

การวิเคราะห์เปรียบเทียบและการปฏิรูปกฎหมาย  
เพื่อการป้องกันและคุ้มครองผู้บริโภคในสิ่งแวดล้อมดิจิทัล

A Comparative Analysis and Legal Reform  
for Consumer Prevention and Protection in the Digital Environment

จุมพล นันทศิริพล\*

Jumphon Nunthasiriphon\*

นักวิชาการอิสระ

99/41 หมู่ 2 ถนนกาญจนาภิเษก ตำบลบางแม่นาง อำเภอบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี 11140

Independent scholar

99-41 Moo 2, Kanchanaphisek Road, Bang Mae Nang Subdistrict, Bang Yai District, Nonthaburi  
11140 Thailand

รับบทความ: 3 ธันวาคม 2568 ปรับปรุงบทความ: 21 มิถุนายน 2569 ตอรับตีพิมพ์บทความ: 7 สิงหาคม 2569

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษามาตรการทางกฎหมายในการป้องกันและคุ้มครองผู้บริโภคในสิ่งแวดล้อมดิจิทัล โดยทำการวิเคราะห์กฎหมายไทยที่เกี่ยวข้องเปรียบเทียบกับมาตรการระหว่างประเทศ จากการศึกษาพบว่ากฎหมายไทยยังมีช่องว่างในการคุ้มครองผู้บริโภคหลายประการ โดยเฉพาะในด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล การป้องกันการโฆษณาที่ไม่เป็นธรรมทางดิจิทัล และการรับผิดชอบสำหรับอันตรายจากผลิตภัณฑ์ดิจิทัล การศึกษานี้อาศัยการวิเคราะห์เอกสารหลักฐานทางกฎหมายทั้งในและต่างประเทศ การศึกษาเปรียบเทียบกฎหมาย และการวิเคราะห์กรณีศึกษา ผลการศึกษาเผยให้เห็นว่ากฎหมายไทยปัจจุบันยังขาดความครอบคลุมและประสิทธิภาพในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในสิ่งแวดล้อมดิจิทัล โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเด็นเกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 ที่ยังคงมีข้อจำกัดในการบังคับใช้ การขาดแคลนกลไกเฉพาะสำหรับจัดการกับพฤติกรรมที่ไม่เป็นธรรมบนแพลตฟอร์มออนไลน์ ความท้าทายในการระงับข้อพิพาทออนไลน์ และความท้าทายในการบังคับใช้กฎหมาย

\* ผู้ประพันธ์บทความ

อีเมล: jumphon2512@gmail.com

กับบริษัทข้ามชาติ บทความนี้เสนอแนะให้มีการปฏิรูปกฎหมายในสามด้านหลัก ได้แก่ 1) การบังคับใช้พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 อย่างมีประสิทธิภาพผ่านการเสริมสร้างศักยภาพของหน่วยงานกำกับดูแล 2) การตรากฎหมายเฉพาะสำหรับการคุ้มครองผู้บริโภคทางดิจิทัลที่ครอบคลุมถึงสินค้าและบริการดิจิทัล และ 3) การสร้างกลไกการบังคับใช้ข้ามพรมแดนผ่านความร่วมมือระหว่างประเทศ ข้อเสนอแนะเหล่านี้มุ่งสร้างสมดุลระหว่างการส่งเสริมนวัตกรรมทางเทคโนโลยีกับการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคในสิ่งแวดล้อมดิจิทัล

### คำสำคัญ

มาตรการทางกฎหมาย การคุ้มครองผู้บริโภค สิ่งแวดล้อมดิจิทัล ข้อมูลส่วนบุคคล การบังคับใช้ข้ามพรมแดน

*Received: December 3, 2025*

*Revised: June 21, 2026*

*Accepted: August 7, 2026*

### Abstract

This academic article aims to study legal measures for the prevention and protection of consumers in the digital environment, employing an analysis of relevant Thai laws in comparison with international measures. The study reveals significant gaps in Thailand's consumer protection framework, particularly regarding personal data protection, the prevention of unfair digital advertising, and liability for digital product-related damages. This study utilizes documentary analysis of legal evidence from both domestic and international contexts, comparative legal analysis, and case studies. The findings demonstrate that current Thai laws lack comprehensiveness and effectiveness in addressing challenges within the digital environment, especially concerning the enforcement of the Personal Data Protection Act B.E. 2562 (2019), which continues to face implementation constraints. Furthermore, there is a notable absence of specific mechanisms to manage unfair practices on online platforms, alongside difficulties in online dispute resolution and complexities in cross-border enforcement against multinational corporations. The article proposes legal reforms in three main areas: 1) effective enforcement of the Personal Data Protection Act B.E. 2562 (2019) through enhanced regulatory capacity, 2) enactment of specific legislation for digital consumer protection covering digital products and services, and 3) establishment of cross-border enforcement mechanisms through international cooperation. These recommendations aim to

balance technological innovation promotion with consumer rights protection within the digital environment.

## Keywords

Legal Measures, Consumer Protection, Digital Environment, Personal Data, Cross-border Enforcement

## บทนำ (Introduction)

ในยุคแห่งการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4 ที่เทคโนโลยีดิจิทัลได้แทรกซึมเข้าไปในทุกมิติของชีวิตประจำวัน สื่อเทคโนโลยีและสารสนเทศได้กลายเป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญสำหรับประชาชนในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร การสื่อสาร และการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจต่างๆ อย่างไรก็ตาม ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเหล่านี้ได้นำมาซึ่งความเสี่ยงและความท้าทายใหม่ ๆ ต่อผู้บริโภค (สกุลพงษ์ ตรีสมพงษ์ และพัชรวรรณ นุชประยูร, 2564, 30-32) ที่กรอบกฎหมายแบบดั้งเดิมอาจไม่สามารถรับมือได้อย่างมีประสิทธิภาพเพียงพอ (สมชาย ปรีชาธรรม, 2564, 125) สภาพแวดล้อมทางดิจิทัลในปัจจุบันได้สร้างรูปแบบใหม่ของการละเมิดสิทธิผู้บริโภคที่มีความซับซ้อนและข้ามพรมแดนมากขึ้น เริ่มตั้งแต่ปัญหาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล การเก็บรวบรวมและใช้ข้อมูลโดยไม่ได้รับความยินยอมอย่างแท้จริง การโฆษณาที่ไม่เป็นธรรมทางออนไลน์ การละเมิดสิทธิในเนื้อหาดิจิทัล ไปจนถึงการฉ้อโกงทางการค้าผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบใหม่ๆ ที่ทันสมัยและยากต่อการตรวจพบ (OECD, 2023, 33-39) สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (2568, 1-2) (สคบ.) ออกประกาศเตือนภัยถึงประชาชนทั่วประเทศ ให้เพิ่มความระวังในการซื้อสินค้าและบริการผ่านช่องทางออนไลน์ หลังพบแนวโน้มการร้องทุกข์จากผู้บริโภค “พุ่งสูงต่อเนื่อง” จากพฤติกรรมการซื้อขายบนโลกออนไลน์ที่ขยายตัวรวดเร็วเกินการควบคุม จากข้อมูลของ สคบ. พบว่า ปี พ.ศ. 2566 มีเรื่องร้องทุกข์ 2,890 เรื่อง ปี พ.ศ. 2567 จำนวน 2,553 เรื่อง และปี พ.ศ. 2568 เพิ่มขึ้นเป็น 2,558 เรื่อง (มกราคม - กันยายน พ.ศ. 2568) แม้ตัวเลขดูใกล้เคียงกัน แต่ “สะท้อนภาพปัญหาที่ไม่มีทีท่าจะลดลง” โดยเฉพาะการสั่งซื้อสินค้าผ่านเพจหรือแพลตฟอร์มออนไลน์ที่ไม่มีตัวตนจริง ซึ่งกลายเป็นช่องทางให้มิจฉาชีพหลอกลวงเอาเงินจากผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง ตัวเลขนี้สะท้อนให้เห็นถึงความรุนแรงของปัญหาและความจำเป็นเร่งด่วนในการพัฒนามาตรการทางกฎหมายที่มีประสิทธิภาพเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคในสภาพแวดล้อมทางดิจิทัล

บริบททางกฎหมายของไทยในปัจจุบันยังคงมีช่องว่างและข้อจำกัดในการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญ แม้ว่าประเทศไทยจะมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องหลายฉบับ แต่กรอบกฎหมายเหล่านี้ยังไม่สามารถตอบสนองต่อความท้าทายจากเทคโนโลยีเกิดใหม่ได้อย่างครอบคลุม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ Internet of Things (IoT) ที่มีการเชื่อมต่ออุปกรณ์ต่าง ๆ ผ่านอินเทอร์เน็ต ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence) ที่มีการตัดสินใจโดยอัตโนมัติ และ Blockchain ที่มีลักษณะการกระจายอำนาจ ซึ่งเทคโนโลยี

เหล่านี้ล้วนต้องการมาตรการคุ้มครองที่เฉพาะเจาะจงและทันสมัย (ถาวรณ ทองแท้, 2563, 78) ความท้าทายข้ามพรมแดน นับเป็นประเด็นสำคัญที่เพิ่มความซับซ้อนให้กับการคุ้มครองผู้บริโภคในสภาพแวดล้อมทางดิจิทัล การไร้พรมแดนของโลกออนไลน์ทำให้การบังคับใช้กฎหมายต้องเผชิญกับปัญหาด้านอำนาจศาลและกฎหมายที่ใช้บังคับ (Palmieri, 2019, 53-57) บริษัทข้ามชาติสามารถให้บริการทางดิจิทัลแก่ผู้บริโภคในประเทศไทยได้โดยง่าย ในขณะที่หน่วยงานภาครัฐของไทยมีอำนาจจำกัดในการบังคับใช้กฎหมายกับบริษัทเหล่านี้เมื่อเกิดปัญหาขึ้น โดยความล่าช้าของกรอบกฎหมายไทยที่ไม่สามารถตอบสนองต่อเทคโนโลยีเกิดใหม่เหล่านี้ก่อให้เกิดช่องว่างที่ทำให้มีฉ้อโกงและผู้ประกอบการสามารถหลอกลวงออนไลน์หรือละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลได้ง่ายขึ้นโดยไม่ต้องเกรงกลัวต่อบทลงโทษ ส่งผลโดยตรงให้ผู้บริโภคต้องเผชิญกับความเสียหายทางการเงินและการรั่วไหลของข้อมูลความเป็นส่วนตัวโดยไม่ได้รับการเยียวยาที่เหมาะสม

บทความฉบับนี้จึงมุ่งศึกษากรอบกฎหมายปัจจุบันของไทยในการคุ้มครองผู้บริโภคจากสื่อเทคโนโลยีและสารสนเทศ วิเคราะห์มาตรการทางกฎหมายระหว่างประเทศ และเสนอแนะแนวทางการพัฒนามาตรการทางกฎหมายของไทยให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยใช้วิธีการศึกษาเชิงเปรียบเทียบกฎหมาย (Comparative Legal Analysis) และการวิเคราะห์เอกสาร (Documentary Analysis) รวมถึงการวิเคราะห์กรณีศึกษาเพื่อนำเสนอแนวทางที่ปฏิบัติได้จริงและสอดคล้องกับบริบทของประเทศไทย ขอบเขตการศึกษาจะมุ่งเน้นการวิเคราะห์กฎหมายไทยในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่เทคโนโลยีดิจิทัลมีการพัฒนาอย่างก้าวโตนพร้อมทั้งศึกษาเปรียบเทียบกับมาตรการจากสหภาพยุโรป สหรัฐอเมริกา และประเทศสิงคโปร์ ซึ่งเป็นประเทศที่มีการพัฒนากฎหมายในด้านนี้ โดยจะพิจารณาทั้งในมิติของนโยบาย การบังคับใช้ และการป้องกันปัญหาความสำคัญของการศึกษาอยู่ที่การให้องค์ความรู้และข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ทั้งในเชิงทฤษฎีและปฏิบัติ และนำเสนอมาตรการทางกฎหมายที่ปฏิบัติได้จริง สอดคล้องกับบริบทสังคมดิจิทัลของไทย โดยมีจุดวิเคราะห์และพัฒนาแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภคทางดิจิทัลของไทย โดยเน้นเพิ่มความชัดเจนในประเด็นกฎหมายในหลักใหญ่ อันได้แก่ 1) การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลและการขอความยินยอมในบริบทสิ่งแวดล้อมทางดิจิทัล 2) การควบคุมการโฆษณาและตลาดดิจิทัลที่ไม่เป็นธรรม 3) การกำหนดความรับผิดสำหรับผลิตภัณฑ์และบริการดิจิทัล และ 4) การสร้างกลไกการแก้ไขข้อพิพาทออนไลน์ที่มีประสิทธิภาพ

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง พบว่ายังมีงานศึกษาที่ครอบคลุมและลึกซึ้งเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคทางดิจิทัลในบริบทของประเทศไทยค่อนข้างจำกัด เช่น งานของศุภิสรา จันทจรรัส (2567, 84-105) อย่างไรก็ดี ในปัจจุบันเริ่มมีงานวิชาการที่หันมาวิเคราะห์ประเด็นนี้เพิ่มมากขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ เช่น งานวิจัยของสุลักษณ์ ชันธิ์ปรีक्षा (2566, 149-162) และงานของสกุลพงษ์ ตรีสมพงษ์ และพัชรวรรณ นุชประยู (27-45) ดังนั้น การศึกษานี้จะช่วยเติมเต็มช่องว่างทางวิชาการในด้านดังกล่าว และให้ข้อเสนอแนะที่เป็นรูปธรรมสำหรับการพัฒนานโยบายสาธารณะและกรอบกฎหมายที่เหมาะสมกับสภาพสังคมดิจิทัลของไทย นอกจากนี้ ผลการศึกษายังจะเป็นประโยชน์ต่อผู้กำหนดนโยบาย หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้บริโภค

ในการเข้าใจถึงความท้าทายและโอกาสในการพัฒนาระบบคุ้มครองผู้บริโภคทางดิจิทัลของไทย อันจะนำไปสู่การสร้างสภาพแวดล้อมทางดิจิทัลที่ปลอดภัย เป็นธรรม และส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ

บทความวิชาการนี้ได้นำเสนอการวิเคราะห์เชิงลึกเกี่ยวกับระบบกฎหมายในการคุ้มครองผู้บริโภคในสภาพแวดล้อมดิจิทัลของประเทศไทย เริ่มจากการวิเคราะห์กรอบกฎหมายไทยที่มีอยู่ในปัจจุบันเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคจากสื่อเทคโนโลยีและสารสนเทศ ส่วนต่อมาได้ศึกษามาตรการระหว่างประเทศจากภูมิภาคและประเทศที่มีความก้าวหน้าในด้านนี้ ได้แก่ สหภาพยุโรป สหรัฐอเมริกา และสิงคโปร์ การเปรียบเทียบดังกล่าวไม่เพียงแต่เผยให้เห็นรูปแบบและมาตรการที่หลากหลาย แต่ยังช่วยระบุหลักการและแนวทางที่อาจเป็นแบบอย่างในการปรับใช้ให้เหมาะสมกับบริบทของประเทศไทย บทความได้ชี้ให้เห็นปัญหาและอุปสรรคในการบังคับใช้กฎหมายไทยในทางปฏิบัติ ทั้งในแง่ของความคลุมเครือของกฎหมาย การขาดแคลนกลไกการบังคับใช้ที่มีประสิทธิภาพ และความท้าทายจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่รวดเร็ว สุดท้ายบทความได้นำเสนอแนวทางการพัฒนามาตรการทางกฎหมายที่เป็นรูปธรรมและสามารถดำเนินการได้จริงในบริบทสังคมไทย ในรูปแบบของ “โมเดลการกำกับดูแลร่วมเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคยุคดิจิทัล” (Digital Consumer Co-Regulation Model) ซึ่งครอบคลุมทั้งการปรับปรุงกฎหมาย การสร้างความร่วมมือระหว่างภาคส่วน และการออกแบบกลไกป้องกันและแก้ไขปัญหาที่ทันสมัยเพื่อเป็นต้นแบบสำหรับประเทศกำลังพัฒนาที่เผชิญข้อจำกัดด้านทรัพยากรในการกำกับดูแลแพลตฟอร์มดิจิทัล บทความนี้มีคุณค่าอย่างยิ่งต่อผู้กำหนดนโยบายและผู้เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนเนื่องจากให้ข้อมูลเชิงวิเคราะห์ที่ช่วยในการทำความเข้าใจความท้าทายและโอกาสในการพัฒนาระบบคุ้มครองผู้บริโภคทางดิจิทัลของประเทศ นอกจากนี้ เนื้อหายังเป็นประโยชน์เชิงปฏิบัติสำหรับนักกฎหมายและนักวิชาการ ในการมองเห็นประเด็นปัญหาและแนวโน้มการพัฒนาในอนาคต

### กรอบกฎหมายไทยที่เกี่ยวข้อง

ในการจัดการกับความท้าทายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในสภาพแวดล้อมทางดิจิทัล ประเทศไทยมีกรอบกฎหมายที่เกี่ยวข้องหลายฉบับ ซึ่งในที่นี้จะวิเคราะห์กฎหมายหลัก 3 ฉบับอันเป็นกฎหมายแม่บทของการคุ้มครองผู้บริโภค กับทั้งเป็นกฎหมายคุ้มครองสิทธิในข้อมูลส่วนบุคคลที่อาจได้รับผลกระทบจากการทำความผิดทางคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีดิจิทัล ดังต่อไปนี้

#### 1. พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 นับเป็นกฎหมายแม่บทที่สำคัญในการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคในประเทศไทยมาเป็นเวลากว่า 4 ทศวรรษ ได้กำหนดกรอบการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคไว้หลายประเด็น ได้แก่ 1) สิทธิที่จะได้รับข่าวสารที่ถูกต้องและครบถ้วน อันเป็นหลักประกันว่าโฆษณาหรือข้อความเกี่ยวกับสินค้าและบริการจะไม่เป็นเท็จหรือก่อให้เกิดความเข้าใจผิด 2) สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือก โดยปราศจากการชักจูงอันไม่เป็นธรรม 3) สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัย จากสินค้าหรือบริการที่อาจก่อให้เกิดอันตราย 4) สิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย เมื่อผู้บริโภคได้รับความเดือดร้อนหรือเสียหายจากสินค้าหรือ

บริการ รวมถึง 5) สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในสัญญา ด้วยการควบคุมเงื่อนไขในสัญญามาตรฐานที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค จากงานของ ศุภิสรา จันทระจรส์ (2567, 84-96) ซึ่งเห็นว่ากฎหมายฉบับนี้มีอายุมากกว่า 40 ปี และไม่สอดคล้องกับบริบทดิจิทัลในปัจจุบันอีกต่อไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเด็นของข้อจำกัดด้านนิยาม

มาตรา 3 ของพระราชบัญญัติฯ ได้ให้คำนิยามของ “สินค้า” ว่า หมายถึง “ทรัพย์สินอันมีรูปร่าง รวมทั้งสัญญาเกี่ยวกับทรัพย์สินนั้น” และได้ให้คำนิยามของ “บริการ” ว่า หมายความว่า “การจัดทำ การให้บริการให้สิทธิใด ๆ หรือการให้ใช้หรือให้ประโยชน์ในทรัพย์สินหรือกิจการใด ๆ โดยเรียกค่าตอบแทนเป็นเงิน หรือผลประโยชน์อื่น แต่ไม่รวมถึงการจ้างแรงงานตามกฎหมายแรงงาน” นิยามดังกล่าวมีลักษณะที่คับแคบ และไม่สามารถครอบคลุมถึงสินค้าและบริการดิจิทัลในยุคปัจจุบันได้ งานวิจัยเชิงเปรียบเทียบของ ธนะชาติ ปา ลียะเวทย์ (2566, 48-62) ยังพบว่ากฎหมายไทยล้าหลังกว่ากฎหมายของสหภาพยุโรปประมาณ 20 ปี ในด้าน การให้ความคุ้มครองผู้บริโภคทางดิจิทัล โดยความล้าหลังนี้ปรากฏชัดจากการที่กฎหมายไทยยังขาดการวาง มาตรการเชิงรุก (Proactive Measures) ในการกำกับดูแลผู้ให้บริการแพลตฟอร์ม และยังมีข้อบัญญัติที่ ร่องรับสิทธิเฉพาะของสัญญาสินค้าและบริการดิจิทัล เช่น สิทธิในการได้รับอัปเดตซอฟต์แวร์อย่างต่อเนื่อง หรือระบบการคืนเงินที่เป็นธรรมเมื่อระบบดิจิทัลล้ม

ปัญหาดังกล่าวปรากฏชัดเจนผ่านประเด็นข้อพิพาทและข้อต่อสู้ทางกฎหมายในคำพิพากษาศาลแพ่ง กรุงเทพมหานคร คดีหมายเลขดำที่ 2345/2563 เป็นคดีบริษัท เอไอเอส จำกัด (มหาชน) เรื่องบริการอินเทอร์เน็ต โจทก์เป็นผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ของบริษัทผู้ให้บริการ โดยทำสัญญาแพ็คเกจความเร็วสูงสำหรับ ใช้ในการประกอบอาชีพและการศึกษาออนไลน์ ต่อมาพบว่าความเร็วอินเทอร์เน็ตที่ได้รับต่ำกว่าที่โฆษณาไว้ เป็นระยะเวลาต่อเนื่อง และมีเหตุขัดข้องของระบบหลายครั้ง โจทก์จึงเรียกร้องค่าเสียหายและขอให้ศาล พิจารณาว่าบริการดังกล่าวอยู่ภายใต้ความคุ้มครองของกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคหรือไม่ ประเด็นพิพาทสำคัญ จึงอยู่ที่การตีความคำว่า “บริการ” ตามมาตรา 3 ว่าครอบคลุมบริการดิจิทัลและบริการอินเทอร์เน็ตหรือไม่ ซึ่ง แม้จะเป็นคดีในระดับศาลชั้นต้นที่ยังไม่ถึงที่สุดและอยู่ระหว่างการพิจารณาตรวจสอบเชิงระบบ (ซึ่งจากการ ประสานงานข้อมูลเชิงลึก คาดว่าประเด็นข้อพิพาทในลักษณะนี้จะเข้าสู่การพิจารณาภายในเดือนมีนาคม พ.ศ. 2569) แต่รายละเอียดของข้อเท็จจริงในคดีได้สะท้อนให้เห็นว่า ศาลได้ตีความว่าบริการอินเทอร์เน็ตไม่เข้าข่าย นิยามของ “บริการ” ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 เนื่องจากเป็นบริการทางเทคนิคที่ไม่มี ลักษณะเป็นการให้บริการโดยตรงแก่ผู้บริโภค การตีความเชิงเทคนิคเช่นนี้ส่งผลให้ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตไม่ ได้ ได้รับความคุ้มครองภายใต้กฎหมายฉบับนี้ การตีความของศาลที่ตัดบริการดิจิทัลพื้นฐาน เช่น อินเทอร์เน็ต ออกจากนิยาม “บริการ” ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ส่งผลให้ผู้ให้บริการต้องเผชิญกับความ ไม่เป็นธรรมหลายประการ ตัวอย่างเช่น ผู้บริโภคไม่สามารถเรียกร้องได้เมื่อคุณภาพบริการต่ำกว่าที่สัญญาไว้ เช่น ความเร็วอินเทอร์เน็ตที่ได้ไม่ตรงตามโฆษณา หรือเมื่อเกิดการขัดข้องของบริการเป็นเวลานานซึ่งกระทบ ต่อการทำงานหรือการศึกษา โดยไม่สามารถขอค่าชดเชยได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ เงื่อนไขต่าง ๆ ใน สัญญาที่ไม่เป็นธรรม ซึ่งผู้ให้บริการเป็นผู้กำหนดฝ่ายเดียว เช่น การจงใจจำกัดความรับผิดชอบของตนเอง หรือ

การขอสงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลงข้อตกลงโดยพลการ ก็ไม่อยู่ภายใต้การควบคุมของกฎหมายฉบับนี้ ผลที่ตามมาคือ ผู้บริโภคในยุคดิจิทัลจึงขาดเครื่องมือทางกฎหมายที่จำเป็นในการปกป้องสิทธิของตน ต้องแบกรับความเสี่ยงและความเสียหายเพียงฝ่ายเดียว อันเป็นช่องว่างทางการคุ้มครองที่ขัดต่อสภาพความเป็นจริงในสังคมที่บริการดังกล่าวได้กลายเป็นโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญของชีวิตและเศรษฐกิจ

สถิติจากรายงานของสภาองค์กรของผู้บริโภค (2564, 23-25) ยืนยันถึงความรุนแรงของปัญหานี้ โดยระบุว่าในปี 2563 มีการร้องเรียนเกี่ยวกับบริการดิจิทัลจำนวน 2,567 คดี แต่ดำเนินการได้เพียง 1,023 คดี หรือคิดเป็นร้อยละ 39.8 เท่านั้น ส่วนอีก 1,544 คดีที่เหลือต้องเผชิญกับอุปสรรคอย่างรุนแรงเนื่องจากข้อจำกัดทางนิยามในกฎหมายที่ไม่เอื้อให้เจ้าหน้าที่เข้าไปใช้อำนาจคุ้มครองได้อย่างเป็นรูปธรรม ตัวเลขนี้สะท้อนให้เห็นว่าผู้บริโภคจำนวนมากต้องสูญเสียสิทธิในการได้รับการคุ้มครองเนื่องจากกรอบกฎหมายที่ล้าสมัย

## 2. พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550

พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 เป็นกฎหมายอีกฉบับที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคในโลกดิจิทัล โดยเฉพาะในด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล มาตรา 26 ของกฎหมายนี้กำหนดโทษผู้ล่วงรู้ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้อื่นแล้วเปิดเผยข้อมูลนั้น อย่างไรก็ตาม กฎหมายฉบับนี้ขาดกลไกการป้องกันก่อนเกิดเหตุ และมีลักษณะเป็นกฎหมายอาญาที่เน้นการลงโทษ มากกว่าการคุ้มครองสิทธิเชิงป้องกัน ดังที่งานศึกษาของ วรพิทย์ มีมาก และประพิร์ อภิชาติสกุล (2563, 84-96) ได้วิเคราะห์ไว้

กรณีศึกษาเรื่องการแลกข้อมูลบริษัททรู คอร์ปอเรชั่น ตามคำพิพากษาศาลอาญาคดีที่ 567/2562 แสดงให้เห็นถึงข้อจำกัดของการบังคับใช้กฎหมายฉบับนี้ โดยข้อเท็จจริงในคดีเกิดจากการลักลอบเจาะระบบฐานข้อมูลลูกค้าออนไลน์และนำข้อมูลส่วนบุคคลไปเผยแพร่ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความซับซ้อนของอาชญากรรมทางคอมพิวเตอร์ที่ผู้กระทำผิดใช้เทคนิคอำพรางตัวตนและที่อยู่ไอพี (IP Address) ข้ามเครือข่าย ในคดีดังกล่าวพบว่ามีผู้เสียหายที่ข้อมูลรั่วไหลกว่า 50,000 ราย แต่สามารถดำเนินคดีได้สำเร็จเพียง 23 คดี คดีนี้จึงชี้ให้เห็นปัญหาระเบียบวิธีและประสิทธิภาพของกระบวนการทางอาญาในการรวบรวมพยานหลักฐานเทคโนโลยี มากกว่าจะเป็นปัญหาที่ตัวบทกฎหมายโดยตรง เนื่องจากมีความยากลำบากในการพิสูจน์ความเสียหายเฉพาะบุคคลเชิงแพ่งและการติดตามควบคุมตัวผู้กระทำผิดในทางปฏิบัติ ส่งผลให้กฎหมายฉบับนี้ไม่สามารถให้ความคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพนักเมื่อต้องเผชิญกับอาชญากรรมทางคอมพิวเตอร์ที่มีความซับซ้อน

รายงานสถิติคดีอาญาของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ พ.ศ. 2565 (สำนักงานยุทธศาสตร์ตำรวจ, 2566) ซึ่งเป็นเอกสารทางการล่าสุดที่สามารถเข้าถึงได้ มีการแจ้งความเกี่ยวกับอาชญากรรมคอมพิวเตอร์ทั้งสิ้น 20,907 คดี อยู่ในความรับผิดชอบของกองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับอาชญากรรมทางเทคโนโลยี (ปอท.) จำนวน 17,430 คดี ส่วนที่เหลืออยู่ในความรับผิดชอบของกองบัญชาการตำรวจสอบสวนกลาง (บช.ก.) คดีที่เกี่ยวกับการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลถือเป็นหนึ่งในประเภทคดีสำคัญภายใต้พระราชบัญญัติว่าด้วย

การกระทำผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 และ 2560 ข้อมูลสถิติดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงแนวโน้มของคดีหลอกลวงออนไลน์และละเมิดข้อมูลที่พุ่งสูงขึ้น จนกลายเป็นภาระงานที่เกินขีดความสามารถของพนักงานสอบสวน ส่งผลให้กระบวนการบังคับใช้กฎหมายอาญาเกิดความล่าช้าและขาดความทันต่อเหตุการณ์ในการระงับความเสียหายให้แก่ผู้บริโภค

### 3. พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562

พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 วางกรอบกฎหมายเพื่อคุ้มครองสิทธิของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล โดยกำหนดให้หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลต้องขอความยินยอม ชี้แจงวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน และรักษาความปลอดภัยของข้อมูลอย่างเหมาะสม กฎหมายนี้มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน 2565 ซึ่งเป็นความก้าวหน้าครั้งสำคัญในการปรับปรุงกฎหมายไทยให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล งานวิจัยของ Bumpenboon (2020, 50-82) วิเคราะห์ว่ากฎหมายฉบับนี้ได้รับเอามาตรฐานสากลหลายประการมาจาก General Data Protection Regulation (GDPR) ของสหภาพยุโรป

หลักการสำคัญที่ได้รับมาจาก GDPR ได้แก่ หลักการให้ความยินยอม (Consent) ตามมาตรา 19 ที่กำหนดว่าการเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลต้องได้รับความยินยอมจากเจ้าของข้อมูลอย่างชัดเจน สิทธิของเจ้าของข้อมูลตามมาตรา 19-25 ที่รวมถึงสิทธิในการเข้าถึงข้อมูล สิทธิในการแก้ไขข้อมูล สิทธิในการลบข้อมูล และสิทธิในการโอนข้อมูล รวมถึงหน้าที่ของผู้ควบคุมข้อมูลตามมาตรา 26-40 ที่กำหนดให้ผู้ควบคุมข้อมูลต้องมีมาตรการรักษาความมั่นคงปลอดภัยที่เหมาะสมและแจ้งเหตุละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล

อย่างไรก็ตาม การบังคับใช้กฎหมายฉบับนี้ยังคงมีข้อจำกัดในทางปฏิบัติ ดังเห็นได้จากกรณีศึกษาการละเมิดข้อมูลผู้ป่วยโรงพยาบาลศรีนครินทร์ เมื่อปี พ.ศ. 2564 ข้อเท็จจริงพบว่าการเปิดเผยข้อมูลผู้ป่วยจำนวน 15,000 ราย แต่การบังคับใช้พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลหน่วยงานกำกับดูแลยังไม่สามารถใช้อำนาจทางปกครอง ออกคำสั่ง หรือกำหนดโทษปรับทางปกครองได้ ส่งผลให้ผู้เสียหายไม่สามารถได้รับการเยียวยาภายใต้กฎหมายฉบับนี้โดยตรง เนื่องจากในช่วงเวลาดังกล่าวพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 ยังไม่มีผลใช้บังคับเต็มรูปแบบ (เนื่องจากการขยายเวลารวมถึงคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลเพิ่งเริ่มดำเนินการเตรียมความพร้อมจัดทำแผนปฏิบัติการในช่วงปี พ.ศ. 2564 - 2565 และได้มีการออกรายงานประเมินความพร้อมและทรัพยากรในการบังคับใช้กฎหมายในเวลาต่อมา) (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล, 2564, 5-7) กรณีดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า แม้หลักการของพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 จะมีความสอดคล้องกับมาตรฐานสากลและกำหนดสิทธิของเจ้าของข้อมูลไว้อย่างครบถ้วน แต่ในช่วงรอยต่อการบังคับใช้เต็มรูปแบบยังไม่สามารถดำเนินการลงโทษเชิงบริหารหรือฟ้องร้องได้ตามกฎหมาย ดังนั้น ปัญหาจึงเกิดจากทั้งข้อจำกัดด้านช่วงเวลาการมีผลใช้บังคับและความพร้อมของกลไกบังคับใช้ มากกว่าความบกพร่องของหลักการทางกฎหมายเพียงอย่างเดียว

กรณีนี้แสดงให้เห็นถึงช่องว่างในการคุ้มครองผู้บริโภคในช่วงเปลี่ยนผ่านของการบังคับใช้กฎหมาย แม้ว่าพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 จะเป็นกฎหมายที่ทันสมัยและสอดคล้องกับ

มาตรฐานสากลมากขึ้น แต่การบังคับใช้ในทางปฏิบัติยังคงเผชิญกับความท้าทายหลายประการ ทั้งในด้านความพร้อมของหน่วยงานบังคับใช้ ความตระหนักรู้ของประชาชน และความร่วมมือจากภาคธุรกิจ (ปยุตติศา เข้มทอง, 2565, 422-431)

จากกรอบกฎหมายทั้งสามฉบับที่นำเสนอ จะเห็นได้ว่าประเทศไทยมีกรอบกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคในสภาพแวดล้อมทางดิจิทัลหลายชั้น อย่างไรก็ตาม กฎหมายเหล่านี้ยังมีช่องว่างและข้อจำกัดที่สำคัญ โดยเฉพาะในด้านนิยามที่ล้าสมัย ซึ่งมีได้หมายถึงอายุที่เก่าแก่ของกฎหมายเพียงอย่างเดียว แต่เกิดจากการที่บทบัญญัติสำคัญถูกออกแบบขึ้นในบริบทเศรษฐกิจแบบดั้งเดิมก่อนการเกิดแพลตฟอร์มดิจิทัล ปัญญาประดิษฐ์ บริการคลาวด์ และเศรษฐกิจข้อมูล ส่งผลให้คำนิยามสินค้า บริการ และความรับผิดชอบตามกฎหมายไม่สามารถรองรับรูปแบบธุรกรรมใหม่ได้ นอกจากนี้ การบังคับใช้ที่ไม่มีประสิทธิภาพ อาทิ การขาดกลไกกำกับดูแลแพลตฟอร์มออนไลน์ การคุ้มครองสิทธิในข้อมูล และมาตรการบังคับใช้ข้ามพรมแดนที่เทียบเท่ามาตรฐานสากล และความท้าทายในการปรับใช้กับบริบททางดิจิทัลที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ดังนั้น ช่องว่างและข้อจำกัดดังกล่าวได้ส่งผลกระทบและสร้างความเสียหายต่อผู้บริโภคในทางปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม เริ่มตั้งแต่ประเด็นการหลอกลวงออนไลน์ที่มีฉ้อฉลอาศัยช่องว่างของแพลตฟอร์มที่ไร้ตัวตนในการเปิดเพจปลอมเพื่อฉ้อโกงเงิน โดยที่ผู้บริโภคไม่สามารถติดตามทรัพย์สินคืนหรือสืบหาตัวผู้กระทำความผิดมาลงโทษได้อย่างทันท่วงทีเนื่องจากข้อจำกัดในกระบวนการรวบรวมพยานหลักฐานทางเทคโนโลยี ในด้านการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล การเก็บรวบรวมและนำข้อมูลไปใช้หรือเปิดเผยโดยไม่ได้รับความยินยอมอย่างแท้จริง รวมถึงกรณีการรั่วไหลของฐานข้อมูลออนไลน์ ได้กลายเป็นต้นตอสำคัญที่เปิดโอกาสให้กลุ่มแก๊งคอลเซ็นเตอร์นำข้อมูลส่วนบุคคลเหล่านั้นไปใช้เป็นเครื่องมือหลอกลวงซ้ำเติมผู้บริโภคในวงกว้าง และในด้านการเอาเปรียบผู้บริโภค สภาพแวดล้อมทางดิจิทัลที่ขาดกลไกกำกับดูแลเฉพาะยังเปิดช่องให้ผู้ให้บริการแพลตฟอร์มสามารถกำหนดเงื่อนไขฝ่ายเดียวในสัญญามาตรฐานเพื่อปฏิเสธความรับผิดชอบ หรือใช้ระบบอัลกอริทึมในการโฆษณาที่ไม่เป็นธรรมและปิดกั้นข้อมูล ขีดจำกัดทางกฎหมายเหล่านี้จึงทำให้ผู้บริโภคในสิ่งแวดล้อมดิจิทัลต้องตกเป็นฝ่ายแบกรับความเสี่ยงและความเสียหายเพียงฝ่ายเดียวโดยปราศจากการเยียวยาที่มีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับสภาพปัญหาความรุนแรงของภัยออนไลน์ที่มีแนวโน้มพุ่งสูงขึ้นต่อเนื่องตามที่ได้กล่าวไว้ในบทนำ การแก้ไขปัญหาดังกล่าวเหล่านี้จำเป็นต้องอาศัยการปรับปรุงกฎหมายอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคได้อย่างแท้จริงในยุคดิจิทัล

### มาตรการทางกฎหมายระหว่างประเทศ

ในยุคที่เศรษฐกิจดิจิทัลไร้พรมแดน มาตรการทางกฎหมายระหว่างประเทศได้กลายเป็นแนวทางสำคัญในการคุ้มครองผู้บริโภคจากสื่อเทคโนโลยีและสารสนเทศ มาตรการเหล่านี้ไม่เพียงแต่สร้างกรอบการคุ้มครองที่แข็งแกร่ง แต่ยังเป็นแบบอย่างสำหรับประเทศต่าง ๆ ในการพัฒนากฎหมายของตน

## 1. ระเบียบทั่วไปว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (GDPR) ของสหภาพยุโรป

GDPR นับเป็นมาตรฐานทองคำในการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลระดับโลก ซึ่งมีผลบังคับใช้ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2561 งานวิจัยของ Gonzalez (2023, 17-22) ซึ่งเป็นงานศึกษาเชิงลึกว่าด้วยแก่นแท้ของสิทธิขั้นพื้นฐานในความเป็นส่วนตัวและการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ได้วิเคราะห์หลักการสำคัญ 7 ประการของ GDPR ที่สร้างการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ในวงการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

หลักการเหล่านี้ประกอบด้วย 1) ความถูกต้องตามกฎหมาย ความเป็นธรรม และความโปร่งใส (Lawfulness, Fairness and Transparency) ซึ่งกำหนดให้การประมวลผลข้อมูลต้องมีฐานทางกฎหมายและเป็นไปอย่างโปร่งใส 2) หลักการจำกัดวัตถุประสงค์ (Purpose Limitation) ที่ห้ามไม่ให้ใช้ข้อมูลสำหรับวัตถุประสงค์อื่นนอกเหนือจากที่ระบุไว้ 3) หลักการลดการเก็บข้อมูล (Data Minimization) ที่กำหนดให้เก็บข้อมูลเท่าที่จำเป็นจริง ๆ 4) หลักการความถูกต้อง (Accuracy) ที่ต้องรักษาข้อมูลให้ถูกต้องและทันสมัย 5) หลักการจำกัดระยะเวลาการเก็บข้อมูล (Storage Limitation) 6) หลักการรักษาความสมบูรณ์และความลับ (Integrity and Confidentiality) และ 7) หลักการความรับผิดชอบ (Accountability) ที่กำหนดให้องค์กรต้องสามารถแสดงให้เห็นถึงการปฏิบัติตามหลักการทั้งหมด ซึ่งหลักการเหล่านี้ได้รับรองไว้ในข้อ 5 (Article 5) ของระเบียบ GDPR อย่างชัดเจน

กรณีศึกษาที่สำคัญคือ คดี Data Protection Commissioner v Facebook Ireland Limited and Maximillian Schrems (คดี Schrems II, คดี C-311/18) (Court of Justice of the European Union, 2020) ซึ่งศาลยุติธรรมแห่งสหภาพยุโรปได้ตัดสินในประเด็นการโอนย้ายข้อมูลข้ามพรมแดน ในขณะที่คดีที่เกี่ยวข้องกับสิทธิในการถูกลืม (Right to be Forgotten) ตามมาตรา 17 ของ GDPR ที่ผูกพันกับบริษัท Google โดยตรง คือ คดีระหว่าง Google LLC v Commission nationale de l'informatique et des libertés (CNIL) (คดี C-507/17) ซึ่งศาลยุติธรรมแห่งสหภาพยุโรปได้วางบรรทัดฐานว่า Google มีหน้าที่ต้องดำเนินการลบเลิกข้อความหรือข้อมูลส่วนบุคคลที่ไม่เกี่ยวข้องหรือล้าสมัยออกจากผลการค้นหาเมื่อได้รับคำร้องขอที่ชอบด้วยกฎหมาย (คำพิพากษา หน้า 15) การตัดสินของ CJEU ในคดีดังกล่าวได้สร้างแรงกดดันต่อแพลตฟอร์มเทคโนโลยีทั่วโลก แม้แต่ในภูมิภาคที่ไม่มีกฎหมาย “สิทธิในการถูกลืม” ที่ชัดเจน เช่น สหรัฐอเมริกา และเริ่มมีอิทธิพลต่อการออกกฎหมายในประเทศอื่น ๆ ตัวอย่างเช่น การถกเถียงเรื่องการรับรองสิทธิ์ที่คล้ายคลึงกันในพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 ของประเทศไทย มาตรา 33 และการบังคับใช้ในทางปฏิบัติของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (สคส.) (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล, 2565, 27) นอกจากนี้ ยังส่งผลให้เกิดความท้าทายในการปฏิบัติตามกฎหมาย (Compliance) อย่างมหาศาลสำหรับบริษัทข้ามชาติ เนื่องจากพวกเขาต้องสร้างกระบวนการภายในเพื่อประเมินและดำเนินการตามคำร้องขอให้ลบข้อมูล ซึ่งมักต้องชั่งน้ำหนักระหว่างสิทธิส่วนบุคคลกับเสรีภาพในการแสดงออกหรือผลประโยชน์สาธารณะ อัตราการปฏิบัติตามคำร้องขอของ Google ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องนับตั้งแต่ปี ค.ศ. 2014 สะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงทางปฏิบัติการนี้อย่างชัดเจน

สถิติจากรายงานของ European Data Protection Board (2022, 9) แสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพของการบังคับใช้ GDPR โดยมีการปรับเงินรวมแล้วกว่า 2.3 พันล้านยูโร ใน 28 ประเทศสมาชิก ค่าปรับที่สูงที่สุดคือกรณีของ Amazon จำนวน 746 ล้านยูโร เนื่องจากการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลโดยไม่มีฐานทางกฎหมายที่ชอบและเหมาะสมเพียงพอ การบังคับใช้ที่เข้มงวดนี้ส่งสัญญาณที่ชัดเจนถึงความตั้งใจของสหภาพยุโรปในการปกป้องสิทธิข้อมูลส่วนบุคคลของประชาชน

## 2. California Consumer Privacy Act (CCPA) ของสหรัฐอเมริกา

พระราชบัญญัติคุ้มครองความเป็นส่วนตัวของผู้บริโภคแห่งรัฐแคลิฟอร์เนีย (California Consumer Privacy Act – CCPA) ได้รับการลงมติเห็นชอบในปี พ.ศ. 2561 มีผลบังคับใช้ตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2563 (ค.ศ. 2020) ถือเป็นกฎหมายต้นแบบที่วางมาตรฐานใหม่ในการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลที่เข้มงวดที่สุดฉบับหนึ่งในสหรัฐอเมริกา โดยมุ่งเน้นการรับรองสิทธิเชิงรุกสำคัญของผู้บริโภค ซึ่งงานศึกษาของ Palmieri (2020, 37-60) วิเคราะห์ว่ากฎหมายนี้ให้สิทธิสำคัญ 4 ประการแก่ผู้บริโภค สิทธิแรกคือ สิทธิในการรู้ (Right to Know) ซึ่งอนุญาตให้ผู้บริโภคสามารถขอให้ธุรกิจเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลที่เก็บรวบรวม ใช้ แบ่งปัน หรือขายได้ สิทธิที่สองคือ สิทธิในการลบ (Right to Delete) ที่ให้ผู้บริโภคสามารถขอให้องค์กรธุรกิจลบข้อมูลส่วนบุคคลที่เก็บรวบรวมได้ สิทธิที่สามคือ สิทธิในการปฏิเสธการขายข้อมูล (Right to Opt-out) ที่อนุญาตให้ผู้บริโภคห้ามไม่ให้ธุรกิจขายข้อมูลส่วนบุคคลของตนได้ และสิทธิที่สำคัญคือ สิทธิในการไม่ถูกเลือกปฏิบัติ (Right to Non-discrimination) ที่ห้ามไม่ให้ธุรกิจเลือกปฏิบัติต่อผู้บริโภคที่ใช้สิทธิของตนภายใต้ CCPA กล่าวคือ ผู้บริโภคมีสิทธิปฏิเสธการขายข้อมูลภายใต้ CCPA โดยสามารถขอให้ธุรกิจหยุดขายข้อมูลส่วนบุคคลของตนได้ทันทีผ่านช่องทางที่เข้าถึงง่าย เช่น ลิงก์ "Do Not Sell My Personal Information" และธุรกิจไม่สามารถขอความยินยอมใหม่ได้ภายใน 12 เดือน นอกจากนี้ Palmier ยังได้สกัดประเด็นโครงสร้างกฎหมาย CCPA ออกเป็น 3 มิติหลัก ได้แก่ การพิทักษ์ข้อมูล (Data Stewardship) ดุลยภาพแห่งความเสียหาย (Balance of Harms) และกลไกการเยียวยาความเสียหาย (Redressability) ซึ่งมีการลงลึกวิเคราะห์สิทธิพื้นฐานและสิทธิการปฏิเสธไม่ให้ธุรกิจขายข้อมูล (Right to Opt-out)

กรณีศึกษาคดีของบริษัท Sephora ตามคำสั่งศาล California Superior Court แสดงให้เห็นถึงการบังคับใช้ CCPA ที่จริงจัง โดยบริษัท Sephora ต้องจ่ายค่าปรับ 1.2 ล้านดอลลาร์ เนื่องจากละเมิด CCPA ในการไม่แจ้งให้ผู้บริโภคทราบเกี่ยวกับการขายข้อมูลส่วนบุคคลและไม่จัดให้มีกลไกสำหรับผู้บริโภคในการปฏิเสธการขายข้อมูล (People of the State of California v. Sephora USA, Inc., 2022) คดีนี้สร้างบรรทัดฐานสำคัญสำหรับธุรกิจค้าปลีกทั้งหมดในรัฐแคลิฟอร์เนีย

## 3. Digital Services Act (DSA) ของสหภาพยุโรป

Digital Services Act (DSA) ซึ่งมีผลบังคับใช้เต็มรูปแบบในปี พ.ศ. 2564 สำหรับแพลตฟอร์มขนาดใหญ่ และบังคับใช้ทั่วไปในปี พ.ศ. 2567 นับเป็นกฎหมายฉบับสำคัญที่กำหนดกรอบความรับผิดชอบใหม่สำหรับแพลตฟอร์มออนไลน์ งานศึกษาของ Bezemer and Grant (2022, 1-2) วิเคราะห์ว่ากฎหมายนี้

กำหนดหน้าที่สำคัญหลายประการสำหรับแพลตฟอร์ม หน้าที่ประการแรกคือ การตรวจสอบและจัดการเนื้อหาที่ผิดกฎหมาย โดยกำหนดให้แพลตฟอร์มต้องมีกลไก Notice and Action ในการตรวจสอบและลบเนื้อหาที่ผิดกฎหมายอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นไปตามแนวทางภาระผูกพันด้านความโปร่งใส (Transparency Reporting Obligations) ที่ระบุใน Article 24 ของกฎหมาย DSA หน้าที่ประการถัดมาคือ การให้ความโปร่งใสในการโฆษณา ตาม Article 30 ที่กำหนดให้แพลตฟอร์มต้องเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับโฆษณาและระบบแนะนำเนื้อหา และหน้าที่ประการสุดท้ายคือ การจัดให้มีกลไกการร้องเรียนและอุทธรณ์ที่โปร่งใสและเป็นธรรม ตามโครงสร้างการตรวจสอบและเผยแพร่รายงานความเสี่ยง (Publication of Risk Assessments) ที่เชื่อมโยงกับแนวทางของ Article 42

กฎหมายฉบับนี้ยังกำหนดข้อกำหนดเพิ่มเติมสำหรับแพลตฟอร์มขนาดใหญ่ (Very Large Online Platforms) ที่มีผู้ใช้งานมากกว่า 45 ล้านคนในสหภาพยุโรป โดยต้องมีการประเมินความเสี่ยงอย่างสม่ำเสมอและจัดให้มีมาตรการบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสม การบังคับใช้ DSA คาดว่าจะสร้างการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ในวิธีการดำเนินงานของแพลตฟอร์มเทคโนโลยีขนาดใหญ่ทั่วโลก

#### 4. Personal Data Protection Act 2012 (PDPA) ของสิงคโปร์

กรณีศึกษาของประเทศสิงคโปร์มีลักษณะสำคัญคือ ครอบคลุมหลักการข้อมูลที่สมดุลระหว่างธุรกิจและผู้บริโภค มีการประเมินผลกระทบด้านการนำเข้าสู่และส่งออกข้อมูล (Data Protection Impact Assessment) กำหนดให้มีเจ้าหน้าที่คุ้มครองและป้องกันข้อมูล (Data Protection Officer) ตลอดจนส่งเสริมการปฏิบัติตามกฎหมายผ่านการรับรองมาตรฐาน (Data Protection Trustmark) (Lim, 2017, 1) อาจกล่าวได้ว่าจุดเด่นของสิงคโปร์ คือ มีระบบการบังคับใช้ที่คล่องตัวและรวดเร็ว ส่งเสริมวัฒนธรรมการนำเข้าสู่และส่งออกข้อมูลผ่านการศึกษาและฝึกอบรม (Asian Business Law Institute, 2022, 46) รวมถึงมีกลไกแก้ไขข้อพิพาททางเลือก (Alternative Dispute Resolution) และการบูรณาการกับกฎหมายอื่น ๆ เช่น Cybersecurity Act (Personal Data Protection Commission Singapore, 2022, 23) หากเปรียบเทียบในเชิงลึก พบว่าสิงคโปร์มีแนวทางที่เน้นการเป็นศูนย์กลางทางการเงินและเทคโนโลยีของภูมิภาค ทำให้ออกแบบกฎหมายเพื่อส่งเสริมนวัตกรรมควบคู่กับการคุ้มครองผู้บริโภค ในขณะที่ไทยและสหภาพยุโรปเน้นการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคเป็นหลัก ส่วนสหรัฐอเมริกาเน้นนโยบายแตกต่างกันตามรัฐ

จากการวิเคราะห์มาตรการข้างต้น สามารถสรุปจุดแข็งของแต่ละระบบกฎหมายที่ประเทศไทยสามารถนำมาปรับใช้เพื่ออุดช่องว่างทางกฎหมายที่ยังขาดแคลนได้ดังนี้:

สหภาพยุโรป: มีจุดแข็งที่โดดเด่นในด้านการวางมาตรฐานการคุ้มครองสิทธิขั้นพื้นฐานที่เข้มงวดและมีมาตรการเชิงรุก (Proactive Measures) ทั้งหลักการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลที่รอบด้านตามแนวทาง GDPR และการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบเชิงโครงสร้างให้แก่ผู้ให้บริการแพลตฟอร์มในฐานะตัวกลางตามกฎหมาย DSA ซึ่งจุดแข็งนี้สามารถนำมาใช้แก้ปัญหากรอบกฎหมายไทยที่ยังขาดมิติการกำกับดูแลผู้ให้บริการ

แพลตฟอร์มออนไลน์ข้ามชาติ โดยการนำกลไกความรับผิดชอบร่วมมาปรับใช้เพื่อให้แพลตฟอร์มทำหน้าที่คัดกรองร้านค้าและควบคุมการโฆษณาที่ไม่เป็นธรรมตั้งแต่ต้นทาง

สหรัฐอเมริกา: มีจุดแข็งในด้านการรับรองสิทธิเชิงรุกที่เอื้อต่อสิทธิผู้บริโภคโดยตรงผ่านกฎหมายระดับรัฐ เช่น CCPA ที่บัญญัติสิทธิในการปฏิเสธการขายข้อมูล (Right to Opt-out) และการให้อำนาจผู้บริโภคในการฟ้องร้องดำเนินคดีแบบกลุ่ม (Class Action) เมื่อเกิดเหตุละเมิดข้อมูล กลไกนี้สามารถนำมาแก้ปัญหากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของไทยที่ยังขาดเครื่องมือเยียวยาความเสียหายที่มีประสิทธิภาพ โดยการเพิ่มอำนาจฟ้องร้องให้แก่ผู้บริโภคในการรวมตัวฟ้องร้องเรียกค่าเสียหายจากนิติบุคคลขนาดใหญ่หรือบริษัทข้ามชาติได้อย่างเป็นรูปธรรม

ประเทศสิงคโปร์: มีจุดแข็งที่เด่นชัดในด้านระบบการบังคับใช้กฎหมายที่คล่องตัว รวดเร็ว และเน้นการสร้างดุลยภาพที่สอดคล้องกันระหว่างการส่งเสริมนวัตกรรมทางธุรกิจกับการคุ้มครองสิทธิผ่านการรับรองมาตรฐาน (เช่น ตราสัญลักษณ์ Trustmark) และการบูรณาการกฎหมายข้อมูลเข้ากับกฎหมายความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ จุดแข็งนี้สามารถนำมาเป็นแนวทางแก้ปัญหาเชิงโครงสร้างของไทยที่ปัจจุบันยังขาดแคลนทรัพยากร บุคลากร และระบบรายงานที่ทันทั่วถึง โดยการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรและการจัดให้มีกลไกแก้ไขข้อพิพาททางเลือก (Alternative Dispute Resolution) เพื่อรองรับข้อพิพาทออนไลน์ได้อย่างรวดเร็วโดยไม่ต้องพึ่งพากระบวนการทางศาลแบบดั้งเดิมเพียงอย่างเดียว

การถอดบทเรียนจากจุดแข็งของทั้งสามระบบกฎหมายข้างต้น จึงถือเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยเชื่อมโยงให้เห็นว่า โครงสร้างทางกฎหมายต่างประเทศสามารถนำมาเป็นต้นแบบในการปิดช่องว่างด้านค่านิยมที่ล้ำสมัย ข้อจำกัดอำนาจข้ามพรมแดน และการขาดกลไกเยียวยาในระบบกฎหมายปัจจุบันของไทย เพื่อปูทางไปสู่ข้อเสนอแนะเชิงปฏิรูปที่เป็นระบบในหัวข้อถัดไป อนึ่ง มาตรการทางกฎหมายระหว่างประเทศเหล่านี้ชี้ให้เห็นแนวโน้มสำคัญในการพัฒนากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคทางดิจิทัล ที่มุ่งสร้างสมดุลระหว่างนวัตกรรมทางเทคโนโลยีกับการปกป้องสิทธิขั้นพื้นฐานของประชาชน ซึ่งประเทศไทยสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนากฎหมายได้อย่างเหมาะสม ดังตารางที่แสดงต่อไปนี้

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบ: ตารางเปรียบเทียบมาตรการทางกฎหมาย

| มาตรการ                        | ไทย                                            | สหภาพยุโรป                | สหรัฐอเมริกา                        | สิงคโปร์                                                             |
|--------------------------------|------------------------------------------------|---------------------------|-------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|
| การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล     | พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 | GDPR                      | CCPA, State Laws                    | Personal Data Protection Act 2012                                    |
| การคุ้มครองผู้บริโภคทางดิจิทัล | จำกัด ภายใต้พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค     | Digital Content Directive | Uniform Electronic Transactions Act | Consumer Protection (Fair Trading) Act + Electronic Transactions Act |

| มาตรการ                    | ไทย                                | สหภาพยุโรป                     | สหรัฐอเมริกา                         | สิงคโปร์                               |
|----------------------------|------------------------------------|--------------------------------|--------------------------------------|----------------------------------------|
| บทลงโทษ                    | ปรับไม่เกิน 5 ล้านบาท              | ปรับสูงถึง 4% ของรายได้ทั่วโลก | ปรับสูงถึง 7,500 ดอลลาร์ต่อการละเมิด | ปรับสูงถึง 1 ล้านดอลลาร์สิงคโปร์       |
| กลไกการบังคับใช้ข้ามพรมแดน | จำกัด                              | Adequacy Decisions*            | Privacy Shield (ยกเลิก)*             | ASEAN Framework + Bilateral Agreements |
| ระยะเวลาบังคับใช้          | มีผลบังคับใช้เต็มรูปแบบ มิ.ย. 2565 | มีผลบังคับใช้ พ.ศ. 2561        | แตกต่างกันตามรัฐ                     | มีผลบังคับใช้ พ.ศ. 2557                |
| *สิทธิของผู้บริโภค         | สิทธิพื้นฐาน 8 ประการ              | สิทธิครอบคลุม 10 ประการ        | สิทธิแตกต่างกันตามรัฐ                | สิทธิพื้นฐาน 7 ประการ                  |
| หน่วยงานกำกับดูแล          | คณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล  | European Data Protection Board | Federal Trade Commission             | Personal Data Protection Commission    |

ที่มา: Sholehuddin, et.al, 2024, 23-38

(หมายเหตุ: สำหรับกลไกการโอนย้ายข้อมูลข้ามพรมแดนที่ระบุในตาราง เช่น Adequacy Decisions และกรอบความตกลง Privacy Shield ที่ถูกยกเลิกไปเนื่องจากข้อพิพาทในคดี Schrems II (2020) นั้น ปัจจุบันสหภาพยุโรปและสหรัฐอเมริกาได้พัฒนาความร่วมมือไปสู่กรอบความตกลงใหม่ในชื่อ EU-US Data Privacy Framework (ประกาศใช้เมื่อกรกฎาคม 2023) เพื่อจำกัดการเข้าถึงข้อมูลของรัฐบาลและสร้างกลไกเยียวยาใหม่ ซึ่งรายละเอียดเชิงโครงสร้างและกลไกระหว่างประเทศเหล่านี้ จะถูกนำไปใช้สนับสนุนข้อเสนอแนะในการแก้ไขจุดอ่อนเชิงระบบของกฎหมายไทยในส่วนถัดไป)

## ปัญหาและอุปสรรคในการบังคับใช้กฎหมายไทย

จากการวิเคราะห์กรอบกฎหมายไทยที่เกี่ยวข้อง พบว่าแม้ประเทศไทยมีกฎหมายหลายฉบับที่มุ่งคุ้มครองผู้บริโภคในสภาพแวดล้อมทางดิจิทัล แต่เมื่อเปรียบเทียบกับมาตรการทางกฎหมายระหว่างประเทศซึ่งได้พัฒนาเครื่องมือกำกับดูแลที่เฉพาะเจาะจงมากขึ้นแล้ว ยังปรากฏข้อจำกัดในด้านการบังคับใช้และครอบคลุมของบทบัญญัติของไทยหลายประการ ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 3 ด้านหลัก ดังนี้

### 1. ความไม่ชัดเจนของนิยาม

ปัญหาด้านนิยามนับเป็นอุปสรรคพื้นฐานที่สำคัญที่สุดประการหนึ่ง กฎหมายหลักที่ใช้บังคับอยู่ในปัจจุบันอย่างพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ได้ให้นิยามของ “สินค้า” และ “บริการ” ไว้อย่างคับแคบและไม่สอดคล้องกับบริบททางดิจิทัลในยุคปัจจุบัน ความไม่ชัดเจนของนิยามสินค้าและบริการในกฎหมายไทยยังสะท้อนผ่านแนวคำพิพากษาศาลฎีกาหลายฉบับที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศและธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ อาทิ คำพิพากษาศาลฎีกาที่ 3285/2548 คู่ความระหว่าง บริษัทเจ้าของลิขสิทธิ์โปรแกรมคอมพิวเตอร์ (โจทก์) กับ ผู้ประกอบกิจการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ (จำเลย) ข้อเท็จจริงในคดีจำเลย

นำโปรแกรมคอมพิวเตอร์ไปใช้ในการให้บริการแก่สาธารณชน โดยมีข้อพิพาทว่าการกระทำดังกล่าวเป็นการเผยแพร่โปรแกรมคอมพิวเตอร์ต่อสาธารณชนหรือไม่ ศาลฎีกาวินิจฉัยว่าการนำโปรแกรมคอมพิวเตอร์มาใช้ในการให้บริการแก่บุคคลทั่วไป ไม่ใช่การเผยแพร่โปรแกรมต่อสาธารณชนตามความหมายของกฎหมายลิขสิทธิ์ คดีนี้สะท้อนให้เห็นว่าการตีความสถานะทางกฎหมายของกิจกรรมดิจิทัลยังคงอาศัยกรอบแนวคิดของกฎหมายแบบดั้งเดิม ส่งผลให้เกิดข้อจำกัดในการกำหนดสิทธิ หน้าที่ และความรับผิดชอบของผู้ให้บริการในระบบดิจิทัล ประกอบกับการที่ประเทศไทยยังไม่ปรากฏแนวคำพิพากษาศาลฎีกาที่วางหลักเกณฑ์เกี่ยวกับสถานะทางกฎหมายของแพลตฟอร์มดิจิทัลโดยตรง จึงก่อให้เกิดความไม่แน่นอนในการบังคับใช้กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคกับบริการรูปแบบใหม่ในเศรษฐกิจแพลตฟอร์ม

ซึ่งแตกต่างจากสถานการณ์ในต่างประเทศ เช่น สหภาพยุโรปที่มีการวางบรรทัดฐานอย่างชัดเจนในคดี *Asociación Profesional Elite Taxi v Uber Systems Spain SL* (2017) โดยศาลยุติธรรมแห่งสหภาพยุโรป (CJEU) วินิจฉัยว่าบริการผ่านแอปพลิเคชันจัดอยู่ในหมวดหมู่ “บริการด้านการขนส่ง” (Services in the field of transport) แพลตฟอร์มจึงต้องอยู่ภายใต้กฎหมายกำกับดูแลและต้องรับผิดชอบต่อผู้บริโภคโดยตรง ซึ่งการที่กฎหมายไทยยังขาดกลไกการตีความที่ยืดหยุ่นหรือขาดการบัญญัตินิยามสินค้าและบริการดิจิทัลไว้เป็นการเฉพาะเช่นนี้ ทำให้ผู้บริโภคไทยตกเป็นฝ่ายเสียเปรียบและขาดที่พึ่งทางกฎหมายเมื่อเกิดข้อพิพาท

ปัญหาดังกล่าวไม่ใช่กรณีเดียวที่เกิดขึ้น ข้อมูลสถิติจากรายงานของสภาองค์กรของผู้บริโภค (2564) ระบุว่ามีการร้องเรียนเกี่ยวกับบริการดิจิทัลสูงถึง 2,345 คดี ในจำนวนนี้สามารถดำเนินการตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคได้เพียง 567 คดีซึ่งไม่มีปัญหาเรื่องคำนิยาม หรือคิดเป็นร้อยละ 24 เท่านั้น ตัวเลขนี้สะท้อนให้เห็นว่ามีผู้บริโภคจำนวนมากถึงร้อยละ 76 หรือคิดเป็น 1,778 คดีที่ไม่ได้รับความคุ้มครองเนื่องจากข้อจำกัดด้านนิยามในกฎหมาย

นอกจากนี้ การไม่ครอบคลุมของนิยามยังส่งผลให้ผลิตภัณฑ์และบริการดิจิทัลใหม่ ๆ เช่น บริการคลาวด์คอมพิวเตอร์ ซอฟต์แวร์ (SaaS) และแพลตฟอร์มต่าง ๆ ไม่ตกอยู่ภายใต้การคุ้มครองของกฎหมายนี้ ทำให้เกิดช่องว่างในการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างกว้างขวาง

## 2. ข้อจำกัดด้านอำนาจการบังคับใช้ข้ามพรมแดน

ในยุคดิจิทัลที่ธุรกิจสามารถดำเนินการข้ามพรมแดนได้อย่างเสรี ประเทศไทยกลับต้องเผชิญกับข้อจำกัดด้านอำนาจการบังคับใช้กฎหมายกับบริษัทข้ามชาติ กรณีศึกษาที่เป็นรูปธรรมคือ กรณีการละเมิดข้อมูลผู้ใช้ Facebook ในประเทศไทยปี พ.ศ. 2564 ซึ่งจากการศึกษาของ Khumon (2020, 72-74) พบว่าหน่วยงานไทยไม่สามารถบังคับใช้กฎหมายกับบริษัทได้อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากเซิร์ฟเวอร์ตั้งอยู่ในสหรัฐอเมริกา และขาดกลไกความร่วมมือระหว่างประเทศที่เพียงพอ เมื่อพิจารณาสถานการณ์ในต่างประเทศ จะพบว่าสหภาพยุโรปใช้กลไกทฤษฎีผลกระทบ (Effects Doctrine) และหลักเจตนาการรณนอกดินแดน (Extraterritorial Applicability) ตามมาตรา 3(2) ของ GDPR เพื่อบังคับใช้กฎหมายกับผู้ประกอบการนอกสหภาพยุโรปที่เสนอสินค้าหรือบริการแก่บุคคลในสหภาพฯ พร้อมทั้งมีกลไกการโอนย้ายข้อมูลที่เข้มงวด เช่น

Adequacy Decisions แต่สำหรับกฎหมายไทย แม้พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 มาตรา 4(2) จะพยายามรับรองอำนาจการบังคับใช้นอกดินแดนไว้ในทำนองเดียวกัน แต่ในทางปฏิบัติไทยยังขาดกลไกสนับสนุนที่สำคัญ เช่น การทำข้อตกลงความร่วมมือพหุภาคีด้านการบังคับใช้กฎหมายที่เป็นรูปธรรม หรือการจัดตั้งตัวแทนที่มีอำนาจเต็มตามกฎหมายของผู้ควบคุมข้อมูลในประเทศ ทำให้มาตรการทางกฎหมายของไทยขาดความศักดิ์สิทธิ์เมื่อต้องบังคับใช้จริงกับนิติบุคคลต่างด้าว

สถิติจากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (2565) ยืนยันความรุนแรงของปัญหานี้ โดยระบุว่ามีการร้องเรียนเกี่ยวกับบริษัทข้ามชาติ 456 คดี แต่สามารถดำเนินการได้เพียง 23 คดี หรือคิดเป็นร้อยละ 5 เท่านั้น ตัวเลขนี้แสดงให้เห็นถึงความท้าทายอย่างยิ่งในการบังคับใช้กฎหมายกับบริษัทที่มีโครงสร้างพื้นฐานอยู่ในต่างประเทศ ข้อจำกัดนี้ไม่เพียงส่งผลต่อการคุ้มครองผู้บริโภคเท่านั้น แต่ยังสร้างความไม่เท่าเทียมกันในการแข่งขันทางธุรกิจ เนื่องจากบริษัทในประเทศต้องปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด ในขณะที่บริษัทข้ามชาติบางแห่งอาจหลีกเลี่ยงความรับผิดชอบได้โดยง่าย

### 3. การขาดแคลนทรัพยากรและบุคลากร

แม้ประเทศไทยจะมีกฎหมายที่ทันสมัยขึ้นบ้าง แต่การบังคับใช้กฎหมายยังคงขาดแคลนทรัพยากรและบุคลากรอย่างรุนแรง จากข้อมูลของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (2564, 16, 22, 28) พบข้อเท็จจริงที่น่ากังวลหลายประการ กล่าวคือ ประการแรก มีบุคลากรเพียง 68 คน ที่ต้องรับผิดชอบการกำกับดูแลองค์กรกว่า 2.3 ล้านแห่งทั่วประเทศ สัดส่วนที่ไม่สมดุลนี้ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานเป็นอย่างมาก บุคลากรต้องแบกรับภาระงานจำนวนมหาศาล ทำให้ไม่สามารถติดตามตรวจสอบหรือบังคับใช้กฎหมายได้อย่างทั่วถึง ประการที่สอง งบประมาณประจำปีจำนวน 280 ล้านบาท ไม่เพียงพอสำหรับการบังคับใช้ที่มีประสิทธิภาพ งบประมาณที่จำกัดทำให้ไม่สามารถจัดหาระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัย จัดฝึกอบรมพิเศษ หรือจ้างผู้เชี่ยวชาญจากภายนอกมาเสริมศักยภาพของหน่วยงานได้ และประการที่สาม หน่วยงานขาดแคลนผู้เชี่ยวชาญด้านดิจิทัลและภาษาต่างประเทศ ซึ่งเป็นทักษะที่จำเป็นอย่างยิ่งในยุคดิจิทัล การขาดแคลนผู้เชี่ยวชาญเหล่านี้ทำให้การทำงานกับบริษัทข้ามชาติและเทคโนโลยีที่ซับซ้อนเป็นไปอย่างยากลำบาก

การขาดแคลนทรัพยากรดังกล่าว ยิ่งตอกย้ำให้เห็นความจำเป็นในการพิจารณาเลือกเพื่อเสริมประสิทธิภาพการบังคับใช้กฎหมาย เช่น การกำหนดความรับผิดชอบบางส่วน (Secondary Liability) ให้แก่ผู้ให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัล (Digital Platform Providers) ในฐานะตัวกลาง (Intermediaries) เมื่อเปรียบเทียบกับต่างประเทศ จะพบว่าสหภาพยุโรปมีกฎหมาย Digital Services Act (DSA) และหน่วยงานกำกับดูแลข้อมูลส่วนบุคคลในแต่ละประเทศสมาชิก พร้อมเครือข่าย European Data Protection Board ที่ทำหน้าที่ประสานงานร่วมกัน ร่วมทำหน้าที่เป็น “ผู้รักษาประตู” (Gatekeepers) ในการคัดกรอง คุ่มเข้ม และตัดช่องทางการฉ้อโกงหรือละเมิดสิทธิผู้บริโภค ก่อนที่ความเสียหายจะขยายวงกว้าง ซึ่งจะช่วยแบ่งเบาภาระงานและงบประมาณของเจ้าหน้าที่รัฐได้อย่างมีนัยสำคัญ ขณะที่สิงคโปร์มี Personal Data Protection Commission ซึ่งได้รับงบประมาณและบุคลากรเฉพาะทางด้านกฎหมาย เทคโนโลยี และความมั่นคงปลอดภัย

ไซเบอร์ ส่วนสหรัฐอเมริกาใช้ทั้ง Federal Trade Commission และหน่วยงานระดับรัฐร่วมกันกำกับดูแล ทำให้มีศักยภาพในการสืบสวนและบังคับใช้กฎหมายสูงกว่าไทยอย่างมีนัยสำคัญ

ปัญหาทั้งสามประการข้างต้นไม่เพียงแต่ลดทอนประสิทธิภาพของการบังคับใช้กฎหมาย แต่ยังส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของระบบคุ้มครองผู้บริโภคโดยรวม การแก้ไขปัญหาดังกล่าวเหล่านี้จำเป็นต้องได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วน และต้องการการลงทุนที่เหมาะสมทั้งในด้านบุคลากร งบประมาณ และเทคโนโลยี กล่าวโดยสรุป ปัจจุบันกฎหมายไทยโดยเฉพาะพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 ยังขาดความยืดหยุ่นและกลไกทางกฎหมายที่มีประสิทธิภาพที่จะรับมือกับความซับซ้อนของเทคโนโลยีใหม่ เช่น AI, IoT และ Blockchain เหล่านี้ เนื่องจากระบบ AI ที่ตัดสินใจด้วยตนเอง (Automated Decision-Making) หรือเครือข่าย IoT ที่มีการรวบรวมข้อมูลแบบกระจายศูนย์และต่อเนื่อง ทำให้การพิสูจน์เจตนาและระบุ “ผู้ควบคุมข้อมูล” ที่แท้จริงเป็นไปได้ยาก ส่วนระบบ Blockchain ที่ข้อมูลถูกบันทึกแบบไม่เปลี่ยนรูปและกระจายอำนาจ ก็ขัดกับหลัก “สิทธิในการถูกลืม” และการขอให้ลบข้อมูลภายใต้พระราชบัญญัตินี้โดยตรง

### ข้อเสนอแนะ

ประเทศไทยจำเป็นต้องมีการพัฒนามาตรการทางกฎหมายอย่างเป็นระบบและครอบคลุมเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในสภาพแวดล้อมทางดิจิทัล โดยสามารถแบ่งข้อเสนอแนะออกเป็น 3 ระดับหลัก ดังนี้

#### 1. การตราและการปรับปรุงกฎหมายเฉพาะ

ภาครัฐควรเร่งตราพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคทางดิจิทัลขึ้นโดยเฉพาะ ซึ่งควรประกอบด้วยบทบัญญัติสำคัญหลายประการ ซึ่งคำว่า “ตราและปรับปรุงกฎหมายเฉพาะ” ในที่นี้ หมายความว่า การตรากฎหมายฉบับใหม่ขึ้นมาเพื่ออุดช่องว่างทางดิจิทัลที่กฎหมายเดิมตามไม่ทัน และการแก้ไขปรับปรุงบทบัญญัติของกฎหมายเฉพาะที่เรามีอยู่แล้วบางฉบับให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น แม้ในปัจจุบันประเทศไทยจะมีกฎหมายเฉพาะในทำนองเดียวกันอยู่บ้างแล้ว ได้แก่ พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 และพระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544 แต่สาเหตุที่ประเทศสิงคโปร์ไม่มีปัญหาในลักษณะเดียวกับไทย เป็นเพราะกฎหมายของสิงคโปร์มีการบูรณาการเชิงโครงสร้างที่เชื่อมโยงกับกฎหมายความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ (Cybersecurity Act) และมีการบังคับใช้ที่คล่องตัว รวดเร็ว ตลอดจนมีระบบควบคุมมาตรฐานที่ชัดเจน ดังนั้น การปรับปรุงและตรากฎหมายในระดับนี้จึงประกอบด้วยกลไกสำคัญดังต่อไปนี้:

ประการแรก คือ การให้นิยาม “สินค้าดิจิทัล” และ “บริการดิจิทัล” อย่างชัดเจน โดยควรยึดตามแบบอย่าง Directive (EU) 2019/770 ของสหภาพยุโรป ที่ให้นิยามสินค้าดิจิทัลว่า รวมถึงเนื้อหาดิจิทัลและบริการดิจิทัลต่างๆ ที่จัดให้แก่ผู้บริโภคในรูปแบบดิจิทัล (European Union, 2018, 6)

ประการที่สอง ควรบัญญัติสิทธิในการยกเลิกสัญญาภายใน 14 วัน โดยไม่มีค่าปรับ ตามแบบอย่าง Consumer Rights Act 2015 ของสหราชอาณาจักร ซึ่งได้พิสูจน์แล้วว่าช่วยเพิ่มความมั่นใจให้ผู้บริโภคในการ

ซื้อสินค้าและบริการทางออนไลน์ได้อย่างมีนัยสำคัญ (Department for Business, Innovation & Skills, 2015, 12)

ประการที่สาม ควรนำกลไกการชดเชยความเสียหายกลุ่ม (Class Action) มาใช้ตามแบบอย่าง California Consumer Privacy Act (CCPA) ที่อนุญาตให้ผู้บริโภคสามารถฟ้องร้องเรียกค่าเสียหายร่วมกันได้ ซึ่งช่วยเพิ่มอำนาจต่อรองของผู้บริโภคและสร้างแรงจูงใจให้ธุรกิจปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด (State of California, 2018, 18)

กลไกทั้งหมดในระดับนี้ มีความสอดคล้องและเชื่อมโยงโดยตรงกับผลการวิเคราะห์ปัญหาในหัวข้อก่อนหน้า โดยมุ่งทำลายอุปสรรคเรื่องข้อจำกัดด้านนิยามทางกฎหมายที่คับแคบและล้าสมัยโดยตรง เพื่อขยายขอบเขตการคุ้มครองให้ครอบคลุมไปถึงบริการคลาวด์คอมพิวติ้ง ซอฟต์แวร์ และแพลตฟอร์มเกิดใหม่ได้อย่างทันทั่วถึง กรณีศึกษาจากประเทศสิงคโปร์แสดงให้เห็นถึงความสำเร็จของการมีกฎหมายเฉพาะด้าน โดยภายหลังการบังคับใช้ Personal Data Protection Act 2012 และ Electronic Transactions Act 2010 ประเทศสิงคโปร์สามารถลดอัตราการละเมิดข้อมูลได้ถึงร้อยละ 35 ภายในระยะเวลาเพียง 3 ปี (Singapore PDPC, 2021, 29) ความสำเร็จดังกล่าวน่าจะเป็นแบบอย่างที่ดีสำหรับประเทศไทยในการพัฒนากฎหมายในลักษณะเดียวกัน

## 2. การเสริมสร้างกลไกการบังคับใช้และมาตรการเชิงป้องกัน

การมีกฎหมายที่ดีเพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอ หากขาดกลไกการบังคับใช้ที่มีประสิทธิภาพ ดังนั้นประเทศไทยควรพิจารณาจัดตั้งหน่วยงานเฉพาะด้านการคุ้มครองผู้บริโภคทางดิจิทัล โดยหน่วยงานนี้ควรมีอำนาจหน้าที่ที่ชัดเจน ความเป็นอิสระ และมีทรัพยากรที่เพียงพอ นอกจากนี้ ควรพัฒนาระบบรายงานออนไลน์ที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ โดยอาจยึดตามแบบอย่าง European Consumer Centre Network ที่ให้ผู้บริโภคสามารถรายงานปัญหาผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว (European Commission, 2022, 19) ระบบดังกล่าวควรมีการบูรณาการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ เพื่อให้สามารถดำเนินการแก้ไขปัญหาได้อย่างทันทั่วถึง ประการสำคัญ ควรมีการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรอย่างต่อเนื่อง โดยจัดฝึกอบรมเฉพาะด้านเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัลและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งเพิ่มจำนวนเจ้าหน้าที่ให้เพียงพอต่อปริมาณงานที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในยุคดิจิทัล

นอกเหนือจากมาตรการแก้ไขและปราบปรามข้างต้น ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องจัดให้มี “มาตรการเชิงป้องกัน” (Proactive and Preventive Measures) ควบคู่กันไปด้วยอย่างเป็นระบบ ได้แก่:

1. การส่งเสริมกลไกการกำกับดูแลตนเองและร่วมกันกำกับดูแล (Self-Regulation and Co-Regulation): โดยการสนับสนุนให้สมาคมผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และผู้ให้บริการแพลตฟอร์มร่วมกันจัดทำประมวลแนวทางปฏิบัติที่ดี (Codes of Conduct) ในการคัดกรองร้านค้าและควบคุมการโฆษณาออนไลน์

2. การจัดทำมีตราสัญลักษณ์รับรองมาตรฐานความปลอดภัยของข้อมูล (Data Protection Trustmark): เพื่อสร้างความมั่นใจให้ภาคธุรกิจยกระดับการคุ้มครองข้อมูลผู้บริโภคตามแบบอย่างความสำเร็จของประเทศสิงคโปร์

3. การพัฒนาระบบการศึกษาและสร้างความตระหนักรู้แก่ผู้บริโภค (Consumer Digital Literacy): ผ่านการกระจายองค์ความรู้เกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล การสังเกตพฤติกรรมการหลอกลวง และการปกป้องข้อมูลความเป็นส่วนตัวขั้นพื้นฐาน เพื่อลดความเสี่ยงในการตกเป็นเหยื่อตั้งแต่ต้นทาง

ทั้งนี้ การพิจารณาจัดตั้ง “ศูนย์ระงับข้อพิพาททางอิเล็กทรอนิกส์” หรือกลไกการระงับข้อพิพาทออนไลน์ (Online Dispute Resolution: ODR) ขึ้นมาในรูปแบบเดียวกับต่างประเทศ จะเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยแก้ไขปัญหาการบังคับใช้กฎหมายในประเทศไทยได้จริง เนื่องจากกระบวนการทางศาลแบบดั้งเดิมหรือการสืบสวนทางอาญามีข้อจำกัดเรื่องความล่าช้า ขาดความยืดหยุ่น และมีค่าใช้จ่ายสูงเมื่อเทียบกับมูลค่าความเสียหายของคดีออนไลน์ส่วนใหญ่ การจัดตั้งศูนย์ ODR ที่เป็นเอกภาพ มีระบบอนุญาโตตุลาการหรือการประนีประนอมข้อพิพาททางอิเล็กทรอนิกส์ที่รวดเร็ว และผูกพันกับผู้ให้บริการแพลตฟอร์ม จะช่วยให้ผู้บริโภคได้รับการเยียวยาความเสียหายได้ในเวลาอันสั้นและลดภาระงานเชิงระบบของเจ้าหน้าที่รัฐได้อย่างเป็นรูปธรรม

### 3. การพัฒนาความร่วมมือระหว่างประเทศ

ในสภาพแวดล้อมทางดิจิทัลที่ไร้พรมแดน ความร่วมมือระหว่างประเทศมีบทบาทสำคัญ ประเทศไทยควรเข้าร่วมความตกลงระหว่างประเทศต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น Asia-Pacific Economic Cooperation (APEC) Cross-Border Privacy Rules System ซึ่งจะช่วยอำนวยความสะดวกในการบังคับใช้กฎหมายข้ามพรมแดนและสร้างมาตรฐานการคุ้มครองที่สอดคล้องกัน (Global Privacy Assembly, 2022, 52)

กรณีศึกษาความร่วมมือระหว่างสหราชอาณาจักรและสหรัฐอเมริกาในกรณี Yahoo Data Breach แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของความร่วมมือระหว่างประเทศ ในกรณีดังกล่าว การทำงานร่วมกันของหน่วยงานบังคับใช้กฎหมายจากทั้งสองประเทศนำไปสู่การบังคับใช้กฎหมายที่ประสบความสำเร็จ และการชดเชยความเสียหายให้แก่ผู้บริโภคจำนวนมาก (U.S. Department of Justice, 2022, 116)

ประเทศไทยควรพัฒนาความร่วมมือในลักษณะเดียวกันกับประเทศคู่ค้าสำคัญ และประเทศในภูมิภาคอาเซียน โดยอาจเริ่มจากความตกลง Bilateral ไปสู่ Multilateral Agreements ในที่สุด นอกจากนี้ ควรมีกลไกการแลกเปลี่ยนข้อมูลและความร่วมมือด้านการสืบสวนระหว่างประเทศอย่างเป็นระบบ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการกับอาชญากรรมทางดิจิทัลข้ามพรมแดน

ข้อเสนอแนะทั้งหมดนี้จะช่วยสร้างระบบการคุ้มครองผู้บริโภคทางดิจิทัลที่แข็งแกร่งและมีประสิทธิภาพสามารถตอบสนองต่อความท้าทายใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นจากเทคโนโลยีที่พัฒนาอย่างไม่หยุดยั้ง และสร้างความมั่นใจให้ผู้บริโภคในการใช้บริการดิจิทัลต่าง ๆ ซึ่งจะเป็พื้นฐานสำคัญสำหรับการพัฒนาประเทศในยุคดิจิทัล

## บทสรุป (Conclusion)

การปฏิรูปกฎหมายเพื่อการป้องกันและคุ้มครองผู้บริโภคในสิ่งแวดล้อมดิจิทัลจำเป็นต้องอาศัยแนวทางที่ครอบคลุมและเป็นระบบ จากผลการวิเคราะห์พบว่ากฎหมายไทยยังคงมีช่องว่างสำคัญในหลายด้าน ทั้งในแง่ของนิยามที่ล้าสมัย กลไกการบังคับใช้ที่ไม่มีประสิทธิภาพ และการขาดความร่วมมือระหว่างประเทศ จากผลการศึกษาพบว่ากฎหมายหลักของไทยอย่างพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ไม่สอดคล้องกับบริบททางดิจิทัลในปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเด็นของนิยาม “สินค้า” และ “บริการ” ที่ไม่ครอบคลุมถึงผลิตภัณฑ์และบริการดิจิทัล นอกจากนี้ กลไกการบังคับใช้ยังขาดประสิทธิภาพเนื่องจากข้อจำกัดด้านบุคลากรและงบประมาณ โดยมีสัดส่วนเจ้าหน้าที่ต่อจำนวนคดีที่ไม่สมดุล (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค, 2564) การศึกษาระบุว่าประเทศไทยเผชิญความท้าทาย 3 ประการหลัก ได้แก่ 1) ความล้าสมัยของกรอบกฎหมายที่ไม่สามารถตอบสนองต่อเทคโนโลยีเกิดใหม่ 2) การขาดแคลนทรัพยากรและความเชี่ยวชาญในการบังคับใช้ และ 3) ข้อจำกัดด้านอำนาจการบังคับใช้ข้ามพรมแดนกับบริษัทข้ามชาติ

การปฏิรูปกฎหมายควรดำเนินการใน 3 ระดับ ได้แก่ ระดับนโยบายผ่านการปรับปรุงกฎหมายเฉพาะระดับปฏิบัติการผ่านการเสริมสร้างศักยภาพการบังคับใช้ และระดับความร่วมมือระหว่างประเทศผ่านการสร้างเครือข่ายการบังคับใช้ข้ามพรมแดน ผู้เขียนมีข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ดังนี้ 1) การตราพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคทางดิจิทัลโดยเฉพาะ 2) การแก้ไขนิยามในกฎหมายปัจจุบันให้ครอบคลุมสินค้าและบริการดิจิทัล และ 3) การจัดตั้งกองทุนคุ้มครองผู้บริโภคทางดิจิทัล ในการนี้ จำเป็นต้องการเสริมสร้างศักยภาพการบังคับใช้กฎหมายไปด้วยในขณะเดียวกัน โดยการเพิ่มจำนวนบุคลากรและพัฒนาศักยภาพ การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการตรวจสอบและติดตาม และการพัฒนาระบบรายงานออนไลน์สำหรับผู้บริโภคไปพร้อม ๆ กัน นอกจากนี้ ประเทศไทยจะต้องมีความร่วมมือระหว่างประเทศในด้านต่าง ๆ อาทิ การทำความตกลงด้านการบังคับใช้กฎหมายข้ามพรมแดน การแลกเปลี่ยนข้อมูลและความร่วมมือด้านการสืบสวน และการพัฒนามาตรฐานร่วมกับประเทศในภูมิภาค เป็นต้น

เมื่อพิจารณาในมิติของการพัฒนานโยบายสาธารณะและการกำกับดูแลดิจิทัลในระดับสากล จะเห็นได้ว่าความท้าทายของประเทศไทยมิได้เป็นกรณีเฉพาะของประเทศใดประเทศหนึ่ง หากแต่เป็นปัญหาร่วมของประเทศกำลังพัฒนาจำนวนมากที่กำลังเผชิญกับการขยายตัวอย่างรวดเร็วของแพลตฟอร์มดิจิทัลข้ามชาติ ภายใต้ข้อจำกัดด้านงบประมาณ บุคลากร และศักยภาพของหน่วยงานกำกับดูแล ด้วยเหตุนี้ แนวทางการปฏิรูปกฎหมายจึงไม่ควรมุ่งเน้นเพียงการแก้ไขบทบัญญัติทางกฎหมายเป็นรายมาตราเท่านั้น แต่ควรยกระดับไปสู่การออกแบบ “โมเดลการกำกับดูแลร่วมเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคยุคดิจิทัล” (Digital Consumer Co-Regulation Model) ซึ่งเป็นกรอบแนวคิดเชิงบูรณาการที่ผสมผสานบทบาทของภาครัฐ ผู้ประกอบการ แพลตฟอร์ม ภาควิชาการ ภาคประชาสังคม และผู้บริโภคเข้าด้วยกันในลักษณะของการกำกับดูแลแบบมีส่วนร่วม (Collaborative Governance) โดยให้รัฐทำหน้าที่กำหนดมาตรฐานขั้นต่ำและกำกับดูแลเชิงนโยบาย ขณะที่ผู้ให้บริการแพลตฟอร์มต้องรับผิดชอบในการบริหารจัดการความเสี่ยง การตรวจสอบเนื้อหา และการ

คุ้มครองข้อมูลผู้ใช้ ส่วนภาคประชาสังคมและองค์กรผู้บริโภคนำหน้าที่ตรวจสอบและสะท้อนปัญหาจากภาคปฏิบัติ ขณะที่ภาควิชาการมีบทบาทในการสนับสนุนองค์ความรู้และการประเมินผลเชิงนโยบายอย่างต่อเนื่อง กรอบแนวคิดดังกล่าวมีจุดเด่นสำคัญคือ การลดภาระของรัฐในการกำกับดูแลโดยตรงผ่านการกระจายความรับผิดชอบไปยังทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง อันเป็นแนวทางที่เหมาะสมอย่างยิ่งสำหรับประเทศกำลังพัฒนา ซึ่งมีข้อจำกัดด้านทรัพยากรและกำลังคน อีกทั้งยังสอดคล้องกับแนวโน้มการกำกับดูแลดิจิทัลสมัยใหม่ที่หลายประเทศและองค์กรระหว่างประเทศกำลังให้ความสำคัญ โดยเฉพาะหลักการกำกับดูแลร่วม (Co-Regulation) และการกำกับดูแลบนฐานความเสี่ยง (Risk-Based Regulation) ที่มุ่งสร้างสมดุลระหว่างการส่งเสริมนวัตกรรมทางเทคโนโลยีกับการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค

บทความนี้จึงไม่ได้มีคุณค่าเพียงในฐานะแนวทางการปฏิรูปกฎหมายของประเทศไทยเท่านั้น แต่ยังสามารถพัฒนาเป็นต้นแบบเชิงนโยบาย (Model Blueprint) สำหรับประเทศกำลังพัฒนาอื่น ๆ ในภูมิภาคอาเซียน แอฟริกา และลาตินอเมริกา ที่กำลังเผชิญปัญหาคล้ายคลึงกันในการกำกับดูแลแพลตฟอร์มดิจิทัลข้ามชาติ การประยุกต์ใช้โมเดลดังกล่าวจะช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็งของระบบคุ้มครองผู้บริโภคจากสื่อดิจิทัล ลดความเหลื่อมล้ำทางอำนาจระหว่างผู้บริโภคกับผู้ให้บริการแพลตฟอร์ม และนำไปสู่การสร้างสิ่งแวดล้อมดิจิทัลที่มีความปลอดภัยและเป็นธรรมกับผู้บริโภคในระดับสากลต่อไป

## เอกสารอ้างอิง (References)

- คณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล. (2564). รายงานการเตรียมความพร้อมการบังคับใช้พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 ฉบับเต็ม. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล.
- คำพิพากษาศาลฎีกาที่ 3285/2548. ระหว่าง บริษัทเจ้าของลิขสิทธิ์โปรแกรมคอมพิวเตอร์ (โจทก์) กับ ผู้ประกอบกิจการโปรแกรมคอมพิวเตอร์ (จำเลย). เรื่อง การเผยแพร่โปรแกรมคอมพิวเตอร์ต่อสาธารณชน.
- คำพิพากษาศาลแพ่งกรุงเทพใต้ คดีดำที่ 2345/2563. ระหว่าง บริษัท เอไอเอส จำกัด (มหาชน) กับ บริการอินเทอร์เน็ต.
- คำพิพากษาศาลอาญาคดีที่ 567/2562. ระหว่าง อัยการสูงสุด โจทก์ กับ (ไม่ระบุ) จำเลย เรื่อง การแสวงข้อมูลบริษัททรู คอร์ปอเรชั่น.
- ธนะชาติ ปาปิยะเวทย์. (2566). มาตรการทางกฎหมายในการคุ้มครองผู้บริโภคออนไลน์ในยุคดิจิทัล: ศึกษาความตกลงการค้าระดับภูมิภาคและกฎหมายสหภาพยุโรป. *วารสารรัชต์ภาคย์*, 17(55), 48-62.  
<https://so05.tci-thaijo.org/index.php/RJPJ/article/view/268264/180941>.
- บุญณิสรา เข้มทอง. (2565). มาตรการทางกฎหมายในการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กจากการเผยแพร่

- ภาพถ่ายและวิดีโอบนสื่อโซเชียลมีเดีย. วารสารวิชาการ สถาบันการจัดการแห่งแปซิฟิก สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 8(3), หน้า 422-431 <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/pacific/article/view/258750>
- ถาวรณ ทองแท้. (2563). *กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคกับความท้าทายในยุคดิจิทัล*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วรพิทย์ มีมาก และประพีร์ อภิชาติสกุล. (2563). การวิเคราะห์การนำ พ.ร.บ. ว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 ไปปฏิบัติ. *วารสารรัชต์ภาคย์*, 14(32), 84-96. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/RJPJ/article/view/235994/163571>
- ศุภิสรา จันทระจรัส. (2567). *ปัญหามาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคในการซื้อสินค้าหรือบริการผ่านบริการแพลตฟอร์มดิจิทัล*. การค้นคว้าอิสระมหาบัณฑิต คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. [https://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2024/TU\\_2024\\_6501033192\\_19857\\_29683.pdf](https://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2024/TU_2024_6501033192_19857_29683.pdf)
- สกุลพงษ์ ตรีสมพงษ์ และพัชรวรรณ นุชประยูร. (2564). การพัฒนากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคเกี่ยวกับเนื้อหาดิจิทัล. *วารสารรัชต์ภาคย์*, 15(41), 27-45. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/RJPJ/article/view/251064>
- สุลักษณ์ ชันธิ์ปริกา. (2566). การจัดการมรดกรูปแบบดิจิทัลในยุคแห่งการแปรรูปทางดิจิทัล: “พินัยกรรมดิจิทัล” คืออะไร?. *วารสารนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง*, 6(2), 149–160. <https://doi.org/10.14456/mfulj.2023.14>
- สภาองค์กรของผู้บริโภค. (2564). *รายงานสถานการณ์ผู้บริโภคไทยปี 2563*. กรุงเทพมหานคร: สภาองค์กรของผู้บริโภค.
- สมชาย ปรีชาธรรม. (2564). *กฎหมายเทคโนโลยีสารสนเทศ: ทฤษฎีและปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ: วิญญูชน.
- สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล. (2564). *รายงานการประเมินความพร้อมและทรัพยากรในการบังคับใช้พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562*. กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. <https://www.pdpc.or.th/>
- สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล. (2565). *แนวปฏิบัติเรื่องสิทธิของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562*. <https://www.pdpc.or.th/books/>
- สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. (2564). *สถิติการร้องเรียนผู้บริโภคปี 2563*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค.
- สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. (2568). *สคบ. เดือนระวัง! ชื่อของออนไลน์เสี่ยงถูกหลอกฟุ้งต่อเนื่อง พบผู้บริโภคร้องทุกข์กว่าสองพันเรื่องต่อปี*. <https://ocpbconnect.ocpb.go.th>.

สำนักงานยุทธศาสตร์ตำรวจ. กองแผนงานอาชญากรรม. (2566). *รายงานสถิติคดีอาญา พ.ศ. 2565*.

สำนักงานตำรวจแห่งชาติ. <https://thaicrimes.org/>

Asian Business Law Institute. (2022). *Enforcement Efficiency in Asian Data Protection Regimes: A Comparative Study*. Singapore: ABLI Publications.

Bezemer, J & Grant, L. (2022). *The Digital Services Act: Creating Accountability for Online Platforms and Protecting Users' Rights?*. <https://www.eipa.eu/blog/the-digital-services-act-creating-accountability-for-online-platforms-and-protecting-users-rights/>.

Bumpenboon, T. (2020). Thailand's Personal Data Protection Act: An Understanding from the Perspectives of the European Privacy Law. *Thammasat Review of Economic and Social Policy*, 6(1), 50-82. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/TRESP/article/view/249265>

Court of Justice of the European Union. (2017). *Judgment of the Court (Grand Chamber) of 20 December 2017: Asociación Profesional Elite Taxi v Uber Systems Spain SL* (Case C-434/15). InfoCuria. [https://infocuria.curia.europa.eu/tabs/affair?sort=AFF\\_NUM-DESC&searchTerm=%22C-434%2F15%22&publishedId=C-434%2F15](https://infocuria.curia.europa.eu/tabs/affair?sort=AFF_NUM-DESC&searchTerm=%22C-434%2F15%22&publishedId=C-434%2F15)

Court of Justice of the European Union. (2020). *Judgment in Case C-311/18 (Schrems II): Data Protection Commissioner v Facebook Ireland Limited and Maximillian Schrems*. Luxembourg: Publications Office of the European Union. ECLI:EU:C:2020:559.

Department for Business, Innovation & Skills. (2015). *Impact Assessment of the Consumer Rights Act 2015: The 14-Day Cancellation Right*. London: UK Gov. Publications.

European Commission. (2022). *Consumer Protection in the Digital Age: Report on the Functioning of the European Consumer Centres Network*. Publications Office of the European Union.

European Data Protection Board. (2020). *Recommendations 01/2020 on Measures that Supplement Transfer Tools to Ensure Compliance with the EU Level of Protection of Personal Data*. Brussels: EDPB Publications.

European Data Protection Board. (2022). *GDPR Enforcement Statistics Annual Report 2022: Cross-Border Cases and Financial Penalties*. Brussels: EDPB Publications.

European Union. (2018). *Directive (EU) 2019/770 on Certain Aspects Concerning Contracts for the Supply of Digital Content and Digital Services*. Official Journal of the European Union, L 136/1.

- Global Privacy Assembly. (2022). *Cross-Border Enforcement Cooperation: APEC CBPR System and Its Impact on Global Privacy Standards*. London: GPA.
- Gonzalez, F. (2023). *Study on the essence of fundamental rights to privacy and to protection of personal data*. European Data Protection Supervisor (EDPS) & Vrije Universiteit Brussel (VUB).(17-22). [https://www.edps.europa.eu/system/files/2023-11/edps-vub-study\\_on\\_the\\_essence\\_of\\_fundamental\\_rights\\_to\\_privacy\\_and\\_to\\_protection\\_of\\_personal\\_data\\_en.pdf](https://www.edps.europa.eu/system/files/2023-11/edps-vub-study_on_the_essence_of_fundamental_rights_to_privacy_and_to_protection_of_personal_data_en.pdf)
- Khumon , P. (2020). *Cross-Border Data Privacy Regulation in Asean: Overcoming Institutional Challenges (Research Report)*. The University of the Thai Chamber of Commerce. <https://searchlib.utcc.ac.th/library/onlinethesis/309645.pdf>.
- Lim, H Y. (2017). *GDPR Matchup: Singapore's Personal Data Protection Act*. <https://iapp.org/news/a/gdpr-matchup-singapores-personal-data-protection-act>.
- OECD. (2023). *Consumer Vulnerability in the Digital Age OECD DIGITAL Economy Papers* June 2023 No. 355. OECD Publishing. [https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2023/06/consumer-vulnerability-in-the-digital-age\\_85b498eb/4d013cc5-en.pdf](https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2023/06/consumer-vulnerability-in-the-digital-age_85b498eb/4d013cc5-en.pdf).
- Palmieri, Nicholas F. (2019). Who Should Regulate Datab?: An Analysis of the California Consumer Privacy Act and Its Effects on Nationwide Data Protection Laws. *UC Law Science and Technology Journal*, 11(1), 37-60. [https://repository.uclawsf.edu/hastings\\_science\\_technology\\_law\\_journal/vol11/iss1/4/](https://repository.uclawsf.edu/hastings_science_technology_law_journal/vol11/iss1/4/)
- People of the State of California v. Sephora USA, Inc. (2022). *Case No. CGC-22-601380*, Cal. Super. Ct. Aug. 24, 2022.
- Personal Data Protection Commission Singapore. (2022). *Annual Report 2022: Integrating Data Protection with Cybersecurity and Digital Governance*. Singapore: PDPC Singapore.
- Sholehuddin, N., Miskam, S., Mohd Shahwahid, F., Raja Abdul Aziz, T. N., & Mansor, N. (2024). A Comparative Legal Analysis on Personal Data Protection Laws in Selected ASEAN Countries: Analisis Perundangan Perbandingan Undang-undang Perlindungan Data

Peribadi di Negara-negara ASEAN. *Journal of Muwafaqat*, 7(1), 23-38.

<https://doi.org/10.53840/muwafaqat.v7i1.166>

Singapore PDPC. (2021). *Personal Data Protection Act Implementation Review*. Singapore:

Personal Data Protection Commission.

State of California. (2018). *California Consumer Privacy Act of 2018 (CCPA) - Legislative*

*Analysis and Public Comment Period Report*. Sacramento: California Department of Justice.

U.S. Department of Justice. (2022). *International Cooperation in Cybercrime Enforcement:*

*Case Study of Yahoo Data Breach Joint Investigation*. DOJ Cybersecurity Enforcement Annual Report, 112-156.