

บทที่ 1
บทนำ



ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เมื่อระยะเวลาราว 5-6 ปีที่ผ่านมา มีคำศัพท์คำใหม่คำหนึ่งเกิดขึ้น และกลายเป็นคำที่ได้กล่าวถึงกันอย่างกว้างขวาง และก่อให้เกิดผลกระทบต่างๆขึ้นอย่างมากมาย นั่นก็คือคำว่าโลกาภิวัตน์ที่มาจากภาษาอังกฤษว่า Globalization

คำคำนี้บอกถึงโลกที่กำลังก้าวเข้าสู่ภาวะไร้พรมแดน อันเนื่องมาจากวิวัฒนาการอันก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่ทำให้คนเราสามารถติดต่อสื่อสารกันได้โดยไม่มีข้อจำกัดด้านเวลาและระยะทาง และการพัฒนาผลผลิตคอมพิวเตอร์เข้ากับเครือข่ายสื่อสารโทรคมนาคม ก็ทำให้เกิดคำใหม่ขึ้นอีกคำหนึ่งก็คือทางด่วนข้อมูลหรือ Information - Superhighway

"ทางด่วนข้อมูล คือจินตนาการแบบใหม่ของมนุษย์โลกที่ถูกทำนายไว้ว่าจะเป็นหลักไมล์วิตรระยะทางการก้าวเข้าสู่โฉมใหม่ในประวัติศาสตร์โลก ยุคที่ผู้คนติดต่อสื่อสารกันผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่เชื่อมต่อกันด้วยเครือข่ายสื่อสารความเร็วสูง" (กองบรรณาธิการนิตยสารคู่แข่ง:2539)

แนวคิดเกี่ยวกับยุคโลกาภิวัตน์นั้นกล่าวไว้ว่า ผู้คนในยุคโลกาภิวัตน์ จะมีวิถีชีวิตแบบใหม่ ที่สามารถติดต่อสื่อสารพูดคุยกันได้ทุกแห่งทุกหน และด้วยเทคโนโลยีมัลติมีเดียที่สามารถนำข้อมูล ภาพและเสียงส่งผ่านทางด่วนแบบใหม่ไปได้ทุกหนทุกแห่งที่เชื่อมต่อเข้ากับเครือข่ายนี้

คือตัวใหม่ที่ช่วยสานฝันของการสื่อสารแบบไร้พรมแดนในลักษณะของหมู่บ้านโลกให้กับมวลมนุษยชาติและส่งผลกระทบอย่างกว้างขวางต่อระบบและรูปแบบการสื่อสารในปัจจุบันที่กำลังพูดถึงอยู่นี้ก็คือสื่ออินเทอร์เน็ต (Internet)

อินเทอร์เน็ตเป็นเทคโนโลยีเครือข่ายที่เป็นการเชื่อมเครือข่ายย่อยๆ เข้าด้วยกันทั่วโลก จนกลายเป็นเครือข่ายที่ใหญ่และกว้างขวางที่สุดในโลก เป็นสื่อที่สื่อได้ทั้งข้อความ ภาพ และเสียง ซึ่ง

ถือได้ว่าเป็นการรวบรวมบางส่วนของสื่อหนังสือ วิทยุและโทรทัศน์เข้าด้วยกัน และกลายเป็นช่องทาง การสื่อสารที่ทันสมัยที่สุดในยุคนี้

อินเทอร์เน็ตก่อกำเนิดขึ้นเป็นครั้งแรกในปีพ.ศ 2512 โดยมีพัฒนาการมาจากอาร์พาเน็ต (ARPA net) ซึ่งเป็นเครือข่ายคอมพิวเตอร์ภายใต้ความรับผิดชอบของอาร์พา (Advance Research Project Agency) ในสังกัดกระทรวงกลาโหมของสหรัฐอเมริกา โดยในขั้นต้นเป็นเพียงเครือข่ายทดลองที่ตั้งขึ้นเพื่อสนับสนุนงานวิจัยด้านการทหาร อาร์พาได้จัดสรรทุนวิจัยเพื่อทดลองสร้างเครือข่ายให้คอมพิวเตอร์สามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันได้โดยเริ่มต้นงานวิจัยในเดือน มกราคม พ.ศ 2512

รูปแบบเครือข่ายอาร์พาเน็ตไม่ได้เชื่อมต่อโฮสต์คอมพิวเตอร์เข้าถึงกันโดยตรง หากแต่ใช้คอมพิวเตอร์เชื่อมถึงกันทางสายโทรศัพท์เพื่อทำหน้าที่ด้านการสื่อสารโดยเฉพาะ ต่อมาอาร์พาได้วางแผนการขยายเครือข่ายและเปิดการเชื่อมต่อเข้ากับเครือข่ายอื่นโดยใช้โปรโตคอลชื่อว่าทีซีพี/ไอพี (TCP/IP) ซึ่งย่อมาจาก Transmission Control Protocol / Internet Protocol

ในปลายปี 2526 อาร์พาเน็ตถูกแบ่งแยกออกเป็นสองเครือข่ายคือเครือข่ายด้านการวิจัย และเครือข่ายด้านกองทัพ เครือข่ายด้านงานวิจัยยังคงใช้ชื่ออาร์พาเน็ตอยู่เช่นเดิม ส่วนเครือข่ายกองทัพมีชื่อเรียกใหม่ว่ามิลเน็ต (Milnet)

ในปี 2533 อาร์พาเน็ตถูกปลดระวางลงเนื่องจากสมรรถนะของเครือข่ายไม่พอเพียงที่จะรับภาระการสื่อสารหลักของอินเทอร์เน็ตอีกต่อไป และเอ็นเอสเอฟเน็ตได้กลายเป็นเส้นทางหลักของการสื่อสารแทน ปัจจุบันโครงสร้างพื้นฐานของเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในสหรัฐอเมริกาอยู่ภายใต้การดูแลของบริษัทเอ็มซีไอ สปรินท์ และเอเอ็นเอส / เอโอแอล (AOL = America Online) โดยมีเครือข่ายหลักและเครือข่ายย่อยๆเกิดขึ้นอีกมากมายในสหรัฐ รวมทั้งเครือข่ายที่ให้บริการในเชิงพาณิชย์โดยตรง จากนั้น อินเทอร์เน็ตก็ได้ขยายตัวไปสู่ประเทศต่างๆทั่วโลกอย่างรวดเร็ว²

ในช่วงหนึ่งปีให้หลังของการเปลี่ยนมาใช้ทีซีพี/ไอพี มีจำนวนโฮสต์ในอินเทอร์เน็ตรวมกัน 213 โฮสต์ ในเดือนสิงหาคม พ.ศ 2529 จำนวนโฮสต์ในอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นเป็น 1,024 โฮสต์ และในเดือนมกราคมปีพ.ศ 2536 จำนวนโฮสต์ในอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นไปกว่า 1,000,000 โฮสต์ ในแต่ละ

² วิทยา เรื่องพรวิรุทธ์.คู่มืออินเทอร์เน็ต 2538

วันจะมีโฮสต์เพิ่มเข้าสู่ระบบและมีผู้ใช้รายใหม่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง จำนวนโฮสต์โดยประมาณภายในอินเทอร์เน็ตนับจากปี พ.ศ 2524 ถึง 2537 มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นแบบเอ็กโปเนนเชียล

นับตั้งแต่ปีพ.ศ 2529 จำนวนโฮสต์ในอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นมากกว่าสองเท่าตัวในทุกๆปี และยังคงเพิ่มขึ้นอย่างไม่หยุดยั้ง จำนวนโฮสต์โดยประมาณในปี พ.ศ 2538 คาดว่ามีประมาณหก ล้านเครื่องและมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า 30 ล้านคน โดยมีการขยายตัวในอัตรา 10-15 % ต่อเดือน

อัลเบิร์ต กอร์ รองประธานาธิบดีสหรัฐฯ ในรัฐบาลของประธานาธิบดี บิล คลินตัน เป็นผู้สนใจในเรื่องเครือข่ายคอมพิวเตอร์เป็นอย่างมาก เมื่อครั้งที่ดำรงตำแหน่งวุฒิสมาชิกในรัฐบาลประธานาธิบดีจอร์จ บุช ก็ได้ผลักดันโครงการเครือข่ายคอมพิวเตอร์ความเร็วสูง หรือทางด่วนสารสนเทศ (Information Superhighway) ให้สามารถส่งผ่านข้อมูลด้วยความเร็วสูงระดับกิกะบิต/วินาที (พันล้านบิตต่อวินาที) รัฐบาลสหรัฐฯให้ทุนวิจัยและพัฒนาทางด่วนข้อมูลด้วยงบประมาณราว 3 หมื่นล้านบาท นอกจากนี้แล้วทางด้านประเทศในกลุ่มประชาคมยุโรป ญี่ปุ่น และออสเตรเลียต่างก็เร่งทำวิจัยและพัฒนาเพื่อแข่งขันในโครงการทางด่วนข้อมูลด้วยเช่นกัน

สำหรับประเทศไทยรัฐบาลได้ประกาศให้ปี พ.ศ.2538 เป็นปีแห่งเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology Year) เนื่องจากตระหนักถึงความสำคัญของเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และการสื่อสารข้อมูล ในขณะเดียวกันก็มีการดำเนินการจัดวางเครือข่ายความเร็วสูงโดยใช้ใยแก้วนำแสงเป็นสายสื่อสาร

พัฒนาการของอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยนั้นเริ่มขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ.2530 โดยเริ่มที่มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่เป็นแห่งแรก และสถาบันเทคโนโลยีแห่งเอเชีย ภายใต้ความร่วมมือระหว่างไทยและออสเตรเลียในช่วงเวลาต่อมา ซึ่งในขณะนั้นยังไม่ได้มีการเชื่อมต่อแบบออนไลน์ หากแต่เป็นการแลกเปลี่ยนข่าวสารผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ด้วยระบบ Msnet และ UUCP โดยทางออสเตรเลียจะโทรศัพท์เชื่อมต่อเข้ามาสู่ระบบวันละ2ครั้ง

ในปีถัดมา เนคเทคซึ่งอยู่ภายใต้กระทรวงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและการพลังงาน (ชื่อเดิมในขณะนั้น) ได้จัดสรรทุนดำเนินโครงการเครือข่ายคอมพิวเตอร์ของสถาบันอุดมศึกษาโดยแบ่งโครงการออกเป็น2 ระยะ การดำเนินการในระยะแรกเป็นการเชื่อมโยง 4 หน่วยงาน ได้แก่ กระทรวงวิทยาศาสตร์ ฯจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, สถาบันเทคโนโลยีแห่งเอเชีย และสถาบัน

เทคโนโลยีพระจอมเกล้า วิทยาเขตเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ระยะที่สองเป็นการเชื่อมต่อสถาบันอุดมศึกษาที่เหลือคือ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า วิทยาเขตธนบุรี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าวิทยาเขตพระนครเหนือ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยขอนแก่น และมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่

เดือนธันวาคม พ.ศ.2534 คณะทำงานของเนคเทคร่วมกับกลุ่มอาจารย์ และนักวิจัยจากสถาบันอุดมศึกษาได้ก่อตั้งกลุ่ม NEWgroup (NECTEC E-mail Working Group) เพื่อประสานงานและแลกเปลี่ยนข้อมูลด้วยจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ โดยยังคงอาศัยสถาบันเทคโนโลยีแห่งเอเชียเป็นทางออกสู่อินเทอร์เน็ตผ่านทางออสเตรเลีย

เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2535 สำนักวิทยบริการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้เข้าร่วมจรดสื่อสารความเร็ว 9600 บิตต่อวินาที จากการสื่อสารแห่งประเทศไทยเพื่อเชื่อมต่อเข้าสู่อินเทอร์เน็ตที่บริษัทยูเน็ตเทคโนโลยี ประเทศสหรัฐอเมริกา ภายใต้ข้อตกลงกับเนคเทคในการพัฒนาเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของสถาบันอุดมศึกษาเพื่อร่วมใช้วงจรสื่อสารจนกระทั่งเดือนธันวาคมปีเดียวกัน มีหน่วยงาน 6 แห่งที่เชื่อมต่อออนไลน์โดยสมบูรณ์ได้แก่เนคเทค จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีแห่งเอเชีย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์และมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เครือข่ายที่ก่อตั้งมีชื่อว่าเครือข่ายไทยสาร (ThaiSarn : Thai Social / Scientific, Academic and Research Network) หรือไทยสารอินเทอร์เน็ต³

ในปีพ.ศ. 2536 เนคเทคได้เข้าร่วมจรดสื่อสารความเร็ว 64 กิโลบิตต่อวินาทีจากการสื่อสารแห่งประเทศไทย เพื่อเพิ่มความถาวรในการขนส่งข้อมูล ทำให้ประเทศไทยมีวงจรสื่อสารระหว่างประเทศที่ให้บริการแก่ผู้ใช้ไทยสารอินเทอร์เน็ต 2 วงจร ปัจจุบันวงจรเชื่อมต่อไปต่างประเทศที่จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยและเนคเทคได้รับการปรับปรุงให้มีความเร็วสูงขึ้นตามลำดับ

นับตั้งแต่นั้นมาเครือข่ายไทยสารได้ขยายตัวกว้างขึ้นและมีหน่วยงานอื่นเชื่อมต่อเข้ากับไทยสารหลายแห่ง ในระงศ์ต่อมากลุ่มสถาบันอุดมศึกษาประกอบด้วย สำนักวิทยบริการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีแห่งเอเชีย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ ได้รวมตัวกันเพื่อแบ่งส่วนค่าใช้จ่ายวงจรสื่อสารโดยเรียกชื่อกลุ่มว่าไทยเน็ต (THAInet)

³ กองบรรณาธิการ: [ไอทีซอฟต์แวร์](http://www.ict.go.th) 2539

ต่อมาภาคเอกชนได้มีการก่อตั้งบริษัทให้บริการอินเทอร์เน็ตแก่ภาคเอกชนและบุคคลทั่วไป
ขึ้น โดยปัจจุบันมีหลายบริษัทที่ให้บริการโดยผู้ใช้บริการจะต้องเสียค่าธรรมเนียมเป็นรายเดือน
ตามรูปแบบของการใช้บริการ จะเห็นได้ว่าในปัจจุบันอินเทอร์เน็ตได้เปลี่ยนสภาพจากการเป็นเครือ
ข่ายเพื่อการวิจัยไปเป็นเครือข่ายมวลชนที่มีผู้ใช้ทั่วโลก และกลายเป็นเครื่องมือสื่อสารในยุคใหม่
ของผู้ใช้คอมพิวเตอร์ เป็นเครือข่ายที่มีขอบเขตครอบคลุมทั่วโลก และสิ่งที่ทำให้อินเทอร์เน็ตเป็น
เรื่องง่ายขึ้นและเป็นที่น่าสนใจมากขึ้นด้วยลักษณะของมัลติมีเดีย ก็คือบริการข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต
เน็ตที่เรียกว่า เวิลด์ ไวลด์ เว็บ (WWW)

เวิลด์ไวลด์เว็บ เครือข่ายใยแมงมุม

เวิลด์ ไวลด์ เว็บ เป็นบริการข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตที่ได้รับความนิยมสูงในปัจจุบัน จุดเด่น
ของเวิลด์ ไวลด์ เว็บที่มีเหนือบริการอื่นๆในอินเทอร์เน็ตได้แก่ความง่ายในการใช้งาน และรูปแบบ
การแสดงผลแบบไฮเปอร์เท็กซ์ที่เชื่อมโยงจากข้อมูลชุดหนึ่งไปสู่อีกชุดหนึ่งซึ่งอาจอยู่ในศูนย์บริการ
ข้อมูลเดียวกันหรือต่างศูนย์กัน ข้อมูลใน เวิลด์ ไวลด์ เว็บ มีทั้งข้อความปกติหรือแบบมัลติมีเดียที่
ประกอบไปด้วยเสียง ภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว

และด้วยข้อดีของอินเทอร์เน็ตที่เป็นช่องทางของการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพสูง การ
ลงโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ตจึงเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการทำธุรกิจและในการสื่อสารกับผู้บริโภค
อินเทอร์เน็ตกลายเป็นเขตการค้าเสรีที่สามารถมีลูกค้าได้จากทั่วทุกมุมโลก สิ่งที่แสดงบนอินเทอร์เน็ต
มีทั้งข้อความ รูปภาพ และเสียงรวมทั้งภาพเคลื่อนไหว ข้อมูลสามารถเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว
ตลอดเวลา ลูกค้าสามารถเลือกดูสินค้าหรือบริการตลอดจนหาข้อมูลต่างๆได้จนกระทั่งพอใจ
สามารถสั่งซื้อสินค้าไปจนกระทั่งชำระเงินผ่านเครือข่ายได้อย่างง่ายดายและรวดเร็ว การค้าชนิด
ใหม่เช่นนี้มีชื่อเรียกว่า E-Commerce ซึ่งปัจจุบันได้พัฒนาขีดความสามารถในการให้บริการด้วย
มาตรฐานความปลอดภัยทางการเงินในคอมพิวเตอร์ในรูปแบบต่างๆ

การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากการสื่อสารแบบใหม่นี้ ก่อให้เกิดความสนใจและกลายเป็นที่
ยอมรับกันอย่างกว้างขวางในประเทศไทย องค์กรต่างๆทั้งภาครัฐและเอกชนใช้อินเทอร์เน็ตเป็นอีก
ช่องทางหนึ่งในการโฆษณาประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์ให้แก่องค์กร

สำนักงานที่ปรึกษาความเสียหายทางเศรษฐกิจและการเมือง (PERC) ในสิงคโปร์ได้กล่าวไว้
ในรายงานที่ชื่อว่า The Internet in Asia ว่า ไทยเป็นประเทศที่ได้ชื่อว่ามีสื่อสิ่งพิมพ์ที่ดีที่สุดในเอ

เซีย และอินเทอร์เน็ตก็มีความสอดคล้องกับสื่อดังกล่าว แม้ว่าการใช้อินเทอร์เน็ตในไทยจะยังไม่แพร่หลาย หรือยังไม่เป็นไปในเชิงพาณิชย์เท่ากับฮ่องกง แต่ในแง่ของคุณภาพของระบบนับได้ว่าประเทศไทยดีกว่า เพราะระบบดังกล่าวถูกสร้างขึ้นมาเพื่อเชื่อมต่อกับมหาวิทยาลัย และสถาบันด้านเทคนิคทั่วประเทศ ทั้งยังมีบุคลากรที่มีความรู้เกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตเป็นจำนวนมากอีกด้วย

นิตยสารเอเชียวีค⁴ ได้เสนอข้อมูลเกี่ยวกับตลาดอินเทอร์เน็ตเชิงพาณิชย์ทั่วโลกว่ามีมูลค่าเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดดทุกปี จากปี 1994 ซึ่งมีมูลค่ารวมทั้งสิ้นเพียง 8 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ได้เพิ่มขึ้นเป็น 436 ล้านดอลลาร์ในปี 1995 2,900 ล้านดอลลาร์ในปี 1996 13,000 ล้านดอลลาร์ในปี 1997 และ 45,800 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 1998 C.Lynch และ Leslie Lundquist ได้คาดการณ์ไว้ว่า ในปี ค.ศ. 2000 จะมีมูลค่าของการชำระเงินซื้อสินค้าในลักษณะของเงินอิเล็กทรอนิกส์ถึง 600 พันล้านดอลลาร์ และจะเพิ่มมูลค่าขึ้นถึง 1,250 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2005

พัฒนาการด้านต่างที่เกิดขึ้น ทั้งทางด้านเทคโนโลยีและการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคโลกาภิวัตน์ ตอบรับและเอื้อต่อการใช้ประโยชน์สื่ออินเทอร์เน็ตทั้งในด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ เพราะอินเทอร์เน็ตเป็นเทคโนโลยีแบบปลายเปิดที่เปิดโอกาสให้มีการพัฒนาการในรูปแบบใหม่ๆ ต่างๆ เข้ามาเสริมประสิทธิภาพของสื่ออยู่ตลอดเวลา การรับรู้ข้อมูลเป็นลักษณะของการสื่อสารแบบโต้ตอบกันได้ (Interactive) มีค่าใช้จ่ายที่ถูกกว่าสื่ออื่นๆ เนื่องจากสร้างงานโฆษณาเพียงชิ้นเดียวสามารถเปิดดูได้ไม่จำกัดจำนวน ทำให้บริษัทเล็กที่มีทุนน้อยมีโอกาสในการขายสินค้าของตนได้เท่าเทียมกับบริษัทใหญ่ อีกทั้งยังสามารถตรวจนับจำนวนผู้เข้ามาดูงานโฆษณาชิ้นนั้นได้อีกด้วยจนอาจกล่าวได้ว่า สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นการปฏิวัติครั้งยิ่งใหญ่ของรูปแบบการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์

ในการประชุม World Advertising Congress ที่กรุงโซล ประเทศเกาหลีใต้ ผู้เข้าร่วมประชุมมีความเห็นที่สอดคล้องกันว่า ผู้ผลิตสินค้าและตัวแทนโฆษณาควรประชาสัมพันธ์สินค้าและโฆษณาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เพราะชนชั้นกลางของเอเชียกำลังมีการขยายตัว โดยเฉพาะกลุ่มคนหนุ่มสาว พวกเขาให้ความสนใจเวปไซด์ ไวลด์ เว็บอย่างมาก ทั้งนี้วัยรุ่นจากเอเชียซึ่งมีจำนวนมากกว่าคนวัยอื่น กำลังพัฒนารสนิยมในการบริโภคจากทั่วโลก และเป็นกลุ่มที่ถูกเรียกว่า ไชเบอร์เจเนอเรชัน (Cyber Generation)

⁴ อ้างถึงใน กรุงเทพธุรกิจ, 2538 : 17

อินเทอร์เน็ตกับวงการโฆษณา

สำหรับในส่วนของนักโฆษณา ต่างก็มีความคิดเห็นที่แตกต่างกันไปสำหรับสื่ออินเทอร์เน็ต นักโฆษณาในต่างประเทศอย่าง Michael Mosszynski แห่งบริษัท M&Sachi ไม่เห็นด้วยกับการที่จะพิจารณาว่าสื่ออินเทอร์เน็ตจะเป็นสื่อโฆษณาตัวใหม่ที่ดีได้ เนื่องจากลักษณะของสื่อ เหมาะสมที่จะใช้เป็นสื่อในการสื่อสารที่มีความเป็นส่วนตัวสูงมากกว่า คนเข้ามาในอินเทอร์เน็ตเพียงเพื่อจะหาข้อมูล และพวกเขาไม่ได้อยู่ในสถานะของผู้ชมที่ถูกนำข่าวสารมาให้ ดังนั้นการโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตจึงไม่ได้ผล ในอีกแง่มุมหนึ่ง David Carlic แห่ง Poppe Tyson เห็นว่านักโฆษณาลาภเชื่อถือถึงข้อมูลที่ได้จากสื่ออินเทอร์เน็ตนี้ได้มากกว่าข้อมูลที่ได้จากสื่อแบบเก่า เพราะมันจะสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมาย สาเหตุ และกระบวนการตัดสินใจของกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี

ในส่วนของนักโฆษณาไทย ศศิ วัฒนพานิช ผู้อำนวยการฝ่ายสร้างสรรค์ของบริษัทเดนดู ยังก์ แอนด์ รุบีแคม จำกัด กล่าวว่า " อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่ให้ข้อมูลลึก ผู้ที่จะทำโฆษณาต้องเตรียมตัว ต้องมีศาสตร์และศิลป์ในการทำ ต้องรู้ว่าจะโฆษณาอะไร เราต้องการจะบอกอะไรแก่ผู้บริโภค แล้วจะวางกลยุทธ์อย่างไร " และยังเห็นว่าหากบริษัทตัวแทนโฆษณาไม่เริ่มที่จะให้ความสำคัญกับสื่อนี้ นักโฆษณาอาจจะหมดหนทางทำอาชีพ หรืออาจจะไม่เป็นหนึ่งในยุคการสื่อสารนี้ ตลาดอาจจะไม่ได้เป็นของเอเจนซีโฆษณาแล้ว เพราะผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย (ISP) นั้นมีความรู้ในด้านเทคโนโลยีและสามารถทำโฆษณาหรือเว็บไซต์ให้กับลูกค้าเองได้

ในปัจจุบันในประเทศไทยมีธุรกิจจำนวนมากที่มีหน้าโฆษณาของตนบนเครือข่าย เวิลด์ไวด์เว็บ ในอินเทอร์เน็ต และเกิดธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์บนอินเทอร์เน็ตอีกเป็นจำนวนมาก เช่น บริษัทที่รับออกแบบหน้าโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต บริการให้เช่าพื้นที่โฆษณา บริษัทที่รับออกแบบและวางระบบอินเทอร์เน็ต ดังนั้นจึงเป็นเรื่องที่น่าคิดว่าในอนาคต อินเทอร์เน็ตจะมีบทบาทในวงการโฆษณามากน้อยเพียงใด องค์การธุรกิจ จะเห็นความสำคัญและนำมาใช้มากน้อยเพียงใด เทคโนโลยีและการโฆษณาจะมีการพัฒนาการในลักษณะใด

ท่ามกลางวิวัฒนาการทางเทคโนโลยีที่เจริญรุดหน้าไปอย่างรวดเร็ว แนวโน้มในอนาคตของสื่ออินเทอร์เน็ต ในฐานะสื่อโฆษณาแห่งยุคโลกาภิวัตน์ เป็นสื่อที่น่าจับตามองว่าจะเป็นไปเช่นใด เพื่อที่เราจะได้เตรียมพร้อมรับมือกับความเปลี่ยนแปลงต่างๆที่จะเกิดขึ้น ดังเช่นที่มีผู้พยากรณ์ไว้ว่า ในปี ค.ศ.2000 นั้นจะเกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งยิ่งใหญ่ในสังคมโลก

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาสภาพของการใช้เว็ลด์ไวลด์เว็บทางอินเทอร์เน็ตเพื่อการโฆษณาในช่วงปลายปี พ.ศ. 2540
2. เพื่อคาดการณ์ถึงการใช้เว็ลด์ไวลด์เว็บทางอินเทอร์เน็ตเพื่อการโฆษณาในอนาคต
3. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของความนิยมในการใช้เว็ลด์ไวลด์เว็บทางอินเทอร์เน็ตเพื่อการโฆษณา

ปัญหำวิจัย

1. สภาพของการใช้เว็ลด์ไวลด์เว็บทางอินเทอร์เน็ตเพื่อการโฆษณาในประเทศไทยในช่วงปลายปี 2540 เป็นอย่างไร
2. ภาพรวมของการใช้เว็ลด์ไวลด์เว็บทางอินเทอร์เน็ตเพื่อการโฆษณาในอนาคตจะเป็นไปในลักษณะใด
3. ประเทศไทยมีแนวโน้มในการนำอินเทอร์เน็ตมาใช้ในการโฆษณามากน้อยเพียงใดในอนาคต

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาคั้งนี้มุ่งศึกษาถึงแนวโน้มตามทัศนะของผู้เชี่ยวชาญในการใช้เว็ลด์ไวลด์เว็บทางอินเทอร์เน็ตเพื่อการโฆษณาขององค์กรหรือหน่วยงานในประเทศไทยเท่านั้น

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อสามารถนำข้อมูลจากผลการวิจัยมาใช้คาดการณ์แนวโน้มของการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการโฆษณาในอนาคต
2. เพื่อให้เข้าถึงปัจจัยที่ทำให้เกิดการนำสื่ออินเทอร์เน็ตมาใช้ในการโฆษณาทั้งในปัจจุบันและอนาคต
3. เพื่อเป็นแนวทางแก่วงการโฆษณาในการนำสื่ออินเทอร์เน็ตมาใช้ในการโฆษณาอย่างมีประสิทธิภาพ

นิยามศัพท์

1. ทางด่วนข้อมูล หมายถึงระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ผ่านเส้นใยนำแสง ทำให้สามารถสื่อสารข้อมูล รวมทั้งภาพและเสียง ผ่านคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล ที่เชื่อมโยงกับเครือข่ายโทรศัพท์ทั่วโลกได้อย่างรวดเร็ว

2. เทคโนโลยีสารสนเทศ หมายถึงการค้นคิด และพัฒนาความสามารถของคอมพิวเตอร์ ไมโครอิเล็กทรอนิกส์ และการสื่อสารโทรคมนาคม ที่ทำให้มนุษย์เราสามารถสร้าง, เก็บ และสื่อสารข้อมูลข่าวสารได้อย่างกว้างขวาง และสะดวกรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

3. อินเทอร์เน็ต (Internet) หมายถึงระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่ที่เกิดขึ้น เนื่องจากการเชื่อมโยงเครือข่ายย่อยต่างๆทั่วโลกไว้ด้วยกัน จนกลายเป็นเครือข่ายที่กว้างใหญ่ไพศาล มีการติดต่อสื่อสารแลกเปลี่ยนข้อมูล การค้นหาฐานข้อมูล รวมทั้งกลุ่มสนทนาและข่าวสารต่างๆ

4. อินเทอร์แอกทีฟ (Interactive) หมายถึงระบบคอมพิวเตอร์และมัลติมีเดีย โดยมีลักษณะการใช้งานที่เปิดโอกาสให้ผู้ใช้งานมีปฏิสัมพันธ์กับคอมพิวเตอร์ สามารถโต้ตอบด้วยการเลือกทางเลือก ตั้ง หรือตอบคำถามต่างๆได้

5. เวิลด์ไวด์เว็บ (World Wide Web) หมายถึงระบบการจัดการข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยใช้การเชื่อมโยงแบบ Hypertext ด้วยการชี้ตัวชี้ตำแหน่งไปที่ข้อความที่เน้นบนจอคอมพิวเตอร์และกดคลิก ผู้ใช้สามารถข้ามจากแฟ้มหนึ่งไปยังอีกแฟ้มหนึ่งได้โดยไม่ต้องเสียเวลา

6. โฮมเพจ (Home Page) หมายถึงหน้าที่เป็นหน้าจอกแรกของแหล่งข้อมูล เปรียบเสมือนหน้าโฆษณาอันเป็นหน้าบ้านที่จะเชื้อเชิญให้เข้าไปชมรายละเอียดต่างๆของแหล่งข้อมูลนั้นๆ