

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง จิตสำนึกสาธารณะของผู้ประกอบการในการตลาดแบบปฏิสัมพันธ์ (Entrepreneur Public Conscience in Interactive Marketing) ผู้วิจัยใช้แนวทางการวิจัยตามวัตถุประสงค์คือ

1. ศึกษาแนวความคิดด้านจิตสำนึกสาธารณะของผู้ประกอบการเว็บไซต์ในการตลาดแบบปฏิสัมพันธ์
2. ทิศทางการตลาดแบบปฏิสัมพันธ์ที่มีจิตสำนึกสาธารณะของผู้ประกอบการเว็บไซต์
3. แนวทางการกำหนดความรับผิดชอบต่อสาธารณะในการตลาดแบบปฏิสัมพันธ์

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการเว็บไซต์ ตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา และการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เว็บไซต์ ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 โดยแสดงผลการวิจัยแบบพรรณนา และภาพเว็บไซต์ประกอบการวิเคราะห์ การนำเสนอผลการวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แนวความคิดด้านจิตสำนึกสาธารณะของผู้ประกอบการเว็บไซต์ในการตลาดแบบปฏิสัมพันธ์

แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เจ้าของผู้ประกอบการเว็บไซต์สนุกดอทคอม กระจุกดอทคอม เอ็มไทยดอทคอม ผู้จัดการออนไลน์ และเด็กดีดอทคอม ดังนี้

1. แนวความคิดเกี่ยวกับจิตสำนึกสาธารณะของผู้ประกอบการเว็บไซต์ในการตลาดแบบปฏิสัมพันธ์ ด้านนโยบายการบริหารจัดการ
  - 1.1 ความหมายของจิตสำนึกสาธารณะในความคิดเห็นของผู้ประกอบการเว็บไซต์
  - 1.2 ความคิดเห็นของผู้บริหารเว็บไซต์เกี่ยวกับจิตสำนึกสาธารณะ นโยบายการบริหารจัดการด้านผลิตภัณฑ์ ข้อกำหนด กติกา เงื่อนไข ในการคุ้มครองข้อมูล สิทธิส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ
  - 1.3 นโยบายการบริหารจัดการด้านการดูแลคุ้มครองเนื้อหาบนเว็บไซต์ และนโยบาย กฎ กติกา ในการซื้อขาย บนเว็บไซต์ของผู้ประกอบการ
  - 1.4 นโยบายการบริหารจัดการเกี่ยวกับการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ ลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์โฆษณาพนักงานของบริษัท สังกม ชุมชน

และแสดงผลการวิเคราะห์เนื้อหาเว็บไซต์ เพื่อประกอบผลการสัมภาษณ์เจาะลึก การวิเคราะห์เนื้อหาเว็บไซต์แบ่งเป็นหัวข้อ ดังนี้

1. นโยบาย ข้อกำหนด กติกา และเงื่อนไข ในการคุ้มครองข้อมูล สิทธิส่วนบุคคล ของผู้ใช้บริการ ในการแสดงความคิดเห็น ข้อความ เนื้อหาบนเว็บไซต์
2. นโยบาย ข้อกำหนด กติกา และเงื่อนไขในการคุ้มครองข้อมูล สิทธิส่วนบุคคล ลิขสิทธิ์ตามกฎหมายของผู้ใช้บริการในการซื้อขายออนไลน์/ การประมูล ช้อปปี้ง การดาวน์โหลดเพลง ริงโทน ลงโทรศัพท์มือถือ

ตอนที่ 2 ทิศทางการตลาดแบบปฏิสัมพันธ์ที่มีจิตสำนึกสาธารณะของผู้ประกอบการเว็บไซต์

แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เจาะลึกผู้ประกอบการเว็บไซต์ เป็นหัวข้อ ดังนี้

- 2.1 การควบคุม กำกับดูแล ความรับผิดชอบต่อสาธารณะในการทำตลาดแบบปฏิสัมพันธ์
- 2.2 การให้ความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ อาทิ สมาคมวิชาชีพ สมาคมผู้ดูแลเว็บไทย กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กระทรวงวัฒนธรรม
- 2.3 การให้บริการและการใช้ Blog, SMS, MMS, E-mail เป็นสื่อปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการเว็บไซต์

ตอนที่ 3 แนวทางการกำหนดความรับผิดชอบต่อสาธารณะ ในการทำตลาดแบบปฏิสัมพันธ์

แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เจาะลึกผู้ประกอบการเว็บไซต์ เป็นหัวข้อ ดังนี้

- 3.1 บทบาท หน้าที่ ความรับผิดชอบ
  - สมาคมผู้ดูแลเว็บไทย
  - ผู้ประกอบการเว็บไซต์
- 3.2 การสร้างจิตสำนึกสาธารณะแก่ผู้ใช้บริการ
- 3.3 การให้บริการแก่ผู้ใช้บริการเว็บไซต์
- 3.4 การพัฒนาด้านกฎหมาย

ผู้วิจัยนำผลการวิจัยที่วิเคราะห์จากข้อมูลการให้สัมภาษณ์ของผู้ประกอบการเว็บไซต์มาอธิบายประกอบกับข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์เนื้อหาบนเว็บไซต์ของผู้ประกอบการที่ให้สัมภาษณ์ มีรายละเอียดดังนี้



## ตอนที่ 1 แนวความคิดเกี่ยวกับจิตสำนึกสาธารณะของผู้ประกอบการเว็บไซต์ในการทำตลาดแบบ ปฏิสัมพันธ์ ด้านนโยบายการบริหารจัดการ

### 1.1 ความคิดเห็นของผู้บริหารเว็บไซต์เกี่ยวกับความหมายของจิตสำนึกสาธารณะ

การวิจัยเรื่องจิตสำนึกสาธารณะของผู้ประกอบการในการทำตลาดแบบปฏิสัมพันธ์ ความหมายจิตสำนึกสาธารณะในความคิดของผู้ประกอบการเว็บไซต์ หมายถึง ความรู้สึกในความรับผิดชอบต่อสังคม สาธารณะ การนำเสนอสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ คำนึงถึงจริยธรรม คุณธรรม

“จิตสำนึกก็คือความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นสิ่งที่ต้องจับต้องได้ ถ้ากว้างกว่านั้นจะเป็นปรัชญา”

(นิรันดร์ เยาวภาว์ สัมภาษณ์ 25 กุมภาพันธ์ 2551)

“การมีจิตสำนึกสาธารณะคือความรับผิดชอบต่อสังคม มีเกณฑ์ชัดเจน ทำอะไรที่ถูกกฎหมาย ไม่ผิดจรรยาบรรณ บางอย่างอาจมีความรับผิดชอบต่อสังคม จิตได้สำนึกจริงๆบอกว่าบางอย่างน่าจะทำได้ดีกว่านี้ อาจเป็นเรื่องของความ extreme คือจิตสำนึกถึงแม้มีความรับผิดชอบต่อสังคมที่ดำเนินการด้วยการ filter out ได้ แต่ยังมีเหตุผลอยู่ ก็จะรู้สึกไม่ดี กลับรู้สึกว่าจะน่าจะทำได้ดีกว่านี้”

(Sang Do Lee สัมภาษณ์ 31 มกราคม 2551)

“จิตสำนึกสาธารณะ หมายถึงเป็นการนำเสนอสิ่งที่เป็นประโยชน์ ความรู้สึกในแง่สังคม จะไม่นำเสนอเรื่องราวที่ไม่เหมาะสม ต้องคำนึงถึงเรื่องจริยธรรม ”

(รัชณี สุประภากร, สัมภาษณ์ 14 มกราคม 2551)

“จิตสำนึกสาธารณะคือความรู้สึกนึกคิดในความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อสาธารณะ ให้ประโยชน์ต่อสาธารณะ ไม่ทำให้สาธารณะเกิดปัญหาตามมา ผู้พัฒนาเว็บจะต้องมีจริยธรรม คุณธรรม”

(ปกรณ สันตีสุนทรกุล , สัมภาษณ์ 31 มกราคม 2551)

### 1.2 นโยบายการบริหารจัดการด้านผลิตภัณฑ์ ข้อกำหนด กติกา เงื่อนไข ในการคุ้มครอง ข้อมูล สิทธิส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ

ผลการวิเคราะห์เว็บไซต์และการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการแต่ละเว็บไซต์ ดังนี้

### เว็บไซต์สนุกคอตคอม

เว็บไซต์สนุกคอตคอมมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ตามความต้องการและพฤติกรรม ของผู้ใช้บริการ ประกอบด้วย (1) บริการค้นหาข้อมูลเป็นเว็บค้นหาข้อมูล สารบัญเว็บไซต์ ค้นหาข้อมูล-ข้อมูลในท้องถิ่น (2) ขอบปิ้งออนไลน์ เป็นคลาสสิฟายด์ออนไลน์ การประมูล (3) ชุมชนออนไลน์ เป็นการติดต่อสื่อสารออนไลน์ ความสนใจส่วนบุคคล แบ่งปันข้อมูล หาเพื่อน หาคอนรัก (4) ข้อมูลและสารระบันเทิง เป็นข้อมูล-ข่าว ความบันเทิงไลฟ์สไตล์ (5) บริการเสริมผ่านมือถือ เป็นบริการดาวน์โหลด ข้อมูล-ความบันเทิงผ่าน SMS ข้อมูลเสียงผ่านโทรศัพท์ ฯ (6) บริการโฆษณาออนไลน์ เป็นโฆษณาแบบภาพ สปอนเซอร์ออนไลน์ ฐานข้อมูลด้านการตลาด ผู้ใช้บริการสามารถปฏิสัมพันธ์แบบออนไลน์ (Interactive online) มีการตั้งกระทู้ การแสดงความคิดเห็น และผลิตภัณฑ์ที่เป็นการให้บริการ-ซื้อขาย จะมีลักษณะการตลาดแบบปฏิสัมพันธ์ (Interactive Marketing) สามารถเลือกสินค้าและบริการ และชำระเงิน (7) ชุมชนออนไลน์ การติดต่อสื่อสาร แบ่งปันข้อมูล

“นโยบายการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของบริษัทสนุกออนไลน์ คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อผู้ใช้บริการ พิจารณาจากพฤติกรรมผู้ใช้บริการเกี่ยวกับเนื้อหาที่ผู้ใช้บริการสนใจ ต้องมีการปรับปรุง (update) ข้อมูลให้ทันเหตุการณ์ มีสิ่งอำนวยความสะดวกในการปรับปรุงการให้บริการ (facility update) ความเคลื่อนไหวของคู่แข่งทั้งในและต่างประเทศ

(รัชนี สุประภากร สัมภาษณ์ 14 มกราคม 2551)

ภาพที่ 1 แสดงผลิตภัณฑ์ของเว็บไซต์สนุกคอตคอม



ภาพที่ 1 พบว่า สนุกคอตคอม มีการนำเสนอรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์แบ่งเป็นกลุ่ม

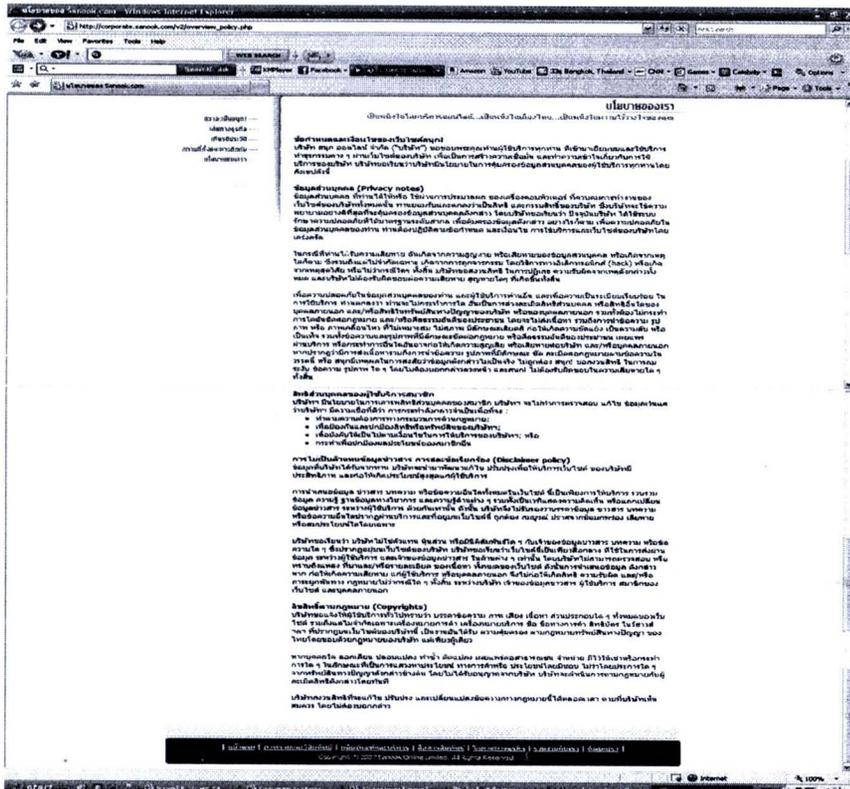
ตามพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ ได้แก่ บริการการค้นหาข้อมูล ขอบปิ้งออนไลน์ ชุมชนออนไลน์ ข้อมูล และสารบันเทิง บริการเสริมผ่านมือถือ และบริการโฆษณาออนไลน์

ผู้ประกอบการสื่อดิจิทัลนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีลิขสิทธิ์ถูกต้องตามกฎหมาย มีนโยบายเกี่ยวกับสิทธิส่วนบุคคล การคุ้มครองข้อมูลของผู้ใช้บริการ

“การตลาดที่บริษัทสื่อดิจิทัลนำเสนอผลิตภัณฑ์ (สินค้า บริการ และความคิด) ที่ต้องนำมาอย่างถูกต้อง มีลิขสิทธิ์ เช่น ผลิตภัณฑ์ที่เป็นเพลง บริษัทสื่อดิจิทัลเป็นพันธมิตรกับค่ายเพลงต่างๆ เพลงที่อยู่บนเว็บได้รับอนุญาตอย่างถูกต้องมีลิขสิทธิ์ ที่ผู้ใช้สามารถดาวน์โหลดได้อย่างถูกต้อง เป็นความรับผิดชอบในแง่กฎหมาย ดูแลข้อมูลส่วนบุคคล การทำตามกฎหมายจะเป็นพฤติกรรมที่สังคมยอมรับ องค์กรไม่สามารถอยู่รอดได้หากไม่ดำเนินงานภายในกรอบของกฎหมาย”

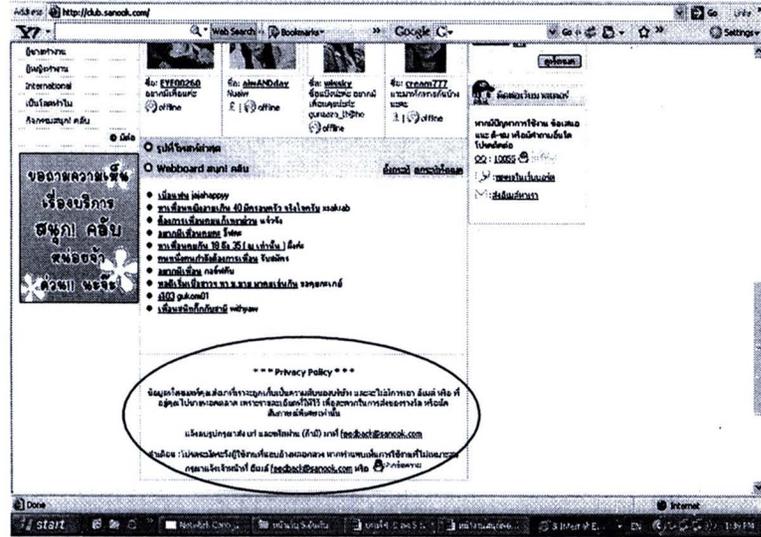
(รัชณี สุประภากร สัมภาษณ์ 14 มกราคม 2551)

ภาพที่ 2 แสดงนโยบาย ข้อกำหนด และเงื่อนไขของเว็บไซต์สื่อดิจิทัล



ภาพที่ 2 พบว่า สนุกคอทคอมมีการกำหนดนโยบายเป็นข้อกำหนดและเงื่อนไขในการใช้เว็บไซต์ การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ สิทธิส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ ลิขสิทธิ์ตามกฎหมาย (รายละเอียดภาคผนวก ข หน้า 116-118)

ภาพที่ 3 แสดงนโยบายความเป็นส่วนตัวของเว็บไซต์สนุกคอทคอม



**\*\*\* Privacy Policy \*\*\***

ข้อมูลทั้งหมดที่คุณส่งมาที่เราจะเก็บเป็นความลับของบริษัท และจะไม่มีการเอา อีเมล หรือ ที่อยู่คุณไปขายทอดตลาด เพราะรายละเอียดที่ให้ไว้ เพื่อสะดวกในการส่งของรางวัล หรือนัดสัมภาษณ์พิเศษเท่านั้น

แจ้งลบรูปกรุณาส่ง url และรหัสผ่าน (ถ้ามี) มาที่ [feedback@sanook.com](mailto:feedback@sanook.com)

คำเตือน : โปรดระมัดระวังผู้ใช้งานที่แอบอ้างหลอกหลวง หากท่านพบเห็นการใช้งานที่ไม่เหมาะสม กรุณาแจ้งเจ้าหน้าที่ อีเมล [feedback@sanook.com](mailto:feedback@sanook.com) หรือ  ฝากข้อความ

ภาพที่ 3 พบว่า การโพสต์ข้อมูลของผู้ใช้บริการ ทางสนุกคอทคอม มีการแจ้งให้ทราบเกี่ยวกับนโยบายการคุ้มครองสิทธิส่วนบุคคลโดยเก็บข้อมูลส่วนตัวเป็นความลับและไม่เผยแพร่หรือขายข้อมูลให้กับผู้อื่น

### เว็บไซต์กระปุกดอทคอม

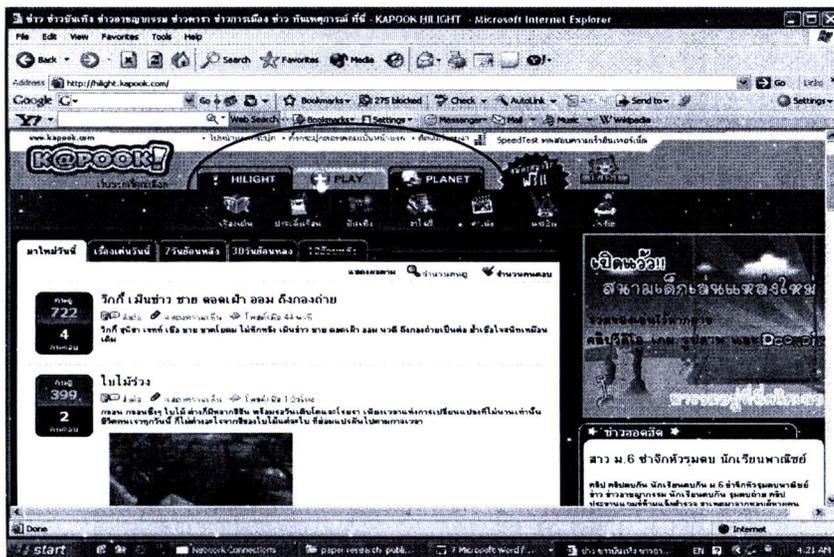
เว็บไซต์กระปุกดอทคอม มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ตามความต้องการของลูกค้าผู้ใช้บริการ และคำนึงถึงจริยธรรมในการนำเสนอผลิตภัณฑ์นั้น ผลิตภัณฑ์ต้องมีลิขสิทธิ์ แบ่งเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่ม Hilight นำเสนอเกี่ยวกับเรื่องเด่น ประเด็นร้อน บันเทิง วาไรตี้ ดูหนัง แฟชั่น x-file ; กลุ่ม P lay นำเสนอเกมส์ วิดีโอ รูปภาพ ภาพเคลื่อนไหว ; และกลุ่ม Planet นำเสนอ บล็อก รูปภาพ ลิงค์ Show Onair

“การนำเสนอผลิตภัณฑ์ตามความต้องการของลูกค้า”

( เกษญา มินศิริ สัมภาษณ์ 20 มีนาคม 2551 )



ภาพที่ 4 แสดงผลิตภัณฑ์ของเว็บไซต์กระปุกดอทคอม

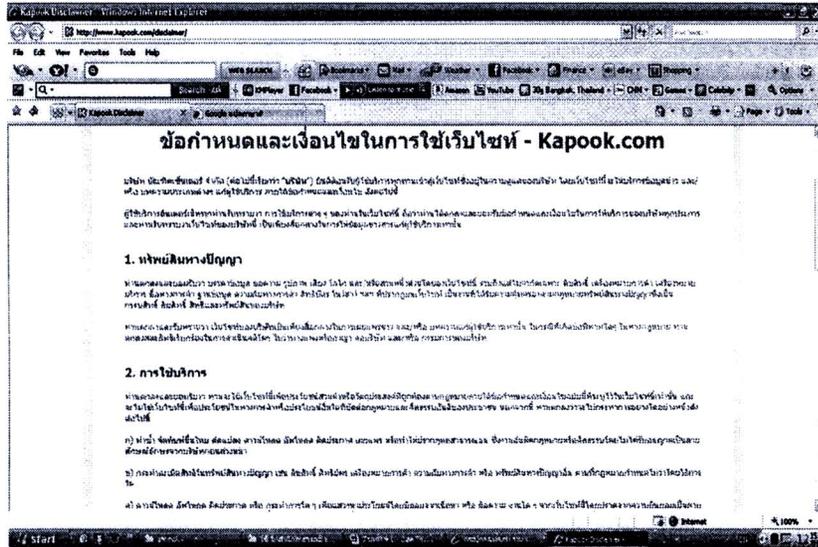


ภาพที่ 4 พบว่า กระปุกดอทคอม แบ่งผลิตภัณฑ์ ตามพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ เป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ Hilight, Play, และ Planet ใน Hilight นำเสนอเรื่องเด่น ประเด็นร้อน บันเทิง วาไรตี้ ดูหนัง แฟชั่น x-file ; กลุ่ม P lay นำเสนอ เกมส์ วิดีโอ รูปภาพ ภาพเคลื่อนไหว ; และกลุ่ม Planet นำเสนอ บล็อก รูปภาพ ลิงค์ Show Onair

ผู้ประกอบการกระปุกดอทคอม นำเสนอผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงลิขสิทธิ์ มีข้อกำหนดและเงื่อนไขเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญา การใช้บริการที่ไม่ละเมิดกฎหมาย

“เว็บไซต์กระปุกดอทคอม นำเสนอผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในกรอบที่ไม่ผิดจริยธรรมที่คำนึงถึงเรื่องลิขสิทธิ์ มีการออกระเบียบ เงื่อนไขในการใช้บริการ ” ( เกษญา มินศิริ สัมภาษณ์ 20 มีนาคม 2551 )

ภาพที่ 5 แสดงข้อกำหนดและเงื่อนไขของเว็บไซต์กระทู้ดอทคอม



ภาพที่ 5 พบว่า กระทู้ดอทคอม มีการออกระเบียบเงื่อนไขในการให้บริการ เกี่ยวกับความคุ้มครองตามกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา การจำกัดความรับผิดชอบที่เขียนหรือทำขึ้นโดยบุคคลภายนอกหรือผู้ใช้บริการ การกระทำละเมิดใด ๆ ไม่ว่าในทางแพ่งหรือทางอาญา อาชญากรรมทางคอมพิวเตอร์หรือความรับผิดใด ๆ ในทางกฎหมาย (รายละเอียด ภาคผนวก ข ภาพ ข หน้า 119)

**เว็บไซต์เอ็มไทยดอทคอม**

เว็บไซต์เอ็มไทยดอทคอม มีผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย ข่าว ข้อมูลประจำวัน การศึกษา บันเทิงดารา กีฬา ฟังเพลงออนไลน์ การค้นหาอีคอมเมิร์ซ ท่องเที่ยวโรงแรม หางาน และผู้ใช้บริการสามารถสร้างสรรค์เองด้วยการโพสต์ภาพ วิดีโอ เว็บไซต์บอร์ด Society โหลดภาพ

“เอ็มไทย มีการบริการหลายส่วน ได้แก่ (1) การบริการที่ให้ผู้ให้บริการสร้างสรรค์งานเอง และมีการ provide platform เช่น บล็อก วิดีโอคลิป คลับ Photo album ซึ่งสามารถแชร์กันได้ (2) บริการเนื้อหาประกอบด้วย ข่าว กีฬา ดารา (3) ”

(Sang Do Lee สัมภาษณ์ 31 มกราคม 2551)

## ภาพที่ 6 แสดงผลิตภัณฑ์ของเว็บไซต์เอ็มไทยดอทคอม



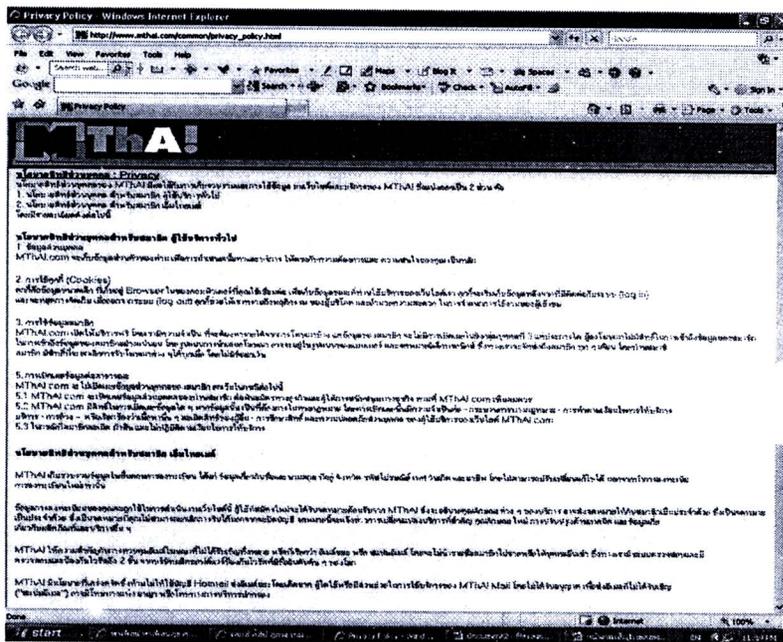
ภาพที่ 6 พบว่า เอ็มไทยดอทคอม แบ่งผลิตภัณฑ์ ตามความสนใจ และพฤติกรรม ของผู้ใช้บริการที่ต้องการสร้างงานเอง เช่น การโพสต์วิดีโอคลิป ภาพ เว็บบอร์ด และการสืบค้นข้อมูลข่าว ดารา กีฬา Society ที่เสนอ Market Place เป็นต้น

ผู้ประกอบการเอ็มไทยดอทคอม นำเสนอผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึง กฎหมาย ความถูกต้องมี ลิขสิทธิ์ มีข้อกำหนด และเงื่อนไขเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญา การใช้บริการที่ไม่ละเมิดกฎหมาย

“Mthai มีความรับผิดชอบมีเกณฑ์ที่ชัดเจนทำอะไรถูกกฎหมาย ไม่ผิดจริยธรรม การ กำหนดนโยบาย กฎ ระเบียบการใช้บริการเว็บไซต์ ผลิตภัณฑ์ ที่มีความถูกต้อง มีลิขสิทธิ์”

(Sang Do Lee สัมภาษณ์ 31 มกราคม 2551)

### ภาพที่ 7 แสดงนโยบายการใช้บริการของเว็บไซต์เอ็มไทยคอตคอม



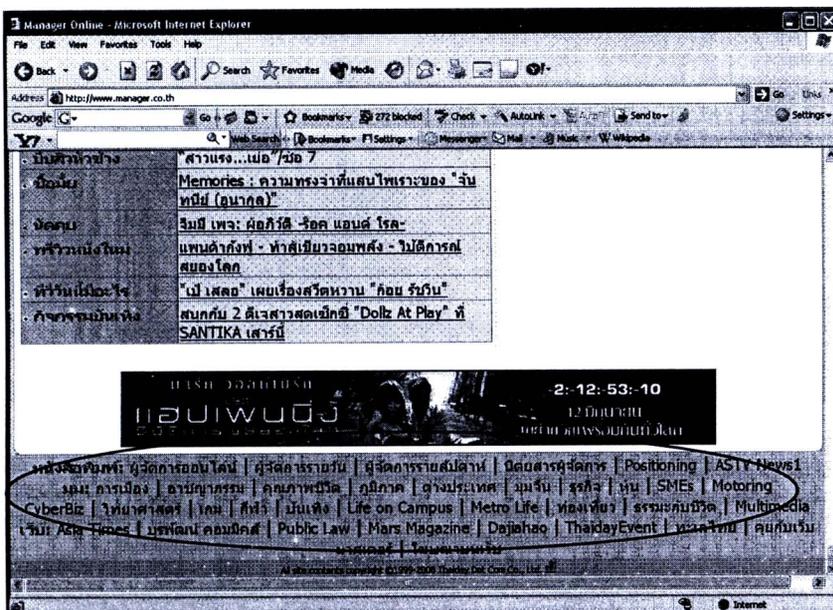
ภาพที่ 7 พบว่า เอ็มไทยคอตคอม นำเสนอผลิตภัณฑ์ โดยมีการกำหนดนโยบายสิทธิส่วนบุคคล ในการเก็บข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อเป็นฐานข้อมูลที่บริษัทจะพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงความต้องการของผู้ใช้บริการ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการตลาด การไม่เปิดเผยข้อมูลของผู้ใช้บริการ ให้ความสำคัญในการควบคุมอีเมลที่ไม่ได้รับอนุญาตแสดงผลิตภัณฑ์ (รายละเอียด ภาคผนวก ข ภาพ ค หน้า 120)

#### เว็บไซต์ผู้จัดการออนไลน์

เว็บไซต์ผู้จัดการออนไลน์ มีผลิตภัณฑ์ที่เน้นเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์ในเครือผู้จัดการ ทำให้มีการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เป็นข่าวกว่าร้อยละ 80 ที่เหลือเป็นเกี่ยวกับการให้ความรู้ต่างๆ เช่น กีฬา บันเทิง SMEs ธรรมชาติ ชีวิต คุณภาพชีวิต ธุรกิจ

“เว็บเราทำหน้าที่สื่อ เสนอข่าว ทำหน้าที่เป็น community ผ่านเว็บบล็อก งานบริการให้ข้อมูลแก่ผู้อ่าน การฟังเพลงออนไลน์ เว็บไซต์ของผู้จัดการออนไลน์ ไม่ใช่การนำข่าวในหนังสือพิมพ์รายวันมาขึ้นบนเว็บ แต่จะมีวิธีการนำเสนอด้วยตนเอง มีทีมของเราเอง เว็บไซต์ผู้จัดการสามารถ up date ได้ทันสถานการณ์สามารถเสนอข่าวได้ตลอด ”

## ภาพที่ 8 แสดงผลิตภัณฑ์ของเว็บไซต์ผู้จัดการออนไลน์



ภาพที่ 8 พบว่า ผู้จัดการออนไลน์ นำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เน้นการเสนอข่าวโดยมีทีมงานของตนเอง ทำให้ข่าวสดทันเหตุการณ์ และการให้บริการข้อมูลอื่นๆ เช่น ข้อมูลทางธุรกิจ ท่องเที่ยว ธรรมะ บันเทิง กฎหมาย

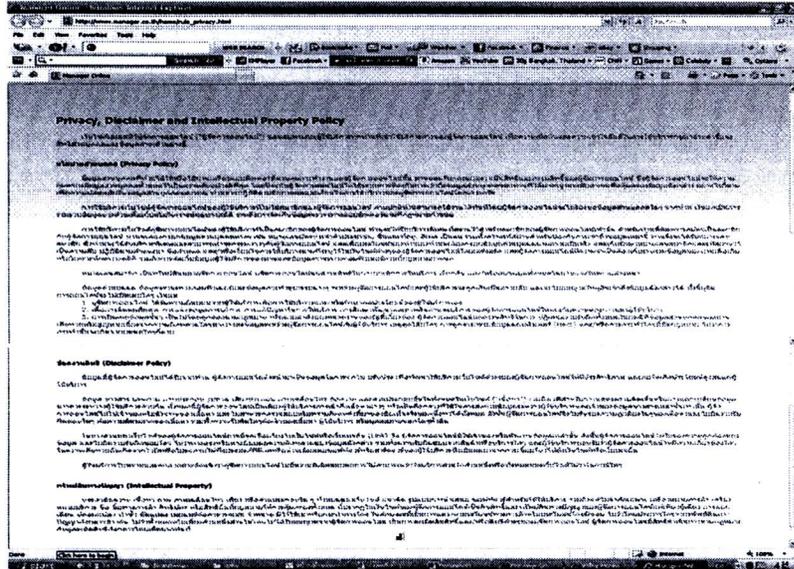
ผู้ประกอบการผู้จัดการออนไลน์ นำเน้นการเสนอผลิตภัณฑ์ที่เป็นข่าว การนำเสนอข่าว คำนึงถึงจรรยาบรรณวิชาชีพการเป็นนักข่าวเป็นสำคัญ และทำหน้าที่สื่อที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม

“นโยบาย เน้นการนำเสนอข่าว อย่างมีความรับผิดชอบมีจิตสำนึกสาธารณะความรับผิดชอบต่อที่เชื่อมโยงไปยัง Code of ethic ของสภาการหนังสือพิมพ์ การสร้าง Code of Conduct ที่สร้างอย่างมีทิศทาง เจาจะจง ชัดเจน สามารถช่วยให้พนักงานหลีกเลี่ยงไม่ทำอะไรเกินขอบเขตที่กำหนด”

“ทำหน้าที่สื่อต้องให้ข้อมูลที่โปร่งใสต่อสังคม เราไม่ได้คิดว่าเราจะเอาแต่ได้ สังคมต้องได้ด้วย”

(นิรันดร์ เขียวภาวี่ สัมภาษณ์ 25 กุมภาพันธ์ 2551)

### ภาพที่ 9 แสดงนโยบายการบริหารจัดการด้านผลิตภัณฑ์



ภาพที่ 9 พบว่า ผู้จัดการออนไลน์ จัดการผลิตภัณฑ์โดยกำหนดนโยบายส่วนบุคคล ข้อสงวนสิทธิ์ และทรัพย์สินทางปัญญา การกำหนดสิทธิประโยชน์ที่คำนึงถึงผู้ใช้บริการ สังคม ความรับผิดชอบต่อผู้ใช้บริการจากการใช้เว็บไซต์ผู้จัดการออนไลน์ (รายละเอียดภาคผนวก ข ภาพ ค หน้า 121)

#### เว็บไซต์เด็กดีดอทคอม

ผลิตภัณฑ์ของเว็บไซต์เด็กดีดอทคอม ประกอบด้วย บอร์ดนักเขียน บอร์ดบันเทิง บอร์ดเกมส์ ข่าวบันเทิง ไลฟ์สไตล์ การศึกษา เกี่ยวกับควควิชา ทิวเตอร์ เพื่อน เป็นต้น แนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์คำนึงถึงสังคมที่มีมิตรภาพ ทันสมัย มีประโยชน์สร้างสรรค์ นำเสนอความเป็นตัวของตัวเอง

“บริษัทเด็กดีอินเทอร์เน็ตมีนโยบายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอบนเว็บ เนื้อหาเป็น Life style การใช้ชีวิต แฟชั่น ที่เที่ยวที่กิน รวมการศึกษาทั้งภายในและภายนอกห้องเรียน การเตรียมตัวเข้ามหาวิทยาลัย โดยคำนึงถึงการเป็นแบบอย่างที่ดีแก่ผู้ใช้บริการ โดยเฉพาะนักเรียน มีเว็บบอร์ด ให้คนเข้ามาคุย มี template ให้ตกแต่ง เปิดโอกาสให้ห้องๆที่เข้ามาในเว็บได้แสดงความคิดเห็นของตัวเอง อยากเขียนนิยาย ลงรูปให้เพื่อนอ่าน เว็บไซต์เด็กดีดอทคอมจัดเป็นเว็บไซต์ ไลฟ์สไตล์ด้วยรุ่นที่สร้างสรรค์ อันดับ 1 ของประเทศ”

ปกรณ์ สันติสุนทรกุล (สัมภาษณ์ 31 มกราคม 2551)



ภาพที่ 11 พบว่า เว็บไซต์เด็กดีดอทคอม มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ที่มีแนวคิด 4 ประการ คือ ทำให้สังคมเกิดมิตรภาพ (Sociable) เป็นเว็บที่นำกระแสเหตุการณ์ต่างๆของวัยรุ่น (In trend) นำเสนอแต่ข้อมูลที่ดีๆ มีประโยชน์สร้างสรรค์ (Smart) และเป็นเวทีแสดงความเป็นตัวตน มีเอกลักษณ์ของตนเอง (Express Identity) ด้วยคอนัมนั้กเขียน เว็บบล็อก

ผู้ประกอบการเว็บไซต์ เด็กดีดอทคอม นำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ถูกกฎหมาย มีจริยธรรมในการให้บริการ สังคมที่คำนึงถึงจริยธรรม และกติกา ในการให้บริการที่ไม่เบียดเบียนผู้อื่น

“เรามีการพัฒนาเว็บไซต์ของเราเพื่อประโยชน์ต่อเยาวชนและสังคม ไม่ทำผิดกฎหมาย คำนึงถึงจริยธรรม ความเหมาะสมในการที่จะใช้งาน การใช้งานที่ไม่เบียดเบียนคนอื่น ทั้งข้อความ รูปภาพ วิธีการสื่อสารที่ไม่เบียดเบียนใคร”

ปกรณ์ สันติสุนทรกุล (สัมภาษณ์ 31 มกราคม 2551)

ภาพที่ 12 แสดงการกำหนด กติกาในการให้บริการของเว็บไซต์เด็กดีดอทคอม



ภาพที่ 12 พบว่า เว็บไซต์เด็กดีดอทคอม มีการกำหนดกติกาแจ้งแก่ผู้ให้บริการ การคัดกรองกระทู้ ห้ามเผยแพร่ข้อมูลอันมีลิขสิทธิ์ ห้ามลงข้อมูลส่วนตัวของผู้อื่นที่อาจถูกดำเนินคดีทางกฎหมาย

สรุปการวิจัย เกี่ยวกับนโยบายการบริหารจัดการด้านผลิตภัณฑ์ของเว็บไซต์ สนุก คอทคอม กระปุกคอทคอม เอ็มไทยคอทคอม ผู้จัดการออนไลน์ และเด็กดีคอทคอม พบว่า ทุกเว็บไซต์คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อผู้ใช้บริการในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ผู้ใช้ต้องการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ โดยมีข้อกำหนด กติกา เงื่อนไขในการใช้บริการ สิทธิประโยชน์ที่ผู้ใช้บริการพึงได้รับอย่างถูกต้องตามกฎหมาย คำนึงถึงเนื้อหาที่มีความถูกต้องมีลิขสิทธิ์ มีการคุ้มครองข้อมูล สิทธิส่วนบุคคล มีจริยธรรม การควบคุมการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นการสื่อสาร เช่น อีเมลล์ กระทั่ง ด้วยการกำหนดเป็นลายลักษณ์อักษรแจ้งให้ผู้ใช้บริการทราบและปฏิบัติ

### 1.3 นโยบายการบริหารจัดการด้านการดูแลคุ้มครองเนื้อหาที่ให้บริการ การกำหนดนโยบาย กฎ กติกาในการซื้อขาย บนเว็บไซต์ของผู้ประกอบการ

#### 1.3.1 การดูแลคุ้มครองเนื้อหาที่ให้บริการผลิตภัณฑ์ที่เป็นข่าวสาร ความรู้ ความบันเทิง

เว็บไซต์ มีลักษณะการสื่อสารแบบสองทาง ทำให้สามารถปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน โดยเฉพาะระหว่างผู้ใช้บริการกับผู้ใช้บริการที่มีจำนวนมาก ผู้ประกอบการเว็บไซต์จำเป็นต้องกำหนดนโยบายการบริหารจัดการเกี่ยวกับเนื้อหาบนเว็บไซต์ของตนเองและของการใช้บริการของผู้ใช้บริการ

#### เว็บไซต์สนุกคอทคอม

นโยบายการบริหารจัดการเกี่ยวกับการคุ้มครองเนื้อหาบนเว็บไซต์สนุกคอทคอม มีการกำหนด กฎ กติกา มารยาทในการแสดงความคิดเห็น

ภาพที่ 13 แสดง กฎ กติกา มารยาท ของสนุก! ฟอรัม

##### ประกาศถึงท่านสมาชิก :

กรุณาอย่าโพสต์กระทู้ซ้ำๆ กันในหลายบอร์ด กรุณาเลือกบอร์ดที่เหมาะสมต่อข้อความของท่านเพียงบอร์ดเดียว กระทู้ที่ซ้ำๆ จะถูกลบออกจากระบบ และสมาชิกผู้โพสต์ อาจถูกระงับการใช้บริการในสนุก! ฟอรัม

สิ่งที่ไม่อนุญาตให้โพสต์ใน สนุก! ฟอรัม ได้แก่ :

ข้อความขู่ให้เกิดความรุนแรงทางสังคม, ข้อความที่ก่อให้เกิดความเสียหายและเสื่อมเสียต่อบุคคลที่สาม, เบอร์โทรศัพท์, รูปภาพที่ไม่เหมาะสมต่อเยาวชนหรือภาพลามกอนาจาร สมาชิกที่โพสต์สิ่งเหล่านี้ อาจถูกดำเนินคดีทางกฎหมายจากผู้เสียหายได้

กรณีกระทู้โฆษณา ชื่อ-ขาย สินค้าหรือบริการ สมัครงาน เรามีบริการ สนุก! คลาสสิฟายด์ ไว้ให้ท่าน โดยเฉพาะ กระทู้ดังกล่าวจะถูกลบออกจากสนุก! ฟอรัมเช่นกัน

ทางบริษัทขอสงวนสิทธิ์ในการลบกระทู้หรือข้อความ ตามความสมควร โดยไม่ต้องมีการแจ้งให้ทราบล่วงหน้า  
แจ้งกระทู้ไม่เหมาะสมได้ที่ [feedback@sanook.com](mailto:feedback@sanook.com)

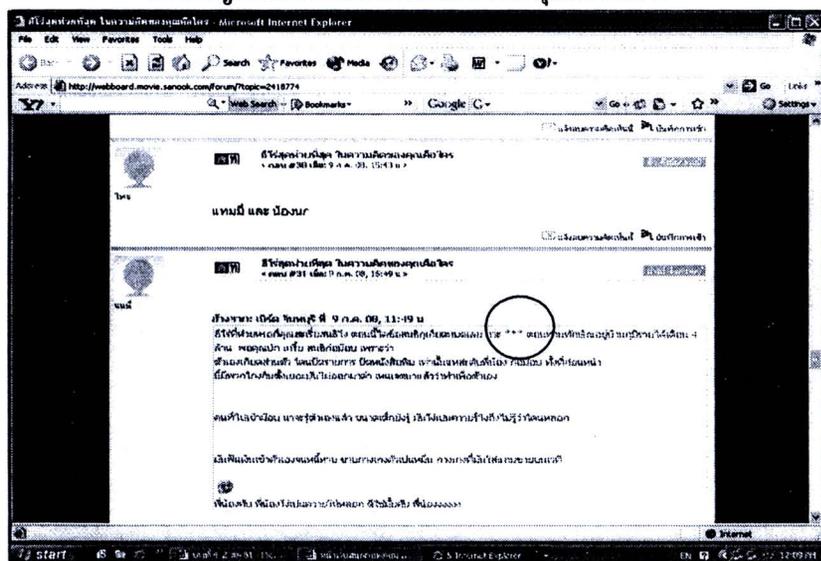
ภาพที่ 13 พบว่า เว็บไซต์สนุกดอทคอม มีนโยบายการบริหารจัดการด้านการดูแลคัดกรองเนื้อหา โดยกำหนดเป็นลายลักษณ์อักษรเกี่ยวกับนโยบาย กฎ กติกา มารยาทในการแสดงความคิดเห็น การโพสต์ข้อความ รูปภาพบนเว็บไซต์ (รายละเอียดภาคผนวก ข ภาพ ชม หน้า 122)

เว็บไซต์สนุกดอทคอม มีการควบคุมดูแลคัดกรองเนื้อหาที่ผู้ใช้บริการโพสต์เข้ามา ด้วยการใช้ระบบสแกนและกรองคำหยาบ เปลี่ยนคำหยาบให้เป็นสัญลักษณ์อื่นแทน กรณีที่มีการตัดแปลงคำที่ทำให้ระบบคัดกรองไม่ได้ จะใช้เจ้าหน้าที่ตรวจสอบพิจารณาคัดกรองอีกครั้งหนึ่ง และมีปุ่มแจ้งลบให้ผู้ใช้บริการกดปุ่มแจ้งลบมาที่เจ้าหน้าที่ให้ทำการลบ

“นโยบายการบริหารจัดการ เกี่ยวกับการคัดกรองเนื้อหา ที่ปรากฏบนเว็บไซต์ ของสนุกดอทคอม จะมีฝ่ายที่ควบคุมดูแล ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ (1) ด้านระบบ จะมีระบบสแกนและกรองคำหยาบระดับหนึ่ง มีการกำจัดคำหยาบด้วยระบบคัดกรอง (filter) รวมทั้งโฆษณาที่เป็น spam (2) เจ้าหน้าที่ เข้าไปตรวจดูเนื้อหาที่ผู้ใช้บริการโพสต์เข้ามา ขณะเดียวกันพนักงานที่ up load content ต้อง monitor content ของตัวเองด้วย ”

รชนี สุประภากร (สัมภาษณ์ 14 มกราคม 2551)

ภาพที่ 14 แสดงการกำจัดคำหยาบด้วยระบบ ซึ่งจะเปลี่ยนคำหยาบให้เป็นสัญลักษณ์อื่นแทนในเว็บไซต์สนุกดอทคอม



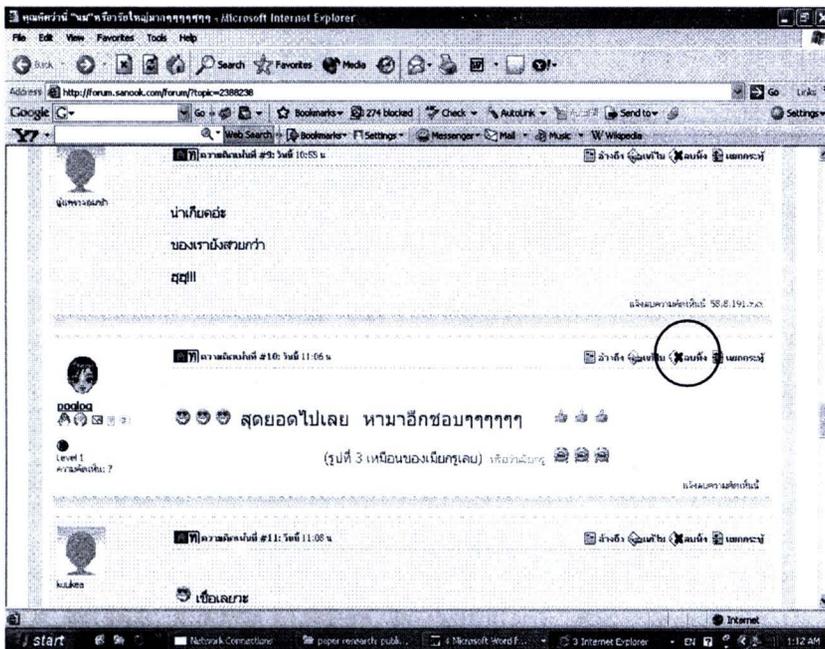
ภาพที่ 14 พบว่า เว็บไซต์สนุกดอทคอม มีการใช้ระบบคัดกรองข้อความอัตโนมัติ หากมีการใช้คำหยาบ ระบบจะเปลี่ยนคำหยาบนั้นให้เป็นสัญลักษณ์ดอกจันแทน และหากโพสต์ข้อความ ยั่ว ให้เกิดความรุนแรงทางสังคม ข้อความที่เกิดความเสียหาย ทางเว็บไซต์จะลบข้อความนั้นออก

“นอกจากคำหยาบต้องดูเรื่องอะไรที่เป็นมลพิษ ข้อความประเภทไหนไม่ให้เอาขึ้นได้แก่ คำหยาบ โฆษณา spam กำจัดคำหยาบด้วยระบบ จะโพสต์ไม่ขึ้น ในกรณีที่มีการคัดแปลงข้อความก็จะใช้คนคอยตรวจดูและเอาออกจากเว็บไซต์ เจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบดูแลเนื้อหาบนเว็บจะตามลบเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม”

รัชณี สุประภากร (สัมภาษณ์ 14 มกราคม 2551 )



ภาพที่ 15 แสดงการแจ้งลบคำหยาบด้วยปุ่มแจ้งลบในเว็บไซต์สนุกดอทคอม



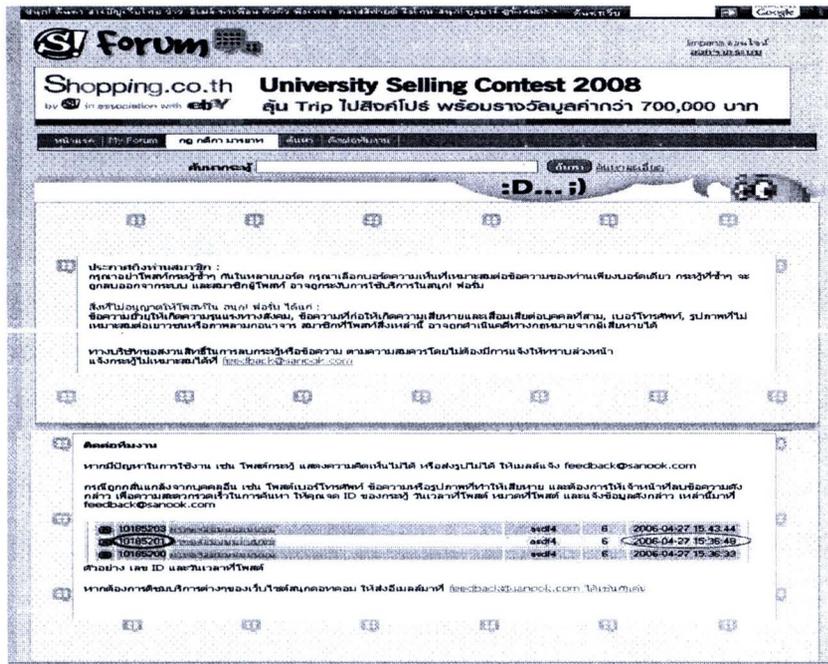
ภาพที่ 15 พบว่า เว็บไซต์สนุกดอทคอม มีปุ่มแจ้งลบให้ผู้ใช้บริการแจ้งเจ้าหน้าที่ผู้ดูแลเว็บลบข้อความที่ไม่เหมาะสม

หากผู้ใช้บริการถูกกลั่นแกล้งด้วยรูปภาพ ข้อความ การแสดงความคิดเห็นที่ไม่เหมาะสม เว็บไซต์สนุกดอทคอมมีมาตรการ ดูแลด้วยการลบข้อความ การแสดงความคิดเห็น รูปภาพที่ทำให้เกิดความเสียหายแก่บุคคลหนึ่งบุคคลใด ผ่านช่องทางที่เรียกว่า [feedback@sanook.com](mailto:feedback@sanook.com)

“กรณีมีผู้ถูกกลั่นแกล้งจากบุคคลอื่น เช่น โพสต์เบอร์โทรศัพท์ ข้อความหรือรูปภาพ ทำให้เสียหาย เจ้าหน้าที่จะทำการลบให้ตามที่แจ้งเข้ามา”

รชนี สุประภากร (สัมภาษณ์ 14 มกราคม 2551)

ภาพที่ 16 แสดงการแจ้งลบข้อความรูปภาพเมื่อถูกกลั่นแกล้งใน  
เว็บไซต์สนุกคอทคอม



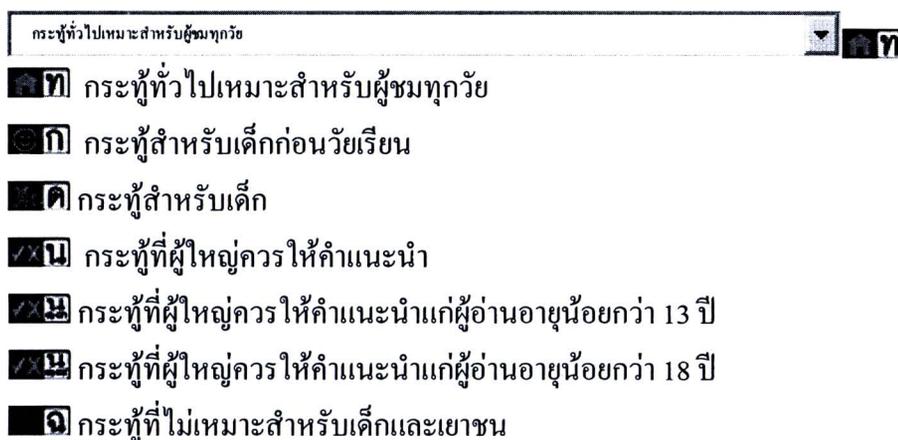
ภาพที่ 16 พบว่า เว็บไซต์สนุกคอทคอม มีช่องทางให้ผู้ใช้บริการแจ้งให้เจ้าหน้าที่ลบ  
ข้อความหรือรูปภาพที่ทำให้เสียหายผ่านทางอีเมลล์ [feedback@sanook.com](mailto:feedback@sanook.com)

เว็บไซต์สนุกคอทคอมให้ผู้ใช้บริการระบุระดับกระทู้ของตนเอง รวมทั้งวิดีโอคลิป เพื่อ  
บอกให้ทราบว่ากระทู้ หรือวิดีโอ นั้นเหมาะกับผู้อ่านกลุ่มใด และเปิดโอกาสให้สมาชิกสามารถแนะนำ  
กระทู้ หากกระทู้ที่มีการตอบมากกว่า 15 ครั้งถือว่าเป็นกระทู้ที่น่าสนใจ ถ้ามีการตอบน้อยกว่า 15 ครั้งถือว่าเป็น  
กระทู้ปกติ

“ผู้ตั้งกระทู้เป็นผู้ระบุระดับ แบ่งเป็นเรื่องๆ เช่นเรื่องสำหรับผู้หญิง เด็ก ผู้ใช้บริการที่ส่ง  
content ขึ้นบนเว็บไซต์จะเป็นผู้กำหนด content เป็น rate ใด เช่น อัลบั้มภาพ ถ้าคนตรวจกระทู้นั้นไม่  
ผ่านจะไม่ให้ขึ้นบนเว็บ เจ้าของรายการ จะจัด rating เอง”

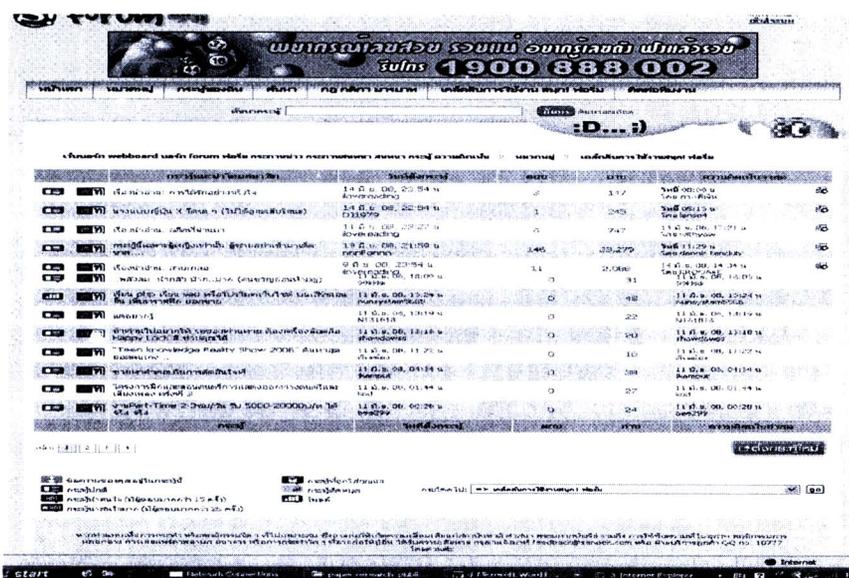
รชนี สุประภากร (สัมภาษณ์ 14 มกราคม 2551)

ภาพที่ 17 แสดงการกำหนดเรตติ้งของฟอรัมของเว็บไซต์สนุกคอตคอม ผู้ตั้งกระทู้เป็นผู้ระบุการจัดเรตติ้ง



ภาพที่ 17 พบว่า เว็บไซต์สนุกคอตคอม มีการกำหนดเรตติ้งกระทู้ที่ผู้ใช้บริการแสดงความคิดเห็นเข้ามาในสนุกฟอรัม แบ่งเป็น 7 ประเภทตามลักษณะวัยของผู้อ่าน

ภาพที่ 18 แสดงกระทู้ที่มีการระบุเรตติ้งกระทู้ในฟอรัมของเว็บไซต์สนุกคอตคอม



ภาพที่ 18 พบว่า เว็บไซต์สนุกคอตคอม เปิดโอกาสให้สมาชิกแนะนำกระทู้ในฟอรัม มีการบอกลักษณะของกระทู้เป็นกระทู้ปกติ กระทู้น่าสนใจ กระทู้น่าสนใจมาก กระทู้ที่ถูกใส่กุญแจ หรือ กระทู้ติดหมุด โดยดูจากจำนวนการตอบ

ภาพที่ 19 แสดงวิดีโอคลิป การคิดเรีตติ้ง และปุ่มแจ้งลบของเว็บไซต์สนุกดอทคอม



ภาพที่ 19 พบว่า เว็บไซต์สนุกดอทคอม มีการคิดเรีตติ้งวิดีโอคลิป และมีปุ่มแจ้งลบกรณีวิดีโอคลิปไม่เหมาะสมก็สามารถแจ้งเจ้าหน้าที่ลบออก

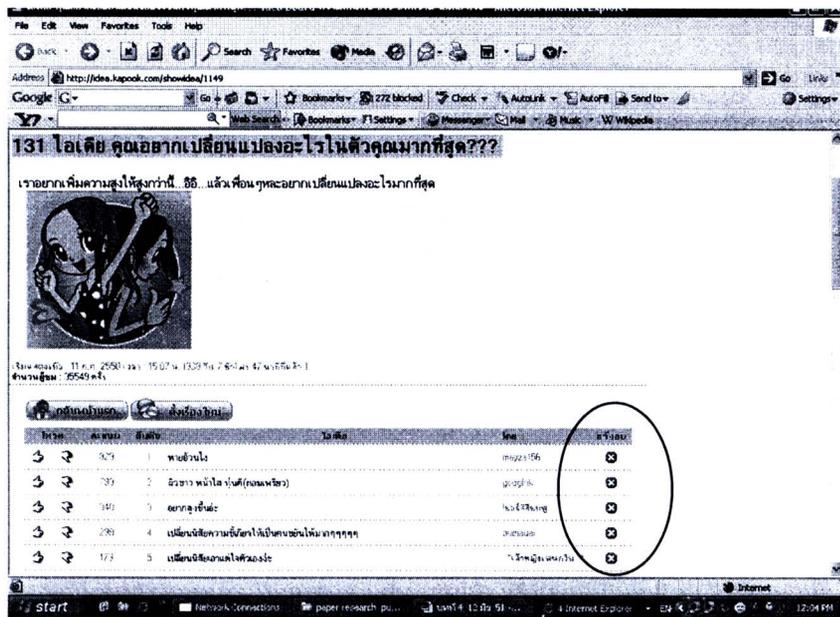
สรุป เว็บไซต์สนุกดอทคอม มีการกำหนด กฎ กติกา มารยาทในการแสดงความคิดเห็น การใช้ระบบสแกนและกรองคำหยาบ ระบบจะเปลี่ยนคำหยาบนั้นให้เป็นสัญลักษณ์ดอกจันแทนกรณีที่มีการดัดแปลงคำที่ทำให้ระบบคัดกรองไม่ได้ จะมีเจ้าหน้าที่ตรวจสอบพิจารณาคัดกรองอีกครั้งหนึ่ง และมีมาตรการดูแลด้วยการลบข้อความ การแสดงความคิดเห็น รูปภาพที่ทำให้เกิดความเสียหายแก่บุคคลหนึ่งบุคคลใด มีปุ่มแจ้งลบ ที่แตกต่างจากเว็บไซต์อื่นคือการกำหนดเรีตติ้งกระทู้ แสดงความคิดเห็น และวิดีโอที่ผู้ใช้บริการ โพสต์เข้ามา



“การตรวจสอบ กลั่นกรองของกระปุกดอทคอม ขั้นตอนแรกใช้ระบบอัตโนมัติ คือระบบแบน คือคำหยาบใดๆที่อยู่ในตารางที่ระบุไว้คำนั้นจะกรอกไม่เข้าจะกลายเป็นสัญลักษณ์อื่นแทนเมื่อผู้ใช้ถูกแบน จะทำให้เข้ามาใช้เว็บกระปุกไม่ได้ หากต้องการใช้บริการอีก ผู้ใช้บริการต้องทำจดหมายหรือเมล์มาขอให้ปลดการแบน ขั้นที่ 2 หากเป็นสินค้าที่ไม่เหมาะสม ระบบจะให้โพสต์ไปก่อน และจะคิดป้ายไว้อีก 5 นาทีระบบจะลบออก ขั้นที่ 3 ใช้ระบบคนนั่งลบ 24 ชั่วโมง ตั้งแต่ได้จนกระทั่งมีปุ่มแจ้งลบ จะดูหมดทุกเว็บที่แสดงความเห็นจะมากขึ้นที่พื้นที่ที่เจ้าหน้าที่ดูแล ตามที่สภาวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไทยกำหนดไว้ประมาณ 24 ชั่วโมง ถ้ามีการแจ้งให้ลบ ถ้าลบออกก็ถือว่าได้ปฏิบัติตาม”

(เจษฎา มินศิริ สัมภาษณ์ 20 มีนาคม 2551)

ภาพที่ 21 แสดงปุ่มแจ้งลบในเว็บไซต์กระปุกดอทคอม



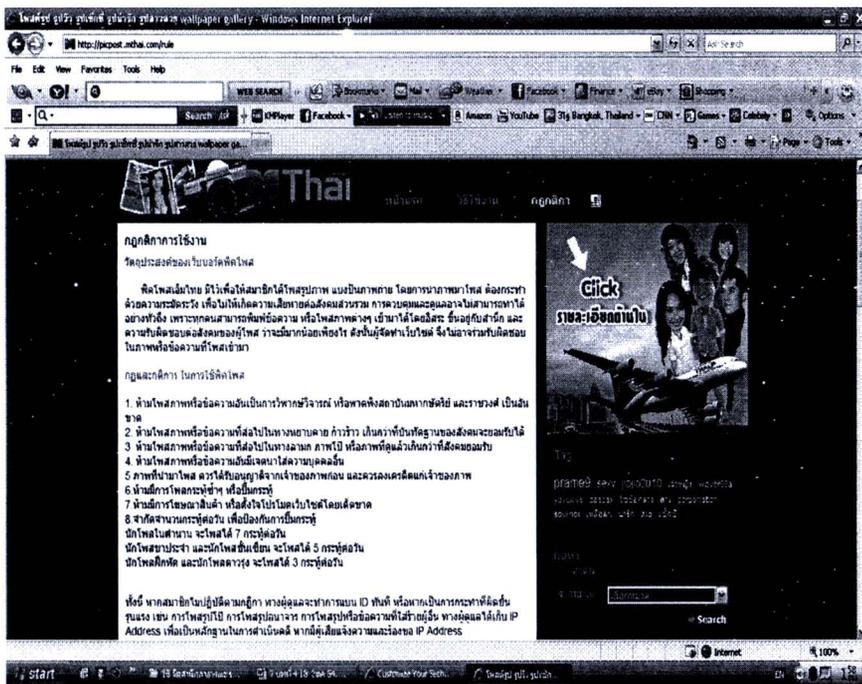
ภาพที่ 21 พบว่า เว็บไซต์กระปุกดอทคอม มีปุ่มแจ้งลบเนื้อหาบนระบบ กรณีผู้แจ้งลบเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ต้องระบุความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์นั้น เพื่อให้ผู้ดูแลระบบทราบและทำการลบเนื้อหานั้น ออกจากระบบ รวมทั้งการใช้ระบบอัตโนมัติ การคิดป้ายข้อความที่ไม่เหมาะสมเพื่อทำการลบภายหลัง และเจ้าหน้าที่ดูแลเว็บตรวจคัดกรองข้อความ และรับการแจ้งลบเพื่อทำการลบข้อความที่ไม่เหมาะสม

สรุป เว็บไซต์กระปุกดอทคอม มีข้อกำหนด กติกา ในการโพสต์เนื้อหาที่เป็นรูปภาพ กระจุก ของสมาชิก มีปุ่มแจ้งลบเนื้อหาบนระบบ การใช้ระบบอัตโนมัติ การติดป้ายข้อความที่ไม่เหมาะสม เพื่อทำการลบภายหลัง

### เว็บไซต์เอ็มไทยดอทคอม

นโยบายการบริหารจัดการเกี่ยวกับการควบคุมดูแลการ โพสต์ข้อความที่ไม่เหมาะสม มีการกำหนดเป็นลายลักษณ์อักษรเพื่อแจ้งให้ผู้ใช้บริการทราบเกี่ยวกับนโยบาย ข้อกำหนด กฎ กติกาในการ เขียนแสดงความคิดเห็น หากสมาชิกไม่ปฏิบัติตามกฎ กติกา ผู้ดูแลเว็บไซต์จะแบน ID ทันที และถ้าโพสต์ ภาพที่ผิดขั้นรุนแรง เช่น รูปอนาจาร ข้อความใส่ร้ายผู้อื่น จะถูกนำ IP Address เป็นหลักฐานในการ ดำเนินคดีเมื่อมีผู้เสียหายแจ้งความ

ภาพที่ 22 แสดงกฎ กติกาในการใช้งาน ของเว็บไซต์เอ็มไทยดอทคอม



ภาพที่ 22 พบว่า เว็บไซต์เอ็มไทยดอทคอม มีการกำหนด กฎ กติกาการ โพสต์ภาพผู้ที่ ต้องการโพสต์ภาพต้องสมัครเป็นสมาชิก

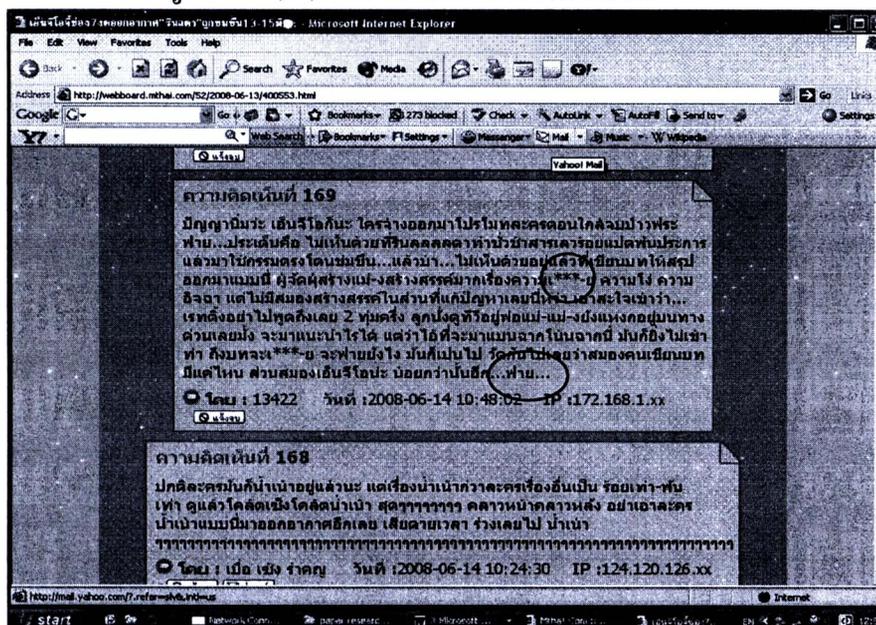
เว็บไซต์เอ็มไทยดอทคอม มีระบบการคัดกรองเนื้อหา คำหยาบที่ผู้ใช้บริการโพสต์เข้ามา และมีเจ้าหน้าที่ตรวจพิจารณาคัดกรองอีกชั้นหนึ่งและลบข้อความที่ไม่เหมาะสม

“มีระบบการตรวจ คัดกรองข้อความ คำหยาบ ด้วยเครื่องมือการคัดกรอง (filtering tools) มีการควบคุมดูแล (monitor) โดยมี dictionary tool ช่วยกลั่นกรองคำหยาบ การลบหลู่เบื้องสูง ถึงแม้จะมี modulator แต่บางส่วนก็เข้าไปไม่ถึง การคัดกรองก็ไม่สามารถกลั่นกรองได้หมด ถ้าผู้ใช้บริการเขียนแยกคำ ตัดแปลงการเขียนคำหยาบด้วยวิธีการใช้การพ้องเสียง filter content ก็ไม่สามารถคัดกรองได้ ระบบก็ไม่สามารถตรวจพบและคัดออกได้ เจ้าหน้าที่จะช่วยในการคัดกรองอีกครั้ง”

(Sang Do Lee สัมภาษณ์ 31 มกราคม 2551)

เว็บไซต์เอ็มไทยคอตคอม มีระบบคัดกรองคำหยาบ ซึ่งจะเปลี่ยนคำหยาบให้เป็นสัญลักษณ์ (\*\*\*) และมีปุ่มแจ้งลบให้ผู้ใช้บริการกดปุ่มแจ้งลบไปที่เจ้าหน้าที่เพื่อทำการลบ

ภาพที่ 23 แสดงการกำจัดคำหยาบด้วยระบบ ซึ่งจะเปลี่ยนคำหยาบให้เป็นสัญลักษณ์ (\*\*\*) ในเว็บไซต์เอ็มไทยคอตคอม

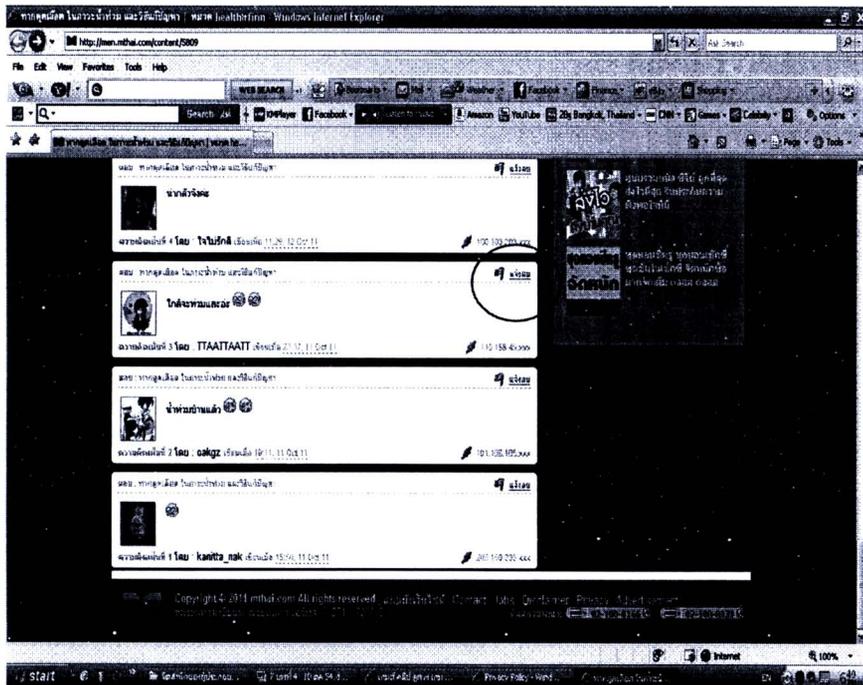


ภาพที่ 23 พบว่า เว็บไซต์เอ็มไทยคอตคอม มีการคัดกรองคำหยาบด้วยระบบคัดกรองอัตโนมัติ โดยเปลี่ยนคำหยาบให้เป็นสัญลักษณ์ \*\*\* แทน โดยจะปรากฏ IP ของผู้โพสต์ที่ทำข้อความ

“กรณีที่ผู้แจ้งเห็นข้อความที่ไม่เหมาะสม และต้องการให้ลบ เช่น คลิปวิดีโอที่มีการโพสต์ภาพ (picture post) ผู้ใช้บริการ สามารถช่วยแจ้งผ่านปุ่มแจ้งลบ เมื่อมีการแจ้งลบจะมีกลไกปิดข้อความที่แจ้งลบไว้ไม่ให้ผู้ชมเห็นในช่วงที่มีการแจ้งลบไว้ จะลบทุก content ถ้าผิดศีลธรรม ผิดกฎหมาย”

(Sang Do Lee สัมภาษณ์ 31 มกราคม 2551)

ภาพที่ 24 แสดงปุ่มแจ้งลบในเว็บไซต์เอ็มไทยคอตคอม



ภาพที่ 24 พบว่า เว็บไซต์เอ็มไทยคอตคอม มีปุ่มแจ้งลบ เมื่อสมาชิกเห็นข้อความใดไม่เหมาะสม หมิ่นประมาทผู้อื่น สามารถคลิกปุ่มแจ้งลบให้ผู้ดูแลเว็บไซต์ลบข้อความนั้นออก

สรุป เว็บไซต์เอ็มไทยคอตคอม มีการกำหนด กฎ กติกา ในการใช้งานการโพสต์ภาพ ต้องสมัครเป็นสมาชิกก่อนจึงจะเข้าใช้งานได้เพื่อเป็นการควบคุมติดตามได้ มีระบบการตรวจคัดกรองข้อความ ระบบคัดกรองจะเปลี่ยนคำหยาบเป็นสัญลักษณ์ \*\*\* หากผู้ใช้บริการพบข้อความที่ไม่เหมาะสมก็สามารถแจ้งลบได้ โดยกดที่ปุ่มแจ้งลบ เจ้าหน้าที่เว็บไซต์จะทำการลบออกจากเว็บ และมีเจ้าหน้าที่ทำการตรวจถ่วงถ่วงอีกชั้นหนึ่ง



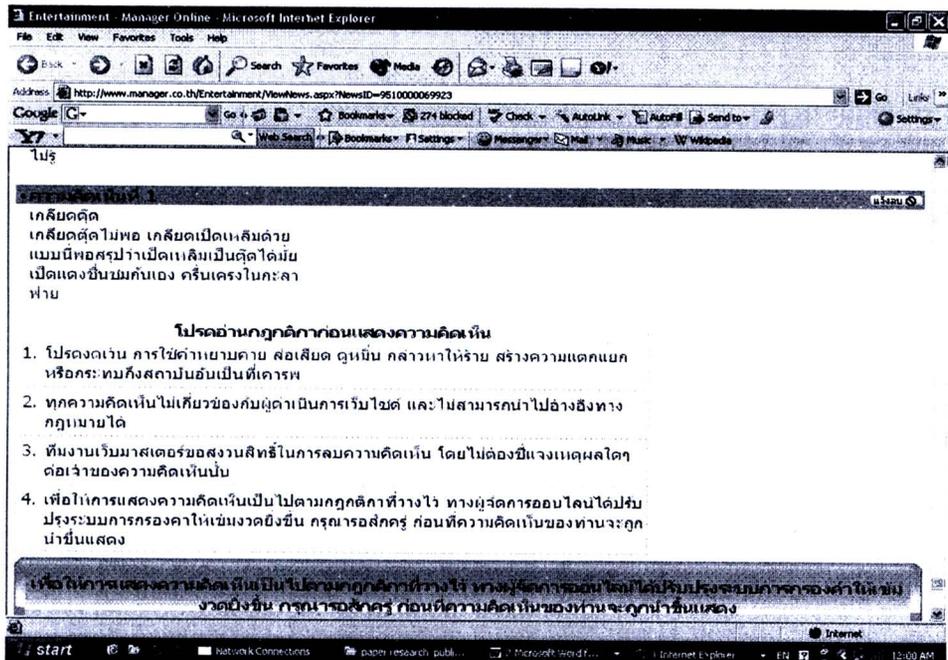
### ผู้จัดการออนไลน์

นโยบายการบริหารจัดการเกี่ยวกับการดูแลคัดกรองข้อความ เนื้อหาที่ผู้ใช้บริการเขียนบนเว็บไซต์ ด้วยการแจ้งผู้ใช้บริการทราบเป็นลายลักษณ์อักษร เกี่ยวกับกติกากในการแสดงความคิดเห็น วิธีการแจ้งลบข้อความที่ไม่เหมาะสม

“การควบคุมดูแล คอยดูในเรื่องความคิดเห็น ที่ผู้ใช้บริการ โพสต์เข้ามา หลายคนทำหน้าที่ดูเว็บอย่างเดียว การลบข้อความขึ้นอยู่กับวิจารณญาณของผู้ดูแลเว็บซึ่งต้องคำนึงถึงจรรยาบรรณ นักหนังสือพิมพ์เข้ามาประกอบด้วย ส่วนใหญ่ข่าวศาสนา หรือข่าวภาคใต้ที่จะทำให้นานปลายก็จะต้องพิจารณาด้วยวิจารณญาณ ข่าวที่มีผลกระทบต่อความมั่นคงของชาติ การก่อการร้าย ยาเสพติด มีระบบกรองอัตโนมัติ แต่ก็กรองไม่ได้ทั้งหมด”

(นิรันดร์ เขียวภาวี่ สัมภาษณ์ 25 กุมภาพันธ์ 2551)

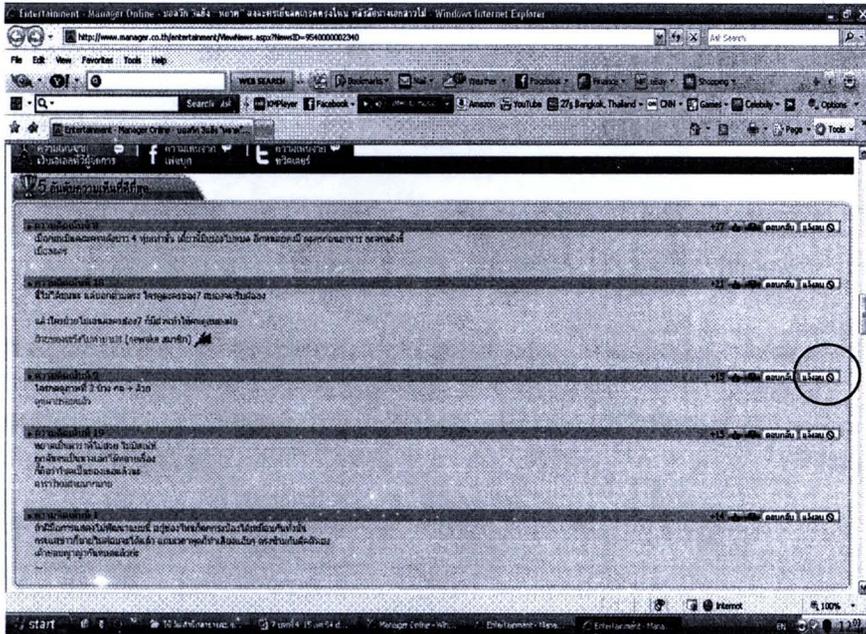
### ภาพที่ 25 แสดงกติกากในการแสดงความคิดเห็น ในเว็บไซต์ผู้จัดการออนไลน์



ภาพที่ 25 พบว่า เว็บไซต์ผู้จัดการออนไลน์ มีการกำหนดกฎ กติกากในการแสดงความคิดเห็น มีระบบการกรองคำก่อนที่ความคิดเห็นจะถูกนำขึ้นแสดงบนหน้าเว็บไซต์

เว็บไซต์ผู้จัดการออนไลน์ มีปุ่มแจ้งลบ เพื่อให้ผู้ใช้บริการกดปุ่มแจ้งลบไปที่เจ้าหน้าที่ เพื่อทำการลบเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม

## ภาพที่ 26 แสดงปุ่มแจ้งลบในเว็บไซต์ผู้จัดการออนไลน์



ภาพที่ 26 พบว่า เว็บไซต์ผู้จัดการออนไลน์ มีปุ่มแจ้งลบ เจ้าหน้าที่คอยดูแลตรวจข้อความ เนื้อหา ที่เป็นการแสดงความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ หากเป็นข้อความที่จะทำให้เกิดความรุนแรง หรือก่อให้เกิดความขัดแย้งในเรื่องศาสนา การหมิ่นประมาท จงจบบพระราชวงศ์ เจ้าหน้าที่ที่จะทำการลบออก การลบข้อความ

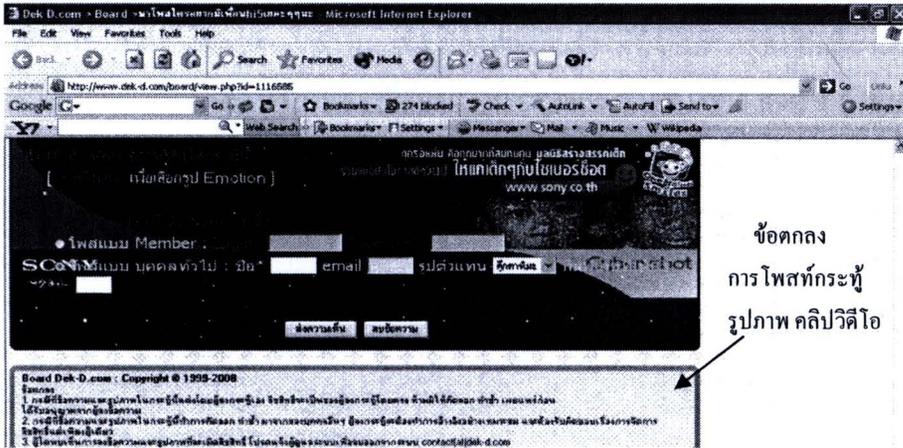
สรุป เว็บไซต์ผู้จัดการออนไลน์ มีการกำหนด กฎกติกาในการแสดงความคิดเห็นที่ ผู้ใช้บริการ โพสต์บนหน้าเว็บบอร์ด มีระบบกรองคำก่อนที่จะนำจะนำความคิดเห็นขึ้นแสดงบนหน้าเว็บไซต์ และมีปุ่มแจ้งลบให้ผู้ให้บริการแจ้งให้เจ้าหน้าที่ลบข้อความ เนื้อหาที่ไม่เหมาะสม

### เว็บไซต์เด็กดีดอทคอม

นโยบายเว็บไซต์เด็กดีดอทคอม มีการกำหนดข้อตกลง ในการโพสต์ข้อความ รูปภาพ กระทั่ง กำหนดกติกาการใช้เว็บบอร์ด โดยการแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษร

“เราทำหลักเกณฑ์เป็นลายลักษณ์อักษร คือถ้ามีคนมาโพสต์ภาพ หรือเบอร์โทรศัพท์ ถ้าเป็นเบอร์ส่วนตัวใครก็ตามให้ลบไว้ก่อน รวมทั้งอีเมลล์ต้องดูจุดประสงค์เพื่ออะไรเราจะรู้สึกไม่สะดวก แต่เราเป็นออนไลน์ เราพยายามให้เล่นในระบบออนไลน์”

ภาพที่ 27 แสดงข้อตกลงในการโพสต์กระทู้ ในเว็บไซต์เด็กดีดอทคอม



ข้อตกลง  
การโพสต์กระทู้  
รูปภาพ คลิปวิดีโอ

**Board Dek-D.com : Copyright © 1999-2008**

**ข้อตกลง**

1. กรณีที่ข้อความและรูปภาพในกระทู้ที่แต่งโดยผู้ลงกระทู้เอง ลิขสิทธิ์จะเป็นของผู้ลงกระทู้โดยตรง ห้ามมิให้คัดลอก ทำซ้ำ เผยแพร่ก่อนได้รับอนุญาตจากผู้ลงข้อความ
2. กรณีที่ข้อความและรูปภาพในกระทู้ที่ทำการคัดลอก ทำซ้ำ มาจากของบุคคลอื่นๆ ผู้ลงกระทู้จะต้องทำการอ้างอิงอย่างเหมาะสม และต้องรับผิดชอบเรื่องการจัดการลิขสิทธิ์แต่เพียงผู้เดียว
3. ผู้ใดพบเห็นการลงข้อความและรูปภาพที่ละเมิดลิขสิทธิ์ โปรดแจ้งผู้ดูแลระบบเพื่อลบออกจากระบบ [contact@dek-d.com](mailto:contact@dek-d.com)

ภาพที่ 28 แสดงกติกา กฎการตั้งกระทู้ของเว็บไซต์เด็กดีดอทคอม

**>> Dek-D.com : กติกาเว็บบอร์ด << - Microsoft Internet Explorer**

เนื่องจากเว็บ Dek-D.com เป็นเว็บไซด์ที่เด็กและเยาวชน วิทยาลัยเข้าชมมากที่สุดแห่งหนึ่ง เว็บไซต์เด็กดีดอทคอมเป็นเว็บไซด์ที่สามารถโพสต์ความเห็นได้โดยอิสระ และใช้ระบบการตรวจสอบความไม่เหมาะสมภายหลัง

จึงเป็นไปได้ที่จะเกิดการแสดงความคิดที่ขัดแย้งกัน ทางเว็บไซด์มีนโยบายการดูแลกระทู้ที่เป็นกลาง ไม่เอียงเอียงแก่สถาบันหรือหน่วยงานใดๆ ดังนั้นจึงเปิดโอกาสให้มีการแสดงความคิดเห็นเพื่อ เจริญสติความคิดขัดแย้ง ด้วยเหตุและผลซึ่งกัน ทั้งนี้เราไม่สนับสนุน กระทู้ใดๆที่มี การแสดงความคิดเห็นที่เกินความเหมาะสม ไม่ให้เหตุผลและผล หรือการจลาจลลงให้ฟังความข้างเดียว โดยไม่มีมูลความจริง ทางเราจึงจำเป็นต้องพิจารณาลบความเห็นเหล่านั้น เป็นความเห็น หรือเป็นกระทู้ไป

ทางเว็บไซด์จึงจำเป็นต้องมีการตั้งกระทู้ เพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการตรวจสอบความไม่เหมาะสมของกระทู้ โดยมีข้อปฏิบัติดังนี้

- ไม่เป็นคำถามที่ใช้ข้อความหยาบคาย
- ไม่พาดพิงผู้อื่นในทางเสียหาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพาดพิงที่ไม่เป็นกลาง และไม่มีมูลความจริง
- ไม่เป็นเรื่องที่ไม่เหมาะสมกับวัย หรืออาจสร้างผลเสียให้แก่บุคคลต่างๆ
- ไม่เป็นเรื่องที่ทำลายขวัญ และทำลายสุขภาพจิตต่อบุคคลอื่นๆ
- ไม่เป็นเรื่องที่ผิดกฎหมาย ผิดศีลธรรม ผิดวัฒนธรรมและประเพณีที่ดำรง
- ไม่เป็นเรื่องที่หมิ่นต่อสถาบัน ชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์
- ไม่ส่งรูปภาพที่ไม่เหมาะสมใดๆมาเผยแพร่

นอกจากนี้ทางเว็บไซต์เด็กดีดอทคอมยังไม่สนับสนุนกระทู้เหล่านี้

- กระทู้โฆษณาขายสินค้าทุกประเภท ที่แสวงหาผลกำไรทางพาณิชย์
- กระทู้หารายได้เสริมทางอินเทอร์เน็ต ด้วยวิธีที่เข้าข่ายเอาเปรียบสังคม
- กระทู้ธุรกรรมใดๆก็ตามในธุรกิจ โดยการสร้างฐานรายได้โดยการเบียดเบียนบุคคลอื่น

เนื่องจากจิตว่าเป็นธุรกิจที่หลอกลวงประชาชนโดยอาศัยช่องโหว่ทางกฎหมาย ดำเนินการหาผลประโยชน์เบียดเบียนทรัพย์สินและรบกวนต่อบุคคลทั่วไป

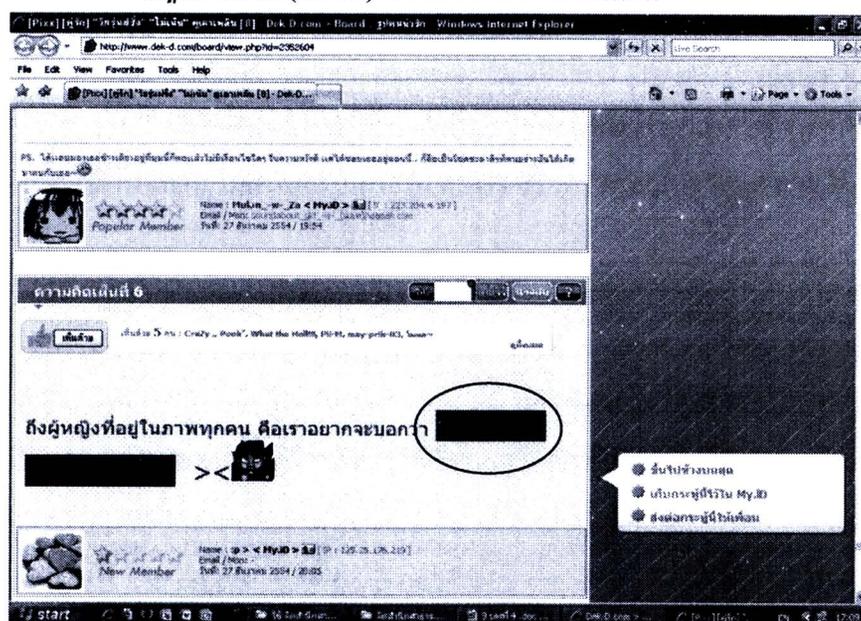
ภาพที่ 27-28 พบว่า เว็บไซต์เด็กดีดอทคอม การกำหนดข้อตกลงการโพสต์กระทู้ รูปภาพ คลิปวิดีโอ กำหนดกฎ กติกาการใช้เว็บบอร์ด ข้อตกลงที่แจ้งให้ผู้ใช้บริการทราบเกี่ยวกับลิขสิทธิ์ ผลงาน การไม่สนับสนุนกระทู้สินค้า หรือหารายได้เสริม หรือธุรกรรมที่สร้างรายได้ หากผู้ใช้บริการพบเห็นข้อความที่เป็นการละเมิดลิขสิทธิ์สามารถแจ้งต่อผู้ดูแลระบบเพื่อทำการลบออกจากระบบ การแจ้งผู้ใช้บริการ ให้ใช้วิจารณญาณในการกลั่นกรองข้อความที่ปรากฏบนเว็บไซต์ หากพบเห็นข้อความที่ขัดต่อ กฎหมาย ศีลธรรม ให้แจ้งเว็บมาสเตอร์

เว็บไซต์เด็กดีดอทคอม มีระบบคัดกรองข้อความที่ไม่เหมาะสม การเปลี่ยนคำหยาบเป็น สัญลักษณ์อื่นแทน และการแจ้งลบด้วยปุ่มแจ้งลบ

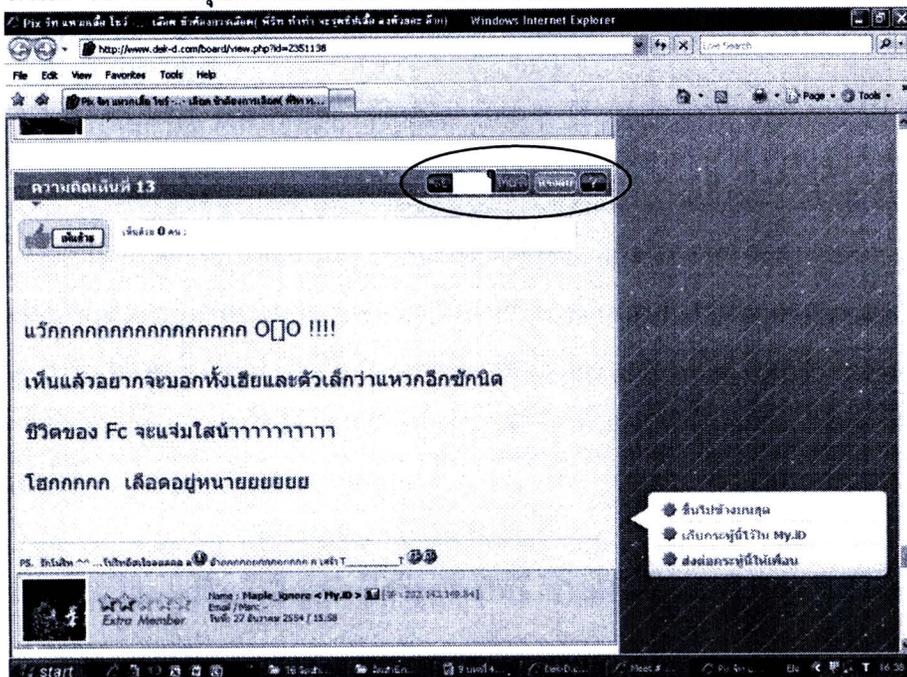
“มีระบบกลั่นกรองคำหยาบ เหมือนตาข่ายถ้ามีคำหยาบจะไม่ปล่อยให้หลุดออกมาให้เห็นบนเว็บทำระบบ chat เพื่อสามารถดูแลได้ถ้าเขาออกไปคุยข้างนอกควบคุมยาก”

(ปกรณ์ สันติสุนทรกุล สัมภาษณ์ 31 มกราคม 2551)

ภาพที่ 29 แสดงการกำจัดคำหยาบด้วยระบบ ซึ่งจะเปลี่ยนคำหยาบให้เป็น สัญลักษณ์อื่น(แถบสี) ในเว็บไซต์เด็กดีดอทคอม



### ภาพที่ 30 แสดงปุ่มแจ้งลบในเว็บไซด์เด็กดีดอทคอม



ภาพที่ 29-30 พบว่า เว็บไซด์เด็กดีดอทคอม มีการกำจัดข้อความที่ไม่เหมาะสมโดยใช้แถบสีแทนข้อความที่ไม่เหมาะสม และให้ผู้ให้บริการร่วมกันดูแล โดยมีปุ่มลบ ปุ่มแจ้งลบ ให้ผู้ใช้บริการกดปุ่มที่ต้องการ

สรุป เว็บไซด์เด็กดีดอทคอม มีการกำหนดข้อตกลงการโพสต์กระทู้ รูปภาพ คลิปวิดีโอ กำหนดกฎ กติกาการใช้เว็บบอร์ด ไม่สนับสนุนกระทู้โฆษณา หรือกระทู้ที่เป็นธุรกิจหารายได้

สรุปภาพรวม จากการสัมภาษณ์และการวิเคราะห์เนื้อหาเว็บไซด์ เกี่ยวกับ นโยบายการบริหารจัดการด้านการดูแลคัดกรองเนื้อหาที่ให้บริการบนเว็บไซด์สนุกดอทคอม กระปุกดอทคอม เอ็มไทยดอทคอม ผู้จัดการออนไลน์ และเด็กดีดอทคอม พบว่า ผลลัพธ์บนเว็บไซด์ที่เป็นข่าวสาร ความรู้ ความบันเทิง ที่มีลักษณะเปิดโอกาสให้ผู้ให้บริการได้เขียนแสดงความคิดเห็น ทุกเว็บไซด์ที่ทำการวิจัยจะมีการกำหนดเป็นลายลักษณ์อักษรเกี่ยวกับนโยบาย กฎ กติกา มารยาทในการแสดงความคิดเห็น การโพสต์ ข้อความ รูปภาพ บนเว็บไซด์ โดยมีการควบคุมดูแลโดยมีระบบการคัดกรอง ข้อความ รูปภาพ วิดีโอ ที่ไม่เหมาะสมด้วยระบบคัดกรองคำหยาบอัตโนมัติ และมีเจ้าหน้าที่ของเว็บไซด์ (เว็บมาสเตอร์) ดูแลตรวจคัดกรองอีกครั้ง มีการแสดงปุ่มแจ้งลบเพื่อให้ผู้ใช้บริการช่วยแจ้งลบข้อความ รูปภาพที่ไม่เหมาะสม และเว็บไซด์สนุกดอทคอมเว็บไซด์แห่งเดียวที่มีการกำหนดเรตติ้งให้กับกระทู้ เว็บบอร์ดโดยผู้ใช้บริการเป็นผู้กำหนด

### 1.3.2 การดูแลคัดกรองเนื้อหาที่ให้บริการผลิตภัณฑ์ที่เป็นการซื้อขายออนไลน์/ การประมูล/ช้อปปิ้ง

#### 1.3.2.1 การประมูล – ช้อปปิ้ง

เว็บไซต์สนุกคอตคอมเปิดโอกาสให้คนทั่วไปได้เข้ามาซื้อขายหรือประมูลสินค้าออนไลน์ ทางเว็บไซต์ประมูล-ช้อปปิ้ง เว็บไซต์ซื้อ - ขายออนไลน์ 24 ชั่วโมง ผู้ขายสามารถนำสินค้ามาประมูลขายได้ ทั้งแบบกำหนดราคาขายตายตัว (fixed price) แบบการประมูล (forward auction) หรือ จะใช้ทั้งแบบกำหนดราคาขายตายตัวและการประมูลรวมกันก็สามารถทำได้ ผู้ซื้อที่ชอบการประมูลก็สามารถตั้งราคาประมูลที่ตนเองพอใจได้ ส่วนผู้ที่ต้องการซื้อสินค้าแบบทันทีไม่ต้องไปแข่งประมูลกับคนอื่นก็สามารถทำได้

“จะเอาสินค้าใดมาขึ้นต้องถูกลิขสิทธิ์ เขาให้สิทธิรามาให้คนดาวน์โหลด ไม่ใช่เราเอามาให้ดาวน์โหลด”

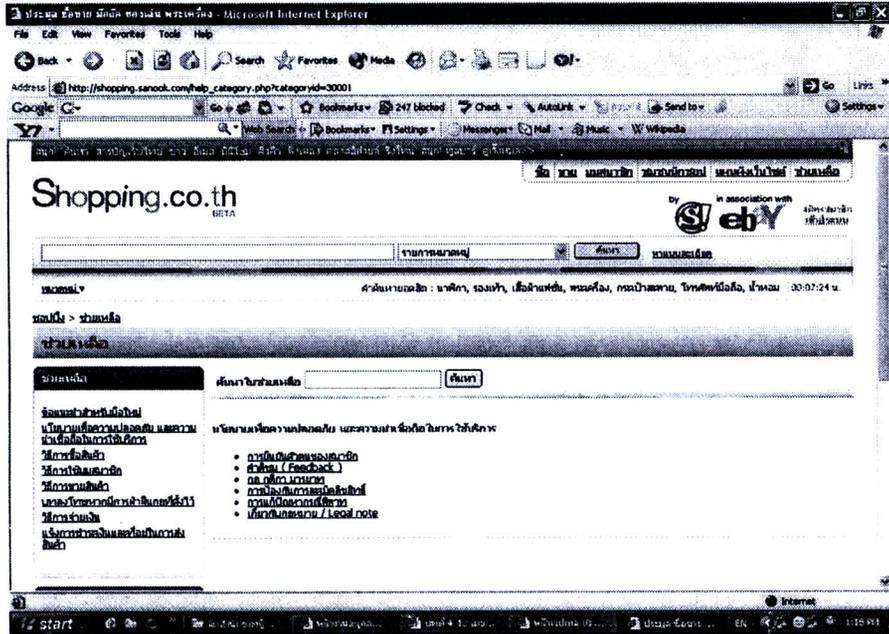
รัชณี สุประภากร (สัมภาษณ์ 14 มกราคม 2551 )

เว็บไซต์สนุกคอตคอม ในส่วนของประมูลและช้อปปิ้ง มีการกำหนดเมมูนโยบายเพื่อความปลอดภัย กำหนดให้สมาชิกต้องยืนยันตัวตน มีกฎ กติกา มารยาท การป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์

ภาพที่ 31 แสดงปุ่มสมัครสมาชิก และปุ่มนโยบายความปลอดภัย ในเว็บไซต์สนุกคอตคอม

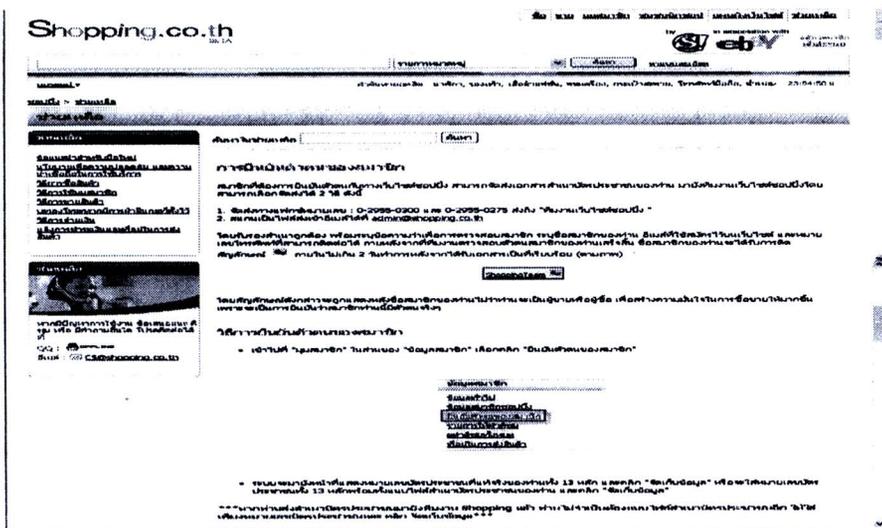


ภาพที่ 32 แสดงนโยบายความปลอดภัย ความน่าเชื่อถือในการใช้บริการก่อนการชื้อขาย ในเว็บไซต์สนุกดอทคอม



ภาพที่ 31-32 พบว่า เว็บไซต์สนุกดอทคอมเกี่ยวกับประมวล-ข้อปบั้ง มีเมนูสำหรับ ผู้ใช้บริการสมัครเป็นสมาชิกก่อนจึงจะเข้าใช้บริการได้ เมนูนโยบายเพื่อความปลอดภัย ความเชื่อถือในการใช้บริการก่อนซื้อขายสินค้า มีการกำหนดให้สมาชิกต้องยืนยันตัวตน คำติชม มีกฎ กติกา มารยาท การป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ การแก้ปัญหากรณีพิพาท เกี่ยวกับกฎหมาย (รายละเอียดภาคผนวก ข ภาพ ง หน้า 123)

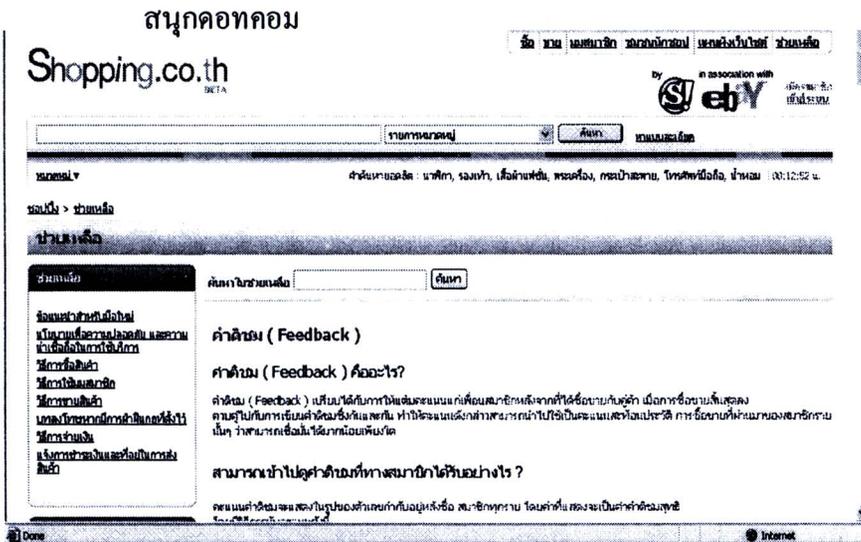
ภาพที่ 33 แสดงการยืนยันตัวตนของสมาชิก ในเว็บไซต์สนุกดอทคอม



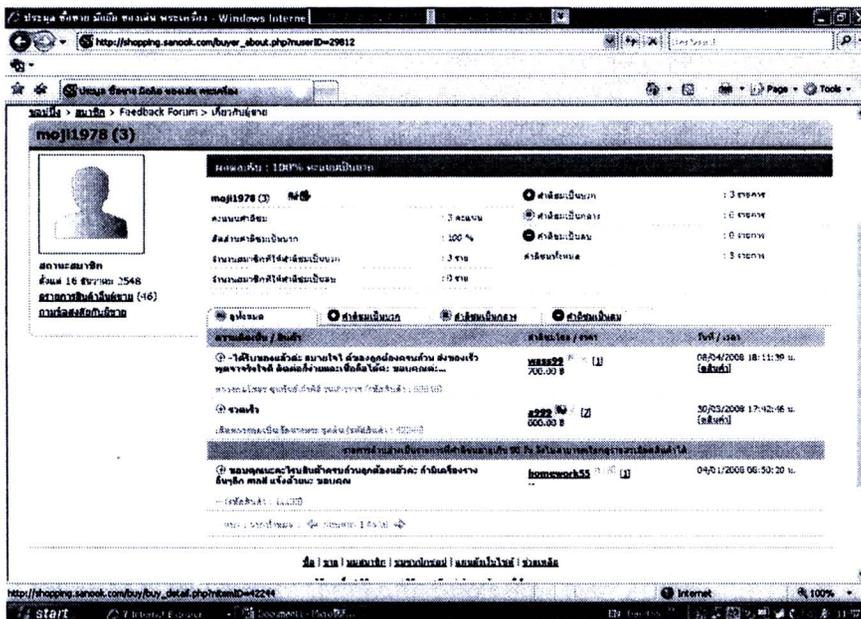
ภาพที่ 33 พบว่า เว็บไซต์สนุกคอตคอมเกี่ยวกับประมวล-ข้อป้ัง มีการกำหนดให้ผู้สมัครยืนยันตัวตนของสมาชิก ด้วยการจัดส่งเอกสารสำเนาบัตรประชาชนภายหลังจากที่ทีมงานตรวจสอบตัวตนสมาชิกแล้วจะได้รับการติดสัญลักษณ์  เพื่อสร้างความมั่นใจในการซื้อขายให้มากขึ้น โดยผู้ใช้บริการต้องกรอกข้อมูลในแบบฟอร์ม (ภาคผนวก ข ภาพ จ-1-จ-2 หน้า124-125) การยืนยันตัวตนของสมาชิก(ภาคผนวก ภาพ ข)

คำติชม(Feedback)

ภาพที่ 34 แสดงคำติชม เพื่อใช้เป็นคะแนนบอกความเชื่อมั่นในตัวสินค้า ในเว็บไซต์

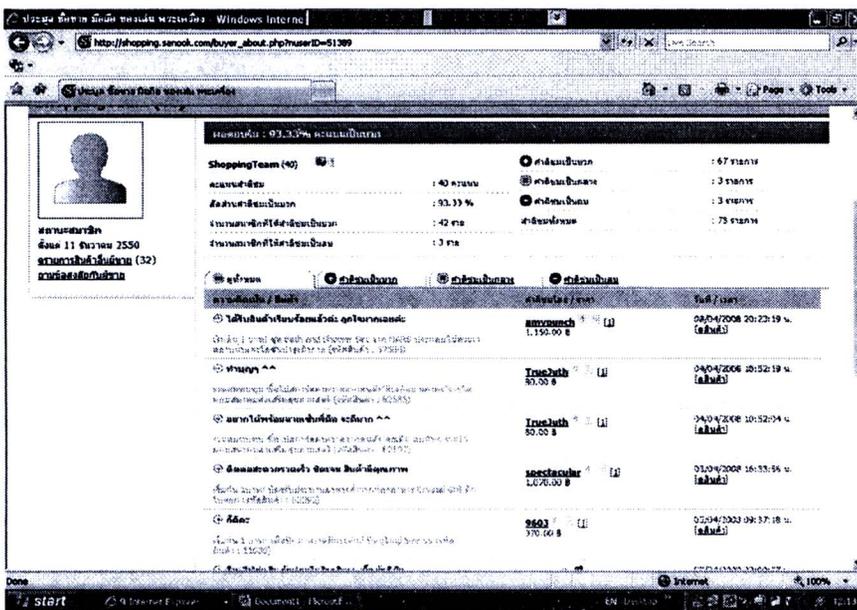


ภาพที่ 35 แสดงคะแนนที่สะท้อนประวัติถึงความเชื่อมั่นในผู้ขายในเว็บไซต์สนุกคอตคอม



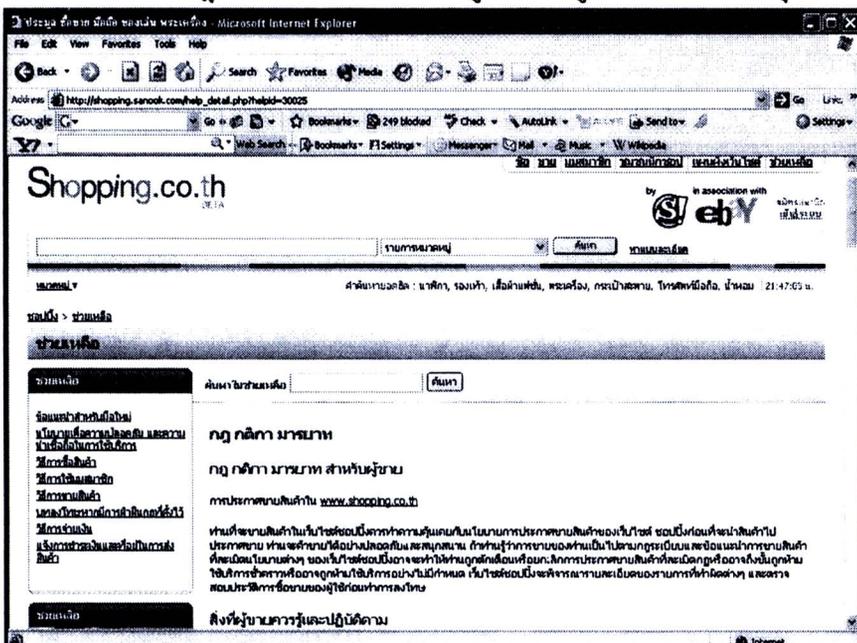
ภาพที่ 34-35 พบว่าเว็บไซต์สนุกคอตคอม เกี่ยวกับประมูล-ซื้อปิ้ง มีวิธีการคิดคะแนน คำติชม เพื่อสะท้อนประวัติการซื้อขาย การคิดคะแนนคำติชม ในรูปของตัวเลขกำกับอยู่หลังชื่อ สมาชิก ทูกราย โดยค่าที่แสดงจะเป็นค่าคำติชมสุทธิ จะช่วยแสดงความเชื่อมั่นได้มากน้อยเพียงใดของสมาชิกแต่ ละคน (วิธีการให้คำติชม ภาคผนวก ข ภาพ ฉ-1 ถึง ฉ-2 หน้า 126-127)

ภาพที่ 36 แสดงการแสดงความคิดเห็นของผู้สนใจในสินค้าในเว็บไซต์สนุก



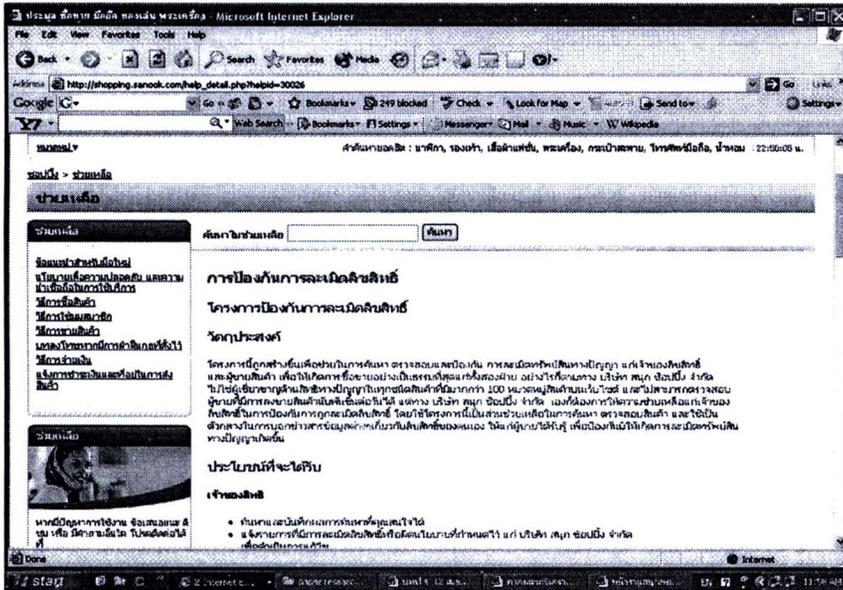
ภาพที่ 36 พบว่า เว็บไซต์สนุกคอตคอม เกี่ยวกับประมูล-ซื้อปิ้ง ผู้ซื้อสินค้าสามารถ แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าและบริการ และให้คำติชมเพื่อเป็นคะแนนบอกถึงความน่าเชื่อถือของ สินค้าชิ้นนี้ๆ

ภาพที่ 37 แสดงกฎ กติกา มารยาท สำหรับผู้ขายและผู้ซื้อ ในเว็บไซต์สนุก

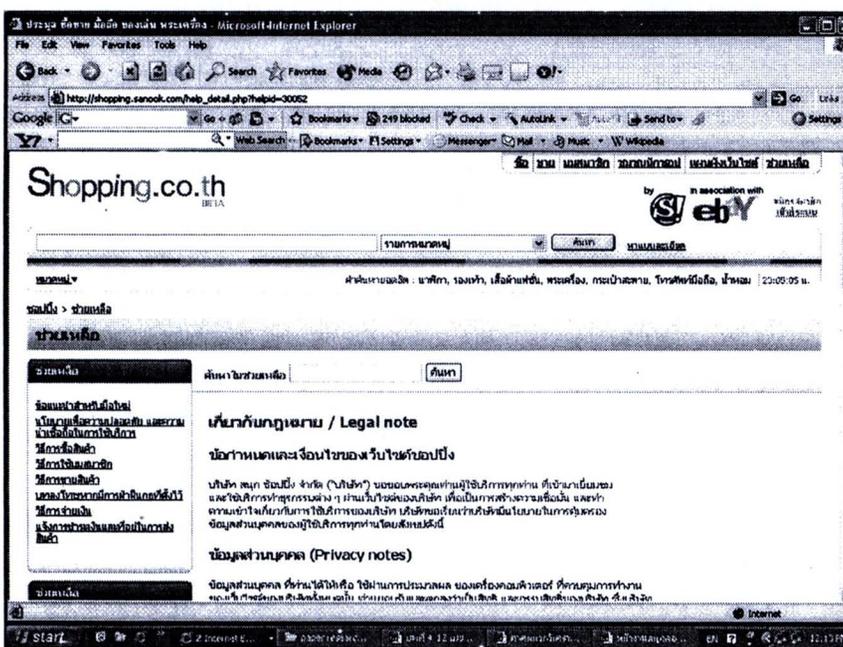


ภาพที่ 37 พบว่า เว็บไซต์สนุกคอตคอม เกี่ยวกับประมวล-ข้อปึง มีการกำหนดกฎ กติกา มารยาทสำหรับผู้ซื้อ และผู้ขาย ข้อห้ามและรายการที่ห้ามขาย มีนโยบายข้อห้ามสำหรับผู้ซื้อ เช่น การ ประมูลที่ไม่เจตนาจะประมูล การเป็นหน้าม้าเพื่อประมูลสินค้าในราคาที่สูงขึ้น ผู้ซื้อและผู้ขายไม่ควรทำ การซื้อขายนอกเว็บ หากฝ่าฝืนนโยบายจะถูกยกเลิกรายการสินค้า ตัดสิทธิ์พิเศษสมาชิก พักการใช้งาน ของสมาชิก ยึดค่าธรรมเนียมของรายการที่ถูกยกเลิก (ภาคผนวก ข ภาพ ช-1 ถึง ช-5 หน้า 128-132)

ภาพที่ 38 แสดงการป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ ในเว็บไซต์สนุก



ภาพที่ 39 แสดงกฎหมาย ในเว็บไซต์สนุกคอตคอม





ภาพที่ 38-39 พบว่า เว็บไซต์สนุกคอตคอม เกี่ยวกับประมูล-ซื้อปิ้ง มีโครงการป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ เพื่อช่วยในการค้นหา ตรวจสอบและป้องกัน การละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา แก่เจ้าของลิขสิทธิ์และผู้ขายสินค้า มีนโยบายในการเคารพสิทธิส่วนบุคคลของสมาชิก บริษัทฯ จะไม่ทำการตรวจสอบ แก้ว ข้อมูล เว้นแต่มีเหตุจำเป็นต้องทำตามความต้องการทางกระบวนการด้านกฎหมายมีนโยบายในการเคารพสิทธิส่วนบุคคลของสมาชิก (รายละเอียดโครงการป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ ภาคผนวก ข ภาพ ซ-1 ถึง ซ-3 หน้า 133-135 และรายละเอียดเกี่ยวกับกฎหมายภาพ ฉ-1 ถึง ฉ-2 หน้า 136-137)

### เว็บไซต์เอ็มไทยคอตคอม

เว็บไซต์เอ็มไทยคอตคอม เกี่ยวกับประมูล-ซื้อปิ้ง มีเอ็มไทยมาร์เก็ตเพลส ในการซื้อขายสินค้า การกำหนดเงื่อนไข และข้อกำหนดในการใช้บริการเอ็มไทยมาร์เก็ตเพลส การกำหนดนโยบายสิทธิส่วนบุคคล การเปิดเผยข้อมูล (รายละเอียด ภาคผนวก ข ภาพ ฉ หน้า 138)

“มีการให้บริการ E-commerce เกี่ยวกับการขายสินค้าที่จับต้องได้ เช่น VCD, DVD หนังสือ เครื่องสำอาง แฟชั่นที่ถูกลิขสิทธิ์”

(Sang Do Lee สัมภาษณ์ 31 มกราคม 2551)

### ภาพที่ 40 แสดงเมนูการให้บริการมาร์เก็ตเพลสของเว็บไซต์เอ็มไทยคอตคอม

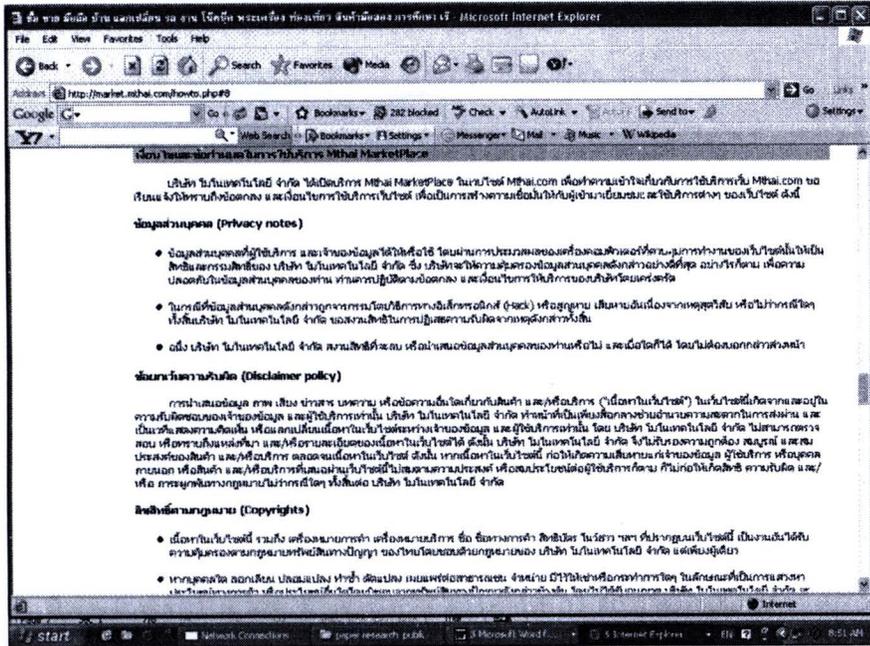
Address: <http://market.mthai.com/howto.php#9>

**Mthai MarketPlace**  
ใช้ประโยชน์ได้มากกว่า  
เริ่มต้นด้วยคุณภาพสินค้า

**Mthai MarketPlace ทำงานอย่างไร**

- Mthai MarketPlace คืออะไร
- ลงทะเบียนกับ Mthai MarketPlace คืออย่างไร
- รูปแบบการลงทะเบียนใน Mthai MarketPlace
- ขั้นตอนการลงทะเบียนและการยืนยันการลงทะเบียนในแต่ละส่วน
- ขั้นตอนในการลงทะเบียน
- เงื่อนไขและข้อตกลงในการใช้บริการ Mthai MarketPlace
- กติกาของ Mthai MarketPlace และ กฎกติกาในการลงทะเบียน
- วิธีชำระค่าโฆษณา
- ติดต่อสอบถาม

ภาพที่ 41 แสดงเงื่อนไขและข้อกำหนดในการใช้บริการมาร์เก็ตเพลสของเว็บไซต์เอ็มไทยคอตคอมคอตคอม



ภาพที่ 40-41 พบว่า เว็บไซต์เอ็มไทยคอตคอม มีการกำหนดรายละเอียดเงื่อนไขและข้อกำหนดในการใช้บริการ เกี่ยวกับการดูแลข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อความปลอดภัยเกี่ยวกับข้อมูลของผู้ใช้บริการ ลิขสิทธิ์ตามกฎหมาย ส่วนเนื้อหาที่แสดงบนเว็บไซต์ เครื่องหมายการค้า ชื่อทางการค้า สิทธิบัตร เป็นงานที่ได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา ห้ามลอกเลียน ปลอมแปลง ทำซ้ำ

สรุป จากการสัมภาษณ์และการวิเคราะห์เนื้อหาเว็บไซต์ เกี่ยวกับ นโยบายการบริหารจัดการด้านการให้บริการผลิตภัณฑ์ที่เป็นการซื้อขายออนไลน์ พบว่า การ ประมูล-ซื้อป้องกัน ผลิตภัณฑ์ที่เป็นริงโทน ของเว็บไซต์สนุกคอตคอม จะมีการระบุให้ผู้ใช้บริการก่อนการประมูลซื้อขาย หรือซื้อป้องกัน ต้องสมัครเป็นสมาชิกก่อน มีการกำหนดนโยบายเพื่อความปลอดภัย ความเชื่อถือ ในการใช้บริการก่อนซื้อขายสินค้า โดยมีกรให้คะแนนคำติชม จะแสดงในรูปของตัวเลขกำกับอยู่หลังชื่อสมาชิกทุกราย เพื่อใช้เป็นคะแนนบอกความน่าเชื่อมั่นในตัวสินค้า กำหนดให้สมาชิกต้องยืนยันตัวตน คำติชม มีกฎ กติกา มารยาท การป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ การแก้ปัญหากรณีพิพาท เกี่ยวกับกฎหมาย เช่นเดียวกับเอ็มไทย มาร์เก็ตเพลส ของเว็บไซต์เอ็มไทยคอตคอม การซื้อขายสินค้ามีการกำหนดนโยบายเพื่อความปลอดภัย ความน่าเชื่อถือในการใช้บริการ ซึ่งจะให้ผู้ใช้บริการสมัครเป็นสมาชิกและส่งบัตรประชาชนเพื่อยืนยันตัวตนของสมาชิก มีการกำหนดเงื่อนไข และข้อกำหนดในการใช้บริการ เกี่ยวกับการดูแลข้อมูลส่วนบุคคล

บุคคล โดยบริษัทจะให้ความคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อความปลอดภัยเกี่ยวกับข้อมูลของผู้ใช้บริการ คุ้มครองตามกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา ห้ามลอกเลียน ปลอมแปลง ทำซ้ำ จำหน่าย ให้เช่า

### 1.3.2.2 ผลิตภัณฑ์ที่เป็น ดาวน์โหลดเพลง ริงโทน โลโก้

#### เว็บไซต์สนุกคอตคอม

เว็บไซต์สนุกคอตคอมเกี่ยวกับการบริการผลิตภัณฑ์ริงโทนมือถือดาวน์โหลด เพลง และการแจ้งผู้ใช้งานในการใช้งานดาวน์โหลดเพลงและริงโทน

“มีบริการดาวน์โหลดเพลง ทำธุรกิจร่วมกับบอเนอร์มิวสิก ส่วนริงโทนต้องคุยกับค่ายอาร์เอส แกรมมี่ เพื่อนำมาให้บริการดาวน์โหลดที่ถูกต้อง มีลิขสิทธิ์ ”

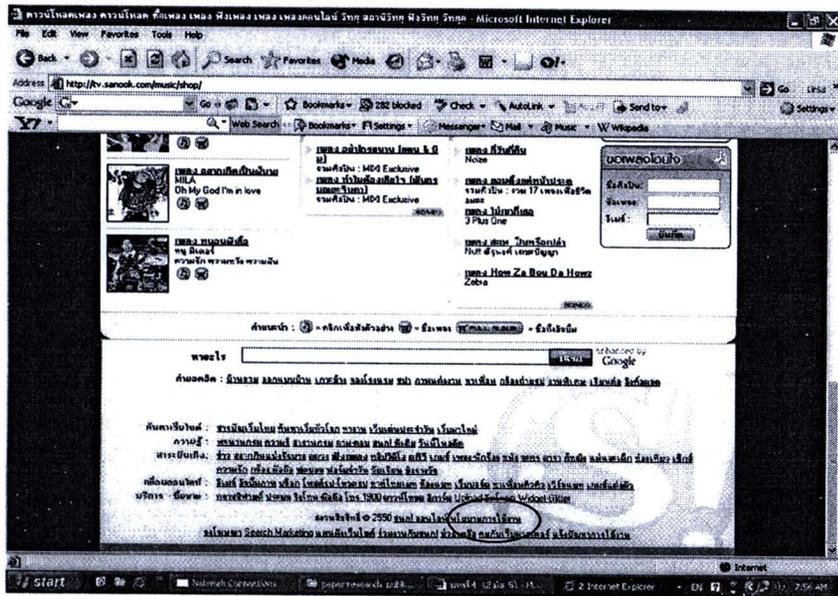
(รัชนี สุประภากร,สัมภาษณ์ 14 มกราคม 2551)

ภาพที่ 42 แสดงการซื้อเพลงด้วยการดาวน์โหลดเพลง ของเว็บไซต์สนุก

The screenshot shows the SIMusic to Download website interface. At the top, it features a 'SIMusic to Download' logo and a promotional banner for 'OST Coffee Prince' with a price of 15-35 Baht per track. Below this, there are several sections:

- ARTIST OF THE MONTH:** 'พร้อมซิงเกิ้ลอีก "4 MINUTES" Featuring JUSTIN TIMBERLAKE AND TIMBALAND'.
- เพลงขายดี (Popular Tracks):**
  - OST Coffee Prince (OST Coffee Prince)
  - Madonna (Hard Candy)
  - Flo Rida (Mail on Sunday)
  - มี พิระพีพันธ์ (Dedicated to love)
  - รวมศิลปิน: รวมบทเพลงนอกโลก (รวมบทเพลงคนรัก)
- เพลงใหม่ (New Tracks):**
  - เพลง คนที่ 2 มีที่ 3 (Cinderella)
  - เพลง ยับยวามลับไม่ต่าง (Cinderella)
  - เพลง PLEASE HELP ME (Cinderella)
  - เพลง กิ่งทองหัน (Rabbit Dolls)
  - เพลง เซอทายไป (Rabbit Dolls)
- RECOMMENDED:** A section for 'HOT ALBUM' featuring 'OST Coffee Prince'.
- NOT TRACKS:** A list of tracks including 'บทสนทนา', 'ขลุ่ย', 'ลึกลับ', 'คนกลางคืน', and 'Go Go Chan'.
- PROMOTION:** A section with the text 'วันนี้! สถานีเพลงของคุณ' and 'สามารถเลือกฟังเพลง'.

ภาพที่ 43 แสดงนโยบายในการใช้งานที่ส่วนท้ายหน้าเว็บที่มีการดาวน์โหลดเพลง ของเว็บไซต์สนุกคอตคอม



ภาพที่ 42-43 พบว่า เว็บไซต์สนุกคอตคอม ผู้ให้บริการสามารถฟังเพลงจากวิทยุ วิดีโอ และการดาวน์โหลดเพลง ลงบนคอมพิวเตอร์ เครื่องเล่นเพลงแบบพกพา และริงโทนมือถือ โดยการ ค้นหาเพลง เลือกเพลงจากค่ายเพลง การสั่งซื้อ การชำระเงิน ดาวน์โหลดเพลง (รายละเอียด ภาคผนวก ข ภาพ ฎ-1-ฎ-3) และในการให้บริการซื้อขายดาวน์โหลดเพลง จะมีการระบุนโยบายการใช้งานแจ้งให้ ผู้ใช้งานทราบเกี่ยวกับข้อกำหนด เงื่อนไขในการใช้บริการ

สรุป จากการสัมภาษณ์และการวิเคราะห์เว็บไซต์สนุกคอตคอม และเว็บไซต์เอ็มไทย คอตคอม พบว่า มีการให้บริการดาวน์โหลดเพลง ริงโทนมือถือ ที่มีลิขสิทธิ์ถูกต้อง การกำหนดนโยบาย การให้บริการที่ผู้ให้บริการต้องปฏิบัติ

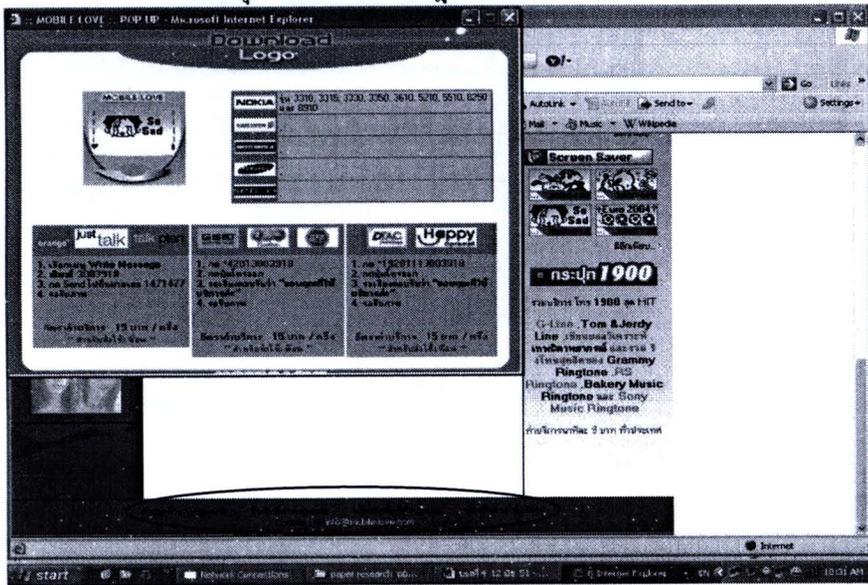
**เว็บไซต์กระปุกคอตคอม**

เว็บไซต์กระปุกคอตคอม เกี่ยวกับการบริการผลิตภัณฑ์ Mobile Love ประเภทโลโก้ Picture Message, Screen Service, Text SMS และการกำหนดเงื่อนไขการให้บริการ การออกตั๋วทาง กฎหมาย

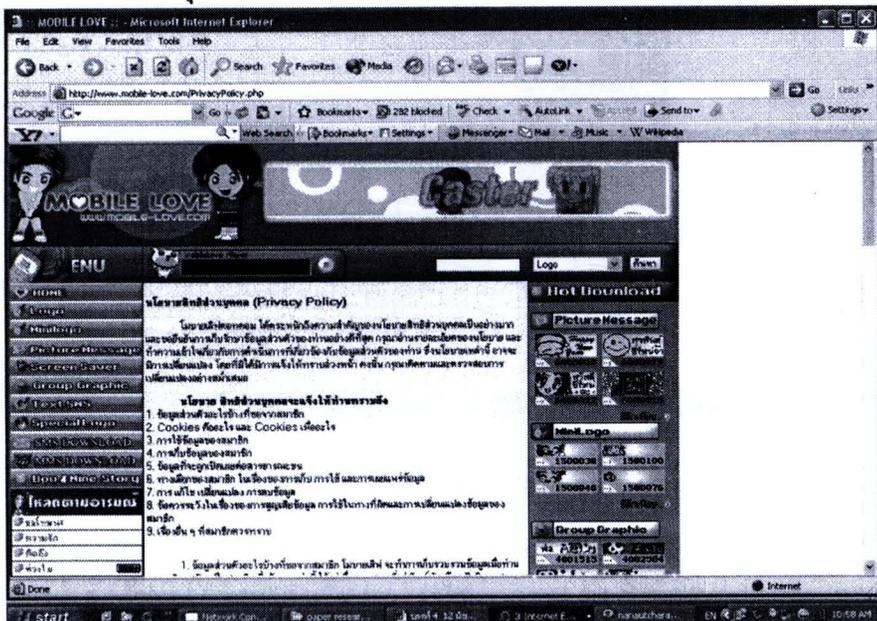
“กระปุกมีการออกระเบียบ เงื่อนไขในการใช้บริการใน Mobile Love ผู้ใช้บริการต้องมีความรับผิดชอบในการนำไปใช้”

(เจษฎา มินศิริ สัมภาษณ์ 20 มีนาคม 2551)

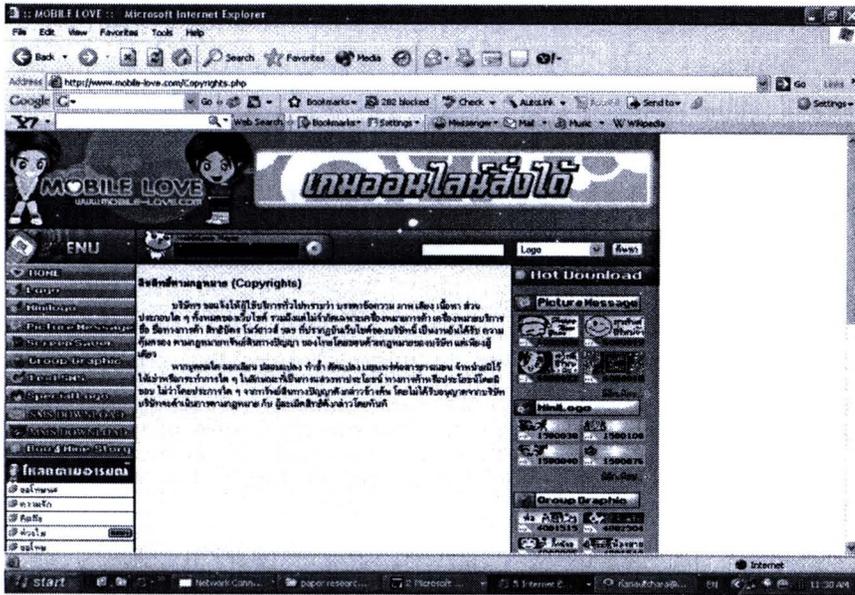
ภาพที่ 44 แสดงส่วนท้ายของหน้าเว็บการให้บริการโหลดโลโก้ กำหนดนโยบายสิทธิส่วนบุคคล สิทธิตามกฎหมาย เงื่อนไขการให้บริการ



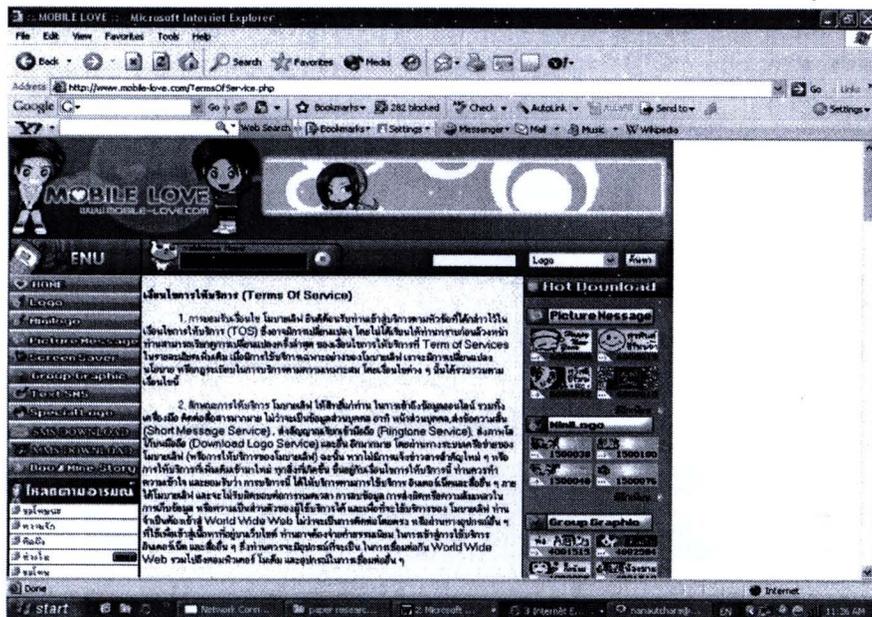
ภาพที่ 45 แสดงนโยบายสิทธิส่วนบุคคล ใน Mobile Love ของเว็บไซต์ กระปุกดอทคอม



ภาพที่ 46 แสดงรายละเอียดลิขสิทธิ์ส่วนบุคคล ใน Mobile Love ของเว็บไซต์กระปุกดอทคอม



ภาพที่ 47 แสดงเงื่อนไขการให้บริการ ใน Mobile Love ของเว็บไซต์กระปุกดอทคอม



ภาพที่ 44-47 ผลการวิเคราะห์เว็บไซต์กระปุกดอทคอม พบว่า มีการให้บริการผลิตภัณฑ์ Mobile Love เกี่ยวกับสินค้าประเภทโลโก้ Picture Message, Screen Service, Text SMS โทลดลงมือถือ การกำหนดการออกตัวทางกฎหมาย นโยบายสิทธิส่วนบุคคล ลิขสิทธิ์ตามกฎหมาย และเงื่อนไข

การให้บริการ วัสดุส่วนล่างเว็บเพจของสินค้า เพราะภาพที่ปรากฏเป็นโลโก้ เป็นข้อความประกอบภาพ และข้อความสั้น อาจกระทบต่อสิทธิ์ส่วนบุคคล หรือมีลิขสิทธิ์จึงต้องพึงระวัง

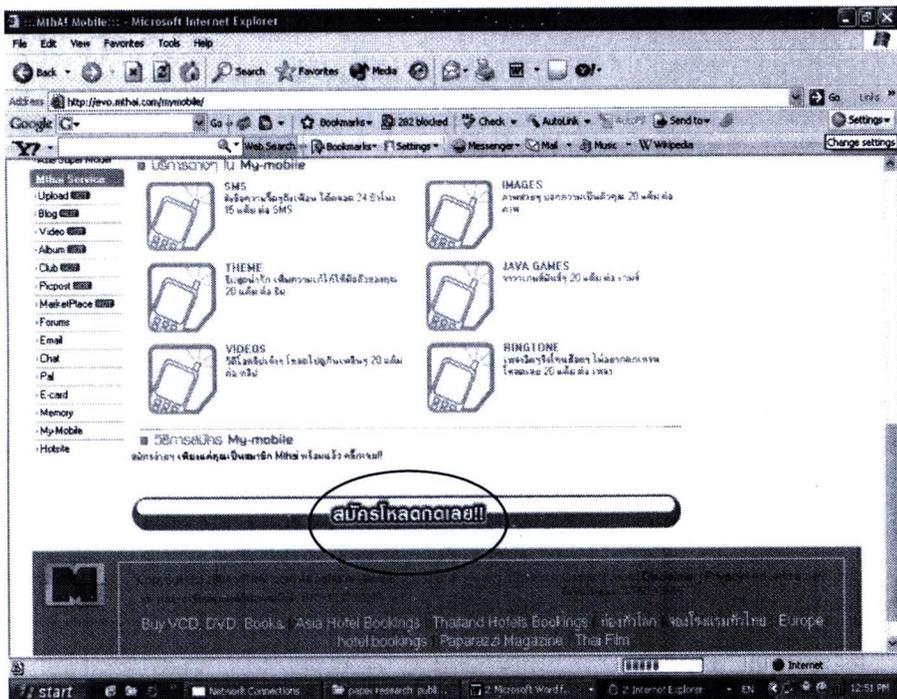
### เว็บไซต์เอ็มไทยคอตคอม

เว็บไซต์เอ็มไทยคอตคอม เกี่ยวกับการบริการผลิตภัณฑ์ริงโทนมือถือ ดาวน์โหลดเพลง โดยมีการให้บริการ My Mobile ที่ สามารถดาวน์โหลดภาพ วิดีโอ ธีม (Theme) ข้อความสั้น (SMS) ลงมือถือ มีการกำหนดนโยบายการใช้งานเป็นลายลักษณ์อักษร

“เกี่ยวกับการขายผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ มี VCD, DVD ริงโทน เพลงทุกเพลงจากค่ายเพลง อาร์เอส แกรมมี ต้องถูกต้องมีลิขสิทธิ์”

Sang Do Lee (สัมภาษณ์ 31 มกราคม 2551)

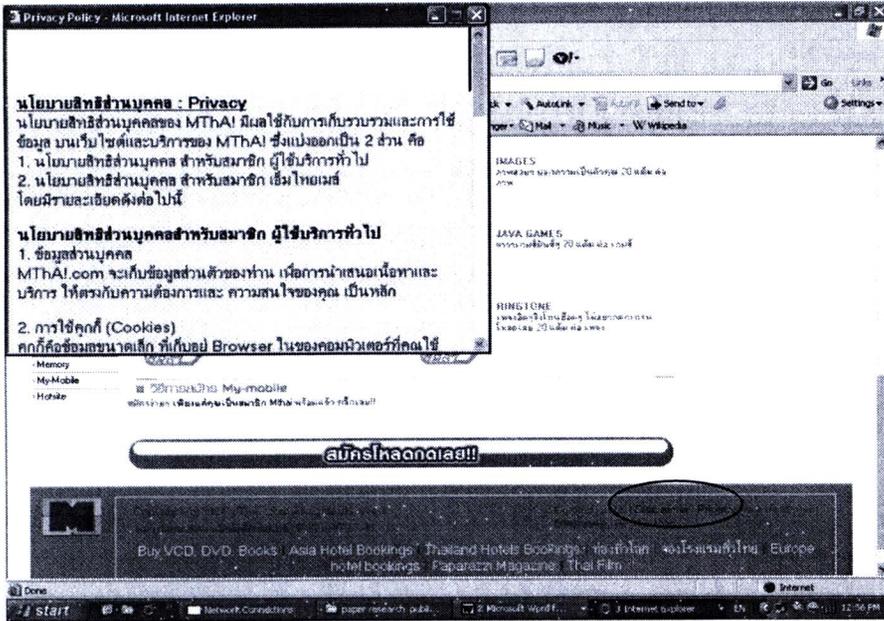
ภาพที่ 48 แสดงผลิตภัณฑ์ที่ให้บริการ ใน My Mobile ของเว็บไซต์เอ็มไทยคอตคอม



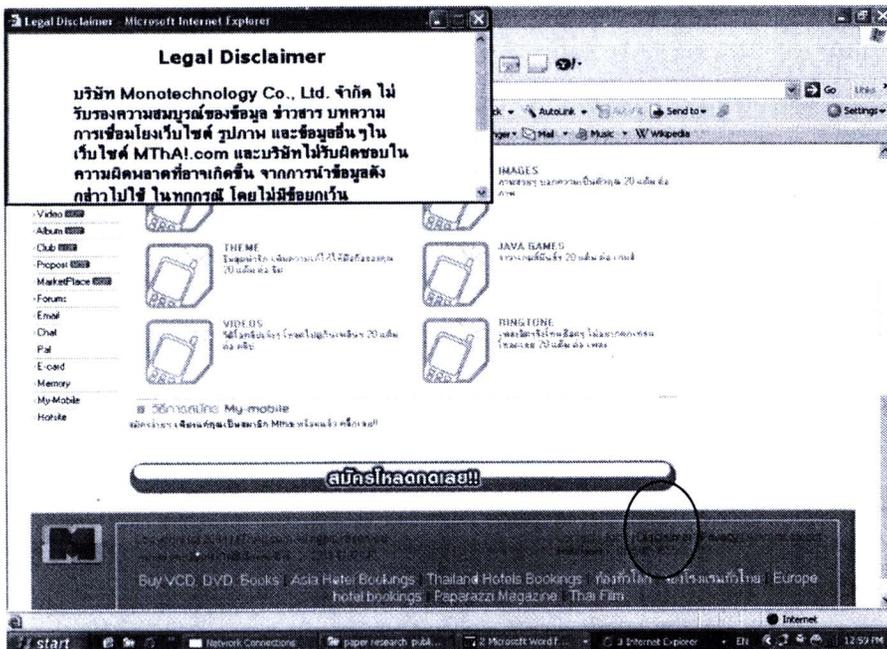
ภาพที่ 48 พบว่า เว็บไซต์เอ็มไทยคอตคอมมีบริการ SMS, Theme, voices, images, games และring tone โดยต้องสมัครเป็นสมาชิกก่อน

เว็บไซต์เอ็มไทยคอตคอม มีการกำหนดนโยบายสิทธิส่วนบุคคล ความเป็นส่วนตัว และการออกตัวทางกฎหมาย แจ้งแก่ผู้ให้บริการ

ภาพที่ 49 แสดงรายละเอียดนโยบายสิทธิส่วนบุคคลในการใช้ My Mobile ในเว็บไซต์เอ็มไทยคอตคอม



ภาพที่ 50 แสดงรายละเอียดการออกตัวทางกฎหมายในการให้บริการ My Mobile ในเว็บไซต์เอ็มไทยคอตคอม



ภาพที่ 49-50 พบว่า เว็บไซต์เอ็มไทยคอตคอม ผู้ให้บริการต้องสมัครโหลดก่อนจึงจะเข้าไปใช้บริการได้ ซึ่งส่วนต่างของเว็บเพจ My Mobile จะมีการแจ้งให้ทราบเกี่ยวกับนโยบายสิทธิส่วนบุคคล (Privacy) และการออกตัวทางกฎหมาย (Legal Disclaimer) แก่ผู้ให้บริการ

สรุป จากการสัมภาษณ์ และการวิเคราะห์เว็บไซต์เกี่ยวกับนโยบายการบริหารจัดการด้านการดูแลการให้บริการผลิตภัณฑ์การดาวน์โหลดเพลง ริงโทนลงมือถือ และโลโก้ พบว่า เว็บไซต์สนุกคอตคอมมีบริการดาวน์โหลดเพลง ริงโทน เว็บไซต์กระปุกคอตคอม มีบริการ Mobile Love ประเภทโลโก้ Picture Message, Screen Service, Text SMS และเอ็มไทยคอตคอม ให้บริการ My Mobile ที่สามารถดาวน์โหลดภาพ วิดีโอ ธีม (Theme) ข้อความสั้น (SMS) ลงมือถือ ซึ่งทุกเว็บไซต์มีการกำหนดนโยบายการใช้งานไว้เพื่อให้ผู้ให้บริการได้ทราบเกี่ยวกับนโยบายสิทธิส่วนบุคคล ลิขสิทธิ์ตามกฎหมาย เงื่อนไขในการใช้บริการที่ถูกต้องตามกฎหมาย

#### 1.4 นโยบายการบริหารจัดการเกี่ยวกับการให้บริการแก่ผู้ให้บริการเว็บไซต์ ถูกค้าที่ซื้อพื้นที่โฆษณา พนักงานของบริษัท สังคมชุมชน

##### *การให้บริการแก่ผู้ให้บริการเว็บไซต์*

จากการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการเว็บไซต์คำนึงถึงประโยชน์ที่ผู้ให้บริการจะได้รับ การนำเสนอผลิตภัณฑ์ เนื้อหา ข้อมูลที่ถูกต้อง ไม่ผิดกฎหมาย มีการรับฟังความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ มีการกำหนดเป็นนโยบายในเรื่องสิทธิส่วนบุคคล ดูแลป้องกันความปลอดภัยเกี่ยวกับข้อมูลของผู้ใช้บริการ รวมทั้งการนำเสนอสิ่งที่เป็นตัวอย่างที่ดีให้กับผู้ให้บริการ เช่น kapook icare ของเว็บไซต์กระปุกคอตคอมเปิดพื้นที่เผยแพร่บทความ คลิปวิดีโอ เรื่องราวดีๆ เป็นสื่อกลางระดมความช่วยเหลือ เช่น บริจาคโลหิตหมู่พิเศษ เป็นศูนย์รวมของทุกๆความช่วยเหลือในสังคม ทีมผู้บริหาร (management) เว็บไซต์สนุกคอตคอม ดูเนื้อหา (content) ให้เข้าใจในนโยบายเกี่ยวกับการดูแลเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม รวมทั้งเว็บมาสเตอร์ (web master) ซึ่งอยู่ภายใต้หัวหน้าทีมบริหาร (Management team)

“บริษัทคำนึงถึงประโยชน์ที่ผู้ใช้จะได้รับ ดังนั้นการนำเสนอข่าวสาร เนื้อหาต่างๆต้องมีความถูกต้อง มีความทันสมัย การนำเสนอข่าวสารต้องนำเสนออย่างเท่าเทียมกันไม่เอียงเข้าข้าง ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง ระบบการให้บริการมีความเสถียร (stable) การคลิกลิงค์ไปส่วนต่างๆรวดเร็ว สามารถใช้งานง่าย”

(รัชณี สุประภากร, สัมภาษณ์ 14 มกราคม 2551)

“รับฟังความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ หากเป็นประโยชน์ต่อส่วนรวมก็นำไปปรับปรุง ทำหน้าที่สื่อต้องให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม เราไม่ได้คิดว่าเขาเอาแต่ได้ สังคมต้องได้ด้วย เราต้องปลูกฝัง ในความคิดแต่ละคนวัดยาก แต่เราต้องดูแล เห็นอะไรก็ต้องบอก ต้องให้ข่าวข้อเท็จจริง”

(นิรันดร์ เขียวภาว, สัมภาษณ์ 25 กุมภาพันธ์ 2551)

“ในการทำงานคำนึงถึงหลายเรื่อง เช่น กรณีพระราชบัญญัติคุ้มครองเด็ก จะเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับเด็กไม่ได้ ก็ต้องแจ้งสมาชิกที่มีอายุต่ำกว่า 15 ปี ต้องมีผู้ปกครองติดต่อ เป็นสื่อกลางให้ความช่วยเหลือทางสังคม”

(เจษฎา มินศิริ สัมภาษณ์ 20 มีนาคม 2551)

“บริษัทมีการดูแลผู้ให้บริการด้วยนโยบายสิทธิส่วนบุคคล สำหรับสมาชิกผู้ให้บริการทั่วไป และสมาชิกเอ็มไทยแมล์ หากฝ่าฝืนอาจมีโทษทางแพ่ง อาญา หรือโทษทางการบริหารปกครอง”

(Sang Do Lee สัมภาษณ์ 31 มกราคม 2551)

“ทีมงานเด็กดีดอทคอมเมื่อปรากฏบนหน้าเว็บถือว่าเป็น role model ของน้องๆทุกด้าน เรื่องภาษา การใช้เหตุผล ต้องระวังเพราะน้องๆจะเชื่อตามันเทิง เราจะทำเว็บให้ clean เป็นที่ไว้ใจของผู้ปกครอง เว็บเด็กดีอย่างน้อยต้องมีอะไรดี ไว้ใจได้ มีการป้องกันสิ่งที่ไม่เหมาะสมให้ลูกหลานเขา มีการแนะนำในสิ่งที่ควรทำการทำสิ่งคืออะไร”

(ปกรณ สันติสุนทรกุล สัมภาษณ์ 31 มกราคม 2551)

### **ลูกค้าที่ซื้อพื้นที่โฆษณาแบนเนอร์**

จากการวิจัย พบว่า ผู้ประกอบการเว็บไซต์มีการกำหนดมาตรการในการคัดเลือกลูกค้าที่จะซื้อพื้นที่โฆษณา เช่น แบนเนอร์ โดยสินค้าและการโฆษณานั้นต้องไม่หลอกลวงผู้ซื้อต้องคำนึงถึงจริยธรรม กฎหมาย สิทธิส่วนบุคคล การกำหนดกฎ ข้อบังคับ เงื่อนไขในการโฆษณา สินค้าที่จะนำมาโฆษณาต้องไม่ขัดกับนโยบายของผู้ประกอบการเว็บไซต์

“จะต้องปฏิบัติตามกฎข้อบังคับเกี่ยวกับการโฆษณา เช่น ภาพที่ไม่เหมาะสม ภาษาที่ใช้ในการโฆษณา สินค้าที่นำมาโฆษณาต้องเป็นสินค้าที่ไม่ขัดกับสินค้าที่บริษัทห้าม เช่น ห้ามการโฆษณาพนันบอล

(รัชณี สุประภากร, สัมภาษณ์ 14 มกราคม 2551)

“มีการตรวจสอบสินค้าที่จะมาลงโฆษณา กระปุกมีเงื่อนไขในการรับโฆษณาที่จะขึ้นบนเว็บ ต้องไม่เป็นสินค้าเกี่ยวกับ แอลกอฮอล์ ไม่ใช่สินค้าที่หลอกลวงผู้ซื้อ สินค้าไม่มีมาตรฐาน ไม่ลงภาพโป๊”

(เจษฎา มินศิริ, สัมภาษณ์ 20 มีนาคม 2551)

“ลูกค้าที่ลงโฆษณา ผู้ลงโฆษณาไม่มีสิทธิ์ในการเข้าถึงข้อมูลของสมาชิก รูปแบบการนำเสนอโฆษณาอาจอยู่ในรูปแบบของแบนเนอร์ และจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งบริษัทเอ็มไทยเมล์จะเป็นผู้จัดส่งถึงสมาชิก โดยสมาชิกสามารถยกเลิกการรับโฆษณาต่างๆ ได้ทุกเมื่อ บริษัทจะไม่รับโฆษณาที่ขัดกับนโยบายของบริษัท”

(Sang Do Lee, สัมภาษณ์ 31 มกราคม 2551)

“มีการเลือกรับโฆษณาที่ดี ไม่ใช่มีเงินแล้วจะลงอะไรก็ได้

(ปกรณ์ สันติสุนทรกุล, สัมภาษณ์)

“ผู้จัดการออนไลน์มีความชัดเจนในแนวทางการนำเสนอ ช่องทางที่จะหารายได้มาก็ยังเป็นโฆษณาเป็นหลัก แบ่งพื้นที่ชัดเจนว่าจะอยู่บริเวณไหน การคัดเลือกบริษัทที่จะทำโฆษณา บริษัทไม่รับโฆษณาสินค้าที่ขาดหลักจริยธรรม บริษัทต้องทำตามกฎกระทรวง กฎหมาย”

(นิรันดร์ เขาวภาว, สัมภาษณ์ 25 กุมภาพันธ์ 2551)

#### **พนักงานของบริษัท**

จากการวิจัย พบว่า ผู้ประกอบการเว็บไซต์ มีความรับผิดชอบในการดูแลพนักงานบริษัทอย่างมีจริยธรรม คือการให้พนักงานมีโอกาสพัฒนาตนเองเกี่ยวกับการทำงาน เปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นร่วมกับผู้บริหาร และทีมงาน ในเรื่องงาน วิธีการทำงาน มีการให้ขวัญกำลังใจ เช่น การสนับสนุนการเลื่อนตำแหน่ง การให้โบนัส

“บริษัทมีการประชุมกลุ่มย่อย มี intranet มี board สำหรับเปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น มีการแลกเปลี่ยนสิ่งใหม่ๆ ที่เกี่ยวกับงานจากผู้บริหารไปยังพนักงาน พนักงานสามารถเสนอ หรือกำหนดสิ่งที่จะทำเกี่ยวกับงาน ผ่านการทบทวนของทีมผู้บริหารก่อนนำไปดำเนินการ องค์กรให้ความสำคัญกับการทำงานเป็นทีมอย่างเป็นทางการอันหนึ่งอันเดียวกันจะพัฒนาให้ผลงานมีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น”

(รัชณี สุประภากร, สัมภาษณ์ 14 มกราคม 2551)

“จริยธรรมของผู้ประกอบการต่อพนักงาน พึงพัฒนาให้ความรู้เพื่อเพิ่มความชำนาญ มีการจัดอบรมเรื่องจริยธรรมของนักหนังสือพิมพ์โดยวิทยากรเป็นผู้อาวุโสขององค์กร หรือเป็นนักข่าวที่มีประสบการณ์ 30-40 ปี เปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น”

(นิรันดร์ เขาวภาว, สัมภาษณ์ 25 กุมภาพันธ์ 2551)



“กระปุกมีการออกระเบียบ เงื่อนไขในการให้บริการ สำหรับพนักงานจะเป็นระเบียบการทำงาน พนักงานมีนิติกรฝ่ายกฎหมายดูแล ส่วนที่พนักงานควรทราบ รวมทั้งเรื่องจริยธรรมที่มีแจ้งพนักงานในคู่มือพนักงาน ระเบียบข้อบังคับพนักงาน guideline ถ้าเป็นเรื่องที่ต้องเตือนจะแจ้งบนเว็บ พนักงานมีสิทธิแสดงความคิดเห็นในเรื่องงาน วิธีการทำงาน idea”

(เจษฎา มินศิริ, สัมภาษณ์ 20 มีนาคม 2551)

“พนักงานของ บริษัทมีสวัสดิการเท่าเทียมกัน มีเงินปันผล มีโบนัส และมีการ promote คนของบริษัท เปิดโอกาสให้พนักงานได้ร่วมประชุมกับผู้บริหาร มีการประชุมระดมความคิดเห็นระหว่างโปรแกรมเมอร์ product development เน้น function ต้องใช้งานง่ายและการออกแบบสวยด้วย”

(Sang Do Lee, สัมภาษณ์ 31 มกราคม 2551)

“ในการทำงานเรามีการระดมสมองกัน แสดงความคิดเห็น บางความคิดที่ไม่ได้นำมาใช้ก็ต้องคุยกันด้วยเหตุผล พนักงานทุกคนช่วยกันดูแลกระทู้ ช่วยกันดูแลแบ่งงานช่วยกันทำงาน ข้อมูลพวกนั้นต้องเอามาคุยกันด้วย แต่เว็บบอร์ดทุกคนต้องดูแลเว็บบอร์ด แต่แบ่งช่วงเวลา”

(ปรกรณ์ สันสุนทรกุล, สัมภาษณ์ 31 มกราคม 2551)

### **สังคม และชุมชน**

จากการวิจัย พบว่า ผู้ประกอบการเว็บไซต์แสดงความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยการทำ(1) กิจกรรมด้านการศึกษา เช่น การรณรงค์เกี่ยวกับภาษาไทย การติดตั้งโปรแกรมปลาวาฬราวเซอร์ตามโรงเรียนต่างๆ (2) การบริจาคสิ่งของ เงิน โดยจัดกิจกรรมให้ความช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาส ผู้ประสบภัย ผู้ยากไร้ และ(3) กิจกรรมส่งเสริมสังคม ทั้งที่เป็นกิจกรรมบนออนไลน์ และกิจกรรมออฟไลน์

“มีการจัดกิจกรรมกึ่งผู้สังคม เช่น ช่วยคนด้อยโอกาสทางการศึกษาด้วยการบริจาคเงิน สิ่งของ การนำทีมผู้บริจาคได้แก่ ผู้ใช้บริการเว็บ พนักงาน หรือคนทั่วไปที่ร่วมบริจคนำเงิน สิ่งของ เครื่องใช้ ไปให้กับชุมชน จัดโครงการ “รักษ์ภาษาไทยกับสนุก! ค้นหาไม่รู้จบ” เพื่อรณรงค์ให้เยาวชนใช้ภาษาไทยให้ถูกต้องผ่านอินเทอร์เน็ตเพื่อการเรียนรู้ จัดโครงการ “สนุก! ดาวเดือน เพื่อค้นหาหนุ่มสาวหน้าใส ฉลาดใช้อินเทอร์เน็ต” ทำหน้าที่จุดแนะนำการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างสร้างสรรค์ แก่เยาวชน โครงการ “สนุก! คาราวาน” ที่จัดตั้งขึ้นเพื่อสร้างกิจกรรมอันดี ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตต่อสังคม การประกวดเขียนเรียงความ มีการประมูลสิ่งของของดารานบนเว็บเพื่อนำรายได้ไปบริจาค มอบสิ่งของให้กับมูลนิธิเด็ก(พิการ) เงินที่ได้จากการดาวน์โหลดเพลงนำไปบริจาคช่วยเหลือครูทางภาคใต้”

(รัชณี สุประภากร, สัมภาษณ์ 14 มกราคม 2551)

“การนำเสนอข่าวต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคม และทำเพื่อสังคม เช่น การบริจาคช่วยเหลือคนที่ถูกน้ำท่วม การจัดจตุรัสทำบุญร่วมกัน”

(นรินทร์ เขียวภาว, สัมภาษณ์ 25 กุมภาพันธ์ 2551)

“จัดทำโครงการชวนน้องท่องเว็บ มีพี่เลี้ยงพาน้องออกค่ายให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้เว็บที่ถูกต้อง จัดโครงการติดตั้งโปรแกรมปลาวาฬบรราวเซอร์ให้ตามโรงเรียนจำนวน 8 หมื่นชุด และให้โรงเรียนรายงานการใช้โปรแกรมกลับมาที่กระทรวงศึกษาธิการ”

(เจษฎา มินศิริ, สัมภาษณ์ 20 มีนาคม 2551)

“การนำกลุ่มนักเรียน วิทยุรุ่น ทำกิจกรรมที่คำนึงถึงสังคม การทำบุญ โดยบริษัทสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการทำกิจกรรม”

(Sang Do Lee, สัมภาษณ์ 31 มกราคม 2551)

“มีการจัดค่ายย่อยๆ ขึ้นมาทำร่วมกับ partner สำนักงานส่งเสริมสุขภาพ (สสส.) และ ITV มีการจัดกิจกรรมออนไลน์ เช่น กิจกรรมวันพ่อ ทำดีเพื่อพ่อ ประกวดเรียงความมีรางวัลเล่าเรื่องอะไรก็ได้ที่ทำความดี”

(ปกรณ์ สันติสุนทรกุล, สัมภาษณ์ 31 มกราคม 2551)

สรุปการวิจัยเกี่ยวกับ นโยบายการบริหารจัดการ การให้บริการแก่ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ พนักงานของบริษัท สังคม ชุมชน พบว่า การให้บริการแก่ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ คำนึงถึงผลิตภัณฑ์ เนื้อหาข้อมูลที่ถูกต้อง ไม่ผิดกฎหมาย มีการรับฟังความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ มีการกำหนดเป็นนโยบายในเรื่องสิทธิส่วนบุคคล ดูแลป้องกันความปลอดภัยเกี่ยวกับข้อมูลของผู้ใช้บริการ รวมทั้งการนำเสนอสิ่งที่เป็นตัวอย่างที่ดีให้กับผู้ใช้บริการ การบริหารจัดการลูกค้าที่ซื้อพื้นที่โฆษณา มีการกำหนดมาตรการในการคัดเลือกลูกค้าที่จะซื้อพื้นที่โฆษณา สินค้าและการโฆษณานั้นต้องไม่หลอกลวงผู้ซื้อ ไม่ขัดกับจริยธรรมกฎหมาย สิทธิส่วนบุคคล ไม่ขัดกับนโยบายของผู้ประกอบการเว็บไซต์ การบริหารจัดการพนักงานบริษัท การให้พนักงานมีโอกาสพัฒนาตนเองเกี่ยวกับการทำงาน พนักงานมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนความคิดเห็นร่วมกับผู้บริหาร การให้ขวัญกำลังใจ อย่างมีจริยธรรม การบริหารจัดการด้านความรับผิดชอบต่อสังคม กิจกรรมด้านการศึกษา การบริจาคสิ่งของ เงินทอง กิจกรรมส่งเสริมสังคม

## ตอนที่ 2 ทิศทางการตลาดแบบปฏิสัมพันธ์ที่มีจิตสำนึกสาธารณะของผู้ประกอบการเว็บไซต์

การใช้กฎหมาย ลิขสิทธิ์ สิทธิส่วนบุคคล การกำหนด กติกาในการใช้บริการอย่างเข้มงวด การมีความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างจิตสำนึกสาธารณะ

### 2.1 ความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ องค์กร มูลนิธิ สมาคม

เว็บไซต์ต่างๆมีความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ องค์กร สมาคม ทั้งด้านการศึกษา การจัดกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน สังคม

“บริษัทเข้าเป็นสมาชิกสมาคมผู้ดูแลเว็บไทย ซึ่งเริ่มก่อตั้งไม่นาน ยังไม่มีความร่วมมือกันมากนักในเรื่องเว็บไซต์ระหว่างสมาชิก มีความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ เช่น ราชบัณฑิตยสถานในการเผยแพร่พจนานุกรมบนเว็บสนุก”

(รัชณี สุประภากร, สัมภาษณ์ 14 มกราคม 2551)

“ความร่วมมือกับสภากาชาดหนังสือพิมพ์ เกี่ยวกับจรรยาบรรณนักหนังสือพิมพ์”

(นิรันดร์ เขียวภาวี่, สัมภาษณ์ 25 กุมภาพันธ์ 2551)

“บริษัททำงานร่วมกับ สำนักงานสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) เป็นภาคีกับ สสส. เรื่องสุขภาพ ร่วมกับกระทรวงศึกษาธิการทำโครงการปลาวาฬบร้าวเซอร์ เพื่อ block เว็บไซต์ที่ไม่เหมาะสม โดยนำไปติดตั้งตามโรงเรียนต่างๆ การประสานงานกับตำรวจแห่งชาติหรือ DSI ในการที่จะให้ข้อมูลต่างๆ ของคนที่อาจจะเป็นภัยต่อความมั่นคง การหมิ่นประมาท ซึ่งบริษัทจำเป็นต้องดำเนินการให้ข้อมูลกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหากมีการร้องขอจากหน่วยงานเช่น กรมตำรวจ”

(เจษฎา มินศิริ, สัมภาษณ์ 20 มีนาคม 2551)

“บริษัทได้เข้าเป็นสมาชิก ของสมาคมผู้ดูแลเว็บไทย ซึ่งสมาคมฯจะมีการจัดประชุมสัมมนาเกี่ยวกับเรื่องที่เกี่ยวข้องกับเว็บไซต์ เป็นตัวแทนของเว็บมาสเตอร์ที่เป็นสมาชิกในการเจรจา ในกรณีมีปัญหา ช่วยเหลือด้านกฎหมาย ช่วยประสานงานให้คำแนะนำในการติดต่อกับหน่วยงานนานาชาติ มีการกำหนดเกี่ยวกับเรื่องจริยธรรม ในการให้บริการเว็บไซต์”

(Sang Do Lee, สัมภาษณ์ 31 มกราคม 2551)

### 2.2 การควบคุม กำกับดูแลความรับผิดชอบต่อสาธารณะในการทำตลาดแบบปฏิสัมพันธ์บนเว็บไซต์

การกำกับดูแล ความรับผิดชอบ ต่อสาธารณะของผู้ประกอบการเว็บไซต์ มีการใช้กฎหมาย รวมถึงการให้บริการอย่างมีจิตสำนึกของผู้ให้บริการ และความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน ในการร่วมกันหาวิธีการที่จะทำให้ผู้ใช้บริการใช้เว็บไซต์อย่างถูกต้องและมีจิตสำนึก

“บริษัทจะดูแลช่วยเหลือแก่ผู้ใช้บริการเมื่อมีปัญหาการใช้งาน ด้วยการติดต่อผ่านทาง โทรศัพท์ อีเมล QQ ได้ ที่เป็นตัว instant messenger ในกรณีซื้อขายสินค้า การประมูลสินค้า มีเจ้าหน้าที่คอยดูแล เมื่อมีการบิดราคา แล้วยังไม่ได้รับสินค้า ผู้ใช้บริการแจ้งมาได้ ผ่านทางอีเมล ทางบริษัทจะเป็นผู้ติดต่อผู้ขายให้ได้ ถ้ามีผู้เสียหายมีการแจ้งความที่สถานีตำรวจ บริษัทจะช่วยค้นข้อมูล การแทรก ถ้ามีหมายจากตำรวจมาขอข้อมูล ทางบริษัทก็ให้การสนับสนุนหาข้อมูล บริษัทไม่ได้เป็นผู้ดำเนินคดีเอง เพราะสินค้าไม่ใช่ของบริษัท

(รัชนิ สุประภากร, สัมภาษณ์ 14 มกราคม 2551)

“บริษัทพยายามช่วยเด็กอายุต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนด ถ้าโพสต์เข้ามา มีแนวทางพัฒนาทางไหนที่จะช่วยสังคม โดยเฉพาะเป็น Virtual เราไม่รู้ก็ใคร บริษัทยินดีให้ความร่วมมือกับทุกฝ่ายที่สามารถประสานให้เกิดขึ้นได้ หรือมีหน่วยงานรัฐบาลระดมความคิดเห็นหรือความร่วมมือจากหน่วยงานต่างๆช่วยกันผลักดันให้มีวิธีการต่างๆ ตัวเว็บไซต์ก็ยินดีให้ความร่วมมือ บริษัทยินดีให้คำแนะนำ”

(เจษฎา มินศิริ, สัมภาษณ์ 20 มีนาคม 2551)

“บริษัทมีส่วนร่วมกับชุมชน โดยจะให้ชุมชนทำหน้าที่ดูแลเนื้อหาบนเว็บได้ ให้กลุ่มนี้ช่วยคัดกรองเนื้อหาที่มีคนนำขึ้นเว็บไซต์ ถึงแม้ยากที่จะให้หมดไปในประเทศไทยเรื่องระบบและข้อมูลเรายังไม่มีข้อมูลมากพอ ไม่มีบอกเบอร์บัตรประชาชนนี้ชื่ออะไร ข้อมูลอื่นไม่สามารถต่อเชื่อมได้เลย”

(Sang Do Lee, สัมภาษณ์ 31 มกราคม 2551)

“การกำกับดูแลความรับผิดชอบต่อสาธารณะในการทำตลาดแบบปฏิสัมพันธ์ บริษัทเด็กติลงอะไรไปก็เหมือนกับเป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อวัยรุ่นสูงมาก ลงอะไรไปเขาจะเชื่อถ้าเราผลอพลาตไปนิดหนึ่งหรือตั้งใจไม่ดีนี่จบเลย คนที่ต้องมีจิตสำนึก”

(ปรกรณ์ สันติสุนทรกุล, สัมภาษณ์ 31 มกราคม 2551)

### 2.3 การให้บริการและการใช้ Blog, SMS, MMS, E-mail เป็นสื่อปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการเว็บไซต์

ผู้ประกอบการเน้นการใช้ Blog ในการเปิดพื้นที่ให้ผู้ใช้บริการเข้ามาสร้างสรรค์เนื้อหาที่ตนต้องการได้เอง ซึ่งจะทำได้กลุ่มผู้ใช้บริการเพิ่มมากขึ้น

“Sanook Blog มีการพัฒนาระบบเพื่อให้เข้ามาเขียน Blog ซึ่งมีคนใช้ประจำถึงแม้จะไม่เยอะ สามารถตั้ง Vote มีคลิกวิดีโอ ช่วยทำให้ได้นำเสนอสิ่งที่ต้องการให้กับลูกค้าออนไลน์”

(รัชนิ สุประภากร, สัมภาษณ์ 14 มกราคม 2551)

“เน้นการพัฒนาเครื่องมือเพื่อให้ผู้ใช้บริการได้นำไปใช้สร้างสรรค์งานด้วยตนเอง มีการบริการบล็อก เพื่อให้ผู้ใช้เข้ามาใช้ขณะเดียวกันเป็นช่องทางที่กระปุกจะให้บริการแก่สมาชิกด้วยเรามีเงื่อนไขในการเข้าใช้บริการ Blog สงวนสิทธิ์ในบางเรื่อง ไม่สามารถใช้ Blog ในทางการค้า ไม่สามารถใช้ในการกล่าวหา หรือละเมิดสิทธิส่วนบุคคลของผู้อื่น”

(เจษฎา มินศิริ, สัมภาษณ์ 20 มีนาคม 2551)

“Mthai Blog มีคนใช้ไม่เยอะ คนใช้วิดีโอมากกว่า เป็น user generate content เอง เกี่ยวกับ topic ที่เขาสนใจ เป็นวิดีโอคลิปที่เขาถ่ายทำเอง ”

(Sang Do Lee, สัมภาษณ์ 31 มกราคม 2551)

“มีระบบ Blog ให้พื้นที่ป้อนข้อมูล ส่งข้อมูล ใช้ Blog ในการเขียนนิยาย เป็นหลัก เล่าชีวิตประจำวัน ประสบการณ์การเรียน การใช้ Blog น้อย แนวโน้มต่อไปมีการใช้ Blog มากขึ้น สำหรับ SMS ง่ายในการติดต่อ ”

(ปกรณ์ สันติสุนทรกุล, สัมภาษณ์ 31 มกราคม 2551)

“Blog คือการให้ผู้อ่านมีพื้นที่ตัวเองในเว็บไซต์ตามความต้องการ ใช้ Blog ในการให้สมาชิกนำเสนอข่าว อนาคตจะเพิ่มความเป็น multimedia มากขึ้น ให้มีความเป็นชุมชน มากขึ้น มี Blog มากขึ้น ส่วน SMS มีจุดเด่นสามารถเข้าถึงผู้อ่านทุกเวลา ทุกสถานที่ ใช้ในการส่งข่าว แจ้งข่าว MMS กำลังทดลองทำข่าวร่วมกับโทรศัพท์ ชอง 3 ทำกับ AIS เป็นทั้งภาพและตัวหนังสือ ”

(นิรันดร์ เขาวภาว, สัมภาษณ์ 25 กุมภาพันธ์ 2551)

สรุปการวิจัย พบว่า ทิศทางการทำตลาดแบบปฏิสัมพันธ์ของเว็บไซต์ คือการมีความร่วมมือกันของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ภาครัฐ เช่น กระทรวงไอซีที สมาคม เช่น สมาคมผู้ดูแลเว็บไซต์ไทย หน่วยงานที่ไม่หวังผลกำไร เช่น สำนักงานส่งเสริมสุขภาพ เป็นสิ่งที่ต้องทำเป็นส่วนหนึ่ง ในการสร้างจิตสำนึกสาธารณะของผู้ให้บริการเว็บไซต์และกลุ่มผู้ใช้บริการเว็บไซต์

การกำกับดูแลโดยการใช้กฎหมาย สิทธิส่วนบุคคล ลิขสิทธิ์ ทั้งของผู้ให้บริการ และผู้ใช้บริการ การกำหนด กติกา เงื่อนไขในการใช้บริการ การนำระบบอัตโนมัติตรวจคัดกรองข้อความที่ไม่เหมาะสมไม่ให้ปรากฏบนเว็บไซต์ ซึ่งทำได้ในระดับหนึ่ง จึงยังมีความจำเป็นต้องมีเว็บมาสเตอร์ช่วยกลั่นกรองอีกชั้นหนึ่ง การสร้างชุมชนเป็นผู้ดูแลเว็บไซต์เอง ซึ่งเป็นการสร้างจิตสำนึกสาธารณะให้กับชุมชนผู้ใช้บริการเว็บไซต์

แนวโน้มการใช้ Blog ยังน้อย แต่ผู้ประกอบการยังคงเปิดพื้นที่ให้ผู้ใช้บริการ หันมาใช้ Blog ในการนำเสนอสิ่งที่ผู้ใช้บริการต้องการเผยแพร่ และเป็นช่องทางที่ผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงผู้ใช้บริการ สำหรับ SMS, MMS มีให้บริการสำหรับผู้ใช้บริการ โดยเฉพาะเว็บไซต์ผู้จัดการออนไลน์ที่นำเสนอข่าว

จะมีการพัฒนาร่วมมือกับหน่วยงานด้านโทรทัศน์ และโทรศัพท์มือถือในการนำ SMS, MMS มาใช้ในการเสนอข่าว

### ตอนที่ 3. แนวทางการกำหนดความรับผิดชอบต่อสาธารณะในการทำตลาดแบบปฏิสัมพันธ์

#### 3.1 บทบาทของสมาคมผู้ดูแลเว็บไทย

สมาคมผู้ดูแลเว็บชาวไทย ที่ทำหน้าที่ผลักดันเกี่ยวกับกฎหมายเทคโนโลยี เพื่อให้ ความรู้ความเข้าใจ การกำหนดความรู้ต่างๆที่ทำให้รู้เท่าทัน มาตรการการใช้เว็บไซต์ที่เน้นด้านจริยธรรม อย่างเป็นรูปธรรม การตั้งสภาวิชาชีพขึ้นมาช่วยกำหนดข้อบังคับ ระเบียบ ซึ่งปฏิบัติให้เป็นแนวทาง เดียวกัน เพื่อผลที่ดีทางด้านจริยธรรม แต่ไม่มีการบังคับให้ทุกเว็บไซต์ต้องเป็นสมาชิกสมาคมผู้ดูแล เว็บชาวไทย

“สมาคมผู้ดูแลเว็บไทยจัดตั้งมาไม่กี่ปี แนวโน้มคิดแต่ก่อนข้างยาก เพราะสื่อต่างคนต่างทำ ต้องมีคนกลาง การยอมรับ”

(รัชนิ สุประภากร สัมภาษณ์ 14 มกราคม 2551)

“สมาคมผู้ดูแลเว็บไทย มีกรรมการสมาคมฯ ที่เป็นตัวแทนจากเว็บไซต์ที่เป็น สมาชิกของสมาคมฯ ผลัดเปลี่ยนเป็นกรรมการ สมาคมฯ มีบทบาทช่วยผลักดันเรื่องกฎหมาย เช่น พระราชบัญญัติด้านคอมพิวเตอร์ สมาคมฯ เป็นหัวเรี่ยวหัวแรงมีไว้เพื่อไม่ให้เกิดข้อจำกัด ไม่ให้เกิด ละเมิดลิขสิทธิ์ สมาคมผู้ดูแลเว็บไทยมีเพื่อให้ความรู้ความเข้าใจ การกำหนดความรู้ต่างๆที่ทำให้รู้เท่าทัน จรรยาบรรณอยู่ในวิชาชีพจรรยาบรรณของผู้ทำเว็บอยู่ในวิชาชีพของคนทำ ความรับผิดชอบต่อตนเอง และสังคม”

(เจษฎา มินศิริ, สัมภาษณ์ 20 มีนาคม 2551)

“สมาคมผู้ดูแลเว็บไทย มีการประชุมสัมมนา ให้ guideline เป็นคนกลาง เป็นตัวแทนเว็บ มาสเตอร์ในกรณีมีปัญหา ช่วยเหลือด้านธุรกิจ เช่น ปัญหาด้านกฎหมาย ช่วยแนะนำติดต่อกับหน่วยงาน international”

(Sang Do Lee, สัมภาษณ์ เมื่อ 31 มกราคม 2551)

“สมาคมผู้ดูแลเว็บไทย เราไม่ได้เข้าไปเพราะไม่ค่อยมีเวลา เราดูแลตัวเองได้ ถ้ามีอะไรที่ กระทบเว็บใหญ่โดยรวม เราก็สามารถคุยได้”

(นิรันดร์ เขาวภาวดี, สัมภาษณ์ 25 ก.พ. 2551)

### 3.2 การสร้างจิตสำนึกสาธารณะแก่ผู้ใช้บริการเว็บไซต์

การสร้างจิตสำนึกสาธารณะ ต้องเริ่มที่การให้ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เว็บไซต์ อย่างมีจิตสำนึก ความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ สถาบันการศึกษา กับเว็บไซต์ในการให้ความรู้ ความเข้าใจแก่ประชาชน ผู้ใช้บริการ อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์

“บางคนมีจิตสำนึกดีเป็นพื้นฐานดี ไม่เจตนาที่จะทำผิด ที่ทำไปเพราะไม่รู้ ไม่มี ความเข้าใจ เขาต้องมีความเข้าใจก่อนจึงจะมีจิตสำนึกต่อสังคม ควรมีเว็บไซต์หรือหน่วยงานที่ให้ความรู้ และช่วยป้องกันไม่ให้เด็กเข้าถึงสิ่งที่ไม่ควรเข้าถึงในระดับหนึ่ง”

(เกษฎา มินศิริ, สัมภาษณ์ เมื่อ 20 มีนาคม 2551)

“ผู้ใช้ มีจิตสำนึกตรงนั้น และช่วยกัน fill up community เพราะฉะนั้นเราต้องช่วยกันทำให้มันดี โดยเริ่มจากการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ ให้รู้เกี่ยวกับสิทธิส่วนบุคคลที่ถูกละเมิด จากผู้อื่น สมาคมเว็บมาสเตอร์ กระทรวง ICT ต้องช่วยกันประเด็นนี้ต้องมีเจ้าภาพ”

(Sang Do Lee, สัมภาษณ์ เมื่อ 31 มกราคม 2551)

### 3.3 การให้บริการแก่ผู้ใช้บริการเว็บไซต์

แนวปฏิบัติร่วมกันของผู้ประกอบการในการกำหนดขั้นตอน วิธีการในการเข้าถึงข้อมูลของผู้ใช้บริการอย่างเป็นระบบ สามารถจัดเก็บข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการอย่างจริงจัง เพื่อประโยชน์ในการติดต่อ มีระบบการตรวจสอบการมีตัวตนของผู้ใช้บริการด้วยการแสดงหลักฐาน ซึ่งจะ เป็นช่องทางหนึ่งในการทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์ไปในทางสร้างสรรค์มากขึ้น แต่ถ้าแต่ละเว็บไซต์ไม่ร่วมมือกัน

“มีการหาวิธีที่ทำให้ access ข้อมูลยากขึ้นต้องทำระบบดี ต้องเก็บทุกอย่างเป็นฐานข้อมูล ในประเทศไทยเรื่องระบบและข้อมูลเรายังไม่มีข้อมูลมากพอ ข้อมูลอื่นไม่สามารถต่อเชื่อมได้เลย”

(Sang Do Lee, สัมภาษณ์ 31 มกราคม 2551)

การสร้างเครื่องมือ แนวทางปฏิบัติในการให้ผู้ใช้บริการกำกับดูแลเว็บไซต์ด้วยชุมชนบนเว็บไซต์เองเป็นผู้ตรวจสอบข้อความ ภาพ วิดีโอ ที่โพสต์บนเว็บไซต์ มีจิตสำนึกสาธารณะ

### 3.4 การพัฒนากฎหมายให้ก้าวทันเทคโนโลยี

กฎหมายที่ใช้ในการควบคุมดูแลเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ ยังตามไม่ทันพัฒนาการของเทคโนโลยี เช่น การทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทำให้เป็นอุปสรรคต่อการทำธุรกิจบนเว็บไซต์

“กฎหมายไทยยังไม่ทันเทคโนโลยี พระราชบัญญัติเกี่ยวกับกฎหมายลายเซ็นยังไม่มีการซื้อขายบนเว็บยังไม่แพร่หลายในไทย ”

(เจษฎา มินศิริ, สัมภาษณ์ 20 มีนาคม 2551)

“ผมอยากให้มีมาตรการ ควรมีมาตรการ ที่รัฐบาลต้องให้ความช่วยเหลือเริ่มจากกฎหมายคนอาจต่อต้าน โดยเริ่มจากการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ ให้รู้เกี่ยวกับสิทธิส่วนบุคคลที่ถูกละเมิดจากผู้อื่น”

(Sang Do Lee, สัมภาษณ์ เมื่อ 31 มกราคม 2551)

สรุปการวิจัย พบว่า สมาคมผู้ดูแลเว็บไทย และสภาวิชาชีพมีบทบาทในการผลักดันกฎหมาย การให้ความรู้ ความเข้าใจ ไม่ให้เกิดข้อจำกัด ไม่ให้เกิดละเมิดลิขสิทธิ์แก่สมาชิก การแจ้งเตือนสมาชิก แต่ไม่สามารถลงโทษสมาชิกของสมาคม และเว็บไซต์ที่ไม่เป็นสมาชิกเมื่อทำสิ่งที่ไม่เหมาะสมหรือขาดจริยธรรม การร่วมมือกันของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการให้ความรู้ความเข้าใจในการใช้เว็บไซต์ อย่างมีจิตสำนึกสาธารณะให้แก่ประชาชน ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ การมีฐานข้อมูลที่เป็นระบบที่ดีและสามารถเชื่อมโยงถึงกัน จะทำให้กำกับดูแลเว็บไซต์ได้ดียิ่งขึ้น ตลอดจนการผลักดันกฎหมายที่เกี่ยวกับการใช้บริการเว็บไซต์