# บทที่ 1 : สิทธิและความรับผิดชอบ

## ความหมายของ “สิทธิ” **(หน้าที่ 3)**

• “สิทธิ” คืออำนาจหรือความสามารถที่กฎหมายรับรองและคุ้มครอง ให้บุคคลหนึ่งสามารถเรียกร้องให้ผู้อื่นต้องเคารพและปฏิบัติตาม

○ สิทธิก่อให้เกิด “หน้าที่” ต่อบุคคลอื่น ทั้งในเชิงต้องกระทำหรือเว้นจากการกระทำ เพื่อให้เกิดผลตามประโยชน์ที่กฎหมายคุ้มครอง

• บุคคลย่อมทำสิ่งใดได้เมื่อกฎหมายรองรับ แต่การใช้สิทธินั้นต้องไม่ฝ่าฝืนข้อห้ามของกฎหมาย และอาจมีข้อจำกัดที่ต้องยอมรับ

## ความหมายของ “เสรีภาพ” **(หน้าที่ 4)**

• “เสรีภาพ” คืออำนาจอันชอบธรรมที่กฎหมายรับรองในการจะกระทำหรือไม่กระทำสิ่งใดตามที่ต้องการได้โดยอิสระ ปราศจากการขัดขวาง

○ เสรีภาพของตนต้องไม่ละเมิดเสรีภาพของผู้อื่น และก่อหน้าที่ให้รัฐ/บุคคลอื่นต้องเคารพ

• เสรีภาพยังหมายถึงประโยชน์ที่ได้มาโดยปราศจากหน้าที่ต่อตนเอง ภายในข่ายแห่งกฎหมาย

## กติการะหว่างประเทศว่าด้วยสิทธิพลเมืองและการเมือง: เสรีภาพความคิดเห็นและการแสดงออก **(หน้าที่ 5)**

• บุคคลทุกคนมีสิทธิที่จะมีความเห็นโดยปราศจากการแทรกแซง

○ มีเสรีภาพในการแสดงออก ครอบคลุมการแสวงหา รับ และเผยแพร่ข้อมูลด้วยวาจา ลายลักษณ์อักษร สิ่งพิมพ์ หรือสื่ออื่นใด

## ข้อจำกัดของเสรีภาพการแสดงออกตามกฎหมาย **(หน้าที่ 6)**

• การใช้เสรีภาพอาจถูกจำกัดได้ หากบัญญัติไว้ในกฎหมายและจำเป็นเพื่อ

○ (ก) เคารพสิทธิหรือชื่อเสียงของผู้อื่น

○ (ข) รักษาความมั่นคงของชาติ ความสงบเรียบร้อย หรือสาธารณสุข

## เสรีภาพการแสดงออกตามกฎหมายไทย **(หน้าที่ 7)**

• บุคคลย่อมมีเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น พูด เขียน พิมพ์ โฆษณา และสื่อความหมายด้วยวิธีอื่น

○ การจำกัดเสรีภาพทำได้เฉพาะตามกฎหมายเพื่อความมั่นคงของรัฐ คุ้มครองสิทธิผู้อื่น ความสงบเรียบร้อย ศีลธรรม หรือสาธารณสุข

## เสรีภาพทางวิชาการ **(หน้าที่ 8)**

• การแสดงออกทางวิชาการได้รับความคุ้มครอง แต่ต้องไม่ขัดต่อหน้าที่ของปวงชนชาวไทย ไม่ขัดศีลธรรมอันดี และเคารพความเห็นต่าง

## เสรีภาพการสื่อสารในยุคดิจิทัล **(หน้าที่ 9)**

• เสรีภาพในการสำแดงตัวตนและแนวคิดบนโลกออนไลน์โดยไร้การแทรกแซง

○ ต้องคำนึงถึงสิทธิอื่น (ชื่อเสียง/ความเป็นส่วนตัวของผู้อื่น) และประโยชน์สาธารณะ (ความมั่นคง ความสงบเรียบร้อย สาธารณสุข)

## เสรีภาพในการเข้าถึงข้อมูล: เสรีภาพจากการปิดกั้นเนื้อหา **(หน้าที่ 10)**

• ประชาชนมีเสรีภาพในการเข้าถึงข้อมูลโดยไม่ถูกปิดกั้น ยกเว้นเนื้อหาที่ผิดกฎหมายตามกระบวนการ และการปิดกั้นต้องจำกัดเท่าที่จำเป็น

## สิทธิในข้อมูล (การค้นหา เข้าถึง ส่งต่อ และสร้างสรรค์) **(หน้าที่ 11)**

• มีสิทธิในการค้นหา เข้าถึง ส่งต่อ เผยแพร่ และสร้างงานดัดแปลงโดยเคารพลิขสิทธิ์ของผู้อื่น

## ความเป็นส่วนตัว: ความหมายและขอบเขต **(หน้าที่ 12)**

• สิทธิในการกำหนดการเปิดเผยข้อมูลของตน—เมื่อใด อย่างไร มากน้อยเพียงใด

## ประเภทของความเป็นส่วนตัว **(หน้าที่ 13)**

### 1. ความเป็นส่วนตัวเกี่ยวกับข้อมูล (Information Privacy)

### 2. ความเป็นส่วนตัวในชีวิตร่างกาย (Bodily Privacy)

### 3. ความเป็นส่วนตัวในการติดต่อสื่อสาร (Communication Privacy)

### 4. ความเป็นส่วนตัวในเคหสถาน/อาณาบริเวณ (Territorial Privacy)

## “ข้อมูลส่วนบุคคล” และตัวอย่าง **(หน้าที่ 14)**

• ข้อมูลเกี่ยวกับบุคคลที่ระบุตัวได้ทางตรง/ทางอ้อม (ไม่รวมผู้ถึงแก่กรรมเป็นการเฉพาะ)

○ ตัวอย่าง: ชื่อ ที่อยู่ เบอร์โทร พฤติกรรมการสื่อสาร/ซื้อสินค้าออนไลน์ที่ชี้ถึงตัวบุคคล

## “อัตลักษณ์” **(หน้าที่ 15)**

• คุณลักษณะเฉพาะตัวของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง; ข้อมูลส่วนบุคคลจึงเป็นอัตลักษณ์บุคคล

## หลักการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) **(หน้าที่ 16–18)**

### 1. เก็บรวบรวมอย่างเป็นธรรม และได้รับความยินยอม (เว้นวัตถุประสงค์ตามกฎหมาย)

### 2. ใช้ข้อมูลภายในขอบเขตวัตถุประสงค์ที่แจ้งไว้เท่านั้น

### 3. ใช้/เปิดเผยตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดสำหรับแต่ละกรณี

### 4. มีมาตรการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล

### 5. ใช้ข้อมูลเท่าที่จำเป็น (Data Minimization)

### 6. รักษาความถูกต้อง ครบถ้วน และเป็นปัจจุบัน

### 7. จำกัดระยะเวลาเก็บรักษาให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์

### 8. เคารพสิทธิในการเข้าถึงของเจ้าของข้อมูล (ขอสำเนา/ตรวจดู/รับแจ้ง)

## สิทธิของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล **(หน้าที่ 19–20)**

### 1. ขอสำเนาหรือขอตรวจดูข้อมูลของตน

### 2. ขอให้แจ้งการมีอยู่ การใช้ หรือการเปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวกับตน

### 3. ขอให้แก้ไขเปลี่ยนแปลงข้อมูลให้ถูกต้อง

### 4. ขอให้ระงับการใช้หรือการเปิดเผยเมื่อข้อมูลไม่ถูกต้อง

### 5. ขอให้ลบหรือทำลายข้อมูลเมื่อหมดกำหนดเก็บรักษาหรือเกินความจำเป็น

### 6. ขอให้เปิดเผยแหล่งที่มาของข้อมูลที่เกี่ยวกับตนเมื่อไม่ได้ให้ความยินยอม

## สิ่งที่พลเมืองดิจิทัลควรตระหนัก: ความเป็นส่วนตัวและความปลอดภัย **(หน้าที่ 21–26)**

### 1. นโยบายและการตั้งค่าความเป็นส่วนตัว

• เข้าถึง/ตั้งค่าได้ง่าย ค่าเริ่มต้นคุ้มครองสูง และให้ผู้ใช้เลือกเปิดเผย

### 2. ความลับ (Confidentiality) และบูรณภาพ (Integrity) ของระบบ

### 3. การคุ้มครองตัวตนออนไลน์และความยินยอม

### 4. สิทธิในการไม่เปิดเผยตัวและการเข้ารหัส

### 5. เสรีภาพจากการสอดแนม

### 6. ความเป็นส่วนตัวในที่ทำงาน (เมื่อไม่แจ้งเงื่อนไขตรวจสอบล่วงหน้า)

## พื้นที่ส่วนตัว vs พื้นที่สาธารณะ (ออฟไลน์/ออนไลน์) และ “พื้นที่สาธารณะ” ทางสังคม **(หน้าที่ 27–31)**

• ออฟไลน์: พื้นที่ส่วนตัว = เขตแดนที่เจ้าของกำหนด; พื้นที่สาธารณะ = พื้นที่กายภาพเปิดให้เข้าถึงตามสิทธิ

• ออนไลน์: บัญชี/บริการดูเหมือนพื้นที่ส่วนตัว แต่ไม่มีความเป็นส่วนตัวเต็มรูปแบบ ระดับการเปิดเผยขึ้นกับการตั้งค่าระบบ

• พื้นที่สาธารณะทางสังคม: อาณาบริเวณ/เวทีสื่อสาร อภิปราย จนเกิดการตัดสินใจร่วม ทั้งรูปธรรมและนามธรรม

## สิทธิในชุมชนและการสมาคมออนไลน์ **(หน้าที่ 32–34)**

• สังคมออนไลน์ = รวมกลุ่มเพื่อสื่อสารและแลกเปลี่ยนเนื้อหาจนเกิดชุมชนออนไลน์

• สื่อสังคมออนไลน์ = เครื่องมือให้ผู้ใช้เป็นทั้งผู้ส่งและผู้รับ สร้างเนื้อหาและโต้ตอบ

• พลเมืองดิจิทัลมีสิทธิร่วมสังคมออนไลน์ โดยไม่ก่อเดือดร้อน/ผิดกฎหมายโดยไม่ตั้งใจ

## สิทธิในการเข้าถึงและไม่ถูกเลือกปฏิบัติ **(หน้าที่ 35–37)**

### 1. สิทธิมนุษยชนพื้นฐานในสภาพแวดล้อมดิจิทัล

• เสรีภาพการแสดงออก/การรวมกลุ่ม/การเข้าถึงอุปกรณ์ อินเทอร์เน็ต แพลตฟอร์ม ข้อมูล/พื้นที่ออนไลน์ ความมั่นคง ความเป็นส่วนตัว และไม่ถูกเลือกปฏิบัติ

### 2. สิทธิในการค้นหา จัดการ ใช้ข้อมูลอย่างเท่าเทียมและปลอดภัย

• ตัวอย่าง: ค้นหาเส้นทางไปมหาวิทยาลัยรามคำแหง

## สิทธิผู้บริโภค: ความหมาย องค์กรคุ้มครอง และสิทธิพื้นฐาน **(หน้าที่ 38–41)**

### 1. สิทธิและการเยียวยา

• ได้รับข้อมูลที่เป็นจริง และร้องเรียนเพื่อเยียวยาได้

### 2. องค์กรคุ้มครองผู้บริโภค

• สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.)

### 3. สิทธิพื้นฐาน 5 ข้อ

1. สิทธิได้รับข่าวสารและคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้องเพียงพอ
2. สิทธิเลือกหาสินค้า/บริการอย่างอิสระ
3. สิทธิได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้า/บริการ
4. สิทธิได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา
5. สิทธิได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย

## หน้าที่ผู้บริโภค: ก่อน–หลังการซื้อ **(หน้าที่ 42–43)**

### 1. ก่อนซื้อ

• ใช้ความระมัดระวังสมควร

• ตรวจภาษาสัญญาให้ชัดเจน ไม่เอาเปรียบ และตรงตามที่เจรจา

• ข้อตกลงที่ต้องการให้มีผลบังคับควรทำเป็นหนังสือและให้ผู้ประกอบธุรกิจลงนามด้วย

### 2. หลังซื้อ

• เก็บหลักฐานการละเมิดสิทธิ

• เก็บเอกสารสัญญา โฆษณา ใบเสร็จรับเงิน

• ดำเนินการร้องเรียนตามสิทธิของตนเมื่อถูกละเมิด

## ลิขสิทธิ์: ความหมายและประเภทงาน **(หน้าที่ 44–47)**

• “ลิขสิทธิ์” = สิทธิแต่เพียงผู้เดียวของผู้สร้างสรรค์ต่อผลงาน

• งานอันมีลิขสิทธิ์: วรรณกรรม นาฏกรรม ศิลปกรรม ดนตรีกรรม โสตทัศนวัสดุ ภาพยนตร์ สิ่งบันทึกเสียง งานแพร่เสียงแพร่ภาพ งานอื่นในแผนกวรรณคดี วิทยาศาสตร์ ศิลปะ

• ไม่ใช่งานอันมีลิขสิทธิ์: ข่าวประจำวัน ข้อเท็จจริง รัฐธรรมนูญ/กฎหมาย ระเบียบ/ข้อบังคับ คำพิพากษา/รายงานของรัฐ และคำแปล/รวบรวมของรัฐ

## การเกิดลิขสิทธิ์ (ไม่ต้องจดทะเบียน) **(หน้าที่ 48–49)**

• คุ้มครองทันทีเมื่อสร้างสรรค์งาน

• หากยังไม่โฆษณางาน: ผู้สร้างสรรค์ต้องมีสัญชาติไทย/ภาคี

• หากโฆษณางานแล้ว: โฆษณาครั้งแรกในไทย/ประเทศภาคี

• นิติบุคคล: ต้องตั้งตามกฎหมายไทย

## สิทธิของเจ้าของลิขสิทธิ์ **(หน้าที่ 50)**

• ทำซ้ำ ดัดแปลง จำหน่าย ให้เช่า คัดลอก เลียนแบบ ทำสำเนา

• ทำให้ปรากฏต่อสาธารณชน หรืออนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิ

## อายุการคุ้มครอง **(หน้าที่ 51–52)**

• งานทั่วไป: ตลอดชีพผู้สร้างสรรค์ + 50 ปีหลังถึงแก่ความตาย

• นิติบุคคลเป็นผู้สร้างสรรค์: 50 ปีนับแต่สร้างสรรค์

• ภาพถ่าย โสตทัศนวัสดุ ภาพยนตร์ งานแพร่เสียงแพร่ภาพ: 50 ปีนับแต่สร้างสรรค์

• หากโฆษณาในระยะคุ้มครอง: ต่ออีก 50 ปีจากโฆษณาครั้งแรก (งานศิลปะประยุกต์ ต่อ 25 ปี)

• เมื่อพ้นอายุความคุ้มครอง งานเป็น “สมบัติสาธารณะ”

## การละเมิดลิขสิทธิ์ (ตัวอย่าง) **(หน้าที่ 53)**

• ทำซ้ำ/ดัดแปลง/เผยแพร่ต่อสาธารณชนโดยไม่ได้รับอนุญาต

• งานภาพยนตร์ สิ่งบันทึกเสียง โปรแกรมคอมพิวเตอร์: รวมถึง “ให้เช่า” ต้นฉบับ/สำเนาโดยไม่อนุญาต

## ข้อยกเว้นการละเมิดลิขสิทธิ์ และบทแก้ไข พ.ศ. 2558 **(หน้าที่ 54–61)**

### 1. เงื่อนไขทั่วไปของการใช้โดยชอบธรรม

• ต้องไม่ขัดต่อการแสวงหาประโยชน์ตามปกติของเจ้าของ และไม่กระทบสิทธิอันชอบด้วยกฎหมายเกินสมควร

### 2. ลักษณะการใช้ที่ยกเว้น (ตัวอย่าง)

1. วิจัย/ศึกษาที่ไม่มุ่งหากำไร
2. ใช้เพื่อประโยชน์ตนเอง/ครอบครัว/ญาติสนิท
3. ติชม วิจารณ์ แนะนำผลงาน โดยรับรู้การเป็นเจ้าของ
4. เสนอรายงานข่าว โดยรับรู้การเป็นเจ้าของ
5. ทำซ้ำ/ดัดแปลง/นำออกแสดงเพื่อการพิจารณาของศาล/เจ้าพนักงาน หรือรายงานผลการพิจารณา
6. ครูทำซ้ำ/ดัดแปลงเพื่อสอนของตนโดยไม่หวังกำไร
7. ครู/สถาบัน ตัดตอน/สรุปบางส่วนเพื่อแจกจ่ายในชั้นเรียน โดยไม่หวังกำไร
8. ใช้เป็นส่วนหนึ่งของข้อสอบ
9. ทำซ้ำ/ดัดแปลงเพื่อประโยชน์ของคนพิการตามหลักเกณฑ์ โดยไม่หวังกำไร
10. อ้าง/คัด/เลียนบางตอนตามสมควร โดยระบุการเป็นเจ้าของ
11. สำเนาโดยบรรณารักษ์เพื่อใช้ในห้องสมุด/ให้ห้องสมุดอื่น/บุคคลเพื่อวิจัย/ศึกษา โดยไม่หวังกำไร

### 3. พ.ร.บ.ลิขสิทธิ์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2558

• เพิ่มการคุ้มครองสิทธินักแสดง ข้อยกเว้น บทลงโทษ ค่าสินไหม และมาตรการป้องกันการละเมิดผ่านอินเทอร์เน็ต

### 4. พ.ร.บ.ลิขสิทธิ์ (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2558

• แก้ปัญหาการอัดเสียง/ภาพระหว่างฉายภาพยนตร์โดยไม่ได้รับอนุญาต ย้ำข้อยกเว้นเพื่อคนพิการ

## ใช้สิทธิของเราโดยไม่ละเมิดสิทธิคนอื่น **(หน้าที่ 62–64)**

• เคารพสิทธิซึ่งกันและกัน รู้จักใช้สิทธิของตนและชวนผู้อื่นใช้สิทธิอย่างถูกต้อง

• เรียนรู้สิทธิ–เสรีภาพตามรัฐธรรมนูญ และปฏิบัติหน้าที่พลเมือง (เช่น เลือกตั้ง เสียภาษี)

• ความเป็นส่วนตัวของข้อมูล/สารสนเทศ: สิทธิอยู่ตามลำพังและควบคุมการเปิดเผยข้อมูลของตน

## การละเมิดสิทธิส่วนบุคคลและประเด็นที่ควรสังเกต **(หน้าที่ 65–67)**

### 1. การละเมิดสิทธิส่วนบุคคล

• การกระทำให้ผู้อื่นเสียหาย/เสียชื่อเสียง/ได้รับผลกระทบ ไม่ว่าเจตนาหรือประมาทเลินเล่อ

### 2. ประเด็นที่น่าจับตา

• เข้าดูอีเมล/ไฟล์ผู้อื่น บันทึก/แลกเปลี่ยนข้อมูลการใช้งานเว็บไซต์

• ใช้เทคโนโลยีติดตามความเคลื่อนไหว/พฤติกรรม

• ใช้ข้อมูลลูกค้าหลายแหล่งเพื่อขยายตลาด

• รวบรวม/ขายฐานข้อมูลส่วนบุคคล (เบอร์ อีเมล เลขบัตรเครดิต ฯลฯ)

• บุกรุกสถานที่ส่วนบุคคลโดยไม่ได้รับอนุญาต

## จริยธรรมคอมพิวเตอร์: บัญญัติ 10 ประการ **(หน้าที่ 68–73)**

### 1. อย่าใช้คอมพิวเตอร์ทำร้ายผู้อื่น

### 2. อย่ารบกวนหรือแทรกแซงการใช้งานของผู้อื่น

### 3. อย่าสอดส่องข้อมูลส่วนบุคคลของผู้อื่น

### 4. อย่าขโมยข้อมูล

### 5. อย่าเผยแพร่ข้อมูลเท็จ

### 6. หลีกเลี่ยงซอฟต์แวร์เถื่อน

### 7. อย่าใช้คอมพิวเตอร์ของผู้อื่นโดยไม่อนุญาต

### 8. อย่าอ้างความเป็นเจ้าของในงานของผู้อื่น

### 9. คิดถึงผลกระทบทางสังคมก่อนพัฒนาซอฟต์แวร์

### 10. สื่อสารด้วยความเคารพและมารยาท ทั้งออฟไลน์และออนไลน์

## ความรับผิดชอบในการสื่อสารออนไลน์: แนวปฏิบัติ **(หน้าที่ 74–79)**

### 1. อย่าขยายความขัดแย้ง

• ไม่ใช้ถ้อยคำยั่วยุให้รุนแรง

### 2. หลีกเลี่ยงภาษารุนแรง/ก้าวร้าว

### 3. หลีกเลี่ยงประชดประชัน

• สื่อข้อความไร้ภาษากาย ทำให้เข้าใจผิดง่าย

### 4. ซื่อสัตย์และไม่ปลอมตัว

• เว้นจำเป็นเพื่อปกปิดอัตลักษณ์เพื่อความเป็นส่วนตัว

### 5. คิดถึงผลกระทบต่อตนและผู้อื่น

• ไม่แชร์ข้อมูลส่วนตัวกับคนแปลกหน้า/เว็บไม่น่าเชื่อถือ ไม่โพสต์กำหนดการส่วนตัวเสี่ยงภัย

### 6. ใช้งานให้เหมาะกับบริบท

• ไม่พิมพ์ระหว่างสนทนาเผชิญหน้า/ร่วมโต๊ะอาหาร ศึกษากติกาชุมชนออนไลน์ก่อนเข้าร่วม

### 7. ไม่แชร์หากยังไม่ตรวจสอบ

• ตรวจข้อเท็จจริงและผลกระทบต่อชื่อเสียงบุคคล/องค์กร

## ความรับผิดชอบในการใช้และอ้างอิงผลงานผู้อื่น **(หน้าที่ 80–85)**

### 1. ข้อพึงระวังทั่วไป

• ห้ามใช้ผลงานผู้อื่นโดยไม่อนุญาต ต้องตรวจว่าเป็นสมบัติสาธารณะหรือยังติดลิขสิทธิ์

### 2. ตัวอย่าง “สมบัติสาธารณะ”

1. คุ้มครองลิขสิทธิ์หมดอายุแล้ว
2. งานที่รัฐสร้างด้วยเงินสาธารณะ
3. ผู้สร้างสรรค์สละสิทธิ

### 3. กรณีละเมิดที่พบบ่อยและประเด็นจริยธรรม

• นำผลงานทั้งชิ้นไปเผยแพร่โดยไม่อนุญาต; ปัญหา “Plagiarism” ในวิชาการ—ต้องอ้างอิงเสมอ

### 4. ขั้นตอนใช้งาน/อ้างอิงอย่างรับผิดชอบ

1. ตรวจเจ้าของ
2. ขออนุญาต
3. ให้เครดิต
4. ซื้อสิทธิ (ถ้ามี)
5. ใช้อย่างมีความรับผิดชอบ

## ความรับผิดชอบต่อกฎหมายและความปลอดภัยออนไลน์ **(หน้าที่ 85–89)**

### 1. หลีกเลี่ยงการละเมิดกฎหมาย

• ไม่ขโมยอัตลักษณ์/ไม่ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา/ไม่เผยแพร่มัลแวร์/ไม่แชร์เนื้อหาผิดกฎหมาย/ไม่ละเมิดความเป็นส่วนตัว

### 2. แนวทางป้องกันความเสี่ยง

• ใช้โปรแกรมป้องกันไวรัส อัปเดตสม่ำเสมอ ตรวจไฟล์แนบ เปิดใช้ 2FA ล็อก/ติดตามอุปกรณ์ สำรองข้อมูล เข้ารหัสสื่อพกพา

## สุขภาพกาย–ใจจากการใช้อินเทอร์เน็ต **(หน้าที่ 90–93)**

### 1. ผลด้านกาย

• Office Syndrome ปวดกล้ามเนื้อ ดวงตาล้า

### 2. ผลด้านใจ

• เสพติดอินเทอร์เน็ต อารมณ์/ทัศนคติได้รับผล กระทบจากข่าวรุนแรง

### 3. แนวทางป้องกัน

• เปลี่ยนอิริยาบถ พักสายตา ทำความสะอาดจอ ไม่ใช้งานยาวนาน หลีกเลี่ยงข่าวรุนแรง

## พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์: ความหมายและความเสี่ยง **(หน้าที่ 94–97)**

### 1. ความหมาย

• ธุรกรรมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (ซื้อ–ขาย ชำระเงิน โฆษณา)

### 2. ความเสี่ยงฝั่งผู้ซื้อ

• ของไม่ตรงปก คุณภาพต่ำ ของเก่า–เสื่อม

### 3. ความเสี่ยงฝั่งผู้ขาย

• ไม่ได้รับเงิน/ถูกเรียกร้องค่าเสียหาย

### 4. ความมั่นคงของข้อมูลการเงิน

### 5. ความเป็นส่วนตัวของทั้งสองฝ่าย

• เสี่ยงข้อมูลรั่ว ถูกหลอกลวง/สแปม

## คำแนะนำเบื้องต้นสำหรับ “ผู้ซื้อ” ออนไลน์ **(หน้าที่ 97–101)**

### 1. ตรวจความน่าเชื่อถือผู้ขาย

• ที่อยู่ เบอร์โทร การจดทะเบียน ประวัติ เลขบัญชี ข่าวร้องเรียน รีวิว และมีหน้าร้าน/แพลตฟอร์มเชื่อถือได้

### 2. ตรวจเงื่อนไขสินค้า/การรับประกัน/การคืนสินค้า

### 3. ระวังราคาถูกผิดปกติ

### 4. ปกป้องข้อมูลส่วนตัว

• ห้ามโพสต์เลขบัตรเครดิต เลขบัตรประชาชน อีเมล เบอร์ส่วนตัวในที่สาธารณะ

## คำแนะนำเบื้องต้นสำหรับ “ผู้ขาย” ออนไลน์ **(หน้าที่ 102–105)**

### 1. ตรวจประวัติลูกค้า

### 2. รักษาความเป็นส่วนตัว

### 3. เงื่อนไขการชำระเงิน

• อาจให้ลูกค้าจ่ายมัดจำ/บางส่วนก่อนส่งของ

### 4. แสดงรายละเอียดสินค้าและเงื่อนไขให้ชัด

• ราคา รูปแบบ ขนาด ระยะเวลาส่ง ค่าส่ง–คืน การรับประกัน ค่าดำเนินการ

### 5. คุ้มครองข้อมูลลูกค้า

• ขอเท่าที่จำเป็น และมีนโยบายความเป็นส่วนตัว/ขอความยินยอม

## หลังการซื้อ: การให้คะแนน–รีวิว และการเจรจา **(หน้าที่ 105–106)**

• หากไม่ได้ของตามตกลง ให้เจรจาเพื่อคืน/เปลี่ยน/คืนเงิน; ผู้ซื้อสามารถให้คะแนน/รีวิวช่วยผู้อื่นตัดสินใจ

## เมื่อถูกฉ้อโกง: เก็บหลักฐาน แจ้งความ และติดต่อธนาคาร **(หน้าที่ 106–110)**

### 1. เก็บหลักฐานทุกอย่าง

• โปรไฟล์/หน้าโพสต์/URL ของร้าน ชื่อ–ที่อยู่–เบอร์ เลขบัญชี ภาพหน้าจอการตกลงซื้อ–ขาย หลักฐานการโอนเงิน

### 2. แจ้งความดำเนินคดี

• นำหลักฐาน + สมุดบัญชี + บัตรประชาชน ไปสถานีตำรวจใกล้บ้าน

### 3. ติดต่อธนาคารจากเลขบัญชีผู้ขาย

• ขอข้อมูลเจ้าของบัญชี และดำเนินเรื่องขอเงินคืน/อายัด (อาจไม่ได้คืนในบางกรณี)