

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “จิตสำนึกสาธารณะของผู้ประกอบการในการตลาดแบบปฏิสัมพันธ์ (Entrepreneur Public Consciousness in Interactive Marketing)” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) วัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาแนวความคิดด้านจิตสำนึกสาธารณะของผู้ประกอบการเว็บไซต์ในการทำตลาดปฏิสัมพันธ์ (2) ทิศทางการตลาดแบบปฏิสัมพันธ์ที่มีจิตสำนึกสาธารณะของผู้ประกอบการเว็บไซต์ (3) แนวทางการกำหนดความรับผิดชอบต่อสาธารณะในการตลาดแบบปฏิสัมพันธ์

ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วย 2 วิธี

(1) การสัมภาษณ์เชิงลึก(In-depth interview) ผู้ประกอบการเว็บไซต์ที่ได้รับความนิยมมีผู้เข้าชมมากที่สุดจากการจัดอันดับของทรูฮิต 5 อันดับ ได้แก่ เว็บไซต์สนุกคอตคอม เว็บไซต์กระปุกคอตคอม เว็บไซต์ผู้จัดการออนไลน์ เว็บไซต์เด็กดีคอตคอม และเว็บไซต์เอ็มไทยคอตคอม โดยใช้แบบสัมภาษณ์ กำหนดประเด็นคำถามเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ศึกษา แนวคิดจิตสำนึกสาธารณะของผู้ประกอบการเว็บไซต์ในการทำตลาดปฏิสัมพันธ์ วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ทิศทางการตลาดแบบปฏิสัมพันธ์ที่มีจิตสำนึกสาธารณะของผู้ประกอบการเว็บไซต์ การควบคุมดูแลเนื้อหาบนเว็บไซต์ ความร่วมมือกับหน่วยงานรัฐ และเอกชนเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 แนวทางการกำหนดความรับผิดชอบต่อสาธารณะในการตลาดแบบปฏิสัมพันธ์ ของผู้ประกอบการเว็บไซต์

(2) การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ในเว็บไซต์ของผู้ประกอบการทั้ง 5 เว็บไซต์ที่ให้สัมภาษณ์ สำหรับวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ศึกษาแนวคิดจิตสำนึกสาธารณะของผู้ประกอบการเว็บไซต์ในการทำตลาดปฏิสัมพันธ์ เพิ่มเติมจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการเว็บไซต์ เป็นการวิเคราะห์เนื้อหาเกี่ยวกับการให้บริการเว็บไซต์ และวิธีการตลาดแบบปฏิสัมพันธ์ที่มีจิตสำนึกสาธารณะของผู้ประกอบการเว็บไซต์ในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การกำหนดนโยบาย กฎ กติกา เงื่อนไขในการให้บริการผลิตภัณฑ์บนเว็บไซต์ การควบคุม ดูแล การใช้บริการของผู้ใช้บริการ ความรับผิดชอบต่อสังคม สาธารณะในด้านการซื้อขายผลิตภัณฑ์ การโฆษณาบนเว็บไซต์

จากการศึกษาตามวัตถุประสงค์ทั้ง 3 ข้อดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยได้ภาพรวมของจิตสำนึกสาธารณะของผู้ประกอบการในการตลาดแบบปฏิสัมพันธ์มากขึ้น

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยจิตสำนึกสาธารณะของผู้ประกอบการเว็บไซต์ในการตลาดแบบปฏิสัมพันธ์ จากการสัมภาษณ์และการวิเคราะห์เนื้อหาในเว็บไซต์ของผู้ประกอบการเว็บไซต์สนุกคอตคอม กระจุกคอตคอม เอ็มไทยคอตคอม ผู้จัดการออนไลน์ และเด็กดีคอตคอม มีรายละเอียดดังนี้

1. แนวความคิดเกี่ยวกับจิตสำนึกสาธารณะของผู้ประกอบการเว็บไซต์ในการตลาดแบบปฏิสัมพันธ์ ด้านนโยบายการบริหารจัดการ

ความหมายจิตสำนึกสาธารณะ

ในมุมมองของนิรันดร์ เยวภาว จิตสำนึกสาธารณะคือ “ความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นสิ่งที่ต้องจับต้องได้” ขณะที่ Sang Do Lee ให้ความหมายคือ “ความรับผิดชอบ มีเกณฑ์ชัดเจน ทำอะไรที่ถูกกฎหมาย ไม่ผิดจริยธรรม” ส่วนรัชณี สุประภากรได้อธิบายว่าคือ “การนำเสนอสิ่งที่เป็นประโยชน์ ความรู้ ก็นำแต่สังคม จะไม่นำเสนอเรื่องราวที่ไม่เหมาะสม ต้องคำนึงถึงเรื่องจริยธรรม” และความหมายจิตสำนึกสาธารณะของปรกรณ์ สันติสุนทรกุล คือ “ความรู้สึกรู้จักคิดในความรับผิดชอบต่อสังคม ให้ประโยชน์ต่อสาธารณะ ไม่ทำให้สาธารณะเกิดปัญหาตามมา ผู้พัฒนาเว็บจะต้องมีจริยธรรม คุณธรรม”

สรุปความหมายจิตสำนึกสาธารณะในความคิดเห็นของผู้ประกอบการเว็บไซต์คือ “ความรับผิดชอบต่อสังคม สาธารณะ การนำเสนอสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ คำนึงถึงการกระทำที่ถูกกฎหมาย มีจริยธรรม และคุณธรรม”

นโยบายการบริหารจัดการด้านผลิตภัณฑ์

สรุปผลการวิเคราะห์เนื้อหาเว็บไซต์และผลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการเว็บไซต์เกี่ยวกับนโยบายการ จัดการผลิตภัณฑ์ของเว็บไซต์สนุกคอตคอม เว็บไซต์กระจุกคอตคอม เว็บไซต์เอ็มไทยคอตคอม คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อผู้ใช้บริการ เน้นความรับผิดชอบต่อข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่มีความถูกต้อง ความทันสมัย ต้องมีลิขสิทธิ์ไม่ผิดกฎหมาย ไม่ผิดจริยธรรม มีข้อกำหนดและเงื่อนไขในการใช้เว็บไซต์เป็นลายลักษณ์อักษรปรากฏบนเว็บไซต์ ที่เป็นนโยบายในการคุ้มครองข้อมูล สิทธิส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ เช่น การไม่เปิดเผยข้อมูลของผู้ใช้บริการ การควบคุมเรื่องอีเมล ในขณะที่เว็บไซต์ผู้จัดการออนไลน์ มีนโยบายการจัดการผลิตภัณฑ์ของ ที่ต้องคำนึงถึงจรรยาบรรณวิชาชีพการเป็นนักข่าวเป็นสำคัญ มีการอัปเดตข่าวได้ทันทีทันเหตุการณ์ โดยการกำหนดสิทธิประโยชน์ที่คำนึงถึงผู้ใช้บริการ สังคม และเว็บไซต์เด็กดีคอตคอม มีนโยบายการจัดการผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงการเป็นแบบอย่างที่ดีแก่ผู้ใช้บริการ ยกย่องบุคคลที่มีความสามารถที่ดี ให้ผู้เข้าชมเก็บได้ใช้เป็นแบบอย่าง เนื้อหาเป็น life style การใช้ชีวิต เรื่องการศึกษาทั้ง

ภายในและภายนอกห้องเรียน การพัฒนาผลิตภัณฑ์คำนึงถึง 4 ด้าน คือ (1) ด้านสังคม (Sociable) การทำให้เกิดสังคม เกิดมิตรภาพ และเพื่อน (2) ด้านการเกาะติดกระแส (In trend) นำกระแสเหตุการณ์ต่างๆ ของวัยรุ่น (3) ด้านความเก่ง (Smart) การควบคุมการนำเสนอข้อมูลที่ดี มีประโยชน์สร้างสรรค์ และที่สำคัญที่สุดคือ ไม่มีการใช้สื่อหรือเทคนิคที่ไม่เหมาะสมต่อเยาวชน การเน้น (4) ด้านการแสดงความเป็นตัวตน (Express Identity) การเปิดเวทีสนับสนุนวัยรุ่นให้กล้าแสดงออกในสิ่งที่ดี

นโยบายการบริหารจัดการด้านการดูแลคัดกรองเนื้อหาที่ให้บริการ การกำหนดนโยบาย กฎ กติกาในการซื้อขายบนเว็บไซต์ของผู้ประกอบการ

นโยบายการบริหารจัดการเกี่ยวกับการคัดกรองเนื้อหาที่ให้บริการบนเว็บไซต์ ของสนุก ดอทคอม เว็บไซต์กระปุกดอทคอม เว็บไซต์เอ็มไทยดอทคอม เว็บไซต์ผู้จัดการออนไลน์ และเว็บไซต์เด็กดี ดอทคอม มีการกำหนดเป็นลายลักษณ์อักษรเพื่อแจ้งให้ผู้ใช้บริการทราบเกี่ยวกับนโยบาย ข้อกำหนด กฎ กติกาในการเขียนแสดงความคิดเห็น นโยบายการดูแลตรวจสอบคัดกรองข้อความเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม โดยใช้ (1) ระบบสแกนและกรองคำหยาบ การกำจัดคำหยาบด้วยระบบคัดกรอง (filter) ซึ่งสนุกดอทคอมจะมีการคัดกรองโฆษณาที่เป็น spam ด้วย (2) การมีปุ่มแจ้งลบให้ผู้ใช้บริการแจ้งเจ้าหน้าที่ดูแลเว็บไซต์ลบข้อความที่ไม่เหมาะสม หากผู้ใช้บริการพบเห็นข้อความที่เป็นการละเมิดลิขสิทธิ์สามารถแจ้งต่อผู้ดูแลระบบเพื่อลบออกจากระบบ (3) เจ้าหน้าที่ดูแลเว็บ ตรวจสอบคัดกรองเนื้อหา และรับการแจ้งลบเพื่อทำการลบเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมนั้น เนื้อหาที่มีการแสดงความคิดเห็น หรือข้อความที่จะทำให้เกิดความรุนแรง หรือก่อให้เกิดความขัดแย้งในเรื่องศาสนา การหมิ่นประมาท จ้วงจาบพระราชวงศ์ เจ้าหน้าที่จะทำการลบออก (4) การติดป้ายเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมเพื่อทำการลบภายหลัง สำหรับเว็บไซต์สนุกดอทคอม กำหนดให้ผู้ตั้งกระทู้ระบุเรตติ้งเนื้อหาที่โพสต์บนเว็บบอร์ดเอง โดยใช้สัญลักษณ์บ่งบอกถึงเนื้อหาเหมาะกับผู้อ่านกลุ่มใด ถ้ากระทู้นั้นถูกตรวจแล้วไม่ผ่านก็จะไม่ถูกนำขึ้นบนเว็บไซต์

นโยบายการบริหารจัดการด้านการให้บริการซื้อขายออนไลน์ พบว่าเว็บไซต์สนุก ดอทคอม และเว็บไซต์เอ็มไทยดอทคอม มีการให้บริการซื้อขายออนไลน์ โดยเว็บไซต์สนุกดอทคอมมีการประมูลสินค้าออนไลน์ การซื้อปิ้งสินค้าแบบอีคอมเมิร์ซ คือสั่งซื้อผ่านทางเว็บไซต์ ในการซื้อขายสินค้ามีการกำหนดนโยบายเพื่อความปลอดภัย ความน่าเชื่อถือในการใช้บริการ ซึ่งจะทำให้ผู้ใช้บริการสมัครเป็นสมาชิกและส่งบัตรประชาชนเพื่อยืนยันตัวตนของสมาชิก กฎ กติกา มารยาทในการใช้บริการซื้อขายสินค้า การป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ มีกฎหมายรองรับ ในขณะที่เว็บไซต์เอ็มไทยดอทคอม มีการซื้อขายในเอ็มไทยมาร์เก็ตเพลส ซึ่งมีการกำหนดนโยบายข้อมูลส่วนบุคคล การเปิดเผยข้อมูลซึ่งบริษัทต้องรับผิดชอบดูแลคุ้มครองข้อมูลของผู้ใช้บริการ รวมทั้ง ผลิตภัณฑ์ที่เป็นริงโทน ดาวน์โหลดเพลงของเว็บไซต์สนุก

คอตคอม เว็บไซต์กระปุกคอตคอม และเว็บไซต์เอ็มไทยคอตคอม มีการกำหนดนโยบายการใช้งานไว้ เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้ทราบเกี่ยวกับนโยบายสิทธิส่วนบุคคล ลิขสิทธิ์ตามกฎหมาย เงื่อนไขในการใช้บริการ

นโยบายการบริหารจัดการเกี่ยวกับการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ ลูกค้ำที่ซื้อพื้นที่ลง

โฆษณา พนักงานของบริษัท สังกม ชุมชน

ด้านผู้ใช้บริการ ผู้ประกอบการเว็บไซต์ทั้ง 5 เว็บไซต์ต่างคำนึงถึงประโยชน์ที่ผู้ใช้บริการจะได้รับ นำเสนอผลิตภัณฑ์ เนื้อหา ข้อมูลที่ถูกต้อง ไม่ผิดกฎหมาย มีการรับฟังความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ มีการกำหนดเป็นนโยบายในเรื่องสิทธิส่วนบุคคล ดูแลป้องกันความปลอดภัยเกี่ยวกับข้อมูลของผู้ใช้บริการ รวมทั้งการนำเสนอสิ่งที่เป็นตัวอย่างที่ดีให้กับผู้ใช้บริการ

ด้านลูกค้ำที่ซื้อพื้นที่ลงโฆษณา ผู้ประกอบการเว็บไซต์ มีการกำหนดมาตรการในการคัดเลือกลูกค้ำที่จะซื้อพื้นที่โฆษณา เช่น แบนเนอร์ โดยสินค้าและการโฆษณานั้นต้องไม่หลอกลวงผู้ซื้อ ไม่ขัดกับจริยธรรม กฎหมาย สิทธิส่วนบุคคล สินค้าที่จะนำมาโฆษณาต้องไม่ขัดกับนโยบายของผู้ประกอบการเว็บไซต์

ด้านพนักงานของบริษัท ผู้ประกอบการมีความรับผิดชอบในการดูแลพนักงานบริษัทอย่างมีจริยธรรม คือการให้พนักงานมีโอกาสพัฒนาตนเองเกี่ยวกับการทำงาน เปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นร่วมกับผู้บริหาร และทีมงาน ในเรื่องงาน วิธีการทำงาน มีการให้ขวัญกำลังใจ

ด้านสังคม และชุมชน แต่ละเว็บไซต์แสดงความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยการทำกิจกรรมเพื่อกลุ่มผู้ใช้บริการเว็บไซต์และเพื่อสังคม โดย (1) การจัดกิจกรรมด้านการศึกษา การจัดกิจกรรมให้ความรู้แก่เยาวชน การจัดค่ายให้ความรู้ (2) การบริจาคสิ่งของ เงินด้วยการจัดกิจกรรมให้ความช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาส ผู้ประสบภัย ผู้ยากไร้ ส่วนมากจะเป็นลักษณะการบริจาคสิ่งของ (3) กิจกรรมส่งเสริมสังคมออนไลน์และออฟไลน์

2. ทิศทางการตลาดแบบปฏิสัมพันธ์ที่มีจิตสำนึกสาธารณะของผู้ประกอบการเว็บไซต์

การเน้นเรื่องกฎหมาย สิทธิส่วนบุคคล ลิขสิทธิ์ มีการกำหนด กติกา ในการใช้บริการ ผู้ประกอบการเว็บไซต์ จะให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการกำกับดูแล คัดกรองเนื้อหา ข้อความบนเว็บไซต์ การร่วมมือกับหน่วยงานอื่นๆ ทั้งภาครัฐ เอกชน สมาคม เช่น สำนักงานสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) กระทรวงศึกษาธิการ เพื่อจัดกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน สังคม

3. แนวทางการกำหนดความรับผิดชอบต่อสาธารณะในการทำตลาดแบบปฏิสัมพันธ์

สมาคมผู้ดูแลเว็บไทย นอกจากมีบทบาทหน้าที่กำหนดข้อบังคับ ระเบียบปฏิบัติด้านจริยธรรม ในการให้บริการเว็บไซต์ การผลักดันเรื่องกฎหมาย ทำหน้าที่แจ้งเตือนเว็บไซต์ที่เป็นสมาชิกของสมาคมผู้ดูแลเว็บไทยที่ขาดจรรยาบรรณ และไม่มี ความรับผิดชอบต่อสังคมแล้ว ควรมีมาตรการให้ทุกเว็บไซต์เข้าเป็นสมาชิก มีการให้ความรู้ ความเข้าใจแก่ผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการเกี่ยวกับกฎหมายสิทธิส่วนบุคคล จริยธรรม และจิตสำนึกในการให้บริการแก่สาธารณะ ความร่วมมือกันระหว่างสมาคมผู้ดูแลเว็บไทยกับผู้ประกอบการเว็บไซต์ในการสร้างสรรค์กิจกรรมส่งเสริมให้ผู้ใช้บริการมีจิตสำนึกสาธารณะในการใช้เว็บไซต์ หน่วยงานรัฐมีการพัฒนากฎหมายเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต อิเล็กทรอนิกส์ที่ทันสมัย รัฐบาลควรมีระบบจัดการฐานข้อมูลที่สามารถเชื่อมโยงกันที่จะช่วยให้ผู้ประกอบการเว็บไซต์สามารถตรวจสอบข้อมูลเพื่อยืนยันตัวตนของผู้ใช้บริการได้

อภิปรายผลการวิจัย

เว็บไซต์ถูกนำมาใช้เป็นช่องทางการสื่อสาร เพื่อนำเสนอข่าวสาร สินค้าและบริการ มีลักษณะปฏิสัมพันธ์ (Interactive) ระหว่างเจ้าของสินค้าและบริการ กับผู้ให้บริการเว็บไซต์ ซึ่งเป็นกระบวนการสื่อสารสองทางที่ทำให้กลุ่มผู้ให้บริการสองกลุ่มหรือมากกว่าสองกลุ่มสามารถติดต่อสื่อสารเข้ามาเกี่ยวข้อง (Involvement) ทำกิจกรรมด้วยกัน และมีข้อผูกพันกัน (Martin Lindstrom, 2000) การสื่อสารสองทางผ่านทางเว็บไซต์ทำให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้แบบหนึ่งต่อหนึ่ง (One-to-One) และมีลักษณะโต้ตอบระหว่างผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ เช่นการเลือกซื้อสินค้าและบริการออนไลน์ การตั้งกระทู้ การโพสต์ข้อความ ภาพ วิดีโอ บนเว็บไซต์

จากการวิจัยเกี่ยวกับ จิตสำนึกสาธารณะของผู้ประกอบการเว็บไซต์ ในการตลาดแบบปฏิสัมพันธ์ ทุกเว็บไซต์มีการแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคม ในแง่ของกฎหมาย ได้แก่ การคุ้มครองผู้บริโภคเกี่ยวกับสินค้าที่นำเสนอขายบนเว็บไซต์ ควบคุมดูแลการให้บริการ และผู้เข้าใช้บริการมิให้ล่วงละเมิดสิทธิส่วนบุคคล การกระทำผิดกฎหมาย และในแง่ของจริยธรรม โดยการกำหนดนโยบาย แนวปฏิบัติ เกี่ยวกับพฤติกรรมและกิจกรรมที่เกิดขึ้นโดยสมาชิกของบริษัท ผู้ให้บริการเว็บไซต์ และชุมชนสังคมออนไลน์ ผู้วิจัยมีประเด็นในการอภิปรายผลการวิจัย ดังนี้



1. แนวความคิดด้านจิตสำนึกสาธารณะของผู้ประกอบการเว็บไซต์ในการตลาดแบบปฏิสัมพันธ์ ความหมายของจิตสำนึกสาธารณะ

ผู้ประกอบการเว็บไซต์ อธิบายความหมายจิตสำนึกสาธารณะ คือความรับผิดชอบต่อสังคม สาธารณะ การกระทำที่ถูกกฎหมาย การนำเสนอสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะที่คำนึงถึงจริยธรรม คุณธรรม ความหมายที่ผู้ประกอบการเว็บไซต์อธิบายนั้น เป็นการแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ (Corporate Social Responsibility) คือ การดำเนินธุรกิจไปตามครรลองของกฎหมายและจริยธรรม โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ความรับผิดชอบต่อด้านเศรษฐกิจ การผลิตและจำหน่ายสินค้าและบริการ เพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภค เพื่อแสวงหากำไรสูงสุด ความรับผิดชอบต่อด้านกฎหมาย คือการดำเนินธุรกิจเพื่อแสวงหากำไรอย่างถูกต้อง โดยปฏิบัติตามกฎหมายและกฎข้อบังคับต่างๆ ของสังคม ความรับผิดชอบต่อด้านสังคม คือการดำเนินธุรกิจอย่างถูกต้องตามครรลองของกฎหมายและจริยธรรม ผู้บริหารจะตัดสินใจดำเนินการโดยมีความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้นกับจริยธรรม และคุณพินิจของแต่ละบุคคล (อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง, 2546) จริยธรรมเป็นเรื่องของบุคคล ความเชื่อทางศาสนาก็จริงแต่ก็มักได้รับอิทธิพลจากการพูดคุย ถกเถียงกันของกลุ่ม ของบุคคล มักขึ้นอยู่กับองค์กร และกลุ่มเกี่ยวกับความหมาย ทิศทาง และเป้าหมาย เป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กร (Joseph W. Weiss, 2006) ส่วนคุณพินิจของแต่ละบุคคลคือจิตสำนึกที่มีการตระหนักรู้อย่างลึกซึ้ง มีความเข้าใจในเรื่องนั้นๆ พร้อมทั้งจะปฏิบัติการ จิตสำนึกที่อยากจะทำความดี ในขณะที่จริยธรรมทางธุรกิจเป็นเรื่องเกี่ยวกับกฎกติการะเบียบ และหลักการที่เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ (นภาพร ชันชนภา, 2547)

การใช้อินเทอร์เน็ต ทำให้มีการสื่อสาร ที่สามารถส่งข้อความถึงตัวผู้ใช้บริการ ซึ่งเป็นประเด็นทางจริยธรรมที่เกี่ยวข้องกับสิทธิส่วนบุคคลที่เป็นส่วนตัว บริษัทที่ให้บริการออนไลน์จะต้องสร้างมาตรฐานทางจริยธรรมให้กับเครือข่ายของตน ความรับผิดชอบต่อสังคมที่มี จิตสำนึกสาธารณะ หรือจิตสำนึกทางสังคม คือ การตระหนัก และคำนึงถึงส่วนรวมร่วมกันหรือคำนึงถึงผู้อื่นที่ร่วมความสัมพันธ์เป็นกลุ่มเดียวกับตน (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน, 2524, น 81) เป็นจิตสำนึกที่เป็นผลที่ได้จากการประเมินค่า การเห็นความสำคัญ ซึ่งมีฐานอยู่ที่ทัศนคติ ความเชื่อ ค่านิยม ความเห็นและความสนใจ (พรศักดิ์ ผ่องแผ้วอ้างในหลุทัย อาจปัฐ, 2544) ในขณะที่จริยธรรมทางธุรกิจจะเป็นเรื่องของกฎ ระเบียบ และหลักการที่เป็นแนวทางในการตัดสินใจของบุคคลและกลุ่มงาน ส่วนความรับผิดชอบต่อสังคมจะคำนึงถึงผลกระทบของการตัดสินใจขององค์กรที่มีต่อสังคม เหตุผลที่บริษัททางธุรกิจต้องมีจริยธรรมเพราะบางครั้งกฎหมายก็ครอบคลุมไม่ถึง เช่น การแสดงความคิดเห็นด้วยคำ (นภาพร ชันชนภา, 2547)

ดังนั้น ผู้ประกอบการเว็บไซต์เว็บไซต์สนุกคอตคอม กระจุกคอตคอม เอ็มไทยคอตคอม ผู้จัดการออนไลน์ และเด็กดีคอตคอม ได้กำหนดนโยบาย การดูแลควบคุมการใช้บริการเว็บไซต์ 3 ลักษณะ คือ (1) ควบคุมดูแลโดยใช้กฎหมาย โดยเฉพาะเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ การประมูลสินค้า การซื้อปิ้งซื้อสินค้า ริงโทน การดาวน์โหลดเพลง (2) ควบคุมดูแลรับผิดชอบต่อสังคม ด้วยการมีระบบกลั่นกรองอัตโนมัติ เพื่อคัดกรองข้อความที่ไม่เหมาะสมออก การมีเจ้าหน้าที่ผู้ดูแลเว็บไซต์เพื่อคัดกรอง (3) ควบคุมดูแลส่งเสริมให้ผู้ใช้บริการ มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้วยการมีปุ่มแจ้งลบ ให้ผู้ให้บริการสามารถแจ้งลบข้อความที่เห็นว่าไม่เหมาะสมไปยังเจ้าหน้าที่ผู้ดูแลเว็บไซต์ การกำหนดให้ผู้จัดทำเครดิตติ้งระบุชื่อของตนเอง

นโยบายการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ การนำเสนอผลิตภัณฑ์ บนเว็บไซต์สนุกคอตคอม กระจุกคอตคอม เอ็มไทยคอตคอม และเด็กดีคอตคอม ต่างมีนโยบายการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดด้านการตลาด (William F. Scholl, 1995, P.13) ที่สนับสนุนให้บริษัททางธุรกิจดำเนินการให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ โดยเน้นที่ความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก นอกจากนี้ยังคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อผู้ให้บริการโดยใช้มาตรการทางกฎหมาย ผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอบนเว็บไซต์เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีลิขสิทธิ์ถูกต้องและได้รับความคุ้มครองตามกฎหมาย มีการดูแลสิทธิส่วนบุคคล สิทธิประโยชน์ที่ผู้ให้บริการพึงได้รับอย่างถูกต้องตามกฎหมาย การคุ้มครองข้อมูลของผู้ให้บริการ ซึ่งการคุ้มครองข้อมูลสิทธิส่วนบุคคล ความเป็นส่วนตัวของผู้ประกอบการเว็บไซต์ จะต้องเกิดจากการเคารพการดำเนินชีวิต (Psychological Privacy) ซึ่งรวมถึงความคิด ความเชื่อและค่านิยมความรู้สึกและความต้องการของบุคคล ในต่างประเทศ เช่น สมาคมการตลาดแห่งอเมริกา (The American Marketing Association, AMA) ได้ตระหนักถึงเรื่องนี้และได้กำหนดการให้บริการแก่ผู้ให้บริการเว็บไซต์ โดยแบ่งกิจกรรมด้านจริยธรรมครอบคลุม 3 เรื่อง คือ (1) ความเป็นส่วนตัว (Privacy) สารสนเทศที่รวบรวมได้จากลูกค้าควรเป็นความลับ และใช้เฉพาะวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ข้อมูลที่เป็นความลับของลูกค้า ควรต้องมีการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล ไม่ให้บุคคลอื่นที่ไม่มีอำนาจเกี่ยวข้องมาใช้ข้อมูล (2) การเป็นเจ้าของ (Ownership) สารสนเทศที่ได้จากอินเทอร์เน็ตควรเป็นไปอย่างถูกต้องเป็นเอกสาร สารสนเทศของเจ้าของควรมีการรักษาความปลอดภัย (3) การเข้าถึงข้อมูล (Access) นักการตลาดควรดูแลด้วยการให้เป็นสมาชิก การใส่รหัส และสารสนเทศอื่น ๆ ที่มีลักษณะเป็นความลับ สามารถตรวจสอบได้โดยบุคคลที่มีอำนาจในการตรวจสอบ (Glenn Hardaker, 2001)

ด้วยเหตุนี้ การควบคุมการใช้บริการผลิตภัณฑ์ด้วยการกำหนดนโยบายเป็นข้อกำหนด และเงื่อนไขในการใช้เว็บไซต์เป็นลายลักษณ์อักษรเกี่ยวกับการใช้บริการผลิตภัณฑ์บนเว็บไซต์ จึงเป็นการเคารพความเป็นส่วนตัวด้านกิจกรรมทางกายภาพ (Physical Privacy) ที่แสดงออกมา ซึ่งมีความสำคัญ

เพราะเป็นสิ่งที่ป้องกันความเป็นส่วนตัวในการเคารพการดำเนินชีวิต (Psychological Privacy) โดยเฉพาะอย่างยิ่งเว็บไซต์ที่นำเสนอผลิตภัณฑ์หลักเป็นข่าวอย่างเว็บไซต์ผู้จัดการออนไลน์ ที่เน้นจรรยาบรรณ (Code of Ethics) คือ ข้อกำหนดที่องค์กรกำหนดขึ้นเพื่อให้เกิดการกระทำที่ดีในการประกอบการอย่างมีคุณธรรม มีความรับผิดชอบ เช่น จรรยาบรรณของสื่อมวลชนพึงตระหนักในความรับผิดชอบต่อทุกเรื่องที่ยื่นออกทางสื่อมวลชน เสนอข่าวอย่างถูกต้อง เชื่อถือได้ (เนตร์พัฒนา ยาวีราช, 2549) เป็นเอกสารที่เป็นทางการของบริษัท คาดหวังที่จะก่อให้เกิดพฤติกรรมที่มีจริยธรรม ทำให้พนักงานได้รู้ว่าอะไรคือพฤติกรรมที่ยอมรับได้และอะไรคือพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมไม่ควรช่วยให้พนักงานหลีกเลี่ยงไม่ทำอะไรเกินขอบเขตที่กำหนดในการนำเสนอข่าว (นภาพร ชันชนภา, 2547)

นโยบายการบริหารจัดการการดูแลคัดกรองเนื้อหาที่ให้บริการบนเว็บไซต์ของผู้ประกอบการเว็บไซต์

เว็บไซต์สนุกดอทคอม กระจุกดอทคอม เอ็มไทยดอทคอม เด็กดีดอทคอม และผู้จัดการออนไลน์ มีความรับผิดชอบต่อผู้ใช้บริการ สังคม สร้างบรรยากาศในองค์กร (Joseph W. Weiss, 2006) โดยมีแนวคิดเกี่ยวกับจริยธรรม และเครื่องมือสำหรับสร้างจรรยาบรรณ (ethical codes) และการตรวจสอบทางสังคม (Social audits) โดยการกำหนดเป็นลายลักษณ์อักษรเกี่ยวกับนโยบาย กฎ กติกา มารยาท ในการแสดงความคิดเห็น การโพสต์ข้อความ รูปภาพ วิดีโอ บนเว็บไซต์ มีการใช้ระบบคัดกรองข้อความเนื้อหาแบบอัตโนมัติ มีเจ้าหน้าที่คอยตรวจสอบข้อความอีกชั้นหนึ่งด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของโอมห์ สุขศรี เรื่องการสื่อสารผ่านเว็บไซต์กับการสร้างอัตลักษณ์และสัญญาของกลุ่มแฟนคลับฟุตบอลต่างประเทศ กรณีศึกษา: เรดอาร์มีแฟนคลับ พบว่ากฎ ระเบียบในการสื่อสารของกลุ่มเรดอาร์มีแฟนคลับ ในเว็บไซต์ www.redarmyfc.com มีกฎกติกาและมารยาทในการสื่อสาร ซึ่งกำหนดโดย webmaster เพื่อเป็นการควบคุมความเรียบร้อยในเว็บบอร์ด โดยกฎหมายดังกล่าวเลียนแบบกฎหมายทางสังคมจริงนำมาประยุกต์ใช้ แต่บทลงโทษจะเป็นการลงโทษที่กระทำและตัวตนเสมือนของสมาชิก เช่น การลบ หรือการระงับสถานภาพของสมาชิก นอกจากนี้ผู้ประกอบการได้ให้ผู้ใช้บริการมีส่วนร่วม (engagement) โดยมีการแสดงปุ่มแจ้งลบ เพื่อให้ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ได้มีส่วนร่วมในการตรวจสอบคัดกรองเป็นการสร้างจิตสำนึกของผู้ใช้บริการที่มีต่อสาธารณะ

ดังนั้น การมุ่งที่ผู้ประกอบการให้มีจิตสำนึกสาธารณะฝ่ายเดียวคงไม่เพียงพอ ต้องให้ผู้ใช้บริการมีจิตสำนึก และช่วยกันเติมเต็มให้กับชุมชน (fill up community) การมีส่วนร่วม (engagement) ของผู้ใช้จะทำให้เขารู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของสังคมออนไลน์ที่ต้องช่วยกันรับผิดชอบต่อดูแล มุ่งที่กลุ่มผู้ใช้บริการให้มีจิตสำนึกสาธารณะ การที่จะให้เจ้าของเว็บไซต์มีจิตสำนึกสาธารณะแต่เพียงฝ่ายเดียวคงไม่เพียงพอ ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ก็ต้องมีจิตสำนึกสาธารณะด้วย ต้องเริ่มที่แต่ละบุคคลมีความรู้เหตุผล (Moral reasoning) (เนตร์พัฒนา ยาวีราช, 2549) มีความเข้าใจในความถูกต้องคือรู้ว่าอะไรถูกอะไรผิด สามารถ

ตัดสินแยกแยะความถูกต้องออกจากความไม่ถูกต้องได้ด้วยการคิด ทำให้เกิดอารมณ์ความรู้สึกสำนึกผิดชอบชั่วดี นอกจากนี้ เว็บไซต์ต่างๆควรมีพื้นที่ธรรมรงค์ประชาสัมพันธ์ และมีกิจกรรม ให้ผู้ใช้บริการได้มีส่วนร่วมแสดงถึงการมีจิตสำนึกในการใช้เว็บไซต์อย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมให้มากขึ้น ปัจจุบันมีสนุคคอตคอมเป็นเว็บไซต์ที่มีการจัดเรตติ้ง ของฟอรัม เปิดโอกาสให้ผู้ใช้จัดเรตติ้งข้อความของตนเองที่เขียนเข้ามาในเว็บบอร์ด คล้ายการจัดเรตติ้งทางโทรทัศน์ เพื่อสร้างจิตสำนึกให้กับผู้ใช้บริการ เป็นกระบวนการอบรมขัดเกลาทางสังคม (จินตนา บุญบงการ, 2549) ที่เป็นกระบวนการปลูกฝังบรรทัดฐานของกลุ่มให้เกิดในตัวบุคคลให้สามารถปฏิบัติตัวได้อย่างถูกต้องในสายตาของสังคมจากการวิจัยของ นุชรรัตน์ ขวัญคำ เรื่อง รูปแบบการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ลักษณะเด่นทางสื่ออินเทอร์เน็ตที่ดึงดูดใจกลุ่มวัยรุ่น คือวิธีการใช้สื่อนั้นไม่ต้องระบุชื่อจริงของตนเอง ประกอบกับการไม่ต้องเห็นหน้าซึ่งกันและกันทำให้รู้สึกดี มีสถานภาพเท่าเทียมกัน อีกทั้งยังสามารถปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ของตนเองได้ตลอดเวลา ดังนั้น โอกาสที่กลุ่มวัยรุ่นจะโพสต์ข้อความ ภาพ ที่ไม่เหมาะสม หรือละเมิดสิทธิผู้อื่นเกิดขึ้นได้ การที่ผู้ประกอบการเว็บไซต์ มีข้อกำหนด เงื่อนไขการใช้บริการอย่างชัดเจนโดยคำนึงถึงสิทธิส่วนบุคคล ลิขสิทธิ์ตามกฎหมาย มีการคุ้มครองตามกฎหมายเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญา ห้ามลอกเลียนปลอมแปลง ทำซ้ำ เป็นการแสดงออกถึงการมีความรับผิดชอบต่อผู้ใช้บริการ และต่อสังคม

นอกจากนี้ การดูแลคุ้มครองเนื้อหาที่ให้บริการผลิตภัณฑ์ที่เป็นการซื้อขายออนไลน์ การประมูล ชอปปิง เว็บไซต์สนุคคอตคอม และเว็บไซต์เอ็มไทยคอตคอม มีการกำหนดนโยบายเพื่อความปลอดภัย โดยให้ผู้ใช้บริการสมัครเป็นสมาชิกและส่งบัตรประชาชนเพื่อยืนยันตัวตนของสมาชิก มีกฎกติกา มารยาทในการใช้บริการซื้อขายสินค้า การป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ มีกฎหมายรองรับ มีการกำหนดนโยบายข้อมูลส่วนบุคคล ความรับผิดชอบที่ต้องดูแลเกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลของผู้ใช้บริการ รวมทั้งผลิตภัณฑ์ที่เป็นริงโทนมือถือ การดาวน์โหลดเพลง วิดีโอ ทุกเว็บไซต์มีการระบุนโยบายเกี่ยวกับข้อกำหนดเงื่อนไขในการใช้บริการอย่างชัดเจนโดยคำนึงถึงสิทธิส่วนบุคคล ลิขสิทธิ์ตามกฎหมาย มีการคุ้มครองตามกฎหมายเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญา ห้ามลอกเลียนปลอมแปลง ทำซ้ำ จะพบว่าทุกเว็บไซต์จะใช้กฎหมายมาคุ้มครอง ควบคุมผู้ใช้บริการ ผู้ประกอบการเว็บไซต์สามารถใช้กฎหมายคุ้มครองได้แต่ถ้าหากเจ้าของสินค้าไม่มีจิตสำนึกในการขายสินค้าและบริการ ผู้ประกอบการต้องไม่ปล่อยผ่านไปให้เจ้าของสินค้าเอาเปรียบลูกค้าที่ซื้อสินค้าออนไลน์ โดยต้องไม่ให้เจ้าของสินค้าหลอกลวงผู้ซื้อ

นโยบายการบริหารจัดการเกี่ยวกับการให้บริการผู้ใช้บริการเว็บไซต์ ถูกค้าที่ซื้อพื้นที่ลงโฆษณา พนักงานของบริษัท สังกม ชุมชน

ด้านการให้บริการผู้ใช้บริการ เว็บไซต์สนุคคอตคอม กระจุกคอตคอม เอ็มไทยคอตคอม เด็กดี

คอตคอม และผู้จัดการออนไลน์ มีความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate social responsibility) มีการดำเนินธุรกิจไปตามครรลองของกฎหมายและจริยธรรม (อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง และคณะ, 2546) โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้ที่เกี่ยวข้อง ทั้งผู้ที่มีความเกี่ยวข้องโดยตรงต่อความสำเร็จขององค์กร ได้แก่ พนักงาน ผู้ถือหุ้นและเจ้าของ ลูกค้า ผู้จำหน่าย วัตถุดิบ คู่แข่งขัน ผู้จัดการจำหน่ายสินค้า และเจ้าหน้าที่ ตลอดจนผู้ที่ได้รับผลกระทบจากการประกอบธุรกิจทั้งทางตรงและทางอ้อม ได้แก่ ชุมชน รัฐบาล กลุ่มบรรณรักษ์ สื่อมวลชน สาธารณชน และกลุ่มสนับสนุนธุรกิจต่างๆ การดูแลรับผิดชอบต่อพนักงานของบริษัท ซึ่งทุกเว็บไซต์คำนึงถึงประโยชน์ที่ผู้ใช้บริการจะได้รับ การนำเสนอข่าวสาร เนื้อหา ข้อมูลต่างๆต้องมีความถูกต้อง มีความทันสมัย ไม่ผิดกฎหมาย ดูแลป้องกันความปลอดภัยเกี่ยวกับข้อมูลของผู้ใช้บริการ การนำเสนอสิ่งที่เป็นตัวอย่างที่ดีให้กับผู้ใช้บริการ การตรวจคัดกรอง กำหนดกฎ ระเบียบสำหรับผู้ที่ซื้อพื้นที่เพื่อโฆษณาบนเว็บไซต์ รวมทั้งความรับผิดชอบต่อพนักงานของผู้ประกอบการเว็บไซต์เอง

ด้านลูกค้าที่ซื้อพื้นที่โฆษณา ทุกเว็บไซต์มีจริยธรรมทางธุรกิจ ด้วยการกำหนดมาตรการการคัดเลือกลูกค้าที่จะซื้อพื้นที่โฆษณา ซึ่งสินค้าที่จะนำมาโฆษณาบนเว็บไซต์ต้องไม่หลอกลวงผู้ซื้อ ไม่ขัดกับจริยธรรม กฎหมาย สิทธิส่วนบุคคล และต้องเป็นสินค้าที่ไม่ขัดกับนโยบายของผู้ประกอบการเว็บไซต์ ดังที่จินตนา บุญบงการ (2549) ได้กล่าวถึง การโฆษณาสินค้า การส่งเสริมการขาย มีส่วนเกี่ยวข้องกับจริยธรรม อันได้แก่ ความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า ความเป็นธรรมในการโฆษณาสินค้า การระบุข้อมูลเกินความจริง การให้ข้อมูลผิดๆ จึงเป็นความรับผิดชอบต่อผู้ประกอบการเว็บไซต์ที่จะต้องควบคุมดูแล ดังที่เนตร์พัฒนา ยาวีราช ได้กล่าวว่า (2549) ผู้ประกอบการต้องมีจริยธรรมประจำใจในการโฆษณาสินค้าและบริการอย่างรับผิดชอบต่อและเป็นความจริง การโฆษณาที่หลอกลวงประชาชนหรือขาดความรับผิดชอบต่อจะทำให้เสียหายต่อหน่วยงานนั้น เพราะผู้บริโภคจะขาดความเชื่อถือ และเสื่อมความนิยมลง

ด้านพนักงานของบริษัท ผู้ประกอบการเว็บไซต์ ให้พนักงานมีโอกาสพัฒนาตนเองเกี่ยวกับการทำงาน เปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นร่วมกับผู้บริหาร และทีมงาน ในเรื่องงาน วิธีการทำงาน มีการให้ขวัญกำลังใจ ดังนั้น บทบาทของผู้บริหารเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในการส่งเสริมสนับสนุนทางจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ความรับผิดชอบต่อผู้ประกอบการต่อพนักงานลูกจ้าง จะต้องมีความรับผิดชอบต่อพนักงานด้านสิทธิส่วนบุคคล ของพนักงาน (Human Right) ในการแสดงความคิดเห็น การเคารพและรับฟังความคิดเห็น ข้อเสนอแนะของพนักงาน (เนตร์พัฒนา ยาวีราช, 2549) ผู้บังคับบัญชาหรือผู้จัดการจำเป็นต้องมีวิธีที่ทำให้คนในองค์กรปฏิบัติตนอย่างมีจริยธรรม (George S. May International Company, 2009) Halbert Ingulli (2002) กล่าวถึง จริยธรรมทางธุรกิจธุรกิจต้องมีการส่งเสริมพัฒนาพนักงานให้มีความรู้ ความชำนาญในงาน

พนักงานมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น มีการให้ขวัญกำลังใจทั้งด้านการงานและค่าตอบแทน การเคารพบุคคลทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน เสรีภาพในการพูด ความซื่อสัตย์ สอดคล้องกับอภิรัฐ ตั้งกระจำ และคณะ (2546) ได้กล่าวถึงความสัมพันธ์สิทธิและหน้าที่ของนายจ้างและพนักงาน สำหรับนายจ้างความรับผิดชอบบางอย่างอาจเป็นไปได้ตามกฎหมายหรือสัญญา ในขณะที่ความรับผิดชอบบางอย่างเป็นเรื่องของจริยธรรมและความถูกต้องทางสังคม การให้โอกาสพนักงานทุกคนเท่าเทียมกัน มีการจ่ายค่าตอบแทนที่เพียงพอและเป็นธรรม การเคารพสิทธิส่วนบุคคลของพนักงาน เช่น สิทธิในการพูด แสดงความคิดเห็นอย่างเป็นอิสระ สิทธิในการต่อรอง เป็นต้น บทบาทขององค์กรมีผลต่อการขัดเกลาและมีอิทธิพลต่อทัศนคติ และพฤติกรรมของสมาชิกภายในองค์กร ดังนั้นการกำหนดจริยธรรมเข้าไปในกระบวนการบริหารกลยุทธ์เป็นสิ่งที่ถูกต้องและควรทำ (Joseph W. Weiss, 2006) การทำสิ่งที่ถูกต้องไม่ใช่เรื่องง่ายเสมอไปที่จะทำ แต่มันเป็นสิ่งที่ถูกต้องเสมอ เป็นข้อกำหนดเพื่อความสำเร็จในระยะยาว (George S. May International Company, 2009)

ด้านสังคมชุมชน แต่ละเว็บไซต์จะมีการจัดกิจกรรมเพื่อสังคม เพื่อกลุ่มผู้ใช้บริการเว็บไซต์ อาทิ การจัดกิจกรรมให้ความรู้แก่เยาวชน การบริจาคช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาส ผู้ประสบภัย ผู้ยากไร้ และกิจกรรมส่งเสริมสังคม นอกเหนือจากการจัดกิจกรรมเพื่อสังคมที่เกี่ยวกับการทำบุญ การบริจาคช่วยเหลือ น้ำท่วม การมีส่วนร่วมให้ความรู้กับหน่วยงานต่างๆ ผู้ประกอบการเว็บไซต์ควรแสดงให้เห็นถึงการมีจิตสำนึกสาธารณะมากขึ้นด้วยการรณรงค์ให้ความรู้ด้านจริยธรรม ส่งเสริมให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตร่วมกันคิดกิจกรรมที่สร้างสรรค์สังคม เพื่อปลูกจิตสำนึกให้เกิดขึ้นจากใจของเขาเอง ที่ต้องการทำเพื่อสังคมจริงๆ อาสาสมัครที่จะทำกิจกรรมที่ดีต่อสังคม มีการเผยแพร่เกี่ยวกับการมีจิตสำนึกสาธารณะเพื่อเป็นแบบอย่างที่ดีให้กับบุคคลอื่น และสร้างความภาคภูมิใจที่มีส่วนร่วมในการทำความดีให้กับสังคม

2. ทิศทางการตลาดแบบปฏิสัมพันธ์ที่มีจิตสำนึกสาธารณะของผู้ประกอบการเว็บไซต์

ผู้ประกอบการเว็บไซต์ มีทิศทางการตลาดแบบปฏิสัมพันธ์โดย (1) เน้นการกำกับดูแลผลิตภัณฑ์ ด้วยการใช้กฎหมาย (Law) ลิขสิทธิ์ (Copy right) เพื่อป้องกันการลอกเลียนแบบสินค้าและบริการที่เจ้าของได้สร้างสรรค์ขึ้นไม่ให้ถูกนำไปใช้ประโยชน์โดยไม่ได้รับอนุญาต การดูแลสิทธิส่วนบุคคล (Personal right) ความเป็นส่วนตัว (Privacy) ในการจัดเก็บข้อมูลของลูกค้า สมาชิกผู้ใช้บริการ และคุ้มครองผู้ใช้บริการเว็บไซต์โดยเฉพาะกลุ่มเด็กและเยาวชน ดังเช่น The AMA Code of Ethics สำหรับการตลาดบนอินเทอร์เน็ต (Judy Strquass, 2001) ที่เน้นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้า ควรเป็นความลับ และใช้กับวัตถุประสงค์เฉพาะเท่านั้น (2) การแสดงออกถึงความมีจริยธรรม ด้วยการดูแล กัดครองเนื้อหา ข้อความที่ไม่เหมาะสมบนเว็บไซต์ การรณรงค์ให้ชุมชนบนออนไลน์เข้ามามีส่วนร่วมในการกำกับตรวจสอบควบคุมดูแลกันเอง สร้างให้เป็นวัฒนธรรมองค์กรที่เอื้อต่อการเกิดพฤติกรรมอย่างมีจิตสำนึกสาธารณะ (Glenn Hardaker, 2001) เป็นการสร้างจิตสำนึกสาธารณะในกลุ่มผู้ใช้บริการเว็บไซต์ (3) การสร้างสรรค์

สังคมด้วยการร่วมมือกับหน่วยงานอื่นๆ ทั้งภาครัฐ เอกชน สมาคม เพื่อจัดกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน สังคม ซึ่งจะทำให้เกิดเครือข่ายการแจ้งข่าวสาร การให้ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ๆ การจัดกิจกรรมส่งเสริมจริยธรรม จิตสำนึกสาธารณะ

3. แนวทางการกำหนดความรับผิดชอบต่อสาธารณะในการทำตลาดแบบปฏิสัมพันธ์

แนวทางการกำหนดความรับผิดชอบต่อสาธารณะของผู้ประกอบการเว็บไซต์ (1) การพัฒนาคุณภาพของคนทำเว็บไซต์ นอกจากสมาคมผู้ดูแลเว็บไทยจะมีบทบาทช่วยผลักดันเรื่องกฎหมาย เช่น พระราชบัญญัติด้านคอมพิวเตอร์ มีหน้าที่แจ้งเตือนเว็บไซต์ที่เป็นสมาชิกของสมาคมผู้ดูแลเว็บไทย ที่ขาดจรรยาบรรณ ไม่มีความรับผิดชอบต่อสังคม และสภานิติวิชาชีพเว็บไซต์ ที่ทำหน้าที่กำหนดข้อบังคับ ระเบียบปฏิบัติด้านจริยธรรมในการให้บริการเว็บไซต์แล้ว ควรมีการจัดโปรแกรมการฝึกอบรมพัฒนาคุณภาพของผู้ทำเว็บไซต์ด้านจิตสำนึกสาธารณะการนำเสนอสิ่งที่มีประโยชน์ต่อคุณภาพชีวิตของผู้ใช้บริการ (2) การรณรงค์การสื่อสารให้ความรู้ เข้าใจในการใช้เว็บไซต์อย่างมีจริยธรรม มีจิตสำนึกสาธารณะไม่เบียดเบียนผู้อื่น ให้ผู้ใช้บริการเว็บไซต์มีบทบาทมีส่วนร่วมในการกำหนดความรับผิดชอบในการดูแล คัดกรองข้อความที่ปรากฏบนเว็บไซต์ และส่งเสริมให้มีโครงการสำหรับเยาวชนแสดงผลงานสร้างสรรค์เกี่ยวกับจริยธรรม จิตสำนึกสาธารณะ (3) หน่วยงานรัฐบาลมีการพัฒนากฎหมายเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต อิเล็กทรอนิกส์ที่ทันสมัย มีระบบจัดการฐานข้อมูลที่สามารถเชื่อมโยงกันที่จะช่วยให้ผู้ประกอบการเว็บไซต์สามารถตรวจสอบข้อมูลเพื่อยืนยันตัวตนของผู้ใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นเอกภาพ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการเว็บไซต์

1. สมาคมผู้ดูแลเว็บไทย ควรผลักดันให้ผู้ประกอบการเว็บไซต์ ทุกรายเข้าเป็นสมาชิกของสมาคมผู้ดูแลเว็บไทย โดยร่วมมือกับกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร และการใช้เว็บไซต์ที่เน้นด้านจริยธรรมอย่างเป็นรูปธรรม รณรงค์ให้ความรู้ด้านจริยธรรม ส่งเสริมให้ผู้ให้บริการเว็บไซต์ร่วมกันคิดกิจกรรมที่สร้างสรรค์สังคม เพื่อปลูกจิตสำนึกให้เกิดขึ้นจากใจเขาเองที่ต้องการทำเพื่อสังคมจริงๆ โดยมีมาตรการกำหนดให้ทุกเว็บไซต์ ต้องเพิ่มพื้นที่เว็บเพจในการนำเสนอความรู้ กิจกรรมที่เกี่ยวกับการทำประโยชน์เพื่อสังคมอย่างมีจิตอาสา การจัดทำโครงการนำร่องการสร้างจิตสำนึกสาธารณะโดยหาแนวร่วมที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของเว็บไซต์เข้าร่วม โครงการสำหรับเผยแพร่กิจกรรมเพื่อสังคมบนเว็บไซต์

2. ผู้ประกอบการเว็บไซต์ แสดงให้เห็นถึงการมีจิตสำนึกสาธารณะ การสร้างกิจกรรมการมีส่วนร่วมเกี่ยวกับจริยธรรมที่เป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น อาสาสมัครที่จะทำกิจกรรมที่ดีต่อสังคมมากขึ้น การรณรงค์ให้ผู้ให้บริการเว็บไซต์ของตน มีจิตสำนึกสาธารณะในการให้บริการเว็บไซต์ มีส่วนร่วมในการดูแล

กันเองของชุมชนบนเว็บไซต์อย่างเป็นระบบ ซึ่งเป็นการดูแลสังคมไปด้วย ดังนั้น การสร้างจิตสำนึก สาธารณะให้เกิดขึ้นควรเริ่มที่ตัวบุคคลก่อน พนักงานขององค์กรต้องได้รับการปลูกฝังจิตสำนึกที่มีต่อ สาธารณะ รวมถึงผู้ใช้บริการเว็บไซต์ที่เป็นเยาวชนที่จะเป็นผู้ใหญ่ในอนาคต สามารถปลูกฝัง โดยผ่าน กระบวนการเรียนรู้ เช่น การแทรกแนวความคิดเกี่ยวกับจิตสำนึกสาธารณะไว้ในเว็บไซต์ การจัดฝึกอบรม เรื่องจริยธรรม การจัดกิจกรรมให้เยาวชนได้มีส่วนร่วมคิดร่วมทำ การเสียดสีเพื่อส่วนรวม เพื่อสาธารณะ เพื่อให้แต่ละบุคคลได้เกิดการเรียนรู้เข้าใจมีเหตุมีผลในการพิจารณาว่าสิ่งใดถูกสิ่งใดผิด สิ่งใดควรทำสิ่งใด ไม่ควรทำรวมถึงการใช้เว็บไซต์อย่างมีจิตสำนึกสาธารณะ นอกจากนี้ ควรมีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ยก ย่องบุคคล หรือกลุ่มคน องค์กรที่มีจิตสำนึกสาธารณะ เพื่อให้เป็นแบบอย่างในการทำความคิด มีจิตสำนึก สาธารณะที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม ชุมชน

3. การกำหนดจริยธรรมเข้าไปในกระบวนการบริหารกลยุทธ์ขององค์กร มีการดำเนินการอย่าง จริงจัง ต่อเนื่อง เนื่องจากบทบาทขององค์กรมีผลต่อการขัดเกลาและมีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรม ของพนักงานในองค์กร

4. องค์กรสร้างทัศนคติที่เห็นแก่ส่วนรวมมากกว่าส่วนตน สร้างการตระหนักรู้ ความเข้าใจใน การมีส่วนร่วม และคำนึงถึงผู้อื่น ด้วยการสร้างแนวทาง เครื่องมือด้านคุณธรรม จริยธรรม เป็นวัฒนธรรม องค์กรที่ทุกคนตระหนักรู้ เข้าใจ ปฏิบัติอย่างเคร่งครัด และมีการติดตามอย่างเป็นระบบ เพื่อให้เป็นที่ ยอมรับและยกย่องของสังคม

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งนี้

การวิจัย ควรมีข้อมูลเพิ่มเติมจากพนักงานที่ดูแลเว็บไซต์ (Web Master) เพื่อทราบถึงวิธีการคัด กรองคำ พฤติกรรมของผู้ใช้บริการในการเข้าใช้บริการ การแสดงออกเกี่ยวกับจิตสำนึกสาธารณะของ ผู้ใช้บริการบนเว็บไซต์

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

1. วิจัยวิสัยทัศน์ กลยุทธ์ ในการรณรงค์สร้างจิตสำนึกสาธารณะ ความรับผิดชอบต่อสังคมของ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการประกอบการเว็บไซต์ อาทิ สมาคมผู้ดูแลเว็บไทย สภาวิชาชีพเว็บ ไทย และหน่วยงานภาครัฐ เช่น กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและ การสื่อสาร
2. วิจัยจิตสำนึกสาธารณะของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ประเภทเว็บไซต์ชุมชน และเว็บไซต์พาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์