

บทที่ 3

ผู้ให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือในต่างประเทศ และความร่วมมือระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้อง

3.1 ความสำคัญของผู้ให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือ

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า การเติบโตของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จะเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น จะต้องมีการลดความเสี่ยงรวมทั้งขจัดปัญหาและอุปสรรคอันเกิดจากการดำเนินธุรกิจ ในลักษณะดังกล่าวให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมและเป็นที่ยอมรับได้ด้วยการสร้างความน่าเชื่อถือในการประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เสียก่อน ซึ่งปัจจัยสำคัญที่เป็นปัญหาและอุปสรรคของการเติบโตของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ ปัญหาความปลอดภัยในการติดต่อสื่อสารทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ปัญหาการคุ้มครองความเป็นส่วนตัวหรือข้อมูลส่วนบุคคล ปัญหาการสร้างความน่าเชื่อถือหรือความไว้วางใจในตัวผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และปัญหาการระงับข้อพิพาทและการเยียวยาความเสียหายให้แก่ผู้บริโภค ทั้งนี้ จากปัญหาดังกล่าวทำให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นผู้บริโภคหรือผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต่างต้องการคนกลางเข้ามาทำหน้าที่สร้างความน่าเชื่อถือเพื่อลดกังวลใจต่อความเสี่ยงดังกล่าว ด้วยการคิดค้นระบบ “เครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือ” ซึ่งหมายถึงการติดตั้งสัญลักษณ์หรือเครื่องหมายแสดงสิ่งหนึ่งสิ่งใดเพื่อประกาศให้ผู้บริโภคทราบว่าสินค้าหรือบริการของตนได้ผ่านการตรวจสอบคุณสมบัติหรือคุณลักษณะต่างๆ ตามมาตรฐานหรือเกณฑ์ที่มีการกำหนดขึ้นโดยองค์กรตรวจสอบแล้ว ซึ่งในที่นี้เรียกว่า “ผู้ให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือ” นั่นเอง

แม้ว่าเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือนับว่ามีบทบาทสำคัญในการสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจให้แก่ผู้บริโภคในธุรกิจ B2C เพราะสามารถรับรองหรือรับประกันตัวตนและสร้างความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจของผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ความมีประสิทธิภาพและมาตรฐานในการเทคโนโลยีการติดต่อสื่อสาร ตลอดจนการให้ความคุ้มครองความเป็นส่วนตัวหรือข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภค และมาตรการในการระงับข้อพิพาทหรือการเยียวยาความเสียหายให้แก่ผู้บริโภคได้ก็ตาม แต่จะทำอย่างไรที่จะสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่

เครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือดังกล่าวได้ (Trusting the trustmark) เพราะเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือเป็นเพียงสัญลักษณ์ที่แสดงถึงตัวองค์กรหรือหน่วยงานที่มารับรองหรือรับประกันเว็บไซต์นั้นๆ สิ่งที่ผู้บริโภคหรือประชาชนให้ความเชื่อมั่นนั้นจึงไม่ใช่ตัวเครื่องหมายที่ปรากฏอยู่บนเว็บไซต์ หากแต่เป็นองค์กรหรือหน่วยงานที่ออกเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือ ดังนั้นผู้ให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือ ซึ่งทำหน้าที่ออกเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือ จึงนับเป็นกลไกในสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่เครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือดังกล่าว

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากปัจจุบันการให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือมีหลายประเภทและมีผู้ให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือหลายรายด้วยกัน อาจทำให้ผู้บริโภคเกิดความสับสนและกังวลถึงมาตรฐานที่มีความแตกต่างกัน ทั้งนี้ หากผู้บริโภคหรือผู้ใช้อินเทอร์เน็ตไม่เกิดความไว้วางใจในระบบเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือแล้ว ก็อาจส่งผลกระทบต่อโดยตรงต่อระบบเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือและการสร้างความน่าเชื่อถือในการประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวมได้ ด้วยเหตุนี้จึงทำให้นานาประเทศเล็งเห็นถึงความสำคัญของผู้ให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถืออย่างมากด้วยการรวมกลุ่มความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อจัดตั้งองค์กรกลางในการทำหน้าที่จัดทำมาตรฐานหรือข้อเสนอแนะเรื่องการให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือสำหรับกลุ่มสมาชิกที่เป็นผู้ให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือเพื่อนำไปใช้เสมือนเป็นแนวทางหรือมาตรฐานขั้นต่ำที่อาจถือปฏิบัติด้วยความสมัครใจ เช่น Global Businesses Dialogue on Electronic Commerce (GBDe), Global Trustmark Alliance (GTA), UNICE-BEUC e-Confidence Project, Asia Trustmark Alliance (ATA) เป็นต้น

จะเห็นได้ว่า “ผู้ให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือ” นับว่าเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนหรือผลักดันระบบเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือให้เป็นที่ยอมรับในกลุ่มของผู้บริโภคหรือผู้ใช้อินเทอร์เน็ต อันเป็นการช่วยเสริมสร้างความน่าเชื่อถือในการประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต่อไป

3.2 ความหมายและหน้าที่ของผู้ให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือ

หากจะกล่าวถึงความหมายของผู้ให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือแล้ว จะเห็นได้ว่ามีผู้ให้คำจำกัดความและความหมายของคำว่า “ผู้ให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือ” (Certifier/Trustmark scheme) อยู่มากมาย เช่น

Global Business Dialogue on Electronic Commerce (GBDe) ได้ให้ความหมายว่า “หน่วยงานหรือองค์กรที่พัฒนาและบริหารจัดการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือ ตลอดจนออกเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือให้แก่ผู้ขอใช้บริการ”¹

UNICE-BEUC e-Confidence project ได้ให้ความหมายว่า “หน่วยงานหรือองค์กรที่ออกเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบ B2C ภายหลังจากที่ได้ผ่านการตรวจสอบและประเมินตามหลักเกณฑ์พื้นฐานที่ได้กำหนดไว้”²

เมื่อพิจารณาจากคำจำกัดความและความหมายของผู้ให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือแล้ว จึงอาจกล่าวได้ว่าผู้ให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือ คือ หน่วยงานหรือองค์กรที่ทำหน้าที่ในการออกเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือเจ้าของเว็บไซต์ที่ให้บริการหรือประกอบธุรกิจออนไลน์ ภายหลังจากที่ได้มีการตรวจสอบและประเมินผลแล้วว่าผู้ประกอบการดังกล่าวได้ปฏิบัติตามข้อกำหนดและหลักเกณฑ์ต่างๆ ตามที่หน่วยงานหรือองค์กรนั้นๆ กำหนดขึ้นแล้ว เพื่อรับรองหรือรับประกันความน่าเชื่อถือให้แก่เว็บไซต์ของผู้ประกอบธุรกิจที่มาขอใช้บริการเครื่องหมายนั้น อันเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยเฉพาะแบบ B2C

จากความหมายของผู้ให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือข้างต้น ประกอบกับการศึกษาเกี่ยวกับเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือที่กล่าวถึงในบทที่ 2 จึงอาจกล่าวโดยสรุปได้ว่าผู้ให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือมีหน้าที่ทั่วไป คือ

¹ GBDe Trustmarks Guidelines 2001, Definition

² UNICE-BEUC e-Confidence project, Glossary

1. การตรวจสอบความมีตัวตนของผู้ประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ประกอบธุรกิจผ่านเว็บไซต์ เช่น การตรวจสอบสถานะบุคคลหรือนิติบุคคล ภูมิลำเนาหรือที่ตั้งสำนักงาน เป็นต้น
2. การตรวจสอบคุณภาพหรือมาตรฐานของสิ่งให้ผู้ให้บริการจะรับรองให้เป็นไปตามมาตรฐานหรือข้อกำหนดของผู้ให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือ เช่น คุณสมบัติของผู้ประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือเจ้าของเว็บไซต์ มาตรฐานการให้ความคุ้มครองผู้บริโภค มาตรฐานการรักษาความเป็นส่วนตัวหรือข้อมูลส่วนบุคคล มาตรฐานการรักษาความปลอดภัยข้อมูล เป็นต้น ซึ่งผู้ให้บริการจำเป็นต้องพิจารณาตรวจสอบทั้งก่อนและหลังการออกเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือดังกล่าวด้วย
3. การระงับข้อพิพาทกรณีที่มีผู้บริโภคร้องเรียนว่าผู้ประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้เครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนดหรือมาตรฐานของผู้ให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือ

3.3 บุคคลที่ทำหน้าที่เป็นผู้ให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือ

จากการศึกษาตัวอย่างผู้ให้บริการเครื่องหมายแสดงต่างประเทศ จะเห็นได้ว่ามีหลายรูปแบบ ซึ่งสามารถจำแนกได้เป็น 3 รูปแบบ ดังนี้

3.3.1 การกำหนดให้ภาครัฐทำหน้าที่เป็นผู้ให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือ

เนื่องจากแต่เดิมภาครัฐก็ทำหน้าที่เป็นรับรองและสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบต่างๆ อยู่แล้ว เช่น การจดทะเบียนหรือขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การจัดทำข้อมูลทางทะเบียน เพื่อให้ประชาชนสามารถตรวจสอบและทราบสถานะของผู้ประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น ดังนั้น บุคคลทั่วไปจึงมีความเชื่อมั่นและมีความไว้วางใจ (ซึ่งเป็นหลักการพื้นฐานของผู้ให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือ) ภาครัฐอยู่แล้ว นอกจากนี้ การออกเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถืออาจมีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวมของประเทศด้วย ภาครัฐจึงมีความเหมาะสมที่จะทำหน้าที่เป็นผู้ให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือสำหรับประเทศที่กำลังพัฒนาและเพิ่งจะเริ่มก้าวเข้าสู่ยุคพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ตัวอย่างประเทศที่มีผู้ให้บริการ

เครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือลักษณะนี้คือประเทศในกลุ่มทวีปเอเชีย เช่น ประเทศญี่ปุ่น³ ประเทศสิงคโปร์⁴ เป็นต้น

3.3.2 การกำหนดให้ภาคเอกชนทำหน้าที่เป็นผู้ให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือ

เนื่องจากหากพิจารณาจากผู้ให้บริการเครื่องหมายแสดงในต่างประเทศแล้ว มักจะให้กลุ่มองค์กรหรือสมาคมผู้ประกอบการธุรกิจภาคเอกชนทำหน้าที่เป็นผู้ให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือ เพราะความมีประสิทธิภาพในการดำเนินการของภาคเอกชนทั้งในเรื่องของบุคลากร เทคโนโลยีและระบบการจัดการที่ดี อันจะทำให้การบริการดังกล่าวได้รับความไว้วางใจจากผู้บริโภคหรือประชาชนได้ในระดับหนึ่ง อย่างไรก็ตาม อุปสรรคสำคัญที่ทำให้ภาคเอกชนส่วนใหญ่ยังไม่กล้าที่จะประกอบธุรกิจบริการประเภทนี้เพราะต้องการอาศัยทั้งระยะเวลาและประสบการณ์เพื่อสร้างชื่อเสียงให้เป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับซึ่งไม่เพียงแต่ภายในประเทศเท่านั้น แต่ต้องเป็นที่ยอมรับของทุกประเทศทั่วโลก เพราะอย่างที่ทราบกันดีอยู่แล้วว่า การประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั้น เป็นวิธีการดำเนินธุรกิจที่เชื่อมต่อการค้าระหว่างประเทศ ตัวอย่างประเทศที่มีผู้ให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือลักษณะนี้คือประเทศสหรัฐอเมริกา เช่น TRUSTe⁵, BBBOnline⁶ เป็นต้น

3.3.3 การจัดระบบร่วมระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน

เป็นการรวมเอาข้อดีของการเป็นผู้ให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือทั้งของภาครัฐและภาคเอกชนเข้าด้วยกัน กล่าวคือ ข้อดีของภาครัฐคือเรื่องความน่าเชื่อถือ และข้อดีของภาคเอกชนคือเรื่องประสิทธิภาพในการดำเนินกิจการ จึงเกิดรูปแบบการให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือ โดยการจัดระบบร่วมกันระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชน กล่าวคือ องค์กรภาครัฐ จะทำหน้าที่ในการควบคุมดูแลผู้ให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือภาคเอกชนเพื่อ

³ โปรดดูรายละเอียดในหัวข้อ 3.5.3 หน้า 79

⁴ โปรดดูรายละเอียดในหัวข้อ 3.5.3 หน้า 80

⁵ โปรดดูรายละเอียดในหัวข้อ 3.5.1 หน้า 65

⁶ โปรดดูรายละเอียดในหัวข้อ 3.5.1 หน้า 67

สร้างค่าน่าเชื่อถือหรือรับประกันค่าน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการเครื่องหมายแสดงค่าน่าเชื่อถือให้แก่ภาคเอกชนชั้นหนึ่งให้ภาครัฐอาจทำหน้าที่เป็นผู้ควบคุมตรวจสอบการดำเนินการของภาคเอกชน ไม่ว่าจะโดยการเข้าตรวจสอบดูแลทั้งทางเทคนิคและการจัดการ อันเป็นการสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจให้แก่ผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศได้เป็นอย่างดี ตัวอย่างประเทศที่มีผู้ให้บริการเครื่องหมายแสดงค่าน่าเชื่อถือลักษณะนี้คือประเทศในกลุ่มทวีปยุโรป เช่น TrustUK⁷, Webtrader⁸, QWEB⁹ ซึ่งเป็นผู้ให้บริการเครื่องหมายแสดงค่าน่าเชื่อถือในกลุ่มประเทศทวีปยุโรป และมีรูปแบบโครงสร้างการทำงานของระบบเครื่องหมายแสดงค่าน่าเชื่อถือเป็นแบบการรับรองแบบลำดับชั้น (Hierarchy) กล่าวคือ จะมีการแบ่งความสัมพันธ์ของผู้ที่เกี่ยวข้องออกเป็นลำดับชั้น เพื่อทำหน้าที่แตกต่างกันและมีการควบคุมตรวจสอบกัน

3.4 แนวปฏิบัติของผู้ให้บริการเครื่องหมายแสดงค่าน่าเชื่อถือ

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่าการสร้างค่าน่าเชื่อถือในพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั้นมิได้หลายวิธี ซึ่งการนำระบบเครื่องหมายแสดงค่าน่าเชื่อถือ (Trustmark System) มาใช้ก็ถือเป็นกลไกหนึ่งในการควบคุมพฤติกรรมของผู้ประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ภายใต้แนวความคิดการกำกับดูแลตนเองของผู้ประกอบธุรกิจ (Self-regulation) และถือเป็นโครงสร้างใหญ่ที่ช่วยส่งเสริมให้ผู้ประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ประกอบกิจการภายใต้กรอบหรือขอบเขตของหลักการคุ้มครองผู้บริโภค เพราะเป็นการรวมเอาแนวปฏิบัติ (Code of Practice) ของผู้ประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แต่ละรายที่ประกาศไว้กระจัดกระจายและไม่มีหน่วยงานหรือองค์กรมาตรวจสอบให้มาอยู่ภายใต้หลักเกณฑ์เดียวกันที่ได้มาตรฐานและมีองค์กรหรือหน่วยงานเข้ามาทำหน้าที่ตรวจสอบด้วย อย่างไรก็ตาม เนื่องจากผู้ให้บริการเครื่องหมายแสดงค่าน่าเชื่อถือนับเป็นองค์กรหลักที่ทำให้กลไกทั้งหมดที่กล่าวมานี้สามารถดำเนินไปได้โดยปกติและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคทั่วโลก เพราะหน้าที่หลักของผู้ให้บริการเครื่องหมายแสดงค่าน่าเชื่อถือก็คือ การรับรองว่าผู้ประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ได้รับเครื่องหมายแสดงค่าน่าเชื่อถือของตนนั้นมีมาตรฐานการประกอบกิจการที่เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้แล้ว ฉะนั้น ผู้ให้บริการเครื่องหมายแสดงค่าน่าเชื่อถือจึงจำเป็นต้องให้บริการที่ได้มาตรฐานสามารถสร้างความเชื่อมั่น

⁷ โปรดดูรายละเอียดในหัวข้อ 3.5.2 หน้า 72

⁸ โปรดดูรายละเอียดในหัวข้อ 3.5.2 หน้า 74

⁹ โปรดดูรายละเอียดในหัวข้อ 3.5.2 หน้า 76

ให้แก่ลูกค้าหรือผู้บริโภคด้วยเช่นกัน ซึ่งควรจะมีการกำหนดไว้เป็นกฎเกณฑ์หรือธรรมเนียมปฏิบัติไว้อย่างชัดเจน

3.4.1 ความโปร่งใสในการให้บริการ (Accessibility & Transparency)

ผู้ให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือต้องเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สามารถใช้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือได้อย่างเสมอภาคและเท่าเทียมกัน หมายความว่า ผู้ให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือควรเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทุกรายสามารถขอใช้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือได้ตามขอบเขตการใช้บริการที่ผู้ให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือกำหนดขึ้น และควรมีการเปิดเผยหลักเกณฑ์การพิจารณาในการออกเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือเป็นการทั่วไปเพื่อให้เกิดความโปร่งใสทั้งต่อผู้ประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และต่อผู้บริโภคซึ่งเชื่อถือในเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือนั้นด้วย เช่น การให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องแก่ทั้งผู้ประกอบธุรกิจและผู้บริโภค การประกาศหรือเผยแพร่รายงานประจำปีเกี่ยวกับกิจกรรมต่างๆ ของผู้ให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือ การใช้ภาษาที่ง่ายแก่การทำความเข้าใจ เป็นต้น

นอกจากนี้ ค่าธรรมเนียมในการใช้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือจะต้องอยู่ในระดับที่เหมาะสมและไม่ก่อให้เกิดภาระแก่ผู้ประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มากเกินไป ซึ่งอาจต้องพิจารณาด้วยว่าค่าธรรมเนียมดังกล่าวครอบคลุมถึงค่าใช้จ่ายในการดำเนินการต่างๆ เรื่องใดบ้าง เช่น ค่าใช้จ่ายในการควบคุมตรวจสอบ และค่าใช้จ่ายในการดำเนินการระงับข้อพิพาทของ เป็นต้น โดยผู้ให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือ อาจมีเกณฑ์ในการพิจารณาค่าธรรมเนียมที่แตกต่างกัน เช่น การใช้รายได้จากการประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นเกณฑ์ในการพิจารณา¹⁰ การใช้จำนวนเครื่องหมายการค้าของผู้ขอใช้เครื่องหมายเป็นเกณฑ์ในการพิจารณา¹¹ เป็นต้น นอกจากนี้ ควรจะมีการส่งเสริมหรือกระตุ้นให้ผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ให้ใช้เครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือด้วยการกำหนดเงื่อนไขพิเศษให้แก่

¹⁰ เกณฑ์การกำหนดค่าธรรมเนียมของ TRUSTe และ BBBOnline

¹¹ เกณฑ์การกำหนดค่าธรรมเนียมของ TRUSTe

ผู้ประกอบการกิจดังกล่าวด้วย ซึ่งจะต้องไม่เป็นการกีดกันหรือเป็นอุปสรรคต่อการแข่งขันทางการค้า¹²

3.4.2 การจัดวางตำแหน่งเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือที่ง่ายแก่การมองเห็น (Visibility)

ผู้ให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือต้องกำหนดให้มีการจัดวางตำแหน่งเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือที่ให้ผู้บริโภคมองเห็นได้โดยง่าย เช่น จัดวางไว้ที่หน้าแรกของเว็บไซต์ (Welcome page) หรือในกรณีเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือในการคุ้มครองความเป็นส่วนตัวก็อาจจัดวางไว้ที่หน้าเว็บซึ่งมีการทำธุรกรรมระหว่างกันซึ่งจะเป็นส่วนที่มีการเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภค เป็นต้น นอกจากนี้ ผู้ให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือจำเป็นต้องจัดวางตำแหน่งเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือที่ให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงข้อมูลรายละเอียดต่างๆ ที่เกี่ยวกับเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือได้โดยสะดวก เช่น การคลิกไปที่เครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือและจะมีข้อมูลรายละเอียดปรากฏขึ้นมาทันที เป็นต้น¹³

3.4.3 มาตรการรักษาความปลอดภัย (Security)

ผู้ให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือต้องจัดให้มีมาตรการที่เหมาะสมเพื่อที่จะรับรองได้ว่าผู้บริโภคสามารถแยกแยะความแตกต่างระหว่างเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือของจริงกับของปลอมได้ ไม่ว่าจะเป็นในส่วนและเทคโนโลยีที่ใช้ในการสร้างเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือซึ่งจะต้องรับประกันได้ว่าไม่มีใครสามารถปลอมหรือเลียนเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือและไม่สามารถเข้าถึงเพื่อแก้ไขเปลี่ยนแปลงฐานข้อมูล (Database) ซึ่งจะบอกรายละเอียดเกี่ยวกับเว็บไซต์ที่ได้รับเครื่องหมายดังกล่าวได้¹⁴

¹² GBDe Trustmarks Guidelines 2001, Section 1
และ UNICE-BEUC e-Confidence project, Section 2

¹³ GBDe Trustmarks Guidelines 2001, Section 3
และ UNICE-BEUC e-Confidence project, Section 3

¹⁴ GBDe Trustmarks Guidelines 2001, Section 5
และ UNICE-BEUC e-Confidence project, Section 9

3.4.4 กลไกบังคับใช้เครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือ (Enforcement Mechanisms)

ผู้ให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือจำเป็นต้องกำหนดกระบวนการอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือและกระบวนการตรวจสอบการใช้เครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งกระบวนการตรวจสอบดังกล่าวอาจกระทำโดยการสุ่มตรวจสอบโดยผู้ให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือเองหรือโดยการจ้างผู้ตรวจสอบอิสระในการทำหน้าที่ดังกล่าวแทนก็ได้ หรือโดยการกำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ได้รับอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือจัดทำรายงานเสนอต่อผู้ให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือก็ได้ ซึ่งผู้ให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือจะต้องกำหนดไว้ในสัญญาให้บริการถึงรายละเอียดเกี่ยวกับวิธีการตรวจสอบการใช้เครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือและมาตรการลงโทษกรณีที่ผู้ให้บริการเครื่องหมายความน่าเชื่อถือตรวจสอบพบว่าผู้ประกอบธุรกิจที่ได้รับอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือดำเนินการใดๆ อันเป็นการไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนดหรือหลักเกณฑ์การประกอบธุรกิจที่ผู้ให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือด้วย เช่น การเพิกถอนเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือ การเปิดเผยเรื่องราวของผู้ประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าวต่อสาธารณะ การส่งเรื่องให้หน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องหรือรับผิดชอบไปดำเนินการต่อไป หรือการดำเนินการทางกฎหมายเนื่องจากผู้ประกอบธุรกิจกระทำการใดๆ อันเป็นการฝ่าฝืนข้อกำหนดในสัญญา เป็นต้น และประกาศมาตรการลงโทษดังกล่าวเป็นการทั่วไปและชัดเจน เพื่อให้สาธารณะได้วิพากษ์วิจารณ์กรณีที่เกิดขึ้นดังกล่าวด้วย ซึ่งผู้ให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือจะต้องใช้มาตรการบังคับดังกล่าวด้วยความเป็นกลาง โปร่งใส และปราศจากอคติใดๆ โดยอาจมอบหมายให้บุคคลที่มีความเป็นกลาง หรือผู้แทนทั้งจากผู้ประกอบธุรกิจ ผู้บริโภคและหน่วยงาน ก็ได้¹⁵

¹⁵ GBDe Trustmarks Guidelines 2001, Section 2

และ UNICE-BEUC e-Confidence project, Section 8

3.4.5 การร้องเรียนและการเยียวยาความเสียหายให้แก่ผู้บริโภค (Complaint & Redress)

ผู้ให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือจะต้องรับรองได้ว่าผู้บริโภคจะมีช่องทางในการร้องเรียนทางออนไลน์กรณีที่ผู้ได้รับความเสียหายจากการซื้อสินค้าหรือบริการผ่านเว็บไซต์ที่ได้รับเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ ทั้งนี้ ผู้ให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถืออาจกำหนดเป็นข้อตกลงในสัญญาให้บริการระหว่างผู้ให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือกับผู้ประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ขอใช้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือถึงกรณีที่ผู้ประกอบธุรกิจจะต้องกำหนดช่องทางการร้องเรียนหรือระดับข้อพิพาททางออนไลน์ผ่านทางเว็บไซต์ของตนเอง นอกจากนี้ ผู้ให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือควรมีส่วนร่วมรับผิดชอบในการร้องเรียนของผู้บริโภคด้วย ไม่ว่าจะผู้บริโภคจะได้ดำเนินการร้องเรียนผ่านกระบวนการใดๆ ก็ตาม¹⁶ ด้วยการกำหนดมาตรการบางอย่างกรณีที่เว็บไซต์ดังกล่าวไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนดเกี่ยวกับการร้องเรียนและการเยียวยาความเสียหายให้แก่ผู้บริโภค¹⁷

3.5 ผู้ให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือในต่างประเทศ

3.5.1 ประเทศสหรัฐอเมริกา

ประเทศสหรัฐอเมริกามีรูปแบบโครงสร้างการทำงานของระบบเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือโดยสมาคมผู้ประกอบการซึ่งเป็นองค์กรภาคเอกชนที่ไม่แสวงหากำไร ทำหน้าที่เป็นผู้ให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือเพื่อสนับสนุนให้เกิดความเชื่อมั่นและความเชื่อถือให้กับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้วยการออกเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือให้แก่เว็บไซต์ที่ได้มาตรฐานตามหลักเกณฑ์ที่สมาคมผู้ประกอบการนั้นๆ กำหนดขึ้น

¹⁶ GBDe Trustmarks Guidelines 2001, Section 6

¹⁷ UNICE-BEUC e-Confidence project, Section 8

ก. TRUSTe¹⁸

TRUSTe เป็นชื่อขององค์กรอิสระที่ไม่แสวงหากำไรซึ่งจัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์หลักในการดำเนินงานเพื่อที่จะทำให้ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตหรือผู้บริโภคทั้งหลายมีความเชื่อถือและเชื่อมั่นต่อระบบการค้าขายผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และเพื่อทำให้เกิดการขยายตัวของการประกอบธุรกิจผ่านทางอินเทอร์เน็ต โดยได้มีการก่อตั้งขึ้นตั้งแต่ปี 2539 (1996) โดยความร่วมมือระหว่างสองหน่วยงาน คือ Electronic Frontier Foundation (EFF) และ Commerce Net Consortium ที่ต้องการจัดตั้งหน่วยงานหรือองค์กรขึ้นมาเพื่อทำหน้าที่เป็นตัวกลางช่วยขจัดปัญหาในเรื่องของความเชื่อมั่นให้กับผู้ใช้อินเทอร์เน็ตหรือผู้บริโภคออนไลน์โดยใช้กลไกของเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือ โดยเน้นเฉพาะเรื่องการให้ความคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลด้วยการปฏิบัติตามนโยบายการคุ้มครองความเป็นส่วนตัว (Privacy Policy) ที่ผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือเจ้าของเว็บไซต์ซึ่งมาขอใช้บริการได้ประกาศไว้ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่เว็บไซต์ดังกล่าวว่าได้มีการปฏิบัติตามข้อกำหนดที่ปรากฏในนโยบายการคุ้มครองความเป็นส่วนตัวแล้วทุกประการ ซึ่ง TRUSTe ได้เปิดให้บริการเป็นครั้งแรกในเดือนมิถุนายน 2540 (1997) และได้มีการประกาศถึงวัตถุประสงค์สำคัญในการให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือของตนไว้ 3 ประการว่า ประการแรกเพื่อช่วยให้ผู้บริโภคออนไลน์สามารถควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับตนได้ ประการที่สองเพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือเจ้าของเว็บไซต์ปฏิบัติตามมาตรฐานในการให้ความคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลด้วยค่าใช้จ่ายที่เหมาะสมเพื่อทั้งประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจและเพื่อลดความวิตกกังวลของผู้บริโภคเกี่ยวกับการให้ข้อมูลส่วนบุคคลทางออนไลน์แก่ผู้ประกอบการหรือเจ้าของเว็บไซต์ และประการที่สามเพื่อแสดงให้ผู้กำกับดูแลภาครัฐเห็นว่าผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทั้งหลายสามารถดำเนินการในเรื่องการให้ความคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลได้โดยอาศัยกลไกการกำกับดูแลตนเอง (Self-regulation) ได้

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่า TRUSTe มีวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งองค์กรก็เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยเฉพาะทางด้านกรรับรองนโยบายการคุ้มครองความเป็นส่วนตัวในส่วนที่เกี่ยวข้องข้อมูลส่วนบุคคล ดังนั้นเครื่องหมายของ TRUSTe จึงเน้นไปที่เรื่องของ

¹⁸ TRUSTe: <<http://www.truste.org/>>

การรับรองนโยบายการคุ้มครองความเป็นส่วนตัวเป็นหลัก ซึ่งปัจจุบันเครื่องหมายขององค์กรนี้มีทั้งหมด 4 ประเภท ซึ่งแต่ละประเภทก็เกี่ยวข้องกับการรับรองนโยบายการคุ้มครองความเป็นส่วนตัวทั้งสิ้น ได้แก่

ประเภทที่หนึ่ง เครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือต่อการคุ้มครองความเป็นส่วนตัว (Privacy Seal Program) ซึ่งเป็นเครื่องหมายที่แสดงถึงการรับรองนโยบายการคุ้มครองความเป็นส่วนตัว (Privacy Policy) ของผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือเจ้าของเว็บไซต์ว่าเป็นไปตามหลักเกณฑ์ในการให้คุ้มครองความเป็นส่วนตัวและข้อมูลส่วนบุคคลที่ TRUSTe ได้กำหนดขึ้น ซึ่งเครื่องหมายนี้จะใช้กับการรับรองหรือคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไป

ประเภทที่สอง เครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือต่อการคุ้มครองความเป็นส่วนตัวของเด็ก (Children's Privacy Seal Program) ซึ่งเป็นเครื่องหมายที่แสดงถึงการรับรองนโยบายการคุ้มครองความเป็นส่วนตัว (Privacy Policy) ของผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือเจ้าของเว็บไซต์เช่นเดียวกับประเภทที่ 1 แต่จำกัดเฉพาะความเป็นส่วนตัวหรือข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กเท่านั้น โดยเงื่อนไขของการออกเครื่องหมายประเภทนี้จะจำกัดเฉพาะผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือเจ้าของเว็บไซต์ที่มีการติดต่อหรือเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กอายุต่ำกว่า 13 ปีเท่านั้น

ประเภทที่สาม เครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือต่อการปฏิบัติตามข้อตกลง Safe Harbor (EU Safe Harbor Program) เป็นเครื่องหมายที่ TRUSTe ออกให้กับผู้ประกอบการ

ข้อตกลง Safe Harbor เป็นข้อตกลงที่เกิดขึ้นระหว่างกระทรวงพาณิชย์ของสหรัฐอเมริกา กับสหภาพยุโรป เพื่อให้บริษัทเอกชนของสหรัฐอเมริกาสมัครใจเข้าร่วมปฏิบัติตามหลักการคุ้มครองความเป็นส่วนตัว (Privacy Principle) เป็นการสร้างความมั่นใจให้แก่สหภาพยุโรปเกี่ยวกับการส่งหรือโอนข้อมูลส่วนบุคคลข้ามประเทศ เนื่องจากประเทศสหรัฐอเมริกาไม่มีกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลในลักษณะที่เป็นกฎหมายทั่วไป (Comprehensive law) ทั้งนี้ บริษัทที่เข้าร่วมข้อตกลงดังกล่าวจะได้รับข้อสันนิษฐานเบื้องต้นว่ามีระดับการคุ้มครองความเป็นส่วนตัวหรือข้อมูลส่วนบุคคลในระดับที่เหมาะสมหรือเท่าเทียมกับการคุ้มครองความเป็นส่วนตัวหรือข้อมูลส่วนบุคคลของสหภาพยุโรปแล้ว

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือเจ้าของเว็บไซต์ที่ติดต่อทำธุรกิจกับประชาชนพลเมืองของสหภาพยุโรป (European Union) เพื่อรับรองนโยบายการคุ้มครองความเป็นส่วนตัวของผู้ประกอบธุรกิจดังกล่าวว่ามีแนวทางการให้ความคุ้มครองความเป็นส่วนตัวเป็นไปตามข้อตกลง Safe Harbor

ประเภทที่สี่ เครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือต่อการคุ้มครองความเป็นส่วนตัวทางด้านสุขภาพ (eHealth Privacy Seal Program) เป็นเครื่องหมายรับรองนโยบายการคุ้มครองความเป็นส่วนตัวของผู้ประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือเจ้าของเว็บไซต์ที่ให้บริการทางด้านสุขภาพและอนามัยของบุคคลผ่านทางเว็บไซต์ เพื่อรับรองว่าผู้ประกอบธุรกิจดังกล่าวได้มีการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการคุ้มครองความเป็นส่วนตัวที่ TRUSTe กำหนดขึ้น

รูปภาพที่ 1 เครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือของ TRUSTe



ข. BBBOOnline¹⁹

BBBOonline โครงการหนึ่งในการดำเนินงานของ Council of Better Business Bureaus²⁰ ซึ่งเป็นหน่วยงานที่เป็นผู้ดำเนินการ the Better Business Bureau (BBB) system ภายในประเทศสหรัฐอเมริกา โดยมีวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งก็เพื่อสนับสนุนให้เกิดความเชื่อมั่นและความเชื่อถือให้กับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านทางเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือในเรื่องต่างๆ ตาม

¹⁹ BBBOonline: <<http://www.bbbonline.org/>>

²⁰ Council of Better Business Bureaus เป็นองค์กรเอกชนที่ดำเนินการโดยไม่แสวงหากำไรจัดตั้งขึ้นตั้งแต่ปี 1912 ซึ่งปัจจุบันได้รับการสนับสนุนจากผู้ประกอบธุรกิจภายในกว่า 250,000 แห่ง

วัตถุประสงค์ในการออกเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือ ได้แก่ เครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือต่อผู้ประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Reliability Seal Program) หรือเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือต่อการคุ้มครองความเป็นส่วนตัว (Privacy Seal Program) ให้กับสมาชิก ซึ่งในการดำเนินการดังกล่าวนี้ BBBOnline โดยได้เริ่มเปิดให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือตั้งแต่เดือนมีนาคม 2542 (1999) ที่ผ่านมา จนถึงปัจจุบันมีเว็บไซต์ที่ได้รับเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือของ BBBOnline ประเภท Reliability Seal Program จำนวน 19,768 เว็บไซต์ และประเภท Privacy Seal Program จำนวน 627 เว็บไซต์²¹ โดยได้เปิดให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือแบ่งเป็น 3 ประเภท ดังนี้

ประเภทที่หนึ่ง เครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือต่อผู้ประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Reliability Seal Program) เป็นเครื่องหมายที่ BBBOnline จะออกให้กับผู้ประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือเจ้าของเว็บไซต์ที่ประสงค์จะให้ BBBOnline ให้การรับรองว่าตนได้ผ่านการตรวจสอบแล้วว่ามี ความน่าเชื่อถือในเรื่องของการโฆษณา และการปฏิบัติตามแนวการให้บริการหรือการประกอบธุรกิจที่ดี (Best Practice) แก่ผู้บริโภค

ประเภทที่สอง เครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือต่อการคุ้มครองความเป็นส่วนตัว (Privacy Seal Program) เป็นเครื่องหมายอีกประเภทหนึ่งที่ BBBOnline ออกให้กับผู้ประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือเจ้าของเว็บไซต์ที่ขอใช้บริการเพื่อรับรองว่าตนเองมีนโยบายการคุ้มครองความเป็นส่วนตัวที่เป็นไปตามข้อกำหนดของ BBBOnline เกี่ยวกับการบริหารจัดการข้อมูลส่วนบุคคลที่ดีแล้ว ด้วยเหตุนี้เองเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือในนโยบายการคุ้มครองความเป็นส่วนตัวที่ออกโดย BBBOnline นั้นจึงสามารถบ่งบอกถึงสิ่งต่างๆ หลายประการ ยกตัวอย่างเช่น การแสดงให้เห็นผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการเว็บไซต์ทราบว่านโยบายการคุ้มครองความเป็นส่วนตัวของผู้ประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์รายที่ได้รับเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือประเภทดังกล่าวเป็นไปตามข้อกำหนดที่เรียกว่า “Core Principles” ของ BBBOnline หรือไม่ เช่น ข้อกำหนดเกี่ยวกับหลักการเปิดเผยข้อมูล การให้สิทธิเลือกแก่ผู้บริโภค และหลักในเรื่องของการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล เป็นต้น รวมถึงการแสดงให้เห็นผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการเว็บไซต์ทราบว่าถ้ามีข้อพิพาทเกิดขึ้นกับผู้ประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ได้รับ

²¹ <https://www.bbbonline.org/business/>, 4 มกราคม 2548.

เครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือจาก BBBOnline ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคลแล้ว ก็จะมีข้อกำหนดเกี่ยวกับวิธีการระงับข้อพิพาทสำหรับกรณีดังกล่าวด้วย

ประเภทที่สาม เครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือต่อการคุ้มครองความเป็นส่วนตัวของเด็ก (Kid's Privacy Seal) นอกจาก BBBOnline จะให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือในการคุ้มครองความเป็นส่วนตัวสำหรับผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการเว็บไซต์ทั่วไปแล้ว ยังได้มีการให้บริการเกี่ยวกับเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือในการคุ้มครองความเป็นส่วนตัวของเด็กอีกด้วย เนื่องจากการคุ้มครองความเป็นส่วนตัวหรือข้อมูลส่วนบุคคลจะมีลักษณะบางประการที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ จะให้บริการแก่ผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีการติดต่อสื่อสารโดยตรงหรือมีการเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กอายุต่ำกว่า 13 ปี การสมัครขอใช้บริการเครื่องหมายดังกล่าวนั้นจะต้องดำเนินการเช่นเดียวกันกับการขอใช้เครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือในการคุ้มครองความเป็นส่วนตัวสำหรับผู้ให้บริการทั่วไปทุกประการ แต่จะต้องกระทำขั้นตอนเพิ่มอีกขั้นตอนหนึ่งก็คือจะต้องมีการกรอกแบบสอบถามที่จัดทำขึ้นไว้เฉพาะสำหรับกรณีของบุคคลที่มีอายุต่ำกว่า 13 ปี เพิ่มเติม²²

รูปภาพที่ 2 เครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือของ BBBOnline



ทั้งนี้ BBBOnline จะทำการตรวจสอบการปฏิบัติตามข้อกำหนดในการใช้เครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือของผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือเจ้าของเว็บไซต์ที่ขออนุญาตใช้เครื่องหมายอย่างน้อยปีละหนึ่งครั้ง เพื่อประเมินการปฏิบัติตามนโยบายการคุ้มครองความเป็นส่วนตัวส่วนตัวของผู้ประกอบการดังกล่าว รวมทั้งการกำหนดมาตรการบังคับอย่างใดอย่างหนึ่งกับผู้

²² <http://www.bbbonline.org/privacy/kid.asp>

ประกอบธุรกิจที่ได้รับการอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือแล้ว แต่ไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนดในการใช้เครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อดังกล่าว เช่น การเพิกถอนเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือ การเปิดเผยเรื่องราวของผู้ประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าวต่อสาธารณะ หรือการส่งเรื่องให้หน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องหรือรับผิดชอบไปดำเนินการต่อไป เป็นต้น

ค. WebTrust²³

เครื่องหมายของ CPA WebTrust เป็นเครื่องหมายที่ American Institute of Certified Public Accountants (AICPA) กับ Canadian Institute of Chartered Accountants (CICA) ร่วมกันพัฒนาขึ้นด้วยเล็งเห็นว่าการเจริญเติบโตของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จะเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น จะต้องมีการลดความเสี่ยงอันเกิดจากการดำเนินธุรกิจในลักษณะดังกล่าวให้อยู่ในระดับซึ่งเป็นที่ยอมรับได้เสียก่อน ซึ่งความเสี่ยงที่สำคัญที่มีความกังวลกันเป็นอย่างมากของผู้บริโภคออนไลน์ก็เช่น ความเป็นส่วนตัว ความปลอดภัย ความน่าเชื่อถือต่อการปฏิบัติในทางธุรกิจ และการรักษาความลับ เป็นต้น จากความเสี่ยงดังกล่าวทำให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นผู้บริโภคหรือผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต่างต้องการคนกลางเข้ามาทำหน้าที่สร้างความน่าเชื่อถือเพื่อลดกังวลใจต่อความเสี่ยงดังกล่าว

เครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือของ CPA WebTrust เปิดให้บริการเมื่อในปี 2541 (1998) และได้ปรับปรุงล่าสุดในปี 2543 (2000) ซึ่งได้ให้การรับรองในเรื่องต่างๆ ได้แก่ ความเป็นส่วนตัว (Privacy) ความปลอดภัย (Security) ความน่าเชื่อถือในการดำเนินธุรกิจ (Business Practices and Transaction Integrity) การใช้งานได้ของระบบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และข้อมูล (Availability) การรักษาความลับ (Confidentiality) การห้ามปฏิเสธความรับผิดชอบ (Non-Repudiation) และการเปิดเผยถึงการเปลี่ยนแปลง (Customized Disclosures) ทั้งนี้ บริการการรับรองในแต่ละเรื่องนั้นสามารถแยกจากกันได้ นั่นหมายความว่าผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือเจ้าของเว็บไซต์จะขอใช้เครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือเฉพาะเรื่องใดเรื่องหนึ่งก็ได้ หรือหลายเรื่องรวมกันก็ได้

²³ WebTrust: <<http://www.cpawebtrust.org/>>

รูปภาพที่ 3 เครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือของ CPA WebTrust



ทาง CPA WebTrust ไม่ได้เป็นผู้ให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือแก่เว็บไซต์ต่างๆ โดยตรง แต่จะให้ผู้สอบบัญชีที่ได้รับอนุญาต (Certified Public Accountants/Chartered Accountants) หรือบุคคลผู้มีวิชาชีพในทำนองเดียวกันนั้นซึ่งได้รับอนุญาตให้เป็นผู้ให้บริการเครื่องหมาย CPA WebTrust ทำหน้าที่ให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือแก่ผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือเจ้าของเว็บไซต์ที่ขอให้บริการ²⁴ ในปัจจุบันมีการให้บริการเครื่องหมาย CPA WebTrust อยู่เกือบทุกประเทศทั่วโลกโดยอาศัยสำนักงานบัญชีระหว่างประเทศ (International Accounting Firms)

3.5.2 ประเทศในกลุ่มทวีปยุโรป

ประเทศในกลุ่มทวีปยุโรปจะมีระบบเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือที่แตกต่างไปจากประเทศสหรัฐอเมริกา กล่าวคือ จะมีรูปแบบโครงสร้างการทำงานของระบบเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือเป็นแบบการรับรองแบบลำดับชั้น (Hierarchy) กล่าวคือ จะมีการแบ่งความสัมพันธ์ของผู้ที่เกี่ยวข้องออกเป็น 3 ระดับด้วยกัน²⁵ ได้แก่

²⁴ ดูรายชื่อสถาบันหรือองค์กรตัวแทนผู้ประกอบการวิชาชีพด้านตรวจสอบบัญชีในประเทศที่ให้บริการเครื่องหมายรับรองของ CPA WebTrust ที่

<<http://www.cpawebtrust.org/abtlinks.htm> >

²⁵ Guido Nannariello, "E-commerce and Consumer Protection: A Survey of Codes of Practice and Certification Process," (Institute for the Protection and Security of the citizen Cybersecurity Sector: 2001), p.5.

ระดับที่ 1 คือ ผู้ให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือระดับสูงสุด (Certifier) จะทำหน้าที่ติดตามการดำเนินการขององค์กรในระดับที่ 2 ซึ่งเป็นองค์กรที่ทำหน้าที่เป็นผู้ให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือระดับรองลงมา

ระดับที่ 2 คือ ผู้ให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือ ซึ่งเมื่อสมัครเป็นสมาชิกขององค์กรระดับที่ 1 แล้วจะมีฐานะเป็น “code owner” จะทำหน้าที่กำหนดแนวปฏิบัติ (Code of Practice) และออกเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือเจ้าของเว็บไซต์ที่จะมาขอใช้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือ โดยมีเงื่อนไขสำคัญคือองค์กรระดับที่ 2 ดังกล่าวจะต้องมีแนวปฏิบัติที่สอดคล้องกับหลักเกณฑ์ที่องค์กรระดับที่ 1 กำหนดไว้

ระดับที่ 3 ผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือเจ้าของเว็บไซต์ (Webshop) ที่มีสิทธิใช้เครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือติดไว้บนเว็บไซต์ของตน เพราะเป็นสมาชิกของผู้ให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือในระดับที่ 2 นั้นเอง

โดยในส่วนของข้างกล่าวถึงรายละเอียดขององค์กรระดับที่ 1 ซึ่งเป็นผู้ให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือระดับสูงสุด ดังนี้

ก. TrustUK²⁶

ประเทศอังกฤษได้มีการก่อตั้งหน่วยงานภาครัฐที่ชื่อว่า TrustUK เป็นองค์กรที่ไม่หวังผลกำไร เกิดจากการสนับสนุนจากรัฐบาลประเทศอังกฤษในปี 2542 (1999) ที่ต้องการให้ภาคธุรกิจและสมาคมคุ้มครองผู้บริโภคร่วมมือกันหาแนวทางคุ้มครองผู้บริโภคทางออนไลน์ แม้ว่าในขณะนั้นจะเริ่มมีการนำเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์มาใช้เป็นจำนวนมากแล้ว แต่ก็เกิดปัญหาทำให้ผู้บริโภคเกิดสับสนและไม่แน่ใจว่าเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือใดบ้างที่เชื่อถือได้ เพราะร้านค้าแต่ละแห่งต่างก็สร้างข้อกำหนดหรือนโยบายของตนเองและอ้างว่าน่าเชื่อถือขึ้นมาทั้งนั้น รัฐบาลในขณะนั้นจึงมีบทบาทในการกำหนดให้มีองค์กรกลางที่ออกข้อกำหนดต่างๆ เพื่อให้เว็บไซต์แต่ละแห่งสมัครเป็นสมาชิกและใช้เครื่องหมายร่วมกันได้ ทำให้

²⁶ TrustUK: <<http://www.trustuk.org.uk/>>

ผู้บริโภคไม่สับสนและยังมั่นใจในการซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้น ทั้งนี้ โครงสร้างการทำงานของระบบเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือของ TrustUK เป็นแบบลำดับชั้นดังที่กล่าวมาแล้วในตอนต้น กล่าวคือ TrustUK เป็นผู้ให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือระดับแรก ทำหน้าที่ติดตามการดำเนินการของ code owner ซึ่งทำหน้าที่เป็นผู้ให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือระดับที่สอง โดยปัจจุบันมีองค์กรที่เป็นสมาชิกและได้รับการรับรองจาก TrustUK รับรองให้ทำหน้าที่เป็นผู้ให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือ จำนวน 5 ราย ได้แก่ The Association of British Travel Agents (ABTA)²⁷ The Direct Marketing Association (DMA)²⁸ WebTraderUK (Customer Association)²⁹ Trusted Shop³⁰ และ SafeBuy Center Software Research Ltd³¹

รูปภาพที่ 4 เครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือของ TrustUK



ทั้งนี้ ขอบเขตของการคุ้มครองผู้บริโภคที่ TrustUK กำหนดขึ้น ได้แก่ การคุ้มครองความเป็นส่วนตัว การคุ้มครองความปลอดภัยในวิธีชำระเงิน การให้ความช่วยเหลือด้านข้อมูลก่อนที่จะมีการสั่งซื้อสินค้าหรือบริการ ผู้บริโภคจะทราบจำนวนและราคาผลิตภัณฑ์ที่สั่งซื้อก่อนการตกลงทำสัญญา การแจ้งถึงสิทธิของผู้บริโภคที่จะยกเลิกการสั่งซื้อหรือนโยบายคืนของหรือคืนเงิน (ถ้ามี) การรับประกันการส่งสินค้าตามกำหนดเวลา (ไม่เกิน 30 วัน) การคุ้มครองเด็ก คือ ร้านค้าจะไม่ขายสินค้าหรือให้บริการแก่เด็กและไม่เก็บข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กที่มีอายุต่ำกว่า 12 ปี ยกเว้นจะ

²⁷ ABTA: <<http://www.abta.co.th/>>

²⁸ DMA: <<http://www.dma.org.uk/>>

²⁹ WeTraderUK: <<http://www.webtraderuk.org.uk>>

³⁰ Trusted Shop Guarantee: <<http://trustedshops.com>>

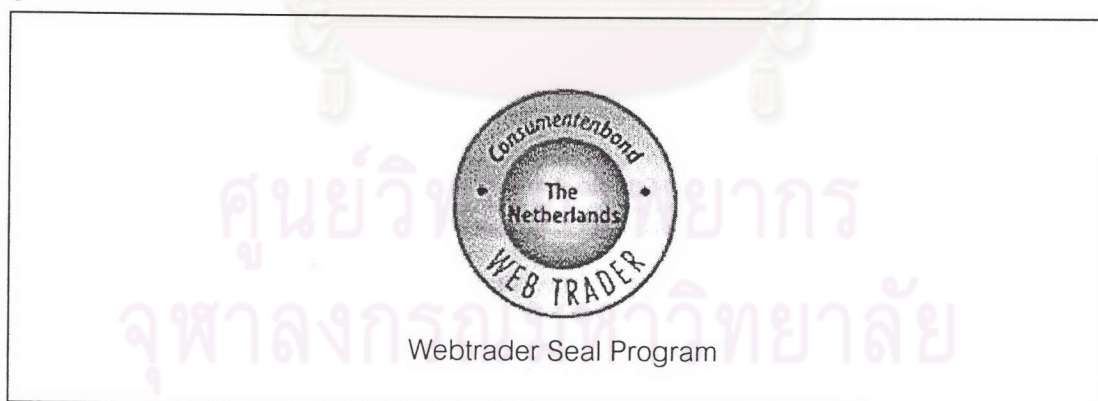
³¹ SafeBuy: <<http://www.safebuy.org.uk/>>

ได้รับความยินยอมจากผู้ปกครองหรือบิดามารดาของเด็ก และกระบวนการระงับข้อพิพาทและการ
รับเรื่องร้องเรียนของผู้ที่เกี่ยวข้อง³²

ข. Webtrader³³

เครื่องหมาย Webtrader ก่อตั้งขึ้นตั้งแต่ปี 2543 (2000) จากการรวมตัวของประเทศในกลุ่มสหภาพยุโรปจำนวน 7 ประเทศ ได้แก่ ประเทศเบลเยียม ประเทศฝรั่งเศส ประเทศอิตาลี ประเทศเนเธอร์แลนด์ ประเทศโปรตุเกส ประเทศสเปนและประเทศอังกฤษ โดยมี European Union เป็นศูนย์กลาง ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการเว็บไซต์ของ ผู้ประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่ม SMEs ด้วยการรับรองหรือรับประกันว่าธุรกรรมต่างๆ ที่กระทำผ่านเว็บไซต์ที่ได้รับเครื่องหมาย Webtrader นั้นมีความน่าเชื่อถือและเป็นธรรมต่อผู้บริโภคตามหลักเกณฑ์หรือข้อกำหนดที่ได้ประกาศไว้ เช่น ข้อมูลข่าวสารที่แจ้งต่อผู้บริโภค กระบวนการสั่งซื้อสินค้าหรือบริการ ความมั่นคงปลอดภัยในการติดต่อสื่อสารหรือทำธุรกรรม และการคุ้มครองความเป็นส่วนตัวหรือข้อมูลส่วนบุคคล การปกป้องคุ้มครองเด็ก และกระบวนการระงับข้อพิพาทต่างๆ

รูปภาพที่ 5 เครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือของ Webtrader



³² ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ, รายงานการศึกษาเรื่องทรัพย์สิน
มาร์คในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์, (กรุงเทพมหานคร: จีระวิชาการพิมพ์, 2546), หน้า 18-20.

³³ Webtrader: <<http://europa.eu.int/enterprise/ict/policy/webtrader.htm>>

ทั้งนี้ โครงสร้างการทำงานของระบบเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือของ Webtrader จะเน้นหลักการกระจายอำนาจ (Decentralized manner) กล่าวคือ ในการจัดทำแนวปฏิบัติหรือ ข้อบังคับเกี่ยวกับหลักเกณฑ์การประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั้น จะเน้นรูปแบบการ ผลผสมผสานระหว่างหลักเกณฑ์ของสหภาพยุโรปและกฎเกณฑ์หรือทางปฏิบัติทางการค้าของแต่ละ ประเทศเข้าด้วยกัน เพื่อให้แนวปฏิบัติดังกล่าวสามารถใช้บังคับได้อย่างเหมาะสมกับแต่ละ ประเทศ และมีระบบทำงานแบบลำดับขั้นดังที่กล่าวมาแล้วในตอนต้นเช่นกัน กล่าวคือ Webtrader ซึ่งเป็นผู้ให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือระดับแรก ทำหน้าที่ติดตามการ ดำเนินการของ code owner ซึ่งทำหน้าที่เป็นผู้ให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือระดับที่ สอง โดยปัจจุบันมีองค์กรที่เป็นสมาชิกและได้รับการรับรองจาก Webtrader รับรองให้ทำหน้าที่ เป็นผู้ให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือ จำนวน 10 ราย จาก 10 ประเทศ (จากสมาคม ผู้บริโภค) ได้แก่ ประเทศเบลเยียม³⁴ ประเทศฝรั่งเศส³⁵ ประเทศกรีซ³⁶ ประเทศอิตาลี³⁷ ประเทศ เนเธอร์แลนด์³⁸ ประเทศโปรตุเกส³⁹ ประเทศสเปน⁴⁰ ประเทศอังกฤษ⁴¹ ประเทศอาเจนตินา⁴² ประเทศสวิสเซอร์แลนด์⁴³

ทั้งนี้ ขอบเขตของการคุ้มครองผู้บริโภคที่ Webtrader กำหนดขึ้นนั้นก็ไม่แตกต่างไปจาก ข้อกำหนดของผู้ให้บริการอื่นๆ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของผู้ประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การคุ้มครองความเป็นส่วนตัว การรักษาความปลอดภัยในการติดต่อสื่อสาร แต่ลักษณะเด่นของ Webtrader ที่แตกต่างไปจากผู้ให้บริการรายอื่น ก็คือ การให้ความสำคัญกับเรื่องการระงับข้อ

³⁴ Test Aankoop: <<http://www.test-achats.be/>>

³⁵ CLCV: <<http://www.clcv.org/>>

³⁶ Kepka: <<http://www.kepka.org/>>

³⁷ Altroconsumo: <<http://www.altroconsumo.it/>>

³⁸ ConsumentenBond: <<http://www.comsumertenbond.nl/>>

³⁹ DECO: <<http://www.deco.proteste.pt/>>

⁴⁰ OCU: <<http://www.ocu.org/>>

⁴¹ WebtraderUK: <<http://www.webtraderuk.org.uk/>>

⁴² ADELCO: <<https://www.adelco.com.ar/>>

⁴³ FRC: <<http://www.frc.ch/>>

พิพาทโดยได้มีการกำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการระงับข้อพิพาท (Rules of the Dispute Resolution Scheme for Webtrader) ไว้เป็นพิเศษ⁴⁴

ค. QWEB⁴⁵

ประเทศอิตาลี โดย IQNet ได้มีการก่อตั้งหน่วยงานที่ชื่อว่า QWEB เป็นองค์กรที่ไม่หวังผลกำไร เกิดจากการสนับสนุนจากรัฐบาลประเทศอิตาลีในปี 2544 (2000) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้วยการนำระบบการรับรองหรือรับประกันการทำธุรกรรมทางออนไลน์ด้วยเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือมาใช้ภายใต้มาตรฐานระหว่างประเทศ เนื่องจากเล็งเห็นว่าสิ่งสำคัญที่เป็นหัวใจในการเติบโตของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ก็คือการสร้างความน่าเชื่อถือระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจและผู้บริโภค ทั้งนี้ โครงสร้างการทำงานของระบบเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือของ QWEB เป็นแบบลำดับขั้นดังที่กล่าวมาแล้วในตอนต้นเช่นกัน กล่าวคือ QWEB ซึ่งเป็นผู้ให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือในระดับแรก ทำหน้าที่ติดตามการดำเนินการของ code owner ซึ่งทำหน้าที่เป็นผู้ให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือระดับที่สอง โดยปัจจุบันมีองค์กรที่เป็นสมาชิกและได้รับการรับรองจาก QWEB รับรองให้ทำหน้าที่เป็นผู้ให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือในประเทศอิตาลี จำนวน 12 ราย ทั้งที่เป็นองค์กรแสวงหากำไรและไม่แสวงหากำไร ได้แก่ CISQ⁴⁶ CERTICOMMERCE⁴⁷ CERTIQUALITY⁴⁸ CERTITEX⁴⁹ CSQA⁵⁰ ICILA⁵¹ ICIM⁵² ICMQ⁵³ IGQ⁵⁴ IIP⁵⁵ IMQ/CSQ⁵⁶ RINA⁵⁷

⁴⁴ The Online Dispute Resolution Scheme for Webtrader Rules (2001 Edition), <<http://www.arbitrators.org/webtrader/rules.htm>>

⁴⁵ QWEB: <<http://www.qwebmark.net/>>

⁴⁶ CISQ: <<http://www.cisq.com/>>

⁴⁷ CERTICOMMERCE: <<http://www.certicommerce.net/>>

⁴⁸ CERTIQUALITY: <<http://www.certiquality.it/>>

⁴⁹ CERTITEX: <<http://www.tin.it/>>

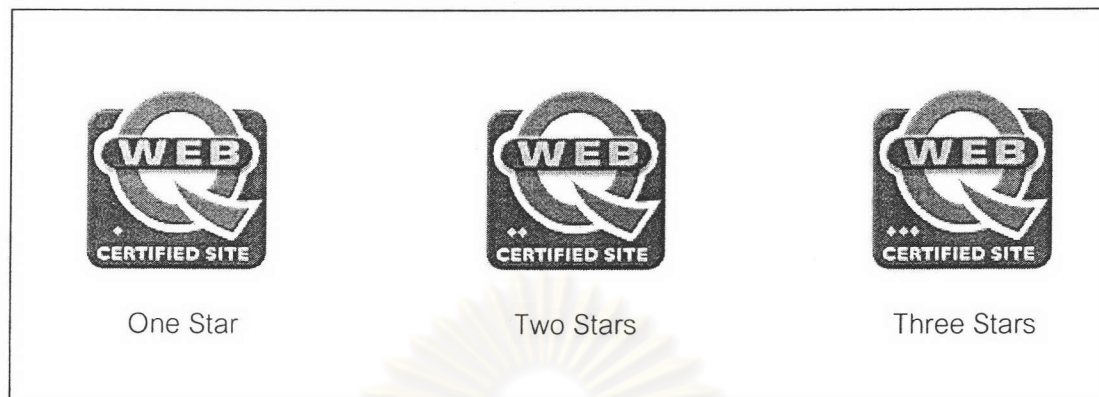
⁵⁰ CSQA: <<http://www.csqa.it/>>

⁵¹ ICILA: <<http://www.icila.org/>>

⁵² ICIM: <<http://www.icim.it/>>

⁵³ ICMQ: <<http://www.icmq.org/>>

รูปภาพที่ 6 เครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือของ QWEB



QWEB มีการให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือที่แตกต่างไปจากผู้ให้บริการรายอื่น ตรงที่ได้มีการแบ่งระดับของเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือ ออกเป็น 3 ระดับ คือ ระดับทั่วไป (สัญลักษณ์ของเครื่องหมายจะมีรูปดาว 1 ดวง) ระดับกลาง (สัญลักษณ์ของเครื่องหมายจะมีรูปดาว 2 ดวง) และระดับสูง (สัญลักษณ์ของเครื่องหมายจะมีรูปดาว 3 ดวง) ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับลักษณะของธุรกิจและเว็บไซต์ที่เปิดให้บริการว่าเข้าเงื่อนไขหรือข้อกำหนดของเครื่องหมายในระดับใด โดยข้อกำหนดที่ QWEB ใช้เป็นเงื่อนไขหรือหลักเกณฑ์ในการพิจารณา ได้แก่ ข้อมูลที่บ่งบอกถึงความมีตัวตนของผู้ประกอบธุรกิจหรือเว็บไซต์และข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับสินค้าหรือบริการ ความเป็นส่วนตัวและข้อมูลทางสังคม ความมั่นคงปลอดภัยทั้งในส่วนของกระบวนการติดต่อสื่อสาร การชำระเงิน และการยืนยันตัวผู้ประกอบธุรกิจ คุณภาพของกระบวนการทำธุรกรรมระหว่างผู้ประกอบธุรกิจกับผู้บริโภค ซอฟต์แวร์ที่ใช้งาน และการใกล้เคียงพิพาททางออนไลน์

⁵⁴ IGQ: <<http://www.igq.it/>>

⁵⁵ IIP: <<http://www.iip.it/>>

⁵⁶ IMQ/CSQ: <<http://www.igq.it/>>

⁵⁷ RINA: <<http://www.rina.org/>>

ตารางที่ 2 หลักเกณฑ์การพิจารณาเพื่อออกเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือของ QWEB

The QWEB Principle	☆	☆☆	☆☆☆
Web site Content identification and information	/	/	/
Privacy and social commitment	/	/	/
Security			
Security payment + basic procedures	/	/	/
Security in e-business process		/	/
Security certified company			/
Quality of business process			
Complaint management system	/	/	/
Quality in e-business process		/	/
Quality certified company			/
Software Functionality		/	/
Software Usability			/
On-line mediation	/	/	/

แหล่งที่มา: <http://www.qwebmark.net/english/qweb.html>

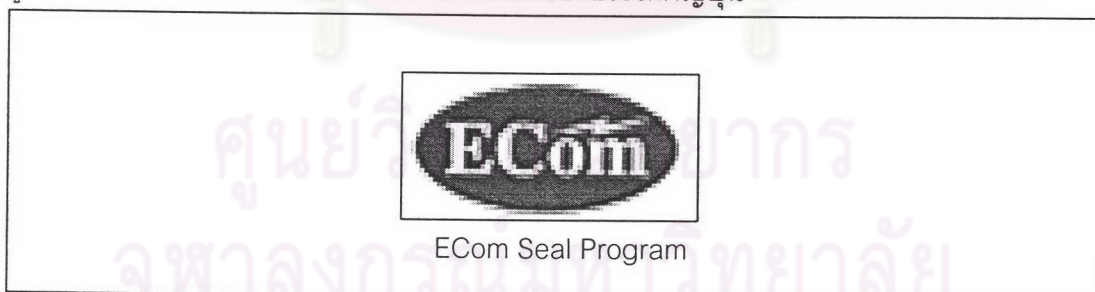
3.5.3 ประเทศในกลุ่มทวีปเอเชีย

ประเทศในกลุ่มทวีปเอเชียมีรูปแบบโครงสร้างการทำงานของระบบเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือเช่นเดียวกับประเทศสหรัฐอเมริกา กล่าวคือ ให้สมาคมผู้ประกอบการทำหน้าที่เป็นผู้ให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือเพื่อสนับสนุนให้เกิดความเชื่อมั่นและความเชื่อถือให้กับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้วยการออกเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือให้แก่เว็บไซต์ที่ได้มาตรฐานตามหลักเกณฑ์ที่สมาคมผู้ประกอบการนั้นๆ กำหนดขึ้น แต่จะแตกต่างกันตรงที่ในแต่ละประเทศจะมีเพียงสมาคมเดียวที่ดูแลรับผิดชอบในเรื่องดังกล่าว ในขณะที่ประเทศสหรัฐอเมริกาจะมีหลากหลายสมาคมที่ดำเนินการในลักษณะเดียวกันและมีลักษณะเป็นการแข่งขันกันด้วย

ก. ประเทศญี่ปุ่น⁵⁸

สมาคมผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรงแห่งญี่ปุ่น (Japan Direct Marketing Association: JDMA) และหอการค้าและอุตสาหกรรมแห่งญี่ปุ่น (Japan Chamber of Commerce and Industry) ร่วมกันออกเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือให้แก่ผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการทำธุรกรรมออนไลน์และการคุ้มครองผู้บริโภคในขณะเดียวกัน เพราะธุรกิจที่ได้รับอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือในเว็บไซต์นั้น จะต้องผ่านการตรวจสอบและปฏิบัติตามข้อกำหนดที่วางไว้ ทำให้ผู้บริโภคที่เป็นลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นเพิ่มขึ้น การออกเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือนี้จะมีคณะกรรมการกำกับดูแล (Online Shopping Trust Mark Committee) ซึ่งประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญจากองค์กรคุ้มครองผู้บริโภค หน่วยงานของรัฐ นักวิชาการ ตลอดจนผู้แทน JDMA และ JCCI ด้วย ทั้งนี้ สมาคมดังกล่าวทำหน้าที่ตรวจสอบ คัดเลือกและมีอำนาจอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือให้แก่ผู้ที่กลุ่มลูกค้าเป็นผู้บริโภคและมีสำนักงานหรือที่ทำการในประเทศญี่ปุ่น และดำเนินงานมาแล้วไม่น้อยกว่า 1 ปี นอกจากนี้ จะต้องไม่เข้าลักษณะต้องห้ามที่กำหนดไว้ เช่น ไม่เคยทำผิดกฎหมายขายตรงและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ไม่เคยตกเป็นบุคคลล้มละลาย และต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดการใช้เครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือด้วย

รูปภาพที่ 7 เครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือของประเทศญี่ปุ่น



ลักษณะการอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือจะมีอยู่ด้วยกัน 2 ลักษณะ คือ การขออนุญาตใช้เครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือสำหรับชื่อโดเมนทั้งหมดของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือเลือกขออนุญาตใช้เครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือแต่เพียงบางส่วน ของกิจการนั้นๆ ก็ได้ ถ้าเป็นกรณีหลังนี้ ผู้ขออนุญาตจะใช้เครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือได้

⁵⁸ <http://www.ecom.or.jp/>

เฉพาะส่วนของกิจการที่ขออนุญาตเท่านั้น ไม่สามารถนำเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือไปใช้กับกิจการด้านอื่นของผู้ขออนุญาตได้ หรือถ้าผู้ขออนุญาตมีชื่อโดเมนหลายชื่อก็ต้องยื่นขออนุญาตแยกกันเป็นกรณีๆ ไป เพื่อมิให้เกิดความสับสนแก่ผู้บริโภค

วิธีการตรวจสอบคำขอของผู้ขออนุญาตซึ่งเป็นผู้ประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั้น จะมีการตรวจสอบคำขอและเอกสารที่เกี่ยวข้องและเนื้อหาของเว็บไซต์ รวมถึงรายละเอียดที่สำคัญ ได้แก่ ประวัติของกิจการ ผู้ขออนุญาตควรประกอบกิจการดังกล่าวมาไม่น้อยกว่า 1 ปี การตรวจสอบว่าผู้ขออนุญาตปฏิบัติตามกฎหมายขายตรงหรือกฎหมายที่เกี่ยวข้องหรือไม่ โดยเฉพาะกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคด้านอาหารและยาหรือกฎหมายป้องกันการโฆษณาหลอกลวงหรือทำให้เข้าใจผิด ฯลฯ ผู้ขออนุญาตมีนโยบายรับคืนสินค้าหรือไม่ ผู้ขออนุญาตเสนอบริการชำระเงินหลายวิธีหรือไม่ สินค้าหรือบริการและวิธีการจำหน่ายขัดต่อกฎหมายหรือศีลธรรมอันดีของประชาชนหรือไม่ ผู้ขออนุญาตมีตัวแทนที่ให้บริการลูกค้าและประชาสัมพันธ์แก่ลูกค้าหรือไม่ ฯลฯ

ภายหลังจากที่มีการยื่นคำขอและเอกสารที่เกี่ยวข้องแล้ว ผู้ขออนุญาตอาจได้รับแจ้งให้ส่งข้อมูลเพิ่มเติมก็ได้ ในกรณีจำเป็นผู้ให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถืออาจร้องขอให้มีการตรวจสอบ ณ สถานที่ทำการของผู้ขออนุญาต ซึ่งผู้ขออนุญาตจะต้องเสียค่าใช้จ่ายเอง และเมื่อสมาคมฯ อนุญาตให้ผู้ยื่นคำขอใช้เครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือได้ ผู้ขออนุญาตจะต้องทำสัญญาการใช้เครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือ และต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง หากฝ่าฝืนก็อาจถูกสั่งระงับการใช้งานชั่วคราวหรือถูกยกเลิกการใช้เครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือก็ได้⁵⁹

ข. ประเทศสิงคโปร์⁶⁰

Consumer Trust Limited จัดตั้งขึ้นโดย CommerceNet Singapore (CNSG)⁶¹ ซึ่งเป็นสมาคมผู้ประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และธุรกิจออนไลน์ที่ไม่แสวงหากำไร⁶² ดำเนินการ

⁵⁹ ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ, รายงานการศึกษาเรื่องทรัสต์มาร์คในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์, หน้า 14-15.

⁶⁰ <http://www.consumertrust.com.sg/>

ออกเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยมีเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือให้บริการแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

ประเภทที่หนึ่ง ConsumerTrust มีความมุ่งหมายคือ ทำให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจและเชื่อได้ว่าเว็บไซต์ที่ได้รับเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือนี้มีตัวตนอยู่จริง สามารถติดต่อได้ และผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือเจ้าของเว็บไซต์ที่มีเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือก็จะได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคทั่วโลก เพราะต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขหรือหลักเกณฑ์ใน ConsumerTrust Code of Practice กำหนด

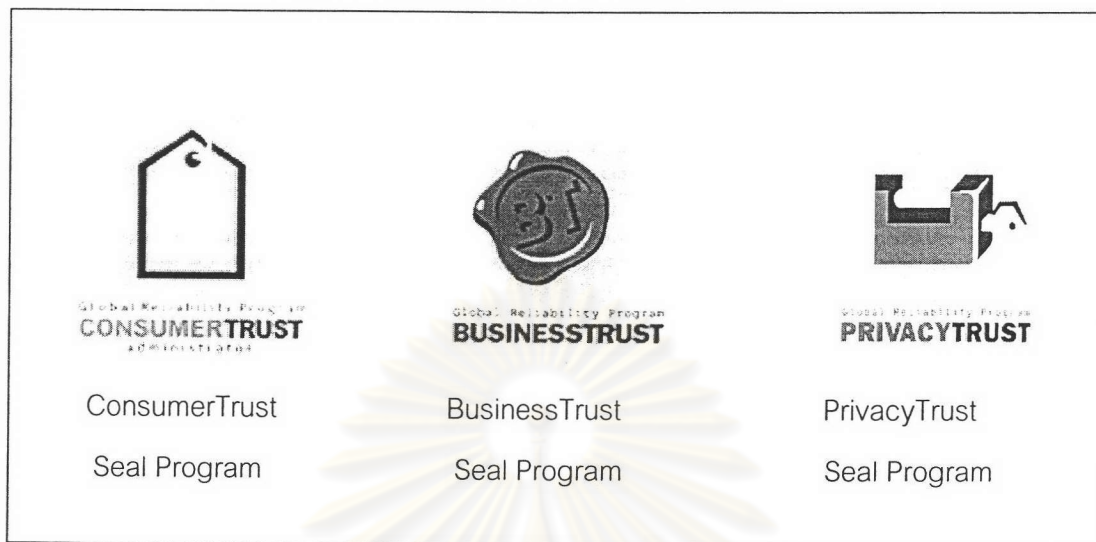
ประเภทที่สอง BusinessTrust เครื่องหมายประเภทนี้ใช้กับธุรกิจประเภท B2B ซึ่งมีลูกค้า (ผู้ซื้อหรือผู้รับบริการ) เป็นผู้ประกอบการธุรกิจเช่นกัน การดำเนินธุรกิจที่มีมูลค่าสูงก็มีความจำเป็นที่ต้องสร้างความเชื่อมั่นเช่นกัน

ประเภทที่สาม PrivacyTrust เป็นเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือที่มีขึ้นภายหลัง เพื่อส่งเสริมแนวปฏิบัติในการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลที่ดี โดยไม่ละเลยต่อหลักการคุ้มครองความเป็นส่วนตัวที่เป็นที่ยอมรับกัน กล่าวคือ ผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือประเภทนี้จะต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขหรือหลักเกณฑ์ใน PrivacyTrust Code of Practice ซึ่งได้รับการพัฒนาจากแนวทางปฏิบัติที่สำคัญคือ National Internet Advisory Committee (NIAC) E-Commerce Code for the Protection of Personal Information and Communications of Consumers of Internet Commerce ของประเทศสิงคโปร์, OECD's Guidelines Governing the Protection of Privacy and Transborder Flow of Personal Data (1980), EU Data Protection Directive 95/46 และ Safe Harbor Agreement

⁶¹ เป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มธุรกิจที่เรียกว่า CommerceNet ที่มีสมาชิกกว่า 20 ประเทศ มีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยส่งเสริมธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้มีความน่าเชื่อถือและได้รับความแพร่หลายทั่วโลก

⁶² ConsumerNet Singapore, <<http://www.cnsg.com.sg/>>

รูปภาพที่ 8 เครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือของประเทศสิงคโปร์



ทั้งนี้ เครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือทั้งสามประเภทนี้ มีเงื่อนไขและขั้นตอนการพิจารณาในการออกเครื่องหมายที่แตกต่างกัน⁶³ กล่าวคือ ผู้ที่สนใจจะยื่นใบสมัครจะต้องมีคุณสมบัติตรงตามที่ระบุไว้สำหรับผู้ให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือแต่ละประเภท (กรณี ConsumerTrust ผู้ประกอบธุรกิจที่ขายสินค้าหรือให้บริการแก่ผู้บริโภคหรือเรียกว่า B2C และกรณี PrivacyTrust จะต้องมีความน่าเชื่อถือให้บริการมาแล้วอย่างน้อยไม่ต่ำกว่า 1 ปี และมีประวัติการดูแลข้อมูลส่วนบุคคลที่ดี เป็นต้น) จากนั้นผู้สมัครจะถูกตรวจสอบเนื้อหาของเว็บไซต์ในเบื้องต้นว่าสอดคล้องกับแนวปฏิบัติ (Code of practice) หรือไม่ (กรณี ConsumerTrust ได้กำหนดแนวปฏิบัติสำคัญรวม 7 เรื่อง ได้แก่ การเปิดเผยข้อมูล การจัดทำมีการติดต่อสื่อสารระหว่างกัน ขั้นตอนการสั่งซื้อสินค้า ชำระเงิน วิธีส่งสินค้า การระงับข้อพิพาท การรักษาความปลอดภัย การคุ้มครองความเป็นส่วนตัว และการคุ้มครองเด็ก ซึ่งผู้สมัครจะต้องปฏิบัติตามแนวปฏิบัติทั้งหมดนี้ก่อน ส่วนกรณี PrivacyTrust ได้กำหนดแนวปฏิบัติสำคัญรวม 7 เรื่อง ได้แก่ คุณภาพของข้อมูล การประมวลผล การเปิดเผยข้อมูล ความยินยอม สิทธิในการเลือก สิทธิในการเข้าถึงข้อมูล (ของผู้ให้ข้อมูล) การโอนย้ายข้อมูล ระบบรักษาความปลอดภัย การระงับข้อพิพาท และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของเด็ก) หลังจากนั้น ผู้สมัครจะได้รับการนัดวัน เวลาที่จะ

⁶³ ปัจจุบันหน่วยงานดังกล่าวออกทรัสต์มาร์คหลายประเภท ซึ่งเงื่อนไขการพิจารณาสำหรับผู้สมัครขออนุญาตใช้ทรัสต์มาร์คแต่ละประเภทจะแตกต่างกันบ้างเล็กน้อย, รายละเอียด กรุณาดู <http://www.commercetrust.com.sg/>

ตรวจสอบเว็บไซต์อย่างละเอียดอีกครั้ง ผู้สมัครต้องปฏิบัติตามแนวปฏิบัติในแต่ละด้านตามที่ตนสมัครไว้ ดังที่จะกล่าวถึงต่อไป แล้วจึงจะมีการทำข้อตกลงอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือ และร้านค้าที่ได้รับอนุญาตจะสามารถใช้เครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือกับ URL หรือที่อยู่ของเว็บไซต์ได้เท่านั้น⁶⁴

3.6 ความร่วมมือระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้อง

3.6.1 Global Businesses Dialogue on Electronic Commerce (GBDe)⁶⁵

GBDe เกิดขึ้นจากการรวมตัวของบริษัทชั้นนำที่ทำธุรกิจด้าน Internet value chain (ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต, ผู้ประกอบธุรกิจด้านฮาร์ดแวร์ อุปกรณ์คอมพิวเตอร์และโทรคมนาคม, ผู้ให้บริการข้อมูลสารสนเทศ, ผู้ให้บริการระบบรักษาความปลอดภัย, ธนาคาร ฯลฯ) โดยก่อตั้งขึ้นเมื่อเดือนมกราคม 2542 (1999) มีวัตถุประสงค์เพื่อผลักดันนโยบายหรือประเด็นที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเวทีการประชุมต่างๆ ตลอดจนกลุ่มความร่วมมือทางเศรษฐกิจต่างๆ และหน่วยงานของรัฐต่างๆ ทั้งนี้ นับแต่ที่มีการก่อตั้ง GBDe ขึ้นมาจนถึงปัจจุบันได้มีการจัดตั้งคณะทำงานต่างๆ และผลักดันข้อเสนอแนะที่สำคัญหลายเรื่อง โดยเฉพาะการสร้าง ความเชื่อมั่น (Confidence) ในการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์หรือพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ระหว่างผู้ประกอบการกับผู้บริโภค (B2C) ทำให้มีการแต่งตั้งคณะทำงานศึกษาเรื่องเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือ (Trustmark)⁶⁶ ขึ้นในปี 2543 (2000) ด้วยวัตถุประสงค์สำคัญ 2 ประการ ได้แก่ ประการแรกคือ สร้างแนวปฏิบัติที่ดีของผู้ประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และประการที่สองคือ ช่วยให้ผู้บริโภคสามารถระบุหรือทราบตัวผู้ประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้อย่างไรก็ดี การที่มีการให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือหลายประเภทและหลายราย อาจทำให้ผู้บริโภคเกิดความสับสนและกังวลถึงมาตรฐานที่มีความแตกต่างกัน ฉะนั้น เมื่อปี 2544

⁶⁴ ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ, รายงานการศึกษาเรื่องทรัพย์สินทางปัญญาในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์, หน้า 15-18.

⁶⁵ GBDe: <<http://www.gbde.org/>>

⁶⁶ “trustmark: a label indicating that a merchant commits to complying with a number of best business practices, including redress mechanisms” (GBDe Trustmark Guidelind, 2001)

(2001) GBDe จึงได้จัดทำข้อเสนอแนะเรื่องเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือ (GBDe Trustmark Guidelines) เพื่อให้สมาชิกนำไปใช้เสมือนเป็นแนวทางหรือมาตรฐานขั้นต่ำที่ต่างก็ถือปฏิบัติด้วยความสมัครใจ (Voluntary) โดยมีสาระสำคัญแบ่งเป็น 3 ส่วนใหญ่ๆ คือ

- (ก) ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือ
- (ข) ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ขอใช้บริการ
- (ค) ข้อเสนอแนะสำหรับหน่วยงานของรัฐ

โดยเนื้อหาในส่วนของข้อ (ค) จะกล่าวถึงการที่หน่วยงานของรัฐควรให้การสนับสนุนภาคเอกชนเพื่อริเริ่มให้มีการออกทรัสต์มาร์คที่มีมาตรฐาน โดยไม่ควรออกกฎเกณฑ์ในลักษณะควบคุมหรือจำกัดจำนวนผู้ให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือ เพราะจะทำให้เอกชนที่ให้บริการอยู่นั้นขาดแรงจูงใจในการพัฒนาเทคโนโลยีและการแข่งขันระหว่างกัน การกำหนดบทบาทหน้าที่ของแต่ละฝ่ายที่เกี่ยวข้องจึงเป็นเรื่องสำคัญที่จะทำให้เครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือมีความน่าเชื่อถือและได้รับความนิยม⁶⁷

3.6.2 Global Trustmark Alliance (GTA)⁶⁸

GTA เกิดจากแนวคิดที่คล้ายคลึงกับการจัดทำข้อเสนอแนะของ GBDe ข้างต้น โดยสมาชิกในกลุ่มประกอบด้วย ประเทศญี่ปุ่น ได้แก่ Japan Chamber of Commerce and Industry (JCC) และ Japan Direct Marketing Association (JDMA), ประเทศสหรัฐอเมริกา ได้แก่ Better Business Bureau Online (BBBOnline), ประเทศเกาหลีใต้ ได้แก่ Korea Institute for Electronic Commerce (KIEC) และหอการค้ายุโรป (Eurochambres) และ Federation of Federation Direct Marketing Association (FEDMA) รวมทั้งประเทศสิงคโปร์ จีน ไต้หวัน ซิลิ โบริซิล ฯลฯ โดยมีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในท้องถิ่นของแต่ละประเทศ รวมถึงการค้าขายระหว่างประเทศด้วย เกิดแนวปฏิบัติทางธุรกิจที่ดี (best practice) ภาคธุรกิจสามารถตรวจสอบควบคุมกันเองได้ ความจำเป็นในการออกกฎระเบียบของภาครัฐก็อาจมีน้อยลงไป เพราะภาคธุรกิจเชื่อว่ากฎระเบียบบางเรื่องอาจเป็นอุปสรรคในการทำการค้า

⁶⁷ ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ, รายงานการศึกษาเรื่องทรัสต์มาร์คในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์, หน้า 10.

⁶⁸ GTA: <<http://globaltrustmarkalliance.org/>>

ระหว่างกัน โดยเฉพาะการผลักดันให้มีการใช้เครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือมักจำกัดอยู่เฉพาะกับผู้ที่เกี่ยวข้องในประเทศหนึ่งๆ เท่านั้น หากต้องการให้เครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือเป็นที่ยอมรับในประเทศอื่นด้วย อาจจำเป็นต้องทำความเข้าใจแบบทวิภาคีหรือพหุภาคีระหว่างกัน

อย่างไรก็ตาม ด้วยข้อจำกัดบางประการที่อาจทำให้ไม่สามารถตกลงกันได้ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องหลักเกณฑ์ เงื่อนไข หรือนโยบายการออกเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือที่แตกต่างกัน GTA จึงได้วางแผนงาน 3 เรื่องเพื่อแก้ไขปัญหาเหล่านี้

(ก) จัดทำแนวทางปฏิบัติของธุรกิจออนไลน์เพื่อให้สมาชิกของกลุ่มใช้ร่วมกัน เป็นพื้นฐานของแนวปฏิบัติของแต่ละราย เช่น หลักการเปิดเผยข้อมูล, การให้ข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วน, ระบบความปลอดภัย, การคุ้มครองเด็ก เป็นต้น

(ข) พัฒนาระบบมาตรฐานในการระงับข้อพิพาท โดยเฉพาะการระงับข้อพิพาทออนไลน์

(ค) จัดทำสัญลักษณ์ของเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือที่สมาชิกใช้ร่วมกันได้⁶⁹

3.6.3 UNICE-BEUC e-Confidence Project⁷⁰

คณะกรรมการการยุโรป (Council of Europe) ร่วมกับองค์กรผู้บริโภค (European Consumers' Organisation: BEUC) และสหภาพอุตสาหกรรมและผู้ว่าจ้างของยุโรป (Union of Industrial and Employer's Confederation of Europe: UNICE) ร่วมกันจัดทำข้อเสนอแนะโครงการ e-Confidence เพื่อจัดทำหลักการคุ้มครองผู้บริโภคและส่งเสริมการค้าในยุโรป ซึ่งเปิดโอกาสให้บรรดาผู้ให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือที่มีวัตถุประสงค์เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคสามารถเข้าร่วมโครงการดังกล่าวได้ โดยมีเงื่อนไขคือจะต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์มาตรฐานกลางที่กำหนด

นอกจากนี้ ประเทศในกลุ่มสมาชิกของ OECD ที่ถือปฏิบัติตาม OECD Guidelines for Consumer Protection in the context of Electronic Commerce หลายประเทศได้นำเอา

⁶⁹ ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ, รายงานการศึกษาเรื่องทรัพย์สินทางปัญญาในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์, หน้า 11.

⁷⁰ เรื่องเดียวกัน, หน้า 12.

ข้อเสนอแนะนี้มาใช้กับการออกทางปฏิบัติในเรื่องต่างๆ จะเป็นแนวโน้มที่มีบทบาทมากขึ้นในอนาคต นอกเหนือจากมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคอื่นๆ⁷¹

3.6.4 Asia Trustmark Alliance (ATA)⁷²

เมื่อวันที่ 23 มกราคม 2546 (2003) ที่ผ่านมา ทางกลุ่มประเทศภูมิภาคเอเชียได้มีการลงนามบันทึกความร่วมมือ (Memorandum of Understanding) เกี่ยวกับการส่งเสริมสนับสนุนการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในภูมิภาคเอเชีย และการประสานความร่วมมือเกี่ยวกับองค์กรที่ให้บริการเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือและการระงับข้อพิพาท (Promote e-Commerce in Asia through International Cooperation among the Trustmark and ADR organization) โดยมีประเทศที่ร่วมลงนามในบันทึกความร่วมมือนี้นี้มีจำนวน 4 ประเทศ ได้แก่ ประเทศญี่ปุ่น⁷³ ประเทศเกาหลีใต้⁷⁴ ประเทศสิงคโปร์⁷⁵ และประเทศไต้หวัน⁷⁶ ทั้งนี้ กลุ่มประเทศดังกล่าวได้ร่วมกันจัดตั้ง Asia Trustmark Alliance (ATA) ขึ้นมา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างการยอมรับในเครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือของประเทศสมาชิก และสร้างมาตรฐานขั้นต่ำในการประกอบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือธุรกิจออนไลน์ ตลอดจนการจัดให้มีการใช้ข้อมูลร่วมกันระหว่าง

⁷¹ First Report: Government and Private Sector Initiatives to Promote and Implement the OECD Guidelines for Consumer Protection in the Context of Electronic Commerce (OECD, 2001), p.7.

⁷² เอกสารประกอบการประชุม Electronic Commerce Steering Group Meeting ภายใต้ Asia-Pacific Economic Cooperation (APEC) ระหว่างวันที่ 15-16 สิงหาคม 2546, "Asia Trustmark Alliance".

⁷³ ประเทศญี่ปุ่น โดย Japan Chamber of Commerce and Industry (JCCI) และ Japan Direct Marketing Association (JADMA) และ Electronic Commerce Promotion Council of Japan (ECOM)

⁷⁴ ประเทศเกาหลีใต้ โดย Korea Institute for Electronic Commerce (KIEC)

⁷⁵ ประเทศสิงคโปร์ โดย CommerceTrust Ltd (CTL) ซึ่งได้รับมอบอำนาจจาก National Trust Council (NTC)

⁷⁶ ประเทศไต้หวัน โดย Secure Online Shopping Association (SOSA)

องค์กร ซึ่งขณะนี้ ATA ยังคงอยู่ระหว่างการดำเนินการในช่วงเริ่มต้นเท่านั้น โดยได้วางเป้าหมายการดำเนินการที่สำคัญ คือ การสร้างกระบวนการระดับข้อพิพาททางออนไลน์ระหว่างประเทศ การกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาและใช้เครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือของประเทศสมาชิกแต่ละประเทศ และการพิจารณาปรับปรุงแก้ไขมาตรฐานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยจะจัดให้มีการประชุมหรือในกลุ่มประเทศสมาชิกกันทุกปี เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้เกิดความไว้วางใจในการซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคด้วยการใช้เครื่องหมายแสดงความน่าเชื่อถือ การเปิดโอกาสทางธุรกิจให้แก่ผู้ประกอบการ การส่งเสริมสนับสนุนให้เกิดแนวทางปฏิบัติที่ดีในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การสร้างความน่าเชื่อถือในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์โดยอาศัยความร่วมมือกันระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน โดย ATA นั้นเป็นเพียงจุดเริ่มต้นอันจะนำไปสู่ความร่วมมือในระดับโลกต่อไป



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย