

อนาคตของการสื่อใช้อินเทอร์เน็ตทางเวลาดโวลด์เว็บเพื่อการโฆษณาในประเทศไทย

นางสาวอัญชลี ธรรมวิจารณ์



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต

สาขาวิชาการโฆษณา ภาควิชาการประชาสัมพันธ์

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2541

ISBN 974-639-757-5

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

THE FUTURE USE OF WORLD WIDE WEB AS ADVERTISING MEDIUM IN THAILAND

Miss Anchalee Thammawichan

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master of Arts in Advertising

Department of Public Relations

Graduate School

Chulalongkorn University

Academic Year 1998

ISBN 974-639-757-5



อัญชลี ธรรมวิจารณ์ : อนาคตของการใช้อินเทอร์เน็ตทางเวปไซต์เพื่อการค้าในประเทศไทย  
(THE FUTURE USE OF WORLD WIDE WEB AS ADVERTISING MEDIUM IN THAILAND)  
อ. ที่ปรึกษา : รศ.ดร.พนา ทองมีอาคม, 73 หน้า. ISBN 974-639-757-5

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอนาคตของการใช้อินเทอร์เน็ตทางเวปไซต์เพื่อการค้าในประเทศไทย ทำการศึกษาโดยใช้เทคนิคการวิจัยอนาคตแบบ EDFR (ETHNOGRAPHIC DELPHI FUTURE RESEARCH) โดยได้ทำการทำการสัมภาษณ์ และใช้ แบบสอบถามกับผู้เชี่ยวชาญ ผลการวิจัยพบว่า

การพัฒนาสาธารณูปโภคพื้นฐานด้านการสื่อสารภายในประเทศ ทำให้การใช้งานอินเทอร์เน็ต เป็นไปอย่างแพร่หลาย และสะดวกรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

พัฒนาการด้านเทคโนโลยี ช่วยให้ประชาชนใช้งานอินเทอร์เน็ตได้ง่ายขึ้น โดยการใช้งานอินเทอร์เน็ตผ่านอุปกรณ์สื่อสารต่างๆ นอกเหนือไปจากคอมพิวเตอร์

องค์กรธุรกิจขนาดเล็กหรือขนาดกลาง จะเป็นกลุ่มที่เข้ามาใช้ประโยชน์จากการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุดในอนาคต เนื่องจากเป็นการลดต้นทุน เพราะการโฆษณาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นการดำเนินงานด้านพาณิชย์และธุรกิจไปในตัว

กฎหมายด้านการค้าอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย เป็นตัวแปรที่สำคัญในการกระตุ้นให้เกิดความต้องการด้านการโฆษณาและธุรกิจผ่านเครือข่ายเวปไซต์ทั่วโลก แต่ผู้เชี่ยวชาญคาดว่าอีกไม่เกิน 5 ปีข้างหน้าธุรกิจต่างๆจะเข้าสู่ยุคอินเทอร์เน็ต

วงการโฆษณาและบริษัทตัวแทนโฆษณาในประเทศไทยจะนำอินเทอร์เน็ตมาใช้ในการโฆษณา อย่างจริงจังก็ต่อเมื่อมั่นใจในปริมาณผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยว่า มีปริมาณมากพอ และเห็นว่าอินเทอร์เน็ตจะเป็นสื่อที่มีราคาถูกที่สุดในอนาคตเมื่อเทียบกับประสิทธิภาพของสื่อ

ภาควิชา ..... การประชาสัมพันธ์  
สาขาวิชา ..... การโฆษณา  
ปีการศึกษา ..... 2541

ลายมือชื่อนิสิต .....  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา .....  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม .....

# # C852066 : MAJOR Advertising

KEY WORD: ADVERTISING / WORLD WIDE WEB / INTERNET

ANCHALEE THAMMAWICHAN : THE FUTURE USE OF WORLD WIDE WEB AS  
ADVERTISING MEDIUM IN THAILAND. THESIS ADVISOR: ASSOC. PROF. PANA  
TONGMEEAKOM, Ph.D. 73 PP. ISBN 974-639-757-5

EDFR (Ethnographic Delphi Futures Research) methods were followed for all research internet and advertising experts were first interviewed orally and then their answers were screened for credibility by means of a follow-up written questionnaire.

The results of this research are as follows.

1. Department of Thailand's telecommunications infrastructure will make Internet access more convenient, and therefore Internet use will become more widespread.

2. Through the development of new technology, many common communication tools besides computers will gain Internet access.

3. Small and medium business spend the most money on advertising in and transact the most business through the internet due to its cost effectiveness.

4. The implementation of an electronic commerce law will result in and immediate increase in Internet business investments.

5. Advertising agencies will begin intensive use of the Internet as a major advertising medium when they become confident that it has sufficient widespread use and popularity to make it unquestionably profitable.

ภาควิชา..... การประชาสัมพันธ์.....

สาขาวิชา..... การโฆษณา.....

ปีการศึกษา..... 2541.....

ลายมือชื่อนิติ..... 

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา..... 

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

## กิตติกรรมประกาศ



วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความช่วยเหลืออย่างดียิ่งของรองศาสตราจารย์ ดร.พนา ทองมีอาคม อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งท่านได้ให้คำแนะนำและข้อคิดเห็นต่างๆ ตลอดจนข้อมูลที่สำคัญอันเป็นประโยชน์ต่อการวิจัย

นอกจากนี้ยังต้องขอขอบคุณบัณฑิตวิทยาลัย สำหรับทุนสนับสนุนการวิจัย ทำให้การวิจัยเป็นไปได้ด้วยดี

ท้ายนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบคุณบุคคลที่สำคัญที่สุด บิดา-มารดา และคุณยาย สำหรับกำลังใจอันยิ่งใหญ่ในการทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญแผนภูมิ.....	ญ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	8
1.3 ขอบเขตของการวิจัย.....	8
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	9
1.5 นิยามศัพท์.....	10
2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	11
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศ.....	12
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตกับยุคโลกาภิวัตน์.....	14
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดและการโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต.....	16
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับแนวโน้มของเทคโนโลยีสารสนเทศ.....	20
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับแนวโน้มด้านการโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต.....	25
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	27
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	32
5 สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	44
รายการอ้างอิง.....	59
ภาคผนวก.....	60
ภาคผนวก ก หนังสือขอความร่วมมือในการวิจัย.....	61
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม.....	62
ภาคผนวก ค การวิจัยแบบ EDR.....	68
ประวัติผู้วิจัย.....	73

## สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 ตารางระดับความเกี่ยวพัน.....	16
ตารางที่ 2 การเปลี่ยนแปลงทางด้านโฆษณา.....	25
ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพการใช้อินเทอร์เน็ต ทางเว็ลด์ไวลด์เว็บในประเทศไทยในปัจจุบัน.....	34
ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มของการใช้อินเทอร์เน็ต ทางเว็ลด์ไวลด์เว็บในประเทศไทย.....	36
ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคของการใช้ อินเทอร์เน็ตทางเว็ลด์ไวลด์เว็บเพื่อการโฆษณาในประเทศไทย.....	39
ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะต่างๆ เกี่ยวกับอนาคต ของการใช้อินเทอร์เน็ตทางเว็ลด์ไวลด์เว็บเพื่อการโฆษณา ในประเทศไทย.....	41



## สารบัญแผนภูมิ

	หน้า
แผนภูมิที่ 1 แผนภูมิแสดงจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเปรียบเทียบ กับจำนวนผู้ใช้คอมพิวเตอร์ .....	46