

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัย เรื่อง สถานการณ์การคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณาในประเทศมาเลเซีย แบ่ง
นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

1. รัฐบาลมาเลเซียให้การสนับสนุน และส่งเสริม ICT ให้เติบโตควบคู่กับการพัฒนา เศรษฐกิจของประเทศ ดังนี้

Jehangir et al. (2011) อธิบายว่า เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) มีผลกระทบ
อย่างมากต่อสังคมโดยเฉพาะองค์กรธุรกิจและผู้ซื้อ องค์กรเหล่านี้ในมาเลเซียหลายแห่งกำลังใช้วิธีการ
ใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มการใช้ ICT และดึงดูดประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตจากกิจกรรมทางธุรกิจของตน

รัฐบาลมาเลเซียเชื่อว่า ICT เป็นแรงผลักดันเชิงกลยุทธ์เพื่อสนับสนุนและมีส่วนร่วมโดยตรง
กับการเติบโตของเศรษฐกิจมาเลเซีย เพื่อจุดประสงค์ในการปรับใช้ทรัพยากรเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ
ฐานความรู้และเข้าสู่ยุคดิจิทัลโดยใช้กลยุทธ์เชิงกลยุทธ์มากขึ้น รัฐบาลมาเลเซียได้ประกาศแผน
ดังกล่าวว่าแผนมาเลเซียฉบับที่ 8 ระหว่างเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) ที่มีผลกระทบ
อย่างมากต่อสังคมโดยเฉพาะองค์กรธุรกิจและผู้ซื้อ องค์กรของมาเลเซียหลายแห่งกำลังใช้วิธีการใหม่
ๆ เพื่อเพิ่มการใช้ ICT และดึงดูดประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตจากกิจกรรมทางธุรกิจของตน การใช้
เทคโนโลยี ICT อย่างรวดเร็วช่วยเพิ่ม e-commerce ในมาเลเซีย รัฐบาลมาเลเซียเชื่อว่า ICT เป็น
แรงผลักดันเชิงกลยุทธ์เพื่อสนับสนุนและมีส่วนร่วมโดยตรงกับการเติบโตของเศรษฐกิจมาเลเซีย เพื่อ
จุดประสงค์ในการปรับใช้ทรัพยากรเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจฐานความรู้และเข้าสู่ยุคดิจิทัลโดยใช้กลยุทธ์
เชิงกลยุทธ์มากขึ้น รัฐบาลมาเลเซียได้ประกาศแผนดังกล่าวว่าแผนมาเลเซียฉบับที่ 8 ในระหว่างแผน
ของมาเลเซียฉบับที่ 8 ได้ริเริ่มโครงการริเริ่มต่างๆเพื่อสร้างโครงสร้างพื้นฐาน ICT ที่สำคัญสำหรับ
ภาครัฐด้วย

สำหรับภาคเอกชน แผนนี้ได้เน้นการเพิ่มการใช้คอมพิวเตอร์และโครงสร้างพื้นฐานด้าน IT ใน
หน่วยงานของรัฐหลายแห่ง วัตถุประสงค์หลักของแผนนี้คือ การเริ่มต้นของข้อมูลระดับชาติ การ
รักษาความปลอดภัย การสร้างศูนย์การตอบสนองฉุกเฉินเพื่อจัดการด้านกฎระเบียบด้านเทคนิคและ
อินเทอร์เน็ต ความปลอดภัย เป็นผลให้แผนงานแห่งชาติฉบับที่ 8 มีอัตราการเติบโตของการใช้จ่าย
ด้าน ICT ปีละ 4.7% เพื่อให้ภาคเศรษฐกิจโดยรวมได้รับความสำเร็จ

โครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยีเป็นจุดแข็งที่สำคัญของอุตสาหกรรม e-commerce ข้อมูล
และการสื่อสารเทคโนโลยีมีบทบาทสำคัญในการปรับปรุงการดำเนินการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ใน
มาเลเซีย เทคโนโลยีสารสนเทศและไอทีที่แข็งแกร่ง โครงสร้างพื้นฐานช่วยเพิ่มความสามารถในการทำ
ตลาดอีคอมเมิร์ซในประเทศมาเลเซีย ตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ของประเทศก็คือความแข็งแกร่งสำหรับ

ธุรกิจทั่วไปและออนไลน์ มาเลเซียมีความแข็งแกร่งทางยุทธศาสตร์ในเอเชีย ตำแหน่งยุทธศาสตร์ของประเทศมีผลกระทบต่อการลงทุนจากต่างประเทศและแหล่งเทคโนโลยีมีความท้าทายสำหรับอีคอมเมิร์ซในมาเลเซีย

โดยรวมแล้ว e-commerce ในมาเลเซียได้รับการพัฒนาขึ้นอย่างรวดเร็ว มีความสัมพันธ์ระหว่างโอกาสและความท้าทายสำหรับอีคอมเมิร์ซในมาเลเซีย ประเด็นด้านความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวถือเป็นตัวถือเป็นประเด็นสำคัญสำหรับการซื้อขายหลักทรัพย์ทั่วโลก สิ่งที่ทำให้ผู้ขายลังเลที่จะไปซื้อออนไลน์ คือ ต้นทุนสูง ภัยคุกคามต่ออีคอมเมิร์ซในมาเลเซีย บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง และการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ มีราคาแพงมาก

โดยสรุป อีคอมเมิร์ซเป็นโอกาสของมาเลเซียในการพัฒนาธุรกิจทั่วโลก

การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ด้วยการเติบโตอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เช่น โอกาสผลักดันธุรกิจในประเทศมาเลเซียให้มีการแข่งขันระดับโลกแนะนำกระบวนการทางธุรกิจและสร้างรายได้ใหม่ ๆ ทำให้อีคอมเมิร์ซถือเป็นโอกาสที่จะทำให้เกิดการพัฒนาทางธุรกิจ อย่างไรก็ตามมีความท้าทายที่เกิดขึ้นและเป็นโอกาสที่รัฐบาลต้องมีบทบาทเป็นตัวเร่งปฏิกิริยาในการริเริ่มและสนับสนุนภาคเอกชนให้มีส่วนร่วมในการพัฒนาของอีคอมเมิร์ซ สถิติและข้อค้นพบจากองค์กรต่าง ๆ ได้แสดงให้เห็นถึงแนวโน้มในเชิงบวก ใช้ E-Commerce ในธุรกิจ ส่วนใหญ่เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและเล็กที่แสดงความสนใจที่จะนำมาใช้ e-commerce และใช้ประโยชน์จากแผนอีคอมเมิร์ซของรัฐบาล ผลกระทบของข้อมูลและ เทคโนโลยีการสื่อสารมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงในสังคม มีกลยุทธ์ในการวางแผนอย่างดี ธุรกิจในประเทศมาเลเซียให้โอกาสในการเข้าถึงลูกค้ารายใหม่ ๆ ในขณะที่เพิ่มยอดขายและผลกำไร เนื่องจาก เทคโนโลยีใหม่การริเริ่มของรัฐบาลและการปฏิรูปทางเศรษฐกิจการค้าอีคอมเมิร์ซกำลังมุ่งสู่จุดสูงสุด

ทิศทางในมาเลเซีย สถิติแสดงให้เห็นว่าผู้ใช้ชาวมาเลเซียส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาและผู้เชี่ยวชาญ เกือบทั้งหมดมีการเปิดรับสื่อที่ดี มีการศึกษาดี และมีประสบการณ์ที่ดีของอินเทอร์เน็ตซึ่งกำลังทำให้พวกเขาไปใช้บริการออนไลน์และซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต ปัจจุบันของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีการใช้จ่ายออนไลน์และรวดเร็ว การเติบโตผ่านเทคโนโลยีใหม่ ๆ แสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมกรรมการซื้อของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีการเปลี่ยนแปลง เนื่องจากผู้ต้องการใช้ออนไลน์ในการทำธุรกรรมด้วย ธุรกิจส่วนใหญ่ในมาเลเซียกำลังแสดงความสนใจในการแข่งขันทั่วโลกและยอมรับ e-commerce การนำ e-commerce มาใช้ในมาเลเซียเพื่อการซื้อขายจะเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในหลายปีข้างหน้า การริเริ่มโดยรัฐบาลมาเลเซียนี้มีผลต่อเศรษฐกิจและสังคม และสร้างการมีส่วนร่วมในการทำกลยุทธ์เพื่อการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และ ICT ของประเทศ

รัฐบาลมาเลเซียมีความตระหนกอย่างมากในการนำเทคโนโลยีเหล่านี้ไปใช้เพิ่มมูลค่าทางธุรกิจของประเทศ ด้วยเหตุนี้รัฐบาลของมาเลเซียจึงให้ความสนใจเป็นอย่างมากในการก้าวสู่ความท้าทายในการเข้าสู่ยุค Digital

รัฐบาลมาเลเซียดำเนินการและส่งเสริม Internet และ ICT อื่น ๆ เพื่อสร้างฐานความรู้ระบบเศรษฐกิจ ดังนั้นรัฐบาลจึงเริ่มแผนปฏิบัติการในช่วงต้นปี พ.ศ. 2544 ตามแผนพัฒนาประเทศมาเลเซียฉบับที่ 8 และแผนแม่บทที่ 9 ในช่วงปี พ.ศ. 2549-2553 รัฐบาลได้เปิดตัวแผนหลัก และสร้างหน่วยงานต่างๆเพื่อสนับสนุนการเติบโตของ ICT ในประเทศ นอกจากนี้มาเลเซียได้จัดตั้งคณะกรรมการสื่อสารและมัลติมีเดีย (MCMC) ขึ้นในปี ค.ศ. 1998 เพื่อส่งเสริมการกระจายเสียงโทรคมนาคมและบริการอินเทอร์เน็ต

2. บทบาทการคุ้มครองผู้บริโภคบริการมือถือ และ IT ของภาคประชาสังคมในมาเลเซีย มีความเข้มแข็งในการทำงานปกป้องสิทธิผู้บริโภค

Kee และ Randhawa (2009) ประเด็นปัญหาบางอย่างที่ปรากฏขึ้น ได้แก่ 1) ความเป็นส่วนตัวและการเฝ้าระวัง ซึ่งเป็นหนึ่งในประเด็นที่ต้องถกเถียงในประเด็นสำหรับผู้หญิง การเคลื่อนไหวเรื่องสิทธิความเป็นส่วนตัว ความต้องการเร่งด่วนสำหรับสตรีในการเข้าร่วม การสร้างกฎหมายเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว ซึ่ง ICT จัดว่าเป็นเวทีเทคโนโลยีมากกว่าจะเป็นเวทีที่เน้นเรื่องสิทธิ หรือการมีส่วนร่วมของกลุ่มสิทธิของสตรี ทั้งนี้ บทเรียนที่ได้รับจาก VAW คือประเด็นเกี่ยวกับการสร้างงานของภาคเอกชนเกี่ยวกับความรุนแรงในครอบครัว กฎหมายระหว่างประเทศในเรื่องการร่วมประเวณี กลุ่มสิทธิของผู้หญิงสามารถกำหนดแนวความคิดเกี่ยวกับสิทธิในเรื่อง ความเป็นส่วนตัว รวมถึงประเด็นเรื่องการรวมตัว ข้อมูลส่วนบุคคลที่สร้างขึ้นเพื่อเผยแพร่หรือเก็บถาวร หรือ "การเป็นเจ้าของ" ข้อมูลนั้นๆ ซึ่งความรุนแรงทางเพศนี้อาจก่อให้เกิดอันตรายได้โดยหลักฐานจากการคุกคามทางเพศทางออนไลน์การแบล็กเมล์ การข่มขู่ด้วยรูปถ่ายส่วนตัว ดังนั้นการรวมตัวกันของผู้หญิงเพื่อปกป้องสิทธิตามแนวทางของสตรีนิยมเป็นการร่วมกันหาทางแก้ปัญหาประเด็นเรื่องความเป็นส่วนตัวและสนับสนุนปกป้องข้อมูลของผู้หญิง

ความรุนแรงต่อสตรี (VAW) เป็นประเด็นที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในประเทศมาเลเซีย การยอมรับมากที่สุดรูปแบบของ VAW ก็เป็นประเด็นที่กลุ่มสตรีได้มีบทบาทสนับสนุนอย่างมาก กล่าวคือ ความรุนแรงในครอบครัว การข่มขืน การล่วงละเมิดทางเพศ และการแสดงความรุนแรงต่อผู้หญิงเรื่องสิทธิมนุษยชน VAW เป็นหนึ่งในความมุ่งมั่นที่ระบุอย่างชัดเจนภายใต้รัฐธรรมนูญ รัฐบาลกลาง และการให้สัตยาบันของ CEDAW ซึ่งเป็นองค์กรด้านสิทธิสตรีที่สนับสนุนองค์กรต่างๆในการทำงานวาระ ICT แห่งชาติที่มีการพัฒนาที่ไม่ใช่เน้นเพียงแต่ด้านเศรษฐกิจ แต่หมายรวมถึงการมีส่วนร่วมของประชาชน การเป็นประชาธิปไตย การเข้าถึงสิทธิความยุติธรรม ทั้งนี้ มีความจำเป็นเร่งด่วนที่จะใช้เพศและมุมมองสตรีนิยมในการทำความเข้าใจบทบาทของ ICT และสิทธิในการสื่อสาร

และเพื่อชี้ให้เห็นว่าสถานะของผู้หญิงไม่เพียงแต่เป็นผู้ใช้ผู้เรียนหรือผู้บริโภคเทคโนโลยีเท่านั้น แต่ผู้หญิงนั้นเป็นผู้ตัดสินใจในการใช้วิธีการที่จะพัฒนา และเข้าร่วมพิจารณาในวาระการประชุมระดับชาติต่างๆ ด้วย VAW และเครือข่ายผู้หญิง (CEDAW) ส่งผลให้สังคมตระหนักในปัญหาของผู้หญิงกับสื่อมากขึ้น และเกิดการเปลี่ยนแปลงเชิงนโยบายที่คุ้มครองผู้หญิง

ในประเด็นเรื่องการเซ็นเซอร์สิทธิ์ในข้อมูลและการแสดงออกนั้น กลุ่มสิทธิสตรีให้ความสำคัญกับคุณค่าของ ICT ในการพัฒนาสิทธิสตรี โดยใช้ ICTs เป็นเครื่องมือหลักทางการเมืองที่สำคัญในวาระที่จำเป็นต้องใช้ในการกำหนดและปกป้องความเป็นจริงที่ผู้หญิงเห็นว่าสำคัญต่อผู้หญิง

การใช้ ICT และพื้นที่ดิจิทัล เช่น ฟอรัม รายชื่อผู้รับจดหมาย กลุ่มเครือข่ายทางสังคม SMS ช่องสัญญาณออกอากาศดิจิทัล และแพลตฟอร์ม การแบ่งปันวิดีโอได้กลายเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการทำงานของระบอบประชาธิปไตยในประเทศในปัจจุบัน แสดงถึงกระบวนการที่ตระหนักถึงการมีส่วนร่วมของประชาชนในด้านการควบคุมสารสนเทศและการสื่อสารสาธารณะ

ในการมีส่วนร่วมของประชาชนในระบอบประชาธิปไตย ทั้งรัฐบาล NGO และ CEDAW รายงานความสำคัญของกลไกการตรวจสอบของ VAW โดยวิเคราะห์แนวโน้มที่เกิดขึ้นใหม่ และประเมินผลกระทบจากการแทรกแซงต่างๆ ของรัฐ เมื่อผ่านการตรวจสอบแล้ว พบประเด็นเรื่องความรุนแรงต่อสตรี การย้ายถิ่น การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและการตัดสินใจ รวมทั้งบุคคลที่เกี่ยวข้อง และผลจากนโยบายในระดับต่างๆ ซึ่งได้รับการพิจารณาว่าเป็นประเด็นสำคัญสำหรับการพัฒนาเพื่อสนับสนุนให้มีประสิทธิภาพ สร้างการมีส่วนร่วม และการเฝ้าติดตามการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ ดังนั้น ICT สามารถมีบทบาทที่มีคุณค่าในการอำนวยความสะดวกในการจัดทำเอกสารและการเผยแพร่ข้อมูลให้กับพลเรือนในสังคม และเพื่อการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพภายในหน่วยงานของรัฐ ด้วยเงินหลายพันล้านริงกิตที่มีการลงทุนในโครงการ Multimedia Super Corridor โครงการ e-Government มีหน้าที่ไม่เพียงแต่การปรับปรุงการให้บริการของภาครัฐเท่านั้น แต่ยังปรับปรุงการเข้าถึงกลไกและแพลตฟอร์มสำหรับสาธารณะ การมีส่วนร่วมในการสร้างความโปร่งใสและความรับผิดชอบในการกำกับดูแลมากขึ้น รวมถึงมาตรการและขั้นตอนที่เหมาะสมในการตอบสนองต่อการปฏิบัติพื้นฐานต่อเพศ และมาตรการการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพต่างๆ

Mohamed และ Sawandi (2007) สรุปว่า บริษัทโทรคมนาคมเคลื่อนที่ทุกแห่งมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ในปี พ.ศ. 2545 และ พ.ศ. 2546 ได้มีการสำรวจการดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม บริษัทผู้ตอบแบบสอบถามเหล่านี้ได้พิสูจน์ให้เห็นว่าพวกเขามีความคิดริเริ่มในการสร้างการมีส่วนร่วม โดยรวมคือบริษัทโทรคมนาคมเคลื่อนที่ทุกแห่งมีบทบาทอย่างแข็งขันในการแสดงภาพลักษณ์ที่ดีของบริษัท

3. มาเลเซียมีการประสานความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน โดยกำหนดเป็นกฎหมาย ICT ของประเทศ

มาเลเซียเป็นประเทศแรกในภูมิภาคนี้ที่จะแนะนำชุดกฎหมาย หรือ กฎหมายไซเบอร์ที่ครอบคลุมบริการอินเทอร์เน็ตและโปรโตคอล กฎหมายไซเบอร์รวมถึงพระราชบัญญัติอาชญากรรมทางคอมพิวเตอร์ 1997 Digital Signature Act 1997 และ Telemedicine Act 1997 ส่วนการสื่อสารและมัลติมีเดียของมาเลเซีย (CMA) 1998 นั้น ถูกตราขึ้นอีกครั้งโดยกำหนดให้มีการจัดตั้งคณะกรรมการด้านการสื่อสารและมัลติมีเดียของมาเลเซีย (MCMC) และ ในปี พ. ศ. 2541 MCMC ได้ควบคุมกิจกรรมด้านการสื่อสารและมัลติมีเดีย ซึ่งรวมถึงการสื่อสารโทรคมนาคมกระจายเสียงและบริการไปรษณีย์

Sivalingam (2010) กล่าวถึงคณะกรรมการคมนาคมและการสื่อสารมวลชนที่หลากหลายของมาเลเซีย (MCMC) ว่า

MCMC ถูกจัดตั้งขึ้นภายใต้ พรบ. การสื่อสารและมัลติมีเดีย พ.ศ. 2541 พระราชบัญญัติฉบับนี้เป็นไปตามหลักการดังต่อไปนี้ (i) ความโปร่งใสและความชัดเจน (ii) การแข่งขันมากขึ้นและกฎระเบียบน้อยลง (iii) อคติต่อกฎทั่วไป (iv) ข้อบังคับทางกฎหมาย (V)

เน้นกระบวนการมากกว่าเนื้อหา; (vi) ความโปร่งใสด้านการบริหารจัดการและภาค และ (vii) การควบคุมตนเองของอุตสาหกรรม MCMC ควบคุมไม่เพียง แต่ภาคโทรศัพท์เท่านั้น (ซึ่งรวมถึงโทรศัพท์มือถือ) แต่ยังเป็นภาค broadcast ถึงแม้ว่าอำนาจอนุมัติใบอนุญาตคลื่นความถี่จะขึ้นอยู่กับรัฐมนตรีว่าการกระทรวง แต่ รัฐมนตรีต้องให้เหตุผลการตัดสินใจของเขา MCMC ต้องมีการปรึกษาหารือกับสาธารณชนเกี่ยวกับการออกใบอนุญาตก่อนให้คำแนะนำแก่รัฐมนตรี

มีการพัฒนาโลก MCMC ซึ่งรวมภาครัฐและเอกชน เพื่อควบคุมคุณภาพ และมาตรฐาน ป้องกันคุ้มครองผู้ใช้บริโภค

Sivalingam (2010) การวิเคราะห์และประเมินผลอย่างแท้จริงของทุกปัจจัยและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในกระบวนการที่ซับซ้อนเพื่อกำหนดอนาคตของโทรคมนาคมมือถือ อย่างไรก็ตาม เทคโนโลยีและบริการต้องมาบรรจบกัน การนำเสนอผ่านโทรศัพท์มือถือต้องมีการพัฒนากฎระเบียบ และต้องเคลื่อนไปข้างหน้า ดังนั้น นโยบายจึงไม่ควรเพียงมุ่งเน้นเท่านั้นด้านเทคนิค แต่ต้องมองไปที่ประเด็นทางสังคมด้วย (critique points)

แม้จะมีความสำเร็จในการติดตั้งโทรศัพท์ (สำหรับทั้งโทรศัพท์พื้นฐานและโทรศัพท์มือถือ) การเข้าถึงบริการโทรคมนาคมยังคงไม่สม่ำเสมอในบางรัฐที่ยากจน เช่น Kelantan Sabah และ Sarawak เป็นต้น ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของประเทศ

สรุปผลกระทบของการรวมกันของกฎระเบียบวันนี้มีประเด็นข้อบังคับมากมายที่ยังคงดำเนินอยู่ต่อไป รวมทั้งมีการแข่งขัน การเข้าถึงบริการสากลและอื่น ๆ แต่ปัญหาด้านนโยบายจำนวนมากยังไม่ได้รับการแก้ไขในภาคการสื่อสารและมัลติมีเดียในประเทศมาเลเซีย (Lee, 2002)

มาเลเซียมีระบบเข้มงวดของการเซ็นเซอร์ในกรณีของการออกอากาศ การพิมพ์ และสิ่งพิมพ์ที่ไม่เหมาะสมในโลกไซเบอร์ อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อการดึงและผลักดัน ผู้ใช้ออนไลน์จึงเป็นผู้เลือกสิ่งที่ต้องการดู อ่าน และฟังบนอินเทอร์เน็ต ดังนั้น การเข้าถึงเนื้อหาออนไลน์อยู่ในฐานะส่วนตัว รับผิดชอบของเนื้อหาจึงขึ้นอยู่กับผู้สร้างเนื้อหา อีกทั้งยังเป็นไปไม่ได้ที่จะมีการกรองข้อความทั้งหมดที่ทำงานผ่านอินเทอร์เน็ต จึงไม่น่าแปลกใจที่บางประเทศเลือกใช้กฎระเบียบและมาตรการทางอ้อมกับผู้ให้บริการ อันหมายถึงใช้การควบคุมเนื้อหาแทนการจำกัดเก็บภาษีจากผู้ให้บริการ ทั้งนี้ เพื่อติดตามเชิงรุกในเนื้อหาที่ผิดกฎหมายและเป็นอันตราย (Azmi, 2004)

Kee and Randhawa (2009) ด้วยมาตรฐานการออกอากาศและการสื่อสารมวลชนในปัจจุบัน มาเลเซียไม่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องเพศใดที่ชัดเจน ฉากทางเพศ รวมกับความรุนแรง อาชญากรรมทางเพศ เช่น ช่มชู้นกระทำชำเรา สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่มาเลเซียออกมาตรการต้องห้ามอย่างเคร่งครัด

การผลักดันนโยบายและการพัฒนา รัฐบาลมาเลเซียได้พยายามตั้งประเทศให้อยู่ในระดับแนวหน้าของการมีความรู้ทางเศรษฐกิจ ทั้งผ่านการลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐานด้าน ICT และการวิจัย รวมทั้งผ่านสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนกฎหมายสองเสาหลักของนโยบายนี้ คือ มัลติมีเดียซูเปอร์ Corridor (MSC) ในด้านโครงสร้างพื้นฐานและ Communications and Multimedia Act 1998 (CMA) ในแง่ของสภาพแวดล้อมทางกฎหมาย เหล่านี้ได้รับการสนับสนุนจากโครงการอื่น ๆ ในแง่ของโครงสร้างพื้นฐานมีการริเริ่มต่างๆ (เช่น Pusat Internet Desa) เพื่อเอาชนะการแบ่งสัญญาณดิจิทัล ระบบ Smart School การสนับสนุนการเพิ่มระบบไร้สาย และการให้บริการบรอดแบนด์โดยผ่านการให้บริการสากล ในแง่ของกฎหมายนั้น ได้มีกฎหมายเกี่ยวกับอาชญากรรมคอมพิวเตอร์และลายเซ็นดิจิทัล รวมทั้งมีการอภิปรายอย่างต่อเนื่องเกี่ยวกับนโยบายเรื่องความเป็นส่วนตัวและลิขสิทธิ์ ซึ่งข้อเท็จจริง คือ เกือบจะไม่มีผู้หญิงเป็นตัวแทนในกลุ่มนี้ และแม้ว่าผู้หญิงจะเป็นหนึ่งในหุ้นส่วนที่สำคัญของการพัฒนา แต่รัฐบาลยังไม่มีผู้หญิงนั่งเป็นคณะกรรมการการคอมมิวนิเคชันและมัลติมีเดียของมาเลเซีย (SKMM) หรือไม่ว่าจะเป็นผู้แทนจากรัฐบาลก็ตาม

SKMM สามารถเป็นตัวแทนจากทั้งภาครัฐบาลและผู้มีบทบาทในภาคเอกชนได้

รัฐบาลมาเลเซียให้การสนับสนุนด้านกฎหมาย

การมีส่วนร่วมของประชาสังคมในรูปแบบการมีส่วนร่วมได้เสียหลายรูปแบบของประเทศมาเลเซียสามารถมองเห็นได้ผ่านทางลักษณะการค้าเสรีอย่างชัดเจนของ CMA การจัดลำดับความสำคัญผ่านกรอบทุนนิยมแทนการผ่านความสนใจหรือสิทธิของสาธารณชน นี้จะมีผลต่อประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ

เสรีภาพของข้อมูลการเข้าถึงความรู้และข้อมูลสิทธิในการเป็นส่วนตัวและการกำกับดูแล ที่ต้องเผชิญกับทั้งที่เป็นความสนใจและความขัดแย้งในการแข่งขันการพัฒนาบรอดแบนด์โทรศัพท์มือถืออาจมีแม้กระทั่งส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจโลกมากกว่าการปฏิวัติอินเทอร์เน็ตครั้งแรก (ค.ศ.1995-2000) โทรศัพท์มือถือจะไม่เพียงให้ประโยชน์ในด้านการเคลื่อนไหวและเทคโนโลยีทันสมัยที่มีประสิทธิภาพให้กับประเทศ ผลการสำรวจระบุว่า อัตราการแทรกซึมของโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้เพิ่มขึ้น 85.1% ในปี พ.ศ. 2550 ผู้สังเกตการณ์บางรายได้ตั้งชื่อไว้เศรษฐกิจที่เกิดขึ้นใหม่นี้ว่า "Mobile-Commerce" หรือ "M-Commerce" อย่างไรก็ตามในการก่อสร้าง generation systems ต่อไปจะต้องใช้เงินจำนวนมหาศาลของเงินทุนสำหรับโครงสร้างพื้นฐานและในประเทศที่ขายใบอนุญาตความถี่คลื่น ซึ่งเป็นความถี่สำหรับสิทธิในการใช้คลื่นวิทยุ ผู้ประกอบการยังต้องเผชิญอุปสรรคทางเทคนิค ประกอบด้วย การใช้คลื่นความถี่ การโยกย้ายจากเครือข่ายที่มีอยู่ มาตรฐานโปรโตคอลและปัญหาการขาดแคลน โทรศัพท์มือถือสำหรับผู้ใช้ 3G คำถามที่สำคัญเกี่ยวกับนโยบายการกำกับดูแลโทรศัพท์มือถือ คือ ประเด็นเกี่ยวกับ การแจกจ่ายใบอนุญาตคลื่นวิทยุไปยังผู้ให้บริการโทรศัพท์มือถือ ชนิดของเทคโนโลยี มาตรฐานเพื่อบังคับหรือสนับสนุนผู้ใช้บริการ การตัดสินใจเชิงนโยบายที่ส่งผลกระทบต่อผู้ใช้งานมือถือรุ่นต่อไปในประเทศ ชนิดของระบบที่จะถูกสร้างขึ้นเพื่อพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อนำไปใช้ประเทศ ประเด็นคือความเป็นส่วนตัวและความปลอดภัยของผู้ใช้อาจจะร้ายแรงที่สุดของกลุ่มนี้

Cooray (2008) นำเสนอความพยายามของเขาในการที่จะตรวจสอบกฎระเบียบนโยบายในการดำรงอยู่ในมาเลเซีย และมองเข้าไปในผลกระทบของบริการเหล่านี้มากที่สุดและพบว่าเด็กและเยาวชนเป็นกลุ่มที่อ่อนแอในกลุ่มผู้บริโภคโทรศัพท์มือถือ และโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีของประเทศที่มีอยู่ส่งผลกระทบต่อประเด็นทางสังคมต่างๆ ทั้งนี้ ปัญหาจะกระตุ้นการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ๆ และนโยบายด้านกฎระเบียบอาจขึ้นอยู่กับประเด็นทางสังคมที่เป็นอยู่

Jehangir et al. (2011) ระบุว่า รัฐบาลมาเลเซียมีความกังวลหลักในการเพิ่มความปลอดภัยให้กับระบบออนไลน์ จุดประสงค์เพื่อการเสริมสร้างความมั่นคงและใช้กฎหมายไซเบอร์ รัฐบาลเข้ามาให้การปรึกษาหารือกับภาคเอกชนและริเริ่มกรอบกฎหมายและระเบียบข้อบังคับของกฎหมายไซเบอร์ และให้ความรู้กฎหมายทรัพย์สินเพื่อสร้างบรรยากาศที่เป็นที่รู้จักสำหรับการใช้งาน และส่งเสริมการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ในด้านผลกระทบของ e-commerce ต่อสังคมและธุรกิจ เมื่อพิจารณาตาม Economist Intelligent Unit ประเทศมาเลเซียอยู่ในอันดับที่ 35 ใน 65 ประเทศ และคะแนนลดลงปีที่ผ่านมาจาก 5.61 เป็น 5.43 ในระดับความพร้อมในการใช้ E อย่างไรก็ตามมาเลเซียยังอยู่นำหน้าประเทศไทย อินโดนีเซีย อินเดีย และจีน แต่อยู่เบื้องหลัง สิงคโปร์ ฮองกง เกาหลีใต้ และได้หวนในด้านความพร้อม (Poong Siang Yew, 2007 อ้างถึงใน Jehangir, M., Dominic, P., Naseebullah, N., & Khan, A. (2011)

เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมีผลต่อการเติบโตและการเติบโตของอินเทอร์เน็ตอย่างรวดเร็วในประเทศ ตามสถิติของกรมสถิติคือ อยู่ที่ 52.9% ของประชากรมาเลเซีย

รัฐบาลมาเลเซียได้พัฒนาสถาบันที่ช่วยให้อุตสาหกรรมและผู้คนได้นำ e-commerce มาใช้ สถาบันเหล่านี้ได้สร้างขึ้นตามกฎหมายกฎระเบียบโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยี และการสนับสนุนทางเศรษฐกิจเพื่อพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศ องค์กรได้ประกาศแผนการและกลยุทธ์เพื่อปรับปรุงการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศมาเลเซีย รัฐบาลหน่วยงานได้ประกาศและสร้างกระทรวงมัลติมีเดียและการสื่อสารเพื่อการปรับปรุงข้อมูล เทคโนโลยีการสื่อสารโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศสร้างฐานความรู้ทางเศรษฐกิจรัฐบาลได้สร้างองค์กรสำหรับธุรกิจขนาดเล็กที่เรียกว่าอุตสาหกรรมขนาดเล็กและขนาดกลางพัฒนา Corporation (SMIDEC) ทั้งนี้ SMIDEC เป็นองค์กรเดียวที่ช่วยเพิ่มขีดความสามารถขององค์กรขนาดเล็กและขนาดใหญ่(SME) และช่วยให้พวกเขาเข้าร่วมการแข่งขันระดับโลกในการซื้อขาย

รัฐบาลมาเลเซีย มีการวางแผนที่จะพัฒนาเศรษฐกิจฐานความรู้ รัฐบาลให้มี Super Multi Media และโครงการต่าง ๆ เพื่อพัฒนาธุรกิจในประเทศมาเลเซียและดึงดูดทั่วโลก พร้อมทั้ง กระตุ้นให้ภาครัฐและเอกชนมีส่วนร่วมในความพยายามในการเติบโตของอีคอมเมิร์ซ รัฐบาลยังได้ประกาศให้มีการลงลายมือชื่อดิจิทัลเพื่อทำธุรกรรมทางธุรกิจและสร้างความไว้วางใจจากผู้บริโภค

4. ประเด็นเรื่องความเป็นส่วนตัวเป็นเรื่องที่น่าสนใจติดตามความคืบหน้าต่อไป ในการทำงานคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคของมาเลเซีย ทั้งบทบาทของรัฐและภาคประชาสังคม ดังนี้

Lallmahamood (2008) ประเด็นสำคัญในเรื่องนี้คือ 1) การรักษาความลับของข้อมูลส่วนบุคคล 2) รักษาความเป็นส่วนตัวบนอินเทอร์เน็ต 3) ตระหนักถึงเว็บไซต์ต่างๆที่ใช้ข้อมูลส่วนบุคคล และ 4) การเลือกที่เหมาะสมในการเปิดเผยข้อมูลบนเว็บ ในการศึกษาครั้งนี้จึงได้ดำเนินการเพื่อตรวจสอบความกังวลเรื่อง ความเป็นส่วนตัวในหมู่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตชาวมาเลเซีย โดยการอธิบายทัศนคติและความชอบของชาวมาเลเซียเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวของข้อมูลส่วนบุคคลในอินเทอร์เน็ต

Lallmahamood (2008) สรุปผลการศึกษาของเขาไว้ว่า วิธีการจัดการข้อมูลส่วนบุคคลถือเป็นสิ่งสำคัญสำหรับผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในสภาพแวดล้อม e-commerce การสำรวจครั้งนี้พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ถามสะท้อนความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวของข้อมูลส่วนบุคคล และการศึกษาชี้ให้เห็นว่าการรับรู้สิทธิของผู้บริโภคในการควบคุมข้อมูลในอินเทอร์เน็ตเป็นขั้นตอนที่สำคัญสำหรับผู้ประกอบการเว็บไซต์ ที่ทำให้รูปแบบความน่าเชื่อถือจะมากขึ้น

และอาจช่วยเพิ่มความสัมพันธ์ที่เป็นธรรมระหว่างผู้ใช้อินเทอร์เน็ตและผู้ประกอบการเว็บไซต์ด้วยเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวของข้อมูลส่วนบุคคล

อุตสาหกรรมโทรศัพท์มือถืออาจมีผลกระทบของต่อเด็กและเยาวชน มีในลักษณะดังต่อไปนี้ ประการแรก เด็กและเยาวชนเป็นที่สนใจของการตลาดและกลยุทธ์ในการขายปลีกโทรศัพท์มือถือ

ประการที่สองโทรศัพท์มือถือมีผลกระทบต่อพัฒนาส่วนบุคคล รวมทั้งความเสี่ยงต่อสุขภาพเด็กและเยาวชน ประการที่สามเด็กและเยาวชนต้องเผชิญกับอันตรายต่อร่างกายที่เป็นผลมาจากการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ ดังนั้นจึงเป็นสิ่งสำคัญที่เด็กและเยาวชนและผู้ปกครอง

ผู้ที่เกี่ยวข้องต้องตระหนักถึงมาตรการความปลอดภัยที่มีอยู่ในบริการต่างๆ และเครื่องมือต่างๆที่มีอยู่ เพื่อให้เด็กปลอดภัยจากอันตรายของโทรศัพท์มือถือ ทั้งนี้ มาตรการเกี่ยวกับการกำกับดูแลตนเองในการพัฒนาเทคโนโลยีโทรศัพท์มือถือยังไม่เพียงพอ และเป็นการควบคุมตนเองเพียงอย่างเดียว ไม่สามารถป้องกันไม่ให้เด็กและเยาวชนในการเข้าถึง เช่น เนื้อหาที่หยาบคายหรือผิดกฎหมายในโทรศัพท์มือถือ แม้ว่าแต่ละประเทศจะมีมาตรการต่างๆที่แตกต่างกันไป แต่วิธีการตอบสนองต่อความเสียหายของโทรศัพท์มือถือที่ส่งผลกระทบต่อเด็กและเยาวชนนี้ ต้องมีความเป็นสากลและตระหนักว่า เด็กและเยาวชนทั่วโลกมิได้เป็นเพียงได้รับอำนาจจากเทคโนโลยีเท่านั้น แต่ยังมีสิทธิที่จะได้รับความคุ้มครองด้วย

นโยบายรัฐมีการริเริ่ม ให้ความร่วมมือกับภาคประชาชน เช่น ผู้หญิง และ สนใจประเด็นปัญหาเด็กและสื่อด้วย และบริษัทโทรคมนาคมเคลื่อนที่ทุกแห่งมีบทบาทอย่างแข็งขันในการแสดงภาพลักษณ์ที่ดีของบริษัท แต่ ยังไม่ชัดเจนในการจัดการเรื่องความเป็นส่วนตัว

Patel et al. (2011) รายงานว่า ประเด็นเกี่ยวกับการวัดความปลอดภัยมีมาตรการด้านความปลอดภัยที่กำหนด ซึ่งรวมถึง การรักษาความปลอดภัยในด้านต่างๆ ที่เป็นความกังวล และความต้องการของ e-market places และ ตัวแทนมือถือ ความเสียหายที่เกี่ยวข้องก่อนหน้านี้ นับเป็นพื้นฐานสำหรับการสร้างข้อกำหนดด้านความปลอดภัยในกรอบ STMAE และ ความกังวลเหล่านี้คือ

(1) การรักษาความปลอดภัย ตัวแทนมือถือมักทำให้เกิดปัญหาด้านความปลอดภัยในอเมริกา การใช้งาน ปัญหาด้านความปลอดภัยเหล่านี้เกี่ยวข้องกับ การรับรองความถูกต้อง ความสมบูรณ์ การรักษาความลับ การเข้ารหัสและอื่น ๆ สิ่งอำนวยความสะดวก การป้องกันการดำเนินงาน ภัยคุกคามด้านความปลอดภัยสามารถจำแนกได้สี่ประเภท คือ 1) ภัยคุกคามทั่วไปคือการหลอกลวง การปฏิเสธของการให้บริการ 2) การเข้าถึงโดยไม่ได้รับอนุญาต 3) การโจมตีที่น่ารำคาญ การแอบฟัง 4) การเปลี่ยนแปลง และการปฏิเสธ ภัยคุกคามเหล่านี้ก่อให้เกิดความเสียหายที่แตกต่างกันในตลาดออนไลน์ สิ่งแวดล้อม ดังนั้น e-market place ควรมีชุดของการรักษาความปลอดภัยและกลไกเพื่อป้องกันภัยคุกคามเหล่านี้ เพื่อให้สภาพแวดล้อมของเอเจนต์อุปกรณ์เคลื่อนที่มีความปลอดภัยยิ่งขึ้น Venkatesan et al., 2010 อ้างถึงใน Patel et al., 2011) เสนอแบบจำลองขั้นสูงสำหรับตัวแทนมือถือเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพและระดับความปลอดภัยของ malicious ที่มีอยู่ แบบจำลองระบุการสแกนหาตัวแทนเพื่อตรวจจับอันตรายจากกิจกรรม และเพื่อเอาชนะช่องโหว่ในอัลกอริธึม Root Canal ที่มีอยู่ซึ่งจะทำการตรวจสอบความถูกต้องของรหัสได้

(2) ความเป็นส่วนตัว คือการแสดงออกของความมุ่งมั่นและศักดิ์ศรีที่รับรู้ว่าเป็นสิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐานโดยรัฐธรรมนูญส่วนใหญ่ของสังคมประชาธิปไตย ความเป็นส่วนตัวขึ้นอยู่กับหลักกฎหมายคุ้มครองข้อมูลและคำสั่งเพื่อปกป้อง รวบรวมจัดเก็บและประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อรับประกัน ความเป็นส่วนตัว ทั้งทางกฎหมายและทางเทคนิคจะต้องปกป้องความเป็นส่วนตัวและให้แน่ใจว่า บุคคลหรือระบบตัวแทนมือถือ (MAS) ที่ดำเนินการในนามของบุคคลนั้นมีความชัดเจนในเรื่องการ ควบคุมเพื่อรับประกันสิทธิในการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล

(3) ความปลอดภัย คือ ความปลอดภัยของระบบซึ่งควรมีระบบสำรองที่เชื่อถือได้ และมี หน้าที่สนับสนุนการจัดการด้านเทคนิคที่เหมาะสมเหล่านี้ใช้เพื่อรับประกันการทำธุรกรรมทั้งหมด ทรัพยากรถูกใช้อย่างปลอดภัยและได้รับการบันทึกอย่างถูกต้องและไม่สูญหายไปในกรณีที่เกิด เหตุการณ์ความล้มเหลวของระบบ มีการเสนอกลไกการรักษาความปลอดภัยซึ่งรวมถึงบริการความ ไว้วางใจและความผิดพลาดสำหรับตัวแทนมือถือ

(4) ความไว้วางใจ ตลาดออนไลน์ควรมีสภาพแวดล้อมที่ไว้วางใจได้สำหรับผู้ซื้อและ supplier ที่ให้บริการนำเชื่อถือ ได้ถูกนำมาใช้เพื่อตรวจสอบว่าตัวแทนจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นตัวแทน ทางกฎหมายที่ปลอดภัยหรือไม่ หรือผ่านกระบวนการอนุมัติและการตรวจสอบสิทธิ์เพื่อป้องกันไม่ให้ การดำเนินการของตัวแทนที่เป็นอันตรายที่หลอกลวงกระทำได้อย่างเสรีใน e-marketplaces บุคคล ที่สามที่เชื่อถือได้ (TTP) อาจต้องการใช้เป็นผู้ออกใบรับรองสำหรับการจัดการและการบำรุงรักษา คีย์ สำหรับการเข้ารหัสและการระบุอื่น ๆ และวัตถุประสงค์ในการตรวจสอบ Warnier et al.(2009) อ้าง ถึงใน Patel et al. (2011) เสนอโปรโตคอลการย้ายข้อมูลที่ปลอดภัย สำหรับตัวแทนมือถือนั้นขึ้นอยู่กับ การกระจายความไว้วางใจ

(5) นิติเวชแบบดิจิทัล เป็นกิจกรรมของการตรวจสอบเพื่อติดตาม และวิเคราะห์เหตุการณ์ที่ ผิดกฎหมายและฉ้อฉล เพื่อสร้างหลักฐาน เพื่อจุดประสงค์ของกฎหมายการบังคับใช้ (Patel, 2010 อ้างถึงใน Patel et al., 2011) ซึ่งจะรวมถึงการจัดเก็บข้อมูลเหตุการณ์การวิเคราะห์ข้อมูล เหตุการณ์ การจ้างงานของโปรโตคอลนิติวิทยาศาสตร์เพื่อตรวจสอบกิจกรรมที่ผิดกฎหมายไป รายงาน อาชญากรรมไซเบอร์และบันทึกหลักฐานเพื่อวัตถุประสงค์ในการบังคับใช้กฎหมาย

Antoniou et al. (2008) อ้างถึงใน Patel et al. (2011) เสนอโปรโตคอลความปลอดภัยที่ เรียกว่าโปรโตคอล ERPINA สำหรับความเป็นส่วนตัวและการตรวจสอบข้อเท็จจริงทางนิติเวชซึ่งจะ เพิ่มระดับของโปรโตคอลของสองวัตถุประสงค์และความน่าเชื่อถือ

(6) การตรวจสอบ การตรวจสอบสามารถเป็นส่วนหนึ่งของนิติดิจิทัล หรือในโทรศัพท์มือถือ กรอบการจัดการตัวแทน e-marketplace ควรสามารถตรวจสอบได้อย่างถูกต้องตามกฎหมายของ กิจกรรมและเหตุการณ์ทั้งหมดของผู้เข้าร่วมประชุมตามที่เหมาะสม การบัญชี การรักษาความ ปลอดภัยและนโยบายความเป็นส่วนตัว

Patel (2010) และ Jailani et al. (2008) อ้างถึงใน Patel et al. (2011) อธิบายการตรวจสอบนิติเวชแบบดิจิทัลและสถานการณ์การตรวจสอบสำหรับมือถือ ตัวแทนจำหน่าย e-marketplaces และแสดงถึงผู้ไม่ประสงค์ดีที่เป็นอันตรายผู้ใช้พยายามที่จะละเมิดสภาพแวดล้อม e-market ฟังก์ชัน โดยการตรวจสอบสามารถทำการตรวจจับได้

(7) ความลับ e-marketplace ควรอนุญาตเฉพาะฝ่ายที่ได้รับอนุญาตเท่านั้น และดำเนินการเพื่อให้มั่นใจว่าผู้เข้าร่วมทั้งหมดในตลาดเป็นไปตามกฎหมาย หน่วยงานที่รักษาความลับของกันและกัน สำหรับหน่วยงานที่ได้รับอนุญาตเหล่านี้มีข้อมูลรับรองและข้อมูลไปยังดำเนินการหรือเก็บข้อมูลในเอนทิตีแพลตฟอร์มที่เชื่อถือได้

(8) การชำระเงิน โดยกระบวนการชำระเงินที่ควรมีกลไกการตรวจสอบความปลอดภัยสำหรับธุรกรรมชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์อัตโนมัติ โปรโตคอลการชำระเงินที่ปลอดภัยควรจัดทำโดย e-marketplaces สำหรับผู้เข้าร่วมเพื่ออำนวยความสะดวกในการชำระเงิน กระบวนการในสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยผ่านตัวแทนมือถือ

Zeadally et al. (2013) กล่าวถึงแนวคิดเรื่องความเป็นส่วนตัวขั้นพื้นฐาน ว่า

ความเป็นส่วนตัวอาจถูกกำหนดให้เป็นคำกล่าวอ้างของบุคคลกลุ่มหรือสถาบันเพื่อกำหนดวิธีการและขอบเขตใดของข้อมูลเกี่ยวกับตัวเองควรมีการสื่อสารกับคนอื่น ๆ เมื่อไหร่และอย่างไร สำหรับแนวคิดเรื่องความเป็นส่วนตัวนี้อาจแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคลและจากวัฒนธรรมสู่วัฒนธรรม นอกจากนี้ยังสามารถหมายถึง สิทธิในการกำหนดข้อมูลด้วยตัวเอง ได้แก่ บุคคลต้องสามารถกำหนดให้กับตัวเองได้ว่า เมื่อไหร่ อย่างไร ขอบเขตและข้อมูลเกี่ยวกับพวกเขาถูกที่ต้องการสื่อสารกับผู้อื่น ซึ่งคำนี้มักเกี่ยวข้องกับนิติบุคคล (บุคคล กลุ่ม หรือสถาบัน) ตัวตน หรือไม่ระบุตัวตน ในฐานะมนุษย์เราแต่ละคนชอบที่จะรักษาบางส่วนไว้ ข้อมูลเกี่ยวกับตัวเราเป็นความลับในขณะที่เราต้องการที่จะแสดงข้อมูลบางอย่างที่แตกต่างกับคนอื่น ๆ หรือเพื่อให้มีอยู่ในสังคมที่เราอาศัยอยู่ในทำนองเดียวกัน กลุ่มหรือสถาบันอาจมีข้อมูลสำหรับการเปิดเผยข้อมูลต่อสาธารณชน ในขณะที่มีความละเอียดอ่อนข้อมูลต้องได้รับความคุ้มครองจากการถูกเปิดเผยต่อบุคคลที่ไม่พึงประสงค์ ซึ่งอาจรวมถึงบุคคลที่ไม่ใช่สมาชิกของกลุ่มหรือสถาบันอื่น ๆ หรือสถาบันบุคคลที่มีสมาชิกระยะสั้น หรือผู้บุกรุกโดยเจตนาที่พยายามดึงข้อมูลอย่างผิดกฎหมาย

ความหมายและขอบเขตของความเป็นส่วนตัวมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนแปลงไปในสังคมและวัฒนธรรมที่ต่างกัน หลักของความเป็นส่วนตัวที่ได้รับการยอมรับโดยทั่วไปมีสี่ประเภท คือ

1) ข้อมูลส่วนบุคคลส่วนบุคคล หมายถึงข้อมูลส่วนบุคคลนี้รวมถึงความเป็นส่วนตัวของร่างกายและความเป็นส่วนตัวในอาณาเขต ความเป็นส่วนตัวของร่างกายที่แตกต่างกันในแต่ละบุคคลในแง่ของประเภทของเสื้อผ้าที่สวมเพื่อปกป้องร่างกาย อาณาเขตที่สร้างขึ้นเพื่อสร้างขอบเขตหรือ

สร้างกำแพงกันระหว่างบุคคลและคนอื่นๆ สามารถดำเนินการโดยการสร้างผนัง เช่น รั้ว พาร์ทิชัน และอื่นๆ

2) ข้อมูลความเป็นส่วนตัว ความเป็นส่วนตัวประเภทนี้ส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับการส่งผ่านข้อมูลผ่านสื่อต่างๆและอาจเรียกว่าการสื่อสารที่เป็นส่วนตัว บางส่วนที่โดดเด่นของความเป็นส่วนตัวของข้อมูล คือ

ความเป็นส่วนตัวทางอินเทอร์เน็ต หมายถึง ความสามารถในการกำหนดชนิดของข้อมูลที่เปิดเผย หรือระดับข้อมูลเกี่ยวกับตัวเองผ่านทางอินเทอร์เน็ตซึ่งสามารถเข้าถึงข้อมูลดังกล่าว และสำหรับวัตถุประสงค์ของการใช้หรือไม่ใช้ข้อมูลอาจใช้หรือไม่ใช้ข้อมูลส่วนตัว

ข้อมูลส่วนบุคคลทางการเงิน หมายถึง ข้อมูลเกี่ยวกับบัญชีธนาคารของตัวเองจำนวนเงินรายละเอียดการทำธุรกรรมนี้ ฯลฯ

ความเป็นส่วนตัวทางการแพทย์ หมายถึง ข้อมูลเกี่ยวกับภาวะสุขภาพของบุคคล

ความเป็นส่วนตัวทางการเมือง หมายถึง ท่าทีทางการเมือง เช่น บุคคลที่อาจลงคะแนนเสียงให้

ความเป็นส่วนตัวของข้อมูลก็หมายถึงการแสดงออกถึงความสำคัญของตัวเองด้วยในสาขาใดก็ได้ บางครั้งคนก็เต็มใจที่จะยอมให้ข้อมูลเกี่ยวกับตัวเอง ทั้งนี้ ไม่ใช่เพราะพวกเขาไม่รู้หรือเพราะถูกลอกโดยบริษัท แต่เป็นเพราะบางครั้งบางทีเขามีความสนใจที่จะทำเช่นนั้น ข้อมูลดังกล่าวสามารถทำได้ โดย การโพสต์บนอินเทอร์เน็ต หรือผ่านเครือข่ายทางสังคม หรือช่องทางอื่นที่บุคคลเกี่ยวข้อง ดังนั้น ในกรณีเช่นนี้บุคคลอาจพิจารณาผลประโยชน์จากการเปิดเผยข้อมูลดังกล่าว ซึ่งเขา/เธออาจชอบให้คนอื่นได้รู้ แต่ไม่ผ่านตัวเองโดยตรงอาจเป็น เพื่อหลีกเลี่ยงความรับผิดชอบของการรั่วไหลของข้อมูลดังกล่าว

3) ความเป็นส่วนตัวขององค์กร หมายถึงรวมถึงข้อมูลที่เป็นความลับเกี่ยวกับองค์กร เช่นกลยุทธ์ทางธุรกิจ การสูญเสียและสถิติผลกำไร แนวโน้มปัจจุบันในตลาดอนาคต ผลิตภัณฑ์ลูกค้ารายละเอียดธุรกรรมและข้อมูลที่คล้ายคลึงกัน องค์กรอาจนำเสนอข้อมูลบางอย่างในที่สาธารณะเพื่อความโปร่งใส (ซึ่งจะแสดงมาตรฐานจริยธรรมขององค์กรโดยทั่วไปสามารถเข้าถึงได้โดยบุคคลอื่น) และประกาศข้อมูลบางอย่างที่จำแนกซึ่งเป็นหมวดหมู่ที่ใช้กับข้อมูลที่รัฐบาลหรือกลุ่มที่อ้างว่ามีความละเอียดอ่อน ตัวอย่างที่โดดเด่นของความมั่นคงขององค์กรอาจเกี่ยวข้องกับความลับทางการค้าและความมั่นคงของชาติ

4) จิตวิญญาณและความเป็นส่วนตัวทางปัญญา หมายถึง ความเป็นส่วนตัวนี้รวมถึงจิตวิญญาณของบุคคล ธรรมชาติของความรู้สึกและสติปัญญาของเขา บุคคลอาจมีความเชื่อทางศาสนาบางอย่าง แต่เขาอาจไม่ชอบที่จะพูดกับคนอื่น ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะเขาไม่พึงประสงค์ นอกจากนี้คนที่

ฉลาดอย่างมากอาจทำตัวเป็นใบ้หรืออาจไม่ชอบแสดงสติปัญญาของเขาในที่ชุมชนทั้งหมด หรืออาจเป็นได้ว่าบุคคลนั้นไม่ชอบการทางปัญญาในกลุ่มด้วยเหตุผลส่วนตัวบางประการ

Zeadally et al. (2013) สรุปว่า การศึกษาของพวกเขาพยายามที่จะตรวจสอบความกังวลเรื่องความเป็นส่วนตัวทางออนไลน์ และความสัมพันธ์ของผู้บริโภคกับปัจจัยต่างๆ ได้แก่ การสั่งซื้อทางออนไลน์ นโยบายด้านข้อมูลส่วนบุคคล คุณก็บนเว็บกฎหมายด้านข้อมูลส่วนบุคคลตราประทับทางอินเทอร์เน็ตของการอนุมัติเพศ และการใช้อินเทอร์เน็ตที่มีความกังวลเรื่องความเป็นส่วนตัว

5. บริษัทและค่ายมือถือในมาเลเซียมีการแข่งขันการให้บริการสูง ส่งผลให้เกิดประโยชน์ต่อผู้บริโภค

ในปี ค.ศ. 1998 ผู้ให้บริการเว็บไซต์และบริการออนไลน์อื่น ๆ ในมาเลเซีย ต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์เฉพาะเกี่ยวกับการรวบรวมการใช้ และจัดการข้อมูลส่วนบุคคลที่ระบุถึงจากเด็กที่อายุต่ำกว่า 13 ปี (COPPA, 2000 อ้างถึงใน Lallmahamood, M. , 2008) ผู้หญิง เพศ การคุ้มครองผู้บริโภค การคุ้มครองเด็ก

หลักเกณฑ์ทั่วไป

1. ความจำเป็นในการคุ้มครองผู้บริโภคได้ปรากฏอยู่ใน Content Code นี้แล้ว Code Subjects จะต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่เกี่ยวข้องกับบริการที่พวกเขาให้ โดยคำนึงถึงเป้าหมายแห่งชาติของนโยบายในการส่งเสริมความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคอยู่ในระดับสูงจากการให้บริการของภาคอุตสาหกรรม

2. การคุ้มครองเด็ก หมายถึง การย้ำความสำคัญของการปกป้องเด็กเล็ก โดย (ก) เนื้อหาทั้งหมดต้องคำนึงถึงสวัสดิภาพของเด็กอยู่เสมอ (ข) ต้องพยายามทุกวิถีทางเพื่อให้แน่ใจว่าเนื้อหาใด ๆ ที่จัดทำมาจะไม่ทำให้เกิดการบาดเจ็บหรือการทารุณกรรมเด็กหรือทำให้เด็กเกิดอันตรายทั้งทางร่างกายและต่อศีลธรรม

3. คุณภาพและมาตรฐาน หมายถึง ผู้บริโภคมีความคาดหวังเกี่ยวกับเนื้อหาและบริการที่เกี่ยวข้องตัวอย่างเช่น (ก) ผู้บริโภคควรที่จะสามารถชมการแสดงและดูเนื้อหาได้โดยไม่ต้องขึ้นกับโฆษณาที่มีความยาวจนส่งผลกระทบต่อความเพลิดเพลินในการรับชม (ข) การดูหรือการฟังที่ไม่เป็นความสุขไม่ควรเกิดขึ้นจากการเผยแพร่เนื้อหาที่ไม่เหมาะสมหรือไม่ได้รับอนุญาต (ค) เนื้อหาไม่ควรส่งเสริมเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับเรื่อง สยองขวัญ เพศและความรุนแรง เว้นแต่จะอยู่ในบริบทของสถานการณ์และในภาคปฏิบัติจริง

4. ความหลากหลายทางวัฒนธรรมเนื้อหาควรให้ความเคารพปกป้อง และส่งเสริมความหลากหลายทางวัฒนธรรม ความสนใจของกลุ่มชนกลุ่มน้อยและกลุ่มชายขอบ เช่น คนพิการ หรือชนเผ่าพื้นเมือง ควรได้รับการคุ้มครองและส่งเสริม

5. ต้องมีการส่งเสริมเนื้อหาทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย เพื่อหลีกเลี่ยงการค้าขายข้อมูล และควรมีการจัดเตรียมโฆษณาที่ถูกต้องมีการแก้ไขและมีการกำหนดกฎระเบียบที่ละเอียดขึ้นเพื่อให้มั่นใจว่ามีการปฏิบัติตามข้อกำหนดอย่างเพียงพอและมีประประสิทธิภาพ

(<https://www.unicef.org/malaysia/MCMC-Communication-Multimedia-Content-Code>)

6. บริษัทเหล่านี้พยายามที่จะบอกว่าตนเองเป็น บริษัทที่รับผิดชอบต่อสังคมมากในการแข่งขันกับคู่แข่ง และมีภาพของการสนับสนุนสังคมที่สร้างสรรค์เสมอ โดยได้พิสูจน์ว่าโปรแกรมที่ทำจะเป็นประโยชน์ เพื่อสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันของบริษัท เช่นเดียวกับผู้ประกอบการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีชื่อเสียงระดับโลก DIGI ใช้กลยุทธ์ประเภทนี้โดยเปิดเผยข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของตนในรายงานประจำปีเป็นเวลา 4 ปีติดต่อกันตั้งแต่ปี พ. ศ. 2543 ถึง 2547 Mohamed และ Sawandi (2007)

7. การสร้างภาพด้วย CSR Program

8. บริษัทโทรคมนาคมเคลื่อนที่ทุกแห่งมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ในปี พ.ศ. 2545 และ พ.ศ. 2546 ได้มีการสำรวจการดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม บริษัทผู้ตอบแบบสอบถามเหล่านี้ได้พิสูจน์ให้เห็นว่าพวกเขามีความคิดริเริ่มในการสร้างการมีส่วนร่วม โดยรวม คือ บริษัทโทรคมนาคมเคลื่อนที่ทุกแห่งมีบทบาทอย่างแข็งขันในการแสดงภาพลักษณ์ที่ดีของบริษัท

9. บทบาทการคุ้มครองโดยภาครัฐ

มีกลไก

มีมาตรการ

มีองค์กรคุ้มครอง

10. บทบาทการคุ้มครองโดยภาคประชาสังคม

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมของแต่ละบริษัท ขึ้นอยู่กับปัจจัยการสร้างแรงจูงใจในแต่ละกิจกรรมเหล่านี้ แต่ทุกปัจจัยที่มีอยู่มีอิทธิพลต่อกิจกรรม CSR ซึ่งองค์กรเชื่อว่าการมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท จะเป็นการเพิ่มผลกำไรและความยั่งยืนในระยะยาวของบริษัท และองค์กรที่ต้องการมีชื่อเสียงในสายตาของสาธารณชนต้องแสดงให้เห็นว่าพวกเขามีความรับผิดชอบต่อสังคมมาก

การสนับสนุนจากรัฐ

MCMC ซึ่งเป็นหน่วยงานด้านกฎระเบียบสำหรับบริษัทด้านโทรคมนาคม ได้พิจารณาแล้วว่าการมีส่วนร่วมของบริษัทใน CSR เมื่อบริษัทได้พิจารณาถึงปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญในการดำเนินธุรกิจปกติในปัจจุบัน จากทบทวนรายงานผลการดำเนินงาน

ของอุตสาหกรรม MCMC ประจำปี พ.ศ. 2546 บริษัทโทรคมนาคมทุกแห่งในประเศมาเลเซียได้รับการจัดอันดับความพึงพอใจในการพัฒนาอย่างยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม MCMC เน้นความจริงที่ว่าบริษัทต้องดำเนินการเพื่อเผชิญกับคลื่นของโลกาภิวัตน์ในอุตสาหกรรมโทรคมนาคม

บริษัทโทรคมนาคมเคลื่อนที่ทุกแห่งมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ในปี พ.ศ. 2545 และ พ.ศ. 2546 ได้มีการสำรวจการดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม บริษัทผู้ตอบแบบสอบถามเหล่านี้ได้พิสูจน์ให้เห็นว่าพวกเขามีความคิดริเริ่มในการสร้างการมีส่วนร่วม โดยรวมคือบริษัทโทรคมนาคมเคลื่อนที่ทุกแห่งมีบทบาทอย่างแข็งขันในการแสดงภาพลักษณ์ที่ดีของบริษัท

