

กฏข้อ

■ โทรพล ขัณุมাত্রกิจ sps@cscoms.com

PRIVACY LAW

กฎหมายสิทธิส่วนบุคคล

ล

ปดার্থที่ 26 ของปี สำหรับสปีดาร์ที่ขอเขียนถึงเรื่องที่สำคัญเรื่องหนึ่งของการตลาดแบบตรง และอาจจะเกี่ยวข้องโดยตรงกับการตลาดแบบทั่วไปด้วยซ้ำ เพราะขณะนี้ สองหน่วยงานของรัฐกำลังร่างกฎหมายสิทธิส่วนบุคคล (PRIVACY LAW) อันจะนำมาซึ่งข้อกำหนดต่างๆ ในการดำเนินการที่เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้านั้นแต่เชื่อไหมครับว่าเมื่อมีการยกร่างและนำมาใช้ปฏิบัติกฎหมายฉบับนี้จะเกี่ยวกับทุกคนเลย หลังจากที่ผมได้อ่านรายละเอียดของร่างกฎหมายจากสมาคมนักการตลาดแบบตรงไทย (THAI DIRECT MARKETER ASSOCIATION)

ผมคิดว่าโดยรวมรายละเอียดได้ครอบคลุมพอควร และจะสามารถคุ้มครองสิทธิส่วนบุคคลได้ดีเช่นกันเพียงแต่ผมไม่แน่ใจว่าบริษัทต่างๆที่มีรายชื่อของลูกค้านั้นจะปฏิบัติตามได้และเนื้อหาบางตอนอาจจะทำให้หลายบริษัทต้องคิดใหม่ว่าจะดำเนินการต่อไปหรือไม่ เนื้อหาของกฎหมายมีรายละเอียดมาก แต่ผมขอเน้นส่วนสำคัญมาเล่าสู่กันฟังก็แล้วกันพอหอมปากหอมคอ

เนื้อหากฎหมายฉบับนี้ว่าด้วย

- นิยามของคำว่า สิทธิส่วนบุคคล (Personal Data) ที่มีทั้ง 10 รูปแบบ เช่น เอกสาร รายงาน หนังสือ फिल्म ภาพ เสียง เป็นต้น
- กรรมวิธีการจัดเก็บ (Processing) ได้ระบุทั้ง 15 วิธีในการจัดเก็บข้อมูล
- หน้าที่และขอบข่ายการกำกับดูแลของหน่วยงานรัฐและเอกชนในการจัดเก็บข้อมูล

- การป้องกันข้อมูล วิธีการทั้งโดยข้อบังคับ

ของกฎหมายและ/หรือโดยการรักษา

ความปลอดภัยของบริษัทหรือบุคคลเอง

- ความรับผิดชอบของผู้ดูแลข้อมูล

(Registrar)

- ที่มาของข้อมูลและการได้มาของข้อมูล

ตลอดจนต้องใช้ให้ตรงกับวัตถุประสงค์ของการได้

มาซึ่งข้อมูล

- ข้อมูลที่ห้ามเปิดเผยยกเว้นได้รับอนุญาตจาก

เจ้าของข้อมูลก่อน (Sensitive Personal Data)

เช่น เชื้อชาติ ศาสนา แนวคิดทางการเมือง ความเชื่อ

สุขภาพจิต สุขภาพร่างกาย พฤติกรรมทางเพศ เป็นต้น รวมทั้ง 10

หน่วยข้อมูล

- การขออนุญาตเจ้าของข้อมูลเพื่อการจัดเก็บที่จะต้องได้รับอนุญาตอย่าง

เป็นลายลักษณ์อักษร (Written Letter of Consent)

- ข้อยกเว้นที่มีได้ถือว่าเป็นการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล

- การจะนำข้อมูลที่จัดเก็บมาเพื่อใช้งานและวัตถุประสงค์ของการใช้

- ระยะเวลาการจัดเก็บและการบอกกล่าว

- บทลงโทษต่างๆ

ผู้ที่เกี่ยวข้องกับกฎหมายฉบับนี้

- สถาบันการเงินและธนาคาร

- สถาบันบัตรเครดิตทั้ง BANK และ NON-BANK

- บริษัทขายตรง

- บริษัทเอเจนซีโฆษณาโดยเฉพาะส่วนของไดเร็กมาร์เก็ตติ้ง

- บริษัทที่ดำเนินการด้าน WEBSITE และ E-MAIL MARKETING

- บริษัทที่มีระบบสมาชิก/ออกบัตรสมาชิก/บัตรสิทธิต่างๆ ที่มีการขอชื่อ ที่อยู่

- บริษัทที่จัดเก็บข้อมูลลูกค้า เช่น โรงแรม โรงพยาบาล ร้านอาหาร ร้าน

พาสตีฟูด

- บริษัทที่จำหน่ายหนังสือทุกประเภท ทั้งหนังสือรายเดือน รายปี รายวัน

- บริษัทดำเนินกิจการไดเร็กมาร์เก็ตติ้ง เช่น บริษัทขายสินค้าทางทีวี บริษัทที่

ขายสินค้าทางเมล บริษัทที่ดำเนินกิจการ TELESale

- ห้างร้าน ห้างสรรพสินค้า ที่มีการส่งเอกสารไปให้ลูกค้าเป็นรายบุคคล

- และอื่นๆ ที่ผมอาจจะคาดไม่ถึง

หลายประเทศทั่วโลกที่ได้มีการประกาศใช้ PRIVACY LAW แล้วนั้น มีทั้ง

ประสบความสำเร็จคือ WIN WIN ทั้งหน่วยงานรัฐ ผู้บริโภค และผู้ประกอบการ

และมีทั้งประเทศที่ประกาศใช้แล้ว ทำให้ธุรกิจบางประเภทต้องปิดตัวลง และก่อให้เกิดปัญหาหลายอย่าง และมีอีกหลายประเทศ ที่เมื่อประเทศใช้แล้วต้องนำ

กลับมามีความแก้ไข เหตุที่เป็นเช่นนี้เพราะมันเป็นเรื่องส่วนบุคคล (PRIVATE)

และนั่นหมายถึงว่าแต่ละบุคคลย่อมมีมุมมองที่ไม่เหมือนกันหรือแตกต่างกัน

อย่างสิ้นเชิง

ดังนั้นการที่ผู้บริโภคจะนำไปใช้นั้นจึงมีทั้งด้านดีและด้านไม่ดีเมื่อเข้าใหม่

ได้ฟังข่าวจากคุณหญิง ณ บางน้อย ได้เล่าให้ฟังถึงกฎหมายฉบับหนึ่งในนิวยอร์ก

ที่มีช่องว่างให้ผู้คนได้มีการฟ้องร้องกันในเรื่องที่คาดไม่ถึงเช่นเด็กแรกเกิดแล้วมี

คนเขาไปอุ้ม ปรากฏว่าพ่อแม่เด็กคิดว่าคนนี้เป็นคนทำ จึงดำเนินการฟ้องร้อง คือ

นำกฎหมายที่ดีไปใช้ในวิธีที่ผิดอันนี้เราต้องใช้ความระมัดระวังเป็นอย่างยิ่ง

เพราะหลายครั้งที่นักวิชาการอาจจะรู้ด้านหนึ่งและนักธุรกิจที่ดำเนินการอยู่ในสิ่ง

นั้นรู้จักด้านหนึ่งแต่ไม่เคยได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนกันจนกลายเป็นประเด็นที่

แก้ไขได้ยากลำบากในเวลาต่อมา

ตอนนี้เรากำลังจับตาดูประเทศญี่ปุ่นที่เพิ่งได้มีกฎหมาย PRIVACY LAW

ประกาศใช้ไปเมื่อวันที่ 1 เมษายนปีนี้ ญี่ปุ่นถือเป็นหนึ่งในห้าของประเทศที่มีการ

ใช้ไดเร็กมาร์เก็ตติ้งมากที่สุดผลกระทบต้องจรรุกรกิจจะเป็นอย่างไรเป็นเรื่องที่

น่าติดตามยิ่ง

ความสำคัญของ PRIVACY LAW นั้นมีมากมาย และยังมีสิ่งทีรัฐจะต้องหา

มาตรการรองรับ เช่น การสร้างศูนย์กลางจัดเก็บข้อมูล (DATA WAREHOUSE)

เพื่อเป็นเครื่องมือในการบริหารผู้บริโภคที่เราเรียกว่า ชื่อที่ไม่ต้องการให้ติดต่อ (DO

NOT CALL LIST) เวลาแปลเป็นภาษาไทยแล้วมันติดๆ ยังไงชอบกล

แต่มันก็คือบุคคลที่ทุกบริษัทจะต้องห้ามติดต่อโดยเด็ดขาดจนกว่าจะได้รับ

อนุญาตจากตัวบุคคลเอง ซึ่งหากไม่มี DATA WAREHOUSE แล้วนั้นเห็นทีจะ

ให้การปกป้องผู้บริโภคได้ยากเพราะชื่อหนึ่งอาจจะเคยให้บริษัทนั้น บริษัท

นี้ไปถึง 100 แห่ง แห่งนี้ไม่โทรไม่ติดต่อ แต่แห่งอื่นๆ ก็ทำ มันก็จะวุ่นวายเหมือนกัน

สุดท้ายอาชีพนายความจะเจริญรุ่งเรืองมากที่สุด

ใครจะรู้ว่าเมื่อกฎหมายได้ออกใช้การที่คุ้นเคยหรือข้อความบางอย่างของ

ผมอยู่ในครอบครองผมอาจจะเรียกร้องสิทธิหรือแม้แต่ขอคืนก็เป็นได้

เพราะปัจจุบันนี้แม้แต่เรื่องของกฎหมายแรงงานก็ยังทำให้การทำงานยากขึ้น

เรื่อยๆ ผู้ใช้แรงงานเองก็มีความรู้และมุมมองที่ลึกมากขึ้น ดังนั้น ทุกท่านที่ทา

ธุรกิจควรอย่างยิ่งที่จะทำความเข้าใจกับกฎหมายว่าด้วยสิทธิส่วนบุคคลนี้ซึ่ง

สมาคม TDMA จะมีการจัดเสวนาให้กับสมาชิกในเรื่องนี้อีกด้วย ส่วนราย

ละเอียดเมื่อผมได้รับข้อมูลแล้วจะนำมาแจ้งวันและเวลาอีกที

