

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและสภาพของปัญหาโดยทั่วไป

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่กำลังพัฒนาในปัจจุบันได้นำไปสู่สิ่งทันสมัยสามารถใช้ประโยชน์และอำนวยความสะดวกแก่ชีวิตประจำวันได้อย่างมากมาย หนึ่งในเทคโนโลยีเหล่านั้นคือ “อินเทอร์เน็ต” (Internet) ระบบอินเทอร์เน็ตเป็นการนำเอาระบบเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้แทนระบบอนาล็อก (Analog) เป็นการนำเอาคอมพิวเตอร์และระบบมัลติมีเดียรวมทั้งเทคโนโลยีโทรคมนาคมมารวมเข้าด้วยกันก่อให้เกิดคลื่นอิเล็กทรอนิกส์ขึ้นมาและคลื่นลูกใหม่ก็เกิดขึ้นในเวลาต่อมาด้วยการนำเอาโปรแกรมคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยให้ผู้ใช้ระบบอินเทอร์เน็ตสามารถนำข้อมูลทั้งหลายไม่ว่าจะเป็น ตัวเลข ตัวหนังสือ ภาพ เสียง ภาพเคลื่อนไหว หรือ กราฟิก เข้าสู่ระบบ (web) ทั่วโลกหรือที่เรียกกันว่า World Wide Web (WWW) ซึ่งระบบนี้เป็นการเชื่อมโยงหลายมิติ (Hyperlink) และมีการถ่ายโอนข้อมูลด้วยเกณฑ์วิธี (Protocol) ชนิดที่เรียกว่า http (Hyper Text Transfer protocol) โดยที่ข้อมูลเหล่านั้นจะถูกจัดเก็บรวบรวมไว้ในเอกสารหลายมิติ (Hypertext Markup Text Transfer Protocol-html) ซึ่งผู้ใช้ระบบนี้สามารถเลือกสรรบริโภคข้อมูลจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่งได้ตามที่ตนต้องการไม่ว่าจะอยู่บนเว็บไซต์เดียวกันหรือในเว็บไซต์อื่น¹

การเข้าสู่ระบบอินเทอร์เน็ตจึงมีความสะดวก รวดเร็วและง่ายโดยเพียงแต่มีคู่สายโทรศัพท์ที่ใช้ มีเครื่องคอมพิวเตอร์ระบบมัลติมีเดียซึ่งรวมโมเด็ม² อยู่ด้วยเป็นส่วนสำคัญและสมัครเข้าเป็นสมาชิกของผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตเท่านั้นก็สามารถเข้าสู่โลกใหม่ได้โดยไม่มีพรมแดน นอกจากจะเป็นเครื่องมือในการเข้าค้นหาข้อมูล ภาพ และเสียงแล้ว ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตยังใช้บริการอินเทอร์เน็ตสำหรับการติดต่อสื่อสารและแลกเปลี่ยนข้อมูลกันในรูปแบบของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ การย้ายโปรแกรมช่วยย้ายโอนข้อมูล FTP (File Transfer Protocol) และการใช้อินเทอร์เน็ตโฟน(Internet Phone) ได้อีกด้วย และประโยชน์สำคัญที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตอีกประการ

¹ ประเสริฐ เสียงสุทธีวงศ์. (2545). *เช็กลีกรอนิกส์กับความรับผิดชอบของผู้สัญญา*. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขานิติศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง. หน้า 60-61.

² โมเด็ม (Model-Modulator-DE Modulator) เป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งซึ่งใช้ได้กับจอภาพและคอมพิวเตอร์เพื่อให้สัญญาณอนาล็อกของโทรศัพท์มีสายแปรกลับเป็นสัญญาณดิจิทัล.

หนึ่งคือ การเข้าสู่โลกอินเทอร์เน็ตในกิจกรรมเชิงพาณิชย์ การติดต่อซื้อขายสินค้า การให้บริการ การให้คำปรึกษา การจัดซื้อจัดจ้าง รวมถึงการโอนเงินเพื่อชำระราคาสินค้าหรือบริการที่ตนได้ผูกพันเข้าทำสัญญาไว้แล้วด้วย

การนำอินเทอร์เน็ตเข้าสู่กิจกรรมทางธุรกิจพาณิชย์นั้น มีจุดเริ่มต้นขึ้นจากการนำระบบ EDI (Electronic Data Interchange) มาใช้ซึ่งช่วยให้หน่วยธุรกิจต่างๆ สามารถใช้แบบมาตรฐานของเอกสาร เช่นใบสั่งของ ใบส่งของ ใบกำกับสินค้า ใบแจ้งหนี้หรือใบเสนอราคาจากแบบเดิมที่เป็นกระดาษมาสู่แบบใหม่ในรูปของอิเล็กทรอนิกส์ โดยมีความเชื่อถือได้ของแบบมาตรฐานอิเล็กทรอนิกส์ เป็นการลดค่าใช้จ่ายและเวลาในส่วนของ การซื้อกระดาษ เก็บกระดาษ ส่งเอกสาร และการติดต่อสื่อสารทั้งหลายที่ต้องมีในการทำธุรกรรมพาณิชย์รูปแบบเดิม การประหยัดเวลาและสะดวกรวดเร็ว

ด้วยศักยภาพของอินเทอร์เน็ตดังกล่าว ทำให้บริษัท ห้างร้านตลอดจนกิจการพาณิชย์ต่างๆ นำเอาประสิทธิภาพของเครือข่ายนี้มาประยุกต์ใช้กับการดำเนินธุรกิจการค้าและการพาณิชย์ของตน เกิดเป็นการค้าบนเครือข่ายที่รู้จักโดยทั่วไปว่า การค้าอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce) หมายถึง การสั่งซื้อสินค้าหรือบริการผ่านทางอินเทอร์เน็ตมีการทำสัญญาซื้อขายกันบนเครือข่าย (On-line-Contract) ทำให้เกิดการซื้อขายเข้าสู่ยุค Mouse and Click³ บนหน้าจอคอมพิวเตอร์ การค้าอิเล็กทรอนิกส์ทำให้บริษัทขนาดเล็กสามารถขายสินค้าบนเครือข่ายคอมพิวเตอร์โดยมีโอกาสเท่าเทียมกับบริษัทขนาดใหญ่ ด้วยค่าใช้จ่ายเพียงเล็กน้อยเท่านั้น

การทำงานที่ต้องแข่งกับเวลาเพื่อให้ทันตารางชีพอยู่ได้ การใช้ชีวิตด้วยความสะดวกสบายและความรวดเร็ว เป็นสิ่งที่ประชาชนทุกคนต้องการ ประชาชนโดยทั่วไปไม่นิยมที่จะต้องเสียเวลาไปกับการเดินทางเพื่อไปเลือกซื้อสินค้าอย่างใดอย่างหนึ่ง ทำให้สภาพการตลาดเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมที่การขายสินค้าจะเป็นการติดต่อซื้อขายกันโดยตรง ระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจกับผู้บริโภค การได้ตรวจดูสินค้าและการเจรจาต่อรองสามารถกระทำเพิ่มเติมที่ แต่ในสภาพสังคมในปัจจุบันการซื้อขายสินค้าได้เปลี่ยนแปลงไปมีการพัฒนาเทคโนโลยีที่ทันสมัยขึ้นเพื่อให้สามารถรองรับการซื้อขายได้จากทั่วทุกมุมโลก โดยผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต หรือที่เรียกว่า “การซื้อขายสินค้าออนไลน์” การซื้อขายสินค้าออนไลน์มีหลายประเภทด้วยกัน เช่น การซื้อขายสินค้าผ่านหน้าเว็บไซต์ การซื้อขายสินค้าผ่านโซเชียลมีเดีย และการซื้อขายสินค้าโดยวิธีประมูลออนไลน์ โดยที่ผู้ซื้อและผู้ขายไม่ต้องเดินทางมาพบหน้ากัน ผู้ขายเพียงแต่ลงรูปสินค้า รายละเอียดสินค้า และราคา

³ วัระพงษ์ บุญญากาศ. (2552). *อาชญากรรมทางเศรษฐกิจ*. (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: นิติธรรม. หน้า 548.

ไว้ตามช่องทางการซื้อขายออนไลน์ต่างๆ ผู้ซื้อเมื่อได้เห็นสินค้าหากสนใจจะซื้อสินค้าก็จะติดต่อกับผู้ขายผ่านทางอีเมลหรือทางช่องทางที่ผู้ขายได้ให้ไว้สำหรับการติดต่อ

แม้ว่าระบบการซื้อขายสินค้าออนไลน์จะก่อให้เกิดประโยชน์สะดวกรวดเร็ว และประหยัดค่าใช้จ่ายได้ดีกว่าการซื้อขายสินค้าแบบดั้งเดิมก็ตาม แต่ด้วยความไม่เท่าเทียมกันระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อ กล่าวคือ การซื้อสินค้าออนไลน์นั้นผู้ซื้อไม่เคยได้สัมผัสจับต้องสินค้ามาก่อน ผู้ซื้อตัดสินใจซื้อเพียงเพราะเห็นจากรูปภาพและรายละเอียดของสินค้าที่ผู้ขายได้ระบุไว้เท่านั้น ดังนั้นผู้ขายจึงเป็นผู้รู้ข้อมูลของสินค้ามากกว่าผู้ซื้อ ทำให้การรับรู้ข้อมูลสินค้าไม่เท่าเทียมกันระหว่างคนสองฝ่ายที่ได้ทำธุรกิจกันทำให้เกิดความได้เปรียบเสียเปรียบ เมื่อเกิดข้อพิพาทขึ้น เช่น ซื้อสินค้าและชำระราคาแล้วแต่ผู้ขายไม่ส่งสินค้าให้ หรือส่งสินค้าให้ไม่ตรงตามที่ได้พรรณนาไว้ เมื่อเกิดปัญหาผู้ซื้อไม่สามารถติดต่อกับผู้ขายได้ เนื่องจากผู้ขายไม่ได้ให้ข้อมูลในการติดต่อ ด้วยเหตุดังกล่าวจึงควรจะมีการบัญญัติกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคด้วยการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นการเฉพาะเพื่อการแก้ไขปัญหาของกลุ่มผู้บริโภค ดังจะกล่าวต่อไปนี้

1. ปัญหามาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการให้ข้อมูลของกลุ่มสัญญา

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 ในเรื่องที่ว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการโฆษณาที่ได้กำหนดเกี่ยวกับเรื่องการโฆษณาสินค้าอย่างถูกต้องควรมีข้อความเป็นอย่างใด แต่กฎหมายดังกล่าวก็ไม่ได้กำหนดว่าข้อความที่โฆษณาสินค้าและบริการออนไลน์ควรที่จะต้องมีรายละเอียดของสินค้าและบริการอย่างใดบ้างที่จะต้องแจ้งให้ผู้บริโภคทราบก่อนการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการออนไลน์

2. ปัญหามาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับรูปแบบการทำสัญญาและการปฏิบัติตามสัญญา

ผู้บริโภคไม่ได้รับสำเนาสัญญาที่เป็นลายลักษณ์อักษรหรือในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ที่ผู้บริโภคจะเก็บรักษาและพิมพ์ข้อมูลการซื้อขายเก็บไว้เป็นหลักฐานได้ เมื่อเกิดข้อพิพาทผู้บริโภคไม่สามารถพิสูจน์ได้ว่าตนได้สั่งซื้อสินค้าอะไรไปจากเว็บไซต์ เนื่องจากไม่มีกฎหมายบังคับที่ชัดเจนที่ผู้บริโภคควรจะได้รับสำเนาสัญญาที่สามารถจัดเก็บและพิมพ์ข้อมูลการซื้อขายออกมาได้

3. ปัญหามาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับหน้าที่และความรับผิดชอบของผู้ขาย

ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์เรื่องซื้อขายในส่วนที่เกี่ยวกับการส่งมอบนั้นก็มีได้บัญญัติไว้โดยชัดเจนว่าผู้ขายต้องส่งมอบทรัพย์สินให้แก่ผู้ซื้อเมื่อใด ทำให้ผู้บริโภคไม่มั่นใจว่าตนจะได้รับสินค้าหรือไม่

4. ปัญหามาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับสิทธิในการยกเลิกสัญญาและการคืนเงิน

เมื่อผู้บริโภคใช้สิทธิยกเลิกสัญญาแล้ว กฎหมายกำหนดว่า กลุ่มสัญญากลับคืนสู่ฐานะเดิม กล่าวคือ หากได้เงินหรือสิ่งของอะไรมาจากอีกฝ่ายหนึ่งก็ต้องคืนเขาไปพร้อมดอกเบี้ย ทั้งนี้ฝ่ายที่

บอกเลิกสัญญา มีสิทธิเรียกร้องค่าเสียหายจากอีกฝ่ายหนึ่งได้ แต่ไม่ได้ระบุให้แน่ชัดว่าผู้บริโภค จะต้องได้รับเงินคืนภายในกี่วัน

5. ปัญหามาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการจัดการเรื่องร้องเรียนและการระงับข้อพิพาท การดำเนินคดีที่ศาลซึ่งมีกระบวนการที่เคร่งครัดมีความเป็นทางการ ยุ่งยากและซับซ้อน ทำให้ผู้บริโภคส่วนมากมักไม่ยอมใช้สิทธิของตนที่มีอยู่ตามกฎหมายในอันที่จะเรียกร้องให้ผู้ขาย ต้องรับผิดชอบ

6. ปัญหามาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับบทกำหนดโทษสำหรับผู้กระทำความผิด บทกำหนดโทษตามกฎหมายก็มีเพียงแค่ ปรับ หรือ จำคุก ซึ่งคำพิพากษาศาลส่วนใหญ่ก็จะแค่สั่งปรับผู้ขายส่วนโทษจำคุกก็เพียงแค่รอลงอาญาเท่านั้น ทำให้ผู้ขายไม่มีความเกรงกลัวต่อบทกำหนดโทษ

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความหมาย ประวัติความเป็นมา แนวคิดทฤษฎี และสิทธิขั้นพื้นฐานที่เกี่ยวกับกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคเกี่ยวกับการซื้อขายสินค้าออนไลน์
2. เพื่อศึกษากฎหมายไทยและกฎหมายต่างประเทศอันเนื่องเกี่ยวกับการซื้อขายสินค้าออนไลน์และการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค และคู่สัญญา
3. เพื่อรวบรวมวิเคราะห์สาระสำคัญของกฎหมายอันเนื่องเกี่ยวกับการซื้อขายสินค้าออนไลน์
4. เพื่อชี้แจงปัญหาทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายสินค้าออนไลน์และข้อเสนอแนะแนวทางแก้ไขกฎหมายเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคเกี่ยวกับการซื้อขายสินค้าออนไลน์
5. เพื่อเพื่อวิเคราะห์หามาตรการที่เหมาะสมทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายสินค้าออนไลน์

1.3 สมมติฐานของการวิจัย

เนื่องด้วยธุรกรรมการซื้อขายสินค้าออนไลน์มีความแตกต่างจากการทำการซื้อขายแบบดั้งเดิม ด้วยเหตุที่สิทธิความไม่เท่าเทียมกันระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อ กล่าวคือ การซื้อสินค้าออนไลน์นั้นผู้ซื้อไม่เคยได้สัมผัสจับต้องสินค้ามาก่อน ผู้ซื้อตัดสินใจซื้อเพียงเพราะเห็นจากรูปภาพและ

รายละเอียดของสินค้าที่ผู้ขายได้ระบุไว้เท่านั้น ดังนั้นผู้ขายจึงเป็นผู้รู้ข้อมูลของสินค้ามากกว่าผู้ซื้อ ทำให้การรับรู้ข้อมูลสินค้าไม่เท่าเทียมกันระหว่างคนสองฝ่ายที่ได้ทำธุรกิจกันทำให้เกิดความได้เปรียบเสียเปรียบ เมื่อเกิดข้อพิพาทขึ้น เช่น ซื้อสินค้าและชำระราคาแล้วแต่ผู้ขายไม่ส่งสินค้าให้ หรือส่งสินค้าให้ไม่ตรงตามที่ได้พรรณนาไว้ หรือเมื่อเกิดข้อพิพาทขึ้นผู้ซื้อก็ไม่สามารถติดต่อกับผู้ขายได้ ซึ่งกฎหมายที่บังคับใช้อยู่ในปัจจุบันมีการพัฒนามาก่อนเทคโนโลยีจึงยังไม่มีกฎหมายที่จะแก้ไขปัญหากฎหมายบางประการ เช่น ปัญหาการให้ข้อมูลของคู่สัญญา ปัญหารูปแบบการทำสัญญาและการปฏิบัติตามสัญญา และปัญหาอื่น ๆ ที่เกี่ยวเนื่องกันกับการทำสัญญาซื้อขายสินค้าทางอินเทอร์เน็ต เป็นต้น ดังนั้นสมควรที่จะมีการแก้ไขปรับปรุงกฎหมายให้มีความเหมาะสมกับการซื้อขายสินค้าออนไลน์ที่มีลักษณะพิเศษ เพื่อให้ผู้บริโภคและคู่สัญญาได้รับความคุ้มครองอย่างเป็นธรรมต่อไป

1.4 ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาวิจัยนี้ได้ได้ศึกษาและวิเคราะห์ในเรื่องสิทธิและหน้าที่ของคู่สัญญาและผู้บริโภคที่เกี่ยวกับการซื้อขายสินค้าออนไลน์โดยศึกษาวิเคราะห์จาก ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ลักษณะซื้อขายและในส่วนตัวด้วยการขายทอดตลาด และพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 รวมถึงตลอดถึงกฎหมายและความคิของนักกฎหมายต่างประเทศเพื่อเปรียบเทียบและเสนอแนะรวมทั้งหาแนวทางแก้ไขเพื่อให้กฎหมายมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น โดยจะไม่ทำการศึกษาถึงความผิดตามประมวลกฎหมายอาญา การให้ความคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ความปลอดภัยในการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ และการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์

1.5 วิธีการในการดำเนินการวิจัย

วิจัยนี้เป็นการวิจัยเอกสาร (Documentary Research) ด้วยการศึกษาค้นคว้า และรวบรวมข้อมูลทางด้านเอกสารทั้งหมดที่เกี่ยวข้อง ซึ่งได้ค้นคว้าจากหนังสือ ตำราทางวิชาการ บทความวารสาร รวมถึงรายงานวิจัย คำพิพากษาของศาล ตลอดจนค้นคว้าหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต และห้องสมุดของมหาวิทยาลัยต่าง ๆ เพื่อให้ได้ข้อสรุปและเสนอแนะแนวทางแก้ไขปัญหา

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงความหมาย ประวัติความเป็นมา แนวคิดทฤษฎี และสิทธิขั้นพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคเกี่ยวกับการซื้อขายสินค้าออนไลน์
2. ทำให้ทราบถึงกฎหมายไทยและกฎหมายต่างประเทศอันเนื่องมาจากการซื้อขายสินค้าออนไลน์และการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค และคู่สัญญา
3. เพื่อให้ทราบถึงสาระสำคัญของกฎหมายอันเนื่องมาจากการซื้อขายสินค้าออนไลน์
4. เพื่อให้ทราบถึงปัญหาทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายสินค้าออนไลน์และข้อเสนอแนะแนวทางแก้ไขกฎหมายเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคเกี่ยวกับการซื้อขายสินค้าออนไลน์
5. เพื่อหามาตรการที่เหมาะสมทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายสินค้าออนไลน์