

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยเรื่องการใช้บริการสารสนเทศบนเว็บไซต์ของกรมพัฒนาธุรกิจการค้าโดยผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้า แนวคิด และทฤษฎี ตลอดจนวรรณกรรม งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งได้รวบรวมข้อมูลมานำเสนอตามลำดับ ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับบริการสารสนเทศธุรกิจ
 - 1.1 ความหมายของบริการสารสนเทศธุรกิจ
 - 1.2 ความสำคัญและบทบาทของบริการสารสนเทศธุรกิจ
 - 1.3 ประเภทของบริการสารสนเทศธุรกิจ
2. แนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกอบการกับการใช้สารสนเทศธุรกิจ
 - 2.1 ความหมายและความสำคัญของผู้ประกอบการ
 - 2.2 การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการ
 - 2.3 กลุ่มผู้ใช้สารสนเทศ
 - 2.4 ความต้องการและการใช้สารสนเทศธุรกิจ
 - 2.5 ปัญหาเกี่ยวกับการใช้สารสนเทศธุรกิจ
3. แนวคิดเกี่ยวกับเว็บไซต์
 - 3.1 ความหมายของเว็บไซต์
 - 3.2 วิธีในการพัฒนาเนื้อหาเว็บไซต์ให้มีประสิทธิภาพ
 - 3.3 คุณลักษณะที่ดีของเว็บไซต์
 - 3.4 หลักการประเมินเว็บไซต์
4. แนวคิดเกี่ยวกับเว็บไซต์ของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับบริการสารสนเทศธุรกิจ

1.1 ความหมายของบริการสารสนเทศธุรกิจ

เมื่อพิจารณาคำว่า “สารสนเทศธุรกิจ” พบว่าประกอบด้วยคำสองคำ ได้แก่ คำว่า “สารสนเทศ” และ “ธุรกิจ” ซึ่งมีนักวิชาการและผู้รู้หลายท่านได้ให้ความหมายไว้ต่างๆ กันดังนี้
 ฅจนานุกรมออกซ์ฟอร์ด (John Simpson & Edmund Weiner 1989: 1003) ได้ให้ความหมายของคำว่าสารสนเทศไว้ดังนี้

1. สารสนเทศเป็นกระบวนการรับข่าวสาร ความรู้หรือข้อเท็จจริง หรือการบอกกล่าวบางสิ่งบางอย่างที่ทำให้ความรู้ของบุคคลเมื่อได้รับข่าวสารนั้นเปลี่ยนแปลงไป (information as process)

2. สารสนเทศ คือความรู้ (information as knowledge) เป็นความรู้ที่เกี่ยวข้องกับข้อเท็จจริง ทั้งในด้านเนื้อหา เหตุการณ์ที่เกิดขึ้น

3. สารสนเทศ คือสิ่งต่างๆ (information as thing) ที่สามารถรายงาน หรือบอกเกี่ยวกับความเห็น และข่าวต่างๆ ข้อมูลหรือเอกสารที่ถูกต้อง ในฐานะที่เป็นสารสนเทศถือว่าข้อมูลที่มีคุณสมบัติที่ให้ความรู้หรือสามารถสื่อสารได้

ฅจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2542 (ราชบัณฑิตยสถาน 2546: 1182) ได้ให้ความหมายว่า ข่าวสาร การแสดงหรือการชี้แจงข่าวสาร ข้อมูลต่างๆ ซึ่งสอดคล้องกับแม้นมาส ชวลิต (2542: 5) อธิบายคำว่า “สารสนเทศ” ว่า หมายถึง ข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ ข้อสนเทศ ซึ่งมีผู้ทำให้เกิดขึ้น รวบรวมเก็บในรูปแบบต่างๆ เช่น ใช้คำพูด ภาพเขียน ทั้งที่มองเห็นได้ด้วยตาเปล่า และที่ต้องใช้เครื่องแสดง อีกทั้งอยู่ในรูปแบบของสิ่งพิมพ์ ใตทัศน์วัสดุ และวัสดุย่อส่วน เพื่อใช้ประโยชน์ทางการสื่อสารและการพัฒนาด้านต่างๆ ทั้งส่วนบุคคลและสังคม ส่วน พวนันธุ์เมฆา (2538: 1) ได้ให้ความหมายไว้ว่า สารสนเทศ คือ ข่าวสาร ข้อมูล ความรู้ ข้อเท็จจริง ความคิดที่ได้มีการบันทึกไว้ในสื่อหรือทรัพยากรสารสนเทศแบบต่างๆ ซึ่งบุคคลสามารถรับรู้ได้ด้วยวิธีใดวิธีหนึ่งเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ตามต้องการ

ครรชิต มาลัยวงศ์และคณะ (2543: 71) ได้ให้ความหมายของสารสนเทศ คือ ผลสรุปที่ได้จากการนำข้อมูลมาประมวลด้วยวิธีการต่างๆ เช่นการสรุปผลทางสถิติ การเปรียบเทียบ การจำแนก หรือการจัดกลุ่ม นันทา วิฑูฒิสักดิ์ (2540: 2) ได้ให้ความหมายของสารสนเทศดังนี้ สารนิเทศ ตรงกับคำว่า Information ซึ่งมีความหมายที่ใช้ในภาษาไทย เป็น 2 คำคือ สารนิเทศ กับ สารสนเทศ ในกลุ่มผู้มีอาชีพทางด้านบรรณารักษ์ส่วนใหญ่ใช้คำว่า สารนิเทศ สรุปสั้นๆ หมายถึง ข้อมูล (Data) ที่ผ่านการประมวลผลแล้วด้วยวิธีการใดวิธีการหนึ่ง ส่วน มาลี ล้าสกุล (2545: 23)

กล่าวว่า สารสนเทศ หมายถึง การนำข้อมูลต่างๆ หลายๆ กลุ่มมาวิเคราะห์แจกแจงรวมกันเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อความที่ถูกต้อง เพียงตรงและเชื่อถือได้ มากที่สุดและสามารถนำมาประกอบการตัดสินใจได้

คำว่า “ธุรกิจ” พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2546: 557) ได้ให้ความหมายไว้ว่า หมายถึง การงานประจำเกี่ยวกับอาชีพค้าขาย หรือกิจการอย่างอื่นที่สำคัญและไม่ใช่ราชการ การประกอบกิจการในทางเกษตรกรรม อุตสาหกรรม หัตถกรรม พาณิชยกรรม การบริการ หรือกิจการอย่างอื่นเป็นการค้า

สมพิศ เล็กเฟื่องฟู (2548) อธิบายว่า ธุรกิจ หมายถึง องค์กร หรือกิจการที่ก่อให้เกิดสินค้าและบริการ ธุรกิจเป็นกระบวนการทั้งหมดของการนำเอาทรัพยากรธรรมชาติมาเปลี่ยนสภาพตามกรรมวิธีการผลิตด้วยแรงคน และเครื่องจักรให้เป็นสินค้า เพื่อประโยชน์แก่ผู้ที่ต้องการกิจกรรมของธุรกิจจึงรวมทั้งการผลิต การซื้อ ขาย การจำแนกแจกจ่ายสินค้า การขนส่ง การธนาคาร การประกันภัย และอื่นๆ

สุธรรม รัตนโชติ (ออนไลน์: 2552) ให้ความหมายคำว่า ธุรกิจ หมายถึงความพยายามของผู้ประกอบการที่จะผลิตหรือซื้อขายสินค้า (products) หรือบริการ (services) เพื่อตอบสนองความต้องการของสังคม (ลูกค้า) โดยหวังที่จะได้ผลกำไร และยอมรับความเสี่ยงในการขาดทุนหรือไม่ได้ผลกำไรตามต้องการ โดยมีความรับผิดชอบต่อสังคม และมีจริยธรรมทางธุรกิจ ผู้ประกอบการจึงต้องทุ่มเทเวลา ความพยายามและเงินทุนเพื่อดำเนินธุรกิจให้ประสบผลสำเร็จ ทั้งด้านประสิทธิผล (Effectiveness) และประสิทธิภาพ (Efficiency)

Albright and Ingram (2004: 3) ได้ให้นิยามว่า ธุรกิจ (business entity) คือ องค์กรหนึ่งซึ่งเสนอขายสินค้าหรือบริการต่อลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจนั้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแสวงหากำไรทางธุรกิจหรือการทำรายได้ให้กับองค์กร

จากความหมายของคำว่า “สารสนเทศ” และ “ธุรกิจ” ดังกล่าวข้างต้น จึงสรุปได้ว่า คำว่า “สารสนเทศธุรกิจ” หมายถึง สารสนเทศที่เกี่ยวกับธุรกิจซึ่งผู้ประกอบการต้องการเพื่อนำมาสนับสนุนให้ธุรกิจเจริญเติบโตและสำเร็จตามเป้าหมายของธุรกิจและหมายรวมถึงสารสนเทศที่เกี่ยวข้อง เช่น สารสนเทศเกี่ยวกับการลงทุน แหล่งผลิตวัตถุดิบอัตราขนส่งสินค้า ภาษี วิธีการขนส่งสินค้า ภาวะเศรษฐกิจ การวิจัยการตลาด กฎหมาย ผลงานวิจัยสิ่งประดิษฐ์เพื่ออุตสาหกรรม ข่าวการเมือง วัฒนธรรมท้องถิ่นและข่าวสังคม ซึ่งบันทึกไว้ในรูปของสื่อทุกชนิด ที่เป็นไปได้ทั้งสิ่งที่ดีพิมพ์และไม่ดีพิมพ์ เช่น หนังสือ วารสาร หนังสือพิมพ์ รายงาน โสตทัศนวัสดุ เทป ข้อมูลในรูปดิจิทัล ตลอดจนฉายทอดในรูปแบบอื่นๆ เช่น เสียง รูปภาพ ของจริง สัญลักษณ์ ฯลฯ ซึ่งผ่าน

กระบวนการเรียบเรียง ประมวลผลให้เป็นที่น่าสนใจและสามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ให้ผู้รับสารสนเทศได้ทราบเนื้อหาสาระของการสื่อความตามที่ต้องการ

1.2 ความสำคัญและบทบาทของบริการสารสนเทศธุรกิจ

สารสนเทศจัดเป็นทรัพยากรที่สำคัญที่สุดในยุคข่าวสาร ไร้พรมแดนและนับวันจะยิ่งมีความสำคัญและมีคุณค่ามากยิ่งขึ้น มาลี ล้าสกุล (2545: 13-14) กล่าวว่า สารสนเทศเป็นสิ่งที่ช่วยเสริมสร้างความสามารถในการที่จะใช้ประโยชน์จากความรู้ต่างๆ และวิธีการต่างๆ ที่ได้มีผู้ใช้จนประสบความสำเร็จมาแล้ว อีกทั้งยังเป็นแหล่งรวบรวมหนทางและวิธีการใหม่ๆ ที่จะช่วยในการแก้ไขปัญหา คุณค่าของสารสนเทศยังมีผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการผลิตและการบริการในอุตสาหกรรมต่างๆ รวมทั้งยังมีคุณค่าต่อการตัดสินใจการวางแผนควบคุมและการปฏิบัติงานในด้านต่างๆ ให้มีประสิทธิภาพมากดังนั้นสารสนเทศธุรกิจจึงมีความสำคัญต่อผู้ประกอบการซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้ (แมนมาส ชาลิต 2542)

1. ช่วยในการตัดสินใจในด้านต่างๆ ที่จะปฏิบัติงานใดๆ ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นเช่น การตัดสินใจในการประกอบธุรกิจ และการประกอบการอุตสาหกรรม ถ้าได้รับสารสนเทศที่มีคุณค่าเพียงพอจะทำให้การตัดสินใจนั้นเกิดประโยชน์สูงสุด
2. ก่อให้เกิดแนวคิด และแนวทางในการเริ่มต้นงานใหม่เพื่อนำไปสู่การพัฒนา
3. ก่อให้เกิดการพัฒนาทางด้านวิทยาการและเทคโนโลยีต่างๆ ซึ่งเป็นผลให้คุณภาพชีวิตของผู้ประกอบการซึ่งเป็นผู้รับสารสนเทศดีขึ้น
4. ขยายโลกทัศน์ของผู้ประกอบการให้กว้างขวางและมีความเข้าใจที่ดีขึ้น
5. ช่วยเสริมสร้างความรู้ความสามารถทางธุรกิจ และความรู้อื่นๆซึ่งสารสนเทศเหล่านี้อาจได้จากแหล่งสารสนเทศต่างๆ อย่างหลากหลาย ทำให้มีหนทางแก้ปัญหา มีทางเลือกสำหรับดำเนินการทำให้สามารถตัดสินใจได้ดีขึ้น

ส่วน วัลลภ สวัสดิวัลลภ (2544) อธิบายว่า สารสนเทศมีความสำคัญและเข้ามามีบทบาทต่อการดำเนินธุรกิจแบ่งเป็น 2 ด้าน ดังนี้

1. บทบาทด้านการค้าหรือด้านการพาณิชย์ ความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของสังคมเศรษฐกิจ และเทคโนโลยีในปัจจุบัน ทำให้ข้อมูลและสารสนเทศมีมากขึ้น การแข่งขันทางด้านธุรกิจจะรุนแรง ผู้ประกอบการจึงต้องมีการแสวงหาข้อมูลและสารสนเทศต่างๆ เพื่อนำมาตัดสินใจในการดำเนินงานอยู่เสมอ โดยเฉพาะสารสนเทศทางธุรกิจเป็นสิ่งจำเป็นยิ่ง เพราะผู้ที่มีข้อมูลและสารสนเทศที่แม่นยำกว่า ทันสมัยกว่า จะเป็นฝ่ายได้เปรียบในการค้า หากข้อมูลหรือสารสนเทศมีไม่เพียงพอจะทำให้ธุรกิจเกิดความเสียหายได้

2. บทบาทด้านอุตสาหกรรม สิ่งที่มีค่าสูงสุดของอุตสาหกรรม คือ วิทยาการและเทคโนโลยีการผลิต ประเทศที่มีความก้าวหน้าทางด้านวิทยาการและเทคโนโลยีการผลิตจึงได้เปรียบประเทศที่มีเพียงวัตถุดิบ สารสนเทศทางวิทยาการและเทคโนโลยีการผลิตจึงมีส่วนสำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรม ผู้ประกอบการทั้งหลายจึงพยายามแสวงหาสารสนเทศที่เกี่ยวข้องทั้งด้านวิทยาการและเทคโนโลยีการผลิตเพื่อให้เกิดการคิดค้นนวัตกรรมและพัฒนาสินค้าซึ่งถือเป็นกุญแจสำคัญในการผลิต และการผลิตหรือพัฒนาสินค้าจะต้องสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ด้วยเหตุที่ว่าคุณภาพสินค้านั้นจะไม่มีค่าว่าดีที่สุดต้องมีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง เพราะความพึงพอใจของลูกค้าเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ผู้ประกอบการกิจการผลิตจึงต้องใช้สารสนเทศธุรกิจเพื่อนำมาผลิตและพัฒนาสินค้าให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า (สมพงษ์ สวัสดิภคกุล 2546)

สารสนเทศได้เข้ามามีบทบาทสำคัญและเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันผู้ประกอบการต้องอาศัยสารสนเทศธุรกิจเพื่อช่วยตัดสินใจในการประกอบธุรกิจและการลงทุน เพื่อป้องกันความเสี่ยงทางธุรกิจ และนำสารสนเทศไปใช้ในการวิเคราะห์กำหนดกลยุทธ์และทิศทางการธุรกิจ ผู้ประกอบการในปัจจุบันมีความต้องการใช้สารสนเทศเพิ่มมากขึ้นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของธุรกิจ และสามารถแข่งขันกับผู้อื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ครรชิต มาลัยวงศ์ 2542)

แต่ทั้งนี้สารสนเทศจะมีความสำคัญและมีคุณค่าที่เพิ่มขึ้นขึ้นอยู่กับความมีคุณภาพของสารสนเทศ กล่าวคือ จะต้องมีความสมบัติของสารสนเทศที่ดี โดยผู้ใช้สารสนเทศสามารถพิจารณาได้จากปัจจัย 4 ประการ (อนุภาพ ธีรลาภ 2534: 15) ดังนี้

1. ปัจจัยด้านเวลา (time) สารสนเทศที่ทันต่อเหตุการณ์ในขณะนั้นย่อมมีคุณค่าในการใช้ประโยชน์ของผู้ใช้มากกว่าสารสนเทศที่ช้าเกินไป เช่น ข่าวจากหนังสือพิมพ์และตัวเลขการซื้อขายหลักทรัพย์ เป็นต้น

2. ปัจจัยด้านความถูกต้อง (certainty) สารสนเทศที่มีความถูกต้องจะให้คุณค่าในแง่ของความน่าเชื่อถือ หากมีสารสนเทศที่รวดเร็ว แต่ไม่มีความถูกต้องก็อาจเป็นสารสนเทศที่ไม่มีคุณค่าได้

3. ปัจจัยด้านความครบถ้วน (completeness) สารสนเทศที่ครบถ้วน สมบูรณ์ ไม่มีการบิดเบือนย่อมเป็นสารสนเทศที่มีคุณค่า เพราะสามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้อย่างสมบูรณ์และมั่นใจ

4. ปัจจัยความต่อเนื่อง (accumulation) สารสนเทศที่มีคุณค่าในอีกลักษณะหนึ่งนั้นคือต้องเป็นสารสนเทศที่มีความต่อเนื่องของข้อมูล เป็นเนื้อหาเดียวกัน ไม่กระจัดกระจาย หากสารสนเทศใดขาดความต่อเนื่องในข้อมูลแล้ว คุณค่าของสารสนเทศนั้นก็ลดลงทันที

สรุปได้ว่า ในยุคเศรษฐกิจบนพื้นฐานแห่งความรู้ การดำเนินธุรกิจผู้ประกอบการจะให้ความสำคัญกับสารสนเทศและความรู้ และถือว่าเป็นสิ่งจำเป็นที่ใช้ในการแข่งขันทางธุรกิจทำให้ผู้ประกอบการสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ ผู้ประกอบการจะต้องปรับเปลี่ยนการจัดการธุรกิจตามสภาพการณ์ที่เปลี่ยนไป แม้ว่าผู้ประกอบการจะมีระยะเวลาดำเนินกิจการหรือมีประสบการณ์มากก็ยังคงจำเป็นต้องแสวงหาความรู้ใหม่ๆ เสมอโดยการติดตามข่าวสารการฟัง การคิด การดู การอ่าน การสังเกต และติดตามการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา และต้องนำสารสนเทศมาใช้ประกอบการพิจารณาตัดสินใจ เพื่อให้การปฏิบัติงานของตนบรรลุตามจุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้ ทั้งนี้สารสนเทศจะมีคุณค่าต่อเมื่อ ผู้ประกอบการได้รับสารสนเทศทันต่อเวลา มีความถูกต้อง ครบถ้วน และมีความต่อเนื่อง

1.3 ประเภทของบริการสารสนเทศธุรกิจ

สุทธีนันท์ พรหมสุวรรณ (2540: 61) ได้จำแนกสารสนเทศที่ผู้ประกอบการใช้ในการบริหารธุรกิจ ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. สารสนเทศเกี่ยวกับปัจจัยภายในองค์กร ได้แก่ สารสนเทศเกี่ยวกับโครงสร้างองค์การนโยบายและแผน ระบบและระเบียบวิธีปฏิบัติงาน ทรัพยากรการบริหาร ปัจจัยการผลิต บรรยากาศในการทำงาน และวัฒนธรรมขององค์กร ซึ่งเป็นปัจจัยที่ผู้ประกอบการสามารถสังเกตได้จากสภาพเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นภายในองค์กร และมีประโยชน์ซึ่งให้ผู้ประกอบการเห็นจุดแข็งขององค์กร โดยพิจารณาจากความแตกต่างที่องค์กรมีเหมือนคู่แข่ง หรือโดดเด่นในระบบของธุรกิจ ซึ่งจะมีผลทำให้ผู้ประกอบการสามารถวางแผนดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจได้อย่างมั่นคง และสามารถกำหนดทิศทางได้อย่างถูกต้อง รวมทั้งเห็นจุดอ่อนขององค์กร ซึ่งจะช่วยให้องค์กรไม่เสียโอกาสของการเติบโตในระบบธุรกิจ

2. สารสนเทศเกี่ยวกับปัจจัยภายนอกองค์กร ได้แก่ สารสนเทศเกี่ยวกับเหตุการณ์ และสภาพปัจจัยต่างๆ ที่แวดล้อมอยู่ภายนอกองค์กร ซึ่งมีอิทธิพลต่อกิจกรรมและปัจจัยทั้งหลายภายในองค์กร โดยที่การดำเนินธุรกิจไม่อาจหลีกเลี่ยงผลกระทบจากปัจจัยภายนอกองค์กรได้ ผลกระทบเหล่านี้จะเป็นผลดี และผลเสียในเวลาเดียวกัน ผู้ประกอบการสามารถนำผลดีมาปฏิบัติและนำผลเสียมาวิเคราะห์ปรับปรุง และหาแนวทางแก้ไขให้ดีขึ้น ซึ่งจะช่วยให้องค์กรเห็นแนวทางที่จะก้าวไปในอนาคต (จินตนา บุญงการ 2538: 12-20; ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ 2542: 55-61) อาจจำแนกออกเป็น 4 ลักษณะกว้างๆ ดังนี้

- 2.1 สารสนเทศภายนอกองค์กรทางเศรษฐกิจ เป็นสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับความเคลื่อนไหวทางการค้าธุรกิจและการลงทุนทั้งภายในและต่างประเทศ ในระดับจังหวัด ภูมิภาค ประเทศ และกลุ่มภูมิภาคเดียวกัน เช่น ประเทศคู่ค้า กลุ่มเอเซีย และกลุ่มประชาคม

เศรษฐกิจยุโรป (Economic European Community -- EEC) เป็นต้น สารสนเทศที่ต้องการนั้นอาจเป็นข้อมูลพื้นฐานทางเศรษฐกิจ สถิติทางเศรษฐกิจที่สำคัญที่จะมีผลต่อธุรกิจทางการค้าและการตลาด เช่น นโยบายการเงินของประเทศ ค่าเงินบาท อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศของเงินตราสกุลต่างๆ ของประเทศคู่ค้า หรือประเทศที่คาดว่าจะเป็ตลาดการค้าของสินค้าของตนหรือที่รับเอาสินค้าเข้ามาจำหน่ายในประเทศ รวมทั้งอัตราค่าดอกเบี้ยเงินฝาก และเงินกู้ของธนาคารต่างๆ มูลค่าหุ้นของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และประเทศคู่ค้า และสารสนเทศเกี่ยวกับระบบการให้สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรเป็นการทั่วไป (Generalized System of Preferences -- GSP) เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ย่อมมีผลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อธุรกิจ

2.2 สารสนเทศภายนอกองค์กรทางการเมือง สารสนเทศที่ต้องการอาจอยู่ในรูปของข่าว ข่าวสาร บทวิเคราะห์ทางการเมือง การเปลี่ยนแปลงทางการเมือง การเปลี่ยนรัฐบาล และผู้บริหารประเทศทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ เช่น การเลือกตั้งประธานาธิบดีคนใหม่ของสหรัฐอเมริกา ตลอดจนภาพรวมทางการเมืองและนโยบายทางการเมือง ที่มีผลต่อนโยบายเศรษฐกิจ เช่น นโยบายการค้าขายของประเทศไทยและกลุ่มอาเซียนกับประเทศในแหลมอินโดจีน เช่น ลาว เขมร เวียดนาม เป็นต้น ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นผลมาจากการเมืองทั้งสิ้น สารสนเทศเหล่านี้ถือว่าสำคัญมากเพราะถ้านักธุรกิจพลาดการรับรู้สารสนเทศเหล่านี้หรือรู้ช้าไป อาจทำให้พลาดโอกาสและคู่ทางอันดีในการค้าขาย

2.3 สารสนเทศภายนอกองค์กรทางกฎหมายและระเบียบข้อบังคับต่างๆ ที่จำเป็นต้องรู้และหาแนวทางในการปรับวิธีการค้าขาย และธุรกิจให้เข้ากับตัวบทกฎหมายนั้น หรือหาช่องทางที่จะใช้ตัวบทกฎหมายนั้นให้เป็นประโยชน์ต่อการค้าของตน เช่น การแก้ไขกฎหมายลิขสิทธิ์จะมีผลกระทบอย่างไรต่อการค้าของไทย การค้าของตนจะได้รับผลกระทบหรือไม่ หรือการปรับปรุงแพ็คเกจเครดิตใหม่ ของธนาคารแห่งประเทศไทยที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ทางการเงินดอกเบี้ยต่ำแก่ภาคเศรษฐกิจสำคัญ การที่สหรัฐอเมริกาตัดสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรกับสินค้าบางประเภทของประเทศไทย เป็นต้น ล้วนเกี่ยวข้องกับภาคเศรษฐกิจส่งออกของไทย สารสนเทศเหล่านี้ล้วนแล้วแต่สำคัญ และจำเป็นในการประกอบธุรกิจทั้งสิ้น

2.4 สารสนเทศภายนอกองค์กรทางสังคมและทั่วไป นักธุรกิจต้องการสารสนเทศที่อยู่ในรูปสถิติ ตัวเลข ที่ได้กลั่นกรองและวิเคราะห์แล้ว ไม่ต้องการข้อมูลที่เป็นทฤษฎีหรือที่อ้างอิงสิ่งพิมพ์ที่เป็นหลักทฤษฎี หรือเน้นทางวิชาการ แต่ต้องการตัวข่าว รายงานข่าว หรือแม้แต่ข่าวลือ หรือเรื่องที่พูดอาจเป็นข่าวซุบซิบเกี่ยวกับเหตุการณ์ต่างๆ ที่สามารถจะนำมาถกแถลงประกอบการตัดสินใจในการลงทุนทางการค้าของตน รวมทั้งข้อมูลของบริษัทหรือหน่วยงานที่ตนรับผิดชอบ และที่มีธุรกิจติดต่อกัน หรืออาจเป็นข้อมูลของบริษัทคู่แข่งชั้นทางธุรกิจ

การค้า ซึ่งล้วนแต่เป็นสารสนเทศที่ใช้ในการตัดสินใจ วางแผน และปรับปรุงการค้า กลยุทธ์ การตลาด และขยายกิจการธุรกิจ

2. แนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกอบการกับการใช้สารสนเทศธุรกิจ

2.1 ความหมายและความสำคัญของผู้ประกอบการ

ภานณา สรเพชญ์พิสัย (2540) ให้ความหมายของคำว่า ผู้ประกอบการ (entrepreneur) ว่าหมายถึง บุคคลผู้ที่ก่อตั้งและจัดการธุรกิจ โดยมีวัตถุประสงค์หลักในการนำธุรกิจ ให้บรรลุเป้าหมายของตนเอง ส่วน ผุสดี รุมาคม (2544) ให้ความหมายของผู้ประกอบการว่า หมายถึง บุคคลที่จัดตั้งองค์การธุรกิจเป็นผู้จัดระเบียบและบริหารองค์การธุรกิจด้วยตนเอง โดยยอมรับความเสี่ยงเพื่อต้องการกำไรจากการดำเนินธุรกิจ

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้ที่คิดริเริ่มกิจการขึ้นมา มีการ ดำเนินงานและบริหารกิจการด้วยตนเอง โดยยอมรับความเสี่ยงเพื่อต้องการกำไรจากการดำเนิน กิจการในการประกอบการ หรือการดำเนินธุรกิจต่างๆของผู้ประกอบการทำให้เกิดประโยชน์ต่อ สังคม และประเทศชาติอย่างมาก ส่งผลให้ระบบเศรษฐกิจของประเทศเจริญรุ่งเรือง ผู้ประกอบการ จึงมีความสำคัญดังนี้ (ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท: 2537)

1. ทำให้เกิดการนำทรัพยากรธรรมชาติมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด
2. ทำให้เกิดการพัฒนาแรงงานให้เกิดประสิทธิภาพมากขึ้น
3. ทำให้เกิดการลงทุน คือ การนำทรัพย์สิน และเงินทุนต่างๆ ที่มีอยู่มาลงทุนใน การประกอบการซึ่งจะเกิดประโยชน์มากขึ้น
4. ทำให้เกิดการพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ๆ ขึ้น
5. ทำให้ประชาชนมีงานทำ และมีรายได้สูงขึ้น
6. ช่วยผดุงฐานะทางเศรษฐกิจของประเทศให้ดีขึ้น
7. ทำให้ประเทศมีรายได้จากการจัดเก็บภาษีมากขึ้น
8. ทำให้เกิดวิทยาการทางเทคโนโลยีที่ทันสมัย อันเป็นผลจากการวิจัยค้นคว้าคิด ประดิษฐ์สิ่งใหม่ๆ ในการประกอบการ

2.2 การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการ

ธุรกิจปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไปมาก เป็นธุรกิจในยุคเศรษฐกิจบนพื้นฐานแห่งความรู้ (Knowledge-bases economy) ซึ่งสารสนเทศและความรู้จะเป็นปัจจัยหลักที่ถูกนำมาใช้ในการสนับสนุนการดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน และความต้องการของผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ผู้ประกอบการจึงต้องปรับเปลี่ยนการจัดการธุรกิจตามสภาพการณ์ที่เปลี่ยนไปเพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน และสามารถแข่งขันในเวทีการค้าระดับโลกได้ ซึ่งการจัดการธุรกิจในปัจจุบันผู้ประกอบการมีการนำสารสนเทศเกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ๆ มาประยุกต์ใช้กับธุรกิจ พร้อมกับนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาผนวกกับแนวทางการบริหารจัดการทำให้การดำเนินธุรกิจไม่จำเป็นต้องลงทุนด้านอาคารสถานที่ ผู้ประกอบการสามารถขายสินค้าโดยตรงจากคลังสินค้าให้กับผู้บริโภค โดยที่ไม่จำเป็นต้องมาที่ร้าน โดยขายบนอินเทอร์เน็ตเป็นขจัดอุปสรรคการเข้าสู่ตลาด ซึ่งการประกอบธุรกิจบนอินเทอร์เน็ตถือได้ว่าเป็นการสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว (Butcher: 2003) ซึ่งสอดคล้องกับ ชัยยศ สันติวงษ์ และ นิทยา เจริญประเสริฐ (2546); Porter (1998) ที่กล่าวว่า การสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันมีแนวทาง 3 แนวทาง คือ

1. การเป็นผู้นำทางด้านการผลิตสินค้าหรือบริการให้มีต้นทุนต่ำที่สุด ซึ่งทำให้ธุรกิจมีโอกาสได้รับกำไรที่สูงขึ้นกว่ากำไรปกติได้
2. การตอบสนองอย่างรวดเร็ว คือ การมีความคล่องตัวต่อการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคไม่ว่าจะเป็นการนำเสนอสินค้าใหม่ การปรับปรุงสินค้า หรือแม้แต่การตัดสินใจของผู้ประกอบการจะต้องมีความรวดเร็ว เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว
3. การสร้างความแตกต่างซึ่งอาจเป็นความแตกต่างด้านสินค้าหรือบริการให้มีความเป็นเอกลักษณ์ที่คู่แข่งไม่สามารถเลียนแบบได้ง่าย การสร้างความแตกต่างจะต้องก่อให้เกิดคุณค่าเพิ่มแก่ผู้บริโภคอย่างแท้จริงและเป็นเรื่องการคิดค้นนวัตกรรมใหม่ๆ ซึ่งการคิดค้นนวัตกรรมและพัฒนาสินค้าจะต้องสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ด้วยเหตุที่ว่าคุณภาพสินค้านั้นจะต้องมีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง เพราะความพึงพอใจของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ (สมพงษ์ สวัสดิภักดิ์: 2546)

นอกจากนี้เป้าหมายของการดำเนินธุรกิจอยู่ที่ความสำเร็จ ซึ่งในปัจจุบันความสำเร็จไม่ใช่เป็นความสำเร็จที่มาจากกำไรที่มาก ผู้ประกอบการที่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องนั้นๆ มากก็มีสิทธิ์ได้ผลตอบแทนสูง การมีทุนโดยไม่มีความรู้และความเข้าใจจึงมีความเสี่ยงสูงในการทำธุรกิจปัจจุบันและยากที่จะประสบความสำเร็จ ดังนั้นการที่กิจการจะสำเร็จได้นั้นผู้ประกอบการไม่ว่าจะ

เป็นกิจการขนาดใหญ่ กลาง หรือย่อม จะต้องรู้จักแสวงหาสารสนเทศและความรู้เพื่อปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นตลอดเวลา (วิโรจน์ พุทธิวิถิ: 2547 ; วีระชัย สงคราม: 2548)

2.3 กลุ่มผู้ใช้สารสนเทศ

จิรวรรณ ภักดีบุตร (2542: 166-167) ได้แบ่งกลุ่มผู้ใช้สารสนเทศเป็น 4 กลุ่มคือ กลุ่มนักบริหาร กลุ่มนักธุรกิจ กลุ่มนักวิชาการ และกลุ่มผู้ประกอบการอาชีพอื่นๆ ผู้ใช้สารสนเทศแต่ละบุคคลและแต่ละกลุ่มมีความต้องการ และการใช้สารสนเทศที่แตกต่างกันไป

1. กลุ่มนักบริหาร หมายถึง กลุ่มบุคคลผู้นำองค์กรหรือหน่วยงาน เป็นผู้ที่ดำเนินงานและรับผิดชอบในการวินิจฉัย ตัดสินใจ สั่งการ และควบคุมดูแลให้การดำเนินงานเป็นไปตามนโยบายและการสั่งงาน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร กลุ่มนักบริหารอาจจำแนกตามระดับการบริหารหรือระดับการตัดสินใจ ดังนี้

1.1 กลุ่มนักบริหารระดับสูง หมายถึง กลุ่มผู้นำระดับสูงในองค์กร ซึ่งอาจมีตำแหน่งสูงสุดหรือในระดับสูงในองค์กรนั้น เป็นผู้ที่ต้องวินิจฉัย ตัดสินใจ สั่งการ มีส่วนสำคัญในการกำหนดนโยบายและวางแผนพัฒนาองค์กร เช่น อธิบดีและรองอธิบดีในหน่วยงานของรัฐ ระดับกรม หรือประธานกรรมการ ผู้จัดการและผู้อำนวยการบริษัทในหน่วยงานเอกชน กลุ่มนี้ต้องการสารสนเทศเกี่ยวกับสภาพแวดล้อม และภาระหน้าที่ขององค์กร นโยบายของรัฐบาล ซึ่งมักจะปรากฏในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ตลอดจนข้อมูลและสารสนเทศที่เกี่ยวกับทรัพยากรของประเทศ และองค์กร เช่น งบประมาณ กำลังคน วัสดุอุปกรณ์ เป็นต้น สารสนเทศที่ต้องการอาจอยู่ในรูปของตัวเลข สถิติ และข้อเท็จจริงอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งนี้ต้องเป็นสารสนเทศที่ทันสมัย และทันต่อเหตุการณ์เพื่อกำหนดวัตถุประสงค์ นโยบาย การวางแผนขององค์กร โดยรวมเพื่อประกอบการตัดสินใจ การวางแผนระยะยาว การจัดสรรทรัพยากร การจัดหา และการใช้ทรัพยากร

1.2 กลุ่มนักบริหารระดับกลาง หมายถึง กลุ่มผู้นำระดับกลางในองค์กรที่มีหน้าที่และความรับผิดชอบในการดำเนินการและจัดการการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามนโยบาย และแผนที่กำหนดไว้โดยกลุ่มนักบริหารระดับสูงตลอดจนควบคุมดูแลให้มีการดำเนินงานตามแผนภายในระยะเวลาที่กำหนด เช่น ผู้ดำรงตำแหน่งผู้อำนวยการกอง และหัวหน้ากองในหน่วยงานของรัฐระดับกรม หรือผู้จัดการฝ่ายในบริษัท หรือ หน่วยงานเอกชน กลุ่มนี้ต้องการสารสนเทศในลักษณะเดียวกับผู้บริหารในระดับสูง แต่เน้นหนักภายในองค์กร ซึ่งอาจเป็นตัวเลข สถิติ ข้อเท็จจริง

กฎหมาย ระเบียบข้อบังคับที่มีผลกระทบต่อการบริหารและดำเนินงานขององค์กร ตลอดจนนโยบายจากผู้บริหารระดับสูง สารสนเทศที่ต้องการอาจเป็นสารสนเทศหรือข้อมูลย้อนหลัง และข้อมูลทันสมัย เพื่อนำสารสนเทศนั้นไปดำเนินการจัดการและปฏิบัติให้เป็นไปตาม แผนงาน และนโยบายที่รับมาจากผู้บริหารระดับสูงเพื่อให้ใช้จัดสรรและควบคุม ทรัพยากรให้เป็นไปตามแผน

1.3 กลุ่มนักบริหารระดับปฏิบัติการ หมายถึง กลุ่มนักบริหารที่รับผิดชอบในงานระดับย่อยลงมา เป็นผู้ปฏิบัติการควบคุมการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามนโยบายและแผนที่นักบริหารระดับสูงและระดับกลางกำหนดไว้ เช่น ผู้ดำรงตำแหน่งหัวหน้าแผนก หัวหน้างาน ทั้งในหน่วยงานของรัฐและเอกชน กลุ่มนี้ต้องการสารสนเทศที่เป็นข้อเท็จจริงเฉพาะด้านที่เกี่ยวข้องกับงานที่ต้องกระทำ เพื่อให้ดำเนินการและควบคุมดูแลให้ปฏิบัติไปตามแผนในช่วงระยะเวลาที่กำหนด กลุ่มนักบริหารระดับปฏิบัติการส่วนใหญ่นี้มักเป็นผู้มีความรู้และความสามารถทางวิชาการเฉพาะด้านหรืออาจมีความรู้ทางวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับงานที่ปฏิบัติ เช่น ความรู้ทางวิศวกรรมศาสตร์ วิทยาศาสตร์ การบัญชี นิติศาสตร์ เป็นต้น

2. กลุ่มนักธุรกิจ หมายถึง ผู้ประกอบอาชีพเกี่ยวข้องการกับค้า ธุรกิจ และอุตสาหกรรมทั้งในภาครัฐและเอกชน ส่วนใหญ่อยู่ในภาคเอกชนอาจเป็นเจ้าของกิจการค้า ผู้บริหารระดับต่างๆ ในบริษัทห้างร้าน ธนาคาร สถาบันการเงิน โรงงานอุตสาหกรรม และสถานประกอบการอาจมีตำแหน่งผู้จัดการ ผู้อำนวยการ หัวหน้าแผนก และตำแหน่งอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการธุรกิจ

3. กลุ่มนักวิชาการ หมายถึง กลุ่มปฏิบัติงานวิชาการทั้งด้านการเรียนการสอนการวิจัย และการทดลองต่างๆ ในทุกสาขาวิชา อาจหมายถึงครู อาจารย์ นักวิจัยที่ทำการสอนหรือปฏิบัติงานในสถาบันการศึกษาระดับสูง และครอบคลุมถึงนักวิชาหรือนักวิจัยที่ปฏิบัติงานวิชาการในกระทรวง ทบวง กรม และสถาบันอื่นๆ ที่ลักษณะงานมุ่งไปทางด้านการศึกษาค้นคว้าและวิจัยทางวิชาการมากกว่าการบริหาร สารสนเทศกลุ่มนี้ต้องการคือ สารสนเทศเพื่อประกอบการสอน การวิจัย และศึกษาเรื่องราวในหัวข้อที่ตนสนใจ เป็นผู้อ่านและศึกษาอย่างกว้างขวาง

4. กลุ่มผู้ประกอบการอาชีพอื่นๆ หมายถึง ผู้ที่ไม่ได้อยู่ในตำแหน่งหรือปฏิบัติงานในฐานะของนักบริหาร นักธุรกิจ หรือนักวิชาการแต่อย่างใด เช่น กลุ่มเกษตรกรและประชาชนในชนบท กลุ่มแม่บ้าน และกลุ่มนักเรียน นักศึกษา เป็นต้น

สารสนเทศที่ผู้ประกอบการอาชีพอื่นๆ ต้องการสารสนเทศหลากหลายและแตกต่างกันไป อาจต้องการสารสนเทศเพื่อพัฒนาตนเองซึ่งไม่เกี่ยวข้องกับงานที่ปฏิบัติอยู่ หรืออาจต้องการเพื่อเป็นการพักผ่อน และจรรโลงใจเท่านั้น

นางพะงา จิตรกร (2533: 75) ได้กล่าวถึงผู้ใช้สารสนเทศแต่ละกลุ่มอาชีพที่มีความต้องการสารสนเทศแตกต่างกันดังนี้

1. ผู้บริหารและผู้กำหนดนโยบาย ต้องการสารสนเทศเพื่อประกอบการตัดสินใจและเป็นเครื่องช่วยในการกำหนดนโยบายและแผนหลักเพื่อการพัฒนาสารสนเทศที่ต้องการ ได้แก่ สารสนเทศทางวิชาการเฉพาะเรื่อง และที่เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง ผลิตผลทางการเกษตร อุตสาหกรรม การผลิต การมีงานทำ และการวางแผน
2. นักวิจัย ต้องการสารสนเทศเกี่ยวกับผลงานวิจัยและพัฒนา ทั้งที่ปฏิบัติได้ผลแล้ว และที่กำลังดำเนินการอยู่
3. เกษตรกร ต้องการสารสนเทศเกี่ยวกับ ความรู้ในเรื่องการเพิ่มผลิตผลและช่วยประหยัดแรงงาน ซึ่งต้องอาศัยการถ่ายทอดและเผยแพร่ในรูปแบบต่างๆ ที่เข้าใจง่ายและสะดวกต่อการปฏิบัติงาน
4. ผู้ประกอบการในภาคอุตสาหกรรมและพาณิชยกรรม สำหรับประเทศกำลังพัฒนา ผู้ประกอบการธุรกิจ ต้องการสารสนเทศเกี่ยวกับเทคโนโลยีในกระบวนการผลิตการจัดการผลิตผล การตลาด แหล่งเงินทุนสนับสนุน เครื่องจักรกล วัตถุดิบ ภาษีและกฎระเบียบต่างๆ
5. บุคลากรของหน่วยงานบริการสังคม ต้องการสารสนเทศเกี่ยวกับสภาพแวดล้อม การสาธารณสุข ความผาสุกของประชาชน ตลอดจนกฎระเบียบต่างๆ

จะเห็นได้ว่า ความต้องการสารสนเทศของบุคคลแตกต่างกันไปตามปัจจัยหลายประการ เช่น สภาพแวดล้อม บทบาทในการปฏิบัติงาน และลักษณะเฉพาะของแต่ละบุคคล ตามปกติบุคคลมีความต้องการสารสนเทศที่สอดคล้องกับตำแหน่งหน้าที่การทำงาน หรือกิจกรรมในอาชีพของตน นอกเหนือจากหน้าที่การงานแล้วสภาพแวดล้อมทางสังคม และวัฒนธรรมก็มีส่วนในการกำหนดความต้องการสารสนเทศ กล่าวคือสภาพเศรษฐกิจและทรัพยากรที่มีอยู่จะกำหนดสภาพแวดล้อมว่าเป็นสภาพที่สารสนเทศมากมายเพียงพอ หรือเป็นสภาพแวดล้อมที่ขาดแคลนสารสนเทศ อันมีผลต่อเนื่องไปยังความต้องการสารสนเทศ ตลอดจนการใช้ช่องทางในการสื่อสารสารสนเทศอีกด้วย (รัชนี โพธิ์อ่อน 2532: 13-14)

2.4 ความต้องการและการใช้สารสนเทศธุรกิจ

ความต้องการใช้สารสนเทศ หมายถึง การที่บุคคลพบว่าตนเองอยู่ในสถานการณ์ที่ทำให้ต้องค้นหาข้อเท็จจริง ข้อมูล ความรู้ เรื่องราวต่างๆ มีความต้องการแสวงหาหรือใช้สารสนเทศเพื่อใช้ในการตอบปัญหา ตัดสินใจเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือใช้เป็นแนวทางการตัดสินใจดำเนินงาน

(Mchombu: 1995 ; Wilson: 2000b ; Case: 2002) นอกจากนี้ ประภาวดี สืบสนธิ์ (2546) ยังกล่าวว่า ความต้องการใช้สารสนเทศเป็นนามธรรม หมายถึง ความรู้สึกที่บุคคลมีความต้องการแสวงหา หรือใช้สารสนเทศ เกิดขึ้นเมื่อบุคคลมีความจำเป็นที่ต้องการรับสารสนเทศเพื่อสนองความต้องการส่วนบุคคลซึ่งเกิดได้ทุกบุคคลและทุกขณะ

ดังนั้นกล่าวได้ว่า ความต้องการใช้สารสนเทศ หมายถึง การที่บุคคลมีความต้องการแสวงหาหรือใช้สารสนเทศเพื่อใช้ในการตอบปัญหา ตัดสินใจเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือใช้เป็นแนวทางการตัดสินใจดำเนินงาน นอกจากนี้ความต้องการใช้สารสนเทศอาจดูได้จากสถานการณ์ที่บุคคลนั้นแสวงหาและใช้ โดยเน้นบุคคลและสถานการณ์ที่บุคคลนั้นเผชิญอยู่ การจะรู้ถึงความต้องการใช้สารสนเทศของบุคคลจำเป็นต้องพิจารณาจากลักษณะเฉพาะบุคคล เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา ความสนใจ อาชีพ สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ซึ่ง วิลสัน (Wilson 2000) อธิบายว่า ความต้องการใช้สารสนเทศของผู้ใช้แต่ละคนมีความต้องการใช้สารสนเทศแตกต่างกันทั้งนี้ขึ้นกับสิ่งแวดล้อมของแต่ละบุคคล ได้แก่ สภาพแวดล้อมทางสังคม สภาพเศรษฐกิจและการเมือง เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีทฤษฎีความเสี่ยง และทฤษฎีการเรียนรู้ในสังคมเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นว่าสถานการณ์ใดที่คนจะแสวงหาสารสนเทศที่ต้องการ มีการใช้สารสนเทศบ่อยเพียงใด รวมทั้งลักษณะของแหล่งสารสนเทศ ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีผลต่อความต้องการใช้สารสนเทศ พฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศ และการใช้สารสนเทศ นอกจากนี้ Wilson ได้จำแนกตัวแปรที่ส่งผลต่อความต้องการใช้สารสนเทศ พฤติกรรมแสวงหาสารสนเทศและนำไปสู่กระบวนการสารสนเทศและการใช้เป็น 4 ส่วน ดังนี้

1. ปัจจัยที่เกี่ยวกับลักษณะเฉพาะบุคคล ซึ่งแสดงลักษณะของบุคคลนั้น เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ รายได้ เชื้อชาติ เป็นต้น ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ก่อให้เกิดความต้องการใช้สารสนเทศ
2. ปัจจัยที่เกี่ยวกับบทบาทที่เกี่ยวข้องหรืออาชีพ เช่น แพทย์ นักธุรกิจ วิศวกร เป็นต้น บุคคลเหล่านี้ย่อมมีความต้องการใช้สารสนเทศที่แตกต่างกันในสาขาของตน เช่น นักธุรกิจต้องการและใช้สารสนเทศด้านการตลาดเพื่อที่จะผลิตสินค้าหรือบริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า ตลอดจนผลิตสินค้าหรือบริการใหม่ๆ
3. ปัจจัยที่เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม และสภาพแวดล้อมในหน่วยงาน
4. ปัจจัยที่เกี่ยวกับลักษณะของสารสนเทศและแหล่งสารสนเทศ โดยลักษณะของสารสนเทศ คือ เนื้อหา ลักษณะของเนื้อหา รูปแบบ และความทันสมัยของสารสนเทศที่เหมาะสมกับความสามารถและทักษะของผู้ใช้ ส่วนแหล่งสารสนเทศ เมื่อบุคคลตระหนักถึงความต้องการ

สารสนเทศของตน ก็สามารถแสวงหาและใช้สารสนเทศโดยอาจหาจากแหล่งที่จัดตั้งขึ้นเพื่อทำหน้าที่ให้บริการสารสนเทศ หรือแหล่งอื่นๆที่เกี่ยวข้อง และให้สารสนเทศที่ต้องการได้

เดวาดิสัน (Devadason 1996) ได้อธิบายว่า ความต้องการใช้สารสนเทศเกิดขึ้นและเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา และความต้องการใช้สารสนเทศของแต่ละบุคคลย่อมแตกต่างกัน ไปโดยผลสืบเนื่องมาจากองค์การและสภาพแวดล้อม และส่วนที่เกี่ยวกับตัวบุคคลหรือผู้ใช้ นอกจากนี้การพิจารณาความต้องการใช้สารสนเทศของผู้ใช้สามารถพิจารณาได้จากลักษณะของสารสนเทศ และแหล่งสารสนเทศ เพื่อให้เข้าใจความต้องการใช้ของผู้ใช้อย่างชัดเจน เดวาดิสัน (Devadason) ได้จำแนกปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการใช้สารสนเทศของผู้ใช้เป็น 3 ส่วน ดังนี้

1. ปัจจัยที่เกี่ยวกับองค์การและสภาพแวดล้อม โดยศึกษา

1.1 ภูมิหลัง โครงสร้าง วัตถุประสงค์ขององค์การ

1.2 ผลิตภัณฑ์หรือบริการที่องค์การผลิต รวมทั้งประเภทกิจการ

1.3 แหล่งสารสนเทศที่ใช้ในหน่วยงาน มีทั้งแหล่งสารสนเทศภายในและแหล่ง

สารสนเทศภายนอก และรูปแบบสารสนเทศ เช่น รายงานการประชุม รายงานประจำปี เป็นต้น

1.4 สภาพแวดล้อมที่ส่งผลต่อการทำงาน เช่น กฎหมาย สังคม เศรษฐกิจ และ

เทคโนโลยี

2. ปัจจัยที่เกี่ยวกับบุคคลหรือผู้ใช้ โดยศึกษา 2 ลักษณะได้แก่

2.1 ศึกษาลักษณะเฉพาะของผู้ใช้ ซึ่งแบ่งได้เป็น

2.1.1 ประเภทของผู้ใช้ ซึ่งแบ่งเป็นผู้ใช้ปัจจุบัน หรือผู้ที่เคยใช้และกำลังใช้

สารสนเทศ ผู้ใช้กลุ่มนี้จะมีความต้องการสารสนเทศ และมีลักษณะการใช้สารสนเทศเป็นประจำ สม่ำเสมอ ทั้งนี้ขึ้นกับหน้าที่การงาน หรือภารกิจของผู้ใช้ และผู้ใช้ในอนาคต หรือผู้ที่ยังไม่เคยใช้สารสนเทศ

2.1.2 ประเภทของผู้ใช้ตามหน้าที่การปฏิบัติงาน

2.2 ศึกษาเกี่ยวกับผู้ใช้ โดยศึกษา 2 ด้าน คือ

2.2.1 ศึกษาลักษณะของผู้ใช้ โดยศึกษาวัตถุประสงค์การใช้สารสนเทศหรือ

เรื่องที่ผู้ใช้สนใจ ภูมิหลังทางการศึกษา หน้าที่ในองค์การ การอบรม และความสามารถทางภาษาต่างประเทศ

2.2.2 แหล่งสารสนเทศหรือบริการสารสนเทศที่ใช้ โดยศึกษาประเภทของ

แหล่งหรือบริการสารสนเทศ ความถี่ในการใช้ ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งสารสนเทศหรือบริการสารสนเทศ

3. ปัจจัยที่เกี่ยวกับลักษณะของสารสนเทศ โดยศึกษาลักษณะของสารสนเทศที่ผู้ใช้งาน ได้แก่ เนื้อหาสารสนเทศ ลักษณะของเนื้อหาสารสนเทศ รูปแบบสารสนเทศ และความทันสมัยของสารสนเทศ

นีลามะกัน (Neelameghan 1992: 202-206) กล่าวถึงความต้องการสารสนเทศของผู้ใช้ที่แตกต่างกันตามลักษณะงาน บทบาทและหน้าที่ดังนี้

1. การวางแผน สารสนเทศที่ต้องการคือสารสนเทศที่ใช้ในการคาดการณ์ระยะยาวของการพัฒนาต่างๆ ผลกำไร ตลอดจนการกำหนดทิศทางการพัฒนา
2. การวิจัย สารสนเทศที่ต้องการคือสารสนเทศที่ช่วยในการจัดลำดับความสำคัญของผลผลิตและโครงการต่างๆ ให้สอดคล้องกับเงินทุนและเวลา
3. วิศวกรรม สารสนเทศที่ต้องการคือสารสนเทศที่ช่วยกำหนดรายละเอียด การออกแบบและทดสอบต้นแบบ (prototypes) การผลิตและตัวแบบ
4. การผลิต สารสนเทศที่ต้องการคือ การจัดการเวลา การกำหนดกระบวนการขั้นตอนการผลิต การตรวจสอบเครื่องมือ วัสดุอุปกรณ์ที่ต้องการใช้ และการควบคุมคุณภาพ
5. การตลาด สารสนเทศที่ต้องการ คือสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์การตลาด การวิจัยผู้บริโภค การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย และการโฆษณา
6. การประชาสัมพันธ์ สารสนเทศที่ต้องการคือสารสนเทศที่เกี่ยวกับกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ทั้งหมด
7. การบรรจุหีบห่อ และการนำสินค้าออกสู่ตลาด สารสนเทศที่ต้องการคือสารสนเทศที่เกี่ยวกับความต้องการของผู้บริโภค ความปลอดภัยของสินค้า ความสะดวกต่างๆ ในการจัดการ
8. การเงิน สารสนเทศที่ต้องการคือสารสนเทศที่เกี่ยวกับค่าใช้จ่าย การกำหนดราคา แหล่งเงินทุน การระดมทุนงบประมาณ และการควบคุมงบประมาณ

จากแนวคิดการศึกษาความต้องการใช้สารสนเทศของผู้ใช้ Devadason (1996), Wilson (2000a), Niedzwiedzka (2003) ให้ข้อสังเกตที่สอดคล้องกันว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการใช้สารสนเทศของผู้ใช้ จำแนกได้ 3 ด้าน ดังนี้

1. ปัจจัยด้านตัวผู้ใช้สารสนเทศ เป็นปัจจัยสำคัญและมีอิทธิพลในการลดหรือกระตุ้นความต้องการใช้สารสนเทศ มีดังนี้
 - 1.1 ความต้องการพื้นฐาน ได้แก่ ความต้องการทางด้านร่างกาย เช่น ความต้องการในปัจจัยสี่ ความต้องการด้านจิตใจ เช่น ต้องการความสำเร็จ ต้องการให้เป็นที่ยอมรับของผู้อื่น ความต้องการทางปัญญา เช่น ต้องการเรียนรู้ให้เกิดความชำนาญ เป็นต้น

1.2 ลักษณะอาชีพของผู้ใช้สารสนเทศ เช่น แพทย์ นักธุรกิจ วิศวกร เป็นต้น บุคคลเหล่านี้ย่อมมีความต้องการและการใช้สารสนเทศที่แตกต่างกันในสาขาของตน เช่น นักธุรกิจต้องการใช้สารสนเทศด้านการตลาดเพื่อที่จะผลิตสินค้าหรือบริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า ตลอดจนผลิตสินค้าหรือบริการใหม่ๆ

1.3 ลักษณะเฉพาะบุคคลและสังคม เป็นตัวแปรที่แสดงลักษณะของบุคคลนั้น เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ เชื้อชาติ เป็นต้น

1.4 ลักษณะอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับตัวผู้ใช้ ได้แก่ ระยะเวลาดำเนินงานหรือประสบการณ์ในการทำงาน ซึ่งประสบการณ์เหล่านี้เป็นลักษณะสำคัญที่ทำให้พฤติกรรมการใช้การเลือกสารสนเทศแตกต่างจากผู้ใช้อื่นๆ

1.5 สภาพแวดล้อมในการทำงาน เช่น ที่ตั้งของหน่วยงาน ผลิตภัณฑ์หรือบริการที่หน่วยงานผลิต ตลอดจนทรัพยากรต่างๆที่มีในหน่วยงาน จะกำหนดสภาพแวดล้อมว่าเป็นสภาพที่มีสารสนเทศเพียงพอ หรือเป็นสภาพที่ขาดแคลนสารสนเทศอันมีผลต่อเนื่องไปยังความต้องการสารสนเทศ ตลอดจนการใช้สารสนเทศอีกด้วย

1.6 สภาพแวดล้อมอื่นๆ เช่น สภาพแวดล้อมที่ส่งผลต่อการทำงาน (กฎหมาย สังคม เศรษฐกิจ และเทคโนโลยี) สภาพทางเศรษฐกิจ และสังคม

2. ปัจจัยที่เกี่ยวกับสารสนเทศ เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับลักษณะของสารสนเทศที่ส่งผลต่อความต้องการใช้สารสนเทศ มีดังนี้

2.1 เนื้อหาสารสนเทศ คือ เนื้อเรื่องของสารสนเทศ อาจเป็นสาขาวิชากว้าง ๆ หรือหัวข้อเรื่องที่เฉพาะเจาะจงลงไป ในสาขาวิชาใดวิชาหนึ่ง สารสนเทศควรมีเนื้อหาตรงตามความสนใจ และความต้องการของผู้ใช้

2.2 ลักษณะของเนื้อหาสารสนเทศ คือ สารสนเทศที่มีเนื้อหาอย่างเดียวกัน อาจมีลักษณะต่าง ๆ กัน เช่น ทฤษฎี สถิติ ตาราง หรือสารสนเทศเรื่องเดียวกันก็อาจมีหลายลักษณะร่วมกัน

2.3 ความทันสมัยของสารสนเทศ คือ ช่วงอายุของสารสนเทศซึ่งจะมีความสัมพันธ์กับเนื้อหาสารสนเทศ

2.4 รูปแบบสารสนเทศ คือ ลักษณะภายนอกของสารสนเทศ เช่น หนังสือ สไลด์ วารสาร เทป รายงานการประชุม เป็นต้น

3. ปัจจัยที่มาจากแหล่งสารสนเทศ โดยศึกษาประเภทของแหล่งหรือบริการสารสนเทศ ความถี่ในการใช้ ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งสารสนเทศหรือบริการสารสนเทศ ความสะดวกที่ผู้ใช้ได้รับจากการให้บริการขึ้นกับปัจจัยหลายประการ ได้แก่

3.1 มีแหล่งสารสนเทศที่ช่วยในการค้นคว้าอยู่ในหน่วยงานของตน หรือสถานที่ใกล้เคียงกับแหล่งสารสนเทศภายนอกที่ให้บริการสารสนเทศได้อย่างรวดเร็ว

3.2 ผู้ใช้สามารถค้นหาสารสนเทศที่ถูกต้องได้โดยง่ายและอย่างรวดเร็ว เนื่องจากแหล่งสารสนเทศมีรูปแบบการให้บริการสารสนเทศที่อำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้

3.3 ค่าใช้จ่าย ซึ่งรวมถึงค่าใช้จ่ายด้านเวลาที่เสียไปในการรอคอย ค่าใช้จ่ายที่เป็นเงินที่ต้องเสียค่าบริการจากบริการสารสนเทศบางประเภท เช่น การสืบค้นข้อมูลจากฐานข้อมูลออนไลน์ ผู้ใช้จำเป็นต้องเสียเงินในการสืบค้น ค่าใช้จ่ายด้านแรงงาน เช่น ความไม่สะดวกในการเดินทางหรือการเข้าใช้แหล่งสารสนเทศ รวมทั้งคุณภาพและประโยชน์ของสารสนเทศที่ได้รับว่ามีเนื้อหาตรงตามที่ต้องการ มีความน่าเชื่อถือ และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ตามที่ต้องการจากแนวคิดดังกล่าวข้างต้นอาจกล่าวได้ว่าในการศึกษาถึงความต้องการใช้สารสนเทศของคนหรือกลุ่มบุคคลใดๆก็ตาม มีประเด็นสำคัญที่ต้องพิจารณา 2 ส่วน คือ

3.3.1 ส่วนที่เกี่ยวข้องกับตัวบุคคลหรือกลุ่มบุคคล ซึ่งได้แก่ ลักษณะเฉพาะบุคคลและสังคม คือ ระดับการศึกษา ลักษณะอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับตัวบุคคล คือ ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ สภาพแวดล้อมในการทำงาน คือ ที่ตั้งของหน่วยงาน ผลิตภัณฑ์หรือบริการที่หน่วยงานผลิต

3.3.2 ส่วนที่เกี่ยวข้องกับสารสนเทศ ซึ่งประกอบด้วย เนื้อหาสารสนเทศ ลักษณะของเนื้อหาสารสนเทศ ความทันสมัยของสารสนเทศ รูปแบบสารสนเทศ และแหล่งสารสนเทศ

มนุษย์ไม่ว่ายุคใดสมัยใด ถ้ารู้จักใช้สารสนเทศให้ถูกต้องแล้ว จะช่วยให้มนุษย์เผชิญกับสิ่งแวดล้อมได้ และยังสามารถนำสิ่งแวดล้อมมาใช้ประโยชน์ได้ด้วย นอกจากนี้ยังสามารถเผชิญกับปัญหาและตัดสินใจในการแก้ปัญหาได้ (แม้นมาส ชวลิต 2542: 11) การใช้สารสนเทศเป็นพฤติกรรมการใช้ข้อมูลที่มีการรวบรวมไว้แล้ว โดยมีพฤติกรรมต่างๆ กัน อาทิ ใช้วิธีสอบถาม สังเกต หรือการทดสอบสิ่งที่ประดิษฐ์ขึ้น หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือ การใช้สารสนเทศเป็นผลจากพฤติกรรมแสวงหาสารสนเทศเพื่อตอบสนองความต้องการส่วนบุคคล บัวอัซซา (Bouazza, 1989: 146) การใช้สารสนเทศจึงเป็นกิจกรรมขั้นสุดท้าย โดยบุคคลจะนำข้อมูลและสารสนเทศที่ได้ไปลดความสงสัย ความอยากรู้อยากเห็น แก้ไขปัญหา หรือใช้เป็นแนวทางการตัดสินใจดำเนินกิจกรรม ดังนั้นการนำสารสนเทศไปใช้ประโยชน์จึงมีหลายระดับ ตั้งแต่เกิดขึ้นทันทีทันใดหลังจากได้รับสารสนเทศนั้น ไปจนถึงนำไปใช้ในอนาคต การใช้สารสนเทศเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของมนุษย์ดังนี้ (1) เพื่อการเรียนการสอน (2) เพื่อการค้นคว้าและวิจัย (3) เพื่อแก้ไขปัญหาทางเทคนิค

(4) เพื่อการผลิตต่างๆ (5) เพื่อตัดสินใจในการลงทุนและวางแผนในกิจกรรมต่างๆ (6) เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ความรู้

ชัชวาล วงษ์ประเสริฐ (2537: 104-105) และกฤษณา แสนวา (2542: 10-11) ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการใช้สารสนเทศ ดังนี้

1. เพื่อสนองความต้องการส่วนบุคคล เช่น แก้ปัญหาชีวิตประจำวัน เพื่อความอยู่รอดในภาวะวิกฤติ เพื่อรับข่าวสาร เหตุการณ์ปัจจุบัน เพื่อความบันเทิง และสันตินาการ
 2. เพื่อการศึกษาและการเรียนรู้ การศึกษาค้นคว้าเป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง เป็นแรงกระตุ้นให้เกิดความต้องการ สารสนเทศที่ได้รับจึงช่วยเพิ่มพูนสติปัญญาและความรอบรู้ของบุคคลนั้น
 3. เพื่อการประกอบอาชีพและการปฏิบัติงาน บุคคลย่อมมีความต้องการสารสนเทศเพื่อช่วยเสริมการปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมาย
 4. เพื่อการถ่ายทอดสารสนเทศไปยังบุคคลอื่น เป็นการกระจายสารสนเทศออกไปในวงกว้าง
 5. เพื่อวัตถุประสงค์ระดับนานาชาติ เช่น การแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม การแลกเปลี่ยนทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี การค้า เศรษฐกิจ และการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างๆ
- ความจำเป็นในการใช้สารสนเทศทุกยุคทุกสมัยแม้จะแตกต่างกันในรายละเอียดตามความเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อม แต่ก็ไม่แตกต่างกันมากนักในด้านที่เป็นแก่นสำคัญของชีวิต ความจำเป็นดังกล่าวมีดังต่อไปนี้
1. ความจำเป็นสำหรับการศึกษาเพื่อพัฒนาทั้งในส่วนตัวและสังคม การศึกษาเป็นสิ่งที่พัฒนาคนในทุกๆ ด้าน สติปัญญา ความรู้ และความเฉลียวฉลาด จะมีขึ้นจากการได้รับสารสนเทศอย่างสม่ำเสมอ และเหมาะสมกับความสามารถในการเรียนรู้ การพัฒนาการศึกษาให้ทันกับความเปลี่ยนแปลงของสังคมที่เกิดขึ้น จึงจำเป็นต้องใช้สารสนเทศ
 2. ความจำเป็นสำหรับการตัดสินใจ การตัดสินใจที่นำไปสู่ความสำเร็จในการปฏิบัติงานใดๆ นั้น จำเป็นต้องอาศัยสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกันเพื่อให้การตัดสินใจนั้นเป็นไปอย่างถูกต้อง
 3. ความจำเป็นสำหรับการค้นคว้าวิจัย การค้นคว้าวิจัยเพื่อให้รู้เรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างถ่องแท้ หรือเพื่อนำผลมาใช้ในการพัฒนา หรือสร้างงานใหม่ๆ จำเป็นต้องอาศัยสารสนเทศหลายรูปแบบเพื่อให้การค้นคว้าวิจัยนั้นได้ผลที่ถูกต้อง และเป็นจริงทุกประการ

4. ความจำเป็นสำหรับการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในชีวิตส่วนตัวและการทำงาน ซึ่งเกิดปัญหาขึ้นได้เสมอ การแสวงหาสารสนเทศในเรื่องที่ยังบกพร่อง หรือเป็นสาเหตุของปัญหาสามารถนำไปสู่การแก้ปัญหาที่ดีได้

5. ความจำเป็นสำหรับการปรับปรุงประสิทธิภาพของการปฏิบัติงาน หรือบริหารงานให้ได้ดังวัตถุประสงค์ การปฏิบัติงานและการบริหารงานจะมีประสิทธิภาพ เนื่องจากเห็นความจำเป็นในการใช้สารสนเทศ (แม้นมาส ชวลิต 2542: 16-17)

2.4 ปัญหาเกี่ยวกับการใช้สารสนเทศธุรกิจ

ปัญหาเกี่ยวกับการใช้สารสนเทศ คือ ปัญหาหรืออุปสรรคที่เกิดขึ้นกับการใช้สารสนเทศ สำหรับปัญหาการใช้สารสนเทศนั้น ส่วนใหญ่ผู้ใช้มักประสบปัญหาในลักษณะที่ใกล้เคียงกันดังนี้ (พิมพา อินเบน: 2530; อภิญญา สีน้อยขาว 2543: 16)

1. สารสนเทศกระจัดกระจายอยู่ตามแหล่งต่างๆ เป็นจำนวนมาก ทำให้แหล่งสารสนเทศแต่ละแห่งมีขนาดเล็ก การจัดตั้งแหล่งสารสนเทศยังขาดเป้าหมายที่แน่นอน การรวบรวมข้อมูลซึ่งทำได้ไม่มากและไม่สมบูรณ์

2. การค้นคว้าและรวบรวมสารสนเทศทำได้ยาก เพราะมีกฎระเบียบต่างๆ เป็นอุปสรรค มีผลทำให้การวิจัยและการรวบรวมสารสนเทศเพื่อแก้ปัญหาในบางเรื่องไม่อาจกระทำได้ เพราะขาดสารสนเทศที่ต้องการ

3. สารสนเทศล้าสมัย เนื่องจากความล่าช้าในการรวบรวมข้อมูล เพราะกว่าหน่วยงานจะได้รับข้อมูลและนำมาประมวลจนให้บริการได้นั้น ใช้เวลานานมากจนข้อมูลที่ได้มานั้นไม่ทันสมัยไม่สามารถนำไปใช้ประกอบการปฏิบัติงานหรือการตัดสินใจเพื่อการบริหารงานได้

4. ขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแหล่งสารสนเทศและวิธีใช้สารสนเทศ ซึ่งเป็นปัญหาของผู้ใช้บริการว่า สารสนเทศหรือข้อมูลที่ต้องการนั้นอยู่ที่ใด จะค้นได้อย่างไร โดยวิธีใด ในขณะที่เดียวกันก็เป็นปัญหากับผู้ให้บริการ ซึ่งได้แก่ นักเอกสารสนเทศ หรือผู้รับผิดชอบในการให้บริการสารสนเทศอื่นๆ ในการที่จะติดตามรวบรวมสารสนเทศจากแหล่งผลิตที่ใดบ้างจะเผยแพร่ให้ถึงผู้ใช้อย่างรวดเร็วโดยวิธีใด เป็นต้น

5. ช่องว่างระหว่างผู้ผลิตและผู้ใช้ เนื่องจากแหล่งสารสนเทศที่สำคัญและงานวิจัยต่างๆ มักมาจากนักวิชาการของมหาวิทยาลัย หน่วยงาน องค์กรทั้งภาครัฐบาลและเอกชน ซึ่งรายงานการวิจัยนั้นเรียบเรียงในลักษณะรูปแบบและภาษาของนักวิชาการ ทำให้บุคลากรในระดับปฏิบัติการต้องการใช้เวลาศึกษามากจึงจะทำความเข้าใจได้

6. การที่มีแหล่งสารสนเทศที่กระจุกกระจายกัน ทำให้เกิดการปฏิบัติงานที่ซ้ำซ้อนกันขาดการประสานงานในรูปของข่ายงาน ทำให้ผู้ใช้เข้าไม่ถึงสารสนเทศ ส่วนงานวิจัยของสถาบันเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (2541) จิรชาติ บุญสุข (2542) วาสนา นพคุณ (2544) และมนตรี จุริโทไท (2546) ได้ศึกษาถึงปัญหาในการใช้สารสนเทศที่เกี่ยวกับธุรกิจซึ่งสามารถสรุปเป็น 3 ด้านดังต่อไปนี้

6.1 ปัญหาที่เกิดจากตัวสารสนเทศ เช่น สารสนเทศมีจำนวนน้อย และไม่เพียงพอสารสนเทศเก่าและมีเนื้อหาไม่ทันสมัย สารสนเทศที่มีไม่ตรงกับความต้องการ สารสนเทศไม่สมบูรณ์ครบถ้วน และขาดความน่าเชื่อถือ สารสนเทศที่ได้รับไม่สามารถนำไปใช้งานได้จริง เป็นต้น

6.2 ปัญหาที่เกิดจากแหล่งสารสนเทศ เช่น แหล่งสารสนเทศอยู่ไกลไม่สะดวกในการเข้าใช้สารสนเทศ แหล่งสารสนเทศไม่มีสารสนเทศที่ต้องการ ขั้นตอนการขอใช้บริการยุ่งยาก ขาดผู้เชี่ยวชาญให้คำแนะนำในการค้นหาสารสนเทศ เสียค่าใช้จ่ายสูงในการค้นหาสารสนเทศ ต้องติดต่อหลายหน่วยงานเพื่อให้ได้ข้อมูลครบในเรื่องหนึ่งๆ นั้น เป็นต้น

6.3 ปัญหาที่เกิดจากผู้ใช้สารสนเทศ เช่น ไม่มีเวลาในการค้นหาสารสนเทศ ค้นหาสารสนเทศที่ต้องการไม่พบ ไม่ทราบวิธีค้นหาสารสนเทศ ไม่ทราบว่า จะค้นหาสารสนเทศที่ต้องการได้จากแหล่งใด เป็นต้น

3. แนวคิดเกี่ยวกับเว็บไซต์

เว็บไซต์เป็นสื่อที่สำคัญอย่างหนึ่งในปัจจุบัน ซึ่งทุกคน ทุกหน่วยงาน ทุกองค์กร สามารถมีเป็นของตนเองได้ การสร้างเว็บไซต์ที่มีคุณภาพมีองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องอยู่มากมาย ซึ่งเราจะต้องหาข้อมูล วิเคราะห์ และตัดสินใจก่อนที่จะลงมือทำจริง ตัวอย่างเช่น วัตถุประสงค์ของเว็บไซต์คืออะไร ใครเป็นกลุ่มผู้ใช้เป้าหมาย ทีมงานมีใครบ้าง และแต่ละคนเชี่ยวชาญในเรื่องใด เนื้อหาและข้อมูลจะมาจากไหน เทคโนโลยีอะไรบ้างที่จะนำมาใช้ รูปแบบของเว็บเพจควรเป็นอย่างไร และการประชาสัมพันธ์จะทำในรูปแบบใดบ้าง

3.1 ความหมายของเว็บไซต์

เว็บไซต์ หมายถึง บริการข้อมูลในรูปแบบหนึ่งบนอินเทอร์เน็ต โดยการเชื่อมโยงเครือข่ายที่ใช้ในการค้นหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลหนึ่งไปยังอีกแหล่งข้อมูลหนึ่งที่มีวิธีการเข้าถึงและค้นหาข้อมูลผ่านเว็บเพจในลักษณะเป็นสื่อผสม จะแสดงผลแบบไฮเปอร์เท็กซ์ (Hypertext) ที่ต้อง

ใช้โปรแกรม เบราวเซอร์ (browser) เข้าช่วยการสื่อสารข้อมูลจะเป็นในรูปแบบของข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และเสียงได้อย่างสมบูรณ์แบบ

เวิลด์ไวด์เว็บ (World Wide Web: WWW) จะเป็นระบบที่ให้บริการข้อมูลแบบ โคลเอนด์เซิร์ฟเวอร์ในลักษณะต่างๆ อยู่ในตัวเดียวกัน เช่น การโอนย้ายข้อมูล การบริการข้อมูล แบบโอเพอร์ การใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ที่อยู่ห่างไกล เป็นต้น และยังมีศักยภาพในการบริการข้อมูล ที่มีทั้งข้อความ เสียง ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว นอกจากนี้ เวิลด์ไวด์เว็บยังใช้เทคโนโลยีที่สำคัญ เรียกว่า ไฮเปอร์เท็กซ์ (hypertext) หมายถึง การเชื่อมโยงข้อมูลข่าวสารที่อยู่ในอินเทอร์เน็ตจำนวนมากมาให้เป็นกลุ่มและมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน โดยการโยงใยหรือการชี้ข้อมูล ข้อความ พื้นฐานไปยังข้อมูลที่มีรายละเอียดมากขึ้น ในกรณีที่มีการชี้ไปยังข้อมูลที่ต่างๆ นั้นเป็นข้อมูลหลาย สื่อ ทั้งภาพกราฟิก ข้อความ และบางครั้งเป็นเสียงด้วย เรียกการเชื่อมโยงข้อมูลแบบนี้ว่า ไฮเปอร์มีเดีย (hypermedia)

เว็บไซต์ถูกเรียกเป็นตำแหน่งที่อยู่ของผู้ที่มีเว็บเพจของตัวเองบนระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งได้จากการลงทะเบียนกับผู้ให้บริการเช่าพื้นที่บนระบบอินเทอร์เน็ต เมื่อได้ลงทะเบียนในชื่อที่ต้องการแล้ว ก็สามารถจัดทำเว็บเพจ และส่งให้ศูนย์บริการนำขึ้นไปไว้บนอินเทอร์เน็ต ถือได้ว่ามีเว็บไซต์เป็นของตัวเองแล้ว (ปิยวิทย์ เจนกิจจาไพบุลย์ 2540: 4)

เว็บไซต์เป็นชื่อเรียก โฮสต์ (host) หรือ เซิร์ฟเวอร์ (server) ที่ได้จดทะเบียนอยู่ในเวิลด์ไวด์เว็บ (word wide web – www) ซึ่งก็คือชื่อโฮสต์ ที่ถูกกำหนดให้มีชื่อในเวิลด์ไวด์เว็บและขึ้นต้นด้วยโปรโตคอล http และมีโดเมน หรือนามสกุลเป็น .com, .net, .org, .go.th หรือ อื่นๆ (นิรุช อำนวยศิลป์ 2542: 7)

เว็บไซต์ หมายถึง สถานที่ ที่ใช้เรียกบนเวิลด์ไวด์เว็บ (www) เว็บไซต์อาจประกอบไปด้วยเว็บเพจจำนวนมาก หน้า ที่มีความสัมพันธ์กัน มีเว็บเพจหลายหน้ารวมกันอยู่ (ชัยยุทธ ธิมลาวัลย์ 2544: 19)

เว็บไซต์ หมายถึง การเรียก เว็บเพจทั้งหมด เช่น สมมติว่าเว็บไซต์ www.siam2.com คือชื่อ URL ของเว็บไซต์ที่ต้องการอ้างถึง หากจะพูดถึงเว็บไซต์ siam2.com ทั้งหมดก็จะหมายถึงข้อมูลทั้งหมดของเว็บที่เก็บอยู่ในเครื่องคอมพิวเตอร์ที่คอยให้บริการ เมื่อมีคนขอเรียกดูเข้ามาจากที่ไหนก็ได้ในโลก (นวพันธ์ ปิยะวรรณกร 2544: 66)

เว็บไซต์ คือ กลุ่มของเว็บเพจที่ประกอบไปด้วยหน้าเว็บเพจหลายๆ หน้า โดยการเชื่อมโยงระหว่างหน้าด้วยระบบไฮเปอร์ลิงก์ (hyperlink) ดังนั้น ภายในเว็บไซต์จะประกอบไปด้วยหน้าโฮมเพจและเว็บเพจ (ภาวิชิต เครื่องนิยม 2549: 4)

ดังนั้นสรุปได้ว่า เว็บไซต์ หมายถึง แหล่งข้อมูลในระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่สามารถเชื่อมโยงถึงกันได้ โดยผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต หน้าแรกของเว็บไซต์เรียกว่า โฮมเพจ และหน้าอื่นๆ เรียกว่า เว็บเพจ โดยในแต่ละเว็บเพจจะมีการเชื่อมโยงถึงกันและมีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องหรือสอดคล้องกัน

3.2 วิธีในการพัฒนาเนื้อหาเว็บไซต์ให้มีประสิทธิภาพ

ปรียสรณ์ อาศรัยราษฎร์ (2543: 43) กล่าวว่าเนื้อหาภายในเว็บไซต์สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทดังนี้

1. Fresh คือเนื้อหาประเภทที่เปลี่ยนแปลงบ่อย และความทันสมัยของเนื้อหาเป็นสิ่งสำคัญยกตัวอย่าง เช่น หัวข้อข่าว รายงานหลักทรัพย์ เป็นต้น ซึ่งเนื้อหาประเภทนี้ต้องใช้ต้นทุนและแรงงานในการดูแลคุณภาพของเนื้อหา
2. Evergreen เนื้อหาประเภทนี้ไม่ต้องการดูแลมากนัก กล่าวคือเป็นเนื้อหาที่มีการเปลี่ยนแปลงไม่บ่อย ยกตัวอย่างเช่น ข้อมูลทางด้านประวัติศาสตร์ ข้อมูลในการคำนวณเงินกู้ เป็นต้น

โดยส่วนใหญ่เนื้อหาที่นำเสนอผ่านทางเว็บไซต์จะเป็นข้อมูล Fresh ประมาณ 40-60% อย่างไรก็ตาม ประเภทของเนื้อหาที่เลือกใช้จะขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของเว็บไซต์นั้นๆ ด้วย

3.3 คุณลักษณะเว็บไซต์ที่ดี

เกณฑ์การพิจารณาในการออกแบบเว็บไซต์ มีดังนี้ (ประสิทธิ์ วรรณทรนิช 2543: 301)

1. สามารถอ่านได้ง่าย (read ability) อ่านง่าย หมายความว่า ตัวหนังสือไม่เล็กเกินไปหรือไม่ใส่พื้นหลังมากเกินไป ซึ่งจะส่งผลให้รบกวนสายตาผู้อ่าน
2. คิวรี่โหลดได้เร็ว (fast load) ซึ่งเว็บเพจที่ดีควรจะคิวรี่โหลดเสร็จภายในเวลาไม่เกิน 30 นาทีและความยาวของหน้าเว็บเพจไม่ควรเกิน 3 หน้าจอ
3. ปรับเปลี่ยนข้อมูลทันสมัยอยู่เสมอ (OTD: of the day / OTW: of the week) เว็บไซต์ที่ไม่มีการปรับเปลี่ยนข้อมูลให้มีความทันสมัยจะทำให้ลูกค้าไม่เข้ามาดูซ้ำอีก

4. การสะกดตัวอักษรถูกต้อง (good spelling) เนื่องจากหากมีคำผิดปรากฏในเว็บไซค์มากมาย จะทำให้ลูกค้าที่เป็นผู้อ่านรู้สึกรำคาญ และอาจแสดงถึงความไม่เป็นมืออาชีพของผู้ให้บริการได้

5. ใช้ภาษาให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย (friendly dialog) การใช้ภาษาให้ตรงกลุ่มเป้าหมายจะทำให้ลูกค้ามีโอกาสซื้อสินค้ามากขึ้น การทักทายอย่างเป็นมิตร หรือการเชิญชวนให้ใช้บริการต่างๆ ด้วยภาษาที่เป็นกันเอง สิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อผู้ใช้ค่อนข้างมาก เพราะเมื่อลูกค้ารู้สึกเป็นมิตรเขาก็มีความพร้อมที่จะเป็นลูกค้า

6. มีแถบเมนูนำทาง (navigation bar) ทั้งนี้เพื่อให้อำนวยความสะดวกให้ผู้ใช้บริการเข้าถึงข้อมูลได้เร็วที่สุดไม่หลงทาง สามารถเลือกใช้หัวข้อต่างๆ ในเว็บไซค์ได้ด้วยตัวเอง

7. มีระบบให้สามารถค้นหาได้ทันที (search engine) เพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้ใช้บริการเข้าถึงข้อมูลได้เร็วเช่นกัน

วิษระพงษ์ ะไวทย์ (2543: 126-127) กล่าวว่า เว็บไซค์ที่ประสบความสำเร็จนั้น ไม่เคยเกิดจากการใช้เทคนิคขั้นสูงแต่อย่างใด หากแต่เกิดจากการออกแบบที่เข้าใจถึงความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย เพราะฉะนั้นพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย จึงมีผลกระทบอย่างมากต่อการพัฒนาเว็บเพจหรือหน้าร้าน จึงได้เสนอหลักการและเคล็ดลับการออกแบบเว็บไซค์ให้ดังต่อไปนี้

1. ทราบจุดประสงค์ของกลุ่มเป้าหมาย ที่เข้ามาใช้บริการเว็บไซค์ เพื่อออกแบบเว็บไซค์ให้เข้าถึงข้อมูลที่กลุ่มเป้าหมายต้องการให้ “เร็วและครบถ้วนที่สุด” ฉะนั้น การจัดหมวดหมู่จะต้องทำให้ค้นหาได้ง่าย และสามารถส่งผ่านไปยังจุดใดจุดหนึ่งได้ง่าย

2. การออกแบบเว็บไซค์ที่ดีจะต้องดาวน์โหลดเร็ว ฉะนั้น การออกแบบจึงไม่ควรใส่รูปภาพและข้อความปริมาณมากในหนึ่งหน้าเว็บเพจ หากมีภาพจำนวนมากให้จัดทำเป็นภาพเล็กๆ และมีคำอธิบายโดยย่อไว้และให้ทำรูปขยายเพื่อให้ผู้เยี่ยมชมคลิกเข้าไปดูภาพขยายหรือรายละเอียดอื่นๆ ได้ ซึ่งหากผู้ใช้บริการคลิกนั้นหมายถึงเขาต้องการที่จะขอลายละเอียด และในหนึ่งหน้าเว็บเพจไม่ควรมีข้อมูลยาวเกิน 3 หน้าจอ เพื่อประโยชน์ในการดาวน์โหลดข้อมูลได้รวดเร็ว

3. ควรมีเมนูเฉพาะหรือชอร์ตคัต (shortcut) สำหรับหมวดหรือหน้าที่มีผู้เยี่ยมชมจำนวนมาก

4. ควรใช้รูปหรือสัญลักษณ์มากกว่าคำบรรยาย

5. ควรจะเปิดทางเลือกให้ผู้เยี่ยมชมเสมอ ไม่ควรจะบังคับไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่งมากเกินไป เช่น มีแบบฟอร์มให้ลงทะเบียนในทุกหน้าเว็บเพจ คือไม่ลงทะเบียนไม่ให้ชมซึ่งถือเป็นการปิดกั้นตนเอง

6. ควรออกแบบให้เป็นกันเองหรือเป็นมิตรกับผู้เยี่ยมชม และควรมีข้อมูลเพื่อสังคม เช่น ขายนสินค้าหัตถกรรม ก็ควรมีเรื่องประเพณีของไทย สถานที่ท่องเที่ยว หรือให้ความรู้เกี่ยวกับสิ่งของนั้นๆ ด้วย
7. ควรออกแบบเว็บเพจให้สนองตอบต่อทุกเวอร์ชันหรือทุกค่ายของบราวเซอร์ได้ซึ่งทุกครั้งที่ออกแบบจะต้องมีการทดสอบกับทุกบราวเซอร์ ไม่ว่าจะเป็น Internet Explorer หรือ Netscape
8. ควรออกแบบเว็บเพจให้ง่ายต่อการบำรุงรักษา และควรดูแลแก้ไขข้อมูลอยู่เป็นประจำ ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญที่จะทำให้มีผู้เข้าเยี่ยมชมประจำ

3.4 แนวทางการประเมินเว็บไซต์

แนนซี อีเวอร์ฮาร์ท (Everhart 1996) ได้กำหนดระดับการให้คะแนนการประเมินเว็บไซต์เพื่อเป็นประโยชน์ในการประเมินคุณภาพของเว็บไซต์สำหรับนักออกแบบและนักพัฒนาเว็บ รวมถึงผู้ที่เกี่ยวข้องในการจัดสารสนเทศผ่านระบบอินเทอร์เน็ต จะได้มีแนวทางในการตรวจสอบและประเมินคุณภาพที่สามารถอธิบายเหตุผลได้ โดยแนวคิดของอีเวอร์ฮาร์ทมีด้วยกัน 9 ด้าน ได้แก่

1. ความทันสมัย

ความทันสมัยของเว็บไซต์ จัดเป็นหัวข้อสำคัญของการพัฒนาข้อมูลสารสนเทศผ่านระบบอินเทอร์เน็ต เนื่องจากข้อมูลสารสนเทศที่ปรากฏอยู่ในเว็บไซต์จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้งานก็เมื่อข้อมูลนั้นเป็นข้อมูลที่ใหม่ ทันต่อสถานการณ์และได้รับการปรับปรุงแก้ไขตามระยะเวลาอย่างเหมาะสม การประเมินเว็บไซต์ในด้านความทันสมัยควรประเมินใน 3 ส่วนด้วยกันคือ

เว็บไซต์แสดงวันที่ปรับปรุงข้อมูลครั้งล่าสุด เป็นสิ่งที่แสดงความชัดเจนของเว็บไซต์ว่ามีความทันสมัยของข้อมูลระดับใด เพราะเว็บไซต์ที่แสดงถึงวันที่ปรับปรุงข้อมูลทุกวันย่อมแสดงว่าเป็นเว็บที่มีความเป็นปัจจุบันมากที่สุด สำหรับเว็บบางประเภท เช่น เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ย่อมจะต้องปรับปรุงข่าวสารและข้อมูลของเว็บเป็นปัจจุบันทุกวัน ก็จะแสดงวันที่ของหนังสือพิมพ์ที่นำข้อมูลมาออนไลน์ทุกวันอยู่แล้ว เป็นตัวอย่างของความทันสมัยและเป็นปัจจุบัน ในขณะที่เว็บไซต์จำนวนมากไม่ได้แสดงวันที่ปรับปรุงข้อมูลล่าสุด ซึ่งทำให้ไม่ทราบว่าข้อมูลดังกล่าวดำเนินการเมื่อใดก็จะเป็นปัญหาในการนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ประโยชน์

ดังนั้นเว็บไซต์ที่แสดงวันที่ปรับปรุงครั้งล่าสุดจะแสดงวันที่ปรับปรุงเว็บเอาไว้ในส่วนใดส่วนหนึ่งของเว็บ ที่เป็นที่นิยมก็จะนำมาแสดงไว้ด้านล่างของเว็บไซต์ แต่ในบางเว็บไซต์

ที่แสดงวันเวลาของเว็บในแต่ละวัน ไม่ได้หมายถึง การปรับปรุงเว็บไซต์ แต่เป็นการนำเอาเวลาของ เครื่องคอมพิวเตอร์ขึ้นมาแสดงที่หน้าเว็บเพจ ซึ่งไม่จัดเป็นวันเวลาที่ปรับปรุงข้อมูล

ประโยชน์ของการแสดงวันที่ปรับปรุงข้อมูลล่าสุด คือ ทำให้ทราบว่าข้อมูลใน เว็บได้รับการปรับปรุงเมื่อใด การอ้างอิงข้อมูลในเว็บสามารถแสดงวันที่ปรับปรุงข้อมูลสามารถ พิจารณาได้ว่าจะใช้ข้อมูลของเว็บไซต์นั้นหรือไม่

เว็บไซต์ที่มีมาตรฐานควรจะต้องแสดงวันที่ในการปรับปรุงข้อมูลของเว็บ เพื่อ แสดงให้เห็นถึงความรับผิดชอบ ความเอาใจใส่และการบำรุงรักษาเว็บของผู้สร้างหรือหน่วยงานที่ รับผิดชอบ ซึ่งในความเป็นจริงโปรแกรมที่ใช้ในการสร้างเว็บสามารถกำหนดให้แสดงวันที่ในการ ปรับปรุงเว็บโดยอัตโนมัติอยู่แล้วทุกครั้งที่ปรับเปลี่ยนข้อมูลใดๆ ในเว็บเพจ จึงไม่ใช่เรื่องยากใน การจัดทำเพียงผู้จัดทำเว็บไซต์ต้องใส่ใจในรายละเอียดเท่านั้น

เว็บไซต์แสดงการปรับปรุงข้อมูลอยู่เสมอเป็นปัจจุบัน หมายถึง ข้อมูลที่อยู่ในเว็บเป็น ข้อมูลที่ทันสมัยและอยู่ในช่วงระยะเวลาปัจจุบัน ไม่ใช่แค่การแสดงวันที่และเวลาในการปรับปรุง ข้อมูลเท่านั้น เพราะวันที่และเวลาที่ปรับปรุงครั้งล่าสุด อาจเป็นเพียงวันและเวลาที่ปรับเปลี่ยน รายละเอียดของเว็บเพจบางอย่าง เช่นเปลี่ยนแปลงข้อความ หรือการใส่กราฟิกใหม่ๆ เข้ามาในเว็บ เพจ แต่ข้อมูลในเว็บเพจอาจเป็นข้อมูลที่เก่าและล้าสมัยไปแล้ว ลักษณะของการปรับปรุงข้อมูลอยู่ เสมอเป็นปัจจุบันเช่นข้อมูลขององค์กรหรือหน่วยงานในปี พ.ศ. 2547 ก็ควรมีข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน เช่น ข้อมูล ณ วันที่ 21 มิถุนายน 2547 แสดงวันและวันที่ในเว็บไซต์ แต่มีข้อมูลของวันเดือนปีในปี พ.ศ. 2545,2546 ขณะที่ข้อมูลที่จะนำเสนอควรเป็นข้อมูลของปี พ.ศ. 2547 ด้วย ก็ถือได้ว่าข้อมูล ของเว็บไม่ได้ปรับปรุงให้เป็นปัจจุบันเป็นข้อมูลเก่าของปีที่ผ่านมา เป็นต้น

แต่ถ้าเว็บไซต์เป็นเว็บที่แสดงรายละเอียดของข้อมูลในอดีตก็ไม่ถือว่า ข้อมูลของเว็บ นั้นล้าสมัยเพราะภายในเว็บไซต์ก็ควรมีข้อมูลรายละเอียดที่ผ่านๆ มาแล้วในอดีต และควรอย่างยิ่งที่ จะเก็บข้อมูลเดิมๆ เอาไว้ทั้งหมดโดยไม่จำเป็นต้องปรับปรุงข้อมูลหรือแสดงวันที่ปรับปรุงเป็น ปัจจุบันก็ได้ เพียงแต่ควรมีเว็บเพจใหม่ๆ ที่มีข้อมูลหรือรายละเอียดที่ทันสมัยและเป็นปัจจุบัน ปรากฏอยู่ในเว็บไซต์ด้วยเพื่อแสดงให้เห็นเว็บไซต์มีการปรับปรุงในทันสมัยและเป็นปัจจุบัน ปรากฏอยู่ ซึ่งแสดงว่าเว็บได้รับการดูแลและพัฒนาข้อมูลอยู่ตลอดเวลาโดยหน่วยงานหรือผู้ดูแล

เว็บไซต์ที่มีมาตรฐานจึงควรแสดงการปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยและเป็นปัจจุบัน ใน ลักษณะใดลักษณะหนึ่ง เช่น แสดงการอ้างอิงของข้อมูลภายในเว็บเพจ ซึ่งหมายถึง ข้อมูลที่แสดงอยู่ ในเว็บเพจนำมาจากที่ใด เป็นข้อมูลเมื่อวันที่เท่าไร อันเป็นรายละเอียดที่จะช่วยทำให้ผู้ใช้บริการ ของข้อมูลสามารถนำไปอ้างอิงและใช้ประโยชน์ของข้อมูลที่ทันสมัย อันเป็นสิ่งสำคัญของข้อมูล

สารสนเทศผ่านระบบอินเทอร์เน็ตที่มีการกล่าวถึงว่า บางเว็บไซต์ข้อมูลขาดความทันสมัย ไม่เป็นปัจจุบัน

เว็บไซต์แสดงสถิติของจำนวนการเข้าใช้และปรับปรุงข้อมูล เป็นลักษณะตัวนับจำนวนของเว็บไซต์ที่จะแสดงสถิติจำนวนของผู้ที่เข้าใช้บริการและจำนวนครั้งที่ปรับปรุงข้อมูล อยู่ในรูปของตัวนับจำนวนที่จะแสดงร่วมกับวันที่และเวลาในการปรับปรุงข้อมูล เป็นสิ่งที่แสดงถึงจำนวนผู้เข้าใช้บริการข้อมูลในเว็บและช่วยให้ผู้จัดทำได้ทราบถึงความนิยมและความสำคัญของเว็บเพจ เพราะถ้าเว็บเพจที่จัดทำเป็นประโยชน์และข้อมูลเป็นที่ต้องการของผู้ใช้ก็จะมีการเข้าใช้บ่อยครั้ง สามารถบอกได้ว่าเว็บมีความถี่ในการเข้าใช้งานในแต่ละช่วงเวลาระดับใดบ้าง โดยการบอกเวลาที่เริ่มต้นติดตั้งตัวนับจำนวนก็จะทำให้ทราบได้ว่าในช่วงเวลาหนึ่งมีผู้เข้าใช้บริการข้อมูลระดับใด

แต่สถิติจำนวนการเข้าใช้มีเงื่อนไขสำคัญคือ การเผยแพร่เว็บไซต์ให้เป็นที่รู้จักด้วย จึงต้องมีความเข้าใจในการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่เว็บไซต์ ที่เรียกว่าการเพิ่มชื่อเว็บไซต์ (Add URL) เข้าไปยังเว็บประเภทสืบค้นข้อมูลต่าง ๆ เมื่อเวลาที่มีการสืบค้นข้อมูลหรือต้องการข้อมูลที่สร้างเป็นเว็บเพจ ผู้สืบค้นก็จะสืบค้นข้อมูลผ่านเครื่องมือสืบค้นมายังเว็บเพจที่สร้างขึ้น ถ้าเว็บจัดทำไม่น่าสนใจหรือมีข้อมูลล้าสมัย ก็จะมีเพียงคนสืบค้นเข้ามาแะชมแล้วก็ผ่านไป ไม่เข้ามาสนใจหรือใช้งานข้อมูลในเว็บเพจนั้นอีก แต่ถ้าข้อมูลในเว็บเพจทันสมัยและมีการจัดทำดีก็อาจถูกนำไปเชื่อมโยงกับเว็บต่าง ๆ หรือมีการแนะนำให้เข้ามายังเว็บไซต์เหล่านั้นบ่อย ๆ ก็จะทำให้ตัวนับจำนวนแสดงผลมากขึ้นตามลำดับ

2. เนื้อหาและข้อมูล

เว็บไซต์ต้องมีเนื้อหาและข้อมูลที่เป็นประโยชน์ เป็นสิ่งที่ตรวจสอบและวัดความเป็นเว็บไซต์ที่ดีได้ง่าย รวมทั้งสามารถประเมินคุณค่าของเว็บไซต์ได้อย่างชัดเจน โดยเฉพาะถ้าเว็บไซต์มีเนื้อหาข้อมูลที่ตรงตามหลักสูตรและการเรียนการสอนของนักเรียน หรือทำให้เป็นเนื้อหาข้อมูลประกอบการเรียนตามหลักสูตรและน่าสนใจชวนติดตามย่อมเป็นประโยชน์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าเนื้อหาที่น่าสนใจบนเว็บไซต์เป็นเนื้อหาที่หาไม่ได้ในห้องสมุด ย่อมเป็นเนื้อหาที่มีคุณค่านำไปใช้ประโยชน์ได้โดยตรง แสดงให้เห็นถึงประโยชน์ของระบบอินเทอร์เน็ตได้อย่างชัดเจนว่าเป็นแหล่งเนื้อหาและข้อมูลเพื่อการเรียนรู้ ที่แตกต่างออกไปจากแหล่งเรียนรู้เดิมๆ อย่างห้องสมุด เนื้อหาที่น่าสนใจนั้นย่อมมีความหมายและเป็นประโยชน์

การที่เราจะสรุปประโยชน์ของข้อมูลและเนื้อหาที่ติดตั้งในเว็บไซต์ หัวเรื่องของเว็บก็เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่ต้องพิจารณา เพราะเว็บไซต์มากมายที่ตั้งหัวเรื่องของเว็บหรือตั้งชื่อเว็บเอาไว้อย่างดี ดูจากหัวเรื่องก็แทบจะเชื่อได้ว่าเว็บนั้นเป็นประโยชน์เช่น เว็บความรู้เรื่องประเทศไทย แต่

เมื่อเข้าไปดูเนื้อหา กลับกลายเป็นเว็บโฆษณาท่องเที่ยวภายในประเทศ หรือกลายเป็นบริษัททัวร์ เนื้อหาจึงกลายเป็นเรื่องของการค้ามากกว่าที่จะเป็นความรู้แท้จริงสิ่งสำคัญที่สุดของข้อมูลและเนื้อหาในเว็บไซค์ก็คือ ความถูกต้องของเนื้อหา เป็นคำถามที่ถูกถามมากที่สุดของการออกแบบและพัฒนาเว็บก็คือ ความน่าเชื่อถือของเว็บ และคำตอบก็คือ ถ้าเนื้อหาของเว็บมีความถูกต้องนั้นคือ ความน่าเชื่อถือที่สำคัญที่สุด ซึ่งเป็นสิ่งที่พิสูจน์ยากที่สุด และหากำรับรองหรือยืนยันได้ยาก ผู้ที่สืบค้นเข้ามาในเว็บและต้องการนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ ก็ย่อมไม่ทราบว่าข้อมูลที่นำเสนอบนเว็บไซค์นั้นถูกต้องหรือไม่ เพราะผู้ใช้ข้อมูลก็เพียงต้องการข้อมูลหรือไม่ค้นหาข้อมูลนำไปใช้ไม่ใช่ ผู้ที่จะต้องตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล ความถูกต้องจึงต้องมียุทธศาสตร์ประกอบอื่นๆ เข้ามาเกี่ยวข้องเช่น ข้อมูลนั้นเป็นข้อมูลหน่วยงานที่นำมาจากสื่ออื่นๆ ที่เคยเผยแพร่แล้ว เช่น การเผยแพร่ข้อมูลโรคติดต่อต่างๆ ที่เคยอยู่ในแผนพับใบปลิว ก็นำมาสร้างเว็บไซค์เป็นต้น ข้อมูลจึงจะน่าเชื่อถือมากที่สุด หรือโดยเฉพาะข้อมูลจากตำราโดยตรง

เมื่อเนื้อหาที่มีความถูกต้องสมบูรณ์สิ่งที่จะต้องคำนึงต่อไปคือ เนื้อหาและข้อมูลต้องเป็นไปตามวัตถุประสงค์ในการจัดทำเว็บไซค์ เนื้อหาและข้อมูลตรงตามชื่อและสอดคล้องกับหน่วยงานที่ดำเนินการอย่างชัดเจน จึงจะถือได้ว่าเว็บไซค์มีความถูกต้อง เนื้อหาและข้อมูลควรจะมีลักษณะเป็นภาษาเขียนเพื่อนำเชื่อถือและสะดวก มีลักษณะการใช้ภาษาที่สุภาพ ไม่ใช้ภาษาพูด ไม่หยาบคาย และมีการใช้ภาษาที่เป็นทางการ การพิมพ์ไม่ผิดพลาด การใช้สระ พยัญชนะต่างๆ มีความถูกต้องสมบูรณ์ถือว่าเว็บไซค์มีคุณภาพดี

3. ความน่าเชื่อถือ

เว็บไซค์ที่มีคุณภาพไม่ใช่เพียงแต่ทันสมัย มีเนื้อหาและข้อมูลที่ดี ความน่าเชื่อถือต่อเว็บไซค์เป็นเรื่องสำคัญในจะนำเอาข้อมูลไปอ้างอิงหรือใช้ประโยชน์ เพราะข้อมูลและเนื้อหาจะได้นำไปใช้ประโยชน์ก็ด้วยเหตุผลที่ว่าเว็บนั้นน่าเชื่อถือ เช่น ถ้าต้องการข้อมูลเกี่ยวกับโรคติดต่อ ข้อมูลที่น่าเชื่อถือที่สุดก็ควรเป็นข้อมูลของกระทรวงสาธารณสุข หรือโรงพยาบาลต่างๆ นั้นหมายความว่า ผู้เข้าไปใช้ประโยชน์จากเว็บก็จะพยายามหาข้อมูลจากเว็บที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่ต้องการ ทันสมัยและมีข้อมูลเนื้อหาที่ดี แต่ที่สำคัญคือเว็บต้องน่าเชื่อถือนั่นเอง

ความน่าเชื่อถือของเว็บไซค์นั้นคือ ผู้จัดทำเว็บเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับเนื้อหา หรือเป็นองค์กรที่รับผิดชอบด้านนั้น โดยตรง โดยแสดงความรับผิดชอบในเว็บอย่างชัดเจน แสดงให้เห็นได้จากส่วนที่สงวนลิขสิทธิ์และผู้รับผิดชอบภายในเว็บ ซึ่งนิยมแสดงไว้ด้านล่างของเว็บไซค์ โดยรวมถึงความทันสมัยนั้นคือเวลาที่ปรับปรุงครั้งล่าสุดนั่นเอง ตัวอย่างของความน่าเชื่อถือ ถ้า

หน่วยงานหรือองค์กรมีความน่าเชื่อถือสูง เพียงแค่โดเมนเนมก็สามารถบ่งบอกความน่าเชื่อถือได้เช่นกัน

ความน่าเชื่อถือของเว็บสามารถแสดงออกได้หลายรูปแบบ ซึ่งการสร้างความเชื่อถือเป็นเรื่องสำคัญสำหรับเว็บไซต์ เพราะมีเว็บไซต์จำนวนมากที่ไม่ทราบที่มาของผู้จัดทำ ไม่สามารถติดต่อผู้ดูแลเว็บไซต์ได้ ไม่มีการสงวนลิขสิทธิ์เพราะอาจลอกเลียนจากหนังสือหรือผู้อื่น ไม่มีตำแหน่งหน้าที่การงานหรือหน่วยงานที่ชัดเจน ไม่มีที่อยู่ที่จะติดต่อหรือมีแหล่งที่แน่นอน โดเมนเนมไม่มาตรฐาน ฯลฯ ดังนั้นค่าน่าเชื่อถือของเว็บไซต์จึงเป็นตัวบ่งชี้คุณภาพและประสิทธิภาพของเว็บไซต์ได้ประการหนึ่ง

4. การเชื่อมโยงข้อมูล (Link)

การประเมินเว็บไซต์ที่ดีควรจะแสดงการเชื่อมโยงไปยังส่วนต่างๆ ในรูปแบบที่เข้าใจง่าย และอ่านได้อย่างชัดเจน การเชื่อมโยงภายในเว็บไซต์ จะมีชื่อเรียกว่า ลิงค์ (Link) การลิงค์หรือการเชื่อมโยงนั้น ถ้าหน้าแรกสามารถบอกได้ว่า เว็บไซต์นั้นมีการจัดการอย่างไร มีเงื่อนไขในการเชื่อมโยงอย่างไร และมีอย่างไรที่จำเป็นต้องเชื่อมโยงไปยัง ลักษณะอย่างนี้อาจจะมีหน้าพิเศษต่างหากที่เรียกว่า แผนภูมิเว็บไซต์ หรือ site map อีกคำหนึ่ง สำหรับการเชื่อมโยงในลักษณะทั่วไปของเว็บเพจ คือคำว่า navigation หมายถึงเส้นทางซึ่งเมื่อเปิดเข้าสู่หน้าแรกและมีโฮมเพจ และต้องการเชื่อมโยงหรือไปในเส้นทางใดภายในเว็บไซต์ สิ่งเหล่านี้เรียกว่า navigation bar ดังนั้น ผู้ที่ออกแบบเว็บไซต์และมีการเชื่อมโยงได้ดี มีการจัดองค์ประกอบได้ดีจะทำให้เว็บไซต์นั้นสามารถเชื่อมโยงได้กันทุกเว็บ และเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของเว็บไซต์

ลักษณะการเชื่อมโยงภายในเว็บไซต์ ควรจะแสดงรูปแบบที่ชัดเจนหรือที่เรียกว่า ไฮเปอร์เท็กซ์ (hypertext) นั่นก็คือ ตัวหนังสือที่มีการเชื่อมโยงจะมีการขีดเส้นใต้ไว้อย่างชัดเจน หรือถ้าไม่มีการขีดเส้นใต้เมื่อเลื่อนเมาส์ผ่านไปยังบริเวณที่เป็นตัวอักษรจะปรากฏเป็นรูปมือ ซึ่งรูปแบบเว็บไซต์ที่มีคุณภาพและชัดเจน ส่วนที่เป็นไฮเปอร์เท็กซ์ และมีการเชื่อมโยงนั้นควรรวบรวมรูปแบบที่ชัดเจน เมื่อเลื่อนเมาส์เข้าไปในส่วนที่เป็นไฮเปอร์เท็กซ์ก็ควรจะเปลี่ยนแปลงเป็นรูปมือ สี และแบ็คกราวนด์ของตัวอักษรก็อาจจะเปลี่ยนไป ซึ่งทำให้ง่ายต่อการสังเกต การเชื่อมโยงที่ดี ตัวที่ทำหน้าที่การเชื่อมโยงควรจะอ่านง่ายและสื่อความหมายชัดเจน เป็นในลักษณะเดียวกันกับวัตถุประสงค์ของเว็บไซต์ ตัวเชื่อมโยงหรือ ลิงค์ควรจะง่ายต่อการสังเกตและมีขนาดเหมาะสม ตัวเชื่อมโยงควรมีเหตุมีผลสอดคล้องกันทั้งกลุ่ม เช่น ถ้ามีเมนูที่ทำหน้าที่ในการเชื่อมโยงไปยังเว็บเพจต่างๆ เมนูทั้งกลุ่มนั้นควรมีลักษณะที่สอดคล้องกัน ตัวอย่าง เช่น ถ้าทำเป็นร้านหนังสือหรือ

ห้องสมุด เมนูที่เป็นตัวเชื่อมโยงหรือตัวลิงค์ควรจะมีลักษณะรูปหนังสือ ตะกร้าใส่หนังสือ ที่คั่นหนังสือ หรือลักษณะใดลักษณะหนึ่งที่เกี่ยวข้องกันกับห้องสมุดหรือหนังสือในชุดเดียวกัน

เว็บไซต์ที่มีคุณภาพดี เส้นทางเดินภายในเว็บไซต์หรือการเชื่อมโยงควรจะเป็นในแนวทางเดียวกันในทุกๆ เว็บเพจ หรือที่เรียกว่า มีความสอดคล้องเป็นแนวทางเดียวกันในทุกเว็บเพจ เช่น หน้าแรกของโฮมเพจมีลักษณะการเชื่อมโยงที่เป็นปุ่ม (botton) หรือเป็นข้อความ ในเว็บเพจหน้าอื่นๆ ก็ควรจะมีปุ่มหรือตัวเชื่อมโยงลักษณะเดียวกันกับในหน้าโฮมเพจ ลักษณะของการใช้สี การวางรูปแบบ เช่น ถ้าตัวเชื่อมโยงในด้านบนเป็นแถวเรียงกัน ในทุกๆ หน้าก็ควรจะมีรูปแบบเป็นแบบเดียวกัน คือเป็นแถวในแนวเดียวกัน ในขณะที่เดียวกันถ้ารูปแบบของการเชื่อมโยงเป็นแถวแนวตั้งเรียงจากบนลงล่างในหน้าแรก หน้าต่อๆ ไปควรจะมีลักษณะเดียวกัน จะทำให้เว็บไซต์ทั้งเว็บมีการเชื่อมโยงหรือเส้นทางเดียวเชื่อมโยงเป็นแนวทางเดียวกัน

การเชื่อมโยงในทุกๆ หน้าควรจะสามารถเชื่อมโยงกลับไปยังหน้าแรกของเว็บไซต์ได้ หรือไปยังหน้าต่างๆ ที่เกี่ยวข้องได้ ปริมาณของการเชื่อมโยงภายในเว็บไซต์ควรเป็นไปอย่างเหมาะสม ควรมีการเชื่อมโยงไปยังส่วนสำคัญต่างๆ ในขณะที่เดียวกันก็ไม่ควรมีการเชื่อมโยงมากเกินไป จนกลายเต็มไปด้วยจุดที่เชื่อมโยง เนื่องจากตัวเชื่อมโยงมักจะมีลักษณะเด่นพิเศษ ดังนั้นจะทำให้ข้อมูลหรือข้อความภายในเว็บเพจไม่จุดเด่นที่น่าสนใจเลย ขณะเดียวกันตัวเชื่อมโยงควรจะเป็นไปตามวัตถุประสงค์ หมายถึงตัวเชื่อมโยงควรมีรูปแบบในลักษณะเดียวกันกับจุดประสงค์ของเว็บเพจ เช่น ถ้าเว็บเพจนั้นมีการเชื่อมโยงที่ต้องการให้ค้นคว้าลึกลงไปในเรื่องอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ก็ควรมีตัวลิงค์ที่แสดงสัญลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาของเว็บไซต์นั้น นอกจากนี้ไอคอนหรือปุ่มที่ใช้ในรูปแบบการเชื่อมโยงที่นำมาใช้ควรจะเป็นสิ่งที่ดึงดูดและน่าสนใจ คุณแล้วเข้าใจว่าผู้ออกแบบต้องการให้มีเชื่อมโยงไปยังส่วนใดของเว็บ เช่น กรณีที่ต้องการใช้ไอคอนให้กลับไปยังหน้าแรก หรือหน้าโฮมเพจ มักจะใช้รูปบ้าน เล็กๆ เป็นสัญลักษณ์ เมื่อในเว็บเพจส่วนใดก็ตามเห็นเป็นรูปบ้าน ผู้ใช้มักจะตีความหมายว่าถ้าคลิกหรือเลื่อนเมาส์เข้าไปก็จะกลับไปสู่หน้าโฮมเพจ เช่นเดียวกันลูกศรที่เป็นแถบเลื่อนเมื่อต้องการเลื่อนลงล่าง ก็จะมีลูกศรเป็นไอคอนชี้ลงล่าง เมื่อคลิกก็จะเลื่อนลงด้านล่างอย่างรวดเร็ว ในขณะที่เดียวกันถ้าต้องการกลับมาด้านบนในกรณีที่เป็นเว็บแถบเลื่อนและมีลักษณะทางยาวลงมาด้านล่าง การออกแบบการเชื่อมโยงในลักษณะนี้อาจจะมีลูกศรชี้ขึ้นบน ผู้ใช้ก็คาดเดาได้ว่าเมื่อคลิกลูกศรแล้วจะกลับขึ้นด้านบนของเว็บเพจ นี่คือนิยามชัดเจนของตัวเชื่อมโยง

5. การนำไปใช้งานจริง

เว็บเพจที่ดีควรมีเนื้อหาเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ และมีการแสดงผลอย่างรวดเร็ว ในเว็บเพจต้องทำให้ผู้เข้าชมรู้สึกที่ไม่เสียเวลา ไม่ไร้ประโยชน์หรือเว็บเพจไม่เป็นไป

ตามวัตถุประสงค์ ผู้ออกแบบต้องคำนึงเสมอว่า ในการนำไปใช้งานจริง ผู้สืบค้นข้อมูล หรือผู้เข้าชมเว็บเพจย่อมเข้ามาเพื่อคิดว่าเว็บเพจที่จัดทำนั้นมีวัตถุประสงค์ตามหัวเรื่องของเว็บเพจ เช่น เว็บเพจมีวัตถุประสงค์ต้องการเผยแพร่ ข่าวสาร เกี่ยวกับเรื่องเอดส์ เมื่อเข้ามาแล้วก็ควรจะเกี่ยวข้องกับเรื่องราวของเอดส์ ไม่ใช่เป็นการโฆษณาขายยาหรือ โฆษณาชวนเชื่อ ซึ่งลักษณะแบบนี้จะไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ จะทำให้ผู้เข้าชมรู้สึกว่เสียเวลาในการเข้าเยี่ยมชม นอกจากนั้นเนื้อหา และการออกแบบเมื่อนำไปใช้งานจริงควรคำนึงว่าเว็บเพจต้องเป็นที่ดึงดูดสายตาของผู้เข้าชม ทำให้เกิดความน่าสนใจตลอดเวลา และดึงดูดให้ผู้เข้าชมใช้เวลานานในการค้นหาข้อมูล ชวนติดตามอยู่ตลอดเวลา

6. ความเป็นมัลติมีเดีย

ความเป็นมัลติมีเดีย (multimedia) สำหรับเว็บไซต์เป็นเรื่องที่ค่อนข้างยาก เนื่องจากเว็บไซต์ต้องออนไลน์อยู่ในระบบอินเทอร์เน็ต ในข้อจำกัดของแบนด์วิท และความเร็วในการนำเสนอ จึงยากที่จะทำให้เว็บไซต์แต่ละเว็บไซต์มีความเป็นมัลติมีเดีย ดังนั้น องค์ประกอบที่สำคัญของความเป็น มัลติมีเดีย ภายในเว็บไซต์ คือ เสียง ภาพ กราฟิก ภาพเคลื่อนไหว ควรสอดคล้องกับเนื้อหาภายในเว็บ นอกจากนี้ควรจะเป็นมัลติมีเดียที่เพิ่มความสนใจให้ผู้เข้าชม ภาพเคลื่อนไหวที่นำเสนอควรจะมีเวลาที่เหมาะสมและไม่รบกวนเนื้อหา ภาพกราฟิกที่ใช้ไม่ควรมีขนาดใหญ่เกินไปสามารถแสดงผลหรือโหลดขึ้นมาได้อย่างรวดเร็ว สิ่งที่ต้องทำความเข้าใจในความเป็นมัลติมีเดียของเว็บก็คือ เว็บไซต์ไม่สามารถมีปฏิสัมพันธ์กับผู้เข้าชมได้ทันที เนื่องจากการออกแบบเว็บไม่สามารถทำให้ใช้เทคนิคหรือกระบวนการได้มากมายอย่างที่ เป็น stand alone ภายในระบบ ดังนั้นความเป็นมัลติมีเดียของเว็บไซต์ จึงหมายถึงการจัดทำภาพประกอบ เสียง ภาพเคลื่อนไหว ภาพวิดีโอ หรือภาพนิ่ง โดยเป็นการเสริมหรือเพิ่มให้เว็บไซต์มีคุณค่า และที่สำคัญมัลติมีเดียที่นำมาใช้ต้องสอดคล้องกับเนื้อหา และเป็นประโยชน์ในการสร้างความเข้าใจให้กับผู้เข้าชมเว็บไซต์

7. การให้ข้อมูล

ในการให้ข้อมูลภายในเว็บไซต์ ข้อมูลที่สำคัญควรจะเข้าถึงได้ง่ายและรวดเร็ว โดยไม่มีความสลับซับซ้อน แต่การนำเสนอข้อมูลควรมีการจัดรูปแบบและหมวดหมู่ของข้อมูลอย่างเป็นระบบ เพื่อให้ง่ายต่อการตรวจสอบและใช้งานข้อมูลเหมือน ความลำเอียงเนื่องจากแนวคิดที่ไม่ตรงกันควรได้รับการแก้ไข แต่ละเว็บไซต์ในกลุ่มของพนักงานจะมีเจ้าหน้าที่บางคนเข้ามาเกี่ยวข้องกับ

เพื่อช่วยให้ข้อมูลเป็นไปอย่างเหมาะสม นอกจากนี้ข้อมูลที่ใช้ควรมีเนื้อหาที่ทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์ โดยแสดงได้จากเวลาที่ปรับปรุง ขณะเดียวกันเมื่อจัดทำเว็บไซต์ตามวัตถุประสงค์แล้ว เว็บไซต์ควรจะสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายของเว็บ ถ้าเว็บไซต์นั้นจัดทำได้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น กลุ่มนักศึกษา หรือวัยรุ่น ก็จะทำให้เว็บนั้นได้รับความนิยม แสดงถึงคุณภาพของผู้ดำเนินการจัดทำเว็บนั่นเอง

ในการออกแบบเว็บเพจที่ดี การจัดเนื้อหาเป็นเรื่องที่สำคัญและการเข้าสู่เนื้อหาเป็นสิ่งที่ต้องจัดทำให้เข้าถึงได้ง่าย และจัดข้อมูลอย่างเป็นระเบียบ ในที่นี้หมายถึง การให้ข้อมูลเมื่อเข้าเริ่มตั้งแต่หน้าแรก ควรจะมีการจัดการข้อมูลโดยเฉพาะข้อมูลที่สำคัญควรวางไว้ในหน้าแรกๆ มีการเน้นหรือให้ความสำคัญเป็นพิเศษ เช่น มีลักษณะที่เป็นหัวข้อใหญ่ หัวข้อย่อย เรียงกันไปตามลำดับความสำคัญ และการเข้าถึงข้อมูลที่สำคัญนั้นควรเข้าถึงได้อย่างง่ายและรวดเร็ว ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญของการออกแบบเว็บ เว็บที่สวยงามจำนวนมากอาจมีเส้นทางซับซ้อนกว่าที่ผู้เข้าชมการเข้าถึงข้อมูลที่สำคัญ ในขณะที่เว็บที่ออกแบบอย่างง่าย แต่เข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็วและสะดวก จะได้รับความนิยมสูง และทำให้ผู้เข้าชมได้รับความสะดวกในการใช้งาน การจัดการรูปแบบของเว็บ โดยเฉพาะข้อมูลให้เป็นระบบ จะช่วยให้ผู้เข้าชมสามารถเข้าถึงและรู้สึกว่าเป็นที่สะดวกต่อการใช้งาน แม้ว่าข้อมูลที่นำเสนอจะธรรมดา การจัดรูปแบบของข้อมูลที่เป็นระบบและง่ายต่อการค้นหาหรือสืบค้นภายในเว็บไซต์นั้นเป็นเทคนิคสำคัญอย่างหนึ่งในการนำเสนอข้อมูลของเว็บไซต์ ผู้ออกแบบเว็บควรคำนึงถึงความเรียบง่าย และความเป็นระเบียบ การแบ่งหัวข้อหรือกลุ่มเอาไว้อย่างชัดเจน ในหน้าเว็บไซต์จะช่วยให้ผู้เข้าชมสะดวกในการค้นหา ตัวอย่าง เว็บไซต์ประเภทหาไรดีเป็นตัวอย่างอย่างหนึ่งของการจัดการข้อมูลในเว็บไซต์ เว็บไซต์ที่มีชื่อเสียงจำนวนมากจะมีการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของข้อมูล และนำเอาข้อมูลที่ต้องการนั้นอยู่ในส่วนแรกของเว็บไซต์ เพื่อให้ผู้เข้าชมสามารถทำได้สะดวกเนื้อหาของข้อมูลภายในเว็บเพจ ควรเป็นข้อมูลที่ทันสมัยและตรงตามวัตถุประสงค์ของกลุ่มเป้าหมายที่จะเข้ามาใช้งาน เนื่องจากการออกแบบเว็บเพจ เนื้อหาในแต่ละหน้าของเว็บเพจนั้นควรจะมีอายุที่เหมาะสม หมายความว่า เนื้อหาของเว็บที่นำเสนอต้องไม่อยู่นานเกินไป เช่น การประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน อาจคิดไว้ประมาณ 1-2 เดือน หลังจากนั้นเปลี่ยนหัวเรื่องหรือเนื้อหา เพราะการคงเนื้อหาไว้อย่างยาวนาน ย่อมทำให้ผู้เข้าชมรู้สึกว่ายังไม่มี การปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงข้อมูล ทำให้ไม่อยากจะเข้าชมอีก และตัวปรับที่ไว้กับตัวเว็บเพจให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายของเว็บ เช่น เว็บประเภทวิชาการ ควรใช้คำที่สละสลวย มีความหมายลึกซึ้ง และใช้คำที่เป็นทางการ ในขณะที่เว็บที่เป็นทางการบางเว็บ มีการนำเอาคำพูดในลักษณะที่เป็นภาษาพูดหรือคำศัพท์วัยรุ่นมาใช้ ซึ่งทำให้ความน่าเชื่อถือของข้อมูลนั้นลดลง และถูกมองว่าเว็บนั้นไม่ใส่ใจในสาระเนื้อหา ดังนั้นลักษณะของคำศัพท์ที่ใช้จึงควรเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายของ

เว็บและเหมาะสมกับเนื้อหาของเว็บด้วย ผู้ออกแบบเว็บถ้าจะออกแบบเว็บที่มีการจัดข้อมูลให้ง่าย และตรงประเด็น เป็นระบบเป็นระเบียบก็ต้องคำนึงถึงความทันสมัยของเนื้อหาและคำศัพท์ที่ใช้ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

8. การเข้าถึงข้อมูล

สิ่งที่สำคัญที่สุดก็คือ เว็บไซต์สามารถแสดงผลข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว เมื่อผู้ใช้เข้าสู่เว็บไซต์ นั้นหมายถึง เมื่อผู้ใช้ต้องการเข้าสู่เว็บไซต์โดยการพิมพ์ที่อยู่ของเว็บเช่น URL หรือ โดเมนเนม (Domain Name) แล้วกดปุ่ม Enter การแสดงผลของหน้าแรกจะต้องปรากฏอย่างรวดเร็วโดยไม่เสียเวลานานจะทำให้ผู้ใช้รู้สึกพึงพอใจ แต่ถ้าเว็บได้ออกแบบให้มีกราฟิก ภาพเคลื่อนไหว และเนื้อหาจำนวนมาก เว็บนั้นก็จะแสดงผลได้ช้า ก็จะทำให้ผู้ใช้รอและเบื่อหน่าย การทำให้ผู้ใช้รอบ้างย่อมรับได้ แต่ถ้าผู้ใช้นานเกินไปก็อาจเบื่อหน่ายและเปลี่ยนไปเว็บอื่นในที่สุด

การเข้าถึงข้อมูลในเว็บไซต์นอกจากจะแสดงผลรวดเร็วแล้ว เว็บไซต์ควรหาได้สะดวกจากเว็บประเภทสืบค้นข้อมูลหรือ Search Engine หรือเว็บได้ Add URL เอาไว้ใน Search Engine เช่น Google หรือ Yahoo ถ้าเป็นในประเทศไทยก็เช่น Sanook , Sansarn ก็จะทำให้ผู้ใช้สามารถสืบค้นจากเครื่องมือสืบค้นได้รวดเร็ว การโหลดของเว็บได้อย่างรวดเร็วทำให้เสียเวลาน้อยลงในการค้นหาข้อมูล เว็บไซต์ที่แสดงผลจากการค้นหาได้รวดเร็ว ย่อมเป็นที่นิยมของผู้ใช้ เพราะค้นเจอเสมอ แสดงว่าเข้าถึงข้อมูลได้รวดเร็ว

ข้อมูลในเว็บเพจและงานกราฟิกต่างๆ ควรออกแบบให้แสดงผลได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งการแสดงผลอย่างรวดเร็วนี้เกิดจากการเลือกใช้รูปภาพที่มีขนาดเล็ก และเลือกใช้ข้อมูลที่เป็นตัวอักษรอย่างเดียว โดยกราฟิกต่างๆ มีไม่มากนัก เลือกรูปภาพที่ไม่ใช่กราฟิกจะช่วยให้แสดงผลได้เร็วขึ้น รวมทั้งการไม่มีเว็บหลายเฟรมซ้อนกันอยู่ การเข้าถึงข้อมูลกล่าวกันว่าความเร็วเป็นเรื่องสำคัญ เว็บที่มีชื่อเสียงหลายเว็บในอดีตออกแบบได้สวยงามตื่นตา มีเทคนิคลูกเล่นแพรวพราวแต่แสดงผลได้ช้า ทำให้หลายเว็บเสื่อมความนิยมลงไป เมื่อเทียบกับเว็บใหม่ ๆ ที่เน้นความเร็วในการแสดงผลเป็นหลัก ทำให้ผู้ใช้ไม่เสียเวลารอนับถือ ความรวดเร็วจึงเป็นประเด็นสำคัญในการออกแบบเว็บเป็นจุดแข่งขันและจุดประเมินสำคัญของเว็บ

9. ความหลากหลายของข้อมูล

ประเด็นสำคัญในส่วนของข้อมูลก็คือ เว็บควรมีความหลากหลายและมีเรื่องที่เป็นประโยชน์หลาย ๆ เรื่อง มีความน่าเชื่อถือและตรวจสอบข้อมูลได้ ข้อมูลนั้นก็จะได้รับความนิยมและแนะนำกันให้เข้ามาชมอีก กรณีที่เว็บมีข้อมูลไม่มากมายนัก แต่เว็บมีข้อมูลสำคัญเพียงพอก็ไม่ยาว

เกินไป ไม่สั้นมากเกินไปก็เพียงพอใช้ประโยชน์ได้เหมาะสม องค์ประกอบในการประเมินอื่นๆ ของความหลากหลายข้อมูลได้แก่

9.1. เว็บไซต์ได้รับรางวัล เป็นประเด็นในการประเมินคุณภาพประการหนึ่ง เช่น เว็บไซต์ได้รับ รางวัลยอดเยี่ยม หรือเว็บไซต์ได้รับการ โหวตในสาขาใดๆ หรือเว็บไซต์มีการจัดลำดับว่ามีผู้เข้าใช้มาก ล้วนแต่เป็นตัวบ่งบอกคุณภาพได้

9.2. เว็บไซต์ไม่มีเรื่องต้องเสียค่าใช้จ่าย เป็นเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลโดยไม่คิดค่าใช้จ่ายก็ควรได้รับการประเมินระดับดี

9.3. เว็บไซต์มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ดูแลกับผู้ใช้งาน เช่น มีการตอบคำถาม มีการฝากข้อมูล และข้อความและตอบคำถามสม่ำเสมอ แสดงว่าเป็นเว็บไซต์ที่ดีในการบริการ

9.4. เว็บไซต์ที่มีการสมัครและจัดเก็บข้อมูลของผู้ใช้งานไว้เป็นความลับ และเมื่อเรียกใช้ก็ มีการกำหนดรหัสเข้าและรหัสผ่าน แสดงถึงการบริการและบริหารเว็บอย่างมีคุณภาพได้

9.5. เว็บไซต์มีข้อมูลที่สามารถคัดออกมาทางเครื่องพิมพ์ได้ โดยไม่ต้องเปลี่ยนแปลงแก้ไขใดๆ ก่อนการพิมพ์ แสดงว่าออกมาเป็นอย่างดี แสดงผลได้อย่างเป็นระเบียบ นำข้อมูลไปใช้ได้โดยตรง

9.6. ข้อมูลที่นำเสนอในเว็บไซต์มีขนาดสั้นและไม่มียกประกอบมากมาย จนละเอียดข้อมูล เว้นนั้นแสดงว่ามีระบบข้อมูลที่ดี

9.7. เว็บไซต์ที่มีเครื่องมือสืบค้นเป็นของตนเอง แสดงว่าเว็บอาจมีขนาดใหญ่แต่มีระบบการค้นหาข้อมูลภายในเว็บของตนเองได้ โดยไม่ต้องหาเส้นทางเข้าสู่เว็บอย่างยุ่งยาก

ดังนั้นจะเห็นได้ว่า การประเมินเว็บไซต์หรือข้อมูลสารสนเทศอันจะเป็น ประโยชน์กับบุคคลทั่วไป ตามแนวคิดทั้ง 9 ด้านล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งจำเป็นในการออกแบบเว็บไซต์ ซึ่งเว็บไซต์ที่สามารถออกแบบได้ตามแนวคิดทั้ง 9 ด้านก็ถือว่าเป็นเว็บไซต์ที่ดีเยี่ยม การจัดลำดับคะแนนก็สามารถเรียงลำดับตามแนวคิด โดยแบ่งเป็นส่วนคะแนนต่าง ๆ ได้ตามลำดับ ก็จะทำให้ได้แบบประเมินคุณภาพของเว็บไซต์ในลักษณะของการประเมินทางด้านข้อมูลสารสนเทศ อันจะทำให้ทราบได้ว่าเว็บไซต์ใดเหมาะสมและเป็นประโยชน์ ผู้ใช้บริการเว็บและผู้ออกแบบเว็บก็จะได้ประโยชน์ด้วยกันทุกฝ่าย เว็บไซต์ที่สร้างขึ้นก็จะมีคุณภาพและเป็นเว็บไซต์บนอินเทอร์เน็ตต่อไป

ปรียสรณ์ อาศรัยราษฎร์ (2543: 46) ให้แนวคิดในการประเมินเว็บไซต์ทางด้านเนื้อหา (content) ประกอบด้วย

1. เว็บไซต์แสดงจุดประสงค์ชัดเจนหรือไม่
2. เนื้อหาของเว็บไซต์ตรงกับกลุ่มเป้าหมายหรือไม่

3. เนื้อหาของเว็บไซต์น่าสนใจ สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้หรือไม่
4. เนื้อหาของเว็บไซต์ทันสมัยหรือไม่
5. เนื้อหาของเว็บไซต์ส่งเสริมให้เว็บไซต์มีความโดดเด่น น่าสนใจหรือไม่
6. การเชื่อมโยงแต่ละหน้าต่างของเว็บไซต์มีความต่อเนื่องอย่างไร
7. การเชื่อมหน้าต่างของเว็บไซต์ไปยังหน้าต่างของเว็บไซต์อื่นๆ เหมาะสมหรือไม่

เกณฑ์การพิจารณาในการออกแบบเว็บไซต์ เกณฑ์การพิจารณาในการออกแบบเว็บไซต์ มีดังนี้ (ประสิทธิ์ วรฉัตรวิช 2543: 301)

1. สามารถอ่านได้ง่าย (read ability) อ่านง่ายหมายความว่า ตัวหนังสือไม่เล็กเกินไป หรือไม่ใส่พื้นหลังมากเกินไป ซึ่งจะส่งผลให้รบกวนสายตาผู้อ่าน
2. คำนวน์โหลดได้เร็ว (fast load) ซึ่งเว็บเพจที่ดีควรจะดาวน์โหลดเสร็จภายในเวลาไม่เกิน 30 นาที และความยาวของหน้าเว็บเพจไม่ควรเกิน 3 หน้าจอ
3. ปรับเปลี่ยนข้อมูลทันสมัยอยู่เสมอ (OTD: of the day / OTW: of the week) เว็บไซต์ที่ไม่มีการปรับเปลี่ยนข้อมูลให้มีความทันสมัยจะทำให้ลูกค้าไม่เข้ามาดูซ้ำอีก
4. การสะกดตัวอักษรถูกต้อง (good spelling) เนื่องจากมีคำผิดปรากฏในเว็บไซค์มากมาย จะทำให้ลูกค้าที่เป็นผู้อ่านรู้สึกรำคาญ และอาจแสดงถึงความไม่เป็นมืออาชีพของผู้ให้บริการได้
5. ใช้ภาษาให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย (friendly dialog) การใช้ภาษาให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย จะทำให้ลูกค้า มีโอกาสซื้อสินค้ามากขึ้น การทักทายอย่างเป็นมิตร หรือการเชิญให้ใช้บริการต่างๆ ด้วยภาษาที่เป็นกันเอง สิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อผู้ใช้ค่อนข้างมาก เพราะเมื่อลูกค้ารู้สึกเป็นมิตร เขาก็จะมีความพร้อมที่จะเป็นลูกค้า
6. มีแถบเมนูนำทาง (navigation bar) ทั้งนี้เพื่อให้อำนวยความสะดวกให้ผู้ใช้บริการเข้าถึงข้อมูลได้เร็วที่สุดโดยไม่หลงทาง สามารถเลือกใช้หัวข้อต่างๆ ในเว็บไซต์ได้ด้วยตนเอง
7. มีระบบให้สามารถค้นหาได้ทันที (search engine) เพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้ใช้บริการเข้าถึงข้อมูลได้เร็วเช่นกัน

วัชรพงษ์ ะไวทย์ (2543: 126-127) กล่าวว่า เว็บไซต์ที่ประสบความสำเร็จนั้น ไม่เคยเกิดจากการใช้เทคนิคขั้นสูงแต่อย่างใด หากแต่เกิดจากการออกแบบที่เข้าใจถึงความต้องการของ

กลุ่มเป้าหมาย เพราะฉะนั้นพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย จึงมีผลกระทบอย่างมากต่อการพัฒนาเว็บไซต์หรือหน้าร้าน จึงได้เสนอหลักการและเคล็ดลับการออกแบบเว็บไซต์ให้ดึงดูด ดังนี้

1. ทราบจุดประสงค์ของกลุ่มเป้าหมาย ที่เข้ามาใช้บริการเว็บไซต์ เพื่อออกแบบเว็บไซต์ให้เข้าถึงข้อมูลของกลุ่มเป้าหมายต้องการให้ “เร็วและครบถ้วนที่สุด” ฉะนั้น การจัดหมวดหมู่จะต้องทำให้ค้นหาได้ง่ายและสามารถส่งผ่านไปยังจุดใดจุดหนึ่งได้ง่าย

2. การออกแบบเว็บไซต์ที่ดีจะต้องดาวน์โหลดเร็ว ฉะนั้น การออกแบบจึงไม่ควรใส่รูปภาพและข้อความปริมาณมากในหนึ่งหน้าเว็บเพจ หากมีภาพจำนวนมากให้จัดทำเป็นภาพเล็ก ๆ และมีคำอธิบายโดยย่อไว้และให้ทำรูปขยายเพื่อให้ผู้เยี่ยมชมคลิกเข้าไปดูภาพขยายหรือรายละเอียดอื่นๆ ได้ ซึ่งหากผู้ใช้บริการคลิกนั้นหมายถึงเขาต้องการที่จะรอดูรายละเอียด และในหนึ่งหน้าเว็บเพจไม่ควรมียาวเกิน 3 หน้าจอเพื่อประโยชน์ในการดาวน์โหลดข้อมูลได้รวดเร็ว

3. ควรมีเมนูเฉพาะหรือชอร์ตคัต (shortcut) สำหรับหมวดหรือหน้า ที่มีผู้เยี่ยมชมจำนวนมาก

4. ควรใช้รูปหรือสัญลักษณ์มากกว่าคำบรรยาย

5. ควรจะเปิดทางเลือกให้ผู้เยี่ยมชมเสมอ ไม่ควรจะบังคับไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่งมากเกินไป เช่น มีแบบฟอร์มให้ลงทะเบียนในทุกหน้าของเว็บเพจ คือไม่ลงทะเบียนไม่ให้ชม ซึ่งถือเป็นการปิดกั้นตนเอง

6. ควรออกแบบให้เป็นกันเองหรือเป็นมิตรกับผู้เยี่ยมชม และควรมีข้อมูลเพื่อสังคม เช่น ขายสินค้าลดกรรม ก็ควรมีเรื่องประเพณีของไทย สถานที่ท่องเที่ยวหรือให้ความรู้เกี่ยวกับสิ่งของนั้นๆ ด้วย

7. ควรออกแบบเว็บเพจให้สนองตอบต่อทุกเวอร์ชันหรือทุกค่ายของเบราว์เซอร์ได้ ซึ่งทุกครั้งที่ออกแบบจะต้องมีการทดสอบกับทุกเบราว์เซอร์ไม่ว่าจะเป็น Internet Explorer หรือ Netscape

8. ควรออกแบบเว็บเพจให้ง่ายต่อการบำรุงรักษา และควรดูแลแก้ไขข้อมูลอยู่เป็นประจำ ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญที่จะทำให้มีผู้เยี่ยมชมประจำ

กล่าวโดยสรุป การออกแบบเว็บไซต์ไม่ได้หมายถึงลักษณะหน้าตาของเว็บไซต์แต่เพียงอย่างเดียว แต่ยังเกี่ยวข้องไปถึง การกำหนดเป้าหมายของเว็บไซต์ กลุ่มของผู้ที่จะเข้ามาใช้บริการ การจัดระบบข้อมูล การสร้างระบบนำทาง การออกแบบหน้าเว็บ การใช้รูปภาพ การเลือกใช้สี และการจัดรูปแบบตัวอักษร เป็นต้น นอกจากนั้นยังต้องคำนึงถึงความแตกต่างของสื่อกลาง (Media) ที่ใช้ในการแสดงผลเว็บไซต์ด้วย เว็บไซต์ที่มีความสวยงามและมีลูกเล่นมาก อาจจะไม่จำเป็นว่าเป็นการออกแบบที่ดี ถ้าความสวยงามและลูกเล่นนั้นไม่เหมาะสมกับลักษณะของเว็บไซต์

ด้วยเหตุนี้จึงเป็นเรื่องยากที่จะระบุอย่างแน่ชัดว่า การออกแบบเว็บไซต์ที่ดีนั้นเป็นอย่างไร เนื่องจากไม่มีหลักเกณฑ์แน่นอน ตายตัวที่จะใช้ได้กับทุกเว็บไซต์ แนวทางการออกแบบบางอย่างที่เหมาะสมกับเว็บไซต์หนึ่งอาจจะไม่เหมาะสมกับอีกเว็บไซต์หนึ่งก็ได้ สาเหตุเหล่านี้มีผลให้แนวทางในการออกแบบของแต่ละเว็บไซต์นั้นแตกต่างกันไปตามเป้าหมาย และลักษณะของเว็บไซต์ เว็บไซต์บางแห่งอาจต้องการความสนุกสนาน บันเทิง ในขณะที่เว็บไซต์อื่นกลับต้องการความถูกต้อง น่าเชื่อถือเป็นหลัก ดังนั้นการออกแบบเว็บไซต์ที่ดี จึงควรดูความเหมาะสม เป้าหมาย และลักษณะของเว็บไซต์ โดยคำนึงถึงความสะดวกในการใช้งานของผู้เข้ามาใช้บริการเป็นหลัก

10. แนวคิดเกี่ยวกับเว็บไซต์ของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า (Department of Business Development) เป็นกรมที่ได้เปลี่ยนชื่อมาจากกรมเดิม คือ "กรมทะเบียนการค้า" (Department of Commercial Registration) ตามผลการปฏิรูประบบราชการ ครั้งใหญ่ ที่ใช้บังคับมาตั้งแต่วันที่ 3 ตุลาคม 2545 ตามที่บัญญัติไว้ในพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน (ฉบับที่ 5) พ.ศ. 2545 และพระราชบัญญัติปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม พ.ศ. 2545 ผลของการปรับปรุงระบบราชการในครั้งนั้น นอกจากทำให้ "กรมทะเบียนการค้า" เปลี่ยนชื่อใหม่เป็น "กรมพัฒนาธุรกิจการค้า" แล้วยังได้มีการปรับปรุงบทบาทภารกิจและโครงสร้างใหม่ เริ่มตั้งแต่โอนงานด้านชั่งตวงวัด ไปขึ้นกับกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ พร้อมกับการโอนงานด้านน้ำมันเชื้อเพลิงให้กับกรมธุรกิจพลังงานกระทรวงพลังงาน ในเวลาเดียวกันนั้นก็รับโอนภารกิจด้านการส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจ รวมทั้งงานจดทะเบียนและงานส่งเสริมสมาคมการค้าและหอการค้ามาจากกรมการค้าภายในกับงานตามภารกิจใหม่ คือ งานด้านส่งเสริมธุรกิจบริการและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาปฏิบัติพร้อมกับ ภารกิจเดิมคือ งานด้านจดทะเบียนธุรกิจ การกำกับดูแลธุรกิจ และการให้บริการธุรกิจ อีกด้วย

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า มีวิสัยทัศน์ “เป็นองค์กรที่มีความเป็นเลิศในการให้บริการจดทะเบียน กำกับดูแล บริการข้อมูลธุรกิจและพัฒนาผู้ประกอบการให้เข้มแข็งและยั่งยืน” โดยมีพันธกิจในการจดทะเบียน กำกับดูแล และบริการข้อมูลธุรกิจให้ได้รับสะดวกรวดเร็ว ถูกต้อง และโปร่งใส พัฒนาส่งเสริมธุรกิจด้านการบริหารจัดการ การตลาดให้มีความเข้มแข็ง ยั่งยืน และมีการบริหารจัดการที่ดี และพัฒนาบุคลากรให้มีจิตสำนึกในการให้บริการและมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการพัฒนาธุรกิจ

กรมพัฒนาธุรกิจการค้าได้ร่วมมือกับสำนักงานพัฒนาข้าราชการและพลเรือน (ก.พ.) ทำการ Reengineering การให้บริการการจดทะเบียนธุรกิจประมาณปี 2538 เพื่อยกระดับคุณภาพการ

ทำงานของส่วนราชการให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เป็นที่พอใจของประชาชนผู้รับบริการ และสามารถตรวจสอบประเมินผลงานได้อย่างเป็นรูปธรรม ตามมติคณะรัฐมนตรีในการประชุม เมื่อวันที่ 16 พฤษภาคม 2538 โดยกรมพัฒนาธุรกิจการค้าได้ถูกคัดเลือกเป็นกรมต้นแบบของ กระทรวงพาณิชย์ การดำเนินการในครั้งนั้น เป็นผลมาจากการจ้างบริษัทที่ปรึกษาเพื่อส่งเสริม ประสิทธิภาพโดยส่วนงานจดทะเบียนธุรกิจได้รับเลือกให้เป็นงานที่จะดำเนินการ Reengineering โดยมีวิสัยทัศน์ของการจดทะเบียนรูปแบบใหม่ คือ เน้นการให้บริการแก่ลูกค้าเป็นสำคัญ ผลของ การปรับกระบวนการทำงานในครั้งนั้น ได้มีการนำระบบคอมพิวเตอร์เข้ามาเก็บเอกสารการจด ทะเบียนบนฐานข้อมูล ซึ่งแต่เดิมกรมจัดเก็บเอกสารดังกล่าวในรูปของการถ่ายไมโครฟิล์ม และใน ปัจจุบันการจัดเก็บในรูปของ ไมโครฟิล์มก็ยังคงมีอยู่เพราะเอกสารการจดทะเบียนไม่สามารถทำลาย ได้ต้องจัดเก็บทุกแผ่น เนื่องจากเอกสารดังกล่าวมีลายเซ็นซึ่งมีผลในทางกฎหมายจึงทำให้เอกสารที่ ต้องจัดเก็บมีจำนวนมาก ประกอบกับการจัดเก็บในรูปของไมโครฟิล์มได้สร้างความยุ่งยากลำบาก ให้กับการทำงานของเจ้าหน้าที่

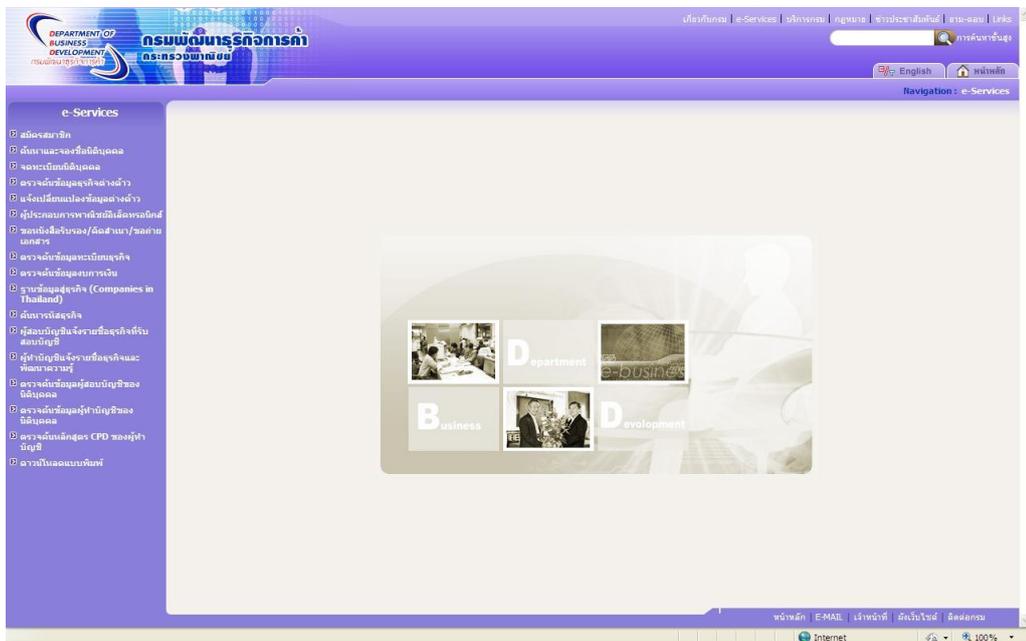
ผลของการทำการ Reengineering ในการรับจองชื่อเพื่อการขอจดทะเบียนธุรกิจส่งผล ให้การจองชื่อลดระยะเวลาจากเดิมที่ใช้เวลาหลายวัน (ในกรณีการจองชื่อและขอจดทะเบียน ธุรกิจด้วยจะใช้เวลาประมาณ 3-4 วัน) โดยขั้นตอนการขอจดทะเบียนผู้ขอจดทะเบียนต้องกรอก เอกสารประมาณ 6-8 แผ่นพร้อมก็นำเอกสารที่ใช้ประกอบมาแสดงให้ครบ เช่น สำเนาบัตร ประชาชนสำเนาทะเบียนบ้าน เอกสารการลงชื่อของคณะกรรมการของบริษัท เป็นต้น ซึ่งถ้าหากผู้ ขอรับการจดทะเบียนกรอกเอกสารไม่ครบหรือนำเอกสารที่ใช้ประกอบการจดทะเบียนมาไม่ ครบถ้วน ผู้ขอรับการจดทะเบียนต้องเดินทางกลับไปเตรียมเอกสารใหม่ จึงเป็นการเสียเวลาและ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเป็นอันมาก แต่ในปัจจุบันขั้นตอนในการจองชื่อใช้เวลาดำเนินการประมาณ 20 นาที หากรวมการจดทะเบียนธุรกิจด้วยจะใช้เวลาดำเนินการเพียง 35 นาที หรือไม่เกิน 1 ชั่วโมง แม้ว่ากรมพัฒนาธุรกิจการค้าจะสามารถลดเวลาการให้บริการแก่ประชาชนได้มากแล้วก็ตาม ปริมาณงานในส่วนของการจดทะเบียนต่างๆ ยังคงมีมาก และประชาชนยังคงต้องเดินทางมาเพื่อ รับบริการ ดังนั้นเพื่อที่จะขยายช่องทางการให้บริการแก่ประชาชน ทางกรมพัฒนาธุรกิจการค้าจึงได้ ริเริ่มโครงการจดทะเบียนและบริการข้อมูลธุรกิจทางอินเทอร์เน็ต เพื่อให้ประชาชนสามารถใช้ บริการต่างๆ ได้โดยไม่ต้องเดินทางมาด้วยตัวเอง โดยมุ่งเน้นการอำนวยความสะดวกแก่ประชาชน เป็นหลัก ซึ่งเป็นโครงการที่พัฒนาต่อเนื่องจากการปรับโครงสร้างองค์กรในช่วงปี 2538

ถ้าดูจากแผนผังเว็บไซต์ของกรมพัฒนาธุรกิจการค้าก็จะมีเมนูหลักๆ คือ

บริการทางอินเทอร์เน็ต/ข่าวการอบรมสัมมนา/คุยกับกรม/ประกาศทั่วไป/ข่าวกรม/
Link หน่วยราชการ/ข้อมูลกรม/รวบรวักรม และ สำหรับเจ้าหน้าที่



ภาพที่ 2.1 หน้าโฮมเพจ ของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า



ภาพที่ 2.2 หน้าเว็บเพจ e-Service ของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า

บริการทางอินเทอร์เน็ต

ผู้ที่ประสงค์จะใช้บริการต่างๆ จะต้องสมัครเป็นสมาชิกก่อน หลังจากนั้นจะได้ รหัส เพื่อเข้าไปสู่ระบบ ซึ่งเราสามารถ จองชื่อและจดทะเบียนนิติบุคคล และชำระค่าธรรมเนียม ตรวจสอบ ข้อมูลทะเบียนธุรกิจ และงบการเงิน ตรวจสอบการแจ้งรายชื่อธุรกิจของผู้สอบบัญชี จากเมนูนี้ได้

ขอหนังสือรับรอง คัดสำเนา และขอถ่ายเอกสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

ตั้งแต่วันที่ 16 มกราคม 2549 เป็นต้นไป ผู้ขอใช้บริการสามารถขอหนังสือรับรอง คัดสำเนาและขอถ่ายเอกสารทะเบียน งบการเงิน และบัญชีรายชื่อผู้ถือหุ้นของห้างหุ้นส่วนบริษัทที่ตั้ง ที่ราชอาณาจักร ผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ตที่ www.dbd.go.th โดยไม่ต้องเดินทางติดต่อด้วยตนเอง

การใช้บริการ เปิดเว็บไซต์กรมเลือกบริการ ขอหนังสือรับรอง/คัดสำเนา/ตรวจค้น เอกสาร ลงทะเบียนเพื่อขอ Username:, Password ซึ่งจะใช้ได้ตลอดไป จากนั้นเลือกว่าจะใช้บริการอะไร แล้วทำตามขั้นตอนที่มีคำอธิบายให้ท่านทราบ

การชำระเงิน ผ่านระบบของธนาคารกรุงไทย ไทยพาณิชย์ กรุงศรีอยุธยา และธนาคาร ยูไนเต็ท โอเวอร์ซีส์ (ไทย) จำกัด (มหาชน) (ธนาคารเอเชียเค็ม) มี 3 ช่องทางดังนี้

1. Internet Banking เป็นวิธีที่สะดวกที่สุด โดยท่านต้องไปเปิดบัญชีกับธนาคารดังกล่าวข้างต้น และแจ้งความประสงค์ขอทำข้อตกลงเพื่อใช้ตัดผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

2. ตู้ ATM ของธนาคาร ซึ่งต้องใช้ตู้ ATM และบัตรของธนาคารเดียวกันเท่านั้น

3. ไปชำระที่เคาน์เตอร์ธนาคาร โดย Print Out ใบสั่งนำไปยื่นพร้อมกับการชำระเงิน การขอรับเอกสาร มี 3 ทางเลือกแล้วแต่ความประสงค์ของท่านดังนี้

1. ไปขอรับด้วยตนเอง สามารถรับเอกสารได้ที่สำนักบริการข้อมูลธุรกิจ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า ชั้น 4 สนามบินน้ำ จังหวัดนนทบุรี ภายในไม่เกิน 1 ชั่วโมง นับแต่เวลาที่ได้ชำระเงิน

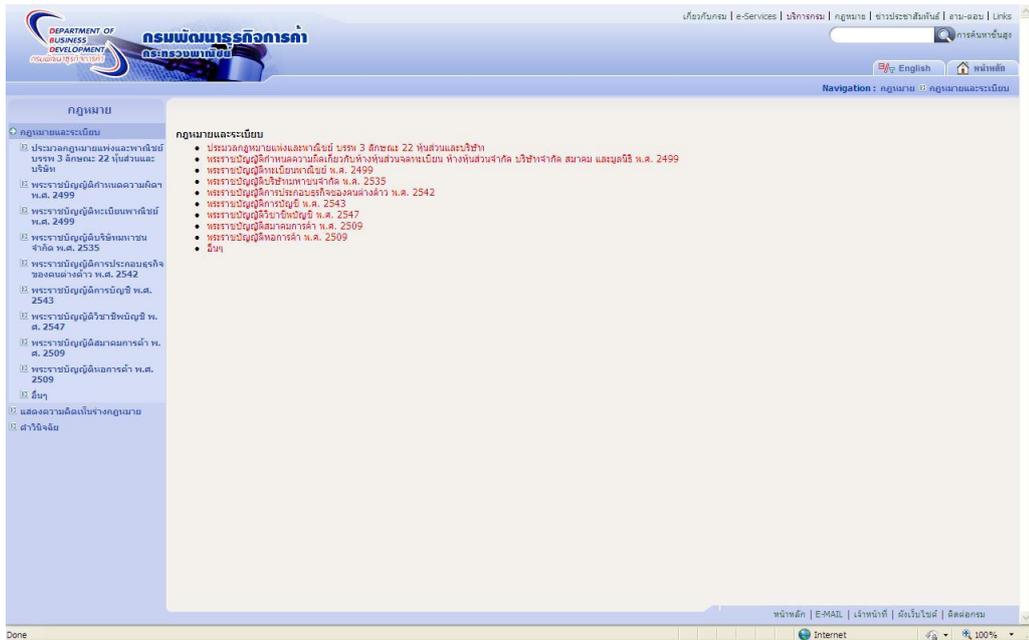
2. ขอให้ส่งทางไปรษณีย์ EMS เอกสารจะส่งถึงท่านภายในไม่เกินวันรุ่งขึ้น นับแต่วันเวลาที่ชำระเงิน (เฉพาะกรณีชำระเงินภายในเวลาไม่เกิน 15.00 น. ของวันเปิดทำการปกติ) หากชำระเงินเกินกว่า 15.00 น. หรือผู้รับอยู่ต่างจังหวัดจะได้รับเอกสารภายใน 3 วัน

3. ขอให้จัดส่งเอกสาร โดยพนักงานของกรม เอกสารจะส่งถึงมือท่านภายในไม่เกิน 3 ชั่วโมง นับแต่เวลาที่ชำระเงิน (เฉพาะกรณีชำระเงินภายในเวลาไม่เกิน 14.00 น. ของวันเปิดทำการปกติ หากชำระหลังจากนั้นจะได้รับเอกสารภายในเวลาไม่เกิน 11.00 น. ของวันทำการถัดไป)

บริการจัดส่งโดยพนักงานของกรมฯ เปิดให้บริการเฉพาะผู้รับเอกสารอยู่ในท้องที่กรุงเทพฯ และ
จังหวัดนนทบุรี เท่านั้น



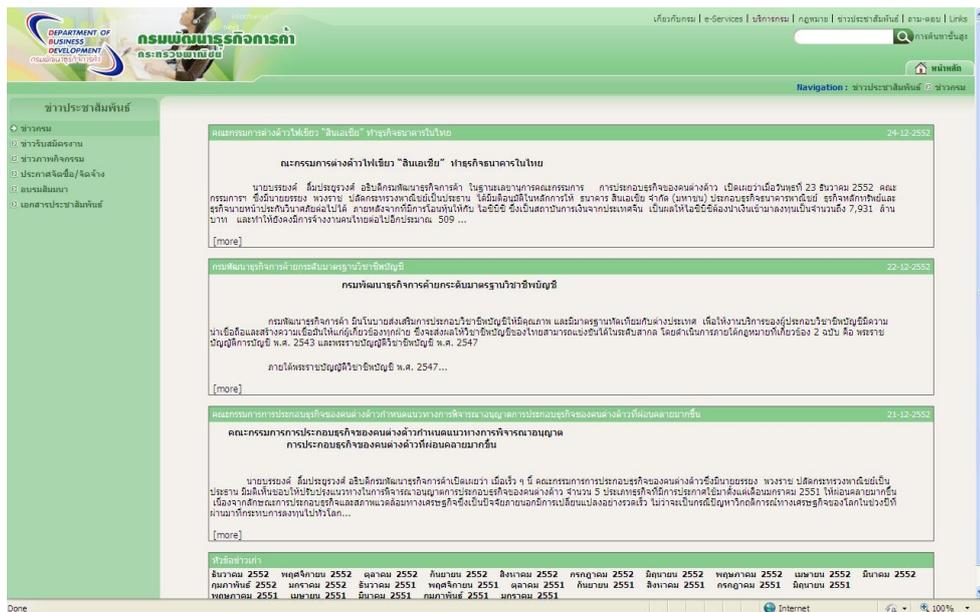
ภาพที่ 2.3 แสดงหน้าเว็บเพจบริการกรม ของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า



ภาพที่ 2.4 หน้าเว็บเพจ กฎหมาย ของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ข้อมูลกรม

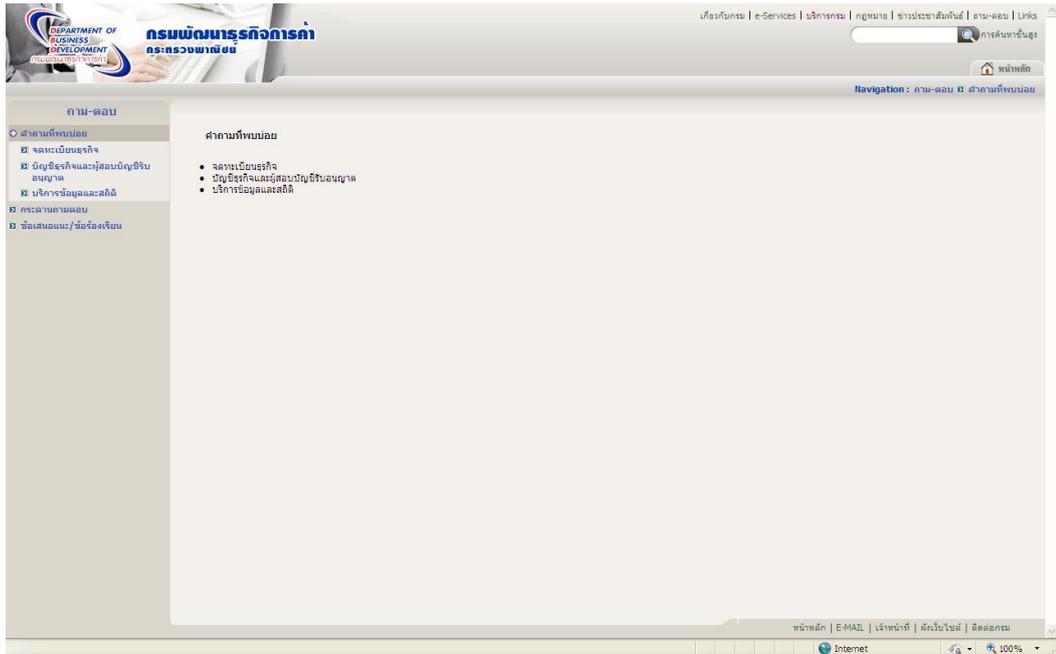
เป็นที่รวบรวมเกี่ยวกับแหล่งความรู้หรือกฎหมายหรือกฎกระทรวงต่างๆ ทั้งทางด้านบัญชี สอบบัญชี เรื่องคนต่างด้าว พาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ การจดทะเบียนธุรกิจ หรือจะค้นหาเกี่ยวกับตัวเลขทางสถิติต่างๆ เกี่ยวกับบริษัทหรือห้างฯ ที่จดทะเบียนไว้กับกรมฯ เรียกว่าถ้าอยากู้กฎระเบียบอะไรเกี่ยวกับกรมฯนี้ เข้ามาหาคำตอบจากที่นี่ได้เลย



ภาพที่ 2.5 แสดงหน้าเว็บเพจข่าวประชาสัมพันธ์ ของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ข่าวการอบรมสัมมนา

เป็นข่าวเกี่ยวกับการจัดอบรมสัมมนาของกรมฯที่มักจะจัดให้ผู้ประกอบการแบบรายคาเอื้ออาทรหรือบางครั้งก็ไม่เสียสตางค์ และในเมนูนี้ก็ยังมีเกร็ดความรู้ต่างๆ ในเรื่องของบัญชี หุ่นส่วน บริษัท และความรู้ด้านการจัดการต่างๆ ที่มีประโยชน์



ภาพที่ 2.6 หน้าเว็บเพจถาม-ตอบ ของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า

คุยกับกรม

ในส่วนนี้เขาจะแยกเป็น FAQ หรือการรวบรวมคำถามที่ถามกันบ่อยๆ มาตอบไว้ให้เลย กับกระดานข่าว ซึ่งเปิดกว้างให้เข้ามาสนทนาหรือปรึกษาหารือกัน เปิดให้มีการโต้ตอบกันได้อย่างเสรี ในส่วนนี้ เพราะจะมีทั้งผู้เข้ามาถามข้อสงสัยทั้งในเรื่องที่เกี่ยวกับการทำธุรกิจ (ในเรื่องต่างๆ เช่น การจดทะเบียน การสอบบัญชี การทำบัญชี ฯลฯ) การสมัครเข้ารับราชการ ซึ่งจะมีผู้เข้ามาช่วยกันตอบ ทั้งเจ้าหน้าที่ของกรมฯ และบุคคลภายนอกต่างๆ

อีกส่วนหนึ่งที่เป็นสีสันของกระดานข่าวนี้คือ จะมีประชาชนเข้ามาร้องเรียนการทำงานของเจ้าหน้าที่ หรือมีข้าราชการภายในเข้ามาร้องเรียนเกี่ยวกับการปฏิบัติงานภายในกรมฯ และที่แปลกไปกว่านั้นก็คือ

ในกระดานข่าวแห่งนี้ นอกจากจะเป็นที่ระบายความในใจหรือขอความช่วยเหลือ ร้องทุกข์ในเรื่องที่เกี่ยวกับกรมฯ นี้แล้ว ยังมีการปรึกษาหารือ พุดคุยหรือร้องทุกข์เกี่ยวกับกรมสรรพากรอยู่ด้วย ถ้าหากท่านผู้ใหญ่ในกรมสรรพากรจะแวะเวียนมาดูบ้างก็น่าจะได้ข้อมูลในแง่มุมของผู้ประกอบการ ไปประกอบการพิจารณาเพื่อดำเนินนโยบายต่างๆ บ้าง



ภาพที่ 2.7 หน้าเว็บเพจ Link ของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า

Link การเชื่อมโยง

ในส่วนนี้ทางกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ได้จัดให้มีการบริการเชื่อมโยงเว็บไซต์ต่างๆ ทั้งหน่วยงานของกรมพัฒนาธุรกิจการค้าซึ่งได้แก่ เว็บไซต์ของสำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดต่างๆ และบริการเชื่อมโยงไปยังหน่วยงานราชการต่างๆ เช่น กระทรวงการคลัง กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงกลาโหม เป็นต้น

รูปแบบการให้บริการและผู้รับบริการ

การจัดทำระบบตรวจสอบข้อมูลธุรกิจและการจดทะเบียนนิติบุคคลทางอินเทอร์เน็ต เริ่มทยอยเปิดให้บริการประชาชน ในช่วงปี 2544-2545 โดยมีบริการต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. ค้นหาและจองชื่อนิติบุคคล (เริ่มบริการ 1 มี.ค. 2544) ในอดีตใช้เวลาประมาณ 2-3 วัน แต่ในปัจจุบันใช้เวลาประมาณ 20 นาที
2. ตรวจสอบข้อมูลทะเบียนธุรกิจ (เริ่มบริการ 20 ส.ค. 25 44) ตรวจสอบข้อมูลงบการเงิน (เริ่มบริการ 15 ก.ค. 44)
3. จดทะเบียนนิติบุคคลตั้งใหม่ (เริ่มบริการ 16 ม.ค. 2545 ให้บริการเฉพาะสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ในกรุงเทพฯ)
4. จดทะเบียนเปลี่ยนแปลงห้างหุ้นส่วนบริษัท (เริ่มบริการ 22 ก.ค. 2545 ให้บริการเฉพาะสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ในกรุงเทพฯ)
5. จดทะเบียนเลิกและเสร็จการชำระบัญชี (เริ่มบริการ 1 ต.ค. 45 ให้บริการเฉพาะสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ในกรุงเทพฯ)
6. ชำระค่าธรรมเนียมการจดทะเบียนทางธนาคารพาณิชย์ (เริ่มบริการ 16 ม.ค. 2545 ให้บริการเฉพาะสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ในกรุงเทพฯ)

โครงการจดทะเบียนและบริการข้อมูลธุรกิจทางอินเทอร์เน็ตได้ให้บริการแก่ประชาชน ด้านการรับจองชื่อและการจดทะเบียนธุรกิจ โดยการจดทะเบียนธุรกิจผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ครอบคลุมพื้นที่ในเขตกรุงเทพฯ จากการสัมภาษณ์พบว่า บริการนี้จะสามารถขยายพื้นที่การ ให้บริการที่ครอบคลุมพื้นที่ในเขตปริมณฑล 3 จังหวัด ได้ในปีนี้ และจะขยายบริการจนครอบคลุม ทั่วประเทศต่อไปซึ่งในส่วนนี้คาดว่าจะสามารถให้บริการได้ภายในปี 2547 นี้ ส่วนบริการการรับจองชื่อผ่านระบบอินเทอร์เน็ตนั้นให้บริการประชาชนครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศแล้ว

ขั้นตอนการติดต่อขอรับบริการการจองชื่อและจดทะเบียนธุรกิจ

ขั้นตอนการจองชื่อและขอจดทะเบียนธุรกิจก่อนการใช้ระบบอินเทอร์เน็ตผู้ขอรับบริการต้องเดินทางมาที่กรมพัฒนาธุรกิจการค้าหรือสาขา เพื่อมาขอชื่อแบบฟอร์มในการจองชื่อ และแบบฟอร์มการจดทะเบียนธุรกิจแล้วนำแบบฟอร์มกลับไปกรอกข้อมูลและให้ผู้เกี่ยวข้องลงลายมือชื่อรวมทั้งการจัดเตรียมเอกสารให้พร้อม เพื่อนำมาขอจองชื่อ หรือยื่นขอจดทะเบียน โดยแบบฟอร์มเอกสารที่สวัสดิการกรมพัฒนาธุรกิจการค้า บริการพิมพ์ขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวก ได้แก่ แบบวัตถุประสงค์, ข้อบังคับ, แบบจองชื่อนิติบุคคล ราคา 5 บาท/แผ่น เมื่อยื่นเอกสารให้

นายทะเบียนตรวจสอบ หากผู้รับบริการกรอกรายละเอียดผิดหรือลืมเอกสารที่ใช้ประกอบมาก็ต้องกลับไปและมาใหม่อีกครั้ง เมื่อเอกสารครบถ้วนถูกต้อง ขึ้นต่อไปคือ การชำระเงินค่าธรรมเนียมตามอัตราที่กำหนดจึงจะเสร็จเรียบร้อย สาเหตุที่ทำให้ใช้เวลาหลายวันเนื่องจากรายละเอียดด้านกฎหมายที่ใช้จดทะเบียนซึ่งทางผู้จดทะเบียนอาจจะกรอกไม่ครบถ้วนหรือเตรียมเอกสารมาไม่ครบ ในกรณีที่เอกสารไม่ครบซึ่งผู้จดทะเบียนอาจต้องใช้เวลาถึง 3-4 วัน และผู้ให้บริการบางรายอาจจ้างบริษัทที่เชี่ยวชาญด้านกฎหมายมาดำเนินการจดทะเบียนแทน

ขั้นตอนการจองชื่อและขอจดทะเบียนธุรกิจภายหลังการนำระบบอินเทอร์เน็ตมาใช้ ผู้ขอรับบริการสามารถทำการจองชื่อผ่านระบบอินเทอร์เน็ต โดยส่งชื่อที่ต้องการมายังฝ่ายชื่อนิติบุคคล เมื่อเจ้าหน้าที่ตรวจสอบแล้ว ก็จะแจ้งผลให้ทราบทางอีเมล ผู้ขอรับบริการจึงสามารถ Print out ใบแจ้งผลไปขอจดทะเบียนได้ทั่วประเทศ หากผู้ขอรับบริการประสงค์จะจดทะเบียนทางอินเทอร์เน็ตต่อก็สามารถทำได้ โดยกรอกข้อมูลจดทะเบียนในระบบคอมพิวเตอร์ แล้วส่งให้นายทะเบียนตรวจสอบ เมื่อนายทะเบียนตรวจแล้วพบข้อผิดพลาด ก็จะส่งกลับให้ผู้ขอรับบริการแก้ไข โดยจะระบุตำแหน่ง (Step) และเหตุผลที่ต้องแก้ไข ให้ผู้ขอรับบริการทราบ เพื่อจะได้แก้ไขให้ถูกต้อง แล้วส่งให้นายทะเบียนตรวจสอบอีกครั้ง ในขั้นตอนนี้ ผู้ขอรับบริการไม่จำเป็นต้องเสียค่าใช้จ่ายเพื่อชื่อแบบฟอร์ม และไม่ต้องเดินทางมาติดต่อกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าเลย ถ้าข้อมูลที่กรอกมาถูกต้องอยู่แล้ว นายทะเบียนจะแจ้งให้ผู้ขอรับบริการทราบว่าคำขอจดทะเบียนถูกต้องพร้อมแจ้งอัตราค่าธรรมเนียม ให้ Print out เอกสารเพื่อให้ผู้เกี่ยวข้องลงลายมือชื่อ เพื่อนำมาจดทะเบียนได้ และการชำระค่าธรรมเนียมตามอัตราที่กำหนดโดยสามารถทำได้ 3 ช่องทางได้แก่

ช่องทางที่ 1 ชำระเงินผ่านธนาคาร 3 แห่งที่ให้บริการ คือ ธนาคารเอเชีย ธนาคารกรุงไทย และธนาคารไทยพาณิชย์

ช่องทางที่ 2 ชำระเงินผ่านระบบ Internet Banking ซึ่งผู้ขอรับบริการต้องทำการตกลงกับทางธนาคารผู้ให้บริการก่อน

ช่องทางที่ 3 มาชำระเงินที่กรมพัฒนาธุรกิจการค้าโดยตรงถ้าหากผู้ขอรับบริการเลือกชำระเงินผ่านช่องทางที่ 3 ก็จะเดินทางมาติดต่อกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าเพียงครั้งเดียว หรือถ้าเลือกชำระเงินผ่านช่องทางที่ 2 และ 3 ผู้ขอรับบริการก็ต้องนำเอกสารทั้งหมดมาส่งที่กรมพัฒนาธุรกิจการค้า ก็เดินทางมาติดต่อกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าเพียงครั้งเดียวเช่นกัน แต่ถ้าหากผู้ขอรับบริการไม่ต้องการเดินทางมาติดต่อกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าก็ส่งเอกสารพร้อมหลักฐานการชำระเงินส่งมาให้กรมพัฒนาธุรกิจการค้า ทางไปรษณีย์

ตารางที่ 2.1 แสดงการเปรียบเทียบการให้บริการระบบธรรมดา (เดินทางมารับบริการที่กรมพัฒนาธุรกิจการค้า) กับระบบอินเทอร์เน็ต

ระบบงานธรรมดา	ระบบอินเทอร์เน็ต
1. ผู้รับบริการต้องมาด้วยตนเอง	1. สามารถดำเนินการได้ด้วยตนเองที่บ้านหรือที่ทำงาน
2. ให้บริการในเวลาราชการ 8.30-6.30 น.	2. สามารถใช้บริการจากระบบได้ตลอด 24 ชั่วโมง
3. ต้องใช้เวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทางมารับบริการมาก <ul style="list-style-type: none"> ● กรณีการขอตรวจค้นเอกสารธุรกิจ เสียค่าตรวจค้น 20 บาทต่อราย ● กรณีการจองชื่อ ใช้เวลาประมาณ 2-3 วันเสียค่าแบบฟอร์ม 10 บาท ● กรณีการจดทะเบียน ใช้เวลาประมาณ 3-4 วันและเสียค่าแบบฟอร์มประมาณ 30-40 บาท 	3. ช่วยประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทาง <ul style="list-style-type: none"> ● การตรวจค้น ไม่ต้องเดินทางมาที่กรมพัฒนาธุรกิจการค้า และไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย (ยกเว้นกรณีต้องการขอหนังสือรับรองหรือขอให้นายทะเบียนรับรองสำเนาเอกสารหรือขอตรวจค้นเอกสารที่ไม่สามารถตรวจสอบได้ทางระบบอินเทอร์เน็ต ต้องมาด้วยตนเองที่กรมพัฒนาธุรกิจการค้า) ● การจองชื่อและจดทะเบียนใช้เวลาเพียง 35 นาที และเดินทางมาเพียงครั้งเดียว
4. มีโอกาสที่ต้องเดินทางมากกว่าหนึ่งครั้ง หากเตรียมเอกสารมาไม่ครบ หรือ มีการกรอกข้อมูลผิดพลาด ทำให้ต้องกลับไปแก้ไข (กรณีการจดทะเบียนธุรกิจ)	4. สามารถแก้ไขผ่านระบบได้ ไม่ต้องเดินทางมาด้วยตัวเอง (ในการจดทะเบียนธุรกิจ)

ที่มา: เนคเทค รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการศึกษาผลตอบแทนการลงทุนด้านไอทีภาครัฐ

11. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผลงานวิจัยเกี่ยวกับข้อกำหนด

ไตรภพ วงศ์ไตรรัตน์ (2544) ศึกษาเรื่องกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองสิทธิในข้อมูลส่วนบุคคลจากการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ พบว่าประเทศไทยยังไม่มีกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลโดยตรงและเพียงพอต่อภาคธุรกิจ เศรษฐกิจยุคเทคโนโลยีข้อมูลสารสนเทศ เนื่องจาก กฎหมายที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน เช่น พระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540 ประมวลกฎหมายอาญา ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ฯลฯ ยังไม่ครอบคลุมและทันสมัยกับการทำ ธุรกิจสมัยใหม่ซึ่งใช้อุปกรณ์และข้อมูลการสื่อสารที่เป็นอิเล็กทรอนิกส์แล้ว นอกจากนี้เจ้าหน้าที่หรือพนักงานที่รับผิดชอบต่อการควบคุมและสืบสวนเรื่องการกระทำ ความผิดนั้นก็ยังไม่มีความรู้และเครื่องมือทางเทคโนโลยีด้านนี้ ดังนั้นการก่ออาชญากรรมทางคอมพิวเตอร์จึงมีแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นจำนวนมากและง่ายตายยิ่งขึ้น

ผลงานวิจัยเกี่ยวกับการใช้อินเทอร์เน็ต

พรพรรณ บุญยะทิพย์ (2538) ศึกษาเรื่องการใช้ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ในงานห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่ามีผู้ใช้ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตร้อยละ 46.76 ผู้ไม่ใช้ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตร้อยละ 53.24 สำหรับเหตุผลที่ไม่ใช้มากที่สุดคือ ไม่เคยเข้าอบรมการใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ต ในการปฏิบัติงานของห้องสมุดใช้ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในงานบริการ ผู้ใช้ระบบส่วนใหญ่ใช้บริการ Information Access เพื่อบริการสืบค้นสารสนเทศด้วยคอมพิวเตอร์ บริการตรวจสอบบรรณานุกรมและบริการตอบคำถาม และช่วยการค้นบริการไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) เพื่อโต้ตอบจดหมายและใช้บริการ File Transfer เพื่อ Download/Upload Files ปัญหาและอุปสรรคที่ผู้ใช้ระบบพบมากที่สุดคือ ไม่มีเวลาศึกษาการใช้บริการแต่ละบริการ เพราะต้องใช้เวลามาก การติดต่อเข้าสู่ระบบติดต่อยากเพราะเป็นเวลาที่ผู้ใช้มากที่สุด ขาดทักษะความเชี่ยวชาญในการใช้ระบบ ไม่ได้เข้ารับการอบรมเรื่องการใช้อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่สามารถ Login เข้าไปสืบค้นสารนิเทศในบางฐานข้อมูลเพราะต้องมี Password และขาดบุคลากรผู้เชี่ยวชาญระบบเพื่อปรึกษาหรือขอความช่วยเหลือเมื่อเกิดปัญหา

ลำเนา เอี่ยมสะอาด(2545) ศึกษาเรื่องปัญหาและอุปสรรคการใช้อินเทอร์เน็ตของนักศึกษาสถาบันราชภัฏพิบูลสงคราม พบว่าสถาบันมีนโยบายในการส่งเสริมการใช้อินเทอร์เน็ตของนักศึกษาอย่างเต็มที่ แต่การใช้อินเทอร์เน็ตยังไม่คุ้มค่าเมื่อเทียบกับงบประมาณที่สถาบันได้ลงทุนไปและเวลาที่สูญเปล่า ทั้งนี้เพราะนักศึกษามีอินเทอร์เน็ตเพื่อการสื่อสารและความบันเทิง

เป็นส่วนมาก การใช้เพื่อการศึกษาค่อนข้างมีน้อย สาเหตุเนื่องมาจากความไม่พร้อมในด้านเครื่องมือที่จะให้บริการ ความเร็วของระบบอินเทอร์เน็ตมีปัญหา บทบาทของอาจารย์ผู้สอนยังไม่ส่งเสริมให้มีการใช้อินเทอร์เน็ตในการค้นคว้ามากนักและนักศึกษายังขาดความรู้ในเรื่องการใช้อินเทอร์เน็ต แต่อย่างไรก็ตามนักศึกษาส่วนมากเห็นว่าอินเทอร์เน็ต นอกจากจะมีประโยชน์ในการสื่อสารแล้วยังมีประโยชน์อย่างมากในการใช้เป็นเครื่องมือแสวงหาความรู้และนักศึกษามีความมุ่งหวังที่จะใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อพัฒนาความรู้ของตนเองให้มากยิ่งขึ้น

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ

คุณชล ระเบิดิณ (2539) ศึกษาเรื่องการยอมรับระบบสำนักงานอัตโนมัติของพนักงาน การทางพิเศษแห่งประเทศไทยที่ปฏิบัติงานด้านเลขานุการ พบว่า พนักงานด้านเลขานุการส่วนใหญ่ยอมรับ หากหน่วยงานจะนำ ระบบสำนักงานอัตโนมัติมาใช้ในการปฏิบัติงานเพราะทำให้ปฏิบัติงานได้สะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น และทำให้พนักงานมีความรู้ความสามารถเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตามพนักงานส่วนใหญ่เห็นว่าหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการนำระบบสำนักงานอัตโนมัติมาใช้ ควรเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารความรู้ต่างๆ เกี่ยวกับระบบให้พนักงานได้รับทราบ อีกทั้งต้องสนับสนุนให้นำ ระบบนี้มาใช้อย่างทั่วถึง ส่วนด้านปัจจัยที่เป็นเหตุให้พนักงานยอมรับระบบสำนักงานอัตโนมัติ ได้แก่ ความสามารถในการใช้คอมพิวเตอร์ โดยเฉพาะด้าน Hardware ความสามารถในการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปด้านการประมวลผลค่า ความสามารถในการติดต่อสื่อสารด้วย E-Mail และ ความรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับระบบสำนักงานอัตโนมัติ ปัญหาอุปสรรคในการใช้ระบบสำนักงานอัตโนมัติ ได้แก่ การขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับระบบสำนักงานอัตโนมัติ การไม่คุ้นเคยกับการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่องคอมพิวเตอร์มีจำนวนไม่เพียงพอ และขาดการฝึกอบรมที่ต่อเนื่องเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์

ประสพสิน แม้นทิม (2540) ศึกษาเรื่องศักยภาพของบุคลากรด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ พบว่า บุคลากรเกือบทั้งหมดมีความสนใจและเห็นความสำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศและบุคลาการดังกล่าวมีความรู้ความเข้าใจโปรแกรมสำเร็จรูปในระดับปานกลางค่อนข้างมาก มีความต้องการเพิ่มความรู้เกี่ยวกับโปรแกรมสำเร็จรูปที่ทันสมัยเพื่อใช้ในระบบงาน สำหรับรูปแบบและวิธีการพัฒนานั้นบุคลากรมีความต้องการเพิ่มความรู้โดยใช้รูปแบบการฝึกอบรม

สุทัศน์ กริ่งไกร (2542) ศึกษาเรื่องความคิดเห็นเกี่ยวกับระบบอินทราเน็ตของพนักงาน บริษัทวิทยุการบินแห่งประเทศไทยจำกัด พบว่า พนักงานส่วนใหญ่ยอมรับได้หากจะนำ ระบบอินทราเน็ตมาใช้ในการปฏิบัติงาน โดยที่พนักงานเกือบครึ่งทราบว่าระบบอินทราเน็ตหมายถึงอะไร

และคำนึงถึงประโยชน์ของระบบอินทราเน็ตอยู่ในระดับมาก โดยเห็นว่าผู้บังคับบัญชาให้การสนับสนุนอยู่ในระดับปานกลาง และพนักงานยังได้เสนอให้หน่วยงานที่รับผิดชอบต้องประชาสัมพันธ์ให้พนักงานได้ทราบข้อมูล และต้องให้การสนับสนุนอย่างทั่วถึง อีกทั้งจัดให้มีการฝึกอบรมอย่างต่อเนื่อง ทัวถึง และสม่ำเสมอ โดยคำนึงถึงความรู้พื้นฐานของพนักงาน ด้านปัญหาอุปสรรคในการใช้ระบบอินทราเน็ต ได้แก่ การขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับระบบอินทราเน็ต การขาดการฝึกอบรมเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์อย่างต่อเนื่อง จำนวนคอมพิวเตอร์ไม่เพียงพอต่อการใช้งาน การไม่คุ้นเคยกับการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ การที่ผู้บริหารยังไม่ค่อยให้ความสำคัญกับระบบอินทราเน็ต

กู่ศรี มธุพนธ์ (2542) ศึกษาเรื่อง “การนำ เทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการปฏิรูปการบริการภาครัฐ ศึกษากรณี : การนำ ระบบ EDI มาใช้ในพิธีการศุลกากร พบว่าการติดต่อสื่อสารในระบบ EDI ทำให้การปฏิบัติพิธีการในขั้นตอนการตรวจสอบเอกสารมีความสะดวกรวดเร็วกว่าการปฏิบัติพิธีการในระบบเดิม และมีแนวโน้มในการปฏิบัติพิธีการศุลกากรด้วยระบบ EDI เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ ได้เสนอแนะปรับปรุงแก้ไขปัญหาด้านเทคนิคและระบบงาน ด้านเจ้าหน้าที่และด้านการดำเนินงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริการศุลกากรด้วยระบบ EDI ต่อเนื่องต่อไปอย่างเต็มรูปแบบ โดยเป็นการพัฒนาระบบงาน พัฒนาคู่มือ แสวงหาความร่วมมือจากหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อผลักดันให้มีการวางแผนและปฏิบัติการนำ ระบบ EDI ไปใช้ในระดับชาติอันจะนำไปสู่การข้ามไปไร้กระดาษ นับเป็นการพัฒนาและนำ เทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการปฏิรูปการบริการภาครัฐ เป็นมาตรการหนึ่งในการปฏิรูประบบราชการ ซึ่งมีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อสถานการณ์ปัจจุบันที่จะต้องเร่งรัดให้เกิดผลอย่างจริงจังและรวดเร็ว สอดคล้องกับการพัฒนาของภาคเอกชน เพื่อเสริมสร้างศักยภาพให้แก่ประเทศไทยที่จะแข่งขันกับนานาประเทศ

ชัยวัฒน์ บุญชวลิต (2543) ศึกษาเรื่องการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้งานคอมพิวเตอร์ภาครัฐ : ศึกษาเฉพาะกรณี สำนักประชาสัมพันธ์เขต 2 จังหวัดอุบลราชธานี พบว่าผู้ใช้งานคอมพิวเตอร์ภาครัฐ มีการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตในระดับยอมรับมาก โดยยอมรับว่าการรับข้อมูลข่าวสารด้านอินเทอร์เน็ตจากสื่อต่างๆ ทำให้สนใจใช้งานอินเทอร์เน็ตมากที่สุด รองลงมา คือการปฏิบัติของหน่วยงานจำเป็นต้องใช้งานอินเทอร์เน็ต ส่วนข้อที่ยอมรับน้อยที่สุดคือการใช้งานอินเทอร์เน็ตเป็นประจำ รองลงมาคือการติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตเป็นประจำ ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้งานคอมพิวเตอร์ภาครัฐ คือ ความสนใจต่ออินเทอร์เน็ตและความรู้เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ ปัญหาและอุปสรรคในการยอมรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้งานคอมพิวเตอร์ภาครัฐ คือ ความพร้อมของอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และการเชื่อมต่อระบบอินเทอร์เน็ตให้ได้ใช้งานเป็นประจำ การขาดการรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ

อินเทอร์เน็ตเป็นประจำ ขาดการสนับสนุนส่งเสริมจากผู้บริหารอย่างจริงจัง การไม่ให้ความสำคัญกับผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในการทำงาน ความรู้ด้านภาษาอังกฤษไม่ดีพอ และขาดความรู้ในการใช้งานอินเทอร์เน็ต