



การประชุมวิชาการระดับชาติ “การเรียนรู้ด้านมนุษยศาสตร์และด้านสังคมศาสตร์” ครั้งที่ 3
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
วันที่ 23 พฤศจิกายน 2562

การคุ้มครองผู้บริโภคจากการซื้อขายสินค้าทางอินเทอร์เน็ต

ณัชพล มะธิปิไช¹, ชื่นชีวิน ยิ้มเฟื่อง²

^{1,2}นักศึกษาศาขานิติศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

¹Email : s59123440132@ssru.ac.th, James.matipikhai@gmail.com

บทคัดย่อ

ปัจจุบันระบบอินเทอร์เน็ตได้เข้ามามีบทบาททางธุรกิจในรูปแบบใหม่ที่เรียกว่าการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce) ซึ่งเป็นการซื้อขายสินค้าที่ผู้ซื้อตัดสินใจโดยอาศัยข้อมูลที่นำเสนอผ่านเว็บไซต์ โดยไม่ได้สัมผัสกับตัวสินค้าหรือผู้ขายโดยตรง พบว่าทำให้เกิดปัญหาอันเนื่องมาจากการผิดสัญญา เพราะผู้ประกอบการบางรายอาจแสดงข้อความอันเป็นเท็จเพื่อขายสินค้าหรือบริการโดยที่ผู้ซื้อไม่อาจทราบได้ว่าการเสนอขายสินค้านั้นเป็นความจริงหรือไม่ เป็นเหตุให้ผู้บริโภคตกอยู่ในฐานะเสียเปรียบ จากปัญหาการที่ผู้ซื้อไม่ทราบถึงตัวสินค้าอีกทั้งยังไม่ทราบถึงตัวผู้ประกอบการ จึงได้มีการประกาศใช้กฎหมายหลายฉบับรวมถึงพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ที่ให้สิทธิแก่ผู้บริโภคที่จะได้รับความคุ้มครองตามกฎหมาย คือ สิทธิที่จะได้รับข่าวสาร ทั้งคำสรรพนาม คุณภาพที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา ได้แก่สิทธิที่จะได้รับข้อมูลโดยไม่ถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบธุรกิจ สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยในการใช้สินค้าหรือบริการ สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการ และสิทธิที่จะได้รับการคุ้มครองและชดเชยค่าเสียหาย เมื่อมีการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค งานวิจัยฉบับนี้ผู้วิจัยมุ่งเน้นในการศึกษาถึงความเป็นมาของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กระบวนการในการทำสัญญาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และการบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องตลอดจนศึกษาถึงปัญหาและแนวทางป้องกันต่อไป

คำสำคัญ: กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค, ซื้อขายสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต, พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์



การประชุมวิชาการระดับชาติ “การเรียนรู้ด้านมนุษยศาสตร์และด้านสังคมศาสตร์” ครั้งที่ 3
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
วันที่ 23 พฤศจิกายน 2562

Online purchase consumer protection

Natchapol Mathiphikai^{1*}, Cheunchiwin Yimfeuang²

Student majored in Law program, Faculty of Social Science and Humanities, Suan Sunandha Rajabhat University

¹Email : s59123440132@ssru.ac.th, James.matipikhai@gmail.com

Abstract

Today an internet system plays a role in new business model or E-commerce which is an activity of electronically buying or selling of products via websites with no direct contact with real merchandise or a seller. This kind of activity causes a problem such as breaking an agreement as certain entrepreneurs may provide false details to sell their merchandise or services; thus, the buyer may not be unaware whether the offer is authentic or not. This make consumers in a losing position. In light of false merchandise details and concealed entrepreneur details; several laws have been enacted, including The Consumer Protection Act, BE. 2522 (2009), which gives the legal protection rights to consumers i.e., to be informed sufficiently with authentic pronounce and quality related to goods or service; the rights to come into a fair contract i.e., to be accessible to data with no unscrupulous exploitation by entrepreneurs; the right to be safe to use goods or services, the rights to freedom to access to variety of goods and services and the rights to be protected and seek compensation in the event of violation of consumer rights. This paper aims to study background and history of E-commerce, E-commerce contract procedures and relevant laws enforcement, as well as problems and preventive guidelines further.

Keywords : consumer protection law, online purchase and E-commerce

* This is a sole author (student) paper.



การประชุมวิชาการระดับชาติ “การเรียนรู้ด้านมนุษยศาสตร์และด้านสังคมศาสตร์” ครั้งที่ 3

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

วันที่ 23 พฤศจิกายน 2562

บทนำ

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce) การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั้น เริ่มขึ้นครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ.2513 จนกระทั่งประมาณปี พ.ศ.2537-2548 ถือได้ว่าการค้าในรูปแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้รับความนิยมอย่างมากจนพัฒนามาถึงทุกวันนี้ ในการทำสัญญาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั้น จำเป็นต้องมีความสัมพันธ์กับบุคคลที่เกี่ยวข้องได้แก่ ผู้ให้บริการเชื่อมต่อเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ร้านค้าที่ต้องการขายสินค้าหรือบริการผ่านทางอินเทอร์เน็ต ลูกค้าที่ต้องการจะซื้อสินค้าหรือบริการผ่านทางอินเทอร์เน็ต และธนาคารที่ทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการชำระเงิน ซึ่งการซื้อขายสินค้าของเว็บไซต์ที่ทำการซื้อขายสินค้าหรือบริการทางอินเทอร์เน็ตนั้นมีขั้นตอนหลักอยู่ 3 ขั้นตอนคือ การทำคำสั่งซื้อ (Ordering) การชำระเงิน (Payment systems) การจัดส่งสินค้า (delivery) วัตถุประสงค์ในการทำสัญญาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั้นก็เพื่อขยายตลาดทั้งฝ่ายของผู้ขายหรือผู้ซื้อ เนื่องจากการซื้อขายสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ตเป็นการเปิดตลาดออนไลน์ทั่วโลกทำให้ได้พบเจอร้านค้าหรือลูกค้าในทุกมุมโลก ลดต้นทุนเนื่องจากไม่จำเป็นต้องมีหน้าร้าน หรือในส่วนของผู้บริโภคเองก็สามารถหาซื้อสินค้าได้ในราคาถูก ช่วยประหยัดเวลาในการเดินทางและสร้างความพึงพอใจได้มากขึ้น

โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัจจุบันอินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทสำคัญในทางธุรกิจการค้าและการบริการ ส่งผลให้มีการประกอบธุรกิจรูปแบบใหม่ที่เรียกว่า พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์(e-commerce) ซึ่งการทำธุรกิจดังกล่าวนั้นเป็นการทำสัญญาโดยผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายทางธุรกิจ เช่น การซื้อขายสินค้าและบริการ การโฆษณาผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ หรือสื่อสังคมออนไลน์ไม่ว่าจะเป็น เฟสบุ๊ก(Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) อินสตราแกรม(Instagram) เป็นต้น โดยปัจจุบันนิยมทำสัญญาซื้อขายในรูปแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพิ่มมากขึ้นเนื่องจากมีความสะดวกสบาย ไม่ต้องเสียเวลา ประหยัดค่าใช้จ่าย และสามารถดูสินค้าได้ทันทีโดยไม่ต้องเดินทางไปที่ร้าน เนื่องจากผู้ประกอบการและผู้บริโภคสามารถนำเสนอสินค้าและรับรู้ข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว ดังนั้นการทำสัญญาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จึงมีความแตกต่างกับการทำสัญญาทั่วไป เนื่องจากการติดต่อระหว่างคู่สัญญานั้น สามารถทำสัญญาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้ และคู่สัญญาไม่จำเป็นต้องมีการพบปะกัน เพื่อเจรจาในการทำสัญญาต่าง ๆ เมื่อไม่มีการพบเจอกันระหว่างคู่สัญญาโดยตรง จึงไม่สามารถรับรู้ตัวตนหรือตัวสินค้าที่แท้จริงของคู่สัญญาอีกฝ่าย การทำสัญญาซื้อขายทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั้น จะเกิดขึ้นได้จำเป็นต้องอาศัยความเชื่อถือและไว้วางใจระหว่างคู่สัญญา เช่นนี้จึงเกิดปัญหาผู้ซื้อถูกหลอกหลวงหรือฉ้อโกงซึ่งพบเห็นได้บ่อยครั้งจากการซื้อขายทางอินเทอร์เน็ต เช่นผู้ขายไม่จดทะเบียนในการประกอบธุรกิจ ผู้ซื้อได้รับสินค้าที่ไม่มีคุณภาพ ไม่มีคุณสมบัติหรือลักษณะตรงตามที่ผู้ขายได้บรรยายหรือโฆษณาไว้ หรือได้รับสินค้าปลอม เป็นต้น ด้วยเหตุดังกล่าวนี้จึงก่อให้เกิดความเสี่ยงและความเสียหายแก่ผู้บริโภค ในการตัดสินใจซื้อขายสินค้าผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ ทำให้ผู้ประกอบการบางรายฉวยโอกาสแสดงข้อความอันเป็นเท็จเพื่อขายสินค้า รวมถึงการที่ผู้ขายไม่ได้จดทะเบียนเป็นผู้ประกอบการกับหน่วยงานของรัฐตามที่กฎหมายกำหนด และเมื่อมีการผิดสัญญาผู้ขายจะไม่รับผิดชอบชดใช้ค่าเสียหายให้แก่ผู้ซื้อ กรณีเช่นนี้ผู้ซื้อก็ไม่สามารถดำเนินการเพื่อติดตามตัวผู้ขายได้ เนื่องจากการที่ผู้ขายหรือผู้ประกอบการไม่ได้จดทะเบียนนั้นทำให้รัฐไม่สามารถควบคุมดูแลและคุ้มครองผู้บริโภคได้

การจดทะเบียนของผู้ประกอบกิจการซื้อขายสินค้าทางอินเทอร์เน็ตนั้น แม้ปัจจุบันจะมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องอยู่หลายฉบับ แต่การบังคับใช้ก็ยังมีจุดบกพร่องและไม่มีประสิทธิภาพ ไม่สามารถควบคุมผู้ประกอบการได้ ซึ่งเห็นได้จากยังคงมีผู้ประกอบการอีกจำนวนมากที่ไม่ได้จดทะเบียนกับหน่วยงานของรัฐ



การประชุมวิชาการระดับชาติ “การเรียนรู้ด้านมนุษยศาสตร์และด้านสังคมศาสตร์” ครั้งที่ 3

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

วันที่ 23 พฤศจิกายน 2562

ตามที่กฎหมายกำหนด อาจเป็นเพราะไม่ได้มีผลบังคับใช้อย่างจริงจัง ส่วนผู้ประกอบการที่จดทะเบียนถูกต้องตามกฎหมายนั้น ก็เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับกิจการของตนเท่านั้น และยังมิบทลงโทษที่ไม่เพียงพอที่จะทำให้ผู้ประกอบการเกรงกลัวเนื่องจากอัตราโทษที่ค่อนข้างต่ำ การคุ้มครองผู้บริโภคก็ไม่มีบทบาทที่ชัดเจนในการแก้ปัญหาให้กับผู้บริโภคที่ได้รับความเสียหาย เนื่องจากปัจจุบันนี้ประเทศไทยไม่มีการออกกฎหมายเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคในพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นการเฉพาะ ทำให้ผู้บริโภคตกอยู่ในฐานะที่เสียเปรียบ และอาจเกิดผลกระทบต่อการใช้บริการของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ดังนั้นรัฐจำเป็นต้องออกกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคในด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ขึ้นมาควบคุมเพื่อให้เกิดความเป็นธรรม

เมื่อไม่มีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์โดยตรง บทความนี้จึงมีจุดมุ่งหมายเพื่อเสนอมาตรการป้องกันและปราบปรามการกระทำโดยมิชอบของผู้ประกอบการศึกษากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคในการซื้อขายสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต เพื่อหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาหลักเกณฑ์ การตีความ การบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคที่ทำการซื้อขายสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ต
2. เพื่อศึกษาผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการบังคับใช้กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
3. เพื่อเสนอแนะแนวทางแก้ไขกฎหมายในการป้องกันและปราบปรามการกระทำโดยมิชอบของผู้ประกอบการ และคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคที่ทำการซื้อขายสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ต

ขอบเขตการวิจัย

ศึกษาบทบัญญัติของกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการทำสัญญาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กรณีศึกษาเกี่ยวกับการซื้อขายเครื่องแต่งกาย ศึกษาเฉพาะกฎหมายที่ผู้วิจัยเห็นว่าเป็นประโยชน์และควรที่จะหยิบยกขึ้นมาวิเคราะห์ทั้งนี้ได้แก่ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2562 พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2560 พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2562 พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ.2545 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2560 พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540 นอกจากนี้ยังรวมไปถึงประมวลกฎหมายอาญา และค้นคว้าข้อมูลจากเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

บททวนวรรณกรรม

การทำสัญญาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

1. ความเป็นมาของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรืออีคอมเมิร์ซ (E-commerce) เริ่มขึ้นครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ.2513 โดยขณะนั้นบริษัทขนาดใหญ่และสถาบันการเงินได้มีการเริ่มใช้ระบบโอนเงินทางอิเล็กทรอนิกส์หรือ อีเอฟที (EFT=Electronic Fund Transfer) ต่อมาเมื่อการแลกเปลี่ยนข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์หรือ อีดีไอ (EDI=Electronic Data Interchange) สามารถช่วยขยายการส่งข้อมูลจากเดิมที่เป็นข้อมูลทางการเงินอย่าง



เดียว เป็นการส่งข้อมูลแบบอื่นเพิ่มขึ้น เช่น การส่งข้อมูลระหว่างสถาบันการเงินกับผู้ผลิต หรือผู้ค้าส่งกับผู้ค้าปลีก จนมาถึง พ.ศ.2533 ถือได้ว่าเป็นยุคแห่งการเริ่มต้นการสื่อสารซึ่งจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้เกิดการค้าที่เรียกว่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ขึ้นในเวลาต่อมา เหตุผลที่ทำให้ระบบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เติบโตอย่างรวดเร็วเนื่องจาก โปรแกรมที่ช่วยในการค้าขายผ่านอิเล็กทรอนิกส์ได้มีการพัฒนาขึ้นอย่างรวดเร็วตอบรับกับการที่มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้น และจนกระทั่งประมาณปี พ.ศ.2537 – 2548 ถือได้ว่าระบบการค้าอิเล็กทรอนิกส์หรืออีคอมเมิร์ซก็เป็นที่ยอมรับ และได้รับความนิยมอย่างมาก และเริ่มมีการขยายออกไปยังทั่วโลก จนพัฒนามาถึงทุกวันนี้

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) คือการทำดำเนินกิจการการค้าขาย ที่ใช้เครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์มาช่วย เช่น อินเทอร์เน็ต, โทรศัพท์, วิทยุ, โทรทัศน์, แฟกซ์ เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อควบคุมกิจกรรมชนิดต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบ ข้อความ ภาพและเสียง รวมถึงการค้าขายสินค้าและบริการ การขนส่งผลิตภัณฑ์หรือการผลิตที่เป็นเนื้อหาข้อมูลแบบดิจิทัล เพื่อมาจำหน่ายเป็นต้น

อินเทอร์เน็ต (Internet) คือเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่มีขนาดใหญ่ มีการเชื่อมต่อระหว่างหลายๆ เครือข่ายทั่วโลก โดยใช้ภาษาที่ใช้สื่อสารกันระหว่างคอมพิวเตอร์ซึ่งเรียกว่า โพรโทคอล (Protocol) โดยผู้ใช้เครือข่ายสามารถสื่อสารถึงกันได้ในหลายทาง เช่น อีเมล เว็บไซต์ รวมไปถึงโซเชียลเน็ตเวิร์กซึ่งอินเทอร์เน็ตนั้นมีความเป็นมาจากโครงการของ เออาร์พีเอเน็ต (ARPAnet= Advanced Research Projects Agency Network) ซึ่งเป็นหน่วยงานที่สังกัดกระทรวงกลาโหมของสหรัฐ (U.S. Department of Defense - DoD) ถูกก่อตั้งเมื่อประมาณ ปี พ.ศ.2503 อาจกล่าวได้ว่าจำกัดการใช้เฉพาะกองทัพเท่านั้น ต่อมาผู้มีคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลสามารถเข้าใช้อินเทอร์เน็ตได้ง่ายขึ้นเพราะมีการพัฒนา World Wide Web รวมถึงเว็บเบราว์เซอร์ (Web browser) ในช่วงประมาณปี พ.ศ. 2533 เป็นผลทำให้อินเทอร์เน็ตได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น เป็นเหตุให้การซื้อขายสินค้าหรือบริการผ่านอินเทอร์เน็ตหรือพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ รวมไปถึงการประกอบธุรกิจผ่านอินเทอร์เน็ตมีบทบาทสำคัญมากขึ้น (ภาวุธ พงษ์วิทยภานุ, 2550, หน้า22-23)

2. จุดประสงค์ของการทำสัญญาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

โดยจุดประสงค์ในการทำสัญญาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือการนำเอาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) มาใช้ในงานบริการหรืองานด้านต่าง ๆ นั้น ไม่เพียงแต่จะเป็นการปฏิบัติโครงการค้าขายหรือบริการที่ไม่ต้องอาศัยหน้าร้านและสดในการชำระราคาเท่านั้น แต่ยังช่วยลดช่องว่างการแข่งขันระหว่างองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่กับองค์กรธุรกิจขนาดเล็กอีกด้วย เนื่องจากโอกาสในการค้าขายนั้นย่อมเท่าเทียมกันเมื่อเข้าสู่โลกของการค้าขายผ่านอินเทอร์เน็ต โดยจุดประสงค์หลักในการทำสัญญาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั้นมีดังต่อไปนี้

1. ขยายตลาด ไม่ว่าทั้งในประเทศและต่างประเทศ ส่วนในด้านของผู้ใช้บริการนั้นมีโอกาสเลือกและเปรียบเทียบราคาสินค้าได้มากขึ้น โดยเลือกซื้อสินค้าและบริการได้จากร้านค้าต่าง ๆ ทั้งนี้เนื่องจากการเชื่อมต่อระบบอินเทอร์เน็ตทำให้เสนอสินค้าได้ทั่วโลก นักท่องอินเทอร์เน็ตจากทั่วทุกมุมโลก สามารถใช้บริการเว็บไซต์ของบริษัทได้ตลอดเวลาผู้ขายสามารถเสนอสินค้า ผลิตภัณฑ์ และบริการต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว โดยที่คำสั่งซื้ออาจเกิดขึ้นตลอด 24 ชั่วโมงจากที่ต่าง ๆ กันทั่วโลก และรวมถึงประเทศไทยที่มีผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตจำนวนมาก ซึ่งจากผลสำรวจของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์(องค์การมหาชน) ในปี พ.ศ.2561 พบว่า พฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตของคนไทยยังเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง โดยคนไทยส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยนานขึ้นถึง 10 ชั่วโมง 5 นาทีต่อวัน เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2560 ถึง 3 ชั่วโมง 41 นาทีต่อวัน โดยการซื้อ



การประชุมวิชาการระดับชาติ “การเรียนรู้ด้านมนุษยศาสตร์และด้านสังคมศาสตร์” ครั้งที่ 3
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
วันที่ 23 พฤศจิกายน 2562

สินค้าและบริการ ขยับตัวเข้ามาอยู่ในกลุ่ม 5 อันดับในปี พ.ศ. 2560 และปี พ.ศ. 2561 ก็ยังคงครองอันดับ 5 อยู่ และมีอัตราเพิ่มขึ้นอีก (รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย, 2561) ลดต้นทุนประหยัดค่าใช้จ่าย ซึ่งพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั้นสามารถเสนอข้อมูลที่ใหม่ล่าสุดให้กับลูกค้าได้ทันที ช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในการจัดพิมพ์เอกสาร และประหยัดเวลาในการประชาสัมพันธ์ ตลอดจนลดต้นทุนในการจัดแต่งหน้าร้าน หรือหาบูทแสดงสินค้า โดยพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สามารถแสดงสินค้าที่มีอยู่ให้กับลูกค้าทั่วทุกมุมโลกได้มองเห็นสินค้าของคุณ ส่วนในด้านของผู้ใช้บริการนั้นสามารถเลือกซื้อสินค้าได้ในราคาถูกกว่าทั่วไป

2. เพิ่มประสิทธิภาพ เนื่องจากสามารถทำงานได้รวดเร็วขึ้นและถูกต้องแม่นยำ เนื่องจากลูกค้าเป็นผู้ป้อนข้อมูลสั่งซื้อสินค้าเพียงคนเดียว และข้อมูลทั้งหมดที่ลูกค้าป้อนนั้นสามารถนำไปออกใบเสร็จรับเงินบันทึกบัญชี ตลอดจนสั่งซื้อสินค้าได้ทั้งหมด

3. ประหยัดเวลา เพราะสามารถทำงานได้เอง โดยทำการค้าในรูปแบบอัตโนมัติ และดำเนินการได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินการทางธุรกิจภายในองค์กรนั้น ๆ ส่วนผู้บริโภคก็ประหยัดเวลาไม่ต้องเดินทางไปซื้อสินค้าถึงหน้าร้าน

4. สร้างความประทับใจและพึงพอใจได้มากขึ้น โดยปัจจุบันการสั่งซื้อสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ตทำได้ง่ายตาย สินค้าและบริการมีให้เลือกมากมายทำให้ไม่ต้องเสียเวลาการเดินทางและเสียเวลาไปกับการค้นหาสินค้าและบริการที่ต้องการ ทั้งยังสามารถเปรียบเทียบราคาเพื่อหาค่าสินค้าที่ราคาถูกและปัจจุบันมีเทคโนโลยีมาช่วยในการทำให้ผลิตภัณฑ์มีความน่าสนใจยิ่งขึ้น เช่น การแสดงสินค้าโดยผู้ชมสามารถดูสินค้าได้ 180 องศา หรือลูกค้าสามารถอ่านหัวข้อของหนังสือที่ต้องการซื้อก่อนได้

3. ประเภทและกระบวนการทำสัญญาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ประเภทของการทำสัญญาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์การทำสัญญาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั้นสามารถแบ่งประเภทออกได้หลายรูปแบบ

3.1. การแบ่งในรูปแบบของคู่สัญญาที่เข้าทำสัญญาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

1 การทำการค้าระหว่าง ธุรกิจกับผู้บริโภคหรือผู้ซื้อ หรือบีทูซี (B to C = Business to Consumer) คือประเภทที่ผู้บริโภคใช้อินเทอร์เน็ตในการสั่งซื้อสินค้าจากธุรกิจที่โฆษณาผ่านทางอินเทอร์เน็ต

2. การทำการค้าระหว่าง ธุรกิจกับรัฐบาล หรือบีทูจี (B to G = Business to Government) คือประเภทที่ธุรกิจติดต่อกับหน่วยราชการ เช่น การเผยแพร่ข้อมูลเพื่อการเปิดประมูลผ่านทางเครือข่ายเกี่ยวกับการจัดซื้อจัดจ้างของรัฐ (Government procurement) หรือสิทธิบัตรผ่านทางเครือข่าย เป็นต้น ตัวอย่าง Website เช่นการประกาศจัดจ้างของภาครัฐในเว็บไซต์ (www.mahadthai.com)

3 การทำการค้าระหว่าง ธุรกิจกับธุรกิจ หรือบีทูบี (B to B = Business to Business) คือประเภทที่ธุรกิจกับธุรกิจ ติดต่อซื้อขายสินค้ากันผ่านอินเทอร์เน็ต เช่น ร้านขายเสื้อผ้าต้องการสั่งเสื้อผ้าจากโรงงาน

4. การทำการค้าระหว่าง ผู้บริโภคกับผู้บริโภคหรือซีทูซี (C to C = Consumer to Consumer) คือ ประเภทที่ผู้บริโภคประกาศขายสินค้าแล้วผู้บริโภคอีกรายหนึ่งก็ซื้อไป เช่น ที่อีเบย์ดอทคอม (Ebay.com) เป็นต้น ซึ่งผู้บริโภคสามารถชำระเงินทางบัตรเครดิตได้



5. การทำการค้าระหว่าง รัฐบาลกับรัฐบาล หรือจีทูจี (G to G = Government to Government) คือ ประเภทที่หน่วยงานรัฐบาลหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งติดต่อกับหน่วยงานรัฐบาลอีกหน่วยงานหนึ่ง

3.2. การแบ่งในรูปแบบของการทำสัญญาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เกี่ยวกับการซื้อขายสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ต แบ่งเป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. สัญญาซื้อขายสินค้าที่มีรูปร่าง

สัญญาซื้อขายสินค้าที่มีรูปร่างทางอินเทอร์เน็ต (Contract of the sale of physical goods) กล่าวคือ สินค้าที่มีลักษณะสินค้าทั่วไป เช่น สินค้าหัตถกรรม สินค้าศิลปะเซรามิก เสื้อผ้า เครื่องนุ่งห่ม เครื่องหนัง เครื่องประดับ เครื่องจักรอุปกรณ์ เครื่องคอมพิวเตอร์ เป็นต้น เพียงแต่มีการใช้เว็บไซต์ในการโฆษณา โดยที่หากลูกค้าได้ตกลงสั่งซื้อสินค้านั้นแล้ว ผู้ขายจะต้องทำการส่งสินค้าให้แก่ลูกค้า

2. สัญญาซื้อขายสินค้าที่ไม่มีรูปร่าง

สัญญาซื้อขายสินค้าที่ไม่มีรูปร่าง หรือสัญญาเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ดิจิทัล (Contract of supply of digital products) คือ สินค้าที่มีเป็นสื่อดิจิทัลต่าง ๆ มีลักษณะเป็นไฟล์สามารถส่งผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ได้ เช่น ซอฟต์แวร์ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ เพลง วิดีโอ หนังสือ ดิจิตอล เป็นต้น ซึ่งสินค้านั้นมีความแตกต่างกับสินค้าทั่วไป เนื่องจากวิธีการส่งมอบสินค้าที่ไม่มีรูปร่างนี้จะส่งข้อมูลผ่านระบบอินเทอร์เน็ตไปยังเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลของผู้ซื้อและสิ่งที่ติดตามสินค้าประเภทนี้มักจะเป็น ข้อกำหนดเกี่ยวกับลิขสิทธิ์ (Copyright) รวมไปถึงข้อสัญญาให้ใช้สิทธิในโปรแกรมคอมพิวเตอร์ (Software license agreement)

3. สัญญาบริการ

สัญญาบริการ (Contract of supply of services) เป็นการให้บริการในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การให้คำปรึกษาผ่านทางอินเทอร์เน็ต การธนาคารออนไลน์ (Online banking) เป็นต้น (นิชธิมา ปะจันทบุตร, 2551)

4. วิวัฒนาการและความเป็นมาในการคุ้มครองผู้บริโภค กรณีที่ทำสัญญาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ในสังคมปัจจุบันมนุษย์มีความต้องการในการบริโภคมากขึ้น และเมื่อสภาพในสังคมเปลี่ยนไปกฎหมายที่ใช้บังคับในอดีตก็ย่อมเปลี่ยนแปลงเพื่อไม่ให้เกิดช่องว่างหรือขาดความเหมาะสมและเนื่องจากปัจจุบันการผลิตมีความยุ่งยากและซับซ้อนมากขึ้น ต่างจากในอดีตที่ขั้นตอนการผลิตไม่มีความยุ่งยากมากนัก ทำให้ผู้ซื้อสามารถตรวจสอบความชำรุดได้ไม่ยาก จึงเกิดหลักกฎหมายทั่วไปในเรื่องซื้อขายที่ว่า “หลักผู้ซื้อต้องระวัง” (Caveat emptor) กล่าวคือ ผู้ซื้อจะต้องใช้ความระมัดระวังในการรับมอบสินค้าทั้งจะต้องตรวจสอบสินค้าให้ถี่ถ้วนก่อนรับมอบ หากไม่ใช้ความระมัดระวังเช่นว่านั้น ผู้ขายย่อมไม่ต้องรับผิดชอบในความชำรุดบกพร่องดังกล่าว โดยหลักการนี้ปรากฏอยู่ในมาตรา 473 แห่งประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ซึ่งบัญญัติถึงข้อยกเว้นความรับผิดของผู้ขายเอาไว้ โดยวางหลักว่า ผู้ขายไม่ต้องรับผิดในกรณีที่ผู้ซื้อได้รู้อยู่แล้วแต่ในเวลาซื้อขายว่ามีความชำรุดบกพร่องหรือควรจะได้รู้เช่นนั้นหากได้ใช้ความระมัดระวังอันจะพึงคาดหมายได้แต่วิญญูชนหรือถ้าความชำรุดบกพร่องนั้นเป็นอันเห็นประจักษ์แล้วในเวลาส่งมอบ และผู้ซื้อรับเอาทรัพย์สินนั้นไว้โดยมิได้อิดเอื้อน

ต่อมาเมื่อมีการพัฒนากระบวนการผลิตสินค้าด้วยเทคโนโลยีที่มีความทันสมัยมากขึ้น สินค้าต่าง ๆ ถูกผลิตด้วยวิธีที่ยุ่งยากซับซ้อนเกินกว่าที่บุคคลทั่วไปจะมองเห็นความชำรุดบกพร่องในตัวสินค้าได้ และหากยังคงใช้หลักกฎหมายทั่วไปที่ให้ผู้ซื้อต้องใช้ความระมัดระวังแล้ว ความระมัดระวังธรรมดาไม่อาจทำให้ผู้ซื้อหรือผู้บริโภคได้รับผลตอบแทนคุ้มค่างับเงินที่เสียไป เช่นนี้ผู้ซื้อหรือผู้บริโภคย่อมตกอยู่ในฐานะเสียเปรียบผู้ขาย



หรือผู้ประกอบการ (สุขุม ศุภนิത്യ, 2548, หน้า 1-2) เพราะผู้ซื้อไม่สามารถรู้ได้ว่าสินค้าที่ซื้อไปนั้นเกิดความชำรุดบกพร่องมาตั้งแต่แรกขณะซื้อขายและผู้ขายหรือผู้ผลิตย่อมปฏิเสธความรับผิดชอบได้เสมอไป เช่นนี้เมื่อหลักกฎหมายเอกชนไม่สามารถคุ้มครองผู้บริโภคได้จึงเกิดแนวคิดของกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภคขึ้นในเวลาต่อมา

หลักความรับผิดทางละเมิด อาจแบ่งประเภทความรับผิดเป็น 2 หลักทฤษฎีดังนี้

1. ความรับผิดที่ต้องการความผิด (subjective responsibility) กล่าวคือหลักมีความผิดเมื่อมีการทำละเมิด ซึ่งหมายถึงผู้กระทำจะต้องรับผิดเมื่อตนได้ทำละเมิดแล้ว โดยจงใจ หรือประมาทเลินเล่อทำให้เกิดความเสียหาย

2. ความรับผิดที่ไม่ต้องการความผิด (objective responsibility) กล่าวคือหลักความรับผิดโดยกฎหมาย สันนิษฐานว่าให้มีความผิดแม้มิได้มีการจงใจ หรือประมาทเลินเล่อ ซึ่งบางครั้งอาจเรียกว่าเป็นการสันนิษฐานเด็ด (strict liability) (ศันนัทภรณ์ โสทธิพันธุ์, 2558, หน้า 59)

การฟ้องคดีเกี่ยวกับความเสียหายที่เกิดขึ้นจากการบริโภคนั้น เป็นเรื่องยากที่จะพิสูจน์ว่าความเสียหายที่เกิดขึ้น เป็นความผิดของฝ่ายใด จึงได้มีการนำหลักการในเรื่อง หลักความรับผิดโดยเด็ดขาด (strict liability) มาใช้ ซึ่งเหตุผลที่นำเอาหลักความรับผิดโดยเด็ดขาด (strict liability) ในทางละเมิดมาปรับใช้ในการฟ้องให้ชดใช้ความเสียหายนั้น เนื่องจากการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั้นมีกระบวนการและผู้เกี่ยวข้องมากมาย ทำให้เป็นการยากที่จะทราบได้ว่าความเสียหายหรือชำรุดบกพร่องเกิดในระหว่างกระบวนการใด ทั้งนี้หากกระบวนการผลิตมีขั้นตอนที่ซับซ้อน ก็จะส่งผลให้ไม่อยู่ในวิสัยที่ผู้บริโภคจะสามารถตรวจสอบได้เอง ซึ่งการกำหนดให้ผู้บริโภคหรือผู้ขายต้องรับผิดโดยปราศจากการกระทำโดยจงใจ หรือประมาทเลินเล่อจึงเป็นการเหมาะสมภายใต้เงื่อนไขที่ว่าผู้ผลิตหรือผู้ที่กฎหมายกำหนดให้ต้องรับผิดนี้อาจพิสูจน์เพื่อให้พ้นความผิดได้เมื่อ

ก. พิสูจน์ว่าผู้บริโภคใช้สินค้านั้นโดยไม่ถูก วิธีในกรณีที่มีคำอธิบายวิธีใช้ หรือคำเตือนไว้แล้ว หรือ

ข. พิสูจน์ว่าความเสียหายเกิดจากความประมาทเลินเล่อของผู้บริโภคเอง ความชำรุดบกพร่องนั้นมิได้มีอยู่ในขณะที่ผู้บริโภคซื้อสินค้าหรือบริการนั้น แต่เกิดความชำรุดบกพร่องขึ้นเพราะการกระทำของบุคคลซึ่งผู้ผลิตไม่ต้องรับผิดด้วย (สุขุม ศุภนิത്യ, 2548, หน้า 12-13)

เช่นนี้จึงมีการบัญญัติกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคขึ้นนอกเหนือจากบทบัญญัติที่ใช้ในกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ว่าด้วยสัญญาซื้อขายนิติกรรม สัญญา ละเมิด และต่อมาเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในสังคมมากขึ้น ส่งผลให้จากที่ซื้อขายตามหน้าร้าน โดยมีการพบปะกันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายซึ่งสามารถตรวจสอบดูสินค้าก่อนตัดสินใจซื้อได้จนกระทั่งมีการซื้อขายสินค้าทางอินเทอร์เน็ต โดยในช่วงแรกนั้นเป็นเพียงการเสนอขายสินค้าผ่านทางเว็บไซต์เท่านั้น กล่าวคือเป็นเพียงการติดต่อกันผ่านทางอินเทอร์เน็ตโดยหากตกลงกันได้จึงจะมีการนัดหมายสถานที่เพื่อตรวจสอบดูสินค้าก่อนตัดสินใจอีกครั้ง ต่อมามีการพัฒนาขึ้นอีกระดับหนึ่ง คือในเรื่องการชำระเงินนั้น สามารถชำระโดยการโอนเงินทางเอทีเอ็ม หรือโอนเงินทางธนาคาร เมื่อผู้ขายได้รับเงินแล้วจึงจะส่งสินค้าทางไปรษณีย์ให้กับผู้ซื้อ และเมื่อเทคโนโลยีในการชำระเงินพัฒนาขึ้น จึงทำให้การซื้อขายสินค้าหรือบริการทางอินเทอร์เน็ตในปัจจุบันผู้ซื้อและผู้ขายไม่ต้องพบปะกัน และด้วยเหตุนี้เอง ผู้ซื้อจึงไม่มีโอกาสที่จะพิจารณาสินค้าก่อนที่จะตกลงซื้อขายกัน ซึ่งแม้ว่าวิธีการดังกล่าวจะมีความสะดวกสบายในการซื้อขายแต่ก็มีปัญหาใน



เรื่องความไว้วางใจของผู้บริโภค ต่อมาได้มีการเพิ่มเติมประเภทของการทำสัญญาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบอื่น ๆ นอกจากการซื้อขายเพิ่มขึ้น เช่น การโอนเงินผ่านทางเว็บไซต์การประมูลผ่านทางเว็บไซต์ เป็นต้น

ซึ่งการทำสัญญาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั้นมีความซับซ้อนมาก หากผู้ประกอบการไม่ได้ให้ข้อมูลอย่างเพียงพอแก่ผู้บริโภคก็อาจทำให้ผู้บริโภคไม่ได้รับความคุ้มครองจากการทำสัญญาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น กรณีการซื้อขายเครื่องแต่งกาย หากผู้ขายไม่แสดงข้อมูลที่น่าเชื่อถือ หรือไม่มีการให้รายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าดังกล่าวแล้วนั้น ก็เป็นเรื่องยากที่จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความไว้วางใจที่จะทำสัญญาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้วย

ทั้งนี้แม้มีการให้รายละเอียดเกี่ยวกับสินค้า ก็ไม่อาจทำให้ผู้บริโภคนั้นไว้วางใจได้มากนัก เพราะอาจเป็นการที่ผู้ขายแสดงข้อความเท็จเช่นการแสดงข้อความเท็จว่าสินค้านั้นเป็นของจริงไม่มีความชำรุดบกพร่อง เป็นต้น เช่นนี้จึงทำให้เกิดความไม่เป็นธรรมแก่ผู้บริโภค

ด้วยเหตุนี้เองกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคในปัจจุบันนี้จะเพียงพอหรือไม่ที่จะให้ความคุ้มครองแก่ผู้บริโภคที่ทำสัญญาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และจะมีความจำเป็นเพียงใดที่จะต้องมีการแก้ไขกฎหมายเป็นการเฉพาะเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคที่ทำสัญญาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ทั้งนี้จะได้มีการศึกษาต่อไป

5. กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคที่ทำสัญญาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

เหตุผลที่ต้องประกาศใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั้น เนื่องด้วยเทคโนโลยีการสื่อสารและสารสนเทศทำให้การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้การเสนอขายสินค้า การตกลงทำสัญญาซื้อขายสินค้าหรือบริการและการชำระเงินสามารถทำได้อย่างสะดวกและรวดเร็วขึ้น ในหลายประเทศทั่วโลกได้มีการตื่นตัวต่อการพัฒนากฎหมายเทคโนโลยีสารสนเทศ อีกทั้งยังได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของกฎหมายดังกล่าวในการพัฒนาประเทศจึงได้จัดทำและมีกฎหมายดังกล่าวใช้บังคับเพื่อให้เป็นโครงสร้างพื้นฐานที่มั่นคงต่อไป และช่วยในการที่จะเกิดปัญหาขึ้นในภาคหน้าหากมีการเจริญเติบโตของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในอนาคต โดยกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคที่ทำสัญญาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั้นได้แก่

1. พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522

ได้บัญญัติถึงสิทธิของผู้บริโภคไว้ในมาตรา 4 ซึ่งมี 5 ประการดังนี้

1. มาตรา 4 (1) สิทธิที่จะได้รับข่าวสารรวมทั้งคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ทั้งนี้รวมถึงสิทธิที่จะได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการอย่างถูกต้องเพียงพอตลอดจนได้รับการโฆษณาหรือการแสดงฉลากตามความเป็นจริง
2. มาตรา 4 (2) สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการ
3. มาตรา 4 (3) สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยในการใช้สินค้าหรือบริการ การใช้งานที่ได้มาตรฐานไม่ก่อให้เกิดอันตรายแก่ชีวิต ร่างกาย หรือทรัพย์สิน
4. มาตรา 4 (3ทวิ) สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา
5. มาตรา 4 (4) สิทธิที่จะได้รับค่าชดเชยความเสียหาย ไม่ว่าจะ เป็นสิทธิที่จะได้รับการคุ้มครองและชดเชยค่าเสียหาย ทั้งนี้เมื่อเกิดเหตุละเมิดสิทธิตาม ข้อ 1,2,3 และ 4 ดังกล่าว (ทัชชกร มหาถาวร, 2562)

ซึ่งทั้ง 5 ประการนี้บัญญัติไว้ในพระราชบัญญัติฉบับนี้ แต่ทั้งนี้ไม่มีบทบัญญัติที่ให้ความคุ้มครองแก่ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ตเป็นการเฉพาะ ซึ่งกฎหมายฉบับนี้ได้ให้ความคุ้มครองแก่ผู้บริโภคทุกกรณีไม่คำนึงว่าจะเป็นการทำธุรกรรมผ่านสื่อประเภทใดโดยผู้ประกอบการขายสินค้าทางอินเทอร์เน็ตจะต้อง



การประชุมวิชาการระดับชาติ “การเรียนรู้ด้านมนุษยศาสตร์และด้านสังคมศาสตร์” ครั้งที่ 3
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
วันที่ 23 พฤศจิกายน 2562

ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด เช่น การคุ้มครองผู้บริโภคด้านการโฆษณา การคุ้มครองผู้บริโภคในด้านสัญญา เป็นต้น

ทั้งนี้ปัจจุบันมีการแก้ไขเพิ่มเติมพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 (ฉบับที่ 4) ในส่วนที่เกี่ยวกับองค์ประกอบและอำนาจและหน้าที่ของคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อเชื่อมโยงการคุ้มครองผู้บริโภคตามกฎหมายต่าง ๆ ไม่ให้ขัดแย้งกัน ตลอดจนปรับปรุงมาตรฐานการคุ้มครองผู้บริโภคด้านความปลอดภัยโดยกำหนดให้มีคณะกรรมการเฉพาะเรื่องด้านความปลอดภัยของสินค้า และบริการและกระบวนการเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคในด้านความปลอดภัย กำหนดให้เลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคมีอำนาจดำเนินคดีแทนผู้บริโภค และกำหนดให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้รับค่าปรับจากการเปรียบเทียบในส่วนที่เกิดจากการดำเนินงานของตนตลอดจนปรับปรุงอัตราโทษปรับให้เป็นปัจจุบัน เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับความคุ้มครองอย่างเหมาะสม

2. พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544

พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2551 มีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 14 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2551 เพื่อรองรับสถานะทางกฎหมายของข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้ในการทำธุรกรรมหรือสัญญาให้มีผลเช่นเดียวกับเอกสารธรรมดา โดยมาตรา 7 ได้วางหลักไว้ว่า “ห้ามมิให้ปฏิเสธความมีผลผูกพันและการบังคับใช้ทางกฎหมายของข้อความใด เพียงเพราะเหตุที่ข้อความนั้นอยู่ในรูปของข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์” อย่างไรก็ตามในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์กำหนดให้สัญญาบางประเภท เช่น สัญญาซื้อขายอสังหาริมทรัพย์ที่มีราคาตั้งแต่ 20,000 บาทต้องทำเป็นหนังสือหรือมีหลักฐานเป็นหนังสือจึงจะใช้บังคับได้เช่นนี้ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์จะได้รับการยอมรับว่าเป็นหนังสือหรือมีหลักฐานเป็นหนังสือก็ต่อเมื่อข้อมูลนั้นก็ต้องเป็นข้อมูลที่เข้าใจได้โดยทั่วไป และหากเป็นข้อมูลที่ต้องถอดรหัส ก็จะต้องสามารถถอดรหัสและนำกลับมาใช้งานได้ เมื่อรับรองสถานะทางกฎหมายของข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์โดยให้มีผลทางกฎหมายเช่นเดียวกับเอกสารธรรมดาและให้บุคคลสามารถนำข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์มาเป็นพยานหลักฐานได้แล้วนั้นพระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์จึงมีบทบัญญัติห้ามมิให้ปฏิเสธการนำข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์มาเป็นพยานหลักฐานในกระบวนการพิจารณาตามกฎหมายเพียงเพราะว่าเป็นข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ ทั้งนี้เป็นไปตามมาตรา 8 แห่งพระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544

ต่อมาได้มีการแก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2562 มีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 15 เมษายน พ.ศ. 2562 ทั้งนี้เมื่อกฎหมายว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ฉบับก่อนมีข้อจำกัดหรืออุปสรรคบางประการในการบังคับใช้กฎหมายประกอบกับการทำสัญญาในรูปแบบของธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์มีแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นระหว่างคู่สัญญาที่อยู่คนละประเทศเป็นจำนวนมาก เพื่อให้กฎหมายว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์เป็นไปตามมาตรฐานสากล รวมทั้งปรับปรุงกลไกในการกำกับ ดูแลการประกอบธุรกิจบริการเกี่ยวกับธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ให้ชัดเจนและสอดคล้องกับการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ทั้งนี้โดยมีการเพิ่มอำนาจให้สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (ETDA) ดำเนินการต่อธุรกิจบริการด้านธุรกรรมออนไลน์หรือดิจิทัลมากขึ้น

การแก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2562 มีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 23 พฤษภาคม พ.ศ. 2562 เหตุผลคือ การยืนยันตัวตนของบุคคลเป็นขั้นตอนสำคัญในการทำธุรกรรมในระบบเศรษฐกิจ แต่ที่ผ่านมาผู้ที่ประสงค์จะขอรับบริการจากผู้ประกอบการหรือหน่วยงานใด ๆ จะต้องทำการพิสูจน์และยืนยันตัวตนโดยการแสดงตนต่อ



การประชุมวิชาการระดับชาติ “การเรียนรู้ด้านมนุษยศาสตร์และด้านสังคมศาสตร์” ครั้งที่ 3
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
วันที่ 23 พฤศจิกายน 2562

ผู้ให้บริการพร้อมกับต้องส่งเอกสารหลักฐาน ซึ่งเป็นภาระต่อผู้ใช้บริการและผู้ให้บริการ สมควรกำหนดให้บุคคลสามารถพิสูจน์และยืนยันตัวตนผ่านระบบการพิสูจน์และยืนยันตัวตนทางดิจิทัลได้ โดยมีกลไกการควบคุมดูแลผู้ประกอบการธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ระบบดังกล่าวมีความน่าเชื่อถือและปลอดภัย จึงได้มีการปรับแก้เป็นฉบับที่ 4 ดังกล่าว

ซึ่งขอบเขตของพระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์พ.ศ. 2544 นั้น เกี่ยวข้องกับการซื้อขายสินค้าหรือบริการข้างเนื่องจาก เป็นการทำสัญญาผ่านสื่อออนไลน์ซึ่งได้กำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการแสดงเจตนาทางอิเล็กทรอนิกส์ ในส่วนของการแสดงเจตนาทำคำเสนอ คำสนองว่าจะเกิดเป็นสัญญาเมื่อใด สัญญาเกิดขึ้นที่ใด ซึ่งจะมีผลต่อการพิจารณาว่าสิทธิและหน้าที่ของคู่สัญญาจะเกิดขึ้นเมื่อใด

3. พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรงพ.ศ. 2545

พระราชบัญญัติฉบับนี้ได้มีการกำหนดคุณสมบัติของผู้ที่ต้องการยื่นจดทะเบียนธุรกิจ ทั้งแบบขายตรงและตลาดแบบตรง โดยผู้ที่สามารถยื่นขอจดทะเบียนได้ต้องเป็นห้างหุ้นส่วนจดทะเบียน ห้างหุ้นส่วนจำกัด บริษัทจำกัดหรือบริษัทมหาชนจำกัด ประกอบกับคุณสมบัติดังต่อไปนี้ คือ

1. ผู้ที่ขอยื่นจดทะเบียนต้องไม่เคยถูกเพิกถอนทะเบียนมาก่อนภายใน 5 ปี มาตรา 38/1,38/2,38/3,38/4

2. ถ้าเป็นห้างหุ้นส่วนต้องมีทุนจดทะเบียนไม่ต่ำกว่า 5 แสนบาท ถ้าเป็นบริษัทต้องมีทุนจดทะเบียนและชำระแล้วไม่ต่ำกว่า 1 ล้านบาท มาตรา 38/1(1)

3. หุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ หรือบุคคลที่รับผิดชอบดำเนินการต้องไม่มีลักษณะข้อห้ามดังต่อไปนี้ ตามมาตรา 38/2

3.1 ต้องไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

3.2 ไม่เป็นคนไร้ความสามารถหรือคนเสมือนไร้ความสามารถ

3.3 ไม่เคยได้รับโทษจำคุกโดยคำพิพากษาถึงที่สุด เว้นแต่โทษที่กระทำความผิดโดยประมาทหรือความผิดลหุโทษ

3.4 มีหุ้นส่วนอยู่ในห้างหุ้นส่วนอื่นหรือบริษัทอื่น

3.5 เคยเป็นหุ้นส่วนของห้างหุ้นส่วน หรือ บริษัทที่เคยถูกเพิกถอนทะเบียนในระยะ 5 ปี ก่อนวันยื่นจดทะเบียน

4. ต้องวางหลักประกันแก่นายทะเบียน เป็นเงินสด หรือพันธบัตร ตามจำนวนที่จะกำหนดต่อไปในกฎกระทรวง มาตรา 38/5

สำหรับธุรกิจขายตรงใดไม่ดำเนินการจดทะเบียนจะต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 1 ปี หรือปรับไม่เกิน 100,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ และถ้ายังฝ่าฝืนไม่จดทะเบียนอีกก็จะปรับเพิ่มอีกวันละ 20,000 บาทจนกว่าจะเลิกฝ่าฝืน ตามมาตรา 47 วางหลักว่า “ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา 20 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ และปรับอีกวันละไม่เกินสองหมื่นบาท ตลอดเวลาที่ยังฝ่าฝืนอยู่” ประกอบมาตรา 20 วางหลักว่า “ห้ามมิให้ผู้ใดประกอบธุรกิจขายตรง เว้นแต่จะได้ จดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงตามพระราชบัญญัตินี้”

ส่วนธุรกิจตลาดแบบตรงต้องระวางโทษปรับและโทษจำคุกเท่ากับธุรกิจขายตรง แต่ค่าปรับจากการฝ่าฝืนไม่จดทะเบียนให้ปรับเพิ่มวันละ 10,000 บาท จนกว่าจะเลิกฝ่าฝืน ตามมาตรา 27 วางหลักว่า “ห้ามมิให้



การประชุมวิชาการระดับชาติ “การเรียนรู้ด้านมนุษยศาสตร์และด้านสังคมศาสตร์” ครั้งที่ 3
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
วันที่ 23 พฤศจิกายน 2562

ผู้ใดประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง เว้นแต่จะได้จดทะเบียนการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงตามพระราชบัญญัตินี้” ประกอบมาตรา 51/1 ว่างหลักว่า “ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา 27 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปีหรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ และปรับอีกวันละไม่เกินหนึ่งหมื่นบาท ตลอดเวลาที่ยังฝ่าฝืนอยู่”

ทั้งนี้ขอบเขตของพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ซึ่งคำว่า "ตลาดแบบตรง" ในบทนิยามของ พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ได้ให้คำนิยามไว้ว่า เป็นการทำสินค้าหรือการบริการในลักษณะขายสินค้าหรือบริการโดยตรงต่อผู้บริโภคซึ่งอยู่ห่างโดยระยะทางและมุ่งหวังให้ผู้บริโภคแต่ละรายซื้อข้ายสินค้าหรือบริการจากธุรกิจประเภทนี้ ถ้าเรียกง่าย ๆ ธุรกิจประเภทนี้หมายถึงการขายสินค้าหรือบริการผ่านเว็บไซต์ และรวมไปถึงสื่ออื่น ๆ เช่น โทรทัศน์ โทรศัพท์ โดยแต่เดิมนั้นกองคุ้มครองผู้บริโภคด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงเคยอธิบายไว้ว่า "ตลาดแบบตรง" ไม่รวมถึงการขายสินค้าผ่านอินสตาแกรมและเฟสบุ๊ก และไม่รวมถึงการไปฝากขายของบนเว็บกลางสำหรับการซื้อข้าย ทั้งนี้โดยให้เหตุผลว่าการกระทำการขายหรือโพสต์ข้อมูลยังไม่ครบตามเจตนารมณ์ของกฎหมาย ซึ่งกฎหมายมีเจตนาต้องการที่จะกำกับดูแลส่งเสริมบุคคลที่ต้องการจะทำในลักษณะที่เป็นการประกอบธุรกิจอย่างจริงจัง ไม่ใช่เพียงแต่มีเจตนาที่จะกำกับให้บุคคลที่ทำแค่เพียงระยะเวลาสั้น ๆ เป็นการเฉพาะกิจ ร้านค้าใดที่เข้าขายนียามก็จำเป็นต้องดูแลละเอียดถึงพฤติกรรม การโพสต์ ว่าเป็นเพียงแค่การโฆษณาในตัวของสินค้าเท่านั้นไม่มีช่องทางให้คนทั่วไปซื้อสินค้าผ่านเฟซบุ๊กได้หรือผู้โพสต์ไม่ได้บอกรายละเอียดอย่างเพียงพอที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าได้หรือหากผู้บริโภคต้องการซื้อสินค้าต้องไปตกลงกันอีกที ถ้าข้อเท็จจริงเป็นเช่นนี้ก็ไม่ใช่เข้าข่ายเป็น การประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง ตามพระราชบัญญัติฉบับนี้ (กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง,2559)

จากคำอธิบายคำนิยามดังกล่าวที่ว่า ไม่ได้รวมอินสตาแกรมกับเฟสบุ๊กเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจตลาดแบบตรง พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) มีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 18 พฤษภาคม พ.ศ. 2560 โดยได้แก้ไขและเพิ่มถ้อยคำว่า "ส่วนการซื้อข้ายสินค้าหรือบริการโดยวิธีการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่ถือว่าเป็นตลาดแบบตรง ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่กำหนดในกฎกระทรวง" ซึ่งเห็นได้ว่า พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรงฉบับนี้เพียงแค่เปิดช่องทางให้หลังจากนี้มีการออกกฎกระทรวงควบคุมการขายสินค้าผ่านอินสตาแกรมและเฟสบุ๊กตามมา

ผู้ประกอบธุรกิจซื้อข้ายสินค้าหรือบริการทางอินเทอร์เน็ตจึงต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่พระราชบัญญัติฉบับนี้กำหนด เช่น การจดทะเบียนการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง ในส่วนของการคุ้มครองผู้บริโภค ผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงมีหน้าที่ที่จะต้องกำหนดรายละเอียดในสัญญาซื้อข้ายตามที่กฎหมายกำหนด และกำหนดให้สิทธิ์แก่ผู้บริโภคในการเลิกสัญญาได้โดยไม่ต้องมีเหตุการเลิกสัญญา ซึ่งเป็นหลักเกณฑ์ที่แตกต่างจากองค์กฎหมายแพ่งและพาณิชย์ในเรื่องสัญญาซื้อข้าย

4. พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมพ.ศ.2540

พระราชบัญญัติดังกล่าว มีเจตนารมณ์มิให้ผู้มีอำนาจต่อรองทางเศรษฐกิจเหนือกว่าคู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งเอาเปรียบคู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่ง ในการทำข้อตกลงหรือสัญญาบางอย่าง โดยที่การเอาเปรียบนั้นยังไม่ถึงขั้นเป็นการต้องห้ามโดยชัดแจ้งโดยกฎหมายหรือขัดต่อความสงบเรียบร้อยและศีลธรรมอันดีของประชาชน อันจะทำให้ข้อตกลงหรือสัญญานั้นเป็นโมฆะ ซึ่งข้อตกลงหรือสัญญาที่อยู่ใบบังคับตามที่กำหนดไว้ของพระราชบัญญัติ



การประชุมวิชาการระดับชาติ “การเรียนรู้ด้านมนุษยศาสตร์และด้านสังคมศาสตร์” ครั้งที่ 3
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
วันที่ 23 พฤศจิกายน 2562

ฉบับนี้ เป็นสัญญาหรือข้อตกลงที่โดยสภาพของคู่สัญญาฝ่ายหนึ่งมีอำนาจทางเศรษฐกิจเหนืออีกฝ่ายหนึ่ง กล่าวคือ “สัญญาสำเร็จรูป” หรือสัญญาใด ๆ ที่ผู้ประกอบการเป็นผู้กำหนดเงื่อนไขของสัญญาแต่เพียงฝ่ายเดียว (นนทวัชร์ นวตระกูลพิสุทธิ์, 2560, หน้า 14)

ข้อตกลงหรือสัญญาดังกล่าวจะถือว่าเป็นข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม หากมีสาระที่กำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจการค้า หรือวิชาชีพ หรือผู้กำหนดสัญญาสำเร็จรูป หรือผู้ซื้อฝาก ได้เปรียบคู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งเกินสมควร ศาลมีอำนาจกำหนดให้มีผลใช้บังคับเท่าที่เป็นธรรมและพอสมควรแก่กรณีเท่านั้น

ในพระราชบัญญัตินี้ได้กำหนดตัวอย่างข้อตกลงที่อาจถือได้ว่า ทำให้คู่สัญญาฝ่ายหนึ่งได้เปรียบคู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งไว้ 9 กรณี คือ

ข้อตกลงให้ยกเว้นหรือจำกัดความรับผิดชอบที่เกิดจากการผิดสัญญา

1. ข้อตกลงให้รับผิดชอบหรือรับภาระมากกว่าที่กฎหมายกำหนด
2. ข้อตกลงให้ข้อตกลงหรือสัญญาสิ้นสุดลงโดยไม่มีเหตุอันควรหรือให้มีสิทธิบอกเลิกสัญญาแม้อีกฝ่ายมิได้ผิดสัญญาในข้อสาระสำคัญ
3. ข้อตกลงให้สิทธิที่จะไม่ปฏิบัติตามสัญญาข้อหนึ่งข้อใด หรือปฏิบัติตามสัญญาในระยะเวลาที่ล่าช้าได้โดยไม่มีเหตุอันควร
4. ข้อตกลงให้สิทธิคู่สัญญาฝ่ายหนึ่งเรียกร้องหรือกำหนดให้อีกฝ่ายหนึ่งต้องรับภาระเพิ่มมากกว่าภาระที่เป็นอยู่ในเวลาทำสัญญา
5. ข้อตกลงในสัญญาขายฝากที่ผู้ซื้อฝากกำหนดราคาสินไถ่สูงกว่าราคาขายบวกอัตราดอกเบี้ยเกินกว่าร้อยละสิบห้าต่อปี
6. ข้อตกลงในสัญญาเช่าซื้อที่กำหนดราคาเช่าซื้อ หรือกำหนดให้ผู้เช่าซื้อต้องรับภาระสูงเกินกว่าที่สมควร

7. ข้อตกลงที่กำหนดอัตราดอกเบี้ยหรือค่าปรับกรณีผิดนัดหนี้บัตรเครดิตสูงเกินกว่าที่ควร

8. ข้อตกลงที่กำหนดวิธีคิดดอกเบี้ยทบต้นที่ทำให้ผู้บริโภคต้องรับภาระสูงเกินกว่าที่ควร พระราชบัญญัติฉบับนี้ ยังบังคับถึงข้อตกลงในการจำกัดสิทธิหรือเสรีภาพในการประกอบอาชีพ เช่น ข้อตกลงไม่ประกอบกิจการกับนายจ้าง หรือไม่ทำงานให้คู่แข่งของนายจ้าง ซึ่งไม่เป็นโมฆะ แต่เป็นการจำกัดสิทธิหรือเสรีภาพมากกว่าที่คาดหมายได้ตามปกติ ให้มีผลบังคับได้เท่าที่เป็นธรรม และพอสมควรแก่กรณีเท่านั้น เช่น เงื่อนไขในสัญญาจ้างงานที่จะไม่ประกอบกิจการแข่งกับนายจ้างหรือเมื่อพ้นหน้าที่ไปแล้ว ไม่ไปทำงานให้คู่แข่งของนายจ้างตามระยะเวลาที่กำหนด

ทั้งนี้กรณีสัญญาที่กำหนดให้มีมัดจำ หากมีกรณีต้องรับมัดจำ ถ้ามัดจำนั้นสูงเกินส่วน ศาลจะให้รับเพียงเท่าความเสียหายที่แท้จริงได้

แม้ว่าพระราชบัญญัติฉบับนี้จะมีเป้าหมายอยู่ที่การแก้ไขปัญหาคาความไม่เป็นธรรมทางสัญญา ก็ตามแต่พระราชบัญญัตินี้มิได้ให้อำนาจศาลเข้าไปตรวจสอบหรือแก้นิติกรรมสัญญาได้เป็นการทั่วไป เฉพาะนิติกรรมสัญญาบางประเภทบางลักษณะเท่านั้นที่อยู่ในอำนาจของศาลที่จะเข้าไปตรวจสอบตามพระราชบัญญัตินี้ ซึ่งได้แก่นิติกรรมสัญญาที่ระบุไว้ในมาตรา 4 ถึงมาตรา 9 ดังต่อไปนี้

1. สัญญาระหว่างผู้บริโภคกับผู้ประกอบธุรกิจการค้าหรือวิชาชีพ สัญญาสำเร็จรูป สัญญาขายฝาก ตามมาตรา 4



การประชุมวิชาการระดับชาติ “การเรียนรู้ด้านมนุษยศาสตร์และด้านสังคมศาสตร์” ครั้งที่ 3
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
วันที่ 23 พฤศจิกายน 2562

2. ข้อสัญญาจำกัดสิทธิหรือเสรีภาพในการประกอบอาชีพการงาน ตลอดจนการทำนิติกรรมที่เกี่ยวกับการงานหรือการประกอบอาชีพ ตามมาตรา 5 ทั้งนี้ไม่ว่าจะเป็นสัญญาประเภทใดก็ตาม
 3. ข้อสัญญาระหว่างผู้บริโภคกับผู้ประกอบธุรกิจการค้าหรือวิชาชีพจะตกลงยกเว้นหรือจำกัดความรับผิดชอบในกรณีที่มีความชำรุดบกพร่อง หรือเพื่อการรอนสิทธิคู่สัญญาอีกฝ่าย ตามมาตรา 6
 4. ข้อสัญญาที่มีการให้มัดจำไว้ ตามมาตรา 7
 5. ข้อตกลงประกาศหรือคำแจ้งความที่ได้ทำไว้ล่วงหน้าเพื่อยกเว้นหรือจำกัดความรับผิดชอบเพื่อละเมิดหรือหรือผิดสัญญาในความเสียหายต่อ ชีวิต ร่างกาย หรืออนามัยของผู้อื่น ไม่ว่าจะโดยจงใจหรือประมาทเลินเล่อ ตามมาตรา 8 และ
 6. ความตกลงหรือความยินยอมของผู้เสียหายในคดีละเมิด ตามมาตรา 9
ดังนั้นนิติกรรมอื่น ๆ นอกจากที่ระบุในข้อ 1 - 8 ไม่อยู่ในขอบเขตของพระราชบัญญัตินี้ คู่กรณีจึงต้องผูกพันตามที่ได้ตกลงกันไว้ ศาลไม่มีอำนาจตามกฎหมายที่จะเข้าไปยุ่งเกี่ยวเพื่อให้เกิดความเป็นธรรมตามพระราชบัญญัตินี้ได้
5. พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550
- พระราชบัญญัติดังกล่าวนี้ได้กำหนดถึงลักษณะความผิดและบทกำหนดโทษ ในการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ เนื่องจากในปัจจุบันระบบคอมพิวเตอร์ได้เป็นส่วนสำคัญของการประกอบกิจการและการดำเนินชีวิตของมนุษย์ หากมีผู้กระทำความผิดด้วยประการใดให้ระบบคอมพิวเตอร์ไม่สามารถทำงานตามคำสั่งที่กำหนดไว้หรือทำให้การทำงานผิดพลาดไปจากคำสั่งที่กำหนดไว้หรือใช้วิธีการใดใดเข้าร่วมรู้ ข้อมูล แก๊ไข หรือทำลายข้อมูล ของบุคคลอื่นในระบบคอมพิวเตอร์โดยมิชอบ หรือใช้ระบบคอมพิวเตอร์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลคอมพิวเตอร์อันเป็นเท็จหรือมีลักษณะลามกอนาจารย่อมก่อให้เกิดความเสียหาย กระทบกระเทือนต่อเศรษฐกิจสังคมและความมั่นคงของรัฐ รวมทั้งความสงบสุขและศีลและทำอันดีของประชาชน
- การกระทำที่ถือว่าเป็นความผิดตามพระราชบัญญัตินี้ดังกล่าว (สำหรับผู้ใช้งาน) ได้แก่
1. การลวงล้ำเข้าไปในระบบคอมพิวเตอร์ หรือ ข้อมูลคอมพิวเตอร์ ของผู้อื่นที่มีมาตรการป้องกันไว้ โดยเฉพาะ รวมถึงหากผู้ที่ทราบมาตรการการป้องกันนำมาตราการที่ลวงล้ำไปเผยแพร่ ทั้งนี้ตามมาตรา 5-8
 2. การทำลาย แก๊ไข หรือเปลี่ยนแปลงข้อมูลของผู้อื่นโดยมิชอบ ตามมาตรา 9-10
 3. การกระทำการใด ๆ เพื่อทำให้ระบบคอมพิวเตอร์ของผู้อื่นถูกระงับ ชะลอ หรือถูกรบกวนการส่งข้อมูลคอมพิวเตอร์หรือ Email ที่ปกปิด/ปลอมแปลงที่มาของข้อมูล (spam mail) ที่เป็นการรบกวนผู้อื่นตามมาตรา 11 เช่น การโพสต์ฝากร้านค้าตาม เฟสบุ๊ก(Facebook)ทวิตเตอร์ (Twitter) อินสตราแกรม (Instagram) เป็นต้น
 4. การเผยแพร่หรือส่งต่อข้อมูลที่ไม่เหมาะสมดังกล่าว ตามมาตรา 13
 5. การนำข้อมูลไม่เหมาะสมเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ ซึ่งทำให้เกิดความเสียหายต่อประชาชนและประเทศ ตัวอย่างข้อมูลไม่เหมาะสมได้แก่ ข้อมูลปลอม ข้อมูลอันเป็นเท็จ ข้อมูลอันเป็นความผิดเกี่ยวกับความมั่นคงของประเทศและภาพลามก ทั้งนี้ตามมาตรา 14
 6. การสร้าง ตัดต่อ ดัดแปลงภาพของผู้อื่น ที่ทำให้ผู้อื่นเสียหาย หรืออับอาย ต้องรับผิดชอบตามมาตรา 16



การประชุมวิชาการระดับชาติ “การเรียนรู้ด้านมนุษยศาสตร์และด้านสังคมศาสตร์” ครั้งที่ 3
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
วันที่ 23 พฤศจิกายน 2562

7. การเผยแพร่ software ที่เป็นเครื่องมือในการทำผิดตามข้ออื่น ๆ ต้องรับผิดชอบตามมาตรา 14
8. การยอมให้ผู้อื่นบรรจุข้อมูลที่ไม่เหมาะสมลงในระบบคอมพิวเตอร์ที่ตนรับผิดชอบ ทั้งนี้ต้องรับผิดชอบตามมาตรา 15

วิธีการดำเนินวิจัย

ใช้วิธีค้นคว้าจากเอกสาร(Documentary research) งานวิจัย บทความทางวิชาการและข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต ว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภคเกี่ยวกับการดำเนินการทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ด้วยการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

เนื่องด้วยการวิจัยนี้เป็นการศึกษาวิจัยโดยวิเคราะห์จากเอกสาร จึงไม่ได้ระบุประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยทางเอกสาร (Documentary research) โดยศึกษาจากแหล่งข้อมูลทางเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ พระราชบัญญัติ ประมวลกฎหมายอาญา ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ตำรา งานวิจัย บทความทางวิชาการ และเอกสารต่าง ๆ ที่เผยแพร่ผ่านทางอินเทอร์เน็ต ทั้งนี้เพื่อนำมาเป็นฐานความรู้ในการวิเคราะห์ สังเคราะห์ เปรียบเทียบและประมวลผลต่อไป

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลเอกสารและบทความที่เป็นทฤษฎี ซึ่งเป็นเอกสารที่ได้รับการวิเคราะห์มาแล้วจากบุคคลอื่น ได้แก่ งานวิจัย วิทยานิพนธ์ ตำรา พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2562 พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2560 พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2562 พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ.2545 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2560 พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540 และราชกิจจานุเบกษา รวมถึงเอกสารต่าง ๆ ที่เผยแพร่ผ่านทางอินเทอร์เน็ต

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้บูรณาการข้อมูลที่ได้รับจากการศึกษาและค้นคว้าเอกสารทางวิชาการต่าง ๆ โดยการวิเคราะห์ สังเคราะห์ เปรียบเทียบและประมวลผลตามแนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research)

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงหลักเกณฑ์ การตีความ การบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคที่ทำสัญญาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีอยู่ในปัจจุบัน
2. ทราบถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการบังคับใช้กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
3. เสนอแนะเครื่องมือทางกฎหมายเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคที่ทำสัญญาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์



ผลการวิจัย

ระบบการค้าอิเล็กทรอนิกส์หรืออีคอมเมิร์ซเป็นที่ยอมรับและได้รับความนิยมอย่างมาก จนพัฒนามาถึงทุกวันนี้ เมื่อเป็นการซื้อขายผ่านทางอินเทอร์เน็ตจึงอาจทำให้ผู้บริโภคตกอยู่ในฐานะที่เสียเปรียบ เพราะการไม่รู้ถึงตัวตนของผู้ขายอีกทั้งยังไม่รู้ถึงตัวสินค้าที่จะทำการซื้อ เนื่องจากปัจจุบันมีการพัฒนากระบวนการผลิตสินค้าด้วยเทคโนโลยีที่มีความทันสมัยมากขึ้น สินค้าต่าง ๆ ถูกผลิตด้วยวิธีที่ยุ่งยากซับซ้อนเกินกว่าที่บุคคลทั่วไปจะมองเห็นความชำรุดบกพร่องในตัวสินค้าได้ ซึ่งในอดีต สินค้าที่มีการซื้อขายกันนั้นเป็นสินค้าที่ผลิตขึ้นไม่ซับซ้อน ผู้ซื้อสามารถตรวจสอบความชำรุดบกพร่องได้ไม่ยากนัก จึงเกิดหลักกฎหมายทั่วไปในเรื่องซื้อขายที่ว่า “หลักผู้ซื้อต้องระวัง” (Caveat emptor) กล่าวคือ ผู้ซื้อจะต้องใช้ความระมัดระวังในการรับมอบสินค้า จะต้องตรวจสอบดูสินค้าว่าไม่มีความชำรุดบกพร่องก่อน หากไม่ใช้ความระมัดระวังเช่นนั้นแล้ว ผู้ขายย่อมไม่ต้องรับผิดชอบในความชำรุดบกพร่องดังกล่าว หลักการนี้ปรากฏอยู่ในมาตรา 473 แห่งประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ด้วยเหตุที่ปัจจุบันมีการพัฒนากระบวนการผลิตสินค้าด้วยเทคโนโลยี สินค้าต่าง ๆ ถูกผลิตด้วยวิธีที่ยุ่งยากซับซ้อนขึ้น หากยังคงใช้หลักกฎหมายทั่วไปที่ให้ผู้ซื้อต้องใช้ความระมัดระวัง แล้วผู้ซื้อหรือผู้บริโภคย่อมตกอยู่ในฐานะเสียเปรียบผู้ขายหรือผู้ประกอบการ เพราะผู้ซื้อไม่สามารถรู้ได้ว่าสินค้าที่ซื้อไปนั้นเกิดความชำรุดบกพร่องมาตั้งแต่แรกขณะซื้อขาย และผู้ขายหรือผู้ผลิตย่อมปฏิเสธความรับผิดชอบได้เสมอไป

ดังนั้น เมื่อหลักกฎหมายเอกชนไม่สามารถคุ้มครองผู้บริโภค จึงเกิดแนวคิดของกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภคขึ้นในเวลาต่อมา ซึ่งมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องมากมายไม่ว่าจะเป็นกฎหมายที่ให้สิทธิผู้บริโภคที่จะได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการสิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้าหรือบริการ สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการสิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญาตลอดจนสิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย ทั้งยังมีกฎหมายที่กำหนดคุณสมบัติของผู้ที่ต้องการยื่นจดทะเบียนธุรกิจ ทั้งแบบขายตรงและตลาดแบบตรง ทั้งนี้เพื่อให้อยู่ในความควบคุมของรัฐบาล โดยการกำหนดให้จดทะเบียนดังกล่าวนี้มีผลประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ ในการสร้างความไว้วางใจให้กับผู้บริโภคที่จะเข้าทำสัญญาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ตลอดจนกฎหมายที่สร้างความเป็นธรรมในการเข้าทำสัญญาระหว่างผู้บริโภคกับผู้ประกอบการโดยพระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็น พ.ศ. 2540

นอกจากนั้นกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคที่ทำสัญญาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั้น ได้มีกฎหมายที่รองรับสถานะทางกฎหมายของข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้ในการทำธุรกรรมหรือสัญญาให้มีผลเช่นเดียวกับเอกสารธรรมดา โดยห้ามปฏิเสธความมีผลผูกพันและการบังคับใช้ทางกฎหมายของข้อมูลที่อยู่ในรูปของข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งพระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544 ได้มีบทบัญญัติห้ามมิให้ปฏิเสธการนำข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์มาเป็นพยานหลักฐานในกระบวนการพิจารณาตามกฎหมายเพียงเพราะว่าเป็นข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ เช่นนี้ถือเป็นผลดีต่อคู่สัญญาทั้งสองฝ่ายในการดำเนินการทางกฎหมายในส่วนขอกฎหมายที่ให้สิทธิแก่ผู้บริโภคนั้น แม้ว่าพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 จะให้สิทธิแก่ผู้บริโภคที่จะได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายไม่ว่าจะเป็นสิทธิที่จะได้รับข่าวสาร สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยในการใช้สินค้าหรือบริการสิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการและสิทธิที่จะได้รับการคุ้มครองและชดเชยค่าเสียหาย เมื่อมีการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค แต่ทั้งนี้ก็ยังไม่มีบทบัญญัติที่ให้ความคุ้มครองแก่ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ตเป็นการเฉพาะ



การประชุมวิชาการระดับชาติ “การเรียนรู้ด้านมนุษยศาสตร์และด้านสังคมศาสตร์” ครั้งที่ 3

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

วันที่ 23 พฤศจิกายน 2562

การกำหนดให้ผู้ประกอบการขายตรงหรือตลาดแบบตรง ต้องไปจดทะเบียนกับหน่วยงานของรัฐตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรงพ.ศ. 2545 ทำให้สามารถจัดระบบกิจการร้านค้าและอยู่ในการควบคุมของเจ้าหน้าที่ของรัฐในการที่จะกำกับดูแล ตลอดจนหากมีการกระทำผิดก็เป็นเรื่องง่ายที่จะตามหาตัวผู้กระทำผิดมาลงโทษ เนื่องจากมีการจดทะเบียนกับหน่วยงานของรัฐไว้แล้ว ส่วนผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงใดไม่ดำเนินการจดทะเบียนจะต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 1 ปี หรือปรับไม่เกิน 100,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ และถ้ายังฝ่าฝืนไม่จดทะเบียนอีกก็จะปรับเพิ่มอีกวันละ 20,000 บาทจนกว่าจะเลิกฝ่าฝืน ตามมาตรา 47 ส่วนผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรงต้องระวางโทษปรับและโทษจำคุกเท่ากับธุรกิจขายตรง แต่ค่าปรับจากการฝ่าฝืนไม่จดทะเบียนให้ปรับเพิ่มวันละ 10,000 บาท จนกว่าจะเลิกฝ่าฝืน ตามมาตรา 27

พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมพ.ศ.2540 มีเจตนารมณ์มิให้ผู้มีอำนาจต่อรองทางเศรษฐกิจเหนือกว่าคู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่ง เอาเปรียบคู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่ง ในการทำข้อตกลงหรือสัญญาบางอย่าง โดยมีการกำหนดตัวอย่างข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมไว้ เช่น ข้อตกลงให้ยกเว้นหรือจำกัดความรับผิดชอบที่เกิดจากการผิดสัญญาข้อตกลงให้รับผิดชอบหรือรับภาระมากกว่าที่กฎหมายกำหนด เป็นต้น ดังนี้ถือได้ว่าเป็นผลดีต่อผู้บริโภคที่จะไม่ถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบการในการเข้าทำสัญญาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ แต่แม้ว่าพระราชบัญญัติฉบับนี้จะมีเป้าหมายอยู่ที่การแก้ไขปัญหาค่าความไม่เป็นธรรมทางสัญญา ก็ตามแต่พระราชบัญญัตินี้มิได้ให้อำนาจศาลเข้าไปตรวจสอบหรือแก่นิติกรรมสัญญาได้เป็นการทั่วไป เฉพาะนิติกรรมสัญญาบางประเภทบางลักษณะเท่านั้นที่อยู่ในอำนาจของศาลที่จะเข้าไปตรวจสอบตามพระราชบัญญัตินี้ และในพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 ได้กำหนดถึงลักษณะความผิดและบทกำหนดโทษ ในการกระทำผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ ไม่ว่าจะเป็น การกระทำการใด ๆ เพื่อทำให้ระบบคอมพิวเตอร์ของผู้อื่นถูกระงับ ชะลอ หรือถูกรบกวนการส่งข้อมูลคอมพิวเตอร์หรือ Email ที่ปกปิด/ปลอมแปลงที่มาของข้อมูล (spam mail) ที่เป็นการรบกวนผู้อื่น ตามมาตรา 11 ซึ่งผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ส่วนใหญ่นิยมการโพสต์ฝากร้านค้าตามโซเชียลเน็ตเวิร์ก เช่นนี้ถือเป็นการรบกวนผู้อื่น หรือการนำข้อมูลไม่เหมาะสมเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ ซึ่งทำให้เกิดความเสียหายต่อประชาชนและประเทศ ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลปลอม ข้อมูลอันเป็นเท็จ เช่นนี้ก็อาจทำให้ประชาชนเกิดความเสียหายในการได้รับข้อมูลข่าวสาร ดังนั้นพระราชบัญญัตินี้ดังกล่าวจึงมีบทบาทสำคัญในการควบคุมการกระทำผิด เพื่อประโยชน์ของประชาชนในการใช้คอมพิวเตอร์อย่างถูกต้อง และประมวลกฎหมายอาญาในเรื่องเจตนาทุจริต ฉ้อโกง หลอกลวงผู้อื่นด้วยการแสดงข้อความอันเป็นเท็จ หรือปกปิดข้อความจริง โดยปัญหาที่พบในการซื้อขายสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ตนั้น มีคดีที่ขึ้นเป็นอันดับหนึ่งคือ เรื่องหลอกลวงขายสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งปัจจุบันมีการเสนอขายสินค้าต่าง ๆ มากมายทั้งยังมีสื่อโฆษณาชวนเชื่อในการส่งเสริมการขายหรือบริการ เช่นนี้ทำให้ผู้บริโภคตกอยู่ในฐานะเสียเปรียบ เนื่องจากเป็นการยากที่จะตรวจสอบข้อมูลต่าง ๆ จึงทำให้เกิดปัญหาดังกล่าวขึ้น

อภิปรายผลการวิจัย

ปัจจุบันการทำสัญญาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยมีการเจริญเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว รวมถึงในด้านการออกกฎหมายเพื่อควบคุมกำกับดูแลกิจการที่เกี่ยวกับพาณิชย์ อีกทั้งยังได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของกฎหมายดังกล่าวในการพัฒนาประเทศจึงได้จัดทำและมีกฎหมายใช้บังคับและช่วยในการที่จะเกิดปัญหาขึ้นในภายภาคหน้าหากมีการเจริญเติบโตยิ่งขึ้นอีกของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในอนาคต ซึ่งกฎหมายที่เกี่ยวข้อง



กับการทำสัญญาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั้นมีความหมายหลายฉบับ ทั้งนี้จากที่ผู้วิจัยได้ศึกษาได้แก่ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ที่บัญญัติถึงสิทธิของผู้บริโภคที่จะได้รับความคุ้มครองตามกฎหมาย พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 ที่กำหนดถึงลักษณะความผิดและบทกำหนดโทษในการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544 และพระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมพ.ศ.2540 ที่มีเจตนารมณ์มิให้ผู้มีอำนาจต่อรองทางเศรษฐกิจเหนือกว่าคู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งเอาเปรียบคู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรงพ.ศ. 2545 กำหนดหลักเกณฑ์และบังคับการให้ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงต้องจดทะเบียนตามกฎหมาย จากกฎหมายดังกล่าวข้างต้นถือว่ามีความหมายที่กำหนดสิทธิหน้าที่และความรับผิดชอบของผู้ประกอบการและผู้บริโภคเพียงพอแล้วในระดับหนึ่งที่จะสามารถบังคับให้สังคมเศรษฐกิจดำเนินไปด้วยความเป็นธรรม

ข้อเสนอแนะ

แม้ปัจจุบันมีกฎหมายมากมายที่บังคับใช้เพื่อคุ้มครองผู้บริโภค แต่ยังคงคุ้มครองได้ในระดับหนึ่งเท่านั้น ซึ่งการคุ้มครองผู้บริโภคนั้นอาจมีใช้มาตรการทางกฎหมายอย่างเดียว แต่อาจเป็นหน้าที่ของสังคมที่จะต้องร่วมมือกัน ซึ่งการคุ้มครองผู้บริโภคมิใช่มุ่งหมายให้ผู้บริโภคได้ประโยชน์แต่เพียงฝ่ายเดียวเท่านั้น แต่ยังมีวัตถุประสงค์ในการที่จะให้เกิดความรู้สึกรับผิดชอบในสังคมของผู้ประกอบการและลดความเสี่ยงของผู้บริโภค อีกทั้งยังมุ่งหมายให้ระบบเศรษฐกิจของประเทศเป็นไปด้วยความยุติธรรมด้วย จึงควรมีการแก้ไขปรับปรุงกฎหมายโดยคำนึงถึงความเป็นธรรมทั้งนี้เพื่อผู้ประกอบการและผู้บริโภค ดังนี้

1. ควรบัญญัติกฎหมายเกี่ยวกับการซื้อขายทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์โดยเฉพาะ เนื่องจากในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงตลอดจนการซื้อขายสินค้าที่มีความซับซ้อนมากขึ้น กฎหมายเอกชนที่นำมาปรับใช้เป็นกฎหมายที่บัญญัติกฎหมายเกณฑ์สำหรับการซื้อขายสินค้าทั่วไป จึงไม่เหมาะสมกับการซื้อขายสินค้าทางอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งมีลักษณะพิเศษแตกต่างไปจากการซื้อขายสินค้าตามปกติ การนำกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ทั่วไปมาปรับใช้บางครั้งไม่ตรงกับลักษณะของการซื้อขาย ส่งผลให้การ บังคับใช้มีข้อขัดข้องจึงไม่อาจอำนวยความสะดวกยุติธรรมให้แก่คู่สัญญาได้

2. ควรเพิ่มอัตราโทษในการนี้ที่ไม่ดำเนินการจดทะเบียนตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรงพ.ศ. 2545 ให้มีอัตราโทษที่สูงขึ้น ทั้งนี้แม้ปัจจุบันจะมีการกำหนดโทษไว้แล้ว แต่ยังมีผู้ประกอบการอีกจำนวนมากที่ไม่ดำเนินการจดทะเบียนดังกล่าว โดยผู้วิจัยเชื่อว่าหากมีการกำหนดอัตราโทษที่สูงขึ้นอีกจะส่งผลให้ผู้ประกอบการตระหนักถึงโทษที่จะได้รับหากไม่ดำเนินการจดทะเบียนตามพระราชบัญญัตินี้ดังกล่าว

เอกสารอ้างอิง

จรัญ ภัคศิธนากุล. (2541). สรุปลักษณะสำคัญของพระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ.2540,[ม.ป.ท.]
 ทวีศ ศรีเกตุ. (2557). ผู้บริโภคกับปัญหาการซื้อสินค้าผ่านเครือข่ายออนไลน์. กรุงเทพฯ : สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร.
 นิชธิมา ปะจันทบุตร. (2551). ปัญหาบังคับใช้กฎหมายในสัญญาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. (วิทยานิพนธ์นิติศาสตร์มหาบัณฑิต).ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์



การประชุมวิชาการระดับชาติ “การเรียนรู้ด้านมนุษยศาสตร์และด้านสังคมศาสตร์” ครั้งที่ 3
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
วันที่ 23 พฤศจิกายน 2562

- นนทวิษฐ์ นวตระกูลพิสุทธิ. (2560).กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ภาวธ พงษ์วิทย์ภานุ. (2550). E-Commerce “สุดยอดช่องทางรวย ทุนน้อย ทำง่าย สร้างรายได้ 24 ชั่วโมง”.
กรุงเทพฯ: ตลาด ดอท คอม
- ศันนัทภรณ์ โสทธิพันธุ์. (2558).คำอธิบายกฎหมายลักษณะละเมิด จัดการงานนอกสิ่ง ลามมิควรได้ (พิมพ์ครั้งที่ 6 แก้ไขเพิ่มเติม). กรุงเทพฯ: วิญญูชน
- ศลิษา ทองโชต. (2558). การคุ้มครองผู้บริโภคในการซื้อขายสินค้าและบริการทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์.ชลบุรี:
วารสารศรีปทุม
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (สพธอ). (2562). รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ต
ในประเทศไทย ปี 2561.สืบค้นเมื่อ 15 กรกฎาคม 2562, จากเว็บไซต์:
<https://www.etda.or.th/content/etda-reveals-thailand-internet-user-profile-2018.html>
- สุขุม ศุภนิത്യ. (2548). คำอธิบายกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค(พิมพ์ครั้งที่ 5 แก้ไขเพิ่มเติม). กรุงเทพฯ:
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย