

บทที่ 3

กฎหมายต่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายสินค้าออนไลน์

ปัจจุบันกฎหมายในต่างประเทศได้มีการพัฒนาให้สอดคล้องกับการซื้อขายผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น ประเทศต่างๆ ได้พยายามที่จะออกกฎหมายของตนให้ครอบคลุมถึงประเด็นทางกฎหมายต่างๆ เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น

ประเทศไทยยังมิได้มีบทบัญญัติในการคุ้มครองผู้บริโภคที่ซื้อขายสินค้าและบริการผ่านช่องทางกำขายออนไลน์บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตไว้เป็นการเฉพาะ ดังนั้นการพิจารณามาตรการตามกฎหมายจึงต้องนำหลักเกณฑ์ที่ได้บัญญัติไว้ในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์มาพิจารณาประกอบกับพระราชบัญญัติอื่นที่เกี่ยวข้อง โดยในบทนี้จะได้ศึกษากฎหมายต่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายสินค้าที่โดยวิธีการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในบริบทของกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค

3.1 กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคว่าด้วยการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศแคนาดา

ประเทศแคนาดามีการปกครองแบบสหพันธ์รัฐ (Confederation) แบ่งเขตการปกครองเป็น 10 มณฑล (Province) และ 3 เขตปกครองพิเศษ (Territory) โดยมีกฎหมายที่ออกโดยรัฐบาลกลาง (Federal) ใช้บังคับทั่วราชอาณาจักรและมีกฎหมายที่ออกโดยแต่ละมณฑลที่ใช้บังคับภายในมณฑลนั้น ทั้งนี้กฎหมายที่บังคับใช้เฉพาะแต่ละมณฑลหรือเขตการปกครองพิเศษจะต้องไม่ขัดต่อกฎหมายที่ออกโดยรัฐบาลกลาง

ทั้งนี้จากการศึกษากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคว่าด้วยการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศแคนาดาพบว่ามีกฎหมายที่ออกโดยรัฐบาลกลาง จำนวน 2 ฉบับ กฎหมายฉบับแรกคือประมวลกฎหมายของประเทศแคนาดาว่าด้วยหลักปฏิบัติเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (The Canadian Code of Practice for Consumer Protection in Electronic Commerce) และกฎหมายอีกฉบับหนึ่งคือ กฎหมายเอกรูปว่าด้วยสัญญาซื้อขายทางอินเทอร์เน็ต (Internet Sales Contract Harmonization Template) ดังจะกล่าวต่อไปนี้

3.1.1 ประมวลกฎหมายของประเทศแคนาดาว่าด้วยหลักปฏิบัติเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (The Canadian Code of Practice for Consumer Protection in Electronic Commerce)

ประมวลกฎหมายของประเทศแคนาดาว่าด้วยหลักปฏิบัติเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (The Canadian Code of Practice for Consumer Protection in Electronic Commerce) ได้ถูกพัฒนาขึ้นมาจากความร่วมมือกันระหว่างกลุ่มองค์กรการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคใน ปี ค.ศ. 1999 โดยได้พัฒนาขึ้นจากหลักพื้นฐานของกฎหมาย the Principle of Consumer Protection for Electronic Commerce: A Canadian Framework ที่ได้ถูกอนุมัติขึ้นในเดือนสิงหาคม ค.ศ. 1999 โดยที่กฎหมายฉบับนี้ได้สอดคล้องกับ Guidelines for Consumer Protection in the Context of Electronic Commerce ขององค์กรความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (the Economic Co-operation and Development) กฎหมายฉบับนี้มีผลบังคับใช้เป็นการทั่วไปในเขตการปกครองของรัฐบาลกลาง, มณฑล และเขตปกครองพิเศษ เมื่อวันที่ 16 มกราคม ค.ศ. 2004 ภายใต้การกำกับดูแลขององค์กรคุ้มครองผู้บริโภค (Office of Consumer Affairs (OCA)

The Canadian Code of Practice for Consumer Protection in Electronic Commerce ได้บัญญัติหลักปฏิบัติทางการค้าที่ดีของผู้ประกอบการที่จะต้องปฏิบัติต่อผู้บริโภคสินค้าและบริการออนไลน์ โดยแบ่งออกเป็น 8 หลักปฏิบัติด้วยกัน กล่าวคือ

1. การให้ข้อมูล (Information Provision)

ผู้ประกอบการควรจัดหาข้อมูลที่เพียงพอเพื่อประกอบการตัดสินใจของผู้บริโภค ควรจัดทำข้อมูลที่เป็นทางเลือกและข้อมูลเกี่ยวกับการทำธุรกรรมที่สมบูรณ์ ข้อมูลที่ผู้ประกอบการจะต้องจัดหาให้แก่ผู้บริโภค อาทิเช่น ข้อมูลที่ชัดเจนในการนำเสนอด้วยภาษาที่ชัดเจนให้ผู้บริโภคเข้าใจง่าย เป็นข้อมูลที่สุจริต ข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจของผู้บริโภค หรือข้อมูลส่วนตัวอื่นๆ ที่ปรากฏบนเว็บไซต์ของผู้ประกอบการนั้นต้องสามารถเห็นได้ง่ายและชัดเจนก่อนที่ผู้บริโภคจะได้ตัดสินใจทำการยืนยันการทำธุรกรรมนั้นและผู้บริโภคสามารถทำการบันทึกข้อมูลหรือพิมพ์ข้อมูลเหล่านั้นออกมาได้

ผู้ประกอบการจะต้องทำให้มั่นใจว่าได้ทำการตลาด ข้อมูลและการเชื่อมโยงบนเว็บไซต์ด้วยเนื้อหาที่ถูกต้องเป็นปัจจุบันและไม่เป็นการหลอกลวงหรือทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดและสามารถใช้สิทธิเรียกร้องเพื่อพิสูจน์ได้

ผู้ประกอบการจะต้องระบุตัวตนบนเว็บไซต์ได้และจะต้องให้ข้อมูลเกี่ยวกับนโยบาย รวมถึงมีช่องทางโดยตรงที่ให้ผู้บริโภคสามารถยื่นร้องเรียนได้โดยตรง สามารถสอบถามคำถาม

ลงทะเบียนเพื่อร้องเรียน, ได้รับข้อมูลการรับประกัน, บริการซ่อมสินค้าและการส่งเสริมให้มีข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสินค้าหรือบริการผ่านทางเว็บไซต์ ทั้งนี้ข้อมูลเหล่านี้จะต้องมีอยู่ก่อนที่ผู้บริโภคจะมีส่วนร่วมในการทำธุรกรรมและให้รวมถึงเรื่องดังต่อไปนี้

ก. ชื่อทางกฎหมายของผู้ประกอบการและชื่อของผู้ประกอบการในดำเนินการทางธุรกิจ

ข. ที่อยู่ หมายเลขโทรศัพท์และหมายเลขโทรสารของสำนักงานใหญ่ของผู้ประกอบการเมื่อได้ใช้งานของสำนักงานท้องถิ่นหรือตัวแทน

ค. ข้อมูลทางภูมิศาสตร์ใดๆ อายุ หรือ ข้อจำกัดอื่นๆในการทำธุรกรรม

ง. สกุลเงินที่ผู้ประกอบการใช้ในการเสนอราคาและวิธีการชำระเงินและสกุลเงินที่ผู้ประกอบการยอมรับ

จ. การยกเลิกของผู้ประกอบการ, นโยบายการคืนและการแลกเปลี่ยนรวมทั้งค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องใดๆ

ฉ. บริการข้อมูลสำหรับการติดต่อแก่ผู้บริโภคและรวมถึงแจ้ง วัน และ เวลาในการดำเนินการเมื่อผู้บริโภคได้เข้าใช้งานแล้วและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องอื่นๆ

ช. รายละเอียดของขั้นตอนการรับข้อร้องเรียนของผู้ประกอบการ

ซ. นโยบายของผู้ประกอบการในเรื่องนโยบายความเป็นส่วนตัวและอีเมล์ที่ไม่พึงประสงค์

ณ. ข้อมูลตราประทับใดๆ หรือโปรแกรมการกำกับดูแลตนเอง หรือกระบวนการระงับข้อพิพาทที่ผู้ประกอบการมีส่วนร่วมและเมื่อใดก็ตามที่สามารถเป็นไปได้ซึ่งวิธีการทั่วไปของการตรวจสอบและรับรองสมาชิกทางออนไลน์

ผู้ประกอบการจะต้องให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่ขายก่อนที่ผู้บริโภคจะเริ่มดำเนินการด้วย รวมทั้งให้ข้อมูลดังต่อไปนี้ด้วย

ก. คำอธิบายที่มีความถูกต้องและเป็นธรรมเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่เสนอขายรวมทั้งเงื่อนไขของสัญญาบริการใด ๆ และข้อมูลที่สำคัญที่เกี่ยวกับส่วนประกอบของสินค้าซึ่งผู้บริโภคสามารถเข้าถึงข้อมูลเหล่านั้นแม้จะมีการออฟไลน์ อย่างเช่นข้อจำกัด คำเตือนเกี่ยวกับสุขภาพและความปลอดภัยหรือขีดจำกัด หรือเงื่อนไขในการซื้อเช่นอาทิเช่นต้องได้รับการอนุญาตจากพ่อแม่หรือผู้ปกครองและข้อจำกัดของเวลา และ

ข. การรับประกันทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับสินค้าและบริการ

ก่อนที่ผู้ประกอบการจะมีการทำข้อสรุปการทำธุรกรรมนั้น ผู้ประกอบการจะต้องทำให้ผู้บริโภคมั่นใจได้ว่าข้อตกลงและเงื่อนไขการขายที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกรรมนั้นได้ให้กับผู้บริโภคแล้ว และให้รวมถึงข้อมูลดังต่อไปนี้ด้วย

ก. คำอธิบายของสินค้าหรือบริการรวมทั้งปริมาณที่จะซื้อ

ข. แง่ราคาเต็มให้ผู้บริโภคทราบ ซึ่งจะต้องรวม 1) สตักเงินที่ใช้ในปัจจุบัน 2) ค่าจัดส่งสินค้า, ภาษี, และค่าใช้จ่ายอื่นๆที่ผู้ประกอบการมีความรับผิดชอบที่จะต้องเรียกเก็บ 3) ค่าใช้จ่ายในกรณีที่ผู้ประกอบการไม่สามารถยืนยันจำนวนที่แน่นอนได้ เช่น ค่าภาษีศุลกากร ค่าธรรมเนียมสำหรับตัวแทนออกของให้กับผู้ส่งและผู้รับสินค้า ซึ่งคาดว่าค่าใช้จ่ายดังกล่าวอาจนำมาใช้ 4) ในกรณีที่ราคาเต็มไม่สามารถระบุได้ล่วงหน้าผู้ประกอบการจะต้องแสดงวิธีการคำนวณราคาซึ่งรวมถึงวิธีการคำนวณค่าใช้จ่ายอื่นๆที่เป็นปัจจุบันด้วย

ค. แง่เงื่อนไขการชำระเงินรวมทั้งวิธีการชำระเงินให้กับผู้บริโภคและค่าบริการที่เกี่ยวข้องอื่นๆหรือส่วนลด

ง. การยกเลิก นโยบายการเปลี่ยนและคืนสินค้า รวมทั้งค่าใช้จ่ายใดๆที่เกี่ยวข้อง

จ. การรับประกันการใช้งานรวมทั้งค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องอื่นๆ

ฉ. วิธีการที่ผู้ประกอบการจะติดต่อกับผู้บริโภคในอนาคต (เช่น e-mail, โทรศัพท์, โทรสาร, จดหมาย)

ช. ข้อจำกัด หรือเงื่อนไขใดๆของการซื้อ อาทิเช่น จะต้องได้รับการอนุญาตจากพ่อแม่หรือผู้ปกครอง, ระยะเวลาของสัญญาให้บริการหรือข้อจำกัดทางกายภาพใดๆตามที่ผู้ประกอบการได้เสนอมา และ

ซ. กรอบระยะเวลาในการจัดส่งสินค้าหรือบริการให้กับผู้บริโภคและกรอบระยะเวลาที่ผู้บริโภคจะได้รับการแจ้งเตือนเมื่อผู้ขายไม่สามารถดำเนินการตามคำสั่งซื้อหรือให้บริการได้และตัวเลือกสำหรับการจัดส่ง

ผู้ประกอบการต้องจัดให้ผู้บริโภคได้มีการบันทึกการทำธุรกรรมโดยเร็วที่สุดหลังจากการทำธุรกรรมเสร็จสมบูรณ์

ยกเว้นในกรณีที่กล่าวไว้ต่อไปในย่อหน้าสุดท้ายของหลักปฏิบัติข้อนี้ เมื่อผู้บริโภคได้เข้าทำสัญญาแล้ว ผู้ประกอบการจะต้องทำให้ผู้บริโภคมั่นใจว่า;

ก. ผู้ประกอบการได้เปิดเผยข้อมูลสรุปการทำธุรกรรมดังต่อไปนี้กับผู้บริโภคได้ทราบก่อนแล้ว 1) ความถี่และคำสั่งที่จะได้รับการส่งมอบ 2) วิธีการที่ผู้บริโภคสามารถเปลี่ยนแปลง

และแก้ไขข้อมูลดังกล่าว และ3) วิธีการที่ผู้บริโภคสามารถยกเลิกสัญญาและผลกระทบของการยกเลิกดังกล่าว

ข. ใบแจ้งหนี้แต่ละใบหรือใบแจ้งยอดของบัญชีที่ระบุตัวผู้ประกอบการคำถามเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการและจำนวนเงินเรียกเก็บ

เมื่อสินค้าหรือบริการที่ได้มีการสั่งซื้อนั้นสามารถส่งมอบสินค้ากันได้ในครั้งเดียว ผู้ประกอบการต้องจัดให้มีผู้บริโภคได้รับการบันทึกการขายการทำธุรกรรมเมื่อสินค้าหรือบริการที่มีการส่งมอบแล้วตามความเหมาะสม การบันทึกการขายนั้นจะต้องรวมข้อมูลการยกเลิก นโยบายการเปลี่ยนและคืนสินค้า รวมทั้งค่าใช้จ่ายใดๆที่เกี่ยวข้อง

2. ภาษา (Language)

ภาษาที่ผู้ประกอบการใช้ในการเสนอขายสินค้าหรือบริการบนเว็บไซต์นั้นจะต้องเป็นภาษาที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประกอบของตัวสินค้าหรือบริการในเรื่องเกี่ยวกับการเรียกร้องค่าเสียหาย การรับประกัน การซ่อมแซมสินค้า การดำเนินการเกี่ยวกับการทำธุรกรรมออนไลน์ การบริการหลังการขายของสินค้าและบริการ เป็นต้น

เมื่อข้อมูลของผู้ผลิตสินค้าหรือบริการ หรือข้อมูลบริการหลังการขายไม่สามารถใช้ภาษาที่ผู้ประกอบการได้เสนอขายสินค้าหรือบริการนี้ ผู้ประกอบการจะต้องระบุเป็นภาษาที่ผู้ประกอบการได้ใช้ในการทำธุรกรรมนั้น

3. รูปแบบการทำสัญญาและการปฏิบัติตามสัญญา (Contract Formation and Fulfillment)

ผู้ประกอบการจะต้องมีขั้นตอนที่เหมาะสมเพื่อให้ผู้บริโภคมีข้อมูลที่เพียงพอในการตัดสินใจ นอกจากนี้ต้องให้โอกาสแก่ผู้บริโภคที่จะทำการแก้ไขหรือยกเลิกคำสั่งซื้อก่อนที่จะมีการประมวลผลตามกระบวนการในการสั่งซื้อ ทั้งนี้หากการปฏิบัติตามคำสั่งซื้อไม่สามารถปฏิบัติได้ภายใต้กรอบระยะเวลาที่กำหนดไว้ ผู้ประกอบการจะต้องแจ้งให้ผู้บริโภคทราบในทันทีพร้อมทั้งจัดหาทางเลือกในการยกเลิกการสั่งซื้อสินค้าโดยไม่มีการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายใดๆจากผู้บริโภค เว้นแต่ในกรณีที่การกระทำเช่นนั้นไม่มีเหตุผลอันพอสมควร

ในกรณีที่ผู้บริโภคได้ดำเนินการอย่างต่อเนื่องเพื่อจะทำสัญญาซื้อขายสินค้าหรือบริการแล้วปรากฏว่ามีการเปลี่ยนแปลงส่วนประกอบของวัตถุดิบในการผลิตสินค้าหรือบริการหรือข้อสัญญาที่เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการมีการเปลี่ยนแปลง ผู้ประกอบการจะต้องปฏิบัติดังนี้

ก. แจ้งให้ผู้บริโภคทราบถึงการเปลี่ยนแปลงโดยทันที และ
 ข. โดยผ่านกระบวนการออนไลน์ด้วยวิธีการยกเลิกแบบง่าย ๆ และให้โอกาสแก่
 ผู้บริโภคที่จะปฏิเสธการสั่งซื้อสินค้าหรือบริการ โดยปราศจากค่าใช้จ่ายหรือภาระหน้าที่อย่างใด ๆ
 และ

ค. ให้เวลาที่เหมาะสมสำหรับการยกเลิกดังกล่าว
 หลักปฏิบัติประการต่อมาคือผู้ประกอบการจะไม่ว่าผู้บริโภคร้องขอ
 สำหรับค่าใช้จ่ายใด ๆ ที่เกี่ยวข้องในการทำธุรกรรมตามกฎหมายฉบับนี้ ดังต่อไปนี้

ก. การทำธุรกรรมที่ไม่ได้รับอนุญาตจากผู้บริโภค
 ข. สินค้าหรือบริการที่ส่งมอบให้แก่ผู้บริโภคมีความแตกต่างไปจากที่
 ผู้ประกอบการได้พรรณนาไว้

ค. ผู้ประกอบการไม่ได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตสินค้าหรือ
 รายละเอียดการบริการ

ง. สินค้าหรือบริการไม่ได้ส่งมอบภายในระยะเวลาที่ได้ระบุไว้หรือเป็นไปตาม
 เงื่อนไขที่ได้เสนอไว้แต่เดิมหรือ

จ. ไม่ได้เปิดโอกาสให้ผู้บริโภคยกเลิกการทำธุรกรรมที่ตนไม่ได้ตั้งใจเมื่อ
 ผู้บริโภคได้ปฏิบัติหน้าที่ตามสมควรแล้ว

ด้วยเหตุดังกล่าวข้างต้นผู้ประกอบการจะต้องชำระคืนเงินให้แก่ผู้บริโภคเป็นจำนวน
 เงินที่ผู้บริโภคได้ชำระมาแล้ว รวมทั้งค่าใช้จ่ายอื่นใดที่ผู้บริโภคได้จ่ายชำระโดยตรงคืนให้แก่
 ผู้บริโภคในการสั่งซื้อสินค้าภายในระยะเวลาที่เหมาะสม

ผู้ประกอบการจะต้องกำกับดูแลการทำธุรกรรมเพื่อให้มั่นใจได้ว่าการทำธุรกรรม
 รายการซื้อขายนั้นเสร็จสิ้นสมบูรณ์เป็นไปตามที่ได้ตกลงกันไว้ หากเกิดการกระทำที่เกิด
 ข้อผิดพลาดใดๆที่ได้มีการบันทึกการทำธุรกรรมนั้นไว้ผู้บริโภคจะได้รับแจ้งการแก้ไขโดยทันที

4. ความเป็นส่วนตัวออนไลน์ (Online Privacy)

ผู้ประกอบการจะต้องกำหนดนโยบายความเป็นส่วนตัว ที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายได้จาก
 หน้าแรกของเว็บไซต์หรือในที่ที่สามารถเข้าถึงได้โดยง่ายในการเริ่มใช้งานเบื้องต้นของผู้บริโภค
 และเมื่อใดก็ตามที่ข้อมูลส่วนบุคคลได้รับการร้องขอให้มีการเก็บรวบรวมไว้ ข้อมูลนั้นจะต้อง
 เปิดเผยเป็นส่วนหนึ่งของนโยบายความเป็นส่วนตัว ประกอบด้วยลักษณะดังนี้

ก. ต้องระบุเหตุผลเฉพาะเจาะจงและแหล่งที่มาของข้อมูลที่ถูกเก็บรวบรวมไว้และ
 ได้รับการเก็บไว้ด้วยระบบออนไลน์ ระบุวัตถุประสงค์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลนั้น รวมทั้ง
 วิธีการใช้ข้อมูลนั้น และใครที่จะเป็นผู้เปิดเผยข้อมูลเหล่านั้นได้

ข. ต้องมีทางเลือกที่สามารถให้ผู้บริโภคได้เลือกที่จะให้มีจัดเก็บข้อมูลใดใช้ข้อมูลใดและเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลใดบ้างเพื่อเป็นทางเลือกให้ผู้บริโภคสามารถเปลี่ยนแปลงได้และระบุถึงผลกระทบของทางเลือกดังกล่าวให้แก่ผู้บริโภคทราบ

ค. เมื่อมีเหตุจำเป็นต้องมีวิธีการที่จะให้ผู้บริโภคสามารถทบทวนความถูกต้องหรือลบข้อมูลดังกล่าวได้ และ

ง. เมื่อเว็บไซต์มีการใช้ โปรแกรม “คุกกี” (cookies) ต้องระบุวิธีการใช้และเหตุผลที่ต้องใช้และผลกระทบที่ตามมาของการใช้โปรแกรมดังกล่าว ทั้งนี้ผู้บริโภคสามารถปฏิเสธที่จะใช้โปรแกรมดังกล่าวได้

ผู้ประกอบการจะต้องจำกัดการจัดเก็บข้อมูล การใช้ข้อมูล และการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลเหล่านั้นให้แก่บุคคลที่เหมาะสมแต่จะได้พิจารณาถึงความเหมาะสมในแต่ละสถานการณ์นั้นๆ

ผู้ประกอบการจะต้องไม่เปิดเผยข้อมูลสุขภาพส่วนบุคคลให้กับบริษัทในเครือหรือบุคคลที่สามเพื่อวัตถุประสงค์อื่นที่นอกเหนือจากการทำธุรกรรมเว้นแต่เฉพาะที่ได้รับอนุญาตเป็นการล่วงหน้าโดยชัดแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรผ่านระบบ Opt-in จากผู้บริโภค เมื่อผู้บริโภคกำลังมองหาบริการด้านสุขภาพนั้นได้ยินยอมโดยชัดแจ้งที่จะเปิดเผยข้อมูลดังกล่าว ผู้ประกอบการจะต้องทำรายการที่จะต้องเปิดเผยและใช้ข้อมูลนั้นเพื่อเปิดเผยข้อมูลนั้นให้แก่บุคคลทุกฝ่ายที่ได้รับการเปิดเผยข้อมูลนั้น

ผู้ประกอบการจะต้องไม่กำหนดเงื่อนไขในการขายที่ต้องเรียกร้องให้ผู้บริโภคให้ความยินยอมที่จะจัดเก็บข้อมูล ใช้ข้อมูล หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลที่เกินไปกว่าความจำเป็นที่จะทำให้การขายเสร็จสิ้นสมบูรณ์

เมื่อได้รับความยินยอมจากผู้บริโภคให้จัดเก็บข้อมูล ใช้ข้อมูล และเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลจากผู้บริโภคแล้วและไม่มีเหตุผลโดยปริยาย การยินยอมนั้นผู้ประกอบการควรที่จะปฏิบัติดังนี้

ก. จัดให้มีการแยกความยินยอมนั้นแยกออกจากข้อกำหนดและเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในสัญญา และ

ข. จัดให้มีข้อความที่ชัดแจ้งที่กำหนดให้ความยินยอมนั้นต้องทำผ่านระบบออนไลน์ opt-in หรือ opt-out¹ โดยที่ระบบ opt-outจะต้องสามารถมองเห็นได้ชัดเจนและง่ายต่อการดำเนินการ

¹ Opt-in เป็นความหมายของการที่ผู้เยี่ยมชมเว็บทำการกรอกอีเมลเพื่อยืนยันว่าต้องการเข้าไปอยู่ใน Email List เพื่อรับข่าวสารหรือของใดๆก็ตามที่เว็บได้โฆษณาไว้ นั่นหมายความว่าเจ้าของ Email List จะมีสิทธิถูกต้องในการส่ง

เมื่อผู้ประกอบการต้องถ่ายโอนข้อมูลส่วนบุคคลไปยังบุคคลที่สาม ผู้ประกอบการยังคงมีความรับผิดชอบที่จะปกป้องข้อมูลเหล่านั้น ดังนั้นก่อนที่จะมีการถ่ายโอนข้อมูล ผู้ประกอบการจะต้องมั่นใจว่าได้ทำเช่นนั้นเป็นไปตามวิธีการตามสัญญาหรือความหมายอื่นใดซึ่งบุคคลที่สามจะต้องปฏิบัติตามบทบัญญัติว่าด้วยความเป็นส่วนตัวตามประมวลกฎหมายนี้ด้วย

5. การรักษาความปลอดภัยสำหรับการชำระเงินและข้อมูลส่วนบุคคล

ผู้ประกอบการจะต้องดำเนินการควบคุมอย่างมีประสิทธิภาพในการคุ้มครองความสมบูรณ์และการรักษาความลับของผู้บริโภคในการชำระเงินและข้อมูลส่วนตัวอื่นๆ ทั้งนี้กลไกในการรักษาความปลอดภัยจะต้องสอดคล้องกับมาตรฐานอุตสาหกรรมที่มีอยู่ในปัจจุบันและเหมาะสมกับประเภทของข้อมูลที่เก็บรวบรวมไว้หรือการโอนถ่ายข้อมูลไปยังบุคคลที่สาม

ผู้ประกอบการจะต้องทำให้มั่นใจได้ว่าบุคคลที่สามที่มีส่วนร่วมในการทำธุรกรรมและมีส่วนร่วมในการเข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคลนั้นสามารถปฏิบัติตามได้สอดคล้องตามหลักปฏิบัติที่ได้กล่าวไว้ก่อนหน้านี้ด้วย

ในการปฏิบัติตามหลักการนี้ผู้ประกอบการจะส่งเสริมให้มีการเปิดเผยให้กับผู้บริโภคได้ทราบถึงระดับของการรักษาความปลอดภัยที่ใช้บนเว็บไซต์ของตน ผู้ประกอบการจะส่งเสริมให้มีการใช้บริการการรับรอง (Certification services) เพื่อสนับสนุนการเรียกร้องสิทธิ์ในการรักษาความปลอดภัยและเพื่อให้การเชื่อมโยงเว็บไซต์ให้สามารถใช้บริการการรับรอง (Certification services) สำหรับการตรวจสอบได้

6. การจัดการเรื่องร้องเรียนและการระงับข้อพิพาท

ผู้ประกอบการจะต้องจัดให้ผู้บริโภคได้มีการเข้าถึงวิธีการแก้ไขปัญหาใดๆ ที่เกี่ยวกับการทำธุรกรรมได้อย่างเป็นธรรมภายในระยะเวลาที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

ผู้ประกอบการจะต้องเสนอขั้นตอนการจัดการเรื่องร้องเรียนภายในโดยจะต้องกระทำการดังต่อไปนี้

- ก. จะต้องสามารถเข้าถึงได้อย่างง่ายไม่ว่าด้วยวิธีการออนไลน์และวิธีการออฟไลน์
- ข. จะต้องไม่เรียกเก็บค่าใช้จ่ายกับผู้บริโภค
- ค. จะต้องง่ายแก่การใช้งานและ

แม้ไปหาผู้เยี่ยมชมคนอื่นๆ แต่ตามกฎหมายของ CAN SPAM เมื่อมีการส่ง อีเมลล์ในลักษณะแบบนี้เข้าไปใน Email List จะต้องมีการแนบลิงก์เพื่อให้เจ้าของ อีเมลล์สามารถทำการยืนยันเพื่อขอออกจากการรับข่าวสารได้ตลอดเวลาด้วยตัวเอง ซึ่งการขอออกจาก Email List เราจะเรียกว่าการ Opt-out

ง. จะต้องสามารถรับทราบข้อร้องเรียนภายใน 7 วันทำการนับจากวันที่ได้รับคำร้องเรียนจากผู้บริโภคและจะต้องพยายามที่จะแก้ปัญหาหรือรับมือกับข้อร้องเรียนเหล่านั้นภายใน 45 วันนับจากวันที่ได้รับทราบข้อร้องเรียนจากผู้บริโภคและ

จ. จะต้องบันทึกและตรวจสอบข้อร้องเรียน

เมื่อผู้บริโภคและผู้ประกอบการไม่สามารถแก้ปัญหาข้อร้องเรียนได้ ผู้ประกอบการจะส่งเสริมให้มีการเสนอให้ใช้บริการการระงับข้อพิพาทโดยบุคคลที่สามซึ่งจะต้องขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของผู้บริโภค

บริการการระงับข้อพิพาทใดๆที่ได้ถูกเสนอโดยผู้ประกอบการตามวิธีการก่อนหน้านี้ ผู้ประกอบการจะต้องปฏิบัติตามนี้ด้วย

ก. สามารถที่จะเริ่มด้วยวิธีออนไลน์และโดยจะไม่คำนึงถึงสถานที่ที่ผู้บริโภคอาศัยอยู่

ข. ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้ง่าย (เช่น ผ่านทางการเชื่อมโยงหลายมิติจากเว็บไซต์ของผู้ประกอบการ)

ค. จะต้องง่ายแก่การใช้งาน

ง. มีค่าใช้จ่ายน้อยหรือผู้บริโภคไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย

จ. จะต้องรวดเร็วมีการกำหนดระยะเวลาที่เหมาะสมในแต่ละกระบวนการ

ฉ. เป็นธรรม (เช่น เป็นไปตามมาตรฐานของกระบวนการ)

ช. ผู้ประกอบการให้คำมั่นว่าจะยึดถือปฏิบัติตามวิธีการที่ดีเป็นที่ยอมรับซึ่งผู้บริโภคจะต้องตกลงด้วยกับตน

ซ. ได้รับการดำเนินการโดยองค์กรอิสระและเป็นกลางและ

ฅ. มีความโปร่งใสในทุกด้านของการดำเนินงานรวมถึงการบริการ, ขั้นตอน, โครงสร้างการกำกับดูแลบุคลากร, การระงับข้อพิพาทและผลของการระงับข้อพิพาทที่เกี่ยวข้องที่ผ่านมาของผู้ให้บริการระงับข้อพิพาทที่ได้เผยแพร่ผลการระงับข้อพิพาทและสถิติรายละเอียดเกี่ยวกับผลของการระงับข้อพิพาทที่เป็นความลับที่ครอบคลุมจำนวนและชนิดของข้อร้องเรียน ซึ่งเป็นไปในอัตราส่วนที่ลูกค้าได้พึงพอใจ

7. อีเมลที่ไม่พึงประสงค์

ผู้ประกอบการจะไม่ส่งอีเมลทางการตลาดให้กับผู้บริโภคโดยปราศจากความยินยอมจากผู้บริโภคเว้นแต่เมื่อผู้ประกอบการยังคงมีความสัมพันธ์กับผู้บริโภคอยู่ในขณะนั้น ทั้งนี้ ความสัมพันธ์เช่นนั้นจะไม่ดำรงอยู่หากผู้บริโภคเป็นเพียงผู้ที่ได้เข้ามาเยี่ยมชมหรือเข้ามาเพียงเพื่อค้นหาเว็บไซต์ของผู้ประกอบการเท่านั้น

อีเมลข้อความทางการตลาดใด ๆ ที่ผู้ประกอบการจะส่งให้แก่ผู้บริโภคนั้นจะต้องจัดให้มีขั้นตอนง่าย ๆ ใช้ภาษาธรรมดาในการให้ผู้บริโภคสามารถที่จะแจ้งให้ผู้ประกอบการได้ทราบว่าตนไม่ประสงค์ที่จะรับข้อความทางการตลาดดังกล่าว

8. การติดต่อสื่อสารกับเด็ก

ผู้ประกอบการทุกคนจะต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อตรวจสอบว่าบุคคลที่ตนติดต่อสื่อสารหรือการทำธุรกรรมด้วยนั้นยังเป็นเด็ก ดังนั้นเมื่อจะต้องมีการติดต่อสื่อสารกับเด็กหรือเมื่อเนื้อหาในการติดต่อสื่อสารนั้นมีแนวโน้มว่าจะเป็นที่สนใจของเด็ก ภาษาที่จะใช้นั้นควรจะต้องเป็นภาษาที่เหมาะสมตามอายุของเด็ก ไม่ใช่ภาษาที่ก่อให้เกิดความมกมายจะต้องไม่ใช่ความขาดประสบการณ์หรือความรู้สึกกังวลรักภักดีของเด็กและไม่เป็นการปลัดดันเพื่อให้พ่อแม่หรือผู้ปกครองต้องซื้อสินค้าหรือบริการนั้นให้แก่เด็ก

ผู้ประกอบการจะต้องมีขั้นตอนที่เหมาะสมทั้งหมดเพื่อป้องกันการทำธุรกรรมการเงินกับเด็ก

ผู้ประกอบการจะต้องไม่เก็บรวบรวมข้อมูล, ใช้ข้อมูลหรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กโดยไม่ได้รับความยินยอมจากพ่อแม่หรือผู้ปกครองของเด็ก เว้นแต่ที่จะได้กล่าวต่อไปเบื้องล่างนี้ เมื่อผู้ประกอบการได้รับความยินยอมจากผู้ปกครองแล้ว ผู้ประกอบการจะต้องระบุอย่างชัดเจนของลักษณะการติดต่อสื่อสาร, ข้อมูลส่วนบุคคลที่มีการเก็บรวบรวมและการใช้งานข้อมูลเหล่านั้นอย่างมีศักยภาพทั้งหมด

ผู้ประกอบการจะต้องไม่ตั้งใจที่จะส่งอีเมลทางการตลาดใดๆ ให้กับเด็ก

เมื่อมีประกวดแข่งขันหรือชมรมที่มีเด็กเป็นผู้นำ ผู้ประกอบการสามารถที่จะเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กได้โดยไม่ต้องได้รับความยินยอมจากผู้ปกครองและสามารถติดต่อสื่อสารกับเด็กได้โดยตรง เมื่อผู้ประกอบการได้ปฏิบัติดังต่อไปนี้

ก. การเก็บรวบรวมข้อมูลขั้นต่ำสุดเท่าที่จำเป็นสำหรับสมาชิกชมรมหรือเพื่อการตัดสินใจหาผู้ชนะการประกวดนั้น

ข. จำกัดการติดต่อสื่อสารไว้เฉพาะที่จำเป็นต้องใช้สำหรับสมาชิกชมรม

ค. ในกรณีของการแข่งขันจะทำการติดต่อเฉพาะกับพ่อแม่หรือผู้ปกครองที่ชนะการแข่งขันเท่านั้นจะไม่ติดต่อกับผู้ที่ชนะการแข่งขันโดยตรง

ง. จะเก็บข้อมูลทราบเท่าที่เด็กยังคงเป็นสมาชิกของชมรมหรือจนกว่าจะได้ข้อสรุปการประกวดนั้น และ

จ. จะไม่ใช่ข้อมูลนั้นนอกเหนือไปจากเพื่อการเป็นสมาชิกของชมรมหรือเพื่อหาผู้ชนะการประกวด

เมื่อผู้ประกอบการทำสัญญากับบุคคลที่สามเพื่อให้สมาชิกชมรมหรือเพื่อหา ผู้ชนะ การประกวดผู้ประกอบการจะเปิดเผยเฉพาะข้อมูลส่วนบุคคลที่จำเป็นสำหรับการนี้เท่านั้นและ จะต้องตรวจสอบให้แน่ใจว่าบุคคลที่สามนั้นสามารถปฏิบัติตามหลักการข้อ 4 และข้อ 8 ได้

3.1.2 กฎหมายเอกรูปว่าด้วยสัญญาซื้อขายทางอินเทอร์เน็ต (Internet Sales Contract Harmonization Template)

ในปี ค.ศ.2001 รัฐบาลกลาง มณฑล และเขตปกครองพิเศษได้รวมกลุ่มกันเพื่อจัดตั้ง คณะกรรมการกำหนดมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคขึ้นเพื่อจัดทำกฎหมายเอกรูปว่าด้วยสัญญาซื้อขาย ทางอินเทอร์เน็ต (Internet Sales Contract Harmonization Template)² โดยมีความประสงค์ที่จะ นำไปใช้กับมณฑลและเขตปกครองพิเศษเพื่อเป็นกฎหมายเอกรูปในการคุ้มครองผู้บริโภค การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กฎหมายเอกรูปฉบับนี้มีวัตถุประสงค์หลัก 3 ประการด้วยกันกล่าวคือ 1) ข้อมูลสำหรับผู้บริโภค 2) การยกเลิกสัญญาทางอินเทอร์เน็ตและ 3) ภาระหน้าที่ของผู้ขาย เกี่ยวกับการยกเลิกสัญญา³ ซึ่งมีมณฑลและเขตการปกครองพิเศษได้นำกฎหมายเอกรูปฉบับนี้ไป เป็นต้นแบบในการออกเป็นกฎหมายภายในใช้บังคับภายในมณฑลหรือเขตปกครองของตนแล้ว อาทิเช่น รัฐแอลเบอร์ตาได้นำกฎหมายเอกรูปฉบับนี้ไปออกเป็นระเบียบข้อบังคับเกี่ยวกับสัญญาซื้อ ขายทางอินเทอร์เน็ต (Internet sales contract regulation) ซึ่งอยู่ภายใต้กฎหมายการกระทำทางการค้า ที่เป็นธรรม (Fair Trading Act) และรัฐเมทิโอบาได้ออกระเบียบสัญญาอินเทอร์เน็ต (Internet Agreements Regulation) ซึ่งอยู่ภายใต้กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค (Consumer Protection Act) เป็นต้น⁴

กฎหมายเอกรูปว่าด้วยสัญญาซื้อขายทางอินเทอร์เน็ต (Internet Sales Contract Harmonization Template) ได้วางหลักไว้ดังต่อไปนี้

1. การเปิดเผยข้อมูล

1.1 ผู้ขายจะต้องทำการดังต่อไปนี้ก่อนที่ผู้บริโภคจะเข้าทำสัญญาซื้อขายทาง อินเทอร์เน็ต

² Teresa Scassa, Michael Eugene Deturbide. (2004). *Electronic Commerce and Internet Law in Canada*. CCH Canadian Limited. P.76-82

³ Clark Wilson. (2008). *Introduction to Electronic Commerce in Canada*. (Online). Abstract from: <http://www.cwilson.com>

⁴ STIKEMAN ELLIOTT. (2007). *Electronic Commerce, Section N of Stikeman Elliott's Doing Business in Canada*. (Online). Abstract from: <http://www.stikeman.com>

ก. ข้อมูลที่เปิดเผยให้ผู้บริโภคได้ทราบนั้นมีดังต่อไปนี้

1) ชื่อของผู้ขายและถ้าหากมีชื่อที่แตกต่างกันภายใต้ชื่อที่ผู้ขายใช้ในการประกอบธุรกิจ

2) ที่อยู่ของผู้ขายและถ้าหากมีที่อยู่ที่แตกต่างกันของที่อยู่ทางไปรษณีย์

3) หมายเลขโทรศัพท์ของผู้ขายและถ้ามีที่อยู่อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ขายและหมายเลขโทรสาร

4) คำอธิบายที่เป็นธรรมและมีความถูกต้องของสินค้าหรือบริการที่ถูกขายให้กับผู้บริโภค รวมถึงข้อมูลทางเทคนิคหรือระบบที่เกี่ยวข้อง

5) รายการราคาของสินค้าหรือบริการที่ถูกขายให้กับผู้บริโภคและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องใด ๆ ที่ผู้บริโภคจะต้องชำระรวมถึงค่าภาษีและค่าใช้จ่ายในการจัดส่งสินค้า

6) รายละเอียดของค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมอื่นที่มีในสัญญา ที่เช่นภาษีศุลกากรและค่าธรรมเนียมสำหรับตัวแทนออกของให้กับผู้ส่งและผู้รับสินค้าซึ่งเป็นจำนวนเงินที่ไม่ได้กำหนดโดยผู้ขาย

7) จำนวนเงินทั้งหมดของสัญญาหรือจำนวนเงินทั้งหมดของสัญญาที่มีการซื้อขายที่ไม่ได้กำหนดช่วงระยะเวลาและจำนวนเงินที่ต้องจ่ายเป็นงวดๆภายใต้สัญญา

8) สตงเงินที่ต้องชำระภายใต้สัญญา

9) ข้อกำหนดและเงื่อนไขการชำระเงิน

10) วันที่จัดส่งสินค้า หรือวันที่เริ่มต้นการบริการ

11) การเตรียมการจัดส่งสินค้าของผู้ขายรวมทั้งกำหนดตัวตนของผู้ส่ง, วิธีการขนส่งและสถานที่ในการจัดส่ง

12) นโยบายการยกเลิกสัญญาของผู้ขาย, นโยบายการเปลี่ยนหรือรับคืนสินค้าและการคืนเงิน(ถ้ามี)

13) ข้อจำกัดหรือขีดจำกัดใดๆและข้อกำหนดในการซื้อขายที่อาจนำมาใช้

ข. ต้องจัดให้ผู้บริโภคได้มีโอกาสที่จะยกเลิกหรือยอมรับการทำสัญญาซื้อขายและการแก้ไขข้อผิดพลาดก่อนที่จะเข้าทำสัญญา

1.2 สำหรับวัตถุประสงค์ในข้อย่อยที่ 1.1 นั้น ผู้ขายจะต้องพิจารณาที่จะเปิดเผยข้อมูลให้แก่ผู้บริโภคในข้อย่อยที่ 1.1.ก ถ้าข้อมูลเหล่านั้นคือ

ก. ปรากฏอย่างเด่นชัดและชัดเจนสามารถเข้าใจได้และ

ข. ทำให้สามารถเข้าถึงในลักษณะที่ว่า;

1. ผู้บริโภคได้เข้าถึงข้อมูลและ

2. ผู้บริโภคสามารถที่จะเก็บรักษาและพิมพ์ข้อมูลเหล่านั้นได้

2. สำเนาสัญญาซื้อขายทางอินเทอร์เน็ต

2.1 ผู้ขายจะต้องจัดทำสัญญาที่เป็นลายลักษณ์อักษรหรือในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ให้แก่ผู้บริโภคภายใน 15 วันนับจากวันที่ผู้บริโภคได้ตกลงเข้าทำสัญญา

2.2 สำเนาสัญญาซื้อขายทางอินเทอร์เน็ตภายใต้บังคับข้อย่อยที่ 2.1 จะต้องมีข้อความดังต่อไปนี้

ก. ต้องมีข้อมูลที่อธิบายไว้ในข้อ 1.1 ก

ข. ชื่อผู้บริโภคและ

ค. วันที่ลงนามทำสัญญา

2.3 สำหรับวัตถุประสงค์ในข้อย่อยที่ 2.1 นั้น ผู้ขายจะต้องจัดทำสำเนาสัญญาซื้อขายทางอินเทอร์เน็ต โดยทำสำเนา;

ก. ส่งทางอีเมลล์ของผู้บริโภคที่ได้ให้ไว้เพื่อใช้ในสัญญา

ข. ส่งทางโทรสารตามหมายเลขโทรสารของผู้บริโภคที่ได้ให้ไว้เพื่อใช้ในสัญญา

ค. ส่งทางไปรษณีย์หรือจัดส่งตามที่อยู่ของผู้บริโภคที่ได้ให้ไว้เพื่อใช้ในสัญญา

ง. ส่งให้แก่ผู้บริโภคในลักษณะที่ทำให้แน่ใจได้ว่าผู้บริโภคสามารถจะได้รับสำเนาหรือ

จ. ส่งให้แก่ผู้บริโภคด้วยวิธีอื่น ๆ ซึ่งผู้ขายจะต้องสามารถพิสูจน์ได้ว่าผู้บริโภคได้รับสำเนาแล้ว

3. การยกเลิกสัญญาซื้อขายทางอินเทอร์เน็ต

3.1 ผู้บริโภคสามารถยกเลิกสัญญาซื้อขายทางอินเทอร์เน็ตได้ด้วยสถานการณ์ต่อไปนี้

ก. ไม่ว่าเวลาใดก็ตามนับจากวันที่ผู้บริโภคได้เข้าทำสัญญาภายหลัง 7 วันหลังจากที่ผู้บริโภคได้รับสำเนาสัญญา หากพบว่า;

1) ผู้ขายไม่ได้เปิดเผยข้อมูลที่กำหนดไว้ในข้อย่อยที่ 1.1 ก ให้ผู้บริโภคทราบหรือ

2) ผู้ขายไม่ได้แสดงให้ผู้บริโภคได้มีโอกาสที่จะยอมรับหรือปฏิเสธสัญญาหรือแก้ไขข้อผิดพลาดในทันทีก่อนที่จะเข้าสู่สัญญา

ข. ภายใน 30 วันนับจากวันที่เข้าทำสัญญาหากผู้ขายไม่จัดทำสำเนาสัญญาซื้อขายทางอินเทอร์เน็ตตามที่ระบุไว้ในข้อ 2 ให้แก่ผู้บริโภค

3.2 นอกเหนือจากสิทธิการยกเลิกสัญญาตามข้อ 3.1 ผู้บริโภคสามารถยกเลิกสัญญาซื้อขายทางอินเทอร์เน็ตในเวลาใดก็ได้ก่อนที่จะส่งมอบสินค้าหรือเริ่มดำเนินการให้บริการภายใต้สัญญา หากพบว่า;

ก. ในกรณีที่ผู้ขายไม่สามารถส่งมอบสินค้าได้ภายใน 30 วันนับจากวันที่ได้ระบุวันส่งมอบสินค้าไว้ชัดเจนในสัญญาหรือวันที่ส่งมอบสินค้าได้ถูกแก้ไขเปลี่ยนแปลงโดยความตกลงระหว่างผู้บริโภคกับผู้ขายและผู้ขายได้ทำเป็นลายลักษณ์อักษรหรือเป็นแบบฟอร์มอิเล็กทรอนิกส์ หรือ

ข. ในกรณีที่ผู้ขายไม่สามารถให้บริการได้ภายใน 30 วันนับจากวันที่ได้กำหนดเริ่มสัญญาไว้หรือนับจากวันที่ได้มีการเปลี่ยนแปลงแก้ไขวันเริ่มสัญญาโดยความตกลงระหว่างผู้บริโภคกับผู้ขายและผู้ขายได้ทำเป็นลายลักษณ์อักษรหรือเป็นแบบฟอร์มอิเล็กทรอนิกส์

3.3 หากวันที่ส่งมอบหรือวันที่เริ่มต้นไม่ได้ระบุไว้ในสัญญาซื้อขายทางอินเทอร์เน็ต ผู้บริโภคอาจจะยกเลิกสัญญาในเวลาใดก็ได้ก่อนที่จะส่งมอบสินค้าหรือเริ่มการให้บริการภายใต้สัญญาหากผู้ขายไม่ได้ส่งมอบสินค้าหรือเริ่มต้นบริการภายใน 30 วันนับจากวันที่มีการลงนามในสัญญา

3.4 สำหรับวัตถุประสงค์ในข้อย่อที่ 3.2 และ 3.3 นั้น;

ก. ผู้ขายได้รับการพิจารณาว่าจะต้องส่งมอบสินค้าภายใต้สัญญาซื้อขายทางอินเทอร์เน็ต หากว่า;

1) มีความพยายามที่จะส่งมอบสินค้าให้กับผู้บริโภคแล้วแต่ถูกปฏิเสธจากผู้บริโภคในเวลาที่ได้มีความพยายามที่จะส่งมอบ

2) มีความพยายามที่จะส่งมอบสินค้าแต่ไม่สามารถทำการส่งมอบได้เนื่องจากไม่มีบุคคลที่สามารถรับมอบสินค้าแทนผู้บริโภคได้ซึ่งได้แจ้งให้ผู้บริโภคได้ทราบล่วงหน้าแล้วว่าสินค้าจะสามารถจัดส่งได้ในวันนี้

ข. ผู้ขายได้รับการพิจารณาว่าจะต้องเริ่มการให้บริการภายใต้สัญญาซื้อขายทางอินเทอร์เน็ต หากว่า;

1) มีความพยายามที่จะเริ่มให้บริการแต่ถูกปฏิเสธจากผู้บริโภคในเวลาที่ได้มีความพยายามที่จะเริ่มให้บริการหรือ

2) มีความพยายามที่จะเริ่มให้บริการแต่ไม่สามารถให้บริการได้เนื่องจากไม่มีบุคคลที่สามารถเข้ารับบริการได้ในวันเริ่มต้นให้บริการซึ่งได้แจ้งให้ผู้บริโภคได้ทราบล่วงหน้าแล้วว่าสินค้าจะเริ่มให้บริการได้ในวันนี้

4. ศาลอาจช่วยเยียวยาการยกเลิกสัญญา

ศาลอาจใช้ดุลยพินิจ(ของศาลในแต่ละชั้น)ในการพิจารณาเพื่อความเป็นธรรมสำหรับการยกเลิกสัญญาซื้อขายทางอินเทอร์เน็ตตามข้อ 3 ซึ่งศาลอาจจะมีคำสั่งใดๆที่เห็นสมควร

5. การแจ้งการยกเลิกสัญญา

5.1 สัญญาซื้อขายทางอินเทอร์เน็ตจะถูกยกเลิกตามที่ระบุไว้ในข้อ 3 ก็ต่อเมื่อมีหนังสือแจ้งการยกเลิกให้สอดคล้องกับเนื้อหาในข้อนี้

5.2 การแจ้งการยกเลิกอาจจะแสดงออกโดยวิธีการใดๆที่ทำให้สามารถทราบถึงความตั้งใจของผู้บริโภคที่ต้องการจะยกเลิกสัญญาซื้อขายทางอินเทอร์เน็ต

5.3 การแจ้งการยกเลิกผู้บริโภคอาจจะแจ้งด้วยวิธีการใดๆให้ผู้ขายทราบก็ได้ แต่ไม่จำกัด เฉพาะการบริการส่วนบุคคล, ไปรษณีย์ลงทะเบียน, โทรศัพท์, การจัดส่ง, โทรสารและอีเมล

5.4 กรณีที่การแจ้งการยกเลิกนอกเหนือไปจากวิธีการอื่นๆที่ได้แจ้ง โดยบริการส่วนบุคคล การแจ้งในกรณีนี้จะถือว่าได้รับเมื่อมีการส่ง

6. ผลของการยกเลิกสัญญา

6.1 เมื่อยกเลิกสัญญาซื้อขายทางอินเทอร์เน็ตตามข้อ 3.แล้วให้ถือว่าไม่เคยมีการทำสัญญาต่อกัน

6.2 การยกเลิกสัญญาซื้อขายทางอินเทอร์เน็ตตามข้อ 3. ให้ถือว่าเป็นการยกเลิก;

ก. ธุรกิจใดๆที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภค

ข. การรับประกันใดๆที่เกี่ยวข้องกับการชำระเงินภายใต้สัญญาและ

ค. หลักทรัพย์ใด ๆ ที่ผู้บริโภคหรือผู้ค้าประกัน ได้ให้ไว้ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการชำระค่าตอบแทนตามสัญญาและให้ถือว่าไม่เคยมีการทำสัญญาต่อกัน

6.3 กรณีสินเชื่อที่จัดการโดยผู้ขายหรือสัญญาสินเชื่อที่เป็นข้อกำหนดไว้ในสัญญาซื้อขายสินค้าทางอินเทอร์เน็ตหรือไม่ว่าสัญญาสินเชื่อจะเป็นส่วนหนึ่งหรือเป็นส่วนที่แนบมาพร้อมกับสัญญาซื้อขายสินค้าทางอินเทอร์เน็ต หากสัญญาซื้อขายสินค้าทางอินเทอร์เน็ตถูกยกเลิก การยกเลิกนั้นจะมีผลเป็นการยกเลิกสัญญาสินเชื่อด้วยเหมือนว่าไม่เคยมีการทำสัญญาซื้อขายทางอินเทอร์เน็ตต่อกันมาก่อน

7. ความรับผิดชอบในการยกเลิกสัญญา

7.1 กรณีที่สัญญาซื้อขายทางอินเทอร์เน็ตได้ถูกยกเลิกตามข้อ 3.แล้ว ภายใน 15 วันนับจากวันที่ได้มีการยกเลิกสัญญาผู้ขายจะต้องคืนเงินค่าสินค้าทั้งหมดที่ผู้บริโภคได้ชำระภายใต้การทำสัญญาและการทำธุรกรรมที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะจ่ายให้แก่ผู้ขายหรือบุคคลอื่นๆ

7.2 หากมีการส่งมอบสินค้าให้กับผู้บริโภคภายใต้สัญญาซื้อขายทางอินเทอร์เน็ตที่ถูกยกเลิกแล้วตามข้อ 3 ภายใน 15 วันนับจากวันที่ได้มีการยกเลิกสัญญาหรือวันที่ได้มีการส่งมอบสินค้าแล้วแต่วันใดจะมาถึงภายหลัง ผู้บริโภคจะต้องส่งคืนสินค้ากลับไปให้ผู้ขายในสภาพที่ไม่ได้ใช้หรือในสภาพเดียวกันกับที่สินค้าได้ถูกส่งมา

7.3 ผู้บริโภคจะต้องส่งคืนสินค้าตามข้อย่อยที่ 7.2 ด้วยวิธีการเดียวกับที่ผู้บริโภคได้ยืนยันการส่งมอบให้กับผู้ขาย

7.4 ผู้ขายจะต้องยอมรับคืนสินค้าจากผู้บริโภคข้อย่อยที่ 7.2

7.5 ผู้ขายเป็นผู้รับผิดชอบสำหรับค่าใช้จ่ายที่เหมาะสมสำหรับการคืนสินค้าภายใต้ข้อย่อยที่ 7.2

7.6 สินค้าที่ส่งคืนโดยผู้บริโภคตามข้อย่อยที่ 7.2 นอกเหนือไปจากวิธีการส่งมอบส่วนบุคคลจะถือว่าเป็นการส่งคืนตามวัตถุประสงค์ในข้อย่อยที่ 7.2 ก็ต่อเมื่อการส่งคืนได้ถูกส่งไปถึงผู้ขายแล้ว

7.7 การกระทำใดๆที่เป็นการฝ่าฝืนภาระหน้าที่ที่จะต้องปฏิบัติต่อผู้บริโภคภายใต้ข้อที่ว่าด้วยความรับผิดชอบในการยกเลิกสัญญานี้ให้ถือว่าการกระทำของผู้ขายเป็นการฝ่าฝืนการปฏิบัติหน้าที่ตามกฎหมาย

8. การคืนเงิน

หากผู้บริโภคใช้สิทธิยกเลิกสัญญาซื้อขายทางอินเทอร์เน็ตตามความนัยข้อ 3 และผู้ขายไม่ได้คืนเงินค่าตอบแทนตามสัญญาทั้งหมดให้แก่ผู้บริโภคภายใน 15 วัน ตามระยะเวลาที่ระบุไว้ในข้อ 7 ผู้บริโภคอาจขอเงินคืนเงินค่าตอบแทนตามสัญญาจากผู้ขายเสมอหนึ่งว่าผู้ขายได้เป็นหนี้คน

9. สิทธิไถ่เบี้ยของผู้บริโภคเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายบัตรเครดิต

9.1 ผู้บริโภคที่มีค่าใช้จ่ายในบัญชีบัตรเครดิตทั้งหมดหรือส่วนใดส่วนหนึ่งที่ได้จ่ายเป็นค่าตอบแทนตามสัญญาซื้อขายทางอินเทอร์เน็ตหรือธุรกรรมอื่นที่เกี่ยวข้องอาจขอให้ผู้ออกบัตรเครดิตทำการยกเลิกรายการหรือทำการยกเงินกลับคืนค่าใช้จ่ายบัตรเครดิตและดอกเบี้ยที่เกี่ยวข้องหรือค่าใช้จ่ายอื่นใดที่ผู้บริโภคได้ใช้สิทธิยกเลิกสัญญาตามความในข้อ 3 และผู้ขายยังไม่ได้คืนเงินค่าตอบแทนตามสัญญาทั้งหมดภายในระยะเวลา 15 วันตามที่ได้กำหนดไว้ในข้อ 7

9.2 การร้องขอตามข้อที่ 9.1 จะต้องทำเป็นลายลักษณ์อักษรหรือแบบฟอร์มอิเล็กทรอนิกส์และมีข้อมูลดังต่อไปนี้

ก. ชื่อผู้บริโภค

ข. หมายเลขบัตรเครดิตของผู้บริโภค

- ค. วันที่หมดอายุบัตรเครดิตของผู้บริโภค
- ง. ชื่อผู้ขาย
- จ. วันที่ทำสัญญาซื้อขายทางอินเทอร์เน็ต
- ฉ. จำนวนเงินค่าตอบแทนตามสัญญาซื้อขายทางอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งได้จ่ายไปในบัญชีบัตรเครดิตและค่าใช้จ่ายอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกรรมของผู้บริโภค
- ช. รายละเอียดของสินค้าหรือบริการซึ่งสามารถระบุเป็นการเฉพาะได้
- ซ. เหตุผลของการยกเลิกสัญญาซื้อขายทางอิเล็กทรอนิกส์ภายใต้เงื่อนไขที่ได้ระบุไว้ในข้อ 3

ฅ. วันที่และวิธีการในการยกเลิกสัญญาซื้อขายทางอิเล็กทรอนิกส์

9.3 ผู้ออกบัตรเครดิตจะต้อง

- ก. รับทราบคำขอของผู้บริโภคภายใน 30 วันนับจากวันที่ได้รับและ
- ข. หากคำขอเป็นไปตามข้อย่อยที่ 9.2 การยกเลิกทำรายการหรือทำรายการย้อนกลับรายการค่าใช้จ่ายบัตรเครดิตและดอกเบี้ยหรือค่าใช้จ่ายอื่นๆที่เกี่ยวข้องจะต้องทำภายในระยะเวลา 2 รอบบิลหรือภายใน 90 วันแล้วแต่ว่าวันใดเกิดขึ้นมาก่อน

9.4 คำขอตามความในข้อย่อยที่ 9.1 อาจจะมีมอบให้กับผู้ออกบัตรเครดิตโดยวิธีใด ๆ รวมถึงแต่ไม่จำกัด เฉพาะการบริการส่วนบุคคล, จดหมายลงทะเบียน, การจัดส่ง, โทรสารและอีเมลล์

9.5 หากคำขอถูกส่งโดยวิธีที่นอกเหนือจากการบริการส่วนบุคคลที่ขอจะถือว่าได้รับเมื่อส่ง

10. โทษ

การฝ่าฝืนความในข้อ 7.1 หรือ 9.1 นั้นเป็นความผิดสำหรับวัตถุประสงค์ของ (ระบุส่วนของพระราชบัญญัติที่เกี่ยวข้อง)

กล่าวโดยสรุปจากการที่ได้ศึกษากฎหมายของประเทศแคนาดา ได้พบว่ากฎหมายได้วางหลักการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ดังจะกล่าวต่อไปนี้

ประมวลกฎหมายของแคนาดาว่าด้วยหลักปฏิบัติเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (The Canadian Code of Practice for Consumer Protection in Electronic Commerce) ซึ่งเป็นกฎหมายที่บัญญัติขึ้นมาเพื่อวางหลักปฏิบัติในการให้ความคุ้มครองผู้บริโภคจากการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์โดยเฉพาะ และกฎหมายฉบับต่อมาก็คือ กฎหมายเอกรูปว่าด้วยสัญญาซื้อขายทางอินเทอร์เน็ต (Internet Sales Contract Harmonization Template) รัฐบาลออกกฎหมายเอกรูปฉบับนี้เพื่อกำหนดสิทธิและหน้าที่ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับสัญญาซื้อขายทางอินเทอร์เน็ตเป็น

การเฉพาะเพื่อให้เป็นกฎหมายแม่แบบให้แก่มณฑลและเขตปกครองพิเศษของประเทศแคนาดาไป
ออกกฎหมายภายในเพื่อบังคับใช้แก่พลเมืองมณฑลและเขตปกครองพิเศษของตนต่อไป

ในบทต่อไป ผู้เขียนจะได้นำกฎหมายที่ได้ศึกษามาทั้งกฎหมายภายในประเทศและ
ต่างประเทศมาเพื่อปรับใช้กับปัญหากฎหมายเกี่ยวกับการซื้อขายสินค้าออนไลน์ ศึกษากรณีสิทธิ
หน้าที่ของคู่สัญญาและผู้บริโภคเป็นการต่อไป