

**มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค
ในกรณีถูกส่งข้อความสั้นรบกวนทางโทรศัพท์เคลื่อนที่***
Legal Measures to Protect Consumer in the Receival of
Short Message Transmission through Cellular Telephone

วิลาสินี เต็งไตรรัตน์**

Wilasinee Tengtrairattana

บทคัดย่อ

การส่งข้อความสั้นทางโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นวิธีหนึ่งที่ได้รับคามนิยมสูงจากผู้ประกอบกิจการในปัจจุบัน เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ การโฆษณาขายสินค้า และบริการต่างๆ เพราะมีความสะดวก รวดเร็ว เสียค่าใช้จ่ายต่ำ ตลอดจนเข้าถึงตัวผู้บริโภคได้โดยตรง โดยระบบการทำงานของ การส่งข้อความสั้นทางโทรศัพท์เคลื่อนที่นั้นเป็นเทคนิคการสื่อสารทางข้อความโดยไม่ได้ใช้การส่งจริง การสื่อสารสำหรับสนทนา คือในขณะที่สนทนา การรับและส่งข้อความสั้นยังทำได้ตลอด แม้กระทั่ง ผู้รับปิดเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ ผู้ส่งก็สามารถส่งข้อความสั้นได้ เมื่อผู้รับเปิดเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ ก็จะได้รับข้อความสั้นนั้นทันที จึงทำให้เกิดปัญหาคือผู้บริโภคถูกเอาเปรียบและถูกรบกวนจากการส่งข้อความสั้นทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ในแง่ความเป็นอยู่ส่วนตัว และสิทธิตามกฎหมาย บทความนี้จึงมุ่ง

* บทความนี้เรียบเรียงมาจากวิทยานิพนธ์ เรื่อง “มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคในกรณีถูกส่งข้อความสั้นรบกวนผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่,” วิทยานิพนธ์ปริญญา นิติศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ, 2559.

This article is a part of “Legal Measures to Protect Consumers in the Receival of Short Message Transmission through Cellular Telephone,” a thesis for the Degree of Master of Laws, Graduate School of Law, Assumption University, 2016.

** นิติศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ, ประกอบธุรกิจส่วนตัว, E-mail : ice_sd@hotmail.com.

The Degree of Master of Laws, Graduate School of Laws, Assumption University, Business owner, E-mail : ice_sd@hotmail.com.

ศึกษาถึงแนวทางในการคุ้มครองผู้บริโภคเมื่อได้รับข้อความสั้นรบกวนทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ เพื่อเสนอแนวปฏิบัติในการคุ้มครองผู้บริโภค

บทความนี้แสดงถึงมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคในกรณีมีข้อความสั้นรบกวนทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ในบางประเทศ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร และออสเตรเลีย พบว่าทั้งสามประเทศเห็นว่าการส่งข้อความสั้นทางโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นปัญหาสำคัญที่รัฐควรให้ความคุ้มครองแก่ประชาชนในประเทศ มีมาตรการทางกฎหมายกำหนดให้การส่งข้อความสั้นทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ถูกควบคุมโดยโดยกฎหมายเฉพาะ และจัดให้มีองค์กรและคณะกรรมการด้านการกำกับดูแลการติดต่อสื่อสารโดยเฉพาะอีกด้วย

บทความนี้ได้เสนอแนะให้มีมาตรการทางกฎหมายเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคในกรณีถูกส่งข้อความสั้นรบกวนทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ คือให้มีการบัญญัติกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล เป็นกฎหมายกลางเพื่อเป็นการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลในทุกประเภท เนื่องจากหมายเลขโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นข้อมูลส่วนบุคคลชนิดหนึ่ง ซึ่งปัจจุบันประเทศไทยได้มีการจัดทำร่างพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. แล้ว ดังนั้น จึงควรจูงใจให้มีการประกาศใช้กฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลโดยเร็ว และให้กสทช. ใช้อำนาจแห่งพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 มาตรา 27 (13) (24) ประกอบกับ มาตรา 31 วรรค 2 เพื่อออกคำสั่งห้ามไม่ให้มีการส่งข้อความสั้นรบกวนไปยังผู้บริโภคหากไม่ได้รับการยินยอมไว้ก่อน เว้นแต่เป็นข้อความที่เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคเอง หรือเป็นข้อความที่ผู้ส่งข้อความสั้นจะได้รับประโยชน์ที่ตนควรได้รับตามกฎหมายยกตัวอย่างเช่น ข้อความแจ้งยอดชำระค่าบริการ และการทวงหนี้กู้ยืม เป็นต้น

คำหลัก : การบริการส่งข้อความสั้น, ข้อความอันไม่เป็นประโยชน์, ข้อความสั้นทางโทรศัพท์เคลื่อนที่, ข้อความอิเล็กทรอนิกส์

ABSTRACT

Sending SMS to personal mobile phone is widely used by business in doing PR, and advertising of products and services because the cost is low and the SMS accedes the consumer directly. SMS does not require two way communication, so they can be sent anytime. Once the phone is turned on, the SMS can be reached.

This is a disturbance to the consumers, privacy rights. This article aims to protect consumers from unexpected SMS.

This article shows the law on protection of consumer's rights in several countries i.e. the US, the UK, Australia. There are specific legal measures to control sending of SMS. There must be specific law and organization to look after this issue.

This article recommends the protective measures to protect the consumers in case of being disturbed by SMS. This article suggest that the personal data protection law to protect all kinds of personal data including mobile phone number should be in place. Now, Thailand has the draft of Personal Data Protection Act B.E. This bill should be passed soon. The National Broadcasting and Telecommunications Commission should issue a regulation to prohibit sending SMS to disturb consumers without their consent, except the SMS that is beneficial to consumers such as billing information or due debt notification

Keywords: SMS, Useless Message, Mobile Short Message, Electronic Message.

บทนำ

การติดต่อสื่อสารของมนุษย์ในปัจจุบันได้พัฒนาไปสู่ยุคที่เทคโนโลยีก้าวไกลรวดเร็วและต่อเนื่อง จากระบบอนาล็อกเข้าสู่ระบบดิจิทัล โดยมีโทรศัพท์เคลื่อนที่หรือโทรศัพท์มือถือเป็นอุปกรณ์หลักในการสื่อสาร ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีอัตราการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่อยู่ในระดับที่สูงมาก เนื่องจากแก้ไขปัญหาได้ในหลายๆ ด้าน ทั้งพกพาสะดวก ติดต่อสื่อสารถึงกันได้ทุกที่ทุกเวลา โทรศัพท์เคลื่อนที่ในปัจจุบันทำอะไรได้มากกว่าการโทรออกและรับเข้า ยกตัวอย่างเช่น การทำธุรกรรมทางการเงิน การค้าขายและโฆษณาผ่านทางระบบข้อความสั้น ทำให้ผู้ประกอบการนิยมทำการค้าผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มมากขึ้น ทั้งการโทรบอกกับลูกค้าโดยตรง และการส่งข้อความสั้น โดยที่การโฆษณาขายสินค้าและบริการผ่านทางระบบข้อความสั้นนั้นเป็นที่นิยมแพร่หลายเนื่องจากสะดวก รวดเร็ว สามารถส่งถึงผู้บริโภคหลายๆ เลขหมายได้พร้อมกันภายในครั้งเดียว โดยเสียค่าใช้จ่ายต่ำมาก และเข้าถึงตัวผู้บริโภคได้โดยตรง

สำหรับผู้บริโภคที่คงไม่มีใครไม่รู้จัก “การบริการส่งข้อความสั้น” หรือ “SMS (Short Message Service)” ซึ่งเป็นบริการเสริมจากการบริการทางด้านเสียงสนทนา โดยการใช้

ตัวอักษรตอบโต้ เพื่อสื่อสารกันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยในเบื้องต้นเป็นการส่งข้อความสั้นในลักษณะส่งถึงกันส่วนตัว หรือ Person to Person เท่านั้น ต่อมาได้มีการนำข้อความสั้นมาส่งเพื่อใช้ประโยชน์ด้านอื่นๆ เพื่อความสะดวกในชีวิตประจำวัน สำหรับประเทศไทยแล้ว การส่งข้อความสั้นสามารถแบ่งออกเป็น 4 รูปแบบหลัก ดังนี้

1. การนำข้อความสั้นมาใช้ในวงการตลาด (SMS Marketing) การใช้ข้อความสั้นเพื่อเป็นเครื่องมือทำการสื่อสารการตลาดยุคใหม่ เพิ่งจะเริ่มใช้เมื่อไม่นานมานี้ และสำหรับประเทศไทยก็มีผู้ให้บริการส่งข้อความสั้นอย่างเป็นทางการ การนำข้อความสั้นมาใช้ในวงการตลาดนั้นก็เพื่อทำการส่งเสริมการขาย (SMS Advertising : Sales Promotion) เป็นหลัก โดยที่จะใช้ข้อความในบริการส่งข้อความสั้นนั้นเป็นเหมือนคูปองอิเล็กทรอนิกส์ เมื่อต้องการใช้งานก็เพียงแต่ดาวน์โหลดมาয়งโทรศัพท์เคลื่อนที่ แล้วนำข้อความนั้นไปยื่นต่อร้านค้าที่ร่วมรายการ หรือใช้เป็นคูปองชิงโชคต่างๆ รวมไปถึงการใช้เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ ยกตัวอย่างเช่น การส่งข้อความสั้นเพื่อแจ้งข่าวการจัดกิจกรรม หรือสิทธิพิเศษอื่นๆ โดยข้อความสั้นนั้นจะระบุวัน เวลา สถานที่ และเว็บไซต์เพื่อที่ผู้รับข้อความจะสามารถหารายละเอียดข้อมูลเพิ่มเติมได้

2. การนำข้อความสั้นมาใช้เป็นเครื่องมือสนับสนุนสื่อหลักให้มีการสื่อสารแบบสองทาง หรือการส่งข้อความสั้นไปพูดคุย เสนอความคิดเห็น หรือแม้แต่วางสนุกขิงรางวัลกับผู้ดำเนินรายการ เนื่องจากสื่ออื่น คือ สื่อโทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์ ทั้งสามชนิดนี้ไม่สามารถสื่อสารแบบสองทางกับผู้รับสื่อได้อย่างทันท่วงที

3. การนำข้อความสั้นมาใช้เป็นเครื่องมือเตือนภัยของรัฐบาล ความคิดเรื่องการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐบาลกับประชาชน เริ่มขึ้นเมื่อเดือนเมษายน ปี 2003 รัฐบาลฮ่องกงได้ส่งข้อความสั้นไปหาประชาชนกว่า 6 ล้านคน เพื่อสยบข่าวลือที่ว่าฮ่องกงเป็นเมืองที่ติดเชื้อไข้หวัดนก นอกจากนี้แล้วยังมีองค์กรไม่หวังผลกำไรในประเทศอังกฤษรวมใจกันจัดตั้งเป็นสมาคมชื่อว่า สมาคมระบบเตือนภัยฉุกเฉินทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (The Cellular Emergency Alerts System Association หรือ CEASA) จัดตั้งขึ้นเพื่อสนับสนุนการใช้ข้อความสั้นเป็นเครื่องมือเตือนภัยอีกด้วย และสำหรับประเทศไทยเมื่อปลายปี 2003 กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารได้เสนอให้มีการนำเทคโนโลยีข้อความสั้นมาเป็นเครื่องมือเตือนภัยสำหรับคนไทย โดยเริ่มนำร่องจากการส่งข่าวสารการประชุมเอเปคเป็นโครงการแรก และเมื่อเกิดผู้เหตุภัยพิบัติแห่งชาติ “คลื่นยักษ์สึนามิ” เข้าถล่ม 6 จังหวัดทางภาคใต้ของประเทศไทย ทางกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารก็ได้ประสานงานกับผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ทุกเครือข่าย เพื่อขอความร่วมมือในการจัดทำระบบแจ้งเตือนผ่านทางข้อความสั้นให้กับลูกค้า เพื่อสร้างระบบเตือนภัยอย่างเป็นรูปธรรม

เมื่อมีสัญญาณใดที่บ่งบอกว่าจะเกิดเหตุ ประชาชนก็จะได้รับแจ้งก่อนเกิดภัยพิบัติต่างเพื่อเตรียมรับสถานการณ์ได้อย่างทัน่วงที

4. การนำข้อความสั้นมาใช้เป็นเครื่องมือในการบริจาคเพื่อช่วยเหลือผู้ประสบภัย ในข้อนี้ถือเป็นการใช้สื่อข้อความสั้นที่เป็นการช่วยเหลือเพื่อนมนุษย์ผู้เดือดร้อนที่สะดวก ประหยัดเวลา และได้ประโยชน์อย่างคุ้มค่า ยกตัวอย่างเช่น พิมพ์คำว่า “น้ำใจไทย” หรือ “namjaithai” ส่งมาที่ 4567899 ข้อความละ 10 บาท ในเครือข่ายดีแทค เอไอเอส และทรูมูฟ รายได้ทั้งหมดบริจาคเพื่อผู้ประสบอุทกภัย เป็นต้น¹

ในปัจจุบันผู้ประกอบการต่างหันมานิยมส่งข้อความสั้นในการประชาสัมพันธ์ โฆษณาขายสินค้า ส่งข้อความเชิญชวนต่างๆ เนื่องจากการใช้บริการส่งและรับข้อความสั้นนั้นเป็นเทคนิคการสื่อสารทางข้อความโดยไม่ได้ใช้การสร้างวงจรการสื่อสารสำหรับสนทนา หรือในขณะที่ไม่ได้สนทนา การรับและส่งข้อความสั้นจึงสามารถทำได้ตลอดเวลา ไม่ว่าจะอยู่ในขณะกำลังสนทนา หรือในขณะที่ไม่ได้สนทนา แม้กระทั่งผู้รับปิดเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ ผู้ส่งข้อความสั้นก็สามารถส่งข้อความสั้นได้ เมื่อผู้รับเปิดเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ก็จะได้รับข้อความสั้นนั้นทันที²

การส่งข้อความสั้นเพื่อประชาสัมพันธ์ โฆษณาขายสินค้า หรือการส่งข้อความสั้นเพื่อเชิญชวนต่างๆ รวมทั้งการส่งข้อความสั้นโดยใช้ข้อความที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจผิด หรือเชิญชวนให้ผู้บริโภคหลงเชื่อแล้วทำการสมัครใช้บริการ และคิดเงินในภายหลังโดยที่ผู้บริโภคไม่รู้ตัว บางครั้งผู้บริโภคเองไม่ได้สมัครใจที่จะรับข้อความประชาสัมพันธ์ดังกล่าว ทำให้เกิดปัญหาคือผู้บริโภคถูกเอาเปรียบและถูกรบกวนจากการส่งข้อความสั้นในลักษณะดังกล่าวในแง่ความเป็นอยู่ส่วนตัวและสิทธิตามกฎหมาย แม้ในปัจจุบันผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่สามค่ายยักษ์ใหญ่ในประเทศไทยจะมีมาตรการบรรเทาการถูกรบกวนกรณีดังกล่าว โดยมีระบบอัตโนมัติให้ผู้บริโภคสามารถแจ้งระงับข้อความสั้นรบกวน หรือโฆษณาต่างๆ ที่ส่งเข้ามาทางข้อความสั้นได้ โดยที่เมื่อผู้บริโภคแจ้งการระงับแล้ว ผู้ให้บริการจะสามารถทำการระงับข้อความเหล่านั้นไม่ให้ส่งไปรบกวนผู้บริโภคได้ หากข้อความสั้นเหล่านั้นถูกส่งมาจากผู้ให้บริการโดยตรง หรือจากคู่ค้าที่มีความสัมพันธ์กับผู้ให้บริการ แต่ไม่สามารถระงับข้อความสั้นที่ส่งมาจากผู้ประกอบการรายอื่นได้ ยกตัวอย่างเช่น นาย ก. สามารถแจ้งระงับการรับข้อความสั้นของตนไปยังบริษัทเอไอเอสซึ่งเป็นเครือข่ายที่นาย ก. ใช้บริการอยู่ บริษัทเอไอเอสสามารถส่งระงับข้อความสั้นที่ส่งจากบริษัทเอไอเอส ทั้งการโฆษณา การแจ้งแพคเกจ

¹ SMS Marketing, ใน www.trio4u.com. (last visited 15 March 2015).

² ไพโรจน์ ไวกานิชกิจ, คัมภีร์เทคโนโลยีโทรศัพท์มือถือสู่ยุค 3G, (กรุงเทพมหานคร : ซีเอ็ดดูเคชั่น, 2548), หน้า 140.

เสริม การไหลตรงโทนได้ แต่บริษัทเอไอเอสไม่สามารถที่จะระงับข้อความสั้นที่ส่งมาจากผู้ประกอบกิจการรายอื่น ยกตัวอย่างเช่น บริษัทแชนศิริ และบริษัทฟิตเนส เป็นต้น

จากการศึกษา ผู้เขียนพบว่าปัญหาที่เกิดขึ้นจากการถูกรบกวนโดยข้อความสั้นผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นการรบกวนสิทธิของผู้บริโภคโดยตรง ทั้งสิทธิในความเป็นส่วนตัว และข้อมูลส่วนบุคคล เนื่องจากเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ถือเป็นข้อมูลส่วนบุคคลชนิดหนึ่งเช่นกัน เมื่อศึกษาพิจารณากฎหมายของประเทศต่าง ๆ แล้ว พบว่ามีกฎหมายที่ว่าด้วยการส่งข้อความสั้นทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคให้พ้นจากการถูกรบกวนทำนองนี้ในหลายประเทศ ผู้เขียนได้ศึกษากฎหมายของสามประเทศ อันได้แก่ สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร และออสเตรเลีย โดยเมื่อนำหลักการของกฎหมายต่างประเทศมาวิเคราะห์ พบว่าทั้งสามประเทศเห็นว่าการส่งข้อความสั้นรบกวนทางโทรศัพท์เคลื่อนที่นั้นสำคัญ รัฐควรให้ความคุ้มครองแก่ประชาชนในประเทศนั้น ๆ โดยได้กำหนดให้การส่งข้อความสั้นรบกวนเป็นความผิดตามกฎหมาย และได้บัญญัติไว้ในกฎหมายเฉพาะ ดังนี้

สหรัฐอเมริกาได้บัญญัติ Telephone Consumer Protection Act of 1991 ขึ้นเพื่อปกป้องคุ้มครองความเป็นส่วนตัวของผู้บริโภคจากการส่งข้อความอันไม่เป็นประโยชน์ (Spam³) หรือโฆษณาชวนเชื่อผู้บริโภค โดยมี Federal Communications Commission (FCC) เป็นคณะกรรมการดูแลด้านการสื่อสารของสหรัฐอเมริกา และเป็นผู้จัดทำรวบรวมรายชื่อผู้บริโภคที่ไม่ต้องการรับโฆษณาทางโทรศัพท์ ในระยะแรกกฎหมายฉบับนี้บังคับใช้เฉพาะการโทรศัพท์ด้วยเสียงเท่านั้น แต่ในปี 2004 มีการออกประกาศโดย FCC ระบุให้การส่งข้อความสั้นทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ อยู่ภายใต้ขอบเขตการบังคับของกฎหมายฉบับนี้ด้วย โดยวางหลักคุ้มครองสิทธิในความเป็นส่วนตัว เริ่มจากการกำหนดให้ให้มีบัญชีรายชื่อผู้ที่ไม่ประสงค์จะรับ เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจนั้นไม่โทรศัพท์เข้าไปรบกวนอีก ทำให้ความเป็นอยู่ส่วนตัวไม่ได้รับความคุ้มครองเท่าที่ควร เนื่องจากผู้บริโภคต้องมาแจ้งเองเป็นราย ๆ ไป ซึ่งเป็นการผลักร้าให้แกผู้บริโภค กฎหมายจึงได้มีการปรับเปลี่ยนเป็นระบบการขึ้นทะเบียนเลขหมายไว้ในบัญชีเลขหมายที่ไม่ประสงค์จะรับ จึงมีผลให้ผู้ประกอบการธุรกิจที่ต้องการติดต่อไปยังผู้บริโภค จะต้องไม่ติดต่อไปยังเลขหมายที่ได้ขึ้นทะเบียนไว้ ภาระจึงตกเป็นของผู้ประกอบการแทน⁴

³ Spam เป็นชื่อที่ใช้เรียกข้อความที่ไม่ได้เรียกร้องให้ส่ง ที่ถูกส่งผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบต่าง ๆ

⁴ สถาบันคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม, รายงานผลการศึกษาระดับสมบูรณ์ เรื่องระบบคุ้มครองความเป็นส่วนตัวของผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคมของต่างประเทศ, http://siamintelligence.com/files/siu_papers/sms-spam-report-full.pdf, pp. 17-18. (last visited 8 January 2015).

สหราชอาณาจักรได้บัญญัติ Privacy and Electronic Communication Regulations 2003 ขึ้นเพื่อคุ้มครองความเป็นส่วนตัวและการสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยกำหนดกำหนดหลักการห้ามการติดต่อสื่อสารเพื่อวัตถุประสงค์ทางการตลาดไว้ตามประเภทของการติดต่อลักษณะต่างๆ คือ การใช้โทรศัพท์ การใช้โทรสาร และการใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งในส่วนของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์นั้นได้ให้หมายรวมถึงข้อความสั้นด้วย โดยสหราชอาณาจักรมีการจัดการเกี่ยวกับปัญหานี้ คือ ผู้ที่ประสงค์จะรับข้อความจะต้องแสดงความยินยอมไว้ก่อน ผู้ส่งจึงจะสามารถส่งข้อความไปยังผู้รับได้ โดยมี The Office of Communications (OfCom) เป็นองค์กรอิสระของรัฐทำหน้าที่กำกับดูแลการติดต่อสื่อสาร โครงสร้างพื้นฐาน และเนื้อหาของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ทั้งหมดของสหราชอาณาจักร⁵

ออสเตรเลียได้บัญญัติ The Spam Act 2003 ขึ้นเพื่อควบคุมการส่งข้อความอิเล็กทรอนิกส์เพื่อการพาณิชย์ที่ไม่พึงประสงค์ ซึ่งมีได้จำกัดไว้เฉพาะแต่เพียงข้อความอิเล็กทรอนิกส์ในรูปของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์เท่านั้น แต่ได้รวมถึงข้อความอิเล็กทรอนิกส์ประเภทอื่นๆ ด้วย ทั้งข้อความโปรแกรมสนทนา ข้อความสั้น และข้อความมัลติมีเดีย บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วย กฎหมายฉบับนี้บัญญัติห้ามส่งเว้นแต่จะได้รับความยินยอมจากเจ้าของเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ก่อน และต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนดไว้ด้วย โดยผู้ส่งต้องระบุข้อมูลบ่งชี้ที่ถูกต้องและชัดเจนของผู้ส่ง วิธีการที่ผู้รับสามารถติดต่อผู้ส่งได้อย่างถูกต้อง และผู้ส่งยังต้องกำหนดวิธีการปฏิเสธไม่รับข้อความในอนาคตไว้ในข้อความที่ส่งอย่างชัดเจน และสามารถใช้งานได้ง่าย โดยมี The Australian Communications & Media Authority (ACMA) เป็นองค์กรคุ้มครองการติดต่อสื่อสารแห่งออสเตรเลีย มีอำนาจในการกำกับดูแลกิจการโทรคมนาคมและสื่อสารมวลชนของออสเตรเลีย⁶

ด้วยเหตุที่กล่าวข้างต้น ผู้เขียนจึงศึกษาถึงมาตรการที่เหมาะสมเพื่อนำมาปรับใช้กับการคุ้มครองผู้บริโภคในกรณีถูกส่งข้อความสั้นรบกวนทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทย

สรุป

จากการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับเรื่องสิทธิความเป็นส่วนตัวและข้อมูลส่วนบุคคลซึ่งเป็นสิทธิพื้นฐานของความเป็นมนุษย์ พบว่าต่างประเทศให้ความสำคัญและมีการพัฒนากฎหมายคุ้มครอง

⁵ สถาบันคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม, รายงานผลการศึกษาระดับสมบูรณ์ เรื่องระบบคุ้มครองความเป็นส่วนตัวของผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคมของต่างประเทศ, http://siamintelligence.com/files/siu_papers/sms-spam-report-full.pdf, pp. 17-18. (last visited 8 January 2015).

⁶ เรื่องเดียวกัน, http://siamintelligence.com/files/siu_papers/sms-spam-report-full.pdf, pp. 17-18. (last visited 8 January 2015).

สิทธิความเป็นอยู่ส่วนตัวและข้อมูลส่วนบุคคลมาอย่างยาวนาน โดยมีกฎหมายคุ้มครองสิทธิความเป็นอยู่ส่วนตัวและข้อมูลส่วนบุคคลฉบับกลาง และมีกฎหมายเฉพาะในเรื่องต่างๆ แยกย่อยออกไป สำหรับในประเทศไทยถือว่าสิทธิส่วนบุคคลเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานของความเป็นมนุษย์เช่นกัน โดยประกอบไปด้วยสาระสำคัญสองประการ คือ สิทธิในชีวิตร่างกาย และสิทธิในความเสมอภาค ซึ่งสิทธิในชีวิตและร่างกาย เป็นสิทธิที่ติดตัวมาแต่เกิด และได้รับการรับรองคุ้มครองตามกฎหมาย ทั้งในรัฐธรรมนูญและในหลักกฎหมายทั่วไป สิทธินี้ก่อให้เกิดความสัมพันธ์ต่อองค์กรของรัฐและบุคคลอื่น ซึ่งต้องให้ความเคารพไม่เข้าไปแทรกแซงในสิทธิดังกล่าว การกระทำใดๆ ที่กระทบกระเทือนถึงสิทธิเสรีภาพไม่สามารถกระทำได้ เพราะถือว่าเป็นการละเมิดศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์⁷ ซึ่งข้อมูลส่วนบุคคลก็มีฐานะเป็นสิทธิชนิดหนึ่งของสิทธิในชีวิตและร่างกาย และเลขหมายโทรศัพท์เคลื่อนที่ก็เป็นข้อมูลส่วนบุคคลชนิดหนึ่งตามกฎหมาย บุคคลมีสิทธิที่จะกำหนดเจตจำนงของตน สามารถคิดและตัดสินใจในการที่จะยอมให้มีการเปิดเผยข้อมูลของตนต่อสาธารณะหรือบุคคลภายนอก ผู้ใดจะมาล่วงละเมิดมิได้⁸ ซึ่งกฎหมายไทยมีการพัฒนาในเรื่องการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลอย่างต่อเนื่อง โดยรูปแบบการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของประเทศไทยนั้นได้กระจายอยู่ตามกฎหมายต่างๆ ยกตัวอย่างเช่น รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ลักษณะละเมิด และพระราชบัญญัติต่างๆ ซึ่งจากการศึกษาค้นคว้าผู้เขียนพบว่าในยุคปัจจุบันที่เทคโนโลยีพัฒนาแบบก้าวกระโดด ประเทศไทยยังไม่มีมาตรการทางกฎหมายที่เพียงพอในการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

สำหรับในเรื่องของการส่งข้อความสั้นรบกวนทางโทรศัพท์เคลื่อนที่นั้นก็ยังไม่มีการควบคุมดูแลโดยเฉพาะ แต่มีกฎหมายที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคมซึ่งสามารถนำมาปรับใช้กับกรณีดังกล่าวคือ พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 ซึ่งเป็นกฎหมายที่แก้ไขปรับปรุงมาจากพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2543 ผู้เขียนวิเคราะห์แล้วเห็นว่าพระราชบัญญัติฉบับนี้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการส่งข้อความสั้นรบกวนทางโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยตรงเนื่องจากพระราชบัญญัติฉบับนี้บัญญัติเกี่ยวกับกิจการโทรคมนาคมซึ่ง มาตรา 4 แห่งพระราชบัญญัติฉบับนี้ได้ให้นิยามของคำว่า กิจการโทรคมนาคม หมายความว่า กิจการซึ่งให้บริการการส่ง การแพร่ หรือการรับเครื่องหมาย สัญญาณ ตัวหนังสือ ตัวเลข ภาพ เสียง รหัส หรือสิ่งอื่นใด ซึ่งสามารถให้

⁷ บรรเจิด สิงคะเนติ, หลักพื้นฐานเกี่ยวกับสิทธิเสรีภาพและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์, (กรุงเทพมหานคร : วิญญูชน, 2555), หน้า 48-49.

⁸ ทั้งนี้เพื่อปกป้องตนเองให้พ้นจากการรบกวนที่ไม่จำเป็น อันจะทำให้ชีวิตไม่เป็นสุข

เข้าใจความหมายได้โดยระบบคลื่นความถี่ ระบบสาย ระบบแสง ระบบแม่เหล็กไฟฟ้า หรือระบบอื่น ระบบใดระบบหนึ่ง หรือหลายระบบรวมกัน และรวมถึงกิจการซึ่งให้บริการดาวเทียมสื่อสาร หรือ กิจการอื่นที่ กสทช. กำหนดให้เป็นกิจการโทรคมนาคม แต่ไม่รวมถึงกิจการที่เป็นกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการวิทยุคมนาคม และให้นิยามของคำว่า กรรมการ หมายความว่า กรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ

การทำงานของโทรศัพท์เคลื่อนที่นั้นต้องอาศัยคลื่นความถี่ในการรับส่งสัญญาณการเชื่อมต่อ ทั้งทางเสียงและข้อความสั้น ดังนั้น โทรศัพท์เคลื่อนที่จึงอยู่ในนิยามความหมายของคำว่ากิจการ โทรคมนาคมและได้รับการควบคุมตามพระราชบัญญัติฉบับนี้ด้วย

ในมาตรา 6 บัญญัติไว้เป็นหลักว่า ให้มีคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรียกว่า กสทช. โดย กสทช. ถือเป็นผู้ดูแลกิจการโทรคมนาคมตาม พระราชบัญญัตินี้ และอำนาจหน้าที่ของ กสทช. ที่สามารถนำมาปรับใช้กับกรณีการส่งข้อความรบกวน ทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้นั้นได้ถูกบัญญัติไว้ใน มาตรา 27 (13), (24) ดังนี้

(13) คຸ່ມครองสิทธิและเสรีภาพของประชาชนมิให้ถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบกิจการ และคຸ່ມครองสิทธิในความเป็นส่วนตัวและเสรีภาพของบุคคลในการสื่อสารถึงกันโดยทางโทรคมนาคม และส่งเสริมสิทธิเสรีภาพและความเสมอภาคของประชาชน ในการเข้าถึงและใช้ประโยชน์คลื่น ความถี่ที่ใช้ในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม

(24) ออกระเบียบ ประกาศ หรือคำสั่งอันเกี่ยวกับอำนาจหน้าที่ของ กสทช.

จากอำนาจหน้าที่ของ กสทช. ข้อที่ 13 และ 24 ผู้เขียนเห็นว่า หากผู้บริโภคเดือดร้อนจาก การที่ผู้ประกอบกิจการส่งข้อความสั้นรบกวนผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ผู้บริโภคสามารถร้องเรียนต่อ กสทช. เพื่อให้ตนได้รับความคุ้มครองสิทธิในความเป็นส่วนตัวและเสรีภาพในการติดต่อสื่อสารถึงกัน โดยทางโทรคมนาคมจากผู้ประกอบกิจการ โดย กสทช. ใช้อำนาจออกระเบียบ ประกาศ หรือคำสั่ง ตามหน้าที่ของตนได้

มาตรา 31 วรรค 2 แห่งพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ และกำกับการประกอบ กิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 ได้ให้ความคุ้มครองอีก ชั้นหนึ่ง โดยบัญญัติว่า ในกรณีที่ผู้ประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ หรือกิจการ โทรคมนาคมดำเนินการใดๆ ในประการที่น่าจะเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค โดยอาศัยการใช้เครือข่าย หรือการโฆษณาอันมีลักษณะเป็นการค้ากำไรเกินควร หรือก่อให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญ ไม่ว่าจะ ด้วยวิธีการใดตามหลักเกณฑ์ที่ กสทช. กำหนด ให้ กสทช. มีอำนาจสั่งระงับการดำเนินการดังกล่าวได้

ในขณะนี้การส่งข้อความสั้นถือเป็นช่องทางการสื่อสารที่ได้รับความนิยม เนื่องจากการใช้ งานที่ง่าย ไม่ซับซ้อน รวดเร็ว มีประสิทธิภาพสูง และค่าใช้จ่ายต่ำ เมื่อส่งข้อความออกไป ผู้รับจะ ได้รับข้อความนั้นแน่นอน แม้ในขณะที่ปิดโทรศัพท์เคลื่อนที่ ข้อความสั้นจะปรออยู่ในระบบทันที

และผู้รับยังสามารถส่งต่อข้อความนั้นๆ ไปยังหมายเลขอื่นได้อีกไม่จำกัด แม้ข้อความสั้นจะมีประโยชน์มากมายในการติดต่อสื่อสารกัน แต่ก็มีผู้ประกอบการเชิงพาณิชย์ที่นำเอาข้อความสั้นมาแสวงหาประโยชน์ให้กิจการของตน ซึ่งเป็นการก่อความเดือดร้อนรำคาญแก่บุคคลอื่น

ในปัจจุบันมีการออกข้อกำหนดและวิธีแก้ไขต่างๆ ออกมา โดยกำหนดให้ผู้ประกอบการกิจการโทรคมนาคม 5 ค่าย ได้แก่ เอไอเอส ดีแทค ทรู แคม และทีโอที มีวิธีการยกเลิกบริการส่งข้อความสั้นไปยังผู้บริโภค ดังนี้

เอไอเอส กด *137 เลือก กด 1 เพื่อยกเลิกรับข้อความสิทธิพิเศษ และโฆษณาที่ไม่ได้ส่งจากเอไอเอส และเลือก กด 2 เพื่อยกเลิกรับข้อความที่สมัครไว้และถูกคิดเงิน

ดีแทค กด *137 เลือก กด 1 เพื่อยกเลิกรับข้อความสิทธิพิเศษ และโฆษณาที่ไม่ได้ส่งจากดีแทค และเลือก กด 2 เพื่อยกเลิกการรับข้อความที่สมัครไว้และถูกคิดเงิน

ทรู กด *137 เลือก กด 1 เพื่อยกเลิกรับข้อความสิทธิพิเศษ และโฆษณาที่ไม่ได้ส่งจากทรู และเลือก กด 2 เพื่อยกเลิกการรับข้อความที่สมัครไว้และถูกคิดเงิน

แคม กด *137 เพื่อยกเลิกข้อความทั้งหมด และโทร 02-401-2222 เพื่อยกเลิกโดยไม่เสียค่าบริการ

ทีโอที หากผู้ใช้บริการต้องการที่จะยกเลิกการรับข้อความสั้น ให้พิมพ์ชื่อผู้ส่งที่ไม่ต้องการรับข้อความสั้น เว้นวรรค b ส่งไปที่ 1777 หากต้องการยกเลิกการระงับการส่งข้อความสั้น ให้พิมพ์ชื่อผู้ส่งที่ถูกระงับ เว้นวรรค w ส่งไปที่ 1777 และสามารถตรวจสอบรายชื่อผู้ที่ถูกระงับการส่งข้อความสั้น โดยพิมพ์ q ส่งไปที่ 1777 หากผู้ใช้บริการที่ทำการระงับบริการส่งข้อความสั้นแล้วยังคงได้รับอยู่ ผู้ใช้บริการสามารถร้องเรียนต่อสำนักงานกสทช. ผ่าน Call Center เลขหมาย 1200 กด 1 (โทรฟรี)

แม้จะมีบริการยกเลิกออกมาให้ได้เลือกใช้ สามค่ายยักษ์ใหญ่ ได้แก่ เอไอเอส ดีแทค และทรู ยังคงระงับได้เพียงข้อความสั้นที่ส่งจากเครือข่ายเอง หรือยกเลิกข้อความสั้นทั้งหมด หมายความว่าหากผู้บริโภคไม่ต้องการรับข้อความจากเซทพัล ฟิตเนส คอนโด ฯลฯ ที่ผู้ประกอบการนั้นๆ เป็นผู้ส่งเอง ผู้บริโภคก็ต้องยกเลิกการรับข้อความทั้งหมด รวมทั้งเพื่อน ครอบครัว และบุคคลอื่นที่ไม่สามารถส่งถึงผู้บริโภคได้อีกด้วย ซึ่งเป็นการแสดงให้เห็นถึงการถูกเอาเปรียบเพราะไม่มีกฎหมายมาคุ้มครองรองรับ

ข้อเสนอแนะ

จากปัญหาที่ได้กล่าวมาแล้วในข้างต้น สรุปได้ว่ากฎหมายที่ให้ความคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลในประเทศไทยยังไม่เพียงพอที่จะแก้ไขการล่วงละเมิด และในยุคปัจจุบันที่เทคโนโลยีพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว ก็ยังไม่มีกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคในกรณีส่งข้อความรบกวนทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ เมื่อพิจารณาข้อกฎหมายของต่างประเทศแล้วผู้เขียนจึงขอเสนอแนะแนวทางแก้ไขปัญหาดังกล่าว ดังนี้

1. ควรมีการบัญญัติกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล เป็นกฎหมายกลางเพื่อเป็นการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลในทุกประเภท เช่นเดียวกับกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของสหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร และออสเตรเลีย ซึ่งปัจจุบันประเทศไทยได้มีการจัดทำร่างพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. แล้ว ดังนั้น จึงควรจเร่งให้มีการประกาศใช้กฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลโดยเร็ว⁹

2. ควรให้ กสทช.ใช้อำนาจแห่งพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 มาตรา 27 (13) (24) ประกอบกับ มาตรา 31 วรรค 2 ออกคำสั่งห้ามไม่ให้มีการส่งข้อความสั้นรบกวนไปยังผู้บริโภคหากไม่ได้รับการยินยอมไว้ก่อน เว้นแต่

(1) เป็นข้อความที่เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคเอง ยกตัวอย่างเช่น ข้อความแจ้งยอดชำระค่าบริการ เป็นต้น

(2) เป็นข้อความที่ผู้ส่งข้อความสั้นจะได้รับประโยชน์ที่ตนควรได้รับตามกฎหมาย ยกตัวอย่างเช่น การทวงหนี้กู้ยืม เป็นต้น

3. ในกรณีที่ผู้ประกอบการ ส่งข้อความถึงผู้บริโภค ต้องมีชื่อ ที่อยู่ เลขหมายติดต่อกลับที่แท้จริงและติดต่อได้

4. เมื่อผู้บริโภคไม่ต้องการได้รับข้อความจากผู้ประกอบการนั้นอีก ผู้บริโภคสามารถพิมพ์ชื่อผู้ประกอบการที่ส่งข้อความมา ไปยังผู้ส่ง เพื่อขอระงับข้อความสั้นจากผู้ส่งรายนั้น โดยค่าใช้จ่ายในการขอระงับข้อความสั้นตกเป็นภาระของผู้ประกอบการนั้น

5. หากผู้บริโภคทำการระงับการส่งข้อความสั้นแล้วยังคงได้รับข้อความอยู่ ผู้บริโภคสามารถร้องเรียนต่อสำนักงาน กสทช. ผ่านทางหน่วยรับเรื่องร้องเรียน (Call Center) เลขหมาย 1200 ของ กสทช. โดยไม่เสียค่าบริการ

6. เมื่อผู้บริโภคร้องเรียนเรื่องดังกล่าวต่อ กสทช. ให้ กสทช.ใช้อำนาจระงับการดำเนินการดังกล่าวโดยอาศัยอำนาจตาม มาตรา 31 วรรค 2 โดยด่วน

⁹ อยู่ในขั้นตอนการร่างเพื่อเสนอกลับไปยังการพิจารณาของสภานิติบัญญัติแห่งชาติ

บรรณานุกรม

หนังสือ

- ไพโรจน์ ไววานิชกิจ, คัมภีร์เทคโนโลยีโทรศัพท์มือถือสู่ยุค 3G, กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ ซีเอ็ดยูเคชั่น, 2548.
- วาริ นาสกุล, คำอธิบายกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ลักษณะละเมิด จัดการงานนอกสั่ง ลาภมิควรได้, กรุงเทพมหานคร : บริษัท จีรัชการพิมพ์ จำกัด, 2553.
- เศรษฐพร คูศรีพิทักษ์, คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เล่ม 1/2, กรุงเทพมหานคร : ซีซี, 2554.
- สุขุม ศุภนิตย์, องค์การเอกชนเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค, กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์วิญญูชน, 2544.
- สำนักกฎหมายสำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา, พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ.2553, กรุงเทพมหานคร : สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา, 2553.

วิทยานิพนธ์

- จิรารัตน์ วรวัฒน์ธารง, “การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล”, วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2548.
- เอกพงษ์ ศิริมหากุล, “อาชญากรรมทางคอมพิวเตอร์ : ศึกษากรณีการส่งไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์”, วิทยานิพนธ์ปริญญานิติศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ, 2549.

รายงานการวิจัย

- คณาธิป ทองรวีวงศ์, รายงานการวิจัยเรื่องมาตรการทางกฎหมายในการคุ้มครองสิทธิโรความเป็นอยู่ส่วนตัว โดยธุรกิจขายตรง : ศึกษากรณีการรบกวนสิทธิในการเป็นอยู่ส่วนตัวโดยธุรกิจขายตรง, มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น, 2553.

รายงานการศึกษา

- สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์ วรพจน์วงศ์กิจรุ่งเรือง เทียนสว่าง ธรรมวนิช, รายงานฉบับสมบูรณ์เรื่อง การศึกษาการจัดรูปองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคด้านกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม, มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2554.

Siam Intelligence Unit, รายงานผลการศึกษาระบบคุ้มครองความเป็นส่วนตัวของผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคมของต่างประเทศ, สถาบันคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม.

อินเทอร์เน็ต

การจัดการสารสนเทศยุคใหม่ในชีวิตประจำวัน, มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น, จาก http://wiki.Stjohn.ac.th/groups/poly_electronics/wiki/59e6f/7_.html. (last visited 9 January 2015).

ความสำคัญของการสื่อสาร, จาก www.learners.in.th/blogs/posts/151118. (last visited 8 January 2015).

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Data Protection Law), จาก <http://comscience.kbu.ac.th/home/attachments/article/78/กฎหมายPowerpoint.ppt>. . (last visited 18 June 2015).

เทคโนโลยีการติดต่อสื่อสารไร้สาย, คลังความรู้online, จาก <http://www.tlcthai.com/education/knowledge-online/15279.html>. (last visited 8 February 2015).

เทคโนโลยีไร้สาย 1G-4G, จาก <http://pitipongswbvc.blogspot.com/2010/12/1g-4g.html>. . (last visited 8 January 2015).

พรเพชร วิชิตชลชัย, คำอธิบายพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ.2550, จาก <http://www.chsandra.ac.th/th/doc/ICT/ban.pdf>. . (last visited 8 January 2015).

วิวัฒนาการของการสื่อสาร, จาก <http://mblog.manager.co.th/vilawan050/th-74771>. . (last visited 8 January 2015).

วิวัฒนาการของคอมพิวเตอร์, จาก http://www.il.mahodol.ac.th/e-media/computer/evolution/evo_index.htm. . (last visited 8 January 2015).

วิวัฒนาการของการส่ง SMS, จาก www.trio4u.com/index.php?lay=show&ac=article&ld=538693173. . (last visited 15 December 2014).

SMS Marketing, จาก www.trio4u.com/index.php?lay=show&ac=article&ld=347140. . (last visited 15 March 2015).

กฎหมาย

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550.

ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์.

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522.

พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำผิดทางคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550.

พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553.

ร่างพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ.

สหรัฐอเมริกา The Telephone Consumer Protection Act 1991.

สหราชอาณาจักร The Privacy and Electronic Communication Regulations 2003.

ออสเตรเลีย The Spam Act 2003.