

การคุ้มครองผู้บริโภคในการซื้อขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ กรณีศึกษา เปรียบเทียบกฎหมายไทยกับกฎหมายของสหภาพยุโรป (EU)

The consumer protection in online trading: case studies comparing Thai law and Eu law

ชนิกานต์ ทะนันไชย*

Chanikarn Tananchai

บทคัดย่อ

ปัจจุบันการทำการค้าในระบบ E – commerce หรือการซื้อขายออนไลน์ สามารถทำการขายโดยตรงให้กับลูกค้า เมื่อลูกค้าสนใจซื้อสินค้าจะทำการสั่งซื้อ โดยลูกค้าสามารถชำระเงินผ่านทางออนไลน์ได้ ซึ่งสามารถพบเห็นได้อยู่เป็นประจำทุกวัน อีกทั้งรัฐบาลได้กำหนดนโยบายเร่งผลักดันให้คนไทยในทุกพื้นที่ ได้ใช้งานอินเทอร์เน็ตอย่างทั่วถึง ยิ่งทำให้การซื้อขายสินค้าและจ่ายเงินออนไลน์มีเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ การชำระเงินค่าสินค้าในระบบออนไลน์ ลูกค้าสามารถเลือกชำระเงินก่อน หรือชำระเมื่อได้รับสินค้า ทำให้เกิดความสะดวก รวดเร็วและประหยัดค่าใช้จ่าย การขายสินค้าในระบบนี้ มีการใช้เทคนิคการจูงใจ บางครั้งจะพบเจอเว็บไซต์ที่แอบแฝงเป็นมิถุนาชีพ โดยนำระบบออนไลน์ไปใช้ในทางลบ ปัจจุบันพบว่า ลูกค้าที่ซื้อสินค้าออนไลน์ต้องประสบปัญหามากมายจากการรับเรื่องร้องเรียนของ สคบ. มีดังนี้ การถูกหลอกขาย โดยระบุไว้ในข้อความโฆษณาว่า เมื่อทำการสั่งซื้อสินค้าจะได้รับของภายใน 1-2 สัปดาห์ ภายหลังจากโอนเงินไปแล้ว เมื่อถึงกำหนดก็ไม่ได้รับสินค้า เมื่อโทรติดต่อไปผู้ขายจะปิดเครื่อง และหนีหายไป ทั้งนี้เกิดจาก ผู้บริโภคไม่มีโอกาสตรวจสอบสินค้า เพราะผู้บริโภคไม่อยู่ในฐานะที่จะทราบภาวะตลาด หรือข้อเท็จจริงเกี่ยวกับสินค้าและบริการ ทำให้เชื่อถือตามคำโฆษณาชวนเชื่อหรือการส่งเสริมการขายนั้น ๆ ว่าสินค้านั้นมีคุณภาพดี ซึ่งผู้บริโภคจะทราบผลลัพธ์จริง ก็ต่อเมื่อได้บริโภค หรือใช้บริการนั้นแล้ว เมื่อลูกค้าแจ้งความ

* บทความนี้เรียบเรียงมาจากการค้นคว้าอิสระเรื่อง. “การคุ้มครองผู้บริโภคในการซื้อขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ กรณีศึกษา เปรียบเทียบกฎหมายไทยกับกฎหมายของสหภาพยุโรป (EU),” การค้นคว้าอิสระ ปริญญานิติศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ, 2563.

The article is a part of “The consumer protection in online trading’s: case studies comparing Thai law and Eu Law.” an independent study for the Degree of Master of Laws, Graduate School of Laws, Assumption University. 2020.

ร้องเรียนไปหลายคดี ไม่สามารถติดตามผู้กระทำผิดได้ สาเหตุที่เกิดปัญหามากมาย ส่วนหนึ่งเกิดจาก ผู้บริโภคขาดการตรวจสอบการจดทะเบียนขายตรงของร้านค้าในระบบ E-commerce ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ผู้บริโภคต้องเกิดความเสี่ยงในการสั่งซื้อสินค้า และไม่ได้รับความคุ้มครองมากนัก

ในส่วนของมาตรการตามหลักสากล ข้อบังคับสหภาพยุโรป (European Union Directive ในการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าออนไลน์ ผู้บริโภค มีสิทธิในการเลิกสัญญา ทั้งกรณีทั่วไป และในกรณีพิเศษ (Withdrawal Right) เป็นสิทธิในการเลิกสัญญาเมื่อไม่พึงพอใจในสินค้าหรือบริการ ซึ่งการใช้สิทธินี้ ในต่างประเทศจะเรียกว่า “Cooling-off Period” และในส่วนของสหภาพยุโรป (European Union: EU) ได้อธิบายว่า สิทธิในการเลิกสัญญาเกิดขึ้นเมื่อลูกค้าไม่พึงพอใจในสินค้าหรือบริการ ผู้บริโภคมีสิทธิฝ่ายเดียวที่จะถอนตัวออกจากสัญญาโดยไม่ต้องมีสาเหตุในการเลิกสัญญาและไม่มีควมรับผิดชอบใดๆ ภายในระยะเวลา 14 วันทำให้ผู้บริโภคหลุดพ้นจากสัญญาซื้อขาย และสัญญาทางการเงิน ทั้งนี้ เพราะเป็นการทำการซื้อขายที่คู่สัญญาต่างอยู่ห่างไกลกัน โดยระยะทาง ผู้บริโภคไม่มีโอกาสได้พิจารณาสินค้าก่อนทำการตกลงซื้อขายเป็นสิทธิที่เพิ่มความเชื่อมั่นและอำนาจให้แก่ผู้บริโภคในการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ หากผู้ประกอบการไม่แจ้งสิทธิการยกเลิกสัญญาให้ผู้บริโภคทราบก่อนการสั่งซื้อสินค้าหรือแจ้งโดยไม่ถูกต้อง สิทธิในการเลิกสัญญา นี้จะขยายจากกำหนดเวลา 14 วันหลังจากผู้บริโภคได้รับสินค้าเป็นระยะเวลา 12 เดือน และเมื่อผู้บริโภคแจ้งสิทธิการเลิกสัญญาแล้วผู้ประกอบการมีหน้าที่ จะต้องคืนเงินที่ผู้บริโภคชำระไปแล้ว ภายใน 14 วัน นับแต่วันที่ผู้ประกอบการได้รับการแจ้งสิทธิดังกล่าวด้วยวิธีการในรูปแบบเดียวกันที่ผู้ประกอบการได้รับชำระเงินจากผู้บริโภค

ความจำเป็นที่จะต้องใช้กฎหมายในการคุ้มครองผู้บริโภคกับการซื้อขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์จึงจำเป็นมากเนื่องจากเป็นการซื้อขายที่แตกต่างจากกรณีซื้อขายธรรมดา ผู้ที่ซื้อสามารถหยิบจับพิจารณาตัวสินค้าได้โดยตรงประกอบกับลักษณะของการทำธุรกรรมทางออนไลน์ที่มีความแตกต่างจากธุรกรรมทั่วไป ที่ผู้ซื้อและผู้ขายสามารถเห็นหน้ากัน เพื่อทำการต่อรองราคาได้ ความเชื่อใจระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายที่ว่าสินค้านั้นมีคุณภาพเหมาะกับราคาสินค้าหรือไม่ ย่อมเกิดจากการสื่อสารทำความเข้าใจย่อมเกิดจากการสื่อสารทำความเข้าใจระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายโดยตรงอีกทั้งไม่อาจทราบที่กำลังสื่อสารอยู่กับใคร และถึงแม้ว่าสินค้านั้นชำระครบพร้อมผู้เสียหายหรือผู้ซื้อสินค้านั้น จะได้รับการคุ้มครองตามหลักประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์หรือพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคก็ตาม

ผู้เขียนเห็นว่าจากสภาพปัญหาของผู้บริโภคหรือลูกค้าที่ซื้อสินค้าออนไลน์ในประเทศไทย นั้นผู้บริโภคมีความเสี่ยงในการซื้อ และยังไม่ได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายที่ยังไม่ชัดเจนเท่าที่ควร ซึ่งหากเปรียบเทียบกับมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคออนไลน์ในต่างประเทศ อย่างเช่นในกลุ่ม สหภาพยุโรป หรือ EU จะเห็นว่า มีความแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิงเนื่องจากกฎหมายของ

ประเทศไทยไม่มีมาตรการทางกฎหมายโดยเฉพาะในการควบคุมการซื้อขายผ่านช่องทางออนไลน์ ผู้เขียนมีความเห็นว่าควรมีมาตรการทางกฎหมายเฉพาะเกี่ยวกับรับมือ ความคุ้มครองแก้ไขเยียวยาความเสียหายให้กับผู้บริโภคที่ซื้อขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์โดยการกำหนดมาตรการให้กับผู้ขายสินค้ากำหนดมาตรการคุ้มครองข้อมูลเบื้องต้นก่อนทำสัญญา กำหนดมาตรการบอกเลิกสัญญาและคืนเงิน กำหนดการคุ้มครองเกี่ยวกับการชำระเงินผ่านบัตรเครดิต กำหนดบทลงโทษกรณี que ผู้ขายขัดเหียบคส่งข้อมูลหรือลดยละเอียดสินค้าให้กับลูกค้า โดยที่ลูกค้าไม่ได้ร้องขอหรือยินยอม เพื่อป้องกันสิทธิให้กับผู้บริโภคในการถูกรบกวน เป็นต้น

ABSTRACT

In this era, E-commerce system or Electronic commerce can be describe as a directly sale to the customer whom the interest has been met. The customer order was paid by online transaction or online payment. this system can be soon in our daily life. Furthermore, the government has stipulate the policy in order to push forward the use of internet, which enable citizens to use an internet in every area of the country. Such policy increases the number of e-commerce and online transaction. Indeed, online payment, the customer can choose the payment methods such as pay first or pay after receive the goods, which is convenient, save and rapid.

The anther has an opinion that such e-commerce system, sometime can be found unappropriated concealing website, which constructed by thief. They will use such online system in unappropriated way. Recognizing that in these days, the online customers fares several issues, which can be soon in the complaint of the office of the consumer Protection Board. For instance, fraud sale will which determine in the advertisement that the customer will receive the goods within one or two week and when the time has due, the seller was gone. From above example, such issue occurs because the consumer no chance to cheek first. Indeed, the consumer was not in the place wthey will know the fact of good or market or such services. They will know only when they decide to consumer such goods Besides, when the victim file the complaint seral cases, however, they cannot follow or bring the allege offender to the charge due to the lack of verification of registration in e-commerce system, which the seller need to register their information in to the system with OCPB. according to Direct sales and Direct Marketing Act B.E 2560. interesting that move than 80-90 % of Thai registration under section 47 of Direct sales and Direct Marketing Be 2560 bat they can still

sale goods with consumer in present, which construct an unreliable and risk to the consumer unless there is strictly law enforcement.

In international measure in protecting consumer online right, the consumer have right in withdrawal right in both general cases and specific cases, which is the right to withdraw the contract when they not satisfied in goods or services, which can be called “Cooling -off Period”. In the EU has described that the withdrawal right occurs when the customers are not satisfied the in goods or services. The consumer have the solely right to withdraw from the contract without reasonable reason in withdraw such contract. Moreover, without any liabilities within 14 days, which matte the consumer can be free from the contract and payment liabilities. Such contract is the contract where the party create the contract by the by the distance, the consumer have no chance to verify the goods the goods before create the contract, Therefore, this right enhance the confident to the consumer in ordering online goods. If the seller is not inform the right of withdrawal contract before the consumer create the contract, such right of withdrawal will extend from 14 days into 12 months. when the consumer inform that want to withdraw the contract, the seller have duty to return money, which the consumer has been paid within 14 days from the day that the sellers was received such information in the same way of the seller received the money from the customers.

Therefore, the necessity in using the law in protection consumer and contract online is significant essential. According to such contract is different from normal sale contract

That the consumer can take a look at the goods and both party interact face by face order to negotiate the price. The sale contract create from the communication both party. and if the good was order, the consumer will be protect by civil code. In contrast, e-commerce, the party can never know that with whom they communicate with online consumer protection such as EU. The buy and sale good or product online. As above-mention, Thailand shall have law defensive measure in protection online, handling remunerating such losses for the online consumer shall be return their good to the seller when the goods or product is not satisfied. creating the punishment for the seller who sent information or advertisement to consumer without their consent in order to product before buying . Lastly, in the case where the customer has to returning the product, thane is rejecting the product in the return, Prior Information, Right of Withdrawal, Restriction on the use of certain means of distance communication.

บทนำ

การพัฒนาทางเทคโนโลยี เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อชีวิตประจำวันของคนในปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเทคโนโลยีที่คนส่วนใหญ่ใช้กันอย่างมาก คือ โทรศัพท์มือถือที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ซึ่งใช้ในการติดต่อสื่อสาร รวมถึงการสืบค้นข้อมูลข่าวสารต่างๆ ด้วยเหตุนี้ทำให้ธุรกิจและองค์กรต่างๆ เลือกลงใช้ช่องทางนี้ ในการเข้าถึงลูกค้า รวมไปถึงการใช้เป็นช่องทางในการจำหน่ายสินค้าทางออนไลน์ หรือเรียกว่า การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือ E-commerce โดยจะขายสินค้าหรือบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ไม่ว่าจะเป็น Website, Facebook, Twitter, Instagram หรือโปรแกรมประยุกต์อย่างแอปพลิเคชัน line และ WhatsApp ซึ่งเป็นสังคมแห่งข่าวสารเปิดกว้าง และสร้างความสะดวกสบายในการซื้อขายสินค้าได้มากขึ้น โดยช่องทางการขายสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ต เป็นช่องทางหนึ่งที่ทำให้ระบบเศรษฐกิจมีการขยายตัวได้อย่างรวดเร็วเป็นแรงกระตุ้นในการส่งเสริมการค้าขายผ่านอินเทอร์เน็ต มีการนำเข้าและส่งออกของสินค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพราะได้เชื่อมโลกไว้ในระบบอินเทอร์เน็ตแล้ว¹

การทำการค้าในระบบ E-commerce หรือการค้าขายออนไลน์ ถือเป็นการขายตรงให้กับลูกค้าเมื่อลูกค้าสนใจซื้อสินค้า จะทำการสั่งซื้อ และผู้ขายจะทำการจัดส่งสินค้าถึงมือลูกค้า โดยลูกค้าสามารถชำระเงินผ่านทางออนไลน์ได้ ซึ่งสามารถพบเห็นได้อยู่เป็นประจำทุกวัน อีกทั้งรัฐบาลได้กำหนดนโยบายแรงผลักดันให้คนไทยในทุกพื้นที่ ได้ใช้งานอินเทอร์เน็ตอย่างทั่วถึง ยิ่งทำให้การซื้อขายสินค้าและจ่ายเงินออนไลน์มีเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ สำหรับการชำระเงินค่าสินค้าในระบบออนไลน์ลูกค้าสามารถเลือกชำระเงินก่อน หรือชำระเมื่อได้รับสินค้า ทำให้เกิดความสะดวก รวดเร็วและประหยัดค่าใช้จ่าย ดังนั้นจึงเห็นวิธีการขายสินค้าในระบบนี้ มีการใช้เทคนิคการจูงใจ บางครั้งจะพบเจอเว็บไซต์ที่แอบแฝงเป็นมิจฉาชีพ โดยนำระบบออนไลน์ไปใช้ในทางลบ

ปัจจุบัน พบว่าลูกค้าที่ซื้อสินค้าออนไลน์ต้องประสบปัญหามากมาย โดยจากการรับเรื่องร้องเรียนของ สคบ. มีดังนี้ การถูกหลอกขาย โดยระบุไว้ในข้อความโฆษณาว่า เมื่อทำการสั่งซื้อสินค้าจะได้รับของภายใน 1-2 สัปดาห์ ภายหลังจากโอนเงินไปแล้ว เมื่อถึงกำหนดก็ไม่ได้รับสินค้า เมื่อโทรติดต่อไปผู้ขายจะปิดเครื่อง และหนีหายไป ทั้งนี้เกิดจาก ผู้บริโภคไม่มีโอกาสตรวจสอบสินค้า เพราะผู้บริโภคไม่อยู่ในฐานะที่จะทราบภาวะตลาด หรือข้อเท็จจริงเกี่ยวกับสินค้าและบริการ ทำให้เชื่อถือตามคำโฆษณาชวนเชื่อหรือการส่งเสริมการขายนั้นๆ ว่าสินค้านั้นมีคุณภาพดี ซึ่งผู้บริโภคจะทราบผลลัพธ์จริง ก็ต่อเมื่อได้บริโภค หรือใช้บริการนั้นแล้วเมื่อลูกค้าแจ้งความร้องเรียนไปหลายคดี

¹ ทวียศ ศรีเกตุ, ผู้บริโภคกับปัญหาการค้าขายผ่านเครือข่ายออนไลน์, ใน https://www.parliament.go.th/ewtadmin/ewt/elaw_parcy/ewt_dl_link.php?nid=1803, (last visited 22 May 2020).

ไม่สามารถติดตามผู้กระทำผิดได้ สาเหตุที่เกิดปัญหามากมาย ส่วนหนึ่งเกิดจากผู้บริโภคขาดการตรวจสอบการจดทะเบียนขายตรงของร้านค้าในระบบ E-commerce ซึ่งผู้ขายหรือผู้ประกอบการต้องจดทะเบียนตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2560 กับทาง สำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค หรือ สคบ.

จากกรณีปัญหาหลากหลายดังกล่าวข้างต้นจะเห็นว่า เป็นปัญหาที่เกิดขึ้นมาเป็นเวลานาน เพราะส่วนหนึ่งเกิดจากผู้บริโภคขาดความรอบคอบในการตรวจสอบการจดทะเบียนร้านค้าออนไลน์ รวมถึงกรณีที่เกิดลงชื่อขาย ไม่ได้มีสัญญา หรือเป็นลักษณะของการใช้สัญญาสำเร็จรูป (Standard Contract) ที่เนื้อหาของสัญญามักเอื้อประโยชน์แก่ผู้ประกอบการหรือผู้ขาย จึงส่งผลให้เกิดปัญหาการละเมิดสิทธิลูกค้าเพิ่มมากขึ้น ทำให้ลูกค้าอาจตกอยู่ในฐานะที่เสียเปรียบ เพราะผู้ประกอบการมีอำนาจต่อช่องทางเศรษฐกิจที่มากกว่า จึงทำให้ผู้บริโภคถูกกดขี่ให้ยอมรับเอาข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมไปด้วย กฎหมายจึงต้องพัฒนาขึ้นเพื่อให้สามารถคุ้มครองผู้บริโภคได้มากขึ้น มากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

ปัญหาของผู้ซื้อสินค้าออนไลน์ถูกหลอกลวง สามารถได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายโดยรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย หมวด 3 สิทธิและเสรีภาพของชนชาวไทย มาตรา 61 บัญญัติว่า "สิทธิของบุคคลซึ่งเป็นผู้บริโภคย่อมได้รับความคุ้มครองในการได้รับข้อมูลที่เป็นความจริงและมีสิทธิร้องเรียนเพื่อให้ได้รับการแก้ไขเยียวยาความเสียหาย รวมทั้งมีสิทธิรวมตัวกันเพื่อพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค ให้มีองค์การเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคที่เป็นอิสระจากหน่วยงานของรัฐ ซึ่งประกอบไปด้วยตัวแทนผู้บริโภค ทำหน้าที่ให้ความเห็นเพื่อประกอบการพิจารณาของหน่วยงานของรัฐในการตราและการบังคับใช้กฎหมายในการกำหนดมาตรการต่างๆ เพื่อคุ้มครองผู้บริโภครวมทั้งตรวจสอบและรายงานการกระทำหรือละเลยการกระทำอันเป็นการคุ้มครองผู้บริโภค และหลักการคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าทุกประเภท และการร้องเรียน นอกจากนี้ ยังมีพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 แก้ไขเพิ่มเติม(ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541 มาตรา 4 ไว้สำหรับการคุ้มครองสิทธิในการได้รับการชดเชยความเสียหาย กรณีได้สินค้าไม่ตรงตามคำโฆษณา โดยได้วางหลักการสำคัญเรื่อง คุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค 5 ประการ ได้แก่ 1) สิทธิที่จะได้รับข่าวสารรวมทั้งคำบรรยายลักษณะคุณภาพที่ถูกต้องเกี่ยวกับสินค้าหรือ บริการ ได้แก่ สิทธิที่จะได้รับการโฆษณาหรือการแสดงฉลากตามความเป็นจริงและปราศจากพิษภัย แก่ผู้บริโภค รวมถึงสิทธิที่จะได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการอย่างถูกต้อง และชัดเจน ที่จะไม่หลงผิดในการเลือกซื้อสินค้าหรือรับบริการ โดยไม่เป็นธรรม 2) สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้า หรือบริการ ได้แก่ สิทธิที่จะเลือกซื้อสินค้าหรือรับ บริการโดยความสมัครใจของผู้บริโภค และปราศจากการชักจูงใจอันไม่เป็นธรรม 3) สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ ได้แก่ สิทธิที่จะได้รับสินค้า หรือบริการที่ปลอดภัย มีสภาพสินค้าและคุณภาพที่ได้มาตรฐานเหมาะสมแก่การใช้ ไม่

ก่อให้เกิด อันตรายต่อชีวิต หรือทรัพย์สิน ในกรณีใช้ตามคำแนะนำหรือระมัดระวังตามสภาพของสินค้าหรือบริการนั้นแล้ว 4) สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา ได้แก่ สิทธิที่จะได้รับข้อสัญญาโดยไม่ถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบธุรกิจ 5) สิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย ได้แก่ สิทธิที่จะได้รับการ ค้ำครองและชดเชยค่าเสียหาย เมื่อมีการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคตามข้อ 1), 2), 3) และ 4) ดังที่กล่าวข้างต้น²

ปัญหาจากการศึกษา

ในส่วนของการกระทำผิดของผู้ขายในระบบ E-commerce กำหนดโทษนั้น มีทั้งมาตรการตามกฎหมายและมาตรการทางอาญาด้วย ผู้บริโภคมีสิทธิเลิกสัญญา มีสิทธิได้รับเงินคืนเต็มจำนวนและเบี้ยปรับได้³ ซึ่งการคุ้มครองผู้บริโภคดังกล่าว สามารถมีสิทธิได้รับความคุ้มครองตามมาตรการกฎหมายที่รวมถึงการคืนสินค้าที่ซื้อทางออนไลน์ด้วย จะเห็นว่าไม่มีกฎหมายที่ใช้เป็นบทเฉพาะกาล แต่ในส่วนของการมาตรการตามหลักสากล ในการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าออนไลน์ ผู้บริโภค มีสิทธิในการเลิกสัญญา ทั้งกรณีทั่วไปและในกรณีพิเศษ (Withdrawal Right) เป็นสิทธิในการเลิกสัญญาตามอำเภอใจหรือไม่พึงพอใจในสินค้าหรือบริการ ซึ่งการใช้สิทธินี้ สหภาพยุโรป (European Union: EU) จะเรียกว่า “Cooling-off Period” และ ยังได้อธิบายว่า สิทธิในการเลิกสัญญาเกิดขึ้นเมื่อลูกค้าไม่พึงพอใจในสินค้าหรือบริการ ผู้บริโภคมีสิทธิฝ่ายเดียวที่จะถอนตัวออกจาก

² พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคมาตรา 4 บัญญัติว่า ผู้บริโภคมีสิทธิได้รับความคุ้มครองดังต่อไปนี้

- (1) สิทธิที่จะได้รับข่าวสารรวมทั้งคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้องและพอเพียงเกี่ยวกับสินค้าและบริการ
- (2) สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้าหรือบริการ
- (3) สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ
- (3 ทวิ) สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในสัญญา
- (4) สิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหายทั้งนี้ตามที่กฎหมายว่าด้วยเรื่องนั้นๆ หรือพระราชบัญญัตินี้บัญญัติไว้ให้

³ ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์มาตรา 381 วรรคสอง ถ้าเจ้าหนี้มีสิทธิเรียกร้องค่าสินไหมทดแทนในมูลชำระหนี้ไม่ถูกต้องสมควร ท่านให้บังคับตามบทบัญญัติแห่งมาตรา 380 วรรคสอง ถ้าเจ้าหนี้อยอมรับชำระหนี้แล้ว จะเรียกเอาเบี้ยปรับได้ต่อเมื่อได้บอกสงวนสิทธิไว้เช่นนั้นในเวลาชำระหนี้

สัญญาโดยไม่ต้องมีสาเหตุในการเลิกสัญญาและไม่มีควมรับผิดชอบใดๆ ภายในระยะเวลา 14 วันทำให้ ผู้บริโภคลดพ้นจากสัญญาซื้อขายและสัญญาทางการเงิน ทั้งนี้ เพราะเป็นการทำการซื้อขายที่ คู่สัญญาต่างอยู่ห่างไกลกันโดยระยะทาง ผู้บริโภคไม่มีโอกาสได้พิจารณาสินค้าก่อนทำการตกลงซื้อขาย เป็นสิทธิที่เพิ่มความเชื่อมั่นและอำนาจให้แก่ผู้บริโภคในการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ หากผู้ประกอบการไม่แจ้งสิทธิการยกเลิกสัญญาให้ผู้บริโภคทราบก่อนการสั่งซื้อสินค้าหรือแจ้งโดยไม่ถูกต้อง สิทธิในการเลิกสัญญานี้จะขยายจากกำหนดเวลา 14 วันหลังจากผู้บริโภคได้รับสินค้าเป็นระยะเวลา 12 เดือน และเมื่อผู้บริโภคแจ้งสิทธิการเลิกสัญญาแล้ว ผู้ประกอบการมีหน้าที่ จะต้องคืนเงินที่ผู้บริโภคชำระไปแล้ว ภายใน 14 วัน นับแต่วันที่ผู้ประกอบการได้รับการแจ้งสิทธิดังกล่าวด้วยวิธีการในรูปแบบเดียวกันที่ผู้ประกอบการได้รับการชำระเงินจากผู้บริโภค

จากการศึกษาสภาพปัญหาของผู้บริโภคหรือลูกค้าที่ซื้อสินค้าออนไลน์ในประเทศไทย เห็นได้ว่า ผู้บริโภคมีความเสี่ยงในการซื้อ และยังได้รับความคุ้มครองทางกฎหมายที่ยังไม่ชัดเจนเท่าที่ควร ซึ่งหากเปรียบเทียบกับมาตรการความคุ้มครองผู้บริโภคออนไลน์ในต่างประเทศ อย่างเช่นในกลุ่มสหภาพยุโรป หรือ EU จะเห็นว่า มีความแตกต่างกัน ด้วยเหตุนี้ การคุ้มครองผู้บริโภคผ่านช่องทางออนไลน์จึงเป็นเรื่องน่าสนใจ โดยจะนำไปศึกษาวิเคราะห์มาตรการความคุ้มครองผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ทั้งของไทย และของสหภาพยุโรป หรือ EU ทั้งนี้สามารถแนะนำแนวทางที่ได้จากการศึกษาเปรียบเทียบ มาใช้เป็นแนวทางการนำเสนอมติทางกฎหมายเพื่อให้ลูกค้าหรือผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ในประเทศไทย ได้รับความคุ้มครองที่ดีมากกว่านี้ และสามารถสร้างความน่าเชื่อถือในการตลาดออนไลน์ควบคู่กับการพัฒนาระบบตลาดออนไลน์ของประเทศให้ก้าวไกลสู่ตลาดโลกได้อย่างมีประสิทธิภาพ

บทสรุป

ในหลายประเทศทั่วโลกได้มีการตื่นตัวต่อการพัฒนากฎหมายเทคโนโลยีสารสนเทศและได้เล็งเห็นถึง ความสำคัญของกฎหมาย ดังกล่าวในการพัฒนาประเทศ จึงได้จัดทำและมีกฎหมายดังกล่าวใช้บังคับเพื่อให้เป็น โครงสร้างพื้นฐานที่มั่นคงต่อไป

จากการศึกษาพิจารณาถึงสภาพของสังคมไทยในปัจจุบันจะเห็นได้ว่าประเทศไทยมีปัญหา โดยพื้นฐานแบ่งพิจารณาได้ดังต่อไปนี้

1. มาตรการทางกฎหมาย

เมื่อจำนวนผู้ใช้งานเพิ่มขึ้นก็มีโอกาสที่จำนวนเรื่องร้องเรียนจะเพิ่มขึ้นไปด้วย โดยปัญหาการซื้อขายออนไลน์ที่พบบ่อยได้แก่ สินค้าไม่มีคุณภาพและไม่ปลอดภัย การประกอบการที่

ไม่เป็นธรรมหรือผิดกฎหมาย การไม่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล มีความยากลำบากในการขอคืนเงิน การร้องเรียน ตลอดจนการเจรจาไกล่เกลี่ย ปัญหาการขนส่งสินค้า และ การหลอกลวงหรือน้อโกงออนไลน์ โดยปัจจัยเกื้อหนุนที่ทำให้การน้อโกงออนไลน์เติบโต ว่ามีอยู่หลายปัจจัยด้วยกัน เช่น ช่องว่างของการกำกับดูแลเมื่อมีการซื้อขายออนไลน์, จำนวนผู้ใช้งานที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง การส่งเสริมการขายและการประชาสัมพันธ์ที่สร้างความเข้าใจผิด, ความอ่อนแอของกฎหมายและนโยบายที่ใช้กำกับดูแล, ความอ่อนแอของการบังคับใช้กฎหมายและการกำกับดูแล, ความอ่อนแอในการตระหนักรู้ของผู้บริโภค, และการขาดหายของการสร้างความรู้ด้านบริโภคศึกษา ส่งผลให้เกิดปัญหาทางเศรษฐกิจและสังคมตามมาอย่างต่อเนื่อง

2. ปัญหาในเรื่องของนิยามของสัญญาที่ห่างด้วยระยะทาง

การซื้อขายด้วยสัญญาที่ห่างด้วยระยะทางของประเทศไทย ถูกจำกัดด้วยข้อเว้นของกฎกระทรวงกำหนดการซื้อขายสินค้าหรือบริการ โดยวิธีการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไม่ถือว่าเป็นตลาดแบบตรง พ.ศ.2561 ในข้อที่ (1) การขายสินค้าหรือบริการของบุคคลธรรมดาซึ่งมิได้จดทะเบียนเป็นผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง และมีรายได้จากการขายสินค้าและบริการ โดยวิธีการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไม่เกิน 1.8 ล้านบาทต่อปี” ส่งผลให้ ผู้ที่ประกกรที่มีรายได้น้อยกว่า 1.8 ล้านบาทต่อปี จากการขายสินค้าผ่าน โซเชียล แอปพลิเคชันต่าง ๆ ยังไม่ถือว่าเป็นการขายแบบตลาดแบบตรง ทำให้พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรงนั้นไม่ครอบคลุมไปถึงผู้ขายสินค้าหรือบริการผ่านทางช่องทางออนไลน์ที่เป็นรายย่อยซึ่งมีจำนวนมาก ดังนั้นเสนอให้ปรับคำนิยามของสัญญาที่ห่างด้วยระยะทาง มีวัตถุประสงค์ชัดเจนเพื่อใช้บังคับการทำสัญญาระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจ(Supplier) กับผู้บริโภค (Consumer) โดยอยู่ห่างกันโดยระยะทาง (Distance Contract) ซึ่งตกลงทำสัญญาสัญญาขึ้น โดยวิธีการสื่อสาร โดยอยู่ห่างด้วยระยะทาง (Means of Distance Communication) วิธีการใดวิธีการหนึ่งหรือหลายวิธี รวมถึงการทำสัญญาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตหรือการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้วย

3. ปัญหาความทับซ้อนของกฎหมาย

ประเทศไทยมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคอยู่หลายฉบับ เช่น กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค กฎหมายขายตรงและตลาดแบบตรง เป็นปัญหาในทางโครงสร้างทางกฎหมายที่จะเอื้ออำนวย ไม่ให้การทำธุรกรรมทางการซื้อขายสินค้าหรือบริการผ่านช่องทางออนไลน์ สามารถดำเนินไปอย่างสะดวกรวดเร็ว เมื่อมีข้อพิพาทเกิดขึ้น

ดังนั้นควรมีบทกฎหมายที่ใช้บังคับ โดยเฉพาะในกเรื่องของการซื้อขายสินค้าหรือบริการผ่านช่องทางออนไลน์เป็นการเฉพาะโดยกำหนดให้สิทธิคุ้มครองผู้บริโภคให้สอดคล้องกับแนวทางข้อบังคับของสภายุโรปตามที่ได้ศึกษามาเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด ดังนี้

3.1 สิทธิการคุ้มครองผู้บริโภคเกี่ยวกับข้อมูลเบื้องต้นก่อนการทำสัญญา⁵

3.2 สิทธิในการบอกเลิกสัญญาและขอคืนสินค้าและบริการ⁶

⁵ Article 5- Written confirmation of information

“1. The consumer must receive written confirmation or confirmation on another durable medium available and to him of the information referred to in Article 4(1)(a) to (f), in good time during the performance of the contract, and at the latter at the time of delivery when goods not for delivery to third parties are concerned, unless the information has already been given to the consumer prior to conclusion of the contract in writing or on another durable medium available and accessible to him

In any event the following must be provided:

- written information on the condition and procedures for exercising the right of withdrawal, with the meaning of Article 6, including the cases referred to in the first indent of Article 6(3),”
- the geographical address of the place of business of the supplier to which the consumer may address any complaints,
- Information on after-sales services guarantees which exist,
- the conclusion for calling off year.

2. Paragraph 1 shall not apply to services which are performed through the use of the means of distance communication, where they are only supplied on only one occasion and are invoiced by the operator of the means of distance communication. Nevertheless, the consumer must in all cases be able to obtain the geographical address of the place of business of the supplier to which he may address any complaints.”

⁶ Article 6(1) “For any distance contract the consumer shall have a period of the least seven working days in which to withdraw from the contract without penalty and without giving any reason. The only charge that may be made to the consumer because of the exercise of his right of withdrawal is the direct cost of returning the goods.

The period for exercise of this right shall begin:

- in the case of goods, from the day of receipt by the consumer where the obligations laid down in Article 5 have been fulfilled,
- in the case of services, from the day of conclusion of the contract or from the day on which the obligations laid down in Article 5 were fulfilled if they are fulfilled after conclusion of the

โดยสรุปในภาพรวมของประเทศไทย ข้อสัญญาการซื้อขายสินค้าออนไลน์ในประเทศ ส่วนใหญ่ผู้บริโภคมักไม่ได้รับความเป็นธรรมเท่ากับผู้ประกอบการ แต่ในส่วนของสหภาพยุโรป มีการยินยอมให้ผู้บริโภค สามารถที่จะใช้สิทธิในการบอกเลิกสัญญาโดยอำเภอใจแล้ว มีสิทธิส่งสินค้าหรือบริการคืนเพื่อได้รับเงินคืน ซึ่งนับเป็นการให้ความคุ้มครองผู้บริโภคอย่างตรงจุด

3.3 การคุ้มครองการชำระเงินโดยบัตรเครดิต⁷

3.4 ปัญหาการคุ้มครองเกี่ยวกับวิธีการติดต่อกับผู้บริโภค⁸

ประเทศไทยยังไม่มีกฎหมายที่ใช้ในการประกอบพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ เช่น

- กฎหมายคุ้มครองข้อมูลเพื่อคุ้มครองสิทธิในความเป็นส่วนตัวจาก การนำข้อมูลของบุคคลไปใช้ในทางที่มีขอบ

contract, provided that this period does not exceed the three-month period referred to in the following subparagraph.

If the supplier has failed to fulfil the obligations laid down in Article 5, the period shall be three months. The period shall begin:

- in the case of goods, from the day of receipt by the consumer,
- in the case of services, from the day of conclusion of the contract

If the information referred to in Article 5 is supplied within this three-month period, the seven working day period referred to in the first subparagraph shall begin as from that moment.”

⁷ Article 8 – payment by card

“member States shall ensure that appropriate measures exist to allow a consumer: to request cancellation of a payment where fraudulent use has been made of his payment card in connection with distance contracts covered by this Directive,

- in the event of fraudulent use,
- to be credited with the sums paid or have them returned ”

⁸ Article 10 -Restriction on the use of certain means of distance communication

“1. Use by a supplier of the following means requires the prior consent of the consumer:

- automated calling system without human intervention (automatic calling machine),
- facsimile machine (fax)

2. Member States shall ensure that means of distance communication, other than those referred to in the paragraph 1, which allow individual communications may be used only where there is no clear objection from the consumer.”

- กฎหมายแลกเปลี่ยนข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Data Interchange Law)
 - กฎหมายการโอนเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Funds Transfer Law)
- เป็นต้น
- กฎหมายคุ้มครองข้อมูลข่าวสาร (Data Protection Law)
 - กฎหมายอาชญากรรมทางคอมพิวเตอร์ (Computer Related Crime)
 - กฎหมายอาญาอันเนื่องมาจากอาชญากรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce Criminal Code)

ซึ่งให้มีวัตถุประสงค์ในการคุ้มครองสังคม จากความผิดที่เกี่ยวกับข้อมูลข่าวสาร อันถือเป็นทรัพย์สินที่ไม่มีรูปร่าง (Intangible Object) แต่ทว่ามีค่าอย่างยิ่งในยุคแห่งเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่จะช่วยให้ผู้บริโภคมั่นใจในการคุ้มครองสิทธิขั้นพื้นฐาน รวมทั้งข้อมูลข่าวสารในสังคมสารสนเทศ จะได้รับการคุ้มครอง

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาสภาพปัญหา และแนวทางการแก้ไขมาตรการทางกฎหมายเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคหรือผู้ซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ในประเทศไทย มีข้อเสนอแนะแนวทางแก้ไขเพิ่มเติม โดยให้เพิ่มหมวดการคุ้มครองผู้บริโภคในการซื้อขายสินค้าหรือบริการผ่านช่องทางออนไลน์ และการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ลงในพระราชบัญญัติกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคเป็นการเฉพาะ โดยสรุปเป็นประเด็นรายชื่อ ได้ดังนี้

1. กำหนดมาตรการทางกฎหมายที่จะโครงสร้างกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคที่ซื้อขายผ่านช่องทางออนไลน์เป็นการกล่าวคือ วิธีการดำเนินการเมื่อปัญหาที่เกิดขึ้นในแต่ละขั้นตอนของการทำธุรกรรมซื้อขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ จากข้อสรุปรูปแบบการคุ้มครองผู้บริโภคของสหภาพยุโรป หากจะให้มีให้นำไปสู่การดำเนินการเพื่อพัฒนารอบกฎหมายในการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคแล้ว จึงมีมีข้อเสนอแนะดังนี้

1.1 กำหนดนิยามของคำว่าสัญญาที่อยู่ห่างโดยระยะทาง ให้ครอบคลุมไปถึงการซื้อขายผ่านช่องทางออนไลน์ ทั้งในเรื่องของการติดต่อสื่อสารทางอินเทอร์เน็ต หรือการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กำหนดองค์ประกอบให้ชัดเจนและครอบคลุม โดยใช้แนวทางตามคำนิยาม มาตรา 2 ของข้อบังคับของสหภาพยุโรปคือ “สัญญาระหว่างทำสัญญาระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจ (Supplier) กับผู้บริโภค (Consumer) โดยอยู่ห่างกันโดยระยะทาง (Distance Contract) ซึ่งตกลงทำสัญญาสัญญาขึ้น

โดยวิธีการสื่อสารโดยอยู่ห่างด้วยระยะทาง (Means of Distance Communication) วิธีการใดวิธีการหนึ่งหรือหลายวิธี” เพื่อให้ได้ประโยชน์ในการบังคับใช้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.2 ด้านมาตรการในการปฏิบัติ เสนอแนวทางให้กำหนดมาตรการให้ผู้ขายรายย่อยหรือผู้ขายที่สนใจขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์ ที่ไม่ได้จดทะเบียน ต้องเลือกใช้บริการตลาดกลางออนไลน์ เพื่อให้กลุ่มตลาดออนไลน์ทำหน้าที่รับผิดชอบการรับประกันสินค้า การเปลี่ยนคือ และมาตรการการขายสินค้าผ่านออนไลน์ โดยผู้บริโภคได้รับความคุ้มครองอย่างเป็นธรรมได้อย่างชัดเจน ซึ่งจะทำให้ผู้ซื้อและผู้ขายสามารถให้ความมั่นใจต่อการซื้อขายที่เป็นธรรม และลดปัญหาถูกค้าถูกโกงหรือมีสิทธิ์คืนสินค้าที่ไม่ตรงกับคำสั่งซื้อได้โดยง่าย

2. เพิ่มเติมแก้ไขให้เสนอแนวทางกำหนดมาตรการการคุ้มครองผู้บริโภคก่อนเข้าทำสัญญา โดยให้แสดงข้อความและรายละเอียดการซื้อขายสินค้าในระบบออนไลน์ วิธีการใช้งาน รายละเอียดข้อห้าม ส่วนประกอบ สถานที่การ วิธีการสั่งซื้อ ระบบการชำระเงิน รวมไปถึงเงื่อนไขการคืนสินค้าหรือบริการ ควรแจ้งให้ผู้บริโภคทราบก่อนตกลงทำสัญญาซื้อขายผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อเป็นเหตุผลประกอบการตัดสินใจ อันเป็นการลดข้อผิดพลาดอีกประการหนึ่ง

3. แก้ไขเพิ่มเติมให้ผู้บริโภคมีสิทธิการยกเลิกการชำระเงินผ่านบัตรเครดิตและขอคืนเงินตามสัญญาโดยห่างด้วยระยะทางที่อยู่ภายใต้ข้อบังคับฉบับนี้ซึ่งเกิดจากกลฉ้อฉล หากพิสูจน์ได้ว่าการชำระราคาค่าสินค้าหรือบริการของผู้บริโภคถูกทำไปเพราะกลฉ้อฉลให้ผู้ประกอบธุรกิจคืนเงินตามสัญญาและชดเชยค่าเสียหายใดๆ อันเป็นการกระทำที่เกิดจากกลฉ้อฉลนั้นด้วย

4. เสนอแนวทางกำหนดให้การเลิกสัญญาและคืนสินค้าหรือบริการได้โดยบอกบอกเลิกสัญญาฝ่ายเดียวได้ โดยไม่ต้องมีเหตุผลประกอบ เป็นให้ให้สิทธิผู้บริโภคยกเลิกสัญญาได้ตามอำเภอเนื่องจากผู้บริโภคไม่ได้มีโอกาสพิจารณาตัวสินค้าหรือบริการได้อย่างเต็มที่ การตัดสินใจของผู้บริโภคตั้งอยู่บนฐานข้อมูลที่มีอยู่อย่างจำกัด เพราะคู่สัญญาไม่ได้อยู่ต่อหน้ากันแต่เป็นการทำสัญญาที่อยู่ห่างโดยระยะทางผ่านสื่อต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผ่านสื่อทางอินเทอร์เน็ตที่ปัจจุบันมีความนิยมสูง และยังคงได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่องมากขึ้นทุกวัน โดยกำหนดระยะเวลาการใช้สิทธินั้น ผู้บริโภคมีสิทธิเลิกสัญญาโดยไม่ต้องรับผิดชอบและไม่ต้องแสดงเหตุผลในการบอกเลิกสัญญาภายในระยะเวลา 7 วันทำการนับแต่ที่ได้รับสินค้าหรือบริการนั้น และผู้ประกอบการตลาดแบบตรงก็ต้องทำการคืนเงินให้แก่ผู้บริโภคภายใน 15 วัน มีเพียงค่าใช้จ่ายโดยตรงในการส่งคืนสินค้าจากการใช้สิทธิดังกล่าวนี้เท่านั้นที่ผู้บริโภคต้องรับผิดชอบ ทั้งนี้ตามมาตรา 6(1) ของข้อบังคับสหภาพยุโรป และแก้ไขเพิ่มเติมให้มีข้อยกเว้นเรื่องการยกเลิกสัญญา โดยกำหนดให้การซื้อสินค้าบางประเภท ผู้บริโภคไม่สามารถใช้สิทธิยกเลิกสัญญาได้ เช่น สินค้าที่ส่งตามความประสงค์ของผู้บริโภคหรือแต่ละบุคคล สินค้าที่มีแนวโน้มว่าเสื่อมสภาพหรือมีแนวโน้มที่จะหมดอายุอย่างรวดเร็ว สินค้าที่ปิดผนึกซึ่งไม่เหมาะกับการส่งคืนเนื่องจากเหตุผลป้องกันด้านสุขภาพหรือสุขอนามัย

5. เสนอแนะทางให้มีข้อกำหนดบทลงโทษ กรณีที่ผู้ขายขัดเยียดส่งข้อมูลหรือรายละเอียดสินค้าให้กับลูกค้า โดยที่ลูกค้าไม่ได้ร้องขอ หรือยินยอม เพื่อป้องกันสิทธิ์ให้กับผู้บริโภคในการถูกรบกวน อันเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานของผู้บริโภคโดยทั่วไปที่จะมีสิทธิในการเลือกซื้อสินค้าหรือทำสัญญาอย่างอิสระและเป็นธรรม

บรรณานุกรม

หนังสือ

สุขุม ศุภนิติย์, คำอธิบายพัฒนาการของกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค. (กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2554), หน้า 43.

เอกสารข้อมูลสารสนเทศในระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์

ทวิศ ศรีเกตุ, ผู้บริโภคกับปัญหาการซื้อสินค้าผ่านเครือข่ายออนไลน์, ใน https://www.parliament.go.th/ewtadmin/ewt/elaw_parcy/ewt_dl_link.php?nid=1803, (last visited 22 May 2020).

บริษัท เอเอ็มทูบี จำกัด. (2559), Mobile Marketing มีประโยชน์อย่างไรในเชิงธุรกิจออนไลน์, ใน <https://www.am2bmarketing.co.th/content-marketing-article/mobile-marketing>, (last visited 22 May 2020).

โพสต์ทูเดย์, ข่าวประชาคมอาเซียน: ไทยแชมป์ค้าขาย E-Commerce สูงสุดใน CLMVT, ใน <https://www.posttoday.com/aec/news/597032>, (last visited 23 May 2020).

ไพจิตร สวัสดิสาร. (2549), กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคในการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (CONSUMER PROTECTION IN E-COMMERCE), ใน <http://www.library.coj.go.th/Info/44978?c>, (last visited 22 May 2020).

มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค, ซื้อสินค้าออนไลน์แล้วพบปัญหาทำอย่างไร, ใน <https://www.consumerthai.org/news-consumerthai/ffc-news/4414-how-to-complain-online-shopping.html>, (last visited 26 May 2020)

ไลน์ ทูเดย์, Lazada และ Shopee ใครเหนือกว่า, ใน <https://today.line.me/th/pc/article/%E2%80%9998Lazada+Shopee%E2>, (last visited 23 May 2020).

สำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค, การคุ้มครองผู้บริโภคด้านการขายตรง และตลาดแบบตรง, ใน http://123.242.175.89/office/consumer_protection/ppt, (last visited 27 May 2020).

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, ETDA เฝ้ามูลค่า e-Commerce ไทยโตต่อเนื่อง, ใน <https://gnews.apps.go.th/news?news=67525>, (last visited 23 May 2020).

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค, “แนวทางการรับเรื่องราวร้องทุกข์เกี่ยวกับสัญญา,” ใน [http://www.udonthani.go.th/InfoCenter/download/m9\(4\)/4.pdf](http://www.udonthani.go.th/InfoCenter/download/m9(4)/4.pdf), (last visited 28 May 2020).

เอกสารการแถลงผลการสำรวจมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ปี 2562, ETDA เผยมูลค่า e-Commerce ไทย ปี 62, ใน <https://www.etda.or.th/th/https://www-etda-or-th/th/newsevents/pr/Value-of-e-Commerce-Survey-in-Thailand-2019.aspx?feed=590fb9ad-c550-4bc5-9a56-459ad4891d74>, (last visited 23 May 2020).

Central Online Shopping, เหตุผลในการคืนสินค้า, ใน <https://www.central.co.th/th/information/return-policy#refund>, (last visited 26 May 2020).

Kapook, กรณีสินค้าไม่ตรงกับที่ตั้งชื่อ, ใน <https://money.kapook.com/view223331.html>, (last visited 27 May 2020)

K SME Analysis, ปรับธุรกิจให้ทันรับกระแส E-Commerce โด, ใน https://www.kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEKnowledge/article/KSMEAnalysis/Documents/E-Commerce_E-Market-Place.pdf, (last visited 24 May 2020).

Lazada, นโยบายการคืนสินค้า, ใน <https://www.lazada.co.th/helpcenter/what-is-lazada%E2%80%99s-policy-and-conditions-for-returns.html?spm=a2o4m.helpcenter-article.article-content.1.574a11c9h3eTtn>, (last visited 26 May 2020).

Lazada, นโยบายการยกเลิกสินค้าผ่านบัตรเครดิตของ, ใน <https://www.lazada.co.th/helpcenter/What-is-Lazada's-Cancellation-policy.html>, (last visited 28 May 2020).

MacThai, Line shop open, ใน <https://www.macthai.com/2014/08/06/review-how-to-create-and-manage-shop-on-line-shop-app/>, (last visited 24 May 2020).

My Cloud Fulfillment, เปรียบเทียบระหว่างการซื้อขายออนไลน์กับการซื้อขายทั่วไป, ใน <https://www.mycloudfulfillment.com/e-commerce-fulfillment/>, (last visited 25 May 2020).

The Bangkok Insight, ระวังโกงแบบใหม่หลอกซื้อสินค้าออนไลน์, ใน <https://www.thebangkokinsight.com/193787/>, (last visited 26 May 2020)

Webpakpay, ระบบการชำระเงิน Payment Solution, ใน <https://www.webpakpay.com/faq/detail/13/13.ts>, (last visited 25 May 2020).

Webpakpay, การชำระเงินผ่าน บริการชำระเงิน Prepaid Card wallet Payment, ใน <https://www.webpakpay.com/faq/detail/13/13.ts>, (last visited 25 May 2020)

กฎหมายประเทศไทย

ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์

พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ.2563

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522

กฎกระทรวงกำหนดหลักเกณฑ์และเงื่อนไขการซื้อขายสินค้าหรือบริการ โดยวิธีการพาณิชย์
อิเล็กทรอนิกส์ไม่ถือว่าเป็นตลาดแบบตรง พ.ศ.2561

กฎหมายของสหภาพยุโรป

DIRECTIVE 97/7/EC OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL of 20 May
1997 on the protection of consumers in respect of distance contracts

Commission of the European Communities. (1992). Proposal for a COUNCIL DIRECTIVE on the
protection of consumers in respect of contracts negotiated at a distance (distance selling),
COM (92) 11 final – SYN 411 Brussels, 20 May 1992, p.6.