

ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของผู้ดูแลเว็บต่อการนำเสนอข้อมูลบนเว็บไซต์และการตัดสินใจจริยธรรม

ชัชพงศ์ ตังมณี* และ พิชสิรี ชมภูคำ**

บทคัดย่อ

การนำเสนอข้อมูลบนเว็บไซต์เป็นความรับผิดชอบหนึ่งของผู้ดูแลเว็บ ทว่าในปัจจุบันมีคำถามอยู่เสมอว่า ทำไมผู้ดูแลเว็บยังคงแสดงข้อมูลบนเว็บไซต์ ทั้งที่ข้อมูลดังกล่าวดูเหมือนจะมีปัญหาทางจริยธรรม การวิจัยนี้จึงต้องการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการนำเสนอข้อมูลบนเว็บไซต์และการตัดสินใจทางจริยธรรมของผู้ดูแลเว็บ

การสำรวจด้วยแบบสอบถามออนไลน์ที่ได้รับคำตอบคืนจากผู้ดูแลเว็บที่เป็นสมาชิกผู้ดูแลเว็บไทย จำนวน 192 คน ทำให้ทราบว่า ผู้ดูแลเว็บมีทัศนคติต่อการนำเสนอข้อมูลโดยเฉลี่ยในระดับปานกลางค่อนข้างน้อยและมีการตัดสินใจทางจริยธรรมในระดับใกล้เคียงกัน ทั้งนี้ความสัมพันธ์ของทั้งสองตัวแปรเป็นบวกและสัณຍลค่าที่ระดับ 0.05

นอกจากช่วยต่อยอดองค์ความรู้ทางจริยธรรมในบริบทผู้ดูแลเว็บแล้ว ผู้ที่เกี่ยวข้อง เช่น เจ้าของเว็บไซต์อาจประยุกต์ความสัมพันธ์ที่พบเพื่อช่วยให้การตัดสินใจทางจริยธรรม ตลอดจนทัศนคติเป็นไปอย่างเหมาะสมต่อไป

คำสำคัญ: ทัศนคติต่อการนำเสนอข้อมูลบนเว็บไซต์ ผู้ดูแลเว็บ การตัดสินใจทางจริยธรรม

* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประจำสาขาเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อธุรกิจ ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ถนนพญาไท กรุงเทพฯ 10330

โทร. 0-2218-5653, อีเมล: chatpong@cbs.chula.ac.th

** รองศาสตราจารย์ ประจำภาควิชาพาณิชยศาสตร์ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ถนนพญาไท กรุงเทพฯ 10330

โทร. 0-2218-5869, อีเมล: pachsiy@acc.chula.ac.th

Relationships between Webmasters' Attitude towards Content Display on Websites and Their Ethical Judgment

Chatpong Tangmanee* and Pachsiroy Chompukum**

Abstract

To display any content on a website is one of a webmaster's main responsibilities. Yet, there have been common questions in which why webmasters still display the content that seems to have ethical problems. This study thus attempts to examine a relationship between their attitude towards content display on websites and their ethical judgment.

An online survey in which 192 samples who are members to the Thai Webmaster Association participated revealed that the ranges of their attitude and their ethical judgment are marginally moderate. Moreover, the relationship between these two variables is positive and statistically significant at a 0.05 level.

In addition to extending insight into ethics in the context of webmasters in Thailand, involved parties such as website owners may apply the findings to enhance the webmasters' attitude towards content display on websites and their ethical judgment.

Keywords: *Attitude towards Website Content Display, Webmasters, Ethical Judgment*

* Assistant Professor, Division of Information Technology for Business, Department of Statistics, Chulalongkorn Business School, Chulalongkorn University, Phyathai Road, Pathumwan, Bangkok 10330, THAILAND.

Tel. 0-2218-5653, E-mail: chatpong@cbs.chula.ac.th

** Associate Professor, Department of Commerce, Chulalongkorn Business School, Chulalongkorn University, Phyathai Road, Pathumwan, Bangkok 10330, THAILAND.

Tel. 0-2218-5869, E-mail: pachsiroy@acc.chula.ac.th

ความสำคัญของปัญหา

เป็นที่ยอมรับโดยทั่วกันว่า ข้อมูลที่ปรากฏบนอินเทอร์เน็ตมีหลากหลายชนิดทั้งที่เป็นอักษร รูปภาพ เสียงดนตรี หรือกระทั่งภาพเคลื่อนไหวอันมีเสียงประกอบ ในขณะที่มีความเชื่อว่า ข้อมูลทุกลักษณะมีประโยชน์ขึ้นกับวัตถุประสงค์ของผู้ใช้ บุคคลอีกหลายกลุ่มหรือกระทั่งผู้ดูแลเว็บเห็นว่าการแสดงข้อมูลบนเว็บไซต์บางส่วนไม่เหมาะสม อาจเป็นตัวอย่างไม่ดีต่อเยาวชน และหน่วยงานรัฐควรกำกับการนำเสนอข้อมูลบนเว็บไซต์ให้เหมาะสมหรือรัดกุมมากขึ้น

ผู้ดูแลเว็บหรือเว็บมาสเตอร์ (Webmaster) เป็นบุคคลหนึ่งที่มีความรับผิดชอบหลักในการพิจารณาสอบทานข้อมูลออนไลน์ก่อนการนำเสนอบนเว็บไซต์ อีกทั้งมีหน้าที่ตรวจสอบเนื้อหา คุณภาพ และรูปแบบของเว็บไซต์ ตลอดจนเป็นผู้ค้นหา สร้าง และติดตั้งเครื่องมือในการสร้างเนื้อหา และตรวจสอบความต่อเนื่อง เป็นผู้ที่บริหารเว็บไซต์ ประสานกับผู้ออกแบบ และให้ความช่วยเหลือกับผู้ใช้งาน (Van der Walt & Van Brakel, 1997, 2000) โดยที่สภาวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไทย (2547) ได้กำหนดความหมายของผู้ดูแลเว็บไว้ คือ บุคคลที่ทำหน้าที่วางแผน ดูแล บริหาร และจัดการเว็บไซต์ เพื่อให้เว็บไซต์นั้นบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ดังนั้น ผู้ดูแลเว็บจึงจำเป็นต้องมีความรู้และทักษะในด้านคอมพิวเตอร์ และการจัดการตามท้องถื่นของโลกของผู้ดูแลเว็บ (World Organization of Webmaster) ได้ศึกษาวิเคราะห์งานและกำหนดสมรรถนะ (Competency) ของผู้ดูแลเว็บทั่วโลกไว้แล้ว

ในขณะที่การแข่งขันทางธุรกิจมีต้นทุนเพิ่มขึ้น การใช้อินเทอร์เน็ตนำเสนอข้อมูลเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายหรือทำกิจกรรมทางตลาดจึงได้รับการยอมรับมากขึ้นเพราะสามารถจัดการกับต้นทุนได้ดี ด้วยเหตุนี้ ความพยายามในการนำเสนอข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตจึงอาจกลายเป็นประเด็นทางจริยธรรมที่สำคัญ (กานตวี ปานสีทา, 2545; Bricknell & Cohen, 2005) กล่าวคือ ในขณะที่หลายคนมีความเห็นว่า การนำเสนอบนเว็บไซต์ภาพของเหยื่อที่ร่างกายแหลกเหลวจากระเบิดในเหตุการณ์สงคราม เป็นการนำเสนอที่กระจ่างและตรงไปตรงมา กระนั้นบุคคลอีกกลุ่มอาจเห็นว่าเป็นการนำเสนอที่รุนแรงและสะเทือนใจเกินไปสำหรับการนำเสนอบนเว็บไซต์ ในหลายครั้งถึงขั้นเขียนโจมตีว่าเป็นการนำเสนอที่ไม่สอดคล้องกับจริยธรรม และเสนอให้ผู้ดูแลเว็บทำให้บางส่วนของภาพดูเบลอหรือไม่ชัดเจนก่อนที่จะนำเสนอบนอินเทอร์เน็ต

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงขอทบทวนวรรณกรรมเพื่อนำเสนอประเด็นพื้นฐานของจริยธรรมให้เข้าใจที่ตรงกัน ก่อนที่จะชี้ถึงความสำคัญของการศึกษาเกี่ยวกับการนำเสนอข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตในประเด็นทางจริยธรรม

จริยธรรม (Ethics) เป็นศัพท์ที่การให้นิยามอย่างชัดเจนหรือกระจ่างกระทำได้ยาก (Veeder, 2006) การทบทวนวรรณกรรมในอดีตพบความหลากหลายของการเสนอนิยามของจริยธรรม (เสถียรวรรณปจ, 2537; Sama & Shoaf, 2002; Bologna, 1991) เมื่อประมวลความหลากหลายข้างต้น

แล้ว นิยามของจริยธรรมสำหรับการศึกษาครั้งนี้ คือ แนวทางหรือกฎปฏิบัติที่บุคคลหนึ่งยึดถือปฏิบัติ หรือใช้พิจารณาไตร่ตรองว่าสิ่งใดควรปฏิบัติหรือไม่ควรปฏิบัติด้วยเหตุใด เพื่อให้สามารถดำเนินชีวิตร่วมกับผู้อื่นในสังคมได้อย่างสงบสุขและสามารถใช้เป็นฐานเพื่อพัฒนาหรือปรับแก้ข้อโต้แย้งด้านจริยธรรมให้สมบูรณ์ขึ้น ทั้งนี้ จินตนา บุญบงการ (2550) และวราภรณ์ วนาพิทักษ์ (2551) ได้ชี้ถึงความแตกต่างระหว่างจริยธรรมกับกฎหมาย กล่าวคือ จริยธรรมเป็นข้อบังคับจากสังคมที่ไม่เป็นลายลักษณ์อักษร ว่าเป็นการตัดสินจากจิตสำนึกของบุคคลในการปฏิบัติตามที่เห็นว่าถูกต้อง ในขณะที่กฎหมายเป็นข้อกำหนดของรัฐที่เป็นลายลักษณ์อักษรอย่างชัดเจน เป็นการบัญญัติให้ต้องปฏิบัติตามหรือต้องละเว้น อันไม่สามารถหลีกเลี่ยงหรืออ้างไม่ได้ว่าไม่ทราบบัญญัติ

การศึกษาจริยธรรมโดยส่วนใหญ่ครอบคลุม (ดวงเดือน พันธุนาวิน & เพ็ญแข ประจันปัจจนิก, 2519 อ้างถึงใน ปทีป เมธาคุณวุฒิ, 2539) ประเด็นทางความรู้ ความเข้าใจ และทัศนคติตลอดจนการให้เหตุผลทางจริยธรรมของแต่ละบุคคล ทั้งนี้ความแตกต่างของสังคม วัฒนธรรม ศาสนา ระดับการศึกษา ภาวะแวดล้อมของแต่ละคนมักส่งผลต่อเนื้อหาจริยธรรมที่รับทราบหรือปฏิบัติ

Keith, Pettijohn, and Burnett (2003) ศึกษาผลของพฤติกรรมของเพื่อนร่วมงานและฝ่ายบริหารต่อการตัดสินใจทางจริยธรรมของพนักงานโฆษณา โดยการเก็บข้อมูลจากนักศึกษาที่ลงเรียนวิชาด้านการโฆษณาในประเทศสหรัฐอเมริกา จำนวน 191 คน ผลการศึกษา พบว่า พฤติกรรมของเพื่อนร่วมงานมีอิทธิพลต่อระดับความสบายใจหรืออึดอัดใจ อีกทั้งยังมีผลต่อจริยธรรมของบุคคลและในทางกลับกันจริยธรรมของบุคคลจะต่ำลง หากเพื่อนร่วมงานแสดงพฤติกรรมที่ไม่มีจริยธรรมและอีกการศึกษาหนึ่งได้ศึกษาการตัดสินใจทางจริยธรรมต่อการปฏิบัติทางด้านทรัพยากรบุคคล (Shults & Brender-Ilan, 2004) ที่ใช้ Cluster Analysis วิเคราะห์ข้อมูล โดยที่นอกเหนือจากหลักความเป็นธรรมแล้ว บุคคลหนึ่ง ๆ ยังใช้ (1) หลักของทฤษฎีผลลัพท์นิยม (Consequentiality Theory) อันประกอบด้วย แนวคิดประโยชน์นิยม (Utilitarianism) และ สิทธิทางศีลธรรม (Moral Right) และ (2) ใช้ทฤษฎีกรรมนิยม (Deontological Theory) อันได้แก่ ภาระหน้าที่ของบุคคลที่จะตอบสนองความต้องการของผู้อื่น ในการทำในสิ่งที่ถูกต้อง โดยในการศึกษานี้ยังพบว่า การปฏิบัติในด้านทรัพยากรมนุษย์สำหรับบุคคลที่มีจริยธรรมยังส่งผลต่อความพอใจของพนักงาน

หลักเกณฑ์ที่บุคคลใช้เพื่อตัดสินทางจริยธรรมมีสามหลักเกณฑ์ใหญ่ ๆ ได้แก่ ความยุติธรรม (Justice) สัมพัทธนิยม (Relativism) และ กรรมนิยม (Deontology) (Reidenbach & Robin, 1990; DesJardins, 2009) โดยที่ความยุติธรรมของการตัดสินใจทางจริยธรรม หมายถึง ความรู้สึกต่อการกระทำว่าให้ความยุติธรรมต่อทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ผู้กระทำไม่ได้เลือกปฏิบัติกับบางฝ่ายและทำให้อีกฝ่ายเสียผลประโยชน์ แต่ถ้าการกระทำเอนเอียงเลือกปฏิบัติต่างกัน อาจตัดสินได้ว่ายังไม่ถูกต้องทางจริยธรรม Sama and Shoaf (2002) เรียกการตัดสินใจทางจริยธรรมที่ยึดการกระทำที่ยุติธรรมว่า เป็นหลักความทัดเทียมกัน เช่น ผู้จ่ายค่าสมาชิกที่แพงกว่าควรต้องได้รับบริการที่เหนือ

กว่าผู้ที่จ่ายต่ำกว่า Palau (2001) พบว่า นักบัญชีในแถบอเมริกาใต้มักตัดสินหรือให้เหตุผลจริยธรรมเกี่ยวกับอาชีพของตน โดยยึดหลักความยุติธรรมเป็นสัดส่วนที่สูงที่สุด

ในขณะที่การตัดสินใจด้วยหลักสัมพัทธนิยมว่าการกระทำใด ๆ จะสอดคล้องทางจริยธรรม ขึ้นกับสังคมและวัฒนธรรมของบุคคลนั้น ๆ เช่น การทดลองใช้ชีวิตคู่ด้วยกันก่อนการแต่งงาน ดูจะได้รับการยอมรับหรือสอดคล้องกับจริยธรรมในสังคมหรือวัฒนธรรมตะวันตกมากกว่า เมื่อเปรียบเทียบเชิงสัมพัทธ์กับสังคมตะวันออก เช่นประเทศไทย ทั้งนี้ กรณียธรรมเป็นการตัดสินใจทางจริยธรรมที่ขึ้นกับหน้าที่ (Duty-Based) (DesJardins, 2009) กล่าวคือ การกระทำหนึ่ง ๆ จะถูกต้องตามหลักจริยธรรมก็ต่อเมื่อเป็นการกระทำตามหน้าที่อันเหมาะสมและถูกต้องของผู้กระทำ เช่น ผู้จัดตั้งเว็บไซต์ให้มีการดาวน์โหลดเพลงและเก็บค่าธรรมเนียมโดยไม่ใส่ใจประเด็นทรัพย์สินทางปัญญา ถือได้ว่า (1) ไม่ใส่ใจกับหน้าที่ของผู้ดูแลเว็บ และ (2) การกระทำดังกล่าวไม่ถูกต้องตามจริยธรรม โดยสรุป กรณียธรรมจะตัดสินว่าการกระทำหนึ่ง ๆ ถูกต้องตามจริยธรรม ก็ต่อเมื่อการกระทำดังกล่าวได้สอดคล้องเหมาะสมและถูกต้องตามหน้าที่หรืออาชีพของบุคคลนั้น ๆ

ด้วยเหตุนี้ การตัดสินใจทางจริยธรรมในการศึกษานี้จึงหมายถึง ระดับของการที่บุคคลพิจารณาประเด็นหนึ่ง ๆ ว่า เหมาะสมทางจริยธรรม ทั้งนี้การพิจารณาดังกล่าว มาจากเกณฑ์ที่ตัดสินทางจริยธรรมตามเกณฑ์ข้างต้น

เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นหนึ่งในตัวแปรสำคัญที่ทำให้การตัดสินใจทางจริยธรรมซับซ้อนมากขึ้น สาเหตุเพราะ (1) เครื่องมือหรืออุปกรณ์ทางเทคโนโลยีสารสนเทศที่รวมถึงระบบคอมพิวเตอร์และเครือข่ายสื่อสารได้พัฒนาตลอดเวลาจนมีคุณภาพสูงตลอดเวลา (2) เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูล เช่น การทำเหมืองข้อมูลได้รับการปรับปรุงให้สามารถวิเคราะห์ได้แม่นยำมากขึ้น จนทำให้ผู้ใช้สามารถรับทราบประเด็นที่ตนอาจไม่มีสิทธิ์รับทราบ และ (3) ประสิทธิภาพระดับสูงของเทคโนโลยีการสื่อสารในระดับราคาที่ถูกคนทั่วไปสามารถเข้าถึงได้ ทำให้การเผยแพร่ข้อมูลที่อาจไม่เหมาะสมกระทำได้ง่ายและทันควัน ด้วยเหตุนี้บุคลลากรทางเทคโนโลยีสารสนเทศรวมถึงผู้ดูแลเว็บ จึงมีส่วนอย่างเลี่ยงไม่ได้กับประเด็นจริยธรรม

ความเสียหายทางจริยธรรมของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศจำแนกได้เป็นสองกลุ่มหลัก กลุ่มแรก คือ ความเสียหายที่เกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว (Privacy) กล่าวคือ จำนวนข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตที่มากเป็นการเพิ่มโอกาสให้บุคคลเข้าถึงข้อมูลที่ตนไม่มีสิทธิ์หรือไม่สมควรได้รับทราบในอดีตเมื่อเทคโนโลยีสารสนเทศยังไม่แพร่หลาย การเข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคลกระทำได้ยากกว่าในปัจจุบัน ดังนั้น จึงเป็นไปได้สูงในปัจจุบันที่บุคคลหนึ่ง ๆ ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศจนสามารถเข้าถึงข้อมูลที่ตนไม่มีสิทธิ์ (หรือไม่สมควร) ได้รับทราบ หรือกระทั่งทำสำเนาไว้ในเครื่องคอมพิวเตอร์ตลอดจนส่งต่อให้บุคคลอื่น ๆ ได้รับทราบ (จิตติญาดา เจริญมณี, 2548) กลุ่มที่สอง คือ ความเสียหายที่เกิดกับทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property) โดยเฉพาะทรัพย์สินทางปัญญาที่จับต้องไม่ได้

แต่มีสภาพเป็นข้อมูลดิจิทัล เช่น เพลง รูปภาพ หรือภาพยนตร์ ทั้งนี้ การพัฒนาของระบบสารสนเทศ ทำให้จริยธรรมด้านทรัพย์สินทางปัญญามีข้อขึ้น เช่น ผู้แะชมเว็บไซต์พิพิธภัณฑ์สามารถดาวน์โหลดรูปภาพในเว็บไซต์ และใช้ต่อเพื่อวัตถุประสงค์ของตน แม้การใช้ดังกล่าวจะช่วยให้รูปภาพต่าง ๆ ได้รับการเผยแพร่มากขึ้น แต่ถ้าบุคคลนั้นได้ประโยชน์ทางการเงิน เจ้าของรูปภาพควรต้องได้รับส่วนแบ่งตามสิทธิ์ในทรัพย์สินทางปัญญา แต่ทว่าในปัจจุบันยังไม่พบแนวทางที่ชัดเจนในการจัดการทรัพย์สินทางปัญญาในตัวอย่างข้างต้น

ความเสียหายของทั้งสองกลุ่มจะมีโอกาสเกิดได้ยาก หากผู้ดูแลเว็บสามารถกำกับการนำเสนอข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตได้อย่างเหมาะสม แต่อย่างไรก็ตาม ข่าวที่ปรากฏ คือ มีการร้องเรียนจากผู้ชมเว็บไซต์ขอให้ผู้ดูแลเว็บยกเลิกการนำเสนอข้อมูลบางส่วน แต่ผู้ดูแลเว็บปฏิเสธและแสดงทัศนคติว่าข้อมูลที่นำเสนอไม่ได้ขัดต่อจริยธรรมแต่อย่างใด ดังนั้น จึงอาจเป็นไปได้ที่ทัศนคติของผู้ดูแลเว็บต่อการนำเสนอข้อมูลออนไลน์จะสัมพันธ์กับการตัดสินใจทางจริยธรรม แต่อย่างไรก็ตาม การทบทวนวรรณกรรมในอดีตไม่พบโครงการวิจัยที่ได้ศึกษาประเด็นข้างต้น การวิจัยที่ผ่านมาส่วนมากมุ่งเน้นหัวข้อจริยธรรมในบริบทของธุรกิจ (Reidenbach & Robin, 1990; Phukan & Dhillon, 2000; Valentine & Barnett, 2007; Sama & Shoaf, 2002) มีเพียงการวิจัยบางเรื่องที่ครอบคลุมประเด็นทางเทคโนโลยีสารสนเทศแต่มักเป็นการขยายมาสู่บริบทของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือบุคลากรทางเทคโนโลยีสารสนเทศโดยทั่วไป (McCarthy; Halawi, & Aronson, J. 2006; Bricknell & Cohen, 2005) ในขณะที่เดียวกันมีความพยายามที่จะศึกษาผู้ดูแลเว็บ หากมักเป็นประเด็นทางการจัดการทรัพยากรมนุษย์ เช่น การกำหนดเนื้อหาของความรับผิดชอบของผู้ดูแลเว็บ (Van der Walt & Van Brakel, 1997, 2000; Wade & Parent, 2002; Payne & Landry, 2005; กิตติศักดิ์ ฤกษ์ศิริสุข, 2543) และมีงานวิจัยเพียงไม่กี่งานที่ศึกษาผู้ดูแลเว็บร่วมกับประเด็นจริยธรรม (Shaw, 1998, 2003; กานตวี ปานสีทา, 2545) แต่กระนั้นผู้วิจัยยังไม่พบบงานที่ได้ศึกษาผู้ดูแลเว็บกับประเด็นจริยธรรมที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอเนื้อหาบนเว็บไซต์ การศึกษานี้จึงมุ่งหวังเติมเต็มส่วนที่ขาดนี้ โดยเฉพาะในบริบทของประเทศไทย

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

การวิจัยนี้ต้องการเก็บข้อมูลจากผู้ดูแลเว็บในประเทศไทยเพื่อตอบวัตถุประสงค์สามข้อ ดังนี้

- วิเคราะห์ทัศนคติของผู้ดูแลเว็บต่อการนำเสนอข้อมูลบนเว็บไซต์ และองค์ประกอบของทัศนคตินี้
- วิเคราะห์การตัดสินใจทางจริยธรรม (Ethical Judgment) ของผู้ดูแลเว็บต่อการนำเสนอข้อมูลบนเว็บไซต์ และองค์ประกอบของการตัดสินใจทางจริยธรรม
- วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและการตัดสินใจทางจริยธรรมของผู้ดูแลเว็บต่อการนำเสนอข้อมูลบนเว็บไซต์

ระเบียบวิธีวิจัย

แม้การทบทวนวรรณกรรมในอดีต ยังไม่พบการศึกษาโดยตรงของผู้ดูแลเว็บกับความเห็นที่เกี่ยวกับจริยธรรมการนำเสนอข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต แต่ได้พบการวิจัยในบริบทใกล้เคียงกัน เช่น การตัดสินใจเชิงจริยธรรมของพนักงานขายและเจ้าหน้าที่การตลาด (Valentine & Barnett, 2007) ความเห็นของผู้ดูแลเว็บต่อสิทธิส่วนบุคคล (Shaw, 1998, 2003; Dudley-Sponaugle & Lazar, 2005) การกลั่นกรองเนื้อหาของเว็บ ตลอดจนการคัดลอกเนื้อหาข่าวบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ (สรนธธรรมรัตน์, 2549; กานตวี ปานสีทา, 2545) หรือความเห็นของบุคคลทั่วไปต่อการนำเสนอเนื้อหาไม่เหมาะสมบนอินเทอร์เน็ต (จิตติญาดา เจริญมณี, 2548) ผู้วิจัยจึงสามารถปรับประยุกต์ข้อถกเถียงหรือแนวคิดของงานในอดีตเพื่อใช้ในการศึกษานี้ ด้วยเหตุนี้ แนวหลักทางระเบียบวิธีวิจัยของโครงการนี้จึงเป็นเชิงปริมาณ (Quantitative) ที่เก็บข้อมูลจากผู้ดูแลเว็บด้วยแบบสอบถาม

ประชากรและการเลือกตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษานี้ คือ ผู้ดูแลเว็บไซต์ ดังนั้น กรอบตัวอย่างอันเหมาะสมที่สุดจึงต้องประกอบด้วย รายชื่อและช่องทางติดต่อของผู้ดูแลเว็บทุกคน แต่ในทางปฏิบัติคงเป็นไปได้ยากมากที่จะสามารถเข้าถึงกรอบตัวอย่างดังกล่าว เนื่องจาก (1) ไม่มีหน่วยงานใดที่สามารถรวบรวมรายละเอียดได้ครบถ้วน หรือ (2) หากได้มีการรวบรวมไว้ แต่ด้วยเงื่อนไขการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล หน่วยงานที่มีรายละเอียดคงไม่สามารถเปิดเผยข้อมูล เพื่อให้ผู้วิจัยสามารถเลือกตัวอย่างแบบอิงความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ดังนั้น การเลือกตัวอย่างจึงกระทำอย่างไร้ความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) กล่าวคือ ผู้วิจัยได้รับการสนับสนุนจากสมาคมผู้ดูแลเว็บแห่งประเทศไทย (Thai Webmaster Association) ที่ได้อนุเคราะห์เป็นช่องทางติดต่อสมาชิกของสมาคมที่มีสถานะเป็นผู้ดูแลเว็บ เพื่อให้ข้อมูลสำหรับการวิจัยนี้ ดังนั้น ตัวอย่างของการวิจัยนี้ คือ ผู้ดูแลเว็บทั้งหมดที่เป็นสมาชิกของสมาคมผู้ดูแลเว็บไทย จำนวน 450 คน

เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล (Instrument)

ข้อถกเถียง (Statement) เพื่อวัดค่าตัวแปรทั้งหมดของการศึกษานี้ได้ประมวลมาจากงานวิจัยในอดีตที่บางส่วนได้รายงานความน่าเชื่อถือได้ (Reliability) หรือความถูกต้อง (Validity) ทว่าผู้วิจัยได้ปรับให้สอดคล้องกับหัวข้อทางการศึกษาในครั้งนี้ โดยสองส่วนหลักในแบบสอบถามใช้วัดทัศนคติและการตัดสินใจทางจริยธรรม (ดูภาคผนวกประกอบ)

วรรณกรรมในอดีตได้ชี้ว่าการวัดทัศนคติควรประกอบด้วยสามด้าน คือ ทัศนคติเชิงประมาณค่า (Cognitive) ทัศนคติด้านความรู้สึก (Affective) และทัศนคติด้านความพร้อมกระทำ (Behavioral Tendency) (Ajzen, 2001; Chaiken & Stangor, 1987; Ostrom, 1969) แต่ทว่า การศึกษา

ในครั้งนี้อาจการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง (1) ทัศนคติของผู้ดูแลเว็บต่อการนำเสนอข้อมูลบนเว็บ และ (2) การตัดสินใจทางจริยธรรม เนื่องจากตัวแปรการตัดสินใจทางจริยธรรมเป็นการวัดระดับที่ผู้ดูแลเว็บใช้ประเมินค่าความเหมาะสมทางจริยธรรมของสถานการณ์หนึ่ง ๆ ดังนั้น นิยามเชิงปฏิบัติการสำหรับทัศนคติของผู้ดูแลเว็บต่อการนำเสนอข้อมูลบนเว็บในงานนี้ จึงหมายถึง ความเห็นหรือมุมมองของผู้ดูแลเว็บในการประเมินค่าความเหมาะสมของการนำเสนอข้อมูลบนเว็บไซต์ ทั้งนี้ ข้อมูลดังกล่าวมักเป็นเนื้อหาที่ล่อแหลมทางจริยธรรม เช่น การรายงานข่าวระเบิด ด้วยเหตุนี้ ส่วนแรกของแบบสอบถามจึงประกอบด้วยคำถามจำนวนทั้งสิ้น 20 ข้อ สำหรับวัดทัศนคติในองค์ประกอบเชิงประมาณค่า (Cognitive) ต่อการนำเสนอข้อมูลบนเว็บ โดยค่าที่เป็นหนึ่งแสดงระดับความเห็นด้วยน้อยที่สุด และค่าที่เป็นเจ็ดแสดงระดับความเห็นด้วยมากที่สุด ทั้งนี้ ข้อถามทั้งหมดได้ปรับปรุงมาจาก กานตวี ปานสีทา (2545) และ จิตติญาดา เจริญมณี (2548) แต่อย่างไรก็ตาม การวัดทัศนคติในองค์ประกอบเชิงประเมินค่าเพียงองค์ประกอบเดียว ที่ถึงแม้จะยอมรับได้ในงานวิจัยนี้ที่เป็นแบบสืบเสาะ (Exploratory) ยังคงถือเป็นข้อจำกัดประการสำคัญ

จากนิยามของการตัดสินใจทางจริยธรรมที่ได้นำเสนอในส่วนของความสำคัญของปัญหา และจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนี้ (Sama & Shoaf, 2002; Reidenbach & Robin, 1990) ทำให้ทราบว่า ในการสอบถามการตัดสินใจทางจริยธรรม หน่วยตัวอย่างจำเป็นต้องมีรายละเอียดของบริบทมากกว่าเป็นเพียงข้อถามสั้น ๆ เพื่อใช้ตัดสินว่าประเด็นดังกล่าว (ในที่นี้ คือ การนำเสนอข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต) เป็นไปอย่างเชื่อถือถูกต้องตามจริยธรรมหรือไม่ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้พัฒนากฎตัวอย่างสั้น ๆ จำนวนสามกรณีที่ครอบคลุมเนื้อหาล่อแหลมทางจริยธรรม คือ การนำเสนอข้อมูลในประเด็น เพศสัมพันธ์ ยาต้องห้าม และภาพเนื้อหารุนแรง ในสามบริบท คือ เว็บไซต์นิตยสารออนไลน์ (Online Magazine) เครือข่ายสังคม (Social Network) และเว็บไซต์ให้บริการเนื้อความ (Electronic Content) ถึงแม้กรณีตัวอย่างจะนำเสนอข้อมูลหลากหลายและเพียงพอให้ผู้ดูแลเว็บให้เหตุผลเชิงจริยธรรมได้ ผู้วิจัยคงไม่สามารถอ้างว่า เนื้อความทั้งหมดได้ครอบคลุมเนื้อหาหลักหรือครอบคลุมทุกความเป็นไปได้ของเนื้อหาที่ล่อแหลม

หน่วยตัวอย่างได้อ่านกรณีตัวอย่างและประเมินความเหมาะสมทางจริยธรรมของการนำเสนอข้อมูลในแต่ละกรณีด้วยข้อถามในลักษณะของ Magnitude Estimation จำนวนทั้งสิ้นแปดข้อถาม โดยที่ ข้อถามแรก ประเมินการตัดสินใจทางจริยธรรมด้านหลักยุติธรรม (Fairness) สองข้อต่อไป ประเมินด้านสัมพัทธนิยม (Relativism) และสองข้อสุดท้าย ประเมินด้านกรณียธรรม (Deontology) ข้อถามทั้งแปดข้อปรับมาจาก Reidenbach and Robin (1990) และ Sama and Shoaf (2002) ข้อถามทั้งแปดข้อได้วัดการตัดสินใจทางจริยธรรมทั้งสามเกณฑ์หลัก อันได้แก่ ความยุติธรรม (Justice) สัมพัทธนิยม (Relativism) และกรณียธรรม (Deontology) โดยมีผู้เชี่ยวชาญทางการแปลสองท่านช่วยสอบทานการแปลให้ยังคงความหมายของการตัดสินใจทางจริยธรรมอย่าง

ครบถ้วน ดังนั้น การวัดตัวแปรนี้ จึงประกอบด้วย ข้อถามทั้งสิ้น 24 ข้อถาม ส่วนสุดท้ายเป็นการเก็บข้อมูลตัวแปรประชากรจำนวนเจ็ดตัวแปร

เมื่อเรียบเรียงแบบสอบถามเสร็จ ผู้วิจัยได้รับความอนุเคราะห์จาก (1) เพื่อนร่วมงานที่เป็นอาจารย์มหาวิทยาลัยในสาขาระบบสารสนเทศ สาขาการจัดการ และสาขาสถิติการวิจัย จำนวนรวมห้าคน เพื่อสอบถามคุณภาพของข้อถาม การใช้คำ ตลอดจนการกำหนดค่าที่เป็นไปได้ และ (2) ผู้ดูแลเว็บสองคน เพื่อสอบถามความเข้าใจของข้อถามให้มั่นใจในคุณภาพของแบบสอบถามว่าสามารถยอมรับได้

ประเด็นต่อไปหลังจากปรับแก้ข้อถามในแบบสอบถามแล้ว คือ การพัฒนาช่องทางจัดส่งแบบสอบถามให้ถึงหน่วยตัวอย่าง ในที่นี้ คือ ผู้ดูแลเว็บ การตัดสินใจเลือกช่องทางออนไลน์ในการแจกแบบสอบถามนี้มาจากเหตุผลหลักสองข้อ คือ เหตุผลแรก เป็นเพราะทางสมาคมผู้ดูแลเว็บแห่งประเทศไทยที่แม้ยินยอมให้ความร่วมมือกับโครงการวิจัย ทว่ายังต้องการคงสิทธิ์ส่วนบุคคลให้กับสมาชิกทางสมาคมจึงขอเป็นผู้จัดส่งไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์เชิญให้ร่วมให้ข้อมูลกับโครงการวิจัย ดังนั้น การเพิ่มส่วนเชื่อมโยง (Link) ในไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้หน่วยตัวอย่างสามารถคลิกเข้าสู่เว็บเพจที่มีแบบสอบถามออนไลน์ จะอำนวยความสะดวกให้กับหน่วยตัวอย่างได้มากกว่าการใช้แบบสอบถามกระดาษ เหตุผลที่สอง เป็นเพราะผู้ดูแลเว็บเป็นผู้คุ้นเคยกับเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นอย่างดี อีกทั้งประเด็นวิจัยยังเกี่ยวกับสารสนเทศเช่นกัน การใช้ช่องทางออนไลน์จึงเป็นทางเลือกที่เหมาะสมที่สุด

เมื่อใช้ช่องทางออนไลน์สำหรับให้หน่วยตัวอย่างตอบแบบสอบถาม นักวิจัยจึงต้องคำนึงถึงโอกาสที่อาจทำให้คุณภาพของข้อมูลที่ได้อลดลง และพยายามที่จะลดโอกาสนี้ให้เหลือน้อยที่สุด ด้วยคำแนะนำของ Dillman (2000) ความพยายามดังกล่าวเป็น ดังนี้

- ผู้วิจัยได้ถ่ายทอดข้อถามทั้งหมดลงในเว็บเพจ พร้อมจดทะเบียนโดเมนว่า www.researchethics.com การจดทะเบียนใหม่แทนการฝากแบบสอบถามกับบริการที่ไม่เสียเงิน (Free Service) เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับหน่วยตัวอย่าง ตลอดจนลิงค์ที่ปรากฏในจดหมายนำที่ส่งผ่านไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์จะสั้นกระชับไม่มีเนื้อหาโฆษณาอื่นมาแทรกในแบบสอบถาม ทั้งนี้ ผู้วิจัยต้องการให้หน่วยตัวอย่างเลือกตอบข้อถามตามสะดวกใจ ผู้วิจัยจึงมีได้บังคับในแบบสอบถามออนไลน์ให้หน่วยตัวอย่างต้องตอบทุกข้อ

- ผู้วิจัยประยุกต์แนวคิดของความสามารถใช้งานได้ (Usability) (Nielsen, 1999) เพื่อพัฒนาแบบสอบถามออนไลน์ให้หน่วยตัวอย่างสามารถใช้งานได้อย่างถูกต้อง เช่น การเลือกสีพื้นอ่อนเพื่อให้สบายตา และกำหนดขนาดอักษรไม่น้อยกว่า 16 จุด โดยแสดงเพียงหนึ่งข้อถามในหนึ่งหน้าจอ ตลอดจนแสดงข้อมูลป้อนกลับในทุกหน้าเพื่อแสดงความก้าวหน้าของการตอบข้อถาม อีกทั้งทดสอบ

การเข้าถึงแบบสอบถามด้วยเบราว์เซอร์ (Browser) หลัก ๆ เพื่อให้มั่นใจว่าหน่วยตัวอย่างที่อาจใช้เบราว์เซอร์แตกต่างกัน สามารถเข้าถึงแบบสอบถามที่เหมือนกัน

- ผู้วิจัยได้ทดสอบการบันทึกคำตอบจากหน่วยตัวอย่างลงในฐานข้อมูล ตลอดจนการปรับเปลี่ยน (Convert) ออกเป็นแฟ้มข้อมูลพร้อมวิเคราะห์ให้ถูกต้องที่สุด เพื่อป้องกันปัญหาที่อาจเกิดขึ้นในการบันทึกข้อมูล

การสอบถามเรื่องจริยธรรมเป็นประเด็นที่อ่อนไหว ผู้วิจัยตระหนักถึงการตอบเพื่อให้ตนเองดูดีและไปตามที่สังคมต้องการ (Social Desirability) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้พยายามอย่างมากเพื่อลดความคลาดเคลื่อนของการเก็บข้อมูลจากประเด็นนี้ ตัวอย่างของความพยายาม ได้แก่ (1) การใช้กรณีตัวอย่างสามกรณี เพื่อให้หน่วยตัวอย่างไม่รู้สึกว่า เป็นการสอบถามจริยธรรมที่เกี่ยวกับหน่วยตัวอย่างโดยตรง แต่เป็นการตัดสินใจทางจริยธรรมในประเด็นที่ไม่เกี่ยวกับหน่วยตัวอย่าง ดังนั้น การตอบจึงสามารถจะทำอย่างตรงไปตรงมา และ (2) การใช้จดหมายนำ (Cover Letter) จากสมาคมผู้ดูแลเว็บแห่งประเทศไทย เพื่อให้หน่วยตัวอย่างตระหนักว่า ข้อมูลที่ตอบในแบบสอบถามทุกอย่างยังคงเป็นความลับ ผู้วิจัยไม่สามารถทราบคำตอบใดเป็นของหน่วยตัวอย่างท่านใด และได้สื่อสารถึงหน่วยตัวอย่างอย่างชัดเจนเกี่ยวกับการปกป้องข้อมูลเพื่อให้สามารถตอบตามจริง และลดการตอบตามที่สังคมต้องการ

ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล

เนื่องจากการสำรวจเป็นกระบวนการเก็บข้อมูลที่แม้จะได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวาง แต่ข้อด้อยที่นักวิจัยต้องป้องกันหรือปฏิบัติเพื่อให้เกิดข้อด้อยนั้นน้อยที่สุด คือ อัตราตอบกลับที่ต่ำ (Low Response Rate) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้พยายามที่จะดำเนินการสำรวจตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญด้านการสำรวจ (Babbie, 2010) เพื่อให้อัตราตอบกลับสูงที่สุดเท่าที่ทำได้

ประมาณสัปดาห์ก่อนที่หน่วยตัวอย่างจะได้รับหนังสือจากสมาคมผู้ดูแลเว็บแห่งประเทศไทยเชิญให้ร่วมให้ข้อมูลกับโครงการวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ส่งไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านสมาคมผู้ดูแลเว็บฯ ไปยังหน่วยตัวอย่าง เพื่อแจ้งให้ทราบล่วงหน้าว่าในอีกประมาณสัปดาห์ หน่วยตัวอย่างจะได้รับไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์พร้อมลิงค์ไปยังแบบสอบถามออนไลน์ ทั้งนี้ในการแจ้งให้ทราบล่วงหน้าจะยังไม่มีการเชื่อมโยงไปที่แบบสอบถาม การใช้วิธีแจ้งให้ทราบล่วงหน้า (Pre-notification) ได้รับการยืนยันในหลายงานวิจัยว่า ช่วยเพิ่มอัตราตอบกลับ (ซัทพงศ์ ตั้งมณี, กัลยา วาณิชย์บัญชา และ ธิติ ภูพานดาวงค์, 2547) หลังจากนั้นประมาณสัปดาห์ ผู้ดูแลเว็บที่เป็นสมาชิกของสมาคมผู้ดูแลเว็บฯ ทุกคนจะได้รับไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์จากทางสมาคมฯ ที่ทำหน้าที่เหมือนเป็นจดหมายนำ โดยส่วนหนึ่งในจดหมายจากสมาคมผู้ดูแลเว็บฯ นำเป็นส่วนเชื่อมโยง (Link) ไปยังแบบสอบถามออนไลน์

เพื่อเพิ่มจำนวนตอบกลับ ผู้วิจัยได้ดำเนินการติดตาม (Follow-up) โดยการติดตามครั้งแรกเกิดขึ้นสามสัปดาห์หลังการแจ้งให้ทราบล่วงหน้า ทั้งนี้หน่วยตัวอย่างทุกคนจะได้รับไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ผู้วิจัยฝากให้สมาคมผู้ดูแลเว็บฯ ช่วยส่งให้ หนังสือนี้จะทำสองหน้าที่ คือ (1) ขอบคุณหน่วยงานตัวอย่างที่ได้ตอบ และส่งกลับแบบสอบถามออนไลน์นี้ให้ผู้วิจัยแล้ว และ (2) เรียนเตือนหน่วยตัวอย่างที่ยังไม่ได้ตอบ ให้รีบดำเนินการโดยเร็ว

การติดตามครั้งที่สอง เกิดขึ้นประมาณหกสัปดาห์หลังการแจ้งให้ทราบล่วงหน้า โดยหน่วยตัวอย่างที่ยังไม่ได้ตอบกลับแบบสอบถามออนไลน์จะได้รับจากสมาคมผู้ดูแลเว็บฯ ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์อันมีสาระสำคัญที่จะสื่อสารให้หน่วยตัวอย่างตระหนักถึง 1) ความสำคัญของโครงการวิจัย และ 2) ความสำคัญของหน่วยตัวอย่างต่อโครงการวิจัยนี้ ในขณะที่การติดตามครั้งที่สามอันเป็นครั้งสุดท้ายเกิดขึ้นประมาณสองเดือนหลังการแจ้งให้ทราบล่วงหน้า โดยที่ผู้วิจัยฝากสมาคมผู้ดูแลเว็บฯ ช่วยส่งต่อไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อเชิญชวนให้ร่วมให้ข้อมูลในโครงการวิจัยนี้ การทวงถามมีประเด็นคล้ายกับการทวงถามครั้งก่อนหน้า แต่ทว่าใช้ถ้อยคำที่แสดงความสำคัญมากขึ้น

วันสุดท้ายของการเก็บข้อมูล (Cut-Off) คือ ประมาณสามเดือนหลังการแจ้งให้ทราบล่วงหน้า การตรวจสอบข้อมูลที่รวบรวมได้มีจำนวนทั้งสิ้น 192 ฉบับ และสามารถใช้ในการวิเคราะห์ในลำดับต่อไปได้ทั้งหมด แม้จะไม่สามารถควบคุมการส่งต่อไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ไปให้ผู้อื่น (เช่น นายแดง ผู้ดูแลเว็บที่เป็นสมาชิกสมาคมผู้ดูแลเว็บ ได้รับไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์เชิญให้ร่วมให้ข้อมูล อาจส่งต่อให้ นายสม ผู้ดูแลเว็บอื่นที่นายแดงคุ้นเคย แต่ไม่ได้เป็นสมาชิกของสมาคมผู้ดูแลเว็บฯ) การคำนวณอัตราตอบกลับจึงไม่สามารถกระทำได้โดยตรง ทั้งนี้เมื่อคำนวณเทียบกับจำนวนสมาชิกทั้งหมดในช่วงที่เก็บข้อมูล จึงพอได้ประมาณค่าอัตราตอบกลับเป็นร้อยละ 42.7

กรอบการวิเคราะห์ข้อมูลและสมมติฐานการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive) เพื่อ (1) อธิบายลักษณะทางประชากรของผู้ดูแลเว็บอันเป็นตัวอย่างในกรณีนี้ และ (2) ฉายภาพเบื้องต้นของทัศนคติและการตัดสินใจทางจริยธรรมของการนำเสนอข้อมูลบนเว็บไซต์ โดยผู้วิจัยได้ปรับ (Recode) ข้อถามทุกข้อให้มีความหมายในทางเดียวกัน สำหรับการวิเคราะห์องค์ประกอบของ (1) ทัศนคติต่อการนำเสนอข้อมูล และ (2) การตัดสินใจทางจริยธรรมของการนำเสนอข้อมูลบนเว็บไซต์ ผู้วิจัยได้ใช้เทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ หรืออาจเรียกอีกชื่อว่าเทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Exploratory Factor Analysis) สำหรับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการนำเสนอข้อมูลบนเว็บไซต์และการตัดสินใจทางจริยธรรมนั้น ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ระดับความสัมพันธ์ด้วยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson) ทั้งนี้ผู้วิจัยต้องตรวจสอบการแจกแจงของตัวแปรให้มีการแจกแจงปกติจึงจะสามารถใช้วิเคราะห์ หากไม่มีการแจกแจงปกติ ผู้วิจัยต้องใช้การวิเคราะห์นอนพาราเมตริก

สมมติฐานเดียวในการศึกษานี้ คือ การทดสอบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของผู้ดูแลเว็บต่อการนำเสนอข้อมูลบนเว็บไซต์ และการตัดสินใจทางจริยธรรมการนำเสนอข้อมูลบนเว็บไซต์มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์

การรายงานผลการวิเคราะห์ ประกอบด้วย ลักษณะสำคัญ (Profile) ของผู้ดูแลเว็บที่ให้ข้อมูลกับงานวิจัยนี้ ตลอดจนความเชื่อถือได้ของคำถามที่ใช้วัดสองตัวแปรหลัก การฉายภาพทัศนคติของหน่วยตัวอย่างต่อการนำเสนอข้อมูลบนเว็บไซต์ และระดับการตัดสินใจทางจริยธรรมของการนำเสนอข้อมูลบนเว็บไซต์ ส่วนสุดท้าย คือ ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของการนำเสนอข้อมูลบนเว็บไซต์และการตัดสินใจทางจริยธรรม

ลักษณะสำคัญของผู้ดูแลเว็บที่เป็นตัวอย่างในงานวิจัยนี้

ประเด็นสำคัญที่ได้จากตารางที่ 1 เกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้ดูแลเว็บที่ให้ข้อมูลกับการวิจัยนี้ คือ

- สัดส่วนเพศชายและหญิงใกล้เคียงกัน ร้อยละ 56 มีอายุในช่วง 21-30 ปี และอีกเกือบร้อยละ 30 อยู่ในช่วง 30-40 ปี ทั้งนี้ ร้อยละ 80 เป็นโสด
- ร้อยละ 66 ของผู้ดูแลเว็บที่ตอบกลับแบบสอบถามจบการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี ทั้งนี้สาขาวิชาที่จบมีความหลากหลาย เช่น ร้อยละ 29 จบบริหารธุรกิจทางด้านคอมพิวเตอร์ธุรกิจ ร้อยละ 20 จบทางวิทยาการคอมพิวเตอร์ และมีถึงร้อยละ 32 ที่จบในสาขาที่ไม่เกี่ยวกับสารสนเทศหรือคอมพิวเตอร์ เช่น ฟิสิกส์ เป็นต้น ทั้งนี้เกือบร้อยละ 70 ยังมีประสบการณ์การเป็นผู้ดูแลเว็บไม่ถึงห้าปี

ตารางที่ 1: ลักษณะสำคัญของหน่วยตัวอย่าง

ตัวแปร	จำนวน (ร้อยละ)	ตัวแปร	จำนวน (ร้อยละ)
เพศ (N = 176)		สถานภาพสมรส (N = 181)	
ชาย	94 (53)	โสด	143 (79)
หญิง	82 (47)	สมรสหรืออยู่ด้วยกัน	38 (21)
อายุ (N = 180)		วิชาเอกที่จบ (N = 174)	
ต่ำกว่า 21 ปี	3 (2)	บริหารธุรกิจคอมพิวเตอร์ธุรกิจ	51 (29)
21-30 ปี	100 (56)	วิทยาการคอมพิวเตอร์	32 (18)
31-40 ปี	51 (28)	วิศวกรรมศาสตร์	23 (13)
41-50 ปี	18 (10)	วิทยาการสารสนเทศ	13 (8)
มากกว่า 50 ปี	8 (4)	อื่น ๆ (เช่น ฟิสิกส์ เป็นต้น)	55 (32)
การศึกษาสูงสุด (N = 180)		จำนวนปีที่เป็นผู้ดูแลเว็บ (N = 177)	
ประกาศนียบัตรวิชาชีพหรือต่ำกว่า	8 (4)	ต่ำกว่า 2 ปี	80 (45)
ปริญญาตรี	125 (66)	2-5 ปี	42 (24)
สูงกว่าปริญญาตรี	57 (30)	5-10 ปี	38 (21)
		มากกว่า 10 ปี	17 (10)

ความเชื่อถือได้ของข้อมูล

จากตารางที่ 2 จะเห็นว่า สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ที่ใช้วัดทัศนคติต่อการนำเสนอข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต และที่ใช้วัดการตัดสินใจทางจริยธรรม มีค่าเป็น 0.953 และ 0.894 ตามลำดับ ทั้งนี้เมื่อพิจารณาสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคแยกตามกรณีตัวอย่างจะเห็นว่า ค่าสัมประสิทธิ์ดังกล่าวในแต่ละกรณีมีค่าเกิน 0.7 ทั้งสิ้น (Nunnally, 1978) ดังนั้น ข้อมูลที่ได้มีระดับความเชื่อถือได้ที่ยอมรับได้

ทัศนคติต่อการนำเสนอข้อมูลบนเว็บไซต์และองค์ประกอบของทัศนคติ

ตารางที่ 3 ได้รายงานระดับทัศนคติต่อประเด็นจริยธรรมของการนำเสนอข้อมูลบนเว็บไซต์ โดยที่ค่าเจ็ดบ่งชี้ว่า ทัศนคติต่อการนำเสนอข้อมูลชนิดนั้น ๆ เป็นบวกสูงสุด และค่าหนึ่งบ่งชี้ว่า ทัศนคติดังกล่าวเป็นบวกต่ำ ทั้งนี้ทัศนคติโดยเฉลี่ยต่อการนำเสนอข้อมูลบนเว็บไซต์โดยรวม เป็น 2.68 จากพิสัยในช่วงหนึ่งถึงเจ็ด ข้อค้นพบสำคัญเป็น ดังนี้

- ข้อมูลสามประเด็นที่หน่วยตัวอย่างแสดงทัศนคติเฉลี่ยทางบวกสูงสุด (เมื่อเทียบกับที่เหลือ) เพื่อนำเสนอบนอินเทอร์เน็ต ได้แก่ (1) รายละเอียดความรับผิดชอบทางกฎหมาย (Disclaimer) (ค่าเฉลี่ยเป็น 4.74) (2) รูปหรือเนื้อหาของโรคร้าย (ค่าเฉลี่ยเป็น 3.80) และ (3) เนื้อหาแสดงการต่อสู้รุนแรง (ค่าเฉลี่ยเป็น 3.43)
- ข้อมูลสามประเด็นที่หน่วยตัวอย่างแสดงทัศนคติเฉลี่ยทางบวกต่ำสุด คือ (1) การดูหมิ่นกษัตริย์หรือราชวงศ์ (ค่าเฉลี่ยเป็น 1.80) (2) เนื้อหาที่นำไปสู่ธุรกรรมหรือความประพฤติไม่สมควร เช่น การชวนกันฆ่าตัวตาย (ค่าเฉลี่ยเป็น 1.56) และ (3) เนื้อหาดูหมิ่นศาสนา (ค่าเฉลี่ยเป็น 1.98)

ตารางที่ 2: สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค

ตัวแปร	จำนวนข้อถาม	สัมประสิทธิ์แอลฟา
ทัศนคติต่อการนำเสนอข้อมูลบนเว็บไซต์	20	0.953
การตัดสินใจจริยธรรมจากทั้งสามกรณีตัวอย่าง	24	0.894
การตัดสินใจจริยธรรมจากกรณีตัวอย่างของการนำเสนอข้อมูล เพศสัมพันธ์ในเว็บไซต์นิตยสารออนไลน์	8	0.823
การตัดสินใจจริยธรรมจากกรณีตัวอย่างที่สองของการนำเสนอ ยาปลูกเชื้อสบนเว็บไซต์เครือข่ายสังคม	8	0.795
การตัดสินใจจริยธรรมจากกรณีตัวอย่างที่สามของการนำเสนอ เนื้อหารุนแรงบนเว็บไซต์ให้บริการรูปภาพ	8	0.844

ดังนั้น จึงอาจกล่าวในเบื้องต้นได้ว่า ผู้ดูแลเว็บที่ให้ข้อมูลกับงานวิจัยนี้ มีทัศนคติทางบวกสูงสุดต่อการนำเสนอข้อมูลที่ต้องแสดงความรับผิดชอบ เช่น รายละเอียด สิทธิ ผู้แฉขม หรือความรับผิดชอบของเว็บไซต์ ในขณะที่ข้อมูลที่หน่วยตัวอย่างมีทัศนคติทางบวกต่ำสุด คือ ประเด็นการดูหมิ่นราชวงศ์หรือศาสนา หรือข้อมูลที่นำไปสู่การกระทำที่ไม่เหมาะสม ข้อสังเกตอีกประการ คือ แม้ข้อมูลที่หน่วยตัวอย่างแสดงทัศนคติทางบวกสูงสุด ยังคงมีค่าของทัศนคติในช่วง 3.43 ถึง 4.47 จากพิสัยในช่วงหนึ่งถึงเจ็ด

แม้การรายงานในตารางที่ 3 จะแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับทัศนคติต่อการนำเสนอข้อมูลประเภทต่าง ๆ แต่ประโยชน์นี้ยังคงจำกัด เพราะเป็นการนำเสนอในระดับย่อย (Micro Level) ผู้วิจัยจึงใช้การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจเพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบหลักของทัศนคตินี้ ผลการวิเคราะห์ดังกล่าวด้วยการสกัดแบบ Principal Component และการหมุนแกนแบบ Varimax ที่กระทำกับระดับทัศนคติต่อการนำเสนอข้อมูล 20 ข้อถาม ได้แสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 3: สถิติเบื้องต้นของทัศนคติต่อการนำเสนอข้อมูลบนเว็บไซต์

ประเด็น	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน
รายละเอียดความรับผิดชอบทางกฎหมาย (disclaimer) เช่น สิทธิของผู้ซื้อ ความรับผิดชอบของผู้ขาย	4.74	2.163
รูปหรือเนื้อหาของโรคภัย เช่น เชื้อโรคที่กัดกินอวัยวะมนุษย์	3.80	1.708
เนื้อหาแสดงการต่อสู้ที่รุนแรง เช่น การสู้รบจริงที่เกิดในอิหร่าน	3.34	1.764
รายละเอียดการทะเลาะหรือไมกิ้นระหว่างบุคคล	3.19	1.702
เนื้อหาที่ไม่สามารถพิสูจน์ได้ว่าใครเป็นเจ้าของ เช่น รูปที่มากับอีเมลของผู้ที่ไม่รู้จัก	2.88	1.623
เนื้อหาที่มีผลต่อความมั่นคงของชาติ เช่น การโจมตีทางการเมือง	2.84	1.983
เนื้อหาการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา เช่น วิธีการให้ก๊อปปี้รูป หรือ คลิปได้ การดาวน์โหลดเพลง	2.81	1.753
เนื้อหาความรุนแรง เช่น คนตกจากที่สูงหรือข้างถูกฆ่าเพื่อเอางา	2.70	1.705
การมีเพศสัมพันธ์ของชายหญิง	2.68	1.675
เรื่องส่วนตัวของคนที่มีความเสี่ยง เช่น ภาพนักแสดงขณะให้นมบุตร	2.64	1.584
เนื้อหาแสดงความรุนแรงระหว่างบุคคล เช่น การรุมทำร้ายผู้ด้อยโอกาส	2.53	1.794
การนำเสนอช่องทาง หรือ ลิงค์ไปยังข้อมูลที่ไม่เหมาะสมในเว็บอื่น	2.47	1.610
เนื้อหาที่เกี่ยวข้องหรือนำไปสู่การพนัน เช่น แด้มต่อฟุตบอล	2.43	1.648
เนื้อหาที่แสดงนัยยะทางเพศ เช่น ภาพแอบถ่ายนางแบบไม่ระวังตัว	2.25	1.695
เนื้อหาที่สอนหรือแสดงขั้นตอนของพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม เช่น ขึ้นตอน ทำระเบิด หรือการสอนการจารกรรมทางคอมพิวเตอร์	2.17	1.711
การมีเพศสัมพันธ์ของผู้รักร่วมเพศ	2.16	1.647
รายการสินค้าที่ผิดกฎหมาย เช่น ยาปลุกเซ็กซ์ CD หนังสือ	2.07	1.645
เนื้อหาดูหมิ่นศาสนา	1.98	1.701
เนื้อหาที่นำไปสู่การก่อกรรม (หรือประพฤติกกรรม) อันไม่เหมาะสม เช่น การขายบริการทางเพศ การชวนกันฆ่าตัวตาย	1.96	1.722
การดูหมิ่นกษัตริย์หรือราชวงศ์	1.80	1.726
รวม	2.68	1.268

ทั้งนี้ จะเห็นว่า องค์ประกอบของทัศนคติต่อการนำเสนอข้อมูลบนเว็บไซต์มีสามประการ ประกอบด้วย (1) ทัศนคติด้านศีลธรรม กล่าวคือ มีประเด็นทัศนคติหกประการที่ให้น้ำหนักหลักอยู่ที่ปัจจัยแรกนี้ที่ล้วนแต่สะท้อนเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมทางศีลธรรมนัก เช่น การนำเสนอข้อมูลที่มีนัยยะทางเพศหรือสินค้าผิดกฎหมาย (2) ทัศนคติด้านการสื่อสารอันแสดงถึงการนำเสนอข้อมูลที่แสดง

ปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (เช่น การโต้เถียงระหว่างบุคคล) เพื่อให้ตระหนักถึงปัญหาความมั่นคงของชาติ และ (3) ทัศนคติต่อการนำเสนอข้อมูลที่ซับซ้อน ต้องการเวลาเพื่อทำความเข้าใจ เช่น เนื้อหาแสดงความรับผิดชอบ (Disclaimer) หรือ เนื้อหาที่อธิบายโรคต่างๆ

ตารางที่ 4: ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจที่กระทำกับข้อมูลทัศนคติต่อการนำเสนอข้อมูลบนเว็บไซต์

ทัศนคติ	ปัจจัยที่		
	หนึ่ง	สอง	สาม
ปัจจัยที่หนึ่ง : ทัศนคติด้านศีลธรรม			
รายการสินค้าที่ผิดกฎหมาย	.752	.467	-.010
เนื้อหาที่แสดงนัยยะทางเพศ	.771	.337	.093
รายละเอียดของพฤติกรรมไม่เหมาะสม เช่น การสอนให้ทุจริตภาษี	.728	.448	.158
รายละเอียดของการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา เช่น การดาวน์โหลดเพลง	.711	.217	.329
การแสดงลิงค์ไปข้อมูลไม่เหมาะสมในเว็บอื่น	.813	.157	.189
เนื้อหานำไปสู่ธุรกรรมไม่สมควร เช่น การขายบริการทางเพศ	.776	.398	.073
ปัจจัยที่สอง : ทัศนคติด้านการสื่อสาร			
รายละเอียดการโต้เถียง ทะเลาะระหว่างบุคคล	.277	.740	.159
เนื้อหาที่มีผลต่อความมั่นคงของชาติ	.226	.849	.168
ปัจจัยที่สาม : ทัศนคติด้านความซับซ้อนกำกวม			
รูปหรือเนื้อหาโรคภัย เช่น เชื้อโรคที่กัดกินเนื้อมนุษย์	.182	.302	.740
เนื้อหาความรับผิดชอบเชิงกฎหมาย	.018	-.029	.803
ค่า Eigen Value	11.207	1.595	1.109
ร้อยละความแปรปรวนที่อธิบายได้ (รวมคือ 69.557)	36.055	20.884	12.618

ทั้งนี้ มีข้อมูลของทัศนคติจำนวนสิบข้อได้ถูกตัดออกจากการนำเสนอข้อมูลตารางที่ 4 เนื่องจากน้ำหนักที่ให้กับสามปัจจัยข้างต้นไม่ชัดเจน (Ambiguous Loading) ดังนั้น ค่าของระดับทัศนคติต่อการนำเสนอข้อมูลบนเว็บไซต์ของหน่วยตัวอย่างหนึ่ง ๆ จึงมาจากค่าเฉลี่ยของสิบข้อถามที่ให้น้ำหนักหลัก (Loading) กับสามปัจจัยข้างต้น ทั้งนี้เมื่อการพิจารณา (1) ค่าดัชนี KMO (Kaiser – Meyer – Olkin) ที่มีค่า 0.937 และ (2) ตัวสถิติ Bartlett ที่มีค่า 2972.266 ที่องศาอิสระเป็น 190 มีค่า p-value เป็น .000 จะแสดงถึงความเหมาะสมของการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจกับข้อมูลด้านทัศนคติฯ นี้

การตัดสินใจทางจริยธรรม

การวัดค่าหรือคะแนนของการตัดสินใจทางจริยธรรมต่อการนำเสนอข้อมูลบนเว็บไซต์ของผู้ดูแลเว็บที่เป็นหน่วยตัวอย่างในงานนี้ กระทำด้วยกรณีตัวอย่างสามกรณี คือ (1) การนำเสนอเนื้อหาเพศสัมพันธ์ในเว็บไซต์นิตยสารออนไลน์ (2) การขายยาปลูกเชื้อกลับบนเว็บไซต์เครือข่ายสังคม และ (3) การแสดงเนื้อหาที่รุนแรงในเว็บไซต์ให้บริการรูปภาพ

ค่าสถิติในตารางที่ 5 แสดงว่าโดยเฉลี่ยแล้วหน่วยตัวอย่างตัดสินใจว่า การขายยาปลูกเชื้อกลับบนเว็บไซต์เครือข่ายสังคม มีความเหมาะสมเชิงจริยธรรมน้อยที่สุด เมื่อเทียบกับอีกสองกรณีตัวอย่างคือ 2.571 ในขณะที่ระดับการตัดสินใจทางจริยธรรมเฉลี่ยต่อการแสดงเนื้อหาที่รุนแรงในเว็บไซต์ให้บริการรูปภาพ และการนำเสนอเนื้อหาเพศสัมพันธ์ในเว็บไซต์นิตยสารออนไลน์ เป็น 2.721 และ 3.234 ตามลำดับ จากพิสัยในช่วงหนึ่งถึงเจ็ด

ตารางที่ 5: สถิติเบื้องต้นของ (1) ทศนคติต่อการนำเสนอข้อมูลบนเว็บไซต์ และ (2) การตัดสินใจทางจริยธรรม

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย*	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	Skewness	Kurtosis
ทศนคติต่อการนำเสนอข้อมูลบนเว็บไซต์	2.676	1.268	1.315	1.646
การตัดสินใจทางจริยธรรมจากทั้งสามกรณีตัวอย่าง	2.846	.968	.339	.339
การตัดสินใจทางจริยธรรมสำหรับกรณีตัวอย่างของการนำเสนอข้อมูลเพศสัมพันธ์ในเว็บไซต์นิตยสารออนไลน์	3.234	1.211	.028	-.586
การตัดสินใจทางจริยธรรมสำหรับกรณีตัวอย่างของการนำเสนอขายยาปลูกเชื้อกลับบนเว็บไซต์เครือข่ายสังคม	2.571	1.114	.466	.086
การตัดสินใจทางจริยธรรมสำหรับกรณีตัวอย่างที่สามของการนำเสนอเนื้อหาที่รุนแรงบนเว็บไซต์ให้บริการรูปภาพ	2.721	1.265	.618	.401

* เมื่อหนึ่งคือค่าน้อยที่สุด และเจ็ดคือค่ามากที่สุด

ตารางที่ 6 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจกับข้อถามการตัดสินใจทางจริยธรรมสำหรับสามกรณีตัวอย่าง ข้อค้นพบจากตารางที่ 6 ได้แสดงความสอดคล้องของการตัดสินใจทางจริยธรรมในกรณีตัวอย่างทั้งสามประเด็น กล่าวคือ หน่วยตัวอย่างได้ตัดสินใจทางจริยธรรมสำหรับกรณีตัวอย่างทั้งสาม ด้วยสองเกณฑ์หลัก คือ (1) เกณฑ์ความยุติธรรมในสังคมไทย และ (2) เกณฑ์การยอมรับเชิงหน้าที่ ดังนั้น ค่าการตัดสินใจทางจริยธรรมของหน่วยตัวอย่างหนึ่ง ๆ จึงเป็นค่าเฉลี่ยของข้อถามทั้ง

24 ข้อในสามกรณีตัวอย่างนี้ โดยข้อมูลในตารางที่ 5 แสดงว่า ค่าเฉลี่ยการตัดสินใจทางจริยธรรมโดยรวมเป็น 2.846 ทั้งนี้การพิจารณาค่าดัชนี KMO และ ตัวสถิติ Bartlett ในตารางที่ 6 ต่างยืนยันความเหมาะสมของการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจที่ได้กระทำกับข้อมูลของกรณีตัวอย่างทั้งสามประเด็น

ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการนำเสนอข้อมูลบนเว็บไซต์และการตัดสินใจทางจริยธรรม

การพัฒนาค่าสถิติความแปร และความโค้งในตารางที่ 5 ทำให้ทราบว่าการแจกแจงของทัศนคติต่อการนำเสนอข้อมูลบนเว็บไซต์และการตัดสินใจทางจริยธรรมเป็นแบบปกติ (Muyllé, Moenaert & Despontin, 2004) โดยที่ค่าของทัศนคติการนำเสนอข้อมูลคำนวณจากข้อมูลจำนวน 20 ข้อ และค่าของการตัดสินใจทางจริยธรรมมาจากข้อมูลจำนวน 24 ข้อของกรณีตัวอย่างทั้งสามกรณี ดังนั้น การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสองตัวแปรนี้ จึงกระทำด้วยค่าสัมประสิทธิ์ของเพียร์สัน ในที่มีค่าเป็น 0.432 และมีค่า p-value เป็น .000 ยืนยันว่าความสัมพันธ์ของทั้งสองตัวแปรมีขนาด 0.432 ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

สรุปและอภิปรายผล

การสำรวจทัศนคติต่อการนำเสนอข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตและการตัดสินใจทางจริยธรรมของผู้ดูแลเว็บที่เป็นสมาชิกของสมาคมผู้ดูแลเว็บไทย จำนวน 192 คน พบว่า หน่วยตัวอย่าง ประกอบด้วย เพศหญิงและเพศชายในสัดส่วนใกล้เคียงกัน โดย ร้อยละ 60 มีอายุอย่างมาก 30 ปี และ จบปริญญาตรีในสาขาทางคอมพิวเตอร์ เช่น คอมพิวเตอร์ธุรกิจ หรือวิทยาการคอมพิวเตอร์ ร้อยละ 45 มีประสบการณ์เป็นผู้ดูแลเว็บไม่ถึงสองปี แม้จะมีการศึกษาผู้ดูแลเว็บในประเทศไทย (กานตวี ปานสีทา, 2545; สรমন ธรรมรัตน์, 2549) แต่เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพที่ไม่ได้รายงานลักษณะทางประชากรศาสตร์ของหน่วยตัวอย่าง ผู้วิจัยจึงได้ลักษณะดังกล่าวจากงานต่างประเทศ (Shaw, 1998, 2003; Van der Walt & Van Brakel, 2000; Wade & Parent, 2002) ที่พบว่า ผู้ดูแลเว็บส่วนใหญ่เป็นชายมีอายุเฉลี่ย 30-34 ปี และมีประสบการณ์ผู้ดูแลเว็บ 4 ถึง 5 ปี ดังนั้น หากเปรียบเทียบลักษณะสำคัญระหว่างผู้ดูแลเว็บในงานนี้กับงานในต่างประเทศจะพบว่า มีผู้ดูแลเว็บเพศหญิงในประเทศไทยในสัดส่วนที่มากกว่า และผู้ดูแลเว็บในไทยส่วนใหญ่มักยังมีประสบการณ์การดูแลเว็บน้อยกว่าในต่างประเทศ ข้อค้นพบนี้ คงย้ำถึงความสำคัญของการศึกษาเฉพาะในบริบทของผู้ดูแลเว็บไทย

ตารางที่ 6: ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) กับข้อมูลมวัดการตัดสินใจทางจริยธรรมในการดำเนินงานทั้งสามกรณี

หลักการให้เหตุผล	กรณีตัวอย่างที่หนึ่ง ¹		กรณีตัวอย่างที่สอง ²		กรณีตัวอย่างที่สาม ³	
	ปัจจัยที่		ปัจจัยที่		ปัจจัยที่	
	หนึ่ง	สอง	หนึ่ง	สอง	หนึ่ง	สอง
ปัจจัยที่หนึ่ง : ความยุติธรรมและยอมรับในสังคมไทย						
ความถูกต้อง	.850	.041	.844	-.071	.883	.024
ความเป็นธรรม	.858	.045	.811	-.056	.893	-.014
การถูกหลอกลวงที่ธรรมดา	.877	.073	.882	.037	.919	-.081
การเป็นที่ยอมรับในครอบครัว	.858	.119	.895	.060	.937	-.012
การเป็นที่ยอมรับได้ในสังคมไทย	.803	-.088	.893	.030	.924	.005
ความสอดคล้องกับวัฒนธรรมไทย	.790	-.029	.898	.044	.924	-.003
ปัจจัยที่สอง : การยอมรับเชิงหน้าที่ (กรณีธรรม)						
การเป็นตามเงื่อนไขที่ได้ปฏิบัติมา	.031	.923	.045	.947	.071	.949
ความสอดคล้องตามสิ่งที่ได้ปฏิบัติมา	.021	.922	-.032	.947	.098	.946
ร้อยละความแปรปรวนที่อธิบายได้ (ค่า Eigen Value)	52.916	21.680	56.933	22.610	62.738	22.524
	(4.248)	(1.719)	(4.556)	(1.807)	(5.022)	(1.799)

¹ กรณีตัวอย่างที่หนึ่ง: การนำเสนอข้อมูลเพศสัมพันธ์ในเว็บไปรษณีย์สาธารณะออนไลน์ ค่าดัชนี KMO เป็น .818 และค่าสถิติ Bartlett เป็น 1007.117 ที่องศาอิสระ 28 และค่า p - value เป็น .000 รวมร้อยละความแปรปรวนที่อธิบายได้เป็น 74.596

² กรณีตัวอย่างที่สอง: การนำเสนอข้อมูลเชิงกลับในเว็บไปรษณีย์สาธารณะ ค่าดัชนี KMO เป็น .824 และค่าสถิติ Bartlett เป็น 1205.298 ที่องศาอิสระ 28 และค่า p - value เป็น .000 รวมร้อยละความแปรปรวนที่อธิบายได้เป็น 79.543

³ กรณีตัวอย่างที่สาม: การนำเสนอเนื้อหาฐานแรงงานเว็บไปรษณีย์บริการสุขภาพ ค่าดัชนี KMO เป็น .864 และค่าสถิติ Bartlett เป็น 1497.612 ที่องศาอิสระ 28 และค่า p - value เป็น .000 รวมร้อยละความแปรปรวนที่อธิบายได้เป็น 85.262

ผู้ดูแลเว็บที่เป็นหน่วยตัวอย่างในงานนี้ได้แสดงทัศนคติด้านการประเมินค่า (Cognitive) ต่อการนำเสนอข้อมูลผ่านคำถาม 20 ข้อ ทั้งนี้ข้อมูลในคำถามทั้งหมดเป็นข้อมูลที่มีปัญหาทางจริยธรรม การวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ค่าเฉลี่ยของทัศนคติเป็น 2.68 จากพิสัยที่เป็นไปได้ตั้งแต่หนึ่งถึงเจ็ด โดยที่เห็นด้วยมากที่สุดต่อการนำเสนอ คือ ข้อมูลแสดงความรับผิดชอบทางกฎหมายของเว็บไซต์ (Disclaimer) และเห็นด้วยน้อยที่สุด คือ ข้อมูลแสดงการดูหมิ่นราชวงศ์ ข้อค้นพบนี้เป็นสิ่งที่เป็นไปได้เพราะประเทศไทยมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุข อีกทั้งการค้าออนไลน์เป็นสิ่งที่ได้รับการสนับสนุนทั้งจากภาครัฐและเอกชน ดังนั้น การแสดงความรับผิดชอบทางกฎหมายจึงเป็นสิ่งจำเป็น

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (ดูตารางที่ 4 ประกอบ) เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบของทัศนคติดังกล่าว จะพบว่า ผู้ดูแลเว็บให้ความสำคัญกับการนำเสนอข้อมูลในสามลักษณะ คือ (1) ข้อมูลที่มีผลทางศีลธรรม เช่น การแสดงภาพที่มีนัยยะทางเพศ หรือการนำเสนอสินค้าผิดกฎหมาย (2) ข้อมูลอันแสดงถึงปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล เช่น รายละเอียดของการโต้เถียงหรือवादโคลนระหว่างกัน และ (3) ข้อมูลที่ต้องใช้เวลาในการทำความเข้าใจ เช่น เนื้อหารูปภาพโครคราย หรือความรับผิดชอบทางกฎหมาย ข้อค้นพบนี้ สอดคล้องกับงานของ สรมน ธรรมรัตน์ (2549) ที่ผู้ดูแลเว็บยอดนิยม (ตามศัพท์ที่ใช้ในงานของ สรมน ธรรมรัตน์ (2549)) เห็นว่า ข้อมูลทางกฎหมาย ความมั่นคงของชาติ เป็นข้อมูลหลักที่ผู้ดูแลเว็บต้องพิจารณาก่อนการนำเสนอบนเว็บไซต์ ในทำนองเดียวกัน ผู้ดูแลเว็บหนังสือพิมพ์ออนไลน์เห็นว่า ต้องเอาใจใส่กับการนำเสนอข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต เพราะเป็นสื่อที่ให้มีการสื่อสารสองทางอย่างรวดเร็ว อีกทั้ง Shaw (1998) พบว่า ผู้ดูแลเว็บต้องใส่ใจมากต่อประเด็นจริยธรรมในการนำเสนอข้อมูลบนเว็บไซต์ที่รับผิดชอบ

การสอบถามผู้ดูแลเว็บถึงการตัดสินใจทางจริยธรรมต่อกรณีตัวอย่างสามกรณีของการนำเสนอข้อมูลบนเว็บไซต์ พบความสอดคล้องของทั้งสามกรณีตัวอย่าง ดังนั้น การสรุปจึงกระทำในภาพรวม กล่าวคือ โดยเฉลี่ยแล้ว (ดูตารางที่ 5) ผู้ดูแลเว็บมีคะแนนของการตัดสินใจทางจริยธรรมโดยเฉลี่ยเป็น 2.846 จากพิสัยที่เป็นไปได้ตั้งแต่หนึ่งถึงเจ็ด โดยที่กรณีตัวอย่างของการนำเสนอยาปลอมเช็กส์บนเว็บไซต์เครือข่ายสังคมถูกประเมินทางจริยธรรมให้มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด เนื่องจากไม่พบงานในอดีตที่ได้ศึกษาการตัดสินใจทางจริยธรรมของการนำเสนอข้อมูลบนเว็บไซต์ การอภิปรายข้อค้นพบนี้จึงกระทำอย่างจำกัด กล่าวคือ มีความเป็นไปได้ที่ผู้ดูแลเว็บต้องประเมินความเหมาะสมจริยธรรมให้รัดกุมขึ้นในอดีตเมื่อยังไม่มีพระราชบัญญัติทางคอมพิวเตอร์ การนำเสนอข้อมูลที่ไม่เหมาะสมเพื่อประโยชน์ทางธุรกิจอาจเป็นสิ่งที่บางคนยอมรับและได้กระทำกัน แต่ในปัจจุบันคงต้องคำนึงประโยชน์ส่วนรวมมากขึ้น

ข้อค้นพบจากการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (ดูตารางที่ 6) ที่กระทำกับคำถามของสามกรณีตัวอย่าง พบว่า ผู้ดูแลเว็บให้เหตุผลเชิงจริยธรรมด้วยเกณฑ์สองประการหลัก ๆ คือ (1) ความยุติธรรม และการยอมรับในสังคม และ (2) การยอมรับเชิงหน้าที่ ในขณะที่ Reidenbach and Robin (1990)

เชื่อว่า การตัดสินใจทางจริยธรรมควรประเมินด้วยสามเกณฑ์หลัก คือ (1) ความยุติธรรม (2) สัมพัทธนิยม (การให้เหตุผลว่าเหมาะสมทางจริยธรรม เมื่อสิ่งนั้นสอดคล้องกับสังคมหรือวัฒนธรรมของผู้ตัดสิน) และ (3) การยอมรับเชิงหน้าที่ (การให้เหตุผลว่าเหมาะสมทางจริยธรรมเมื่อถูกต้องตามหน้าที่ของผู้ตัดสิน) แต่งานนี้พบว่าผู้ดูแลเว็บไซต์ไทยพิจารณาว่า เกณฑ์ความยุติธรรมและเกณฑ์สัมพัทธนิยมเป็นเกณฑ์เดียวกันและแตกต่างจากเกณฑ์การยอมรับเชิงหน้าที่ อย่างไรก็ตาม เนื่องจากไม่พบการศึกษาในอดีตที่ได้วิจัยเกณฑ์หลักของการตัดสินใจให้เหตุผลเชิงจริยธรรมในบริบทไทย ประเด็นที่แตกต่างกันนี้จึงทำทนายนักวิจัยรุ่นหลังให้ศึกษาการตัดสินใจทางจริยธรรมในบริบทนี้ให้ชัดเจนมากขึ้น

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการนำเสนอข้อมูลบนเว็บไซต์กับการตัดสินใจทางจริยธรรม พบว่า ความสัมพันธ์ของทั้งสองตัวแปรเป็นบวก มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เป็น 0.432 จึงหมายความว่า หากผู้ดูแลเว็บไซต์มีทัศนคติทางบวกหรือเห็นด้วยต่อการนำเสนอข้อมูลบนเว็บไซต์ ผู้ดูแลเว็บไซต์นี้ยังตัดสินว่าการกระทำนั้นเหมาะสมเชิงจริยธรรมในทางกลับกัน หากให้เหตุผลเชิงจริยธรรมในระดับต่ำ (คือ เหตุการณ์นั้นไม่มีใครเหมาะสมทางจริยธรรม) ผู้ดูแลเว็บไซต์จะมีความคิดไม่ค่อยสูงต่อการนำเสนอข้อมูลด้วย แม้ข้อค้นพบจะเป็นสิ่งที่เป็นไปได้ แต่การไม่พบงานในอดีตที่เคยศึกษาความสัมพันธ์ในทำนองนี้ ผู้วิจัยจึงยังไม่สามารถนำเสนอข้อสรุปใดได้ โดยคงต้องรอรงานวิจัยในอนาคตที่จะช่วยยืนยันข้อค้นพบของความสัมพันธ์นี้

การใช้ประโยชน์จากข้อค้นพบของการวิจัยนี้มีสองลักษณะ ลักษณะแรกเป็นการใช้ประโยชน์เชิงทฤษฎี กล่าวคือ วรรณกรรมในอดีตที่เกี่ยวข้องกับเกณฑ์ที่บุคคลหนึ่ง ๆ ใช้เพื่อตัดสินใจทางจริยธรรม (Sama & Shoaf, 2002; DesJardins, 2009; Reidenbach & Robin, 1990) ส่วนมากได้พบว่าการตัดสินใจทางจริยธรรมมักมาจากสามเกณฑ์ที่ต่างกัน คือ 1) การใช้หลักยุติธรรม 2) การใช้แนวคิดสัมพัทธนิยม หรือ 3) การพิจารณาจากกรณีธรรม อย่างไรก็ตาม ข้อค้นพบในงานนี้ บ่งชี้ว่าการตัดสินใจทางจริยธรรมการนำเสนอข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตนั้น ผู้ดูแลเว็บไซต์ในไทยใช้ทั้งสามเกณฑ์เช่นกัน แต่ทว่าพิจารณาใช้เกณฑ์กรณีธรรมแยกจากอีกสองเกณฑ์และพิจารณาอีกสองเกณฑ์นั้นร่วมกัน (ไม่ได้แยกการใช้หลักยุติธรรมออกจากแนวคิดสัมพัทธนิยม เหมือนงานในอดีต) ข้อค้นพบนี้จึงชี้ถึงการต่อยอดสำคัญว่า การใช้เกณฑ์ตัดสินที่ต่างกันเกิดขึ้นในบริบทของผู้ดูแลเว็บไซต์ในประเทศไทย ลักษณะที่สองเป็นการใช้ประโยชน์เชิงประยุกต์ กล่าวคือ ผู้ที่เกี่ยวข้องในการจัดการเว็บไซต์ เช่น เจ้าของเว็บไซต์ ผู้ดูแลเว็บไซต์ หรือผู้บริหารฝ่ายคอมพิวเตอร์ อาจใช้ข้อค้นพบเพื่อการจัดการข้อมูลในเว็บไซต์ให้สอดคล้องตามความเห็นด้านจริยธรรมของทุกฝ่าย เช่น การพัฒนาให้ผู้ดูแลเว็บไซต์มีทัศนคติที่สูงขึ้นจะส่งผลให้การตัดสินใจทางจริยธรรมรัดกุมขึ้น ลดความเสี่ยงจากผู้แหวะขมที่มักกล่าวหาว่าผู้ดูแลเว็บไซต์ยอมให้แสดงข้อมูลที่ไม่เหมาะสมบนเว็บไซต์

ข้อจำกัดประการสำคัญของการศึกษานี้ คือ การที่งานวิจัยนี้เป็นความพยายามเบื้องต้นแบบสืบเสาะ (Exploratory) เพื่อวิเคราะห์จริยธรรมการนำเสนอข้อมูลบนเว็บไซต์ในบริบทของผู้ดูแล

เว็บไทย ทั้งนี้ ข้อถามสำหรับวัดสองตัวแปรหลักได้ปรับปรุงมาจากงานในอดีตและได้รับการยืนยันในงานนี้ว่ามีคุณภาพที่ยอมรับได้ แต่อย่างไรก็ตาม การวิเคราะห์ข้อถามด้วยการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) พบว่า ยังคงมีบางข้อถามที่ไม่สามารถใช้คำนวณตัวแปรหลัก เนื่องจากน้ำหนักที่ให้กับค่าของตัวแปรนั้น ๆ ไม่ชัดเจน อีกทั้งข้อถามเพื่อวัดทัศนคติต่อการนำเสนอข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตในการวิจัยนี้ครอบคลุมทัศนคติในลักษณะของการประเมินค่าเท่านั้น

เอกสารอ้างอิง

- กิตติศักดิ์ ฤกษ์ศิริสุข. (2543). เขาเป็น webmaster กันยังไง. *Computer Today*. ปักษ์แรก มกราคม 2543, 116-122.
- กานต์วี ปานสีทา. (2545). *บทบาทของเว็บมาสเตอร์ในการนำเสนอเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ออนไลน์*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิตติญาดา เจริญมณี. (2548). *ความคิดเห็นของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยเกี่ยวกับเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมและการกลั่นกรองเนื้อหาบนอินเทอร์เน็ต*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จินตนา บุญงการ. (2550). *จริยธรรมทางธุรกิจ*. พิมพ์ครั้งที่ 8 กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ซังพงศ์ ตั้งมณี, กัลยา วานิชย์บัญชา, และ อิติ ภูพานดาวงค์. (2547). ผลการแจ้งให้ทราบล่วงหน้าต่ออัตราตอบกลับแบบสอบถามทางธุรกิจที่ส่งทางไปรษณีย์. *จุฬาลงกรณ์วารสาร*, 18(70), 71-84.
- ดวงเดือน พันธมนาวิน และ เพ็ญแข ประจันปัจฉนิก. (2519). *จริยธรรมของเยาวชนไทย*. รายงานการวิจัย ฉบับที่ 21 สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- ปทีป เมธาคุณวุฒิ. (2539). *การวิเคราะห์การรับรู้ของประชาชนในกรุงเทพมหานครด้านจริยธรรมที่เกี่ยวข้องกับคอมพิวเตอร์และสารสนเทศ*. รายงานผลการวิจัย ทุนวิจัยรัชดาภิเษกสมโภช จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วรภรณ์ วนาพิทักษ์. (2551). *สารสนเทศเบื้องต้น หน่วยที่ 15. กฎหมายและจริยธรรมสารสนเทศ*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- สภาวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไทย. (2547). *จริยธรรมแห่งวิชาชีพผู้ดูแลเว็บไทย*. *อี-คอมเมิร์ซ*, 6(69), 120-123.
- สรมน ธรรมรัตน์. (2549). *บทบาทเว็บมาสเตอร์ในการกลั่นกรองเนื้อหาภายในเว็บไซต์ของไทย*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เสถียร วรณปก. (2537). ความหมายของจริยธรรม. *วารสารการศึกษาแห่งชาติ*, 28(6), 14-20.

- สุภาพร พิศาลบุตร. (2544). *จริยธรรมทางธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏสวนดุสิต.
- Ajzen, I. (2001). Nature and operation of attitudes. *Annual Review of Psychology*, 52, 27-38.
- Babbie, E. (2010). *The practices of social research*. 10th edition. NY: Thompson publishing.
- Bologna, T. (1991). A framework for the ethical analysis of information technologies. *Computer & Society*, 10(4), 303-307.
- Bricknell, K.I. & Cohen, J.F. (2005). Codes of ethics and the information technology employee: The impact of code institutionalization, awareness, understanding and enforcement. *Southern African business review*, 9(3), 54-65.
- Chaiken, S. & Stangor, C. (1987). Attitude and attitude change. *Annual Review of Psychology*, 38, 575-630.
- DesJardins, J. (2009). *An introduction to business ethics*. Singapore: McGraw-Hill.
- Dillman, D. (2000). *Mail and Internet surveys. The tailored design method*. NY: J. Wiley.
- Dudley-Sponaule, A. & Lazar, J. (2005). Webmaster Perceptions of Ethics within an IT Setting. in Mehdi Khosrow-Pour (ed) *Managing Modern Organizations through Information Technology*. Proceedings of the 2005 Information Resource Management Association International Conference. Idea Group.
- Fan, W. & Yan, Z. (2009). Factors affecting response rates of the web survey: A systematic view. *Computers in Human Behavior*, 26, 132-139.
- Keith, N.K., Pettijohn, C.E. & Burnett, M.S. (2003). Ethical predispositions of prospective advertising employees. *Journal of Business Ethics*, 48(3), 251-265.
- Lazar, J., Dudley-Sponaule, A. & Greenidge, Kisha-Dawn. (2003). Improving web accessibility: A study of webmaster perceptions. *Computers in human behavior*, 1-20.
- Lin, C., Arnett, Kirk P. & Litecky, P. (2010). Design quality of websites for electronic commerce: Fortune 1000 webmasters' evaluations. *Electronic Markets*, 10(2), 120-129.
- McCarthy, R.V., Halawi, L. & Aronson, J.E. (2005) *Information technology ethics: A research framework*. *Issues in Information systems*, 6(2), 64-69.

- Muyllé, S., Moenaert, R. & Despontin, M. (2004). The conceptualization and empirical validation of web site user satisfaction. *Information & Management*, 41, 543-560.
- Nielson, J. (1999). *Designing Web Usability: The Practice of Simplicity*. MN: New Riders Publishing.
- Nunnally, J.C. (1978). *Psychometric Theory*, 2nd edition. NY: McGraw-Hill Book Company.
- Ostrom, T.M. (1969). The relationship between the affective, behavioral, and cognitive components of attitude. *Journal of Experimental Social Psychology*, 5, 12-30.
- Palau, S. (2001). Ethical evaluations, intentions, and orientations of accountants: Evidence from a cross-cultural examination. *International advances in economic research*, 7(3), 351-364.
- Payne, D. & Landry, Brett, J.L. (2005). Similarities in business and IT professional ethics: The need for and development of a comprehensive code of ethics. *Journal of Business Ethics*, 62, 73-85.
- Phukan, S. & Dhillon, G. (2000). Ethics and information technology use ; A survey of us – based SMEs. *Information Management & Computer Security*, 8(5), 239-243.
- Reidenbach, R.E. & Robin, D.P. (1990). Toward the development of a multidimensional scale for improving evaluations of business ethics. *Journal of Business Ethics*, 9(8), 639-653.
- Richmond, A. (1996). "What is a webmaster?" [online] Available via <http://www.stars.com/W3C/Provider/>.
- Sama, L.M. & Shoaf, V. (2002). Ethics on the web: Applying moral decision – making to the new media. *Journal of Business Ethics*, 36, 93-103.
- Shaw, T.R. (1998). Exploring the role of identification in the privacy decisions of webmasters in *Proceedings of international conference on information systems held in Helsinki, Finland*, 358-364.
- Shaw, T.R. (2003). The moral intensity of privacy: An empirical study of webmasters' attitudes. *Journal of Business Ethics*, 46, 301-318.
- Shultz, T. & Brender-Ilan, Y. (2004). Beyond Justice: Introducing Personal Moral Philosophies to Ethical Evaluations of Human Resource Practices. *Business Ethics: A European Review* 13 (4). 302-316.

- Valentine, S. & Barnett, T. (2007). Perceived organizational ethics and the ethical decisions of sale and marketing personnel. *Journal of Personal Selling and Sale Management*, XXVII (4), 373-388.
- Van der Walt, Pieter W. & Van Brakel, Pieter A. (1997). The webmaster: A new player in the information centre's online team. *The Electronic Library*, 15(6), 447-454.
- Van der Walt, Pieter W. & Van Brakel, Pieter A. (2000). Task analysis of the webmaster: Results of an empirical study. *Aslib Proceedings*, 52(1), 20-36.
- Veeder, S.B. (2006). Confidentiality expectations and willingness to disclose personal information to a health – care provider. *Unpublished doctoral dissertation*. Syracuse University, New York.
- Wade, M.R. & Parent, M. (2002). Relationships between job skills and performance: A study of webmasters *Journal of Management Information Systems*, 18(3), 71-96.

Translated Thai References

- Rirksissuk, Kittisak (2000). How to become a webmaster. *Computer Today*, January, 116-122. (In Thai)
- Pansitha, Kantavee (2002). *The role of webmaster in presenting the content of on-line newspapers*. Unpublished master thesis in Mass Communication, Chulalongkorn University. (In Thai)
- Rianmanee, Jittiyada (2005). *Opinion of Thai Internet users about problematic content and content filtering on Internet*. Unpublished master thesis in Mass Communication, Chulalongkorn University. (In Thai)
- Boonbongkarn, Jintana (2007). *Business Ethics*, 8th edition. Chulalongkorn University Press: Bangkok Thailand. (In Thai)
- Tangmanee, Chatpong; Vanichbancha, Kanlaya & Pookandawong, Thiti. (2004). Impact of prenotification on mail business questionnaire survey response rate. *Chulalongkorn Business Review*, 18(70), 71-84. (In Thai)
- Punthumnawin, Duangduen & Prajonpajjanuek, PenKae (1976). *Ethics of Thai youth*. Working paper no. 21, Behavioral Science Research Institute, Srinakharinwirot University. (In Thai)

- Methakunnawuthi, Pateep. (1996). *An analysis of Bangkokian's awareness of computer and information technology ethics*. Final report with financial support from Chulalongkorn University, Chulalongkorn University Press. (In Thai)
- Wanapitak, Waraporn. (2008). Foundation of information, Unit 15, *Law and ethics in information*, Sukhothai Thammathirat Open University Press. (In Thai)
- Thai Webmaster Association (2004). Thai webmaster's professional ethics. *E-Commerce journal*, 6(69), 120-123. (In Thai)
- Tammarate, Soramon. (2006) *Webmasters' role as Thai's website gatekeepers*. Unpublished master thesis in Mass Communication, Chulalongkorn University. (In Thai)
- Wannapoke, Sathien. (1994). *The meaning of ethics*. Journal of National Education, 28(6), 14-20. (In Thai)
- Pisalbutr, Supaporn. (2001). *Business Ethics*, Bangkok: Faculty of Management Science, Suan Dusit Rajabhat University. (In Thai)

ภาคผนวก

■ คำถามวัดทัศนคติต่อข้อมูลนำเสนอบนเว็บไซต์

ในฐานะที่ทำงานเกี่ยวกับเว็บ เนื้อหาต่อไปนี้ประเด็นที่ท่านต้องตัดสินใจเพื่อนำเสนอบนเว็บไซต์ที่รับผิดชอบ ขอให้ท่านวงล้อมตัวเลขเพื่อแสดงระดับความเหมาะสมในการนำเสนอ

เนื้อหา (Content)	ระดับความเหมาะสมในการนำเสนอ						
	น้อยที่สุด ← → มากที่สุด						
รายละเอียดการทะเลาะหรือไม่กินเส้นระหว่างบุคคล	1	2	3	4	5	6	7
เนื้อหาที่มีผลต่อความมั่นคงของชาติ เช่น การโจมตีทางการเมือง	1	2	3	4	5	6	7
การมีเพศสัมพันธ์ของชายหญิง	1	2	3	4	5	6	7
เนื้อหาแสดงการต่อสู้ที่รุนแรง เช่น การสู้รบจริงที่เกิดในอิหร่าน	1	2	3	4	5	6	7
เนื้อหาที่เกี่ยวกับหรือนำไปสู่การพนัน เช่น แด้มต่อฟุตบอล	1	2	3	4	5	6	7
รายการสินค้าที่ผิดกฎหมาย เช่น ยาปลูกเชื้อ CD หนังสือโป๊	1	2	3	4	5	6	7
เรื่องส่วนตัวของคนที่มีชื่อเสียง เช่น ภาพนักแสดงขณะให้สัมภาษณ์	1	2	3	4	5	6	7
รูปหรือเนื้อหาของโรคร้าย เช่น เชื้อโรคที่กักกินอวัยวะมนุษย์	1	2	3	4	5	6	7
การมีเพศสัมพันธ์ของผู้รักร่วมเพศ	1	2	3	4	5	6	7
เนื้อหาที่แสดงนัยยะทางเพศ เช่น ภาพแอบถ่ายนางแบบไม่ระวังตัว	1	2	3	4	5	6	7
เนื้อหาแสดงความทารุณระหว่างบุคคล เช่น การรุมทำร้ายผู้ด้อยโอกาส	1	2	3	4	5	6	7
การดูหมิ่นกษัตริย์หรือราชวงศ์	1	2	3	4	5	6	7
เนื้อหาที่สอนหรือแสดงขั้นตอนของพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม เช่น ขั้นตอนทำระเบิด หรือการสอนการจารกรรมทางคอมพิวเตอร์	1	2	3	4	5	6	7
เนื้อหาความรุนแรง เช่น คนตกจากที่สูงหรือข้างถนนฆ่าเพื่อเอาใจ	1	2	3	4	5	6	7
เนื้อหาดูหมิ่นศาสนา	1	2	3	4	5	6	7
เนื้อหาการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา เช่น วิธีการให้ก๊อปปี้รูป หรือ คลิปได้ การดาวน์โหลดเพลง	1	2	3	4	5	6	7

เนื้อหา (Content)	ระดับความเหมาะสมในการนำเสนอ						
	น้อยที่สุด ← → มากที่สุด						
รายละเอียดความรับผิดชอบทางกฎหมาย (disclaimer) เช่น สิทธิของผู้ซื้อ ความรับผิดชอบของผู้ขาย	1	2	3	4	5	6	7
เนื้อหาที่ไม่สามารถพิสูจน์ได้ว่าใครเป็นเจ้าของ เช่น รูปที่มากับอีเมลของผู้ที่ไม่รู้จัก	1	2	3	4	5	6	7
การนำเสนอช่องทาง หรือ ลิงค์ไปยังข้อมูลที่ไม่เหมาะสม ในเว็บอื่น	1	2	3	4	5	6	7
เนื้อหาที่นำไปสู่ธุรกรรม (หรือประพตยกรรม) อันไม่เหมาะสม เช่น การขายบริการทางเพศ การชวนกันฆ่าตัวตาย	1	2	3	4	5	6	7

■ คำถามวัดการตัดสินใจซื้อสินค้าจากการนำเสนอข้อมูลบนเว็บไซต์

กรณีตัวอย่างที่หนึ่ง

อูดมเป็นผู้ดูแลเว็บไซต์หนังสือแห่งหนึ่ง โดยที่หนังสือนี้มีเฉพาะบนอินเทอร์เน็ต (ไม่มีฉบับกระดาษ) เนื่องจากภาวะการแข่งขันที่รุนแรงประกอบกับเศรษฐกิจที่ซบเซา ทำให้อูดมตัดสินใจพัฒนาคอลัมน์ใหม่บนเว็บไซต์ที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการตอบปัญหาเพศสัมพันธ์ของชีวิตคู่ ในช่วงเดือนแรกมีคำถามส่งมาจำนวนมาก แต่ผู้ถามมักต้องขอให้อธิบายคำตอบซ้ำ ๆ หลายครั้ง เพราะไม่มีใครเข้าใจ อูดมจึงตัดสินใจนำเสนอภาพประกอบคำตอบ หรือกระทั้งมีคลิปแสดงทางออกของปัญหาเพศสัมพันธ์นั้น ๆ ทำให้คอลัมน์นี้ได้รับความนิยมเพิ่มจำนวนผู้เข้าเว็บ อูดมจึงขยายการตอบปัญหาให้ครอบคลุมชีวิตคู่ทั้งต่างเพศ หรือ เพศเดียวกัน ยังผลให้สามารถคิดค่าโฆษณาออนไลน์ได้สูง

โปรดระบุความเห็นของท่านต่อการกระทำของอูดมในเจ็ดประเด็นต่อไปนี้

ไม่ถูกต้อง	1	2	3	4	5	6	7	ถูกต้อง
ไม่เป็นธรรม	1	2	3	4	5	6	7	เป็นธรรม
ผิดศีลธรรม	1	2	3	4	5	6	7	ถูกต้องศีลธรรม
ไม่เป็นที่ยอมรับในครอบครัวข้าพเจ้า	1	2	3	4	5	6	7	เป็นที่ยอมรับได้ในครอบครัวข้าพเจ้า
ยอมรับไม่ได้ในสังคมไทย	1	2	3	4	5	6	7	ยอมรับได้ในสังคมไทย
ขัดแย้งกับวัฒนธรรมไทย	1	2	3	4	5	6	7	สอดคล้องกับวัฒนธรรมไทย
เป็นตามเงื่อนไขที่ได้ปฏิบัติสืบมา	1	2	3	4	5	6	7	ละเมิดเงื่อนไขที่ได้ปฏิบัติสืบมา
เป็นตามข้อสัญญาที่แม้ไม่ได้กำหนด	1	2	3	4	5	6	7	ละเมิดข้อสัญญาที่แม้ไม่ได้กำหนด
เป็นหนังสือ แต่ถือปฏิบัติมานาน	1	2	3	4	5	6	7	เป็นหนังสือ แต่ถือปฏิบัติมานาน

กรณีตัวอย่างที่สอง

พัฒนาเป็นเจ้าของและผู้ดูแลเว็บไซต์ MyHiFace.com ที่มี “ของตกแต่ง” สำหรับให้ผู้ใช้ social network เช่น Facebook เลือกไปตกแต่งเว็บของตน ตัวแทนขายยาปลูกเชื้อ และสารระเหยต่าง ๆ แห่งหนึ่งพบว่า profile ของกลุ่มเป้าหมายของตนกับ profile ของผู้แหวะชม MyHiFace.com เป็นกลุ่มเดียวกัน พัฒนาจึงได้รับการติดต่อจากตัวแทนเพื่อขอลงโฆษณาด้วยแบนเนอร์ขนาดเล็กบน homepage ของ MyHiFace.com ทั้งนี้แบนเนอร์มีเสียงประกอบด้วย แม้ไม่เห็นด้วยกับเนื้อหา แต่การทดลองติดตั้งแบนเนอร์เป็นเวลาหนึ่งสัปดาห์ จะช่วยเพิ่มจำนวนผู้แหวะชมใหม่ ๆ เป็นจำนวนมากด้วย พัฒนาจึงตัดสินใจเซ็นสัญญากับตัวแทนยานี้

โปรดระบุความเห็นของท่านต่อการกระทำของพัฒนาในเจ็ดประเด็นต่อไปนี้

ไม่ถูกต้อง	1	2	3	4	5	6	7	ถูกต้อง
ไม่เป็นธรรม	1	2	3	4	5	6	7	เป็นธรรม
ผิดศีลธรรม	1	2	3	4	5	6	7	ถูกศีลธรรม
ไม่เป็นที่ยอมรับในครอบครัวข้าพเจ้า	1	2	3	4	5	6	7	เป็นที่ยอมรับได้ในครอบครัวข้าพเจ้า
ยอมรับไม่ได้ในสังคมไทย	1	2	3	4	5	6	7	ยอมรับได้ในสังคมไทย
ขัดแย้งกับวัฒนธรรมไทย	1	2	3	4	5	6	7	สอดคล้องกับวัฒนธรรมไทย
เป็นตามเงื่อนไขที่ได้ปฏิบัติสืบมา	1	2	3	4	5	6	7	ละเมิดเงื่อนไขที่ได้ปฏิบัติสืบมา
เป็นตามข้อสัญญาที่แม้ไม่ได้กำหนด	1	2	3	4	5	6	7	ละเมิดข้อสัญญาที่แม้ไม่ได้กำหนด
เป็นหนังสือ แต่ถือปฏิบัติมานาน	1	2	3	4	5	6	7	เป็นหนังสือ แต่ถือปฏิบัติมานาน

กรณีตัวอย่างที่สาม

สมพรเป็นโปรแกรมเมอร์ของหน่วยงานราชการแห่งหนึ่ง ได้รับทราบจากการติดตามในเว็บบอร์ดแห่งหนึ่งว่า มีกลุ่มคนจำนวนไม่น้อยชื่นชอบเนื้อหาที่แสดงความรุนแรง หยาดคาย เนื้อหาดังกล่าวอาจเป็นข้อความบรรยายการโต้เถียงต่อสู้อย่างรุนแรง เช่น “มึงเลว ไอ้เอ๊ย” หรือเป็นภาพหรือคลิปที่แสดงการกระทำที่ดูเถื่อนหรือผลของความรุนแรง เช่น ภาพการโจมตีที่เกิดขึ้นจริงของผู้ก่อการร้าย ที่เห็นการยิงและการถูกยิง ภาพคนตายในลักษณะต่าง ๆ ที่ชัดเจน หรือคลิปของคนพลัดตกตึกลงมาเสียชีวิตแหลกปนบนพื้นล่าง

จากความนิยมข้างต้น สมพรจึงร่วมกับเพื่อนโปรแกรมเมอร์พัฒนาเว็บไซต์ที่นำเสนอเนื้อหารุนแรงที่ได้จัดสรรไว้เป็นหมวดหมู่ สะดวกต่อการแหวะชม แม้ไม่มีค่าใช้จ่าย ผู้แหวะชมไม่สามารถ save เนื้อหาไว้ดูเองได้ ทุกครั้งที่อยากดูจะต้องเข้ามาที่เว็บนี้ โอกาสทางธุรกิจของสมพรและเพื่อนจึงมาจากจำนวนผู้แหวะชมที่เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ

โปรดระบุความเห็นของท่านต่อการกระทำของสมพรในเจ็ดประเด็นต่อไปนี้

ไม่ถูกต้อง	1	2	3	4	5	6	7	ถูกต้อง
ไม่เป็นธรรม	1	2	3	4	5	6	7	เป็นธรรม
ผิดศีลธรรม	1	2	3	4	5	6	7	ถูกศีลธรรม
ไม่เป็นที่ยอมรับในครอบครัวข้าพเจ้า	1	2	3	4	5	6	7	เป็นที่ยอมรับได้ในครอบครัวข้าพเจ้า
ยอมรับไม่ได้ในสังคมไทย	1	2	3	4	5	6	7	ยอมรับได้ในสังคมไทย
ขัดแย้งกับวัฒนธรรมไทย	1	2	3	4	5	6	7	สอดคล้องกับวัฒนธรรมไทย
เป็นตามเงื่อนไขที่ได้ปฏิบัติสืบมา	1	2	3	4	5	6	7	ละเมิดเงื่อนไขที่ได้ปฏิบัติสืบมา
เป็นตามข้อสัญญาที่แม่ไม่ได้กำหนด	1	2	3	4	5	6	7	ละเมิดข้อสัญญาที่แม่ไม่ได้กำหนด
เป็นหนังสือ แต่ถือปฏิบัติมานาน	1	2	3	4	5	6	7	เป็นหนังสือ แต่ถือปฏิบัติมานาน