

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาสถานการณ์การคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคด้านโฆษณาของประเทศมาเลเซีย ซึ่งเป็นสมาชิกอาเซียน ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยวิธีการวิเคราะห์เอกสาร โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาสถานการณ์การคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคด้านโฆษณาของประเทศมาเลเซียซึ่งเป็นสมาชิกอาเซียน

1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่

Althunibat, A., & Sahari, N. (2011). Modelling the Factors that Influence Mobile Government Services Acceptance. *African Journal of Business Management*, 5(34), 13030.

Azmi, I. M. (2004). Content Regulation in Malaysia: Unleashing Missiles on Dangerous Websites. *Journal of Information, Law and Technology*, 3.

Arokiasamy, A. R. A., & Abdullah, A. G. (2013). Service Quality and Customer Satisfaction in the Cellular Telecommunication Service Provider in Malaysia. *Researchers World*, 4(2), 1.

Bhavnani, A., Chiu, R. W., Janakiram, S., Silarszky, P., & Bhatia, D. (2008). The Role of Mobile Phones in Sustainable Rural Poverty Reduction. ICT Policy Division, Global Information and Communications Department (GICT), 22, 2008.

Cooray, M. (2008). Mobile Phones: The Intersection of Technology, Policy and Social Issues. *Communications of the IBIMA*, 3, 68-75.

Goi, C., & Ng, P. (2011). Perception of Young Consumers on Mobile Phone Applications in Malaysia. *World Applied Sciences Journal*, 15(1), 47-55.

Jehangir, M., Dominic, P., Naseebullah, N., & Khan, A. (2011). Towards Digital Economy: The Development of ICT and E-Commerce in Malaysia. *Modern Applied Science*, 5(2), 171.

Jayasingh, S., & Eze, U. C. (2015). An Empirical Analysis of Consumer Behavioural Intention towards Mobile Coupons in Malaysia. *International Journal of Business and Information*, 4(2).

Kee, J., & Randhawa, S. (2009). Malaysia: Violence against Women and ICT. แหล่งเผยแพร่

Kaur, K. (2005). Consumer Protection in E-Commerce in Malaysia: An Overview. UNEAC Asia Papers, 10.

Lee, C. (2002). Telecommunications Reforms in Malaysia. *Annals of Public and Cooperative Economics*, 73(4), 521-540.

Lallmahamood, M. (2008). Privacy over the Internet in Malaysia: A Survey of General Concerns and Preferences among Private Individuals. แหล่งที่มา

Mahdaliza, S., & Zainol, K. A. (2008). History of Communication in Malaysia (1940-2008).

Mohamad, N. (2003). An Analysis of Productivity Growth in the Malaysian Mobile Telecommunications Industry. University of Malaya.

Mohamed, M. B., & Sawandi, N. B. (2007). Corporate Social Responsibility (CSR) Activities in Mobile Telecommunication Industry: Case Study of Malaysia. Paper presented at the European Critical Accounting Conference.

Mei, O. J., Ling, K. C., & Piew, T. H. (2012). The Antecedents of Green Purchase Intention among Malaysian Consumers. *Asian Social Science*, 8(13), 246.

Norris, P. (2001). *Digital Divide: Civic Engagement, Information Poverty, and the Internet Worldwide*: Cambridge University Press.

Noor, M. N. M., Sreenivasan, J., & Ismail, H. (2013). Malaysian Consumers Attitude towards Mobile Advertising, the Role of Permission and its Impact on Purchase Intention: A Structural Equation Modeling Approach. *Asian Social Science*, 9(5), 135.

Nor, R. M., Chapun, T. E., & Wah, C. R. J. (2013). Malaysian Rural Community as Consumer of Health Information and their Use of ICT. *Jurnal Komunikasi, Malaysian Journal of Communication*, 29(1).

Painter, M., & Wong, S. (2005). Varieties of the Regulatory State? Government-Business Relations and Telecommunications Reforms In Malaysia and Thailand. *Policy and Society*, 24(3), 27-52.

Patel, A., Qi, W., & Taghavi, M. (2011). Design of Secure and Trustworthy Mobile Agent-Based E-Marketplace System. *Information Management & Computer Security*, 19(5), 333-352.

Sreenivasan, J., & Noor, M. N. M. (2010). A Conceptual Framework on Mobile Commerce Acceptance and Usage among Malaysian Consumers: The Influence of Location, Privacy, Trust and Purchasing Power. *WSEAS Transactions on Information Science and Applications*, 7(5), 661-670.

Sivalingam, G. (2010). Network Governance in Malaysia's Telecommunications Industry. *Asia Pacific Business Review*, 16(1-2), 143-159.

Velmurugan, M. S. (2012). An Empirical Analysis of Consumers' Protection toward E-Commerce Transactions in Malaysia. *International Journal of Business Information Systems*, 9(3), 295-327.

Wolinsky, C., & Sylvester, J. (1992). Privacy in the Telecommunications Age. *Communications of the ACM*, 35(2), 23-26.

Walden, I. (2012). *Telecommunications Law and Regulation*: OUP Oxford.

Zeadally, S., Pathan, A. K., Alcaraz, C., & Badra, M. (2013). Towards Privacy Protection in Smart Grid. *Wireless personal communications*, 73(1), 23-50.

Department of Statistics. (2010). Consumer Price Index-September 2010. Retrieved from <https://www.malaysianwireless.com/malaysia-service-providers>

The Communications and Multimedia Content Forum of Malaysia. (NY). *The Malaysian Communications and Multimedia Content Code*, 6. Retrieved from <https://www.unicef.org/malaysia/MCMC-Communication-Multimedia-Content-Code>

The Consumers International Kuala Lumpur Office. (2011). Road Mapping Capacity Building Needs in Consumer Protection in Asean Retrieved from http://www.asean.org/storage/images/2015/January/Community-ASEAN_economic_community-consumer_protection-key_document/REGIONAL%20REPORT-FINAL-15June2011.pdf

2. กลุ่มตัวอย่าง

1. การเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์เอกสาร ใช้ประชากรทั้งหมดที่เป็นแนวคิดการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคด้านโฆษณาในประเทศมาเลเซียซึ่งเป็นประเทศสมาชิกอาเซียน

Althunibat, A., & Sahari, N. (2011). Modelling the Factors that Influence Mobile Government Services Acceptance. *African Journal of Business Management*, 5(34), 13030.

Azmi, I. M. (2004). Content Regulation in Malaysia: Unleashing Missiles on Dangerous Websites. *Journal of Information, Law and Technology*, 3.

Arokiasamy, A. R. A., & Abdullah, A. G. (2013). Service Quality and Customer Satisfaction in the Cellular Telecommunication Service Provider in Malaysia. *Researchers World*, 4(2), 1.

Bhavnani, A., Chiu, R. W., Janakiram, S., Silarszky, P., & Bhatia, D. (2008). The Role of Mobile Phones in Sustainable Rural Poverty Reduction. ICT Policy Division, Global Information and Communications Department (GICT), 22, 2008.

Cooray, M. (2008). Mobile Phones: The Intersection of Technology, Policy and Social Issues. *Communications of the IBIMA*, 3, 68-75.

Goi, C., & Ng, P. (2011). Perception of Young Consumers on Mobile Phone Applications in Malaysia. *World Applied Sciences Journal*, 15(1), 47-55.

Jehangir, M., Dominic, P., Naseebullah, N., & Khan, A. (2011). Towards Digital Economy: The Development of ICT and E-Commerce in Malaysia. *Modern Applied Science*, 5(2), 171.

Jayasingh, S., & Eze, U. C. (2015). An Empirical Analysis of Consumer Behavioural Intention towards Mobile Coupons in Malaysia. *International Journal of Business and Information*, 4(2).

Kee, J., & Randhawa, S. (2009). Malaysia: Violence against Women and ICT. แหล่งเผยแพร่

Kaur, K. (2005). Consumer Protection in E-Commerce in Malaysia: An Overview. *UNEAC Asia Papers*, 10.

Lee, C. (2002). Telecommunications Reforms in Malaysia. *Annals of Public and Cooperative Economics*, 73(4), 521-540.

Lallmahamood, M. (2008). Privacy over the Internet in Malaysia: A Survey of General Concerns and Preferences among Private Individuals. แหล่งที่มา

Mahdaliza, S., & Zainol, K. A. (2008). History of Communication in Malaysia (1940-2008).

Mohamad, N. (2003). An Analysis of Productivity Growth in the Malaysian Mobile Telecommunications Industry. University of Malaya.

Mohamed, M. B., & Sawandi, N. B. (2007). Corporate Social Responsibility (CSR) Activities in Mobile Telecommunication Industry: Case Study of Malaysia. Paper presented at the European Critical Accounting Conference.

Mei, O. J., Ling, K. C., & Piew, T. H. (2012). The Antecedents of Green Purchase Intention among Malaysian Consumers. *Asian Social Science*, 8(13), 246.

Norris, P. (2001). *Digital Divide: Civic Engagement, Information Poverty, and the Internet Worldwide*: Cambridge University Press.

Noor, M. N. M., Sreenivasan, J., & Ismail, H. (2013). Malaysian Consumers Attitude towards Mobile Advertising, the Role of Permission and its Impact on Purchase Intention: A Structural Equation Modeling Approach. *Asian Social Science*, 9(5), 135.

Nor, R. M., Chapun, T. E., & Wah, C. R. J. (2013). Malaysian Rural Community as Consumer of Health Information and their Use of ICT. *Jurnal Komunikasi, Malaysian Journal of Communication*, 29(1).

Painter, M., & Wong, S. (2005). Varieties of the Regulatory State? Government-Business Relations and Telecommunications Reforms In Malaysia and Thailand. *Policy and Society*, 24(3), 27-52.

Patel, A., Qi, W., & Taghavi, M. (2011). Design of Secure and Trustworthy Mobile Agent-Based E-Marketplace System. *Information Management & Computer Security*, 19(5), 333-352.

Sreenivasan, J., & Noor, M. N. M. (2010). A Conceptual Framework on Mobile Commerce Acceptance and Usage among Malaysian Consumers: The Influence of Location, Privacy, Trust and Purchasing Power. *WSEAS Transactions on Information Science and Applications*, 7(5), 661-670.

Sivalingam, G. (2010). Network Governance in Malaysia's Telecommunications Industry. *Asia Pacific Business Review*, 16(1-2), 143-159.

Velmurugan, M. S. (2012). An Empirical Analysis of Consumers' Protection toward E-Commerce Transactions in Malaysia. *International Journal of Business Information Systems*, 9(3), 295-327.

Wolinsky, C., & Sylvester, J. (1992). Privacy in the Telecommunications Age. *Communications of the ACM*, 35(2), 23-26.

Walden, I. (2012). *Telecommunications Law and Regulation*: OUP Oxford.

Zeadally, S., Pathan, A. K., Alcaraz, C., & Badra, M. (2013). Towards Privacy Protection in Smart Grid. *Wireless personal communications*, 73(1), 23-50.

Department of Statistics. (2010). Consumer Price Index-September 2010. Retrieved from <https://www.malaysianwireless.com/malaysia-service-providers>

The Communications and Multimedia Content Forum of Malaysia. (NY). *The Malaysian Communications and Multimedia Content Code*,. 6. Retrieved from <https://www.unicef.org/malaysia/MCMC-Communication-Multimedia-Content-Code>

The Consumers International Kuala Lumpur Office. (2011). Road Mapping Capacity Building Needs in Consumer Protection in Asean Retrieved from http://www.asean.org/storage/images/2015/January/Community-ASEAN_economic_community-consumer_protection-key_document/REGIONAL%20REPORT-FINAL-15June2011.pdf

ช่วงระยะเวลา 20 ปี ตั้งแต่ คศ. 1996 - 2016 รวมเอกสารที่ศึกษาทั้งหมด จำนวน 30 รายการ

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.1 แบบวิเคราะห์เอกสาร ในการศึกษาสถานการณ์การคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณาในประเทศสมาชิกอาเซียน ในประเด็น

1. รัฐบาลมาเลเซียให้การสนับสนุน และส่งเสริม ICT ให้เติบโตควบคู่กับการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ

2. บทบาทการคุ้มครองผู้บริโภคบริการมือถือ และ IT ของภาคประชาสังคมในมาเลเซีย มีความเข้มแข็งในการทำงานปกป้องสิทธิผู้บริโภค

3. มาเลเซียมีการประสานความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน โดยกำหนดเป็นกฎหมาย ICT ของประเทศ

4. ความเป็นส่วนตัว ในการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคของมาเลเซีย ทั้งบทบาทของรัฐและภาคประชาสังคม

5. บริษัทและค่ายมือถือในมาเลเซียมีการแข่งขันการให้บริการสูง ส่งผลให้เกิดประโยชน์ต่อผู้บริโภค

การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์คุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยด้วยการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยนำเครื่องมือให้ผู้เชี่ยวชาญด้านกฎหมายโฆษณา ซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคตรวจสอบความเที่ยงตรง จำนวน 4 คน คือ

(1) นางสาวกัญชลี ธนรัักษ์ ตำแหน่ง เจ้าหน้าที่วิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการพิเศษ ฝ่ายต่างประเทศ สำนักแผนและการคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

(2) นางสาวสุจิตรา วอทอง ตำแหน่ง เจ้าหน้าที่สืบสวนสอบสวนชำนาญการ ฝ่ายควบคุมกองคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

(3) นายอนาวิน เกตพันธ์ ตำแหน่ง เจ้าหน้าที่สืบสวนสอบสวนปฏิบัติการ ฝ่ายควบคุม กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

(4) นายกฤติกร แจ่มตระกูล ตำแหน่ง เจ้าหน้าที่สืบสวนสอบสวน ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพเครือข่ายการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในงานวิจัยครั้งนี้ คือ

4.1 แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร (secondary sources) โดยรวบรวมจากแนวคิดการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคด้านโฆษณาในประเทศมาเลเซีย

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจะเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เชิงพรรณนา