

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบัน โลกได้ก้าวมาสู่ยุคของข้อมูลข่าวสารที่การสื่อสารนั้นสามารถกระจายไปได้อย่างรวดเร็วด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย สามารถเผยแพร่ข้อมูลได้อย่างไร้พรมแดน ความก้าวหน้าทางด้านคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต (Internet) เกิดการขยายตัวมีการใช้กันอย่างแพร่หลายทั้งภาคธุรกิจและภาคประชาชนมีการเข้าถึงได้ง่ายและรวดเร็ว ทำให้อินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์มากยิ่งขึ้น ทั้งทางด้านการศึกษาที่ใช้เป็นแหล่งค้นคว้าหาความรู้ต่างๆ โดยเฉพาะด้านการทำธุรกิจ อินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทที่สำคัญเป็นอย่างยิ่งในการทำธุรกิจการค้า โดยสามารถทำให้ผู้ซื้อและผู้ขายสามารถติดต่อกันได้โดยตรงทำให้สะดวกและประหยัดเวลาอีกทั้งยังช่วยลดต้นทุนอีกด้วย ด้านการคมนาคม และด้านการติดต่อสื่อสารที่สามารถติดต่อกันได้อย่างรวดเร็วไม่ว่าจะอยู่ที่ใดในโลก ยิ่งในปัจจุบันด้วยแล้วโทรศัพท์มือถือเป็นเทคโนโลยีสื่อสารที่อยู่ใกล้ตัวมนุษย์มากที่สุด และได้ถูกพัฒนาให้สามารถเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตทำให้ผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงข่าวสารต่างๆ ได้ง่ายกว่าสมัยก่อน การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตนั้นถือได้ว่าเป็นช่องทางสำคัญในการติดต่อสื่อสารของคนในสังคมยุคปัจจุบันเป็นอย่างมาก เมื่อเทคโนโลยีสารสนเทศได้รับการพัฒนามากขึ้นส่งผลให้เกิดบริการเว็บไซต์ในรูปแบบเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media Network) อย่งไรก็ตาม ถึงแม้อินเทอร์เน็ตจะมีประโยชน์ในการติดต่อสื่อสาร การทำธุรกิจการค้า แต่ปัจจุบันผู้ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ไม่ได้รู้ถึงสิทธิความเป็นส่วนตัวของบุคคลอื่น ทำให้เกิดปัญหาในการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลนับวันยิ่งทวีความรุนแรงมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นฝ่ายรัฐเองหรือเอกชนก็ตาม ซึ่งการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Personal Data Protection) เป็นสิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐานประเภทหนึ่งในปัจจุบันได้รับความสำคัญเป็นอย่างมาก โดยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลถือเป็นการให้ความคุ้มครองสิทธิในความเป็นส่วนตัวหรือสิทธิในความเป็นอยู่ส่วนตัว (Right to Privacy) อย่างหนึ่ง

แม้ว่าโลกยุคดิจิทัลจะมีการพัฒนากันอย่างแพร่หลายดังที่กล่าวมาแล้ว แต่ในเรื่องสิทธิความเป็นส่วนตัว (The Right to Privacy) ถือเป็นสิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐาน (Human Right) และเป็นที่ยอมรับกันทั่วไปว่า ข้อมูลส่วนบุคคลเป็นส่วนหนึ่งของสิทธิในความเป็นส่วนตัว การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลเป็นพัฒนาการในเรื่องการคุ้มครองชีวิต ร่างกาย และทรัพย์สินของบุคคล ที่ได้

ขยายขอบเขตการคุ้มครองไปถึงการคุ้มครองความคิด ความรู้สึกที่แสดงออกมาของบุคคล สิทธิดังกล่าวนี้จึงเป็นส่วนหนึ่งของสิทธิส่วนบุคคล ในการที่จะอยู่ลำพังปราศจากการรบกวนหรือขัดขวาง และครอบคลุมถึงสิทธิขั้นพื้นฐานของบุคคลไว้ทั้งหมด เช่น ความเป็นส่วนตัวในร่างกาย สิทธิในการเดินทางติดต่อสื่อสาร สิทธิในการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และยังเกี่ยวโยงถึงรากฐานของสิทธิมนุษยชน เช่น สิทธิและเสรีภาพในตัวบุคคลอีกด้วย การก้าวท้าวข้อมูลส่วนบุคคลจึงถือเป็นการละเมิดสิทธิความเป็นส่วนตัว เนื่องจากสิทธิส่วนบุคคลเป็นสิทธิตามกฎหมายของบุคคล อันมีสถานะที่ต่างจากสิทธิอื่นๆ และการล่วงเกินสิทธิประเภทนี้ ถือว่าเป็นการกระทำละเมิด (Tort)¹ สำหรับประเทศไทย รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 ได้บัญญัติเรื่องของสิทธิความเป็นส่วนตัวไว้ในมาตรา 32 ว่า “บุคคลย่อมมีสิทธิใน ความเป็นอยู่ส่วนตัว เกียรติยศ ชื่อเสียง และครอบครัว การกระทำอันเป็นการละเมิดหรือกระทบต่อสิทธิของบุคคลตามวรรคหนึ่ง หรือการนำข้อมูลส่วนบุคคลไปใช้ประโยชน์ไม่ว่าในทางใด ๆ จะกระทำมิได้ เว้นแต่โดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมายที่ตราขึ้นเพียงเท่าที่จำเป็นเพื่อประโยชน์สาธารณะ”² และยังบัญญัติเกี่ยวกับการคุ้มครองสิทธิในข้อมูลส่วนบุคคลไว้ในมาตรา 36 วรรคหนึ่งและวรรคสอง ว่า “บุคคลย่อมมีเสรีภาพในการติดต่อสื่อสารถึงกันไม่ว่าในทางใด ๆ การตรวจ การกัก หรือการเปิดเผยข้อมูลที่บุคคลสื่อสารถึงกัน รวมทั้งการกระทำด้วยประการใด ๆ เพื่อให้ล่วงรู้หรือได้มาซึ่งข้อมูลที่บุคคลสื่อสารถึงกันจะกระทำมิได้ เว้นแต่มีคำสั่งหรือหมายของศาล หรือมีเหตุอย่างอื่นตามที่กฎหมายบัญญัติ”³

ทั้งนี้ ในโลกยุคดิจิทัลในปัจจุบันข้อมูลมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากสังคมสมัยใหม่เป็นสังคมแห่งการติดต่อสื่อสาร ข้อมูลข่าวสารจึงมีความสำคัญต่อการวางแผน ระบบการทำงาน และการบริหารจัดการ การดำเนินกิจกรรมต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐหรือเอกชน มีความจำเป็นต้องมีข้อมูลไว้ในครอบครองไว้ให้ได้มากที่สุด โดยที่ข้อมูลข่าวสารคืออำนาจความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลของผู้บริโภคมีความหมายอย่างยิ่งสำหรับภาคธุรกิจ โดยเมื่อมีข้อมูลของผู้บริโภคในครอบครองมากกว่าก็จะมีรายได้เปรียบในการระดมกลุ่มเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจได้ตรงเป้าหมายยิ่งกว่าเดิม ซึ่งในข้อมูลข่าวสารจำนวนมากมาขมมหาศาลที่มีการครอบครอง หรือมีการแลกเปลี่ยนหรือแย่งชิงแข่งขันกันครอบครองนี้ มีข้อมูลข่าวสารส่วนหนึ่งเป็นข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งการเข้าถึงข้อมูล การรับ-ส่งข้อมูล การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารดังกล่าวในปัจจุบันสามารถทำได้โดยสะดวกและรวดเร็วมากและเกิดขึ้นตลอดเวลาและมีอยู่ทั่วไป โดยความสามารถในการจัดเก็บด้วยเทคโนโลยี

¹ นคร เสรีรักษ์. *ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านข้อมูลส่วนบุคคล (Data Privacy Guideline) (ตอนที่ 1)*. (ออนไลน์).

เข้าถึงได้จาก: <http://www.fpps.or.th/news.php?detail=n1410144102.news>. [2561, 10 มีนาคม].

² รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 มาตรา 32.

³ รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 มาตรา 36.

ต่างๆ ดังนั้นการสะสมข้อมูลไว้ในครอบครองเพื่อหาประโยชน์จากข้อมูลนั้นจึงเกิดมากขึ้นและมีอยู่ในทุกๆ วงการธุรกิจ เพื่อเพิ่มโอกาสในการดำเนินธุรกิจ แต่ก็ส่งผลกระทบต่อบุคคลที่ถูกนำข้อมูลส่วนบุคคลไปใช้ ประมวลผล หรือเปิดเผย ทำให้บุคคลผู้เป็นเจ้าของข้อมูลอาจได้รับความเสียหาย เช่น อาจมีผลต่อความปลอดภัยต่อชีวิต ร่างกาย สิทธิ และเสรีภาพของบุคคล หรือการนำข้อมูลข่าวสารไปใช้ประโยชน์ในทางพาณิชย์โดยปราศจากการได้รับอนุญาตจากเจ้าของข้อมูล ทำให้เกิดความเสียหายหรือความเดือดร้อนรำคาญ

จากข้างต้นจะเห็นได้ว่าข้อมูลข่าวสารมีความสำคัญในเชิงพาณิชย์เป็นอย่างมาก โดยการเก็บข้อมูลส่วนหนึ่งเกิดจากการใช้โทรศัพท์มือถือ การใช้อินเทอร์เน็ตและแอปพลิเคชันต่างๆ ที่เป็นที่นิยม เช่น facebook google foursquare และอื่นๆ ที่ได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการใช้ชีวิตประจำวันของประชาชนทั่วไปเป็นอย่างมาก อีกทั้งเทคโนโลยีที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว การเติบโตของอุปกรณ์ไร้สายต่างๆ เช่น โทรศัพท์มือถือหรือโทรศัพท์เคลื่อนที่ สมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตที่เป็นเครื่องมือในการเข้าถึงโลกอินเทอร์เน็ตมีความสะดวกในการใช้งานและเข้าถึงได้ง่าย อีกทั้งเครื่องข่ายการให้บริการ โทรศัพท์มือถือและอินเทอร์เน็ตได้เข้าถึงครอบคลุมทุกพื้นที่การใช้งาน ทำให้การเชื่อมต่อไปได้ทุกที่ ทุกเวลา ซึ่งจากการใช้บริการต่างๆ ดังที่กล่าวมา ก็มีข้อมูลเกิดขึ้นจากการใช้โทรศัพท์มือถือและอินเทอร์เน็ตด้วย ซึ่งข้อมูลที่เกิดขึ้นผู้ใช้บริการอาจไม่รู้ตัวว่าการทำงานของโทรศัพท์มือถือของผู้ใช้บริการอาจถูกติดตามและประมวลผลข้อมูลเกี่ยวกับตำแหน่ง (Location) ได้ หรือ ผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันอาจแชร์โลเคชัน (Share Location) หรือเช็คอิน (check in) ตำแหน่งที่อยู่ของตน

ข้อมูลข่าวสารมีบทบาทสำคัญเป็นอย่างยิ่งในโลกของดิจิทัลมาร์เก็ตติ้ง โดยเครื่องมือในการทำการตลาดดิจิทัลอย่างหนึ่งคือ LBM (Location Base Marketing) เพื่อเชื่อมโยงแบรนด์สร้างกิจกรรมทางการตลาดขึ้นมาถือว่าสำคัญและเห็นผลลัพธ์ได้ชัดเจนมาก โดยเป็นการเชื่อมโยงพื้นที่ยืนยันตัวตน เป็นเครื่องการตลาดใหม่สำหรับโลกโซเชียลเน็ตเวิร์ค ซึ่งผู้ใช้โทรศัพท์มือถืออยู่ทุกๆ วันอาจจะไม่รู้ตัวว่าตัวเองที่เป็นมีเดียเคลื่อนที่จากการยืนยันตัวตนด้วยการเช็คอินผ่านโทรศัพท์มือถือแล้วแชร์สถานที่พร้อมรูปภาพบรรยายพรรณนาเข้าที่แอปพลิเคชันต่างๆ เช่น facebook google foursquare จะโดยตั้งใจหรือไม่ก็ตาม ด้วยพฤติกรรมการเช็คอินด้วยโทรศัพท์มือถือนั้นมีผลอย่างยิ่งในการสร้างการสื่อสารผ่านโลกโซเชียลเน็ตเวิร์คที่ได้ผลอย่างมาก⁴ ตัวอย่างเช่น กรณี Brown-Forman ผู้ผลิตเครื่องดื่มเตกีล่า ร่วมมือกับ Foursquare ซึ่งช่วยให้สามารถกำหนดเป้าหมายโฆษณาบนมือถือไปยังอุปกรณ์เคลื่อนที่ใกล้กับร้านค้า บาร์ หรือร้านอาหารที่เคยเห็นในอดีต โดยใช้ข้อมูล

⁴อติลพีตรี ประพฤติสุจริต. (2555). *The Real facebook Marketing เฟซบุ๊กมาร์เก็ตติ้ง ฉบับกลยุทธ์*. กรุงเทพฯธุรกิจ. หน้า 178.

ที่ Foursquare เก็บรวบรวมได้โดยตรงจากการเช็คอินสถานที่ทางกายภาพและรวบรวมข้อมูลตำแหน่งสถานที่ที่พวกเขาอยู่⁵ หรือ กรณี ร้านอาหารเม็กซิกัน ชื่อ Chipotle ในสหรัฐอเมริกา ก็ใช้ข้อมูลจาก Foursquare ที่รวบรวมข้อมูลจากการที่ลูกค้าของร้าน Chipotle เช็คอินผ่านโทรศัพท์มือถือ เพื่อประเมินยอดขายของร้านจากการที่ถูกตรวจพบเชื้อแบคทีเรีย E.coli เมื่อเดือนตุลาคม 2015 ทำให้เห็นได้ชัดเจนว่ามีลูกค้าเข้าร้านลดลงจากช่วงเวลาเดียวกันของปี 2014 มาก ทำให้ร้านออกโปรโมชั่นแจกอาหารฟรีเพื่อให้ยอดขายกระเตื้องขึ้นมา⁶ เป็นต้น อีกทั้งในปัจจุบันข้อมูลส่วนบุคคลก็ได้กลายเป็นวัตถุดิบที่มีการซื้อขายแลกเปลี่ยนกันจนกลายเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งไปแล้ว เช่น กรณี facebook ถูกฟ้องเนื่องจากข้อมูลของผู้ใช้บริการของ facebook ถูก บริษัท Cambridge Analytica นำข้อมูลไปใช้ในแคมเปญการหาเสียงเลือกตั้งในอเมริกา⁷ หรือการที่ Foursquare พัฒนาแอปพลิเคชันชื่อ Pinpoint แพลตฟอร์มเพื่อการโฆษณาโดยอ้างอิงข้อมูลพิกัดเพื่อให้ผู้ลงโฆษณาทราบถึงกลุ่มเป้าหมายของตัวเองว่ามีพฤติกรรมตามสถานที่ต่างๆอย่างไร โดย Pinpoint เป็นการนำข้อมูลจากฐานข้อมูลของ Foursquare ที่มีข้อมูลสถานที่ การเช็คอินและจำนวนที่ป โดยผู้บริการที่จะลงโฆษณาสามารถดูการวิเคราะห์ความถี่ ระยะเวลาและไลฟ์สไตล์ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในแต่ละสถานที่ได้โดยง่าย⁸ เป็นต้น จะเห็นได้ว่าเป็นตัวอย่างของการความสำคัญของการใช้ข้อมูลตำแหน่ง (Location Data) เพื่อนำมาวิเคราะห์ใช้ในภาคธุรกิจ

จากข้างต้นจะเห็นได้ถึงความสำคัญของการครอบครองข้อมูลข่าวสารที่ทำให้เกิดความได้เปรียบในเชิงพาณิชย์ทำให้เพิ่มโอกาสในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งในข้อมูลข่าวสารจำนวนมากมานั้นมีข้อมูลข่าวสารที่เป็นข้อมูลส่วนบุคคลรวมอยู่ด้วย โดยหากมีการใช้ประโยชน์จากข้อมูลส่วนบุคคลผู้เป็นเจ้าของข้อมูลควรรู้และแสวงหาประโยชน์จากข้อมูลของตนได้ด้วยเช่นกัน ทั้งนี้ปัจจุบันประเทศไทย ได้มีการจัดทำร่างพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. ซึ่งการ

⁵ Kate Kaye. *3 Mini Case Studies Show How Location Data Is Moving Marketing*. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <http://adage.com/article/print-edition/case-s/308190>. [2561, 5 มิถุนายน].

⁶ Jeff Glueck. *Foursquare Predicts Chipotle's Q1 Sales Down Nearly 30%; Foot Traffic Reveals the Start of a Mixed Recovery*. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <https://medium.com/foursquare-direct/foursquare-predicts-chipotle-s-q1-sales-down-nearly-30-foot-traffic-reveals-the-start-of-a-mixed-78515b2389af>. [2561, 5 มิถุนายน].

⁷ จิระประภา กุลโชติ. *Facebook กรณีข้อมูลผู้ใช้รั่วไหล (ตอน 1) : การบ้านของมาร์ก ซักเคอร์เบิร์ก*. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <https://thaipublica.org/2018/04/facebook-data-privacy-mark-zuckerberg-cambridge-analytica-1/>. [2561, 7 มิถุนายน].

⁸ Harrison Weber. *Foursquare unveils Pinpoint to show you ads based on where you've been*. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <https://venturebeat.com/2015/04/14/foursquare-launches-pinpoint-to-show-you-ads-based-on-where-youve-been/>. [2561, 10 มิถุนายน].

ละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลในประเทศไทยเกิดจากการที่กฎหมายที่คุ้มครองยังไม่ครอบคลุมพอที่จะสามารถรักษาสิทธิให้เจ้าของข้อมูลได้และความรู้ความเข้าใจในเรื่องสิทธิความเป็นส่วนตัวของเจ้าของข้อมูลนั้นยังไม่มากพอ อีกสาเหตุหนึ่งเกิดจากการที่ผู้ควบคุมข้อมูลหรือผู้ให้บริการนำข้อมูลของผู้ใช้บริการ ไปใช้เพื่อผลประโยชน์ทางธุรกิจหรืออาจถูกรัฐใช้อำนาจในการเข้าถึงข้อมูลหรือถูกผู้ให้บริการด้วยกันเองลักลอบเข้าไปนำเอาข้อมูลเพื่อผลนำไปใช้ประโยชน์ ซึ่งในที่นี้ผู้ศึกษาจะทำการศึกษาในกรณี ข้อมูลตำแหน่ง (Location Data) จากที่ได้กล่าวมาในช่วงต้นที่มีการเก็บรวบรวมข้อมูลสถานที่ตำแหน่งที่ตั้งที่ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต แชนแนล โซเชียล หรือเซ็คอิน หรือการที่อุปกรณ์ติดตามตัว เช่น โทรศัพท์มือถือหรือสมาร์ทโฟน มีเทคโนโลยีเกี่ยวกับการระบุตำแหน่งสามารถแสดงตำแหน่งของผู้ใช้โทรศัพท์มือถือ มาใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ โดยในกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลตำแหน่ง มีผู้เข้ามาเกี่ยวข้องกับกระบวนการดังกล่าวหลายส่วน ทั้งผู้ให้บริการโทรศัพท์มือถือ ผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือหรืออินเทอร์เน็ต หรือผู้ที่มีกรรมสิทธิในสถานที่ที่มีการเก็บข้อมูลตรงนั้น เนื่องจากการที่มีผู้เก็บรวบรวมข้อมูลดังกล่าวไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์อาจก่อให้เกิดการละเมิดความเป็นส่วนตัวได้ จึงมีความจำเป็นต้องให้เกิดความชัดเจนว่าข้อมูลใดเป็นข้อมูลส่วนบุคคลและควรได้รับการคุ้มครองบ้าง ซึ่งตามร่างพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. ที่ได้กำหนดนิยามของข้อมูลส่วนบุคคลซึ่งผู้ศึกษาเห็นว่ายังไม่ชัดเจนสำหรับข้อมูลตำแหน่ง จึงเป็นประเด็นที่ต้องศึกษาว่าข้อมูลตำแหน่งนั้นเป็นข้อมูลส่วนบุคคลหรือไม่ ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงเห็นควรศึกษาว่าข้อมูลตำแหน่ง เป็นข้อมูลส่วนบุคคลหรือไม่ และควรเป็นข้อมูลของใคร ซึ่งจะได้รับการคุ้มครองตามกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลหากเกิดการละเมิดหรือไม่อย่างไร และมีวิธีการการคุ้มครองข้อมูลตำแหน่งอย่างไร โดยผู้ศึกษาจะศึกษากฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของต่างประเทศเพื่อเป็นแนวทางและนำมาวิเคราะห์เปรียบเทียบกับกฎหมายของประเทศไทยต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาความหมาย แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
2. เพื่อศึกษามาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของต่างประเทศและประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาวิเคราะห์ปัญหาเกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล กรณีข้อมูลตำแหน่งของผู้ใช้บริการ
4. เพื่อเสนอแนะแนวทางการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล กรณีข้อมูลตำแหน่งของผู้ใช้บริการ

1.3 สมมติฐานของการศึกษา

มาตรการทางกฎหมายของประเทศไทยในปัจจุบันไม่สามารถครอบคลุมถึงการคุ้มครองข้อมูลตำแหน่ง ซึ่งตามร่างพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. ได้บัญญัติค่านิยามข้อมูลส่วนบุคคลไว้แต่ก็ยังไม่ครอบคลุมถึงการคุ้มครองข้อมูลตำแหน่ง ซึ่งข้อมูลตำแหน่งมีความสำคัญในการประกอบกิจการของเอกชนเชิงพาณิชย์ โดยผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลตำแหน่งของผู้ใช้บริการโทรศัพท์มือถือและเครือข่ายอินเทอร์เน็ตไปวิเคราะห์พฤติกรรมการบริโภคและนำไปใช้เพื่อส่งเสริมทางการตลาดของตนได้ ข้อมูลตำแหน่งจึงมีมูลค่าในเชิงพาณิชย์เป็นอย่างมาก เจ้าของข้อมูลจึงควรสามารถใช้และแสวงหาประโยชน์ของตนได้เช่นกัน อีกทั้งข้อมูลตำแหน่งเป็นข้อมูลที่สามารถระบุถึงตัวบุคคลโดยมีการใช้เทคโนโลยีที่สามารถระบุตำแหน่งที่อยู่ของผู้ใช้โทรศัพท์มือถือหรือเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้ ซึ่งผู้ใช้โทรศัพท์มือถืออาจถูกติดตามและก่อกวนให้เกิดความรำคาญได้ ดังนั้นเพื่อให้การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของประเทศไทยเป็นไปอย่างครอบคลุม จึงควรปรับปรุงร่างพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. ... โดยกำหนดให้ค่านิยามข้อมูลส่วนบุคคลรวมถึงข้อมูลตำแหน่ง ซึ่งจะทำให้ข้อมูลตำแหน่งได้รับความคุ้มครองตามร่างพระราชบัญญัตินี้ดังกล่าวด้วย

1.4 ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้เขียนได้ทำการศึกษาถึงปัญหากฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล โดยศึกษาเฉพาะกรณีข้อมูลการตำแหน่ง (Location Data) ของผู้ใช้บริการ ซึ่งกฎหมายและหลักเกณฑ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กฎหมายต่างประเทศ Directive 95/46/EC on the Protection of Personal Data, Directive 2002/58 on Privacy and Electronic Communication, Regulation (EU) 2016/679 (General Data Protection Regulation), Personal Data Protection Act 2012 ประกอบด้วยกฎหมายไทย ได้แก่ รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 พระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารราชการ พ.ศ.2540 พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และร่างพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ.

1.5 วิธีการดำเนินการศึกษา

สารนิพนธ์นี้เป็นการวิจัยเอกสาร (Documentary Research) โดยการสืบค้นจากเอกสารปฐมภูมิ (Primary Document) ในส่วนที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ กฎหมายไทยประกอบด้วย รัฐธรรมนูญ

แห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 พระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารราชการ พ.ศ.2540 พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และร่างพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. และกฎหมายต่างประเทศ ได้แก่ Directive 2002/58 on Privacy and Electronic Communication, Directive 95/46/EC on the Protection of Personal Data, Regulation (EU) 2016/679 (General Data Protection Regulation), Personal Data Protection Act 2012 และเอกสารทุติยภูมิ (Secondary Document) ได้แก่ รายงานการวิจัย วิทยานิพนธ์ สารนิพนธ์ ตำรา บทความวิชาการ วารสาร สิ่งพิมพ์ ข้อมูลสารสนเทศจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ที่เกี่ยวข้องทั้งของไทยและต่างประเทศ

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงความหมาย แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
2. ทำให้ทราบถึงมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของต่างประเทศและประเทศไทย
3. ทำให้ทราบถึงปัญหาเกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล กรณีข้อมูลตำแหน่ง (Location Data) ของผู้ใช้บริการ
4. ทำให้ทราบถึงแนวทางการเสนอแนะการคุ้มครองข้อมูลตำแหน่งของผู้ใช้บริการ

1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ

ข้อมูลตำแหน่ง (Location Data) หมายถึง ข้อมูลตำแหน่งที่ตั้ง หรือ ข้อมูลตำแหน่งทางภูมิศาสตร์

สมาร์ทโฟน หมายถึง โทรศัพท์มือถือที่มีความสามารถรวมของคอมพิวเตอร์ โดยที่สามารถเชื่อมต่อความสามารถหลักของโทรศัพท์มือถือ เข้าร่วมกับแอปพลิเคชันของโทรศัพท์เอง และสามารถให้ผู้ใช้งานติดตั้ง โปรแกรมเสริมสำหรับเพิ่มความสามารถของโทรศัพท์

ผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือ หมายถึง ผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือ รวมถึงบริการอินเทอร์เน็ต