

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่อง " การศึกษาสถานภาพ ความต้องการ และ ปัญหาการใช้อินเทอร์เน็ตในธุรกิจส่งออก " โดยมีมุ่งที่จะศึกษาถึงสถานภาพการใช้อินเทอร์เน็ตในปัจจุบัน ความต้องการใช้อินเทอร์เน็ต สภาพปัญหาและอุปสรรคที่พบขณะใช้อินเทอร์เน็ตของธุรกิจส่งออก โดยมีแนวคิดและทฤษฎีที่ได้นำมาใช้เป็นกรอบความคิดในการวิจัย ดังนี้คือ

1. แนวคิดเกี่ยวกับเทคโนโลยี
2. แนวคิดเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศ
3. ทฤษฎีการสื่อสารนุกรรม
4. นุกรรมอินเทอร์เน็ต
5. แนวคิดเกี่ยวกับความต้องการ
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับเทคโนโลยี

มีนักวิชาการหลายท่าน ได้ให้คำนิยามของคำว่า " เทคโนโลยี " (Technology) ไว้ในมุมมองต่าง ๆ ดังนี้

Johnson ได้จัดลักษณะของเทคโนโลยีไว้เป็น 2 ลักษณะเช่นเดียวกัน คือ เป็นสินทรัพย์ที่จับต้องไม่ได้ กับ ที่จับต้องได้ ซึ่งจะมีเรื่องของกรรมสิทธิ์เข้ามาเกี่ยวข้องด้วย โดยอาศัยแนวคิดทางเศรษฐศาสตร์ในเรื่องรูปแบบของทุน ซึ่งแบ่งทุนออกเป็น 3 ประเภท คือ ทุนกายภาพ ทุนความรู้ และ ทุนมนุษย์ นอกจากนี้ยังมีลักษณะเป็นสินค้าสาธารณะอยู่ด้วย เทคโนโลยี คือ ความรู้ (Knowledge) และ ในอีกด้านหนึ่งตัวมันเองก็มีลักษณะที่สามารถกีดกันผู้อื่นได้ถ้ามีความซับซ้อนมาก ๆ (Johnson , 1975)

Adeboye กล่าวไว้ว่า " ความสำเร็จของการถ่ายทอดเทคโนโลยีจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อประเทศผู้รับสามารถจะพัฒนา หรือ ดัดแปลงเทคโนโลยีให้เหนือกว่า หรือ ดีกว่าเทคโนโลยีแรกเริ่ม เช่น นวัตกรรม " (Adeboye , 1977)

Kuznets ชี้ให้เห็นว่า " ในระยะยาวแล้ว ความสามารถที่เพิ่มขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนนั้น จะพึ่งพิงอยู่กับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี รวมถึงการปรับตัวทางด้านความคิด และ สถาบันภายในสังคม " โดยใช้หลัก 3 ประการในการพิจารณาการเจริญเติบโตของระบบเศรษฐกิจ ดังนี้คือ

- 1) การเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในผลิตภัณฑ์ประชาชาติ แสดงให้เห็นถึง ความมั่นคงของสังคมในการผลิตสินค้าและบริการต่าง ๆ
- 2) ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี เป็นเงื่อนไขที่จำเป็น เพื่อเป็นพื้นฐานรองรับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง
- 3) การปรับตัวของสถาบัน ทัศนคติ และ อุดมการณ์ เพราะนวัตกรรมทางเทคโนโลยี (Technology Innovation) จะปราศจากนวัตกรรมทางสังคม (Social Innovation) ไม่ได้ (Kuznets , 1966)

แนวคิดเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศ

Alvin Toffler ได้ให้นิยามคำว่า เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) ไว้ว่า " การประยุกต์ความรู้ความเข้าใจ ในระบบการสื่อสาร และ การใช้คอมพิวเตอร์บนฐานข้อมูลเดียวกัน ในการค้นคว้าหาข้อมูล แลกเปลี่ยนข้อมูล และ การติดต่อสื่อสารด้วยความรวดเร็วและถูกต้อง " นอกจากนี้ยังได้แบ่งยุคของเทคโนโลยีออกเป็น 3 ยุค โดยเปรียบเทียบกับคลื่น 3 ลูกดังนี้ คือ

คลื่นลูกที่ 1 คือ การปฏิวัติเกษตรกรรม การผลิตอยู่ในครอบครัว เป็นกรอบกำหนดพฤติกรรมการผลิตของคนงาน ตามฤดูกาลธรรมชาติ สถาบันครอบครัวมีบทบาทเด่นในสังคมเป็นตัวกำหนดการทำงาน

คลื่นลูกที่ 2 คือ อารยธรรมยุคอุตสาหกรรม เกษตรกรรม ชาวไร่ชาวนากลายสภาพเป็นโรงงาน กระบวนการผลิตแยกออกเป็นส่วน ๆ คนงานทำงานตามขอบเขตของงานแบบแคบ ๆ ซ้ำแล้วซ้ำเล่า เมื่อขยายงานในสำนักงานก็มีการนำงานจากโรงงานมาใช้ในสำนักงาน แต่ละคนเชื่อว่าได้งานที่มีประสิทธิภาพสูงสุด มีการบริหารงานในองค์กรแบบผู้บริหารงานผู้บังคับบัญชา และเป็นระดับขั้นตอน เช่นเดียวกับระบบครอบครัว แต่ครอบครัวมีขนาดเล็กลง

คลื่นลูกที่ 3 คือ อารยธรรมเทคโนโลยีระดับสูง เข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์และเครือข่ายโทรคมนาคมใหม่ ๆ เป็นสิ่งจำเป็นในการก้าวตามเศรษฐกิจ และเป็นเครื่องมือในการพัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด ตัวอย่างการผลิตชิ้นส่วนของรถยนต์คันหนึ่ง ส่วนต่าง ๆ ผลิตมาจากแหล่งผลิตต่าง ๆ กันมีลักษณะโลกาภิวัตน์ (Globalization) การเปลี่ยนแปลง และ พัฒนาในโลกของเทคโนโลยี (Techno Sphere) ส่งผลกระทบถึงโลกการสื่อสาร (Info Sphere) คือ เครื่องมือสื่อสารใหม่ ๆ ก่อให้เกิดลักษณะที่เรียกว่า แบ่งแยกเฉพาะกลุ่ม (De - massified) ขึ้นในสื่อมวลชน ผู้รับสามารถเลือกสื่อที่ตนเองพอใจเป็นช่องทางในการเปิดรับข่าวสารได้มากขึ้น คือ เปลี่ยนจากลักษณะมวลชนมาเป็นลักษณะเฉพาะกลุ่ม

ส่วนสัญลักษณ์ของคลื่นลูกที่ 3 ก็คือ ทางด่วนข้อมูล ซึ่งทำหน้าที่เป็น " ถนน " หรือ ไฮเวย์ที่ก่อสร้างไว้สำหรับยานพาหนะเพื่อทำหน้าที่ขนถ่ายข้อมูลหลายสิ่ง หรือ การส่งผ่านในลักษณะสื่อผสม (Multimedia) เป็นโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) ให้มีระบบข่ายงาน (Information Network) เป็นระบบที่มีการพัฒนาเทคโนโลยีให้ประสิทธิภาพ มีการนำโทรศัพท์มาใช้ในการเชื่อมต่อระบบการสื่อสารทางไกล และ เป็นการสื่อสารที่ติดต่อถึงกันได้ทั่วโลกด้วยเคเบิลใต้น้ำอีกข่ายหนึ่ง " FLAG " (fiber optic link around the globe) เช่น ระบบ " อินเทอร์เน็ต "

ในส่วนของข่าวสารหรือสารสนเทศ ซึ่งหมายถึง ความรู้ที่ตั้งอยู่บนรากฐานของความเป็นจริง (Perston P. Le Breton , 1976) นั้น L.H. Harms (1980) ได้จำแนกระเบียบของข่าวสารไว้ 5 ยุคด้วยกัน คือ

1. ยุคก่อนการสนทนา (Pre - Conversation Order) เป็นยุคก่อนคริสตกาล เป็นยุคพัฒนาไกลไกลต่าง ๆ ที่จำเป็นสำหรับการพูดคุยสนทนา

2. ยุคการสนทนา (Conversation Order) ยุค 5000 - 3000 ปี ก่อนคริสตกาล มนุษย์สามารถติดต่อสื่อสารโต้ตอบกันด้วยวาจาระหว่างบุคคล หรือ กลุ่มบุคคลเพื่อแลกเปลี่ยนข่าวสาร ร่วมมือกันทำกิจกรรมข่าวสาร ที่เกิดขึ้นเป็นพื้นฐานสำหรับการสร้างข่าวสารใหม่ ๆ

3. ยุคการรู้หนังสือ (Literacy Order) เป็นยุคการจัดระเบียบในยุคสื่อสารมวลชน มีการสื่อสารทั้งวัจนภาษา และ อวัจนภาษา คือ ทั้งคำพูดและท่าทาง การรู้หนังสือเกิดขึ้นพร้อมกับการเปลี่ยนวิธีผลิตเปลี่ยนจากการล่าสัตว์เป็นกสิกรรม ผลผลิตทำให้เกิดกิจกรรมทางด้านการค้าขายอย่างมีระเบียบนำมาสู่สังคมเมือง การรู้หนังสือเป็นปัจจัยการสื่อสารทางเดียวที่เป็นรากฐานการจัดระเบียบในยุคสื่อสารมวลชน

4. ยุคสื่อมวลชน (Mass Media Order) ในช่วงปี 1870 - 1970 การสื่อสารเป็นลักษณะการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารไปยังผู้รับจำนวนมากทั่วประเทศ กิจกรรมส่วนใหญ่มุ่งพัฒนาประเทศและควบคุมพฤติกรรมของสังคม การไหลเวียนของข่าวสารติดต่อระหว่างเมืองใหญ่ ๆ และควบคุมทั่วประเทศ แล้วย้อนกลับเป็นปฏิกริยาย้อนกลับ (Feedback) ของผู้รับสาร แต่ผู้ส่งสารมิได้สนใจปฏิกริยาย้อนกลับเป็นลักษณะการสื่อสารทางเดียว

5. ยุคการจัดระเบียบใหม่ของการสื่อสาร (New Communication Order) ในช่วงปี 1970 - 2020 เกิดการสื่อสาร 2 ทาง เกิดการมีส่วนร่วม และ มีการโต้ตอบซึ่งกันและกัน คือ ชาวโลกมีสิทธิ์ที่จะใช้ทรัพยากรเหล่านั้น สื่อสารโต้ตอบกันได้ เปิดโอกาสให้เข้ามามีส่วนร่วม (Participation) เรียกยุคนี้ว่า " ยุคสังคมข่าวสาร "

(Information Society) มนุษย์เปลี่ยนจากมนุษย์เศรษฐกิจ (Homo Economics) เป็นมนุษย์สื่อสาร (Homo Information) ข่าวสารกลายมาเป็นสินค้าที่มีการผลิตจำหน่าย เพื่อสนองตอบความต้องการของมนุษย์เช่นเดียวกับสินค้าทั่วไปข่าวสารจะไหลสู่บุคคล โดยผ่านเครื่องมือสื่อสารชนิดใหม่หลากหลายชนิด มนุษย์จึงพยายามปรับตัวให้ทันความก้าวหน้าอยู่เสมอ ถ้าหากช้าไปก็ตามไม่ทันและไม่เข้าใจเหตุการณ์ภายนอกที่เกิดขึ้นในช่วงต่อมา

ทฤษฎีการสื่อสารนวัตกรรม

การเผยแพร่ำนวัตกรรม เป็นการสื่อสารแบบพิเศษอย่างหนึ่งที่แตกต่างจากการสื่อสารแบบอื่น ๆ ตรงที่การเผยแพร่ำนวัตกรรมเป็นการสื่อสารเพื่อเผยแพร่ความคิดใหม่หรือวิธีปฏิบัติใหม่ การประดิษฐ์คิดค้น การพัฒนา และการเผยแพร่ำนนวัตกรรมมีผลกระทบต่อความเป็นระเบียบเรียบร้อยของสังคมที่เป็นอยู่ (Rogers & Shoemaker , 1971 อ้างใน เสถียร เขยประทับ , 2528) ในที่นี้จะกล่าวถึง คุณลักษณะของนวัตกรรม กระบวนการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรม แนวคิดด้านการแพร่กระจายของสาร และ แนวคิดเกี่ยวกับผู้รับสาร ในแง่มุมของการนำอินเทอร์เน็ตมาใช้ในธุรกิจส่งออกของประเทศไทย

คุณลักษณะของนวัตกรรม (Characteristics of Innovation)

ลักษณะของนวัตกรรมที่ควรทราบ มี 5 ประการด้วยกัน คือ

1. ความได้เปรียบเชิงเทียบ (Relative Advantage) เป็นการวัดว่าจะไรดีกว่าหรือมีประโยชน์มากกว่า

2. ความเข้ากันได้หรือไปด้วยกันได้ (Compatibility) เป็นเรื่องของการเข้ากันได้กับค่านิยม ประสบการณ์ในอดีต ตลอดจนความต้องการของผู้รับ ความคิดใหม่ วิธีปฏิบัติใหม่ หรือสิ่งใหม่ที่เข้ากับค่านิยมหรือบรรทัดฐานของสังคมในปัจจุบัน

3. ความยุ่งยากหรือความสลับซับซ้อน (Complexity) นวัตกรรมที่ไม่ยุ่งยากต่อการทำความเข้าใจจะทำให้เกิดการยอมรับรวดเร็วกว่านวัตกรรมที่มีลักษณะซับซ้อน

4. ความสามารถในการนำไปทดลองใช้ได้ (Trialability) จะถูกยอมรับได้เร็วกว่านวัตกรรมที่ไม่สามารถแบ่งเป็นหน่วยย่อยได้

5. ความสามารถสังเกตได้ (Observability) สมาชิกในองค์การสามารถมองเห็นผลของนวัตกรรมได้ง่าย ว่าให้คุณหรือโทษอย่างไร ความชัดเจนจะทำให้นวัตกรรมถูกยอมรับได้ง่าย

กระบวนการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรม (Adoption Process)

แบ่งได้เป็น 5 ขั้นตอน คือ

1. ขั้นตระหนักหรือขั้นตื่นตัว (Awareness Stage) เป็นขั้นที่บุคคลรู้ว่ามีความคิดใหม่ สิ่งใหม่ วิธีการปฏิบัติใหม่ หรือมีนวัตกรรมเกิดขึ้น แต่ยังขาดข้อมูลเกี่ยวกับนวัตกรรมนั้น

2. ขั้นสนใจ (Interest Stage) บุคคลเริ่มมีความสนใจในนวัตกรรม และพยายามแสวงหาข้อมูลหรือความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับนวัตกรรมนั้น

3. ขั้นประเมินผล (Evaluation Stage) บุคคลจะทำการประเมินผลในสมองของตน โดยลองนึกว่าถ้านำเอานวัตกรรมนั้นมาใช้หรือปฏิบัติแล้วจะมีความเหมาะสมกับเหตุการณ์ในปัจจุบันหรือในอนาคตหรือไม่ จะให้ผลคุ้มค่ากับที่ต้องเสี่ยงภัยหรือไม่

4. ขั้นทดลอง (Trial Stage) บุคคลจะนำนวัตกรรมมาลองใช้หรือลองปฏิบัติในวงจำกัดก่อนเพื่อดูว่านวัตกรรมนั้นมีประโยชน์เข้ากับสถานการณ์ของตนหรือไม่

5. ขั้นยอมรับ (Adoption Stage) บุคคลยอมรับนวัตกรรมโดยนำมาใช้อย่างเต็มที่สม่ำเสมอ

แนวคิดเกี่ยวกับผู้รับสาร

Levy & Windahl ได้แบ่งประเภทของผู้รับสารตามวัตถุประสงค์ในการเปิดรับสื่อไว้ 3 ประเภทดังนี้ คือ

1. Preactivity : ผู้รับสารกลุ่มนี้เป็นผู้ที่เลือกสื่อเพื่อสนองความต้องการด้านข่าวสารข้อมูล และใช้ข่าวสารดังกล่าวในการพัฒนาความคิดของตน
2. Duractivity : ผู้รับสารกลุ่มนี้เลือกใช้สื่อเพื่อสนองความต้องการทางด้านอารมณ์
3. Postactivity : ผู้รับสารกลุ่มนี้เลือกใช้สื่อเพื่อสร้างความสัมพันธ์ทางสังคม มีการนำสารที่ได้รับไปใช้เพื่อสร้างค่านิยม และสร้างคุณค่าให้กับตนเองและครอบครัว

นอกจากนี้ Rubin A. M. ยังได้แบ่งประเภทของผู้รับสารตามระยะเวลาในการเปิดรับสื่อ เป็น 2 ประเภท คือ

1. Ritualized Use : กลุ่มนี้จะใช้เวลาในการดูโทรทัศน์มาก และมักดูโทรทัศน์เพื่อเป็นการฆ่าเวลาและหลีกเลี่ยงความเป็นจริงในชีวิต
2. Instrumental Use : กลุ่มนี้จะใช้โทรทัศน์เป็นเครื่องมือในการแสวงหาข่าวสารให้กับตนเอง

แนวคิดด้านการแพร่กระจายของสาร ตามลำดับขั้น E - P - S STAGE

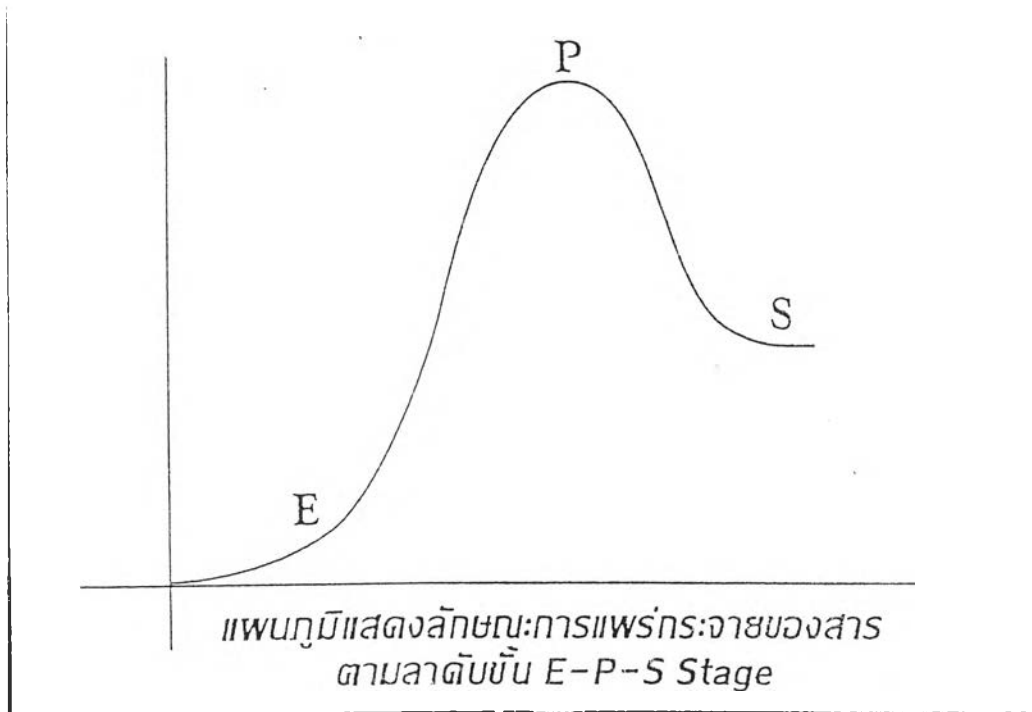
เมื่อเริ่มมีนวัตกรรมก่อตัวขึ้นในสังคมใด ๆ กลุ่มคนกลุ่มแรกที่มีมักจะได้รับนวัตกรรมก่อนใคร ก็คือ กลุ่มคนที่มีอำนาจอันเอื้อต่อการได้มาซึ่งสิ่งใหม่ก่อนใคร โดยทั่วไปอำนาจที่กล่าวถึงมักจะหมายถึง ทรัพย์สิน เงินทอง หรือยศถาบรรดาศักดิ์ ตามแนวคิดแบบ E-P-S STAGE เรียกคนกลุ่มนี้ว่า พวกชนชั้นสูงในสังคม หรือ Elite ซึ่งมีสถานภาพที่เหนือกว่ากลุ่มบุคคลอื่นในการรับนวัตกรรมได้ก่อนใครในสังคมเดียวกัน คนกลุ่มนี้ได้แก่บรรดาพระบรมวงศานุวงศ์ ขุนนาง เจ้านายทั้งหลาย ผู้มีฐานะดีในสังคม หรือแม้แต่ผู้มีความรู้เฉพาะทางในด้านใดด้านหนึ่ง ดังนั้นการแพร่กระจายของนวัตกรรมในขั้นนี้จึงมีชื่อเรียกว่า Elite Stage

ต่อเมื่อมีคนกลุ่มหนึ่งในสังคมรับนวัตกรรมแล้ว นวัตกรรมนั้นก็จะเริ่มแพร่กระจายออกไปสู่คนในสังคม ซึ่งการแพร่กระจายนี้อาจทำได้หลายวิธี คือ สื่อบุคคลด้วยวิธีปากต่อปากจากคนกลุ่มหนึ่งไปสู่อีกกลุ่มหนึ่ง ตามลักษณะธรรมชาติสามัญของสังคมโดยทั่วไป เพราะคนซึ่งเป็นหน่วยย่อยในสังคมนั้น จำเป็นต้องมีการติดต่อปฏิสัมพันธ์กันอยู่ตลอดเวลา ทำให้มีการไหลเวียนของข่าวสาร ส่วนอีกวิธีหนึ่งก็คือผ่านสื่อมวลชน ซึ่งจะให้ผลในการส่งสารในวงกว้างได้มากกว่าสื่อบุคคล

ด้วยวิธีการแพร่กระจายดังกล่าว เมื่อคนในสังคมเดียวกันได้รับรู้ถึงนวัตกรรมนั้นและเกิดความรู้สึกเห็นดีเห็นงามไปด้วยกับนวัตกรรมดังกล่าว ไม่ว่าจะด้วยเหตุผลอันใดก็ตามและเกิดการยอมรับในนวัตกรรมนั้นขึ้นมา ทำให้นวัตกรรมนั้นเผยแพร่ออกไปมากขึ้น ๆ จนกลายเป็นที่นิยมกันทั่วไป ตามแนวคิด E-P-S STAGE นี้จะเรียกลักษณะของการแพร่กระจายในขั้นนี้ว่า ขั้น Popularized คือ นวัตกรรมนั้นเป็นที่ยอมรับของผู้คนในสังคมนั้น และมีการถือปฏิบัติอย่างแพร่หลาย

และ เมื่อคนในสังคมเริ่มรู้จัก ยอมรับนวัตกรรมนั้นกันทั่วไปแล้วก็อาจมีคนบางกลุ่มต้องการที่จะเปลี่ยนแปลงนวัตกรรมนั้นให้มีลักษณะพิเศษเฉพาะอย่างที่แตกต่างไป

จากนวัตกรรมเดิมที่มีอยู่ในสังคม ลักษณะการเกิดนวัตกรรมเฉพาะทางนี้ เรียกว่า ขั้น Specialized



ภาพที่ 2 แสดงลักษณะการแพร่กระจายสารตามลำดับขั้น E-P-S STAGE

นวัตกรรมอินเทอร์เน็ต

มีผู้ให้คำนิยามคำว่า " อินเทอร์เน็ต " (Internet) ใหม่มากมาย ดังนี้ คือ อินเทอร์เน็ต คือ " เครือข่ายที่เปรียบได้กับกลุ่มหมู่บ้านที่มีถนนตัดผ่านหน้าบ้านทุกหลังเข้าด้วยกัน ทำให้บ้านทุกหลังในกลุ่มหมู่บ้านสามารถติดต่อไปมาหาสู่กันได้ แต่ในทางระบบวิชาการ อินเทอร์เน็ต คือ เครือข่ายคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่ที่เชื่อมโยงเครือข่ายคอมพิวเตอร์หลาย ๆ เครือข่ายเข้าด้วยกัน โดยใช้มาตรฐานการเชื่อมต่อที่ชื่อว่า TCP / IP ทำให้คนที่ใช้บริการของอินเทอร์เน็ตสามารถติดต่อสื่อสารแลกเปลี่ยนข้อมูลกันได้อย่างรวดเร็ว ทุกรูปแบบไม่ว่าจะเป็นข้อมูลภาพหรือเสียง " (ดร. ไพรัช รัชยพงษ์ , 2538)

อินเทอร์เน็ต คือ " ข่ายแห่งข่าย (A Network of Networks) ที่มีการเชื่อมโยงระหว่างระบบเครือข่ายจำนวนมหาศาลทั่วโลกเข้าด้วยกัน ภายใต้หลักเกณฑ์มาตรฐานเดียวกัน นั่นคือ ใช้โปรโตคอล ทีซีพี / ไอพี ทำให้เครื่องคอมพิวเตอร์ทั้งหลายในข่ายแห่งข่ายนี้สามารถติดต่อสื่อสารแลกเปลี่ยนข้อมูลถึงกันได้โดยสะดวก รวดเร็ว ไม่ว่าข้อมูลเหล่านั้นจะอยู่ในรูปแบบของตัวอักษร ข้อความ ภาพ หรือ เสียงก็ตาม " (สมใจ บุญศิริ , 2538)

อินเทอร์เน็ต คือ " กลุ่มของเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่ต่อถึงกัน โดยใช้ขบวนการติดต่อที่มีชื่อว่า TCP / IP นอกจากนี้ยังกล่าวอีกว่า เป็นเครือข่ายที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในโลก " (สมชาย ประสิทธิ์จตุระกุล , 2537)

อินเทอร์เน็ต คือ " เครือข่ายของคอมพิวเตอร์และเครือข่ายของเครือข่ายที่ประกอบด้วยเครือข่ายย่อยเป็นจำนวนมากต่อเชื่อมเข้าด้วยกัน ภายใต้หลักเกณฑ์ที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน จนกลายเป็นสังคมเครือข่ายขนาดใหญ่ คอมพิวเตอร์ในอินเทอร์เน็ตทุกเครื่อง ใช้มาตรฐานทีซีพี / ไอพี (TCP / IP) เช่นเดียวกันหมด จึงอาจกล่าวได้ว่า อินเทอร์เน็ตเป็นเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่เชื่อมโยงถึงกันโดยใช้ TCP / IP " (สุทธิชัย โสเชิต วรณรัตน์ , 2538)

อินเทอร์เน็ต คือ " ระบบเครือข่ายขนาดใหญ่ ที่ประกอบด้วยเครือข่ายขนาดเล็กที่ใช้โปรโตคอล (Protocol) ในการติดต่อสื่อสารระหว่างกัน โปรโตคอล คือ กฎเกณฑ์หรือภาษาซึ่งเครื่องคอมพิวเตอร์เครื่องหนึ่งใช้ในการติดต่อกับเครื่องอื่นในเครือข่าย " (Nancy Cedenno , 2539)

อินเทอร์เน็ต คือ " ระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (Computer Network) ที่ใหญ่ที่สุดของโลก เป็นกระบวนการสื่อสารข้อมูลทางสาย (Online) ระหว่างคอมพิวเตอร์ต่างระบบและต่างชนิด ร่วมกับสายเคเบิล และ ผู้ใช้จำนวนมากอาศัย Software และ เครื่องช่วยสื่อสารต่าง ๆ ในวงการ Internet คือ เครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่สื่อสารกันโดย Transmission Control Protocol / Internet Protocol (TCP / IP) ซึ่งหมายถึง

กฎเกณฑ์ที่คอยคุ้มครองกระบวนการส่งข่าวสารไปมาระหว่างคอมพิวเตอร์หลายร้อยชนิดที่อยู่บน Internet การมี TCP / IP ใช้ร่วมกับผู้ใช้จึงสามารถเชื่อมโยงคอมพิวเตอร์ของตน กับเครือข่ายใดก็ได้ที่อยู่บน Internet เพื่อติดต่อกับผู้อื่น หรือเพื่อสื่อสารกับ Software ของแต่ละเครือข่ายบน Internet " (พรทิพย์ โล่ห์เลขา , 2538)

ปัจจัยหลักที่ทำให้จำนวนผู้ใช้งานบนอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นเป็นอันมาก ก็คือ บริการต่าง ๆ ทางสารสนเทศที่มีให้บนอินเทอร์เน็ต เครื่องคอมพิวเตอร์ที่เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตมีบทบาทเป็นทั้งผู้ให้บริการ และ ผู้ขอใช้บริการ บริการที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างสูงแบ่งเป็นประเภทได้ดังนี้ คือ

1) ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E - mail)

E - mail เป็นบริการเก่าแก่ดั้งเดิม ที่ยังคงได้รับความนิยมเป็นอย่างสูง บริการ E - mail อนุญาตให้ผู้ใช้ส่งข้อมูล (ไม่ว่าจะอยู่ในรูปแบบของข้อความ เสียง ภาพ ตราบเท่าที่สามารถเข้ารหัสเป็นข้อมูลได้) ไปยังผู้รับที่ใดก็ได้ที่อยู่บนอินเทอร์เน็ต โดยใช้เวลาเพียงเสี้ยววินาที ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตแต่ละคนจะมีชื่อลงบันทึกการใช้เครื่อง (Login Name) ที่ทางผู้จัดการระบบเครื่องคอมพิวเตอร์กำหนดให้ เมื่อใช้ประกอบกับชื่อที่อยู่ของเครื่องที่ใช้งานอยู่ก็จะเป็นที่ชื่อที่อยู่ของผู้ใช้นั้น ตัวอย่างเช่น ผู้เขียนมีชื่อลงบันทึกการใช้เครื่อง คือ Somchai บนเครื่อง chulkn.car.chula.ac.th ดังนั้นผู้ใดที่ต้องการส่งไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์มาให้ผู้เขียนก็กระทำได้โดยการส่งไปรษณีย์ถึง Somchai @ chulkn.car.chula.ac.th ด้วยการอ้างอิงที่อยู่ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตดังกล่าว การให้บริการ E - mail จึงกระทำได้สะดวกรวดเร็ว ผู้ใช้แต่ละคนจะมีที่เก็บข้อมูลที่ทำหน้าที่เสมือนตู้ไปรษณีย์ประจำตัวผู้ใช้ เมื่อผู้ใช้รายนั้นติดต่อเข้ายังเครื่องที่ให้บริการ ก็จะปรากฏจดหมายที่ผู้ใช้ยังไม่ได้เปิดอ่านในปัจจุบันโปรแกรมที่ใช้อ่าน และ เขียนจดหมายจะใช้งานง่าย และ เรียนรู้ได้รวดเร็วมีระบบเสริมอื่น ๆ เพื่อให้ใช้งานได้ง่าย อาทิเช่น ระบบการจัดเก็บรายชื่อผู้รับ ระบบการจัดส่งจดหมายไปยังกลุ่มของผู้รับ เป็นต้น

2) การใช้เครื่องผ่านบริการจอภาพเสมือน (Telnet)

Telnet คือ อีกบริการหนึ่งที่มีให้เพื่อความสะดวก ในการเข้าใช้เครื่องคอมพิวเตอร์เครื่องอื่น ๆ ที่อยู่บนอินเทอร์เน็ต ในอดีตผู้ใช้เครื่องคอมพิวเตอร์โดยทั่วไปต้องไปนั่งใช้เครื่องหน้าจอภาพที่ติดตั้งใกล้ ๆ ตัวเครื่อง โดยมีสายส่งสัญญาณจากเครื่องถึงจอภาพและแป้นพิมพ์โดยตรง ในปัจจุบันเราสามารถเข้าใช้คอมพิวเตอร์เครื่องหนึ่งทำหน้าที่เป็นเสมือนจอภาพของคอมพิวเตอร์อีกเครื่องที่เชื่อมโยงกับอินเทอร์เน็ต โดยการให้บริการ Telnet ทั้งนี้ผู้ใช้ผู้นั้นจะต้องมีชื่อลงบันทึกการใช้เครื่องพร้อมรหัสผ่าน (Password) ของเครื่องที่ต้องการใช้ เพียงแต่ใส่คำสั่ง Telnet ตามด้วยชื่อที่อยู่เครื่อง (หรือจะใช้ IP Address ก็ได้) ตัวอย่างเช่น ผู้เขียนไปงานประชุมวิชาการที่ต่างประเทศ ต้องการตรวจสอบว่ามีผู้ใดส่งไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์มาถึงผู้เขียนบ้าง ก็เพียงแต่ใช้ Telnet chulkn.car.chula.ac.th เพื่อเข้าใช้เครื่อง chulkn ที่กรุงเทพฯ จากนั้นก็สามารถตรวจสอบ และ อ่านจดหมายได้ตามปกติ

3) การรับส่งแฟ้มข้อมูล FTP

FTP หรือ File Transfer Protocol คือ บริการที่อนุญาตให้ ผู้ใช้ ติดต่อไปยังเครื่องคอมพิวเตอร์ใด ๆ บนอินเทอร์เน็ต (ที่ให้บริการ FTP) เพื่อโอนย้ายแฟ้มข้อมูลไป - มาระหว่างเครื่องของผู้ใช้กับเครื่องที่ติดต่อด้วย ในปัจจุบันมีคอมพิวเตอร์ที่ให้บริการดังกล่าวกว่า 8,000 แห่ง ทำให้บริการ FTP เป็นบริการที่ถูกเรียกใช้งาน ที่ใช้การจราจรของข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตมากที่สุด ผู้ใช้ต้องเรียกโปรแกรม FTP ตามด้วยชื่อที่อยู่ของเครื่องที่ให้บริการ จากนั้นใส่ชื่อและรหัสผ่านของเครื่องนั้น (โดยทั่วไปเครื่องที่ให้บริการ FTP จะมีชื่อ anonymous เป็นชื่อลงบันทึกการใช้สำหรับบุคคลทั่วไป โดยเมื่อระบบถามรหัสผ่านก็มักจะให้ใส่ชื่อและที่อยู่ของเครื่องผู้ใช้เป็นรหัสผ่าน) จากนั้นผู้ใช้อีกก็สามารถเข้าไปยังแฟ้มข้อมูลตามไดเรกทอรีที่มีอยู่ เพื่อโอนย้ายแฟ้มข้อมูลไปหรือมาระหว่างเครื่องได้ ตัวอย่างเช่นบริษัท Microsoft ที่เป็นบริษัทขายซอฟต์แวร์สำหรับเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลที่มียอดขายเป็นอันดับหนึ่งในปัจจุบัน มีเครื่องคอมพิวเตอร์ ชื่อ ftp.microsoft.com (IP address คือ 198.105.232.1) สำหรับให้บริการ FTP สำหรับผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่สนใจคัดลอกแฟ้มข้อมูลข่าวสาร โปรแกรมปรับปรุง โปรแกรมทดสอบ หรือโปรแกรมตัวอย่างที่ทางบริษัทเสนอให้บริการไว้เป็นจำนวนมากที่เก็บไว้ในไดเรกทอรี SOFTLIB /

MSFILES หรือทางภาควิชาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์ จุฬาฯ ได้นำโปรแกรมประมวลผลคำ " จุฬารีก " เก็บไว้ในเครื่อง chulkn.car.chula.ac.th ภายใต้ไดเรกตอรี pub / CWW เพื่อให้ผู้สนใจคัดลอกไปใช้ได้โดยไม่คิดมูลค่า เป็นต้น ให้สังเกตว่าโปรแกรมหรือข้อมูลโดยทั่วไปจะถูกจัดเก็บแบบบีบอัด เพื่อให้ขนาดของแฟ้มเล็กลง โดยข้อมูลไม่สูญหาย ทั้งนี้ เพื่อเป็นการร่นระยะเวลาให้การส่งถ่ายข้อมูลระหว่างเครื่อง ดังนั้นผู้ใช้จะต้องเปลี่ยนแปลงแฟ้มจากรูปแบบบีบอัด ให้เป็นรูปแบบปกติหลังจากคัดลอกแฟ้มมาแล้วก่อนที่จะใช้แฟ้มนั้นได้

4) ข่าวบนเครือข่าย (USENET News)

USENET News คือ บริการแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความคิดเห็นของผู้ใช้งานบนอินเทอร์เน็ต โดยมีการแบ่งลักษณะของข่าวสารต่าง ๆ ตามความสนใจ เรียกว่า กลุ่มข่าวสาร (Newsgroup) ในปัจจุบันมีมากกว่า 5,500 กลุ่ม กลุ่มข่าวสารต่าง ๆ เหล่านี้ ครอบคลุมเนื้อหาตั้งแต่เรื่องทางสังคม ธุรกิจ บันเทิง วิทยาศาสตร์ คอมพิวเตอร์ และอื่นๆ อีกมากมายกลุ่มข่าวสารแต่ละกลุ่มจะมีชื่อกำกับ ที่บ่งบอกถึงเนื้อหาของข่าวสารที่เกี่ยวข้อง โดยชื่อจะแบ่งเป็นส่วน ๆ ตามเนื้อหา เช่น soc.culture.thai คือ กลุ่มข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับเรื่องของสังคม (social) ทางด้านวัฒนธรรม (culture) ของคนไทย (Thai) หรือกลุ่ม rec.games.video.nintendo คือกลุ่มที่เกี่ยวกับความบันเทิง (Rec) ทางด้านเกมส์ (Games) ที่เป็นวิดีโอเกมส์ (Video) บนเครื่องยี่ห้อนินเทนโด (Nintendo) เป็นต้น บทความในแต่ละกลุ่มอาจเป็นได้ทั้งการรายงานข่าว รายงานผลงานวิจัย แสดงความคิดเห็น ตั้งคำถาม ตอบคำถามที่ผู้อื่นตั้งไว้ ประกาศขายของและอื่น ๆ โดยผู้อ่านข่าวผู้อื่นสามารถแสดงความเห็นต่อท้ายบทความเพิ่มเติมได้

กลุ่มข่าวสารแต่ละกลุ่มเกิดขึ้นจากผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตหลาย ๆ คนร่วมกันลงคะแนนเพื่อตั้งกลุ่มข่าวสารขึ้น ด้วยเหตุที่มีกลุ่มข่าวสารจำนวนมาก และเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ผู้ให้บริการการเชื่อมต่อเข้าอินเทอร์เน็ต อาจรับเฉพาะบางกลุ่มข่าวสารเท่านั้น ทั้งนี้เพื่อประหยัดเนื้อที่เก็บ ซึ่งมีปริมาณสูงมากในแต่ละวัน ข่าวสารในแต่ละกลุ่มจะถูกเก็บไว้เพื่อให้อ่านเป็นระยะเวลาหนึ่งเท่านั้น หลังจากนั้นก็จะถูกลบทิ้งโดยอัตโนมัติ ตามเวลาที่ผู้บริหารระบบเครื่องตั้งไว้

5) ระบบค้นหาข้อมูล Gopher

Gopher คือ บริการการค้นหาข้อมูลในเครือข่าย (คำว่า Gopher มาจากสัญลักษณ์ของมหาวิทยาลัยมิชิแกนผู้สร้างระบบนี้) อาจกล่าวได้ว่า Gopher เป็นเสมือนศูนย์รวมของบัตรรายการของข้อมูล และ เอกสารต่าง ๆ ที่เก็บอยู่ในคอมพิวเตอร์ ที่ต่อกับ อินเทอร์เน็ต Gopher จะแสดงรายการของเอกสาร และ ไดเรกทอรีซึ่งคล้าย ๆ กับระบบแฟ้มข้อมูล ผู้ใช้เพียงแต่เลือกรายการที่ต้องการ Gopher ก็จะไปเชื่อมต่อไปสู่ข้อมูลที่เกี่ยวข้องในรายการนั้นซึ่งอาจแสดงรายละเอียดของเอกสารหรืออาจเป็นรายการย่อยให้เลือกต่ออีกก็ได้ นอกจากนี้ยังมีระบบค้นหาข้อมูลที่เก็บในอินเทอร์เน็ตได้อีกด้วย ในปัจจุบันมีคอมพิวเตอร์ที่ให้บริการข้อมูลในระบบ Gopher กว่า 1,800 แห่ง ที่เชื่อมโยงข้อมูลกัน และในลักษณะกระจายสำหรับผู้ขอใช้บริการทั่วโลก

6) ระบบสื่อหลายมิติ World Wide Web

World Wide Web (WWW หรือบางทีเรียกสั้น ๆ ว่า Web) เป็นบริการที่กำลังเป็นที่คลั่งไคล้ที่สุดบนอินเทอร์เน็ต WWW ให้บริการทั้งการส่งไปรษณีย์ การโอนถ่ายแฟ้มข้อมูล การค้นหาข้อมูล พร้อมทั้งสามารถแสดงข้อมูลที่ส่งมายังผู้ใช้ทั้งในรูปแบบของข้อความ เสียง ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหวได้ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต WWW ถือว่าทุก ๆ ทรัพยากรที่สืบค้นได้บนอินเทอร์เน็ตจะมีที่อยู่กำกับในรูปแบบ URL (Uniform Resource Locator) URL มีลักษณะคล้ายกับการกำหนดที่อยู่ของเครื่อง คือ จะเริ่มด้วยสัญลักษณ์ที่ระบุรูปแบบของการเข้าถึงข้อมูลตามด้วยชื่อที่อยู่เครื่อง ชื่อไดเรกทอรี และ แฟ้มข้อมูล และตัวเลือกอื่น ๆ เช่น รหัสผ่านในการเข้าถึงข้อมูล ตัวอย่างเช่น หากต้องการทราบว่า มีเครื่องคอมพิวเตอร์ใดบ้างในประเทศไทยที่มีบริการ WWW ก็สามารถไปที่ <http://www.thnic.net/thaiWWWList.htm> คำว่า http ใน URL นี้ระบุว่าลักษณะการเข้าถึงข้อมูลจะเป็นแบบ Hyper Text Transfer Protocol ที่เป็นขบวนการส่งถ่ายข้อมูลรูปแบบหนึ่ง เอกสารฉบับแรกที่ใช้เห็นเมื่อเชื่อมโยงเข้าไปยังตัวให้บริการ WWW เรียกว่าเป็น Home Page ของตัวให้บริการ Web นั้น ในเอกสารหนึ่ง ๆ ที่ได้รับนี้ ส่วนใหญ่จะมีตัวชี้ไปสู่นำเอกสารอื่น ๆ ใน WWW (ซึ่งอาจถูกเก็บที่อีกซีกโลกหนึ่งก็ได้) เพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างเอกสารต่าง ๆ ที่มีอยู่ในระบบ (เปรียบเสมือนกับใยแมงมุมของเอกสาร) ผู้ใช้สามารถท่องไปในโลกของการเชื่อมโยงเอกสารที่สัมพันธ์กันโดยการกดที่จุดเชื่อมโยง ที่มัก

ปรากฏเป็นข้อความที่มีขีดเส้นใต้ระบุถึงความสามารถในการนำไปสู่เอกสารอื่นใน WWW ได้ หนึ่งเอกสารต่าง ๆ ที่มีอยู่ใน WWW ที่มีความสามารถในการเชื่อมโยงดัดแปลง ว่าจะถูก สร้าง ในรูปแบบที่เรียกว่า HTML (Hyper Text Markup Language)

ในปัจจุบันมีเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ให้บริการ WWW และมีเอกสารในรูปแบบของ HTML เพิ่มขึ้นอย่างมาก สถาบันการศึกษาหรือองค์กรไม่ว่าจะเป็นของรัฐหรือ เอกชนต่างให้ความสนใจที่จะนำข้อมูลของตนเองที่เปิดเผยได้ออกสู่สาธารณชนในรูปของการบริการ WWW บนอินเทอร์เน็ต ทั้งนี้เนื่องจากความง่ายในการใช้บริการ WWW ผ่านโปรแกรมที่ทำหน้าที่เป็น Web Browser ซึ่งสามารถใช้งานบนเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลได้ โดยไม่ต้องจำคำสั่งยุ่งยาก อีกทั้งลดขั้นตอนในการสืบค้นสารสนเทศที่มีอยู่อย่างมากมายมหาศาล และเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ บนอินเทอร์เน็ต

7) Archie

เครื่องมือในการช่วยค้นหาว่าแฟ้มข้อมูลที่ต้องการนั้นสามารถพบได้จากเครื่องคอมพิวเตอร์ (Host) เครื่องใด โดยการใส่คำสั่งพร้อมกับระบุชื่อแฟ้มข้อมูลที่ต้องการค้นหา

8) Hytelnet

การใช้บริการนี้จะให้ข้อมูลว่ามีเครื่องข่ายใด หรือ Host ใดที่มีการให้บริการ telnet บ้าง และมีรหัสในการขอเข้าใช้บริการคืออะไร นับว่าเป็นเครื่องมือสนับสนุนการใช้บริการ telnet ได้เป็นอย่างดี

9) Internet Relay Chat (IRC)

ผู้ให้บริการสามารถติดต่อสื่อสารกับผู้อื่นที่ใช้บริการในขณะเดียวกันจากทั่วโลก โดยเมื่อป้อนข้อความสนทนาลงไป ข้อความนั้นก็จะปรากฏบนเครื่องคอมพิวเตอร์เครื่องที่เป็นผู้ร่วมสนทนาด้วยในเวลาเดียวกัน

10) Talk

มีลักษณะการใช้งานเช่นเดียวกับ IRC แต่ต่างกันที่บริการนี้เป็นการสนทนา ระหว่างบุคคลสองคนเท่านั้น ไม่สามารถทำการสนทนาเป็นกลุ่มได้ โดยผู้ใช้จะต้องระบุ E - Mail Address ของผู้ที่ต้องการจะสนทนาด้วย

11) Wide Area Information Server (WAIS)

การทำงานของ WAIS จะมีลักษณะคล้ายกับการทำงานของarchie แต่มีความสะดวกในการทำงานมากกว่า เนื่องจากการค้นหาข้อมูลของarchie นั้น ผู้ใช้จะต้องทราบชื่อแฟ้มข้อมูลที่ต้องการค้นหา แต่การทำงานของ WAIS เพียงแต่ระบุข้อความที่ต้องการค้นหา WAIS ก็willแสดงชื่อแฟ้มข้อมูลที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับเรื่องดังกล่าวพร้อมทั้งแหล่งของข้อมูล

อินเทอร์เน็ตกับการโฆษณา / ประชาสัมพันธ์

ในปัจจุบันมีผู้นำเอาอินเทอร์เน็ตซึ่งเป็นเทคโนโลยีสารสนเทศ หรือ ไอที มาใช้ในงานด้านต่าง ๆ เช่น การนำมาใช้เป็นช่องทางในการโฆษณา (Advertising) และการประชาสัมพันธ์ (Public Relations) โดยใช้เป็นเครื่องมือหนึ่งทางการตลาด หมายถึง การสื่อสารในหลาย ๆ รูปแบบ เพื่อกระตุ้นให้เกิดการซื้อขายสินค้าให้เพิ่มมากขึ้น ซึ่งรูปแบบเดิม ๆ ใช้วิธีการกระจายสินค้าผ่านสื่อ อาทิ วิทยู โทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ แต่ในปัจจุบันได้มีการนำอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้เป็นช่องทาง / สื่อในการโฆษณาเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้นและดีขึ้น โดยในการสื่อสารผ่านการโฆษณานั้นมีองค์ประกอบดังต่อไปนี้

1. พื้นที่ (space)
2. เวลา (time)
3. การสร้างสรรค์ภาพพจน์ (image creation)
4. การสื่อสารโดยตรง (communication direction)
5. การโต้ตอบ (interactive)
6. การเรียกร้องให้กระทำ (call to action)

และเมื่อเปรียบเทียบสื่ออินเทอร์เน็ตกับสื่อดั้งเดิม (traditional media) อื่น ๆ จะพบว่า มีข้อแตกต่างกันในหลายๆ ด้าน สรุปได้ดังนี้

ลักษณะทางกายภาพ	โฆษณาโดยใช้สื่อแบบดั้งเดิม	โฆษณาบนสื่ออินเทอร์เน็ต
1. พื้นที่ที่ใช้ในการโฆษณา	ผู้โฆษณาต้องเป็นผู้เสียค่าใช้จ่ายในการใช้พื้นที่โฆษณานั้นๆ ซึ่งมีราคาแพงและมีอยู่อย่างจำกัด ไม่ว่าจะเป็นสื่อใด ๆ ก็ตามซึ่งทำให้ข่าวสารข้อมูลถูกจำกัด อันเนื่องมาจากการเสียค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการซื้อพื้นที่เพื่อโฆษณา	พื้นที่ที่ใช้นั้นไม่มีข้อจำกัดและราคาถูก สามารถใส่ข้อความได้เป็นจำนวนมากเกี่ยวกับบริษัทและตัวผลิตภัณฑ์
2. เวลาที่ใช้ในการโฆษณา	เวลาจัดว่าเป็นต้นทุนประเภทหนึ่งที่มีราคาแพงและมีข้อจำกัด ดังนั้นผู้โฆษณาจึงมีเวลาน้อยมากในการส่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ไปยังผู้บริโภค	ผู้บริโภคจะเป็นผู้ใช้เวลาของตนเองในการเข้าถึงข้อมูลและเป็นผู้ที่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในส่วนนี้เองด้วย เพราะต้องสมัครเป็นสมาชิกของ (ISP) รายใดรายหนึ่งและเสียค่าบริการ
3. การสร้างสรรค์ผลงาน	การสร้างสรรค์ผลงานนั้นมักใช้สถิติ เพลงประกอบ การใช้แสง สี และการกระทำ เป็นหลักในการโฆษณา ส่วนข้อมูลข่าวสารเป็นองค์ประกอบรองลงมา	หัวใจสำคัญคือการนำเสนอข้อมูลข่าวสารโดยมีรายละเอียดมากกว่าสื่ออื่น ๆ เพราะมีพื้นที่มากกว่า
4. การสื่อสารทางตรง	เมื่อได้เปิดรับการชมโฆษณาแล้ว หากเกิดความสงสัย ณ ขณะนั้นก็ยังสามารถสอบถามไปได้ทันที	ผู้บริโภคจะเป็นผู้ค้นหาข้อมูลข่าวสารนั่นเอง และสามารถค้นหาคำตอบในสิ่งที่ตนสงสัยได้ทันทีหรือสอบถามไปยังบริษัทโดยผ่านอีเมลล์

ลักษณะทางกายภาพ	โฆษณาโดยใช้สื่อแบบดั้งเดิม	โฆษณานบนสื่ออินเทอร์เน็ต
5. การโต้ตอบ	หากคุณกำลังนั่งชมโทรทัศน์อยู่และเห็นโฆษณาสินค้าใหม่ที่คุณสนใจ เมื่อต้องการข้อมูลเพิ่มเติมก็ต้องไปค้นหาที่ร้านค้า หรือ บริษัทนั้น ๆ	เมื่อได้ ชมโฆษณาทางโทรทัศน์ แล้วมี เว็บไซต์ ซึ่งเป็นที่ อยู่บน อินเทอร์เน็ตของสินค้านั้น ๆ ปรากฏบนจอทีวี ก็สามารถเข้าไปค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมได้ในไซต์ดังกล่าว
6. การเรียกร้องให้กระทำ	ความสนใจขึ้นอยู่กับอารมณ์เป็นหลัก	ความสนใจขึ้นอยู่กับข้อมูลข่าวสารเป็นหลัก ถ้าข้อมูลที่ปรากฏใน เว็บไซต์นั้นดี ถูกต้องก็มีโอกาสที่จะเปิดการขายได้ก่อนใคร

จะเห็นได้ว่า การทำโฆษณานบนอินเทอร์เน็ตแตกต่างจากการโฆษณาด้วยสื่ออื่น กล่าวคือ การโฆษณาแบบดั้งเดิมผู้ขายส่งข่าวสารเกี่ยวกับภาพพจน์และตัวสินค้าไปยังกลุ่มเป้าหมายเพื่อดึงดูดใจให้มีการซื้อสินค้า แต่สำหรับอินเทอร์เน็ตแล้วผู้บริโภคจะเป็นผู้ค้นหาข้อมูลข่าวสารดังกล่าวเอง ดังนั้นการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อจึงนับได้ว่าสามารถเจาะเข้าไปถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าสื่ออื่น ๆ เมื่อเปรียบเทียบในแง่มุมนี้ เพราะสื่ออื่น ๆ เป็นสื่อสารมวลชน (mass communication) แม้ว่าจะสามารถเข้าถึงประชาชนได้มากกว่า แต่ก็ยากที่จะวัดผลสนองกลับ (response) ซึ่งสื่ออินเทอร์เน็ตสามารถทำได้ คือ เมื่อมีผู้เข้าไปเยี่ยมชมเว็บไซต์ แต่ละบริษัท / หน่วยงาน / องค์กร ก็สามารถบันทึกจำนวนผู้เข้าชมได้ด้วยวิธีการนับหลายแบบ ตั้งแต่ระดับคร่าว ๆ ไปจนถึงละเอียดที่สุด อาทิ hits , visits รวมถึงการขอข้อมูลส่วนตัว หรือ e - mail address ของผู้เยี่ยมชมเพื่อนำไปใช้ต่อไป

สำหรับประเทศไทยปัจจุบันนี้การโฆษณาสินค้าและบริการทางสื่ออินเทอร์เน็ตเริ่มเป็นที่สนใจและแพร่หลายมากขึ้นแม้จะไม่มากเท่ากับสื่อดั้งเดิมก็ตาม ตัวอย่างการขายที่เห็นได้ในขณะนี้ คือ การซื้อขายพิชชาผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของบริษัทพิชชาฮัท (ประเทศไทย) จำกัด แต่คาดว่าในอนาคตจะเป็นที่นิยมมากขึ้นโดยเฉพาะอย่างยิ่ง

หากประเทศไทยมีการดำเนินการเรื่องความปลอดภัยทางด้านบัตรเครดิตเหมือนกับประเทศอื่น ๆ ที่พัฒนาแล้ว (ญูญา จูญญาญจนกุล , วารสารไอที ปรีทัศน์)

อินเทอร์เน็ตกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce)

โลกในยุคเครือข่ายดิจิทัล ที่จะนำไปสู่แนวโน้มใหม่ที่เรียกว่า Electronic Commerce จึงไม่ใช่เทคโนโลยีในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง แต่เป็นการรวมเอาเทคโนโลยีสารสนเทศหลายรูปแบบมาเชื่อมโยงกันเป็นเครือข่าย ลักษณะเช่นนี้จะทำให้โลกมีความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดเสมือนเป็นประเทศเดียวและกลายเป็นตลาดเดียวในที่สุด เราสามารถจะวางแผนการผลิตจากที่หนึ่ง ผลิต ณ โรงงานแห่งหนึ่ง และส่งไปจำหน่ายยังที่ต่าง ๆ หรือใช้กลยุทธ์การตลาดแบบเดียวกันทั่วโลกได้ ซึ่งทำให้การค้าในอนาคตมีความซับซ้อนมาก และมีการแข่งขันรุนแรงขึ้น ฉะนั้นความเร็วในด้านข้อมูล ระบบการติดต่อสื่อสารจึงมีความจำเป็นเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้เพื่อรับทราบข้อมูลข่าวสารที่เกิดขึ้นจากที่ต่าง ๆ ทั่วโลกและนำมาใช้ในการวางแผน เปรียบเทียบ หรือตัดสินใจดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว ในที่นี้หากจะให้นิยามคำว่า Electronic Commerce ก็มีผู้กล่าวไว้ดังนี้

ประธานบริษัท North America Trade Point กล่าวไว้ในการประชุม World Trade Symposium ที่สหรัฐอเมริกาว่า " ในทางอิเล็กทรอนิกส์แล้ว โลกใบนี้มีเส้นผ่าศูนย์กลางเพียง 1 วินาที ด้วยระยะทางที่วัดได้จากเวลาที่ใช้กับการส่งข้อมูลผ่านเครือข่ายโทรคมนาคม (จากซีกโลกหนึ่งไปยังอีกซีกโลกหนึ่ง) ดังนั้นวันนี้เราจึงสามารถประกอบธุรกิจกับบริษัทคู่ค้าในอีกซีกโลกหนึ่ง ได้ทุกที่ทุกเวลาโดยไม่เสียค่าเดินทางและใช้เอกสารมากมายเช่นแต่ก่อน " (อ้างใน นิตยสารคู่แข่ง NEW AGE ฉบับเดือนกรกฎาคม 2540)

ชาญชัย จารุวัตร กรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท สามารถคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) กล่าวไว้ว่า " Electronic Commerce เป็นวิธีการในการดำเนินธุรกิจที่

อาศัยเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยเป็นแกนนำในการแข่งขันบริการลูกค้า เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในแนวโน้มใหม่โดยให้ผลดีขึ้นเป็นเท่า ๆ ตัว " (เรื่องเดียวกัน)

ศ.ดร. ศรีศักดิ์ จามรมาน กล่าวไว้ว่า " Electronic Commerce ก็คือ การค้าขายผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต "

ระดับการค้าบนอินเทอร์เน็ต

การใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตในเชิงพาณิชย์ หรือที่เรียกว่า " ธุรกิจไซเบอร์ " (Cyber Business) สามารถแบ่งเป็นระดับได้ดังนี้ คือ

- Cyber Showcase หมายถึง การใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตในการโฆษณาสินค้าเท่านั้น

- Cyber Ordering หมายถึง การใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตในการสั่งซื้อสินค้า แต่ยังคงชำระเงินด้วยวิธีการเดิม เช่น ชำระด้วยเช็คหรือบัตรเครดิตผ่านช่องทางปกติ

- Cyber Payment หมายถึง การใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตในการสั่งซื้อสินค้า และชำระเงินทางเครือข่ายด้วย โดยในปัจจุบันมักจะชำระด้วยการบอกหมายเลขบัตรเครดิต แต่ในอนาคตอาจจะมีการชำระด้วยเงินอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Money)

- Cyber Commerce หมายถึง การใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตในการค้าอย่างครอบคลุมตั้งแต่การโฆษณา การรับสั่งสินค้า และชำระเงิน ตลอดจนถึงการให้บริการหลังการขาย ในกรณีที่สินค้าอยู่ในรูปสารสนเทศ เช่น ข่าวสาร หรือ ซอฟต์แวร์ Cyber Commerce ยังรวมถึงการส่งสินค้าเหล่านี้ไปให้ลูกค้าด้วย

- Cyber Transaction หมายถึง การใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตในการทำ
 ทรานแซกชันต่าง ๆ เช่น การแลกเปลี่ยน (Exchange) ซื้อขาย เช่น การส่งซื้อหุ้น หรือ
 สินค้าทั่วไป (Commodity) อย่างอื่น เช่น น้ำมัน หรือ ทองคำ
 (อ้างใน สาร NECTEC มีนาคม - เมษายน 2540)

แนวคิดเกี่ยวกับความต้องการ

เป็นการศึกษาถึงความต้องการ ที่ผู้รับสารต้องการจากสื่อมวลชน ซึ่งสร้างไว้
 โดย McQuail และคณะ และปรับปรุงขึ้นใหม่เพื่อให้สอดคล้องกับประเทศไทยโดย ศิริชัย
 ศิริกายะ และ กาญจนา แก้วเทพ (2531)

1. ความต้องการสารสนเทศ

- 1.1 เพื่อทราบถึงเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับตนเอง สภาพปัจจุบันที่อยู่
 รอบตัวและสภาพปัจจุบันของโลกและสังคม
- 1.2 เป็นเครื่องมือในการแสวงหาข้อแนะนำในการปฏิบัติ หรือความ
 คิดเห็นในการตัดสินใจ
- 1.3 สนองความอยากรู้อยากเห็นและความสนใจ
- 1.4 ให้การเรียนรู้เป็นการศึกษาด้วยตนเอง
- 1.5 สร้างความรู้สึกที่มั่นคง โดยใช้ความรู้ที่ได้มาจากสื่อมวลชน

2. ความต้องการสร้างควมมีเอกลักษณ์ให้แก่บุคคล

- 2.1 ให้แรงเสริมแก่ค่านิยมส่วนบุคคล
- 2.2 ให้ตัวแบบทางพฤติกรรม
- 2.3 แสดงออกร่วมกับค่านิยมของคนอื่น ๆ (ในสื่อมวลชน)
- 2.4 มองทะลุลึกเข้าไปภายในตนเอง

3. ความต้องการรวมตัวและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

- 3.1 มองทะลุเข้าไปในสภาพแวดล้อมของผู้อื่น
- 3.2 แสดงออกร่วมกับผู้อื่นและเกิดความรู้สึกในลักษณะที่เป็นเจ้าของ
- 3.3 นำไปใช้ในการสนทนาและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม
- 3.4 ใช้แทนเพื่อน
- 3.5 ช่วยในการดำเนินตามบทบาททางสังคม
- 3.6 สร้างสายสัมพันธ์กับเพื่อน ครอบครัว และสังคม

4. ความต้องการความบันเทิง

- 4.1 การหลีกเลี่ยงหรือหลีกเลี่ยงจากปัญหาต่าง ๆ
- 4.2 การผ่อนคลาย
- 4.3 ได้วัฒนธรรมที่เป็นของแท้ ได้รับความสนุกสนานทางสุนทรียะ
- 4.4 ได้มีอะไรทำเพื่อใช้เวลาให้หมดไป
- 4.5 ปลดปล่อยอารมณ์
- 4.6 เป็นการกระตุ้นทางเพศ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุเมธ ศิริยง (2523) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง " ผลกระทบของการใช้คอมพิวเตอร์ขนาดเล็กกับธุรกิจในเขตกรุงเทพมหานคร " พบว่า ธุรกิจเอกชนนำคอมพิวเตอร์ขนาดเล็กมาใช้กับลักษณะงานประเภทเสมียน หรือควบคุมการปฏิบัติงาน เสมียน โดยข้อมูลเหล่านี้จะใช้เป็นข่าวสารเพื่อการปฏิบัติงาน มากกว่าที่จะเป็นข่าวสารเพื่อการจัดการ นอกจากนี้ยังพบว่าธุรกิจประเภทธนาคาร บริษัทเงินทุน และบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์นำคอมพิวเตอร์ขนาดเล็กมาใช้โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อปรับปรุงการควบคุมและการบริการลูกค้าให้ดียิ่งขึ้น รวมทั้งเพื่อลดเวลาของขบวนการทำงานลงและเพื่อให้ได้ข่าวสารที่ถูกต้องแน่นอนยิ่งขึ้น รวมทั้งเพื่อการวางแผนที่มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นด้วย

เกษม กิตติธัชฌากุล (2524) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง " บทบาทของสื่อมวลชนและปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับระบบสื่อสารโทรสารสาธารณะระหว่างประเทศ " พบว่า ผู้ใช้บริการโทรสารส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในทุก ๆ คุณลักษณะของโทรสารในเกณฑ์สูง คือ เห็นด้วยว่า โทรสารเป็นระบบสื่อสารที่มีความแน่นอนในการส่งข่าวสาร โดยไม่จำกัดรูป ลักษณะข่าวสาร มีความรวดเร็ว สะดวก ประหยัด มีประโยชน์เหมาะสมและทันสมัย โดยอัตราร้อยละที่เห็นด้วยมากที่สุด ได้แก่ คุณลักษณะความเหมาะสมของโทรสารที่เข้ากันได้กับลักษณะงานและธุรกิจของผู้ใช้บริการโทรสาร

วงแห ศิริวานิช (2529) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง " การนำนวัตกรรมเข้าสู่วงการธุรกิจ ศึกษาเฉพาะกรณีภาชนะโพลีสไตรีนโฟม " พบว่า ลักษณะของพฤติกรรมการใช้สินค้าภาชนะโฟมของประชากรผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยรุ่นหนุ่มสาวที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 และระดับปริญญาตรี เป็นกลุ่มพวกรีบเร็วส่วนมาก นอกจากนี้ยังพบว่าสื่อบุคคลเป็นสื่อที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมด้วยเช่นกัน โดยมีแนวทางในการใช้สื่อผสม (Multi - media) เพื่อเพิ่มการยอมรับนวัตกรรมให้แก่ประชากรผู้บริโภค

ปทุมพร ศิริรังคมานนท์ (2532) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง " การนำนวัตกรรมทางการสื่อสารเข้าสู่วงการธุรกิจ ศึกษาเฉพาะกรณี โทรศัพท์เคลื่อนที่ " พบว่า โทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปในสภาวะของการดำเนินธุรกิจที่เต็มไปด้วยการแข่งขัน ต้องการความฉับไว และต้องอาศัยการติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ดังนั้นโทรศัพท์เคลื่อนที่จึงเป็นเครื่องมือสื่อสารที่มีความจำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจ

คัตนางค์ แจ้งใจ (2533) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง " สถานภาพและแนวโน้มการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้เพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว " พบว่า ประโยชน์ของเทคโนโลยีสารสนเทศต่อการทำงาน คือ สามารถประหยัดเวลาในด้านต่าง ๆ คำนวณง่าย สามารถใช้ในการติดต่อสื่อสาร ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจ การวางแผน การบริหารงานและการแก้ไขปัญหา ส่วนแนวโน้มการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในอนาคต ปรากฏว่าจะมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ซึ่ง

เหมาะกับการทำนายอนาคตของตลาด โดยอัตราค่าบริการของเทคโนโลยีสารสนเทศจะต่ำลงแต่เป็นสากลมากขึ้น โดยการนำมาใช้จะขึ้นอยู่กับผู้บริหาร

ตริงษา เกล้าละม่อม (2534) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง " สภาพการณ์และลักษณะของการใช้วิทยุติดตามตัวในประเทศไทย " พบว่า การใช้วิทยุติดตามตัวมีผลต่ออิสรภาพส่วนบุคคล และ มนุษยสัมพันธ์ในการติดต่อสื่อสาร และ การติดต่อสื่อสารแบบเผชิญหน้ากันมีน้อยลงในด้านสังคมช่วยให้สังคมมีการพัฒนาและทันสมัยยิ่งขึ้น อีกทั้งความสะดวกรวดเร็วในการสื่อสารยังเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ สำหรับปัญหาที่พบ ก็คือ ขอบข่ายการสื่อสารบางพื้นที่ยังใช้การไม่ได้ ในอนาคตมีแนวโน้มที่จะพัฒนาให้สามารถติดต่อสื่อสารได้สองทาง หรืออาจเกิดเครื่องมือสื่อสารชนิดใหม่ที่มีประสิทธิภาพดีกว่าเข้ามาแทนที่

ราหุน วรสิทธิ์ (2534) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง " สถานภาพและแนวโน้มของบริการสารนิเทศเชิงพาณิชย์ในประเทศไทย " พบว่า ผู้ใช้บริการมากที่สุดทางภาคเอกชน คือ ธนาคาร ส่วนปัญหาหลักของบริษัทดำเนินธุรกิจบริการสารนิเทศเชิงพาณิชย์ คือ การขาดแคลนบุคลากรที่มีความชำนาญงาน นอกจากนี้ในอนาคตจะมีการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาใช้เพื่อพัฒนาบริการ และ เพิ่มประสิทธิภาพในการบริการ โดยเห็นว่าการขยายตัวของบริการสารนิเทศเชิงพาณิชย์ มีแนวโน้มจะเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและต่อเนื่องในอนาคต

สุทธรรศิกา คุรัตน์ (2534) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง " ประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารเพื่อพัฒนาองค์การ ศึกษาเฉพาะกรณี บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ธนชาติ จำกัด " พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นว่าการใช้เครื่องใช้สำนักงานอัตโนมัติทำให้เกิดประสิทธิผลในทางบวกมากกว่าทางลบ และกลุ่มตัวอย่างมีความต้องการคอมพิวเตอร์เพิ่มขึ้นพร้อมทั้งคาดหวังประโยชน์จากการใช้เครื่องดังกล่าว

อรวรรณ ปิรันทนโหวาท และ คณะ (2536) ได้ทำการศึกษาวิจัย ในเรื่อง " เทคโนโลยีสารสนเทศและบทบาทในการพัฒนาสังคมไทย " พบว่า เทคโนโลยีในสำนักงานให้ผลทางบวกมากกว่าทางลบ แต่มีข้อจำกัดในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ คือ ปัญหาทางด้านความพร้อมและความชำนาญในการนำมาใช้ของบุคลากร ผู้เชี่ยวชาญ แต่ก็มีแนวโน้มในการนำมาใช้เพิ่มมากขึ้น

เรวดี คงสุภาพกุล (2539) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง " การใช้ระบบอินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร " พบว่า นิสิตนักศึกษามีความรู้ความเข้าใจในการใช้ระบบเป็นอย่างดี วิจัย ประสงค์ในการใช้ระบบอินเทอร์เน็ตเพื่อการค้นคว้างานวิจัย ข้อมูลวิชาการ การพูดคุยกับเพื่อน และการมีคอมพิวเตอร์ส่วนตัวของนิสิตนักศึกษาทำให้แนวโน้มในการใช้อินเทอร์เน็ตสูงขึ้น ปัญหาและอุปสรรคที่พบ คือ เรื่องระบบและคู่มือ

ชมพูนุช สอนกระต่าย (2539) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง " การใช้คอมพิวเตอร์ระบบเครือข่ายในธุรกิจนิตยสารและหนังสือ " พบว่า สถานภาพการใช้คอมพิวเตอร์ระบบเครือข่ายในธุรกิจนิตยสารและหนังสือ เป็นการใช้เพื่อเป็นเครื่องมือในการทำงานมากกว่าใช้เพื่อการติดต่อสื่อสาร และการใช้คอมพิวเตอร์ระบบเครือข่ายให้ผลทางด้านบวกมากกว่าด้านลบ ปัญหาที่พบคือขาดความพร้อม ความชำนาญ และปัญหาด้านนโยบายของรัฐที่ไม่ส่งเสริมต่อการพัฒนาทางด้านนี้

ศุจิกา ดวงมณี (2539) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง " การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่าน World Wide Web ของสื่อมวลชนไทย " พบว่า สื่อมวลชนไทยในปัจจุบันใช้ช่องทาง WWW เพื่อการส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กร และเป็นอีกทางเลือกหนึ่งสำหรับการสื่อสารข้อมูลไปในระดับโลก เนื่องจาก WWW เป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่มีข้อได้เปรียบทางด้านความเร็ว สามารถนำเสนอได้หลายรูปแบบในเวลาเดียวกัน และเป็นช่องทางการแพร่กระจายข่าวสารไปถึงระดับโลกได้ในราคาที่ต่ำกว่าสื่อประเภทอื่น สำหรับอนาคตสื่อมวลชนไทยมีแนวโน้มที่จะใช้ WWW เป็นช่องทางในการเผยแพร่ข่าวสารมากขึ้น ในรูปแบบที่ทันสมัย และติดตามเทคโนโลยีมากขึ้น

องอาจ ฤทธิ์ทองพิทักษ์ (2539) ทำการวิจัยเรื่อง “ พฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเว็ลด์ไวด์เว็บของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ” พบว่า นักศึกษาใช้ประโยชน์จากระบบเว็ลด์ไวด์เว็บในการตอบสนองของความต้องการด้านข่าวสารและการพักผ่อนหย่อนใจ และคุณลักษณะของระบบเว็ลด์ไวด์เว็บในเรื่องความได้เปรียบเชิงเทียบ ความซับซ้อนของการใช้งานและความเข้ากันได้ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเว็ลด์ไวด์เว็บ

วุฒินันท์ สุวิมลพันธุ์ (2539) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “ การตระหนักรู้และพฤติกรรมการรับสื่อโฆษณาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการเครือข่ายฯ ” พบว่า ผู้ใช้บริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่มีต่อการโฆษณาผ่านเครือข่าย ฯ เพราะเห็นว่ามีประโยชน์ในการให้ข้อมูลสินค้าและมีรูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจ โดยเฉพาะสินค้าบางยี่ห้อผู้บริโภคสามารถสั่งซื้อสินค้าผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้ทันทีหากมีความพอใจในสินค้านั้น ซึ่งมักจะเป็นสินค้าประเภทโปรแกรมคอมพิวเตอร์ หรือสินค้าที่ไม่มีจำหน่ายในประเทศไทย และเมื่อวิเคราะห์ถึงแนวโน้มการให้บริการเครือข่ายฯ พบว่า การโฆษณาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยน่าจะมีแนวโน้มในทางบวกและมีโอกาสที่จะเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมในอนาคต

ธวัชชัย พานิชยากรณ์ (2539) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “ การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคติ และการมีส่วนร่วมในการใช้เครือข่ายสารสนเทศห้องสมุดจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (จุฬาลินเน็ต) ของนิสิตและบุคลากรภายในจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ” พบว่า ความรู้ในเรื่องเครือข่ายจุฬาลินเน็ตมีความสัมพันธ์ทางบวกกับทัศนคติที่มีต่อเครือข่ายจุฬาลินเน็ตของอาจารย์ นิสิต และนักวิชาการภายในจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์และคณะ (2540) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “ การเผยแพร่สารสนเทศผ่าน WWW ขององค์กรในประเทศไทย : สถานภาพและข้อเสนอแนะ ” พบว่าสภาพการใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยในหลาย ๆ ด้านอยู่ในทิศทางที่ดี ไซต์ส่วนใหญ่มีจุดประสงค์ในการใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตในเชิงพาณิชย์ หรือในเชิงการศึกษา

ส่วน “ ชยะ ” หรือสารสนเทศอนาจารย์มีไม่มากอย่างที่เข้าใจกัน สิ่งเหล่านี้ชี้ว่าคนไทยมีศักยภาพในการใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตในทางสร้างสรรค์พอสมควร อย่างไรก็ตามการใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ก็ยังมีปัญหาหลายอย่างที่จะต้องได้รับการแก้ไข ได้แก่ ค่าบริการมีราคาสูงทั้งค่าบริการของผู้ใช้ประเภทองค์กรที่เป็นผู้เผยแพร่สารสนเทศ และค่าบริการของผู้ใช้ประเภทบุคคลซึ่งเป็นผู้รับสารสนเทศ ปัญหาค่าบริการราคาแพงนี้ได้นำไปสู่การแสดงออกในหลายลักษณะดังนี้

- การที่สัดส่วนของจำนวนโฮสต์ต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติของไทยอยู่ในระดับต่ำกว่าของประเทศเพื่อนบ้าน
- การที่องค์กรประชาชนต่างๆ เช่น องค์กรพัฒนาเอกชนไม่สามารถเผยแพร่สารสนเทศของตนออกสู่ประชาชนได้
- การที่องค์กรส่วนใหญ่ไม่สามารถมีเซิร์ฟเวอร์เป็นของตนเอง จึงต้องเช่าพื้นที่ในเซิร์ฟเวอร์ของผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต
- การที่องค์กรไม่น้อยต้องหันไปใช้บริการในต่างประเทศ
- การที่ธุรกิจไม่กล้าลงทุนในการทำการค้าทางเครือข่าย (Electronic Commerce) เนื่องจากฐานของผู้ใช้มีอยู่จำกัด

Caral A. Hert (1994) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “ การเรียนรู้จากการอบรมในการใช้ระบบอินเทอร์เน็ตในหน่วยงาน ” พบว่า เป็นการศึกษาเรื่องการจัดองค์การ วัตถุประสงค์ การนำสิ่งใหม่ “ อินเทอร์เน็ต ” มาใช้ด้วยการอบรมโดยครอบคลุม ทฤษฎีการเรียนรู้ บทบาทห้องสมุด การเปลี่ยนแปลงในองค์กร คอมพิวเตอร์เน็ตเวิร์ก อินฟอเมชันเน็ตเวิร์ก การอบรมเป็นความสำเร็จอย่างหนึ่งในการนำอินเทอร์เน็ตมาใช้ในองค์กร ในการสอนให้เกิดการเรียนรู้และความชำนาญ ผู้เข้าอบรมมีส่วนร่วมตามแผนการอบรม และเปลี่ยนรูปแบบการทำงานในองค์กร