

นโยบายการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อประโยชน์ทางการตลาด

สารบัญ

1. นโยบายนี้คืออะไรและใช้บังคับกับใคร.....	1
2. การตลาดทางตรงคืออะไร.....	1
3. เมื่อใดที่ธนาคารควรอาศัยความยินยอมในการทำการตลาดทางตรง.....	2
4. การขอความยินยอมต้องดำเนินการอย่างไรเพื่อให้ความยินยอมมีความสมบูรณ์.....	5
5. ธนาคารบันทึกและบริหารจัดการความยินยอมอย่างไร รวมถึงในกรณีที่ลูกค้าถอนความยินยอม.....	7
6. การดำเนินการเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลที่ได้จากบุคคลภายนอกเพื่อวัตถุประสงค์ทางการตลาด.....	11
7. ธนาคารจำเป็นต้องขอความยินยอมอีกครั้งหนึ่งหลังจากที่พระราชบัญญัติฯ มีผลใช้บังคับแล้วหรือไม่.....	13
8. การโฆษณาออนไลน์โดยเจาะจงตัวบุคคล.....	14
9. การเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลให้แก่ผู้ให้บริการภายนอกซึ่งให้บริการด้านการตลาด.....	15
10. ข้อมูลสาธารณะ.....	16
11. การบริหารจัดการเกี่ยวกับลูกค้าสัมพันธ์.....	17
12. หลักเกณฑ์เรื่องการบริหารจัดการด้านการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเป็นธรรม (Market Conduct) ของธนาคารแห่งประเทศไทย.....	19
13. การโอนข้อมูลส่วนบุคคลไปยังต่างประเทศ.....	21
14. การทำการตลาดตามที่มีการร้องขอ (Solicited Marketing) การสร้างรายชื่อผู้ติดต่อ (Lead Generation) และการใช้รายชื่อกลุ่มเป้าหมายในการทำการตลาด (Marketing List).....	23
15. คำถามและการให้ความช่วยเหลือ.....	24

1. นโยบายนี้คืออะไรและใช้บังคับกับใคร

- 1.1 นโยบายการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อประโยชน์ทางการตลาด (“นโยบาย”) นี้จัดทำขึ้นโดยธนาคารอาคารสงเคราะห์ (“ธนาคาร”) เพื่ออธิบายว่า (1) เมื่อใดที่ธนาคารจะต้องขอความยินยอมในการติดต่อลูกค้าหรือบุคคลที่อาจเป็นลูกค้าเพื่อทำการตลาดทางตรง และ (2) วิธีการในการขอความยินยอม บริหารจัดการ และถอนความยินยอม ทั้งนี้ ท่านควรพิจารณาปรับใช้นโยบายนี้ประกอบกับนโยบาย กระบวนการ และ/หรือคำสั่งอื่นๆ ของธนาคารในการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล โดยนโยบายนี้ ถือเป็นส่วนหนึ่งของกรอบในการกำกับดูแลเกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของธนาคาร
- 1.2 นโยบายนี้ใช้บังคับแก่พนักงาน ลูกจ้าง ผู้ดำรงตำแหน่งเป็นคณะกรรมการต่าง ๆ ในธนาคาร กรรมการผู้จัดการ รองกรรมการผู้จัดการ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ และ/หรือ บุคคลอื่นใดที่ดำรงตำแหน่งเชิงบริหารของธนาคาร ผู้ปฏิบัติงานที่ปรึกษา และผู้รับจ้างอิสระ หรือบุคคลภายนอกที่ธนาคารว่าจ้างให้ทำหน้าที่ใดๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อวัตถุประสงค์ด้านการตลาดทางตรง และ/หรือ ส่งและจัดการเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการตลาดทางตรง
- 1.3 หัวหน้าส่วน / ผู้จัดการสาขา หรือเทียบเท่า มีหน้าที่รับผิดชอบในการนำนโยบายนี้ไปใช้ปฏิบัติในส่วนงานของตน และดำเนินการให้พนักงานและบุคคลอื่นที่ปฏิบัติหน้าที่อยู่ภายในส่วนงานของตน หรือเพื่อส่วนงานของตนต้องปฏิบัติตามเนื้อหาของรายละเอียดของนโยบายนี้ด้วย หัวหน้าส่วน / ผู้จัดการสาขา หรือเทียบเท่า มีหน้าที่สื่อสารเกี่ยวกับนโยบายนี้ให้พนักงานและบุคคลอื่นที่ปฏิบัติหน้าที่อยู่ภายในส่วนงานของตน หรือเพื่อส่วนงานของตนรับทราบ และดูแลให้สมาชิกในส่วนงานแต่ละคนได้รับการฝึกอบรมที่เหมาะสมเพื่อให้สามารถนำนโยบายนี้ไปใช้ปฏิบัติได้
- 1.4 พนักงานทุกคนมีหน้าที่รับผิดชอบในการบันทึกความยินยอมที่สมบูรณ์ตามที่กำหนด และในกรณีที่มีผู้ร้องเรียนเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล หรือการสื่อสารเพื่อการตลาดทางตรง พนักงานมีหน้าที่ในการรายงานเรื่องร้องเรียนที่ได้รับดังกล่าวไปยังสายงานกฎหมาย

2. การตลาดทางตรงคืออะไร

- 2.1 การตลาดทางตรงหมายความว่ารวมถึงการโฆษณาหรือการสื่อสารทางการตลาด ไม่ว่าจะมิมีวัตถุประสงค์เพื่อเสนอขายสินค้า ผลิตภัณฑ์หรือบริการของธนาคาร หรือเพื่อส่งเสริมการขายให้แก่ธนาคาร โดยเป็นการสื่อสารโดยตรงแก่บุคคลเฉพาะราย (การทำการตลาดระหว่างธุรกิจและลูกค้า (Business-to-Customer Marketing)) หรือแก่คู่ค้าทางธุรกิจ (การทำการตลาดระหว่างธุรกิจกับธุรกิจ (Business-to-Business Marketing)) ซึ่งรวมถึง อีเมล การโทรศัพท์ ข้อความสื่อสาร (SMS) จดหมาย การส่งแผ่นพับ ข้อความส่วนตัวในสื่อสังคมออนไลน์ เป็นต้น และยังรวมถึงการโทรศัพท์เพื่อทำการวิจัยตลาด (เว้นแต่เป็นการโทรศัพท์เพียงเพื่อวัตถุประสงค์ทางการวิจัย

ทางการตลาดสำหรับธนาคารโดยไม่มี การเสนอขายผลิตภัณฑ์หรือบริการ เช่น เพื่อตัดสินใจในเรื่องนโยบายทางการค้าหรือ นโยบายสาธารณะ)

- 2.2 หากท่านมีข้อสงสัยว่าการสื่อสารบางประเภทนั้นอาจเป็นการทำการตลาดทางตรง (ซึ่งจะมีผลให้การสื่อสารดังกล่าวต้องเป็นไปตามนโยบายนี้) หรือไม่ กรุณาติดต่อสายงานกฎหมาย
- 2.3 หลักเกณฑ์ทั่วไปคือ การสื่อสารเพื่อการตลาดทางอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งเป็นการสื่อสารทางตรง (เช่น อีเมล ข้อความสื่อสาร (SMS) สื่อสังคมออนไลน์ แอปพลิเคชันต่างๆ ฯลฯ) นั้น ควรได้รับความยินยอมจากผู้รับการสื่อสารก่อน และควรเปิดโอกาสให้เจ้าของข้อมูลแจ้งความประสงค์ยกเลิกการรับข้อมูล (opt-out) ได้โดยง่าย / หรือมีการใช้ปุ่มเลิกรับการติดต่อ (unsubscribe button) เว้นแต่สามารถอาศัยข้อยกเว้นตามกฎหมายข้ออื่นได้ เช่น ประโยชน์โดยชอบด้วยกฎหมาย หลักเกณฑ์เกี่ยวกับการขอความยินยอมเพื่อทำการตลาดทางตรงและข้อยกเว้นนั้นปรากฏอยู่ในพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 (“พระราชบัญญัติฯ”) และพระราชบัญญัติการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550

3. เมื่อใดที่ธนาคารควรอาศัยความยินยอมในการทำการตลาดทางตรง

- 3.1 เนื้อหาในส่วนนี้อธิบายหลักเกณฑ์เกี่ยวกับความยินยอมที่ใช้กับการทำการตลาดทางตรงในรูปแบบ / ประเภทต่างๆ และเนื้อหาข้อ 4 ที่ปรากฏอยู่ด้านล่างจะขยายความเนื้อหาในส่วนนี้ โดยเป็นการกำหนดหลักเกณฑ์ในการขอความยินยอมที่ชอบด้วยกฎหมาย
- 3.2 การตลาดทางตรงบางประเภทต้องให้เจ้าของข้อมูลแจ้งความประสงค์ในการรับข้อมูล (opt-in) ก่อนล่วงหน้า (เช่น ให้ความยินยอม) ในขณะเดียวกัน การแจ้งความประสงค์ในการยกเลิกการรับข้อมูล (opt-out) (ได้แก่ การให้สิทธิเลือกที่จะยกเลิกการรับข้อมูล หรือ Unsubscribe Option) นั้น เป็นมาตรการที่เพียงพอสำหรับการทำการตลาดทางตรงประเภทอื่น (กล่าวคือ ไม่จำเป็นต้องขอความยินยอมก่อนล่วงหน้า อย่างไรก็ตาม ผู้รับการติดต่อสื่อสารต้องสามารถยกเลิกการติดต่อสื่อสารเพื่อการตลาด หรือต้องสามารถใช้สิทธิในการคัดค้านได้ โดยเป็นการอาศัยฐานประโยชน์โดยชอบด้วยกฎหมาย)
- 3.3 ความยินยอมในการทำการตลาดทางตรงเป็นเรื่องที่มีความซับซ้อน ดังนั้น จึงแนะนำให้ต้องขอความยินยอมในการรับข้อมูล (opt-in) ในการทำการตลาดทางตรงสำหรับการตลาดทางอิเล็กทรอนิกส์ เช่น ทางอีเมล กล่องข้อความสำหรับคลิก (Click-Box) โดยเฉพาะอย่างยิ่งการทำการตลาดทางตรงในการเสนอขายสินค้าและบริการอื่นเพิ่มเติมจากสินค้าและบริการหลัก (Cross-Sale) สำหรับผลิตภัณฑ์และการบริการอื่นๆ ของธนาคาร หรือของบุคคลอื่นซึ่งเกินขอบเขตที่ลูกค้าสามารถคาดหมายได้ หรือการทำการตลาดทางตรงต่อลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย (lead) ซึ่งข้อมูลส่วนบุคคลถูกเก็บรวบรวมมาจากแหล่งอื่น หรือมีลักษณะเป็นการติดตามพฤติกรรม (behavioral tracking) หากมีข้อสงสัย โปรดติดต่อ สายงานกฎหมาย

3.4 ไม่ว่าในกรณีใด ผู้รับการติดต่อสื่อสารเพื่อทำการตลาดทางตรงในรูปแบบใดก็ตามมีสิทธิดังต่อไปนี้

- สิทธิในการถอนความยินยอมของตนที่ได้เคยให้ความยินยอมได้ทุกเมื่อ
- สิทธิในการแจ้งความประสงค์ในการยกเลิกการรับข้อมูล (Opt-out) (โดยกำหนดให้ธนาคารหยุดติดต่อสื่อสารเพื่อทำการตลาดทางตรง) ได้ทุกเมื่อ หรือใช้สิทธิในการคัดค้านในกรณีที่ทำการตลาดทางตรงนั้นธนาคารไม่มีหน้าที่ต้องขอให้ลูกค้าให้ความยินยอม (opt-in) หากธนาคารทำการตลาดทางตรงโดยอาศัยเหตุผลทางกฎหมายอย่างอื่นนอกจากการขอความยินยอม (เช่น เป็นการจำเป็นเพื่อประโยชน์โดยชอบด้วยกฎหมาย เป็นการจำเป็นเพื่อการปฏิบัติตามสัญญา เป็นต้น)

3.5 การโทรศัพท์

การโทรศัพท์ไปยังหมายเลขโทรศัพท์ของผู้รับการติดต่อเพื่อทำการตลาดนั้น สามารถทำได้เฉพาะกรณีดังต่อไปนี้เท่านั้น

- ผู้รับการติดต่อได้ให้ความยินยอมในการรับการติดต่อทางโทรศัพท์ หรือได้ให้หมายเลขโทรศัพท์ไว้เพื่อวัตถุประสงค์ตามที่ลูกค้า / ผู้ที่อาจเป็นลูกค้าร้องขอโดยตรงจากธนาคาร (เป็นการจำเป็นเพื่อการปฏิบัติตามสัญญา)
- ผู้รับการติดต่อเป็นลูกค้าปัจจุบันและได้ซื้อผลิตภัณฑ์หรือการบริการมาเป็นระยะเวลาไม่เกิน 2 ปี และการโทรศัพท์เพื่อทำการตลาดนั้นเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์หรือการบริการที่คล้ายคลึงกัน
- ผู้รับการติดต่อได้ติดต่อธนาคารเพื่อปรึกษาหรือขอรับข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือการบริการ และการโทรศัพท์เพื่อทำการตลาดนั้นเกี่ยวข้องกับเรื่องดังกล่าว

หมายเหตุ

- ไม่ควรโทรศัพท์เพื่อทำการตลาดไปยังหมายเลขต้นทางที่ไม่สามารถติดตามตรวจสอบ หรือระบุแหล่งที่มาได้ หรือหมายเลขโทรศัพท์สุ่มเลือกขึ้นมาโดยอัตโนมัติ
- บุคคลที่ดำเนินการโทรศัพท์เพื่อทำการตลาดนั้นมีหน้าที่รายงานเกี่ยวกับคำร้องขอของลูกค้า / บุคคลผู้ที่อาจเป็นลูกค้าที่ตนได้โทรศัพท์ไปหา ที่ไม่ต้องการรับการติดต่อทางโทรศัพท์อีก ธนาคารมีหน้าที่บันทึกและปฏิบัติตามคำร้องขอเหล่านั้น
- ห้ามมิให้โทรศัพท์เพื่อทำการตลาดโดยใช้ข้อความอัตโนมัติ

3.6 การโทรศัพท์โดยระบบอัตโนมัติ

- ก. จะต้องได้รับการแจ้งความประสงค์ในการให้ความยินยอมเป็นการเฉพาะซึ่งได้ให้ไว้ก่อน (opt-in) สำหรับการโทรศัพท์แบบอัตโนมัติ (หมายถึงการใช้ระบบการโทรศัพท์อัตโนมัติโดยเล่นข้อความเสียงที่บันทึกไว้)

3.7 อีเมล การส่งข้อความ และการสื่อสารอย่างอื่นทางอิเล็กทรอนิกส์

- ก. หลักเกณฑ์ทั่วไปกำหนดให้ต้องขอความยินยอมเป็นกรณีเฉพาะ (opt-in) ก่อนล่วงหน้า เมื่อมีการสื่อสารเพื่อทำการตลาดทางตรงทางอิเล็กทรอนิกส์ทุกรูปแบบ
- ข. มีข้อยกเว้นในกรณีที่ไม่ต้องได้รับการแจ้งความประสงค์ในการให้ความยินยอม (opt-in) จากลูกค้า / บุคคลที่อาจเป็นลูกค้าที่เคยได้ให้รายละเอียดเกี่ยวกับการติดต่อไว้ในระหว่างที่มีการขาย (หรือการเจรจาต่อรองในการขาย) ผลิตภัณฑ์หรือการบริการของธนาคาร โดยมีเงื่อนไขดังนี้
- 1) ธนาคารทำการตลาดเฉพาะผลิตภัณฑ์หรือบริการที่คล้ายคลึงกันนั้นให้แก่ลูกค้ารายดังกล่าว / บุคคลที่อาจเป็นลูกค้า ความคล้ายคลึงเช่นว่านี้ต้องประเมินเป็นรายกรณี ขึ้นอยู่กับบริบทและความคาดหวังของลูกค้า / บุคคลที่อาจเป็นลูกค้า และ
 - 2) ลูกค้า / บุคคลที่อาจเป็นลูกค้าได้รับโอกาสให้ opt-out จากการทำการตลาดเช่นว่านั้น ไม่ว่าในขณะที่มีการขาย (หรือการเจรจาต่อรองในการขาย) และในการติดต่อสื่อสารเพื่อทำการตลาดทุกครั้งภายหลังจากนั้น
- ค. ทั้งนี้ หลักเกณฑ์ข้างต้น ทั้งการเลือกรับ (opt-in) และเลือกไม่รับ (opt-out) ไม่ใช้บังคับกับการทำการตลาดระหว่างธุรกิจกับธุรกิจ (กล่าวคือ กรณีที่ธนาคารส่งข้อความที่ใช้ในการทำการตลาดให้แก่ลูกค้าที่เป็นองค์กร) เช่น ท่านอาจส่งข้อความในการทำการตลาดให้แก่ลูกค้าองค์กรตามที่อยู่อีเมลขององค์กร (ที่อยู่อีเมลส่วนกลาง / กล่องข้อความอีเมลส่วนกลาง) รวมถึงกรณีที่การติดต่อสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์ เช่น ทางอีเมลนั้นเป็นการติดต่อสื่อสารถึงบุคคลซึ่งเป็นผู้แทนอยู่ภายในองค์กรซึ่งได้รับข้อความในนามขององค์กร อย่างไรก็ตาม ผู้รับการติดต่อควรสามารถได้รับสิทธิที่จะเลือกไม่รับ (opt-out) การติดต่อสื่อสารได้ทุกเมื่อ หรือมีช่องทางให้บุคคลนั้นใช้สิทธิในการคัดค้านการทำการตลาดแบบตรงนั้น
- ง. อย่างไรก็ตาม หลักเกณฑ์เกี่ยวกับการเลือกรับ (opt-in) และการเลือกไม่รับ (opt-out) การติดต่อสื่อสารนั้นใช้กับกรณีที่เป็นผู้ประกอบธุรกิจรายเดียว (sole trader) (กล่าวคือ กรณีที่ธนาคารส่งข้อความในการทำการตลาดให้แก่บุคคลธรรมดาซึ่งมิใช่ลูกค้า (เช่น พันธมิตรทางธุรกิจซึ่งเป็นคนธรรมดา) ในกรณีเช่นว่านี้ธนาคารต้องขอความยินยอมจากบุคคลดังกล่าวก่อนส่งข้อความในการทำการตลาดระหว่างธุรกิจกับธุรกิจให้แก่บุคคลดังกล่าว

4. การขอความยินยอมต้องดำเนินการอย่างไรเพื่อให้ความยินยอมมีความสมบูรณ์

4.1 โปรดพิจารณารายการดังต่อไปนี้ เพื่อตรวจสอบว่าธนาคารต้องดำเนินการอย่างใดบ้างในการขอความยินยอม

- ก) ธนาคารได้ตรวจสอบแล้วว่า กฎหมายกำหนดให้ต้องขอความยินยอม หรือเป็นฐานทางกฎหมายที่มีความเหมาะสมมากที่สุดในการทำการตลาดทางตรง
- ข) ธนาคารใช้ภาษาในการสื่อสารมีความชัดเจนและเข้าใจได้ง่ายในการแจ้งให้บุคคลทราบรายละเอียดเกี่ยวกับการทำการตลาดทางตรงที่บุคคลดังกล่าวให้ความยินยอมนั้น
- ค) คำขอความยินยอมนั้นนำเสนอด้วยความชัดเจน และแยกส่วนออกจากข้อความอื่นอย่างเด่นชัด ไม่ปะปนหรือแฝงอยู่ในข้อความส่วนอื่นๆ
- ง) ธนาคารได้ขอให้บุคคลเลือกที่จะรับข้อมูลข่าวสารทางการตลาดด้วยตัวเอง (opt-in) โดยชัดแจ้ง และมีได้ใช้กล่องข้อความซึ่งได้ทำเครื่องหมายไว้ก่อนล่วงหน้าแล้ว (pre-ticked box) หรือมีถือว่าบุคคลได้ให้ความยินยอมแล้ว (เช่น ระบุว่า หากบุคคลนิ่งเฉยหรือไม่ดำเนินการอย่างใดจะถือว่าได้ให้ความยินยอม) การที่บุคคลทำเครื่องหมายที่กล่องข้อความซึ่งระบุว่า “ข้าพเจ้า/ท่านยินยอมที่จะ ...” หรือข้อความอื่นที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันนั้น บุคคลดังกล่าวจะสามารถกระทำการเพื่อยืนยันได้อย่างชัดแจ้งที่จะยินยอมให้มีการทำการตลาดทางตรง (และกระบวนการอื่นที่เกี่ยวข้องกับการเก็บรวบรวม ใช้ และ/หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล) หรือใช้แบบฟอร์มอนุมัติโดยธนาคาร

ตัวอย่าง -

☐ ท่านยินยอมให้ธนาคารเก็บรวบรวม ใช้ และ/หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของท่าน เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของท่าน ประชาสัมพันธ์ ให้ข้อมูล และ/หรือแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ / บริการ และสิทธิประโยชน์พิเศษของธนาคารกับท่าน ที่อาจอยู่นอกเหนือความคาดหมายของท่าน

ตัวอย่างที่ไม่ถูกต้อง -

เมื่อมีการติดตั้งแอปพลิเคชัน จะมีข้อความขอความยินยอมจากท่าน สำหรับการรายงานข้อขัดข้องของแอปพลิเคชันที่มีได้ปกปิดข้อมูลซึ่งอาจทำให้สามารถระบุตัวตนของท่านได้ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อปรับปรุงซอฟต์แวร์ รายละเอียดในเรื่องดังกล่าวอยู่ในนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลซึ่งนำเสนอเนื้อหาแบ่งออกเป็นหลายส่วน และนำเสนอพร้อมกับคำขอความยินยอม

หมายเหตุ: การเลื่อนหน้าจอเพื่ออ่านข้อกำหนดและเงื่อนไขที่มีข้อความขอความยินยอม หรือการแสดงข้อความขึ้นมาบนหน้าจอเพื่อแจ้งเตือนให้ทราบว่า การเลื่อนหน้าจอต่อไปจะหมายความว่าให้ความ

ยินยอม ทั้งสองกรณีนี้ไม่ถือเป็นการให้ความยินยอมที่ชัดแจ้ง เนื่องจากบุคคลอาจมองข้ามข้อความแจ้งเตือนขณะเลื่อนลงดูข้อความจำนวนมาก และเป็นการกระทำที่ไม่ชัดเจนเพียงพอที่จะถือว่าเป็นการให้ความยินยอมโดยชัดแจ้ง

- จ) ธนาคารต้องระบุให้ชัดเจนว่าเหตุใดธนาคารจึงต้องการข้อมูลส่วนบุคคล และจะนำข้อมูลส่วนบุคคลที่ได้ไปใช้ในการใด ข้อมูลเช่นว่านี้ ลูกค้า / บุคคลที่อาจเป็นลูกค้าต้องรับทราบตั้งแต่เริ่มมีการเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคล หลังจากที่ธนาคารได้รับข้อมูลส่วนบุคคลมาแล้ว ธนาคารไม่อาจเปลี่ยนแปลงรายละเอียดการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลได้โดยไม่ขอความยินยอมใหม่อีกครั้งหนึ่ง นอกจากนี้ ธนาคารไม่ควรเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคล “เผื่อไว้” สำหรับกรณีที่ธนาคารอาจต้องใช้ข้อมูลส่วนบุคคลนั้นเพื่อวัตถุประสงค์ใดในอนาคต โดยธนาคารยังไม่ทราบและสามารถแจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับวัตถุประสงค์การใช้ข้อมูลส่วนบุคคลให้แก่ลูกค้า / บุคคลที่อาจเป็นลูกค้าได้โดยชัดแจ้ง ธนาคารทำได้เพียงแค่เก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลให้น้อยที่สุดเท่าที่ธนาคารจำเป็นต้องใช้ตามวัตถุประสงค์ที่ธนาคารได้แจ้งแก่ลูกค้า / บุคคลที่อาจเป็นลูกค้า
- ฉ) ธนาคารไม่ควรขอความยินยอมในสถานการณ์ที่ผู้ให้ความยินยอมไม่สามารถให้ความยินยอมได้โดยอิสระ การให้ความยินยอมนั้น ผู้ให้ความยินยอมต้องมีอิสระในการให้ความยินยอม โดยการให้ความยินยอมต้องเกิดจากการที่บุคคลตัดสินใจที่จะให้ความยินยอมนั้นอย่างแท้จริงเช่น คำขอความยินยอมนั้นต้องแยกออกเป็นคนละส่วนจากการยอมรับข้อตกลงและเงื่อนไขของธนาคาร หรือการเข้าถึงสินค้าหรือการบริการของธนาคาร (กล่าวคือ ห้ามมิให้ขอความยินยอมให้ทำการตลาดทางตรงในลักษณะเป็นเงื่อนไขการยอมรับข้อตกลงและเงื่อนไขในการใช้ผลิตภัณฑ์หรือการบริการของธนาคาร) นอกจากนี้ การให้ความยินยอมอย่างเป็นอิสระยังหมายความว่าจะต้องไม่มีผลในทางลบต่อบุคคลหากว่าบุคคลไม่ให้ความยินยอม

ตัวอย่างที่ไม่ถูกต้อง - ธนาคารขอความยินยอมจากลูกค้าเพื่อวัตถุประสงค์ทางการตลาดโดยเป็นเงื่อนไขเพื่อที่ลูกค้าจะได้ดาวน์โหลดแอปพลิเคชันหรือเข้าร่วม Loyalty Program

หมายเหตุ: ห้ามมิให้นำความยินยอมไป “รวมเข้า” กับการยอมรับข้อตกลงและเงื่อนไข หรือนำข้อกำหนดในสัญญาหรือการบริการไป “ผูก” เข้ากับคำขอความยินยอมในการเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลซึ่งมิได้จำเป็นในการปฏิบัติหน้าที่ตามสัญญา หรือให้บริการนั้น

- ช) การขอความยินยอมนั้น ธนาคารต้องแจ้งให้ลูกค้าทราบสิทธิในการถอนความยินยอมเมื่อใดก็ได้ (โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมในข้อ 5.2 “การบริหารจัดการความยินยอม”)

ตัวอย่าง - ธนาคารระบุข้อความได้กล่องสำหรับทำเครื่องหมายเพื่อแจ้งให้ลูกค้าทราบวิธีการถอนความยินยอม หรือได้ระบุสิทธิในการถอนความยินยอมไว้ในนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของธนาคาร และลูกค้ารับทราบนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลดังกล่าว (โปรดพิจารณาข้อ ข ต่อไปนี้)

- ข) ธนาคารได้ระบุลิงก์เชื่อมโยงต่อไปยังนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของธนาคารสำหรับบุคคลภายนอก สำหรับข้อมูลเพิ่มเติม

ตัวอย่าง - ธนาคารระบุลิงก์ไว้ได้กล่องสำหรับทำเครื่องหมายเพื่อเชื่อมโยงต่อไปยังนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของธนาคาร ลูกค้าสามารถคลิกที่ลิงก์ดังกล่าวเพื่อศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้

- ฅ) หากธนาคารให้บริการออนไลน์โดยตรงแก่ผู้เยาว์ (อายุต่ำกว่า 20 ปี) ธนาคารจะขอความยินยอมเฉพาะเมื่อธนาคารมีมาตรการในการตรวจสอบอายุและมาตรการขอความยินยอมจากผู้แทนโดยชอบธรรมของผู้เยาว์ นโยบายนี้มีได้ระบุรายละเอียดเกี่ยวกับหลักเกณฑ์ทั้งหมดในการทำการตลาดสำหรับผู้เยาว์ไว้ หากต้องการทำการตลาดกับผู้เยาว์ ควรขอคำแนะนำเพิ่มเติมก่อนทำการตลาด

ตัวอย่าง - เมื่อลูกค้าติดต่อธนาคารผ่านเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชัน ควรมีระบบตรวจสอบอายุของลูกค้าผู้ติดต่อ เนื่องจากการเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลของผู้เยาว์เพื่อใช้ในการตลาด การติดต่อสื่อสารกับผู้เยาว์เพื่อการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ในสายผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน และ/หรือ การเปิดเผยข้อมูลของลูกค้าซึ่งเป็นผู้เยาว์นั้นแก่บุคคลภายนอก เพื่อวัตถุประสงค์อื่นใดนอกจากเพื่อให้ธนาคารสามารถปฏิบัติตามสัญญาที่มีกับลูกค้าได้นั้น จำต้องได้รับความยินยอมจากผู้แทนโดยชอบธรรม / ผู้แทนตามกฎหมายจากลูกค้าซึ่งเป็นผู้เยาว์เสียก่อน

5. ธนาคารบันทึกและบริหารจัดการความยินยอมอย่างไร รวมถึงในกรณีที่ลูกค้าถอนความยินยอม

5.1 การบันทึกความยินยอม

โปรดพิจารณารายการดังต่อไปนี้ เพื่อตรวจสอบว่าการบันทึกความยินยอมต้องดำเนินการอย่างไรบ้าง

- ก) ธนาคารบันทึกเวลาและวิธีการที่ได้รับความยินยอม

ตัวอย่าง - เมื่อลูกค้า / บุคคลที่อาจเป็นลูกค้าทำเครื่องหมายแสดงว่าลูกค้า / บุคคลที่อาจเป็นลูกค้าให้ความยินยอมทางออนไลน์แล้วเสร็จ ธนาคารจะบันทึกวันที่และเวลา (Timestamp) และบันทึกว่าวิธีการขอความยินยอมคือการทำเครื่องหมายแสดงการให้ความยินยอมทางออนไลน์ หากลูกค้า / บุคคลที่อาจเป็นลูกค้ากรอกข้อความในเอกสารแบบฟอร์มแสดงการให้ความยินยอมซึ่งมีกล่องข้อความให้ทำเครื่องหมาย ธนาคารจะบันทึกเวลาที่ลูกค้า / บุคคลที่อาจเป็นลูกค้าให้ความยินยอมเสร็จสิ้นและบันทึกว่าวิธีการขอความยินยอมคือการทำเครื่องหมายในแบบฟอร์มกระดาษ

- ข) ธนาคารบันทึกข้อมูลว่าได้แจ้งให้บุคคลทราบในเรื่องใดบ้างในขณะที่ให้ความยินยอม

ตัวอย่าง - ธนาคารบันทึกข้อความที่แสดงว่า “ข้าพเจ้ายินยอมให้....” หรือ “ข้าพเจ้าขอรับสิทธิประโยชน์...” ซึ่งเป็นข้อความที่ได้แจ้งให้แก่ลูกค้า / บุคคลที่อาจเป็นลูกค้าในขณะที่บุคคลดังกล่าวทำเครื่องหมายเพื่อให้ความยินยอม

ข้อควรพิจารณา: ธนาคารมีภาระพิสูจน์ว่าลูกค้า / บุคคลที่อาจเป็นลูกค้านั้นได้ให้ความยินยอมแล้ว

- ค) เมื่อการทำการตลาดสิ้นสุดลง ธนาคารจะไม่เก็บหลักฐานการให้ความยินยอมไว้นานเกินกว่าที่จำเป็น

5.2 การบริหารจัดการเกี่ยวกับความยินยอม (และการถอนความยินยอม)

รายการดังต่อไปนี้กำหนดหลักเกณฑ์เพื่อให้ท่านพิจารณาว่าต้องดำเนินการอย่างใดบ้างเพื่อบริหารจัดการเกี่ยวกับความยินยอมซึ่งเป็นการบริหารจัดการอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งในกรณีที่ลูกค้า / บุคคลที่อาจเป็นลูกค้าถอนความยินยอมมิให้มีการเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลอีกต่อไป

- ก) ธนาคารควรทบทวนความยินยอมที่ได้รับอย่างสม่ำเสมอเพื่อตรวจสอบว่าความสัมพันธ์ระหว่างธนาคารและเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล กิจกรรมการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล และวัตถุประสงค์ในการประมวลผลนั้นเปลี่ยนแปลงไปหรือไม่

ตัวอย่าง - ธนาคารเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า / บุคคลที่อาจเป็นลูกค้าโดยอาศัยความยินยอมของบุคคลดังกล่าว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเสนอแนะผลิตภัณฑ์และบริการของธนาคารที่บุคคลดังกล่าวอาจสนใจ โดยพิจารณาจากข้อมูลเกี่ยวกับความชื่นชอบของลูกค้า / บุคคลที่อาจเป็นลูกค้า ทั้งนี้ ต่อมาเมื่อผ่านไประยะหนึ่ง ธนาคารตัดสินใจว่าจะอนุญาตให้บุคคลภายนอกส่งข้อมูลโฆษณาแก่ลูกค้า / บุคคลที่อาจเป็นลูกค้า โดยพิจารณาจากข้อมูลเกี่ยวกับความชื่นชอบของลูกค้า / บุคคลที่อาจเป็นลูกค้า

หากวัตถุประสงค์ในการสื่อสารครั้งใหม่ไม่ได้รวมอยู่ในความยินยอมที่เคยได้รับก่อนหน้านี้ ธนาคารจะต้องขอความยินยอมใหม่อีกครั้งหนึ่ง (โดยขอความยินยอมเป็นการเฉพาะเจาะจงสำหรับวัตถุประสงค์ใหม่นั้น)

- ข) ธนาคารมีกระบวนการต่างๆ เพื่อขอความยินยอมใหม่ในช่วงเวลาต่างๆ ตามความเหมาะสม รวมทั้งการขอความยินยอมของผู้แทนโดยชอบธรรมในกรณีที่บุคคลเป็นผู้เยาว์ (โปรดพิจารณาเงื่อนไขในข้อ 4.1 (ฉ) ข้างต้น) ทั้งนี้ ธนาคารจะสามารถอาศัยความยินยอมได้นานเพียงใดนั้น ขึ้นอยู่กับบริบท ขอบเขตที่เคยได้ให้ความยินยอมไว้แต่เดิม และความคาดหวังของบุคคล หากความยินยอมที่เคยได้รับนั้นไม่สามารถใช้ได้อีก

ต่อไป ธนาคารจะต้องขอความยินยอมใหม่ในกรณีที่สมควร หรือจะยุติการเก็บรวบรวม ใช้ และ/หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล

ข้อควรพิจารณา: การส่งอีเมลหาลูกค้าเพื่อให้ลูกค้ายืนยันว่ายังคงต้องการรับการติดต่อสื่อสารด้านการตลาดอีกหรือไม่นั้น อาจพิจารณาได้ว่าเป็นการส่งอีเมลเพื่อการตลาดด้วยเช่นกัน ดังนั้นให้ส่งอีเมลลักษณะดังกล่าวเฉพาะเมื่อมีเหตุผลทางกฎหมายในการทำการตลาด (เช่น ได้รับความยินยอม) เท่านั้น มิเช่นนั้น (ลูกค้า opt-out แล้วหรือไม่เคย opt-in มาก่อน) ให้ยุติการทำการตลาด

- ค) ธนาคารต้องอำนวยความสะดวกให้บุคคลสามารถถอนความยินยอมได้ทุกเมื่อ โดยให้สามารถถอนความยินยอมได้ง่ายเช่นเดียวกับการให้ความยินยอม และแจ้งให้ลูกค้า / บุคคลที่อาจเป็นลูกค้าทราบอย่างชัดเจนถึงวิธีการถอนความยินยอม โดยหลักเกณฑ์ทั่วไปนั้นกำหนดให้ลูกค้า / บุคคลที่อาจเป็นลูกค้าควร opt-out ได้โดยใช้อินเทอร์เน็ตเดียวกับที่ใช้เมื่อ opt-in (เช่น แอปพลิเคชัน เว็บไซต์ เป็นต้น) ธนาคารควรให้ลูกค้า / บุคคลที่อาจเป็นลูกค้าสามารถ opt-out ได้โดยง่ายโดยใช้ช่องทางการสื่อสารเดียวกันกับช่องทางที่ใช้ในการสื่อสารกับลูกค้า / บุคคลที่อาจเป็นลูกค้า เช่น
- ก. อีเมล: ให้ระบุลิงก์ “ยกเลิกการรับข้อมูลข่าวสาร / unsubscribe” ไว้ที่ตอนท้ายของอีเมล
 - ข. ข้อความสื่อสาร (SMS): ผู้ใช้ควรสามารถพิมพ์ข้อความ “หยุดส่ง / STOP” และส่งไปยังหมายเลขปลายทาง (ค่าใช้จ่าที่เพิ่มขึ้นควรมีแค่ค่าส่งข้อความเท่านั้น)
 - ค. โทรศัพท์: พนักงานศูนย์บริการข้อมูลลูกค้า (Call Center) ควรได้รับการฝึกอบรมให้สามารถบันทึกคำขอไม่รับข้อมูลข่าวสารที่เกิดขึ้นในระหว่างที่คุยโทรศัพท์
 - ง. ไปรษณีย์: ให้ระบุที่อยู่ทางไปรษณีย์ และที่อยู่อีเมล หรือหมายเลขโทรศัพท์ที่ไม่มีการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมการโทรศัพท์เพื่อให้ลูกค้า / บุคคลที่อาจเป็นลูกค้าใช้ในการยกเลิกการรับข้อมูลข่าวสาร / unsubscribe ได้
 - จ. สื่อสังคมออนไลน์: ผู้ใช้ต้องสามารถยกเลิกการรับข้อมูลข่าวสาร / unsubscribe ได้โดยส่งข้อความตอบ หรือต้องแจ้งวิธีการยกเลิกการรับข้อมูลข่าวสาร / unsubscribe (เช่น ขอยกเลิกทางอีเมล)
 - ฉ. แอปพลิเคชัน: ผู้ใช้ต้องสามารถเลือกปิดรับการแจ้งเตือนข้อความทางการตลาดได้

ตัวอย่างที่ไม่ถูกต้อง - ธนาคารขอความยินยอมให้ทำการตลาดโดยใช้แบบฟอร์มลงทะเบียนออนไลน์ ธนาคารแจ้งบุคคลที่ลงชื่อสมัครตามแบบฟอร์มดังกล่าวว่าบุคคลอาจถอนความยินยอม

ได้ โดยในการถอนความยินยอมนั้น บุคคลควรติดต่อศูนย์บริการทางโทรศัพท์ของธนาคารในวันทำการระหว่างเวลา 8.00 น. - 17.00 น. โดยธนาคารไม่คิดค่าใช้จ่าย

การแจ้งในลักษณะดังกล่าวไม่เพียงพอ กล่าวคือ ในการแจ้งขอถอนความยินยอมในกรณีนี้ บุคคลต้องโทรศัพท์เฉพาะในเวลาทำการ ซึ่งอาจเป็นภาระมากกว่าการให้บุคคลทำรายการขอถอนความยินยอมด้วยระบบออนไลน์ เพียงแค่คลิกส่งข้อมูลดังเช่นกรณีที่บุคคลได้กรอกข้อมูลให้ความยินยอมในแบบฟอร์มลงทะเบียน ซึ่งในกรณีดังกล่าวนี้บุคคลสามารถดำเนินการได้ทุกวันตลอด 24 ชั่วโมง ควรให้ทางเลือกในการถอนความยินยอมทางออนไลน์เพื่อให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดให้ถอนความยินยอมได้ง่ายเช่นเดียวกับการให้ความยินยอม

- ง) ธนาคารต้องดำเนินการโดยไม่ชักช้าเมื่อมีคำร้องขอถอนความยินยอม กล่าวคือ ทันทีที่ธนาคารจะสามารถดำเนินการได้โดยใช้ระบบงานของธนาคาร หากระบบงานทำให้เกิดความล่าช้า ธนาคารต้องอธิบายปัญหาดังกล่าวต่อลูกค้า / บุคคลผู้ที่จะเป็นลูกค้าในขณะที่ลูกค้าขอถอนความยินยอม ธนาคารแจ้งบุคคลภายนอกที่เกี่ยวข้องในการทำการตลาด (เช่น ผู้ให้บริการภายนอกที่ส่งข้อความสื่อสารทางการตลาด) โดยเร็วที่สุดที่จะสามารถดำเนินการได้หลังจากที่ลูกค้า / บุคคลที่อาจเป็นลูกค้าถอนความยินยอม ธนาคารต้องหยุดทำการตลาด และหากไม่มีฐานทางกฎหมายอื่นใดให้ธนาคารสามารถใช้ข้อมูลส่วนบุคคลต่อไปได้ ธนาคารจะต้องลบหรือทำให้ข้อมูลส่วนบุคคลเป็นข้อมูลที่ไม่สามารถระบุตัวบุคคลที่เป็นเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลได้
- จ) ธนาคารต้องไม่ดำเนินการใดๆ ที่ไม่พึงประสงค์หรือเป็นการให้โทษแก่บุคคลผู้ที่ต้องการถอนความยินยอม และดำเนินการใดๆ เพื่อกีดกันบุคคลไม่ให้ถอนความยินยอม
- ฉ) ธนาคารอาจพิจารณาใช้แดชบอร์ดเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลหรือเครื่องมืออื่นช่วยในการจัดการเกี่ยวกับการตั้งค่ากำหนดต่างๆ เพื่อให้เป็นแนวปฏิบัติที่ดีเพื่อให้ลูกค้า / บุคคลที่อาจเป็นลูกค้าสามารถบริหารจัดการเกี่ยวกับความยินยอมของตนได้

ตัวอย่าง - ในบัญชีผู้ใช้นแอปพลิเคชันที่อยู่ในโทรศัพท์มือถือ ลูกค้า / บุคคลที่อาจเป็นลูกค้าสามารถดูได้ว่าตนได้ opt-in ที่จะรับการติดต่อเกี่ยวกับการตลาดใดบ้าง และลูกค้า / บุคคลที่อาจเป็นลูกค้าสามารถ opt-out ได้ทุกเมื่อ

- 5.3 นอกจากนี้ ควรดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้ก่อนที่จะมีการสื่อสารเพื่อทำการตลาดกับบุคคลผู้ที่เป็นลูกค้าแต่ละราย ในกรณีที่มีการซื้อรายชื่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในการทำการตลาด (Marketing List)

- ก) ตรวจสอบรายละเอียดของผู้รับสารสื่อสารกับฐานข้อมูลที่มีอยู่ภายในธนาคารและบัญชีรายชื่ออีเมลที่ไม่สามารถส่งได้อีก (Suppression List) ที่ชื่อมาจากบุคคลภายนอก เพื่อยืนยันว่าบุคคลดังกล่าวยังมิได้ขอยกเลิกความยินยอม (opt-out) ที่จะรับข้อมูลเกี่ยวกับการตลาดก่อนหน้านี้ และ
- ข) เก็บรักษาสันทัดเกี่ยวกับผลการตรวจสอบให้มีความถูกต้อง ท่านอาจต้องแสดงบันทึกเหล่านี้เพื่อเป็นหลักฐานว่าได้ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องแล้วในกรณีที่มีข้อร้องเรียน

6. การดำเนินการเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลที่ได้จากบุคคลภายนอกเพื่อวัตถุประสงค์ทางการตลาด

- 6.1 ในกรณีที่ท่านเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลจากแหล่งข้อมูลอื่น (เช่น มิได้เก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลโดยตรงจากเจ้าของข้อมูล) ท่านมีหน้าที่แจ้งให้ผู้เป็นเจ้าของข้อมูลทราบรายละเอียดตามที่กำหนดในมาตรา 23 แห่งพระราชบัญญัติฯ (เช่น แจ้งโดยใช้นโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของธนาคาร สำหรับบุคคลภายนอก) โดยไม่ชักช้าภายในสามสิบวันนับแต่วันที่เก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคล และต้องได้รับความยินยอมจากเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล เว้นแต่มีข้อยกเว้นอื่นตามกฎหมาย (มาตรา 25 แห่งพระราชบัญญัติฯ) หากท่านมีแผนที่จะใช้ข้อมูลส่วนบุคคลที่เก็บรวบรวมดังกล่าวเพื่อติดต่อสื่อสารกับเจ้าของข้อมูล ท่านควรส่งนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของธนาคารสำหรับบุคคลภายนอก ให้แก่เจ้าของข้อมูลดังกล่าวในคราวแรกที่มีการติดต่อสื่อสาร โดยวิธีปฏิบัติที่ดีที่สุดคือขอความยินยอมจากบุคคลโดยตรงเพื่อวัตถุประสงค์ในการเก็บรวบรวม ใช้ และ/หรือ เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล และส่งนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของธนาคารให้แก่บุคคลดังกล่าวภายในสามสิบวันนับแต่วันที่เก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลดังกล่าว
- 6.2 หากท่านได้รับข้อมูลส่วนบุคคลจากบุคคลภายนอก เช่น ได้รับข้อมูลจากพันธมิตรทางธุรกิจของธนาคาร การขอความยินยอมจากเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล รวมถึงการแจ้งให้ผู้เป็นเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลทราบรายละเอียดที่กำหนดนั้นอาจทำได้ยากในทางปฏิบัติ เนื่องจากธนาคารไม่ได้เป็นผู้ติดต่อกับเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลโดยตรง ธนาคารจึงควรกำหนดให้มีข้อสัญญาที่เหมาะสมระหว่างธนาคารและบุคคลภายนอกผู้ให้ข้อมูลส่วนบุคคลด้วย เพื่อเป็นการช่วยเสริมมาตรการในการแสดงถึงความพยายามในการปฏิบัติตามข้อกำหนดของกฎหมาย
- 6.3 โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ท่านควรดำเนินการดังต่อไปนี้เกี่ยวกับสัญญากับบุคคลภายนอก
 - ก) ขอให้มีการรับประกันโดยละเอียดเพื่อแสดงว่าได้ขอความยินยอมในการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลแล้วโดยชอบตามกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลทั้งหมดที่ใช้บังคับ
 - ข) คำรับประกันดังกล่าวต้องมีข้อตกลงเกี่ยวกับการรับผิดชอบใช้ค่าเสียหายที่เพียงพอด้วย
 - ค) กำหนดให้บุคคลภายนอกมีหน้าที่จัดหาข้อมูลเฉพาะบางประการให้แก่บุคคลในขณะที่มีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วย (เช่น การแจ้งนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล)

- 6.4 หากบุคคลภายนอกไม่ยอมให้มีข้อตกลงตามสัญญาเพื่อให้ความคุ้มครองอย่างเพียงพอ ท่านควรพิจารณาใหม่อีกครั้งว่าควรดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลจากบุคคลภายนอกนั้นต่อไปหรือไม่ และพิจารณาว่าสามารถได้รับข้อมูลดังกล่าวจากแหล่งอื่นได้หรือไม่
- 6.5 อย่างไรก็ตาม ถ้าพึงข้อตกลงตามสัญญาอาจไม่เพียงพอที่จะลดความเสี่ยงในการอ้างถึงความยินยอมที่ได้รับจากบุคคลอื่นได้ (เรียกว่า “ความยินยอมทางอ้อม”) ท่านจึงควร**ตรวจสอบบุคคลภายนอก**ที่จัดหาข้อมูลส่วนบุคคลให้ท่านในเรื่องเกี่ยวกับข้อมูลที่ได้รับนั้นด้วย คำรับประกันตามข้อตกลงภายใต้สัญญาที่มีกับบุคคลภายนอกนั้นจะช่วยลดความเสี่ยงเกี่ยวกับการไม่ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง
- 6.6 หากบุคคลภายนอกที่ให้ข้อมูลแก่ท่านไม่ให้คำรับประกันตามที่ท่านร้องขอ กรณีดังกล่าวเป็นสิ่งบ่งชี้ว่าอาจมีปัญหาเกี่ยวกับคุณภาพของข้อมูลที่บุคคลภายนอกนั้นจัดหาให้ และท่านอาจต้องสอบถามเพิ่มเติมเกี่ยวกับข้อมูลที่บุคคลภายนอกนั้นจัดหาให้ รวมถึงวิธีการในการจัดหาข้อมูล ในกรณีที่มีข้อสงสัย ท่านควรขอรับคำปรึกษาทางกฎหมายก่อนที่จะดำเนินการความสัมพันธ์กับบุคคลภายนอกนั้นต่อไป หรือใช้ข้อมูลส่วนบุคคลที่บุคคลภายนอกนั้นจัดหาให้
- 6.7 ท่านควรตรวจสอบประเด็นดังต่อไปนี้กับบุคคลภายนอก
- ก) เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลนั้นได้รับแจ้งหรือไม่ว่าข้อมูลส่วนบุคคลของตนจะถูกนำไปเปิดเผยให้แก่บุคคลภายนอก รวมถึงธนาคาร
 - ข) เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลนั้นได้รับแจ้งหรือไม่ว่าบุคคลภายนอกที่ได้รับข้อมูลส่วนบุคคลจะใช้ข้อมูลส่วนบุคคลด้วยวิธีการที่ธนาคารกำหนด
 - ค) เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลได้ให้ความยินยอมให้นำข้อมูลส่วนบุคคลของตนไปให้แก่บุคคลภายนอกรวมถึงธนาคารหรือไม่ ในกรณีที่ต้องได้รับความยินยอม

เช่น โดยปกติแล้วต้องขอความยินยอมหากบุคคลที่ได้รับข้อมูลส่วนบุคคล มีวัตถุประสงค์จะนำไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์ทางการตลาด
 - ง) ได้รับความยินยอมเมื่อใด (ระบุวันและเวลา) และความยินยอมที่ได้รับมานั้นเป็นปัจจุบัน และยังคงมีผลใช้บังคับได้อย่างสมบูรณ์หรือไม่
 - จ) บุคคลผู้ให้ความยินยอมเช่นว่านั้นได้ถอนความยินยอมหลังจากท่านได้รับข้อมูลของบุคคลดังกล่าวหรือไม่ ท่านต้องตรวจสอบให้แน่ใจว่าบุคคลภายนอกแจ้งให้ท่านทราบในเรื่องนี้
 - ฉ) ได้รับความยินยอมมาอย่างไร

ท่านควรขอคำแนะนำด้วยการขอความยินยอมและวิธีการที่ใช้ในการขอความยินยอม เช่น แบบฟอร์มการขอความยินยอมที่ถูกค้าได้ทำเครื่องหมายให้ความยินยอม

- ข) ใครเป็นผู้ได้รับความยินยอมในครั้งแรก เช่น บุคคลภายนอกซึ่งเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลให้แก่ท่านนั้นเป็นผู้ได้รับความยินยอมเองโดยตรงในครั้งแรก หรือมีองค์กรอื่นเป็นผู้ขอความยินยอม

เช่น เมื่อธนาคารได้รับรายชื่อสำหรับการติดต่อเพื่อทำการตลาดจากพันธมิตรทางธุรกิจ พันมิตรทางธุรกิจดังกล่าวอาจมิได้รับความยินยอมจากบุคคลผู้เป็นเจ้าของข้อมูลเอง แต่ได้รับข้อมูลนั้นมาจากองค์กรอื่นอีกทอดหนึ่ง ในกรณีเช่นว่านี้ องค์กรดังกล่าวที่เป็นผู้เก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งแรกมีหน้าที่รับผิดชอบในการขอความยินยอมจากบุคคลที่เกี่ยวข้อง หากเป็นกรณีดังกล่าว ต้องดำเนินการให้พันธมิตรทางธุรกิจตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลตามสมควรด้วย

- ข) ได้ให้ข้อมูลใดบ้างในขณะที่เจ้าของข้อมูลดังกล่าวให้ความยินยอม เช่น ได้แจ้งให้ทราบถึงนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลเพื่ออธิบายว่าจะนำข้อมูลส่วนบุคคลนั้นไปใช้อย่างไร รวมทั้งรายละเอียดของบุคคลที่จะมีการเปิดเผยข้อมูลต่อไปหรือไม่

- 6.8 หากบุคคลภายนอกไม่สามารถให้ข้อมูลตามที่กำหนดข้างต้นได้ ควรพิจารณาหาผู้ให้ข้อมูลรายอื่น

ข้อควรพิจารณา: หากท่านไม่แน่ใจว่าได้รับความยินยอมมาอย่างถูกต้องสมบูรณ์ ห้ามรับและใช้ข้อมูลนั้น

- 6.9 หากท่านสามารถดำเนินการตรวจสอบสถานะบุคคลที่อาจเป็นลูกค้าได้ มีการตรวจสอบข้อมูลอย่างเพียงพอ และยืนยันได้ว่าบุคคลที่อาจเป็นลูกค้าได้รับข้อมูลอย่างละเอียดเพียงพอจากบุคคลภายนอก และได้ให้ความยินยอมอย่างถูกต้องที่จะรับการติดต่อสื่อสารด้านการตลาดจากธนาคาร ท่านจึงจะสามารถติดต่อลูกค้าได้

- 6.10 กรณีที่ท่านติดต่อบุคคลที่อาจเป็นลูกค้าโดยใช้รายชื่อผู้ติดต่อที่ท่านได้รับมาเป็นครั้งแรก ให้แจ้งข้อมูลตามที่พระราชบัญญัติฯ กำหนดให้แก่บุคคลที่อาจเป็นลูกค้าดังกล่าวด้วย (กล่าวคือ การแจ้งนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของธนาคาร สำหรับบุคคลภายนอก)

7. ธนาคารจำเป็นต้องขอความยินยอมอีกครั้งหนึ่งหลังจากที่พระราชบัญญัติฯ มีผลใช้บังคับแล้วหรือไม่

- 7.1 ท่านสามารถอ้างถึงความยินยอมที่ได้รับก่อนวันที่พระราชบัญญัติฯ มีผลใช้บังคับอย่างสมบูรณ์ (กล่าวคือ วันที่ 1 มิถุนายน 2564) ต่อไปได้ หากความยินยอมนั้นเป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในนโยบายนี้ทุกประการ (โดยเฉพาะอย่างยิ่ง โปรดพิจารณาข้อ 4 “การขอความยินยอมต้องดำเนินการอย่างไรเพื่อให้ความยินยอมมีความสมบูรณ์”) อย่างไรก็ตาม การตลาดทางตรงบางประเภทสามารถทำได้โดยอาศัยข้อยกเว้นในการขอความยินยอม (เช่น เป็นการจำเป็นเพื่อประโยชน์โดยชอบด้วยกฎหมาย หรือเป็นการจำเป็นเพื่อการปฏิบัติตามสัญญา) ซึ่งสามารถ

ดำเนินการได้โดยไม่ต้องขอความยินยอม ทั้งนี้ ท่านยังคงต้องปฏิบัติหน้าที่อื่นตามพระราชบัญญัติฯ ด้วย (เช่น หน้าที่ในการแจ้งรายละเอียดตามนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล) ภายหลังจากพระราชบัญญัติฯ มีผลใช้บังคับ

- 7.2 ถ้าความยินยอมที่ได้รับมาก่อนวันที่พระราชบัญญัติฯ มีผลใช้บังคับอย่างสมบูรณ์ มิได้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในนโยบายนี้ ท่านต้องขอความยินยอมใหม่อีกครั้งก่อนที่จะทำการตลาดกับบุคคลที่เคยได้ให้ความยินยอมไว้ เช่น หากท่านอาศัยความยินยอมที่ได้รับจากการกรอกข้อความในลักษณะที่เป็นกล่องข้อความซึ่งได้ทำเครื่องหมายไว้ล่วงหน้า (pre-ticked box) หรือการให้ความยินยอมในลักษณะอื่นใดอันเป็นการให้ความยินยอมโดยปริยาย ท่านต้องขอความยินยอมใหม่อีกครั้ง (ตามมาตราฐานที่กำหนดไว้ในข้อ 4 “การขอความยินยอมต้องดำเนินการอย่างไรเพื่อให้ความยินยอมมีความสมบูรณ์”) หากท่านต้องการสื่อสารข้อมูลเพื่อทำการตลาดไปยังบุคคลดังกล่าวหลังจากที่พระราชบัญญัติฯ มีผลใช้บังคับแล้ว อย่างไรก็ตาม การสื่อสารข้อมูลไปยังบุคคลเพื่อขอให้บุคคลดังกล่าวให้ความยินยอมในการทำการตลาดนั้นต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในนโยบายนี้ด้วยเช่นกัน (เนื่องจากการกระทำเช่นนั้นถือว่าเป็นการทำการตลาดทางตรงด้วย) เช่น ห้ามมิให้ติดต่อลูกค้าที่เคยได้ยกเลิกความยินยอม (opt-out) เกี่ยวกับการทำการตลาดไปแล้ว เพื่อขอให้ลูกค้าดังกล่าวให้ความยินยอมใหม่อีกครั้งหนึ่ง

8. การโฆษณาออนไลน์โดยเจาะจงตัวบุคคล

- 8.1 การโฆษณาออนไลน์โดยเจาะจงตัวบุคคล คือการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลที่ได้จากการทำกิจกรรมออนไลน์เพื่อทำการโฆษณาออนไลน์ที่ตอบสนองความสนใจเฉพาะในแต่ละบุคคล
- 8.2 คุณก็คือไฟล์ข้อมูลขนาดเล็กซึ่งเซิร์ฟเวอร์ติดตั้งไว้ในคอมพิวเตอร์ของแต่ละบุคคล (และเชื่อมโยงกับเบราว์เซอร์ของบุคคลนั้น) โดยคุกกี้จะส่งข้อมูลเกี่ยวกับเว็บไซต์ที่บุคคลเข้าเยี่ยมชมกลับไปยังเซิร์ฟเวอร์ ซึ่งโดยทั่วไปแล้ว ข้อมูลที่มีการเก็บรวบรวมนั้น ได้แก่ รายละเอียดเกี่ยวกับเว็บไซต์และหน้าเว็บเพจที่บุคคลนั้นเข้าเยี่ยมชม ระยะเวลาที่เข้าชมเว็บไซต์หรือหน้าเว็บเพจดังกล่าว วันที่และเวลาที่เข้าชม และบุคคลดังกล่าวได้อ่านโฆษณาที่ปรากฏหรือไม่
- 8.3 ธนาคารอาจใช้เทคโนโลยีในการติดตามข้อมูลเช่นว่านี้กับอุปกรณ์ของลูกค้า / บุคคลที่อาจเป็นลูกค้า เมื่อลูกค้า / บุคคลที่อาจเป็นลูกค้าเข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ หรือธนาคารอาจทำสัญญากับบุคคลภายนอกซึ่งเป็นผู้ให้บริการด้านโฆษณา โดยบุคคลภายนอกดังกล่าวนั้นอาจเผยแพร่ข้อมูลโฆษณาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของธนาคารบนเว็บไซต์อื่น เนื่องจากการโฆษณาประเภทนี้มีศักยภาพในการเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคล และสามารถนำไปใช้เพื่อจัดทำประวัติของบุคคล ดังนั้น จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ธนาคารจะต้องดำเนินการดังต่อไปนี้
- 1) ว่าจ้างเฉพาะผู้ให้บริการที่มีความน่าเชื่อถือ มีมาตรการในการคุ้มครองข้อมูลและความเป็นส่วนตัว
 - 2) ทำความเข้าใจมาตรการต่างๆ ของผู้ให้บริการดังกล่าวในการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

- 3) ว่าจ้างเฉพาะผู้ให้บริการที่กำหนดให้มีกลไกการจัดการที่เหมาะสม เพื่อให้บุคคลสามารถให้ความยินยอมและถอนความยินยอมในเรื่องคุกกี้ (รวมทั้งเทคโนโลยีอื่นใด) ที่ใช้เพื่อรับสื่อโฆษณาที่กำหนดเฉพาะบุคคลได้
- 4) ตรวจสอบให้แน่ใจว่าผู้เผยแพร่ข้อมูลจากภายนอกซึ่งติดตั้งคุกกี้ของบริษัทมีนโยบายความเป็นส่วนตัว/คุกกี้ที่เหมาะสมซึ่งอธิบายเกี่ยวกับคุกกี้ของบุคคลภายนอกดังกล่าวและได้รับความยินยอมจากผู้ปลายทาง ผู้ปลายทาง (ในกรณีที่เป็น)

9. การเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลให้แก่ผู้ให้บริการภายนอกซึ่งให้บริการด้านการตลาด

9.1 เมื่อมีการว่าจ้างให้ผู้ให้บริการภายนอกเป็นผู้เก็บรวบรวม ใช้ และ/หรือ เผยแพร่ข้อมูลส่วนบุคคลในนามของธนาคาร เพื่อให้การบริการด้านการตลาดนั้น ธนาคารควรดำเนินการดังต่อไปนี้

- 1) ตรวจสอบข้อมูลเกี่ยวกับผู้ให้บริการภายนอกก่อนการว่าจ้าง เพื่อให้แน่ใจว่าผู้ให้บริการภายนอกดังกล่าวสามารถปฏิบัติตามข้อกำหนดของธนาคารในเรื่องการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลและการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลได้
- 2) เข้าทำสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษรกับผู้ให้บริการภายนอก โดยระบุข้อตกลงและเงื่อนไขที่เกี่ยวกับการเก็บรวบรวม ใช้ และ/หรือ เผยแพร่ข้อมูลส่วนบุคคลไว้ในสัญญา โปรดใช้ แบบฟอร์มสัญญาการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล (สัญญาที่ผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลทำกับผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล) หรือ แบบฟอร์มสัญญาการโอนข้อมูลส่วนบุคคล (สัญญาที่ผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลทำกับผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคล) ตามความเหมาะสม
- 3) ติดตามตรวจสอบว่าผู้ให้บริการภายนอกยังคงปฏิบัติตามที่ตามสัญญาอย่างต่อเนื่อง และในกรณีที่ผู้ให้บริการภายนอกไม่ปฏิบัติตาม ต้องกำหนดให้มีการแก้ไขการไม่ปฏิบัติตามนั้นทันที หรือบอกเลิกสัญญาว่าจ้าง (ในกรณีที่เป็น) และ
- 4) กำหนดให้มีกลไกในการโอนข้อมูลระหว่างประเทศตามกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลที่ใช้บังคับหากผู้ให้บริการภายนอกอยู่นอกประเทศไทย

9.2 เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลให้แก่ผู้ให้บริการภายนอกเท่าที่จำเป็นเพื่อการให้บริการแก่ธนาคาร

9.3 หากผู้ให้บริการภายนอกจะเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลในนามของธนาคาร (เช่น ผู้ให้บริการภายนอกมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าเองโดยตรง) ธนาคารต้องกำหนดหน้าที่ให้ผู้ให้บริการภายนอกในลักษณะที่สอดคล้องกับหน้าที่ของธนาคาร เช่น กำหนดให้ผู้ให้บริการภายนอกมีหน้าที่ต้องแจ้งนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของธนาคารให้แก่ลูกค้า และขอความยินยอมจากลูกค้าในนามของธนาคาร (ในกรณีที่เป็น) หากผู้ให้บริการภายนอกมีศูนย์บริการข้อมูลลูกค้า

ที่มีการขอความยินยอมเกี่ยวกับการทำการตลาด ธนาคารต้องกำหนดให้ความยินยอมที่บุคลากรของผู้ให้บริการภายนอกขอในนามธนาคารนั้น เป็นไปตามข้อกำหนดในนโยบายนี้ด้วย

- 9.4 หากผู้ให้บริการภายนอกสื่อสารเพื่อทำการตลาดในนามของธนาคาร ธนาคารต้องกำหนดหน้าที่ให้ผู้ให้บริการภายนอกในลักษณะที่สอดคล้องกับหน้าที่ของธนาคาร เช่น กำหนดให้ระบุว่าธนาคารเป็นผู้ทำการสื่อสารดังกล่าว และเสนอให้บุคคลผู้รับการสื่อสารเพื่อทำการตลาดนั้นมีสิทธิที่จะ opt-out ได้ ทั้งนี้ ไม่มีข้อบังคับที่กำหนดให้ต้องระบุรายละเอียดของผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลในขณะที่ยกความยินยอม อย่างไรก็ตาม ต้องเปิดเผยข้อมูลในเรื่องดังกล่าวในนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (ซึ่งต้องส่งให้แก่เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลที่ธนาคารเก็บรวบรวม ใช้ และ/หรือเปิดเผยข้อมูลโดยไม่ต้องคำนึงว่าการประมวลผลนั้นอาศัยความยินยอมของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลหรือไม่ก็ตาม)
- 9.5 ห้ามมิให้ผู้ให้บริการภายนอกใช้ข้อมูลส่วนบุคคลในการทำการตลาดในนามตนเอง หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลนั้นให้บุคคลอื่นใด (เช่น ให้แก่ลูกค้ารายอื่นของตน)
- 9.6 หากผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคล และ/หรือ ผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลซึ่งเป็นบุคคลภายนอกอยู่นอกประเทศไทย จะถือว่าเป็นการโอนข้อมูลส่วนบุคคลไปยังต่างประเทศ ซึ่งจะสามารถกระทำได้ก็ต่อเมื่อมีฐานทางกฎหมายที่เหมาะสม ท่านควรปรึกษาสายงานกฎหมาย เพื่อขอรับคำแนะนำในการดำเนินการให้มีฐานทางกฎหมายที่เหมาะสมสำหรับการโอนข้อมูลส่วนบุคคลไปยังต่างประเทศ ในกรณีที่มีการขอความยินยอมให้โอนข้อมูลส่วนบุคคลไปยังต่างประเทศ ควรขอความยินยอมดังกล่าวแยกต่างหากจากความยินยอมในกรณีอื่น

10. ข้อมูลสาธารณะ

- 10.1 ธนาคารอาจใช้ข้อมูลจากแหล่งข้อมูลสาธารณะเพื่อวัตถุประสงค์ต่างๆ หากเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลสามารถคาดการณ์ได้ตามสมควรว่า ข้อมูลส่วนบุคคลที่ตนเองเปิดเผยต่อสาธารณะจะถูกนำไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์นั้นๆ (เช่น หากบุคคลเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของตนในโปรไฟล์ LinkedIn สามารถนำข้อมูลในโปรไฟล์นั้นไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์ในทางธุรกิจก่อนที่จะพบบุคคลดังกล่าวได้ ทั้งนี้ หากบุคคลดังกล่าวเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมใดๆ ที่เป็นเรื่องส่วนบุคคล โดยปกติแล้วไม่ควรนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ในทางธุรกิจ)
- 10.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลสาธารณะ ให้ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ดังต่อไปนี้
- 1) ควรเปิดเผยนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของธนาคาร สำหรับบุคคลภายนอกให้แก่เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลทราบ (หรือแสดงเป็นลิงก์เชื่อมต่อไปยังนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของธนาคาร สำหรับบุคคลภายนอกดังกล่าว)

- 2) ไม่ควรเก็บรวบรวมและใช้ข้อมูลส่วนบุคคลที่มีความละเอียดอ่อน เว้นแต่มีความชัดเจนว่าบุคคลผู้เป็นเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลนั้นได้เปิดเผยข้อมูลดังกล่าวต่อสาธารณชน หรือบุคคลนั้นได้ให้ความยินยอมโดยชัดแจ้งแล้ว
- 3) การเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลควรจำกัดเฉพาะที่จำเป็นต่อวัตถุประสงค์โดยชอบด้วยกฎหมาย และเก็บรักษาไว้เป็นระยะเวลาที่จำเป็นและข้อมูลนั้นยังเป็นปัจจุบัน ควรลบข้อมูลนั้นหากไม่ต้องการใช้ข้อมูลนั้นแล้วหรือข้อมูลนั้นไม่เป็นปัจจุบัน

11. การบริหารจัดการเกี่ยวกับลูกค้าสัมพันธ์

- 11.1 หน่วยงานภายในธนาคารแต่ละส่วนมีการส่งข้อมูลเกี่ยวกับการทำธุรกรรมและข้อมูลอื่นๆ เกี่ยวกับลูกค้าไปยังฐานข้อมูลกลางในการบริหารจัดการเกี่ยวกับลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management หรือ CRM)
- 11.2 การเข้าถึงฐานข้อมูล CRM จะต้องถูกจำกัดโดยการกำหนดสิทธิที่แตกต่างกันในการเข้าถึงฐานข้อมูลดังกล่าว โดยท่านอาจเข้าถึงฐานข้อมูล CRM ได้เฉพาะเมื่อได้รับความเห็นชอบจากผู้บังคับบัญชาแล้วเท่านั้น
- 11.3 การป้อนข้อมูล การเข้าถึง หรือการใช้ฐานข้อมูล CRM ในลักษณะอื่นใดนั้นให้ปฏิบัติตามหลักการดังต่อไปนี้

- 1) ข้อมูลที่อยู่ในฐานข้อมูล CRM อาจนำไปใช้ได้เฉพาะเพื่อวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้เท่านั้น
 - o การดำเนินการเกี่ยวกับการให้บริการลูกค้าทางโทรศัพท์
 - o การคัดเลือก และการคัดกรองที่อยู่สำหรับการส่งไปรษณีย์ (ตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ข้างต้น)
 - o ให้ระบุวัตถุประสงค์ในการใช้งานโดยประการอื่น / หลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง (หากมี)
- 2) ห้ามมิให้ใช้ฐานข้อมูล CRM เพื่อการจัดเก็บ วิเคราะห์ สืบค้น หรือกระทำด้วยประการอื่นใดอันเป็นการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลในประเภทดังต่อไปนี้
 - o ข้อมูลส่วนบุคคลที่มีความละเอียดอ่อน (เช่น ข้อมูลที่เปิดเผยถึงเชื้อชาติ หรือเผ่าพันธุ์ ความคิดเห็นทางการเมือง ความเชื่อในลัทธิ ศาสนา หรือปรัชญา สมาชิกภาพในสหภาพแรงงาน ข้อมูลทางพันธุกรรม ข้อมูลชีวภาพ ข้อมูลสุขภาพ หรือข้อมูลเกี่ยวกับเพศวิถี ความสนใจทางเพศ หรือพฤติกรรมทางเพศ และข้อมูลเกี่ยวกับความพิการ)
 - o ข้อมูลส่วนบุคคลเกี่ยวกับประวัติอาชญากรรมและการกระทำความผิดทางอาญา หรือข้อมูลอื่นที่คล้ายคลึงกัน

- o ข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าที่ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องหรือเกี่ยวเนื่องกับธุรกิจของธนาคาร และได้กระทบถึงความสัมพันธ์ระหว่างธนาคารและลูกค้า (เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับครอบครัวหรือชีวิตส่วนตัวของลูกค้า)
 - o ข้อมูลส่วนบุคคลของบุคคลที่มีได้ให้ความยินยอมให้ธนาคารเก็บรวบรวม ใช้ และ/หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของตน เว้นแต่บุคคลดังกล่าวเป็นลูกค้าในปัจจุบันของธนาคาร
 - o ข้อมูลเก่าที่อาจไม่ถูกต้องอีกต่อไป (เช่น ข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าเก่า โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากบุคคลดังกล่าวไม่มีความสัมพันธ์ตามสัญญา และไม่มีการติดต่อทางธุรกิจระหว่างกันเป็นเวลานานเกินกว่า 2 ปี
 - o ข้อมูลที่อาจทำให้บุคคลต้องเสี่ยงภัยหรือตกอยู่ในอันตราย หรือกระทบต่อชื่อเสียงของบุคคล
 - o ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้เยาว์ที่อายุต่ำกว่า 10 ปี
- 3) พนักงานหรือผู้ใช้งานข้อมูล CRM แต่ละรายที่ได้รับอนุญาตนั้นจะสามารถเข้าถึงและทำการป้อนข้อมูลเฉพาะบันทึกข้อมูลที่พนักงานหรือผู้ใช้งานข้อมูลดังกล่าวจำเป็นต้องใช้เพื่อปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายให้แล้วเสร็จเท่านั้น โดยจะมีการบันทึกประวัติการเข้าถึง การป้อนข้อมูล และการแสดงผลข้อมูลทั้งหมด
- 4) พนักงานหรือผู้ใช้งานข้อมูล CRM แต่ละรายที่ได้รับอนุญาตสามารถป้อนข้อมูลเข้าในฐานข้อมูล CRM ได้เฉพาะกรณีที่ข้อมูลดังกล่าวนี้
- o เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์ที่ใช้
 - o เป็นข้อมูลที่เชื่อได้ว่าถูกต้องและสมบูรณ์
 - o ไม่เป็นข้อมูลที่อยู่ในรายการประเภทข้อมูลที่มีข้อจำกัด เว้นแต่จะมีข้อยกเว้น (โปรดพิจารณารายละเอียดที่ระบุไว้ข้างต้น)
 - o จะไม่กระทบต่อชื่อเสียงของธนาคาร หรือเป็นเหตุให้ธนาคารได้รับผลกระทบในด้านอื่นๆ หากมีการเปิดเผยให้แก่ลูกค้า หรือบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้อง
- 5) ให้หลีกเลี่ยงการใช้ช่องกรอกข้อความอย่างอิสระ (Free Text Field) (ซึ่งแตกต่างจากช่องสำหรับข้อมูลตามประเภทที่ได้กำหนดรายละเอียดการตอบไว้ก่อนแล้ว เช่น ชื่อ ที่อยู่ อีเมล วันเดือนปีเกิด) เท่าที่จะสามารถกระทำได้ การกรอกข้อความอย่างอิสระสำหรับลูกค้าในฐานข้อมูล CRM นั้นจะสามารถกระทำได้เฉพาะ

ในกรณีที่มีความจำเป็นอย่างยี่งวดเท่านั้น (เช่น เพื่อบันทึกข้อร้องเรียนบางประการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ หรือเพื่อบันทึกสัญญาบริการลูกค้าในรูปแบบเอกสาร) การให้ข้อมูลต้องเป็นข้อมูลที่เป็นกลาง และไม่เจาะจงที่ตัวบุคคล (เช่น ต้องไม่มีลักษณะเป็นการดูหมิ่นหรือหมิ่นประมาท) และห้ามมิให้ใช้ช่องกรอกข้อความอิสระ เพื่อบันทึกความคิดเห็นของผู้ใช้ หรือการวิพากษ์วิจารณ์อันเป็นความเห็นส่วนบุคคล โดยเด็ดขาด ข้อมูลในฐานข้อมูล CRM อาจต้องเปิดเผยให้แก่ลูกค้าหรือบุคคลที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลที่จะจัดเก็บไว้จะต้องเกี่ยวข้องโดยตรงกับวัตถุประสงค์ของธนาคารเท่านั้น หากมีการเปิดเผยข้อมูลที่ประมวลผลต่อบุคคลใดๆ จะต้องมีการดำเนินการให้แน่ใจว่า ไม่มีข้อมูลใดๆ ที่อาจเป็นการล่วงละเมิด แม้ว่าจะถูกแบ่งปันกับผู้ติดตาม

- 6) หากมีการนำข้อมูลที่เก็บรักษาไว้ในฐานข้อมูล CRM ไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์ทางการตลาด ข้อมูลดังกล่าวต้องมีรายละเอียดดังต่อไปนี้
 - o วันที่และสถานที่ที่มีการเก็บรวบรวมข้อมูล
 - o หากมีความยินยอมเพื่อรับการติดต่อสื่อสารเพื่อทำการตลาด ต้องระบุขอบเขตของความยินยอม (มีการให้ความยินยอมนั้นเพื่อวัตถุประสงค์ใด) และความยินยอมนั้นได้มาโดยวิธีใด (ทางวาจา ทางลายลักษณ์อักษร หรือโดยการคลิก หรือการใช้แบบฟอร์มเฉพาะ ตลอดจนความยินยอมที่ได้รับนั้นเป็นความยินยอมโดยนัยหรือโดยชัดแจ้ง)
 - o หากไม่มีการให้ความยินยอม ให้ระบุเหตุผลที่ทำให้สามารถส่งข้อมูลเกี่ยวกับการตลาดทางตรงให้แก่ลูกค้าได้ (ข้อกำหนดเกี่ยวกับการเลือกไม่รับข้อมูล (opt-out))
 - o หากบุคคลนั้นได้เลือกที่จะไม่รับข้อมูล (opt-out) แล้ว ให้ระบุรายละเอียดว่าการ opt-out นั้นใช้วิธีการใด ได้ดำเนินการไปเมื่อใด และเกี่ยวข้องกับการทำการตลาดใด
 - o ลูกค้าได้รับการสื่อสารข้อมูลทางการตลาดเกี่ยวกับเรื่องใด

12. **หลักเกณฑ์เรื่องการบริหารจัดการด้านการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเป็นธรรม (Market Conduct) ของธนาคารแห่งประเทศไทย**

นอกจากพระราชบัญญัติฯ แล้ว ธนาคารยังต้องปฏิบัติตามประกาศธนาคารแห่งประเทศไทย ที่ สกส2.4/2563 เรื่อง การบริหารจัดการด้านการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเป็นธรรม (Market Conduct) (“หลักเกณฑ์เรื่องการบริหารจัดการด้านการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเป็นธรรม (Market Conduct) ของธนาคารแห่งประเทศไทย”) หลักเกณฑ์เรื่องการบริหารจัดการด้านการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเป็นธรรม (Market Conduct) ของธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนดให้ผู้ให้บริการอาจต้องได้รับความยินยอมจากเจ้าของข้อมูล / ลูกค้าก่อน หากว่าจะมีการเปิดเผยข้อมูลของลูกค้าให้แก่บุคคลภายนอก ทั้งที่เป็น

การเปิดเผยเพื่อวัตถุประสงค์ทางการตลาด หรือวัตถุประสงค์อื่นที่มีใช้ทางการตลาด หลักเกณฑ์สำคัญเรื่องการบริหารจัดการด้านการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเป็นธรรม (Market Conduct) ของธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนดให้ต้องได้รับความยินยอมหากจะมีการเปิดเผยข้อมูลของลูกค้า โดยแบ่งออกเป็นสองกรณีคือ

1. การเปิดเผยข้อมูลของลูกค้าให้บุคคลอื่นเพื่อวัตถุประสงค์อื่นที่มีใช้ทางการตลาด

การเปิดเผยข้อมูลของลูกค้าเพื่อวัตถุประสงค์อื่นที่มีใช้ทางการตลาด สามารถจำแนกได้เป็นกรณีต่างๆ ดังต่อไปนี้

- (1) การเปิดเผยข้อมูลลูกค้าซึ่งธนาคารจำเป็นต้องเปิดเผยเพื่อการปฏิบัติตามสัญญาระหว่างธนาคารกับลูกค้า
ธนาคารสามารถกำหนดให้การเปิดเผยข้อมูลดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของเงื่อนไขในการขอใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการได้ โดยจะต้องระบุวัตถุประสงค์ในการเปิดเผยข้อมูลและประเภทของผู้รับข้อมูลให้ลูกค้าทราบ โดยการเปิดเผยข้อมูลลูกค้าซึ่งธนาคารจำเป็นต้องเปิดเผยเพื่อการปฏิบัติตามสัญญาระหว่างธนาคารกับลูกค้ารวมถึงการเปิดเผยข้อมูลแก่ผู้ให้บริการภายนอก ตัวแทน ผู้ให้บริการสนับสนุนการประกอบธุรกิจ ผู้รับจ้างช่วงงานต่อ หรือพันธมิตรทางธุรกิจที่ออกผลิตภัณฑ์ร่วมกันในลักษณะ co-brand ด้วย
- (2) การเปิดเผยข้อมูลลูกค้าซึ่งธนาคารจำเป็นต้องเปิดเผยเพื่อการปฏิบัติตามกฎหมาย
ธนาคารจะต้องแจ้งวัตถุประสงค์ในการเปิดเผยข้อมูลและประเภทของผู้รับข้อมูลให้ลูกค้าทราบ โดยจะกำหนดให้การเปิดเผยข้อมูลดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของเงื่อนไขในการขอใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการหรือไม่ก็ได้
- (3) การเปิดเผยข้อมูลลูกค้าซึ่งธนาคารไม่มีความจำเป็นต้องเปิดเผย
ธนาคารต้องขอความยินยอมในการเปิดเผยข้อมูลจากลูกค้า โดยห้ามกำหนดให้การเปิดเผยข้อมูลดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของเงื่อนไขในการขอใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการ ในการขอความยินยอมจากลูกค้า ธนาคารต้องให้สิทธิลูกค้าเลือกเปิดเผยข้อมูลอย่างชัดเจน และต้องระบุวัตถุประสงค์ในการเปิดเผยข้อมูลและประเภทของผู้รับข้อมูลให้ลูกค้าทราบ ทั้งนี้ ธนาคารอาจกำหนดระยะเวลาให้ลูกค้าให้ความยินยอมก็ได้

2. การเปิดเผยข้อมูลของลูกค้าให้บุคคลอื่นเพื่อวัตถุประสงค์ทางการตลาด

การเปิดเผยข้อมูลของลูกค้าเพื่อวัตถุประสงค์ทางการตลาด หมายถึง การเปิดเผยข้อมูลเพื่อการส่งเสริมการขาย หรือการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์และบริการต่างๆ ที่ลูกค้ามีสิทธิเลือกในการให้ความยินยอมหรือไม่ก็ได้ โดยไม่กระทบการพิจารณาใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการ ในการเปิดเผยข้อมูลของลูกค้าเพื่อวัตถุประสงค์ทางการตลาด ธนาคารต้องได้รับความยินยอมจากลูกค้า

ในการขอความยินยอมจากลูกค้า ธนาคารต้องปฏิบัติดังนี้

- (1) ขอความยินยอมโดยให้สิทธิลูกค้าเลือกเปิดเผยข้อมูลอย่างชัดเจนว่า โดยลูกค้าต้องเข้าใจได้ว่าการขอความยินยอมดังกล่าวไม่ใช่เงื่อนไขในการพิจารณาใช้ผลิตภัณฑ์และบริการ รวมทั้งมีการแยกส่วนการขอความยินยอม

เพื่อวัตถุประสงค์ทางการตลาดและวัตถุประสงค์อื่นที่ไม่ใช่การตลาดออกจากกัน และระบุไว้อย่างชัดเจนในด้านรูปแบบฟอร์มการขอความยินยอมว่าการขอความยินยอมดังกล่าวไม่มีผลต่อการพิจารณาการใช้หรือบริการ

- (2) แจ้งวัตถุประสงค์การขอความยินยอมเพื่อการตลาดให้ลูกค้าทราบอย่างชัดเจน เช่น เพื่อการส่งเสริมการขาย ผลิตภัณฑ์หรือบริการอื่น เพื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการต่างๆ
- (3) แจ้งรายชื่อผู้รับข้อมูลให้ลูกค้าทราบ หรืออาจแจ้งประเภทผู้รับข้อมูลในกรณีที่ธนาคารยังไม่ทราบรายชื่อผู้รับข้อมูลที่แน่ชัด ณ เวลาที่ขอความยินยอม โดยเมื่อธนาคารทราบรายชื่อผู้รับข้อมูลดังกล่าวแล้ว ธนาคารจะต้องแจ้งให้ลูกค้าทราบรายชื่อผู้รับข้อมูลนั้นล่วงหน้าในระยะเวลาที่เพียงพอด้วย เว้นแต่ในกรณีที่ผู้รับข้อมูลดังกล่าวเป็นบริษัทที่อยู่ในกลุ่มธุรกิจทางการเงิน ธนาคารอาจแจ้งโดยการอ้างอิงรายชื่อในแหล่งอื่นได้ เช่น ผ่านทางเว็บไซต์ของธนาคาร
- (4) แจ้งสิทธิและช่องทางการยกเลิกหรือถอนความยินยอมให้ลูกค้าทราบ
- (5) แจ้งช่องทางที่ลูกค้าสามารถติดต่อเพื่อสอบถามรายชื่อผู้รับข้อมูล หรือยกเลิกการสื่อสารจากผู้รับข้อมูลทุกราย

13. การโอนข้อมูลส่วนบุคคลไปยังต่างประเทศ

ตามพระราชบัญญัติฯ ผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลอาจโอนข้อมูลส่วนบุคคลออกนอกประเทศไทยได้โดยอาศัยฐานทางกฎหมายอย่างใดอย่างหนึ่งดังต่อไปนี้

1. ความเพียงพอของมาตรฐานการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลในประเทศปลายทาง

ในการอ้างฐานทางกฎหมายนี้เพื่อโอนข้อมูลส่วนบุคคลไปยังต่างประเทศ ผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลต้องโอนข้อมูลส่วนบุคคลไปยังประเทศปลายทางที่มีมาตรฐานการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลที่เพียงพอเท่านั้น (กล่าวคือ เป็นประเทศปลายทางที่คณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลตามพระราชบัญญัติฯ (“คณะกรรมการ”) ประกาศกำหนด และการโอนข้อมูลส่วนบุคคลไปยังต่างประเทศดังกล่าวนั้นต้องเป็นไปตามหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลตามที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

ทั้งนี้ คณะกรรมการจะได้ประกาศกำหนดรายละเอียดเกี่ยวกับการพิจารณาความเพียงพอของมาตรฐานการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ตลอดจนหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลต่อไป

2. ข้อยกเว้นตามกฎหมายสำหรับการโอนข้อมูลส่วนบุคคลไปยังต่างประเทศ

ผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลอาจโอนข้อมูลส่วนบุคคลออกนอกประเทศไทยได้หากว่าการโอนดังกล่าวนี้เข้าข้อยกเว้นตามกฎหมายอย่างใดอย่างหนึ่งดังต่อไปนี้ เช่น ผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลโอนข้อมูลส่วนบุคคลไปยังต่างประเทศในกรณีดังต่อไปนี้

- (1) เป็นไปเพื่อการปฏิบัติตามกฎหมาย
- (2) ได้รับความยินยอมจากเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลโดยได้แจ้งให้เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลทราบถึงมาตรฐานการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลที่ไม่เพียงพอของประเทศปลายทาง
- (3) เป็นการจำเป็นเพื่อการปฏิบัติตามสัญญาซึ่งเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลเป็นคู่สัญญา หรือเพื่อใช้ในการดำเนินการตามคำขอของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลก่อนเข้าทำสัญญานั้น
- (4) เป็นการกระทำตามสัญญาระหว่างผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลกับบุคคลหรือนิติบุคคลอื่นเพื่อประโยชน์ของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล
- (5) เพื่อป้องกันหรือระงับอันตรายต่อชีวิต ร่างกาย หรือสุขภาพของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล หรือบุคคลอื่น หากเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลไม่สามารถให้ความยินยอมในขณะนั้นได้ หรือ
- (6) เป็นการจำเป็นเพื่อการดำเนินการกิจเพื่อสาธารณะประโยชน์ที่สำคัญ

3. นโยบายในการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลสำหรับการโอนข้อมูลส่วนบุคคลไปยังต่างประเทศ

ผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลอาจโอนข้อมูลส่วนบุคคลออกนอกประเทศไทยได้หาก

- (ก) ได้กำหนดนโยบายในการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อการส่งหรือโอนข้อมูลส่วนบุคคลไปยังผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลหรือผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลซึ่ง (1) ตั้งอยู่นอกประเทศไทยและ (2) อยู่ในเครือกิจการหรือเครือธุรกิจเดียวกันเพื่อการประกอบกิจการหรือธุรกิจร่วมกัน
- (ข) นโยบายตามที่กำหนดในข้อ (ก) ข้างต้นได้รับการตรวจสอบและรับรองจากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และ
- (ค) ได้โอนข้อมูลส่วนบุคคลดังกล่าวออกนอกประเทศไทยตามนโยบายที่ได้รับการรับรองดังกล่าว

นโยบายในการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ลักษณะของกลุ่มกิจการหรือเครือธุรกิจเดียวกันเพื่อการประกอบกิจการหรือธุรกิจร่วมกัน และหลักเกณฑ์และวิธีการตรวจสอบและรับรอง (หรือเรียกว่า “นโยบายหรือกฎเกณฑ์การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลภายในองค์กร” หรือ Binding Corporate Rules: BCR) ให้เป็นไปตามที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

4. มาตรการคุ้มครองที่เหมาะสม

ในกรณีที่ยังไม่มีฐานทางกฎหมายที่เหมาะสมตามข้อ 1 และข้อ 3 ข้างต้น ผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลอาจโอนข้อมูลส่วนบุคคลไปยังต่างประเทศได้ หากได้จัดให้มีมาตรการคุ้มครองที่เหมาะสมสามารถบังคับตามสิทธิของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลได้ รวมทั้งมีมาตรการเยียวยาทางกฎหมายที่มีประสิทธิภาพตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

ทั้งนี้ คณะกรรมการจะได้ประกาศกำหนดกฎหมายลำดับรองเกี่ยวกับมาตรการคุ้มครองที่เหมาะสมต่อไป

ปัจจุบันนี้ ยังไม่มีบัญชีรายชื่อประเทศที่มีมาตรฐานด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลที่เพียงพอ หรือหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการโอนข้อมูลส่วนบุคคลไปยังต่างประเทศโดยอาศัยมาตรการคุ้มครองที่เหมาะสม ในกรณีนี้ ปัจจุบันจึงยังมีข้อจำกัดในการโอนข้อมูลส่วนบุคคลไปยังต่างประเทศ และการโอนข้อมูลส่วนบุคคลไปยังต่างประเทศนั้นอาจต้องได้รับความยินยอมจากลูกค้า

หมายเหตุ: ธนาคารไม่อาจโอนข้อมูลส่วนบุคคลไปยังผู้ให้บริการภายนอกซึ่งอยู่ต่างประเทศ โดยอาศัยนโยบายหรือกฎเกณฑ์การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลภายในองค์กรตามข้อ 3 ข้างต้นได้ เนื่องจากการส่งหรือโอนข้อมูลส่วนบุคคลที่อาศัยนโยบายดังกล่าวต้องเป็นการส่งหรือโอนข้อมูลส่วนบุคคลไปยังผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลหรือผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลซึ่งอยู่ต่างประเทศ และอยู่ในกลุ่มกิจการหรือเครือธุรกิจเดียวกัน ทั้งนี้ ธนาคารจึงต้องอาศัยฐานทางกฎหมายอื่นในการโอนไปยังต่างประเทศ

14. **การทำการตลาดตามที่มีการร้องขอ (Solicited Marketing) การสร้างรายชื่อผู้ติดต่อ (Lead Generation) และการใช้รายชื่อกลุ่มเป้าหมายในการทำการตลาด (Marketing List)**

หากบุคคลมีการร้องขอข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการใดเป็นการเฉพาะ เช่น กรณีที่ลูกค้า หรือบุคคลที่อาจเป็นลูกค้า ยื่นคำขอออนไลน์เพื่อขอรับข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการใดเป็นการเฉพาะ ท่านสามารถให้ข้อมูลแก่ลูกค้า หรือบุคคลที่อาจเป็นลูกค้าตามที่มีการร้องขอเช่นนั้นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการได้ กรณีดังกล่าวถือเป็น “การทำการตลาดตามที่มีการร้องขอ” อย่างไรก็ตาม หากท่านต้องการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า หรือบุคคลที่อาจเป็นลูกค้าท่านอีกเพื่อวัตถุประสงค์ทางการตลาดโดยที่ไม่มีคำขอเป็นกรณีเฉพาะจากลูกค้าหรือบุคคลที่อาจเป็นลูกค้า การทำการตลาดในกรณีเช่นนี้ถือเป็น “การทำการตลาดโดยที่ไม่มีมีการร้องขอ” เช่น หลังจากที่ท่านส่งข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการเฉพาะอย่างตามคำขอให้แก่ลูกค้า หรือบุคคลที่อาจเป็นลูกค้าแล้ว และธนาคารต้องการส่งอีเมลพร้อมทั้งรายละเอียดเกี่ยวกับข้อเสนอใหม่ การติดต่อในลักษณะดังกล่าวถือเป็นการทำการตลาดโดยที่ไม่มีมีการร้องขอ เนื่องจากลูกค้ามิได้ติดต่อธนาคารเพื่อขอข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอดังกล่าวเป็นการเฉพาะ ในกรณีนี้ ท่านควรปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ของพระราชบัญญัติฯ และควรหมั่นตรวจสอบขั้นตอนที่เหมาะสมตามนโยบายนี้อยู่เสมอ เช่น หลังจากที่ลูกค้าขอข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการอย่างใดอย่างหนึ่ง ควรมีการขอให้ลูกค้า หรือบุคคลที่อาจเป็นลูกค้ารายดังกล่าว ทำเครื่องหมายที่กล่องข้อความ (opt-in) เพื่อรับข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอต่อไปในอนาคต ซึ่งจะเท่ากับว่าลูกค้า หรือบุคคลที่อาจเป็นลูกค้ารายดังกล่าวได้ให้ความยินยอมให้ทำการตลาดโดยที่ไม่มีมีการร้องขอในส่วนที่เกี่ยวกับข้อเสนอในอนาคตของธนาคาร

ท่านอาจใช้รายชื่อผู้ติดต่อเพื่อการทำการตลาดโดยอาศัยข้อมูลที่ได้รับจากลูกค้า หรือบุคคลที่อาจเป็นลูกค้าได้โดยชอบด้วยกฎหมาย เช่น รายละเอียดเกี่ยวกับลูกค้าเก่า บุคคลที่ส่งอีเมลเข้ามาเพื่อขอข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการเฉพาะอย่าง หรือบุคคลที่เคยลงทะเบียนในเว็บไซต์ หรือลงชื่อเป็นสมาชิกเพื่อขอรับข้อมูลจากแหล่งดังกล่าว อย่างไรก็ตาม ท่านควรตรวจสอบว่าได้ปฏิบัติตามพระราชบัญญัติฯ หรือไม่ และหมั่นทบทวนขั้นตอนต่างๆ ที่เหมาะสมตามที่นโยบายนี้กำหนด (เช่น หากท่านเก็บรวบรวมรายละเอียดสำหรับติดต่อโดยตรงจากบุคคล ท่านควรแจ้งนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของธนาคารสำหรับบุคคลภายนอก ซึ่งอธิบายว่าธนาคารจะใช้ข้อมูลรายละเอียดของบุคคลนั้นเพื่อวัตถุประสงค์ทางการตลาด ให้บุคคลดังกล่าวทราบ และหากท่านจะเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของบุคคลนั้นให้แก่บุคคลภายนอกอื่น ท่านควรพิจารณาว่านโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของธนาคาร สำหรับบุคคลภายนอกครอบคลุมรายละเอียดเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลดังกล่าว และควรต้องขอความยินยอมเพื่อวัตถุประสงค์ดังกล่าวเป็นการเฉพาะหรือไม่)

หากท่านได้ซื้อรายชื่อกลุ่มเป้าหมายในการทำการตลาดจากบุคคลภายนอกอื่น ต้องตรวจสอบให้แน่ใจว่าบุคคลภายนอกอื่นนั้นได้รับความยินยอมมาก่อนแล้ว อย่างไรก็ตาม ท่านต้องกำหนดให้ระบุชื่อธนาคารไว้ในคำขอความยินยอมที่บุคคลภายนอกนั้นจัดเตรียมด้วย การระบุเพียงประเภทผู้รับข้อมูลยังไม่ถือว่าเพียงพอ เนื่องจากคำขอความยินยอมในลักษณะดังกล่าวไม่ถือว่าทำให้ธนาคารได้รับความยินยอมอย่างสมบูรณ์ตามที่ผู้ให้ความยินยอมได้รับแจ้งข้อมูลในเรื่องที่ตนได้ให้ความยินยอม ท่านต้องเก็บบันทึกข้อมูลเพื่อแสดงว่าบุคคลได้ให้ความยินยอมในเรื่องใด รวมทั้งสิ่งที่ได้แจ้งแก่บุคคลผู้ให้ความยินยอม ตลอดจนเวลาและวิธีการที่บุคคลนั้นได้ให้ความยินยอมด้วย โปรดพิจารณารายละเอียดในการขอความยินยอมที่สมบูรณ์ในข้อ 4 และวิธีการบันทึกความยินยอมในลักษณะที่กล่าวข้างต้นในข้อ 5

นอกจากนี้ หากท่านซื้อข้อมูลส่วนบุคคลจากบุคคลภายนอกอื่น ให้ส่งนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของธนาคาร สำหรับบุคคลภายนอกให้แก่เจ้าของข้อมูลเพื่อแจ้งให้เจ้าของข้อมูลทราบวัตถุประสงค์ในการเก็บรวบรวม ใช้ และ/หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของเจ้าของข้อมูล ตลอดจนรายละเอียดอื่นใดตามที่พระราชบัญญัติฯ กำหนด โดยท่านต้องตรวจสอบว่าได้รับความยินยอมมาอย่างไร เมื่อใด ใครเป็นผู้ให้ความยินยอม ตลอดจนได้แจ้งข้อมูลใดบ้างให้แก่เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล ทั้งนี้ ห้ามมิให้อาศัยความยินยอมที่ได้รับมาโดยอ้อมโดยปราศจากการตรวจสอบว่าความยินยอมนั้นมาได้รับมาโดยชอบหรือไม่ โปรดพิจารณารายละเอียดเกี่ยวกับการดำเนินการเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลที่ได้จากบุคคลภายนอกเพื่อวัตถุประสงค์ทางการตลาดในข้อ 6

15. คำถามและการให้ความช่วยเหลือ

หากท่านมีคำถามหรือข้อสงสัยเกี่ยวกับการปฏิบัติตามนโยบายนี้ โปรดส่งคำถามไปยังสายงานกฎหมาย