

**การประยุกต์ใช้ Internet**  
**ผศ.สุพล พรหมมาพันธุ์**  
**คณะสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม**

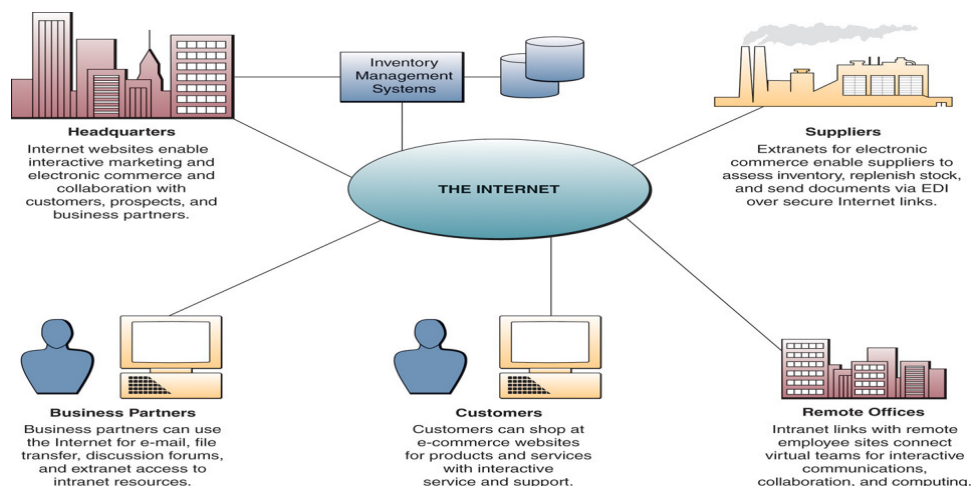
(ลงตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์ Telecom Journal ราชสีปดาห์ ฉบับวันที่ 30 เมษายน – 6 พฤษภาคม พ.ศ. 2550 หน้า 18)

**อินเทอร์เน็ต (Internet)** หรือบางครั้งเรียกว่า **Net** หมายถึง การเชื่อมโยงเครือข่ายคอมพิวเตอร์ทั่วโลกเข้าด้วยกันเป็นจำนวนหลายล้านเครือข่ายไม่ว่าจะเป็นด้านธุรกิจ หน่วยงานของรัฐบาล สถาบันการศึกษา หน่วยงานวิจัย หรือเครือข่ายส่วนบุคคล ซึ่งแต่ละเครือข่ายที่อยู่บนอินเทอร์เน็ตจะมีการจัดการเกี่ยวกับทรัพยากร การให้บริการด้านสินค้า และการให้เข้าถึงข้อมูลสารสนเทศของตนผ่านอินเทอร์เน็ต วิวัฒนาการของอินเทอร์เน็ตมีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วมาก นับตั้งแต่ปี 1990 เป็นต้นมา และได้กลายมาเป็นเครือข่ายที่ใหญ่ที่สุด และมีการเชื่อมต่อเป็นทางด่วนสารสนเทศ (Information Superhighway) ในเวลาต่อมา ปัจจุบันเชื่อกันว่ามีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า 200 ประเทศทั่วโลก และได้ขยายไปสู่การบริการด้านธุรกิจ บันเทิง การทำงานร่วมกันในองค์กร และระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น อินเทอร์เน็ตเกิดมาจากการวิจัย และการพัฒนาเครือข่ายที่เรียกว่า ARPANET ในปี 1969 โดยกระทรวงกลาโหมของสหรัฐ โดยมีการเชื่อมโยงระหว่างบริษัท, หน่วยงานทางวิชาการ, ผู้วิจัยในหน่วยงานของรัฐบาล สามารถติดต่อสื่อสารกันด้วยการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-Mail), มีการใช้ข้อมูลร่วมกัน, ใช้ทรัพยากรคอมพิวเตอร์ร่วมกัน อินเทอร์เน็ตมีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว มีเครื่องคอมพิวเตอร์เครือข่ายมากกว่า 30 ล้านเครื่อง มีผู้ใช้มากกว่า 100 ล้านคนในปี 1998 มีการใช้คอมพิวเตอร์เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตทุก 30 นาที และ เครือข่ายคอมพิวเตอร์ขยายสูง 10 % ในแต่ละเดือน นอกจากนี้ ปัจจุบันมีการใช้อินเทอร์เน็ตในภาคธุรกิจกันอย่างแพร่หลาย ไม่ว่าจะเป็นการทำวิจัยคู่แข่ง, การจัดการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า, และการนำไปใช้เพื่อการสนับสนุนพ่อค้า หรือแม้กระทั่งการซื้อการขายผลิตภัณฑ์ประเภทต่างๆ รวมไปถึงการให้บริการด้วย ซึ่งพอประมวลได้ดังต่อไปนี้ คือ :

**1. การสื่อสารและการทำงานร่วมกัน (Communications and Collaboration)** ในที่นี้หมายถึงรวมถึงการเชื่อมโยงกันทั้งอินเทอร์เน็ต อินทราเน็ต และเอ็กทราเน็ต ซึ่งช่วยเป็นประโยชน์ในการให้การสนับสนุนการสื่อสารแบบไร้พรมแดนหรือเป็นลักษณะของระบบคอมพิวเตอร์สามารถโต้ตอบกับผู้ใช้ได้ในทันทีทันใด (Interactive Systems) และมีการทำงานร่วมกันระหว่างพนักงาน, ลูกค้า, ผู้ค้า และหุ้นส่วนทางธุรกิจอื่นๆ ผ่านการทางเว็บไซต์หรือ World Wide Web, การสนทนา (Chat), จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail), แอ่งข่าวอิเล็กทรอนิกส์, การประชุมกลุ่ม, การติดต่อลูกค้า เป็นการทำงานในลักษณะกลุ่มเสมือนจริง (Virtual Teams) นอกจากนี้ ยังมีการประยุกต์ใช้งานในลักษณะของการถ่ายโอนแฟ้มข้อมูล (File Transfer Protocol : FTP) ซึ่งใช้ในการ Upload, Download แฟ้มข้อมูล โปรแกรม, รายงาน, งานวิจัย, บทความ, วารสาร, รูปภาพ , เสียง ต่างๆ จากแหล่งทรัพยากรข้อมูลทั่วโลก

**2. พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce)** เป็นการซื้อขายสินค้าผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ หรือผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ ในส่วนภายในองค์กรมีการเชื่อมโยงผ่านอินทราเน็ต ส่วนภายนอกองค์กรเชื่อมโยงผ่านเอ็กทราเน็ต ปัจจุบันมีการนำเอาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไปใช้อย่างกว้างขวาง คือ ด้านการตลาด, การขาย, การซื้อและการนำไปสนับสนุนด้านผลิตภัณฑ์และบริการ รวมไปถึงการประมวลผลการสั่งซื้อที่เว็บไซต์ของบริษัท โดยปกติแล้ว e-Commerce จะมีการใช้งานผ่านคอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะ (Desktop

Computers) แต่ปัจจุบันสามารถใช้งานได้กับคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์แบบมือถือ เช่น PDA, Smart Phone, Palmtop, Pocket PC โดยสามารถเข้าถึงข้อมูลบนเว็บไซต์แบบไร้สาย (Web Wirelessly) ลักษณะการใช้งานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านคอมพิวเตอร์มือถือเรียกว่า m-Commerce ในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั้น ผู้ใช้หรือบริษัทสามารถนำเอาไปประยุกต์ใช้งานผ่านอินเทอร์เน็ตหลายด้านได้แก่ การเลือกซื้อสินค้า, การลงทุน, การให้บริการในระบบธนาคาร หรือบางคนอาจใช้เพื่อสั่งซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการอื่นๆ บนเว็บไซต์ ตัวอย่างเช่น การสั่งซื้อดอกไม้, หนังสือ, คอมพิวเตอร์, ซีดีเพลง ภาพยนตร์, ยารักษาโรค, รถยนต์, จอแก้ว เครื่องบิน, จอแก้วขมดนตรี ตลอดจนการลงทุนส่วนบุคคล คือ การสั่งซื้อและขายหุ้นผ่านคอมพิวเตอร์ออนไลน์ โดยไม่ต้องผ่านนายหน้า (Gary B. Shelly : 2006 : 91) นอกจากนี้ ยังมีการใช้การสืบเปลี่ยนข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Data Interchange : EDI) เช่น ตัวอย่างของบริษัท Dakota Imaging มีการนำเอาระบบ EDI มาใช้เพื่อจัดการเอกสารและภาพกราฟิกส์บนเว็บ และยังรวมไปถึงนำมาช่วยในเรื่องการบริการเกี่ยวกับการประกัน สุขภาพ, การบริการด้านการเงิน, การดำเนินการเรื่องการสั่งซื้อสินค้าผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น สำหรับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นี้ยังมีการนำมาใช้ในด้านการโอนเงินผ่านธนาคาร (Electronic Fund Transfer :EFT) อีกด้วย ตัวอย่างของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น บริษัท FedEx and UPS ทั้ง 2 บริษัทเป็นผู้นำทางด้านรับส่งสินค้าพัสดุภัณฑ์หรือหีบห่อผ่านทางอินเทอร์เน็ต โดย FedEx เริ่มใช้อินเทอร์เน็ตตั้งตั้งแต่ปี 1994 และหลังจากนั้นอีก 6 เดือน UPS ก็ได้พัฒนานำระบบอินเทอร์เน็ตมาใช้เช่นกัน และสำเร็จลงในปี 1996 บริษัททั้ง 2 นี้ได้พัฒนากระบวนการของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และพัฒนาการประยุกต์ใช้การขนส่งทางไกลโดยใช้เทคโนโลยี อินเทอร์เน็ต อินทราเน็ต และเอ็กทราเน็ต มีการจัดตั้งการวางแผนระยะยาวในการวางแผนงานทางธุรกิจ โดยการให้บริการแก่ลูกค้าในลักษณะโต้ตอบกับลูกค้าได้ และมีการดำเนินงานผ่านระบบออนไลน์



ภาพแสดงการประยุกต์ใช้อินเทอร์เน็ตในธุรกิจ (James A. O'Brien : 2006 : 179)

3. ปฏิสัมพันธ์ทางการตลาด (Interactive Marketing) หมายถึง การทำการตลาดโดยเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง มีการใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต ซึ่งเครื่องคอมพิวเตอร์สามารถโต้ตอบกับลูกค้าได้ สามารถสร้างผลิตภัณฑ์ที่เป็นมัลติมีเดียแคตตาล็อก และการโฆษณาผลิตภัณฑ์ประเภทต่างๆ บนอินเทอร์เน็ตได้ ทำให้ลูกค้า

สามารถเลือกดูรายการสินค้า การโฆษณาสินค้าต่าง ๆ จากอินเทอร์เน็ต ทำให้การตลาดเป็นไปอย่างกว้างไกลไร้พรมแดน เป้าหมายของปฏิสัมพันธ์ทางการตลาด คือ ทำให้บริษัทได้รับกำไรหรือผลประโยชน์ โดยการใช้เครือข่ายคอมพิวเตอร์เข้ามาอำนวยความสะดวก ทำให้ได้ลูกค้ารายใหม่ๆ เข้ามา ในขณะเดียวกัน เป็นการรักษาฐานลูกค้าเก่าเอาไว้ได้ ซึ่งลูกค้าเก่าเหล่านี้ในที่สุดจะกลายเป็นหุ้นส่วนทางธุรกิจต่อไป สามารถเข้ามาเพิ่มรายการสินค้า หรือสร้างสรรค์สิ่งใหม่ให้เกิดขึ้น, สั่งซื้อสินค้า และช่วยบริษัทในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์และการบริการให้ดีขึ้นกว่าเดิม นอกจากนี้ปฏิสัมพันธ์ทางการตลาด ยังเกี่ยวข้องกับลูกค้า และได้กลายมาเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์, การขนส่ง, และการบริการ ความสามารถต่างๆ เหล่านี้เกิดขึ้นได้ด้วยการใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต ซึ่งรวมไปถึงการสนทนาผ่านเว็บไซต์, การอภิปรายกลุ่มถกเถียงปัญหาเกี่ยวกับสินค้าและบริการ, การกรอกแบบสอบถามผ่านเว็บไซต์, การส่งข้อความเร่งด่วน, และการโต้ตอบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ สุดท้ายที่บริษัทคาดหวังผลลัพธ์จากปฏิสัมพันธ์ทางการตลาด คือ บริษัทได้กำไรมากขึ้นจากระบบปฏิสัมพันธ์ทางการตลาด, ได้แนวความคิดในการพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ขึ้นมา, ได้มูลค่าของการขายสินค้า และที่สำคัญเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าด้วย

**4. กลยุทธ์พันธมิตรหรือสหพันธ์ (Strategic Alliances)** เป็นการเชื่อมโยงหุ้นส่วนบริษัทต่างๆ เข้าด้วยกันด้วยระบบอินเทอร์เน็ตไม่ว่าจะเป็นลูกค้า ร้านค้า ที่ปรึกษา ผู้รับเหมา บริษัทคู่แข่ง ลักษณะการเชื่อมโยงกันนี้อาจรวมไปถึงการรวมตัวกันของบริษัท, การจัดหา, การทำธุรกิจร่วมกันของ 2 บริษัท ซึ่งรวมเรียกว่า**บริษัทเสมือนจริง (Virtual Companies)** หรืออาจเป็นลักษณะการรวมแผนกที่มีลักษณะงานคล้ายคลึงกัน รวมเป็นแผนกเดียวกัน เช่น ฝ่ายบัญชี การเงิน หรือแม้กระทั่งข้อตกลงในการจัดจำหน่ายสินค้าระหว่างธุรกิจและหุ้นส่วนที่ทำการแลกเปลี่ยนสินค้ากัน และแนวโน้มในอนาคตบริษัทขนาดเล็กจะมีการรวมกิจการกัน เหลือเพียงบริษัทใหญ่ๆ ไม่กี่แห่ง ทั้งนี้เพื่อสร้างพันธมิตรและการลดต้นทุนในการทำธุรกิจ ตัวอย่างของการเป็นพันธมิตรกัน เช่น บริษัทที่ทำธุรกิจสายการบินอย่าง British Airways / US Air / KLM / Northwest / Qantas / American Airline ได้รวมตัวเป็นพันธมิตรทางธุรกิจร่วมกัน (James A. O'Brien : 2006 : 494)

ดังนั้น การประยุกต์ใช้ Internet ตามลักษณะดังกล่าวมานี้ เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจหรือบริษัทเป็นอย่างมาก คือ ช่วยให้การติดต่อสื่อสารสะดวกรวดเร็ว ช่วยในการการทำธุรกิจให้มีประสิทธิภาพ ช่วยประหยัดงบประมาณได้, ช่วยในการให้บริการแก่ลูกค้า, ช่วยให้มีรายได้เพิ่มขึ้น, ช่วยในด้านการตลาด และ ช่วยสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า ร้านค้า ที่ปรึกษา ผู้รับเหมา และหุ้นส่วนทางธุรกิจ.



