

รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์

เรื่อง การศึกษาวิจัยมาตรการการกำกับผู้ประกอบการ
แพลตฟอร์มดิจิทัลที่กระทบต่อสิทธิผู้บริโภค : กรณีศึกษาเฟซบุ๊ก



คณะผู้วิจัย

รองศาสตราจารย์ ดร.เกวลิน ต่อปัญญาชาญ
อาจารย์ ดร.กฤษฎา แสงเจริญทรัพย์

ได้รับทุนสนับสนุนโครงการวิจัยจากสภาองค์กรของผู้บริโภค

เมษายน 2568

รายงานฉบับสมบูรณ์

โครงการศึกษาวิจัย

เรื่อง

มาตรการการกำกับผู้ประกอบการธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัล
ที่กระทบต่อสิทธิผู้บริโภค: กรณีศึกษาเฟซบุ๊ก

เสนอต่อ

สภาองค์กรของผู้บริโภค

คณะผู้วิจัย

รองศาสตราจารย์ ดร.เกวลิน ต่อบัญญาชาญ

อาจารย์ ดร.กฤษฎา แสงเจริญทรัพย์

สารบัญ

หน้า

	กิตติกรรมประกาศ	
	บทสรุปผู้บริหาร	
บทที่ 1	บทนำ	1
	1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
	1.2 วัตถุประสงค์ในการศึกษา	5
	1.3 ขอบเขตในการศึกษา	5
	1.4 สมมติฐานการศึกษา	7
	1.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย	8
	1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	8
	1.7 นิยามศัพท์	9
บทที่ 2	ทบทวนวรรณกรรม	10
	2.1 ความหมายของคำว่าธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัล	10
	2.2 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัล	12
	2.2.1 ทฤษฎีผลประโยชน์สาธารณะ	13
	2.2.2 แนวคิดด้านการกำกับดูแลตนเอง	14
	2.2.3 ทฤษฎีการกำกับดูแลในเชิงเศรษฐศาสตร์	15
	2.3 โครงสร้างการกำกับดูแลตนเอง (Self-regulator) ของเฟซบุ๊ก	15
	2.3.1 เจื่อนใจและข้อตกลงในการให้บริการ	16
	2.3.2 ข้อกำหนดมาตรฐานชุมชน	23
	2.3.3 คณะกรรมการกำกับดูแล	26
	2.4 ลักษณะความรับผิดของธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลที่มีต่อผู้บริโภค	31
	2.4.1 ความรับผิดของเฟซบุ๊กอันเนื่องมาจากข้อสัญญา	32
	2.4.2 ความรับผิดของเฟซบุ๊กอันเนื่องมาจากการละเมิด	33
	2.4.3 ความรับผิดของเฟซบุ๊กอันเนื่องมาจากสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ ที่มีความไม่ปลอดภัย	35
	2.5 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัล	36

สารบัญ

		หน้า
บทที่ 3	ระเบียบวิธีวิจัย	40
	3.1 วิธีวิจัยแบบผสมผสาน	40
	3.2 เกณฑ์การคัดเลือกผู้เข้าร่วมวิจัย	41
	3.3 การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ	45
	3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	46
	3.5 การได้รับอนุมัติและระยะเวลาที่ใช้ในการทำการศึกษาวิจัย	46
บทที่ 4	กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการกำกับผู้ประกอบการธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลที่กระทบต่อสิทธิ ผู้บริโภคของประเทศไทย ต่างประเทศ และระหว่างประเทศ	47
	4.1 กฎหมายไทยที่เกี่ยวข้องกับการฟ้องร้องดำเนินคดีกับผู้ประกอบการธุรกิจ แพลตฟอร์มดิจิทัล	47
	4.1.1 กฎหมายลักษณะสัญญา	47
	4.1.2 กฎหมายลักษณะตัวการตัวแทน	51
	4.1.3 ประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่ง	54
	4.1.4 พระราชกฤษฎีกาการประกอบธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ต้องแจ้งให้ ทราบ พ.ศ. 2565	55
	4.1.5 พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 และที่แก้ไขโดยพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิด เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2560	61
	4.1.6 พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562	77
	4.1.7 ร่างพระราชบัญญัติเศรษฐกิจแพลตฟอร์มดิจิทัล พ.ศ.	81
	4.2 กฎหมายต่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับการฟ้องร้องดำเนินคดีกับผู้ประกอบการธุรกิจ แพลตฟอร์มดิจิทัล	83
	4.2.1 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลของประเทศ สหรัฐอเมริกา	84
	4.2.2 สหภาพยุโรป	88
	4.2.3 เครือรัฐออสเตรเลีย	93
	4.3 ตัวอย่างการฟ้องร้องดำเนินคดีหรือการร้องเรียนกับผู้ประกอบการแพลตฟอร์ม ดิจิทัลในต่างประเทศ	107
	4.3.1 การคุ้มครองตามกฎหมายระหว่างประเทศ	107
	4.3.2 การแข่งขันทางการค้า	109

สารบัญ

	หน้า
4.3.3 การกลั่นกรองเนื้อหา	112
4.3.4 ทรัพย์สินทางปัญญา	119
4.3.5 การจ้างแรงงาน	122
4.3.6 ความปลอดภัยและการลงทุน	124
4.3.7 การคุ้มครองผู้บริโภค	126
บทที่ 5 ผลการศึกษา	144
5.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	144
5.2 สถานการณ์ความปลอดภัยในการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลในประเทศไทย	148
5.3 สถานการณ์การซื้อขายสินค้าหรือบริการผ่านทางแพลตฟอร์มดิจิทัล	151
5.4 สถานการณ์การตกเป็นเหยื่อของมิจฉาชีพจากการถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกง ผ่านทางเฟซบุ๊กในประเทศไทย	155
5.5 ผลที่เกิดขึ้นภายหลังจากการตกเป็นเหยื่อของการถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกง ผ่านทางเฟซบุ๊ก	169
5.6 มาตรการที่เหมาะสมในการช่วยป้องกันผู้บริโภคจากการถูกหลอกลวง หรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊ก	174
5.7 แนวทางการแก้ไขปัญหาและจัดการความเสียหายจากการถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกง ผ่านทางเฟซบุ๊ก	175
5.8 ผลการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ	179
5.8.1 สถานการณ์การหลอกลวง ฉ้อโกง รวมถึงการขายสินค้าหรือบริการที่ไม่ได้ คุณภาพผ่านทางเฟซบุ๊ก	180
5.8.2 การขาดกระบวนการเริ่มต้นในการดำเนินคดีกับเฟซบุ๊กในประเทศไทย	183
5.8.3 ลักษณะ รูปแบบ และผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการหลอกลวงหรือฉ้อโกงที่ เกิดขึ้นผ่านทางเฟซบุ๊ก	186
5.8.4 สภาพปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญต่อการกำกับดูแลการดำเนินธุรกิจของ เฟซบุ๊กในประเทศไทย	189
5.8.5 แนวทางอื่นนอกจากกฎหมายในการกำกับดูแลการดำเนินธุรกิจของ เฟซบุ๊กในประเทศไทย	213

สารบัญ

	หน้า
บทที่ 6	
อภิปรายผลการศึกษา	224
6.1 ลักษณะหรือประเภทคดีที่มีหรือเคยมีการฟ้องร้องดำเนินคดีกับแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก	224
6.2 ข้อจำกัดทางด้านกฎหมายรวมถึงการบังคับคดีกับเฟซบุ๊กในประเทศไทย	228
6.2.1 ข้อจำกัดด้านกฎหมายที่มีผลบังคับใช้อยู่ในปัจจุบัน	228
6.2.2 การขาดกฎหมายที่นำมาปรับใช้กับลักษณะความรับผิดชอบของแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กโดยตรง	236
6.2.3 ข้อจำกัดทางด้านกฎหมายวิธีสบัญญัติและการบังคับคดี	241
6.3 แนวทางในการกำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลที่อาจกระทบต่อสิทธิผู้บริโภคของต่างประเทศ	246
6.3.1 ประเทศสหรัฐอเมริกา	247
6.3.2 สหภาพยุโรป	248
6.3.3 เครือรัฐออสเตรเลีย	249
6.3.4 สาธารณรัฐอินเดีย	251
บทที่ 7	
สรุป และข้อเสนอแนะ	255
7.1 ภาพรวมของการศึกษาในครั้งนี้	255
7.2 สรุป	258
7.3 ข้อเสนอแนะ	266
7.4 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป	272
บรรณานุกรม	278
ภาคผนวก	279

สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 4.1	ความรับผิดชอบตามพระราชบัญญัติคอมพิวเตอร์ พ.ศ.2560	63
ตารางที่ 4.2	วิธีการและกระบวนการดำเนินการตามกฎหมาย	100
ตารางที่ 4.3	ตัวอย่างกรณีการปฏิบัติตามกฎหมายของแพลตฟอร์มดิจิทัล (เฟซบุ๊ก)	106
ตารางที่ 4.4	สรุปตัวอย่างประเภทของการฟ้องร้องดำเนินคดีหรือการร้องเรียนกับผู้ประกอบ ธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลในต่างประเทศในภูมิภาคและประเทศต่าง ๆ	142
ตารางที่ 5.1	แสดงจำนวน และร้อยละของความถี่ของข้อมูลทั่วไปของเพศของผู้ตอบ แบบสอบถาม	144
ตารางที่ 5.2	แสดงจำนวน และร้อยละของความถี่ของข้อมูลทั่วไปของช่วงอายุของผู้ตอบ แบบสอบถาม	145
ตารางที่ 5.3	แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในเรื่องระดับการศึกษา	145
ตารางที่ 5.4	แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในเรื่องอาชีพ	146
ตารางที่ 5.5	แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในเรื่องอาชีพ	147
ตารางที่ 5.6	แสดงข้อมูลรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม	147
ตารางที่ 5.7	แสดงจำนวน และร้อยละของความถี่ของแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ผู้ตอบ แบบสอบถามเคยมีประสบการณ์ในการถูกละเมิดหรือฉ้อโกงโดยมิฉฉาชีพ	148
ตารางที่ 5.8	แสดงจำนวน และร้อยละของความถี่ของแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ผู้ตอบ แบบสอบถามเห็นว่าเป็นแหล่งในการเผยแพร่ข่าวปลอม	149
ตารางที่ 5.9	แสดงจำนวน และร้อยละของความถี่ของแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ผู้ตอบ แบบสอบถามเห็นว่าเป็นแหล่งเผยแพร่เนื้อหาที่ไม่เหมาะสม	150
ตารางที่ 5.10	แสดงจำนวน และร้อยละของความถี่ของการซื้อขายสินค้าหรือบริการผ่านทาง เฟซบุ๊ก	151
ตารางที่ 5.11	แสดงจำนวนร้อยละ และร้อยละของความถี่ของปัญหาที่พบจากการซื้อสินค้า หรือบริการผ่านทางเฟซบุ๊ก	152
ตารางที่ 5.12	แสดงจำนวน และร้อยละของความถี่ของการซื้อขายสินค้าหรือบริการผ่านทาง แพลตฟอร์มอื่นที่นอกเหนือไปจากเฟซบุ๊ก	153
ตารางที่ 5.13	แสดงจำนวน และร้อยละของความถี่ของปัญหาที่พบจากการซื้อสินค้าหรือ บริการผ่านทางแพลตฟอร์มอื่นที่นอกเหนือไปจากเฟซบุ๊ก	154
ตารางที่ 5.14	แสดงจำนวน และร้อยละของความถี่ในการใช้เฟซบุ๊ก	156
ตารางที่ 5.15	แสดงจำนวน และร้อยละของความถี่จากการตกเป็นเหยื่อจากการถูกละเมิด หรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊ก	156

สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 5.16	แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยทางด้านเพศ จำแนกตามกลุ่มประสบการณ์การถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊ก	158
ตารางที่ 5.17	แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยทางด้านอายุ จำแนกตามกลุ่มประสบการณ์การถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊ก	159
ตารางที่ 5.18	แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยทางด้านระดับการศึกษา จำแนกตามกลุ่มประสบการณ์การถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊ก	160
ตารางที่ 5.19	แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยทางด้านอาชีพ จำแนกตามกลุ่มประสบการณ์การถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊ก	161
ตารางที่ 5.20	แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยทางด้านภูมิลำเนา (ไม่ใช่ภูมิลำเนาตามทะเบียนบ้าน) จำแนกตามกลุ่มประสบการณ์การถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊ก	163
ตารางที่ 5.21	แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยทางด้านรายได้ จำแนกตามกลุ่มประสบการณ์การถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊ก	164
ตารางที่ 5.22	แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยทางด้านความถี่ในการใช้เฟซบุ๊ก จำแนกตามกลุ่มประสบการณ์การถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊ก	165
ตารางที่ 5.23	แสดงจำนวน และร้อยละของความถี่ของลักษณะการหลอกลวงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊ก	167
ตารางที่ 5.24	แสดงจำนวน และร้อยละของความถี่ของมูลค่าความเสียหายครั้งที่มากที่สุดจากการถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงเพื่อให้ซื้อสินค้าหรือบริการผ่านทางเฟซบุ๊ก	167
ตารางที่ 5.25	แสดงจำนวน และร้อยละของความถี่ของมูลค่าความเสียหายทั้งหมดโดยประมาณจากการถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงเพื่อให้ซื้อสินค้าหรือบริการผ่านทางเฟซบุ๊ก	168
ตารางที่ 5.26	แสดงจำนวน และร้อยละของความถี่ของแนวโน้มที่ผู้เสียหายจะได้รับเงินคืนอันเนื่องมาจากการตกเป็นเหยื่อของการถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงให้ซื้อสินค้าหรือบริการผ่านทางเฟซบุ๊ก	170
ตารางที่ 5.27	แสดงจำนวน และร้อยละของความถี่ของผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงให้ซื้อสินค้าหรือบริการผ่านทางเฟซบุ๊ก	171
ตารางที่ 5.28	แสดงจำนวน และร้อยละของความถี่ของการแจ้งเรื่องหรือร้องเรียนกับทางเฟซบุ๊กถึงเหตุการณ์การถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงเพื่อให้ซื้อสินค้าหรือบริการผ่านทางเฟซบุ๊ก	172

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 5.29 แสดงจำนวน และร้อยละของความถี่ของสาเหตุที่ทำให้ตัดสินใจไม่แจ้งเรื่องหรือร้องเรียนกับทางเฟซบุ๊กถึงเหตุการณ์การถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงให้ซื้อสินค้าหรือบริการผ่านทางเฟซบุ๊ก	172
ตารางที่ 5.30 แสดงจำนวน และร้อยละของความถี่ของผลการดำเนินการที่เกิดขึ้นภายหลังจากที่ได้มีการแจ้งเรื่องหรือร้องเรียนเหตุการณ์การถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงให้ซื้อสินค้าหรือบริการผ่านทางเฟซบุ๊ก	173
ตารางที่ 5.31 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของมาตรการที่เหมาะสมในการช่วยป้องกันผู้บริโภคจากการถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊ก	174
ตารางที่ 5.32 แสดงจำนวน และร้อยละของความถี่ของผู้ที่ควรเป็นผู้รับผิดชอบหากมีความเสียหายจากการถูกหลอกลวงให้ซื้อสินค้าหรือบริการผ่านทางเฟซบุ๊ก	176
ตารางที่ 5.33 แสดงจำนวน และร้อยละของความถี่ของวิธีในการระงับข้อพิพาทที่เกิดขึ้นจากการถูกหลอกลวงให้ซื้อสินค้าหรือบริการผ่านทางเฟซบุ๊ก	176
ตารางที่ 5.34 แสดงจำนวน และร้อยละของความถี่ของความคิดเห็นต่อการฟ้องร้องดำเนินคดีกับเฟซบุ๊กในกรณีปล่อยให้มิฉฉาซีพหลอกลวงผู้บริโภคในประเทศไทย	177
ตารางที่ 5.35 แสดงจำนวน และร้อยละของความถี่ของสาเหตุทำให้ผู้บริโภคเลือกที่จะไม่ฟ้องร้องกับเฟซบุ๊กในฐานะที่เป็นเจ้าของพื้นที่แต่ปล่อยให้มิฉฉาซีพใช้เป็นพื้นที่ในการหลอกลวง	178

สารบัญรูปภาพ

	หน้า	
แผนภูมิที่ 1	แสดงจำนวนเนื้อหาที่ถูกจำกัด (Restricted content) ตามกฎหมายของประเทศไทย	2
แผนภูมิที่ 2	แสดงจำนวนเนื้อหาที่ถูกจำกัดตั้งแต่ พ.ศ. 2562-2566 แยกตามประเภทของเนื้อหา	3
ภาพที่ 1	การดำเนินการของ FTC ต่อ Facebook	128

บทสรุปผู้บริหาร

โครงการศึกษาวิจัย เรื่อง มาตรการการกำกับผู้ประกอบการธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลที่กระทบต่อสิทธิผู้บริโภค: กรณีศึกษาเฟซบุ๊ก ในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาและสำรวจสถานการณ์ ลักษณะ หรือรูปแบบของความเสียหายที่เกิดขึ้นจากการใช้บัญชีเฟซบุ๊กของผู้ใช้บัญชีเฟซบุ๊กในประเทศไทย 2) เพื่อศึกษา เปรียบเทียบ และวิเคราะห์ผลของคำพิพากษา กฎหมาย ตลอดจนมาตรการในการกำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลที่กระทบต่อสิทธิผู้บริโภคทั้งของประเทศไทยและต่างประเทศ และ 3) เพื่อจัดทำข้อเสนอการปรับปรุงข้อกฎหมาย หรือมาตรการในการกำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลที่กระทบต่อสิทธิผู้บริโภคในประเทศไทย โดยเริ่มดำเนินการตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2567 ถึงเมษายน พ.ศ. 2568 รวมระยะเวลาในการดำเนินโครงการทั้งสิ้น 9 เดือน โดยการศึกษาครั้งนี้ คณะผู้วิจัยเลือกใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) ประกอบด้วย การศึกษาเอกสารกฎหมายและคำพิพากษาในประเทศไทยและต่างประเทศ การสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภค จำนวน 288 คน และการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญและผู้ปฏิบัติงานในหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จำนวน 16 คน

ผลการวิจัยพบว่า ปัญหาที่พบมากที่สุดจากการซื้อขายสินค้าหรือบริการผ่านทางเฟซบุ๊ก 3 ลำดับแรก ได้แก่ สินค้ามีความชำรุดบกพร่อง มีความไม่ปลอดภัย หรือมีคุณภาพต่ำ ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการไม่ถูกต้อง และการถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงให้ซื้อสินค้าหรือบริการ (ร้อยละ 29.2) นอกจากนี้ยังพบว่า เฟซบุ๊ก เป็นแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ผู้ใช้งานในประเทศไทยมีความเสี่ยงสูงต่อการตกเป็นเหยื่อของมิจฉาชีพหรือผู้ประกอบการที่ไม่สุจริต โดยไม่จำเป็นต้องคำนึงว่าผู้ใช้บัญชีเฟซบุ๊กจะมีเพศใด ระดับการศึกษาระดับใด มีภูมิลำเนาอยู่ที่ใด หรือมีระดับรายได้เท่าใด ต่างก็มีความเสี่ยงต่อการตกเป็นเหยื่อของมิจฉาชีพได้เท่ากัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มประชากรผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ผู้ที่เกษียณอายุราชการ รวมถึงผู้ที่มีความถี่ในการใช้แพลตฟอร์มเฟซบุ๊กประมาณ 4-6 ครั้งต่อสัปดาห์ เป็นกลุ่มประชากรที่มีความเสี่ยงสูงต่อการตกเป็นเหยื่อของมิจฉาชีพมากกว่าประชากรกลุ่มอื่น โดยส่วนใหญ่จะตกเป็นเหยื่อจากการถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงจาก “เพจ” หรือ “เฟซบุ๊กแฟนเพจ” (page / facebook fanpage) ปลอม โดยมูลค่าความเสียหายที่พบจากการศึกษาในครั้งนี้ส่วนใหญ่จะมีจำนวนต่ำกว่า 500 บาท โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยแจ้งเรื่องหรือร้องเรียนกับทางเฟซบุ๊กถึงเหตุการณ์การถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกง เนื่องจากเห็นว่ามูลค่าความเสียหายที่ได้รับนั้นไม่สูงมาก อย่างไรก็ตามผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าเฟซบุ๊กควรถูกฟ้องร้องดำเนินคดีในประเทศไทยอันเนื่องมาจากการปล่อยปละละเลยให้มิจฉาชีพหรือผู้ประกอบการที่ไม่สุจริตใช้เป็นพื้นที่ในการหลอกลวง หรือแสวงหาประโยชน์ที่ไม่ชอบด้วยกฎหมาย

สำหรับปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญที่อาจเกิดขึ้นหากจะมีการนำเอามาตรการทางกฎหมายมาใช้ในการกำกับดูแลการประกอบธุรกิจรวมถึงการให้บริการของเฟซบุ๊กในประเทศไทย ได้แก่

1. ปัญหาลักษณะหรือประเภทของคดีที่สามารถนำมาฟ้องร้องดำเนินคดีกับแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก อันถือข้อจำกัดสำคัญประการหนึ่งในการดำเนินคดีกับแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กในประเทศไทย ทั้งนี้เนื่องจากลักษณะการให้บริการของเฟซบุ๊กที่ทำหน้าที่เป็น "ตัวกลาง" (intermediary) ซึ่งในหลักสากลทำให้สามารถได้รับการยกเว้นความรับผิดในเนื้อหาที่ผู้ใช้รายอื่นเป็นผู้สร้าง หากเฟซบุ๊กมีการดำเนินการตามกฎหมาย เช่น ลบ หรือระงับการเข้าถึงเนื้อหาเมื่อได้รับแจ้ง อย่างไรก็ตาม หากไม่ดำเนินการตามกฎหมายของประเทศนั้น ๆ ก็อาจถูกดำเนินคดีได้โดยอาศัยกฎหมายทั่วไป เช่น กฎหมายแพ่ง กฎหมายอาญา หรือกฎหมายเฉพาะ เช่น กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค หรือกฎหมายว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ได้ นอกจากนี้คณะผู้วิจัยยังพบว่า ประเทศที่สามารถดำเนินคดีกับเฟซบุ๊กได้นั้น มักเป็นประเทศที่เฟซบุ๊กมีสำนักงานสาขา หรือมีผู้แทนอย่างเป็นทางการ เช่น ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศเยอรมัน สหราชอาณาจักร ประเทศอินเดีย และประเทศญี่ปุ่น สำหรับประเทศที่ไม่มีสำนักงานสาขาของเฟซบุ๊ก ยังไม่ปรากฏว่ามีการฟ้องร้องเฟซบุ๊กโดยอาศัยกฎหมายภายในของประเทศเหล่านี้แต่อย่างใด ยกเว้นในกรณีที่เป็นอาชญากรรมแห่งความเกลียดชัง หรือการฆ่าล้างเผ่าพันธุ์

2. ปัญหาข้อจำกัดทางด้านกฎหมายรวมถึงการบังคับคดีกับเฟซบุ๊กในประเทศไทย อันถือได้ว่าเป็นข้อจำกัดที่สำคัญที่สุดในการดำเนินคดีกับแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กในประเทศไทย ทั้งนี้เนื่องจากการที่เฟซบุ๊ก หรือบริษัท Meta Platforms Inc. จำกัด ไม่มีสำนักงานสาขา หรือผู้แทนที่ได้รับมอบอำนาจอย่างเป็นทางการในประเทศไทย ส่งผลให้การบังคับใช้กฎหมายไทยต่อแพลตฟอร์มดังกล่าวเป็นไปอย่างไม่มีประสิทธิภาพ และแม้โดยหลักการแล้วจะสามารถอาศัยกฎหมายภายในของประเทศไทยหลายฉบับมาใช้ในการฟ้องร้องดำเนินคดีกับเฟซบุ๊กได้ก็ตาม แต่ก็ยังพบว่าข้อจำกัดที่อาจเกิดขึ้นได้อยู่บ้างบางประการ ได้แก่ 1) ในช่วงก่อนฟ้องคดี พบว่า ข้อจำกัดสำคัญอยู่ที่การตีความสถานะของผู้ติดต่อทางธุรกิจของเฟซบุ๊กในประเทศไทยว่าเป็น "ตัวแทน" ตามกฎหมายของประเทศไทยหรือไม่ เนื่องจากผู้ติดต่อทางธุรกิจของเฟซบุ๊กในประเทศไทยมีบทบาทเพียงด้านการตลาดและการโฆษณา โดยไม่ได้มีอำนาจในการบริหาร ตัดสินใจ รวมถึงการรับเรื่องร้องเรียนโดยตรง 2) ในช่วงระหว่างการดำเนินคดี พบว่า มีปัญหาในเรื่องของการส่งหมายเรียกไปยังจำเลยที่มีภูมิลำเนาอยู่ในต่างประเทศ ซึ่งกระบวนการดังกล่าวซับซ้อนและมีต้นทุนในการดำเนินคดีที่สูง ทั้งยังต้องอาศัยความรู้เฉพาะทางด้านกฎหมายระหว่างประเทศ ซึ่งหน่วยงานรัฐหรือผู้บริโภคโดยทั่วไปอาจไม่มีความเชี่ยวชาญ และ 3) ในช่วงหลังจากที่ศาลมีคำพิพากษา พบว่า อาจเกิดข้อจำกัดในการบังคับคดี เนื่องจากเฟซบุ๊กไม่มีทรัพย์สินในประเทศไทย ทำให้ไม่สามารถบังคับคดีตามคำพิพากษาได้โดยตรง อีกทั้งประเทศไทยยังไม่มีกรอบยอมรับคำพิพากษาของศาลต่างประเทศในศาลไทย หรือเข้าร่วมเป็นภาคีในอนุสัญญาระหว่างประเทศในเรื่องดังกล่าวแต่อย่างใด

3. ปัญหาความท้าทายของกฎหมายไทยกับลักษณะความรับผิดชอบเฉพาะของแพลตฟอร์มดิจิทัล โดยการศึกษาครั้งนี้ชี้ให้เห็นถึงปัญหาความท้าทายในการนำกฎหมายภายในของประเทศไทยมาปรับใช้ในการกำกับดูแลแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก เนื่องจากลักษณะเฉพาะของแพลตฟอร์ม เช่น ความเป็นตัวกลางที่เกิดจากเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่มีความซับซ้อน ส่งผลให้บทบัญญัติของกฎหมายในประเทศไทยที่สามารถกำหนดความรับผิดชอบเฉพาะของแพลตฟอร์มดิจิทัลขาดความชัดเจน ไม่ครอบคลุม และไม่สอดคล้องกับลักษณะการดำเนินธุรกิจหรือการให้บริการของแพลตฟอร์มดิจิทัลโดยเฉพาะเฟซบุ๊ก เช่น การขาดบัญญัติของกฎหมายที่เป็นการกำหนดหน้าที่ให้แก่แพลตฟอร์มดิจิทัลในการแจ้งเตือนผู้ใช้บริการให้ทราบถึงอันตรายที่อาจเกิดขึ้นจากการใช้งาน เช่น การแจ้งเตือนเกี่ยวกับเพจปลอม หรือการปลอมแปลงบัญชีผู้ใช้ ซึ่งในกรณีของเฟซบุ๊กยังไม่พบว่ามีแจ้งเตือนอย่างชัดเจนและเพียงพอสำหรับผู้ใช้บริการ ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงเสนอให้มีการบัญญัติกฎหมายที่กำหนดให้แพลตฟอร์มดิจิทัลมีหน้าที่ในการแจ้งเตือนผู้ใช้เกี่ยวกับอันตรายที่อาจเกิดขึ้น โดยการแจ้งเตือนจะต้องชัดเจนและสามารถเข้าถึงได้ง่าย นอกจากนี้ ยังมีแนวคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบของแพลตฟอร์มดิจิทัลในฐานะ "ผู้เห็นเหตุการณ์" (Bystander) ที่อาจต้องรับผิดชอบในกรณีที่เกิดการฉ้อโกงหรือหลอกลวงบนแพลตฟอร์มของตน แม้ว่าจะไม่ได้เป็นผู้กระทำผิดโดยตรง เช่น ในกรณีของเฟซบุ๊กที่อาจเป็นผู้เห็นเหตุการณ์ในเหตุการณ์การหลอกลวงที่เกิดขึ้นจากการสร้างเพจปลอม หรือการปลอมแปลงบัญชีผู้ใช้ ซึ่งการกำหนดความรับผิดชอบให้แก่แพลตฟอร์มดิจิทัลในลักษณะนี้จะช่วยเพิ่มความปลอดภัยให้แก่ผู้ใช้บริการและให้ความชัดเจนในการกำกับดูแลการใช้งานแพลตฟอร์มดิจิทัลในประเทศไทย

โดยคณะผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในประเด็นต่าง ๆ จากข้อค้นพบในงานวิจัยครั้งนี้ต่อสภาองค์กรของผู้บริโภค เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการผลักดันในเชิงนโยบายกฎหมาย โดยแบ่งออกเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายโดยจำแนกตามกรอบระยะเวลา อันได้แก่ ข้อเสนอแนะในระยะสั้น ข้อเสนอแนะในระยะกลาง และข้อเสนอแนะในระยะยาว ได้แก่

1) **ข้อเสนอแนะในระยะสั้น** สภาองค์กรของผู้บริโภคสามารถใช้อำนาจหน้าที่ตามพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562 ในการฟ้องร้องดำเนินคดีกับแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กแทนผู้เสียหายในกรณีที่แพลตฟอร์มนี้ปล่อยปละละเลยให้มีฉ้อโกงหรือผู้ประกอบการที่ไม่สุจริตใช้แพลตฟอร์มเป็นช่องทางในการหลอกลวงหรือฉ้อโกงผู้ใช้บัญชีเฟซบุ๊ก โดยสภาองค์กรของผู้บริโภคสามารถฟ้องร้องในกรณีดังกล่าวได้ในหลายประเภทคดี ได้แก่

1.1) **คดีแพ่ง** โดยสภาองค์กรของผู้บริโภคสามารถฟ้องร้องเฟซบุ๊กในฐานะผู้ให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลในเรื่องของการไม่ปฏิบัติตามข้อสัญญาหรือข้อกำหนดใน Terms of Service หรือ Community Standards ซึ่งระบุให้เฟซบุ๊กมีหน้าที่ในการป้องกันและดูแลความปลอดภัยในการใช้งานแพลตฟอร์ม รวมทั้งการลงโทษผู้ที่ฝ่าฝืนข้อกำหนด หากเฟซบุ๊กไม่สามารถดำเนินการตามหน้าที่ดังกล่าวได้ ก็ถือว่าเป็นการผิดสัญญา นอกจากนี้การที่เฟซบุ๊กใช้ระบบอัลกอริทึมเพื่อเลือกเนื้อหาให้แก่ผู้ใช้ อาจทำให้เกิดผลกระทบต่อสุขภาพทั้งทางกาย

และจิตใจของผู้ใช้ โดยเฉพาะในกรณีที่ผู้ใช้ใช้เวลาบนแพลตฟอร์มนานเกินไป ซึ่งอาจทำให้เกิดความเครียดหรือปัญหาทางจิตใจได้ ซึ่งอาจถือได้ว่าเป็นการละเมิดต่อผู้ใช้บริการได้เช่นกัน

1.2) *คดีอาญา* โดยเป็นการฟ้องร้องดำเนินคดีตามพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 มาตรา 15 ประกอบกับประกาศกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม เรื่อง ขั้นตอนการแจ้งเตือน การระงับการทำให้แพร่หลายของข้อมูลคอมพิวเตอร์ และการนำข้อมูลคอมพิวเตอร์ออกจากระบบคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2565 ที่กำหนดให้ผู้ให้บริการต้องรับผิดชอบไม่ดำเนินการตามข้อกำหนดในการระงับการเผยแพร่ข้อมูลที่ผิดกฎหมาย โดยอาจถือว่าเฟซบุ๊กมีการให้ความร่วมมือ หรือยินยอมให้ผู้กระทำความผิดกระทำการทุจริตโดยใช้แพลตฟอร์มเป็นเครื่องมือหรือเป็นช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลเท็จ หรือการหลอกลวงได้

1.3) *คดีผู้บริโภค* โดยสภาองค์กรของผู้บริโภคสามารถฟ้องร้องดำเนินคดีกับเฟซบุ๊กได้ภายใต้พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ส่วนที่ 1/1 การคุ้มครองผู้บริโภคในด้านความปลอดภัย โดยถือว่าการให้บริการของเฟซบุ๊กเป็นบริการที่อาจก่อให้เกิดอันตรายต่อร่างกาย สุขภาพ อนามัย จิตใจ หรือทรัพย์สิน ของผู้ใช้บริการแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก ซึ่งเป็นหน้าที่ของเฟซบุ๊กในฐานะที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจในการต้องแจ้งความเป็นอันตรายของบริการนั้นให้แก่ผู้บริโภค หรือประชาชนได้ทราบถึงอันตรายนั้น ซึ่งหากเฟซบุ๊กไม่ได้มีการแจ้งเตือนแก่ผู้ใช้บริการให้ได้ทราบถึงอันตรายดังกล่าว โดยเฉพาะอย่างยิ่งการแจ้งเตือนในเรื่องของเฟจปลอม หรือวิธีในการสังเกตถึงผู้ใช้บัญชีที่ได้รับเครื่องหมายการยืนยันตัวตนผู้ใช้งาน ก็อาจถือได้ว่าเฟซบุ๊กมีความรับผิดชอบตามกฎหมายฉบับนี้ได้ด้วยเช่นเดียวกัน

อย่างไรก็ตามแม้ว่าการฟ้องร้องดังกล่าวอาจจะไม่ได้มุ่งเน้นไปที่การบังคับคดี แต่การดำเนินการฟ้องร้องในเชิงสัญลักษณ์เช่นนี้ก็อาจจะช่วยให้เฟซบุ๊กเห็นถึงความเสียหายที่เกิดขึ้นจากการกระทำผิดในประเทศไทย และอาจช่วยกระตุ้นให้มีการปรับปรุงและดำเนินการตามกฎหมายของประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น

2) ข้อเสนอแนะในระยะกลาง ได้แก่

2.1) *การสร้างแรงจูงใจเพื่อให้เฟซบุ๊กยินยอมปฏิบัติตามกฎหมายไทย* โดยสภาองค์กรของผู้บริโภคควรส่งเสริมการหารือร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อหาแนวทางในการสร้างแรงจูงใจให้กับเฟซบุ๊กในการดำเนินการตามกฎหมายไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจดทะเบียนการประกอบธุรกิจ หรือการจัดตั้งสำนักงานสาขาในประเทศไทย หรือการแต่งตั้งตัวแทนผู้ได้รับมอบอำนาจอย่างเป็นทางการในการดำเนินธุรกิจและให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลในประเทศไทย เพื่อให้สามารถควบคุมการดำเนินการหรือการให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยการสร้างแรงจูงใจนั้น อาจพิจารณาจากผลประโยชน์ที่เฟซบุ๊กอาจได้รับจากประเทศไทย เช่น การสนับสนุนในด้านการตลาดหรือโอกาสในการขยายธุรกิจในภูมิภาคนี้ อย่างไรก็ตาม ก็ต้องระมัดระวังไม่ให้มีผลกระทบต่อผลประโยชน์ของประเทศไทยหรือผู้ใช้บริการในประเทศประกอบกันด้วย

2.2) *การสร้างความร่วมมือระหว่างประเทศ* เนื่องจากเฟซบุ๊กถือได้ว่าเป็นแพลตฟอร์มดิจิทัลขนาดใหญ่ที่มีอำนาจต่อรองสูงและมีการดำเนินการในหลายประเทศทั่วโลก ดังนั้น สภาองค์กรของผู้บริโภคจึงควร

ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค และสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงการทำงานร่วมกันในระดับภูมิภาคหรือระหว่างประเทศอันจะเป็นการช่วยเพิ่มอำนาจในการเจรจาต่อรอง ทั้งยังเป็นการช่วยสร้างมาตรฐานร่วมกันในการกำกับดูแลการดำเนินธุรกิจหรือการให้บริการของเฟซบุ๊ก รวมถึงสามารถสร้างความร่วมมือในการดำเนินคดีกับเฟซบุ๊กในกรณีที่มีการละเมิดกฎหมายหรือข้อกำหนดภายในประเทศใดประเทศหนึ่งที่ไม่ใช่สำนักงานสาขาหรือไม่มีการแต่งตั้งตัวแทนอย่างเป็นทางการของเฟซบุ๊กประจำอยู่ในประเทศนั้น ๆ อีกด้วย

2.3) *การจัดทำบันทึกความเข้าใจกับเฟซบุ๊ก* โดยสภาองค์กรของผู้บริโภคควรประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ กองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับอาชญากรรมทางเทคโนโลยี และกองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อดำเนินการจัดทำบันทึกความเข้าใจร่วมกัน (Memorandum of Understanding: MoU) กับเฟซบุ๊กในประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น การลงทะเบียนและยืนยันตัวตนของผู้ขายสินค้าหรือบริการบนแพลตฟอร์ม การขอความร่วมมือในการช่วยตรวจสอบและให้ข้อมูลสำคัญในการดำเนินคดีกับมิฉาชีพหรือผู้กระทำความผิดที่ใช้เฟซบุ๊กเป็นช่องทางในการหลอกลวง การปิดกั้นการเข้าถึงหรือระงับบัญชีผู้ใช้งานปลอมหรือบัญชีที่เป็นมิฉาชีพ การให้ความร่วมมือในการเยียวยาผู้บริโภคในกรณีที่ได้รับบาดเจ็บหรือเสียหายจากการใช้เฟซบุ๊ก ซึ่งการทำงานร่วมกันกับเฟซบุ๊กในลักษณะนี้จะช่วยให้การดำเนินการป้องกันและแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากการใช้งานเฟซบุ๊กมีความมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังช่วยให้ผู้เสียหายสามารถได้รับความช่วยเหลือ และการเยียวยาจากความเสียหายที่เกิดขึ้นได้อย่างทันท่วงที

3) ข้อเสนอแนะในระยะยาว ได้แก่

3.1) สภาองค์กรของผู้บริโภคควรศึกษาแนวทางในการยกร่างกฎหมายที่กำหนดหน้าที่และความรับผิดชอบของเฟซบุ๊กให้สอดคล้องกับลักษณะการดำเนินธุรกิจของเฟซบุ๊ก ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มดิจิทัลขนาดใหญ่ที่ได้รับการยกเว้นความรับผิดตามหลักการสากลในฐานะ “ตัวกลาง” โดยต้องมีหน้าที่ในการแจ้งเตือน (Duty to Warn) ผู้ใช้บริการเกี่ยวกับอันตรายที่อาจเกิดขึ้นจากการใช้บริการเฟซบุ๊ก เช่น การฉ้อโกงและการหลอกลวงที่เกิดขึ้น นอกจากนี้ยังต้องกำหนดความรับผิดให้แก่แพลตฟอร์มดิจิทัลในฐานะ “ผู้เห็นเหตุการณ์” (Bystander) หากเฟซบุ๊กรู้ถึงปัญหาหรืออันตรายที่เกิดขึ้นจากการหลอกลวงหรือฉ้อโกงที่เกิดขึ้นบนแพลตฟอร์มของตนเอง แต่ไม่ดำเนินการใด ๆ นอกจากนี้ยังควรศึกษาถึงความเป็นไปได้ในการบัญญัติกฎหมายที่มีผลเป็นการบังคับให้แพลตฟอร์มดิจิทัลขนาดใหญ่ที่มีผู้ใช้จำนวนมากแต่งตั้งเจ้าหน้าที่ผู้ประสานงานในประเทศไทย หรือจัดตั้งสำนักงานสาขาในประเทศไทย เพื่อให้การกำกับดูแลการดำเนินธุรกิจหรือการให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลเหล่านี้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

3.2) สภาองค์กรของผู้บริโภคควรมีการรณรงค์ในการใช้พลังทางสังคมเพื่อสร้างอำนาจต่อรองกับเฟซบุ๊ก โดยเฉพาะการรวมตัวของผู้ใช้บัญชีเฟซบุ๊กในประเทศไทยที่มีจำนวนมาก เพื่อสร้างความตระหนักรู้

เกี่ยวกับปัญหาที่เกิดขึ้น และเพื่อเรียกร้องให้เฟซบุ๊กดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพในการตรวจสอบ และคัดกรองเนื้อหาบนแพลตฟอร์ม รวมถึงการยืนยันตัวตนผู้ใช้งาน การดำเนินการในการลบ ปิดกั้น หรือระงับบัญชีผู้ใช้งานที่ละเมิดข้อกำหนดมาตรฐานชุมชน หากเฟซบุ๊กยังคงเพิกเฉยต่อข้อเรียกร้องเหล่านี้ อาจมีการณรงค์ให้หยุดใช้งานแพลตฟอร์ม หรือณรงค์ให้มีการเลือกใช้แพลตฟอร์มทางเลือกอื่น

3.3) สภาองค์กรของผู้บริโภคควรมีการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการสนับสนุนการพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลภายในประเทศไทย เพื่อให้ประเทศไม่ต้องพึ่งพาเทคโนโลยีจากต่างประเทศแต่เพียงอย่างเดียว ซึ่งจะช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยในระดับโลก ทั้งยังเป็นการลดการผูกขาดในการให้บริการของแพลตฟอร์มดิจิทัลต่างประเทศที่อาจไม่ได้ให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามกฎหมายภายในของประเทศไทย ซึ่งหากประเทศไทยสามารถพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลของตนเองขึ้นมาได้ ก็น่าจะเป็นการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับอำนาจการต่อรองของประเทศไทยที่มีต่อแพลตฟอร์มดิจิทัลของต่างประเทศได้

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

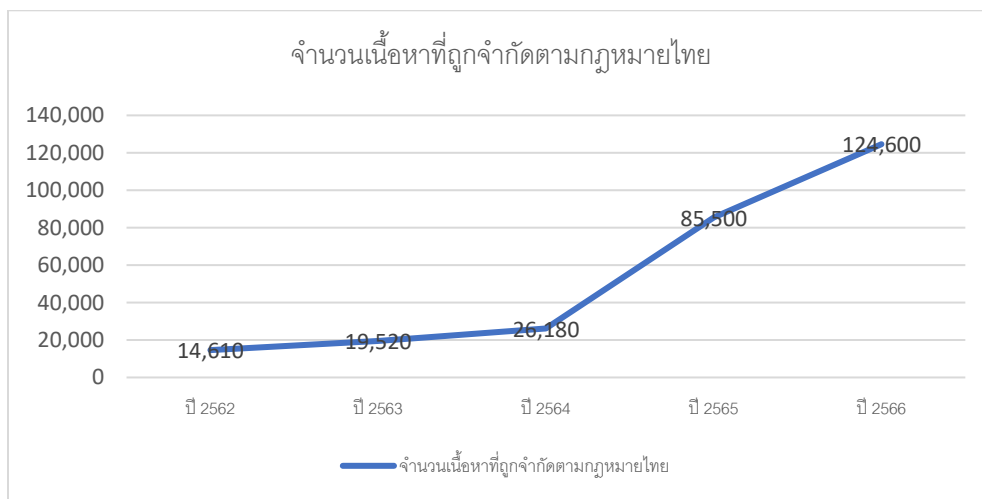
แพลตฟอร์มดิจิทัล (Digital Platforms) ถือเป็นอีกหนึ่งช่องทางสำคัญสำหรับการประกอบธุรกิจในยุคปัจจุบัน โดยเฉพาะในช่วงหลังจากการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในการหันมาเลือกซื้อสินค้าหรือการบริการผ่านทางแพลตฟอร์มดิจิทัลเพิ่มมากขึ้น (Arrafi & Ghabban, 2021; Guma, 2023) เนื่องจากการช่วยประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายให้แก่ผู้บริโภค ประกอบกับคุณสมบัติในการเป็นตัวกลาง (intermediary) ที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการสร้างพื้นที่เสมือน (virtual space) เพื่อรองรับการพบปะหรือแลกเปลี่ยนข้อมูลดิจิทัลในระหว่างกลุ่มผู้ใช้งานจำนวนมาก (Yudina & Geliskhanov, 2019) ทำให้สามารถทำการซื้อขายสินค้าหรือบริการในเวลาใดก็ได้ตามที่ผู้บริโภคสะดวก (Akram, 2018) ทั้งยังเป็น การช่วยลดต้นทุนให้แก่ผู้ประกอบการ เช่น ต้นทุนทางด้านการจัดหาสถานที่ในการประกอบธุรกิจ ต้นทุนด้านแรงงาน หรือต้นทุนด้านการโฆษณา เป็นต้น (Hu et al., 2024) อันถือเป็นอีกหนึ่งองค์ประกอบที่สำคัญของเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) (Schilirò, 2023) ที่ทั่วโลก รวมถึงประเทศไทยกำลังให้ความสำคัญ

อย่างไรก็ตาม ด้วยคุณสมบัติของเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่เอื้อต่อการติดต่อสื่อสารข้ามพรมแดน ส่งผลให้การประกอบธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัลอาจเกิดขึ้นได้ทั้งจากผู้ประกอบธุรกิจที่เป็นนิติบุคคลตามกฎหมายไทย หรือนิติบุคคลตามกฎหมายต่างประเทศ และมารวมอยู่ภายใต้พื้นที่ตลาดอิเล็กทรอนิกส์ (e-marketplace) เดียวกัน อันนำไปสู่ปัญหาที่สำคัญในด้านของแนวทางในการกำกับดูแล (Nooren et al., 2018; Strowel & Vergote, n.d.) ปัญหาแนวทางในการทำสัญญาดิจิทัลที่อาจมีความแตกต่างกันอันเนื่องมาจากระบบกฎหมาย (Turitsyn, 2022) รวมถึงปัญหากระบวนการในการระงับข้อพิพาทหรือการฟ้องร้องดำเนินคดีอันเนื่องมาจากความเสียหายอย่างใด ๆ ที่ผู้บริโภคได้รับจากการประกอบธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัล โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเด็นเรื่องสถานะของผู้ประกอบการด้านแพลตฟอร์มดิจิทัลที่มักจะถูกหยิบยกขึ้นกล่าวอ้างว่าการประกอบธุรกิจในลักษณะเช่นนี้เสมือนเป็นเพียงสื่อกลาง (intermediary) (Watney, 2022) เพื่อช่วยเพิ่มโอกาสในระหว่างผู้ขายสินค้าหรือผู้ให้บริการกับผู้บริโภคในการพบปะและทำสัญญาร่วมกัน (สภาองค์กรของผู้บริโภค, 2566) ทั้งนี้เพื่อเป็นการปฏิเสธความรับผิดชอบต่าง ๆ

เฟซบุ๊ก (Facebook) ถือได้ว่าเป็นแพลตฟอร์มดิจิทัลด้านการประกอบธุรกิจ (business model) รูปแบบหนึ่งในลักษณะที่เป็นธุรกิจแพลตฟอร์มหลายมิติ (multi-sided platform) (Asadullah et al., 2018) ซึ่งพัฒนาขึ้นมาจากการเป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารในลักษณะที่เป็นสื่อสังคมออนไลน์ (social media) ที่ได้รับความนิยมอย่างมากในประเทศไทย (We are social, 2024) อย่างไรก็ตามด้วยพัฒนาการของแพลตฟอร์มดังกล่าว

กลับส่งผลเสียหายแก่ผู้ใช้บัญชีเฟซบุ๊กในประเทศไทยหลายประการ เช่น การเผยแพร่ข่าวปลอม (fake news) ประทุษวาจา (hate speech) การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (data protection) การหลอกลวง (scam) หรือฉ้อโกง (fraud) ในลักษณะต่าง ๆ โดยเฉพาะในเรื่องของการซื้อขายสินค้าหรือการให้บริการแก่ผู้บริโภค เป็นต้น

จากรายงานสถิติการจำกัดการเผยแพร่เนื้อหาที่ขัดต่อกฎหมายในท้องถิ่นแยกตามรายประเทศประจำปี 2566 รวบรวมโดยศูนย์ความโปร่งใส (the Transparency Centre) ของบริษัท เมตา (META) จำกัด¹ (Transparency Centre, 2024) ซึ่งการจำกัดการเผยแพร่เนื้อหาดังกล่าวเป็นหนึ่งในนโยบายของ เมตา ในการปิดกั้น หรือจำกัดการเข้าถึงเนื้อหาบางอย่างที่เป็นการขัดต่อหลักเกณฑ์ทางกฎหมายในท้องถิ่น (Content restrictions based on local law) เมื่อทาง เมตา ได้รับการร้องขอจากรัฐบาล (government) หน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการกำกับดูแล (regulators) หรือหน่วยงานศาล (court) ของประเทศนั้น ๆ รวมถึงองค์กรอื่นที่ไม่ใช่รัฐ (non-government entities) ตลอดจนพลเมืองของประเทศนั้น ๆ ว่าเนื้อหาหรือกิจกรรมใดที่มีปรากฏอยู่บนแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก หรืออินสตราแกรมขัดต่อบทบัญญัติของกฎหมายที่บังคับใช้ในประเทศนั้น ๆ แม้ว่าเนื้อหาหรือกิจกรรมเช่นว่านั้นอาจจะไม่เป็นการขัดต่อมาตรฐานชุมชน (Community Standard) ที่ทางแพลตฟอร์มได้กำหนดไว้ก็ตาม โดยในรายงานฉบับดังกล่าวระบุว่าในปี พ.ศ. 2566 (ค.ศ. 2023) ทาง เมตา ได้มีการปิดกั้นหรือจำกัดการเผยแพร่เนื้อหาที่เป็นการขัดต่อกฎหมายของประเทศไทยทั้งหมดที่มีปรากฏอยู่ในแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก และอินสตราแกรม (Instagram) รวมเป็นจำนวนทั้งสิ้น 124,600 เนื้อหา ซึ่งถือเป็นการปิดกั้นหรือจำกัดการเผยแพร่เนื้อหาที่สูงที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับ 5 ปีที่ผ่านมา ดังที่แสดงไว้ในแผนภูมิที่ 1

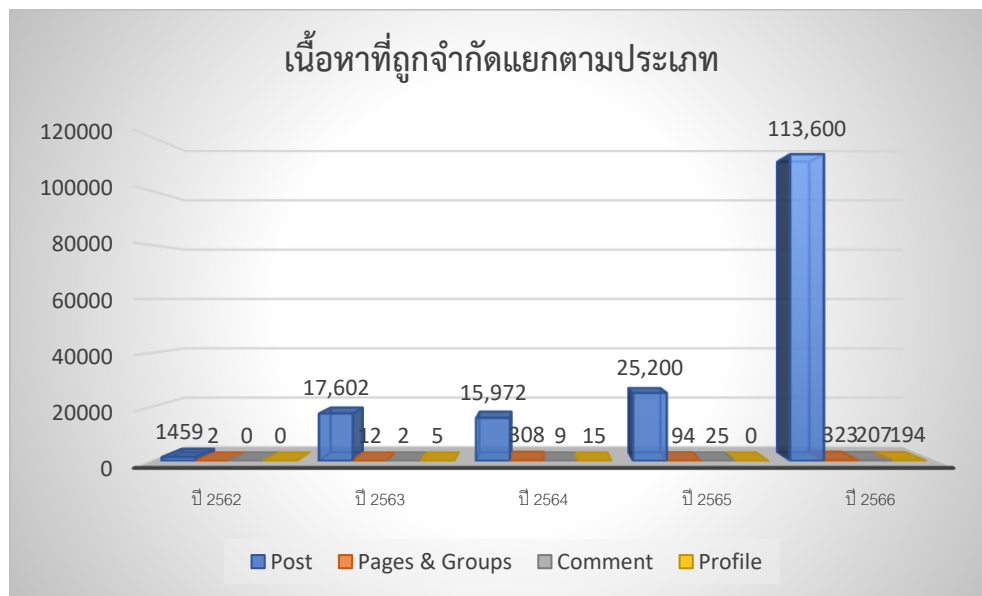


แผนภูมิที่ 1 แสดงจำนวนเนื้อหาที่ถูกจำกัด (Restricted content) ตามกฎหมายของประเทศไทย

อ้างอิงจาก: <https://transparency.meta.com/reports/content-restrictions/country/TH/>

¹ ซึ่งจากนี้ไปในรายงานการวิจัยฉบับนี้จะเรียกว่า “เมตา”

โดยในจำนวนเนื้อหาที่ถูกจำกัดในปี 2566 ที่ผ่านมา 4 ลำดับแรก ได้แก่ เนื้อหาที่เป็นการโพสต์ (post) จำนวน 5,180 เนื้อหา ลำดับถัดมา ได้แก่ เนื้อหาที่เป็นเพจหรือกลุ่ม (pages and groups) จำนวน 224 เนื้อหา ลำดับที่สาม ได้แก่ เนื้อหาที่เป็นการแสดงความคิดเห็น (comment) จำนวน 206 เนื้อหา และลำดับสุดท้าย ได้แก่ เนื้อหาที่เป็นภาพโปรไฟล์ (profile) จำนวน 194 เนื้อหา โดยเนื้อหาที่ถูกปิดกั้นทั้ง 4 ประเภทดังกล่าวมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2562 (ค.ศ. 2019) ดังแสดงไว้ในแผนภูมิที่ 2



แผนภูมิที่ 2 แสดงจำนวนเนื้อหาที่ถูกจำกัดตั้งแต่ พ.ศ. 2562-2566 แยกตามประเภทของเนื้อหา

อ้างอิงจาก: <https://transparency.meta.com/reports/content-restrictions/country/TH/>

อย่างไรก็ดี ในรายงานสถิติการจำกัดการเผยแพร่เนื้อหาที่ขัดต่อกฎหมายในท้องถิ่นแยกตามรายประเทศ ดังกล่าวไม่ได้มีการระบุหรือกำหนดนิยามของเนื้อหาที่เป็นการโพสต์ เนื้อหาที่เป็นเพจหรือกลุ่ม เนื้อหาที่เป็นการแสดงความคิดเห็น หรือเนื้อหาที่เป็นภาพโปรไฟล์ ไว้โดยเฉพาะว่าเนื้อหาที่ถูกจำกัดหรือปิดกั้นในแต่ละกลุ่มนั้นมีความหมาย หรือครอบคลุมเนื้อหาประเภทใดบ้าง นอกจากนี้ ตามบันทึกการเปลี่ยนแปลงสำคัญ (Changelog) ในรอบการสำรวจเดือนกรกฎาคม 2566 ถึงเดือนธันวาคม 2566 มีการบันทึกไว้ว่าในรอบการรวบรวมสถิติดังกล่าว ทางเมตาได้มีการจำกัดการเข้าถึงเนื้อหาจำนวน 4,600 เนื้อหา ตามที่ได้รับแจ้งจากสำนักงานอาหารและยา (the Food and Drug Administration) และกรมการค้าภายใน (Department of Internal Trade) อันเนื่องมาจากมีเนื้อหาที่ขัดต่อกฎหมายหรือนโยบายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค แต่บันทึกดังกล่าวก็ไม่ได้มีการระบุถึงรายละเอียดเพิ่มเติมแต่อย่างใด

นอกจากนี้จากการศึกษาถึงข้อมูลสถานการณ์ปัญหาการละเมิดสิทธิผู้บริโภคบนแพลตฟอร์มดิจิทัลรวบรวมโดยสภาองค์กรของผู้บริโภค ในช่วงระหว่างเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2564 ถึงเดือนเมษายน พ.ศ. 2567 พบว่ามีข้อร้องเรียนจากผู้บริโภคถึงกรณีปัญหาการซื้อขายสินค้าบนแพลตฟอร์มออนไลน์ จำนวนทั้งสิ้น 3,456 เรื่อง โดยในจำนวนนี้พบว่าเป็นข้อร้องเรียนของผู้บริโภคที่เกิดขึ้นจากการใช้บริการผ่านทางแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กจำนวนถึง 2,539 เรื่อง หรือคิดเป็นประมาณร้อยละ 73.46 หรือประมาณ 3 ใน 4 ของจำนวนข้อร้องเรียนทั้งหมด อันถือได้ว่าเป็นจำนวนสัดส่วนข้อร้องเรียนที่ค่อนข้างสูงเมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนข้อร้องเรียนปัญหาของผู้บริโภคที่เกิดขึ้นจากแพลตฟอร์มอื่น โดยลักษณะของเรื่องร้องเรียนส่วนใหญ่ ได้แก่ การตกเป็นเหยื่อจากการถูกหลอกลวง หรือฉ้อโกง ในการซื้อสินค้าหรือบริการผ่านผู้ประกอบการที่อาศัยเฟซบุ๊กเป็นช่องทางในการซื้อขายสินค้าหรือให้บริการ ทั้งในกรณีของการสั่งซื้อสินค้าและมีการชำระราคาสินค้าครบถ้วนแล้วแต่ไม่ได้รับสินค้า หรือได้รับสินค้า หรือการบริการที่ไม่ตรงตามที่มีการโฆษณาไว้ และในหลายกรณีที่ผู้บริโภคไม่สามารถติดต่อกับผู้ประกอบการได้นอกจากนี้ยังมีกรณีที่ผู้บริโภคถูกหลอกลวงจากการชักชวนให้ทำงาน หรือร่วมลงทุน แต่กลับไม่ได้รับค่าตอบแทนใด ๆ รวมถึงการปลอมแปลงบัญชีผู้ใช้เฟซบุ๊กของหน่วยงานราชการ หรือผู้ประกอบการร้านค้ารายอื่น แม้ว่าหน่วยงานหรือผู้ประกอบการเหล่านี้จะได้ดำเนินการลงทะเบียนยืนยันตัวตนไว้กับทางแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กเรียบร้อยแล้วก็ตาม

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วทั้งหมดข้างต้นจะเห็นได้ว่า ขณะที่ปัญหาการถูกหลอกลวงให้ซื้อสินค้าหรือบริการ รวมถึงการได้รับความเสียหายในลักษณะต่าง ๆ ผ่านทางแพลตฟอร์มออนไลน์ในประเทศไทยโดยเฉพาะแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กกำลังมีแนวโน้มที่สูงขึ้น แต่กลับพบว่ามียุทธศาสตร์ฟ้องร้องในอัตราที่ต่ำมากจนอาจจะกล่าวได้ว่าแทบจะไม่เคยมีการฟ้องร้องดำเนินคดีกับแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กในประเทศไทยเลยโดยเฉพาะหากผู้เสียหายเป็นบุคคลธรรมดา แม้ว่าในปัจจุบันนี้ประเทศไทยจะได้มีการกำหนดมาตรการทางกฎหมายที่มีการนำมาใช้ในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมที่เกิดขึ้นโดยอาศัยช่องทางทางเทคโนโลยีเพิ่มมากขึ้น อันได้แก่ พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544 พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 พระราชบัญญัติการรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ พ.ศ. 2562 พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 พระราชกำหนดมาตรการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมทางเทคโนโลยี พ.ศ. 2566 และพระราชกฤษฎีกาการประกอบธุรกิจบริการแพลตฟอร์มที่ต้องแจ้งให้ทราบ พ.ศ. 2565 ก็ตาม แต่จากการศึกษาในเบื้องต้นคณะผู้วิจัยยังไม่พบว่ามีความเห็นหรือมาตรการใดของประเทศไทยในการกำกับดูแลผู้ประกอบการแพลตฟอร์มดิจิทัลโดยเฉพาะแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กที่อาจส่งผลกระทบต่อสิทธิผู้บริโภคที่เป็นผู้ใช้บัญชีเฟซบุ๊กในประเทศไทย ดังนั้น จึงเห็นสมควรที่จะทำการศึกษาวิจัยในประเด็นดังกล่าว เพื่อให้เกิดความชัดเจนในด้านของการบังคับใช้กฎหมาย และเพื่อให้ความคุ้มครองแก่ผู้บริโภคของประเทศไทยที่ได้รับความเสียหายอัน

เนื่องมาจากการใช้บัญชีเฟซบุ๊กในฐานะที่เป็นแพลตฟอร์มดิจิทัลทางการประกอบการธุรกิจได้อย่างเหมาะสม และสามารถมีผลบังคับใช้ได้อย่างแท้จริงต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์การศึกษา

1.2.1 เพื่อศึกษาและสำรวจสถานการณ์ ลักษณะ หรือรูปแบบของความเสียหายที่เกิดขึ้นจากการใช้บัญชีเฟซบุ๊กของผู้ใช้บัญชีเฟซบุ๊กในประเทศไทย

1.2.2 เพื่อศึกษา เปรียบเทียบ และวิเคราะห์ผลของคำพิพากษา กฎหมาย ตลอดจนมาตรการในการกำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลที่กระทบต่อสิทธิผู้บริโภคทั้งของประเทศไทยและต่างประเทศ

1.2.3 เพื่อจัดทำข้อเสนอการปรับปรุงข้อกฎหมายหรือมาตรการในการกำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลที่กระทบต่อสิทธิผู้บริโภคในประเทศไทย

1.3 ขอบเขตในการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการทำการศึกษาเพื่อหาแนวทางที่เหมาะสมในการกำหนดมาตรการการกำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลที่กระทบต่อสิทธิผู้บริโภคโดยใช้กรณีศึกษาจากแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก โดยมีระยะเวลาในการทำการศึกษาตั้งแต่เดือนกันยายน 2567 ถึงเดือนเมษายน 2568 โดยคณะผู้วิจัยเลือกใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (mixed method research) ในการศึกษา โดยแบ่งลักษณะของการเก็บข้อมูลออกเป็น 2 ลักษณะ ดังต่อไปนี้

1.3.1 การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) คณะผู้วิจัยได้แบ่งแนวทางในการเก็บข้อมูลออกเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

1) การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงเอกสาร (Documentary Research) จากเอกสารทางวิชาการที่มีความน่าเชื่อถือ เช่น เอกสารวิชาการที่เผยแพร่โดยหน่วยงานราชการ บทความวิชาการ บทความวิจัย รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ วิทยานิพนธ์ กฎหมาย หนังสือ ตำรา คำพิพากษาของศาล ตลอดจนเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวข้องกับมาตรการการกำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลที่กระทบต่อสิทธิผู้บริโภคทั้งของประเทศไทยและต่างประเทศ

2) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) โดยมีกลุ่มผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ นักกฎหมายระหว่างประเทศ นักกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค นักเศรษฐศาสตร์ ทนายความผู้เชี่ยวชาญด้านคดีคุ้มครองผู้บริโภค ผู้แทน

จากกองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค (บก.ปคบ.) ผู้แทนจากกองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับอาชญากรรมทางเทคโนโลยี (บก.ปอท.) ผู้แทนจากกรมบังคับคดี ผู้แทนจากสำนักงานศาลยุติธรรม ผู้แทนจากสำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา ผู้แทนจากสำนักงานอัยการสูงสุด ผู้แทนจากสำนักงานคณะกรรมการการรักษามันคงปลอดภัยไซเบอร์แห่งชาติ (สกมช.) ผู้แทนจากกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ผู้แทนจากสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ผู้แทนจากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) และผู้แทนจากสภาองค์กรของผู้บริโภค โดยมีขนาดของกลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลจำนวน 16 คน โดยเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลในส่วนนี้ ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึกกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured interview) ซึ่งมีประเด็นคำถามที่ครอบคลุมถึงแนวทางหรือมาตรการการกำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลที่กระทบต่อสิทธิผู้บริโภคในประเทศไทย

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ คณะผู้วิจัยจะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบของการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) และการวิเคราะห์ข้อมูลแก่นสาระ (thematic analysis) เพื่อเป็นการจัดกลุ่มประเด็นหรือกลุ่มข้อมูลตามกรอบการวิจัย และวัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.3.2 การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Method)

กลุ่มตัวอย่างในการเก็บข้อมูลในส่วนนี้ ได้แก่ กลุ่มประชากรผู้บริโภคที่ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลในการซื้อสินค้าหรือบริการ โดยอิงจำนวนประชากรที่จะทำการเก็บข้อมูลในแต่ละกลุ่มจากฐานข้อมูลของกรมการปกครอง จำนวนทั้งสิ้น 66,052,615 คน ข้อมูล ณ วันที่ 8 กันยายน 2567 โดยการสุ่มตัวอย่างที่จะลงพื้นที่เก็บข้อมูลเป็นการสุ่มกระจาย 5 ภูมิภาคของประเทศไทย ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคตะวันตก และภาคใต้ โดยคณะผู้วิจัยเลือกใช้สูตรคำนวณขนาดประชากรกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie & Morgan (1970) เพื่อให้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างมีความน่าเชื่อถือ โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ร้อยละ 5 ดังนี้

สูตรคำนวณขนาดประชากรกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie & Morgan

$$n = \frac{x^2 Np(1-p)}{e^2(N-1) + x^2 p(1-p)}$$

โดยกำหนดให้

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากร

e = ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้

χ^2 = ค่าไคสแควร์ที่ df เท่ากับ 1 และระดับความเชื่อมั่น 95% ($\chi^2=3.841$)

p = สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร

ดังที่จะแสดงการคำนวณประชากรกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

$$n = \frac{3.841 \times 66,052,615 \times 0.5 \times (1 - 0.5)}{(0.05)^2 \times (66,052,615 - 1) + 3.841 \times 0.5 \times (1 - 0.5)}$$

$$n = \frac{63,449,238.04}{165,132.49525}$$

$$n = 384.19 (385)$$

ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างของประชากรประชากรผู้บริโภคที่ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลในการซื้อสินค้าหรือบริการในการศึกษารุ่นนี้จึงเท่ากับ จำนวน 385 ตัวอย่าง โดยเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลในส่วนนี้ ได้แก่ แบบสอบถามในลักษณะของ Online Self-Report Questionnaire โดยประเด็นข้อคำถามจะมุ่งเน้นไปที่ประสบการณ์การได้รับความเสียหายจากการใช้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัล ลักษณะของความเสียหายที่เกิดขึ้น แนวทางการดำเนินการของผู้เสียหายภายหลังจากได้รับความเสียหาย การชดเชยหรือแก้ไขปัญหาที่ได้รับ ทศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อการเรียกร้องความเสียหายหรือความรับผิดชอบจากผู้ประกอบการธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัล โดยการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณคณะผู้วิจัยจะใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล เช่น การวิเคราะห์เชิงพรรณนา ร้อยละ และค่าเฉลี่ย และการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการเปรียบเทียบกลุ่มตัวอย่าง เช่น สถิติ independent t-test และ Analysis of Variance (ANOVA) ในการวิเคราะห์ข้อมูล เป็นต้น

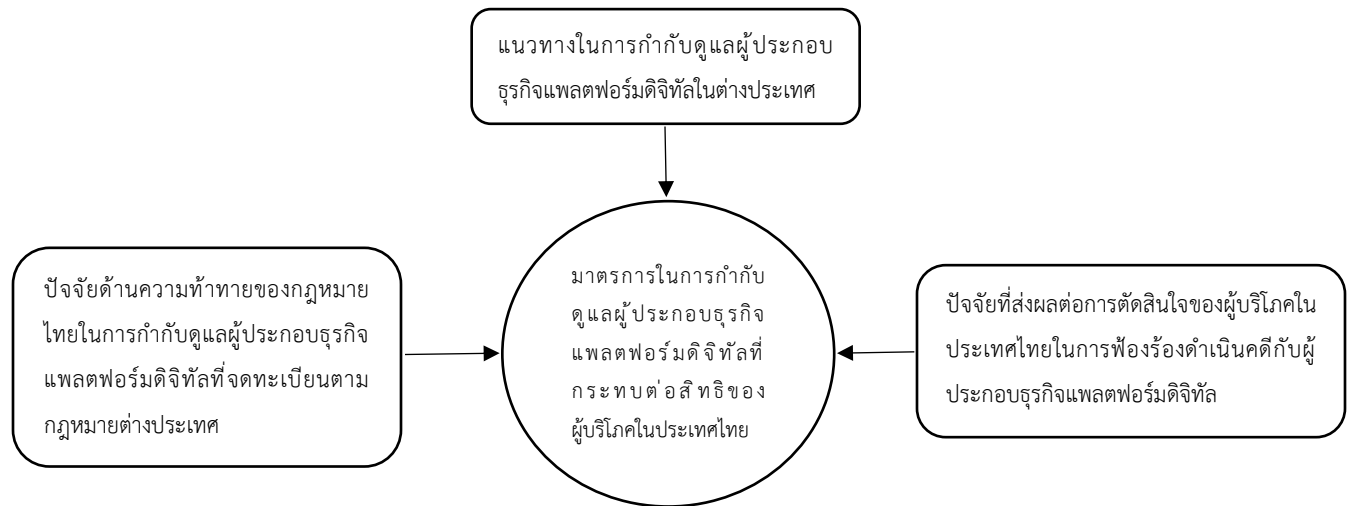
1.4 สมมติฐานการศึกษา

กฎหมายที่มีการนำมาใช้ในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมที่เกิดขึ้นโดยอาศัยช่องทางทางเทคโนโลยีรวมถึงที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลแพลตฟอร์มดิจิทัลของประเทศไทย อันได้แก่ พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544 พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 พระราชบัญญัติการรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ พ.ศ. 2562 พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

พ.ศ. 2562 พระราชกำหนดมาตรการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมทางเทคโนโลยี พ.ศ. 2566 และพระราชกฤษฎีกาการประกอบธุรกิจบริการแพลตฟอร์มที่ต้องแจ้งให้ทราบ พ.ศ. 2565 รวมถึงกฎหมายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ยังมีความไม่เหมาะสมเพียงพอต่อการให้ความคุ้มครองแก่ผู้บริโภคของประเทศไทย โดยเฉพาะในด้านการฟ้องร้องดำเนินคดีกับผู้ประกอบธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลที่จดทะเบียนในต่างประเทศแต่มีการดำเนินงานหรือมีการดำเนินธุรกิจไม่ว่าทั้งหมดหรือแต่บางส่วนในประเทศไทย จึงควรทำการศึกษาในประเด็นดังกล่าวเพื่อให้การคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทยจากการซื้อขายหรือใช้บริการผ่านทางผู้ให้บริการหรือผู้ประกอบธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัล เป็นไปอย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

1.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาโดยการทบทวนวรรณกรรมถึงงานศึกษาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับมาตรการในการกำกับดูแลผู้ประกอบธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลที่กระทบต่อสิทธิของผู้บริโภคในด้านต่าง ๆ ทำให้คณะผู้วิจัยสามารถกำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัยในเรื่องดังกล่าวในครั้งนี้ ดังที่แสดงไว้ในกรอบแนวคิดด้านล่างนี้



1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ประโยชน์ในทางวิชาการ คณะผู้วิจัยคาดว่าจะการศึกษาในครั้งนี้จะสามารถช่วยสร้างองค์ความรู้ใหม่ในเรื่องของมาตรการการกำกับดูแลผู้ประกอบการแพลตฟอร์มดิจิทัลที่กระทบต่อสิทธิของผู้บริโภคที่มีความ

เหมาะสมกับประเทศไทย โดยเฉพาะกรณีที่มีความเสียหาย หรือการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคเกิดขึ้นจากแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก

2. ประโยชน์ในเชิงนโยบาย คณะผู้วิจัยคาดว่าผลการศึกษาในครั้งนี้จะสามารถนำไปใช้ประกอบเป็นองค์ความรู้เบื้องต้นให้แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อผลักดัน และกำหนดเป็นนโยบายในการพัฒนากฎหมาย ตลอดจนกำหนดมาตรการกำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลที่กระทบต่อสิทธิของผู้บริโภคที่มีความเหมาะสมกับบริบทของประเทศไทยต่อไป

1.7 นิยามศัพท์

เนื้อหา (Content) หมายถึง เนื้อหา ข้อความ หรือข้อมูลดิจิทัล ที่ได้รับการสร้างขึ้นและเผยแพร่ผ่านทางแพลตฟอร์มดิจิทัลต่าง ๆ

ผู้ใช้บริการ (User) หมายถึง ผู้ใช้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัล และหมายความรวมถึงผู้ที่ทำการสมัครเข้าใช้แพลตฟอร์มดิจิทัล

ผู้ประกอบการที่ไม่สุจริต หมายถึง ผู้ประกอบธุรกิจที่อาศัยเฟซบุ๊กเป็นช่องทางหรือเป็นเครื่องมือในการเข้าถึงผู้ใช้บริการในประเทศไทยเพื่อเสนอขายสินค้าหรือบริการจริง เพียงแต่เป็นสินค้าหรือบริการที่ไม่ได้คุณภาพหรือไม่ได้มาตรฐาน

แพลตฟอร์มดิจิทัล (Digital Platform) หมายถึง ช่องทางดิจิทัลที่มีบุคคลหรือนิติบุคคลสร้างขึ้นเพื่อใช้เป็นพื้นที่ในการติดต่อสื่อสาร การแสดงความคิดเห็น การแสดงความคิดสร้างสรรค์ การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ การทำธุรกรรม หรือกิจกรรมทางออนไลน์ใด ๆ ที่ต้องอาศัยช่องทางดิจิทัลดังกล่าวในการดำเนินการหรือการให้บริการ

เฟซบุ๊ก (Facebook) หมายถึง แพลตฟอร์มดิจิทัลเฟซบุ๊ก และหมายความรวมถึง บริษัท เมตา แพลตฟอร์มอิงก์ (Meta Platforms Inc.) จำกัด

เฟซบุ๊กแฟนเพจ / เพจ (Facebook Fanpage / Page) หมายถึง บัญชีที่เป็นทางการของผู้ใช้บัญชีเฟซบุ๊กที่เป็นผู้มีชื่อเสียง เป็นที่รู้จัก ไม่ว่าจะเป็นการสร้างขึ้นโดยตนเองหรือโดยมีบุคคลอื่นเป็นผู้สร้างขึ้น เพื่อเป็นพื้นที่สำหรับกลุ่มผู้ใช้บัญชีเฟซบุ๊กที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกัน ทั้งนี้รวมถึงเพจที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อใช้เป็นช่องทางในการซื้อขายสินค้าหรือการให้บริการต่าง ๆ ผ่านทางเฟซบุ๊กด้วย

บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรม

ในบทนี้จะเป็นการกล่าวถึงความหมาย แนวคิด ทฤษฎี ตลอดจนงานศึกษาต่าง ๆ ที่สำคัญในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลที่กระทบต่อสิทธิผู้บริโภคที่น่าสนใจ อันได้แก่

- 2.1 ความหมายของคำว่าธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัล
 - 2.2 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัล
 - 2.3 โครงสร้างการกำกับดูแลตนเอง (Self-regulator) ของเฟซบุ๊ก
 - 2.4 ลักษณะความรับผิดของธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลที่มีต่อผู้บริโภค
 - 2.5 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัล
- ดังจะกล่าวถึงในรายละเอียดต่อไปนี้

2.1 ความหมายของคำว่าธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัล

ธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัล (Digital Platform) คือ การทำธุรกิจรูปแบบหนึ่งที่อาศัยโครงสร้างพื้นฐานด้านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่ออำนวยความสะดวกในการสร้างปฏิสัมพันธ์ขึ้นในระหว่างกลุ่มบุคคล ตัวอย่างเช่น สื่อสังคมออนไลน์ (Social media channels) ตลาดออนไลน์ (Online marketplace) รวมถึงเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันที่ใช้ในการระดมทรัพยากรจากประชาชน (Crowdsourcing websites and apps) เป็นต้น (Gibson, 2024) โดยดำเนินการในลักษณะที่เป็น “ตัวกลาง” (intermediary) ซึ่ง Perret (2010) ให้ความหมายว่า สิ่งใดที่อยู่ระหว่างหรืออยู่ท่ามกลางวัตถุตั้งแต่สองสิ่งขึ้นไป เพื่อช่วยในกระบวนการถ่ายโอน (transmission) หรือทำให้แพร่หลาย (dissemination) โดยที่ “ตัวกลาง” จะไม่ได้เป็นผู้ริเริ่มในการทำให้แพร่หลายซึ่งเนื้อหา สินค้า รวมถึงการให้บริการต่าง ๆ ที่ถูกส่งหรือถ่ายโอนผ่านเครือข่ายหรือเซิร์ฟเวอร์ (servers) ใด ๆ

ขณะที่องค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (The Organisation for Economic Co-operation and Development: OECD) ได้มีการกำหนดนิยามของ “ผู้ให้บริการที่เป็นตัวกลางทางอินเทอร์เน็ต” (Internet intermediary) ว่า หมายถึง การเชื่อมโยงหรือการอำนวยความสะดวกในการทำธุรกรรมใด ๆ ในระหว่างบุคคลที่เกิดขึ้นผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยผู้ให้บริการที่เป็นตัวกลางทางอินเทอร์เน็ตจะช่วยอำนวยความสะดวกในการเข้าถึง (access) ให้บริการในการจัดเก็บและส่งข้อมูล (host) การส่งผ่าน (transmit) รวมถึงการช่วยรวบรวมและจัดเรียง (index) เนื้อหา สินค้า รวมถึงบริการที่เกิดขึ้นจากบุคคลที่สาม (third-party) ที่เกิดขึ้นบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต หรือจัดให้มีการให้บริการผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ตให้กับ

บุคคลที่สาม ซึ่งนอกจากจะมีการนำผู้ให้บริการที่เป็นตัวกลางทางอินเทอร์เน็ตมาใช้ในภาคธุรกิจแล้วก็ยังคงมีการนำมาใช้กับแพลตฟอร์มทางสังคม (social platforms) ต่าง ๆ อีกด้วย

นอกจากนี้ องค์การการค้าโลก (World Trade Organization; WTO) ก็ได้มีการให้ความหมายของผู้ประกอบการธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ให้บริการในฐานะที่เป็นตัวกลาง (Digital Intermediation Platforms; DIPs) ไว้ โดยหมายถึง การเชื่อมประสานทางออนไลน์ (online interface) ที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการก่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์โดยตรงระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายโดยคิดค่าธรรมเนียม โดยที่แพลตฟอร์มไม่ได้เป็นเจ้าของธุรกิจหรือเจ้าของกรรมสิทธิ์ในสินค้าหรือบริการที่มีการเสนอขายผ่านทางแพลตฟอร์มดิจิทัลนั้น ๆ (WTO, 2023)

ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่า ธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัล จึงน่าจะมีความหมายถึง การประกอบธุรกิจในลักษณะที่เป็นการให้บริการที่เป็นตัวกลางในการอำนวยความสะดวก รวมถึงช่วยสร้างปฏิสัมพันธ์ขึ้นในระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ หรือผู้ให้บริการกับผู้รับบริการโดยอาศัยการเชื่อมโยงผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยที่ผู้ประกอบการธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลไม่ได้เป็นผู้เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ในสินค้าหรือไม่ได้เป็นผู้จัดให้มีการให้บริการด้วยตนเองแต่อย่างใด และอาจมีการกำหนดค่าธรรมเนียมในการให้บริการซึ่งอาจจะอยู่ในรูปแบบที่เป็นตัวเงินหรือผลประโยชน์อย่างหนึ่งอย่างใด ซึ่ง Perret (2010) ได้แบ่งกลุ่มธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลผู้ให้บริการที่เป็นตัวกลางทางอินเทอร์เน็ตออกได้เป็น 6 กลุ่ม ดังต่อไปนี้

- 1) การเป็นผู้ให้บริการการเข้าถึงเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Internet access and service providers: ISPs)
- 2) ผู้ให้บริการด้านการประมวลผลข้อมูล (Data processing) และผู้ให้บริการพื้นที่สำหรับจัดเก็บเว็บไซต์ (Web hosting providers) รวมถึงผู้ให้บริการด้านการจดทะเบียนชื่อที่ใช้ในการระบุและเข้าถึงเว็บไซต์บนอินเทอร์เน็ต (Domain name)
- 3) ผู้ให้บริการด้านการสืบค้นทางอินเทอร์เน็ต (Internet search engines) และพอร์ทัล (Portals)
- 4) แพลตฟอร์มออนไลน์ที่ทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการเชื่อมโยงการทำธุรกรรมระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อ โดยที่แพลตฟอร์มเหล่านั้นไม่ได้เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ในสินค้าหรือบริการที่ทำการซื้อขายกันนั้น
- 5) ระบบการชำระเงินทางอินเทอร์เน็ต
- 6) แพลตฟอร์มเครือข่ายแบบมีส่วนร่วม (Participative networking platforms) ซึ่งรวมถึงแพลตฟอร์มที่เป็นพื้นที่ในการประกาศ (publishing) และเผยแพร่ (broadcasting) เนื้อหาต่าง ๆ โดยที่แพลตฟอร์มเหล่านี้ไม่ได้เป็นผู้สร้างสรรค์ หรือเป็นเจ้าของเนื้อหาที่มีการเผยแพร่ หรือมีการประกาศผ่านทางแพลตฟอร์มเช่นนั้น

จากการพิจารณาถึงลักษณะของธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลดังกล่าวจะเห็นได้ว่า แรกเดิมนั้น แพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก¹ (Facebook) ถูกสร้างขึ้นโดย มาร์ก ซัคเคอร์เบิร์ก (Mark Zuckerberg) ขณะที่กำลังศึกษาอยู่ใน

¹ จากนี้ไปในรายงานการวิจัยฉบับนี้จะเรียกว่า เฟซบุ๊ก

มหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด เมื่อประมาณ ปี ค.ศ. 2004 โดยมีวัตถุประสงค์เพียงเพื่อใช้เป็นพื้นที่เครือข่ายทางสังคมออนไลน์ (social networking site) ขึ้นในระหว่างนักศึกษาของมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ดด้วยกัน (Rowland, 2010) อย่างไรก็ตามในเวลาต่อมา เฟซบุ๊ก ได้กลายเป็นแพลตฟอร์มดิจิทัลด้านการติดต่อสื่อสารที่ได้รับความนิยมอย่างสูงทั่วโลก และได้ขยายบทบาทของแพลตฟอร์มมาเป็นพื้นที่ทางสังคมออนไลน์ที่ใช้ในการแสดงความคิดเห็นสร้างสรรค์หรือความคิดเห็นต่าง ๆ ในลักษณะที่เป็นแพลตฟอร์มเครือข่ายแบบมีส่วนร่วม (Rodriguez, 2016) และด้วยคุณสมบัติการเป็นตัวกลางในการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างผู้ใช้บัญชีเฟซบุ๊กด้วยกันเช่นนี้ ส่งผลให้เฟซบุ๊กได้ปรับเปลี่ยนบทบาทของแพลตฟอร์มโดยมุ่งเน้นไปที่การทำธุรกิจผ่านทางเฟซบุ๊กมากขึ้น โดยมีการสร้าง “เฟซบุ๊กแฟนเพจ” (Facebook Fanpage) หรือ “เฟซบุ๊กเพจ” (Facebook Page) รวมถึงได้มีการจัดทำข้อเสนอแนะในการจัดทำเพจให้กับผู้ใช้บัญชีเฟซบุ๊ก (Meta Business Help Centre, n.d.) เพื่อใช้เป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์สินค้าการซื้อขายสินค้าหรือบริการ (Sutanto, 2016) ในลักษณะที่เป็นตลาดเสมือน (virtual marketplace) ที่ผู้เป็นเจ้าของบัญชีเฟซบุ๊กแฟนเพจแต่ละรายสามารถที่จะทำธุรกิจด้านการค้าหรือการให้บริการได้ด้วยตนเองโดยเฟซบุ๊กทำหน้าที่เป็นตัวกลางระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อผ่านทาง “เฟซบุ๊กมาร์เก็ตเพลส” (Facebook Marketplace) (Piranda et al., 2022) จึงอาจกล่าวได้ว่าการดำเนินธุรกิจของเฟซบุ๊กในปัจจุบันจึงไม่ใช่เป็นเพียงแค่เพียงแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ใช้เป็นสื่อกลางในการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ใช้บัญชีเฟซบุ๊กแต่เพียงอย่างเดียวเช่นในช่วงแรกก่อตั้ง หากแต่เป็นธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลที่เป็นตัวกลางทางอินเทอร์เน็ตรูปแบบหนึ่งที่เป็นการเพิ่มโอกาสให้แก่เจ้าของบัญชีเฟซบุ๊กแฟนเพจในการเพิ่มจำนวนยอดผู้ติดตามให้กับการขายสินค้าหรือการให้บริการของตนในลักษณะที่เป็นตลาดออนไลน์อีกประการหนึ่งด้วย (Nasrin et al., 2020)

2.2 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัล

แพลตฟอร์มดิจิทัล เป็นระบบเทคโนโลยีดิจิทัลที่ช่วยในการสร้างการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้ (users) จำนวนมากและมีความแตกต่างหลากหลาย ผ่านทางระบบหรือโครงสร้างที่ทำหน้าที่ในการประสาน และดำเนินการที่มีขอบเขตกว้างขวางครอบคลุมองค์กรอื่น ๆ (supra-organizational entities) (Ens et al, 2023) นอกจากนี้ โดยรูปแบบและลักษณะของการประกอบธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลที่มีความเกี่ยวข้องกับทั้งการประกอบธุรกิจ ระบบเศรษฐกิจ การคุ้มครองผู้บริโภค ตลอดจนอาชญากรรมทางเทคโนโลยี และแทบจะมีส่วนร่วมกับการกิจกรรมในชีวิตประจำวันของมนุษย์ เช่น การติดต่อสื่อสาร การแสดงความคิดเห็น การเผยแพร่ความรู้ หรือการซื้อขายสินค้าหรือการบริการ เป็นต้น ส่งผลให้การกำกับดูแลธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลนั้นมีความหลากหลาย และยากต่อการออกแบบมาตรการที่เหมาะสมในการควบคุม หรือกำกับดูแลธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลอันเนื่องมาจากความซับซ้อน และพลวัตทางเทคโนโลยีที่มีความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง (Shleifer, 2005) อย่างไรก็ตาม

คณะผู้วิจัยเห็นว่า มีทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลที่น่าสนใจ และเห็นสมควรนำมากล่าวถึงในรายงานการวิจัยฉบับนี้ ดังนี้

2.2.1 ทฤษฎีผลประโยชน์สาธารณะ (Public Interest Theory)

ทฤษฎีผลประโยชน์สาธารณะ เป็นทฤษฎีสำคัญลำดับต้น ๆ ที่มักจะถูกนำมาใช้เป็นรากฐานในการบัญญัติกฎหมายรวมถึงการกำกับดูแลกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งที่เกิดขึ้นโดยเอกชน (Hantke-Domas, 2003) อันอาจถือได้ว่าเป็นเหตุผลและความชอบธรรมของรัฐในการใช้อำนาจของตนเข้าทำการแทรกแซงตลาดเสรี (Laissez-faire) (Bezemek & Dumbrovsky, 2020) ซึ่งโดยทั่วไปแล้วรัฐไม่อาจที่จะมีอำนาจในการทำเช่นนั้นได้ ทั้งนี้เนื่องมาจากหลักเกณฑ์ที่สำคัญประการหนึ่งของตลาดเสรีคือการให้หลักประกันแก่ผู้ประกอบการเอกชนว่าการดำเนินธุรกิจใด ๆ จะเป็นอิสระและไม่สามารถถูกแทรกแซงด้วยประการใด ๆ จากรัฐ (Britannica, 2024) อย่างไรก็ตาม Hantke-Domas (2003) ก็ให้ความเห็นว่า การกำกับดูแลการดำเนินกิจการของเอกชนโดยรัฐอาจมีความจำเป็นมากกว่าการกำกับดูแลนั้นจะเป็นไปเพื่อการส่งเสริมผลประโยชน์ของสังคมโดยรวม เช่น การป้องกันปัญหาการผูกขาด การกำหนดมาตรฐานความปลอดภัย หรือการควบคุมราคาสินค้าหรือการให้บริการ เป็นต้น โดยรัฐอาจกำหนดนโยบายหรือมาตรการใด ๆ ที่เป็นการแทรกแซงการดำเนินงานของเอกชนได้ก็แต่เพียงเท่าที่จำเป็นและมีเหตุผลอันสมควร และเป็นไปเพื่อให้ความคุ้มครองแก่ประชาชนในฐานะที่เป็นผู้บริโภคที่ส่วนใหญ่แล้วจะเป็นผู้ที่มีอำนาจในการต่อรองที่น้อยกว่าผู้ประกอบการ แม้ว่าการเข้ามาแทรกแซงตลาดโดยรัฐบางกรณีอาจมีความเสี่ยงจากการถูกครอบงำโดยกลุ่มนายทุนหรือกลุ่มผลประโยชน์อื่น รวมถึงอาจเป็นช่องทางในการนำไปสู่การทุจริตได้เช่นเดียวกัน แต่นโยบายหรือมาตรการในการกำกับดูแลการดำเนินงานของเอกชนที่ดีและมีประสิทธิภาพนั้นจะช่วยเพิ่มความมั่นใจให้กับประชาชนในฐานะที่เป็นผู้บริโภค รวมถึงเป็นการช่วยลดความเสี่ยงให้แก่ผู้ประกอบการจากการระงับข้อพิพาทโดยใช้กระบวนการทางศาล โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเกิดสภาวะความล้มเหลวของตลาด

โดยทั่วไปแล้วการให้ความคุ้มครองประโยชน์สาธารณะนั้นจะต้องเป็นไปเพื่อผลรวมของประโยชน์ของสมาชิกแต่ละคนในสังคม ประกอบกับการมีจิตสาธารณะของสมาชิกในสังคมที่มีความเห็นแก่ส่วนรวมและยอมรับว่าประโยชน์สาธารณะที่พึงได้รับความคุ้มครองนั้นเป็นสิ่งที่ดีและอยู่เหนือผลประโยชน์ส่วนตัว อย่างไรก็ตาม แนวคิดดังกล่าวอาจเกิดขึ้นในความเป็นจริงได้ค่อนข้างยาก ทั้งนี้เนื่องจากพบว่า มีหลายกรณีที่นโยบายหรือมาตรการที่มีการอ้างว่าเป็นไปเพื่อการคุ้มครองผลประโยชน์สาธารณะนั้นกลับเป็นเพียงนโยบายหรือมาตรการที่เอื้อต่อผลประโยชน์ของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลแค่เพียงบางคนหรือเพียงบางกลุ่มเท่านั้น อย่างไรก็ตาม ลักษณะของผลประโยชน์สาธารณะอาจมีความเปลี่ยนแปลงได้เช่นเดียวกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสถานการณ์รวมถึงความต้องการของสมาชิกที่อยู่ในสังคมนั้น ๆ เป็นสำคัญ ดังนั้น จึงอาจสรุปได้ว่าสมาชิกหรือพลเมืองที่อาศัยอยู่ในชุมชนหรือในสังคมนั้น ๆ เป็นผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจว่าสิ่งใดควรถือได้ว่าเป็นไปเพื่อประโยชน์สาธารณะ

2.2.2 แนวคิดด้านการกำกับดูแลตนเอง (Self-regulation)

โดยทั่วไปแล้วการกำกับดูแลมักเกิดขึ้นในกรณีที่ฝ่ายหนึ่งเป็นรัฐและทำหน้าที่ในการกำกับดูแล ขณะที่อีกฝ่ายหนึ่งเป็นผู้ประกอบธุรกิจในฐานะที่เป็นผู้ที่ถูกกำกับดูแล ภายใต้การคำนึงถึงมาตรฐานขององค์การระหว่างประเทศ ผู้ที่อยู่ในห่วงโซ่อุปทาน (supply chain) หน่วยงานด้านการค้ารวมถึงตลาดการเงิน แรงกดดันจากผู้ประกอบการรายอื่นที่เป็นคู่แข่งในตลาด รวมถึงการกำกับดูแลตนเอง (self-regulation) อันเป็นการกำกับดูแลแบบพหุนิยม (regulatory pluralism) รูปแบบหนึ่ง ที่นอกเหนือไปจากการกำกับดูแลอย่างเป็นทางการจากรัฐ (Gunningham & Sinclair, 2017) ที่มักจะอยู่ในรูปแบบของกฎหมาย โดย Cusumano et al. (2021) เห็นว่าการกำกับดูแลตนเอง คือ กระบวนการที่ธุรกิจเอกชนดำเนินการล่วงหน้าเพื่อป้องกันหรือเสริมสร้างกฎระเบียบและแนวทางที่รัฐบาลกำหนดในการควบคุมการดำเนินธุรกิจนั้น ๆ เช่น การตรวจสอบการละเมิดข้อบังคับที่องค์กรธุรกิจนั้น ๆ กำหนดขึ้น การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมจากการดำเนินธุรกิจ (Corporate Social Responsibility; CSR) หรือการจัดตั้งองค์กรหรือสถาบันเพื่อทำหน้าที่ในการกำกับดูแลกันเองในกลุ่มธุรกิจหรือผู้ประกอบการภายใต้ความร่วมมือหรือประสานการทำงานร่วมกันกับรัฐ รวมถึงมีอำนาจในการลงโทษผู้ประกอบการรายใดที่ฝ่าฝืนหลักเกณฑ์ในการกำกับดูแลร่วมกันนั้นอีกด้วย

อย่างไรก็ตาม ปัญหาหลักในการกำกับดูแลตนเองที่สำคัญ ได้แก่ การขาดแนวทางในการชักจูงใจผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อให้ความร่วมมือรวมถึงผลประโยชน์ที่ผู้ประกอบการธุรกิจพึงได้รับจากการให้ความร่วมมือนั้น โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ประกอบการรายใหญ่ ดังนั้น จึงอาจสรุปได้ว่าการกำกับดูแลตนเองจะสามารถเกิดขึ้นและเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพก็ต่อเมื่อผู้ประกอบการเอกชนมีความเห็นร่วมกันว่าการปฏิบัติตามเกณฑ์มาตรฐานที่กลุ่มธุรกิจของตนร่วมกันกำหนดขึ้นนั้นจะเอื้อต่อการอำนวยความสะดวกสูงสุดให้กับการดำเนินธุรกิจของตน หากการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ในการกำกับดูแลตนเองเช่นนั้นเป็นการสร้างภาระให้แก่ผู้ประกอบการเอกชนจนเกินสมควร เช่น ส่งผลให้มีรายจ่ายที่สูงขึ้น การต้องเสียภาษีในอัตราที่สูงขึ้น หรือการเสียผลประโยชน์ในลักษณะอื่น ๆ ก็ส่งผลให้หลักเกณฑ์ในการกำกับดูแลตนเองไม่บรรลุตามเป้าประสงค์ที่ได้ตั้งไว้ นอกจากนี้ในบางกรณีอาจจำเป็นต้องอาศัยปัจจัยภายนอก เช่น ปัจจัยทางเศรษฐกิจ สังคม หรือกฎหมาย เพื่อเป็นการช่วยสร้างแรงจูงใจเพื่อให้ผู้ประกอบการเอกชนเกิดความสมัครใจที่จะเข้าร่วมและปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ในการกำกับดูแลตนเองที่กลุ่มธุรกิจของตนร่วมกันกำหนดขึ้นมา นอกจากนี้ยังควรมีแนวทางในการกำกับติดตามและควบคุมการประกอบกิจการหรือการดำเนินธุรกิจเพื่อช่วยในการเพิ่มประสิทธิภาพในการกำกับดูแลตนเองให้มีความยั่งยืนมากขึ้นอีกประการหนึ่งด้วย

2.2.3 ทฤษฎีการกำกับดูแลในเชิงเศรษฐศาสตร์ (Economic Theories of Regulation)

นอกจากทฤษฎีผลประโยชน์สาธารณะและแนวคิดทางด้าน การกำกับดูแลตัวเองดังที่ได้ทำการศึกษา มาแล้วนั้น อีกแนวคิดหนึ่งที่น่าสนใจและคณะผู้วิจัยเห็นสมควรที่จะทำการยกมากล่าวถึงในที่นี้ คือ ทฤษฎีการ กำกับดูแลในเชิงเศรษฐศาสตร์ ทั้งนี้เนื่องจากโดยลักษณะตามธรรมชาติในการดำเนินกิจการของแพลตฟอร์มดิจิทัล รวมถึงเฟซบุ๊กนั้นเป็นไปเพื่อผลประโยชน์ในทางธุรกิจเป็นสิ่งสำคัญ การที่จะกำกับการประกอบกิจการหรือการ ดำเนินธุรกิจนี้ในลักษณะเช่นนี้ก็ควรที่จะต้องให้ความสนใจถึงแนวคิดทางด้านเศรษฐศาสตร์ควบคู่ไปด้วยเสมอ แม้ว่าความหมายของคำว่ากำกับการกำกับดูแลจะยังคงเป็นสิ่งที่ยังไม่อาจกำหนดความหมายหรือคำนิยามได้อย่างชัดเจน อันเนื่องมาจากความซับซ้อนและความหลากหลายของการกำกับดูแล (Hertog, 2010) อย่างไรก็ตาม การกำกับ ดูแลอาจมีความหมายว่าเป็นการที่รัฐสามารถออกกฎหมาย มาตรการ หรือนโยบายในการบังคับให้บุคคลหรือ องค์กรใด ๆ ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่ได้มีการกำหนดไว้ มีการให้รางวัลสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจที่สมัครใจในการ ดำเนินธุรกิจตามแนวทางของการกำกับดูแลที่ได้มีการกำหนดไว้นั้น รวมถึงมีการกำหนดบทลงโทษหรือผลร้ายบาง ประการในกรณีที่มีผู้ฝ่าฝืน เช่น การกำหนดค่าปรับ การให้แก้ไข การงดเว้นการกระทำบางอย่าง หรือการมีคำสั่ง ปิดการดำเนินธุรกิจ เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้แนวทางการดำเนินงานของภาคเอกชนมีความสอดคล้องและเป็นไปตาม วัตถุประสงค์ของนโยบายสาธารณะที่ขยายตัวขึ้นตามความเปลี่ยนแปลงของสังคม

โดยการกำกับดูแลทางเศรษฐกิจสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะที่สำคัญ โดยลักษณะแรกได้แก่ การ กำกับดูแลโครงสร้าง (structural regulation) อันเป็นการกำกับดูแลด้านการควบคุมโครงสร้างของตลาด เช่น การ กำหนดคุณสมบัติของผู้ประกอบการเอกชนที่จะเข้ามาในตลาด และลักษณะที่สอง ได้แก่ การกำกับดูแล พฤติกรรม (conduct regulation) อันเป็นการกำกับดูแลและควบคุมพฤติกรรมทั้งผู้ประกอบการและผู้บริโภคใน ตลาด เช่น การควบคุมราคา การกำหนดในเรื่องการติดฉลากสินค้า การห้ามการโฆษณา รวมถึงการกำหนด มาตรฐานคุณภาพขั้นต่ำของสินค้าและบริการก่อนที่จะมีการนำออกจำหน่าย หรือให้บริการแก่ผู้บริโภค ซึ่ง โดยทั่วไปแล้วการกำกับดูแลทางเศรษฐกิจเช่นนี้จะมีการนำมาใช้ก็ต่อเมื่อเกิดกรณีการผูกขาดสินค้าหรือบริการ หรือนำมาใช้กับตลาดที่มีการแข่งขันไม่สมบูรณ์

2.3 โครงสร้างการกำกับดูแลตนเอง (Self-regulator) ของเฟซบุ๊ก

เฟซบุ๊ก เป็นอีกแพลตฟอร์มดิจิทัลหนึ่งที่มีการกำหนดโครงสร้างในการกำกับดูแลตนเองไว้ ทั้งที่อยู่ในรูปแบบของข้อกำหนดมาตรฐานชุมชน (community standard) และข้อกำหนดในการให้บริการ (Term of Services) ดังที่จะได้กล่าวถึงรายละเอียด ต่อไปนี้

2.3.1 เงื่อนไขและข้อตกลงในการให้บริการ (Terms of Service)

เงื่อนไขและข้อตกลงในการให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัล ถือเป็นสัญญาระหว่างผู้ให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลกับผู้ให้บริการซึ่งโดยทั่วไปแล้วมักจะอยู่ในรูปแบบของข้อสัญญามาตรฐาน (Standard Form Contract) หรือสัญญาสำเร็จรูปในลักษณะที่เป็นเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ที่ผู้ให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลเป็นผู้ที่มีอำนาจในการกำหนดเนื้อหา ข้อตกลง หน้าที่ รวมถึงข้อจำกัดความรับผิดชอบในระหว่างคู่สัญญาได้แต่เพียงฝ่ายเดียว ซึ่งแต่เดิมเงื่อนไขและข้อตกลงในการให้บริการของเฟซบุ๊กมีชื่อว่า “แถลงการณ์สิทธิ์และความรับผิดชอบ” (the Statement of Rights and Responsibilities) โดยในปัจจุบันสามารถแบ่งเนื้อหาของเงื่อนไขและข้อตกลงในการให้บริการของเฟซบุ๊กออกได้เป็น 5 กลุ่มใหญ่ (Facebook, 2022) ได้แก่

- 1) การให้บริการที่ทางเฟซบุ๊กเป็นผู้จัดดำเนินการ (The Services We Provide)
- 2) ที่มาของแหล่งรายได้ที่เฟซบุ๊กใช้ในการดำเนินกิจการ (How Our Services Are Funded)
- 3) ผลผูกพันผู้ใช้แพลตฟอร์มภายหลังจากการสมัครเข้าใช้ที่มีต่อเฟซบุ๊กและชุมชนผู้ใช้แพลตฟอร์ม (Your Commitments to Facebook and Our Community)
- 4) มาตรการอื่น ๆ ที่อาจถูกกำหนดขึ้นในภายหลัง (Additional Provisions) และ
- 5) ข้อกำหนดเบ็ดเตล็ดอื่น ๆ (Other)

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากเงื่อนไขและข้อตกลงในการให้บริการของเฟซบุ๊กทั้ง 5 กลุ่มดังกล่าวมีเนื้อหาที่ค่อนข้างมากและมีการใช้ถ้อยคำที่ค่อนข้างจะมีความซับซ้อน คณะผู้วิจัยจึงขอทำการสรุปเนื้อหาของเงื่อนไขและข้อตกลงในการให้บริการของเฟซบุ๊กออกเป็น 9 กลุ่มเนื้อหาที่สำคัญ ดังที่จะสรุปสาระสำคัญได้ต่อไปนี้

1) ลักษณะการให้บริการของเฟซบุ๊ก

ลักษณะของการให้บริการที่สำคัญของเฟซบุ๊ก ได้แก่ การให้บริการพื้นที่ทางสังคมออนไลน์ หรือพื้นที่ชุมชนเสมือน (Virtual Community) เพื่อผู้สมัครใช้บริการใช้ในการติดต่อสื่อสาร หรือมีปฏิสัมพันธ์ในระหว่างผู้ใช้ผ่านทางโพสต์เนื้อหา ข้อความ หรือข้อมูลดิจิทัล เช่น การอัปเดตสถานะ การแบ่งปัน (share) รูปภาพ คลิปวิดีโอ หรือเรื่องราว (Stories) การส่งข้อความ การให้บริการโทรด้วยเสียงหรือวิดีโอ การสร้างกิจกรรมหรือกลุ่ม

การดูข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับวิธีที่ผู้อื่นมีปฏิสัมพันธ์กับเนื้อหาของผู้ใช้ นอกจากนี้ ยังรวมถึงกิจกรรมต่าง ๆ ที่ผู้ใช้อาจพบเห็นได้อันเนื่องมาจากการใช้บริการเฟซบุ๊ก เช่น โฆษณา คลิปวิดีโอสั้น เพจ (pages) ตลอดจนเนื้อหาอื่น ๆ ที่ผู้ใช้ติดตาม ตลอดจนคุณลักษณะ (feature) เสริมอื่น ๆ ที่อาจตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ เช่น เฟซบุ๊ก มาร์เก็ตเพลส (Facebook Marketplace)

2) แนวทางในการใช้ประโยชน์จากข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก

เฟซบุ๊กเป็นแพลตฟอร์มดิจิทัลที่มีจำนวนผู้ใช้บริการสูงในลำดับต้น ๆ ของโลก ส่งผลให้ต้องมีการเก็บรวบรวมข้อมูลของผู้ใช้บริการจำนวนมากตามไปด้วย ซึ่งข้อมูลเหล่านี้ไม่เพียงแต่ใช้เพื่อการยืนยันตัวตนของผู้สมัครใช้บริการเท่านั้น หากแต่เฟซบุ๊กยังนำข้อมูลเหล่านี้ไปใช้ประโยชน์ในทางธุรกิจของตนโดยเฉพาะการทำรายได้จากการขายโฆษณา โดยข้อมูลที่เฟซบุ๊กได้มีการแจ้งแก่ผู้สมัครใช้บริการว่าจะทำการเก็บ ได้แก่ ข้อมูลที่เกี่ยวกับการเชื่อมต่อใด ๆ ที่ผู้ใช้เป็นผู้สร้างขึ้น รวมถึงข้อมูลการตั้งค่าของผู้ใช้ เนื้อหา ข้อความ หรือข้อมูลดิจิทัลใด ๆ ที่ผู้ใช้ได้ทำการแบ่งปัน (shared) โดยไม่คำนึงว่าข้อมูลเหล่านั้นจะเป็นการกระทำผ่านแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กหรือไม่ก็ตาม โดยเฟซบุ๊กได้ให้เหตุผลในการเก็บข้อมูลของผู้ใช้บริการว่า เพื่อที่ทางเฟซบุ๊กจะสามารถนำไปใช้ในการปรับเปลี่ยนเนื้อหาต่าง ๆ ที่มีการเผยแพร่ผ่านทางแพลตฟอร์มให้มีความเหมาะสมและตรงกับความต้องการของผู้ใช้ เช่น การนำเสนอโฆษณา ข้อเสนอ เนื้อหาในเชิงพาณิชย์อื่น ๆ การแนะนำกลุ่ม กิจกรรมที่ผู้ใช้อาจสนใจ เข้าร่วม เพจที่ผู้ใช้อาจให้ความสนใจและติดตาม รวมถึงการแนะนำบุคคลที่ผู้ใช้อาจรู้จักหรืออาจต้องการเป็นเพื่อน เพื่อให้ข้อมูลที่นำเสนอขึ้นตรงกับความต้องการหรือความสนใจของผู้ใช้แต่ละราย หรือที่เรียกว่าเป็นการโฆษณาส่วนบุคคล (Personalized Advertisements) ด้วยเหตุดังกล่าว เฟซบุ๊ก จึงได้ทำการแจ้งต่อผู้ใช้แต่ละรายให้ทราบว่า เฟซบุ๊กโดยบริษัท Meta สามารถเข้าถึง เก็บรักษา ใช้งาน รวมถึงแบ่งปันข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผู้ใช้อย่างไรได้ โดยเฉพาะ รวมถึงมีสิทธิในการโอน จัดเก็บ รวมถึงส่งต่อเนื้อหาหรือข้อมูลใด ๆ ของผู้ใช้ไปยังศูนย์ข้อมูล พันธมิตรทางธุรกิจ ผู้ให้บริการ ทั้งในและนอกประเทศที่ผู้ใช้บริการมีภูมิลำเนาอาศัยอยู่ ซึ่งข้อมูลเช่นนี้ทางเฟซบุ๊กจัดว่าเป็นโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญและจำเป็นต่อการให้บริการของเฟซบุ๊กที่เป็นการดำเนินการหรือควบคุมโดยบริษัท Meta รวมถึงบริษัทในเครืออื่น ๆ ทั้งนี้ภายใต้กฎหมาย และภายใต้ข้อกำหนดของเฟซบุ๊กด้านนโยบายความเป็นส่วนตัว (private policy)

3) มาตรการในการรักษาความปลอดภัยในการใช้แพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก

การรักษาความปลอดภัยในการใช้แพลตฟอร์มเฟซบุ๊กถือเป็นอีกประเด็นหนึ่งที่สำคัญที่ได้รับการกำหนดไว้ในเงื่อนไขและข้อตกลงในการให้บริการ โดยเฟซบุ๊กได้ให้คำรับรองแก่ผู้ใช้แพลตฟอร์มถึงนโยบายด้านการส่งเสริมความปลอดภัย มาตรการในการป้องกันพฤติกรรมที่เป็นอันตราย ตลอดจนแนวทางในการรักษาความปลอดภัยให้กับชุมชนผู้ใช้งานแพลตฟอร์ม โดยมีการนำเอาเทคโนโลยีขั้นสูง เช่น ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence; AI) ระบบการเรียนรู้ของเครื่องกล (Machine Learning) และเทคโนโลยีความจริงเสมือน (Augmented Reality) รวมถึงมีการพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อใช้ในการตรวจจับการใช้งานแพลตฟอร์มที่ไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์รวมถึงพฤติกรรมการใช้แพลตฟอร์มที่อาจเป็นอันตรายต่อผู้ใช้อื่น รวมถึงยังมีพนักงานที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางในการทำงานร่วมกับเครือข่ายอื่น ๆ ในการเฝ้าระวัง โดยหากเฟซบุ๊กตรวจพบว่ามีเนื้อหาหรือการกระทำใดที่เป็นการฝ่าฝืนข้อกำหนดด้านการรักษาความปลอดภัยในการใช้แพลตฟอร์ม ทางเฟซบุ๊กจะใช้มาตรการต่าง ๆ ตามที่เห็นสมควร ได้แก่ การส่งคำแจ้งเตือน การเสนอความช่วยเหลือ การลบเนื้อหา การจำกัดการเข้าถึงคุณลักษณะบางอย่าง การระงับการใช้งานบัญชีผู้ใช้ ตลอดจนการแจ้งให้แก่เจ้าหน้าที่ผู้มีอำนาจในการบังคับใช้กฎหมาย นอกจากนี้เฟซบุ๊กยังสามารถส่งต่อข้อมูลที่เกี่ยวข้องและจำเป็นให้แก่บริษัทอื่นที่อยู่ในเครือของ Meta เพื่อทราบและมีมาตรการในการส่งเสริมให้เกิดความปลอดภัยและการปฏิบัติตามกฎหมาย

4) แหล่งรายได้ของเฟซบุ๊กจากการดำเนินธุรกิจ

เงื่อนไขและข้อตกลงในการให้บริการของเฟซบุ๊กได้มีการระบุถึงแหล่งรายได้สำคัญที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจของเฟซบุ๊กไว้ อันได้แก่ค่าโฆษณาที่ธุรกิจหรือองค์กรที่เป็นเจ้าของสินค้าหรือบริการชำระให้แก่เฟซบุ๊กเพื่อเป็นค่าตอบแทนในการโปรโมตสินค้าหรือบริการทั้งแพลตฟอร์มที่อยู่ภายใต้การดำเนินการของบริษัท Meta เอง รวมถึงแพลตฟอร์มอื่น ๆ อันเกิดจากการที่เฟซบุ๊กได้นำข้อมูลส่วนบุคคลรวมถึงข้อมูลที่แสดงถึงความสนใจรวมถึงกิจกรรมต่าง ๆ ของผู้ใช้ที่เกิดขึ้นบนแพลตฟอร์มของตนมาใช้เป็นฐานข้อมูล ภายใต้คำรับรองว่าข้อมูลต่าง ๆ ที่มีการนำไปใช้ประโยชน์นั้นจะไม่สามารถระบุได้ถึงตัวผู้ใช้ได้โดยตรง เช่น ชื่อ หรืออีเมลที่สามารถติดต่อกับผู้ใช้แพลตฟอร์ม เว้นแต่จะได้รับอนุญาตจากผู้ใช้ให้สามารถดำเนินการได้ รวมถึงเฟซบุ๊กจะไม่กระทำการใด ๆ ในลักษณะที่เป็นการซื้อขายข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้ให้แก่ธุรกิจหรือองค์กรอื่น ๆ ตลอดจนการกำหนดให้ธุรกิจหรือองค์กรที่มีการลงโฆษณาสินค้าหรือบริการจะต้องมีการระบุถึงกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน เช่น ช่วงอายุ ความสนใจ หรืองานอดิเรกของกลุ่มเป้าหมายทางธุรกิจ เป็นต้น อย่างไรก็ตามในกรณีดังกล่าว เฟซบุ๊ก ได้มีการสงวนสิทธิในการรายงานประสิทธิภาพของการโฆษณาให้แก่ธุรกิจหรือองค์กรที่มีการลงโฆษณาได้ทราบ โดยการรายงานเช่นว่านี้จะช่วยให้ผู้ลงโฆษณาสามารถทราบได้ว่าผู้ใช้แพลตฟอร์มได้เห็นโฆษณาสินค้าหรือบริการเช่นว่านั้นแล้วหรือไม่

ขณะที่เฟซบุ๊กก็ได้แจ้งให้แก่ผู้ใช้ได้ทราบว่ายังคงสามารถควบคุมประเภทของโฆษณา ผู้ลงโฆษณา รวมถึงข้อมูลใด ๆ ที่เฟซบุ๊กใช้ในการกำหนดโฆษณาที่จะแสดงให้แก่ผู้ใช้เห็นได้เช่นกัน

5) สิทธิและหน้าที่ของผู้ใช้บริการแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก

เงื่อนไขและข้อตกลงในการให้บริการของเฟซบุ๊กได้มีการกำหนดสิทธิและหน้าที่ของผู้ใช้บริการแพลตฟอร์มไว้หลายประการ ซึ่งสามารถสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

ก) หน้าที่ทั่วไปของผู้ใช้บริการแพลตฟอร์ม

หน้าที่โดยทั่วไปที่สำคัญของผู้ใช้บริการแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก ได้แก่ ผู้ใช้แต่ละรายจะต้องให้ข้อมูลตามความเป็นจริงและถูกต้องต่อเฟซบุ๊ก เช่น ผู้ใช้จะต้องใช้ชื่อจริงของตนเป็นชื่อบัญชีผู้ใช้เฟซบุ๊ก รวมถึงผู้ใช้ยังมีหน้าที่ในการไม่ใช่ช่องทางที่เฟซบุ๊กกำหนดให้ใช้เป็นช่องทางในการรายงานหรืออุทธรณ์ไปในทางที่ไม่ชอบ เช่น การรายงานที่ไม่เป็นความจริง เป็นต้น นอกจากนี้ผู้ใช้แต่ละรายจะสามารถสร้างหรือสมัครบัญชีผู้ใช้เฟซบุ๊กได้เพียงคนละ 1 บัญชี นอกจากนี้ผู้ใช้แต่ละรายยังมีหน้าที่ในการต้องระมัดระวังในการดูแลและรักษาหรัสผ่าน (password) ในการเข้าใช้งานบัญชีเฟซบุ๊กของตน โดยห้ามแบ่งปัน หรือให้ผู้อื่นเข้าถึง รวมถึงการโอนสิทธิหรือภาระผูกพันในบัญชีผู้ใช้งานเฟซบุ๊กของตนภายใต้ข้อกำหนดนี้ไปให้แก่บุคคลอื่นโดยไม่ได้รับอนุญาตจากเฟซบุ๊กเสียก่อน นอกจากนี้ในกรณีที่ผู้สมัครใช้งานบัญชีเฟซบุ๊กรายใดที่มีอายุต่ำกว่า 13 ปี หรือเคยมีประวัติต้องโทษในคดีความผิดเกี่ยวกับเพศมาก่อน หรือผู้สมัครใช้บัญชีเฟซบุ๊กรายใดที่ถูกห้ามใช้ผลิตภัณฑ์ บริการ หรือซอฟต์แวร์ต่าง ๆ ของเฟซบุ๊ก จะถูกจำกัดสิทธิ์ไม่สามารถสมัครเป็นผู้ใช้งานบัญชีเฟซบุ๊กได้ นอกจากนี้ในกรณีที่ผู้ใช้บัญชีเฟซบุ๊กรายใดที่ถูกระงับการใช้งานอันเนื่องมาจากมีการละเมิดเงื่อนไขการใช้งาน ข้อกำหนดมาตรฐานชุมชน หรือข้อกำหนดอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการใช้เฟซบุ๊ก ก็จะไม่สามารถสมัครเป็นผู้ใช้งานโดยใช้บัญชีใหม่ได้ เว้นแต่จะได้รับอนุญาตอันเป็นดุลพินิจของเฟซบุ๊กในการพิจารณาแต่เพียงฝ่ายเดียว

ข) หน้าที่ในการใช้ความระมัดระวังในการใช้งานบัญชีเฟซบุ๊ก

หน้าที่ของผู้ใช้บัญชีเฟซบุ๊กประการถัดมา คือ หน้าที่ในการใช้ความระมัดระวังในการใช้งานบัญชีเฟซบุ๊กของตน โดยนอกจากหน้าที่ในการดูแลรักษาหรัสผ่านเพื่อเข้าใช้งานรวมถึงระมัดระวังไม่ให้ผู้อื่นเข้าใช้งานแล้ว ผู้ใช้

บัญชีเฟซบุ๊กยังมีหน้าที่ในการไม่กระทำการหรือไม่สนับสนุนให้ผู้อื่นกระทำการใด ๆ อันเป็นการละเมิดเงื่อนไขการใช้งาน ข้อกำหนดมาตรฐานชุมชน หรือข้อกำหนดอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงจะต้องไม่ใช่ผลิตภัณฑ์ของเฟซบุ๊กเป็นเครื่องมือในการกระทำผิดกฎหมาย เช่น การหลอกลวง ฉ้อโกง หรือการเลือกปฏิบัติ ตลอดจนต้องไม่กระทำการใด ๆ อันเป็นการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่น เช่น การละเมิดลิขสิทธิ์ เครื่องหมายการค้า การขายสินค้าปลอมหรือแบ่งปันเนื้อหาของผู้อื่นโดยที่ผู้ใช้ไม่มีสิทธิ์ในการเผยแพร่ นอกจากนี้ ผู้ใช้บัญชีทุกรายจะต้องระมัดระวังไม่อัปโหลด (upload) โปรแกรมไวรัสคอมพิวเตอร์ หรือโปรแกรมคอมพิวเตอร์ใด ๆ ที่เป็นอันตราย และจะต้องไม่กระทำการใด ๆ อันเป็นการรบกวนหรือทำลายการทำงานของบริการ ระบบ หรือผลิตภัณฑ์ของเฟซบุ๊ก รวมถึงห้ามเก็บข้อมูลใด ๆ จากผลิตภัณฑ์โดยอัตโนมัติ เข้าถึงข้อมูลใด ๆ ที่ผู้ใช้ไม่มีสิทธิ์ หรือเข้าถึงข้อมูลโดยแอบอ้าง ข้อมูลการเข้าสู่ระบบหรือรหัสผ่านโดยมิชอบ รวมถึงห้ามทำการซื้อขาย หรือนำข้อมูลจากผลิตภัณฑ์ไปใช้ เว้นแต่เป็นการกระทำภายใต้ข้อกำหนดของแพลตฟอร์ม นอกจากนี้หากผู้ใช้รายใดพบว่ามีเนื้อหาหรือการกระทำใดที่เป็น การละเมิดลิขสิทธิ์ หรือไม่เป็นไปตามข้อกำหนดและนโยบายของเฟซบุ๊กก็สามารถที่จะรายงานเนื้อหาหรือพฤติกรรมดังกล่าวให้แก่ทางเฟซบุ๊กเพื่อทราบและดำเนินการต่อไปได้เช่นกัน

ค) บทกำหนดโทษ

หากผู้ใช้รายใดฝ่าฝืนไม่ปฏิบัติตามหน้าที่ที่กำหนดไว้ในเงื่อนไขและข้อตกลงในการให้บริการดังกล่าวมาแล้ว อาจถูกเฟซบุ๊กทำการลบ หรือจำกัดเนื้อหา ข้อความ หรือข้อมูลดิจิทัลใด ๆ ที่เป็นการละเมิดข้อกำหนด รวมถึงมีอำนาจในการระงับ หรือปิดการใช้งานบัญชีผู้ใช้ที่พบว่ามีกระทำความผิดซ้ำ โดยเฟซบุ๊กมีหน้าที่ในการแจ้งให้ผู้ใช้บัญชีที่ถูกระงับ หรือปิดการใช้งานทราบถึงแนวทางในการขอให้เฟซบุ๊กพิจารณาใหม่ เว้นแต่ในกรณีที่การฝ่าฝืนนั้นมีความร้ายแรงและเป็นการกระทำซ้ำ หรือหากมีการแจ้งเตือนเช่นนี้อาจก่อให้เกิดความเสี่ยงในทางกฎหมาย หรือเสี่ยงต่อการเกิดความเสียหายต่อชุมชนผู้ใช้บัญชีเฟซบุ๊ก หรือเป็นข้อจำกัดทางกฎหมายและทางเทคนิคที่ไม่อาจดำเนินการแจ้งเตือนได้ นอกจากนี้เฟซบุ๊กยังมีสิทธิ์ในการลบหรือจำกัดการให้บริการใด ๆ แก่ผู้ใช้บัญชีที่กระทำการฝ่าฝืน เพื่อเป็นการป้องกันการถูกนำไปใช้งานในทางที่ผิด หรือเพื่อลดความเสี่ยงทางกฎหมายและข้อบังคับที่อาจเกิดขึ้นกับบริษัท Meta

6). ข้อตกลงล่วงหน้าในการปรับปรุงข้อกำหนดในการใช้งานแพลตฟอร์ม

เฟซบุ๊ก ได้มีการกำหนดข้อตกลงล่วงหน้าในกรณีที่เฟซบุ๊กอาจมีความจำเป็นต้องทำการปรับปรุงข้อกำหนดในการใช้งานแพลตฟอร์ม เพื่อให้การบริการรวมถึงแนวปฏิบัติของแพลตฟอร์มมีความเป็นปัจจุบันและ

ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพทางด้านความปลอดภัยให้แก่ผู้ใช้งาน หรือเพื่อให้เป็นไปตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ในการปรับปรุงข้อกำหนดในการใช้งานเช่นว่านี้จะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อข้อกำหนดที่มีการใช้อยู่มีความไม่เหมาะสมหรือไม่ครบถ้วน หรือเมื่อมีกรณีจำเป็นต่อความปลอดภัยในการใช้งาน หรือการปฏิบัติตามกฎหมายภายใต้ความเหมาะสม และการคำนึงถึงประโยชน์ของผู้ใช้แพลตฟอร์ม โดยในกรณีที่จำเป็นต้องมีการปรับปรุงข้อกำหนดในการใช้งาน แพลตฟอร์มดังกล่าวมาแล้ว เฟซบุ๊กจะทำการแจ้งให้แก่ผู้ใช้ได้ทราบล่วงหน้าอย่างน้อย 30 วัน ผ่านทางอีเมลที่ผู้ใช้ได้ลงทะเบียนไว้กับทางเฟซบุ๊ก หรือเป็นการแจ้งผ่านทางผลิตภัณฑ์ใด ๆ ของเฟซบุ๊กที่ผู้ใช้มีบัญชีการใช้งานอยู่ เว้นแต่ในกรณีเร่งด่วนที่จำเป็นต้องปรับปรุงข้อกำหนดในการใช้งานให้เป็นไปตามกฎหมายซึ่งอาจทำให้ข้อกำหนดในการใช้งานมีผลในทันทีโดยเฟซบุ๊กไม่จำเป็นต้องแจ้งให้ผู้ใช้บัญชีทราบล่วงหน้าแต่อย่างใด โดยในกรณีที่ผู้ใช้บัญชีรายใดที่ไม่เห็นด้วยกับการปรับปรุงข้อกำหนดในการใช้งานก็สามารถที่จะเลิกใช้และลบบัญชีผู้ใช้งานออกได้

7) การระงับหรือยกเลิกบัญชี

เงื่อนไขและข้อตกลงในการให้บริการของเฟซบุ๊ก ได้มีการกำหนดให้อำนาจแก่เฟซบุ๊กในการที่จะระงับ จำกัดการเข้าถึง หรือยกเลิกบัญชีผู้ใช้ รวมถึงระงับการเข้าถึงผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ภายใต้การดำเนินธุรกิจของบริษัท Meta อย่างถาวรได้ หากมีการพบว่าผู้ใช้รายใดมีพฤติกรรมหรือมีการกระทำที่เป็นการละเมิดต่อข้อกำหนดการใช้งานหรือมาตรฐานชุมชนอย่างชัดเจน หรือร้ายแรง หรือเป็นการกระทำซ้ำ หรือมีการกระทำอันเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ผู้อื่นซ้ำหลายครั้ง หรือเพื่อเป็นการดำเนินการให้เป็นไปตามกฎหมาย นอกจากนี้ในกรณีที่ผู้ใช้บัญชีรายใดที่ไม่ได้ทำการยืนยันบัญชีภายหลังจากการลงทะเบียน หรือบัญชีไม่ได้มีการใช้งานเป็นเวลานาน หรือมีการใช้งานโดยไม่ได้รับอนุญาต และเฟซบุ๊กไม่สามารถยืนยันได้ว่าผู้ที่เข้าใช้งานนั้นเป็นเจ้าของบัญชีจริงหรือไม่ กรณีเช่นว่านี้บัญชีผู้ใช้ในลักษณะดังกล่าวก็อาจถูกเฟซบุ๊กยกเลิกการใช้งานได้เช่นเดียวกัน นอกจากนี้โดยผลของการระงับ หรือยกเลิกบัญชีโดยการดำเนินการของเฟซบุ๊ก หรือเป็นการที่ผู้ใช้สมัครใจในการที่จะยกเลิกการเป็นผู้ใช้บัญชีเอง จะมีผลทำให้เงื่อนไขและข้อกำหนดในการให้บริการของเฟซบุ๊กเป็นอันสิ้นสุดผลทันที อย่างไรก็ตามในกรณีผู้ใช้บัญชีที่ถูกเฟซบุ๊ก ระงับ ปิดการเข้าถึง หรือยกเลิกบัญชีไปนั้น ยังคงสามารถยื่นขอให้เฟซบุ๊กทบทวนการระงับ ปิดการเข้าถึง หรือยกเลิกการใช้งานได้ตามกระบวนการและขั้นตอนที่ทางเฟซบุ๊กกำหนด เว้นแต่เป็นกรณีที่อาจส่งผลกระทบต่อความเสี่ยงทางด้านกฎหมาย หรือทางเทคนิค หรือมีผลกระทบในลักษณะอื่นใดต่อชุมชนผู้ใช้บัญชีเฟซบุ๊กรายอื่น

8) ข้อจำกัดความรับผิด

เงื่อนไขและข้อตกลงในการให้บริการของเฟซบุ๊กที่น่าสนใจอีกประการหนึ่ง คือ ข้อจำกัดความรับผิดชอบในความเสียหายใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นหรือเกี่ยวเนื่องกับการให้บริการหรือการดำเนินธุรกิจของเฟซบุ๊ก โดยกำหนดว่าเฟซบุ๊กไม่อาจรับประกันกับผู้ให้บริการได้ว่าการให้บริการตลอดจนผลิตภัณฑ์ทั้งหมดของเฟซบุ๊กจะมีความปลอดภัย หรือสามารถทำงานได้อย่างถูกต้องโดยไม่มีข้อผิดพลาด หรือผู้ใช้สามารถใช้งานแพลตฟอร์มได้อย่างราบรื่นโดยไม่ติดขัดหรือถูกขัดจังหวะในการใช้งาน อันเป็นลักษณะของการกำหนดข้อยกเว้นความรับผิดชอบที่ล่วงหน้าอย่างหนึ่ง นอกจากนี้ เฟซบุ๊ก ยังได้แจ้งอย่างชัดเจนว่าไม่สามารถที่จะควบคุมหรือกำกับดูแลการกระทำของผู้ใช้บัญชีรายอื่น รวมถึงไม่ขอรับผิดชอบต่อเนื้อหา ข้อความ หรือข้อมูลดิจิทัลใด ๆ ที่มีความไม่เหมาะสม ผิดกฎหมาย หรือขัดต่อจริยธรรม ซึ่งถูกสร้างขึ้นหรือถูกเผยแพร่โดยผู้ใช้บัญชีรายอื่นนั้น รวมถึงไม่ขอรับผิดชอบในความเสียหายอย่างใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นโดยทางอ้อมจากการให้บริการ เช่น การสูญเสียรายได้ ข้อมูล หรือความเสียหายพิเศษในลักษณะอื่น ๆ ที่อาจเกิดขึ้น โดยไม่คำนึงว่าเฟซบุ๊กได้ทราบ หรือได้รับการเตือนถึงความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นนั้นล่วงหน้าหรือไม่

นอกจากนี้หากมีกรณีที่ส่วนใดส่วนหนึ่งของเงื่อนไขและข้อตกลงในการให้บริการฉบับนี้ไม่สามารถใช้บังคับได้หรือตกเป็นโมฆะในบางส่วน ให้ถือว่าเงื่อนไขและข้อตกลงนั้นถูกแก้ไขเท่าที่จำเป็นเพียงเพื่อให้มีผลใช้บังคับได้เท่านั้น แต่หากเป็นกรณีที่ไม่สามารถแก้ไขได้ให้ถือว่าส่วนที่ไม่มีผลบังคับใช้หรือส่วนที่เป็นโมฆะนั้นถูกตัดออกโดยไม่กระทบต่อผลบังคับใช้ในทางกฎหมายของเงื่อนไขและข้อตกลงในการให้บริการส่วนที่เหลือ นอกจากนี้การที่บริษัท Meta ไม่ได้บังคับใช้เงื่อนไขและข้อตกลงในการให้บริการข้อใดข้อหนึ่งไม่ถือว่าเป็นการที่บริษัท Meta ละเมิดสิทธิในการบังคับใช้เงื่อนไขหรือข้อตกลงในการให้บริการในข้ออื่น อีกทั้งบริษัท Meta มีสิทธิ์แต่เพียงผู้เดียวในการโอนสิทธิและภาระผูกพันทั้งหมดที่เกิดขึ้นภายใต้เงื่อนไขและข้อตกลงในการให้บริการได้อย่างอิสระ เช่น การควบรวมกิจการ หรือขายทรัพย์สิน เป็นต้น อีกทั้งเฟซบุ๊กโดยบริษัท Meta ยังได้มีการแจ้งสงวนสิทธิ์ทั้งหมดที่ไม่ได้มอบให้กับผู้ใช้บัญชีโดยชัดแจ้งในข้อกำหนดนี้อีกด้วย

9) การระงับข้อพิพาท

เงื่อนไขและข้อตกลงในการให้บริการของเฟซบุ๊กประการสุดท้ายที่จะนำมากล่าวถึงในงานวิจัยครั้งนี้ คือ การระงับข้อพิพาทที่อาจเกิดขึ้นจากการใช้บริการหรือจากผลิตภัณฑ์ของเฟซบุ๊ก โดยหากกรณีพิพาทที่เกิดขึ้นเป็นคดีผู้บริโภค กรณีดังกล่าวเงื่อนไขและข้อกำหนดในการให้บริการของเฟซบุ๊กกำหนดให้การระงับข้อพิพาทใด ๆ ที่เกิดขึ้นให้อยู่ภายใต้ข้อกำหนดของประเทศไทยที่ผู้ใช้บัญชีที่ได้รับความเสียหายมีถิ่นที่อยู่ โดยสามารถยื่นคำฟ้องได้ในศาลที่มีเขตอำนาจ แต่หากกรณีพิพาทที่เกิดขึ้นเป็นคดีทั่วไป กรณีดังกล่าวเงื่อนไขและข้อกำหนดในการให้บริการของเฟซบุ๊กกำหนดให้ถือว่าผู้ใช้บัญชีที่ได้รับความเสียหายและบริษัท Meta ตกลงยินยอมให้ศาลแขวงสหรัฐอเมริกา

ในเขต Northern District of California หรือศาลแห่งรัฐใน San Mateo County เป็นศาลที่มีเขตอำนาจในการระงับข้อพิพาทที่เกิดขึ้น และอยู่ภายใต้กฎหมายของรัฐแคลิฟอร์เนีย อย่างไรก็ตามในกรณีที่บริษัท Meta เป็นโจทก์ในการยื่นฟ้องก็อาจทำการยื่นคำฟ้องผู้ใช้บัญชีในประเทศที่ผู้ใช้มีถิ่นที่อยู่ได้ หากศาลของประเทศที่ผู้ใช้มีถิ่นที่อยู่มีอำนาจในการรับคำฟ้องไว้เพื่อพิจารณา

นอกจากนี้ ในการให้บริการเพิ่มเติมบางอย่างหรือในบางผลิตภัณฑ์ของเฟซบุ๊กอาจมีข้อกำหนดอื่นเป็นพิเศษเพิ่มเติมจากเงื่อนไขและข้อตกลงในการให้บริการหลักดังที่ได้กล่าวมาแล้ว เช่น หากผู้ใช้บัญชีต้องการใช้บัญชีหรือผลิตภัณฑ์โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพาณิชย์จะต้องมีการยอมรับข้อกำหนดในทางการค้า (Commercial Terms) หรือหากเนื้อหาที่ผู้ใช้บัญชีแบ่งปันนั้นมีดนตรีประกอบอยู่ด้วยก็จะต้องมีการปฏิบัติตามแนวปฏิบัติด้านดนตรี (Music Guidelines) โดยในกรณีที่ข้อกำหนดที่เพิ่มเติมในภายหลังมีการขัดหรือแย้งกับข้อกำหนดหลักกรณีดังกล่าวให้ถือว่าเป็นไปตามข้อกำหนดที่เพิ่มเติมในภายหลังในประเด็นที่ขัดหรือแย้งกันนั้น และหากผู้ใช้อยู่ใดมีข้อเสนอแนะแก่ทางเฟซบุ๊กในการดำเนินการหรือให้บริการแล้วนั้น ทางเฟซบุ๊กมีสิทธิ์ที่จะนำข้อเสนอแนะเช่นนั้นไปใช้ประโยชน์โดยไม่มีข้อผูกพันหรือต้องชำระเงินชดเชยให้แก่ผู้ให้ข้อเสนอแนะแต่อย่างใด

2.3.2 ข้อกำหนดมาตรฐานชุมชน (Community Standards)

ข้อกำหนดมาตรฐานชุมชน ถือเป็นเครื่องมือสำคัญที่แพลตฟอร์มดิจิทัลที่ใช้เป็นหลักเกณฑ์ในการควบคุมเนื้อหาต่าง ๆ โดยหลักเกณฑ์ดังกล่าวถูกกำหนดขึ้นและบังคับใช้ (enforce) โดยแพลตฟอร์มนั้น ๆ โดยการกำหนดเนื้อหาข้อกำหนดมาตรฐานชุมชนถือเป็นอำนาจโดยสิทธิขาดของผู้บริหารแพลตฟอร์มนั้น ๆ และมีผลบังคับใช้กับเจ้าของบัญชีผู้ใช้ (user account) แพลตฟอร์มนั้น ๆ ทุกราย โดยไม่จำเป็นต้องคำนึงว่าเจ้าของบัญชีผู้ใช้นั้นเป็นผู้ใดหรืออยู่ภายใต้อำนาจอธิปไตยของรัฐใด จนอาจกล่าวได้ว่าข้อกำหนดมาตรฐานชุมชนที่ถูกกำหนดขึ้นโดยแพลตฟอร์มดิจิทัลเช่นนี้มีผลผูกพันและมีสภาพบังคับเสมือนหนึ่งว่าเป็นกฎหมายอีกทั้งยังมีผลในทางระหว่างประเทศอีกด้วย (Chander, 2022) ซึ่งเมื่อคณะผู้วิจัยได้ทำการศึกษาถึงข้อกำหนดมาตรฐานชุมชนของเฟซบุ๊กพบว่า Transparency Centre [2] (2024) ซึ่งเป็นศูนย์ความโปร่งใสในการดำเนินกิจการของบริษัท เมตา จำกัด ได้มีการแบ่งกลุ่มของเนื้อหาที่มีผลเป็นการฝ่าฝืนข้อกำหนดมาตรฐานชุมชนตามนโยบายของเฟซบุ๊ก (Data by policy area) ออกเป็น 4 กลุ่มเนื้อหา ดังที่จะกล่าวต่อไปนี้

- 1) กลุ่มเนื้อหาที่เป็นพฤติกรรมอาชญากรรมและความรุนแรง (Violence and Criminal Behavior)

กลุ่มเนื้อหาที่มีผลเป็นการฝ่าฝืนข้อกำหนดมาตรฐานชุมชนตามนโยบายของเฟซบุ๊กกลุ่มแรก ได้แก่ กลุ่มเนื้อหาที่ถูกจัดหรืออาจถูกจัดว่าเป็นเนื้อหาที่อาจนำไปสู่พฤติกรรมอาชญากรรมและความรุนแรงต่าง ๆ เช่น องค์กรหรือบุคคลที่ประกาศภารกิจรุนแรงหรือกำลังก่อความรุนแรง องค์กรที่เกี่ยวข้องกับการสังหารหมู่หรือการฆาตกรรมต่อเนื่อง การค้ามนุษย์ หรือกิจกรรมอาชญากรรมที่จัดตั้งเป็นระบบ ผ่านทางเฟซบุ๊กหรือผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ของเมตา เช่น อินสตาแกรม รวมถึงเนื้อหาที่เป็นการยอมรับ สนับสนุน หรือแสดงออกว่าเป็นตัวแทนของ บุคคล หรือกลุ่มบุคคลที่มีส่วนร่วมในการก่อการร้าย หรือความเกลียดชังที่มีการจัดตั้งเป็นระบบ นอกจากนี้กลุ่มเนื้อหาดังกล่าวยังหมายความรวมถึงเนื้อหาที่บุคคลทั่วไป ผู้ผลิต หรือผู้ค้าปลีก ทำการซื้อขายหรือแลกเปลี่ยนยาเสพติดที่ไม่ใช่เพื่อการแพทย์ และกัญชาผ่านทางเฟซบุ๊กและอินสตาแกรม ตลอดจนเนื้อหาที่เป็นการซื้อขาย แจก แลกเปลี่ยน หรือโอนอาวุธปืน รวมถึงชิ้นส่วนอาวุธปืนหรือกระสุน ซึ่งเฟซบุ๊กเห็นว่าแม้ว่ายาเสพติดและอาวุธปืนจะถูกควบคุมภายใต้ข้อจำกัดทางกฎหมายที่แตกต่างกันทั่วโลก แต่เฟซบุ๊กก็ได้ยืนยันว่าจะบังคับใช้มาตรฐานชุมชนในเรื่องนี้อย่างเคร่งครัดเนื่องจากคุณลักษณะของเฟซบุ๊กที่มีความไร้พรมแดน โดยเฟซบุ๊กระบุไว้ในข้อกำหนดมาตรฐานชุมชนในกลุ่มนี้ว่าจะดำเนินการลบข้อความที่เป็นการปลุกปั่น หรือส่งเสริมให้เกิดความรุนแรงอย่างเข้มงวดจริงจัง รวมถึงจะลบเนื้อหา ปิดการใช้งานบัญชี และทำงานร่วมกับหน่วยงานบังคับใช้กฎหมายของแต่ละประเทศเมื่อมีหลักฐานอันควรเชื่อได้ว่ามีความเสี่ยงที่แท้จริงต่ออันตรายทางร่างกาย หรือมีการข่มขู่คุกคามที่ส่งผลต่อความปลอดภัยของสาธารณะ

2) กลุ่มเนื้อหาด้านความปลอดภัย (Safety)

กลุ่มเนื้อหาที่มีผลเป็นการฝ่าฝืนข้อกำหนดมาตรฐานชุมชนตามนโยบายของเฟซบุ๊กกลุ่มต่อมา ได้แก่ กลุ่มเนื้อหาด้านความปลอดภัย โดยเนื้อหาที่ถือว่าการฝ่าฝืนข้อกำหนดมาตรฐานชุมชนในกลุ่มนี้ ได้แก่ เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการฆ่าตัวตายหรือเป็นการทำร้ายตนเอง เนื้อหาที่เป็นอันตรายต่อเด็กและเยาวชน เช่น ภาพลามก การทำทารุณกรรมทางร่างกาย รวมถึงการแสวงหาประโยชน์ทางเพศ รวมถึงการกลั่นแกล้งรังแกและการคุกคาม โดยเฟซบุ๊กระบุว่า จะดำเนินการลบเนื้อหาที่ส่งเสริมให้เกิดการฆ่าตัวตาย หรือการทำร้ายตนเองที่มีการเผยแพร่ผ่านทางเฟซบุ๊กหรืออินสตาแกรม ทั้งที่เป็นเนื้อหาการทำให้ร่างกายจนได้รับบาดเจ็บโดยตั้งใจ ตลอดจนการทำร้ายร่างกาย และเนื้อหาที่เป็นความผิดปกติในการกิน นอกจากนี้ยังรวมถึงเนื้อหาที่เป็นการระบุหรือกล่าวถึงผู้เป็นเหยื่อหรือผู้รอดชีวิตจากการทำร้ายตนเองหรือการฆ่าตัวตายในแง่ลบ เว้นแต่เนื้อหาที่มีการเผยแพร่ นั้นเป็นไปเพื่อการสร้างความตระหนักรู้ สร้างความเข้าใจ หรือเพื่อป้องกันปัญหาที่เกี่ยวข้องกับประเด็นการฆ่าตัวตายและการทำร้ายตนเอง

นอกจากนี้ เนื้อหาที่เป็นการต้องห้ามที่ถูกจัดว่าเป็นเนื้อหาด้านความปลอดภัยยังหมายความรวมถึงเนื้อหาที่เป็นอันตรายต่อเด็ก เช่น เนื้อหาที่มีภาพเปลือย โดยเฉพาะเนื้อหาที่แสดงภาพเปลือยของเด็กแม้ว่าจะไม่เกี่ยวข้อง

กับเพศโดยตรง ทั้งนี้เพื่อลดความเสี่ยงต่อการที่เนื้อหานั้นจะถูกนำไปใช้ในทางที่ผิด การทำร้ายร่างกาย หรือการแสวงหาประโยชน์ทางเพศจากเด็ก ซึ่งเฟซบุ๊กจะดำเนินการลบเนื้อหาประเภทนี้โดยทันทีและไม่คำนึงว่าผู้โพสต์หรือผู้เผยแพร่เนื้อหาในลักษณะนี้มีแรงจูงใจหรือมีเหตุผลใดในการเผยแพร่ รวมถึงอาจพิจารณาปิดบัญชีของผู้ใช้ที่เผยแพร่เนื้อหาดังกล่าว เว้นแต่ เป็นกรณีที่เห็นได้อย่างชัดเจนว่าเจตนาของผู้ใช้บัญชีเป็นไปเพื่อการสร้างความตระหนักเรื่องการแสวงหาประโยชน์จากเด็ก รวมถึงเนื้อหาที่เป็นการแสดงถึงพฤติกรรมก่อกวนและคุกคามที่อาจส่งผลเสียร้ายแรงโดยเฉพาะกับเด็กและเยาวชน โดยอาศัยการรายงาน (report) จากผู้ใช้ที่ตกเป็นเหยื่อ หรือเป็นผู้ที่พบเห็นพฤติกรรมดังกล่าวเพื่อที่ทางเฟซบุ๊กจะสามารถนำไปใช้ในการระบุและลบเนื้อหาดังกล่าวได้

3) กลุ่มเนื้อหาที่น่ารังเกียจ (Objectionable Content)

กลุ่มเนื้อหาที่มีผลเป็นการฝ่าฝืนข้อกำหนดมาตรฐานชุมชนตามนโยบายของเฟซบุ๊กกลุ่มที่สาม ได้แก่ กลุ่มเนื้อหาที่น่ารังเกียจ โดยเนื้อหาที่ถือได้ว่าเป็นการฝ่าฝืนข้อกำหนดมาตรฐานชุมชนในกลุ่มนี้ ได้แก่ เนื้อหาที่เป็นประทุษร้าย (Hate speech) เนื้อหาที่เป็นภาพความรุนแรง (Violent and Graphic Content) และเนื้อหาที่เป็นภาพลามกผู้ใหญ่หรือการมีกิจกรรมทางเพศ โดยเฟซบุ๊กได้ให้คำจำกัดความของถ้อยคำที่เป็นการแสดงความเกลียดชังไว้ว่าเป็นการแสดงออกที่รุนแรงหรือทำให้ผู้อื่นดูด้อยค่า คำกล่าวที่แสดงโดยทางตรงหรือทางอ้อมถึงความเป็นรองของผู้ที่ตกเป็นเหยื่อ คำพูดที่เป็นการดูหมิ่น กีดกัน หรือแบ่งแยกตามลักษณะเฉพาะ เช่น เชื้อชาติ ชาติพันธุ์ ชาติภูมิ สังกัดศาสนา รสนิยมทางเพศ วรณะ เพศ อัตลักษณ์ทางเพศ และความพิการหรือโรคร้ายแรง เว้นแต่เป็นการกล่าวถึงในทำนองที่เห็นได้อย่างชัดเจนว่าเป็นการสร้างความรู้ หรือเพื่ออภิปรายถึงความเหมาะสมของถ้อยคำดังกล่าว นอกจากนี้ยังรวมถึงเนื้อหาที่เป็นการสนับสนุน ส่งเสริม หรือแสดงความยินดีที่ได้เห็นความทุกข์ทรมาน หรือการทำให้ผู้อื่นอับอาย เว้นแต่เป็นที่เห็นได้อย่างชัดเจนว่าเป็นไปเพื่อการสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับเหตุการณ์ปัจจุบันที่เกี่ยวข้องกับประเด็นความรุนแรงต่าง ๆ อย่างไรก็ตาม เฟซบุ๊กระบุว่าอาจทำการซ่อนเนื้อหาดังกล่าวจากกลุ่มผู้ใช้ที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี รวมถึงจะจำกัดให้มีค่าเตือนสำหรับกลุ่มผู้ใช้ที่มีอายุเกินกว่า 18 ปี เพื่อให้ทราบว่าเนื้อหานั้นมีภาพรุนแรงก่อนที่ผู้ใช้จะเลือกดู รวมถึงเฟซบุ๊กจะจำกัดการเข้าถึงเนื้อหาที่มีภาพเปลือยและกิจกรรมทางเพศของผู้ใหญ่ เว้นแต่ เป็นที่เห็นได้อย่างชัดเจนว่าเนื้อหาดังกล่าวถูกเผยแพร่ในบริบทของการประท้วง การศึกษา หรือเหตุผลทางการแพทย์

4) กลุ่มเนื้อหาที่เป็นการขัดต่อความถูกต้องและแท้จริง (Integrity and Authenticity)

กลุ่มเนื้อหาที่มีผลเป็นการฝ่าฝืนข้อกำหนดมาตรฐานชุมชนตามนโยบายของเฟซบุ๊กกลุ่มสุดท้าย ได้แก่ กลุ่มเนื้อหาที่เป็นการขัดต่อความถูกต้องแท้จริง โดยเนื้อหาที่ถือได้ว่าเป็นการฝ่าฝืนข้อกำหนดมาตรฐานชุมชนในกลุ่มนี้ ได้แก่ การใช้บัญชีผู้ใช้ปลอม (Fake account) และการหลอกลวง (Spam) โดยกลุ่มเนื้อหาดังกล่าวถือเป็นเป้าหมายที่สำคัญประการหนึ่งของเฟซบุ๊กในการลบบัญชีผู้ใช้ปลอมออกให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ โดยบัญชีผู้ใช้ปลอมดังกล่าวรวมถึงบัญชีผู้ใช้ที่ถูกสร้างขึ้นด้วยเจตนาทุจริต หรือเจตนาก่อให้เกิดความเสียหาย โดยเฉพาะความเสียหายทางการเงิน โดยเฟซบุ๊กมีการนำเอาเทคโนโลยีมาร่วมใช้ในการตรวจจับการสร้างบัญชีที่เป็นอันตรายเหล่านี้ อันเนื่องมาจากลักษณะที่ไม่สามารถคาดการณ์ได้ของการสร้างบัญชีผู้ใช้ปลอมที่เป็นอันตราย เพื่อให้เฟซบุ๊กสามารถบล็อกหรือลบบัญชีผู้ใช้ปลอมเหล่านี้ได้อย่างทันท่วงที นอกจากนี้เนื้อหาในกลุ่มนี้ยังหมายความรวมถึงเนื้อหาที่เป็นการหลอกลวงหรือ “สแปม” อันเป็นเนื้อหาที่ออกแบบมาเพื่อถูกเผยแพร่ในรูปแบบที่เป็นการหลอกลวง นำราคาสูง หรือพยายามทำให้ผู้ใช้เข้าใจผิดเพื่อกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วม (engagement) ทั้งที่เป็นการเผยแพร่ หรือส่งต่อในลักษณะที่เป็นอัตโนมัติ เช่น การถูกเผยแพร่โดย “บอต” (bots) หรือเป็นการเผยแพร่โดยการใช้บัญชีผู้ใช้จำนวนมากในการเผยแพร่เนื้อหาที่เป็นการหลอกลวง ซึ่งโดยทั่วไปแล้วเป็นไปเพื่อผลประโยชน์ทางการเงิน

2.3.3 คณะกรรมการกำกับดูแล (Oversight Board)

คณะกรรมการกำกับดูแลที่จัดตั้งขึ้นเพื่อกำกับดูแลมาตรฐานตามข้อกำหนดมาตรฐานถูกจัดตั้งขึ้นเพื่อทำหน้าที่ในการตัดสินว่าเนื้อหาใดที่มีการเผยแพร่ในเฟซบุ๊ก รวมถึงผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ของเมต้า เช่น อินสตาแกรม (Instagram) ควรอนุญาตให้มีการเผยแพร่ได้หรือควรห้ามเผยแพร่ โดยคณะกรรมการกำกับดูแลจะมีอำนาจในการตัดสินที่เป็นอิสระและมีผลผูกพันกับเฟซบุ๊กและผู้ใช้บัญชีทั้งนี้โดยคำนึงถึงหลักเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น (freedom of expression) และหลักสิทธิมนุษยชน (Oversight Board, 2022) โดยหากผู้ใช้รายใดไม่เห็นด้วยกับการตัดสินเกี่ยวกับเนื้อหา อันได้แก่ การโพสต์ข้อความหรือสถานะ รูปภาพ วิดีโอ ความคิดเห็น หรือการแบ่งปันเนื้อหาเช่นว่านั้น ที่ทางเมตาใช้ดุลพินิจผ่านทางเฟซบุ๊กหรืออินสตาแกรมก็สามารถยื่นอุทธรณ์ต่อคณะกรรมการกำกับดูแลได้ (Transparency Centre (3), 2024) อย่างไรก็ตาม ก่อนที่ผู้ใช้รายใดจะยื่นอุทธรณ์ต่อคณะกรรมการกำกับดูแลได้นั้นจะต้องผ่านขั้นตอนการขอให้ตรวจสอบเนื้อหาของผู้ใช้ รวมถึงเนื้อหาอื่นใดที่ผู้ใช้เป็นผู้รายงานเสียก่อน ซึ่งหากทางเมตาได้ทำการตรวจสอบเนื้อหานั้นแล้วสองครั้ง และหากทางผู้ใช้อ้างอิงยังคงไม่เห็นด้วยกับการตัดสินใจนั้นจึงจะมีสิทธิ์ในการยื่นอุทธรณ์ต่อคณะกรรมการกำกับดูแล นอกจากนี้เฟซบุ๊กยังได้แจ้งต่อผู้ใช้ด้วยว่าเนื้อหาหรือการตัดสินใจเกี่ยวกับเนื้อหาบางอย่างก็ไม่อาจยื่นอุทธรณ์ได้ (Help Center, 2024)

สำหรับกระบวนการหรือขั้นตอนในการตรวจสอบของคณะกรรมการกำกับดูแลกรณีทั่วไป (standard case) กำหนดให้คณะกรรมการฯ จะต้องมีการตัดสินภายใน 90 วัน นับตั้งแต่วันที่ได้รับอุทธรณ์ และในกรณีเร่งด่วน กำหนดให้คณะกรรมการฯ จะต้องมีการตัดสินภายใน 30 วัน นับแต่วันที่ได้รับอุทธรณ์ โดยคำร้องอุทธรณ์อาจจะถูกส่งมาที่คณะกรรมการฯ ได้ทั้งจากผู้ใช้เป็นผู้นับเข้ามา และในกรณีที่เฟซบุ๊กเป็นผู้ที่ส่งไปให้คณะกรรมการฯ เพื่อทำการตรวจสอบและพิจารณาตัดสิน โดยมีการนำระบบการจัดการข้อร้องเรียน (Case Management Tool; CMT) เพื่อให้ข้อร้องเรียนตรงตามเกณฑ์การคัดเลือกที่ได้มีการกำหนดไว้ล่วงหน้า โดยขั้นตอนในการคัดเลือกข้อร้องเรียนจะเริ่มจากมีเจ้าหน้าที่คัดเลือกข้อร้องเรียนทำหน้าที่ในการคัดกรองคำอุทธรณ์ จากนั้นคำร้องใดที่ผ่านกระบวนการในการคัดกรองมาแล้วก็จะถูกนำไปจัดทำเป็นรายชื่อกรณีข้อร้องเรียนรวมถึงจัดทำสถิติที่เกี่ยวข้องทั้งข้อร้องเรียนที่ได้รับเลือกและข้อร้องเรียนที่ไม่ได้รับคัดเลือก โดยคณะกรรมการฯ มีอำนาจในการปรับเกณฑ์การคัดเลือกข้อร้องเรียนได้ด้วยเช่นกันในกรณีที่คณะกรรมการฯ ต้องการเพิ่มจำนวนเรื่องร้องเรียน

กระบวนการต่อมาจะเป็นขั้นตอนการตรวจสอบทางกฎหมายของเฟซบุ๊ก โดยรายการข้อร้องเรียนที่ได้รับการคัดเลือกจะถูกนำส่งกลับไปให้กับเฟซบุ๊กเพื่อดำเนินการตรวจสอบทางกฎหมายอีกครั้งเพื่อให้แน่ใจว่าข้อร้องเรียนที่ผ่านระบบการจัดการข้อร้องเรียนมีความถูกต้องครบถ้วน โดยในขั้นตอนนี้จะมีเจ้าหน้าที่ในการตรวจสอบข้อร้องเรียนกับบรรทัดฐานของคณะกรรมการฯ ในกรณีข้อร้องเรียนที่คณะกรรมการฯ ได้เคยมีการตัดสินไปก่อนแล้ว รวมถึงตรวจสอบเปรียบเทียบกับความเปลี่ยนแปลงในนโยบายทางด้านเนื้อหาของเฟซบุ๊กที่เกิดขึ้นภายหลัง จากนั้นจึงจะเป็นการนำข้อร้องเรียนขึ้นสู่การตรวจสอบของคณะกรรมการคัดเลือกข้อร้องเรียนโดยการประชุมคัดเลือกข้อร้องเรียนเพื่อนำส่งต่อไปให้กับคณะกรรมการพิจารณาและตัดสินโดยใช้การลงคะแนนเสียงแบบฉันทามติ (consensus) แต่ในบางกรณีก็อาจใช้เสียงข้างมากได้ โดยหากยังมีกรณีข้อร้องเรียนที่ไม่เพียงพอที่สามารถทำการคัดเลือกซ้ำได้ รวมถึงคณะกรรมการคัดเลือกก็มีอำนาจในการปรับเกณฑ์การคัดเลือกข้อร้องเรียนเพิ่มเติมได้เช่นเดียวกัน โดยขั้นตอนในการพิจารณาข้อร้องเรียนของคณะกรรมการกำกับดูแลสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะ (Oversight Board, 2022) ดังที่จะกล่าวถึงต่อไปนี้

1) ขั้นตอนการพิจารณาข้อร้องเรียนของคณะกรรมการกำกับดูแลในกรณีทั่วไป (Standard Procedure)

ภายหลังจากที่เสร็จสิ้นกระบวนการในการคัดเลือกข้อร้องเรียนเรียบร้อยแล้ว ขั้นตอนต่อไปคือการจัดตั้งคณะกรรมการจำนวน 5 คน โดยจะต้องมีกรรมการอย่างน้อย 1 คนที่มาจากภูมิภาคเดียวกันกับที่มีข้อร้องเรียนในเรื่องเนื้อหา ทั้งยังต้องคำนึงถึงความหลากหลายทางเพศ โดยกรรมการทุกคนมีหน้าที่ในการประกาศว่าตนมีผลประโยชน์ที่ขัดกัน (conflict of interest) หรือผลประโยชน์ในลักษณะอื่นใดที่อาจได้รับจากการปฏิบัติหน้าที่ใน

ฐานะที่เป็นกรรมการ จากนั้นจึงทำการคัดเลือกหัวหน้าคณะกรรมการโดยคัดเลือกจากสมาชิกที่มีประสบการณ์สูงที่สุดทำหน้าที่เป็นหัวหน้าคณะกรรมการ

ขั้นตอนต่อมา เป็นการกำหนดให้เฟซบุ๊กจะต้องจัดเตรียมข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ไฟล์เอกสารข้อร้องเรียน ที่มาของข้อร้องเรียน เหตุผลด้านนโยบายสำหรับการตัดสินใจ เป็นต้น นอกจากนี้ในกรณีที่เฟซบุ๊กเป็นผู้ส่งเรื่องร้องเรียนเข้ามายังคณะกรรมการฯ เฟซบุ๊กจะต้องมีหน้าที่ในการแจ้งให้ผู้ใช้ทราบว่าเนื้อหาที่ผู้ใช้เผยแพร่ทางเฟซบุ๊กได้เข้าสู่กระบวนการพิจารณาของคณะกรรมการกำกับดูแลแล้ว และต้องให้โอกาสแก่ผู้ใช้ในการทำคำชี้แจงต่อคณะกรรมการกำกับดูแล โดยคณะกรรมการกำกับดูแลอาจร้องขอข้อมูลเพิ่มเติมจากเฟซบุ๊กได้เท่าที่จำเป็นเพื่อประกอบการวินิจฉัยและตัดสินใจ นอกจากนี้คณะกรรมการกำกับดูแลยังอาจขอความคิดเห็นจากสาธารณะ หรืองานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับบริบทของข้อร้องเรียน เช่น วัฒนธรรม ภาษา หรือการเมือง เป็นต้น รวมถึงมาตรฐานสากลที่เกี่ยวข้องกับเสรีภาพในการแสดงออกและสิทธิมนุษยชน นโยบายและค่านิยมของเฟซบุ๊ก เพื่อคณะกรรมการนำมาใช้ประกอบการตัดสินใจ โดยฝ่ายบริหารของเฟซบุ๊กจะเป็นผู้ดำเนินการประเมินผลกระทบหรือความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นจากการตัดสินใจของคณะกรรมการกำกับดูแล รวมถึงวิธีการหรือแนวทางในการบรรเทาผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นได้นั้น

สำหรับกระบวนการในการวินิจฉัยและตัดสินใจนั้น คณะกรรมการกำกับดูแลทุกคนจะต้องเข้าร่วมในการพิจารณาเพื่อกำหนดคำตัดสิน โดยผู้ที่ทำหน้าที่เป็นประธานจะต้องให้โอกาสที่เท่าเทียมแก่คณะกรรมการกำกับดูแลทุกคนในการแสดงความคิดเห็น เพื่อให้กรรมการทุกคนบรรลุถึงฉันทามติในการตัดสินใจภายในระยะเวลาที่กำหนด โดยในการตัดสินใจนั้นอาจรวมถึงการให้คำแนะนำที่เกี่ยวกับนโยบายทางด้านเนื้อหาของเฟซบุ๊กที่เกิดจากข้อร้องเรียนในฐานะที่เป็นข้อเสนอแนะ อย่างไรก็ตามดังที่กล่าวมาแล้วว่าถึงแม้การลงมติของคณะกรรมการจะต้องอยู่ในรูปแบบของการลงคะแนนเสียงที่เป็นเอกฉันท์ แต่การตัดสินใจรวมถึงการให้คำแนะนำในบางกรณีก็อาจจะกระทำในรูปแบบของเสียงข้างมากก็ได้ นอกจากนี้คณะกรรมการยังสามารถที่จะขอความเห็นหรือคำปรึกษาจากบุคคลภายนอกที่ไม่ได้รับแต่งตั้งให้เป็นคณะกรรมการกำกับดูแล รวมถึงอาจร้องขอให้มีการอภิปรายถึงประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นในรูปแบบของที่ประชุมเต็มคณะ (plenary deliberation) ก็ได้

ภายหลังจากที่ได้มีการประชุมเพื่อพิจารณาตัดสินแล้ว ขั้นตอนต่อไปคือการร่างคำตัดสินโดยอาจเป็นหัวหน้าคณะกรรมการหรืออาจจะเป็นกรรมการคนใดคนหนึ่งที่ได้รับมอบหมายให้เป็นผู้ร่างคำตัดสินก็ได้ และเมื่อร่างคำตัดสินเสร็จสิ้นเรียบร้อยแล้วคณะกรรมการฯ ก็จะทำการทบทวนร่างคำตัดสินรวมถึงให้ข้อเสนอแนะตลอดจนสามารถแก้ไขข้อคิดเห็นต่าง ๆ ที่ได้มีการกล่าวถึงไว้แล้วในร่างคำตัดสินได้ โดยร่างคำตัดสินดังกล่าวจะถูกเวียนเพื่อเสนอให้แก่คณะกรรมการทุกคนเพื่อทบทวน หรือเพื่อเสนอการแก้ไข นอกจากนี้ในกรณีที่กรรมการเห็นว่าผลของร่างคำตัดสินอาจเกิดผลกระทบที่ร้ายแรงก็อาจจะจัดให้มีการประชุมใหญ่คณะกรรมการเพื่อพิจารณาและอภิปรายกรณีข้อร้องเรียนเช่นว่านี้ได้ หรือคณะกรรมการอาจมีข้อเสนอให้โอนย้ายการพิจารณากรณีข้อร้องเรียน

ไปยังคณะกรรมการชุดใหม่เพื่อพิจารณาข้อร้องเรียนใหม่อีกครั้งก็ได้ จากนั้นเมื่อร่างคำตัดสินได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการทั้งหมดเรียบร้อยแล้วก็จะมีการแจ้งผลคำตัดสินให้กับทางเฟซบุ๊กเพื่อรับทราบต่อไป โดยก่อนที่จะมีการเผยแพร่คำตัดสินจะต้องมีการนำส่งคำตัดสินนั้นให้แก่ฝ่ายกฎหมายเพื่อทบทวนถึงประเด็นด้านความเป็นส่วนตัว จากนั้นฝ่ายบริหารของเฟซบุ๊กจะเป็นผู้ทำหน้าที่ในการเผยแพร่คำตัดสินบนเว็บไซต์ของคณะกรรมการกำกับดูแลต่อไป

2) ขั้นตอนการพิจารณาข้อร้องเรียนของคณะกรรมการกำกับดูแลในกรณีเร่งด่วน (Expedited Procedure)

นอกจากขั้นตอนการพิจารณาข้อร้องเรียนในกรณีทั่วไปแล้ว เฟซบุ๊ก ยังกำหนดให้มีขั้นตอนการพิจารณาข้อร้องเรียนของคณะกรรมการกำกับดูแลในกรณีเร่งด่วนในกรณีที่มีความจำเป็นเป็นพิเศษเพิ่มขึ้นเป็นอีกขั้นตอนหนึ่งต่างหาก โดยจะต้องดำเนินการให้แล้วเสร็จภายในระยะเวลา 30 วันนับแต่วันที่คณะกรรมการกำกับดูแลได้รับข้อร้องเรียน โดยเมื่อคณะกรรมการกำกับดูแลได้รับคำขอจากเฟซบุ๊กเพื่อให้ทำการตรวจสอบกรณีข้อร้องเรียนแบบเร่งด่วนแล้ว ให้เป็นหน้าที่ของหัวหน้าคณะกรรมการในการกำหนดวันสิ้นสุดกระบวนการพิจารณาข้อร้องเรียน และอาจมอบหมายข้อร้องเรียนให้แก่คณะกรรมการที่มีการปฏิบัติหน้าที่อยู่ หรืออาจจะมีการเปลี่ยนตัวกรรมการบางท่านเพื่อให้สอดคล้องกับภูมิภาคที่เกิดกรณีข้อร้องเรียน หรืออาจจะมีการแต่งตั้งคณะกรรมการกำกับดูแลชุดใหม่จำนวน 5 คนโดยพิจารณาจากความพร้อม ความเชี่ยวชาญ รวมถึงประสบการณ์ที่เกี่ยวข้อง จากนั้นให้คณะกรรมการที่ได้รับมอบหมายดำเนินการตรวจสอบกรณีข้อร้องเรียนทันที และให้กำหนดตารางเวลาในการพิจารณาโดยสามารถกำหนดให้มีการเร่งรัดได้ในทุกขั้นตอนของกระบวนการพิจารณาเพื่อให้เสร็จสิ้นตามที่หัวหน้าคณะกรรมการได้กำหนดไว้

นอกจากนี้ เฟซบุ๊ก ยังได้มีข้อกำหนดรวมถึงแนวนโยบายอื่น ๆ ที่อาจเกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่าง ๆ ของผู้ใช้บัญชีที่สามารถเกิดขึ้นได้บนแพลตฟอร์มของเฟซบุ๊กในลักษณะที่เป็นการกำกับดูแลตนเองที่น่าสนใจและคณะกรรมการผู้วิจัยเห็นสมควรทำการกล่าวถึงในรายงานการวิจัยฉบับนี้โดยสังเขป ดังที่จะกล่าวต่อไปนี้

1. *ข้อกำหนดทางการพาณิชย์กรรม (Commercial Terms)* เป็นข้อกำหนดที่จะนำมาใช้เมื่อผู้ใช้บัญชีใช้ผลิตภัณฑ์ใด ๆ ของบริษัท Meta เพื่อวัตถุประสงค์ในเชิงพาณิชย์ เช่น การโฆษณา การบริหารจัดการแอปพลิเคชันต่าง ๆ ที่อยู่บนแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก การใช้บริการแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กในการวัดและประเมินผล การบริหารจัดการกลุ่มหรือเพจที่มีวัตถุประสงค์ในทางพาณิชย์กรรม รวมถึงการซื้อขายสินค้าหรือบริการ

2. *ข้อกำหนดของชุมชนในการชำระเงิน (Community Payment Terms)* โดยข้อกำหนดนี้จะนำมาใช้ในกรณีที่มีการชำระราคาค่าสินค้าหรือบริการที่เกิดขึ้นหรือกระทำผ่านทางผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ของบริษัท Meta

3. *นโยบายด้านการพาณิชย์กรรม (Commerce Policies)* อันเป็นแนวปฏิบัติในการกำหนดนโยบายเพื่อนำมาประยุกต์ใช้เมื่อผู้ใช้บัญชีรายใดได้มีการเสนอขายสินค้าหรือให้บริการบนแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก (Facebook) อินสตาแกรม (Instagram) และวอทซ์แอป (WhatsApp)

4. *แนวปฏิบัติด้านดนตรี (Music guidelines)* อันเป็นแนวปฏิบัติในการกำหนดนโยบายเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในกรณีที่ผู้ใช้บัญชีรายใดมีการโพสต์ เผยแพร่ หรือแบ่งปันเนื้อหาใด ๆ ที่มีดนตรีเป็นส่วนประกอบไม่ว่าจะเกิดขึ้นบนผลิตภัณฑ์ใด ๆ ของบริษัท Meta

5. *แนวนโยบายด้านการโฆษณา (Advertising Policies)* อันเป็นแนวนโยบายที่จะนำมาใช้ในกรณีที่บริษัทคู่ค้าใดมีความประสงค์ที่จะเผยแพร่โฆษณาสินค้าหรือบริการบนผลิตภัณฑ์ใด ๆ ของบริษัท Meta รวมถึงมีการระบุถึงประเภทเนื้อหาของการโฆษณาที่อาจได้รับอนุญาตโดยบริษัทคู่ค้าที่มีการเผยแพร่ผ่านทางผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ของบริษัท Meta ด้วย

6. *ข้อกำหนดการโฆษณาในลักษณะที่เป็นบริการตนเอง (Self-serve Ad Terms)* อันเป็นข้อกำหนดที่มีการนำมาใช้เมื่อผู้ใช้บัญชีรายใดมีความประสงค์ที่จะใช้อินเทอร์เฟซการโฆษณาแบบบริการตนเอง (self-serve advertising) ในการสร้าง การยื่นเสนอ (submit) หรือนำเสนอ (deliver) เนื้อหาที่เป็นการโฆษณา ธุรกิจการค้า กิจกรรมที่ได้รับการสนับสนุน หรือเนื้อหาอื่นใด

7. *แนวนโยบายที่เกี่ยวข้องกับเฟซบุ๊กเพจ กลุ่ม หรือกิจกรรมต่าง ๆ (Facebook Pages, Groups and Events Policy)* โดยแนวปฏิบัติดังกล่าวจะนำมาใช้เมื่อผู้ใช้บัญชีรายใดมีการสร้างหรือทำหน้าที่เป็นผู้บริหารจัดการ (administer) เฟซบุ๊กเพจ กลุ่ม หรือกิจกรรมใด ๆ หรือเมื่อมีการนำแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กไปใช้ในการสื่อสารหรือเพื่อการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการขาย

8. *แนวนโยบายที่เกี่ยวข้องกับแพลตฟอร์ม Meta (Meta Platform Policy)* อันเป็นข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับการใช้งานการเชื่อมต่อโปรแกรมประยุกต์ (Application Programming Interface; APIs) ชุดเครื่องมือสร้างแพลตฟอร์มเฉพาะสำหรับนักพัฒนา (Software Development Kit; SDKs) เครื่องมือ โปรแกรมที่เป็นส่วนเสริม (plugins) รหัส (code) เทคโนโลยี เนื้อหา ตลอดจนการให้บริการที่ช่วยให้ผู้อื่นสามารถพัฒนาฟังก์ชันการทำงานใหม่ ๆ รวมถึงการดึงข้อมูลจากผลิตภัณฑ์ของ Meta หรือการจัดส่งข้อมูลคืนกลับมายังเฟซบุ๊ก

9. *ข้อกำหนดนักพัฒนาด้านการชำระเงิน (Developer Payment Terms)* อันเป็นข้อกำหนดที่จะนำมาใช้สำหรับนักพัฒนาแอปพลิเคชันซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นวิธีการชำระเงินของแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก

10. *แนวนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาของ Meta (Meta brand resources)* อันเป็นแนวปฏิบัติที่เป็นข้อกำหนดนโยบายในการใช้ประโยชน์จาก เครื่องหมายการค้า ตราสัญลักษณ์ (logos) และภาพ

หน้าจอ (screenshots) ที่เป็นทรัพย์สินทางการค้าของ Meta ซึ่งรวมถึงเฟซบุ๊ก อินสตราแกรม และวอทซ์แอฟตลอดจนแพลตฟอร์มอื่น ๆ ของ Meta

11. *แนวปฏิบัติเกี่ยวกับการแนะนำเนื้อหา (Recommendations guidelines)* อันเป็นแนวปฏิบัติที่ใช้ในการกำหนดมาตรฐานในการแนะนำเนื้อหาและการไม่เสนอหรือไม่แนะนำเนื้อหาใด ๆ บนแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก และอินสตราแกรม

12. *นโยบายในการถ่ายทอดสด (Live policies)* อันเป็นแนวนโยบายที่นำมาใช้บังคับในกรณีที่มีการเผยแพร่เนื้อหาใด ๆ โดยใช้ฟังก์ชันการถ่ายทอดสดผ่านทางแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก หรือที่เรียกว่า เฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook live)

2.4 ลักษณะความรับผิดชอบของธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลที่มีต่อผู้บริโภค

แม้ว่าการประกอบธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลจะถูกพิจารณาว่าเป็นเพียงการให้บริการในลักษณะที่เป็นตัวกลาง (intermediary service provider) ในการสร้างพื้นที่ทางสังคมเสมือน (virtual community) เพื่อเปิดโอกาสหรือเป็นการช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้คนได้ใช้เป็นสถานที่พบปะ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น สร้างสรรค์เนื้อหา รวมถึงแลกเปลี่ยนข้อมูลที่น่าสนใจต่าง ๆ โดยที่ผู้ประกอบการแพลตฟอร์มดิจิทัลไม่ได้เป็นผู้มีส่วนร่วมหรือรู้เห็นด้วยในเนื้อหา ข้อความ หรือข้อมูลดิจิทัลใด ๆ ที่ถูกสร้างจากผู้ใช้แพลตฟอร์ม (User-Generated Content; UGC) และมีการเผยแพร่ผ่านทางแพลตฟอร์มของตน ตามที่มีการบัญญัติรับรองไว้ในมาตรา 230 แห่งพระราชบัญญัติการสื่อสาร ค.ศ. 1934 (the Communications Act of 1934) อันเป็นกฎหมายภายในของประเทศสหรัฐอเมริกา (Chander, 2022) ดังนั้น ผู้ประกอบการแพลตฟอร์มดิจิทัลโดยเฉพาะเฟซบุ๊ก จึงมักจะอ้างเอากฎหมายและเหตุผลในลักษณะดังกล่าวขึ้นเป็นข้อยกเว้น หรือข้อจำกัดความรับผิดชอบของตนในกรณีที่มีเนื้อหาข้อความ หรือข้อมูลดิจิทัลที่ไม่เหมาะสม เป็นอันตราย หรืออาจเป็นอันตรายต่อผู้ใช้รายอื่นที่มีปรากฏหรือมีการเผยแพร่อยู่บนแพลตฟอร์มของตน

อย่างไรก็ดี เมื่อพิจารณาในอีกด้านหนึ่งจะพบว่า แม้ผู้ประกอบการแพลตฟอร์มดิจิทัลจะไม่ได้เป็นผู้ที่สร้าง จัดให้มี หรือเผยแพร่เนื้อหา ข้อความ หรือข้อมูลดิจิทัลที่ไม่เหมาะสม เป็นอันตราย หรืออาจเป็นอันตรายต่อผู้ใช้รายอื่นด้วยตนเองก็ตาม แต่ก็อาจถือได้ว่าผู้ประกอบการแพลตฟอร์มดิจิทัลอยู่ในฐานะที่เป็นเจ้าของพื้นที่ทางสังคมเสมือนที่ควรมีหน้าที่ในการสอดส่อง ดูแล และป้องปรามการกระทำใด ๆ ที่ไม่เหมาะสมหรืออาจเป็นอันตรายต่อผู้ใช้รายอื่นด้วยเช่นกัน โดยในประเด็นดังกล่าว Kim (2022) เห็นว่า โดยทั่วไปแล้ว บทบัญญัติมาตรา 230 จะถูกนำมาใช้ในการให้ความคุ้มครองแก่เว็บไซต์รวมถึงแพลตฟอร์มดิจิทัลต่าง ๆ จากความรับผิดในเนื้อหาที่ผิดกฎหมายหรือมีความไม่เหมาะสมที่ถูกโพสต์หรือเผยแพร่ผ่านทางเว็บไซต์หรือแพลตฟอร์มดิจิทัลโดยผู้ใช้รายอื่น (third-party) ดังนั้น จึงไม่อาจปฏิบัติต่อเว็บไซต์หรือแพลตฟอร์มดิจิทัลเสมือนว่าเป็นผู้กล่าว (speaker) หรือเป็นผู้

เผยแพร่ (publisher) เนื้อหาที่ผิดกฎหมายหรือเนื้อหาที่มีความไม่เหมาะสมนั้น ๆ ด้วยตนเอง แต่เพียงเท่านั้น แต่อย่างไรก็ตาม เว็บไซต์หรือแพลตฟอร์มดิจิทัลยังคงอาจมีความรับผิดชอบในเนื้อหาที่ผิดกฎหมาย มีความไม่เหมาะสม หรือมีความอันตรายได้ หากว่าผู้ดูแลเว็บไซต์หรือแพลตฟอร์มดิจิทัลกระทำการหรือละเว้นกระทำการตามหน้าที่ของตนในการสอดส่อง ตรวจสอบ เพื่อป้องกัน แก้ไข หรือเพื่อกำจัดเนื้อหาที่ไม่พึงประสงค์เหล่านั้นออกจากเว็บไซต์หรือแพลตฟอร์มดิจิทัลของตน โดยเว็บไซต์หรือแพลตฟอร์มดิจิทัลไม่ได้มีหน้าที่เพียงแคเป็นเจ้าของพื้นที่ (host of online forum) หรือเป็นเพียงพื้นที่กลางในการเผยแพร่ข่าวสารทางออนไลน์ (online-bulletin board) แต่เพียงอย่างเดียวเช่นในยุคเริ่มต้นของการใช้อินเทอร์เน็ต หากแต่ยังคงต้องมีหน้าที่ในการปฏิบัติตามสัญญาซึ่งปรากฏตามเงื่อนไขและข้อตกลงในการให้บริการระหว่างเว็บไซต์หรือแพลตฟอร์มดิจิทัลกับผู้ใช้อย่างเคร่งครัด รวมถึงอาจมีความรับผิดชอบละเมิดเกิดขึ้นหากมีความเสียหายเกิดขึ้นกับผู้ใช้ อันเนื่องมาจากความจงใจหรือประมาทเลินเล่อของเว็บไซต์หรือแพลตฟอร์มดิจิทัลนั้น ๆ อีกประการหนึ่งด้วยเช่นเดียวกัน โดยคณะผู้วิจัยจะกล่าวถึงโดยเฉพาะ ความรับผิดชอบตามสัญญา ความรับผิดชอบเพื่อละเมิด และความรับผิดอันเกิดจากสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่มีความไม่ปลอดภัยของเฟซบุ๊ก ดังจะกล่าวต่อไปนี้

2.4.1 ความรับผิดชอบของเฟซบุ๊กอันเนื่องมาจากข้อสัญญา

ดังที่ได้ทำการศึกษามาแล้วข้างต้นว่าก่อนที่ผู้ใช้รายใดจะเข้าใช้เฟซบุ๊กได้นั้นจำเป็นต้องมีการสมัครเข้าใช้งาน รวมถึงสร้างบัญชีผู้ใช้เสียก่อน โดยผู้ที่สมัครเข้าใช้งานบัญชีเฟซบุ๊กทุกรายจะต้องให้ความยินยอมที่จะปฏิบัติตามเงื่อนไขและข้อตกลงในการให้บริการรวมถึงข้อตกลงปลีกย่อยอื่น ๆ ที่ทางเฟซบุ๊กเป็นผู้กำหนดขึ้น อย่างไรก็ตามแม้เนื้อหาหรือข้อกำหนดที่ปรากฏในเงื่อนไขและข้อตกลงในการให้บริการดังกล่าวจะเกิดขึ้นจากการที่เฟซบุ๊กเป็นผู้กำหนดสิทธิและหน้าที่ให้แก่ผู้สมัครเข้าใช้บัญชีเฟซบุ๊กแต่เพียงฝ่ายเดียว โดยผู้สมัครเข้าใช้ไม่มีอำนาจในการต่อรองหรือขอเปลี่ยนแปลงแก้ไขข้อกำหนดดังกล่าวได้แต่อย่างใด แต่ด้วยผลของความผูกพันตามหลักทั่วไปในการทำสัญญาจึงส่งผลให้เฟซบุ๊กเองก็จำเป็นต้องมีหน้าที่ในการปฏิบัติตามสัญญาดังกล่าวด้วยเช่นเดียวกัน

ความรับผิดชอบตามข้อสัญญาของเฟซบุ๊กที่สำคัญประการหนึ่ง คือ เฟซบุ๊กได้มีการกำหนดไว้อย่างชัดเจนในข้อกำหนดมาตรฐานชุมชนว่าจะให้ความสำคัญและจะดำเนินนโยบายที่จำเป็นทุกประการเพื่อให้ความคุ้มครองและปกป้องเด็กและเยาวชนจากเนื้อหาที่มีความรุนแรง หรือเนื้อหาที่มีความไม่เหมาะสม รวมถึงการป้องกันและกำจัดการเผยแพร่เนื้อหาที่ไม่ถูกต้อง (false information) ข้อมูลที่อาจนำไปสู่ความเข้าใจผิด (misinformation) หรือข้อมูลที่เป็นการบิดเบือน (disinformation) เพื่อป้องกันอันตรายหรือความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับผู้ใช้ อย่างไรก็ตามก็ยังคงพบว่าการเผยแพร่เนื้อหาต่าง ๆ ผ่านทางแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กโดยที่เฟซบุ๊กมีการดำเนินการที่เกี่ยวข้องตามที่ได้ระบุไว้ในเงื่อนไขและข้อตกลงในการให้บริการที่น้อยมาก นอกจากนี้เฟซบุ๊กยังให้คำรับรองแก่ผู้ใช้ในเรื่อง

ของการรักษาข้อมูลส่วนบุคคลและความเป็นส่วนตัวของข้อมูลของผู้ใช้ แต่ก็ยังพบว่าเฟซบุ๊กมีการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้ให้แก่บุคคลที่สามซึ่งเป็นพันธมิตรทางธุรกิจของตนโดยที่ไม่ได้รับความยินยอมจากผู้ใช้ อันถือได้ว่าเฟซบุ๊กได้ทำการละเมิดข้อสัญญาที่ตนเองเป็นผู้กำหนดขึ้นมาในข้อสาระสำคัญ โดยเฉพาะในข้อที่ว่าเฟซบุ๊กได้ให้คำสัญญาหรือแสดงออกอย่างชัดเจนว่าจะทำให้แพลตฟอร์มของตนเป็นพื้นที่ปลอดภัยสำหรับผู้ใช้ ดังจะเห็นได้จากที่ยังคงพบเนื้อหาหรือเพจที่เป็นการหลอกลวง หลอกขายสินค้า รวมถึงมีการจำหน่ายสินค้าหรือเสนอให้บริการที่ไม่ชอบด้วยกฎหมายของประเทศไทยเป็นจำนวนมากในปัจจุบัน

2.4.2 ความรับผิดชอบของเฟซบุ๊กอันเนื่องมาจากการละเมิด

แม้ว่าเฟซบุ๊กมักจะใช้บทบัญญัติมาตรา 230 ตามพระราชบัญญัติการสื่อสาร ค.ศ. 1934 (the Communications Act of 1934) มาใช้อ้างเป็นเหตุในการยกเว้นความรับผิดชอบของตน โดยเฟซบุ๊กถือว่าตนเองทำหน้าที่เสมือนกับเป็น “ผู้จัดให้มีการบริการ” (provider) หรือ “โฮสต์” (host) ของการให้บริการคอมพิวเตอร์เชิงโต้ตอบ (interactive computer service) ที่ไม่ถือว่าเป็นผู้กล่าว (speaker) หรือผู้เผยแพร่ (publisher) เนื้อหาหรือข้อมูลดิจิทัลใดที่ถูกโพสต์หรือเผยแพร่โดยผู้จัดให้มีเนื้อหาข้อมูล (information content provider) รายอื่น อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาถึงบทบัญญัติมาตรา 230 (d) จะพบว่า บทบัญญัติมาตราดังกล่าวกำหนดให้เป็นหน้าที่ของแพลตฟอร์มดิจิทัล ในฐานะที่เป็นผู้จัดให้มีการบริการคอมพิวเตอร์เชิงโต้ตอบในการต้องแจ้งเตือนผู้ใช้แพลตฟอร์มของตนถึงเครื่องมือใด ๆ เช่น ฮาร์ดแวร์ หรือซอฟต์แวร์ ที่ออกแบบมาเพื่อให้ผู้ปกครองสามารถกำหนดหรือควบคุมเนื้อหา (parental control protection) ที่มีการเผยแพร่ผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลนั้น ๆ ได้ หรือเครื่องมือที่เป็นตัวกรองเนื้อหาเพื่อช่วยในการจำกัดการเข้าถึงเนื้อหาที่เป็นอันตรายหรือเป็นเนื้อหาที่มีความไม่เหมาะสมสำหรับเด็กและเยาวชน โดยแพลตฟอร์มมีหน้าที่ในการแจ้งให้แก่ผู้ใช้ได้ทราบถึงมาตรการ หรือแนวทางของแพลตฟอร์มในการใช้เครื่องมือในการจำกัด และ/หรือคัดกรองเนื้อหาที่เป็นอันตรายหรือมีความไม่เหมาะสม ดังกล่าวตั้งแต่ในขณะที่มีการเข้าทำสัญญาสมัครเข้าใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลนั้น ๆ โดยการละเลยไม่แจ้งถึงมาตรการ หรือแนวทางดังกล่าวของแพลตฟอร์ม อาจถือได้ว่าเป็นการกระทำละเมิดในลักษณะที่เป็น “ความประมาทเลินเล่อในตัวเอง” (Negligence per se) หากมีความเสียหายใด ๆ เกิดขึ้นจากการไม่แจ้งเตือนของแพลตฟอร์ม

จากหลักเกณฑ์ดังกล่าว เมื่อมาพิจารณาถึงมาตรการหรือแนวทางของเฟซบุ๊กจะเห็นได้ว่า เฟซบุ๊กเองก็ยังไม่ได้จัดให้มีการแจ้งเตือนหรือการให้คำแนะนำแก่ผู้ปกครองถึงวิธีการ แนวทาง หรือเครื่องมือที่สามารถนำมาใช้ในการจัดการ ควบคุม หรือคัดกรองเนื้อหารวมถึงโฆษณาที่ไม่เหมาะสมกับเด็กและเยาวชน รวมถึงวิธีการ แนวทาง หรือเครื่องมือในการจัดการกับเนื้อหาที่บุคคลที่สาม (third-party) จะมาโพสต์หรือเผยแพร่ผ่านทาง “หน้าฟีด”

(feed) เฟซบุ๊กของผู้ใช้เท่าที่ควร ดังจะเห็นได้จากการที่เฟซบุ๊กไม่ได้แจ้งเตือนในเรื่องดังกล่าวอย่างเป็นทางการจะลักษณะให้แก่ผู้ใช้ได้ทราบตั้งแต่ในขณะที่มีการเปิดใช้บัญชี ทำให้ผู้ใช้จำเป็นต้องแสวงหาข้อมูล วิธีการ แนวทาง หรือเครื่องมือที่สามารถนำมาใช้ในการจัดการ ควบคุม หรือคัดกรองเนื้อหา รวมถึงโฆษณาที่ไม่เหมาะสมด้วยตนเอง โดยที่เฟซบุ๊กไม่ได้มีการช่วยเหลือ หรืออำนวยความสะดวก หรือทำให้ผู้ใช้สามารถค้นหาหรือเข้าถึงรายการ (menu) ที่ต้องการได้โดยสะดวก หรือต้องใช้เวลาในการค้นหานั้น นอกจากนี้เด็กหรือเยาวชนรายใดที่ได้รับความเสียหายทั้งทางร่างกายและทางจิตใจจากเนื้อหาที่ไม่ปลอดภัยหรือไม่เหมาะสมที่มีการเผยแพร่ผ่านทางเฟซบุ๊กก็อาจจะยกหลักการในเรื่องของความประมาทเลินเล่อในตัวเองของเฟซบุ๊ก ในกรณีที่มีการละเลยไม่แจ้งเตือนผู้ปกครองของเด็กและเยาวชนเพื่อให้ทราบถึงข้อมูล วิธีการ แนวทาง หรือเครื่องมือที่สามารถนำมาใช้ในการจัดการ ควบคุม หรือคัดกรองเนื้อหา รวมถึงโฆษณาที่ไม่เหมาะสมได้ด้วยเช่นเดียวกัน

การดำเนินงานของ เฟซบุ๊ก จัดได้ว่าเป็นเจ้าของกิจการแพลตฟอร์มดิจิทัล ดังนั้น จึงอาจมี “ความรับผิดในรูปแบบที่เป็นเจ้าของกิจการ” (Proprietorship Liability) โดยความรับผิดในลักษณะดังกล่าวเกิดขึ้นจากหลักเกณฑ์ที่กำหนดว่าผู้ประกอบการหรือเจ้าของกิจการมีหน้าที่ในการดูแลให้ธุรกิจของตนมีความปลอดภัย รวมถึงมีหน้าที่ในการดูแล ให้ความช่วยเหลือ หรือให้การเยียวยาอย่างเหมาะสมผู้บริโภคหากได้รับความเสียหายโดยไม่คำนึงว่าเป็นความเสียหายที่เกิดขึ้นจากตัวธุรกิจนั่นเองหรือเป็นความเสียหายที่เกิดขึ้นจากการกระทำของบุคคลที่สาม (third-party) อันเนื่องมาจากการดำเนินธุรกิจนั้น ๆ ก็ตาม ซึ่งจากหลักเกณฑ์ดังกล่าวจะเห็นได้ว่าความสัมพันธ์ระหว่างเฟซบุ๊กและผู้ใช้ ถือได้ว่าเป็นความสัมพันธ์ในการทำธุรกิจทั่วไประหว่างผู้ประกอบการกับผู้บริโภคโดยต่างฝ่ายต่างได้รับผลประโยชน์ต่างตอบแทนซึ่งกันและกัน โดยผู้ใช้ได้ประโยชน์ในรูปแบบที่เป็นการรับบริการของเฟซบุ๊กในเรื่องของการติดต่อสื่อสาร การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การแสดงออกซึ่งความคิดเห็น รวมถึงการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ขณะที่เฟซบุ๊กเองก็ได้รับผลประโยชน์จากผู้ใช้ในรูปแบบที่เป็นการเก็บข้อมูลและกิจกรรมต่าง ๆ ของผู้ใช้ที่เกิดขึ้นบนแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กเพื่อนำข้อมูลเหล่านี้ไปแสวงหาผลประโยชน์ โดยเฉพาะกับนักการตลาดในการเผยแพร่โฆษณาสินค้าหรือบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าแต่ละรายหรือแต่ละกลุ่มตามข้อมูลหรือกิจกรรมต่าง ๆ ของผู้ใช้ที่เก็บรวบรวมมาได้

นอกจากนี้การที่เฟซบุ๊กจะสามารถเก็บรวบรวมข้อมูลหรือกิจกรรมของผู้ใช้เพื่อนำไปแสวงหาประโยชน์ต่อ นั้น เป็นเหตุให้เฟซบุ๊กจึงจำเป็นที่จะต้องมียุทธศาสตร์ในการชักจูง หรือดึงดูดให้ผู้ใช้แต่ละรายใช้เวลาอยู่บนแพลตฟอร์มของตนให้นานและมากที่สุดในแต่ละวัน จึงอาจส่งผลให้เฟซบุ๊กไม่ได้ให้ความสำคัญหรือตั้งใจที่จะละเลยไม่คำนึงถึงคุณภาพหรือความปลอดภัยของเนื้อหาที่มีการเผยแพร่อยู่บนแพลตฟอร์มของตนมากนัก ทั้งนี้เนื่องจากโดยทั่วไปแล้วเนื้อหาที่สามารถดึงดูดใจให้ผู้ใช้สนใจติดตามอย่างต่อเนื่อง มักจะเป็นเนื้อหาในเชิงลบ เช่น เนื้อหาที่มีความรุนแรง เนื้อหาที่เป็นการลามกหรืออนาจาร เนื้อหาที่เป็นการกระทบต่อสุขภาพจิตของผู้ใช้ รวมถึงเนื้อหาอื่น ๆ ที่มิอาจชี้พ้ออาจาคัยเป็นช่องทางสร้างขึ้นมาเพื่อหลอกลวง เช่น การเสนอผลประโยชน์แก่ผู้ใช้เป็นเงินจำนวนมาก

การหลอกลวงให้ลงทุน การหลอกลวง (scam) หรือการเผยแพร่ข่าวปลอม (fake news) ซึ่งเมื่อผู้ใช้รายใดเข้ามาติดตามหรือบริโภคข้อมูลในลักษณะดังกล่าวระบบอัลกอริทึม (algorithms) ของเฟซบุ๊กก็จะทำการคัดเลือกเนื้อหาในลักษณะเดียวกันให้มาปรากฏอยู่บนหน้าฟีด (feed) ของผู้ใช้ ทำให้ผู้ใช้ยิ่งใช้เวลาอยู่บนเฟซบุ๊กเพื่อบริโภคข้อมูล เช่นว่านั่นเป็นระยะเวลาสั้นขึ้น อันจะยิ่งเป็นการเพิ่มโอกาสให้ผู้ใช้มีความเสี่ยงต่อการตกเป็นเหยื่อของการถูกหลอกลวงหรืออาชญากรรมที่เกิดขึ้นบนพื้นที่ไซเบอร์สูงขึ้น ทั้งยังเป็นผลเสียต่อสุขภาพของผู้ใช้ทั้งสุขภาพกายและสุขภาพจิต ขณะที่เฟซบุ๊กกลับได้รับข้อมูลจากกิจกรรมต่าง ๆ ของผู้ใช้เพิ่มมากขึ้นอันหมายถึงผลประโยชน์หรือรายได้ที่เพิ่มสูงขึ้นของเฟซบุ๊กอีกด้วย โดยเฟซบุ๊กอาจละเลยหรือมีความจงใจที่จะละเลยไม่แจ้งเตือนต่อผู้ใช้ให้ทราบถึงการมีอยู่ของเนื้อหาที่เป็นอันตราย หรือเนื้อหาที่มีความไม่เหมาะสมเหล่านี้เพื่อให้ผู้ใช้เกิดความตระหนักรู้ และเกิดความระมัดระวัง รวมถึงเฟซบุ๊กเองก็ต้องมีหน้าที่ในการกำจัดการหรือปิดกั้นการเข้าถึงเนื้อหาในลักษณะดังกล่าวโดยทันที การที่เฟซบุ๊กมีหน้าที่ในการแจ้งเตือน (duty to warn) หรือควรรออกแบบแพลตฟอร์มของตนเพื่อเป็นการป้องกันอาชญากรรมเพื่อให้ผู้ใช้มีความปลอดภัยเพิ่มมากขึ้น แต่กลับไม่แจ้งเตือนหรือไม่มีการกระทำใด ๆ ที่เป็นการแสดงออกให้เห็นชัดเจนถึงการให้ความคุ้มครองด้านความปลอดภัยในการใช้แพลตฟอร์มเฟซบุ๊กเช่นนี้ จึงถือได้ว่าเฟซบุ๊กมีความจงใจหรือละเลยปล่อยให้มีความเสียหายเกิดขึ้นในลักษณะที่เป็นความประมาทเลินเล่อในตัวเอง หรือ Negligence per se ได้เช่นเดียวกัน

2.4.3 ความรับผิดของเฟซบุ๊กอันเนื่องมาจากสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่มีความไม่ปลอดภัย

นอกจากความรับผิดตามข้อสัญญาและความรับผิดทางละเมิดอันเป็นความรับผิดที่อาจเกิดขึ้นได้จากการที่เฟซบุ๊กมีหน้าที่ในการให้ความระมัดระวังด้านความปลอดภัยให้แก่ผู้ใช้แล้ว เฟซบุ๊กยังอาจมีความรับผิดอันเนื่องมาจากสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของตนที่อาจมีความไม่ปลอดภัย (Product Liability) อีกประการหนึ่งด้วย ซึ่งแม้ว่าตามค่านิยมของ Uniform Commercial Code และ Restatement (Third) Tort จะไม่ถือว่าบริการให้บริการของเฟซบุ๊กเป็น “สินค้า” ทั้งนี้เนื่องจากลักษณะของการให้บริการของเฟซบุ๊กไม่ถือเป็นทรัพย์สินส่วนบุคคลที่สามารถสัมผัสจับต้องได้ (tangible personal property) หรือสิ่งอื่นใดที่สามารถถูกนำไปกระจายต่อ (distribution) หรือมีการใช้งานในทำนองเดียวกันกับทรัพย์สินส่วนบุคคลที่สามารถสัมผัสจับต้องได้ หรืออาจกล่าวอีกนัยหนึ่งคือบริการของเฟซบุ๊กนั้นไม่อาจสัมผัสหรือจับต้องได้ (intangible) อย่างสินค้าหรือบริการที่เป็นรูปธรรมที่อยู่ในพื้นที่ทางสังคมกายภาพ

อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันนี้ผู้บริโภคกลับมีแนวโน้มที่จะมีปฏิสัมพันธ์ (interact) กับสินค้าหรือบริการที่ไม่อาจสัมผัสจับต้องได้ (intangible products) เพิ่มมากขึ้น เช่น ซอฟต์แวร์ (software) หรือ ดิจิทัลคอนเทนต์ (digital content) ต่าง ๆ รวมถึงการให้บริการในฐานะที่เป็นเครื่องมือ หรือเป็นช่องทางในการช่วยเผยแพร่ หรือ

แสดงเนื้อหาหรือดิจิทัลคอนเทนต์ที่มีผู้สร้างขึ้นมาดั่งเช่นการให้บริการของแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก ก็อาจถือได้ว่าเป็นสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายใต้หลักเกณฑ์เรื่องความปลอดภัยของสินค้าหรือบริการได้เช่นเดียวกัน ส่งผลให้แพลตฟอร์มเฟซบุ๊กมีหน้าที่ในการป้องกันข้อบกพร่องที่อาจเกิดขึ้นได้กับผลิตภัณฑ์ (products defective) โดยจะต้องออกแบบผลิตภัณฑ์ของตนเพื่อช่วยผู้บริโภคในการลดความเสี่ยงจากอันตรายที่สามารถคาดเห็นได้ว่าอาจเกิดขึ้น อันได้แก่ การที่ผู้ใช้บางรายผูกโยงคุณค่าในตัวเองกับจำนวนยอดของการกด “ไลค์” (Like) หรือการกดติดตาม (follow) การเลื่อนหน้าจอเพื่อบริโภคเนื้อหาต่าง ๆ โดยไม่มีจุดสิ้นสุด (eternal scroll) หรือการใช้เทคนิคในการออกแบบอินเทอร์เฟซ (interface) ที่มุ่งหลอกลวงหรือบังคับให้ผู้ใช้ทำสิ่งที่ไม่ต้องการหรือไม่คำนึงถึงผลประโยชน์หรือความปลอดภัยของผู้ใช้ หรือเรียกว่า “ดาร์กแพทเทิร์น” (dark patterns) ซึ่งล้วนแล้วแต่ส่งผลทางด้านลบหรือเป็นอันตรายต่อพฤติกรรม สภาพจิตใจ สภาพร่างกาย รวมถึงทรัพย์สินของผู้ใช้ นอกจากนี้ เฟซบุ๊กยังควรมีหน้าที่ในการป้องกันข้อบกพร่องที่อาจเกิดขึ้นกับการให้ข้อมูลข่าวสาร (information defective) โดยเฟซบุ๊กมีหน้าที่ในการแจ้งเตือนหรือให้ข้อมูลการใช้สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของตนให้มีความปลอดภัยเพื่อช่วยให้ผู้ใช้ในฐานะที่เป็นผู้บริโภคได้รับความปลอดภัยมากขึ้น เช่น การมีหน้าที่ในการแจ้งเตือน ผู้ใช้ให้ทราบถึงอันตรายต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการใช้เฟซบุ๊ก เช่น พฤติกรรมการเสพติดการใช้เฟซบุ๊ก การเผยแพร่ข้อมูลที่อาจนำไปสู่ความเข้าใจผิด (misinformation) ข้อมูลที่เป็นการบิดเบือน (disinformation) รวมถึงการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้ โดยไม่ได้ตั้งใจอีกด้วย

2.5 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัล

ในการศึกษาถึงมาตรการการกำกับผู้ประกอบการธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลที่กระทบต่อสิทธิผู้บริโภคกรณีศึกษาเฟซบุ๊กในครั้งนี้ คณะผู้วิจัยพบว่า มีงานศึกษาทั้งของประเทศไทยและต่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับประเด็นดังกล่าวที่น่าสนใจและเห็นควรนำเสนอไว้ในรายงานการวิจัยฉบับนี้ด้วย ดังรายละเอียดต่อไปนี้

กอบเกียรติ เจริญปรีชา และ ณัฐวิษ ศิริกาญจน์ (2565) ศึกษาในเรื่องความท้าทายในการบังคับใช้พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2560 ในการกำกับดูแลธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัล โดยคณะผู้ศึกษาใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงเอกสารในการศึกษาเกี่ยวกับการบังคับใช้พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2560 กับธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัล ผลการศึกษา พบว่า แพลตฟอร์มดิจิทัลมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากธุรกิจแบบดั้งเดิม เช่น การมีผู้ใช้จำนวนมากที่สามารถสร้างเนื้อหาและมีปฏิสัมพันธ์กันได้อย่างเสรี นอกจากนี้ แพลตฟอร์มเหล่านี้ยังมีการเก็บรวบรวมข้อมูลขนาดใหญ่ที่สามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์และปรับปรุงบริการได้อย่างต่อเนื่อง ดังนั้นจึง

ควรมีการปรับปรุงกฎหมายการแข่งขันทางการค้าให้ทันสมัยและสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของตลาดดิจิทัล เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ภุรี สิริสุนทร และ ศุภฤทธิ ถาวรยุติการต์ (2565) ทำการศึกษาถึงการกำกับดูแลการแข่งขันในธุรกิจแพลตฟอร์มหลายมิติ (Multi-sided Platforms) ในประเทศไทย เพื่อวิเคราะห์โครงสร้างตลาดและอำนาจเหนือตลาดในแพลตฟอร์มดิจิทัลรวมถึงพฤติกรรมต่อต้านการแข่งขันที่มีอยู่ในแพลตฟอร์ม เฉพาะธุรกิจที่เป็นแพลตฟอร์ม e-Marketplace ทั้งยังมีการวิเคราะห์และประเมินผลกระทบของพฤติกรรมที่ผู้ประกอบการธุรกิจ e-Marketplace รายใหญ่มีต่อการปรับตัวของธุรกิจค้าปลีกดั้งเดิมหรือ Modern Trade และการแข่งขันเชิงพลวัต โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสานทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยผลการศึกษา พบว่า ธุรกิจแพลตฟอร์ม e-Marketplace มีการกระจุกตัวสูงและอยู่ในตลาดที่มีการแข่งขันที่ไม่สมบูรณ์หรือตลาดผู้ขายน้อยรายซึ่งสามารถใช้อำนาจเหนือตลาดในการสร้างกำไรให้กับตนเอง อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษากลับพบว่าผู้ประกอบการธุรกิจนี้กลับขาดทุนมาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี พ.ศ. 2560 – 2564 นอกจากนี้ยังพบว่าแพลตฟอร์มที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมต่อต้านการแข่งขันมากกว่าพฤติกรรมส่งเสริมการแข่งขัน โดยคณะผู้วิจัยได้ให้ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและการกำกับดูแลโดยอาศัยกฎหมายและ หน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่อยู่ในปัจจุบันโดยเสนอแนวทางในการกำกับดูแลการแข่งขันของแพลตฟอร์ม e-Marketplace ในเรื่องของการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลและความเป็นส่วนตัว รวมถึงควรมีการบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ที่มีอยู่แล้วอย่างเต็มที่โดยกำหนดให้เป็นบทบาทหน้าที่ของสำนักงานธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงควรมีการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจด้านดิจิทัล (digital literacy) ให้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนควรมีการตรวจสอบ พฤติกรรมของแพลตฟอร์ม e-Marketplace ที่อาจนำไปสู่การแข่งขันที่ไม่เป็นธรรมหรือลดการแข่งขัน เช่น การปิดกั้นการมองเห็น การจัดเก็บค่าธรรมเนียมที่มีความซับซ้อน เป็นต้น

รัฐสภา จุรีมาศ (2566) ทำการศึกษาถึงการควบคุมธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัล โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาทบทวนกฎหมายของประเทศไทยที่ใช้บังคับกับกรณีของธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัล รวมถึงหลักการควบคุมการประกอบธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัลของสหภาพยุโรปที่อาจส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัลในประเทศไทย โดยผู้ศึกษาใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพโดยการศึกษาเอกสาร (Documentary research) ผลการศึกษาพบว่าประเทศไทยยังไม่มีกฎหมายที่รองรับการทำธุรกรรมในการซื้อขายสินค้าทางออนไลน์รวมถึงยังไม่มีกฎหมายว่าด้วยการควบคุมธุรกิจบริการแพลตฟอร์มรวมถึงการกำกับดูแลการดำเนินงานของตัวกลางในการทำธุรกรรมทางดิจิทัลในประเทศไทยโดยตรง แต่เป็นการนำเอาหลักกฎหมายทั่วไป เช่น ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ กฎหมายคุ้มครองการขายออนไลน์และการคุ้มครองผู้บริโภคจากการซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ หรือพระราชบัญญัติว่าด้วยความรับผิดชอบอันเกิดจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย โดยผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะว่า

ควรมีการบัญญัติกฎหมายเฉพาะขึ้นเพื่อใช้ในการกำกับดูแลธุรกิจหรือกิจกรรมในระบบดิจิทัลเพื่อป้องกันปัญหาการขัดกันของกฎหมาย

Hu et al. (2024) ทำการศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบของแพลตฟอร์มดิจิทัลต่อกิจกรรมผู้ประกอบการโดยเป็นกรณีศึกษาในประเทศจีน อันเนื่องมาจากการพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลที่เกิดขึ้นในเขตเมือง (urban) ของประเทศจีนได้เปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมของผู้ประกอบการ (entrepreneurial environment) และส่งผลกระทบต่อ การขับเคลื่อนนวัตกรรมในระดับภูมิภาค โดยคณะผู้วิจัยในเรื่องนี้ได้ทำการคำนวณดัชนีการ พัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลของเมืองระดับจังหวัด (prefecture-level) จำนวน 294 แห่งในประเทศจีน ระหว่างปี 2013 ถึง 2020 โดยใช้วิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก (Principal Component Analysis) และใช้ข้อมูลจุลภาค (microdata) โดยรวบรวมจากการจดทะเบียนธุรกิจเพื่ออธิบายกิจกรรมผู้ประกอบการในเขตเมือง จากการศึกษาพบว่า แพลตฟอร์มดิจิทัลมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมกิจกรรมผู้ประกอบการในเขตเมืองของประเทศจีน นอกจากนี้ การลดความบิดเบือนของตลาดแรงงาน (alleviating labour market distortions) การปรับปรุงสภาพแวดล้อมทางการเงินในเขตเมือง และการพัฒนานวัตกรรมทางเทคโนโลยี ยังเป็นช่องทางสำคัญที่ช่วยให้แพลตฟอร์มดิจิทัลสามารถเพิ่มกิจกรรมที่มีความหลากหลายให้แก่ผู้ประกอบการในเขตเมืองได้ นอกจากนี้ แพลตฟอร์มดิจิทัลยังมีบทบาทที่สำคัญมากขึ้นในเขตภาคตะวันออกและในเมืองที่มีโครงสร้างอุตสาหกรรมที่ได้รับการพัฒนาแล้ว ผลกระทบนี้ยังแสดงลักษณะของ "ผลกระทบส่วนเพิ่ม" (marginal effect) ซึ่งหมายความว่ายิ่งแพลตฟอร์มดิจิทัลพัฒนาเร็วขึ้นเท่าใด ผลในการส่งเสริมกิจกรรมผู้ประกอบการก็ยิ่งมีนัยสำคัญมากขึ้นตามไปด้วยมากขึ้นเท่านั้น

Nasrin et al. (2020) ศึกษาเกี่ยวกับการตรวจจับการฉ้อโกงของเพจธุรกิจบน Facebook โดยอิงจากการวิเคราะห์ความรู้สึก (Sentiment Analysis) โดยพบว่าพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภคในปัจจุบันมีความเปลี่ยนแปลงไปจากในยุคก่อน โดยการซื้อขายสินค้าทางออนไลน์กำลังได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้เกิดปัญหาการฉ้อโกงทางออนไลน์เป็นภัยที่อาจสร้างปัญหาใหญ่ให้กับธุรกิจในอนาคต ผลการศึกษาพบว่าแม้ตลาดออนไลน์จะมีศักยภาพสูง และสามารถสร้างผลประโยชน์ให้ทั้งผู้ขายและผู้ซื้อได้อย่างมาก แต่หากผู้บริโภคสูญเสียความเชื่อมั่นโดยเฉพาะในเรื่องของความปลอดภัยจากการซื้อขายสินค้าหรือบริการทางออนไลน์แล้วตลาดออนไลน์เช่นนี้อาจจะประสบกับปัญหาหรือความล้มเหลวขึ้นได้ ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงได้มีข้อเสนอแนะว่าควรจะต้องมีมาตรการในการช่วยระงับถึงเฟซบุ๊กเพจที่ต้องสงสัยว่าฉ้อโกง รวมถึงควรมีการบังคับใช้กฎหมายอย่างเข้มงวด เพื่อช่วยให้ผู้บริโภคสามารถสังเกตและหลีกเลี่ยงการตกเป็นเหยื่อของเฟซบุ๊กเพจที่เป็นการฉ้อโกง

Nooren et al. (2018) ทำการศึกษาถึงแนวนโยบายที่เหมาะสมในการกำกับดูแลแพลตฟอร์มดิจิทัล ผลการศึกษาพบว่า ผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมที่เกิดขึ้นจากแพลตฟอร์มดิจิทัลสร้างประเด็นข้อถกเถียงที่สำคัญให้กับผู้กำหนดนโยบายโดยเฉพาะความท้าทายในด้านความเพียงพอของกรอบการกำกับดูแลและเครื่องมือที่

มีอยู่ในการส่งเสริมและปกป้องผลประโยชน์สาธารณะที่อาจได้รับผลกระทบจากแพลตฟอร์มดิจิทัล โดยผลการศึกษาในครั้งนี้มุ่งพัฒนากรอบแนวทางปฏิบัติที่เป็นการกำหนดโครงสร้างและแนวทางสำหรับผู้กำหนดนโยบายในการออกแบบนโยบายสำหรับเศรษฐกิจดิจิทัลที่มีความแตกต่างจากแนวทางอื่น ๆ เนื่องจากเป็นการวิเคราะห์จากรูปแบบธุรกิจดิจิทัลของแพลตฟอร์มที่สำคัญสามประการอันได้แก่ 1) การระบุลักษณะเฉพาะของแพลตฟอร์ม 2) การเชื่อมโยงลักษณะเหล่านั้นกับผลประโยชน์สาธารณะ และ 3) การกำหนดทางเลือกเชิงนโยบาย จากนั้นคณะผู้วิจัยเลือกใช้การวิเคราะห์เส้นทางย้อนกลับ (return-path analysis) เพื่อตรวจสอบว่านโยบายที่นำมาใช้ส่งผลกระทบต่อรูปแบบธุรกิจอย่างไร มีผลเชิงบวกต่อผลประโยชน์สาธารณะตามที่คาดหวังหรือไม่ และป้องกันไม่ให้เกิดผลกระทบเชิงลบที่ไม่พึงประสงค์ ผลการศึกษาพบว่า สาธารณะสำคัญสองประการสำหรับการอภิปรายเกี่ยวกับแพลตฟอร์มดิจิทัลในปัจจุบัน ได้แก่ ควรมีการพิจารณาลักษณะพื้นฐานของแต่ละแพลตฟอร์มแทนที่จะพยายามทำความเข้าใจแพลตฟอร์มดิจิทัลในฐานะหมวดหมู่เดียวกันทั้งหมด และผู้กำหนดนโยบายควรสำรวจระเบียบและนโยบายที่มีอยู่เสียก่อนเนื่องจากอาจเพียงพอในการจัดการกับลักษณะบางอย่างของแพลตฟอร์มดิจิทัลที่สอดคล้องกับการพัฒนาอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีและรูปแบบธุรกิจของแพลตฟอร์มแล้ว

Piranda et al. (2022) ศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาดออนไลน์ของเฟซบุ๊กมาร์เก็ตเพลส (Facebook Marketplace) ในฐานะที่เป็นเครื่องมือทางการตลาดในยุคดิจิทัล อันเนื่องมาจากสื่อสังคมออนไลน์ในปัจจุบันได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันโดยเฉพาะเฟซบุ๊ก นอกจากนี้หากผู้ใช้จ่ายที่มีเครือข่ายผู้ใช้จ่ายอื่นจำนวนมากก่อให้เกิดโอกาสในการสร้างรายได้และการทำการตลาด งานวิจัยในครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์ในการใช้แพลตฟอร์มเฟซบุ๊กเป็นเครื่องมือทางการตลาดดิจิทัลโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยในเชิงเอกสาร จากการวิจัยพบว่าแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก เป็นแพลตฟอร์มที่มีฟีเจอร์ (feature) ครบถ้วน เนื่องจากผู้ใช้สามารถสื่อสารกับผู้อื่น แบ่งปันเนื้อหาหรือคลิปวิดีโอ สร้างกลุ่ม ตลอดจนจัดตารางนัดหมายร่วมกัน นอกจากนี้เฟซบุ๊กมาร์เก็ตเพลสยังถูกนำไปใช้อย่างแพร่หลายในการซื้อขายสินค้าออนไลน์ นอกจากนี้การใช้เฟซบุ๊กเป็นเครื่องมือทางการตลาดดิจิทัลยังสามารถทำได้ด้วยการใช้กลยุทธ์หลายรูปแบบ เช่น การโฆษณา การส่งเสริมการขาย หรือการเผยแพร่ประกาศขายสินค้าส่วนบุคคล เป็นต้น

Wasin Chaisiri (2018) ได้ทำการศึกษาในเรื่อง การคุ้มครองผู้บริโภคจากการซื้อขายสินค้าผ่านทางเฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook live) ผลการศึกษาพบว่าการซื้อขายสินค้าออนไลน์เป็นกิจกรรมที่ใช้ช่องทางการสื่อสารที่สามารถเชื่อมต่อกับผู้ใช้ได้ทั่วโลก โดยเฟซบุ๊กเป็นหนึ่งในโซเชียลเน็ตเวิร์กที่ได้รับความนิยมสูงสุดในประเทศไทย โดยในปี 2016 เฟซบุ๊กได้เปิดฟังก์ชันการถ่ายทอดสด หรือ “Facebook Live” ซึ่งช่วยให้ผู้ใช้บัญชีเฟซบุ๊กสามารถแบ่งปันความรู้สึก ข้อมูล หรือสินค้าต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเฉพาะการซื้อขายผ่าน Facebook Live ที่สามารถทำได้อย่างสะดวก โดยผู้ขายจะเป็นผู้ถ่ายทอดสดและผู้ใช้บัญชีเฟซบุ๊กทุกคนสามารถเข้าร่วมและซื้อสินค้า อย่างไรก็ตามพบว่ามีปัญหาที่ผู้ซื้ออาจไม่ได้รับสินค้า หรือสินค้าที่ซื้อได้รับความเสียหาย ซึ่งการติดต่อกับ

ผู้ขายเพื่อขอคืนเงิน หรือได้รับการชดเชยก่อนข้างจะทำได้ยาก เนื่องจากเฟซบุ๊กไม่ได้ขอข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ขาย ในขั้นตอนการลงทะเบียน โดยผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่ากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคไทยในปัจจุบัน โดยเฉพาะพระราชบัญญัติขายตรงและการตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ยังไม่ครอบคลุมการคุ้มครองผู้บริโภคจากการขายผ่าน Facebook Live ดังนั้นจึงควรมีการแก้ไขพระราชบัญญัติดังกล่าว

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาถึงมาตรการการกำกับผู้ประกอบการธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลที่กระทบต่อสิทธิผู้บริโภคกรณีศึกษา เพชบุรีในครั้งนี้ คณะผู้วิจัยเลือกใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed method) ในการเก็บข้อมูลเพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์ สังเคราะห์ และนำไปสู่ข้อเสนอแนะการกำหนดมาตรการที่เหมาะสมสำหรับประเทศไทยในการกำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลได้อย่างเหมาะสมกับบริบทของประเทศไทย ดังจะได้อธิบายถึงแนวคิดในการใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสานทั้งการวิจัยในเชิงปริมาณและการวิจัยในเชิงคุณภาพ จากนั้นจะเป็นการอธิบายถึงภาพรวมของระเบียบวิธีวิจัยที่จะนำมาใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ในส่วนที่สองจะเป็นการอธิบายถึงการออกแบบระเบียบวิธีวิจัยในเชิงปริมาณ และในส่วนที่สามจะเป็นการอธิบายถึงการออกแบบระเบียบวิธีวิจัยในเชิงคุณภาพ โดยในส่วนที่สอง และส่วนที่สามจะอธิบายโดยละเอียดถึงขั้นตอนในการออกแบบงานวิจัย 3 ขั้นตอน อันได้แก่ การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และการออกแบบการวิเคราะห์ข้อมูล และในที่สุดท้ายจะเป็นการบูรณาการข้อมูลในเชิงปริมาณ และข้อมูลเชิงคุณภาพเข้าไว้ด้วยกัน ดังที่จะได้กล่าวถึงต่อไป

3.1 วิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed method)

ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน คือ การออกแบบวิธีวิจัยโดยการนำองค์ประกอบของระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ และระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น แนวคิด การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล หรือเทคนิคการสรุปผล ของแต่ละระเบียบวิธีวิจัยอย่างน้อยหนึ่งองค์ประกอบมารวมกันเพื่อใช้ในการออกแบบการศึกษา ซึ่ง Schoonenboom & Johnson (2017) กล่าวได้ว่า ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสานเป็นระเบียบวิธีวิจัยที่นำเอาระเบียบวิธีวิจัย 2 ประเภทที่มีแนวคิดพื้นฐานทางการวิจัยที่มีลักษณะเฉพาะและมีความแตกต่างกัน รวมถึงมีข้อเด่นและข้อด้อยที่แตกต่างกันออกไปเช่นกัน เมื่อนำระเบียบวิธีวิจัยทั้งสองลักษณะมาผสมผสานกัน ก็จะสามารถเป็นการอุดช่องว่าง หรือข้อบกพร่องที่เกิดขึ้นจากการเลือกใช้ระเบียบวิธีวิจัยอย่างใดอย่างหนึ่งแต่เพียงอย่างเดียว โดยเฉพาะในเรื่องของวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความครบถ้วนสมบูรณ์ในตัวข้อมูลที่เก็บรวบรวมให้ได้มากที่สุด และเพื่อลดความผิดพลาดในการวิเคราะห์ และสังเคราะห์ข้อมูลให้น้อยที่สุดเท่าที่จะทำได้ โดยข้อด้อยที่สำคัญของการวิจัยในเชิงปริมาณคือความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลในเชิงลึก หรือข้อมูลที่เป็นข้อมูลประเภทอ่อนไหว ที่มีน้อยกว่าการวิจัยเชิงคุณภาพ ขณะที่ข้อเด่นที่สำคัญของการวิจัยเชิงปริมาณคือความสามารถในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้อย่างครอบคลุมเนื้อหา หรือกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาที่มากกว่า รวมถึงมีความตรงของข้อมูลภายนอก (external validity) ที่สูงกว่าเมื่อเทียบกับการวิจัยเชิงคุณภาพ

3.2 เกณฑ์การคัดเลือกผู้เข้าร่วมวิจัย

เกณฑ์การคัดเลือกผู้เข้าร่วมวิจัยในการศึกษาครั้งนี้ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

3.2.1 การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Data)

กลุ่มตัวอย่างในการเก็บข้อมูลในส่วนนี้ ได้แก่ กลุ่มประชากรผู้บริโภคที่ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลในการซื้อสินค้าหรือบริการทั่วประเทศที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป โดยอิงจำนวนประชากรที่จะทำการเก็บข้อมูลในแต่ละกลุ่มจากฐานข้อมูลของกรมการปกครอง จำนวนทั้งสิ้น 66,052,615 คน ข้อมูล ณ วันที่ 8 กันยายน 2567 โดยการสุ่มตัวอย่างที่จะลงพื้นที่เก็บข้อมูลเป็นการสุ่มกระจาย 5 ภูมิภาคของประเทศไทย ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคตะวันตก และภาคใต้ โดยคณะผู้วิจัยเลือกใช้สูตรคำนวณขนาดประชากรกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie & Morgan (1970) เพื่อให้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างมีความน่าเชื่อถือ โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ร้อยละ 5 ดังนี้

สูตรคำนวณขนาดประชากรกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie & Morgan

$$n = \frac{x^2 N p (1 - p)}{e^2 (N - 1) + x^2 p (1 - p)}$$

โดยกำหนดให้

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากร

e = ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้

x^2 = ค่าไคสแควร์ที่ df เท่ากับ 1 และระดับความเชื่อมั่น 95% ($x^2 = 3.841$)

p = สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร

ดังที่จะแสดงการคำนวณประชากรกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

$$n = \frac{3.841 \times 66,052,615 \times 0.5 \times (1 - 0.5)}{(0.05)^2 \times (66,052,615 - 1) + 3.841 \times 0.5 \times (1 - 0.5)}$$

$$n = \frac{63,449,238.04}{165,132.49525}$$

$$n = 384.19 (385)$$

ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างของประชากรประชากรผู้บริโภคที่ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลในการซื้อสินค้าหรือบริการในการศึกษาครั้งนี้จึงเท่ากับ จำนวน 385 ตัวอย่าง โดยเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลในส่วนนี้ ได้แก่ การแจกแบบสอบถามทางออนไลน์ (Online Self-Report Questionnaire) ผ่านโปรแกรมสำเร็จรูป (Google Form) โดยประเด็นข้อคำถามจะมุ่งเน้นไปที่ประสบการณ์การได้รับความเสียหายจากการใช้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัล ลักษณะของความเสียหายที่เกิดขึ้น แนวทางการดำเนินการของผู้เสียหายภายหลังจากได้รับความเสียหาย การชดเชยหรือแก้ไขปัญหาที่ได้รับ ทศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อการเรียกร้องความเสียหายหรือความรับผิดชอบจากผู้ประกอบการแพลตฟอร์มดิจิทัล โดยในการศึกษานี้มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 288 คน คิดเป็นอัตราตอบกลับ (response rate) ร้อยละ 74.8 ซึ่งเกินกว่าร้อยละ 60 อันถือได้ว่าเป็นอัตราการตอบกลับที่ยอมรับได้ในทางวิชาการ (Dillman et al., 2014) ดังนั้นข้อมูลเชิงปริมาณที่คณะผู้วิจัยได้มาจากการเก็บข้อมูลโดยการตอบแบบสอบถามทางออนไลน์ในครั้งนี้จึงมีความเหมาะสม และสามารถนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้ในการวิเคราะห์ได้

3.2.2 การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Data)

กลุ่มตัวอย่างในการเก็บข้อมูลในส่วนนี้ เป็นการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกโดยการสุ่มตัวอย่างโดยเฉพาะเจาะจง (purposive sampling) ซึ่งคณะผู้วิจัยใช้เกณฑ์การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลโดยพิจารณาจากการเป็นผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ หรือมีประสบการณ์ในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลมาแล้วไม่ต่ำกว่า 5 ปี ในด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

- นักกฎหมายระหว่างประเทศ จำนวน 1 ท่าน
- นักกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค จำนวน 2 ท่าน
- นักเศรษฐศาสตร์ จำนวน 1 ท่าน
- ทนายความผู้เชี่ยวชาญด้านคดีคุ้มครองผู้บริโภค จำนวน 1 ท่าน
- ผู้แทนจากกองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค

(บก.ปคบ.) จำนวน 1 ท่าน

- ผู้แทนจากกองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับอาชญากรรมทางเทคโนโลยี

(บก.ปอท.) จำนวน 1 ท่าน

- ผู้แทนจากกรมบังคับคดี จำนวน 1 ท่าน
- ผู้แทนจากสำนักงานศาลยุติธรรม จำนวน 1 ท่าน
- ผู้แทนจากสำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา จำนวน 1 ท่าน
- ผู้แทนจากสำนักงานอัยการสูงสุด จำนวน 1 ท่าน
- ผู้แทนจากสำนักงานคณะกรรมการการรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์แห่งชาติ (สกมช.)

จำนวน 1 ท่าน

- ผู้แทนจากกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม จำนวน 1 ท่าน
- ผู้แทนจากสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 1 ท่าน
- ผู้แทนจากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) จำนวน 1 ท่าน และ
- ผู้แทนจากสภาองค์กรของผู้บริโภค จำนวน 1 ท่าน

รวมจำนวนผู้ให้ข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกในการศึกษารั้งนี้ จำนวนทั้งสิ้น 16 ท่าน โดยใช้แบบคำถามสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง (semi-structure) ซึ่งคณะผู้วิจัยได้ออกแบบและปรับปรุงข้อคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึกในการศึกษารั้งนี้จากบททวนวรรณกรรมตลอดจนงานศึกษาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการกำกับผู้ประกอบการธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลที่กระทบต่อสิทธิผู้บริโภคทั้งของประเทศไทย และต่างประเทศ โดยผู้ให้ข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกที่เป็นผู้แทนของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือมีอำนาจหน้าที่ในการกำกับดูแลการประกอบธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลในประเทศไทย คณะผู้วิจัยได้ทำการพิจารณาและคัดเลือกจากผู้ที่มีตำแหน่งทางการบริหารสูงสุดในแต่ละหน่วยงาน หรือเจ้าหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายจากผู้ที่มีตำแหน่งบริหารสูงสุดในแต่ละหน่วยงาน เพื่อให้ข้อมูลที่ได้รับจากแต่ละหน่วยงานนั้นมีความถูกต้องและมีความน่าเชื่อถือ โดยข้อมูลที่คณะผู้วิจัยได้รับมาจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญทุกรายจะถูกนำมาวิเคราะห์ภายใต้ประเด็นการศึกษาแต่ละประเด็นตามที่ได้กำหนดไว้ในแบบคำถามสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อเป็นการเปรียบเทียบให้เห็นถึงปัญหาและอุปสรรคในการกำกับดูแลแพลตฟอร์มดิจิทัลทั้งในทางวิชาการและในทางปฏิบัติ ดังนั้นการเก็บข้อมูลจากผู้ที่มีตำแหน่งบริหารสูงสุดหรือผู้แทนเพียงหน่วยงานละ 1 ท่าน จึงมีความเพียงพอที่จะนำข้อมูลมาใช้ในการวิเคราะห์และสังเคราะห์องค์ความรู้ที่ได้รับจากการศึกษารั้งนี้แล้ว

3.2.3 เกณฑ์การคัดออกผู้เข้าร่วมวิจัย

ในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การคัดออกผู้เข้าร่วมวิจัยเพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่สอดคล้องและเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยในการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ คณะผู้วิจัยได้กำหนด

เกณฑ์การคัดออกผู้เข้าร่วมวิจัยออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) ผู้ให้ข้อมูลไม่สามารถให้ข้อมูลได้ครบถ้วนภายในระยะเวลาที่กำหนด เนื่องจากอาจส่งผลกระทบต่อความสมบูรณ์ของการเก็บข้อมูล 2) ผู้ให้ข้อมูลที่ให้ข้อมูลไม่ถูกต้อง ไม่ครบถ้วน หรือไม่สอดคล้องกับหัวข้อที่ศึกษา และ 3) ผู้ให้ข้อมูลที่ขอยกเลิกการเข้าร่วมวิจัยหรือแสดงเจตจำนงในการถอนตัวก่อนการเก็บข้อมูลเสร็จสิ้น

สำหรับการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ คณะผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การคัดออกผู้เข้าร่วมวิจัยออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ 1) ผู้ให้ข้อมูลที่มีอคติอย่างชัดเจนต่อประเด็นที่ศึกษา เช่น มุมมองที่ลำเอียงหรือไม่เป็นกลาง ซึ่งอาจกระทบต่อคุณภาพของข้อมูล 2) ผู้ให้ข้อมูลหรือผู้แทนไม่สามารถนัดสัมภาษณ์ภายในช่วงเวลาที่กำหนดสำหรับการเก็บข้อมูล ส่งผลกระทบต่อกระทำการดำเนินการวิจัยตามแผน 3) ผู้ให้ข้อมูลมีท่าทีไม่เต็มใจในการตอบคำถามที่สำคัญตามแนวทางของการสัมภาษณ์ หรือไม่ยินยอมลงนามในเอกสารยินยอมในการเข้าร่วมการวิจัย 4) ผู้ให้ข้อมูลที่แสดงท่าทีไม่พร้อม หรือไม่ให้ความร่วมมือ เช่น ไม่เข้าร่วมตามเวลานัดหมาย และ 5) ผู้ให้ข้อมูลที่ขอยกเลิกการเข้าร่วมวิจัยในระหว่างการสัมภาษณ์ หรือปฏิเสธไม่ให้ใช้ข้อมูลในการวิจัย

3.2.4 เกณฑ์การถอนตัวผู้เข้าร่วมการวิจัย

คณะผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การถอนตัวของผู้เข้าร่วมการวิจัยในครั้งนี้ โดยผู้เข้าร่วมการวิจัยมีสิทธิถอนตัวออกจากการวิจัยได้ตลอดเวลาโดยไม่ต้องแจ้งเหตุผลล่วงหน้า ซึ่งการถอนตัวของผู้เข้าร่วมการวิจัยจะไม่ส่งผลกระทบต่อตัวผู้เข้าร่วมวิจัย โดยผู้เข้าร่วมการวิจัยสามารถแจ้งความประสงค์ในการถอนตัวโดยตรงกับคณะผู้วิจัยไม่ว่าจะเป็นการแจ้งด้วยวาจา หรือแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรในเวลาใดก็ได้ สำหรับข้อมูลที่คณะผู้วิจัยได้รับจากผู้เข้าร่วมการวิจัยก่อนการถอนตัวจะได้รับการเก็บรักษาเป็นความลับอย่างเคร่งครัด และหากผู้เข้าร่วมวิจัยรายใดต้องการให้คณะผู้วิจัยลบข้อมูลที่ได้จากการให้สัมภาษณ์หรือเข้าร่วมการวิจัยก่อนหน้านี้ คณะผู้วิจัยจะปฏิบัติตามคำขออนุญาตอย่างเหมาะสมโดยยึดสิทธิและประโยชน์รวมถึงความเป็นส่วนตัวของผู้เข้าร่วมวิจัยเป็นสำคัญ และหากผู้เข้าร่วมวิจัยรายใดมีข้อคำถามหรือข้อสงสัยเกี่ยวกับการถอนตัว ทางคณะผู้วิจัยยินดีที่จะให้ข้อมูลเพิ่มเติมแก่ผู้เข้าร่วมการวิจัย รวมถึงคำอธิบายเกี่ยวกับการดำเนินการหลังการถอนตัว เช่น การลบข้อมูลหรือการจัดการข้อมูลที่ได้จากการวิจัยก่อนหน้านี้ แม้จะเป็นภายหลังจากการถอนตัวไปแล้ว และหากในระหว่างดำเนินการเก็บข้อมูลมีผู้เข้าร่วมการวิจัยรายใดขอถอนตัวออกจากการวิจัย คณะผู้วิจัยจะใช้วิธีการเลือกผู้เข้าร่วมการวิจัยรายใหม่จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่มีลักษณะอย่างเดียวกันกับผู้ที่ถูกถอนตัว

3.2.5 เกณฑ์การยุติการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การยุติการวิจัยเพื่อให้สอดคล้องกับหลักจริยธรรมการวิจัยและความปลอดภัยของผู้เข้าร่วมการวิจัย โดยหากในระหว่างการวิจัยมีการพบว่าผู้เข้าร่วมวิจัยรายใดเกิดความเสียหายหรือได้รับผลกระทบเชิงลบทางจิตใจหรือร่างกายที่ไม่คาดคิด ทางคณะผู้วิจัยจะพิจารณายุติการวิจัยทันทีเพื่อป้องกันความเสียหายเพิ่มเติม หรือหากพบว่าการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ขัดแย้งกับกฎหมาย ข้อบังคับ หรือแนวปฏิบัติของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทางคณะผู้วิจัยก็จะทำการยุติการวิจัยทันทีทั้งนี้เพื่อป้องกันปัญหาทางกฎหมายและจริยธรรมที่อาจเกิดขึ้น หรือหากในกรณีที่คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยพบว่าการวิจัยในครั้งนี้นั้น คณะผู้วิจัยไม่ได้ดำเนินการวิจัยตามมาตรฐานจริยธรรม หรือมีปัญหาอื่นๆ ที่ส่งผลกระทบต่อผู้เข้าร่วมวิจัย คณะผู้วิจัยก็จะยุติการวิจัยตามข้อเสนอแนะหรือคำสั่งจากคณะกรรมการจริยธรรมโดยทันที

3.3 การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ

การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

3.3.1 การสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structural indepth-interview)

คณะผู้วิจัยทำการสร้างและพัฒนาข้อความคำถามสัมภาษณ์จากวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและทบทวนโดยผู้เชี่ยวชาญในสาขาที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้แน่ใจว่าคำถามมีความถูกต้องและเหมาะสม และนำไปใช้ทำการสัมภาษณ์ทดลองกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 3 คน เพื่อประเมินความเข้าใจและความชัดเจนของคำถาม จากนั้นคณะผู้วิจัยจะทำการรวบรวมข้อเสนอแนะจากผู้ที่เกี่ยวข้องกับการทดลองสัมภาษณ์และผู้เชี่ยวชาญเพื่อปรับปรุงคำถามให้เหมาะสมยิ่งขึ้น

3.3.2 แบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire)

คณะผู้วิจัยจะใช้การตรวจสอบเนื้อหาในแบบสอบถามโดยผู้เชี่ยวชาญในสาขาที่เกี่ยวข้องเพื่อให้แน่ใจว่าเนื้อหาของคำถามถูกต้องและตรงตามวัตถุประสงค์การวิจัย จากนั้นจะทำการทดสอบแบบสอบถามเบื้องต้น (Pilot Testing) โดยนำส่งแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างประมาณ 50 คน ทำการตอบแบบสอบถามเพื่อตรวจสอบความเข้าใจ และความชัดเจนของคำถาม เมื่อทำการทดสอบเบื้องต้นเรียบร้อยแล้ว คณะผู้วิจัยจะใช้การวิเคราะห์ค่าความเชื่อถือได้ (Reliability Analysis) เช่น ค่าความเชื่อถือได้ของ Cronbach's Alpha เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องภายในของคำถามในแบบสอบถาม รวมถึงตรวจสอบความถูกต้อง (Validity) ของเครื่องมือโดยใช้การ

วิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) เพื่อประเมินว่าคำถามแต่ละข้อสามารถบ่งชี้ถึงปัจจัยที่ต้องการได้หรือไม่ โดยการรวบรวมข้อเสนอแนะจากกลุ่มตัวอย่างและผู้เชี่ยวชาญเพื่อนำมาปรับปรุงแบบสอบถามให้มีคุณภาพสูงขึ้น

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลและประเมินผลข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

3.4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ คณะผู้วิจัยจะใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล เช่น การวิเคราะห์เชิงพรรณนา ร้อยละ และค่าเฉลี่ย และการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการเปรียบเทียบกลุ่มตัวอย่าง เช่น สถิติ independent t-test และ Analysis of Variance (ANOVA) ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ คณะผู้วิจัยจะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบของการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) และการวิเคราะห์ข้อมูลแก่นสาระ (thematic analysis) เพื่อเป็นการจัดกลุ่มประเด็นหรือกลุ่มข้อมูลตามกรอบการวิจัย และวัตถุประสงค์ของการวิจัย

3.5 การได้รับอนุมัติและระยะเวลาที่ใช้ในการทำการศึกษาวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้รับอนุมัติให้สามารถทำวิจัยโดยการพิจารณาและอนุมัติจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยรังสิต ตามเอกสารรับรองโครงการวิจัย เลขที่ COA. No. RSUERB2024-187 วันที่รับรอง 30 ตุลาคม 2567 วันที่หมดอายุ 30 ตุลาคม 2569 โดยมีระยะเวลาในการทำการศึกษาดังแต่เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2567 ถึงเดือนเมษายน พ.ศ. 2568 รวมระยะเวลาในการทำการศึกษานี้ทั้งสิ้น 9 เดือน

บทที่ 4

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการฟ้องร้องดำเนินคดีกับผู้ประกอบธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลของประเทศไทยและต่างประเทศ และตัวอย่างการฟ้องร้องดำเนินคดีกับผู้ประกอบธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลในต่างประเทศ

ในบทนี้จะศึกษาถึงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการฟ้องร้องดำเนินคดีกับผู้ประกอบธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลของประเทศไทย ได้แก่ กฎหมายลักษณะสัญญา กฎหมายลักษณะตัวการตัวแทน ประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่ง พระราชกฤษฎีกาการประกอบธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ต้องแจ้งให้ทราบ พ.ศ. 2565 พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 และที่แก้ไขโดยพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2560 และพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 ร่างพระราชบัญญัติเศรษฐกิจแพลตฟอร์มดิจิทัล พ.ศ. ... และศึกษากฎหมายต่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับการฟ้องร้องดำเนินคดีกับผู้ประกอบธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลต่างประเทศ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป และประเทศออสเตรเลีย รวมถึงตัวอย่างการฟ้องร้องดำเนินคดีกับผู้ประกอบธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลในต่างประเทศ เพื่อเป็นแนวทางในการนำไปสู่การวิเคราะห์การฟ้องร้องดำเนินคดีกับผู้ประกอบธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลโดยเฉพาะแพลตฟอร์มดิจิทัลที่เป็นนิติบุคคลต่างประเทศต่อไป

4.1 กฎหมายไทยที่เกี่ยวข้องกับการฟ้องร้องดำเนินคดีกับผู้ประกอบธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัล

ในหัวข้อนี้จะกล่าวถึงหลักกฎหมายต่าง ๆ ของประเทศไทยที่จะนำมาใช้พิจารณาในหลักการฟ้องร้องคดีและเนื้อหากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดของแพลตฟอร์มดิจิทัล โดยจากการศึกษาพบกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการฟ้องร้องคดีและความรับผิดของแพลตฟอร์มดิจิทัล ได้แก่ กฎหมายลักษณะสัญญา กฎหมายลักษณะตัวการตัวแทน ประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่ง พระราชกฤษฎีกาการประกอบธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ต้องแจ้งให้ทราบ พ.ศ. 2565 พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 กับ และที่แก้ไขโดยพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2560

4.1.1 กฎหมายลักษณะสัญญา

เมื่อศึกษานิติสัมพันธ์ระหว่างแพลตฟอร์มและผู้ใช้เป็นนิติสัมพันธ์ในลักษณะของสัญญา เนื่องจากแพลตฟอร์มและผู้ใช้มีการทำข้อตกลงระหว่างกันผ่านหลักเกณฑ์และเงื่อนไขต่าง ๆ ที่แพลตฟอร์มกำหนดขึ้นจึงต้องพิจารณาหลักกฎหมายในเรื่องนิติกรรมสัญญา เมื่อพิจารณาต่อมาถึงนิติสัมพันธ์ระหว่างแพลตฟอร์มที่เป็นนิติบุคคลต่างชาติดังกับผู้ใช้ในประเทศไทย กฎหมายที่ต้องพิจารณาประกอบนอกเหนือจากกฎหมายนิติกรรมสัญญา ได้แก่ กฎหมายธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ กฎหมายขัดกัน โดยกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินคดีใน

ชั้นศาลระหว่างแพลตฟอร์มต่างประเทศกับผู้ใช้ตามหลักกฎหมายสัญญาในหัวข้อนี้จะกล่าวถึงการฟ้องคดีโดยอาศัยเหตุแห่งมูลคดีเกิด และการฟ้องคดีโดยอาศัยเหตุแห่งสัญญาตามหลักกฎหมายขัดกันซึ่งมีสาระสำคัญดังนี้

(1) การฟ้องคดีโดยอาศัยเหตุแห่งมูลคดีเกิด

ตามหลักนิติกรรมสัญญานั้นสัญญาเกิดขึ้นเมื่อคำเสนอและคำสนองถูกต้องตรงกัน โดยสาระสำคัญของสัญญาที่เกี่ยวข้องกับการฟ้องคดีในทางระหว่างประเทศตามหลักการฟ้องคดีโดยอาศัยเหตุแห่งมูลคดีเกิด มีดังนี้

(1.1) ความหมายของสัญญา

สัญญาก่อให้เกิดความผูกพันระหว่างคู่สัญญาตงภาษิตกฎหมายภาษาละตินที่ว่า “Pacta Sunt Servanda” ซึ่งแปลเป็นภาษาไทยได้ว่า “สัญญาต้องเป็นสัญญา” ซึ่งถ้อยคำดังกล่าวเป็นการสะท้อนให้เห็นว่า เมื่อมีสัญญาเกิดขึ้น คู่สัญญาก็มีความผูกพันต้องทำตามข้อกำหนดในสัญญาตามที่ตกลงไว้ (จिरาพร สุทันกิระ, 2566)

(1.2) หลักเกณฑ์ของสัญญา

หลักเกณฑ์ของสัญญามี ดังนี้ (จिरาพร สุทันกิระ, 2566)

ประการที่หนึ่ง มีคู่สัญญา

สัญญาต้องมีบุคคลสองฝ่ายหรือมากกว่าเป็นคู่สัญญาฝ่ายหนึ่ง ๆ จะมีบุคคลเดียวหรือหลายบุคคลร่วมกันก็ได้โดยแต่ละฝ่ายแสดงเจตนาเพื่อก่อสิทธิหน้าที่ระหว่างกัน

ประการที่สอง มีเจตนาที่ถูกต้องตรงกัน

สัญญาจะต้องประกอบไปด้วยการแสดงเจตนาทำ “คำเสนอ” และ “คำสนอง” ของคู่สัญญาซึ่งมารวมกันกลายเป็นเจตนาเดียวหรือที่เรียกว่าเจตนาที่ “ถูกต้องตรงกัน” เกิดเป็นข้อตกลง

ประการที่สาม มีวัตถุประสงค์เพื่อก่อนิติสัมพันธ์

สัญญาเป็นนิติกรรมอย่างหนึ่งเมื่อเกิดสัญญาแล้วสัญญาก็ต้องผูกพันกันตามกฎหมายตามที่ตกลงกัน

(1.3) สัญญาเกิดขึ้นเมื่อใด

ดังที่กล่าวในข้างต้นว่าสัญญาจะเกิดขึ้นเมื่อคำเสนอต้องตรงกับคำสนอง โดยคำเสนอ คือ การแสดงเจตนาขอเข้าทำสัญญา (จिरาพร สุทันกิระ, 2566) สำหรับคำสนองหมายถึงการแสดงเจตนาตอบรับคำเสนอ (จिरาพร สุทันกิระ, 2566) ซึ่งในกรณีการตอบรับข้อตกลงการใช้งานในแพลตฟอร์มนั้นเป็นลักษณะของสัญญาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ดังนั้นจึงต้องพิจารณาพระราชบัญญัติธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ประกอบด้วย โดยมาตรา 4 กำหนดว่า “ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง ข้อความที่ได้สร้าง ส่ง รับ เก็บรักษา หรือประมวลผลด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ เช่น วิธีการแลกเปลี่ยนข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ จัดหมายอิเล็กทรอนิกส์ โทรเลข โทรมิมพ์ หรือโทรสาร”

มาตรา 13 กำหนดว่า “คำเสนอหรือคำสนองในการทำสัญญาอาจทำเป็นข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ก็ได้ และห้ามมิให้ปฏิเสธการมีผลทางกฎหมายของสัญญาเพียงเพราะเหตุที่สัญญานั้นได้ทำคำเสนอหรือคำสนองเป็นข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์”

มาตรา 14 กำหนดว่า “ในระหว่างผู้ส่งข้อมูลและผู้รับข้อมูล การแสดงเจตนาหรือคำบอกกล่าวอาจทำเป็นข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ก็ได้”

เมื่อพิจารณาต่อมาถึงเวลาในการส่งและการรับข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ปรากฏมาตราที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

มาตรา 22 วรรคแรก กำหนดว่า “การส่งข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ให้ถือว่าได้มีการส่งเมื่อข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์นั้นได้เข้าสู่ระบบข้อมูลที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของผู้ส่งข้อมูล”

มาตรา 23 กำหนดว่า “การรับข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ให้ถือว่ามิผลนับแต่เวลาที่ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์นั้นได้เข้าสู่ระบบข้อมูลของผู้รับข้อมูล”

มาตรา 23 วรรคสอง กำหนดว่า “หากผู้รับข้อมูลได้กำหนดระบบข้อมูลที่เหมาะสมจะใช้ในการรับข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ไว้โดยเฉพาะ ให้ถือว่าการรับ ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์มีผลนับแต่เวลาที่ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์นั้นได้เข้าสู่ระบบข้อมูลของผู้รับข้อมูลได้กำหนด แต่ถ้าข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าวได้ส่งไปยังระบบข้อมูลอื่นของผู้รับข้อมูลซึ่งมิใช่ระบบข้อมูลของผู้รับข้อมูลกำหนดไว้ให้ถือว่าการรับข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์มีผลนับแต่เวลาที่ได้เรียกข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์จากระบบข้อมูล”

มาตรา 23 วรรคท้าย กำหนดว่า “ความในมาตรานี้ให้ใช้บังคับแม้ระบบข้อมูลของผู้รับข้อมูล ตั้งอยู่ในสถานที่อีกแห่งหนึ่งต่างหากจากสถานที่ที่ถือว่าผู้รับข้อมูลได้รับข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ตามมาตรา 24”

ทั้งนี้ ระบบข้อมูลของผู้ส่งข้อมูลหรือบุคคลผู้มีอำนาจกระทำการแทนผู้ส่งข้อมูลได้กำหนดไว้ล่วงหน้าให้สามารถทำงานได้โดยอัตโนมัติ ให้ถือว่าเป็นข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ส่งข้อมูลด้วย ตามพระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ.2544 มาตรา 15 (2)

ดังนั้นเวลาที่เกิดสัญญาหรือข้อตกลงระหว่างแพลตฟอร์มกับผู้ใช้จึงคือเวลาที่ผู้ใช้กดหรือแสดงเจตนาตอบรับเงื่อนไขการใช้งานแพลตฟอร์มซึ่งโดยปกติคือนับแต่เวลาที่ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์นั้นได้เข้าสู่ระบบข้อมูลของผู้รับข้อมูล(แพลตฟอร์ม)กำหนด หรือมีผลนับแต่เวลาที่ผู้รับข้อมูล(แพลตฟอร์ม)ได้เรียกข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์จากระบบข้อมูล

(1.4) สัญญาเกิด ณ สถานที่ใด

สถานที่ที่สัญญาเกิดขึ้นนั้นมีความสำคัญเป็นอย่างมากเพราะสถานที่เกิดสัญญาจะทำให้ทราบถึงเขตอำนาจศาล เพราะหากมีการฟ้องร้องบังคับคดีกันเกิดขึ้น สถานที่ที่เกิดของสัญญานั้นจะเป็นสถานที่ที่มูลคดีเกิดขึ้น และ “ผู้ฟ้องจะต้องทำคำฟ้องเสนอต่อศาลที่มูลคดีเกิดขึ้นในเขตศาล ไม่ว่าจำเลยจะมีภูมิลำเนาอยู่ในราชอาณาจักรหรือไม่” ตามความในประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่งมาตรา 4(1) อีกทั้งสถานที่เกิดขึ้นของสัญญาก็อาจเป็นสิ่งที่กำหนดกฎหมายที่นำมาปรับใช้กับสัญญาได้กรณีมีปัญหาเกี่ยวกับการขัดกันแห่งกฎหมาย ตามที่พระราชบัญญัติว่าด้วยการขัดกันแห่งกฎหมาย พ.ศ. 2481 มาตรา 13 ได้ระบุถึง

กรณีที่คุณสัญญาไม่ได้ตกลงกันเรื่องกฎหมายที่จะบังคับใช้กับสัญญา และคู่สัญญาไม่มีสัญชาติอันเดียวกัน “ให้ใช้กฎหมายแห่งถิ่นที่สัญญานั้นได้ทำขึ้น” (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2559)

พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ.2544 (แก้ไขเพิ่มเติมฉบับที่ 2 พ.ศ. 2551) มาตรา 24 กำหนดว่า “สถานที่ส่งและรับข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ คือ ที่ทำการงานของผู้ส่งข้อมูล หรือ ได้รับ ณ ที่ทำการงานของผู้รับข้อมูล” โดยสถานที่ทำการงานของผู้ส่งและผู้รับข้อมูลจะเป็นหลักทั่วไปในการกำหนดสถานที่ที่ส่งและรับข้อมูล อย่างไรก็ตามมาตรา 24 ยังได้กำหนดสถานที่ที่มีการส่งหรือรับข้อมูลไว้เป็นการเฉพาะเพิ่มเติมอีกด้วย กล่าวคือ ตามวรรค 2 ในกรณีที่ส่งข้อมูลหรือผู้รับข้อมูลมีที่ทำการงานหลายแห่งให้ถือเอา “ที่ทำการงานที่เกี่ยวข้องมากที่สุดกับธุรกรรมนั้น” เป็นที่ทำการงาน แต่ถ้าไม่สามารถกำหนดได้ว่าธุรกรรมนั้นเกี่ยวข้องกับที่ทำการงานแห่งใดมากที่สุด ให้ถือเอา “สำนักงานใหญ่” เป็นสถานที่ที่ได้รับหรือส่งข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์นั้น และตามวรรค 3 ในกรณีที่ไม่ปรากฏ ที่ทำการงานของผู้ส่งข้อมูลหรือผู้รับข้อมูล ให้ถือเอา “ถิ่นที่อยู่ปกติ” เป็นสถานที่ที่ส่ง หรือได้รับข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ และข้อสำคัญที่บัญญัติไว้ในวรรคท้ายของมาตรา 24 นี้คือ ความในมาตรานี้มิให้ใช้บังคับกับการส่งและการรับข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์โดยวิธีการทางโทรเลขและโทรพิมพ์ หรือวิธีการสื่อสารอื่นตามที่กำหนดในพระราชกฤษฎีกา

(2) การฟ้องคดีโดยอาศัยเหตุแห่งสัญญาตามหลักกฎหมายขัดกัน

จุดเกาะเกี่ยวตามพระราชบัญญัติว่าด้วยการขัดกันแห่งกฎหมาย พุทธศักราช 2481 ว่าด้วยเรื่องสัญญานั้นจะต้องพิจารณาว่าคู่สัญญาได้ตกลงเลือกกฎหมายประเทศใดใช้บังคับแก่สัญญา โดยกฎหมายที่คู่สัญญาเลือก หมายถึง กฎหมายของประเทศซึ่งคู่สัญญาสมัครใจที่จะใช้บังคับแก่สัญญาที่ได้ทำขึ้นซึ่งเป็นไปตามหลักความศักดิ์สิทธิ์ในการแสดงเจตนาของคู่สัญญาซึ่งศาลที่พิจารณาคดีต้องบังคับตามสัญญาให้เป็นไปตามนั้น เว้นเสียแต่กฎหมายที่คู่สัญญาเลือกนั้นขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน ศาลที่พิจารณาคดีชอบที่จะปฏิเสธได้ แล้วใช้กฎหมายภายในของศาลที่พิจารณาคดีบังคับแก่สัญญานั้นได้ ดังนั้นหากคู่สัญญาสมัครใจที่จะเลือกใช้กฎหมายต่างประเทศ (ไม่ว่ากฎหมายของประเทศใดก็ตาม) ใช้บังคับแก่สัญญาของตนย่อมทำได้ตราบที่ไม่ขัดกับกฎหมายที่เกี่ยวกับความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน ในกรณีเช่นนี้จุดเกาะเกี่ยวก็คือ เจตนาของคู่สัญญาตามหลัก Party Autonomy กล่าวคือ กฎหมายต่างประเทศที่คู่สัญญาได้เลือก (ดวงเด่น นาคสีหราช, 2559)

หากไม่อาจหยั่งทราบเจตนาชัดแจ้งหรือโดยปริยายคู่สัญญาได้ว่าตกลงเลือกกฎหมายของประเทศใดบังคับแก่สัญญาได้ก็ต้องไปพิจารณามาตรา 13 วรรคแรกของพระราชบัญญัติว่าด้วยการขัดกัน ฯ ซึ่งวางหลักให้พิจารณาเจตนาของคู่สัญญาเสียก่อน หากไม่ปรากฏเรื่องการเลือกกฎหมายไว้ จึงไปพิจารณาในลำดับถัดไปว่า หากคู่สัญญาไม่มีสัญชาติเดียวกัน จุดเกาะเกี่ยวที่จะต้องพิจารณา คือ สัญชาติร่วมกันแห่งคู่สัญญา และหากข้อเท็จจริงปรากฏเพิ่มเติมอีกว่าคู่สัญญาไม่มีสัญชาติเดียวกัน จุดเกาะเกี่ยวในลำดับต่อไปที่ต้องพิจารณาก็คือ ถิ่นที่สัญญานั้นได้ทำขึ้น ทั้งนี้ จุดเกาะเกี่ยวในเรื่องสัญญานี้ จะต้องใช้ตามลำดับ มิใช่ให้เลือกใช้จุดเกาะเกี่ยวใดจุดเกาะเกี่ยวหนึ่ง (ดวงเด่น นาคสีหราช, 2559)

4.1.2 กฎหมายลักษณะตัวการตัวแทน

ในการพิจารณาถึงการดำเนินคดีกับแพลตฟอร์มที่มีนิติบุคคลอยู่ต่างประเทศจำเป็นต้องศึกษาถึงกฎหมายตัวแทนเพื่อศึกษาและวิเคราะห์นิติสัมพันธ์ระหว่างแพลตฟอร์ม ตัวแทนหรือผู้ดำเนินการแทนในประเทศไทย และผู้ใช้แพลตฟอร์ม โดยกฎหมายตัวแทนที่เกี่ยวข้องกับการพิจารณาสถานะตามกฎหมายของแพลตฟอร์ม ผู้ดำเนินการแทนในประเทศไทย และผู้ใช้แพลตฟอร์มมีสาระสำคัญ ดังนี้

(1) ลักษณะของสัญญาตัวแทน

ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์มาตรา 797 บัญญัติว่า “อันว่าสัญญาตัวแทนนั้น คือสัญญาซึ่งให้บุคคลหนึ่ง เรียกว่าตัวแทน มีอำนาจทำการแทนบุคคลอีกคนหนึ่งเรียกว่าตัวการ และตกลงจะทำการดั่งนั้น อันความเป็นตัวแทนนั้นจะเป็นโดยตั้งแต่แสดงออกชัดหรือโดยปริยายก็ย่อมได้”

โดยสัญญาตัวแทนมีลักษณะอันเป็นสาระสำคัญ ดังต่อไปนี้

ประการที่หนึ่ง เป็นสัญญาที่มีคู่กรณีสองฝ่ายระหว่างตัวการกับตัวแทน

ตัวแทนเป็นสัญญาประเภทหนึ่งซึ่งมีลักษณะเป็นเอกเทศสัญญาในบรรพ 3 ลักษณะ 15 ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ โดยตัวการ หมายถึง บุคคลซึ่งมอบอำนาจโดยตรงหรือโดยปริยายให้บุคคลอีกคนหนึ่งทำการแทนตน ซึ่งรวมทั้งบุคคลหนึ่งซึ่งเชิดบุคคลอื่นออกเป็นตัวแทนหรือได้ให้สัตยาบันแก่การกระทำของตัวแทนที่กระทำโดยปราศจากอำนาจหรือนอกขอบอำนาจตัวแทนด้วย (ไพฑูริศ เอกจริยกร, 2558) ตัวการจะเป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลก็ได้ แต่ต้องเป็นบุคคลที่มีความสามารถทำกิจการต่าง ๆ ได้ด้วยตนเอง (พินิจ ทิพย์มณี, 2558)

ประการที่สอง ตัวการมอบอำนาจให้ตัวแทนทำการแทน

ตัวการเป็นผู้มีความสามารถทำกิจการใด ตัวการจะตั้งบุคคลอื่นเป็นตัวแทนทำการได้ กิจการที่ตัวแทนกระทำการแทนได้นั้นจะเป็นนิติกรรมสัญญาหรือไม่เป็นนิติกรรมสัญญาก็ได้ แต่ที่สำคัญต้องเป็นการกระทำให้เกิดผลทางกฎหมาย

ประการที่สาม ตัวแทนต้องตกลงทำการแทนตัวการ

ตัวแทนต้องตกลงทำการแทนตัวการนั้นมีสาระสำคัญ ดังนี้

(ก) ต้องมีการตกลงโดยทั้งตัวการและตัวแทนต้องตกลงยินยอม การตกลงนั้นจะเกิดขึ้นโดยตรง โดยปริยาย หรือให้สัตยาบันก็ได้

(ข) คำว่าทำการแทนต้องเป็นการทำการแทนตัวการเท่านั้น

(ค) ต้องทำแทนภายในขอบอำนาจ กิจการนั้นจึงจะผูกพันตัวการและมีผลทำให้ตัวแทนหลุดพ้นความรับผิด (มาตรา 820) หากตัวแทนทำเกินอำนาจหรือกระทำนอกเหนือขอบอำนาจ ส่วนที่เกินขอบอำนาจตัวแทนต้องรับผิดชอบ

(ง) สัญญาตัวแทนมีบุคคลเกี่ยวข้องสามฝ่าย คือ ตัวการ ตัวแทน และบุคคลภายนอกหรือบุคคลที่สาม ที่สำคัญสัญญาตัวแทนจะเกิดขึ้นได้ ต้องมีวัตถุประสงค์หรือมีเจตนาที่จะกระทำต่อบุคคลภายนอก

(จ) การมอบอำนาจให้ปฏิบัติภารกิจของสังคม (Social Functioning) ไม่ถือเป็นตัวแทน เช่น ให้เพื่อนช่วยนำของขวัญไปให้ในงานแต่งงาน หรือฝากของใส่เงินไปช่วยทำบุญ ไม่ถือเป็นตัวแทน

(ฉ) ตัวแทนต้องทำการตามที่ได้รับมอบหมายด้วยตนเอง เว้นแต่ตัวแทนจะมีอำนาจแต่งตั้งตัวแทนช่วงได้ ซึ่งถือเป็นข้อยกเว้น (มาตรา 808)

(2) ความรับผิดชอบของตัวการและตัวแทนต่อบุคคลภายนอก

ตัวการต้องผูกพันตามกฎหมายและต้องรับผิดชอบในกิจการที่ตัวแทนได้กระทำไปในนามของตัวการตามที่ได้รับมอบหมายภายในขอบอำนาจแห่งฐานตัวแทนตามมาตรา 820 อย่างไรก็ตามมีข้อยกเว้นที่ตัวการไม่ต้องรับผิดชอบต่อบุคคลภายนอกในการกระทำของตัวแทน ได้แก่ ตัวแทนกระทำเกินอำนาจ กรณีตัวการอยู่ต่างประเทศ และกรณีตัวแทนรับสินบน

(2.1) ตัวแทนกระทำเกินอำนาจ

ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 823 บัญญัติว่า “ถ้าตัวแทนกระทำการอันใดโดยปราศจากอำนาจก็ดี หรือทำนอกทำเหนือขอบอำนาจก็ดี ท่านว่าย่อมไม่ผูกพันตัวการ เว้นแต่ตัวการจะให้สัตยาบันแก่การนั้น

ถ้าตัวการไม่ให้สัตยาบัน ท่านว่าตัวแทนย่อมต้องรับผิดชอบต่อบุคคลภายนอกโดยลำพังตนเอง เว้นแต่จะพิสูจน์ได้ว่าบุคคลภายนอกนั้นได้รู้หรือว่าตนทำการโดยปราศจากอำนาจหรือทำนอกเหนือขอบอำนาจ”

โดยตามบทบัญญัติสามารถอธิบายได้ ดังนี้ (ธานี วรภัทร์, 2549)

คำว่า “การกระทำโดยปราศจากอำนาจ” จะเป็นกรณีที่ตัวการไม่ได้มอบหมายหรือเป็นการกระทำที่กฎหมายห้ามมิให้กระทำ

คำว่า “กระทำนอกขอบอำนาจ” เป็นการกระทำนอกคำสั่งที่ตัวการมอบหมาย ตัวการประสงค์ให้ทำอย่างหนึ่งแต่ตัวแทนไปกระทำอีกอย่างหนึ่ง

คำว่า “ไม่ผูกพันตัวการ” คือ ตัวการไม่ต้องรับผิดชอบต่อใด ๆ ทั้งสิ้น

โดยทุกกรณีมีข้อยกเว้นที่ตัวการจะต้องรับผิดชอบ คือ ตัวการให้สัตยาบัน ทั้งนี้ ถ้าบุคคลภายนอกกระทำการโดยรู้ว่าตัวแทนไม่มีอำนาจ เรียกว่าบุคคลภายนอกกระทำการโดยไม่สุจริต แต่ถ้าบุคคลภายนอกไม่ทราบว่าตัวแทนไม่มีอำนาจ กล่าวคือ บุคคลภายนอกกระทำการโดยสุจริต ตัวแทนต้องรับผิดชอบต่อบุคคลภายนอก

(2.2) กรณีตัวการอยู่ต่างประเทศ

ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 824 บัญญัติว่า “ตัวแทนคนใดทำสัญญาแทนตัวการซึ่งอยู่ต่างประเทศและมีภูมิลำเนาในต่างประเทศ ท่านว่าตัวแทนคนนั้นจะต้องรับผิดชอบตามสัญญานั้นแต่ลำพังตนเอง แม้ทั้งชื่อของตัวการจะได้เปิดเผยแล้ว เว้นแต่ข้อความแห่งสัญญาจะแย้งกันกับความรับผิดชอบของตัวแทน”

จากบทบัญญัติดังกล่าวมีหลักเกณฑ์ กล่าวคือ

ประการที่หนึ่ง ตัวการต้องอยู่ในต่างประเทศและมีภูมิลำเนาอยู่ในต่างประเทศ

ประการที่สอง เป็นกรณีของการทำสัญญาเท่านั้น

ประการที่สาม ข้อความในสัญญาที่กระทำกับบุคคลภายนอกไม่มีอะไรขัดแย้งกับความรับผิดชอบของตัวแทนต่อบุคคลภายนอก

กรณีครบหลักเกณฑ์ดังกล่าวข้างต้น ตัวแทนจะต้องรับผิดชอบต่อบุคคลภายนอกโดยลำพัง สำหรับผลของความสัมพันธ์ทางกฎหมายระหว่างตัวการกับตัวแทนนั้น ตัวการจะต้องรับผิดชอบในส่วนที่ตัวแทนกระทำไปแทนตนเสมอ หากเกิดความเสียหายอย่างใด ๆ ขึ้นตัวการต้องชดเชยคืนให้ตัวแทน อย่างไรก็ตาม กฎหมายไม่ห้ามบุคคลภายนอกที่จะฟ้องตัวการซึ่งอยู่ต่างประเทศนั้น

(2.3) กรณีตัวแทนรับสินบน

ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 825 บัญญัติว่า “ถ้าตัวแทนเข้าทำสัญญากับบุคคลภายนอกโดยเห็นแก่อามิสสินจ้างเป็นทรัพย์สินอย่างใด ๆ หรือประโยชน์อย่างอื่นอันบุคคลภายนอกได้ให้เป็นलगส่วนตัวก็ดี หรือให้คำมั่นว่าจะให้ก็ดี ท่านว่าตัวการหาต้องผูกพันในสัญญาซึ่งตัวแทนของตนได้ทำนั้นไม่เว้นแต่ตัวการจะได้ยินยอมด้วย”

จากบทบัญญัติดังกล่าว ตัวการไม่ต้องผูกพันนั้นต้องเป็นกรณีที่เป็นการทำสัญญา และต้องปรากฏว่าการทำสัญญาของตัวแทนเป็นผลมาจากการรับสินบนจากบุคคลภายนอก

(3) สถานะทางกฎหมายของแพลตฟอร์ม ผู้ดำเนินการแทนในประเทศไทย และผู้ใช้แพลตฟอร์ม

เมื่อพิจารณาลักษณะของสัญญาตัวแทนแล้วจะเห็นได้ว่า สัญญาตัวแทนเป็นกรณีที่ตัวการมอบอำนาจโดยตรงหรือโดยปริยายให้บุคคลอีกคนหนึ่ง(ตัวแทน)ทำการแทนตน โดยสัญญาตัวแทนต้องมีวัตถุประสงค์หรือเจตนาที่จะกระทำต่อบุคคลภายนอก คณะผู้วิจัยจึงมีความเห็นว่า กรณีที่แพลตฟอร์มมีการกำหนดบุคคลหรือนิติบุคคลเพื่อดำเนินการแทนใด ๆ ย่อมเข้าลักษณะสัญญาตัวแทนตามกฎหมายได้

อย่างไรก็ตาม ผู้ที่ดำเนินการแทนแพลตฟอร์มที่อยู่ในประเทศไทยไม่ได้ถูกมอบอำนาจให้ดำเนินการแทนแพลตฟอร์มในกรณีที่ผู้ใช้แพลตฟอร์มดำเนินกิจกรรมใด ๆ ไปบนแพลตฟอร์ม จึงยังไม่มีนิติสัมพันธ์ระหว่างผู้ที่ดำเนินการแทนแพลตฟอร์มในประเทศไทยกับผู้ใช้แพลตฟอร์มตามกฎหมายตัวแทนเกิดขึ้น เว้นแต่เป็นกรณีที่ผู้ดำเนินการแทนนั้นมีอำนาจในการกำหนดระบบหรืออัลกอริทึมบางประการได้ก็ย่อมเข้าลักษณะการดำเนินการแทนตัวการแพลตฟอร์มซึ่งอยู่ต่างประเทศ รวมถึงหากเป็นกรณีที่แพลตฟอร์มมอบอำนาจอื่น ๆ กับผู้ใช้แพลตฟอร์มหรือบุคคลภายนอกเป็นการเฉพาะ เช่น การประสานงานต่าง ๆ การเจรจาการค้าในชั้นศาล เป็นต้น ผู้ดำเนินการแทนในประเทศไทยย่อมเข้าลักษณะเป็นตัวแทนของแพลตฟอร์มผู้เป็นตัวการตามกฎหมายเช่นกัน

4.1.3 ประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่ง

การฟ้องคดีโดยอาศัยเขตอำนาจศาลไทย ตามพระราชบัญญัติว่าด้วยการขัดกัน ฯ นั้นมิได้ยกเว้นประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่งเกี่ยวกับเขตอำนาจศาลซึ่งบัญญัติไว้ในมาตรา 2 มาตรา 3 มาตรา 4 มาตรา 4 ทวิ มาตรา 4 ตริ มาตรา 4 จัตวา มาตรา 4 เบญจ และมาตรา 4 ฉ (ดวงเด่น นาคสีหราช, 2559) โดยแต่ละมาตรามีรายละเอียด ดังนี้

มาตรา 2 บัญญัติว่า “ห้ามมิให้เสนอคำฟ้องต่อศาลใด เว้นแต่

(1) เมื่อได้พิจารณาถึงสภาพแห่งคำฟ้องและชั้นของศาลแล้ว ปรากฏว่า ศาลนั้นมีอำนาจที่จะพิจารณาพิพากษาคดีนั้นได้ตามบทบัญญัติแห่งกฎหมายว่าด้วยพระธรรมนูญศาลยุติธรรมและ

(2) เมื่อได้พิจารณาถึงคำฟ้องแล้ว ปรากฏว่าคดีนั้นอยู่ในเขตศาลนั้นตามบทบัญญัติแห่งประมวลกฎหมายนี้ ว่าด้วยศาลที่จะรับฟ้อง และตามบทบัญญัติแห่งกฎหมายที่กำหนดเขตศาลด้วย

มาตรา 3 บัญญัติว่า “เพื่อประโยชน์ในการเสนอคำฟ้อง

(1) ในกรณีที่มีมูลคดีเกิดขึ้นในเรือไทยหรืออากาศยานไทยที่อยู่นอกราชอาณาจักรให้ศาลแพ่งเป็นศาลที่มีเขตอำนาจ

(2) ในกรณีที่จำเลยไม่มีภูมิลำเนาอยู่ในราชอาณาจักร

(ก) ถ้าจำเลยเคยมีภูมิลำเนาอยู่ ณ ที่ใดในราชอาณาจักรภายในกำหนดสองปีก่อนวันที่มีการเสนอคำฟ้อง ให้ถือว่าที่นั้นเป็นภูมิลำเนาของจำเลย

(ข) ถ้าจำเลยประกอบหรือเคยประกอบกิจการทั้งหมดหรือแต่บางส่วนในราชอาณาจักร ไม่ว่าโดยตนเองหรือตัวแทน หรือโดยมีบุคคลหนึ่งบุคคลใดเป็นผู้ติดต่อในการประกอบกิจการนั้นในราชอาณาจักร ให้ถือว่าสถานที่ที่ใช้หรือเคยใช้ประกอบกิจการหรือติดต่อดังกล่าว หรือสถานที่อันเป็นถิ่นที่อยู่ของตัวแทนหรือของผู้ติดต่อในวันที่มีการเสนอคำฟ้องหรือภายในกำหนดสองปีก่อนนั้นเป็นภูมิลำเนาของจำเลย

มาตรา 4 บัญญัติว่า “เว้นแต่จะมีบทบัญญัติเป็นอย่างอื่น

(1) คำฟ้องให้เสนอต่อศาลที่จำเลยมีภูมิลำเนาอยู่ในเขตศาล หรือต่อศาลที่มูลคดีเกิดขึ้นในเขตศาลไม่ว่าจำเลยจะมีภูมิลำเนาอยู่ในราชอาณาจักรหรือไม่

(2) คำร้องขอให้เสนอต่อศาลที่มูลคดีเกิดขึ้นในเขตศาล หรือต่อศาลที่ผู้ร้องมีภูมิลำเนาอยู่ในเขตศาล

มาตรา 4 ทวิ บัญญัติว่า “คำฟ้องเกี่ยวด้วยอสังหาริมทรัพย์ หรือสิทธิหรือประโยชน์อันเกี่ยวด้วยอสังหาริมทรัพย์ ให้เสนอต่อศาลที่อสังหาริมทรัพย์นั้นตั้งอยู่ในเขตศาล ไม่ว่าจำเลยจะมีภูมิลำเนาอยู่ในราชอาณาจักรหรือไม่ หรือต่อศาลที่จำเลยมีภูมิลำเนาอยู่ในเขตศาล”

มาตรา 4 ตรี บัญญัติว่า “คำฟ้องอื่นนอกจากที่บัญญัติไว้ในมาตรา 4 ทวิ ซึ่งจำเลยมิได้มีภูมิลำเนาอยู่ในราชอาณาจักรและมูลคดีมิได้เกิดขึ้นในราชอาณาจักร ถ้าโจทก์เป็นผู้มีสัญชาติไทยหรือมีภูมิลำเนาอยู่ในราชอาณาจักร ให้เสนอต่อศาลแพ่งหรือต่อศาลที่โจทก์มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตศาล

คำฟ้องตามวรรคหนึ่ง ถ้าจำเลยมีทรัพย์สินที่อาจถูกบังคับคดีอยู่ในราชอาณาจักรไม่ว่าจะเป็นการชั่วคราวหรือถาวร โจทก์จะเสนอคำฟ้องต่อศาลที่ทรัพย์สินนั้นอยู่ในเขตศาลก็ได้”

มาตรา 4 จัตวา บัญญัติว่า “คำร้องขอแต่งตั้งผู้จัดการมรดกให้เสนอต่อศาลที่เจ้ามรดกมีภูมิลำเนาอยู่ในเขตศาลในขณะถึงแก่ความตาย

ในกรณีที่เจ้ามรดกไม่มีภูมิลำเนาอยู่ในราชอาณาจักร ให้เสนอต่อศาลที่ทรัพย์สินมรดกอยู่ในเขตศาล”

มาตรา 4 เบญจ บัญญัติว่า “คำร้องขอเพิกถอนมติของที่ประชุมหรือที่ประชุมใหญ่ของนิติบุคคล คำร้องขอเลิกนิติบุคคล คำร้องขอตั้งหรือถอนผู้ชำระบัญชีของนิติบุคคล หรือคำร้องขออื่นใดเกี่ยวกับนิติบุคคล ให้เสนอต่อศาลที่นิติบุคคลนั้นมีสำนักงานแห่งใหญ่อยู่ในเขตศาล”

มาตรา 4 ฉ บัญญัติว่า “คำร้องขอเกี่ยวกับทรัพย์สินที่อยู่ในราชอาณาจักรก็ดี คำร้องขอที่หากศาลมีคำสั่งตามคำร้องขอนั้นจะเป็นผลให้ต้องจัดการหรือเลิกจัดการทรัพย์สินที่อยู่ในราชอาณาจักรก็ดี ซึ่งมูลคดีมิได้เกิดขึ้นในราชอาณาจักรและผู้ร้องไม่มีภูมิลำเนาอยู่ในราชอาณาจักร ให้เสนอต่อศาลที่ทรัพย์สินดังกล่าวอยู่ในเขตศาล”

ดังนั้นเมื่อจะฟ้องหรือพิจารณาคดีที่ศาลไทยผู้ฟ้องหรือศาลจะต้องพิจารณาในเบื้องต้นทำนองเดียวกับคดีธรรมดาว่า คดีนั้นอยู่ในเขตอำนาจของศาลไทยหรือไม่ ดังนั้น หากกรณีไม่เข้ามาตราใดเลย ศาลไทยย่อมไม่มีเขตอำนาจในการพิจารณาพิพากษาคดีนั้นได้ (ดวงเด่น นาคสีหราช, 2559)

4.1.4 พระราชกฤษฎีกาการประกอบธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ต้องแจ้งให้ทราบ พ.ศ. 2565

ในการพิจารณาสถานะและความรับผิดชอบของแพลตฟอร์มดิจิทัลในประเทศไทยจำเป็นต้องศึกษาถึงพระราชกฤษฎีกาการประกอบธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ต้องแจ้งให้ทราบ พ.ศ. 2565 เนื่องจากกฎหมายฉบับนี้เป็นกฎหมายเฉพาะที่ภาครัฐใช้ในการกำกับดูแลแพลตฟอร์มดิจิทัลของภาครัฐ ตามพระราชกฤษฎีกาปรากฏเหตุผลในการประกาศใช้ คือ โดยที่ปัจจุบันมีผู้ให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลที่เป็นสื่อกลางทางออนไลน์จำนวนมาก ครอบคลุมลักษณะและประเภทธุรกิจที่หลากหลาย และมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมมากขึ้น สมควรที่จะต้องกำกับดูแลการประกอบธุรกิจดังกล่าว เพื่อรักษาความมั่นคงทางการเงินและการพาณิชย์ เพื่อเสริมสร้างความน่าเชื่อถือและยอมรับในระบบข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์และเพื่อป้องกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นต่อสาธารณชน โดยกำหนดให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลเป็นธุรกิจบริการที่ต้องแจ้งให้ทราบ รวมทั้งกำหนดหลักเกณฑ์การประกอบธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัลและการควบคุมดูแลเพื่อคุ้มครองผู้ใช้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัล และกำหนดกลไกความร่วมมือระหว่างหน่วยงานของรัฐและการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้ประกอบธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัล

จัดทำแนวปฏิบัติที่ดีหรือมีกลไกในการกำกับดูแลตนเองที่เหมาะสมสอดคล้องกับกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ซึ่งพระราชกฤษฎีกาการประกอบธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ต้องแจ้งให้ทราบ พ.ศ. 2565 มีสาระสำคัญ ดังนี้

(1) คำนิยาม

บริการแพลตฟอร์มดิจิทัล หมายความว่า การให้บริการสื่อกลางทางอิเล็กทรอนิกส์ที่มีการบริหารจัดการข้อมูลเพื่อให้เกิดการเชื่อมต่อกันโดยใช้เครือข่ายคอมพิวเตอร์ระหว่างผู้ประกอบการ ผู้บริโภค หรือผู้ใช้บริการ เพื่อให้เกิดธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ทั้งนี้ ไม่ว่าจะคิดค่าบริการหรือไม่ก็ตาม แต่ไม่รวมถึงบริการแพลตฟอร์มดิจิทัลที่มีไว้เพื่อเสนอสินค้าหรือบริการของผู้ประกอบธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัลรายเดียวหรือบริษัทในเครือซึ่งเป็นตัวแทนของผู้ประกอบธุรกิจดังกล่าว ไม่ว่าจะเสนอสินค้าหรือบริการแก่บุคคลภายนอกหรือแก่บริษัทในเครือ

ผู้ประกอบการ หมายความว่า บุคคลซึ่งประกอบธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ต้องแจ้งให้ทราบ

(2) ลักษณะการกำกับดูแลแพลตฟอร์มดิจิทัล

ตามพระราชกฤษฎีกาการประกอบธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ต้องแจ้งให้ทราบ พ.ศ. 2565 มีการระบุข้อมูลที่ผู้ประกอบการธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัลต้องแจ้งต่อหน่วยงานรัฐโดยละเอียดในมาตรา 12 ดังนี้

1. ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ประสงค์จะประกอบธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัล:

ชื่อ-สกุลหรือชื่อนิติบุคคล

เลขประจำตัวประชาชนหรือเลขทะเบียนนิติบุคคล

ที่อยู่

รอบระยะเวลาบัญชี (กรณีนิติบุคคล)

ช่องทางการติดต่อ

2. ข้อมูลเกี่ยวกับบริการแพลตฟอร์มดิจิทัล:

ชื่อบริการแพลตฟอร์มดิจิทัล

ประเภทบริการแพลตฟอร์มดิจิทัล

ช่องทางการให้บริการ (เช่น URL หรือแอปพลิเคชัน)

มูลค่าการทำธุรกรรมที่เกิดขึ้นบนบริการ (ถ้ามี)

รายได้ก่อนหักค่าใช้จ่ายจากการให้บริการในราชอาณาจักร (ถ้ามี)

สัดส่วนของรายได้จากการให้บริการในราชอาณาจักรต่อรายได้ทั้งหมดของผู้ประกอบ

ธุรกิจ (ถ้ามี)

3. ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ใช้บริการ (ถ้ามี):

ประเภทของผู้ใช้บริการ

จำนวนรวมของผู้ใช้บริการและจำนวนของผู้ใช้บริการแต่ละประเภท

ประเภทของผู้ให้บริการที่เกี่ยวข้อง

จำนวนรวมของผู้ให้บริการที่เกี่ยวข้องและจำนวนของผู้ให้บริการแต่ละประเภท

4. ข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องร้องเรียน (ถ้ามี):

จำนวนและประเภทเรื่องร้องเรียน

การจัดการเรื่องร้องเรียนและการระงับข้อพิพาท

5. ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ประสานงานในราชอาณาจักร (ในกรณีที่ผู้ประกอบการธุรกิจประกอบธุรกิจอยู่นอกราชอาณาจักร)

ข้อมูลทั้งหมดนี้จำเป็นต้องแจ้งต่อสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์เพื่อรับรองการปฏิบัติตามข้อกำหนดทางกฎหมายและความโปร่งใสในการประกอบธุรกิจ

โดยตามพระราชกฤษฎีกาการประกอบธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ต้องแจ้งให้ทราบ พ.ศ. 2565 ผู้ประกอบธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัลที่เข้าข่ายตามกฎหมายกำหนด ต้องแจ้งการประกอบธุรกิจต่อสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (ETDA) หากไม่ปฏิบัติตาม จะมีโทษทางกฎหมายโทษทางอาญาจำคุกไม่เกิน 1 ปี หรือปรับไม่เกิน 100,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

นอกจากนี้ เพื่อประโยชน์ในการส่งเสริมให้เกิดความโปร่งใสและเป็นธรรมในการให้บริการให้ผู้ประกอบธุรกิจตามมาตรา 16 ประกาศข้อตกลงและเงื่อนไขการให้บริการให้ผู้ใช้บริการทราบ อย่างชัดเจนและเหมาะสม ก่อนหรือขณะเข้าใช้บริการ อย่างน้อยในเรื่องดังต่อไปนี้ (มาตรา 17)

1. เงื่อนไขในการให้บริการ การระงับหรือการหยุดให้บริการ และการคิดค่าบริการ
2. ปัจจัยหลักของอัลกอริทึมหรือของหลักเกณฑ์ที่ผู้ประกอบการใช้ในการจัดอันดับหรือแนะนำรายการสินค้าหรือบริการแก่ผู้ให้บริการ
3. ปัจจัยหลักของอัลกอริทึมหรือของหลักเกณฑ์ที่ผู้ประกอบการใช้ในการนำเสนอโฆษณาสินค้าหรือบริการแก่ผู้ให้บริการ
4. ปัจจัยหลักของอัลกอริทึมหรือของหลักเกณฑ์ที่ผู้ประกอบการใช้ในการประเมินความพึงพอใจและการแสดงความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ
5. การเข้าถึงและการใช้งานข้อมูลที่ได้รับจากการให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลโดยผู้ประกอบการหรือผู้ให้บริการ
6. ช่องทางการให้ความช่วยเหลือ กระบวนการจัดการเรื่องร้องเรียน และการระงับข้อพิพาท รวมทั้งกรอบระยะเวลาในการดำเนินการดังกล่าว
7. การจัดระดับการนำเสนอสินค้า บริการ หรือเนื้อหาที่เหมาะสมต่อผู้ให้บริการแต่ละกลุ่ม
8. การดำเนินการต่อสินค้า บริการ หรือเนื้อหาที่เข้าข่ายผิดกฎหมาย

รวมถึงผู้ประกอบการต้องจัดให้มีมาตรการการบรรเทาความเสียหายและการชดเชยหรือเยียวยาผู้ได้รับความเสียหายจากการประกอบธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัล โดยอย่างน้อยต้องประกอบด้วย มาตรการ ดังต่อไปนี้ (มาตรา 25)

1. กระบวนการจัดการเรื่องร้องเรียน
2. ช่องทางการให้ความช่วยเหลือผู้ใช้บริการซึ่งได้รับความเสียหายจากการใช้บริการ
3. มาตรการอื่นที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

โดยผู้ประกอบการต้องจัดให้มีมาตรการการบรรเทาความเสียหายและการชดใช้หรือเยียวยาผู้ได้รับความเสียหายจากการประกอบธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัล ดังต่อไปนี้ ไว้ในข้อตกลง และเงื่อนไขการให้บริการด้วย (มาตรา 26)

1. ขั้นตอนและมาตรการการดูแลผู้ใช้บริการซึ่งได้รับความเสียหายจากการใช้บริการ
2. ขั้นตอนการเยียวยาความเสียหายและการแจ้งผลการดำเนินการให้ผู้ใช้บริการทราบ
3. การระบุสาระสำคัญของสัญญาประกันภัยที่ผู้ประกอบการได้ทำไว้ในกรณีเกิดความเสียหาย (ถ้ามี)

4. มาตรการอื่นที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

(3) ความรับผิดชอบของแพลตฟอร์มดิจิทัล

การฝ่าฝืนกฎหมายอาจนำมาซึ่งความรับผิดชอบประการต่าง ๆ ดังนี้

ประการที่หนึ่ง ค่าปรับ

กฎหมายมีการกำหนดค่าปรับสำหรับการไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนดต่างๆ ตามกฎหมาย เช่น การไม่แจ้งข้อมูลต่อหน่วยงานรัฐตามที่กำหนด การไม่ปฏิบัติตามมาตรฐานความปลอดภัย หรือมาตรการความปลอดภัยที่ระบุไว้

โดยกฎหมายได้ระบุว่าการไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนดที่กำหนดไว้ในพระราชกฤษฎีกานี้จะมีค่าปรับที่สอดคล้องกับความร้ายแรงและระยะเวลาของการฝ่าฝืน ค่าปรับนี้จะถูกกำหนดให้เป็นการชดใช้ต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นและเป็นการยับยั้งไม่ให้เกิดซ้ำในอนาคต

ประการที่สอง การเพิกถอนใบอนุญาต

หากผู้ประกอบการไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย อาจถูกเพิกถอนใบอนุญาตการประกอบการบริการแพลตฟอร์มดิจิทัล ในกรณีที่ผู้ประกอบการไม่ปฏิบัติตามกฎหมายหรือมีการฝ่าฝืนข้อกำหนดอย่างรุนแรงหรือต่อเนื่อง อาจถูกเพิกถอนใบอนุญาตการประกอบการ ซึ่งเป็นการลงโทษที่สะท้อนถึงความจำเป็นในการรักษามาตรฐานและความน่าเชื่อถือของระบบบริการดิจิทัล

ประการที่สาม การระงับการประกอบการ

ในกรณีของการไม่แก้ไขข้อผิดพลาดหรือการไม่ปฏิบัติตามคำสั่งของหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง อาจมีมาตรการระงับการประกอบการชั่วคราวจนกว่าจะมีการแก้ไขปัญหาให้ถูกต้อง (มาตรา 33)

นอกจากนี้ ปัจจุบันมีประกาศคณะกรรมการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง หลักเกณฑ์วิธีการ และเงื่อนไขให้ผู้ประกอบการชดใช้หรือเยียวยาผู้ใช้บริการซึ่งได้รับความเสียหายจากการใช้บริการหรือการอื่นที่จำเป็นเพื่อคุ้มครองผู้ใช้บริการ โดยมีรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับค่านิยม หน้าที่ของแพลตฟอร์มดิจิทัลและอำนาจของสำนักงาน โดยมีสาระสำคัญ ดังนี้

(1) คำนิยาม

“ผู้ประกอบการ” หมายความว่า บุคคลซึ่งประกอบธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ต้องแจ้งให้ทราบตามมาตรา 16 หรือมาตรา 18 วรรคสอง แห่งพระราชกฤษฎีกาการประกอบธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ต้องแจ้งให้ทราบ พ.ศ. 2565

“ผู้ให้บริการ” หมายความว่า บุคคลซึ่งเสนอสินค้าหรือบริการต่อผู้บริโภคผ่านบริการแพลตฟอร์มดิจิทัล

“ผู้ใช้บริการ” หมายความว่า บุคคลซึ่งใช้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัล และให้หมายรวมถึง ผู้ประกอบการและผู้บริโภคด้วย “ค่าบริการ” หมายความว่า ค่าตอบแทน ค่าธรรมเนียม ค่าใช้จ่ายอื่น และบรรดาเงิน หรือทรัพย์สินอื่นที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการซึ่งเรียกเก็บจากผู้ใช้บริการ

“คณะกรรมการ” หมายความว่า คณะกรรมการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์

“สำนักงาน” หมายความว่า สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์

(2) หน้าที่ของแพลตฟอร์มดิจิทัล

(2.1) การจัดทำแผนและมาตรการในการดูแลผู้ใช้บริการ

แผนและมาตรการในการดูแลผู้ใช้บริการ อย่างน้อยให้จัดทำเป็นภาษาไทยใช้ภาษาที่อ่านง่ายและสามารถเข้าใจได้ง่ายสำหรับผู้ให้บริการทั่วไป และอาจใช้รูปภาพ เครื่องหมาย หรือสิ่งอื่นใด (graphical elements) ประกอบเพื่อช่วยในการอธิบายหรือสื่อความหมายก็ได้ ทั้งนี้ ให้มีรายละเอียดอย่างน้อย ดังต่อไปนี้ (ประกาศคณะกรรมการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขให้ผู้ประกอบธุรกิจชดใช้หรือเยียวยาผู้ใช้บริการซึ่งได้รับความเสียหายจากการใช้บริการ หรือการอื่นที่จำเป็นเพื่อคุ้มครองผู้ใช้บริการ, ข้อ 5)

ประการที่หนึ่ง มาตรการและกระบวนการในการดูแลผู้ใช้บริการก่อนเลิกประกอบธุรกิจ

ประการที่สอง มาตรการอื่นใดที่สำนักงานกำหนดเพื่อบรรเทาผลกระทบที่จำเป็นสำหรับบริการ แพลตฟอร์มดิจิทัลตามประเภทหรือลักษณะของบริการ เพื่อประโยชน์ของผู้ใช้บริการก่อนเลิกประกอบธุรกิจ

ประการที่สาม กรอบระยะเวลาในการดำเนินการตามประการที่หนึ่ง และประการที่สองในแต่ละขั้นตอน

(2.2) มาตรการและกระบวนการในการดูแลผู้ใช้บริการก่อนเลิกประกอบธุรกิจ

มาตรการและกระบวนการในการดูแลผู้ใช้บริการก่อนเลิกประกอบธุรกิจตามข้อ 5(1) (ประกาศคณะกรรมการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขให้ผู้ประกอบธุรกิจชดใช้หรือเยียวยาผู้ใช้บริการซึ่งได้รับความเสียหายจากการใช้บริการ หรือการอื่นที่จำเป็นเพื่อคุ้มครองผู้ใช้บริการ, ข้อ 5) ต้องครอบคลุมรายละเอียดอย่างน้อย ดังต่อไปนี้ (ประกาศคณะกรรมการธุรกรรมทาง

อิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขให้ผู้ประกอบธุรกิจชดใช้หรือเยียวยาผู้ใช้บริการซึ่งได้รับความเสียหายจากการใช้บริการ หรือการอื่นที่จำเป็นเพื่อคุ้มครองผู้ใช้บริการ, ข้อ 6)

(1) แนวทางการหยุดการให้บริการเพื่อประโยชน์ในการบริหารจัดการในการชดใช้หรือเยียวยา ผู้ได้รับความเสียหายจากการเลิกประกอบธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัล

(2) มาตรการในการชดใช้หรือเยียวยาผู้ใช้บริการซึ่งได้รับความเสียหายจากการใช้บริการ โดยมีรายละเอียดอย่างน้อย ดังนี้

(ก) กระบวนการจัดการชำระหรือโอนค่าบริการ ภาระผูกพัน สิทธิเรียกร้อง ทรัพย์สินของผู้ใช้บริการที่ค้างหรืออยู่ในการดูแลรักษาของผู้ประกอบธุรกิจหรือบุคคลที่เกี่ยวข้อง

(ข) กระบวนการในการคืนค่าบริการหรือกระบวนการในการเก็บรักษาค่าบริการของ ผู้ใช้บริการที่ไม่สามารถติดต่อได้ หรือไม่ติดต่อขอรับคืนค่าบริการภายในระยะเวลาที่กำหนด

(ค) กระบวนการจัดการข้อมูลผู้ใช้บริการตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

(ง) กระบวนการจัดการข้อมูลต่าง ๆ ที่เกิดจากการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการบนบริการแพลตฟอร์มดิจิทัล ซึ่งข้อมูลดังกล่าวอยู่ในความครอบครองของผู้ประกอบธุรกิจ

(3) กระบวนการจัดการข้อพิพาท และช่องทางการให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ใช้บริการจากการเลิกประกอบธุรกิจ ซึ่งต้องไม่ต่ำกว่ามาตรฐานการบรรเทาความเสียหายและการชดใช้หรือเยียวยาผู้ใช้บริการซึ่งได้รับความเสียหายจากการประกอบธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัลตามมาตรา 25 และมาตรา 26 แห่งพระราชกฤษฎีกาการประกอบธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ต้องแจ้งให้ทราบ พ.ศ. 2565 โดยมีรายละเอียดอย่างน้อย ดังนี้

(ก) กระบวนการจัดการเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการเลิกประกอบธุรกิจ

(ข) ช่องทางการให้ความช่วยเหลือผู้ใช้บริการซึ่งได้รับความเสียหายจากการเลิกประกอบธุรกิจ

(ค) ขั้นตอนการเยียวยาความเสียหายซึ่งครอบคลุมถึงช่องทางหรือวิธีการได้รับการเยียวยาอื่นใดที่เกี่ยวข้อง และการแจ้งผลการดำเนินการให้ผู้ใช้บริการซึ่งได้รับความเสียหายจากการเลิกประกอบธุรกิจ

(3) อำนาจหน้าที่ของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์

ให้สำนักงานสามารถกำหนดมาตรการอื่นใดเพิ่มเติม เพื่อบรรเทาผลกระทบที่จำเป็นสำหรับบริการแพลตฟอร์มดิจิทัลที่มีลักษณะดังต่อไปนี้ เพื่อประโยชน์ของผู้ใช้บริการก่อนเลิกประกอบธุรกิจตามข้อ 5 (2) (ประกาศคณะกรรมการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขให้ผู้ประกอบธุรกิจชดใช้หรือเยียวยาผู้ใช้บริการซึ่งได้รับความเสียหายจากการใช้บริการ หรือการอื่นที่จำเป็นเพื่อคุ้มครองผู้ใช้บริการ, ข้อ 5) ดังต่อไปนี้ (ประกาศคณะกรรมการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขให้ผู้ประกอบธุรกิจชดใช้หรือเยียวยาผู้ใช้บริการซึ่งได้รับความเสียหายจากการใช้บริการ หรือการอื่นที่จำเป็นเพื่อคุ้มครองผู้ใช้บริการ, ข้อ 7)

(1) บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลขนาดใหญ่หรือบริการแพลตฟอร์มดิจิทัลที่มีลักษณะเฉพาะ ตามมาตรา 18 วรรคสอง แห่งพระราชกฤษฎีกาการประกอบธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ต้องแจ้งให้ทราบ พ.ศ. 2565 หรือ

(2) บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลที่มีผู้ใช้บริการได้รับความเสียหายจากการใช้บริการ โดยความเสียหายนั้น ส่งผลกระทบต่อสาธารณสุขในวงกว้างหรือไม่สามารถระงับข้อพิพาทได้

โดยให้ผู้ประกอบธุรกิจกำหนดกรอบระยะเวลาในการดำเนินการตามข้อ 5 (3) (ข้อ 5 แผนและมาตรการในการดูแลผู้ใช้บริการ อย่างน้อยให้จัดทำเป็นภาษาไทย ใช้ภาษาที่อ่านง่ายและสามารถเข้าใจได้ง่ายสำหรับผู้ใช้บริการทั่วไป และอาจใช้รูปภาพ เครื่องหมาย หรือสิ่งอื่นใด (graphical elements) ให้ครอบคลุมรายละเอียดอย่างน้อย ดังนี้ (ประกาศคณะกรรมการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง หลักเกณฑ์วิธีการ และเงื่อนไขให้ผู้ประกอบธุรกิจخذใช้หรือเยียวยาผู้ใช้บริการซึ่งได้รับความเสียหายจากการใช้บริการ หรือการอื่นที่จำเป็นเพื่อคุ้มครองผู้ใช้บริการ, ข้อ 8)

(1) กรอบระยะเวลาการจัดการในแต่ละมาตรการตามที่ประกาศฉบับนี้กำหนด

(2) แนวทางการรายงานความคืบหน้าและผลการดำเนินการตามแผนและมาตรการในการดูแล ผู้ใช้บริการก่อนเลิกประกอบธุรกิจต่อสำนักงาน โดยต้องมีรายละเอียดอย่างน้อย ดังต่อไปนี้

(ก) ความคืบหน้าและผลการดำเนินการแต่ละขั้นตอนตามแผนและมาตรการในการดูแล ผู้ใช้บริการ

(ข) ผลการดำเนินการจัดการกับข้อร้องเรียนของผู้ใช้บริการ และจำนวนผู้ใช้บริการซึ่งได้รับความเสียหายจากการใช้บริการที่เพิ่มขึ้นหรือลดลง ณ วันที่รายงาน

นอกจากนี้แพลตฟอร์มดิจิทัลยังอาจมีข้อกำหนดในการดำเนินการต่างๆ ที่ต้องปฏิบัติตามหน่วยงานรัฐจะรวมถึงการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่แจ้ง การปฏิบัติตามมาตรการความปลอดภัยและมาตรการความโปร่งใส รวมถึงการตอบสนองต่อการตรวจสอบหรือคำร้องขอข้อมูลจากหน่วยงานรัฐประกอบอีกด้วย

ทั้งนี้ ปัจจุบันมีแพลตฟอร์มดิจิทัลจำนวนมากได้ดำเนินการแจ้งข้อมูลตามกฎหมาย อย่างไรก็ตาม ในทางข้อเท็จจริงปรากฏว่าอาจมีการแจ้งไม่ตรงกับลักษณะการประกอบธุรกิจทั้งหมด เช่น เฟซบุ๊ก มีการแจ้งข้อมูลในประเภทบริการสื่อสังคมออนไลน์ทั่วไป ไม่ใช่การบริการพื้นที่จำหน่ายสินค้าหรือบริการ

4.1.5 พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 และที่แก้ไข โดยพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2560

เหตุผลในการประกาศใช้พระราชบัญญัติฉบับนี้ คือ โดยที่พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 มีบทบัญญัติบางประการที่ไม่เหมาะสมต่อการป้องกันและปราบปรามการ

กระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ในปัจจุบัน ซึ่งมีรูปแบบการกระทำความผิดที่มีความซับซ้อนมากขึ้นตามพัฒนาการทางเทคโนโลยีซึ่งเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและโดยที่มีการจัดตั้งกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมซึ่งมีภารกิจในการกำหนดมาตรฐานและมาตรการในการรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ รวมถึงการเฝ้าระวังและติดตามสถานการณ์ด้านความมั่นคงปลอดภัยของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของประเทศสมควรปรับปรุงบทบัญญัติในส่วนที่เกี่ยวกับผู้รักษาการตามกฎหมาย กำหนดฐานความผิดขึ้นใหม่ และแก้ไขเพิ่มเติมฐานความผิดเดิม รวมทั้งบทกำหนดโทษของความผิดดังกล่าว การปรับปรุงกระบวนการและหลักเกณฑ์ในการระงับการทำให้แพร่หลายหรือลบข้อมูลคอมพิวเตอร์ ตลอดจนกำหนดให้มีคณะกรรมการเปรียบเทียบซึ่งมีอำนาจเปรียบเทียบความผิดตามพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 และแก้ไขเพิ่มเติมอำนาจหน้าที่ของพนักงานเจ้าหน้าที่ให้เหมาะสมมากยิ่งขึ้น จึงจำเป็นต้องตราพระราชบัญญัตินี้

(1) คำนิยาม

“ระบบคอมพิวเตอร์” หมายความว่า อุปกรณ์หรือชุดอุปกรณ์ของคอมพิวเตอร์ที่เชื่อมการทำงานเข้าด้วยกัน โดยได้มีการกำหนดคำสั่ง ชุดคำสั่ง หรือสิ่งอื่นใด และแนวทางปฏิบัติงานให้อุปกรณ์หรือชุดอุปกรณ์ทำหน้าที่ประมวลผลข้อมูลโดยอัตโนมัติ

“ข้อมูลคอมพิวเตอร์” หมายความว่า ข้อมูล ข้อความ คำสั่ง ชุดคำสั่ง หรือสิ่งอื่นใดบรรดาที่อยู่ในระบบคอมพิวเตอร์ในสภาพที่ระบบคอมพิวเตอร์อาจประมวลผลได้ และให้หมายความรวมถึงข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ตามกฎหมายว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ด้วย

“ข้อมูลจราจรทางคอมพิวเตอร์” หมายความว่า ข้อมูลเกี่ยวกับการติดต่อสื่อสารของระบบคอมพิวเตอร์ ซึ่งแสดงถึงแหล่งกำเนิด ต้นทาง ปลายทาง เส้นทาง เวลา วันที่ ปริมาณ ระยะเวลา ชนิดของบริการ หรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการติดต่อสื่อสารของระบบคอมพิวเตอร์นั้น

“ผู้ให้บริการ” หมายความว่า

(1) ผู้ให้บริการแก่บุคคลอื่นในการเข้าสู่อินเทอร์เน็ต หรือให้สามารถติดต่อถึงกันโดยประการอื่น โดยผ่านทางระบบคอมพิวเตอร์ ทั้งนี้ ไม่ว่าจะเป็นการให้บริการในนามของตนเอง หรือในนามหรือเพื่อประโยชน์ของบุคคลอื่น

(2) ผู้ให้บริการเก็บรักษาข้อมูลคอมพิวเตอร์เพื่อประโยชน์ของบุคคลอื่น

“ผู้ใช้บริการ” หมายความว่า ผู้ใช้บริการของผู้ให้บริการไม่ว่าต้องเสียค่าใช้บริการหรือไม่ก็ตาม

“พนักงานเจ้าหน้าที่” หมายความว่า ผู้ซึ่งรัฐมนตรีแต่งตั้งให้ปฏิบัติการตามพระราชบัญญัตินี้

“รัฐมนตรี” หมายความว่า รัฐมนตรีผู้รักษาการตามพระราชบัญญัตินี้

(2) ประเภทความผิดและบทลงโทษตามกฎหมาย

กฎหมายบัญญัติประเภทความผิดและบทลงโทษตามกฎหมาย ดังนี้ (สรุปครบ พ.ร.บ. คอมพิวเตอร์ 2560 [ฉบับล่าสุด] : มีทั้งหมด ก็มาตรา ตัวอย่างการกระทำผิด พร้อมบทลงโทษ,

<https://contentshifu.com/blog/computer-law>)

ตารางที่ 4.1 ความรับผิดตามพระราชบัญญัติคอมพิวเตอร์ พ.ศ.2560

มาตรา	ความผิด	โทษจำคุก	โทษปรับ
มาตรา 5	ผู้ใดเข้าถึงโดยมิชอบซึ่งระบบคอมพิวเตอร์ที่มีมาตรการป้องกันการเข้าถึงโดยเฉพาะ และมาตรการนั้น มิได้มีไว้สำหรับตน	ไม่เกิน 6 เดือน	ไม่เกิน 10,000 บาท
มาตรา 6	ผู้ใดล่วงรู้มาตรการป้องกันการเข้าถึงระบบคอมพิวเตอร์ที่ผู้อื่นจัดทำขึ้นเป็นการเฉพาะ ถ้านำมาตรการดังกล่าวไปเปิดเผยโดยมิชอบในประการที่น่าจะเกิดความเสียหายแก่ผู้อื่น	ไม่เกิน 1 ปี	ไม่เกิน 20,000 บาท
มาตรา 7	ผู้ใดเข้าถึงโดยมิชอบซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่มีมาตรการป้องกันการเข้าถึงโดยเฉพาะ และมาตรการนั้นมิได้มีไว้สำหรับตน	ไม่เกิน 2 ปี	ไม่เกิน 40,000 บาท
มาตรา 8	ผู้ใดกระทำด้วยประการใดโดยมิชอบด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์เพื่อดักจับไว้ ซึ่งข้อมูล คอมพิวเตอร์ของผู้อื่นที่อยู่ระหว่างการส่งในระบบคอมพิวเตอร์ และข้อมูลคอมพิวเตอร์นั้น มิได้มีไว้เพื่อประโยชน์สาธารณะหรือเพื่อให้บุคคลทั่วไปใช้ประโยชน์ได้	ไม่เกิน 3 ปี	ไม่เกิน 60,000 บาท
มาตรา 10	ผู้ใดกระทำด้วยประการใดโดยมิชอบ เพื่อให้การทำงานของระบบคอมพิวเตอร์ของผู้อื่นถูกระงับ ชะลอ ชัดขวาง หรือรบกวนจนไม่สามารถทำงานตามปกติได้	ไม่เกิน 5 ปี	ไม่เกิน 10,000 บาท
มาตรา 11	ผู้ใดส่งข้อมูลคอมพิวเตอร์หรือจดหมายอิเล็กทรอนิกส์แก่บุคคลอื่นโดยปกปิด หรือปลอมแปลงแหล่งที่มาของการส่งข้อมูล	-	ไม่เกิน 100,000 บาท

มาตรา	ความผิด	โทษจำคุก	โทษปรับ
	ดังกล่าว อันเป็นการรบกวนการใช้ระบบคอมพิวเตอร์ของบุคคลอื่นโดยปกติสุข		
	ผู้ใดส่งข้อมูลคอมพิวเตอร์หรือจดหมายอิเล็กทรอนิกส์แก่บุคคลอื่นอันมีลักษณะเป็นการก่อให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญแก่ผู้รับข้อมูลคอมพิวเตอร์หรือจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ โดยไม่เปิดโอกาสให้ผู้รับสามารถบอกเลิกหรือแจ้งความประสงค์เพื่อปฏิเสธการตอบรับได้โดยง่าย	-	ไม่เกิน 200,000 บาท
มาตรา 12	ถ้าการกระทำความผิดตามมาตรา 5 มาตรา 6 มาตรา 7 มาตรา 8 หรือมาตรา 11 เป็นการกระทำต่อข้อมูลคอมพิวเตอร์หรือระบบคอมพิวเตอร์ที่เกี่ยวกับการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของประเทศ ความปลอดภัยสาธารณะ ความมั่นคงในทางเศรษฐกิจของประเทศหรือโครงสร้างพื้นฐานอันเป็นประโยชน์สาธารณะ	ตั้งแต่ 1 ปี - 7 ปี	20,000 บาท - 140,000 บาท
	ถ้าการกระทำความผิดตามวรรคหนึ่งเป็นเหตุให้เกิดความเสียหายต่อข้อมูลคอมพิวเตอร์ หรือระบบคอมพิวเตอร์ดังกล่าว	ตั้งแต่ 1 ปี - 10 ปี	20,000 บาท - 200,000 บาท
	ถ้าการกระทำความผิดตามมาตรา 9 หรือมาตรา 10 เป็นการกระทำต่อข้อมูลคอมพิวเตอร์หรือระบบคอมพิวเตอร์ตามวรรคหนึ่ง	ตั้งแต่ 3 ปี - 15 ปี	60,000 บาท - 300,000 บาท
	ถ้าการกระทำความผิดตามวรรคหนึ่งหรือวรรคสามโดยมิได้มีเจตนาฆ่า แต่เป็นเหตุให้บุคคลอื่นถึงแก่ความตาย	ตั้งแต่ 5 ปี - 20 ปี	100,000 บาท - 400,000 บาท

มาตรา	ความผิด	โทษจำคุก	โทษปรับ
มาตรา 12/1	ถ้าการกระทำความผิดตามมาตรา 9 หรือ มาตรา 10 เป็นเหตุให้เกิดอันตรายแก่บุคคลอื่นหรือทรัพย์สินของผู้อื่น	ไม่เกิน 10 ปี	ไม่เกิน 200,000 บาท
	ถ้าการกระทำความผิดตามมาตรา 9 หรือ มาตรา 10 โดยมีได้มีเจตนาฆ่าแต่เป็นเหตุให้บุคคลอื่นถึงแก่ความตาย	ตั้งแต่ 5 ปี – 20 ปี	100,000 บาท – 400,000 บาท
มาตรา 13	ผู้ใดจำหน่ายหรือเผยแพร่ชุดคำสั่งที่จัดทำขึ้นโดยเฉพาะเพื่อนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการกระทำความผิดตามมาตรา 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11	ไม่เกิน 5 ปี	20,000 บาท
	ผู้ใดจำหน่ายหรือเผยแพร่ชุดคำสั่งที่จัดทำขึ้นโดยเฉพาะเพื่อนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการกระทำความผิดตามมาตรา 12 วรรคหนึ่งหรือวรรคสาม	ไม่เกิน 2 ปี	ไม่เกิน 40,000 บาท
มาตรา 14 (1)	นำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่บิดเบือน หรือปลอม ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน หรือข้อมูลคอมพิวเตอร์อันเป็นเท็จ โดยประการที่น่าจะเกิดความเสียหายแก่ประชาชน อันมิใช่การกระทำความผิดฐานหมิ่นประมาทตามประมวลกฎหมายอาญา	ไม่เกิน 5 ปี	ไม่เกิน 100,000 บาท
มาตรา 14(2)	นำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์อันเป็นเท็จ โดยประการที่น่าจะเกิดความเสียหายต่อการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของประเทศ ความปลอดภัยสาธารณะ ความมั่นคงในทางเศรษฐกิจของประเทศ หรือโครงสร้างพื้นฐานอันเป็นประโยชน์สาธารณะของประเทศ หรือก่อให้เกิดความตื่นตระหนกแก่ประชาชน	ไม่เกิน 5 ปี	ไม่เกิน 100,000 บาท

มาตรา	ความผิด	โทษจำคุก	โทษปรับ
มาตรา 14(3)	นำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ใด ๆ อันเป็นความผิดเกี่ยวกับความมั่นคงแห่งราชอาณาจักรหรือความผิดเกี่ยวกับการก่อการร้ายตามประมวลกฎหมายอาญา	ไม่เกิน 5 ปี	ไม่เกิน 100,000 บาท
มาตรา 14(4)	นำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ใด ๆ ที่มีลักษณะอันลามกและข้อมูลคอมพิวเตอร์นั้นประชาชนทั่วไปอาจเข้าถึงได้	ไม่เกิน 5 ปี	ไม่เกิน 100,000 บาท
มาตรา 14(5)	ผู้ใดเผยแพร่หรือส่งต่อซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์โดยรู้อยู่แล้วว่าเป็นข้อมูลคอมพิวเตอร์ตาม (1) (2) (3) (4)	ไม่เกิน 5 ปี	ไม่เกิน 100,000 บาท
มาตรา 15	ผู้ให้บริการผู้ใดให้ความร่วมมือ ยินยอมหรือรู้เห็นเป็นใจให้มีการกระทำความผิดตามมาตรา 14 ในระบบคอมพิวเตอร์ที่อยู่ในความควบคุมของตน	ไม่เกิน 5 ปี	ไม่เกิน 100,000 บาท
มาตรา 16	ผู้ใดนำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ที่ประชาชนทั่วไปอาจเข้าถึงได้ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่ปรากฏเป็นภาพของผู้อื่น และภาพนั้นเป็นภาพที่เกิดจากการสร้างขึ้น ตัดต่อ เติมหรือดัดแปลงด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์หรือวิธีการอื่นใด โดยประการที่น่าจะทำให้ผู้อื่นนั้นเสียชื่อเสียง ถูกดูหมิ่น ถูกเกลียดชัง หรือได้รับความอับอาย	ไม่เกิน 3 ปี	ไม่เกิน 200,000 บาท
	ถ้าการกระทำตามวรรคหนึ่งเป็นการกระทำต่อภาพผู้ตาย และการกระทำนั้นน่าจะทำให้บิดา มารดา คู่สมรส หรือบุตรของผู้ตายเสียชื่อเสียง ถูกดูหมิ่น หรือถูกเกลียดชัง หรือได้รับความอับอาย	ไม่เกิน 3 ปี	ไม่เกิน 200,000 บาท

จากการศึกษาประเภทความผิดและบทลงโทษตามกฎหมายตามพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2560 พบว่าประเภทความผิดที่เกี่ยวข้องกับแพลตฟอร์มดิจิทัลที่สำคัญเป็นไปตามบทบัญญัติมาตรา 15 ซึ่งบัญญัติว่า “ผู้ให้บริการผู้ใดให้ความร่วมมือ ยินยอม หรือรู้เห็นเป็นใจให้ มีการกระทำความผิดตามมาตรา 14 ในระบบคอมพิวเตอร์ที่ อยู่ในความควบคุมของตน ต้อง ระวังโทษเช่นเดียวกับผู้กระทำความผิดตามมาตรา 14

ให้รัฐมนตรีออกประกาศกำหนดขั้นตอนการแจ้งเตือน การระงับการทำให้แพร่หลายของ ข้อมูลคอมพิวเตอร์ และการนำข้อมูลคอมพิวเตอร์นั้นออกจากระบบคอมพิวเตอร์ ถ้าผู้ให้บริการพิสูจน์ได้ว่าตน ได้ปฏิบัติตามประกาศของรัฐมนตรีที่ออกตามวรรคสอง ผู้นั้นไม่ต้องรับโทษ”

ดังนั้นผู้ให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลจึงต้องปฏิบัติตามประกาศกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจ และสังคม เรื่อง ขั้นตอนการแจ้งเตือน การระงับการทำให้แพร่หลายของข้อมูลคอมพิวเตอร์ และการนำ ข้อมูลคอมพิวเตอร์ออกจากระบบคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2565 จึงจะไม่ต้องรับผิดกรณีการเผยแพร่เนื้อหาหรือ ข้อมูลที่ฝ่าฝืนกฎหมายบนแพลตฟอร์มดิจิทัล

(3) หน้าที่ของผู้ให้บริการ

ดังที่กล่าวในข้างต้นว่าผู้ให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลจึงต้องปฏิบัติตามประกาศกระทรวงดิจิทัล เพื่อเศรษฐกิจและสังคม เรื่อง ขั้นตอนการแจ้งเตือน การระงับการทำให้แพร่หลายของข้อมูลคอมพิวเตอร์ และ การนำข้อมูลคอมพิวเตอร์ออกจากระบบคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2565 จึงจะไม่ต้องรับผิดกรณีการเผยแพร่เนื้อหา หรือข้อมูลที่ฝ่าฝืนกฎหมายบนแพลตฟอร์มดิจิทัล โดยประกาศกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม เรื่อง ขั้นตอนการแจ้งเตือน การระงับการทำให้แพร่หลายของข้อมูลคอมพิวเตอร์ และการนำข้อมูลคอมพิวเตอร์ออก จากระบบคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2565 โดยการกระทำหรือการให้บริการที่ไม่ต้องรับโทษของผู้ให้บริการนั้นมี สาระสำคัญ ดังนี้

ประการที่หนึ่ง ผู้ให้บริการหรือสื่อสังคมออนไลน์ผู้ใด ดังต่อไปนี้ ที่พิสูจน์ได้ว่าตนได้ ปฏิบัติตามประกาศข้อ 6 ดังต่อไปนี้ครบถ้วน ผู้ให้บริการหรือสื่อสังคมออนไลน์ผู้นั้นไม่ต้องรับโทษ ฐานให้ความร่วมมือให้ความยินยอม หรือรู้เห็นเป็นใจ อันเป็นการกระทำความผิดตามมาตรา 15 (ข้อ 5)

(ก) ผู้ให้บริการในฐานะสื่อกลาง (Intermediary) ซึ่งให้บริการเกี่ยวกับกิจการ โทรคมนาคม การสื่อสารกิจการกระจายภาพ กระจายเสียง กิจการอินเทอร์เน็ต รวมถึงการรับส่ง ข้อมูลคอมพิวเตอร์ ผ่านเครือข่ายหรือระบบคอมพิวเตอร์ของผู้ให้บริการ หรือบริการอำนวยความสะดวกใน การส่งผ่านข้อมูลคอมพิวเตอร์ผ่านเส้นทางจราจรทางคอมพิวเตอร์บนอินเทอร์เน็ต (routing) หรือจัดให้บริการ คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ ระบบคอมพิวเตอร์ที่ทำงานโดยปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence) หรือระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์เพื่อทำให้เกิดการรับส่งผ่านข้อมูลคอมพิวเตอร์ (Transitory Communication - mere conduit) ที่มีลักษณะดังต่อไปนี้ ซึ่งได้ดำเนินการระงับการทำให้แพร่หลาย นำ ข้อมูลคอมพิวเตอร์ออกจากระบบคอมพิวเตอร์ตามประกาศข้อ 6 ครบถ้วน

(1) เป็นผู้ให้บริการรับส่งผ่านข้อมูลคอมพิวเตอร์ผ่านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ ตามปกติธุระในทางธุรกิจ โดยการให้บริการดังกล่าวทั้งหมดดำเนินการโดยผู้ให้บริการ โดยที่ผู้ให้บริการไม่ได้มีส่วนเกี่ยวข้อง

(2) เป็นผู้ให้บริการที่เป็นสื่อกลางในการรับส่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ หรือเป็นสื่อกลางในการให้บริการอำนวยความสะดวกในการรับส่งผ่านข้อมูลคอมพิวเตอร์บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ผ่านเส้นทางจราจรทางคอมพิวเตอร์บนอินเทอร์เน็ต (Traffic Data) หรือการให้บริการเชื่อมต่อระหว่างระบบคอมพิวเตอร์ด้วยกัน (Hosting) ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวข้างต้นทั้งหมดเกิดจากการประมวลผลอัตโนมัติด้วยระบบคอมพิวเตอร์ (Automatic technical process) ซึ่งผู้ให้บริการหรือบุคคลอื่น (ที่ไม่ใช่ผู้ให้บริการ) เป็นผู้สั่งการทั้งหมด โดยผู้ให้บริการไม่ได้เกี่ยวข้องหรือมีส่วนร่วมใด ๆ ในการกำหนดหรือคัดเลือกข้อมูลหรือเนื้อหาของข้อมูลที่รับส่งผ่านระบบคอมพิวเตอร์ดังกล่าว

(3) เป็นผู้ให้บริการที่รับส่งหรือเผยแพร่ข้อมูลคอมพิวเตอร์ของผู้ใช้บริการหรือบุคคลอื่น ซึ่งไม่ทำหน้าที่หรือเกี่ยวข้องกับการเลือกคัดสรรข้อมูลหรือเนื้อหาของข้อมูลที่ส่งผ่านระบบคอมพิวเตอร์ด้วยตนเอง การให้บริการทั้งหมดที่ดำเนินการอนุมัติคำสั่งผ่านระบบตอบรับคำสั่งอัตโนมัติโดยระบบคอมพิวเตอร์หรือปัญญาประดิษฐ์เท่านั้น

(4) เป็นผู้ให้บริการที่ไม่ได้ทำการเก็บสำเนาข้อมูลคอมพิวเตอร์หรือเนื้อหาของข้อมูลดังกล่าวไว้ หรือเก็บสำเนาไว้ชั่วคราวเพื่อวัตถุประสงค์ในการประมวลผลของระบบคอมพิวเตอร์ในการใช้งาน (Transient storage) เท่าที่จำเป็นเพื่อให้การให้บริการข้อมูลสามารถกระทำได้เท่านั้น โดยผู้ให้บริการดังกล่าวต้องไม่ได้มีการสำรองข้อมูลหรือเนื้อหาของข้อมูลเก็บไว้ในลักษณะถาวรในระบบคอมพิวเตอร์ (สำรองข้อมูลไว้ในระบบ) หรือเนื้อหาของข้อมูลเก็บไว้ในลักษณะถาวรในระบบคอมพิวเตอร์ หรือในลักษณะที่เก็บไว้เป็นฐานข้อมูลของเครือข่ายของผู้ให้บริการของตนในลักษณะ ที่บุคคลทั่วไปอาจเข้าถึงข้อมูลดังกล่าวได้ในภายหลัง

(5) เป็นการให้บริการรับส่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ผ่านระบบคอมพิวเตอร์โดยไม่มี การแก้ไขเปลี่ยนแปลงข้อมูลหรือเนื้อหาของข้อมูลนั้นโดยผู้ให้บริการ

(6) เป็นการให้บริการที่ผู้ให้บริการไม่ได้รับค่าตอบแทนหรือประโยชน์ใด ๆ ไม่ว่าจะทางตรงและทางอ้อมจากการเผยแพร่ต่อสาธารณชน ทำซ้ำ ดัดแปลงข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่ผิดกฎหมายตาม มาตรา 14

(7) เป็นการให้บริการที่ผู้ให้บริการไม่ได้ให้ความร่วมมือ ยินยอม หรือรู้เห็นเป็นใจกับการเผยแพร่ข้อมูลที่ผิดกฎหมาย ที่อยู่ในความควบคุม หรือระบบคอมพิวเตอร์ของตนเองตามมาตรา 14

(ข) ผู้ให้บริการที่เก็บหรือพักข้อมูลคอมพิวเตอร์ชั่วคราว (system caching) ในระบบคอมพิวเตอร์ที่มีลักษณะดังต่อไปนี้ ซึ่งได้ดำเนินการระงับการทำให้แพร่หลายนำข้อมูลคอมพิวเตอร์ออกจาก ระบบคอมพิวเตอร์ตามประกาศข้อ 6 โดยครบถ้วน

(ค) ผู้ให้บริการซึ่งเก็บรักษาข้อมูลคอมพิวเตอร์ในระบบคอมพิวเตอร์หรือเครือข่ายระบบของคอมพิวเตอร์ของตนเองเพื่อให้ผู้ให้บริการดำเนินการบริหารจัดการข้อมูลคอมพิวเตอร์ดังกล่าวด้วยตนเอง

(Information Residing on systems or network at direction of users) ที่มีลักษณะดังต่อไปนี้ ซึ่งได้ดำเนินการระงับการทำให้แพร่หลาย นำข้อมูลคอมพิวเตอร์ออกจากระบบคอมพิวเตอร์ตามประกาศ ข้อ 6 โดยครบถ้วน

(ง) ผู้ให้บริการทางเทคนิคเพื่อเป็นที่ตั้งหรือที่พักของแหล่งข้อมูล (Information Location Tools) ที่มีลักษณะดังต่อไปนี้ ซึ่งได้ดำเนินการระงับการทำให้แพร่หลาย นำข้อมูลคอมพิวเตอร์ออกจากระบบคอมพิวเตอร์ตามประกาศ ข้อ 6 โดยครบถ้วน

(จ) สื่อสังคมออนไลน์ที่เป็นสื่อหรือช่องทางในการติดต่อสื่อสาร หรือแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างบุคคลโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ หรือเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่มีลักษณะดังต่อไปนี้ที่ได้ดำเนินการระงับการทำให้แพร่หลาย นำข้อมูลคอมพิวเตอร์ออกจากระบบคอมพิวเตอร์ตามประกาศ ข้อ 6 โดยครบถ้วน

(ฉ) ผู้ให้บริการที่ไม่ได้มีลักษณะหรือไม่ได้ระบุไว้ใน (1) (2) (3) (4) และ (5) ซึ่งให้บริการแก่บุคคลอื่นในการเข้าสู่อินเทอร์เน็ต หรือให้สามารถติดต่อถึงกันได้โดยประการอื่นโดยผ่านทางระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งได้ปฏิบัติตามประกาศ ข้อ 6

ประการที่สอง การระงับการทำให้แพร่หลาย นำข้อมูลคอมพิวเตอร์ออกจากระบบคอมพิวเตอร์ด้วยตนเอง (ข้อ 6)

ผู้ให้บริการหรือสื่อสังคมออนไลน์ผู้ใดที่มีลักษณะตามข้อ 5 ซึ่งพิสูจน์ได้ว่าตนได้ จัดเตรียมมาตรการระงับการเผยแพร่ของข้อมูลคอมพิวเตอร์ หรือข้อมูลที่ผิดกฎหมายด้วยตนเอง (Notice & Takedown Policy) ตามหมวดนี้โดยครบถ้วน ผู้ให้บริการหรือสื่อสังคมออนไลน์ผู้นั้น ไม่ต้องรับโทษตามมาตรา 15

(1) ขั้นตอนการแจ้งเตือน ผู้ให้บริการหรือสื่อสังคมออนไลน์ตามข้อ 5 จะต้องจัดให้มีมาตรการแจ้งเตือนในเรื่อง ขั้นตอนการระงับการทำให้แพร่หลาย นำข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่ผิดกฎหมายตามมาตรา 14 ออกจาก ระบบคอมพิวเตอร์ โดยจัดทำนโยบายการระงับการทำให้แพร่หลาย นำข้อมูลคอมพิวเตอร์ออกจากระบบคอมพิวเตอร์ (Notice & Take Down Policy) หรือหนังสือแจ้งเตือน (Take Down Notice) ล่วงหน้าเป็นลายลักษณ์อักษรให้บุคคลทั่วไปได้รับทราบ โดยอาจดำเนินการด้วยวิธีการทางเทคนิคหรือวิธีการอื่นเพื่อให้ผู้ใช้บริการหรือบุคคลภายนอกแจ้งเตือนผู้ให้บริการหรือสื่อสังคมออนไลน์เพื่อให้ ผู้ให้บริการหรือสื่อสังคมออนไลน์ระงับการทำให้แพร่หลาย นำข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่ผิดกฎหมายออกจากระบบคอมพิวเตอร์ที่อยู่ในความควบคุมของตนได้ โดยหนังสือแจ้งเตือนดังกล่าวของผู้ให้บริการหรือ สื่อสังคมออนไลน์ต้องระบุข้อมูลอย่างน้อย ดังต่อไปนี้

(ก) ชื่อ ที่อยู่ หมายเลขโทรศัพท์ หรือจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ หรือวิธีการหรือช่องทางอื่นใด ที่สามารถติดต่อผู้ให้บริการหรือสื่อสังคมออนไลน์หรือตัวแทนของผู้ให้บริการหรือสื่อสังคมออนไลน์

(ข) แบบฟอร์มข้อร้องเรียน (Complaint Form) เพื่อให้ผู้ใช้บริการหรือบุคคลภายนอก แจ้งผู้ให้บริการหรือสื่อสังคมออนไลน์เพื่อระงับการทำให้แพร่หลาย นำข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่ผิด

กฎหมาย ตามมาตรา 14 ออกจากระบบคอมพิวเตอร์โดยแบบฟอร์มดังกล่าวอย่างน้อยต้องมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

(1) รายละเอียดชื่อ นามสกุล ที่อยู่ของผู้ร้องเรียนรวมถึงลายมือชื่อของผู้ร้องเรียน หรือตัวแทนผู้รับมอบอำนาจของผู้ร้องเรียนว่ามีการกระทำความผิดตามมาตรา 14

(2) รายละเอียดข้อเท็จจริงและข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการกระทำความผิดตามมาตรา 14

(3) รายละเอียดที่อยู่ติดต่อได้ของผู้ให้บริการหรือสื่อสังคมออนไลน์ อาทิ เช่น ชื่อของผู้ให้บริการหรือสื่อสังคมออนไลน์ ที่อยู่ของผู้ให้บริการหรือสื่อสังคมออนไลน์ เบอร์โทรศัพท์ เบอร์โทรสารของผู้ให้บริการหรือสื่อสังคมออนไลน์ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ให้บริการหรือสื่อสังคมออนไลน์ หรือวิธีการหรือช่องทางใด ๆ ที่สามารถติดต่อผู้ให้บริการหรือสื่อสังคมออนไลน์ได้

(4) รายละเอียดความเสียหายที่เกิดขึ้นกับผู้ใช้บริการหรือบุคคลภายนอก

(5) คำรับรองว่าข้อมูลที่แจ้งให้ระงับการทำให้แพร่หลาย นำข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่ผิดกฎหมายดังกล่าวออกจากระบบคอมพิวเตอร์เป็นความจริง

(2) การแจ้งเตือนของผู้ใช้บริการ

ในกรณีที่ผู้ให้บริการหรือบุคคลใดตรวจพบว่า ผู้ให้บริการหรือสื่อสังคมออนไลน์เผยแพร่ข้อมูลที่ผิดกฎหมายตามมาตรา 14 แห่งพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ผู้ให้บริการหรือบุคคลภายนอกสามารถแจ้งเตือนผู้ให้บริการหรือสื่อสังคมออนไลน์เพื่อขอให้ระงับการทำให้แพร่หลาย นำข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่ผิดกฎหมายออกจากระบบคอมพิวเตอร์ด้วยวิธีการดังต่อไปนี้

(ก) ลงบันทึกประจำวัน หรือแจ้งความร้องทุกข์เพื่อเป็นหลักฐานต่อพนักงานสอบสวนหรือเจ้าหน้าที่ตำรวจ โดยแจ้งรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับการเผยแพร่ข้อมูลที่ผิดกฎหมายตามมาตรา 14 แห่งพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 และที่แก้ไขเพิ่มเติมรายละเอียดของผู้ให้บริการหรือสื่อสังคมออนไลน์ รายละเอียดความเสียหายที่เกิดขึ้นกับผู้ให้บริการหรือ บุคคลภายนอก เป็นต้น พร้อมยื่นเอกสารที่แสดงให้เห็นถึงการกระทำความผิดดังกล่าวและเอกสารอื่น ที่เกี่ยวข้องแก่พนักงานสอบสวนหรือเจ้าหน้าที่ตำรวจ

(ข) แจ้งรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับการเผยแพร่ข้อมูลที่ผิดกฎหมายตามมาตรา 14 แห่งพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 และที่แก้ไขเพิ่มเติมต่อผู้ให้บริการหรือสื่อสังคมออนไลน์ โดยการกรอกรายละเอียดในแบบฟอร์มตาม (1) (ข) พร้อมยื่นเอกสารที่แสดงให้เห็นถึงการกระทำความผิดดังกล่าวและเอกสารอื่นที่เกี่ยวข้องแก่ผู้ให้บริการหรือสื่อสังคมออนไลน์

(3) วิธีการระงับหรือนำข้อมูลออกจากระบบคอมพิวเตอร์ เมื่อผู้ให้บริการหรือสื่อสังคมออนไลน์ได้รับข้อร้องเรียนตามแบบฟอร์มในข้อ 6 (1) (ข) และเอกสารที่เกี่ยวข้อง ผู้ให้บริการหรือสื่อสังคมออนไลน์ต้องดำเนินการ ดังต่อไปนี้

(ก) ระวังการทำให้แพร่หลาย นำข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่ผิดกฎหมายออกจากระบบคอมพิวเตอร์เพื่อไม่ให้แพร่หลายต่อไปโดยทันที

(ข) จัดทำสำเนาข้อร้องเรียนรวมถึงรายละเอียดข้อร้องเรียนของบุคคลที่ร้องเรียนดังกล่าว ส่งให้กับผู้ใช้บริการหรือสมาชิกหรือบุคคลที่เกี่ยวข้องซึ่งอยู่ในความควบคุมของผู้ให้บริการหรือสื่อสังคมออนไลน์โดยทันที

(ค) ระวังการทำให้แพร่หลาย นำข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่ผิดกฎหมายดังกล่าวออกจากระบบคอมพิวเตอร์โดยรวดเร็วที่สุดเท่าที่จะทำได้ตามความเหมาะสมและขึ้นอยู่กับสภาพของการให้บริการแต่ละประเภท เพื่อเยียวยาความเสียหายและระวังการกระทำความผิดให้เร็วที่สุด

ทั้งนี้ เว้นแต่มีเหตุสุดวิสัยหรือเหตุจำเป็นอื่นอันมีอาจกล่าวได้ว่าทำให้ไม่สามารถดำเนินการได้ทันที และเมื่อเหตุสุดวิสัยหรือเหตุจำเป็นอื่นอันมีอาจกล่าวได้ว่าสิ้นสุดลง ผู้ให้บริการหรือสื่อสังคมออนไลน์ต้องดำเนินการระวังการทำให้แพร่หลาย นำข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่ผิดกฎหมายดังกล่าวออกจากระบบคอมพิวเตอร์โดยทันที แต่ทั้งนี้ต้องไม่เกินระยะเวลาสี่สิบสี่ชั่วโมงนับแต่วันที่ได้รับข้อร้องเรียน

ประการที่สาม การระวังการทำให้แพร่หลาย นำข้อมูลคอมพิวเตอร์ออกจากระบบคอมพิวเตอร์ โดยคำสั่งของพนักงานเจ้าหน้าที่

(1) เมื่อพนักงานเจ้าหน้าที่พบว่ามีการกระทำความผิดตามมาตรา 14 หรือพนักงานเจ้าหน้าที่ได้รับข้อมูล ข้อร้องเรียน เอกสารหรือหลักฐานจากผู้เสียหายเจ้าหน้าที่ของรัฐผู้มีส่วนได้เสีย หรือบุคคลใด ๆ ว่า มีข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่ผิดกฎหมายตามมาตรา 14 อยู่ในความควบคุมของผู้ให้บริการหรือสื่อสังคมออนไลน์ พนักงานเจ้าหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายโดยความเห็นชอบของปลัดกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมหรือรองปลัดกระทรวงที่ได้รับมอบหมาย อาจมีคำสั่ง ตามแบบฟอร์มแนบท้ายประกาศนี้ไปยังผู้ให้บริการหรือสื่อสังคมออนไลน์เพื่อให้ดำเนินการระวังการทำให้แพร่หลายนำข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่ผิดกฎหมายตามมาตรา 14 ออกจากระบบคอมพิวเตอร์ได้ (ข้อ 7)

ทั้งนี้ คำสั่งของพนักงานเจ้าหน้าที่ตามวรรคหนึ่ง ให้ดำเนินการโดยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์เป็นหลัก (ข้อ 7)

(2) ให้ถือว่าผู้ให้บริการหรือสื่อสังคมออนไลน์ได้รับคำสั่งของพนักงานเจ้าหน้าที่ตามข้อ 7 และเอกสารที่เกี่ยวข้องแล้ว เมื่อคำสั่งนั้นได้เข้าสู่ระบบของผู้ให้บริการหรือสื่อสังคมออนไลน์ เว้นแต่วันและเวลานั้นเป็นวันและเวลานอกทำการของผู้ให้บริการหรือสื่อสังคมออนไลน์ ให้ถือว่าผู้ให้บริการหรือสื่อสังคมออนไลน์ได้รับในวันและเวลาทำการถัดไป เมื่อผู้ให้บริการหรือสื่อสังคมออนไลน์ได้รับคำสั่งของพนักงานเจ้าหน้าที่แล้ว ต้องดำเนินการ ดังต่อไปนี้ (ข้อ 8)

(ก) ระวังการทำให้แพร่หลาย นำข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่ผิดกฎหมายที่อยู่ในความควบคุมของผู้ให้บริการหรือสื่อสังคมออนไลน์ออกจากระบบคอมพิวเตอร์เพื่อไม่ให้แพร่หลายต่อไปโดยทันที โดยให้ดำเนินการด้วยมาตรการทางเทคนิคใด ๆ (Technical Measure) ที่ได้มาตรฐานตามสภาพของการให้บริการแต่ละประเภท เพื่อให้บังเกิดผลตามคำสั่งของพนักงานเจ้าหน้าที่

(ข) จัดทำสำเนาข้อร้องเรียนรวมถึงรายละเอียดข้อร้องเรียนของบุคคลที่ร้องเรียนดังกล่าว ส่งให้กับผู้ใช้บริการหรือสมาชิกหรือบุคคลที่เกี่ยวข้องซึ่งอยู่ในความควบคุมของผู้ให้บริการหรือสื่อสังคมออนไลน์โดยทันที

(ค) ระยะเวลาในการระงับการทำให้แพร่หลาย นำข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่ผิดกฎหมาย ออกจากระบบคอมพิวเตอร์ ต้องไม่เกินกำหนดระยะเวลาที่ระบุดังต่อไปนี้ เพื่อเยียวยาความเสียหายและระงับการกระทำความผิดให้เร็วที่สุด ดังนี้

(1) กรณีการเผยแพร่ข้อมูลคอมพิวเตอร์ตามมาตรา 14 (1) ให้ระงับการทำให้แพร่หลาย นำข้อมูลคอมพิวเตอร์ออกจากระบบคอมพิวเตอร์โดยทันที เว้นแต่มีเหตุสุดวิสัยหรือเหตุจำเป็นอื่นอันมีอาจก้าวล่วงได้ทำให้ไม่สามารถดำเนินการได้ทันที และเมื่อเหตุสุดวิสัยหรือเหตุจำเป็นอื่นอันมีอาจก้าวล่วงได้สิ้นสุดลง ผู้ให้บริการหรือสื่อสังคมออนไลน์ต้องดำเนินการระงับการทำให้แพร่หลาย นำข้อมูล คอมพิวเตอร์ดังกล่าวออกจากระบบคอมพิวเตอร์โดยทันที แต่ทั้งนี้ต้องไม่เกินระยะเวลาเจ็ดวันนับแต่ วันที่ได้รับคำสั่ง

(2) กรณีการเผยแพร่ข้อมูลคอมพิวเตอร์ตามมาตรา 14 (2) และ (3) ให้ระงับการทำให้แพร่หลาย นำข้อมูลคอมพิวเตอร์ออกจากระบบคอมพิวเตอร์โดยทันที เว้นแต่มีเหตุสุดวิสัยหรือ เหตุจำเป็นอื่นอันมีอาจก้าวล่วงได้ ทำให้ไม่สามารถดำเนินการได้ทันที และเมื่อเหตุสุดวิสัยหรือ เหตุจำเป็นอื่นอันมีอาจก้าวล่วงสิ้นสุดลง ผู้ให้บริการหรือสื่อสังคมออนไลน์ต้องดำเนินการระงับการทำให้แพร่หลาย นำข้อมูลคอมพิวเตอร์ดังกล่าวออกจากระบบคอมพิวเตอร์โดยทันที แต่ทั้งนี้ต้องไม่เกินระยะเวลาสี่สิบสี่ชั่วโมง นับแต่วันที่ได้รับคำสั่ง

(3) กรณีการเผยแพร่ข้อมูลคอมพิวเตอร์ตามมาตรา 14 (4) ให้ระงับการทำให้แพร่หลาย นำข้อมูลคอมพิวเตอร์ออกจากระบบคอมพิวเตอร์โดยทันที เว้นแต่มีเหตุสุดวิสัยหรือเหตุจำเป็นอื่นอันมีอาจก้าวล่วงได้ ทำให้ไม่สามารถดำเนินการได้ทันที และเมื่อเหตุสุดวิสัยหรือเหตุจำเป็นอื่นอันมีอาจ ก้าวล่วงได้สิ้นสุดลง ผู้ให้บริการหรือสื่อสังคมออนไลน์ต้องดำเนินการระงับการทำให้แพร่หลาย นำข้อมูลคอมพิวเตอร์ดังกล่าวออกจากระบบคอมพิวเตอร์โดยทันที แต่ทั้งนี้ต้องไม่เกินระยะเวลาสามวันนับแต่ วันที่ได้รับคำสั่ง ในกรณีการเผยแพร่ข้อมูลคอมพิวเตอร์ตามมาตรา 14 (4) เป็นภาพลามกอนาจารเด็ก อันเป็นความผิดตามมาตรา 287/1 และ 287/2 ของประมวลกฎหมายอาญา ให้ระงับการทำให้แพร่หลายนำข้อมูลคอมพิวเตอร์ออกจากระบบคอมพิวเตอร์โดยทันที เว้นแต่มีเหตุสุดวิสัยหรือ เหตุจำเป็นอื่นอันมีอาจก้าวล่วงได้ทำให้ไม่สามารถดำเนินการได้ทันที และเมื่อเหตุสุดวิสัยหรือเหตุจำเป็นอื่นอันมีอาจก้าวล่วงได้สิ้นสุดลง ผู้ให้บริการหรือสื่อสังคมออนไลน์ต้องดำเนินการระงับการทำให้แพร่หลายนำข้อมูลคอมพิวเตอร์ดังกล่าวออกจากระบบคอมพิวเตอร์โดยทันที แต่ทั้งนี้ต้องไม่เกินระยะเวลาสี่สิบสี่ชั่วโมงนับแต่วันที่ได้รับคำสั่ง

(4) ผู้ให้บริการหรือสื่อสังคมออนไลน์ผู้ใดฝ่าฝืนไม่ดำเนินการตามคำสั่งของพนักงานเจ้าหน้าที่ตามหมวดนี้อย่างครบถ้วนและภายในระยะเวลาที่กำหนดให้สันนิษฐานว่าผู้ให้บริการหรือสื่อสังคมออนไลน์ผู้นั้น ร่วมมือ สนับสนุน หรือยินยอมให้มีการกระทำความผิดตามมาตรา 15 (ข้อ 9)

ประการที่สี่ แนวทางการดำเนินคดี

(1) ผู้ให้บริการหรือสื่อสังคมออนไลน์ผู้ใด ได้รับคำสั่งจากพนักงานเจ้าหน้าที่ตามข้อ 7 และข้อ 8 โดยชอบแล้ว เพิกเฉยไม่ดำเนินการระงับการทำให้แพร่หลาย นำข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่ผิดกฎหมายตามมาตรา 14 ออกจากระบบคอมพิวเตอร์ที่อยู่ในความควบคุมของตน ภายในระยะเวลาที่พนักงานเจ้าหน้าที่หรือตามที่ประกาศนี้กำหนดและมีได้ข้อเท็จจริงคำสั่งของพนักงานเจ้าหน้าที่ ให้พนักงานเจ้าหน้าที่ดำเนินการดังต่อไปนี้ (ข้อ 15)

(ก) ดำเนินการรวบรวมพยานหลักฐานเกี่ยวกับการกระทำความผิดของผู้ให้บริการหรือสื่อสังคมออนไลน์ โดยใช้อำนาจตามมาตรา 18 (1) (2) และ (3) แห่งพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 และที่แก้ไขเพิ่มเติมและภายใต้กฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง

(ข) ดำเนินการแจ้งความร้องทุกข์เพื่อดำเนินคดีกับผู้ให้บริการหรือสื่อสังคมออนไลน์ในฐานะร่วมมือยินยอมหรือรู้เห็นเป็นใจให้มีการกระทำความผิดตามมาตรา 14 และมาตรา 15 แห่งพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 และที่แก้ไขเพิ่มเติม

(ค) ดำเนินการสรุปความเห็นทางกฎหมายในพยานหลักฐานที่เกี่ยวข้องกับการกระทำความผิดภายในหกสิบวัน นับแต่พ้นกำหนดระยะเวลาในข้อ 8 เพื่อส่งข้อมูลการกระทำความผิดดังกล่าว ให้พนักงานสอบสวนผู้รับผิดชอบดำเนินคดีตามกฎหมายกับผู้ให้บริการหรือสื่อสังคมออนไลน์

(ง) ดำเนินการประสานงานกับสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ หรือหน่วยงานกำกับดูแลเพื่อให้มีคำสั่งระงับการเผยแพร่ข้อมูลที่ผิดกฎหมายหรือเพื่อให้หน่วยงานกำกับดูแลดำเนินการกับผู้ให้บริการหรือสื่อสังคมออนไลน์ ตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องต่อไป

(2) ในกรณีที่ผู้ให้บริการหรือสื่อสังคมออนไลน์ยังคงเพิกเฉยฝ่าฝืนไม่ดำเนินการ หรือกระทำความผิดอย่างต่อเนื่อง พนักงานเจ้าหน้าที่อาจประสานงานกับสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติหรือหน่วยงานกำกับดูแลเพื่อพิจารณาดำเนินการระงับใบอนุญาตหรือดำเนินการอื่นใดตามสมควร ภายใต้ขอบเขตแห่งกฎหมายที่สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติหรือหน่วยงานกำกับดูแลมีหน้าที่และอำนาจ ทั้งนี้ เพื่อเยียวยาความเสียหายที่เกิดขึ้นจากข้อมูลที่ผิดกฎหมาย (ข้อ 16)

(4) กรณีศึกษา: คดีอาญาหมายเลขดำที่ 1167/2553 หมายเลขแดงที่ 2091/2555

คดีนี้ พนักงานอัยการโจทก์ฟ้องและขอให้ลงโทษจำเลยตามพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 มาตรา 14, 15 ประมวลกฎหมายอาญามาตรา 91 โดยโจทก์นำสืบว่า จำเลยเป็นผู้ให้บริการเว็บไซต์ชื่อว่าประชาไท (www.prachatai.com) โดยเป็นผู้ดูแลเว็บไซต์ (Webmaster) ประชาไทเป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการแก่บุคคลทั่วไป และเปิดให้ประชาชนแสดงความคิดเห็นโดยตั้งเป็นกระทู้เรียกว่า “กระดานสนทนาหรือเว็บบอร์ด” เมื่อวันที่ 15 เมษายน 2551 ถึงวันที่ 3 พฤศจิกายน 2551 ได้มีการตรวจพบว่า มีผู้ตั้งกระทู้ทั้งในลักษณะข้อความและไฟล์เสียง ซึ่งลักษณะเนื้อหาเป็นการดูหมิ่นบุคคลสำคัญอันเป็นความผิดเกี่ยวกับความมั่นคงแห่งราชอาณาจักรในเว็บบอร์ดของเว็บไซต์ประชาไท และมีผู้เข้าไป

แสดงความเห็นโต้ตอบกระทู้จำนวน 10 กระทู้ โดยจำเลยในฐานะเว็บมาสเตอร์ไม่ทำการปิดกั้นข้อมูลดังกล่าว และปล่อยให้กระทู้ดังกล่าวอยู่ในเว็บบอร์ดทั้งที่เป็นหน้าที่ของจำเลยที่เป็นผู้ควบคุม

พยานโจทก์ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านกฎหมาย กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ได้ยื่นคำร้องขอต่อศาล และหลังจากศาลมีคำสั่งระงับการเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวแล้วได้แจ้งไปทางเว็บไซต์ประชาไทเพื่อขอความร่วมมือให้ปิดกั้นข้อมูล แต่เว็บไซต์ประชาไทไม่ดำเนินการให้ความเห็นโต้ตอบกระทู้จำนวน 10 กระทู้ดังกล่าว จึงปรากฏอยู่ในเว็บบอร์ดของเว็บไซต์ประชาไทนานถึง 11 วัน 1 วัน 3 วัน 2 วัน 2 วัน 1 วัน 3 วัน 2 วัน 1 วัน และ 20 วัน ตามลำดับ เมื่อเจ้าพนักงานตำรวจเข้าตรวจค้นสำนักงานเว็บไซต์ประชาไทได้ตรวจเข้ายึดคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของจำเลย และทำสำเนาจากฮาร์ดดิสก์ของเครื่องคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กดังกล่าวไว้ตรวจสอบ ผลการตรวจสอบพบข้อความเกี่ยวกับบุคคลสำคัญบันทึกอยู่ในรูปแบบของรูปภาพว่าเป็นบุคคลไม่ดีและถ่ายภาพซึ่งมีการดัดแปลงอยู่ในลักษณะที่ไม่เหมาะสม ซึ่งฮาร์ดดิสก์ดังกล่าวมีการเปิดเรียกใช้เว็บไซต์ประชาไท การกระทำของจำเลยจึงเป็นการจงใจสนับสนุนหรือยินยอมให้มีการนำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ใด ๆ อันเป็นความผิดเกี่ยวกับความมั่นคงแห่งราชอาณาจักร และเป็นการจงใจหรือสนับสนุนหรือยินยอมให้มีการดำเนินการเผยแพร่ข้อมูลคอมพิวเตอร์โดยรู้อยู่แล้วว่าเป็นข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่นำเข้าสู่ระบบโดยฝ่าฝืนกฎหมาย อันเป็นความผิดตามพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 มาตรา 14, 15

จำเลยให้การปฏิเสธและนำสืบว่า จำเลยเป็นผู้ดูแลกระดานสนทนาหรือเว็บบอร์ดของเว็บไซต์ประชาไทซึ่งเป็นส่วนที่ให้ประชาชนเข้าไปแลกเปลี่ยนแสดงความคิดเห็นโดยจะเปิดให้ตั้งหัวข้อสนทนาหรือกระทู้ขึ้น กระทู้และความคิดเห็นต่าง ๆ จะไม่ปรากฏในหน้าหลักของเว็บไซต์เหมือนส่วนของข้อมูลข่าวสารผู้ที่สนใจกระทู้ใดก็จะเข้าไปแสดงความคิดเห็นโต้ตอบกระทู้นั้น ๆ โดยต้องสมัครเป็นสมาชิกของเว็บไซต์ประชาไทโดยระบุที่อยู่และอีเมลที่ชัดเจนเพื่อให้ทางเว็บไซต์ตรวจสอบ ข้อความทั้งหมดที่ผู้ใช้บริการพิมพ์ส่งหรือโพสต์ลงในเว็บบอร์ดจะปรากฏในเว็บบอร์ดทันที โดยจำเลยจะตรวจสอบในภายหลัง เนื่องจากเว็บบอร์ดเป็นพื้นที่ที่ให้ประชาชนแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันจึงต้องการความรวดเร็ว หากมีการตรวจสอบก่อนจะทำให้เสียวัตถุประสงค์ของเว็บบอร์ดไป และหากจำเลยพบว่าข้อความที่นำไปลงเป็นเรื่องที่ไม่เหมาะสมหรือมีผลกระทบต่อความมั่นคงของประเทศ จำเลยจะลบกระทู้นั้นออก ภายหลังจากเหตุการณ์รัฐประหารเมื่อวันที่ 19 กันยายน 2549 มีสมาชิกเข้าไปอ่านเว็บบอร์ดมากขึ้นประมาณวันละ 20,000 – 30,000 คน และมีการตั้งกระทู้ใหม่เฉลี่ยวันละ 300 กระทู้ มีผู้ให้ความเห็นแลกเปลี่ยนกระทู้ประมาณวันละ 2,800 ความเห็น จำเลยเพียงผู้เดียวไม่สามารถตรวจสอบกระทู้ทั้งหมดได้

จำเลยจึงเพิ่มมาตรการตรวจสอบโดยให้เจ้าหน้าที่ของเว็บไซต์ประชาไทช่วยตรวจสอบ แต่เนื่องจากการดำเนินงานของเว็บไซต์ประชาไทเป็นลักษณะมูลนิธิจึงมีเจ้าหน้าที่น้อยไม่เพียงพอต่อการตรวจสอบ จำเลยจึงให้ผู้ที่เข้าไปอ่านกระทู้สามารถแจ้งลบข้อความที่เห็นว่าไม่เหมาะสมได้โดยจำเลยจะพิจารณาอีกครั้งหนึ่ง หากเห็นว่าเนื้อหาที่มีการแจ้งลบไม่เหมาะสมจริงจำเลยจึงจะลบกระทู้ดังกล่าว นอกจากนี้จำเลยยังตั้งอาสาสมัครซึ่งคัดเลือกจากสมาชิกของเว็บไซต์ประชาไทให้มีอำนาจลบกระทู้ที่เห็นว่าไม่เหมาะสมได้

โดยไม่ต้องได้รับอนุญาตจากจำเลยก่อน กระทั่งตามเอกสารหมาย จ.32 ที่ปรากฏอยู่ในเว็บบอร์ดของเว็บไซต์ประชาไทจำเลยเพิ่มทราบเมื่อได้รับหมายเรียกเพื่อไปให้ปากคำในกรณีที่มีผู้ลงกระทู้ดังกล่าว และเมื่อจำเลยตรวจพบว่ากระทู้ข้างต้นอยู่ในเว็บบอร์ดของเว็บไซต์ประชาไท จำเลยได้ลบออกทันที ส่วนกระทู้ตามเอกสารหมายเลข จ.23 ถึง จ.31 จำเลยไม่ทราบว่าอยู่ในเว็บบอร์ดของเว็บไซต์ประชาไทหรือไม่ เพราะจำเลยไม่ได้เป็นผู้ลบ สำหรับข้อความและภาพถ่ายที่ถูกดัดแปลงที่ตรวจพบในฮาร์ดดิสก์ของคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กที่เจ้าพนักงานตำรวจยึดไปจากจำเลย เป็นส่วนที่จำเลยลบออกจากรีโมทของจำเลยที่มีผู้ส่งไปเนื่องจากจำเลยเห็นว่าไม่เหมาะสม จำเลยไม่ได้มีเจตนาจงใจสนับสนุนหรือยินยอมให้มีการนำข้อความเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ใด ๆ อันเป็นความผิดเกี่ยวกับความมั่นคงแห่งราชอาณาจักรและไม่จงใจสนับสนุนหรือยินยอมให้มีการดำเนินการเผยแพร่ข้อมูลคอมพิวเตอร์โดยรู้อยู่แล้วว่าเป็นข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่นำเข้าสู่ระบบโดยฝ่าฝืนต่อพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ฯ

ปัญหาว่าจำเลยจะเป็นผู้นำข้อมูลคอมพิวเตอร์ดังกล่าวเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์หรือไม่นั้น ศาลชั้นต้นเห็นว่า โจทก์ไม่ได้บรรยายฟ้องว่าจำเลยจะเป็นผู้นำข้อมูลคอมพิวเตอร์ดังกล่าวเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ของเว็บไซต์ประชาไท (www.prachatai.com) ทั้งทางนำสืบของโจทก์ก็ไม่ปรากฏพยานหลักฐานว่าจำเลยจะเป็นผู้นำข้อมูลคอมพิวเตอร์ดังกล่าวเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์หรือไม่อย่างไร กรณีจึงฟังไม่ได้ว่าจำเลยกระทำความผิดในข้อหาดังกล่าว

ส่วนปัญหาว่าจำเลยจงใจสนับสนุนหรือยินยอมให้มีการกระทำความผิดตามมาตรา 14 ตามพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 ในระบบคอมพิวเตอร์ที่อยู่ในความควบคุมของจำเลยหรือไม่นั้น ในเบื้องต้นศาลวินิจฉัยว่า เมื่อจำเลยเป็นผู้ดูแลเว็บไซต์หรือเรียกว่าเว็บมาสเตอร์ ทั้งจำเลยก็รับว่าจำเลยเป็นผู้ดำเนินการของเว็บไซต์ประชาไทแสดงว่าจำเลยเป็นผู้มีอำนาจในการบริหารงานรวมทั้งกำหนดแนวทางในการให้บริการของเว็บประชาไทจำเลยจึงเป็น “ผู้ให้บริการ” ตามที่บัญญัติในมาตรา 3 แห่งพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550

ส่วนปัญหาว่าจำเลยในฐานะผู้ให้บริการในการเข้าสู่ระบบอินเทอร์เน็ต จะต้องรับผิดชอบในข้อหาดังกล่าวหรือไม่นั้น ศาลเห็นว่า แม้ได้ความจากพยานโจทก์ว่า หลังจากพยานตรวจพบข้อความในเว็บไซต์แล้ว ได้แจ้งไปยังผู้ให้บริการทางอินเทอร์เน็ตเพื่อปิดกั้นข้อมูลนั้น แต่พยานก็ไม่ยืนยันได้แจ้งไปที่จำเลยโดยตรงหรือไม่และแจ้งไปในเวลาใด จะแจ้งก่อนหรือหลังจากที่มีการลบกระทู้ทั้งสืบออกจากเว็บบอร์ดประชาไทหรือไม่อย่างไรก็ไม่ปรากฏ และจากทางนำสืบของโจทก์ไม่ปรากฏข้อเท็จจริงว่า จำเลยจะจงใจหรือมีส่วนให้การสนับสนุนให้นำกระทู้ทั้งสืบดังกล่าวไปลงเว็บบอร์ดของเว็บไซต์ประชาไทอย่างไร

ส่วนปัญหาว่าการที่จำเลยปล่อยให้มีการนำกระทู้ทั้งสืบอยู่ในกระดานสนทนาหรือเว็บบอร์ดที่จำเลยเป็นผู้ดูแลเป็นเวลา 11 วัน 1 วัน 3 วัน 2 วัน 2 วัน 1 วัน 3 วัน 2 วัน 1 วัน และ 20 วัน ตามลำดับนั้นจะถือว่าจำเลยยินยอมให้มีการกระทำความผิดตามมาตรา 14 ในระบบคอมพิวเตอร์ที่อยู่ในความควบคุมของตนหรือไม่

ศาลเห็นว่า พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 มาตรา 15 ก็มีได้บัญญัติไว้โดยชัดแจ้งเกี่ยวกับระยะเวลานับแต่เกิดการกระทำความผิดตามมาตรา 14 ในระบบคอมพิวเตอร์ที่อยู่ในความควบคุมของผู้ให้บริการว่า ควรมีระยะเวลาสั้นเพียงใดจึงจะถือว่าผู้ให้บริการยินยอมให้มีการกระทำความผิดตามมาตรา 14 ในระบบคอมพิวเตอร์ที่อยู่ในความควบคุมของตน ทั้งตามพระราชบัญญัติดังกล่าวก็มีได้กำหนดระยะเวลาในการแจ้งเตือนให้ผู้ดูแลเว็บไซต์ดำเนินการแก้ไขกรณีที่มีการนำเข้าสู่ข้อมูลที่ไม่เหมาะสมสู่ระบบอินเทอร์เน็ตของผู้ให้บริการซึ่งมีฐานะเป็นตัวกลางระหว่างผู้ให้บริการในเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เพื่อให้ผู้ให้บริการเว็บไซต์ดำเนินการปรับปรุงแก้ไขข้อมูลที่ไม่เหมาะสมที่ผู้ให้บริการโพสต์หรือนำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ที่ผู้ให้บริการรับผิดชอบดูแลอยู่หรือระงับการเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวไว้เพียงใด

เมื่อปรากฏว่ากระทำตามเอกสารหมาย จ.23 ถึง จ.31 อยู่ในกระดานสนทนาหรือเว็บบอร์ดที่อยู่ในความควบคุมของจำเลยเป็นเวลา 11 วัน 1 วัน 3 วัน 2 วัน 2 วัน 1 วัน 3 วัน 2 วัน 1 วัน ตามลำดับ ซึ่งอยู่ภายในกรอบเวลาอันสมควรในการปฏิบัติหน้าที่ของจำเลยในฐานะผู้ควบคุมเว็บบอร์ด จึงมีอาจฟังได้ว่าจำเลยได้รู้ถึงการนำกระทำตามเอกสารหมาย จ.23 ถึง จ.31 ดังกล่าวเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ที่อยู่ในความควบคุมของจำเลย อันจะถือว่าเป็นการยินยอมให้มีการกระทำความผิดตามมาตรา 14 ในระบบคอมพิวเตอร์ที่อยู่ในความควบคุมของจำเลย

ส่วนกระทำตามเอกสารหมายจ. 32 นั้น เห็นว่า ปรากฏข้อมูลคอมพิวเตอร์อยู่ในกระดานสนทนาหรือเว็บบอร์ดที่อยู่ในความควบคุมของจำเลยเป็นเวลาถึง 20 วัน ซึ่งเกินเวลาอันสมควรที่จำเลยจะได้รู้โดยตรวจสอบพบ ตลอดจนนำข้อมูลที่ไม่เหมาะสมดังกล่าวออกจากกระดานที่อยู่ในความควบคุมของจำเลยตามที่ได้วินิจฉัยมาข้างต้น จึงเป็นการงดเว้นไม่ปฏิบัติหน้าที่ของผู้ให้บริการภายในเวลาอันสมควร ซึ่งหากจำเลยทำหน้าที่ควบคุมดูแลกระทำที่นำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ที่อยู่ในความควบคุมของจำเลยแล้ว เชื่อว่าจำเลยควรตรวจพบกระทำที่ปรากฏตามเอกสารหมาย จ.32 โดยได้รับความจากทางนำสืบของจำเลยเองว่า เมื่อวันที่ 3 พฤศจิกายน 2551 จำเลยได้รับหมายเรียกให้ไปให้ปากคำกรณีที่มีผู้ใช้นามว่า bento ตั้งกระทำแสดงความคิดเห็นในหัวข้อ “ความจริงวันนี้โดยบัพฟโละบอยจ้า” ลงในเว็บบอร์ดของเว็บไซต์ประชาไท ซึ่งเนื้อหามีลักษณะที่ไม่สมควรและพาดพิงถึงสถาบันเบื้องสูง ตามหมายเรียกพยานบุคคล เอกสารหมายเลข ล. 13 ซึ่งกระทำดังกล่าวเป็นกระทำตามเอกสารหมายเลข จ.32 เมื่อจำเลยได้รับหมายเรียกจึงนำข้อมูลที่ระบุในหมายไปตรวจสอบในเว็บบอร์ดของเว็บไซต์ประชาไท พบว่ามีกระทำตามเอกสารหมาย จ.32 อยู่จริง จึงได้ทำการปิดกั้นข้อมูลดังกล่าวโดยทันที ซึ่งยอมแสดงอยู่ในตัวว่าหากจำเลยได้ทำหน้าที่ในการตรวจสอบในเว็บบอร์ดตามหน้าที่ที่รับผิดชอบก็สามารถพบเห็นกระทำที่มีลักษณะไม่เหมาะสมได้โดยไม่ยากนัก แต่จำเลยกลับปล่อยให้กระทำดังกล่าวอยู่ในระบบคอมพิวเตอร์ที่อยู่ในความควบคุมของจำเลยเป็นเวลานานถึง 20 วัน และหากจำเลยไม่ได้รับหมายเรียกให้ไปให้ปากคำดังกล่าวก็ไม่แน่ว่ากระทำตามเอกสารหมาย จ.32 จะคงอยู่ในระบบคอมพิวเตอร์ที่อยู่ในความควบคุมของจำเลยอีกนานเพียงใด กรณีเช่นนี้ย่อมถือได้ว่าจำเลยให้ความยินยอมโดยปริยายในการนำข้อมูลตามที่ปรากฏในเอกสารหมายจ.32 เข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ที่อยู่ในความควบคุมของจำเลย

ศาลชั้นต้นพิพากษาว่าจำเลยมีความผิดตามพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์พ.ศ. 2550 มาตรา 15 ประกอบมาตรา 14(3) (เฉพาะกระหู่ตามเอกสารหมาย จ.32) ลงโทษจำคุกและปรับ โดยลดโทษให้หนึ่งในสามเนื่องจากทางนำสืบของจำเลยเป็นประโยชน์แก่การพิจารณา และโทษจำคุกให้รอการลงโทษไว้มีกำหนด 1 ปี ซึ่งต่อมาศาลอุทธรณ์พิพากษายืน

ทั้งนี้ ในสถานการณ์ปัจจุบันแพลตฟอร์มดิจิทัล เช่น เฟซบุ๊ก ที่อาจยังไม่ได้ดำเนินการแก้ไข หรือลบเนื้อหาหรือข้อมูลที่มีการเผยแพร่โดยผิดกฎหมายอย่างครอบคลุม แม้จะได้รับการร้องเรียนจากหน่วยงานหรือผู้ให้บริการ

4.1.6 พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562

เนื่องจากปัจจุบันมีการล่วงละเมิดสิทธิความเป็นส่วนตัวของข้อมูลส่วนบุคคลเป็นจำนวนมากจนสร้างความเดือดร้อนรำคาญหรือความเสียหาย ให้แก่เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีทำให้การเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลอันเป็นการล่วงละเมิดดังกล่าว ทำได้โดยง่าย สะดวก และรวดเร็ว ก่อให้เกิด ความเสียหายต่อเศรษฐกิจโดยรวม สมควรกำหนดให้มีกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลเป็นการทั่วไปขึ้น เพื่อกำหนดหลักเกณฑ์กลไกหรือมาตรการกำกับดูแลเกี่ยวกับการให้ความคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลที่เป็นหลักการทั่วไป จึงจำเป็นต้องตราพระราชบัญญัตินี้

(1) บุคคลที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคล

เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล (Data Subject) ตามกฎหมายไม่ได้ให้คำนิยามไว้ แต่โดยหลักการทั่วไปแล้ว คือ บุคคลที่ข้อมูลสามารถระบุไปถึงได้(มันส์สนนท์ เอกโกวัฒน์, https://www.parliament.go.th/ewtadmin/ewt/elaw_parcy/ewt_dl_link.php?nid=2975)

ผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคล (Data Controller) คือ บุคคลหรือนิติบุคคลซึ่งมีอำนาจหน้าที่ตัดสินใจเกี่ยวกับการเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล เช่น หน่วยงานของรัฐ หรือเอกชนโดยทั่วไปที่เก็บรวบรวม ใช้หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของประชาชนหรือลูกค้าที่มาใช้บริการ

ผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล (Data Processor) คือ บุคคลหรือนิติบุคคลซึ่งดำเนินการเกี่ยวกับการเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล ตามคำสั่งหรือในนามของผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคล ทั้งนี้ บุคคลหรือนิติบุคคลซึ่งดำเนินการดังกล่าวไม่เป็นผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคล เช่น บริการ cloud service เป็นต้น

ตัวแทนของผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคล (Data Controller's Representative) คือ ผู้ที่ได้รับมอบหมายให้กระทำการแทนผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลในกรณีที่ผู้ควบคุมข้อมูลอยู่นอกราชอาณาจักรไทย จะต้องแต่งตั้งตัวแทนอย่างเป็นทางการเป็นหนังสือลายลักษณ์อักษร ซึ่งตัวแทนจะต้องอยู่ในราชอาณาจักรและได้รับมอบอำนาจให้กระทำการแทนผู้ควบคุมข้อมูลโดยไม่มีข้อจำกัดความรับผิดใด ๆ เกี่ยวกับการเก็บรวบรวม ใช้ หรือ

เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลตามวัตถุประสงค์ของผู้ควบคุมข้อมูล (พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562)

(2) ขอบเขตการบังคับใช้กฎหมาย

พระราชบัญญัตินี้ใช้บังคับการเก็บ รวบรวม ใช้เปิดเผยข้อมูลโดยผู้ควบคุมหรือผู้ประมวลผลในราชอาณาจักรแม้ว่าการเก็บ รวบรวม ใช้เปิดเผยนั้นจะเกิดขึ้นนอกราชอาณาจักรก็ตาม ทั้งนี้ ถ้าผู้ควบคุมข้อมูลหรือผู้ประมวลผลข้อมูลอยู่นอกราชอาณาจักรเป็นนิติบุคคล/บุคคลต่างชาติ พระราชบัญญัตินี้จะใช้กับข้อมูลส่วนบุคคลที่อยู่ในราชอาณาจักรเฉพาะเป็นการเก็บ/ใช้/เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลที่เกี่ยวกับการเสนอสินค้า/บริการให้แก่เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลที่อยู่ในราชอาณาจักร ไม่ว่าจะมีการชำระเงิน ค่าสินค้า/บริการหรือไม่ก็ตาม และการเฝ้าติดตามพฤติกรรมเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลที่เกิดขึ้นในราชอาณาจักร (มาตรา 5)

(3) ข้อยกเว้นการบังคับใช้กฎหมาย

กฎหมายไม่ใช้บังคับในกรณีดังต่อไปนี้

ประการที่หนึ่ง การเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อประโยชน์ส่วนตัวหรือเพื่อกิจกรรมในครอบครัว

ประการที่สอง การดำเนินการของหน่วยงานของรัฐที่มีหน้าที่ในการรักษาความมั่นคงของรัฐ

ประการที่สาม การใช้หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลที่ทำการเก็บรวบรวมไว้เฉพาะเพื่อกิจการ สื่อมวลชน งานศิลปกรรม หรืองานวรรณกรรม

ประการที่สี่ การเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลตามหน้าที่และอำนาจของสภาผู้แทนราษฎร วุฒิสภา รัฐสภา หรือคณะกรรมการ

ประการที่ห้า การพิจารณาพิพากษาคดีของศาลและการดำเนินงานของเจ้าหน้าที่ในกระบวนการพิจารณาคดี

ประการที่หก การดำเนินการกับข้อมูลของบริษัทข้อมูลเครดิตและสมาชิกตามกฎหมายว่าด้วยการประกอบธุรกิจข้อมูลเครดิต

(4) สิทธิของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล

เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลมีสิทธิ ดังนี้

ประการที่หนึ่ง สิทธิได้รับแจ้งรายละเอียดในการเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคล (Right to be informed)

ประการที่สอง สิทธิขอเข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคล (Right of access)

ประการที่สาม สิทธิขอให้โอนข้อมูลส่วนบุคคล (Right to data portability)

ประการที่สี่ สิทธิคัดค้านการเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล (Right to object)

ประการที่ห้า สิทธิขอให้ลบหรือท าลาย หรือท าให้ข้อมูลส่วนบุคคลเป็นข้อมูลที่ไม่สามารถระบุตัวบุคคลได้ (Right to erasure/right to be forgotten)

ประการที่หก สิทธิขอให้ระงับการใช้ข้อมูลส่วนบุคคล (Right to restrict processing)

ประการที่เจ็ด สิทธิขอแก้ไขข้อมูลส่วนบุคคล (Right to rectification)

ประการที่แปด สิทธิในการร้องเรียนกรณีที่คุณควบคุมหรือผู้ประมวลผลไม่ปฏิบัติตาม พ.ร.บ.

คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

(5) หน้าที่ผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคล ผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล และหน้าที่เจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

หน้าที่ผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคล ผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล และหน้าที่เจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลมีสาระสำคัญ ดังนี้ (สรุปสาระสำคัญ พ.ร.บ. คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ.2562 , สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล - <https://icdl.online.th/content/8045/>)

(5.1) หน้าที่ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคล (Data Controller)

ประการที่หนึ่ง จัดให้มีมาตรการรักษาความมั่นคงปลอดภัย

ประการที่สอง มีระบบตรวจสอบการลบ/ทำลายข้อมูล เมื่อพ้นกำหนดระยะเวลาเก็บ

รักษา

ประการที่สาม แจ้งเหตุละเมิดแก่สำนักงานภายในระยะเวลา 72 ชั่วโมง

ประการที่สี่ ป้องกันการใช้หรือเปิดเผยข้อมูลโดยมิชอบ

ประการที่ห้า บันทึกรายการเมื่อมีการเก็บรวบรวม การใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล

ประการที่หก แต่งตั้งตัวแทนในราชอาณาจักร (กรณีอยู่ที่ต่างประเทศ) (มาตรา 37 (5))

(5.2) หน้าที่ผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล (Data Processor)

ประการที่หนึ่ง ดำเนินการตามคำสั่งที่ได้รับจากผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคล

ประการที่สอง จัดให้มีมาตรการรักษาความมั่นคงปลอดภัยที่เหมาะสม รวมทั้งแจ้งให้ผู้

ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลทราบถึงเหตุการณ์ละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล

ประการที่สาม จัดทำและเก็บรักษาบันทึกรายการของกิจกรรมการประมวลผลข้อมูลส่วน

บุคคล

(5.3) หน้าที่เจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Data Protection Officer)

ประการที่หนึ่ง ให้คำแนะนำแก่ผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคล หรือผู้ประมวลผลข้อมูลส่วน

บุคคล

ประการที่สอง ตรวจสอบการดำเนินงานของผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลหรือผู้ประมวลผล

ข้อมูล

ประการที่สาม จัดทำและเก็บรักษาบันทึกรายการของกิจกรรมการประมวลผลข้อมูลส่วน

บุคคล

(5.4) หน้าที่เจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Data Protection Officer)

ประการที่หนึ่ง ให้คำแนะนำแก่ผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลหรือผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล

ประการที่สอง ตรวจสอบการดำเนินงานของผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลหรือผู้ประมวลผลข้อมูล

ประการที่สาม ประสานงานและให้ความร่วมมือกับสำนักงานในกรณีที่มีปัญหาเกี่ยวกับการเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล

ประการที่สี่ รักษาความลับของข้อมูลที่ได้รับหรือได้มาจากการปฏิบัติหน้าที่

ทั้งนี้ ผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลและผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล ต้องจัดให้มีเจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Data Protection Officer: DPO) ในกรณีดังนี้ (สรุปสาระสำคัญ พ.ร.บ. คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ.2562 , สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล - <https://icdl.online.th/content/8045/>)

1. ผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลหรือผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลเป็นหน่วยงานของรัฐ
2. มีการเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผย จำเป็นต้องตรวจสอบข้อมูลส่วนบุคคลหรือระบบอย่างสม่ำเสมอโดยเหตุที่มีข้อมูลส่วนบุคคลเป็นจำนวนมาก
3. กิจกรรมหลักเป็นการเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งข้อมูลละเอียดอ่อน (Sensitive personal data)

(6) ความรับผิดและบทลงโทษ

กฎหมายกำหนดความรับผิดและบทลงโทษโดยมีสาระสำคัญ ดังนี้ (สรุปสาระสำคัญ พ.ร.บ. คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ.2562 , สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล - <https://icdl.online.th/content/8045/>)

ประการที่หนึ่ง ความรับผิดทางแพ่ง

ผู้กระทำความผิดข้อมูลส่วนบุคคลต้องชดใช้ค่าสินไหมทดแทนให้กับเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล ไม่ว่าการดำเนินการนั้นจะเกิด จากการกระทำโดยจงใจหรือประมาทเลินเล่อหรือไม่ก็ตาม โดยศาลมีอำนาจสั่งให้ชดใช้ค่าสินไหมทดแทนเพิ่มเติมได้สองเท่าของค่าสินไหมทดแทนที่แท้จริง

ประการที่สอง โทษอาญา

กำหนดบทลงโทษทางอาญาไว้สำหรับความผิดร้ายแรง เช่น การใช้หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลที่มีความละเอียดอ่อนโดยมิชอบล่วงรู้ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้อื่นแล้วนำไปเปิดเผยแก่ผู้อื่นโดยมิชอบ ระวังโทษสูงสุดจำคุกไม่เกิน 1 ปีหรือปรับไม่เกิน 1,000,000 บาทหรือทั้งจำทั้งปรับ ทั้งนี้ในกรณีที่ผู้กระทำความผิดเป็นนิติบุคคล กรรมการหรือผู้จัดการ หรือบุคคลใดซึ่งรับผิดชอบในการดำเนินงานของนิติบุคคลนั้น อาจต้องร่วมรับผิดในความผิดอาญาที่เกิดขึ้น

ประการที่สาม โทษทางปกครอง

กำหนดโทษปรับทางปกครองสำหรับการกระทำความผิดที่เป็นการฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามที่กฎหมายกำหนด

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาในทางข้อเท็จจริงปรากฏว่าแพลตฟอร์มดิจิทัลบางแพลตฟอร์มยังไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย เช่น เฟซบุ๊ก ยังไม่มีการดำเนินการแต่งตั้งตัวแทนของผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคล และผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลและผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล รวมถึงต้องจัดให้มีเจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งตามมาตรา 37 (5) บัญญัติว่า ในกรณีที่เป็นผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลตามมาตรา 5 วรรคสอง¹ ต้องแต่งตั้งตัวแทนของผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลเป็นหนังสือซึ่งตัวแทนต้องอยู่ในราชอาณาจักรและตัวแทนต้องได้รับมอบอำนาจให้กระทำการแทนผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลโดยไม่มีข้อจำกัดความรับผิดชอบใด ๆ ที่เกี่ยวกับการเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลตามวัตถุประสงค์ของผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งมีโทษทางปกครองตามมาตรา 86 กล่าวคือ ต้องระวางโทษปรับทางปกครองไม่เกินสามล้านบาท

4.1.7 ร่างพระราชบัญญัติเศรษฐกิจแพลตฟอร์มดิจิทัล พ.ศ.

ปัจจุบันมีการพัฒนาร่างพระราชบัญญัติเศรษฐกิจแพลตฟอร์มดิจิทัล พ.ศ. เพื่อกำกับดูแลแพลตฟอร์มดิจิทัลโดยเฉพาะ ซึ่งร่างพระราชบัญญัตินี้มีวัตถุประสงค์เพื่อกำกับดูแลและพัฒนาเศรษฐกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลให้มีความเป็นธรรม คุ้มครองผู้บริโภค และสร้างโปร่งใสในการแข่งขัน นอกจากนี้ ยังมีบทบัญญัติเกี่ยวกับมาตรการป้องกันการกระทำที่อาจเป็นอันตรายต่อระบบเศรษฐกิจดิจิทัลของประเทศ การกำกับดูแลดังกล่าวจะช่วยสร้างมาตรฐานในการดำเนินธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลให้มีประสิทธิภาพและยั่งยืนมากขึ้น โดยมีสาระสำคัญ ดังนี้

(1) คำนิยามที่สำคัญ

“บริการสื่อกลางดิจิทัล” หมายความว่า การให้บริการบนเครือข่าย คอมพิวเตอร์ ระบบอินเทอร์เน็ต หรือโครงข่ายโทรคมนาคม ซึ่งมีลักษณะเป็นสื่อกลาง ระหว่างผู้ส่งและผู้รับข้อมูล ดังต่อไปนี้

(1) บริการที่รับส่งข้อมูล

¹ พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 มาตรา 5 บัญญัติว่า “พระราชบัญญัตินี้ให้ใช้บังคับแก่การเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลโดยผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลหรือผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลซึ่งอยู่ในราชอาณาจักร ไม่ว่าจะการเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยนั้น ได้กระทำในหรือนอกราชอาณาจักรก็ตาม

ในกรณีที่ผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลหรือผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลอยู่นอกราชอาณาจักร พระราชบัญญัตินี้ให้ใช้บังคับแก่การรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของเจ้าของข้อมูล ส่วนบุคคลซึ่งอยู่ในราชอาณาจักรโดยการดำเนินกิจกรรมของผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลหรือผู้ประมวลผล ข้อมูลส่วนบุคคลดังกล่าว เมื่อเป็นกิจกรรม ดังต่อไปนี้

(1) การเสนอสินค้าหรือบริการให้แก่เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลซึ่งอยู่ในราชอาณาจักร ไม่ว่าจะมีการชำระเงินของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลหรือไม่ก็ตาม

(2) การฝ่าฝืนติดตามพฤติกรรมของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลที่เกิดขึ้นในราชอาณาจักร”

- (2) บริการระบบข้อมูลชั่วคราว
- (3) บริการเก็บรักษาข้อมูล
- (4) บริการอื่นตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

“บริการแพลตฟอร์มดิจิทัล” หมายความว่า การให้บริการสื่อกลางดิจิทัล ประเภทบริการเก็บรักษาข้อมูล ที่มีการจับคู่ผู้ใช้บริการประเภทต่าง ๆ เพื่อให้เกิดธุรกรรม หรือปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน ไม่ว่าจะคิดค่าบริการหรือไม่ก็ตาม ทั้งนี้ อาจมีการให้บริการ อื่นใดเพื่ออำนวยความสะดวกในการทำธุรกรรมหรือปฏิสัมพันธ์นั้นด้วยก็ได้

“ผู้ให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลที่มีนัยสำคัญ” หมายความว่า ผู้ให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลที่มีนัยสำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคมของประเทศตามมาตรา 22

“ผู้ใช้บริการ” หมายความว่า บุคคลทุกคน ทุกกลุ่ม และทุกประเภท ซึ่งใช้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัล ไม่ว่าจะเป็นผู้ให้บริการประเภทผู้ประกอบการหรือ ผู้ใช้บริการขั้นสุดท้ายก็ตาม

“ผู้ใช้บริการประเภทผู้ประกอบการ” หมายความว่า ผู้ใช้บริการ ที่ขายสินค้าหรือให้บริการเป็นอาชีพหรือในทางการค้าผ่านบริการแพลตฟอร์มดิจิทัล เพื่อประโยชน์ในการเข้าถึงผู้ใช้บริการขั้นสุดท้าย และให้หมายความรวมถึงผู้รับส่งสินค้า หรือคนโดยสารผ่านบริการแพลตฟอร์มดิจิทัล และผู้ทำงานผ่านบริการแพลตฟอร์มดิจิทัล ที่ใช้แรงงานหรือทักษะเฉพาะด้วย

“ผู้ใช้บริการขั้นสุดท้าย” หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่ไม่ใช่ผู้ประกอบการ

“โฆษณา” หมายความว่า การนำเสนอข้อมูลเพื่อส่งเสริมหรือสนับสนุน ข้อความหรือสื่อ ไม่ว่าจะอยู่ในรูปแบบใดบนแพลตฟอร์มดิจิทัล ซึ่งดำเนินการโดย ผู้ให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อแลกเปลี่ยนกับค่าตอบแทนในการนำเสนอข้อมูลดังกล่าว ทั้งนี้ ไม่ว่าเนื้อหาของข้อมูลหรือข้อความ ดังกล่าวจะมีวัตถุประสงค์ในทางการค้าหรือไม่ก็ตาม

“ธุรกรรม” หมายความว่า ธุรกรรมตามกฎหมายว่าด้วยธุรกรรม ทางอิเล็กทรอนิกส์

“ข้อความ” หมายความว่า สิ่งที่สื่อความด้วยตัวอักษร ตัวเลข ผัง หรือแผน แบบอย่างอื่น เสียง ภาพ หรือรูปแบบอื่นที่เป็นหลักฐานแห่งความนั้น

(2) หน้าที่และความรับผิดชอบของผู้ให้บริการสื่อกลางดิจิทัล

ผู้ให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลมีหน้าที่หลัก ได้แก่ การแจ้งเงื่อนไขการให้บริการและสิทธิของผู้ใช้บริการอย่างโปร่งใส จัดให้มีช่องทางร้องเรียนที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย รักษาความปลอดภัยของข้อมูล ผู้ใช้บริการ ไม่เลือกปฏิบัติ หรือกีดกันคู่แข่งที่ใช้แพลตฟอร์มเดียวกัน

(3) หน้าที่ของผู้ให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัล

แพลตฟอร์มดิจิทัลต้องให้ข้อมูลที่เป็นจริงเกี่ยวกับระบบของตนเอง เช่น อัลกอริทึมที่ใช้ในการจัดอันดับสินค้าและบริการ กระบวนการตรวจสอบและลบเนื้อหาที่ละเมิดกฎหมาย ระบบคุ้มครองผู้บริโภคจากการหลอกลวงและฉ้อโกง

(4) หน้าที่เฉพาะของผู้ให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลที่มีนัยสำคัญ

แพลตฟอร์มที่มีนัยสำคัญ (ร่างพระราชบัญญัติเศรษฐกิจแพลตฟอร์มดิจิทัล พ.ศ. ... มาตรา 22) ต้องรายงานข้อมูลต่อหน่วยงานกำกับดูแล ซึ่งรวมถึงรายได้จากการให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัล จำนวนผู้ใช้บริการและสัดส่วนของผู้ให้บริการรายอื่นที่อยู่บนแพลตฟอร์ม ข้อมูลเกี่ยวกับข้อร้องเรียนและการจัดการข้อพิพาท

(5) หน้าที่ของผู้ให้บริการที่มีอำนาจควบคุม (Gatekeepers)

ผู้ให้บริการที่ถือว่ามีอำนาจควบคุมต้องปฏิบัติตามมาตรการเพิ่มเติมเพื่อป้องกันการผูกขาด เช่น ห้ามใช้อำนาจเหนือตลาดเพื่อบีบบังคับผู้ใช้บริการ ต้องอนุญาตให้คู่แข่งสามารถเข้าถึงโครงสร้างพื้นฐานทางดิจิทัลได้ ห้ามเก็บข้อมูลผู้ใช้บริการเพื่อนำไปใช้ในทางที่เอื้อประโยชน์ต่อตนเอง

(6) การกำกับดูแลและการบังคับใช้กฎหมาย

คณะกรรมการเศรษฐกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลเป็นผู้กำกับดูแลการปฏิบัติตามกฎหมาย มีอำนาจออกประกาศและคำสั่งกำกับดูแลการดำเนินงานของแพลตฟอร์มดิจิทัล สามารถสั่งระงับหรือยกเลิกบริการที่ละเมิดกฎหมายได้

(7) บทกำหนดโทษ

การฝ่าฝืนข้อกำหนดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค มีโทษปรับหรือเพิกถอนสิทธิการให้บริการ การกระทำที่มีผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจและสังคม อาจมีโทษทางอาญาหรือค่าปรับสูง

(8) การระงับข้อพิพาท

กฎหมายกำหนดให้มีการจัดให้มีระบบไกล่เกลี่ยข้อพิพาทระหว่างผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ และต้องมีช่องทางสำหรับการอุทธรณ์คำสั่งของหน่วยงานกำกับดูแล

(9) การปกป้องข้อมูลและความเป็นส่วนตัว

แพลตฟอร์มดิจิทัลต้องปฏิบัติตามหลักการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ห้ามใช้ข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อประโยชน์ทางการค้าโดยไม่ได้รับความยินยอมจากเจ้าของข้อมูล

การพัฒนา ร่างกฎหมายฉบับดังกล่าวถือเป็นการพัฒนาที่สำคัญสำหรับกฎหมายไทยในการกำกับดูแลแพลตฟอร์มดิจิทัล อย่างไรก็ตามสภาพบังคับเป็นประเด็นที่น่าพิจารณาโดยเฉพาะกับแพลตฟอร์มดิจิทัลที่เป็นนิติบุคคลต่างประเทศ

4.2 กฎหมายต่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับการฟ้องร้องดำเนินคดีกับผู้ประกอบการธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัล

ในหัวข้อนี้จะยกตัวอย่างกฎหมายต่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับการฟ้องร้องดำเนินคดีกับผู้ประกอบการธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัล ได้แก่ สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป และประเทศออสเตรเลีย ด้วยประเทศเหล่านี้เป็น

ประเทศที่มีแนวทางของกฎหมายหรือกระบวนการในการพิทักษ์สิทธิของผู้ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลที่ชัดเจนและเป็นระบบจึงมีความน่าสนใจในการศึกษาเพื่อมาปรับใช้ในการวิเคราะห์แนวทางการฟ้องร้องดำเนินคดีกับผู้ประกอบการแพลตฟอร์มดิจิทัลสำหรับประเทศไทย

4.2.1 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลของประเทศสหรัฐอเมริกา

ประเทศสหรัฐอเมริกา ถือได้ว่าเป็นอีกประเทศหนึ่งที่มีความก้าวหน้าในด้านของเทคโนโลยีรวมถึงมีแนวทางในการกำกับดูแลธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลที่น่าสนใจ จากการศึกษาพบว่าประเทศสหรัฐอเมริกาได้มีการประกาศใช้ รัฐบัญญัติการสื่อสาร ค.ศ. 1934 (the Communication Act of 1934) โดยมีเหตุผลสำคัญในการประกาศใช้กฎหมายดังกล่าวเนื่องจากธุรกิจการให้บริการอินเทอร์เน็ตรวมถึงธุรกิจบริการคอมพิวเตอร์เชิงโต้ตอบ (interactive computer services) ที่มีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว และมีการนำไปใช้ในชีวิตประจำวันอย่างกว้างขวาง ทั้งยังมีลักษณะเฉพาะในด้านของการให้ “ผู้ใช้” (user) แต่เพียงผู้เดียวเป็นผู้ที่สามารถควบคุมเนื้อหา (content) ต่าง ๆ ที่มีการเผยแพร่ผ่านทางอินเทอร์เน็ตหรือบริการคอมพิวเตอร์เชิงโต้ตอบ เช่น การแสดงความคิดเห็นทั้งในด้านการเมือง การศึกษา วัฒนธรรม รวมถึงความบันเทิงต่าง ๆ ขณะที่ยังไม่มีแนวทางหรือกลไกทางกฎหมายใดที่จะนำมาใช้ในการควบคุมธุรกิจทั้งสองประการดังกล่าวโดยตรง โดยเฉพาะผู้ประกอบการดังกล่าวมักจะอ้างว่าตนไม่ได้เป็นผู้ผลิต (generate) เนื้อหาต่าง ๆ เช่นว่านั้น ส่งผลให้ผู้ประกอบการดังกล่าวหลุดพ้นจากความรับผิดชอบหรือไม่ต้องร่วมรับผิดชอบใด ๆ กับ “ผู้ใช้” ในกรณีที่มีความเสียหายเกิดขึ้นกับผู้หนึ่งผู้ใดอันเป็นผลมาจากเนื้อหาที่มีการเผยแพร่นั้น ด้วยเหตุนี้ รัฐบัญญัติการสื่อสาร ค.ศ. 1934 จึงเป็นกฎหมายสำคัญในการกำหนดลักษณะของความรับผิดชอบรวมถึงข้อยกเว้นความรับผิดชอบของผู้ประกอบการให้บริการอินเทอร์เน็ตรวมถึงธุรกิจบริการคอมพิวเตอร์เชิงโต้ตอบให้มีความชัดเจนมากขึ้น โดยมีการกล่าวถึงเรื่องดังกล่าวไว้ในมาตรา 230 (Section 230) ดังรายละเอียดที่จะกล่าวถึงต่อไปนี้

(1) คำนิยาม

รัฐบัญญัติการสื่อสาร ค.ศ. 1934 มาตรา 230 ได้มีการให้คำนิยามศัพท์เฉพาะสำคัญที่มีการใช้ในส่วนนี้ ที่เห็นสมควรกล่าวถึงดังต่อไปนี้

1) อินเทอร์เน็ต (Internet) หมายถึง เครือข่ายคอมพิวเตอร์ในทางระหว่างประเทศทั้งที่เป็นเครือข่ายของรัฐบาลกลางแห่งสหรัฐอเมริกา รวมถึงเครือข่ายอื่นที่ไม่อยู่ภายใต้รัฐบาลกลางแห่งสหรัฐอเมริกาที่สามารถทำงานร่วมกัน (interoperable) และสามารถสลับ (switch) เครือข่ายของข้อมูลได้

2) บริการคอมพิวเตอร์เชิงโต้ตอบ (Interactive Computer Service) หมายถึง บริการข้อมูล ระบบ หรือผู้ให้บริการซอฟต์แวร์การเข้าถึงที่ช่วยให้ผู้ใช้ (user) หลายคนสามารถเข้าถึงเซิร์ฟเวอร์คอมพิวเตอร์ รวมถึงบริการหรือระบบที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต และระบบที่ดำเนินการหรือบริการที่นำเสนอโดยห้องสมุด หรือสถาบันการศึกษา

3) ผู้ให้บริการเนื้อหาข้อมูล (Information Content Provider) หมายถึง บุคคล หรือหน่วยงานใด ๆ ที่มีความรับผิดชอบทั้งหมด หรือบางส่วนในการสร้างหรือพัฒนาเนื้อหาที่จัดทำผ่านอินเทอร์เน็ตหรือบริการคอมพิวเตอร์เชิงโต้ตอบอื่น ๆ

4) ผู้ให้บริการซอฟต์แวร์การเข้าถึง (Access Software Provider) หมายถึง ผู้ให้บริการซอฟต์แวร์ รวมถึงซอฟต์แวร์ลูกค้ำหรือซอฟต์แวร์เซิร์ฟเวอร์ หรือ เครื่องมือที่ช่วยให้ทำอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง ได้แก่

ก) กรอง คัดกรอง อนุญาต หรือไม่อนุญาตเนื้อหา

ข) เลือก วิเคราะห์ หรือย่อยเนื้อหา

ค) ส่ง รับ แสดง ส่งต่อ แคช ค้นหา ย่อย จัดระเบียบ จัดระเบียบใหม่ หรือแปลเนื้อหา

(2) การคุ้มครองการบล็อกและการคัดกรองเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม (Protection for private blocking and screening of offensive material)

ในด้านของการให้ความคุ้มครองการบล็อกรวมถึงการคัดกรองเนื้อหาที่มีความไม่เหมาะสมที่มีการเผยแพร่ผ่านทางธุรกิจให้บริการอินเทอร์เน็ตรวมถึงธุรกิจบริการคอมพิวเตอร์เชิงโต้ตอบนั้น บทบัญญัติมาตรา 230 แห่งรัฐบัญญัติการสื่อสาร ค.ศ. 1934 กำหนดว่าจะสามารถทำได้ภายใต้กรอบนโยบายการดำเนินการด้านการให้บริการอินเทอร์เน็ตหรือธุรกิจบริการคอมพิวเตอร์เชิงโต้ตอบของประเทศสหรัฐอเมริกาที่มุ่งเน้นในการส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจดังกล่าวรวมถึงสื่อเชิงโต้ตอบ (interactive media) อื่น ๆ ทั้งยังมุ่งต่อการดำรงไว้ซึ่งการแข่งขันในตลาดเสรีโดยไม่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลจากรัฐบาลกลาง (Federal) หรือรัฐ (State) ใด ๆ ในประเทศสหรัฐอเมริกา รวมถึงเพื่อส่งเสริมสนับสนุนการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีในการเพิ่มขีดความสามารถของ “ผู้ใช้” ในการควบคุมและคัดกรองข้อมูลที่ได้รับมาจากครอบครัว สถาบันการศึกษา ตลอดจนบุคคลอื่น ๆ ผ่านทางบริการอินเทอร์เน็ตหรือบริการคอมพิวเตอร์เชิงโต้ตอบ ทั้งยังจะต้องเป็นการช่วยขจัดอุปสรรคในการพัฒนาและการใช้ประโยชน์ทางเทคโนโลยีโดยผู้ปกครองในการจำกัดการเข้าถึงเนื้อหาที่น่ารังเกียจหรือมีความไม่เหมาะสมสำหรับเด็กและเยาวชนโดยการบล็อก (blocking) หรือคัดกรอง (filtering) และนโยบายในเรื่องดังกล่าวประการสุดท้าย คือ จะต้องมีการบังคับใช้กฎหมายที่มีโทษในทางอาญาของรัฐบาลกลางสหรัฐอเมริกาอย่างเข้มงวดและจริงจัง เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการยับยั้งและลงโทษการจำหน่ายหรือเผยแพร่สื่อลามก (obscenity) การสะกดรอยตาม (stalking) และการคุกคาม (harassment) ผ่านการใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์

(3) การคุ้มครองการบล็อกและการกรองเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมในฐานะที่เป็นผู้ที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม (Good Samaritan)

การคุ้มครองการบล็อกและการกรองเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมในฐานะที่เป็นผู้ที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นการกำหนดหน้าที่ในการบล็อกรวมถึงการคัดกรองเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมที่มีการเผยแพร่ผ่านทางธุรกิจการให้บริการอินเทอร์เน็ตรวมถึงธุรกิจบริการคอมพิวเตอร์เชิงโต้ตอบ โดยกำหนดให้เป็นหน้าที่ของผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตหรือผู้ให้บริการคอมพิวเตอร์เชิงโต้ตอบเป็นผู้มีหน้าที่ดังกล่าวในฐานะที่เป็นผู้มีความ

รับผิดชอบต่อสังคมเพิ่มเติมขึ้นมาจากการควบคุมและคัดกรองโดยตัวของ “ผู้ใช้” เอง โดยผู้ให้บริการคอมพิวเตอร์เชิงโต้ตอบมีหน้าที่ในการต้องแจ้งให้แก่ผู้ใช้บริการทราบในขณะที่มีการทำข้อตกลง ถึงเครื่องมือที่ใช้ช่วยผู้ปกครองของเด็กและเยาวชนในการคัดกรอง ควบคุม หรือจำกัดการเข้าถึงเนื้อหาที่เป็นอันตรายหรือเนื้อหาที่มีความไม่เหมาะสม เช่น ฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ หรือบริการในการกรองข้อมูลหรือเนื้อหาอื่น ๆ ที่มีการจำหน่ายในเชิงพาณิชย์

อย่างไรก็ตาม บทบัญญัติมาตรา 230 ได้มีการกำหนดข้อยกเว้นความรับผิดของผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตหรือผู้ให้บริการคอมพิวเตอร์เชิงโต้ตอบในกรณีที่มีเนื้อหาหรือข้อมูลที่เป็นอันตรายหรือไม่เหมาะสมที่มีการเผยแพร่ผ่านทางบริการของตน ดังนี้

1) ผู้ให้บริการหรือผู้ให้บริการคอมพิวเตอร์เชิงโต้ตอบ ไม่ถือว่าเป็นผู้กล่าว (speaker) หรือผู้ไขข่าวแพร่หลาย (publisher) ซึ่งเนื้อหาหรือข้อมูลใด ๆ ที่มีการจัดทำหรือจัดให้มีขึ้นโดยผู้ผลิตเนื้อหา (content provider) รายอื่น ผ่านทางบริการอินเทอร์เน็ตหรือบริการคอมพิวเตอร์เชิงโต้ตอบที่ตนเป็นผู้ใช้หรือเป็นผู้ให้บริการ

2) ผู้ให้บริการหรือผู้ให้บริการคอมพิวเตอร์เชิงโต้ตอบ จะไม่ถือว่ามีความรับผิดในทางแพ่งหากว่าได้กระทำการใด ๆ ด้วยความสมัครใจและด้วยความสุจริต อันมีผลเป็นการจำกัดการเข้าถึงหรือจำกัดความพร้อมใช้งานของเนื้อหาที่ผู้ใช้ หรือผู้ให้บริการพิจารณาแล้วเห็นว่าเป็นเนื้อหาที่มีความไม่เหมาะสม ลามกหยาบคาย เป็นเนื้อหาที่มีความรุนแรงมากเกินไป หรืออาจเป็นการรบกวนผู้ใช้รายอื่น ๆ โดยไม่จำเป็นต้องคำนึงว่าเนื้อหาเช่นว่านั้นเป็นเนื้อหาที่ได้รับการคุ้มครองตามรัฐธรรมนูญแห่งประเทศสหรัฐอเมริกาหรือไม่ รวมถึงการกระทำหรือการดำเนินการใด ๆ ที่เป็นการช่วยหรือทำให้ผู้ให้บริการเนื้อหาข้อมูลหรือบุคคลอื่นใด มีวิธีการหรือเทคนิคในการจำกัดการเข้าถึงเนื้อหาที่มีความไม่เหมาะสมดังที่ได้กล่าวมาข้างต้น

จากบทบัญญัติมาตรา 230 แห่งรัฐธรรมนูญเพื่อการสื่อสาร ค.ศ. 1934 ดังที่ได้ทำการศึกษามาแล้วข้างต้น จะเห็นได้ว่า บทบัญญัติดังกล่าวมีผลเป็นการกำหนดหน้าที่รวมถึงข้อยกเว้นความรับผิดของผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตและผู้ให้บริการคอมพิวเตอร์เชิงโต้ตอบที่มีการดำเนินธุรกิจอยู่ในเขตอำนาจของประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นสำคัญ อย่างไรก็ตามกฎหมายดังกล่าวกลับถูกผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตหรือผู้ให้บริการคอมพิวเตอร์เชิงโต้ตอบนำไปใช้เป็นข้อจำกัดหรือข้อยกเว้นความรับผิดของตนในบรรดาเนื้อหา รวมถึงการแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ ที่เป็นการกล่าวหรือไขข่าวแพร่หลายโดยบุคคลอื่นผ่านทางแพลตฟอร์มที่ตนให้บริการที่เกิดขึ้นในเขตอำนาจของประเทศอื่นนอกเหนือไปจากประเทศสหรัฐอเมริกาอีกด้วย ปรากฎการณ์ดังกล่าวจึงก่อให้เกิดผลเป็นการใช้อำนาจอธิปไตยในทางนิติบัญญัติของรัฐหนึ่งอยู่เหนืออีกรัฐหนึ่งผ่านทางผู้ให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลอันเป็นการขัดต่อหลักการพื้นฐานของกฎหมายระหว่างประเทศ

นอกจากนี้บทบัญญัติดังกล่าวยังอาจตีความได้ว่าเป็นกฎหมายที่รับรองการออกกฎหมายหรือระเบียบในการกำกับดูแลตนเองของแพลตฟอร์ม (self-regulation) ผ่านทางหลักเกณฑ์ที่เรียกว่า “ข้อกำหนดมาตรฐานชุมชน” (Community Standard) โดยเป็นข้อกำหนดที่ทางแพลตฟอร์มเป็นผู้กำหนดนโยบาย และเป็นผู้ประกาศใช้ข้อกำหนดมาตรฐานชุมชนสู่สาธารณะ โดยมีค่าบังคับเสมือนหนึ่งว่าข้อกำหนดมาตรฐานชุมชน

ที่มีการประกาศใช้นั้นเป็นกฎหมาย เช่น มีการกำหนดบทลงโทษสำหรับ “ผู้ใช้” ที่ละเมิดต่อหลักเกณฑ์ที่กำหนด โดยเฉพาะการห้ามใช้บัญชีผู้ใช้ (user account) ผ่านทางแพลตฟอร์มดิจิทัลหรือบริการคอมพิวเตอร์เชิงโต้ตอบทั้งที่เป็นการห้ามชั่วคราวหรือการห้ามแบบถาวร รวมถึงการตัดสินใจให้ลบหรือการอนุญาตให้คงเนื้อหาซึ่งมีการเผยแพร่ไว้ ตลอดจนการสร้างรายได้หรือการเลิกสร้างรายได้จากข้อมูล จนอาจเรียกข้อกำหนดมาตรฐานชุมชนดังกล่าวในอีกชื่อหนึ่งได้ว่าเป็น “กฎหมายระหว่างประเทศของแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก” (International law of Facebook) (Chander, 2022) หรือ “กฎหมายระหว่างประเทศของอินเทอร์เน็ต” (International law of the Internet) (Land, 2013) ส่งผลให้แพลตฟอร์มดิจิทัลสามารถควบคุมเนื้อหาที่มีการเผยแพร่อยู่ในระบบของตนได้โดยสิทธิขาด

กล่าวได้ว่า บทบัญญัติมาตรา 230 แห่งรัฐพระราชบัญญัติการสื่อสาร ค.ศ. 1934 เป็นกฎหมายที่ให้ความคุ้มครองแก่ผู้ประกอบการแพลตฟอร์มดิจิทัลจากการถูกดำเนินคดีทางแพ่งในศาลของประเทศสหรัฐอเมริกา อันเนื่องมาจากเนื้อหา ข้อความ หรือข้อมูลดิจิทัลที่มีการเผยแพร่โดยบุคคลที่สาม (third party) ผ่านทางบริการคอมพิวเตอร์เชิงโต้ตอบที่ให้บริการบนแพลตฟอร์ม โดยไม่จำเป็นต้องคำนึงว่าเนื้อหา ข้อความ หรือข้อมูลดิจิทัลเหล่านั้นได้รับการเผยแพร่จากต้นทางในประเทศใด หรือบุคคลผู้มีสัญชาติใดเป็นผู้เผยแพร่ ภายใต้หลักเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น (Freedom of Expression) อย่างไรก็ตาม บทบัญญัติดังกล่าวกลับถูกผู้ประกอบการแพลตฟอร์มดิจิทัลบางราย โดยเฉพาะผู้ประกอบการแพลตฟอร์มดิจิทัลที่มีภูมิลำเนาอยู่ในประเทศสหรัฐอเมริกา (US-based Platform) นำไปใช้เพื่อปฏิเสธคำร้องขอจากผู้ใช้ที่ร้องขอให้ลบเนื้อหา ข้อความ หรือข้อมูลดิจิทัลที่มีการเผยแพร่ผ่านทางแพลตฟอร์มธุรกิจของตน โดยให้เหตุผลว่าผู้ใช้บริการธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลไม่จำเป็นต้องตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา ข้อความ หรือข้อมูลดิจิทัลที่บุคคลที่สามเป็นผู้โพสต์ทุกครั้ง เนื่องจากปริมาณของเนื้อหาที่มีการโพสต์ในแต่ละวันมีจำนวนค่อนข้างมาก การกำหนดให้เป็นหน้าที่ของผู้ให้บริการแพลตฟอร์มในการคัดกรอง ตรวจสอบ เนื้อหา ข้อความ หรือข้อมูลดิจิทัลที่มีการโพสต์ผ่านแพลตฟอร์มของตนจึงเป็นการยาก และอาจเป็นการสร้างภาระให้แก่ผู้ให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลมากจนเกินสมควร โดยขอกกล่าวอ้างที่มีผลทำให้ผู้ประกอบการแพลตฟอร์มดิจิทัลไม่ควรมีความรับผิดชอบในเนื้อหาที่มีการเผยแพร่ผ่านทางแพลตฟอร์มของตนเช่นว่านี้ได้รับการยอมรับในหลายประเทศ เช่น ประเทศเยอรมัน หรือสหภาพยุโรป เป็นต้น (Chander, 2022)

นอกจากนี้ ข้อตกลงทางการค้าสหรัฐอเมริกา เม็กซิโก และแคนาดา (United States-Mexico-Canada Agreement) หมวดที่ 19 การทำธุรกิจดิจิทัล (Chapter 19 Digital Trade) ข้อ 19.17 ว่าด้วยเรื่องการให้บริการคอมพิวเตอร์เชิงโต้ตอบ (Interactive Computer Services) โดยกำหนดให้รัฐภาคีมีหน้าที่ในการไม่บัญญัติกฎหมายที่มีผลเป็นการกำหนดความรับผิดแก่ผู้ให้บริการหรือผู้ใช้บริการคอมพิวเตอร์เชิงโต้ตอบในกรณีที่มีความเสียหายใด ๆ ที่เกิดขึ้นอันเนื่องมาจากเนื้อหา ข้อความ หรือข้อมูลดิจิทัลที่มีการเก็บประมวลผล ส่ง แจกจ่าย หรือเปิดเผย เว้นแต่ในกรณีที่ผู้ให้บริการหรือผู้ใช้นั้นได้สร้างหรือพัฒนาข้อมูลดังกล่าวเองไม่ว่าทั้งหมดหรือแต่เพียงบางส่วน นอกจากนี้ในกรณีที่ผู้ให้บริการหรือผู้ใช้บริการคอมพิวเตอร์เชิงโต้ตอบได้กระทำการใด ๆ โดยสมัครใจหรือโดยความสุจริต หรือดำเนินการใด ๆ เพื่อเปิดใช้งานหรือจัดให้มี

เครื่องมือทางเทคโนโลยีอันมีผลเป็นการจำกัดการเข้าถึงหรือกระทบต่อความพร้อมในการใช้งานของเนื้อหา ข้อมูล หรือข้อความดิจิทัล ซึ่งผู้ให้บริการหรือผู้ใช้บริการเห็นว่าเป็นเนื้อหาที่อันตรายหรือไม่เหมาะสม โดยที่เนื้อหาเช่นว่านั้นสามารถเข้าถึงหรือใช้งานได้ผ่านบริการดังกล่าว ให้ถือว่าผู้ให้บริการหรือผู้ใช้บริการที่กระทำการเช่นว่านี้ไม่ต้องรับผิดชอบในความเสียหายใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้น เว้นแต่ในกรณีที่ผู้ให้บริการหรือผู้ใช้บริการเป็นผู้มีส่วนในการจัดให้มีเนื้อหา ข้อความ หรือข้อมูลดิจิทัลที่เป็นอันตรายหรือไม่เหมาะสมนั้น

จากข้อกำหนดดังกล่าวจะเห็นได้ว่ามีความใกล้เคียงและมีผลบังคับใช้ในทำนองเดียวกันกับ บทบัญญัติมาตรา 230 แห่งรัฐบัญญัติการสื่อสาร ค.ศ. 1934 อันเป็นผลทำให้ผู้ให้บริการคอมพิวเตอร์เชิงโต้ตอบไม่ต้องรับผิดชอบในกรณีที่บุคคลอื่นเป็นผู้โพสต์เนื้อหา ข้อความ หรือข้อมูลดิจิทัลที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายกับผู้อื่นใด รวมถึงหากผู้ให้บริการเห็นว่าเป็นเนื้อหาใดที่มีความไม่เหมาะสมหรือเป็นเนื้อหาที่เป็นอันตราย ก็สามารถดำเนินการใด ๆ อันมีผลเป็นการจำกัดการเข้าถึงหรือกระทบต่อความพร้อมในการใช้งานของเนื้อหาที่มีการเผยแพร่ไปแล้วนั้นได้ โดยไม่ถือว่าเป็นความผิดหรือมีความรับผิดชอบในทางแพ่งเช่นเดียวกัน อย่างไรก็ตาม มีข้อสังเกตในเบื้องต้นของคณะผู้วิจัยในประเด็นนี้ว่า บทบัญญัติดังกล่าวกำหนดให้เป็นดุลพินิจของผู้ให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลโดยอิสระและโดยสิทธิขาดแต่เพียงผู้เดียวในการพิจารณาและให้ความเห็นว่า ควรจะจำกัดการเข้าถึงหรือจำกัดความพร้อมในการใช้งานของเนื้อหา ข้อความ หรือข้อมูลดิจิทัลใด ๆ ภายใต้อำนาจ “ข้อกำหนดมาตรฐานชุมชน” อันเป็นหลักเกณฑ์ที่แพลตฟอร์มดิจิทัลนั้น ๆ กำหนดขึ้นในการดำเนินงานและควบคุมพฤติกรรมของผู้ใช้แพลตฟอร์มของตน หากจะกล่าวอีกนัยหนึ่งแล้ว ผู้ให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลอาจจะใช้ดุลพินิจของตนในการไม่จำกัดการเข้าถึงหรือไม่จำกัดความพร้อมในการใช้งานของเนื้อหา ข้อความ หรือข้อมูลดิจิทัล ได้เช่นเดียวกัน หากผู้ให้บริการแพลตฟอร์มพิจารณาแล้วเห็นว่าเนื้อหา ข้อความ หรือข้อมูลดิจิทัลที่มีบุคคล หรือหน่วยงานใดยื่นข้อร้องเรียนมานั้นไม่ขัดหรือแย้งกับข้อกำหนดมาตรฐานชุมชนที่แพลตฟอร์มของตนได้กำหนดไว้ อันเป็นกระบวนการที่ไม่อาจตรวจสอบได้

4.2.2 สหภาพยุโรป

ในการศึกษากฎหมายของสหภาพยุโรปนั้นมีความสำคัญเกี่ยวกับการกำกับดูแลแพลตฟอร์มดิจิทัล ได้แก่ พระราชบัญญัติอีคอมเมิร์ซ EU E-Commerce Directive และพระราชบัญญัติว่าด้วยบริการดิจิทัล (Digital Services Act หรือ DSA) ซึ่งกฎหมายมีหลักการของกฎหมายในการกำหนดข้อยกเว้นความรับผิดของผู้ให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัล และวิธีการกำกับดูแลแพลตฟอร์มดิจิทัล รวมถึงบทลงโทษ โดยกฎหมายทั้งสองฉบับมีสาระสำคัญ ดังนี้

1. การกำกับดูแลแพลตฟอร์มดิจิทัลตามพระราชบัญญัติอีคอมเมิร์ซ EU E-Commerce Directive

กฎหมายฉบับนี้มีหน้าที่กำกับดูแลในเรื่องของการบริการข้อมูลออนไลน์ของผู้ให้บริการ โดยจะเป็นการควบคุมกิจกรรมทางเศรษฐกิจต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นทางออนไลน์

(1) ผู้ให้บริการที่ต้องอยู่ภายใต้กฎหมาย

กฎหมายแบ่งผู้ให้บริการออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่

ประเภทที่หนึ่ง Mere conduit

Article 12 (Article 12) เป็นหลักเกณฑ์เกี่ยวกับความรับผิดของผู้ให้บริการที่ทำหน้าที่เป็นเพียงสื่อกลาง หรือ Mere Conduit ซึ่งวางหลักว่า “ผู้ให้บริการสังคมสารสนเทศ” หรือ “information society service providers” (ISSPs) ที่ได้รับความคุ้มครองไม่ต้องรับผิดในข้อมูลสารสนเทศที่มีการส่ง (รพีพร วัฒนะชีวะกุล, 2557)

ประเภทที่สอง Caching

Article 13 (Article 13) เป็นหลักเกณฑ์เกี่ยวกับความรับผิดของผู้ให้บริการที่ทำหน้าที่จัดเก็บข้อมูลสารสนเทศชั่วคราว หรือ Caching ซึ่งวางหลักว่า “ผู้ให้บริการสังคมสารสนเทศ” (ISSPs) ที่ได้รับความคุ้มครองไม่ต้องรับผิดในข้อมูลสารสนเทศซึ่งถูกจัดเก็บชั่วคราวโดยอัตโนมัติ ซึ่งการจัดเก็บข้อมูลชั่วคราวดังกล่าวเป็นไปโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้การส่งต่อข้อมูลนั้นไปยังผู้รับมีประสิทธิภาพมากขึ้น (รพีพร วัฒนะชีวะกุล, 2557)

ประเภทที่สาม Hosting

Article 14 (Article 14) เป็นหลักเกณฑ์เกี่ยวกับความรับผิดของผู้ให้บริการที่ทำหน้าที่จัดเก็บข้อมูลสารสนเทศ หรือ Hosting ซึ่งวางหลักว่า “ผู้ให้บริการสังคมสารสนเทศ” หรือ ISSPs ที่ได้รับความคุ้มครองไม่ต้องรับผิดในข้อมูลสารสนเทศซึ่งถูกจัดเก็บตามคำร้องขอของผู้ใช้บริการ (รพีพร วัฒนะชีวะกุล, 2557)

(2) ข้อยกเว้นความรับผิดของผู้ให้บริการ

กฎหมายกำหนดเงื่อนไขข้อยกเว้นความรับผิดของผู้ให้บริการแต่ละประเภทโดยมีเงื่อนไขดังนี้

ประการที่หนึ่ง ข้อยกเว้นความรับผิดของผู้ให้บริการประเภท Mere conduit

ในรูปแบบการบริการ Mere conduit ผู้ให้บริการจะได้รับการยกเว้นจาก ความรับผิดในกรณีที่ผู้ให้บริการไม่ได้กระทำการใดๆ โดยผู้ให้บริการเป็นเพียงแค่ช่องทางในการส่งข้อมูลในเครือข่ายการสื่อสาร หรือเพียงแค่ให้สิทธิในการเข้าถึง เครือข่ายการสื่อสารซึ่งประเทศสมาชิกนั้นจะต้องรับประกันว่าผู้ให้บริการไม่ต้องรับผิดและมีผลบังคับใช้ต่อผู้ให้บริการ หากเข้าเงื่อนไขข้อยกเว้นความรับผิด ดังนี้ (รัฐสภา จุริมาศ)

(a) ผู้ให้บริการไม่ได้เป็นผู้เริ่มต้นในการถ่ายโอนข้อมูล กล่าวคือผู้ให้บริการ ไม่ได้เป็นผู้ตัดสินใจที่จะดำเนินการส่งข้อมูลดังกล่าว

(b) ผู้ให้บริการไม่ได้เป็นผู้เลือกผู้รับข้อมูล

(c) ผู้ให้บริการไม่ได้เลือก หรือแก้ไขข้อมูล หรือปรับเปลี่ยนข้อมูลที่มีอยู่ในการส่ง

การกระทำของผู้ให้บริการที่อ้างถึงในข้างต้นอาจรวมถึงการจัดเก็บฐานข้อมูลอัตโนมัติและการเก็บฐานข้อมูลชั่วคราวที่ส่งเข้ามา トラบเท่าที่ข้อมูล ที่ส่งมาดังกล่าวมีขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ในการดำเนินการส่งในข้อมูลให้แก่ผู้รับบริการ และมีเงื่อนไขว่าข้อมูลดังกล่าวที่ส่งผ่านผู้ให้บริการจะไม่ถูกเก็บไว้เป็นเวลานานเกินความจำเป็นอย่างไม่มีเหตุอันสมควร ผู้ให้บริการก็อาจไม่ต้องรับผิดชอบข้อมูลที่มีเนื้อหาผิดกฎหมาย อย่างไรก็ตามข้อยกเว้นความรับผิดชอบมาตรา 12 นี้จะไม่ส่งผลกระทบต่อระบบศาลหรือหน่วยงานทางปกครองตามกฎหมายของประเทศสมาชิกในการกำหนดให้ผู้ให้บริการยุติหรือระงับการป้องกันการละเมิด (รัฐสภา จูริมาศ)

ประการที่สอง ข้อยกเว้นความรับผิดชอบของผู้ให้บริการประเภท Caching

ในรูปแบบการบริการ Caching ผู้ให้บริการนั้นจะไม่รับผิดชอบต่อการจัดเก็บ ฐานข้อมูลอัตโนมัติและฐานข้อมูลชั่วคราวภายในเซิร์ฟเวอร์หากข้อมูลนั้น ถูกดำเนินการจัดเก็บโดยมีเพียงสาเหตุเดียว คือ เพื่อให้การส่งข้อมูลไปยังผู้รับบริการมีประสิทธิภาพมากขึ้น แต่การเก็บฐานข้อมูลในระยะยาวโดยไม่มีเหตุอันควร ผู้ให้บริการอาจมีความผิดและไม่ได้รับการคุ้มครองภายใต้ข้อยกเว้นความรับผิดชอบนี้ ซึ่งจะมีความคล้ายคลึงกับกรณีของ Mere conduit ในมาตรา 12 ซึ่งประเทศ สมาชิกนั้นจะต้องรับประกันว่าผู้ให้บริการไม่ต้องรับผิดชอบและมีผลบังคับใช้ต่อผู้ให้บริการ หากเข้าเงื่อนไขข้อยกเว้นความรับผิดชอบ ดังนี้ (รัฐสภา จูริมาศ)

- (a) ผู้ให้บริการไม่ได้เป็นผู้แก้ไขข้อมูลที่ได้ทำการจัดเก็บเอาไว้
- (b) ผู้ให้บริการได้ปฏิบัติตามเงื่อนไขในการเข้าถึงข้อมูลที่ได้กำหนดไว้
- (c) ผู้ให้บริการปฏิบัติตามกฎระเบียบเกี่ยวกับการปรับปรุงข้อมูลที่ได้กำหนดไว้
- (d) ผู้ให้บริการไม่ทำการแทรกแซงข้อมูลโดยผิดกฎหมาย เพื่อให้ได้มาซึ่งฐานข้อมูล

เกี่ยวกับการใช้ข้อมูลนั้น

(e) ผู้ให้บริการจะต้องดำเนินการอย่างรวดเร็ว เพื่อลบหรือปิดการเข้าถึง ฐานข้อมูลที่เก็บไว้เมื่อได้รับรู้ว่าข้อมูลที่ถูกใช้บริการซึ่งเป็นต้นทางของ การส่งข้อมูลได้ลบข้อมูลดังกล่าวออกจากเครือข่ายหรือการเข้าถึง ข้อมูลนั้นถูกปิดการใช้งาน โดยศาลหรือหน่วยงานทางปกครอง ที่ได้มีคำสั่งให้ถอดถอนไม่ให้มีสิทธิในการเก็บฐานข้อมูลดังกล่าว

โดยมาตรานี้ก็มีลักษณะเช่นเดียวกับในมาตรา 12 คือจะไม่ส่งผลกระทบต่อระบบศาลหรือหน่วยงานทางปกครองตามกฎหมายของประเทศสมาชิก ในการกำหนดให้ผู้ให้บริการยุติหรือระงับการป้องกันการละเมิด

ประการที่สาม ข้อยกเว้นความรับผิดชอบของผู้ให้บริการประเภท Hosting

ในรูปแบบการบริการ Hosting กรณีที่ผู้ให้บริการให้บริการในลักษณะ Hosting ที่เป็นลักษณะการจัดเก็บฐานข้อมูล และไฟล์อื่นๆ ที่ได้รับจากผู้รับบริการ เช่น การบริการในลักษณะการจัดหาพื้นที่เซิร์ฟเวอร์สำหรับเว็บไซต์ผู้ให้บริการนั้น อาจไม่ต้องรับผิดชอบในความเสียหายที่เกิดขึ้นโดยมีเงื่อนไข ดังนี้ (รัฐสภา จูริมาศ)

(a) เมื่อผู้ให้บริการไม่ได้ทราบหรือควรทราบได้ว่าแท้จริงข้อมูลดังกล่าวที่เก็บนั้นเป็นข้อมูลที่เป็นการละเมิดต่อกฎหมายใดๆ และในส่วนที่เกี่ยวกับการเรียกร้องค่าเสียหายเช่นกัน หากผู้ให้บริการไม่อาจทราบ ได้ว่าข้อมูลดังกล่าวมีลักษณะที่ผิดกฎหมายผู้ให้บริการก็ไม่จำเป็นต้องชดเชยค่าเสียหาย

(b) เมื่อผู้ให้บริการได้ทราบหรือควรจะทราบว่าข้อมูลดังกล่าวมีลักษณะที่ผิดกฎหมาย หากผู้ให้บริการได้ดำเนินการลบข้อมูลดังกล่าวหรือได้ปิดการเข้าถึงข้อมูลอย่างรวดเร็วแล้ว ผู้ให้บริการก็ย่อมพ้นความรับผิดอันเกิดขึ้น

จะเห็นได้ว่าตามพระราชบัญญัติอีคอมเมิร์ซ EU E-Commerce Directive หากผู้ให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลไม่ได้มีส่วนเกี่ยวข้องกับเนื้อหาและได้ดำเนินการแก้ไขแล้วย่อมไม่ต้องรับผิดกับเนื้อหาที่แสดงบนแพลตฟอร์มดิจิทัล

2. การกำกับดูแลแพลตฟอร์มดิจิทัลตามพระราชบัญญัติว่าด้วยบริการดิจิทัล (Digital Services Act หรือ DSA)

การศึกษาประเด็นความรับผิดของแพลตฟอร์มดิจิทัลนั้น สหภาพยุโรปเป็นภูมิภาคหนึ่งที่ทำให้ความสำคัญและมีการพัฒนากฎหมายที่ทันสมัย โดยสหภาพยุโรปมีระเบียบ (EU) 2022/2065 (Regulation (EU) 2022/2065) ซึ่งได้รับการรับรองอย่างเป็นทางการโดยสมาชิกสภานิติบัญญัติร่วมเมื่อวันที่ 19 ตุลาคม 2022 อันเป็นกฎหมายที่กำหนดกรอบการทำงานสำหรับการควบคุมบริการดิจิทัลในสหภาพยุโรป (EU) หรือเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า พระราชบัญญัติบริการดิจิทัล (Digital Services Act - DSA) โดยกฎหมายฉบับนี้มีการแก้ไขกฎหมายฉบับก่อน คือ Directive 2000/31/EC (e-Commerce Directive) หลายประการ

พระราชบัญญัติว่าด้วยบริการดิจิทัล (Digital Services Act หรือ DSA) ซึ่งได้รับการรับรองโดยรัฐสภายุโรปและคณะมนตรี เป็นกรอบกฎหมายที่ออกแบบมาเพื่อสร้าง ตลาดเดียวสำหรับบริการดิจิทัล ทั่วทั้งสหภาพยุโรป วัตถุประสงค์หลักของกฎหมายนี้คือเพื่อให้แน่ใจว่ามีสภาพแวดล้อมออนไลน์ที่ปลอดภัยขึ้น โดยกำหนดให้แพลตฟอร์มดิจิทัลต้องรับผิดชอบต่อเนื้อหาที่ผิดกฎหมาย ในขณะที่เดียวกันก็ส่งเสริมความโปร่งใสและการคุ้มครองสิทธิมนุษยชนทางออนไลน์ (European Commission, 2020) กฎหมายนี้ครอบคลุมถึงผู้ให้บริการดิจิทัลทั้งหมด ตั้งแต่คนกลางขนาดเล็กไปจนถึง แพลตฟอร์มออนไลน์ขนาดใหญ่มาก (VLOPs) ซึ่งจะต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดที่เข้มงวดกว่าเนื่องจากอิทธิพลที่กว้างขวางของพวกเขา (European Parliament, 2021)

(1) ผู้ให้บริการที่ต้องอยู่ภายใต้กฎหมาย

ผู้ให้บริการที่ต้องอยู่ภายใต้กฎหมาย ได้แก่ (Haie, 2024)

“ผู้ให้บริการช่องทางการสื่อสาร” เพียงอย่างเดียว ซึ่งประกอบด้วยการส่งข้อมูลในเครือข่ายการสื่อสารที่จัดทำโดยผู้รับบริการ หรือการให้การเข้าถึงเครือข่ายการสื่อสาร

“ผู้ให้บริการแคช” ซึ่งประกอบด้วยการส่งข้อมูลในเครือข่ายการสื่อสารที่จัดทำโดยผู้รับบริการ ซึ่งเกี่ยวข้องกับการจัดเก็บข้อมูลดังกล่าวโดยอัตโนมัติ และชั่วคราว ซึ่งดำเนินการเพื่อจุดประสงค์เดียวในการทำให้การส่งข้อมูลต่อไปยังผู้รับอื่น

“ผู้ให้บริการบริการโฮสติ้ง” ซึ่งประกอบด้วยการจัดเก็บข้อมูลที่จัดทำโดยและตามคำขอของผู้รับบริการ

ตัวอย่างของผู้ให้บริการ เช่น แพลตฟอร์มออนไลน์ เครื่องมือค้นหาออนไลน์ ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ตลาดซื้อขาย ผู้ให้บริการคลาวด์คอมพิวเตอร์ บริการโฮสติ้ง ผู้ให้บริการส่งข้อความ แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย แพลตฟอร์มแชร์เนื้อหา แอปพลิเคชันร้านค้า แพลตฟอร์มการเดินทางและที่พักออนไลน์ เป็นต้น

โดยกฎหมายฉบับนี้มีผลใช้กับ บริการตัวกลางที่เสนอให้กับผู้รับบริการที่มีสถานที่จัดตั้งหรือตั้งอยู่ในสหภาพยุโรป โดยไม่คำนึงว่าผู้ให้บริการตัวกลางเหล่านั้นมีสถานที่จัดตั้งอยู่ที่ใด ซึ่งหมายความว่า DSA มีผลใช้บังคับนอกอาณาเขต และการบังคับใช้จะขึ้นอยู่กับสถานที่ตั้งหรือสถานประกอบการของผู้รับบริการในสหภาพยุโรปไม่ใช่ประเทศที่ผู้ให้บริการตัวกลางตั้งอยู่ (Haie, 2024)

หน้าที่ของผู้ให้บริการ

โดยกฎหมายกำหนดข้อผูกพันที่บังคับใช้กับผู้ให้บริการต้องปฏิบัติ ดังนี้ (Haie, 2024)

ประการที่หนึ่ง ข้อผูกพันในการดำเนินการตามมาตรการเพื่อต่อต้านสินค้า บริการ หรือเนื้อหาที่ผิดกฎหมายทางออนไลน์

ประการที่สอง ข้อผูกพันในการจัดตั้งกระบวนการที่ทำให้ผู้ใช้สามารถรายงานเนื้อหาที่ผิดกฎหมายได้

ประการที่สาม ข้อผูกพันในการให้เหตุผลเพื่ออธิบายมาตรการการควบคุมเนื้อหาที่ผู้ให้บริการดำเนินการ

ประการที่สี่ ข้อผูกพันในการรายงานข้อสงสัยเกี่ยวกับความผิดทางอาญาต่อเจ้าหน้าที่

ประการที่ห้า ข้อผูกพันในการจัดเตรียมระบบการจัดการการร้องเรียนภายในที่ช่วยให้สามารถยื่นคำร้องเรียนเกี่ยวกับมาตรการควบคุมเนื้อหา

ประการที่หก ข้อผูกพันความโปร่งใสเกี่ยวกับโฆษณาและระบบแนะนำการโฆษณา เช่น การห้ามโฆษณาที่กำหนดเป้าหมายโดยอ้างอิงจากการสร้างโปรไฟล์ของเด็กหรือตามหมวดหมู่พิเศษของข้อมูลส่วนบุคคล ห้ามใช้ “รูปแบบที่ไม่ชัดเจน” บนแพลตฟอร์มออนไลน์ ซึ่งหมายถึงกลยุทธ์ที่อาจทำให้เข้าใจผิดและหลอกล่อให้ผู้ใช้ตัดสินใจเลือกโดยไม่ได้ตั้งใจ

ประการที่เจ็ด ข้อผูกพันในการใช้มาตรการและการป้องกันการใช้ในทางที่ผิด

ประการที่แปด ข้อผูกพันในการเผยแพร่ข้อมูลทุกๆ 6 เดือนเกี่ยวกับจำนวนผู้ใช้ที่ใช้งานจริงในสหภาพยุโรป

ประการที่เก้า ข้อผูกพันในการดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องและรับรองความสามารถในการติดตามผู้ใช้ทางธุรกิจที่ใช้ตลาดซื้อขาย

ประการที่สิบ ข้อผูกพันในการตรวจสอบและแจ้งให้ผู้บริโภคทราบเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการที่ผิดกฎหมายที่นำเสนอในตลาด

จะเห็นได้ว่า DSA มีบทบัญญัติหลักหลายประการสำหรับผู้ให้บริการดิจิทัล ไม่ว่าในด้านของการควบคุมเนื้อหา แพลตฟอร์มต้องลบเนื้อหาที่ผิดกฎหมายอย่างรวดเร็วเมื่อได้รับแจ้ง แต่ไม่จำเป็นต้องตรวจสอบเนื้อหาทั้งหมดล่วงหน้า (European Commission, 2021) อย่างไรก็ตาม การไม่ปฏิบัติตามอย่างต่อเนื่องอาจส่งผลให้ได้รับบทลงโทษหนัก และความโปร่งใสและความรับผิดชอบ แพลตฟอร์มต้องเผยแพร่รายงานความโปร่งใสและเปิดเผยวิธีการที่พวกเขาควบคุมเนื้อหาและแนะนำข้อมูลให้กับผู้ใช้ (European Parliament, 2021) รวมถึงการจัดการความเสี่ยงต่าง ๆ

(2) การบังคับใช้

ประเทศสมาชิกแต่ละประเทศในสหภาพยุโรปจะต้องแต่งตั้ง “ผู้ประสานงานบริการดิจิทัล” (Digital Services Coordinator) กล่าวคือ หน่วยงานอิสระที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการกำกับดูแลและติดตามการปฏิบัติตาม DSA ซึ่ง DSA มีการดำเนินการจัดตั้งคณะกรรมการยุโรปด้านบริการดิจิทัล ซึ่งจะทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษาอิสระและจะให้คำแนะนำแก่ผู้ประสานงานบริการดิจิทัล โดยคณะกรรมการยุโรปด้านบริการดิจิทัลจะรับรองว่า DSA จะถูกนำไปใช้โดยสม่ำเสมอและเกิดความร่วมมือที่มีประสิทธิภาพระหว่างผู้ประสานงานบริการดิจิทัลและคณะกรรมการยุโรป

(3) บทลงโทษ

DSA มีการกำหนดกลไกการบังคับใช้อย่างเข้มงวด รวมถึงการปรับสูงถึงร้อยละ 6 ของรายได้ทั่วโลก สำหรับการไม่ปฏิบัติตาม (European Parliament, 2021) นอกจากนี้ การให้ข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง ไม่ครบถ้วน หรือทำให้เข้าใจผิด การไม่ตอบกลับหรือแก้ไขข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง ไม่ครบถ้วน หรือทำให้เข้าใจผิด และการไม่ส่งข้อมูลให้ตรวจสอบ อาจถูกลงโทษโดยปรับเงินสูงสุดถึงร้อยละ 1 ของรายได้ประจำปีหรือยอดขายรวมทั่วโลก (Haie, 2024) ดังนั้น DSA จึงเป็นการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญในวิธีที่สหภาพยุโรปจัดการการควบคุมแพลตฟอร์มออนไลน์ โดยมุ่งเน้นไปที่การปกป้องผู้ใช้ในขณะที่ส่งเสริมการแข่งขันและนวัตกรรมในตลาดดิจิทัล

4.2.3 เครือรัฐออสเตรเลีย

ประเทศออสเตรเลียมีกฎหมายที่กำหนดบทบาทและหน้าที่ของแพลตฟอร์มดิจิทัลที่สำคัญ คือ Online Safety Act 2021 กฎหมายฉบับนี้จำเป็นเพื่อให้เท่าทันกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและภัยคุกคามทางออนไลน์จากพฤติกรรมที่เป็นอันตรายและเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม ด้วยในยุคนี้อยู่ปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและความภัยทางสังคมจึงจำเป็นต้องมีกฎหมายใหม่ที่เข้มงวดยิ่งขึ้น พระราชบัญญัติความปลอดภัยออนไลน์นี้ให้อำนาจและเสริมสร้างบทบาทของ eSafety ในฐานะผู้นำระดับโลกในด้านความปลอดภัยออนไลน์อำนาจดังกล่าวทำให้ประเทศออสเตรเลียมุ่งเน้นระดับนานาชาติในการต่อสู้กับอันตรายทางออนไลน์

พระราชบัญญัตินี้มีความหมายอย่างมากต่อผู้ให้บริการออนไลน์ เนื่องจากทำให้ผู้ให้บริการเหล่านี้ต้องรับผิดชอบต่อความปลอดภัยทางออนไลน์ของผู้ใช้บริการมากขึ้น พระราชบัญญัตินี้มอบอำนาจใหม่ที่สำคัญแก่หน่วยงาน eSafety เพื่อปกป้องชาวออสเตรเลียทุกคน ไม่ว่าจะเป็นผู้ใหญ่หรือเด็กบนแพลตฟอร์มและพื้นที่ออนไลน์ส่วนใหญ่ที่ผู้คนอาจได้รับอันตราย โดยผู้ให้บริการออนไลน์ต้องรับผิดชอบต่อความปลอดภัยของผู้ใช้บริการ นอกจากนี้ พระราชบัญญัตินี้ยังกำหนดให้ภาคอุตสาหกรรมต้องพัฒนากฎเกณฑ์ใหม่เพื่อควบคุมและจำกัดเนื้อหาที่ผิดกฎหมาย เช่น วิดีโอที่แสดงการล่วงละเมิดทางเพศเด็กหรือการก่อการร้าย หรือเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมสำหรับเด็ก เช่น ความรุนแรงที่ส่งผลกระทบต่อสูง และภาพเปลือย

พระราชบัญญัติความปลอดภัยทางออนไลน์ ค.ศ.2021 ของออสเตรเลียจึงเป็นกรอบกฎหมายที่ครอบคลุมเพื่อเพิ่มความปลอดภัยทางออนไลน์ โดยเฉพาะสำหรับเด็กและผู้ที่มีความเปราะบาง กฎหมายนี้พัฒนาจากการคุ้มครองที่มีอยู่แล้วและเพิ่มอำนาจใหม่ให้แก่ eSafety Commissioner ซึ่งเป็นหน่วยงานกำกับดูแลด้านความปลอดภัยทางออนไลน์

1. โครงสร้างของคณะกรรมการ eSafety Commissioner

สำนักงาน eSafety Commissioner เป็นหน่วยงานอิสระที่ก่อตั้งขึ้นภายใต้ Enhancing Online Safety Act 2015 และได้รับการขยายอำนาจอย่างมากภายใต้ Online Safety Act 2021 โครงสร้างของหน่วยงานนี้ถูกออกแบบมาเพื่อปกป้องชาวออสเตรเลียจากเนื้อหาที่เป็นอันตรายทางออนไลน์ผ่านการกำกับดูแล การศึกษา และการกำกับดูแล

(1) **ผู้บัญชาการ (Commissioner)** eSafety Commissioner เป็นผู้นำของหน่วยงาน และมีหน้าที่ดูแลโครงการด้านความปลอดภัยทางออนไลน์ การจัดการข้อร้องเรียน และการบังคับใช้กฎระเบียบ โดยมีบทบาทสำคัญในการกำหนดทิศทางของหน่วยงาน (eSafety Commissioner, 2021)

(2) **ฝ่ายนโยบายและโปรแกรม (Policy and Programs Division)** ฝ่ายนี้มีหน้าที่พัฒนานโยบาย ข้อบังคับ และแนวทางเพื่อให้แน่ใจว่าแพลตฟอร์มออนไลน์ปฏิบัติตามกฎหมายความปลอดภัยทางออนไลน์ของออสเตรเลีย นอกจากนี้ยังดูแลโครงการการศึกษาที่มีเป้าหมายเพื่อสร้างความตระหนักในเรื่องความปลอดภัยทางออนไลน์ (Australian Government, 2021)

(3) **ฝ่ายสอบสวนและการปฏิบัติตามกฎระเบียบ (Investigations and Compliance Team)** ฝ่ายนี้ดำเนินงานด้านการจัดการข้อร้องเรียนที่ได้รับเกี่ยวกับการกลั่นแกล้งทางไซเบอร์ การละเมิดภาพลับส่วนตัว และกิจกรรมออนไลน์ที่เป็นอันตรายอื่น ๆ โดยมีอำนาจในการออกประกาศให้ลบเนื้อหาและบังคับใช้บทลงโทษกับแพลตฟอร์มที่ไม่ปฏิบัติตาม (eSafety Commissioner, 2021)

(4) **แผนกการศึกษาและการเผยแพร่ (Education and Outreach Section)** สำนักงานของ eSafety Commissioner ยังดำเนินโครงการการศึกษามากมายสำหรับโรงเรียน ผู้ปกครอง และประชาชนทั่วไป โดยมุ่งเน้นในการส่งเสริมพฤติกรรมออนไลน์ที่ปลอดภัยและป้องกันความเสียหายด้วยการเผยแพร่ข้อมูลในเชิงรุก (Australian Government, 2021)

(5) **เทคโนโลยีและการวิจัย (Technology and Research)** ส่วนนี้มุ่งเน้นการแก้ปัญหาทางเทคนิคและนวัตกรรมเพื่อเพิ่มความปลอดภัยทางออนไลน์ รวมถึงการวิจัยเกี่ยวกับความเสี่ยงใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นทางออนไลน์ และการสร้างร่วมมือกับอุตสาหกรรมเทคโนโลยีเพื่อพัฒนาสภาพแวดล้อมออนไลน์ที่ปลอดภัยยิ่งขึ้น (eSafety Commissioner, 2021)

2. อำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการ

หน้าที่ของคณะกรรมการ ได้แก่ (มาตรา 25)

(ก) การส่งเสริมความปลอดภัยออนไลน์สำหรับชาวออสเตรเลีย และ

(ข) การบริหารระบบการร้องเรียนสำหรับเนื้อหาการกลั่นแกล้งทางไซเบอร์ที่กำหนดเป้าหมายไปที่เด็กชาวออสเตรเลีย และ

(ค) การบริหารระบบการร้องเรียนสำหรับเนื้อหาการล่วงละเมิดทางไซเบอร์ที่กำหนดเป้าหมายไปที่ผู้ใหญ่ชาวออสเตรเลีย และ

(ง) การบริหารระบบการร้องเรียนและคัดค้านสำหรับการแบ่งปันภาพส่วนตัวโดยไม่ได้รับความยินยอม และ

(จ) การบริหารโครงการเนื้อหาออนไลน์ และ

(ฉ) การประสานงานกิจกรรมของกรม หน่วยงาน และหน่วยงานในเครือจักรภพที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยออนไลน์สำหรับชาวออสเตรเลีย

นอกจากนี้ยังมีการกำหนดรายละเอียดของหน้าที่ของคณะกรรมการ โดยมีสาระสำคัญเช่น (มาตรา 27)

(1) การส่งเสริมความปลอดภัยทางออนไลน์สำหรับชาวออสเตรเลีย และ

(2) การสนับสนุนและส่งเสริมการดำเนินการตามมาตรการเพื่อปรับปรุงความปลอดภัยทางออนไลน์สำหรับชาวออสเตรเลีย และ

(3) การประสานงานกิจกรรมของกรม หน่วยงาน และหน่วยงานของเครือจักรภพที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยทางออนไลน์สำหรับชาวออสเตรเลีย และ

(4) การรวบรวม วิเคราะห์ ตีความ และเผยแพร่ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยทางออนไลน์สำหรับชาวออสเตรเลีย และ

(5) การสนับสนุน ส่งเสริม ดำเนินการ รับรอง และประเมินผลโปรแกรมการศึกษา การและการสร้างความตระหนักรู้ในชุมชนที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยทางออนไลน์สำหรับชาวออสเตรเลีย และ

(6) การมอบเงินช่วยเหลือทางการเงินในนามของเครือจักรภพที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยทางออนไลน์สำหรับชาวออสเตรเลีย และ

(7) การสนับสนุน ส่งเสริม ดำเนินการ และประเมินผลการวิจัยเกี่ยวกับความปลอดภัยทางออนไลน์สำหรับชาวออสเตรเลีย และ

(8) การเผยแพร่ (ไม่ว่าจะทางอินเทอร์เน็ตหรือทางอื่น) รายงานและเอกสารที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยออนไลน์สำหรับชาวออสเตรเลีย และ

(9) การมอบรายงานเกี่ยวกับความปลอดภัยออนไลน์สำหรับชาวออสเตรเลียแก่รัฐมนตรี และ

(10) การให้คำแนะนำรัฐมนตรีเกี่ยวกับความปลอดภัยออนไลน์สำหรับชาวออสเตรเลีย และ

(11) การปรึกษาหารือและร่วมมือกับบุคคล องค์กร และรัฐบาลอื่นๆ เกี่ยวกับความปลอดภัยออนไลน์สำหรับชาวออสเตรเลีย และ

(12) การให้คำแนะนำและช่วยเหลือบุคคลเกี่ยวกับหน้าที่ภายใต้พระราชบัญญัตินี้ ดังนี้

(ก) เพื่อตรวจสอบการปฏิบัติตามพระราชบัญญัตินี้ และ

(ข) เพื่อส่งเสริมการปฏิบัติตามพระราชบัญญัตินี้ และ

(ค) กำหนดแนวปฏิบัติหรือคำชี้แจงเป็นลายลักษณ์อักษรที่:

(ง) แนะนำแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุดสำหรับบุคคลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยออนไลน์สำหรับชาวออสเตรเลีย และ

(จ) มุ่งเน้นไปที่การอำนวยความสะดวกในการแก้ไขเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาที่จัดทำบนบริการโซเชียลมีเดีย บริการอิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวข้อง หรือบริการอินเทอร์เน็ตอย่างทันที่และเหมาะสม และ

(13) เพื่อส่งเสริมแนวปฏิบัติและคำชี้แจงที่กำหนดภายใต้ย่อหน้า (12) และ

(14) หน้าที่อื่นๆ (ถ้ามี) ตามที่ระบุไว้ในกฎระเบียบของฝ่ายนิติบัญญัติ และ

(15) เพื่อทำสิ่งใดๆ ที่เป็นส่วนประกอบหรือเอื้อต่อการปฏิบัติงานของหน้าที่ใดๆ ข้างต้น รวมถึงกฎหมายยังให้อำนาจคณะกรรมการอย่างครอบคลุมในการดำเนินการทุกสิ่งที่เป็นหรืออำนวยความสะดวกในการดำเนินการหรือเกี่ยวข้องกับการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการ (มาตรา 28)

3. การกำกับดูแลแพลตฟอร์มดิจิทัล

การกำกับดูแลแพลตฟอร์มดิจิทัลมีสาระสำคัญ ดังนี้

(1) เนื้อหาในการกำกับดูแล

ภายใต้พระราชบัญญัตินี้มีการร้องเรียนการกระทำหรือกิจกรรมบนแพลตฟอร์ม 4 ลักษณะ ได้แก่ การกลั่นแกล้งเด็กบนอินเทอร์เน็ต การละเมิดผู้ใหญ่บนอินเทอร์เน็ต การแบ่งปันรูปภาพส่วนตัวโดยไม่ได้รับความยินยอม และเนื้อหาออนไลน์ โดยแต่ละการกำกับดูแลเป็นการมุ่งเน้นไปที่เนื้อหาออนไลน์ที่เป็นอันตรายบางประเภท ซึ่งคณะกรรมการมีอำนาจในการสอบสวนข้อร้องเรียนที่เกิดขึ้นภายใต้การกระทำหรือกิจกรรมต่าง ๆ เหล่านี้ สำหรับแต่ละการกระทำที่คณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการสามารถออกประกาศให้ลบเนื้อหาอันเป็นกลไกการปฏิบัติอย่างเป็นทางการ โดยทั่วไปจะดำเนินการออกคำสั่งไปยังบริการโซเชียลมีเดีย บริการอิเล็กทรอนิกส์ บริการอินเทอร์เน็ต รวมถึงผู้ให้บริการโฮสติ้ง และในบางกรณีจะส่งคำสั่งไปยังบุคคลที่โพสต์เนื้อหาที่เป็นอันตราย และผู้รับประกาศการลบเนื้อหาจะต้องลบหรือดำเนินการทุกขั้นตอนที่

เหมาะสมเพื่อลบเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง หรือดำเนินการทุกขั้นตอนที่เหมาะสมเพื่อหยุดการเผยแพร่เนื้อหาภายใน 24 ชั่วโมง (หรือนานกว่านั้นตามที่ระบุไว้ในคำสั่ง) การไม่ปฏิบัติตามประกาศลบเนื้อหาจะมีโทษทางแพ่งสำหรับบริษัทสูงสุดถึง 500 คะแนน (782,500 ดอลลาร์ ณ วันที่ 22 เมษายน 2024) (Department of Infrastructure, Transport, Regional Development, Communications and the Arts, 2024)

การร้องเรียนเกี่ยวกับเนื้อหาการกลั่นแกล้งทางไซเบอร์ที่มุ่งเป้าไปที่เด็กชาวออสเตรเลีย (Complaints about cyber-bullying material targeted at an Australian child)

“เนื้อหาการกลั่นแกล้งทางไซเบอร์” ปรากฏคำจำกัดความภายใต้พระราชบัญญัติฉบับนี้ว่าหมายถึงเนื้อหาที่ “มีแนวโน้มที่จะมีผลกระทบ... คุกคาม ข่มขู่ หรือทำให้เด็กชาวออสเตรเลียอับอายขายหน้าอย่างมาก” (Online Safety Act 2021, section 6) การคุ้มครองจากการกลั่นแกล้งทางออนไลน์ eSafety Commissioner มีอำนาจในการดำเนินการอย่างรวดเร็วเมื่อได้รับคำร้องเรียนเกี่ยวกับการกลั่นแกล้งทางออนไลน์ของเด็ก แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียและบริการอื่น ๆ จะต้องลบเนื้อหาที่เป็นอันตรายหลังจากได้รับคำร้องเรียน มิฉะนั้นจะถูกปรับ (Australian Government, 2021) โดยบุคคลที่ร้องเรียนอาจเป็นเด็กเอง หรือผู้ปกครองและคณะกรรมการ eSafety อาจเรียกหลักฐานตามสมควร เช่น ภาพหน้าจอ เป็นต้น (มาตรา 30) โดย ซึ่งในปีงบประมาณ 2022-2023 eSafety ได้รับการร้องเรียน 1,969 เรื่องเกี่ยวกับเนื้อหาเกี่ยวกับการกลั่นแกล้งทางไซเบอร์ของเด็ก โดยมีอัตราความสำเร็จ 84 เปอร์เซ็นต์ในการลบเนื้อหาดังกล่าว (Australian Communications and Media Authority & eSafety Commissioner, 2023) ทั้งนี้ การที่คณะกรรมการดำเนินการให้ลบเนื้อหาที่มีทั้งรูปแบบการออกประกาศที่เป็นทางการและรูปแบบที่ไม่เป็นทางการโดยเฉพาะในกรณีที่เด็กมีส่วนเกี่ยวข้องกับ การกลั่นแกล้งทางไซเบอร์ (Department of Infrastructure, Transport, Regional Development, Communications and the Arts, 2024)

(1.1) การร้องเรียนเกี่ยวกับการละเมิดทางไซเบอร์ที่มุ่งเป้าไปที่ผู้ใหญ่ชาวออสเตรเลีย (Complaints about cyber-abuse material targeted at an Australian adult)

“การละเมิดทางไซเบอร์” กำหนดให้หมายถึงเนื้อหาที่บุคคลทั่วไปที่มีเหตุผลจะสรุปได้ว่ามีเจตนาที่จะก่อให้เกิดอันตรายร้ายแรงต่อผู้ใหญ่ชาวออสเตรเลีย และบุคคลทั่วไปที่มีเหตุผลเชื่อว่าผู้ที่เป็นเป้าหมายจะถือเป็นภัยคุกคาม คุกคาม หรือสร้างความไม่พอใจ (Online Safety Act 2021, section 7) หลักเกณฑ์สำหรับการดำเนินการทางกฎหมายสำหรับการละเมิดทางไซเบอร์ของผู้ใหญ่นั้นสูงกว่าการกลั่นแกล้งทางไซเบอร์ของเด็ก เพื่อสะท้อนให้เห็นว่าผู้ใหญ่โดยทั่วไปมีระดับความอดทนสูงกว่าเด็ก และเพื่อให้แน่ใจว่าเสรีภาพในการแสดงออกจะไม่ถูกจำกัดอย่างไม่สมควร ซึ่งหมายความว่า หากโพสต์สร้างความไม่พอใจแต่บุคคลทั่วไปไม่ถือว่ามีเจตนาที่จะก่อให้เกิดอันตรายร้ายแรง โพสต์นั้นจะไม่ถือว่าเป็นเนื้อหาการละเมิดทางไซเบอร์สำหรับผู้ใหญ่ภายใต้กฎหมาย (Department of Infrastructure, Transport, Regional Development, Communications and the Arts, 2024)

โดยการละเมิดทางไซเบอร์สำหรับผู้ใหญ่ กฎหมายได้อนุญาตให้บุคคลขอความช่วยเหลือเมื่อถูกละเมิดทางไซเบอร์อย่างรุนแรง eSafety Commissioner สามารถบังคับให้แพลตฟอร์มลบเนื้อหาได้ (มาตรา 36, 37) (eSafety Commissioner, 2021)

ปัจจุบัน คำว่า "การล่วงละเมิดทางไซเบอร์ของผู้ใหญ่" ในพระราชบัญญัติจำกัดไว้สำหรับเนื้อหาที่ล่วงละเมิดรุนแรงอย่างตั้งใจก่อให้เกิดอันตรายทางจิตใจหรือทางร่างกายอย่างร้ายแรง ซึ่งรวมถึงเนื้อหาที่แสดงถึงภัยคุกคามที่สมจริง ทำให้ผู้คนตกอยู่ในอันตรายอย่างแท้จริง มีความชั่วร้ายมากเกินไป หรือไม่มีที่ท่าว่าจะลดลง นั้นหมายความว่า อย่างไรก็ตามคณะกรรมการอาจไม่สามารถสั่งให้ลบเนื้อหาออนไลน์ที่ละเมิดที่มุ่งเป้าไปที่ผู้ใหญ่ชาวออสเตรเลีย ซึ่งรวมถึงผู้ใหญ่ที่อยู่ในสถานการณ์ที่เปราะบางหรือมีความเสี่ยงสูงได้ หากเนื้อหาดังกล่าวไม่ตรงตามหลักเกณฑ์ของการละเมิดทางไซเบอร์สำหรับผู้ใหญ่ภายใต้พระราชบัญญัตินี้ ตัวอย่างสถานการณ์ที่กรรมการอาจไม่สามารถเข้าแทรกแซงได้ (Department of Infrastructure, Transport, Regional Development, Communications and the Arts, 2024)

ในปีงบประมาณ 2022-2023 มีการร้องเรียน 2,516 เรื่องที่เกี่ยวข้องกับการละเมิดทางไซเบอร์ในผู้ใหญ่ ในจำนวนนี้ 877 เรื่องเกี่ยวข้องกับความเสี่ยงต่อชื่อเสียงซึ่งเกือบทุกกรณีไม่เข้าข่ายเกณฑ์การล่วงละเมิดทางไซเบอร์ในผู้ใหญ่และสำหรับการร้องเรียนเหล่านี้ที่ไม่เข้าหลักเกณฑ์ eSafety ให้คำแนะนำเกี่ยวกับการรายงานด้วยตนเองต่อแพลตฟอร์ม แหล่งข้อมูลสำหรับการขอคำแนะนำทางกฎหมาย แหล่งข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับความแตกต่างระหว่างการล่วงละเมิดทางไซเบอร์กับการหมิ่นประมาท ในส่วนของการร้องเรียนที่เข้าข่ายเกณฑ์ eSafety จะติดต่อแพลตฟอร์มอย่างไม่เป็นทางการเพื่อขอให้ลบเนื้อหาออกก่อน หากไม่สำเร็จ จะมีการออกประกาศอย่างเป็นทางการ ที่ผ่านมาในปีดังกล่าวปรากฏสถิติว่าคณะกรรมการได้ออกประกาศลบเนื้อหาออก 3 ฉบับ โดยเนื้อหาถูกลบออกในทั้ง 3 กรณี และได้ส่งคำขออย่างไม่เป็นทางการ 601 รายการไปยังผู้ให้บริการออนไลน์เพื่อขอให้ลบเนื้อหาโดยเนื้อหาถูกลบออกสำเร็จ 466 รายการจากจำนวนนี้ (Department of Infrastructure, Transport, Regional Development, Communications and the Arts, 2024)

(1.2) การร้องเรียนและการคัดค้านภาพส่วนตัว (Complaints about, and objections to, intimate images)

การละเมิดภาพส่วนตัว การเผยแพร่ภาพส่วนตัวโดยไม่ได้รับความยินยอม ผู้ที่ได้รับผลกระทบสามารถร้องเรียนเพื่อให้ลบเนื้อหานั้นได้ (มาตรา 32 - 35) (Australian Government, 2021) กฎหมายบัญญัติขึ้นเพื่อจัดการกับการเผยแพร่และการข่มขู่ที่จะเผยแพร่ภาพส่วนตัวโดยไม่ได้รับความยินยอมจากบุคคลที่ปรากฏในภาพ โดยทำให้สามารถร้องเรียนต่อคณะกรรมการเกี่ยวกับการโพสต์หรือแบ่งปันภาพส่วนตัวของบุคคลอื่นโดยไม่ได้รับความยินยอมจากบุคคลดังกล่าวได้ จากข้อมูลปรากฏว่ามีจำนวนการรายงานที่เกี่ยวข้องกับการกรรโชกทางเพศ (sextortion) เพิ่มขึ้นอย่างมาก โดยรายงานส่วนใหญ่มาจากชายหนุ่มที่มีอายุระหว่าง 18 ถึง 24 ปี (Department of Infrastructure, Transport, Regional Development, Communications and the Arts, 2024)

โดยบุคคลที่มีเหตุผลให้เชื่อว่าตนเองคือบุคคลในภาพ บุคคลที่ได้รับอนุญาตในนามของบุคคลที่ปรากฏในภาพ หรือผู้ปกครองหรือผู้ดูแลของบุคคลที่ปรากฏในภาพ (หากบุคคลนั้นเป็นเด็กที่อายุต่ำกว่า 16 ปี หรือไม่สามารถจัดการเรื่องส่วนตัวของตนเองได้ชั่วคราวหรือถาวร) สามารถยื่นคำร้องเรียนหรือคัดค้านได้ โดยมีเงื่อนไขว่ารูปภาพนั้นจะต้องมีลิงก์ไปยังออสเตรเลียด้วย (ไม่ว่าจะเป็นภาพบุคคลที่อาศัยอยู่ในออสเตรเลียโดยปกติหรือโพสต์โดยผู้ใช้ปลายทางที่อาศัยอยู่ในออสเตรเลียโดยปกติ) บุคคลเหล่านั้นจึงจะเป็นบุคคลที่สามารถคัดค้านได้

ในปีงบประมาณ 2022- 2023 คณะกรรมการได้รับการร้องเรียน 9,060 เรื่องเกี่ยวกับการละเมิดโดยใช้รูปภาพ ซึ่งคณะกรรมการได้ขอให้ลบรูปภาพส่วนตัวออกจากสถานที่มากกว่าจำนวน 6,500 แห่ง (โดยทั่วไปคือ URL) ในแพลตฟอร์มและบริการจำนวน 340 แห่ง โดยส่วนใหญ่อยู่ในเว็บไซต์ลามกอนาจารที่โฮสต์ในต่างประเทศ และสัดส่วนร้อยละ 87 ของเนื้อหาที่ถูกลบออกโดยการร้องขอการลบแบบไม่เป็นทางการ และมีการออกหนังสือแจ้งการลบ 15 ฉบับ เป็นจำนวน 14 ฉบับที่เนื้อหาถูกลบออกทั้งหมดหรือบางส่วน สำหรับอีก 1 ฉบับเนื้อหาไม่ได้ถูกลบออก แต่ถูกจำกัดการค้นหา (Department of Infrastructure, Transport, Regional Development, Communications and the Arts, 2024)

(1.3) การร้องเรียนเกี่ยวกับเนื้อหาออนไลน์ (Complaints relating to the online content scheme)

พระราชบัญญัติดังกล่าวช่วยให้คณะกรรมการสามารถดำเนินการได้หากมีเหตุผลที่จะเชื่อว่าผู้ใช้ปลายทางในออสเตรเลียสามารถเข้าถึงเนื้อหาประเภท 1 หรือประเภท 2 ได้ ซึ่งอาจใช้การร้องเรียนเป็นพื้นฐานในการดำเนินการ โดยบุคคลที่อาศัยอยู่ในออสเตรเลีย นิติบุคคลที่ดำเนินกิจกรรมในออสเตรเลีย หรือเครื่องจักรภาพ รัฐ หรือดินแดน สามารถยื่นคำร้องเรียนได้ (Online Safety Act 2021, section 38) ในการพิจารณาเนื้อหาออนไลน์ที่ถือว่าเป็นเนื้อหาที่ต้องห้ามจะพิจารณาจากประเภทของสื่อซึ่งถูกกำหนดไว้ 2 ประเภท ได้แก่

สื่อประเภท “คลาส 1” เนื้อหาที่ผิดกฎหมายหรือเป็นอันตรายอย่างยิ่ง เช่น เนื้อหาล่วงละเมิดทางเพศเด็ก โฆษณาชวนเชื่อของผู้ก่อการร้าย หรือเนื้อหาที่มีความรุนแรงขั้นรุนแรง (Online Safety Act 2021, section 106)

สื่อประเภท “คลาส 2” เนื้อหาที่เป็นอันตรายน้อยกว่าแต่ยังไม่เหมาะสำหรับการเข้าถึงโดยทั่วไป เช่น สื่อลามกอนาจาร หรือเนื้อหาที่ถือว่าไม่เหมาะสมหรือไม่เหมาะสมสำหรับเด็ก (Online Safety Act 2021, section 107)

พระราชบัญญัติยังอนุญาตให้กรรมการขอคำแนะนำจากคณะกรรมการจำแนกประเภทว่าสื่ออื่นๆ เป็นสื่อประเภท 1 หรือประเภท 2 หรือไม่

ทั้งนี้ eSafety เป็นสมาชิกของ International Association of Internet Hotlines (INHOPE) ในออสเตรเลีย ซึ่งอนุญาตให้มีการส่งต่อเนื้อหาเกี่ยวกับการล่วงละเมิดและการแสวงหาประโยชน์ทางเพศเด็กระหว่างสมาชิกเครือข่ายและหน่วยงานบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องเพื่อการลบออก

อย่างรวดเร็วในประเทศที่เป็นโฮสต์ อย่างไรก็ตาม หากโฮสต์เป็นประเทศที่ไม่ใช่เครือข่ายของ INHOPE ทาง eSafety จะแจ้งให้ตำรวจสหพันธ์ออสเตรเลียทราบและอาจดำเนินการลบเนื้อหาดังกล่าวภายใต้พระราชบัญญัติดังกล่าว

โดยในปีงบประมาณ 2022-23 กรมอาชญากรรมได้รับการร้องเรียน 11,636 เรื่องเกี่ยวกับ URL จำนวน 33,122 รายการที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาที่ผิดกฎหมาย โดยร้อยละ 87 เกี่ยวข้องกับการล่วงละเมิดและการแสวงหาประโยชน์ทางเพศเด็ก การล่วงละเมิดเด็ก หรือการล่วงละเมิดเด็ก โดยเป็นการส่งการแจ้งเตือน 14,975 รายการไปยังเครือข่าย INHOPE และมีการส่งการแจ้งเตือนไปยังตำรวจสหพันธ์ออสเตรเลียอีกเป็นจำนวน 76 รายการ (Department of Infrastructure, Transport, Regional Development, Communications and the Arts, 2024)

(2) กระบวนการและ การรายงานต่อคณะกรรมการ

ประเด็นการกำกับดูแลแพลตฟอร์มดิจิทัลที่สามารถร้องเรียนต่อคณะกรรมการได้นั้นสามารถสรุปวิธีการและกระบวนการดำเนินการตามกฎหมายได้ตามตาราง ดังนี้ (Department of Infrastructure, Transport, Regional Development, Communications and the Arts, 2024)

ตารางที่ 4.2 วิธีการและกระบวนการดำเนินการตามกฎหมาย

	การร้องเรียนและการคัดค้านภาพส่วนตัว	การร้องเรียนเกี่ยวกับเนื้อหาการกลั่นแกล้งทางไซเบอร์ที่มุ่งเป้าไปที่เด็กชาวออสเตรเลีย	การร้องเรียนเกี่ยวกับการละเมิดทางไซเบอร์ที่มุ่งเป้าไปที่ผู้ใหญ่ชาวออสเตรเลีย	การร้องเรียนเกี่ยวกับเนื้อหาออนไลน์
รูปแบบอันตราย	การโพสต์หรือข่มขู่ที่จะโพสต์ภาพส่วนตัวที่แสดงถึงบุคคลอื่นโดยไม่ได้ได้รับความยินยอมจากบุคคลนั้น (โดยไม่คำนึงว่าภาพดังกล่าวได้รับการปรับเปลี่ยนหรือไม่)	สื่อออนไลน์ที่มีเจตนาที่จะส่งผลกระทบต่อเด็กชาวออสเตรเลีย และอาจส่งผลกระทบต่อความรู้สึกอย่างรุนแรงข่มขู่อย่างรุนแรงหรือทำให้เด็กชาวออสเตรเลียอับ	เนื้อหาออนไลน์ที่มีเจตนาที่จะก่อให้เกิดอันตรายร้ายแรงต่อผู้ใหญ่ชาวออสเตรเลียและอาจถือได้ว่าเป็นการคุกคามหรือสร้างความไม่พอใจในทุกกรณี	สื่อออนไลน์ที่เป็นสื่อประเภทคลาส 1 หรือคลาส 2 (กำหนดโดยการอ้างอิง Australia’s National Classification Code)

	การร้องเรียนและการคัดค้านภาพส่วนตัว	การร้องเรียนเกี่ยวกับเนื้อหาการกลั่นแกล้งทางไซเบอร์ที่มุ่งเป้าไปที่เด็กชาวออสเตรเลีย	การร้องเรียนเกี่ยวกับการละเมิดทางไซเบอร์ที่มุ่งเป้าไปที่ผู้ใหญ่ชาวออสเตรเลีย	การร้องเรียนเกี่ยวกับเนื้อหาออนไลน์
		อายุขยายน้อยอย่างรุนแรง		
บุคคลที่ได้รับความคุ้มครอง	บุคคลที่ถูกกล่าวถึง (หรือที่อ้างว่าถูกกล่าวถึง)	เด็กที่เป็นเป้าหมาย (ซึ่งโดยปกติอาศัยอยู่ในออสเตรเลีย)	ผู้ใหญ่ที่เป็นเป้าหมายซึ่งโดยปกติอาศัยอยู่ในประเทศออสเตรเลีย	ผู้ใช้ปลายทางในออสเตรเลีย
การมีลิงก์ไปยังออสเตรเลีย	บุคคลที่ปรากฏหรือบุคคลที่โพสต์หรือขู่ว่าจะโพสต์นั้นโดยปกติแล้วอาศัยอยู่ในประเทศออสเตรเลีย	เนื้อหาที่มุ่งเป้าไปที่เด็กที่อาศัยอยู่ในออสเตรเลีย (เด็กชาวออสเตรเลีย)	เนื้อหาที่มุ่งเป้าไปที่ผู้ใหญ่ที่อาศัยอยู่ในออสเตรเลีย (ผู้ใหญ่ชาวออสเตรเลีย)	สื่อที่สงสัยว่าชาวออสเตรเลียเข้าถึงได้ทางออนไลน์โดยสื่อประเภทที่ 1 สามารถโฮสต์ได้ทุกที่ แต่สื่อประเภทที่ 2 จะต้องได้รับการจัดทำโดยบริการในออสเตรเลียหรือโฮสต์ในออสเตรเลีย
บุคคลที่สามารถร้องเรียนได้	บุคคลที่มีเหตุผลที่จะเชื่อว่ามีผลกระทบกลับที่แสดงถึงตนเองโดยไม่ได้ได้รับความยินยอม (หรือมีการคุกคามที่จะ	เด็กชาวออสเตรเลียที่เป็นเป้าหมายหรือผู้ปกครอง ผู้ดูแล หรือผู้รับผิดชอบที่ได้รับอนุญาตจากเด็กหรือผู้ใหญ่ที่เป็น	ผู้ใหญ่ชาวออสเตรเลียที่เป็นเป้าหมายหรือผู้รับผิดชอบที่ได้รับอนุญาตจากผู้ใหญ่ชาวออสเตรเลีย	บุคคลที่อาศัยอยู่ในออสเตรเลีย หรือหน่วยงานที่ดำเนินกิจกรรมในออสเตรเลีย หรือรัฐบาลออสเตรเลีย (หมายเหตุ eSafety สามารถ

	การร้องเรียนและการคัดค้านภาพส่วนตัว	การร้องเรียนเกี่ยวกับเนื้อหาการกลั่นแกล้งทางไซเบอร์ที่มุ่งเป้าไปที่เด็กชาวออสเตรเลีย	การร้องเรียนเกี่ยวกับการละเมิดทางไซเบอร์ที่มุ่งเป้าไปที่ผู้ใหญ่ชาวออสเตรเลีย	การร้องเรียนเกี่ยวกับเนื้อหาออนไลน์
	แบ่งปันภาพดังกล่าว) หรือบุคคลที่ได้รับอนุญาตจากบุคคลที่ปรากฏในภาพ หรือผู้ปกครองหรือผู้ดูแลของบุคคลที่ปรากฏในภาพ	เด็กชาวออสเตรเลีย		ตรวจสอบข้อมูลเกี่ยวกับเนื้อหาออนไลน์นี้ได้โดยไม่ต้องรับการร้องเรียน)
ผู้ร้องเรียนจำเป็นต้องรายงานต่อผู้ให้บริการก่อนจึงจะออกหนังสือแจ้งการลบข้อมูลได้หรือไม่	ไม่	ใช่	ใช่	ไม่ (สามารถแจ้งได้โดยไม่ต้องเปิดเผยตัวตน)
แจ้งการถอดถอนไปยังผู้ให้บริการ/ผู้ให้บริการโฮสติ้ง (Removal notice to service provider/hosting service provider)	ใช่	ใช่	ใช่	ใช่
ประกาศการถอดถอนถึงผู้ใช้ปลายทาง	ใช่ (ประกาศ “ถอดถอน”)	ใช่	ใช่ (ประกาศ “ถอดถอน”)	ใช่

	การร้องเรียนและการคัดค้านภาพส่วนตัว	การร้องเรียนเกี่ยวกับเนื้อหาการกลั่นแกล้งทางไซเบอร์ที่มุ่งเป้าไปที่เด็กชาวออสเตรเลีย	การร้องเรียนเกี่ยวกับการละเมิดทางไซเบอร์ที่มุ่งเป้าไปที่ผู้ใหญ่ชาวออสเตรเลีย	การร้องเรียนเกี่ยวกับเนื้อหาออนไลน์
(Removal notice to end-user)				
Remedial notice to service provider	ไม่	ไม่	ไม่	ใช่ (เฉพาะ Class 2 เท่านั้น)
Service provider notification	ใช่	ใช่	ใช่	ไม่
Service provider statement	ใช่	ใช่	ใช่	ใช่
Link deletion notice	ไม่	ไม่	ไม่	ใช่ (เฉพาะ Class 1 เท่านั้น)
App removal notice	ไม่	ไม่	ไม่	ใช่ (เฉพาะ Class 1 เท่านั้น)
Federal Court order to cease providing service	ไม่	ไม่	ไม่	ใช่ (ในสถานการณ์พิเศษ)
Alternative enforcement arrangements	คำเตือนอย่างเป็นทางการ การดำเนินการที่บังคับใช้ (enforceable undertakings) คำสั่งของศาล การแจ้งเตือนการละเมิด คำสั่งลงโทษทางแพ่ง และบทลงโทษทางการเงิน			

(3) อำนาจของคณะกรรมการ

อำนาจในการบังคับใช้กฎหมายมีดังต่อไปนี้ (Department of Infrastructure, Transport, Regional Development, Communications and the Arts, 2024)

ประการที่หนึ่ง การประกาศการลบ (Removal notice)

เป็นการประกาศที่กำหนดให้ผู้รับ (ผู้ใช้ปลายทาง ผู้ให้บริการ หรือผู้ให้บริการโฮสติ้ง) ลบหรือหยุดโฮสติ้งสื่อภายใน 24 ชั่วโมงหรือระยะเวลาที่นานกว่านั้นตามที่คณะกรรมการอนุญาโต โดยมีโทษทางแพ่งสำหรับการไม่ปฏิบัติตาม

ประการที่สอง ประกาศสำหรับผู้ใช้งานปลายทาง (End-user notice)

ประกาศที่ขอให้บุคคลที่โพสต์เนื้อหาการกลั่นแกล้งทางไซเบอร์ที่มุ่งเป้าไปที่เด็กที่อาศัยอยู่ในออสเตรเลีย ลบเนื้อหาดังกล่าวและ/หรืองดโพสต์เนื้อหาการกลั่นแกล้งทางไซเบอร์ที่มุ่งเป้าไปที่เด็กและ/หรือขอโทษที่โพสต์เนื้อหาดังกล่าว

ประการที่สาม แนวทางแก้ไข (Remedial direction)

คำสั่งให้ผู้ใช้งานปลายทางที่โพสต์หรือขู่ว่าจะโพสต์ภาพส่วนตัวโดยไม่ได้รับความยินยอม ดำเนินการแก้ไขโดยมีโทษทางแพ่งสำหรับการไม่ปฏิบัติตาม

ประการที่สี่ ประกาศแก้ไข (Remedial notice)

ประกาศขอให้ผู้รับนำเนื้อหาประเภท 2 (Class 2) ออกหรือทำให้เนื้อหานั้นอยู่นอกระบบจำกัดการเข้าถึงโดยมีโทษทางแพ่งหากไม่ปฏิบัติตาม

ประการที่ห้า ประกาศการลบลิงก์ (Link deletion notice)

ประกาศที่กำหนดให้ผู้ให้บริการเครื่องมือค้นหาทางอินเทอร์เน็ตหยุดให้ลิงก์ที่ไปยังสื่อประเภท 1 โดยมีโทษทางแพ่งหากไม่ปฏิบัติตาม

ประการที่หก ประกาศการถอดแอป (App removal notice)

ประกาศที่ต้องการให้บริการจัดจำหน่ายแอปพลิเคชันความสามารถในการดาวน์โหลดแอปที่ใช้เพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าถึงสื่อประเภท 1 โดยมีโทษทางแพ่งหากไม่ปฏิบัติตาม

ประการที่เจ็ด การแจ้งผู้ให้บริการ (Service provider notification)

การแจ้งไปยังผู้ให้บริการเพื่อแจ้งให้ทราบว่าพบว่ามีเนื้อหาในบริการที่เป็นเนื้อหาอันตรายตามที่มีการร้องเรียน

ประการที่แปด คำชี้แจงจากผู้ให้บริการ (Service provider statement)

คำชี้แจงที่ระบุว่าคณะกรรมการพบว่ามีกรณีโพสต์/โฮสต์สื่ออันตรายหลายครั้งบนบริการภายในระยะเวลา 12 เดือน ซึ่งฝ่าฝืนข้อตกลงการใช้บริการ และอาจจะถูกเผยแพร่การกระทำดังกล่าวบนเว็บไซต์ของคณะกรรมการได้

ประการที่เก้า คำสั่งศาลกลาง (Federal Court order)

ในบางกรณี คณะกรรมการสามารถยื่นคำร้องต่อศาลกลางเพื่อขอให้ยุติการให้บริการโซเชียลมีเดีย หรือบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวข้อง บริการอินเทอร์เน็ตที่กำหนด หรือบริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในออสเตรเลีย โดยกรณีนี้สามารถทำได้เฉพาะในกรณีที่ผู้ให้บริการฝ่าฝืนข้อกำหนดในเนื้อหาออนไลน์ 2 ครั้งขึ้นไปในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา และเป็นผลทำให้การให้บริการดังกล่าวยังคงมีความเสี่ยงต่อความปลอดภัยของชุมชนเป็นอย่างมาก

ประการที่สิบ Alternative enforcement arrangements

การไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนดภายใต้พระราชบัญญัตินี้ ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ของแต่ละกรณี นโยบายการปฏิบัติตามและบังคับใช้ของ eSafety โดยจะกำหนดประเด็นที่ต้องพิจารณาและสิ่งที่ควรปฏิบัติตามและดำเนินการในแต่ละสถานการณ์

(4) หน้าที่และความรับผิดชอบของแพลตฟอร์มดิจิทัล

Online Safety Act 2021 ได้กำหนดหน้าที่และข้อผูกพันที่ชัดเจนสำหรับแพลตฟอร์มออนไลน์ โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างสภาพแวดล้อมออนไลน์ที่ปลอดภัยขึ้น หน้าที่เหล่านี้มีผลบังคับใช้กับโซเชียลมีเดีย เว็บไซต์ ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต และบริการออนไลน์อื่น ๆ ที่เป็นผู้ให้บริการหรือเผยแพร่เนื้อหา หน้าที่หลักของแพลตฟอร์มนั้นเกี่ยวข้องกับการลบเนื้อหาที่เป็นอันตราย การรับรองความปลอดภัยของผู้ใช้ และการปฏิบัติตามกฎระเบียบที่ eSafety Commissioner กำหนดโดยหน้าที่และความรับผิดชอบของแพลตฟอร์มดิจิทัลมีสาระสำคัญ ดังนี้

ประการที่หนึ่ง การปฏิบัติตามข้อกำหนดพื้นฐานของความปลอดภัยทางออนไลน์ (Basic Online Safety Expectations - BOSE)

ภายใต้พระราชบัญญัติฯ แพลตฟอร์มออนไลน์ต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดพื้นฐานเกี่ยวกับความปลอดภัยทางออนไลน์ ซึ่งได้กำหนดข้อกำหนดพื้นฐานเกี่ยวกับความปลอดภัยและความโปร่งใสในกระบวนการดำเนินงาน โดยพระราชบัญญัติฯ ได้กำหนดข้อกำหนดเกี่ยวกับข้อกำหนดพื้นฐานของความปลอดภัยทางออนไลน์ (Basic Online Safety Expectations - BOSE) ซึ่งกำหนดให้แพลตฟอร์มต้องดำเนินการตามสมควรเพื่อป้องกันไม่ให้ผู้ใช้เผชิญกับเนื้อหาที่เป็นอันตราย แพลตฟอร์มต้องมีระบบที่มีประสิทธิภาพในการตรวจจับและลบเนื้อหาที่เป็นอันตราย (มาตรา 45) และข้อกำหนดนี้ยังรวมถึงการให้รายงานที่โปร่งใสเกี่ยวกับวิธีที่แพลตฟอร์มจัดการกับเนื้อหาที่เป็นอันตราย รวมถึงจำนวนการร้องเรียนที่ได้รับการลบเนื้อหา และการดำเนินการใด ๆ ที่ทำเพื่อปรับปรุงความปลอดภัยของผู้ใช้

ประการที่สอง หน้าที่ในการลบเนื้อหาที่เป็นอันตราย

แพลตฟอร์มมีหน้าที่ในการลบเนื้อหาที่เป็นอันตรายซึ่งจัดอยู่ในประเภทต่าง ๆ เช่น การกลั่นแกล้งทางไซเบอร์ การละเมิดภาพถ่ายส่วนตัว และเนื้อหาที่ผิดกฎหมาย เช่น การล่อลวงละเมิดทางเพศเด็ก กฎหมายให้อำนาจแก่ eSafety Commissioner ในการออกคำสั่งลบเนื้อหาจากแพลตฟอร์มที่มีเนื้อหาที่เป็นอันตราย เมื่อได้รับคำสั่งดังกล่าว แพลตฟอร์มต้องลบเนื้อหาภายในเวลาที่กำหนด หากไม่ปฏิบัติตามคำสั่งลบเนื้อหา อาจมีการเรียกใช้บทลงโทษทางแพ่ง รวมถึงค่าปรับตามที่ระบุไว้ใน

ประการที่สาม กฎและมาตรฐานอุตสาหกรรม

พระราชบัญญัตินี้สนับสนุนให้มีการพัฒนาอุตสาหกรรม เพื่อส่งเสริมมาตรฐานความปลอดภัยในบริการออนไลน์ประเภทต่าง ๆ

ประการที่สี่ ระบบจำกัดการเข้าถึง

แพลตฟอร์มที่มีเนื้อหาที่อาจเป็นอันตรายต่อเยาวชนต้องมีระบบจำกัดการเข้าถึงเพื่อป้องกันไม่让孩子เข้าถึงเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม (มาตรา 46(d))

ประการที่ห้า การดำเนินความร่วมมือกับ eSafety Commissioner

แพลตฟอร์มออนไลน์มีข้อผูกพันในการร่วมมือกับการสืบสวนของ eSafety Commissioner และปฏิบัติตามคำสั่งที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาที่เป็นอันตราย แพลตฟอร์มต้องจัดเตรียมข้อมูลที่เกี่ยวข้องและช่วยเหลือในการบังคับใช้บทบัญญัติของพระราชบัญญัติฯ ดังที่กล่าวในข้างต้นว่ากฎหมายให้อำนาจแก่ eSafety Commissioner ในการออกคำสั่งลบเนื้อหา รวมถึงคำสั่งปิดการเข้าถึง ซึ่งแพลตฟอร์มต้องดำเนินการตามโดยรวดเร็ว หากไม่ปฏิบัติตามคำสั่งอาจมีการดำเนินการทางกฎหมาย เช่น บทลงโทษ

ประการที่หก บทลงโทษสำหรับการไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนด

หากแพลตฟอร์มไม่ปฏิบัติตามข้อผูกพันตามพระราชบัญญัติฯ อาจถูกลงโทษ ซึ่งรวมถึงค่าปรับทางแพ่งสำหรับการไม่ปฏิบัติตามคำสั่งลบเนื้อหา หรือการไม่ดำเนินการตามมาตรการความปลอดภัย

จะเห็นได้ว่าประเทศต่าง ๆ มีการพัฒนากฎหมายเฉพาะเพื่อกำกับดูแลแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ครอบคลุมถึงเนื้อหาที่น่าเสนาบนแพลตฟอร์มดิจิทัล รวมถึงการกำกับดูแลให้แพลตฟอร์มดิจิทัล ดำเนินการพัฒนาระบบกลไกหรืออัลกอริทึมเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคจากการใช้บริการ

ตารางที่ 4.3 : ตัวอย่างกรณีการปฏิบัติตามกฎหมายของแพลตฟอร์มดิจิทัล (เฟซบุ๊ก)

กฎหมาย	มีการปฏิบัติ	ไม่มีการปฏิบัติ
พระราชกฤษฎีกาการประกอบธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ต้องแจ้งให้ทราบ พ.ศ. 2565	แจ้งข้อมูลในประเภทบริการสื่อสารสังคมออนไลน์ทั่วไป	แจ้งข้อมูลในประเภทบริการสื่อสารสังคมออนไลน์ทั่วไป ไม่ใช่การบริการพื้นที่จำหน่ายสินค้าหรือบริการ
ประกาศกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม เรื่อง ขั้นตอนการแจ้งเตือน การระงับการทำให้แพร่หลายของข้อมูลคอมพิวเตอร์ และการนำข้อมูลคอมพิวเตอร์ออกจากระบบคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2565		แพลตฟอร์มดิจิทัลไม่ดำเนินการแก้ไขหรือลบเนื้อหาหรือข้อมูลที่มีการเผยแพร่โดยผิดกฎหมายทั้งหมด
พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562		ยังไม่มีแต่งตั้งตัวแทนของผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลเป็น

		หนังสือซึ่งตัวแทนต้องอยู่ในราชอาณาจักรและตัวแทนต้องได้รับมอบอำนาจให้กระทำการแทนผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคล โดยไม่มีข้อจำกัดความรับผิดชอบใด ๆ
--	--	---

4.3 ตัวอย่างการฟ้องร้องดำเนินคดีหรือการร้องเรียนกับผู้ประกอบธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลในต่างประเทศ

ตัวอย่างการฟ้องร้องดำเนินคดีกับผู้ประกอบธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลในต่างประเทศมีหลายประเภทคดีซึ่งสามารถสรุปได้เป็นการคุ้มครองตามกฎหมายระหว่างประเทศ การแข่งขันทางการค้า การกลั่นกรองเนื้อหา ทรัพย์สินทางปัญญา การจ้างแรงงาน ความปลอดภัยและการลงทุน และการคุ้มครองผู้บริโภค โดยมีตัวอย่างคดีหรือการร้องเรียน อาทิ

4.3.1 การคุ้มครองตามกฎหมายระหว่างประเทศ (International legal)

ประเทศไอร์แลนด์: กรณีศึกษา Max Schrems vs Facebook (Open Letter on “confidential” dealings in Facebook case, <https://noyb.eu/en/open-letter>)

(1) กฎหมาย

General Data Protection Regulation (GDPR)

มาตรา 45 การถ่ายโอนข้อมูลโดยอาศัยการตัดสินใจที่มีความเหมาะสม

การถ่ายโอนข้อมูลส่วนบุคคลไปยังประเทศที่สามหรือองค์กรระหว่างประเทศสามารถกระทำได้ หากคณะกรรมการยุโรปได้ตัดสินใจแล้วว่าประเทศหรือองค์กรนั้นมีระดับการคุ้มครองข้อมูลที่เพียงพอ การถ่ายโอนไม่จำเป็นต้องมีการอนุมัติเฉพาะใดๆ หากมีการตัดสินใจเรื่องความเหมาะสมอยู่ อย่างไรก็ตาม หากไม่มีการตัดสินใจดังกล่าว การถ่ายโอนข้อมูลจะต้องเป็นไปตามข้อกำหนดอื่นๆ เช่น ข้อกำหนดมาตรฐานในสัญญาหรือกฎระเบียบภายในองค์กรที่ผูกพันกัน

มาตรา 49 การยกเว้นสำหรับสถานการณ์เฉพาะ

เมื่อไม่มีการตัดสินใจเกี่ยวกับความเหมาะสมหรือการคุ้มครองที่เหมาะสม มาตรา 49 กำหนดยกเว้นเฉพาะที่อนุญาตให้ถ่ายโอนข้อมูลในบางสถานการณ์ รวมถึง:

ผู้รับข้อมูลได้ให้ความยินยอมอย่างชัดเจนต่อการถ่ายโอนที่เสนอ

การถ่ายโอนจำเป็นสำหรับการดำเนินการตามสัญญา

การถ่ายโอนจำเป็นเพื่อเหตุผลสำคัญของผลประโยชน์สาธารณะ

การถ่ายโอนจำเป็นเพื่อจัดตั้ง ใช้ หรือปกป้องข้อเรียกร้องทางกฎหมาย

การถ่ายโอนจำเป็นเพื่อปกป้องชีวิตที่สำคัญของผู้รับข้อมูล

มาตรา 7 เงื่อนไขสำหรับความยินยอม

มาตรานี้ระบุเงื่อนไขที่ความยินยอมถือว่าถูกต้อง:

ความยินยอมต้องให้โดยเสรี เป็นเฉพาะเจาะจง มีข้อมูลครบถ้วน และไม่มี ความกำกวม

ผู้รับข้อมูลต้องสามารถถอนความยินยอมได้ทุกเมื่อ

หากความยินยอมเป็นส่วนหนึ่งของคำประกาศเป็นลายลักษณ์อักษร ต้องสามารถ แยกออกจากเรื่องอื่นได้อย่างชัดเจน และนำเสนอในรูปแบบที่เข้าใจง่ายและเข้าถึงได้ ใช้ภาษาที่ชัดเจนและ เรียบง่าย

ผู้ควบคุมข้อมูลต้องสามารถแสดงให้เห็นว่าผู้รับข้อมูลได้ให้ความยินยอมในการ ประมวลผลข้อมูลของตน

มาตรา 77 สิทธิในการยื่นเรื่องร้องเรียนต่อหน่วยงานกำกับดูแล

มาตรานี้ให้สิทธิแก่ผู้รับข้อมูลในการยื่นเรื่องร้องเรียนต่อหน่วยงานกำกับดูแล โดยเฉพาะในรัฐสมาชิกที่เป็นที่อยู่ถาวรของผู้รับข้อมูล ที่ทำงาน หรือที่เกิดการละเมิดที่กล่าวถึง หากผู้รับข้อมูล เชื่อว่าการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลของตนละเมิด GDPR หน่วยงานกำกับดูแลต้องแจ้งให้ผู้ร้องเรียนทราบ เกี่ยวกับความคืบหน้าและผลลัพธ์ของเรื่องร้องเรียน รวมถึงความเป็นไปได้ในการขอใช้สิทธิทางกฎหมาย

(2) สารสำคัญ

GDPR ซึ่งมีผลบังคับใช้ในวันที่ 25 พฤษภาคม 2018 เป็นหนึ่งในกฎระเบียบด้านการปกป้อง ข้อมูลที่เข้มงวดที่สุดในโลก โดยกำหนดข้อกำหนดที่เข้มงวดสำหรับบริษัทเกี่ยวกับวิธีการรวบรวม จัดเก็บ และ ใช้ข้อมูลส่วนบุคคลของพลเมืองสหภาพยุโรป บริษัทที่ถูกพบว่าละเมิด GDPR อาจถูกปรับจำนวนมากถึงร้อยละ 4 ของมูลค่าการซื้อขายทั่วโลกต่อปี หรือ 20 ล้านยูโร แล้วแต่จำนวนใดจะสูงกว่า

โดยในเดือนพฤษภาคม ค.ศ. 2018 Max Schrems นักเคลื่อนไหวด้านความเป็นส่วนตัวและ องค์กรที่เค้จัดตั้งขึ้น NOYB (None of Your Business) ได้ยื่นเรื่องร้องเรียนหลายฉบับต่อ Facebook และ บริษัทในเครือ รวมถึง Instagram และ WhatsApp โดยกล่าวหาว่าพวกเขาบังคับให้ผู้ใช้ยินยอมให้มีการ ประมวลผลข้อมูลสำหรับการโฆษณาแบบกำหนดเป้าหมาย ซึ่งเป็นการละเมิด General Data Protection Regulation : GDPR โดยคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลแห่งไอร์แลนด์ (DPC) ซึ่งเป็นหน่วยงานกำกับดูแล Facebook ในสหภาพยุโรป (เนื่องจากสำนักงานใหญ่ในยุโรปของ Facebook ตั้งอยู่ที่ดับลิน) ได้ทำการ สอบสวนข้อร้องเรียนเหล่านี้ DPC พิจารณาการปฏิบัติตาม GDPR ของ Facebook อย่างละเอียด โดยเน้นไปที่ ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความยินยอมและความโปร่งใสเป็นพิเศษ

ต่อมา DPC พบว่า Facebook ได้ละเมิดข้อกำหนดของ GDPR โดยไม่ได้ให้ทางเลือกแก่ผู้ใช้ อย่างแท้จริงในการเลือกไม่รับการประมวลผลข้อมูลสำหรับการโฆษณาแบบกำหนดเป้าหมาย แต่ Facebook ได้รวมความยินยอมดังกล่าวไว้ในการยอมรับข้อกำหนดในการให้บริการซึ่งถือว่าผิดกฎหมายภายใต้ GDPR

(3) บทลงโทษ/ผลการดำเนินการ

ในเดือนกันยายน ค.ศ. 2021 DPC ได้ปรับ WhatsApp เป็นจำนวน 225 ล้านยูโรเนื่องจากไม่ได้แจ้งพลเมืองสหภาพยุโรปเกี่ยวกับวิธีการรวบรวมและใช้ข้อมูลของตน

4.3.2 การแข่งขันทางการค้า (Antitrust and Competition)

(1) สหภาพยุโรป

(1.1) สาระสำคัญของกฎหมาย

the Treaty on the Functioning of the European Union (TFEU)

มาตรา 101 ห้ามการทำข้อตกลงระหว่างผู้ประกอบการจำนวนตั้งแต่สองรายขึ้นไปที่จำกัดการแข่งขัน ซึ่งรวมถึงการรวมตัวเป็นกลุ่มและการปฏิบัติอื่นๆ ที่อาจขัดขวางการแข่งขันที่เป็นธรรมภายในสหภาพยุโรป

มาตรา 102 ห้ามบริษัทที่มีอำนาจเหนือตลาดใช้อำนาจดังกล่าวในทางที่ผิดในลักษณะที่อาจส่งผลกระทบต่อการค้าและการแข่งขันภายในสหภาพยุโรป ซึ่งรวมถึงการปฏิบัติ เช่น การกำหนดราคาที่เอารัดเอาเปรียบ เงื่อนไขการค้าที่ไม่เป็นธรรม และการจำกัดการผลิตหรือการตลาดที่อาจเป็นอันตรายต่อผู้บริโภค

(1.2) สาระสำคัญ

สหภาพยุโรปได้ดำเนินการสอบสวนหลายครั้งกับ Facebook (ปัจจุบันคือ Meta Platforms) สำหรับการละเมิดการต่อต้านการผูกขาดที่อาจเกิดขึ้น

คณะกรรมการยุโรปซึ่งเป็นฝ่ายบริหารของสหภาพยุโรปที่รับผิดชอบในการเสนอกฎหมายและการดำเนินการตัดสินใจต่าง ๆ กำลังดำเนินการตรวจสอบว่า Facebook รวบรวมและใช้ข้อมูลจากผู้ลงโฆษณาเพื่อปรับปรุงบริการของตนเองอย่างไรที่อาจทำให้คู่แข่งเสียเปรียบ โดยมีข้อกังวลว่า Facebook อาจใช้ประโยชน์จากข้อมูลที่รวบรวมจากฐานผู้ใช้ที่กว้างขวางอันนำมาซึ่งการได้เปรียบอย่างไม่ยุติธรรมในตลาดโฆษณาออนไลน์ (Van & Scott, 2021)

นอกจากนี้ยังปรากฏการตรวจสอบข้อเท็จจริงที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือการบริการ Marketplace ของ Facebook ภายในแพลตฟอร์มหลัก คณะกรรมาธิการยุโรปกำลังตรวจสอบว่า Facebook ใช้อำนาจเหนือเครือข่ายโซเชียลเพื่อผลักดันบริการ Marketplace หรือไม่ ซึ่งอาจจะบิดเบือนการแข่งขันในตลาดโฆษณาออนไลน์ (European Commission, 2021) โดยวัตถุประสงค์หลักของการสอบสวนนี้เพื่อให้แน่ใจว่ามีการแข่งขันที่ยุติธรรมภายในตลาดดิจิทัลของสหภาพยุโรป

(1.3) บทลงโทษ/ผลการดำเนินการ

ปัจจุบันอยู่ระหว่างการดำเนินการ สำหรับบทลงโทษนั้นขึ้นอยู่กับข้อค้นพบซึ่งสหภาพยุโรปสามารถบังคับใช้การเยียวยาต่างๆ รวมถึงค่าปรับ การเปลี่ยนแปลงการปฏิบัติงาน หรือแนวทางปฏิบัติทางธุรกิจบางอย่าง ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าการสืบสวนเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งในการแสดงให้เห็นถึงทิศทางในระดับ

โลกที่ หน่วยงานกำกับดูแลจะพิจารณาถ่วงดุลของบริษัทยักษ์ใหญ่เพื่อหาพฤติกรรมที่ต่อต้านการแข่งขันที่เป็นธรรมโดยการสืบสวนและการดำเนินการทางกฎหมายนี้มีความคล้ายคลึงกับการดำเนินอยู่ในภูมิภาคอื่นๆ อาทิ สหรัฐอเมริกา

(2) สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี (Bundeskartellamt, 2019)

(2.1) สาระสำคัญของกฎหมาย

the German Competition Act, also known as the Act Against Restraints of Competition (Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen: GWB)

มาตรา 19 ห้ามไม่ให้บริษัทที่มีตำแหน่งที่เป็นผู้นำในตลาดใช้อำนาจผูกขาดอย่างมิชอบ

(2.2) สาระสำคัญ

หน่วยงานกำกับดูแลด้านการแข่งขันของเยอรมัน (Bundeskartellamt) ได้ดำเนินการกับ Facebook โดยมุ่งเน้นที่วิธีการที่บริษัทใช้ในการรวบรวมและใช้ข้อมูลจากผู้ใช้

ในปี ค.ศ. 2019 หน่วยงานกำกับดูแลด้านการแข่งขันของเยอรมันมีกล่าวไว้ว่า Facebook ละเมิดกฎหมายและทำให้เกิดการครอบงำตลาดโดยกำหนดให้ผู้ใช้ยินยอมให้รวบรวมข้อมูลที่ครอบคลุมจากบริการต่างๆ ที่ Facebook เป็นเจ้าของ เช่น WhatsApp Instagram เป็นต้น โดยไม่เสนอตัวเลือกในการยกเลิกหรือให้สิทธิผู้ใช้ในการปฏิเสธ (BBC News, 2019)

(2.3) บทลงโทษ/ผลการดำเนินการ

ในเดือนกุมภาพันธ์ ค.ศ. 2019 หน่วยงานกำกับดูแลด้านการแข่งขันของเยอรมันตัดสินว่า Facebook จะต้องจำกัดแนวทางปฏิบัติในการรวบรวมข้อมูลของตน และมีคำสั่งให้ Facebook หยุดรวมข้อมูลผู้ใช้จากแหล่งต่างๆ โดยไม่ได้รับความยินยอมอย่างชัดแจ้ง

ทั้งนี้ Facebook ยื่นอุทธรณ์คำสั่งตัดสินดังกล่าว ซึ่งนำไปสู่การต่อสู้ทางกฎหมาย โดยศาลระดับภูมิภาคในเมืองดุสเซลดอร์ฟสั่งระงับคำสั่งดังกล่าวชั่วคราว และอ้างถึงความจำเป็นในการสอบสวนเพิ่มเติม อย่างไรก็ตาม ในปี ค.ศ. 2020 ศาลยุติธรรมของรัฐบาลกลางของเยอรมนีมีคำสั่งตัดสินตามแนวทางของหน่วยงานกำกับดูแลด้านการแข่งขันของเยอรมันที่ตัดสินว่าแนวทางปฏิบัติด้านข้อมูลของ Facebook เป็นการแสวงหาผลประโยชน์และละเมิดกฎหมายการแข่งขัน

(3) สหราชอาณาจักร (Competition and Markets Authority, 2023)

(3.1) สาระสำคัญของกฎหมาย

the Enterprise Act 2002

มาตรา 22 อนุญาตให้ CMA (CMA ย่อมาจาก Competition and Markets Authority ซึ่งเป็นหน่วยงานกำกับดูแลการแข่งขันของสหราชอาณาจักร) หน้าที่ของ CMA คือการส่งเสริมการแข่งขันเพื่อผลประโยชน์สูงสุดของผู้บริโภค รวมถึงป้องกันการปฏิบัติที่ไม่เป็นธรรมและการผูกขาดในตลาด โดยมีอำนาจตามกฎหมาย Enterprise Act 2002 ซึ่งเป็นกฎหมายหลักที่ระบุอำนาจและหน้าที่ของ CMA ในการดำเนินการ

ต่อสู้กับการละเมิดกฎหมายการแข่งขันและการควบคุมการควบรวมกิจการ) สืบสวนการควบรวมกิจการที่ทำให้เกิดหรือเพิ่มการครอบครองอย่างน้อยร้อยละ 25 ของการจัดหาสินค้าหรือบริการใดๆ ภายในสหราชอาณาจักร

มาตรา 33 CMA มีอำนาจในการควบคุมการควบรวมกิจการที่เสร็จสมบูรณ์เพื่อการสืบสวนในระยะที่ 2 หากมีเหตุผลที่เหมาะสมในการสงสัยว่าอาจทำให้การแข่งขันลดลงอย่างมากในตลาดสินค้าหรือบริการใดๆ ภายในสหราชอาณาจักร

(3.2) สารสำคัญ

การแข่งขันและการตลาดแห่งสหราชอาณาจักร (CMA) ดำเนินการสอบสวนการเข้าซื้อกิจการ Giphy ของ Facebook ในปี ค.ศ. 2020 เนื่องจากความกังวลเกี่ยวกับผลกระทบของข้อตกลงต่อการแข่งขันในตลาดโฆษณาดิจิทัลและโซเชียลมีเดีย

โดย Facebook (ปัจจุบันคือ Meta Platforms) เข้าซื้อ Giphy ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มยอดนิยมสำหรับการสร้างและแชร์ GIF ในเดือนพฤษภาคม ค.ศ. 2020 ด้วยมูลค่าประมาณ 400 ล้านดอลลาร์ Giphy ถูกรวมเข้าเป็นส่วนหนึ่งใน Instagram ของ Facebook การซื้อกิจการนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อบูรณาการคลัง GIF ขนาดใหญ่ของ Giphy ไว้ในแพลตฟอร์มต่างๆ รวมถึง Instagram, WhatsApp และ Facebook Messenger

นอกจากนี้ CMA ยังมีข้อกังวลว่าการซื้อกิจการอาจลดการแข่งขันในการจัดหาโฆษณาแบบ 디스플레이ในสหราชอาณาจักร ซึ่งก่อนหน้านี้ Giphy เคยเสนอบริการโฆษณาแบบชำระเงินที่สามารถแข่งขันกับการดำเนินการโฆษณาของ Facebook ได้ และ CMA ยังเกรงว่า Facebook อาจจำกัดการเข้าถึง GIF ของ Giphy และแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียอื่น ๆ และนำมาซึ่งการดึงดูดปริมาณการเข้าชมแพลตฟอร์มของ Facebook ได้มากยิ่งขึ้น และเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดได้อย่างมาก

(3.3) บทลงโทษ/ผลการดำเนินการ

การสอบสวนระยะที่ 1 การสอบสวนระยะเริ่มแรกซึ่งเริ่มขึ้นในเดือนมิถุนายน ค.ศ. 2020 ประเมินว่าการควบรวมกิจการอาจส่งผลให้การแข่งขันลดลงอย่างมากหรือไม่

การสอบสวนระยะที่ 2 ในเดือนเมษายน ค.ศ. 2021 CMA การสอบสวนเกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ที่มีรายละเอียดมากขึ้น ระยะนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นจากการแข่งขันอย่างละเอียดและรวบรวมหลักฐานเพิ่มเติม

โดยในเดือนสิงหาคม ค.ศ. 2021 CMA พบว่าการซื้อกิจการอาจเป็นอันตรายต่อการแข่งขันในตลาดโซเชียลมีเดียและโฆษณาดิจิทัล โดยมีข้อแนะนำว่า Facebook อาจจำเป็นต้องขาย Giphy และในเดือนพฤศจิกายน ค.ศ. 2021 ดังนั้น CMA จึงตัดสินใจให้ Facebook ขาย Giphy โดยการตัดสินใจดังกล่าวมีพื้นฐานมาจากความกังวลว่าการเข้าซื้อกิจการอาจขัดขวางการแข่งขันและนวัตกรรมในตลาดโฆษณาดิจิทัล และอาจจำกัดการเข้าถึง GIF ของแพลตฟอร์มอื่น ๆ

(4) ประเทศออสเตรเลีย

(4.1) สารสำคัญ

คณะกรรมการการแข่งขันและผู้บริโภคแห่งออสเตรเลีย (ACCC) ได้ทำการสอบสวนแนวทางปฏิบัติของ Facebook หลายครั้ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความเป็นส่วนตัวของข้อมูล

(4.2) ข้อกล่าวหา/ข้อเท็จจริง

คณะกรรมการการแข่งขันและผู้บริโภคแห่งออสเตรเลีย (ACCC) ดำเนินการสอบสวนการทำให้เข้าใจผิดเกี่ยวกับการรวบรวมข้อมูลของผู้ใช้ โดยในเดือนธันวาคม ค.ศ. 2020 ACCC กล่าวหา Facebook ว่าทำให้ผู้ใช้ชาวออสเตรเลียเข้าใจผิดเกี่ยวกับขอบเขตข้อมูลที่รวบรวมจากการใช้งานแอปพลิเคชัน the Onavo Protect app ซึ่งแอปพลิเคชันนี้วางการตลาดเพื่อเป็นเครื่องมือในการปกป้องข้อมูลของผู้ใช้ แต่ ACCC กล่าวหาว่าถูกใช้โดย Facebook เพื่อรวบรวมข้อมูลที่ครอบคลุมเกี่ยวกับกิจกรรมออนไลน์ของผู้ใช้ (ACCC alleges Facebook misled consumers when promoting app to 'protect' users' data, <https://www.accc.gov.au/media-release/accc-alleges-facebook-misled-consumers-when-promoting-app-to-protect-users-data>)

(4.3) บทลงโทษ/ผลการดำเนินการ

ACCC แนะนำให้เปลี่ยนแปลงกฎระเบียบหลายประการเพื่อจัดการกับปัญหาการครอบงำโดยแพลตฟอร์มดิจิทัล ซึ่งรวมถึงมาตรการเพื่อเพิ่มความโปร่งใสในการโฆษณาดิจิทัล ส่งเสริมการแข่งขัน และปกป้องข้อมูลผู้บริโภค

4.3.3 การกลั่นกรองเนื้อหา (Content Moderation and Censorship)

(1) สหรัฐอเมริกา: กรณีศึกษา “Hart v. Facebook”

(<https://libertyjusticecenter.org/cases/hart-v-facebook/>)

(1.1) สาระสำคัญของกฎหมาย

the Communications Decency Act (CDA)

มาตรา 230

47 U.S.C. § 230(c)(1) "ไม่มีผู้ให้บริการหรือผู้ใช้งานบริการคอมพิวเตอร์แบบโต้ตอบใดๆ ที่จะถูกปฏิบัติเสมือนเป็นผู้จัดพิมพ์หรือผู้พูดข้อมูลที่ถูกลบออกจากผู้ให้ข้อมูลอื่น"

47 U.S.C. § 230(c)(2) แพลตฟอร์มยังได้รับการคุ้มครองหากพวกเขาดำเนินการลบหรือจำกัดการเข้าถึงเนื้อหาที่พวกเขาถือว่าเป็นเนื้อหาลามกหยาบคาย รุนแรงเกินควร คุกคาม หรือเป็นที่น่ารังเกียจ แม้ว่าเนื้อหานั้นอาจจะได้รับการคุ้มครองตามรัฐธรรมนูญ

(1.2) สาระสำคัญ

Hart v. Facebook เป็นคดีฟ้องร้อง Facebook, Twitter, ประธานาธิบดี Joe Biden และเจ้ากรมการแพทย์ของสหรัฐอเมริกา ด้วยตามรัฐธรรมนูญของสหรัฐอเมริการับประกันสิทธิเสรีภาพในการพูดแก่ชาวอเมริกัน ซึ่งเป็นเสรีภาพที่รวมถึงสิทธิในการตั้งคำถามต่อรัฐบาลและเสนอความคิดเห็นที่แตกต่าง

อย่างไรก็ตาม ในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19 เจ้าหน้าที่รัฐบาลกลางเริ่มดำเนินการให้ Facebook กำหนดเป้าหมาย "ข้อมูลที่ผิด" และมีการตรวจสอบคำพูดของชาวอเมริกันเพื่อควบคุมการแสดงออกของข้อมูลและมุมมองเกี่ยวกับโควิด-19 บนแพลตฟอร์ม

โดยบริษัทที่ปรึกษากฎหมาย Liberty Justice Center กำลังต่อสู้กับการละเมิดในคดี Hart v. Facebook ซึ่งเป็นคดีของรัฐบาลกลางที่ยื่นฟ้อง Facebook ประธานาธิบดี Joe Biden และเจ้ากรมการแพทย์ Vivek Murthy โดย Liberty Justice Center ยื่นฟ้องในนามของนักวิเคราะห์ข้อมูลและนักยุทธศาสตร์ดิจิทัล จัสติน ฮาร์ด ซึ่งได้ถูกระงับบัญชี Facebook และ Twitter ของเขาหลายครั้งเนื่องจากเผยแพร่ข้อมูลและการวิจัยทางวิทยาศาสตร์เกี่ยวกับ COVID ที่ไม่สอดคล้องกับความคิดเห็นของฝ่ายบริหารในรัฐบาล Biden

โดยตั้งแต่เดือนเมษายน ค.ศ. 2021 เจ้าหน้าที่จากกระทรวงสาธารณสุข The U.S. Department of Health and Human Services) รวมถึงศูนย์ควบคุมและป้องกันโรค (the Centers for Disease Control and Prevention) เริ่มทำงานร่วมกับ Facebook และ Twitter เพื่อควบคุมการแสดงออกข้อมูลและมุมมองเกี่ยวกับโควิด-19 บนแพลตฟอร์มเหล่านั้น ในเวลานั้นรัฐบาลยังได้เริ่มฟ้องบริษัทโซเชียลมีเดียเอกชน รวมถึง Facebook และ Twitter เกี่ยวกับการกลั่นกรองเนื้อหาของข้อมูลที่ไม่ถูกต้องเกี่ยวกับโควิด

แคโรล ครอว์ฟอร์ด หัวหน้าฝ่ายสื่อดิจิทัลของ The United States Centers for Disease Control and Prevention (CDC) เป็นเจ้าหน้าที่รัฐบาลหลักที่จัดการฟ้องบริษัทกลั่นกรองเนื้อหาเกี่ยวกับข้อมูลที่ไม่ถูกต้องเกี่ยวกับโควิด ครอว์ฟอร์ดให้การเป็นพยานต่อศาลในเวลาต่อมาว่า The United States Centers for Disease Control and Prevention, กระทรวงสุขภาพและบริการมนุษย์สหรัฐ (United States Department of Health and Human Services) และรัฐบาลมีการทำงานร่วมกันในการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับโควิดด้วย

นอกจากนี้ แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย รวมถึง Facebook และ Twitter ในการแถลงข่าวเมื่อเดือนกรกฎาคม เจน ปาซากิ โฆษกทำเนียบขาวยืนยันในทำนองเดียวกันว่า เจ้าหน้าที่อาวุโสของทำเนียบขาว ติดต่อกับแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียเป็นประจำพร้อมด้วยครอว์ฟอร์ด เจ้าหน้าที่ของรัฐซึ่งรวมถึงเจ้ากรมการแพทย์ ผู้อำนวยการทำเนียบขาวด้านกลยุทธ์ดิจิทัล ร็อบ ฟลาเฮอร์ตี และประธานาธิบดีไบเดน ร่วมมือกับเจ้าหน้าที่ของ Facebook และ Twitter มีการดำเนินการเพื่อระงับการแสดงออกถึงมุมมองที่ไม่เป็นที่พอใจต่อโรคโควิด-19 และในเดือนกรกฎาคม ค.ศ. 2021 ไม่นานหลังจากที่ CDC เริ่มฟ้องบริษัทโซเชียลมีเดียในเรื่องการดูแลเนื้อหา Facebook และ Twitter ก็มีการระงับบัญชีของ Hart เนื่องจากโพสต์เกี่ยวกับการปกปิดข้อมูลของรัฐบาล โดยถือว่าเป็น "ข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง" ตามหลักการฟ้องบริษัทที่รัฐบาลดำเนินการให้กับ Facebook และ Twitter แม้ว่า Facebook และ Twitter ได้คืนสิทธิในการโพสต์ของ Hart แล้ว แต่ตอนนี้พวกเขาต้องการให้เขาและผู้ใช้อื่นสามารถแสดงมุมมองต่อที่รัฐบาลได้ โดย Buck Dougherty ที่ปรึกษาอาวุโสของ Liberty Justice Center กล่าวว่า การที่ Facebook และ Twitter สละอำนาจควบคุมและ

อนุญาตให้เจ้าหน้าที่รัฐบาลกลางฝึกอบรมพวกเขาในการกลั่นกรองเนื้อหา พวกเขาไม่สามารถอ้างได้ว่าทำหน้าที่เป็นหน่วยงานเอกชนได้อีกต่อไป

(1.3) บทลงโทษ/ผลการดำเนินการ:

อยู่ระหว่างการดำเนินคดี

(2) สหรัฐอเมริกา: กรณีศึกษา “Rohingya Case” (Christian Science Monitor, 2021)

(2.1) สาระสำคัญของกฎหมาย

the Communications Decency Act (CDA)

มาตรา 230

47 U.S.C. § 230(c)(1) "ไม่มีผู้ให้บริการหรือผู้ใช้งานบริการคอมพิวเตอร์แบบโต้ตอบใดๆ ที่จะถูกปฏิบัติเสมือนเป็นผู้จัดพิมพ์หรือผู้พูดข้อมูลที่ถูกจัดหาจากผู้ให้ข้อมูลอื่น"

47 U.S.C. § 230(c)(2) แพลตฟอร์มยังได้รับการคุ้มครองหากพวกเขาดำเนินการลบหรือจำกัดการเข้าถึงเนื้อหาที่พวกเขาถือว่าเป็นเนื้อหาลามกหยาบคาย รุนแรงเกินควร คุกคาม หรือเป็นที่น่ารังเกียจ แม้ว่าเนื้อหานั้นอาจจะได้รับการคุ้มครองตามรัฐธรรมนูญ

(2.2) สาระสำคัญ

ผู้ลี้ภัยชาวโรฮิงญาฟ้องร้อง Facebook ซึ่งเป็นเครือข่ายโซเชียลรายใหญ่มูลค่ากว่า 150,000 ล้านดอลลาร์ โดยกล่าวหาว่า Facebook ล้มเหลวในการหยุดคำพูดแสดงความเกลียดชังที่ยุยงให้เกิดความรุนแรงต่อกลุ่มชาติพันธุ์มุสลิมจากกลุ่มผู้ปกครองทหารและผู้สนับสนุนในเมียนมาร์

ข้อกล่าวหา/ข้อเท็จจริง:

ผู้ลี้ภัยชาวโรฮิงญาฟ้องร้อง Facebook ซึ่งเป็นเครือข่ายโซเชียลรายใหญ่มูลค่ากว่า 150,000 ล้านดอลลาร์ โดยกล่าวหาว่าล้มเหลวในการหยุดคำพูดแสดงความเกลียดชังที่ยุยงให้เกิดความรุนแรงต่อกลุ่มชาติพันธุ์มุสลิมจากผู้ปกครองทหารและผู้สนับสนุนในเมียนมาร์ หลายปีหลังจากถูกตรวจสอบอย่างถี่ถ้วนว่า Facebook มีส่วนทำให้เกิดความรุนแรงทางชาติพันธุ์และศาสนาในเมียนมาร์ เอกสารภายในของ Facebook ที่เปิดเผยเมื่อเร็วๆ นี้ แสดงให้เห็นว่าบริษัทยังคงมีปัญหาในการกำหนดและกลั่นกรองคำพูดแสดงความเกลียดชังและข้อมูลที่ไม่ถูกต้องบนแพลตฟอร์ม การละเมิดดังกล่าวยังถูกนำไปใช้โดยกลุ่มที่ไม่เป็นมิตรนับตั้งแต่การยึดอำนาจของทหารเมื่อวันที่ 1 ก.พ. ค.ศ. 2012 ซึ่งส่งผลให้เกิดการละเมิดสิทธิมนุษยชนทั่วประเทศ

คำกล่าวอ้างของชาวโรฮิงญาได้รับการเสริมด้วยการเปิดเผยในเอกสารภายในของบริษัทที่อดีตพนักงาน Facebook และผู้แจ้งเบาะแส Frances Haugen แจ้งความล้มเหลวนี้ต่อรัฐสภาและหน่วยงานกำกับดูแลหลักทรัพย์ของสหรัฐอเมริกา เอกสารดังกล่าวยังสามารถใช้เพื่อสนับสนุนการดำเนินการทางกฎหมายที่อาจเกิดขึ้นโดยกลุ่มอื่นๆ ทั่วโลกที่ได้รับอันตรายจากคำพูดแสดงความเกลียดชังและข้อมูลที่ไม่ถูกต้องบนแพลตฟอร์มของ Facebook

โดยทนายความได้ยื่นฟ้องดำเนินคดีในแคลิฟอร์เนียเมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2018 ต่อแพลตฟอร์ม Meta ซึ่งเป็นบริษัทของ Facebook โดยกล่าวว่าการมาถึงของ Facebook ในเมียนมาร์ส่งเสริมการเผยแพร่คำพูดแสดงความเกลียดชัง ข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง และการยุยงให้เกิดความรุนแรง ซึ่ง “ก่อให้เกิดสาเหตุสำคัญ และจะทำให้การฆ่าล้างเผ่าพันธุ์ชาวโรฮิงยาดำเนินต่อไปในที่สุด” นอกจากนี้ทนายความในสหราชอาณาจักรได้ประกาศเจตนาที่จะยื่นฟ้องคดีที่คล้ายกันในกรณีของโรฮิงยานี้

ในปี ค.ศ. 2018 ผู้เชี่ยวชาญด้านสิทธิมนุษยชนแห่งสหประชาชาติที่สืบสวนการโจมตีชาวโรฮิงยา กล่าวว่า Facebook มีบทบาทในการเผยแพร่คำพูดที่แสดงความเกลียดชังและชาวโรฮิงยามากกว่า 10,000 คนถูกสังหาร และมากกว่า 150,000 คนตกอยู่ภายใต้ความรุนแรงทางกายภาพ ซึ่งจากข้อมูลของคดีดังกล่าว พบว่า มีการระบุว่าอัลกอริทึมของ Facebook ขยายคำพูดแสดงความเกลียดชังต่อชาวโรฮิงยา และบริษัทไม่ได้ใช้ระบบประมาณการพอที่จะแจ้งผู้ดูแลและผู้ตรวจสอบข้อเท็จจริงที่พูดภาษาท้องถิ่นหรือเข้าใจสถานการณ์ทางการเมือง และมีการกล่าวหาว่า Facebook ล้มเหลวในการปิดบัญชีและเพจ หรือลบโพสต์ที่ยังให้เกิดความรุนแรง หรือใช้คำพูดแสดงความเกลียดชังที่มุ่งเป้าไปที่กลุ่มชาติพันธุ์ เมื่อพิจารณาจากข้อมูลที่ว่า Facebook มาถึงเมียนมาร์ในปี ค.ศ. 2011 โดยมีผู้ใช้อาศัยหลายล้านคนเข้าถึงอินเทอร์เน็ตเป็นครั้งแรก แต่บริษัทแทบไม่ได้เตือนผู้คนเกี่ยวกับอันตรายของข้อมูลที่ผิดทางออนไลน์และบัญชีปลอม ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่กองทัพใช้ในการรณรงค์ต่อต้านชาวโรฮิงยา

โจทก์เรียกร้องค่าชดเชยสำหรับความเสียหายที่พวกเขาอ้างว่ารุนแรงขึ้นจากการกระทำของ Facebook ซึ่งรวมถึงไม่เพียงแต่ความรุนแรงทางกายภาพเท่านั้น แต่ยังรวมถึงผลกระทบในวงกว้างต่อชุมชนโรฮิงยาด้วย เช่น การพลัดถิ่นและการสูญเสียอาชีพ

(2.3) บทลงโทษ/ผลการดำเนินการ

Facebook ยอมรับว่าการดำเนินการกับการแพร่กระจายคำพูดแสดงความเกลียดชังต่อชาวโรฮิงยาในเมียนมาร์นั้นช้าเกินไป นับตั้งแต่เป็นต้นมา บริษัทได้ดำเนินการปรับปรุงการกลั่นกรองเนื้อหาโดยการจ้างวิทยากรภาษาพม่าเพิ่มขึ้น และพยายามป้องกันการแพร่กระจายของเนื้อหาที่เป็นอันตราย รวมถึงเพื่อตอบสนองต่อการละเมิดที่กระทำต่อชาวโรฮิงยาที่เกิดขึ้น ในปี ค.ศ. 2018 Facebook ได้ส่งระงับบัญชีบุคคลและองค์กรที่เกี่ยวข้องกับกองทัพ 20 บัญชี ซึ่งรวมถึงพลเอกอาวุโส Min Aung Hlaing ที่เป็นผู้นำรัฐบาล และ Facebook ยังได้ดำเนินการปิดการใช้งานเพจที่เป็นของสื่อของรัฐที่ละเมิดกฎหมายของ Facebook เกี่ยวกับการส่งเสริมความรุนแรงและการทำร้ายผู้อื่น

ทั้งนี้ การฟ้องร้อง Facebook (ปัจจุบันคือ Meta Platforms, Inc.) ที่ผู้ลี้ภัยชาวโรฮิงยา ยื่นฟ้องยังไม่มีข้อสรุปที่แน่ชัดในแง่ของค่าชดเชยทางการเงินหรือความรับผิดชอบทางกฎหมาย เนื่องจากผู้พิพากษาของรัฐแคลิฟอร์เนียยกฟ้องการร้องเรียนเบื้องต้น แต่อนุญาตให้โจทก์มีโอกาสแก้ไขและฟ้องร้องคดีอีกครั้ง โดยแนะนำว่าอาจจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์ทางกฎหมายให้เหมาะสมกับกรอบของกฎหมายของสหรัฐอเมริกาและกฎหมายระหว่างประเทศที่อาจเกี่ยวข้องกับการกลั่นกรองเนื้อหาและความรับผิดชอบของบริษัท (Jones, 2022)

อย่างไรก็ตาม คดีนี้ถือเป็นคดีสำคัญและเป็นบททดสอบความรับผิดชอบของโซเชียลมีเดีย ต่อเนื้อหาที่โพสต์บนแพลตฟอร์ม ผู้เชี่ยวชาญด้านกฎหมายและนักเคลื่อนไหวด้านสิทธิมนุษยชนมีมุมมองว่านี่ เป็นความท้าทายที่สำคัญต่อความคุ้มกันที่บริษัทโซเชียลมีเดียโดยทั่วไปได้รับภายใต้กฎหมาย

(3) สหรัฐอเมริกา: กรณีศึกษา “Hepp v. Facebook”

(3.1) สาระสำคัญของกฎหมาย

the Communications Decency Act (CDA)

มาตรา 230

47 U.S.C. § 230(c)(1) "ไม่มีผู้ให้บริการหรือผู้ใช้งานบริการคอมพิวเตอร์แบบ โต้ตอบใดๆ ที่จะถูกปฏิบัติเสมือนเป็นผู้จัดพิมพ์หรือผู้พุดข้อมูลที่ถูกจัดหาจากผู้ให้ข้อมูลอื่น"

47 U.S.C. § 230(c)(2) แพลตฟอร์มยังได้รับการคุ้มครองหากพวกเขาดำเนินการลบ หรือจำกัดการเข้าถึงเนื้อหาที่พวกเขาถือว่าเป็นเนื้อหาลามกหยาบคาย รุนแรงเกินควร คุกคาม หรือเป็นที่น่า รังเกียจ แม้ว่าเนื้อหานั้นอาจจะได้รับการคุ้มครองตามรัฐธรรมนูญ

(3.2) สาระสำคัญ

คดี "Hepp v. Facebook" เกี่ยวกับกรณี Karen Hepp ผู้ประกาศข่าว ซึ่งได้ยื่นฟ้อง Facebook และจำเลยคนอื่นๆ ที่มีการใช้ภาพลักษณ์ของเธอโดยไม่ได้รับอนุญาต โดยรูปถ่ายของ Hepp ถ่าย โดยไม่ได้รับความยินยอมจากเธอ และต่อมาปรากฏในโฆษณาบน Facebook บนเว็บไซต์หาคู่และผลิตภัณฑ์ อื่น ๆ ซึ่งเธอพบว่าเป็นการหมิ่นประมาทและสร้างความเสียหายต่อภาพลักษณ์ทางอาชีพของเธอ โดยประเด็น ของคดีเกี่ยวข้องกับการละเมิดสิทธิที่กฎหมายคุ้มครองการใช้รูปลักษณ์หรือบุคลิกของบุคคลในเชิงพาณิชย์โดย ไม่ได้รับอนุญาต กรณีดังกล่าวทำให้เกิดคำถามสำคัญเกี่ยวกับความรับผิดชอบของแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย และบริการอินเทอร์เน็ตอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาที่ผู้ใช้สร้างขึ้นและการบังคับใช้กฎหมายในสิทธิ์ในทรัพย์สิน ทางปัญญา ศาลพิจารณาแง่มุมต่างๆ ของกฎหมายอินเทอร์เน็ต รวมถึงมาตรา 230 ของพระราชบัญญัติความ เหมาะสมในการสื่อสาร ซึ่งโดยทั่วไปให้ความคุ้มครองแพลตฟอร์มออนไลน์จากความรับผิดชอบต่อเนื้อหาที่โพสต์ โดยผู้ใช้

(3.3) บทลงโทษ/ผลการดำเนินการ:

ศาลชั้นต้นยกฟ้องโจทก์ ปัจจุบันคดีอยู่ระหว่างการพิจารณาชั้นอุทธรณ์

(4) สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี

(4.1) สาระสำคัญของกฎหมาย

Network Enforcement Act (NetzDG) (Network Enforcement Act หรือ NetzDG)

(4.2) สาระสำคัญ:

ข้อกล่าวหาว่า Facebook ได้ลบโพสต์และระงับบัญชีผู้ใช้อย่างไม่เหมาะสมซึ่งรวมถึงคำพูด แสดงความเกลียดชังต่อผู้อพยพ โดยศาลเยอรมันมีคำวินิจฉัยให้โดยมีหลักการให้ Facebook ต้องสร้างสมดุล

ระหว่างสิทธิของผู้ใช้กับความจำเป็นในการควบคุมเนื้อหาที่เป็นอันตรายภายใต้กฎหมาย Network Enforcement Act (NetzDG)

ในเยอรมนี Facebook ถูกตรวจสอบทางกฎหมายเกี่ยวกับแนวทางปฏิบัติในการกลั่นกรองเนื้อหา โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่เกี่ยวข้องกับวิธีการกับคำพูดแสดงความเกลียดชังและความโปร่งใสของกระบวนการกลั่นกรอง คดีสำคัญที่เกี่ยวข้องกับคำตัดสินของศาลเยอรมันในปี ค.ศ. 2018 โดยปรากฏข้อกล่าวหาว่า Facebook ได้ลบโพสต์และระงับบัญชีผู้ใช้อย่างไม่เหมาะสมซึ่งรวมถึงคำพูดแสดงความเกลียดชังต่อผู้อพยพ โดยศาลวิพากษ์วิจารณ์ว่า Facebook ที่ไม่ได้ให้ข้อมูลที่เพียงพอแก่ผู้ใช้งานว่าทำไมเนื้อหาของพวกเขาจึงถูกลบและไม่อนุญาตให้มีกระบวนการอุทธรณ์ที่เหมาะสม กรณีนี้มีประเด็นที่บริษัทโซเชียลมีเดียต้องเผชิญและต้องสร้างสมดุลระหว่างสิทธิของผู้ใช้กับความจำเป็นในการควบคุมเนื้อหาที่เป็นอันตรายภายใต้กฎหมาย Network Enforcement Act (NetzDG) ที่กำหนดให้แพลตฟอร์มต้องลบเนื้อหาที่ผิดกฎหมายทันที (Counter Extremism Project, 2020; Goujard, 2021)

นอกจากนี้ กฎหมาย NetzDG ยังเป็นที่ถกเถียงกันอยู่ โดยถูกวิพากษ์วิจารณ์ว่าอาจยับยั้งเสรีภาพในการพูดเนื่องจากมีข้อกำหนดที่เข้มงวดสำหรับแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียในการลบเนื้อหาที่ถือว่าผิดกฎหมายภายใต้กฎหมายเยอรมันออกอย่างรวดเร็ว ซึ่งรวมถึงคำพูดแสดงความเกลียดชัง แนวคิดที่อาจก่อให้เกิดรุนแรง และการสื่อสารที่เป็นอันตรายรูปแบบอื่นๆ (Human Rights Watch, 2018) โดยกฎหมายกำหนดโทษปรับจำนวนมากสำหรับการไม่ปฏิบัติตาม และกฎหมายนี้ถูกพิจารณาว่าสามารถเป็นแบบอย่างให้แก่ประเทศอื่นๆ

(4.3) บทลงโทษ/ผลการดำเนินการ

คำตัดสินของศาลเยอรมันปี ค.ศ. 2018 นี้มีผลคำตัดสินเกี่ยวกับแนวทางปฏิบัติในการกลั่นกรองเนื้อหาของ Facebook โดยศาลมีคำวินิจฉัยว่า Facebook ดำเนินการเกินขั้นตอนในกรณีของการลบโพสต์และระงับบัญชีผู้ใช้ที่มีคำพูดแสดงความเกลียดชังต่อผู้อพยพ คำตัดสินเน้นย้ำว่าแม้ว่า Facebook มีสิทธิ์กำหนดและบังคับใช้กฎของตนเองกับคำพูดแสดงความเกลียดชัง แต่กระบวนการที่ดำเนินการในกรณีเหล่านี้ยังมีข้อบกพร่อง ดังนี้

ประการที่หนึ่ง ข้อกำหนดและเงื่อนไขทั่วไปไม่ถูกต้อง

ศาลตั้งข้อสังเกตว่าข้อกำหนดและเงื่อนไขของ Facebook ไม่มีประสิทธิภาพหากผู้ใช้เสียเปรียบอย่างไม่มีสมเหตุสมผล ซึ่งขัดต่อหลักการความสุจริต

ประการที่สอง การคืนสถานะโพสต์

ศาลมีคำสั่งให้ Facebook ไม่ลบโพสต์ที่ยังมีการโต้แย้ง โดยยึดหลักการที่ว่าแม้ว่าแพลตฟอร์มจะสามารถลบเนื้อหาที่ละเมิดนโยบายได้ แต่ต้องเคารพสิทธิ์ของผู้ใช้ประกอบด้วย

ประการที่สาม การปรับปรุงกระบวนการ

คำตัดสินเน้นย้ำถึงความจำเป็นในกระบวนการที่โปร่งใสมากขึ้น และเพื่อให้ผู้ใช้เข้าใจและสามารถอุทธรณ์คำตัดสินของ Facebook เกี่ยวกับเนื้อหาของตนได้

ผลคำตัดสินใจของศาลนี้จึงเป็นเน้นย้ำถึงความจำเป็นของแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียในการสร้างสมดุลระหว่างแนวทางปฏิบัติในการกลั่นกรองเนื้อหาโดยเคารพต่อเสรีภาพในการพูดของผู้ใช้ และต้องทำให้ผู้ใช้มั่นใจว่าขั้นตอนมีความชัดเจน ยุติธรรม และอนุญาตให้ผู้ใช้แสดงความคิดเห็นและอุทธรณ์ได้ (Goujard, 2021)

(5) ประเทศเวียดนาม

(5.1) สาระสำคัญของกฎหมาย

Vietnam's Penal Code

มาตรา 331 การละเมิดเสรีภาพประชาธิปไตยเพื่อละเมิดผลประโยชน์ของรัฐ สิทธิตามกฎหมาย และผลประโยชน์ขององค์กรและ/หรือประชาชน

1. บุคคลใดละเมิดเสรีภาพในการพูด เสรีภาพของสื่อมวลชน เสรีภาพในการนับถือศาสนา เสรีภาพในการรวมตัว และเสรีภาพประชาธิปไตยอื่น ๆ เพื่อละเมิดผลประโยชน์ของรัฐ สิทธิตามกฎหมาย และผลประโยชน์ขององค์กรและ/หรือประชาชน จะได้รับคำเตือนหรือได้รับโทษจำคุกไม่เกิน 3 ปี หรือจำคุก 6 - 36 เดือน

2. หากการกระทำดังกล่าวส่งผลกระทบต่อความมั่นคงทางสังคม ความสงบเรียบร้อย หรือความปลอดภัย ผู้กระทำจะต้องได้รับโทษจำคุก 2 - 7 ปี

(5.2) สาระสำคัญ

กรณีนี้เป็นกรณีที่เฟซบุ๊กถูกเรียกร้องในนามของสิทธิในการแสดงความคิดเห็น จากข้อเท็จจริงกรณีที่มีผู้โพสต์บนโซเชียลมีเดียชื่อว่า Le Phu Tuan ถูกจำคุกสี่ปีแปดเดือนจากการโพสต์วิดีโอ 21 รายการบน Facebook ซึ่งอัยการระบุว่าเนื้อหา "ที่ละเมิดเสรีภาพและประชาธิปไตยเพื่อละเมิดผลประโยชน์ของรัฐและสิทธิและผลประโยชน์ที่ถูกต้องตามกฎหมายขององค์กรและบุคคล" โดยเขาเป็นหนึ่งในชาวเวียดนามจำนวนมากขึ้นเรื่อย ๆ ที่ถูกดำเนินคดีภายใต้มาตรา 331 ของประมวลกฎหมายอาญาที่ใช้คำคลุมเครือ ตั้งแต่ต้นปีนี้ มีผู้ถูกจับกุมอย่างน้อย 12 คนและจำคุก 8 คนภายใต้มาตราดังกล่าว (Firm, 2024)

ในด้าน Meta เน้นย้ำถึงความสำคัญของเสรีภาพในการแสดงออกและการเปิดโอกาสให้ผู้คนแสดงออกได้อย่างอิสระมากที่สุด แม้ว่ากลุ่มสิทธิมนุษยชนจะวิพากษ์วิจารณ์ว่ารัฐบาลสามารถจำกัดการโพสต์บน Facebook เนื่องจากถูกกดดันจากรัฐบาลเผด็จการก็ตาม อย่างไรก็ตาม Meta กล่าวว่าไม่มีกระบวนการตอบสนองต่อคำขอของรัฐบาล และพิจารณาถึงนโยบายของบริษัทควบคู่ไปกับกฎหมายในท้องถิ่นและมาตรฐานสิทธิมนุษยชนระหว่างประเทศ (Firm, 2024)

ข้อเท็จจริงข้างต้นนี้แม้จะไม่ใช่กรณีที่เฟซบุ๊กถูกฟ้องร้องแต่เป็นการแสดงให้เห็นถึงข้อเรียกร้องและสมดุลของการปฏิบัติตามกฎหมายระหว่างประเทศ กฎหมายภายใน และนโยบายของบริษัทซึ่งยังมีข้อจำกัดในการเลือกปรับใช้และการปฏิบัติตามกฎหมายและนโยบายในสถานการณ์จริง

(5.3) บทลงโทษ/ผลการดำเนินการ:

(6) ประเทศอินเดีย: กรณีศึกษา Swami Ramdev & Anr. กับ Facebook, Inc. & Ors.

(6.1) สาระสำคัญของกฎหมาย

India's Information Technology (IT) Act

Section 79

ผู้ให้บริการตัวกลางจะไม่ต้องรับผิดชอบต่อนเนื้อหาของผู้บุคคลที่สาม (เช่น เนื้อหาที่สร้างโดยผู้ใช้) ที่ถูกโฮสต์หรือส่งผ่านแพลตฟอร์มของตน ทั้งนี้ ผู้ให้บริการตัวกลางต้องปฏิบัติตามหน้าที่ด้วยความระมัดระวัง ขณะปฏิบัติหน้าที่ตามกฎหมาย และปฏิบัติตามแนวทางที่รัฐบาลกลางกำหนด ซึ่งรวมถึงการดำเนินการอย่างโปร่งใสและให้ความร่วมมือกับหน่วยงานบังคับใช้กฎหมายเมื่อจำเป็น

(6.2) สาระสำคัญ

คดี Swami Ramdev & Anr. กับ Facebook, Inc. & Ors. ตัดสินเมื่อวันที่ 23 ตุลาคม 2019 กล่าวถึงประเด็นเนื้อหาหมิ่นประมาทที่เผยแพร่บนแพลตฟอร์มต่างๆ เช่น Facebook, YouTube และ Google Swami Ramdev ยื่นฟ้องศาลเพื่อขอให้ลบวิดีโอ ซึ่งเขาอ้างว่าเป็นการหมิ่นประมาท (Delhi High Court, 2019)

(6.3) บทลงโทษ/ผลการดำเนินการ

ศาลสูงตัดสินว่าแพลตฟอร์มทั่วโลกต้องปิดกั้นการเข้าถึงเนื้อหาดังกล่าว ไม่เพียงแต่ในอินเดียเท่านั้น แต่ทั่วโลกด้วย

4.3.4 ททรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property)

(1) สหรัฐอเมริกา: กรณีศึกษา ZeniMax (Hayden, 2018)

(1.1) สาระสำคัญของกฎหมาย

1. พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ ค.ศ. 1976 (Copyright Act of 1976)

มาตรา 106 มาตรานี้กำหนดลิขสิทธิ์พิเศษที่มอบให้แก่ผู้ถือสิทธิ์ รวมถึงสิทธิในการทำซ้ำผลงาน แจกจ่ายสำเนา แสดงหรือเผยแพร่ผลงานในที่สาธารณะ และสร้างงานดัดแปลงจากผลงานที่มีลิขสิทธิ์

มาตรา 501 มาตรานี้กำหนดว่าอะไรคือการละเมิดลิขสิทธิ์ รวมถึงการทำซ้ำ แจกจ่าย หรือแสดงผลงานที่มีลิขสิทธิ์โดยไม่ได้รับอนุญาต และระบุถึงวิธีการเยียวยาที่มีสำหรับการละเมิดลิขสิทธิ์ เช่น การเรียกค่าเสียหายและการออกคำสั่งห้าม

มาตรา 107 มาตรานี้ระบุเงื่อนไขที่การใช้งานผลงานที่มีลิขสิทธิ์อาจถือว่าเป็นการใช้งานที่เป็นธรรม ซึ่งรวมถึงการใช้งานเพื่อวัตถุประสงค์เช่น การวิจารณ์ แสดงความคิดเห็น รายงานข่าว การสอน การค้นคว้า หรือการวิจัย

2. พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า (Lanham Act)

มาตรา 43(a) มาตรานี้กล่าวถึงการละเมิดเครื่องหมายการค้า โดยมุ่งเน้นไปที่การใช้ คำ ศัพท์ ชื่อ สัญลักษณ์ หรืออุปกรณ์ใดๆ หรือการผสมผสานของสิ่งเหล่านี้ ที่อาจก่อให้เกิดความสับสนหรือ เข้าใจผิด หรือทำให้เข้าใจผิดว่าเกี่ยวข้องกับอีกฝ่ายหนึ่ง หรือเกี่ยวกับแหล่งกำเนิด การสนับสนุน หรือการ อนุมัติของสินค้า บริการ หรือกิจกรรมทางการค้า

3. กฎหมายความลับทางการค้า (Uniform Trade Secrets Act - UTSA)

มาตรา 1 มาตรานี้กำหนดความหมายของคำสำคัญ เช่น "ความลับทางการค้า" "การได้มาโดยมิชอบ" และ "วิธีการที่ไม่เหมาะสม"

มาตรา 2 มาตรานี้ให้การบรรเทาทุกข์โดยคำสั่งห้ามต่อการได้มาจริงหรือการได้มา โดยมิชอบของความลับทางการค้า

มาตรา 3 มาตรานี้ระบุค่าเสียหายที่สามารถเรียกร้องได้สำหรับการละเมิดความลับ ทางการค้า รวมถึงการสูญเสียจริงและความร่ำรวยที่ไม่เป็นธรรมที่เกิดจากการละเมิด

4. กฎหมายสัญญา (Contract Law)

การละเมิดสัญญา เมื่อฝ่ายหนึ่งไม่ปฏิบัติตามข้อผูกพันตามสัญญา ฝ่ายที่ไม่ได้ ละเมิดอาจมีสิทธิได้รับการเยียวยา เช่น ค่าเสียหาย การปฏิบัติตามสัญญา หรือการยกเลิกและการชดใช้

ข้อตกลงการไม่เปิดเผยข้อมูล (NDA)

NDA เป็นสัญญาที่มีผลผูกพันตามกฎหมายที่สร้างความสัมพันธ์ทางความลับระหว่าง คู่สัญญา ฝ่ายที่ลงนามในข้อตกลงยอมรับว่าข้อมูลที่พวกเขาได้รับจะไม่ถูกเปิดเผยให้ผู้อื่นทราบ

ข้อตกลงการไม่แข่งขัน

ข้อในสัญญาที่ฝ่ายหนึ่งยอมรับว่าจะไม่เข้าสู่หรือเริ่มประกอบอาชีพหรือการค้าใน ลักษณะที่คล้ายคลึงกับอีกฝ่ายหนึ่งในช่วงระยะเวลาที่กำหนดหลังจากออกจากบริษัท

5. กฎหมายแรงงาน (Employment Law)

มาตราที่เกี่ยวข้องภายใต้กฎหมายแรงงานอาจรวมถึง:

การเลิกจ้างที่ไม่เป็นธรรม

เกิดขึ้นเมื่อพนักงานถูกเลิกจ้างจากงานของตนโดยละเมิดสัญญาหรือสิทธิทาง

กฎหมาย

ข้อตกลงการไม่แข่งขัน

สัญญาจ้างงานอาจรวมถึงข้อตกลงการไม่แข่งขันที่ป้องกันไม่ให้พนักงานเข้าร่วมกับ คู่แข่งหรือเริ่มธุรกิจที่แข่งขันกันภายในระยะเวลาหนึ่งหลังจากออกจากบริษัท

6. กฎหมายความลับทางการค้า (Trade Secret Law)

หากกรณีเกี่ยวข้องกับการละเมิดความลับทางการค้า กฎหมายความลับทางการค้า ฉบับบูรณาการ (UTSA) จะเป็นกรอบทางกฎหมายหลักที่ครอบคลุม:

การได้มาหรือการเปิดเผยโดยมิชอบ

กำหนดว่าเป็นการได้มา เปิดเผย หรือใช้ความลับทางการค้าผ่านวิธีการที่ไม่เหมาะสม เช่น การขโมย การให้สินบน หรือการละเมิดหน้าที่ในการรักษาความลับ

(1.2) สารระสำคัญ

คดีนี้เกี่ยวข้องกับการอ้างว่า Oculus ซึ่ง Facebook ซื้อกิจการในปีค.ศ. 2014 ได้ยกยอกเทคโนโลยีความเป็นจริงเสมือนที่พัฒนาโดย ZeniMax การต่อสู้ทางกฎหมายสิ้นสุดลงด้วยการยอมความแม้ว่าจะไม่มีการเปิดเผยข้อกำหนดก็ตาม กรณีนี้เน้นย้ำถึงความท้าทายของสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาในเทคโนโลยีเกิดใหม่ เช่น ความจริงเสมือน (Road to VR)

ข้อกล่าวหา/ข้อเท็จจริง:

ZeniMax Media ได้ยื่นฟ้อง Facebook เกี่ยวข้องกับข้อกล่าวหาว่า Oculus ซึ่งเป็นบริษัทที่ Facebook เข้าซื้อกิจการได้ละเมิดเทคโนโลยีและความลับทางการค้าที่เป็นของ ZeniMax ไปในทางที่ผิด คดีนี้เริ่มต้นขึ้นในปี ค.ศ. 2014 ไม่นานหลังจากที่ Facebook เข้าซื้อกิจการ Oculus ด้วยมูลค่า 2 พันล้านดอลลาร์ ZeniMax อ้างว่า John Carmack อดีตพนักงานของ ZeniMax ซึ่งต่อมากลายเป็นประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายเทคโนโลยีของ Oculus ได้นำข้อมูลและเทคโนโลยีที่เป็นกรรมสิทธิ์จาก ZeniMax ไปยัง Oculus โดยเทคโนโลยีนี้มีความสำคัญในการพัฒนา สินค้าที่เรียกว่า Oculus Rift

ข้อกล่าวหาของ ZeniMax จึงเป็นกรณีที่กล่าวหาว่า Oculus และ Facebook ใช้ความลับทางการค้าที่ละเมิดกฎหมายและละเมิดสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาเพื่อสร้าง Oculus Rift พวกเขาอ้างว่า Palmer Luckey ผู้ก่อตั้ง Oculus ละเมิดข้อตกลงในการที่จะไม่เปิดเผยข้อมูลอีกด้วย

(1.3) บทลงโทษ/ผลการดำเนินการ

คำตัดสินของศาลเกิดขึ้นในปีค.ศ. 2017 โดยคณะลูกขุนมีความเห็นว่า Oculus มีความผิดในการละเมิดลิขสิทธิ์และละเมิดข้อตกลงไม่เปิดเผยข้อมูล แต่ไม่มีความผิดเกี่ยวกับการละเมิดความลับทางการค้า โดยตัดสินให้ ZeniMax ได้รับการชดเชยค่าเสียหาย 500 ล้านดอลลาร์ อย่างไรก็ตาม ทั้งสองดำเนินการทำข้อตกลงในปีค.ศ. 2018 ทั้งนี้ ข้อตกลงดังกล่าวไม่มีการเปิดเผยต่อสาธารณะ

(2) สหรัฐอเมริกา: กรณีศึกษา Angel Technologies Group (Kass, 2021)

(2.1) กฎหมาย

U.S. patent law

35 U.S.C. § 271 มาตรานี้กำหนดว่าอะไรถือเป็นการละเมิดสิทธิบัตร ซึ่งรวมถึงการผลิต การใช้ การขาย หรือการนำเข้าสิ่งประดิษฐ์ที่ได้รับสิทธิบัตรโดยไม่ได้รับอนุญาต

35 U.S.C. § 281 มาตรานี้ให้สิทธิแก่ผู้ถือสิทธิบัตรในการเรียกร้องการเยียวยาทางกฎหมายสำหรับการละเมิดสิทธิบัตรผ่านการดำเนินคดีทางแพ่ง

(2.2) สารระสำคัญ

คดีความของกลุ่ม Angel Technologies: Angel Technologies Group ยื่นฟ้อง Meta การละเมิดสิทธิบัตรโดยกล่าวหาว่าคุณสมบัติการแท็กของ Facebook และ Instagram ละเมิดสิทธิบัตรของ

ตน คดีนี้ถูกฟ้องในศาลแขวงกลางแห่งแคลิฟอร์เนีย โดยเป็นคดีที่มุ่งเน้นประเด็นปัญหาที่กำลังดำเนินอยู่เกี่ยวกับสิทธิในสิทธิบัตรที่เกี่ยวข้องกับฟังก์ชันการทำงานของโซเชียลมีเดีย

คดีระหว่าง Angel Technologies Group และ Meta (เดิมชื่อ Facebook) เกี่ยวข้องกับการเรียกร้องการละเมิดสิทธิบัตรที่เกี่ยวข้องกับคุณสมบัติการแท็กบน Facebook และ Instagram โดย Angel Technologies Group ยื่นฟ้อง Meta ว่าการละเมิดสิทธิบัตร โดยกล่าวหาว่าเทคโนโลยีการแท็กที่ใช้บน Facebook และ Instagram ละเมิดสิทธิบัตรหลายฉบับ สิทธิบัตรดังกล่าวเกี่ยวข้องกับวิธีการและระบบในการแท็กบุคคลในภาพถ่ายและสื่ออื่นๆ ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่ใช้กันอย่างแพร่หลายบนแพลตฟอร์มของ Meta คดีดังกล่าวมีการฟ้องร้องในศาลแขวงกลางแคลิฟอร์เนีย Angel Technologies Group ยืนยันว่าการใช้ฟีเจอร์การแท็กของ Meta ละเมิดสิทธิบัตรที่ตนถือโดยตรง โดยเรียกร้องค่าเสียหายและขอให้ศาลมีคำสั่งห้ามไม่ให้ Meta ใช้เทคโนโลยีที่ได้รับสิทธิบัตร

(2.3) บทลงโทษ/ผลการดำเนินการ

คดียังดำเนินอยู่และไม่มีคำพิพากษาถึงที่สุด ซึ่งการดำเนินคดีทางกฎหมายในคดีสิทธิบัตรอาจใช้เวลานาน เนื่องจากการตรวจสอบสิทธิบัตรที่เป็นปัญหาข้อเท็จจริงที่ต้องมีการตรวจสอบรายละเอียดจำนวนมาก

4.3.5 การจ้างแรงงาน (Employment and Labor)

(1) สหรัฐอเมริกา: กรณีศึกษา Discrimination in Hiring (U.S. Department of Justice, 2021)

(1.1) สาระสำคัญของกฎหมาย

(1) พระราชบัญญัติการเข้าเมืองและสัญชาติ (INA)

มาตรา 1324b ห้ามการปฏิบัติที่ไม่เป็นธรรมเกี่ยวกับการจ้างงานที่เกี่ยวข้องกับการเข้าเมือง ซึ่งรวมถึงการเลือกปฏิบัติบนพื้นฐานของสถานะความเป็นพลเมืองหรือชาติกำเนิด โดยเฉพาะทำให้การกระทำดังต่อไปนี้เป็นสิ่งผิดกฎหมายสำหรับนายจ้าง

การเลือกปฏิบัติในการจ้างงาน การปลดออกจากงาน หรือการสรรหาหรือแนะนำคนงานด้วยค่าธรรมนิยม โดยอ้างอิงจากสถานะความเป็นพลเมืองหรือสถานะการเข้าเมืองของบุคคล

การให้ความสำคัญกับผู้ถือวีซ่าชั่วคราวเหนือกว่าคนงานสหรัฐฯ (พลเมืองสหรัฐฯ, ชาวสหรัฐฯ, ผู้ลี้ภัย, ผู้ขอลี้ภัย และผู้อยู่อาศัยถาวรตามกฎหมาย) ในกระบวนการสรรหาหรือจ้างงาน

(2) รัฐบัญญัติสิทธิพลเมืองปี 1964 มาตรา 7

ห้ามการเลือกปฏิบัติในการจ้างงานโดยเชื้อชาติ สีผิว ศาสนา เพศ หรือชาติกำเนิด

(3) บทบัญญัติเกี่ยวกับการต่อต้านการเลือกปฏิบัติตามพระราชบัญญัติการเข้าเมืองและสัญชาติ

(1.2) สารระสำคัญ

กระทรวงยุติธรรมของสหรัฐอเมริกา (DOJ) ยื่นฟ้อง Facebook โดยกล่าวหาว่าบริษัทเลือกปฏิบัติต่อคนงานในสหรัฐฯ โดยสำรองตำแหน่งงานมากกว่า 2,600 ตำแหน่งสำหรับผู้ถือวีซ่าชั่วคราวที่แทนที่จะพิจารณาคนงานในสหรัฐฯ ที่ว่างและมีคุณสมบัติเหมาะสม โดยการกระทำนี้เกี่ยวข้องกับตำแหน่งที่เสนอเงินเดือนเฉลี่ยประมาณ 156,000 ดอลลาร์ DOJ จึงกล่าวอ้างว่ากระบวนการจ้างงานของ Facebook เป็นการออกแบบมาเพื่อกีดกันคนงานในสหรัฐฯ จากการสมัครจึงเป็นการเลือกปฏิบัติในการจ้างงาน

โดยในปี ค.ศ. 2019 กระทรวงยุติธรรมของสหรัฐอเมริกายื่นฟ้อง Facebook โดยกล่าวหาว่าบริษัทได้เลือกปฏิบัติต่อคนงานในสหรัฐฯ โดยสนับสนุนผู้ถือวีซ่าชั่วคราวในการจ้างงาน โดย Facebook ได้สงวนตำแหน่งงานบางอย่างสำหรับผู้ถือวีซ่า H-1B และวีซ่าชั่วคราวอื่นๆ แทนที่จะพิจารณาคนงานในสหรัฐฯ ที่มีคุณสมบัติเท่าเทียมกันหรือมากกว่า

โดยกระทรวงยุติธรรมของสหรัฐอเมริกาต้องการบทลงโทษทางแพ่งและคืนเงินให้กับคนงานในสหรัฐฯ ที่ได้รับผลกระทบ พร้อมด้วยการเปลี่ยนแปลงแนวทางปฏิบัติในการสรรหาบุคลากรของ Facebook เพื่อให้มั่นใจว่าสอดคล้องกับกฎหมายต่อต้านการเลือกปฏิบัติ นอกจากนี้ คณะกรรมการโอกาสการจ้างงานที่เท่าเทียมกัน (Equal Employment Opportunity Commission: EEOC) ยังได้พิจารณาบริษัทเทคโนโลยีต่างๆ รวมถึง Facebook เพื่อหาการปฏิบัติที่อาจเลือกปฏิบัติในการจ้างงานในที่ทำงานอีกด้วย

(1.3) บทลงโทษ/ผลการดำเนินการ

การระงับข้อพิพาทโดยมีการชดใช้ทางแพ่งจำนวน \$4.75 million ให้แก่สหรัฐอเมริกาและการชดเชยเป็นเงินจำนวน \$9.5 million สำหรับบุคคลที่ได้รับผลกระทบ การเปลี่ยนแปลงนโยบายของบริษัททั้งนี้ได้มีการติดตามอย่างต่อเนื่องเพื่อให้แน่ใจว่าการจ้างงานมีความสอดคล้องกับกฎหมายต่อต้านการเลือกปฏิบัติ

(2) สหรัฐอเมริกา: กรณีศึกษา Racial Discrimination (Sandler, 2021)

(2.1) สารสำคัญของกฎหมาย

(1) รัฐบัญญัติสิทธิพลเมืองค.ศ. 1964 มาตรา 7

ห้ามนายจ้างไม่ให้เลือกปฏิบัติต่อพนักงานบนพื้นฐานของเชื้อชาติ สีผิว ศาสนา เพศ หรือชาติกำเนิด

(2) รัฐบัญญัติสิทธิพลเมือง ค.ศ. 1866

ห้ามการเลือกปฏิบัติในสัญญาบนพื้นฐานของเชื้อชาติ ซึ่งรวมถึงสัญญาการจ้างงานด้วย

(3) รัฐบัญญัติคนอเมริกันที่มีความพิการ (ADA)

ห้ามการเลือกปฏิบัติต่อบุคคลที่มีความพิการซึ่งมีคุณสมบัติเหมาะสมในการจ้างงาน

(4) รัฐบัญญัติการเลือกปฏิบัติอายุในการจ้างงาน (ADEA)

การคุ้มครองบุคคลที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไปจากการถูกเลือกปฏิบัติในการจ้างงานบนพื้นฐานของอายุ

(5) รัฐบัญญัติค่าตอบแทนที่เท่าเทียมกัน ค.ศ. 1963

ชายและหญิงที่ทำงานในสถานที่เดียวกันจะได้รับค่าจ้างที่เท่าเทียมกันสำหรับงานที่เท่าเทียมกัน

(2.2) สารระสำคัญ

กรณีสำคัญอีกกรณีหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับ Facebook เกี่ยวกับแนวทางปฏิบัติในการจ้างงานคือการบรรลุข้อตกลงกับคณะกรรมการโอกาสการจ้างงานที่เท่าเทียมกัน (EEOC) ในเดือนกรกฎาคม ค.ศ. 2021 โดยคดีนี้มีสารสำคัญเกี่ยวกับการกล่าวหาเรื่องการเลือกปฏิบัติทางเชื้อชาติในการจ้างงานของ Facebook

โดยคณะกรรมการโอกาสการจ้างงานที่เท่าเทียมกัน (Equal Employment Opportunity Commission: EEOC) สอบสวนข้อกล่าวหาที่ว่า Facebook เลือกปฏิบัติต่อคนงานในสหรัฐฯ ตามเชื้อชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการสรรหาและการจ้างงาน การสอบสวนนี้เป็นส่วนหนึ่งของการสอบสวนในวงกว้างเกี่ยวกับอคติทางเชื้อชาติที่อาจเกิดขึ้นในการจ้างงานของบริษัทเทคโนโลยีรายใหญ่ โดยเป็นการกล่าวหาว่าแนวทางปฏิบัติของ Facebook ส่งผลเสียต่อผู้สมัครที่เป็นชนกลุ่มน้อย รวมถึงผู้สมัครที่เป็นผิวดำฮิสแปนิก (Hispanic) โดยการจำกัดโอกาสการจ้างงานของพวกเขาภายในบริษัท

(2.3) บทลงโทษ/ผลการดำเนินการ

ผลการดำเนินการมีการทำข้อตกลงระงับคดีซึ่งแม้ว่าข้อกำหนดเฉพาะของข้อตกลงระงับข้อพิพาทจะไม่ได้ให้รายละเอียดไว้อย่างเปิดเผย แต่โดยทั่วไปแล้วข้อตกลงเหล่านี้รวมถึงมาตรการต่างๆ เช่น การชดเชยทางการเงินสำหรับบุคคลที่ได้รับผลกระทบ การเปลี่ยนแปลงแนวปฏิบัติในการจ้างงานและการจัดหางาน และการปฏิบัติตามกฎหมายและการกำหนดเพื่อต่อต้านการเลือกปฏิบัติในอนาคตอย่างต่อเนื่อง และอาจรวมถึงการฝึกอบรมผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรบุคคลและบุคลากร การตรวจสอบกระบวนการจ้างงาน และการใช้กลยุทธ์การสรรหาบุคลากรใหม่ๆ เพื่อส่งเสริมความหลากหลายของเชื้อชาติ

4.3.6 ความปลอดภัยและการลงทุน (Securities and Investor Issues)

(1) สหรัฐอเมริกา: กรณีศึกษา The IPO Misinformation Lawsuit (Sweet, 2012)

(1.1) สารสำคัญของกฎหมาย

รัฐบัญญัติหลักทรัพย์ ค.ศ. 1933 ควบคุมการขายหลักทรัพย์ครั้งแรก (หุ้น) ในสหรัฐอเมริกา และกำหนดให้นักลงทุนได้รับข้อมูลทางการเงินและข้อมูลสำคัญอื่นๆ เกี่ยวกับหลักทรัพย์ที่เสนอขายต่อสาธารณะ และห้ามการหลอกลวง การทำให้หลงผิด รวมถึงการฉ้อโกงอื่นๆ ในการขายหลักทรัพย์

(1.2) สาระสำคัญ

กรณีเป็นการให้ข้อมูลที่ไม่ถูกต้องเกี่ยวกับการเสนอขายหุ้น IPO หรือ Initial Public Offering (หุ้นสามัญที่เปิดขายในตลาดครั้งแรกให้นักลงทุน) ของ Facebook เกิดขึ้นในเดือนพฤษภาคม ค.ศ. 2012 โดยคดีนี้มีเกี่ยวข้องกับข้อกล่าวหาเรื่องการเปิดเผยข้อมูลแบบเลือกเฉพาะบางกลุ่มและการให้ข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง

โดยการเสนอขายหุ้น IPO ของ Facebook ซึ่งเป็นหนึ่งในการเสนอขายหุ้นต่อสาธารณะที่คาดว่าจะมีมูลค่าสูงที่สุดในประวัติศาสตร์ภาคเทคโนโลยี แต่มีข้อขัดแย้งเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว หลังจากที่ Facebook เผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวสู่สาธารณะส่งผลให้ราคาหุ้นลดลงอย่างมากและทำให้นักลงทุนขาดทุนจำนวนมากโดยสาระสำคัญของการฟ้องร้อง คือ Facebook และผู้จัดการการจัดจำหน่าย (ธนาคารรายใหญ่) ได้เลือกเปิดเผยการแก้ไขการคาดการณ์รายได้ที่ลดลงให้กับนักลงทุนสถาบันรายใหญ่เพียงไม่กี่รายแทนที่จะเปิดเผยข้อมูลนี้ต่อสาธารณะแก่นักลงทุนทุกคน จึงเป็นการเปิดเผยข้อมูลแบบเลือกเฉพาะนักลงทุนบางกลุ่ม ซึ่งมีรายละเอียดโดยสรุปคือ Facebook ได้แจ้งให้ผู้จัดการการจัดจำหน่ายทราบถึงความคาดหวังด้านรายได้ที่ลดลง ซึ่งได้มีการแบ่งปันข้อมูลนี้กับลูกค้าบางราย แต่นักลงทุนรายย่อยและสาธารณชนในวงกว้างไม่ได้รับข้อมูลนี้จึงเป็นการให้ข้อมูลที่ไม่ถูกต้องประกอบกับหลักฐานจากหนังสือชี้ชวนที่มอบให้นักลงทุนจึงเป็นการทำให้เข้าใจผิด เพราะไม่มีการเปิดเผยการคาดการณ์รายได้ที่แก้ไข

(1.3) บทลงโทษ/ผลการดำเนินการ

คดีนี้เป็นการดำเนินคดีแบบกลุ่มส่งผลให้ Facebook ตกลงยอมความ โดยบริษัทและผู้จัดการการจัดจำหน่ายตกลงที่จะจ่ายเงิน 35 ล้านดอลลาร์เพื่อยุติข้อกล่าวหา

(2) สหรัฐอเมริกา: กรณีศึกษา Securities Fraud Allegation Post-Quarterly Earnings Report (United States District Court for the Northern District of California, 2020)

(2.1) สาระสำคัญของกฎหมาย

Securities Exchange Act of 1934

มาตรา 10(b), 10b-5 ห้ามกิจกรรมทุจริตในการซื้อหรือขายหลักทรัพย์ รวมถึงการให้ข้อมูลที่เป็นเท็จเกี่ยวกับข้อเท็จจริงที่สำคัญหรือละเว้นการให้ข้อมูลข้อเท็จจริงที่จำเป็นเพื่อให้ข้อความที่กล่าวไว้ ไม่ทำให้เกิดความเข้าใจผิด โดยพิจารณาจากสถานการณ์ในขณะที่ให้ข้อมูลเหล่านั้น

(2.2) สาระสำคัญ

คดีนี้เป็นการดำเนินคดีแบบกลุ่มเกี่ยวกับการที่ผู้บริหาร Facebook ให้ข้อมูลที่ไม่เพียงพอแก่นักลงทุน

โดยในเดือนกรกฎาคม ค.ศ. 2018 Facebook ได้ประกาศผลประกอบการรายไตรมาส ซึ่งเปิดเผยให้เห็นถึงการเติบโตของรายได้ที่ลดลง จำนวนผู้ใช้งานรายวันน้อยลง และอัตรากำไรที่ลดลง ผลลัพธ์เหล่านี้ต่ำกว่าที่นักวิเคราะห์คาดไว้อย่างมาก เมื่อมีการเปิดเผยข้อมูลดังกล่าวทำให้ราคาหุ้นของ Facebook ลดลง โดยปรากฏมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาดลดลงประมาณ 120,000 ล้านดอลลาร์ภายในวันเดียว

ด้วยเหตุผลดังกล่าวจึงมีการกล่าวหาว่าผู้บริหารของ Facebook ซึ่งเคยมีการแถลงถึงผลประกอบการในแง่ดีมากเกินไปเกี่ยวกับการเติบโตของรายได้ของบริษัท แม้ว่าจะตระหนักถึงผลกระทบด้านลบที่อาจเกิดขึ้นจากปัจจัยต่างๆ รวมถึงปัญหาความเป็นส่วนตัวของข้อมูลและการดำเนินการตาม GDPR (กฎระเบียบคุ้มครองข้อมูลทั่วไปในสหภาพยุโรป) แล้วก็ตาม แต่ Facebook ยังมีการสื่อสารข้อความที่ทำให้เกิดความเข้าใจผิด โดยโจทก์อ้างว่า Facebook ได้ให้ข้อมูลต่อสาธารณะที่ทำให้เข้าใจผิดอย่างมาก เนื่องจากไม่ได้เปิดเผยแนวโน้มและความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น

(2.3) บทลงโทษ/ผลการดำเนินการ

อยู่ระหว่างการฟ้องร้องดำเนินคดีกลุ่ม

(3) สหรัฐอเมริกา: กรณีศึกษา Shareholder Lawsuit Over Executive Compensation (Gordon & Culas, 2016)

(3.1) สาระสำคัญของกฎหมาย

Delaware Corporate Law

การละเมิดหน้าที่การดูแลของผู้บริหารตามกฎหมาย

(3.2) สาระสำคัญ

ในการกำกับดูแลกิจการ ค่าตอบแทนผู้บริหารถือเป็นประเด็นที่มีความสำคัญ ซึ่งไม่เพียงแต่เกี่ยวข้องกับการจ่ายเงินของผู้บริหารระดับสูงเท่านั้น แต่ยังรวมถึงวิธีการและหลักเกณฑ์ในการกำหนดค่าตอบแทนด้วย การฟ้องร้อง Facebook ในกรณีนี้เกิดขึ้นจากความกังวลของผู้ถือหุ้นว่าการจ่ายค่าตอบแทนให้กับผู้บริหารของ Facebook โดยเฉพาะกรรมการนั้นสูงเกินไป และไม่สอดคล้องกับผลการดำเนินงานของบริษัทหรือแนวปฏิบัติตามมาตรฐานในอุตสาหกรรม

โดยผู้ถือหุ้นอ้างว่าค่าตอบแทนสำหรับกรรมการของ Facebook นั้นสูงกว่าบริษัทที่เทียบเคียงอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าค่าตอบแทนดังกล่าวมากเกินไปอย่างไม่สมเหตุผล จึงเป็นกรณีการละเมิดหน้าที่ที่ได้รับความไว้วางใจ โดยคดีดังกล่าวมีการกล่าวหาว่าคณะกรรมการของ Facebook ละเมิดหน้าที่ที่ได้รับความไว้วางใจซึ่งตามหลักแล้วคณะกรรมการควรดำเนินการเพื่อผลประโยชน์สูงสุดของผู้ถือหุ้น และการอนุมัติค่าตอบแทนที่มากเกินไปถือว่าเป็นการใช้ทรัพยากรของบริษัทในทางที่ผิด และเกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ เนื่องจากพวกเขาเองเป็นผู้ได้รับผลประโยชน์จากชุดค่าตอบแทนที่สูงนี้

(3.3) บทลงโทษ/ผลการดำเนินการ:

ยังไม่มีการระบุผลของคดี

4.3.7 การคุ้มครองผู้บริโภค (Consumer Protection)

(1) สหรัฐอเมริกา

(1.1) สาระสำคัญของกฎหมาย

Federal Trade Commission Act (FTC Act)

มาตรา 5 ห้ามการกระทำหรือปฏิบัติที่ไม่เป็นธรรมหรือหลอกลวงหรือกระทบกระเทือนต่อการค้า

(1.2) สารสำคัญ

Federal Trade Commission (FTC) ได้เรียกค่าปรับจำนวน 5 พันล้านดอลลาร์จาก Facebook เนื่องจากละเมิดคำสั่งในปีค.ศ. 2012 โดยเป็นกรณีที่ FTC เรียกเก็บเงินจาก Facebook จากการหลอกลวงผู้ใช้เกี่ยวกับความสามารถในการควบคุมความเป็นส่วนตัวของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภค และบิดเบือนความจริงเกี่ยวกับวิธีที่นักพัฒนาบุคคลที่สามารถเข้าถึงข้อมูลผู้ใช้ได้ ข้อตกลงนี้ยังกำหนดให้ Facebook ดำเนินการเปลี่ยนแปลงแนวปฏิบัติด้านความเป็นส่วนตัว โครงสร้างองค์กร และกระบวนการจัดการข้อมูลอีกด้วย (Fair, 2019)

โดยในปีค.ศ. 2012 FTC ดำเนินการเรียกเก็บเงินจาก Facebook ด้วยสาเหตุการละเมิดความเป็นส่วนตัว ซึ่งรวมถึงการที่บริษัทกล่าวหาว่าผู้บริโภคสามารถควบคุมความเป็นส่วนตัวของข้อมูลส่วนบุคคลของตนได้ จำนวนหนึ่งกล่าวหาว่า Facebook อนุญาตให้ผู้ใช้เลือกการตั้งค่าที่คาดว่าจะจำกัดการเข้าถึงข้อมูลของตนเฉพาะ "เพื่อน" โดยไม่มีการเปิดเผยข้อมูลเพียงพอ เนื่องจากในความเป็นจริงมีการอนุญาตให้เผยแพร่ข้อมูลเดียวกันนี้กับนักพัฒนาแอปที่เพื่อนเหล่านั้นใช้ ตัวอย่างเช่น สมมติ A จำกัดการเข้าถึงเพื่อน และกำหนดให้ B เป็นเพื่อน หาก B ใช้แอปพลิเคชันใดแอปพลิเคชันหนึ่งบน Facebook เช่น เกม ผู้พัฒนาเกมสามารถเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับ A รวมถึงข้อมูลที่ถูกกำหนดให้เป็นส่วนตัว เบื้องหลังโดยไม่มีการเปิดเผยอย่างชัดเจนต่อผู้บริโภค A และโดยไม่สนใจตัวเลือกความเป็นส่วนตัวของผู้บริโภคนั้นที่แสดงออกอย่างชัดเจน

เพื่อยุติคดีดังกล่าว Facebook ตกลงที่จะดำเนินการตามคำสั่งของ FTC ดังนี้

ประการที่หนึ่ง ห้าม Facebook ไม่ให้บิดเบือนความจริงเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวหรือความปลอดภัยในข้อมูลของผู้บริโภค

ประการที่สอง ห้ามมิให้ Facebook บิดเบือนขอบเขตที่แชร์ข้อมูลส่วนบุคคล และ

ประการที่สาม กำหนดให้ Facebook ดำเนินโครงการความเป็นส่วนตัวอย่างมีหลักการ และสมเหตุสมผล



ภาพที่ 1 : การดำเนินการของ FTC ต่อ Facebook

ภายใต้คำสั่งปีค.ศ. 2012 ดังกล่าว Facebook จะต้องดำเนินการให้ตัวเลือกกับผู้บริโภคในการจัดการข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งหลังจากยอมรับข้อตกลงในปี ค.ศ. 2012 แล้ว Facebook ได้เปิดตัวบริการ เช่น "ทางเลือกความเป็นส่วนตัว" และ "การตรวจสอบความเป็นส่วนตัว" ซึ่งอ้างว่าช่วยให้ผู้ใช้จัดการการตั้งค่าและจำกัดผู้ที่สามารถเข้าถึงข้อมูลของตนได้ และด้วยความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว ผู้บริโภคจำนวนมากจึงใช้เครื่องมือใหม่เหล่านั้นเพื่อจำกัดการเข้าถึงได้เฉพาะเพื่อนเท่านั้น อย่างไรก็ตาม ข้อมูลของ FTC กลับปรากฏว่าแม้ว่าผู้คนจะเลือกการตั้งค่าที่เข้มงวดที่สุด แต่ Facebook ก็ทำให้ข้อมูลส่วนตัวของผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้โดยบริษัทที่พัฒนาแอปพลิเคชันที่เพื่อนของผู้บริโภคใช้

นอกจากนี้ ในการประชุมในปี ค.ศ. 2014 ซึ่งเป็นการรวมตัวของบริษัทที่สร้างผลิตภัณฑ์และบริการเกี่ยวกับ Facebook นั้น Facebook ได้ประกาศว่าจะไม่อนุญาตให้นักพัฒนาบุคคลที่สามารถรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับเพื่อนของผู้ใช้แอปพลิเคชันได้อีกต่อไป อย่างไรก็ตาม Facebook แจกกับนักพัฒนาแอปที่มีอยู่ว่าพวกเขาสามารถเก็บข้อมูลส่วนบุคคลของเพื่อนต่อไปได้อีกปีหนึ่ง และแม้หลังจากช่วงเวลานั้นผ่านไป Facebook ยังคงให้นักพัฒนาบางรายสามารถเข้าถึงข้อมูลเพื่อนได้ต่อไปอีกหลายปี FTC กล่าวว่า Facebook อนุญาตถึงเดือนมิถุนายน ค.ศ.2018 เป็นอย่างน้อยในการหยุดการเข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภคแก่แอปของบุคคลที่สาม

อีกกรณีหนึ่งที่ FTC กล่าวหาคือ Facebook ไม่สามารถประเมินและจัดการความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัวที่เกิดจากนักพัฒนาบุคคลที่สามได้อย่างเพียงพอ นอกเหนือจากการให้นักพัฒนาคลิกช่องข้อกำหนดและเงื่อนไข “ฉันยอมรับ” เมื่อลงทะเบียนแอปกับแพลตฟอร์ม Facebook แล้ว Facebook จะไม่มีการคัดกรองนักพัฒนาหรือแอปก่อนที่จะให้สิทธิเข้าถึงข้อมูลจำนวนมหาศาลที่ผู้ใช้กำหนดให้เป็นส่วนตัว ซึ่งข้อมูลอาจไปอยู่ในมือของผู้ไม่ประสงค์ดีเพื่อขโมยข้อมูลระบุตัวตนหรือผู้ฉ้อโกงได้ นอกจากนี้เมื่อ Facebook

ทราบว่านักพัฒนาแอปกำลังละเมิดข้อกำหนดของ Facebook แต่ Facebook ก็ไม่ได้ดำเนินการแก้ไขปัญหาย่างเหมาะสม

นอกจากนี้ ยังมีกรณีที่ Facebook บิดเบือนความจริงเกี่ยวกับขอบเขตที่ผู้ใช้สามารถควบคุมความเป็นส่วนตัวของข้อมูลในเทคโนโลยีเกี่ยวกับการจดจำใบหน้า ในการอัปเดตนโยบายข้อมูลเมื่อเดือนเมษายนปี ค.ศ. 2018 ซึ่ง Facebook ได้แสดงต่อผู้บริโภคว่า “การจดจำใบหน้า: หากคุณเปิดใช้งาน เราจะใช้เทคโนโลยีการจดจำใบหน้าเพื่อจดจำคุณในภาพถ่าย วิดีโอ และกล้อง” อันเป็นการหลอกลวงผู้ใช้หลายสิบล้านรายที่มีการตั้งค่าการจดจำใบหน้าของ Facebook เนื่องจากการตั้งค่าดังกล่าวถูกเปิดใช้งานเป็นค่าเริ่มต้น และนโยบายข้อมูลที่อัปเดตแนะนำว่าผู้ใช้จะต้องเลือกเปิดใช้งานการจดจำใบหน้าสำหรับบัญชีของผู้บริโภค รวมถึงกรณีที่ Facebook ขอหมายเลขโทรศัพท์มือถือของผู้ใช้เพื่อช่วยรักษาความปลอดภัยบัญชีหรือรีเซ็ตรหัสผ่าน โดย Facebook ไม่ได้บอกผู้บริโภคว่ามีการใช้หมายเลขโทรศัพท์นั้นเพื่อประโยชน์ในด้านการโฆษณาด้วย

(1.3) บทลงโทษ/ผลการดำเนินการ

Facebook ได้รับโทษทางแพ่งมูลค่า 5 พันล้านดอลลาร์ซึ่งถือเป็นโทษสูงสุดที่เคยบังคับใช้กับบริษัทใดๆ ก็ตาม เนื่องจากละเมิดความเป็นส่วนตัวของผู้บริโภค มีข้อสังเกตว่า Facebook สามารถได้รับโทษทางแพ่งเป็นจำนวนมากกว่านี้ได้หรือไม่โดยการขึ้นศาล ซึ่งอาจจะไม่เพราะผู้พิพากษามักจะประเมินการเสียหายทางการเงินโดยเปรียบเทียบกับคดีที่เกิดขึ้นก่อน

คำสั่งดังกล่าวยังมีข้อกำหนดเพิ่มเติมเพื่อจัดการกับการกระทำที่ผิดกฎหมายของ Facebook เช่น

ประการที่หนึ่ง Facebook ต้องใช้โปรแกรมที่เข้มงวดในการตรวจสอบนักพัฒนาบุคคลที่สามและยุติการเข้าถึงของนักพัฒนาที่ไม่ปฏิบัติตามกฎ

ประการที่สอง Facebook ไม่สามารถใช้หมายเลขโทรศัพท์ที่ได้รับเพื่อความปลอดภัยโดยเฉพาะเป็นการโฆษณาได้

ประการที่สาม เทคโนโลยีการจดจำใบหน้า Facebook ต้องแจ้งให้ทราบอย่างชัดเจนถึงวิธีการใช้ข้อมูลนั้น และจะต้องได้รับความยินยอมจากผู้บริโภคอย่างชัดแจ้งก่อนที่จะนำข้อมูลนั้นไปใช้งานที่แตกต่างอย่างอื่น

ประการที่สี่ Facebook ต้องรายงานเหตุการณ์ความเป็นส่วนตัวใด ๆ ต่อ FTC ภายใน 30 วัน โดยข้อกำหนดความรับผิดชอบใหม่เหล่านี้ไม่ได้มีผลกับ Facebook เท่านั้น ยังนำไปใช้กับการดำเนินการภายใต้การควบคุม Facebook ในบริษัทต่างๆ เช่น Instagram, WhatsApp และบริษัทในเครืออื่นๆ ที่ Facebook เป็นเจ้าของซึ่งมีการเผยแพร่ข้อมูลของผู้บริโภคด้วยตั้งแต่วินาทีถึงปีค.ศ. 2039

(2) สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร สหภาพยุโรป กรณีศึกษา Cambridge Analytica Scandal (The Development Company, 2023)

(2.1) สาระสำคัญของกฎหมาย:

ประเทศสหรัฐอเมริกา

Federal Trade Commission Act (FTC Act)

มาตรา 5 ห้ามการกระทำหรือปฏิบัติที่ไม่เป็นธรรมหรือหลอกลวงหรือกระทบกระเทือนต่อการค้า

ประเทศอังกฤษ

1. Data Protection Act 1998

มาตรา 13 มาตรานี้อุญาตให้บุคคลฟ้องร้องเพื่อเรียกค่าชดเชยหากพวกเขาได้รับความเสียหายหรือความทุกข์ทรมานจากการละเมิดกฎหมาย หากการประมวลผลข้อมูลที่ผิดกฎหมายเกิดขึ้นก่อนเดือนพฤษภาคม 2018 ผู้เรียกร้องอาจอ้างอิงมาตรานี้

2. General Data Protection Regulation (GDPR)

มาตรา 79 (สิทธิในการรับการเยียวยาทางกฎหมายที่มีประสิทธิภาพ) มาตรานี้อุญาตให้บุคคลนำคดีเข้าสู่ศาลหากสิทธิของพวกเขาภายใต้ GDPR ถูกละเมิด

มาตรา 82 (สิทธิในการได้รับค่าชดเชยและความรับผิดชอบ) มาตรานี้อุญาตให้บุคคลฟ้องร้องเรียกค่าชดเชยจากผู้ควบคุมข้อมูลหรือผู้ประมวลผลข้อมูลสำหรับความเสียหายทั้งทางวัตถุและจิตใจที่เกิดขึ้นจากการละเมิด GDPR ในกรณีของ Cambridge Analytica อาจรวมถึงการใช้งานข้อมูลส่วนบุคคลที่ไม่ถูกต้องซึ่งทำให้เกิดความทุกข์หรือความเสียหายทางการเงิน

3. Data Protection Act 2018

มาตรา 168 (ค่าชดเชยสำหรับการละเมิด GDPR) อุญาตให้บุคคลได้รับค่าชดเชยสำหรับความเสียหายที่เกิดขึ้นจากการละเมิด GDPR

มาตรา 169 (การเยียวยาสำหรับการละเมิดกฎหมายคุ้มครองข้อมูล) อุญาตให้บุคคลขอคำสั่งศาลเพื่อบังคับใช้สิทธิของตนภายใต้ GDPR หรือ Data Protection Act 2018

สหภาพยุโรป

1. EU Data Protection Directive (Directive 95/46/EC)

มาตรา 23

มาตรานี้ระบุว่าบุคคลใดที่ได้รับความเสียหายจากการประมวลผลข้อมูลที่ผิดกฎหมายมีสิทธิได้รับค่าชดเชยจากผู้ควบคุมข้อมูล

บุคคลที่ได้รับผลกระทบจากการใช้งานข้อมูลของพวกเขาอย่างไม่ถูกต้องก่อนที่ GDPR จะมีผลบังคับใช้ สามารถฟ้องร้องภายใต้มาตรานี้ โดยต้องแสดงให้เห็นว่าการประมวลผลข้อมูลที่ผิดกฎหมายได้ก่อให้เกิดความเสียหายทางวัตถุ (การสูญเสียทางการเงิน) หรือความเสียหายที่ไม่ใช่ทางวัตถุ (ความเครียดทางอารมณ์)

มาตรา 22

มาตรานี้อนุญาตให้บุคคลใช้สิทธิ์ทางกฎหมายหากสิทธิ์ของพวกเขาภายใต้ข้อกำหนดถูกละเมิด

บุคคลที่ได้รับผลกระทบสามารถใช้มาตรานี้ในการดำเนินการทางกฎหมายในศาลแห่งชาติหากพวกเขาเชื่อว่าสิทธิ์ในการคุ้มครองข้อมูลของพวกเขาถูกละเมิดโดย Cambridge Analytica ก่อนวันที่ 25 พฤษภาคม 2018

2. General Data Protection Regulation (GDPR)

มาตรา 82

มาตรานี้อนุญาตให้บุคคลเรียกร้องค่าชดเชยสำหรับความเสียหายทางวัตถุหรือที่ไม่ใช่ทางวัตถุที่เกิดจากการละเมิด GDPR

สำหรับการประมวลผลข้อมูลที่ไม่ถูกต้องโดย Cambridge Analytica ที่เกิดขึ้นหลังจาก GDPR มีผลบังคับใช้ บุคคลสามารถเรียกร้องค่าชดเชยภายใต้มาตรานี้ ซึ่งอาจรวมถึงความเสียหายจากการสูญเสียทางการเงินหรือความเครียดทางอารมณ์ที่เกิดจากการใช้งานข้อมูลส่วนบุคคลอย่างไม่ถูกต้อง

มาตรา 79

มาตรานี้ให้สิทธิ์แก่บุคคลในการนำคดีเข้าสู่ศาลหากพวกเขาเชื่อว่าสิทธิ์ของตนภายใต้ GDPR ถูกละเมิด

บุคคลที่ข้อมูลของพวกเขาถูกจัดการอย่างไม่ถูกต้องหลังจากที่ GDPR มีผลบังคับใช้ สามารถใช้มาตรานี้ในการดำเนินการทางกฎหมายในศาลเพื่อเรียกร้องการเยียวยาในการละเมิดสิทธิ์ในการคุ้มครองข้อมูลของพวกเขา

(2.2) สาระสำคัญ

ในปีค.ศ. 2018 Facebook มีประเด็นด้านความเป็นส่วนตัวครั้งใหญ่ที่เกี่ยวข้องกับบริษัทที่ปรึกษาทางการเมือง Cambridge Analytica ซึ่งเข้าถึงข้อมูลจากผู้ใช้ Facebook หลายล้านคนโดยไม่ได้ได้รับความยินยอมจากพวกเขา สิ่งนี้นำไปสู่การฟ้องร้องและการสอบสวนหลายคดี ซึ่งรวมถึงคดีหนึ่งที่กระทำโดยอัยการสูงสุดแห่งวอชิงตันดี.ซี. เพื่อฟ้องร้อง Facebook คดีดังกล่าวกล่าวหาว่า Facebook มีบทบาทโดยตรงในการตัดสินใจที่อนุญาตให้มีการใช้ข้อมูลผู้ใช้ในทางที่ผิดโดยถูกใช้เพื่อมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้มีสิทธิเลือกตั้งในระหว่างการเลือกตั้งประธานาธิบดีปี ค.ศ. 2013

โดยบริษัทที่ปรึกษาของอังกฤษ Cambridge Analytica มีการรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลจากผู้ใช้ Facebook หลายล้านคนโดยไม่ได้ได้รับความยินยอม การละเมิดนี้ได้รับการอำนวยความสะดวกผ่านแอปชื่อ "This Is Your Digital Life" ที่สร้างโดย Dr. Aleksandr Kogan นักวิจัยจากมหาวิทยาลัยเคมบริดจ์ เป็นแอปที่ดูเหมือนจะเป็นแบบทดสอบบุคลิกภาพ โดยรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้และเพื่อนบน Facebook ของพวกเขา และในที่สุดก็รวบรวมข้อมูลจากโปรไฟล์หลายล้านโปรไฟล์ (Rosenberg, Confessore, & Cadwalladr, 2018)

Cambridge Analytica ใช้ชุดข้อมูลนี้เพื่อใช้โปรไฟล์ผู้มีสิทธิเลือกตั้ง และหลังจากนั้นนำไปใช้กับบุคคลเป้าหมายเหล่านั้นด้วยโฆษณาและข้อความทางการเมืองที่ปรับแต่งให้เหมาะสม กลยุทธ์นี้มีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนทางการเมืองที่สำคัญหลายแคมเปญ รวมถึงการเลือกตั้งประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกาปี ค.ศ. 2016 และการลงประชามติ Brexit (Confessore, 2018) โดยแนวปฏิบัติเหล่านี้ถูกเปิดเผยโดยผู้แจ้งเบาะแส Christopher Wylie อดีตพนักงานของ Cambridge Analytica ซึ่งเปิดเผยว่าข้อมูลถูกนำไปใช้เพื่อมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้มีสิทธิเลือกตั้ง (Wylie, 2018)

เรื่องนี้แสดงให้เห็นถึงข้อบกพร่องที่สำคัญในหลักปฏิบัติด้านความเป็นส่วนตัวของข้อมูลของ Facebook เนื่องจากประเด็นดังกล่าว Facebook ตระหนักถึงการใช้ข้อมูลในทางที่ผิดตั้งแต่ต้นปี ค.ศ. 2012 ในกรณีที่ไม่ได้แจ้งผู้ใช้หรือมีการดำเนินการอย่างเพียงพอเพื่อรักษาความปลอดภัยข้อมูลของพวกเขา (Granville, 2018)

(2.3) บทลงโทษ/ผลการดำเนินการ

เรื่องนี้นำไปสู่การวิพากษ์วิจารณ์อย่างกว้างขวางและการสืบสวนจำนวนมากโดยหน่วยงานของรัฐและหน่วยงานกำกับดูแล ในสหราชอาณาจักร Facebook ถูกปรับ 500,000 ปอนด์โดยสำนักงานกรรมการข้อมูลเนื่องจากมีบทบาทในการละเมิดข้อมูล (สำนักงานกรรมการข้อมูล, 2018) นอกจากนี้ Facebook ยังต้องเผชิญกับคดีความหลายคดีและถูกเรียกตัวให้เป็นพยานต่อรัฐสภาสหรัฐฯ (Kang & Frenkel, 2018)

ผลที่ตามมาจากรื่องนี้ยังส่งผลกระทบต่อ Cambridge Analytica ซึ่งถูกฟ้องล้มละลายและหยุดดำเนินการในเดือนพฤษภาคม ค.ศ. 2018 (Satariano, 2018) นอกจากนี้ เหตุการณ์ดังกล่าวได้เพิ่มความตระหนักรู้ของสาธารณชนเกี่ยวกับปัญหาความเป็นส่วนตัวของข้อมูล และกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงนโยบายด้านกฎระเบียบ เช่น การดำเนินการตามกฎระเบียบคุ้มครองข้อมูลทั่วไป (GDPR) ในสหภาพยุโรป (คณะกรรมการยุโรป, 2018) และเพื่อเป็นการตอบสนอง Facebook ได้ใช้มาตรการหลายประการเพิ่มเติมเพื่อปรับปรุงความปลอดภัยของข้อมูลและความโปร่งใสบนแพลตฟอร์ม

(3) ออสเตรเลีย: กรณีศึกษา Cambridge Analytica Scandal and Australia (High Court of Australia, 2022)

(3.1) สาระสำคัญของกฎหมาย

the Privacy Act of 1988 of Australia

1. หลักการความเป็นส่วนตัวของออสเตรเลีย (Australian Privacy Principles - APPs)

Privacy Act 1988 ประกอบด้วยหลักการความเป็นส่วนตัวของออสเตรเลียจำนวน 13 ข้อ ซึ่งควบคุมการเก็บรวบรวม ใช้ เปิดเผย และเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคล รวมถึงสิทธิ์ของบุคคลในการเข้าถึงและแก้ไขข้อมูลส่วนบุคคลของตนเอง

มาตรา 6

หลักการข้อนี้ระบุว่าองค์กรสามารถใช้หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลได้เฉพาะเพื่อวัตถุประสงค์ที่ได้เก็บรวบรวมมาเท่านั้น ยกเว้นในกรณีที่มีข้อยกเว้น (เช่น ได้รับความยินยอมจากบุคคล)

มาตรา 11

หลักการข้อนี้กำหนดให้องค์กรต้องดำเนินการตามขั้นตอนที่เหมาะสมเพื่อปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลจากการใช้งานที่ผิดกฎหมาย การแทรกแซง การสูญหาย การเข้าถึงโดยไม่ได้รับอนุญาต การแก้ไข หรือการเปิดเผย

2. มาตรา 13G

มาตรานี้ของ Privacy Act 1988 ระบุว่าหากองค์กรละเมิด APP และการละเมิดนั้นถือว่าการละเมิดอย่างร้ายแรงหรือเกิดขึ้นซ้ำ ๆ สำนักงานกรรมาธิการข้อมูลของออสเตรเลีย (OAIC) มีอำนาจในการสอบสวนและดำเนินการบังคับใช้ตามความเหมาะสม

3. กลไกการร้องเรียนและการดำเนินการทางกฎหมาย

การยื่นเรื่องร้องเรียน บุคคลที่ได้รับผลกระทบจากการใช้งานข้อมูลของตนเองอย่างไม่เหมาะสมสามารถยื่นเรื่องร้องเรียนต่อ สำนักงานกรรมาธิการข้อมูลของออสเตรเลีย (Office of the Australian Information Commissioner - OAIC) OAIC สามารถดำเนินการสอบสวนเรื่องร้องเรียน และหากพบว่ามีกรณีละเมิด สามารถดำเนินการบังคับใช้ รวมถึงการสั่งจ่ายค่าชดเชย

การดำเนินคดีในศาล แม้ว่า Privacy Act 1988 จะเน้นไปที่การร้องเรียนผ่าน OAIC แต่ในบางกรณี หากการแก้ไขไม่เป็นที่พึงพอใจ บุคคลที่ได้รับผลกระทบอาจดำเนินการทางกฎหมายในศาลได้ อย่างไรก็ตาม เส้นทางตรงในการฟ้องร้องภายใต้ Privacy Act มักจะเริ่มต้นด้วยการยื่นเรื่องร้องเรียนต่อ OAIC ก่อน

(3.2) สาระสำคัญ

คดีนี้เป็นกรณีการฟ้องเรื่องการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลโดยมิชอบที่เกี่ยวข้องกับกรณี Cambridge Analytica ที่มีการนำข้อมูลส่วนบุคคลไปใช้เพื่อประโยชน์ในทางการเมือง

โดยในเดือนมีนาคม ค.ศ. 2020 กรรมาธิการข้อมูลของออสเตรเลียฟ้อง Facebook เกี่ยวกับ Cambridge Analytica โดยอ้างว่า Facebook ละเมิดความเป็นส่วนตัวของชาวออสเตรเลียมากกว่า 300,000 คน โดยคดีนี้มุ่งเน้นไปที่การจัดการข้อมูลส่วนบุคคลในทางที่ผิดซึ่ง Facebook อนุญาตให้ Cambridge Analytica เข้าถึงได้ เนื่องจากมีการใช้ข้อมูลเพื่อประโยชน์และการรณรงค์ทางการเมืองโดยไม่ได้รับความยินยอมจากผู้ใช้

กรรมาธิการข้อมูลของออสเตรเลียจึงกล่าวหาว่าการกระทำของ Facebook ละเมิดความเป็นส่วนตัวของพลเมืองออสเตรเลียโดยไม่ได้ปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลและนำไปใช้ตามวัตถุประสงค์ที่พวกเขาไม่ได้ตกลงไว้ ซึ่งเป็นการละเมิดความไว้วางใจที่ผู้ใช้มีต่อแพลตฟอร์ม

(3.3) บทลงโทษ/ผลการดำเนินการ

ผลคำตัดสินปรากฏว่า Facebook, Inc. ได้ละเมิดความเป็นส่วนตัวของพลเมืองออสเตรเลียจำนวน 300,000 คน ด้วยเหตุนี้ Facebook จึงได้รับคำสั่ง ดังนี้

ประการที่หนึ่ง คำสั่งให้ชำระค่าปรับ

ประการที่สอง Facebook จะต้องดำเนินการเปลี่ยนแปลงต่อไปนี้กับแนวปฏิบัติด้านความเป็นส่วนตัวและการจัดการข้อมูล

ประการที่สาม เพิ่มความโปร่งใสเกี่ยวกับการใช้ข้อมูลให้ผู้ใช้ควบคุมข้อมูลของตนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น และให้มีการผ่านการตรวจสอบความเป็นส่วนตัวประจำปีโดยผู้ตรวจสอบอิสระเป็นเวลาห้าปีข้างหน้า

ประการที่สี่ Facebook ต้องรายงานการปฏิบัติตามคำสั่งเหล่านี้ต่อสำนักงานกรรมาธิการข้อมูลออสเตรเลียทุก ๆ หกเดือนเป็นเวลาสามปีข้างหน้า

(4) **แคนาดา: กรณีศึกษา Cambridge Analytica Scandal and Canada** (Office of the Privacy Commissioner of Canada, 2019)

(4.1) สาระสำคัญของกฎหมาย

Personal Information Protection and Electronic Documents Act

(PIPEDA)

1. มาตรา 5

เป็นการกำหนดหลักการที่กำหนดไว้ในตารางที่ 1 ของ PIPEDA ซึ่งมีข้อบังคับต่าง ๆ ที่องค์กรต้องปฏิบัติตามเมื่อจัดการกับข้อมูลส่วนบุคคล หลักการเหล่านี้รวมถึงความรับผิดชอบ การระบุดูประสงค์ การให้ความยินยอม การจำกัดการเก็บรวบรวม การจำกัดการใช้ การเปิดเผยและการเก็บรักษา ความถูกต้อง การรักษาความปลอดภัย การเปิดเผยข้อมูล และการเข้าถึงของบุคคล

2. มาตรา 11

มาตรา 11 อนุญาตให้บุคคลยื่นเรื่องร้องเรียนต่อกรรมาธิการความเป็นส่วนตัวของแคนาดา หากพวกเขาเชื่อว่าองค์กรได้ละเมิดบทบัญญัติใด ๆ ของ PIPEDA

บุคคลที่ได้รับผลกระทบจากกรณี Cambridge Analytica สามารถยื่นเรื่องร้องเรียนต่อสำนักงานกรรมาธิการความเป็นส่วนตัวของแคนาดา (Office of the Privacy Commissioner of Canada - OPC) ซึ่ง OPC จะดำเนินการสอบสวนเรื่องร้องเรียน และหากพบว่ามีกรณีละเมิด PIPEDA ก็สามารถออกคำแนะนำและข้อเสนอนี้ได้ แม้ว่า OPC จะไม่มีอำนาจในการสั่งการเยียวยาหรือการชดเชยโดยตรง

3. มาตรา 14

หากบุคคลไม่พอใจกับผลการสอบสวนของกรรมาธิการความเป็นส่วนตัว มาตรา 14 อนุญาตให้พวกเขายื่นคำร้องต่อศาลรัฐบาลกลางแคนาดาเพื่อให้มีการพิจารณาในเรื่องดังกล่าว ศาลรัฐบาลกลางสามารถสั่งให้องค์กรแก้ไขการปฏิบัติของตน และยังสามารถสั่งจ่ายค่าชดเชยให้กับบุคคลที่ได้รับความเสียหายจากการละเมิด PIPEDA

หลังจากที่ OPC ได้ทำการสอบสวน หากบุคคลไม่พอใจกับผลลัพธ์หรือต้องการการเยียวยาที่มากกว่านี้ พวกเขาสามารถนำเรื่องไปยื่นต่อศาลรัฐบาลกลางเพื่อขอการเยียวยาทางกฎหมาย รวมถึงการเรียกค่าชดเชยจากการใช้งานข้อมูลส่วนบุคคลโดย Cambridge Analytica

4. มาตรา 16

มาตรานี้อนุญาตให้ศาลรัฐบาลกลางสั่งให้องค์กรจ่ายค่าชดเชยให้กับบุคคล หากพบว่าองค์กรได้ละเมิด PIPEDA และได้ก่อให้เกิดความเสียหายแก่บุคคลนั้น

หากมีการพิจารณาว่าการกระทำของ Cambridge Analytica ก่อให้เกิดความเสียหายแก่บุคคลในแคนาดา บุคคลเหล่านี้สามารถเรียกร้องค่าชดเชยผ่านศาลรัฐบาลกลางภายใต้มาตรานี้

(4.2) สาระสำคัญ

การสืบสวนประเด็นเรื่องความเป็นส่วนตัวในประเทศแคนาดานี้เกี่ยวข้องกับกรณีของ Cambridge Analytica โดยการสอบสวนนี้ดำเนินการร่วมกันโดยกรรมาธิการความเป็นส่วนตัวของแคนาดา (the Privacy Commissioner of Canada) และกรรมาธิการข้อมูลและความเป็นส่วนตัวของบริติชโคลัมเบีย (the Information and Privacy Commissioner for British Columbia)

การสอบสวนเกิดขึ้นจากกรณี Cambridge Analytica ที่มีการเปิดเผยว่าข้อมูลของผู้ใช้ Facebook หลายล้านคนถูกใช้อย่างไม่เหมาะสมกับ Cambridge Analytica ซึ่งเป็นบริษัทที่ปรึกษาทางการเมืองและมีการใช้ข้อมูลนี้เพื่อวัตถุประสงค์ในการโฆษณาทางการเมือง โดยการสอบสวนสรุปว่า Facebook ละเมิดกฎหมายความเป็นส่วนตัวของแคนาดาโดยไม่ได้ปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลของชาวแคนาดาในการที่บริษัท อนุญาตให้แอปของบุคคลที่สามเพื่อเข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้ในวงกว้างโดยไม่ได้ได้รับความยินยอมที่จาก ผู้ใช้จึงเป็นกรณีที่ Facebook ขาดการกำกับดูแลที่เหมาะสมเกี่ยวกับการเข้าถึงข้อมูลผู้ใช้โดยบุคคลที่สาม

ต่อมาคณะกรรมาธิการได้ออกคำแนะนำหลายประการโดยมีเป้าหมายเพื่อให้ Facebook ปฏิบัติตามกฎหมายความเป็นส่วนตัวของแคนาดา รวมถึงวัตถุประสงค์ที่ต้องการให้มีการตรวจสอบการเข้าถึง ข้อมูลส่วนบุคคลของนักพัฒนาแอปให้เข้มงวดยิ่งขึ้น และการสื่อสารไปยังผู้ใช้งานที่มีความโปร่งใสมยิ่งขึ้น เกี่ยวกับวิธีการและแบ่งปันข้อมูลของผู้ใช้

ทั้งนี้ Facebook ได้แย้งผลการสืบสวนและไม่เต็มใจที่จะดำเนินการตามการเปลี่ยนแปลงตามคำแนะนำ โดยอ้างว่ามาตรการที่เสนอนั้นอยู่นอกเหนือที่กฎหมายของแคนาดากำหนดเนื่องจาก Facebook ไม่ตกลงที่จะดำเนินการตามการเปลี่ยนแปลงตามคำแนะนำทั้งหมดดังกล่าว คณะกรรมาธิการความเป็นส่วนตัวของแคนาดาจึงกำลังพิจารณาเพื่อดำเนินคดีไปยังศาลรัฐบาลกลางเพื่อบังคับให้ปฏิบัติตาม

(4.3) บทลงโทษ/ผลการดำเนินการ:

อยู่ระหว่างการพิจารณาของกรรมาธิการในการฟ้องร้องต่อศาล

(5) สหรัฐอเมริกา: กรณีศึกษา Buy-or-Bury Antitrust Case (2021) (Federal Trade Commission, 2021)

(5.1) กฎหมาย

รัฐบัญญัติ Sherman Antitrust (Sherman Antitrust Act)

มาตรา 1 ห้ามสัญญา ข้อตกลงร่วมกัน หรือการสมคบคิดที่จำกัดการค้า หรือการค้าระหว่างรัฐต่าง ๆ หรือกับประเทศต่าง ๆ

มาตรา 2 กล่าวถึงการกระทำของบริษัทเดียวที่มีการผูกขาดหรือพยายามผูกขาดตลาด

รัฐบัญญัติ Clayton Antitrust (Clayton Antitrust Act)

มาตรา 7 ห้ามการควบรวมกิจการหรือการเข้าซื้อกิจการที่อาจส่งผลกระทบต่ออย่างมากในการลดการแข่งขันหรือมีแนวโน้มที่จะสร้างการผูกขาด

มาตรา 2: กล่าวถึงการเลือกปฏิบัติด้านราคา บริการ หรือสิ่งอำนวยความสะดวกที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายต่อการแข่งขัน

รัฐบัญญัติ Federal Trade Commission (FTC Act)

มาตรา 5: ห้ามวิธีการที่ไม่เป็นธรรมในการแข่งขันและการกระทำที่ไม่เป็นธรรมหรือหลอกลวงในการค้าหรือที่มีผลกระทบต่อการค้า

(5.2) สาระสำคัญ

FTC ยื่นคำร้องเรียนต่อ Facebook โดยกล่าวหาว่า Facebook ผูกขาดอย่างผิดกฎหมาย โดย FTC กล่าวหาว่า Facebook เข้าซื้อกิจการของคู่แข่งที่มีศักยภาพ เช่น Instagram และ WhatsApp เพื่อป้องกันการเป็นคู่แข่งในทางธุรกิจและก่อให้เกิดการระงับการแข่งขัน พฤติกรรมนี้จึงถูกมองว่าเป็นการกระทำที่ขัดขวางและจำกัดทางเลือกของผู้บริโภค

โดยคดีต่อต้านการผูกขาดนี้เริ่มมีการกล่าวหาขึ้นในปี ค.ศ. 2021 โดยข้อกล่าวหามุ่งเน้นไปที่การกล่าวหาว่า Facebook ที่มีส่วนร่วมในการปฏิบัติการต่อต้านการแข่งขันที่เป็นธรรมโดยการแสวงหาคู่แข่งที่มีศักยภาพหรือพยายามยับยั้งการเติบโตทางธุรกิจที่พวกเขาปฏิเสธที่จะขายธุรกิจ โดยสาระสำคัญของข้อกล่าวหา คือ Facebook ซื้อคู่แข่งที่ประกอบธุรกิจ เช่น การเข้าซื้อกิจการ Instagram ในปีค.ศ. 2012 และ WhatsApp ในปีค.ศ. 2014 ซึ่งการเข้าซื้อกิจการเหล่านี้ถูกมองว่าเป็นความพยายามในการจัดการแข่งขันมากกว่าเพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจเชิงกลยุทธ์เพียงอย่างเดียว (McCabe, 2021)

นอกจากนี้ยังมีการดำเนินวิธีการฝังคู่แข่ง (Bury Antitrust Case) สำหรับบริษัทที่ปฏิเสธการขายกิจการ ให้กับ Facebook โดย Facebook ถูกกล่าวหาว่าใช้อิทธิพลอันกว้างขวางของแพลตฟอร์มใน

การ "ฝัง" ซึ่งเป็นวิธีการจำกัดการเข้าถึงเครื่องมือและข้อมูลหลัก การลดระดับการแสดงตนในฟีดข่าว การจำกัดการเติบโต รวมถึงการมองเห็น (Feiner, 2021)

การดำเนินคดีนี้ นำโดยคณะกรรมการการค้าแห่งสหพันธรัฐ (FTC) ของสหรัฐอเมริกา และอัยการสูงสุดของรัฐ โดยมีความเห็นว่าการกระทำของ Facebook ถือเป็นการกระทำโดยเจตนาเพื่อต่อต้านการแข่งขัน ซึ่งเป็นการละเมิดกฎหมายต่อต้านการผูกขาด การดำเนินคดีดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อจัดการเข้าซื้อกิจการ Instagram และ WhatsApp และกำหนดข้อจำกัดในการดำเนินธุรกิจของ Facebook ในอนาคต (FTC, 2021) เมื่อพิจารณาปรากฏหลักฐานที่น่าเสนอ เช่น การสื่อสารภายในจากผู้บริหารของ Facebook ที่แนะนำแรงจูงใจหลักในการซื้อกิจการบางอย่างคือการต่อต้านการแข่งขัน ตัวอย่างเช่น อีเมลจาก Mark Zuckerberg ซีอีโอของ Facebook ระบุถึงเจตนาเชิงกลยุทธ์ในการซื้อบริษัทที่เป็นภัยคุกคามทางการแข่งขัน (Isaac & Kang, 2021)

(5.3) บทลงโทษ/ผลการดำเนินการ

อยู่ระหว่างการดำเนินคดีตามกฎหมาย โดยผลลัพธ์ที่ได้อาจสามารถกำหนดแบบอย่างสำหรับการดำเนินการต่อต้านการผูกขาดอย่างมีนัยสำคัญในอนาคต และปรับเปลี่ยนกรอบการกำกับดูแลบริษัทเทคโนโลยีขนาดใหญ่ (Kang, 2021)

(6) สหราชอาณาจักร: กรณีศึกษา UK Data Harvesting Lawsuit (2021)

(6.1) สารสำคัญของกฎหมาย

1. Data Protection Act 1998

มาตรา 13 (การชดเชยสำหรับความเสียหายและความทุกข์ทรมาน)

บุคคลสามารถเรียกร้องค่าชดเชยได้หากพวกเขาได้รับความเสียหายหรือความทุกข์ทรมานจากการละเมิด Data Protection Act 1998 หากการเก็บข้อมูลทำให้เกิดความเสียหาย มาตรานี้สามารถใช้เป็นฐานในการฟ้องร้องได้

2. Data Protection Act 2018

มาตรา 168 (การชดเชยสำหรับการละเมิด GDPR)

มาตรานี้อนุญาตให้บุคคลเรียกร้องค่าชดเชยได้หากพวกเขาได้รับความเสียหายจากการละเมิด GDPR ซึ่งถูกบรรจุเข้าสู่กฎหมายของสหราชอาณาจักรภายใต้ Data Protection Act 2018

มาตรา 169 (การเยียวยาสำหรับการละเมิดกฎหมายคุ้มครองข้อมูล)

มาตรานี้อนุญาตให้บุคคลขอคำสั่งศาลเพื่อบังคับใช้สิทธิของตนภายใต้ GDPR หรือ Data Protection Act 2018

3. General Data Protection Regulation (GDPR) (ตามกฎหมายของสหราชอาณาจักร)

GDPR ซึ่งถูกบรรจุเข้าสู่กฎหมายของสหราชอาณาจักร มีกรอบการคุ้มครองข้อมูลที่แข็งแกร่ง

มาตรา 82 (สิทธิในการได้รับค่าชดเชยและความรับผิดชอบ)

มาตรานี้อนุญาตให้บุคคลเรียกร้องค่าชดเชยจากผู้ควบคุมข้อมูลหรือผู้ประมวลผลข้อมูลสำหรับความเสียหายทางวัตถุหรือที่ไม่ใช่ทางวัตถุที่เกิดจากการละเมิด GDPR หากการเก็บข้อมูลเกี่ยวข้องกับการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลอย่างไม่ถูกต้อง บุคคลที่ได้รับผลกระทบสามารถฟ้องร้องภายใต้มาตรานี้ได้

มาตรา 79 (สิทธิในการได้รับการเยียวยาทางกฎหมายที่มีประสิทธิภาพ)

บุคคลมีสิทธิ์ที่จะนำคดีเข้าสู่ศาลหากพวกเขาเชื่อว่าสิทธิของตนภายใต้ GDPR ถูกละเมิด มาตรานี้อาจใช้ในคดีความที่เกี่ยวกับการเก็บข้อมูล

4. Privacy and Electronic Communications Regulations (PECR)

PECR ทำงานควบคู่ไปกับ GDPR และ Data Protection Act โดยเน้นไปที่การสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์และความเป็นส่วนตัว

กฎระเบียบ 7 (การตลาดทางตรงที่ไม่ได้รับการยินยอม)

หากการเก็บข้อมูลเกี่ยวข้องกับการส่งข้อความทางการตลาดที่ไม่ได้รับการยินยอมผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ เช่น อีเมล ข้อความ หรือโทรศัพท์ บุคคลอาจฟ้องร้องได้ภายใต้กฎระเบียบนี้

กฎระเบียบ 6 (การใช้คุกกี้และเทคโนโลยีที่คล้ายกัน)

หากการเก็บข้อมูลเกี่ยวข้องกับการใช้คุกกี้หรือเทคโนโลยีที่คล้ายกันโดยไม่ได้รับความยินยอม กฎระเบียบนี้อาจเกี่ยวข้องในการฟ้องร้อง

(6.2) สาระสำคัญ

Facebook เผชิญกับคดีฟ้องร้องแบบกลุ่มในสหราชอาณาจักร ซึ่งอาจส่งผลให้บริษัทต้องสูญเสียเงิน 3.1 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ สำหรับการใช้ข้อมูลผู้ใช้โดยไม่ได้รับความยินยอม คดีนี้มีข้อกล่าวหาว่า Facebook ใช้ประโยชน์โดยการรวบรวมข้อมูลผู้ใช้จำนวนมากเพื่อวัตถุประสงค์ทางการค้าโดยไม่ได้แจ้งข้อมูลอย่างเพียงพอให้ผู้ใช้ทราบ

การดำเนินคดีกล่าวอ้างว่า Facebook เก็บเกี่ยวข้อมูลจากผู้ใช้หลายล้านคนในสหราชอาณาจักรโดยไม่ได้รับอนุญาตอย่างชัดเจน โดยมีการนำข้อมูลนี้ไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์ทางการค้า รวมถึงการโฆษณาแบบกำหนดกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งทำให้เกิดข้อกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวอย่างร้ายแรง (BBC News, 2021) โดยโจทก์กล่าวว่าการกระทำของ Facebook เป็นการละเมิดกฎหมายคุ้มครองข้อมูลของสหราชอาณาจักร โดยเฉพาะพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูล ค.ศ. 2018 ซึ่งรวมเอากฎระเบียบคุ้มครองข้อมูลทั่วไป

(GDPR) ไปด้วยซึ่ง GDPR มีข้อกำหนดเกี่ยวกับความยินยอมที่เข้มงวดและความโปร่งใสในการประมวลผลข้อมูล (ICO, 2021)

การดำเนินคดีเป็นการดำเนินคดีแบบกลุ่มซึ่งเป็นตัวแทนของผู้ใช้ Facebook หลายล้านรายในสหราชอาณาจักรที่ได้รับผลกระทบจากแนวทางปฏิบัติในการเก็บเกี่ยวข้อมูล (Simpson, 2021) โดยปรากฏหลักฐาน เช่น วิธีการที่ Facebook ผสานรวมกับแอปพลิเคชันของบุคคลที่สามเพื่อรวบรวมชุดข้อมูลจำนวนมาก เอกสารและการสื่อสารภายในที่แนะนำกลยุทธ์เพื่อใช้ประโยชน์จากข้อมูลผู้ใช้โดยเจตนาเพื่อเพิ่มรายได้สูงสุด (BBC News, 2021)

(6.3) บทลงโทษ/ผลการดำเนินการ

คืออยู่ระหว่างการดำเนินการในกฎหมายสหราชอาณาจักร Facebook (Wakefield, 2021)

(7) สหรัฐอเมริกา: กรณีศึกษา DOJ & Facebook (U.S. Department of Justice,

2023)

(7.1) สารสำคัญของกฎหมาย

The Fair Housing Act (FHA)

1. มาตรา 804 (42 U.S.C. § 3604) - การเลือกปฏิบัติในการขายหรือให้เช่าที่พักและการปฏิบัติที่ถูห้าม

มาตรานี้ทำให้การเลือกปฏิบัติต่อบุคคลในการขาย ให้เช่า หรือการโฆษณาที่พักอาศัยโดยอิงจากเชื้อชาติ สีผิว ศาสนา เพศ สถานะครอบครัว เชื้อชาติต้นกำเนิด หรือความพิการ เป็นสิ่งผิดกฎหมาย

หากแพลตฟอร์มโฆษณาของ Facebook อนุญาตหรือสนับสนุนการโฆษณาที่พักที่เจาะจงหรือกีดกันบุคคลตามลักษณะที่ได้รับการคุ้มครองเหล่านี้ อาจถือว่าละเมิดมาตรานี้ DOJ สามารถฟ้องร้องภายใต้มาตรานี้หากพบว่าการปฏิบัติของ Facebook มีส่วนในการสนับสนุนการปฏิบัติที่เลือกปฏิบัติในการเคหะ

2. มาตรา 805 (42 U.S.C. § 3605) - การเลือกปฏิบัติในธุรกรรมที่เกี่ยวข้องกับอสังหาริมทรัพย์ที่พักอาศัย

มาตรานี้ห้ามการเลือกปฏิบัติในธุรกรรมที่เกี่ยวข้องกับอสังหาริมทรัพย์ที่พักอาศัย ซึ่งรวมถึงการทำหรือซื้อเงินกู้ การให้ความช่วยเหลือทางการเงินอื่น ๆ หรือการขาย นายหน้า หรือการประเมินมูลค่าอสังหาริมทรัพย์ที่พักอาศัย โดยอิงจากลักษณะที่ได้รับการคุ้มครองเช่นเดียวกับในมาตรา 804

หากเครื่องมือหรืออัลกอริทึมของ Facebook ถูกใช้ในลักษณะที่ทำให้เกิดการเลือกปฏิบัติในธุรกรรมที่เกี่ยวข้องกับอสังหาริมทรัพย์ เช่น การโฆษณาแบบเจาะจงที่กีดกันกลุ่มบุคคลบางกลุ่มจากการเห็นข้อเสนอที่พัก มาตรานี้อาจเกี่ยวข้อง

3. มาตรา 818 (42 U.S.C. § 3617) - การข่มขู่ การขู่กรรโชก หรือการ ขัดขวาง

มาตรานี้ทำให้การข่มขู่ ขู่กรรโชก หรือการขัดขวางบุคคลในการใช้หรือการ
ผลิตเพลนกับสิทธิใด ๆ ที่ได้รับการคุ้มครองโดยมาตรา 803-806 ของ FHA เป็นสิ่งผิดกฎหมาย

หากพบว่าการกระทำหรือแนวทางปฏิบัติของ Facebook ขัดขวางสิทธิของ
บุคคลในการเข้าถึงการเคหะที่เป็นธรรมโดยไม่มีการเลือกปฏิบัติ DOJ อาจโต้แย้งว่าการกระทำเหล่านี้ละเมิด
มาตรา 818

(7.2) สาระสำคัญ

การกล่าวหา Facebook ซึ่งเกี่ยวข้องกับกฎหมาย Fair Housing Act (FHA) เป็นกรณี
ที่อ้างถึงการเลือกปฏิบัติทางอัลกอริทึมในแนวทางปฏิบัติด้านการโฆษณาดิจิทัล การดำเนินการทางกฎหมายนี้
ดำเนินการโดยกระทรวงยุติธรรมของสหรัฐอเมริกา (DOJ) ที่กล่าวหาว่ามีการกำหนดเป้าหมายโดยเครื่องมือ
และอัลกอริทึมการโฆษณาของ Facebook ที่สามารถเปิดใช้งานโดยมีการเลือกปฏิบัติโดยการอนุญาตให้ผู้ลง
โฆษณา กำหนดเป้าหมายโฆษณาตามลักษณะหรือสถานะของบุคคลที่กฎหมาย FAH คุ้มครอง เช่น เชื้อชาติ
เพศ ความทุพพลภาพ และครอบครัว สถานะ

โดยการร้องเรียนของ DOJ มุ่งเน้นไปที่วิธีที่อัลกอริทึมของ Facebook ที่สามารถขยาย
การเลือกปฏิบัติโดยการทำให้ผู้ลงโฆษณาสามารถเลือกกำหนดเป้าหมายหรือยกเว้นกลุ่มบุคคลที่เฉพาะเจาะจง
ได้เมื่อโฆษณาที่มีเครื่องมือเช่น "Lookalike Audience" ของ Facebook ซึ่งอนุญาตให้ผู้ลงโฆษณา กำหนด
เป้าหมายผู้ใช้ที่คล้ายกับผู้ชมปัจจุบัน ซึ่งอาจไม่รวมกลุ่มที่ได้รับการคุ้มครองภายใต้ FHA

(7.3) บทลงโทษ/ผลการดำเนินการ

การยุติคดีจำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงหลักปฏิบัติในการโฆษณาของ Facebook อย่างมี
นัยสำคัญ Meta โดยตกลงที่จะลบเครื่องมือกำหนดเป้าหมายโฆษณาที่เลือกปฏิบัติและเปลี่ยนแปลงอัลกอริทึม
การแสดงผลโฆษณาเพื่อป้องกันปัญหาที่คล้ายคลึงกันที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต ข้อตกลงดังกล่าวยังรวมถึงการ
พัฒนา Meta วิธีการใหม่เพื่อให้แน่ใจว่าการกำหนดเป้าหมายและการแสดงผลโฆษณา มีความเท่าเทียมกันมากขึ้น
ซึ่งจะได้รับการตรวจสอบภายใต้การดูแลของ DOJ

ความตกลงนี้ถือเป็นขั้นตอนสำคัญในการจัดการกับการเลือกปฏิบัติทางดิจิทัลในการ
กำหนดบรรทัดฐานทางกฎหมายสำหรับความรับผิดชอบของบริษัทเทคโนโลยีที่จะต้องแน่ใจว่าแพลตฟอร์มของ
พวกเขาไม่อำนวยความสะดวกหรืออนุญาตให้มีการปฏิบัติที่เลือกปฏิบัติ

(8) ประเทศญี่ปุ่น

(8.1) สาระสำคัญของกฎหมาย

1. กฎหมายว่าด้วยการป้องกันการกระทำที่ไม่เป็นธรรม (Unfair Competition
Prevention Act)

โจทก์อาจอ้างว่า Meta ล้มเหลวในการควบคุมโฆษณาหลอกลวงที่ใช้ภาพลักษณ์หรือชื่อเสียงของบุคคลโดยไม่ได้รับอนุญาต ซึ่งเป็นการละเมิดสิทธิในชื่อเสียง (Right of Publicity) และเป็นกรกระทำที่ไม่เป็นธรรมต่อบุคคลที่ได้รับผลกระทบ

2. กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค (Consumer Contract Act)

ในกรณีที่โฆษณาหลอกลวงนำไปสู่การทำให้ผู้บริโภคหลงเชื่อและสูญเสียเงินจากการลงทุน โจทก์สามารถอ้างว่า Meta มีความรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากการปล่อยให้มีการเผยแพร่ข้อมูลที่ก่อให้เกิดความเสียหายต่อผู้บริโภค

3. กฎหมายเกี่ยวกับความรับผิดชอบทางแพ่ง (Civil Code of Japan)

โจทก์อาจอ้างสิทธิภายใต้กฎหมายแพ่งโดยระบุว่า Meta มีหน้าที่ต้องดูแลและป้องกันการเผยแพร่เนื้อหาที่เป็นอันตรายหรือหลอกลวงบนแพลตฟอร์มของตน และการที่ Meta ไม่ดำเนินการลบหรือจัดการเนื้อหาดังกล่าวอย่างเพียงพอเป็นการละเลยหน้าที่ (Negligence)

4. กฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Act on the Protection of Personal Information)

หากมีการใช้ข้อมูลส่วนบุคคล เช่น ชื่อหรือภาพของบุคคลที่มีชื่อเสียง โดยไม่ได้รับอนุญาต โจทก์อาจอ้างว่าการกระทำดังกล่าวเป็นการละเมิดสิทธิความเป็นส่วนตัวของพวกเขา

5. กฎหมายเกี่ยวกับการโฆษณา (Act Against Unjustifiable Premiums and Misleading Representations)

กฎหมายนี้ห้ามการโฆษณาที่ทำให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญ ซึ่งรวมถึงการโฆษณาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ไม่เป็นความจริง

(8.2) สาระสำคัญ

ในเดือนตุลาคม 2567 บริษัทเมตา แพลตฟอร์มส์ (Meta Platforms Inc.) ซึ่งเป็นบริษัทแม่ของเฟซบุ๊ก (Facebook) และอินสตาแกรม (Instagram) ถูกฟ้องร้องในประเทศญี่ปุ่นโดยกลุ่มโจทก์ประมาณ 30 ราย โดยเรียกร้องค่าเสียหายรวม 435 ล้านเยน (ประมาณ 96 ล้านบาท) สาเหตุของการฟ้องร้องคือการที่เมตาล้มเหลวในการป้องกันและปล่อยให้มีโฆษณาหลอกลวงที่แอบอ้างชื่อและภาพลักษณ์ของบุคคลที่มีชื่อเสียง เพื่อชักชวนให้ลงทุน โดยการโฆษณาหลอกลวงเหล่านี้มักใช้ภาพและชื่อของบุคคลที่มีชื่อเสียง เช่น ยูซากุ มาเอซาวะ (Yusaku Maezawa) ผู้ก่อตั้งบริษัท Zozo Inc. และทาคาฟุมิ โฮริเอะ (Takafumi Horie) ผู้ก่อตั้งบริษัท Livedoor เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและหลอกลวงให้ผู้ใช้โอนเงินลงทุน แม้ว่าบุคคลเหล่านี้จะได้อ้างอิงให้เมตาลบโฆษณาหลอกลวงดังกล่าว แต่เมตากลับเพิกเฉยและไม่ได้ดำเนินการอย่างเพียงพอ ทั้งนี้ การฟ้องร้องนี้ถูกยื่นต่อศาลแขวงในหลายจังหวัดของญี่ปุ่น ได้แก่ โอซาก้า โกเบ โยโกฮามา ชิบะ และไซตามะ โดยโจทก์อ้างว่าเมตามีหน้าที่ต้องตรวจสอบเนื้อหาของโฆษณา และไม่ควรรอนุญาตให้โพสต์โฆษณาที่อาจก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้ใช้ (กรุงเทพธุรกิจ, 2567)

(8.3) บทลงโทษ/ผลการดำเนินการ

อยู่ระหว่างการพิจารณา

ตารางที่ 4.4 สรุปตัวอย่างประเภทของการฟ้องร้องดำเนินคดีหรือการร้องเรียนกับผู้ประกอบการธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลในต่างประเทศในภูมิภาคและประเทศต่าง ๆ

ตัวอย่างประเภทของการฟ้องร้องดำเนินคดีหรือการร้องเรียนกับผู้ประกอบการธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลในต่างประเทศ	ภูมิภาค/ประเทศ
Antitrust and Competition	การรวบรวมข้อมูลผู้ใช้ที่ฝ่าฝืนกฎหรือความยินยอมหรือโดยไม่ได้รับอนุญาต (ออสเตรเลีย), การแข่งขันที่ไม่เป็นธรรมในการเข้าซื้อแพลตฟอร์มดิจิทัลอื่น ๆ (สหภาพยุโรป สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี สหราชอาณาจักร) เช่น WhatsApp Instagram Giphy
Employment and Labor	การเลือกปฏิบัติในการจ้างงาน (สหรัฐอเมริกา)
Securities and Investor Issues	การให้ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทที่ไม่ถูกต้อง (สหรัฐอเมริกา), ค่าตอบแทนของกรรมการบริษัทที่สูงเกินไป
Intellectual Property	การละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา ได้แก่ ลิขสิทธิ์ ความลับทางการค้า เครื่องหมายการค้า สิทธิบัตร (สหรัฐอเมริกา)
International legal	การรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคล (สหภาพยุโรป (ประเทศไอร์แลนด์))
Consumer Protection	การละเมิดความเป็นส่วนตัว, การเก็บข้อมูลส่วนบุคคล (สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร สหภาพยุโรป ออสเตรเลีย แคนาดา) การแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม (สหรัฐอเมริกา) การเลือกปฏิบัติในการโฆษณา (สหรัฐอเมริกา) การหลอกลวงผู้บริโภคด้านโฆษณา (ประเทศญี่ปุ่น)
Content Modertion and Censorship	การกั้นกรองเนื้อหาหรือคำพูดที่ไม่เหมาะสม (สหรัฐอเมริกา สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี) การกั้นกรองเนื้อหาที่รัฐบาลเห็นว่าไม่สมควร (ประเทศเวียดนาม) การลบเนื้อหาที่หมิ่นประมาทบุคคล (ประเทศอินเดีย)

บทที่ 5 ผลการศึกษา

จากการศึกษาถึงแนวคิด ทฤษฎี ข้อกำหนดในการให้บริการ (Term of Service) ของเฟซบุ๊ก รวมถึงกฎหมายของประเทศไทยและต่างประเทศที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนกรณีศึกษาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการฟ้องร้องดำเนินคดีกับเฟซบุ๊กดังที่ได้กล่าวมาแล้ว ในบทนี้คณะผู้วิจัยจะทำการกล่าวถึงผลการศึกษาในการศึกษาที่ได้จากการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามทางออนไลน์เพื่อสอบถามถึงสถานการณ์และประสบการณ์จากการตกเป็นเหยื่อของการถูกละเมิดทางออนไลน์ผ่านทางแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก และการเก็บข้อมูลในเชิงคุณภาพโดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้างจากนักวิชาการ และหน่วยงานที่มีความเชี่ยวชาญหรือมีความเกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลแพลตฟอร์มดิจิทัล โดยจากการเก็บข้อมูลทำให้คณะผู้วิจัยสามารถสรุปผลการศึกษาดังรายละเอียดที่จะกล่าวถึงต่อไปนี้

5.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ในการเก็บข้อมูลโดยการตอบแบบสอบถามทางออนไลน์กับผู้ตอบแบบสอบถามถึงสถานการณ์การถูกละเมิด ข้อโกง หรือการขายสินค้าหรือบริการที่ไม่ได้คุณภาพที่เกิดขึ้นบนแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กในการศึกษาครั้งนี้ พบว่า มีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนรวมทั้งสิ้น 288 คน โดยเป็นเพศชาย จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 49.0 เป็นเพศหญิง จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 49.3 และเป็นเพศทางเลือก จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.7 ตามลำดับ ดังที่แสดงผลไว้ในตารางที่ 5.1

ตารางที่ 5.1 แสดงจำนวน และร้อยละของความถี่ของข้อมูลทั่วไปของเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	141	49.0
หญิง	142	49.3
เพศทางเลือก	5	1.7
รวม	288	100.0

โดยช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถามอันดับแรก ได้แก่ ช่วงอายุระหว่าง 18-29 ปี จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 30.9 ลำดับถัดมา ได้แก่ ช่วงอายุระหว่าง 30-39 ปี จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 และลำดับที่สาม ได้แก่ ช่วงอายุระหว่าง 40-49 ปี จำนวน 67 คน คิด

เป็นร้อยละ 23.3 อย่างไรก็ตามในกลุ่มของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป พบว่า มีจำนวนน้อยที่สุด โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 เท่านั้น ดังที่แสดงผลไว้ในตารางที่ 5.2

ตารางที่ 5.2 แสดงจำนวน และร้อยละของความถี่ของข้อมูลทั่วไปของช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
18-29 ปี	89	30.9
30-39 ปี	85	29.5
40-49 ปี	67	23.3
50-59 ปี	36	12.5
>60 ปี	11	3.8
รวม	288	100.0

ในการสอบถามถึงระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ 3 ลำดับแรก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 69.1 ลำดับถัดมา ได้แก่ สำเร็จการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 27.1 และลำดับสุดท้าย ได้แก่ สำเร็จการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า คิดเป็นจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 3.1 โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามส่วนน้อยที่สำเร็จการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือเทียบเท่า จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 ซึ่งมีจำนวนเท่ากับผู้ตอบแบบสอบถามที่สำเร็จการศึกษาในระดับประถมศึกษา ดังที่แสดงผลไว้ในตารางที่ 5.3

ตารางที่ 5.3 แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในเรื่องระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
สูงกว่าปริญญาตรี	78	27.1
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	199	69.1
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	9	3.1
มัธยมศึกษาตอนต้นหรือเทียบเท่า	1	0.3
ประถมศึกษา	1	0.3
รวม	288	100.0

ในการสอบถามถึงเรื่องอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ 3 ลำดับแรก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานของรัฐ จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมา ได้แก่ นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 และลำดับที่สาม ได้แก่ ผู้ประกอบอาชีพอิสระ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 9.4 อย่างไรก็ตามในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้ พบว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพระภิกษุสงฆ์ จำนวน 1 รูป คิดเป็นจำนวนร้อยละ 0.3 ดังที่แสดงผลไว้ในตารางที่ 5.4

ตารางที่ 5.4 แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในเรื่องอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
1. พนักงานบริษัทเอกชน	25	8.7
2. พนักงานของรัฐ	144	50.0
3. เจ้าของธุรกิจส่วนตัว	18	6.3
4. นักเรียน/นักศึกษา	36	12.5
5. ผู้เกษียณอายุ	3	1.0
6. ผู้ประกอบอาชีพอิสระ	27	9.4
7. เกษตรกร	3	1.0
8. พนักงานรัฐวิสาหกิจ	6	2.1
9. บุคลากรศึกษาทั้งรัฐและเอกชน	20	6.9
10. ว่างาน	5	1.7
11. พระภิกษุ	1	0.3
รวม	288	100.0

เมื่อทำการสอบถามถึงข้อมูลทั่วไปด้านภูมิลำเนาที่อยู่ในปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยมีใช้ภูมิลำเนาตามทะเบียนบ้านพบว่าภูมิลำเนาของผู้ตอบแบบสอบถามในการศึกษาคั้งนี้สูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ กรุงเทพมหานคร จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 35.1 รองลงมา ได้แก่ ภาคกลาง จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 18.1 และลำดับที่สาม ได้แก่ ภาคเหนือ จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 13.2 อย่างไรก็ตามในการตอบแบบสอบถามในการศึกษาคั้งนี้พบว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาปัจจุบันที่อยู่ในภาคตะวันออกเฉียงใต้อันดับที่สาม จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 ดังที่แสดงผลไว้ในตารางที่ 5.5

ตารางที่ 5.5 แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในเรื่องอาชีพ

ภูมิภาค	จำนวน	ร้อยละ
ภาคเหนือ	38	13.2
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	31	10.8
ภาคตะวันออก	20	6.9
ภาคตะวันตก	11	3.8
ภาคใต้	35	12.2
ภาคกลาง	52	18.1
กรุงเทพมหานคร	101	35.1
รวม	288	100.0

สำหรับข้อมูลทั่วไปด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามใน 3 ลำดับแรก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 10,000-29,999 บาท จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 44.8 รองลงมา ได้แก่ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 30,000-49,999 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.2 และลำดับที่ 3 ได้แก่ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 10.1 อย่างไรก็ตามในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 70,000 บาทเป็นจำนวนน้อยที่สุด 17 คน คิดเป็นร้อยละ 5.9 ดังที่แสดงผลไว้ในตารางที่ 5.6

ตารางที่ 5.6 แสดงข้อมูลรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
<10,000 บาท	29	10.1
10,000-29,999 บาท	129	44.8
30,000-49,999 บาท	87	30.2
50,000-69,999 บาท	26	9.0
>70,000 บาท	17	5.9
รวม	288	100.0

5.2 สถานการณ์ความปลอดภัยในการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลในประเทศไทย

ในการศึกษาครั้งนี้ คณะผู้วิจัยจึงได้ทำการสำรวจถึงสถานการณ์ความปลอดภัยในการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลในประเทศไทยเพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานและเพื่อช่วยให้เห็นถึงสถานการณ์ของปัญหาที่เกิดขึ้น โดยเป็นการสำรวจใน 3 สถานการณ์ใหญ่ ๆ ได้แก่ แพลตฟอร์มดิจิทัลที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยมีประสบการณ์ในการถูกลอกหลวงหรือฉ้อโกงโดยมิฉฉาชีพ แพลตฟอร์มดิจิทัลที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าเป็นแหล่งในการเผยแพร่ข่าวปลอม และแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าเป็นแหล่งเผยแพร่เนื้อหาที่ไม่เหมาะสม ดังที่จะกล่าวได้ต่อไปนี้

5.2.1 แพลตฟอร์มดิจิทัลที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยมีประสบการณ์ในการถูกลอกหลวงหรือฉ้อโกงโดยมิฉฉาชีพ

ในการสำรวจถึงสถานการณ์แพลตฟอร์มดิจิทัลที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยมีประสบการณ์ในการถูกลอกหลวงหรือฉ้อโกงโดยมิฉฉาชีพ พบว่า แพลตฟอร์มดิจิทัลที่มีการถูกลอกหลวงหรือฉ้อโกงโดยมิฉฉาชีพมากที่สุด คือ เฟซบุ๊ก จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 54.9 รองลงมา คือ ช้อปปี้ จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 24.7 ถัดมา คือ ลาซาด้า จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7 และติ๊กต็อก จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 15.3 ตามลำดับ โดยรายละเอียดของจำนวน และร้อยละของความถี่ของแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยมีประสบการณ์ในการถูกลอกหลวงหรือฉ้อโกงโดยมิฉฉาชีพ ดังที่แสดงผลไว้ในตารางที่ 5.7

ตารางที่ 5.7 แสดงจำนวน และร้อยละของความถี่ของแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยมีประสบการณ์ในการถูกลอกหลวงหรือฉ้อโกงโดยมิฉฉาชีพ

แพลตฟอร์มดิจิทัลใดบ้างที่ท่านเคยมีประสบการณ์ในการถูกลอกหลวงหรือฉ้อโกงโดยมิฉฉาชีพ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	จำนวน	ร้อยละ
1. ติ๊กต็อก (Tiktok)	44	15.3
2. เฟซบุ๊ก (Facebook)	158	54.9
3. ช้อปปี้ (Shopee)	71	24.7
4. ลาซาด้า (Lazada)	48	16.7
5. แอมาซอน (Amazon)	5	1.7
6. ไลน์ (Line)	35	12.2
7. อินสตราแกรม (Instagram)	16	5.6

แพลตฟอร์มดิจิทัลใดบ้างที่ท่านเคยมีประสบการณ์ในการถูกละเมิดหรือ ฉ้อโกงโดยมิฉะฉาน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	จำนวน	ร้อยละ
8. ทวิตเตอร์ / เอ็กซ์ (Twitter / X)	17	5.9
9. ไม่เคย	40	13.9
10. อื่น ๆ เช่น Temu	1	0.3

5.2.2 แพลตฟอร์มดิจิทัลที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าเป็นแหล่งในการเผยแพร่ข่าวปลอม

ในการสำรวจถึงแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าเป็นแหล่งในการเผยแพร่ข่าวปลอม พบว่าแพลตฟอร์มดิจิทัลที่เป็นแหล่งในการเผยแพร่ข่าวปลอมมากที่สุด คือ เฟซบุ๊ก จำนวน 251 คน คิดเป็นร้อยละ 87.2 รองลงมา คือ ตี๊กต็อก จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 59 ถัดมา คือ ไลน์ จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 41.7 และทวิตเตอร์หรือเอ็กซ์ จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 33 ตามลำดับ โดยรายละเอียดของจำนวน และร้อยละของความถี่ของแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าเป็นแหล่งในการเผยแพร่ข่าวปลอม ดังที่แสดงผลไว้ในตารางที่ 5.8

ตารางที่ 5.8 แสดงจำนวน และร้อยละของความถี่ของแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าเป็นแหล่งในการเผยแพร่ข่าวปลอม

แพลตฟอร์มดิจิทัลใดบ้างที่ท่านเห็นว่าเป็นแหล่งเผยแพร่ข่าวปลอม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	จำนวน	ร้อยละ
1. ตี๊กต็อก (Tiktok)	170	59.0
2. เฟซบุ๊ก (Facebook)	251	87.2
3. ไลน์ (Line)	120	41.7
4. อินสตราแกรม (Instagram)	53	18.4
5. ทวิตเตอร์ / เอ็กซ์ (Twitter / X)	95	33.0
6. ยูทิวบ์ (Youtube)	1	0.3

5.2.3 แพลตฟอร์มดิจิทัลที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าเป็นแหล่งเผยแพร่เนื้อหาที่ไม่เหมาะสม

ในการสำรวจถึงแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าเป็นแหล่งเผยแพร่เนื้อหาที่ไม่เหมาะสมพบว่า แพลตฟอร์มดิจิทัลที่เป็นแหล่งเผยแพร่เนื้อหาที่ไม่เหมาะสมมากที่สุด คือ เฟซบุ๊ก จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 71.5 รองลงมา คือ ดิกต็อก จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 41.7 ถัดมา คือ ทวิตเตอร์หรือเอ็กซ์ จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 และไลน์ จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3 ตามลำดับ โดยรายละเอียดของจำนวนและร้อยละของความถี่ของแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าเป็นแหล่งเผยแพร่เนื้อหาที่ไม่เหมาะสมดังที่แสดงผลไว้ในตารางที่ 5.9

ตารางที่ 5.9 แสดงจำนวน และร้อยละของความถี่ของแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าเป็นแหล่งเผยแพร่เนื้อหาที่ไม่เหมาะสม

แพลตฟอร์มดิจิทัลใดที่ท่านเห็นว่าเป็นแหล่งเผยแพร่เนื้อหาที่ไม่เหมาะสม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	จำนวน	ร้อยละ
1. ดิกต็อก (Tiktok)	120	41.7
2. เฟซบุ๊ก (Facebook)	206	71.5
3. ช้อปปี้ (Shopee)	51	17.7
4. ลาซาด้า (Lazada)	42	14.6
5. แอมาซอน (Amazon)	13	4.5
6. ไลน์ (Line)	67	23.3
7. อินสตราแกรม (Instagram)	38	13.2
8. ทวิตเตอร์ / เอ็กซ์ (Twitter / X)	108	37.5
9. อื่น ๆ	6	2.0

จากผลการสำรวจถึงสถานการณ์ความปลอดภัยในการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลในประเทศไทยทั้งในด้านของแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยมีประสบการณ์ในการถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงโดยมิฉฉาชีพ แพลตฟอร์มดิจิทัลที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าเป็นแหล่งในการเผยแพร่ข่าวปลอม และแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าเป็นแหล่งเผยแพร่เนื้อหาที่ไม่เหมาะสม ข้างต้น จะเห็นได้ว่า เฟซบุ๊ก เป็นแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ผู้ตอบแบบสอบถามในการศึกษาครั้งนี้เห็นว่าเป็นแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ถูกมิฉฉาชีพนำมาใช้เป็นช่องทางในการหลอกลวง หรือฉ้อโกง รวมถึงนำมาใช้เป็นช่องทางในการเผยแพร่ข่าวปลอม และเป็นช่องทางที่ใช้ในการเผยแพร่เนื้อหาที่ไม่เหมาะสมมากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับแพลตฟอร์มอื่น ๆ อันเป็นการแสดงให้เห็นถึงความไม่ปลอดภัย

ของผู้บริโภคของประเทศไทยในการใช้แพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก และมีความจำเป็นอย่างเร่งด่วนในการกำหนดมาตรการในการกำกับดูแลที่เหมาะสมต่อไป

5.3 สถานการณ์การซื้อขายสินค้าหรือบริการผ่านทางแพลตฟอร์มดิจิทัล

ในการทำการสำรวจถึงสถานการณ์การซื้อขายสินค้าหรือบริการผ่านทางแพลตฟอร์มดิจิทัลในการศึกษาครั้งนี้ คณะผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อทราบถึงความถี่ และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยมีประสบการณ์ในการซื้อขายสินค้าหรือบริการ รวมถึงลักษณะของปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยพบจากการซื้อขายสินค้าหรือบริการผ่านทางเฟซบุ๊กตลอดจนแพลตฟอร์มดิจิทัลอื่น ๆ ดังรายละเอียดที่จะกล่าวถึงต่อไปนี้

5.3.1 ประสบการณ์การซื้อขายสินค้าหรือบริการและลักษณะของปัญหาที่พบจากการซื้อขายสินค้าหรือบริการผ่านทางเฟซบุ๊ก

ในผลการวิจัยส่วนนี้ คณะผู้วิจัยจะทำการรายงานถึงผลการสำรวจประสบการณ์ของผู้ตอบแบบสอบถามในการซื้อขายสินค้าหรือบริการ รวมถึงลักษณะของปัญหาที่พบจากการซื้อขายสินค้าหรือบริการเฉพาะที่เกิดขึ้นบนแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กในประเทศไทย โดยจากการสำรวจพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยมีประสบการณ์ซื้อขายสินค้าหรือบริการผ่านทางเฟซบุ๊ก จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 77.8 ขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 64 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 22.2 ตอบว่าไม่เคยซื้อสินค้าหรือบริการใด ๆ ผ่านทางเฟซบุ๊ก ดังที่แสดงผลไว้ในตารางที่ 5.10

ตารางที่ 5.10 แสดงจำนวน และร้อยละของความถี่ของการซื้อขายสินค้าหรือบริการผ่านทางเฟซบุ๊ก

ประสบการณ์การซื้อขายสินค้าผ่านเฟซบุ๊ก	จำนวน	ร้อยละ
1. เคย	224	77.8
2. ไม่เคย	64	22.2
รวม	288	100.0

โดยเมื่อทำการสอบถามถึงลักษณะของปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยพบมากที่สุดจากการซื้อขายสินค้าหรือบริการผ่านทางเฟซบุ๊ก 3 ลำดับแรก ได้แก่ สินค้ามีความชำรุดบกพร่อง มีความไม่ปลอดภัย หรือมีคุณภาพต่ำ จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 33 รองลงมา คือ ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการไม่ถูกต้อง จำนวน 90

คน คิดเป็นร้อยละ 31.3 ถัดมา คือ การถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงให้ซื้อสินค้าหรือบริการ จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 29.2 สำหรับลักษณะของปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยพบน้อยที่สุดจากการซื้อขายสินค้าหรือบริการผ่านทางเฟซบุ๊กในการศึกษาคครั้งนี้ คือ มีความล่าช้าในการซ่อมแซมสินค้าที่มีความชำรุดบกพร่อง หรือการทดแทนสินค้าที่มีความชำรุดบกพร่องด้วยสินค้าอื่น จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 7.6 ดังที่แสดงผลไว้ในตารางที่ 5.11

ตารางที่ 5.11 แสดงจำนวนร้อยละ และร้อยละของความถี่ของปัญหาที่พบจากการซื้อขายสินค้าหรือบริการผ่านทางเฟซบุ๊ก

ปัญหาที่เคยพบจากการซื้อขายสินค้าหรือบริการผ่านทางเฟซบุ๊ก	จำนวน	ร้อยละ
1. สินค้ามีความชำรุดบกพร่อง มีความไม่ปลอดภัย หรือมีคุณภาพต่ำ	95	33
2. ราคาของสินค้าหรือบริการสูงเกินไป หรือไม่คุ้มค่างับราคา	49	17
3. การนำส่งสินค้าหรือบริการล่าช้าหรือไม่มีบริการส่งสินค้า	43	14.9
4. ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการไม่ถูกต้อง	90	31.3
5. ข้อตกลงหรือเงื่อนไขในสัญญาไม่เป็นที่ธรรมหรือมีความไม่ชัดเจน	39	13.5
6. ไม่ประทับใจการบริการหลังการขาย	37	12.8
7. การถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงให้ซื้อสินค้าหรือบริการ	84	29.2
8. ปัญหาเกี่ยวกับการรับประกันสินค้า	38	13.2
9. สินค้าหรือบริการไม่เรียบร้อย ขาดความประณีต	61	21.2
10. มีความล่าช้าในการซ่อมแซมสินค้าที่มีความชำรุดบกพร่อง หรือการทดแทนสินค้าที่มีความชำรุดบกพร่องด้วยสินค้าอื่น	22	7.6
11. มีการใช้เทคนิคการขายที่สร้างความกดดันให้ผู้ซื้อมากเกินไป	26	9
12. ส่งมอบสินค้าผิดไปจากที่สั่งซื้อ เช่น ผิดสี ผิดขนาด	74	25.7
13. มีความยากในการยกเลิกการสั่งซื้อหรือยกเลิกการบอกรับเป็นสมาชิก	33	11.5

5.3.2 ประสบการณ์การซื้อขายสินค้าหรือบริการและลักษณะของปัญหาที่พบจากการซื้อขายสินค้าหรือบริการผ่านทางแพลตฟอร์มอื่นที่นอกเหนือไปจากเฟซบุ๊ก

นอกจากที่จะได้ทำการสำรวจถึงประสบการณ์การซื้อขายสินค้าหรือบริการและลักษณะของปัญหาที่พบจากการซื้อขายสินค้าหรือบริการผ่านทางเฟซบุ๊กแล้ว ในการศึกษาคครั้งนี้คณะผู้วิจัยยังได้ทำการสำรวจถึงประสบการณ์การซื้อขายสินค้าหรือบริการและลักษณะของปัญหาที่พบจากการซื้อขายสินค้าหรือบริการผ่านทาง

แพลตฟอร์มอื่นที่นอกเหนือไปจากเฟซบุ๊กอีกด้วย ทั้งนี้เพื่อสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานทางด้านสถานการณ์ ในการซื้อขายสินค้าหรือบริการผ่านทางแพลตฟอร์มดิจิทัล หรือที่เรียกว่า “การซื้อขายสินค้าทางออนไลน์” ที่เกิดขึ้นในประเทศไทย โดยจากการสำรวจพบว่านอกเหนือไปจากเฟซบุ๊กแล้ว ยังมีแพลตฟอร์มดิจิทัลอื่น ๆ ที่ผู้บริโภคในประเทศไทยนิยมใช้ในการซื้อขายสินค้าหรือบริการมากที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ช้อปปี้ (Shopee) จำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 86.1 รองลงมา คือ ลาซาด้า (Lazada) จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 55.2 ถัดมา คือ ตี๊กต็อก (TikTok) จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 51.4 สำหรับแพลตฟอร์มดิจิทัลอื่นนอกจากเฟซบุ๊กที่ผู้บริโภคในประเทศไทยนิยมใช้ในการซื้อขายสินค้าหรือบริการน้อยที่สุดที่พบจากการศึกษาในครั้งนี้ คือ แพลตฟอร์มดิจิทัลอื่น ๆ เช่น อะโกด้า (Agoda) เทมู (Temu) ขายดี (Kaidee) และจากเว็บไซต์ (Website) จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 ดังที่แสดงผลไว้ในตารางที่ 5.12

ตารางที่ 5.12 แสดงจำนวน และร้อยละของความถี่ของการซื้อขายสินค้าหรือบริการผ่านทางแพลตฟอร์มอื่นที่นอกเหนือไปจากเฟซบุ๊ก

นอกจากเฟซบุ๊กแล้ว ท่านนิยมซื้อสินค้าหรือบริการจากช่องทางออนไลน์ใดอีกบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	จำนวน	ร้อยละ
1. ช้อปปี้ (Shopee)	248	86.1
2. ลาซาด้า (Lazada)	159	55.2
3. ตี๊กต็อก (Tiktok)	148	51.4
4. ไลน์ (Line)	55	19.1
5. อินสตราแกรม (Instagram)	37	12.8
6. ทวิตเตอร์ / เอ็กซ์ (Twitter / X)	10	3.5
7. แอมาซอน (Amazon)	7	2.4
8. อื่น ๆ เช่น Agoda Temu Kaidee	1	0.3

โดยเมื่อทำการสอบถามถึงลักษณะของปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยพบมากที่สุดจากการซื้อขายสินค้าหรือบริการผ่านทางแพลตฟอร์มอื่นที่นอกเหนือไปจากเฟซบุ๊กในรอบ 2 ปีที่ผ่านมา 3 ลำดับแรก ได้แก่ การถูกจำกัดด้วยช่วงเวลาทำให้ต้องรีบตัดสินใจในการซื้อสินค้า เช่น ต้องสั่งซื้อสินค้าภายในเวลาที่กำหนดเท่านั้นจึงจะได้รับส่วนลด จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมา คือ การถูกหลอกลวงหรือถูกฉ้อโกง จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 27.4 ถัดมา คือ มีการเก็บข้อมูลของผู้ซื้อสินค้าโดยไม่จำเป็น หรือไม่มีการควบคุมข้อมูลของลูกค้าที่ถูกเก็บไป จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3 ตามลำดับ สำหรับลักษณะของปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยพบ

น้อยที่สุดจากการซื้อขายสินค้าหรือบริการผ่านทางแพลตฟอร์มอื่นที่นอกเหนือไปจากเฟซบุ๊กในรอบ 2 ปีที่ผ่านมา คือ การมีสินค้าบางรายการถูกเพิ่มเข้ามาในตะกร้าสินค้าโดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ทราบ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 4.2 ขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าทางออนไลน์แต่ไม่เคยพบปัญหา จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 22.2 ดังที่แสดงผลไว้ในตารางที่ 5.13

ตารางที่ 5.13 แสดงจำนวน และร้อยละของความถี่ของปัญหาที่พบจากการซื้อสินค้าหรือบริการผ่านทางแพลตฟอร์มอื่นที่นอกเหนือไปจากเฟซบุ๊ก

ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา ท่านเคยมีประสบการณ์ใดบ้างจากการซื้อขายสินค้า (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	จำนวน	ร้อยละ
1. การสั่งซื้อสินค้าค่อนข้างทำได้ยากหากเป็นการสั่งซื้อสินค้าจากต่างประเทศ	51	17.7
2. ข้อมูล ข้อตกลง หรือเงื่อนไขในสัญญามีความยุ่งยากซับซ้อน และไม่มีประโยชน์ต่อการตัดสินใจ	22	7.6
3. ผู้ขายสินค้าจำกัดวิธีการชำระเงินเฉพาะที่ทางผู้ขายกำหนดเท่านั้น เช่น ต้องชำระด้วยบัตรเครดิตเท่านั้น	53	18.4
4. มีสินค้าบางรายการถูกเพิ่มเข้ามาในตะกร้าสินค้าของฉันโดยที่ฉันไม่ทราบ	12	4.2
5. ถูกจำกัดด้วยเวลาทำให้ต้องรีบตัดสินใจในการซื้อสินค้า เช่น ต้องสั่งซื้อสินค้าภายในเวลาที่กำหนดเท่านั้นจึงจะได้รับส่วนลด	96	33.3
6. การยกเลิกการบอกรับเป็นสมาชิก (subscribe) ทำได้ยาก	14	4.9
7. ระบบทำการสมัครสมาชิกอัตโนมัติให้ทันทีภายหลังจากที่ระยะเวลาในการให้ทดลองใช้สินค้าสิ้นสุดลงทำให้ฉันต้องชำระค่าบริการหรือค่าสมาชิก	15	5.2
8. มีการเก็บข้อมูลของผู้ซื้อสินค้าโดยไม่จำเป็น หรือไม่มีการควบคุมข้อมูลของลูกค้าที่ถูกเก็บไป	67	23.3
9. มีการแบ่งปันข้อมูลหรือนำข้อมูลของลูกค้าไปสู่บุคคลที่สาม หรือนำข้อมูลไปใช้โดยที่ลูกค้าไม่ยินยอม	58	20.1
10. ถูกหลอกลวง หรือถูกฉ้อโกง	79	27.4
11. มีการคิดค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมในระหว่างการโอนเงินซึ่งทางผู้ขายไม่ได้มีการแจ้งข้อมูลไว้ก่อนในเบื้องต้น	17	5.9
12. ฉันเคยซื้อสินค้าทางออนไลน์แต่ไม่เคยพบปัญหาเช่นว่านี้	64	22.2

จากผลการศึกษาถึงสถานการณ์การซื้อขายสินค้าหรือบริการผ่านทางแพลตฟอร์มดิจิทัลในประเทศไทย ดังที่ได้กล่าวไว้แล้วข้างต้น จึงอาจสรุปได้ว่าผู้บริโภคในประเทศไทยส่วนใหญ่เคยมีประสบการณ์ในการซื้อขายสินค้าหรือบริการผ่านทางเฟซบุ๊ก โดยลักษณะหรือสภาพของปัญหาที่พบมากที่สุดจากการซื้อขายสินค้าหรือบริการผ่านทางเฟซบุ๊ก ลำดับแรก ได้แก่ สินค้ามีความชำรุดบกพร่อง มีความไม่ปลอดภัย หรือมีคุณภาพต่ำ ลำดับถัดมา ได้แก่ ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการไม่ถูกต้อง และลำดับที่สาม ได้แก่ การถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงให้ซื้อสินค้าหรือบริการ ขณะที่ลักษณะของปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยพบมากที่สุดจากการซื้อขายสินค้าหรือบริการผ่านทางแพลตฟอร์มอื่นที่นอกเหนือไปจากเฟซบุ๊กในรอบ 2 ปีที่ผ่านมา ลำดับแรก ได้แก่ การถูกจำกัดด้วยช่วงเวลาทำให้ต้องรีบตัดสินใจในการซื้อสินค้า เช่น ต้องสั่งซื้อสินค้าภายในเวลาที่กำหนดเท่านั้นจึงจะได้รับส่วนลด ลำดับถัดมา คือ การถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกง และลำดับที่สาม ได้แก่ มีการเก็บข้อมูลของผู้ซื้อสินค้าโดยไม่จำเป็น หรือไม่มีการควบคุมข้อมูลของลูกค้าที่ถูกเก็บไป โดยคณะผู้วิจัยมีข้อสังเกตในเบื้องต้นว่าการถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงให้ซื้อสินค้าหรือบริการ เป็นลักษณะของปัญหาที่พบจากการซื้อสินค้าหรือบริการทั้งที่ผ่านทางเฟซบุ๊กและผ่านทางแพลตฟอร์มอื่นที่นอกเหนือไปจากเฟซบุ๊ก อันเป็นการแสดงให้เห็นถึงความรุนแรงของปัญหาการหลอกลวงหรือฉ้อโกงที่กำลังเกิดขึ้นผ่านทางแพลตฟอร์มดิจิทัลในประเทศไทยได้เป็นอย่างดี

5.4 สถานการณ์การตกเป็นเหยื่อของมิจฉาชีพจากการถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊กในประเทศไทย

ในการทำการสำรวจถึงสถานการณ์การตกเป็นเหยื่อของมิจฉาชีพจากการถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊กในการศึกษาครั้งนี้ เป็นการสำรวจถึงสถานการณ์การถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงที่เกิดขึ้นเป็นการทั่วไปโดยไม่ได้เป็นการศึกษาถึงการหลอกลวงหรือฉ้อโกงในลักษณะใดลักษณะหนึ่งโดยเฉพาะ ทั้งนี้เพื่อทราบถึงสถานการณ์ ประสบการณ์ ผลกระทบที่เกิดขึ้นกับผู้ที่เคยตกเป็นเหยื่อ ตลอดจนวิธีการดำเนินการของผู้ที่ตกเป็นเหยื่อภายหลังจากการถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊ก ดังรายละเอียดที่จะกล่าวถึงต่อไปนี้

5.4.1 ความถี่ในการใช้แพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก

ในผลการวิจัยส่วนนี้ คณะผู้วิจัยจะทำการรายงานถึงผลการสำรวจความถี่ของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้เฟซบุ๊ก โดยจากการสำรวจพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้เฟซบุ๊กทุกวัน จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 74.7 รองลงมา คือ ใช้เฟซบุ๊ก 1-3 วันต่อสัปดาห์ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 ถัดมา คือ ใช้เฟซบุ๊ก 4-6 วันต่อสัปดาห์ จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 11.8 อย่างไรก็ตามในการศึกษาครั้งนี้พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่มีบัญชีเฟซบุ๊ก จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1 ดังที่แสดงผลไว้ในตารางที่ 5.14

ตารางที่ 5.14 แสดงจำนวน และร้อยละของความถี่ในการใช้เฟซบุ๊ก

ท่านใช้เฟซบุ๊กบ่อยเพียงใด	จำนวน	ร้อยละ
1. ใช้ทุกวัน	215	74.7
2. 4-6 วันต่อสัปดาห์	34	11.8
3. 1-3 วันต่อสัปดาห์	36	12.5
4. ไม่มีบัญชีเฟซบุ๊ก	3	1.0
รวม	288	100.0

5.4.2 ประสบการณ์การถูกละเมิดหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊ก

จากการสำรวจถึงประสบการณ์การถูกละเมิดหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊กในประเทศไทย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยตกเป็นเหยื่อจากการถูกละเมิดหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊ก จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 62.2 ขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยตกเป็นเหยื่อจากการถูกละเมิดหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊ก จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 37.8 โดยในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่ตอบว่าเคยมีประสบการณ์การถูกละเมิดหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊กส่วนใหญ่เคยถูกละเมิดหรือฉ้อโกง 1-2 ครั้ง จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 29.9 รองลงมา คือ เคยถูกละเมิดหรือฉ้อโกง 3-4 ครั้ง จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 6.9 ถัดมา คือ เคยถูกละเมิดหรือฉ้อโกงตั้งแต่ 5 ครั้งขึ้นไป จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.1 ตามลำดับ ดังที่แสดงผลไว้ในตารางที่ 5.15

ตารางที่ 5.15 แสดงจำนวน และร้อยละของความถี่จากการตกเป็นเหยื่อจากการถูกละเมิดหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊ก

ท่านเคยถูกละเมิดหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊กบ้างหรือไม่	จำนวน	ร้อยละ
1. เคย	109	37.8
2. ไม่เคย (กรุณาข้ามไปตอบในส่วนที่ 4)	179	62.2
รวม	288	100.0
ถ้าท่านตอบว่าเคย เป็นจำนวนประมาณกี่ครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
1. 1-2 ครั้ง	86	29.9

2. 3-4 ครั้ง	20	6.9
3. 5 ครั้งขึ้นไป	6	2.1
4. ข้อมูลที่ไม่สมบูรณ์ (Missing data) เนื่องจากข้ามไปตอบในส่วนอื่น	177	61.2
รวมเฉพาะร้อยละของข้อมูลที่สมบูรณ์ (Valid percent)	112	100.0

5.4.3 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ กับการตกเป็นเหยื่อของการถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊ก

ในผลการศึกษานี้ คณะผู้วิจัยจะทำการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ภูมิลำเนา รายได้ และความถี่ในการใช้เฟซบุ๊ก กับประสบการณ์การเคยตกเป็นเหยื่อของการถูกฉ้อโกงหรือหลอกลวงผ่านทางเฟซบุ๊ก เพื่อที่จะทดสอบว่าปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจะมีความสัมพันธ์กับการตกเป็นเหยื่อของการถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊กหรือไม่ ซึ่งได้ผลการศึกษาดังต่อไปนี้

ก) ปัจจัยด้านเพศ

การศึกษาในส่วนนี้จะเป็นการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศของผู้ตอบแบบสอบถามกับประสบการณ์การเคยตกเป็นเหยื่อของการถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊ก เพื่อที่จะทดสอบว่าเพศของผู้ตอบแบบสอบถามมีความสัมพันธ์กับการตกเป็นเหยื่อของการถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊กหรือไม่ ซึ่งได้ผลการศึกษาดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5.16 แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยทางด้านเพศ จำแนกตามกลุ่มประสบการณ์การถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊ก

เพศ	ประสบการณ์การถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊ก		รวม	ค่า Chi-Square
	เคย	ไม่เคย		
1. ชาย	49 (34.8%)	92 (65.2%)	141 (100%)	$\chi^2 = 1.127,$ $df = 2,$ $p = 0.56$
2. หญิง	58 (40.8%)	84 (59.2%)	142 (100%)	
3. เพศทางเลือก	2 (40.0%)	3 (60.0%)	5 (100%)	
รวม	109 (37.8%)	179 (62.2%)	288 (100%)	

จากตารางที่ 16 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศและประสบการณ์การถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊ก พบว่า เพศที่ต่างกันไม่มีความสัมพันธ์กับการตกเป็นเหยื่อของการถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊กอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($p = 0.56$) จึงอาจสรุปในเบื้องต้นได้ว่าทุกเพศมีความเสี่ยงต่อการตกเป็นเหยื่อของการถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊กเท่ากัน อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาถึงสัดส่วนของการเคยถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊ก พบว่า เพศหญิงมีประสบการณ์การตกเป็นเหยื่อของการถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊กสูงที่สุด ขณะที่เพศชายมีประสบการณ์การตกเป็นเหยื่อของการถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊กต่ำที่สุด

ข) ปัจจัยด้านอายุ

การศึกษาในส่วนนี้จะเป็นการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถามกับประสบการณ์การเคยตกเป็นเหยื่อของการถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊ก เพื่อที่จะทดสอบว่าช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถามมีความสัมพันธ์กับการตกเป็นเหยื่อของการถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊กหรือไม่ ซึ่งได้ผลการศึกษาดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5.17 แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยทางด้านอายุ จำแนกตามกลุ่มประสบการณ์การถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊ก

ช่วงอายุ	ประสบการณ์การถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊ก		รวม	ค่า Chi-Square
	เคย	ไม่เคย		
1. 18-29 ปี	29 (32.6%)	60 (67.4%)	89 (100%)	$\chi^2 = 12.810,$ $df = 4,$ $p = 0.01$
2. 30-39 ปี	27 (31.8%)	58 (68.2%)	85 (100%)	
3. 40-49 ปี	30 (44.8%)	37 (55.2%)	67 (100%)	
4. 50-59 ปี	14 (38.9%)	22 (61.1%)	36 (100%)	
5. 60 ปีขึ้นไป	9 (81.8%)	2 (18.2%)	11 (100%)	
รวม	109 (37.8%)	179 (62.2%)	288 (100%)	

จากตารางที่ 17 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับความเสี่ยงด้านช่วงอายุและประสบการณ์การถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊ก พบว่า ช่วงอายุที่ต่างกันมีความสัมพันธ์กับการตกเป็นเหยื่อของการถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊กอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($p = 0.01$) จึงอาจได้ข้อสรุปในเบื้องต้นได้ว่าช่วงอายุที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อการตกเป็นเหยื่อของการถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊กที่ต่างกันไปด้วย โดยผู้ที่มีช่วงอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปมีสัดส่วนของการเคยถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊กมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 81.8 รองลงมา คือ ช่วงอายุระหว่าง 40-49 ปี คิดเป็นร้อยละ 44.8 และถัดมา คือ ช่วงอายุระหว่าง 50-59 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.9 ตามลำดับ โดยช่วงอายุที่เคยมีประสบการณ์การถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊กที่น้อยที่สุด คือ ช่วงอายุระหว่าง 30-39 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.8

ค) ปัจจัยด้านระดับการศึกษา

การศึกษาในส่วนนี้จะเป็นการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามกับประสบการณ์การเคยตกเป็นเหยื่อของการถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊ก เพื่อที่จะทดสอบว่าระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามมีความสัมพันธ์กับการตกเป็นเหยื่อของการถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊กหรือไม่ ซึ่งได้ผลการศึกษาดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5.18 แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยทางด้านระดับการศึกษา จำแนกตามกลุ่มประสบการณ์การถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊ก

ระดับการศึกษา	ประสบการณ์การถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊ก		รวม	ค่า Chi-Square
	เคย	ไม่เคย		
1. สูงกว่าปริญญาตรี	34 (43.6%)	44 (56.4%)	78 (100.0%)	$\chi^2 = 4.115,$ $df = 4,$ $p = 0.39$
2. ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า	70 (35.2%)	129 (64.8%)	199 (100.0%)	
3. มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือเทียบเท่า	4 (44.4%)	5 (55.6%)	9 (100.0%)	
4. มัธยมศึกษาตอนต้น หรือเทียบเท่า	0 (0.0%)	1 (100.0%)	1 (100.0%)	
5. ประถมศึกษา	1 (100.0%)	0 (0.0%)	1 (100.0%)	
รวม	109 (37.8%)	179 (62.2%)	288 (100.0%)	

จากตารางที่ 18 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาและประสบการณ์การถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊ก พบว่า ระดับการศึกษาที่ต่างกันไม่มีความสัมพันธ์กับการตกเป็นเหยื่อของการถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊กอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($p = 0.39$) จึงอาจสรุปใน

เบื้องต้นได้ว่าทุกระดับการศึกษามีความเสี่ยงต่อการตกเป็นเหยื่อของการถูกลอกลงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊กเท่ากัน

ง) ปัจจัยด้านอาชีพ

การศึกษาในส่วนนี้จะเป็นการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามกับประสบการณ์การเคยตกเป็นเหยื่อของการถูกลอกลงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊ก เพื่อที่จะทดสอบว่าอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามมีความสัมพันธ์กับการตกเป็นเหยื่อของการถูกลอกลงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊กหรือไม่ ซึ่งได้ผลการศึกษาดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5.19 แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยทางด้านอาชีพ จำแนกตามกลุ่มประสบการณ์การถูกลอกลงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊ก

อาชีพ	ประสบการณ์การถูกลอกลงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊ก		รวม	ค่า Chi-Square
	เคย	ไม่เคย		
1. พนักงานบริษัทเอกชน	6 (24.0%)	19 (76.0%)	25 (100.0%)	$\chi^2 = 19.750,$ $df = 10,$ $p = 0.03$
2. ข้าราชการ / พนักงานในหน่วยงานรัฐ	54 (37.5%)	90 (62.5%)	144 (100.0%)	
3. เจ้าของธุรกิจส่วนตัว	10 (55.6%)	8 (44.4%)	18 (100.0%)	
4. นักเรียน/นักศึกษา	7 (19.4%)	29 (80.6%)	36 (100.0%)	
5. ผู้เกษียณอายุ	3 (100.0%)	0 (0.0%)	3 (100.0%)	
6. ผู้ประกอบอาชีพอิสระ	13 (48.1%)	14 (51.9%)	27 (100.0%)	

อาชีพ	ประสบการณ์การถูกละเมิดหรือข้อร้องเรียนผ่านทางเฟซบุ๊ก		รวม	ค่า Chi-Square
	เคย	ไม่เคย		
7. เกษตรกร	2 (66.7%)	1 (33.3%)	3 (100.0%)	
8. พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3 (50.0%)	3 (50.0%)	6 (100.0%)	
9. บุคลากรทางการศึกษาทั้งของรัฐและเอกชน	10 (50.0%)	10 (50.0%)	20 (100.0%)	
10. ว่างาน	1 (20.0%)	4 (80.0%)	5 (100.0%)	
11. อื่น ๆ	0 (0.0%)	1 (100.0%)	1 (100.0%)	
รวม	109 (37.8%)	179 (62.2%)	288 (100.0%)	

จากตารางที่ 19 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพและประสบการณ์การถูกละเมิดหรือข้อร้องเรียนผ่านทางเฟซบุ๊ก พบว่า อาชีพที่ต่างกันมีความสัมพันธ์กับการตกเป็นเหยื่อของการถูกละเมิดหรือข้อร้องเรียนผ่านทางเฟซบุ๊กอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($p = 0.03$) จึงอาจได้ข้อสรุปเบื้องต้นได้ว่าอาชีพที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อการตกเป็นเหยื่อของการถูกละเมิดหรือข้อร้องเรียนผ่านทางเฟซบุ๊กที่ต่างกันไปด้วย โดยผู้ที่เป็นผู้เกษียณอายุ มีสัดส่วนของการเคยถูกละเมิดหรือข้อร้องเรียนผ่านทางเฟซบุ๊กมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 100 รองลงมา คือ เกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 66.7 และถัดมา คือ เจ้าของธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 55.6 ตามลำดับ

จ) ปัจจัยด้านภูมิฐานะ (ไม่ใช่ภูมิฐานะตามทะเบียนบ้าน)

การศึกษาในส่วนนี้จะเป็นการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านภูมิฐานะปัจจุบันที่ไม่ใช่ภูมิฐานะตามทะเบียนบ้านของผู้ตอบแบบสอบถามกับประสบการณ์การเคยตกเป็นเหยื่อของการถูกละเมิดหรือข้อร้องเรียน

ผ่านทางเฟซบุ๊ก เพื่อที่จะทดสอบว่าภูมิลำเนาของผู้ตอบแบบสอบถามมีความสัมพันธ์กับการตกเป็นเหยื่อของการถูกลอกลงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊กหรือไม่ ซึ่งได้ผลการศึกษาดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5.20 แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยทางด้านภูมิลำเนา (ไม่ใช่ภูมิลำเนาตามทะเบียนบ้าน) จำแนกตามกลุ่มประสบการณ์การถูกลอกลงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊ก

ภูมิลำเนา (ไม่ใช่ภูมิลำเนาตามทะเบียนบ้าน)	ประสบการณ์การถูกลอกลงหรือฉ้อโกง ผ่านทางเฟซบุ๊ก		รวม	ค่า Chi-Square
	เคย	ไม่เคย		
1. ภาคเหนือ	19 (50.0%)	19 (50.0%)	38 (100.0%)	$\chi^2 = 11.658,$ $df = 6,$ $p = 0.07$
2. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	16 (51.6%)	15 (48.4%)	31 (100.0%)	
3. ภาคตะวันออก	6 (30.0%)	14 (70.0%)	20 (100.0%)	
4. ภาคตะวันตก	5 (45.5%)	6 (54.5%)	11 (100.0%)	
5. ภาคใต้	17 (48.6%)	18 (51.4%)	35 (100.0%)	
6. ภาคกลาง	14 (26.9%)	38 (73.1%)	52 (100.0%)	
7. กรุงเทพมหานครและปริมณฑล	32 (31.7%)	69 (68.3%)	101 (100.0%)	
รวม	109 (37.8%)	179 (62.2%)	288 (100.0%)	

จากตารางที่ 20 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนาและประสบการณ์การถูกลอกลงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊ก พบว่า ภูมิลำเนาที่ต่างกันไม่มีความสัมพันธ์กับการตกเป็นเหยื่อของการถูกลอกลงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊กอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($p = 0.07$) จึงอาจสรุปในเบื้องต้นได้ว่าผู้ที่มิ

ภูมิลำเนาอยู่ในที่ใดของประเทศไทยต่างก็มีความเสี่ยงต่อการตกเป็นเหยื่อของการถูกลอกลงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊กเท่ากัน อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาถึงสัดส่วนของการเคยถูกลอกลงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊ก พบว่า ผู้ที่มีภูมิลำเนาปัจจุบันอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีประสบการณ์การตกเป็นเหยื่อของการถูกลอกลงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊กสูงสุด ขณะที่ผู้ที่มีภูมิลำเนาปัจจุบันอยู่ในภาคกลางมีประสบการณ์การตกเป็นเหยื่อของการถูกลอกลงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊กต่ำที่สุด

ฉ) ปัจจัยด้านรายได้

การศึกษาในส่วนนี้จะเป็นการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถามกับประสบการณ์การเคยตกเป็นเหยื่อของการถูกลอกลงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊ก เพื่อที่จะทดสอบว่ารายได้ของผู้ตอบแบบสอบถามมีความสัมพันธ์กับการตกเป็นเหยื่อของการถูกลอกลงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊กหรือไม่ ซึ่งได้ผลการศึกษาดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5.21 แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยทางด้านรายได้ จำแนกตามกลุ่มประสบการณ์การถูกลอกลงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊ก

ระดับรายได้	ประสบการณ์การถูกลอกลงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊ก		รวม	ค่า Chi-Square
	เคย	ไม่เคย		
1. น้อยกว่า 10,000 บาท	11 (37.9%)	18 (62.1%)	29 (100.0%)	$\chi^2 = 4.540,$ $df = 4,$ $p = 0.338$
2. 10,000 - 29,999 บาท	41 (31.8%)	88 (68.2%)	129 (100.0%)	
3. 30,000 - 49,999 บาท	37 (42.5%)	50 (57.5%)	87 (100.0%)	
4. 50,000 - 69,999 บาท	13 (50.0%)	13 (50.0%)	26 (100.0%)	
5. ตั้งแต่ 70,000 บาทขึ้นไป	7 (41.2%)	10 (58.8%)	17 (100.0%)	

ระดับรายได้	ประสบการณ์การถูกละเมิดหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊ก		รวม	ค่า Chi-Square
	เคย	ไม่เคย		
รวม	109 (37.8%)	179 (62.2%)	288 (100.0%)	

จากตารางที่ 21 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้และประสบการณ์การถูกละเมิดหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊ก พบว่า ระดับรายได้ที่ต่างกันไม่มีความสัมพันธ์กับการตกเป็นเหยื่อของการถูกละเมิดหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊กอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($p = 0.33$) จึงอาจสรุปในเบื้องต้นได้ว่าไม่ว่าจะเป็นผู้ที่มีรายได้ระดับใดต่างก็มีความเสี่ยงต่อการตกเป็นเหยื่อของการถูกละเมิดหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊กเท่ากัน

ข) ปัจจัยด้านความถี่ในการใช้เฟซบุ๊ก

การศึกษาในส่วนนี้จะเป็นการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านความถี่ในการใช้เฟซบุ๊กของผู้ตอบแบบสอบถามกับประสบการณ์การเคยตกเป็นเหยื่อของการถูกละเมิดหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊ก เพื่อที่จะทดสอบว่าความถี่ในการใช้เฟซบุ๊กของผู้ตอบแบบสอบถามมีความสัมพันธ์กับการตกเป็นเหยื่อของการถูกละเมิดหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊กหรือไม่ ซึ่งได้ผลการศึกษาดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5.22 แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยทางด้านความถี่ในการใช้เฟซบุ๊ก จำแนกตามกลุ่มประสบการณ์การถูกละเมิดหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊ก

ความถี่ในการใช้เฟซบุ๊ก	ประสบการณ์การถูกละเมิดหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊ก		รวม	ค่า Chi-Square
	เคย	ไม่เคย		
1. ใช้ทุกวัน	85 (39.5%)	130 (60.5%)	215 (100%)	$\chi^2 = 15.573,$ $df = 3,$ $p = 0.001$
2. 4-6 วันต่อสัปดาห์	19 (55.9%)	15 (44.1%)	34 (100%)	

ความถี่ในการใช้เฟซบุ๊ก	ประสบการณ์การถูกลอกลงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊ก		รวม	ค่า Chi-Square
	เคย	ไม่เคย		
3. 1-3 วันต่อสัปดาห์	5 (13.9%)	31 (86.1%)	36 (100%)	
4. ไม่มีบัญชีเฟซบุ๊ก	0 (0.0%)	3 (100.0%)	3 (100%)	
รวม	109 (37.8%)	179 (62.2%)	288 (100%)	

จากตารางที่ 22 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการใช้เฟซบุ๊กและประสบการณ์การถูกลอกลงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊ก พบว่า ความถี่ในการใช้เฟซบุ๊กที่ต่างกันมีความสัมพันธ์กับการตกเป็นเหยื่อของการถูกลอกลงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊กอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($p = 0.001$) จึงอาจได้ข้อสรุปเบื้องต้นได้ว่าความถี่ในการใช้เฟซบุ๊กที่แตกต่างกันจะส่งผลกระทบต่อการตกเป็นเหยื่อของการถูกลอกลงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊กที่ต่างกันไปด้วย โดยผู้ใช้เฟซบุ๊ก 4-6 วันต่อสัปดาห์ มีสัดส่วนของการเคยถูกลอกลงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊กมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.9 รองลงมา คือ ใช้ทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 39.5 และถัดมา คือ ใช้เฟซบุ๊ก 1-3 วันต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 13.9 ตามลำดับ

5.4.4 ลักษณะของการถูกลอกลงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊ก

เมื่อทำการสำรวจถึงลักษณะของการถูกลอกลงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊ก พบว่า ส่วนใหญ่จะเป็นการถูกลอกลงหรือฉ้อโกงจากเพจปลอมในเฟซบุ๊ก จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 28.8 รองลงมา คือ การถูกลอกลงหรือฉ้อโกงจากกลุ่มต่าง ๆ ที่มีการจัดตั้งในเฟซบุ๊ก จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 19.8 ถัดมา คือ การถูกลอกลงหรือฉ้อโกงจากผู้ใช้งานเฟซบุ๊ก เช่น หลอกให้รักเพื่อเอาทรัพย์สิน (Romance Scam) หรือหลอกให้ลงทุน จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 9 ตามลำดับ ดังที่แสดงผลไว้ในตารางที่ 5.23

ตารางที่ 5.23 แสดงจำนวน และร้อยละของความถี่ของลักษณะการหลอกลวงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊ก

ลักษณะของการถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	จำนวน	ร้อยละ
ถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงจากกลุ่มต่าง ๆ ในเฟซบุ๊ก	57	19.8
ถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงจากเพจปลอมในเฟซบุ๊ก	83	28.8
ถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงจากผู้ใช้งานโซเชียลมีเดีย เช่น หลอกให้รักเพื่อเอาทรัพย์สิน (Romance Scam) หรือหลอกให้ลงทุน	26	9.0

5.4.5 มูลค่าความเสียหายจากการถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊ก

ผลการศึกษาถึงมูลค่าความเสียหายจากการถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊กในการศึกษาครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้ทำการสำรวจทั้งมูลค่าความเสียหายครั้งที่ยกที่สุดจากการถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงเพื่อให้ซื้อสินค้าหรือบริการผ่านทางเฟซบุ๊ก และมูลค่าความเสียหายทั้งหมดโดยประมาณจากการถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงเพื่อให้ซื้อสินค้าหรือบริการผ่านทางเฟซบุ๊ก โดยมูลค่าความเสียหายครั้งที่ยกที่สุดจากการถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงเพื่อให้ซื้อสินค้าหรือบริการผ่านทางเฟซบุ๊ก ได้แก่ มูลค่าความเสียหายต่ำกว่า 500 บาท จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 40.5 รองลงมา คือ มูลค่าความเสียหายตั้งแต่ 501-1,000 บาท จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 26.4 ถัดมา คือ มูลค่าความเสียหายตั้งแต่ 1,001-5,000 บาท จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 24.8 ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม จากการสำรวจครั้งนี้พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนน้อยที่มีมูลค่าความเสียหายจากการถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงเพื่อให้ซื้อสินค้าหรือบริการผ่านทางเฟซบุ๊กที่มีมูลค่าเกินกว่า 50,000 บาท จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.7 ดังที่แสดงผลไว้ในตารางที่ 5.24

ตารางที่ 5.24 แสดงจำนวน และร้อยละของความถี่ของมูลค่าความเสียหายครั้งที่ยกที่สุดจากการถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงเพื่อให้ซื้อสินค้าหรือบริการผ่านทางเฟซบุ๊ก

มูลค่าความเสียหายครั้งที่ยกที่สุดจากการที่ท่านเคยถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงให้ซื้อสินค้าหรือบริการผ่านทางเฟซบุ๊กเป็นจำนวนประมาณเท่าใด	จำนวน	ร้อยละ
1. ต่ำกว่า 500 บาท	49	40.5
2. 501-1,000 บาท	32	26.4
3. 1,001-5,000 บาท	30	24.8
4. 5,001-10,000 บาท	3	2.5
5. 10,001-50,000 บาท	5	4.1

มูลค่าความเสียหายครั้งที่มากที่สุดจากการที่ท่านเคยถูกลอกหลวงหรือฉ้อโกงให้ซื้อสินค้าหรือบริการผ่านทางเฟซบุ๊กเป็นจำนวนประมาณเท่าใด	จำนวน	ร้อยละ
6. เกินกว่า 50,000 บาท	2	1.7
7. ไม่ได้ตอบคำถาม (Missing data)	168	58.1
รวมเฉพาะร้อยละของข้อมูลที่สมบูรณ์ (Valid percent)	121	100.0

สำหรับมูลค่าความเสียหายทั้งหมดโดยประมาณที่เกิดขึ้นจากการถูกลอกหลวงหรือฉ้อโกงเพื่อให้ซื้อสินค้าหรือบริการผ่านทางเฟซบุ๊กจากการสำรวจในครั้งนี้ พบว่า มูลค่าความเสียหายโดยรวมทั้งหมดโดยประมาณที่มีผู้ตอบแบบสอบถามได้รับความเสียหายมากที่สุดจากการถูกลอกหลวงหรือฉ้อโกงเพื่อให้ซื้อสินค้าหรือบริการผ่านทางเฟซบุ๊ก ได้แก่ มูลค่าความเสียหายต่ำกว่า 500 บาท จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 15.6 รองลงมา คือ มูลค่าความเสียหายตั้งแต่ 501-1,000 บาท จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 ถัดมา คือ มูลค่าความเสียหายตั้งแต่ 1,001-5,000 บาท จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 10.1 ตามลำดับ ดังที่แสดงผลไว้ในตารางที่ 5.25

ตารางที่ 5.25 แสดงจำนวน และร้อยละของความถี่ของมูลค่าความเสียหายทั้งหมดโดยประมาณจากการถูกลอกหลวงหรือฉ้อโกงเพื่อให้ซื้อสินค้าหรือบริการผ่านทางเฟซบุ๊ก

มูลค่าความเสียหายทั้งหมดโดยประมาณจากการที่ท่านเคยถูกลอกหลวงหรือฉ้อโกงให้ซื้อสินค้าหรือบริการผ่านทางเฟซบุ๊กเป็นจำนวนประมาณเท่าใด	จำนวน	ร้อยละ
1. ต่ำกว่า 500 บาท	45	36.9
2. 501-1,000 บาท	33	27.0
3. 1,001-5,000 บาท	29	23.8
4. 5,001-10,000 บาท	8	6.6
5. 10,001-50,000 บาท	5	4.1
6. เกินกว่า 50,000 บาท	2	1.6
7. ไม่ได้ตอบคำถาม (Missing data)	167	57.8
รวมเฉพาะร้อยละของข้อมูลที่สมบูรณ์ (Valid percent)	122	100

จากการศึกษาถึงสถานการณ์การตกเป็นเหยื่อของมิฉฉาชีพจากการถูกลอกหลวงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊กในประเทศไทยดังที่ได้กล่าวไว้แล้วข้างต้น จึงอาจสรุปได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้งานเฟซบุ๊กทุกวัน และส่วนใหญ่ไม่เคยถูกลอกหลวงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊ก อย่างไรก็ตามแม้ในการศึกษาครั้งนี้จะพบว่ามีผู้ตอบ

แบบสอบถามส่วนน้อยที่เคยตกเป็นเหยื่อจากการถูกลอกลงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊ก แต่จากตัวเลขทางสถิติชี้ให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยตกเป็นเหยื่อจากการถูกลอกลงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊กกลับมีประมาณร้อยละ 38 หรืออาจจะกล่าวได้ว่าเกือบร้อยละ 40 ซึ่งนับว่าเป็นจำนวนที่สูงมาก อันเป็นการสะท้อนให้เห็นถึงสถานการณ์ความรุนแรงจากการตกเป็นเหยื่อของการถูกลอกลงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊กที่เกิดขึ้นในประเทศไทยได้เป็นอย่างดี โดยลักษณะของการถูกลอกลงหรือฉ้อโกงส่วนใหญ่จะพบว่าเป็นการถูกลอกลงหรือฉ้อโกงจากเพจปลอมในเฟซบุ๊ก และมีมูลค่าความเสียหายครั้งที่สูงที่สุดและมูลค่าความเสียหายโดยรวมทั้งหมดโดยประมาณสูงสุดต่ำกว่า 500 บาท อันจะเห็นได้ว่ามีจรรยาบรรณยังคงเลือกที่จะถูกลอกลงผู้เสียหายแต่ละรายเป็นจำนวนเงินที่มีมูลค่าความเสียหายต่อรายที่ไม่สูงมากนัก

อย่างไรก็ตามในการสำรวจถึงมูลค่าความเสียหายที่ผู้เสียหายเคยได้รับอันเนื่องมาจากการถูกลอกลงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊กในการศึกษาครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้พบข้อจำกัดในการตอบแบบสอบถามประเด็นดังกล่าว บางประการอันเนื่องมาจากผู้ตอบแบบสอบถามส่วนหนึ่งไม่ได้ให้ข้อมูลในส่วนนี้ ส่งผลให้มีข้อมูลที่ไม่ครบถ้วน (Missing data) เป็นจำนวนที่ค่อนข้างสูง โดยคณะผู้วิจัยคาดว่าปัญหาดังกล่าวน่าจะเกิดขึ้นจากการที่ผู้ตอบแบบสอบถามอาจจะจำมูลค่าความเสียหายที่เกิดขึ้นกับตนเองไม่ได้ หรืออาจจะไม่เคยมีประสบการณ์ในการตกเป็นเหยื่อจากการถูกลอกลงหรือฉ้อโกงจึงทำให้ห้ามการให้ข้อมูลในส่วนนี้ไป การวิเคราะห์ข้อมูลเฉพาะในส่วนนี้ คณะผู้วิจัยจึงขอรายงานผลและวิเคราะห์แต่เพียงจำกัดเฉพาะข้อมูลที่ได้รับจากผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ข้อมูลครบถ้วนสมบูรณ์ (valid percent) มาเท่านั้น

5.5 ผลที่เกิดขึ้นภายหลังจากการตกเป็นเหยื่อของการถูกลอกลงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊ก

ในการศึกษาถึงผลที่เกิดขึ้นกับผู้ตอบแบบสอบถามภายหลังจากการตกเป็นเหยื่อของการถูกลอกลงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊ก คณะผู้วิจัยได้ทำการสอบถามถึงจำนวนของผู้เสียหายที่ได้รับเงินคืนจากการถูกลอกลงหรือฉ้อโกง ผลกระทบที่เกิดขึ้นกับผู้เสียหายโดยเฉพาะผลกระทบต่อสภาวะทางจิตใจ การแจ้งเรื่องหรือร้องเรียนอันเนื่องมาจากการถูกลอกลงหรือฉ้อโกง รวมถึงผลการดำเนินการที่เกิดขึ้นภายหลังจากที่ได้มีการแจ้งเรื่องหรือร้องเรียนไปแล้ว ดังรายละเอียดที่จะกล่าวถึงต่อไปนี้

5.5.1 แนวโน้มในการได้รับเงินคืนอันเนื่องมาจากการถูกลอกลงหรือฉ้อโกงให้ซื้อสินค้าหรือบริการผ่านทางเฟซบุ๊ก

ในการทำการสำรวจถึงแนวโน้มที่ผู้เสียหายจะได้รับเงินคืนอันเนื่องมาจากการตกเป็นเหยื่อของการถูกลอกหลวงหรือฉ้อโกงให้ซื้อสินค้าหรือบริการผ่านทางเฟซบุ๊ก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 84.7 ให้ข้อมูลว่าไม่เคยได้รับเงินคืนจากการถูกลอกหลวงหรือฉ้อโกงให้ซื้อสินค้าหรือบริการผ่านทางเฟซบุ๊ก รองลงมา คือ เคยได้รับเงินคืนบางส่วน จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 8.9 ถัดมา ได้แก่ เคยได้รับเงินคืนทั้งหมดเต็มจำนวน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 5.6 ดังที่แสดงผลไว้ในตารางที่ 5.26

ตารางที่ 5.26 แสดงจำนวน และร้อยละของความถี่ของแนวโน้มที่ผู้เสียหายจะได้รับเงินคืนอันเนื่องมาจากการตกเป็นเหยื่อของการถูกลอกหลวงหรือฉ้อโกงให้ซื้อสินค้าหรือบริการผ่านทางเฟซบุ๊ก

ท่านเคยได้รับเงินคืนบ้างหรือไม่	จำนวน	ร้อยละ
1. ไม่เคยได้รับเงินคืน	105	84.7
2. เคยได้รับเงินคืนบางส่วน	11	8.9
3. เคยได้รับเงินคืนครั้งหนึ่ง	1	0.8
4. เคยได้รับเงินส่วนใหญ่คืน	0	0
5. เคยได้รับคืนทั้งหมดเต็มจำนวน	7	5.6
6. ข้อมูลที่ไม่ครบถ้วน (Missing data)	165	57.1
รวมเฉพาะร้อยละของข้อมูลที่สมบูรณ์ (Valid percent)	124	100.0

5.5.2 ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการถูกลอกหลวงหรือฉ้อโกงให้ซื้อสินค้าหรือบริการผ่านทางเฟซบุ๊ก

เมื่อทำการสอบถามถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นกับผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยมีประสบการณ์การถูกลอกหลวงหรือฉ้อโกงให้ซื้อสินค้าหรือบริการผ่านทางเฟซบุ๊ก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าผลกระทบต่อความเชื่อมั่นในตัวบุคคลอื่น จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 18.1 รองลงมา ได้แก่ การถูกขโมยข้อมูลส่วนบุคคล เช่น ชื่อ หมายเลขบัตรประชาชน หมายเลขบัตรเครดิต ข้อมูลบัญชีธนาคาร จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 17 และลำดับที่สาม ได้แก่ รู้สึกมีความมั่นใจน้อยลงเมื่อมีการใช้อินเทอร์เน็ต หรือเลิกการใช้อินเทอร์เน็ต จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 14.2 ดังที่แสดงผลไว้ในตารางที่ 5.27

ตารางที่ 5.27 แสดงจำนวน และร้อยละของความถี่ของผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการถูกละเมิดหรือฉ้อโกงให้ซื้อสินค้าหรือบริการผ่านทางเฟซบุ๊ก

ผลกระทบใดบ้างที่เกิดขึ้นกับท่านจากการถูกละเมิดหรือฉ้อโกง (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)	จำนวน	ร้อยละ
1. ถูกขโมยข้อมูลส่วนบุคคล เช่น ชื่อ หมายเลขบัตรประชาชน หมายเลขบัตรเครดิต ข้อมูลบัญชีธนาคาร	49	17.0
2. มีผลกระทบต่อสุขภาพจิตหรือการมีสุขภาวะที่ดี	39	13.5
3. มีผลกระทบต่อความสัมพันธ์ส่วนบุคคลกับคนใกล้ชิด	19	6.6
4. มีผลกระทบต่อความสามารถในการทำงาน	8	2.8
5. มีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นในหน่วยงานต่าง ๆ เช่น ธนาคาร หน่วยงานของรัฐ	23	8.0
6. มีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นในตัวบุคคลอื่น	52	18.1
7. รู้สึกมีความมั่นใจน้อยลงเมื่อมีการใช้อินเทอร์เน็ต หรือเลิกการใช้อินเทอร์เน็ตไปเลย	41	14.2
8. มีผลกระทบต่อความสามารถในการกู้ยืมเงิน	5	1.7

5.5.3 การแจ้งเรื่องหรือร้องเรียนและผลการดำเนินการที่เกิดขึ้นภายหลังจากที่ได้มีการแจ้งเรื่องหรือร้องเรียนให้กับทางเฟซบุ๊ก

ในการสำรวจถึงจำนวนการแจ้งเรื่องหรือร้องเรียนกับทางเฟซบุ๊กถึงเหตุการณ์การถูกละเมิดหรือฉ้อโกงเพื่อให้ซื้อสินค้าหรือบริการผ่านทางเฟซบุ๊กจากการศึกษาในครั้งนี้ คณะผู้วิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตอบว่าไม่เคยแจ้งเรื่องหรือร้องเรียน จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 63.6 ขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยแจ้งเรื่องหรือร้องเรียนเหตุการณ์การถูกละเมิดหรือฉ้อโกงเพื่อให้ซื้อสินค้าหรือบริการผ่านทางเฟซบุ๊ก จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 36.4 ดังที่แสดงผลไว้ในตารางที่ 5.28

ตารางที่ 5.28 แสดงจำนวน และร้อยละของความถี่ของการแจ้งเรื่องหรือร้องเรียนกับทางเฟซบุ๊กถึงเหตุการณ์การถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงเพื่อให้ซื้อสินค้าหรือบริการผ่านทางเฟซบุ๊ก

ท่านเคยแจ้งหรือร้องเรียนเหตุการณ์ถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกง	จำนวน	ร้อยละ
1. เคย	51	36.4
2. ไม่เคย	89	63.6
3. ข้อมูลที่ไม่ครบถ้วน (Missing data)	149	51.6
รวมเฉพาะร้อยละของข้อมูลที่สมบูรณ์ (Valid percent)	140	100.0

เมื่อคณะผู้วิจัยได้ทำการสอบถามถึงสาเหตุส่วนใหญ่ที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจไม่แจ้งเรื่องหรือร้องเรียนกับทางเฟซบุ๊กถึงเหตุการณ์การถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงให้ซื้อสินค้าหรือบริการผ่านทางเฟซบุ๊ก พบว่าสาเหตุจากมูลค่าความเสียหายที่ได้รับไม่สูงมาก จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 14.6 รองลงมา คือ คิดว่าไม่น่าจะเกิดผลอะไร จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 ถัดมา คือ กระบวนการในการแจ้งหรือร้องเรียนมีความยุ่งยากซับซ้อนเกินไป จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 12.8 ตามลำดับ โดยสาเหตุที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจไม่แจ้งเรื่องหรือร้องเรียนเหตุการณ์การถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงให้ซื้อสินค้าหรือบริการผ่านทางเฟซบุ๊กน้อยที่สุด คือ เพราะรู้สึกกังวลหรือรู้สึกอับอาย จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.4 ดังที่แสดงผลไว้ในตารางที่ 5.29

ตารางที่ 5.29 แสดงจำนวน และร้อยละของความถี่ของสาเหตุที่ทำให้ตัดสินใจไม่แจ้งเรื่องหรือร้องเรียนกับทางเฟซบุ๊กถึงเหตุการณ์การถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงให้ซื้อสินค้าหรือบริการผ่านทางเฟซบุ๊ก

ถ้าไม่เคย เพราะเหตุใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	จำนวน	ร้อยละ
1. คิดว่าไม่น่าจะเกิดผลอะไร	39	13.5
2. ทำให้เกิดความเครียดเกินไป	14	4.9
3. กระบวนการในการแจ้งหรือร้องเรียนมีความยุ่งยากซับซ้อนเกินไป	37	12.8
4. ใช้เวลานานเกินไป	34	11.8
5. ไม่รู้ว่าควรแจ้งเรื่องร้องเรียนที่ใคร	25	8.7
6. ไม่รู้ว่าต้องทำอะไร	21	7.3
7. ไม่ชอบแจ้งเรื่องร้องเรียน	9	3.1
8. มูลค่าความเสียหายที่ได้รับไม่สูงมาก	42	14.6
9. ไม่มั่นใจว่าตนเองจะสามารถดำเนินการแจ้งหรือร้องเรียนได้ด้วยตนเอง	10	3.5
10. เพราะรู้สึกกังวลหรือรู้สึกอับอาย	7	2.4

ขณะที่ในการสอบถามผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยแจ้งเรื่องหรือร้องเรียนกับทางเฟซบุ๊กถึงเหตุการณ์การถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงให้ซื้อสินค้าหรือบริการผ่านทางเฟซบุ๊กถึงผลการดำเนินการที่เกิดขึ้นหลังจากที่ได้มีการแจ้งเรื่องหรือร้องเรียน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ข้อมูลว่าไม่มีการดำเนินการตามที่ได้รับแจ้งเรื่องหรือร้องเรียนแต่อย่างใด จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 55.7 รองลงมา คือ มีการดำเนินการตามที่ได้แจ้งหรือร้องเรียน และมีการแจ้งผลการดำเนินการให้ทราบ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 26.2 ถัดมา คือ มีการดำเนินการตามที่ได้แจ้งหรือร้องเรียนแต่ไม่มีการแจ้งผลการดำเนินการให้ทราบ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 ตามลำดับ ดังที่แสดงผลไว้ในตารางที่ 5.30

ตารางที่ 5.30 แสดงจำนวน และร้อยละของความถี่ของผลการดำเนินการที่เกิดขึ้นหลังจากที่ได้มีการแจ้งเรื่องหรือร้องเรียนเหตุการณ์การถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงให้ซื้อสินค้าหรือบริการผ่านทางเฟซบุ๊ก

ถ้าเคย ผลเป็นอย่างไร	จำนวน	ร้อยละ
1. มีการดำเนินการตามที่ได้แจ้งหรือร้องเรียน และมีการแจ้งผลการดำเนินการให้ทราบ	16	26.2
2. มีการดำเนินการตามที่ได้แจ้งหรือร้องเรียน แต่ไม่มีการแจ้งผลการดำเนินการให้ทราบ	11	18.0
3. ไม่มีการดำเนินการตามที่ได้รับแจ้งหรือร้องเรียนแต่อย่างใด	34	55.7
4. ข้อมูลที่ไม่ครบถ้วน (Missing data)	228	78.9
รวมเฉพาะร้อยละของข้อมูลที่สมบูรณ์ (Valid percent)	61	100.0

จากการสำรวจถึงผลที่เกิดขึ้นหลังจากการตกเป็นเหยื่อของการถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊กดังที่ได้กล่าวไว้แล้วข้างต้น จึงอาจสรุปได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยตกเป็นเหยื่อจากการถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงให้ซื้อสินค้าหรือบริการผ่านทางเฟซบุ๊กส่วนใหญ่จะไม่ได้รับเงินคืน ทั้งยังส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นในตัวบุคคลอื่นอันเป็นผลกระทบสำคัญที่เกิดขึ้นกับผู้ที่เคยถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงให้ซื้อสินค้าหรือบริการผ่านทางเฟซบุ๊ก ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยแจ้งเรื่องหรือร้องเรียนกับทางเฟซบุ๊กถึงเหตุการณ์การถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงเพื่อให้ซื้อสินค้าหรือบริการผ่านทางเฟซบุ๊ก ทั้งนี้เนื่องจากสาเหตุสำคัญคือมูลค่าความเสียหายที่ได้รับไม่สูงมาก และถึงแม้ว่าจะมีการแจ้งเรื่องหรือร้องเรียนกับทางเฟซบุ๊กถึงปัญหาที่เกิดขึ้นดังกล่าวจากการสำรวจในครั้งนี้ก็พบว่าไม่มีการดำเนินการตามที่ได้รับแจ้งเรื่องหรือร้องเรียนแต่อย่างใด

5.6 มาตรการที่เหมาะสมในการช่วยป้องกันผู้บริโภคจากการหลอกลวงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊ก

จากที่ได้ทำการสำรวจถึงสถานการณ์ ลักษณะ ความเสียหาย ตลอดจนผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับผู้ตกเป็นเหยื่อจากการหลอกลวงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊กดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น ในส่วนนี้คณะผู้วิจัยจึงได้ทำการสำรวจความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในการศึกษาครั้งนี้ถึงมาตรการที่เหมาะสมในการช่วยป้องกันผู้บริโภคจากการหลอกลวงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊ก โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามในรายชื่อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การเพิ่มบทลงโทษที่เข้มงวดต่อผู้ที่หลอกลวงผู้อื่นบนแพลตฟอร์มจะช่วยลดปัญหาการหลอกลวงหรือฉ้อโกงผ่านทางแพลตฟอร์มดิจิทัลได้ (\bar{X} = 1.47 SD = 0.73) รองลงมา คือ การเพิ่มมาตรการตรวจสอบบัญชีผู้ใช้ที่ทำธุรกรรม การขายสินค้าบนเฟซบุ๊กจะช่วยลดการหลอกลวงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊กได้ (\bar{X} = 1.59 SD = 0.70) ถัดมา คือ การให้ผู้ใช้สามารถรายงานพฤติกรรมที่น่าสงสัยบนเฟซบุ๊กจะช่วยป้องกันการหลอกลวงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊กได้ (\bar{X} = 1.67 SD = 0.77) ตามลำดับ ดังที่แสดงผลไว้ในตารางที่ 5.31

ตารางที่ 5.31 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของมาตรการที่เหมาะสมในการช่วยป้องกันผู้บริโภคจากการหลอกลวงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊ก

มาตรการที่เหมาะสมในการช่วย ป้องกันผู้บริโภคจากการถูก หลอกลวงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟ ซบุ๊ก	เห็น ด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็น ด้วย (4)	ไม่แน่ใจ (3)	ไม่ แน่ใจ (2)	ไม่เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง(1)	\bar{X}	SD	แปลผล
1. การยืนยันตัวตนของผู้ใช้ จะช่วย ลดการหลอกลวงที่เกิดขึ้นบนเฟซบุ๊ก ได้อย่างมีประสิทธิภาพ	130 (45.1%)	92 (31.9%)	55 (19.1%)	11 (3.8%)	0	1.82	0.87	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
2. การใช้ระบบตรวจสอบข้อมูลหรือ เนื้อหาอัตโนมัติ เป็นการหลอกลวง หรือฉ้อโกงจะช่วยป้องกันการ หลอกลวงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊ก ได้	116 (40.3%)	105 (36.5%)	58 (20.1%)	5 (1.7%)	4 (1.4%)	1.88	0.88	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
3. การเพิ่มมาตรการตรวจสอบบัญชี ผู้ใช้ที่ทำธุรกรรมการขายสินค้าบน	152 (52.8%)	106 (36.8%)	27 (9.4%)	3 (1.0%)	0	1.59	0.70	เห็นด้วย อย่างยิ่ง

มาตรการที่เหมาะสมในการช่วย ป้องกันผู้บริโภคจากการถูก หลอกลวงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟ ซบุ๊ก	เห็น ด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็น ด้วย (4)	ไม่แน่ใจ (3)	ไม่ แน่ใจ (2)	ไม่เห็น ด้วย ยิ่ง(1)	\bar{x}	SD	แปลผล
เฟซบุ๊กจะช่วยลดการหลอกลวงหรือ ฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊กได้								
4. การให้ผู้ใช้สามารถรายงาน พฤติกรรมที่น่าสงสัยบนเฟซบุ๊กจะ ช่วยป้องกันการหลอกลวงหรือฉ้อโกง ผ่านทางเฟซบุ๊กได้	137 (47.6%)	116 (40.3%)	30 (10.4%)	2 (0.7%)	3 (1.0%)	1.67	0.77	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
5. การเพิ่มบทลงโทษที่เข้มงวดต่อผู้ที่ หลอกลวงผู้อื่นบนแพลตฟอร์มจะ ช่วยลดปัญหาการหลอกลวงหรือ ฉ้อโกงผ่านทางแพลตฟอร์มดิจิทัลได้	186 (64.6%)	74 (25.7%)	24 (8.3%)	2 (0.7%)	2 (0.7%)	1.47	0.73	เห็นด้วย อย่างยิ่ง

5.7 แนวทางการแก้ไขปัญหาและจัดการความเสียหายจากการถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊ก

ในการสำรวจความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามถึงแนวทางในการแก้ไขปัญหาและจัดการความเสียหายจากการถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊ก โดยเป็นการสอบถามถึงบุคคลหรือนิติบุคคลที่ควรมีความรับผิดชอบต่อความเสียหาย รวมถึงแนวทางในการระงับข้อพิพาทที่เกิดขึ้นจากการตกเป็นเหยื่อของการถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊ก โดยจากผลการสำรวจคณะผู้วิจัยพบว่า หากมีความเสียหายจากการถูกหลอกลวงให้ซื้อสินค้าหรือบริการผ่านทางเฟซบุ๊กเกิดขึ้น ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าผู้ประกอบการควรต้องมีความรับผิดชอบในฐานะที่เป็นผู้ขายสินค้าหรือผู้ให้บริการ จำนวน 251 คน คิดเป็นร้อยละ 87.2 ขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เห็นว่าเฟซบุ๊กควรจะต้องมีความรับผิดชอบในฐานะที่เป็นเจ้าของพื้นที่แต่กลับปล่อยปละละเลยให้มีการหลอกลวงหรือฉ้อโกงผ่านทางช่องทางของตน จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 69.8 ตามลำดับ นอกจากนี้ยังมีผู้ตอบแบบสอบถามบางรายที่มีความเห็นเป็นอย่างอื่น เช่น ควรเป็นความรับผิดชอบร่วมกันของทั้งผู้ประกอบการธุรกิจและเฟซบุ๊ก ควรเป็นความรับผิดชอบของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

หรือควรให้ภาครัฐมีกองทุนเพื่อชดเชยความเสียหายให้แก่ผู้เสียหายก่อนแล้วจึงดำเนินการสืบหาตัวผู้กระทำ ความผิดมาชดใช้ค่าเสียหายให้แก่รัฐในภายหลัง จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ดังที่แสดงผลไว้ในตารางที่ 5.32

ตารางที่ 5.32 แสดงจำนวน และร้อยละของความถี่ของผู้ที่ควรเป็นผู้รับผิดชอบหากมีความเสียหายจากการถูก หลอกหลวงให้ซื้อสินค้าหรือบริการผ่านทางเฟซบุ๊ก

การได้รับความเสียหายจากการถูกหลอกหลวงให้ซื้อสินค้าหรือบริการผ่านทางเฟซบุ๊ก	จำนวน	ร้อยละ
ท่านเห็นว่าใครควรเป็นผู้ต้องรับผิดชอบ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
1. ผู้ประกอบธุรกิจ ในฐานะที่เป็นผู้ขายสินค้าหรือให้บริการ	251	87.2
2. เฟซบุ๊ก ในฐานะที่เป็นเจ้าของพื้นที่แต่ปล่อยปละละเลย	201	69.8
3. อื่น ๆ	3	1.0

เมื่อทำการสอบถามถึงวิธีการส่วนใหญ่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามจะเลือกใช้ในการระงับข้อพิพาทที่เกิดขึ้นจาก การถูกหลอกหลวงให้ซื้อสินค้าหรือบริการผ่านทางเฟซบุ๊กในการศึกษารั้งนี้ คณะผู้วิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เลือกที่จะแจ้งต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สภากงศ์กรของ ผู้บริโภค จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 42.0 รองลงมา คือ แจ้งเจ้าหน้าที่ตำรวจ จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 27.8 และถัดมา คือ ฟ้องร้องดำเนินคดีต่อศาล จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 17.4 ตามลำดับ นอกจากนี้ยังมี ผู้ตอบแบบสอบถามบางรายที่มีความเห็นเป็นอย่างอื่น เช่น ขึ้นกับจำนวนเงินถ้าราคาสินค้าไม่สูงก็ไม่ทำอะไร เพราะคิดว่าน่าจะเสียเวลากับการดำเนินการต่างๆ ซึ่งก็ไม่มีหน่วยงานไหนรับผิดชอบโดยตรง หากได้รับความ เสียหายมากจะเลือกทุกข้อ และ ดูก่อนว่าเสียหายระดับไหนก่อนดำเนินการ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.7 ดังที่ แสดงผลไว้ในตารางที่ 5.33

ตารางที่ 5.33 แสดงจำนวน และร้อยละของความถี่ของวิธีในการระงับข้อพิพาทที่เกิดขึ้นจากการถูกหลอกหลวงให้ ซื้อสินค้าหรือบริการผ่านทางเฟซบุ๊ก

หากท่านได้รับความเสียหายจากการถูกหลอกหลวงให้ซื้อสินค้าหรือบริการผ่านทาง เฟซบุ๊ก ท่านจะเลือกใช้การระงับข้อพิพาทที่เกิดขึ้นโดยวิธีการใด	จำนวน	ร้อยละ
1. ฟ้องร้องดำเนินคดีต่อศาล	50	17.4
2. ไกล่เกลี่ยโดยผ่านคนกลาง เช่น อนุญาโตตุลาการ	8	2.8
3. แจ้งต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สภา องศ์กรของผู้บริโภค	121	42.0

หากท่านได้รับความเสียหายจากการถูกลอกลงให้ซื้อสินค้าหรือบริการผ่านทางเฟซบุ๊ก ท่านจะเลือกใช้การระงับข้อพิพาทที่เกิดขึ้นโดยวิธีการใด	จำนวน	ร้อยละ
4. แจ้งเจ้าหน้าที่ตำรวจ	80	27.8
5. เลือกที่จะไม่ดำเนินคดี	24	8.3
6. อื่น ๆ	5	1.7
รวม	288	100.0

อย่างไรก็ตาม เมื่อคณะผู้วิจัยได้ทำการสอบถามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามว่าเฟซบุ๊กควรถูกฟ้องร้องดำเนินคดีในประเทศไทยในฐานะที่เป็นเจ้าของพื้นที่แต่กลับปล่อยปละละเลยให้มิฉฉาซีฟใช้เป็นพื้นที่ในการหลอกลงผู้บริโภคหรือไม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าเฟซบุ๊กควรถูกฟ้องร้องดำเนินคดีในประเทศไทย จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 78.1 รองลงมา คือ ไม่แน่ใจว่าเฟซบุ๊กควรถูกฟ้องร้องดำเนินคดีในประเทศไทย จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 12.8 ถัดมา คือ เห็นว่าเฟซบุ๊กไม่ควรถูกฟ้องร้องดำเนินคดีในประเทศไทย จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 ตามลำดับ ดังที่แสดงผลไว้ในตารางที่ 5.34

ตารางที่ 5.34 แสดงจำนวน และร้อยละของความถี่ของความคิดเห็นต่อการฟ้องร้องดำเนินคดีกับเฟซบุ๊กในกรณีปล่อยให้มิฉฉาซีฟหลอกลงผู้บริโภคในประเทศไทย

ท่านเห็นว่าเฟซบุ๊กควรถูกฟ้องร้องดำเนินคดีในประเทศไทยในฐานะที่เป็นเจ้าของพื้นที่แต่กลับปล่อยปละละเลยให้มิฉฉาซีฟใช้เป็นพื้นที่ในการหลอกลงผู้บริโภคหรือไม่	จำนวน	ร้อยละ
1. ควร	225	78.1
2. ไม่ควร	26	9.0
3. ไม่แน่ใจ	37	12.8
รวม	288	100.0

เมื่อทำการสอบถามถึงสาเหตุที่จะทำให้ผู้บริโภคเลือกที่จะไม่ฟ้องร้องดำเนินคดีกับเฟซบุ๊กในฐานะที่เป็นเจ้าของพื้นที่แต่กลับปล่อยปละละเลยให้มิฉฉาซีฟใช้เป็นพื้นที่ในการหลอกลง คณะผู้วิจัยพบว่าสาเหตุส่วนใหญ่คือ ไม่คุ้มกับความยุ่งยากหรือความพยายามในการฟ้องร้อง จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 61.8 รองลงมา คือ ไม่ค่อยมีความรู้มากนักเกี่ยวกับกระบวนการในการฟ้องร้องดำเนินคดี จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 14.2 ถัดมา คือ ไม่มั่นใจว่าจะสามารถดำเนินการฟ้องร้องได้ด้วยตนเอง จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 8.7 และ ไม่มีประโยชน์และ

ไม่น่าจะเกิดผลดีใด ๆ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 ตามลำดับ โดยสาเหตุที่จะทำให้ผู้บริโภคเลือกที่จะไม่ฟ้องร้องดำเนินคดีกับเฟซบุ๊กที่น้อยที่สุด คือ ไม่ต้องการเผชิญหน้าในชั้นศาล จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 นอกจากนี้ยังมีผู้ตอบแบบสอบถามบางรายที่มีความเห็นเป็นอย่างอื่น เช่น ไม่ใช่ผู้กระทำความผิด ไม่ใช่จุดประสงค์หลักของเฟซบุ๊ก ข้อกำหนดการโฆษณากว้างเกินไป และติดต่อยาก ไม่มีสถานที่ทำการที่ชัดเจน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.4 ดังที่แสดงผลไว้ในตารางที่ 5.35

ตารางที่ 5.35 แสดงจำนวน และร้อยละของความถี่ของสาเหตุทำให้ผู้บริโภคเลือกที่จะไม่ฟ้องร้องกับเฟซบุ๊กในฐานะที่เป็นเจ้าของพื้นที่แต่ปล่อยให้มิจฉาชีพใช้เป็นพื้นที่ในการหลอกลวง

ท่านคิดว่าอะไรที่เป็นสาเหตุทำให้ผู้บริโภคเลือกที่จะไม่ฟ้องร้องกับเฟซบุ๊กในฐานะที่เป็นเจ้าของพื้นที่แต่ปล่อยให้มิจฉาชีพใช้เป็นพื้นที่ในการหลอกลวง	จำนวน	ร้อยละ
1. ไม่คุ้มกับความยุ่งยากหรือความพยายามในการฟ้องร้อง	178	61.8
2. ไม่มีเวลา	13	4.5
3. ไม่ค่อยมีความรู้มากนักเกี่ยวกับกระบวนการในการฟ้องร้องดำเนินคดี	41	14.2
4. ไม่ต้องการเผชิญหน้าในชั้นศาล	1	0.3
5. ไม่มีประโยชน์และไม่น่าจะเกิดผลดีใด ๆ	21	7.3
6. ไม่มั่นใจว่าจะสามารถดำเนินการฟ้องร้องได้ด้วยตนเอง	25	8.7
7. รู้สึกกังวลหรือรู้สึกอับอาย	5	1.7
8. อื่น ๆ	4	1.4
รวม	288	100.0

จากการสำรวจถึงแนวทางการแก้ไขปัญหาและจัดการความเสียหายจากการถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊กดังที่ได้กล่าวไว้แล้วข้างต้น จึงอาจสรุปได้ว่าหากมีความเสียหายจากการถูกหลอกลวงให้ซื้อสินค้าหรือบริการผ่านทางเฟซบุ๊กเกิดขึ้น ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าผู้ประกอบการควรจะต้องเป็นผู้ที่มีความรับผิดชอบ ในฐานะที่เป็นผู้ขายสินค้าหรือผู้ให้บริการ อย่างไรก็ตามมีผู้ตอบแบบสอบถามกว่าครึ่งหนึ่งที่เห็นว่าเฟซบุ๊กควรจะต้องมีความรับผิดชอบในฐานะที่เป็นเจ้าของพื้นที่แต่กลับปล่อยให้มีการหลอกลวงหรือฉ้อโกงผ่านทางช่องทางของตนด้วยเช่นเดียวกัน ขณะที่หากมีความเสียหายเกิดขึ้นจากการถูกหลอกลวงให้ซื้อสินค้าหรือบริการผ่านทางเฟซบุ๊ก ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกที่จะระงับข้อพิพาทที่เกิดขึ้นโดยการแจ้งต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค หรือสภาองค์กรของผู้บริโภค อย่างไรก็ตามเมื่อทำการ

สอบถามว่าเฟซบุ๊กควรถูกฟ้องร้องดำเนินคดีในประเทศไทยในฐานะที่เป็นเจ้าของพื้นที่แต่กลับปล่อยปละละเลยให้มิจอาชีพใช้เป็นพื้นที่ในการหลอกลวงผู้บริโภคหรือไม่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าเฟซบุ๊กควรถูกฟ้องร้องดำเนินคดีในประเทศไทย โดยสาเหตุส่วนใหญ่ที่จะทำให้ผู้บริโภคเลือกที่จะไม่ฟ้องร้องดำเนินคดีกับเฟซบุ๊กในฐานะที่เป็นเจ้าของพื้นที่แต่กลับปล่อยปละละเลยให้มิจอาชีพใช้เป็นพื้นที่ในการหลอกลวงจากการศึกษาในครั้งนี้คือ ไม่คุ้มกับความยุ่งยากหรือความพยายามในการฟ้องร้องดำเนินคดี

5.8 ผลการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ

ในการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพเพื่อศึกษาถึงมาตรการการกำกับผู้ประกอบการธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลที่กระทบต่อสิทธิผู้บริโภคศึกษากรณีเฟซบุ๊กในครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกโดยใช้ข้อคำถามสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured questionnaires) และทำการสัมภาษณ์กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวนทั้งสิ้น 15 ท่าน ประกอบไปด้วย ผู้แทนจากกองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค (บก.ปคบ.) ผู้แทนจากกองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับอาชญากรรมทางเทคโนโลยี (บก.ปอท.) นักกฎหมายระหว่างประเทศ นักกฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภค นักเศรษฐศาสตร์ ผู้แทนจากกรมบังคับคดี ผู้แทนจากสำนักงานศาลยุติธรรม ผู้แทนจากสำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา ผู้แทนจากสำนักงานอัยการสูงสุด ผู้แทนจากสำนักงานคณะกรรมการการรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์แห่งชาติ (สกมช.) ผู้แทนจากสภานายความ ผู้แทนจากกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ผู้แทนจากสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (สพธอ.) ผู้แทนจากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) และผู้แทนจากสภาองค์กรของผู้บริโภค ดังรายละเอียดที่จะกล่าวถึงต่อไปนี้

5.8.1 สถานการณ์การหลอกลวง ฉ้อโกง รวมถึงการขายสินค้าหรือบริการที่ไม่ได้คุณภาพผ่านทางเฟซบุ๊ก

จากผลการสัมภาษณ์เชิงลึกในประเด็นเรื่องตัวเลขสถิติข้อมูลการรับเรื่องร้องเรียนที่เกี่ยวกับปัญหาการซื้อขายสินค้าทางออนไลน์นั้นกล่าวโดยเฉพาะถึงการซื้อขายสินค้าหรือบริการผ่านทางเฟซบุ๊ก ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2566 ถึงปี พ.ศ. 2567 พบว่า ในปี พ.ศ. 2566 ตั้งแต่เดือนมกราคมถึงเดือนธันวาคม มีการรับเรื่องร้องเรียนการหลอกลวง ฉ้อโกง รวมถึงการขายสินค้าหรือบริการที่ไม่ได้คุณภาพผ่านทางเฟซบุ๊กทั้งสิ้น จำนวนทั้งสิ้น 17,939 เรื่อง คิดเป็นจำนวนเรื่องร้องเรียนโดยเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ประมาณ 1,495 เรื่อง ขณะที่ในปี พ.ศ. 2567 ตั้งแต่เดือนมกราคมถึงเดือนตุลาคม ซึ่งเป็นช่วงเดือนที่คณะผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูล พบว่ามีการรับเรื่อง

ร้องเรียนทั้งสิ้น จำนวน 12,153 เรื่อง คิดเป็นจำนวนเรื่องร้องเรียนโดยเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ประมาณ 1,215 เรื่อง ดังนั้นจึงอาจกล่าวในเบื้องต้นได้ว่าสถานการณ์การหลอกลวง ฉ้อโกง รวมถึงการขายสินค้าหรือบริการที่ไม่ได้คุณภาพผ่านทางเฟซบุ๊กในประเทศไทยมีแนวโน้มที่ลดลง ในขณะที่การหลอกลวง หรือการฉ้อโกงในด้านอื่น ๆ เช่น การหลอกให้ร่วมลงทุน หรือการหลอกให้ทำงานผ่านทางเฟซบุ๊ก กลับพบว่ายังคงมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น กล่าวคือ ในปี พ.ศ. 2566 มีจำนวนเรื่องร้องเรียน 205 เรื่อง ขณะที่ในปี พ.ศ. 2567 มีจำนวนเรื่องร้องเรียน 228 เรื่อง (ข้อมูลถึงเดือนตุลาคม พ.ศ. 2567) ดังตัวอย่างข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกต่อไปนี้

“ถ้าเกิดขึ้นจากเฟซบุ๊ก ในช่วงตั้งแต่มกราคมถึงธันวาคมปีที่แล้ว (พ.ศ. 2566) ก็จะมีทั้งหมด 17,939 เรื่อง คิดเป็น 85.33% ของปัญหาเรื่องร้องเรียน นอกจากนี้ก็จะมีเรื่องร้องเรียนอื่นอีก อย่างเช่นเว็บไซต์ผิดกฎหมายหรือว่าภัยคุกคามไซเบอร์หรือว่าพวกเรื่องของการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล การหลอกลวงลงทุน ทำงานออนไลน์ เฉพาะเฟซบุ๊กจำนวน 205 เรื่อง คิดเป็น 0.98% ดังนั้นจะเห็นว่าในบรรดาที่เกี่ยวกับเฟซบุ๊กทั้งหมดเนี่ย portion ที่เยอะสุดก็จะเป็นเรื่องเกี่ยวกับการซื้อขายออนไลน์ อย่างเช่นอาจจะซื้อของไม่ตรงปก หรือว่าสั่งสินค้าแล้วถูกหลอก ซึ่งอาจจะมียกขบวนที่เป็นมิฉฉาชีพแล้วก็ไม่ใช่มิฉฉาชีพ ในส่วนของปี 67 ถ้าเฉพาะเฟซบุ๊กก็มีเรื่องร้องเรียนตั้งแต่มกราคมจนถึงตุลาคม พบเรื่องร้องเรียนทั้งหมด 12,153 เรื่อง แยกเป็นเรื่องเกี่ยวกับปัญหาซื้อขายออนไลน์ 8,676 เรื่อง คิดเป็น 71.36 จะเห็นว่าเปอร์เซ็นต์ก็น้อยลง สำหรับปี 67 ปัญหาเกี่ยวกับการหลอกลวงลงทุนแล้วก็หลอกทำงาน ก็มีจำนวน 228 เรื่อง คิดเป็นประมาณ 1.87%”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 12)

โดยแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กยังคงเป็นแพลตฟอร์มดิจิทัลลำดับต้น ๆ ที่ได้รับการร้องเรียนว่าถูกมิฉฉาชีพ หรือผู้ประกอบการที่ไม่สุจริตนำไปใช้เป็นเครื่องมือหรือช่องทางสำคัญในการฉ้อโกง หลอกลวง หรือแสวงหาประโยชน์ที่ไม่ชอบด้วยกฎหมายจากผู้ใช้งานเฟซบุ๊กในประเทศไทย ซึ่งจากการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกในครั้งนี้พบว่า ในการพิจารณาถึงสัดส่วนจำนวนการรับเรื่องร้องเรียนปัญหาการตกเป็นเหยื่อของการถูกหลอกลวงผ่านทางช่องทางออนไลน์เป็นรายวัน พบว่า ตัวเลขการร้องเรียนรายวันที่เกิดขึ้นจำนวนเกือบครึ่งหนึ่งเป็นกรณีการหลอกลวงผ่านทางเฟซบุ๊ก เหตุที่เป็นเช่นนี้น่าจะเนื่องมาจากการที่แพลตฟอร์มเฟซบุ๊กเป็นแพลตฟอร์มดิจิทัลทางด้านการติดต่อสื่อสารที่ได้รับความนิยมอย่างสูงในประเทศไทย ซึ่งมีจุดเด่นที่สำคัญในเรื่องของความง่ายต่อการใช้งาน ทำให้สามารถเข้าถึงผู้ใช้ในทุกช่วงวัยได้อย่างสะดวก โดยมีรูปแบบของการหลอกลวงหรือฉ้อโกงที่หลากหลายตั้งแต่ระดับที่เป็นการหลอกลวงขั้นพื้นฐาน เช่น การใช้ภาพโปรไฟล์ (Profile picture) ปลอม การรีวิว

การใช้สินค้าหรือบริการปลอม ไปจนถึงการใช้เทคโนโลยีที่มีความซับซ้อน เช่น เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) มาร่วมใช้ในการหลอกลวงหรือฉ้อโกง อันจะส่งผลให้การเฝ้าระวัง รวมถึงการตรวจสอบความน่าเชื่อถือต่าง ๆ ทำได้ยากขึ้น โดยเฉพาะการใช้คุณสมบัติ (feature) “มาร์เก็ตเพลส” เนื่องจากไม่จำเป็นต้องมีการระบุตัวตน ประกอบกับการทำงานของระบบอัลกอริทึม (Algorithms) ที่จะทำหน้าที่ในการนำเสนอ (feed) เนื้อหา รวมถึงโฆษณาสินค้าหรือบริการต่าง ๆ ได้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บัญชี อันเป็นช่วยเพิ่มโอกาสแก่ผู้ใช้บัญชีในการตกเป็นเหยื่อจากการถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงผ่านทางแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กมากขึ้น ดังตัวอย่างข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกต่อไปนี้

“ต้องบอกว่าตัวเลขร้องเรียนมันเพิ่มขึ้นทุกปีที่เป็นปัญหาจากธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัล แล้วก็โดยเฉพาะ facebook ก็เป็นเรื่องร้องเรียนที่มากที่สุด หมายถึงว่าในกลุ่ม platform digital เนี่ยก็ facebook เนี่ยก็มากที่สุดละในกลุ่มของ social network platform”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 15)

“แพลตฟอร์มในประเทศไทยก็มีหลายแพลตฟอร์ม เราก็โฟกัสเฉพาะแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กเป็นหลัก ซึ่งจากการเก็บสถิติก็ถือว่าเป็นแพลตฟอร์มหลักที่โดนหลอกมากที่สุด อันนี้ชัดเจนครับเป็นที่รู้ทั่วไป จากสถิตินะครับ ผมไม่เอาสถิติที่มันนานนะครับ เราเอาเฉพาะสถิติที่สดใหม่ แค่วันที่ 9 มกราคม (พ.ศ. 2568) เรามีการรับแจ้งความเกี่ยวกับเรื่องการหลอกลวงออนไลน์ในทุกประเภทนะครับ โดนหลอกทั้งหมด 84 รายในวันเดียว เป็น facebook ถึง 41 ราย ครึ่งหนึ่งครับ”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 6)

“facebook มันเป็นช่องทางการสื่อสารที่ผูกกับการ communication มันมี interactive ที่เข้าถึงคนได้ง่ายกว่า ต้องบอกว่าคนที่จะเล่น facebook จะเป็นวัยทำงานขึ้นไปจนถึงสูงอายุ มันมีลักษณะของ interactive ที่เขากันได้เรื่อย ๆ มันไม่ใช่แค่การโซเชียล มันมีทั้งการปล่อยอารมณ์ การสร้างความรู้สึกร่วมต่าง ๆ เพราะฉะนั้นการหลอกลวงเกิดขึ้นง่าย ๆ ครับ”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 5)

“ถ้าถามว่ามีความรุนแรงมากน้อยแค่ไหน มันก็มีมาเรื่อย ๆ เพียงแต่ว่าวิธีการหรือว่าการหลอกลวงมันอาจจะมึรูปแบบที่หลากหลายเพิ่มมากขึ้น อย่างที่ผ่านมานี้เบสิกก็คือตั้งโพรไฟล์ขึ้นมาแล้วก็หลอกขายสินค้าบน facebook เลย ไม่มีอะไรซับซ้อน ซึ่งมีจฉฉาก็จะมีการปรับตัวไปเรื่อย ๆ เหมือนกัน เมื่อหลอกไม่ได้ด้วยวิธีนี้ก็ปรับตัวไป เพราะฉะนั้นเขาจะใช้เทคนิคการหลอกลวงที่ค่อนข้างซับซ้อนขึ้น ในอนาคตเนี่ยผมคิดว่าเขาจะน่าจะมีการปลอมแปลงเอกสารก็ดี การสร้างรีวิวปลอมก็ดี หรือบางครั้งอาจจะมีการใช้ไอสร้างเนื้อหาปลอมขึ้นมาครับ อันนี้คือสาเหตุของการทำให้เกิดผู้เสียหายมากขึ้น”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 14)

“ถ้าเราดูจำนวนประชากรในประเทศไทยถึงปี 2024 จะมีคนใช้เฟซบุ๊กประมาณ 68.3% ของประชากรทั้งหมด สาเหตุที่มันเพิ่มขึ้นทุกปีหรือในทุกเดือนได้ เนื่องจากว่ามันเป็นเรื่องของการใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ที่คนไทยนิยมเพราะว่ามันสะดวก เข้าถึงได้ง่าย การซื้อขายสินค้าหรือบริการเนี่ยมันสะดวกเข้าถึงได้ง่าย แต่สิ่งที่มันยากคือยากในการตรวจสอบความน่าเชื่อถือครับ ตรงนี้ผู้ซื้ออาจจะต้องระมัดระวัง”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 16)

“มีจฉฉาได้ใช้พีเจอร์พื้นฐานของเฟซบุ๊กเป็นตัวกระจายหรือว่าเป็นพื้นที่ในการทำผิดโดยตรงก็คือ marketplace เพราะว่าด้วยความที่เราสามารถที่จะสร้าง avatar หรือว่าเป็นตัวตนที่เราไม่ได้มีการระบุตัวได้ ไม่สามารถที่จะยืนยันตัวตนได้ ส่วนที่สอง คือ ใช้ algorithms ของเฟซบุ๊กซึ่งทำเป็นแคมเปญโฆษณา ใช้แคมเปญในการยิงแอดเข้าไปถึงกลุ่มเป้าหมายโดยตรง ซึ่งประสิทธิภาพของการเข้าไปถึงกลุ่มเป้าหมายมันมีสูงมาก เพราะว่ามันสามารถแสดงสิ่งที่เหยื่อต้องการโดยตรง ดังนั้นจึงเหมือนกับมีการ deliver content อย่างเช่นว่าเขาอยากใช้นาฬิกาเพื่อสุขภาพเขาก็ search ไปแป็บนึงก็จะมีแอดมีจฉฉาที่สร้างขึ้นมาจากเกี่ยวกับนาฬิกาสุขภาพ หรือแม้แต่ที่พัก ที่เป็นช่วงปีใหม่เนี่ยนะครับ มันก็จะขึ้นมาเป็นที่พัก ซึ่งเป็นที่พักปลอม”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 10)

“ตัวแพลตฟอร์มมีฟีเจอร์พื้นฐานมาร์เก็ตเพลสแล้วมีโฆษณาใช้ตัวนี้อยู่แล้ว กับอีกส่วนหนึ่งใช้ประโยชน์จาก algorithms ของเฟซบุ๊กที่สามารถ target group ได้โดยตรงเพื่อเสริมประสิทธิภาพหรือเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรง ซึ่งมีประสิทธิภาพมากที่สุด มากกว่าทุกแพลตฟอร์ม”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 1)

5.8.2 การขาดกระบวนการเริ่มต้นในการดำเนินคดีกับเฟซบุ๊กในประเทศไทย

แม้ว่าในภาพรวมแล้วจะเห็นได้ว่าสถานการณ์การหลอกลวง หรือฉ้อโกง รวมถึงการขายสินค้าหรือบริการที่ไม่ได้คุณภาพผ่านทางเฟซบุ๊กจะยังคงมีความรุนแรงอยู่ แต่การจากสอบถามถึงสถิติในการรับเรื่องร้องเรียนหรือร้องทุกข์กับเจ้าหน้าที่ตำรวจ รวมถึงสถิติการฟ้องร้องดำเนินคดีกับเฟซบุ๊กในศาลยุติธรรมของประเทศไทย กลับไม่พบว่ามีกรณีการแจ้งความร้องทุกข์หรือฟ้องร้องดำเนินคดีโดยผู้เสียหายกับเฟซบุ๊ก ในกรณีที่ปล่อยให้โฆษณาหรือผู้ประกอบการธุรกิจที่ไม่สุจริตอาศัยเป็นช่องทางในการแสวงหาประโยชน์ที่ไม่ชอบด้วยกฎหมายจากผู้ใช้งานมาก่อนแต่อย่างใด ส่งผลให้ขาดกระบวนการเริ่มต้นในการฟ้องร้องดำเนินคดีกับเฟซบุ๊ก ในขณะที่เมื่อเปรียบเทียบกับแพลตฟอร์มดิจิทัลประเภทอื่น เช่น แพลตฟอร์มดิจิทัลที่เป็นมาร์เก็ตเพลส กลับพบว่ามีบางคดีที่ผู้เสียหายชาวไทยได้ทำการยื่นคำฟ้องเพื่อดำเนินคดีกับแพลตฟอร์มชั้นศาล ดังตัวอย่างข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกต่อไปนี้

“ผมขอตอบตามสถิติแล้วกันนะครับ ของเราเองยังไม่เคยมีการแจ้งความ facebook กฎหมายก็คือบังคับใช้ แต่ว่าปรากฏว่ายังไม่มีใครมาแจ้งความเขาเลย ผมก็ยังบังคับใช้ไม่ได้ ยังไม่สามารถสืบสวนสอบสวนได้”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 1)

“ไม่มีฟ้องเฟซบุ๊ก แต่มีฟ้อง (แพลตฟอร์มดิจิทัลที่เป็น e-marketplace แห่งหนึ่ง) มีคดีน่าจะซัก 3-4 เรื่อง บางเรื่องเขาทำยอมถอนฟ้องไปด้วยการเจรจาค่าเสียหายแล้วจบไป มีหนึ่งเรื่องที่ยังค้างอยู่ในศาลซึ่งเป็นการฟ้องให้รับผิดชอบเพราะว่าเขาละเมิดเครื่องหมายการค้า ที่นี้คนฟ้องก็ฟ้องแพลตฟอร์มนี้แหละว่าทำไมไม่ดำเนินการ”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 7)

โดยสาเหตุสำคัญที่ผู้เสียหายหรือผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกที่จะไม่ใช้สิทธิเรียกร้องของตนในการแจ้งความร้องทุกข์ หรือฟ้องร้องดำเนินคดีกับเฟซบุ๊กในกรณีที่ได้รับ ความเสียหายจากมิจฉาชีพหรือผู้ประกอบการที่ไม่สุจริต นั้น น่าจะเนื่องมาจากกระบวนการฟ้องร้องดำเนินคดีที่มีขั้นตอนยุ่งยาก ซับซ้อน อาจจะต้องเสียค่าใช้จ่ายจำนวนมาก และอาจจะต้องใช้ระยะเวลาานาน ทำให้ผู้เสียหายหรือผู้บริโภคบางรายอาจเกิดความรู้สึกว่าไม่คุ้มกับความเสียหายที่ได้รับแม้ว่าตนจะเป็นฝ่ายชนะคดีในท้ายที่สุดก็ตาม นอกจากนี้การที่เฟซบุ๊กไม่ได้มีการจดทะเบียนเพื่อขอ อนุญาตประกอบธุรกิจในประเทศไทยอย่างเป็นทางการก็เป็นอีกสาเหตุสำคัญอีกประการหนึ่งที่ทำให้ ผู้เสียหายหรือผู้บริโภคในประเทศไทยเลือกที่จะไม่แจ้งความร้องทุกข์หรือฟ้องร้องดำเนินคดีกับเฟซบุ๊กในประเทศไทย เนื่องจากผู้เสียหายหรือผู้บริโภคไม่สามารถติดต่อหรือเรียกร้องกับเฟซบุ๊กได้โดยตรงเมื่อเกิดปัญหาหรือเมื่อเกิด ความเสียหายขึ้น หรืออาจจะทำได้ยากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับ การแจ้งความหรือฟ้องร้องดำเนินคดีกับผู้ขายสินค้า หรือมิจฉาชีพ (ในกรณีที่มีการจับกุมตัวได้) โดยตรง ดังตัวอย่างข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกต่อไปนี้

“อย่างเช่น (ผู้มีชื่อเสียงท่านหนึ่งที่ถูกสร้างบัญชีผู้ใช้ปลอม) ก็อาจจะไม่อยากยุ่ง คือเขารู้สึกว่าอาจจะเสียเวลา สิ่งที่เราคิดว่าจะเป็นอุปสรรคก็ตรงนี้ พอถึงเวลาทำที่สุดผู้เสียหายอาจจะเหนื่อยอ่อนเกินไปที่จะทำหน้าที่ เพราะด้วยความล่าช้า ระยะเวลา ซึ่งเราก็คิดถึงตัวผู้บริโภคคนอื่น ๆ ด้วยว่าการตัดสินใจมาร่วมฟ้องกับเรา เขาก็ต้องตัดสินใจอยู่นาน เพราะฉะนั้นอันนี้ก็เป็นประเด็นที่เราเองก็อยากหาหลาย ๆ กลุ่ม อย่างเช่นคนที่ถูกหลอกให้ลงทุน คนที่ถูกเอาตัวตนของเขาไปหลอกคนอื่น ซึ่งเขาเป็นผู้เสียหายโดยตรง เราก็คงหวังว่าเราจะได้รับความร่วมมือจากผู้มีชื่อเสียงทั้งหลายเหล่านี้ ซึ่งมันก็จะทำให้การฟ้องของเราเองก็มีน้ำหนัก ว่ามีคนที่หลอกขายของเป็นยังไง คนที่หลอกเรื่องโฆษณาแล้วเข้าใจผิดแล้วได้รับอันตรายเป็นยังไง”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 15)

“เขาคงจะต้องมีเหมือนสำนักงานตัวแทนในประเทศไทยที่มากอยดูแลลูกค้าของเขาในเมืองไทย หรือลูกค้าของผู้ประกอบการที่ใช้แพลตฟอร์มของเขาในการประกอบธุรกิจในเมืองไทย อย่างเป็นทางการจดทะเบียนที่มันเป็นกิจลักษณะมากกว่านี้ เพราะอย่างทุกวันนี้ผู้บริโภคเวลาเกิดปัญหาขึ้นกับการซื้อขายของผ่านแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก เขาจะนึกแค่คู่กรณี คือ บริษัทเอ บริษัทบี หรือนายเอ นายบี เท่านั้น ซึ่งเขาจะไม่สามารถไปติดต่อเฟซบุ๊กได้โดยตรง เพื่อเรียกร้องโดยตรง”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 11)

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าในปัจจุบันนี้จะยังไม่มีกระบวนการเริ่มต้นในการดำเนินคดีกับเฟซบุ๊กในประเทศไทย โดยผู้ใช้บัญชีเฟซบุ๊กที่เป็นผู้เสียหายจากการตกเป็นเหยื่อของมิจฉาชีพหรือโดยผู้ประกอบการที่ไม่สุจริตก็ตาม แต่เมื่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้รับเรื่องร้องเรียนมาจากประชาชนแล้ว โดยทั่วไปแล้วทางเจ้าหน้าที่ที่เป็นผู้รับเรื่องก็จะทำการคัดกรองข้อร้องเรียนเพื่อประสานนำส่งต่อให้กับหน่วยงานที่มีหน้าที่รับผิดชอบโดยตรงต่อไป นอกจากนี้หากมีการตรวจพบว่ามีกระทำความผิดผ่านทางเว็บไซต์หรือแพลตฟอร์มใด ทางเจ้าหน้าที่ก็อาจจะมีการใช้มาตรการในการปิดกั้นการเข้าถึงเว็บไซต์หรือแพลตฟอร์มเช่นว่านั้นโดยรายงานไปยัง รัฐมนตรีกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมเพื่อขออำนาจศาลในการออกหมายเพื่อปิดกั้นการเข้าถึง อย่างไรก็ตามในกรณีของเฟซบุ๊กพบว่าไม่สามารถที่จะเลือกทำการปิดกั้นเฉพาะบางโพสต์ได้ เนื่องจากเป็นปัญหาด้านเทคนิคและการทำงานของตัวแพลตฟอร์มดิจิทัล ซึ่งหากจะทำการปิดกั้นก็อาจจะต้องทำการปิดกั้นทั้งโดเมน (domain) อันหมายความว่าต้องปิดกั้นการเข้าถึงแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กในประเทศไทยทั้งแพลตฟอร์ม ดังตัวอย่างข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกต่อไปนี้

“ถ้าสิ่งที่ประชาชนแจ้งมีความผิดปกติ เราก็คงดูว่าข้อมูลที่เขาแจ้งมานั้นไปเกี่ยวข้องหรือเกี่ยวข้องกับหน่วยงานไหน เช่น กระทรวง DE มีหน้าที่คอย monitor เว็บที่มันไม่ถูกต้อง อย่างเราเองพบว่าการซื้อขายสินค้าของประชาชนที่ซื้อไปแล้วปรากฏว่าเป็นบัญชีม้า รู้เลยว่าเป็นบัญชีม้า เราก็ส่งให้กับตำรวจ cyber เพื่อที่จะสืบสวนหาข้อเท็จจริงว่าบัญชีที่เขาใช้ เอาไปใช้ในร้านค้าที่ร้านค้าแล้ว เคยมีอยู่เคยหนึ่งเราพบว่าบัญชีมันผิดปกติ เราก็เลยทำเรื่องส่งไปที่แบงค์เพื่อจะขอข้อมูลจากทางแบงค์ว่าบัญชีนี้อยู่ที่ไหน ใครเป็นคนเปิด มีเงินหมุนเวียนเข้ามาในแต่ละปีเท่าไร”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 14)

“ตอนนี้มาตรการที่เราใช้กับเขามีสองมิติครับ มิติแรกก็คือเรื่องการปิดกั้น มิติที่สองก็คือเรื่องการดำเนินคดี การปิดกั้นในหลักการเป็นอำนาจของรัฐมนตรี DE เมื่อเจ้าหน้าที่พบการกระทำผิดก็จะรายงานไปยังกระทรวงดิจิทัล ให้รัฐมนตรี DE ไปขออำนาจศาลให้ศาลออกหมายปิดกั้น เมื่อศาลออกหมายปิดกั้นให้เนี่ย ทาง DE ก็ส่งไปให้ ISP ปิดกั้นไม่ให้ IP ของไทยมองเห็น ทีนี้ในส่วนเฟซบุ๊กเป็นสัญญาณที่เข้ารหัส https การปิดกั้นเฉพาะโพสต์เนี่ยทำไม่ได้ครับ ต้องปิดทั้ง domain”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 6)

5.8.3 ลักษณะ รูปแบบ และผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการหลอกลวงหรือฉ้อโกงที่เกิดขึ้นผ่านทางเฟซบุ๊ก

เมื่อคณะผู้วิจัยได้ทำการสอบถามถึงลักษณะหรือรูปแบบของการหลอกลวงหรือฉ้อโกง ตลอดจนผลกระทบที่เกิดขึ้นหรืออาจเกิดขึ้นกับผู้เสียหายหรือผู้บริโภคในประเทศไทยจากการตกเป็นเหยื่อของมิจฉาชีพหรือผู้ประกอบการที่ไม่สุจริตที่ใช้เฟซบุ๊กเป็นช่องทางหรือเป็นเครื่องมือ พบว่า อาจแบ่งลักษณะของการหลอกลวงหรือฉ้อโกงออกได้เป็น 3 กลุ่มใหญ่ โดยกลุ่มแรก ได้แก่ การหลอกลวงเพื่อขายสินค้าหรือบริการโดยที่ไม่มีสินค้าหรือบริการเช่นว่านั้นจริง กลุ่มที่สอง ได้แก่ การเสนอขายสินค้าหรือบริการที่ผิดกฎหมายหรือไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย เช่น สารเสพติด สินค้าที่เป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ รวมถึงสินค้าที่ไม่มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพสินค้า หรือใช้เครื่องหมายรับรองคุณภาพของสินค้าปลอม และกลุ่มที่สาม ได้แก่ การจำหน่ายสินค้าหรือการให้บริการที่มีตัวสินค้าหรือมีการให้บริการจริง เพียงแต่สินค้าหรือบริการนั้นมีคุณภาพที่ต่ำกว่าหรือไม่ตรงตามคุณสมบัติที่ได้มีการโฆษณาไว้ นอกจากนี้ยังพบว่ามีกรณีการหลอกลวงหรือฉ้อโกงในลักษณะอื่น ๆ ที่น่าสนใจอีก ได้แก่ การหลอกลวงให้เข้าร่วมลงทุน (Investment Scam) การหลอกลวงให้รัก (Romance Scam) การหลอกลวงว่าเป็นคนอื่น (Impersonate) เช่น การหลอกลวงว่าเป็นเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานภาครัฐ ดังตัวอย่างข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกต่อไปนี้

“การหลอกลวงที่เกี่ยวข้องกับการขายสินค้าบริการต่าง ๆ มันก็จะไล่ลำดับ ที่เริ่มต้นก็คือไม่มีจริงเลย เข้าไปซื้อบริการเข้าไปซื้อสินค้าไม่มีจริงเลยนะครับ แบบที่ 2 ก็คือ มีจริงแต่ผิดกฎหมาย เช่น สินค้าที่เป็นยาเสพติด สิ่งของที่ผิดลิขสิทธิ์ ผิดกฎหมาย ขายสินค้าที่ไม่มีบริการได้รับอนุญาต เช่น ไม่มี มอก. ไม่มี อย. หรือแม้แต่ซื้อขายบริการที่ผิดกฎหมายขายบริการทางเพศอย่างนี้เป็นต้น ต่อไปก็คือสินค้าบริการที่มีจริงนะ แล้วก็ไม่ได้ผิดกฎหมายด้วย แต่เมื่อส่งของมาแล้วส่งของมาแบบผิดประเภทส่งซื้อโทรศัพท์ แต่ได้พวกสินค้าอื่นอื่นแทน สั่งซื้อไมโครโฟนแต่ได้ไมโครโฟนที่คุณภาพต่ำ ไม่ตรงปก ไม่ได้มาตรฐาน”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 6)

“รูปแบบการหลอกลวงที่พบบ่อยในแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก ก็จะเป็นเรื่องของการขายสินค้าหลอกลวง เช่น สินค้าไม่มีอยู่จริง หรือสินค้าไม่มีคุณภาพตามที่โฆษณาไว้ ต่อมาก็อาจจะมีเรื่องของการหลอกลวงเรื่องของการลงทุน เช่น แคร้ลูกโซ่ การลงทุนในคริปโต อีกประเด็นหนึ่งก็คือการปลอมตัวเป็นบุคคล หรือบุคลากรในองค์กรต่าง ๆ ทำให้เกิดการสร้างบัญชีปลอมของบุคคลสำคัญขึ้นออกมาบ้าง แล้วก็มีการหลอกลวงเอาข้อมูลส่วนตัวของคนนั้น อีกประเด็นก็คือในเรื่องของการขายบริการปลอม เช่น การบริการ

บางอย่างมันไม่ได้มีอยู่จริง เช่น จองห้องพัก จองสถานที่ท่องเที่ยว ทำให้เกิดการขายบริการปลอม อันนั้น
นั่นคือรูปแบบต่าง ๆ”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 16)

“เรื่องของการหลอกลวงในรูปแบบอื่น ๆ เช่น เรื่องของการทำ romance scam หรือว่า
love scam เรื่องของการหลอกลวงทุน สองเรื่องนี้หลัก ๆ นะครับ”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 1)

“รูปแบบการหลอกปัจจุบันที่สูงสุดก็ยังเป็นเรื่องของการหลอกลวงทุน หลอกให้กู้เงิน
หลอกให้ทำงานเพื่อหารายได้เสริม หลอกว่าจะให้ความช่วยเหลือเป็นหน่วยงานของรัฐ สุดท้ายคือประเภท
ที่เป็น impersonate ก็คือหลอกเป็นบุคคลนั้นบุคคลนี้ หลอกเป็นองค์กรนั้นนี่นะครับ นี่คือของความผิดที่
อยู่บนแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กภาพรวมนะฮะ”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 6)

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมาจะมีความพยายามของหน่วยงานต่าง ๆ ของประเทศไทย ใน
การรณรงค์ให้ความรู้ หรือให้ข้อสังเกตแก่ประชาชนเพื่อสร้างความเท่าทันกลวิธีหรือเล่ห์เหลี่ยมของมิจฉาชีพหรือผู้
ประกอบธุรกิจที่ไม่สุจริตในการหลอกลวง แต่ก็กลับพบว่ากลุ่มมิจฉาชีพหรือผู้ประกอบธุรกิจที่ไม่สุจริตเหล่านี้ก็
มักจะเปลี่ยนวิธี หรือคิดค้นกลวิธีรูปแบบใหม่ ๆ เพื่อนำมาใช้ในการหลอกลวง ซึ่งบางส่วนก็มีการพัฒนามาจาก
ข้อสังเกตที่หน่วยงานต่าง ๆ ได้เผยแพร่ต่อประชาชนเพื่อให้เกิดการตระหนักรู้และเฝ้าระวัง โดยเฉพาะอย่างยิ่งใน
เรื่องของการอาศัยพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบันที่มีจะนำจำนวนยอดการกดไลค์ (like) จำนวนยอดผู้ติดตาม
(followers) หรือการรีวิว (review) สินค้าหรือบริการนั้น มาร่วมพิจารณาในฐานะที่เป็นข้อมูลประกอบการ
ตัดสินใจของผู้บริโภคในการเข้าซื้อสินค้าหรือบริการ โดยมิจฉาชีพหรือผู้ประกอบธุรกิจที่ไม่สุจริตกลุ่มนี้จะใช้วิธีใน
การสร้างจำนวนยอดผู้ติดตาม ยอดการกดไลค์ ตลอดจนการรีวิวสินค้าหรือบริการปลอมขึ้น เพื่อเป็นการสร้างความ
น่าเชื่อถือให้แก่เพจของตนเองเพื่อให้ผู้บริโภคหลงเชื่อ ดังตัวอย่างข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกต่อไปนี้

“อย่างที่ผ่านมาคือตั้งโปรไฟล์ขึ้นมาแล้วก็หลอกขายสินค้าบน facebook แล้วก็มีการให้คนกด like หรือติดตามเยอะ ๆ หลักพันคน ทีนี้เราก็พยายามบอกผู้บริโภคว่าเวลาซื้อของบนโซเชียลมีเดียโดยเฉพาะช่องทางของ facebook ให้ดูอายุของร้านที่เปิดมามีความน่าเชื่อถือถือว่าเปิดมานานมากน้อยแค่ไหน หรือจำนวนคนผู้ติดตาม หรือจำนวนคนที่กด like หรือ comment พอมันมีข้อมูลแบบนี้มีฉฉาก็มีวิธีการที่สร้างตัวตนพวกนี้ขึ้นมา อย่างล่าสุดที่น้องคนใกล้ตัวที่โดนก็คือ ซื้อขายผ่าน facebook เขาก็ไปเข้าไปดูข้อมูลแล้วมันก็น่าเชื่อถือระดับหนึ่ง เช่น มีคนตามติดตามประมาณ 1,000 คน 900 กว่าคนกด like เขาก็เลยตกลงที่จะซื้อ พอโอนเงินปั๊บ กลายเป็น 3 ชั่วโมงผ่านไปร้านที่โอนเงินไปบล็อก เข้าไม่ถึงตัวร้าน แต่เงินได้ไปแล้ว ทีนี้ก็เลยลองเข้าไปดูร้านเดิมอีกที ปรากฏว่าเราก็ทักไปคุยเขาก็ส่งหมายเลขบัญชี แต่หมายเลขบัญชีที่ให้โอนเนี่ยเปลี่ยนเป็นคนอีกคนนึง”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 14)

จากสถานการณ์ รวมถึงลักษณะ และรูปแบบของการหลอกลวง ฉ้อโกง ตลอดจนการขายสินค้าหรือบริการที่ไม่ได้คุณภาพผ่านทางเฟซบุ๊กดังที่กล่าวมาแล้วนั้น ก่อให้เกิดผลกระทบที่สำคัญอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ต่อผู้เสียหายหรือผู้บริโภคในประเทศไทย โดยเฉพาะผลกระทบจากความเสียหายทางการเงินที่ผู้เสียหายหรือผู้บริโภคต้องสูญเสียไปจากการถูกหลอกลวง หรือจากการซื้อสินค้าหรือบริการที่ไม่ได้คุณภาพ รวมถึงผลกระทบทางด้านความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่มีต่อการทำธุรกรรมทางออนไลน์ อันเนื่องมาจากความรู้สึกไม่ปลอดภัย หรือไม่มั่นใจในการทำธุรกรรมผ่านทางเฟซบุ๊ก และปัญหาดังกล่าวอาจขยายไปถึงการทำธุรกรรมผ่านทางแพลตฟอร์มดิจิทัลอื่น ๆ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อสถานะทางเศรษฐกิจโดยภาพรวมของประเทศ ทั้งยังเป็นอุปสรรคที่สำคัญต่อการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันทางการค้าในเวทีโลกอีกด้วย ดังตัวอย่างข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกต่อไปนี้

“ผลกระทบที่เกิดขึ้นทางความเสียหายทางการเงินอย่างนี้เห็นชัด ความเสี่ยงทางการเงิน ผู้บริโภคสูญเสียเงินกับสินค้าที่ไม่มีคุณภาพ หรือผลกระทบในเรื่องของความเชื่อมั่นในการทำธุรกรรมออนไลน์ที่ลดลง อันนี้อาจจะกระทบในวงกว้างในเรื่องของธุรกิจอุตสาหกรรมดังกล่าว เพราะหลายคนก็ไม่กล้าใช้แล้วตอนนี้ มันก็เลยกลายเป็นการขยายตัวทางทางอาชญากรรมไซเบอร์ ทำให้หลายคนไม่กล้าใช้ ก็คือเลิกไปเลย”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 16)

5.8.4 สภาพปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญต่อการกำกับดูแลการดำเนินธุรกิจของเฟซบุ๊กในประเทศไทย

ในส่วนของการสอบถามถึงสภาพปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญในการกำกับดูแลแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กอันเนื่องมาจากการกระทบต่อสิทธิผู้บริโภคในประเทศไทยนั้น พบว่า สามารถสรุปได้ถึงลักษณะของสภาพปัญหาตลอดจนอุปสรรคที่เกิดขึ้น หรืออาจเกิดขึ้นในอนาคต เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นก่อนที่จะนำไปสู่การวิเคราะห์ และการเสนอแนะแนวทางการแก้ไขปัญหาดังกล่าวในบทต่อไป ดังต่อไปนี้

ก) ปัญหาการขาดมาตรการที่มีประสิทธิภาพในการคัดกรองเนื้อหา รวมถึงการยืนยันตัวตนผู้ใช้บัญชี

ลักษณะของปัญหาหรืออุปสรรคในการกำกับดูแลการดำเนินธุรกิจของเฟซบุ๊กในประเทศไทยประการแรก ได้แก่ ปัญหาการขาดมาตรการที่มีประสิทธิภาพในการคัดกรองเนื้อหา รวมถึงการยืนยันตัวตนผู้ใช้บัญชี ซึ่งเป็นที่ทราบกันดีว่าในปัจจุบันนี้แพลตฟอร์มเฟซบุ๊กยังคงเป็นแพลตฟอร์มดิจิทัลลำดับต้น ๆ ที่ได้รับความนิยมจากผู้ใช้งานในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก ในขณะที่เฟซบุ๊กเองกลับไม่ได้มีความเข้มงวดหรือจริงจังมากเท่าที่ควรในการทำหน้าที่ตรวจสอบ คัดกรอง รวมถึงการบังคับใช้มาตรการของตนในกรณีที่มีผู้ใช้บัญชีรายใดที่ทำการฝ่าฝืน “ข้อกำหนดมาตรฐานชุมชน” (Community Standard) อันเป็นเครื่องมือในการกำกับดูแลตนเอง (Self-regulation) ที่สำคัญของเฟซบุ๊ก ซึ่งแม้ว่าเฟซบุ๊กจะได้แสดงให้เห็นถึงความพยายามในการลดปัญหาการหลอกลวงที่เกิดขึ้นบนแพลตฟอร์มของตน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการกำหนดเครื่องหมายที่ใช้ในการยืนยันความถูกต้องแท้จริง (verify) ของผู้ใช้บัญชีเฟซบุ๊ก เช่น เครื่องหมายบลูติก (blue tick icon) ให้แก่ บุคคลสาธารณะ (public figure) ผู้ชี้นำแนวคิด (influencer) รวมถึงผู้ที่ประกอบธุรกิจอื่น ๆ ที่อาศัยเฟซบุ๊กเป็นช่องทางในการนำเสนอสินค้าหรือบริการของตนไปยังผู้บริโภค โดยเฟซบุ๊กได้ทำการคิดค่าใช้จ่ายเป็นรายเดือนจากบุคคลสาธารณะหรือเจ้าของบัญชีที่ต้องการยืนยันความถูกต้องแท้จริงเพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ใช้บัญชีเฟซบุ๊กรายอื่น ๆ แต่ในทางปฏิบัติกลับพบว่ายังคงมีปัญหาการแอบอ้าง หรือการสร้างบัญชีเฟซบุ๊กบุคคลสาธารณะปลอมอยู่เช่นเดิม โดยที่เฟซบุ๊กเองก็ไม่ได้ทำหน้าที่ในการตรวจสอบหรือมีการบังคับใช้มาตรการการลงโทษที่ชัดเจนแต่อย่างใด ดังตัวอย่างข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกต่อไปนี้

“เหมือนกับว่าเฟซบุ๊กไม่ได้ทำหน้าที่พอ อย่างเช่นสมมุติว่าคนที่ถูกหลอกให้ลงทุนซึ่งก็เป็น verify facebook ด้วย เป็นเฟซบุ๊กปลอมจากคนที่ verify อย่างนี้แสดงว่าคุณก็ไม่ได้มีกลไกในการปกป้อง คุณได้เงินได้ประโยชน์ แต่คุณยังไม่คุ้มครองคนที่คุณรับสตางค์จากเขาเป็นรายเดือนเลย แล้วคุณก็ปล่อยให้มันไปปลอมตัวเป็นไม่ว่าจะเป็นคุณหมอบ เป็นนักลงทุน หรือแม้กระทั่งบางคนที่เป็นคนธรรมดา

เลยอยู่ดี ๆ ก็มีคนมาทักเป็นเพื่อนแล้วก็หลอกไปชวนลงทุน สุดท้ายก็เป็นแก๊งขบวนการมิจฉาชีพ มันไม่ควรจะเป็นช่องทางที่ให้มิจฉาชีพใช้ไปในทางที่เป็นอันตรายกับตัวเรา”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 15)

“ถ้าลองดูมาตรการการเฝ้าระวัง การตรวจแพลตฟอร์มของเฟซบุ๊ก เขาไม่เคยทำสักเท่าไรหนึ่งในประเทศไทย เขาไม่ได้ทำหน้าที่การตรวจสอบรายงานทางบัญชีที่น่าสงสัย หรือสร้างความไม่น่าเชื่อถือ ผมยังไม่เคยเห็นเป็นรูปเป็นร่างว่าเขาได้มีการทำตรงนี้หรือเปล่า มันไม่มีการตรวจสอบเพจขึ้นมา ก่อนในการซื้อขาย มันก็เลยกลายเป็นว่าทุกคนดีและคนไม่ดีก็เข้ามาอยู่ในแพลตฟอร์มนี้ครับ”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 16)

ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่า แม้วัตถุประสงค์เดิมในการก่อตั้งแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กขึ้นมานั้นจะเป็นไปเพียงเพื่อการสร้างพื้นที่ทางสังคมเสมือน (Virtual social space) เพื่อให้ผู้ใช้งานได้มีโอกาสพบปะ ติดต่อสื่อสาร ตลอดจนการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน นอกเหนือไปจากพื้นที่ทางสังคมกายภาพ (Physical social space) ส่งผลให้เฟซบุ๊กมักจะอ้างว่าแพลตฟอร์มของตนทำหน้าที่เป็นเพียงสื่อกลาง (intermediary) เพื่อให้ผู้คนได้มีโอกาสพบปะหรือติดต่อสื่อสารกันได้อย่างสะดวกมากขึ้นเท่านั้น ดังนั้นจึงไม่จำเป็นต้องมีหน้าที่โดยตรงในการเฝ้าระวังเนื้อหาต่าง ๆ ที่ถูกสร้างขึ้นโดยผู้ใช้อื่น (user-generated content) และปรากฏอยู่บนแพลตฟอร์มของตนแต่อย่างใด อย่างไรก็ตาม เมื่อในปัจจุบันนี้ลักษณะการให้บริการของเฟซบุ๊กได้มีความเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม โดยเฉพาะในประเทศไทยที่การใช้งานเฟซบุ๊กไม่ได้เป็นไปเพียงเพื่อการพบปะ หรือติดต่อสื่อสารกับผู้คนรอบตัวแต่เพียงเท่านั้น แต่เฟซบุ๊กยังทำหน้าที่เป็นช่องทางที่ถูกนำมาใช้ในการเผยแพร่มุมมอง แนวคิด เนื้อหาเชิงความรู้ รวมถึงความบันเทิงต่าง ๆ โดยในผู้ใช้บัญชีเฟซบุ๊กบางรายอาจได้รับความสนใจจากผู้ติดตามเป็นจำนวนมากอันนำไปสู่การมีศักยภาพในการชี้นำสังคมในฐานะที่เป็นผู้ทรงอิทธิพล (influencer) ทางความคิดบนพื้นที่ออนไลน์ อันส่งผลให้ผู้ทรงอิทธิพลเหล่านี้ตกเป็นเหยื่อจากการถูกปลอมบัญชีโดยมิจฉาชีพเพื่อนำไปใช้หลอกลวงผู้ใช้อื่น รวมถึงผู้ทรงอิทธิพลบางรายที่อาจให้ข้อมูลที่เป็นเนื้อหาอันตราย (harmful content) หรือข้อมูลที่ไม่ถูกต้องอันอาจทำให้เกิดความเข้าใจผิด (misleading) แก่ประชาชนขึ้นได้ในวงกว้าง ดังนั้นเฟซบุ๊กจึงควรมีหน้าที่ในการเฝ้าระวัง ตรวจสอบ คัดกรองทั้งเนื้อหาและผู้บัญชีอย่างเข้มงวดและจริงจัง รวมถึงควรมีส่วนร่วมรับผิดชอบหากว่ามีความเสียหายเกิดขึ้นจากการที่มีผู้ใช้บัญชีปลอม หรือมีเนื้อหาอันตรายและเนื้อหาที่ไม่ถูกต้องเหล่านี้ นอกเหนือไปจากหน้าที่ของ

เฟซบุ๊กที่ได้ระบุไว้ในข้อกำหนดมาตรฐานชุมชน หรือข้อกำหนดในการให้บริการ (Term of Services: ToS) ของตน ดังตัวอย่างข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกต่อไปนี้

“จริง ๆ เขาก็จะพยายามบอกว่าแพลตฟอร์มเขาเป็นลักษณะของ *discovery platform* เป็นลักษณะของแพลตฟอร์มที่ทำให้คนมาเจอกัน ดังนั้นเขาเป็นแค่เหมือนสวนสาธารณะ เป็นแค่พื้นที่กลางให้คนมาเจอกัน แต่ไม่ได้มีลักษณะของการ *matching* ให้ใครมาเจอกับใคร หรือการไป *monitor content* ว่ามันคือการขายสินค้าหรือว่ามันคือการหลอกลวง”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 12)

“ปกติแพลตฟอร์ม หรือ *public space* จะถูก *control* โดยกฎหมายหรือมาตรการของประเทศไหนก็ตาม ประเทศไทยเพิ่งมีการแก้ไข พ.ร.ฎ. ก็เป็นเรื่องเกี่ยวกับการทำหน้าที่ของ *intermediary* ซึ่งมันก็เกิด *liability* ที่ถ้าเกิดว่าปล่อยให้มีกระบวนการที่ไม่ถูกต้อง การทำอะไรผิดกฎหมาย *intermediary* ก็จะต้องทำหน้าที่ในการสกัด กำจัด หรืออะไรก็ตามแต่ แก้ไขปัญหาสถานการณ์ไม่เช่นนั้นตัวเองก็จะมีความเดือดร้อน เพราะฉะนั้นมันก็จะเกิดความผิดที่คุณมีหน้าที่ต้องทำ แล้วคุณไม่ทำ”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 5)

“ต้องเข้าใจก่อนว่าเฟซบุ๊กเป็นสื่อกลางในการซื้อขาย ตัวกลางแค่เชื่อมระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายทำให้เกิดธุรกรรมขึ้นมา เพราะฉะนั้นเมื่อเกิดการฉ้อโกงขึ้นมา หรือผู้เสียหายมองว่าแพลตฟอร์มต้องมีส่วนรับผิดชอบหรือไม่ มันก็ยังตอบโดยตรงไม่ได้ แต่แพลตฟอร์มที่เป็นตัวกลางในการเชื่อมต่อสามารถกำหนดมาตรการป้องกันให้เพียงพอได้ ผมพูดอย่างนี้แล้วกัน เช่น มีมาตรการป้องกัน ไม่ปล่อยให้เพจปลอม หรือบัญชีปลอมดำเนินการขายสินค้าในแพลตฟอร์มโดยที่ไม่มีการตรวจสอบ”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 16)

“แน่นอนก็ต้องควรจะมีมารับผิดชอบ อย่างน้อยก็ในส่วนของกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 2)

“ถ้าเขาจะหาเงินจากส่วนนี้ คือเขามีประโยชน์ หมายถึงว่าเขาได้รับผลประโยชน์จากการที่เขาเปิดแพลตฟอร์ม ถ้าเขาจะปฏิเสธว่าเขาไม่ได้รับอะไร อันนี้เป็นไปไม่ได้อยู่แล้ว ก็คือเขาควรจะต้องรับผิดชอบนะ ในเมื่อเขาได้ได้ประโยชน์หรือได้กำไรจากส่วนนี้ถูกไหมครับ เขาควรจะรับผิดชอบต่อ”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 10)

โดยหนึ่งในมาตรการที่มีประสิทธิภาพในการคัดกรองเนื้อหา รวมถึงการยืนยันตัวตนผู้ใช้บัญชีเฟซบุ๊กที่น่าสนใจ ได้แก่ การนำเทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น ระบบอัลกอริทึม (Algorithms) แมชชีนเลิร์นนิง (Machine Learning) หรือ เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) เข้ามาร่วมใช้ในการเฝ้าระวัง ตรวจสอบ และคัดกรองเนื้อหา รวมถึงการยืนยันตัวตนผู้ใช้บัญชีเพื่อช่วยเพิ่มความปลอดภัยในการใช้งานแพลตฟอร์ม และเพื่อลดปัญหาการตกเป็นเหยื่อจากการถูกฉ้อโกง หรือหลอกลวง ซึ่งเป็นที่เชื่อได้ว่าเฟซบุ๊กมีทรัพยากรที่เพียงพอในทุกด้านเพื่อทำการศึกษา ออกแบบ และพัฒนาเทคโนโลยีเช่นว่านี้

“facebook มี algorithm ในการตรวจจับว่าผู้ใช้อายุเกินหรือไม่ซึ่งตรวจจับยาก แต่ facebook ไม่มีกลไกในการตรวจจับคนที่ เป็น fraud and scam หรือกระบวนการรีพอร์ตที่มันมีประสิทธิภาพ กลไกของการตรวจคัดกรองเนี่ยะ เขามีกระบวนการอยู่ตั้งแต่ตอนการ detect ว่าเป็นบัญชีจริงรีเปลา แอคหลุมหรือเปลา ซึ่งการ detect ว่าเป็นแอคหลุมมันยากกว่าการ detect ว่าเป็นเพจปลอมหรือไม่ปลอมอีกนะ ด้วยกลไกของการออกแบบ tools มันน่าจะทำได้”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 13)

“ผมคิดว่าเฟซบุ๊ก หรือแพลตฟอร์มกลางอะไรก็แล้วแต่ สามารถใช้ AI สามารถใช้ machine learning ในการตรวจจับพฤติกรรมหลอกลวงได้ เช่น บังคับให้มีการยืนยันตัวตนสำหรับบัญชีที่ต้องทำธุรกรรม มันน่าจะมีความสามารถตรงนี้ได้”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 16)

“เทคโนโลยีเขาถึงครับ สามารถใช้ AI ตรวจสอบได้ใหม่ ใช้เวลาเพียงไม่กี่เสี้ยววินาทีในการ prove ผมก็ยังมั่นใจว่าเทคโนโลยีระดับเฟซบุ๊กต้องทำได้ดีกว่านี้ คุณจะไม่รู้เซียวเธอว่าสินค้าจากประเทศไทย คนโพสต์อยู่กัมพูชา ที่อยู่การจัดส่งพัสดุ อ้างว่าอยู่ในประเทศไทย แต่ IP นั้นโพสต์อยู่กัมพูชา อยู่พม่า AI คุณจับไม่ได้เธอ”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 6)

อย่างไรก็ดี ในประเด็นดังกล่าวมีผู้ให้ข้อมูลบางรายให้ความเห็นว่าเทคโนโลยีปัจจุบันของเฟซบุ๊กในการเฝ้าระวัง ตรวจสอบ และคัดกรองเนื้อหา อาจจะมีข้อจำกัดอยู่ ทั้งนี้เนื่องจากลักษณะของการให้บริการของเฟซบุ๊ก ในช่วงเริ่มต้นจะเป็นการมุ่งเน้นในเรื่องของการติดต่อสื่อสาร หรือช่วยอำนวยความสะดวกในการสร้างปฏิสัมพันธ์ขึ้นระหว่างบุคคลผู้อยู่ห่างกันโดยระยะทาง ดังนั้นโดยโครงสร้างพื้นฐานของแพลตฟอร์มจึงไม่ได้รับการออกแบบมาเพื่อการรักษาความปลอดภัยให้แก่ผู้ใช้บริการจากภัยคุกคามทางไซเบอร์ที่กำลังเป็นปัญหาที่มีความรุนแรงอย่างเช่นในปัจจุบัน ดังตัวอย่างข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกต่อไปนี้

“เราพูดกันว่า facebook ต้อง detect ได้เลย อันนี้มันของปลอม อันนี้มันเป็นผู้ร้าย มันต้องบล็อกได้ดี แต่พอเราไปคุยกับเขาก็พบว่าเขามีข้อจำกัดทางเทคโนโลยีมากเลย เพราะก่อนมันจะเป็น facebook ในการวางแผนเนี่ยเขาไม่ได้ design for security ตั้งแต่แรก เพราะฉะนั้น มาตรการที่ผมเสนอคือมาตรการในเรื่องของเทคโนโลยีต่าง ๆ มันจะต้องสามารถที่จะทำงานร่วมกัน แล้วก็ทำงานได้จริง หรือมี AI ประมวลผลว่าอันนี้เป็นของปลอม เป็นเฟซบุ๊กปลอม เป็นมิจฉาชีพ”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 10)

ข) ปัญหาความไม่ชัดเจนของมาตรการในการกำกับดูแลตนเอง (Self-regulation) ของเฟซบุ๊ก

ปัญหาหรืออุปสรรคในการกำกับดูแลการดำเนินธุรกิจของเฟซบุ๊กในประเทศไทยประการต่อมา ได้แก่ ปัญหาความไม่ชัดเจนของมาตรการในการกำกับดูแลตนเองของเฟซบุ๊ก ที่ได้มีการระบุไว้ใน “ข้อกำหนดมาตรฐานชุมชน” (Community Standard) อันเป็นหลักเกณฑ์ที่ผู้ใช้บัญชีเฟซบุ๊กทุกรายจำเป็นต้องปฏิบัติตาม โดยหากผู้ใช้รายใดที่กระทำการอันเป็นการฝ่าฝืนข้อกำหนดดังกล่าวก็อาจจะทำให้ได้รับผลร้ายบางประการในการใช้งานแพลตฟอร์ม เช่น การถูกลบเนื้อหาอันเป็นการขัดต่อข้อกำหนดมาตรฐานชุมชนออก การถูกพิจารณาให้ระงับการ

ใช้งานบัญชีเฟซบุ๊กชั่วคราว หรือถาวร เป็นต้น นอกจากนี้เฟซบุ๊กยังได้มีการนำเอาเทคโนโลยีใหม่ ๆ เช่น เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) หรือ SMS Verification มาช่วยในการตรวจสอบ คัดกรอง รวมถึงเฝ้าระวังเนื้อหาหรือผู้ใช้บัญชีที่กระทำการอันเป็นการฝ่าฝืนข้อกำหนดมาตรฐานชุมชนดังกล่าว ดังตัวอย่างข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกต่อไปนี้

“ถ้ามันมีปัญหาเกิดขึ้นเขาก็จะมี *community guideline* ที่บอก *user* ทุกคนอยู่แล้วว่าเป็นความตกลงร่วมกันในชุมชน มาตรฐานที่ดีของชุมชน หรือว่าจะอยู่ร่วมกันยังไงเหมือนเป็นกฎหมายบ้านกับพยายามบอกว่าเขาก็มีมาตรการในการที่จะป้องกัน ใช้ AI มาตรวจสอบ ถ้ามีปัญหาเรื่องของการพิสูจน์ตัวตน *user* เขาก็จะพัฒนาตัว *SMS verification* ขึ้นมาเพื่อแก้ปัญหาส่วนนี้”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 12)

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาถึงการบังคับใช้ “ข้อกำหนดมาตรฐานชุมชน” โดยเฟซบุ๊กแล้วกลับพบว่า แม้ตามเนื้อหาที่กำหนดไว้ในข้อกำหนดมาตรฐานชุมชนจะเป็นการให้สิทธิแก่เฟซบุ๊กแต่เพียงฝ่ายเดียวในการพิจารณาปิดกั้น หรือลบเนื้อหาใด ๆ ที่มีผู้ใช้บัญชีเฟซบุ๊กได้โพสต์หรือเผยแพร่ไว้ รวมถึงการระงับการเข้าถึงหรือระงับการใช้บัญชีเฟซบุ๊กของผู้ใช้รายใดไม่ว่าจะเป็นการชั่วคราวหรือถาวร ในกรณีที่พบว่ามีการกระทำความผิดอันเป็นการฝ่าฝืนข้อกำหนดมาตรฐานชุมชน และก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้ใช้บัญชีเฟซบุ๊กรายอื่น ผ่านระบบการ “รายงาน” (report) โดยผู้ใช้บัญชีเฟซบุ๊กรายอื่น แต่ในทางปฏิบัติกลับพบว่า เฟซบุ๊กเองกลับไม่ได้มีหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนแน่นอนในการพิจารณาปิดกั้น หรือลบเนื้อหาที่มีความไม่เหมาะสม รวมถึงเนื้อหา กลุ่ม หรือเพจที่เป็นการหลอกลวงหรือฉ้อโกง โดยมีจรรยาบรรณหรือจากผู้ขายสินค้าหรือบริการที่ไม่ได้คุณภาพแต่อย่างใด ดังจะเห็นได้จากที่แม้จะมีการรายงานไปยังเฟซบุ๊กเพื่อให้ทราบถึงปัญหาดังกล่าวและพิจารณาดำเนินการตามแนวทางหรือมาตรการที่เหมาะสม แต่เฟซบุ๊กก็ไม่ได้มีการดำเนินการตามที่ได้แจ้งไว้ในข้อกำหนดมาตรฐานชุมชนเท่าที่ควร นอกจากนี้ยังพบว่าในบางกรณีที่เฟซบุ๊กได้ทำการปิดกั้นเนื้อหาที่ได้รับรายงานถึงความไม่เหมาะสมแล้วแต่กับเฉพาะกับตัวผู้ใช้บัญชีที่ทำการรายงานเนื้อหาเหล่านั้นเท่านั้น ขณะที่ผู้ใช้บัญชีรายอื่นก็ยังคงสามารถเห็นเนื้อหาที่มีการรายงานนั้นได้อยู่ อันเป็นการสะท้อนให้เห็นถึงปัญหาและประสิทธิภาพที่เกิดขึ้นในโลกการกำกับดูแลตนเองในการตรวจสอบ และพิจารณาการแจ้งเรื่องรายงานเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมของเฟซบุ๊ก ดังตัวอย่างข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกต่อไปนี้

“แล้วก็เห็นเองด้วยก็เจอบ่อย ก็นั่งกรีฟอर्टตลอด เวลารับเล่น facebook วันเสาร์อาทิตย์ ก็ทดสอบด้วยว่าเขาบอกว่าเขามี community guideline นะคะ มันเวิร์คจริงอะ ทำไมกลไกของกรรฟอर्टมันยังมีปัญหา”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 13)

“ถ้าดูเพจของสภาทุกวัน มีรีฟอर्टเรื่องเพจปลอมที่ซื้อของแล้วไม่ได้ของทุกวันนะ แต่ว่าไอ้เพจที่เขาขึ้นเนี่ยมากกว่าเพจที่เรารีฟอर्टอีก ไอ้ที่เป็นโจรเนี่ยมากกว่าเพจที่เรารีฟอर्ट เพราะมันต้องการกลไกนโยบาย แล้วก็เวลาเรารีฟอर्टถ้าเป็นคนทั่วไปรีฟอर्टเนี่ยเขาไม่เห็นคนเดียวเอง แต่คนอื่นยังเห็นอยู่ มีคนทีรีฟอर्टที่ไม่เห็นคนเดียว”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 15)

“ผมก็เคยรายงานในเฟซบุ๊ก พอรายงานไปเสร็จ สิ่งที่ผมได้รับคำตอบจากเฟซบุ๊กมากก็คือว่ามันไม่ถูกต้องตามมาตรฐานของชุมชน แต่เรายังไม่ลบแอดเคาท่ออกนะ อ้าว ก็รู้ว่ากระบวนการที่เขาหลอกลวง ไม่ว่าจะ เป็น scam ผมรายงานหมดนะครบเวลาเจอในเฟซบุ๊ก แต่ผมไม่เคยเห็นในการที่ลบโพสต์ออกโดยแบบทันทีทันใด”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 5)

“จริง ๆ เฟซบุ๊กเองก็มีพื้นที่ถ้าเกิดพบเห็นอะไรยังไงให้เรารายงาน หรือรายงานไปว่าสื่อลามกอนาจารไม่เหมาะสม มันก็มีช่องทาง เพียงแต่ว่ามันเป็นการรายงานซึ่งเราไม่รู้ว่าจะไปปิดกั้นตามที่เรารายงานหรือเปล่า อย่างมีสื่อลามกมัน feed ขึ้นมา เราก็รายงานว่ามันไม่เหมาะสม ผมก็เห็นว่ามันก็ยังมียู่ แสดงว่ามันก็ไม่ได้ร้อยเปอร์เซ็นต์ว่าเราจะกวาดล้างในสิ่งที่ไม่ถูกต้องตามกฎหมาย”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 14)

“เมื่อมีการหลอกลวงเกิดขึ้นเหยื่อสามารถรีฟอर्टไปยังเฟซบุ๊ก แล้วเฟซบุ๊กรับข้อร้องเรียนนั้นแล้วแก้ไขให้ได้ไหม ถ้าคุณให้ความสำคัญตรงนี้จริง คุณติดต่อกลับไปยังร้านค้าที่เป็นเครือข่ายของคุณ คุณเป็นธุระให้ได้ไหมว่ามีเรื่องร้องเรียนมา มันคืนสินค้าได้ไหม สุดท้ายเมื่อสมมุติว่าเขาแก้ปัญหา

ไม่ได้ แพลตฟอร์มแก้ปัญหาไม่ได้ ลูกค้ายาแฉความเจ้าหน้าที่ตำรวจ เจ้าหน้าที่ตำรวจจะติดตามจับกุม account บัญชีคนร้ายเนี่ย คุณให้ความสะดวกแก่เจ้าหน้าที่ตำรวจไหม”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 6)

นอกจากนี้ เมื่อทางเจ้าหน้าที่หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของประเทศไทยได้ทำการติดต่อไปยังเฟซบุ๊กเพื่อประสานงานขอข้อมูลสำคัญที่สามารถระบุถึงตัวตนของมิจฉาชีพ หรือผู้ประกอบการธุรกิจที่ไม่สุจริต เพื่อนำมาใช้เป็นประโยชน์ในการติดตาม จับกุม ผู้กระทำความผิดเพื่อมาลงโทษตามกฎหมายของประเทศไทย แต่กลับพบว่าเฟซบุ๊กเองก็ไม่ได้ให้ความช่วยเหลือ หรือให้ความร่วมมือแก่เจ้าหน้าที่ตำรวจของประเทศไทยในการส่งมอบข้อมูลดังกล่าวเท่าที่ควร รวมถึงมีกระบวนการขั้นตอนที่มีความยุ่งยากและต้องใช้เวลามากกว่าเจ้าหน้าที่หรือหน่วยงานที่มีหน้าที่ในการบังคับใช้กฎหมายต้องการข้อมูลเช่นว่านั้น และแม้ว่าจะมีการส่งมอบข้อมูลกลับมาก็มักจะพบว่าข้อมูลที่ได้รับมาจากเฟซบุ๊กในบางกรณีมีความไม่สมบูรณ์ ไม่อาจที่จะนำมาใช้ในการระบุตัวตนของมิจฉาชีพหรือผู้ประกอบการที่ไม่สุจริตตามที่ได้รับแจ้งจากผู้เสียหายได้ เหตุที่เป็นเช่นนี้น่าจะเนื่องมาจากการดำเนินธุรกิจของเฟซบุ๊กเป็นการจัดตั้งขึ้นภายใต้กฎหมายของประเทศสหรัฐอเมริกา ดังนั้นจึงไม่ถือว่าอยู่ภายใต้เขตอำนาจของศาลตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการบังคับใช้กฎหมายของประเทศไทยตามหลักกฎหมายระหว่างประเทศ ดังตัวอย่างข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกต่อไปนี้

“ที่ผ่านมาเขาไม่ได้ทำอย่างนั้น แล้วเขาก็ไม่ได้ให้ข้อมูลเราเวลาเราขอข้อมูลในฐานะผู้ให้บริการตามกฎหมาย คือทุกวันนี้ล้มมูติเราส่งไป เขาจะตอบว่าเนื่องจากว่าไม่อยู่ในเขตอำนาจประเทศไทย เฟซบุ๊กอยู่ในสหรัฐอเมริกา ก็ไม่สามารถตอบขั้นนี้ ให้ทำกระบวนการทางคดีความร่วมมือระหว่างประเทศในคดีอาญาทำเข้ามา แล้วก็ใช้เวลาเกือบ 2-3 ปี แล้วก็คือไม่เคยได้”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 10)

“เราก็อยากจับโจร แต่ข้อมูลของโจรเนี่ยมันอยู่ที่เฟซบุ๊ก ในการติดต่อ เราจะต้องติดต่อเฟซบุ๊กแคลิฟอร์เนียว่าเราอยากได้ข้อมูลของบัญชีนี้ ผมเรียนว่าเขาไม่ให้หรอกครับ เขาให้ยากมาก ช่วงที่ผ่านมานี้เขาไม่ให้เลย เราทำงานอย่างหนักร่วมกันกับกระทรวง DE ในการพยายามเจรจาทั้งในแบบนอกแบบเพื่อที่จะขอข้อมูล จริง ๆ เราประชุมกับเขาหลายรอบ แล้วก็สิ่งที่พูดเนี่ยเราประชุมแล้วก็พูดกับเขา

หมดแล้ว ปัญหาคือมีตั้งแต่ไม่ให้ชะงะ สองให้มาปั๊บ สมมติให้ข้อมูลบัตรเครดิตมา ก็ xxxx 25 ไปต่อไม่ได้ ตอนแรกคุณทำการ KYC ไม่ได้ สองข้อมูลที่คุณให้เรา มันก็เป็นข้อมูลที่มันใช้ไม่ได้จริง”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 6)

อย่างไรก็ตาม ในการสอบถามถึงประเด็นดังกล่าวพบว่า มีผู้ให้ข้อมูลบางรายที่ได้ให้ข้อมูลที่มีความแตกต่างกันออกไป โดยเห็นว่าเฟซบุ๊กได้มีการให้ความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐของประเทศไทยในการดำเนินการปิดกั้นหรือระงับการเข้าถึงเนื้อหาใด ๆ ในทันทีที่ได้รับเรื่องร้องเรียน โดยเหตุที่เป็นเช่นนี้อาจจะเนื่องมาจากการที่เฟซบุ๊กได้รับแจ้งเรื่องร้องเรียนจากหน่วยงานภาครัฐระดับนโยบายที่มีอำนาจหน้าที่ในการกำกับดูแลการดำเนินธุรกิจหรือการให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลโดยตรง ซึ่งเคยมีการประสานงานกันมาก่อนจึงเป็นที่น่าเชื่อได้ว่าไม่ได้เป็นการ “รายงาน” เพื่อเป็นการกลั่นแกล้ง หรือทำให้ผู้หนึ่งผู้ใดเกิดความเสียหาย ดังตัวอย่างข้อมูลที่ได้จากกรณีสัมภาษณ์เชิงลึกต่อไปนี้

“ในทางปฏิบัติเราจะพบว่าเฟซบุ๊กให้ความร่วมมือกับราชอาณาจักรไทยเป็นอย่างดี ถ้ามีการผิดพลาดตรงไหนเขาก็แก้ปัญหาทันที แล้วเราก็มีหน่วยงานกำกับดูแลทั้ง กสทช. และกระทรวง DE ในการทำงานที่จะเข้มงวดการดำเนินการ แล้วก็การรีพอร์ตต่าง ๆ เขาจะทำทันที ถ้าหน่วยงานราชการเราโดยตำรวจแจ้ง เขาก็จะสั่งปิดทันที เพราะเขาสามารถมีอำนาจในการบล็อกได้ทันที”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 9)

ค) ปัญหาความไม่ชัดเจนในเรื่องหน้าที่และความรับผิดชอบของเฟซบุ๊ก

ปัญหาหรืออุปสรรคในการกำกับดูแลการดำเนินธุรกิจของเฟซบุ๊กในประเทศไทยประการถัดมา ได้แก่ ปัญหาความไม่ชัดเจนในเรื่องหน้าที่และความรับผิดชอบของเฟซบุ๊ก อันเป็นปัญหาที่สืบเนื่องมาจากลักษณะการดำเนินธุรกิจ หรือให้บริการของเฟซบุ๊กที่เริ่มต้นจากการเป็นแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ช่วยให้เกิดปฏิสัมพันธ์หรือการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ใช้บัญชีเป็นสำคัญ ส่งผลให้การออกแบบการใช้งานแพลตฟอร์มไม่ได้ให้ความสำคัญมากนักกับความปลอดภัยทางไซเบอร์ (Cybersecurity) ตลอดจนการเฝ้าระวัง และการคัดกรองเนื้อหา และ/หรือผู้ใช้บัญชีที่มีพฤติกรรมหรือมีการกระทำที่ไม่เหมาะสม แต่อย่างไรก็ตาม เมื่อในปัจจุบันนี้การดำเนินธุรกิจรวมถึงลักษณะการให้บริการของเฟซบุ๊กมีความหลากหลาย รวมถึงมีการตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บัญชีที่เพิ่ม

มากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านของการขยายบทบาทในการเป็นพื้นที่ในการซื้อขายสินค้ารวมถึงบริการต่าง ๆ ในลักษณะที่เป็น “ตลาดดิจิทัล” (E-marketplace) ส่งผลให้เฟซบุ๊กควรที่จะต้องมีมาตรการหรือแนวทางในการรักษาความปลอดภัยทางไซเบอร์ การเฝ้าระวัง และการคัดกรองเนื้อหา และ/หรือผู้ใช้บัญชีให้มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น อันอาจถือได้ว่าเป็นหน้าที่โดยตรงที่เฟซบุ๊กควรให้ความสำคัญในลำดับต้น ๆ ดังตัวอย่างข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกต่อไปนี้

“ถ้าถามในความเห็นส่วนตัวว่าเราต้องรับผิดชอบแค่ไหนเพียงไร เปรียบเทียบไปมันคงเหมือนเจ้าของบ้านแล้วคนที่มาเช่ามาทำความผิดในบ้านนะ เราควรจะจัดการกับเขาอย่างไร แค่นั้น ถ้าอยู่ในวิสัยที่เขารู้แล้ว เขาควรทำได้ไม่ว่าด้วยเทคโนโลยี หรือกำลังคน เขาก็ควรจะมีส่วนในการรับผิดชอบสังคม ดูแลความเรียบร้อยในสิ่งที่เขาเป็นเจ้าของอยู่”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 7)

“เฟซบุ๊กก็ต้องรับผิดชอบทั้งหมดนะ เพราะว่าเหมือนกับคุณเปิดบ้านเพื่อให้มีการทำให้คนอื่นเสียหาย เพราะฉะนั้นเจ้าของบ้านก็ต้องมีส่วนร่วมด้วยเหมือนกับคุณก็มีส่วนร่วมในการกระทำนั้น มันเหมือนกับตอนนี้โจรมันแอบอยู่หลังคุณแต่ว่าคุณไม่จัดการโจร ไม่ใช่มีแต่เรื่อง community policy คุณต้องแก้ปัญหา”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 15)

เมื่อพิจารณาเฉพาะถึงหน้าที่ของเฟซบุ๊กในการกำหนดมาตรการหรือแนวทางในการรักษาความปลอดภัยทางไซเบอร์ การเฝ้าระวัง และการคัดกรองเนื้อหา และ/หรือผู้ใช้บัญชีให้มีประสิทธิภาพในปัจจุบัน ซึ่งแม้เฟซบุ๊กจะมีการระบุว่าแพลตฟอร์มของตนมีมาตรการรวมถึงมีการนำเอาระบบเทคโนโลยีมาใช้ในการเฝ้าระวัง ตรวจสอบ คัดกรอง ตลอดจนการแจ้งเตือนผู้ใช้บัญชีเมื่อพบว่ามีความปลอดภัยทางไซเบอร์เกิดขึ้น อันเป็นการแสดงให้เห็นว่าเฟซบุ๊กได้ตระหนักถึงและให้ความสำคัญกับปัญหาดังกล่าวก็ตาม แต่ในอีกด้านหนึ่งกลับพบว่ามาตรการหรือแนวทางต่าง ๆ ของเฟซบุ๊กที่มีอยู่นั้นอาจจะยังไม่เพียงพอหรือยังคงมีความหละหลวมในเรื่องของการบังคับใช้ อันจะเห็นได้จากการที่ยังคงมีมิชชีฟจำนวนมากที่แฝงตัวอยู่ในเฟซบุ๊กโดยไม่ถูกดำเนินการใด ๆ ตามมาตรการที่เฟซบุ๊กได้ทำการประกาศไว้ ดังนั้นเมื่อมีความเสียหายใด ๆ เกิดขึ้นแก่ผู้ใช้บัญชีอันเนื่องมาจากปัญหาด้านการรักษาความปลอดภัยทางไซเบอร์ของเฟซบุ๊ก โดยเฉพาะการที่มีมิชชีฟ หรือผู้ประกอบการที่ไม่สุจริตใช้เฟซบุ๊กเป็น

เครื่องมือหรือเป็นช่องทางในการแสวงหาประโยชน์ที่มีควรได้โดยชอบด้วยกฎหมาย เฟซบุ๊กจึงไม่อาจปฏิเสธความรับผิดชอบในความเสียหายที่เกิดขึ้นนั้นได้เช่นเดียวกัน ดังตัวอย่างข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกต่อไปนี้

“ถ้าเกิดว่า (เฟซบุ๊ก) ได้กำหนดมาตรการป้องกันแล้ว มีระบบการตรวจสอบพฤติกรรมของผู้หลอกลวงแล้ว มีการแจ้งเตือนในระบบเวลาเกิดการหลอกลวงขึ้นมาแล้ว ถ้าเป็นลักษณะนี้ผมก็คิดว่า เฟซบุ๊กก็อาจจะสามารถใช้เป็นข้ออ้างได้ว่าเขาก็มีมาตรการของเขาแล้วในการป้องกัน คำถามว่าแล้ว มาตรการของเขาเพียงพอหรือยัง ถ้าเกิดไม่ทำอะไรเลยผมอาจจะเหมาว่าเขาประมาทเกินไป”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 16)

“เฟซบุ๊กมีหน้าที่แน่นอน ถ้าเมื่อไหร่ก็ตามมีการแจ้งเข้ามาว่าเป็นการขายที่หลอกลวง หรือมีพฤติกรรมหลอกลวง ซึ่งทุกวันนี้เฟซบุ๊กมีตัวที่เป็นรีพอร์ต แต่ถามว่าหลังจากนั้นแล้วเฟซบุ๊กทำอะไร อาจจะรายงานกลับมาแค่บอกว่ามันอาจจะถึง ๆ หลักเกณฑ์มาตรฐานชุมชน แต่ก็ไม่ได้ฟันธงว่าผิดหรือไม่ ผิด อันนี้เป็นสิ่งที่เฟซบุ๊กหละหลวม ผมเข้าใจในมุมมองของเฟซบุ๊กว่าถ้ามีใครรายงานมาแล้วต้องลบทั้งหมดเลย มันก็กระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการเหมือนกัน เพราะฉะนั้นเฟซบุ๊กต้องทำงานด้วยความระมัดระวัง แต่แน่นอนถ้าทำยที่สุดแล้วเจอมันเป็น เฟซบุ๊กก็ควรมีหน้าที่และความรับผิดชอบในการที่จะกำจัดออกไป”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 5)

“อาจจะต้องพิจารณาลักษณะของแพลตฟอร์มก่อนว่าเป็นแพลตฟอร์มดิจิทัลประเภทไหน มีวัตถุประสงค์เพื่ออะไร ถ้าเป็นแค่พื้นฐาน เป็นคนกลางอาจจะไม่ต้องมารับผิดชอบร้อยเปอร์เซ็นต์ แต่ถ้าเป็นกรณีของเฟซบุ๊กซึ่งตอนหลังเขาก็จะมีลักษณะเป็นเหมือน marketplace เพราะฉะนั้นเขาจะต้องร่วมรับผิดชอบตั้งแต่ตอนต้น ตั้งแต่กลั่นกรองเนื้อหา หรือข้อมูล”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 11)

นอกจากนี้เมื่อพิจารณาถึงหน้าที่ของเฟซบุ๊กตามที่ได้มีการกำหนดไว้ในกฎหมายของประเทศไทยในปัจจุบัน พบว่า การดำเนินธุรกิจของเฟซบุ๊กจะต้องอยู่ภายใต้พระราชกฤษฎีกาการประกอบธุรกิจบริการ

แพลตฟอร์มดิจิทัลที่ต้องแจ้งให้ทราบ พ.ศ. 2565 อันเป็นกฎหมายที่กำหนดให้ผู้ประกอบการบริการแพลตฟอร์มดิจิทัลมีหน้าที่ในการจัดทำแนวปฏิบัติที่ดี หรือมีการกำกับดูแลตนเองที่เหมาะสม ซึ่งรวมถึงการพิสูจน์และยืนยันตัวตนของผู้ใช้บริการที่เหมาะสมกับความเสี่ยงของบริการ ทั้งนี้เนื่องจากแม้ว่าการให้บริการของเฟซบุ๊กจะเกิดขึ้นนอกราชอาณาจักรไทยก็ตาม แต่เนื่องจากมีการแสดงผลทั้งหมดหรือบางส่วนเป็นภาษาไทย จึงถือได้ว่าเป็นการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการซึ่งอยู่ในราชอาณาจักร อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาในครั้งนี้กลับพบว่าเฟซบุ๊กกลับยังมิได้มีการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์และหน้าที่ดังที่ได้มีการกำหนดไว้ในพระราชกฤษฎีกาการประกอบธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ต้องแจ้งให้ทราบ พ.ศ. 2565 แต่อย่างใด (ข้อมูลถึง ณ วันที่ 8 มีนาคม พ.ศ. 2568 ซึ่งเป็นวันที่มีการจัดทำรายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์) ทั้งนี้ น่าจะเนื่องจากการที่เฟซบุ๊กเห็นว่าลักษณะการดำเนินธุรกิจหรือการให้บริการของตนนั้นไม่ได้มุ่งเน้นในเรื่องของการเป็นช่องทางดิจิทัลในการซื้อขายสินค้าหรือบริการ (E-marketplace) เป็นหลัก รวมถึงอาจจะไม่เห็นถึงความจำเป็นที่จะต้องปฏิบัติหรืออยู่ภายใต้บังคับของกฎหมายไทย แต่อย่างใด ดังตัวอย่างข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกต่อไปนี้

“ตามพระราชกฤษฎีกาการประกอบธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ต้องแจ้งให้ทราบ พ.ศ. 2565 เขาก็จะเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งต้องมีหน้าที่ตั้งแต่กั้นกรองผู้ที่เข้าไปเป็นผู้ประกอบการ ผู้ที่จะเข้าไปเป็นผู้ประกอบการ กั้นกรองเนื้อหา กั้นกรองความน่าเชื่อถือในระดับหนึ่ง แล้วก็ต้องเป็นไปตามข้อกำหนด หรือกฎหมายที่เราบัญญัติไว้ภายใต้กฎหมายไทย เนื่องจากว่าเรามีการโฆษณาเป็นภาษาไทย มีการแสดง target group เป็นลูกค้าคนไทย เขาก็จะต้องปฏิบัติตามกฎหมายที่เรามี”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 11)

“ในพระราชกฤษฎีกาการประกอบธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ต้องแจ้งให้ทราบ เราพยายามจะกำหนดหน้าที่ให้แพลตฟอร์มต้องมี เหมือนกับปฏิบัติตามหลักเกณฑ์หรือหน้าที่บางอย่างให้เหมาะสมกับความเสี่ยง หรือว่าให้มันเหมาะสมกับระดับการคุ้มครองตัวผู้ใช้บริการที่มันพึงจะเป็น มันแปลว่ามีความจำเป็นบางอย่างที่แพลตฟอร์มต้องมีหน้าที่ตามกฎหมาย”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 13)

“เฟซบุ๊กก็ต้องปฏิบัติตามพระราชกฤษฎีกาการประกอบธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ต้องแจ้งให้ทราบ 2565 ซึ่งก็ได้มีเรื่องการรับผิดชอบเมื่อเกิดความเสียหายขึ้น ข้อนี้เราคิดว่าก็

อาจจะพื้นฐานที่เราอาจจะใช้ในการฟ้องคดีได้ด้วยเช่นเดียวกันว่าเขากำลังกระทำละเมิดกฎหมายข้อนี้ ถึงแม้ว่าเขาจะไม่ได้ขึ้นเป็นธุรกิจที่เรียกว่าเป็นอีคอมเมิร์ซแพลตฟอร์มก็ตาม”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 15)

“เฟซบุ๊กเขามองว่าเจตนารมณ์เดิมเขาไม่ได้มุ่งที่จะให้มีการขายสินค้าบนแพลตฟอร์ม ที่ผ่านมาก็มีความพยายามที่จะให้เฟซบุ๊กเข้ามาเป็นตัวตนหรือนิติบุคคลที่เป็นผู้รับผิดชอบในประเทศไทย แต่ว่ายังไม่ประสบความสำเร็จ เฟซบุ๊กเขาก็บอกว่าเขาไม่จำเป็นต้องมาอยู่ในประเทศไทย ไม่มีความจำเป็นที่จะต้องมาทำตลาด หรือมีที่ตั้งในประเทศไทย ด้วยข้อกำหนดของเราหรืออะไรต่าง ๆ เขาเลยไม่ยอมมา เราทำได้แค่ประสาน อย่างที่ผ่านมาก็ประสานไปยังสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ที่คอยมอนิเตอร์ ที่แพลตฟอร์มพวกนี้จะต้องมารายงาน หรือแจ้งให้ทราบตามพระราชกฤษฎีกาที่ต้องแจ้งให้ทราบ ก็ทำได้เท่านี้”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 14)

อาจกล่าวได้ว่า พระราชกฤษฎีกาการประกอบธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ต้องแจ้งให้ทราบ พ.ศ. 2565 ถือได้ว่าเป็นกฎหมายหลักที่สามารถนำมาใช้ในการกำกับดูแลการดำเนินธุรกิจหรือการให้บริการของแพลตฟอร์มดิจิทัลต่าง ๆ รวมถึงเฟซบุ๊กดังที่ได้กล่าวมาแล้ว อย่างไรก็ตามกฎหมายฉบับดังกล่าวอาจยังพบว่ามีปัญหาในทางปฏิบัติ หรือการบังคับใช้อยู่บ้างบางประการ ทั้งนี้เนื่องจากพระราชกฤษฎีกาการประกอบธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ต้องแจ้งให้ทราบ พ.ศ. 2565 มีลักษณะเป็นการกำหนดรายละเอียดตลอดจนแนวปฏิบัติของผู้ประกอบธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลไว้แต่เพียงกว้าง ๆ โดยมีได้มีการระบุถึงหน้าที่ของผู้ประกอบธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลในการใช้ความระมัดระวัง เฝ้าระวัง คัดกรอง รวมถึงตรวจสอบเนื้อหา รวมถึงการยืนยันหรือพิสูจน์ตัวตนของผู้ใช้บริการ ทั้งยังไม่ได้มีการกำหนดเป็นหน้าที่ของผู้ประกอบธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลในการเก็บ ข้อมูลหรือรายละเอียดที่สามารถตรวจสอบย้อนกลับ (Trace back) ไปถึงตัวตนที่แท้จริงของผู้ใช้บัญชี

“สิ่งที่ให้แจ้งดูเหมือนกับจะเป็นรายละเอียดกว้าง ๆ ซึ่งไม่ได้เป็นประโยชน์ในการที่ว่าถ้ามีข้อพิพาทแล้วเขาจะช่วย มีฐานข้อมูลในการดำเนินการเอาบุคคลคนที่เกี่ยวข้องมาเข้าสู่กระบวนการ อย่างมีจำนวนเรื่องที่ร้องเรียนเท่าไร ประเภทผู้ให้บริการเป็นใคร มันไม่เก็บข้อมูลเฉพาะราย มันน่าจะต้องการกำหนดให้เขาช่วยเก็บรายละเอียดของผู้ขายที่มาใช้บริการ นอกจากยืนยันตัวตนแล้วข้อมูลอะไรที่

เป็นส่วนบุคคลซึ่งสามารถหาตัวตนที่แท้จริงของคนเข้ามาเป็นผู้ขาย อันนี้ก็น่าจะเป็นอะไรที่ต้องกำหนดให้เขาดำเนินการ”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 7)

นอกจากหน้าที่ที่ต้องปฏิบัติตามพระราชกฤษฎีกาการประกอบธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ต้องแจ้งให้ทราบ พ.ศ. 2565 อันเป็นกฎหมายที่มีวัตถุประสงค์ในการกำกับดูแลการประกอบธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัลเป็นการเฉพาะแล้ว เฟซบุ๊กยังคงมีหน้าที่ในการปฏิบัติตามกฎหมายภายในอื่น ๆ ของประเทศไทยอีกด้วย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะของการดำเนินธุรกิจ การให้บริการ ตลอดจนปัญหาที่เกิดขึ้นอันเนื่องมาจากการใช้เฟซบุ๊กเป็นเครื่องมือในการกระทำความผิด เช่น ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ประมวลกฎหมายอาญา พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 หรือ พระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 เป็นต้น ดังตัวอย่างข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกต่อไปนี้

“ถามว่ามันมีกฎหมายใช้บังคับไหม มันมีนะ เช่น การที่คนลอกไปลงทุนมันก็มีกรณีกฎหมายของ ก.ล.ต. (คณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์) บังคับอยู่แล้วว่าการที่จะมาชักชวนใครในการลงทุน หรือซื้อขายหลักทรัพย์ ก็ต้องได้รับใบอนุญาตเป็นตัวแทนนายหน้าในการขายหลักทรัพย์ แปลว่ามันต้องมีคุณสมบัติหรือความน่าเชื่อถือบางอย่างเกิดขึ้น”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 12)

“สามารถลงโทษกับ facebook ได้ไหม ผมคิดว่าสามารถ แต่ว่าเรายังไปไม่สุด ด้วยความที่เราเกรงใจหรือเราถูกรอบด้วยภาพของความเป็น platform สาธารณะหรือต่างประเทศ ถามว่ากฎหมายที่ดำเนินการในส่วนนี้ได้คือตาม พ.ร.บ.คอมพิวเตอร์ facebook จะตกอยู่ในฐานะผู้ให้บริการตามกฎหมาย เป็นผู้ให้บริการตาม พ.ร.บ.คอมพิวเตอร์ จะต้องทำหน้าที่เก็บ log หรือเก็บข้อมูลของผู้ใช้บริการทุกคนที่พอจะระบุตัวตนได้ ดังนั้น facebook จะต้องสามารถที่จะเก็บข้อมูลผู้ร้ายแล้วต้องบอกว่าผู้ร้ายคนนี้เป็นใคร”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 10)

“ถ้าถามว่ากฎหมายทุกวันนี้ครอบคลุมไหมผมว่าครอบคลุม ก็เอากฎหมายพื้นฐานไปจับ พอมีการหลอกลวงขึ้นมาก็ไปดูตามกฎหมายอาญารฐานฉ้อโกง ถ้าเป็นการให้ข้อมูลที่ไม่ถูกต้องต้องใช้ พ.ร.บ.คอมฯ เอา หรือถ้าการซื้อขายจะไปเรียกเงินคืนก็ไปใช้แพ่ง มันก็ไปใช้กฎหมายทั่ว ๆ ไปครับ ผมว่า มันก็ยังไปได้อยู่”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 5)

อย่างไรก็ดี ในประเด็นปัญหาด้านความไม่ชัดเจนในเรื่องหน้าที่และความรับผิดชอบของเฟซบุ๊กนั้น มีผู้ให้ข้อมูล บางส่วนเห็นว่าควรจะมีการบัญญัติกฎหมายเพื่อกำหนดหน้าที่ ความรับผิดชอบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหน้าที่ในการช่วย พิสูจน์หรือยืนยันตัวตนผู้ใช้งาน ตลอดจนมาตรการในการลงโทษ หรือการได้รับผลร้ายของเฟซบุ๊กในกรณีที่ไม่ได้มีการปฏิบัติตามกฎหมาย หรือปฏิบัติตามกฎหมายไม่ถูกต้องครบถ้วน เพื่อให้เกิดความชัดเจน และเพื่อเป็นการ ป้องกันหรือลดความเสียหายจากการตกเป็นเหยื่อของมิจฉาชีพหรือผู้ประกอบการธุรกิจที่ไม่สุจริตที่อาศัยเฟซบุ๊กเป็น ช่องทางหรือเป็นเครื่องมือในการกระทำความผิด โดยผู้ให้ข้อมูลในกลุ่มนี้เห็นว่าบทบัญญัติของกฎหมายที่มีผล บังคับใช้อยู่ในปัจจุบันอาจจะยังมีความไม่เพียงพอต่อความเปลี่ยนแปลงทางสังคม เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ หรือ เทคโนโลยีการสื่อสาร ที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและมีความเป็นพลวัตสูง

“ผมคิดว่าเราออกกฎหมายเฉพาะที่ครอบคลุมเรื่องแพลตฟอร์ม ตรงนี้ยังไม่ได้มีกฎหมาย เฉพาะครับ เพราะฉะนั้นมันก็ต้องมีกฎหมายเฉพาะในเรื่องของการควบคุมแพลตฟอร์มดังกล่าวขึ้นมา ควร มีมาตรการป้องกันที่เข้มงวดขึ้น เช่น การตรวจสอบผู้ขายรายใหม่ ระบบรายงานที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งสิ่ง ต่าง ๆ เหล่านี้มันยังไม่ได้ถูกกำหนดไปในกฎหมายเฉพาะ มันก็เลยอาจจะถือได้ว่าเป็นช่องว่างอันหนึ่ง”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 16)

“ถ้าถามว่าเพียงพอแล้วก็คงไม่เพียงพอ ควรจะต้องมีการบัญญัติกฎหมาย เพราะว่าตอนนี้ โลกเราเปลี่ยนไปเป็นลักษณะดิจิทัลกันมากขึ้น มีการซื้อขายผ่านช่องทางแพลตฟอร์มดิจิทัลมากขึ้น เพราะฉะนั้นเราควรจะต้องมีการบัญญัติกฎหมายให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้นกว่าที่เป็นอยู่ทุกวันนี้ เพราะทุกวันนี้ เราเหมือนว่าจับกฎหมาย 2-3 ฉบับ ไม่ว่าจะ พ.ร.บ.คอมฯ พ.ร.บ.คุ้มครองผู้บริโภค PDPA มันยังไม่มี กฎหมายเฉพาะที่จะมา control เขา กำหนดเขาว่าพอถึงจุดนี้แล้วคุณจะต้องมีคำประกันที่เปอร์เซ็นต์ของ ยอดขาย หรือถ้ามีลูกค้าที่ได้รับความเสียหาย คุณจะต้องถูกปรับเป็นกี่เปอร์เซ็นต์ของยอดขายโดยรวม”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 11)

“ถ้าจะไปกำหนดกฎหมายหรือไปกำหนดหลักเกณฑ์ ก็ต้องเข้าไปถึงเรื่องกระบวนการ ยืนยันตัวตน ในการที่จะ identity บุคคลที่จะเข้ามาในพื้นที่ของ platform ซึ่งสามารถทำได้ไหม ผมว่ามี บางประเทศทำ แล้วก็บังคับให้ facebook ต้องทำ”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 5)

“เวลานี้มีกฎหมายให้เขาทำหน้าที่ อย่าง พ.ร.บ.ความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พระราช กฤษฎีกาจัดแจ้งแพลตฟอร์ม ละเมิด แต่ดูเหมือนจะยังไม่ได้ให้เขามีหน้าที่โดยเฉพาะในการปราบปราม ซึ่งถ้า มันไม่มีตรงนี้ก็ยังไม่เห็นหน้าที่ตามกฎหมาย แต่ถ้ามีกฎหมายตัวไหนที่กำหนดเฉพาะว่าเขามีหน้าที่ ตรงนี้ก็ถือว่า เขาต้องรับผิดชอบแล้ว เพราะเขามีหน้าที่แต่เขางดเว้นเขาไม่ทำ”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 7)

นอกจากนี้ ยังมีข้อสังเกตบางประการถึงข้อควรคำนึงถึงหากจะมีแนวคิดในการบัญญัติกฎหมายเพิ่มเติม เพื่อนำมาใช้เฉพาะกับกรณีการดำเนินธุรกิจหรือการให้บริการของเฟซบุ๊ก เนื่องจากการบัญญัติกฎหมายที่มากเกินไปก็อาจจะไม่เกิดผลดีในแง่ของการบังคับใช้กฎหมาย ทั้งยังอาจเกิดผลกระทบในด้านอื่น ๆ ตามมา หากว่ามีได้ มีการศึกษาหรือพิจารณาอย่างละเอียดรอบคอบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของการกำหนดคำนิยามหรือให้คำจำกัด ความลักษณะการดำเนินธุรกิจหรือการให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลที่มีความซับซ้อนและมีความแตกต่างจากการ ดำเนินธุรกิจหรือการให้บริการในพื้นที่สังคมทางกายภาพ รวมถึงความสามารถของเฟซบุ๊กในการที่จะปฏิบัติหน้าที่ ตามที่กฎหมายกำหนด ดังตัวอย่างข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกต่อไปนี้

“เพราะว่ากฎหมายเราก็ต้องออกเท่าที่จำเป็น ถ้ากฎหมายไม่ได้ออกเท่าที่จำเป็นมันก็ สร้างผลกระทบให้เกิดขึ้น ถ้าจะมีอาจจะต้องไปคุยกันตั้งแต่แรก อาจจะต้องดูว่าสถานะของแพลตฟอร์มเป็น แพลตฟอร์มประเภทผู้ให้บริการใช้ไหม ถ้าเป็นผู้ให้บริการคืออยู่ในกรอบไหน ให้บริการอะไร ทำหน้าที่ อย่างไร หลังจากนั้นเราค่อยไปกำหนดความรับผิดชอบของเขา”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 5)

“ถ้าเราจะไปถึงตรงนั้น เราคงต้องถามว่าการที่เราจะออกกฎหมายกับสภาพการตลาดที่มันเดินไปอย่างรวดเร็ว แล้วเขาเป็นสื่อที่เขาทำหลายรูปแบบ อย่างไลฟ์สดจะให้เขาตามดูไหวไหม มันก็เป็นข้อน่าคิด หรือว่าถ้ามาร์เก็ตเพลสอาจจะพอตามได้ไหม การตลาดซึ่งเปิดมาให้มันเป็นรูปแบบซื้อขายเฉพาะ เขาควรจะต้องดูแลไหม ในกลุ่มรวมมีเยอะเขาจะเข้าไปดูไหวไหม”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 7)

ง) ปัญหาการบังคับใช้กฎหมายและเขตอำนาจศาล

ปัญหาหรืออุปสรรคในการกำกับดูแลการดำเนินธุรกิจของเฟซบุ๊กในประเทศไทยประการสุดท้าย ได้แก่ ปัญหาด้านการบังคับใช้กฎหมายและเขตอำนาจศาล โดยอาจกล่าวได้ว่าปัญหาดังกล่าวนี้สืบเนื่องมาจากการที่เฟซบุ๊กไม่ได้มีการจดทะเบียนเพื่อจัดตั้งเป็นนิติบุคคลภายใต้กฎหมายของประเทศไทย รวมถึงไม่ได้มีการจดทะเบียนเพื่อจัดตั้งสำนักงานสาขา หรือแต่งตั้งผู้ที่มีอำนาจในการกระทำการแทนในประเทศไทยแต่อย่างใด อันถือเป็นอุปสรรคที่สำคัญในการฟ้องร้องดำเนินคดีกับเฟซบุ๊กหากเกิดความเสียหายประการใด ๆ ขึ้นอันเนื่องมาจากการดำเนินธุรกิจหรือการให้บริการของเฟซบุ๊กในประเทศไทย ซึ่งหากผู้เสียหายหรือผู้บริโภคที่ตกเป็นเหยื่อจากการถูกฉ้อโกง หรือหลอกลวง และต้องการที่จะฟ้องร้องดำเนินคดีกับเฟซบุ๊กในประเทศไทยก็อาจจะต้องอาศัยบทบัญญัติมาตรา 3 (2) (ข) แห่งประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่ง โดยถือว่าตัวแทนที่อยู่ในประเทศซึ่งเป็นบุคคลหรือนิติบุคคลที่ทำหน้าที่ในการดูแลผลประโยชน์ต่างๆบริษัท เฟซบุ๊ก (ประเทศไทย) ของเฟซบุ๊กในประเทศไทยเป็นผู้ติดต่อในการประกอบกิจการนั้นในราชอาณาจักร โดยถือเอาสถานที่อันเป็นถิ่นที่อยู่ของผู้ติดต่อเป็นภูมิลำเนาของเฟซบุ๊ก ดังตัวอย่างข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกต่อไปนี้

“ถ้าคนที่ติดต่ออยู่เป็น representative ของเขาโดยตรง เราสามารถฟ้องได้ เป็นการ assume เอาว่าเขาเป็นตัวแทนของทาง facebook นะ ถ้าอย่างเงี้ย ทำได้”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 11)

“การที่มีผู้ติดต่อในประเทศของเรานั้นมีมาตรา 3 วิธีพิจารณาความแพ่งที่เป็นบทขยาย ภูมิลำเนาเป็นผู้ติดต่อ ติดต่อเรื่องอะไร ด้านไหน หรือเป็นอะไรก็ได้ก็ถือว่าเข้าหมดเลย”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 7)

นอกจากปัญหาที่เกี่ยวกับการฟ้องร้องดำเนินคดีเฟซบุ๊กในประเทศไทยแล้วนั้น ปัญหาอีกประการหนึ่งคือการบังคับคดีตามคำพิพากษา เนื่องจากเฟซบุ๊กไม่ได้มีการจดทะเบียนเพื่อประกอบธุรกิจในประเทศไทย ไม่ได้มีสำนักงานสาขาในประเทศไทย รวมถึงไม่มีทรัพย์สินใด ๆ ในประเทศไทยอันอาจตกอยู่ภายใต้การบังคับคดีโดยการยึดหรืออายัดทรัพย์สินตามกฎหมายภายในของประเทศไทย ซึ่งแม้ว่าจะมีการจดทะเบียนจัดตั้ง บริษัท เฟซบุ๊ก (ประเทศไทย) จำกัด ขึ้นก็ตาม แต่บริษัทดังกล่าวไม่ได้ถูกจัดตั้งขึ้นเพื่อเป็นตัวแทนการดำเนินธุรกิจหรือการให้บริการของเฟซบุ๊กในประเทศไทย เป็นแต่เพียงบริษัทที่ถูกจัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพียงแค่การดูแลหรือการจัดการผลประโยชน์จากการซื้อโฆษณาบนแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กแต่เพียงประการเดียวเท่านั้น ดังนั้น แม้ว่าจะสามารถนำเอาบทบัญญัติมาตรา 3 แห่งประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่งมาใช้เพื่อดำเนินการฟ้องร้องดำเนินคดีกับเฟซบุ๊กในประเทศไทยได้ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น แต่ก็อาจจะต้องมีการตีความรวมถึงเฟซบุ๊กเองก็อาจจะยกประเด็นดังกล่าวขึ้นเป็นข้อต่อสู้ได้เช่นเดียวกัน ดังตัวอย่างข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกต่อไปนี้

“เราเคยหารือกับเฟซบุ๊กไทยแลนด์ด้วยกับตัวแทนของเฟซบุ๊กในประเทศไทย แต่เฟซบุ๊กไทยแลนด์ก็บอกว่าเขาไม่ได้รับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นกับผู้บริโภค เราเลย report กับเขาไม่ได้ เพราะว่าเขาไม่ได้รับผิดชอบเรื่องนี้ สิ่งที่เฟซบุ๊กมอบหมายเขาเนี่ยะ ดูแลเรื่องการขายสปอนเซอร์รายใหญ่เท่านั้นที่เฟซบุ๊กไทยแลนด์ทำได้”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 15)

“เท่าที่เคยได้ยินข้อมูลมา ถ้าดูจากการจดทะเบียนนิติบุคคล เคยทราบมาว่าหน้าที่ของบริษัทเฟซบุ๊กประเทศไทยเป็นแค่ลักษณะของการสอนคนเพื่อไปซื้อ advertisement บนเฟซบุ๊ก วัตถุประสงค์มันจะแคบ”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 12)

“แน่นอนคือการที่เราจะต้องมีตัวแทน หรือสำนักงานสาขา มันจะต้องมีอย่างน้อยมันต้องมีจุดเกาะเกี่ยวที่เราสามารถที่จะคอนโทรลเขาได้ ถ้าเขาไม่มีตัวแทนตัวแทน หรือว่าผู้ประสานงานทางกายภาพที่มีตัวตน มันก็จะเป็นอุปสรรคสำคัญในการเริ่มต้นคดีเลย”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 11)

“มันก็ต้องแล้วแต่ว่าตามกฎหมายไทยสามารถที่จะอ้างได้มั้ยว่าเขาเป็นตัวแทน สามารถที่จะเรียกพิสูจน์ได้มั้ยว่าเขาเป็นตัวแทน จะฟ้องในประเทศไทยเรื่องตัวแทนมันก็ต้องไปดูหลักตัวแทนทั่วไปเลยว่า โอเค คุณทำงานนี้เราก็คือว่าคุณเป็นตัวแทนแล้ว”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 2)

หากเฟซบุ๊กไม่ได้มีการจัดตั้งนิติบุคคลขึ้นเพื่อทำหน้าที่เป็นตัวแทนในการดำเนินธุรกิจหรือการให้บริการแพลตฟอร์มของตนในประเทศไทย อาจส่งผลให้เกิดปัญหาในการดำเนินคดีกับเฟซบุ๊กได้เช่นเดียวกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของการใช้ระยะเวลาในการดำเนินการที่ค่อนข้างยาวนาน รวมถึงค่าใช้จ่ายในการดำเนินคดี เช่น การส่งหมายข้ามประเทศ หรือค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวกับเอกสารต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งหากความเสียหายที่ผู้เสียหายแต่ละรายได้รับไม่ได้มีจำนวนมากหรือสูงเพียงพอ ก็อาจจะไม่เกิดความคุ้มค่าในการตัดสินใจของผู้เสียหายหรือของผู้บริโภคในการดำเนินคดีกับเฟซบุ๊ก ดังตัวอย่างข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกต่อไปนี้

“ปัญหาเยอะเลย เพราะคิดว่าประเทศไทยไม่น่าจะมีกฎหมาย *Service out of the Jurisdiction* คือ พวกส่งหมาย *serve* หมายศาลต่างประเทศ เพื่อที่จะดึงพวกจำเลยที่อยู่ต่างประเทศเข้ามาสู่กระบวนการยุติธรรมของกฎหมายไทย เท่าที่รู้คือเราสามารถส่งหมายข้ามประเทศได้ แต่ว่ามันจะมีค่าใช้จ่ายที่ค่อนข้างเยอะ มีค่าใช้จ่ายในการไปเอกสาร ไปนู่นไปนี่ อีกอันนึงคือ สมมติถ้าเราฟ้องเฟซบุ๊กได้จริงไหม้ย ปัญหาคือแล้วเราสามารถบังคับคดีได้มั้ย สมมุติว่าเราจะแบบยึดทรัพย์ของเฟซบุ๊ก ะไรอย่างเงี้ยะ”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 2)

“อย่างสมมุติว่าไม่มีสำนักงาน ไม่ได้มีตัวแทนในประเทศไทย เราดำเนินคดีมันจะมีความยาก มีต้นทุนในการดำเนินคดีค่อนข้างสูง ตัดสินคดีแล้วกฎหมายที่ต่างศาลจะไปเอาผิดเขาถึง facebook ที่อเมริกา มันก็ไม่ใช่เป็นเรื่องที่ทำได้ง่าย ในการที่จะไปบังคับคดีหรือบังคับใช้กฎหมายหรือบังคับตามคำพิพากษา แต่ถ้าเรามีตัวแทนของเขาอยู่ในเมืองไทย จ้างโดยเขา เราก็สามารถที่จะมีสภาพบังคับไปยังตัวแทนเขาหรือสำนักงานสาขาเขาได้โดยตรง”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 11)

“น่าจะเป็นกระบวนการในชั้นการฟ้องร้อง ถ้าเกิดเราหาจุดเกาะเกี่ยวแล้วฟ้องศาลได้ สิ่งที่ตามมาคือกระบวนการส่งหมายข้ามประเทศ ซึ่งเวลานี้แค่ฟ้องกันในประเทศซื้อขายออนไลน์ เรายังจับจำเลยมาไม่ได้ แล้วถ้าไปต่างประเทศทำยังไงถึงจะรู้ว่าภูมิลำเนาอยู่ที่ไหน ส่งได้ไหม มันมีขั้นตอนและระยะเวลาที่ใช้เยอะ ถามว่าในความคุ้มค่า ถ้าไม่ใช่ความเสียหายระดับเยอะ มันก็คงไม่ได้ช่วยให้ผู้บริโภคอยากจะใช้ช่องทางพวกนี้ในการจัดการกับแพลตฟอร์ม มันน่าจะต้องเป็นรายใหญ่ ๆ ที่มีชาวต่างประเทศว่าเป็นเรื่องปลอมเป็นเซเลบริตี้ แล้วก็เอาไปหลอกคนอื่นเพื่อให้มาลงทุน อันนี้อาจจะคุ้มค่าที่จะทำ แต่ถ้าเป็นรายเล็กน้อยมันก็จะติดปัญหาเรื่องค่าใช้จ่าย ระยะเวลา ที่ทำในเรื่องการส่งหมายข้ามประเทศ”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 7)

“เขาเปิดสาขาในประเทศไทยด้วยหรือเปล่า ถ้าเปิด facebook ประเทศไทยเนี่ยะ เราก็สามารถฟ้อง facebook ประเทศไทยได้ แต่ว่าเราจะบังคับกับทรัพย์สินของเขาได้ที่อยู่ในประเทศไทยเท่านั้น อย่างเช่น facebook มีอาคารของตัวเอง ก็จะได้แค่อย่างเดียว อย่างอื่นอายุัดเงินถ้ามันอยู่ประเทศอเมริกาหรืออยู่ทั่วโลกต่าง ๆ ไม่สามารถดำเนินการได้ครับ”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 3)

นอกจากนี้ปัญหาที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือ การที่ประเทศไทยไม่สามารถที่จะใช้อำนาจอธิปไตยไม่ว่าทั้งหมดหรือแม้แต่ส่วนหนึ่งส่วนใดนอกเขตอำนาจของรัฐของตนเหนือรัฐอื่น ๆ ได้ตามหลักกฎหมายระหว่างประเทศ ส่งผลให้ถึงแม้ว่าจะสามารถฟ้องร้องดำเนินคดีกับเฟซบุ๊กในประเทศไทยได้ แต่ก็ไม่สามารถบังคับการให้เป็นไปตามคำพิพากษาของศาลในประเทศไทยได้อันเนื่องมาจากการใช้อำนาจอธิปไตยในทางตุลาการนอก

ราชอาณาจักรไทย นอกจากนี้ประเทศไทยเองก็ไม่ได้เข้าร่วมเป็นภาคีในอนุสัญญาว่าด้วยการรับรองและบังคับตามคำพิพากษาศาลต่างประเทศในคดีแพ่งและพาณิชย์ ค.ศ. 2019 (Convention on the Recognition and Enforcement of Foreign Judgments in Civil or Commercial Matters 2019) รวมถึงมิได้มีการปฏิบัติตามหลักต่างตอบแทน (Reciprocity) ในการรับรองและบังคับตามคำพิพากษาของศาลต่างประเทศในศาลไทยมาก่อนแต่อย่างใด อีกทั้งการส่งหมายบังคับคดีข้ามพรมแดนเช่นนี้ยังมีค่าใช้จ่ายที่ค่อนข้างสูง มีกระบวนการที่ซับซ้อน และใช้ระยะเวลาค่อนข้างนาน ซึ่งอาจจะไม่คุ้มกับความเสียหายที่เกิดขึ้น ดังตัวอย่างข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกต่อไปนี้

“ข้อหนึ่งเลยก็คือเขตอำนาจศาล ประเทศไทยเป็นประเทศที่ใช้ประโยชน์จากแพลตฟอร์มออนไลน์โดยที่เราไม่เคยเป็นเจ้าของ เราเป็นประเทศที่มีแพลตฟอร์มออนไลน์อันไหนดังในโลกเราก็เข้าไปใช้งาน เราก็นิยม แล้วเราก็ใช้งานมากกว่าประเทศที่เป็นเจ้าของด้วยซ้ำ แต่ในขณะที่เดียวกันเราจะได้คำนึงถึงเรื่องของที่ตั้งหรือเขตอำนาจศาล หากมีความเดือดร้อนอะไรต่าง ๆ เกิดขึ้นตัวเจ้าของแพลตฟอร์มจะรับผิดชอบหรือไม่ เรายังไม่เคยคิดตรงนั้นเลย”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 10)

“ในแง่กฎหมายเราเอาผิดเขายากพอสมควร เพราะว่าตัวกฎหมายเราเองสามารถที่จะดำเนินการจัดการได้กับนิติบุคคลหรือบุคคลที่อยู่ในราชอาณาจักรเท่านั้น แต่พอแพลตฟอร์มพวกนี้อยู่นอกราชอาณาจักร ในเชิงของข้อกฎหมายที่จะไปดำเนินการเอาผิดค่อนข้างจะยาก ถ้าจะทำคือต้องใช้งบประมาณแผ่นดินเยอะพอสมควร เพราะว่ามันเป็นคดีนอกราชอาณาจักร มันก็ต้องใช้ทั้งอัยการ ทั้งการติดต่อ ทั้งการแปลเอกสารและการเดินทาง”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 14)

“การบังคับคดีกับตัวลูกหนี้ที่อยู่ต่างประเทศค่อนข้างที่จะยากมาก เพราะว่ามันมีกระบวนการที่เขาเรียกว่า cross border enforcement เมื่อไหร่ที่ตัว platform อยู่ต่างประเทศ กระบวนการฟ้องก็ยากแล้ว การบังคับคดีก็ยิ่งยาก เพราะไม่สามารถที่จะสืบหารทรัพย์สิน หรือไม่สามารถที่จะบังคับข้ามประเทศได้ เพราะว่ามันจะติดเรื่องปัญหาสิทธิภาพนอกราชอาณาจักรซึ่งแต่ละประเทศก็จะมี”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 3)

“เนื่องจากเขาไม่ได้มีตัวแทนในประเทศไทย การจะส่งคำพิพากษาไปบังคับในต่างประเทมันก็ไม่ใช่ว่าเรื่องที่เกิดขึ้นได้ง่าย ถ้าเป็นลักษณะโทษเล็กน้อย ไม่ใช่เป็นเรื่องของการส่งผู้ร้ายข้ามแดน เราแทบจะทำได้ยาก ในส่วนของแพ่งก็เช่นเดียวกัน เราจะไปอายัดบัญชีก็ไม่ได้เกี่ยวกับเฟซบุ๊กโดยตรง เฟซบุ๊กเองก็ไม่ได้มีทรัพย์สินในเมืองไทย การที่จะไปบังคับจากต่างประเทศก็อาจจะเป็นไปได้ค่อนข้างยาก เป็นเรื่องที่มีความยุ่งยากซับซ้อนและค่าใช้จ่ายสูง การส่งหมายเรียกในต่างประเทมันก็จะยาวนาน มันจะต้องส่งให้ศาล ศาลก็ต้องส่งไปที่สถานทูต มันจะมีขั้นตอนที่ซับซ้อน แล้วก็ใช้ค่าใช้จ่ายที่เยอะมาก”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 11)

“หลัก ๆ ก็คือคำพิพากษาของศาลประเทไหนเขาก็บังคับได้ภายในอาณาเขตของประเทนั้น ในความหมายว่าถ้าลูกหนี้ถูกพิพากษาให้ใช้เงินแล้วไม่ใช่ปกติก็คือยึดทรัพย์ ทรัพย์นั้นก็ตั้งอยู่ในประเทศที่ศาลมีคำพิพากษา สมมติว่าศาลไทยพิพากษาว่าเขาผิดต้องจ่ายเงิน แต่ในประเทศไทยไม่มีทรัพย์สินใดเลย มันก็เป็นปัญหาว่าคำพิพากษาโดยหลักแล้วเอาไปใช้ที่อื่นไม่ได้ แต่มันมีข้อยกเว้นว่าเป็นภาคินุสัญญาว่าด้วยการยอมรับบังคับตามคำพิพากษาศาลต่างประเทในคดีไทย เป็นเรื่องการยอมรับนับถือบังคับตามคำพิพากษาต่างประเทซึ่งไทยก็ยังไม่เป็นภาคี ฝ่ายไทยก็ยังไม่เป็นภาคีในในอนุสัญญาตัวนี้ แต่มันอาจจะมีข้อยกเว้นในหลักระหว่างประเทก็คือว่าเป็นหลักถ้อยที่ถ้อยอาศัย”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 7)

“ก็ลำบากอีกจุดหนึ่งเพราะว่าประเทไทยเองไม่บังคับรับรองคำพิพากษาของศาลต่างประเท ที่นี้มันก็เลยไม่มีการ reciprocal กัน คือสมมุติต่างประเทเขาจะบอกว่ามันไม่มี reciprocity ในเมื่อประเทไทยไม่เคยรับรองคำพิพากษาศาลต่างประเทเลย แล้วทำไมฉันต้องรับ ฉันต้อง implement อะไรคำพิพากษาศาลไทยด้วย”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 2)

อย่างไรก็ตาม ในประเด็นดังกล่าวมีข้อสังเกตที่น่าสนใจว่า แม้ในปัจจุบันนี้ประเทศไทยจะยังไม่ได้มีการเข้าร่วมเป็นภาคีในอนุสัญญาว่าด้วยการรับรองและบังคับตามคำพิพากษาศาลต่างประเทศในคดีแพ่งและพาณิชย์ ค.ศ. 2019 หรือยังไม่เคยมีการใช้หลักการปฏิบัติต่างตอบแทนในการรับปฏิบัติตามคำพิพากษาของศาลประเทศอื่นในศาลไทยก็ตาม แต่หากจะมีความพยายามในการบังคับคดีกับทางเฟซบุ๊กในกรณีเช่นว่านี้ก็อาจจะสามารถกระทำได้โดยผ่านทาง การประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการให้ความคุ้มครองผู้บริโภคหรือการแข่งขันทางการค้าในประเทศไทยกับหน่วยงานในต่างประเทศที่ทำงานในลักษณะเดียวกัน โดยอาจจำเป็นที่จะต้องเสียค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ หรืออีกแนวทางหนึ่งคืออาจมีหนังสือจากหน่วยงานราชการของประเทศไทยไปยังหน่วยงานด้านการกำกับดูแลการประกอบธุรกิจอย่างมีธรรมาภิบาล (Good governance) ของประเทศสหรัฐอเมริกา เพื่อแจ้งว่าเฟซบุ๊กถูกฟ้องร้องดำเนินคดีในประเทศไทยอันเนื่องมาจากความละเลยไม่ใส่ใจ ปล่อยให้มิฉะฉินหรือผู้ประกอบการที่ไม่สุจริตอาศัยเป็นช่องทางในการแสวงหาประโยชน์ที่มิควรได้โดยชอบด้วยกฎหมายจากผู้บริโภคในเฟซบุ๊กในประเทศไทย อันเป็นการส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงของเฟซบุ๊กในการประกอบธุรกิจในประเทศสหรัฐอเมริกา อันถือเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่น่าสนใจนอกจากจะอาศัยการบังคับคดีโดยการยึดหรืออายัดทรัพย์สินของเฟซบุ๊กแต่เพียงช่องทางเดียว ดังตัวอย่างข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกต่อไปนี้

“ถ้าเป็นคดีผู้บริโภค เรื่องนี้เป็นเรื่องที่อยู่ในทั่วโลกเขาให้ความสำคัญ *consumer production กับ competition* ดังนั้นตัว *authority* ที่เป็น *consumer protection กับ competition law* เขาค่อนข้างเข้มแข็ง แล้วก็มีการทำงานร่วมกันระหว่างประเทศเป็นแบบความร่วมมือ ทั้ง *bilateral* ทั้งลักษณะของ *international* ดังนั้นกลไกแบบนี้คิดว่า สคบ. เขามีอยู่ คือ ฟ้องที่ไทย แต่ว่าการจะไป *enforce* เขาได้แค่ไหน สามารถที่จะให้ สคบ. ไป *collaborate* กับ สคบ. ในต่างประเทศ หรือจะมีกลไกหนึ่ง คือ ถ้าเป็นบริษัทที่ *listing* ในตลาดหลักทรัพย์ การที่เขาโดน *sue* ในประเทศใดประเทศหนึ่งแล้ว ก็อาจจะมามีหนังสือจากตัว *authority* ในประเทศนี้ไปแจ้งใน *listing* ว่าเขาโดนคำพิพากษา เพราะว่ามันจะต้องเอาไปใส่อยู่ในรายงาน ก็อาจจะมามีผลต่อการเป็น *good governance* ของบริษัทในอเมริกาเป็น *listed company* เป็นสิ่งที่ในมุมมองของ *reputation* ก็จะกระทบเยอะ”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 13)

“อย่างสิงคโปร์เท่าที่มีการพูดคุยในกรณีที่เกิดประเด็นเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคที่คนไทยไปถูกละเมิดสิทธิที่ประเทศสิงคโปร์แล้วเราจะดำเนินคดีแทนผู้บริโภครายนั้น แต่ตัวนิติบุคคลเขาอยู่สิงคโปร์ เราก็มี MoU ร่วมกันว่าเราจะทำยังไงนะครับ เราจะปกป้องสิทธิผู้บริโภคพลเมืองของประเทศไทย

ยังไม่ได้ได้รับการคุ้มครอง เพียงแต่เราพอไปสิงคโปร์เขาก็มีค่าใช้จ่าย มันก็ติดขัดปัญหาเรื่องงบประมาณ ถึงแม้จะมี MoU ร่วมกัน เขารับเรื่องดำเนินการให้ เพียงแต่ในแต่ละประเทศเรื่องของการคุ้มครองผู้บริโภค นั้นบางประเทศเขาอยู่ในภาคเอกชน ถ้าตาม พ.ร.บ.วิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค เราไปฟ้องแทนประชาชน เราได้รับการยกเว้นค่าธรรมเนียมทั้งหมด แต่พอเรามีคดีที่ต่างประเทศ เราส่งไปทางนั้ันเค้าก็คิดค่าใช้จ่าย มา มันก็สูงพอสมควร”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 14)

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาลักษณะของการฟ้องร้องดำเนินคดีกับเฟซบุ๊กที่เกิดขึ้นในต่างประเทศ พบว่า มีการฟ้องร้องดำเนินคดีกับเฟซบุ๊กในฐานะที่เป็นช่องทางหรือเป็นเครื่องมือในการกระทำความผิดเช่นเดียวกัน โดยลักษณะของการดำเนินคดีดังกล่าวส่วนใหญ่มักจะเป็นการโพสต์หรือการเผยแพร่ความคิดเห็นผ่านทางเฟซบุ๊กที่อาจนำไปสู่ความรุนแรงอันเกิดจากความแตกต่างทางด้านเชื้อชาติ ชาติพันธุ์ สีผิว หรือศาสนา ในลักษณะที่เป็นอาชญากรรมที่สร้างความเกลียดชัง (hate-crime) รวมถึงข่าวปลอม (fake news) นอกจากนี้ยังพบว่ามี การฟ้องร้องดำเนินคดีกับเฟซบุ๊กในเรื่องอื่น ๆ โดยเฉพาะการที่มิฉฉาชีพใช้เฟซบุ๊กเป็นเครื่องมือหรือช่องทางที่สำคัญในการเข้าถึงผู้ใช้บัญชีที่เกิดขึ้นในหลายประเทศ อาทิเช่น สหพันธรัฐออสเตรเลีย ญี่ปุ่น ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ หรืออินโดนีเซีย เป็นต้น อย่างไรก็ตามก็มีข้อสังเกตในเบื้องต้นว่ากลุ่มประเทศดังกล่าวเหล่านี้ล้วนแล้วแต่มีสำนักงานสาขาของเฟซบุ๊กตั้งอยู่ทั้งสิ้น ดังนั้นจึงอาจไม่เป็นอุปสรรคต่อการที่ผู้ใช้บัญชีเฟซบุ๊กหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในประเทศดังกล่าวจะดำเนินการฟ้องร้องบังคับคดีกับเฟซบุ๊กในประเทศของตน ซึ่งแตกต่างไปจากในประเทศไทยที่ยังไม่มีการจัดตั้งสำนักงานสาขาของเฟซบุ๊กในประเทศไทยแต่อย่างใด ดังตัวอย่างข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกต่อไปนี้

“มีหลายประเทศที่มีเคสเกี่ยวกับเรื่องของเฟซบุ๊กเป็นสื่อกลางในการที่ทำให้เกิดความผิดขึ้นมา เช่น ใช้ช่องทางเฟซบุ๊กไป hate-speech ในการที่ทำให้คนเกลียดชังกัน อย่างประเทศพม่าก็โรฮิงญา หรือฟิลิปปินส์ ก็จะมีเคสอย่างนี้อยู่ เพราะฉะนั้นเฟซบุ๊กถูกปรับหลายหลายตั้งค์เลยนะในเคสนั้น”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 16)

“อย่างในออสเตรเลียก็เป็นรูปธรรม ไม่ใช่ให้คนมาโฆษณาแล้วชั่ว อย่างน้อยก็ต้องตรวจสอบได้ว่ามีตัวตนจริงที่โฆษณา หรือว่าแม้กระทั่งในญี่ปุ่นที่ถ้าเขาฟ้องคดีแสดงว่าเขาต้องมีความรับผิดชอบได้ในญี่ปุ่นเช่นเดียวกัน หรือแม้กระทั่งที่อินโดนีเซียทราบแต่ว่าจะฟ้องแต่สุดท้ายก็เขาจบในชั้นเจรจาที่ยอมจ่ายภาษีให้รัฐบาลอินโดนีเซีย”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 15)

“มันก็มีเคสในออสเตรเลียซึ่ง ACCC เนี่ย ฟ้องเฟซบุ๊กเกี่ยวกับการให้ข้อมูลที่ผิดพลาด เป็น misleading ใช้คำว่า mislead consumer เกี่ยวกับการใช้ข้อมูลของผู้บริโภค แล้วก็อีกอย่างก็คือว่า ยังไงก็ตาม facebook operate ในออสเตรเลีย”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 2)

“ญี่ปุ่นเขาทำได้แม้กระทั่งเรื่องที่ไม่เกี่ยวกับผลประโยชน์ หรือ fraud เลยนะ สมมติว่าเป็นคอนเทนต์แบบเฟคนิวส์ เขามีหน่วยตรวจจับที่สามารถแจ้งแพลตฟอร์มใหญ่ต่าง ๆ เอาเฟคนิวส์ออกได้ทันทีเลย”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 8)

5.8.5 แนวทางอื่นนอกจากกฎหมายในการกำกับดูแลการดำเนินธุรกิจของเฟซบุ๊กในประเทศไทย

ข้อท้าทายที่สำคัญอีกประการหนึ่งในการกำกับดูแลการดำเนินธุรกิจรวมถึงการให้บริการของแพลตฟอร์มดิจิทัล คือ รูปแบบในการดำเนินธุรกิจหรือการให้บริการที่มีลักษณะเฉพาะตัวบางอย่างที่แตกต่างไปจากการดำเนินธุรกิจหรือการให้บริการในอดีต โดยเฉพาะอย่างยิ่งการดำเนินธุรกิจหรือการให้บริการในปัจจุบันที่มีลักษณะของการข้ามพรมแดน รูปแบบการทำงานของเทคโนโลยีบางอย่างที่เอื้อต่อการเกิดปัญหาอาชญากรรมทางเทคโนโลยีหรือการผนวกรวมองค์ความรู้ที่กว้างขวางและมีความแตกต่างหลากหลายเข้าไว้ในพื้นที่ทางสังคมเดียวกัน เป็นต้น ส่งผลให้การอาศัยมาตรการทางกฎหมายแต่เพียงอย่างเดียวในการกำกับดูแลอาจมีความไม่เพียงพอ หรือไม่เท่าทันต่อความเปลี่ยนแปลงในทางเทคโนโลยีดังกล่าว ดังนั้น งานศึกษาวิจัยในครั้งนี้ทางคณะผู้วิจัยจึงได้ทำการสอบถาม

ถึงแนวทางอื่น ๆ ที่นอกเหนือไปจากการใช้กลไกทางกฎหมายในการกำกับดูแลการดำเนินธุรกิจเฟซบุ๊กในประเทศไทย ซึ่งจากการศึกษาคณะผู้วิจัยได้พบแนวทางในการกำกับดูแลที่น่าสนใจ ดังที่จะขอกล่าวถึงต่อไปนี้

ก) แนวทางในการสร้างแรงจูงใจเพื่อให้เฟซบุ๊กจดทะเบียนการประกอบธุรกิจหรือมีการจัดตั้งสำนักงานสาขาในประเทศไทย

แนวทางอื่นนอกจากกฎหมายในการกำกับดูแลการดำเนินธุรกิจของเฟซบุ๊กในประเทศไทยประการแรก ได้แก่ แนวทางในการสร้างแรงจูงใจเพื่อให้เฟซบุ๊กจดทะเบียนการประกอบธุรกิจหรือมีการจัดตั้งสำนักงานสาขาในประเทศไทย ดังที่คณะผู้วิจัยได้กล่าวถึงไว้แล้วในส่วนที่ผ่านมาถึงปัญหาที่สำคัญประการหนึ่งในการกำกับดูแลการดำเนินธุรกิจหรือการบริการของเฟซบุ๊กในประเทศไทยโดยใช้มาตรการหรือกลไกทางกฎหมาย คือ การที่เฟซบุ๊กไม่ได้มีการจดทะเบียนการประกอบธุรกิจหรือไม่ได้มีการจัดตั้งสำนักงานสาขาของตนในฐานะที่เป็นผู้แทนในการดำเนินธุรกิจหรือการให้บริการประเทศไทย อันเป็นอุปสรรคที่สำคัญต่อการบังคับใช้กฎหมายรวมถึงการบังคับคดีกับทางเฟซบุ๊ก เนื่องจากข้อจำกัดตามกฎหมายระหว่างประเทศ แม้ว่าในปัจจุบันนี้ประเทศไทยจะได้มีการประกาศใช้พระราชกฤษฎีกาการประกอบธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ต้องแจ้งให้ทราบ พ.ศ. 2565 ที่กำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัลทุกรายไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบธุรกิจหรือเป็นนิติบุคคลที่จดทะเบียนภายใต้กฎหมายของประเทศใด มีหน้าที่ในการปฏิบัติตามกฎหมายดังกล่าวหากการดำเนินธุรกิจหรือการให้บริการของแพลตฟอร์มเป็นไปตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขตามที่กฎหมายกำหนด

อย่างไรก็ดีจากการศึกษาในครั้งนี้กลับพบว่าแม้การดำเนินธุรกิจหรือการให้บริการของเฟซบุ๊กจะเป็นไปตามหลักเกณฑ์หรือเงื่อนไขตามที่พระราชกฤษฎีกาการประกอบธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ต้องแจ้งให้ทราบ พ.ศ. 2565 กำหนดไว้ทุกประการ แต่เฟซบุ๊กกลับไม่ได้มีการปฏิบัติตามกฎหมายดังกล่าวแต่อย่างใด ซึ่งหากจะพิจารณาจากมุมมองของผู้ประกอบธุรกิจแล้วอาจเห็นได้ว่าการอยู่ภายใต้บังคับของพระราชกฤษฎีกาการประกอบธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ต้องแจ้งให้ทราบ พ.ศ. 2565 นั้น อาจก่อให้เกิดภาระ ข้อยุ่งยาก รวมถึงค่าใช้จ่ายที่อาจเพิ่มขึ้นกับผู้ประกอบธุรกิจ อันอาจไม่เป็นการจูงใจ หรือผู้ประกอบธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลบางรายอาจไม่เห็นถึงความจำเป็นที่จะต้องอยู่ภายใต้กฎหมายดังกล่าวของประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งแพลตฟอร์มดิจิทัลขนาดใหญ่ ที่มีผู้ใช้งานแพลตฟอร์มเป็นจำนวนมากทั่วโลก เช่น เฟซบุ๊ก เป็นต้น ดังนั้น นอกจากการใช้มาตรการหรือกลไกในทางกฎหมายในการกำกับดูแลแล้วนั้น ยังควรมีแนวทางหรือมาตรการในการสร้างแรงจูงใจเพื่อให้เฟซบุ๊กจดทะเบียนการประกอบธุรกิจ หรือมีการจัดตั้งสำนักงานสาขาในประเทศไทย รวมถึงการได้รับผลร้ายหากผู้ประกอบธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลไม่ปฏิบัติตาม อันน่าจะเป็นผลช่วยให้การบังคับใช้พระราชกฤษฎีกาการประกอบ

ธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ต้องแจ้งให้ทราบ พ.ศ. 2565 ตลอดจนกฎหมายภายในอื่น ๆ ของประเทศไทย เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น ดังตัวอย่างข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกต่อไปนี้

“ถามว่าเชิญชวนจูงใจยังไงให้เข้ามา ก็ได้มีการพูดคุยกับตัวแทนที่เขาดูเรื่องนโยบาย ของ facebook อยู่บ้างครั้งสองครั้ง แต่ว่ายังไงเขาก็ไม่มา”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 14)

“อีกมุมหนึ่งที่จำเป็นที่จะต้องทำเพื่อเสริมกันคือ ไม่ใช่มาคุยกับแค่ฝั่งผู้ประกอบการ ต้อง คุยกับฝั่งรัฐด้วยว่าแล้วคุณมี incentive อะไรให้เขา ใครที่ทำดีคุณมี incentive ยังไง กับคนที่ทำไม่ดี คุณ มี penalty อะไร มาคุยกันว่ามันมีกลไกมันมี measure อะไรบ้างที่จะเอามารวมกันและเลือกใช้ มาตรการที่มันเหมาะสม”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 13)

“มันอาจจะมีเรื่อง incentive ของคนที่จะเข้ามา ถ้าเราให้ลักษณะเป็นเรื่องมาตรการ ทางภาษี ยกเว้นอะไรบางอย่าง ทำเป็นลักษณะจูงใจด้วยการที่บอกว่าคุณเข้ามานะไม่เก็บภาษีย้อน นอกจากนี้พอเข้ามาแล้วให้ประโยชน์ทางภาษีอะไรบางอย่างให้กับเขา เพื่อให้เขาช่วยเราดูแลสังคม ถ้าไม่มี incentive เลย เขาคงไม่อยากจะมาทำตรงนี้”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 7)

โดยข้อควรคำนึงที่สำคัญประการหนึ่งในการกำหนดมาตรการหรือแนวทางในการสร้างแรงจูงใจแก่ผู้ ประกอบธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลดังที่กล่าวมานั้น อาจจะต้องพิจารณาว่าผู้ประกอบการธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลนั้น ๆ มีความต้องการได้รับผลประโยชน์ หรือต้องการให้ประเทศไทยให้การสนับสนุนการทำธุรกิจหรือการให้บริการใน ด้านใดเพิ่มเติม นอกเหนือไปจากผลประโยชน์ที่ผู้ประกอบการธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลได้รับอยู่แล้วแม้ว่าจะมิได้มีการ ปฏิบัติตามกฎหมายหรืออยู่ภายใต้เขตอำนาจของประเทศไทย ทั้งยังจะต้องเป็นสิ่งที่รัฐไทยสามารถที่จะตอบสนอง ความต้องการดังกล่าวของผู้ประกอบการธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลนั้น ๆ ได้ โดยที่ไม่เสียผลประโยชน์ของประเทศ

รวมถึงผลประโยชน์ของผู้ใช้บัญชีแพลตฟอร์มดิจิทัลนั้น ๆ ในประเทศไทย ดังตัวอย่างข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกต่อไปนี้

“ต้องถามว่าสิ่งที่เขาต้องการจากรัฐ หรือสิ่งที่ต้องการที่จะให้ภาครัฐสนับสนุนคืออะไร ต้องอย่าลืมว่าเฟซบุ๊กก็คือเอกชน profit เป็นเรื่องสำคัญ เพราะงั้นเราให้อะไรกับเขาใจเพียงพอหรือเปล่า ซึ่งตอนนี้ถามว่าเขาจ่ายภาษีเราเปล่า ไม่จ่าย ยังไม่จ่ายเลย เราบอกเดี๋ยวมีมาตรการลดภาษี คุณไม่ต้องลดหรอก ผมไม่จ่ายให้คุณอยู่แล้ว เขาอยู่แบบนี้เขาก็แฮปปี้ดีแล้ว หน่วยงานของเราอยากคุยอยู่แล้ว แต่ต้องสื่อให้เห็นว่าเขาคุยกับเราแล้วเขาได้อะไร มันอาจจะเป็นเรื่องอื่น ๆ ที่อาจจะมาคุยกัน เพราะฉะนั้นต้องหาว่าอะไรที่เฟซบุ๊กอยากได้จากเรา และสามารถสนองความต้องการบางอย่างของเขาได้ ต้องหาจุดสมดุลว่าอะไรที่เราให้เขาได้แล้วมันเกิดประโยชน์โดยภาพรวม”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 8)

ข) แนวทางในการสร้างความร่วมมือในทางระหว่างประเทศ

แนวทางอื่นนอกจากกฎหมายในการกำกับดูแลการดำเนินธุรกิจของเฟซบุ๊กในประเทศไทยประการต่อมา ได้แก่ แนวทางในการสร้างความร่วมมือในทางระหว่างประเทศ ทั้งนี้เนื่องจากลักษณะของการดำเนินธุรกิจหรือการให้บริการของแพลตฟอร์มดิจิทัลขนาดใหญ่และมีผู้ใช้งานจำนวนมากทั่วโลก เช่น เฟซบุ๊ก ซึ่งด้วยลักษณะของการดำเนินธุรกิจเช่นนี้ อาจส่งผลในทางปฏิบัติทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลขนาดใหญ่ซึ่งถือเป็นธุรกิจของเอกชนรูปแบบหนึ่งแต่กลับมีอำนาจในการต่อรองเหนือรัฐ หรืออาจปฏิเสธไม่อยู่ภายใต้บังคับของกฎหมายภายในของรัฐใดรัฐหนึ่งได้ โดยเฉพาะในกลุ่มรัฐขนาดเล็กหรือกลุ่มประเทศที่กำลังพัฒนา อันเป็นปรากฏการณ์ที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อนภายใต้หลักการในทางกฎหมายระหว่างประเทศ หรือกฎหมายธุรกิจระหว่างประเทศ ด้วยเหตุดังกล่าว จึงควรมีแนวทางในการสร้างความร่วมมือในทางระหว่างประเทศทั้งที่อยู่ในภูมิภาคเดียวกันหรือต่างภูมิภาค เพื่อเป็นการสร้างอำนาจต่อรอง รวมถึงเพื่อเป็นการสร้างความร่วมมือระหว่างประเทศในการดำเนินคดีกับแพลตฟอร์มดิจิทัลใด ๆ เพื่อช่วยแก้ปัญหาในกรณีที่แพลตฟอร์มดิจิทัลไม่มีหรือไม่ประสงค์ที่จะมีการจัดตั้งสำนักงานสาขาเพื่อทำหน้าที่เป็นตัวแทนในการดำเนินธุรกิจในประเทศใดประเทศหนึ่ง ดังตัวอย่างข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกต่อไปนี้

“เราก็ต้องหาพันธมิตร เช่น จีน สิงคโปร์ ซึ่งก็ต้องมีปัญหาคล้าย ๆ เรา เพราะอย่างการฉ้อโกงออนไลน์มันเป็นปัญหาระดับโลกอยู่แล้ว ถ้าผู้นำประเทศมีการพูดคุยกัน หรือสร้างประเด็นในการเกาะเกี่ยวกันว่าเรายกปัญหานี้ขึ้นมาว่าแพลตฟอร์มดิจิทัลตอนนี้มันมีอำนาจเหนือกฎหมายเราหรือเปล่า กฎหมายเรากลุ่มถึงไหม เรียกร้องถึงไหม ผู้บริโภคของประเทศคุณเป็นยังไง ผู้บริโภคของประเทศฉันเป็นยังไง เราก็สามารถสร้างอำนาจต่อรองได้”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 11)

“ช่องทางที่ดีที่สุด คือ ความร่วมมือระหว่างประเทศที่ตั้งขึ้นมาเป็นการเฉพาะ เพราะปัญหาเรื่องฟิชชิ่งที่ไหน บังคับคดีได้ไหม ก็เป็นปัญหา แต่ว่าถ้าแพลตฟอร์มทำธุรกิจอยู่ที่ไหนก็ตามแล้วมีจุดเกาะเกี่ยว แล้วจับเข้าไปในบล็อกที่เป็นภาคีประเทศนั้นก็น่าจะได้”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 7)

“สิ่งที่เห็นชัดก็คือการกระทำความผิดข้ามเขตแดน เหมือนกับคอลเซ็นเตอร์ ไม่มีอยู่ในประเทศไทยหรืออยู่ต่างประเทศ เพราะฉะนั้นเราก็ต้องมาดูว่าต้องสร้างกระบวนการอย่างไรที่มันจะต้องสามารถที่จะเอาผู้กระทำความผิดนอกประเทศไทยมาเข้ากระบวนการความร่วมมือในระหว่างประเทศในการลงโทษได้ เพราะเราอย่าลืมนะว่าแต่ละประเทศมีข้อจำกัดด้านทรัพยากรแต่ละประเทศไม่เหมือนกัน”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 16)

อย่างไรก็ตาม ปัญหาหรืออุปสรรคที่สำคัญประการหนึ่งในการสร้างความร่วมมือในทางระหว่างประเทศ ได้แก่ การสร้างการรวมตัวที่เข้มแข็งในกลุ่มประเทศที่อยู่ในภูมิภาคอาเซียน ทั้งนี้เนื่องจากในภูมิภาคดังกล่าวยังคงมีปัจจัยที่เป็นเงื่อนไขและข้อจำกัดหลายประการที่ไม่เอื้อต่อการรวมตัวกันเพื่อสร้างอำนาจต่อรอง ทั้งในแง่ของการเมือง เศรษฐกิจ กฎหมาย และสังคม ซึ่งแตกต่างกันไปจากกลุ่มประเทศสหภาพยุโรปที่มีการรวมตัวที่เข้มแข็งจริงจัง และมีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันทั้งภูมิภาค ปัญหาและอุปสรรคดังกล่าวจึงถือได้ว่าเป็นอีกหนึ่งข้อท้าทายที่สำคัญของกลุ่มประเทศที่อยู่ในภูมิภาคอาเซียนในการร่วมมือกันเพื่อแก้ปัญหา และเพื่อสร้างอำนาจต่อรองกับผู้ประกอบการธุรกิจหรือให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลขนาดใหญ่ เนื่องจากปัญหาด้านการกำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจ

แพลตฟอร์มดิจิทัลในบางกรณีไม่อาจที่จะอาศัยหรือกำหนดให้เป็นหน้าที่ของรัฐใดรัฐหนึ่งแต่เพียงรัฐเดียวได้ ดังตัวอย่างข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกต่อไปนี้

“การรวมตัวกันการต่อรองเป็นแนวทางที่ดี แต่ว่าในทางปฏิบัติมันคงมี factor หลายเรื่อง การเมือง เศรษฐกิจ ผมว่าถ้าตัวภูมิภาคผมมองว่าอาเซียนไม่เข้มแข็งเลย ระบบเศรษฐกิจวันนี้ยังทะเลาะกันเอง ผมว่าเป็นไปแทบไม่ได้เลยเพราะอาเซียนมันจะไม่ได้ถูก encourage ให้สามารถที่จะทำงาน ในการประสานงาน แล้วมีอำนาจต่อรอง”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 10)

“ก็มีการเจรจากันมาตลอดว่าจะทำอย่างไรในกรอบการค้าที่เป็นเสรีและมีการซื้อขายสินค้าข้ามพรมแดน แต่เข้าใจว่ายังหาข้อตกลงข้อยุติยังไม่ได้ มีบางประเทศยอมรับบางประเทศไม่ยอมรับ มันก็เลยค้างอยู่บนโต๊ะเจรจา ส่วนต่างประเทศของ สคบ. เองเป็นตัวแทนในการพูดคุยเจรจา เช่นเรื่องคำว่าผู้บริโภคก็ยังถกเถียงกันนะว่าความหมายของคำว่าผู้บริโภคเนี่ยประเทศไทยว่าอย่างไร ประเทศเวียดนามอย่างไร สิงคโปร์อย่างไร มันก็ยังมีข้อถกเถียง ถ้ารวมตัวกันได้อย่าง EU มันต้องเป็นข้อสัญญาที่ทุกประเทศตกลงร่วมกัน มีโอกาสที่จะเอาผิดหรือดำเนินคดีกับกับแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กได้ แต่ต้องเป็นข้อตกลงร่วมกัน”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 14)

ค) แนวทางในการทำความร่วมมือกับแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กโดยตรง

แนวทางอื่นนอกจากกฎหมายในการกำกับดูแลการดำเนินธุรกิจของเฟซบุ๊กในประเทศไทยประการที่สามได้แก่ แนวทางในการทำความร่วมมือหรือบันทึกความเข้าใจร่วมกัน (Memorandum of Understanding: MoU) กับเฟซบุ๊ก ในเรื่องของความเข้มงวดในเรื่องของการลงทะเบียนผู้ขายสินค้าหรือบริการบนแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก การช่วยตรวจสอบรวมถึงส่งมอบข้อมูลที่จำเป็น รวมถึงการให้ความร่วมมือทางด้านอื่น ๆ กับหน่วยงานภาครัฐตามที่ได้รับร้องขอ เช่น การปิดกั้นการเข้าถึง หรือการระงับบัญชีผู้ใช้งานปลอม หรือบัญชีผู้ใช้งานที่เป็นมิฉฉาชีพอย่างถาวร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ในการติดตามจับกุมรวมถึงการดำเนินคดีกับมิฉฉาชีพหรือผู้ประกอบการที่อาศัยเฟซบุ๊กเป็นเครื่องมือหรือเป็นช่องทางในการหลอกลวง ฉ้อโกง หรือเพื่อแสวงหาประโยชน์ที่มิควรได้โดยชอบด้วย

กฎหมายจากผู้ใช้บัญชีในประเทศไทย ตลอดจนความร่วมมือในด้านอื่น ๆ เช่น การตรวจสอบและยืนยันตัวตนผู้ใช้บัญชี การให้การช่วยเหลือและเยียวยาในกรณีที่มีความเสียหายใด ๆ เกิดขึ้นจากการใช้งานเฟซบุ๊ก เพื่อให้ผู้ใช้บัญชีเฟซบุ๊กในประเทศไทยได้รับความปลอดภัยมากที่สุดจากการใช้บริการแพลตฟอร์ม ดังตัวอย่างข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกต่อไปนี้

“คิดว่าสามารถทำความร่วมมือกับรัฐได้เหมือนกัน หลายประเทศที่เริ่มกำหนดเลยว่า แพลตฟอร์มนั้นต้องมีหน้าที่ในการช่วยตรวจสอบ และส่งข้อมูลของมีจอาชีพให้กับหน่วยงานรัฐ บางประเทศเขียนไว้เลยว่าในกฎหมายเลยว่ามีหน้าที่ในการตรวจสอบ ถ้าเกิดเจอ ส่งข้อมูลนั้นให้กับหน่วยงานรัฐด้วย อันนี้เป็นความร่วมมือ”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 16)

“มันน่าจะสามารถนำมาพูดคุยทำ MoU กันได้อยู่ นะ อาศัยนโยบายของเขาเวลาเขาจะปิดบัญชีใคร ถ้าปัญหาตัวนี้เฟซบุ๊กได้รับรู้ พูดยุกันแบบบนโต๊ะ ขอความร่วมมือทำ MoU คิดว่ามันก็น่าจะเป็นไปได้นะ”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 1)

“มาตรการที่ไม่ใช่ทางกฎหมายก็อย่างเช่นการขอความร่วมมือกับทางแพลตฟอร์มต่างประเทศโดยตรงว่า โอเคละ ในเมื่อคุณเข้ามาทำตลาดในเมืองไทย เราจะต้องมีนโยบาย หรือแนวทางป้องกันอย่างไรบ้าง นโยบายในการชดใช้เยียวยาอย่างไรถ้าเกิดเกิดปัญหาขึ้น คุณจะต้องสกรีนผู้ที่จะมาใช้แพลตฟอร์มของคุณในการประกอบธุรกิจอย่างไร การแสดงตัวตน คือต้องทำให้ครบรอบด้านเพื่อลดปัญหาการฉ้อโกง ไม่ใช่ใครก็สามารถสร้าง facebook fanpage ขึ้นแล้วก็เอาสินค้าขึ้นแขวนแล้วก็ขายได้เลย ในเมื่อคุณทำตลาดทำ marketplace ในตลาดเมืองไทยแล้ว ก็อาจจะต้องขอความร่วมมือกันนอกกรอบ รวมถึงมาตรการการควบคุมเนื้อหาสินค้าว่าการตรวจสอบ วิธีการเผยแพร่ เนื้อหาในการเผยแพร่ มันขัดต่อกฎหมายไทยใหม่อย่างไร รวมถึงพวกสินค้าที่ปลอมสินค้าเลียนแบบด้วยเช่นกันครับ”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 11)

“สิ่งที่อยากให้เฟซบุ๊กทำก็คือรีจิสเตอร์คนขายเหล่านี้ เราจะได้ชื่อจากคนที่รีจิสเตอร์จากเฟซบุ๊ก ไม่ใช่เราไปซื้อกับโจรตลอดเวลา เพราะบางที่เราบอกว่าอย่าซื้อของที่มันถูกเกินจริง มันเป็นไปได้ ผู้บริโภคไม่มีใครอยากได้ของแพง ทุกคนอยากได้ของถูกหมด มันเป็นเรื่องความต้องการพื้นฐาน”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 15)

“ก่อนที่จะให้มีการซื้อขายกัน ตอนที่จะให้อนุญาตให้มีการเปิดบัญชีเปิดแอคเคาท์เพื่อมาขายสินค้าบริการ ก่อนที่เค้าจะมีสิทธิ์โพสต์ลงไปเฟซบุ๊ก ควรจะต้องมีมาตรการที่แข็งแรงมาก ๆ ก็คือการลงทะเบียน จะต้องมีการยืนยันตัวตนขั้นสูงสุด ทั้ง email ทั้งเบอร์โทรศัพท์ต้องตรงกัน รูปที่ใช้สมัครเป็นรูปตัวการ์ตูน รูปสัตว์เลี้ยง มันต้องเกิดไม่ได้แล้ว จะใช้อวตารไม่ได้แล้ว ยิ่งโดยเฉพาะการโพสต์ขายหรือทำธุรกิจออนไลน์ในแพลตฟอร์มเนี่ย คุณจะต้องมีการ KYC อันนี้ที่ถูกต้องมันจะต้อง KYM เละนะ เอาองค์กรตำรวจเรามาดีกว่ามันมี facebook ของหน่วยงานตำรวจสอบสวนกลาง ของ ปอท. นี่แหละครับ ที่ไปปรากฏอยู่เป็นตัวอย่างเราก็ไล่จับไล่ปิด ทำไมคุณยอมให้คนอื่นใครก็ไม่รู้ไปรีจิสเตอร์ ไปเปิดเพจได้ว่าเป็นองค์กรนั้นนี่ จะบอกว่ามันเป็นเสรีหรือ ผมว่าไม่ใช่เสรีแน่นอน”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 6)

ง) แนวทางในการใช้พลังทางสังคมเพื่อสร้างอำนาจต่อรอง

แนวทางอื่นนอกจากกฎหมายในการกำกับดูแลการดำเนินธุรกิจของเฟซบุ๊กในประเทศไทยประการที่ได้แก่ แนวทางในการใช้พลังทางสังคมเพื่อสร้างอำนาจต่อรองกับเฟซบุ๊ก ทั้งนี้เนื่องจากเป็นที่ทราบกันดีว่าในประเทศไทยมีจำนวนผู้ใช้งานบัญชีเฟซบุ๊กสูงเป็นลำดับต้น ๆ ของโลก ซึ่งหากผู้ใช้บัญชีเฟซบุ๊กในประเทศไทยสามารถที่จะรวมตัวกันเพื่อสร้างแรงขับเคลื่อนในทางสังคมเพื่อเป็นการสร้างความตระหนักรู้ และเพื่อเป็นการเรียกร้องให้เฟซบุ๊กกำหนดมาตรการหรือแนวทางที่มีประสิทธิภาพในการเฝ้าระวัง ตรวจสอบ คัดกรอง เนื้อหารวมถึงการยืนยันตัวตนผู้ใช้งาน ตลอดจนบังคับการให้เป็นไปตามข้อกำหนดมาตรฐานชุมชน และ/หรือข้อตกลงในการให้บริการ อย่างเข้มงวดและจริงจัง โดยเฉพาะการลบ ปิดกั้น หรือการระงับบัญชีผู้ใช้งานที่ละเมิดข้อกำหนดหรือข้อตกลงดังกล่าว โดยอาจมีการกำหนดมาตรการในการตอบโต้หากว่าเฟซบุ๊กยังคงเพิกเฉยไม่ดำเนินการอย่างใด ๆ ที่เป็นรูปธรรม เช่น การหยุดใช้ หรือหยุดซื้อสินค้าผ่านทางเฟซบุ๊ก หรือมีการรณรงค์ให้ใช้งานแพลตฟอร์ม

ทางเลือกอื่น ๆ ที่มีรูปแบบการให้บริการในทำนองเดียวกันกับเฟซบุ๊ก เป็นต้น ดังตัวอย่างข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกต่อไปนี้

“เชื่อว่าเฟซบุ๊กก็ต้องปรับตัวนะ คือขณะนี้เขาจะอยู่โดยที่เขาคิดว่าเขาไม่ต้องทำอะไรไม่ได้ เพราะว่าเขามีคู่แข่งมากขึ้นเรื่อย ๆ เราก็อาจจะตั้งแคมเปญแบบเข้มข้นว่าหยุดซื้อ หยุดใช้เฟซบุ๊กทุกคน เพื่อเป็นเสียงเดียวกันทั้งประชาชน ผู้บริโภค นักวิชาการ พูดเป็นเสียงเดียวกันว่าเราอยากเห็นความเปลี่ยนแปลงจากเฟซบุ๊ก อยากเห็นเฟซบุ๊กรับผิดชอบ มีความหลากหลายในการที่จะส่งเสียงไปถึงเฟซบุ๊กแล้วก็รณรงค์ให้เข้มข้น ซึ่งเราเชื่อว่าอย่างน้อยเฟซบุ๊กน่าจะได้ยิน”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 15)

“เราต้องใช้มาตรการสังคมเข้ามา อย่างเช่นเราต้องเอาสถิติจากการที่คนถูกหลอกลงใน facebook ที่เรามีอยู่ เอามาให้เห็นข้อเท็จจริงว่ามันมีการใช้อย่างนี้จริง ๆ ทำให้เกิดความตระหนัก เราไม่ได้ใส่ร้ายเขาแต่มันเป็นเรื่องจริงที่เราพูดได้ ซึ่งอย่างนี้ facebook ก็จะต้องปรับตัว ถ้าไม่ปรับตัวก็คงอยู่ไม่ได้ พ่อแม่ก็คงไม่อยากให้ลูกมาใช้ ไม่อยากให้ผู้อาวุโสเข้ามายุ่งเกี่ยว”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 10)

“ผมเชื่อว่าถ้าทางภาคสังคมรวมใจมติเขา ข้อมูลเปิดเผยไปว่าคุณเป็น platform อันดับหนึ่งที่มีปัญหา ถ้ายังไม่ช่วยแก้ไขอย่างจริงจังให้กับคนไทย พวกเราขอหันไปใช้ platform อื่น ซึ่งโดยส่วนใหญ่ พ่อค้าแม่ขายทั้งหลายเค้าไม่ได้มีแต่เฟซบุ๊กอย่างเดียว เค้าก็มีหลายช่องทาง”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 6)

“อาจจะต้องใส่มาตรการบางอย่างที่ เช่น มาตรการสนับสนุนภาคประชาชน อาจจะมีการจัดตั้งเครือข่ายอาสาสมัครดิจิทัลขึ้นมา ส่งเสริมให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการตรวจสอบรายงานการฉ้อโกงแพลตฟอร์ม ให้สิทธิ์ผู้บริโภคในการปกป้องข้อมูล ซึ่งถ้าเกิดมีการมีส่วนร่วมภาคประชาชนเมื่อไหร่เนี่ยมันก็จะทำให้เกิดการตระหนักรู้มากยิ่งขึ้น”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 16)

อย่างไรก็ตาม การที่จะช่วยให้แนวทางดังกล่าวเกิดประสิทธิภาพและสามารถสร้างอำนาจต่อรองระหว่างผู้ใช้บัญชีในประเทศไทยกับเฟซบุ๊กได้อย่างแท้จริงนั้น จำเป็นที่จะต้องอาศัยกระบวนการลงทัณฑ์ทางสังคม (social sanction) ที่มีความเข้มแข็งในลักษณะเดียวกันกับผู้บริโภคในกลุ่มประเทศที่มีการใช้บรรทัดฐานหรือวัฒนธรรมเป็นกลไกการควบคุมสังคมอย่างไม่เป็นทางการ (informal social control) อย่างเข้มแข็งและจริงจัง เช่น ประเทศญี่ปุ่น เป็นต้น ซึ่งการใช้แนวทางการควบคุมสังคมอย่างไม่เป็นทางการในประเทศไทยโดยการใช้กระบวนการทางสังคมเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนอาจจะยังไม่มี ความเข้มแข็งมากนัก อันถือได้ว่าเป็นอีกหนึ่งความท้าทายที่สำคัญหากจะมีการใช้พลังหรือการขับเคลื่อนทางสังคมเพื่อสร้างอำนาจต่อรองกับเฟซบุ๊ก ดังตัวอย่างข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกต่อไปนี้

“กับอีกฝั่งหนึ่งคือฝั่งของ user เอง ยกตัวอย่างญี่ปุ่นเป็นประเทศที่น่าสนใจมาก คือเขามีวินัย แล้ว social sanction เขาทำงานเข้มข้นมาก คำถามคือถ้าเราใช้แบบนี้ในประเทศไทย user จะหยุดใช้ไหม แต่ว่า user ในประเทศญี่ปุ่นมันได้ผล เพราะว่าคนญี่ปุ่นเขาให้ความสำคัญกับคนที่ไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย มันเลยกลายเป็นว่า culture ของแต่ละประเทศ หรือ culture ของ user consumer แต่ละประเทศ มันก็ส่งผลต่อการกำหนดมาตรการด้วยเหมือนกัน”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 13)

จ) แนวทางในการสนับสนุนให้เกิดแพลตฟอร์มดิจิทัลของประเทศไทย

แนวทางอื่นนอกจากกฎหมายในการกำกับดูแลการดำเนินธุรกิจของเฟซบุ๊กในประเทศไทยประการสุดท้ายได้แก่ แนวทางในการสนับสนุนให้เกิดแพลตฟอร์มดิจิทัลของประเทศไทยขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากในปัจจุบันนี้ประเทศไทยยังคงต้องอาศัยการพึ่งพาเทคโนโลยีของต่างประเทศในหลายด้าน โดยเฉพาะเทคโนโลยีด้านการสื่อสาร หรือการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นที่ได้รับความนิยมอย่างสูงและต่อเนื่องเป็นระยะเวลายาวนานในสังคมไทย การที่ต้องอาศัยหรือพึ่งพาเทคโนโลยีดังกล่าวของต่างประเทศแต่เพียงอย่างเดียวนอกจากจะทำให้ประเทศไทยขาดความสามารถในการแข่งขันในระดับโลกแล้ว ยังก่อให้เกิดการผูกขาดทางการให้บริการอันส่งผลกระทบต่ออำนาจในการต่อรองหากว่าแพลตฟอร์มดิจิทัลของต่างประเทศไม่ได้ให้ความร่วมมือ หรือไม่ยอมดำเนินธุรกิจหรือการให้บริการภายใต้กฎหมายของประเทศไทย

“ผมเคยคิดเล่น ๆ ว่า ทำให้รัฐไทยไม่เคยสนับสนุนผู้ประกอบการแพลตฟอร์มดิจิทัลของไทยเอง มันควรจะต้องมีการสนับสนุนให้ผู้ประกอบการไทยขึ้นมาเป็นแพลตฟอร์มดิจิทัลในมุมต่าง ๆ ถ้าเป็นแพลตฟอร์มดิจิทัลในต่างประเทศ ในจีนเขาสนับสนุน มันก็จะมีอำนาจการต่อรอง มีช่องทางมีการแข่งขันที่สมบูรณ์มากกว่านี้ ผมมองว่ารัฐควรสนับสนุนให้ผู้ประกอบการไทยสร้างแพลตฟอร์มดิจิทัลในทุก ๆ มุมให้ครบถ้วนเพื่อรองรับ พอเรามี ผมก็เชื่อว่าอำนาจการต่อรองเราก็สูงขึ้น”

(ผู้ให้ข้อมูลท่านที่ 11)

บทที่ 6 อภิปรายผลการศึกษา

จากที่ได้ทำการศึกษาถึงสถานการณ์การหลอกลวง ฉ้อโกง รวมถึงการใช้เฟซบุ๊กเป็นเครื่องมือหรือเป็นช่องทางในการแสวงหาประโยชน์ที่มีควรได้โดยชอบด้วยกฎหมาย ตลอดจนสภาพปัญหาหรืออุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น หรืออาจเกิดขึ้นอันเนื่องมาจากการฟ้องร้องดำเนินคดีกับเฟซบุ๊กในประเทศไทย ดังที่ได้กล่าวไว้แล้วในบทที่ผ่านมา ในบทนี้ คณะผู้วิจัยจะได้ทำการอภิปรายผลการศึกษาโดยการเปรียบเทียบ วิเคราะห์ และสังเคราะห์ ผลการศึกษาทั้งในเชิงเอกสาร เชิงคุณภาพ และเชิงปริมาณ เพื่อนำไปสู่ข้อเสนอแนะในการกำกับผู้ประกอบการธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลเฟซบุ๊กที่กระทบต่อสิทธิของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตรงกับสภาพปัญหา และสอดคล้องกับบริบททางสังคมของประเทศไทย ดังจะกล่าวต่อไปนี้

6.1 ลักษณะหรือประเภทคดีที่มีหรือเคยมีการฟ้องร้องดำเนินคดีกับแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก

องค์ประกอบที่สำคัญประการหนึ่งในการใช้มาตรการทางกฎหมายเป็นเครื่องมือในการกำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลเฟซบุ๊ก คือ กลไกการฟ้องร้องดำเนินคดีเพื่อบังคับการให้เป็นไปตามกฎหมาย เนื่องจากการประกอบธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลจะมีลักษณะเฉพาะที่สำคัญประการหนึ่ง คือ การไม่ตกอยู่ภายใต้ข้อจำกัดของพรมแดนทางกายภาพ (borderless) เหมือนเช่นการประกอบธุรกิจในรูปแบบเดิม (Traditional business) ส่งผลให้ธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลเช่นนี้อาจไม่จำเป็นต้องมีการจดทะเบียน หรือขออนุญาตดำเนินธุรกิจกับประเทศปลายทาง รวมถึงอาจไม่มีความจำเป็นที่จะต้องมีการแต่งตั้งผู้แทน หรือตัวแทนในการดำเนินธุรกิจของตนประจำประเทศปลายทางแต่อย่างใด โดยสถานการณ์ดังกล่าวจึงอาจเกิดผลกระทบต่อการใช้มาตรการทางกฎหมายในการกำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลขึ้นได้ โดยเฉพาะการฟ้องร้องดำเนินคดีกับแพลตฟอร์มดิจิทัล หากว่าการดำเนินธุรกิจหรือการให้บริการของแพลตฟอร์มมีการขัดแย้ง ฝ่าฝืน หรือไม่ได้มีการปฏิบัติให้เป็นไปตามที่กฎหมายภายในของประเทศปลายทางที่แพลตฟอร์มนั้น ๆ ดำเนินกิจการ (operate) อยู่ เนื่องจากแพลตฟอร์มดิจิทัลนั้นไม่มีภูมิสำเนาในการประกอบธุรกิจอยู่ในประเทศปลายทางอันถือเป็นจุดเกาะเกี่ยวทางกฎหมายที่สำคัญในเรื่องของการฟ้องร้องดำเนินคดีกับนิติบุคคลต่างประเทศ

อย่างไรก็ตาม เมื่อคณะผู้วิจัยได้ทำการศึกษาถึงลักษณะหรือประเภทคดีที่มีหรือเคยมีการฟ้องร้องดำเนินคดีกับแพลตฟอร์มดิจิทัลโดยเลือกศึกษาเฉพาะกรณีของเฟซบุ๊กนั้น พบว่า เฟซบุ๊กก็เคยถูกฟ้องร้องดำเนินคดีภายใต้เขตอำนาจของศาลประเทศอื่นนอกเหนือไปจากศาลของประเทศสหรัฐอเมริกาเช่นเดียวกัน อันเป็นผลมาจากลักษณะของการดำเนินธุรกิจหรือการให้บริการของเฟซบุ๊กที่เกิดขึ้นในประเทศเหล่านั้น ซึ่งสามารถแบ่ง

ลักษณะหรือประเภทคดีที่มีหรือเคยมีการฟ้องร้องดำเนินคดีกับแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กออกได้เป็น 2 ลักษณะที่สำคัญ ดังนี้

6.1.1 กรณีการฟ้องร้องดำเนินคดีกับเฟซบุ๊กในกลุ่มประเทศที่มีสำนักงานหรือสำนักงานสาขาของเฟซบุ๊กประจำอยู่ในประเทศ

ลักษณะหรือประเภทคดีที่มีหรือเคยมีการฟ้องร้องดำเนินคดีกับแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กกลุ่มแรก ได้แก่ การฟ้องร้องดำเนินคดีกับเฟซบุ๊กในกลุ่มประเทศที่มีสำนักงานใหญ่หรือสำนักงานสาขาของเฟซบุ๊กจัดตั้งประจำอยู่ในประเทศนั้น ซึ่งในกลุ่มดังกล่าวพบว่ามีมีการฟ้องร้องดำเนินคดีกับเฟซบุ๊กที่ค่อนข้างมีประเภทคดีที่มีความหลากหลาย โดยอาจเป็นการฟ้องร้องดำเนินคดีกับเฟซบุ๊กตามกฎหมายภายในของประเทศนั้น ๆ โดยตรง รวมถึงกฎหมายต่างประเทศที่ได้รับการอนุวัติการ (implementation) เป็นกฎหมายภายในของประเทศนั้น ๆ แล้ว เช่น กฎหมายเกี่ยวกับการแข่งขันทางการค้าในประเทศเยอรมัน (Act against Restraints of Competition หรือ Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen: GWB) กฎหมายเกี่ยวกับการควบคุมกิจการในประเทศอังกฤษ (the Enterprise Act of 2002) กฎหมายเกี่ยวกับการกลั่นกรองเนื้อหาที่มีการโพสต์ผ่านทางแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กในประเทศสหรัฐอเมริกา (Communications Decency Act of 1996) และในประเทศเยอรมัน (the Network Enforcement Act of 2017 หรือ Netzwerkdurchsetzungsgesetz: NetzDG) กฎหมายที่เกี่ยวกับการควบคุมอาชญากรรมคอมพิวเตอร์ในประเทศอินเดีย (The Information Technology Act of 2000) รวมถึงกฎหมายภายในพื้นฐานอื่น ๆ เช่น กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา กฎหมายแรงงาน กฎหมายการลงทุน กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค กฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และกฎหมายป้องกันการเลือกปฏิบัติที่ไม่เป็นธรรม เป็นต้น

6.1.2 กรณีการฟ้องร้องดำเนินคดีกับเฟซบุ๊กในกลุ่มประเทศที่ไม่ได้มีสำนักงานสาขาของเฟซบุ๊กประจำอยู่ในประเทศ

ลักษณะหรือประเภทคดีที่มีหรือเคยมีการฟ้องร้องดำเนินคดีกับแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กกลุ่มที่สอง ได้แก่ การฟ้องร้องดำเนินคดีกับเฟซบุ๊กในกลุ่มประเทศที่ไม่มีสำนักงานสาขาของเฟซบุ๊กจัดตั้งประจำอยู่ในประเทศนั้น ซึ่งจากการศึกษาในครั้งนี้ คณะผู้วิจัยไม่พบว่ามีหรือเคยมีการฟ้องร้องดำเนินคดีกับแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กในประเทศที่ไม่มีสำนักงานสาขาของเฟซบุ๊กจัดตั้งประจำอยู่ในประเทศแต่อย่างใด นอกจากการฟ้องร้องเฟซบุ๊กโดยชาวโรฮีนจาเพื่อเรียกร้องค่าสินไหมทดแทนจากเฟซบุ๊กอันเนื่องมาจากความล้มเหลวของเฟซบุ๊กในการบริหารจัดการระบบอัลกอริธึม (Algorithms) ของตนในการควบคุม หรือจำกัดการเผยแพร่ข้อความหรือข้อมูลดิจิทัลในลักษณะที่เป็นอาชญากรรมแห่งความเกลียดชัง (Hate-crime) ที่มุ่งเป้าในการโจมตีชาวโรฮีนจา รวมถึงการยุยงให้เกิดการฆ่าล้าง

เผ่าพันธุ์ชาวโรฮีนจาที่อาศัยอยู่ในประเทศเมียนมาร์ อย่างไรก็ตามการฟ้องร้องดำเนินคดีดังกล่าวไม่ได้เป็นการฟ้องร้องเฟซบุ๊กต่อศาลของประเทศเมียนมาร์แต่อย่างใด หากแต่เป็นการฟ้องร้องที่เกิดขึ้นในประเทศสหรัฐอเมริกา และในสหราชอาณาจักร (ณรงค์กร มโนจันทร์เพ็ญ, 2021) นอกจากนี้ยังมีข้อสังเกตว่าการฟ้องร้องดำเนินคดีกับเฟซบุ๊กในกรณีดังกล่าวนี้ เป็นการกล่าวอ้างถึงอาชญากรรมแห่งความเกลียดชัง และการฆ่าล้างเผ่าพันธุ์ อันเป็นอาชญากรรมที่ได้รับการยอมรับในปัจจุบันว่าเป็นความผิดสากลที่มีความร้ายแรงและขัดต่อหลักมนุษยธรรม จึงส่งผลให้ประเทศใดก็ตามที่พบเห็นอาชญากรรมในลักษณะดังกล่าวก็สามารถที่จะมีอำนาจในการพิจารณาพิพากษารวมถึงลงโทษผู้กระทำความผิดได้ตามหลัก Universal Jurisdiction (Kress, 2006)

จากลักษณะหรือประเภทคดีที่มีหรือเคยมีการฟ้องร้องดำเนินคดีกับแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กดังกล่าวจะเห็นได้ว่าการฟ้องร้องดำเนินคดีกับเฟซบุ๊กทุกกรณีจะเกิดขึ้นเฉพาะแต่เพียงในประเทศที่มีสำนักงานใหญ่ของเฟซบุ๊ก หรืออย่างน้อยก็ต้องมีสำนักงานสาขาของเฟซบุ๊กจัดตั้งอยู่ในประเทศนั้น ๆ โดยในกลุ่มประเทศที่ไม่มีสำนักงานสาขาของเฟซบุ๊กจัดตั้งประจำอยู่ คณะผู้วิจัยยังไม่พบว่ามีการฟ้องร้องดำเนินคดีกับเฟซบุ๊กแต่อย่างใด นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาถึงกฎหมายหรือข้อกล่าวหาที่มีการนำมาฟ้องร้องดำเนินคดีกับเฟซบุ๊กนั้นก็พบว่า ในกลุ่มประเทศที่มีสำนักงานใหญ่หรือสำนักงานสาขาของเฟซบุ๊กจัดตั้งอยู่นั้น จะมีลักษณะหรือประเภทของคดีที่มีความหลากหลายตั้งแต่ระดับกฎหมายพื้นฐานทั่วไป เช่น กฎหมายแพ่ง กฎหมายพาณิชย์ กฎหมายอาญา และในระดับกฎหมายเฉพาะพิเศษต่าง ๆ ซึ่งมีความครอบคลุมถึงสภาพปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกิจหรือการให้บริการของเฟซบุ๊กมากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับลักษณะหรือประเภทคดีที่มีหรือเคยมีการฟ้องร้องดำเนินคดีกับแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กที่เกิดขึ้นในกลุ่มประเทศที่ไม่มีสำนักงานสาขาของเฟซบุ๊ก ที่พบว่าจะมีลักษณะเป็นความผิดสากล เช่น อาชญากรรมแห่งความเกลียดชัง หรือการยุยงส่งเสริมให้มีการฆ่าล้างเผ่าพันธุ์ โดยอาศัยเฟซบุ๊กเป็นช่องทางหรือเป็นเครื่องมือ ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลที่คุณคณะผู้วิจัยได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกในประเด็นดังกล่าวที่ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เห็นว่าลักษณะหรือประเภทคดีที่มีหรือเคยมีการฟ้องร้องดำเนินคดีกับแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กนั้น มักจะเกิดขึ้นในกลุ่มประเทศที่มีสำนักงานใหญ่หรือมีสำนักงานสาขาของเฟซบุ๊กจัดตั้งอยู่ ทั้งนี้ น่าจะเนื่องจากว่าการฟ้องร้องดำเนินคดีกับเฟซบุ๊กในกลุ่มประเทศที่มีสำนักงานใหญ่ หรือสำนักงานสาขาของเฟซบุ๊กจัดตั้งอยู่นั้น จะเอื้อให้เกิดความสะดวกแก่ผู้เสียหายในการฟ้องร้องดำเนินคดี ทั้งยังเป็นการสะดวกต่อหน่วยงานที่อยู่ในกระบวนการยุติธรรม เช่น ศาลยุติธรรม พนักงานอัยการ ทนายความ รวมถึงเจ้าหน้าที่ตำรวจ ในการดำเนินกระบวนการหรือขั้นตอนต่าง ๆ เช่น การส่งสำเนาคำฟ้อง สำเนาคำให้การ หมายศาลต่าง ๆ ตลอดจนหมายบังคับคดีภายหลังจากที่ศาลได้มีคำพิพากษาในชั้นที่สุดแล้วอีกด้วย

สำหรับในประเทศไทย แม้ว่าจากข้อมูลทั่วไปรวมถึงข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านทางแบบสอบถามทางออนไลน์ในการศึกษาครั้งนี้ ต่างก็มีข้อมูลที่สอดคล้องกันไปในแนวทางเดียวกันว่าเป็นอีก

ประเทศหนึ่งที่กำลังประสบกับปัญหาการที่เฟซบุ๊กถูกนำมาใช้โดยมิฉฉาชีพ หรือผู้ประกอบการที่ไม่สุจริตในลักษณะที่เป็นเครื่องมือหรือเป็นช่องทางในการหลอกลวง ฉ้อโกง รวมถึงกระทำการใด ๆ อันเป็นการแสวงหาประโยชน์ที่มิควรได้โดยชอบด้วยกฎหมาย ทำให้ผู้ใช้บัญชีเฟซบุ๊กในฐานะที่เป็นผู้บริโภคต้องเป็นฝ่ายเสียเปรียบและผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะเห็นว่าเฟซบุ๊กควรที่จะต้องมีความรับผิดชอบในกรณีดังกล่าว โดยควรถูกฟ้องร้องดำเนินคดีในประเทศไทยในฐานะที่เป็นเจ้าของพื้นที่แต่กลับปล่อยปละละเลยให้มิฉฉาชีพใช้เป็นพื้นที่ในการหลอกลวงผู้บริโภค อย่างไรก็ตาม จากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกในงานศึกษารั้งนี้ กลับยังไม่พบว่ามีหรือเคยมีผู้เสียหายที่เป็นผู้ใช้งานบัญชีเฟซบุ๊กในประเทศไทยรายใดที่เคยมีการแจ้งความร้องทุกข์ต่อเจ้าพนักงานตำรวจ หรือเคยฟ้องร้องดำเนินคดีกับแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กต่อศาลยุติธรรมในประเทศไทย ในกรณีที่เฟซบุ๊กถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือหรือเป็นช่องทางแก่มิฉฉาชีพหรือผู้ประกอบการที่ไม่สุจริตมาก่อนแต่อย่างใด

เมื่อทำการเปรียบเทียบกับกรณีที่มีความใกล้เคียงกันที่เกิดขึ้นในประเทศญี่ปุ่น โดยในกรณีดังกล่าวนั้นเฟซบุ๊กถูกผู้ใช้บัญชีชาวญี่ปุ่นรวมตัวกันเพื่อฟ้องร้องเรียกค่าเสียหายอันเนื่องมาจากการที่เฟซบุ๊กละเลยไม่ดำเนินการใด ๆ ต่อปัญหาการที่มีผู้นำชื่อและรูปภาพของบุคคลผู้มีชื่อเสียงไปใช้แสวงหาประโยชน์โดยไม่ได้รับอนุญาต โดยเฉพาะการนำไปประกอบเป็นส่วนหนึ่งของโฆษณาชวนเชื่อที่มีลักษณะเป็นการฉ้อโกง หรือหลอกลวงให้ผู้ใช้บัญชีเฟซบุ๊กกรายอื่น ๆ หลงเชื่อ (The Japan Times, 2024) ซึ่งแม้ว่าจนถึงปัจจุบันนี้จะไม่พบว่ามีคดีหน้าใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการฟ้องร้องดำเนินคดีดังกล่าวเพิ่มเติม อันเนื่องมาจากยังอยู่ในระหว่างการพิจารณาของศาลยุติธรรมประเทศญี่ปุ่น แต่จากเหตุการณ์ดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า เฟซบุ๊กเองก็อาจจะถูกฟ้องร้องดำเนินคดีในกรณีละเลยต่อความปลอดภัยของผู้ใช้บัญชีได้เช่นเดียวกัน โดยเฉพาะความเสี่ยงต่อการตกเป็นเหยื่อของการถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงโดยอาศัยเฟซบุ๊กเป็นช่องทางหรือเป็นเครื่องมือ แม้ว่าเฟซบุ๊กมักจะอ้างว่าการให้บริการหลักของตนเป็นเพียงการทำหน้าที่ “ตัวกลาง” (intermediately) เพื่อช่วยให้ผู้คนได้มีโอกาสพบปะกัน ดังนั้นจึงไม่จำเป็นต้องมีความรับผิดชอบในเนื้อหาที่ผู้ใช้รายอื่นเป็นผู้สร้างขึ้น (user-generated content) แต่อย่างใด อย่างไรก็ตามในประเด็นดังกล่าวมีข้อสังเกตว่าประเทศญี่ปุ่นเป็นหนึ่งในกลุ่มประเทศที่อยู่ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่มีสำนักงานสาขาของเฟซบุ๊กจัดตั้งประจำอยู่ ดังนั้น จึงอาจเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้ผู้ใช้บัญชีเฟซบุ๊กชาวญี่ปุ่นที่ได้รับความเสียหายสามารถที่จะรวมตัวกันเพื่อฟ้องร้องดำเนินคดีกับเฟซบุ๊กในข้อกล่าวหาดังกล่าวได้ โดยอาศัยแต่เพียงบทบัญญัติของกฎหมายภายในที่มีผลบังคับใช้อยู่ในปัจจุบันของประเทศญี่ปุ่น อันเป็นจุดแตกต่างที่สำคัญหากจะมีการฟ้องร้องดำเนินคดีกับเฟซบุ๊กด้วยข้อกล่าวหาที่เป็นอย่างเดียวกันในประเทศไทย

เมื่อพิจารณาในแง่มุมของจำนวนผู้ใช้บัญชีเฟซบุ๊ก พบว่า ข้อมูลล่าสุดจากรายงานของ DataReportal ณ เดือนมกราคม 2025 ระบุจำนวนผู้ใช้ Facebook ในแต่ละประเทศที่มากที่สุดในปี.ศ. 2025 ปรากฏ ดังนี้

- 1) อินเดีย 384 ล้านคน
- 2) สหรัฐอเมริกา 197 ล้านคน
- 3) อินโดนีเซีย 122 ล้านคน

- 4) บราซิล 112 ล้านคน
- 5) เม็กซิโก 93 ล้านคน
- 6) ฟิลิปปินส์ 90.8 ล้านคน
- 7) เวียดนาม 76.2 ล้านคน
- 8) บังกลาเทศ 60 ล้านคน
- 9) ไทย 51 ล้านคน
- 10) ปากีสถาน 49.4 ล้านคน

ทั้งนี้เป็นที่น่าสังเกตว่าจำนวนผู้ใช้บัญชีของเฟซบุ๊กในประเทศไทยมีเป็นจำนวนมาก และติดอันดับหนึ่งในสิบของโลก แต่เฟซบุ๊กยังไม่มีการดำเนินการเพื่อตั้งสาขาในประเทศไทย การผลักดันให้เฟซบุ๊กดำเนินการตั้งสำนักงานสาขาในประเทศไทยจึงเป็นแนวทางหนึ่งที่สำคัญสำหรับการคุ้มครองผู้ใช้บริการในประเทศให้ได้รับความคุ้มครองอย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น¹

6.2 ข้อจำกัดทางด้านกฎหมายรวมถึงการบังคับคดีกับเฟซบุ๊กในประเทศไทย

ประเด็นที่ควรคำนึงถึงประการต่อมาในการนำเอากฎหมายมาใช้เป็นเครื่องมือในการกำกับดูแลการประกอบธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลเฟซบุ๊ก ได้แก่ ข้อจำกัดทางด้านกฎหมายรวมถึงการบังคับคดีในกรณีที่มีการฟ้องร้องดำเนินคดีกับเฟซบุ๊กในประเทศไทย โดยอาจแบ่งข้อจำกัดดังกล่าวออกได้เป็น 3 กลุ่มที่สำคัญ ดังต่อไปนี้

6.2.1 ข้อจำกัดด้านกฎหมายที่มีผลบังคับใช้อยู่ในปัจจุบัน

ข้อจำกัดในการใช้มาตรการทางกฎหมายในการกำกับดูแลการประกอบธุรกิจของเฟซบุ๊กในประเทศไทย ประการแรก คือ ข้อจำกัดในด้านกฎหมายที่มีผลบังคับใช้อยู่ในปัจจุบัน ทั้งนี้แม้ว่ากฎหมายที่มีผลบังคับใช้ในปัจจุบันของประเทศไทยหลายฉบับจะยังคงสามารถนำมาปรับใช้กับความเสียหายที่เกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกิจหรือการให้บริการของเฟซบุ๊กได้ก็ตาม แต่จากการศึกษาในครั้งนี้ทำให้คณะผู้วิจัยได้ทราบถึงข้อจำกัดบางประการหากจะมีการนำกฎหมายเหล่านั้นมาใช้แก่กรณีโดยตรง โดยเฉพาะกรณีที่เฟซบุ๊กปล่อยปละละเลยให้มีฉ้อฉลหรือผู้ประกอบการที่ไม่สุจริตอาศัยเป็นช่องทางหรือเป็นเครื่องมือในการแสวงหาประโยชน์ที่มีควรได้โดยชอบด้วยกฎหมายจากผู้ใช้บัญชีเฟซบุ๊กในประเทศไทย ดังที่จะได้กล่าวถึงต่อไปนี้

¹ สำหรับจำนวนผู้ใช้งานบัญชีแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กในกลุ่มประเทศที่อยู่ในทวีปเอเชียแปซิฟิก โปรดดูรายละเอียดในเอกสารภาคผนวก

ก) ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์

ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์จัดว่าเป็นกฎหมายพื้นฐานที่มีความสำคัญยิ่งฉบับหนึ่งของประเทศไทย เนื่องจากเป็นบทบัญญัติของกฎหมายที่เป็นการรับรองสิทธิและกำหนดหน้าที่เป็นการทั่วไปให้แก่ประชาชน โดยเนื้อหาของกฎหมายจะถูกแบ่งออกเป็น 6 ส่วน (หรือ 6 บรรพ) แต่ในส่วนที่มีความเกี่ยวข้อง และสามารถนำมาปรับใช้กับกรณีความรับผิดชอบของเฟซบุ๊กในการดำเนินธุรกิจหรือการให้บริการ ได้แก่ บรรพ 2 ลักษณะ 2 ว่าด้วยเรื่องสัญญา และลักษณะ 5 ว่าด้วยเรื่องละเมิด โดยเมื่อพิจารณาในด้านของ “สัญญา” จะเห็นได้ว่า การที่เฟซบุ๊กได้มีการกำหนดเนื้อหา เงื่อนไข ตลอดจนข้อจำกัดในการให้บริการไว้ใน “ข้อตกลงในการให้บริการ” (Terms of Service) รวมถึง “ข้อกำหนดมาตรฐานชุมชน” (Community Standard) อันอาจถือได้ว่าเป็นข้อสัญญามาตรฐาน (Standard form contract) ทางดิจิทัลรูปแบบหนึ่ง ซึ่งไม่เพียงแต่มีผลผูกพันผู้ใช้บริการฝ่ายเดียวเท่านั้น หากแต่ยังผลผูกพันต่อเฟซบุ๊กในฐานะผู้ให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลที่มีหน้าที่ในการปฏิบัติตามข้อตกลงในการให้บริการรวมถึงข้อกำหนดมาตรฐานชุมชนของตนด้วยเช่นเดียวกัน เมื่อพิจารณาจากเนื้อหาที่ปรากฏในข้อตกลงในการให้บริการและข้อกำหนดมาตรฐานชุมชนของเฟซบุ๊กแล้ว พบว่า เฟซบุ๊กได้มีการให้คำรับรองด้านความปลอดภัยในการใช้งานแพลตฟอร์มให้แก่ผู้ใช้บัญชี โดยระบุไว้ในข้อตกลงในการให้บริการว่ามีการนำเอาเทคโนโลยีต่าง ๆ เช่น เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence; AI) ระบบการเรียนรู้ของเครื่องกล (Machine Learning) และเทคโนโลยีความจริงเสมือน (Augmented Reality) เข้ามาร่วมใช้ในการเฝ้าระวังและรักษาความปลอดภัยให้แก่ผู้ใช้บัญชีในการใช้งานแพลตฟอร์ม ดังนั้น การที่เฟซบุ๊กมิได้ดำเนินการอย่างหนึ่งอย่างใดเพื่อเป็นการดูแลรักษาความปลอดภัยให้แก่ผู้ใช้บัญชีตามที่ได้มีการระบุไว้ในข้อตกลงในการให้บริการของตนอย่างเข้มงวดเพียงพอ จนเป็นเหตุให้มีฉ้อฉลหรือผู้ประกอบการที่ไม่สุจริตอาศัยเฟซบุ๊กเป็นช่องทางหรือเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการเข้าถึงผู้ใช้บัญชีเพื่อแสวงหาประโยชน์ที่ไม่ควรได้โดยชอบด้วยกฎหมาย แม้ว่าเฟซบุ๊กจะได้มีการรับการแจ้งเตือน (notice) จากผู้ใช้บัญชีถึงเหตุอันตรายหรือความไม่ปลอดภัยที่เกิดขึ้นในระหว่างการใช้งาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของบัญชีผู้ใช้ปลอม หรือบัญชีผู้ใช้ที่เป็นฉ้อฉล จึงถือได้ว่าเฟซบุ๊กไม่ได้ปฏิบัติตามข้อตกลงในการให้บริการซึ่งเป็นข้อสัญญาที่มีผลผูกพันระหว่างเฟซบุ๊กกับผู้ใช้บัญชี อันถือเป็นมูลเหตุสำคัญที่ส่งผลให้เฟซบุ๊กอาจถูกผู้ใช้บัญชีในประเทศไทยฟ้องร้องเพื่อเรียกค่าเสียหายจากเฟซบุ๊กอันเนื่องมาจากการผิดสัญญาตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ของประเทศไทยได้

นอกจากนี้ หากพิจารณาตามพระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ.2544 (แก้ไขเพิ่มเติมฉบับที่ 2 พ.ศ. 2551) มาตรา 24 ที่กำหนดว่า “สถานที่ส่งและรับข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ คือ ที่ทำการงานของผู้ส่งข้อมูล หรือได้รับ ณ ที่ทำการงานของผู้รับข้อมูล” โดยสถานที่ทำการงานของผู้ส่งและผู้รับข้อมูลจะเป็นหลักทั่วไปในการกำหนดสถานที่ที่ส่งและรับข้อมูล ดังนั้นสถานที่ที่ผู้ใช้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลในประเทศไทยส่งข้อมูลไปจึงเป็นสถานที่มูลคดีเกิดได้ เมื่อพิจารณาต่อมาในประเด็นที่คู่สัญญามีสัญชาติแตกต่างกัน โดยเฉพาะ

เป็นแพลตฟอร์มดิจิทัลที่เป็นนิติบุคคลต่างประเทศและเมื่อคู่สัญญาไม่ได้ตกลงเลือกกฎหมายหรือคู่สัญญาไม่ได้มีสัญชาติร่วมกันให้ใช้กฎหมายของถิ่นที่สัญญานั้นได้ทำขึ้นตามพระราชบัญญัติว่าด้วยการชดเชยแห่งกฎหมาย พ.ศ. 2481 ดังนั้น ในกรณีที่ผู้ใช้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลอยู่ในประเทศไทย หากมีข้อพิพาทเกี่ยวกับสัญญาการใช้บริการเกิดขึ้นจึงสามารถนำประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ บรรพ 2 ลักษณะ 2 ว่าด้วยเรื่องสัญญา มาบังคับใช้กับกรณีดังกล่าวได้เช่นกัน

อย่างไรก็ตาม การฟ้องร้องดำเนินคดีกับเฟซบุ๊กในประเทศไทยโดยอาศัยประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ในเรื่องของการผิดสัญญานั้นอาจมีข้อจำกัดที่สำคัญ เนื่องจากในการปฏิบัติการชำระหนี้ตามสัญญานั้นสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะ (จิต เศรษฐบุตร, 2551) โดยลักษณะแรก คือ หนี้ให้กระทำจนเป็นผลสำเร็จตามสัญญา (L'obligation de résultat) โดยหนี้ในกลุ่มดังกล่าวหากว่าลูกหนี้ไม่อาจปฏิบัติการชำระหนี้ให้แก่เจ้าหนี้ได้จนเป็นผลสำเร็จตามที่ได้มีการระบุไว้ในสัญญาจึงถือว่าลูกหนี้เป็นฝ่ายผิดสัญญา และลักษณะที่สอง คือ หนี้ให้กระทำโดยใช้ความระมัดระวังและความเอาใจใส่ในระดับอันสมควร (L'obligation de moyens) อันเป็นหนี้ในกลุ่มที่ลูกหนี้ไม่จำเป็นต้องปฏิบัติการชำระหนี้ให้แก่เจ้าหนี้ได้จนเป็นผลสำเร็จตามที่ได้มีการระบุไว้ในสัญญา หากแต่ลูกหนี้ต้องใช้ทักษะ ความรู้ความสามารถ รวมถึงใช้ความระมัดระวังและเอาใจใส่ในระดับอันสมควรแก่กิจการที่ทำนั้นตามมาตรฐานวิชาชีพโดยมิได้พิจารณาจากผลสำเร็จตามที่ระบุไว้ในสัญญาแต่อย่างใด ซึ่งหากลูกหนี้ได้ใช้ความระมัดระวังและเอาใจใส่ในระดับอันสมควรแล้ว แม้จะไม่เกิดผลสำเร็จตามสัญญาก็ไม่ถือว่าลูกหนี้เป็นฝ่ายผิดสัญญาแต่อย่างใด เช่น แพทย์ไม่ต้องมีความรับผิดชอบตามสัญญาแม้ว่าผู้ป่วยจะเสียชีวิต หรือไม่หายจากอาการป่วย หากว่าแพทย์ผู้นั้นได้พยายามให้การรักษาอย่างเต็มกำลังความสามารถของตนเองแล้ว ซึ่งเฟซบุ๊กอาจยกเหตุดังกล่าวขึ้นเป็นข้อต่อสู้ได้ว่าได้มีการกำหนดมาตรการหรือแนวทางในการตรวจสอบ ฝ้าระวัง ป้องกัน และรักษาความปลอดภัยให้แก่ผู้ใช้บัญชีจากการใช้งานแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กอย่างเต็มที่ อันถือได้ว่าเป็นการใช้ความระมัดระวังและเอาใจใส่ในระดับอันสมควรตามที่ได้มีการระบุไว้ในข้อตกลงในการให้บริการรวมถึงข้อกำหนดมาตรฐานชุมชนแล้ว ดังนั้นแม้จะยังคงมีมิจฉาชีพหรือผู้ประกอบการที่ไม่สุจริตยังคงอาศัยเฟซบุ๊กเป็นช่องทางหรือเป็นเครื่องมือในการหลอกลวงหรือฉ้อโกงอยู่บ้างก็ยังไม่อาจถือได้ว่าเฟซบุ๊กผิดสัญญาแต่อย่างใด

นอกจากนี้เมื่อพิจารณาในด้านของประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ลักษณะ “ละเมิด” จะเห็นได้ว่า การที่เฟซบุ๊กได้มีการนำเอาระบบอัลกอริธึม มาใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการคัดเลือกเนื้อหาที่มีการสร้างและเผยแพร่โดยผู้ใช้บัญชีรายอื่นให้ตรงกับความต้องการหรือความสนใจของผู้ใช้บัญชี เพื่อให้ผู้ใช้บัญชีใช้เวลาอยู่บนแพลตฟอร์มของตนให้นานขึ้นอันจะเป็นประโยชน์กับทางเฟซบุ๊กในการเก็บรวบรวมข้อมูลของผู้ใช้บัญชีแต่ละราย และนำข้อมูลนั้นไปใช้แสวงหาผลประโยชน์ในการทำธุรกิจของตน ขณะที่ผู้ใช้บัญชีอาจเสียสุขภาพทั้งทางด้านสุขภาพร่างกายอันเกิดจากการใช้เวลาอยู่กับแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กเป็นเวลานานเกินไปในแต่ละวัน และสุขภาพจิตใจอันเนื่องมาจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นเวลานานอาจส่งผลกระทบต่อสภาพจิตใจของผู้ใช้บัญชี โดยเฉพาะความเครียด ความรู้สึกอิจฉา ความรู้สึกน้อยเนื้อต่ำใจ อันเกิดจากการเปรียบเทียบกับภาพลักษณ์ วิธี

ชีวิต หรือการประสบความสำเร็จของผู้ใช้บัญชีรายอื่นที่ระบบอัลกอริธึมได้ทำการคัดเลือกและ “ฟีด” (feed) เนื้อหาเหล่านั้น โดยที่เฟซบุ๊กเองกลับไม่ได้มีมาตรการหรือแนวทางใดในการจำกัดระยะเวลาในการใช้งาน หรือการแจ้งเตือนให้ผู้ใช้บัญชีได้ทราบถึงอันตรายที่อาจเกิดขึ้นจากการใช้แพลตฟอร์มของตนมากจนเกินไปแต่อย่างใด ดังนั้น จึงอาจถือได้ว่าโดยลักษณะของการดำเนินกิจการหรือการให้บริการของเฟซบุ๊กดังกล่าวเป็นการทำละเมิดต่อผู้ใช้บริการแต่ละรายได้เช่นเดียวกัน อย่างไรก็ตาม การนำมูลเหตุทางละเมิดมาฟ้องร้องดำเนินคดีกับเฟซบุ๊กนั้นอาจมีข้อจำกัดที่สำคัญโดยเฉพาะในเรื่องขององค์ประกอบความรับผิด กล่าวคือ การที่จะถือได้ว่าเป็นเหตุละเมิดตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ได้นั้นจะต้องเป็นกรณีที่มีการกระทำของผู้ทำละเมิดนั้นไม่ชอบด้วยกฎหมายเป็นสำคัญ ขณะที่การดำเนินธุรกิจหรือการให้บริการของเฟซบุ๊กเองไม่อาจถือได้ว่าเป็นการฝ่าฝืนหรือไม่ชอบด้วยกฎหมายแต่อย่างใด นอกจากนี้เฟซบุ๊กยังมีได้มีพฤติการณ์อันเป็นการข่มขู่ หรือบังคับให้ผู้ใช้บัญชีจะต้องใช้เวลาอยู่บนแพลตฟอร์มแต่อย่างใด ตัวผู้ใช้บัญชียังคงมีเสรีภาพอย่างเต็มที่ในการหยุด หรือเลิกการใช้งาน อีกทั้งความเสียหายที่เกิดขึ้นกับสุขภาพของผู้ใช้บัญชีก็ไม่อาจถือได้ว่าเป็นความรับผิดของเฟซบุ๊กโดยตรง หรือเกิดขึ้นจากการใช้งานแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กแต่เพียงปัจจัยเดียว แต่เกิดจากการที่ผู้ใช้บัญชีไม่อาจควบคุมพฤติกรรมการใช้งานแพลตฟอร์มดิจิทัลของตนได้ ดังนั้น แม้ว่าจะเกิดความเสียหายขึ้นกับตัวผู้ใช้บัญชี แต่ทางเฟซบุ๊กเองก็อาจจะอ้างเหตุดังกล่าวขึ้นเพื่อยกเว้นความรับผิดอันเกิดจากการละเมิดของตนได้เช่นเดียวกัน

ข) ประมวลกฎหมายอาญา

กฎหมายที่มีผลบังคับใช้อยู่ในปัจจุบันฉบับต่อมา ได้แก่ ประมวลกฎหมายอาญา อันถือได้ว่าเป็นบทบัญญัติของกฎหมายที่สำคัญอีกฉบับหนึ่งเนื่องจากเป็นกฎหมายที่มีการกำหนดการกระทำซึ่งถือว่าเป็นความผิด และมีการกำหนดโทษไว้สำหรับผู้ที่ทำการฝ่าฝืน อย่างไรก็ตามแม้ว่าตามบทบัญญัติแห่งประมวลกฎหมายอาญาของประเทศไทยจะมีการบัญญัติให้การกระทำที่เป็นการหลอกลวง หรือฉ้อโกงเป็นความผิดและมีการกำหนดโทษไว้ใน การกระทำความผิดฐานฉ้อโกงดังที่ได้มีการบัญญัติไว้ในมาตรา 341 ถึงมาตรา 344 กล่าวคือ หากเป็นการกระทำที่เป็นการทุจริตหลอกลวงผู้อื่นด้วยข้อความอันเป็นเท็จ หรือปกปิดข้อความจริงที่ควรบอกให้แจ้ง และโดยการหลอกลวงดังกล่าวได้ไปซึ่งทรัพย์สินจากผู้ถูกหลอกลวง หรือบุคคลที่สาม ผู้กระทำจะต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 3 ปี หรือปรับไม่เกิน 60,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ แต่หากการฉ้อโกงนั้นได้กระทำโดยการแสดงตนเป็นบุคคลอื่น หรืออาศัยความอ่อนแอของผู้เสียหาย หรือหากเป็นการฉ้อโกงประชาชน โทษจะหนักขึ้นเป็น จำคุกไม่เกิน 5 ปี หรือปรับไม่เกิน 100,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

อย่างไรก็ตาม บทบัญญัติดังกล่าวมีข้อจำกัดที่สำคัญ กล่าวคือ เป็นการลงโทษเอากับตัวบุคคลผู้เป็นมิฉฉาชีพหรือผู้ประกอบการที่ไม่สุจริตเท่านั้นแต่ไม่ได้เป็นการลงโทษเฟซบุ๊กด้วยแต่อย่างใด เนื่องจากเฟซบุ๊กมิได้เป็นผู้ที่กระทำการอันเป็นการหลอกลวงหรือฉ้อโกงผู้ใช้บัญชีด้วยตนเอง หรือไม่ได้มีลักษณะสมคบ หรือร่วมกัน

วางแผน หรือมีการแบ่งหน้าที่กันทำกับมิจนาซีพหรือผู้ประกอบการที่ไม่สุจริต อันจะถือได้ว่าเป็นความรับผิดชอบในลักษณะที่เป็นตัวการร่วมในการกระทำความผิดฐานฉ้อโกง ตามที่ได้มีการบัญญัติไว้ในประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 82 นอกจากนี้การที่เฟซบุ๊กเพียงแต่ละเลยไม่ได้ทำการลบ หรือปิดกั้นการเข้าถึงเนื้อหา รวมถึงระงับบัญชีผู้ใช้งานบางรายที่ได้รับรายงานว่าอาจจะเป็นมิจนาซีพหรือผู้ประกอบการที่ไม่สุจริตนั้น ก็ยังไม่อาจถือได้ว่าเป็นการที่เฟซบุ๊กมีเจตนาในการให้ความช่วยเหลือหรือให้ความสะดวกแก่มิจนาซีพหรือผู้ประกอบการที่ไม่สุจริตก่อนหรือขณะกระทำการอันเป็นความผิดฐานฉ้อโกง อันจะถือว่าเฟซบุ๊กเป็นผู้สนับสนุนการกระทำความผิดฐานฉ้อโกง ผู้ใช้บัญชีตามที่ได้มีการบัญญัติไว้ในประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 86 ด้วยแต่อย่างใด

ค) พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550

กฎหมายที่อาจนำมาใช้ในการกำกับดูแลการดำเนินธุรกิจหรือการให้บริการของเฟซบุ๊กฉบับต่อมา ได้แก่ พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 มาตรา 15 อันเป็นมาตราที่กำหนดหน้าที่ให้แก่ผู้ให้บริการอันหมายความถึงบุคคลหรือหน่วยงานที่ให้บริการแก่บุคคลอื่นในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต หรือให้สามารถติดต่อกันได้โดยประการอื่นผ่านระบบคอมพิวเตอร์ รวมถึงผู้ให้บริการเก็บรักษาข้อมูลคอมพิวเตอร์เพื่อประโยชน์ของบุคคลอื่น ดังที่ได้มีการให้คำจำกัดความไว้ในมาตรา 3 อย่างไรก็ตาม แม้ว่าลักษณะการดำเนินธุรกิจหรือการให้บริการของเฟซบุ๊กจะไม่อาจถือได้ว่าเป็นผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต (Internet Service Provider: ISP) โดยตรง แต่การให้บริการของเฟซบุ๊กอาจจัดได้ว่าเป็นการให้บริการแก่ผู้ใช้บัญชีในการติดต่อสื่อสารถึงกันได้โดยผ่านระบบคอมพิวเตอร์ อีกทั้งยังเป็นการให้บริการเก็บรักษาข้อมูลคอมพิวเตอร์ต่าง ๆ ของผู้ใช้งาน เช่น รูปภาพ ข้อความ หรือข้อมูลดิจิทัลอื่น ๆ ของผู้ใช้บัญชี ดังนั้น การดำเนินธุรกิจหรือการให้บริการของเฟซบุ๊กจึงต้องอยู่ภายใต้บังคับบทบัญญัติมาตรา 15 ด้วย กล่าวคือ หากเฟซบุ๊กมีพฤติการณ์ในการให้ความร่วมมือ ยินยอม หรือรู้เห็นเป็นใจให้มีการกระทำความผิดในมาตรา 14 โดยเฉพาะอย่างยิ่งการยินยอมให้มิจนาซีพหรือผู้ประกอบการที่ไม่สุจริตกระทำการโดยทุจริตหรือโดยหลอกลวง นำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่บิดเบือนหรือปลอม ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน หรือข้อมูลคอมพิวเตอร์อื่นที่เป็นเท็จ โดยประการที่น่าจะเกิดความเสียหายแก่ประชาชน อันไม่ใช้การกระทำความผิดฐานหมิ่นประมาทตามประมวลกฎหมายอาญา หรือยินยอมให้มิจนาซีพหรือผู้ประกอบการที่ไม่สุจริตนำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์อันเป็นเท็จ โดยประการที่น่าจะเกิดความเสียหายต่อการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของประเทศ ความปลอดภัยสาธารณะ ความมั่นคงในทางเศรษฐกิจของประเทศ หรือโครงสร้างพื้นฐานอันเป็นประโยชน์สาธารณะของประเทศ หรือก่อให้เกิดความตื่นตระหนกแก่ประชาชน ในระบบคอมพิวเตอร์ที่อยู่ในความควบคุมของตน จะต้องระวางโทษเช่นเดียวกับผู้กระทำความผิดตามมาตรา 14 อย่างไรก็ตาม หากเฟซบุ๊กสามารถพิสูจน์ได้ว่าตนได้ปฏิบัติตามประกาศกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม เรื่อง ขั้นตอนการแจ้งเตือน การระงับการทำ

ให้แพร่หลายของข้อมูลคอมพิวเตอร์ และการนำข้อมูลคอมพิวเตอร์ออกจากระบบคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2565 กรณีดังกล่าว เฟซบุ๊กจะไม่ต้องรับโทษดังกล่าว

อาจกล่าวได้ว่า พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 และประกาศกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม เรื่อง ขั้นตอนการแจ้งเตือน การระงับการทำให้แพร่หลายของข้อมูลคอมพิวเตอร์ และการนำข้อมูลคอมพิวเตอร์ออกจากระบบคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2565 เป็นกฎหมายที่สามารถนำมาใช้ในการกำกับดูแลการดำเนินธุรกิจหรือการให้บริการของเฟซบุ๊ก โดยเป็นการกำหนดหน้าที่ให้เฟซบุ๊กต้องปฏิบัติตามกฎหมายโดยเฉพาะในเรื่องของการแจ้งเตือน การระงับการทำให้แพร่หลาย รวมถึงการนำข้อมูลคอมพิวเตอร์ออกจากระบบคอมพิวเตอร์ด้วยตนเอง (Notice & Take down) เมื่อพบว่าข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่ผิดกฎหมายของประเทศไทยปรากฏอยู่บนระบบคอมพิวเตอร์ของตน ซึ่งเฟซบุ๊กอาจอ้างได้ว่าตนไม่จำเป็นต้องมีหน้าที่ที่จะต้องปฏิบัติตามกฎหมายของประเทศไทยในเรื่องดังกล่าว ทั้งนี้เนื่องจากเฟซบุ๊กเป็นการดำเนินธุรกิจในเครือของบริษัท เมตาแพลตฟอร์มอิงก์ จำกัด (Meta Platforms, Inc.) ซึ่งมีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ในประเทศสหรัฐอเมริกา อีกทั้งเฟซบุ๊กหรือบริษัท เมตาแพลตฟอร์มอิงก์ จำกัด ก็ได้มีการจัดตั้งสำนักงานสาขา หรือมีการแต่งตั้งตัวแทนทางกฎหมาย (Legal Representative) อย่างเป็นทางการในประเทศไทย จึงไม่อาจถือได้ว่าการดำเนินธุรกิจหรือการให้บริการของเฟซบุ๊กอยู่ภายใต้บังคับของกฎหมายในประเทศไทยแต่อย่างใด นอกจากนี้เฟซบุ๊กเองก็มีมาตรการในการแจ้งเตือน การระงับการทำให้แพร่หลาย รวมถึงการนำข้อมูลคอมพิวเตอร์ออกจากระบบคอมพิวเตอร์ด้วยตนเองตามที่ได้มีการระบุไว้ใน “ข้อตกลงในการให้บริการ” หรือ “ข้อกำหนดมาตรฐานชุมชน” อันเป็นมาตรการกำกับดูแลตนเอง (Self-regulation) ของเฟซบุ๊กที่มีมาตรฐานเท่ากับหรือมากกว่าที่มีการกำหนดไว้ในประกาศกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม เรื่อง ขั้นตอนการแจ้งเตือน การระงับการทำให้แพร่หลายของข้อมูลคอมพิวเตอร์ และการนำข้อมูลคอมพิวเตอร์ออกจากระบบคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2565 อันอาจเป็นข้อกล่าวอ้างสำคัญของทางเฟซบุ๊กในการที่จะปฏิเสธไม่อยู่ภายใต้การบังคับหรือการกำกับดูแลการดำเนินธุรกิจหรือการให้บริการตามกฎหมายภายในของประเทศไทย

ง) พระราชกฤษฎีกาการประกอบธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ต้องแจ้งให้ทราบ พ.ศ. 2565

กฎหมายภายในของประเทศไทยที่มีผลบังคับใช้ในปัจจุบันและอาจนำมาปรับใช้ในการกำกับดูแลการประกอบธุรกิจหรือการให้บริการของเฟซบุ๊กฉบับสุดท้ายที่จะขอนำมาอภิปรายในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้แก่ พระราชกฤษฎีกาการประกอบธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ต้องแจ้งให้ทราบ พ.ศ. 2565 โดยมีวัตถุประสงค์ในการประกาศใช้กฎหมายอันเนื่องมาจากความจำเป็นในการกำหนดมาตรการในการกำกับดูแลการประกอบธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัล ซึ่งเป็นรูปแบบของการประกอบธุรกิจที่กำลังได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายและถือได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งในการใช้ชีวิตประจำวันของประชาชนอันมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทย เพื่อ

เป็นการรักษาความมั่นคงทางการเงินและการพาณิชย์ ตลอดจนเสริมสร้างความน่าเชื่อถือและยอมรับในระบบข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ ทั้งยังเพื่อป้องกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นต่อประชาชนในวงกว้างอันเนื่องมาจากการใช้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัล กฎหมายฉบับดังกล่าวจึงมีการกำหนดหลักเกณฑ์การประกอบธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัลรวมถึงการควบคุมดูแลเพื่อเป็นการให้ความคุ้มครองแก่ผู้ใช้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัล รวมถึงมีการกำหนดกลไกความร่วมมือระหว่างหน่วยงานของรัฐและการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัลในการจัดทำแนวปฏิบัติที่ดี (best practice) หรือมีกลไกในการกำกับดูแลตนเอง (self-regulation) ให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับกฎหมาย

พระราชกฤษฎีกาการประกอบธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ต้องแจ้งให้ทราบ พ.ศ. 2565 ถือได้ว่าเป็นกฎหมายที่มีผลบังคับใช้อยู่ในปัจจุบันของประเทศไทยฉบับล่าสุดที่มีวัตถุประสงค์หรือเจตนารมณ์ของกฎหมายโดยตรงในการกำกับดูแลการประกอบธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลที่มีการดำเนินธุรกิจอยู่ในประเทศไทย โดยมีการกำหนดหน้าที่ต่าง ๆ ให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัลมีหน้าที่ที่ต้องปฏิบัติตาม เช่น การแจ้งข้อมูลและหลักฐานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัล หน้าที่ในการประกาศแจ้งข้อตกลงและเงื่อนไขการให้บริการให้ผู้ใช้บริการทราบอย่างชัดเจนและเหมาะสมก่อนหรือขณะเข้าใช้บริการเพื่อส่งเสริมให้เกิดความโปร่งใสและเป็นธรรมในการให้บริการ หน้าที่ในการประเมินความเสี่ยงรวมถึงมีมาตรการการบริหารความเสี่ยง มาตรการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของระบบ การจัดการภาวะวิกฤติ การแต่งตั้งเจ้าหน้าที่กำกับดูแลการปฏิบัติตามกฎหมาย การตรวจสอบโดยผู้ตรวจประเมินภายนอก รวมถึงการดำเนินการอื่นตามที่คณะกรรมการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ประกาศกำหนด เป็นต้น โดยกฎหมายฉบับดังกล่าวมีผลใช้บังคับกับทั้งธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ประกอบธุรกิจอยู่ในราชอาณาจักร รวมถึงผู้ประกอบการซึ่งประกอบธุรกิจอยู่นอกราชอาณาจักรด้วยหากว่าธุรกิจนั้นมีการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการที่อยู่ในราชอาณาจักรโดยพิจารณาจากเงื่อนไขต่าง ๆ ตามที่กฎหมายกำหนดไว้ในบทบัญญัติมาตรา 9 และมาตรา 10 เช่น มีการแสดงผลโดยแพลตฟอร์มดิจิทัลทั้งหมดหรือบางส่วนเป็นภาษาไทย มีการจดทะเบียนแพลตฟอร์มดิจิทัลโดยใช้ชื่อโดเมน “.th” หรือ “.ไทย” หรือชื่ออื่นที่หมายถึงประเทศไทย หรือใช้ชื่อโดเมนภาษาไทย มีการกำหนดโดยแพลตฟอร์มดิจิทัลให้ชำระเงินหรือสามารถเลือกชำระเงินเป็นสกุลเงินบาท หรือมีเงื่อนไขให้ใช้กฎหมายไทยเป็นกฎหมายที่ใช้บังคับแก่ธุรกรรมซื้อขายสินค้าหรือบริการที่ได้ทำบนบริการแพลตฟอร์มดิจิทัล หรือมีการกำหนดให้ดำเนินคดีในศาลไทยได้ เป็นต้น ซึ่งจากข้อกำหนดหรือเงื่อนไขดังกล่าวจึงส่งผลให้การดำเนินธุรกิจหรือการให้บริการของเฟซบุ๊กจำเป็นต้องอยู่ภายใต้บังคับของบทบัญญัติแห่งกฎหมายฉบับนี้ด้วยเช่นเดียวกับแพลตฟอร์มดิจิทัลอื่น ๆ

อย่างไรก็ดี จากการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ทำให้พบว่าพระราชกฤษฎีกาการประกอบธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ต้องแจ้งให้ทราบ พ.ศ. 2565 ยังคงมีข้อจำกัดในการบังคับใช้อยู่บางประการเช่นเดียวกัน โดยข้อจำกัดประการแรก คือ การที่กฎหมายกำหนดไว้แต่เพียงหลักเกณฑ์กว้าง ๆ เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัลมีหน้าที่ต้องปฏิบัติตาม รวมถึงมีการกำหนดกระบวนการ

หรือขั้นตอนที่ค่อนข้างมาก มีความยุ่งยากซับซ้อน และต้องใช้ระยะเวลาในการดำเนินการซึ่งไม่สอดคล้องกับลักษณะทางธรรมชาติในการประกอบธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัล นอกจากนี้ข้อจำกัดที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือ การที่กฎหมายฉบับนี้ไม่ได้มีสภาพบังคับของกฎหมายที่มีความรุนแรงเพียงพอในกรณีที่ผู้ประกอบการธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลรายใดกระทำการอันเป็นการฝ่าฝืนไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย โดยมีแต่เพียงการมีคำสั่งถอนการรับแจ้งการประกอบธุรกิจ หรือการมีคำสั่งให้หยุดการให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลนั้น ๆ เท่านั้น ซึ่งสภาพบังคับตามกฎหมายดังกล่าวไม่อาจเกิดผลในการยับยั้งการกระทำที่เป็นการฝ่าฝืนไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย อีกทั้งการบัญญัติกฎหมายในลักษณะเช่นนี้ยังไม่ก่อให้เกิดแรงจูงใจแก่ผู้ประกอบการธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัลที่อยู่นอกราชอาณาจักรให้ต้องอยู่ภายใต้บังคับของบทบัญญัติแห่งกฎหมายฉบับนี้แต่อย่างใด

นอกจากกฎหมายของประเทศไทยที่มีผลบังคับใช้ในปัจจุบันดังที่ได้กล่าวมาแล้วนั้น ณ ขณะที่อยู่ระหว่างการจัดทำรายงานการวิจัยฉบับนี้ คณะผู้วิจัยได้รับทราบข้อมูลเพิ่มเติมว่าได้มีการจัดทำร่างพระราชบัญญัติเศรษฐกิจแพลตฟอร์มดิจิทัล พ.ศ. ... ขึ้น อันเป็นกฎหมายที่มีวัตถุประสงค์เพื่อกำกับดูแลการให้บริการธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัล เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและเพื่อป้องกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นต่อสาธารณชน โดยร่างกฎหมายดังกล่าวมีสาระสำคัญในการกำหนดหน้าที่และความรับผิดชอบของผู้ให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัล ผู้ให้บริการสื่อกลางดิจิทัล หน้าที่เฉพาะของผู้ให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลที่มีนัยสำคัญ หน้าที่ของผู้ให้บริการที่มีอำนาจควบคุม (gatekeepers) เพื่อคุ้มครองผู้ใช้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัล รวมถึงสนับสนุนให้ผู้ให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลมีกลไกการกำกับดูแลตนเองตามหลักธรรมาภิบาลและจัดทำแนวปฏิบัติที่ดีและสอดคล้องกับกฎหมายที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ยังได้มีการกำหนดบทกำหนดโทษสำหรับผู้ให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ฝ่าฝืนไม่กระทำตามที่กฎหมายกำหนดโดยมีการใช้มาตรการการปรับเป็นพินัย รวมถึงการชำระค่าปรับเป็นรายวันตลอดระยะเวลาที่ยังคงมีการฝ่าฝืนกฎหมาย โดยเมื่อร่างพระราชบัญญัติฉบับนี้ผ่านการพิจารณาและได้ประกาศใช้เป็นกฎหมายแล้วก็จะส่งผลทำให้พระราชกฤษฎีกาการประกอบธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ต้องแจ้งให้ทราบ พ.ศ. 2565 เป็นอันสิ้นผลบังคับใช้

เนื่องจากร่างพระราชบัญญัติเศรษฐกิจแพลตฟอร์มดิจิทัล พ.ศ. ... กำลังอยู่ในระหว่างการพิจารณาเพื่อประกาศใช้เป็นกฎหมาย ดังนั้นจึงยังคงมีความเป็นไปได้ที่บางมาตราหรือบางหลักการตามที่ปรากฏในร่างกฎหมายฉบับดังกล่าวอาจได้รับการแก้ไขเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม อย่างไรก็ตามก็คณะผู้วิจัยขอกล่าวถึงข้อสังเกตเบื้องต้นบางประการที่อาจถือได้ว่าเป็นข้อจำกัดทางกฎหมายที่สำคัญหากว่ามีการประกาศใช้เป็นกฎหมายแล้ว โดยข้อจำกัดแรก ได้แก่ ความยุ่งยากและซับซ้อนของการกำหนดกระบวนการในการกำกับดูแล และการกำหนดหน้าที่ให้แก่ผู้ให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลต้องปฏิบัติ ซึ่งกระบวนการที่ยุ่งยากซับซ้อนดังกล่าวไม่เป็นการสอดคล้องกับลักษณะตามธรรมชาติในการให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลจึงอาจไม่เป็นการจูงใจให้แก่ผู้ให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลในการปฏิบัติตามกฎหมายดังกล่าวโดยเฉพาะผู้ให้บริการบางรายที่ไม่ได้มีการจดทะเบียนการดำเนินธุรกิจหรือมี

สำนักงานสาขาหรือมีตัวแทนอยู่ในประเทศไทย ข้อจำกัดประการต่อมา ได้แก่ การกำหนดมาตรการในการลงโทษ โดยใช้โทษปรับเป็นพินัยมาบังคับใช้กับผู้ให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ฝ่าฝืนไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาถึงอัตราค่าปรับตามที่กฎหมายกำหนดแล้วพบว่าค่อนข้างมีจำนวนเล็กน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับขนาดของธุรกิจรวมถึงรายได้ทั้งหมดของผู้ให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัล ซึ่งการกำหนดค่าปรับในลักษณะเช่นนี้ไม่น่าจะมีผลเป็นการยับยั้งการฝ่าฝืน หรือทำให้ผู้ให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลเกิดความเกรงกลัวและยินดีที่จะปฏิบัติตามกฎหมาย และข้อจำกัดประการสุดท้าย ได้แก่ การที่กฎหมายได้กำหนดให้ผู้ให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลมีกลไกในการกำกับดูแลตนเอง ทั้งที่ในการประกอบธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลทุกแพลตฟอร์มในปัจจุบันนี้จะมีการกำหนดกลไกหรือแนวทางในการกำกับดูแลตนเองในรูปแบบต่าง ๆ อยู่แล้ว เช่น ข้อกำหนดมาตรฐานชุมชน (Community Standard) ข้อตกลงในการให้บริการ (Terms of Service) หรือข้อกำหนดและเงื่อนไข (Terms and Conditions) เป็นต้น โดยแนวทางในการกำกับดูแลตนเองของผู้ให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลบางราย โดยเฉพาะผู้ให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลรายใหญ่อาจมีกลไก แนวทาง หรือมาตรการที่สูงกว่าที่มีการกำหนดไว้ในร่างพระราชบัญญัติเศรษฐกิจแพลตฟอร์มดิจิทัล พ.ศ. ... การที่ร่างกฎหมายฉบับดังกล่าวบัญญัติหน้าที่ให้แก่ผู้ให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลเช่นนี้จึงอาจส่งผลให้ผู้ให้บริการยกเรื่องการซ้ำซ้อนกับสิ่งที่ผู้ให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลได้มีกระบวนการของตนเองอยู่แล้วขึ้นเป็นข้ออ้างในการไม่ยอมปฏิบัติตามกฎหมายดังกล่าวได้

6.2.2 การขาดกฎหมายที่นำมาปรับใช้กับลักษณะความรับผิดชอบของแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กโดยตรง

ข้อจำกัดทางด้านกฎหมายรวมถึงการบังคับคดีกับเฟซบุ๊กในประเทศไทยประการที่สอง คือ การขาดกฎหมายที่สามารถนำมาปรับใช้กับลักษณะความรับผิดชอบของเฟซบุ๊กโดยตรง กล่าวคือ แม้ว่าจะมีกฎหมายที่มีผลบังคับใช้อยู่ในปัจจุบันของประเทศไทยหลายฉบับที่สามารถนำมาปรับใช้ได้กับกรณีที่เฟซบุ๊กปล่อยให้มิชชันนารีหรือผู้ประกอบการที่ไม่สุจริตอาศัยเป็นช่องทางหรือเป็นเครื่องมือในการหลอกลวง ฉ้อโกง หรือแสวงหาประโยชน์ที่มีขอบด้วยกฎหมายประการอื่น แต่กฎหมายดังกล่าวเหล่านี้ก็ยังมีข้อจำกัดอยู่บ้างบางประการ ดังที่คณะผู้วิจัยได้กล่าวถึงไว้แล้วในหัวข้อที่ผ่านมา ดังนั้น หากจะมีการนำเอามาตรการทางกฎหมายมาใช้เป็นเครื่องมือในการกำกับดูแลการดำเนินธุรกิจหรือการให้บริการของเฟซบุ๊กในประเทศไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเพื่อให้เกิดความปลอดภัยสูงสุดในการใช้งานแพลตฟอร์มแก่ผู้ใช้บัญชีเฟซบุ๊กที่อยู่ในประเทศไทย จึงควรมีการพิจารณาในการบัญญัติกฎหมายในลักษณะกฎหมายเฉพาะ (Jus Speciale) ที่สามารถนำมาปรับใช้ได้โดยตรงกับลักษณะความรับผิดชอบที่เกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกิจหรือการให้บริการของแพลตฟอร์มดิจิทัลอื่น ๆ อันหมายรวมถึงแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กด้วย โดยกฎหมายดังกล่าวควรมีความครอบคลุมถึงประเด็นต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

ก) กฎหมายที่กำหนดหน้าที่โดยเฉพาะให้แก่เฟซบุ๊กในการแจ้งเตือนผู้ใช้บัญชีถึงลักษณะความไม่ปลอดภัยที่อาจเกิดขึ้นได้จากการใช้งานแพลตฟอร์มของตน

ปัญหาสำคัญประการหนึ่งในการใช้มาตรการทางกฎหมายในการกำกับดูแลการประกอบธุรกิจหรือการให้บริการของเฟซบุ๊กในประเทศไทยที่คณะผู้วิจัยค้นพบจากการศึกษาในครั้งนี้ คือ การขาดความชัดเจนในการกำหนดหน้าที่ให้แก่เฟซบุ๊กในการแจ้งเตือน (Duty to warn) ผู้ใช้บัญชีถึงลักษณะความไม่ปลอดภัยที่อาจเกิดขึ้นได้จากการใช้งานแพลตฟอร์มของตน ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกที่ผู้ให้ข้อมูลบางท่านเห็นว่ายังไม่มีบทบัญญัติแห่งกฎหมายฉบับใดของประเทศไทยที่เป็นการกำหนดหน้าที่ให้แก่เฟซบุ๊กเพื่อลดหรือบรรเทาปัญหาการตกเป็นเหยื่อของมิจฉาชีพรวมถึงผู้ประกอบการธุรกิจที่ไม่สุจริต ซึ่งหน้าที่ในการแจ้งเตือนให้ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ใด ๆ เพื่อให้ทราบถึงอันตรายหรือความไม่ปลอดภัยจากการใช้งานนั้น ถือเป็นหน้าที่โดยตรงของผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการตามหลักในเรื่องของความรับผิดในผลิตภัณฑ์ที่มีความไม่ปลอดภัย (Product Liability) ซึ่งหากผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการรายใดไม่ได้มีการแจ้งเตือนแก่ผู้บริโภคในกรณีดังกล่าว ก็อาจถือได้ว่าผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการรายนั้นมีข้อบกพร่องในเรื่องของการแจ้งเตือน (Failure to warn)

เมื่อนำหลักการดังกล่าวมาพิจารณาตามกฎหมายของประเทศไทย พบว่า แม้ว่าในปัจจุบันนี้จะมีการประกาศใช้พระราชบัญญัติความรับผิดต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย พ.ศ. 2551 แต่กฎหมายดังกล่าวก็ไม่ได้มีการระบุถึงหน้าที่ให้แก่ผู้ประกอบการในการแจ้งเตือนถึงความไม่ปลอดภัยจากการใช้สินค้าให้แก่ผู้บริโภคได้ทราบ อีกทั้งกฎหมายฉบับดังกล่าวยังเป็นการให้ความคุ้มครองแก่ผู้บริโภคเฉพาะในกรณีที่ได้รับความเสียหายอันเกิดจากการบริโภค “สินค้าที่ไม่ปลอดภัย” เท่านั้น แต่ไม่ได้มีการกล่าวถึงความเสียหายหรืออันตรายที่ผู้บริโภคอาจได้รับจาก “บริการที่ไม่ปลอดภัย” ด้วยแต่อย่างใด อย่างไรก็ตาม เมื่อคณะผู้วิจัยได้ทำการพิจารณาถึงพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 พบว่า กฎหมายฉบับดังกล่าวได้มีการระบุถึง “บริการที่เป็นอันตราย” ไว้ในส่วนของ 1/1 ในเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภคในด้านความปลอดภัย โดยกำหนดให้เป็นหน้าที่ของผู้ประกอบธุรกิจต้องจัดให้มีมาตรการในการเพื่อป้องกันหรือทำให้ความเสียหายต่ออันตรายอันเนื่องมาจากบริการนั้นให้หมดสิ้นไป โดยมาตรการที่สำคัญประการหนึ่ง คือ การกำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจต้องจัดให้มีมาตรการอันเหมาะสมกับสินค้า หรือบริการเพื่อให้ทราบได้ถึงความเสี่ยงต่ออันตรายที่อาจเกิดขึ้นตามสภาพของสินค้าหรือบริการเพื่อประโยชน์ในการป้องกันความเสี่ยง ตามที่ได้มีการบัญญัติไว้ในมาตรา 29/4(2) รวมถึงการกำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจอาจแจ้งเตือนภัยแก่ผู้ผลิต ผู้ส่งหรือนำเข้ามาในราชอาณาจักร ผู้ขายหรือผู้ซื้อเพื่อขายต่อซึ่งสินค้า หรือผู้ให้บริการ รวมถึงผู้ประกอบการโฆษณา ผู้บริโภค และประชาชนทราบเป็นการทั่วไป หากผู้ประกอบการเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการมีเหตุอันควรสงสัยว่าสินค้าหรือบริการนั้นอาจเป็นสินค้าหรือบริการที่เป็นอันตราย ตามที่ได้มีการบัญญัติไว้ในมาตรา 29/6 ซึ่งบทบัญญัติดังกล่าวเป็นการสะท้อนให้เห็นถึงการรับเอาหลักการกำหนดหน้าที่

แก่ผู้ประกอบการธุรกิจในการแจ้งเตือนให้ผู้บริโภคได้ทราบถึงอันตรายหรือความไม่ปลอดภัยที่อาจเกิดขึ้นจากการบริโภคสินค้าหรือบริการมาบัญญัติไว้ในกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคด้วย

อย่างไรก็ตามแม้ว่าบทบัญญัติในส่วนดังกล่าวจะได้รับการแก้ไขเพิ่มเติมเมื่อปี พ.ศ. 2562 แต่เมื่อพิจารณาจากเนื้อหาของกฎหมายแล้วจะเห็นได้ว่ากรอบแนวคิดในการบัญญัติกฎหมายยังคงมุ่งเน้นในเรื่องของการให้ความคุ้มครองแก่ผู้บริโภคจากสินค้าหรือบริการในทางกายภาพที่เป็นอันตรายเป็นสำคัญ ดังนั้นจึงอาจจะยังมีความไม่สอดคล้องกับลักษณะของการดำเนินธุรกิจหรือการให้บริการของแพลตฟอร์มดิจิทัล เช่น เฟซบุ๊ก ที่มีลักษณะเฉพาะพิเศษบางประการที่มีความแตกต่างจากการให้บริการในทางกายภาพแบบเดิม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของการดำเนินธุรกิจหรือการให้บริการแบบข้ามพรมแดน (cross-border) โดยที่ผู้ให้บริการนั้นไม่จำเป็นต้องมีการจดทะเบียนการประกอบธุรกิจในประเทศไทย หรือต้องอยู่ภายใต้บังคับบทบัญญัติของกฎหมายภายในของประเทศไทยแต่อย่างใด

นอกจากนี้ตามบทบัญญัติของกฎหมายในส่วนที่ 1/1 การให้ความคุ้มครองผู้บริโภคในด้านความปลอดภัยนี้ก็ยังมิได้มีการกำหนดวิธีการในการแจ้งเตือนภัยในกรณีที่ผู้ประกอบการมีเหตุอันควรสงสัยว่าสินค้าหรือบริการนั้นอาจเป็นสินค้าหรือบริการที่เป็นอันตรายว่าจะต้องมีการแจ้งเตือนแบบใด ซึ่งในกรณีของแพลตฟอร์มดิจิทัลอาจเกิดปัญหาในแง่ที่ว่าผู้ใช้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลอาจไม่ทราบถึงการแจ้งเตือนภัยรวมถึงวิธีการป้องกันอันตรายที่อาจเกิดขึ้นจากการใช้งานแพลตฟอร์ม ทั้งนี้เนื่องจากใน “ส่วนที่ผู้ใช้สามารถโต้ตอบได้กับแพลตฟอร์ม” หรือ User Interface (UI) นั้นอาจถูกจำกัดด้วยพื้นที่ในการแสดงผลในแต่ละอุปกรณ์ ส่งผลให้รายการ (Menus) บางอย่าง เช่น การแจ้งเตือน หรือการตั้งค่าการใช้งานเพื่อลดหรือป้องกันปัญหาการตกเป็นเหยื่อของมิจฉาชีพอาจถูกซ่อนไว้หลายชั้น (layers) โดยที่เฟซบุ๊กเองก็ไม่ได้มีการให้คำแนะนำวิธีในการเข้าถึงการตั้งค่าเช่นว่านี้แก่ผู้ใช้บัญชีเฟซบุ๊กให้เป็นที่รู้กันในวงกว้างแต่อย่างใด ดังนั้นผู้ใช้บัญชีจึงอาจจะต้องใช้เวลาในการค้นหาการตั้งค่าดังกล่าวด้วยตนเอง หรือสอบถามจากแหล่งข้อมูลอื่น อันก่อให้เกิดความไม่สะดวกแก่ผู้ใช้บัญชี โดยเฉพาะในผู้ใช้บัญชีบางรายที่มีข้อจำกัดในเรื่องของความรู้ทางด้านเทคโนโลยีหรือการใช้งานอุปกรณ์ดิจิทัลต่าง ๆ ซึ่งมักจะได้แก่ผู้ใช้บัญชีเฟซบุ๊กที่เป็นผู้สูงอายุ ส่งผลให้ผู้ใช้บัญชีเฟซบุ๊กในกลุ่มนี้มักจะตกเป็นเป้าหมายของมิจฉาชีพหรือผู้ประกอบการที่ไม่สุจริตในการใช้เฟซบุ๊กเป็นเครื่องมือหรือเป็นช่องทางในการหลอกลวง ฉ้อโกง หรือแสวงหาประโยชน์ที่มีขอบด้วยกฎหมายด้วยประการอย่างอื่น ซึ่งสอดคล้องกับผลการสำรวจที่คณะผู้วิจัยพบจากการศึกษาในครั้งนี้เช่นเดียวกัน

ดังนั้น จึงควรมีการบัญญัติกฎหมายเพื่อเป็นการกำหนดหน้าที่ให้แก่เฟซบุ๊กในการแจ้งเตือนผู้ใช้บัญชีเพื่อให้ทราบถึงอันตรายที่เกิดจากการใช้งานแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก ทั้งในด้านการตกเป็นเหยื่อของมิจฉาชีพหรือผู้ประกอบการที่ไม่สุจริต และในด้านของการใช้งานแพลตฟอร์มที่นานเกินไปจนอาจส่งผลเสียต่อสุขภาพร่างกายและจิตใจ โดยการแจ้งเตือนนั้นจะต้องออกแบบให้ผู้ใช้บัญชีจะต้องสามารถเห็นได้อย่างชัดเจน และทันต่อลักษณะหรือวิธีการที่มิจฉาชีพใช้ในการหลอกลวง นอกจากนี้ยังควรมีการกำหนดให้เฟซบุ๊กมีหน้าที่ในการออกแบบ User

Interface เพื่อให้ผู้ใช้บัญชีสามารถค้นหาวิธีในการตั้งค่าต่าง ๆ ได้อย่างสะดวกและสามารถทำได้ด้วยตนเองเพื่อเป็นการสร้างความปลอดภัยให้แก่ตัวผู้ใช้บัญชีเอง หรือเฟซบุ๊กอาจจะตั้งค่าการรักษาความปลอดภัยในการใช้งานแพลตฟอร์มระดับสูงสุดให้แก่ผู้ใช้บัญชีทุกรายโดยกำหนดให้เป็น “ค่าเริ่มต้น” (by default) โดยให้สิทธิแก่ผู้ใช้บัญชีในการปรับเปลี่ยนการตั้งค่าดังกล่าวด้วยความสมัครใจของผู้ใช้บัญชีในภายหลัง

ข) กฎหมายที่กำหนดความรับผิดชอบเฉพาะแก่เฟซบุ๊กในฐานะที่เป็น “ผู้เห็นเหตุการณ์” (Bystander)

แนวทางในการบัญญัติกฎหมายเฉพาะที่สามารถนำมาปรับใช้ได้โดยตรงกับลักษณะความรับผิดชอบที่เกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกิจหรือการให้บริการของแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กประการต่อมา คือ กฎหมายที่กำหนดความรับผิดชอบเฉพาะแก่เฟซบุ๊กในฐานะที่เป็น “ผู้เห็นเหตุการณ์” หรือ Bystander ทั้งนี้เนื่องจากลักษณะในการดำเนินธุรกิจหรือการให้บริการของเฟซบุ๊กนั้นจะอยู่ในลักษณะของ “ตัวกลาง” (intermediary) ซึ่งอาจไม่จำเป็นต้องมีความรับผิดชอบในตัวเนื้อหา ข้อความ หรือข้อมูลดิจิทัลใด ๆ ที่ถูกสร้าง และเผยแพร่โดยผู้ใช้บัญชีเฟซบุ๊กคนอื่น (User-Generated Content) โดยหลักการดังกล่าวปรากฏอยู่ในมาตรา 230 แห่งรัฐบัญญัติ the Communications Decency Act (CDA) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของรัฐบัญญัติ Telecommunications Act of 1996 ของประเทศสหรัฐอเมริกา นอกจากนี้หากจะพิจารณาความรับผิดชอบของเฟซบุ๊กตามบทบัญญัติกฎหมายภายในของประเทศไทย ก็พบว่า ลักษณะการดำเนินธุรกิจหรือการให้บริการของเฟซบุ๊กยังไม่อาจถือได้ว่าเป็น “ผู้สนับสนุน” ให้ผู้อื่นกระทำความผิดฐานฉ้อโกง ทั้งนี้เนื่องจากการกระทำที่จะถือได้ว่าเป็น “ผู้สนับสนุน” ได้นั้น ผู้กระทำจะต้องมีเจตนาในการให้ความช่วยเหลือ หรือให้ความสะดวกแก่ผู้กระทำความผิดก่อนหรือขณะกระทำความผิดนั้น แต่การที่เฟซบุ๊กเพิกเฉยหรือไม่ได้มีมาตรการในการลงโทษผู้ใช้บัญชีที่ฝ่าฝืนข้อตกลงในการให้บริการอย่างชัดเจน ยังไม่อาจถือได้ว่าเป็นการที่เฟซบุ๊กมีเจตนาในการให้ความช่วยเหลือหรือให้ความสะดวกแก่มิฉฉาชีพหรือผู้ประกอบการที่ไม่สุจริตก่อนหรือขณะกระทำความผิด อันเป็นความรับผิดชอบเป็นผู้สนับสนุนการฉ้อโกงไปด้วยแต่อย่างใด

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาจากลักษณะในการดำเนินธุรกิจหรือการให้บริการของเฟซบุ๊กในลักษณะที่เป็น “ตัวกลาง” จะเห็นได้ว่าแม้เฟซบุ๊กจะไม่ต้องมีความรับผิดชอบในเนื้อหาที่ผู้ใช้รายอื่นเป็นผู้สร้างขึ้น และไม่อาจถือได้ว่าเป็นการกระทำความผิดในลักษณะที่เป็น “ผู้สนับสนุน” ตามประมวลกฎหมายอาญาของประเทศไทย แต่เฟซบุ๊กก็อาจมีความรับผิดชอบในฐานะที่เป็น “ผู้เห็นเหตุการณ์” (bystander) ทั้งนี้เนื่องจากเฟซบุ๊กก็ทราบดีถึงปัญหาการหลอกลวง ฉ้อโกง ที่เกิดขึ้นจากมิฉฉาชีพหรือจากผู้ประกอบการที่ไม่สุจริตที่เกิดขึ้นกับผู้ใช้บัญชีในประเทศไทยอันจะเห็นได้จากการที่เฟซบุ๊กได้รับ “รายงาน” (report) จากผู้ใช้บัญชีรายอื่น หรือจากหน่วยงานภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการป้องกันและปราบปรามการกระทำความผิดถึงปัญหาการหลอกลวง หรือการฉ้อโกง อันเกิดจากการใช้เฟซบุ๊กเป็นช่องทางหรือเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการกระทำความผิด แต่กระบวนการในการ

จัดการแก้ไขปัญหาดังกล่าวของเฟซบุ๊กกลับยังมีความไม่ชัดเจนเท่าที่ควร ซึ่งแม้ว่าผู้แจ้ง “รายงาน” จะมีพยานหลักฐานที่สามารถระบุได้ว่ามีผู้ใช้บัญชีเฟซบุ๊กบางรายเป็นผู้ใช้บัญชีเฟซบุ๊กปลอม หรือมีเนื้อหา ข้อความ หรือข้อมูลดิจิทัล ที่ได้รับการเผยแพร่ผ่านทางแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กที่แม้ว่าเนื้อหาเหล่านั้นจะไม่ชอบด้วยกฎหมายของประเทศไทย แต่จากการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกในการศึกษาในครั้งนี้ทำให้ทราบว่ายังคงมีอีกหลายกรณีที่เฟซบุ๊กละเลยไม่ดำเนินการใด ๆ ตามที่ได้รับแจ้ง โดยเฉพาะในเรื่องของผู้ใช้บัญชีเฟซบุ๊กปลอม การใช้ภาพโปรไฟล์ (profile picture) ของผู้อื่นโดยไม่มีสิทธิ์ หรือการเผยแพร่เนื้อหา ข้อความ หรือข้อมูลดิจิทัลที่เป็นการหลอกลวง หรือฉ้อโกง เป็นต้น เป็นผลทำให้ตัวเลขจำนวนของผู้ใช้บัญชีเฟซบุ๊กในประเทศไทยที่ตกเป็นเหยื่อจากอาชญากรรมดังกล่าวจึงยังคงมีแนวโน้มค่อนข้างสูง

การที่กระบวนการของเฟซบุ๊กในการตรวจสอบและลงโทษผู้ใช้บัญชีที่ฝ่าฝืน “ข้อตกลงในการให้บริการ” หรือ “ข้อกำหนดมาตรฐานชุมชน” ยังมีความไม่แน่นอน (uncertainty) ซึ่งแม้ว่าจะมีการได้รับแจ้ง (notice) จากผู้ใช้บัญชีรายอื่น หรือจากหน่วยงานภาครัฐ แต่เฟซบุ๊กก็ได้มีการลบเนื้อหา หรือระงับการใช้งานบัญชีผู้ใช้ที่กระทำการฝ่าฝืน (takedown) แต่อย่างไรก็ตาม ลักษณะดังกล่าวอาจถือได้ว่าแม้เฟซบุ๊กจะไม่ได้เป็นผู้รู้เห็นเป็นใจ หรือมีส่วนร่วมในการหลอกลวงหรือฉ้อโกง แต่ก็อาจจะเป็น “ผู้เห็นเหตุการณ์” ที่ละเว้นไม่ให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ใช้บัญชีที่ตกเป็นเหยื่อของมิจฉาชีพ อันอาจก่อให้เกิดความเสียหายแก่ผู้ใช้บัญชีทั้งความเสียหายด้านทรัพย์สินและความเสียหายทางด้านจิตใจ โดยที่เฟซบุ๊กมีศักยภาพ มีทรัพยากร ตลอดจนมีเทคโนโลยีที่เพียงพอในการที่จะช่วยป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาดังกล่าว ดังนั้น เฟซบุ๊กจึงอาจมีความรับผิดชอบต่อผู้ใช้บัญชีที่ได้รับความเสียหายจากการตกเป็นเหยื่อของการถูกฉ้อโกงหรือหลอกลวงในฐานะที่ตนเป็น “ผู้เห็นเหตุการณ์” ที่สามารถเข้าช่วยเหลือผู้ที่ตกเป็นเหยื่อได้ แต่กลับละเว้นไม่ให้ความช่วยเหลือ อันถือได้ว่าเป็นกฎหมายที่มีผลบังคับใช้ที่ตรงกับลักษณะการดำเนินธุรกิจและการให้บริการของเฟซบุ๊กในฐานะที่เป็น “ตัวกลาง” เนื่องจากเฟซบุ๊กมิได้เป็นผู้ที่กระทำความผิดต่อผู้ใช้บัญชีโดยตรง และไม่ได้เป็นผู้เสียหายหรือเหยื่อจากการถูกฉ้อโกงหรือหลอกลวง แต่ก็ถือได้ว่าเป็นผู้ที่สังเกตเห็นหรือรับรู้ถึงการเกิดอาชญากรรมดังกล่าวที่เกิดขึ้นในแพลตฟอร์มของตน เมื่อเฟซบุ๊กมิได้มีการบังคับใช้ข้อตกลงในการให้บริการรวมถึงข้อกำหนดมาตรฐานชุมชนของตนอย่างจริงจัง เป็นเหตุให้มิจฉาชีพหรือผู้ประกอบการที่ไม่สุจริตยังคงอาศัยเฟซบุ๊กเป็นช่องทางหรือเป็นเครื่องมือในการหลอกลวง ฉ้อโกง หรือแสวงหาประโยชน์ที่มิชอบด้วยกฎหมายจากผู้บัญชีเฟซบุ๊กชาวไทย ดังนั้น จึงควรมีการบัญญัติกฎหมายเพื่อกำหนดให้เฟซบุ๊กมีความรับผิดชอบในฐานะที่เป็น “ผู้เห็นเหตุการณ์” อันเป็นลักษณะของความรับผิดชอบที่ตรงกับการดำเนินธุรกิจหรือการให้บริการของเฟซบุ๊กดังที่ได้กล่าวมาแล้ว

6.2.3 ข้อจำกัดทางด้านกฎหมายวิธีสบัญญัติและการบังคับคดี

ข้อจำกัดประการสุดท้ายในการนำเอากฎหมายมาใช้เป็นเครื่องมือในการกำกับดูแลการประกอบธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลเฟซบุ๊กในการศึกษาค้นคว้านี้ ได้แก่ ข้อจำกัดทางด้านกฎหมายวิธีสบัญญัติหรือกฎหมายวิธีพิจารณาความ และการบังคับคดี โดยข้อจำกัดดังกล่าวมีที่มาจากหลักกฎหมายระหว่างประเทศซึ่งมีหลักการที่สำคัญประการหนึ่ง คือ รัฐทุกรัฐจะถือว่ามีอำนาจอธิปไตย (State sovereignty) อันประกอบไปด้วยอำนาจอธิปไตย อำนาจบริหาร และอำนาจตุลาการ เป็นของตนเอง โดยที่ไม่มีรัฐใดที่จะสามารถใช้อำนาจอธิปไตยของตนไม่ว่าทั้งหมดหรือแต่เพียงบางส่วนเหนือรัฐอื่นได้ ซึ่งการพิจารณาพิพากษาคดีความ รวมถึงการบังคับการให้เป็นไปตามผลของคำพิพากษาถือได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของการใช้อำนาจอธิปไตยส่วนตุลาการ ดังนั้นจึงไม่มีศาลของประเทศใดที่จะมีอำนาจในการพิจารณารวมถึงมีอำนาจในการทำคำพิพากษาและบังคับคดีให้เป็นไปตามคำพิพากษานอกเขตอำนาจของประเทศตนได้ เว้นแต่จะเป็นไปตามหลักการที่กำหนดไว้ในอนุสัญญาว่าด้วยการรับรองและบังคับตามคำพิพากษาศาลต่างประเทศในคดีแพ่งและพาณิชย์ ค.ศ. 2019 หรือมีการปฏิบัติตาม “หลักต่างตอบแทน” (reciprocal) กล่าวคือมีการยอมรับปฏิบัติตามคำพิพากษาของศาลต่างประเทศในศาลของประเทศตนเองมาก่อน ก็จะถือว่าเป็นเหตุยกเว้นหลักการในทางระหว่างประเทศดังกล่าวได้ ดังจะกล่าวถึงในรายละเอียดต่อไปนี้

ก) ข้อจำกัดทางด้านกฎหมายวิธีสบัญญัติ

จากการศึกษาพบว่าข้อจำกัดทางด้านกฎหมายวิธีสบัญญัติที่สำคัญหากจะมีการฟ้องร้องดำเนินคดีกับเฟซบุ๊กในประเทศไทย คือ การที่เฟซบุ๊กเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายของประเทศสหรัฐอเมริกา อีกทั้งยังมิได้มีการจดทะเบียนหรือมีการจัดตั้งสำนักงานสาขาของเฟซบุ๊กขึ้นในประเทศไทย ดังนั้นจึงถือว่าเฟซบุ๊กมิได้เป็นนิติบุคคลที่มีภูมิลำเนาอยู่ในราชอาณาจักร ตามที่มีการบัญญัติไว้ในประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่ง มาตรา 3 (2) กรณีดังกล่าวหากเฟซบุ๊กประกอบ หรือเคยประกอบกิจการทั้งหมดหรือแต่บางส่วนในราชอาณาจักรไม่ว่าโดยตนเองหรือตัวแทน หรือโดยมีบุคคลหนึ่งบุคคลใดเป็นผู้ติดต่อในการประกอบกิจการนั้นในราชอาณาจักร ก็ให้ถือว่าสถานที่ที่ใช้หรือเคยใช้ประกอบกิจการหรือติดต่อดังกล่าว หรือสถานที่อันเป็นที่อยู่ของตัวแทนหรือของผู้ติดต่อในวันที่มีการเสนอคำฟ้องหรือภายในกำหนดสองปีก่อนนั้นเป็นภูมิลำเนาของจำเลย ตามที่มีการบัญญัติไว้ในประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่ง มาตรา 3 (2)(ข) โดยบทบัญญัติดังกล่าวมิได้มีผลเป็นการยกเว้นหลักการในทางระหว่างประเทศซึ่งหลักอนุสัญญาว่าด้วยการรับรองและบังคับตามคำพิพากษาศาลต่างประเทศในคดีแพ่งและพาณิชย์ ค.ศ. 2019 หรือหลักต่างตอบแทนในการยอมรับปฏิบัติตามคำพิพากษาของศาลต่างประเทศในศาลของประเทศตนเอง แต่เป็นการให้อำนาจแก่โจทก์ในการฟ้องร้องและให้

อำนาจศาลในการที่จะพิจารณาและพิพากษาคดีที่จำเลยไม่ได้มีภูมิลำเนาอยู่ในประเทศไทย หากแต่มีจุดเกาะเกี่ยวบางอย่างกับประเทศไทย อันได้แก่ มีตัวแทนหรือมีผู้ติดต่อในการประกอบกิจการนั้นอยู่ในประเทศไทยได้

อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาพบว่า แม้จะมีการจัดตั้งบริษัท เฟซบุ๊ก (ประเทศไทย) จำกัด อันเป็นนิติบุคคลที่มีการจดทะเบียนตามกฎหมายของประเทศไทยก็ตาม แต่จากการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากการศึกษาในครั้งนี้ทำให้ทราบว่า บริษัท เฟซบุ๊ก (ประเทศไทย) จำกัด มิได้เป็นบริษัทที่ได้รับมอบอำนาจอย่างเป็นทางการจาก บริษัท Meta Platforms Inc. ที่ตั้งอยู่ในประเทศสหรัฐอเมริกา เพื่อให้ทำหน้าที่เป็นตัวแทน หรือเป็นผู้ติดต่อในการประกอบธุรกิจ หรือเป็นสำนักงานสาขาของบริษัท Meta Platforms Inc. ในประเทศไทยแต่อย่างใด หากแต่เป็นบริษัทที่จัดตั้งขึ้นเพื่อกำกับ ดูแล ประสานงานให้บริการส่งเสริมด้านการตลาด และสนับสนุนการขายให้แก่บริษัทในเครือทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงจัดดำเนินการกิจกรรมบริการอื่น ๆ เพื่อสนับสนุนธุรกิจซึ่งมิได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น อันมีลักษณะเป็นการให้บริการสนับสนุนทางด้านการตลาดและการขายโฆษณาในประเทศไทยเท่านั้น โดยไม่ได้มีอำนาจในการควบคุมหรือกำหนดนโยบายของเฟซบุ๊ก อีกทั้งไม่ปรากฏข้อมูลว่าบริษัท Meta Platforms Inc. เคยมีการแต่งตั้งให้ บริษัท เฟซบุ๊ก (ประเทศไทย) จำกัด ทำหน้าที่เป็นตัวแทนทางกฎหมาย (Legal Representative) ของตนในประเทศไทยแต่อย่างใด

โดยสถานะดังกล่าวของ บริษัท เฟซบุ๊ก (ประเทศไทย) จำกัด จึงนำไปสู่ปัญหาในทางข้อกฎหมายว่าการดำเนินงานของ บริษัท เฟซบุ๊ก (ประเทศไทย) จำกัด จะถือว่าเป็นตัวแทน หรือเป็นผู้ติดต่อในการประกอบกิจการของ เฟซบุ๊ก ในราชอาณาจักร อันจะทำให้ถือเอาสถานที่ที่ใช้ประกอบกิจการ หรือติดต่อ หรือสถานที่อันเป็นถิ่นที่อยู่ของตัวแทนหรือของผู้ติดต่อเป็นภูมิลำเนาของเฟซบุ๊กได้หรือไม่ ซึ่งเมื่อพิจารณาแล้วจะเห็นได้ว่า บริษัท เฟซบุ๊ก (ประเทศไทย) จำกัด ไม่อาจถือได้ว่าเป็นตัวแทนโดยชัดแจ้งหรือโดยปริยายของ เฟซบุ๊ก หรือ บริษัท Meta Platforms Inc. ซึ่งเป็นสำนักงานใหญ่ที่ตั้งอยู่ในประเทศสหรัฐอเมริกาแต่อย่างใด อย่างไรก็ตามลักษณะของการดำเนินการของ บริษัท เฟซบุ๊ก (ประเทศไทย) จำกัด ในฐานะที่เป็นผู้กำกับ ดูแล ประสานงานให้บริการส่งเสริมด้านการตลาด และสนับสนุนการขายให้แก่บริษัทในเครือของ บริษัท Meta Platforms Inc. ในลักษณะที่เป็นการให้บริการสนับสนุนทางด้านการตลาดและการขายโฆษณาในประเทศไทย ซึ่งอาจถือได้ว่าเป็นการติดต่อในการประกอบกิจการของเฟซบุ๊กในประเทศไทย ดังนั้นจึงอาจถือได้ว่า บริษัท เฟซบุ๊ก (ประเทศไทย) จำกัด เป็น “ผู้ติดต่อ” อันส่งผลให้สถานที่อันเป็นถิ่นที่อยู่ผู้ติดต่อก็อาจถือได้ว่าเป็นภูมิลำเนาของเฟซบุ๊กในประเทศไทยหากจะมีการฟ้องร้องดำเนินคดี ดังที่มีกำหนดไว้ในประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่ง มาตรา 3 (2)(ข) ตอนท้าย แต่ถึงกระนั้นก็ยังอาจมีข้อสังเกตว่า การเป็นผู้ติดต่อนั้นจะต้องเป็นผู้ติดต่อที่เกี่ยวข้องหรือมีอำนาจในการตัดสินใจที่เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจหรือการให้บริการหลักของเฟซบุ๊กด้วยหรือไม่ ตามนัยคำพิพากษาศาลฎีกาที่ 15126/2557² หรือจะเป็นเพียงผู้ติดต่อในความหมายอย่างกว้างที่ไม่จำเป็นต้องเกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจหรือการ

² คำพิพากษาศาลฎีกาที่ 15126/2557 กรณีที่จะถือว่าถิ่นที่อยู่ของตัวแทนหรือผู้ติดต่อเป็นภูมิลำเนาเดิมของจำเลยตามมาตรา 3(2)(ข) จะต้องได้ความว่าผู้นั้นประกอบกิจการของจำเลยทั้งหมดหรือแต่บางส่วนแทนจำเลย หรือเป็นบุคคลที่เคยติดต่อในการประกอบกิจการของจำเลย ถ้าบุคคลนั้นเพียงแต่เคย

ให้บริการหลักโดยตรงก็ถือเป็นภาระเพียงพอแล้ว ตามแนวคำพิพากษาศาลฎีกาที่ 4580/2542³ ซึ่งกรณีดังกล่าว เนื่องจากยังไม่เคยมีข้อพิพาทขึ้นสู่การพิจารณาของศาลฎีกาในประเทศไทย ดังนั้นในชั้นนี้ คณะผู้วิจัยจึงขอเสนอถึงความเป็นไปได้ในการที่ศาลฎีกาของประเทศไทยจะสามารถตีความหมายของคำว่า “ผู้ติดต่อ” ไว้ทั้งสองทาง ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว

ข) ข้อจำกัดทางการบังคับคดี

นอกจากข้อจำกัดทางด้านกฎหมายวิธีสบัญญัติแล้ว จากการศึกษาพบว่ายังมีข้อจำกัดทางการบังคับคดีตามคำพิพากษาของศาล อันถือได้ว่าเป็นข้อจำกัดที่มีความเกี่ยวข้องสืบเนื่องกัน ทั้งนี้เนื่องจากการบังคับคดีนั้นถือได้ว่าเป็นกลไกสำคัญที่จะช่วยให้คำพิพากษาของศาลมีผลบังคับใช้ ซึ่งโดยทั่วไปก็ได้แก่ การกำหนดให้คู่ความฝ่ายที่แพ้คดีมีหน้าที่ในการปฏิบัติตามสัญญา หรือการชดเชยค่าสินไหมทดแทน โดยเฉพาะในกรณีที่ต้องชดเชยค่าสินไหมทดแทน หรือการชำระหนี้เป็นเงิน หากคู่ความฝ่ายที่แพ้คดีไม่ยอมปฏิบัติตามคำพิพากษาก็อาจจะส่งผลให้ศาลสามารถออก “หมายบังคับคดี” เพื่อทำการยึดทรัพย์สินหรืออายัดสิทธิเรียกร้องของคู่ความฝ่ายที่ไม่ปฏิบัติตามคำพิพากษาได้ อย่างไรก็ตาม อำนาจของศาลในการออกหมายบังคับคดีจะสามารถใช้ได้เพียงแคในกรณีที่ลูกหนี้ตามคำพิพากษามีภูมิลำเนาอยู่ในราชอาณาจักร และมีทรัพย์สินอันอาจถูกยึดหรืออายัดตามคำพิพากษาได้อยู่ในราชอาณาจักรเท่านั้น ทั้งนี้เป็นไปตามหลักอำนาจอธิปไตย อีกทั้งประเทศไทยยังไม่ได้มีการเข้าร่วมเป็นภาคีในอนุสัญญาว่าด้วยการรับรองและบังคับตามคำพิพากษาศาลต่างประเทศในคดีแพ่งและพาณิชย์ ค.ศ. 2019 ทั้งยังไม่เคยมีการปฏิบัติต่างตอบแทนในการยอมรับปฏิบัติตามคำพิพากษาของศาลต่างประเทศในประเทศไทยมาก่อนแต่อย่างใด มีแต่เพียงการรับฟังคำพิพากษาของศาลต่างประเทศในฐานะที่เป็น “พยานหลักฐาน” อย่างหนึ่งเท่านั้น ซึ่งไม่อาจถือได้ว่าเป็นการยอมรับปฏิบัติตามคำพิพากษาของศาลต่างประเทศในลักษณะที่เป็นการปฏิบัติต่างตอบแทนในทางระหว่างประเทศแต่อย่างใด

ด้วยเหตุนี้ จึงส่งผลให้หากจะต้องมีการบังคับคดีตามคำพิพากษาของศาลไทยในกรณีที่มีการฟ้องร้องให้เฟซบุ๊กต้องรับผิดชอบในกรณีที่ปล่อยให้มิฉฉาชีพหรือผู้ประกอบการธุรกิจที่ไม่สุจริตใช้เฟซบุ๊กเป็นช่องทางหรือ

ติดต่อขอกู้เงินจากสถาบันการเงินในราชอาณาจักรให้แก่จำเลยเท่านั้น ยังฟังไม่ได้ว่าบุคคลนั้นเป็นตัวแทนในการประกอบกิจการหรือเป็นผู้ติดต่อในการประกอบกิจการของจำเลย เมื่อปรากฏว่าจำเลยมีภูมิลำเนาอยู่นอกราชอาณาจักรและมูลคดีเกิดนอกราชอาณาจักร โจทก์จึงไม่อาจฟ้องจำเลยต่อศาลโดยอ้างเหตุตามมาตรา 3(2)(ข) ได้

³ คำพิพากษาศาลฎีกาที่ 4580/2542 จำเลยที่ 2 เป็นผู้ติดต่อในการประกอบกิจการขนส่งของจำเลยที่ 1 โดยเป็นผู้ติดต่อในการนำเรือให้ถึงท่าปลายทางและติดต่อนำเรือออกจากท่าปลายทาง ตลอดจนถึงติดต่อทำหน้าที่เป็นตัวแทนเรือในกิจการขนส่งทางทะเลอันเป็นธุรกิจบริการของจำเลยที่ 2 แม้จำเลยที่ 2 จะไม่ใช่ผู้ร่วมขนส่งกับจำเลยที่ 1 แต่ก็ถือได้ว่าจำเลยที่ 2 เป็นผู้ติดต่อในการประกอบกิจการขนส่งของจำเลยที่ 1 ในราชอาณาจักร เมื่อปรากฏตามคำฟ้องว่าจำเลยที่ 2 ซึ่งเป็นผู้ติดต่อในการประกอบกิจการของจำเลยที่ 1 มีภูมิลำเนาในเขตศาลแพ่งกรุงเทพใต้ จึงถือว่าภูมิลำเนาของจำเลยที่ 2 เป็นภูมิลำเนาของจำเลยที่ 1 โจทก์จึงมีอำนาจฟ้องจำเลยที่ 1 ที่ศาลแพ่งกรุงเทพใต้ อันเป็นศาลที่ถือว่าจำเลยที่ 1 มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตศาล

เป็นเครื่องมือในการหลอกลวง ฉ้อโกง หรือแสวงหาประโยชน์ที่มีควรได้โดยชอบด้วยกฎหมายจากผู้ใช้งานเฟซบุ๊กในประเทศไทย ซึ่งแม้ว่าอาจจะมีการฟ้องร้องดำเนินคดีกันได้ในประเทศไทย และศาลอาจมีคำพิพากษาให้เฟซบุ๊กเป็นฝ่ายแพ้คดีก็ตาม แต่ก็อาจประสบกับปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญในเรื่องของการบังคับคดีให้เป็นไปตามคำพิพากษาหรือคำสั่งของศาลที่อาจจะทำได้ยาก และเจ้าหน้าที่ตามคำพิพากษาอาจต้องเสียค่าใช้จ่ายจำนวนมากทั้งยังอาจจะต้องใช้ระยะเวลาที่ยาวนานในการดำเนินกระบวนการดังกล่าวซึ่งอาจจะไม่คุ้มค่ากับความเสียหายที่ผู้ใช้บัญชีเฟซบุ๊กในประเทศไทยได้รับ

อย่างไรก็ตาม ในการศึกษาถึงข้อจำกัดทางด้านกฎหมายวิธีสบัญญัติและการบังคับคดีดังกล่าว คณะผู้วิจัยมีข้อสังเกตถึง รัฐบัญญัติ Protecting Americans from Foreign Adversary Controlled Applications Act, H.R. 7521 ซึ่งผ่านการพิจารณาของสภาองเกรสแห่งสหรัฐอเมริกาและมีการประกาศใช้เป็นกฎหมายเมื่อวันที่ 14 มีนาคม ค.ศ. 2024 โดยกฎหมายฉบับดังกล่าวมีวัตถุประสงค์สำคัญในการปกป้องความมั่นคงของประเทศสหรัฐอเมริกาจากการใช้งานแอปพลิเคชันที่ได้รับการควบคุมโดยรัฐบาลหรือหน่วยงานของประเทศที่เป็นปฏิปักษ์ (Foreign Adversary) ต่อประเทศสหรัฐอเมริกา โดยมุ่งเป้าเฉพาะไปที่แอปพลิเคชันติ๊กต็อก (TikTok) อันเป็นแอปพลิเคชันที่ได้รับการพัฒนาขึ้นโดยบริษัท ByteDance จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตสัญชาติจีน ดังนั้นแอปพลิเคชันดังกล่าวจึงถูกพิจารณาว่าอาจมีความเสี่ยงทางด้านของความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์รวมถึงความเสี่ยงทางด้านข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้งานชาวอเมริกัน ดังนั้นกฎหมายฉบับดังกล่าวจึงมีเนื้อหาในการให้อำนาจแก่รัฐบาลกลางของประเทศสหรัฐอเมริกาในการมีคำสั่งห้ามและจำกัดการดำเนินงานของแอปพลิเคชันที่อยู่ภายใต้การควบคุมของรัฐบาลหรือหน่วยงานของประเทศที่เป็นปฏิปักษ์ โดยแอปพลิเคชันดังกล่าวจะต้องยุติการดำเนินงานรวมถึงการให้บริการทั้งหมดในประเทศสหรัฐอเมริกา เว้นแต่จะได้มีการขายกิจการหรือโอนสิทธิ์ในการดำเนินงานแอปพลิเคชันติ๊กต็อกในสหรัฐอเมริกาไปให้แก่ผู้พัฒนาแอปพลิเคชันรายอื่นที่ไม่เกี่ยวข้องกับรัฐบาลหรือหน่วยงานของประเทศที่เป็นปฏิปักษ์ หรือขายกิจการหรือโอนสิทธิ์ในการดำเนินงานแอปพลิเคชันให้แก่นิติบุคคลสัญชาติอเมริกันภายในระยะเวลาตามที่กฎหมายกำหนด มิเช่นนั้นแอปพลิเคชันติ๊กต็อกก็จะไม่สามารถใช้งานหรือให้บริการในประเทศสหรัฐอเมริกาได้โดยคำสั่งของประธานาธิบดี

รัฐบัญญัติดังกล่าวมีข้อสังเกตที่น่าสนใจหลายประการ โดยข้อสังเกตประการแรก ได้แก่ กฎหมายฉบับดังกล่าวเป็นกฎหมายที่ให้อำนาจแก่ฝ่ายบริหารโดยประธานาธิบดีในการออกคำสั่งในทางบริหาร (Executive Order) ในการห้ามและจำกัดการดำเนินงานแอปพลิเคชันที่ได้รับการพิจารณาว่าได้รับการควบคุมโดยรัฐบาลหรือหน่วยงานของประเทศที่เป็นปฏิปักษ์ เพื่อเป็นการปกป้องความมั่นคงของประเทศโดยไม่จำเป็นต้องได้รับการพิจารณาและมีคำพิพากษาหรือมีคำสั่งโดยศาลก่อนแต่อย่างใด ดังนั้นในการบังคับการให้เป็นไปตามกฎหมายดังกล่าวจึงไม่ต้องใช้เวลานานเนื่องจากไม่ต้องผ่านกระบวนการในการไต่สวนและพิจารณาพยานหลักฐาน นอกจากนี้คำสั่งดังกล่าวถือว่ามีผลบังคับใช้ทันทีเมื่อประธานาธิบดีลงนาม ซึ่งแตกต่างไปจากการมีคำพิพากษาหรือคำสั่งของศาลที่

จะถือว่ามีผลบังคับใช้เมื่อมีคำพิพากษาถึงที่สุด ดังนั้นการออกแบบให้รัฐบัญญัติดังกล่าวเป็นกฎหมายในทางบริหาร จึงอาจมีความเหมาะสมและทันต่อความเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์มากกว่าที่จะเป็นการใช้กระบวนการทางศาล ในการมีคำพิพากษาหรือมีคำสั่ง แต่อย่างไรก็ตามคำสั่งในทางบริหารของประธานาธิบดีดังกล่าวอาจได้รับการ ตรวจสอบจากศาลยุติธรรมอีกครั้งโดยศาลอาจมีคำสั่งให้ระงับคำสั่งในทางบริหารดังกล่าวได้หากศาลพิจารณาแล้ว ว่าคำสั่งดังกล่าวเป็นคำสั่งที่ขัดต่อรัฐธรรมนูญหรือไม่ชอบด้วยกฎหมาย ทั้งนี้ตามหลักเกณฑ์ในการตรวจสอบและ ถ่วงดุลการใช้อำนาจของฝ่ายบริหาร

ข้อสังเกตประการต่อมา คือ รัฐบัญญัติ Protecting Americans from Foreign Adversary Controlled Applications Act ถือเป็นกฎหมายที่มีผลบังคับใช้ต่อแพลตฟอร์มดิจิทัลอีก อันเป็นธุรกิจการให้บริการแพลตฟอร์ม ดิจิทัลของ บริษัท ByteDance จำกัด ที่มีภูมิลำเนาอยู่ที่ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนซึ่งอยู่นอกเขตอำนาจ อธิปไตยของประเทศสหรัฐอเมริกา อีกทั้งยังไม่ได้มีการจดทะเบียน หรือไม่ได้มีการจัดตั้งสำนักงานสาขาในประเทศ สหรัฐอเมริกา แต่กฎหมายฉบับดังกล่าวกลับบัญญัติในทำนองที่เป็นการบังคับให้ บริษัท ByteDance จำกัด ต้อง ขายธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลดิจิทัลที่มีการดำเนินการอยู่ในประเทศสหรัฐอเมริกาให้แก่บุคคลอื่นที่ไม่เกี่ยวข้อง กับรัฐบาลของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน โดยหากบริษัท ByteDance จำกัด ไม่สามารถดำเนินการเช่นนั้น นั้นได้ ก็จะส่งผลให้แพลตฟอร์มดิจิทัลดังกล่าวถูกระงับการห้ามเข้าถึงอย่างถาวรในประเทศสหรัฐอเมริกา รวมถึง อาจถูกลบแอปพลิเคชันออกจาก App Store ในระบบปฏิบัติการ iOS และ Play Store ในระบบปฏิบัติการ Android ทั้งยังกำหนดให้ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต (Internet Service Provider: ISP) มีหน้าที่ในการระงับการ เข้าถึงแอปพลิเคชันดังกล่าวในประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นการถาวร นอกจากนี้รัฐบัญญัตินี้ยังได้มีการกำหนด โทษไว้สำหรับผู้ฝ่าฝืนไม่ปฏิบัติตามกฎหมายอีกด้วย เช่น หน่วยงานหรือบุคคลใดที่ฝ่าฝืน Subsection (a) ต้องรับโทษทางแพ่ง โดยต้องชำระค่าปรับเป็นจำนวนไม่เกินผลรวมที่คำนวณจากการนำจำนวนผู้ใช้ภายในเขตแดน ทางบกหรือทางทะเลของสหรัฐอเมริกาที่ถูกระงับการเข้าถึง คูณด้วยจำนวนเงิน 5,000 ดอลลาร์สหรัฐ หรือ หน่วยงานหรือบุคคลใดที่ฝ่าฝืน Subsection (b) ต้องรับโทษทางแพ่ง โดยต้องชำระ ค่าปรับเป็นจำนวนไม่เกินผลรวมที่คำนวณจากการนำจำนวนผู้ใช้ภายในเขตแดนทางบกหรือทางทะเลของ สหรัฐอเมริกาที่ได้รับผลกระทบจากการระงับดังกล่าว คูณด้วยจำนวนเงิน 500 ดอลลาร์สหรัฐ เป็นต้น โดยมีได้ เป็นการบังคับเอาแก่ บริษัท ByteDance จำกัด หรือแพลตฟอร์มดิจิทัลโดยตรง แต่เป็นการบังคับใช้กฎหมายโดย ผ่านบุคคล หรือหน่วยงานที่อยู่ภายใต้อำนาจบังคับบัญชาของรัฐบาลแห่งประเทศสหรัฐอเมริกาให้ระงับการ เข้าถึง หรือให้ลบแอปพลิเคชันดังกล่าวออกจากแพลตฟอร์มของตน ซึ่งมีผลในทางอ้อมทำให้แพลตฟอร์มดังกล่าวไม่ อาจดำเนินธุรกิจหรือให้บริการในประเทศสหรัฐอเมริกาได้อีกต่อไป

ข้อสังเกตประการสุดท้าย คือ รัฐบัญญัตินี้ดังกล่าวเป็นกฎหมายที่มีผลบังคับใช้ที่เป็นการเฉพาะเจาะจงกับ บริษัท ByteDance จำกัด และแพลตฟอร์มดิจิทัลดังกล่าวเพียงแพลตฟอร์มเดียวเท่านั้น ซึ่งการบัญญัติกฎหมายใน

ลักษณะเช่นนี้มักจะไม่ค่อยพบเห็นมากนัก เนื่องจากอาจได้รับการพิจารณาว่าเป็นการบัญญัติกฎหมายที่มีลักษณะเป็นการเลือกปฏิบัติ และอาจถือได้ว่าเป็นการใช้กฎหมายเป็นเครื่องมือในการกีดกันหรือเป็นอุปสรรคในการแข่งขันทางการค้า หรือเป็นการแทรกแซงการดำเนินธุรกิจอันเป็นการขัดต่อหลักการค่าเสรี นอกจากนี้การที่รัฐบัญญัติดังกล่าวมีเนื้อหาในการกำหนดเชิงบังคับให้ บริษัท ByteDance จำกัด จะต้องโอนการดำเนินกิจการให้แก่นิติบุคคลอื่นที่มีได้มีความเกี่ยวข้องกับประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน จึงอาจเป็นการขัดต่อรัฐธรรมนูญแห่งประเทศสหรัฐอเมริกาในเรื่องของเสรีภาพในการพูดหรือแสดงความคิดเห็น (Free Speech) อันเป็นเสรีภาพขั้นพื้นฐานที่กำหนดไว้ใน First Amendment ซึ่งประเด็นดังกล่าวกำลังอยู่ในระหว่างการพิจารณาของศาลอุทธรณ์ในเขตโคลัมเบีย (the District of Columbia Court of Appeals) โดยบริษัท ByteDance จำกัด เป็นผู้ยื่นฟ้องรัฐบาลแห่งประเทศสหรัฐอเมริกา (Miller, 2024) อย่างไรก็ตาม ศาลสูงสุดแห่งสหรัฐอเมริกา (U.S. Supreme Court) ได้เคยให้การรับรองความถูกต้องของรัฐบัญญัติ Protecting Americans from Foreign Adversary Controlled Applications Act ในส่วนที่บริษัท ByteDance จำกัด จะต้องดำเนินการโอนการดำเนินธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลดังกล่าวในประเทศสหรัฐอเมริกาให้แก่นิติบุคคลอื่นที่มีได้มีส่วนเกี่ยวข้องกับ ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน (Tzinova et al., 2025)

6.3 แนวทางในการกำกับดูแลผู้ประกอบการแพลตฟอร์มดิจิทัลที่อาจกระทบต่อสิทธิผู้บริโภคของต่างประเทศ

แม้ว่าจากการศึกษาในครั้งนี้จะชี้ให้เห็นว่ากฎหมายที่มีผลบังคับใช้อยู่ในปัจจุบัน รวมถึงทิศทางหรือแนวโน้มในการบัญญัติกฎหมายในอนาคตของประเทศไทย จะสามารถนำมาปรับใช้ในการฟ้องร้องดำเนินคดีกับเฟซบุ๊กในประเทศไทยได้ภายใต้ข้อจำกัดบางประการโดยเฉพาะในเรื่องของการขาดสภาพบังคับในทางกฎหมาย ไม่ว่าจะเป็นการบังคับคดียึดหรืออายัดทรัพย์สินของเฟซบุ๊กในทางแพ่งหรือการบังคับโทษกับเฟซบุ๊กในทางอาญา ทั้งนี้เนื่องจากเฟซบุ๊กไม่ได้มีการจดทะเบียนการประกอบธุรกิจ หรือไม่ได้มีการจัดตั้งสำนักงานสาขาเพื่อทำหน้าที่เป็นตัวแทนผู้ได้รับมอบอำนาจอย่างเป็นทางการในการดำเนินธุรกิจหรือการให้บริการแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กในประเทศไทย ซึ่งเป็นการเปิดช่องให้เฟซบุ๊กสามารถยกเอาเหตุดังกล่าวมาใช้เพื่อปฏิเสธที่จะไม่อยู่ภายใต้บังคับของกฎหมายและภายใต้เขตอำนาจศาลของประเทศไทย อันถือได้ว่าเป็นปัญหาและอุปสรรคสำคัญที่อาจทำให้กฎหมายของประเทศไทยไม่อาจบังคับใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพก็ตาม แต่อย่างไรก็ดี ในการศึกษาครั้งนี้คณะผู้วิจัยเห็นสมควรที่จะทำการศึกษาถึงแนวทางหรือมาตรการทางกฎหมายในการกำกับดูแลผู้ประกอบการแพลตฟอร์มดิจิทัลที่อาจกระทบต่อสิทธิผู้บริโภคของต่างประเทศในฐานะที่เป็นกฎหมายต้นแบบ ซึ่งอาจเป็นประโยชน์หากจะมีการแก้ไขปรับปรุงกฎหมายของประเทศไทยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องดังกล่าวต่อไป โดยในการศึกษาครั้งนี้คณะผู้วิจัยได้เลือกทำการศึกษากฎหมายในกลุ่มประเทศที่มีความเข้มแข็งในด้านของการกำกับดูแลผู้ประกอบการแพลตฟอร์มดิจิทัล

อันได้แก่ ประเทศสหรัฐอเมริกา กฎหมายของสหภาพยุโรป และเครือรัฐออสเตรเลีย ดังที่จะอภิปรายผลที่ได้จากการศึกษาต่อไปนี้

6.3.1 ประเทศสหรัฐอเมริกา

ประเทศสหรัฐอเมริกา ถือเป็นอีกประเทศหนึ่งที่มีความสำคัญกับความปลอดภัยของพลเมืองในการใช้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลควบคู่ไปกับการรักษาไว้ซึ่งเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น (Freedom of Expression) รวมถึงเสรีภาพในการพูด (Free Speech) อันเป็นหลักการสำคัญของประเทศสหรัฐอเมริกาทั้งยังเป็นหลักการพื้นฐานที่สำคัญของการสื่อสารผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยมีบทบัญญัติของกฎหมายที่สำคัญที่ใช้ในการกำกับดูแลแพลตฟอร์มดิจิทัล ได้แก่ มาตรา 230 (Section 230) แห่งรัฐบัญญัติ the Communications Decency Act ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของรัฐบัญญัติ the Telecommunications Act of 1996 โดยกฎหมายดังกล่าวถูกร่างขึ้นภายใต้หลักการที่สำคัญ คือ การให้เสรีภาพแก่ผู้ให้บริการและผู้ให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลในการพัฒนาและควบคุมเนื้อหาของตนเองโดยมีการแทรกแซงจากรัฐน้อยที่สุด ขณะเดียวกันก็ควรมีการสร้างความร่วมมือกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐและผู้ให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลในการปกป้องผู้ใช้งานแพลตฟอร์มจากเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมที่มีการเผยแพร่ทางออนไลน์ ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่าวัตถุประสงค์ที่สำคัญในการบังคับใช้มาตราดังกล่าวจึงเป็นไปเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจการให้บริการอินเทอร์เน็ตและแพลตฟอร์มดิจิทัลต่าง ๆ โดยไม่ให้เกิดความหวาดกลัวหรือกำกับดูแลโดยหน่วยงานภาครัฐมากเกินไป ทั้งนี้เพื่อกระตุ้นให้เกิดการแข่งขันในตลาดผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตและแพลตฟอร์มดิจิทัลอย่างเสรี ขณะเดียวกันก็ต้องสามารถกำกับดูแลให้แพลตฟอร์มดิจิทัลมีหน้าที่ในการกำจัดเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมที่มีการเผยแพร่ผ่านทางแพลตฟอร์มของตนเองโดยไม่ต้องมีความรับผิดชอบตามกฎหมาย ทั้งยังต้องสามารถปกป้องเสรีภาพในการแสดงออกของพลเมือง

ด้วยหลักการดังกล่าวจึงส่งผลให้มาตรา 230 เป็นกฎหมายที่มีเจตนารมณ์ในการให้ความคุ้มครองแก่แพลตฟอร์มดิจิทัล (interactive computer service) จากความรับผิดชอบใด ๆ ที่เกิดขึ้นจากการเผยแพร่เนื้อหาข้อความ หรือข้อมูลดิจิทัล ที่ถูกสร้างขึ้นและเผยแพร่โดยผู้ให้บริการแพลตฟอร์มรายอื่น หรือ User-Generated Content โดยไม่ถือว่าแพลตฟอร์มดิจิทัลเป็นผู้กล่าว (speaker) หรือผู้โฆษณาเผยแพร่หลาย (publisher) ซึ่งเนื้อหาเช่นว่านั้น แม้ว่าเนื้อหา ข้อความ หรือข้อมูลดิจิทัลที่มีการเผยแพร่นั้นจะเป็นการหมิ่นประมาท หรือเป็นการเผยแพร่ข้อมูลหรือเนื้อหาที่เป็นเท็จก็ตาม นอกจากนี้กฎหมายมาตราดังกล่าวยังให้อำนาจแก่แพลตฟอร์มดิจิทัลในการที่จะใช้ดุลพินิจของตนในการพิจารณาลบ ระวัง หรือจำกัดการเข้าถึงเนื้อหา ข้อความ หรือข้อมูลดิจิทัลบางประเภทที่มีความไม่เหมาะสมอื่น ๆ เช่น เนื้อหาที่เป็นความรุนแรง ภาพลามก หรือการคุกคาม เป็นต้น โดยหากแพลตฟอร์มดิจิทัลได้ทำการลบ ระวัง หรือจำกัดการเข้าถึงเนื้อหาเช่นว่านั้นด้วยความสุจริต (good faith) ให้ถือว่าแพลตฟอร์ม

ดิจิทัลนั้นไม่ต้องรับผิด และไม่อาจถูกฟ้องร้องดำเนินคดีอันเนื่องมาจากการลบ ระบุ หรือจำกัดการเข้าถึงเนื้อหาที่ไม่ชอบด้วยกฎหมายเหล่านั้น

อย่างไรก็ตามแพลตฟอร์มดิจิทัลอาจถูกฟ้องร้องดำเนินคดีได้หากว่า 1) แพลตฟอร์มดิจิทัลนั้นมีวัตถุประสงค์ในการให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลที่เป็นการฝ่าฝืนต่อกฎหมายอาญาของสหรัฐอเมริกาเสียเอง เช่น เป็นแพลตฟอร์มที่มีเนื้อหาในการส่งเสริมให้เกิดการค้าบริการทางเพศ การก่อการร้าย การค้ามนุษย์ การฉ้อโกง หรือการเผยแพร่สื่อลามกเด็ก เป็นต้น 2) แพลตฟอร์มดิจิทัลนั้นอนุญาตหรือยินยอมให้มีการเผยแพร่เนื้อหาที่เป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ หรือเครื่องหมายการค้า โดยไม่ดำเนินการลบ ระบุการเข้าถึง หรือป้องกันไม่ให้มีการเผยแพร่เนื้อหาเช่นนั้นอีก 3) แพลตฟอร์มดิจิทัลนั้นอาจต้องรับผิดหากว่าละเลยไม่ปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้ หรือมีการเปิดเผยข้อมูลของผู้ใช้โดยไม่ได้รับอนุญาตหรือไม่เป็นไปตามรัฐบัญญัติ Electronic Communications Privacy Act (ECPA) 1986 อันเป็นกฎหมายคุ้มครองความเป็นส่วนตัวในการสื่อสารผ่านทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ ทั้งนี้รวมถึงการนำข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้ไปแสวงหาประโยชน์ที่ไม่ชอบด้วยกฎหมาย เช่น การนำข้อมูลไปขาย และการดักฟังหรือดักจับข้อมูลหรือการสื่อสารของผู้ใช้ด้วย นอกจากนี้แพลตฟอร์มดิจิทัลอาจยังต้องมีความรับผิดตามกฎหมายเฉพาะของแต่ละรัฐ (State Law) หากว่ากฎหมายของรัฐเหล่านั้นมีเนื้อหาในการกำหนดหน้าที่เพิ่มเติมให้แก่แพลตฟอร์มดิจิทัลเป็นอย่างอื่นแต่ไม่ถึงกับเป็นการขัดต่อหลักการสำคัญของมาตรา 230 ซึ่งเป็นกฎหมายของรัฐบาลกลาง (Federal Law) โดยเฉพาะในเรื่องของความรับผิดในเนื้อหา ข้อความ หรือข้อมูลดิจิทัลที่มีการสร้างขึ้นหรือเผยแพร่โดยผู้ใช้อื่น

6.3.2 สหภาพยุโรป

กฎหมายของสหภาพยุโรปที่มีความโดดเด่นในการกำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัล ได้แก่ Regulation (EU) 2022/2065 on a Single Market For Digital Services and amending Directive 2000/31/EC (Digital Services Act) อันเป็นกฎหมายที่มีวัตถุประสงค์ในการควบคุมการประกอบธุรกิจและการให้บริการของแพลตฟอร์มดิจิทัล โดยมีวัตถุประสงค์ในการคุ้มครองผู้ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลจากเนื้อหาที่ผิดกฎหมาย หรือเนื้อหาที่เป็นอันตราย โดยเฉพาะอย่างยิ่งเนื้อหาดิจิทัลที่เป็นข้อมูลที่ผิดพลาด (misinformation) หรือข้อมูลที่ไม่ตรงกับความเป็นจริง (disinformation) ข้อมูลดิจิทัลที่เป็นการเผยแพร่ความเกลียดชัง (hate speech) ตลอดจนข้อมูลที่เป็นการฉ้อโกง (fraud) หรือหลอกลวง (scam) โดยหากแพลตฟอร์มดิจิทัลใดได้รับการ “แจ้งเตือน” (Notice) ว่ามีเนื้อหา ข้อความ หรือข้อมูลดิจิทัลที่ไม่ชอบด้วยกฎหมาย หรือไม่ชอบด้วยข้อตกลงในการให้บริการ กรณีดังกล่าวผู้ให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลนั้นมีหน้าที่ในการ “ดำเนินการอย่างเหมาะสม” (Action) โดยอาจทำการตรวจสอบเนื้อหา ข้อความ หรือข้อมูลดิจิทัลที่ได้รับการแจ้งเตือน หรืออาจให้โอกาสแก่ผู้ใช้แพลตฟอร์มที่เป็นผู้เผยแพร่เนื้อหาเช่นนั้นในการชี้แจงก่อนที่จะมีการลบเนื้อหา

นอกจากนี้กฎหมายฉบับดังกล่าวยังมีการกำหนดหน้าที่และความรับผิดชอบแก่แพลตฟอร์มดิจิทัลในการกลั่นกรองเนื้อหา และต้องมีมาตรการในการป้องกันการนำแพลตฟอร์มดิจิทัลไปใช้ในทางที่ผิด นอกจากนี้ยังมีการกำหนดให้ผู้ให้บริการที่เป็นแพลตฟอร์มขนาดใหญ่ (Very Large Online Platforms: VLOPs) มีหน้าที่และความรับผิดชอบที่มากกว่าผู้ให้บริการแพลตฟอร์มขนาดเล็กเพื่อให้เกิดความเหมาะสม ทั้งยังต้องจัดให้มีมาตรการเพื่อเพิ่มความโปร่งใสในการโฆษณาและอัลกอริธึม โดยเฉพาะแพลตฟอร์มดิจิทัลขนาดใหญ่ที่มีความสามารถในการใช้การโฆษณาที่เป็นการกำหนดเป้าหมาย (targeted advertising) โดยแพลตฟอร์มดิจิทัลจะไม่สามารถอาศัยข้อมูลต่าง ๆ ที่เก็บรวบรวมจากผู้ใช้เพื่อแสดงโฆษณาที่ตรงกับเป้าหมาย อีกทั้งแพลตฟอร์มยังมีหน้าที่ในการเปิดเผยถึงสาเหตุและความโปร่งใสของอัลกอริธึม (algorithm transparency) โดยต้องเปิดเผยถึงหลักเกณฑ์ที่แพลตฟอร์มนำมาใช้ในระบบแนะนำเนื้อหา (recommender systems) รวมถึงอัลกอริธึมที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกแสดงเนื้อหาหรือโฆษณาให้กับผู้ใช้ เพื่อให้ผู้ใช้สามารถทราบได้ว่ามีปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อการแสดงเนื้อหาหรือโฆษณาที่ผู้ใช้เห็นผ่านทางแพลตฟอร์ม และจะต้องให้ผู้ใช้สามารถที่จะปรับเปลี่ยนการตั้งค่าการใช้งานแพลตฟอร์มได้ รวมถึงแพลตฟอร์มดิจิทัลจะต้องอำนวยความสะดวกให้ผู้ใช้สามารถเลือกปิดการติดตาม (opt-out) จากระบบแนะนำเนื้อหาที่ผู้ให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลนำมาใช้ในการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลในการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้งานของผู้ใช้แพลตฟอร์มเพื่อความเป็นส่วนตัวและการให้สิทธิแก่ผู้ใช้ในการควบคุมการใช้งานแพลตฟอร์มได้มากขึ้น

6.3.3 เครือรัฐออสเตรเลีย

เครือรัฐออสเตรเลีย หรือประเทศออสเตรเลีย ถือว่าเป็นอีกประเทศหนึ่งที่มีความสำคัญกับการคุ้มครองแก่ผู้บริโภคโดยเฉพาะในด้านของเทคโนโลยี ซึ่งมีกฎหมายที่น่าสนใจ ได้แก่ พระราชบัญญัติความปลอดภัยทางออนไลน์ ค.ศ. 2021 (Online Safety Act 2021) อันเป็นกฎหมายที่มีวัตถุประสงค์ในการเสริมสร้างความปลอดภัยในการใช้อินเทอร์เน็ตโดยให้ความสำคัญกับการป้องกันและจัดการเนื้อหาที่เป็นอันตราย หรือเนื้อหาที่มีความไม่เหมาะสมที่ได้รับการเผยแพร่ผ่านทางแพลตฟอร์มออนไลน์ต่าง ๆ โดยกฎหมายฉบับดังกล่าวมีเนื้อหาสาระที่สำคัญ คือ การจัดตั้งคณะกรรมการความปลอดภัยทางออนไลน์ (eSafety Commissioner) ซึ่งมีหน้าที่สำคัญในการส่งเสริมให้เกิดความปลอดภัยทางออนไลน์ รวมถึงการจัดการข้อร้องเรียนที่เกี่ยวกับเนื้อหาที่เป็นอันตรายหรือเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม ซึ่งคณะกรรมการฯ จะมีอำนาจในการมีคำสั่งให้ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตและแพลตฟอร์มออนไลน์อื่น ๆ ในการลบ จำกัด หรือระงับการเข้าถึงเนื้อหาเช่นว่านั้น โดยเนื้อหาที่เป็นอันตรายตามกฎหมายฉบับนี้ ได้แก่ เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการล่วงละเมิดทางเพศ การข่มขู่ การกลั่นแกล้งรังแกกันบนพื้นที่ไซเบอร์ เนื้อหาที่เป็นการสนับสนุนความรุนแรง หรือเนื้อหาที่เป็นการละเมิดต่อกฎหมายของประเทศออสเตรเลีย โดยกฎหมายฉบับนี้ได้มีการแบ่งกลุ่มเนื้อหาที่ได้รับการควบคุมออกเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ “เนื้อหากลุ่ม 1” (Class 1 Material) อัน

เป็นกลุ่มเนื้อหาที่ไม่สามารถเผยแพร่ได้ในประเทศออสเตรเลีย ซึ่งเนื้อหาในกลุ่มดังกล่าว ได้แก่ เนื้อหาที่เกี่ยวข้องหรือแสดงให้เห็นถึงการล่วงละเมิดทางเพศเด็ก เนื้อหาที่เป็นการสนับสนุนการก่อการร้าย หรือเนื้อหาที่มีความรุนแรงมากเกินไป (extreme violence) และ “เนื้อหากลุ่ม 2” (Class 2 Material) อันเป็นกลุ่มเนื้อหาที่สามารถเผยแพร่ในประเทศออสเตรเลียได้แต่จะมีการจำกัดการเข้าถึงเนื้อหาเช่นว่านี้สำหรับกลุ่มผู้ใช้ที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี

อย่างไรก็ตาม พระราชบัญญัติความปลอดภัยทางออนไลน์ ค.ศ. 2021 ไม่ได้มีการกล่าวถึงเนื้อหาที่เป็นการหลอกลวง ฉ้อโกง หรือการใช้เทคนิคทางจิตวิทยาในการจูงใจให้เหยื่อหลงเชื่อ (social engineering) โดยตรง เนื่องจากกฎหมายฉบับดังกล่าวจะมุ่งเน้นให้ความสำคัญกับเนื้อหาที่เป็นอันตราย (harmful content) เป็นสำคัญ แต่เนื้อหาที่เป็นการหลอกลวงหรือฉ้อโกงดังกล่าวอาจอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการความปลอดภัยทางออนไลน์ได้ เนื่องจากเนื้อหาดังกล่าวอาจจัดได้ว่าเป็น “ความคาดหวังพื้นฐานด้านความปลอดภัยออนไลน์” (Basic Online Safety Expectations) ที่กำหนดหน้าที่ให้แก่ผู้ให้บริการ (provider) มีหน้าที่ในการสร้างความมั่นใจด้านความปลอดภัยในการใช้งานให้แก่ผู้ให้บริการ โดยผู้ให้บริการมีหน้าที่ในการดำเนินการอย่างใด ๆ เพื่อเป็นการป้องกันไม่ให้มีการเผยแพร่หรือเข้าถึงเนื้อหาที่เป็นการผิดกฎหมายหรือเป็นอันตรายที่อยู่บนแพลตฟอร์มของตนเพื่อเป็นการสร้างสภาพแวดล้อมทางออนไลน์ที่ปลอดภัย นอกจากนี้ยังมีการให้อำนาจแก่คณะกรรมการความปลอดภัยทางออนไลน์ในการมีคำสั่งให้ผู้ให้บริการลบเนื้อหา (Removal Notice) ที่ถือว่าเป็นอันตรายหรือผิดกฎหมาย รวมถึงมีอำนาจในการระงับการเข้าถึง (Blocking) เว็บไซต์ หรือแพลตฟอร์มดิจิทัลที่มีเนื้อหาเป็นอันตรายต่อสาธารณะในกรณีที่ผู้ให้บริการไม่ปฏิบัติตามคำสั่งให้ลบเนื้อหานั้น

นอกจากพระราชบัญญัติความปลอดภัยทางออนไลน์ ค.ศ. 2021 ดังที่ได้กล่าวมาแล้วนั้น รัฐบาลแห่งเครือรัฐออสเตรเลียยังได้มีการประกาศใช้ “กรอบการดำเนินการด้านการป้องกันการหลอกลวง” (Scams Prevention Framework) ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2021 ที่ผ่านมา เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางหรือมาตรการในการดำเนินการด้านการป้องกันการหลอกลวงและการฉ้อโกงทางออนไลน์ โดยมุ่งเน้นในเรื่องของการประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น Australian Competition and Consumer Commission (ACCC) หรือ eSafety Commissioner ในการให้ความคุ้มครองแก่ผู้บริโภคจากการตกเป็นเหยื่อของการหลอกลวงหรือฉ้อโกงทางออนไลน์ และเป็นมาตรการเสริมในการตรวจสอบและบังคับใช้กฎหมาย Australian Consumer Law (ACL) และ Competition and Consumer Act 2010 (CCA) รวมถึงให้ความรู้หรือให้คำแนะนำแก่ผู้บริโภคถึงแนวทางในการป้องกันตนเองจากการตกเป็นเหยื่อของการหลอกลวงหรือฉ้อโกง ตลอดจนมีการสนับสนุนให้มีการใช้เครื่องมือหรือเทคโนโลยีในการตรวจสอบและเพื่อระงับการเข้าถึง (block) เว็บไซต์หรือแพลตฟอร์มดิจิทัลที่เกี่ยวข้องกับการหลอกลวงหรือการกระทำที่ผิดกฎหมาย โดยประสานงานผ่านทาง eSafety Commissioner เพื่อให้ออกคำสั่งในการลบ หรือระงับการเข้าถึงเนื้อหาเช่นว่านั้น ทั้งยังสนับสนุนให้มีการพัฒนาปรับปรุงแนวทางหรือมาตรการใหม่ ๆ ในการป้องกันการถูกหลอกลวงทางออนไลน์

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากกรอบการดำเนินการด้านการป้องกันการหลอกลวงดังกล่าวไม่ได้มีสถานะเป็นกฎหมาย หากแต่เป็นเพียงแนวทางหรือข้อเสนอแนะในลักษณะที่เป็นส่วนเสริมของกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคแห่งเครือรัฐออสเตรเลียเท่านั้น ทำให้เมื่อวันที่ 7 พฤศจิกายน ค.ศ. 2024 ที่ผ่านมา รัฐบาลของประเทศออสเตรเลีย จึงได้มีการนำเสนอ “ร่างพระราชบัญญัติว่าด้วยกรอบการดำเนินการด้านการป้องกันการหลอกลวง” (the Scams Prevention Framework Bill 2024) เข้าสู่การพิจารณาของรัฐสภาแห่งเครือรัฐออสเตรเลีย โดยร่างกฎหมายฉบับดังกล่าวมีวัตถุประสงค์ที่สำคัญในการเสริมสร้างการป้องกัน และช่วยให้มาตรการต่าง ๆ ตามที่มีการกำหนดไว้ในกรอบการดำเนินการด้านการป้องกันการหลอกลวง เช่น การกำหนดบทลงโทษสำหรับการหลอกลวงทางออนไลน์ การกำหนดให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีอำนาจในการสั่งลบหรือระงับการเข้าถึงเนื้อหาหรือเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการหลอกลวง อันมีผลเป็นการยกระดับกรอบการดำเนินการด้านการป้องกันการหลอกลวงให้มีสถานะเป็นกฎหมาย อันจะส่งผลให้การปกป้องผู้บริโภคจากการถูกหลอกลวงทางออนไลน์รวมถึงอาชญากรรมทางการเงินต่าง ๆ ได้ อย่างมีประสิทธิภาพและมีความเข้มแข็งเพิ่มมากขึ้น

6.3.4 สาธารณรัฐอินเดีย

แนวทางในการกำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลที่อาจกระทบต่อสิทธิผู้บริโภคโดยกฎหมายของต่างประเทศลำดับสุดท้ายที่คณะผู้วิจัยจะขอนำมากล่าวถึงในฐานะที่เป็นกฎหมายต้นแบบในการศึกษาครั้งนี้ คือ รัฐบัญญัติ the Information Technology Act 2000 (IT Act 2000) แห่งสาธารณรัฐอินเดีย หรือประเทศอินเดีย โดยมีวัตถุประสงค์ในการประกาศใช้กฎหมายเพื่อเป็นการสร้างกรอบทางกฎหมายเพื่อเป็นการส่งเสริมการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) ตลอดจนการรับรองความถูกต้องของเอกสารอิเล็กทรอนิกส์รวมถึงลายมือชื่อดิจิทัลรวมถึงการกำกับดูแลโครงสร้างพื้นฐานทางด้านเทคโนโลยี ทั้งยังเพื่อเป็นการกำหนดมาตรการในการป้องกันอาชญากรรมทางไซเบอร์ และเพื่อป้องกันการนำข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ไปใช้ในทางที่มิชอบซึ่งหมายความรวมถึงการหลอกลวงทางออนไลน์ อย่างไรก็ตามเพื่อความเหมาะสมกับเนื้อหาและตรงกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา ในรายงานการวิจัยฉบับนี้คณะผู้วิจัยจึงจะขอเลือกกล่าวถึงเฉพาะในส่วนของการกำหนดหน้าที่ให้แก่แพลตฟอร์มดิจิทัลในการป้องกันอาชญากรรมทางไซเบอร์ในฐานะที่เป็น “ตัวกลาง” และการป้องกันอาชญากรรมไซเบอร์เฉพาะในส่วนของการหลอกลวงทางออนไลน์แต่เพียงเท่านั้น ดังจะกล่าวต่อไปนี้

ในส่วนของการกำหนดหน้าที่ให้แก่แพลตฟอร์มในฐานะที่เป็น “ตัวกลาง” ในการป้องกันอาชญากรรมไซเบอร์นั้น รัฐบัญญัติ the Information Technology Act 2000 ได้ให้ความจำกัดความของคำว่า “ตัวกลาง” หรือ Intermediary ไว้ โดยหมายถึง บุคคลหรือหน่วยงานใดที่ให้บริการออนไลน์ในลักษณะที่เป็นตัวกลางในการส่งต่อ หรือโฮสต์ข้อมูล อันได้แก่ แพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Platforms) แพลตฟอร์มการสนทนาหรือส่งข้อความ (Messaging Services) ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต (Internet Service

Providers - ISPs) หรือ เว็บโฮสติ้งและคลาวด์เซอร์วิส (Web Hosting and Cloud Services) เป็นต้น ซึ่งโดยหลักการทั่วไปแล้ว แพลตฟอร์มดิจิทัลในฐานะที่เป็นตัวกลางจะได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายตามหลักการที่เรียกว่า “Safe Harbor Protection” ซึ่งกำหนดให้ตัวกลางไม่จำเป็นต้องรับผิดชอบต่อนเนื้อหา ข้อความ หรือข้อมูลดิจิทัลที่มีผู้ใช้แพลตฟอร์มรายอื่นเป็นผู้สร้างขึ้นและเผยแพร่ หากว่าแพลตฟอร์มดิจิทัลจัดให้มีการลบ หรือระงับการเข้าถึงเนื้อหาที่ผิดกฎหมายในทันที หรือภายใน 36 ชั่วโมงหลังจากที่ได้รับแจ้งจากรัฐบาลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และผู้ให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลจะต้องสามารถระบุได้ถึง “ผู้ที่เผยแพร่เนื้อหาคนแรกสุด” (first originator) ในการเผยแพร่เนื้อหา ข้อความ หรือข้อมูลดิจิทัลที่ผิดกฎหมายหรือที่มีความรุนแรง นอกจากนี้รัฐบัญญัติฉบับดังกล่าวยังได้กำหนดหน้าที่ให้แก่แพลตฟอร์มดิจิทัลขนาดใหญ่ในการตั้งตัวแทนอย่างเป็นทางการเพื่อทำหน้าที่ในการประสานงานด้านต่าง ๆ ระหว่างผู้ให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลกับรัฐบาลของประเทศอินเดีย หากแพลตฟอร์มดิจิทัลใดไม่ปฏิบัติตามหน้าที่ที่รัฐบัญญัติฉบับนี้ได้กำหนดไว้ก็อาจส่งผลให้แพลตฟอร์มดิจิทัลนั้นอาจถูกเพิกถอนการได้รับความคุ้มครองตามหลักการ Safe Harbor Protection ส่งผลให้แพลตฟอร์มอาจถูกฟ้องร้องดำเนินคดีในฐานะที่เป็นผู้เผยแพร่เนื้อหา รวมถึงการถูกสั่งให้ระงับการเข้าถึง (Block) หรือระงับการให้บริการในประเทศอินเดีย และยังสามารถดำเนินคดีตามกฎหมายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องได้อีก

สำหรับหน้าที่ของแพลตฟอร์มดิจิทัลในการป้องกันอาชญากรรมไซเบอร์นั้น รัฐบัญญัติ the Information Technology Act 2000 ได้กำหนดลักษณะของการกระทำความผิดทางไซเบอร์ไว้หลายประการ ได้แก่ การส่งข้อความที่น่ารังเกียจ (offensive messages) ผ่านทางการให้บริการการสื่อสาร การรับเอาทรัพย์สินคอมพิวเตอร์ เช่น ซอฟต์แวร์ ไฟล์ หรือข้อมูลดิจิทัล หรือการสื่อสาร โดยรู้หรือควรรู้ว่าทรัพย์สินคอมพิวเตอร์หรือการสื่อสารเช่นว่านั้นมีผู้ได้มาโดยไม่ชอบด้วยกฎหมาย การขโมยอัตลักษณ์ทางดิจิทัล (identity theft) การละเมิดความเป็นส่วนตัวของผู้อื่น การก่อการร้ายทางไซเบอร์ การทำให้แพร่หลายซึ่งสื่อลามกที่ถูกบันทึกอยู่ในรูปแบบทางอิเล็กทรอนิกส์ การทำให้แพร่หลายซึ่งเนื้อหาที่เป็นการแสดงออกในทางเพศอย่างชัดแจ้ง การทำให้แพร่หลายซึ่งสื่อลามกที่แสดงหรือสื่อถึงเด็ก (depict children) ในการแสดงออกทางเพศอย่างชัดแจ้งหรือที่ถูกบันทึกอยู่ในรูปแบบทางอิเล็กทรอนิกส์ และการฉ้อโกงโดยการปลอมตัวเป็นคนอื่นโดยใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินคอมพิวเตอร์ โดยลักษณะของการฉ้อโกงทางออนไลน์ที่สำคัญ ได้แก่ ฟิชซิง (Phishing) การฉ้อโกงโดยการเข้าถึงบัญชีธนาคารของผู้อื่นโดยมิชอบ (Online Banking Fraud) การหลอกลวงขายสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ หรือแพลตฟอร์มปลอม (Fake e-Commerce Scams) หรือการหลอกลวงให้ลงทุน (Investment Scams) ซึ่งเมื่อเกิดกรณีที่มีการฉ้อโกงเกิดขึ้นบนแพลตฟอร์มดิจิทัลใด แพลตฟอร์มดิจิทัลดังกล่าวจะต้องมีหน้าที่ในการปฏิบัติตามมาตรการด้านความปลอดภัย (Due Diligence) อย่างเหมาะสมเพื่อเป็นการป้องกันไม่ให้เกิดการกระทำที่ผิดกฎหมายเกิดขึ้นและคงอยู่บนแพลตฟอร์มของตน อีกทั้งยังมีหน้าที่ในการต่อรายงานเหตุการณ์ความปลอดภัยทางไซเบอร์ รวมถึงการแบ่งปันข้อมูลที่เกี่ยวข้องดังกล่าวกับ the Indian Computer Emergency Response Team ตามขั้นตอนที่ได้มีการกำหนดไว้ รวมถึงเมื่อแพลตฟอร์มดิจิทัลได้รับแจ้งหรือทราบการมีเนื้อหาที่ผิดกฎหมายปรากฏขึ้น

บนแพลตฟอร์มของตน แพลตฟอร์มนั้นจะต้องมีหน้าที่ตามกฎหมายในการลบ ระบุ หรือปิดกั้นการเข้าถึงเนื้อหา ข้อความ หรือข้อมูลดิจิทัลที่ผิดกฎหมายนั้นโดยเร็ว

นอกจากแพลตฟอร์มดิจิทัลจะต้องมีหน้าที่ในการปฏิบัติตาม รัฐบาลบัญญัติ the Information Technology Act 2000 แล้ว ยังคงมีหน้าที่ในการปฏิบัติตาม the Information Technology (Intermediary Guidelines and Digital Media Ethics Code) Rules 2021 (IT Rules 2021) หรือ กฎกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศ ศ.ศ. 2021 ซึ่งเป็นกฎที่ออกโดยรัฐบาลกลางของประเทศอินเดีย โดยมีวัตถุประสงค์ในการกำหนดแนวทาง และความรับผิดชอบสำหรับตัวกลางและสื่อดิจิทัล โดยกฎหมายให้แพลตฟอร์มดิจิทัลในฐานะตัวกลาง มีหน้าที่ในการปฏิบัติตามข้อกำหนดพื้นฐาน (Due Diligence) โดยแพลตฟอร์มมีหน้าที่ในการเผยแพร่นโยบายความเป็นส่วนตัว และเงื่อนไขการใช้งาน รวมถึงหน้าที่ของแพลตฟอร์มในการลบ หรือปิดกั้นการเข้าถึงเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมภายใน 36 ชั่วโมง เมื่อได้รับคำสั่งจากศาลหรือหน่วยงานของรัฐบาลของประเทศอินเดีย นอกจากนี้ตามกฎหมายฉบับดังกล่าวยังกำหนดให้แพลตฟอร์มดิจิทัลต้องจัดให้มีกลไกการจัดการข้อร้องเรียน (Grievance Redressal Mechanism) โดยแพลตฟอร์มจะต้องจัดให้มีเจ้าหน้าที่รับเรื่องร้องเรียน (Grievance Officer) เพื่อจัดการกับข้อร้องเรียนจากผู้ใช้ โดยเจ้าหน้าที่จะต้องรับทราบข้อร้องเรียนภายใน 24 ชั่วโมง และต้องแก้ไขปัญหาดังกล่าวให้เสร็จสิ้นภายใน 15 วัน นอกจากนี้ยังมีการกำหนดหน้าที่เพิ่มเติมสำหรับแพลตฟอร์มดิจิทัลขนาดใหญ่ (Significant Social Media Intermediaries: SSIMs) โดยพิจารณาจากการที่แพลตฟอร์มดิจิทัลนั้นมีผู้ใช้งานลงทะเบียนในประเทศอินเดียเกินกว่า 5 ล้านคนขึ้นไป แพลตฟอร์มที่มีลักษณะเช่นนี้มีหน้าที่ในการแต่งตั้งเจ้าหน้าที่ประสานงานของแพลตฟอร์มประจำอยู่ในประเทศอินเดีย รวมถึงมีหน้าที่ในการเปิดเผยรายงานการปฏิบัติตามกฎหมาย หรือระเบียบที่กำหนดไว้ นอกจากนี้ยังกำหนดหน้าที่ให้แพลตฟอร์มดิจิทัลขนาดใหญ่ในการนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาใช้เพื่อเฝ้าระวัง ตรวจสอบ หรือดำเนินการลบ หรือระงับการเข้าถึงเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม

จากการศึกษาถึงแนวทางในการกำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลที่อาจกระทบต่อสิทธิผู้บริโภคโดยการใช้มาตรการทางกฎหมายของประเทศสหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป เครือรัฐออสเตรเลีย และสาธารณรัฐอินเดีย ในฐานะที่เป็นกฎหมายต้นแบบดังที่ได้กล่าวมาแล้วนั้น ต่างก็มีการบัญญัติกฎหมายเพื่อใช้เป็นมาตรการในการควบคุมหรือกำกับดูแลการดำเนินธุรกิจหรือให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลด้วยกันทั้งสิ้น โดยเฉพาะหน้าที่ของแพลตฟอร์มดิจิทัลขนาดใหญ่ที่มีจำนวนผู้ใช้บริการแพลตฟอร์มเป็นจำนวนมากยิ่งจะต้องใช้ความระมัดระวัง สอดส่อง ตลอดจนมีมาตรการหรือแนวทางในการดำเนินการที่ชัดเจน หากมีการพบเนื้อหา ข้อความ หรือข้อมูลดิจิทัลที่เป็นอันตราย หรืออาจจะก่อให้เกิดความเสียหายแก่ผู้ใช้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลโดยเฉพาะการตกเป็นเหยื่อของการถูกฉ้อโกงหรือหลอกลวง โดยการลบ หรือระงับการเข้าถึงเนื้อหา ข้อความ หรือข้อมูลดิจิทัล เช่นว่านั้น ทั้งนี้โดยคำนึงถึงหลักการคุ้มครองการดำเนินธุรกิจหรือการให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลในฐานะที่เป็น “ตัวกลาง” ควบคู่กันไปด้วย แม้ว่าจากการศึกษาจะพบว่าประเทศสหรัฐอเมริกาถือได้ว่าเป็นประเทศที่ให้

ความสำคัญกับเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นรวมถึงให้ความคุ้มครองแก่การดำเนินธุรกิจหรือการให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลโดยปราศจากการแทรกแซงหรือการครอบงำโดยรัฐบาลแห่งประเทศสหรัฐอเมริกาก็ตาม แต่หากพบว่าแพลตฟอร์มดิจิทัลใดที่กระทำการอันเป็นการฝ่าฝืนกฎหมาย หรือไม่ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ก็อาจจะส่งผลให้แพลตฟอร์มดิจิทัลดังกล่าวถูกฟ้องร้องดำเนินคดีภายใต้กฎหมายของประเทศสหรัฐอเมริกาได้เช่นเดียวกัน

อย่างไรก็ตามมีข้อสังเกตของคณะผู้วิจัยว่ากลุ่มประเทศทั้งสี่ประเทศที่คณะผู้วิจัยเลือกนำมากล่าวถึงในฐานะที่เป็นประเทศต้นแบบหากว่าจะมีการแก้ไขปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลการดำเนินธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลในประเทศไทยนั้น ต่างก็เป็นประเทศที่มีสำนักงานใหญ่ หรือสำนักงานสาขาของเฟซบุ๊กอันเป็นตัวแทนอย่างเป็นทางการที่มีอำนาจในการดำเนินการแทน เฟซบุ๊ก หรือ บริษัท Meta Platforms Inc. จำกัดทั้งสิ้น ซึ่งแตกต่างไปจากประเทศไทยที่จนถึงปัจจุบันนี้ (ข้อมูล ณ วันที่ 5 เมษายน พ.ศ. 2568 ซึ่งเป็นวันที่คณะผู้วิจัยจัดทำรายงานการวิจัยฉบับนี้) ก็ยังไม่พบว่าเฟซบุ๊กได้มีการจัดตั้งสำนักงานสาขา หรือมีการแต่งตั้งเจ้าหน้าที่ของตนเพื่อมาปฏิบัติหน้าที่ในฐานะที่เป็นตัวแทนอย่างเป็นทางการในการดำเนินธุรกิจหรือการให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลเฟซบุ๊กในประเทศไทยแต่อย่างใด ซึ่งกรณีดังกล่าวอาจส่งผลกระทบต่อการใช้กฎหมายของประเทศไทยที่มีต่อเฟซบุ๊กได้ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว อย่างไรก็ตาม ในประเด็นดังกล่าวคณะผู้วิจัยขอยกตัวอย่างถึง the Information Technology (Intermediary Guidelines and Digital Media Ethics Code) Rules 2021 อันเป็นกฎกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศของประเทศอินเดีย ที่กำหนดหน้าที่ให้แพลตฟอร์มดิจิทัลขนาดใหญ่จะต้องจัดให้มีเจ้าหน้าที่รวมถึงมีการจัดตั้งสำนักงานสาขาของแพลตฟอร์มดิจิทัลนั้นในประเทศอินเดีย ซึ่งหากผู้ให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลในฐานะที่เป็นตัวกลางรายใดฝ่าฝืนไม่ดำเนินการดังกล่าว ก็อาจจะส่งผลให้แพลตฟอร์มดิจิทัลนั้นไม่ได้รับความคุ้มครองในเรื่องข้อยกเว้นความรับผิดของแพลตฟอร์มดิจิทัลในฐานะที่เป็นตัวกลาง (Exemption from liability of intermediary in certain cases) ตามที่กำหนดไว้ในมาตรา 79 ซึ่งหลักการดังกล่าวถือว่าเป็นที่น่าสนใจ และอาจนำมาปรับใช้กับกฎหมายของประเทศไทยเพื่อให้การกำกับดูแลการประกอบธุรกิจหรือการให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลขนาดใหญ่เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพภายใต้การคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดในการให้ความคุ้มครองแก่ผู้บริโภคซึ่งเป็นผู้ใช้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลเช่นว่านั้นในประเทศไทยต่อไป

บทที่ 7

สรุป และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาและวิเคราะห์ถึงมาตรการทางกฎหมายที่นำมาใช้ในการกำกับผู้ประกอบการธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลที่กระทบต่อสิทธิผู้บริโภคโดยศึกษากรณีการดำเนินธุรกิจหรือการให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลเฟซบุ๊กทั้งของประเทศไทยและต่างประเทศ รวมถึงข้อจำกัดต่าง ๆ หากจะมีการนำเอากฎหมายของประเทศไทยมาใช้ในการฟ้องร้องบังคับคดีต่อเฟซบุ๊ก ตลอดจนการศึกษาถึงสถานการณ์และความคิดเห็นของผู้ใช้บัญชีเฟซบุ๊กที่มีต่อปัญหาการที่มิฉฉาชีพหรือผู้ประกอบการที่ไม่สุจริตที่อาศัยแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กเป็นเครื่องมือหรือเป็นช่องทางในการฉ้อโกง หลอกหลวง หรือแสวงหาประโยชน์ที่มีขอบด้วยกฎหมาย จากผู้ใช้บัญชีเฟซบุ๊กในประเทศไทยดังที่ได้กล่าวไว้แล้วนั้น ในบทนี้จะเป็นการกล่าวถึงข้อสรุปที่ได้จากการศึกษา โดยคณะผู้วิจัยจะขอแบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ส่วน โดยส่วนแรกจะเป็นการสรุปภาพรวมของการศึกษาในครั้งนี้ในเรื่องวัตถุประสงค์ของการศึกษา แนวคิดทฤษฎีที่นำมาใช้ในการศึกษา และระเบียบวิธีวิจัยที่นำมาใช้ ในส่วนที่สองจะเป็นการสรุปถึงข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษา และในส่วนสุดท้ายจะเป็นข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้รวมถึงข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป ดังที่จะกล่าวต่อไป

7.1 ภาพรวมของการศึกษาในครั้งนี้

“เฟซบุ๊ก” (Facebook) ยังคงเป็นแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ได้รับความนิยมอย่างสูงในประเทศไทยในช่วงหลายทศวรรษที่ผ่านมา เนื่องด้วยลักษณะของการให้บริการของเฟซบุ๊กที่ออกแบบมาให้ใช้งานได้ง่าย มีความหลากหลายในการให้บริการทั้งด้านการติดต่อสื่อสาร การแสดงความคิดสร้างสรรค์ การแสดงความคิดเห็น การใช้เป็นพื้นที่ในการติดต่อ ประชาสัมพันธ์ รวมถึงการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน ตลอดจนการใช้เป็นพื้นที่ที่ใช้ในการเสนอขายสินค้าหรือให้บริการ ซึ่งเป็นการตอบสนองต่อการใช้งานที่มีความหลากหลาย ส่งผลให้เฟซบุ๊กกลายเป็นแพลตฟอร์มดิจิทัลในชีวิตประจำวันของผู้ใช้บริการชาวไทย ขณะที่ในอีกด้านหนึ่ง “เฟซบุ๊ก” ก็อาจจะกลายเป็นช่องทาง หรือเป็นเครื่องมือของมิฉฉาชีพ หรือผู้ประกอบการที่ไม่สุจริตในการนำไปใช้เพื่อหลอกหลวง ฉ้อโกง หรือแสวงหาประโยชน์ที่มีควรได้โดยขอบด้วยกฎหมาย เช่น การปลอมตัวเป็นผู้อื่น การเปิดเฟซบุ๊กแฟนเพจปลอม การเสนอขายสินค้าหรือบริการที่ไม่ได้คุณภาพ หรือไม่ได้มาตรฐาน เป็นต้น ซึ่งการกระทำเช่นว่ามานี้ นอกจากจะเป็นการขัดต่อข้อกำหนดมาตรฐานชุมชน หรือข้อตกลงในการให้บริการของเฟซบุ๊กเองแล้ว ยังเป็นการขัดต่อกฎหมายของประเทศไทยอีกด้วย ส่งผลให้มีผู้ใช้บัญชีเฟซบุ๊กในประเทศไทยตกเป็นเหยื่อจำนวนมาก สร้างความเสียหายต่อจิตใจ ทรัพย์สิน ของผู้เสียหาย รวมถึงส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจดิจิทัล และความ

เชื่อมั่นของผู้ใช้บริการในการใช้อินเทอร์เน็ต หรือสื่อสังคมออนไลน์ แต่เฟซบุ๊กเองกลับยังไม่ได้มีการตอบสนอง หรือมีแนวทางในการจัดการหรือดำเนินการกับปัญหาดังกล่าวที่เกิดขึ้นในประเทศไทยเท่าที่ควร

วัตถุประสงค์ในการศึกษาครั้งนี้ คณะผู้วิจัยจึงมุ่งทำการศึกษาถึงแนวทางหรือมาตรการทางกฎหมาย รวมถึงมาตรการอื่น ๆ ที่เหมาะสมในการกำกับดูแลการประกอบธุรกิจหรือการให้บริการของแพลตฟอร์มดิจิทัล โดยเลือกศึกษาเฉพาะกรณีเฟซบุ๊ก เนื่องจากเป็นแพลตฟอร์มดิจิทัลที่มีผู้ใช้ในประเทศไทยมากเป็นลำดับต้น ๆ โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษา 3 ประการ ได้แก่ 1) เพื่อศึกษาและสำรวจสถานการณ์ ลักษณะ หรือรูปแบบของความเสียหายที่เกิดขึ้นจากการใช้บัญชีเฟซบุ๊กของผู้ใช้บัญชีเฟซบุ๊กในประเทศไทย 2) เพื่อศึกษา เปรียบเทียบ และวิเคราะห์ผลของคำพิพากษา กฎหมาย ตลอดจนมาตรการในการกำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลที่กระทบต่อสิทธิผู้บริโภคทั้งของประเทศไทยและต่างประเทศ และ 3) เพื่อจัดทำข้อเสนอการปรับปรุงข้อกฎหมาย หรือมาตรการในการกำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลที่กระทบต่อสิทธิผู้บริโภคในประเทศไทย โดยมีระยะเวลาในการทำการศึกษาดังแต่เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2567 ถึงเดือนเมษายน พ.ศ. 2568 รวมระยะเวลาในการทำการศึกษานี้ทั้งสิ้น 9 เดือน

ในการศึกษาครั้งนี้คณะผู้วิจัยเลือกใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงผสมผสาน (Mixed Method) ในการเก็บข้อมูล และทำการศึกษา โดยแบ่งการเก็บข้อมูลออกเป็น 3 ลักษณะ อันประกอบไปด้วย

1) การเก็บข้อมูลเชิงเอกสาร (Documentary research) ซึ่งเป็นการเก็บข้อมูลจากการรวบรวมและศึกษาจากหนังสือ คำอธิบายกฎหมาย คำพิพากษาศาลฎีกา เอกสารทางวิชาการ ตลอดจนข้อมูลจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่มีความน่าเชื่อถือทั้งของประเทศไทย และของต่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่ต้องการทำการศึกษา อันได้แก่ กฎหมายที่เกี่ยวข้องหรือนำมาใช้ในการกำกับดูแลการดำเนินธุรกิจหรือการให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลของประเทศสหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป เครือรัฐออสเตรเลีย สาธารณรัฐอินเดีย รวมถึงตัวอย่างในการฟ้องร้องดำเนินคดีกับแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กที่เกิดขึ้นหรือเคยเกิดขึ้นในต่างประเทศ

2) การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มประชากรผู้บริโภคที่ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลในการซื้อสินค้าหรือบริการทั่วประเทศที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป โดยอิงจำนวนประชากรที่จะทำการเก็บข้อมูลในแต่ละกลุ่มจากฐานข้อมูลของกรมการปกครอง จำนวนทั้งสิ้น 66,052,615 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 8 กันยายน 2567) โดยการสุ่มตัวอย่างที่จะลงพื้นที่เก็บข้อมูลเป็นการสุ่มกระจาย 5 ภูมิภาคของประเทศไทย ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคตะวันตก และภาคใต้ โดยคณะผู้วิจัยเลือกใช้สูตรคำนวณขนาดประชากรกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie & Morgan เพื่อให้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างมีความน่าเชื่อถือ โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ร้อยละ 5 กลุ่มตัวอย่างของประชากรประชากรผู้บริโภคที่ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลในการซื้อสินค้าหรือบริการในการศึกษานี้จึงเท่ากับ จำนวน 385 ตัวอย่าง โดยเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลในส่วนนี้ ได้แก่ การแจกแบบสอบถามทาง

ออนไลน์ (Online Self-Report Questionnaire) ผ่านโปรแกรมสำเร็จรูป (Google Form) โดยประเด็นข้อคำถามจะมุ่งเน้นไปที่ประสบการณ์การได้รับความเสียหายจากการใช้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัล ลักษณะของความเสียหายที่เกิดขึ้น แนวทางการดำเนินการของผู้เสียหายภายหลังจากได้รับความเสียหาย การชดเชยหรือแก้ไขปัญหาที่ได้รับทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อการเรียกร้องความเสียหายหรือความรับผิดชอบจากผู้ประกอบการธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัล โดยในการศึกษารั้งนี้มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 288 คน การเก็บข้อมูลในเชิงปริมาณในการศึกษารั้งนี้จึงมีอัตราตอบกลับคิดเป็นร้อยละ 74.8 ซึ่งถือว่าเป็นอัตราการตอบกลับที่ยอมรับได้ในทางวิชาการและมีความเหมาะสมสามารถนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้ในการวิเคราะห์ได้

3) การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative research) เป็นการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกโดยการสุ่มตัวอย่างโดยเฉพาะเจาะจง (purposive sampling) ซึ่งคณะผู้วิจัยใช้เกณฑ์การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลโดยพิจารณาจากการเป็นผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ หรือมีประสบการณ์ในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลมาแล้วไม่ต่ำกว่า 5 ปี ในด้านต่าง ๆ อันประกอบไปด้วย นักกฎหมายระหว่างประเทศ นักกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค นักเศรษฐศาสตร์ นายความผู้เชี่ยวชาญด้านคดีคุ้มครองผู้บริโภค ผู้แทนจากกองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค (บก.ปคบ.) ผู้แทนจากกองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับอาชญากรรมทางเทคโนโลยี (บก.ปอท.) ผู้แทนจากกรมบังคับคดี ผู้แทนจากสำนักงานศาลยุติธรรม ผู้แทนจากสำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา ผู้แทนจากสำนักงานอัยการสูงสุด ผู้แทนจากสำนักงานคณะกรรมการการรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์แห่งชาติ (สกมช.) ผู้แทนจากกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ผู้แทนจากสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ผู้แทนจากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) และผู้แทนจากสภาองค์กรของผู้บริโภค รวมจำนวนผู้ให้ข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกในการศึกษารั้งนี้ จำนวนทั้งสิ้น 16 ท่าน โดยใช้แบบคำถามสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง (semi-structure) ซึ่งคณะผู้วิจัยได้ออกแบบและปรับปรุงข้อคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึกในการศึกษารั้งนี้จากทบทวนวรรณกรรมตลอดจนงานศึกษาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการกำกับผู้ประกอบการธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลที่กระทบต่อสิทธิผู้บริโภคทั้งของประเทศไทย และต่างประเทศ โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา รวมถึงการตีความในการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษารั้งนี้ผู้วิจัยได้รับอนุมัติให้สามารถทำวิจัยโดยคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยรังสิต ตามเอกสารรับรองโครงการวิจัย เลขที่ COA. No. RSUERB2024-187 วันที่รับรอง 30 ตุลาคม 2567 วันที่หมดอายุ 30 ตุลาคม 2569

7.2 สรุป

ผลการศึกษาในครั้งนี้แสดงให้เห็นว่า แพลตฟอร์มดิจิทัล “เฟซบุ๊ก” เป็นแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ส่วนใหญ่จะมีผู้ใช้บริการเป็นประจำทุกวัน โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ (ร้อยละ 77.8) ให้ข้อมูลว่าเคยมีประสบการณ์ในการซื้อขายสินค้าหรือบริการผ่านทางเฟซบุ๊ก ซึ่งปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยพบมากที่สุดจากการซื้อขายสินค้าหรือบริการผ่านทางเฟซบุ๊ก 3 ลำดับแรก ได้แก่ สินค้ามีความชำรุดบกพร่อง มีความไม่ปลอดภัย หรือมีคุณภาพต่ำ (ร้อยละ 33) ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการไม่ถูกต้อง (ร้อยละ 31.3) และการถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงให้ซื้อสินค้าหรือบริการ (ร้อยละ 29.2) นอกจากนี้ยังพบว่า เฟซบุ๊ก เป็นแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ผู้ใช้งานในประเทศไทยมีความเสี่ยงสูงต่อการตกเป็นเหยื่อของมิจฉาชีพหรือผู้ประกอบการที่ไม่สุจริต โดยไม่จำเป็นต้องคำนึงว่าผู้ใช้บัญชีเฟซบุ๊กจะมีเพศใด ระดับการศึกษาระดับใด มีภูมิลำเนาอยู่ที่ใด หรือมีระดับรายได้เท่าใด ต่างก็มีความเสี่ยงต่อการตกเป็นเหยื่อของมิจฉาชีพได้เท่ากัน

อย่างไรก็ตามจากการศึกษาครั้งนี้ พบว่า กลุ่มประชากรผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป หรือผู้ที่เกษียณอายุราชการ รวมถึงผู้ที่มีความถี่ในการใช้แพลตฟอร์มเฟซบุ๊กประมาณ 4-6 ครั้งต่อสัปดาห์ เป็นกลุ่มประชากรที่มีความเสี่ยงสูงต่อการตกเป็นเหยื่อของมิจฉาชีพมากกว่าประชากรกลุ่มอื่น โดยส่วนใหญ่จะตกเป็นเหยื่อจากการถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงจาก “เพจ” หรือ “เฟซบุ๊กแฟนเพจ” (page / facebook fanpage) ปลอม โดยส่วนใหญ่แล้วมูลค่าความเสียหายที่พบจากการศึกษาในครั้งนี้ ทั้งที่เป็นมูลค่าความเสียหายรายครั้ง และมูลค่าความเสียหายรวมสูงสุดที่ผู้เสียหายได้รับจากการถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงผ่านทางเฟซบุ๊ก ส่วนใหญ่จะมีจำนวนต่ำกว่า 500 บาท โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ (ร้อยละ 84.7) ไม่ได้รับเงินคืนแต่อย่างใด นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ (ร้อยละ 63.6) ไม่เคยแจ้งเรื่องหรือร้องเรียนกับทางเฟซบุ๊กถึงเหตุการณ์การถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกง เนื่องจากส่วนใหญ่เห็นว่ามูลค่าความเสียหายที่ตนได้รับนั้นไม่สูงมาก อย่างไรก็ตาม เมื่อคณะผู้วิจัยทำการสอบถามถึงบุคคลหรือนิติบุคคลที่ควรมีความรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้น พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามถึงร้อยละ 69.8 ที่เห็นว่าเฟซบุ๊กควรจะต้องมีความรับผิดชอบ และมีผู้ตอบแบบสอบถามอีกร้อยละ 78.1 ที่มีความเห็นว่าเฟซบุ๊กควรถูกฟ้องร้องดำเนินคดีในประเทศไทยอันเนื่องมาจากการปล่อยปละละเลยให้มิจฉาชีพหรือผู้ประกอบการที่ไม่สุจริตใช้เป็นพื้นที่ในการหลอกลวง หรือแสวงหาประโยชน์ที่ไม่ชอบด้วยกฎหมายจากผู้บัญชีเฟซบุ๊กด้วย

จากข้อสรุปในด้านสถานการณ์ ลักษณะ หรือรูปแบบของความเสียหายที่เกิดขึ้นจากการใช้บัญชีเฟซบุ๊กของผู้บัญชีเฟซบุ๊กในประเทศไทยดังที่ได้กล่าวมาแล้วนั้น จะเห็นได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ในการศึกษาครั้งนี้มีความเห็นด้วยหากจะมีการนำเอามาตรการทางกฎหมายมาใช้ในการกำกับดูแลการดำเนินธุรกิจหรือการให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลเฟซบุ๊กในประเทศไทย อย่างไรก็ตามจากการศึกษาครั้งนี้ ทำให้คณะผู้วิจัยได้ ทราบถึง

ปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญ ตลอดจนมีข้อสังเกตบางประการในการใช้มาตรการทางกฎหมายมาใช้ในการกำกับดูแลการประกอบธุรกิจรวมถึงการให้บริการของเฟซบุ๊กในประเทศไทย ดังจะกล่าวต่อไปนี้

7.2.1 ปัญหาลักษณะหรือประเภทของคดีที่สามารถนำมาฟ้องร้องดำเนินคดีกับแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก

ปัญหาและอุปสรรคประการแรกที่คณะผู้วิจัยค้นพบจากการศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ ปัญหาในเรื่องของลักษณะหรือประเภทของคดีที่สามารถนำมาฟ้องร้องดำเนินคดีกับแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก ทั้งนี้เนื่องจากการดำเนินธุรกิจหรือการให้บริการของเฟซบุ๊กถือได้ว่ามีลักษณะเป็น “ตัวกลาง” (intermediary) ดังนั้นจึงอาจได้รับการยกเว้นความรับผิดในเนื้อหา ข้อความ หรือข้อมูลดิจิทัลที่มีผู้ใช้บริการรายอื่นเป็นผู้สร้างหรือเผยแพร่ (User-generated Content) หากว่าผู้ให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลได้มีการดำเนินการกับเนื้อหา ข้อความ หรือข้อมูลดิจิทัลเหล่านั้นตามที่กฎหมายภายในของแต่ละประเทศได้กำหนดไว้แล้ว เช่น การนำเนื้อหาดังกล่าวออกจากแพลตฟอร์มในทันทีที่ได้รับแจ้ง (Notice and Takedown) รวมถึงการลบ (delete) หรือการระงับการเข้าถึง (block) เนื้อหาเหล่านั้น เป็นต้น อันเป็นหลักการยกเว้นความรับผิดในทางสากลให้กับผู้ให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัล อย่างไรก็ตาม หากแพลตฟอร์มดิจิทัลใดที่มีการฝ่าฝืนไม่กระทำการตามที่กฎหมายภายในที่ประเทศนั้น ๆ ได้กำหนดไว้ก็อาจจะส่งผลให้ผู้ให้บริการแพลตฟอร์มได้รับผลร้ายจากการไม่ปฏิบัติตามกฎหมายได้เช่นกัน โดยกฎหมายภายในที่อาจนำมาใช้ในการฟ้องร้องดำเนินคดีกับแพลตฟอร์มดิจิทัลในกรณีดังกล่าว ได้แก่ กฎหมายพื้นฐานทั่วไป เช่น กฎหมายแพ่ง กฎหมายพาณิชย์ กฎหมายอาญา หรือกฎหมายที่มีลักษณะพิเศษเฉพาะ เช่น กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา กฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล กฎหมายการแข่งขันทางการค้า กฎหมายการกลั่นกรองเนื้อหา หรือกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการกระทำความผิดหรืออาชญากรรมคอมพิวเตอร์ เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม คณะผู้วิจัยพบว่าในกลุ่มประเทศที่สามารถนำเอากฎหมายภายในมาใช้บังคับกับการดำเนินธุรกิจหรือการให้บริการของแพลตฟอร์มดิจิทัลเฟซบุ๊กได้นั้น มักจะเป็นกลุ่มประเทศที่มีสำนักงานใหญ่ หรือมีสำนักงานสาขา หรือมีตัวแทนผู้ได้รับมอบอำนาจหรือได้รับการแต่งตั้งอย่างเป็นทางการจากเฟซบุ๊ก หรือ บริษัท Meta Platforms Inc. จำกัด ดำเนินการอยู่ภายในกลุ่มประเทศเหล่านั้นแทบทั้งสิ้น เช่น ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศเยอรมัน สหราชอาณาจักร ประเทศอินเดีย หรือประเทศญี่ปุ่น เป็นต้น ขณะที่ในกลุ่มประเทศที่ไม่ได้มีสำนักงานสาขา หรือมีตัวแทนผู้ได้รับมอบอำนาจหรือได้รับการแต่งตั้งอย่างเป็นทางการจากเฟซบุ๊ก หรือ บริษัท Meta Platforms Inc. จำกัด ดำเนินการอยู่ กลับไม่พบข้อมูลว่าในกลุ่มประเทศเหล่านี้มี หรือเคยมีการฟ้องร้องดำเนินคดีกับเฟซบุ๊กโดยอาศัยกฎหมายภายในเกิดขึ้นในกลุ่มประเทศเหล่านี้แต่อย่างใด นอกจากอาชญากรรมดังกล่าวจะมีลักษณะเป็นความผิดสากล เช่น อาชญากรรมแห่งความเกลียดชัง (Hate-Crime) หรือการยุยงส่งเสริม

ให้มีการฆ่าล้างเผ่าพันธุ์ (Holocaust) โดยใช้เฟซบุ๊กเป็นเครื่องมือหรือเป็นช่องทางในการกระทำความผิดดังกล่าว ทั้งนี้ น่าจะเนื่องจากการฟ้องร้องดำเนินคดีกับเฟซบุ๊กในกลุ่มประเทศที่มีสำนักงานใหญ่ หรือสำนักงานสาขาของเฟซบุ๊กจัดตั้งอยู่นั้น จะเอื้อให้เกิดความสะดวกแก่ผู้เสียหายในการฟ้องร้องดำเนินคดี ทั้งยังเป็นการสะดวกต่อหน่วยงานที่อยู่ในกระบวนการยุติธรรมในการดำเนินกระบวนการ หรือขั้นตอนต่าง ๆ สำหรับในประเทศไทยยังไม่พบว่า มีผู้เสียหายที่เป็นผู้ใช้งานบัญชีเฟซบุ๊กในประเทศไทยรายใดที่เคยมีการแจ้งความ หรือเคยฟ้องร้องดำเนินคดีกับแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กในประเทศไทยแต่อย่างใด

7.2.2 ปัญหาข้อจำกัดทางด้านกฎหมายรวมถึงการบังคับคดีกับเฟซบุ๊กในประเทศไทย

ปัญหาและอุปสรรคประการต่อมา ได้แก่ ปัญหาข้อจำกัดทางด้านกฎหมายรวมถึงการบังคับคดีกับเฟซบุ๊กในประเทศไทย อันถือได้ว่าเป็นปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญที่สุดในการศึกษาครั้งนี้ ทั้งนี้ เนื่องจากการที่เฟซบุ๊กไม่ได้มีการจัดตั้งสำนักงานสาขา หรือไม่ได้มีการแต่งตั้งตัวแทนผู้ได้รับมอบอำนาจอย่างเป็นทางการจากเฟซบุ๊ก หรือบริษัท Meta Platforms Inc. จำกัด ในการดำเนินกิจการหรือการให้บริการในประเทศไทย อันส่งผลให้การบังคับใช้กฎหมายภายในของประเทศไทยในกรณีที่เกิดความเสียหายขึ้นจากการดำเนินธุรกิจหรือการให้บริการของเฟซบุ๊กค่อนข้างที่จะขาดประสิทธิภาพ นอกจากนี้ถึงแม้ว่าจากการศึกษาในครั้งนี้ คณะผู้วิจัยจะเห็นว่าสามารถที่จะนำกฎหมายภายในของประเทศไทย เช่น ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ลักษณะสัญญา และลักษณะละเมิด พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 ประกอบประกาศกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม เรื่อง ขั้นตอนการแจ้งเตือน การระงับการทำให้แพร่หลายของข้อมูลคอมพิวเตอร์ และการนำข้อมูลคอมพิวเตอร์ออกจากระบบคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2565 หรือ พระราชกฤษฎีกาการประกอบธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ต้องแจ้งให้ทราบ พ.ศ. 2565 เป็นต้น มาปรับใช้ในการฟ้องร้องดำเนินคดีกับเฟซบุ๊กในประเทศไทยได้ก็ตาม แต่การนำกฎหมายดังกล่าวมาใช้บังคับก็ยังคงพบข้อจำกัดทางด้านข้อกฎหมายบางประการ เช่น การโต้แย้งในเรื่องของลักษณะความรับผิดของเฟซบุ๊กตามกฎหมายภายในของประเทศไทย ความไม่ทันต่อความเปลี่ยนแปลงรวมถึงยังไม่มี ความเข้าใจเท่าที่ควรถึงลักษณะหรือรูปแบบการดำเนินธุรกิจหรือการให้บริการของแพลตฟอร์มดิจิทัลที่เป็นสากล การกำหนดให้มีกระบวนการยุ่งยากซับซ้อน หรือมีขั้นตอนที่ต้องปฏิบัติหลายขั้นตอน รวมถึงกฎหมายบางฉบับที่มีการกำหนดหลักเกณฑ์ไว้แต่เพียงกว้าง ๆ และไม่ได้มีสภาพบังคับที่มีความชัดเจน หรือมีความรุนแรงเพียงพอที่จะยับยั้งไม่ให้ผู้ให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลกระทำการอันเป็นการฝ่าฝืน เป็นต้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเด็นเรื่องของการบังคับคดีภายหลังจากที่ศาลมีคำพิพากษาแล้วอันเนื่องมาจากข้อจำกัดที่สำคัญในเรื่องของเขตอำนาจศาล อีกทั้งยังไม่มีบทบัญญัติหรือร่างกฎหมายฉบับใดของประเทศไทยที่มีผลเป็นการกำหนดหน้าที่ให้แก่ผู้ให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลไม่ว่าจะโดยชัดแจ้ง หรือโดย

ปริญายในการจัดตั้งสำนักงานสาขา หรือแต่งตั้งตัวแทนผู้ได้รับมอบอำนาจอย่างเป็นทางการในการดำเนินกิจการ หรือการให้บริการในประเทศไทย อันจะส่งผลให้แพลตฟอร์มดิจิทัลที่มีภูมิลำเนาในต่างประเทศต้องอยู่ภายใต้บังคับ บทบัญญัติแห่งกฎหมายของประเทศไทยแต่อย่างใด

เมื่อคณะผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเปรียบเทียบ รวมถึงวิเคราะห์ผลของคำพิพากษา กฎหมาย ตลอดจน มาตรการในการกำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลที่กระทบต่อสิทธิผู้บริโภคทั้งของประเทศไทยและ ต่างประเทศดังกล่าว ทำให้สามารถสรุปได้ถึงข้อจำกัดทางด้านกฎหมายรวมถึงการบังคับคดีหากจะมีการฟ้องร้อง ดำเนินคดีกับเฟซบุ๊กในประเทศไทย โดยแบ่งออกได้เป็น 3 ช่วง ดังต่อไปนี้

ก) ข้อจำกัดในช่วงก่อนฟ้องร้องดำเนินคดี

จากการศึกษาประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่งของประเทศไทยพบว่ากรณีที่มีจำเลยไม่มี ภูมิลำเนาอยู่ในราชอาณาจักร แต่เมื่อจำเลยประกอบหรือเคยประกอบกิจการทั้งหมดหรือแต่บางส่วนใน ราชอาณาจักรไม่ว่าโดยตนเองหรือตัวแทน หรือโดยมีบุคคลหนึ่งบุคคลใดเป็นผู้ติดต่อในการประกอบกิจการนั้นใน ราชอาณาจักรในวันที่มีการเสนอคำฟ้องหรือภายในกำหนดสองปีก่อนนั้นเป็นภูมิลำเนาของจำเลย จากหลัก กฎหมายดังกล่าวจึงสามารถฟ้องตัวแทน หรือบุคคลที่เป็นผู้ติดต่อในการประกอบกิจการของแพลตฟอร์มดิจิทัลนั้น ในราชอาณาจักรในกรณีที่แพลตฟอร์มดิจิทัลนั้นเป็นนิติบุคคลต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม ในกรณีของเฟซบุ๊กที่ แม้ว่าจะมีผู้ประสานงานในประเทศไทยแต่มีบทบาทแต่เพียงเฉพาะด้านการตลาดเท่านั้น ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับด้าน อัลกอริทึม เอกสาร หรือการรับเรื่องร้องเรียนได้โดยตรงจึงเป็นประเด็นให้เกิดการพิจารณาได้ว่าสามารถดำเนินคดี กับบุคคลเหล่านั้นในฐานะตัวแทนหรือบุคคลที่เป็นผู้ติดต่อในการประกอบกิจการของแพลตฟอร์มดิจิทัลนั้นใน ราชอาณาจักรได้หรือไม่ ซึ่งปัญหาและอุปสรรคก่อนฟ้องคดีที่สำคัญในการเริ่มฟ้องคดีสำหรับประเทศไทย

ข) ข้อจำกัดในช่วงระหว่างการดำเนินคดี

ด้วยข้อจำกัดของการไม่มีตัวแทนหรือการระบุบุคคลในราชอาณาจักรไทยผู้ติดต่อในการประกอบ กิจการนั้นในราชอาณาจักรโดยชัดเจนดังกล่าว ประกอบกับแพลตฟอร์มดิจิทัลเฟซบุ๊ก เป็นนิติบุคคลต่างประเทศ ดังนั้นจึงอาจมีปัญหและอุปสรรคระหว่างดำเนินคดี เช่น การส่งหมาย การขอหมายเรียกพยานหลักฐานต่าง ๆ เป็นต้น ที่ต้องใช้เวลาและค่าใช้จ่ายสูง รวมถึงมีกระบวนการที่ซับซ้อนกว่าการดำเนินการเพื่อฟ้องคดีใน ราชอาณาจักร ซึ่งการดำเนินคดีระหว่างประเทศในลักษณะเช่นนี้จำเป็นต้องใช้ความรู้ และความเชี่ยวชาญเป็นการ เฉพาะ ดังนั้นผู้บริโภคทั่วไปรวมถึงตัวแทนของผู้บริโภคที่เป็นหน่วยงานภาครัฐจึงอาจมีความรู้และความเชี่ยวชาญ

จำกัดกรณีเป็นการดำเนินคดีระหว่างประเทศ นอกจากนี้ยังพบปัญหาในด้านกระบวนการ และค่าใช้จ่ายเป็นสาระสำคัญโดยเฉพาะคดีที่มีทุนทรัพย์ไม่มากย่อมไม่คุ้มค่าในการดำเนินคดี อย่างไรก็ตามจากการศึกษาพบว่า หากประเทศไทยเห็นว่าการดำเนินธุรกิจหรือการให้บริการของเฟซบุ๊กในปัจจุบันมีผลกระทบต่อสิทธิผู้บริโภคและประชาชน ก็ควรมีการดำเนินคดีโดยหน่วยงานภาครัฐ หรือหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องและมีอำนาจหน้าที่ในการฟ้องร้องดำเนินคดีแทนผู้ใช้บัญชีเฟซบุ๊กในฐานะที่เป็นผู้บริโภค เพื่อเป็นกรณีศึกษาและเพื่อแสดงให้เห็นถึงการให้ความสำคัญในการคุ้มครองสิทธิของประชาชน โดยหน่วยงานภาครัฐควรให้การสนับสนุนทางด้านงบประมาณ รวมถึงค่าใช้จ่ายที่อาจเกิดขึ้นจากการฟ้องร้องดำเนินคดีในส่วนนี้

ค) ข้อจำกัดในช่วงหลังจากที่ศาลได้มีคำพิพากษา

ข้อจำกัดทางด้านกฎหมายรวมถึงการบังคับคดีกับเฟซบุ๊กในประเทศไทยประการสุดท้าย ได้แก่ ข้อจำกัดที่เกิดขึ้น ช่วงหลังจากที่ศาลได้มีคำพิพากษาโดยให้ผู้เสียหายเป็นฝ่ายชนะคดี โดยข้อจำกัดดังกล่าวสืบเนื่องจากการที่ “เฟซบุ๊ก” ไม่มีทรัพย์สินใด ๆ ตั้งอยู่ในประเทศไทย ส่งผลให้หากมีกรณีที่ต้องมีการบังคับคดีเกิดขึ้นจึงต้องใช้กลไกการดำเนินการบังคับคดีระหว่างประเทศ อย่างไรก็ตามเนื่องจากประเทศไทยยังไม่เคยมีการยอมรับปฏิบัติตามคำพิพากษาของศาลต่างประเทศในศาลไทยตามหลักการต่างตอบแทนในทางระหว่างประเทศ รวมถึงประเทศไทยเองก็ไม่ได้เป็นภาคีในอนุสัญญาระหว่างประเทศที่มีผลเป็นการยอมรับปฏิบัติตามคำพิพากษาของศาลต่างประเทศในศาลไทยแต่อย่างใด จึงอาจจะยังไม่มี ความชัดเจนว่าหากศาลในประเทศไทยได้มีคำพิพากษาถึงที่สุดให้แพลตฟอร์มเฟซบุ๊กต้องชดใช้ค่าเสียหาย และหากเฟซบุ๊กไม่ยอมปฏิบัติตามคำพิพากษาของศาลดังกล่าวจะส่งผลให้เจ้าหน้าที่ตามคำพิพากษามีอำนาจที่จะยื่นคำร้องขอต่อศาลเพื่อขอให้ศาลดำเนินการบังคับคดีได้หรือไม่ ซึ่งข้อจำกัดดังกล่าวถือได้ว่าเป็นข้อจำกัดที่สำคัญหากว่าจะมีการใช้มาตรการทางกฎหมายในการกำกับดูแลการประกอบธุรกิจหรือการให้บริการของเฟซบุ๊กในประเทศไทย โดยคณะผู้วิจัยจะได้เสนอแนะแนวทางในการแก้ไขปัญหาดังกล่าวในส่วนต่อไป

7.2.3 ปัญหาความท้าทายของกฎหมายไทยกับลักษณะความรับผิดชอบเฉพาะของแพลตฟอร์มดิจิทัล

นอกจากข้อจำกัดในการนำเอากฎหมายภายในของประเทศไทยที่มีผลบังคับใช้อยู่ในปัจจุบันมาใช้ในการกำกับดูแลการดำเนินธุรกิจหรือการให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลในประเทศไทย โดยเฉพาะแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กดังที่ได้กล่าวไปแล้วนั้น ในการศึกษาครั้งนี้ยังทำให้คณะผู้วิจัยได้ทราบถึงปัญหาการขาดบทบัญญัติของกฎหมายที่ตรงกับลักษณะความรับผิดชอบเฉพาะของแพลตฟอร์มดิจิทัล อันถือได้ว่าเป็นข้อท้าทายที่สำคัญอีกประการหนึ่งในการ

กำกับดูแลการประกอบธุรกิจหรือการให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลโดยใช้กลไกหรือมาตรการในทางกฎหมาย ทั้งนี้เนื่องจากการดำเนินงานในฐานะที่เป็น “ตัวกลาง” ของแพลตฟอร์มดิจิทัล ถือได้ว่าเป็นสิ่งที่เพิ่งเกิดขึ้นโดยผลของเทคโนโลยีด้านการติดต่อสื่อสารโดยผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต รวมถึงเทคโนโลยีดิจิทัลขั้นสูงที่มีความซับซ้อนในการประมวลผลข้อมูล เช่น อัลกอริธึม (algorithms) เป็นต้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัญหาในเรื่องของ ‘ไม่มีตัวตน’ ในทางกายภาพของแพลตฟอร์มดิจิทัล¹ เหล่านี้ ซึ่งหากผู้ที่มีอำนาจหน้าที่ในการกำหนดนโยบายทางกฎหมายไม่ได้มีความเข้าใจที่ถ่องแท้ หรือขาดความเข้าใจถึงลักษณะตามธรรมชาติ (nature) ในการทำงานหรือการประมวลผลของแพลตฟอร์มดิจิทัลต่าง ๆ โดยเฉพาะแพลตฟอร์มดิจิทัลที่มีความเป็นสากลและไม่ได้มีจุดเกาะเกี่ยวใด ๆ ในการดำเนินการหรือการให้บริการในประเทศไทย นอกเหนือไปจากการแสดงผลแต่เพียงอย่างเดียวเท่านั้น ก็อาจจะส่งผลให้การบัญญัติกฎหมายไม่ตรงกับ “ลักษณะเฉพาะ” ของแพลตฟอร์มดิจิทัล และทำให้การกำกับดูแลการดำเนินธุรกิจหรือการให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลโดยใช้มาตรการทางกฎหมายของประเทศไทย เป็นไปอย่างไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร อย่างไรก็ตาม เพื่อให้เกิดความเหมาะสมกับเนื้อหาและวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คณะผู้วิจัยจึงจะขอเลือกกล่าวถึงแต่เพียงลักษณะเฉพาะบางประการของแพลตฟอร์มดิจิทัลที่อาจมีการบัญญัติกฎหมายเพื่อกำหนดหน้าที่และความรับผิดชอบให้แก่แพลตฟอร์มดิจิทัลโดยเฉพาะ เฟซบุ๊ก ให้ต้องปฏิบัติ เพื่อให้ความคุ้มครองแก่ผู้ใช้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลดังกล่าวในประเทศไทยให้ได้รับความปลอดภัย รวมถึงสามารถนำไปใช้ในการฟ้องร้องดำเนินคดีหากว่าแพลตฟอร์มดิจิทัลไม่ได้มีการปฏิบัติหรือปฏิบัติไม่ถูกต้องตามกฎหมาย ดังนี้

ก) การกำหนดหน้าที่ในการแจ้งเตือน (Duty to Warn) ให้แก่แพลตฟอร์มดิจิทัล

หน้าที่ในการแจ้งเตือน หรือ Duty to Warn เป็นหลักการพื้นฐานที่สำคัญประการหนึ่งที่น่ามาใช้ในการกำหนดหน้าที่และความรับผิดชอบให้แก่ผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการ ในกรณีที่สินค้า ผลิตภัณฑ์ หรือบริการใด ๆ นั้น มีหรืออาจมีความไม่ปลอดภัย (Product Liability) โดยหลักการดังกล่าวอธิบายว่า หากผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการรายใด อยู่ในสถานะที่สามารถแจ้งเตือนให้ผู้ใช้สินค้าหรือผู้เข้ารับบริการให้ทราบถึงอันตราย หรือความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นจากการใช้สินค้า ผลิตภัณฑ์ หรือจากการเข้ารับบริการเหล่านั้น โดยผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการสามารถคาดการณ์ได้อย่างมีเหตุผล (Reasonable Foreseeability) ว่าสินค้า ผลิตภัณฑ์ หรือการให้บริการของตน อาจเป็นผลทำให้ผู้บริโภคได้รับอันตรายหรือได้รับความเสียหาย ให้ถือว่าผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการมีหน้าที่ตามกฎหมายในการแจ้งเตือนให้ผู้ใช้สินค้าหรือผู้เข้ารับบริการได้ทราบถึงอันตรายหรือความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นนั้นด้วย โดยผู้ผลิตหรือผู้

¹ ในที่นี้หมายถึงตัวแพลตฟอร์มดิจิทัลนั้น ๆ เท่านั้น โดยไม่ได้หมายความรวมถึงบุคคลหรือนิติบุคคลผู้เป็นเจ้าของหรือเป็นผู้ประดิษฐ์แพลตฟอร์มดิจิทัลแต่อย่างใด

ให้บริการมีหน้าที่ในการแจ้งเตือนหรือให้คำแนะนำแก่ผู้ซื้อสินค้าหรือผู้เข้ารับบริการอย่างชัดเจน รวมถึงวิธีการหลีกเลี่ยงอันตรายหรือความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นดังกล่าว โดยหากผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการรายใดละเลยไม่แจ้งเตือนแก่ผู้ซื้อสินค้าหรือผู้เข้ารับบริการตามหน้าที่ดังกล่าว ก็อาจส่งผลให้ผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการมีความรับผิดชอบละเมิดอันเนื่องมาจากการละเลยไม่แจ้งเตือน (Failure to Warn) ได้

โดยหลักการดังกล่าวได้มีการบัญญัติไว้ใน พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ส่วนที่ 1/1 การคุ้มครองผู้บริโภคในด้านความปลอดภัย โดยอาจถือว่าการให้บริการของเฟซบุ๊กเป็นบริการที่อาจก่อให้เกิดอันตรายต่อร่างกาย สุขภาพ อนามัย จิตใจ หรือทรัพย์สิน ของผู้ใช้บริการแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก ซึ่งตามมาตรา 29/6 วรรคที่สองก็ได้มีการกำหนดหน้าที่ให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจในการต้องแจ้งความเป็นอันตรายของบริการนั้นให้แก่ผู้บริโภค หรือประชาชนได้ทราบถึงอันตรายนั้น โดยหากมีการฝ่าฝืนไม่แจ้งถึงอันตรายที่อาจเกิดขึ้นจากการใช้บริการเฟซบุ๊ก ก็อาจจะส่งผลให้ผู้ประกอบการธุรกิจได้รับโทษจำคุกไม่เกิน 1 ปี ปรับไม่เกิน 200,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ อย่างไรก็ตามบทบัญญัติมาตรา 29/6 วรรคสอง ก็เป็นแต่เพียงการกำหนดหน้าที่ของผู้ให้บริการในการแจ้งเตือนไว้อย่างกว้าง ๆ โดยมีได้มีการระบุถึงวิธีการ หรือแนวปฏิบัติในการแจ้งเตือนให้แก่ผู้ใช้บริการแต่อย่างใด นอกจากนี้บทบัญญัติดังกล่าวอาจเกิดปัญหาในทางปฏิบัติได้หากว่ามีการนำมาปรับใช้กับลักษณะการแจ้งเตือนของแพลตฟอร์มดิจิทัลโดยตรง ทั้งนี้เนื่องจากการออกแบบในส่วนของ “ส่วนติดต่อกับผู้ใช้” หรือ User Interface (UI) ที่มีความซับซ้อนและอาจต้องอาศัยการเข้าถึงหลายชั้น (layer) จนอาจเกิดความยุ่งยากกับผู้ใช้บริการในการเข้าถึงการแจ้งเตือน รวมถึงการตั้งค่าบัญชีผู้ใช้เพื่อให้เกิดความปลอดภัยในการใช้งาน และแม้จะพบว่าในบางแพลตฟอร์ม เช่น เฟซบุ๊ก จะมีการแจ้งเตือนถึงผู้ใช้เป็นรายบุคคลในกรณีที่มีบุคคลพยายามเข้าถึงบัญชีของผู้ใช้บริการโดยไม่มีอำนาจ (unauthorized access) แต่ก็ไม่พบว่าเฟซบุ๊กมีการแจ้งแก่ผู้ใช้บริการให้ได้ทราบถึงอันตรายอย่างอื่นที่เกิดขึ้นจากการใช้งาน เช่น การแจ้งเตือนถึงเพจหรือเฟซบุ๊กแฟนเพจปลอม การแจ้งเตือนให้ผู้ใช้บริการได้ทราบถึงวิธีการในการสังเกตถึงผู้ใช้บัญชีที่ได้รับเครื่องหมายการยืนยันตัวตนผู้ใช้งาน หรือ เครื่องหมาย “บลูติก” (Blue Tick) เพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถแยกแยะถึงความถูกต้องแท้จริงของเพจ เฟซบุ๊กแฟนเพจ รวมถึงบัญชีผู้ใช้ส่วนบุคคลที่เป็นผู้มีชื่อเสียงได้โดยสะดวก แต่อย่างไรก็ตาม ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงเห็นว่าควรมีการบัญญัติกฎหมายในส่วนนี้เพื่อกำหนดหน้าที่ให้แก่เฟซบุ๊ก รวมถึงแพลตฟอร์มดิจิทัลอื่น ๆ ให้ต้องมีหน้าที่ในการแจ้งเตือนผู้ใช้บริการให้ทราบถึงอันตรายที่อาจเกิดขึ้นนั้นด้วย โดยการแจ้งเตือนนั้นจะต้องมีความชัดเจน ง่ายต่อผู้ใช้ในการเข้าถึงและทราบถึงข้อความในการแจ้งเตือนนั้น และต้องทันต่อสถานการณ์ และเล่ห์เหลี่ยมของมิจฉาชีพในการใช้เฟซบุ๊กหรือแพลตฟอร์มดิจิทัลใดเป็นเครื่องมือหรือเป็นช่องทางในการหลอกลวงหรือฉ้อโกงอีกด้วย

ข) การกำหนดความรับผิดชอบให้แก่แพลตฟอร์มดิจิทัลในฐานะที่เป็น “ผู้เห็นเหตุการณ์”

(Bystander)

แนวคิดในเรื่องของความรับผิดชอบในฐานะที่เป็น “ผู้เห็นเหตุการณ์” หรือ Bystander เป็นแนวคิดที่มีที่มาจากการศึกษาด้านจิตวิทยาสังคม (social psychology) ที่อธิบายว่า ในกรณีที่มีสถานการณ์หรือมีเหตุการณ์ที่ไม่เหมาะสม หรือผิดกฎหมายเกิดขึ้น หากสถานการณ์ดังกล่าวมีผู้ที่ร่วมรู้เห็นเหตุการณ์อยู่ด้วยมากเพียงใด ก็จะส่งผลให้ผู้ร่วมรู้เห็นเหตุการณ์นั้นเพิกเฉย หรือไม่ให้ความช่วยเหลือกับผู้ที่ตกเป็นเหยื่อหรือผู้เสียหายจากเหตุการณ์นั้น โดยแต่ละคนต่างก็เชื่อว่าอาจมีผู้ร่วมเห็นเหตุการณ์คนอื่นเป็นผู้ทำหน้าที่ในการให้ความช่วยเหลือเหยื่อหรือผู้เสียหาย ตามหลักในเรื่องของ “การกระจายความรับผิดชอบ” (diffusion of responsibility) ของผู้ที่เห็นเหตุการณ์ ซึ่งนอกจากหลักการดังกล่าวจะมีการนำมาใช้ในการเป็นผู้เห็นเหตุการณ์ในทางกายภาพแล้ว ยังพบว่ามีกรณีนำหลัก “ความรับผิดชอบในฐานะที่เป็นผู้เห็นเหตุการณ์” ไปปรับใช้ในกรณีความรุนแรงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นบนพื้นที่ไซเบอร์ เช่น การคุกคามทางไซเบอร์ (Cyber-harassment) การกลั่นแกล้งรังแกทางไซเบอร์ (Cyberbullying) หรือการใช้ถ้อยคำแห่งความเกลียดชัง (Hate-speech) อีกด้วย นอกจากนี้หลักการดังกล่าวยังได้มีการนำมาบัญญัติไว้ในประมวลกฎหมายอาญาของประเทศไทย มาตรา 374 ที่เป็นการกำหนดหน้าที่ให้แก่ผู้พบเห็นผู้อื่นที่กำลังตกอยู่ในภยันตรายแห่งชีวิตซึ่งตนอาจช่วยได้โดยไม่ต้องกลัวอันตรายแก่ตนเองหรือผู้อื่นแต่ไม่ช่วยตามความจำเป็น กรณีดังกล่าวผู้กระทำจะต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 1 เดือน หรือปรับไม่เกิน 10,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ อย่างไรก็ตาม บทบัญญัติมาตรา 374 มีข้อจำกัดที่สำคัญ กล่าวคือ ภยันตรายที่เกิดขึ้นกับบุคคลอื่นนั้นจะต้องเป็นภยันตรายที่มีความร้ายแรงถึงชีวิตแต่เพียงประการเดียว โดยไม่ได้รวมถึงภยันตรายในลักษณะอื่น ๆ เช่น ภยันตรายที่อาจเกิดขึ้นต่อทรัพย์สินอันเกิดจากการฉ้อโกงหรือหลอกลวง ด้วยแต่อย่างใด

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาถึงหลัก “ความรับผิดชอบในฐานะที่เป็นผู้เห็นเหตุการณ์” ในบริบทของผู้ให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลโดยเฉพาะแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก จะเห็นได้ว่า การที่แพลตฟอร์มเฟซบุ๊กเองก็ทราบดีถึงสถานการณ์ความรุนแรงของการหลอกลวงหรือฉ้อโกงที่เกิดขึ้นกับผู้ใช้บริการชาวไทยผ่านทางแพลตฟอร์มของตน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การสร้างเพจหรือเฟซบุ๊กแฟนเพจปลอม การปลอมบัญชีผู้ใช้รายอื่นโดยเฉพาะผู้ที่มีชื่อเสียงหรือเป็นที่รู้จัก ดังนั้น จึงอาจถือได้ว่าผู้ให้บริการแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กมีสถานะเป็น “ผู้เห็นเหตุการณ์” การฉ้อโกงหรือการหลอกลวงที่เกิดขึ้นบนแพลตฟอร์มของตนเองได้ด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งแม้ว่าผู้ให้บริการแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กจะไม่ได้เป็นผู้ที่กระทำการหลอกลวงหรือฉ้อโกงผู้ใช้บัญชีด้วยตนเองโดยตรง หรือไม่ได้มีเจตนาในการให้ความช่วยเหลือหรือให้ความสะดวกแก่มิจฉาชีพหรือผู้ประกอบการที่ไม่สุจริตก่อนหรือในขณะที่มีการใช้แพลตฟอร์มเฟซบุ๊กในการหลอกลวงหรือฉ้อโกงอันจะถือได้ว่าเป็นผู้สนับสนุนการกระทำความผิดตามที่บัญญัติไว้ในประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 86 ก็ตาม แต่ก็อาจถือได้ว่าผู้ให้บริการแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กมีศักยภาพ และมีทรัพยากรต่าง ๆ ที่เพียงพอในการเฝ้าระวัง การรับรู้ รวมถึงการเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ ที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของตนเอง และสามารถดำเนินมาตรการต่าง ๆ ที่จำเป็น เพื่อเป็นการป้องกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับผู้ใช้บัญชีเฟซบุ๊ก อัน

เกิดขึ้นจากการถูกลอกหลวงหรือฉ้อโกงได้ ซึ่งความรับผิดชอบของแพลตฟอร์มดิจิทัลในฐานะที่เป็น “ผู้เห็นเหตุการณ์” เช่นนี้ เป็นคนละกรณีกับการเป็น “ตัวกลาง” ที่ได้รับความคุ้มครองจากกฎหมายในเรื่องของความรับผิดในเนื้อหาข้อความ หรือข้อมูลดิจิทัลที่มีผู้ใช้อย่างอื่นเป็นผู้สร้างขึ้นและเผยแพร่ และอาจถือได้ว่าเฟซบุ๊กหลีกเลี่ยงความรับผิดชอบในการเฝ้าระวัง และการป้องกันความเสียหายให้แก่ผู้ใช้บริการแพลตฟอร์มของตน ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงเห็นว่าควรมีการบัญญัติกฎหมายในส่วนนี้เพิ่มเติมเพื่อกำหนดให้เฟซบุ๊กอาจต้องมี “ความรับผิดในฐานะที่เป็นผู้เห็นเหตุการณ์” ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความชัดเจน อีกทั้งการกำหนดความรับผิดให้แก่แพลตฟอร์มดิจิทัลในลักษณะดังกล่าว ยังไม่ถือว่าเป็นการขัดต่อหลักการยกเว้นความรับผิดในฐานะที่เป็น “ตัวกลาง” ในการดำเนินธุรกิจหรือให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัล อันเป็นหลักการที่ได้รับการยอมรับในทางสากลอีกด้วย

7.3 ข้อเสนอแนะ

จากที่คณะผู้วิจัยได้ทำการศึกษามาตรการทางกฎหมายในการกำกับผู้ประกอบการธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลที่กระทบต่อสิทธิผู้บริโภคโดยศึกษาเฉพาะกรณีแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กมาแล้วนั้น จะเห็นได้ว่าการใช้กลไกทางกฎหมายภายในของประเทศไทยในการกำกับดูแลการดำเนินธุรกิจหรือการให้บริการของแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กในประเทศไทย ถือได้ว่าเป็นประเด็นสำคัญที่มีความท้าทายเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะข้อจำกัดทางด้านกฎหมายและการบังคับคดีที่ยังถือได้ว่าเป็นปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญ และสมควรอย่างยิ่งที่จะได้รับการแก้ไขเพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะของการดำเนินธุรกิจหรือการให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัล โดยเฉพาะแพลตฟอร์มดิจิทัลขนาดใหญ่และมีความเป็นสากลดังเช่นแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก ดังที่คณะผู้วิจัยจะได้มีข้อเสนอแนะในประเด็นต่าง ๆ จากข้อค้นพบในงานวิจัยครั้งนี้ต่อสภาองค์กรของผู้บริโภคเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการผลักดันในเชิงนโยบายกฎหมายต่อไป โดยแบ่งออกเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายโดยจำแนกตามกรอบระยะเวลา อันได้แก่ ข้อเสนอแนะในระยะสั้น ข้อเสนอแนะในระยะกลาง และข้อเสนอแนะในระยะยาว ดังที่จะกล่าวต่อไปนี้

7.3.1 ข้อเสนอแนะในระยะสั้น

สภาองค์กรของผู้บริโภคอาจใช้อำนาจหน้าที่ของตนตามที่มีบัญญัติไว้ในพระราชบัญญัติการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค พ.ศ. 2562 ในการฟ้องร้องดำเนินคดีกับแพลตฟอร์มดิจิทัลเฟซบุ๊กแทนผู้เสียหายในกรณีที่ปล่อยปละละเลยให้มีฉ้อโกงหรือผู้ประกอบการที่ไม่สุจริตอาศัยแพลตฟอร์มดังกล่าวเป็นเครื่องมือหรือเป็นช่องทางในการเข้าถึงผู้ใช้บัญชีเฟซบุ๊กเพื่อทำการหลอกหลวงหรือฉ้อโกง โดยสามารถดำเนินการฟ้อง ร้องดำเนินคดีแทนผู้บริโภคในกรณีดังกล่าวได้ในประเภทคดีดังต่อไปนี้

1) คดีแพ่ง โดยสภาองค์กรของผู้บริโภคสามารถดำเนินการฟ้องร้องกับเฟซบุ๊กโดยอาศัยมูลเหตุจากการที่เฟซบุ๊กไม่ได้ปฏิบัติตามข้อสัญญา ทั้งนี้เนื่องจากตามเงื่อนไขและข้อกำหนดที่ปรากฏอยู่ในข้อตกลงในการให้บริการ (Terms of Service) หรือข้อกำหนดมาตรฐานชุมชน (Community Standard) ได้มีการกำหนดหน้าที่ให้แก่ “เฟซบุ๊ก” ในฐานะที่เป็นผู้ให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลในการเฝ้าระวัง รวมถึงสร้างสิ่งแวดล้อมในการใช้งานแพลตฟอร์มดิจิทัลของตนให้เกิดความปลอดภัย ตลอดจนมีการใช้มาตรการการลงโทษผู้ใช้บริการที่มีพฤติการณ์ฝ่าฝืนข้อตกลงหรือข้อกำหนดดังกล่าว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของการหลอกลวงหรือฉ้อโกงโดยการปลอมเพจหรือเฟซบุ๊กแฟนเพจ หรือการปลอมตัวเป็นบุคคลอื่นโดยเฉพาะบุคคลผู้มีชื่อเสียง เพื่อให้ผู้ใช้บริการเฟซบุ๊กหลงเชื่อ แต่เฟซบุ๊กกลับมิได้มีการปฏิบัติตามหน้าที่ของตนอย่างเต็มที่ตามที่ระบุไว้ในข้อสัญญาแต่อย่างใด จึงถือได้ว่าเฟซบุ๊กเป็นฝ่ายที่ผิดสัญญา

นอกจากนี้ยังสามารถฟ้องร้องดำเนินคดีกับแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กเพื่อให้ต้องรับผิดชอบละเมิด ได้อีกฐานหนึ่งด้วย ทั้งนี้เนื่องจากการที่เฟซบุ๊กได้มีการนำเอาระบบอัลกอริธึม มาใช้เป็นเครื่องมือในการคัดเลือกเนื้อหาที่มีการสร้างและเผยแพร่โดยผู้ใช้บัญชีรายอื่นให้ตรงกับความต้องการหรือความสนใจของผู้ใช้บัญชี เพื่อให้ผู้ใช้บัญชีใช้เวลาอยู่บนแพลตฟอร์มของตนให้นานขึ้นอันจะเป็นประโยชน์กับทางเฟซบุ๊กในการเก็บรวบรวมข้อมูลของผู้ใช้บัญชีแต่ละรายและนำข้อมูลนั้นไปใช้แสวงหาผลประโยชน์ในการทำธุรกิจของตน ขณะที่ผู้ใช้บัญชีอาจเสียสุขภาพทั้งทางด้านสุขภาพร่างกายอันเกิดจากการใช้เวลาอยู่กับแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กเป็นเวลานานเกินไปในแต่ละวัน และสุขภาพจิตใจอันเนื่องมาจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นเวลานานอาจส่งผลกระทบต่อสภาพจิตใจของผู้ใช้บัญชีโดยเฉพาะความเครียด หรือความรู้สึกอิจฉา อันเกิดจากการเปรียบเทียบกับภาพลักษณ์ วิถีชีวิต หรือการประสบความสำเร็จของผู้ใช้บัญชีรายอื่นที่ ดังนั้น จึงอาจถือได้ว่าโดยลักษณะของการดำเนินกิจการหรือการให้บริการของเฟซบุ๊กดังกล่าวเป็นการทำละเมิดต่อผู้ใช้บริการแต่ละรายได้เช่นเดียวกัน

2) คดีอาญา โดยเป็นการฟ้องร้องดำเนินคดีกับเฟซบุ๊กตามที่มีการกำหนดไว้ในพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 มาตรา 15 ที่เป็นการกำหนดหน้าที่ให้แก่ “ผู้ให้บริการ” อันหมายถึงบุคคล หรือหน่วยงานที่ให้บริการแก่บุคคลอื่นในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต หรือให้สามารถติดต่อกันได้โดยประการอื่นผ่านระบบคอมพิวเตอร์ รวมถึงผู้ให้บริการเก็บรักษาข้อมูลคอมพิวเตอร์เพื่อประโยชน์ของบุคคลอื่น ประกอบกับประกาศกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม เรื่อง ขั้นตอนการแจ้งเตือน การระงับการทำให้แพร่หลายของข้อมูลคอมพิวเตอร์ และการนำข้อมูลคอมพิวเตอร์ออกจากระบบคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2565 ซึ่งแม้ว่าลักษณะการดำเนินธุรกิจหรือการให้บริการของเฟซบุ๊กจะไม่อาจถือได้ว่าเป็นผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต (Internet Service Provider: ISP) โดยตรง แต่การให้บริการของเฟซบุ๊กอาจจัดได้ว่าเป็นการให้บริการแก่ผู้ใช้บัญชีในการ

ติดต่อสื่อสารถึงกันได้โดยผ่านระบบคอมพิวเตอร์ อีกทั้งยังเป็นการให้บริการเก็บรักษาข้อมูลคอมพิวเตอร์ต่าง ๆ ของผู้ใช้งาน เช่น รูปภาพ ข้อความ หรือข้อมูลดิจิทัลอื่น ๆ ของผู้ใช้บัญชี ซึ่งหากเฟซบุ๊กมีพฤติการณ์ในการให้ความร่วมมือ ยินยอม หรือรู้เห็นเป็นใจให้มีการกระทำความผิดในมาตรา 14 โดยเฉพาะอย่างยิ่งการยินยอมให้มีฉฉาชีพ หรือผู้ประกอบการที่ไม่สุจริตกระทำการโดยทุจริตหรือโดยหลอกลวง นำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่บิดเบือนหรือปลอม ไม่ว่าจะทั้งหมดหรือบางส่วน หรือข้อมูลคอมพิวเตอร์อื่นที่เป็นเท็จ โดยประการที่น่าจะเกิดความเสียหายแก่ประชาชน อันไม่ใช่การกระทำความผิดฐานหมิ่นประมาทตามประมวลกฎหมายอาญา หรือยินยอมให้มีฉฉาชีพหรือผู้ประกอบการที่ไม่สุจริตนำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์อันเป็นเท็จ โดยประการที่น่าจะเกิดความเสียหายต่อการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของประเทศ ความปลอดภัยสาธารณะ ความมั่นคงในทางเศรษฐกิจของประเทศ หรือโครงสร้างพื้นฐานอันเป็นประโยชน์สาธารณะของประเทศ หรือก่อให้เกิดความตื่นตระหนกแก่ประชาชน ในระบบคอมพิวเตอร์ที่อยู่ในความควบคุมของตน ก็อาจจะส่งผลให้เฟซบุ๊กจะต้องระวางโทษเช่นเดียวกับผู้กระทำความผิดตามมาตรา 14 เว้นแต่เฟซบุ๊กจะสามารถพิสูจน์ได้ว่าตนได้ปฏิบัติตามหน้าที่ที่กำหนดไว้ในประกาศกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม เรื่อง ขั้นตอนการแจ้งเตือน การระงับการทำให้แพร่หลายของข้อมูลคอมพิวเตอร์ และการนำข้อมูลคอมพิวเตอร์ออกจากระบบคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2565 เรียบร้อยแล้ว

3) คดีผู้บริโภค โดยเป็นการฟ้องร้องดำเนินคดีตามที่กำหนดไว้ใน พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ส่วนที่ 1/1 การคุ้มครองผู้บริโภคในด้านความปลอดภัย โดยถือว่าการให้บริการของเฟซบุ๊ก เป็นบริการที่อาจก่อให้เกิดอันตรายต่อร่างกาย สุขภาพ อนามัย จิตใจ หรือทรัพย์สิน ของผู้ใช้บริการแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก ซึ่งตามมาตรา 29/6 วรรคที่สองก็ได้มีการกำหนดหน้าที่ให้แก่ผู้ประกอบการในการต้องแจ้งความเป็นอันตรายของบริการนั้นให้แก่ผู้บริโภค หรือประชาชนได้ทราบถึงอันตรายนั้น โดยเฟซบุ๊กไม่ได้มีการแจ้งเตือนแก่ผู้ใช้บริการให้ได้ทราบถึงอันตรายอย่างอื่นที่เกิดขึ้นจากการใช้งาน หรือไม่ได้มีการแจ้งเตือนที่ชัดเจนที่ช่วยให้ผู้ใช้สามารถทราบถึงข้อความในการแจ้งเตือน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการแจ้งเตือนถึงการมีอยู่ของเพจหรือเฟซบุ๊กแฟนเพจปลอม การแจ้งเตือนให้ผู้ใช้บริการได้ทราบถึงวิธีการในการสังเกตถึงผู้ใช้บัญชีที่ได้รับเครื่องหมายการยืนยันตัวตนผู้ใช้งาน เพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถแยกแยะถึงความถูกต้องแท้จริงของเพจ เฟซบุ๊กแฟนเพจ รวมถึงบัญชีผู้ใช้งานบุคคลที่เป็นผู้มีชื่อเสียงได้โดยสะดวก จึงถือได้ว่าเฟซบุ๊กมีการฝ่าฝืนไม่แจ้งถึงอันตรายที่อาจเกิดขึ้นจากการใช้บริการแพลตฟอร์มของตนซึ่งมีโทษจำคุกไม่เกิน 1 ปี ปรับไม่เกิน 200,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

อย่างไรก็ดี การฟ้องร้องดำเนินคดีกับแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กในประเภทของคดีต่าง ๆ ดังที่คณะผู้วิจัยได้กล่าวมาแล้วนั้น อาจจะได้ผลดีในแง่ของการฟ้องร้องดำเนินคดีในเชิงสัญลักษณ์ เพื่อให้เฟซบุ๊กได้เห็นถึงความ

เสียหายที่ผู้ใช้บริการในประเทศไทยได้รับจากการตกเป็นเหยื่อของมิฉาซีพหรือผู้ประกอบการที่ไม่สุจริต เป็นสำคัญ โดยอาจไม่ได้มุ่งเน้นในเรื่องของการบังคับคดีตามคำพิพากษาในกรณีที่เฟซบุ๊กเป็นฝ่ายแพ้คดีและไม่ได้มีการปฏิบัติตามคำบังคับในคำพิพากษาของศาลแต่อย่างใด

7.3.2 ข้อเสนอแนะในระยะกลาง

1) สภาพองค์กรของผู้บริโภคควรจัดให้มีการพูดคุยเพื่อหารือกันในระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อหาแนวทางในการสร้างแรงจูงใจเพื่อให้เฟซบุ๊กยินดีที่จะจดทะเบียนการประกอบธุรกิจ หรือมีการจัดตั้งสำนักงานสาขาในประเทศไทย หรือมีการแต่งตั้งตัวแทนผู้ได้รับมอบอำนาจอย่างเป็นทางการในการดำเนินธุรกิจหรือให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลในประเทศไทย รวมถึงการได้รับผลร้ายทางกฎหมายหากว่าผู้ประกอบการแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กไม่ปฏิบัติตาม เพื่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็วในการกำกับดูแลการดำเนินธุรกิจหรือการให้บริการของเฟซบุ๊กในประเทศไทยโดยการใช้มาตรการทางกฎหมาย รวมถึงเพื่อลดปัญหาและอุปสรรคที่อาจเกิดขึ้นจากการฟ้องร้องดำเนินคดีรวมถึงการบังคับคดีกับเฟซบุ๊กในประเทศไทยหากว่ามีคำพิพากษาถึงที่สุดของศาลให้เฟซบุ๊กเป็นฝ่ายแพ้คดี โดยแนวทางในการสร้างแรงจูงใจแก่เฟซบุ๊กดังที่กล่าวมา ได้แก่ การพิจารณาว่าเฟซบุ๊กมีความต้องการได้รับผลประโยชน์ หรือต้องการให้ประเทศไทยให้การสนับสนุนการทำธุรกิจหรือการให้บริการในด้านใด นอกเหนือไปจากผลประโยชน์ที่เฟซบุ๊กได้รับอยู่แล้วแม้ว่าจะมิได้มีการปฏิบัติตามกฎหมายของประเทศไทย ขณะเดียวกันก็ต้องไม่เป็นการเสียผลประโยชน์ของประเทศไทย รวมถึงผลประโยชน์ของผู้ใช้บัญชีเฟซบุ๊กในประเทศไทย

2) สภาพองค์กรของผู้บริโภคควรมีการประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค และสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ในการหาแนวทางเพื่อสร้างความร่วมมือในทางระหว่างประเทศ ทั้งนี้เนื่องจากลักษณะของการดำเนินธุรกิจหรือการให้บริการของแพลตฟอร์มดิจิทัลขนาดใหญ่และมีผู้ใช้งานจำนวนมากทั่วโลก เช่น เฟซบุ๊ก ส่งผลให้แพลตฟอร์มดิจิทัลในลักษณะเช่นนี้มีอำนาจต่อรองเทียบเท่าหรือเหนือรัฐ รวมถึงอาจปฏิเสธไม่อยู่ภายใต้บังคับของกฎหมายภายในของรัฐใดรัฐหนึ่งได้ โดยเฉพาะในกลุ่มประเทศขนาดเล็กหรือกลุ่มประเทศที่กำลังพัฒนา ซึ่งการสร้างความร่วมมือในทางระหว่างประเทศดังกล่าวทั้งในภูมิภาคเดียวกันหรือต่างภูมิภาคก็ตาม จะเป็นการช่วยสร้างอำนาจต่อรองให้แก่กลุ่มประเทศที่มีการรวมตัวกันเพื่อให้เกิดความเข้มแข็ง รวมถึงเพื่อเป็นการสร้างความร่วมมือระหว่างประเทศที่อยู่ในกลุ่มสมาชิกในการดำเนินคดีกับเฟซบุ๊กในกรณีที่มีประเทศที่อยู่ในกลุ่มสมาชิกใดไม่ได้มีสำนักงานสาขาของเฟซบุ๊ก

หรือไม่ได้มีการแต่งตั้งตัวแทนผู้ได้รับมอบอำนาจอย่างเป็นทางการของเฟซบุ๊กในการดำเนินการหรือการให้บริการในประเทศนั้น ๆ ในลักษณะทำนองเดียวกันกับที่เกิดขึ้นในสหภาพยุโรป

3) สภาองค์กรของผู้บริโภคควรมีการประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ กองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับอาชญากรรมทางเทคโนโลยี และกองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค ในการหาแนวทางในการทำความร่วมมือหรือบันทึกความเข้าใจร่วมกัน (Memorandum of Understanding: MoU) กับเฟซบุ๊ก โดยเฉพาะในเรื่องของความเข้มงวดในการลงทะเบียน รวมถึงการยืนยันตัวตนของผู้ขายสินค้าหรือบริการบนเฟซบุ๊ก การช่วยตรวจสอบรวมถึงส่งมอบข้อมูลที่จำเป็น รวมถึงการให้ความร่วมมือทางด้านอื่น ๆ กับหน่วยงานภาครัฐตามที่ได้รับร้องขอ เช่น การปิดกั้นการเข้าถึงหรือการระงับบัญชีผู้ใช้งานปลอม หรือบัญชีผู้ใช้งานที่เป็นมิฉฉาซีพอย่างถาวร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ในการติดตามจับกุมรวมถึงการดำเนินคดีกับมิฉฉาซีพีหรือผู้ประกอบการธุรกิจที่อาศัยเฟซบุ๊กเป็นเครื่องมือหรือเป็นช่องทางในการหลอกลวง ฉ้อโกง หรือเพื่อแสวงหาประโยชน์ที่มิควรได้โดยชอบด้วยกฎหมายจากผู้ใช้งานในประเทศไทย ตลอดจนความร่วมมือในด้านอื่น ๆ เช่น การตรวจสอบและยืนยันตัวตนผู้ใช้บัญชี การให้การช่วยเหลือและเยียวยาในกรณีที่มีความเสียหายใด ๆ เกิดขึ้นจากการใช้งานเฟซบุ๊ก เป็นต้น

7.3.3 ข้อเสนอแนะในระยะยาว

1) สภาองค์กรของผู้บริโภคควรทำการศึกษาเพิ่มเติมถึงแนวทางในการยกร่างกฎหมายที่มีผลเป็นการกำหนดหน้าที่และความรับผิดชอบของเฟซบุ๊ก ให้มีความสอดคล้องกับลักษณะของการดำเนินธุรกิจหรือการให้บริการของเฟซบุ๊กในฐานะที่เป็นผู้ให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลขนาดใหญ่ ที่ได้รับการยกเว้นความรับผิดชอบ หลักการสากลในฐานะที่เป็น “ตัวกลาง” และไม่ได้อยู่ภายใต้เขตอำนาจอธิปไตยของประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของการกำหนด “หน้าที่ในการแจ้งเตือน” (Duty to Warn) ให้แก่เฟซบุ๊ก รวมถึงแพลตฟอร์มดิจิทัลอื่น ๆ ให้ต้องมีหน้าที่ในการแจ้งเตือนผู้ใช้บริการให้ทราบถึงอันตรายที่อาจเกิดขึ้นจากการใช้บริการแพลตฟอร์ม โดยเฉพาะการฉ้อโกงหรือหลอกลวงที่เกิดขึ้นผ่านทางเฟซบุ๊ก โดยการแจ้งเตือนนั้นจะต้องมีความชัดเจน มีความสะดวกต่อผู้ใช้บริการในการเข้าถึง และทราบถึงข้อความในการแจ้งเตือน รวมถึงการแจ้งเตือนจะต้องทันต่อสถานการณ์ และเล่ห์เหลี่ยมของมิฉฉาซีพีในการใช้เฟซบุ๊กหรือแพลตฟอร์มดิจิทัลอื่นใด เป็นเครื่องมือหรือเป็นช่องทางในการหลอกลวงหรือฉ้อโกง และ การกำหนดความรับผิดชอบให้แก่แพลตฟอร์มดิจิทัลในฐานะที่เป็น “ผู้เห็นเหตุการณ์” (Bystander) อันเนื่องมาจากการที่เฟซบุ๊กทราบถึงปัญหาการหลอกลวงหรือฉ้อโกงที่เกิดขึ้น

โดยที่เฟซบุ๊กมีศักยภาพ และมีทรัพยากรต่าง ๆ ที่เพียงพอในการเฝ้าระวัง การรับรู้ รวมถึงการเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ ที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของตนเอง และสามารถดำเนินมาตรการต่าง ๆ ที่จำเป็น เพื่อเป็นการป้องกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับผู้ใช้บัญชีเฟซบุ๊กอันเกิดขึ้นจากการถูกลอกหลวงหรือฉ้อโกงแต่เฟซบุ๊กกลับละเลยไม่กระทำการเช่นนั้น

นอกจากนี้ทางสภาองค์กรของผู้บริโภคควรมีการศึกษาถึงความเป็นไปได้ในการบัญญัติกฎหมายที่มีผลเป็นการบังคับให้แพลตฟอร์มดิจิทัลขนาดใหญ่ที่มีผู้ใช้บริการจำนวนมากมีหน้าที่ในการแต่งตั้งเจ้าหน้าที่ผู้ประสานงานของแพลตฟอร์มให้ประจำอยู่ในประเทศไทย หรือกำหนดให้ต้องมีการจัดตั้งสำนักงานสาขาในประเทศไทย โดยอาศัยแนวทางตามรัฐบัญญัติ the Information Technology Act 2000 และ the Information Technology (Intermediary Guidelines and Digital Media Ethics Code) Rules 2021 (IT Rules 2021) ของประเทศอินเดีย นอกจากนี้ยังอาจมีการศึกษาถึงแนวทางในการบัญญัติกฎหมายตามที่ปรากฏใน รัฐบัญญัติ Protecting Americans from Foreign Adversary Controlled Applications Act, H.R. 7521 ของประเทศสหรัฐอเมริกา ที่มีผลเป็นการบังคับใช้ต่อแพลตฟอร์มติ๊กต็อก (TikTok) อันเป็นธุรกิจการให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลของ บริษัท ByteDance จำกัด ที่มีภูมิลำเนาอยู่ที่ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนซึ่งอยู่นอกเขตอำนาจอธิปไตยของประเทศสหรัฐอเมริกา อีกทั้งยังไม่ได้มีการจดทะเบียน หรือไม่ได้มีการจัดตั้งสำนักงานสาขาในประเทศสหรัฐอเมริกา แต่กฎหมายฉบับดังกล่าวกลับสามารถบัญญัติในทำนองที่เป็นการบังคับให้ บริษัท ByteDance จำกัด ต้องขายธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลติ๊กต็อกที่มีการดำเนินการอยู่ในประเทศสหรัฐอเมริกาให้แก่นิติบุคคลอื่นที่ไม่เกี่ยวข้องกับรัฐบาลของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน โดยหากบริษัท ByteDance จำกัด ไม่สามารถดำเนินการเช่นนั้นได้ ก็จะส่งผลให้แพลตฟอร์มดิจิทัลติ๊กต็อกถูกระงับการห้ามเข้าถึงอย่างถาวรในประเทศสหรัฐอเมริกา รวมถึงอาจถูกลบแอปพลิเคชันออกจากระบบปฏิบัติการและอุปกรณ์ดิจิทัลต่าง ๆ ทั้งยังกำหนดให้ ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต (Internet Service Provider: ISP) ในประเทศสหรัฐอเมริกามีหน้าที่ในการระงับการเข้าถึงแอปพลิเคชันติ๊กต็อกในประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นการถาวร รวมถึงมีการกำหนดโทษไว้สำหรับบุคคลหรือหน่วยงานที่ฝ่าฝืนไม่ปฏิบัติตามกฎหมายอีกด้วย

2) สภาองค์กรของผู้บริโภคควรมีนโยบายในการรณรงค์เพื่อใช้พลังในทางสังคมเพื่อใช้ในการสร้างอำนาจต่อรองกับเฟซบุ๊ก ทั้งนี้เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศที่มีจำนวนผู้ใช้งานบัญชีเฟซบุ๊กสูงเป็นลำดับต้น ๆ ของโลก ซึ่งหากผู้ใช้บัญชีเฟซบุ๊กในประเทศไทยสามารถที่จะรวมตัวกันเพื่อสร้างแรงขับเคลื่อนในทางสังคมเพื่อเป็นการสร้างความตระหนักรู้ และเพื่อเป็นการเรียกร้องให้เฟซบุ๊กกำหนดมาตรการหรือแนวทางที่มีประสิทธิภาพในการเฝ้าระวัง ตรวจสอบ คัดกรอง เนื้อหา รวมถึงการยืนยันตัวตนผู้ใช้งาน ตลอดจนบังคับการให้เป็นไปตามข้อกำหนดมาตรฐานชุมชน และ/หรือข้อตกลงในการให้บริการ อย่างเข้มงวดและจริงจัง โดยเฉพาะการลบ ปิดกั้น

หรือการระงับบัญชีผู้ใช้งานที่ละเมิดข้อกำหนดหรือข้อตกลงดังกล่าว โดยอาจมีการกำหนดมาตรการในการตอบโต้ เช่น การหยุดใช้ หรือหยุดซื้อสินค้าผ่านทางเฟซบุ๊ก หรือมีการณรงค์ให้ใช้งานแพลตฟอร์มทางเลือกอื่น ๆ ที่มีรูปแบบการให้บริการในทำนองเดียวกันกับเฟซบุ๊ก เป็นต้น ในกรณีที่เฟซบุ๊กยังคงเพิกเฉยไม่ดำเนินการอย่างใด ๆ ที่เป็นรูปธรรม

3) สภาพองค์กรของผู้บริโภคควรประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ สำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ และสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ในการสนับสนุนให้เกิดแพลตฟอร์มดิจิทัลของประเทศไทยขึ้น ทั้งนี้ เนื่องจากประเทศไทยยังคงต้องอาศัยการพึ่งพาเทคโนโลยีของต่างประเทศในหลายด้าน โดยเฉพาะเทคโนโลยีที่เป็นพื้นที่ในการติดต่อสื่อสาร การแสดงความคิดเห็น การแสดงออกซึ่งความคิดสร้างสรรค์ รวมถึงการซื้อขายสินค้าหรือการให้บริการ โดยการที่ต้องอาศัยหรือพึ่งพาเทคโนโลยีดังกล่าวของต่างประเทศแต่เพียงอย่างเดียวส่งผลทำให้ประเทศไทยขาดความสามารถในการแข่งขันในระดับโลก ทั้งยังก่อให้เกิดการผูกขาดทางการให้บริการอันส่งผลกระทบต่ออำนาจในการต่อรองหากว่าแพลตฟอร์มดิจิทัลของต่างประเทศไม่ได้ให้ความร่วมมือ หรือไม่ยอมดำเนินการธุรกิจหรือการให้บริการภายใต้กฎหมายของประเทศไทย

7.4 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

1) ในการศึกษาครั้งนี้ คณะผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาถึงแนวทางในการใช้มาตรการทางกฎหมายในการกำกับดูแลการประกอบธุรกิจหรือการให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลในประเทศไทยโดยเลือกศึกษาเฉพาะกรณีของแพลตฟอร์มดิจิทัลเฟซบุ๊กแต่เพียงแพลตฟอร์มเดียว แต่ไม่ได้ทำการศึกษาถึงการดำเนินธุรกิจหรือการให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลอื่น ๆ ของต่างประเทศที่มีการดำเนินการในประเทศไทย และมีการจัดตั้งสำนักงานใหญ่ สำนักงานสาขา หรือมีการแต่งตั้งตัวแทนผู้ได้รับมอบอำนาจอย่างเป็นทางการให้เป็นผู้มีอำนาจดำเนินการแทนในการประกอบธุรกิจหรือการให้บริการในประเทศไทยแต่อย่างใด ดังนั้นในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปอาจมีการศึกษาในประเด็นดังกล่าวเพิ่มเติม

2) ในการศึกษาครั้งนี้ คณะผู้วิจัยมุ่งเน้นในการศึกษาถึงปัญหาการฉ้อโกง หลอกหลวง รวมถึงการแสวงหาประโยชน์ที่มิควรได้โดยชอบโดยมิฉฉาชีพหรือผู้ประกอบการที่ไม่สุจริตโดยการใช้แพลตฟอร์มเฟซบุ๊กเป็นช่องทางหรือเป็นเครื่องมือแต่เพียงเท่านั้น โดยไม่ได้ทำการศึกษาถึงปัญหาในด้านอื่น ๆ ที่เกิดขึ้นจากการใช้บริการ

แพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก เช่น การละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก หรือ การเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กโดยไม่มีอำนาจหรือโดยไม่ชอบด้วยกฎหมาย เป็นต้น ดังนั้นในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปจึงอาจมีการศึกษาในประเด็นดังกล่าวเพิ่มเติม

บรรณานุกรม

- กอบเกียรติ เขียรปรีชา และ ณัฐวิษ ศิริกาญจน์. (2565). ความท้าทายในการบังคับใช้พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2560 ในการกำกับดูแลธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัล. *ดุลพາห*, 1(69), หน้า 13-60.
- ภูรี สิริสุนทร และ ศุภฤทธิ ถาวรยุติการต์. (2565). รายงานการวิจัย โครงการวิจัยการกำกับดูแลการแข่งขัน (Competition Regulation) ในธุรกิจแพลตฟอร์มหลายมิติ (Multi-sided Platforms) ในประเทศไทย. สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ.
- รัฐสภา จุริมาศ. (2566). การควบคุมธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัล. สถาบันพระปกเกล้า.
- สภาองค์กรของผู้บริโภค. (2566). การกำกับดูแลการแข่งขันธุรกิจแพลตฟอร์มอีมาร์เก็ตเพลส (e-Marketplace) ในประเทศไทย. https://www.tcc.or.th/tcc_media/marketplace/
- Akram, M. S. (2018). Drivers and barriers to online shopping in a newly digitalized society. *TEM Journal*, 7(1), pp. 118-127. DOI: 10.18421/TEM71-14
- Arrafi, I. M., & Ghabban, F. M. (2021). Impulse buying model for Business-to-Consumer e-commerce in Saudi Arabia. *iBusiness*, 13, pp. 81-102. <https://doi.org/10.4236/ib.2021.132006>
- Asadullah, A., Faik, I. & Kankanhalli, A. (2018). Digital Platforms: A Review and Future Directions. Twenty-Second Pacific Asia Conference on Information Systems, Japan 2018.
- Bezemek, C. & Dumbrovsky, T. (2020). The Concept of Public Interest. *SSRN Electronic Journal*. 10.2139/ssrn.3701204.
- Bezemek, C., & Dumbrovsky, T. (2020). *The Concept of Public Interest*. Graz Law Working Paper No 01-2020, Charles University in Prague Faculty of Law Research Paper, <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3701204>
- Britannica, T. Editors of Encyclopaedia (2024, August 21). *laissez-faire*. *Encyclopedia Britannica*. <https://www.britannica.com/money/laissez-faire>
- Chander, A. (2022). Section 230 and the International Law of Facebook. *Yale Journal of Law & Technology*, 24, pp. 393-420.
- Cusumano, M. A., Gawer, A., & Yoffie, D. (2021). Can Self-Regulation Save Digital Platforms? *Industrial and Corporate Change*. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3900137>
- Ens, N., Hukal, P., & Jensen, T. B. (2023). Dynamics of control on digital platforms. *Information Systems Journal*, 33(4), pp. 890–911. <https://doi.org/10.1111/isj.1242>

- Facebook. (2022). *Terms of Service*. <https://www.facebook.com/terms.php>
- Gibson, K. (2024). *Digital platforms: What they are & how they create value*. Harvard Business School Online. <https://online.hbs.edu/blog/post/what-is-a-digital-platform>
- Guma, P. K. (2023). "9: Platform Work, Everyday Life, and Survival in Times of Crisis: Views and Experiences from Nairobi". In *Data Power in Action*. Bristol, UK: Bristol University Press. Retrieved Jun 25, 2024, from <https://doi.org/10.51952/9781529233551.ch009>
- Gunningham, N. & Sinclair, D. (2017). *Regulatory theory: foundations and applications* (P. Drahos, Ed.). ANU Press.
- Hantke-Domas, M. (2003). The public interest theory of regulation: Non-existence or misinterpretation? *European Journal of Law and Economics*, 15(2), pp. 165–194. doi:10.1023/a:1021814416688
- Help Center. (2024). Appeal a Facebook content decision to the Oversight Board. <https://www.facebook.com/help/346366453115924>
- Hertog, J. (2010). *Review of economic theories of regulation*. Working Papers 10-18, Utrecht School of Economics. https://www.uu.nl/sites/default/files/rebo_use_dp_2010_10-18.pdf
- Hu, G., He, S., Dong, X., Li, C., Wang, Z., Wang, Z., & Mardani, A. (2024). The impact of urban digital platforms on entrepreneurial activity: Evidence from China. *Journal of Innovation & Knowledge*, 9(2024), <https://doi.org/10.1016/j.jik.2024.100468>
- Hu, G., He, S., Dong, X., Li, C., Wang, Z., Wang, Z., & Mardani, A. (2024). The impact of urban digital platforms on entrepreneurial activity: Evidence from China. *Journal of Innovation & Knowledge*, 9. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2024.100468>
- Kim, N. S. (2022). Beyond section 230 liability for Facebook. *St. John's Law Review*, 96(2), pp. 353-394.
- Land, M. (2013). Toward an International Law of the Internet. *Harvard International Law Journal*, 54(2), pp. 393-458.
- Meta Business Help Centre. (n.d.). *How to create a Facebook Page*. <https://www.facebook.com/business/help/1199464373557428?id=418112142508425>
- Nasrin, S., Ghosh, P., Chowdhury, S.M.M.H., Abujar, S., Hossain, S.A. (2020). Fraud detection of Facebook business page based on sentiment analysis. In: Uddin, M.S., Bansal, J.C. (eds)

- Proceedings of International Joint Conference on Computational Intelligence. Algorithms for Intelligent Systems*. Springer, Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-13-7564-4_25
- Nooren, P., Gorp, N. V., Eijk, N. V., & Fathaigh, R. O. (2018). Should we regulate digital platforms? A new framework for evaluating policy options. *Policy & Internet*, doi: 10.1002/poi3.177
- Nooren, P., Nicolai, G., Eijk, N., & Fathaigh, R. (2018). Should we regulate digital platforms? a new framework for evaluating policy options: Evaluating policy options for digital platforms. *Policy & Internet*. 10. 10.1002/poi3.177.
- OECD (2011), "Internet intermediaries: Definitions, economic models and role in the value chain", in *The Role of Internet Intermediaries in Advancing Public Policy Objectives*, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/9789264115644-4-en>.
- Oversight Board. (2022). *Rulebook for case review and policy guidance*. <https://www.oversightboard.com/wp-content/uploads/2023/11/670240758003122.pdf>
- Perset, K. (2010), "The Economic and Social Role of Internet Intermediaries", *OECD Digital Economy Papers*, No. 171, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/5kmh79zsz8vb-en>.
- Piranda, D. R., Sinaga, D. Z., & Putri, E. E. (2022). Online marketing strategy in Facebook marketplace as a digital marketing tool. *Journal of Humanities, Social Sciences and Business*, 1(2), DOI:10.55047/jhssb.v1i2.123
- Piranda, D. R., Sinaga, D. Z., & Putri, E. E. (2022). Online marketing strategy in Facebook Marketplace as a digital marketing tool. *Journal of Humanities, Social Sciences and Business*, 1(2), pp. 79-86.
- Rodriguez, L. (2016). *Internet-intermediaries liability: Participative networking platforms and harmful content* [LLM research paper]. Victory University of Wellington. <https://ir.wgtn.ac.nz/bitstream/handle/123456789/19483/paper.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rowland, B. (2010). *The Facebook story* [Master's thesis, Kennesaw State University]. Kennesaw State University. <https://digitalcommons.kennesaw.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1072&context=etd>

- Schilirò, D., (2023). *Digital platforms and digital transformation*, MPRA Paper 118006, University Library of Munich, Germany.
- Shleifer, A. (2005). Understanding regulation. *European Financial Management*, 11(4), pp. 439–451.
- Strowel, A., & Vergote, W. (n.d.). *Digital platforms: To regulate or not to regulate?*
https://ec.europa.eu/information_society/newsroom/image/document/2016-7/uclouvain_et_universit_saint_louis_14044.pdf
- Sutanto, S. M. (2016). The use of Facebook Fanpage as promotional media for the novel book fans by using the model of SMCR Berlo. *Visual Communication Design Journal*, 1(1), pp. 1-10.
- Transparency Centre (1). (2024). *Content restrictions based on local law: Restrictions by country*.
<https://transparency.meta.com/reports/content-restrictions/country/>
- Transparency Centre (2). (2024). *Community Standards Enforcement Report*.
<https://transparency.meta.com/reports/community-standards-enforcement/>
- Transparency Centre (3). (2024). *How to appeal to the Oversight Board*.
<https://transparency.meta.com/en-gb/oversight/appealing-to-oversight-board/>
- Turitsyn, D. (2022). *Digital contract in the civil legal system*. History, Economics and Law Research Institute.
- Wasin Chaisiri. (2018). *Consumer protection for Facebook live sales* [Master's thesis, Thammasat University]. TU Digital Collections.
https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:164008
- Watney, M. (2022). Regulation of social media intermediary liability for illegal and harmful content. *Conference proceeding 9th European Conference on Social Media*, 9(1), pp. 194-201.
- We Are Social. (2024). *Digital 2024: Thailand*. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-Thailand>
- Wouter, W., & Jan, J. V. (2023). Regulating social media through self-regulation: A process-tracing case study of the European Commission and Facebook. *Political Research Exchange*, 5(1), 2182696, DOI: 10.1080/2474736X.2023.218269

WTO. (2023). *Handbook on measuring digital trade* (2nd ed.). World Trade Organization.

Yudina, T. & Geliskhanov, I. (2019). Features of digital platforms functioning in information-digital economy. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*. 497. 012104. 10.1088/1757-899X/497/1/012104.

ภาคผนวก

ตารางสรุปความรับผิดชอบที่เฟซบุ๊กอาจถูกฟ้องร้องดำเนินคดีต่อศาลในประเทศไทย
โดยพิจารณาจากเงื่อนไขและข้อตกลงในการให้บริการ (Terms of Service) ของเฟซบุ๊ก

	เงื่อนไขและข้อตกลงในการให้บริการ	สาระสำคัญ	กฎหมายของประเทศไทยที่เกี่ยวข้อง
1	ลักษณะของการให้บริการที่สำคัญของเฟซบุ๊ก	<ul style="list-style-type: none"> - การให้บริการพื้นที่ทางสังคมออนไลน์ ในด้านการติดต่อสื่อสาร และการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้บัญชี - เนื้อหาหรือคุณลักษณะ (feature) เสริมอื่น ๆ เช่น โฆษณา คลิปวิดีโอสั้น เพจ (pages) เฟซบุ๊ก มาร์เก็ตเพลส 	- พระราชกฤษฎีกาการประกอบธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ต้องแจ้งให้ทราบ พ.ศ. 2565
2	แนวทางในการใช้ประโยชน์จากข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก	<ul style="list-style-type: none"> - ใช้เพื่อเป็นการยืนยันตัวตนของผู้สมัครใช้บริการ - ใช้ประโยชน์ในทางธุรกิจโดยเฉพาะรายได้จากการขายโฆษณา - ข้อมูลที่จะทำการเก็บ ได้แก่ ข้อมูลใด ๆ ที่ผู้ใช้เป็นผู้สร้างขึ้น รวมถึงข้อมูลการตั้งค่า เนื้อหาข้อความ หรือข้อมูลดิจิทัลที่ผู้ใช้ได้ทำการแบ่งปันโดยไม่คำนึงว่าข้อมูลเหล่านั้นจะเป็นการกระทำผ่านเฟซบุ๊กหรือไม่ 	<ul style="list-style-type: none"> - พระราชบัญญัติ ข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540 - พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 - พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522
3	มาตรการในการรักษาความปลอดภัยในการใช้แพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก	<ul style="list-style-type: none"> - เฟซบุ๊กได้ให้คำรับรองแก่ผู้ใช้แพลตฟอร์มถึงนโยบายด้านการส่งเสริมความปลอดภัย มาตรการในการป้องกันพฤติกรรมที่เป็นอันตราย ตลอดจนแนวทางในการรักษาความปลอดภัยให้กับชุมชนผู้ใช้งานแพลตฟอร์ม - มีการนำเอาเทคโนโลยีขั้นสูง เช่น ปัญญาประดิษฐ์ ระบบการเรียนรู้ของเครื่องกล หรือเทคโนโลยีความจริงเสมือน เพื่อใช้ในการตรวจจับการใช้งานที่ไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ รวมถึงพฤติกรรมการใช้แพลตฟอร์มที่อาจเป็นอันตรายต่อผู้ใช้อื่น 	<ul style="list-style-type: none"> - ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ลักษณะละเมิด - ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ลักษณะสัญญา - พระราชบัญญัติความรับผิดต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย พ.ศ. 2551

	เงื่อนไขและข้อตกลงในการให้บริการ	สาระสำคัญ	กฎหมายของประเทศไทยที่เกี่ยวข้อง
		<ul style="list-style-type: none"> - มีการนำพนักงานที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางเข้ามาร่วมในการเฝ้าระวัง - หากเฟซบุ๊กตรวจพบว่ามีเนื้อหาหรือการกระทำใดที่เป็นการฝ่าฝืนข้อกำหนดด้านการรักษาความปลอดภัยในการใช้แพลตฟอร์ม ทางเฟซบุ๊กจะใช้มาตรการต่าง ๆ ตามที่เห็นสมควร 	<ul style="list-style-type: none"> - พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 - พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 - ประกาศกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม เรื่อง ขั้นตอนการแจ้งเตือนการระงับการทำให้แพร่หลายของข้อมูลคอมพิวเตอร์ และการนำข้อมูลคอมพิวเตอร์ออกจากระบบคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2565
4	แหล่งรายได้ของเฟซบุ๊กจากการดำเนินธุรกิจ	<ul style="list-style-type: none"> - เงื่อนไขและข้อตกลงในการให้บริการของเฟซบุ๊กได้มีการระบุถึงแหล่งรายได้ อันได้แก่ ค่าโฆษณา อันเกิดจากการนำข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้มาเป็นฐานข้อมูล - เฟซบุ๊ก ให้คำรับรองว่าข้อมูลที่มีการนำไปใช้ประโยชน์จะไม่สามารถระบุได้ถึงตัวผู้ใช้โดยตรง เว้นแต่จะได้รับอนุญาตจากผู้ใช้ - เฟซบุ๊ก ให้คำรับรองว่าจะไม่กระทำการใด ๆ ในลักษณะที่เป็นการซื้อขายข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้ให้แก่ธุรกิจ หรือองค์กรใด ๆ - เฟซบุ๊ก มีการสงวนสิทธิในการรายงานประสิทธิภาพของการโฆษณาให้แก่ธุรกิจที่มีการลงโฆษณาได้ทราบ 	<ul style="list-style-type: none"> - พระราชบัญญัติข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2540 - พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 - พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522

	เงื่อนไขและข้อตกลงในการให้บริการ	สาระสำคัญ	กฎหมายของประเทศไทยที่เกี่ยวข้อง
		<p>- เฟซบุ๊ก มีการแจ้งให้ผู้ใช้บัญชีได้ทราบว่าสามารถควบคุมประเภทของการโฆษณา ผู้ลงโฆษณา รวมถึงข้อมูลใด ๆ ที่เฟซบุ๊กใช้ในการกำหนดโฆษณาที่จะแสดงให้แก่ผู้ใช้เห็นได้</p>	
5	สิทธิและหน้าที่ของผู้ใช้บริการแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก	<p>- ผู้ใช้จะต้องปฏิบัติตามหน้าที่ที่เฟซบุ๊กได้กำหนดไว้ เช่น ให้ข้อมูลตามความเป็นจริงและถูกต้อง สามารถสมัครบัญชีผู้ใช้ได้เพียงคนละ 1 บัญชี การไม่ใช่ช่องทางในการรายงานหรือการอุทธรณ์ไปในทางที่ไม่ชอบ เช่น การรายงานเพื่อกลั่นแกล้งผู้ใช้รายอื่น การตั้งระมัดระวังในการดูแลรักษารหัสผ่าน ผู้สมัครใช้งานจะต้องมีอายุเกินกว่า 13 ปี และต้องไม่เคยมีประวัติถูกระงับการใช้งานอันเนื่องมาจากการละเมิดเงื่อนไขการใช้งาน ข้อกำหนดมาตรฐานชุมชน หรือข้อกำหนดอื่น ๆ</p> <p>- ผู้ใช้มีหน้าที่ในการใช้ความระมัดระวังในการใช้งานบัญชีเฟซบุ๊ก โดยต้องไม่กระทำหรือไม่สนับสนุนการกระทำที่เป็นการละเมิดเงื่อนไขการใช้งาน ข้อกำหนดมาตรฐานชุมชน ข้อกำหนดอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง และต้องไม่ใช่เฟซบุ๊กเป็นเครื่องมือในการกระทำผิดกฎหมาย เช่น หลอกหลวง ฉ้อโกง การละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา หรือการเข้าถึงบัญชีผู้ใช้ของผู้อื่นโดยไม่มีอำนาจ เป็นต้น</p> <p>- มีการกำหนดผลร้ายแก่ผู้ใช้บัญชีที่กระทำการฝ่าฝืน เช่น การลบ จำกัด หรือระงับการเข้าถึงเนื้อหา ข้อความ หรือข้อมูลดิจิทัลใด ๆ รวมถึงระงับ หรือปิดการใช้งานบัญชีของผู้ใช้ที่ตรวจพบว่ามีก่อกวนผู้อื่น</p>	<p>- พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562</p> <p>- พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522</p> <p>- พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550</p> <p>- ประกาศกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม เรื่อง ขั้นตอนการแจ้งเตือนการระงับการทำให้แพร่หลายของข้อมูลคอมพิวเตอร์ และการนำข้อมูลคอมพิวเตอร์ออกจากระบบคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2565</p>

	เงื่อนไขและข้อตกลงในการให้บริการ	สาระสำคัญ	กฎหมายของประเทศไทยที่เกี่ยวข้อง
6	ข้อตกลงล่วงหน้าในการปรับปรุงข้อกำหนดในการใช้งานแพลตฟอร์ม	<ul style="list-style-type: none"> - เฟซบุ๊ก ได้มีการกำหนดข้อตกลงล่วงหน้าในการปรับปรุงข้อกำหนดในการใช้งานในกรณีจำเป็น เพื่อให้มีความเป็นปัจจุบันและเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางด้านความปลอดภัยแก่ผู้ใช้งาน หรือเพื่อให้เป็นไปตามกฎหมาย โดยคำนึงถึงประโยชน์ของผู้ใช้แพลตฟอร์ม - เฟซบุ๊ก จะทำการแจ้งเพื่อให้ผู้ใช้บัญชีได้ทราบล่วงหน้าถึงการปรับปรุงข้อกำหนดในการใช้งานอย่างน้อย 30 วัน โดยเป็นการแจ้งผ่านทางอีเมลหรือผลิตภัณฑ์ใด ๆ ที่ผู้ใช้มีบัญชีการใช้งานอยู่ เว้นแต่ในกรณีเร่งด่วน เช่น มีกฎหมายกำหนดให้เฟซบุ๊กต้องปรับปรุงข้อกำหนดและให้มีผลในทันที - หากผู้ใช้อยู่ที่ไม่เห็นด้วยกับการปรับปรุงก็สามารถที่จะเลิกใช้ และลบบัญชีผู้ใช้งานออกได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - พระราชบัญญัติ ข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540 - พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522
7	การระงับหรือยกเลิกบัญชี	<ul style="list-style-type: none"> - เฟซบุ๊ก มีอำนาจในการระงับ จำกัดการเข้าถึงหรือยกเลิกบัญชีผู้ใช้เฟซบุ๊ก รวมถึงผลิตภัณฑ์อื่น ๆ หากพบว่าผู้ใช้มีพฤติกรรมที่เป็นการละเมิดต่อข้อกำหนดการใช้งาน หรือมาตรฐานชุมชนอย่างชัดเจน ร้ายแรง หรือเป็นการกระทำผิดซ้ำ หรือเพื่อเป็นการดำเนินการให้เป็นไปตามกฎหมาย - เฟซบุ๊ก มีอำนาจในการยกเลิกบัญชีผู้ใช้ที่ไม่ได้มีการยืนยันบัญชีภายหลังการลงทะเบียน หรือบัญชีที่ไม่ได้มีการใช้งานเป็นเวลานาน หรือมีการใช้งานโดยไม่ได้รับอนุญาต - ผู้ใช้บัญชีที่ถูกเฟซบุ๊กระงับ หรือจำกัดการเข้าถึงหรือถูกยกเลิกบัญชี สามารถขอให้เฟซบุ๊กทบทวนการระงับ จำกัดการเข้าถึง หรือยกเลิก 	<ul style="list-style-type: none"> - พระราชบัญญัติ ข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540 - พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522

	เงื่อนไขและข้อตกลงในการให้บริการ	สาระสำคัญ	กฎหมายของประเทศไทยที่เกี่ยวข้อง
		บัญชีผู้ใช้งานได้ เว้นแต่จะเกิดผลกระทบต่อผู้ใช้บัญชีเฟซบุ๊กรายอื่น	
8	ข้อจำกัดความรับผิด	<ul style="list-style-type: none"> - เฟซบุ๊ก มีการกำหนดข้อจำกัดความรับผิดของตนในความเสียหายอย่างใด ๆ ที่เกิดขึ้นหรืออาจเกิดขึ้นจากการให้บริการของเฟซบุ๊ก โดยไม่อาจรับประกันได้ว่าการให้บริการ ตลอดจนผลิตภัณฑ์ทั้งหมดของเฟซบุ๊กจะมีความปลอดภัย หรือไม่มีข้อผิดพลาด หรือสามารถใช้งานได้อย่างราบรื่นไม่ติดขัด - เฟซบุ๊ก ไม่อาจควบคุมหรือกำกับดูแลการกระทำของผู้ใช้รายอื่น และไม่ขอรับผิดชอบต่อนเนื้อหา ข้อความ หรือข้อมูลดิจิทัลใด ๆ ที่มีความไม่เหมาะสม ผิดกฎหมาย หรือขัดต่อหลักจริยธรรม ซึ่งเนื้อหาเช่นนี้ถูกสร้างหรือเผยแพร่โดยผู้ใช้บัญชีรายอื่น - เฟซบุ๊ก มีการระบุงเว้นความรับผิดในความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นโดยทางอ้อมจากการให้บริการ เช่น การสูญเสียรายได้ การสูญเสียข้อมูล โดยไม่คำนึงว่าเฟซบุ๊กได้ทราบ หรือได้รับการแจ้งเตือนถึงความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นนั้นล่วงหน้าหรือไม่ - หากมีกรณีที่ส่วนใดส่วนหนึ่งของเงื่อนไขและข้อตกลงในการให้บริการฉบับนี้ไม่สามารถใช้บังคับได้หรือตกเป็นโมฆะในบางส่วน ให้ถือว่าเงื่อนไขและข้อตกลงนั้นถูกแก้ไขเท่าที่จำเป็นเพียงเพื่อให้มีผลใช้บังคับได้ แต่หากเป็นกรณีที่ไม่สามารถแก้ไขได้ให้ถือว่าส่วนที่ไม่มีผลบังคับใช้หรือส่วนที่เป็นโมฆะนั้นถูกตัดออกโดยไม่กระทบ 	<ul style="list-style-type: none"> - พระราชบัญญัติ ข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540 - พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522

	เงื่อนไขและข้อตกลงในการให้บริการ	สาระสำคัญ	กฎหมายของประเทศไทยที่เกี่ยวข้อง
		<p>ต่อผลบังคับใช้ในทางกฎหมายของเงื่อนไขและข้อตกลงในการให้บริการส่วนที่เหลือ</p> <ul style="list-style-type: none"> - การที่บริษัท Meta ไม่ได้บังคับใช้เงื่อนไขและข้อตกลงในการให้บริการข้อใดข้อหนึ่งไม่ถือว่าเป็นการที่บริษัท Meta สละสิทธิ์ในการบังคับใช้เงื่อนไขหรือข้อตกลงในการให้บริการในข้อนั้น - บริษัท Meta มีสิทธิ์แต่เพียงผู้เดียวในการโอนสิทธิและภาระผูกพันทั้งหมดที่เกิดขึ้นภายใต้เงื่อนไขและข้อตกลงในการให้บริการ เช่น การควบรวมกิจการ หรือขายทรัพย์สิน เป็นต้น 	
9	การระงับข้อพิพาท	<ul style="list-style-type: none"> - หากกรณีพิพาทที่เกิดขึ้นเป็นคดีผู้บริโภค เพชบุรีกำหนดให้การระงับข้อพิพาทใด ๆ ที่เกิดขึ้นให้อยู่ภายใต้ข้อกำหนดของประเทศที่ผู้ใช้บัญชีที่ได้รับความเสียหายมีถิ่นที่อยู่ โดยสามารถยื่นคำฟ้องได้ในศาลที่มีเขตอำนาจ - หากกรณีพิพาทที่เกิดขึ้นเป็นคดีทั่วไป เพชบุรีกำหนดให้ถือว่าผู้ใช้บัญชีที่ได้รับความเสียหายและบริษัท Meta ตกลงยินยอมให้ศาลแขวงสหรัฐอเมริกาในเขต Northern District of California หรือศาลแห่งรัฐใน San Mateo County เป็นศาลที่มีเขตอำนาจในการระงับข้อพิพาทที่เกิดขึ้น และอยู่ภายใต้กฎหมายของรัฐแคลิฟอร์เนีย - กรณีที่บริษัท Meta เป็นโจทก์ในการยื่นฟ้องก็อาจทำการยื่นคำฟ้องผู้ใช้บัญชีในประเทศที่ผู้ใช้มีถิ่นที่อยู่ได้ หากศาลของประเทศที่ผู้ใช้มีถิ่นที่อยู่นั้นมีอำนาจในการรับคำฟ้องไว้เพื่อพิจารณา 	<ul style="list-style-type: none"> - ประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่ง - พระราชบัญญัติข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540 - พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 - พระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ. 2551

ตารางสรุปจำนวนผู้ใช้งานบัญชีแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กในกลุ่มประเทศที่อยู่ในทวีปเอเชียแปซิฟิก

ที่	ประเทศ	จำนวนผู้ใช้บัญชีเฟซบุ๊ก	การมีสำนักงานสาขาของ Meta อยู่ในประเทศ
1	ญี่ปุ่น	15.75 ล้านคน (คิดเป็น 12.7% ของประชากรทั้งหมด)	มี
2	สาธารณรัฐสิงคโปร์	3.70 ล้านคน (คิดเป็น 61.3% ของประชากรทั้งหมด)	มี
3	สาธารณรัฐเกาหลี (เกาหลีใต้)	27.2 ล้านคน (คิดเป็น 51.8% ของประชากรทั้งหมด)	มี
4	สาธารณรัฐฟิลิปปินส์	100.5 ล้านคน (คิดเป็น 84.5% ของประชากรทั้งหมด)	มี
5	สาธารณรัฐอินเดีย	581.6 ล้านคน (คิดเป็น 39.6% ของประชากรทั้งหมด)	มี
6	ราชอาณาจักรไทย	58.6 ล้านคน (คิดเป็น 83.2% ของประชากรทั้งหมด)	ไม่มี

ข้อมูลอ้างอิงจาก

DataReportal. (2024, January). *Digital 2024: Japan*. Retrieved from <https://datareportal.com/reports/digital-2024-japan>

DataReportal. (2024, February 21). *Digital 2024: Singapore*. Retrieved from <https://datareportal.com/reports/digital-2024-singapore>

Meta. (2025). *Locations in Asia & South Pacific*. Retrieved from https://www.metacareers.com/locations/?job_region=Asia%20%26%20South%20Pacific

NapoleonCat. (2024, June). *Facebook users in India – June 2024*. Retrieved from <https://napoleoncat.com/stats/facebook-users-in-india/2024/06/>

NapoleonCat. (2024, June). *Facebook users in Indonesia – June 2024*. Retrieved from <https://napoleoncat.com/stats/facebook-users-in-indonesia/2024/06/>

NapoleonCat. (2024, June). *Facebook users in Republic of Korea – June 2024*. Retrieved from https://napoleoncat.com/stats/facebook-users-in-republic_of_korea/2024/06/

NapoleonCat. (2024, January). *Facebook users in the Philippines – January 2024*. Retrieved from <https://napoleoncat.com/stats/facebook-users-in-philippines/2024/01/>

NapoleonCat. (2024, January). *Facebook users in Thailand – January 2024*. Retrieved from <https://napoleoncat.com/stats/facebook-users-in-thailand/2024/01/>



เอกสารรับรองโครงการวิจัย (Certificate of Approval)

โดย คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยรังสิต

เอกสารรับรองเลขที่	:	COA. No. RSUERB2024-187	
ชื่อโครงการวิจัย	:	การศึกษาวิจัยมาตรการการกำกับผู้ประกอบธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลที่กระทบต่อสิทธิผู้บริโภค: กรณีศึกษาเฟซบุ๊ก The Study of Regulate Measurement of digital platform business operators: A case study of Facebook	
ชื่อหัวหน้าโครงการวิจัย	:	อาจารย์ ดร.กฤษฏา แสงเจริญทรัพย์	
ชื่อนักวิจัยร่วม	:	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกวลิณ ต่อปัญญาชาญ	
ชื่อหน่วยงานที่สังกัด	:	คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต	
วิธีทบทวน	:	พิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคนแบบเร่งด่วน (Expedited Review)	
เอกสารที่รับรอง	:	1. แบบเสนอโครงการวิจัย 2. เอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมการวิจัย 3. หนังสือแสดงเจตนายินยอมเข้าร่วมการวิจัย 4. แบบสอบถาม/แบบสัมภาษณ์	
วันที่รับรอง	:	30 ตุลาคม 2567	
	วันที่หมดอายุ	:	30 ตุลาคม 2569
	วันที่ต่ออายุ	:	ไม่เกิน 30 กันยายน 2569

คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยรังสิต ได้พิจารณาและมีมติรับรองเอกสาร ดังที่ระบุไว้ข้างต้น โดยยึดหลักจริยธรรม Declaration of Helsinki, The Belmont Report, CIOMS Guideline และ International Conference on Harmonization in Good Clinical Practice หรือ ICH-GCP

ลงนาม

(รองศาสตราจารย์ ดร. ปานพาน์ กาญจนกุ่ม)

ประธานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยรังสิต





**Certificate of Approval
By
Ethics Review Board of Rangsit University**

COA. No.	COA. No. RSUERB2024-187
Protocol Title	The Study of Regulate Measurement of digital platform business operators: A case study of Facebook
Principle Investigator	Lect.Dr. Krisda Saengcharoensap
Co-Investigator	Assist.Prof.Dr. Keovalin Torpanyacharn
Affiliation	Faculty of Law, Rangsit University
How to review	Expedited Review
Approval includes	<ol style="list-style-type: none"> 1. Project proposal 2. Information sheet 3. Informed consent form 4. Data collection form/Program or Activity plan

Date of Approval: 30 October 2024 **Date of Expiration:** 30 October 2026
Date of Renewal: within 30 September 2026

The prior mentioned documents have been reviewed and approved by Ethics Review Board of Rangsit University based Declaration of Helsinki, The Belmont Report, CIOMS Guideline and International Conference on Harmonization in Good Clinical Practice or ICH-GCP

Signature.....

(Associate Professor Dr. Panan Kanohanaphum)

Chairman, Ethics Review Board for Human Research



แบบสอบถามโครงการวิจัยเรื่อง

การศึกษามาตรการการกำกับผู้ประกอบการธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลที่กระทบต่อสิทธิผู้บริโภค: กรณีศึกษาเฟซบุ๊ก

โครงการวิจัย เรื่อง การศึกษามาตรการการกำกับผู้ประกอบการธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัลที่กระทบต่อสิทธิผู้บริโภค: กรณีศึกษาเฟซบุ๊ก ในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความคิดเห็นของผู้ใช้งานแพลตฟอร์มดิจิทัลเกี่ยวกับปัญหา รวมถึงมาตรการต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อสิทธิของผู้บริโภค เพื่อหาแนวทางที่เหมาะสมในการกำกับดูแลแพลตฟอร์มดิจิทัลที่จดทะเบียนหรือมีการดำเนินธุรกิจในประเทศไทย โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลผ่านแบบสอบถามออนไลน์ (online questionnaire) และมีผู้เข้าร่วมวิจัยจำนวน 385 คน จะเป็นตัวแทนของประชาชนทั่วประเทศ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและสะท้อนความคิดเห็นของผู้บริโภคในทุกภาคส่วน ข้อมูลที่ท่านให้จะถูกนำไปใช้เพื่อการวิจัยเท่านั้น โดยมีการรักษาความลับของข้อมูลทุกประการ และไม่มีการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้เข้าร่วมการวิจัย ท่านสามารถเลือกที่จะไม่ตอบคำถามหรือหยุดการเข้าร่วมการวิจัยได้ทุกเมื่อ

ส่วนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

- ชาย หญิง เพศทางเลือก

2. อายุ

- ต่ำกว่า 20 ปี
 20-29 ปี
 30-39 ปี
 40-49 ปี
 50-59 ปี
 60 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

- สูงกว่าปริญญาตรี
 ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า
 มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือเทียบเท่า
 มัธยมศึกษาตอนต้น หรือเทียบเท่า

- ประถมศึกษา
- อื่น ๆ

4. อาชีพ

- พนักงานบริษัทเอกชน
- ข้าราชการ
- เจ้าของธุรกิจส่วนตัว
- นักเรียน/นักศึกษา
- พนักงานขาย / ให้บริการ
- ผู้เกษียณอายุ
- ผู้ประกอบอาชีพอิสระ
- เกษตรกร
- พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- บุคลากรทางการศึกษาทั้งของรัฐและเอกชน
- ว่างงาน
- อื่น ๆ

5. ภูมิลำเนาในปัจจุบัน (ไม่ใช่ภูมิลำเนาตามทะเบียนบ้าน)

- ภาคเหนือ
- ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- ภาคตะวันออก
- ภาคตะวันตก
- ภาคใต้
- ภาคกลาง
- กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

6. รายได้ของคุณโดยเฉลี่ยต่อเดือน

- น้อยกว่า 10,000 บาท
- 10,000 - 29,999 บาท
- 30,000 - 49,999 บาท

- 50,000 - 69,999 บาท
- ตั้งแต่ 70,000 บาทขึ้นไป

7. ท่านใช้ Facebook บ่อยเพียงใด

- ใช้ทุกวัน
- 4-6 วันต่อสัปดาห์
- 1-3 วันต่อสัปดาห์
- ไม่มีบัญชี Facebook

ส่วนที่ 2: การถูกละเมิดหรือฉ้อโกง

8. ท่านเคยถูกละเมิดหรือฉ้อโกงผ่านทางแพลตฟอร์มดิจิทัล เช่น Facebook บ้างหรือไม่

- ไม่เคย (ให้ข้ามไปตอบในส่วนของที่ 3)
- เคย 1-2 ครั้ง
- เคย 3-4 ครั้ง
- เคย มากกว่า 5 ครั้งขึ้นไป

9. มูลค่าความเสียหายครั้งที่มากที่สุดจากการที่ท่านเคยถูกละเมิดหรือฉ้อโกงให้ซื้อสินค้าหรือบริการผ่านทางแพลตฟอร์มดิจิทัลเป็นจำนวนประมาณเท่าใด

- ต่ำกว่า 500 บาท
- 501-1,000 บาท
- 1,001-5,000 บาท
- 5,001-10,000 บาท
- 10,001-50,000 บาท
- เกินกว่า 50,000 บาท

10. มูลค่าความเสียหายทั้งหมดโดยประมาณจากการที่ท่านเคยถูกละเมิดหรือฉ้อโกงให้ซื้อสินค้าหรือบริการผ่านทางแพลตฟอร์มดิจิทัลเป็นจำนวนประมาณเท่าใด

- ต่ำกว่า 500 บาท
- 501-1,000 บาท

- 1,001-5,000 บาท
- 5,001-10,000 บาท
- 10,001-50,000 บาท
- เกินกว่า 50,000 บาท

11. ท่านเคยได้รับเงินคืนบ้างหรือไม่

- ไม่เคยได้รับเงินคืน
- เคยได้รับเงินคืนบางส่วน
- เคยได้รับเงินคืนครั้งหนึ่ง
- เคยได้รับเงินส่วนใหญ่คืน
- เคยได้รับคืนทั้งหมดเต็มจำนวน

12. ลักษณะของการถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงจากกลุ่มต่าง ๆ ใน Facebook
- ถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงจากเพจปลอมใน Facebook
- ถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงจากผู้ใช้งานชื่อ Facebook
- อื่น ๆ

13. ผลกระทบใดบ้างที่เกิดขึ้นกับท่านจากการถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกง (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- ถูกขโมยข้อมูลส่วนบุคคล เช่น ชื่อ หมายเลขบัตรประชาชน หมายเลขบัตรเครดิต ข้อมูลบัญชีธนาคาร
- มีผลกระทบต่อสุขภาพจิตหรือการมีสุขภาวะที่ดี
- มีผลกระทบต่อความสัมพันธ์ส่วนบุคคลกับคนใกล้ชิด
- มีผลกระทบต่อความสามารถในการทำงาน
- มีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นในหน่วยงานต่าง ๆ เช่น ธนาคาร หน่วยงานของรัฐ
- มีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นในตัวบุคคลอื่น
- รู้สึกมีความมั่นใจน้อยลงเมื่อมีการใช้อินเทอร์เน็ต หรือเลิกใช้อินเทอร์เน็ตไปเลย
- มีผลกระทบต่อความสามารถในการกู้ยืมเงิน
- อื่น ๆ

14. ท่านเคยแจ้งหรือร้องเรียนเหตุการณ์ถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงให้กับทางแพลตฟอร์ม เช่น Facebook ทราบหรือไม่

- เคย
 ไม่เคย

15. ถ้าเคย ผลเป็นอย่างไร

- แพลตฟอร์มมีการดำเนินการตามที่ได้แจ้งหรือร้องเรียนและมีการแจ้งผลการดำเนินการให้ทราบ
 แพลตฟอร์มมีการดำเนินการตามที่ได้แจ้งหรือร้องเรียนแต่ไม่มีการแจ้งผลการดำเนินการให้ทราบ
 แพลตฟอร์มไม่มีการดำเนินการตามที่ได้รับแจ้งหรือร้องเรียนแต่อย่างใด
 อื่น ๆ

16. ถ้าไม่เคย เพราะเหตุใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- คิดว่าไม่น่าจะเกิดผลอะไร
 ทำให้เกิดความเครียดเกินไป
 กระบวนการในการแจ้งหรือร้องเรียนมีความยุ่งยากซับซ้อนเกินไป
 ใช้เวลานานเกินไป
 ไม่รู้ว่าควรแจ้งเรื่องร้องเรียนที่ใคร
 ไม่รู้ว่าต้องทำอะไร
 ไม่ชอบแจ้งเรื่องร้องเรียน
 มูลค่าความเสียหายที่ได้รับไม่สูงมาก
 ไม่มั่นใจว่าตนเองจะสามารถดำเนินการแจ้งหรือร้องเรียนได้ด้วยตนเอง
 เพราะรู้สึกกังวลหรือรู้สึกอับอาย
 อื่น ๆ

17. นอกจากการแจ้งหรือร้องเรียนเหตุการณ์ถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงให้กับทางแพลตฟอร์มแล้ว ท่านเคยแจ้งหรือร้องเรียนไปยังหน่วยงานใดในประเทศไทยอีก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค
 สภากงครของผูบบริโภค / หนวยงานเครือขายของสภากงครของผูบบริโภค
 มูลนิธิเพื่อผูบบริโภค
 หนวยงานประจำจังหวัด เช่น ศูนย์ดำรงธรรม

- แจ้งตำรวจ
- ฟ้องศาล
- ไม่ได้ร้องเรียนเพิ่มเติมที่หน่วยงานใด เพราะ

ส่วนที่ 3: มาตรการในการป้องกันการถูกลอกหลวงหรือฉ้อโกงผ่านทางแพลตฟอร์มดิจิทัล

18. ท่านเห็นว่าการยืนยันตัวตนของผู้ใช้ (identity verification) จะช่วยลดการหลอกลวงผ่านทางแพลตฟอร์มดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพหรือไม่

- เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- เห็นด้วย
- ไม่แน่ใจ
- ไม่เห็นด้วย
- ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

19. ท่านเห็นว่าการใช้ระบบตรวจสอบข้อมูลหรือเนื้อหาอัตโนมัติ (automated content monitoring) เพื่อตรวจหาเนื้อหาที่เป็นการหลอกลวงหรือฉ้อโกงจะช่วยป้องกันการหลอกลวงหรือฉ้อโกงผ่านทางแพลตฟอร์มดิจิทัลได้หรือไม่

- เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- เห็นด้วย
- ไม่แน่ใจ
- ไม่เห็นด้วย
- ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

20. ท่านเห็นว่าการเพิ่มมาตรการตรวจสอบบัญชีผู้ใช้ที่ทำธุรกรรมการขายสินค้าบนแพลตฟอร์มดิจิทัลจะช่วยลดการหลอกลวงหรือฉ้อโกงผ่านทางแพลตฟอร์มดิจิทัลได้หรือไม่

- เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- เห็นด้วย
- ไม่แน่ใจ
- ไม่เห็นด้วย
- ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

21. ท่านเห็นว่าการให้ผู้ใช้สามารถรายงานพฤติกรรมที่น่าสงสัยบนแพลตฟอร์มจะช่วยป้องกันการหลอกลวงหรือฉ้อโกงผ่านทางแพลตฟอร์มดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพหรือไม่

- เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- เห็นด้วย
- ไม่แน่ใจ
- ไม่เห็นด้วย
- ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

22. ท่านเห็นว่าการใช้ระบบตรวจสอบข้อมูลย้อนหลังของผู้ขายหรือผู้โฆษณาทางแพลตฟอร์มดิจิทัลจะช่วยลดการหลอกลวงได้หรือไม่

- ช่วยลดได้มาก
- ช่วยลดได้ปานกลาง
- ไม่แน่ใจ
- ช่วยลดได้น้อย
- ไม่ช่วยลดเลย

23. การเพิ่มบทลงโทษที่เข้มงวดต่อผู้ที่หลอกลวงผู้อื่นบนแพลตฟอร์มจะช่วยลดปัญหาการหลอกลวงหรือฉ้อโกงผ่านทางแพลตฟอร์มดิจิทัลได้

- เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- เห็นด้วย
- ไม่แน่ใจ
- ไม่เห็นด้วย
- ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

24. ท่านคิดว่าควรให้แพลตฟอร์มดิจิทัลรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดจากการหลอกลวงบนแพลตฟอร์มของตนหรือไม่

- เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- เห็นด้วย
- ไม่แน่ใจ

- ไม่เห็นด้วย
- ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 4: การได้รับสินค้าที่มีความชำรุดบกพร่อง

25. ท่านเคยซื้อสินค้าหรือบริการผ่านทาง เฟซบุ๊กมาร์เก็ตเพลส (Facebook Marketplace) หรือไม่

- เคย
- ไม่เคย

26. นอกจาก Facebook แล้ว มีแพลตฟอร์มดิจิทัลใดที่คุณนิยมใช้ซื้อสินค้าหรือบริการอีก (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- ตี๊กต็อก (Tiktok)
- ช้อปปี (Shopee)
- ลาซาด้า (Lazada)
- แอมาซอน (Amazon)
- ไลน์ (Line)
- อินสตราแกรม (Instagram)
- ทวิตเตอร์ / เอ็กซ์ (Twitter / X)
- อื่น ๆ

27. ในรอบ 2 ปีที่ผ่านมา ท่านเคยมีประสบการณ์ต่อไปนี้จากการซื้อขายสินค้าทางออนไลน์บ้างหรือไม่

- การสั่งซื้อสินค้าค่อนข้างทำได้ยากหากเป็นการสั่งซื้อสินค้าจากต่างประเทศ
- ข้อมูล ข้อตกลง หรือเงื่อนไขในสัญญามีความยุ่งยากซับซ้อน และไม่มีประโยชน์ต่อการตัดสินใจ
- ผู้ขายสินค้าจำกัดวิธีการชำระเงินเฉพาะที่ทางผู้ขายกำหนดเท่านั้น เช่น ต้องชำระด้วยบัตรเครดิตเท่านั้น
- มีสินค้าบางรายการถูกเพิ่มเข้ามาในตะกร้าสินค้าของฉันโดยที่ฉันไม่ทราบ
- ถูกจำกัดด้วยช่วงเวลาทำให้ต้องรีบตัดสินใจในการซื้อสินค้า เช่น ต้องสั่งซื้อสินค้าภายในเวลาที่กำหนดเท่านั้น จึงจะได้รับส่วนลด
- การยกเลิกการบอกรับเป็นสมาชิก (subscribe) ทำได้ยาก

- ระบบทำการสมัครสมาชิกอัตโนมัติให้ทันทีภายหลังจากที่ระยะเวลาในการให้ทดลองใช้สินค้าสิ้นสุดลง ทำให้ฉันต้องชำระค่าบริการหรือค่าสมาชิก
- มีการเก็บข้อมูลของผู้ซื้อสินค้าโดยไม่จำเป็น หรือไม่มีการควบคุมข้อมูลของลูกค้าที่ถูกเก็บไป
- มีการแบ่งปันข้อมูลหรือนำข้อมูลของลูกค้าไปสู่บุคคลที่สาม หรือนำข้อมูลไปใช้โดยที่ลูกค้าไม่ยินยอม
- ถูกหลอกลวง หรือถูกฉ้อโกง
- มีการคิดค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมในระหว่างการโอนเงินซึ่งทางผู้ขายไม่ได้มีการแจ้งข้อมูลไว้ก่อนในเบื้องต้น
- ฉันไม่ได้ซื้อสินค้าใด ๆ ทางออนไลน์ในรอบ 2 ปีที่ผ่านมา
- ฉันเคยซื้อสินค้าทางออนไลน์แต่ไม่เคยพบปัญหาเช่นว่านี้
- อื่น ๆ

28. ในรอบ 2 ปีที่ผ่านมา คุณเคยพบปัญหาความเข้าใจผิดในตัวสินค้าหรือบริการที่เกิดจากการปฏิบัติที่ไม่เป็นธรรมของผู้ประกอบธุรกิจ หรือมีการซื้อสินค้าจากบุคคลที่สามโดยที่คุณไม่ได้ตั้งใจ หรือซื้อสินค้าที่มีความชำรุดบกพร่อง หรือไม่สามารถทำงานได้ตามที่ควรจะเป็น หรือมีความไม่ปลอดภัย รวมถึงการได้รับบริการที่ไม่เป็นไปอย่างที่คิดไว้ ในการซื้อสินค้าหรือบริการเหล่านี้บ้างหรือไม่ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- บริการสาธารณูปโภคต่าง ๆ เช่น น้ำ ไฟฟ้า แก๊ส
- ผลิตภัณฑ์หรือบริการการสื่อสารและโทรคมนาคม เช่น โทรศัพท์มือถือ
- ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต เช่น True AIS 3BB เป็นต้น
- ธนาคาร หรือผลิตภัณฑ์ทางการเงินต่าง ๆ เช่น การประกันภัย
- อาหารและเครื่องดื่ม
- ของใช้ส่วนตัว เช่น เสื้อผ้า รองเท้า ผลิตภัณฑ์ความงาม เครื่องสำอาง เป็นต้น
- อุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า
- เครื่องใช้ภายในบ้าน เช่น เฟอร์นิเจอร์ต่าง ๆ (ยกเว้น อุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า)
- บริการด้านการท่องเที่ยว เช่น บริการนายหน้าท่องเที่ยว สายการบิน โรงแรมที่พัก เป็นต้น
- ยานพาหนะ รวมถึงน้ำมันเชื้อเพลิง
- การขนส่งสาธารณะ
- การเช่าอสังหาริมทรัพย์ หรือการเช่าห้องพัก
- การก่อสร้าง ซ่อมแซม ปรับปรุง หรือบำรุงรักษาบ้าน หรือที่พักอาศัย
- ซื้อขายที่ดินหรืออสังหาริมทรัพย์
- กิจกรรมเพื่อการพักผ่อนหรือสันทนาการ เช่น สมาชิกฟิตเนส
- ความบันเทิงต่าง ๆ เช่น ตัวชมภาพยนตร์ การแสดง คอนเสิร์ต หรือการแข่งขันกีฬา

- ผลิตภัณฑ์หรือการบริการด้านสุขภาพ เช่น การรักษา การดูแล การเฝ้าระวัง
- กฎหมายหรือการบริการด้านวิชาชีพอื่น ๆ เช่น การบัญชี
- สินค้าด้านกีฬา
- บัตรกำนัล (Gift vouchers)
- เครื่องมือหรือเครื่องแบบเฉพาะในการทำงานบางประเภท
- สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับเด็กหรือทารก
- ผลิตภัณฑ์หรือบริการดิจิทัลที่ต้องมีการดาวน์โหลด เช่น แอปพลิเคชันที่มีการซื้อในแอปฯ (in-app purchases)
- การสมัครรับบริการสตรีมมิ่งต่าง ๆ เช่น Netflix, Sportify, Google TV, True, Viu
- อื่น ๆ

29. โดยทั่วไปแล้วปัญหาที่ท่านเคยพบจากการซื้อสินค้าผ่านทางเฟซบุ๊กคืออะไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- สินค้ามีความชำรุดบกพร่อง มีความไม่ปลอดภัย หรือมีคุณภาพต่ำ
- ราคาของสินค้าหรือบริการสูงเกินไป หรือไม่คุ้มค่างกับราคา
- การนำส่งสินค้าหรือบริการล่าช้าหรือไม่มีบริการส่งสินค้า
- ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการไม่ถูกต้อง หรือทำให้เกิดความเข้าใจผิด
- ข้อตกลงหรือเงื่อนไขในสัญญาไม่เป็นที่ธรรมหรือมีความไม่ชัดเจน
- ไม่ประทับใจการบริการหลังการขาย
- การถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงให้ซื้อสินค้าหรือบริการ
- ปัญหาเกี่ยวกับการรับประกันสินค้า
- สินค้าหรือบริการไม่เรียบร้อย ขาดความประณีต
- มีความล่าช้าในการซ่อมแซมสินค้าที่มีความชำรุดบกพร่อง หรือการทดแทนสินค้าที่มีความชำรุดบกพร่องด้วยสินค้าอื่น
- มีการใช้เทคนิคการขายที่สร้างความกดดันให้ผู้ซื้อมากเกินไป
- ส่งมอบสินค้าผิดไปจากที่สั่งซื้อ เช่น ผิดสี ผิดขนาด
- มีความยากในการยกเลิกการสั่งซื้อหรือยกเลิกการบอกรับเป็นสมาชิก (subscribe)
- อื่น ๆ

ส่วนที่ 5: ความปลอดภัยบนแพลตฟอร์มดิจิทัล

28. แพลตฟอร์มดิจิทัลใดบ้างที่ท่านเคยมีประสบการณ์ในการถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกงโดยมิฉฉาชีพ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ตี๊กต็อก (Tiktok)
- เฟซบุ๊ก (Facebook)
- ช้อปปี (Shopee)
- ลาซาดดา (Lazada)
- แอมาซอน (Amazon)
- ไลน์ (Line)
- อินสตราแกรม (Instagram)
- ทวิตเตอร์ / เอ็กซ์ (Twitter / X)
- อื่น ๆ

29. แพลตฟอร์มดิจิทัลใดบ้างที่ท่านเห็นว่าเป็นแหล่งเผยแพร่ข่าวปลอม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ตี๊กต็อก (Tiktok)
- เฟซบุ๊ก (Facebook)
- ไลน์ (Line)
- อินสตราแกรม (Instagram)
- ทวิตเตอร์ / เอ็กซ์ (Twitter / X)
- อื่น ๆ

30. แพลตฟอร์มดิจิทัลใดที่ท่านเห็นว่าเป็นแหล่งเผยแพร่เนื้อหาที่ไม่เหมาะสม เช่น การซื้อขายสินค้าที่ผิดกฎหมาย ได้แก่ อาวุธปืน บุหรี่ไฟฟ้า หรือ เนื้อหาลามก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ตี๊กต็อก (Tiktok)
- เฟซบุ๊ก (Facebook)
- ช้อปปี (Shopee)
- ลาซาดดา (Lazada)
- แอมาซอน (Amazon)
- ไลน์ (Line)
- อินสตราแกรม (Instagram)
- ทวิตเตอร์ / เอ็กซ์ (Twitter / X)

อื่น ๆ

ส่วนที่ 6: การฟ้องร้องดำเนินคดีกับแพลตฟอร์มดิจิทัล

31. หากท่านได้รับความเสียหายจากการถูกละเมิดให้ซื้อสินค้าหรือบริการผ่านทางแพลตฟอร์มดิจิทัล เช่น Facebook TikTok ท่านเห็นว่าใครควรเป็นผู้ต้องรับผิดชอบ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- ผู้ประกอบธุรกิจในฐานะที่เป็นผู้ขายสินค้าหรือให้บริการ
- แพลตฟอร์มดิจิทัลในฐานะที่เป็นเจ้าของพื้นที่แต่ปล่อยให้พลละเลย
- อื่น ๆ

32. หากท่านได้รับความเสียหายจากการถูกละเมิดให้ซื้อสินค้าหรือบริการผ่านทางแพลตฟอร์มดิจิทัล เช่น Facebook TikTok ท่านจะใช้การระงับข้อพิพาทที่เกิดขึ้นโดยวิธีการใด

- ระงับข้อพิพาทโดยการฟ้องร้องดำเนินคดีต่อศาล
- ระงับข้อพิพาทโดยการไกล่เกลี่ยผ่านคนกลาง เช่น อนุญาโตตุลาการ
- แจ้งต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สภาองค์กรของผู้บริโภค
- แจ้งเจ้าหน้าที่ตำรวจ
- ไม่เลือกที่จะดำเนินคดี
- อื่น ๆ

33. ท่านเห็นว่าแพลตฟอร์มดิจิทัลควรถูกฟ้องร้องดำเนินคดีในประเทศไทยในฐานะที่เป็นเจ้าของพื้นที่แต่กลับปล่อยให้มิฉฉาชีพใช้เป็นพื้นที่ในการหลอกลวงผู้บริโภคหรือไม่

- ควร
- ไม่ควร
- ไม่แน่ใจ

34. ท่านคิดว่าเหตุใดที่เป็นสาเหตุทำให้ผู้บริโภคไม่ฟ้องแพลตฟอร์มดิจิทัลในฐานะที่เป็นเจ้าของพื้นที่ที่ปล่อยให้มิฉฉาชีพใช้เป็นพื้นที่ในการหลอกลวงผู้บริโภค

- ไม่คุ้มกับความยุ่งยากหรือความพยายามในการฟ้องร้อง
- ไม่มีเวลา
- ไม่ค่อยมีความรู้มากนักเกี่ยวกับกระบวนการในการฟ้องร้องดำเนินคดี

- ไม่ต้องการเผชิญหน้าในชั้นศาล
- ไม่มีประโยชน์และไม่น่าจะมีผลดีใดๆ
- ไม่มั่นใจว่าจะสามารถดำเนินการฟ้องร้องได้ด้วยตนเอง
- รู้สึกกังวลหรือรู้สึกอับอาย
- อื่น ๆ

ขอขอบคุณทุกท่านที่กรุณาสละเวลาในการตอบแบบสอบถามให้กับการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

แบบคำถามสัมภาษณ์เชิงลึก
โครงการวิจัย เรื่อง การศึกษาวิจัยมาตรการการกำกับผู้ประกอบการธุรกิจแพลตฟอร์มดิจิทัล
ที่กระทบต่อสิทธิผู้บริโภค : กรณีศึกษาเฟซบุ๊ก

1. สถานการณ์การหลอกลวง ฉ้อโกง หรือการขายสินค้าหรือบริการที่ไม่ได้คุณภาพบนแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กในประเทศไทยเป็นอย่างไร
2. ในความเห็นของท่าน เฟซบุ๊ก ควรมีส่วนในการรับผิดชอบในฐานะที่ปล่อยปละละเลยให้มีการหลอกลวง ฉ้อโกง การขายสินค้าหรือบริการที่ไม่ได้คุณภาพ ที่มีการเสนอผ่านทางแพลตฟอร์มของตนหรือไม่ อย่างไร
3. กฎหมายของประเทศไทยในปัจจุบันมีความครอบคลุมและสามารถนำมาปรับใช้ในกรณีที่เฟซบุ๊กปล่อยให้มีการหลอกลวง ฉ้อโกง การขายสินค้าหรือบริการที่ไม่ได้คุณภาพผ่านทางแพลตฟอร์มของตนหรือไม่ อย่างไร
4. ท่านเห็นว่า ปัญหาและอุปสรรคของประเทศไทยหากจะมีการดำเนินคดีกับเฟซบุ๊กในกรณีที่ปล่อยให้มีการหลอกลวง ฉ้อโกง การขายสินค้าหรือบริการที่ไม่ได้คุณภาพได้แก่เรื่องใดบ้าง
5. นอกจากมาตรการในทางกฎหมายแล้ว ท่านเห็นว่ายังมีมาตรการอื่นที่จะนำมาใช้ในการกำกับดูแลแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กในกรณีที่ปล่อยให้มีการหลอกลวง ฉ้อโกง การขายสินค้าหรือบริการที่ไม่ได้คุณภาพอีกหรือไม่
6. ท่านมีตัวอย่างการฟ้องร้องบังคับคดีกับเฟซบุ๊กที่เคยเกิดขึ้นในต่างประเทศบ้างหรือไม่ หากว่ามีเป็นการฟ้องร้องตามกฎหมายใด เช่น กฎหมายภายในของประเทศนั้น ๆ หรือกฎหมายระหว่างประเทศ

แบบคำถามสัมภาษณ์เชิงลึก

โครงการวิจัย เรื่อง การศึกษาวิจัยมาตรการการกำกับผู้ประกอบการแพลตฟอร์มดิจิทัล
ที่กระทบต่อสิทธิผู้บริโภค : กรณีศึกษาเฟซบุ๊ก

-
1. กรมบังคับคดีเคยมีการบังคับคดีกับแพลตฟอร์มดิจิทัลใดบ้างหรือไม่ หากเคยมีไม่ทราบว่าเป็นการบังคับคดีที่เกิดจากข้อพิพาทในเรื่องใด และผลเป็นอย่างไร
 2. ในความเห็นของท่าน แพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก ควรมีส่วนในการรับผิดชอบในฐานะที่ปล่อยปละละเลยให้มีการหลอกลวง ฉ้อโกง การขายสินค้าหรือบริการที่ไม่ได้คุณภาพ ที่มีการเสนอผ่านทางแพลตฟอร์มของตนหรือไม่ อย่างไร
 3. ท่านเห็นว่ากฎหมายของประเทศไทยในปัจจุบันมีความครอบคลุมและสามารถนำมาปรับใช้ในกรณีที่เฟซบุ๊กปล่อยให้มีการหลอกลวง ฉ้อโกง การขายสินค้าหรือบริการที่ไม่ได้คุณภาพผ่านทางแพลตฟอร์มของตนหรือไม่ อย่างไร
 4. ในความเห็นของท่าน ท่านเห็นว่ามีความเป็นไปได้ในการฟ้องร้องและบังคับคดีกับแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กจากการละเลยให้มีการหลอกลวง ฉ้อโกง รวมถึงการขายสินค้าหรือบริการที่ไม่ได้คุณภาพในประเทศไทยได้หรือไม่ หรือท่านเห็นว่าปัญหาและอุปสรรคของประเทศไทยหากจะมีการดำเนินคดีกับเฟซบุ๊กในกรณีปล่อยให้มีการหลอกลวง ฉ้อโกง การขายสินค้าหรือบริการที่ไม่ได้คุณภาพได้แก่เรื่องใดบ้าง
 5. นอกจากมาตรการในทางกฎหมายแล้ว ท่านเห็นว่ายังมีมาตรการอื่นที่จะนำมาใช้ในการกำกับดูแลแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กในกรณีปล่อยให้มีการหลอกลวง ฉ้อโกง การขายสินค้าหรือบริการที่ไม่ได้คุณภาพอีกหรือไม่
 6. ท่านมีตัวอย่างการฟ้องร้องและบังคับคดีกับเฟซบุ๊กที่เคยเกิดขึ้นในต่างประเทศบ้างหรือไม่ หากว่ามีเป็นการฟ้องร้องตามกฎหมายใด เช่น กฎหมายภายในของประเทศนั้น ๆ หรือกฎหมายระหว่างประเทศ

0101000011011000
0101 10101 011101
01000101010100011100
01 00101 00011110101001010
1101010010101 101001010101011101
010001010101000111000011000111001100010 1001111001
01010010 11110 1001010101010111010100101010
101001 0100011100110001
101010010101010100011110001
10001010101010001 000 1100110001
101010010101010100011110101001010101010111
10 01110000110001
01010010101010001111010100101 10101110 100101010101
0101010001001 1110101010001
0001110001



ได้รับทุนสนับสนุนโครงการวิจัยจากสภาองค์กรของผู้บริโภค
เมษายน 2568