

ห้องสมุดงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ



190721



## รายงานผลการวิจัย

เรื่อง

จิตสำนึกสาธารณะของผู้ประกอบการในการตลาดแบบปฏิสัมพันธ์

PUBLIC CONSCIOUSNESS OF ENTREPRENEUR  
IN INTERACTIVE MARKETING

โดย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พนารัตน์ ลิ้ม

มหาวิทยาลัยสุรนารี

รายงานการวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนจากมหาวิทยาลัยสุรนารี

2554



190721



รายงานผลการวิจัย

เรื่อง

จิตสำนึกสาธารณะของผู้ประกอบการในการตลาดแบบปฏิสัมพันธ์

**PUBLIC CONSCIOUSNESS OF ENTREPRENEUR  
IN INTERACTIVE MARKETING**

โดย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พนรัตน์ ลิ้ม



มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

รายงานการวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนจากมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

2554

ชื่อเรื่อง : จิตสำนึกสาธารณะของผู้ประกอบการในการตลาดแบบปฏิสัมพันธ์

ผู้วิจัย : ผศ. พนารัตน์ ลิ้ม

สถาบัน : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ปีที่พิมพ์ : 2554

สถานที่พิมพ์ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

แหล่งเก็บรายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์: ศูนย์วิจัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ จำนวนหน้างานวิจัย 170 หน้า

คำสำคัญ : จิตสำนึก จิตสำนึกสาธารณะ ผู้ประกอบการ การตลาดแบบปฏิสัมพันธ์

ลิขสิทธิ์ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

บทคัดย่อ

190721

รายงานการวิจัยเรื่อง จิตสำนึกสาธารณะของผู้ประกอบการในการตลาดแบบปฏิสัมพันธ์ มุ่งศึกษาให้ทราบถึง

(1) แนวความคิดด้านจิตสำนึกสาธารณะของผู้ประกอบการเว็บไซต์ในการทำตลาดปฏิสัมพันธ์ (2) ทิศทางการตลาดแบบปฏิสัมพันธ์ ที่มีจิตสำนึกสาธารณะของผู้ประกอบการเว็บไซต์ (3) แนวทางการกำหนดความรับผิดชอบต่อสาธารณะในการทำตลาดแบบปฏิสัมพันธ์ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ประกอบการเว็บไซต์ 5 คนจากทั้งหมด 5 เว็บไซต์ ได้แก่ สนุกคอตคอม กระจุกคอตคอม ผู้จัดการออนไลน์ เอ็มไทย คอตคอม เด็กคอตคอม และการวิเคราะห์เนื้อหาบนเว็บไซต์ทั้ง 5 เว็บไซต์ ตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน พ.ศ. 2550 ถึง วันที่ 28 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2552

ผลการวิจัย พบว่า

(1) แนวความคิดด้านจิตสำนึกสาธารณะของผู้ประกอบการเว็บไซต์ ในการตลาดปฏิสัมพันธ์ เกี่ยวกับความหมายจิตสำนึกสาธารณะในความคิดเห็นของผู้บริหารเว็บไซต์ หมายถึงความรับผิดชอบต่อสังคม สาธารณะ การนำเสนอสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ คำนึงถึงการกระทำที่ถูกกฎหมาย มีจริยธรรม คุณธรรม ความตระหนักในเรื่องจิตสำนึกสาธารณะที่ต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคม ผลกระทบที่นำเสนอบนเว็บไซต์ ต้องมีประโยชน์ต่อส่วนรวม คำนึงถึงจริยธรรม จรรยาบรรณ ; นโยบายการบริหารจัดการเกี่ยวกับการดูแลคุ้มครองเนื้อหาที่ให้บริการบนเว็บไซต์ ประกอบด้วย 4 ส่วน คือด้านระบบสแกนและกรองคำหยาบ ด้านเจ้าหน้าที่ตรวจดูเนื้อหาที่มีผู้โพสต์เข้ามา ด้านการกำหนดเรตติ้งเนื้อหา ที่เป็นกระตุ้ที่โพสต์เข้ามา โดยใช้สัญลักษณ์บ่งบอกเนื้อหาเหมาะสำหรับผู้อ่านกลุ่มใด ด้านการมีปุ่มแจ้งลบให้ผู้ให้บริการสามารถแจ้งเว็บมาสเตอร์ลบเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม ; นโยบายการบริหารจัดการเกี่ยวกับการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ การนำเสนอเนื้อหา หรือข่าวสารที่มีความถูกต้อง ดูแลผู้ใช้บริการด้วยนโยบายสิทธิส่วนบุคคล ลูกค้านี่ซื้อพื้นที่ลงโฆษณา จะต้องปฏิบัติตามกฎกระทรวง กฎหมาย และกฎข้อบังคับเกี่ยวกับการโฆษณา พนักงานของบริษัท มีโอกาสมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น มีสวัสดิการที่เท่าเทียมกัน บริษัทมีการรับฟังความคิดเห็นจากสังคม ชุมชน การทำกิจกรรมเพื่อสังคม (2) ทิศทางการตลาดแบบปฏิสัมพันธ์ที่มีจิตสำนึกสาธารณะของผู้ประกอบการเว็บไซต์ การให้ความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และหน่วยงานที่ทำงานเพื่อประโยชน์ต่อชุมชน สังคม และการกำกับดูแลความรับผิดชอบต่อสาธารณะด้วยการใช้กฎหมายบังคับและจิตสำนึกของผู้ประกอบการ (3) แนวทางการกำหนดความรับผิดชอบต่อสาธารณะในการทำตลาดแบบปฏิสัมพันธ์ ด้านบทบาทหน้าที่ของสมาคมผู้ดูแลเว็บไทย ด้านการพัฒนาคุณภาพของคนทำเว็บไซต์ที่คำนึงถึงจิตสำนึกสาธารณะมากขึ้น ด้านผู้ใช้บริการต้องมีจิตสำนึกในการใช้บริการ มีความเข้าใจ และตระหนักถึงการใช้อินเทอร์เน็ตที่ไม่เบียดเบียนผู้อื่น ด้านรัฐบาลต้องมีมาตรการด้านกฎหมายที่ทันกับเทคโนโลยี

จากการวิจัยมีข้อเสนอแนะ 1) สร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างองค์กรที่เกี่ยวข้อง เพื่อหาแนวทางพัฒนาสร้างจิตสำนึกแก่ผู้ให้บริการและผู้ให้บริการเว็บไซต์ 2) ควรมีพื้นที่บนเว็บไซต์ให้มากขึ้นและเห็นชัดเจนในการเสนอข่าวสารหรือกิจกรรมที่จะเป็นการสร้างจิตสำนึกสาธารณะให้กับผู้ใช้บริการมากขึ้น และ 3) สร้างความร่วมมือระหว่างเว็บไซต์ สมาคมผู้ดูแลเว็บไทย และสภาวิชาชีพเว็บไทย ให้มีบทบาทที่ชัดเจนเป็นที่ยอมรับในการส่งเสริมจิตสำนึกสาธารณะอย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้น

Title : Public Consciousness of Entrepreneur in Interactive Marketing

Researcher : Assistance Professor Panarat Lim

Institution : Dhurakij Pundit University

Year of Publication : 2011

Publisher : Dhurakij Pundit University

Sources: Research Center, Dhurakij Pundit University No. of page : 170 page

Keyword: Public Consciousness, Entrepreneur, Interactive Marketing

Copy right : Dhurakij Pundit University

### Abstract

The research objectives were : 1) the concept of the public consciousness of entrepreneur websites in interactive marketing ; 2) the direction of interactive marketing, public consciousness of the Entrepreneur's websites ; 3) the guidelines of the responsibilities for the public in interactive marketing. The qualitative research was collected data from 5 Entrepreneur websites for in-depth interviews. And content analysis on the websites from June 1, 2550 to February 28, 2552. The data analysis was content analysis.

The finding of the study reveal : 1) The public consciousness in the meaning of entrepreneur websites concern the social responsibility, offerings the product benefit to the public with legal, ethical integrity. The Policy management of content filtering available on the websites. The control system consists of four parts: the system scan and filter out profanity ; the staff to monitor content ; the content rating system that suitable for readers group ; the removed button for users to inform webmasters remove inappropriate content ; management policies about the service, presentation of the content, accuracy information with privacy policy. Customers who bought advertisement space must comply with all applicable laws and regulations concerning advertising. Employees of the company have the opportunity to contribute comments, welfare inequality. The entrepreneur get feedback from the community and social activities. 2) The direction of Interactive marketing and public awareness of entrepreneur websites. To cooperate with government agencies and private organizations working for the community and social benefit, corporate responsibility to the public with the law and the spirit of entrepreneurship. 3) The guidelines of the public responsibilities in interactive marketing were the role of the Thai Webmaster Association to development public consciousness of the websites staff ; The users must have consciousness for services, understanding and awareness of using the websites, not encroach others ; The government must take more action for technology law.

The suggestions for Public Consciousness in Interactive Marketing are 1) The cooperation network of the relevant organizations to find the ways to raise consciousness of websites service providers and users of websites. 2) The websites should have more space on the websites to present the public consciousness content. 3) Collaboration of entrepreneur websites, the Thai Webmaster Association and the Federation of Thailand for setting the role in promoting the concrete public consciousness.

## กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบคุณ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ที่ให้การสนับสนุนเงินทุนวิจัยในครั้งนี้

งานวิจัยนี้เป็นหนึ่งในวิจัยชุดจิตสำนึกสาธารณะซึ่งศาสตราจารย์ สุกัญญา สุกบรรทัด อดีตคณบดีคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ เป็นผู้ริเริ่มให้มีโครงการวิจัยชุด และเปิดโอกาสให้ผู้วิจัยได้ประสบการณ์การทำวิจัยชุดที่มีประโยชน์อย่างยิ่ง จึงขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณ คุณรัชณี สุประภากร คุณเจษฎา มินศิริ คุณนิรันดร์ เขาวภาว่ คุณSang Do Lee และคุณปกรณ์ สันติสุนทรกุล ที่สละเวลาในการให้ข้อมูลอย่างเต็มที่

พนารัตน์ ลิ้ม

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญภาพ	(1)
บทที่ 1 บทนำ	
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
ขอบเขตของการวิจัย	4
นิยามศัพท์	5
กรอบแนวคิด	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
แนวคิด จริยธรรมในการจัดการ	8
แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility)	15
แนวคิดจิตสำนึกสาธารณะ	17
แนวคิดเกี่ยวกับกฎหมายสิทธิส่วนบุคคลและลิขสิทธิ์	19
แนวคิดเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตและเว็บไซต์	24
แนวคิดเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตมาร์เก็ตติ้งและการตลาดปฏิสัมพันธ์	30
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	33
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย	
แนวทางการวิจัย	35
เครื่องมือในการวิจัย	36
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	37
การดำเนินการเกี่ยวกับข้อมูล	38
การวิเคราะห์ข้อมูล	40

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัย	41
ตอนที่ 1 แนวความคิดเกี่ยวกับจิตสำนึกสาธารณะของผู้ประกอบการเว็บไซต์ ในการทำตลาดแบบปฏิสัมพันธ์ ด้านนโยบายการบริหารจัดการ	43
1.1 ความคิดเห็นของผู้บริหารเว็บไซต์เกี่ยวกับความหมายของจิตสำนึก สาธารณะ	43
1.2 นโยบายการบริหารจัดการด้านผลิตภัณฑ์ ข้อกำหนด กติกา เงื่อนไข ในการคุ้มครองข้อมูล สิทธิส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ	43
1.3 นโยบายการบริหารจัดการด้านการดูแลคุ้มครองเนื้อหาที่ให้บริการ การกำหนดนโยบาย กฎ กติกาในการซื้อขาย บนเว็บไซต์ของ ผู้ประกอบการ	55
1.4 นโยบายการบริหารจัดการเกี่ยวกับการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการ เว็บไซต์ ลูกค้าที่ซื้อพื้นที่โฆษณา พนักงานของบริษัท สังกะยมชุนชน	84
ตอนที่ 2 ทิศทางการทำตลาดแบบปฏิสัมพันธ์ที่มีจิตสำนึกสาธารณะ ของผู้ประกอบการเว็บไซต์	
2.1 ความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ องค์กร มูลนิธิ สมาคม	89
2.2 การควบคุม กำกับดูแลความรับผิดชอบต่อสาธารณะใน การทำตลาดแบบปฏิสัมพันธ์บนเว็บไซต์	89
2.3 การให้บริการและการใช้ Blog, SMS, MMS, E-mail เป็นสื่อปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการเว็บไซต์	90
ตอนที่ 3 แนวทางการกำหนดความรับผิดชอบต่อสาธารณะในการทำตลาด แบบปฏิสัมพันธ์	
3.1 บทบาทของสมาคมผู้ดูแลเว็บ ไทย	92
3.2 การสร้างจิตสำนึกสาธารณะแก่ผู้ใช้บริการเว็บไซต์	93
3.3 การให้บริการแก่ผู้ใช้บริการเว็บไซต์	93
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	95
สรุปผลการวิจัย	96
อภิปรายผล	99
ข้อเสนอแนะจากการวิจัย	106
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	107

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บรรณานุกรม	108
ภาคผนวก	
ก แบบการสัมภาษณ์	114
ข ตัวอย่างเว็บเพจ	116
ค ข้อมูลสมาคมผู้ดูแลเว็บไทย และสภาวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไทย	142
ง พระราชบัญญัติว่าด้วยการความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550	161

## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1 แสดงผลิตภัณฑ์ของเว็บไซต์สนุกคอตคอม	44
2 แสดงนโยบาย ข้อกำหนด และเงื่อนไขของเว็บไซต์สนุกคอตคอม	45
3 แสดงนโยบายความเป็นส่วนตัวของเว็บไซต์สนุกคอตคอม	46
4 แสดงผลิตภัณฑ์ของเว็บไซต์กระปุกคอตคอม	47
5 แสดงข้อกำหนดและเงื่อนไขของเว็บไซต์กระปุกคอตคอม	48
6 แสดงผลิตภัณฑ์ของเว็บไซต์เอ็มไทยคอตคอม	49
7 แสดงนโยบายการใช้บริการของเว็บไซต์เอ็มไทยคอตคอม	50
8 แสดงผลิตภัณฑ์ของเว็บไซต์ผู้จัดการออนไลน์	51
9 แสดงนโยบายการบริหารจัดการด้านผลิตภัณฑ์	52
10 แสดงผลิตภัณฑ์ของเว็บไซต์เด็กดีคอตคอม	53
11 แสดงแนวคิดในการพัฒนาเว็บไซต์เด็กดีคอตคอม	53
12 แสดงการกำหนด กติกาในการให้บริการของเว็บไซต์เด็กดีคอตคอม	54
13 แสดง กฎ กติกา มารยาท ของสนุก! ฟอรัม	55
14 แสดงการจำกัดคำหยาบด้วยระบบ ซึ่งจะเปลี่ยนคำหยาบให้เป็นสัญลักษณ์อื่นแทนในเว็บไซต์สนุกคอตคอม	56
15 แสดงการแจ้งลบคำหยาบด้วยปุ่มแจ้งลบในเว็บไซต์สนุกคอตคอม	57
16 แสดงการแจ้งลบข้อความรูปภาพเมื่อถูกกลั่นแกล้งใน เว็บไซต์สนุกคอตคอม	58
17 แสดงการกำหนดเรตติ้งของฟอรัมของเว็บไซต์สนุกคอตคอม ผู้ตั้งกระทู้เป็นผู้ระบุการจัดเรตติ้ง	59
18 แสดงกระทู้ที่มีการระบุเรตติ้งกระทู้ในฟอรัมของเว็บไซต์สนุกคอตคอม	59
19 แสดงวิธีโอคลิก การติดเรตติ้ง และปุ่มแจ้งลบของเว็บไซต์สนุกคอตคอม	60
20 แสดงข้อกำหนด กติกา ของเว็บไซต์กระปุกคอตคอม	61
21 แสดงปุ่มแจ้งลบในเว็บไซต์กระปุกคอตคอม	62
22 แสดงกฎ กติกาในการใช้งาน ของเว็บไซต์เอ็มไทยคอตคอม	63
23 แสดงการจำกัดคำหยาบด้วยระบบ ซึ่งจะเปลี่ยนคำหยาบให้เป็น สัญลักษณ์ (**) ในเว็บไซต์เอ็มไทยคอตคอม	64
24 แสดงปุ่มแจ้งลบในเว็บไซต์เอ็มไทยคอตคอม	65
25 แสดงกติกาในการแสดงความคิดเห็น ในเว็บไซต์ผู้จัดการออนไลน์	66

## สารบัญญภาพ

ภาพที่	หน้า
26 แสดงปุ่มแจ้งลบในเว็บไซต์ผู้จัดการออนไลน์	67
27 แสดงข้อตกลงในการโพสต์กระทู้ ในเว็บไซต์เด็กดีดอทคอม	68
28 แสดงกติกา กฎการตั้งกระทู้ของเว็บไซต์เด็กดีดอทคอม	68
29 การกำจัดคำหยาบด้วยระบบ ซึ่งจะเปลี่ยนคำหยาบให้เป็นสัญลักษณ์ (**) ในเว็บไซต์เด็กดีดอทคอม	69
30 แสดงปุ่มแจ้งลบในเว็บไซต์เด็กดีดอทคอม	70
31 แสดงปุ่มสมัครสมาชิก และปุ่มนโยบายความปลอดภัย ในเว็บไซต์สนุกดอทคอม	71
32 แสดงนโยบายความปลอดภัย ความน่าเชื่อถือในการใช้บริการก่อนการซื้อ ขาย ในเว็บไซต์สนุกดอทคอม	72
33 แสดงการยืนยันตัวตนของสมาชิก ในเว็บไซต์สนุกดอทคอม	72
34 แสดงคำติชม เพื่อใช้เป็นคะแนนบอกความเชื่อมั่นในตัวสินค้า ในเว็บไซต์ สนุกดอทคอม	73
35 แสดงคะแนนที่สะท้อนประวัติถึงความเชื่อมั่นในผู้ขายในเว็บไซต์สนุกดอทคอม	73
36 แสดงการแสดงความคิดเห็นของผู้สนใจในสินค้าในเว็บไซต์สนุก	74
37 แสดงกฎ กติกา มารยาท สำหรับผู้ขายและผู้ซื้อ ในเว็บไซต์สนุก	74
38 แสดงการป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ ในเว็บไซต์สนุก	75
39 แสดงกฎหมาย ในเว็บไซต์สนุกดอทคอม	75
40 แสดงเมนูการให้บริการมาร์เก็ตเพลสของเว็บไซต์เอ็มไทยดอทคอม	76
41 แสดงเงื่อนไขและข้อกำหนดในการให้บริการมาร์เก็ตเพลสของ เว็บไซต์เอ็มไทยดอทคอมดอทคอม	77
42 แสดงการซื้อเพลงด้วยการดาวน์โหลดเพลง ของเว็บไซต์สนุก	78
43 แสดงนโยบายในการใช้งานที่ส่วนท้ายหน้าเว็บที่มีการดาวน์โหลด เพลง ของเว็บไซต์สนุกดอทคอม	79
44 แสดงส่วนท้ายของหน้าเว็บการให้บริการโหลดโลโก้ กำหนดนโยบาย สิทธิส่วนบุคคล สิทธิตามกฎหมาย เงื่อนไขการให้บริการ	80
45 แสดงนโยบายสิทธิส่วนบุคคล ใน Mobile Love ของเว็บไซต์ กระปุกดอทคอม	80
46 แสดงรายละเอียดลิขสิทธิ์ส่วนบุคคล ใน Mobile Love ของเว็บไซต์กระปุกดอทคอม	81

## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
47 แสดงเงื่อนไขการให้บริการ ใน Mobile Love ของเว็บไซต์กระปุกดอทคอม	81
48 แสดงผลิตภัณฑ์ที่ให้บริการใน My Mobile ของเว็บไซต์เอ็มไทยดอทคอม	82
49 แสดงรายละเอียดคนนโยบายสิทธิส่วนบุคคลในการใช้ My Mobile ในเว็บไซต์เอ็มไทยดอทคอม	83
50 แสดงรายละเอียดการออกตัวทางกฎหมายในการให้บริการ My Mobile ในเว็บไซต์เอ็มไทยดอทคอม	83