



รายงานผลการวิจัย

เรื่อง

จิตสำนึกสาธารณะของผู้ประกอบการในการตลาดแบบปฏิสัมพันธ์

**PUBLIC CONSCIOUSNESS OF ENTREPRENEUR
IN INTERACTIVE MARKETING**

โดย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พนารัตน์ ลิ้ม

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

รายงานการวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนจากมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

2554

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบคุณ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ที่ให้การสนับสนุนเงินทุนวิจัยในครั้งนี้

งานวิจัยนี้เป็นหนึ่งในวิจัยชุดจิตสำนึกสาธารณะซึ่งศาสตราจารย์ สุภิญญา สุดบรรทัด อดีตคณบดีคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต เป็นผู้ริเริ่มให้มีโครงการวิจัยชุด และเปิดโอกาสให้ผู้วิจัยได้ประสบการณ์การทำวิจัยชุดที่มีประโยชน์อย่างยิ่ง จึงขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

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

พนรัตน์ 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
แนวคิดเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตมาร์เก็ตติ้งและการตลาดปฎิสัมพันธ์	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 นโยบายการบริหารจัดการด้านการดูแลคัดกรองเนื้อหาที่ให้บริการ การกำหนดนโยบาย กฎ กติกาในการซื้อขาย บนเว็บไซต์ของ ผู้ประกอบการ	55
1.4 นโยบายการบริหารจัดการเกี่ยวกับการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการ เว็บไซต์ ลูกค้าที่ซื้อพื้นที่โฆษณา พนักงานของบริษัท สังคมชุมชน	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 บทบาทของสมาคมผู้ดูแลเว็บไทย	92
3.2 การสร้างจิตสำนึกสาธารณะแก่ผู้ใช้บริการเว็บไซต์	93
3.3 การให้บริการแก่ผู้ใช้บริการเว็บไซต์	93
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	95
สรุปผลการวิจัย	96
อภิปรายผล	99
ข้อเสนอแนะจากการวิจัย	106
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	107

ฉ

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 แสดงการแจ้งเตือนคำหยาบด้วยปุ่มแจ้งเตือนในเว็บไซต์สนุกคอตคอม	57
16 แสดงการแจ้งเตือนข้อความรูปภาพเมื่อถูกกลั่นแกล้งในเว็บไซต์สนุกคอตคอม	58
17 แสดงการกำหนดเรตติ้งของฟอรัมของเว็บไซต์สนุกคอตคอม ผู้ตั้งกระทู้เป็นผู้ระบุการจัดเรตติ้ง	59
18 แสดงกระทู้ที่มีการระบุเรตติ้งกระทู้ในฟอรัมของเว็บไซต์สนุกคอตคอม	59
19 แสดงวิธีโอคลิก การติดเรตติ้ง และปุ่มแจ้งเตือนของเว็บไซต์สนุกคอตคอม	60
20 แสดงข้อกำหนด กติกา ของเว็บไซต์กระปุกคอตคอม	61
21 แสดงปุ่มแจ้งเตือนในเว็บไซต์กระปุกคอตคอม	62
22 แสดงกฎ กติกาในการใช้งาน ของเว็บไซต์เอ็มไทยคอตคอม	63
23 แสดงการจำกัดคำหยาบด้วยระบบ ซึ่งจะเปลี่ยนคำหยาบให้เป็นสัญลักษณ์ (***) ในเว็บไซต์เอ็มไทยคอตคอม	64
24 แสดงปุ่มแจ้งเตือนในเว็บไซต์เอ็มไทยคอตคอม	65
25 แสดงกติกากในการแสดงความคิดเห็น ในเว็บไซต์ผู้จัดการออนไลน์	66

สารบัญภาพ

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 แสดงเมนูการใช้บริการมาร์เก็ตเพลสของเว็บไซต์เอ็มไทยดอทคอม	76
41 แสดงเงื่อนไขและข้อกำหนดในการใช้บริการมาร์เก็ตเพลสของ เว็บไซต์เอ็มไทยดอทคอมดอทคอม	77
42 แสดงการซื้อเพลงด้วยการดาวน์โหลดเพลง ของเว็บไซต์สนุก	78
43 แสดงนโยบายในการใช้งานที่ส่วนท้ายหน้าเว็บที่มีการดาวน์โหลด เพลง ของเว็บไซต์สนุกดอทคอม	79
44 แสดงส่วนท้ายของหน้าเว็บการใช้บริการโหลดโลโก้ กำหนดนโยบาย สิทธิส่วนบุคคล สิทธิตามกฎหมาย เงื่อนไขการใช้บริการ	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 แสดงรายละเอียดนโยบายสิทธิส่วนบุคคลในการใช้ My Mobile ในเว็บไซต์เอ็มไทยดอทคอม	83
50 แสดงรายละเอียดการออกตัวทางกฎหมายในการให้บริการ My Mobile ในเว็บไซต์เอ็มไทยดอทคอม	83

DPU

สารบัญภาพ

DPU

หน้า

ชื่อเรื่อง : จิตสำนึกสาธารณะของผู้ประกอบการในการตลาดแบบปฏิสัมพันธ์

ผู้วิจัย : ผศ. พนาวัฒน์ ลิ้ม

สถาบัน : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

ปีที่พิมพ์ : 2554

สถานที่พิมพ์ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

แหล่งเก็บรายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์: ศูนย์วิจัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต จำนวนหน้างานวิจัย 170 หน้า

คำสำคัญ : จิตสำนึก จิตสำนึกสาธารณะ ผู้ประกอบการ การตลาดแบบปฏิสัมพันธ์

ลิขสิทธิ์ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

บทคัดย่อ

รายงานการวิจัยเรื่อง จิตสำนึกสาธารณะของผู้ประกอบการในการตลาดแบบปฏิสัมพันธ์ มุ่งศึกษาให้ทราบถึง (1) แนวความคิดด้านจิตสำนึกสาธารณะของผู้ประกอบการเว็บไซต์ในการทำตลาดปฏิสัมพันธ์ (2) ทิศทางการตลาดแบบปฏิสัมพันธ์ ที่มีจิตสำนึกสาธารณะของผู้ประกอบการเว็บไซต์ (3) แนวทางการกำหนดความรับผิดชอบต่อสาธารณะในการทำตลาดแบบปฏิสัมพันธ์ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ประกอบการเว็บไซต์ 5 คนจากทั้งหมด 5 เว็บไซต์ ได้แก่ สนุกคอตคอม กระจุกคอตคอม ผู้จัดการออนไลน์ เอ็มไทย คอตคอม เด็กลีคคอตคอม 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 ; นโยบายการบริหารจัดการเกี่ยวกับการดูแลคัดกรองเนื้อหาที่ให้บริการบนเว็บไซต์ ประกอบด้วย 4 ส่วน คือด้านระบบสแกนและกรองคำหยาบ ด้านเจ้าหน้าที่ตรวจสอบเนื้อหาที่มีผู้โพสต์เข้ามา ด้านการกำหนดเรตต์ตั้งเนื้อหา ที่เป็นกระตุกที่โพสต์เข้ามาโดยใช้สัญลักษณ์บ่งบอกเนื้อหาเหมาะสำหรับผู้อ่านกลุ่มใด ด้านการมีปุ่มแจ้งลบให้ผู้ให้บริการสามารถแจ้งเว็บมาสเตอร์ลบเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม ; นโยบายการบริหารจัดการเกี่ยวกับการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ การนำเสนอเนื้อหา หรือข่าวสารที่มีความถูกต้อง ดูแลผู้ใช้บริการด้วยนโยบายสิทธิส่วนบุคคล ลูกค้าที่ซื้อพื้นที่ลงโฆษณา 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) สร้างความร่วมมือระหว่างเว็บไซด์ 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.

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาของปัญหา

การทำธุรกิจในปัจจุบันอาศัยเทคโนโลยีในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการไปยังผู้บริโภค หรือกลุ่มเป้าหมายกันมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นสื่อออนไลน์ที่สามารถเข้าถึงลูกค้าได้โดยตรงทำให้ผู้ส่งสาร คือบริษัทเจ้าของผลิตภัณฑ์ และผู้รับสาร คือลูกค้า ผู้บริโภคหรือกลุ่มเป้าหมาย สามารถติดต่อโต้ตอบกันได้ ทำให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างกันเป็นการสร้างความสัมพันธ์ทางการตลาดเพื่อค้นหาความต้องการของลูกค้า สร้างความพึงพอใจด้วยการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ช่วยสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าด้วยเรื่องของเวลา และเนื้อหา (content) ของการปฏิสัมพันธ์ (interactions) สำหรับข้อความที่เป็นส่วนตัว มีการใช้เครื่องมือที่เข้าถึงตัวบุคคลเพื่อมีปฏิสัมพันธ์และให้สารสนเทศแก่ผู้ใช้ อินเทอร์เน็ตไม่ได้เป็นเพียงสื่อโฆษณา แต่เป็นช่องทางการตลาดสำหรับการตลาดปฏิสัมพันธ์ที่รวมถึงการสื่อสาร (David W Stewart, 2002) นักโฆษณาและนักการตลาดจะใช้ข่าวสาร (messages) เกี่ยวกับสินค้า ราคา และการส่งเสริมการตลาด เพื่อสื่อสารกับผู้บริโภคหรือกลุ่มเป้าหมาย โดยผ่านสื่อปฏิสัมพันธ์มากขึ้นในยุคปัจจุบัน

แนวโน้มพัฒนาการของสื่อปฏิสัมพันธ์ อย่างเช่น อินเทอร์เน็ต จะมีบทบาทสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงระบบตลาดแบบมวลชนมาสู่ระบบตลาดแบบเฉพาะตัวบุคคลมากขึ้น เนื่องด้วยศักยภาพทางเทคโนโลยีที่เปิดโอกาสให้เกิดการสื่อสารสองทาง (two-way communication) ระหว่างลูกค้ากับธุรกิจ การรวมกันระหว่างเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์เข้ากับระบบโทรคมนาคมในรูปแบบของดิจิทัล จะเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้สื่ออินเทอร์เน็ตทำให้การสื่อสารสนทนาโต้ตอบกันได้ในรูปแบบสื่อประสมที่เรียกว่า มัลติมีเดีย (ตรรกะ เทศศิริ, 2550)

การตลาดนำเอาระบบอินเทอร์เน็ตมาใช้ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการด้วยการพัฒนาเว็บไซต์ เพื่อใช้เป็นช่องทางการสื่อสารกับลูกค้า และกลุ่มเป้าหมาย การแสดงสินค้าและบริการบนเว็บไซต์ การโฆษณา การส่งเสริมการตลาดต่างๆ สามารถอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมายในการค้นหาสินค้าและบริการได้อย่างรวดเร็ว และสามารถเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศได้ง่าย เลือกสินค้าและบริการได้ทันที ซึ่งทำให้เกิดการตลาดแบบปฏิสัมพันธ์ (Interactive Marketing) ระหว่างเจ้าของสินค้าและลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมาย

การใช้อินเทอร์เน็ตในการโฆษณา และขายสินค้าและบริการ ข้อมูลต่างๆบนอินเทอร์เน็ตมักอยู่ในรูปของเว็เพจ (web page) หรือหน้าของเอกสารเว็บเรียกว่า เวิลด์ไวด์เว็บ (World Wide Web หรือ WWW) ในเว็บเพจนี้อาจมีทั้งภาพนิ่ง เสียง วิดีโอ หรืออื่นๆ มีการเรียกดูเว็บ (browse) การดึงข้อมูลลงมา (download) หรือส่งข้อมูลขึ้นไป (upload) และแต่ละหน้าจะมีการเชื่อมโยงหรือ “ลิงค์” (link) เพื่อช่วยให้เรียกดูเอกสารอื่นๆที่เกี่ยวข้องกันได้โดยง่าย แต่ละเว็บเพจจะเป็นไฟล์อยู่ในเครื่องคอมพิวเตอร์ เรียกว่า “เว็บไซต์” (web site) หรือ เว็บเซิร์ฟเวอร์ (Web Server) ฟังก์ชันของสื่ออินเทอร์เน็ตทำให้เจ้าของสินค้าและบริการสื่อสารได้ตอบกับผู้บริโภคได้เป็นรายบุคคล 1 ต่อ 1 (one-to-one marketing) เช่น ฟังก์ชันบริการลูกค้า (Customer Support) ดังตัวอย่างแบบฟอร์มให้ลูกค้าวิพากษ์วิจารณ์ติชมแบบฟอร์มกรอกข้อมูลลูกค้า ความสามารถในการระบุตัวลูกค้า จดจำเกี่ยวกับลูกค้าและสามารถมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าที่แสดงให้ลูกค้าเห็นว่าบริษัทยังจำในสิ่งที่ลูกค้าบอกลักษณะเช่นนี้คือการทำ การตลาดปฏิสัมพันธ์ (Interactive Marketing) (Deighton, 1996 อ้างใน wikipedia : ออนไลน์)

เว็บไซต์แบ่งตามการใช้งานได้หลาย ประเภท ได้แก่ (1) เว็บไซต์ประชาสัมพันธ์องค์กร (Corporate Website) เว็บไซต์ประเภทนี้จัดทำขึ้นเพื่อนำเสนอข้อมูล และข่าวสารสำหรับองค์กร โดยอาจนำเสนอในลักษณะของ ข้อมูลของบริษัท(Company profile) ข้อมูลสินค้าหรือบริการ(Products & Services) (2) เว็บไซต์บริการหรือเว็บไซต์ชุมชน(Community & Service Website) เว็บไซต์ประเภทนี้จัดทำขึ้นด้วยวัตถุประสงค์หลักเป็นเครื่องมือในการสร้างชุมชนหรือให้บริการแก่ลูกค้าหรือ สมาชิกขององค์กรหรือบริษัทนั้นๆ โดยทั่วไป นอกเหนือจากนำเสนอข้อมูลเบื้องต้น เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับ บริษัทแล้ว จะต้องประกอบด้วยส่วนที่เป็น Interactive กับผู้เข้าเยี่ยมชม เช่น กระดานซื้อขายแลกเปลี่ยนหรือแสดงความคิดเห็น (Web board) หรือระบบโปรแกรม ที่ให้บริการสมาชิก หรือลูกค้า เช่น ระบบสินค้าสำหรับตัวแทนจำหน่าย (Price List for Dealer) (3) เว็บไซต์อี-คอมเมิร์ซ (E-Commerce Website) เป็นเว็บไซต์ที่จัดว่าเป็นเครื่องมือหลักของบริษัทหรือองค์กรในการทำธุรกิจ เนื่องจากถูกจัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการตลาดหรือขายสินค้าหรือบริการผ่านเครือข่ายเว็บไซต์ (4) เว็บไซต์นำเสนอสื่อผสม (Multimedia & Presentation Website) เว็บไซต์การนำเสนอด้วย ภาพเคลื่อนไหวและเสียง ที่มี ความใกล้เคียงกับการนำเสนอจากหน้าจอโทรทัศน์ เช่น ภาพเคลื่อนไหว (Animation) เสียง (Sound) หรือภาพวิดีโอ (VDO) ในช่วงแรกเว็บไซต์จะมีแต่ข้อความที่ให้ข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการ การส่งไปรษณีย์ อิเล็กทรอนิกส์ กระดานข่าวสนทนา หรือแม้แต่การใช้ SMS การส่งข้อความสั้นผ่านโทรศัพท์มือถือ เว็บไซต์เป็นการให้บริการที่เข้าถึงคนจำนวนมาก เข้าถึงได้ทุกที่ ทุกเวลา และยังเปิดโอกาสให้ผู้ใช้บริการสามารถสร้างเนื้อหาด้วยตนเองได้ โดยใช้ web 2.0 ปัจจุบัน โลกอินเทอร์เน็ตกำลังอยู่ในยุคกลางหรือยุคปลาย ๆ ของ web 2.0 เว็บไซต์ที่ให้บริการจึงมีลักษณะบริการแบบ Social Networking เพิ่มมากขึ้น ซึ่งเป็นบริการผ่านเว็บไซต์ที่เป็นการเชื่อมโยงแต่ละคนที่มีเครือข่ายสังคมของตัวเองผ่าน

อย่างไรก็ตาม การขยายตัวของอินเทอร์เน็ตเพื่อใช้ในการตลาดแบบปฏิสัมพันธ์มีผลกระทบต่อสังคมทั้ง ในทางก้าวหน้า สร้างสรรค์ รวมถึงการสร้างปัญหาให้กับผู้ใช้ที่เห็นแก่ตัว มีความประพฤติไม่ดี ขาดความรับผิดชอบต่อส่วนรวม เช่น ทำให้ผู้อื่นเสียหาย พยายามบุกรุกเข้าไปในระบบของผู้อื่น ใ้ร้ายป้ายสีผู้อื่น ดัดต่อภาพผู้อื่นไปทำภาพโป๊ทำให้ผู้อื่นเสียหาย ใช้ภาษาหยาบคาย เป็นต้น (บุญเรือง นิยมหอม, 2543) ผู้ประกอบการเว็บไซต์จึงต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ (Corporate social responsibility) คือ การดำเนินธุรกิจไปตามครรลองของกฎหมายและจริยธรรม โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้ที่เกี่ยวข้อง ทั้งผู้ที่มีความเกี่ยวข้องโดยตรงต่อความสำเร็จขององค์กร ได้แก่ พนักงาน ผู้ถือหุ้นและเจ้าของ ลูกค้า ผู้จำหน่ายวัตถุดิบ คู่แข่งขัน ผู้จัดจำหน่ายสินค้า และเจ้าหน้าที่ ตลอดจนผู้ที่ได้รับผลกระทบจากการประกอบธุรกิจทั้งทางตรงและทางอ้อม ได้แก่ ชุมชน รัฐบาล กลุ่มรณรงค์ สื่อมวลชน สาธารณชน และกลุ่มสนับสนุนธุรกิจต่างๆ (อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง, 2546) จริยธรรมเป็นเครื่องมือควบคุมพฤติกรรมในระดับสูงของมนุษย์แต่เป็นการควบคุมที่ไม่มีรางวัลลงโทษอย่างชัดเจน ดังเช่นที่ระบุในกฎหมาย แต่เป็นการลงโทษทางสังคม (Social Sanction) ส่วนกฎหมายนั้นเป็นเครื่องมือที่ควบคุมความประพฤติในระดับต่ำของมนุษย์ และมีบทลงโทษสำหรับผู้ฝ่าฝืนอย่างชัดเจน (นภาพร ชันชนภา, 2547)

เว็บไซต์บนอินเทอร์เน็ตเป็นเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีผู้ใช้จำนวนมาก จึงจำเป็นต้องมีจริยธรรมทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology Ethics) เป็นส่วนหนึ่งของจริยธรรมทางธุรกิจตั้งแต่ปี 2533 เป็นต้นมา ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการบุกรุก การล่วงละเมิดความเป็นส่วนตัว การเข้าถึงข้อมูลของบุคคลและธุรกิจ ข้อมูลการสื่อสารโดยผ่านระบบการค้าอิเล็กทรอนิกส์ เรื่องความลับในการติดต่อสื่อสารข้อความโดยผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ นอกจากนั้นก็คือการปกป้องลิขสิทธิ์ ไม่ว่าจะป็นในรูปแบบของซอฟต์แวร์ เพลง ทรัพย์สินส่วนบุคคล ทรัพย์สินทางปัญญา และประเด็นอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น การให้บริการของพนักงาน (อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง, 2546) ถึงแม้ว่าจะมีกฎหมายและ

เว็บไซต์บริการ หรือเว็บไซต์ชุมชน (Community & Service Website) ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการที่มีความหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์ของบริษัทเอง เช่น การให้ข้อมูล สารระบับันเทิง มีลักษณะชุมชนออนไลน์ มีส่วนที่ปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการ โดยมีเว็บบอร์ด ให้ผู้ใช้บริการได้โพสต์ข้อความ ภาพ วิดีโอ มีการให้บริการช้อปปิ้งออนไลน์ การประมูล บริการดาวน์โหลด ข้อมูล-ความบันเทิงผ่าน SMS ข้อมูลเสียงผ่านโทรศัพท์ โฆษณา บริการ Mobile Design จึงทำให้ผู้วิจัย มีความสนใจที่จะศึกษาแนวคิด ทิศทาง และแนวทางการกำหนดความรับผิดชอบต่อสาธารณะอย่างมีจิตสำนึกสาธารณะในการทำตลาดแบบปฏิสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ของผู้ประกอบการ เว็บไซต์บริการหรือเว็บไซต์ชุมชน เพื่อเป็นแนวทางในการเสริมสร้างจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสาธารณะอย่างบูรณาการ

1.2 วัตถุประสงค์

1. ศึกษาแนวความคิดด้านจิตสำนึกสาธารณะของผู้ประกอบการเว็บไซต์ในการทำตลาดแบบปฏิสัมพันธ์
2. ทิศทางการทำตลาดแบบปฏิสัมพันธ์ที่มีจิตสำนึกสาธารณะของผู้ประกอบการเว็บไซต์
3. แนวทางการกำหนดความรับผิดชอบต่อสาธารณะในการทำตลาดแบบปฏิสัมพันธ์

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับจิตสำนึกสาธารณะของผู้ประกอบการเว็บไซต์ในการทำตลาดแบบปฏิสัมพันธ์ ที่มีสถานประกอบการ ในเขตกรุงเทพมหานคร ศึกษาเฉพาะเว็บไซต์ที่มีผู้นิยมเข้าใช้บริการมากที่สุด 5 อันดับที่ถูกจัดอันดับในทรูฮิตอวอร์ดปี 2006 ในเรื่องที่เป็นความรับผิดชอบต่อสาธารณะด้านผลิตภัณฑ์ที่ให้บริการบนเว็บไซต์ การคัดกรองเนื้อหาที่ให้บริการบนเว็บไซต์ ศึกษาทิศทางการทำตลาดปฏิสัมพันธ์ ที่มีจิตสำนึกสาธารณะของผู้ประกอบการเว็บไซต์เกี่ยวกับการซื้อขาย การประมูลสินค้า การโฆษณา บนเว็บไซต์

ศึกษาการทำตลาดแบบปฏิสัมพันธ์เฉพาะที่เป็นเว็บไซต์ที่ผู้ใช้บริการสามารถเลือกใช้บริการซื้อขายสินค้า มีการแสดงความคิดเห็น

การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ศึกษาเฉพาะ 5 เว็บไซต์ ที่ทำการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ

การ โดยศึกษาเกี่ยวกับนโยบาย กฎ กติกาในการใช้เว็บไซต์ และในการซื้อขายสินค้า กิจกรรมที่เว็บไซต์ แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม

1.4 นิยามศัพท์

จิตสำนึกสาธารณะ คือ ความรับผิดชอบต่อของผู้ประกอบการเว็บไซต์ที่มีต่อผู้บริโภค สังคม และ สาธารณะชน

ความรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึง พฤติกรรมขององค์กรที่สอดคล้องกับเงื่อนไขที่สังคม ต้องการและมีคุณค่า

ความรับผิดชอบต่อสาธารณะ หมายถึง ผู้ประกอบการดำเนินธุรกิจที่มีผลกระทบในทางบวก ต่อส่วนรวม ได้แก่ ความรับผิดชอบต่อผู้ใช้บริการเว็บไซต์ สังคม ชุมชน

ผู้ประกอบการ หมายถึง เจ้าของกิจการหรือผู้บริหารของบริษัทผลิตเว็บไซต์

การตลาดแบบปฏิสัมพันธ์ (Interactive Marketing) คือ การใช้เว็บไซต์ในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ การซื้อขายสินค้าและบริการ ที่ผู้ใช้สามารถโต้ตอบ แสดงความคิดเห็นกับผู้ประกอบการเว็บไซต์

ทิศทางการตลาดแบบปฏิสัมพันธ์ คือ การดำเนินงานด้านการตลาดของเว็บไซต์ที่มีลักษณะโต้ตอบระหว่างผู้ให้บริการเว็บไซต์และผู้ใช้บริการเว็บไซต์

แนวทางการกำหนดความรับผิดชอบต่อสาธารณะในการทำตลาดแบบปฏิสัมพันธ์ คือ การสร้างแนวปฏิบัติ กรอบการทำงาน ที่ส่งเสริมจิตสำนึกที่มีต่อสาธารณะ

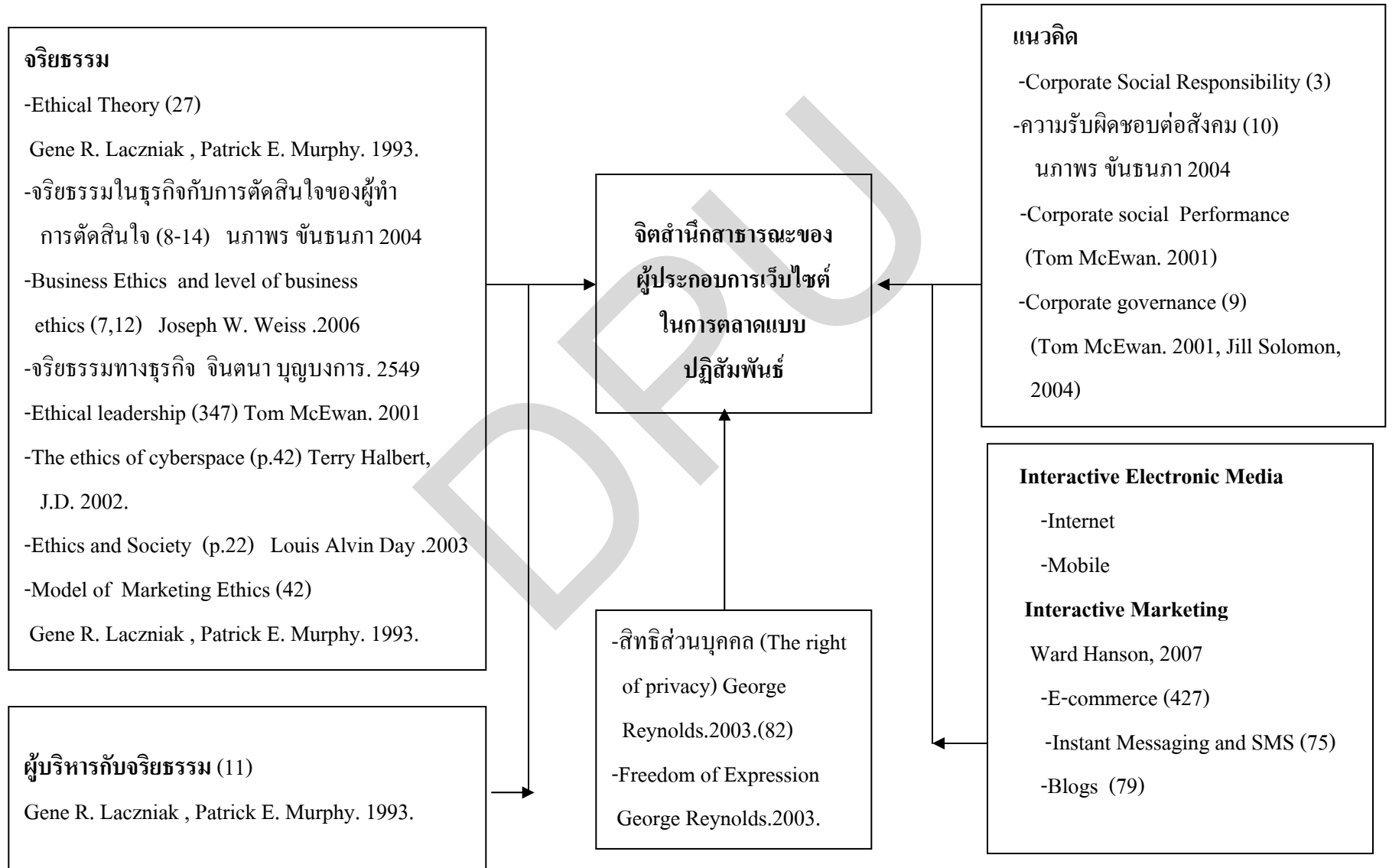
ผลิตภัณฑ์ หมายถึง ซอฟต์แวร์ออนไลน์ การไหลตรงโทน เว็บบอร์ด

ทรูฮิต(Truehits) คือ ระบบให้บริการตรวจสอบสถิติการเยี่ยมชมเว็บไซต์ ซึ่งเป็นผลงานวิจัยและพัฒนา โดยสำนักบริการเทคโนโลยีสารสนเทศภาครัฐ (สบทร.) ภายใต้ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ

ออนไลน์ หมายถึง การเชื่อมต่อสัญญาณตลอดเวลา และใช้คอมพิวเตอร์ในการติดต่อผ่านเครือข่าย

เว็บมาสเตอร์ (Webmaster) หมายถึง ผู้วางแผน ดูแล บริหารและจัดการเว็บไซต์ ให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้

กรอบแนวคิดการวิจัย



1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. นำผลการวิจัยการทำตลาดปฏิสัมพันธ์ของผู้ประกอบการมาเป็นแนวทางในการเสริมสร้างจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสาธารณะอย่างบูรณาการ
2. นำผลการวิจัยมาเป็นแนวทางในการกำหนดขอบเขตการใช้สื่อปฏิสัมพันธ์เพื่อการตลาดปฏิสัมพันธ์ที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสาธารณะ

DPU

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง “จิตสำนึกสาธารณะของผู้ประกอบการในการตลาดแบบปฏิสัมพันธ์ (Entrepreneur Public Consciousness in Interactive Marketing)” จากการศึกษาเอกสาร ตำรา รายงานการวิจัย ฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ ในการค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยเสนอเป็น 7 ขั้นตอน คือ

1. แนวคิดจริยธรรมในการจัดการ
แนวคิดทั่วไปเกี่ยวกับจริยธรรม
จริยธรรมเกี่ยวกับหน้าที่ความรับผิดชอบของผู้ประกอบการ
จรรยาบรรณของการประกอบการ
2. แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม
3. แนวคิดจิตสำนึกสาธารณะ
4. แนวคิดเกี่ยวกับกฎหมาย สิทธิส่วนบุคคล ลิขสิทธิ์
5. แนวคิดเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตและเว็บไซต์
6. แนวคิดเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตมาร์เก็ตติ้ง
7. แนวคิดการตลาดปฏิสัมพันธ์
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ตอนที่ 1 จริยธรรมในการจัดการ

1.1 แนวคิดทั่วไปเกี่ยวกับจริยธรรม

ความหมายของจริยธรรม

จริย หมายถึง ความประพฤติหรือกิจวัตรที่ควรประพฤติ ธรรม หมายถึง คุณความดี ความชอบ การปฏิบัติตามคำสั่งสอนทางศาสนา

จริยธรรม (Ethics) หมายถึง แบบแผนของการกระทำที่ถูกต้อง หรือเป็นเครื่องนำทางไปสู่หลักในการประพฤติปฏิบัติที่ถูกต้องหลักศีลธรรม (อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง, 2546)

จริยธรรม (Ethics) จากพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 หมายถึง ธรรมที่เป็นข้อประพฤติปฏิบัติ ศีลธรรม กฎศีลธรรม (เนตร์พัฒนา ยาวีราช, 2549)

จริยธรรม คือ ธรรมที่เป็นข้อประพฤติปฏิบัติ ศิลธรรม กฎศีลธรรม (จินตนา บัญบงการ, 2549)

จริยธรรม (Ethics) คือความเชื่อเกี่ยวกับพฤติกรรมที่ถูกต้อง และพฤติกรรมที่ผิด พฤติกรรมทางจริยธรรมเป็นการอ้างอิงถึงพฤติกรรมต่างๆ ไปที่เป็นที่ยอมรับตามค่านิยมของสังคม (social norm) (George Reynolds, 2003)

จริยธรรม หมายถึง คุณสมบัติทางความประพฤติ ที่สังคมมุ่งหวังให้คนในสังคมนั้นประพฤติ มีความถูกต้องในความประพฤติ มีเสรีภาพภายในขอบเขตของมโนธรรม (Conscience) เป็นหน้าที่ที่สมาชิกในสังคมพึงประพฤติปฏิบัติต่อตนเอง ต่อผู้อื่น และต่อสังคม ทั้งนี้เพื่อก่อให้เกิดความเจริญรุ่งเรืองขึ้นในสังคม การที่จะปฏิบัติให้เป็นไปเช่นนั้นได้ ผู้ปฏิบัติจะต้องรู้ว่าสิ่งใดถูกสิ่งใดผิด (แสง จันทร์งาม : ออนไลน์)

คำว่าจริยธรรม มักมาคู่กับคำว่า คุณธรรม ซึ่งทั้งสองคำ มีความหมายที่แตกต่างกัน จินตนา บัญบงการ ได้กล่าวถึงความหมายที่แตกต่างกันของคำว่าจริยธรรม และคุณธรรมจากผู้รู้หลายท่าน อาทิ พ.อ.ดร.ชินวุธ สุนทรสีมะ ในหนังสือเรื่อง “ความสำเร็จและความสุขของบัณฑิต” ว่า คุณธรรมคือคุณสมบัติที่ดี หรือคุณสมบัติที่เป็นธรรมของบุคคลอันอาจเกิดจากการสั่งสอนของบิดามารดา ครูอาจารย์ หรือเกิดจากขนบธรรมเนียมประเพณีที่ถ่ายทอดกันมา ส่วนจริยธรรมเป็นสิ่งที่ยอมรับโดยคนทั่วไป ให้เป็นแบบของการคิดและการปฏิบัติจนเป็นพฤติกรรมที่ดีของบุคคล

ท่านพุทธทาส กล่าวว่า จริยธรรม แปลว่า เป็นสิ่งที่พึงประพฤติ จะต้องประพฤติ จริยธรรม หรือ ethic อยู่ในรูปของปรัชญา คือ ที่ต้องคิด ต้องนึก

ก่อน สวัสดิพาณิชย์ ได้กล่าวว่า จริยธรรม คือ ประมวลความประพฤติ และความนึกคิดในสิ่งดีงามและเหมาะสม

อานันท์ ปันยารชุน ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า “จริยธรรมทางธุรกิจ” ว่า คือ การผสมผสานระหว่างเศรษฐกิจและจริยธรรม โดยมีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมนโยบายและการปฏิบัติของภาคธุรกิจ ในการสร้างความสำเร็จในการประกอบการอย่างมีความรับผิดชอบ มีความยั่งยืน มีผลในระยะยาว ในขณะเดียวกัน ก็ช่วยสร้างความสมดุลระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในกิจการนั้นๆ อันได้แก่ ผู้ลงทุน ลูกจ้าง ลูกค้า ชุมชน ตลอดจนสภาพแวดล้อมอย่างสมดุล

จากความหมายของจริยธรรมที่มุ่งให้ประพฤติ ปฏิบัติ และนึกคิดที่ดี จึงได้มีการประยุกต์ใช้จริยธรรม (ethic) กับธุรกิจ แซมมวล เซอร์โต้ (Samuel Certo) (อ้างในจินตนา บัญบงการ) ได้ระบุว่า ในทางธุรกิจ จริยธรรม (ethic) อาจหมายถึง ความสามารถที่จะสะท้อนถึงค่านิยม (value) ในกระบวนการตัดสินใจของบริษัท เพื่อกำหนดว่าค่านิยมดังกล่าว และการตัดสินใจมีผลกระทบอย่างไรต่อกลุ่มต่างๆที่มี

จริยธรรมประกอบด้วย 3 องค์ประกอบคือ

1. ด้านความรู้เหตุผล (Moral reasoning) หมายถึงความเข้าใจในความถูกต้อง คือรู้ว่าอะไรถูกอะไรผิด สามารถตัดสินใจแยกแยะความถูกต้องออกจากความไม่ถูกต้องได้ด้วยการคิด
2. ด้านอารมณ์ความรู้สึกสำนึกผิดชอบชั่วดี ความเชื่อ (Moral attitude and belief) คือ ความพึงพอใจ ศรัทธา ความเลื่อมใส ความรู้สึกชื่นชมยินดี ความนิยมที่จะรับมาเป็นแนวทางปฏิบัติ
3. ด้านพฤติกรรมกรรมการแสดงออก (Moral conduct) หมายถึงพฤติกรรมที่บุคคลตัดสินใจได้ว่ากระทำถูกผิดในสถานการณ์แวดล้อมต่างๆ (เนตร์พัฒนา ยาวีราช, 2549)

ความแตกต่างระหว่างจริยธรรมกับกฎหมาย

จริยธรรมและกฎหมายเป็นเครื่องมือที่มนุษย์สร้างขึ้นมาเพื่อควบคุมพฤติกรรมของบุคคลในสังคม ทั้งสองอย่างมีความแตกต่างกันแต่มีบทบาทเสริมซึ่งกันและกัน

กฎหมายและจริยธรรม จะบอกว่าประชาชนมีความรับผิดชอบที่จะทำในสิ่งที่ถูกและหลีกเลี่ยงการกระทำในสิ่งที่ผิด ในด้านจริยธรรมอะไรผิดอะไรถูกเป็นเรื่องของวัฒนธรรม แต่ในส่วนของกฎหมายมักระบุชัดเจนว่าอะไรถูกอะไรผิด อย่างไรก็ตามกฎหมายอย่างเดียวไม่สามารถไม่พอเพียงในการควบคุมพฤติกรรมของบุคคลในสังคมและต้องอาศัยจริยธรรม มีเหตุผลหลายประการที่เห็นว่ากฎหมายอย่างเดียวไม่เพียงพอ คือ

1. ในวงการธุรกิจ กฎหมายไม่ได้บังคับกับทุกกิจกรรมในทางธุรกิจ เพราะไม่ได้หมายความว่าอะไรก็ตามที่ผิดจริยธรรมต้องผิดกฎหมาย ความสัมพันธ์ในทางส่วนตัวหลายอย่างอาจไม่ถูกต้องตามจริยธรรมแต่ไม่ผิดกฎหมาย
2. กฎหมายไม่สามารถแก้ไขขัดแย้งทางจริยธรรมได้ และจะใช้ได้ในกรณีกฎหมาย ระบุไว้เท่านั้นหรือเป็นกรณีที่มีความชัดเจน ประเทศที่ใช้ระบบประมวลกฎหมาย จะแก้ไขขัดแย้งทางจริยธรรมโดยกฎหมายได้ เฉพาะประเด็นที่ระบุไว้ในกฎหมายเท่านั้น และเป็นไปไม่ได้ที่จะมีกฎหมายครอบคลุมหมดทุกๆเรื่อง โดยเฉพาะในเรื่องที่เกี่ยวกับจริยธรรมหรือศีลธรรม

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างจริยธรรม และกฎหมาย มีความแตกต่างกันคือจริยธรรมเป็นเครื่องมือควบคุมพฤติกรรมในระดับสูงของมนุษย์แต่เป็นการควบคุมที่ไม่มีการลงโทษอย่างชัดเจนดังเช่น

ความแตกต่างกันอีกประการหนึ่ง คือ จริยธรรม จะเน้นการควบคุมพฤติกรรมจากภายใน คือ การสร้างจิตสำนึกว่าเป็นการกระทำที่ถูกต้องที่ควร ส่วนกฎหมายเป็นการควบคุมจากภายนอก คือ เน้นการลงโทษ อย่างไรก็ตามในกรณีของจรรยาบรรณ แม้จะเน้นการสร้างจิตสำนึก แต่มีบทลงโทษสำหรับผู้ที่ไม่ปฏิบัติตาม

แนวคิดของจริยธรรมกับความรับผิดชอบต่อสังคม มักจะถูกนำมาใช้ปะปนกัน ความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) เป็นข้อผูกพันที่ธุรกิจจะต้องมีต่อสังคม การมีความสำนึกรับผิดชอบต่อสังคมหมายถึงการที่ธุรกิจดำเนินไปโดยมีผลกระทบในทางบวกต่อสังคมสูงสุด และมีผลทางลบต่อสังคมน้อยที่สุด ความรับผิดชอบต่อสังคมนักรวมถึงด้านเศรษฐศาสตร์ ได้แก่ผลิตสินค้าหรือบริการที่สังคมต้องการ ในราคาที่ทำให้ธุรกิจดำเนินต่อไปได้ และเป็นไปตามข้อผูกพันที่ทำไว้กับนักลงทุน ด้านกฎหมายได้แก่ การทำตามกฎหมายที่ใช้บังคับ อยู่ในกรอบของกฎหมาย และด้านจริยธรรมได้แก่ พฤติกรรมหรือกิจกรรมที่สังคมคาดหวังจากธุรกิจโดยที่ไม่มีการตราไว้เป็นกฎหมาย (นภาพร ชันธนา, 2547)

1.2 จริยธรรมเกี่ยวกับหน้าที่ความรับผิดชอบต่อผู้บริหาร และผู้ประกอบการ

ผู้บริหาร หรือผู้ประกอบการจะต้องรับผิดชอบต่อในการกำหนดวิสัยทัศน์ ภารกิจ นโยบาย เป้าหมาย ค่านิยมขององค์กร เพื่อให้การบริหารจัดการภายในองค์กรให้มีประสิทธิภาพ ในด้านต่างๆ ดังนี้

1. ด้านการกำหนดนโยบายขององค์กร ความรับผิดชอบต่อความสำเร็จขององค์กร

ความเป็นผู้นำด้านการผลิต หรือการให้บริการ กำหนดนโยบายในการดำเนินงาน นโยบายในการผลิต นโยบายคุณภาพ ของบริษัท เช่น มีความมุ่งมั่นที่จะผลิตสินค้าให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล และปลอดภัยต่อผู้บริโภค โดยคำนึงถึงความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสำคัญ

บางบริษัทอาจบริหารงานในรูปของคณะกรรมการ คณะกรรมการเป็นผู้บริหารสูงสุด มีบทบาทสำคัญต่อการบริหารงาน โดยเป็นผู้กำหนดนโยบาย กลไกการบริหาร และระบบการกำกับดูแล เพื่อให้ภารกิจของกิจการ ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ถูกต้อง และเที่ยงธรรม รวมทั้ง

2. ด้านการจ้างงาน ผู้บริหารมีบทบาทในการกำหนดนโยบายการจ้างงานอย่างมีจริยธรรม ดังนี้

- คัดเลือกพนักงาน โดยคำนึงถึงศักยภาพในการทำงาน เหนือสถานภาพทางสังคม มอบหมายให้ทำงานด้วยความยืดหยุ่นและเป็นธรรม สร้างสภาวะการทำงานที่ไม่เป็นอุปสรรคต่อทั้งทางร่างกายและจิตใจของพนักงานผู้ด้อยโอกาสทางสังคม เหยียดเชื้อชาติ สีผิว และภาษา ปราศจากความลำเอียง ปฏิบัติกับทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน

3. ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ผู้บริหารมีบทบาทในการกำหนดนโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างมีจริยธรรม ดังนี้

- เคารพต่อสิทธิมนุษยชน สนับสนุนความคิดริเริ่ม ด้านการพัฒนาชุมชน สร้างโอกาสด้านการจ้างงานในชุมชน รวมทั้งจัดการฝึกอบรมเพื่อเพิ่มทักษะ และพัฒนาศักยภาพในการทำงานแก่พนักงาน สร้างโอกาสแห่งความเท่าเทียมกันในทุกระดับชั้นของการจ้างงาน

- สนับสนุนการศึกษา วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และสังคม เพื่อการมีคุณภาพชีวิตที่ดี

- ส่งเสริมการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ในทิศทางที่มุ่งสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน ไม่เสนอจ่ายหรือรับสินบน ไม่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางการเมือง

- ส่งเสริมให้พนักงาน และชุมชนทราบ และตระหนักถึง นโยบายของบริษัท

- กระตุ้นให้ลูกค้าและผู้สัญญาปฏิบัติตามหลักการที่สอดคล้องกับนโยบายของบริษัท

4. ด้านสิ่งแวดล้อม ผู้บริหารมีบทบาทในการกำหนดนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมอย่างมีจริยธรรม ดังนี้

- ป้องกันปัญหาสิ่งแวดล้อมอันเกิดจากการดำเนินกิจกรรมของบริษัท ปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบ รวมถึงข้อกำหนดต่างๆด้านสิ่งแวดล้อมอย่างเคร่งครัด ปรับปรุงการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง โดยกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายการดำเนินงานอย่างชัดเจน

- อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติโดยเน้นการใช้ซ้ำ การหมุนเวียนนำกลับมาใช้ใหม่ รวมถึงการประหยัดพลังงานในทุกขั้นตอนการผลิตของบริษัท ตอบสนองทันต่วงทีต่อความกังวลด้านสิ่งแวดล้อมของพนักงาน ชุมชน คู่สัญญา และลูกค้า เผยแพร่เพื่อสร้างความเข้าใจในนโยบายสิ่งแวดล้อม และฝึกอบรมเพื่อปลูกจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมแก่พนักงานและคู่สัญญาทั้งหมดของบริษัท

5. ด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย ผู้บริหารมีบทบาทในการกำหนดนโยบายด้าน

อาชีพอนามัยและความปลอดภัยอย่างมีจริยธรรม ดังนี้

- คำนึงถึงสุขภาพอนามัยและความปลอดภัยในสถานที่ทำงานเป็นอันดับแรก พนักงานทุกคนมีความรับผิดชอบร่วมกันต่อสุขภาพอนามัยและความปลอดภัยในการทำงานกำหนดมาตรการป้องกัน

- ความเสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุ ฝึกอบรมพนักงานทุกคนเพื่อการป้องกันอุบัติเหตุ และการบาดเจ็บเนื่องจากการทำงาน จัดให้มีอุปกรณ์ป้องกันความปลอดภัยส่วนบุคคลที่เหมาะสมแก่พนักงานทุกคน ปฏิบัติตามกฎหมายด้านอาชีพอนามัยและความปลอดภัยอย่างเคร่งครัด

จริยธรรมทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information technology ethics) เป็นส่วนหนึ่งของจริยธรรมทางธุรกิจตั้งแต่ปี 2533 เป็นต้นมา ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการบุกรุก การล่วงละเมิดความเป็นส่วนตัว การเข้าถึงข้อมูลของบุคคลและธุรกิจ ข้อมูลการสื่อสาร โดยผ่านระบบการค้าอิเล็กทรอนิกส์ เรื่องความลับในการติดต่อสื่อสารข้อความผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ นอกจากนั้นก็คือการปกป้องลิขสิทธิ์ ไม่ว่าจะอยู่ในรูปของซอฟต์แวร์ เพลง ทรัพย์สินส่วนบุคคล ทรัพย์สินทางปัญญา และประเด็นอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น การให้บริการของพนักงาน (อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง, 2546)

1.3 การตัดสินใจเกี่ยวกับจริยธรรมทางการตลาด

ในการกำหนดหน้าที่ทางการตลาด นักการตลาดมักจะเข้าไปเกี่ยวข้องกับลูกค้าเป็นอันดับแรก ดังนั้นสิ่งที่จะเน้นคือเรื่องเกี่ยวกับ ความซื่อสัตย์ ความน่าเชื่อถือได้ การให้เกียรติ และความยุติธรรมกับความกดดันอันเนื่องมาจากความขัดแย้งในบริษัท ความสัมพันธ์กับลูกค้า Normative ethics เป็นส่วนหนึ่งของปรัชญาด้านคุณธรรม ที่วิเคราะห์เป็นเกณฑ์ (criteria) เพื่อใช้ในการวัดประเมินกิจกรรมนั้นถูกหรือผิด นักวิชาการหลายท่านได้สืบค้นปัจจัยใดที่มีผลต่อการตัดสินใจเกี่ยวกับจริยธรรมทางการตลาด และมีการกำหนดเป็นรูปแบบที่แสดงให้เห็นถึงปัจจัยด้านจริยธรรมการตัดสินใจ โดยใช้แนวคิดวิเคราะห์ของนักจิตวิทยาทางการศึกษา ลอเรนส์ โคลเบอร์ก (Lawrence Kohlberg) (Gene R. Laczniak, 1993) ซึ่งพบว่าการพัฒนาความรู้ความเข้าใจด้านคุณธรรมมี 3 ขั้นตอน ได้แก่

1. The pre-conventional stage เป็นแนวปฏิบัติที่เกี่ยวกับปัจเจกบุคคลในการแก้ปัญหาด้านคุณธรรม โดย ให้น้ำหนักเรื่องการให้รางวัลและการลงโทษ เน้นอำนาจหน้าที่ ข้อกำหนด กฎ

2. The conventional stage ขั้นตอนนี้ จะมีการตัดสินใจที่คำนึงถึงศีลธรรม พิจารณาการกระทำที่นึกถึงความคาดหวังของกลุ่มบุคคลอ้างอิง และสังคม คุณธรรมที่คำนึงถึงคนอื่น องค์กรสร้างแรงจูงใจ ด้วยกฎระเบียบขององค์กร ที่ยังคงทำให้เกิดความจงรักภักดี และทำงานเพื่อสังคม

3. The principled stage เป็นระดับของการพัฒนาด้านคุณธรรมสูงสุด บุคคลที่อยู่ในระดับนี้แก้ปัญหาด้านจริยธรรม ในลักษณะเกินกว่าบรรทัดฐานและกฎหมายที่บังคับใช้ การส่งเสริมสิทธิขั้นพื้นฐาน ค่านิยมและข้อตกลงทางกฎหมายของสังคม

1.4 จรรยาบรรณของการประกอบกร

เนตร์พัฒนา ยาวีราช (2549) ได้กล่าวถึง จริยธรรมวิชาชีพ หมายถึง อาชีพที่ต้องอาศัยความรู้ ความชำนาญมาจากคำว่า จริยธรรม และคำว่าวิชาชีพ วิชาชีพ หมายถึงวิชาที่ต้องอาศัยความรู้ความชำนาญ ตรงกับคำภาษาอังกฤษว่า professional ซึ่งหมายถึงอาชีพเฉพาะอย่างหนึ่ง ต้องมีการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมให้ก้าวหน้า และมีการฝึกอบรมให้มีความเชี่ยวชาญเป็นพิเศษ หรือหมายถึงข้อความที่แสดงออกถึงความเชื่อ ความรู้สึกต่างๆ คำว่าวิชาชีพ ต่างจากคำว่าอาชีพ คำว่าวิชาชีพต้องมีการศึกษาเพิ่มเติมเป็นพิเศษจนมีความรู้ความชำนาญในระดับสูง ส่วนคำว่าอาชีพหมายถึงการประกอบอาชีพต่างๆเพื่อหาเลี้ยงชีพ

จริยธรรมวิชาชีพ เป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการยึดถือปฏิบัติอย่างถูกต้อง เพื่อให้เป็นที่ยอมรับและยกย่องของสังคม และเพื่อรักษาและผดุงไว้ซึ่งเกียรติยศและศักดิ์ศรีแห่งวิชาชีพของตน หากผู้ประกอบการวิชาชีพละเลยหรือประพฤติปฏิบัติผิดต่อข้อบัญญัติแห่งจรรยาบรรณของวิชาชีพแล้วจะทำให้เกิดปัญหาแก่ตนเองและสังคม ขาดความเชื่อถือว่าว่างใจไม่เป็นที่ยกย่อง ไม่มีเกียรติศักดิ์ศรีอีกต่อไป

คำว่าจรรยาบรรณ ตามรากศัพท์ หมายถึง หนังสือว่าด้วยความประพฤติ หรืออาจแปลได้ว่าประมวลหลักของความประพฤติ ส่วนจริยธรรม หมายถึง ธรรมของการประพฤติ จรรยาบรรณเป็นข้อกำหนดทางจริยธรรมของวิชาชีพ เป็นข้อกำหนดทางศีลธรรมหรือจริยธรรมที่สมาชิกในกลุ่มวิชาชีพนั้นๆ จัดทำขึ้น

จรรยาบรรณวิชาชีพ หมายถึง ประมวลความประพฤติที่ผู้ประกอบการวิชาชีพ แต่ละแขนง กำหนดขึ้นเพื่อรักษาและส่งเสริมปกป้องเกียรติคุณชื่อเสียงของสมาชิกในวงการวิชาชีพนั้น ซึ่งอาจเป็นลายลักษณ์อักษรหรือไม่นั้นก็ไ้

กฎบัตรจรรยาบรรณ มี 4 ประเภท คือ

1. กฎบัตรจรรยาบรรณของบุคคล ที่แต่ละคนมียึดถือในจิตใจ มีพื้นฐานคุณธรรมที่ได้รับการอบรมมาจากบิดามารดา ครอบครัว สถานศึกษา เพื่อนและสังคม สิ่งแวดล้อม โดยมีกฎศีลธรรม ประเพณี ค่านิยม วัฒนธรรมที่ควรยึดถือเป็นหลักในการดำเนินชีวิต

2. กฎบัตรจรรยาบรรณของบริษัท หมายถึงการสร้างวัฒนธรรมองค์กรเพื่อสร้างบรรยากาศในการทำงานเพื่อการบริหารจัดการในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประสบความสำเร็จในการดำเนิน

3. กฎบัตรจรรยาบรรณในวงการ หมายถึงวงการผู้ประกอบการอาชีพต่างๆ ที่มีทั้งคนที่ดีและไม่ดี การกระทำของคนที่ไม่ดีทำให้คนส่วนใหญ่ได้รับความเสียหายเสื่อมเสียชื่อเสียงไปด้วย ทำให้มีผลต่อการยอมรับนับถือ ความเชื่อถือของบุคคลอื่น เช่น จรรยาบรรณในวงการบันเทิง วงการกีฬา

4. กฎบัตรจรรยาบรรณในวิชาชีพ จากการรวมตัวกันของผู้ประกอบอาชีพต่างๆ ได้มีการก่อตั้งเป็นองค์กรวิชาชีพนั้น ได้ร่วมกันกำหนดกฎบัตร หรือข้อกำหนดของผู้ประกอบการวิชาชีพไว้ ได้แก่ อาชีพแพทย์ พยาบาล ทนายความ ครูอาจารย์ ข้าราชการ วิศวกร นักบัญชี ผู้สอบบัญชีอนุญาต ฯลฯ เพื่อเป็นหลักให้ผู้ประกอบอาชีพนั้น ยึดถือปฏิบัติตาม หากบุคคลใดกระทำผิดต่อกฎบัตรจรรยาบรรณในวิชาชีพ ก็จะมีบทกำหนดโทษ มีความผิด และถูกถอดถอนจากวงการอาชีพนั้น

ตอนที่ 2 แนวความคิดความรับผิดชอบต่อสังคม

ขอบเขตความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจต่อสังคม ประกอบด้วย

1. ความรับผิดชอบต่อสังคมและชุมชน (Society and Community) หมายถึง องค์กรควรผลิตสินค้าหรือให้บริการที่เป็นที่ต้องการของชุมชนเป็นการตอบสนองความต้องการของประชาชน และผลิตสินค้าหรือให้บริการที่ไม่ทำให้ชุมชนเสื่อมโทรมหรือมอมเมาประชาชน ผลิตและจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพ

2. ความรับผิดชอบต่อสุขภาพและสวัสดิการของประชาชน (Health and Welfare) หมายถึง องค์กรไม่ผลิตสินค้าหรือให้บริการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ เช่น การผลิตสุรา หรือบุหรี่ ควรมีค่าเตือนผู้บริโภค

3. ความรับผิดชอบต่อด้านการศึกษา (Education) หมายถึง การให้ความรู้แก่ผู้บริโภค หรือการให้ความรู้แก่ประชาชนในการใช้สินค้า หรือใช้บริการนั้นอย่างถูกวิธี

4. ความรับผิดชอบต่อด้านสิทธิมนุษยชน (Human Right) หมายถึง ความรับผิดชอบต่อบุคคลที่ต้องการแสดงความคิดเห็นหรือร้องเรียนต่อสินค้าหรือบริการให้สามารถทำได้ หรือสิทธิส่วนบุคคลของพนักงาน และบุคคลต่างๆที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

5. ความรับผิดชอบด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) หมายถึง ความรับผิดชอบต่อการไม่ทำให้เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม เช่น ไม่ปล่อยมลพิษจากโรงงาน ไม่ปล่อยน้ำเสียลงสู่น้ำลำคลอง

6. ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค (Consumer) หมายถึง รับผิดชอบต่อการอุปโภคบริโภคของลูกค้า การรับประกันสินค้าที่ต่อคุณภาพ การรับประกันคุณภาพตามที่กล่าวอ้าง

7. ความรับผิดชอบต่อวัฒนธรรมอันดี (Culture) หมายถึง การผลิตสินค้าที่คำนึงถึงวัฒนธรรมของประเทศนั้น หรือคำนึงถึงข้อกำหนดทางศาสนา เช่น การทำธุรกิจเปิดสถานบันเทิงในยามกลางคืนที่มีการแสดงที่ล่อแหลม เป็นแหล่งอบายมุขของเยาวชน เป็นต้น

8. ความรับผิดชอบต่อชุมชน (Voluntary Responsibilities) อาสาสมัครเพื่อพัฒนาชุมชน พัฒนาคุณภาพชีวิต

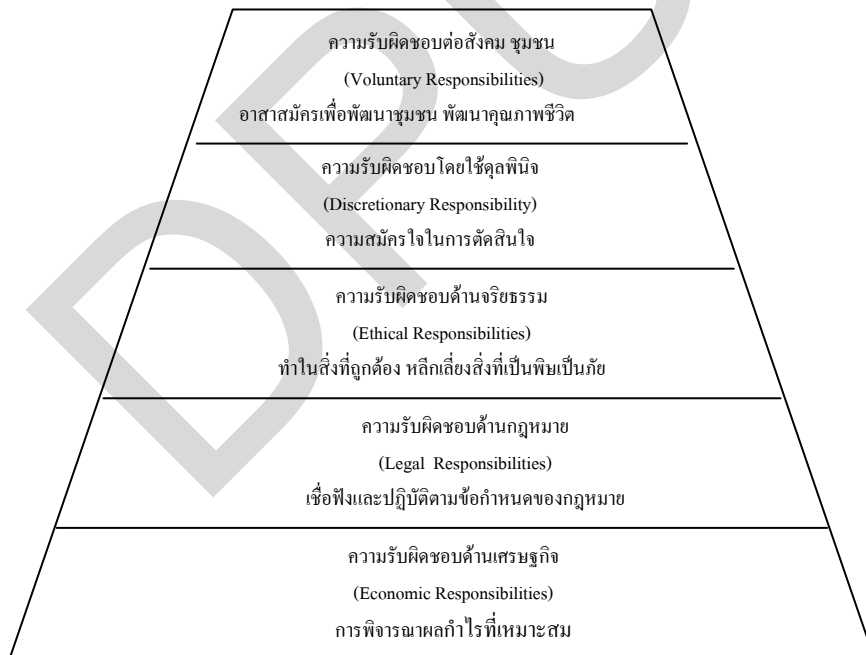
9. ความรับผิดชอบด้านจริยธรรม (Ethical Responsibilities) ทำในสิ่งที่ถูกต้อง หลีกเลี่ยงสิ่งที่เป็นผิดเป็นภัยเป็นอันตรายต่อผู้บริโภค

10. ความรับผิดชอบด้านกฎหมาย (Legal Responsibilities) เชื่อฟังและปฏิบัติตามข้อกำหนดของกฎหมาย

11. ความรับผิดชอบทางเศรษฐกิจ (Economic Responsibilities) การพิจารณาผลกำไรที่เหมาะสม บริหารจัดการธุรกิจอย่างถูกต้อง

ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ (Corporate social responsibility) หมายถึง การดำเนินธุรกิจไปตามครรลองของกฎหมายและจริยธรรม โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้ที่เกี่ยวข้อง ทั้งผู้ที่มีความเกี่ยวข้องโดยตรงต่อความสำเร็จขององค์กร ได้แก่ พนักงาน ผู้ถือหุ้นและเจ้าของ ลูกค้า ผู้จำหน่ายวัตถุดิบ คู่แข่งขัน ผู้จัดจำหน่ายสินค้า และเจ้าหนี้ ตลอดจนผู้ที่ได้รับผลกระทบจากการประกอบธุรกิจทั้งทางตรงและทางอ้อม ได้แก่ ชุมชน รัฐบาล กลุ่มรณรงค์ สื่อมวลชน สาธารณชน และกลุ่มสนับสนุนธุรกิจต่างๆ ธุรกิจจะต้องแสดงบทบาทความเป็นผู้นำในสิ่งที่ถูกต้องและเป็นประโยชน์ต่อสังคม มีความห่วงใยในชุมชนและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งยินดีที่จะเสียสละผลกำไรบางส่วนขององค์กร เพื่อพัฒนาชุมชนให้ดีขึ้น ตลอดจนแก้ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมต่างๆ การที่จะเป็นองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ไม่ได้หมายความว่าธุรกิจจะต้องละทิ้งวัตถุประสงค์หลักในการประกอบธุรกิจของตน องค์กรธุรกิจควรมีความรับผิดชอบในด้านต่างๆ ที่สำคัญ 3 ด้าน ได้แก่ ความรับผิดชอบด้านเศรษฐกิจ การผลิตและจำหน่ายสินค้าและบริการ เพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภค เพื่อแสวงหากำไรสูงสุด ความรับผิดชอบด้านกฎหมาย คือการดำเนินธุรกิจเพื่อแสวงหากำไรอย่างถูกต้อง โดยปฏิบัติตามกฎหมายและกฎข้อบังคับต่างๆ ของสังคม ความรับผิดชอบทางด้านสังคม คือการดำเนินธุรกิจอย่างถูกต้องตามครรลองของกฎหมายและจริยธรรม

จากปิรามิดความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibilities หรือ CSR) ของ Archie B. Corroll, “The Pyramid of Corporate Responsibility, 1991” อ้างใน เนตร์พัฒนา ยาวีราช, 2549 ที่มี 4 ระดับ ได้แก่ ความรับผิดชอบต่อด้านเศรษฐกิจ ความรับผิดชอบต่อด้านกฎหมาย ความรับผิดชอบต่อด้านจริยธรรม ความรับผิดชอบต่อชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับจินตนา บุญบงการที่ได้แบ่งความรับผิดชอบต่อผู้บริหารควรมีต่อสังคมเป็น 5 ระดับ ได้แก่ ความรับผิดชอบต่อด้านเศรษฐกิจ ความรับผิดชอบต่อด้านกฎหมาย ความรับผิดชอบต่อด้านจริยธรรม โดยเพิ่มความรับผิดชอบต่อผู้ใช้ดุลยพินิจอีกหนึ่งระดับ ซึ่งความรับผิดชอบนี้เป็นความสมัครใจของผู้บริหารองค์กรโดยตรง ความรับผิดชอบนี้ไม่ได้บังคับไว้เป็นกฎหมายหรือเป็นสิ่งที่พนักงานคิดว่าควรได้รับตามหลักจริยธรรม และความรับผิดชอบต่อสังคมทั้งหมด



ปรับ จาก Archie B. Corroll, “The Pyramid of Corporate Responsibility, 1991” อ้างใน เนตร์พัฒนา ยาวีราช, 2549

ตอนที่ 3 แนวคิดจิตสำนึกสาธารณะ

จิตสำนึก หมายถึง ภาวะที่จิตตื่นและตัวสามารถตอบสนองต่อสิ่งเร้าจากประสาทสัมผัสทั้ง 5 คือ รูป เสียง กลิ่น รส และสิ่งที่สัมผัสได้ด้วยกาย (อ้างถึงในจักรนาคท นาคทอง 2548) (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน, 2525, น 231)

จิตสำนึกคือการตระหนักรู้อย่างลึกซึ้ง มีความเข้าใจในเรื่องนั้นๆ พร้อมทั้งจะปฏิบัติการ ยกตัวอย่าง เช่น จิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม คือต้องมีความเข้าใจว่าทำอะไรจึงจะไม่เป็นอันตรายต่อ สิ่งแวดล้อม จิตสำนึกเหล่านี้ทุกคนจะมีอยู่ในจิตใจ คือจิตสำนึกที่อยากจะทำความดี ซึ่งได้บ่มเพาะมาจาก ศาสนา แต่การอยากทำความดีแต่ไม่รู้ว่าจะทำความดีได้ที่ไหนอย่างไรก็ไร้ค่า ดังนั้น จึงต้องกระตุ้นหรือชี้ ให้เยาวชนได้เห็นถึงสภาพปัญหาในสังคม หรือวิธีการของการทำสังคมให้ดีขึ้นว่าจะทำอะไร (จักรนาท นาคทอง, 2548)

จิตสำนึกทางสังคม หมายถึง การตระหนัก และคำนึงถึงส่วนรวมร่วมกันหรือคำนึงถึงผู้อื่นที่ร่วม ความสัมพันธ์เป็นกลุ่มเดียวกับตน (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน, 2524, น 81)

จิตสาธารณะ หมายถึง จิตสำนึกเพื่อส่วนรวม สาธารณะ คือ สิ่งที่ไม่ได้เป็นของผู้หนึ่งผู้ใด จิตสาธารณะจึงเป็นความรู้สึกนึกการเป็นเจ้าของในสิ่งที่เป็นสาธารณะในสิทธิ์และหน้าที่ที่จะต้องดูแลและ บำรุงรักษาร่วมกัน

จิตสาธารณะเพื่อส่วนรวม มี 2 ลักษณะ คือ

1. การกระทำของตนเอง ต้องมีความรับผิดชอบต่อตนเอง เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบและเกิดความเสียหายต่อส่วนรวม
2. บทบาทช่วยสังคมในการรักษาประโยชน์ของส่วนรวม เพื่อแก้ปัญหา สร้างสรรค์สังคม เป็น ความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม

จิตสาธารณะ เป็นความรับผิดชอบต่อเกิดขึ้นภายใน คือความรู้สึกนึกคิด จิตได้สำนึก ตลอดจน คุณธรรม จริยธรรม ซึ่งอยู่ในจิตที่ส่งผลสู่การกระทำภายนอก (เวชพล อ่อนละมัย เรียบเรียง : ออนไลน์)

จิตสำนึกสาธารณะ

นวลละออ แสงสุข กล่าวถึงความหมายของจิตสำนึกสาธารณะ ประกอบด้วย จิตสำนึก และ สาธารณะ ราชบัณฑิตยสถาน (2525;23) ให้ความหมายของจิตสำนึกว่า หมายถึง ภาวะที่จิตตื่นและ รู้สึกตัว สามารถตอบสนองต่อสิ่งเร้า จากประสาทสัมผัสทั้ง 5 คือ รูป กลิ่น เสียง และสิ่งที่สัมผัสได้ด้วย กาย ส่วนคำว่า สาธารณะ ราชบัณฑิตยสถาน (2493: 902) ให้ความหมายว่าหมายถึง ทั่วไป สามัญ

ราชบัณฑิตยสถาน ได้ให้ความหมายของจิตสำนึกทางสังคม หรือจิตสำนึกสาธารณะว่า คือ การตระหนักรู้และคำนึงถึงส่วนรวมร่วมกัน หรือการคำนึงถึงผู้อื่นที่ร่วมสัมพันธ์เป็นกลุ่มเดียวกันสำนักงาน คณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ ได้ให้ความหมายว่า การรู้จักเอาใจใส่เป็นธุระและเข้าร่วมในเรื่องของ ส่วนรวมที่เป็นประโยชน์ต่อประเทศชาติ มีความสำนึกและยึดมั่นในระบบคุณธรรม และจริยธรรมที่ดี งาม ละอายต่อสิ่งผิด เน้นความเรียบร้อย ประหยัดและมีความสมดุลระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติ

ดังนั้น จิตสำนึกสาธารณะ คือ จิตสำนึกของสังคม (Social Consciousness) ที่ถ่ายทอดสืบต่อกัน มาตราบนานเท่าที่ยังมีการดำรงอยู่ของสังคม (Social Being) จิตสำนึกสาธารณะ ประกอบด้วยคำว่า “จิตสำนึก” และ “สาธารณะ” “จิตสำนึก” เป็นเรื่องของ Mind หรือ Spirit ก่อนที่เราจะกระทำสิ่งใด จิตที่สามารถส่งผ่านการสันตะเทือนทางอารมณ์โดยผ่านไปยังสมองก่อนจะกระทำทางกาย คือจะต้องคิด ก่อนกระทำนั่นเอง “สาธารณะ” Public เป็นเรื่องของส่วนรวมที่ทุกคนมีความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมกัน มี สิทธิในการใช้และมีหน้าที่บำรุงรักษาร่วมกัน สาธารณะ มี 3 ลักษณะ คือ 1.พื้นที่สาธารณะ 2. โครงสร้างสาธารณะ (เช่น กฎหมาย, ระบบโทรคมนาคม, สื่อมวลชน ฯลฯ) 3.กระบวนการสาธารณะ (เช่น ประชาพิจารณ์) พบว่ามีการใช้คำว่า “จิตสำนึก” “จิตสาธารณะ” และ “จิตอาสา” ในบริบทที่ เหมือนกันดังนั้น 3 คำ นี้จึงมีความหมายใกล้เคียงกัน “จิตสำนึกสาธารณะ” ต้องสัมพันธ์อยู่กับ “สำนึกของ ความเป็นเจ้าของ” และ “ความสำนึกของความเป็นเจ้าของ” ก็คือผูกอยู่กับ “สมบัติชุมชน”

ตอนที่ 4 แนวคิดเกี่ยวกับกฎหมายสิทธิส่วนบุคคล และลิขสิทธิ์

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.๒๕๔๒ กำหนดคำนิยามคำว่า “กฎหมาย” ไว้ว่า “กฎหมาย” (กฎ) น. กฎ ที่สถาบัน หรือผู้มีอำนาจสูงสุดในรัฐ ตราขึ้น หรือ ที่เกิดขึ้นจาก จารีตประเพณี อันเป็นที่ยอมรับนับถือ เพื่อ ใช้ในการบริหารประเทศ เพื่อ ใช้บังคับบุคคลให้ปฏิบัติตาม หรือ เพื่อกำหนด ระเบียบแห่งความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล หรือ ระหว่างบุคคลกับรัฐ

จาก พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๔๒ จะเห็นว่า ราชบัณฑิตยสถาน ได้ให้นิยาม คำว่า “กฎหมาย” ไว้อย่างละเอียดถี่ถ้วน ทุกแง่มุม ซึ่งอาจแยกเป็นหัวข้อเรื่องให้วิเคราะห์ความหมายได้ ๔ หัวข้อ เพื่อทราบความหมายโดยละเอียดของคำว่า “กฎหมาย” ดังนี้

(๑) กฎหมายเป็น กฎ

(๒) ผู้มีอำนาจตรากฎหมาย ได้แก่ สถาบัน หรือ ผู้มีอำนาจสูงสุดในรัฐเท่านั้น

(๓) ประเภทของกฎหมาย กฎหมายมี ๓ ประเภท คือ .

(ก) กฎหมายที่บัญญัติขึ้น เพื่อใช้ในการบริหารประเทศ (กฎหมายที่กำหนดระเบียบแห่ง ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับรัฐ)

(ข) กฎหมายที่บัญญัติขึ้น เพื่อกำหนดระเบียบแห่งความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (กฎหมายแพ่งและ พาณิชย)

(ค) กฎหมายที่บัญญัติขึ้น เพื่อกำหนดลักษณะของการกระทำที่ถือว่าเป็นความผิด (กฎหมายอาญา)

(๔) กฎหมายต้องมีสภาพบังคับ

คุณธรรม และกฎหมาย (Moral and Legal Issues)

มีการพูดถึงประเด็นจริยธรรมคอมพิวเตอร์ เพราะมีช่องว่าง (vacuum) ของนโยบายที่จะเลือกใช้กฎหมายหรือ บางอย่างมาเติมเต็มช่องว่างนี้ มีความเป็นไปได้ที่บางส่วนของช่องว่าง ควรจะปล่อยให้เป็นการเลือกแต่ละบุคคล นโยบายของสถาบัน หรือ จารีตประเพณี ธรรมเนียมปฏิบัติของสังคม (social convention) ดีกว่าที่จะใช้กฎหมาย imposition of law เช่น กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา (intellectual property laws) จะกำหนดว่าอะไรที่สามารถและไม่สามารถเป็นเจ้าของ และมีการเคารพ (respected) สิทธิในทรัพย์สินนั้นอย่างไร (Deborah G. Johnson, 2001,p. 13)

สิทธิส่วนบุคคล (Right of privacy)

สิทธิส่วนบุคคลในความหมายของ Samuel Warren และ Louise Brandies คือการที่จะไม่ถูกนำลักษณะที่เกี่ยวข้องกับบุคคลแต่ละคน (aspect of personality) เผยแพร่สู่สาธารณชนไม่ว่าจะเป็นการเผยแพร่ในรูปแบบของหนังสือพิมพ์ ป้ายโฆษณาและลักษณะที่เกี่ยวข้องกับบุคคลนั้น ไม่ได้จำกัดแค่รูปภาพของบุคคล แต่เป็นการคุ้มครองไม่ให้บุคคลต้องถูกวิพากษ์วิจารณ์โดยหนังสือพิมพ์ด้วย

ความคิดเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลจะเกิดขึ้นเมื่อมีการนำลักษณะที่เกี่ยวข้องกับบุคคลเผยแพร่สู่สาธารณะ โดยไม่จำเป็นต้องพิจารณาว่าภาพหรือการเผยแพร่นั้นอยู่ในลักษณะที่ "น่าจะก่อให้เกิดความเสียหายแก่บุคคลหรือไม่" เพียงแค่มีการเผยแพร่ง่ายๆ ก็ถือเป็นความผิด (OK Nation, 2550 : ออนไลน์)

สิทธิมนุษยชน หมายถึง สิทธิขั้นพื้นฐานที่มนุษย์ทุกคนได้รับอย่างเสมอภาคกันเพื่อให้สามารถดำรงชีวิตได้อย่างสันติสุข มีศักดิ์ศรี มีเสรีภาพ มีไม่ตรีจิต และมีความเมตตาต่อกัน โดยไม่คำนึงถึงความแตกต่างในเรื่องเชื้อชาติ สีผิว เพศอายุ ภาษา ศาสนา สถานภาพทางกาย หรือสุขภาพ

ปัญหาสิทธิส่วนบุคคลหรือความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีปัญหาเสมอๆ ตั้งแต่การนำภาพมาโพสต์แบบวาบหวิว เป็นภาพที่แอบถ่าย หรือการเอาข้อมูลของบุคคลอื่นมาเปิดเผย ซึ่งไม่ได้ขออนุญาต ไม่ได้รับอนุญาต การละเมิดสิทธิส่วนบุคคลบนโลกอินเทอร์เน็ต หลายกรณีนำมาซึ่งการเสื่อมเสียชื่อเสียง

ลิขสิทธิ์ (Copyright)

ลิขสิทธิ์ตามความหมายของกรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ หมายถึง “สิทธิแต่เพียงผู้เดียวที่จะกระทำการใดๆเกี่ยวกับงานที่ผู้สร้างสรรค์ได้ทำขึ้น” (กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์)

ลิขสิทธิ์ เป็นทรัพย์สินทางปัญญาประเภทหนึ่งที่ได้รับการคุ้มครองตามกฎหมายว่าด้วยลิขสิทธิ์ โดยอัตโนมัติไม่ต้องจดทะเบียนเพื่อขอรับความคุ้มครอง การแจ้งข้อมูลลิขสิทธิ์เป็นเพียงการรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับลิขสิทธิ์ ไม่ก่อให้เกิดสิทธิใดๆทางกฎหมาย นอกจากนี้พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 ยังให้ความคุ้มครองแก่นักแสดง อันได้แก่ ผู้แสดง นักดนตรี นักร้อง นักเต้น นักรำ และผู้ซึ่งแสดงท่าทาง ร้อง กล่าว พากย์ แสดงตามบทหรือในลักษณะอื่นใด จะได้รับการคุ้มครองในประเทศที่เป็นภาคีสมาชิกแห่งอนุสัญญาว่าด้วยการคุ้มครองลิขสิทธิ์หรืออนุสัญญาว่าด้วยการคุ้มครองสิทธิของนักแสดง ซึ่งประเทศไทยเป็นภาคีอยู่

ประเภทของงานสร้างสรรค์

งานสร้างสรรค์ที่มีลิขสิทธิ์ประกอบด้วยงานต่างๆ ดังนี้

1. งานทั่วไป ได้แก่

1. วรรณกรรม เช่น หนังสือ สุนทรพจน์ โปรแกรมคอมพิวเตอร์
2. นาฏกรรม เช่น ละคร โขน
3. ศิลปกรรม เช่น จิตรกรรม ประติมากรรม ภาพพิมพ์ สถาปัตยกรรม ภาพถ่าย แผนที่ ศิลปะประยุกต์
4. ดนตรีกรรม ได้แก่ ทำนองเพลง เนื้อร้องและทำนอง การเรียบเรียงเสียงประสาน
5. โสตทัศนวัสดุ เช่น วิดีโอเทป วีซีดี ดีวีดี
6. ภาพยนตร์
7. สิ่งบันทึกเสียง เช่น แผ่นเสียง เทปเพลง ซีดีเพลง
8. งานแพร่เสียงแพร่ภาพ คือ งานที่นำออกสู่สาธารณชนโดยทางวิทยุ โทรทัศน์ หรือวิธีอื่นที่คล้ายคลึงกัน
9. งานอื่นใดในแผนกวรรณคดี วิทยาศาสตร์หรือศิลปะ

2. งานสืบเนื่อง ได้แก่

1. งานดัดแปลง หมายถึง การทำซ้ำโดยเปลี่ยนรูปแบบ ปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติม โดยได้รับ

อนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์

2. งานรวบรวมหรือประกอบเข้าด้วยกัน โดยได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์

สิ่งที่กฎหมายไม่คุ้มครอง ได้แก่

- แนวความคิด หลักการ การค้นพบ หรือทฤษฎีทางวิทยาศาสตร์หรือคณิตศาสตร์
- ขั้นตอน กรรมวิธี ระบบ วิธีใช้ หรือการทำงาน

สิ่งที่ไม่ถือว่าเป็นงานอันมีลิขสิทธิ์

- ข่าวประจำวันและข้อเท็จจริงต่างๆ ที่มีลักษณะเป็นเพียงข่าวสาร
- รัฐธรรมนูญและกฎหมาย
- ประกาศ คำสั่ง ระเบียบ คำชี้แจง ของหน่วยงานรัฐหรือท้องถิ่น
- คำพิพากษา คำสั่ง คำวินิจฉัย และรายงานของทางราชการ
- คำแปล และการรวบรวมสิ่งต่างๆ ข้างต้น ที่หน่วยงานของรัฐหรือท้องถิ่นจัดทำขึ้น

ผู้ที่ได้รับการคุ้มครองลิขสิทธิ์

1. ผู้สร้างสรรค์งานโดยความคิดริเริ่มของตนเองมิได้ลอกเลียนแบบผู้อื่น
2. ผู้รวบรวมหรือคัดแปลงลิขสิทธิ์ โดยได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์เดิมแล้ว
3. ผู้รวบรวมฐานข้อมูล โดยการคัดเลือกหรือจัดลำดับในลักษณะที่มีได้ลอกเลียนผู้อื่น
4. ผู้สร้างสรรค์ในฐานะพนักงานหรือลูกจ้าง ถ้ามิได้ทำหน้าที่ตกตรงกับนายจ้างไว้เป็นอย่างอื่น
5. ผู้ว่าจ้างให้บุคคลอื่นสร้างสรรค์งาน เว้นแต่จะได้ตกลงกับผู้รับจ้างไว้เป็นอย่างอื่น
6. หน่วยงานของรัฐหรือของท้องถิ่น ที่สร้างสรรค์งานโดยการจ้าง หรือตามคำสั่ง หรือในความควบคุมของตน

การคุ้มครองลิขสิทธิ์

สิทธิทางเศรษฐกิจ : เจ้าของลิขสิทธิ์มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวที่จะกระทำการต่องานอันมีลิขสิทธิ์ของตน ดังนี้

1. ทำซ้ำหรือดัดแปลง
2. เผยแพร่ต่อสาธารณชน

3. ให้เช่าโปรแกรมคอมพิวเตอร์ โสตทัศนวัสดุ ภาพยนตร์ และสิ่งบันทึกเสียง
4. ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น
5. อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิตามข้อ 1, 2, หรือ 3

สิทธิทางศีลธรรม : ผู้สร้างสรรค์มีสิทธิ

1. แสดงว่าตนเป็นผู้สร้างสรรค์งาน
2. ห้ามมิให้ผู้รับโอนหรือบุคคลใดบิดเบือน ตัดทอน ดัดแปลงหรือทำโดยประการอื่นใดแก่งานนั้นจนเกิดความเสียหายแก่ชื่อเสียง หรือเกียรติคุณของผู้สร้างสรรค์

ข้อยกเว้นการละเมิดลิขสิทธิ์

กรณีเฉพาะ เช่น วิจัยหรือศึกษาโดยไม่แสวงหากำไร ทั้งนี้ภายใต้เงื่อนไขหลัก 2 ประการ

1. ไม่ขัดต่อการแสวงหาประโยชน์จากงานอันมีลิขสิทธิ์ตามปกติของเจ้าของลิขสิทธิ์
เกินสมควร
2. ไม่กระทบกระเทือนถึงสิทธิอันชอบด้วยกฎหมายของเจ้าของลิขสิทธิ์เกินสมควร

อายุการคุ้มครองลิขสิทธิ์

1. ตลอดอายุของผู้สร้างสรรค์ + 50 ปี นับแต่ผู้สร้างสรรค์ถึงแก่ความตาย
2. งานภาพถ่าย โสตทัศนวัสดุ ภาพยนตร์ สิ่งบันทึกเสียง งานแพร่เสียงแพร่ภาพ
คุ้มครอง 50 ปี นับแต่วันสร้างสรรค์ หรือวันโฆษณาครั้งแรก
3. งานศิลปะประยุคต์ มีอายุ 25 ปี นับแต่วันสร้างสรรค์หรือวันโฆษณาครั้งแรก

กรณีผู้สร้างสรรค์เป็นนิติบุคคล คุ้มครอง 50 ปี นับแต่วันสร้างสรรค์ หรือวันโฆษณาครั้งแรก

ผลภายหลังลิขสิทธิ์หมดอายุ

งานนั้นตกเป็นสมบัติของสาธารณะ บุคคลใดๆ สามารถใช้งานนั้นๆ ได้โดยไม่เป็นการละเมิดลิขสิทธิ์

กฎ มีหลายความหมาย ความหมายหนึ่ง หมายถึง ข้อความหรือถ้อยคำที่บังคับให้ปฏิบัติตามการปฏิบัติตามอาจเป็นการให้กระทำ หรือไม่ให้กระทำก็ได้ อาจมีข้อกำหนดลงโทษผู้ที่ทำผิดกฎแต่การลงโทษจะหนักเบาขึ้นอยู่กับอำนาจของ ผู้ออกกฎ และการกระทำที่กำหนดเป็นกฎนั้น การทำผิดกฎอาจไม่ต้องรับโทษเลย หรือรับโทษสถานเบา เช่น การตัดสิทธิบางอย่าง หรืออาจรุนแรงถึงขั้นถูกประหารชีวิต ก็ได้

กติกา หมายถึง ข้อกำหนด หรือข้อตกลงที่วางไว้สำหรับการแข่งขันกีฬา

ข้อบังคับ หมายถึง ข้อกำหนดที่ตั้งขึ้นสำหรับบังคับให้คนทำหรือไม่กระทำการใดๆ ตามกฎหมาย หรือตามที่สถาบันหรือองค์กรผู้มีอำนาจกำหนดใช้เฉพาะแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องกับ สถาบันหรือองค์กรนั้นๆ ข้อบังคับ มักใช้บังคับเฉพาะผู้ที่เกี่ยวข้องเท่านั้น การกระทำที่ผิดข้อบังคับอาจไม่มีโทษรุนแรง

ตอนที่ 5 แนวคิดเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตและเว็บไซต์ (Internet and Web)

อินเทอร์เน็ต เป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารที่ได้จากเครือข่ายคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่ที่เชื่อมโยงจากเครือข่ายคอมพิวเตอร์ขนาดย่อยจากที่ต่างๆ ทั่วโลกไว้ด้วยกัน โดยติดต่อสื่อสารกันด้วย E-mail (Electronic Mails)

การบริการจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Mail หรือ E-mail) เป็นวิธีการติดต่อสื่อสารระหว่างกันบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตรูปแบบหนึ่ง การรับส่งอีเมลล์อาจเป็นการรับส่งข้อมูลหรือการแนบเอกสาร รูปภาพ จนกระทั่งการส่งเอกสารแบบมัลติมีเดียที่มีทั้งภาพเสียง ทำให้การสื่อสารมีความสมบูรณ์

การบริการค้นหาข้อมูล (Search Engine) อินเทอร์เน็ต ช่วยย่นระยะเวลาและระยะทางในการเดินทางไปค้นหาหาข้อมูลถึงแหล่ง อาทิ ห้องสมุด มีข้อมูลที่ถูกรวบรวมไว้มากมาย ผู้ใช้สามารถนำมาใช้ได้ทันทีที่ต้องการ แต่ก็เป็นการยากที่ผู้ใช้ทั่วไปจะจำหรือทราบว่ามีข้อมูลในเว็บไซต่นั้นๆ จึงจำเป็นต้องมีระบบการสืบค้นหรือเว็บไซต์กลางเพื่อการค้นหาข้อมูล การซื้อขายแลกเปลี่ยนผ่านอินเทอร์เน็ต (Internet Trading) ผู้คนสามารถซื้อขายของกันได้เพียงแค่เปิดเว็บไซต์ซื้อขายขึ้นมารับชมภาพ และข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการ ก่อนการตัดสินใจซื้อและเจ้าของร้านก็ทำการจัดส่งสินค้าไปให้ผ่านระบบการจัดส่งไปรษณีย์หรือพนักงานขนส่งได้ทันที (ภาวฑ พงษ์วิทย์ภานุ, 2550)

การบริการอื่นๆ ซึ่งมักเป็นการติดต่อแบบทันทีทันใด เช่น การพิมพ์ข้อความเพื่อคุยกัน (chat) การโทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ต การประชุมแบบเห็นหน้ากันผ่านอินเทอร์เน็ต ซึ่งทั้งสองฝ่ายต้องมีกล้องและไมโครโฟน การส่งข้อความสั้นๆถึงกัน โดยผ่านโปรแกรมประเภท Instant Messaging หรือ IM เช่น ICQ , Yahoo! Messenger หรือ MSN Messenger เป็นต้น การส่ง SMS (Short Message Service) การดาวน์โหลด ไฟล์ข้อมูล การบริการดูหนัง ฟังเพลงและติดตามข้อมูล ข่าวสาร (News and Entertainment) มีโปรแกรมหนัง เพลง หรืออื่นๆ ซึ่งอาจเรียกจากบราวเซอร์ หรือจะส่งไฟล์ด้วยบริการประเภทอื่น เช่น ftp (file transfer protocol) ก็ได้ (วิภา เพิ่มทรัพย์, 2546) อินเทอร์เน็ตทำให้ผู้ใช้แต่ละรายสามารถใช้เครือข่ายในการเข้าถึงสารสนเทศแบบดิจิทัล

ทำไมเว็บจึงไม่ใช่สิ่งเดียวกันกับอินเทอร์เน็ต

เพื่อให้มีความชัดเจนในเรื่องนี้ คำว่าเว็บ (Web) คือบางอย่างที่ทำงานบนอินเทอร์เน็ต เป็นหน้างานบนอินเทอร์เน็ตที่ได้รับความนิยม และไม่เหมือนกับอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นเครือข่ายของเครือข่ายคอมพิวเตอร์ ที่มีการเชื่อมโยงด้วยเคเบิล สายไฟ และไมโครโพรเซสเซอร์ อินเทอร์เน็ตสามารถรับส่งข้อมูลทุกประเภท เช่น อีเมลล์ และโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ในขณะที่เว็บถูกสร้างขึ้นมาจากข้อมูลประเภทต่างๆ หัวใจสำคัญของเว็บคือ การมีภาษาคอมพิวเตอร์ที่เรียกว่า Hypertext Markup Language, HTML ในการสร้างหน้าเว็บ (Web pages) รวมถึงการลิงค์ (Link) กราฟิก และส่วนประกอบที่เป็นมัลติมีเดีย เว็บเปิดโอกาสให้ผู้คนต่างๆ ได้แสดงออกถึงความเป็นตัวตนของเขา ได้คิดสร้างสรรค์ ได้แสดงออกด้วยข้อความ ภาพ ศิลปะ และนำเสนอความเป็นตัวเขาไปยังผู้ชม (David Gauntlett, 2000)

การบริการข้อมูลแบบเว็บ ข้อมูลต่างๆบนอินเทอร์เน็ตมักอยู่ในรูปของ เว็บเพจ (web page) หรือหน้าของเอกสารเว็บ เรียกเต็มๆว่า “เวิลด์ไวด์เว็บ” (World Wide Web หรือ WWW) ซึ่งเป็นรูปของเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ที่เรียกดูจากจอคอมพิวเตอร์ได้โดยใช้โปรแกรม “บราวเซอร์” (browser) เช่น Internet Explorer ซึ่งในเว็บเพจนี้อาจมีทั้งภาพนิ่ง เสียง วิดีโอ หรืออื่นๆ มีการเรียกดูเว็บ (browse) การดึงข้อมูลลงมา (download) หรือส่งข้อมูลขึ้นไป (upload) และแต่ละหน้าจะมีการเชื่อมโยงหรือ “ลิงค์” (link) เพื่อช่วยให้เรียกดูเอกสารอื่นๆที่เกี่ยวข้องกันได้โดยง่าย แต่ละเว็บเพจจะเป็นไฟล์อยู่ในเครื่องคอมพิวเตอร์ เรียกว่า “เว็บไซต์” (web site) หรือ เว็บเซิร์ฟเวอร์ (Web Server)

สถิติการใช้เว็บไซต์ในประเทศไทย

ระบบให้บริการตรวจสอบสถิติ การเยี่ยมชมเว็บไซต์ ที่สมบูรณ์และมีคุณภาพนั้น จะมีให้บริการอยู่แต่ในต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่ เว็บไซต์ของหน่วยงานต่างๆ ในประเทศไทยจำเป็นต้องพึ่งพาระบบดังกล่าวของต่างประเทศเป็นจำนวนมาก ส่งผลให้ข้อมูลการเยี่ยมชมเว็บไซต์ไทย อยู่ในมือของผู้ให้บริการในต่างประเทศ ทరుฮิต คือ ระบบให้บริการตรวจสอบสถิติการเยี่ยมชมเว็บไซต์ ซึ่งเป็นผลงานวิจัยและพัฒนาโดยสำนักบริการเทคโนโลยีสารสนเทศภาครัฐ (สบทร.) ภายใต้ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ จุดมุ่งหมายเพื่อให้หน่วยงานภาครัฐและเอกชน มีระบบการตรวจสอบสถิติ การเยี่ยมชมเว็บไซต์ในประเทศไทย ทరుฮิตนอกจากให้บริการวิเคราะห์สถิติแล้ว ยังมีการให้บริการประชาสัมพันธ์ บริการระบบความปลอดภัย บริการแหล่งข้อมูล และบริการเกี่ยวกับ Utility

จากเว็บไซต์ที่ได้รับการจัดอันดับ **Truehits Awards 2006** 10 อันดับแรก ที่มีผู้เยี่ยมชมสูงสุด (ประกาศ ณ ปี 2007) ได้แก่ sanook.com, kapook.com, manger.co.th, teenee.com, mthai.com, asiasoft.co.th, pramool.com, dek-d.com, playpark.com, siamsport.co.th (การวิเคราะห์ค่าสถิติใช้ ค่า

เว็บไซต์สนุกดอทคอม

การแบ่งผลิตภัณฑ์ มีการแบ่งเป็นหมวด ประกอบด้วย (1) ข้อมูลและสาระบันเทิง เป็นข่าว ข้อมูลบันเทิง ไลฟ์สไตล์ (2) ซอปปิงออนไลน์ เป็นคลาสสิฟายด์ออนไลน์ การประมูล (3) บริการการค้นหาข้อมูล เป็นเว็บค้นหาข้อมูล สารบัญเว็บไซต์ ค้นหาข้อมูล-ข้อมูลในท้องถิ่น (4) ชุมชนออนไลน์ เป็นการติดต่อสื่อสารออนไลน์ ความสนใจส่วนบุคคล-แบ่งปันข้อมูล หาเพื่อน หาคณรัก (5) บริการเสริมผ่านมือถือ เป็นบริการดาวน์โหลด ข้อมูล-ความบันเทิงผ่าน SMS ข้อมูลเสียงผ่านโทรศัพท์ ฯลฯ (6) บริการโฆษณาออนไลน์ เป็นโฆษณาแบบภาพ สปอนเซอร์ออนไลน์ ฐานข้อมูลด้านการตลาด

มีการพัฒนา Blog มีการพัฒนาระบบ (system) ให้ผู้ใช้บริการสามารถเขียน Blog ได้ update ข่าวสารได้ เป็น personal diary สามารถให้โหวตได้ แนวโน้มการใช้ Blog ของสนุกไม่หือหาวา ไปเรื่อยๆ Blog ไม่ใช่ core business แต่มีไว้ให้บริการสำหรับผู้ที่ต้องการใช้ เพื่อเป็นการบริการผลิตภัณฑ์อย่างครบครัน (รัชนี สุประภากร, สัมภาษณ์)

เว็บไซต์ผู้จัดการออนไลน์

ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับหนังสือพิมพ์ แบ่งเป็นผู้จัดการออนไลน์ ประกอบด้วย มุมการเมือง อาชญากรรม คุณภาพชีวิต ภูมิภาค ต่างประเทศ มุมจีน ธุรกิจ หุ่น SMEs โลกยานยนต์ Manager Auction CyberBiz Telecom วิทยาศาสตร์ เกม กีฬา เป็นต้น ผู้จัดการรายวัน ผู้จัดการรายสัปดาห์ ประกอบด้วยข่าวการเมือง เศรษฐกิจ-การค้า เศรษฐกิจโลก บันเทิง ธุรกิจภูมิภาค การเงิน การตลาด ไอทีท่องเที่ยว-บริการ บ้าน-ที่ดิน รถยนต์ E&M B-School HR คุณภาพชีวิต Smart Job นิตยสารผู้จัดการ ประกอบด้วย today's news, magazine, columnist, photo galleries, book &idea Positioning ASTV News

บริษัทมีพันธมิตรทางธุรกิจกับบริษัทให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์โดยให้บริการข่าวทางโทรศัพท์มือถือให้กับสมาชิกของบริษัท dtac , AIS, Truemove ที่ต้องการข้อมูลข่าวสารเท่านั้น

ถ้าเป็นเว็บข่าว ผู้จัดการออนไลน์เป็นเว็บข่าวอันดับ 1 จากสถิติการเข้าชมที่จัดโดย Truehits.net ปี 2006 เว็บผู้จัดการออนไลน์ทำหน้าที่สื่อที่เสนอข่าวถึง 80 % รวดเร็ว เข้าถึงอย่างเสมอภาค เป้าหมายให้บริการข้อมูลที่หลากหลายครบถ้วน โดยใช้ศักยภาพของเทคโนโลยี ให้ได้ประสิทธิภาพสูงสุด มีการเชื่อมโยงข่าวในอดีตได้ง่าย สามารถ update ข่าวได้ เก็บไว้ไม่จำกัดเวลา ข้อมูลถูกเก็บเอาไว้ได้นาน เมื่อ

เว็บไซต์กระทู้ดอทคอม

กระทู้เองมีกลุ่มเป้าหมายเป็นวัยรุ่น อัตราการเติบโตสูงสุดจากการวิเคราะห์ผู้เข้าชมชมทรูฮิตของช่วง กันยายน 2550 ถึงกุมภาพันธ์ 2551 มีการเติบโตสูงสุด กระทู้ไม่มี e-commerce ไม่มีการประมูลสินค้า ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เป็นบันเทิง ประเภทหนัง เพลง เกม ฟุตบอล ความรู้มีบ้างแต่เป็นแนวบันเทิง ส่วนเกมไม่ใช่เกมออนไลน์แต่เป็นเกมที่เล่นได้ทันทีในเว็บไซต์กระทู้ กระทู้แบ่งเป็น 3 หมวด คือ หมวด Hilight, play, และplanet ซึ่งในหมวด Hilight ประกอบด้วยเรื่องเด่น ประเด็นร้อน บันเทิง วาไรตี้ คู่มือ แฟชั่น x-file ส่วนหมวด play ประกอบด้วยเรื่องเกมวิดีโอ รูปภาพ และภาพเคลื่อนไหว และหมวด planet ประกอบด้วยสมาชิก บล็อก รูปภาพ กู๊ก๊ก ไอเดียบอร์ด เจี้ยวจ้าว บริษัทเน้นพัฒนาเครื่องมือให้ ผู้ใช้ มากกว่า เนื่องจากจะพัฒนาให้เป็น เว็บ 2.0 ให้ได้ แนวคิด ของบริษัทที่ให้ผู้ใช้งานจัดการเนื้อหา (Content) เป็นคน ดำเนินการเนื้อหา สร้างกลุ่มเน็ตเวิร์คของผู้ใช้เอง บริษัทสร้างกระทู้เพลงเน็ต คล้าย Hi 5 มีกลไกใส่รูป photo album ใส่แกลเลอรี ให้เพื่อนเข้ามาใส่รูป มีสมาชิก ใช้บริการเพลงเน็ต 3 แสนกว่าราย ที่ไม่ใช่สมาชิกที่ลงทะเบียนแต่ใช้กระทู้เพลงเน็ต 7 แสนกว่าราย (เจษฎา มินศิริ, สัมภาษณ์)

เว็บไซต์เอ็มไทยดอทคอม

Mthai มีบริการ แบ่งออกเป็น 2 ส่วนหลักๆ คือ

เนื้อหา (Content) ประกอบด้วยข่าวเด่นประเด็นร้อน ทันเหตุการณ์ เกาะติดทุกกระแส อินเทอร์เน็ต ด้วยเช็ทซ์ขงอดนินยตั้ง News, Women, Technology, Sport, Car, Travel, Horoscope, Game, Movie และ Gossip

การบริการ (Service) ตอบโจทย์วิถีการดำเนินชีวิตของคนรุ่นใหม่ด้วยบริการที่เป็นที่นิยมที่สุดกับวิดีโอ Mthai ด้วยกระแส Web 2.0 ที่ให้ ผู้ใช้สร้างสรรค์ เอง และมีการให้บริการ platform ที่มาแรงพร้อมกับ Album, Club, Picpost, blog, VDO clip, Webboard และ Upload ซึ่งสามารถแบ่งปันกันได้

Mthai.com เติบโตอย่างมั่นคงด้วยความนิยมจากผู้ใช้เว็บไซต์ในประเทศไทยติดอันดับ 1 ใน 3 ของประเทศ โดยมีสถิติ UIP เฉลี่ยต่อวัน 494,863 UIP และมี Page views เฉลี่ยต่อวัน 5,626,844 Page views ข้อมูล ณ วันที่ 31 สิงหาคม 2553 Mthai เป็นชุมชนออนไลน์ ไม่ได้ focus ที่ตัว content แต่ focus ที่คนที่มาสร้าง content มากกว่า นโยบาย Mono group ต้องไม่ทำสิ่งที่ผิดกฎหมาย

Mthai เป็น third party ต้องติดต่อกับทุกบริษัท เช่น ริงโตนต้องติดต่อกับ บริษัท อาร์เอส (RS), บริษัทแกรมมี่ (Grammy) ส่วนโลโก้ มี content ที่ผลิตขึ้นเอง มี animation ผ่าน sms แต่เน้นข่าวบันเทิง ที่เป็น content สร้างเอง ซึ่งรับผิดชอบโดยบริษัทในเครือที่ทำ เกี่ยวกับ content โดยเฉพาะ มีบริการด้าน E-commerce เกี่ยวกับการขายผลิตภัณฑ์ ที่จับต้องได้ มี VCD, DVD ที่ถูกลิขสิทธิ์ หนังสือ เครื่องสำอาง แฟชั่นเล็กน้อย ของเล่น มีการให้บริการอินเทอร์เน็ต บริการ Mobile Design พันธมิตร คือ ผู้ให้บริการโทรศัพท์ ได้แก่ AIS, Dtact, Truemove, Hutch ติดต่อกับแกรมมี่ RS, Moindy, warner music

เว็บไซต์เด็กคิดคอม

dek-d เจาะเด็กวัยรุ่นเป็นหลัก เนื้อหาเป็น วิธีการ การใช้ชีวิต แฟชั่น ที่เที่ยว ที่กิน รวมการศึกษา ทั้งภายในและภายนอกห้องเรียน การเตรียมตัวเข้ามหาวิทยาลัย มีเว็บบอร์ด ให้คนเข้ามาคุย มี template ให้ตกแต่ง เปิดโอกาสให้น้องๆที่เข้ามาในเว็บได้แสดงความคิดเห็นของตัวเอง อยากเขียนนิยาย ลงรูปให้เพื่อนอ่าน มีระบบ blog ให้พื้นที่ป้อนข้อมูล ส่งข้อมูล blog ใช้ blog ในการเขียนนิยายเป็นหลัก เล่าชีวิตประจำวัน เล่าประสบการณ์การเรียนวิชาในชั้นเรียน มีเทคนิคในการเรียน (ปกรณ์ สันติสุนทรกุล, สัมภาษณ์)

การดูแลเว็บไซต์ในประเทศไทย

เนื่องจากในปัจจุบัน ระบบคอมพิวเตอร์ได้เป็นส่วนสำคัญของการประกอบกิจการและการดำรงชีวิตของมนุษย์ หากมีผู้กระทำการใดๆ ให้ระบบคอมพิวเตอร์ไม่สามารถทำงานตามคำสั่งที่กำหนดไว้หรือทำให้การทำงานผิดพลาดไปจากคำสั่งที่กำหนดไว้ หรือใช้วิธีการใดๆ เข้าล่วงรู้ข้อมูล แก้ไข หรือทำลายข้อมูลของบุคคลอื่นในระบบคอมพิวเตอร์โดยมิชอบ หรือใช้ระบบคอมพิวเตอร์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลคอมพิวเตอร์อันเป็นเท็จหรือมีลักษณะอันลามกอนาจาร ย่อมก่อให้เกิดความเสียหายกระทบกระเทือนต่อเศรษฐกิจ สังคม และความมั่นคงของรัฐ รวมทั้งความสงบสุขและศีลธรรมอันดีของประชาชน สมควรกำหนดมาตรการเพื่อป้องกันและปราบปรามการกระทำความผิดดังกล่าว กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ที่มีอำนาจหน้าที่ที่เกี่ยวข้องด้านคอมพิวเตอร์ เช่น พัฒนาระบบงาน

กฎหมายข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อให้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคล โดยการกำหนดหลักเกณฑ์การเก็บรวบรวม ใช้ และเปิดเผย ข้อมูลส่วนบุคคล ที่อยู่ในความครอบครองของหน่วยงานเอกชน ให้เป็นไปตามที่กฎหมายบัญญัติ รวมทั้งกำหนดกลไกในการกำกับดูแล เพราะความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในปัจจุบันทำให้มีการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลได้ง่าย สะดวก และรวดเร็ว (คลังปัญญา : ออนไลน์)

สมาคมผู้ดูแลเว็บไทย (Thai Webmaster Association) ซึ่งเป็นองค์กรวิชาชีพด้านการเว็บไซต์และอินเทอร์เน็ต ซึ่งเคยมีความร่วมมือกับ สถาบันคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม (สบท.) ซึ่งเป็นหน่วยงานหนึ่งในสำนักงาน คณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กทช.) ดูแลเกี่ยวกับการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม

สมาคมผู้ดูแลเว็บไทย

สมาคมผู้ดูแลเว็บไทย เดิมชื่อ **ชมรมไทยเรือบมาสเตอร์** เป็นสมาคมเอกชนที่จัดขึ้นเพื่อเป็นศูนย์กลางในการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ของคนทำเว็บไซต์ ที่เรียกโดยรวมว่า "ผู้ดูแลเว็บ" โดยมีจุดประสงค์เพื่อเสริมสร้างความรู้ด้านวิชาการ และกระตุ้นจริยธรรม ให้กับผู้ดูแลเว็บ เพื่อที่จะร่วมกันสร้างสรรค์วงการเว็บไซต์ไทยให้มีคุณภาพไม่เป็นภัยต่อสังคม ในอดีตที่ผ่านมา สมาคมได้จัดกิจกรรมเสริมสร้างความรู้เกี่ยวกับเว็บและอินเทอร์เน็ต อย่างต่อเนื่อง รวมทั้งยังร่วมกันก่อตั้ง สภาวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไทย (The Webmaster Council of Thailand) ขึ้นอย่างเป็นทางการ เพื่อสร้างกระบวนการควบคุมจริยธรรมกันเองภายในกลุ่มคนผู้ประกอบวิชาชีพผู้ดูแลเว็บ

สภาวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไทย

สภาวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไทย ก่อตั้งขึ้น โดยการรวมตัวกันของเจ้าของ ผู้ประกอบการ และผู้

ประกอบวิชาชีพผู้ดูแลเว็บ ได้ร่วมกันสถาปนาสภาวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไทยให้เป็นองค์กรอิสระ ทำหน้าที่ควบคุมตนเอง เพื่อส่งเสริมเสรีภาพ ความรับผิดชอบ สถานภาพผู้ประกอบการ วิชาชีพและกิจการเว็บไทย ตลอดจน ส่งเสริมสนับสนุน สิทธิการใช้เว็บไซต์ เพื่อการรับรู้ข่าวสารและการแสดงความคิดเห็นของพลเมืองในระบอบประชาธิปไตย อันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข อีกทั้งยังมีการส่งเสริมให้เว็บไซต์ทำหน้าที่ให้การศึกษาแก่ประชาชน รวมทั้งยึดถือความยุติธรรม และความเที่ยงธรรมเป็นหลักในการประกอบวิชาชีพ โดยมีนายอัครวุฒิ ดำราเรียง เป็นประธานสภา พ.ต.อ.ญาณพล ชัยยืน เป็นรองประธานคนที่ 1 นายชิตณรงค์ คุณะกฤดาธิการ รองประธานสภาคนที่ 2 และนายศิวัตร เชาวริยวงษ์ เลขานุการ สภาวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไทย ได้ตราจริยธรรมแห่งวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไทย ประกอบด้วยหมวด 1 ทั่วไป หมวด 2 จริยธรรมของเว็บไซต์ หมวด 3 จริยธรรมของผู้ประกอบวิชาชีพผู้ดูแลเว็บ หมวด 4 แนวปฏิบัติของเว็บไซต์และผู้ประกอบวิชาชีพผู้ดูแลเว็บ (สภาวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไทย, 17 เมษายน 2551 : ออนไลน์)

ตอนที่ 6 แนวคิดเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตมาร์เก็ตติ้งและการตลาดปฏิสัมพันธ์

ความรู้เกี่ยวกับการตลาด

สมาคมการตลาดแห่งอเมริกัน (American Marketing Association) ได้ให้คำจำกัดความของการตลาด คือ “กระบวนการในการวางแผน และปฏิบัติตามแนวคิดเกี่ยวกับราคา การส่งเสริมการตลาด และการกระจายสินค้าและบริการ เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนที่เป็นที่พึงพอใจแก่ทั้งปัจเจกบุคคลและตามวัตถุประสงค์องค์กร” (J. Paul Peter, 1994)

การตลาด เป็นกระบวนการทางสังคมและการบริหาร (Social and Management process) ซึ่งบุคคล และกลุ่มบุคคล ได้รับสิ่งที่สนองความจำเป็น และความต้องการของเขาจากการสร้าง (Creating) การเสนอ (Offering) และการแลกเปลี่ยน (Exchange) ผลลัพธ์ที่มีมูลค่ากับบุคคลอื่น (Kotler, 1997)

แนวคิดด้านการตลาด (Marketing Concept) (William F. Schocll, 1995, P.13) เป็นปรัชญาการบริหารที่สนับสนุนให้บริษัททางธุรกิจ ดำเนินการด้าน :

1. ลูกค้า (Customer Oriented) ทำให้เกิดความพึงพอใจตามความต้องการของลูกค้าเป้าหมาย โดยเน้นที่ความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก การที่บริษัทจะตัดสินใจทำอะไรจะต้องมีการวิจัยตลาดเพื่อจะารู้ถึงความต้องการของลูกค้า

2. มุมมองระบบของการบริหาร (System View of Management) เน้นที่การประสานความร่วมมือกันทำงานระหว่างแผนก ฝ่ายต่างๆ ในบริษัทในการสร้างกิจกรรมเพื่อให้ลูกค้าพอใจ

3. หาทางที่จะได้ผลตอบแทนที่น่าพอใจคืนมาจากการลงทุนในแง่ของการได้กำไรสูงขึ้นจากปริมาณการขายที่มีจำนวนเพิ่มขึ้น หรือการได้ส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้น ถือว่าเป็นผลตอบแทนที่กลับคืนมาจากการลงทุน

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541) ได้ชี้ให้เห็นถึงจุดเริ่มต้นของการตลาดที่เกิดจากสิ่งต่อไปนี้

1. ความจำเป็น (Needs) เป็นอำนาจพื้นฐานที่ทำให้บุคคลต้องการสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เพื่อสนองความต้องการพื้นฐานของร่างกาย ประกอบด้วย ความต้องการในปัจจุบันได้แก่ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย และยารักษาโรค รวมทั้งความต้องการการพักผ่อน และความต้องการทางเพศ

2. ความต้องการ (wants) เป็นความปรารถนาของบุคคลที่จะได้รับหารตอบสนองความพอใจของบุคคล เป็นความต้องการในระดับที่ลึกซึ้งกว่าความจำเป็น ความต้องการเกิดจากการเรียนรู้ด้านวัฒนธรรมและสังคม ซึ่งถือว่าเป็นความต้องการด้านจิตวิทยา เป็นความต้องการการยอมรับและการยกย่องจากสังคม รวมทั้งความต้องการประสบความสำเร็จสูงสุดในชีวิต เช่น ความต้องการใช้รถเบนซ์ ต้องการบ้านในโครงการใหญ่ราคาหลายสิบล้าน ต้องการใช้โทรศัพท์มือถือรุ่นใหม่ที่สามารถส่ง SMS ภาษาไทยได้ เป็นต้น

3. ความต้องการซื้อ (Demands) เป็นความต้องการผลิตภัณฑ์ใด ผลิตภัณฑ์หนึ่ง (Needs/wants) ซึ่งต้องมีความสามารถในการซื้อ (Ability to Purchase) หรือมีอำนาจในการซื้อ (Purchasing power) และเต็มใจที่จะซื้อ (Willing to buy)

อินเทอร์เน็ตมาร์เก็ตติ้ง (Internet Marketing)

ปัจจุบันการตลาดนำเอาระบบอินเทอร์เน็ตในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ ด้วยการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อใช้เป็นช่องทางในการสื่อสารกับลูกค้าและกลุ่มเป้าหมาย การแสดงสินค้าและบริการบนเว็บไซต์ การโฆษณา การส่งเสริมการตลาดต่างๆ สามารถอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมายในการค้นหาสินค้าและบริการได้อย่างรวดเร็ว และสามารถเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศได้ง่าย เลือกสินค้าและบริการได้ทันที ซึ่งทำให้เกิดการตลาดแบบปฏิสัมพันธ์ (Interactive Marketing) ระหว่างเจ้าของสินค้าและลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมาย แนวโน้มพัฒนาการของสื่ออินเทอร์เน็ตที่พออย่างเช่น อินเทอร์เน็ต จะมีบทบาทสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงระบบตลาดแบบมวลชนมาสู่ระบบตลาดแบบเฉพาะตัวบุคคลมากขึ้น เนื่องด้วยศักยภาพทางเทคโนโลยีที่เปิดโอกาสให้เกิดการสื่อสารสองทาง (two-way communication) ระหว่างลูกค้ากับธุรกิจ การรวมกันระหว่างเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์เข้ากับระบบโทรคมนาคมในรูปแบบของดิจิทัล จะเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้สื่ออินเทอร์เน็ตทำให้การสื่อสารสนทนาโต้ตอบกันได้ในรูปแบบสื่อประสมที่เรียกว่า มัลติมีเดีย (ตรรกะ เทศศิริ, 2550)

อินเทอร์เน็ตมาร์เก็ตติ้ง เป็นการใช้อินเทอร์เน็ตในการโฆษณา และขายสินค้าและบริการ อินเทอร์เน็ตมาร์เก็ตติ้งรวมถึงการจ่ายเงินในการคลิกโฆษณา การโฆษณาทางแบนเนอร์ (banner ads) อีเมลล์มาร์เก็ตติ้ง (E-mail marketing) การโฆษณาปฏิสัมพันธ์ search engine marketing บล็อกมาร์เก็ตติ้ง (blog marketing) article marketing และ blogging

อินเทอร์เน็ตมาร์เก็ตติ้ง เป็นส่วนประกอบของอิเล็กทรอนิกส์คอมเมอร์ซ อินเทอร์เน็ตมาร์เก็ตติ้งสามารถรวมถึงการบริหารจัดการสารสนเทศ การประชาสัมพันธ์ การบริการลูกค้า และการขาย อินเทอร์เน็ตมาร์เก็ตติ้งเริ่มต้นขึ้นในปีค.ศ. 1900 ด้วยเว็บไซต์ที่เป็นข้อความที่นำเสนอสารสนเทศเกี่ยวกับสินค้า ต่อมาอินเทอร์เน็ตมาร์เก็ตติ้งไม่ใช่เป็นการขายสารสนเทศเกี่ยวกับสินค้า ปัจจุบันเป็นการขายพื้นที่โฆษณา (Advertising space) ซอฟต์แวร์ รูปแบบธุรกิจ และสินค้าบริการอื่นๆ การใช้อินเทอร์เน็ตมาร์เก็ตติ้งในปัจจุบันจะหมายถึงการใช้กลยุทธ์การตลาดที่มีการตอบสนองโดยตรง (direct response marketing strategies) แบบดั้งเดิมเช่น direct mail, วิทยุ ข่าวสารทางโทรทัศน์ นำมาประยุกต์ใช้บนพื้นที่ธุรกิจบนอินเทอร์เน็ต (wikipedia, 25 มีค 2550)

การตลาดปฏิสัมพันธ์ (Interactive Marketing)

การโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต เป็นอินเทอร์เน็ตเอกทิฟมาร์เก็ตติ้ง ทำให้สามารถเก็บข้อมูลของลูกค้าว่ามีพฤติกรรม และวิธีการสื่อสารกับแบรนด์ได้อย่างไร สามารถวัดความคุ้มค่าของเม็ดเงินโฆษณาที่ใช้ไป เช่น มีกี่เปอร์เซ็นต์ที่คนเข้ามาคลิกดูแล้วเล่นต่อ หรือกี่เปอร์เซ็นต์ที่เข้าไปในเว็บและซื้อสินค้า (กรุงเทพธุรกิจบิสวีค, 2549) กระบวนการตอบสนองตลาดเป็นรายบุคคล ทำให้มีปฏิริยาและการเปลี่ยนแปลงจากลูกค้าแต่ละรายรวมถึงกลุ่มลูกค้าคาดหวัง ตรรกะ เทศศิริ (2550) ได้เปรียบเทียบสื่อมวลชนกับสื่ออินเทอร์เน็ตเอกทิฟคือ สื่อมวลชนจะตอบสนองตลาดมวลชน เป็นการสื่อสารทางเดียว ผู้รับสารมีจำนวนมาก ข้อมูลข่าวสารจำกัดปริมาณ ข่าวสารมีเนื้อหาทั่วไป และมีลำดับในการนำเสนอข่าวสาร ในขณะที่สื่ออินเทอร์เน็ตเอกทิฟตอบสนองตลาดรายบุคคลแบบ 1 ต่อ 1 มีการสื่อสารสองทาง ผู้รับสารเป็นรายบุคคล ข้อมูลข่าวสารไม่จำกัดปริมาณ ข่าวสารมีเนื้อหาเจาะจง ไม่มีลำดับในการนำเสนอข่าวสาร การสื่อสารโต้ตอบกับผู้บริโภคได้เป็นรายบุคคล 1 ต่อ 1 (one – to - one marketing) ในสื่ออินเทอร์เน็ตเอกทิฟบนอินเทอร์เน็ตโดยใช้ฟังก์ชันของสื่ออินเทอร์เน็ต เช่น ฟังก์ชันบริการลูกค้า (Customer Support) เช่น แบบฟอร์มให้ลูกค้าวิพากษ์วิจารณ์ติชม แบบฟอร์มกรอกข้อมูลลูกค้า ฟังก์ชันการวิจัยตลาด (Marketing Research) เช่น ระบบค้นหาสินค้าและบริการ ฟังก์ชันผู้ช่วยของเว็บไซต์ (Personal-Choice Helper) เช่น ระบบแสดงภาพสินค้าเสมือนจริง (Virtual Reality Display) คุปองส่วนลดราคาสินค้าแบบอิเล็กทรอนิกส์ กลุ่มสนทนาของผู้ใช้สินค้าและบริการ ฟังก์ชันการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ (Advertising/Promotion

/Publicity) เช่น การประกาศโฆษณา การแสดงข้อมูลสินค้าบริการแบบสื่อประสม ฟังก์ชันเพื่อความบันเทิง (Entertainment) เช่น กระดานข่าวผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์ เกม โปสเตอร์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce : e-commerce)

E-Commerce มีชื่อที่แปลเป็นภาษาไทยว่า “พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์” เป็นกระบวนการเกี่ยวกับการขาย การซื้อ หรือแลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ การบริการ และสารสนเทศผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ รวมถึงอินเทอร์เน็ต ตอบสนองความต้องการของลูกค้า และให้ตรงใจลูกค้า ทำให้กระบวนการทางธุรกิจ มีประสิทธิภาพ และ และรวดเร็ว สามารถลดต้นทุน และขยายโอกาสทางการค้า ประเภทของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ แบ่งเป็น Business-to-Business (B2B) คือการทำการค้าระหว่างธุรกิจกับธุรกิจ, Business-to-Customer (B2C) คือการค้าระหว่างธุรกิจกับลูกค้า ซึ่งก็คือผู้บริโภค, Consumer-to-Business (C2B) , Consumer-to-Consumer (C2C) คือการติดต่อระหว่างผู้บริโภคกับผู้บริโภค, Mobile Commerce คือ การทำการค้าด้วยโทรศัพท์, E-government คือการประกอบธุรกิจระหว่างภาคเอกชนกับภาครัฐ (Efraim Turban, 20003) ซึ่งจะมีการติดต่อโต้ตอบระหว่างผู้ค้าและลูกค้าหรือผู้บริโภค ในการดำเนินการซื้อขายสินค้า

บล็อก (Blog)

บล็อก มาจากศัพท์คำว่า WeBlog โดยการผสมคำระหว่าง WEB (World Wide Web) และ LOG (บันทึก) เป็น Blog ซึ่งมีความหมาย คือการบันทึกบทความของตนเอง (Personal Journal) ลงบนเว็บไซต์ โดยเนื้อหาของ blog เป็นเรื่องราวต่างๆได้ทุกอย่าง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องส่วนตัว หรือเป็นบทความเฉพาะด้านต่าง ๆ เช่น เรื่องการเมือง เรื่องกล้องถ่ายรูป เรื่องกีฬา เรื่องธุรกิจ เป็นต้น จุดเด่นของบล็อกที่นิยมนำไปใช้คือ ผู้เขียนบล็อก สามารถแสดงความคิดเห็นของตนเองลงไป ในบทความนั้น ๆ โดยบล็อกบางแห่ง จะมีอิทธิพลในการโน้มน้าวจิตใจผู้อ่านสูงมาก ขณะเดียวกัน บางบล็อกก็จะเขียนขึ้นมาเพื่อให้อ่านกันในกลุ่มเฉพาะ เช่นกลุ่มเพื่อน หรือครอบครัวตนเอง Blog คือเว็บไซต์ เป็นเครื่องมือสื่อสาร ที่สามารถสื่อถึงความเป็นกันเองระหว่างผู้เขียนบล็อก และผู้อ่านบล็อกที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ที่ชัดเจนของบล็อกนั้นผ่านทางระบบแสดงความเห็น(comment) ของบล็อกเอง และก็จะจะมี link ไปยังเว็บอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องอีกด้วย

ตอนที่ 7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นุชรรัตน์ ขวัญคำ วิจัยเรื่อง รูปแบบการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร ด้วยการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ด้วยแบบสอบถามขนาดตัวอย่าง 400 ราย และสัมภาษณ์เชิงลึก 8 คนด้วยวิธีเจาะจง กลุ่มวัยรุ่นอายุ 13-21 ปี พบว่า ลักษณะการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของกลุ่มวัยรุ่นส่วนใหญ่

พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต พบว่า กลุ่มวัยรุ่นส่วนใหญ่มีการร่วมแสดงความคิดเห็นในกลุ่มข่าวสารต่างๆ การติดตามข่าวสาร ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต อยู่ในระดับปานกลาง การดูหนังฟังเพลงผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต และการเล่นเกมอยู่ในระดับมาก

กิจกรรมที่วัยรุ่นส่วนใหญ่นิยมมากที่สุดคือ การใช้อินเทอร์เน็ตค้นหาข้อมูลผ่านเว็บไซต์ต่างๆ รองลงมาคือ การดูหนังฟังเพลงผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต และการพูดคุยสนทนาหาเพื่อนผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต สำหรับกิจกรรมในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการตอบสนองความต้องการของวัยรุ่นน้อยที่สุดคือ การสั่งซื้อสินค้าผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต รองลงมาคือ การเป็นสมาชิกในเว็บไซต์ต่างๆ และการเล่นเกม

รูปแบบการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของกลุ่มวัยรุ่นส่วนใหญ่ มีการศึกษาหาความรู้ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต อยู่ในระดับมากที่สุด การชมทีวีออนไลน์หรือฟังเพลงออนไลน์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต อยู่ในระดับปานกลาง และมีการจองตั๋วเครื่องบินผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตอยู่ในระดับน้อยที่สุด

โอมห์ สุขศรี วิจัยเรื่อง การสื่อสารผ่านเว็บไซต์กับการสร้างอัตลักษณ์และสัญญาณของกลุ่มแฟนคลับฟุตบอลต่างประเทศ กรณีศึกษา: เรดอาร์มีแฟนคลับ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม รวมทั้งการพิจารณาเนื้อหาจากเว็บบอร์ดของชมรมเรดอาร์มีแฟนคลับ พบว่ากฎ ระเบียบในการสื่อสารของกลุ่มเรดอาร์มีแฟนคลับ ในเว็บไซต์ www.redarmyfc.com มีกฎกติกาและมารยาทในการสื่อสาร ซึ่งกำหนดโดย webmaster เพื่อเป็นการควบคุมความเรียบร้อยในเว็บบอร์ด โดยกฎหมายดังกล่าวเลียนแบบกฎหมายทางสังคมจริงนำมาประยุกต์ใช้ แต่บทลงโทษจะเป็นการลงโทษที่กระทันหันและตัวตนเสมือนของสมาชิก เช่น การลบ หรือการระงับสถานภาพของสมาชิก

อรอุมา ศรีสุทธิพันธ์ วิจัยเรื่องความคิดเห็นและพฤติกรรมในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร ด้วยแบบสอบถาม ขนาดตัวอย่าง 400 คน พบว่า ส่วนบริการที่นิยมใช้มากที่สุดคือ ค้นหาข้อมูลข่าวสารหรือค้นหาว่า รองลงมาคือ การสนทนาทางอินเทอร์เน็ต และการอ่านหนังสือพิมพ์หรือนิตยสารบนอินเทอร์เน็ต ตามลำดับ

เกศกนก อิศระชัยพิสิฐ วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ และความพึงพอใจต่อบริการเสริมด้านความบันเทิงประเภทเสียงบนโทรศัพท์มือถือของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร วิจัยเชิงสำรวจ

DPU

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง “จิตสำนึกสาธารณะของผู้ประกอบการในการทำตลาดแบบปฏิสัมพันธ์ (Public Consciousness of Entrepreneur in Interactive Marketing)” วัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาแนวความคิดด้านจิตสำนึกสาธารณะของผู้ประกอบการเว็บไซต์ในการทำตลาดปฏิสัมพันธ์ (2) ทิศทางการทำตลาดแบบปฏิสัมพันธ์อย่างมีจิตสำนึกสาธารณะของผู้ประกอบการเว็บไซต์ (3) แนวทางการกำหนดความรับผิดชอบต่อสาธารณะในการทำตลาดแบบปฏิสัมพันธ์

แนวทางการวิจัย

ผู้วิจัยใช้ระเบียบการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เป็นเครื่องมือในการศึกษาเกี่ยวกับจิตสำนึกสาธารณะของผู้ประกอบการเว็บไซต์ที่มีการให้บริการผลิตภัณฑ์ การควบคุมดูแล คัดกรองเนื้อหาข้อความที่ปรากฏบนเว็บไซต์ ทั้งที่เป็นการปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการเกี่ยวกับการโต้ตอบแสดงความคิดเห็น และการเลือกซื้อขายสินค้า การประมวลสินค้าในเว็บไซต์ และการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับจิตสำนึกสาธารณะของผู้ประกอบการเว็บไซต์ด้วยการสัมภาษณ์

ผู้วิจัยใช้การรวบรวมข้อมูลดังนี้

(1) การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการเว็บไซต์ที่ได้รับความนิยมเข้าชมมากที่สุดจากการจัดอันดับของทรูฮิต 5 อันดับ ได้แก่ เว็บไซต์สนุกคอตคอม เว็บไซต์กระปุกคอตคอม เว็บไซต์ผู้จัดการออนไลน์ เว็บไซต์เด็กดีคอตคอม เว็บไซต์เอ็มไทยคอตคอม โดยศึกษา(1) แนวคิดด้านความรับผิดชอบต่อสาธารณะของผู้ประกอบการเว็บไซต์ในการทำตลาดปฏิสัมพันธ์ (2) ทิศทางการทำตลาดแบบปฏิสัมพันธ์ที่มีจิตสำนึกสาธารณะของผู้ประกอบการเว็บไซต์ เป็นประเด็นเกี่ยวกับการควบคุมดูแลเนื้อหาบนเว็บไซต์ ความรับผิดชอบต่อผู้ใช้บริการเว็บไซต์ ความร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม (3) แนวทางการกำหนดความรับผิดชอบต่อสาธารณะในการทำตลาดปฏิสัมพันธ์ เพื่อกำหนดความรับผิดชอบต่อสาธารณะในการทำตลาดแบบปฏิสัมพันธ์

ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการเว็บไซต์ที่มีผู้เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์มากที่สุด 5 อันดับแรกจากระบบให้บริการตรวจสอบสถิติการเยี่ยมชมเว็บไซต์ของทรูฮิต (Truehits.net) ได้แก่

1. Snook.com
คุณรัชณี สุประภากร, ผู้ช่วยรองบริหารฝ่ายการตลาด, บริษัทสนุกออนไลน์ จำกัด
2. Kapook.com
คุณเจษฎา มินศิริ, Deputy Managing Director, บริษัทบัณฑิต เซ็นเตอร์ จำกัด
3. Mthai.com
คุณSang Do Lee, Chief Operating Office, Mono Technology CO.,Ltd.
4. Manager.co.th
คุณนิรันดร์ เขียวภาวี่, เว็บบาสเตอร์, บริษัทผู้จัดการออนไลน์ จำกัด
5. Dek-D.com
คุณปกรณ์ สันติสุนทรกุล, Product Development Manager, บริษัท เด็คดี อินเทอร์เน็ต
ทิฟ จำกัด

(2) การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ทั้ง 5 เว็บไซต์ของผู้ประกอบการที่ให้สัมภาษณ์ เป็นการวิเคราะห์เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสาธารณะของผู้ประกอบการเว็บไซต์ และทิศทางการตลาดแบบ ปฏิสัมพันธ์ที่มีจิตสำนึกสาธารณะของผู้ประกอบการเว็บไซต์ที่ปรากฏบนหน้าเว็บไซต์ โดยประเด็นที่ศึกษา ได้แก่ การวิเคราะห์การแสดงความรับผิดชอบต่อสาธารณะที่เกี่ยวกับการให้บริการเว็บไซต์อย่างถูกต้อง และวิธีการตลาดแบบปฏิสัมพันธ์ที่มีจิตสำนึกสาธารณะของผู้ประกอบการเว็บไซต์ในด้าน การซื้อขาย การประมูลสินค้า เช่น การกำหนด นโยบาย เงื่อนไข การสร้างความเชื่อมั่นในการซื้อขาย การประมูลสินค้า บนเว็บไซต์ โดยวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์เป็น 2 ประเภท ประเภทผลิตภัณฑ์ที่เป็นข่าวสาร ความรู้ ความบันเทิง โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย และ ประเภทผลิตภัณฑ์ที่มีการซื้อขาย การประมูลสินค้า ขอบปิ้ง ที่มีการชำระค่าบริการ เช่น ดาวน์โหลดริงโทนลงมือถือ

เครื่องมือในการวิจัย

ผู้วิจัยเน้นการใช้ข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยเป็นเครื่องมือหลักในการรวบรวมข้อมูล โดยมีเทคนิคในการรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. การสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) เป็นการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างหรือกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่เป็นผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของเว็บไซต์ หรือผู้บริหารของเว็บไซต์ โดยมีการเตรียมคำถามที่มีความสอดคล้องกับกรอบแนวคิดและทฤษฎีจากการค้นคว้า ทั้งที่เป็นเอกสาร เว็บไซต์ และวัตถุประสงค์ในการวิจัยเป็นหลักในการตั้งคำถาม เพื่อให้ได้ข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ การสัมภาษณ์ครั้งนี้

ผู้วิจัยมีวิธีการสัมภาษณ์ 2 วิธี คือ

1.1 การสัมภาษณ์แบบมาตรฐาน (Standardize Interview) เป็นการสัมภาษณ์ที่มีการสร้างโครงสร้างคำถามตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

แนวคำถาม ในการสัมภาษณ์เจาะลึก กำหนดเป็นคำถามกว้างๆ เพื่อเปิดโอกาสให้กลุ่มตัวอย่างที่ให้ข้อมูลสามารถตอบได้เต็มที่ ตรงประเด็นที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้ เพื่อจะได้ข้อมูลที่ละเอียดถูกต้อง ครอบคลุมประเด็นที่ผู้วิจัยต้องการ คำถามเกี่ยวข้องกับแนวคิด และทิศทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และพันธมิตรทางธุรกิจที่แสดงความรับผิดชอบต่อสาธารณะ นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่มีต่อพนักงาน ลูกค้า และผู้บริโภค สังคม ชุมชน (Communities society) แนวทางในการควบคุมดูแล ตรวจสอบเนื้อหา การนำเสนอของผู้ออกแบบเว็บเพจ และผู้ที่เข้ามาใช้บริการ การให้ความร่วมมือสนับสนุนด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้บริหาร พนักงานขององค์กร ความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้เว็บไซต์ เช่น Blog, SMS, MMS และE-mail ในการทำการตลาดกับผู้บริโภค และความรับผิดชอบต่อสังคมของเจ้าของเว็บไซต์ และWeb Master

1.2 การสัมภาษณ์แบบกึ่งมาตรฐาน (Semi Standardized Interview) เป็นการสัมภาษณ์แบบที่ไม่มีการตั้งคำถามไว้ล่วงหน้า ผสมผสานกับคำถามที่ตั้งไว้ล่วงหน้าซึ่งเรียกว่า การสัมภาษณ์แบบมาตรฐาน เป็นการถามคำถามเจาะลึกลงไปเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ลึกและได้รายละเอียดมากขึ้นจากคำถามมาตรฐานที่กำหนดไว้ล่วงหน้า

2. หลักฐานจากเอกสารต่างๆ ได้แก่ หนังสือ ตำราวิชาการ บทความ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร รายงานการวิจัย เว็บไซต์ และสื่อต่างๆที่เกี่ยวข้อง

3. การวิเคราะห์เนื้อหาในเว็บไซต์ของผู้ประกอบการเว็บไซต์ที่ให้สัมภาษณ์ เป็นการวิเคราะห์เนื้อหาในเว็บไซต์เกี่ยวกับการกำหนดนโยบาย กฎ เงื่อนไขในการใช้บริการเว็บไซต์ ความรับผิดชอบต่อสังคม สาธารณะในด้านการซื้อขาย ประมูลสินค้า การโฆษณาบนเว็บไซต์ การทำตลาดซื้อขายสินค้า การทำตลาดมือถือเกี่ยวกับเพลง ริงโทน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารหรือเจ้าของเว็บไซต์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือผู้ประกอบการเว็บไซต์ที่เป็นเจ้าของเว็บไซต์ หรือผู้บริหารของเว็บไซต์ ที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการบริหารเว็บไซต์ โดยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากเว็บไซต์ที่ได้รับการจัดอันดับ **Truchits Awards 2006** 10 อันดับแรก ที่มีผู้เยี่ยมชมสูงสุด (ประกาศ ณ ปี 2007) ได้แก่ sanook.com, kapook.com, manger.co.th, teenee.com, mthai.com, asiasoft.co.th, pramool.com, dek-d.com,

laypark.com, siamsport.co.th เว็บไซต์ที่ยินดีให้สัมภาษณ์ประกอบด้วยเว็บ sanook.com, kapook.com, manager.co.th, mthai.com, dek-d.com

รายชื่อเว็บไซต์ และผู้บริหารที่ให้สัมภาษณ์ มีดังนี้

1. sanook.com คุณรัชณี สุประภากร ผู้ช่วยรองบริหารฝ่ายการตลาด บริษัทสนุกออนไลน์ จำกัด
2. kapook.com คุณเจษฎา มินศิริ , Deputy Managing Director, บริษัทบัณฑิต เซ็นเตอร์ จำกัด
3. manager.co.th คุณนิรันดร์ เยาวภาวี เว็บมาสเตอร์ บริษัทManager online จำกัด
4. mthai.com คุณSang Do Lee , Mono Technology Co.,Ltd.
5. dek-d.com คุณปกรณ์ สันติสุนทรกุล, Product development Manager

การดำเนินการเกี่ยวกับข้อมูล

การวิจัยเรื่องนี้แบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอน คือ

ขั้นตอนที่1 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept Interview)

ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยใช้แบบสัมภาษณ์กำหนดประเด็นคำถามเพื่อตอบวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบประเด็นคำถาม เพื่อใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการเว็บไซต์ ดังนี้

1. แนวคำถามเกี่ยวกับการศึกษาแนวความคิดเกี่ยวกับจิตสำนึกและความรับผิดชอบต่อ
สาธารณะของผู้ประกอบการเว็บไซต์ในการตลาดแบบปฏิสัมพันธ์
 - 1.1 ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคม และจิตสำนึกสาธารณะในความคิดเห็นของผู้บริหารเว็บไซต์
 - 1.2 ความเป็นมา พัฒนาการ และประเภทของผลิตภัณฑ์ของบริษัทที่มีส่วนรับผิดชอบต่อสาธารณะ
 - 1.3 Code of Ethics และ/หรือ Code of Conduct ของบริษัท
 - 1.4 นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรของท่านที่มีต่อพนักงาน ลูกค้า และผู้บริโภค สังคม ชุมชน (Communities society) คู่ค้า
 - 1.5 วิธีการในการดูแลผลิตภัณฑ์ การคัดกรองเนื้อหา ข้อความที่นำเสนอบนเว็บไซต์ และผู้เข้ามาใช้บริการ
 - 1.6 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับการใช้เว็บไซต์ เช่น Blog, SMS, MMS และE-mail ในการทำการตลาดกับผู้บริโภค และความรับผิดชอบต่อสังคมของเจ้าของเว็บไซต์ และWeb Master

2. แนวคำถามเกี่ยวกับทิศทางการตลาดแบบปฏิสัมพันธ์ที่มีจิตสำนึกสาธารณะของผู้ประกอบการเว็บไซต์

- 2.1 แนวคิด และทิศทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และพันธมิตรทางธุรกิจที่คำนึงถึงจิตสำนึกสาธารณะ
- 2.2 แนวทางการควบคุม ดูแล ตรวจสอบเนื้อหา การนำเสนอของผู้ออกแบบเว็บเพจ และผู้ที่เข้ามาใช้บริการ
- 2.3 การให้ความร่วมมือสนับสนุนด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้บริหาร พนักงานขององค์กร
- 2.4 แนวโน้มในการใช้และการให้บริการ Blog, SMS, MMS, E-mail เป็นสื่อปฏิสัมพันธ์กับผู้ให้บริการเว็บไซต์ มาตรการในการควบคุม ตรวจสอบการใช้ และความรับผิดชอบต่อผู้ให้บริการ สังคม

3. แนวทางการกำหนดความรับผิดชอบต่อสาธารณะ ในการตลาดแบบปฏิสัมพันธ์ องค์กรภาครัฐ สมาคมเว็บไทย เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องอย่างไร ในการกำหนดความรับผิดชอบต่อสาธารณะ ความต้องการของลูกค้า และจริยธรรม จรรยาบรรณธุรกิจของผู้ประกอบการเว็บไซต์กับการตลาดแบบปฏิสัมพันธ์

ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก และการใช้ข้อมูลจากเอกสารต่างๆ เพื่อตอบวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ดังนี้
 วัตถุประสงค์ข้อ 1 แนวความคิดด้านจิตสำนึกต่อสาธารณะของผู้ประกอบการเว็บไซต์ ในการตลาดแบบปฏิสัมพันธ์ การมีจิตสำนึก ความรับผิดชอบต่อสาธารณะของผู้ประกอบการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ การควบคุม ดูแล คัดกรองข้อมูลที่แสดงบนเว็บไซต์ จริยธรรมและจรรยาบรรณของบริษัท นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่มีต่อพนักงาน ผู้บริโภค สังคม ชุมชน (Communities society) คู่แข่งขัน

วัตถุประสงค์ข้อ 2 ทิศทางการตลาดแบบปฏิสัมพันธ์ ที่มีจิตสำนึกสาธารณะ ของผู้ประกอบการเว็บไซต์ ทิศทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงจิตสำนึกสาธารณะ ความร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ ส่งเสริมสนับสนุนความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้บริหาร พนักงานขององค์กรกับ และผู้ให้บริการ การให้บริการ Blog, SMS, MMS, E-mail เป็นสื่อปฏิสัมพันธ์กับผู้ให้บริการเว็บไซต์ มาตรการในการควบคุม ตรวจสอบการใช้ การแสดงความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค สังคม ชุมชน

วัตถุประสงค์ข้อ 3 แนวทางการกำหนดความรับผิดชอบต่อสาธารณะ ในการทำตลาดแบบ ปฏิสัมพันธ์ การมีส่วนร่วมขององค์กรภาครัฐ เอกชน สมาคม ความต้องการของผู้ใช้บริการกับจริยธรรม และจรรยาบรรณในการทำธุรกิจของผู้ประกอบการเว็บไซต์

ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์เนื้อหาจากเว็บไซต์

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์เว็บไซต์ของผู้ประกอบการเว็บไซต์ 5 เว็บไซต์ที่ให้สัมภาษณ์เชิงลึก โดย วิเคราะห์เกี่ยวกับการมีจิตสำนึกสาธารณะ แสดงความรับผิดชอบต่อสาธารณะในลักษณะของกฎ ระเบียบ นโยบายในการใช้เว็บไซต์ การให้บริการผลิตภัณฑ์ที่เป็นการซื้อขายออนไลน์ การประมูลสินค้า กิจกรรม ความร่วมมือกับหน่วยงานเพื่อสังคม เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับจิตสำนึกสาธารณะของผู้ประกอบการเพิ่มเติม จากการสัมภาษณ์เชิงลึก

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-Dept Interview) โดยการเลือกแสดงข้อมูลที่ตรง ประเด็นคำถาม ลดทอนข้อมูลที่ไม่สอดคล้องกับประเด็นคำถามและไม่ตอบวัตถุประสงค์ โดยศึกษาตัวแปร ที่เกี่ยวข้องในแต่ละวัตถุประสงค์ ได้แก่ ความรับผิดชอบต่อสาธารณะที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ การคัดกรอง เนื้อหาบนเว็บไซต์ ทิศทางการตลาดปฏิสัมพันธ์อย่างมีจิตสำนึกสาธารณะโดยมีความร่วมมือระหว่าง หน่วยงานภาครัฐ และเอกชนกับผู้ประกอบการเว็บไซต์ ในการกำกับดูแลเกี่ยวกับเนื้อหาข้อความในการ แสดงความคิดเห็น การซื้อขายสินค้า และการประมูล และ แนวทางการกำหนดความรับผิดชอบต่อ สาธารณะในการทำตลาดแบบปฏิสัมพันธ์ที่เกี่ยวกับผู้ใช้บริการ ผู้ให้บริการ

การวิเคราะห์เนื้อหาในเว็บไซต์ การเรียบเรียงข้อมูลโดยดึงข้อมูลที่แสดงให้เห็นถึงจิตสำนึก ความ รับผิดชอบต่อสาธารณะเกี่ยวกับการให้บริการผลิตภัณฑ์ การควบคุมดูแล คัดกรองเนื้อหา ข้อความ ที่ปรากฏ บนเว็บไซต์ ผู้มีส่วนได้เสียจากการใช้บริการเว็บไซต์ การทำตลาดปฏิสัมพันธ์ซื้อขายออนไลน์ การประมูล สินค้า

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

แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เจ้าของผู้ประกอบการเว็บไซต์ สุนัขคอตคอม กระปุกคอตคอม เอ็มไทยคอตคอม ผู้จัดการออนไลน์ และเด็กคิตคอตคอม ดังนี้

1. แนวความคิดเกี่ยวกับจิตสำนึกสาธารณะของผู้ประกอบการเว็บไซต์ในการตลาดแบบปฏิสัมพันธ์ ด้านนโยบายการบริหารจัดการ

- 1.1 ความหมายของจิตสำนึกสาธารณะในความคิดเห็นของผู้ประกอบการเว็บไซต์
- 1.2 ความคิดเห็นของผู้บริหารเว็บไซต์เกี่ยวกับจิตสำนึกสาธารณะนโยบายการบริหารจัดการด้านผลิตภัณฑ์ ข้อกำหนด กติกา เงื่อนไข ในการคุ้มครองข้อมูล สิทธิส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ
- 1.3 นโยบายการบริหารจัดการด้านการดูแลคุ้มครองเนื้อหาบนเว็บไซต์ และนโยบาย กฏ กติกา ในการซื้อขาย บนเว็บไซต์ของผู้ประกอบการ
- 1.4 นโยบายการบริหารจัดการเกี่ยวกับการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ ลูกค้าที่ซื้อพื้นที่โฆษณาพนักงานของบริษัท สังกม ชุมชน

และแสดงผลการวิเคราะห์เนื้อหาเว็บไซต์ เพื่อประกอบผลการสัมภาษณ์เจาะลึก การวิเคราะห์เนื้อหาเว็บไซต์แบ่งเป็นหัวข้อ ดังนี้

1. นโยบาย ข้อกำหนด กติกา และเงื่อนไข ในการคุ้มครองข้อมูล สิทธิส่วนบุคคล ของผู้ใช้บริการ ในการแสดงความคิดเห็น ข้อความ เนื้อหาบนเว็บไซต์
2. นโยบาย ข้อกำหนด กติกา และเงื่อนไข ในการคุ้มครองข้อมูล 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 ในการตลาดแบบปฏิสัมพันธ์

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 เขวภาว สัมภาษณ์ 25 กุมภาพันธ์ 2551)

“การมีจิตสำนึกสาธารณะคือความรับผิดชอบต่อสังคม มีเกณฑ์ชัดเจน ทำอะไรที่ถูกกฎหมาย ไม่ผิดจรรยาบรรณ บางอย่างอาจจะมีผลกระทบต่อสังคม จิตได้สำนึกจริงๆบอกว่าบางอย่างน่าจะทำได้ดีกว่านี้ อาจเป็นเรื่องของความ extreme คือจิตสำนึกถึงแม้มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยการ filter out ได้ แต่ยังมีหลุดอยู่ ก็จะรู้สึกไม่ดี กลับรู้สึกว่าจะทำได้ดีกว่านี้”

(Sang Do Lee สัมภาษณ์ 31 มกราคม 2551)

“จิตสำนึกสาธารณะ หมายถึงเป็นการนำเสนอสิ่งที่เป็นประโยชน์ ความรู้สึกนึกถึงสังคม จะไม่นำเสนอเรื่องราวที่ไม่เหมาะสม ต้องคำนึงถึงเรื่องจริยธรรม ”

(รัชณี สุประภากร, สัมภาษณ์ 14 มกราคม 2551)

“จิตสำนึกสาธารณะคือความรู้สึกนึกคิดในความรับผิดชอบต่อสังคม ให้ประโยชน์ต่อสาธารณะ ไม่ทำให้สาธารณะเกิดปัญหาตามมา ผู้พัฒนาเว็บจะต้องมีจริยธรรม คุณธรรม”

(ปกรณ์ สันติสุนทรกุล , 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) ซอปปิ้งออนไลน์ เป็นคลาสสิฟายด์ออนไลน์ การประมูล (3) ชุมชนออนไลน์ เป็นการติดต่อสื่อสารออนไลน์ ความสนใจส่วนบุคคล แบ่งปันข้อมูล หาเพื่อน หาคคนรัก (4) ข้อมูลและสารบันเทิง 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) ดูความเคลื่อนไหวของกลุ่มแข่งทั้งในและต่างประเทศ

(รัชณี สุประภากร สัมภาษณ์ 14 มกราคม 2551)

ภาพที่ 1 แสดงผลิตภัณฑ์ของเว็บไซต์สนุกคอตคอม



ภาพที่ 1 พบว่า สนุกคอตคอม มีการนำเสนอรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์แบ่งเป็นกลุ่ม

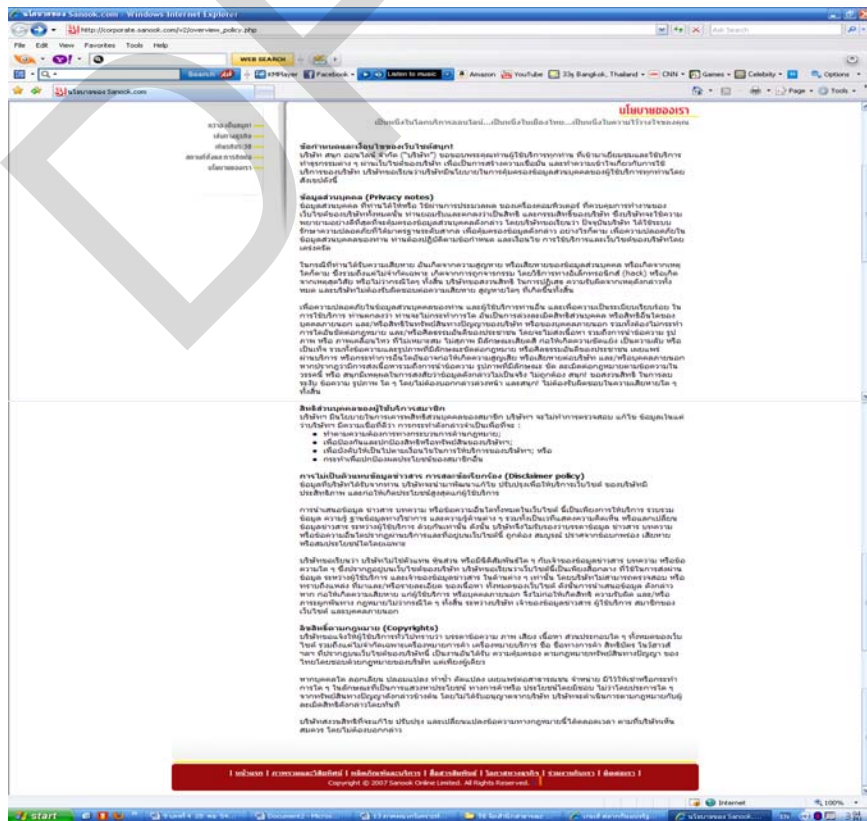
ตามพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ ได้แก่ บริการการค้นหาข้อมูล ขอบป้ิงออนไลน์ ชุมชนออนไลน์ ข้อมูล และสารบบเทิง บริการเสริมผ่านมือถือ และบริการโฆษณาออนไลน์

ผู้ประกอบการสนุกคอตคอมนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีลิขสิทธิ์ถูกต้องตามกฎหมาย มีนโยบายเกี่ยวกับสิทธิส่วนบุคคล การคุ้มครองข้อมูลของผู้ใช้บริการ

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

(รชนี สุประภากร สัมภาษณ์ 14 มกราคม 2551)

ภาพที่ 2 แสดงนโยบาย ข้อกำหนด และเงื่อนไขของเว็บไซต์สนุกคอตคอม



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

ภาพที่ 3 แสดงนโยบายความเป็นส่วนตัวของเว็บไซต์สนุกดอทคอม



***** Privacy Policy *****

ข้อมูลทั้งหมดที่คุณส่งมาที่เราจะถูกเก็บเป็นความลับของบริษัท และจะไม่มีการเอา อีเมล หรือ ที่อยู่คุณไปขายทอดตลาด เพราะรายละเอียดที่ให้ไว้ เพื่อสะดวกในการส่งของรางวัล หรือนัดสัมภาษณ์พิเศษเท่านั้น

แจ้งลบรูปกรุณาส่ง url และรหัสผ่าน (ถ้ามี) มาที่ feedback@sanook.com

คำเตือน : โปรดระมัดระวังผู้ใช้งานที่แอบอ้างหลอกหลวง หากท่านพบเห็นการใช้งานที่ไม่เหมาะสม กรุณาแจ้งเจ้าหน้าที่ อีเมล feedback@sanook.com หรือ ฝากข้อความ

ภาพที่ 3 พบว่า การโพสต์ข้อมูลของผู้ใช้บริการ ทางสนุกดอทคอม 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”

(เจษฎา มินศิริ สัมภาษณ์ 20 มีนาคม 2551)

ภาพที่ 4 แสดงผลิตภัณฑ์ของเว็บไซต์กระปุกดอทคอม

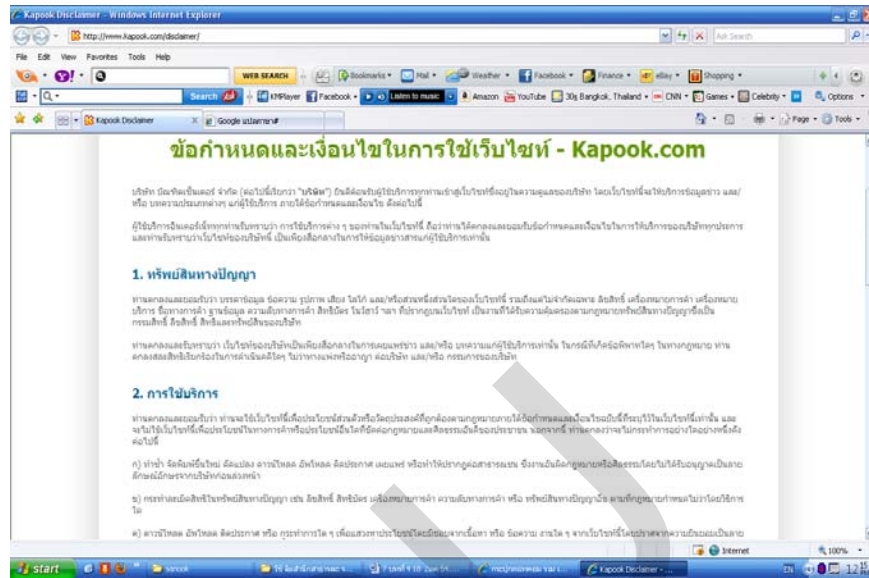


ภาพที่ 4 พบว่า กระปุกดอทคอม แบ่งผลิตภัณฑ์ ตามพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ เป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ Hilight, Play, และ Planet ใน Hilight นำเสนอเรื่องเด่น ประเด็นร้อน บันเทิง วาไรตี้ ดูหนัง แฟชั่น x-file ; กลุ่ม P lay นำเสนอ เกมส์ วิดีโอ รูปภาพ ภาพเคลื่อนไหว ; และกลุ่ม Planet นำเสนอ บล็อก รูปภาพ ลิงค์ Show Onair

ผู้ประกอบการกระปุกดอทคอม นำเสนอผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงลิขสิทธิ์ มีข้อกำหนดและเงื่อนไขเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญา การใช้บริการที่ไม่ละเมิดกฎหมาย

“เว็บกระปุกดอทคอม นำเสนอผลิตภัณฑ์อยู่ในกรอบที่ไม่ผิดจริยธรรมที่คำนึงถึงเรื่องลิขสิทธิ์ มีการออกระเบียบ เงื่อนไขในการใช้บริการ ” (เจษฎา มินศิริ สัมภาษณ์ 20 มีนาคม 2551)

ภาพที่ 5 แสดงข้อกำหนดและเงื่อนไขของเว็บไซต์กระทู้ดอทคอม



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

เว็บไซต์เอ็มไทยดอทคอม

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

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

(Sang Do Lee สัมภาษณ์ 31 มกราคม 2551)

ภาพที่ 6 แสดงผลิตภัณฑ์ของเว็บไซต์เอ็มไทยคอตคอม



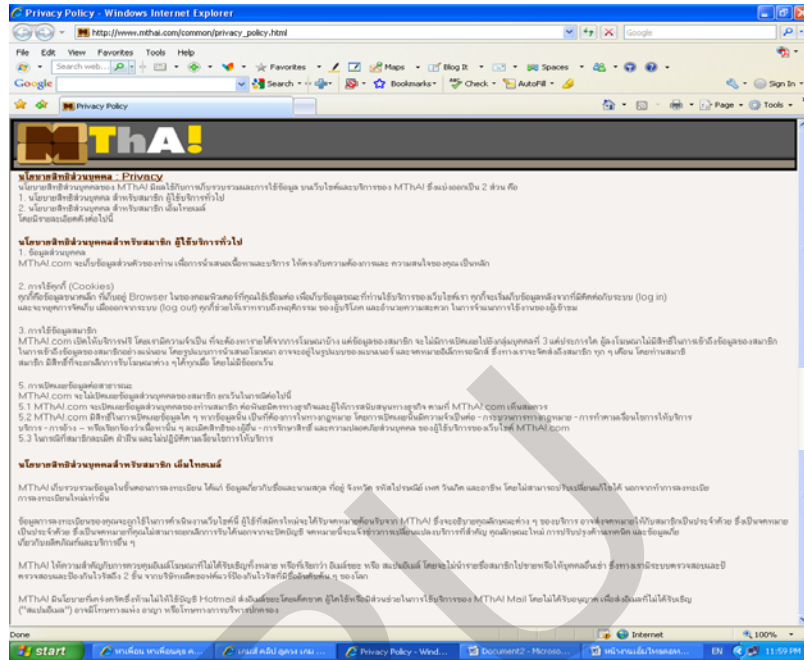
ภาพที่ 6 พบว่า เอ็มไทยคอตคอม แบ่งผลิตภัณฑ์ ตามความสนใจ และพฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่ต้องการสร้างงานเอง เช่น การโพสต์วิดีโอคลิป ภาพ เว็บบอร์ด และการสืบค้นข้อมูลข่าว ดารา กีฬา Society ที่เสนอ Market Place เป็นต้น

ผู้ประกอบการเอ็มไทยคอตคอม นำเสนอผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึง กฎหมาย ความถูกต้อง มีลิขสิทธิ์ มีข้อกำหนด และเงื่อนไขเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญา การใช้บริการที่ไม่ละเมิดกฎหมาย

“Mthai มีความรับผิดชอบมีเกณฑ์ที่ชัดเจนทำอะไรถูกกฎหมาย ไม่ผิดจริยธรรม การกำหนดนโยบาย กฎ ระเบียบการให้บริการเว็บไซต์ ผลิตภัณฑ์ ที่มีความถูกต้อง มีลิขสิทธิ์”

(Sang Do Lee สัมภาษณ์ 31 มกราคม 2551)

ภาพที่ 7 แสดงนโยบายการใช้บริการของเว็บไซต์เอ็มไทยคอตคอม



ภาพที่ 7 พบว่า เอ็มไทยคอตคอม นำเสนอผลิตภัณฑ์ โดยมีการกำหนดนโยบายสิทธิส่วนบุคคล ในการเก็บข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อเป็นฐานข้อมูลที่บริษัทจะพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงความต้องการของผู้ใช้บริการ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการตลาด การไม่เปิดเผยข้อมูลของผู้ใช้บริการ ให้มีความสำคัญในการควบคุมอีเมลที่ไม่ได้รับอนุญาตแสดงผลิตภัณฑ์ (รายละเอียด ภาคผนวก ข หน้า 135)

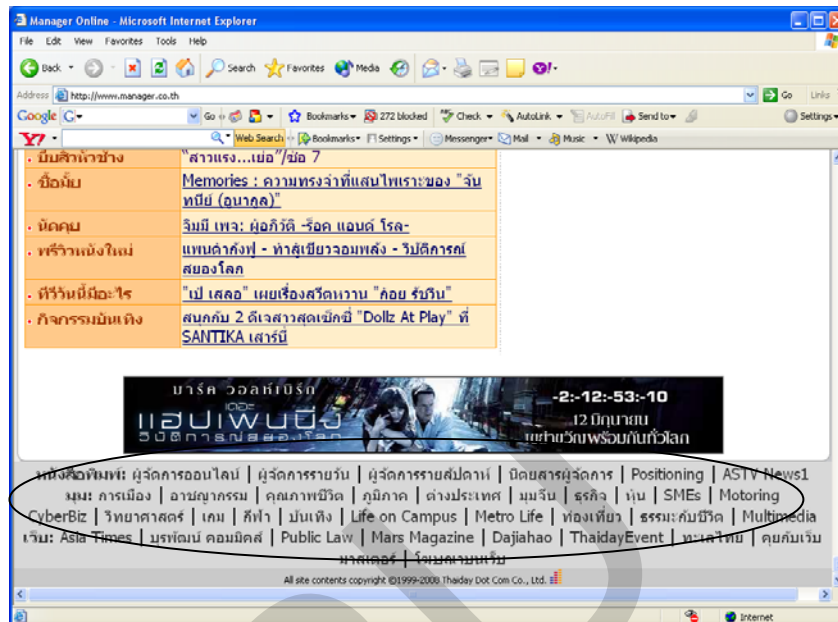
เว็บไซต์ผู้จัดการออนไลน์

เว็บไซต์ผู้จัดการออนไลน์

เว็บไซต์ผู้จัดการออนไลน์ มีผลิตภัณฑ์ที่เน้นเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์ในเครือผู้จัดการ ทำให้มีการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เป็นข่าวกว่าร้อยละ 80 ที่เหลือเป็นเกี่ยวกับการให้ความรู้ต่างๆ เช่น กีฬา บันเทิง SMEs ธรรมชาติกับชีวิต 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

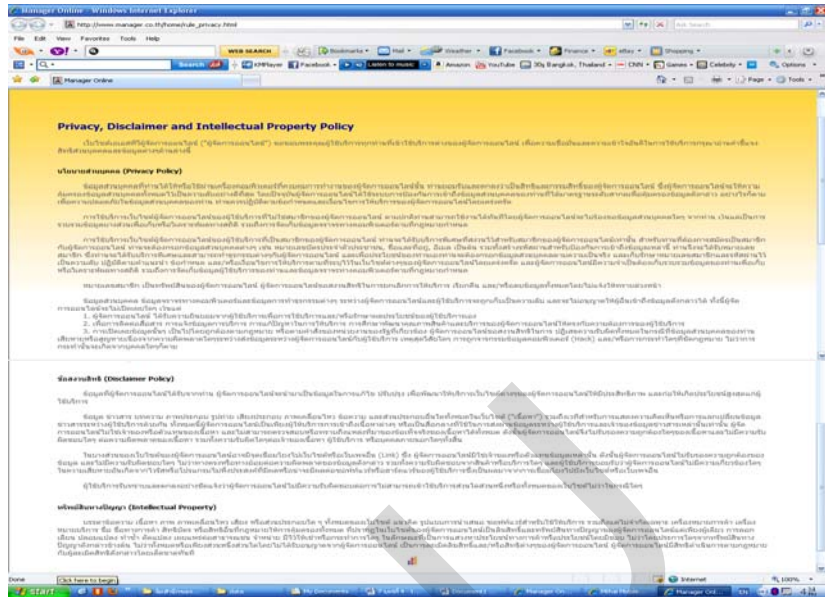
ผู้ประกอบการผู้จัดการออนไลน์ นำเน้นการเสนอผลิตภัณฑ์ที่เป็นข่าว การนำเสนอข่าว คำนึงถึงจรรยาบรรณวิชาชีพการเป็นนักข่าวเป็นสำคัญ และทำหน้าที่สื่อที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม

“นโยบาย เน้นการนำเสนอข่าว อย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม จิตสำนึกสาธารณะ ความรับผิดชอบต่อที่เชื่อมโยงไปยัง Code of ethic ของสภาการหนังสือพิมพ์ การสร้าง Code of Conduct ที่สร้างอย่างมีทิศทาง เจาะจง ชัดเจน สามารถช่วยให้พนักงานหลีกเลี่ยงไม่ให้ทำอะไรเกินขอบเขตที่กำหนด”

“ทำหน้าที่สื่อต้องให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม เราไม่ได้คิดว่าเราจะเอาแต่ได้ สังคมต้องได้ด้วย”

(นิรันดร์ เขาวภาวี สัมภาษณ์ 25 กุมภาพันธ์ 2551)

ภาพที่ 9 แสดงนโยบายการบริหารจัดการด้านผลิตภัณฑ์



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

เว็บไซต์เด็กดีดอทคอม

ผลิตภัณฑ์ของเว็บไซต์เด็กดีดอทคอม ประกอบด้วย บอร์ดนักเขียน บอร์ดบันเทิง บอร์ดเกมส์ ข่าวบันเทิง ไลฟ์สไตล์ การศึกษา เกี่ยวกับกวดวิชา ดิวเตอร์ เพื่อน เป็นต้น แนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์คำนึงถึงสังคมที่มีมิตรภาพ ทันสมัย มีประโยชน์สร้างสรรค์ นำเสนอความเป็นตัวของตัวเอง

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

ปกรณ์ ตันติสุนทรกุล (สัมภาษณ์ 31 มกราคม 2551)

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

ผู้ประกอบการเว็บไซต์ เด็กดีดอทคอม นำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ถูกกฎหมาย มีจริยธรรมในการให้บริการ สังคมที่คำนึงถึงจริยธรรม และกตिका ในการให้บริการที่ไม่เบียดเบียนผู้อื่น

“เรามีการพัฒนาเว็บไซต์ของเราเพื่อประโยชน์ต่อเยาวชนและสังคม ไม่ทำผิดกฎหมาย คำนึงถึงจริยธรรม ความเหมาะสมในการที่จะใช้งาน การใช้งานที่ไม่เบียดเบียนคนอื่น ทั้งข้อความ รูปภาพ วิธีการสื่อสารที่ไม่เบียดเบียนใคร”

ปกรณ์ สันติสุนทรกุล (สัมภาษณ์ 31 มกราคม 2551)

ภาพที่ 12 แสดงการกำหนด กตिका ในการให้บริการของเว็บไซต์เด็กดีดอทคอม



ภาพที่ 12 พบว่า เว็บไซต์เด็กดีดอทคอม มีการกำหนดกตिकाแก่ผู้ใช้บริการ การคัดกรองกระทู้ ห้ามเผยแพร่ข้อมูลอันมีลิขสิทธิ์ ห้ามลงข้อมูลส่วนตัวของผู้อื่นที่อาจถูกดำเนินคดีทางกฎหมาย

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

1.3 นโยบายการบริหารจัดการด้านการดูแลคัดกรองเนื้อหาที่ให้บริการ การกำหนดนโยบาย กฎ กติกาในการซื้อขาย บนเว็บไซต์ของผู้ประกอบการ

1.3.1 การดูแลคัดกรองเนื้อหาที่ให้บริการผลิตภัณฑ์ที่เป็นข่าวสาร ความรู้ ความบันเทิง

เว็บไซต์ มีลักษณะการสื่อสารแบบสองทาง ทำให้สามารถปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน โดยเฉพาะระหว่างผู้ใช้บริการกับผู้ใช้บริการที่มีจำนวนมาก ผู้ประกอบการเว็บไซต์จำเป็นต้องกำหนดนโยบายการบริหารจัดการเกี่ยวกับเนื้อหาบนเว็บไซต์ของตนเองและของการใช้บริการของผู้ใช้บริการ

เว็บไซต์สนุกคอทคอม

นโยบายการบริหารจัดการเกี่ยวกับการคัดกรองเนื้อหาบนเว็บไซต์สนุกคอทคอม มีการกำหนด กฎ กติกา มารยาทในการแสดงความคิดเห็น

ภาพที่ 13 แสดง กฎ กติกา มารยาท ของสนุก! ฟอรัม

ประกาศถึงท่านสมาชิก :

กรุณาอย่าโพสต์กระทู้ซ้ำๆ กันในหลายบอร์ด กรุณาเลือกบอร์ดความเห็นที่เหมาะสมต่อข้อความของท่านเพียงบอร์ดเดียว กระทู้ที่ซ้ำๆ จะถูกลบออกจากระบบ และสมาชิกผู้โพสต์ อาจถูกระงับการใช้บริการในสนุก! ฟอรัม

สิ่งที่ไม่อนุญาตให้โพสต์ใน สนุก! ฟอรัม ได้แก่ :

ข้อความช่วยให้เกิดความรุนแรงทางสังคม, ข้อความที่ก่อให้เกิดความเสียหายและเสื่อมเสียต่อบุคคลที่สาม, เบอร์โทรศัพท์, รูปภาพที่ไม่เหมาะสมต่อเยาวชนหรือภาพลามกอนาจาร สมาชิกที่โพสต์สิ่งเหล่านี้ อาจถูกดำเนินคดีทางกฎหมายจากผู้เสียหายได้

กรณีกระทู้โฆษณา ซื้อ-ขาย สินค้าหรือบริการ สมัครงาน เรามิบริการ สนุก! คลาสสิฟายด์ ไว้ให้ท่านโดยเฉพาะ กระทู้ดังกล่าวจะถูกลบออกจากสนุก! ฟอรัมเช่นกัน

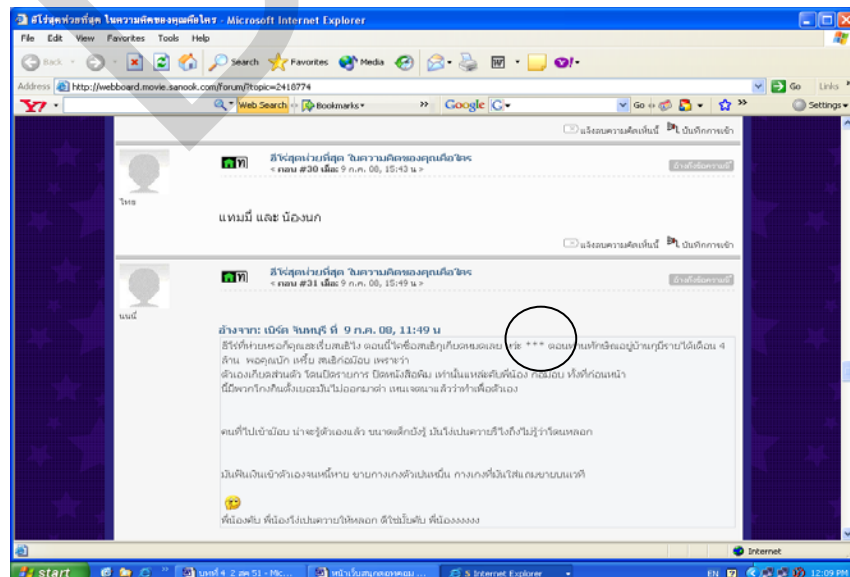
ทางบริษัทขอสงวนสิทธิ์ในการลบกระทู้หรือข้อความ ตามความสมควร โดยไม่ต้องมีการแจ้งให้ทราบล่วงหน้า
แจ้งกระทู้ไม่เหมาะสมได้ที่ feedback@sanook.com

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

เว็บไซต์สนุกดอทคอม มีการควบคุมดูแลคัดกรองเนื้อหาที่ผู้ใช้บริการโพสต์เข้ามา ด้วยการใช้ระบบสแกนและกรองคำหยาบ เปลี่ยนคำหยาบให้เป็นสัญลักษณ์อื่นแทน กรณีที่มีการตัดแปลงคำทำให้ระบบคัดกรองไม่ได้ 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 ”

รัชณี สุประภากร (สัมภาษณ์ 14 มกราคม 2551)

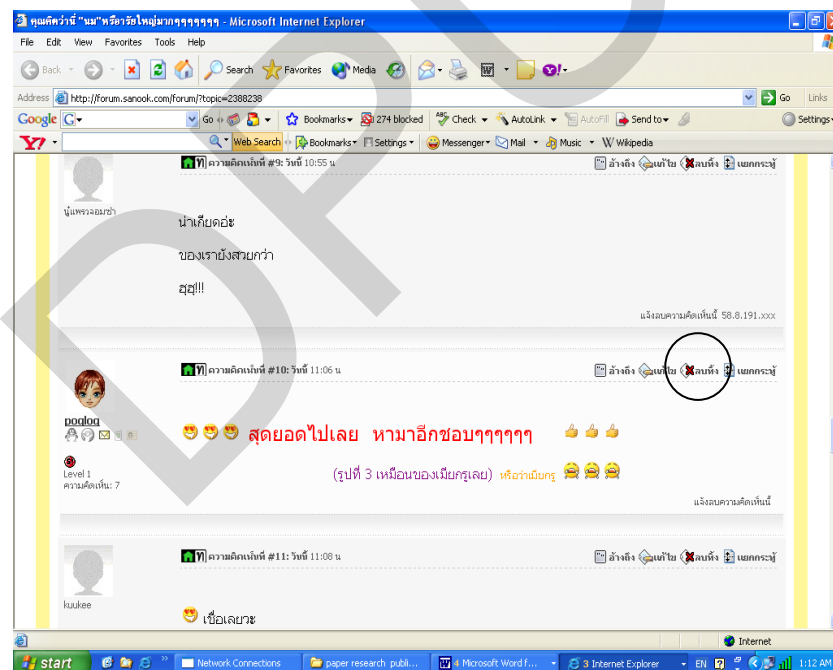


ภาพที่ 14 พบว่า เว็บไซต์สนุกดอทคอม มีการใช้ระบบคัดกรองข้อความอัตโนมัติ หากมีการใช้คำหยาบ ระบบจะเปลี่ยนคำหยาบนั้นให้เป็นสัญลักษณ์ดอกจันแทน และหากโพสต์ข้อความ ยั่ว ให้เกิดความรุนแรงทางสังคม ข้อความที่เกิดความเสียหาย ทางเว็บไซต์จะลบข้อความนั้นออก

“นอกจากคำหยาบต้องดูเรื่องอะไรที่เป็นมลพิษ ข้อความประเภทไหนไม่ให้เอาขึ้นได้แก่ คำหยาบ โฆษณา spam กำจัดคำหยาบด้วยระบบ จะโพสต์ไม่ขึ้น ในกรณีที่มีการคัดลอกข้อความก็จะ ใช้คนคอยตรวจดูและเอาออกจากเว็บไซต์ เจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบดูแลเนื้อหาบนเว็บจะตามลบเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม”

รัชณี สุประภากร (สัมภาษณ์ 14 มกราคม 2551)

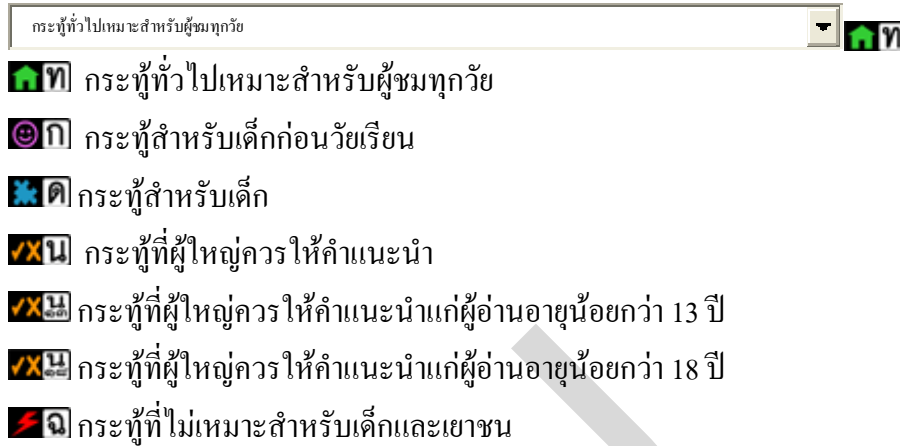
ภาพที่ 15 แสดงการแจ้งลบคำหยาบด้วยปุ่มแจ้งลบในเว็บไซต์สนุกดอทคอม



ภาพที่ 15 พบว่า เว็บไซต์สนุกดอทคอม มีปุ่มแจ้งลบให้ผู้ให้บริการแจ้งเจ้าหน้าที่ผู้ดูแลเว็บลบข้อความที่ไม่เหมาะสม

หากผู้ใช้บริการถูกกลั่นแกล้งด้วยรูปภาพ ข้อความ การแสดงความคิดเห็นที่ไม่เหมาะสม เว็บไซต์สนุกดอทคอมมีมาตรการ ดูแลด้วยการลบข้อความ การแสดงความคิดเห็น รูปภาพที่ทำให้เกิดความเสียหายแก่บุคคลหนึ่งบุคคลใด ผ่านช่องทางที่เรียกว่า feedback@sanook.com

ภาพที่ 17 แสดงการกำหนดเรตติ้งของฟอรัมของเว็บไซต์สนุกดอทคอม ผู้ตั้งกระทู้เป็นผู้ระบุการจัดเรตติ้ง



ภาพที่ 17 พบว่า เว็บไซต์สนุกดอทคอม มีการกำหนดเรตติ้งกระทู้ที่ผู้ใช้บริการแสดงความคิดเห็นเข้ามาในสนุกฟอรัม แบ่งเป็น 7 ประเภทตามลักษณะวัยของผู้อ่าน



ภาพที่ 18 พบว่า เว็บไซต์สนุกดอทคอม เปิดโอกาสให้สมาชิกแนะนำกระทู้ในฟอรัม มีการบอกลักษณะของกระทู้เป็นกระทู้ปกคิ กระทู้น่าสนใจ กระทู้น่าสนใจมาก กระทู้ที่ถูกใส่กุญแจ หรือ กระทู้ตีความผิด โดยดูจากจำนวนการตอบ

ภาพที่ 19 แสดงวิดีโอคลิป การคิดเรีตติ้ง และปุ่มแจ้งลบของเว็บไซต์สนุกคอทคอม



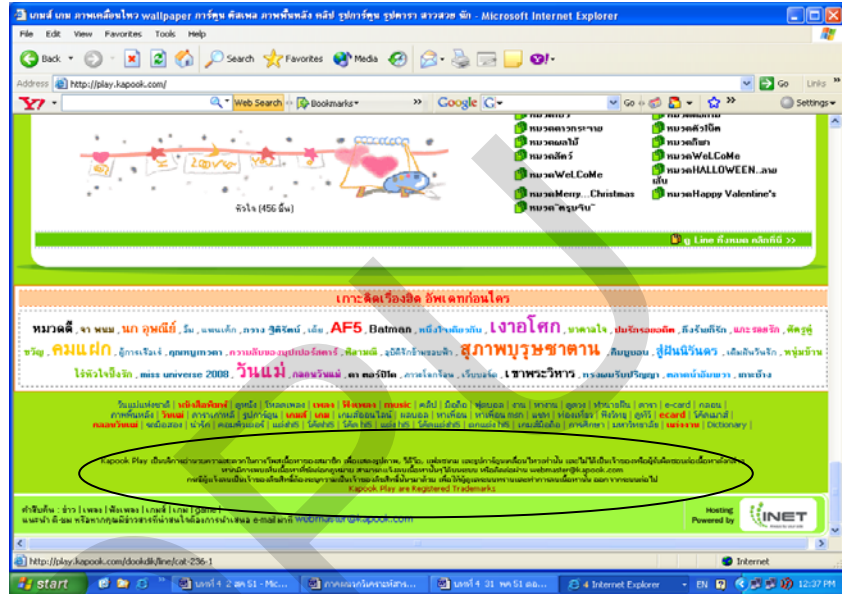
ภาพที่ 19 พบว่า เว็บไซต์สนุกคอทคอม มีการคิดเรีตติ้งวิดีโอคลิป และมีปุ่มแจ้งลบกรณีทีวิดีโอคลิปไม่เหมาะสมก็สามารถแจ้งเจ้าหน้าที่ลบออก

สรุป เว็บไซต์สนุกคอทคอม มีการกำหนด กฎ กติกา มารยาทในการแสดงความคิดเห็น การใช้ระบบสแกนและกรองคำหยาบ ระบบจะเปลี่ยนคำหยาบนั้นให้เป็นสัญลักษณ์ดอกจันแทนกรณีที่มีการตัดแปลงคำที่ทำให้ระบบคัดกรองไม่ได้ จะมีเจ้าหน้าที่ตรวจสอบพิจารณาคัดกรองอีกครั้งหนึ่ง และมีมาตรการดูแลด้วยการลบข้อความ การแสดงความคิดเห็น รูปภาพที่ทำให้เกิดความเสียหายแก่บุคคลหนึ่งบุคคลใด มีปุ่มแจ้งลบ ที่แตกต่างจากเว็บไซต์อื่นคือการกำหนดเรีตติ้งกระทู้ แสดงความคิดเห็น และวิดีโอที่ผู้ให้บริการโพสต์เข้ามา

เว็บไซต์กระทู้ดอทคอม

นโยบายการบริหารจัดการเกี่ยวกับการดูแล ตรวจสอบคัดกรองข้อความ เนื้อหาที่ไม่เหมาะสม โดยมีข้อกำหนด กติกา ในการโพสต์เนื้อหาที่เป็นรูปภาพ วิดีโอ ของสมาชิก

ภาพที่ 20 แสดงข้อกำหนด กติกา ของเว็บไซต์กระทู้ดอทคอม



Kapook Play เป็นบริการอำนวยความสะดวกในการโพสต์เนื้อหาของสมาชิก เพื่อแสดงรูปภาพ วิดีโอ แฟลชเกม และรูปการ์ตูนเคลื่อนไหวเท่านั้น และไม่ได้เป็นเจ้าของหรือผู้รับผิดชอบเนื้อหาดังกล่าว หากมีการพบเห็นที่ขัดต่อกฎหมาย สามารถแจ้งลบเนื้อหาต่างๆ ได้บนระบบ หรือติดต่อผ่าน webmaster@kapook.com กรณีผู้แจ้งลบเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ต้องระบุความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์นั้นๆ ด้วย เพื่อให้ผู้ดูแลระบบทราบและทำการลบเนื้อหา นั้น ออกจากระบบต่อไป

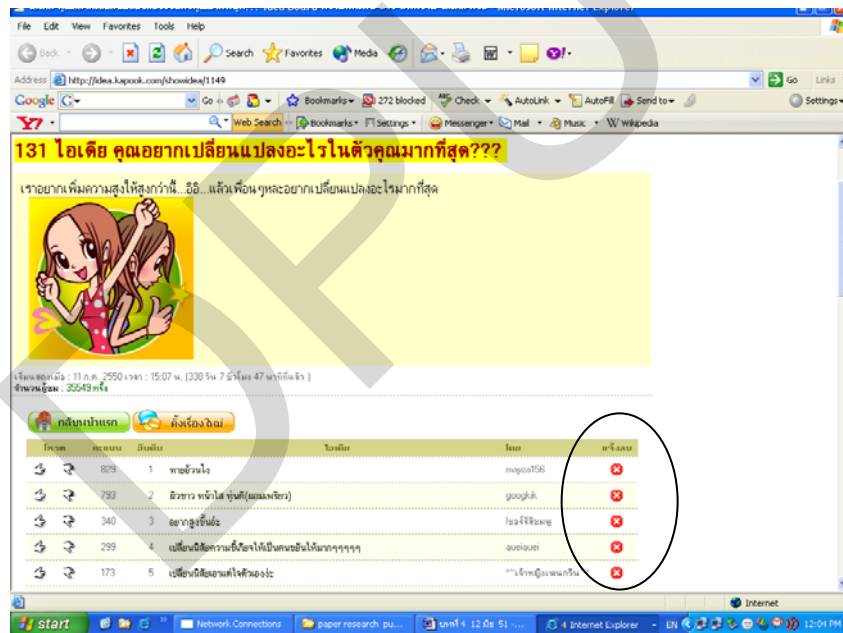
ภาพที่ 20 พบว่า เว็บไซต์กระทู้ดอทคอม มีข้อกำหนด กติกา ในการโพสต์เนื้อหาที่เป็นรูปภาพ วิดีโอ ของสมาชิก แฟลชเกม และรูปการ์ตูนเคลื่อนไหว หรือติดต่อผ่าน webmaster@kapook.com

เว็บไซต์กระทู้ดอทคอม มีการควบคุมดูแลคัดกรองเนื้อหาที่ผู้ใช้บริการโพสต์เข้ามา ด้วยการใส่ระบบอัตโนมัติกรองคำหยาบ และมีเจ้าหน้าที่ตรวจพิจารณาข้อความที่ไม่เหมาะสมจะทำการลบข้อความนั้น

“การตรวจสอบ กลั่นกรองของกระปุกคอตคอม ขั้นตอนแรกใช้ระบบอัตโนมัติ คือระบบแบน คือคำหาบใดๆที่อยู่ในตารางที่ระบุไว้คำนั้นจะกรอกไม่เข้าจะกลายเป็นสัญลักษณ์อื่นแทน เมื่อผู้ใช้ถูกแบน จะทำให้เข้ามาใช้เว็บกระปุกไม่ได้ หากต้องการใช้บริการอีก ผู้ใช้บริการต้องทำจดหมายหรือเมลล์มาขอให้ปลดการแบน ขั้นที่ 2 หากเป็นสินค้าที่ไม่เหมาะสม ระบบจะให้โพสต์ไปก่อน และจะติดป้ายไว้อีก 5 นาทีระบบจะลบออก ขั้นที่ 3 ใช้ระบบคนนั่งลบ 24 ชั่วโมง ตั้งแต่ได้ดูจนกระทั่งมีปุ่มแจ้งลบ จะดูหมดทุกเว็บที่แสดงความเห็นจะมากขึ้นที่พื้นที่ที่เจ้าหน้าที่ดูแล ตามที่สภาวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไทย กำหนดไว้ประมาณ 24 ชั่วโมง ถ้ามีการแจ้งให้ลบ ถ้าลบออกก็ถือว่าได้ปฏิบัติตาม”

(เจษฎา มินศิริ สัมภาษณ์ 20 มีนาคม 2551)

ภาพที่ 21 แสดงปุ่มแจ้งลบในเว็บไซต์กระปุกคอตคอม



ภาพที่ 21 พบว่า เว็บไซต์กระปุกคอตคอม มีปุ่มแจ้งลบเนื้อหาบนระบบ กรณีผู้แจ้งลบเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ต้องระบุความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์นั้น เพื่อให้ผู้ดูแลระบบทราบและทำการลบเนื้อหาที่ออกจากระบบ รวมทั้งการใช้ระบบอัตโนมัติ การติดป้ายข้อความที่ไม่เหมาะสมเพื่อทำการลบภายหลัง และเจ้าหน้าที่ดูแลเว็บตรวจคัดกรองข้อความ และรับการแจ้งลบเพื่อทำการลบข้อความที่ไม่เหมาะสม

สรุป เว็บไซต์กระทู้ดอทคอม มีข้อกำหนด กติกา ในการโพสต์เนื้อหาที่เป็นรูปภาพ กระทั่ง ของสมาชิก มีปุ่มแจ้งลบเนื้อหาบนระบบ การใช้ระบบอัตโนมัติ การตัดป้ายข้อความที่ไม่เหมาะสม เพื่อทำการลบภายหลัง

เว็บไซต์เอ็มไทยดอทคอม

นโยบายการบริหารจัดการเกี่ยวกับการควบคุมดูแลการโพสต์ข้อความที่ไม่เหมาะสม มีการกำหนดเป็นลายลักษณ์อักษรเพื่อแจ้งให้ผู้ใช้บริการทราบเกี่ยวกับนโยบาย ข้อกำหนด กฎ กติกาในการเขียนแสดงความคิดเห็น หากสมาชิก ไม่ปฏิบัติตามกฎ กติกา ผู้ดูแลเว็บไซต์จะแบน ID ทันที และถ้าโพสต์ภาพที่ผิดขั้นรุนแรง เช่น รูปอนาจาร ข้อความใส่ร้ายผู้อื่น จะถูกนำ IP Address เป็นหลักฐานในการดำเนินคดีเมื่อมีผู้เสียหายแจ้งความ



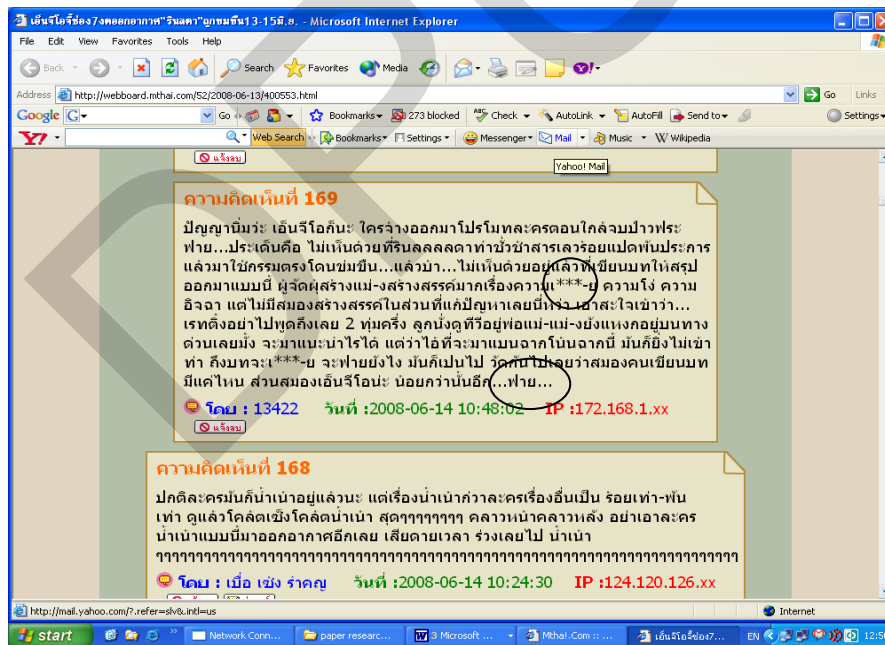
ภาพที่ 22 พบว่า เว็บไซต์เอ็มไทยดอทคอม มีการกำหนด กฎ กติกาการ โพสต์ภาพผู้ที่ ต้องการโพสต์ภาพต้องสมัครเป็นสมาชิก

เว็บไซต์เอ็มไทยดอทคอม มีระบบการคัดกรองเนื้อหา คำหยาบที่ผู้ใช้บริการ โพสต์เข้ามา และมีเจ้าหน้าที่ตรวจพิจารณาคัดกรองอีกชั้นหนึ่งและลบข้อความที่ไม่เหมาะสม

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

(Sang Do Lee สัมภาษณ์ 31 มกราคม 2551)

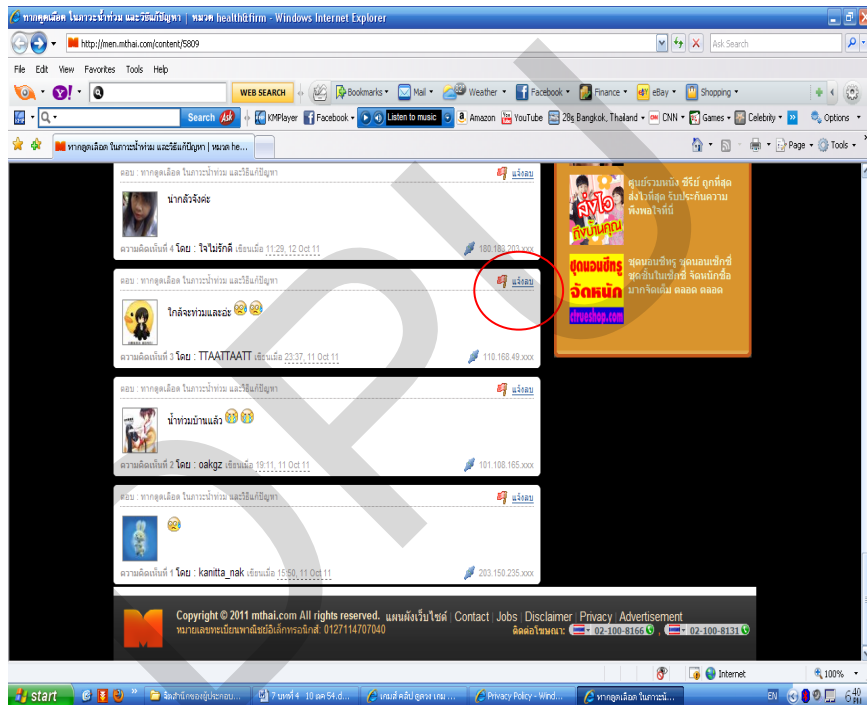
เว็บไซต์เอ็มไทยดอทคอม มีระบบคัดกรองคำหยาบ ซึ่งจะเปลี่ยนคำหยาบให้เป็นสัญลักษณ์ (***) และมีปุ่มแจ้งลบให้ผู้ใช้บริการกดปุ่มแจ้งลบไปที่เจ้าหน้าที่เพื่อทำการลบ



ภาพที่ 23 พบว่า เว็บไซต์เอ็มไทยดอทคอม มีการคัดกรองคำหยาบด้วยระบบคัดกรองอัตโนมัติ โดยเปลี่ยนคำหยาบให้เป็นสัญลักษณ์ *** แทน โดยจะปรากฏ IP ของผู้โพสต์ที่ทำข้อความ

“กรณีที่มีผู้แจ้งเห็นข้อความที่ไม่เหมาะสม และต้องการให้ลบ เช่น คลิปวิดีโอที่มีการโพสต์ภาพ (picture post) ผู้ให้บริการ สามารถช่วยแจ้งผ่านปุ่มแจ้งลบ เมื่อมีการแจ้งลบจะมีกลไกปิดข้อความที่แจ้งลบไว้ไม่ให้ผู้ชมเห็นในช่วงที่มีการแจ้งลบไว้ จะลบทุก content ถ้าผิดศีลธรรม ผิดกฎหมาย”

(Sang Do Lee สัมภาษณ์ 31 มกราคม 2551)



ภาพที่ 24 พบว่า เว็บไซต์เอ็มไทยดอทคอม มีปุ่มแจ้งลบ เมื่อสมาชิกเห็นข้อความใดไม่เหมาะสม หมิ่นประมาทผู้อื่น สามารถคลิกปุ่มแจ้งลบให้ผู้ดูแลเว็บไซต์ลบข้อความนั้นออก

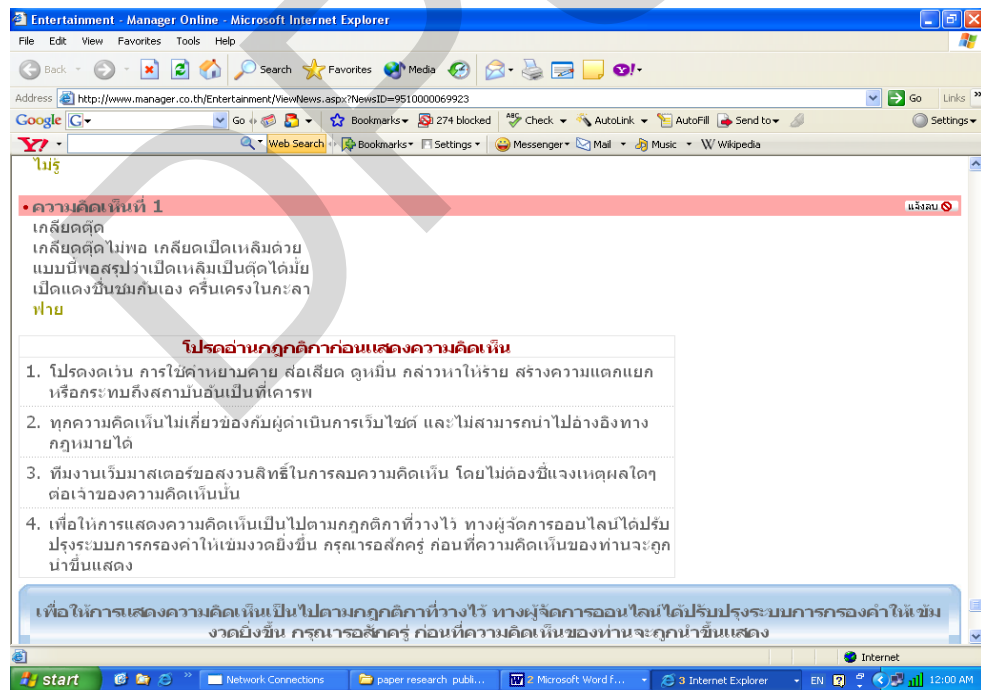
สรุป เว็บไซต์เอ็มไทยดอทคอม มีการกำหนด กฎ กติกา ในการใช้งานการโพสต์ภาพ ต้องสมัครเป็นสมาชิกก่อนจึงจะเข้าใช้งานได้เพื่อเป็นการควบคุมติดตามได้ มีระบบการตรวจคัดกรองข้อความ ระบบคัดกรองจะเปลี่ยนคำหยาบเป็นสัญลักษณ์ *** หากผู้ใช้บริการพบข้อความที่ไม่เหมาะสมก็สามารถแจ้งลบได้ โดยคนที่ปุ่มแจ้งลบ เจ้าหน้าที่เว็บไซต์จะทำการลบออกจากเว็บ และมีเจ้าหน้าที่ทำการตรวจคัดกรองอีกชั้นหนึ่ง

ผู้จัดการออนไลน์

นโยบายการบริหารจัดการเกี่ยวกับการดูแลคัดกรองข้อความ เนื้อหาที่ผู้ใช้บริการเขียนบนเว็บไซต์ ด้วยการแจ้งผู้ใช้บริการทราบเป็นลายลักษณ์อักษร เกี่ยวกับกติกากในการแสดงความคิดเห็น วิธีการแจ้งลบข้อความที่ไม่เหมาะสม

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

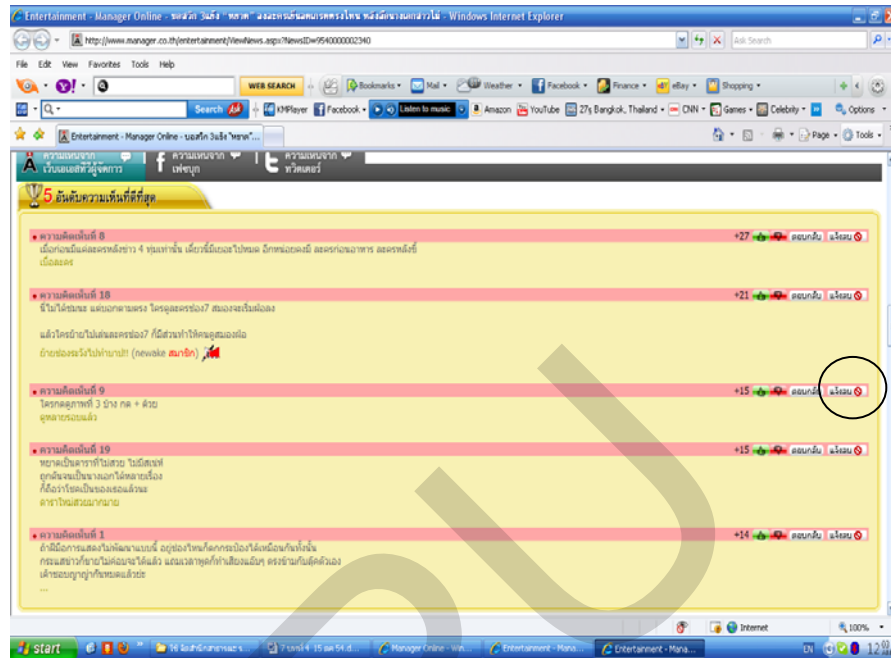
(นิรันดร์ เขาวภาว สัมภาษณ์ 25 กุมภาพันธ์ 2551)



ภาพที่ 25 พบว่า เว็บไซต์ผู้จัดการออนไลน์ มีการกำหนดกฎ กติกาในการแสดงความคิดเห็น มีระบบการกรองคำก่อนที่ความคิดเห็นจะถูกนำขึ้นแสดงบนหน้าเว็บไซต์

เว็บไซต์ผู้จัดการออนไลน์ มีปุ่มแจ้งลบ เพื่อให้ผู้ใช้บริการกดปุ่มแจ้งลบไปที่เจ้าหน้าที่เพื่อทำการลบเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม

ภาพที่ 26 แสดงปุ่มแจ้งลบในเว็บไซต์ผู้จัดการออนไลน์



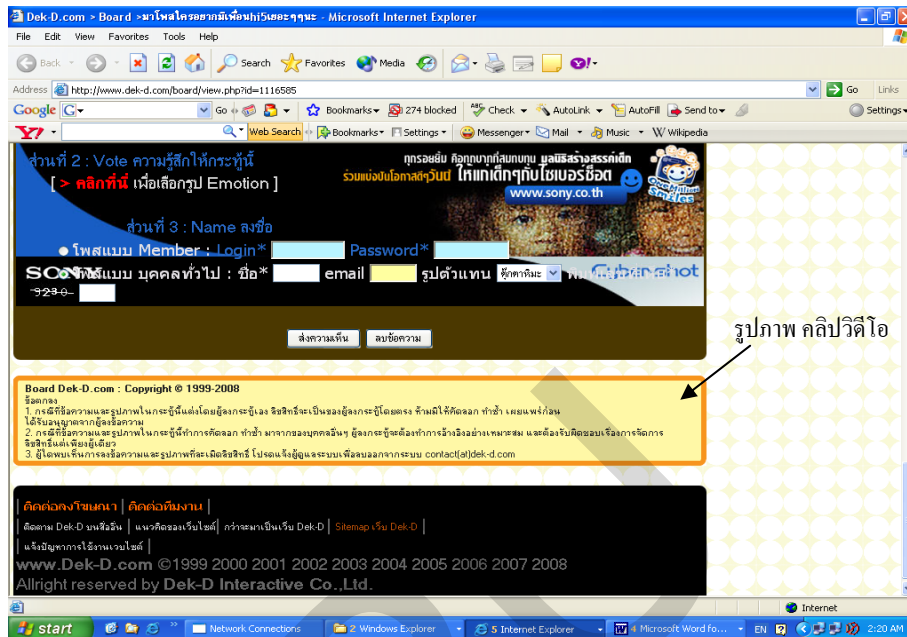
ภาพที่ 26 พบว่า เว็บไซต์ผู้จัดการออนไลน์ มีปุ่มแจ้งลบ เจ้าหน้าที่คอยดูแลตรวจสอบข้อความ เนื้อหา ที่เป็นการแสดงความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ หากเป็นข้อความที่จะทำให้เกิดความรุนแรง หรือก่อให้เกิดความขัดแย้งในเรื่องศาสนา การหมิ่นประมาท จงจบบพระราชวงศ์ เจ้าหน้าที่จะทำการลบออก การลบข้อความ

สรุป เว็บไซต์ผู้จัดการออนไลน์ มีการกำหนด กฎกติกาในการแสดงความคิดเห็นที่ ผู้ใช้บริการ โพสต์บนหน้าเว็บบอร์ด มีระบบกรองคำก่อนที่จะนำจะนำความคิดเห็นขึ้นแสดงบนหน้าเว็บไซต์ และมีปุ่มแจ้งลบให้ผู้บริการแจ้งให้เจ้าหน้าที่ลบข้อความ เนื้อหาที่ไม่เหมาะสม

เว็บไซต์เด็กดีดอทคอม

นโยบายเว็บไซต์เด็กดีดอทคอม มีการกำหนดข้อตกลง ในการโพสต์ข้อความ รูปภาพ กระตุ้ กำหนดกติกาการใช้เว็บบอร์ด โดยการแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษร

“เราทำหลักเกณฑ์เป็นลายลักษณ์อักษร คือถ้ามีคนมาโพสต์ภาพ หรือเบอร์โทรศัพท์ ถ้าเป็นเบอร์ส่วนตัวใครก็ตามให้ลบไว้ก่อน รวมทั้งอีเมล์ต้องดูจุดประสงค์เพื่ออะไรอาจจะรู้สึกไม่สะดวก แต่เราเป็นออนไลน์ เราพยายามให้เล่นในระบบออนไลน์”



ภาพที่ 28 แสดงกติกา กฎการตั้งกระทู้ของเว็บไซต์เด็กดีดอทคอม

::> Dek-D.com : กติกาเวบอร์ด <:: - Microsoft Internet Explorer

เนื่องจากเว็บ Dek-D.com เป็นเว็บที่มีเด็กและเยาวชน วิทยาลัยเข้ามามากที่สุดแห่งหนึ่ง เว็บเด็กดีดอทคอม เป็นเว็บที่สามารถโพสต์ความเห็นได้โดยอิสระ และใช้ระบบการตรวจสอบความเห็นเหมาะสมภายหลัง

จึงเป็นไปได้ที่จะเกิดการแสดงความคิดเห็นที่ขัดแย้งกัน ทางเว็บมีนโยบายการดูแลกระทู้ที่เป็นกลาง ไม่อ่อนแอและไม่สนับสนุนหรือหน่วยงานใดๆ ดังนั้นจึงเปิดโอกาสให้มีการแสดงความคิดเห็นเพื่อ เจเรายตีความที่ขัดแย้ง ด้วยเหตุและผล ซึ่งกัน ทั้งนี้เราไม่สนับสนุน กระทู้ใดๆที่มี การแสดงความคิดเห็นที่เกินความเหมาะสม ไม่มีเหตุและผล หรือการจลาจล ลวงให้ฟังความข้างเดียว โดยไม่มีมูลความจริง ทางเราจึงจำเป็นต้องพิจารณาความเห็นเหล่านั้น เป็นความเห็น หรือ เป็นกระทู้ไป

ทางเว็บจึงจำเป็นต้องมีกฎการตั้งกระทู้ เพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการตรวจสอบความเห็นเหมาะสมของกระทู้ โดยมีข้อปฏิบัติดังนี้

- ไม่เป็นคำถามที่ใช้ข้อความหยาบคาย
- ไม่หาตึงผู้อื่นในทางเสียหาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการหาตึงที่ไม่เป็นกลาง และไม่มีมูลความจริง
- ไม่เป็นเรื่องที่ไม่เหมาะสมกับวัย หรืออาจสร้างผลเสียให้แก่บุคคลต่างๆ
- ไม่เป็นเรื่องที่ทำลายขวัญ และทำลายสุขภาพจิตต่อบุคคลอื่นๆ
- ไม่เป็นเรื่องที่ผิดกฎหมาย ผิดศีลธรรม ผิดวัฒนธรรมและประเพณีที่ตั้งมา
- ไม่เป็นเรื่องที่หมิ่นต่อสถาบัน ชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์
- ไม่ส่งรูปภาพที่ไม่เหมาะสมใดๆมาเผยแพร่

นอกจากนี้ทางเว็บเด็กดีดอทคอมยังไม่สนับสนุนกระทู้เหล่านี้

- กระทู้โฆษณาขายสินค้าทุกประเภท ที่แสวงหาผลกำไรทางพาณิชย์
 - กระทู้หารายได้เสริมทางอินเทอร์เน็ต ด้วยวิธีที่เข้าข่ายเอาเปรียบสังคม
 - กระทู้ธุรกิจใดๆก็ตามที่ดำเนินการสร้างฐานรายได้โดยการมียศเยี่ยงบุคคลอื่น
- เนื่องจากจัดว่าเป็นธุรกิจที่หลอกลวงประชาชนโดยอาศัยช่องโหว่ทางกฎหมาย ดำเนินการหาผลประโยชน์แบบมียศเยี่ยงทรัพย์สินและรบกวนต่อบุคคลทั่วไป

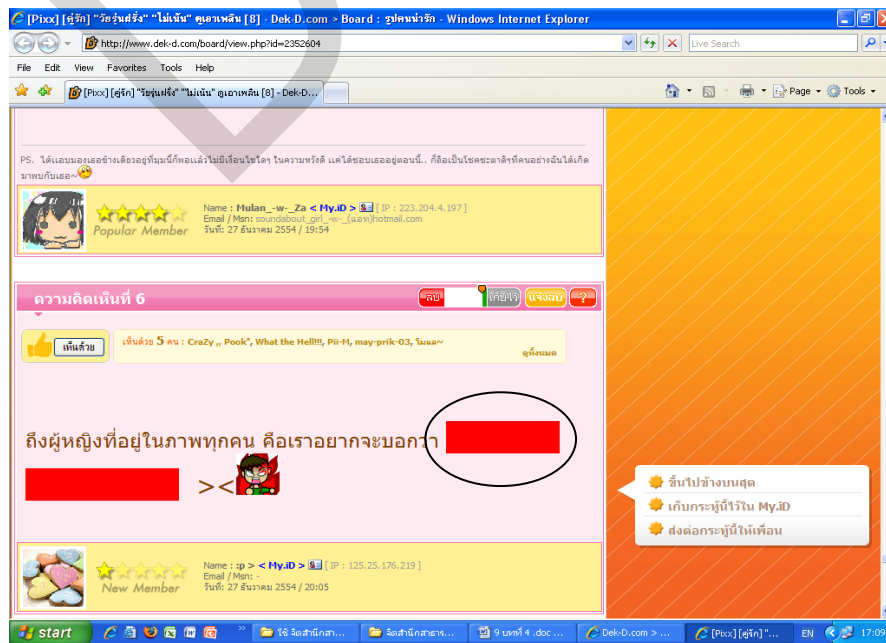
ภาพที่ 27-28 พบว่า เว็บไซต์เด็กดีดอทคอม การกำหนดข้อตกลงการโพสต์กระทู้ รูปภาพ คลิปวิดีโอ กำหนดกฎ กติกาการใช้เว็บบอร์ด ข้อตกลงที่แจ้งให้ผู้ใช้บริการทราบเกี่ยวกับลิขสิทธิ์ ผลงาน การไม่สนับสนุนกระทู้สินค้า หรือหารายได้เสริม หรือธุรกรรมที่สร้างรายได้ หากผู้ใช้บริการพบเห็นข้อความที่เป็นการละเมิดลิขสิทธิ์สามารถแจ้งต่อผู้ดูแลระบบเพื่อทำการลบออกจากระบบ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

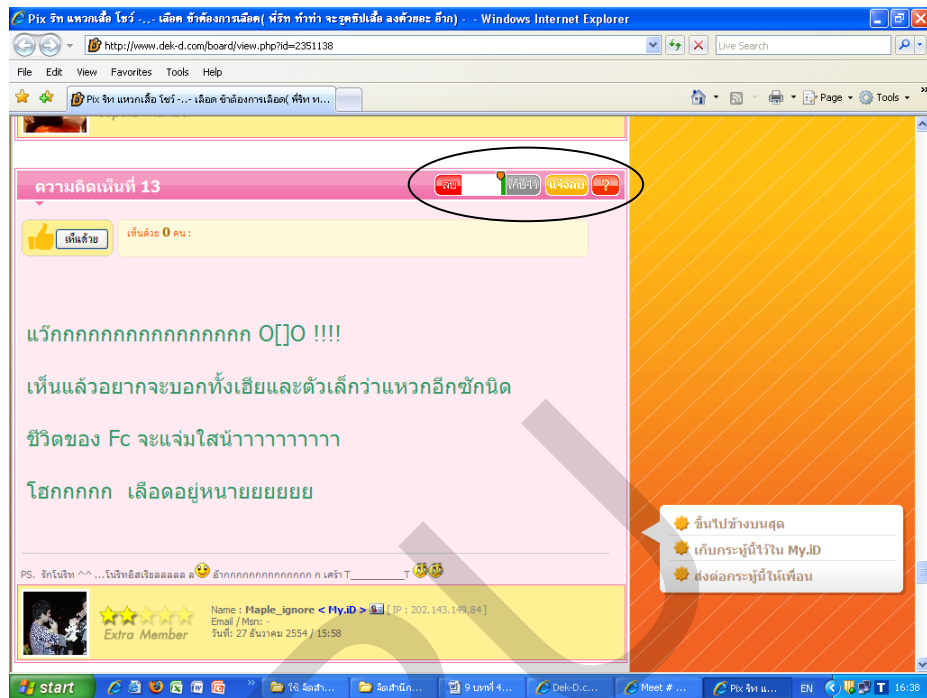
เว็บไซต์เด็กดีดอทคอม มีระบบคัดกรองข้อความที่ไม่เหมาะสม การเปลี่ยนคำหยาบเป็น สัญลักษณ์อื่นแทน และการแจ้งลบด้วยปุ่มแจ้งลบ

“มีระบบกลั่นกรองคำหยาบ เหมือนตาข่ายถ้ามีคำหยาบจะไม่ปล่อยให้หลุดออกมาให้เห็นบนเว็บทำระบบ chat เพื่อสามารถดูแลได้ถ้าเขาออกไปคุยข้างนอกควบคุมยาก ”

(ปกรณ์ สันติสุนทรกุล สัมภาษณ์ 31 มกราคม 2551)

ภาพที่ 29 แสดงการกำจัดคำหยาบด้วยระบบ ซึ่งจะเปลี่ยนคำหยาบให้เป็น สัญลักษณ์อื่น(แถบสี) ในเว็บไซต์เด็กดีดอทคอม





ภาพที่ 29-30 พบว่า เว็บไซต์เด็กดีดอทคอม มีการกำจัดข้อความที่ไม่เหมาะสมโดยใช้แถบสีแทนข้อความที่ไม่เหมาะสม และให้ผู้ใช้บริการร่วมกันดูแล โดยมีปุ่มลบ ปุ่มแจ้งลบ ให้ผู้ใช้บริการกดปุ่มที่ต้องการ

สรุป เว็บไซต์เด็กดีดอทคอม มีการกำหนดข้อตกลงการโพสต์กระทู้ รูปภาพ คลิปวิดีโอ กำหนดกฎ กติกาการใช้เว็บบอร์ด ไม่สนับสนุนกระทู้โฆษณา หรือกระทู้ที่เป็นธุรกิจหารายได้

สรุป จากการสัมภาษณ์และการวิเคราะห์เนื้อหาเว็บไซต์ เกี่ยวกับ นโยบายการบริหารจัดการด้านการดูแลคัดกรองเนื้อหาที่ให้บริการบนเว็บไซต์สนุกดอทคอม กระบูกดอทคอม เอ็มไทยดอทคอม ผู้จัดการออนไลน์ และเด็กดีดอทคอม พบว่า ผลผลิตกันชนบนเว็บไซต์ที่เป็นข่าวสาร ความรู้ ความบันเทิง ที่มีลักษณะเปิดโอกาสให้ผู้ใช้บริการได้เขียนแสดงความคิดเห็น ทุกเว็บไซต์ที่ทำการวิจัยจะมีการกำหนดเป็นลายลักษณ์อักษรเกี่ยวกับนโยบาย กฎ กติกา มารยาทในการแสดงความคิดเห็น การโพสต์ ข้อความ รูปภาพ บนเว็บไซต์ โดยมีการควบคุมดูแลโดยมีระบบการคัดกรอง ข้อความ รูปภาพ วิดีโอ ที่ไม่เหมาะสมด้วยระบบคัดกรองคำหยาบอัตโนมัติ และมีเจ้าหน้าที่ของเว็บไซต์ (เว็บมาสเตอร์) ดูแลตรวจคัดกรองอีกครั้ง มีการแสดงปุ่มแจ้งลบเพื่อให้ผู้ใช้บริการช่วยแจ้งลบข้อความ รูปภาพที่ไม่เหมาะสม และเว็บไซต์สนุกดอทคอมเว็บไซต์แห่งเดียวที่มีการกำหนดเรตติ้งให้กับกระทู้ เว็บบอร์ดโดยผู้ใช้บริการเป็นผู้กำหนด

1.3.2 การดูแลคัดกรองเนื้อหาที่ให้บริการผลิตภัณฑ์ที่เป็นการซื้อขายออนไลน์/ การประมูล/ซื้อปิ้ง

1.3.2.1 การประมูล – ซื้อปิ้ง

เว็บไซต์สนุกดอทคอมเปิดโอกาสให้คนทั่วไปได้เข้ามาซื้อขายหรือประมูลสินค้าออนไลน์ ทางเว็บไซต์ประมูล-ซื้อปิ้ง เว็บไซต์ซื้อ - ขายออนไลน์ 24 ชั่วโมง ผู้ขายสามารถนำสินค้ามาประมูลขายได้ ทั้งแบบกำหนดราคาขายตายตัว (fixed price) แบบการประมูล (forward auction) หรือ จะใช้ทั้งแบบกำหนดราคาขายตายตัวและการประมูลร่วมกันก็สามารถทำได้ ผู้ซื้อที่ชอบการประมูลก็สามารถตั้งราคาประมูลที่ตนเองพอใจได้ ส่วนผู้ที่ต้องการซื้อสินค้าแบบทันทีไม่ต้องไปแย่งประมูลกับคนอื่นก็สามารถทำได้

“จะเอาสินค้าใดมาขึ้นต้องถูกลิขสิทธิ์ เขาให้สิทธิเรามาให้คนดาวน์โหลด ไม่ใช่เราเอามาให้ดาวน์โหลด”

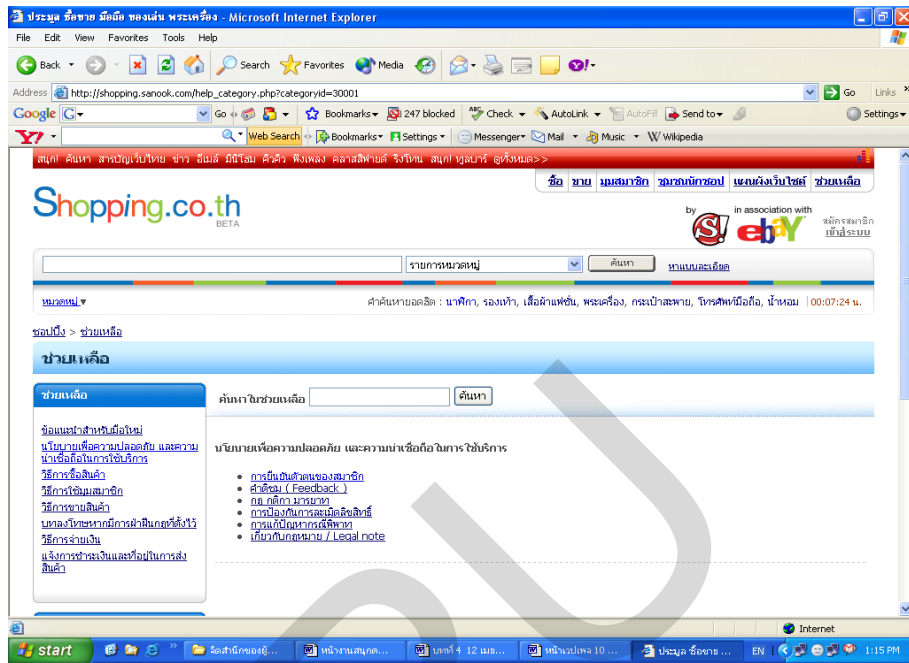
รัชนี้ สุประภากร (สัมภาษณ์ 14 มกราคม 2551)

เว็บไซต์สนุกดอทคอม ในส่วนของประมูลและซื้อปิ้ง มีการกำหนดเม็ดเงินนโยบายเพื่อความปลอดภัย กำหนดให้สมาชิกต้องยืนยันตัวตน มีกฎ กติกา มารยาท การป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์

ภาพที่ 31 แสดงปุ่มสมัครสมาชิก และปุ่มนโยบายความปลอดภัย ในเว็บไซต์สนุกดอทคอม

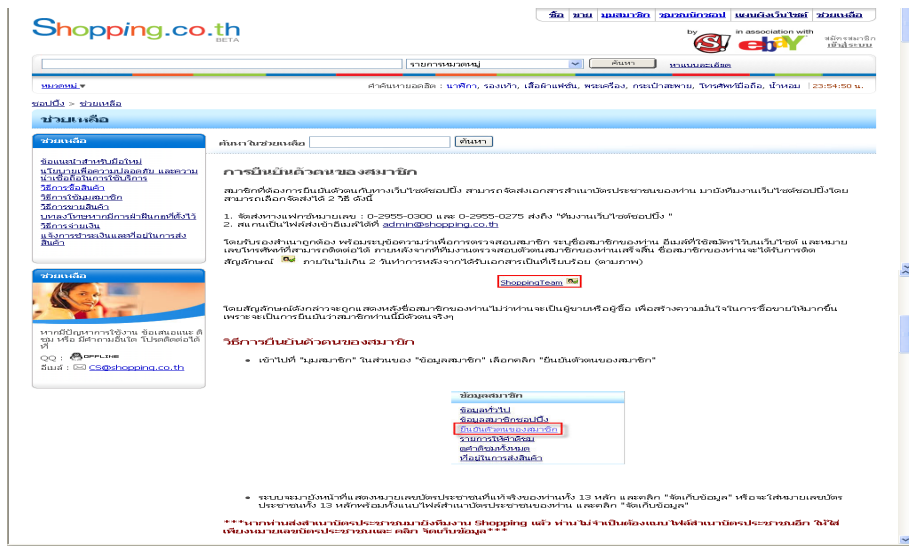



ภาพที่ 32 แสดงนโยบายความปลอดภัย ความน่าเชื่อถือในการใช้บริการก่อนการซื้อ
ขาย ในเว็บไซต์สนุกดอทคอม



ภาพที่ 31-32 พบว่า เว็บไซต์สนุกดอทคอมเกี่ยวกับประมูล-ซื้อปิ้ง มีเมนูสำหรับ
ผู้ให้บริการสมัครเป็นสมาชิกก่อนจึงจะเข้าใช้บริการได้ เมนูนโยบายเพื่อความปลอดภัย ความเชื่อถือใน
การให้บริการก่อนซื้อขายสินค้า มีการกำหนดให้สมาชิกต้องยืนยันตัวตน คำติชม มีกฎ กติกา มารยาท
การป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ การแก้ปัญหากรณีพิพาท เกี่ยวกับกฎหมาย (รายละเอียดภาคผนวก ข ภาพ
หน้า 123)

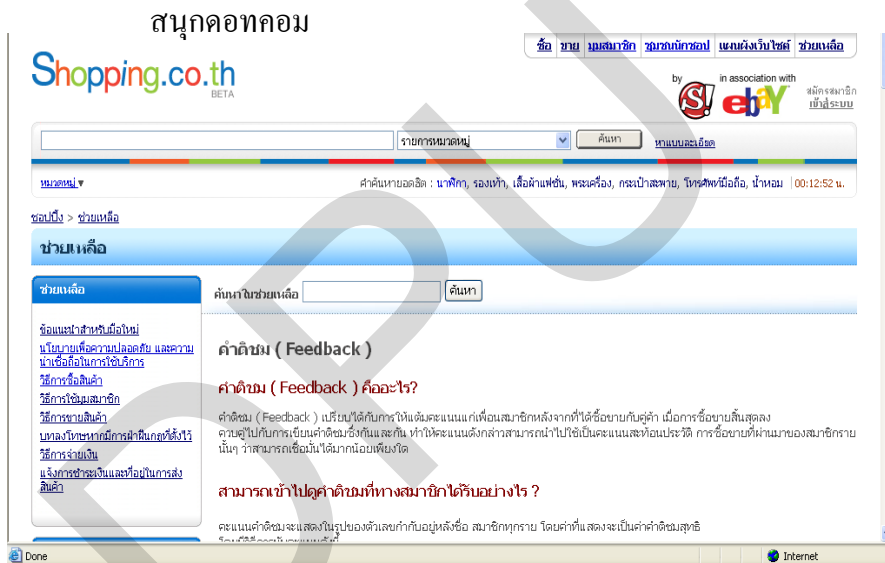
ภาพที่ 33 แสดงการยืนยันตัวตนของสมาชิก ในเว็บไซต์สนุกดอทคอม



ภาพที่ 33 พบว่า เว็บไซต์สนุกคอตคอมเกี่ยวกับประมูล-ซื้อปั้ง มีการกำหนดให้ผู้สมัครยืนยันตัวตนของสมาชิก ด้วยการจัดส่งเอกสารสำเนาบัตรประชาชนภายหลังจากที่ทีมงานตรวจสอบตัวตนสมาชิกแล้วจะได้รับการติดสติ๊กเกอร์  เพื่อสร้างความมั่นใจในการซื้อขายให้มากขึ้น โดยผู้ให้บริการต้องกรอกข้อมูลในแบบฟอร์ม (ภาคผนวก ข ภาพ จ-1-จ-2 หน้า124-125) การยืนยันตัวตนของสมาชิก(ภาคผนวก ภาพ ข)

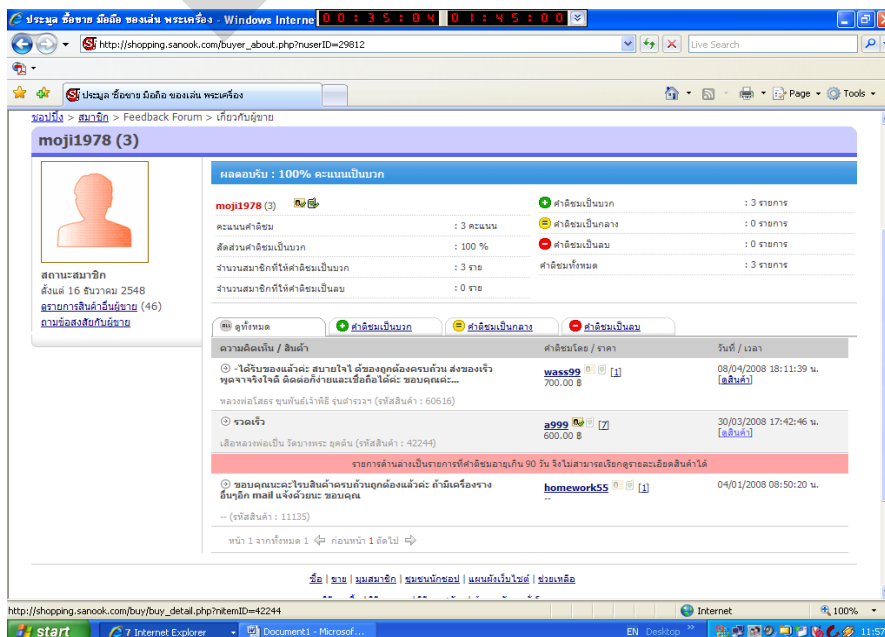
คำติชม(Feedback)

ภาพที่ 34 แสดงคำติชม เพื่อใช้เป็นคะแนนบอกความเชื่อมั่นในตัวสินค้า ในเว็บไซต์



The screenshot shows the 'Feedback' section on the Shopping.co.th website. The page title is 'สนุกคอตคอม' (Sankhot.com). The main heading is 'คำติชม (Feedback)'. Below the heading, there is a question: 'คำติชม (Feedback) คืออะไร?' (What is Feedback?). The text explains that feedback is a way to give opinions on products and services to help improve them. It also mentions that users can leave feedback on products they have purchased. There is a search bar for feedback and a list of links for more information, such as 'ข้อมูลข่าวสารสินค้าใหม่' (New product information) and 'บริการช่วยเหลือ' (Customer support).

ภาพที่ 35 แสดงคะแนนที่สะท้อนประวัติถึงความเชื่อมั่นในผู้ขายในเว็บไซต์สนุกคอตคอม

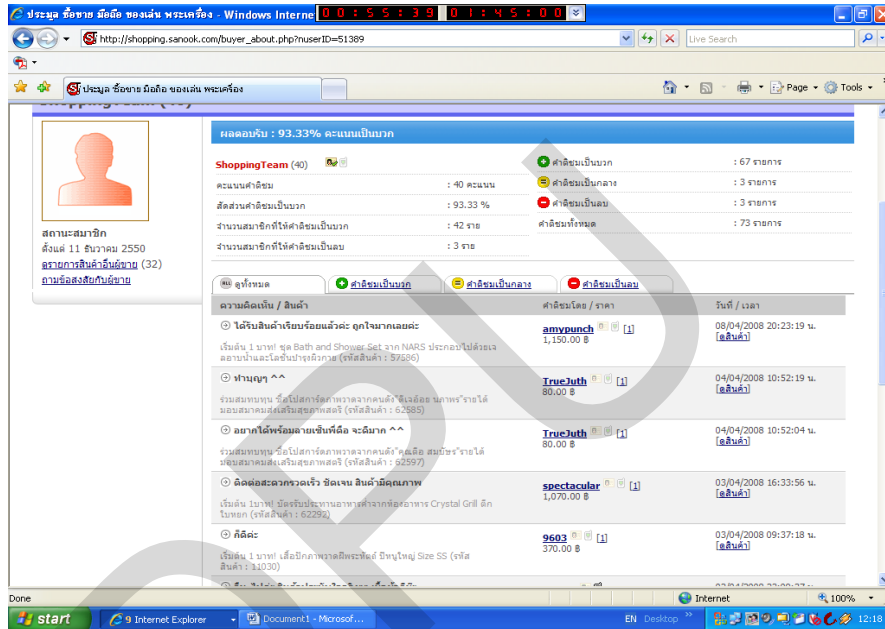


The screenshot shows a user's feedback profile on the Shopping.co.th website. The user's name is 'moji1978 (3)'. The profile includes a rating of 100% and a status of 'คะแนนเป็นบวก' (Positive rating). The profile also shows a list of feedback items with their respective ratings and dates. The user's profile information includes a name, a profile picture, and a list of items they have purchased. The feedback items are listed in a table with columns for the item name, the user's rating, and the date of the feedback.

ชื่อสินค้า / รายละเอียด	คะแนน / ระยะเวลา	วันที่ / เวลา
ได้รับของแล้วค่ะ สบายใจ ได้ของถูกต้องครบถ้วน ส่งของเร็ว ของจากใจจริงดี มีสติ๊กเกอร์และใบรับประกันด้วย ขอขอบคุณ... พอลองใส่แล้ว ขุนนางเจ้าฟ้าฯ จุฬาลงกรณ์ (รหัสสินค้า : 60616)	wass99 700.00 ฿	08/04/2008 18:11:39 น. [แสดง]
เลือกของเป็น วิทยาทานพระ รุดฉิ้น (รหัสสินค้า : 42244)	a999 600.00 ฿	30/03/2008 17:42:46 น. [แสดง]
ขอขอบคุณในบริการรับทราบด้วยถูกต้องแล้วค่ะ ถ้ามีเรื่องราว สัมผัสดี ทนไฟ แจ่มใสขอขอบคุณ -- (รหัสสินค้า : 11135)	homework55	04/01/2008 08:50:20 น. [แสดง]

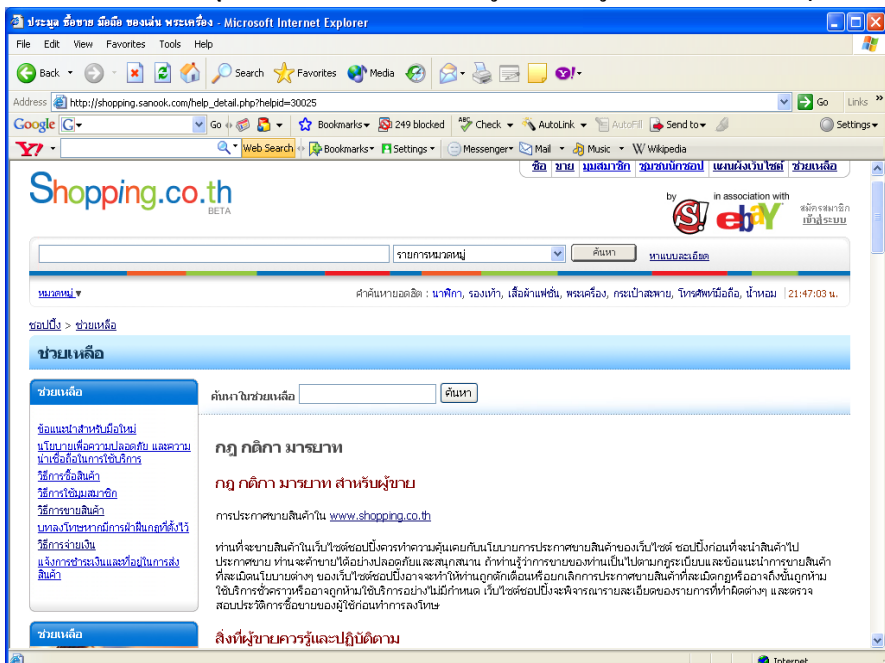
ภาพที่ 34-35 พบว่าเว็บไซต์สนุกดอทคอม เกี่ยวกับประมูล-ซื้อปิ้ง มีวิธีการคิดคะแนน คำติชม เพื่อสะท้อนประวัติการซื้อขาย การคิดคะแนนคำติชม ในรูปของตัวเลขกำกับอยู่หลังชื่อ สมาชิก ทุกราย โดยค่าที่แสดงจะเป็นค่าคำติชมสุทธิ จะช่วยแสดงความเชื่อมั่นได้มากขึ้นเพียงใดของสมาชิกแต่ละคน (วิธีการให้คำติชม ภาคผนวก ข ภาพ ฉ-1 ถึง ฉ-2 หน้า 126-127)

ภาพที่ 36 แสดงการแสดงความคิดเห็นของผู้สนใจในสินค้าในเว็บไซต์สนุก



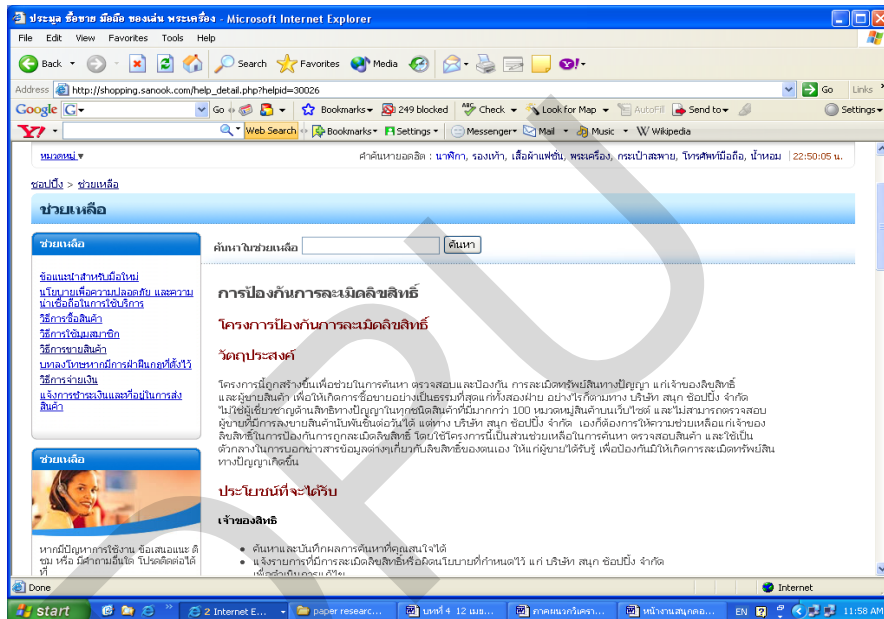
ภาพที่ 36 พบว่า เว็บไซต์สนุกดอทคอม เกี่ยวกับประมูล-ซื้อปิ้ง ผู้ซื้อสินค้าสามารถ แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าและบริการ และให้คำติชมเพื่อเป็นคะแนนบอกถึงความน่าเชื่อถือของสินค้านั้นๆ

ภาพที่ 37 แสดงกฎ กติกา มารยาท สำหรับผู้ขายและผู้ซื้อ ในเว็บไซต์สนุก

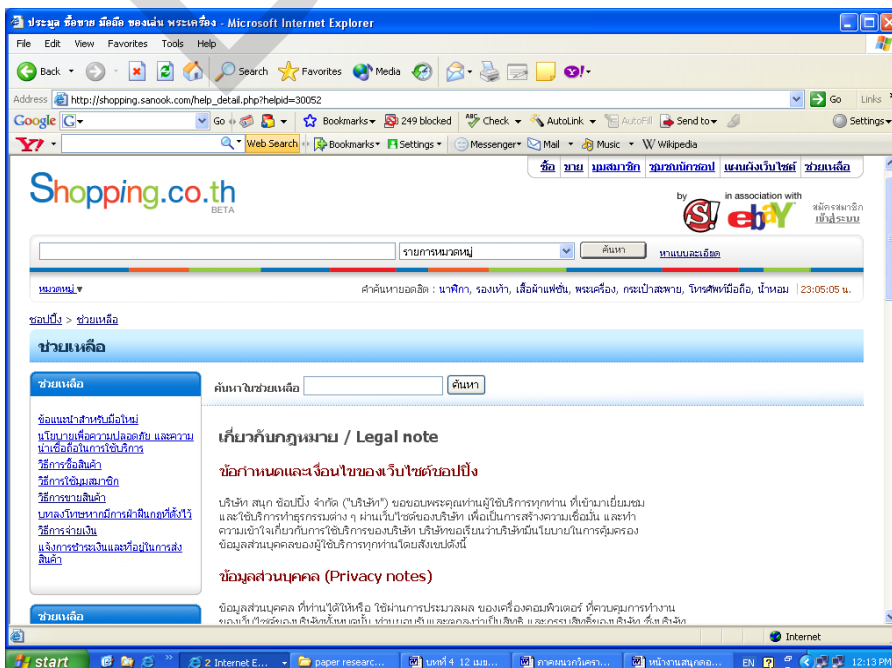


ภาพที่ 37 พบว่า เว็บไซต์สนุกดอทคอม เกี่ยวกับประมวล-ข้อปึง มีการกำหนดกฎ กติกา มารยาทสำหรับผู้ซื้อ และผู้ขาย ข้อห้ามและรายการที่ห้ามขาย มีนโยบายข้อห้ามสำหรับผู้ซื้อ เช่น การ ประมูลที่ไม่เจตนาจะประมูล การเป็นหน้าม้าเพื่อประมูลสินค้าในราคาที่สูงขึ้น ผู้ซื้อและผู้ขายไม่ควรทำ การซื้อขายนอกเว็บ หากฝ่าฝืนนโยบายจะถูกยกเลิกรายการสินค้า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

ภาพที่ 38 แสดงการป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ ในเว็บไซต์สนุก



ภาพที่ 39 แสดงกฎหมาย ในเว็บไซต์สนุกดอทคอม



ภาพที่ 38-39 พบว่าเว็บไซต์สนุกดอทคอม เกี่ยวกับประมูล-ซื้อปิ้ง มีโครงการป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ เพื่อช่วยในการค้นหา ตรวจสอบและป้องกัน การละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา แก่เจ้าของลิขสิทธิ์และผู้ขายสินค้า มีนโยบายในการเคารพสิทธิส่วนบุคคลของสมาชิก บริษัทฯ จะไม่ทำการตรวจสอบ แก้วใจ ข้อมูล เว้นแต่มีเหตุจำเป็นต้องทำตามความต้องการทางกระบวนการด้านกฎหมายมีนโยบายในการเคารพสิทธิส่วนบุคคลของสมาชิก (รายละเอียดโครงการป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ ภาคผนวก ข ภาพ ๗-1 ถึง ๗-3 หน้า 133-135 และรายละเอียดเกี่ยวกับกฎหมายภาพ ๘-1 ถึง ๘-2 หน้า 136-137)

เว็บไซต์เอ็มไทยดอทคอม

เว็บไซต์เอ็มไทยดอทคอม เกี่ยวกับประมูล-ซื้อปิ้ง มีเอ็มไทยมาร์เก็ตเพลส ในการซื้อขายสินค้า การกำหนดเงื่อนไข และข้อกำหนดในการใช้บริการเอ็มไทยมาร์เก็ตเพลส การกำหนดนโยบายสิทธิส่วนบุคคล การเปิดเผยข้อมูล (รายละเอียด ภาคผนวก ข ภาพ ๗ หน้า 138)

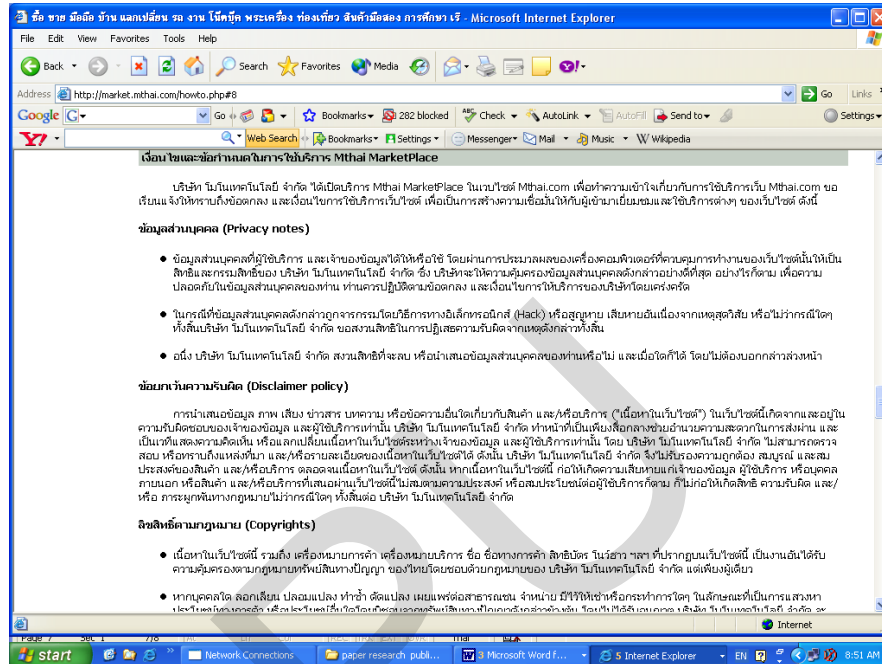
“มีการให้บริการ E-commerce เกี่ยวกับการขายสินค้าที่จับต้องได้ เช่น VCD, DVD หนังสือ เครื่องสำอาง แฟชั่นที่ถูกลิขสิทธิ์”

(Sang Do Lee สัมภาษณ์ 31 มกราคม 2551)

ภาพที่ 40 แสดงเมนูการใช้งานมาร์เก็ตเพลสของเว็บไซต์เอ็มไทยดอทคอม

The screenshot shows a web browser window displaying the MThai MarketPlace website. The browser's address bar contains the URL <http://market.mthai.com/howto.php#9>. The page layout includes a navigation sidebar on the left with user account options (e.g., 'jane2508', 'login point : 2', 'my mthai', 'แก้ไขข้อมูลส่วนตัว', 'ไลค์ได้ส่วนตัว', '0/0', 'logout') and promotional banners. The main content area is titled 'MThai MarketPlace' and 'ใช้งานอย่างไร' (How to use). Below this title, there is a list of links for users to learn more about the marketplace, including 'MThai MarketPlace คืออะไร', 'ส่งโฆษณากับ MThai MarketPlace ได้อย่างไร', 'รูปแบบการส่งโฆษณาใน MThai MarketPlace', 'ขั้นตอนการส่งโฆษณาและการยื่นการส่งโฆษณาในตำแหน่งพิเศษ', 'คำแนะนำในการส่งโฆษณา', 'เงื่อนไขและข้อกำหนดในการใช้บริการ MThai MarketPlace', 'กติกาของ MThai MarketPlace และ กฎกติกาในการส่งประกาศ', 'วิธีชำระค่าโฆษณา', and 'ติดต่อสอบถาม'.

ภาพที่ 41 แสดงเงื่อนไขและข้อกำหนดในการใช้บริการมาร์เก็ตเพลสของ
เว็บไซต์เอ็มไทยคอตคอมคอตคอม



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

สรุป จากการสัมภาษณ์และการวิเคราะห์เนื้อหาเว็บไซต์เกี่ยวกับ นโยบายการบริหารจัดการด้านการให้บริการผลิตภัณฑ์ที่เป็นการซื้อขายออนไลน์ พบว่า การ ประมูล-ซื้อปั้ง ผลิตภัณฑ์ที่เป็นริงโตน ของเว็บไซต์สนุกคอตคอม จะมีการระบุให้ผู้ใช้บริการก่อนการประมูลซื้อขาย หรือซื้อปั้ง ต้องสมัครเป็นสมาชิกก่อน มีการกำหนดนโยบายเพื่อความปลอดภัย ความเชื่อถือในการใช้บริการก่อนซื้อขายสินค้า โดยมีการให้คะแนนคำติชม จะแสดงในรูปของตัวเลขกำกับอยู่หลังชื่อสมาชิกทุกราย เพื่อใช้เป็นคะแนนบอกความน่าเชื่อมั่นในตัวสินค้า กำหนดให้สมาชิกต้องยืนยันตัวตน คำติชม มีกฎ กติกา มารยาท การป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ การแก้ปัญหากรณีพิพาท เกี่ยวกับกฎหมาย เช่นเดียวกับเอ็มไทยมาร์เก็ตเพลส ของเว็บไซต์เอ็มไทยคอตคอม การซื้อขายสินค้ามีการกำหนดนโยบายเพื่อความปลอดภัย ความน่าเชื่อถือในการใช้บริการ ซึ่งจะให้ผู้ใช้บริการสมัครเป็นสมาชิกและส่งบัตรประชาชนเพื่อยืนยันตัวตนของสมาชิก มีการกำหนดเงื่อนไข และข้อกำหนดในการใช้บริการ เกี่ยวกับการดูแลข้อมูลส่วนบุคคล

เว็บไซต์สนุกดอทคอม

เว็บไซต์สนุกดอทคอมเกี่ยวกับการบริการผลิตภัณฑ์ริงโทนมือถือดาวน์โหลดเพลง และการแจ้งผู้ใช้งานในการใช้งานดาวน์โหลดเพลงและริงโทน

“มีบริการดาวน์โหลดเพลง ทำธุรกิจร่วมกับวอเนอร์มีวสิค ส่วนริงโทนต้องคุยกับค่ายอาร์เอส แกรมมี่ เพื่อนำมาให้บริการดาวน์โหลดที่ถูกต้อง มีลิขสิทธิ์ ”

(รัชนี สุประภากร, สัมภาษณ์ 14 มกราคม 2551)

ภาพที่ 42 แสดงการซื้อเพลงด้วยการดาวน์โหลดเพลง ของเว็บไซต์สนุก

The screenshot displays the S1Music website interface. At the top, there's a banner for 'S1Music to Download' with a price range of 15-35 Baht per song. Below this, there are icons for 'ค้นหาเพลง' (Search for songs), 'เลือกเพลงโดนใจ' (Select songs you like), 'ชำระเงิน' (Pay), and 'ดาวน์โหลด' (Download). A 'ดูรายชื่อค่ายเพลง ระบบที่รองรับ' (View supported record labels) button is also present.

The main content area is divided into several sections:

- ARTIST OF THE MONTH:** Promoting Justin Timberlake and Timpaland with the album 'พร้อมซิงเกิ้ลอีก 4 MINUTES'.
- เพลงยอดเยี่ยม (Best Songs):** A list of recommended songs including 'เพลง คนชั่วกราว [Version CC.]' by Love Maker, 'Madonna Hard Candy', 'Flo Rida Mail on Sunday', 'บี พีระพัฒน์ Dedicated to love', and 'รวมศิลปิน: รวมบทเพลงคนอกหัก'.
- เพลงมาใหม่ (New Songs):** A list of new releases including 'เพลง คนที่ 2 ยี่สิบที่ 3' by Cinderella, 'เพลง เก็บความลับไม่ต่าง' by Cinderella, 'เพลง PLEASE HELP ME' by Cinderella, 'เพลง หวังรอลับ' by Rabbit Dolls, and 'เพลง เธอหายไป' by Rabbit Dolls.
- RECOMMENDED:** A section for 'HOT ALBUM' featuring 'OST Coffee Prince' by OST Coffee Prince.
- HOT TRACKS:** A list of popular tracks including 'ท่อนดีคือ' by พงษ์ ธีเตอร์, 'ละเอีย INFAMOUS', 'คนกลางคืน INFAMOUS', and 'Go Go Chan' by OST Coffee Prince.
- PROMOTION:** A banner for 'วันนี้!! สถานีเพลงของคุณ' (Today!! Your music station) with the text 'สามารถเลือกฟังเพลง' (Can choose to listen to songs).

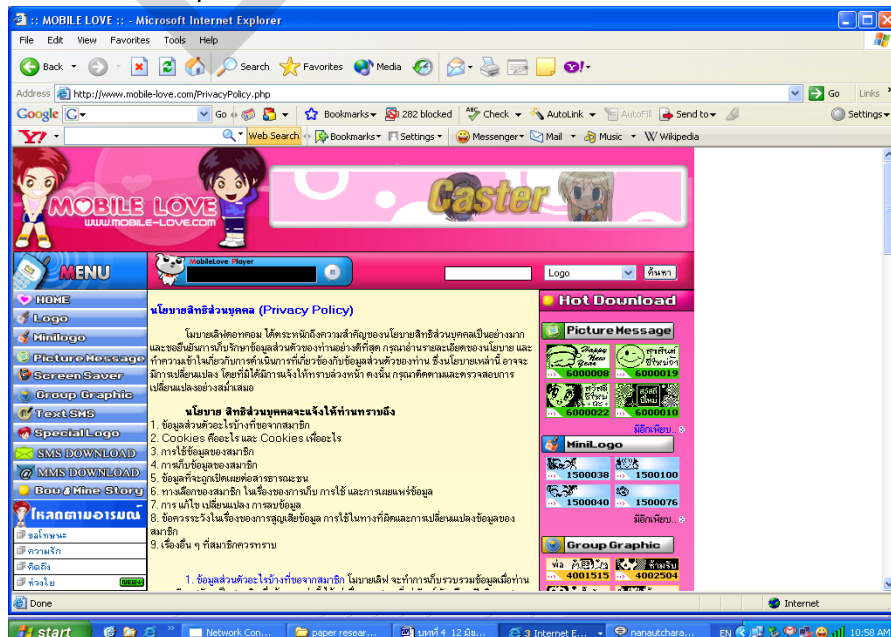
“กระปุกมีการออกระเบียบ เงื่อนไขในการใช้บริการใน Mobile Love ผู้ใช้บริการต้องมีความรับผิดชอบในการนำไปใช้”

(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

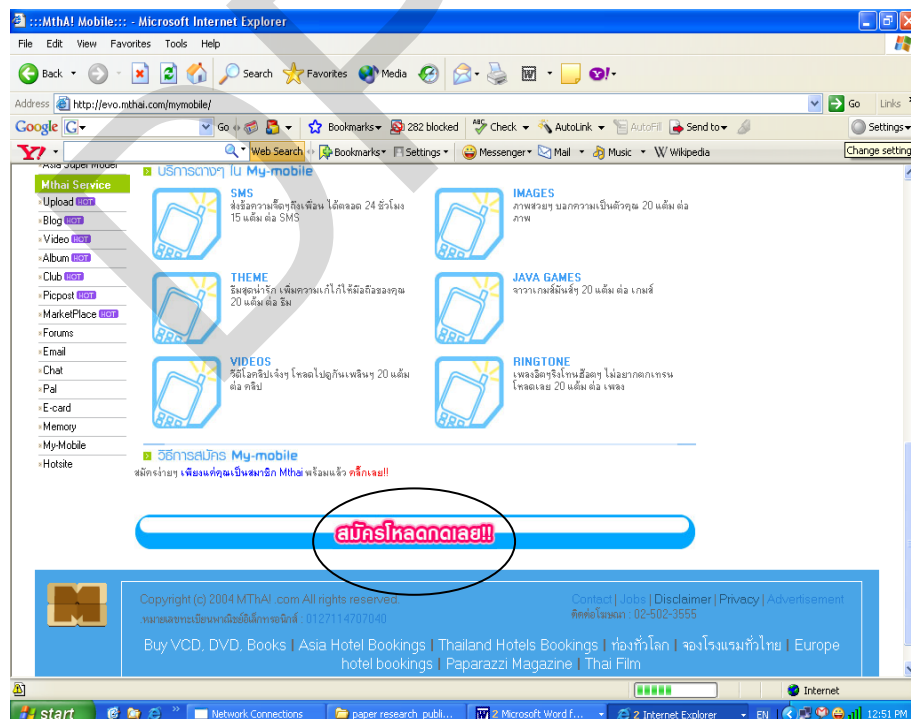
เว็บไซต์เอ็มไทยดอทคอม

เว็บไซต์เอ็มไทยดอทคอม เกี่ยวกับการบริการผลิตภัณฑ์ริงโทนมือถือ ดาวน์โหลดเพลง โดยมีการให้บริการ My Mobile ที่ สามารถดาวน์โหลดภาพ วิดีโอ ซิม (Theme) ข้อความสั้น (SMS) ลงมือถือ มีการกำหนดนโยบายการใช้งานเป็นลายลักษณ์อักษร

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

Sang Do Lee (สัมภาษณ์ 31 มกราคม 2551)

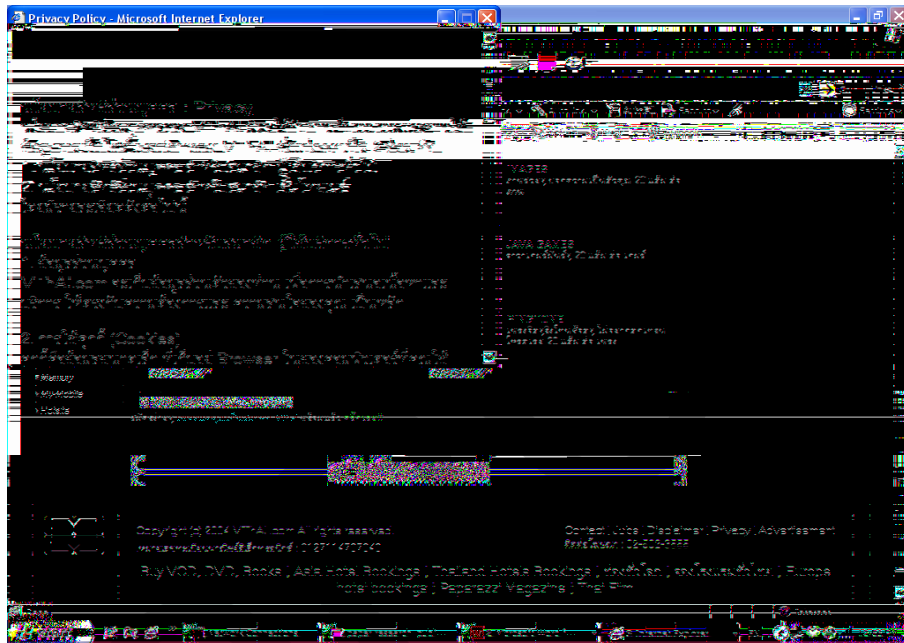
ภาพที่ 48 แสดงผลิตภัณฑ์ที่ให้บริการใน My Mobile ของเว็บไซต์เอ็มไทยดอทคอม



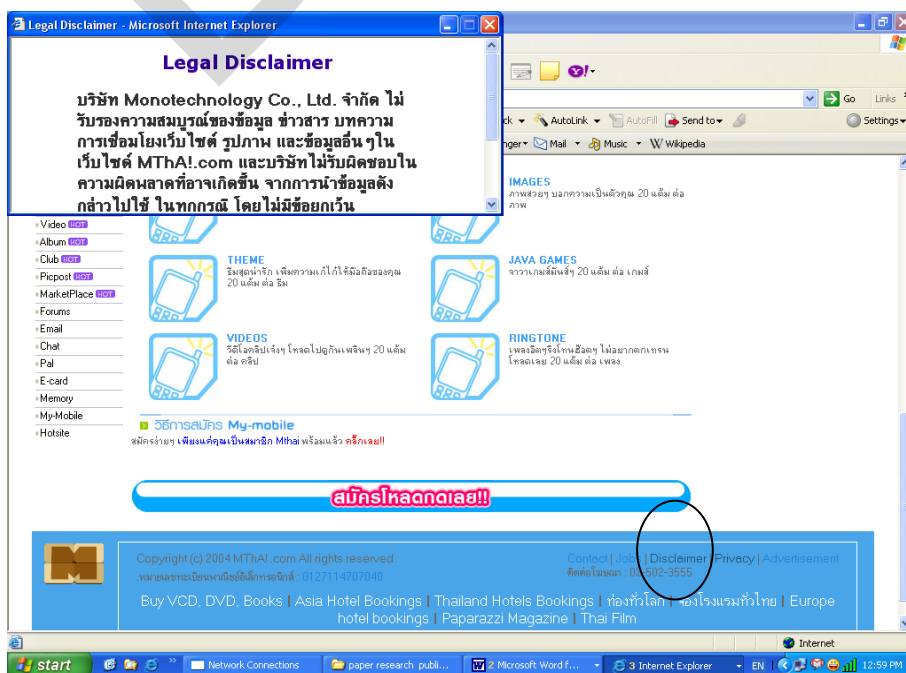
ภาพที่ 48 พบว่า เว็บไซต์เอ็มไทยดอทคอมมีบริการ SMS, Theme, voices, images, games และring tone โดยต้องสมัครเป็นสมาชิกก่อน

เว็บไซต์เอ็มไทยดอทคอม มีการกำหนดนโยบายสิทธิส่วนบุคคล ความเป็นส่วนตัว และการออกตัวทางกฎหมาย แจกแก่ผู้ใช้บริการ

ภาพที่ 49 แสดงรายละเอียดนโยบายสิทธิส่วนบุคคลในการใช้ My Mobile ในเว็บไซต์เอ็มไทยดอทคอม



ภาพที่ 50 แสดงรายละเอียดการออกตัวทางกฎหมายในการให้บริการ My Mobile ในเว็บไซต์เอ็มไทยดอทคอม



ภาพที่ 49-50 พบว่า เว็บไซต์เอ็มไทยดอทคอม ผู้ใช้บริการต้องสมัครโหลดก่อนจึงจะเข้าไปใช้บริการได้ ซึ่งส่วนล่างของเว็บเพจ My Mobile จะมีการแจ้งให้ทราบเกี่ยวกับนโยบายสิทธิส่วนบุคคล (Privacy) และการออกตัวทางกฎหมาย (Legal Disclaimer) แก่ผู้ให้บริการ

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

1.4 นโยบายการบริหารจัดการเกี่ยวกับการให้บริการแก่ผู้ให้บริการเว็บไซต์ ลูกค้านักซื้อพื้นที่ลงโฆษณา พนักงานของบริษัท สังกมชุมชน

การให้บริการแก่ผู้ให้บริการเว็บไซต์

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

“บริษัทคำนึงถึงประโยชน์ที่ผู้ใช้จะได้รับ ดังนั้นการนำเสนอข่าวสาร เนื้อหาต่างๆ ต้องมีความถูกต้อง มีความทันสมัย การนำเสนอข่าวสารต้องนำเสนออย่างเท่าเทียมกัน ไม่เอียงเข้าข้างฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง ระบบการให้บริการมีความเสถียร (stable) การคลิกลิงค์ไปส่วนต่างๆ รวดเร็ว สามารถใช้งานง่าย”

(รัชณี สุประภากร, สัมภาษณ์ 14 มกราคม 2551)

“รับฟังความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ หากเป็นประโยชน์ต่อส่วนรวมก็นำไปปรับปรุง ทำหน้าที่สื่อต้องให้ข้อมูลที่ เป็นประโยชน์ต่อสังคม เราไม่ได้คิดว่าจะเอาแต่ได้ สังคมต้องได้ด้วย เราต้องปลูกฝัง ในความคิดแต่ละคนไว้ด้วย แต่เราต้องดูแล เห็นอะไรก็ต้องบอก ต้องให้ข่าวข้อเท็จจริง”

(นิรันดร์ เขียวภาวี่, สัมภาษณ์ 25 กุมภาพันธ์ 2551)

“ในการทำงานคำนึงถึงหลายเรื่อง เช่น กรณีพระราชบัญญัติคุ้มครองเด็ก จะเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับเด็กไม่ได้ ก็ต้องแจ้งสมาชิกที่มีอายุต่ำกว่า 15 ปี ต้องมีผู้ปกครองติดต่อ เป็นสื่อกลางให้ความช่วยเหลือทางสังคม”

(เจษฎา มินศิริ, สัมภาษณ์ 20 มีนาคม 2551)

“บริษัทมีการดูแลผู้ให้บริการด้วยนโยบายสิทธิส่วนบุคคล สำหรับสมาชิกผู้ให้บริการทั่วไป และสมาชิกเอ็มไทยเมล์ หากฝ่าฝืนอาจมีโทษทางแพ่ง อาญา หรือโทษทางการบริหารปกครอง”

(Sang Do Lee สัมภาษณ์ 31 มกราคม 2551)

“ทีมงานเด็กคิดออคคอมเมื่อปรากฏบนหน้าเว็บถือว่าเป็น role model ของน้องๆทุกด้าน เรื่องภาษา การใช้เหตุผล ต้องระวังเพราะน้องๆจะเชื่อตามมัน เถิง เราจะทำเว็บให้ clean เป็นที่ไว้ใจของผู้ปกครอง เว็บเด็กคืออย่างน้อยต้องมีอะไรดี 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 กระทบมีเงื่อนไขในการรับโฆษณาที่จะขึ้นบนเว็บ ต้องไม่เป็นสินค้าเกี่ยวกับ แอลกอฮอล์ ไม่ใช่สินค้าที่หลอกลวงผู้ซื้อ สินค้าไม่มีมาตรฐาน ไม่ลงภาพโป๊”

(เจษฎา มินศิริ, สัมภาษณ์ 20 มีนาคม 2551)

“ลูกค้าที่ลงโฆษณา ผู้ลงโฆษณาไม่มีสิทธิ์ในการเข้าถึงข้อมูลของสมาชิก รูปแบบการนำเสนอโฆษณาอาจอยู่ในรูปแบบของแบนเนอร์ และจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งบริษัทเอ็มไทยเม็ลล์จะเป็นผู้จัดส่งถึงสมาชิก โดยสมาชิกสามารถยกเลิกการรับโฆษณาต่างๆได้ทุกเมื่อ 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 มีการแลกเปลี่ยนสิ่งใหม่ๆที่เกี่ยวกับงานจากผู้บริหารไปยังพนักงาน พนักงานสามารถเสนอ หรือกำหนดสิ่งที่จะทำเกี่ยวกับงาน ผ่านการทบทวนของทีมผู้บริหารก่อนนำไปดำเนินการ องค์กรให้ความสำคัญกับการทำงานเป็นทีมอย่างหนึ่งอันหนึ่งอันเดียวกันจะพัฒนาให้ผลงานมีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น”

(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 บางความคิดที่ไม่ได้นำมาใช้ ก็ต้องคุยกันด้วยเหตุผล พนักงานทุกคนช่วยกันดูแลกระทู้ ช่วยกันดูแล แบ่งงานช่วยกันทำงาน ข้อมูลพวกนั้นต้องเอามาคุยกันด้วย แต่เว็บบอร์ดทุกคนต้องดูแลเว็บบอร์ด แต่แบ่งช่วงเวลา”

(ปกรณ์ 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

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

(รัชณี สุประภากร, สัมภาษณ์ 14 มกราคม 2551)

“การนำเสนอข่าวต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคม และทำเพื่อสังคม เช่น การบริจาคช่วยเหลือคนที่ถูกน้ำท่วม การจัดกฐินทำบุญร่วมกัน”

(นิรันดร์ เยาวภาวี, สัมภาษณ์ 25 กุมภาพันธ์ 2551)

“จัดทำโครงการชวนน้องท่องเว็บ มีพี่เลี้ยงพาน้องออกค่ายให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้เว็บที่ถูกต้อง จัดโครงการติดตั้งโปรแกรมปลาวาฬราวเซอร์ให้ตามโรงเรียนจำนวน 8 หมื่นชุด และให้โรงเรียนรายงานการใช้โปรแกรมกลับมาที่กระทรวงศึกษาธิการ”

(เจษฎา มินศิริ, สัมภาษณ์ 20 มีนาคม 2551)

“การนำกลุ่มนักเรียน วิทยุรุ่น ทำกิจกรรมที่คำนึงถึงสังคม การทำบุญ โดยบริษัทสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการทำกิจกรรม”

(Sang Do Lee, สัมภาษณ์ 31 มกราคม 2551)

“มีการจัดค่ายย่อยๆ ขึ้นมาทำร่วมกับ partner สำนักงานสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) และ ITV มีการจัดกิจกรรมออนไลน์ เช่น กิจกรรมวันพ่อ ทำดีเพื่อพ่อ ประกวดเรียงความมีรางวัลเล่าเรื่องอะไรก็ได้ที่ทำเกี่ยวกับความดี”

(ปกรณ์ สันติสุนทรกุล, สัมภาษณ์ 31 มกราคม 2551)

สรุปการวิจัยเกี่ยวกับ นโยบายการบริหารจัดการ การให้บริการแก่ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ พนักงานของบริษัท สังคม ชุมชน พบว่า การให้บริการแก่ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ คำนึงถึงผลิตภัณฑ์ เนื้อหา ข้อมูลที่ถูกต้อง ไม่ผิดกฎหมาย มีการรับฟังความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ มีการกำหนดเป็นนโยบายในเรื่อง สิทธิส่วนบุคคล ดูแลป้องกันความปลอดภัยเกี่ยวกับข้อมูลของผู้ใช้บริการ รวมทั้งการนำเสนอสิ่งที่เป็น ตัวอย่างที่ดีให้กับผู้ใช้บริการ การบริหารจัดการลูกค้าที่ซื้อพื้นที่โฆษณา มีการกำหนดมาตรการในการ คัดเลือกลูกค้าที่จะซื้อพื้นที่โฆษณา สินค้าและการโฆษณานั้นต้องไม่หลอกลวงผู้ซื้อ ไม่ขัดกับจริยธรรม กฎหมาย สิทธิส่วนบุคคล ไม่ขัดกับนโยบายของผู้ประกอบการเว็บไซต์ การบริหารจัดการพนักงาน บริษัท การให้พนักงานมีโอกาสพัฒนาตนเองเกี่ยวกับการทำงาน พนักงานมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนความคิดเห็นร่วมกับผู้บริหาร การให้ขวัญกำลังใจ อย่างมีจริยธรรม การบริหารจัดการด้าน ความรับผิดชอบต่อสังคม กิจกรรมด้านการศึกษา การบริจาคสิ่งของ เงินทอง กิจกรรมส่งเสริมสังคม

ตอนที่ 2 ทิศทางการตลาดแบบปฏิสัมพันธ์ที่มีจิตสำนึกสาธารณะของผู้ประกอบการเว็บไซต์

การใช้กฎหมาย ลิขสิทธิ์ สิทธิส่วนบุคคล การกำหนด กติกาในการใช้บริการอย่าง
เข้มงวด การมีความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างจิตสำนึกสาธารณะ

2.1 ความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ องค์กร มูลนิธิ สมาคม

เว็บไซต์ต่างๆมีความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ องค์กร สมาคม ทั้งด้านการศึกษา
การจัดกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน สังคม

“บริษัทเข้าเป็นสมาชิกสมาคมผู้ดูแลเว็บไทย ซึ่งเริ่มก่อตั้งไม่นาน ยังไม่มีความร่วมมือ
กันมากนักในเรื่องเว็บไซต์ระหว่างสมาชิก มีความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ เช่น ราชบัณฑิตยสภาใน
การเผยแพร่พจนานุกรมบนเว็บสนุก”

(รัชนี้ สุประภากร, สัมภาษณ์ 14 มกราคม 2551)

“ความร่วมมือกับสภากาชาดหนังสือพิมพ์ เกี่ยวกับจรรยาบรรณนักหนังสือพิมพ์”

(นิรันดร์ เขาวภาวดี, สัมภาษณ์ 25 กุมภาพันธ์ 2551)

“บริษัททำงานร่วมกับ สำนักงานสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) เป็นภาคีกับ สสส. เรื่องสุข
ภาพ ร่วมกับกระทรวงศึกษาธิการทำโครงการปลาวาฬบร้าวเซอร์ เพื่อ block เว็บที่ไม่เหมาะสม โดย
นำไปติดตั้งตามโรงเรียนต่างๆ การประสานงานกับตำรวจแห่งชาติหรือ DSI ในการที่จะให้ข้อมูลต่างๆ
ของคนที่อาจจะเป็นภัยต่อความมั่นคง การหมิ่นประมาท ซึ่งบริษัทจำเป็นต้องดำเนินการให้ข้อมูลกับ
หน่วยงานที่เกี่ยวข้องหากมีการร้องขอจากหน่วยงานเช่น กรมตำรวจ”

(เจษฎา มินศิริ, สัมภาษณ์ 20 มีนาคม 2551)

“บริษัท ได้เข้าเป็นสมาชิก ของสมาคมผู้ดูแลเว็บไทย ซึ่งสมาคมฯจะมีการจัดประชุม
สัมมนาเกี่ยวกับเรื่องที่เกี่ยวข้องกับเว็บไซต์ เป็นตัวแทนของเว็บมาสเตอร์ที่เป็นสมาชิกในการเจรจา ใน
กรณีมีปัญหา ช่วยเหลือด้านกฎหมาย ช่วยประสานงานให้คำแนะนำในการติดต่อกับหน่วยงานนานาชาติ
มีการกำหนดเกี่ยวกับเรื่องจริยธรรม ในการให้บริการเว็บไซต์”

(Sang Do Lee, สัมภาษณ์ 31 มกราคม 2551)

2.2 การควบคุม กำกับดูแลความรับผิดชอบต่อสาธารณะในการทำตลาดแบบ ปฏิสัมพันธ์บนเว็บไซต์

การกำกับดูแล ความรับผิดชอบต่อสาธารณะของผู้ประกอบการเว็บไซต์ มี
การใช้กฎหมาย รวมถึงการให้บริการอย่างมีจิตสำนึกของผู้ให้บริการ และความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน
ในการร่วมกันหาวิธีการที่จะทำให้ผู้ใช้บริการใช้เว็บไซต์อย่างถูกต้องและมีจิตสำนึก

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

(รัชณี สุประภากร, สัมภาษณ์ 14 มกราคม 2551)

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

(เจษฎา มินศิริ, สัมภาษณ์ 20 มีนาคม 2551)

“บริษัทมีส่วนร่วมกับชุมชน โดยจะให้ชุมชนทำหน้าที่ดูแลเนื้อหาบนเว็บได้ ให้กลุ่มนี้ช่วยคัดกรองเนื้อหาที่มีคนนำขึ้นเว็บไซต์ ถึงแม้ยากที่จะให้หมดไปในประเทศไทยเรื่องระบบและข้อมูลเรายังไม่มีข้อมูลมากพอ ไม่มีบอกเบอร์บัตรประชาชนนี้ชื่ออะไร ข้อมูลอื่นไม่สามารถต่อเชื่อมได้เลย”

(Sang Do Lee, สัมภาษณ์ 31 มกราคม 2551)

“การกำกับดูแลความรับผิดชอบต่อสาธารณะในการทำตลาดแบบปฏิสัมพันธ์ บริษัทเด็กดีลงอะไรไปก็เหมือนกับเป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อวัยรุ่นสูงมาก ลงอะไรไปเขาจะเชื่อถ้าเราผลอพลาดไปนิดหนึ่งหรือตั้งใจไม่ดีนี่จบเลย คนที่ต้องมีจิตสำนึก”

(ปกรณ 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 มีคลิปวิดีโอ ช่วยทำให้ได้นำเสนอสิ่งที่ต้องการให้กับลูกค้าออนไลน์”

(รัชณี 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 ใช้งานง่ายในการติดต่อ ”

(ปกรณ์ สันติสุนทรกุล, สัมภาษณ์ 31 มกราคม 2551)

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

(นิรันดร์ เขียวภาว, สัมภาษณ์ 25 กุมภาพันธ์ 2551)

สรุปการวิจัย พบว่า ทิศทางการตลาดแบบปฏิสัมพันธ์ของเว็บไซต์ คือการมีส่วนร่วมมือกันของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 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

ตอนที่ 3. แนวทางการกำหนดความรับผิดชอบต่อสาธารณะในการทำตลาดแบบปฏิสัมพันธ์

3.1 บทบาทของสมาคมผู้ดูแลเว็บไทย

สมาคมผู้ดูแลเว็บไทย ที่ทำหน้าที่ผลักดันเกี่ยวกับกฎหมายเทคโนโลยี เพื่อให้ ความรู้ความเข้าใจ การกำหนดความรู้ต่างๆที่ให้ผู้รู้เท่าทัน มาตรการการใช้เว็บไซต์ที่เน้นด้านจริยธรรม อย่างเป็นทางการ การตั้งสภาวิชาชีพขึ้นมาช่วยกำหนดข้อบังคับ ระเบียบ ซึ่งปฏิบัติให้เป็นแนวทาง เดียวกัน เพื่อผลที่ดีทางด้านจริยธรรม แต่ไม่มีการบังคับให้ทุกเว็บไซต์ต้องเป็นสมาชิกสมาคมผู้ดูแล เว็บไทย

“สมาคมผู้ดูแลเว็บไทยจัดตั้งมาไม่กี่ปี แนวโน้มดีแต่ค่อนข้างยาก เพราะสื่อต่างคนต่างทำ ต้องมีคนกลาง การยอมรับ”

(รัชณี สุประภากร สัมภาษณ์ 14 มกราคม 2551)

“สมาคมผู้ดูแลเว็บไทย มีกรรมการสมาคมฯ ที่เป็นตัวแทนจากเว็บไซต์ที่เป็น สมาชิกของสมาคมฯผลักดันเปลี่ยนเป็นกรรมการ สมาคมฯ มีบทบาทช่วยผลักดันเรื่องกฎหมาย เช่น พระราชบัญญัติด้านคอมพิวเตอร์ สมาคมฯเป็นหัวเรี่ยวหัวแรงมีไว้เพื่อไม่ให้เกิดข้อจำกัด ไม่ให้เกิด ละเมิดลิขสิทธิ์ สมาคมผู้ดูแลเว็บไทยมีเพื่อให้ความรู้ความเข้าใจ การกำหนดความรู้ต่างๆที่ให้ผู้รู้เท่าทัน 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 เขาวากวี่, 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 และช่วยป้องกัน ไม่ให้เด็กเข้าถึงสิ่งที่ไม่ควรเข้าถึงในระดับหนึ่ง”

(เจษฎา มินศิริ, สัมภาษณ์ เมื่อ 20 มีนาคม 2551)

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

(Sang Do Lee, สัมภาษณ์ เมื่อ 31 มกราคม 2551)

3.3 การให้บริการแก่ผู้ใช้บริการเว็บไซต์

แนวปฏิบัติร่วมกันของผู้ประกอบการในการกำหนดขั้นตอน วิธีการในการเข้าถึง ข้อมูลของผู้ใช้บริการอย่างเป็นระบบ สามารถจัดเก็บข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการอย่างจริงจัง เพื่อ ประโยชน์ในการติดต่อ มีระบบการตรวจสอบการมีตัวตนของผู้ใช้บริการด้วยการแสดงหลักฐาน ซึ่งจะ เป็นช่องทางหนึ่งในการทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์ไปในทางสร้างสรรค์มากขึ้น แต่ถ้ามองแต่ละเว็บไซต์ไม่ร่วมมือกัน

“มีการหาวิธีที่ทำให้ access ข้อมูลยากขึ้นต้องทำระบบดี ต้องเก็บทุกอย่างเป็นฐานข้อมูล ในประเทศไทยเรื่องระบบและข้อมูลเรายังไม่มีข้อมูลมากพอ ข้อมูลอื่นไม่สามารถต่อเชื่อมได้เลย”

(Sang Do Lee, สัมภาษณ์ 31 มกราคม 2551)

การสร้างเครื่องมือ แนวทางปฏิบัติในการให้ผู้ใช้บริการกำกับดูแลเว็บไซต์ด้วยชุมชนบน เว็บไซต์เองเป็นผู้ตรวจสอบข้อความ ภาพ วิดีโอ ที่โพสต์บนเว็บไซต์ มีจิตสำนึกสาธารณะ

3.4 การพัฒนากฎหมายให้ก้าวทันเทคโนโลยี

กฎหมายที่ใช้ในการควบคุมดูแลเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ ยังตามไม่ทันพัฒนาการของเทคโนโลยี เช่น การทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทำให้เป็นอุปสรรคต่อการทำธุรกิจบนเว็บไซต์

“กฎหมายไทยยังไม่ทันเทคโนโลยี พระราชบัญญัติเกี่ยวกับกฎหมายหลายเช่นยังไม่มีการซื้อขายบนเว็บยังไม่แพร่หลายในไทย ”

(เจษฎา มินศิริ, สัมภาษณ์ 20 มีนาคม 2551)

“ผมอยากให้มาตรการ ควรมีมาตรการ ที่รัฐบาลต้องให้ความช่วยเหลือเริ่มจากกฎหมายคนอาจต่อต้าน โดยเริ่มจากการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ ให้รู้เกี่ยวกับสิทธิส่วนบุคคลที่ถูกละเมิดจากผู้อื่น”

(Sang Do Lee, สัมภาษณ์ เมื่อ 31 มกราคม 2551)

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

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) ผู้ประกอบการเว็บไซต์ที่ได้รับความนิยมมีผู้เข้าชมมากที่สุดจากการจัดอันดับของทรูอิที 5 อันดับ ได้แก่ เว็บไซต์สนุกดอทคอม เว็บไซต์กระปุกดอทคอม เว็บไซต์ผู้จัดการออนไลน์ เว็บไซต์เด็กดีดอทคอม และเว็บไซต์เอ็มไทยดอทคอม โดยใช้แบบสัมภาษณ์กำหนดประเด็นคำถามเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ศึกษาแนวความคิดด้านจิตสำนึกสาธารณะของผู้ประกอบการเว็บไซต์ในการทำตลาดปฏิสัมพันธ์ วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ทิศทางการตลาดแบบปฏิสัมพันธ์ที่มีจิตสำนึกสาธารณะของผู้ประกอบการเว็บไซต์ การควบคุมดูแลเนื้อหาบนเว็บไซต์ ความร่วมมือกับหน่วยงานรัฐ และเอกชนเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 แนวทางการกำหนดความรับผิดชอบต่อสาธารณะในการตลาดแบบปฏิสัมพันธ์ ของผู้ประกอบการเว็บไซต์

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

จากการศึกษาตามวัตถุประสงค์ทั้ง 3 ข้อดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยได้ภาพรวมของจิตสำนึกสาธารณะของผู้ประกอบการในการตลาดแบบปฏิสัมพันธ์มากขึ้น

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยจิตสำนึกสาธารณะของผู้ประกอบการเว็บไซต์ในการตลาดแบบปฏิสัมพันธ์ จากการศึกษาสัมภาษณ์และการวิเคราะห์เนื้อหาในเว็บไซต์ของผู้ประกอบการเว็บไซต์สนุกดอทคอม กระจุกดอทคอม เอ็มไทยดอทคอม ผู้จัดการออนไลน์ และเด็กดีดอทคอม มีรายละเอียดดังนี้

1. แนวความคิดเกี่ยวกับจิตสำนึกสาธารณะของผู้ประกอบการเว็บไซต์ในการตลาดแบบปฏิสัมพันธ์ ด้านนโยบายการบริหารจัดการ

ความหมายจิตสำนึกสาธารณะ

ในมุมมองของนิรันดร์ เขาวภาว จิตสำนึกสาธารณะคือ “ความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นสิ่งที่ต้องจับต้องได้” ขณะที่ Sang Do Lee ให้ความหมายคือ “ความรับผิดชอบต่อสังคม มีเกณฑ์ชัดเจน ทำอะไรที่ถูกกฎหมาย ไม่ผิดจริยธรรม” ส่วนรัชนิ สุประภากรได้อธิบายว่าเป็น “การนำเสนอสิ่งที่เป็นประโยชน์ ความรู้ คืบหน้าแก่สังคม จะไม่นำเสนอเรื่องราวที่ไม่เหมาะสม ต้องคำนึงถึงเรื่องจริยธรรม” และความหมายจิตสำนึกสาธารณะของปรกรณ์ สันติสุนทรกุล คือ “ความรู้สึกรู้สึกคิดในความรับผิดชอบต่อสังคม ให้ประโยชน์ต่อสังคม ไม่ทำให้สังคมเกิดปัญหาตามมา ผู้พัฒนาเว็บจะต้องมีจริยธรรม คุณธรรม”

สรุปความหมายจิตสำนึกสาธารณะในความคิดเห็นของผู้ประกอบการเว็บไซต์คือ “ความรับผิดชอบต่อสังคม สาธารณะ การนำเสนอสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม คำนึงถึงการกระทำที่ถูกกฎหมาย มีจริยธรรม และคุณธรรม”

นโยบายการบริหารจัดการด้านผลิตภัณฑ์

สรุปผลการวิเคราะห์เนื้อหาเว็บไซต์และผลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการเว็บไซต์เกี่ยวกับนโยบายการ จัดการผลิตภัณฑ์ของเว็บไซต์สนุกดอทคอม เว็บไซต์กระจุกดอทคอม เว็บไซต์เอ็มไทยดอทคอม คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อผู้ใช้บริการ เน้นความรับผิดชอบต่อข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่มีความถูกต้อง ความทันสมัย ต้องมีลิขสิทธิ์ไม่ผิดกฎหมาย ไม่ผิดจริยธรรม มีข้อกำหนดและเงื่อนไขในการใช้เว็บไซต์เป็นลายลักษณ์อักษรปรากฏบนเว็บไซต์ ที่เป็นนโยบายในการคุ้มครองข้อมูล สิทธิส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ เช่น การไม่เปิดเผยข้อมูลของผู้ใช้บริการ การควบคุมเรื่องอีเมล ในขณะที่เว็บไซต์ผู้จัดการออนไลน์ มีนโยบายการจัดการผลิตภัณฑ์ของ ที่ต้องคำนึงถึงจรรยาบรรณวิชาชีพการเป็นนักข่าวเป็นสำคัญ มีการอัพเดทข่าวได้ทันทีทันเหตุการณ์ โดยการกำหนดสิทธิประโยชน์ที่คำนึงถึงผู้ใช้บริการ สังคม และเว็บไซต์เด็กดีดอทคอม มีนโยบายการจัดการผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงการเป็นแบบอย่างที่ดีแก่ผู้ใช้บริการ ยกย่องบุคคลที่มีความสามารถที่ดี ให้ผู้เข้าชมเว็บได้ใช้เป็นแบบอย่าง เนื้อหาเป็น life style การใช้ชีวิต เรื่องการศึกษาทั้ง

นโยบายการบริหารจัดการด้านการดูแลคัดกรองเนื้อหาที่ให้บริการ การกำหนดนโยบาย กฎ กติกาในการซื้อขายบนเว็บไซต์ของผู้ประกอบการ

นโยบายการบริหารจัดการเกี่ยวกับการคัดกรองเนื้อหาที่ให้บริการบนเว็บไซต์ ของสนุก คอทคอม เว็บไซต์กระทิงคอทคอม เว็บไซต์เอ็มไทยคอทคอม เว็บไซต์ผู้จัดการออนไลน์ และเว็บไซต์เด็กดี คอทคอม มีการกำหนดเป็นลายลักษณ์อักษรเพื่อแจ้งให้ผู้ใช้บริการทราบเกี่ยวกับนโยบาย ข้อกำหนด กฎ กติกาในการเขียนแสดงความคิดเห็น นโยบายการดูแลตรวจสอบคัดกรองข้อความเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม โดยใช้ (1) ระบบสแกนและกรองคำหยาบ การกำจัดคำหยาบด้วยระบบคัดกรอง (filter) ซึ่งสนุกคอทคอมจะ มีการคัดกรองโฆษณาที่เป็น spam ด้วย (2) การมีปุ่มแจ้งลบให้ผู้ใช้บริการแจ้งเจ้าหน้าที่ดูแลเว็บไซต์ลบ ข้อความที่ไม่เหมาะสม หากผู้ใช้บริการพบเห็นข้อความที่เป็นการละเมิดลิขสิทธิ์สามารถแจ้งต่อผู้ดูแลระบบ เพื่อลบออกจากระบบ (3) เจ้าหน้าที่ดูแลเว็บ ตรวจสอบคัดกรองเนื้อหา และรับการแจ้งลบเพื่อทำการลบเนื้อหา ที่ไม่เหมาะสมนั้น เนื้อหาที่มีการแสดงความคิดเห็น หรือข้อความที่จะทำให้เกิดความรุนแรง หรือ ก่อให้เกิดความขัดแย้งในเรื่องศาสนา การหมิ่นประมาท จ้วงจาบพระราชวงศ์ เจ้าหน้าที่จะทำการลบออก (4) การติดป้ายเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมเพื่อทำการลบภายหลัง สำหรับเว็บไซต์สนุกคอทคอม กำหนดให้ผู้ตั้ง กระทุ้ระบุเรตติ้งเนื้อหาที่โพสต์บนเว็บบอร์ดเอง โดยใช้สัญลักษณ์บ่งบอกถึงเนื้อหาเหมาะกับผู้อ่านกลุ่มใด ถ้ากระทู้นั้นถูกตรวจแล้วไม่ผ่านก็จะไม่ถูกนำขึ้นบนเว็บไซต์

นโยบายการบริหารจัดการด้านการให้บริการซื้อขายออนไลน์ พบว่าเว็บไซต์สนุก คอทคอม และเว็บไซต์เอ็มไทยคอทคอม มีการให้บริการซื้อขายออนไลน์ โดยเว็บไซต์สนุกคอทคอมมีการ ประมูลสินค้าออนไลน์ การซื้อปิ้งสินค้าแบบอีคอมเมิร์ซ คือสั่งซื้อผ่านทางเว็บไซต์ ในการซื้อขายสินค้ามี การกำหนดนโยบายเพื่อความปลอดภัย ความน่าเชื่อถือในการใช้บริการ ซึ่งจะทำให้ผู้ใช้บริการสมัครเป็น สมาชิกและส่งเสริมประชาชนเพื่อยืนยันตัวตนของสมาชิก กฎ กติกา มารยาทในการใช้บริการซื้อขายสินค้า การป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ มีกฎหมายรองรับ ในขณะที่เว็บไซต์เอ็มไทยคอทคอม มีการซื้อขายในเอ็ม ไทยมาร์เก็ตเพลส ซึ่งมีการกำหนดนโยบายข้อมูลส่วนบุคคล การเปิดเผยข้อมูลซึ่งบริษัทต้องรับผิดชอบ ดูแลคุ้มครองข้อมูลของผู้ใช้บริการ รวมทั้ง ผลิตภัณฑ์ที่เป็นริงโทน ดาวน์โหลดเพลงของเว็บไซต์สนุก

นโยบายการบริหารจัดการเกี่ยวกับการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ ลูกค้าที่ซื้อพื้นที่ลง

โฆษณา พนักงานของบริษัท สังกม ชุมชน

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

ด้านลูกค้าที่ซื้อพื้นที่ลงโฆษณา ผู้ประกอบการเว็บไซต์ มีการกำหนดมาตรการในการคัดเลือกลูกค้าที่จะซื้อพื้นที่โฆษณา 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) กิจกรรมส่งเสริมสังคมนอนไลน์และออฟไลน์

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 เกี่ยวกับพฤติกรรมและกิจกรรมที่เกิดขึ้น โดยสมาชิกของบริษัท 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 ผู้บริหารจะตัดสินใจดำเนินการ โดยมีความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้นเพียงใดขึ้นกับจริยธรรม และคุณพิณิจของแต่ละบุคคล (อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง, 2546) จริยธรรมเป็นเรื่องของบุคคล ความเชื่อทางศาสนาที่จริงแต่ก็มักได้รับอิทธิพลจากการพูดคุย ถกเถียงกันของกลุ่ม ของบุคคล มักขึ้นอยู่กับองค์กร และกลุ่มเกี่ยวกับความหมาย ทิศทาง และเป้าหมาย เป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กร (Joseph W. Weiss, 2006) ส่วนคุณพิณิจของแต่ละบุคคลคือจิตสำนึกที่มีการตระหนักรู้อย่างลึกซึ้ง มีความเข้าใจในเรื่องนั้นๆ พร้อมทั้งจะปฏิบัติการ จิตสำนึกที่อยากจะทำความดี ในขณะที่จริยธรรมทางธุรกิจเป็นเรื่องเกี่ยวกับกฎกติกา ระเบียบ และหลักการที่เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ (นภาพร ชันชนภา, 2547)

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

ดังนั้น ผู้ประกอบการเว็บไซต์เว็บไซต์สนุกดอทคอม กระจุกดอทคอม เอ็มไทยดอทคอม ผู้จัดการออนไลน์ และเด็กดีดอทคอม ได้กำหนดนโยบาย การดูแลควบคุมการใช้บริการเว็บไซต์ 3 ลักษณะ คือ (1) ควบคุมดูแลโดยใช้กฎหมาย โดยเฉพาะเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ การประมูลสินค้า การซื้อปิ้งซื้อ สินค้า ริงโทน การดาวน์โหลดเพลง (2) ควบคุมดูแลรับผิดชอบต่อสังคม ด้วยการมีระบบกลั่นกรอง อัตโนมัต เพื่อคัดกรองข้อความที่ไม่เหมาะสมออก การมีเจ้าหน้าที่ผู้ดูแลเว็บไซต์เพื่อคัดกรอง (3) ควบคุมดูแลส่งเสริมให้ผู้ใช้บริการ มีความรับผิดชอบต่อสังคม ด้วยการมีปุ่มแจ้งลบ ให้ผู้ให้บริการสามารถ แจ้งลบข้อความที่เห็นว่าไม่เหมาะสมไปยังเจ้าหน้าที่ผู้ดูแลเว็บไซต์ การกำหนดให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตต้องกรอกข้อมูลของตนเอง

นโยบายการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ การนำเสนอผลิตภัณฑ์ บนเว็บไซต์สนุกดอทคอม กระจุกดอทคอม เอ็มไทยดอทคอม และเด็กดีดอทคอม ต่างมีนโยบายการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดด้านการตลาด (William F. Schocll, 1995, P.13) ที่สนับสนุนให้บริษัททางธุรกิจดำเนินการให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ โดยเน้นที่ความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก นอกจากนี้ยังคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อผู้ให้บริการ โดยใช้มาตรการทางกฎหมาย ผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอบนเว็บไซต์เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีลิขสิทธิ์ถูกต้องและได้รับความคุ้มครองตามกฎหมาย มีการดูแลสิทธิส่วนบุคคล สิทธิประโยชน์ที่ผู้ให้บริการพึงได้รับอย่างถูกต้องตามกฎหมาย การคุ้มครองข้อมูลของผู้ให้บริการ ซึ่งการคุ้มครองข้อมูลสิทธิส่วนบุคคล ความเป็นส่วนตัวของผู้ประกอบการเว็บไซต์ จะต้องเกิดจากการเคารพการดำเนินชีวิต (Psychological Privacy) ซึ่งรวมถึงความคิด ความเชื่อและค่านิยม ความรู้สึกและความต้องการของบุคคล ในต่างประเทศ เช่น สมาคมการตลาดแห่งอเมริกา (The American Marketing Association, AMA) ได้ตระหนักถึงเรื่องนี้และได้กำหนดการให้บริการแก่ผู้ให้บริการเว็บไซต์ โดยแบ่งกิจกรรมด้านจริยธรรมครอบคลุม 3 เรื่อง คือ (1) ความเป็นส่วนตัว (Privacy) สารสนเทศที่รวบรวมได้จากลูกค้าควรเป็นความลับ และใช้เฉพาะวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ข้อมูลที่เป็นความลับของลูกค้า ควรต้องมีการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลไม่ให้บุคคลอื่นที่ไม่มีอำนาจเกี่ยวข้องมาใช้ข้อมูล (2) การเป็นเจ้าของ (Ownership) สารสนเทศที่ได้จากอินเทอร์เน็ตควรเป็นไปอย่างถูกต้องเป็นเอกสาร สารสนเทศของเจ้าของ ควรมีการรักษาความปลอดภัย (3) การเข้าถึงข้อมูล (Access) นักการตลาดควรดูแลด้วยการให้เป็นสมาชิก การใส่รหัส และสารสนเทศอื่นๆที่มีลักษณะเป็นความลับ สามารถตรวจสอบได้โดยบุคคลที่มีอำนาจในการตรวจสอบ (Glenn Hardaker, 2001)

ด้วยเหตุนี้ การควบคุมการใช้บริการผลิตภัณฑ์ด้วยการกำหนดนโยบายเป็นข้อกำหนด และเงื่อนไขในการใช้เว็บไซต์เป็นลายลักษณ์อักษรเกี่ยวกับการใช้บริการผลิตภัณฑ์บนเว็บไซต์ จึงเป็นการเคารพความเป็นส่วนตัวด้านกิจกรรมทางกายภาพ (Physical Privacy) ที่แสดงออกมา ซึ่งมีความสำคัญ

นโยบายการบริหารจัดการการดูแลคัดกรองเนื้อหาที่ให้บริการบนเว็บไซต์ของผู้ประกอบการเว็บไซต์

เว็บไซต์สนุกดอทคอม กระปุกดอทคอม 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 เรื่องการสื่อสารผ่านเว็บไซต์กับการสร้างอัตลักษณ์และสัญญาณของกลุ่มแฟนคลับฟุตบอลต่างประเทศ กรณีศึกษา: เรดอาร์มีแฟนคลับ พบว่ากฎ ระเบียบในการสื่อสารของกลุ่มเรดอาร์มีแฟนคลับ ในเว็บไซต์ www.redarmyfc.com มีกฎกติกาและมารยาทในการสื่อสาร ซึ่งกำหนดโดย webmaster เพื่อเป็นการควบคุมความเรียบร้อยในเว็บบอร์ด โดยกฎหมายดังกล่าวเลียนแบบกฎหมายทางสังคมจริงนำมาประยุกต์ใช้ แต่บทลงโทษจะเป็นการลงโทษที่กระทุ้งและตัวตนเสมือนของสมาชิก เช่น การลบ หรือการระงับสถานภาพของสมาชิก นอกจากนี้ผู้ประกอบการได้ให้ผู้ใช้บริการมีส่วนร่วม (engagement) โดยมีการแสดงปุ่มแจ้งลบเพื่อให้ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ได้มีส่วนร่วมในการตรวจสอบคัดกรองเป็นการสร้างจิตสำนึกของผู้ใช้บริการที่มีต่อสาธารณะ

ดังนั้น การมุ่งที่ผู้ประกอบการให้มีจิตสำนึกสาธารณะฝ่ายเดียวคงไม่เพียงพอ ต้องให้ผู้ใช้บริการมีจิตสำนึก และช่วยกันเติมเต็มให้กับชุมชน (fill up community) การมีส่วนร่วม (engagement) ของผู้ใช้ที่จะทำให้เขารู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของสังคมออนไลน์ที่ต้องช่วยกันรับผิดชอบดูแล มุ่งที่กลุ่มผู้ใช้บริการให้มีจิตสำนึกสาธารณะ การที่จะให้เจ้าของเว็บไซต์มีจิตสำนึกสาธารณะแต่เพียงฝ่ายเดียวคงไม่เพียงพอ ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ก็ต้องมีจิตสำนึกสาธารณะด้วย ต้องเริ่มที่แต่ละบุคคลมีความรู้เหตุผล (Moral reasoning) (เนตรพัฒนา ขาววิราช, 2549) มีความเข้าใจในความถูกต้องคือรู้ว่าอะไรถูกอะไรผิด สามารถ

นอกจากนี้ การดูแลคุ้มครองเนื้อหาที่ให้บริการผลิตภัณฑ์ที่เป็นการซื้อขายออนไลน์ การประมูล ขอบปิ้ง เว็บไซต์สนุกดอทคอม และเว็บไซต์เอ็มไทยดอทคอม มีการกำหนดนโยบายเพื่อความปลอดภัย โดยให้ผู้ให้บริการสมัครเป็นสมาชิกและส่งบัตรประชาชนเพื่อยืนยันตัวตนของสมาชิก มีกฎกติกา มารยาทในการใช้บริการซื้อขายสินค้า การป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ มีกฎหมายรองรับ มีการกำหนดนโยบายข้อมูลส่วนบุคคล ความรับผิดชอบที่ต้องดูแลเกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลของผู้ใช้บริการ รวมทั้งผลิตภัณฑ์ที่เป็นริงโทนมือถือ การดาวน์โหลดเพลง วิดีโอ ทุกเว็บไซต์มีการระบุนโยบายเกี่ยวกับข้อกำหนดเงื่อนไขในการใช้บริการอย่างชัดเจน โดยคำนึงถึงสิทธิส่วนบุคคล ลิขสิทธิ์ตามกฎหมาย มีการคุ้มครองตามกฎหมายเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญา ห้ามลอกเลียน ปลอมแปลง ทำซ้ำ จะพบว่าทุกเว็บไซต์จะใช้กฎหมายมาคุ้มครอง ควบคุมผู้ให้บริการ ผู้ประกอบการเว็บไซต์สามารถใช้กฎหมายคุ้มครองได้แต่ถ้าหากเจ้าของสินค้าไม่มีจิตสำนึกในการขายสินค้าและบริการ ผู้ประกอบการต้องไม่ปล่อยให้เจ้าของสินค้าเอาเปรียบลูกค้าที่ซื้อสินค้าออนไลน์ โดยต้องไม่ให้เจ้าของสินค้าหลอกลวงผู้ซื้อ

**นโยบายการบริหารจัดการเกี่ยวกับการให้บริการผู้ให้บริการเว็บไซต์ ลูกค้าที่ซื้อพื้นที่ลงโฆษณา
พนักงานของบริษัท สังกม ชุมชน**

ด้านการให้บริการผู้ให้บริการ เว็บไซต์สนุกดอทคอม กระจุกดอทคอม เอ็มไทยดอทคอม 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 การดูแลรับผิดชอบพนักงานของบริษัท ซึ่งทุกเว็บไซต์คำนึงถึงประโยชน์ที่ผู้ใช้บริการจะได้รับ การนำเสนอข่าวสาร เนื้อหา ข้อมูลต่างๆต้องมีความถูกต้อง มีความทันสมัย ไม่ผิดกฎหมาย ดูแลป้องกันความปลอดภัยเกี่ยวกับข้อมูลของผู้ใช้บริการ การนำเสนอสิ่งที่เป็นตัวอย่างที่ดีให้กับผู้ใช้บริการ การตรวจคัดกรอง กำหนดกฎระเบียบสำหรับผู้ที่ซื้อพื้นที่เพื่อโฆษณาบนเว็บไซต์ รวมทั้งความรับผิดชอบต่อพนักงานของผู้ประกอบการเว็บไซต์เอง

ด้านลูกค้าที่ซื้อพื้นที่โฆษณา ทุกเว็บไซต์มีจริยธรรมทางธุรกิจ ด้วยการกำหนดมาตรการการคัดเลือกลูกค้าที่จะซื้อพื้นที่โฆษณา ซึ่งสินค้าที่จะนำมาโฆษณาบนเว็บไซต์ต้องไม่หลอกลวงผู้ซื้อ ไม่ขัดกับจริยธรรม กฎหมาย สิทธิส่วนบุคคล และต้องเป็นสินค้าที่ไม่ขัดกับนโยบายของผู้ประกอบการเว็บไซต์ ดังที่จินตนา บุญบงการ (2549) ได้กล่าวถึง การโฆษณาสินค้า การส่งเสริมการขาย มีส่วนเกี่ยวข้องกับจริยธรรม อัน ได้แก่ ความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า ความเป็นธรรมในการโฆษณาสินค้า การระบุข้อมูลเกินความจริง การให้ข้อมูลผิดๆ จึงเป็นความรับผิดชอบของผู้ประกอบการเว็บไซต์ที่จะต้องควบคุมดูแล ดังที่เนตร์พัฒนา ยาวีราช ได้กล่าวว่า (2549) ผู้ประกอบการต้องมีจริยธรรมประจำใจในการโฆษณาสินค้าและบริการอย่างรับผิดชอบและเป็นความจริง การโฆษณาที่หลอกลวงประชาชนหรือขาดความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคจะทำให้เสียหายต่อหน่วยงานนั้น เพราะผู้บริโภคจะขาดความเชื่อถือ และเสื่อมความนิยมลง

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

พนักงานมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น มีการให้ขวัญกำลังใจทั้งด้านการทำงานและค่าตอบแทน การเคารพบุคคลทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน เสรีภาพในการพูด ความซื่อสัตย์ สอดคล้องกับอภิรัฐ ตั้งกระจ่าง และคณะ (2546) ได้กล่าวถึงความสัมพันธ์สิทธิและหน้าที่ของนายจ้างและพนักงาน สำหรับนายจ้างความรับผิดชอบบางอย่างอาจเป็นไปตามกฎหมายหรือสัญญา 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 ผู้ประกอบการเว็บไซต์ควรแสดงให้เห็นถึงการมีจิตสำนึกสาธารณะมากขึ้นด้วยการณรงค์ให้ความรู้ด้านจริยธรรม ส่งเสริมให้ผู้ใช้งานเว็บไซต์ร่วมกันคิดกิจกรรมที่สร้างสรรค์สังคม 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 คัดกรองเนื้อหา ข้อความที่ไม่เหมาะสมบนเว็บไซต์ การรณรงค์ให้ชุมชนบนออนไลน์เข้ามามีส่วนร่วมในการกำกับตรวจสอบควบคุมดูแลกันเอง สร้างให้เป็นวัฒนธรรมองค์กรที่เอื้อต่อการเกิดพฤติกรรมอย่างมีจิตสำนึกสาธารณะ (Glenn Hardaker, 2001) เป็นการสร้างจิตสำนึกสาธารณะในกลุ่มผู้ใช้บริการเว็บไซต์ (3) การสร้างสรรค์

3. แนวทางการกำหนดความรับผิดชอบต่อสาธารณะในการทำตลาดแบบปฏิสัมพันธ์

แนวทางการกำหนดความรับผิดชอบต่อสาธารณะของผู้ประกอบการเว็บไซต์ (1) การพัฒนาคุณภาพของคนทำเว็บไซต์ นอกจากสมาคมผู้ดูแลเว็บไทยจะมีบทบาทช่วยผลักดันเรื่องกฎหมาย เช่น พระราชบัญญัติด้านคอมพิวเตอร์ มีหน้าที่แจ้งเตือนเว็บไซต์ที่เป็นสมาชิกของสมาคมผู้ดูแลเว็บไทย ที่ขาดจรรยาบรรณ ไม่มีความรับผิดชอบต่อสังคม และสภาวชิราวุธเว็บไซต์ 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 ส่งเสริมให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตร่วมกันคิดกิจกรรมที่สร้างสรรค์สังคม เพื่อปลูกจิตสำนึกให้เกิดขึ้นจากใจเขาเองที่ต้องการทำเพื่อสังคมจริงๆ โดยมีมาตรการกำหนดให้ทุกเว็บไซต์ ต้องเพิ่มพื้นที่เว็บเพจในการนำเสนอความรู้ กิจกรรมที่เกี่ยวกับการทำประโยชน์เพื่อสังคมอย่างมีจิตอาสา การจัดทำโครงการนำร่องการสร้างจิตสำนึกสาธารณะ โดยหาแนวร่วมที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของเว็บไซต์เข้าร่วมโครงการสำหรับเผยแพร่กิจกรรมเพื่อสังคมบนเว็บไซต์

2. ผู้ประกอบการเว็บไซต์ แสดงให้เห็นถึงการมีจิตสำนึกสาธารณะ การสร้างกิจกรรมการมีส่วนร่วมเกี่ยวกับจริยธรรมที่เป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น อาสาสมัครที่จะทำกิจกรรมที่ดีต่อสังคมมากขึ้น การรณรงค์ให้ผู้ให้บริการเว็บไซต์ของตน มีจิตสำนึกสาธารณะในการให้บริการเว็บไซต์ มีส่วนร่วมในการดูแล

3. การกำหนดจริยธรรมเข้าไปในกระบวนการบริหารกลยุทธ์ขององค์กร มีการดำเนินการอย่างจริงจัง ต่อเนื่อง เนื่องจากบทบาทขององค์กรมีผลต่อการจัดเวลาและมีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของพนักงานในองค์กร

4. องค์กรสร้างทัศนคติที่เห็นแก่ส่วนรวมมากกว่าส่วนตน สร้างการตระหนักรู้ ความเข้าใจในการมีส่วนร่วม และคำนึงถึงผู้อื่น ด้วยการสร้างแนวทาง เครื่องมือด้านคุณธรรม จริยธรรม เป็นวัฒนธรรมองค์กรที่ทุกคนตระหนักรู้ เข้าใจ ปฏิบัติอย่างเคร่งครัด และมีการติดตามอย่างเป็นระบบ เพื่อให้เป็นที่ยอมรับและยกย่องของสังคม

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งนี้

การวิจัย ควรมีข้อมูลเพิ่มเติมจากพนักงานที่ดูแลเว็บไซต์ (Web Master) เพื่อทราบถึงวิธีการคัดกรองคำ พฤติกรรมของผู้ใช้บริการในการเข้าใช้บริการ การแสดงออกเกี่ยวกับจิตสำนึกสาธารณะของผู้ใช้บริการบนเว็บไซต์

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

1. วิจัยวิสัยทัศน์ กลยุทธ์ ในการรณรงค์สร้างจิตสำนึกสาธารณะ ความรับผิดชอบต่อสังคมของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการประกอบการเว็บไซต์ อาทิ สมาคมผู้ดูแลเว็บไทย สภาวิชาชีพเว็บไทย และหน่วยงานภาครัฐ เช่น กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร
2. วิจัยจิตสำนึกสาธารณะของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ประเภทเว็บไซต์ชุมชน และเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

บรรณานุกรม

หนังสือ

วิภา เพิ่มทรัพย์ และวศิน เพิ่มทรัพย์. (2546). ครบเครื่องเรื่องอินเทอร์เน็ตฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพฯ: บริษัท โปรวีชั่น จำกัด.

จินตนา บุญบงการ. (2549). จริยธรรมทางธุรกิจ. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
นภาพร ชันธนาภา. (2547). จริยธรรมและสภาวะแวดล้อมทางธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร : บริษัท สำนักพิมพ์ท็อป จำกัด.

เนตร์พัฒนา ขาววิราช. (2549). จริยธรรมธุรกิจ. กรุงเทพฯ : บริษัท เซ็นทรัลเอ็กซ์เพรส จำกัด.

ภาวูธ พงษ์วิทยากานู. (2550). E-Commerce สุดยอดช่องทางราย ทุนน้อย ทำง่าย สร้างรายได้ 24 ชั่วโมง. กรุงเทพฯ: บริษัทซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด (มหาชน).

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525. หน้า 216. 784.

ราชบัณฑิตยสถาน. 2525. พจนานุกรมราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525. พิมพ์ครั้งที่ 17. กรุงเทพมหานคร: อักษรเจริญทัศน์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : บริษัท ซีระฟิล์ม และโซเท็กซ์ จำกัด.

อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง บัณฑิต ผังนิรันดร์ และต่อศักดิ์ ซอแก้ว. (2546) จริยธรรมทางธุรกิจ. กรุงเทพฯ : บริษัท ธรรมสาร จำกัด. หน้า 95.

สิ่งพิมพ์

กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์. ลิขสิทธิ์. แผ่นพับ

เว็บไซต์

กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. พระราชบัญญัติคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550. [Online]. เข้าถึงได้จาก http://www.mict.go.th/ewt_news.php?nid=333 (วันที่ค้นข้อมูล : 27 มีนาคม 2551).

กรุงเทพธุรกิจบิสวีค. Interactive Marketing ...บนสื่อออนไลน์. [Online]. 3 กุมภาพันธ์ 2549. เข้าถึงได้จาก <http://www.thinkandclick.com/interactive-media.php>. (วันที่ค้นข้อมูล : 24 มีนาคม 2550).

- คลังปัญญา. กฎหมายข้อมูลส่วนบุคคล. [Online]. เข้าถึงได้จาก (<http://www.panyathai.or.th>).
(วันที่ค้นข้อมูล : 17 เมษายน พ.ศ. 2553).
- ดร.ระกะ เทศศิริ. การสื่อสารฐานความภักดีด้วยการสื่อสารทางการตลาดแบบผสมผสานผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตที่ฟในระบอบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์. [Online]. เข้าถึงได้จาก
<http://www.utcc.ac.th/amsar/about/document1.html>. (วันที่ค้นข้อมูล : 27 มีนาคม 2550).
- นวลละออง แสงสุข. จิตสำนึกสาธารณะ. [Online]. เข้าถึงได้จาก
<http://nounlaor123.exteen.com/20090407/entry> (วันที่ค้นข้อมูล มิถุนายน 2552)
- เวชพล อ่อนละมัย. จิตสาธารณะ. [Online]. เข้าถึงได้จาก
<http://www.kasetyaso.ac.th/thai%20culture/09.pdf> (วันที่ค้นข้อมูล : 2 เมษายน 2550)
- เศรษฐพงศ์ มะลิสวรรณ. Mobile Marketing. [Online]. September 2009. เข้าถึงได้จาก
<http://www.pantavanij.com/xcart/forum/showthread.php?p=61> (วันที่สืบค้นวันที่ 27 มกราคม 2553)
- สมาคมผู้ดูแลเว็บไทย. ประวัติ. [Online]. เข้าถึงได้จาก <http://www.th.wikipedia.org/wiki/> (วันที่ค้น
ข้อมูล : 17 เมษายน พ.ศ. 2551).
- สภาวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไทย. จริยธรรมแห่งวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไทย. [Online]. เข้าถึงได้จาก
<http://www.webmastercouncil.or.th/content/view/2/10>. (วันที่ค้นข้อมูล : 17 เมษายน พ.ศ.
2551).
- สมาคมผู้ดูแลเว็บไทย, กสท-ผู้ดูแลเว็บไทย ร่วมร่วมมือรัฐจัดการเว็บไซต์ผิดกฎหมาย. [Online]. 16
มิถุนายน 2551). เข้าถึงได้จาก [http://www.webmaster.or.th/article/cat-and-twa-cooperate-
with-government-to-manage-illegal-website](http://www.webmaster.or.th/article/cat-and-twa-cooperate-with-government-to-manage-illegal-website) . (สืบค้นวันที่ 17 พฤษภาคม 2552)
- แสง จันทร์งาม. ความหมายของจริยธรรม. [Online]. เข้าถึงได้
จาก http://www.baanjomiyut.com/library_2/ethics/01.html . (วันที่ค้นข้อมูล : 17 เมษายน พ.ศ.
2551).
- OK Nation. กำเนิดสิทธิส่วนบุคคล. [Online]. กุมภาพันธ์ 2550. เข้าถึงได้จาก
<http://www.oknation.net/blog/print.php?id=2205>. (วันที่ค้นข้อมูล : 24 มีนาคม 2550).

วิทยานิพนธ์

- เกศกนก อิศระชัยพิสิฐ. (2549) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ และความพึงพอใจต่อบริการเสริมด้าน
ความบันเทิงประเภทเสียงบนโทรศัพท์มือถือของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์
หลักสูตรวารสารศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

จักรนาท นาคทอง. (2548) การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อส่งเสริมกิจกรรมนักศึกษาและจิตสำนึกทางสังคม
กรณีศึกษา: มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์. วิทยานิพนธ์หลักสูตร
วารสารศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

นุชรินทร์ ขวัญคำ. (2550) รูปแบบการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร.
วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์สารสนเทศ.
กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

มลินี สมภพเจริญ. (2547) อินเทอร์เน็ตและสื่อมวลชนต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของนักศึกษาใน
เขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (สื่อสารมวลชน). กรุงเทพฯ :
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อรอุมา ศรีสุทิพันธ์. (2545) ความคิดเห็นและพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตกับรูปแบบการดำเนิน
ชีวิตของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์หลักสูตรวารสารศาสตรมหา
บัณฑิต (สื่อสารมวลชน). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สัมภาษณ์

เจษฎา มินศิริ , Deputy Managing Director, บริษัทบัณฑิต เซ็นเตอร์ จำกัด. สัมภาษณ์ 20 มีนาคม 2551.

นิรันดร์ เขาวภา . เว็บมาสเตอร์. บริษัทแมนเจอร์ออนไลน์. สัมภาษณ์ 25 กุมภาพันธ์ 2551.

ปกรณ สันติสุนทรกุล. ผู้จัดการพัฒนาผลิตภัณฑ์. สัมภาษณ์ 31 มกราคม 2551.

รัชณี สุประภากร. ผู้ช่วยรองประธานบริหารฝ่ายการตลาด,บริษัทสนุกออนไลน์ จำกัด. สัมภาษณ์
 14 มกราคม 2551.

Sang Do Lee. Chief Operating Officer. Mono Technology Co.,Ltd. สัมภาษณ์. 31 มกราคม 2551.

Books

David Gauntlett. (2000). Web.Studies. London: ARNOLD. p.5.

David W. Stewart, Paul A Pavlou. Academy of Marketing Science. Journal. Greenvale: Fall 2002.
 Vol.30, Iss. 4; pg. 376, 21 pgs

Gene R. Laczniak and Patrick E. Murphy. (1993). Ethical Marketing Decisions To Higher Road.
 Boston:Allyn and Bacon.

George Reynolds. (2003). Ethics in Information Technology. Australia: Thomson . p. 4.

Glenn Hardaker. and Gary Graham.(2001) Wired Marketing : Energizing Business for e-commerce,
 Chichester: John wiley & Sons, LTD.

Terry Halbert, J.D. and Elaine Ingulli, J.D., L.L.M. (2002). *CyberEthics, USA*: West Thomson Learning.

Judy Strquass and Raymond Frost (2001). *E-Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.

Joseph W. Weiss. (2006). *Business Ethics*. 4th Edition. Australia: Thomson south-western.

Kotler, Philip. (1997). *Marketing management : analysis, planning, implementation and control*. 9th ed. New Jersey : A Simon & Schuster Company.

Louis Alvin Day. (2003). *Ethics in Media Communications*. Australia: Thomson Wadsworth.

Martin Lindstrom and Tim Frank (2000). *Brand-Building on the Internet*. Andersen Australia: Kogan Page.

Melissa Campanelli., 1999. *Interactive Marketing, Privacy Top Issues or Millennium*.

Ward Hanson and Kirthi Kalyanam. (2007) *Internet Marketing & e-Commerce*. Australia : Thomson south-western.

William F. Schoell, Joseph P. Guietinan. (1995). *Marketing*. New Jersey : Practice Hall, Inc.

Web Sites

Clay Shirky. Public Mind: Generic critical mass. [Online]. Available :

<http://many.corante.com/archives/002107.php>. (Access date : May 19, 51).

“Privacy And Individual Empowerment In The Interactive Age” Web Site Journal. [Online].

Available <http://www.cdt.org>. (Access date : February 10, 2550).

George S. May International Company. Doing What’s Right: Check Before You Act. [Online].

Available : http://ethics.georgesmay.com/doing_right.htm (Access date : December 8, 2009).

Wikipedia. *Interactive marketing*. [Online]. Available :

http://www.en.wikipedia.org/wiki/interactive_marketing. (Access date : May 19, 2551).

DRPU

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบการสัมภาษณ์

แบบการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการเว็บไซต์

1. แนวคิดเกี่ยวกับจิตสำนึกและความรับผิดชอบต่อสาธารณะของผู้ประกอบการเว็บไซต์ในการตลาด แบบปฏิสัมพันธ์
 - 1.1 ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคม และจิตสำนึกสาธารณะในความคิดเห็นของผู้บริหารเว็บไซต์
 - 1.2 ความเป็นมา พัฒนาการ และประเภทของผลิตภัณฑ์ของบริษัทที่มีส่วนรับผิดชอบต่อสาธารณะ
 - 1.3 Code of Ethics และ/หรือ Code of Conduct ของบริษัท
 - 1.4 นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรของท่านที่มีต่อพนักงาน ลูกค้า และผู้บริโภค สังคม ชุมชน (Communities society) คู่ค้า
 - 1.5 วิธีการในการดูแลผลิตภัณฑ์ การคัดกรองเนื้อหา ข้อความที่น่าเสนาบนเว็บไซต์ และผู้เข้ามาใช้บริการ
 - 1.6 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับการใช้เว็บไซต์ เช่น Blog, SMS, MMS และE-mail ในการทำการตลาดกับผู้บริโภค และความรับผิดชอบต่อสังคมของเจ้าของเว็บไซต์ และWeb Master
2. แนวคำถามเกี่ยวกับทิศทางการตลาดแบบปฏิสัมพันธ์ที่มีจิตสำนึกสาธารณะของผู้ประกอบการเว็บไซต์
 - 2.1 แนวคิด และทิศทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และพันธมิตรทางธุรกิจที่คำนึงถึงจิตสำนึกสาธารณะ
 - 2.2 แนวทางในการควบคุม ดูแล ตรวจสอบเนื้อหา การนำเสนอของผู้ออกแบบเว็บเพจ และผู้ที่เข้ามาใช้บริการ
 - 2.3 การให้ความร่วมมือสนับสนุนด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้บริหาร พนักงานขององค์กร
 - 2.4 แนวโน้มในการใช้และการให้บริการ Blog, SMS, MMS, E-mail เป็นสื่อปฏิสัมพันธ์กับผู้ให้บริการเว็บไซต์ มาตรการในการควบคุม ตรวจสอบการใช้ และความรับผิดชอบต่อผู้ให้บริการ สังคม
3. แนวทางการกำหนดความรับผิดชอบต่อสาธารณะในการทำการตลาดแบบปฏิสัมพันธ์ องค์กรภาครัฐ สมาคมเว็บไทยเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องอย่างไรในการกำหนดความรับผิดชอบต่อสาธารณะ ความต้องการของผู้ใช้บริการ และจริยธรรม จรรยาบรรณธุรกิจของผู้ประกอบการเว็บไซต์กับการทำการตลาดแบบปฏิสัมพันธ์

ภาคผนวก ข
ตัวอย่างเว็บเพจ

ข้อกำหนด และเงื่อนไขของเว็บไซต์สนุกดอทคอม

บริษัท สนุก ออนไลน์ จำกัด (“บริษัท”) ขอขอบพระคุณท่านผู้ใช้บริการทุกท่าน ที่เข้ามาเยี่ยมชมและใช้บริการทำธุรกรรมต่าง ๆ ผ่านเว็บไซต์ของบริษัท เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่น และทำความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้บริการของบริษัท บริษัทขอเรียนว่าบริษัทมีนโยบายในการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการทุกท่าน โดยสังเขปดังนี้

ข้อมูลส่วนบุคคล (Privacy Notes)

ข้อมูลส่วนบุคคล ที่ท่านได้ให้หรือ ใช้ผ่านการประมวลผล ของเครื่องคอมพิวเตอร์ ที่ควบคุมการทำงานของเว็บไซต์ของบริษัททั้งหมดนั้น ท่านยอมรับและตกลงว่าเป็นสิทธิ และกรรมสิทธิ์ของบริษัท ซึ่งบริษัทจะใช้ความพยายามอย่างดีที่สุดที่จะคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลดังกล่าว โดยบริษัทขอเรียนว่า ปัจจุบันบริษัท ได้ใช้ระบบรักษาความปลอดภัยที่ได้มาตรฐานระดับสากล เพื่อคุ้มครองข้อมูลดังกล่าว อย่างไรก็ตาม เพื่อความปลอดภัยในข้อมูลส่วนบุคคลของท่าน ท่านต้องปฏิบัติตามข้อกำหนด และเงื่อนไข การใช้บริการและเว็บไซต์ของบริษัท โดยเคร่งครัด

ในกรณีที่ท่านได้รับความเสียหาย อันเกิดจากความสูญหาย หรือเสียหายของข้อมูลส่วนบุคคล หรือเกิดจากเหตุใดก็ตาม ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเฉพาะ เกิดจากการถูกจารกรรม โดยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ (hack) หรือเกิดจากเหตุสุดวิสัย หรือไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น บริษัทขอสงวนสิทธิในการปฏิเสธ ความรับผิดชอบเหตุดังกล่าวทั้งหมด และบริษัท ไม่ต้องรับผิดชอบต่อความเสียหาย สูญหายใดๆ ที่เกิดขึ้นทั้งสิ้น

เพื่อความปลอดภัยในข้อมูลส่วนบุคคลของท่าน และผู้บริการท่านอื่น และเพื่อความเป็นระเบียบเรียบร้อย ในการใช้บริการ ท่านตกลงว่า ท่านจะไม่กระทำการใด อันเป็นการล่วงละเมิดสิทธิส่วนบุคคล หรือสิทธิอื่นใดของบุคคลภายนอก และ/หรือสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาของบริษัท หรือของบุคคลภายนอก รวมทั้งต้องไม่กระทำการใดอันขัดต่อกฎหมาย และ/หรือศีลธรรมอันดีของประชาชน โดยจะไม่ส่งเนื้อหา รวมถึงการนำข้อความ รูปภาพ หรือภาพเคลื่อนไหว ที่ไม่เหมาะสม ไม่สุภาพ มีลักษณะเสียดสี ก่อให้เกิดความขัดแย้ง เป็นความลับหรือเป็นเท็จ รวมทั้งข้อความและรูปภาพที่มีลักษณะขัดต่อกฎหมาย หรือศีลธรรมอันดีของ

ภาพ ก- 1 แสดงรายละเอียด ข้อกำหนด เงื่อนไข ของเว็บไซต์สนุกดอทคอม

ประชาชน เผยแพร่ผ่านบริการ หรือกระทำการอื่นใดอันอาจก่อให้เกิดความสูญเสีย หรือเสียหายต่อบริษัท และ/หรือบุคคลภายนอก หากปรากฏว่ามีการส่งเนื้อหา รวมถึงการนำข้อความ รูปภาพที่มีลักษณะ ชัด ละเอียดต่อกฎหมายตามข้อความในวรรคนี้ หรือ สนุกมีเหตุผลในการสงสัยว่าข้อมูลดังกล่าวไม่เป็นจริง ไม่ถูกต้อง สนุก! ขอสงวนสิทธิ์ ในการลบ ระวัง ข้อความ รูปภาพ ใด ๆ โดยไม่ต้องบอกกล่าวล่วงหน้า และสนุก! ไม่ต้องรับผิดชอบในความเสียหายใด ๆ ทั้งสิ้น

สิทธิส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการสมาชิก

บริษัทฯ มีนโยบายในการเคารพสิทธิส่วนบุคคลของสมาชิก บริษัทฯ จะไม่ทำการตรวจสอบ แก้ไข ข้อมูลเว้นแต่ว่าบริษัทฯ มีความเชื่อที่ดีว่า การกระทำดังกล่าวจำเป็นเพื่อที่จะ :

- ทำตามความต้องการทางกระบวนการด้านกฎหมาย;
- เพื่อป้องกันและปกป้องสิทธิหรือทรัพย์สินของบริษัทฯ;
- เพื่อบังคับให้เป็นไปตามเงื่อนไขในการให้บริการของบริษัทฯ; หรือ
- กระทำเพื่อปกป้องผลประโยชน์ของสมาชิกอื่น

การไม่เป็นตัวแทนข้อมูลข่าวสาร การสละข้อเรียกร้อง (Disclaimer policy)

ข้อมูลที่บริษัทได้รับจากท่าน บริษัทจะนำมาพัฒนาแก้ไข ปรับปรุงเพื่อให้บริการเว็บไซต์ ของบริษัทมีประสิทธิภาพ และก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ใช้บริการ

การนำเสนอข้อมูล ข่าวสาร บทความ หรือข้อความอื่นใดทั้งหมดในเว็บไซต์ นี้เป็นเพียงการให้บริการ รวบรวมข้อมูล ความรู้ ฐานข้อมูลทางวิชาการ และความรู้ด้านต่าง ๆ รวมทั้งเป็นเวที แสดงความคิดเห็น หรือแลกเปลี่ยน ข้อมูลข่าวสาร ระหว่างผู้ใช้บริการ ด้วยกันเท่านั้น ดังนั้น บริษัทจึงไม่รับรองว่าบรรดาข้อมูล ข่าวสาร บทความ หรือข้อความอื่นใดปรากฏผ่านบริการ และที่อยู่บนเว็บไซต์นี้ ถูกต้อง สมบูรณ์ ปราศจากข้อบกพร่อง เสียหาย หรือสมประโยชน์ใด โดยเฉพาะ บริษัทขอเรียนว่า บริษัทไม่ใช่ตัวแทน หุ่นส่วน หรือมีนิติสัมพันธ์ใด ๆ กับเจ้าของ

ข้อมูลข่าวสาร บทความ หรือข้อความใด ๆ ซึ่งปรากฏอยู่บนเว็บไซต์ของบริษัท บริษัทขอเรียนว่าเว็บ

ภาพ ก- 2 แสดงรายละเอียด ข้อกำหนด เงื่อนไข ของเว็บไซต์สนุกคอตคอม

ไซค์นี้เป็นเพียงสื่อกลาง ที่ใช้ในการส่งผ่านข้อมูล ระหว่างผู้ใช้บริการ และเจ้าของข้อมูล ข่าวสาร ในด้านต่าง ๆ เท่านั้น โดยบริษัทไม่สามารถตรวจสอบ หรือทราบถึงแหล่ง ที่มาและ/หรือรายละเอียด ของเนื้อหา ทั้งหมดของเว็บไซค์ ดังนั้นการนำเสนอข้อมูล ดังกล่าวหาก ก่อให้เกิดความเสียหาย แก่ผู้ใช้บริการ หรือบุคคลภายนอก จึงไม่ก่อให้เกิดสิทธิ ความรับผิดชอบ และ/หรือ ภาระผูกพันทาง กฎหมายไม่ว่ากรณีใด ๆ ทั้งสิ้น ระหว่างบริษัท เจ้าของข้อมูล ข่าวสาร ผู้ใช้บริการ สมาชิกของเว็บไซค์ และบุคคลภายนอก

ลิขสิทธิ์ตามกฎหมาย (Copyrights)

บริษัทขอแจ้งให้ผู้ใช้บริการทั่วไปทราบว่า บรรดาข้อความ ภาพ เสียง เนื้อหา ส่วนประกอบใด ๆ ทั้งหมดของเว็บไซค์ รวมถึงแต่ไม่จำกัดเฉพาะเครื่องหมายการค้า เครื่องหมายบริการ ชื่อ ชื่อทางการค้า สิทธิบัตร โฉวฮาวส์ ฯลฯ ที่ปรากฏบนเว็บไซค์ของบริษัทนี้ เป็นงานอันได้รับ ความคุ้มครอง ตามกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา ของไทยโดยชอบด้วยกฎหมายของบริษัท แต่เพียงผู้เดียว

หากบุคคลใด ลอกเลียน ปลอมแปลง ทำซ้ำ คัดแปลง เผยแพร่ต่อสาธารณชน จำหน่าย มีไว้ให้ เช่าหรือกระทำการใด ๆ ในลักษณะที่เป็นการแสวงหาประโยชน์ ทางการค้าหรือ ประโยชน์โดยมิชอบ ไม่ว่าโดยประการใด ๆ จากทรัพย์สินทางปัญญาดังกล่าวข้างต้น โดยไม่ได้รับอนุญาต จากบริษัท บริษัทจะดำเนินการตามกฎหมายกับผู้ละเมิดสิทธิดังกล่าวโดยทันที

บริษัทสงวนสิทธิที่จะแก้ไข ปรับปรุง และเปลี่ยนแปลงข้อความทางกฎหมายนี้ได้ตลอดเวลา ตามที่บริษัทเห็นสมควร โดยไม่ต้องบอกกล่าว

ภาพ ก-3 แสดงรายละเอียด ข้อกำหนด เงื่อนไข ของเว็บไซค์สนุกดอทคอม

ข้อกำหนดและเงื่อนไขในการใช้เว็บไซต์ - Kapook.com

บริษัท บัณฑิตเซ็นเตอร์ จำกัด (ต่อไปนี้จะเรียกว่า "บริษัท") ยินดีต้อนรับผู้ใช้บริการทุกท่านเข้าสู่เว็บไซต์ซึ่งอยู่ในความดูแลของบริษัท โดยเว็บไซต์นี้จะให้บริการข้อมูลข่าว และ/หรือ บทความประเภทต่างๆ แก่ผู้ใช้บริการ ภายใต้ข้อกำหนดและเงื่อนไข ดังต่อไปนี้

ผู้ใช้บริการอินเตอร์เน็ตทุกท่านรับทราบว่า การใช้บริการต่าง ๆ ของท่านในเว็บไซต์นี้ ถือว่าท่านได้ตกลงและยอมรับข้อกำหนดและเงื่อนไขในการให้บริการของบริษัททุกประการ และท่านรับทราบว่าเว็บไซต์ของบริษัทนี้ เป็นเพียงสื่อกลางในการให้ข้อมูลข่าวสารแก่ผู้ใช้บริการเท่านั้น

1. ทรัพย์สินทางปัญญา

ท่านตกลงและยอมรับว่า บรรดาข้อมูล ข้อความ รูปภาพ เสียง โลโก้ และ/หรือส่วนหนึ่งส่วนใดของเว็บไซต์นี้ รวมถึงแต่ไม่จำกัดเฉพาะ ลิขสิทธิ์ เครื่องหมายการค้า เครื่องหมายบริการ ชื่อทางการค้า ฐานข้อมูล ความลับทางการค้า สิทธิบัตร โฉนดที่ดิน ฯลฯ ที่ปรากฏบนเว็บไซต์ เป็นงานที่ได้รับการคุ้มครองตามกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาซึ่งเป็นกรรมสิทธิ์ ลิขสิทธิ์ สิทธิและทรัพย์สินของบริษัท

ท่านตกลงและรับทราบว่า เว็บไซต์ของบริษัทนี้เป็นเพียงสื่อกลางในการเผยแพร่ข่าว และ/หรือ บทความแก่ผู้ใช้บริการเท่านั้น ในกรณีที่เกิดข้อพิพาทใดๆ ในทางกฎหมาย ท่านตกลงสละสิทธิเรียกร้องในการดำเนินคดีใดๆ ไม่ว่าทางแพ่งหรืออาญา ต่อบริษัท และ/หรือ กรรมการของบริษัท

2. การใช้บริการ

ท่านตกลงและยอมรับว่า ท่านจะใช้เว็บไซต์นี้เพื่อประโยชน์ส่วนตัวหรือวัตถุประสงค์ที่ถูกต้องตามกฎหมายภายใต้ข้อกำหนดและเงื่อนไขฉบับนี้ที่ระบุไว้ในเว็บไซต์ที่เท่านั้น และจะไม่ใช้เว็บไซต์นี้เพื่อประโยชน์ในทางการค้าหรือประโยชน์อื่นใดที่ขัดต่อกฎหมายและศีลธรรมอันดีของประชาชน นอกจากนี้ ท่านตกลงว่าจะไม่กระทำการใดๆ โดยทางหนึ่งดังต่อไปนี้

ก) ทำซ้ำ จัดพิมพ์ขึ้นใหม่ ดัดแปลง ดาวน์โหลด อัปโหลด ดัดแปลง กระจาย หรือทำให้ปรากฏต่อสาธารณชน ซึ่งงานอันผิดกฎหมายหรือศีลธรรมโดยไม่ได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรจากบริษัทก่อนล่วงหน้า

ข) กระทำละเมิดสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา เช่น ลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร เครื่องหมายการค้า ความลับทางการค้า หรือ ทรัพย์สินทางปัญญาอื่น ตามที่กฎหมายกำหนดไม่ว่าโดยวิธีการใด

ภาพ ข แสดงข้อกำหนด และเงื่อนไขในการใช้เว็บไซต์ กระปุกดอทคอม

เว็บไซต์เอ็มไทยคอตคอม

เงื่อนไขและข้อกำหนดในการใช้บริการ

เงื่อนไขและข้อกำหนดในการใช้บริการ? Mthai Marketplace

บริษัท โมโนเทคโนโลยี จำกัด ได้เปิดบริการ Mthai Marketplace ในเว็บไซต์ Mthai.com เพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้บริการเว็บไซต์ Mthai.com ขอเรียนแจ้งให้ทราบถึงข้อตกลง และเงื่อนไขการให้บริการเว็บไซต์ เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้เข้ามาเยี่ยมชมและใช้บริการต่างๆ ของเว็บไซต์ ดังนี้

ข้อมูลส่วนบุคคล (Privacy notes)

ข้อมูลส่วนบุคคลที่ผู้ใช้บริการ และเจ้าของข้อมูลได้ให้หรือใช้ โดยผ่านการประมวลผลของเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ควบคุมการทำงานของเว็บไซต์นั้น ให้เป็น สิทธิและกรรมสิทธิ์ของ บริษัท โมโนเทคโนโลยี จำกัด ซึ่ง บริษัทจะให้ความคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลดังกล่าวอย่างดีที่สุด อย่างไรก็ตาม เพื่อความปลอดภัยใน ข้อมูลส่วนบุคคลของท่าน ท่านควรปฏิบัติตามข้อตกลง และเงื่อนไขการให้บริการของบริษัทโดยเคร่งครัด

ในกรณีที่ข้อมูลส่วนบุคคลดังกล่าวถูกโจรกรรมโดยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ (Hack) หรือสูญหาย เสียหายอันเนื่องจากเหตุสุดวิสัย หรือไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้นบริษัท โมโนเทคโนโลยี จำกัด ขอสงวนสิทธิ์ในการปฏิเสธความรับผิดชอบจากเหตุดังกล่าวทั้งสิ้น? อนึ่ง บริษัท โมโนเทคโนโลยี จำกัด ขอสงวนสิทธิ์ที่จะลบหรือนำเสนอข้อมูลส่วนบุคคลของท่านหรือไม่และเมื่อใดก็ได้?? โดยไม่ต้องบอกกล่าวล่วงหน้า

ข้อยกเว้นความรับผิด (Disclaimer policy)

การนำเสนอข้อมูล ภาพ เสียง ข่าวสาร บทความ หรือข้อความอันใดเกี่ยวกับสินค้า และ/หรือบริการ ("เนื้อหาในเว็บไซต์") ในเว็บไซต์นี้เกิดจากและอยู่ในความรับผิดชอบของเจ้าของข้อมูล และผู้ใช้บริการเท่านั้น บริษัท โมโนเทคโนโลยี จำกัด ทำหน้าที่เป็นเพียงสื่อกลางช่วยอำนวยความสะดวกในการส่งผ่าน และเป็นเวทีแสดงความคิดเห็น หรือแลกเปลี่ยนเนื้อหาในเว็บไซต์ระหว่างเจ้าของข้อมูล และผู้ใช้บริการเท่านั้น โดย บริษัท โมโนเทคโนโลยี จำกัด ไม่สามารถตรวจสอบ หรือทราบถึงแหล่งที่มา และ/หรือรายละเอียดของเนื้อหาในเว็บไซต์ได้ ดังนั้น บริษัท โมโนเทคโนโลยี จำกัด จึงไม่รับรองความถูกต้อง สมบูรณ์ และสมประสงค์ของสินค้า และ/หรือบริการ ตลอดจนเนื้อหาในเว็บไซต์ ดังนั้น หากเนื้อหาในเว็บไซต์นี้ ก่อให้เกิดความเสียหายแก่เจ้าของข้อมูล ผู้ใช้บริการ หรือบุคคลภายนอก หรือสินค้า และ/หรือบริการที่เสนอผ่านเว็บไซต์นี้ไม่สมตามความประสงค์ หรือสมประโยชน์ต่อผู้ใช้บริการก็ตาม ก็ไม่ก่อให้เกิดสิทธิ ความรับผิด และ/หรือ ภาระผูกพันทางกฎหมายไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้นต่อ บริษัท โมโนเทคโนโลยี จำกัด

ลิขสิทธิ์ตามกฎหมาย (Copyrights)

เนื้อหาในเว็บไซต์นี้ รวมถึง เครื่องหมายการค้า เครื่องหมายบริการ ชื่อ ชื่อทางการค้า สิทธิบัตร โฉนด ฯลฯ ที่ปรากฏบนเว็บไซต์นี้ เป็นงานอันได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา ของไทยโดยชอบด้วยกฎหมายของ บริษัท โมโนเทคโนโลยี จำกัด แต่เพียงผู้เดียว?? หากบุคคลใด ลอกเลียน ปลอมแปลง ทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่ต่อสาธารณชน จำหน่าย มีไว้ให้เข้าหรือกระทำการใดๆ ในลักษณะที่เป็นการแสวงหาประโยชน์ทางการค้า หรือประโยชน์อื่นใดโดยมิชอบจากทรัพย์สินทางปัญญาดังกล่าวข้างต้น โดยไม่ได้รับอนุญาต บริษัท โมโนเทคโนโลยี จำกัด จะดำเนินการตามกฎหมาย กับผู้ละเมิดลิขสิทธิ์ดังกล่าว

ข้อตกลงและเงื่อนไขอื่นๆ (Other terms and conditions)

ผู้ใช้บริการ ตกลง และรับทราบว่า สินค้า และ/หรือบริการ ตลอดจนเนื้อหาในเว็บไซต์ถูกจัดเตรียมขึ้นโดยเจ้าของข้อมูลเท่านั้น ผู้ใช้บริการจำเป็นต้องใช้วิจารณญาณ และความระมัดระวังในการติดต่อ ชื่อ ขาย หรือกระทำธุรกรรมอื่นใดผ่านเว็บไซต์นี้ ทั้งนี้ บริษัท โมโนเทคโนโลยี จำกัด เป็นเพียงสื่อกลางไม่สามารถรับประกัน และไม่สามารถรับผิดชอบต่อใดๆ ทั้งสิ้นต่อสินค้า และ/หรือบริการ รวมถึงคุณภาพ ปริมาณ ราคา และระยะเวลาในการส่งมอบ โดยเจ้าของข้อมูลจะต้องรับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่เกิดขึ้นกับผู้ใช้บริการเองทั้งสิ้น? ผู้ใช้บริการและเจ้าของข้อมูลที่ใช้บริการเว็บไซต์นี้ จะต้องไม่กระทำการใดอันเป็นการล่วงละเมิดสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาของ บริษัท โมโนเทคโนโลยี จำกัด หรือของบุคคลภายนอก?? ห้ามมิให้ผู้ให้บริการ และเจ้าของข้อมูลที่ใช้บริการเว็บไซต์นี้กระทำการใดอันเป็นการขัดต่อกฎหมาย และ/หรือศีลธรรมอันดีของประชาชน?? ห้ามมิให้ผู้ให้บริการ และเจ้าของข้อมูลที่ใช้บริการเว็บไซต์นี้นำข้อความและรูปภาพที่ไม่เหมาะสม ไม่สุภาพ มีลักษณะเสียดสี ก่อให้เกิดความขัดแย้ง หรือเป็นเท็จ รวมทั้งข้อความและรูปภาพที่มีลักษณะขัดต่อกฎหมาย หรือศีลธรรมอันดีของประชาชนเผยแพร่บนเว็บไซต์นี้? บริษัท โมโนเทคโนโลยี จำกัด ขอสงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลง แก้ไข ลบ ระงับ หรือยกเลิกเนื้อหาในเว็บไซต์ที่เผยแพร่บนเว็บไซต์นี้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน และเมื่อใดก็ได้ตามที่? บริษัท โมโนเทคโนโลยี จำกัด เห็นสมควรโดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า และ บริษัท โมโนเทคโนโลยี จำกัด ไม่ต้องรับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ทั้งสิ้น??? บริษัท โมโนเทคโนโลยี จำกัด ขอสงวนสิทธิ์ในการพิจารณาแก้ไขข้อตกลงและเงื่อนไขในการให้บริการเว็บไซต์นี้ เมื่อใดและอย่างไรก็ได้ตามความเหมาะสม โดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า

ทั้งนี้การเยี่ยมชมและ/หรือ การใช้บริการต่างๆ ในเว็บไซต์นี้ บริษัท โมโนเทคโนโลยี จำกัด ขอสงวนสิทธิ์ไว้ว่าเป็นการแสดงเจตนารมณ์ที่จะปฏิบัติตามข้อตกลง และเงื่อนไขที่ บริษัท โมโนเทคโนโลยี จำกัด กำหนดไว้ดังกล่าวข้างต้นทุกประการ

ภาพ ค แสดงเงื่อนไข และข้อกำหนดในการใช้บริการของ Market Place

Privacy, Disclaimer and Intellectual Property Policy

เว็บไซต์เอสทีผู้จัดการออนไลน์ ("ผู้จัดการออนไลน์") ขอขอบพระคุณผู้ใช้บริการทุกท่านที่เข้าใช้บริการต่างของผู้จัดการออนไลน์ เพื่อความเชื่อมั่นและความเข้าใจอันดีในการใช้บริการกรุณาอ่านคำชี้แจง สิทธิส่วนบุคคลและข้อมูลต่างๆด้านล่างนี้

นโยบายส่วนบุคคล (Privacy Policy)

ข้อมูลส่วนบุคคลที่ท่านได้ให้หรือใช้ผ่านคอมพิวเตอร์ที่ควบคุมการทำงานของผู้จัดการออนไลน์นั้น ท่านยอมรับและตกลงว่าเป็นสิทธิและกรรมสิทธิ์ของผู้จัดการออนไลน์ ซึ่งผู้จัดการออนไลน์จะให้ความสำคัญต่อข้อมูลส่วนบุคคลทั้งหมดไว้เป็นความลับอย่างดีที่สุด โดยปัจจุบันผู้จัดการออนไลน์ได้ใช้ระบบการป้องกันการเข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคลของท่านที่ได้มาตรฐานระดับสากลเพื่อคุ้มครองข้อมูลดังกล่าว อย่างไรก็ตามเพื่อความปลอดภัยกับข้อมูลส่วนบุคคลของท่าน ท่านควรปฏิบัติตามข้อกำหนดและเงื่อนไขการให้บริการของผู้จัดการออนไลน์โดยเคร่งครัด

การใช้บริการเว็บไซต์ผู้จัดการออนไลน์ของผู้ให้บริการที่ไม่ใช่สมาชิกของผู้จัดการออนไลน์ ตามปกติท่านสามารถใช้งานได้ทันทีโดยผู้จัดการออนไลน์จะไม่ร้องขอข้อมูลส่วนบุคคลใดๆ จากท่าน เว้นแต่เป็นการรวบรวมข้อมูลบางส่วนเพื่อเก็บหรือวิเคราะห์ทางสถิติ รวมถึงการจัดเก็บข้อมูลจราจรทางคอมพิวเตอร์ตามที่กฎหมายกำหนด

การใช้บริการเว็บไซต์ผู้จัดการออนไลน์ของผู้ให้บริการที่เป็นสมาชิกของผู้จัดการออนไลน์ ท่านจะได้รับบริการพิเศษที่ส่งมอบไว้สำหรับสมาชิกของผู้จัดการออนไลน์เท่านั้น สำหรับท่านที่ต้องการสมัครเป็นสมาชิกกับผู้จัดการออนไลน์ ท่านจะต้องกรอกข้อมูลส่วนบุคคลต่างๆ เช่น หมายเลขบัตรประจำตัวประชาชน, ชื่อและที่อยู่, อีเมล เป็นต้น รวมทั้งสร้างรหัสผ่านสำหรับป้องกันการเข้าถึงข้อมูลเหล่านี้ ท่านจึงจะได้รับหมายเลขสมาชิก ซึ่งท่านจะได้รับบริการพิเศษและสามารถทำธุรกรรมต่างๆกับผู้จัดการออนไลน์ และเพื่อประโยชน์ของท่านเองท่านจะต้องกรอกข้อมูลส่วนบุคคลตามความเป็นจริง และเก็บรักษาหมายเลขสมาชิกและรหัสผ่านไว้เป็นความลับ ปฏิบัติตามคำแนะนำ ข้อกำหนด และ/หรือเงื่อนไขการให้บริการตามที่ระบุไว้ในเว็บไซต์ต่างๆของผู้จัดการออนไลน์โดยเคร่งครัด และผู้จัดการออนไลน์มีความจำเป็นต้องรวบรวมข้อมูลของท่านเพื่อเก็บหรือวิเคราะห์ทางสถิติ รวมถึงการจัดเก็บข้อมูลผู้ใช้บริการของท่านและข้อมูลจราจรทางคอมพิวเตอร์ตามที่กฎหมายกำหนด

หมายเลขสมาชิก เป็นทรัพย์สินของผู้จัดการออนไลน์ ผู้จัดการออนไลน์ขอสงวนสิทธิในการยกเลิกการให้บริการ เรียกคืน และ/หรือลบข้อมูลทั้งหมดโดยไม่มีแจ้งให้ทราบล่วงหน้า

ข้อมูลส่วนบุคคล ข้อมูลจราจรทางคอมพิวเตอร์และข้อมูลการทำธุรกรรมต่างๆ ระหว่างผู้จัดการออนไลน์และผู้ให้บริการจะถูกเก็บเป็นความลับ และจะไม่อนุญาตให้ผู้อื่นเข้าถึงข้อมูลดังกล่าวได้ ทั้งนี้ผู้จัดการออนไลน์จะไม่เปิดเผยใดๆ เว้นแต่

- 1. ผู้จัดการออนไลน์ ได้รับความยินยอมจากผู้ให้บริการเพื่อการใช้บริการและ/หรือรักษาผลประโยชน์ของผู้ให้บริการเอง
- 2. เพื่อการติดต่อสื่อสาร การแจ้งข้อมูลบริการ การแก้ไขปัญหาในการให้บริการ การศึกษาพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการของผู้จัดการออนไลน์ให้ตรงกับความต้องการของผู้ให้บริการ
- 3. การเปิดเผยข้อมูลอื่นๆ เป็นไปโดยถูกต้องตามกฎหมาย หรือตามคำสั่งของหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง ผู้จัดการออนไลน์ขอสงวนสิทธิในการ ปฏิเสธความรับผิดชอบทั้งหมดในกรณีที่ข้อมูลส่วนบุคคลของท่านเสียหายหรือสูญหายเนื่องจากความผิดพลาดใดๆระหว่างส่งข้อมูลระหว่างผู้จัดการออนไลน์กับผู้ใช้บริการ เหตุสุดวิสัยใดๆ การถูกจารกรรมข้อมูลคอมพิวเตอร์ (Hack) และ/หรือการกระทำใดๆที่ขัดกฎหมาย ไม่ว่าจะกระทำนั้นจะเกิดจากบุคคลใดๆก็ตาม

ข้อสงวนสิทธิ์ (Disclaimer Policy)

ข้อมูลที่ผู้จัดการออนไลน์ได้รับจากท่าน ผู้จัดการออนไลน์จะนำมาเป็นข้อมูลในการแก้ไข ปรับปรุง เพื่อพัฒนาให้บริการเว็บไซต์ต่างๆของผู้จัดการออนไลน์ให้มีประสิทธิภาพ และก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ใช้บริการ

ข้อมูล ข่าวสาร บทความ ภาพประกอบ รูปถ่าย เสียงประกอบ ภาพเคลื่อนไหว ข้อความ และส่วนประกอบอื่นใดทั้งหมดในเว็บไซต์ ("เนื้อหา") รวมถึงเวทียอมรับการแสดงความคิดเห็นหรือการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างผู้ใช้บริการด้วยกัน ทั้งหมดนี้ผู้จัดการออนไลน์เป็นเพียงผู้ให้บริการเข้าถึงเนื้อหาต่างๆ หรือเป็นสื่อกลางที่ใช้ในการส่งผ่านข้อมูลระหว่างผู้ใช้บริการและเจ้าของข้อมูลข่าวสารเหล่านั้นเท่านั้น ผู้จัดการออนไลน์ไม่ใช่เจ้าของหรือตัวแทนของเนื้อหา และไม่สามารถตรวจสอบหรือทราบถึงแหล่งที่มาของเนื้อหาหรือสิ่งของเนื้อหาได้ทั้งหมด ดังนั้นผู้จัดการออนไลน์จึงไม่รับรองความถูกต้องใดๆของเนื้อหาและไม่มีควมรับผิดชอบใดๆ ต่อความผิดพลาดของเนื้อหา รวมทั้งความรับผิดชอบใดๆต่อเจ้าของเนื้อหา ผู้ให้บริการ หรือบุคคลภายนอกใดๆทั้งสิ้น

ในบางส่วนของเว็บไซต์ของผู้จัดการออนไลน์อาจมีจุดเชื่อมโยงไปเว็บไซต์หรือเว็บไซต์อื่น (Link) ซึ่ง ผู้จัดการออนไลน์มิใช่เจ้าของหรือตัวแทนข้อมูลเหล่านั้น ดังนั้นผู้จัดการออนไลน์ไม่รับรองความถูกต้องของข้อมูล และไม่มีควมรับผิดชอบใดๆ ไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อมต่อความผิดพลาดของข้อมูลดังกล่าว รวมทั้งความรับผิดชอบจากสินค้าหรือบริการใดๆ และผู้ใช้บริการยอมรับว่าผู้จัดการออนไลน์ไม่มีความเกี่ยวข้องใดๆในความเสียหายอันเกิดจากไวรัสหรือโปรแกรมไม่พึงประสงค์ที่มีผลหรืออาจมีผลต่อซอฟต์แวร์หรือฮาร์ดแวร์ของผู้ให้บริการซึ่งเป็นผลมาจากการเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์หรือเว็บไซต์อื่น

ผู้ใช้บริการรับทราบและตกลงอย่างชัดแจ้งว่าผู้จัดการออนไลน์ไม่มีความรับผิดชอบต่อการไม่สามารถเข้าใช้บริการส่วนใดส่วนหนึ่งหรือทั้งหมดของเว็บไซต์นี้ไม่ว่าในกรณีใดๆ

ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property)

บรรดาข้อความ เนื้อหา ภาพ ภาพเคลื่อนไหว เสียง หรือส่วนประกอบใด ๆ ทั้งหมดของเว็บไซต์ แนวคิด รูปแบบการนำเสนอ ซอฟต์แวร์สำหรับใช้ให้บริการ รวมถึงแต่ไม่จำกัดเฉพาะ เครื่องหมายการค้า เครื่องหมายบริการ ชื่อ ชื่อทางการค้า ลิขสิทธิ์ หรือสิทธิอื่นที่กฎหมายให้การคุ้มครองทั้งหมด ที่ปรากฏในเว็บไซต์ของผู้จัดการออนไลน์เป็นลิขสิทธิ์และทรัพย์สินทางปัญญาของผู้จัดการออนไลน์แต่เพียงผู้เดียว การลอกเลียน ปลอมแปลง ทำซ้ำ คัดแปลง เผยแพร่ต่อสาธารณชน จำหน่าย มีไว้เพื่อใช้หรือกระทำการใดๆ ในลักษณะที่เป็นการแสวงหาประโยชน์ทางการค้าหรือประโยชน์มิชอบ ไม่ว่าโดยประการใดๆจากทรัพย์สินทางปัญญาดังกล่าวข้างต้น ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงส่วนหนึ่งส่วนใดโดยไม่ได้รับอนุญาตจากผู้จัดการออนไลน์ เป็นการละเมิดลิขสิทธิ์และ/หรือสิทธิต่างๆของผู้จัดการออนไลน์ ผู้จัดการออนไลน์มีสิทธิดำเนินการตามกฎหมายกับผู้ละเมิดลิขสิทธิ์ดังกล่าวโดยเด็ดขาดทันที



ภาพ ค แสดงนโยบายส่วนบุคคล ของผู้จัดการออนไลน์

กฎ กติกา มารยาท ของสนุก! ฟอรั่ม

ประกาศถึงท่านสมาชิก :

กรุณาอย่าโพสต์กระทู้ซ้ำๆ กันในหลายบอร์ด กรุณาเลือกบอร์ดความเห็นที่เหมาะสมต่อข้อความของท่านเพียงบอร์ดเดียว กระทู้ที่ซ้ำๆ จะถูกลบออกจากระบบ และสมาชิกผู้โพสต์ อาจถูกระงับการใช้บริการในสนุก! ฟอรั่ม


สิ่งที่ไม่อนุญาตให้โพสต์ใน สนุก! ฟอรั่ม ได้แก่ :

ข้อความขู่ข่มให้เกิดความรุนแรงทางสังคม, ข้อความที่ก่อให้เกิดความเสียหายและเสื่อมเสียต่อบุคคลที่สาม, เบอร์โทรศัพท์, รูปภาพที่ไม่เหมาะสมต่อเยาวชนหรือภาพลามกอนาจาร สมาชิกที่โพสต์สิ่งเหล่านี้ อาจถูกดำเนินคดีทางกฎหมายจากผู้เสียหายได้

กรณีกระทู้โฆษณา ชื่อ-ขาย สินค้าหรือบริการ สมัครงาน เรามีบริการ สนุก! คลาสสิฟายด์ ไว้ให้ท่าน โดยเฉพาะกระทู้ดังกล่าวจะถูกลบออกจากสนุก! ฟอรั่มเช่นกัน

ทางบริษัทขอสงวนสิทธิ์ในการลบกระทู้หรือข้อความ ตามความสมควร โดยไม่ต้องมีการแจ้งให้ทราบล่วงหน้า แจ้งกระทู้ไม่เหมาะสมได้ที่ feedback@sanook.com

ติดต่อทีมงาน

หากท่านพบเห็นการกระทำ หรือพฤติกรรมใด ๆ ที่ไม่เหมาะสม ซึ่งอาจก่อให้เกิดความเสื่อมเสียแก่สถาบันชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ รวมถึง การใช้ข้อความที่ไม่สุภาพ พฤติกรรมการหลอกลวง การเผยแพร่ภาพลามกอนาจาร หรือการกระทำใด ๆ ที่อาจก่อให้เกิดผู้อื่น ได้รับความเสียหาย กรุณาแจ้งมาที่ feedback@sanook.com หรือฝ่ายบริการลูกค้า QQ no. 10033  โดยด่วนค่ะ

หากมีปัญหาในการใช้งาน เช่น โพสต์กระทู้ แสดงความคิดเห็นไม่ได้ หรือส่งรูปไม่ได้ ให้เมลล์แจ้ง feedback@sanook.com

กรณีถูกกลั่นแกล้งจากบุคคลอื่น เช่น โพสต์เบอร์โทรศัพท์ ข้อความหรือรูปภาพที่ทำให้เสียหาย และต้องการให้เจ้าหน้าที่ลบข้อความดังกล่าว เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการค้นหา ให้คุณจด ID ของกระทู้ วันเวลาที่โพสต์หมวดที่โพสต์ และแจ้งข้อมูลดังกล่าว เหล่านี้มาที่ feedback@sanook.com

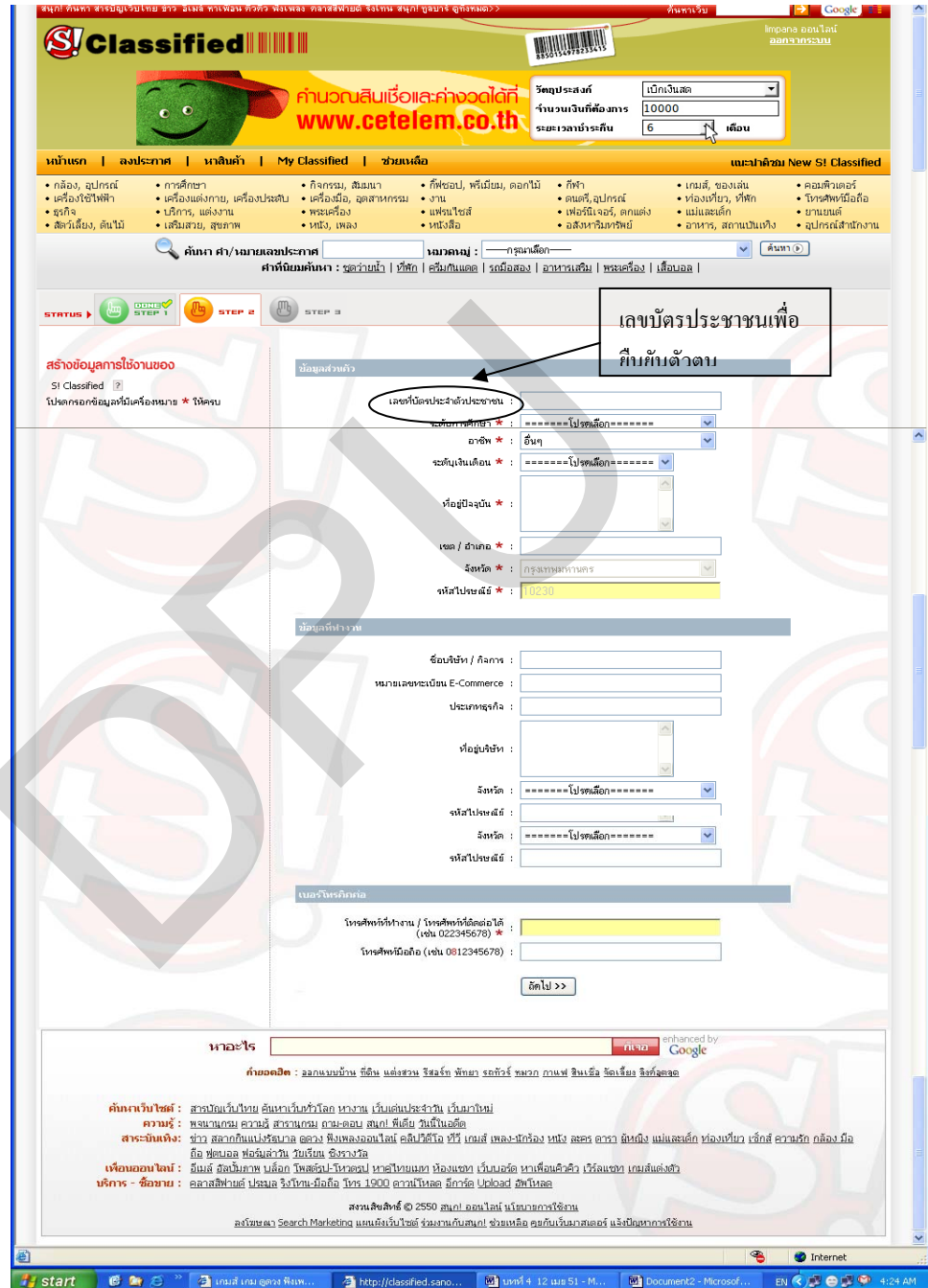
10185203	ภาพลวงมขบขบขบขบ	asdf4	6	2006-04-27 15:43:44
10185201	ภาพลวงมขบขบขบขบ	asdf4	6	2006-04-27 15:36:48
10185200	ภาพลวงมขบขบขบขบ	asdf4	6	2006-04-27 15:36:33

ตัวอย่าง เลข ID และวันเวลาที่โพสต์ หากต้องการติชมบริการต่างๆของเว็บไซต์สนุกดอทคอม ให้ส่งอีเมลล์มาที่ feedback@sanook.com ได้เช่นกันค่ะ

ภาพ ชม แสดงกฎ กติกา มารยาทในการใช้บริการสนุก ฟอรั่ม

ผลิตภัณฑ์ที่เป็นการประมูล-ชอปปิง

เว็บไซต์สนุกดอทคอม



ภาพ ง แสดงแบบฟอร์มกรอกข้อมูลสมัครสมาชิก

ประมุข ชัยชาย มืดมืด ของเล่น พระเครื่อง - Microsoft Internet Explorer

Address http://shopping.sanook.com/help_detail.php?helpid=30024

วิธีให้คำติชม

- เมื่อการซื้อขยับขึ้นสุดลง คลิก "สมาชิก" บนเว็บไซต์หน้าแรก

[ชื่อ](#)
[ขาย](#)
[สมาชิก](#)
[ดาวน์โหลดข้อมูล](#)
[แจ้งปัญหา/ข้อผิดพลาด](#)
[ช่วยเหลือ](#)

สมัครสมาชิก
เข้าสู่ระบบ

- เมื่อเข้ามาหน้า สมาชิก ให้คลิกเลือก "รายการคำติชม" ซึ่งอยู่ทางซ้ายมือ

[ข้อมูลสมาชิก](#)
[ข้อมูลทั่วไป](#)
[ข้อมูลสมาชิกของเบิ่ง](#)
[พื้นที่ดาวน์โหลดสมาชิก](#)
[รายการให้คำติชม](#)
[ประวัติการสั่งซื้อ](#)
[ที่อยู่ในการสั่งซื้อ](#)


- คลิกที่ "ให้คำติชม" ซึ่งอยู่หลังชื่อสมาชิกผู้ค้า

รายการให้คำติชม	สมาชิก	วันที่	สถานะ
รายการให้คำติชม รายการสินค้า: Digital Camera (รหัสสินค้า: 39721) รายละเอียด: 39720	Kikubibi	11 มิถุนายน 2551 เวลา 13:09:32 น.	ให้คำติชม
รายการให้คำติชม รายการสินค้า: iPhone Unlocked (รหัสสินค้า: 39720) รายละเอียด: 39720	Kikubibi	11 มิถุนายน 2551 เวลา 13:10:01 น.	ให้คำติชม
รายการให้คำติชม รายการสินค้า: SWISS WATCH (รหัสสินค้า: 39681) รายละเอียด: 39681	Kikubibi	7 มิถุนายน 2551 เวลา 11:46:41 น.	ให้คำติชม

- ให้คะแนนติชม โดยเลือกคะแนนคำติชม เป็นบวก(+1) เป็นลบ(-1) เป็นกลางและไม่ต้องการให้คำติชม(0)

ให้คำติชมผู้ซื้อ

test 3 (39681)


 ผู้ซื้อ: Kikubibi
 บัญชีรายการ: 7 มิถุนายน 2551 เวลา 11:46:41 น.

กรุณาให้คำติชม เพื่อแสดงระดับความพอใจในสินค้า โดยคำติชมจะเปิดเผยต่อสมาชิกท่านอื่นด้วย

คำดีเยี่ยมมาก คำดีเป็นกลาง คำดีเป็นลบ

กรุณาระบุเหตุผล:

เหลือจำนวนอักขระที่ใช้ได้ 255 ตัวอักษร

- กรุณาละเอียดเพิ่มเติม เกี่ยวกับผลการซื้อขายที่เกิดขึ้น เช่น จ่ายเงินช้า ส่งสินค้าเร็ว สินค้าดี ฯลฯ
- คลิกปุ่ม "ตกลง" เป็นอันเสร็จกระบวนการให้คำติชม

[ข้อมูลคืน](#)

Done

start | จดสำเนาของโปรแกรม... | Microsoft Word fo... | ประมุข ชัยชาย มืดมืด ... | EN | 1:29 PM

ภาพ ค แสดงวิธีให้คำติชม

ประเมิน ชื่อชาย นี้อธิ ของแผ่น พระเครื่อง - Microsoft Internet Explorer

Address: http://shopping.sanook.com/help_detail.php?helpid=30024

wwasan [1]

+1 คะแนน เช่น สินค้าที่ซื้อข้อมมูลถูกภาพ รป/สิ่งของรวดเร็ว ฯลฯ
 -1 คะแนน เช่น สินค้าไม่เป็นไปตามที่ตกลง ส่งของล่าช้า ฯลฯ
 0 คะแนน เช่น กรณีทั่วไป ไม่มีข้อติชมเป็นพิเศษ

wwasan (1)

สถานะสมาชิก
 สิ้นสุด 29 กุมภาพันธ์ 2551
 อายุการใช้งาน (5)
 ควบคุมสินค้าในร้าน
 ควบคุมร้าน SI Auction

การคิดคะแนนคำติชม

เพื่อให้คะแนนคำติชมเป็นเครื่องหมายแสดงเจตนาเชื่อถือของสมาชิกแต่ละคนได้อย่างถูกต้องและเป็นธรรม จึงมีหลักการคำนวณดังนี้

- 1) ถ้าท่านได้ feedback จาก user คนเดียวกันเป็น positive มากกว่า negative คะแนนที่ท่านได้จาก user นี้ก็จะ เป็น +1
- 2) ถ้าท่านได้ feedback จาก user คนเดียวกันเป็น negative มากกว่า positive คะแนนที่ท่านได้จาก user นี้ก็จะ เป็น -1
- 3) กรณีที่ท่านได้คะแนน negative และ positive จาก user คนเดียวกันเท่าๆ กัน คะแนนที่ท่านได้จาก user รายนี้ก็จะ เป็น 0 (เหมือนไม่เคยได้คะแนนจาก user นี้)

ทั้งนี้คะแนนที่ได้จาก user รายหนึ่งๆ จะได้จากค่าที่ต่างกันระหว่าง positive กับ negative อย่างใดก็ตามทางเว็บไซต์คอมพิวเตอร์ได้มีการจัดการ feedback ที่ user รายหนึ่งให้กับ user อื่นๆอย่างกัน ซึ่งอาจเกิดเหตุที่ไม่ได้เป็นไปตามที่กำหนดไว้ข้างต้น และมักจะมีเฉพาะกับสมาชิกที่ได้รับ feedback มากๆ และมีการซื้อซ้ำๆจากลูกค้ารายเดียวกันเท่านั้น

ส่วนนี้จะเป็นการแสดงผลรวมเริ่มต้นจำนวนคำติชมทั้งหมดว่าแบ่งเป็น คำติชมบวก คำติชมลบ หรือคำติชมเป็นกลาง อย่างไรบ้าง

คำติชมเป็นบวก	: 4 รายการ
คำติชมเป็นกลาง	: 0 รายการ
คำติชมเป็นลบ	: 2 รายการ
คำติชมทั้งหมด	: 6 รายการ

ภาพ จ-1 แสดงการให้คะแนนคำติชม

สามารถดูคำติชมที่เป็นบวก (Positive Feedback) โดยคลิกแถบ คำติชมเป็นบวก

ความเห็น / สินค้า	จำนวนโดย / ราคา	วันที่ / เวลา
***** แหมน ซอปปิ้ง (รหัสสินค้า : 39677)	rainmans 5.00 ฿	11/03/2008 12:00:30 น. (ดูสินค้า)
ขอราคาถูกลงมาค่ะ ขอขอบคุณจริงๆ จังๆ น่าจะให้มีเหรียญกว่าจะเสร็จราคาแบบนี้ ทดสอบ feedback 2 (รหัสสินค้า : 39700)	majolica 2.00 ฿	10/03/2008 18:39:21 น. (ดูสินค้า)
สินค้าสวยดี แะเลือกขายของปลอม ทดสอบ feedback 8 (รหัสสินค้า : 39706)	akecendo 8.00 ฿	10/03/2008 17:41:22 น. (ดูสินค้า)
ค่า คัดคิด จะะให้ลบ ส่งของ ให้บวกก็ได้ ทดสอบ feedback 1 (รหัสสินค้า : 39699)	akecendo 1.00 ฿	10/03/2008 17:40:43 น. (ดูสินค้า)

สามารถดูคำติชมที่เป็นบวก (Positive Feedback) โดยคลิกแถบ คำติชมเป็นลบ

ความเห็น / สินค้า	จำนวนโดย / ราคา	วันที่ / เวลา
rainman ไข่ wasan - (เป็อันเคียวที่มี) ทดสอบประกาศขายอันนี้ และขายได้ (รหัสสินค้า : 39689)	rainmans 5.00 ฿	10/03/2008 15:36:46 น. (ดูสินค้า)
ขอแจ้งแก้ไข ทดสอบ feedback 3 (รหัสสินค้า : 39701)	dedtest 3.00 ฿	10/03/2008 15:29:34 น. (ดูสินค้า)

สัดส่วนคำติชมเป็นบวก

ทางเว็บไซต์ซอปปิ้งได้คำนวณสัดส่วนคำติชมเป็นบวก ออกมาเป็นเปอร์เซ็นต์ เพื่อแสดงให้เห็นถึงความน่าเชื่อถือของสมาชิกท่านนั้น

หลักการคำนวณสัดส่วนคำติชมเป็นบวกมีดังนี้ตัวเลข % ที่ได้ คำนวณจาก จำนวนสมาชิกที่ไม่ซ้ำกัน ที่ให้ positive feedbackหารด้วย ผลรวมของ จำนวนที่ไม่ซ้ำกัน ของคนที่ให้ positive + จำนวนที่ไม่ซ้ำกันของคนที่ให้ negative feedback

กรณีที่มีการซื้อหรือขายกับผู้อื่นหรือผู้ขายคนเดียวกันหลายครั้ง จะมีผลต่อสัดส่วนคำติชมเป็นบวก ในกรณีดังต่อไปนี้:

- 1) กรณีที่ท่านได้รับ positive feedback และเป็น positive feedback แรกที่ได้รับจาก user รายนั้น
- 2) กรณีที่ท่านได้รับ negative feedback และเป็น negative feedback แรกที่ได้รับจาก user รายนั้น

กล่าวคือ มีเฉพาะ positive และ negative feedback แรกเท่านั้นที่มีผลต่อสัดส่วนคำติชมเป็นบวก โดยหากในอนาคตไม่อาจจะได้รับ positive หรือ negative feedback จาก user รายเดิมทำไรก็จะไม่มีผลเปลี่ยนแปลงต่อสัดส่วนคำติชมเป็นบวก

การเปลี่ยนแปลงคำติชม(Feedback)

เมื่อมีการให้คำติชมระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ทั้งฝ่ายผู้ซื้อและผู้ขายจะไม่สามารถมาเปลี่ยนแปลง feedback ที่ได้รับได้ แต่สามารถแจ้งเรื่องร้องเรียนหากท่านมาซอปปิ้ง เพื่อทำการถอน feedback ได้ ซึ่งทีมงานซอปปิ้งจะทำการถอน feedback นั้นๆไป โดยจะต้องได้รับทราบยินยอมพร้อมใจจากทั้งสองฝ่ายเท่านั้น

*กรณี สมาชิกรายใดได้รับคะแนนเฉลี่ยเป็น จำนวนมากเมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนครั้งในการซื้อขายทั้งหมด ข้อมูลจะถูกส่งมายังทีมงานซอปปิ้งในทันที โดยอาจจะถูกกระโดดใช้สิทธิการโดยไม่มีการแจ้งให้ทราบล่วงหน้า

ภาพ จ-2 แสดงการให้คะแนนคำติชม (ต่อ)

กฎ กติกา มารยาท สำหรับผู้ขาย

การประกาศขายสินค้าใน www.shopping.co.th

ท่านที่จะขายสินค้าในเว็บไซต์ขอปิ้งควรทำความเข้าใจกับนโยบายการประกาศขายสินค้าของเว็บไซต์ ขอปิ้ง ก่อนที่จะนำสินค้าไปประกาศขาย ท่านจะขายได้อย่างปลอดภัยและสนุกสนาน ถ้าท่านรู้ว่าการขายของท่าน เป็นไปตามกฎระเบียบและข้อแนะนำการขายสินค้าที่ละเมิดนโยบายต่างๆ ของเว็บไซต์ขอปิ้งอาจจะทำให้ท่าน ถูกตัดเดือนหรือยกเลิกการประกาศขายสินค้าที่ละเมิดกฎหรืออาจถึงขั้นถูกห้ามใช้บริการชั่วคราวหรืออาจถูกห้าม ใช้บริการอย่างไม่มีกำหนด เว็บไซต์ขอปิ้งจะพิจารณารายละเอียดของรายการที่ทำผิดต่างๆ และตรวจสอบ ประวัติการซื้อขายของผู้ใช้ก่อนทำการลงโทษ

สิ่งที่ผู้ขายควรรู้และปฏิบัติตาม

1. กฎเกี่ยวกับรายการสินค้า
2. ข้อห้ามและรายการที่ถูกจำกัด
3. รายการที่แสดงไปในทางละเมิดลิขสิทธิ์ เครื่องหมายการค้า หรืออื่นๆ ที่ผู้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ ได้แจ้งรายการไว้บนเว็บไซต์ขอปิ้ง

กฎเกี่ยวกับรายการสินค้า

ข้อจำกัดเหล่านี้ถูกกำหนดขึ้นเพื่อขยับยั้งการเกิดความได้เปรียบเสียเปรียบที่ไม่ยุติธรรมหรือก่อให้เกิดประสบการณ์

ที่ไม่ดีในเชิงลบต่อผู้ซื้อ และเพื่อหลีกเลี่ยงการผิดกฎโดยไม่ได้ตั้งใจของผู้ขาย

กฎการทำรายการ เพื่อป้องกันการกระทำผิด

1. ข้อห้ามเกี่ยวกับการแสดงรายการสินค้า
 - การลงรายการที่ไม่เหมาะสม
 - การสื่อสารที่ผิด เกี่ยวกับการระบุข้อมูลการส่งสินค้าที่ไม่ถูกต้อง
 - ชื่อเรื่อง (Title) คำอธิบายหรือยี่ห้อที่ไม่เหมาะสม
 - ชื่อหัวข้อรายการ (Title) ที่ทำให้เกิดความเข้าใจผิด และไม่อธิบายให้ละเอียด
2. รายการต้องมีความยุติธรรมและทำให้ผู้ซื้อที่มีประสบการณ์ที่ดี รู้สึกสนุกและปลอดภัยในการซื้อ

ภาพ ช-1 แสดงกฎ กติกา มารยาทในการประมูล ขอปิ้ง

ไม่อนุญาตให้ผู้ขายกระทำสิ่งต่างๆ ดังนี้

- ให้ผู้ซื้อจ่ายเงินโดยใช้วิธีอื่นที่ไม่ได้รับอนุญาตในการชำระค่าสินค้า
 - การใส่คำหรือข้อความที่ไม่ได้รับอนุญาตให้ใส่ลงในรายการสินค้า เช่น ที่อยู่อีเมล เบอร์โทรศัพท์ รูปภาพหน้าเว็บเพจหรือลิงค์เว็บเพจของตนเอง
 - การเสนอขายสินค้าโดยมีการนำวิธีการแจกของแถม จับฉลากหรือการให้รางวัลแก่ผู้ซื้อ
 - การลงรายการไว้แต่ไม่มีสินค้า โฆษณาหรืออวดอ้างสรรพคุณของสินค้าเกินจริง
3. ไม่ละเมิดลิขสิทธิ์ เครื่องหมายการค้าหรือสิทธิอื่นๆ
 4. ไม่ใช่ทรัพย์สินทางปัญญาของเว็บไซต์ช้อปปิ้ง อย่างไม่ถูกต้อง เช่น การใช้ชื่อของ เว็บไซต์ช้อปปิ้ง , โลโก้ของเว็บไซต์ช้อปปิ้ง
 5. ไม่ปฏิเสธความรับผิดชอบต่อรายการที่ผู้ขายประกาศขาย
 6. ไม่ใช่คำบรรยายหรือรูปภาพของสมาชิกบุคคลอื่น โดยไม่ขออนุญาตจากสมาชิกดังกล่าว
 7. การเรียบเรียงรายละเอียดเกี่ยวกับรายการ

วิธีการเรียบเรียงรายละเอียดในรายการที่ถูกต้อง ดังนี้

- ต้องไม่ใส่รายละเอียดที่ไม่ถูกต้อง
 - ข้อมูลที่ถูกทำรายการต้องเป็นข้อมูลของตัวเองสินค้าเท่านั้น
 - รายละเอียดต้องไม่หมายรวมถึงรายการอื่นๆ
 - ต้องไม่ใส่รายละเอียดเกี่ยวกับยี่ห้อที่ถูกห้ามหรือคำสำคัญต่างๆ ยกเว้นในกรณีการถาม - ตอบ เท่านั้น
 - ไม่ใส่รายละเอียดหรือคำอธิบายที่เกินจริง
 - ระบุวิธีการชำระเงินอย่างชัดเจน เพื่อป้องกันผู้ซื้อจ่ายเงินนอกระบบที่ผู้ขายวางไว้
8. การใช้คีย์เวิร์ดดึงดูดผู้ซื้อในทางที่ผิด (Keyword Spam) การใช้คีย์เวิร์ดเพื่อดึงดูดผู้ซื้อในทางที่ผิด เกิดขึ้นเมื่อผู้ขายเขียนยี่ห้อหรือคีย์เวิร์ดอื่น ๆ ที่ไม่เหมาะสม ลงในชื่อสินค้าหรือรายละเอียดสินค้าเพื่อทำให้ผู้อ่านสนใจเข้ามาดูสินค้า การเขียนคีย์เวิร์ดแบบนี้ห้ามทำบนเว็บไซต์ช้อปปิ้ง ซึ่งคำต่าง ๆ ที่ผู้ขายเขียนต้องเกี่ยวข้องกับสินค้าที่ขายโดยตรง เช่น "ครีมหน้าใสแต่งตั้งภายใน 3 วัน" จะพบว่ามีกรอวดอ้างสรรพคุณในการทำให้หน้าใสได้ภายใน 3 วัน ซึ่งในการระบุหัวข้อสินค้าควรจะเขียนว่า "ครีมบำรุงผิวหน้าทำจากสมุนไพร ไม่เป็นอันตรายต่อผิว" เป็นต้น

9. นโยบายการคิดค่าส่งที่เกินความเหมาะสม
 ผู้ขายสามารถคิดค่าส่งของและค่าดำเนินการส่งสินค้าที่เหมาะสม ทั้งนี้ครอบคลุมถึงค่าส่งไปรษณีย์ ค่าบรรจุหีบห่อ และค่าดำเนินการส่งสินค้า ถึงแม้ว่าเว็บไซต์ขอปิ้งไม่ได้ระบุชัดเจนว่าผู้ขายควรคิดราคาเท่าไร เว็บไซต์ขอปิ้งจะใช้วิจารณ์และฟังจากสมาชิกคนอื่น ๆ ที่รายงานเข้ามาว่าค่าส่ง ค่าดำเนินการ ค่าบรรจุหีบห่อ และ/หรือ ค่าประกันสินค้าที่คิดเหมาะสมหรือไม่ ห้ามคิดค่าส่งและค่าดำเนินการเป็นเปอร์เซ็นต์ของราคาที่ขายได้

ข้อห้ามและรายการที่ถูกห้ามขาย

1. ผู้ประกาศจะต้องใส่ข้อมูลให้ถูกต้อง เป็นจริง และสามารถตรวจสอบได้
2. เว็บไซต์ขอปิ้ง ห้าม ประกาศข้อความดังต่อไปนี้
 - ประกาศขายอวัยวะ , อาวุธปืน , อุปกรณ์สะเดาะล็อก, บุหรี่, สัตว์ป่า, วัตถุโบราณที่เป็นสมบัติของชาติ, ของผิดกฎหมายและศีลธรรมทุกชนิด
 - ประกาศขายสินค้าลามกอนาจาร
 - บัตรประจำตัวและใบอนุญาตของทางราชการ
 - เครื่องแบบทางราชการ
 - ยาบรรเทาหรือสารเสพติด
 - เครื่องสำอางที่ผ่านการใช้งานแล้ว
 - กัญชาและเมล็ด
 - อุปกรณ์ที่ใช้สำหรับเสพยาเสพติดทุกชนิด
 - ชิ้นส่วนมนุษย์
 - Mailing List และข้อมูลส่วนบุคคล
 - วัตถุที่ไม่เหมาะสม เช่น หนังสือโป๊, สื่อที่ละเมิดลิขสิทธิ์
 - วัตถุที่เป็นอันตราย ทำให้เกิดความรุนแรง, มีเนื้อหาที่เกี่ยวกับการดูถูกเชื้อชาติ, ศาสนาหรือสีผิว
 - สารฆ่าศัตรูพืชและแมลง
 - บันทึกทางการเมือง
 - สินค้าที่ถูกเรียกคืน
 - ทรัพย์สินที่ถูกขโมยมาและทรัพย์สินที่นำเลข Serial Number ออก
 - หุ่นและการประกันต่างๆ
 - เครื่องมือสำหรับเล่นการพนันทุกชนิด
 - สัตว์และผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสัตว์ป่า
 - หนังสือสัญญา

- ประกาศขายสินค้าประเภทอาหารและยาที่ไม่ได้รับการรับรองจาก อ.ย.
- ลงผิดกลุ่มหรือซ้ำกันมาก ๆ ไม่เกิน 5 รายการ
- ประกาศทางานที่มีลักษณะโฆษณาชวนเชื่อ และ/หรือคลุมเครือ เช่น รวยง่าย ๆ รวยเร็ว ๆ ให้ติดต่อไป (เราจะสงสัยว่าจะเป็นการหลอกลวง สิบแปดมงกุฏ)
- แชร้ถูก โช้ หรือ การสมัครหาเงินทางอินเทอร์เน็ตแบบกรอกแบบสอบถาม หรือ บอกระบายสมาชิก ต่อๆ กันไป หรือ แจกใบปลิว
- การลงประกาศที่มีลักษณะเป็นการ โฆษณา Website หรือมี URL ที่หัวข้อโฆษณา มากกว่าที่จะเป็นการ ใช้บริการตามปกติ
- เสนอข้อมูลเช่น เบอร์เพจ , อีเมล , มือถือ หรือ โทรศัพท์ โดยมีเจตนาถ่มแก้งผู้อื่น
- การลงประกาศที่มีลักษณะเป็นการ โฆษณา Website หรือมี URL ที่หัวข้อ

3. การประมูลที่เป็นการปั่นราคา ห้ามไม่ให้เจ้าของประกาศหรือคนในครอบครัว เพื่อนร่วมงาน นายจ้างหรือ ลูกจ้างเข้ามาทำการเสนอราคาหรือเป็นหน้าม้าในการเสนอราคา (การปั่นราคา)

4. เมื่อการทำรายการเสร็จสิ้นผู้ขายไม่ควรกระทำการ โกงหรือปฏิเสธการส่งของที่มีการจ่ายเงินและผู้ขายยอมรับ การจ่ายเงิน

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ขาย

ผู้ขายสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ซื้อได้ ด้วยวิธีดังต่อไปนี้

1. อธิบายรายละเอียดของสินค้าให้ละเอียด ทั้งลักษณะของสินค้า ขนาด เงื่อนไขต่าง ๆ เป็นต้น
2. เมื่อสินค้าจบการประมูลผู้ขายต้องยอมรับการชำระเงินของผู้ซื้อ ในรูปแบบที่ผู้ขายกำหนดไว้ในรายละเอียด สินค้า
3. มีการจัดส่งสินค้าในเวลาที่เหมาะสมหรือเป็นไปตามที่ตกลงกันไว้ล่วงหน้า เมื่อผู้ขายได้รับการชำระเงิน เรียบร้อยแล้ว
4. ตอบข้อสงสัยเกี่ยวกับตัวสินค้าหรือข้อสงสัยอื่นๆ ของผู้ซื้อ ได้อย่างถูกต้องชัดเจน
5. มีความเอาใจใส่กับผู้ซื้อ ในเรื่องของการติดต่อสอบถามและการจัดส่งสินค้า
6. ในกรณีที่มีปัญหาเกี่ยวกับการส่งสินค้า ผู้ขายจะต้องมีความรับผิดชอบต่อการส่งสินค้าและแก้ไขปัญหา ต่างๆ ให้เรียบร้อย

กฎ กติกา มารยาท สำหรับผู้ซื้อ

นโยบายของเว็บไซต์ชอปปิงในเรื่องของกฎและข้อแนะนำการใช้งาน จะช่วยให้การใช้งานง่ายขึ้น, มีความ ยุติธรรมสำหรับสมาชิกทั้งหมด ผู้ซื้อต้องมีความรับผิดชอบและเข้าใจต่อกฎของเว็บไซต์ชอปปิง

ภาพ ช-4 แสดงกฎ กติกา มารยาทในการประมูล ชอปปิง (ต่อ)

นโยบายของเว็บไซต์ช้อปปิ้ง

- ผู้ซื้อและผู้ขายต้องอยู่ภายใต้ กฎระเบียบ และไม่กระทำการใดๆที่ผิดกฎหมายหรือศีลธรรม
- ให้เกิดความเสียหายกับผู้ซื้อและผู้ขายน้อยที่สุด
- ผู้ซื้อทั้งหมดมีโอกาสเท่าเทียมกัน
- ให้ประสบการณ์ที่ดีในการซื้อสินค้าบนเว็บไซต์ช้อปปิ้ง
- ส่งเสริมให้เกิดสังคมการซื้อขายที่คืบหน้าบนเว็บไซต์ช้อปปิ้ง

สิ่งที่ผู้ซื้อห้ามทำ

- ไม่ชำระเงินค่าสินค้าในรายการที่ซื้อ
- การประมูลโดยไม่มีเจตนาจะทำการประมูลจริงๆ ถือเป็นการประมูลที่ไม่ได้รับอนุญาต
- ใช้ขั้นตอนการประมูลไปในทางที่ไม่เหมาะสม
- ประมูลหรือซื้อสินค้าที่ก่อให้เกิดความวุ่นวายหรือ ไม่ได้อ่านเงื่อนไขในการขายสินค้าให้ถี่ถ้วน
- เป็นหน้าม้าเข้ามาทำการประมูลเพื่อทำให้ราคาสินค้าราคาสูงขึ้น(ปั่นราคา)
- ผู้ซื้อและผู้ขายไม่ควรไปทำการติดต่อซื้อขายกันนอกเว็บไซต์ช้อปปิ้ง

การกระทำที่ฝ่าฝืนนโยบายจะทำให้เกิดผล

- ยกเลิกรายการสินค้า
- ตัดสิทธิพิเศษของสมาชิก
- พักการใช้งานของสมาชิก
- ยึดค่าธรรมเนียมของรายการที่ถูกยกเลิก

ท่านสามารถรายงานการฝ่าฝืนกฎระเบียบได้ โดยที่ท่านจะต้อง "เข้าสู่ระบบ" และเข้าไปที่ มุมสมาชิก ในส่วนของ "แจ้งเรื่องร้องเรียน" หลังจากได้รับรายงานการร้องเรียนแล้วทางเว็บไซต์จะดำเนินการ ดังนี้

- พิจารณาสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ก่อนที่จะดำเนินการใดๆ ต่อไป
- ถ้าการร้องเรียนนั้นไม่สามารถพิสูจน์ได้ว่าเกิดขึ้นจริง จะไม่มีการลงโทษตามที่แจ้งเข้ามา
- ถ้าเป็นปัญหาส่วนตัวที่ทางเว็บไซต์ไม่สามารถตัดสินใจแก้ปัญหาให้ได้จะไม่มีการลงโทษ

ภาพ ช-5 แสดงกฎ กติกา มารยาทในการประมูล ชอปปิ้ง (ต่อ)

การป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์

โครงการป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์

วัตถุประสงค์

โครงการนี้ถูกสร้างขึ้นเพื่อช่วยในการค้นหา ตรวจสอบและป้องกัน การละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา แก่เจ้าของลิขสิทธิ์และผู้ขายสินค้า เพื่อให้เกิดการซื้อขายอย่างเป็นธรรมที่สุดแก่ทั้งสองฝ่าย อย่างไรก็ตามทาง บริษัท สนุก ซ้อปปี้ง จำกัด ไม่ใช่ผู้เชี่ยวชาญด้านสิทธิทางปัญญาในทุกชนิดสินค้าที่มีมากกว่า 100 หมวดหมู่นิต้านบนเว็บไซต์ และไม่สามารถตรวจสอบผู้ขายที่มีการลงขายสินค้านับพันชิ้นต่อวันได้ แต่ทาง บริษัท สนุก ซ้อปปี้ง จำกัด เองก็ต้องการให้ความช่วยเหลือแก่เจ้าของลิขสิทธิ์ในการป้องกันการถูกละเมิดลิขสิทธิ์ โดยใช้โครงการนี้เป็นส่วนช่วยเหลือในการค้นหา ตรวจสอบสินค้า และใช้เป็นตัวกลางในการบอกข่าวสารข้อมูลต่างๆเกี่ยวกับลิขสิทธิ์ของตนเอง ให้แก่ผู้ขายได้รับรู้ เพื่อป้องกันมิให้เกิดการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาเกิดขึ้น

ประโยชน์ที่จะได้รับ

เจ้าของสิทธิ

- ค้นหาและบันทึกผลการค้นหาที่คุณสนใจได้
- แจ้งรายการที่มีการละเมิดลิขสิทธิ์หรือผิดนโยบายที่กำหนดไว้ แก่ บริษัท สนุก ซ้อปปี้ง จำกัด เพื่อดำเนินการแก้ไข

ผู้ขาย

- ดูข้อมูลเจ้าของทรัพย์สินทางปัญญา ที่ได้แสดงตัวกับ บริษัท สนุก ซ้อปปี้ง จำกัด
- ร้องเรียนถึงการถูกกล่าวหาว่าเป็นผู้ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา จากเจ้าของสิทธิได้

การสมัครเข้าร่วมโครงการป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์

เจ้าของลิขสิทธิ์

1. การสมัครใช้บริการ ดาวน์โหลด แบบฟอร์มแจ้งการละเมิดลิขสิทธิ์ และ แบบฟอร์มขอตกลงข้อมูลส่วนบุคคล
2. กรอกรายละเอียดข้อมูลต่างๆ รวมถึงแนบเอกสารที่จะแสดงความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ให้กับ บริษัท สนุก ซ้อปปี้ง จำกัด ส่งเอกสารข้อมูลต่างๆ ได้ทางแฟกซ์: 0-2955-0300 หรืออีเมลล์ CS@shopping.co.th
3. บริษัท สนุก ซ้อปปี้ง จำกัด จะทำการตรวจสอบความถูกต้องและครบถ้วนของเอกสารต่างๆ ที่ได้รับ
4. ถ้าเอกสารถูกต้อง บริษัท สนุก ซ้อปปี้ง จำกัด จะออก ID ใช้บริการให้แก่เจ้าของสิทธิและแจ้งให้ทราบทางเมลล์ ถ้าเอกสารไม่ถูกต้องหรือแนบรายละเอียดต่างๆไม่ครบถ้วน บริษัท สนุก ซ้อปปี้ง จำกัด จะแจ้งกลับไปยังเจ้าของสิทธิให้ทำการกรอกรายละเอียดข้อมูลอีกครั้ง

ภาพ ซ-1 แสดงการป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์

ผู้ขาย

ผู้ขายจะสามารถใช้บริการโครงการป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ได้เมื่อสมัครสมาชิก Shopping.co.th ทั้งนี้เนื่องจากผู้ขายเองจะสามารถเข้าไปดูข้อมูลของเจ้าของลิขสิทธิ์ได้ตลอดเวลา ก่อนจะเริ่มทำการขายสินค้า เพื่อป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ของสินค้าที่นำมาทำการขาย

การรายงานการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาและการร้องเรียนการถูกกล่าวอ้าง

1. เจ้าของสิทธิค้นหาสินค้า ได้จาก การค้นหาสินค้า
2. จุดบันทึกหมายเลขสินค้าที่ละเมิดลิขสิทธิ์ แล้วส่งแบบฟอร์มแจ้งการละเมิดลิขสิทธิ์มายังเจ้าหน้าที่ บริษัท สนุก ซ้อปปี้ง จำกัด โดยสามารถดาวน์โหลดแบบฟอร์มได้โดย [คลิกที่นี่](#)
3. เจ้าหน้าที่จะส่งเมลล์ ยืนยัน การแจ้งการละเมิดลิขสิทธิ์ ให้แก่เจ้าของสิทธิ โดยในเมลล์จะมีรายละเอียดเกี่ยวกับหมายเลขการร้องเรียน เพื่อนำไปใช้ตรวจสอบว่า ทาง บริษัท สนุก ซ้อปปี้ง จำกัด ได้ดำเนินการถึงขั้นไหนแล้ว
4. ทางเจ้าหน้าที่ จะส่งเมลล์แจ้งไปยัง ผู้ขาย ว่าสินค้าที่ทำรายการอยู่มีการละเมิดลิขสิทธิ์
5. ผู้ขายยอมรับ ว่ามีรายการละเมิดลิขสิทธิ์
 - 5.1 ผู้ขาย แจ้งความยินยอม กับ บริษัท สนุก ซ้อปปี้ง จำกัด ในการนำรายการที่ละเมิดลิขสิทธิ์ออก
 - 5.2 บริษัท สนุก ซ้อปปี้ง จำกัด จะดำเนินการนำรายการที่ละเมิดลิขสิทธิ์ออก
 - 5.3 ทาง บริษัท สนุก ซ้อปปี้ง จำกัด แจ้งไปยัง เจ้าของสิทธิ ว่าได้ดำเนินการนำรายการสินค้าออก เรียบร้อยแล้ว
6. กรณีที่ผู้ขายไม่ยอมรับ ว่ารายการนั้นละเมิดลิขสิทธิ์
 - 6.1 ผู้ขายจุดบันทึก หมายเลขการร้องเรียน แล้วแจ้งเจ้าหน้าที่โดยส่งอีเมลล์ในหัวข้อ "แจ้งการถูกกล่าวอ้าง" มายัง CS@shopping.co.th หรือส่งแฟกซ์มาที่ 0-2955-0300 ทั้งนี้ ขอให้ผู้ขายแจ้งรายละเอียดให้สมบูรณ์พร้อมแนบหลักฐานที่ แสดงว่า สินค้าที่นำมาขายนั้นถูกต้องตามลิขสิทธิ์
 - 6.2 ทาง บริษัท สนุก ซ้อปปี้ง จำกัด จะทำตรวจสอบเอกสารและหลักฐาน พร้อมส่งไปให้กับทางเจ้าของสิทธิ ตรวจสอบถึง ความถูกต้องของสินค้า
 - 6.3 เจ้าของสิทธิยอมรับ ว่าสินค้าที่ทำรายการถูกต้อง
 - 6.3.1 ทาง บริษัท สนุก ซ้อปปี้ง จำกัด แจ้งไปยังผู้ขาย ว่าสินค้าถูกต้องสามารถทำการขายต่อได้
 - 6.4 กรณีที่ เจ้าของสิทธิไม่ยอมรับ ในหลักฐานของผู้ขาย
 - 6.4.1 บริษัท สนุก ซ้อปปี้ง จำกัด จะตรวจสอบเหตุผลที่เจ้าของสิทธิ ไม่ยอมรับในสินค้า
 - 6.4.2 ทาง บริษัท สนุก ซ้อปปี้ง จำกัด จะกลับไปทำขั้นตอนที่ 4

ภาพ ซ-2 แสดงการป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ (ต่อ)

จะป้องกันการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาได้อย่างไร

บริษัท สนุก ช้อปปี้ จำกัด ได้ให้ความสำคัญคุ้มครองสิทธิทางปัญญาแก่เจ้าของสิทธิและเพื่อความปลอดภัยกับผู้ใช้งานในการชื้อขายนั้น. บริษัท สนุก ช้อปปี้ จำกัด ได้จัดทำโครงการป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ เพื่อให้เจ้าของสิทธิแสดงตัวได้อย่างสะดวกทาง บริษัท สนุก ช้อปปี้ จำกัด ให้ความสำคัญใส่ใจกับสินค้าที่ได้รับแจ้งและทำการลบรายการสินค้านั้นออก เมื่อได้รับข้อร้องเรียนและตรวจสอบอย่างถูกต้องแล้ว

เพื่อหลีกเลี่ยงการขายสินค้าที่อาจจะละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา ท่านควรจะ :

- เรียนรู้นโยบายทรัพย์สินทางปัญญา บนเว็บไซต์ Shopping.co.th
- อ่านคำแนะนำบนเว็บไซต์ ให้เข้าใจ
- ทบทวนรายการสินค้าของเจ้าของลิขสิทธิ์
- เจ้าของสิทธิที่เข้าร่วมโครงการป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ ควรระบุข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายของตนในการป้องกันทรัพย์สินทางปัญญา

F&Q

- **บริษัท สนุก ช้อปปี้ จำกัด จะช่วยเหลืออย่างไรในการนำรายการสินค้าที่ละเมิดลิขสิทธิ์ออกจากระบบ**

เจ้าของสิทธิจะต้องสมัครเข้าร่วมโครงการโดยกรอกแบบฟอร์มแจ้งการละเมิดลิขสิทธิ์และแบบฟอร์มข้อตกลงข้อมูลส่วนบุคคล และส่งมายังเจ้าหน้าที่ของบริษัทฯ เพื่อตรวจสอบก่อน กรณีที่ท่านเป็นสมาชิกโครงการแล้ว ท่านสามารถส่งแบบฟอร์มแจ้งการละเมิดลิขสิทธิ์เมื่อพบรายการละเมิดลิขสิทธิ์เพิ่มเติมบนเว็บไซต์ได้

- **ข้อมูลส่วนตัวของคุณจะถูกแสดงอย่างไร**

เว็บไซต์ Shopping.co.th จะไม่ประกาศข้อมูลทางการเงินของคุณให้กับบุคคลที่สาม ยกเว้นแต่จะมีคำสั่งพิเศษจากศาล หรือ มีผลบังคับทางกฎหมาย

ภาพ ซ-3 แสดงการป้องกันการละเมิดสิทธิ (ต่อ)

เกี่ยวกับกฎหมาย / Legal note

ข้อกำหนดและเงื่อนไขของเว็บไซต์ชอปปิง

บริษัท สนุก ชอปปิง จำกัด ("บริษัท") ขอขอบพระคุณท่านผู้ใช้บริการทุกท่าน ที่เข้ามาเยี่ยมชม และใช้บริการทำธุรกรรมต่าง ๆ ผ่านเว็บไซต์ของบริษัท เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่น และทำความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้บริการของบริษัท บริษัทขอเรียนว่าบริษัทมีนโยบายในการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการทุกท่านโดยสังเขปดังนี้

ข้อมูลส่วนบุคคล (Privacy notes)

ข้อมูลส่วนบุคคล ที่ท่านได้ให้หรือ ใช้ผ่านการประมวลผล ของเครื่องคอมพิวเตอร์ ที่ควบคุมการทำงานของเว็บไซต์ของบริษัททั้งหมดนั้น ท่านยอมรับและตกลงว่าเป็นสิทธิ และกรรมสิทธิ์ของบริษัท ซึ่งบริษัท จะใช้ความพยายามอย่างดีที่สุดที่จะคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลดังกล่าว โดยบริษัทขอเรียนว่า ปัจจุบัน บริษัทได้ใช้ระบบรักษาความปลอดภัยที่ได้มาตรฐานระดับสากล เพื่อคุ้มครองข้อมูลดังกล่าว อย่างไรก็ตาม เพื่อความปลอดภัยในข้อมูลส่วนบุคคลของท่าน ท่านต้องปฏิบัติตามข้อกำหนด และเงื่อนไข การใช้บริการและเว็บไซต์ของบริษัทโดยเคร่งครัด

ในกรณีที่ท่านได้รับความเสียหาย อันเกิดจากความสูญหาย หรือเสียหายของข้อมูลส่วนบุคคล หรือเกิดจากเหตุใดก็ตาม ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเฉพาะ เกิดจากการถูกจารกรรม โดยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ (hack) หรือเกิดจากเหตุสุดวิสัย หรือไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น บริษัทขอสงวนสิทธิ ในการปฏิเสธ ความรับผิดชอบ จากเหตุดังกล่าวทั้งหมด และบริษัทไม่ต้องรับผิดชอบต่อความเสียหาย สูญหายใดๆ ที่เกิดขึ้นทั้งสิ้น

เพื่อความปลอดภัยในข้อมูลส่วนบุคคลของท่าน และผู้ให้บริการท่านอื่น และเพื่อความเป็นระเบียบเรียบร้อยในการใช้บริการ ท่านตกลงว่า ท่านจะไม่กระทำการใด อันเป็นการล่วงละเมิดสิทธิส่วนบุคคล หรือสิทธิอื่นใดของบุคคลภายนอก และ/หรือสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาของบริษัท หรือของบุคคลภายนอก รวมทั้งต้องไม่กระทำการใดอันขัดต่อกฎหมาย และ/หรือศีลธรรมอันดีของประชาชน โดยจะไม่ส่งเนื้อหา รวมถึงการนำข้อความรูปภาพ หรือ ภาพเคลื่อนไหว ที่ไม่เหมาะสม ไม่สุภาพ มีลักษณะเสียดสี ก่อให้เกิดความขัดแย้ง เป็นความลับ หรือเป็นเท็จ รวมทั้งข้อความและรูปภาพที่มีลักษณะขัดต่อกฎหมาย หรือศีลธรรมอันดีของประชาชน เผยแพร่ผ่านบริการ หรือกระทำการอื่นใดอันอาจก่อให้เกิดความเสียหาย หรือเสียหายต่อบริษัท และ/หรือบุคคลภายนอก หากปรากฏว่ามีการส่งเนื้อหา รวมถึงการนำข้อความ รูปภาพที่มีลักษณะ ขัด ละเมิดต่อกฎหมายตามข้อความในวรรคนี้ หรือ สนุกมีเหตุผลในการสงสัยว่าข้อมูลดังกล่าวไม่เป็นจริง ไม่ถูกต้อง สนุก! ขอสงวนสิทธิ ในการลบ ระงับ ข้อความ รูปภาพ ใด ๆ โดยไม่ต้องบอกกล่าวล่วงหน้า และสนุก! ไม่ต้องรับผิดชอบต่อความเสียหายใด ๆ ทั้งสิ้น

สิทธิส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการสมาชิก

บริษัทฯ มีนโยบายในการเคารพสิทธิส่วนบุคคลของสมาชิก บริษัทฯ จะไม่ทำการตรวจสอบ แก้ไข ข้อมูล เว้นแต่ว่าบริษัทฯ มีความเชื่อที่ดีว่า การกระทำดังกล่าวจำเป็นเพื่อที่จะ :

- ทำตามความต้องการทางกระบวนการด้านกฎหมาย;
- เพื่อป้องกันและปกป้องสิทธิหรือทรัพย์สินของบริษัทฯ;
- เพื่อบังคับให้เป็นไปตามเงื่อนไขในการให้บริการของบริษัทฯ; หรือ
- กระทำเพื่อปกป้องผลประโยชน์ของสมาชิกอื่น

การไม่เป็นตัวแทนข้อมูลข่าวสาร การสละข้อเรียกร้อง (Disclaimer policy)

ข้อมูลที่บริษัทได้รับจากท่าน บริษัทจะนำมาพัฒนาแก้ไข ปรับปรุงเพื่อให้บริการเว็บไซต์ ของบริษัทมี ประสิทธิภาพ และก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ใช้บริการ การนำเสนอข้อมูล ข่าวสาร บทความ หรือ ข้อความอื่นใดทั้งหมดในเว็บไซต์ นี้เป็นเพียงการให้บริการ รวบรวมข้อมูล ความรู้ ฐานข้อมูลทางวิชาการ และความรู้ด้านต่าง ๆ รวมทั้งเป็นเวทีแสดงความคิดเห็น หรือแลกเปลี่ยน ข้อมูลข่าวสาร ระหว่าง ผู้ใช้บริการ ด้วยกันเท่านั้น ดังนั้น บริษัทจึงไม่รับรองว่าบรรดาข้อมูล ข่าวสาร บทความ หรือข้อความอื่นใด ปรากฏผ่านบริการและที่อยู่บนเว็บไซต์นี้ ถูกต้อง สมบูรณ์ ปราศจากข้อบกพร่อง เสียหาย หรือสม ประโยชน์ใดโดยเฉพาะ

บริษัทขอเรียนว่า บริษัทไม่ใช่ตัวแทน หุ่นส่วน หรือมีนิติสัมพันธ์ใด ๆ กับเจ้าของข้อมูลข่าวสาร บทความ หรือข้อความใด ๆ ซึ่งปรากฏอยู่บนเว็บไซต์ของบริษัท บริษัทขอเรียนว่าเว็บไซต์นี้เป็นเพียงสื่อกลาง ที่ใช้ ในการส่งผ่านข้อมูล ระหว่างผู้ใช้บริการ และเจ้าของข้อมูลข่าวสาร ในด้านต่าง ๆ เท่านั้น โดยบริษัทไม่ สามารถตรวจสอบ หรือทราบถึงแหล่ง ที่มาและ/หรือรายละเอียด ของเนื้อหา ทั้งหมดของเว็บไซต์ ดังนั้น การนำเสนอข้อมูล ดังกล่าวหาก ก่อให้เกิดความเสียหาย แก่ผู้ใช้บริการหรือบุคคลภายนอก จึงไม่ก่อให้เกิดสิทธิ ความรับผิดชอบ และ/หรือ ภาระผูกพันทาง กฎหมายไม่ว่ากรณีใด ๆ ทั้งสิ้น ระหว่างบริษัท เจ้าของ ข้อมูลข่าวสาร ผู้ใช้บริการ สมาชิกของเว็บไซต์ และบุคคลภายนอก

ลิขสิทธิ์ตามกฎหมาย (Copyrights)

บริษัทขอแจ้งให้ผู้ใช้บริการทั่วไปทราบว่า บรรดาข้อความ ภาพ เสียง เนื้อหา ส่วนประกอบใด ๆ ทั้งหมด ของเว็บไซต์ รวมถึง แต่ไม่จำกัดเฉพาะเครื่องหมายการค้า เครื่องหมายบริการ ชื่อ ชื่อทางการค้า สิทธิบัตร โฉวฮาวส์ ฯลฯ ที่ปรากฏบนเว็บไซต์ของบริษัทนี้ เป็นงานอันได้รับ ความคุ้มครอง ตามกฎหมาย ทรัพย์สินทางปัญญา ของไทยโดยชอบด้วยกฎหมายของบริษัทแต่เพียงผู้เดียว

หากบุคคลใด ลอกเลียน ปลอมแปลง ทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่ต่อสาธารณชน จำหน่าย มีไว้ให้เช่าหรือ กระทำการใด ๆ ในลักษณะที่เป็นการแสวงหาประโยชน์ ทางการค้าหรือ ประโยชน์โดยมิชอบ ไม่ว่าโดย ประการใด ๆ จากทรัพย์สินทางปัญญาดังกล่าวข้างต้น โดยไม่ได้รับอนุญาตจากบริษัท บริษัทจะ ดำเนินการตามกฎหมายกับผู้ละเมิดสิทธิดังกล่าวโดยทันที

บริษัทสงวนสิทธิที่จะแก้ไข ปรับปรุง และเปลี่ยนแปลงข้อความทางกฎหมายนี้ได้ตลอดเวลา ตามที่บริษัท เห็นสมควร โดยไม่ต้องบอกกล่าว

ภาพ ฅ-2 แสดงกฎหมาย (ต่อ)

เงื่อนไขและข้อกำหนดในการใช้บริการ

เงื่อนไขและข้อกำหนดในการใช้บริการ? MThai Marketplace

บริษัท โมโนเทคโนโลยี จำกัด ได้เปิดบริการ MThai Marketplace ในเว็บไซต์ MThai.com เพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้บริการเว็บ MThai.com ขอเรียนแจ้งให้ทราบถึงข้อตกลง และเงื่อนไขการให้บริการเว็บไซต์ เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้เข้ามาเยี่ยมชมและใช้บริการต่างๆ ของเว็บไซต์ ดังนี้

ข้อมูลส่วนบุคคล (Privacy notes)

ข้อมูลส่วนบุคคลที่ผู้ใช้บริการ และเจ้าของข้อมูลได้ให้หรือใช้ โดยผ่านการประมวลผลของเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ควบคุมการทำงานของเว็บไซต์นั้น ให้เป็น สิทธิและกรรมสิทธิ์ของ บริษัท โมโนเทคโนโลยี จำกัด ซึ่ง บริษัทจะให้ความคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลดังกล่าวอย่างดีที่สุด อย่างไรก็ตาม เพื่อความปลอดภัยใน ข้อมูลส่วนบุคคลของท่าน ท่านควรปฏิบัติตามข้อตกลง และเงื่อนไขการให้บริการของบริษัทโดยเคร่งครัด

ในกรณีที่ข้อมูลส่วนบุคคลดังกล่าวถูกโจรกรรมโดยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ (Hack) หรือสูญหาย เสียหายอันเนื่องจากเหตุสุดวิสัย หรือไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้นบริษัท โมโนเทคโนโลยี จำกัด ขอสงวนสิทธิ์ในการปฏิเสธความรับผิดชอบจากเหตุดังกล่าวทั้งสิ้น? อนึ่ง บริษัท โมโนเทคโนโลยี จำกัด ขอสงวนสิทธิ์ที่จะลบหรือนำเสนอข้อมูลส่วนบุคคลของท่านหรือไม่และเมื่อใดก็ได้?? โดยไม่ต้องบอกกล่าวล่วงหน้า

ข้อยกเว้นความรับผิด (Disclaimer policy)

การนำเสนอข้อมูล ภาพ เสียง ข่าวสาร บทความ หรือข้อความอื่นใดเกี่ยวกับสินค้า และ/หรือบริการ ("เนื้อหาในเว็บไซต์") ในเว็บไซต์นี้เกิดจากและอยู่ในความรับผิดชอบของเจ้าของข้อมูล และผู้ใช้บริการเท่านั้น บริษัท โมโนเทคโนโลยี จำกัด ทำหน้าที่เป็นเพียงสื่อกลางช่วยอำนวยความสะดวกในการส่งผ่าน และเป็นเวทีแสดงความคิดเห็น หรือแลกเปลี่ยนเนื้อหาในเว็บไซต์ระหว่างเจ้าของข้อมูล และผู้ใช้บริการเท่านั้น โดย บริษัท โมโนเทคโนโลยี จำกัด ไม่สามารถตรวจสอบ หรือทราบถึงแหล่งที่มา และ/หรือรายละเอียดของเนื้อหาในเว็บไซต์ได้ ดังนั้น บริษัท โมโนเทคโนโลยี จำกัด จึงไม่รับรองความถูกต้อง สมบูรณ์ และสมประสงค์ของสินค้า และ/หรือบริการ ตลอดจนเนื้อหาในเว็บไซต์ ดังนั้น หากเนื้อหาในเว็บไซต์นี้ ก่อให้เกิดความเสียหายแก่เจ้าของข้อมูล ผู้ใช้บริการ หรือบุคคลภายนอก หรือสินค้า และ/หรือบริการที่เสนอผ่านเว็บไซต์นี้ไม่สมตามความประสงค์ หรือสมประโยชน์ต่อผู้ใช้บริการก็ตาม ก็ไม่ก่อให้เกิดสิทธิ ความรับผิด และ/หรือ ภาระผูกพันทางกฎหมายไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้นต่อ บริษัท โมโนเทคโนโลยี จำกัด

ลิขสิทธิ์ตามกฎหมาย (Copyrights)

เนื้อหาในเว็บไซต์นี้ รวมถึง เครื่องหมายการค้า เครื่องหมายบริการ ชื่อ ชื่อทางการค้า สิทธิบัตร โฉนด ฯลฯ ที่ปรากฏบนเว็บไซต์นี้ เป็นงานอันได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา ของไทยโดยชอบด้วยกฎหมายของ บริษัท โมโนเทคโนโลยี จำกัด แต่เพียงผู้เดียว?? หากบุคคลใด ลอกเลียน ปลอมแปลง ทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่ต่อสาธารณชน จำหน่าย มีไว้ให้เข้าหรือกระทำการใดๆ ในลักษณะที่เป็นการแสวงหาประโยชน์ทางการค้า หรือประโยชน์อื่นใดโดยมิชอบจากทรัพย์สินทางปัญญาดังกล่าวข้างต้น โดยไม่ได้รับอนุญาต บริษัท โมโนเทคโนโลยี จำกัด จะดำเนินการตามกฎหมาย กับผู้ละเมิดลิขสิทธิ์ดังกล่าว

ข้อตกลงและเงื่อนไขอื่นๆ (Other terms and conditions)

ผู้ใช้บริการ ตกลง และรับทราบว่า สินค้า และ/หรือบริการ ตลอดจนเนื้อหาในเว็บไซต์ถูกจัดเตรียมขึ้นโดยเจ้าของข้อมูลเท่านั้น ผู้ใช้บริการจำเป็นต้องใช้วิจารณญาณ และความระมัดระวังในการติดต่อ ชื่อ ขาย หรือกระทำธุรกรรมอื่นใดผ่านเว็บไซต์นี้ ทั้งนี้ บริษัท โมโนเทคโนโลยี จำกัด เป็นเพียงสื่อกลางไม่สามารถรับประกัน และไม่สามารถรับผิดชอบใดๆ ทั้งสิ้นต่อสินค้า และ/หรือบริการ รวมถึงคุณภาพ ปริมาณ ราคา และระยะเวลาในการส่งมอบ โดยเจ้าของข้อมูลจะต้องรับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่เกิดขึ้นกับผู้ใช้บริการเองทั้งสิ้น? ผู้ใช้บริการและเจ้าของข้อมูลที่ใช้บริการเว็บ MThai.com นี้ จะต้องไม่กระทำการใดอันเป็นการล่วงละเมิดสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาของ บริษัท โมโนเทคโนโลยี จำกัด หรือของบุคคลภายนอก? ห้ามมิให้ผู้ให้บริการ และเจ้าของข้อมูลที่ใช้บริการเว็บ MThai.com นี้กระทำการใดอันเป็นการขัดต่อกฎหมาย และ/หรือศีลธรรมอันดีของประชาชน?? ห้ามมิให้ผู้ให้บริการ และเจ้าของข้อมูลที่ใช้บริการเว็บ MThai.com นี้นำข้อความและรูปภาพที่ไม่เหมาะสม ไม่สุภาพ มีลักษณะเสียดสี ก่อให้เกิดความขัดแย้ง หรือเป็นเท็จ รวมทั้งข้อความและรูปภาพที่มีลักษณะขัดต่อกฎหมาย หรือศีลธรรมอันดีของประชาชนเผยแพร่บนเว็บไซต์นี้? บริษัท โมโนเทคโนโลยี จำกัด ขอสงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลง แก้ไข ลบ ระงับ หรือยกเลิกเนื้อหาในเว็บไซต์ที่เผยแพร่บนเว็บไซต์นี้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน และเมื่อใดก็ได้ตามที่? บริษัท โมโนเทคโนโลยี จำกัด เห็นสมควรโดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า และ บริษัท โมโนเทคโนโลยี จำกัด ไม่ต้องรับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ทั้งสิ้น??? บริษัท โมโนเทคโนโลยี จำกัด ขอสงวนสิทธิ์ในการพิจารณาแก้ไขข้อตกลงและเงื่อนไขในการให้บริการเว็บไซต์นี้ เมื่อใดและอย่างไรก็ได้ตามความเหมาะสม โดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า

ทั้งนี้การเยี่ยมชมและ/หรือ การใช้บริการต่างๆ ในเว็บไซต์นี้ บริษัท โมโนเทคโนโลยี จำกัด ขอสงวนสิทธิ์ถือว่าเป็นการแสดงเจตนารมณ์ที่จะปฏิบัติตามข้อตกลง และเงื่อนไขที่ บริษัท โมโนเทคโนโลยี จำกัด กำหนดไว้ดังกล่าวข้างต้นทุกประการ

ภาพ ฤ แสดงเงื่อนไข และข้อกำหนดในการใช้บริการของ Market Place

ผลิตภัณฑ์ดาวน์โหลดเพลงริงโทน

เว็บไซต์สนุกดอทคอม

การโหลดเพลงลงในโทรศัพท์มือถือ ผู้ใช้บริการสามารถเลือกเพลง และชำระเงินผ่านทางโทรศัพท์มือถือ หรือผ่านบัตรเครดิต



ภาพ ฉาย แสดงการเลือกระบบโทรศัพท์ที่จะดาวน์โหลดริงโทน



ภาพ ฉาย-1 แสดงการดาวน์โหลดเพลงเพื่อลงคอมพิวเตอร์

ค้นหา ชื่อเพลง/นักร้อง/อัลบั้ม ชื่อเพลง GO แนวเพลง GO ค้นหาโดยค้นตามตัวอักษร VIEW CART **สินค้า!**

หน้าหลัก > Ludwig van Beethoven > The Ultimate Most Relaxing Beethoven In The Universe

รายละเอียด : The Ultimate Most Relaxing Beethoven In The Universe

The Ultimate Most Relaxing Beethoven In The Universe
 Release date: 28/09/2007
 Total songs: 14
 สังกัด: Warner Music

ฟังเพลง ชื่อเพลง ชื่อเพลง

	"Archduke" Piano Trio: III. Andante cantabile	
	"Moonlight" Sonata	
	Fur Elise	
	Pathetique Sonata - Adagio	
	Quartet No. 14 in C-sharp minor, Op. 131 - Andante ma non troppo e molto cantabile	
	Septet in E-flat Major, Op. 20: II. Adagio cantabile	
	Concert in E-flat major, Op. 9th, Adagio	

RECOMMENDED
HOT ALBUM

OST Coffee Prince
 OST Coffee Prince

HOT TRACKS
หนอนผีเสื้อ
 พงษ์ ภิเษกร
สะเลย
 INFAMOUS
กบกลางคืน
 INFAMOUS
Go Go Chan
 OST Coffee Prince

PROMOTION **SAVE**

ภาพ ฎ-2 แสดงการเลือกเพลง ค่ายเพลง

รายการสั่งซื้อ ชื่อช่วยเหลือ

Payment

โปรโมชั่น
 พบกับรายการส่งเสริมการขายรูปแบบใหม่! เร็วทัน!

ลำดับ	สินค้า	จำนวน	ราคาต่อหน่วย	รวม	ยกเลิกสินค้า	สถานะ
1	"Archduke" Piano Trio: III. Andante cantabile	1	26.75	26.75	<input type="checkbox"/>	

ราคาทั้งหมดรวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว ราคารวม(บาท) **26.75** **ยกเลิก**

พาอะไร enhanced by **Canale**

ภาพ ฎ-3 แสดงการสั่งซื้อเพลงที่เลือก

MY CART Continue Shopping My Cart

PAYMENT

เลือกวิธีชำระเงิน

กรุณาเลือกวิธีการชำระเงิน และกด Submit

รายการเพลงที่เลือก

ชื่อเพลง	ศิลปิน	อัลบั้ม	File Type	ราคา(B)
1. หนึ่งหนึ่ง (Version CC.)	A Cappella 7	LOVE MAKER by AM.PM re-package	[mp3]	40.00
Total ::				40.00

ชำระเงินด้วยโทรศัพท์มือถือ (AIS, GSM1800, DTAC, TrueMove(Orange))
 Credit Card.

ภาพ ฎ-4 แสดงการชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือหรือบัตรเครดิต

ภาคผนวก ก

ข้อมูลสมาคมผู้ดูแลเว็บไทย

ข้อมูลสภาวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไทย

วัตถุประสงค์การจัดตั้งสมาคมผู้ดูแลเว็บไทย

THAI WEBMASTER
ASSOCIATION
สมาคมผู้ดูแลเว็บไทย

หน้าแรก ข่าวและประชาสัมพันธ์ โครงการ บทความวงการเว็บ ปฏิทินกิจกรรมไอที ภาพกิจกรรม สมาชิก **เกี่ยวกับสมาคม**

วัตถุประสงค์ ข้อบังคับสมาคม ทำเนียบกรรมการสมาคม

วัตถุประสงค์การจัดตั้งสมาคมผู้ดูแลเว็บไทย

1. เป็นศูนย์กลางแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ ความคิดเห็น ระหว่างสมาชิก และส่งเสริมการเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อ การศึกษาและวัฒนธรรม
2. ปกป้องและคุ้มครองสมาชิกของสมาคมผู้ซึ่งปฏิบัติหน้าที่โดยชอบ
3. ส่งเสริมวิชาชีพผู้ดูแลและพัฒนาเว็บ และยกระดับสมาชิกของสมาคมให้สูงขึ้นทั้งด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านวิชาการ และจริยธรรม
4. เป็นศูนย์กลางเพื่อประสานงานให้เกิดผลที่นำไปสู่การแก้ไขปัญหาของสังคมสารสนเทศ รวมทั้งคุ้มครองผู้บริโภคด้านเทคโนโลยี สารสนเทศ
5. ผดุงไว้ซึ่งมาตรฐานอันดีงามและการป่าเหี่ยว頓ของสมาชิกให้เป็นไปตามจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพ
6. ส่งเสริมความสามัคคี ภราดรภาพ และกิจกรรมสาธารณะกุศลในหมู่สมาชิก



สมาคมผู้ดูแลเว็บไทย
THAI WEBMASTER
ASSOCIATION

ภาคผนวก ก

ข้อมูลสมาคมผู้ดูแลเว็บไทย

ข้อมูลสภาวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไทย

วัตถุประสงค์การจัดตั้งสมาคมผู้ดูแลเว็บไทย

THAI WEBMASTER
ASSOCIATION
สมาคมผู้ดูแลเว็บไทย

หน้าแรก ข่าวและประชาสัมพันธ์ โครงการ บทความวงการเว็บ ปฏิทินกิจกรรมไอที ภาพกิจกรรม สมาชิก **เกี่ยวกับสมาคม**

วัตถุประสงค์ ข้อบังคับสมาคม ทำเนียบกรรมการสมาคม

วัตถุประสงค์การจัดตั้งสมาคมผู้ดูแลเว็บไทย

1. เป็นศูนย์กลางแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ ความคิดเห็น ระหว่างสมาชิก และส่งเสริมการเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อ การศึกษาและวัฒนธรรม
2. ปกป้องและคุ้มครองสมาชิกของสมาคมผู้ซึ่งปฏิบัติหน้าที่โดยชอบ
3. ส่งเสริมวิชาชีพผู้ดูแลและพัฒนาเว็บ และยกระดับสมาชิกของสมาคมให้สูงขึ้นทั้งด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านวิชาการ และจริยธรรม
4. เป็นศูนย์กลางเพื่อประสานงานให้เกิดผลที่นำไปสู่การแก้ไขปัญหาของสังคมสารสนเทศ รวมทั้งคุ้มครองผู้บริโภคด้านเทคโนโลยี สารสนเทศ
5. ผดุงไว้ซึ่งมาตรฐานอันดีงามและการป่าเหี่ยว頓ของสมาชิกให้เป็นไปตามจริยธรรมแห่งวิชาชีพ
6. ส่งเสริมความสามัคคี ภราดรภาพ และกิจกรรมสาธารณะกุศลในหมู่สมาชิก



สมาคมผู้ดูแลเว็บไทย
THAI WEBMASTER
ASSOCIATION

ความ รูปภาพ หรือสัญลักษณ์สื่อความหมายอื่น ทั้งนี้ การคัดลอกดังกล่าว จะต้องเป็นไปเพื่อประโยชน์ทางการศึกษาวิจัยอันมีใช้การกระทำเพื่อแสวงหากำไร เว้นแต่จะมีข้อตกลงเป็นอย่างอื่นกับแหล่งข้อมูลนั้นๆ

ข้อ 6 การเสนอข้อมูลข่าวสารที่เป็นการพาดพิงอันอาจเกิดความเสียหายแก่บุคคลหรือองค์กรใด ๆ ต้องแสดงถึงความพยายามในการเปิดโอกาสให้ฝ่ายที่ถูกกล่าวหาแสดงข้อเท็จจริงด้วย

ข้อ 7 ในกรณีที่มีการเสนอข้อมูลข่าวสารผิดพลาดเว็บไซค์ต้องแก้ไขข้อผิดพลาดดังกล่าวโดยเร็วที่สุด

ข้อ 8 เว็บไซค์ต้องไม่เสนอข้อมูลข่าวสารโดยเชื่อมโยงปราศจากแหล่งที่มาซึ่งระบุชื่อบุคคลที่ไว้สื่ภาพหรือให้ข้อมูลข่าวสารอย่างเป็นทางการเปิดเผยแพร่อันสมควรปกปิดเพื่อสวัสดิภาพและความปลอดภัยของ ผู้ให้ข้อมูลข่าวสาร และต้องเป็นประโยชน์ต่อสิทธิในการรับรู้ข่าวสารของสาธารณชน

ข้อ 9 ในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารหรือภาพใด ๆ เว็บไซค์ต้องคำนึงมิให้ส่งละเมิดศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ ของบุคคลที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ต้องให้ความคุ้มครองอย่างเคร่งครัดต่อสิทธิมนุษยชนของเด็กสตรีและผู้ด้อยโอกาส

ข้อ 10 เว็บไซค์ต้องไม่เสนอภาพที่ลึกลับ ลามกอนาจาร หรือน่าหวาดเสียวโดยไม่มีคำขึง ถึงความรู้สึกของสาธารณชนอย่างถี่ถ้วนเว้นแต่ภาพที่น่าเสนอในเว็บไซค์นั้นจัดทำขึ้นเพื่อประโยชน์สาธารณะและได้มีการแจ้งเตือนผู้เยี่ยมชมโดยชัดเจนแล้ว

ข้อ 11 เว็บไซค์ต้องไม่เป็นแหล่งเผยแพร่ไวรัสคอมพิวเตอร์หรือข้อมูลอื่นใดที่เป็นการทำลายหรือสร้างความเสียหายแก่เครื่องคอมพิวเตอร์หรือข้อมูลบนเครื่องคอมพิวเตอร์ของผู้เรียกดู

ข้อ 12 เว็บไซค์ต้องไม่เผยแพร่ข้อมูลหรือแหล่งข้อมูลที่น่าเสนอวิธีการสร้างความเสียหายแก่บุคคลอื่น

ข้อ 13 ในการแสดงความคิดเห็นหรือการวิพากษ์วิจารณ์เว็บไซค์ต้องให้ความเที่ยงธรรมแก่ฝ่ายที่ถูกพาดพิงเสมอ

ข้อ 14 หากเว็บไซค์ใดมีความประสงค์ในการนำข้อมูลส่วนบุคคลของผู้เรียกดูไปใช้เพื่อการใดการหนึ่ง เว็บไซค์นั้น ต้องแสดงประกาศไว้โดยชัดเจนถึงนโยบายเรื่องข้อมูลส่วนบุคคล

หมวด 3 จรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพผู้ดูแลเว็บ

ข้อ 15 ผู้ประกอบวิชาชีพผู้ดูแลเว็บ ต้องไม่ประพฤติปฏิบัติใดๆอันจะนำมาซึ่งความเสื่อมเสียเกียรติศักดิ์แห่งวิชาชีพ

ข้อ 16 ผู้ประกอบวิชาชีพผู้ดูแลเว็บต้องไม่ออกอ้างหรืออาศัยตำแหน่งหน้าที่ เพื่อเรียกร้องสิทธิหรือผลประโยชน์ใด ๆที่ไม่ชอบธรรม

ข้อ 17 ผู้ประกอบวิชาชีพผู้ดูแลเว็บต้องทำงานสอดคล้องกับความสงบสุขความเป็นอยู่ที่ดี และความเป็นระเบียบเรียบร้อยของสาธารณะ

ข้อ 18 ผู้ประกอบวิชาชีพผู้ดูแลเว็บต้องหลีกเลี่ยงการใส่ร้ายป้ายสีเพื่อนร่วมวิชาชีพ

ข้อ 19 ผู้ประกอบวิชาชีพผู้ดูแลเว็บต้องใช้วิจารณญาณในการรักษามตลระหว่งประโยชน์สาธารณะ ความต้องการของผู้ว่าจ้าง ความเป็นวิชาชีพและตนเอง อย่างสม่ำเสมอ



Webmastercouncil.or.th - สภาวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไทย

หน้าแรก [เกี่ยวกับสภา](#)[คณะกรรมการสภา](#)[กระดานสนทนา](#)[รวมบทความ](#)[Site Tools](#)

หน้าแรก

[เกี่ยวกับสภา](#)[คณะกรรมการสภา](#)[กระดานสนทนา](#)

search...

หน้าแรก

You are here: [หน้าแรก](#) > [เกี่ยวกับสภา](#) > [จริยธรรมแห่งวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไทย](#)[เกี่ยวกับสภา](#)

Print

Email

จริยธรรมแห่งวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไทย

คณะกรรมการสภา และผู้ประกอบวิชาชีพผู้ดูแลเว็บทั้งหลายได้พร้อมใจกันสถาปนาสภาวิชาชีพ ผู้ดูแลเว็บไทยให้เป็นอย่างศรีสุระพานิชที่ความคุณกันเอง เพื่อส่งเสริมเสรีภาพ ความรับผิดชอบ สถานภาพผู้ประกอบวิชาชีพและกิจการเว็บ ไทยตลอดจนส่งเสริมสนับสนุนสิทธิการใช้เว็บไซต์ เพื่อการรับรู้อาสาและการแสดงความคิดเห็นของพลเมืองในระบอบประชาธิปไตย อันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุขซึ่งก็ยังเป็นภารกิจที่ยังคงเป็นหน้าที่ในการศึกษาแก่ ประชาชนรวม ทั้งยึดถือความยุติธรรมและความเที่ยงธรรมเป็นหลักในการประกอบวิชาชีพพวกเขาเป็นเจ้าของ ซึ่งเป็นบุคคลที่ลงนามทำจริยธรรมฉบับนี้เห็นชอบรวมให้ตราจริยธรรมแห่งวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไทย ไว้ดังต่อไปนี้

หมวด 1
หมวดทั่วไป

ข้อ 1 จริยธรรมนี้เรียกว่า จริยธรรมแห่งวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไทย

ข้อ 2 จริยธรรมนี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันที่ได้มีการลงนามตกลงร่วมกันเป็นต้นไป

ข้อ 3 ในข้อบังคับนี้

"เว็บไซต์" หมายถึง แหล่งข้อมูลในระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ และสามารถเชื่อมโยงถึงกันได้ โดยผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

"ผู้ประกอบวิชาชีพผู้ดูแลเว็บ" หมายถึง เจ้าของเว็บไซต์หรือผู้ที่มิอำนาจสูงสุดในการกำหนดนโยบายและ รูปแบบเพื่อการจัดทำเว็บไซต์ ซึ่งได้จดทะเบียนโดเมนเนมกับผู้ให้บริการจดทะเบียนโดเมนเนม ทั้งนี้ให้ หมายรวมถึง ผู้แทนเว็บไซต์และนักพัฒนาเว็บไซต์ที่เจ้าของเว็บไซต์ได้ลงนามรับรองแล้ว

"กระดานข่าว" หมายถึง พื้นที่บนเว็บไซต์ที่ผู้ดูแลเว็บเปิดโอกาสให้ผู้บุคคลอื่นใช้ใน การแสดงข้อมูลหรือความคิดเห็นตนเอง บุคคลอื่น หรือเจ้าของเว็บไซต์และให้ถือว่ากระดานข่าวเป็นส่วนหนึ่งของเว็บไซต์ที่ผู้ดูแลเว็บจะต้อง รับผิดชอบซึ่งให้มีการกระทำใดๆ ที่เป็นการละเมิดข้อบังคับจริยธรรมฉบับนี้

หมวด 2

จริยธรรมของเว็บไซต์

ข้อ 4 เว็บไซต์ต้องไม่แสดงเนื้อหาสาระของข้อมูลข่าวสารนกลาดเคลื่อนหรือเกินจากความเป็นจริง

ข้อ 5 เมื่อมีการตัดลอกข้อความ รูปภาพ หรือสัญลักษณ์ที่สื่อความหมายใดๆ จากเว็บไซต์ หนังสือพิมพ์ สิ่งพิมพ์ หรือแหล่งข้อมูลอื่น ๆ เว็บไซต์ต้องบอกที่มาของข้อมูล

Who's Online
We have 1 guest online

VISITORS
No account yet? Create one

Today 385
All 7658

Login Form

Username

Password

 Remember me

Login

Password Reminder

อนุมัติ

ข้อ ๗. เมื่อคณะกรรมการมีมติอนุมัติหรือไม่อนุมัติให้รับเข้าเป็นสมาชิก ให้เลขานุการแจ้งมติดังกล่าวแก่เว็บไซตนั้น โดยมีชุกษา

< Previous

Next >

[Back]

Copyright © 2005 - 2008 Webmastercouncil.or.th - สภาวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไทย. Designed by Joomla!Art.com
Mambo is Free Software released under the GNU/GPL License.



RSS



CSS



HTML



TOP

Draft



Webmastercouncil.or.th - สภาวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไซต์ไทย

หน้าแรก

เกี่ยวกับสภา

คณะกรรมการสภา

กระดานสนทนา

รวมบทความ

Site Tools

หน้าแรก

เกี่ยวกับสภา

คณะกรรมการสภา

กระดานสนทนา

search...

หน้าแรก

You are here: [หน้าแรก](#) > [เกี่ยวกับสภา](#) > ข้อบังคับสภาวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไซต์ไทย ว่าด้วยการเป็นสมาชิก พ.ศ. ๒๕๕๗

เกี่ยวกับสภา

ข้อบังคับสภาวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไซต์ไทย ว่าด้วยการเป็นสมาชิก พ.ศ. ๒๕๕๗

Print

Email

คณะกรรมการสภา

กระดานสนทนา

รวมบทความ

อาศัยอำนาจตามความในข้อ ๒ และข้อ ๑๓ (๔) แห่งธรรมนูญสภาวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไซต์ไทย พ.ศ. ๒๕๔๖ คณะกรรมการสภาวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไซต์ไทยมีมติให้ออกข้อบังคับว่าด้วยการเป็นสมาชิก ไว้ดังต่อไปนี้

- ข้อ ๑. ข้อบังคับนี้เรียกว่า "ข้อบังคับสภาวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไซต์ไทยว่าด้วยการเป็นสมาชิก พ.ศ. ๒๕๕๗"
- ข้อ ๒. ข้อบังคับนี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันประกาศเป็นต้นไป

ข้อ ๓. สมาชิก หมายถึง องค์กรสมาชิกสภาวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไซต์ไทย ตามความในข้อ ๒ แห่งธรรมนูญสภาวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไซต์ไทย พ.ศ. ๒๕๔๖ และเว็บไซต์ที่ได้รับอนุมัติให้เป็นสมาชิกได้ตามข้อ ๖ แห่งข้อบังคับนี้

คณะกรรมการ หมายถึง คณะกรรมการสภาวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไซต์ไทย

ข้อ ๔. เว็บไซต์ที่จะสมัครเป็นสมาชิกได้ จะต้องมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้

- (๑) เป็นเว็บไซต์ตามคำนิยามในข้อ ๓ แห่งธรรมนูญสภาวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไซต์ไทย พ.ศ. ๒๕๔๖
- (๒) เว็บไซต์นั้น ยอมรับผูกพันและปฏิบัติตามธรรมนูญและข้อบังคับอื่นๆ ของสภาวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไซต์ไทย

ข้อ ๕. การสมัครเป็นสมาชิก ต้องทำเป็นหนังสือตามแบบพิมพ์ที่คณะกรรมการกำหนดยื่นต่อเลขาธิการ

ข้อ ๖. ให้เลขาธิการนำคำขอสมัครเป็นสมาชิกตามข้อ ๕ เสนอต่อคณะกรรมการบริหารสมาคมผู้ดูแลเว็บไซต์ไทย เพื่อพิจารณาในโอกาสแรกที่มีการประชุมคณะกรรมการบริหารสมาคม

มติอนุมัติให้เป็นสมาชิกได้ ต้องมีคะแนนเสียงไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของคณะกรรมการบริหารสมาคมทั้งหมด

เมื่อคณะกรรมการบริหารสมาคม มีมติอนุมัติให้เป็นสมาชิกแล้ว ให้สมาชิกภาพมีผลทันที แต่ต้องนำรายชื่อสมาชิกที่ได้รับการอนุมัติให้คณะกรรมการสภาวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไซต์ไทยรับรองในโอกาสแรกที่มีการประชุมคณะกรรมการสภา โดยคณะกรรมการสภาสามารถมีมติไม่รับรองสมาชิกรายชื่อใดรายชื่อหนึ่งได้ แต่ต้องมติดังด้วยคะแนนเสียงไม่น้อยกว่า ๒ ใน ๓ ของคณะกรรมการทั้งหมด

ในกรณีที่เว็บไซต์ใดไม่ได้รับอนุมัติให้เป็นสมาชิก สามารถยื่นขอทบทวนขอสมัครใหม่ต่อคณะกรรมการสภา ภายใน 30 วัน นับแต่วันที่คณะกรรมการบริหารสมาคมไม่

Login Form

Username

Password

 Remember me

Login

Password Reminder

No account yet? Create one

VISITORS

Today 385

All 7658

Who's Online

We have 1 guest online

ข้อ 21 (ส่วนประกอบของคำวินิจฉัยชี้ขาด)

ให้นำบทบัญญัติข้อ 14 มาใช้บังคับกับคำวินิจฉัยตามข้อ 20 ด้วยโดยอนุโลม
ในกรณีที่เกิดกรณีการวินิจฉัยว่าร้องเรียนฟังขึ้น ให้ระบุมাত্রการตามข้อ 28 แห่งธรรมนูญสภาวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไทยในคำวินิจฉัยนั้นด้วย

ข้อ 22 (หน้าที่ของเลขานุการสภาวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไทย)

ให้เลขานุการสภาวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไทย มีหน้าที่แจ้งคำสั่งของคณะกรรมการตามข้อ 15 และคำวินิจฉัยชี้ขาดของคณะกรรมการตามข้อ 20 ให้ผู้ร้องเรียนทราบ
โดยเร็ว โดยแบบสำเนาคำสั่งหรือคำวินิจฉัยชี้ขาดแล้วแต่กรณีไปด้วย

ข้อ 23 (หน้าที่ของประธานสภาวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไทย)

การแจ้งและการสั่งการอันเกี่ยวกับมาตรการตามข้อ 28 แห่งธรรมนูญสภาวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไทย ให้เป็นหน้าที่ของประธานสภาวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไทย

ข้อ 24 (การนำหลักกฎหมายวิธีพิจารณาใช้บังคับ)

ให้นำหลักเกณฑ์บัญญัติไว้ในมาตรา 9 ถึงมาตรา 13 แห่งประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญามาใช้บังคับกับการดำเนินการของคณะกรรมการและคณะกรรมการโดยอนุโลม

[Next >](#)

[\[Back \]](#)

ผู้ร้องเรียนมีสิทธิอุทธรณ์คำสั่งของคณะกรรมการที่ตั้งไม่รับเรื่องร้องเรียนตามข้อ 9 ต่อคณะกรรมการได้ภายในสามสิบวันนับแต่วันที่ได้รับแจ้งจากคณะกรรมการ

ในคณะกรรมการพิจารณาอุทธรณ์ดังกล่าวโดยเร็ว ถ้าคณะกรรมการเห็นพ้องด้วยกับคณะกรรมการ ให้คณะกรรมการมีคำสั่งยกอุทธรณ์ แต่ถ้าคณะกรรมการไม่เห็นพ้องด้วยกับคำสั่งของคณะกรรมการ ในคณะกรรมการมีคำสั่งให้ส่งเรื่องเรียนให้คณะกรรมการดำเนินการต่อไปตามอำนาจหน้าที่ แล้วจึงคำสั่งตั้งกล่าวให้ผู้อุทธรณ์ทราบ

คำสั่งของคณะกรรมการตามวรรคสองให้เป็นที่สุด

ข้อ 16 (การดำเนินการของคณะกรรมการ)

เมื่อคณะกรรมการได้รับรายงานและความเห็นและสำนวนตามข้อ 13 จากคณะกรรมการแล้ว ให้คณะกรรมการดำเนินการเพื่อวินิจฉัยชี้ขาดเรื่องที่ร้องเรียน หากกระทำผิดต้องกระทำในโอกาสแรกที่มีการประชุมคณะกรรมการ

คณะกรรมการต้องวินิจฉัยชี้ขาดเรื่องที่ร้องเรียนให้เสร็จสิ้นโดยเร็ว ซึ่งต้องไม่เกินหนึ่งปีนับแต่วันที่ได้รับเรื่องเรียนนั้นจากคณะกรรมการ

ข้อ 17 (การรวบรวมพยานหลักฐานของคณะกรรมการ)

ให้นำบทบัญญัติข้อ 12 มาใช้บังคับกับการพิจารณาดำเนินการของคณะกรรมการด้วยโดยอนุโลม

ข้อ 18 (การรวมพิจารณาเรื่องร้องเรียน)

กรณีที่มีการร้องเรียนหลายเรื่องอันเกิดจากการกระทำของผู้ถูกร้องเรียนเดียวหรือหลายกรรมเกี่ยวเนื่องกัน คณะกรรมการหรือคณะกรรมการมีอำนาจรวมพิจารณาร่วมเรื่องเดียวกันได้

ข้อ 19 (การลงมติวินิจฉัยชี้ขาด)

การวินิจฉัยชี้ขาดของคณะกรรมการว่าเรื่องร้องเรียนฟังขึ้นหรือไม่ และการใช้มาตรการตามข้อ 28 แห่งธรรมนูญสภาวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไทย ต้องมีคะแนนเสียงไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนคณะกรรมการทั้งหมด

การลงมติของคณะกรรมการตามวรรคหนึ่งต้องกระทำเป็นการลับ

ข้อ 20 (รูปแบบคำวินิจฉัยชี้ขาด)

คำวินิจฉัยชี้ขาดของคณะกรรมการให้ทำเป็นคำวินิจฉัยของสภาวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไทย

ข้อ 11 (การแก้ไขข้อกล่าวหา)

คณะกรรมการต้องแจ้งเรื่องร้องเรียนให้ผู้ถูกร้องเรียนทราบ และต้องเปิดโอกาสให้ผู้ถูกร้องเรียนชี้แจงแก้ข้อร้องเรียนด้วยวาจาหรือเป็นหนังสือ ในกรณีที่ผู้ถูกร้องเรียนชี้แจงแก้ข้อร้องเรียนด้วยวาจา ให้คณะกรรมการบันทึกคำชี้แจงไว้ แล้วให้ผู้ถูกร้องเรียนลงชื่อไว้เป็นหลักฐาน การสละสิทธิ์ในการชี้แจงแก้ข้อร้องเรียนของผู้ถูกร้องเรียนไม่เป็นเหตุให้ยุติการพิจารณาเรื่องร้องเรียน

ข้อ 12 (อำนาจหน้าที่ในการแสวงหาพยานหลักฐาน)

เพื่อประโยชน์แห่งการรวบรวมหลักฐาน คณะอนุกรรมการมีอำนาจดังต่อไปนี้

- (1) เชิญผู้ร้องเรียน และผู้ถูกร้องเรียนมาชี้แจงด้วยวาจา
- (2) ให้ผู้ถูกร้องเรียนชี้แจงแก้ข้อร้องเรียนเป็นหนังสือ
- (3) ให้ผู้ร้องเรียน และผู้ถูกร้องเรียนส่งพยานหลักฐานเพิ่มเติม
- (4) แสวงหาพยานหลักฐานเพิ่มเติมเอง

ข้อ 13 (การทำรายงานและความเห็น)

เมื่อคณะกรรมการเห็นว่าการตรวจสอบข้อเท็จจริงในเรื่องที่ร้องเรียนเสร็จสิ้นแล้ว ให้คณะกรรมการวินิจฉัยเห็นว่าสามารถให้ความเห็นประกอบสำนวนว่าควรร้องเรียนมีมูลว่าขัดต่อจริยธรรมแห่งวิชาชีพหรือไม่ แล้วรายงานเสนอคณะกรรมการเพื่อวินิจฉัยชี้ขาดต่อไป

ข้อ 14 (ส่วนประกอบของรายงานและความเห็น)

รายงานและความเห็นของคณะกรรมการต้องมีข้อสรุปเหล่านี้เป็นอย่างน้อย

- (1) วัน เดือน ปี ที่ทำรายงานและความเห็น
- (2) ชื่อ ที่อยู่ ของผู้ถูกร้องเรียน
- (3) พฤติกรรมโดยย่อที่ปรากฏในเรื่องร้องเรียน
- (4) พยานหลักฐานที่รวบรวมได้
- (5) ข้อเท็จจริงที่พิจารณาได้ความ
- (6) เหตุผลในการวินิจฉัยชี้ขาดทั้งในปัญหาข้อเท็จจริงและข้อวินิจฉัยว่าด้วยจริยธรรมแห่งวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไทย

ข้อ 15 (การอุทธรณ์คำสั่งรับเรื่องร้องเรียน)

ผู้เสียหาย หรือบุคคลใด ๆ มีสิทธิร้องเรียนว่าข้อความหรือภาพที่ปรากฏในเว็บไซต์ หรือร้องเรียนว่าพฤติกรรมของผู้ประกอบวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไซต์จรรยาบรรณแห่งวิชาชีพ

ข้อ 5 (ผู้รับการร้องเรียน)

การร้องเรียนว่าข้อความหรือภาพที่ปรากฏในเว็บไซต์ หรือการร้องเรียนว่าพฤติกรรมของผู้ประกอบวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไซต์จรรยาบรรณแห่งวิชาชีพไปยังคณะกรรมการ หรือจะร้องเรียนต่อคณะกรรมการโดยตรงก็ได้

ข้อ 6 (การหมิ่นเบกเรื่องร้องเรียนขึ้นต้นในการลง)

เมื่อคณะกรรมการเห็นว่าเว็บไซต์หรือผู้ประกอบวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไซต์หรือผู้ประกอบการหรือวิทยากรหรือหน่วยงานราชการหรือหน่วยงานซึ่งมีความเสียหายเกียรติศักดิ์แห่งวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไซต์และกรรมการหรือคณะกรรมการ มีอำนาจหมิ่นเบกเรื่องขึ้นต้นตรวจสอบและดำเนินการข้อ 24 แห่งธรรมนูญสภาวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไซต์

ข้อ 7 (แบบการร้องเรียน)

การร้องเรียนว่าข้อความหรือภาพที่ปรากฏในเว็บไซต์ หรือการร้องเรียนว่าพฤติกรรมของผู้ประกอบวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไซต์จรรยาบรรณแห่งวิชาชีพ ให้ทำเป็นหนังสือ หรือไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยมีข้อความตามแบบท้ายข้อบังคับนี้ และต้องแนบและ/หรือระบุพยานหลักฐานเบื้องต้นมาพร้อมหนังสือร้องเรียน

ข้อ 8 (ผู้มีอำนาจพิจารณาเบื้องต้น)

เว้นแต่กรณีตามข้อ 6 อนุกรรมการมีหน้าที่พิจารณาหาความเห็นในเรื่องร้องเรียนเสนอคณะกรรมการ

ข้อ 9 (การส่งไม่รับเรื่องร้องเรียน)

เมื่อคณะกรรมการได้รับเรื่องร้องเรียน ให้อนุกรรมการพิจารณาเรื่องร้องเรียนตามข้อ 2 และข้อ 3 เสียก่อนทั้งนี้ต้องกระทำโดยเร็ว

ในกรณีที่คณะกรรมการเห็นว่าเรื่องร้องเรียนได้เป็นไปตามข้อ 2 หรือขาดอายุตามข้อ 3 ให้อนุกรรมการสั่งไม่รับพิจารณาเรื่องร้องเรียนนั้นแล้วส่งเป็นหนังสือให้ผู้ร้องเรียนทราบ ทั้งนี้ต้องกระทำภายในสามสิบวันนับแต่วันที่ได้รับเรื่องร้องเรียน

ข้อ 10 (หน้าที่ของอนุกรรมการ)

เมื่อคณะกรรมการเห็นว่าคำร้องเรียนถูกต้องตามข้อ 2 และ/หรือขาดอายุตามข้อ 3 ให้คณะกรรมการพิจารณาเนื้อหาของเรื่องต่อไป

คณะกรรมการต้องเริ่มประชุมพิจารณาเนื้อหาของเรื่องโดยในข้อ ๒ โดยต้องรวบรวมพยานหลักฐานทั้งปวงเท่าที่สามารถจะทำได้ เพื่อประสงค์จะทราบข้อเท็จจริง แล้วจัดทำเป็นสำนวนขึ้นให้เสร็จสิ้นโดยเร็ว



หน้าแรก

เกี่ยวกับสภา

คณะกรรมการสภาฯ

กระดานสนทนา

search...

Webmastercouncil.or.th - สภาวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไทย

หน้าแรก เกี่ยวกับสภา

คณะกรรมการสภาฯ

กระดานสนทนา

รวมบทความ

Site Tools

หน้าแรก

You are here: หน้าแรก > เกี่ยวกับสภา > ขอมอบลิขสิทธิ์งานวิจัยว่าด้วยวิธีการรายงานร้องทุกข์ พ.ศ. ๒๕๔๗

เกี่ยวกับสภา

คณะกรรมการสภาฯ

กระดานสนทนา

รวมบทความ

ขอมอบลิขสิทธิ์งานวิจัยว่าด้วยวิธีการรายงานร้องทุกข์ พ.ศ. ๒๕๔๗

Print

Email

อาศัยอำนาจตามความในข้อ 13 (4) และข้อ 27 แห่งธรรมนูญสภาวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไทย พ.ศ.2546 คณะกรรมการสภาวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไทยมีมติเห็นชอบให้ตราข้อบังคับว่าด้วยวิธีพิจารณาเรื่องร้องทุกข์ไว้ดังต่อไปนี้

ข้อ 1 (นิยาม)

ในข้อบังคับนี้

"คณะกรรมการ" หมายถึง คณะกรรมการสภาวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไทย

"คณะกรรมการ" หมายถึง คณะกรรมการรับเรื่องร้องทุกข์

"จริยธรรมแห่งวิชาชีพ" หมายถึง จริยธรรมแห่งวิชาชีพตามข้อบังคับว่าด้วยจริยธรรมแห่งวิชาชีพเว็บไซท์ สภาวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไทย พ.ศ. 2546

ข้อ 2 (เงื่อนไขที่ต้องกระทำก่อนการร้องเรียน)

การร้องเรียนว่าข้อความหรือภาพที่ปรากฏในเว็บไซต์ หรือการร้องเรียนว่าพฤติกรรมของผู้ประกอบวิชาชีพผู้ดูแลเว็บขัดต่อจริยธรรมแห่งวิชาชีพ จะกระทำได้อต่อเมื่อผู้ได้รับความเสียหายได้แจ้งเป็นหนังสือ หรือ ทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ พร้อมด้วยพยานหลักฐานต่อเว็บไซค์ฉบับนั้นโดยตรง เพื่อให้ดำเนินการบรรเทาความเสียหาย แต่ถูกปฏิเสธหรือเพิกเฉย หรือการบรรเทาความเสียหายไม่เป็นที่พอใจของผู้เสียหาย

Who's Online
We have 1 guest online

VISITORS
Today 365
All 7658

Password Reminder
No account yet? Create one

Remember me
Login

Login Form
Username
Password

ข้อ 3 (อายุความการร้องเรียน)

การร้องเรียนว่าข้อความหรือภาพที่ปรากฏในเว็บไซต์ หรือการร้องเรียนว่าพฤติกรรมของผู้ประกอบวิชาชีพผู้ดูแลเว็บ ขัดต่อจริยธรรมแห่งวิชาชีพต้องกระทำภายในหนึ่งร้อยยี่สิบวันนับแต่วันที่ผู้เสียหายทราบเรื่อง

ข้อ 4 (ผู้มีสิทธิร้องเรียน)

ข้อ ๒๘ เมื่อคณะกรรมการมีคำวินิจฉัยว่าสมาชิก หรือผู้ประกอบการวิชาชีพผู้ดูแลเว็บในสังกัดสมาชิกละเมิดหรือประพฤติผิดจรรยาแห่งวิชาชีพ ให้คณะกรรมการมีอำนาจดังต่อไปนี้

(๑) แจ้งเป็นหนังสือให้เว็บไซต์ที่ถูกร้องเรียน ลงประกาศคำวินิจฉัยอันเป็นที่สุดของคณะกรรมการ ในตำแหน่งและขนาดตัวอักษรที่เห็นได้ชัดในหน้าแรกของเว็บไซต์ ภายในเจ็ดวัน นับแต่วันที่ได้รับคำวินิจฉัยนั้น โดยสภาวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย

(๒) แจ้งเป็นหนังสือให้เว็บไซต์ที่ถูกร้องเรียน บรรเทาความเสียหายด้วยการประกาศขอความค่า ขอโทษต่อผู้เสียหายตามคำวินิจฉัยของคณะกรรมการ โดยสภาวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย

(๓) ในกรณีที่ผู้ประกอบการเป็นผู้ประกอบวิชาชีพผู้ดูแลเว็บ ให้ส่งคำวินิจฉัยไปยังเว็บไซต์ต้นสังกัดของผู้นั้น เพื่อดำเนินการลงโทษ แล้วแจ้งผลให้สภาวิชาชีพผู้ดูแลเว็บทราบโดยเร็ว

(๔) ในกรณีที่เห็นสมควร สภาวิชาชีพผู้ดูแลเว็บอาจเผยแพร่คำวินิจฉัยนั้นต่อสาธารณะได้ด้วย

หมวด ๖ การแก้ไขเพิ่มเติมธรรมนูญ

ข้อ ๒๙ การแก้ไขเพิ่มเติมธรรมนูญ จะกระทำได้จากการเสนอของกรรมการไม่น้อยกว่าครึ่งหนึ่งของจำนวนกรรมการทั้งหมด โดยทำเป็นหนังสือเสนอต่อคณะกรรมการก่อนการประชุมตามข้อ ๑๓ วรรคสอง ไม่น้อยกว่าสามสิบวัน มติให้แก้ไขเพิ่มเติมธรรมนูญ ต้องใช้คะแนนเสียงไม่น้อยกว่าสามในสี่ของจำนวนกรรมการทั้งหมด

ข้อ ๓๐ ธรรมนูญนี้ ให้ใช้บังคับถัดจากรับประกาศเป็นต้นไป

บทเฉพาะกาล

ข้อ ๓๑ ในวาระเริ่มแรก ให้คณะกรรมการบริหารสมาคมผู้ดูแลเว็บไทย รับผิดชอบหน้าที่คณะกรรมการชั่วคราวเพื่อดำเนินการดังต่อไปนี้

- (๑) ดำเนินการให้คณะกรรมการตามข้อ ๘ ภายในเก้าสิบวัน นับแต่วันประกาศธรรมนูญนี้
- (๒) ออกข้อบังคับ ข้อกำหนด หรือระเบียบอื่นที่จำเป็น เพื่อให้การเป็นไปตาม (๑)

< Previous

[Back]

ข้อ ๑๗ เมื่อคณะกรรมการรับเรื่องราวร้องทุกข์ ได้รับเรื่องร้องเรียนแล้ว พิจารณาเห็นว่ากรณีมูล ให้ส่งเรื่องพร้อมความเห็นในคณะกรรมการโดยในข้อ ๑๖ และแจ้งผลการวินิจฉัยให้ผู้ร้องเรียนทราบ

ข้อ ๑๘ เมื่อคณะกรรมการได้รับส่วนที่ร้องเรียนจากคณะกรรมการรับเรื่องราวร้องทุกข์ตามข้อ ๑๗ หรือคำอุทธรณ์จากผู้ร้องเรียนตามข้อ ๑๖ แล้ววินิจฉัยว่า ให้รับเรื่องร้องเรียนไว้พิจารณา ให้คณะกรรมการแจ้งเรื่องให้ผู้ร้องเรียนทราบ พร้อมทั้งนัดให้ผู้ร้องเรียนมาชี้แจงแก้ไขข้อร้องเรียนด้วยวาจาหรือให้ทำเป็นหนังสือชี้แจงแก้ไขข้อร้องเรียนขึ้นต่อคณะกรรมการโดยเร็ว

ข้อ ๑๙ ในการพิจารณาคำร้องเรียน คณะกรรมการ หรือคณะกรรมการ รับเรื่องราวร้องทุกข์อาจเรียก คู่กรณีมาชี้แจงด้วยวาจา หรือให้ส่งคำแก้ไขข้อร้องเรียนเป็นลายลักษณ์อักษร หรือให้ส่งพยานหลักฐานเพิ่มเติมก็ได้ การที่ผู้ร้องเรียนสงสัยสิทธิชี้แจง ย่อมไม่เป็นเหตุให้ผู้พิจารณาเรื่องร้องเรียนนั้น

ข้อ ๒๐ ให้คณะกรรมการพิจารณาขอเท็จจริงจากพยานหลักฐานของคู่กรณี ในการนี้ คณะกรรมการอาจ ตั้งคณะกรรมการสืบหาข้อเท็จจริง และรวบรวมพยานหลักฐานแทนก็ได้

ให้คณะกรรมการพิจารณาหลักฐานจากการสอบสวน และวินิจฉัย ว่ากรณีที่ร้องเรียนเกิดจากการปฏิบัติฝ่าฝืนจริยธรรมแห่งวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไทยหรือไม่

ข้อ ๒๑ คณะกรรมการต้องพิจารณาเรื่องร้องเรียนที่ได้รับจากคณะกรรมการ รับเรื่องราวร้องทุกข์ตามข้อ ๑๗ หรือคำอุทธรณ์ตามข้อ ๑๖ ในโอกาสแรกที่มีการประชุม และให้ดำเนินการวินิจฉัยเรื่องร้องเรียนดังกล่าว ให้เสร็จสิ้นโดยเร็ว แต่ต้องไม่เกินหนึ่งปี นับแต่วันเริ่มดำเนินการตามข้อ ๑๘

ข้อ ๒๒ กรณีที่คณะกรรมการวินิจฉัยว่าสมาชิกหรือผู้ประกอบการวิชาชีพผู้ดูแลเว็บในสังกัดสมาชิก ประพฤติผิดข้อบังคับว่าด้วยจริยธรรมแห่งวิชาชีพ ต้องใช้คะแนนเสียงไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของกรรมการทั้งหมดและ ให้เป็นการประทุษร้าย

คำวินิจฉัยของคณะกรรมการตามวรรคแรก ให้ทำเป็นลายลักษณ์อักษรและให้ดำเนินการตามข้อ ๒๙

ข้อ ๒๓ กรณีที่มีการร้องเรียนหลายเรื่องเกิดจากการกระทำของผู้ร้องเรียนกรณีเดียว หรือหลายกรณีเกี่ยวเนื่องกัน คณะกรรมการมีสิทธิรวมพิจารณาเป็นเรื่องเดียวกันก็ได้

ข้อ ๒๔ เมื่อความปรากฏต่อคณะกรรมการว่าสมาชิกหรือผู้ประกอบการวิชาชีพผู้ดูแลเว็บในสังกัดสมาชิกละเมิด หรือประพฤติผิดจริยธรรมแห่งวิชาชีพ จนอาจนำมาซึ่งความเสื่อมเสียเกียรติศักดิ์แห่งวิชาชีพผู้ดูแลเว็บ คณะกรรมการจะดำเนินการตามข้อ ๑๖ ข้อ ๑๗ ข้อ ๑๘ ข้อ ๑๙ ข้อ ๒๐ ข้อ ๒๑ ข้อ ๒๒ และข้อ ๒๓ โดยอนุโลมก็ได้

ข้อ ๒๕ สภาวิชาชีพผู้ดูแลเว็บมีสิทธิไม่รับเรื่องร้องเรียนที่อยู่ในระหว่างการดำเนินการดำเนินคดีตามกฎหมาย

กรณีที่ปรากฏว่าเรื่องร้องเรียนใด ซึ่งอยู่ระหว่างการพิจารณาของสภาวิชาชีพผู้ดูแลเว็บ นำเข้าไปดำเนินคดีตามกฎหมาย ให้ถือว่าคำร้องเรียนนั้นตกไป

ข้อ ๒๖ คำวินิจฉัย หรือคำสั่งของคณะกรรมการ ให้เป็นที่สุด

ข้อ ๒๗ คุณสมบัติ หลักเกณฑ์ วิธีการวินิจฉัย หรือวิธีการออกคำสั่งของคณะกรรมการ และจำนวนกรรมการตามธรรมนูญนี้ ให้เป็นไปตามระเบียบที่คณะกรรมการกำหนด

หมวด ๕

ความรับผิดชอบทางจริยธรรม

(๙) เป็นผู้ไร้ความสามารถ หรือเสมือนไร้ความสามารถ หรือเป็นผู้ลึกลับ จิตฟั่นเฟือนไม่สมประกอบ

ข้อ ๑๑ กรณีที่กรรมการพ้นจากตำแหน่งก่อนครบวาระ ให้ดำเนินการให้มีผู้มาดำรงตำแหน่งแทน ตามประเภทของกรรมการที่พ้นจากตำแหน่งในข้อ ๙ เว้นแต่วาระที่เหลืออยู่ไม่ถึงหกสิบวัน และให้กรรมการที่ได้รับเลือกใหม่อยู่ในตำแหน่งตามวาระของกรรมการซึ่งตนแทน

ข้อ ๑๒ ให้มีการประชุมคณะกรรมการตามที่มีการเสนอผู้ดูแลเว็บไทยร้องขอ และกรรมการ จะมอบหมายให้บุคคลอื่นเข้าประชุมแทนก็ได้ ประธานสภาวิชาชีพผู้ดูแลเว็บอาจเรียกประชุมเมื่อมีเหตุผลสมควร หรือโดยคำร้องขอของกรรมการไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนกรรมการทั้งหมดได้ ในการประชุมคณะกรรมการทุกครั้ง ให้เชิญผู้แทนจากสมาคมผู้ดูแลเว็บไทยอย่างน้อย 1 คนเข้าร่วมประชุมด้วยการประชุมของคณะกรรมการ ต้องมีจำนวนไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนกรรมการทั้งหมด ซึ่งถือเป็นองค์ประชุม และให้ประธานสภาวิชาชีพผู้ดูแลเว็บทำหน้าที่ประธานการประชุม

ข้อ ๑๓ คณะกรรมการมีอำนาจและหน้าที่ดังต่อไปนี้

- (๑) บริหารกิจการของสภาวิชาชีพผู้ดูแลเว็บตามวัตถุประสงค์
- (๒) แต่งตั้งคณะกรรมการหรือคณะทำงาน เพื่อช่วยทำกิจการหรือกิจการเรื่องที่ได้รับมอบ หมายตามวัตถุประสงค์ของสภาวิชาชีพผู้ดูแลเว็บ เว้นแต่กิจการที่มีลักษณะหรือ สภาวิชาชีพผู้ดูแลเว็บในอาจมอบหมายให้กระทำแทนได้
- (๓) ออกข้อบังคับสภาวิชาชีพผู้ดูแลเว็บว่าด้วยจริยธรรมแห่งวิชาชีพผู้ดูแลเว็บและข้อบังคับอื่น ตามที่กำหนดในธรรมนูญ
- (๔) พิจารณาและวินิจฉัยปัญหาและข้อขัดแย้ง หรือปัญหาใดที่มิได้ตราไว้ในธรรมนูญ หรือปัญหาการบังคับใช้ธรรมนูญ คำวินิจฉัยดังกล่าวให้เป็นที่สุด

หมวด ๔
การพิจารณาเรื่องร้องเรียน

ข้อ ๑๔ ผู้ได้รับความเสียหายจากข้อความ หรือภาพที่ปรากฏในเว็บไซต์ที่เป็นสมาชิก หรือจากพฤติกรรม ของผู้ประกอบวิชาชีพผู้ดูแลเว็บที่สังกัดสมาชิก ซึ่งผู้เสียหายเห็นว่าขัดต่อจริยธรรมแห่งวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไทย ให้แจ้งเป็นหนังสือ หรือ ทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ พร้อมด้วยพยานหลักฐานต่อเว็บไซต์นั้นโดยตรงเสียก่อน เพื่อให้เว็บไซต์นั้น ดำเนินการบรรเทาความเสียหายตามควรแก่กรณี

ข้อ ๑๕ เมื่อผู้เสียหายได้ดำเนินการตามข้อ ๑๔ แล้ว ถูกปฏิเสธหรือเพิกเฉยที่จะดำเนินการใดๆ จากเว็บไซต์ซึ่งเป็นเหตุให้เกิดความเสียหาย หรือเมื่อผู้เสียหายเห็นว่าการบรรเทาความเสียหายของเว็บไซต์ ตาม ข้อ ๑๔ ไม่เป็นที่พอใจจนเห็นได้ชัด จึงมีสิทธิร้องเรียนเป็นหนังสือพร้อมด้วยพยานหลักฐานต่อสภาวิชาชีพผู้ดูแลเว็บได้ภายในหนึ่งร้อยยี่สิบวัน นับแต่วันได้รับความเสียหายนั้น

ข้อ ๑๖ ให้คณะกรรมการควบคุมจริยธรรมของสมาคมผู้ดูแลเว็บไทย ทำหน้าที่เป็นคณะกรรมการ การรับเรื่องร้องทุกข์เพื่อสืบเรื่องร้องเรียนตามข้อ๑๕ ให้คณะกรรมการตามวรรคแรก มีอำนาจวินิจฉัยว่าจรรยาบรรณเรื่องร้องเรียนนั้นไว้พิจารณาหรือไม่ ภายในสามสิบวัน นับแต่วันที่ได้รับเรื่องร้องเรียน

ในกรณีที่คณะกรรมการตามวรรคแรกวินิจฉัยไม่รับเรื่องร้องเรียน ต้องแจ้งให้ผู้ร้องเรียนทราบโดยเร็ว และผู้ร้องเรียนมีสิทธิยื่นอุทธรณ์ต่อ คณะกรรมการภายในสามสิบวัน นับแต่วันที่ได้รับแจ้งจากคณะกรรมการดังกล่าว

กรณีที่คณะกรรมการพิจารณาอุทธรณ์แล้ว วินิจฉัยไม่รับเรื่องร้องเรียน คำวินิจฉัยของคณะกรรมการให้เป็นที่สุด

ข้อ ๘ ให้สภาวิชาชีพผู้ดูแลเว็บมีกรรมการคนหนึ่งเรียกว่า "คณะกรรมการสภาวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไทย" จำนวนไม่เกินสิบเจ็ดคน ประกอบด้วย กรรมการที่มาจากผู้ประกอบวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไม่เกินห้าคน กรรมการที่มาจากองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคไม่เกินสองคน และกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาอาชีพต่าง ๆ อีก หกคน

ทั้งนี้ กรรมการประเภท จะต้องไม่เป็นข้าราชการที่มีตำแหน่งหรือเงินเดือนประจำ ข้าราชการการเมือง สมาชิกสภาท้องถิ่น ผู้บริหารท้องถิ่น พนักงานท้องถิ่น พนักงานหรือลูกจ้างของรัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือเจ้าหน้าที่อื่นของรัฐ ยกเว้นข้าราชการสามัญ หากมีความจำเป็นต้องมีกรรมการที่มีคุณสมบัติต้องห้ามข้างต้น ให้มีชื่อยกเว้นได้ไม่เกิน สองคน

กรรมการที่มาจากผู้ประกอบวิชาชีพผู้ดูแลเว็บให้ถือเอกสิทธิ์ดังต่อไปนี้

- (๑) เจ้าของเว็บไซต์หรือผู้ที่มีอำนาจสูงสุดในการกำหนดนโยบายและรูปแบบเพื่อการจัดทำ เว็บไซต์ ซึ่งเลือกตนเองให้เหลือห้าคน
- (๒) ผู้แทนเว็บไซต์และนักพัฒนาเว็บไซต์ที่เจ้าของเว็บไซต์ได้ลงนามรับรองแล้ว ซึ่งเลือกกันเองให้เหลือสี่คน

ให้กรรมการตาม (๑) และ (๒) มาจากกลุ่มผู้ประกอบกรเว็บไซต์ไม่เกินกลุ่มละหนึ่งคน

ให้กรรมการที่มาจากผู้ประกอบวิชาชีพผู้ดูแลเว็บเลือกกรรมการที่มาจากองค์กรผู้บริโภคสองคน และผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาอาชีพต่าง ๆ อีกหกคน ในจำนวนนี้ให้มีผู้ทรงคุณวุฒิที่อาวุโสและประสบการณ์สูงด้านกฎหมายอินเทอร์เน็ต อย่างน้อยหนึ่งคน

ให้คณะกรรมการดำเนินการเลือกกันเองเพื่อดำรงตำแหน่งประธานสภาวิชาชีพผู้ดูแลเว็บสองคน และเลขาธิการคนหนึ่ง กับกรรมการตำแหน่งอื่นตามความจำเป็น และ เหมาะสม

วิธีการได้มาซึ่งกรรมการในวรรคสอง ให้เป็นไปตามข้อบังคับสภาวิชาชีพผู้ดูแลเว็บ

ข้อ ๙ กรรมการมีวาระการดำรงตำแหน่งสองปีนับแต่วันที่ได้รับเลือกตั้งตามข้อ ๙ วรรคสาม แต่จะดำรงตำแหน่งเกินกว่าสองวาระติดต่อกันไม่ได้

ข้อ ๑๐ กรรมการพ้นจากตำแหน่งเมื่อ

- (๑) ออกตามวาระ
- (๒) ตาย
- (๓) ลาออก
- (๔) ขาดคุณสมบัติตามข้อ ๙
- (๕) องค์กรที่สังกัดหยุดดำเนินการ เฉพาะกรณีกรรมการที่มาจากข้อ ๙ (๑) (๒) และ (๓)
- (๖) ประพฤติชั่วร้ายแรง และคณะกรรมการมีมติให้พ้นจากตำแหน่งด้วยคะแนนเสียงไม่น้อยกว่าสามในสี่ ของจำนวนกรรมการทั้งหมด
- (๗) ถูกศาลสั่งให้เป็นบุคคลล้มละลาย
- (๘) ถูกจำคุกโดยคำพิพากษาถึงที่สุดให้จำคุก เว้นแต่ความผิดอันเนื่องจากการปฏิบัติหน้าที่ หรือความผิดอันได้กระทำโดยประมาท หรือความผิดลหุโทษ

แนบกับคู่มือการจดทะเบียนโดเมนเนม ทั้งนี้ให้หมายรวมถึงผู้แทนเว็บไซต์และนักพัฒนาเว็บไซต์ที่เจ้าของเว็บไซต์ได้ลงนามรับรองแล้ว

ข้อ ๔ สภาวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไซต์มีวัตถุประสงค์ต่อไปนี้

- (๑) ส่งเสริมผู้ประกอบการวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไซต์ให้มีความรับผิดชอบและปฏิบัติตามหลักจริยธรรมแห่งวิชาชีพ
- (๒) ส่งเสริมเสรีภาพ และสนับสนุนสิทธิการรับข่าวสาร การแสดงความคิดเห็นของพลเมือง ในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข
- (๓) ส่งเสริมและพัฒนาการประกอบวิชาชีพและกิจการเว็บไซต์ไทย

ข้อ ๕ สภาวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไซต์มีอำนาจและหน้าที่ดังต่อไปนี้

- (๑) ควบคุมการปฏิบัติหน้าที่ของสมาชิกและผู้ประกอบการวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไซต์ในสังกัดสมาชิก ให้เป็นไปตามจริยธรรมแห่งวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไซต์ไทย ซึ่งตราขึ้นตามธรรมนูญ
- (๒) เผยแพร่ ปรากฏการณ์การประจักษ์ งาน คำวินิจฉัย และคำสั่งของสภาวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไซต์ต่อสาธารณชนเป็นประจำ
- (๓) ให้สมาคมผู้ดูแลเว็บไซต์ทำหน้าที่เป็นสำนักเลขานุการของสภาวิชาชีพ

หมวด ๒ สมาชิก

ข้อ ๖ สมาชิกมีหน้าที่ดังต่อไปนี้

(๑) สนับสนุนการปฏิบัติงานของคณะกรรมการ

(๒) ส่งเสริมและควบคุมผู้ประกอบการวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไซต์ใหม่ ให้ปฏิบัติตามจริยธรรมแห่งวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไซต์ไทย

ข้อ ๗ สมาชิกและผู้ประกอบการวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไซต์สามารถริยธรรมแห่งวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไซต์ไทย โดย เกรงคราใด

สมาชิกหรือผู้ประกอบการวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไซต์มีจริยธรรมแห่งวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไซต์ คือ ภาวะประพฤติดีต่จริยธรรมแห่งวิชาชีพ และให้บังคับตามหมวด ๕

สมาชิก พ้นจากสมาชิกภาพเมื่อ

- (๑) ลาออก
- (๒) เลิกกิจการ

(๓) คณะกรรมการมีมติด้วยคะแนนเสียงไม่น้อยกว่า ๓ ใน ๕ ของคณะกรรมการทั้งหมด ให้พ้นจากสมาชิกภาพ

หมวด ๓

คณะกรรมการสภาวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไซต์



Webmastercouncil.or.th - สภาวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไทย

หน้าแรก [เกี่ยวกับสภา](#)

[คณะกรรมการสภาฯ](#)

[กระดานสนทนา](#)

[รวมบทความ](#)

Site Tools

หน้าแรก

[เกี่ยวกับสภา](#)

[คณะกรรมการสภาฯ](#)

[กระดานสนทนา](#)

search...

หน้าแรก

You are here: [หน้าแรก](#) > [เกี่ยวกับสภา](#) > [ธรรมนูญสภาวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไทย พ.ศ. ๒๕๕๖](#)

เกี่ยวกับสภา

Print

Email

คณะกรรมการสภาฯ

กระดานสนทนา

รวมบทความ

ธรรมนูญสภาวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไทย พ.ศ.๒๕๕๖

โดยที่เห็นเป็นการสมควรให้จัดตั้งสภาวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไทย ขึ้นในประเทศไทย ให้เป็น องค์การอิสระทำหน้าที่ควบคุมกันเองในหมู่ผู้ประกอบวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไทย เพื่อส่งเสริมเสรีภาพ ความรับผิดชอบ สถานภาพผู้ประกอบวิชาชีพและกิจการเว็บไทย ตลอดจนส่งเสริมสนับสนุนสิทธิการใช้เว็บไซต์เพื่อ การรับรู้ข่าวสาร และการแสดงความคิดเห็นของพลเมืองในระบบออนไลน์โดย อันพึงพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริม ให้เว็บไซต์ทำหน้าที่ในการศึกษาแก่ประชาชน รวมทั้งยึดถือความยุติธรรม และความเที่ยงธรรมเป็นหลักในการประกอบวิชาชีพ เจ้าของ ผู้ประกอบการ และผู้ประกอบวิชาชีพผู้ดูแลเว็บทั้งหลาย ซึ่งได้ลงท้ายธรรมนูญฉบับนี้ ได้ยินยอมพร้อมใจกันยึดถือและปฏิบัติตามธรรมนูญสภาวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไทยทุกประการ จึงให้ตราธรรมนูญสภาวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไทยไว้ ดังต่อไปนี้

หมวด ๑

ธรรมนูญทั่วไป

ข้อ ๑ ให้ชื่อองค์กรอิสระควบคุมกันเอง เรียกว่า "สภาวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไทย" ชื่อย่อว่า "ส.พ.ว." ชื่อภาษาอังกฤษว่า "The Webmaster Council of Thailand" ชื่อย่อว่า "WCT"

ข้อ ๒ องค์การสมาชิกตามรายชื่อทำธรรมนูญนี้ ซึ่งเป็นสมาชิกของสภาวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไทย รวมทั้งผู้ประกอบวิชาชีพผู้ดูแลเว็บ ในสังกัดองค์กรสมาชิก ยอมรับผูกพัน และปฏิบัติตามธรรมนูญฉบับนี้

ข้อ ๓ ในธรรมนูญนี้

"เว็บไซต์" หมายถึง ฐานข้อมูลในระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ และสามารถเชื่อมโยงถึงกันได้ โดยผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

"สภาวิชาชีพผู้ดูแลเว็บ" หมายถึงสภาวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไทย

"คณะกรรมการ" หมายถึงคณะกรรมการสภาวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไทย

"กรรมการ" หมายถึงกรรมการสภาวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไทย

"สมาชิก" หมายถึงองค์กรสมาชิกสภาวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไทย

"ผู้ประกอบวิชาชีพผู้ดูแลเว็บ" หมายถึงเจ้าของเว็บไซต์หรือผู้ที่มิอาจสงสัยในการกำหนดนโยบายและรูปแบบเพื่อการจัดทำเว็บไซต์ ซึ่งได้จดทะเบียนในโดเมน

Who's Online
We have 1 guest online

Today 385
All 7658

VISITORS

No account yet? Create one

Password Reminder

Login

Remember me

Password

Login Form
Username

หมวด 4

แนวปฏิบัติของเว็บไซต์และผู้ประกอบวิชาชีพผู้ดูแลเว็บ

ข้อ 20 การเสนอข้อมูลข่าวสารของเว็บไซต์พึงตระหนักถึงความสำคัญของข้อมูลข่าวสารต่อสาธารณชนและ ไม่นำเสนอข้อมูลข่าวสารในทางอ้อมหรือในสิ่งที่ไม่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ

ข้อ 21 การเฝ้าระวังข้อมูลข่าวสารเว็บไซต์พึงใช้วิธีที่สุภาพและข้อสุสัย

ข้อ 22 ในการแสดงความความคิดเห็น เว็บไซต์พึงกระทำโดยบริสุทธิ์ใจและไม่พ่นระกระถินใส่ใคร นอกจากมุ่งปฏิบัติหน้าที่เพื่อสาธารณชนโดยไม่ยอมให้สิทธิพลอื่นใดมาครอบงำความคิดเห็น

ข้อ 23 เว็บไซต์พึงละเว้นการลงละเมิดสิทธิส่วนบุคคลเว้นแต่กรณีเพื่อประโยชน์สาธารณะ

ข้อ 24 เว็บไซต์พึงใช้ความระมัดระวังอย่างรอบคอบให้ประกาศโฆษณาทั้งหลายอยู่ภายในขอบเขต ของศีลธรรมและวัฒนธรรมเว็บไซต์พึงระมัดระวังที่จะไม่เป็นเครื่องมือในการเผยแพร่ ประกาศโฆษณาที่อาจส่งสยว่าจะเป็นภัยแก่สังคมหรือสาธารณชน

ข้อ 25 ข้อความที่เป็นประกาศโฆษณาที่ปรากฏอยู่ในเว็บไซต์ควรแสดงให้เห็นว่าเป็นประกาศโฆษณา จะแอบแฝงเป็นการเสนอข้อมูลข่าวสารหรือความคิดเห็นได้

ข้อ 26 เว็บไซต์พึงหลีกเลี่ยงการเผยแพร่ประกาศโฆษณาที่มีเหตุให้มาเชื่อว่าเจ้าของประกาศโฆษณานั้น เจตนาจะทำให้อ่านหลงเชื่อในสิ่งทั้งหลาย

ข้อ 27 เว็บไซต์พึงระบแหล่งที่อยู่ของผู้จัดทำหรือผู้ดูแลเว็บเสมอ

ข้อ 28 ภาษาที่ใช้ในเว็บไซต์พึงหลีกเลี่ยงคำที่ไม่สุภาพหรือมีความหมิ่นเหยียดหยาม

[< Previous](#)[Next >](#)[\[Back \]](#)

RSS



CSS



HTML



TOP

ภาคผนวก ง
พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำ
ความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550



พระราชบัญญัติ

ว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์

พ.ศ. ๒๕๕๐

ภูมิพลอดุลยเดช ป.ร.

ให้ไว้ ณ วันที่ ๑๐ มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๕๐

เป็นปีที่ ๖๒ ในรัชกาลปัจจุบัน

พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช มีพระบรมราชโองการโปรดเกล้าฯ ให้ประกาศว่า

โดยที่เป็นการสมควรมีกฎหมายว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์

จึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ตราพระราชบัญญัติขึ้นไว้โดยคำแนะนำและยินยอมของ
สภานิติบัญญัติแห่งชาติ ดังต่อไปนี้

มาตรา ๑ พระราชบัญญัตินี้เรียกว่า “พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับ
คอมพิวเตอร์ พ.ศ. ๒๕๕๐”

มาตรา ๒ พระราชบัญญัตินี้ให้ใช้บังคับเมื่อพ้นกำหนดสามสิบวันนับแต่วันประกาศ
ในราชกิจจานุเบกษาเป็นต้นไป

มาตรา ๓ ในพระราชบัญญัตินี้

“ระบบคอมพิวเตอร์” หมายความว่า อุปกรณ์หรือชุดอุปกรณ์ของคอมพิวเตอร์ที่เชื่อมการทำงาน
เข้าด้วยกัน โดยได้มีการกำหนดคำสั่ง ชุดคำสั่ง หรือสิ่งอื่นใด และแนวทางปฏิบัติงานให้อุปกรณ์
หรือชุดอุปกรณ์ทำหน้าที่ประมวลผลข้อมูลโดยอัตโนมัติ

“ข้อมูลคอมพิวเตอร์” หมายความว่า ข้อมูล ข้อความ คำสั่ง ชุดคำสั่ง หรือสิ่งอื่นใดบรรดาที่อยู่ในระบบคอมพิวเตอร์ในสภาพที่ระบบคอมพิวเตอร์อาจประมวลผลได้ และให้หมายความรวมถึงข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ตามกฎหมายว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ด้วย

“ข้อมูลจราจรทางคอมพิวเตอร์” หมายความว่า ข้อมูลเกี่ยวกับการติดต่อสื่อสารของระบบคอมพิวเตอร์ ซึ่งแสดงถึงแหล่งกำเนิด ต้นทาง ปลายทาง เส้นทาง เวลา วันที่ ปริมาณ ระยะเวลา ชนิดของบริการ หรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ การติดต่อสื่อสารของระบบคอมพิวเตอร์นั้น

“ผู้ให้บริการ” หมายความว่า

(๑) ผู้ให้บริการแก่บุคคลอื่นในการเข้าสู่อินเทอร์เน็ต หรือให้สามารถติดต่อถึงกันโดยประการอื่น โดยผ่านทางระบบคอมพิวเตอร์ ทั้งนี้ ไม่ว่าจะเป็นการให้บริการในนามของตนเอง หรือในนามหรือเพื่อประโยชน์ของบุคคลอื่น

(๒) ผู้ให้บริการเก็บรักษาข้อมูลคอมพิวเตอร์เพื่อประโยชน์ของบุคคลอื่น

“ผู้ใช้บริการ” หมายความว่า ผู้ใช้บริการของผู้ให้บริการไม่ว่าต้องเสียค่าใช้บริการหรือไม่ก็ตาม

“พนักงานเจ้าหน้าที่” หมายความว่า ผู้ซึ่งรัฐมนตรีแต่งตั้งให้ปฏิบัติการตามพระราชบัญญัตินี้

“รัฐมนตรี” หมายความว่า รัฐมนตรีผู้รักษาการตามพระราชบัญญัตินี้

มาตรา ๔ ให้รัฐมนตรีว่าการกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารรักษาการตามพระราชบัญญัตินี้ และมีอำนาจออกกฎกระทรวงเพื่อปฏิบัติการตามพระราชบัญญัตินี้

กฎกระทรวงนั้น เมื่อได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษาแล้วให้ใช้บังคับได้

หมวด ๑

ความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์

มาตรา ๕ ผู้ใดเข้าถึงโดยมิชอบซึ่งระบบคอมพิวเตอร์ที่มีมาตรการป้องกันการเข้าถึง โดยเฉพาะและมาตรการนั้นมีได้มีไว้สำหรับตน ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา ๖ ผู้ใดล่วงรู้มาตรการป้องกันการเข้าถึงระบบคอมพิวเตอร์ที่ผู้อื่นจัดทำขึ้นเป็นการเฉพาะ ถ้านำมาตรการดังกล่าวไปเปิดเผยโดยมิชอบในประการที่น่าจะเกิดความเสียหายแก่ผู้อื่น ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินสองหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา ๗ ผู้ใดเข้าถึงโดยมิชอบซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่มีมาตรการป้องกันการเข้าถึงโดยเฉพาะ และมาตรการนั้นมิได้มีไว้สำหรับตน ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสองปีหรือปรับไม่เกินสี่หมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา ๘ ผู้ใดกระทำด้วยประการใดโดยมิชอบด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์เพื่อดักจับไว้ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ของผู้อื่นที่อยู่ระหว่างการส่งในระบบคอมพิวเตอร์ และข้อมูลคอมพิวเตอร์นั้นมิได้มีไว้เพื่อประโยชน์สาธารณะหรือเพื่อให้บุคคลทั่วไปใช้ประโยชน์ได้ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามปี หรือปรับไม่เกินหกหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา ๙ ผู้ใดทำให้เสียหาย ทำลาย แก้ไข เปลี่ยนแปลง หรือเพิ่มเติมไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ของผู้อื่นโดยมิชอบ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินห้าปี หรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา ๑๐ ผู้ใดกระทำด้วยประการใดโดยมิชอบ เพื่อให้การทำงานของระบบคอมพิวเตอร์ของผู้อื่นถูกระงับ ชะลอ ขัดขวาง หรือรบกวนจนไม่สามารถทำงานตามปกติได้ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินห้าปี หรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา ๑๑ ผู้ใดส่งข้อมูลคอมพิวเตอร์หรือจดหมายอิเล็กทรอนิกส์แก่บุคคลอื่นโดยปกปิดหรือปลอมแปลงแหล่งที่มาของการส่งข้อมูลดังกล่าว อันเป็นการรบกวนการใช้ระบบคอมพิวเตอร์ของบุคคลอื่นโดยปกติสุข ต้องระวางโทษปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท

มาตรา ๑๒ ถ้าการกระทำความผิดตามมาตรา ๙ หรือมาตรา ๑๐

(๑) ก่อให้เกิดความเสียหายแก่ประชาชน ไม่ว่าจะความเสียหายนั้นจะเกิดขึ้นในทันทีหรือในภายหลังและไม่ว่าจะเกิดขึ้นพร้อมกันหรือไม่ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสิบปี และปรับไม่เกินสองแสนบาท

(๒) เป็นการกระทำโดยประการที่น่าจะเกิดความเสียหายต่อข้อมูลคอมพิวเตอร์ หรือระบบคอมพิวเตอร์ที่เกี่ยวกับการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของประเทศ ความปลอดภัยสาธารณะ ความมั่นคงในทางเศรษฐกิจของประเทศ หรือการบริการสาธารณะ หรือเป็นการกระทำต่อข้อมูลคอมพิวเตอร์หรือระบบคอมพิวเตอร์ที่มีไว้เพื่อประโยชน์สาธารณะ ต้องระวางโทษจำคุกตั้งแต่สามปีถึงสิบห้าปี และปรับตั้งแต่หกหมื่นบาทถึงสามแสนบาท

ถ้าการกระทำความผิดตาม (๒) เป็นเหตุให้ผู้อื่นถึงแก่ความตาย ต้องระวางโทษจำคุกตั้งแต่สิบปีถึงยี่สิบปี

มาตรา ๑๓ ผู้ใดจำหน่ายหรือเผยแพร่ชุดคำสั่งที่จัดทำขึ้นโดยเฉพาะเพื่อนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการกระทำความผิดตามมาตรา ๕ มาตรา ๖ มาตรา ๗ มาตรา ๘ มาตรา ๙ มาตรา ๑๐ หรือมาตรา ๑๑ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินสองหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา ๑๔ ผู้ใดกระทำความผิดที่ระบุไว้ดังต่อไปนี้ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินห้าปี หรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

(๑) นำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ปลอมไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน หรือข้อมูลคอมพิวเตอร์อันเป็นเท็จ โดยประการที่น่าจะเกิดความเสียหายแก่ผู้อื่นหรือประชาชน

(๒) นำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์อันเป็นเท็จ โดยประการที่น่าจะเกิดความเสียหายต่อความมั่นคงของประเทศหรือก่อให้เกิดความตื่นตระหนกแก่ประชาชน

(๓) นำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ใด ๆ อันเป็นความผิดเกี่ยวกับความมั่นคงแห่งราชอาณาจักรหรือความผิดเกี่ยวกับการก่อการร้ายตามประมวลกฎหมายอาญา

(๔) นำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ใด ๆ ที่มีลักษณะอันลามกและข้อมูลคอมพิวเตอร์นั้นประชาชนทั่วไปอาจเข้าถึงได้

(๕) เผยแพร่หรือส่งต่อซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์โดยรู้อยู่แล้วว่าเป็นข้อมูลคอมพิวเตอร์ตาม (๑) (๒) (๓) หรือ (๔)

มาตรา ๑๕ ผู้ให้บริการผู้ใดจงใจสนับสนุนหรือยินยอมให้มีการกระทำความผิดตามมาตรา ๑๔ ในระบบคอมพิวเตอร์ที่อยู่ในความควบคุมของตน ต้องระวางโทษเช่นเดียวกับผู้กระทำความผิดตามมาตรา ๑๔

มาตรา ๑๖ ผู้ใดนำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ที่ประชาชนทั่วไปอาจเข้าถึงได้ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่ปรากฏเป็นภาพของผู้อื่น และภาพนั้นเป็นภาพที่เกิดจากการสร้างขึ้น ตัดต่อ เติม หรือดัดแปลงด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์หรือวิธีการอื่นใด ทั้งนี้ โดยประการที่น่าจะทำให้ผู้อื่นนั้นเสียชื่อเสียง ถูกดูหมิ่น ถูกเกลียดชัง หรือได้รับความอับอาย ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามปี หรือปรับไม่เกินหกหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

ถ้าการกระทำตามวรรคหนึ่ง เป็นการนำเข้าสู่ข้อมูลคอมพิวเตอร์โดยสุจริต ผู้กระทำไม่มีความผิด ความผิดตามวรรคหนึ่งเป็นความผิดอันยอมความได้

ถ้าผู้เสียหายในความผิดตามวรรคหนึ่งตายเสียก่อนร้องทุกข์ ให้บิดา มารดา คู่สมรส หรือบุตรของผู้เสียหายร้องทุกข์ได้ และให้ถือว่าเป็นผู้เสียหาย

มาตรา ๑๗ ผู้ใดกระทำความผิดตามพระราชบัญญัตินี้นอกราชอาณาจักรและ

(๑) ผู้กระทำความผิดนั้นเป็นคนไทย และรัฐบาลแห่งประเทศที่ความผิดได้เกิดขึ้นหรือผู้เสียหายได้ร้องขอให้ลงโทษ หรือ

(๒) ผู้กระทำความผิดนั้นเป็นคนต่างด้าว และรัฐบาลไทยหรือคนไทยเป็นผู้เสียหายและผู้เสียหายได้ร้องขอให้ลงโทษ

จะต้องรับโทษภายในราชอาณาจักร

หมวด ๒

พนักงานเจ้าหน้าที่

มาตรา ๑๘ ภายใต้บังคับมาตรา ๑๕ เพื่อประโยชน์ในการสืบสวนและสอบสวนในกรณีที่มีเหตุอันควรเชื่อได้ว่าการกระทำความผิดตามพระราชบัญญัตินี้ ให้พนักงานเจ้าหน้าที่มีอำนาจอย่างหนึ่งอย่างใด ดังต่อไปนี้ เฉพาะที่จำเป็นเพื่อประโยชน์ในการใช้เป็นหลักฐานเกี่ยวกับการกระทำความผิดและหาตัวผู้กระทำความผิด

(๑) มีหนังสือสอบถามหรือเรียกบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการกระทำความผิดตามพระราชบัญญัตินี้มาเพื่อให้ถ้อยคำ ส่งคำชี้แจงเป็นหนังสือ หรือส่งเอกสาร ข้อมูล หรือหลักฐานอื่นใดที่อยู่ในรูปแบบที่สามารถเข้าใจได้

(๒) เรียกข้อมูลจราจรทางคอมพิวเตอร์จากผู้ให้บริการเกี่ยวกับการติดต่อสื่อสารผ่านระบบคอมพิวเตอร์หรือจากบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้อง

(๓) สั่งให้ผู้ให้บริการส่งมอบข้อมูลเกี่ยวกับผู้ใช้บริการที่ต้องเก็บตามมาตรา ๒๖ หรือที่อยู่ในความครอบครองหรือควบคุมของผู้ให้บริการให้แก่พนักงานเจ้าหน้าที่

(๔) ทำสำเนาข้อมูลคอมพิวเตอร์ ข้อมูลจราจรทางคอมพิวเตอร์ จากระบบคอมพิวเตอร์ที่มีเหตุอันควรเชื่อได้ว่าการกระทำความผิดตามพระราชบัญญัตินี้ ในกรณีที่ระบบคอมพิวเตอร์นั้นยังมีได้อยู่ในความครอบครองของพนักงานเจ้าหน้าที่

(๕) สั่งให้บุคคลซึ่งครอบครองหรือควบคุมข้อมูลคอมพิวเตอร์ หรืออุปกรณ์ที่ใช้เก็บข้อมูลคอมพิวเตอร์ ส่งมอบข้อมูลคอมพิวเตอร์ หรืออุปกรณ์ดังกล่าวให้แก่พนักงานเจ้าหน้าที่

(๖) ตรวจสอบหรือเข้าถึงระบบคอมพิวเตอร์ ข้อมูลคอมพิวเตอร์ ข้อมูลจราจรทางคอมพิวเตอร์ หรืออุปกรณ์ที่ใช้เก็บข้อมูลคอมพิวเตอร์ของบุคคลใด อันเป็นหลักฐานหรืออาจใช้เป็นหลักฐานเกี่ยวกับการกระทำความผิด หรือเพื่อสืบสวนหาตัวผู้กระทำความผิดและสั่งให้บุคคลนั้นส่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ ข้อมูลจราจรทางคอมพิวเตอร์ ที่เกี่ยวข้องเท่าที่จำเป็นให้ด้วยก็ได้

(๓) ถอดรหัสลับของข้อมูลคอมพิวเตอร์ของบุคคลใด หรือสั่งให้บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการเข้ารหัสลับของข้อมูลคอมพิวเตอร์ ทำการถอดรหัสลับ หรือให้ความร่วมมือกับพนักงานเจ้าหน้าที่ในการถอดรหัสลับดังกล่าว

(๔) ยึดหรืออายัดระบบคอมพิวเตอร์เท่าที่จำเป็นเฉพาะเพื่อประโยชน์ในการทราบรายละเอียดแห่งความผิดและผู้กระทำความผิดตามพระราชบัญญัตินี้

มาตรา ๑๕ การใช้อำนาจของพนักงานเจ้าหน้าที่ตามมาตรา ๑๔ (๔) (๕) (๖) (๗) และ (๘) ให้พนักงานเจ้าหน้าที่ยื่นคำร้องต่อศาลที่มีเขตอำนาจเพื่อมีคำสั่งอนุญาตให้พนักงานเจ้าหน้าที่ดำเนินการตามคำร้อง ทั้งนี้ คำร้องต้องระบุเหตุอันควรเชื่อได้ว่าบุคคลใดกระทำหรือกำลังจะกระทำการอย่างหนึ่งอย่างใดอันเป็นความผิดตามพระราชบัญญัตินี้ เหตุที่ต้องใช้อำนาจ ลักษณะของการกระทำความผิด รายละเอียดเกี่ยวกับอุปกรณ์ที่ใช้ในการกระทำความผิดและผู้กระทำความผิด เท่าที่สามารถจะระบุได้ ประกอบคำร้องด้วยในการพิจารณาคำร้องให้ศาลพิจารณาคำร้องดังกล่าวโดยเร็ว

เมื่อศาลมีคำสั่งอนุญาตแล้ว ก่อนดำเนินการตามคำสั่งของศาล ให้พนักงานเจ้าหน้าที่ส่งสำเนาบันทีกเหตุอันควรเชื่อที่ทำให้ต้องใช้อำนาจตามมาตรา ๑๔ (๔) (๕) (๖) (๗) และ (๘) มอบให้เจ้าของหรือผู้ครอบครองระบบคอมพิวเตอร์นั้นไว้เป็นหลักฐาน แต่ถ้าไม่มีเจ้าของหรือผู้ครอบครองเครื่องคอมพิวเตอร์อยู่ ณ ที่นั้น ให้พนักงานเจ้าหน้าที่ส่งมอบสำเนาบันทีกนั้นให้แก่เจ้าของหรือผู้ครอบครองดังกล่าวในทันทีที่กระทำได้

ให้พนักงานเจ้าหน้าที่ผู้เป็นหัวหน้าในการดำเนินการตามมาตรา ๑๔ (๔) (๕) (๖) (๗) และ (๘) ส่งสำเนาบันทีกรายละเอียดการดำเนินการและเหตุผลแห่งการดำเนินการให้ศาลที่มีเขตอำนาจภายในสี่สิบแปดชั่วโมงนับแต่เวลาลงมือดำเนินการ เพื่อเป็นหลักฐาน

การทำสำเนาข้อมูลคอมพิวเตอร์ตามมาตรา ๑๔ (๔) ให้กระทำได้เฉพาะเมื่อมีเหตุอันควรเชื่อได้ว่ามีการกระทำความผิดตามพระราชบัญญัตินี้ และต้องไม่เป็นอุปสรรคในการดำเนินกิจการของเจ้าของหรือผู้ครอบครองข้อมูลคอมพิวเตอร์นั้นเกินความจำเป็น

การยึดหรืออายัดตามมาตรา ๑๔ (๘) นอกจากจะต้องส่งมอบสำเนาหนังสือแสดงการยึดหรืออายัดมอบให้เจ้าของหรือผู้ครอบครองระบบคอมพิวเตอร์นั้นไว้เป็นหลักฐานแล้วพนักงานเจ้าหน้าที่จะสั่งยึดหรืออายัดไว้เกินสามสิบวันมิได้ ในกรณีจำเป็นที่ต้องยึดหรืออายัดไว้ยาวนานกว่านั้น ให้ยื่นคำร้องต่อศาลที่มีเขตอำนาจเพื่อขอขยายเวลายึดหรืออายัดได้ แต่ศาลจะอนุญาตให้ขยายเวลาครั้งเดียวหรือหลายครั้งรวมกันได้อีกไม่เกินหกสิบวัน เมื่อหมดความจำเป็นที่จะยึดหรืออายัดหรือครบกำหนดเวลาดังกล่าวแล้ว พนักงานเจ้าหน้าที่ต้องส่งคืนระบบคอมพิวเตอร์ที่ยึดหรืออายัดการอายัดโดยพลัน

หนังสือแสดงการยึดหรืออายัดตามวรรคห้าให้เป็นไปตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

มาตรา ๒๐ ในกรณีที่การกระทำความผิดตามพระราชบัญญัตินี้เป็นการทำให้แพร่หลายซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่อาจกระทบกระเทือนต่อความมั่นคงแห่งราชอาณาจักรตามที่กำหนดไว้ในภาคสอง ลักษณะ ๑ หรือลักษณะ ๑/๑ แห่งประมวลกฎหมายอาญา หรือที่มีลักษณะขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน พนักงานเจ้าหน้าที่โดยได้รับความเห็นชอบจากรัฐมนตรีอาจยื่นคำร้องพร้อมแสดงพยานหลักฐานต่อศาลที่มีเขตอำนาจขอให้มีการสั่งระงับการทำให้แพร่หลายซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์นั้นได้

ในกรณีที่ศาลมีคำสั่งให้ระงับการทำให้แพร่หลายซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ตามวรรคหนึ่ง ให้พนักงานเจ้าหน้าที่ทำการระงับการทำให้แพร่หลายนั้นเอง หรือสั่งให้ผู้ให้บริการระงับการทำให้แพร่หลายซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์นั้นก็ได้

มาตรา ๒๑ ในกรณีที่พนักงานเจ้าหน้าที่พบว่า ข้อมูลคอมพิวเตอร์ใดมีชุดคำสั่งไม่พึงประสงค์รวมอยู่ด้วย พนักงานเจ้าหน้าที่อาจยื่นคำร้องต่อศาลที่มีเขตอำนาจเพื่อขอให้มีการสั่งห้ามจำหน่ายหรือเผยแพร่ หรือสั่งให้เจ้าของหรือผู้ครอบครองข้อมูลคอมพิวเตอร์นั้นระงับการใช้ ทำลาย หรือแก้ไขข้อมูลคอมพิวเตอร์นั้นได้ หรือจะกำหนดเงื่อนไขในการใช้ มีไว้ในครอบครอง หรือเผยแพร่ชุดคำสั่งไม่พึงประสงค์ดังกล่าวก็ได้

ชุดคำสั่งไม่พึงประสงค์ตามวรรคหนึ่งหมายถึงชุดคำสั่งที่มีผลทำให้ข้อมูลคอมพิวเตอร์ หรือระบบคอมพิวเตอร์หรือชุดคำสั่งอื่นเกิดความเสียหาย ถูกทำลาย ถูกแก้ไขเปลี่ยนแปลงหรือเพิ่มเติม ขัดข้อง หรือปฏิบัติงานไม่ตรงตามคำสั่งที่กำหนดไว้ หรือโดยประการอื่นตามที่กำหนดในกฎกระทรวง ทั้งนี้ เว้นแต่เป็นชุดคำสั่งที่มุ่งหมายในการป้องกันหรือแก้ไขชุดคำสั่งดังกล่าวข้างต้น ตามที่รัฐมนตรีประกาศในราชกิจจานุเบกษา

มาตรา ๒๒ ห้ามมิให้พนักงานเจ้าหน้าที่เปิดเผยหรือส่งมอบข้อมูลคอมพิวเตอร์ ข้อมูลจราจรทางคอมพิวเตอร์ หรือข้อมูลของผู้ใช้บริการ ที่ได้มาตามมาตรา ๑๘ ให้แก่บุคคลใด

ความในวรรคหนึ่งมิให้ใช้บังคับกับการกระทำเพื่อประโยชน์ในการดำเนินคดีกับผู้กระทำความผิดตามพระราชบัญญัตินี้ หรือเพื่อประโยชน์ในการดำเนินคดีกับพนักงานเจ้าหน้าที่เกี่ยวกับการใช้อำนาจหน้าที่โดยมิชอบ หรือเป็นการกระทำตามคำสั่งหรือที่ได้รับอนุญาตจากศาล

พนักงานเจ้าหน้าที่ผู้ใดฝ่าฝืนวรรคหนึ่งต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามปี หรือปรับไม่เกินหกหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา ๒๓ พนักงานเจ้าหน้าที่ผู้ใดกระทำโดยประมาทเป็นเหตุให้ผู้อื่นล่วงรู้ข้อมูลคอมพิวเตอร์ ข้อมูลจราจรทางคอมพิวเตอร์ หรือข้อมูลของผู้ใช้บริการ ที่ได้มาตามมาตรา ๑๘ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินสองหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา ๒๔ ผู้ใดล่วงรู้ข้อมูลคอมพิวเตอร์ ข้อมูลจราจรทางคอมพิวเตอร์หรือข้อมูลของผู้ใช้บริการ ที่พนักงานเจ้าหน้าที่ได้มาตามมาตรา ๑๘ และเปิดเผยข้อมูลนั้นต่อผู้หนึ่งผู้ใด ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสองปี หรือปรับไม่เกินสี่หมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา ๒๕ ข้อมูล ข้อมูลคอมพิวเตอร์ หรือข้อมูลจราจรทางคอมพิวเตอร์ที่พนักงานเจ้าหน้าที่ได้มาตามพระราชบัญญัตินี้ ให้อ้างและรับฟังเป็นพยานหลักฐานตามบทบัญญัติแห่งประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญาหรือกฎหมายอื่นอันว่าด้วยการสืบพยานได้ แต่ต้องเป็นชนิดที่มีได้เกิดขึ้นจากการจงใจ มีคำมั่นสัญญา ชูเชิญ หลอกลวง หรือโดยมิชอบประการอื่น

มาตรา ๒๖ ผู้ให้บริการต้องเก็บรักษาข้อมูลจราจรทางคอมพิวเตอร์ไว้ไม่น้อยกว่าเก้าสิบวัน นับแต่วันที่ข้อมูลนั้นเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ แต่ในกรณีจำเป็นพนักงานเจ้าหน้าที่จะสั่งให้ผู้ให้บริการผู้ใดเก็บรักษาข้อมูลจราจรทางคอมพิวเตอร์ไว้เกินเก้าสิบวันแต่ไม่เกินหนึ่งปีเป็นกรณีพิเศษเฉพาะราย และเฉพาะคราวก็ได้

ผู้ให้บริการจะต้องเก็บรักษาข้อมูลของผู้ใช้บริการเท่าที่จำเป็นเพื่อให้สามารถระบุตัวผู้ใช้บริการ นับตั้งแต่เริ่มใช้บริการและต้องเก็บรักษาไว้เป็นเวลาไม่น้อยกว่าเก้าสิบวันนับตั้งแต่การให้บริการสิ้นสุดลง

ความในวรรคหนึ่งจะใช้กับผู้ให้บริการประเภทใด อย่างไร และเมื่อใด ให้เป็นไปตามที่รัฐมนตรีประกาศในราชกิจจานุเบกษา

ผู้ให้บริการผู้ใดไม่ปฏิบัติตามมาตรานี้ ต้องระวางโทษปรับไม่เกินห้าแสนบาท

มาตรา ๒๗ ผู้ใดไม่ปฏิบัติตามคำสั่งของศาลหรือพนักงานเจ้าหน้าที่ที่สั่งตามมาตรา ๑๘ หรือมาตรา ๒๐ หรือไม่ปฏิบัติตามคำสั่งของศาลตามมาตรา ๒๑ ต้องระวางโทษปรับไม่เกินสองแสนบาท และปรับเป็นรายวันอีกไม่เกินวันละห้าพันบาทจนกว่าจะปฏิบัติให้ถูกต้อง

มาตรา ๒๘ การแต่งตั้งพนักงานเจ้าหน้าที่ตามพระราชบัญญัตินี้ ให้รัฐมนตรีแต่งตั้งจากผู้มีความรู้ และความชำนาญเกี่ยวกับระบบคอมพิวเตอร์และมีคุณสมบัติตามที่รัฐมนตรีกำหนด

มาตรา ๒๙ ในการปฏิบัติหน้าที่ตามพระราชบัญญัตินี้ ให้พนักงานเจ้าหน้าที่เป็นพนักงานฝ่ายปกครองหรือตำรวจชั้นผู้ใหญ่ตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญามีอำนาจรับคำร้องทุกข์ หรือรับคำกล่าวโทษ และมีอำนาจในการสืบสวนสอบสวนเฉพาะความผิดตามพระราชบัญญัตินี้

ในการจับ ควบคุม กั้น การทำสำนวนสอบสวนและดำเนินคดีผู้กระทำความผิดตามพระราชบัญญัตินี้ บรรดาที่เป็นอำนาจของพนักงานฝ่ายปกครองหรือตำรวจชั้นผู้ใหญ่ หรือพนักงานสอบสวนตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา ให้พนักงานเจ้าหน้าที่ประสานงานกับพนักงานสอบสวนผู้รับผิดชอบเพื่อดำเนินการตามอำนาจหน้าที่ต่อไป

ให้นายกรัฐมนตรีในฐานะผู้กำกับดูแลสำนักงานตำรวจแห่งชาติและรัฐมนตรีมีอำนาจร่วมกันกำหนดระเบียบเกี่ยวกับแนวทางและวิธีปฏิบัติในการดำเนินการตามวรรคสอง

มาตรา ๓๐ ในการปฏิบัติหน้าที่ พนักงานเจ้าหน้าที่ต้องแสดงบัตรประจำตัวต่อบุคคลซึ่งเกี่ยวข้อง

บัตรประจำตัวของพนักงานเจ้าหน้าที่ให้เป็นไปตามแบบที่รัฐมนตรีประกาศในราชกิจจานุเบกษา

ผู้รับสนองพระบรมราชโองการ

พลเอก สุรยุทธ์ จุลานนท์

นายกรัฐมนตรี

หมายเหตุ :- เหตุผลในการประกาศใช้พระราชบัญญัติฉบับนี้ คือ เนื่องจากในปัจจุบันระบบคอมพิวเตอร์ได้เป็นส่วนสำคัญของการประกอบกิจการและการดำรงชีวิตของมนุษย์ หากมีผู้กระทำความผิดประการใด ๆ ให้ระบบคอมพิวเตอร์ไม่สามารถทำงานตามคำสั่งที่กำหนดไว้หรือทำให้การทำงานผิดพลาดไปจากคำสั่งที่กำหนดไว้ หรือใช้วิธีการใด ๆ เข้าล่วงรู้ข้อมูล แก้ไข หรือทำลายข้อมูลของบุคคลอื่นในระบบคอมพิวเตอร์โดยมิชอบ หรือใช้ระบบคอมพิวเตอร์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลคอมพิวเตอร์อันเป็นเท็จหรือมีลักษณะอันลามกอนาจาร ย่อมก่อให้เกิดความเสียหาย กระทบกระเทือนต่อเศรษฐกิจ สังคม และความมั่นคงของรัฐ รวมทั้งความสงบสุขและศีลธรรมอันดีของประชาชน สมควรกำหนดมาตรการเพื่อป้องกันและปราบปรามการกระทำความผิดดังกล่าว จึงจำเป็นต้องตราพระราชบัญญัตินี้