง
- การขายตรง
- การวิจัยตลาด
- การประชาสัมพันธ์

จากการเก็บข้อมูลในการศึกษาผู้วิจัยพบว่าอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่นำเสนอข้อมูลข่าวสารได้ครบวงจรมากที่สุด เพื่อทำการประชาสัมพันธ์ซึ่งเมื่อมีการประชาสัมพันธ์เกิดขึ้นก็สามารถให้รายละเอียดของข้อมูลได้ตามจำนวนที่ต้องการ อันเป็นเนื่องจากผู้เข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักที่ต้องการหาข้อมูลหรือรายละเอียดในสิ่งที่ตนเองต้องการ ทำให้สามารถอ่านข้อมูลที่แสดงทั้งหมดโดยไม่เคลื่อนย้ายออกมาก่อนที่จะอ่านข้อมูลจนจบโดยสรุปได้จากผลการสัมภาษณ์ของกลุ่มลูกค้าบริษัทเอเน็ต บริษัทค้าค้าไทย บริษัทสามารอินโฟเน็ต บริษัทเคเอสซี และบริษัทอินเทอร์เน็ตประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Jill H. Ellwoth ที่กล่าวว่า เว็บเป็นระบบเครือข่ายที่นำเสนอข้อมูลตลอด 24 ชั่วโมง และสามารถให้ข้อมูลตามต้องการ นอกจากนี้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่สามารถใช้ป็นเครื่องมือสื่อสารในการประชาสัมพันธ์ไปยังสาธารณะได้อย่างมีประสิทธิภาพและยังสามารถอัปเดตข้อมูลให้ทันสมัยได้ตลอดเวลาตามต้องการ สิ่งเหล่านี้ส่งผลให้เกิดภาพพจน์ที่ดีกับองค์กรธุรกิจได้เพราะเมื่อผู้เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์เข้ามาค้นหาข้อมูลนั้นและได้พบกับความเปลี่ยนแปลงของข้อมูลยิ่งเพิ่มความสนใจของผู้เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์มากขึ้น ทำให้เกิดการถืออกอินเข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์ขององค์กรธุรกิจนั้นๆอย่างสม่ำเสมอและผู้เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์สามารถค้นหาคำตอบได้จากเนื้อหาบนเว็บไซต์นั้นด้วย และอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่มีการโต้ตอบกันได้ (Interactive media) ทำให้ได้รับคำตอบอย่างรวดเร็วอีกด้วย

สำหรับเหตุผลในการทำตลาดบนอินเทอร์เน็ตผู้วิจัยพบว่าการทำตลาดบนอินเทอร์เน็ตเป็นการสร้างกลุ่มเป้าหมายให้กว้างขึ้นโดยมีทั้งกลุ่มลูกค้าใหม่และการรักษาลูกค้าเก่า นอกจากนี้

ยังเป็นการสร้างสัมพันธ์ให้สินค้าและบริการ เมื่อผู้เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ได้รับข้อมูลขององค์กรธุรกิจนั้นๆ ตลอดเวลาเป็นการสร้างความรู้สึที่ดีต่อสินค้าชิ้นและยังเป็นลูกค้าที่มีความสนใจในเรื่องข้อมูลนั้นอีกด้วย ซึ่งถ้ามีการทำตลาดบนอินเทอร์เน็ตไปแล้วไม่มีผลตอบกลับของลูกค้ากลับมาถือว่าเป็นการลงทุนที่ไม่คุ้มค่าและเสียเวลาโดยเปล่าประโยชน์

ข้อมูลจากการศึกษาครั้งนี้จากตารางที่ 5 แสดงเหตุผลในการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อ ผู้วิจัยพบว่ามีการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อเพื่อการโฆษณา เป็นผลจากอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพมากสื่อหนึ่งเพราะเนื้อหาของโฆษณาเพียงไม่กี่หน้าทำให้มีผู้เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ได้มากทั่วโลกทีเดียว นอกจากนี้ยังสามารถสื่อได้ทั้งภาพและเสียง และยังมี การเคลื่อนไหวด้วยทำให้ดึงดูดใจผู้เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์มาก ที่สำคัญผู้เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์สามารถส่งข้อความที่ตนเองต้องการไปถามเจ้าขององค์กรธุรกิจได้โดยตรง สิ่งที่สำคัญสำหรับอินเทอร์เน็ตคือเป็นสื่อที่เข้าถึงความเป็นส่วนตัวได้ดีสำหรับผู้บริโภคได้ และยังมีอิทธิพลในการตัดสินใจโดยตรงอีก ซึ่งสื่อที่ในปัจจุบันยังไม่สามารถทำแบบนี้ได้ สื่ออินเทอร์เน็ตสอดคล้องกับสิริชัย พุทธะกุล 2539 ที่เสนอแนวคิด ว่า อินเทอร์เน็ตจัดเป็นสื่อรูปแบบสำหรับการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ในยุคปัจจุบัน เนื่องจากการโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตนั้นทำได้ในหลายสิ่งหลายอย่างที่สื่อโทรทัศน์ทำไม่ได้ โดยเฉพาะการเป็นสื่อที่เข้าถึงผู้บริโภคเป็นส่วนบุคคล และมีผลต่อการตัดสินใจโดยตรงของผู้บริโภค

ตาราง 5 แสดงเหตุผลในการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อจำแนกตามรายชื่อบริษัทที่เป็นลูกค้าของบริษัทผู้ให้บริการเครือข่าย

ลูกค้าของบริษัทอินเทอร์เน็ตจำกัด	การโฆษณา	การประชาสัมพันธ์	การตลาด
คุณกันวัฒนา ทองสุวรรณ บริษัท Art & Gift Product	*	*	*
คุณอุดม แซ่อึ้ง บริษัท BSI			*
คุณกิตติศักดิ์ ช่อนทรัพย์ บริษัท CK Shoes			*
คุณจันทิมา ภาสณีพิพัฒน์ บริษัท Lyra Bag		*	
คุณกิตติ จิ่งดำรงศักดิ์ บริษัท Satin Textile	*	*	*
ลูกค้าของบริษัทอินเทอร์เน็ตประเทศไทย			
คุณสมชาย เอี่ยมวิวัฒน์กิจ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	*	*	

	การโฆษณา	การประชาสัมพันธ์	การตลาด
คุณสุจิตตรา ขุนสิทธิ์ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ	*	*	
คุณวันชัย ศรีอิสราภรณ์ บริษัทโตโยต้า มอเตอร์	*	*	
คุณณรงค์ ภูมิเรศ บริษัทออนป้า	*	*	
คุณปรสู โกมารทัต บริษัทอมรินทร์พริ้นติ้ง	*	*	*
ลูกค้าของบริษัทเคเอสซี			
คุณเอกวิทย์ ชูใจ บริษัท HMC Polymers			*
คุณบวรขจร วิริยะคุปต์ บริษัท MC Software	*		*
คุณปรีชา ฤทธิธรมขจร บริษัท Thai Textile Industry		*	
คุณสุกัญญา ปุณญาผิเกษตร บริษัท Riken	*	*	*
ลูกค้าของบริษัทเคเอสซี			
คุณสุวรรณณา พิทักษ์ณปรีชากิจ Thai President Food	*	*	*
ลูกค้าของบริษัทสามารถ			
คุณสมบัติ หยี่วัฒน์ บริษัท Bisco Placement			*
คุณกิตติวัฒน์ พรเลิศ บริษัท Six Stars		*	
คุณจุฑาภาภรณ์ รัตนศรีบัวทอง บริษัท Wetco		*	
คุณวันชาติ ภัทราเวสสุสกุล บริษัท Amtra Travel		*	
คุณวุฒิพงษ์ ไชยสิทธิ์ Thai Apec Study Center		*	

ลูกค้าของบริษัทค้าปลีกไทย	การโฆษณา	การประชาสัมพันธ์	การตลาด
คุณชาญยุทธ นันทสุขเกษม บริษัท KNN Printing			*
คุณศรีสุภา กมลวิศิษฐ์ บริษัท Hara Jeans		*	
คุณเบญจ โอสกรูป บริษัท Film Master			*
คุณดามัส ตรีชนสกุลชัย บริษัท Menthol Thai Import & Export	*		*
คุณสมบัติ ระยันสุขสถิตย์ บริษัท EST Trading	*	*	

ในแง่ของการประชาสัมพันธ์ กลุ่มลูกค้าบริษัทเอเน็ต บริษัทค้าปลีกไทย บริษัทสามารถ อินโฟเน็ต บริษัทเคเอสซี และบริษัทอินเทอร์เน็ตประเทศไทยกล่าวว่า “เป็นการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อสร้างภาพพจน์และเป็นข้อมูลบริษัทเป็นการให้ข้อมูลข่าวสารทั่วไป” และนอกจากนี้ยังมีกล่าวเสริมอีกว่า “มีเป้าหมายเพื่อเป็นเผยแพร่สินค้าของตนเองมีเพื่อให้ยูสเซอร์เข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์ของตนเองและมีการเข้ามาเยี่ยมชมอย่างสม่ำเสมอ”

สำหรับการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อสามารถใช้เป็นเพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์และการตลาด โดยเป็นการใช้ด้วยกัน เพื่อให้ผู้เข้าชมเว็บไซต์สามารถค้นหาข้อมูลที่ต้องการและเมื่อพบแล้วจะได้รับการกระตุ้นให้ซื้อสินค้าในเวลาต่อมา เนื่องจากแนวโน้มในการทำตลาดบนเว็บเมื่อมีมากขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากสะดวกและรวดเร็วกว่าการใช้สื่อชนิดอื่นๆ เช่น โทรทัศน์ หรือนิตยสาร เป็นต้น

ภาวะการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นการโฆษณาประชาสัมพันธ์และการตลาดขององค์กร

ภาวะการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นการโฆษณาประชาสัมพันธ์และการตลาด จากการสัมภาษณ์พบว่าในระยะนี้เป็นระยะเริ่มต้นในการใช้ซึ่งยังไม่ค่อยแพร่หลายมากนักโดยเป็นความคิดเห็นของคุณสมชายสังกัการทองเทียวแห่งประเทศไทย โดยที่ความคิดเห็นของกลุ่มลูกค้าของบริษัทเอเน็ต บริษัทเคเอสซี บริษัทค้าปลีกไทย บริษัทอินเทอร์เน็ตประเทศไทยและบริษัทสามารถอินโฟเน็ตกล่าวถึง “แนวโน้มในการใช้จะมีมากขึ้นไปตามลำดับ เนื่องจากอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่สามารถให้ข้อมูลข่าวสารได้ชัดเจนและมากตามที่ต้องการ โดยเฉพาะเป็นการประชาสัมพันธ์ นับว่าอินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางในการสื่อสารที่มุ่งเน้นให้ข้อมูลมากกว่าที่จะเป็นอีคอมเมิร์ซ ซึ่งปัจจุบันไม่มี transaction เกิดขึ้นมากนัก แต่ถ้าเป็นการตลาดจะเริ่มมีบทบาทมากขึ้น” เนื่องจากหลังจากที่มีการเข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์แล้วจะมีการซื้อสินค้าโดยมีการโทรศัพท์สั่งซื้อ หรือติดต่อตัวแทนจำหน่าย นอกจากนี้ถ้าเป็นสินค้าอุปโภคบริโภคก็สามารถไปซื้อได้ด้วยตัวเองได้ โดยกลุ่มลูกค้าของบริษัทเอเน็ต บริษัทเคเอสซี บริษัทค้าปลีกไทย บริษัทอินเทอร์เน็ตประเทศไทยและบริษัทสามารถอินโฟเน็ตยังให้ข้อมูลเพิ่มเติมอีกว่า “เป็นการต้องเผยแพร่เนื้อหาของบริษัทมากกว่าจะเน้นการสร้างกำไรให้กับการขายสินค้า นอกจากนี้ยังเป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายในการใช้สื่อเมื่อเทียบกับสื่ออื่นอีก ปัจจุบันนี้มีการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกันมากขึ้นเนื่องจากเป็นกระแสความนิยมของตลาด โดยเฉพาะสินค้าและบริการต่างๆ เริ่มมีกิจกรรมบนอินเทอร์เน็ตมากขึ้นซึ่งสอดคล้องกับจำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตมีมากขึ้นตามลำดับ”

เนื้อหาของโฮมเพจที่ลูกค้านำเสนอส่วนใหญ่เป็นเรื่องการให้ข้อมูลบริษัทและสินค้าที่บริษัทเสนอให้กับลูกค้า เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าและประชาชนทั่วไปรู้จักได้มากขึ้น โดยมีผลสะท้อนกลับในแง่ของการซื้อสินค้าเพิ่มขึ้นและให้ลูกค้ามีความรู้ในตัวสินค้ามากขึ้นมากกว่าการเน้นในการตลาด โดยเป็นความคิดเห็นของกลุ่มลูกค้าของบริษัทเอเน็ต บริษัทเคเอสซี บริษัทค้าปลีกไทย บริษัทอินเทอร์เน็ตประเทศไทยและบริษัทสามารถอินโฟเน็ต

แนวโน้มของในการสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางในการโฆษณาประชาสัมพันธ์และด้านการตลาด จากการสำรวจพบว่ามีแนวโน้มมากขึ้นซึ่งผู้ให้ความคิดเห็นคือกลุ่มลูกค้าของบริษัทเอเน็ต บริษัทเคเอสซี บริษัทค้าปลีกไทย บริษัทอินเทอร์เน็ตประเทศไทยและบริษัทสามารถอินโฟเน็ต โดยมีความคิดเห็นเพิ่มเติมอีกว่า “เนื่องจากหลังจากมีการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อ และมองว่าภาพพจน์ของบริษัทตนเองดีขึ้นและยังประหยัดค่าใช้จ่ายในการใช้สื่อด้วย นอกจากนี้ยังมีฐานลูกค้าเพิ่มขึ้นและทราบพฤติกรรมของลูกค้าอย่างละเอียด” นอกจากนี้ยังมีการเสริมของกลุ่มลูกค้าของ

บริษัทเอเน็ต บริษัทเคเอสซี บริษัทดาต้าลายไทย บริษัทอินเทอร์เน็ตประเทศไทยและบริษัทสามารถ อินโฟเน็ต “ว่าอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพมากเนื่องจากสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ต เป็นจำนวนที่กว้างกว่าในการใช้สื่อทีวีเพราะเป็นการใช้อินเทอร์เน็ตที่มีเครือข่ายไปทั่วโลกทีเดียว เป็นผลส่งให้อินเทอร์เน็ตมีการพัฒนาตัวเองเป็นช่องทางในการโฆษณาประชาสัมพันธ์และด้านการ ตลาดมากขึ้น โดยต้องมีการพัฒนาให้อินเทอร์เน็ตมีการตอบสนองความต้องการทางธุรกิจให้มากขึ้น เพื่อให้ผู้ลงทุนได้ผลกำไรกลับมาโดยที่เป็นการคุ้มค่าในการลงทุนในการใช้อินเทอร์เน็ตเป็น สื่อ” และยังมีเสริมอีกว่า “ในปัจจุบันองค์กรธุรกิจต่างๆ พยายามมีการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางใน การสื่อสารมากขึ้นและมีการขยายตัวไปในกลุ่มสินค้าต่างๆ ที่กว้างขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการพัฒนา ทางเทคโนโลยีที่มีการพัฒนาอย่างไม่หยุดนิ่ง”

หลังจากที่ลูกค้าเป็นกำหนดเนื้อหาในการออกแบบเรียบร้อยแล้ว ในบทต่อไปจะเป็นส่วนที่ นำเสนอในเรื่องของการออกแบบโดยที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าอย่างไรบ้าง