

การปกป้องคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลในองค์กรธุรกิจ

Personal Data Protection in Business Organizations

กิตสุรณ สังขสุวรรณ¹
Kitsuron Sangsuvan

บทคัดย่อ

ในปัจจุบันนี้ ข้อมูลส่วนบุคคลมีบทบาทและความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง หน่วยงานภาครัฐและเอกชนล้วนอาศัยข้อมูลส่วนบุคคลในการพิสูจน์ ติดต่อ ค้นหา และระบุตัวตนของบุคคล แม้แต่องค์กรธุรกิจก็จำเป็นต้องอาศัยข้อมูลส่วนบุคคลในการกำหนดนโยบายและบริหารจัดการกิจการของตน แต่อย่างไรก็ตาม ข้อมูลส่วนบุคคลมักถูกนำไปใช้ในทางที่ผิด อีกทั้งมีการรั่วไหลของข้อมูลส่วนบุคคลเพิ่มมากขึ้น การกระทำดังกล่าวได้ก่อให้เกิดความเสียหายแก่เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล และถือเป็นการละเมิดสิทธิความเป็นส่วนตัวของบุคคล องค์กรธุรกิจจำเป็นต้องกำหนดมาตรการปกป้องคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลให้แก่เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล ดังนั้นแนวคิดหรือทฤษฎี “Hard Law and Soft Law in Corporate Governance” ควรถูกนำมาปรับใช้ในการปกป้องคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลในองค์กรธุรกิจ โดย Hard Law หรือกฎหมายที่ถูกบัญญัติขึ้นโดยรัฐควรถูกนำมาปรับใช้ควบคู่กับ Soft Law หรือระเบียบข้อบังคับที่ถูกกำหนดขึ้นโดยสังคมหรือองค์กรธุรกิจ เพื่อให้การจัดการบริหารธุรกิจหรือการแก้ปัญหาในองค์กรธุรกิจเกิดประสิทธิภาพสูงสุด บทความนี้จึงมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาและกำหนดมาตรการปกป้องคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลสำหรับองค์กรธุรกิจและเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล บทความนี้ยังวิเคราะห์ถึงการนำแนวคิด “Hard Law and Soft Law in Corporate Governance” มาปรับใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปกป้องคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลอีกเช่นกัน

คำสำคัญ : ข้อมูลส่วนบุคคล สิทธิความเป็นส่วนตัว การปกป้องคุ้มครอง องค์กรธุรกิจ

¹นักวิชาการอิสระ

*Corresponding Author e-mail: krit.bond@yahoo.com

Abstract

Nowadays, personal data has an important role in a social interaction. Public and private entities rely on personal data to identify, contact, and locate an individual. Business organizations rely on personal data to create their strategies and operate their activities. However, there are increasing data misuse and data breaches which cause damage to data subjects. Those actions are also considered the invasion of privacy. Thus, data protection is essential for business organizations and data subjects. More particularly, the idea of “Hard Law and Soft Law in Corporate Governance” should be used to protect personal data in business organizations. Hard law or regulations should combine with soft law or business ethics in order to manage or resolve problems effectively. This article will study and analyze the protection of personal data in business organizations. This article will also explore how “Hard Law and Soft Law in Corporate Governance” can increase the effectiveness of data protection.

Keywords: Personal Data The Right to Privacy Protection Business Organizations

บทนำ

ในยุคปัจจุบันนี้ ข้อมูลส่วนบุคคลได้ถูกนำมาใช้ในการดำเนินกิจการต่าง ๆ ทางธุรกิจ แม้แต่ธุรกิจออนไลน์หรืออีคอมเมิร์ซ (E-Commerce) จำต้องอาศัยข้อมูลส่วนบุคคลในการดำเนินกิจการเป็นสำคัญ (Buchmann, 2013) นอกจากนี้ การเจริญเติบโตของเทคโนโลยี โดยเฉพาะปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence) ได้เพิ่มความต้องการในการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อการวิเคราะห์และประมวลผลให้ถูกต้องและแม่นยำมากยิ่งขึ้น (Mariga, 2003) แต่อย่างไรก็ตาม การใช้ข้อมูลส่วนบุคคลในองค์กรธุรกิจที่เพิ่มมากขึ้นได้ก่อให้เกิดการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลในทางที่ผิด หรือก่อให้เกิดการรั่วไหลของข้อมูลส่วนบุคคล (Ragunathan, 2013) ตัวอย่างเช่น ข้อมูลผู้ใช้บริการของ True Move H ได้เกิดการรั่วไหลขึ้น โดยข้อมูลเหล่านี้ ได้ถูกเก็บรักษาใน Amazon S3 Bucket แต่ไม่มีมาตรการป้องกันที่เพียงพอ บุคคลภายนอกจึงสามารถเข้าถึงและดาวน์โหลดข้อมูลดังกล่าวออกมาได้ ข้อมูลที่หลุดออกมานั้นมีทั้งไฟล์ภาพ JPG และไฟล์ PDF โดยเป็นไฟล์สแกนสำเนาบัตรประชาชน ใบขับขี่ และพาสปอร์ตของผู้ใช้บริการ ซึ่งปริมาณข้อมูลที่อยู่บนเซิร์ฟเวอร์ดังกล่าวมีประมาณ 46,000 ไฟล์ รวมแล้วกว่า

32GB ปัญหาในลักษณะดังกล่าวนี้ได้เกิดขึ้นในหลายๆ องค์กรและสร้างความวิตกกังวลแก่ผู้คนทั่วโลก หลายๆ ประเทศจึงได้กำหนดมาตรการปกป้องคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลขึ้น ในขณะที่เดียวกันองค์กรธุรกิจจำเป็นต้องเรียนรู้และกำหนดมาตรการปกป้องคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลที่มีประสิทธิภาพและเกิดความปลอดภัยมากที่สุด

การปกป้องคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลยังคงถือเป็นเรื่องใหม่สำหรับประเทศไทย แต่องค์กรธุรกิจจำนวนมากยังคงขาดความรู้และความเข้าใจในการปกป้องคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล อีกทั้งองค์กรธุรกิจยังต้องการมาตรการปกป้องคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลที่สมบูรณ์และมีประสิทธิภาพ บทความนี้จึงมีวัตถุประสงค์ในการสร้างความรู้และความเข้าใจในการปกป้องคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลสำหรับองค์กรธุรกิจ และกำหนดมาตรการปกป้องคุ้มครองที่มีประสิทธิภาพ โดยบทความนี้เริ่มต้นด้วยการพิจารณาความหมายและความสำคัญของข้อมูลส่วนบุคคลในองค์กรธุรกิจ วิเคราะห์สถานะทางกฎหมายและความเป็นเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลด้วยหลักกฎหมายและคำพิพากษาศาลฎีกา บทความนี้ยังวิเคราะห์และพัฒนามาตรการปกป้องคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลบนพื้นฐานของทฤษฎี “Hard Law and Soft Law in Corporate Governance” โดยมาตรการทางกฎหมายและจริยธรรมทางธุรกิจควรถูกนำมาปรับใช้เพื่อให้การปกป้องคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลเกิดความสมบูรณ์และมีประสิทธิภาพสูงสุด

ความหมายและความสำคัญของข้อมูลส่วนบุคคล

ข้อมูลส่วนบุคคล คือ ข้อมูลที่เกี่ยวข้องหรือสัมพันธ์กับตัวบุคคล และเป็นข้อมูลที่บ่งชี้ระบุ หรือแสดงถึงความเป็นตัวตนของบุคคลนั้น (Gordon & Wiseman, 2003) ในขณะที่พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 ได้กำหนดให้ “ข้อมูลส่วนบุคคล” หมายความว่า “ข้อมูลเกี่ยวกับบุคคลซึ่งทำให้สามารถระบุตัวบุคคลนั้นได้ไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อม แต่ไม่รวมถึงข้อมูลของผู้ถึงแก่กรรมโดยเฉพาะ” ตัวอย่างของข้อมูลส่วนบุคคลจึงได้แก่ ชื่อและนามสกุล ที่อยู่อาศัย เบอร์โทรศัพท์ วันเดือนปีเกิด เลขที่บัญชีธนาคาร เลขบัตรเครดิต เลขที่บัตรประชาชน เชื้อชาติ ศาสนา ประวัติอาชญากรรม ประวัติเข้ารับการรักษาพยาบาล ประวัติการทำงาน ประวัติการศึกษา เงินเดือนที่ได้รับ ข้อความในจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ รสนิยม ผลการศึกษา ผลตรวจโรค ความคิดเห็นบางประการ ภาพถ่าย หรือข้อมูลในทะเบียนราษฎร์ แต่อย่างไรก็ตาม หากข้อมูลนั้นมิได้ทำหน้าที่บ่งชี้ ระบุ หรือแสดงถึงความเป็นตัวตนของบุคคล ข้อมูลนั้นก็มิถือเป็นข้อมูลส่วนบุคคล ตัวอย่างเช่น ความลับในทางการค้า ตัวเลขสถิติ คู่มือการใช้งาน สูตรหรือวิธีการที่ใช้ในการผลิตสินค้า เป็นต้น

ในอดีตที่ผ่านมา ข้อมูลส่วนบุคคลอาจไม่มีความสำคัญต่อองค์กรธุรกิจเท่าใดนัก ทั้งนี้ เพราะแนวคิดการทำธุรกิจในอดีต มุ่งเพียงการผลิตสินค้าและนำออกจำหน่ายเพื่อให้ได้ผลกำไรสูงสุด อีกทั้งการดำเนินการทางธุรกิจยังไม่มี ความสลับซับซ้อน ประกอบกับวัตถุประสงค์หรือ ทรัพยากรยังคงมีความอุดมสมบูรณ์ แต่เมื่อสังคมมีการเปลี่ยนแปลงและมีความสลับซับซ้อน มากขึ้น การแข่งขันทางธุรกิจเพิ่มสูงขึ้น และเทคโนโลยีได้ถูกนำมาใช้ในการดำเนินธุรกิจมากขึ้น การดำเนินธุรกิจจึงมีความแตกต่างไปจากเดิม โดยแนวคิดการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันมีความ หมายรวมถึง การทำให้ธุรกิจดำรงอยู่และเจริญเติบโตท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี ท่ามกลางสังคมที่สลับซับซ้อน และท่ามกลางการแข่งขันทางธุรกิจที่สูงขึ้น องค์กรธุรกิจจึงจำ ต้องพัฒนาตนเองให้มากที่สุดเพื่อให้บรรลุผลดังกล่าว สำหรับวิธีการพัฒนาธุรกิจอาจได้แก่ การพัฒนาปรับปรุงสินค้าและบริการให้ดียิ่งขึ้น การพัฒนาและขยายตลาด การเรียนรู้และ เข้าใจความต้องการของลูกค้า และการนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ในธุรกิจของตน เมื่อเป็นเช่นนี้ ข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าจึงถือเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาธุรกิจให้มีประสิทธิภาพและ เจริญเติบโตท่ามกลางเทคโนโลยีที่ถูกพัฒนาขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยในปัจจุบันนี้ องค์กรธุรกิจได้ อาศัยข้อมูลส่วนบุคคลในการกำหนดนโยบายหรือดำเนินกิจการในรูปแบบต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ข้อมูลส่วนบุคคลช่วยให้องค์กรธุรกิจได้เข้าถึงและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ อย่างถูกต้อง (Thomas & Housden, 2012) ตัวอย่างเช่น บริษัท Apple ได้เก็บรวบรวมข้อมูล ส่วนบุคคลของลูกค้าที่เคยซื้อ iPhone หรือ iPad โดย Apple ใช้ข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า เพื่อวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าในตลาดหรือพัฒนาสินค้าและบริการให้ดียิ่งขึ้น Apple ยังใช้ข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าในการรักษาความปลอดภัยแก่ลูกค้า รวมถึงการขายหรือ ส่งมอบสินค้าโดยตรงให้แก่ลูกค้า นอกจากนี้ องค์กรธุรกิจยังใช้ข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า ในการตัดสินใจทางธุรกิจ วิเคราะห์หรือประเมินลูกค้า (Friedberg, 2015) ตัวอย่างเช่น Chase Bank ใช้ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้กู้ เช่น อาชีพ รายได้ ทรัพย์สิน และหนี้สินในการพิจารณา ความน่าเชื่อถือของผู้กู้และความสามารถในการชำระหนี้คืน

แต่อย่างไรก็ตาม ธุรกิจบางประเภทอาจไม่จำเป็นต้องอาศัยข้อมูลส่วนบุคคลของ ลูกค้าในการดำเนินกิจการ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ธุรกิจแบบดั้งเดิม (Traditional Business) ที่ผู้ขายผลิตหรือมีสินค้าขึ้นพื้นฐานที่ตรงกับความต้องการของผู้ซื้อ และการซื้อขายระหว่าง ผู้ซื้อและผู้ขายไม่มีความยุ่งยากหรือสลับซับซ้อนแต่อย่างใด เพียงแต่ผู้ขายมีสินค้าและผู้ซื้อ สามารถเลือกซื้อสินค้าได้ตามที่ต้องการ อีกทั้งการซื้อขายสินค้าได้เกิดขึ้นโดยตรงระหว่างผู้ซื้อ และผู้ขาย ตัวอย่างเช่น ลูกค้าเดินเข้าไปในร้านอาหารตามสั่ง สั่งซื้อข้าวผัดและชำระเงินสด ในร้านอาหารตามสั่ง หรือลูกค้าเข้าไปในร้านสะดวกซื้อ หยิบสินค้าและชำระเงินสดในร้าน

สะดวกซื้อ ในกรณีดังกล่าวนี้ การซื้อขายเกิดขึ้นโดยตรงระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย รวมถึงได้มีการส่งมอบและชำระราคาสินค้า ณ จุดนั้น ผู้ขายมีสินค้าตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อ และผู้ขายไม่จำเป็นต้องใช้หรือเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าแต่อย่างใด ในขณะที่ผู้ซื้อก็ไม่จำเป็นต้องให้ข้อมูลส่วนบุคคลของตนแก่ผู้ขายอีกเช่นกัน

สถานะทางกฎหมายของข้อมูลส่วนบุคคล

สิทธิในความเป็นส่วนตัว คือ สิทธิของบุคคลที่จะมีชีวิตอยู่โดยลำพังหรือดำเนินการใด ๆ ในชีวิตของตนโดยปราศจากการรบกวนจากบุคคลอื่น นอกจากนี้ สิทธิในความเป็นส่วนตัวยังมีความหมายรวมถึง สิทธิของบุคคลที่จะเลือกดำเนินการใด ๆ ในข้อมูลเกี่ยวกับตน (Davis & Patterson, 2012) เมื่อเป็นเช่นนี้ สิทธิในความเป็นส่วนตัวจึงมีความหมายรวมถึง ข้อมูลส่วนบุคคลด้วยอีกเช่นกัน สำหรับประเทศไทยนั้น ข้อมูลส่วนบุคคลได้รับการปกป้องคุ้มครองในฐานะสิทธิความเป็นส่วนตัว โดยรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 มาตรา 32 ได้บัญญัติว่า “บุคคลย่อมมีสิทธิในความเป็นส่วนตัว เกียรติยศ ชื่อเสียง และครอบครัว” แม้รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 มิได้กำหนดความหมายของสิทธิในความเป็นส่วนตัวไว้ แต่เป็นที่ยอมรับกันว่า สิทธิในความเป็นส่วนตัวมีความหมายรวมถึง ข้อมูลส่วนบุคคลหรือข้อมูลเฉพาะตัวของบุคคลด้วยเช่นกัน โดยบุคคลผู้เป็นเจ้าของข้อมูลมีสิทธิที่จะปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลของตน ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลของตน หรือเลือกที่จะกระทำการใด ๆ อันเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของตน ดังนั้นเมื่อข้อมูลส่วนบุคคลได้รับการรับรองและคุ้มครองในสถานะสิทธิในความเป็นส่วนตัว บุคคลอื่น ๆ หรือประชาชนทั่วไปจึงมีหน้าที่ จะต้องเคารพสิทธิในความเป็นส่วนตัวของบุคคลโดยการไม่เข้าไปล่วงละเมิดหรือใช้ข้อมูลส่วนบุคคลโดยไม่ได้รับอนุญาต

ข้อมูลส่วนบุคคลเป็นทรัพย์สินที่มีคุณค่าทางเศรษฐกิจและถือเป็นสินทรัพย์ทางธุรกิจ (Dodge & Futcher, 2013) The World Economic Forum ยังถือว่าข้อมูลส่วนบุคคลเป็นแหล่งทรัพยากรใหม่ที่สำคัญในศตวรรษที่ 21 อีกทั้งเป็นสินทรัพย์ชนิดใหม่ที่มีความเกี่ยวพันและมีผลกระทบต่อบุคคลในสังคม (World Economic Forum, 2011) แต่อย่างไรก็ตาม ปัญหาที่มีอยู่ว่าข้อมูลส่วนบุคคลถือเป็นทรัพย์สินในทางกฎหมายหรือไม่ ซึ่งในกรณีดังกล่าวนี้ หากพิจารณาตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 137 ที่ได้บัญญัติว่า “ทรัพย์สินหมายความว่าจะวัตถุ มีรูปร่าง” คำว่า “วัตถุ มีรูปร่าง” หมายความว่า สิ่ง que เห็นได้ด้วยตาและจับต้องสัมผัสได้ สำหรับ “ข้อมูล” นั้นมีคำพิพากษาฎีกาที่ 5161/2547 ได้วินิจฉัยว่า “ข้อมูล คือข้อเท็จจริงที่ใช้เป็นหลักอนุมานหาความจริง ข้อมูลจึงไม่ถือเป็นวัตถุ มีรูปร่างและไม่ถือเป็นทรัพย์สินตามกฎหมาย”

เมื่อเป็นเช่นนั้น ข้อมูลส่วนบุคคลที่ใช้ในการบ่งชี้หรือระบุตัวตนของคุณก็ไม่ใช่เป็นทรัพย์สินตามกฎหมายแต่อย่างใด ปัญหาต่อไปจึงมีอยู่ว่า ข้อมูลส่วนบุคคลถือเป็นทรัพย์สินในทางกฎหมายหรือไม่ ในกรณีดังกล่าวนี้ ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 138 บัญญัติว่า “ทรัพย์สินหมายความรวมทั้ง ทรัพย์และวัตถุไม่มีรูปร่าง ซึ่งอาจมีราคาและอาจถือเอาได้” คำว่า “วัตถุไม่มีรูปร่าง” หมายความว่า สิ่งที่ไม่สามารถมองเห็นได้ด้วยตาและไม่สามารถสัมผัสจับต้องได้ หากวัตถุไม่มีรูปร่างนั้นมีคุณค่าและยึดถือหรือหวงกันไว้เพื่อตนเองได้ วัตถุไม่มีรูปร่างนั้นก็ถือเป็นทรัพย์สินตามกฎหมาย สำหรับข้อมูลส่วนบุคคลนั้นถือเป็นข้อเท็จจริงที่ไม่อาจมองเห็นและไม่อาจสัมผัสจับต้องได้ แต่ข้อมูลส่วนบุคคลก็ถือเป็นทรัพย์สินตามกฎหมาย

ปัญหาต่อไปมีอยู่ว่า ใครควรเป็นเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลตามกฎหมาย ในกรณีดังกล่าวนี้ บุคคลผู้ถูกบ่งชี้หรือถูกระบุตัวตนในข้อมูลหรือข้อเท็จจริงเป็นผู้มีความสัมพันธ์กับข้อมูลหรือข้อเท็จจริง บุคคลผู้ถูกบ่งชี้หรือถูกระบุตัวตนจึงถือเป็นเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลนั้น นอกจากนี้รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยได้กำหนดให้ “บุคคลมีสิทธิในความเป็นอยู่ส่วนตัว” ซึ่งก็หมายความว่า สิทธิในความเป็นอยู่ส่วนตัวถือเป็นสิทธิเฉพาะตัวที่ตกเป็นของคุณค่าผู้ถูกบ่งชี้หรือถูกระบุตัวตนในข้อมูลหรือข้อเท็จจริงนั้น ผู้เป็นเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลจึงมีอำนาจในการใช้ควบคุม หรือกระทำการใด ๆ ในข้อมูลส่วนบุคคลของตน เมื่อเป็นเช่นนั้น องค์กรธุรกิจจึงไม่ถือเป็นเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้อื่นตามกฎหมาย ถึงแม้ว่าในทางปฏิบัตินั้น องค์กรธุรกิจสามารถประมวลผล เก็บรวบรวม หรือใช้ข้อมูลส่วนบุคคลได้ก็ตาม แต่การกระทำดังกล่าวได้กระทำในฐานะผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลหรือผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลเท่านั้น มิได้กระทำในฐานะเป็นเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลแต่อย่างใด

มาตรการปกป้องคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลในองค์กรธุรกิจ

การปกป้องคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล คือ การควบคุมและดูแลรักษาข้อมูลส่วนบุคคลให้ปลอดภัยจากการสูญหาย ถูกโจรกรรม ถูกใช้หรือแสวงหาประโยชน์ในทางที่ผิด ถูกรบกวนหรือแทรกแซงจากบุคคลภายนอก ถูกแก้ไขเปลี่ยนแปลงโดยมิได้รับอนุญาต ถูกเปิดเผยต่อสาธารณชน หรือถูกบุคคลอื่นเข้าถึงโดยปราศจากอำนาจ นอกจากนี้ การปกป้องคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลอาจถือเป็นมาตรการสำคัญสำหรับเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลและองค์กรธุรกิจ โดยเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลอาจใช้มาตรการดังกล่าวในการควบคุมมิให้องค์กรธุรกิจใช้หรือประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลของตนในทางที่ผิด ในขณะที่องค์กรธุรกิจอาจใช้มาตรการดังกล่าวเพื่อเสริมสร้างความมั่นใจและความปลอดภัยให้แก่เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล (Yee, 2006)

สำหรับทฤษฎี “Hard Law and Soft Law in Corporate Governance” สามารถนำมาใช้ในการสร้างมาตรการปกป้องคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อให้เกิดความสมบูรณ์และมีประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งโดยทั่วไป Corporate Governance มีความหมายคือ การควบคุมหรือดูแลจัดการองค์กรธุรกิจเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด (Rani & Mishra, 2008) และยังมีความหมายรวมถึงระเบียบหรือแนวทางปฏิบัติในการดูแลและจัดการความสัมพันธ์ของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับองค์กรธุรกิจ (Sison, 2008) ทฤษฎี Corporate Governance ยังได้ถูกพัฒนาขึ้นโดยการนำหลัก Hard Law and Soft Law มาปรับใช้เพื่อให้การควบคุมและดำเนินการต่าง ๆ ในทางธุรกิจมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (Wright et al.2013)

ในเบื้องต้น Hard Law มีความหมายคือ ระเบียบหรือกฎหมายที่รัฐเป็นผู้กำหนดขึ้นเพื่อจัดการหรือควบคุมดูแลสังคมให้เรียบร้อยและเป็นปกติสุข ระเบียบหรือกฎหมายดังกล่าวมีผลผูกพันในลักษณะเป็นการบังคับให้บุคคลในสังคมต้องปฏิบัติตาม (Plessis & Low, 2017) หากมีการฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตาม ผู้ฝ่าฝืนจำต้องรับผิดชอบตามที่กฎหมายกำหนด เช่น ชดใช้ค่าเสียหาย ปรับ กักขัง หรือจำคุก ดังนั้น Hard Law in Corporate Governance คือ กฎหมายหรือระเบียบที่รัฐได้กำหนดขึ้นเพื่อจัดการหรือควบคุมดูแลการดำเนินธุรกิจให้เป็นที่เรียบร้อยและมีประสิทธิภาพ และองค์กรธุรกิจมีหน้าที่ต้องปฏิบัติตามหรือจัดการบริหารกิจการต่าง ๆ ตามที่กฎหมายกำหนด หากองค์กรธุรกิจฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามที่กฎหมายกำหนด องค์กรธุรกิจจำต้องรับผิดชอบตามกฎหมายนั้น ตัวอย่างเช่น พระราชบัญญัติ “กำหนดความผิดเกี่ยวกับห้างหุ้นส่วนจดทะเบียน ห้างหุ้นส่วนจำกัด บริษัทจำกัด สมาคม และมูลนิธิ พ.ศ. 2499” ห้ามมิให้องค์กรธุรกิจกำหนดค่าแรงงานหรือทรัพย์สินที่นำมาลงในองค์กรธุรกิจแทนเงินค่าหุ้นให้สูงกว่ามูลค่าที่แท้จริง หากองค์กรธุรกิจฝ่าฝืนกระทำการดังกล่าว องค์กรธุรกิจต้องระวางโทษปรับตามที่กฎหมายกำหนดสำหรับข้อดีของ Hard Law in Corporate Governance คือ กฎหมายสามารถส่งผลโดยตรงต่อองค์กรธุรกิจหรือแก้ไขปัญหาขององค์กรธุรกิจได้โดยทันที ทั้งนี้เพราะองค์กรธุรกิจมีหน้าที่ต้องปฏิบัติตามกฎหมายเป็นสำคัญ แต่อย่างไรก็ตาม ข้อเสียของ Hard Law in Corporate Governance คือ กฎหมายเกิดขึ้นโดยรัฐเป็นผู้กำหนด องค์กรธุรกิจมิได้เป็นผู้กำหนดกฎหมายขึ้น กฎหมายจึงอาจมีลักษณะเป็นการทั่วไปหรือมีเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมสอดคล้องต่อสภาพการณ์ขององค์กรธุรกิจในขณะนั้น กฎหมายจึงไม่อาจจัดการหรือแก้ไขปัญหาทั้งหมดขององค์กรธุรกิจได้อย่างเหมาะสม

ในขณะเดียวกัน Soft Law มีความหมายคือ กฎเกณฑ์หรือระเบียบที่ถูกกำหนดขึ้นโดยบุคคลในสังคม แต่กฎหมายหรือระเบียบดังกล่าวมิใช่กฎหมายเพราะไม่ได้ถูกกำหนดขึ้นโดยฝ่ายนิติบัญญัติหรือฝ่ายบริหารแต่อย่างใด Soft Law จึงอาจอยู่ในรูปแบบของลายลักษณ์

อักษรซึ่งได้แก่ หนังสือคู่มือความประพฤติ แนวทางในการปฏิบัติ หรือประมวลจริยธรรม หรือที่ไม่เป็นลายลักษณ์อักษรซึ่งได้แก่ จารีตประเพณี ศีลธรรม คุณธรรม จริยธรรม หรือบรรทัดฐาน (Aronson & Kim, 2019) ดังนั้น Soft Law in Corporation Governance มีความหมายคือ ระเบียบข้อบังคับหรือแนวทางปฏิบัติที่สังคมหรือองค์กรธุรกิจได้กำหนดขึ้นเพื่อจัดการบริหาร หรือแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ภายในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ สำหรับข้อดีของ Soft Law in Corporation Governance คือ ระเบียบข้อบังคับหรือแนวทางปฏิบัติสามารถถูกกำหนดขึ้นโดยง่าย มีความยืดหยุ่น และสามารถแก้ไขปัญหาในองค์กรธุรกิจได้อย่างถูกต้องเหมาะสม แต่อย่างไรก็ตาม ระเบียบข้อบังคับหรือแนวทางปฏิบัติดังกล่าวอาจไม่มีผลผูกพันตามกฎหมาย ให้ต้องปฏิบัติตามหรือไม่มีสภาพบังคับตามกฎหมายแต่อย่างใด (Johnston, 2009) หากองค์กรธุรกิจฝ่าฝืนไม่ปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับหรือแนวทางปฏิบัติ องค์กรธุรกิจอาจไม่จำเป็นต้องรับผิดชอบตามกฎหมาย แต่การฝ่าฝืนระเบียบข้อบังคับหรือแนวทางปฏิบัติอาจส่งผลกระทบต่อองค์กรธุรกิจในด้านอื่น ๆ เช่น เสื่อมเสียชื่อเสียง หรือสูญเสียความเชื่อมั่นที่ลูกค้ามีต่อองค์กรธุรกิจ

สำหรับการนำ Hard Law และ Soft Law มาปรับใช้ในCorporate Governance หรือ การควบคุม จัดการบริหาร และดำเนินกิจการต่าง ๆ ในทางธุรกิจ อาจมีลักษณะดังต่อไปนี้คือ (1) การนำ Soft Law มาปรับใช้ควบคู่กับ Hard Law เพื่อให้การบริหารจัดการหรือการดำเนินกิจการต่าง ๆ ในทางธุรกิจมีความสมบูรณ์และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น หรือ (2) การนำ Soft Law มาปรับใช้แทนที่ Hard law ในกรณีที่ Hard Law ไม่สามารถนำมาใช้ควบคุมหรือดำเนินกิจการต่าง ๆ ในทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ หรือไม่มี Hard Law ที่จะนำมาปรับใช้ได้อย่างเหมาะสม (Emeagwali, 2017) ที่สำคัญ ทฤษฎี “Hard Law and Soft Law in Corporate Governance” ยังสามารถนำมากำหนดมาตรการปกป้องคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลในองค์กรธุรกิจเพื่อให้เกิดความสมบูรณ์และประสิทธิภาพสูงสุด โดยมาตรการปกป้องคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลในองค์กรธุรกิจสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 มาตรการคือ (1) มาตรการทางกฎหมาย และ (2) มาตรการจริยธรรมทางธุรกิจ

1. มาตรการทางกฎหมาย

กฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล คือ กฎหมายที่ถูกบัญญัติขึ้นเพื่อควบคุม การประมวลผล ใช้ เปิดเผย และรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลโดยผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลหรือ ผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล กฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลยังถือเป็น Hard Law ที่ใช้ควบคุมและปกป้องคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลอีกเช่นกัน โดยเมื่อวันที่ 28 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2562 ที่ผ่านมา ที่ประชุมสภานิติบัญญัติแห่งชาติ (สนช) ได้มีมติเป็นเอกฉันท์ให้ความเห็นชอบและเห็นสมควรประกาศใช้ร่าง “พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ.....” เป็นกฎหมาย

ซึ่งต่อมา“พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562” ได้ถูกประกาศเผยแพร่ในราชกิจจานุเบกษาเมื่อวันที่ 27 พฤษภาคม พ.ศ. 2562 เพื่อบังคับใช้เป็นกฎหมาย และมีผลใช้บังคับในวันถัดไปคือวันที่ 28 พฤษภาคม พ.ศ. 2562 เฉพาะในหมวดคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และหมวดสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล แต่บทบัญญัติอันเกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลจะมีผลใช้บังคับเมื่อพ้นกำหนดระยะเวลา 1 ปีนับแต่วันที่ได้ประกาศลงในราชกิจจานุเบกษา ซึ่งก็คือวันที่ 28 พฤษภาคม พ.ศ. 2563 เป็นต้นไป

สาระสำคัญของพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล คือ องค์กรธุรกิจในฐานะผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลจะกระทำการเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลได้ก็ต่อเมื่อได้รับความยินยอมจากเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล ความยินยอมดังกล่าวต้องทำโดยชัดแจ้งเป็นหนังสือ หรือทำโดยผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ และในการให้ความยินยอมนั้น องค์กรธุรกิจหรือผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลยังต้องแจ้งวัตถุประสงค์ของการรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลด้วยอีกเช่นกัน การขอความยินยอมต้องแยกส่วนออกจากข้อความอื่นให้ชัดเจน มีรูปแบบหรือข้อความที่เข้าใจง่าย รวมทั้งภาษาที่เข้าใจง่าย และไม่เป็นการหลอกลวงหรือทำให้เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลเข้าใจผิดในวัตถุประสงค์

องค์กรธุรกิจหรือผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลต้องทำการเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลตามวัตถุประสงค์ที่ได้แจ้งแก่เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล องค์กรธุรกิจหรือผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลไม่สามารถกระทำการใด ๆ ที่แตกต่างไปจากวัตถุประสงค์ที่ได้แจ้งไว้ เว้นแต่ องค์กรธุรกิจหรือผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลได้แจ้งวัตถุประสงค์ใหม่นั้นให้แก่เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลทราบและได้รับความยินยอม .นอกจากนี้ องค์กรธุรกิจหรือผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลไม่สามารถเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลจากแหล่งอื่นที่ไม่ได้มาจากเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล เช่น ขอชื่อรายชื่อบริษัทที่อยู่ของลูกค้าจากบริษัทแห่งหนึ่ง เว้นแต่องค์กรธุรกิจหรือผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลได้แจ้งถึงการเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลจากแหล่งอื่นให้แก่เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลทราบ

องค์กรธุรกิจหรือผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลไม่สามารถเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลอันเกี่ยวกับเชื้อชาติ เผ่าพันธุ์ ความคิดเห็นทางการเมือง ความเชื่อในลัทธิ ศาสนา หรือปรัชญา พฤติกรรมทางเพศ ประวัติอาชญากรรม ข้อมูลสุขภาพ ความพิการ ข้อมูลสหภาพแรงงาน ข้อมูลพันธุกรรม หรือข้อมูลชีวภาพ นอกจากนี้ องค์กรธุรกิจหรือผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลมีหน้าที่จัดให้มีมาตรการรักษาความปลอดภัยที่เหมาะสม เพื่อป้องกันการสูญหาย เข้าถึงใช้ เปลี่ยนแปลง แก้ไข หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลโดยปราศจากอำนาจหรือโดยมิชอบ รวมถึงจัดให้มีระบบการตรวจสอบเพื่อดำเนินการลบหรือทำลายข้อมูลส่วนบุคคลเมื่อพ้นกำหนด

ระยะเวลาการเก็บรักษา หรือที่ไม่เกี่ยวข้องหรือเกินความจำเป็นตามวัตถุประสงค์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลนั้น

เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลมีสิทธิขอเข้าถึงและขอรับสำเนาข้อมูลส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับตน ซึ่งอยู่ในความรับผิดชอบขององค์กรธุรกิจหรือผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคล เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลมีสิทธิคัดค้านการเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับตน เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลมีสิทธิขอให้องค์กรธุรกิจหรือผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลดำเนินการลบ หรือทำลาย หรือทำให้ข้อมูลส่วนบุคคลเป็นข้อมูลที่ไม่สามารถระบุตัวบุคคลที่เป็นเจ้าของข้อมูลได้ เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลยังมีสิทธิขอให้องค์กรธุรกิจหรือผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลระงับการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลของตนได้อีกเช่นกัน

พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลยังกำหนดบทลงโทษหรือความรับผิดในทางแพ่ง อาญา และปกครองไว้อีกเช่นกัน หากองค์กรธุรกิจหรือผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลฝ่าฝืนไม่ปฏิบัติตามบทบัญญัติแห่งพระราชบัญญัตินี้จนทำให้เกิดความเสียหายแก่เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล องค์กรธุรกิจหรือผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลต้องชดเชยค่าสินไหมทดแทนแก่เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลนอกจากนี้ องค์กรธุรกิจหรือผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลอาจต้องรับผิดในทางอาญา เช่น จำคุกหรือปรับ รวมถึงโทษปรับในทางปกครอง

2. มาตรการจริยธรรมทางธุรกิจ

จริยธรรมทางธุรกิจ คือ หลักการดำเนินธุรกิจที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความซื่อสัตย์สุจริต ความถูกต้องเที่ยงธรรม ความเชื่อถือว่าไว้วางใจ และความรับผิดชอบต่อสังคม (Ferrell, Fraedrich & Ferrell, 2017) จริยธรรมทางธุรกิจยังรวมถึงการปฏิบัติตามกฎหมายด้วยความซื่อสัตย์สุจริต และเคร่งครัด ดังนั้น จริยธรรมทางธุรกิจจึงเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับคุณธรรมหรือความถูกต้องภายในจิตใจเป็นสำคัญ โดยในปัจจุบันนี้ จริยธรรมทางธุรกิจได้ถูกนำไปใช้ในการสร้างความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงให้กับองค์กรธุรกิจ (Stanwick & Stanwick, 2013) และช่วยป้องกันการทุจริตที่อาจเกิดขึ้นภายในองค์กรธุรกิจที่สำคัญ จริยธรรมทางธุรกิจยังถูกนำมาปรับใช้ในการกำหนดนโยบาย การบริหารงาน และการตัดสินใจขององค์กรธุรกิจ (Fernando, 2010) ตัวอย่างเช่น บริษัท Starbuck ได้กำหนดประมวลจริยธรรมอันเกี่ยวข้องกับข้อปฏิบัติระหว่างนายจ้างกับลูกจ้าง ข้อปฏิบัติระหว่างพนักงานกับลูกค้า ข้อปฏิบัติเมื่อมีการขัดแย้งในทางผลประโยชน์ หรือการดูแลรักษาความปลอดภัย นอกจากนี้ จริยธรรมทางธุรกิจยังถือเป็น Soft Law ที่ถูกนำมาใช้ในการกำหนดพฤติกรรมขององค์กรธุรกิจ และอาจถือว่าเป็นมาตรฐานหรือคุณค่าสูงกว่ากฎหมายหรือ Hard Law อีกเช่นกัน (Kline, 2005)

Soft Law หรือจริยธรรมทางธุรกิจอันเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล มีความหมายคือ การประมวลผล ใช้ หรือจัดเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลด้วยความระมัดระวัง เชื่อสัจธรรม และ โปร่งใสโดยเฉพาะอย่างยิ่ง การปฏิบัติตามจริยธรรมทางธุรกิจอันเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลได้แก่ การไม่ลักลอบนำข้อมูลส่วนบุคคลไปใช้ในลักษณะที่ผิดวัตถุประสงค์ การไม่ลักลอบแสวงหา ประโยชน์จากข้อมูลส่วนบุคคลโดยที่ไม่ได้รับความยินยอมจากเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล หรือ การไม่ลักลอบเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลต่อบุคคลภายนอก ซึ่งหากองค์กรธุรกิจลักลอบกระทำ การดังกล่าวลับหลังเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลความเสียหายย่อมตกแก่เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลนั้น

ถึงแม้พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลในฐานะ Hard Law ได้ถูกกำหนดขึ้น ไว้โดยเฉพาะ แต่ยังคงไม่มีความชัดเจนว่าพระราชบัญญัติฉบับนี้จะสามารถคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลได้อย่างสมบูรณ์แบบและมีประสิทธิภาพหรือไม่ หรือผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลจะปฏิบัติตามกฎหมายดังกล่าวอย่างเคร่งครัดหรือไม่ ทั้งนี้เพราะทุก ๆ ประเทศที่มีกฎหมายคุ้มครอง ข้อมูลส่วนบุคคลยังคงเผชิญปัญหาในเรื่องของการไม่ปฏิบัติตามกฎหมายและการละเมิดสิทธิของ เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล อีกทั้งกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลอาจไม่ทันสมัยต่อสถานการณ์ หรือเทคโนโลยีในปัจจุบันที่มีการพัฒนาขึ้นอย่างรวดเร็ว ดังนั้น จริยธรรมทางธุรกิจในฐานะ Soft Law จึงควรถูกนำมาปรับใช้เพิ่มเติมควบคู่กับการบังคับใช้กฎหมาย เพื่อให้การปกป้อง คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลเกิดความสมบูรณ์และมีประสิทธิภาพมากที่สุด โดยองค์กรธุรกิจจำต้อง ระลึกอยู่เสมอว่า การประมวลผล ใช้ หรือเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานของ ความเชื่อสัจธรรมหรือจริยธรรมทางธุรกิจเป็นสำคัญ เพราะความเชื่อสัจธรรมหรือจริยธรรม ทางธุรกิจสามารถช่วยป้องกันมิให้เกิดความเสียหายขึ้นแก่เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลและองค์กร ธุรกิจได้

สำหรับข้อกำหนดหรือแนวทางจริยธรรมทางธุรกิจอันเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลอาจ ได้แก่ (1) การแสดงความชัดเจนในวัตถุประสงค์ของการเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล (2) การปฏิบัติตามกฎหมายด้วยความเคร่งครัดและสุจริต (3) การใช้ข้อมูลส่วนบุคคลเท่า ที่จำเป็น (4) การลดหรือจำกัดปริมาณข้อมูลส่วนบุคคล (5) การจัดเก็บรวบรวม รักษา ใช้ หรือ ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลด้วยเทคโนโลยีและความปลอดภัย (6) การเก็บรวบรวม รักษา ใช้ หรือประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลบนพื้นฐานของความโปร่งใสและความรับผิดชอบ และ (7) การวางแผนและพัฒนามาตรการป้องกันข้อมูลส่วนบุคคล (DCMS, 2018) หลักเกณฑ์ ดังกล่าวนี้อย่างควรถูกพัฒนาเป็นวิธีการปฏิบัติที่ดี (Good Practice) สำหรับองค์กรธุรกิจด้วย อีกเช่นกัน

อย่างไรก็ตาม จริยธรรมทางธุรกิจได้ถูกคัดค้านและถูกวิพากษ์วิจารณ์อย่างมากในทางปฏิบัติ โดย Friedman (2009) ได้กล่าวว่า ธุรกิจมีความรับผิดชอบต่อสังคมเพียงกรณีเดียว คือ การใช้ทรัพยากรและดำเนินกิจการเพื่อเพิ่มผลกำไร トラบเท่าที่ธุรกิจดำรงอยู่ภายใต้กฎระเบียบและปราศจากการหลอกลวง หรืออาจกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า ธุรกิจไม่มีความเกี่ยวข้องกับจริยธรรมทางธุรกิจแต่อย่างใด แนวคิดดังกล่าวยังคงปรากฏอยู่ในการดำเนินกิจการทางธุรกิจในยุคปัจจุบัน และส่งผลให้จริยธรรมทางธุรกิจมักถูกล่วงละเมิดอยู่เสมอ โดยเฉพาะในกรณีที่องค์กรธุรกิจเลือกที่จะฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนดจริยธรรมทางธุรกิจ เพราะคำนึงถึงผลกำไรหรือผลประโยชน์ขององค์กรมากกว่าความถูกต้องหรือจริยธรรมทางธุรกิจ

เมื่อเป็นเช่นนี้ การละเมิดจริยธรรมทางธุรกิจอันเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล อาจก่อให้เกิดความเสียหายแก่เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล โดยเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลอาจสูญเสียความสามารถในการควบคุมข้อมูลส่วนบุคคล และสูญเสียความเชื่อมั่นที่มีต่อองค์กรธุรกิจ นอกจากนี้ การละเมิดจริยธรรมทางธุรกิจยังอาจส่งผลให้องค์กรธุรกิจเสียชื่อเสียงแม้การกระทำดังกล่าวอาจไม่ถือเป็นการกระทำที่ผิดกฎหมายก็ตาม โดยการละเมิดจริยธรรมทางธุรกิจอาจส่งผลให้องค์กรธุรกิจต้องปิดกิจการลง ตัวอย่างเช่น บริษัท Cambridge Analytica ถูกกล่าวหาว่าได้ลักลอบนำข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้ Facebook มากกว่า 87 ล้านคนใช้ในการโน้มน้าวหรือชักจูงผู้มีสิทธิเลือกตั้งในการเลือกตั้งประธานาธิบดีของประเทศสหรัฐอเมริกาในปี ค.ศ. 2016 บริษัท Cambridge Analytica ได้รับผลกระทบจากเรื่องอื้อฉาวดังกล่าวนี้ และต่อมาบริษัท Cambridge Analytica ก็ได้ปิดกิจการลงในวันที่ 1 พฤษภาคม ค.ศ. 2018

บทสรุป

ข้อมูลส่วนบุคคลมีความสำคัญต่อองค์กรธุรกิจในยุคปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเจริญเติบโตของเทคโนโลยีได้เพิ่มความสำคัญของข้อมูลส่วนบุคคลมากขึ้น โดยข้อมูลส่วนบุคคลได้ถูกนำมาใช้ในการกำหนดนโยบายทางธุรกิจ ปรับปรุงคุณภาพสินค้าหรือบริการ วิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าในตลาด แต่อย่างไรก็ตาม ปัญหาอันเกี่ยวกับการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลมักเกิดขึ้นอยู่เสมอ และมักก่อให้เกิดความเสียหายแก่ผู้เป็นเจ้าของข้อมูล ดังนั้น องค์กรธุรกิจจึงต้องปกป้องคุ้มครองและรักษาความปลอดภัยข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าอยู่เสมอ

สำหรับประเทศไทยนั้น ข้อมูลส่วนบุคคลถือเป็นสิทธิในความเป็นอยู่ส่วนตัวที่ได้รับการรับรองและคุ้มครองตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 โดยผู้เป็นเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลคือ ผู้ที่ถูกบ่งชี้หรือถูกระบุตัวตนโดยข้อมูลนั้น องค์กรธุรกิจจึงไม่ถือเป็นเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลแต่อย่างใด นอกจากนี้ องค์กรธุรกิจควรใช้ทฤษฎี “Hard Law and Soft Law in

Corporate Governance” ในการกำหนดมาตรการปกป้องคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อให้เกิดความสมบูรณ์และมีประสิทธิภาพมากที่สุด โดยองค์กรธุรกิจอาจใช้มาตรการทางกฎหมายหรือพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลในการปกป้องคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลเป็นหลักร่วมกัน แต่อย่างไรก็ตาม หากมาตรการทางกฎหมายไม่สามารถปกป้องคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลได้อย่างเหมาะสม มาตรการจริยธรรมควรถูกนำมาใช้ในการปกป้องคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลเพิ่มเติมควบคู่กับมาตรการทางกฎหมายเพื่อให้การปกป้องคุ้มครองมีความสมบูรณ์และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้แก่เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลและสร้างความน่าเชื่อถือให้กับองค์กรธุรกิจ

References

- Aronson, B. & Kim, J. (2019). **Corporate governance in Asia: A comparative approach**. New York: Cambridge University Press.
- Buchmann, J. (Eds.) (2013). **Internet privacy: Options for adequate realization**. Berlin: Springer Vieweg.
- Department for Digital, Culture, Media & Sport (DCMS). (2018). **Data ethics framework**. Retrieved May 24, 2019, from https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/737137/DataEthicsFramework.pdf
- De Plessis, J.J. & Low, C.K. (Eds.) (2017). **Corporate governance codes for the 21st century: international perspective and critical analyses**. Switzerland: Springer.
- Dodge, R.C. & Fitcher, L. (Eds.) (2013). **Information assurance and security education and training**. New York: Springer.
- Emeagwali, L. (2017). **Corporate governance and strategic decision making**. Rijeka: InTech.
- Fernando, C. (2010). **Business ethics and Corporate Governance**. Chennai: Pearson.
- Ferrell, O.C. et al. (2017). **Business ethics: ethical decision making and cases**. 12th ed. New York: Cengage Learning.

- Friedberg, B. (2015). **Personal finance: an encyclopedia of modern money management**. Colorado: Greenwood Press.
- Friedman, M. (2009). **Capitalism and freedom**. Illinois: University of Chicago Press.
- Gordon, J. & Wiseman, L. (2003). **Guidelines for the use of personal data in system testing**. London: British Standards Institution.
- Johnston, A. (2009). **EC regulation of corporate governance**. New York: Cambridge University Press.
- Kenyon, A.T. & Richardson, M. (2006). **New dimensions in privacy law: international and comparative perspectives**. New York: Cambridge University Press.
- Kline, M. (2005). **Ethics for international business: decision making in a global political economy**. New York: Routledge.
- Mariga, J.R. (2003). **Managing E-commerce and mobile computing technologies**. Hershey, PA.: IRM Press.
- Patterson, D. & Davis, K. (2012). **Ethics of big data**. California: O'Reilly.
- Ragunathan, B. (2013). **The Complete book of data anonymization: from planning to implementation**. Boca Raton: CRC Press.
- Rani, D.G. & Mishra, R.K. (2008). **Corporate governance: theory and practice**. New Delhi: Excel Books.
- Sison, A.J.G. (2008). **Corporate governance and ethics: An aristotelian perspective**. Cheltenham, UK.: Edward Elgar.
- Stanwick, P.A. & Stanwick, S.D. (2013). **Understanding business ethics**. 3rd ed. Los Angeles: SAGE.
- Thomas, B. & Housden, M. (2012). **Direct marketing in practice**. New York: Routledge.
- World Economic Forum. (2011). **Personal data: the emergence of a new asset class**. Retrieved May 24, 2019, from http://www3.weforum.org/docs/WEF_ITTC_PersonalDataNewAsset_Report_2011.pdf
- Wright, D.M. et al. (Eds.) (2013). **The Oxford handbook of corporate governance**. United Kingdom: Oxford University Press.
- Yee, G. (2006). **Privacy protection for e-services**. Hershey: IGI Global.