

## บทที่ 2

### ทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

รายงานผลการดำเนินงานสหกิจศึกษาเรื่อง “ ขั้นตอนการออกแบบและผลิตสื่อโฆษณาออนไลน์ให้กับบริษัทอุตสาหกรรมเหล็ก ชูเปอร์สตีล(ประเทศไทย)จำกัด โดยบริษัท เทเลอินโฟมีเดีย จำกัด(มหาชน) มุ่งศึกษาวิธีการและขั้นตอนในการผลิตสื่อโฆษณาออนไลน์ในรูปแบบของเว็บไซต์ อาทิเช่น ขั้นตอนการรับ Brief งานจากพนักงานขาย การเขียนเนื้อหาข้อมูลที่ใช้บนเว็บไซต์ การออกแบบแบนเนอร์เว็บไซต์และแคตตาล็อกออนไลน์ รวมถึงการนำงานขึ้นระบบออนไลน์เป็นเว็บไซต์เว็บไซต์หนึ่ง ในการทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องผู้ศึกษาในเรื่องต่อไปนี้ได้แก่

- 2.1 การโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์
- 2.2 การออกแบบเว็บไซต์
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการทำธุรกิจกับธุรกิจ

#### 2.1 การโฆษณาผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

เหตุผลที่ทำให้สื่อโฆษณานบนสื่อออนไลน์เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วและมีแนวโน้มว่าจะมีอิทธิพลต่อผู้รับสารมาก ทำให้เกิดผลกระทบต่อสื่อที่ใช้โฆษณาแบบเก่า ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ ฯลฯ จากสถิติในต่างประเทศการใช้สื่อโฆษณาแบบเก่ามีแนวโน้มลดลงอย่างมาก แต่ในทางกลับกัน สื่อโฆษณาออนไลน์ กลับมาอัตรากาการใช้เพื่อการโฆษณาสูงขึ้นเรื่อยๆ จนมีข้อมูลมัลติมีเดีย ความบันเทิง ข่าวสาร รวมถึงการโฆษณาสินค้าและบริการ เพิ่มมากขึ้น (Pierre,1996)

เนื่องจากผู้บริโภคมีพฤติกรรมหรือวิถีชีวิตที่เปลี่ยนไป ภายใต้อิทธิพลของโลกใหม่ที่ทำการตลาดแบบโลกาภิวัตน์ จึงทำให้เห็นการทำตลาดแบบใหม่ๆเกิดขึ้นอยู่เสมอ การโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์จึงเป็นการโฆษณาเพื่อตอบสนองพฤติกรรมและความต้องการผู้บริโภค คำถามคือสื่อออนไลน์ต่างจากสื่อแบบเก่าอย่างไร ซึ่งสามารถเปรียบเทียบระหว่างข้อดีและข้อเสียของสื่อออนไลน์และสื่อแบบเก่าได้ดังนี้(Morgan,1996)

ตารางที่ 2.1 เปรียบเทียบระหว่างข้อดีและข้อเสียของสื่อออนไลน์และสื่อเก่า

ประเภทของสื่อ	ข้อดี	ข้อเสีย
สื่อโทรทัศน์	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เข้าถึงผู้รับได้อย่างรวดเร็ว</li> <li>- เห็นภาพเข้าใจคุณสมบัติของสินค้าได้ชัดเจน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เจาะลึกกลุ่มเป้าหมายไม่ได้</li> <li>- ค่าใช้จ่ายสูง</li> </ul>
สื่อวิทยุ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สามารถเลือกลงเฉพาะที่ต้องการได้</li> <li>- ใช้งบผลิตต่ำ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ประเมินผลของงานได้ยาก</li> <li>- มีแต่เสียงไม่มีภาพสร้างการจดจำได้น้อย</li> </ul>
สื่อนิตยสาร	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สามารถแบ่งตลาดได้ตามกลุ่มเป้าหมาย</li> <li>- มีภาพและสีสันทที่สวยงาม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เข้าถึงผู้รับได้ไม่กว้าง</li> <li>- ข้อมูลเนื้อหาค่อนข้างซ้ำเพราะต้องตีพิมพ์ทุกๆรอบของนิตยสารเล่มนั้นๆ</li> </ul>
สื่อหนังสือพิมพ์	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เข้าถึงผู้อ่านได้สูงในแต่ละวัน</li> <li>- ผู้อ่านมักเลือกดูข้อมูลที่ต้องการ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ใช้งานโฆษณาอาจจะไม่มีความโดดเด่น</li> <li>- ผู้บริโภคมักไม่ค่อยสนใจ</li> </ul>
สื่อออนไลน์	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สร้างความโดดเด่นได้และสามารถอัปเดตข้อมูลได้ตลอดเวลา</li> <li>- ให้อารยะเยือกได้เยอะ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่สามารถเข้าถึงได้ถ้าไม่มีสัญญาณอินเทอร์เน็ต</li> </ul>

ตารางที่ 2.2 เปรียบเทียบระหว่างสื่อโฆษณาออนไลน์และสื่อโฆษณาแบบสื่อเก่า

ลักษณะทาง	สื่อโฆษณาแบบสื่อเก่า	สื่อโฆษณาออนไลน์
กายภาพ		
พื้นที่ที่ใช้ในการโฆษณา	ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการซื้อพื้นที่ราคาสูง	เสียค่าใช้จ่ายในการซื้อพื้นที่ในราคาต่ำ
ระยะเวลาที่ใช้ในการโฆษณา	มีข้อจำกัดในเรื่องของระยะเวลา	ไม่จำกัดในเรื่องของเวลาเพราะผู้บริโภคจะเป็นคนเข้ามาหาเองและเข้ามาเมื่อไหร่ก็ได้ตามที่ต้องการ
การสร้างสรรค์งาน	มักใช้ภาพเคลื่อนไหวในการโฆษณา รองลงมาเป็นในรูปแบบของข่าวสาร	นำเสนอข้อมูลที่เป็นข่าวสารให้รายละเอียดได้เยอะ
การสื่อสาร	ไม่สามารถโต้ตอบได้ถ้าไม่เข้าใจในการโฆษณา	ผู้รับสามารถหาคำตอบได้ทันที โดยการถามหรือหาข้อมูล
feedback	ไม่สามารถรู้ข้อมูลเพิ่มเติมได้ จะต้องไปที่ร้านอย่างเดียว	สามารถหาข้อมูลได้เลยตามเว็บไซต์ดังกล่าว
การเรียกร้องให้กระทำ	ความสนใจขึ้นอยู่กับอารมณ์ของผู้บริโภค	ความสนใจขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้บริโภค

ดังนั้นเมื่อพฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนไปบวกกับกลุ่มเป้าหมายของสินค้าและบริการประเภท B2B ซึ่งเป็นกลุ่มที่อยากได้สินค้าหรือบริการ จึงจะทำการค้นหาข้อมูลรายละเอียดต่างๆ ของสินค้าหรือบริการนั้นๆก่อนจะตัดสินใจซื้อเพราะสินค้าประเภท B2B เป็นสินค้าที่ตัดสินใจซื้อยาก ต้องคำนวณต้นทุนและผลกำไรที่จะได้กลับมาว่าจะคุ้มกับการลงทุนหรือไม่ จึงเป็นเหตุผลที่ต้องปรับเปลี่ยนจากการใช้สื่อสิ่งพิมพ์ซึ่งเป็นสื่อแบบเก่าที่ให้ข้อมูลได้เยอะที่สุดในการโฆษณาและหันมาใช้สื่อออนไลน์ในการทำการโฆษณา เพื่อปรับตัวให้เข้ากับพฤติกรรมของผู้บริโภค

## 2.2 หลักการออกแบบเว็บไซต์

เว็บไซต์เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมอย่างมากบนอินเทอร์เน็ต ซึ่งเว็บไซต์เป็นสื่อที่อยู่ในความควบคุมของผู้ใช้โดยสมบูรณ์ กล่าวคือ ผู้ใช้สามารถตัดสินใจเลือกได้ว่า จะดูเว็บไซต์ใดและจะไม่เลือกดูเว็บไซต์ใด ได้ตามต้องการ จึงทำให้ผู้ใช้ไม่มีความอดทนต่ออุปสรรคและปัญหาที่เกิดจากการออกแบบเว็บไซต์ผิดพลาดถ้าผู้ใช้เห็นว่าเว็บที่กำลังดูอยู่นั้นไม่มีประโยชน์ต่อตัวเขา หรือไม่เข้าใจว่าเว็บไซต์นี้จะใช้งานอย่างไร เขาก็สามารถที่จะเปลี่ยนไปดูเว็บไซต์อื่นๆ ได้อย่างรวดเร็ว เนื่องจากในปัจจุบันมีเว็บไซต์อยู่มากมาย และยังมีเว็บไซต์ที่เกิดขึ้นใหม่ ๆ ทุกวัน ผู้ใช้จึงมีทางเลือกมากขึ้น และสามารถเปรียบเทียบคุณภาพของเว็บไซต์ต่าง ๆ ได้เอง

เว็บไซต์ที่ได้รับการออกแบบอย่างสวยงาม มีการใช้งานที่สะดวก ย่อมได้รับความสนใจจากผู้ใช้งานมากกว่าเว็บไซต์ที่ดูสับสนวุ่นวาย มีข้อมูลมากมายแต่หาอะไรไม่เจอ นอกจากนี้ยังใช้เวลาในการแสดงผลแต่ละหน้านานเกินไป ซึ่งปัญหาเหล่านี้ล้วนเป็นผลมาจากการออกแบบเว็บไซต์ไม่ดีทั้งสิ้น

ดังนั้น การออกแบบเว็บไซต์จึงเป็นกระบวนการสำคัญในการสร้างเว็บไซต์ ให้ประทับใจผู้ใช้ ทำให้เขาอยากกลับเข้ามาเว็บไซต์เดิมอีกในอนาคต ซึ่งนอกจากต้องพัฒนาเว็บไซต์ที่ดีมีประโยชน์แล้ว ยังต้องคำนึงถึงการแข่งขันกับเว็บไซต์อื่น ๆ อีกด้วย

### องค์ประกอบของการออกแบบเว็บไซต์

การออกแบบเว็บไซต์ที่มีประสิทธิภาพนั้นต้องคำนึงถึง องค์ประกอบสำคัญดังต่อไปนี้

#### 1. ความเรียบง่าย (Simplicity)

หมายถึง การจำกัดองค์ประกอบเสริมให้เหลือเฉพาะองค์ประกอบหลัก กล่าวคือในการสื่อสารเนื้อหาให้กับผู้ใช้นั้น เราต้องเลือกเสนอสิ่งที่เราต้องการนำเสนอจริง ๆ ออกมาในส่วนของกราฟิก สี สัน ตัวอักษรและภาพเคลื่อนไหว ต้องเลือกให้พอเหมาะ ถ้าหากมีมากเกินไปจะรบกวนสายตาและสร้างความรำคาญต่อผู้ใช้ตัวอย่างเว็บไซต์ที่ได้รับการออกแบบที่ดี ได้แก่ เว็บไซต์ของบริษัทใหญ่ ๆ อย่างเช่น Apple Adobe Microsoft หรือ Kokia ที่มีการออกแบบเว็บไซต์ในรูปแบบที่เรียบง่าย ไม่ซับซ้อน และใช้งานอย่างสะดวก

#### 2. ความสม่ำเสมอ (Consistency)

หมายถึง การสร้างความสม่ำเสมอให้เกิดขึ้นตลอดทั้งเว็บไซต์ โดยอาจเลือกใช้รูปแบบเดียวกันตลอดทั้งเว็บไซต์ก็ได้ เพราะถ้าหากว่าแต่ละหน้าในเว็บไซต์นั้นมีความแตกต่างกันมากจนเกินไป อาจทำให้ผู้ใช้เกิดความสับสนและไม่แน่ใจว่ากำลังอยู่ในเว็บไซต์เดิมหรือไม่ เพราะฉะนั้นการออกแบบเว็บไซต์ในแต่ละหน้าควรที่จะมีรูปแบบ สไตล์ของกราฟิก ระบบเนวิเกชัน (Navigation) และ โทนสีที่มีความคล้ายคลึงกันตลอดทั้งเว็บไซต์

### 3. ความเป็นเอกลักษณ์ (Identity)

ในการออกแบบเว็บไซต์ต้องคำนึงถึงลักษณะขององค์กรเป็นหลัก เนื่องจากเว็บไซต์จะสะท้อนถึงเอกลักษณ์และลักษณะขององค์กร การเลือกใช้ตัวอักษร ชุดสี รูปภาพหรือกราฟิก จะมีผลต่อรูปแบบของเว็บไซต์เป็นอย่างมาก ตัวอย่างเช่น ถ้าเราต้องออกแบบเว็บไซต์ของธนาคารแต่เรา กลับเลือกสีส้มและกราฟิกมากมาย อาจทำให้ผู้ใช้คิดว่าเป็นเว็บไซต์ของสวนสนุกซึ่งส่งผลกระทบต่อความ เชื่อถือขององค์กรได้

### 4. เนื้อหา (Useful Content)

ถือเป็นสิ่งสำคัญที่สุดในเว็บไซต์ เนื้อหาในเว็บไซต์ต้องสมบูรณ์และได้รับการปรับปรุง พัฒนาให้ทันสมัยอยู่เสมอ ผู้พัฒนาต้องเตรียมข้อมูลและเนื้อหาที่ผู้ใช้ต้องการให้ถูกต้องและ สมบูรณ์ เนื้อหาที่สำคัญที่สุดคือเนื้อหาที่ทีมผู้พัฒนาสร้างสรรค์ขึ้นมาเอง และไม่ไปซ้ำกับเว็บอื่น เพราะจะถือเป็นสิ่งที่ดึงดูดผู้ใช้ให้เข้ามาเว็บไซต์ได้เสมอ แต่ถ้าเป็นเว็บที่ลิงค์ข้อมูลจากเว็บอื่น ๆ มา เมื่อใดก็ตามที่ผู้ใช้ทราบว่า ข้อมูลนั้นมาจากเว็บใด ผู้ใช้ก็ไม่จำเป็นต้องกลับมาใช้งานลิงค์เหล่านั้น อีก

### 5. ระบบเนวิเกชัน (User-Friendly Navigation)

เป็นส่วนประกอบที่มีความสำคัญต่อเว็บไซต์มาก เพราะจะช่วยไม่ให้เกิดความสับสน ระหว่างคู่มือเว็บไซต์ ระบบเนวิเกชันจึงเปรียบเสมือนป้ายบอกทาง ดังนั้นการออกแบบเนวิเกชัน จึง ควรให้เข้าใจง่าย ใช้งานได้สะดวก ถ้ามีการใช้กราฟิกก็ควรสื่อความหมาย ตำแหน่งของการวางเนวิ เกชันก็ควรวางให้สม่ำเสมอ เช่น อยู่ตำแหน่งบนสุดของทุกหน้าเป็นต้น ซึ่งถ้าจะให้ดีเมื่อมีเนวิเกชัน ที่เป็นกราฟิกก็ควรเพิ่มระบบเนวิเกชันที่เป็นตัวอักษรไว้ส่วนล่างด้วย เพื่อช่วยอำนวยความสะดวก ให้กับผู้ใช้ที่ยกเลิกการแสดงผลภาพกราฟิกบนเว็บเบราว์เซอร์

### 6. คุณภาพของสิ่งที่ปรากฏให้เห็นในเว็บไซต์ (Visual Appeal)

ลักษณะที่น่าสนใจของเว็บไซต์นั้น ขึ้นอยู่กับความชอบส่วนบุคคลเป็นสำคัญ แต่โดยรวม แล้วก็สามารถสรุปได้ว่าเว็บไซต์ที่น่าสนใจนั้นส่วนประกอบต่าง ๆ ควรมีคุณภาพ เช่น กราฟิกควร สมบูรณ์ไม่มีรอยหรือขอบขั้บบันได้ให้เห็น ชนิดตัวอักษรอ่านง่ายสบายตา มีการเลือกใช้โทนสีที่ เข้ากันอย่างสวยงาม เป็นต้น

### 7. ความสะดวกของการใช้ในสภาพต่าง ๆ (Compatibility)

การใช้งานของเว็บไซต์นั้นไม่ควรมีขอบจำกัด กล่าวคือ ต้องสามารถใช้งานได้ดีใน สภาพแวดล้อมที่หลากหลาย ไม่มีการบังคับให้ผู้ใช้ต้องติดตั้ง โปรแกรมอื่นใดเพิ่มเติม นอกเหนือจากเว็บเบราว์เซอร์ ควรเป็นเว็บที่แสดงผลได้ดีในทุกระบบปฏิบัติการ สามารถแสดงผลได้ในทุกความละเอียดหน้าจอ ซึ่งหากเป็นเว็บไซต์ที่มีผู้ใช้บริการมากและกลุ่มเป้าหมาย หลากหลายควรให้ความสำคัญกับเรื่องนี้ให้มาก

## 8. ความคงที่ในการออกแบบ (Design Stability)

ถ้าต้องการให้ผู้ใช้งานรู้สึกว่าการใช้เว็บไซต์มีคุณภาพ ถูกต้อง และเชื่อถือได้ ควรให้ความสำคัญกับการออกแบบเว็บไซต์เป็นอย่างมาก ต้องออกแบบวางแผนและเรียบเรียงเนื้อหาอย่างรอบคอบ ถ้าเว็บไซต์จัดทำขึ้นอย่างลวก ๆ ไม่มีมาตรฐานการออกแบบและระบบการจัดการข้อมูล ถ้ามีปัญหาเกิดขึ้นอาจส่งผลให้เกิดปัญหาและทำให้ผู้ใช้หมดความเชื่อถือ

## 9. ความคงที่ของการทำงาน (Function Stability)

ระบบการทำงานต่าง ๆ ในเว็บไซต์ควรมีความถูกต้องแน่นอน ซึ่งต้องได้รับการออกแบบสร้างสรรค์และตรวจสอบอยู่เสมอ ตัวอย่างเช่น ลิงค์ต่าง ๆ ในเว็บไซต์ ต้องตรวจสอบว่ายังสามารถลิงค์ข้อมูลได้ถูกต้องหรือไม่ เพราะเว็บไซต์อื่นอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ปัญหาที่เกิดจากลิงค์ ก็คือ ลิงค์ขาด ซึ่งพบได้บ่อยเป็นปัญหาที่สร้างความรำคาญกับผู้ใช้เป็นอย่างมาก

## การใช้สีในการออกแบบเว็บไซต์

การสร้างสีต้นบนหน้าเว็บเป็นสิ่งที่สื่อความหมายของเว็บไซต์ได้อย่างชัดเจน การเลือกใช้สีให้เหมาะสม กลมกลืน ไม่เพียงแต่จะสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้ แต่ยังสามารถทำให้เห็นถึงความแตกต่างระหว่างเว็บไซต์ได้ สีเป็นองค์ประกอบหลักสำหรับการตกแต่งเว็บ จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้สี

ระบบสีที่แสดงบนจอคอมพิวเตอร์ มีระบบการแสดงผลผ่านหลอดลำแสงที่เรียกว่า CRT (Cathode ray tube) โดยมีลักษณะระบบสีแบบบวก อาศัยการผสมของของแสงสีแดง สีเขียว และสีน้ำเงิน หรือระบบสี RGB สามารถกำหนดค่าสีจาก 0 ถึง 255 ได้ จากการรวมสีของแม่สีหลักจะทำให้เกิดแสงสีขาว มีลักษณะเป็นจุดเล็ก ๆ บนหน้าจอไม่สามารถมองเห็นด้วยตาเปล่าได้ จะมองเห็นเป็นสีที่ถูกผสมเป็นเนื้อสีเดียวกันแล้ว จุดแต่ละจุดหรือพิกเซล (Pixel) เป็นส่วนประกอบของภาพบนหน้าจอคอมพิวเตอร์ โดยจำนวนบิตที่ใช้ในการกำหนดความสามารถของการแสดงสีต่าง ๆ เพื่อสร้างภาพบนจอขึ้นเรียกว่า บิตเดป (Bit-depth) ในภาษา HTML มีการกำหนดสีด้วยระบบเลขฐานสิบหก ซึ่งมีเครื่องหมาย (#) อยู่ด้านหน้าและตามด้วยเลขฐานสิบหกจำนวนอักษรอีก 6 หลัก โดยแต่ละไบต์ (byte) จะมีตัวอักษรสองตัว แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม เช่น #FF12AC การใช้ตัวอักษรแต่ละไบต์นี้เพื่อกำหนดระดับความเข้มของแม่สีแต่ละสีของชุดสี RGB โดย 2 หลักแรก แสดงถึงความเข้มของสีแดง 2 หลักต่อมา แสดงถึงความเข้มของสีเขียว 2 หลักสุดท้ายแสดงถึงความเข้มของสีน้ำเงิน

สีมีอิทธิพลในเรื่องของอารมณ์การสื่อความหมายที่เด่นชัด กระตุ้นการรับรู้ทางด้านจิตใจมนุษย์ สีแต่ละสีให้ความรู้สึก อารมณ์ที่ไม่เหมือนกัน สีบางสีให้ความรู้สึกสงบ บางสีให้ความรู้สึกตื่นเต้น รุนแรง สีจึงเป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งต่อการออกแบบเว็บไซต์ ดังนั้นการเลือกใช้โทนสีภายใน

เว็บไซต์เป็นการแสดงถึงความแตกต่างของสีที่แสดงออกทางอารมณ์ มีชีวิตชีวาหรือเศร้าโศก รูปแบบของสีที่สายตาของมนุษย์มองเห็น สามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

1. สีโทนร้อน (Warm Colors) เป็นกลุ่มสีที่แสดงถึงความสุข ความปลอบโยน ความอบอุ่น และดึงดูดใจ สีกลุ่มนี้เป็นกลุ่มสีที่ช่วยให้หายจากความเหนื่อยชา มีชีวิตชีวามากยิ่งขึ้น

2. สีโทนเย็น (Cool Colors) แสดงถึงความที่ดูสุภาพ อ่อนโยน เรียบร้อย เป็นกลุ่มสีที่มีคนชอบมากที่สุด สามารถโน้มน้าวในระยะไกลได้

3. สีโทนกลาง (Neutral Colors) สีที่เป็นกลาง ประกอบด้วย สีดำ สีขาว สีเทา และสีน้ำตาล กลุ่มสีเหล่านี้คือ สีกลางที่สามารถนำไปผสมกับสีอื่น ๆ เพื่อให้เกิดสีกลางขึ้นมา

สิ่งที่สำคัญต่อผู้ออกแบบเว็บไซต์คือการเลือกใช้สีสำหรับเว็บ นอกจากจะมีผลต่อการแสดงออกของเว็บแล้วยังเป็นการสร้างความรู้สึกที่ดีต่อผู้ใช้บริการ ดังนั้นจะเห็นว่าสีแต่ละสีสามารถสื่อความหมายของเว็บได้อย่างชัดเจน ความแตกต่าง ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นย่อมส่งผลให้เว็บมีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น ชุดสีแต่ละชุดมีความสำคัญต่อเว็บ ถ้าเลือกใช้สีไม่ตรงกับวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายอาจจะทำให้เว็บไม่น่าสนใจ ผู้ใช้บริการจะไม่กลับมาใช้บริการอีกภายหลัง ฉะนั้นการเลือกใช้สีที่เหมาะสมเพื่อสื่อความหมายของเว็บต้องเลือกใช้สีที่มีความกลมกลืนกัน

ดังนั้นในการออกแบบเว็บไซต์เราควรที่จะยึดหลักการตามทฤษฎีดังกล่าว เพื่อให้เว็บไซต์มีความสวยงามและน่าเชื่อถือ คุณเป็นทางการเพื่อทำให้ผู้ใช้งานทั่วไปทราบว่าเว็บไซต์นี้มีความน่าเชื่อถือในการที่จะนำข้อมูลในเว็บไซต์ไปใช้ในการศึกษา การอ้างอิงข้อมูล หรือในด้านของการค้าขายสินค้าและบริการ

## 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการทำธุรกิจกับธุรกิจ

การค้าระหว่างองค์กรธุรกิจ ต่อองค์กรธุรกิจ ซึ่งจะต่างกับการค้าระหว่างองค์กรกับผู้บริโภคและการค้าระหว่างองค์กรกับหน่วยงานรัฐ

การค้าระหว่างองค์กรธุรกิจ ต่อองค์กรธุรกิจ คือการทำธุรกรรมระหว่างองค์กรธุรกิจด้วยกันเอง เพื่อการค้าขาย การจัดการ การผลิตหรือวัตถุดิบ เช่นการสั่งซื้อสินค้าจากผู้ผลิตของผู้ทำธุรกิจ การสั่งซื้อสินค้าสำหรับห้างสรรพสินค้าจากผู้ผลิต หรือการสั่งซื้อชิ้นส่วนที่ใช้ในงานอุตสาหกรรม เป็นต้น

B2B คือการทำการค้าระหว่างธุรกิจกับธุรกิจในรูปแบบของอิเล็กทรอนิกส์ โดยธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์นี้มีความสำคัญต่อระบบการค้าเป็นอย่างมาก เนื่องจากการทำธุรกรรมแบบ B2B เป็นการทำธุรกรรมระหว่างองค์กรต่อองค์กร ทำให้มูลค่าในการทำธุรกรรมสูงกว่า B2C หลายเท่าตัวถ้า

องค์กรต่างหันมาใช้ B2B ในการทำการค้า จะช่วยลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานได้มากถึง 50 เปอร์เซ็นต์

โลกของ Internet ในประเทศไทยจะพบ E-Market Place หลายเว็บไซต์ทำธุรกิจครบทั้ง 4 แบบแต่ที่แพร่หลายกันมากที่สุดจะเป็น C2C และ B2C ไม่ว่าจะเป็น thaisecondhand, Tarad, Welovesshopping, Pantip Market หลายปีที่ผ่านมา E-Market Place แบบ B2B ในปัจจุบัน(ผลิตภัณฑ์นำเข้า คัมภีร์หรือเหรียญมีการนำเอาเทคโนโลยี Internet มาใช้ในการสื่อสารไปสู่กลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น ด้วยความที่มีเม็ดเงินหมุนเวียนมามากมายในธุรกิจประเภทนี้ ผสมกับความต้องการ และช่องว่างของ E-Market Place แบบ B2B เพื่อติดต่อกับนักลงทุนรายย่อย เช่น Thailand.com ,Worldtradeaa.com BizToThai.com Trarad.com เป็นต้น

สรุปในปัจจุบัน สื่อออนไลน์ ไม่ได้มีผลในการทำการค้าหรือการตลาดกับแค่ธุรกิจ B2C หรือ C2C เท่านั้น แต่ยังส่งผลกับธุรกิจประเภท B2B ด้วย เพราะสื่อออนไลน์เป็นสื่อที่ทุกคนสามารถเข้าถึงได้ทุกที่ทุกเวลา สะดวกต่อการใช้เป็นสื่อกลางทำการค้า การตลาดหรือแม้แต่การโฆษณา

