

## บทที่ 3

### กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจตลาดแบบตรง ของต่างประเทศและของประเทศไทย

ในสถานการณ์ปัจจุบันประเทศต่างๆ ได้หันมาให้ความสำคัญ และความจำเป็นที่จะต้องมีความมาตรการทางกฎหมายเพื่อนำมาใช้กำหนดมาตรฐาน และควบคุมการตลาดแบบตรง ทั้งนี้ เนื่องจากการตลาดด้วยวิธีดังกล่าวได้เข้ามามีบทบาทอย่างมากต่อการใช้ชีวิตประจำวันของผู้บริโภคในแง่ของการเลือกซื้อสินค้า หรือรับบริการ และสามารถเข้าถึงตัวผู้บริโภคได้ง่าย รวดเร็ว และประหยัดต้นทุนในการประกอบกิจการ โดยบางประเทศอาจเลือกใช้วิธีการบัญญัติกฎหมายขึ้นมาใหม่เป็นกฎหมายเฉพาะว่าด้วยการตลาดแบบตรงบางประเทศเลือกใช้วิธีการบัญญัติอยู่ในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ดังนั้น เนื้อหาในส่วนนี้จะทำการศึกษาถึงหลักกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการตลาดแบบตรงของประเทศอังกฤษ สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี และกฎหมายไทย ว่ามีเนื้อหาสาระที่สำคัญอย่างไร เพื่อนำมาเปรียบเทียบ และเพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนามาตรการทางกฎหมายของประเทศไทยในการกำกับดูแลและการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

#### 3.1 กฎหมายของประเทศอังกฤษ

ประเทศอังกฤษมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับตลาดแบบตรง นั่นคือ “Consumer Protection (Distance Selling) Regulations 2000” (Regulations 2000)<sup>1</sup> กฎหมายฉบับนี้ มีผลบังคับใช้วันที่ 31 ตุลาคม ค.ศ. 2000 จุดประสงค์หลักของกฎหมายฉบับนี้ คือ เพื่อใช้เป็นหนึ่งในกฎหมายที่ใช้เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคจากการขายที่อยู่ห่างโดยระยะทาง หรือที่เรียกว่า “ตลาดแบบตรง”<sup>2</sup>

โดยสาระสำคัญของ Regulations 2000 มีดังต่อไปนี้

<sup>1</sup> The National Archives. (2013). *The Consumer Protection (Distance Selling) Regulations 2000*. (Online). Available: <http://legislation.gov.uk/ukxi/2000/2334/regulation/17/made>. [2013, July 5].

<sup>2</sup> Regulations 2000. regulation 1 – Title, Commencement and Extent (1) These Regulations may be cited as The Consumer Protection (Distance Selling) Regulations 2000 and shall come into force on 31<sup>st</sup> October 2000.

### 3.1.1 คำนิยามศัพท์

“ละเมิด (Breach) หมายความว่า การกระทำของผู้ประกอบธุรกิจ ที่เป็นการฝ่าฝืน หรือไม่ปฏิบัติตามบทบัญญัติใน Regulations 2000”<sup>3</sup>

“ธุรกิจ (Business) หมายความว่า การค้า หรือการประกอบวิชาชีพ”<sup>4</sup>

“ผู้บริโภค (Consumer) หมายความว่า บุคคลธรรมดาในสัญญาที่เกิดขึ้นตาม Regulations 2000 นี้ ซึ่งได้กระทำโดยมีวัตถุประสงค์ที่มีใช้เพื่อการประกอบธุรกิจการค้าของตน”<sup>5</sup>

“สัญญาโดยระยะทาง (Distance Contract) หมายความว่า สัญญาที่เกี่ยวข้องกับสินค้าหรือบริการใดๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างผู้ประกอบธุรกิจกับผู้บริโภค ภายใต้การดำเนินการขายสินค้าหรือบริการของผู้ประกอบธุรกิจ ที่มีวัตถุประสงค์ให้เกิดสัญญาขึ้น โดยใช้วิธีการสื่อสารที่อยู่ห่าง โดยระยะทางไม่ว่าจะใช้วิธีการสื่อสารที่อยู่ห่างโดยระยะทางหนึ่งวิธีหรือมากกว่า”<sup>6</sup>

“สัญญาที่ได้รับการยกเว้น (Excepted Contract) หมายความว่า สัญญาดังที่ได้กล่าวไว้ใน Regulation 5 (1)”<sup>7</sup>

<sup>3</sup> Regulations 2000. regulation 3-Interpretation (1) In these Regulations-

“breach” means contravention by a supplier of a prohibition in, or failure to comply with a requirement of, these Regulations;

<sup>4</sup> Regulations 2000. regulation 3-Interpretation (1) In these Regulations-

“business” includes a trade or profession;

<sup>5</sup> Regulations 2000. regulation 3-Interpretation (1) In these Regulations-

“consumer” means any natural person who, in contracts to which these Regulations apply, is acting for purpose which are outside his business;

<sup>6</sup> Regulations 2000. regulation 3-Interpretation (1) In these Regulations-

“distance contract” means any contract concerning goods or services concluded between a supplier and a consumer under an organized distance sales or service provision scheme run by supplier who, for the purpose of contract, makes exclusive use of one or more means of distance communication up to and including the moment at which the contract is concluded ;

<sup>7</sup> Regulations 2000. regulation 3-Interpretation (1) In these Regulations-

“excepted contract” means a contract such as is mentioned in regulation 5(1);

“การสื่อสารสาร โดยระยะทาง (Means of Distance Communication) หมายความว่า วิธีการใดๆ ที่ได้ใช้ในการสื่อสารซึ่งก่อให้เกิดสัญญาขึ้นระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจและผู้บริโภค ซึ่งมีได้ปรากฏตัวต่อหน้ากัน ตามตารางแนบท้าย 1”<sup>8</sup>

ตารางแนบท้าย 1 ได้อธิบายถึงวิธีการต่างๆ ที่แสดงให้เห็นถึงความหมายของการสื่อสาร โดยระยะทาง ดังนี้<sup>9</sup>

- 1) สิ่งพิมพ์ที่ไม่ระบุที่อยู่ (Unaddressed Printed Matter)
- 2) สิ่งพิมพ์ที่ระบุที่อยู่ (Addressed Printed Matter)
- 3) จดหมาย (Letter)
- 4) การโฆษณา กับแบบฟอร์มการสั่งซื้อ (Press Advertising with Order Form)
- 5) แคตตาล็อก (Catalogue)
- 6) โทรศัพท์ (Telephone with Human Intervention)
- 7) โทรศัพท์ที่เป็นเครื่องตอบรับอัตโนมัติ (Automatic Calling Machine, Audio text)
- 8) วิทยุ (Radio)
- 9) จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail: Electronic Mail)
- 10) โทรศัพท์ที่มีหน้าจอโดยเห็นภาพ (Videophone)
- 11) ข้อความภาพทางคอมพิวเตอร์ และจอร์ับภาพ (Videotext Microcomputer and Television Screen)
- 12) เครื่องโทรสาร (Facsimile Machine (Fax))
- 13) โทรทัศน์ (Television: Teleshopping)

“ผู้ประกอบการธุรกิจ (Supplier) หมายความว่า บุคคลใดๆ ในสัญญาที่เกิดขึ้นตาม Regulations 2000 นี้ ซึ่งได้กระทำเพื่อธุรกิจการค้า หรือในการประกอบวิชาชีพของตน”<sup>10</sup>

<sup>8</sup> Regulations 2000. regulation 3-Interpretation (1) In these Regulations-

“means of distance communication” means any means which, without the simultaneous physical presence of the supplier and the consumer, may be used for the conclusion of a contract between those parties; and an indicative list of such means is contained in Schedule 1;

<sup>9</sup> Regulations 2000. regulation 3-Schedule 1-Indicative list of means of distance communication.

<sup>10</sup> Regulations 2000. regulation 3-Interpretation (1) In these Regulations-

“supplier” means any person who, in contracts to which these Regulations apply, is acting in his commercial or professional capacity;

### 3.1.2 ขอบเขตการบังคับใช้

Regulations 2000 จะบังคับใช้กับสัญญาที่เกิดขึ้นระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจกับผู้บริโภคที่อยู่ห่างโดยระยะทาง แต่มีไว้ว่าสัญญาที่เกิดขึ้นในลักษณะที่คู่สัญญาอยู่ห่างโดยระยะทางทุกชนิดจะอยู่ภายใต้กฎหมายฉบับนี้ ยังมีสัญญาบางชนิดที่ถูกกำหนดเป็นข้อยกเว้นไม่ต้องอยู่ภายใต้บังคับของ Regulations 2000 ทั้งฉบับ และสัญญาที่อยู่ภายใต้บังคับของ Regulations 2000 บางมาตราเท่านั้น รายละเอียด ดังนี้

1) สัญญาที่ได้รับการยกเว้นไม่อยู่ภายใต้ Regulations 2000 ทั้งฉบับ บัญญัติไว้ใน Regulation 5 คือ<sup>11</sup>

(1) สัญญาที่เกี่ยวกับการซื้อขาย หรือประโยชน์จากที่ดิน เว้นแต่ จะเป็นกรณีสัญญาเพื่อการเช่า

(2) สัญญาที่เกี่ยวกับการก่อสร้างอสังหาริมทรัพย์ เว้นแต่ จะเป็นกรณีสัญญาเพื่อการเช่า

(3) สัญญาที่เกี่ยวกับการให้บริการทางการเงิน (Finance Services) เช่น การบริการด้านการลงทุน การประกันภัย เป็นต้น

(4) สัญญาที่เกิดจากการซื้อขายผ่านเครื่องอัตโนมัติ (Automated Vending Machine)

(5) สัญญาที่ทำผ่านโทรศัพท์สาธารณะ

(6) สัญญาที่เกี่ยวกับการประมูล (Auction)

2) สัญญาที่อยู่ภายใต้บังคับของ Regulations 2000 บางมาตราบัญญัติไว้ใน Regulation 6 คือ<sup>12</sup>

สัญญาบางประเภทแม้จะอยู่ภายใต้บังคับของ “Regulations 2000” ก็ตาม แต่บทบัญญัติในบางมาตราก็ได้รับการยกเว้นมิให้นำมาใช้บังคับกับสัญญาเหล่านั้น ทั้งนี้ เนื่องจากความไม่เหมาะสมในบางประการ สัญญาเหล่านั้น ได้แก่

(1) สัญญาในลักษณะ “Timeshare Agreement” จะได้รับการยกเว้นมิให้นำ Regulation 7-20 มาใช้บังคับ

(2) สัญญาคงต่อไปนี้จะได้รับการยกเว้นมิให้นำ Regulation 7-19 มาใช้บังคับ

(2.1) สัญญาที่เกี่ยวกับการซื้อขายหรือบริการด้านอาหาร เครื่องดื่ม หรือสิ่งอุปโภค บริโภคที่ใช้ในชีวิตประจำวันที่บ้านหรือที่ทำงานของผู้บริโภค

<sup>11</sup> ทิพรัตน์ มุขวงศา. (2547). *ปัญหาการบังคับใช้พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง: ศึกษาเฉพาะกรณีตลาดแบบตรง*. สารนิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. หน้า 23.

<sup>12</sup> เรื่องเดียวกัน, หน้า 24-25.

(2.2) สัญญาที่เกี่ยวกับที่อยู่อาศัย การขนส่ง การให้ความบันเทิง หรือการบริการด้านสันตนาการ

(2.3) สัญญาที่เกี่ยวกับการให้บริการเป็นแพ็คเกจ ภายใต้ความหมายของแพ็คเกจทัวร์ แพ็คเกจท่องเที่ยวในวันหยุด แพ็คเกจเดินทางท่องเที่ยว จะได้รับยกเว้นมิให้นำ Regulation 19 (2) ถึง (8) และ 20 มาใช้บังคับ

### 3.1.3 ข้อมูลที่จำเป็นต้องแจ้งแก่ผู้บริโภคก่อนเกิดสัญญา (Information Required Prior to the Conclusion of Contract)

Regulations 2000 ได้บัญญัติในเรื่องข้อมูลที่จำเป็นต้องแจ้งแก่ผู้บริโภคก่อนจะตกลงทำสัญญา ใน Regulation 7 (1) และ (2) เพื่อป้องกันการโต้แย้งโต้เถียงกันในภายหลัง ทั้งนี้โดยบัญญัติว่า ภายในระยะเวลาอันสมควรก่อนที่สัญญาจะเกิด ผู้ประกอบธุรกิจมีหน้าที่ต้องแจ้งข้อมูลดังต่อไปนี้<sup>13</sup> ให้ผู้บริโภคทราบ

- 1) ชื่อของผู้ประกอบธุรกิจ และในกรณีที่จะต้องมีการชำระราคาอย่างใด ๆ กันล่วงหน้า ก็จะต้องมีการแจ้งที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้แก่ผู้บริโภค
- 2) คำอธิบายลักษณะ คุณสมบัติ หรือรายละเอียดที่สำคัญของสินค้าหรือบริการ
- 3) ราคาของสินค้าหรือบริการ (รวมภาษี)
- 4) อัตราค่าจัดส่ง (ถ้ามี)
- 5) วิธีการชำระเงิน วิธีการจัดส่ง หรือวิธีการปฏิบัติตามสัญญา
- 6) ข้อความแจ้งสิทธิในการบอกเลิกสัญญา
- 7) อัตราค่าบริการการติดต่อสื่อสารระหว่างกัน (ในกรณีที่มีการคิดอัตราพิเศษแตกต่างจากอัตราปกติ)
- 8) ระยะเวลาการมีผลของคำเสนอหรือราคาที่เสนอหรือราคาของสินค้าหรือบริการที่ยังคงมีผลผูกพัน
- 9) ระยะเวลาการมีผลบังคับของสัญญา เช่น เป็นสัญญาบริการที่มีระยะเวลา 1 ปี

ในกรณีที่ผู้ประกอบธุรกิจมีความประสงค์จะสงวนสิทธิในการเปลี่ยนสินค้า หรือบริการทดแทนสินค้า หรือบริการที่ตกลงตามสัญญาเนื่องจากสินค้าหรือบริการเหล่านั้นไม่มีอยู่ หรือไม่สามารถหามาได้ กรณีเช่นนี้ ผู้ประกอบธุรกิจจำเป็นต้องแจ้งข้อความดังกล่าวให้ผู้บริโภคทราบก่อนที่จะมีการตกลงทำสัญญากัน นอกจากนั้น ในส่วนของค่าใช้จ่ายเรื่องการคืนสินค้าที่นำมาทดแทนดังกล่าวก็ต้องมีการระบุไว้อย่างชัดเจนว่าเป็นภาระของผู้ประกอบธุรกิจ ทั้งนี้ ยังกำหนดอีกว่า ข้อมูลต่างๆ ดังกล่าวข้างต้นที่จะต้องแจ้งแก่ผู้บริโภคนั้นจะต้องชัดเจน ไม่คลุมเครือเข้าใจง่าย

<sup>13</sup> ทิพยรัตน์ มุขวงศา. อ้างแล้ว. หน้า 26.

ภายใต้หลักความสุจริตในการทำธุรกรรมทางการค้าและโดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องคำนึงถึงหลักในเรื่อง ความคุ้มครองผู้บริโภคเป็นสำคัญ<sup>14</sup>

### 3.1.4 การยืนยันข้อมูลด้วยลายลักษณ์อักษร (Written and Additional Information)

Regulations 2000 ได้บัญญัติถึงการยืนยันข้อมูลต่างๆ ที่ผู้ประกอบการธุรกิจมีหน้าที่แจ้งต่อ ผู้บริโภคนั้นจะต้องทำเป็นลายลักษณ์อักษร หรือจัดทำด้วยวิธีใดวิธีหนึ่งที่มีผลเทียบเท่า ซึ่งบัญญัติไว้ใน Regulation 8 ซึ่งจะแตกต่างจากข้อมูลที่จำเป็นต้องแจ้งแก่ผู้บริโภคก่อนจะตกลงทำสัญญาตามที่ ได้กล่าวไว้ข้างต้น ซึ่งมีได้มีการกำหนดว่าจะต้องทำการแจ้งด้วยลายลักษณ์อักษรเพียงแต่บัญญัติว่า ต้องแจ้งให้ผู้บริโภคทราบเท่านั้น จะทำให้ทราบด้วยวิธีการใดไม่ใช่สาระสำคัญ แต่ในส่วนของ การยืนยันข้อมูลอีกครั้งหนึ่งเกิดขึ้นภายหลังจากที่มีการตกลงกันอย่างแน่นอนแล้วว่าจะทำสัญญากัน เหตุที่จำเป็นต้องมีการยืนยันข้อมูลอีกครั้งหนึ่ง เนื่องจากเพื่อให้เกิดความมั่นใจ และความเข้าใจ ที่ถูกต้องตรงกันระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจและผู้บริโภค จึงจำเป็นต้องกำหนดไว้อย่างชัดเจนว่า จะต้องทำเป็นลายลักษณ์อักษร หรือโดยวิธีใดๆ ที่มีผลเทียบเท่า โดยได้บัญญัติถึงข้อมูลที่จะต้องทำ การยืนยันดังกล่าวไว้ว่าจะต้องประกอบด้วย<sup>15</sup>

1) ข้อมูลชื่อของผู้ประกอบการธุรกิจ และในกรณีที่จะต้องมีการชำระราคาอย่างใด ๆ กันล่วงหน้า ก็จะต้องมีการแจ้งที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้แก่ผู้บริโภค คำอธิบายลักษณะ คุณสมบัติ หรือรายละเอียดที่สำคัญของสินค้าหรือบริการ ราคาของสินค้าหรือบริการ (รวมภาษี) อัตราค่าจัดส่ง (ถ้ามี)

2) ข้อมูลเกี่ยวกับเงื่อนไข และกระบวนการในการใช้สิทธิเลิกสัญญา

3) สถานที่ในการส่งเรื่องร้องทุกข์ คืนสินค้า หรือหนังสือบอกเลิกสัญญา

4) ข้อมูลเกี่ยวกับการบริการหลังการขาย หรือการรับประกันอย่างใด ๆ

5) หน้าที่ในการส่งคืนสินค้าคืนให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจในกรณีที่ผู้บริโภคใช้สิทธิเลิกสัญญา

(หากมีความประสงค์เช่นนั้น)

6) ข้อมูลเกี่ยวกับที่จะรับภาระค่าใช้จ่ายในการคืนสินค้า ในกรณีที่ผู้บริโภคใช้สิทธิเลิก สัญญา

การยืนยันข้อมูลดังกล่าวข้างต้นต่อผู้บริโภคนั้นจะต้องกระทำก่อนที่สัญญาจะเกิด หรือ อย่างช้าที่สุดก็ในเวลาที่จะส่งสินค้า หรือในกรณีที่เป็นการให้บริการก็ควรเป็นเวลาที่มีการปฏิบัติ ตามสัญญาส่วนในกรณีที่มีการส่งการยืนยันข้อมูลผ่านทาง “อิเล็กทรอนิกส์เมลล์หรือ อีเมลล์” นั้น จะถือได้หรือไม่ว่าเป็นการยืนยันข้อมูล โดยลายลักษณ์อักษรแล้วหรือจะถือว่าเป็นวิธีอื่นใดที่มีผล

<sup>14</sup> ทิพยรัตน์ มุขวงศา. อ้างแล้ว. หน้า 27.

<sup>15</sup> ทิพยรัตน์ มุขวงศา. อ้างแล้ว. หน้า 28.

เทียบเท่ากับลายลักษณ์อักษร ได้หรือไม่ในส่วนนี้ Regulations 2000 ค่อนข้างจะเปิดกว้างอย่างมาก ในส่วนของวิธีอื่นใดที่มีผลเทียบเท่ากับลายลักษณ์อักษร ดังนั้น จึงอาจจะถือว่าการยืนยันข้อมูลผ่านทาง “อีเมล” นั้น เป็นการใช่วิธีอื่นใดที่มีผลเทียบเท่ากับลายลักษณ์อักษรแล้ว แต่อย่างไรก็ตาม ประเด็นดังกล่าวเป็นเพียงแต่ความเห็นของนักกฎหมายเท่านั้นยังไม่ได้รับการยืนยันจากศาลแต่อย่างใด<sup>16</sup>

Regulation 8 ในเรื่องการยืนยันข้อมูลต่างๆ ที่ผู้ประกอบการธุรกิจมีหน้าที่แจ้งต่อผู้บริโภคนั้น จะต้องทำเป็นลายลักษณ์อักษร หรือจัดทำด้วยวิธีใดวิธีหนึ่งที่มีผลเทียบเท่า ไม่ใช่นับกับการให้บริการที่ผู้ประกอบการใช้วิธีการขาย โดยวิธีการสื่อสารโดยตรงต่อผู้บริโภคซึ่งอยู่ห่าง โดยระยะทางแต่ผู้ประกอบการจะต้องกระทำใดๆ ที่จำเป็นทั้งหมด เพื่อให้เกิดความมั่นใจกับผู้บริโภคว่าผู้บริโภคจะทราบถึงสถานที่อยู่ของผู้ประกอบการ และสามารถร้องเรียนปัญหาจากการใช้บริการได้<sup>17</sup>

### 3.1.5 สิทธิในการบอกเลิกสัญญา (Right to Cancel)

สิทธิในการบอกเลิกสัญญาในธุรกิจตลาดแบบตรงเป็นสิทธิพิเศษที่แตกต่างจากการบอกเลิกสัญญาในกรณีทั่วไป ทั้งนี้เนื่องจากว่าลักษณะของการทำการซื้อขายสินค้าหรือบริการในทางตลาดแบบตรงนั้น มีลักษณะที่พิเศษแตกต่างไปจากการซื้อขายปกติธรรมดา ดังนั้น จึงมีความจำเป็นต้องบัญญัติกฎหมายในส่วนของกรเลิกสัญญาให้มีลักษณะเป็นการ “ให้สิทธิแก่ผู้บริโภคแต่เพียงฝ่ายเดียวในการบอกเลิกสัญญา” ทั้งนี้โดยมีจุดเด่นตรงที่ผู้บริโภคผู้เป็นคู่สัญญาสามารถใช้สิทธิบอกเลิกสัญญาได้โดยไม่จำเป็นต้องมีเหตุ หรือเรียกอีกนัยหนึ่งว่าเป็นการใช้สิทธิเด็ดขาดฝ่ายเดียวโดยปราศจากเงื่อนไขในแง่ของเหตุแห่งการบอกเลิก หรือในต่างประเทศเรียกหลักการบอกเลิกสัญญานี้ว่า “Cooling off Period”<sup>18</sup>

สิทธิในการบอกเลิกสัญญาในธุรกิจตลาดแบบตรงตาม Regulations 2000 ได้บัญญัติไว้ใน Regulation 10 (1) โดยได้กำหนดไว้ว่า ภายใต้บังคับใน Regulation 13 และภายในระยะเวลาในการบอกเลิกสัญญาที่บัญญัติไว้ใน Regulation 11 และ 12 เมื่อผู้บริโภคได้มีการแจ้งการยกเลิกสัญญาไปยังผู้ประกอบการ หรือจากผู้ประกอบการไปยังผู้บริโภค ผู้ซึ่งได้รับการแจ้งยกเลิกสัญญาจะต้องดำเนินการเพื่อยกเลิกสัญญานั้น และผลของการยกเลิกสัญญานั้นตาม Regulation 10 (2)

<sup>16</sup> ทิพยรัตน์ มุขวงศา. อ้างแล้ว. หน้า 29.

<sup>17</sup> Regulations 2000. regulation 9-Services performed through the use of a means of distance communication.

<sup>18</sup> สุขุม สุภนิคย์. (2547). คำอธิบายการจัดจำหน่ายในระบบขายตรงและการทำตลาดแบบส่งข้อมูลถึงตัวผู้บริโภคโดยตรง ภายใต้พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545. กรุงเทพมหานคร: วิญญูชน. หน้า 56.

กำหนดไว้ว่า การยกเลิกสัญญา นั้น คู่สัญญาจะกลับไปสู่ฐานะเดิม เสมือนหนึ่งว่ามิได้มีการทำสัญญากันไว้เลย<sup>19</sup>

ตาม Regulations 2000 การแจ้งยกเลิกสัญญาจะแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษร หรือวิธีอื่นใดที่มีความแน่นอนเทียบเท่า ที่สามารถส่งถึงผู้ประกอบการ ซึ่งได้แสดงออกถึงความตั้งใจของผู้บริโภคที่จะยกเลิกสัญญานั้น โดยผู้บริโภคจะแจ้งหนังสือบอกเลิกสัญญาไว้ ณ ที่อยู่ของผู้ประกอบการที่ผู้บริโภคทราบ หรือส่งไปรษณีย์ไปยังที่อยู่ของผู้ประกอบการ หรือจะส่งทางโทรสาร (Fax) ไปยังผู้ประกอบการตามหมายเลขโทรสารของผู้ประกอบการ หรือส่งทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) ไปยังที่อยู่ทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการ (E-Mail Address)<sup>20</sup>

1) ระยะเวลาในการใช้สิทธิบอกเลิกสัญญาในกรณีสัญญาสำหรับสินค้า (Cancellation Period in The Case of Contracts for The Supply of Goods: Cooling off Period)

ระยะเวลาในการใช้สิทธิบอกเลิกสัญญาในกรณีสัญญาสำหรับสินค้าตาม Regulations 2000 ได้บัญญัติไว้ใน Regulation 11 ซึ่งสามารถแยกได้เป็น 2 กรณี ดังนี้

(1) กรณีที่ผู้ประกอบการได้ปฏิบัติตาม Regulation 8 ในเรื่องการยืนยันข้อมูลต่างๆ ที่ผู้ประกอบการมีหน้าที่แจ้งต่อผู้บริโภคนั้นจะต้องทำเป็นลายลักษณ์อักษร หรือจัดทำด้วยวิธีใดวิธีหนึ่งมีผลเทียบเท่า ระยะเวลาในการใช้สิทธิบอกเลิกสัญญา (Cooling off Period) ของผู้บริโภค ภายในระยะเวลา 7 วัน นับตั้งแต่วันถัดจากวันที่ผู้บริโภคได้รับสินค้า

(2) กรณีที่ผู้ประกอบการไม่ปฏิบัติตาม Regulation 8 ในเรื่องการยืนยันข้อมูลต่างๆ ที่ผู้ประกอบการมีหน้าที่แจ้งต่อผู้บริโภคนั้นจะต้องทำเป็นลายลักษณ์อักษร หรือจัดทำด้วยวิธีใดวิธีหนึ่งมีผลเทียบเท่าระยะเวลาในการใช้สิทธิบอกเลิกสัญญา (Cooling off Period) ของผู้บริโภคจะขยายออกเป็นภายในระยะเวลา 3 เดือน นับตั้งแต่วันถัดจากวันที่ผู้บริโภคได้รับสินค้า หรือภายในระยะเวลา 7 วัน นับตั้งแต่วันถัดจากวันที่ผู้บริโภคได้รับข้อมูลตาม Regulation 8 แล้ว<sup>21</sup>

2) ระยะเวลาในการใช้สิทธิบอกเลิกสัญญาในกรณีสัญญาสำหรับบริการ (Cancellation Period in The Case of Contracts for The Supply of Services: Cooling off Period)

ระยะเวลาในการใช้สิทธิบอกเลิกสัญญาในกรณีสัญญาสำหรับบริการตาม Regulations 2000 ได้บัญญัติไว้ใน Regulation 12 ซึ่งสามารถแยกได้เป็น 2 กรณีดังนี้

<sup>19</sup> Regulations 2000. regulation 10 (1),(2) – Right to cancel.

<sup>20</sup> Regulations 2000. regulation 10 (3),(4) – Right to cancel.

<sup>21</sup> Regulations 2000. regulation 11 – Cancellation period in the case of contracts for the supply of goods.



(1) กรณีที่ผู้ประกอบการปฏิบัติตาม Regulation 8 ในเรื่องการยืนยันข้อมูลต่างๆ ที่ผู้ประกอบการมีหน้าที่แจ้งต่อผู้บริโภคนั้นจะต้องทำเป็นลายลักษณ์อักษร หรือจัดทำด้วยวิธีใดวิธีหนึ่งที่มีผลเทียบเท่า ระยะเวลาในการใช้สิทธิบอกลีกสัญญา (Cooling off Period) ของผู้บริโภคภายในระยะเวลา 7 วัน นับตั้งแต่วันที่ถัดจากวันที่ทำสัญญา

(2) กรณีที่ผู้ประกอบการไม่ปฏิบัติตาม Regulation 8 ในเรื่องการยืนยันข้อมูลต่างๆ ที่ผู้ประกอบการมีหน้าที่แจ้งต่อผู้บริโภคนั้นจะต้องทำเป็นลายลักษณ์อักษร หรือจัดทำด้วยวิธีใดวิธีหนึ่งที่มีผลเทียบเท่า ระยะเวลาในการใช้สิทธิบอกลีกสัญญา (Cooling off Period) ของผู้บริโภคจะขยายออกเป็นภายในระยะเวลา 3 เดือน นับตั้งแต่วันที่ถัดจากวันที่ทำสัญญา หรือภายในระยะเวลา 7 วัน นับตั้งแต่วันที่ถัดจากวันที่ผู้บริโภคได้รับข้อมูลตาม Regulation 8 แล้ว<sup>22</sup>

### 3.1.6 ข้อยกเว้นในการใช้สิทธิบอกลีกสัญญา (Exceptions to the Right to Cancel)

ข้อยกเว้นในการใช้สิทธิบอกลีกสัญญาตาม Regulations 2000 ได้บัญญัติไว้ใน Regulation 13 โดยได้กำหนดไว้ว่า เว้นแต่คู่สัญญาจะกำหนดไว้เป็นอย่างอื่น ผู้บริโภคจะไม่มีสิทธิบอกลีกสัญญาตาม Regulation 10 ในกรณีสัญญา ดังต่อไปนี้

1) สัญญาที่เกี่ยวกับการบริการ และผู้ประกอบการได้เริ่มปฏิบัติการตามสัญญาไปแล้ว ก่อนสิ้นระยะเวลา Cooling off Period ภายใต้ Regulation 12

2) สัญญาที่เกี่ยวกับการซื้อขายสินค้าหรือบริการที่ราคาจะขึ้นลงตามราคาตลาด ที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของผู้ประกอบการ

3) สัญญาที่เกี่ยวกับการซื้อขายสินค้าที่ทำขึ้นเป็นพิเศษเพื่อผู้บริโภค โดยเฉพาะหรือเป็นสินค้าที่ใช้ในลักษณะเป็นการส่วนตัวเฉพาะบุคคล หรือเป็นสินค้าที่โดยสภาพเป็นของสละเสี้ง่าย หรือเป็นสินค้าที่โดยสภาพแล้วไม่อาจคืนแก่กันได้

4) สัญญาที่เกี่ยวกับการซื้อขายวิดีโอ คอมพิวเตอร์ซอฟต์แวร์ เทป ที่ได้ถูกเปิดผนึกโดยผู้บริโภค

5) สัญญาที่เกี่ยวกับการซื้อขาย หนังสือพิมพ์ วารสาร สิ่งพิมพ์ หรือนิตยสาร

6) สัญญาที่เกี่ยวกับการพนัน การเสี่ยงโชค ลอตเตอรี่<sup>23</sup>

### 3.1.7 การคืนเงินให้แก่ผู้บริโภคเมื่อผู้บริโภคใช้สิทธิบอกลีกสัญญา (Recovery of Sums Paid by or on Behalf of the Consumer on Cancellation)

ตาม Regulations 2000 ได้บัญญัติในเรื่องการคืนเงินของผู้ประกอบการให้แก่ผู้บริโภคเมื่อผู้บริโภคใช้สิทธิบอกลีกสัญญา ไว้ใน Regulation 14 โดยได้กำหนดไว้ว่าตามการใช้สิทธิ

<sup>22</sup> Regulations 2000. regulation 12 – Cancellation period in the case of contracts for the supply of services.

<sup>23</sup> ทิพยรัตน์ มุขยวงศา. อ่างแล้ว. หน้า 32.

บอกเลิกสัญญา ภายใต้ Regulation 10 ผู้ประกอบธุรกิจจะต้องชำระเงินคืนให้แก่ผู้บริโภคตามจำนวนเงินที่ผู้บริโภค จ่ายไป ภายในข้อกำหนดในสัญญา โดยไม่มีการคิดค่าใช้จ่ายอื่นๆ หรือคิดค่าใช้จ่ายอื่นๆ แต่ค่าใช้จ่ายอื่นๆ นั้นจะต้องน้อยกว่าค่าใช้จ่ายที่ผู้บริโภคได้จ่ายไปจริงตามราคาสินค้า ภายใต้ข้อกำหนดของสัญญา โดยการจ่ายเงินคืนให้แก่ผู้บริโภค เมื่อผู้บริโภคใช้สิทธิบอกเลิกสัญญานั้น อาจจ่ายโดยเจ้าหนี้ซึ่งไม่ได้เป็นบุคคลคนเดียวกับกับผู้ประกอบธุรกิจแต่อยู่ภายใต้เครดิตของเขา ตามที่ได้ตกลงไว้กับผู้บริโภคอีกด้วย<sup>24</sup>

ผู้ประกอบธุรกิจจะต้องชำระเงินคืนให้แก่ผู้บริโภค เมื่อผู้บริโภคใช้สิทธิบอกเลิกสัญญา โดยเร็วที่สุดเท่าที่จะทำได้ ภายในระยะเวลาไม่เกิน 30 วัน นับตั้งแต่วันที่ได้รับแจ้งสิทธิบอกเลิกสัญญา แต่อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบธุรกิจ จะคิดค่าใช้จ่ายอื่นๆ ได้ หากผู้บริโภคไม่ได้ดำเนินการคืนสินค้า ภายในระยะเวลาที่กำหนด และใช้สิทธิบอกเลิกสัญญาไม่เป็นไปตามบทบัญญัติของ Regulations 2000 แต่ค่าใช้จ่ายอื่นๆ นั้น จะต้องไม่เกินค่าใช้จ่ายที่ผู้บริโภคได้จ่ายไปจริงตามราคาสินค้าภายใต้ข้อกำหนดของสัญญา<sup>25</sup>

### 3.1.8 การคืนสินค้าของผู้บริโภค เมื่อผู้บริโภคใช้สิทธิบอกเลิกสัญญา (Restoration of Goods by Consumer after Cancellation)

ตาม Regulations 2000 ได้บัญญัติในเรื่องการคืนสินค้าของผู้บริโภค เมื่อผู้บริโภคใช้สิทธิบอกเลิกสัญญา ไว้ใน Regulation 17 โดยได้กำหนดไว้ว่า ในกรณีก่อนที่ผู้บริโภคจะใช้สิทธิบอกเลิกสัญญา หากสินค้าได้อยู่ในความครอบครองของผู้บริโภคแล้ว ผู้บริโภคมีหน้าที่ที่จะต้องดูแลรักษาสินค้าที่อยู่ในความครอบครองของตนตามความเหมาะสม และเมื่อผู้บริโภคใช้สิทธิบอกเลิกสัญญา ผู้บริโภคมีหน้าที่ที่จะต้องร้องขอคืนสินค้านั้นไปยังผู้ประกอบธุรกิจ แต่ผู้บริโภคไม่มีหน้าที่ในการจัดส่งสินค้าไปยังผู้ประกอบธุรกิจ หากว่าผู้ประกอบธุรกิจไม่มีข้อมูลให้แก่ผู้บริโภคที่จะสามารถร้องขอคืนสินค้าจากผู้ประกอบธุรกิจเป็นลายลักษณ์อักษร หรือจัดทำด้วยวิธีใดวิธีหนึ่งมีผลเทียบเท่า ก่อนหรือขณะที่สินค้านั้นอยู่ในความครอบครองของผู้บริโภค<sup>26</sup>

เมื่อผู้บริโภคได้ส่งมอบสินค้าไปยังผู้ประกอบธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็สถานที่ของผู้บริโภคเอง หรือสถานที่อื่นๆ หรือจัดส่งสินค้าไปยังผู้ประกอบธุรกิจ โดยผู้บริโภคเป็นผู้ออกค่าใช้จ่าย ผู้บริโภคจะหลุดพ้นจากหน้าที่ที่จะต้องดูแลรักษาสินค้าที่อยู่ในความครอบครองของตน หรือจากสิทธิในการขอคืนสินค้าจากผู้ประกอบธุรกิจ<sup>27</sup>

<sup>24</sup> Regulations 2000. regulation 14 (1), (2) – Recovery of Sums Paid by or on Behalf of The Consumer on Cancellation.

<sup>25</sup> Regulations 2000. regulation 14 (3), (5) – Recovery of Sums Paid by or on Behalf of The Consumer on Cancellation.

<sup>26</sup> Regulations 2000. regulation 17 (1)-(4) – Restoration of goods by consumer after cancellation.

<sup>27</sup> Regulations 2000. regulation 17 (5) – Restoration of goods by consumer after cancellation.

### 3.1.9 การปฏิบัติตามสัญญา (Performance of the Contract)

การปฏิบัติหน้าที่ตามสัญญานั้น Regulations 2000 มุ่งควบคุมด้านการปฏิบัติหน้าที่ของผู้ประกอบธุรกิจ โดยใน Regulation 19 ได้กำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจต้องปฏิบัติหน้าที่ของตนตามสัญญาภายในระยะเวลาอย่างช้าที่สุดไม่เกิน 30 วัน นับถัดจากวันที่ผู้บริโภคได้ส่งคำสั่งซื้อสินค้าหรือบริการเว้นแต่คู่สัญญาจะตกลงกันเป็นอย่างอื่น

ในกรณีที่ผู้ประกอบธุรกิจไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ตามสัญญาได้ไม่ว่าจะด้วยเหตุใด ผู้ประกอบธุรกิจมีหน้าที่ต้องทำการแจ้งต่อผู้บริโภค พร้อมทั้งคืนเงินอย่างใดที่ผู้บริโภคได้ชำระไปอย่างรวดเร็วที่สุดเท่าที่จะทำได้ หรืออย่างช้าต้องไม่เกิน 30 วัน นับแต่วันที่ระยะเวลาที่กำหนดให้ปฏิบัติภารกิจชำระหนี้สิ้นสุดลง<sup>28</sup>

นอกจากนี้ ในกรณีที่ผู้ประกอบธุรกิจไม่สามารถส่งมอบสินค้า หรือให้บริการตามที่ตกลงกันไว้ได้ กรณีเช่นนี้ผู้ประกอบธุรกิจอาจทำการเสนอเพื่อขอส่งมอบสินค้า หรือให้บริการอย่างอื่นที่มีคุณภาพและราคาเท่าเทียมกันกับสินค้า หรือบริการตามสัญญาต่อผู้บริโภคได้ แต่อย่างไรก็ตาม การจะเป็นเช่นนี้ได้ต้องปรากฏว่ามีการกำหนดเงื่อนไขดังกล่าวไว้ในสัญญา หรือสัญญามีได้ระบุห้ามไว้เท่านั้น<sup>29</sup>

### 3.1.10 ผลของการไม่ปฏิบัติตาม Regulations 2000

Regulations 2000 ฉบับนี้ได้บัญญัติเกี่ยวกับการกระทำอย่างใด ๆ ที่ไม่สอดคล้องกับกฎหมายฉบับนี้ไว้ใน Regulation 25 โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องที่คู่สัญญาตกลงกำหนดเงื่อนไขในสัญญาในลักษณะที่ขัดแย้ง หรือไม่สอดคล้องกับบทบัญญัติของกฎหมายว่า จะส่งผลให้เงื่อนไขดังกล่าวกลายเป็นโมฆะ กล่าวคือ ไม่มีผลบังคับใช้แต่อย่างใด<sup>30</sup>

## 3.2 กฎหมายของสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี

กฎหมายของเยอรมันที่มีผลบังคับเกี่ยวกับธุรกิจตลาดแบบตรง (Distance Sales, Teleshopping Sales) คือ กฎหมายแพ่งและพาณิชย์ของเยอรมัน (BGB: German Civil Code)<sup>31</sup> ซึ่งมีลักษณะเป็นกฎหมายทั่วไป มิได้มีลักษณะเช่นเดียวกับ Regulations 2000 ของประเทศอังกฤษที่บัญญัติไว้ เป็นกฎหมายเฉพาะ ซึ่งกฎหมายดังกล่าว มีสาระสำคัญ ดังนี้

<sup>28</sup> ทิพรัตน์ มุขวงศา. อ้างแล้ว. หน้า 33.

<sup>29</sup> ทิพรัตน์ มุขวงศา. อ้างแล้ว. หน้า 33.

<sup>30</sup> ทิพรัตน์ มุขวงศา. อ้างแล้ว. หน้า 34.

<sup>31</sup> Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz. (2013). *German Civil Code BGB*. (Online). Available: [http://www.gesetze-im-internet.de/englisch\\_bgb/](http://www.gesetze-im-internet.de/englisch_bgb/). [2013, July 7].

### 3.2.1 คำนิยามศัพท์

กฎหมายแพ่งและพาณิชย์ของเยอรมัน (BGB: German Civil Code) ได้บัญญัติประเภทของการขายที่มีลักษณะเฉพาะอยู่ในหมวดที่ 2 ซึ่งมีทั้ง “ขายตรง” และ “ตลาดแบบตรง” โดยได้ให้คำนิยามของสัญญาที่เกิดขึ้น โดยระยะทางอันเป็นลักษณะของธุรกิจตลาดแบบตรงไว้ในมาตรา 312 b (1) ดังนี้

“สัญญาโดยระยะทาง (Distance Contracts) หมายความว่า สัญญาสำหรับการจัดหาสินค้าหรือการให้บริการ รวมถึงบริการทางการเงิน ซึ่งทำขึ้นระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจกับผู้บริโภคเป็นการเฉพาะ โดยการใช้วิธีการสื่อสารที่อยู่ห่างกันโดยระยะทาง ยกเว้นกรณีที่มีการเข้าทำสัญญาไม่ได้เกิดขึ้นในบริบทของการขาย การให้บริการสำหรับการขายที่อยู่ห่างกันโดยระยะทาง”

ในมาตรา 312 b (2) ได้บัญญัติคำนิยาม “การสื่อสาร โดยระยะทาง (Distance Communication) หมายความว่า การสื่อสารที่สามารถมองเห็นได้ หรือสามารถแสดงเจตนาในการตัดสินใจเข้าทำสัญญาระหว่างผู้บริโภคกับผู้ประกอบการธุรกิจโดยปราศจากการปรากฏตัวของคู่สัญญา เช่น ในกรณีรูปแบบของจดหมาย แคตตาล็อก โทรศัพท์ โทรสาร อีเมล วิทยุโทรทัศน์และบริการทางสื่อต่างๆ”<sup>32</sup>

### 3.2.2 ขอบเขตการบังคับใช้

กฎหมายแพ่งและพาณิชย์ของเยอรมัน (BGB: German Civil Code) จะบังคับใช้กับสัญญาที่เกิดขึ้นระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจกับผู้บริโภคที่อยู่ห่างโดยระยะทาง แต่มิใช่ว่าสัญญาที่เกิดขึ้นในลักษณะที่คู่สัญญาอยู่ห่างโดยระยะทางทุกชนิดจะอยู่ภายใต้กฎหมายฉบับนี้ ยังมีสัญญาบางชนิดที่ถูกกำหนดเป็นข้อยกเว้นไม่ต้องอยู่ภายใต้บังคับของ BGB ซึ่งบัญญัติไว้ในมาตรา 312 b (3) ดังนี้<sup>33</sup>

- 1) สัญญาที่เกี่ยวกับการเรียนรู้ทางไกล (มาตรา 1 ของพระราชบัญญัติการคุ้มครองผู้เข้าร่วมศึกษาทางไกล (Distance Learning Protection Act)
- 2) สัญญาที่เกี่ยวข้องกับ Time sharing จองสถานที่พักในวันหยุดและสัญญานายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ หรือสัญญาระบบการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ
- 3) สัญญาที่เกี่ยวข้องกับการบริการทางการเงิน โดยเฉพาะในส่วนของธุรกรรมของธนาคาร การบริการด้านการเงินการลงทุน การประกันภัย
- 4) สัญญาที่เกี่ยวกับการโอนย้ายอสังหาริมทรัพย์ หรือสิทธิในอสังหาริมทรัพย์ การก่อให้เกิด การโอน และการยกเลิกของสิทธิเหนือที่ดิน หรือสิทธิในอสังหาริมทรัพย์อื่นใด ตลอดจนการก่อสร้างอาคารต่างๆ

<sup>32</sup> สิริทิพย์ แสงทอง. (2549). การคุ้มครองผู้บริโภคตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545. วิทยานพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. หน้า 132.

<sup>33</sup> เรื่องเดียวกัน, หน้า 132-133.

5) สัญญาเกี่ยวกับการจัดส่งอาหาร เครื่องดื่ม หรือสินค้าอื่นใดที่เป็นสินค้าอุปโภคบริโภคประจำวัน ที่จัดส่งถึงบ้านพัก หรือที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค หรือสถานที่ทำงานที่เป็นปกติธุระ

6) สัญญาที่เกี่ยวกับการให้บริการด้านที่พัก การขนส่ง การจัดส่งอาหารและเครื่องดื่ม หรือบริการสนทนาการ ซึ่งเป็นสัญญาที่มีการกำหนดบริการเหล่านี้ไว้ในวันที่ระบุ หรือภายในช่วงเวลาที่เหมาะสม

7) สัญญาที่เกิดจากการใช้งานของเครื่องจำหน่ายอัตโนมัติ หรือธุรกิจแบบอัตโนมัติ หรือ สัญญาที่เกิดจากการจัดการในความหมายของการสื่อสารบนพื้นฐานของการใช้โทรศัพท์สาธารณะ

### 3.2.3 ข้อมูลที่จำเป็นต้องแจ้งแก่ผู้บริโภคในสัญญาโดยระยะทาง (Giving Information to a Consumer in Distance Contracts)

กฎหมายแพ่งและพาณิชย์ของเยอรมัน (BGB: German Civil Code) ได้บัญญัติในเรื่องข้อมูลที่จำเป็นต้องแจ้งแก่ผู้บริโภคในสัญญาโดยระยะทาง ไว้ในมาตรา 312 c ดังนี้<sup>34</sup>

1) ผู้ประกอบธุรกิจจะต้องให้ข้อมูลต่างๆ แก่ผู้บริโภค ในสัญญาโดยระยะทาง ด้วยวิธีการสื่อสารที่อยู่ห่างกันโดยระยะทางที่เหมาะสม ชัดเจนและเข้าใจได้ โดยแจ้งวัตถุประสงค์ของธุรกิจที่มีอยู่ด้วยก่อนการกระทำใดๆ ที่แสดงถึงการตกลงเข้าร่วมทำสัญญาของผู้บริโภคภายใต้มาตรา 246 (1) และ (2) ของพระราชบัญญัติเบื้องต้นของประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์เยอรมัน (Introductory Act to The German Civil Code)<sup>35</sup> ข้อมูลต่างๆ ที่ต้องแจ้งแก่ผู้บริโภค มีดังต่อไปนี้

(1) ข้อมูลที่มีลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบธุรกิจ ชื่อของผู้ประกอบธุรกิจ เลขทะเบียนนิติบุคคลของผู้ประกอบธุรกิจ

(2) ข้อมูลที่มีลักษณะเฉพาะของตัวแทนของผู้ประกอบธุรกิจ

(3) ข้อมูลที่อยู่ของผู้ประกอบธุรกิจ หรือที่อยู่อื่นๆ ที่มีความสัมพันธ์ในทางธุรกิจ หรือที่อยู่ของตัวแทนของผู้ประกอบธุรกิจ

(4) รายละเอียดที่สำคัญของสินค้าหรือบริการ ตลอดจนข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับวิธีการเข้าทำสัญญา

(5) ระยะเวลาขั้นต่ำของสัญญา ถ้าหากในสัญญามีการกำหนดไว้เช่นนั้น

(6) ข้อมูลเกี่ยวกับการจองสินค้าหรือบริการ

<sup>34</sup> สิริทิพย์ แสงทอง. อ้างแล้ว. หน้า 134.

<sup>35</sup> Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz. (2013). *German Civil Code BGB*. (Online). Available: [http://www.gesetze-im-internet.de/englisch\\_bgb/](http://www.gesetze-im-internet.de/englisch_bgb/). [2013, July 7].

(7) ราคาของสินค้าหรือบริการ รวมภาษีและค่าดำเนินการต่างๆ ทั้งหมดหากไม่สามารถระบุราคาที่แน่นอนได้ ให้แจ้งราคาเพื่อให้ผู้บริโภคได้ตรวจสอบราคาของสินค้าหรือบริการนั้น

(8) ค่าใช้จ่ายในการขนส่ง รวมภาษี

(9) วิธีการชำระเงิน ส่งมอบสินค้า หรือการปฏิบัติตามสัญญา

(10) สิทธิในการบอกเลิกสัญญา ผลในทางกฎหมายของการบอกเลิกสัญญา รวมทั้งข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนเงินที่ผู้บริโภคจะต้องจ่ายในกรณีที่ผู้บริโภคใช้สิทธิบอกเลิกสัญญา

(11) ค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมที่ผู้บริโภคต้องจ่ายสำหรับการใช้วิธีการสื่อสารที่อยู่ห่าง โดยระยะทาง ซึ่งค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมดังกล่าว ผู้ประกอบธุรกิจต้องออกใบแจ้งหนี้ให้แก่ผู้บริโภค

(12) ข้อจำกัดต่างๆ เช่น ข้อจำกัดของการให้บริการ ข้อจำกัดของข้อเสนอต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในแง่ของราคาสินค้าหรือบริการ

2) ในกรณีการติดต่อสื่อสารทางโทรศัพท์ ผู้ประกอบธุรกิจจะต้องแจ้งแสดงตัวของผู้ประกอบธุรกิจแก่ผู้บริโภค และวัตถุประสงค์ในทางการค้าในการโทรศัพท์หาผู้บริโภค จะต้องกระทำอย่างชัดเจนและเปิดเผยตั้งแต่บทสนทนาแรกที่พูดกับผู้บริโภค

3) ในกรณีการให้บริการทางการเงิน ผู้บริโภคอาจต้องการเวลาในช่วงระยะเวลาของสัญญา ซึ่งผู้ประกอบธุรกิจจะต้องจัดการให้ผู้บริโภคทราบเงื่อนไขของสัญญา รวมทั้งมาตรฐานของเงื่อนไขในการให้บริการ ในรูปแบบของเอกสาร

**3.2.4 สิทธิในการบอกเลิกสัญญาและสิทธิในการคืนสินค้าหรือบริการในสัญญาโดยระยะทางของผู้บริโภค (Right of Revocation and Right of Return in Distance Contracts)**

กฎหมายแพ่งและพาณิชย์ของเยอรมัน (German Civil Code: BGB) ได้กำหนดสิทธิในการบอกเลิกสัญญาและสิทธิในการคืนสินค้าหรือบริการในสัญญาที่เกิดโดยระยะทางไว้ในมาตรา 312 d (1)-(3) ดังนี้<sup>36</sup>

1) ในสัญญาโดยระยะทาง ผู้บริโภคมีสิทธิบอกเลิกสัญญาภายใต้ มาตรา 355 สำหรับสัญญาเกี่ยวกับสินค้า ผู้บริโภคมีสิทธิคืนสินค้าภายใต้ มาตรา 356 ซึ่งผู้บริโภคมีสิทธิที่จะบอกเลิกสัญญาโดยการจะต้องแจ้งแก่ผู้ประกอบธุรกิจด้วยหนังสือเป็นลายลักษณ์อักษร หรือโดยการคืนสินค้าภายใน 14 วัน โดยระยะเวลาเริ่มนับตั้งแต่ผู้บริโภคได้รับแจ้งสิทธิที่มีในการบอกเลิกสัญญา และ ในกรณีสัญญาในการจัดส่งสินค้า ผู้บริโภคอาจจะได้รับความยินยอมให้มีสิทธิในการคืนสินค้าแทนสิทธิในการบอกเลิกสัญญา

<sup>36</sup> ศิริทิพย์ แสงทอง. อ้างแล้ว. หน้า 135.

2) ระยะเวลาในการใช้สิทธิบอกเลิกสัญญาของผู้บริโภคจะยังไม่เริ่มนับ จนกว่าผู้ประกอบการจะได้อัดฉีดข้อมูลที่เป็นให้แก่ผู้บริโภคตามมาตรา 246 (1) และ (2) ของพระราชบัญญัติเบื้องต้นของประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์เยอรมัน และระยะเวลา 14 วันในการใช้สิทธิดังกล่าว จะขยายออกไปเป็น 1 เดือน จนกว่าผู้ประกอบการจะมีการแจ้งข้อมูลดังกล่าว

ในกรณีสัญญาเกี่ยวกับสินค้า ผู้ประกอบการจะต้องแจ้งข้อมูลที่เป็นให้แก่ผู้บริโภค ก่อนที่สินค้าจะถูกจัดส่งถึงมือผู้บริโภค มิฉะนั้นระยะเวลาในการใช้สิทธิบอกเลิกสัญญาจะยังไม่เริ่มนับ

ในกรณีสัญญาเกี่ยวกับบริการ ผู้ประกอบการจะต้องแจ้งข้อมูลที่เป็นให้แก่ผู้บริโภค ก่อนสัญญาเกิดขึ้นมิฉะนั้น ระยะเวลาในการใช้สิทธิบอกเลิกสัญญาจะยังไม่เริ่มนับ

3) ในกรณีของการบริการของสัญญาโดยระยะทาง สิทธิในการบอกเลิกสัญญาจะหมดไปเมื่อผู้ประกอบการได้เริ่มที่จะให้บริการตามความยินยอมอย่างชัดแจ้งของผู้บริโภคก่อนจะสิ้นสุดระยะเวลาในการบอกเลิกสัญญา หรือเมื่อผู้บริโภคได้เปิดโอกาสให้มีการกระทำเช่นนั้น

### 3.2.5 ข้อยกเว้นของการใช้สิทธิบอกเลิกสัญญาของผู้บริโภค

การใช้สิทธิในการบอกเลิกสัญญาโดยระยะทางที่เรียกว่า “ตลาดแบบตรง” กฎหมายแพ่งและพาณิชย์ของเยอรมัน (BGB: German Civil Code) ได้บัญญัติไว้ใน มาตรา 312 d (4) ซึ่งผู้บริโภคไม่สามารถใช้สิทธิบอกเลิกสัญญาได้ในกรณีสัญญา ดังต่อไปนี้<sup>37</sup>

1) กรณีสัญญาที่เกิดโดยระยะทางที่เป็นสัญญาสำหรับการจัดส่งสินค้าที่ผู้บริโภคระบุเป็นการเฉพาะเจาะจง หรือมีการระบุลักษณะของสินค้าที่ชัดเจน หรือโดยสภาพตามเหตุผลทางธรรมชาติไม่สามารถที่จะคืนสินค้า หรือสินค้านั้นมีแนวโน้มที่จะเสื่อมได้ หรือสินค้าที่หมดอายุได้อย่างรวดเร็ว หรือสินค้านั้นมีอายุเกินกว่าระยะเวลาที่จะบริโภคได้

2) สัญญาที่เกี่ยวกับการซื้อและการจัดส่งเครื่องเสียง หรือเทปบันทึก หรือซอฟต์แวร์

3) สัญญาการจัดส่งหนังสือพิมพ์ นิตยสารรายปักษ์-รายสัปดาห์ และแม่กาซิ่นต่างๆ เว้นแต่ผู้บริโภคยอมรับสัญญาดังกล่าวทางโทรศัพท์

4) สัญญาการพนันขันต่อ หรือสลากกินแบ่งต่างๆ เว้นแต่ ผู้บริโภคยอมรับสัญญาดังกล่าวทางโทรศัพท์

5) สัญญาที่เกิดจากการเข้าทำสัญญาอันเกิดจากการประมูล

### 3.2.6 วิธีการใช้สิทธิในการบอกเลิกสัญญาและสิทธิในการคืนสินค้าของผู้บริโภค

สิทธิในการบอกเลิกสัญญาโดยระยะทางหรือตลาดแบบตรงของผู้บริโภคจะต้องเป็นสิทธิที่ขอบด้วยกฎหมายให้มีสิทธิที่จะบอกสัญญาภายใต้บทบัญญัตินี้ ส่งผลให้ผู้บริโภคไม่ต้องผูกพัน

<sup>37</sup> ศิริทิพย์ แสงทอง. อ้างแล้ว. หน้า 135.

ตามสัญญาที่ตนแสดงเจตนาเข้าทำสัญญา ถ้าผู้บริโภคมอบเลิกสัญญาในระยะเวลาที่กำหนดไว้ และการบอกเลิกสัญญาไม่จำเป็นต้องแสดงหลักฐานหรือเหตุผลใดๆ ซึ่งกระทำได้โดยการแจ้งแก่ผู้ประกอบการธุรกิจเป็นหนังสือ หรือโดยการคืนสินค้าภายใน 14 วัน นับตั้งแต่ผู้บริโภคได้รับแจ้งสิทธิในการบอกเลิกสัญญา ซึ่งต้องทำการส่งหนังสือแสดงเจตนาบอกเลิกสัญญาตามระยะเวลาที่กำหนด ตามมาตรา 355 (1) และ (2)

ระยะเวลาในการบอกเลิกสัญญาเริ่มต้นเมื่อผู้บริโภคได้รับการแจ้งข้อมูลที่จำเป็นให้แก่ผู้บริโภคตามมาตรา 246 ของพระราชบัญญัติเบื้องต้นของประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ เยอรมันและได้รับการแจ้งสิทธิบอกเลิกสัญญาเป็นหนังสือ ซึ่งจะต้องมีการแจ้งถึงชื่อและที่อยู่ของบุคคลที่จะทำการบอกเลิกสัญญาแก่ผู้บริโภค กรณีสัญญาที่ทำเป็นหนังสือ ระยะเวลาในการบอกเลิกสัญญาจะยังไม่เริ่มจนกว่าผู้บริโภคจะได้รับรู้ถึงเงื่อนไขของเอกสารสัญญา หรือสำเนาของเอกสารสัญญา และกรณีไม่แจ้งข้อมูลที่จำเป็นให้แก่ผู้บริโภคตามมาตรา 246 ของพระราชบัญญัติเบื้องต้นของประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์เยอรมันหรือกรณีที่ไม่ได้มีการจัดส่งเอกสารหรือการแจ้งแก่ผู้บริโภคถึงเอกสารการซื้อขาย รวมถึงสิทธิในการบอกเลิกสัญญา ผู้บริโภคมีสิทธิในการบอกเลิกสัญญาได้ ภายใน 6 เดือน กล่าวคือ สิทธิในการบอกเลิกสัญญายุติลงภายใน 6 เดือน หลังจากที่มีการเกิดของสัญญา ซึ่งในกรณีการจัดส่งสินค้า ระยะเวลายังไม่เริ่มนับก่อนวันที่สินค้าส่งถึงผู้รับตาม มาตรา 355 (3)-(4)<sup>38</sup>

สิทธิในการคืนสินค้าของผู้บริโภค จะต้องเป็นสิทธิที่ชอบด้วยกฎหมาย ทั้งนี้กรณีการสั่งซื้อสินค้าจากแคตตาล็อก ผู้บริโภคมีสิทธิในการคืนสินค้า ในกรณีที่แคตตาล็อกแสดงสินค้า มีการระบุอย่างชัดเจนเกี่ยวกับสิทธิในการคืนสินค้า และผู้บริโภคได้เข้าใจในรายละเอียดของสัญญา ซึ่งผู้บริโภคสามารถใช้สิทธิในการคืนสินค้า โดยการแจ้งเป็นหนังสือแก่ผู้ประกอบการธุรกิจ และสิทธิในการคืนสินค้าสามารถที่จะปฏิบัติได้ในระยะเวลาในการบอกเลิกสัญญา ซึ่งจะต้องไม่เริ่มก่อนที่ ได้รับสินค้า และกระทำแก่โดยการคืนสินค้า หรือถ้าไม่สามารถส่งคืนได้อย่างรวดเร็วเป็นพัสดุหีบห่อ สามารถเรียกร้องให้ผู้ประกอบการธุรกิจมารับสินค้ากลับคืนตามมาตรา 356<sup>39</sup>

### 3.2.7 ผลภายหลังการใช้สิทธิบอกเลิกสัญญา

การใช้สิทธิในการบอกเลิกสัญญาและการคืนสินค้าของผู้บริโภค มีผลทางกฎหมายทำให้สัญญาเป็นอันยุติลง เมื่อผู้บริโภคแสดงเจตนาในการบอกเลิกสัญญา หรือในการคืนสินค้า ซึ่งจะส่งผลให้คู่สัญญากลับคืนสู่ฐานะเดิม โดยที่ผู้บริโภคไม่ต้องรับภาระในเรื่องค่าใช้จ่ายใดๆ และส่งผลให้การเรียกร้องใดๆ ตามกฎหมายเป็นอันยุติลง ซึ่งในกรณีที่ผู้บริโภคใช้สิทธิในการบอกเลิกสัญญา

<sup>38</sup> ศิริทิพย์ แสงทอง. อ้างแล้ว. หน้า 138.

<sup>39</sup> ศิริทิพย์ แสงทอง. อ้างแล้ว. หน้า 139.



ผู้บริโภคมียหน้าที่ผูกพันที่จะต้องคืนสินค้าแก่ผู้ประกอบการธุรกิจถ้าสามารถจัดส่งคืนเป็นพัสดุหีบห่อได้ ค่าเสียหายและความเสี่ยงในการคืนสินค้านั้น ผู้ประกอบการธุรกิจเป็นผู้รับภาระในกรณีบอกลีกสัญญา และการคืนสินค้า ถ้าสิทธิในการบอกลีกสัญญายังคงมีอยู่ ค่าส่งคืนอาจถูกจัดเก็บภาษีตามสัญญาจากผู้บริโภค ซึ่งมูลค่าในการสั่งซื้อต้องไม่เกิน 40 ยูโร เว้นแต่ สินค้าที่ถูกส่งมานั้น ไม่ถูกต้องตรงกับสินค้าที่ได้ส่งไป แต่ทั้งนี้ผู้บริโภคจะต้องจ่ายค่าชดเชยเกี่ยวกับความเสียหายในการใช้สินค้า เว้นแต่ผู้บริโภคได้ใช้ความระมัดระวังและมีเหตุอันสมควร และเป็น การตรวจสอบสินค้าอย่างเหมาะสม ตามมาตรา 357 นอกจากนี้ การใช้สิทธิในการบอกลีกสัญญาของผู้บริโภคยังมีผลเป็นการยุติสัญญาที่เชื่อมโยงกับสัญญาซื้อขายดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นสัญญาในการจัดส่งสินค้า หรือการกระทำใดๆ ที่เกี่ยวกับสัญญาคู่สมของผู้บริโภคตามมาตรา 358<sup>40</sup>

### 3.2.8 กฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้องในการกำกับดูแลธุรกิจตลาดแบบตรง

กฎหมายของสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนีในการกำกับดูแลธุรกิจตลาดแบบตรง จะมีกฎหมายว่าด้วยการป้องกันการแข่งขันทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม ค.ศ. 1909<sup>41</sup> (Against Unfair Competition Law) หรือ มีชื่อย่อที่เรียกว่า (UWG) เข้ามาควบคุมสื่อโฆษณาที่กระทำผ่านสื่อต่างๆ และกฎหมายว่าด้วยการแข่งขันทางการค้าว่าด้วยการประกอบกิจการในรูปแบบ Teleshopping ต้องอยู่ภายใต้หลักเกณฑ์ของกฎหมายว่าด้วยการแข่งขันทางการค้า ซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค และการคุ้มครองการแข่งขันทางการค้า โดยมีหลักกฎหมาย ดังนี้<sup>42</sup>

1) กฎหมายว่าด้วยการป้องกันการแข่งขันทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม ค.ศ. 1909 (Against Unfair Competition Law) (UWG) มาตรา 1 “บุคคลซึ่งประกอบกิจการธุรกิจการค้าโดยมีวัตถุประสงค์ในการแข่งขันใดได้ดำเนินกิจการไป โดยขัดกับประเพณีที่ดงามทางการค้า อาจถูกฟ้องร้องให้ระงับหรือเลิกประกอบกิจการและถูกฟ้องร้องให้ชดเชยค่าเสียหายได้”

ทั้งนี้ มาตรา 1 (UWG) เป็นการบัญญัติห้ามถึงการประกอบกิจการค้าในลักษณะที่เป็นการขัดต่อประเพณีทางการค้า กล่าวคือ โฆษณาดังกล่าวจะต้องเป็น โฆษณาที่ไม่มีลักษณะเป็นการบังคับซื้อทางจิตใจ และต้องไม่มีลักษณะเป็นการห้าม หรือการขัดขวางการแข่งขันทางการค้า และโฆษณจะต้องให้ข้อมูลที่ เป็นข้อเท็จจริง และ ไม่ทำให้เกิดความเข้าใจผิดแก่ผู้บริโภค

2) กฎหมายว่าด้วยการป้องกันการแข่งขันทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม ค.ศ. 1909 (Against Unfair Competition Law) (UWG) มาตรา 3 “บุคคลที่ประกอบธุรกิจ โดยมีวัตถุประสงค์ใน

<sup>40</sup> ศิริทิพย์ แสงทอง. อ้างแล้ว. หน้า 140-141.

<sup>41</sup> Mark Obrebalski. (2004). *Synopse Zum UWG*. (Online). Available: <http://www.rechtliches.de/gesetze/UWG/UWG-Synopse.html>. [2013, July 7].

<sup>42</sup> ศิริทิพย์ แสงทอง. อ้างแล้ว. หน้า 143-145.

การแข่งขันใดได้ให้ข้อมูลในลักษณะหรือในทางที่ทำให้เกิดความหลงผิดเกี่ยวกับความสัมพันธ์หรือความผูกพันทางสัญญา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องที่เกี่ยวกับสภาพ คุณสมบัติ แหล่งที่มา ลักษณะหรือวิธีในการผลิต หรือการกำหนดราคาของสินค้าหรือการให้บริการ หรือข้อเสนอของสัญญาในเรื่องเกี่ยวกับรายการราคาสินค้า ในเรื่องเกี่ยวกับลักษณะของการส่งมอบหรือแหล่งส่งมอบสินค้า ในเรื่องเกี่ยวกับการเป็นผู้ครอบครองเครื่องหมายการค้า ในเรื่องเกี่ยวกับโอกาสหรือจุดประสงค์ของการขายหรือเกี่ยวกับปริมาณ หรือจำนวนของอะไหล่สินค้า บุคคลนั้นอาจถูกฟ้องให้ระงับการให้ข้อมูลดังกล่าวได้”

ทั้งนี้ ตามมาตรา 3 (UWG) โฆษณาจะต้องให้ข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริง และไม่ทำให้เกิดความเข้าใจผิดแก่ผู้บริโภคตามที่บัญญัติไว้ใน มาตรา 3 (UWG) ข้างต้น ซึ่งเป็นบทบัญญัติที่มีวัตถุประสงค์เพื่อคุ้มครองประเพณีที่ดีงามในการประกอบธุรกิจ คุ้มครองผู้บริโภคและประโยชน์สาธารณะไม่ให้เกิดความเข้าใจผิดเกี่ยวกับการโฆษณาขายสินค้า ตลอดจนคุ้มครองผู้ประกอบการรายอื่นๆ ด้วย

3) กฎหมายว่าด้วยการป้องกันการแข่งขันทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม ค.ศ. 1909 (Against Unfair Competition Law) (UWG) มาตรา 6c การห้ามโฆษณาหลอกล้ำในลักษณะก้าวหน้า (Progressive Advertising) “บุคคลใดในการประกอบธุรกิจการค้าได้จัดการโดยตนเองหรือโดยบุคคลอื่นบุคคลใดให้บุคคลซึ่งไม่ใช่ผู้ประกอบการการค้า ทำการรับซื้อสินค้า การให้บริการทางการค้าหรือสิทธิทางการค้า โดยวิธีการให้คำมั่นว่ารับประกันจะให้ผลประโยชน์พิเศษเมื่อบุคคลซึ่งไม่ใช่ผู้ประกอบการค้านั้น ได้จัดการให้บุคคลอื่นทำนิติกรรมในลักษณะเดียวกันนั้น โดยใช้วิธีการว่ารับประกันจะให้ประโยชน์แก่ผู้ซื้อคนอื่นๆ ไป บุคคลนั้นต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสองปีหรือต้องรับโทษปรับทางอาญา

บุคคลซึ่งไม่ใช่ผู้ประกอบการการค้าตามความหมายของวรรคหนึ่ง หมายความว่ารวมถึงบุคคลที่กิจการค้าของบุคคลนั้น เมื่อได้พิจารณาจากลักษณะหรือขอบเขตของกิจการนั้นแล้ว ไม่มีลักษณะหรือวิธีการของผู้ประกอบการการค้าแต่อย่างใด”<sup>43</sup>

ทั้งนี้ มาตรา 6c (UWG) เป็นการบัญญัติห้ามมิให้มีการโฆษณาหลอกล้ำในลักษณะก้าวหน้าในทุกลักษณะ หรืออีกนัยหนึ่ง คือ การหลอกล้ำในลักษณะความเชื่อมโยง เป็นลูกโซ่ หรือในรูปแบบของปิรามิด ซึ่งได้บัญญัติไว้เพื่อคุ้มครองผู้บริโภค ผู้ประกอบการกิจการการค้ารายอื่น และประโยชน์สาธารณะ ทั้งนี้ โดยไม่ต้องคำนึงถึงความเป็นจริงว่าผู้บริโภคได้ถูกหลอกลวงอันเป็นผลจากโฆษณาดังกล่าวหรือไม่

<sup>43</sup> มานิคซ์ วงศ์เสรี. (2543). “กฎหมายว่าด้วยสัญญาปกครองของเยอรมัน”. *วารสารกฎหมายปกครอง* เล่มที่ 19 ตอนที่ 12. หน้า 31.

การกระทำที่เป็นความผิดตามมาตรา 6c (UWG) ไม่จำเป็นต้องเป็นการกระทำที่ได้ดำเนินการไปโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแข่งขัน องค์กรประกอบสำคัญของการกระทำผิดตามมาตรา นี้จะต้องเป็นการกระทำที่เป็นไปเพื่อประโยชน์ในการประกอบกิจการธุรกิจการค้า และโดยทั่วไปจะต้องกระทำผิดโดยมีเจตนาซึ่งแสวงผลประโยชน์อยู่ด้วย

ผลทางกฎหมายตามมาตรา 6c (UWG) ในข้อตกลงระหว่าง ผู้จัดการกับผู้บริโภค มีผลเป็นโมฆะ อันเป็นนิติกรรมที่ขัดต่อบทบัญญัติของกฎหมาย และเป็นนิติกรรมที่ขัดต่อความสงบเรียบร้อยและศีลธรรมอันดีของประชาชน แห่งประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์เยอรมัน (German Civil Code: (BGB))

### 3.3 กฎหมายของประเทศไทย

ประเทศไทยมีกฎหมายที่ใช้ในการกำกับดูแลธุรกิจตลาดแบบตรงอยู่ในพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ซึ่งเป็นกฎหมายเฉพาะ คล้ายคลึงกับของประเทศอังกฤษ และยังมีกฎหมายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในการกำกับดูแลธุรกิจตลาดแบบตรง รายละเอียดจะได้กล่าวในหัวข้อนี้ต่อไป โดยพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 มีสาระสำคัญ ดังต่อไปนี้

#### 3.3.1 คำนิยามศัพท์

พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ได้บัญญัติคำนิยามศัพท์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจตลาดแบบตรงไว้<sup>44</sup>

“ตลาดแบบตรง” หมายความว่า การทำตลาดสินค้าหรือบริการในลักษณะของการสื่อสารข้อมูลเพื่อเสนอขายสินค้าหรือบริการ โดยตรงต่อผู้บริโภค ซึ่งอยู่ห่างโดยระยะทางและมุ่งหวังให้ผู้บริโภคแต่ละรายตอบกลับเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการจากผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงนั้น

“ผู้บริโภค” หมายความว่า ผู้ซื้อหรือได้รับบริการจากผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง หรือผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง หรือผู้ซึ่งได้รับการเสนอหรือการชักชวนจากผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงหรือผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง เพื่อให้ซื้อหรือรับบริการ

“ซื้อ” หมายความว่า รวมถึงเช่า เช่าซื้อ หรือได้มาไม่ว่าด้วยประการใดๆ โดยให้ค่าตอบแทนเป็นเงินหรือผลประโยชน์อย่างอื่น

“ขาย” หมายความว่า รวมถึง ให้เช่า ให้เช่าซื้อ หรือจัดหาให้ไม่ว่าด้วยประการใดๆ โดยเรียกค่าตอบแทนเป็นเงินหรือผลประโยชน์อย่างอื่น ตลอดจนการเสนอหรือชักชวน เพื่อการดังกล่าวด้วย

<sup>44</sup> พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545. มาตรา 3.

“สินค้า” หมายความว่า สิ่งของที่ผลิตหรือมีไว้เพื่อขาย

“บริการ” หมายความว่า การรับจัดทำกรงาน การให้สิทธิใดๆ หรือการให้ใช้หรือให้ประโยชน์ในทรัพย์สินหรือกิจการใดๆ โดยเรียกค่าตอบแทนเป็นเงินหรือผลประโยชน์อื่น แต่ไม่รวมถึงการจ้างแรงงานตามกฎหมายแรงงาน

“คณะกรรมการ” หมายความว่า คณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง

“กรรมการ” หมายความว่า กรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง

“นายทะเบียน” หมายความว่า เลขธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

“พนักงานเจ้าหน้าที่” หมายความว่า ผู้ซึ่งรัฐมนตรีแต่งตั้งให้ปฏิบัติการตามพระราชบัญญัตินี้

“รัฐมนตรี” หมายความว่า รัฐมนตรีผู้รักษาการตามพระราชบัญญัตินี้

คำนิยามศัพท์ของคำว่า “ตลาดแบบตรง” ตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ได้บัญญัติความหมายของคำว่า “ตลาดแบบตรง” ในลักษณะที่กว้างเกินไป ไม่ชัดเจน และเป็นการบัญญัติในลักษณะของพฤติกรรมในการประกอบธุรกิจ ไม่แสดงให้เห็นถึงการก่อให้เกิดสัญญา เหมือนคั้งเช่นคำนิยามศัพท์ตามกฎหมายของประเทศอังกฤษและประเทศเยอรมัน ที่บัญญัติคำนิยามศัพท์ธุรกิจตลาดแบบตรงในลักษณะของสัญญาโดยระยะทาง รวมทั้งพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ไม่มีคำนิยามศัพท์ของ “การสื่อสารโดยระยะทาง” และรูปแบบของการสื่อสาร โดยระยะทาง อีกทั้งยังไม่มีขอบเขตของการบังคับใช้กฎหมายกับธุรกิจบางประเภทที่มีลักษณะเฉพาะที่ไม่ต้องตกอยู่ภายใต้บังคับของพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ดังเช่น กฎหมายของประเทศอังกฤษและสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี ซึ่งจะได้อธิบายและวิเคราะห์ในรายละเอียดในบทต่อไป

### 3.3.2 ผู้กำกับดูแลและกำหนดนโยบายในธุรกิจตลาดแบบตรง<sup>45</sup>

ตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ของประเทศไทยนั้น เป็นระบบที่ผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงจะต้องยื่นคำขอจดทะเบียนการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงต่อหน่วยงานรัฐ นั่นคือ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคก่อนจึงจะสามารถประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงได้ โดยนายทะเบียน (เลขธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค) เป็นผู้มีอำนาจรับ จดทะเบียนการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง ซึ่งแตกต่างจากกฎหมายของประเทศอังกฤษและสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี ที่ไม่ใช่ระบบจดทะเบียน คงมีแต่บทบัญญัติ

<sup>45</sup> สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. (ม.ป.ป.). *คู่มือการประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง ตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545*. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. หน้า 4.

สำหรับการคุ้มครองผู้บริโภคในธุรกิจ ตลาดแบบตรงเท่านั้น โดยมีผู้มีอำนาจหน้าที่กำกับดูแล และกำหนดนโยบายในธุรกิจตลาดแบบตรง คือ คณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง โดยพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ได้กำหนดให้คณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง ประกอบด้วย<sup>46</sup>

1) ประธานกรรมการหนึ่งคน ซึ่งคณะรัฐมนตรีแต่งตั้งจากผู้ซึ่งมีความเชี่ยวชาญ เกี่ยวกับการขายตรงและการตลาดแบบตรง

2) กรรมการโดยตำแหน่ง ได้แก่ อธิบดีกรมการค้าภายใน อธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ผู้บัญชาการตำรวจแห่งชาติ เลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยา

3) กรรมการซึ่งคณะรัฐมนตรีแต่งตั้งจากผู้แทนสมาคมที่มีวัตถุประสงค์เกี่ยวกับธุรกิจขายตรง จำนวนหนึ่งคน ผู้แทนสมาคมที่มีวัตถุประสงค์เกี่ยวกับธุรกิจตลาดแบบตรง จำนวนหนึ่งคน และผู้แทนสมาคมหรือมูลนิธิที่มีวัตถุประสงค์เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคจำนวนสองคน

4) กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิจำนวนสี่คน ซึ่งคณะรัฐมนตรีแต่งตั้งจากผู้ซึ่งมีความรู้ ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการขายตรงหรือการตลาดแบบตรง ทั้งนี้ ต้องแต่งตั้งจากผู้ทรงคุณวุฒิ ภาคเอกชนไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่ง โดยให้เลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นกรรมการและเลขานุการ

พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ได้กำหนดให้คณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงมีอำนาจหน้าที่ ดังต่อไปนี้<sup>47</sup>

1) พิจารณาเรื่องร้องทุกข์จากผู้บริโภคที่ได้รับความเดือดร้อน หรือเสียหายอันเนื่องมาจากการกระทำของผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง หรือผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง

2) แจ้งหรือโฆษณาข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่อาจก่อให้เกิดความเสียหาย หรือเสื่อมเสียแก่สิทธิของผู้บริโภค ในการนี้ จะระบุชื่อสินค้าหรือบริการ หรือชื่อของผู้จำหน่ายอิสระตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง หรือผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงด้วยก็ได้

3) กำกับดูแลผู้ประกอบธุรกิจขายตรงและผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง รวมทั้งติดตามสอดส่องพฤติการณ์ในการประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง

4) วางระเบียบหรือประกาศเกี่ยวกับการปฏิบัติการตามพระราชบัญญัตินี้

5) พิจารณาวินิจฉัยการอุทธรณ์คำสั่งของนายทะเบียน

<sup>46</sup> พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545. มาตรา 8.

<sup>47</sup> พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545. มาตรา 13.

6) เสนอความคิดเห็นต่อคณะรัฐมนตรีเกี่ยวกับนโยบายและมาตรการในการกำกับดูแล รวมทั้งส่งเสริมสนับสนุนการประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง และพิจารณาให้ความเห็นในเรื่องต่างๆ ที่เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงตามที่คณะรัฐมนตรีหรือรัฐมนตรีมอบหมาย

7) สอดส่องเร่งรัดพนักงานเจ้าหน้าที่ ส่วนราชการ หรือหน่วยงานอื่นของรัฐให้ปฏิบัติตามอำนาจและหน้าที่ที่กฎหมายกำหนด ตลอดจนเร่งรัดพนักงานเจ้าหน้าที่ให้ดำเนินคดีในความผิดตามพระราชบัญญัตินี้

8) เสนอแนะในการออกกฎกระทรวง ตามพระราชบัญญัตินี้

9) เรื่องอื่นตามที่คณะรัฐมนตรีหรือรัฐมนตรีมอบหมาย

ในการปฏิบัติหน้าที่ คณะกรรมการอาจมอบหมายให้สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นผู้ปฏิบัติ หรือเตรียมข้อเสนอมายังคณะกรรมการ เพื่อพิจารณาดำเนินการต่อไปได้

### 3.3.3 ผู้กำกับดูแลให้มีการปฏิบัติตามกฎหมาย (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค)

พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ได้กำหนดให้สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคตามกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภครับผิดชอบในงานธุรการของคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง และมีหน้าที่รับคำขอจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงติดตามสอดส่องพฤติกรรมในการประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง และปฏิบัติงานให้เป็นไปตามพระราชบัญญัตินี้ โดยอำนาจหน้าที่ของพนักงานเจ้าหน้าที่ตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 มีดังต่อไปนี้<sup>48</sup>

1) มีหนังสือเรียกบุคคลใดมาให้ถ้อยคำ แจ้งข้อเท็จจริง หรือทำคำชี้แจงเป็นหนังสือ หรือให้ส่งบัญชี ทะเบียน เอกสาร หรือหลักฐานใดเพื่อตรวจสอบหรือประกอบการพิจารณา

2) เข้าไปในสถานที่ทำการของผู้ประกอบธุรกิจขายตรง หรือผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงในระหว่างเวลาทำการของสถานที่นั้นๆ เพื่อสอบถามข้อเท็จจริงหรือตรวจดูเอกสาร หรือหลักฐานเพื่อตรวจสอบการปฏิบัติงาน ตามพระราชบัญญัตินี้

3) เก็บหรือนำสินค้าในปริมาณพอสมควรไปเป็นตัวอย่าง เพื่อตรวจสอบหรือวิเคราะห์ โดยไม่ต้องชำระราคาสินค้านั้น ทั้งนี้ การเก็บหรือนำสินค้าตัวอย่างไปและการให้คืนสินค้าตัวอย่างตามความประสงค์ของเจ้าของให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการประกาศกำหนด โดยที่ในการปฏิบัติหน้าที่ พนักงานเจ้าหน้าที่ต้องแสดงบัตรประจำตัวของพนักงานเจ้าหน้าที่ ตามแบบที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

<sup>48</sup> สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. อ้างแล้ว. หน้า 5.

### 3.3.4 การจดทะเบียนการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง

พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ได้บัญญัติหลักเกณฑ์ต่างๆ ให้ผู้ประกอบการที่ประสงค์จะประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง ยื่นคำขอต่อนายทะเบียน (เลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค) เพื่อให้ นายทะเบียนพิจารณาตรวจสอบให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่คณะกรรมการประกาศกำหนดก่อน และเมื่อนายทะเบียนมีคำสั่งรับจดทะเบียนการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงแล้ว ผู้ประกอบธุรกิจจะสามารถประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงได้โดยบัญญัติไว้ใน มาตรา 27 มาตรา 38 และมาตรา 39<sup>49</sup>

#### 1) อำนาจหน้าที่ของนายทะเบียน

พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ได้บัญญัติอำนาจหน้าที่ของนายทะเบียนไว้โดยให้มีหน้าที่พิจารณาและตรวจสอบคำขอจดทะเบียนการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงให้ไม่ขัดต่อกฎหมาย หรือขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน ทั้งยังมีอำนาจเรียกบุคคลที่เกี่ยวข้องมาให้คำชี้แจง หรือให้ส่งเอกสารและหลักฐานที่จำเป็นมาเพื่อประกอบการพิจารณาหรือตรวจสอบ<sup>50</sup> และมีอำนาจสั่งให้ผู้ยื่นคำขอ แก้ไขหรือเปลี่ยนแปลงให้ถูกต้องตามกฎหมาย เมื่อผู้ยื่นคำขอได้แก้ไขหรือเปลี่ยนแปลงถูกต้องแล้ว นายทะเบียนจะมีคำสั่งรับจดทะเบียนการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง ในกรณีที่ผู้ยื่นคำขอไม่ปฏิบัติตามคำสั่งนายทะเบียนที่ให้แก้ไขหรือเปลี่ยนแปลงภายในเวลาที่กำหนด นายทะเบียนมีอำนาจออกคำสั่งไม่รับจดทะเบียนการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง<sup>51</sup> ในกรณีปรากฏแก่นายทะเบียนในภายหลังว่าผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงรายใดประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงไม่เป็นไปตามพระราชบัญญัตินี้ นายทะเบียนมีอำนาจเพิกถอนการจดทะเบียนการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงได้<sup>52</sup>

#### 2) หลักเกณฑ์และวิธีการยื่นคำขอจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงและการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง

<sup>49</sup> มาตรา 27 ห้ามมิให้ผู้ใดประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง เว้นแต่จะ ได้รับจดทะเบียนการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงตามพระราชบัญญัตินี้.

มาตรา 38 บุคคลใดประสงค์จะประกอบธุรกิจขายตรงหรือประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง ให้ยื่นคำขอต่อ นายทะเบียนตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่คณะกรรมการประกาศกำหนด...

มาตรา 39 คำขอจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงและการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง ให้เป็นไปตามแบบที่คณะกรรมการประกาศกำหนด...

<sup>50</sup> พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545. มาตรา 40.

<sup>51</sup> พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545. มาตรา 41.

<sup>52</sup> พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545. มาตรา 42.

คณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงได้ออกประกาศหลักเกณฑ์และวิธีการยื่นคำขอจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงและการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงไว้ ตามประกาศคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการยื่นคำขอจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2556 โดยมีสาระสำคัญ ดังนี้

(1) บุคคลใดประสงค์จะประกอบธุรกิจขายตรงหรือประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง ให้ยื่นคำขอต่อเจ้าหน้าที่ ณ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค โดยแนบเอกสารและหลักฐานให้ครบถ้วน ตามที่ระบุไว้ในแบบ ขต. 1 หรือแบบ ขต. 2 แล้วแต่กรณี ตามที่คณะกรรมการได้ประกาศกำหนด

(2) แบบคำขอจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรง ให้ใช้แบบ ขต. 1

(3) แบบคำขอจดทะเบียนการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง ให้ใช้แบบ ขต. 2

(4) เมื่อนายทะเบียนได้รับคำขอจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงและการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงแล้ว นายทะเบียนจะตรวจสอบรายการเอกสารและหลักฐานตามที่ได้ระบุไว้ในแบบ ขต. 1 หรือแบบ ขต. 2 แล้วแต่กรณี ว่ามีเอกสารและหลักฐานครบถ้วนถูกต้องและกรณีเข้าหลักเกณฑ์ที่อาจรับจดทะเบียนได้หรือไม่ ถ้าหากเอกสารและหลักฐานครบถ้วนถูกต้องและเข้าหลักเกณฑ์ที่อาจรับจดทะเบียนได้ จะลงเลขที่รับคำขอและนายทะเบียนรับจดทะเบียน แต่หากเอกสารหลักฐานและหลักฐานไม่ครบถ้วนถูกต้อง นายทะเบียนแจ้งผู้ยื่นคำขอให้แก้ไขภายในเวลาอันสมควรและเมื่อนายทะเบียนรับจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรง หรือการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงแล้ว นายทะเบียนจะออกใบสำคัญเพื่อแสดงว่าได้รับจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรง หรือการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงตามแบบ ร.ขต. 1 หรือ ร.ขต. 2 แล้วแต่กรณี

(5) แบบคำขอแก้ไขเปลี่ยนแปลงรายการเอกสารและหลักฐานที่ได้รับการจดทะเบียนการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง ให้ใช้แบบ ขต. 2/1

(6) ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง หรือผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง จะต้องรายงานผลการประกอบธุรกิจตามแบบ ขต. 1/2 หรือแบบ ขต. 2/2 แล้วแต่กรณี ให้สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภครับทราบภายในเดือนมกราคม และเดือนกรกฎาคมของทุกปีอีกด้วย

### 3.3.5 หน้าที่ของผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง

พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ได้กำหนดหน้าที่ของผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงไว้โดยกำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงมีหน้าที่ส่งมอบเอกสารการซื้อขายสินค้าหรือบริการแก่ผู้บริโภคตามมาตรา 30<sup>53</sup> และกำหนดให้คณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง

<sup>53</sup> มาตรา 30 ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรงหรือผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงมีหน้าที่ส่งมอบเอกสารการซื้อขายสินค้าหรือบริการแก่ผู้บริโภค.



มีอำนาจกำหนดรายการของเอกสารการซื้อขายไว้ด้วยตามมาตรา 31<sup>54</sup> อีกทั้งยังกำหนดถึงผลของการที่ผู้ประกอบการกิจการตลาดแบบตรงไม่ได้จัดให้มีเอกสารการซื้อขายที่มีรายละเอียดตามที่กฎหมายกำหนดจะมีผลให้การซื้อขายสินค้าหรือบริการต่างๆ ไม่มีผลผูกพันผู้บริโภคตามมาตรา 32<sup>55</sup>

พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ยังกำหนดในเรื่องของคำรับประกันสินค้าหรือบริการ ซึ่งต้องจัดทำเป็นภาษาไทยและระบุถึงสิทธิของผู้บริโภค ในการเรียกร้องสิทธิตามคำรับประกันที่ชัดเจนและสามารถเข้าใจได้ถึงเงื่อนไขที่ระบุไว้<sup>56</sup>

พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 เพียงแต่กำหนดให้ผู้ประกอบการกิจการตลาดแบบตรงมีหน้าที่ส่งมอบเอกสารการซื้อขายสินค้าหรือบริการแก่ผู้บริโภค โดยมีได้กำหนดให้ส่งมอบเอกสารการซื้อขายให้แก่ผู้บริโภคเวลาใด เมื่อใดให้ชัดเจน ซึ่งในทางปฏิบัติผู้บริโภคมักจะได้รับเอกสารการซื้อขายสินค้าหรือบริการ เมื่อได้ทำสัญญากับผู้ประกอบการกิจการตลาดแบบตรงไปแล้ว และได้รับสินค้าหรือบริการจากผู้ประกอบการกิจการตลาดแบบตรงแล้ว แต่ไม่ได้กำหนดให้ผู้ประกอบการกิจการตลาดแบบตรงแจ้งข้อมูลรายละเอียดของสินค้าหรือบริการที่จำเป็นเพียงพอสำหรับผู้บริโภคก่อนการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าหรือบริการนั้นๆ หรือก่อนการเกิดขึ้นของสัญญา ดังเช่น กฎหมายของ

---

เอกสารการซื้อขายตามวรรคหนึ่งต้องมีข้อความภาษาไทยที่อ่านเข้าใจง่าย โดยระบุชื่อผู้ซื้อและผู้ขาย วันที่ซื้อขายและวันที่ส่งมอบสินค้าหรือบริการ รวมทั้งสิทธิของผู้บริโภคในการเลิกสัญญาซึ่งสิทธิเลิกสัญญาดังกล่าวต้องกำหนดด้วยตัวอักษรที่เห็นเด่นชัดกว่าข้อความทั่วไป.

<sup>54</sup> มาตรา 31 คณะกรรมการมีอำนาจกำหนดรายละเอียดในเอกสารการซื้อขายสินค้าหรือบริการที่ใช้วิธีการขายตรงหรือตลาดแบบตรง...

เอกสารการซื้อขายตามวรรคหนึ่ง อย่างน้อยต้องมีรายการดังต่อไปนี้

- (1) รายละเอียดตามมาตรา 30
- (2) กำหนดเวลา สถานที่ และวิธีการในการชำระหนี้
- (3) สถานที่ และวิธีการในการส่งมอบสินค้าหรือบริการ
- (4) วิธีการเลิกสัญญา
- (5) วิธีการคืนสินค้า
- (6) การรับประกันสินค้า
- (7) การเปลี่ยนสินค้าในกรณีมีความชำรุดบกพร่อง

ประกาศ กำหนดรายละเอียดในเอกสารการซื้อขายให้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา.

<sup>55</sup> มาตรา 32 การซื้อขายสินค้าหรือบริการใดที่ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรงหรือผู้ประกอบการกิจการตลาดแบบตรงไม่ได้จัดให้มีเอกสารการซื้อขายที่มีรายละเอียดตามมาตรา 30 หรือมาตรา 31 ข่อมไม่มีผลผูกพันผู้บริโภค.

<sup>56</sup> มาตรา 37 คำรับประกันสินค้าหรือบริการให้จัดทำเป็นภาษาไทยและระบุถึงสิทธิของผู้บริโภค ในการเรียกร้องสิทธิตามคำรับประกันที่ชัดเจนและสามารถเข้าใจได้ถึงเงื่อนไขที่ระบุไว้...

ประเทศอังกฤษและสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนีซึ่งจะได้อธิบายและวิเคราะห์ในรายละเอียดในบทต่อไป

### 3.3.6 สิทธิในการบอกเลิกสัญญาของผู้บริโภค

พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ได้บัญญัติในเรื่องสิทธิในการบอกเลิกสัญญาของผู้บริโภคในธุรกิจตลาดแบบตรงไว้ใน มาตรา 33<sup>57</sup> โดยกำหนดว่าการซื้อขายสินค้าหรือบริการจากการขายผ่านตลาดแบบตรง ผู้บริโภคมีสิทธิเลิกสัญญา โดยการส่งหนังสือแสดงเจตนาภายใน 7 วัน นับแต่วันที่ได้รับสินค้าหรือบริการ ไปยังผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรง ซึ่งบทบัญญัติของมาตราดังกล่าว ไม่ใช้บังคับกับประเภท ราคาหรือชนิดของสินค้าหรือบริการตามที่กำหนดในพระราชกฤษฎีกาโดยที่ในปัจจุบันยังไม่มีกำหนดราคาหรือชนิดของสินค้าหรือบริการที่ไม่อยู่ในบังคับของมาตราดังกล่าวในพระราชกฤษฎีกา

### 3.3.7 วิธีการคืนสินค้าหรือบริการ เมื่อผู้บริโภคใช้สิทธิบอกเลิกสัญญา

พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ได้กำหนดวิธีการคืนสินค้าหรือบริการเมื่อผู้บริโภคใช้สิทธิบอกเลิกสัญญาไว้ใน มาตรา 34<sup>58</sup> ซึ่งผู้บริโภคต้องเลือกปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งดังต่อไปนี้

<sup>57</sup> มาตรา 33 ในการซื้อสินค้าหรือบริการจากการขายตรงหรือจากการขายผ่านตลาดแบบตรง ผู้บริโภคมีสิทธิเลิกสัญญาโดยการส่งหนังสือแสดงเจตนาภายในเวลาเจ็ดวันนับแต่วันที่ได้รับสินค้าหรือบริการ ไปยังผู้ประกอบการขายตรงหรือผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรง...

บทบัญญัติตามวรรคหนึ่ง ไม่ใช้บังคับกับประเภท ราคาหรือชนิดของสินค้าหรือบริการตามที่กำหนดในพระราชกฤษฎีกา.

<sup>58</sup> มาตรา 34 ผู้บริโภคที่ใช้สิทธิเลิกสัญญาตามมาตรา 33 ต้องเลือกปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่ง ดังต่อไปนี้

(1) ส่งสินค้าคืนไปยังผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง หรือผู้ประกอบการขายตรง ในกรณีการขายตรง หรือส่งสินค้าไปยังผู้ประกอบการตลาดแบบตรง ในกรณีตลาดแบบตรง

(2) เก็บรักษาสินค้าไว้ตามสมควรภายในระยะเวลาสี่สิบเอ็ดวันนับแต่วันที่ใช้สิทธิเลิกสัญญาเว้นแต่สินค้านั้นเป็นของเสียหาย โดยสภาพไม่อาจเก็บรักษาได้ภายในระยะเวลาดังกล่าว ให้เก็บรักษาตามเวลาและวิธีการอันสมควรแก่สภาพ เมื่อพ้นกำหนดนั้นแล้ว ผู้บริโภคจะเก็บรักษาสินค้านั้นไว้หรือไม่ก็ได้

ผู้บริโภคที่เลือกปฏิบัติตามวรรคหนึ่ง (2) มีหน้าที่ต้องส่งคืนสินค้าให้ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบการขายตรง หรือผู้ประกอบการตลาดแบบตรง แล้วแต่กรณีมารับคืน ณ ภูมิลำเนาของผู้บริโภค แต่ถ้าผู้ประกอบการขายตรงหรือผู้ประกอบการตลาดแบบตรง ขอให้ผู้บริโภคส่งคืนสินค้าทางไปรษณีย์ โดยเรียกเก็บเงินปลายทาง ภายในระยะเวลาตามวรรคหนึ่ง (2) ผู้บริโภคต้องส่งคืนสินค้านั้นตามคำขอของผู้ประกอบการดังกล่าว

ถ้าสินค้าเป็นของใช้สิ้นเปลือง ผู้บริโภคมีหน้าที่คืนเฉพาะส่วนที่เหลือจากการใช้ก่อน ใช้สิทธิเลิกสัญญา หลักเกณฑ์และวิธีการในการคืนสินค้าและบริการ ให้เป็นไปตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

1) ส่งคืนสินค้าไปยังผู้ประกอบการจลลาดแบบตรง

2) เก็บรักษาสินค้าไว้ตามสมควรภายในระยะเวลา 21 วัน นับแต่วันที่ใช้สิทธิเลิกสัญญา เว้นแต่สินค้านั้นเป็นของเสียง่าย โดยสภาพไม่อาจเก็บรักษาได้ภายในระยะเวลาดังกล่าว ให้เก็บรักษาตามเวลาและวิธีการอันควรแก่สภาพ เมื่อพ้นกำหนดนั้นแล้ว ผู้บริโภคจะเก็บรักษาสินค้านั้นไว้หรือไม่ก็ได้

ถ้าผู้บริโภคที่เลือกปฏิบัติตามข้อ (2) ผู้บริโภคมีหน้าที่ต้องส่งคืนสินค้าให้ผู้ประกอบการจลลาดแบบตรงมารับคืน ณ ภูมิตำเนาของผู้บริโภค แต่ถ้าผู้ประกอบการจลลาดแบบตรงขอให้ผู้บริโภคส่งคืนสินค้าทางไปรษณีย์ โดยเรียกเก็บเงินปลายทาง ภายในระยะเวลา 21 วัน นับแต่วันที่ใช้สิทธิเลิกสัญญา ผู้บริโภคต้องส่งคืนสินค้านั้นตามคำขอของผู้ประกอบการจลลาดแบบตรงดังกล่าว

ถ้าสินค้าเป็นของใช้สิ้นเปลือง ผู้บริโภคมีหน้าที่คืนเฉพาะส่วนที่เหลือจากการใช้ก่อนใช้สิทธิเลิกสัญญา ทั้งนี้ ผู้บริโภคมีสิทธิที่จะยึดหน่วงสินค้าไว้ได้จนกว่าจะได้รับคืนเงินที่ผู้บริโภคจ่ายไปในการซื้อสินค้านั้น โดยยังได้กำหนดให้มีกรวางหลักเกณฑ์และวิธีการในการคืนสินค้าและบริการ ให้เป็นไปตามที่กำหนดในกฎกระทรวง ซึ่งในปัจจุบันยังไม่มีการประกาศกำหนดหลักเกณฑ์ดังกล่าว

ในกรณีที่สินค้าหรือบริการนั้น บอบสลาย หรือสูญหายเพราะความผิดของผู้บริโภค หรือผู้บริโภคได้ทำให้การคืนสินค้าหรือบริการกลายเป็นพันธวิสัย ให้ผู้บริโภคชดใช้ค่าเสียหายให้แก่ผู้ประกอบการจลลาดแบบตรง แต่มีข้อยกเว้นไว้ว่า เว้นแต่เป็นความเสียหายที่เกิดขึ้นตามปกติจากการเปิด การประกอบ หรือการผสมเพื่อใช้สินค้าหรือบริการตามมาตรา 35<sup>99</sup>

พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ยังได้กำหนดให้ผู้ประกอบการจลลาดแบบตรงคืนเงินเต็มจำนวนที่ผู้บริโภคจ่ายไป เพื่อการซื้อสินค้าหรือบริการนั้น ภายในกำหนด 15 วัน นับแต่ที่ได้รับหนังสือแสดงเจตนาเลิกสัญญา เมื่อผู้บริโภคใช้สิทธิเลิกสัญญา และหากผู้ประกอบการจลลาดแบบตรงไม่คืนเงินตามจำนวนและภายในกำหนดระยะเวลา 15 วัน นับแต่วันที่ได้รับหนังสือแสดงเจตนาเลิกสัญญา ให้ผู้ประกอบการจลลาดแบบตรงนั้น ชำระเบี้ยปรับในอัตราดอกเบี้ยสำหรับลูกค้าชั้นติรายย่อย (Minimum Retail Rate) ของธนาคารกรุงไทย จำกัด

ผู้บริโภคมีสิทธิที่จะยึดหน่วงสินค้าไว้ได้จนกว่าจะได้รับคืนเงินที่ผู้บริโภคจ่ายไปในการซื้อสินค้านั้น.

<sup>99</sup> มาตรา 35 ภายใต้บังคับมาตรา 34 หากสินค้าหรือบริการนั้นบอบสลาย หรือสูญหายเพราะความผิดของผู้บริโภค หรือผู้บริโภคได้ทำให้การคืนสินค้าหรือบริการกลายเป็นพันธวิสัย ให้ผู้บริโภคชดใช้ค่าเสียหายให้แก่ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบการขายตรงหรือผู้ประกอบการจลลาดแบบตรง แล้วแต่กรณี เว้นแต่เป็นความเสียหายที่เกิดขึ้นตามปกติจากการเปิด การประกอบ หรือการผสม เพื่อใช้สินค้าหรือบริการ.

(มหาชน) บวกสิบ (MRR+10) ต่อปี ของจำนวนเงินที่ผู้บริโภครายไปเพื่อการซื้อสินค้าหรือบริการ ตามประกาศคณะกรรมการชายตรงและตลาดแบบตรง เรื่อง กำหนดอัตราเบี้ยปรับกรณีผู้จำหน่าย อีสระ ตัวแทน ขายตรง ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง หรือผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง ไม่คืนเงินตาม จำนวนและภายในระยะเวลาที่กฎหมายกำหนดให้แก่ผู้บริโภค พ.ศ. 2547 (มาตรา 36)<sup>60</sup>

### 3.3.8 การคุ้มครองผู้บริโภคในเรื่องข้อความในการสื่อสารข้อมูล เพื่อเสนอขายสินค้าหรือ บริการของผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง

พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ได้บัญญัติถึงการคุ้มครองผู้บริโภค ในเรื่องข้อความในการสื่อสารข้อมูลเพื่อเสนอขายสินค้าหรือบริการของผู้ประกอบธุรกิจตลาด แบบตรงไว้ใน มาตรา 28<sup>61</sup> และมาตรา 29<sup>62</sup> โดยกำหนดข้อความในการสื่อสารข้อมูลเพื่อเสนอขาย สินค้าหรือบริการของผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง ให้เป็นไปตามที่กำหนดในกฎกระทรวง และ กำหนดให้นำบทบัญญัติของกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภค ในส่วนที่เกี่ยวกับการคุ้มครอง ผู้บริโภคด้านการโฆษณามาใช้บังคับแก่การสื่อสารข้อมูล เพื่อเสนอขายสินค้าหรือบริการของ ผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง โดยอนุโลม และให้ถือว่าอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการว่าด้วยการ โฆษณาเป็นอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการ ชายตรงและตลาดแบบตรง ซึ่งปัจจุบันยังไม่มี การกำหนดข้อความในการสื่อสารข้อมูลดังกล่าว ในกฎกระทรวง

<sup>60</sup> มาตรา 36 เมื่อผู้บริโภคใช้สิทธิเลิกสัญญาตามมาตรา 33 ให้ผู้จำหน่ายอีสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบธุรกิจ ขายตรง หรือผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงคืนเงินเต็มจำนวนที่ผู้บริโภคจ่ายไป เพื่อการซื้อสินค้าหรือบริการนั้น ภายในกำหนดเวลาสิบห้าวันนับแต่วันที่ได้รับหนังสือแสดงเจตนาเลิกสัญญา

ในกรณีที่ผู้จำหน่ายอีสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงหรือผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง ใดไม่คืนเงินตามจำนวนและภายในกำหนดระยะเวลาตามวรรคหนึ่ง ให้ผู้จำหน่ายอีสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบ ธุรกิจขายตรงหรือผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงนั้น ชำระเบี้ยปรับตามอัตราที่คณะกรรมการประกาศกำหนด ให้แก่ผู้บริโภค.

<sup>61</sup> มาตรา 28 ข้อความในการสื่อสารข้อมูลเพื่อเสนอขายสินค้าหรือบริการของผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง ให้ เป็นไปตามที่กำหนดในกฎกระทรวง.

<sup>62</sup> มาตรา 29 ให้นำบทบัญญัติของกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภค ในส่วนที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค ด้านการโฆษณามาใช้บังคับแก่การสื่อสารข้อมูล เพื่อเสนอขายสินค้าหรือบริการของผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง โดยอนุโลม โดยให้ถือว่าอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นอำนาจหน้าที่ของรัฐมนตรีและให้ ถือว่าอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการว่าด้วยการ โฆษณาเป็นอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการ.

### 3.3.9 มาตรการในการป้องกัน “แชร์ลูกโซ่” ในธุรกิจตลาดแบบตรง

พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ได้บัญญัติมาตรการในการป้องกัน “แชร์ลูกโซ่” ในธุรกิจตลาดแบบตรงไว้ใน มาตรา 19<sup>63</sup> โดยกำหนดห้ามมิให้ผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงดำเนินกิจการในลักษณะที่เป็นการชักชวนให้บุคคลเข้าร่วมเป็นเครือข่ายในการประกอบธุรกิจ ตลาดแบบตรง โดยตกลงว่าจะให้ผลประโยชน์ตอบแทนจากการหาผู้เข้าร่วมเครือข่ายดังกล่าว ซึ่งคำนวณจากจำนวนผู้เข้าร่วมเครือข่ายที่เพิ่มขึ้น

### 3.3.10 การอุทธรณ์

พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 มาตรา 43<sup>64</sup> บัญญัติในเรื่องการอุทธรณ์ว่า ในกรณีที่นายทะเบียนมีคำสั่งไม่รับจดทะเบียนการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงหรือมีคำสั่งเพิกถอนการจดทะเบียนการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงให้ผู้ยื่นคำขอหรือผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงแล้วแต่กรณี มีสิทธิอุทธรณ์เป็นหนังสือต่อคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง ภายใน 30 วัน นับแต่วันที่ได้รับหนังสือแจ้งคำสั่งไม่รับจดทะเบียนหรือหนังสือแจ้งคำสั่งเพิกถอนของนายทะเบียนและคำวินิจฉัยของคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงให้เป็นที่สุด

### 3.3.11 บทกำหนดโทษ

ความผิดและบทกำหนดโทษเกี่ยวกับธุรกิจตลาดแบบตรงตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 สามารถจำแนกได้ ดังต่อไปนี้<sup>65</sup>

(1) ความผิดฐานขัดขวางหรือไม่อำนวยความสะดวกแก่พนักงานเจ้าหน้าที่ในการปฏิบัติการตามพระราชบัญญัตินี้ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 1 เดือน หรือปรับไม่เกิน 10,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับตามมาตรา 45

<sup>63</sup> มาตรา 19 ห้ามมิให้ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงและผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงดำเนินกิจการ ในลักษณะที่เป็นการชักชวนให้บุคคลเข้าร่วมเป็นเครือข่ายในการประกอบธุรกิจขายตรงหรือในการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง โดยตกลงว่าจะให้ผลประโยชน์ตอบแทนจากการหาผู้เข้าร่วมเครือข่ายดังกล่าว ซึ่งคำนวณจากจำนวนผู้เข้าร่วมเครือข่ายที่เพิ่มขึ้น.

<sup>64</sup> มาตรา 43 ในกรณีที่นายทะเบียนมีคำสั่งไม่รับจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงหรือตลาดแบบตรงตาม มาตรา 41 หรือมีคำสั่งเพิกถอนการจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงหรือตลาดแบบตรงตาม มาตรา 42 ให้ผู้ ยื่น คำขอ ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง หรือผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง แล้วแต่กรณี มีสิทธิอุทธรณ์เป็นหนังสือต่อ คณะกรรมการภายในสามสิบวันนับแต่วันที่ ได้รับหนังสือแจ้งคำสั่งไม่รับจดทะเบียนหรือหนังสือแจ้งคำสั่งเพิก ถอนของนายทะเบียน

คำวินิจฉัยของคณะกรรมการให้เป็นที่สุด.

<sup>65</sup> ประสม หงษ์โต. (2550). *ปัญหาการบังคับใช้พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545*. วิทยานิพนธ์ นิติศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์, คณะนิติศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. หน้า 83-84.

(2) ความผิดฐานไม่ปฏิบัติตามคำสั่งของคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง หรือคณะกรรมการที่สั่งให้บุคคลหนึ่งบุคคลใดมาให้ข้อเท็จจริง คำอธิบาย คำแนะนำ หรือความเห็น หรือส่งเอกสาร หรือหลักฐานที่เกี่ยวข้องหรือสิ่งอื่น สิ่งใดมาเพื่อประกอบการพิจารณาได้ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 1 เดือน หรือปรับไม่เกิน 10,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับตามมาตรา 45

(3) ความผิดฐานประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงดำเนินกิจการในลักษณะที่เป็นการชักชวนให้บุคคลเข้าร่วมเป็นเครือข่ายในการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง โดยตกลงว่าจะให้ผลประโยชน์ตอบแทนจากการหาผู้เข้าร่วมเป็นเครือข่าย ซึ่งคำนวณจากผู้เข้าร่วมเป็นเครือข่ายที่เพิ่มขึ้น ซึ่งฝ่าฝืน มาตรา 19 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 5 ปี และปรับไม่เกิน 500,000 บาท ตามมาตรา 46

(4) ความผิดฐานประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง โดยมีได้ขอและรับการจดทะเบียนการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงจากนายทะเบียน ซึ่งฝ่าฝืนมาตรา 27 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 1 ปี หรือปรับไม่เกิน 100,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ และปรับอีกวันละไม่เกิน 10,000 บาท ตลอดเวลาที่ยังฝ่าฝืนอยู่ตามมาตรา 47

(5) ความผิดอันเกิดจากผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงใช้ข้อความในการสื่อสารข้อมูลเพื่อเสนอขายสินค้าหรือบริการที่ไม่เป็นไปตามที่กำหนดในกฎกระทรวง ซึ่งฝ่าฝืนมาตรา 28 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 6 เดือน หรือปรับไม่เกิน 50,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับตามมาตรา 49

(6) ความผิดอันเกิดจากผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง ไม่ส่งมอบเอกสารการซื้อขายสินค้าหรือบริการให้แก่ผู้บริโภค ซึ่งฝ่าฝืน มาตรา 30 ต้องระวางโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท ตามมาตรา 51

(7) ความผิดอันเกิดจากผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง ส่งมอบเอกสารการซื้อขายสินค้าหรือบริการให้แก่ผู้บริโภค โดยมีคำรับประกันสินค้าหรือบริการที่ไม่ได้จัดทำเป็นภาษาไทย และไม่มีการระบุถึงสิทธิของผู้บริโภคในการเรียกร้องสิทธิตามคำรับประกัน ซึ่งฝ่าฝืน มาตรา 37 ต้องระวางโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท ตามมาตรา 51

#### 1) ข้อสังเกต<sup>66</sup>

(1) ความผิดตามพระราชบัญญัตินี้ มีกำหนดโทษอาญาทั้งโทษจำคุกหรือ โทษปรับ หรือทั้งจำทั้งปรับ และผู้ที่กระทำความผิดต้องระวางโทษตามพระราชบัญญัตินี้ เมื่อพ้นโทษแล้วยังไม่ครบ 5 ปี ผู้นั้นได้กระทำความผิดต่อพระราชบัญญัตินี้ อีก ผู้นั้นต้องระวางโทษเป็นสองเท่าของโทษที่กำหนดไว้สำหรับความผิดนั้นตามมาตรา 53

(2) บรรดาความผิดตามพระราชบัญญัตินี้ เว้นแต่กรณีความผิดฐานแชร์ลูกโซ่ ตามมาตรา 19 ให้คณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง มีอำนาจเปรียบเทียบได้ และในการนี้ ให้คณะกรรมการฯ มีอำนาจมอบหมายให้คณะอนุกรรมการ พนักงานสอบสวน หรือพนักงาน

<sup>66</sup> เรื่องเดียวกัน, หน้า 86.

เจ้าหน้าที่ดำเนินการเปรียบเทียบได้ โดยจะกำหนดหลักเกณฑ์ในการเปรียบเทียบหรือเงื่อนไขประการใดๆ ให้แก่ผู้ได้รับมอบหมายตามที่เห็นสมควรก็ได้ตามมาตรา 56 วรรคหนึ่ง

(3) ภายใต้บังคับของบทบัญญัติตามมาตรา 55 วรรคหนึ่ง ในการสอบสวน ถ้าพนักงานสอบสวนพบว่า บุคคลใดกระทำความผิดตามพระราชบัญญัตินี้ และบุคคลนั้นยินยอมให้เปรียบเทียบ ให้พนักงานสอบสวนส่งเรื่องมายังคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง หรือผู้ซึ่งคณะกรรมการมอบหมายให้มีอำนาจเปรียบเทียบภายใน 7 วัน นับแต่วันที่ผู้นั้นแสดงความยินยอม ให้เปรียบเทียบตามมาตรา 55 วรรคสอง

(4) เมื่อผู้กระทำความผิดเสียค่าปรับตามที่เปรียบเทียบแล้ว ให้ถือว่าคดีเลิกกันตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา มาตรา 55 วรรคท้าย

### 3.3.12 กฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจตลาดแบบตรง

1) พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544

การตลาดแบบตรงโดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เป็นรูปแบบหนึ่งของการทำตลาดสินค้าหรือบริการในลักษณะของการสื่อสารข้อมูลเพื่อเสนอขายสินค้าหรือบริการ โดยตรงต่อผู้บริโภค ซึ่งอยู่ห่างโดยระยะทาง โดยทั่วไปเรียกกันว่า “การทำสัญญาแบบออนไลน์” ซึ่งพระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544 ได้บัญญัติในส่วนของกรก่อให้เกิดสัญญาทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์รับรองไว้ใน มาตรา 13<sup>67</sup> ว่า คำเสนอ หรือคำสนองในการทำสัญญาอาจทำเป็นข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ก็ได้ และห้ามมิให้ปฏิเสธการมีผลทางกฎหมายของสัญญาเพียงเพราะเหตุที่สัญญานั้นได้ทำคำเสนอหรือคำสนองนั้นเป็นข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ ในส่วนของเวลาที่สัญญาเกิดหากมีการแสดงเจตนาออนไลน์ต่อกันพระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมฯ ได้บัญญัติในส่วนของเวลาที่ถือได้ว่าส่ง และได้รับข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์เอาไว้ใน มาตรา 22<sup>68</sup> และมาตรา 23<sup>69</sup> ว่าเวลาที่ถือว่า การส่งข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์

<sup>67</sup> มาตรา 13 คำเสนอหรือคำสนองในการทำสัญญาอาจทำเป็นข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ก็ได้และห้ามมิให้ปฏิเสธการมีผลทางกฎหมายของสัญญาเพียงเพราะเหตุที่สัญญานั้นได้ทำคำเสนอหรือคำสนองเป็นข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์.

<sup>68</sup> มาตรา 22 การส่งข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ให้ถือว่าได้มีการส่งเมื่อข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์นั้นได้เข้าสู่ระบบข้อมูลที่อยู่ นอกเหนือการควบคุมของผู้ส่งข้อมูล.

<sup>69</sup> มาตรา 23 การรับข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ให้ถือว่ามิผลนับแต่เวลาที่ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์นั้นได้เข้าสู่ระบบข้อมูลของผู้รับข้อมูล

หากผู้รับข้อมูลได้กำหนดระบบข้อมูลที่จะใช้ในการรับข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ไว้โดยเฉพาะ ให้ถือว่า การรับข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์มิผลนับแต่เวลาที่ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์นั้นได้เข้าสู่ระบบข้อมูลของผู้รับข้อมูลได้กำหนดไว้แล้ว แต่ถ้าข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าวได้ส่งไปยังระบบข้อมูลอื่นของผู้รับข้อมูลซึ่งมิใช่ระบบข้อมูลของผู้รับข้อมูลกำหนดไว้ ให้ถือว่า การรับข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์มิผลนับแต่เวลาที่ได้เรียกข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์จากระบบข้อมูลนั้น

ในกรณีนี้ คือ การส่งคำเสนอหรือคำสนองออนไลน์จะมีผลเมื่อข้อมูลนั้นเข้าสู่ระบบที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของผู้ส่ง หรือตัวแทนผู้ส่ง คำว่า “ระบบข้อมูล” หมายถึง ระบบที่ใช้ในการสร้าง ส่ง รับ เก็บรักษา และประมวลผลข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งก็คือ เป็นระบบคอมพิวเตอร์ที่คู่กรณีใช้นั่นเอง ระบบข้อมูลที่ข้อมูลจะ “เข้าสู่” นั้น อาจไม่จำเป็นต้องเป็นระบบของผู้รับ โดยตรงก็ได้ อาจเป็นระบบข้อมูลของผู้ที่เป็นสื่อกลาง หรือ ให้บริการเครือข่ายก็ได้ ด้วยเหตุนี้ กฎหมายจึงกำหนดให้การส่งข้อมูลมีผล เมื่อข้อมูลเข้าสู่ระบบที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของผู้ส่งหรือตัวแทน ส่วนเรื่อง “สภาพของข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์” ที่เข้าสู่ระบบข้อมูลจะต้องมีสภาพอย่างไรนั้น ตรงนี้จะต้องอยู่ในสภาพที่พร้อมจะประมวลผลได้ หากปรากฏว่าข้อมูลดังกล่าวยังไม่พร้อมที่จะประมวลผลได้ก็ไม่ถือว่า “เข้าสู่” เช่นนี้ในทางกฎหมาย “การส่ง” ข้อมูลยังไม่เกิด นอกจากนี้การส่งมีผล โดยไม่จำเป็นที่ข้อมูลนั้นต้องอยู่ในสภาพที่อ่านออก เพราะในความเป็นจริงอาจมีการส่งข้อมูลที่ต้องเข้ารหัสกันไว้ด้วย

ส่วนของเวลาที่กฎหมายถือว่าการรับข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์มีผลนั้นก็ใช้หลักเกณฑ์เดียวกัน กล่าวคือ หลักเกณฑ์ในการเข้าสู่ระบบข้อมูลของผู้รับ หากเป็นกรณีที่มีการกำหนดระบบที่ใช้รับข้อมูลไว้เฉพาะ ทั้งนี้หากปรากฏว่ามีการส่งข้อมูลไปยังระบบอื่นนอกเหนือไปจากที่กำหนดไว้ จะถือว่าผู้ได้รับข้อมูล เมื่อได้มีการเรียกข้อมูลนั้นขึ้นมา แต่หากมิได้มีการกำหนดระบบเช่นนั้นไว้ โดยเฉพาะการรับข้อมูลจะมีผลตั้งแต่เวลาที่ข้อมูลเข้าสู่ระบบข้อมูลของฝ่ายผู้รับนั้น

ดังนั้น การทำสัญญาซื้อขายสินค้า หรือบริการกัน ในกรณีปกติหากปรากฏว่า คำเสนอ คำสนองแบบออนไลน์ถูกต้องตรงกันแล้ว และเป็นไปตามหลักเกณฑ์ของพระราชบัญญัติธุรกรรมฯ แล้ว เมื่อใดสัญญาก็จะเกิดขึ้น สิทธิหน้าที่ระหว่างคู่สัญญาก็จะเกิดขึ้นด้วย

## 2) พระราชบัญญัติฯ พ.ศ. 2510

พระราชบัญญัติฯ พ.ศ. 2510 เป็นกฎหมายที่กำหนดหลักเกณฑ์ต่างๆ ที่ใช้ ในการควบคุมการผลิต การขาย นำเข้า เพื่อขายยาในราชอาณาจักรไว้เป็นการเฉพาะ โดยกำหนดให้การขายยา ไม่ว่าจะเป็นยาแผนปัจจุบันและยาแผนโบราณจะต้องได้รับอนุญาตจากผู้อนุญาต และจะต้องขายยาในสถานที่ที่ได้รับอนุญาตเท่านั้น เว้นแต่การขายยาสมุนไพรที่ไม่ใช่ยาอันตราย การขาย ยาสามัญประจำบ้าน การขายยาซึ่งผู้ประกอบวิชาชีพเวชกรรมหรือผู้ประกอบโรคศิลปะในสาขา ทันตกรรม ขายเฉพาะสำหรับคน ไข้ของตน หรือการขายยาซึ่งผู้ประกอบเภสัชกรรม ผลิตหรือขายสำหรับสัตว์ ซึ่งตนบำบัด หรือป้องกัน โรคหรือการขายยาโดยกระทรวง ทบวง กรม ในหน้าที่ป้องกันหรือบำบัดโรค

---

ความในมาตรานี้ ให้ใช้บังคับแม้ระบบข้อมูลของผู้รับข้อมูลตั้งอยู่ในสถานที่อีกแห่งหนึ่งต่างหากจากสถานที่ที่ถือว่าผู้รับข้อมูลได้รับข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ตามมาตรา 24.



สภาเกษตรกรไทย หรือองค์การเกษตรกรตามมาตรา 12<sup>70</sup> มาตรา 13<sup>71</sup> มาตรา 19<sup>72</sup> มาตรา 46<sup>73</sup> และ มาตรา 53<sup>74</sup>

### 3) พระราชบัญญัติปฎิย พ.ศ. 2518

พระราชบัญญัติปฎิย พ.ศ. 2518 เป็นกฎหมายที่กำหนดหลักเกณฑ์ต่างๆ ที่ใช้ ในการควบคุมการผลิต การขาย นำเข้า เพื่อขายปฎิยในราชอาณาจักรไว้เป็นการเฉพาะโดยได้ให้คำนิยาม “ปฎิย” หมายความว่า สารอินทรีย์ อินทรีย์สังเคราะห์ อนินทรีย์ หรือจุลินทรีย์ ไม่ว่าจะเกิดขึ้น โดยธรรมชาติหรือทำขึ้นก็ตาม สำหรับใช้เป็นธาตุอาหารพืชได้ไม่ว่าวิธีใด หรือทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางเคมี กายภาพ หรือชีวภาพในดินเพื่อบำรุงความเติบโตแก่พืช

ทั้งนี้ กำหนดให้ปฎิยก่อนที่จะนำมาขายได้ ต้องขออนุญาตและต้องขึ้นทะเบียนจาก กรมวิชาการเกษตรก่อนที่จะทำการขายตามมาตรา 12<sup>75</sup> และจะต้องขายปฎิยในสถานที่กำหนดไว้ ในใบอนุญาตเท่านั้น เว้นแต่เป็นการขายส่งตรงต่อผู้รับใบอนุญาตขายปฎิยตามมาตรา 20<sup>76</sup>

<sup>70</sup> มาตรา 12 ห้ามมิให้ผู้ใดผลิต ขาย หรือนำหรือส่งเข้ามาในราชอาณาจักรซึ่งยาแผนปัจจุบัน เว้นแต่จะได้รับ อนุญาตจากผู้อนุญาต...

<sup>71</sup> มาตรา 13 บทบัญญัติมาตรา 12 ไม่ใช่บังคับแก่

(1)...

(3) การขายยาสมุนไพรที่ไม่ใช่ยาอันตราย การขายยาสามัญประจำบ้าน การขายยาซึ่งผู้ประกอบวิชาชีพ เวชกรรมหรือผู้ประกอบโรคศิลปะในสาขาทันตกรรมขายเฉพาะสำหรับคนไข้ของตนหรือการขายยาซึ่ง ผู้ประกอบการบำบัดโรคสัตว์ขายสำหรับสัตว์ซึ่งตนบำบัดหรือป้องกัน โรคหรือการขายยาโดยกระทรวง ทบวง กรม ในหน้าที่ป้องกันหรือบำบัดโรค สภาเกษตรกรไทย หรือองค์การเกษตรกร...

<sup>72</sup> มาตรา 19 ห้ามมิให้ผู้รับอนุญาต

(1) ผลิตหรือขายยาแผนปัจจุบันนอกสถานที่ที่กำหนดไว้ในใบอนุญาต เว้นแต่เป็นการขายส่ง

(2) ...

<sup>73</sup> มาตรา 46 ห้ามมิให้ผู้ใดผลิต ขาย หรือนำหรือส่งเข้ามาในราชอาณาจักรซึ่งยาแผนโบราณ เว้นแต่จะได้รับ อนุญาตจากผู้อนุญาต...

<sup>74</sup> มาตรา 53 ห้ามมิให้ผู้รับอนุญาตผลิตหรือขายยาแผนโบราณนอกสถานที่ที่กำหนดไว้ในใบอนุญาต เว้นแต่เป็น การขายส่ง.

<sup>75</sup> มาตรา 12 ห้ามมิให้ผู้ใดผลิตเพื่อการค้า ขาย นำเข้า ส่งออก หรือนำผ่านปฎิย ดังต่อไปนี้ เว้นแต่ได้รับใบอนุญาต จากพนักงานเจ้าหน้าที่

(1) ปฎิยเคมี

(2) ปฎิยชีวภาพยกเว้นปฎิยชีวภาพที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดตามมาตรา 34 (7)

(3) ปฎิยอินทรีย์ยกเว้นปฎิยอินทรีย์ที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดตามมาตรา 34 (7)

## 4) พระราชบัญญัติสุรา พ.ศ. 2493

พระราชบัญญัติสุรา พ.ศ. 2493 เป็นกฎหมายที่กำหนดหลักเกณฑ์ต่างๆ ที่ใช้ ในการควบคุมการขายสุราในราชอาณาจักรไว้เป็นการเฉพาะ โดยได้ให้คำนิยาม “สุรา” หมายรวมถึง วัตถุทั้งหลายหรือของผสมที่มีแอลกอฮอล์ซึ่งสามารถดื่มกินได้เช่นเดียวกับน้ำสุราหรือซึ่งดื่มกิน ไม่ได้ แต่เมื่อได้ผสมกับน้ำหรือของเหลวอย่างอื่นแล้ว สามารถดื่มกินเช่นเดียวกับน้ำสุราและ กำหนดให้การขายสุรา จะต้องได้รับใบอนุญาตจากเจ้าพนักงานสรรพสามิต และจะต้องขายสุรา ในสถานที่ที่ระบุไว้ในใบอนุญาตเท่านั้น อีกทั้งการขายสุราประเภทที่ 3 และประเภทที่ 4 จะขายได้ แต่เฉพาะในเวลาที่กำหนดในกฎกระทรวงตามมาตรา 17<sup>77</sup> มาตรา 19<sup>78</sup> มาตรา 20<sup>79</sup> และมาตรา 26<sup>80</sup>

## 5) พระราชบัญญัติเครื่องมือแพทย์ พ.ศ. 2531

พระราชบัญญัติเครื่องมือแพทย์ พ.ศ. 2531 เป็นกฎหมายที่กำหนดหลักเกณฑ์ต่างๆ ที่ใช้ในการควบคุมการผลิต การขาย นำเข้า เพื่อขายเครื่องมือแพทย์ในราชอาณาจักรไว้เป็นการเฉพาะ โดยกำหนดการขายเครื่องมือแพทย์จะต้องได้รับอนุญาตและจะต้องขายเครื่องมือแพทย์ในสถานที่

---

การขออนุญาต การอนุญาตและการออกใบอนุญาตตามวรรคหนึ่ง ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และ เงื่อนไขที่อธิบดีกำหนด โดยความเห็นชอบของคณะกรรมการปฎิ

<sup>76</sup> มาตรา 20 ห้ามมิให้ผู้รับใบอนุญาต

(1) ผลิตหรือขายปฎิยนอกสถานที่ที่กำหนดไว้ในใบอนุญาต เว้นแต่เป็นการขายส่งตรงต่อผู้รับใบอนุญาต ขายปฎิย

(2) ผลิตหรือนำเข้าปฎิยไม่ตรงตามใบสำคัญการขึ้นทะเบียน.

<sup>77</sup> มาตรา 17 ห้ามมิให้ผู้ใดขายสุราหรือนำสุราออกแสดงเพื่อขาย เว้นแต่จะได้รับใบอนุญาตจากเจ้าพนักงาน สรรพสามิต.

<sup>78</sup> มาตรา 19 ใบอนุญาตสุรามี 7 ประเภท คือ

ประเภทที่ 1 สำหรับขายสุราทุกชนิด ครั้งหนึ่งเป็นจำนวนตั้งแต่สิบลิตรขึ้นไป

ประเภทที่ 2 สำหรับการขายสุราที่ทำในราชอาณาจักร ครั้งหนึ่งเป็นจำนวนตั้งแต่สิบลิตรขึ้นไป

ประเภทที่ 3 สำหรับการขายสุราทุกชนิด ครั้งหนึ่งเป็นจำนวนต่ำกว่าสิบลิตร

ประเภทที่ 4 สำหรับการขายสุราที่ทำในราชอาณาจักร ครั้งหนึ่งเป็นจำนวนต่ำกว่าสิบลิตร...

<sup>79</sup> มาตรา 20 ผู้ได้รับอนุญาตขายสุราประเภทที่ 3 หรือประเภทที่ 4 จะขายสุราได้แต่เฉพาะภายในเวลาที่กำหนดใน กฎกระทรวง.

<sup>80</sup> มาตรา 26 ใบอนุญาตซึ่งออกตามความในมาตรา 5 มาตรา 12 มาตรา 17 และมาตรา 24 ให้ใช้ได้เฉพาะใน สถานที่ที่ระบุไว้ในใบอนุญาต และผู้ได้รับใบอนุญาตจะต้องแสดงใบอนุญาตนั้นไว้ในที่เปิดเผยเห็นได้ง่าย การเปลี่ยนแปลงสถานที่ที่ระบุไว้ในใบอนุญาตก็ดี การโอนใบอนุญาตเช่นว่านี้ก็ดี จะทำได้คือเมื่อไปปฏิบัติตาม เงื่อนไขและวิธีการที่กำหนดในกฎกระทรวง.

ที่ได้รับอนุญาตเท่านั้น ซึ่งหากพิจารณาถึงวัตถุประสงค์ในการตราพระราชบัญญัติเครื่องมือแพทย์ ก็เพื่อคุ้มครองสวัสดิภาพของประชาชนตามมาตรา 24<sup>81</sup> และมาตรา 40<sup>82</sup>

เมื่อพิจารณาจากกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้องกับตัวสินค้าแล้ว จะพบว่า สินค้าประเภทยา ฝิ่น สุรา และเครื่องมือแพทย์ เป็นสินค้าที่มีกฎหมายควบคุมในการขายไว้เป็นการเฉพาะ ที่กำหนดห้ามขายสินค้าประเภทดังกล่าวนอกสถานที่ที่ได้รับอนุญาต จึงทำให้สินค้าประเภทดังกล่าวไม่สามารถนำเสนอขายโดยตรงไปยังผู้บริโภคที่อยู่ห่างโดยระยะทางได้ในธุรกิจตลาดแบบตรง ซึ่งตามกฎหมายของประเทศอังกฤษและสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนีได้มีกฎหมายห้ามขายตัวสินค้า ไว้เป็นการเฉพาะ แต่ได้มีการกำหนดยกเว้นในลักษณะของสัญญาประเภทต่างๆ ที่ไม่ต้องตกอยู่ภายใต้บังคับของกฎหมายที่ใช้กำกับดูแลธุรกิจตลาดแบบตรง หรือกำหนดยกเว้นสัญญาที่ได้รับการยกเว้น ไม่ให้นำหลัก Cooling off Period มาใช้บังคับ ซึ่งจะได้อธิบายและวิเคราะห์ในรายละเอียดในบทต่อไป

### 3.4 เปรียบเทียบกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจตลาดแบบตรงของต่างประเทศและของประเทศไทย

ในหัวข้อนี้จะเป็นการเปรียบเทียบกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจตลาดแบบตรงของประเทศอังกฤษ สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี และประเทศไทย โดยมีรายละเอียด ดังนี้

#### 3.4.1 ลักษณะของการตรากฎหมาย

กฎหมายตลาดแบบตรงของประเทศอังกฤษ (Regulations 2000) และพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ของประเทศไทย ได้ตราขึ้นเป็นกฎหมายเฉพาะว่าด้วยการขายในลักษณะตลาดแบบตรง แต่กฎหมายตลาดแบบตรงของสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี ได้ตราขึ้นในลักษณะเป็นกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ทั่วไป (German Civil Code: BGB)

#### 3.4.2 การจดทะเบียน

กฎหมายตลาดแบบตรงของประเทศอังกฤษ (Regulations 2000) และกฎหมายตลาดแบบตรงของสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี (German Civil Code: BGB) ไม่ได้กำกับดูแลธุรกิจตลาดแบบตรงในลักษณะของการกำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจจะต้องมายื่นขอจดทะเบียนต่อหน่วยงานรัฐ

<sup>81</sup> มาตรา 24 ผู้ใดประสงค์จะขายเครื่องมือแพทย์ตามมาตรา 6 (3) ให้ยื่นคำขออนุญาตและเมื่ออนุญาตออกไปอนุญาตให้แล้วถึงจะขายเครื่องมือแพทย์นั้นได้...

<sup>82</sup> มาตรา 40 ห้ามมิให้ผู้จดทะเบียนสถานประกอบการ ผู้รับอนุญาต หรือผู้แจ้งรายการละเอียด ผลิตภัณฑ์ นำเข้า ขายหรือเก็บรักษาเครื่องมือแพทย์นอกสถานที่ที่ระบุไว้ใน ใบจดทะเบียนสถานประกอบการ...

เหมือนกับพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ของประเทศไทย ที่กำหนดให้ ผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง จะต้องยื่นคำขอจดทะเบียนการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง ต่อหน่วยงานรัฐ เพื่อให้หน่วยงานรัฐตรวจสอบก่อนจึงจะประกอบธุรกิจได้

### 3.4.3 คำนิยามศัพท์

กฎหมายตลาดแบบตรงของประเทศอังกฤษ (Regulations 2000) และกฎหมายตลาดแบบตรงของสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี (German Civil Code: BGB) ต่างก็กำหนดคำนิยาม “ตลาดแบบตรง” ในลักษณะของ “สัญญาโดยระยะทาง” (Distance Contract) ซึ่งมีความชัดเจนว่าตลาดแบบตรงนั้นมีลักษณะเป็นสัญญาซื้อขายรูปแบบหนึ่งที่คู่สัญญาอยู่ห่างกัน โดยระยะทาง แต่พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ของประเทศไทย คำนิยาม “ตลาดแบบตรง” นั้น ไม่ได้อธิบายให้มีความชัดเจนว่าตลาดแบบตรงเป็นสัญญาซื้อขายรูปแบบหนึ่งที่เกิดขึ้นจากคำเสนอและคำสนอง ถูกต้องตรงกันระหว่างคู่สัญญาที่อยู่ห่างกัน โดยระยะทาง เพียงแต่อธิบายถึงพฤติกรรมในการประกอบธุรกิจเสียมากกว่า

ทั้งนี้ กฎหมายตลาดแบบตรงของประเทศอังกฤษ (Regulations 2000) และกฎหมายตลาดแบบตรงของสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี (German Civil Code: BGB) ต่างก็กำหนดคำนิยาม “การสื่อสารโดยระยะทาง” ว่ามีความหมายว่าอย่างไร รวมถึงรูปแบบของการสื่อสารโดยระยะทางที่ใช้ในธุรกิจ ตลาดแบบตรง ซึ่งมีความชัดเจน แต่พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ของประเทศไทย มิได้มีการกำหนด “การสื่อสารโดยระยะทาง” รวมถึงรูปแบบของการสื่อสารโดยระยะทางที่ใช้ในธุรกิจตลาดแบบตรงไว้ให้ชัดเจน

### 3.4.4 ขอบเขตการบังคับใช้

กฎหมายตลาดแบบตรงของประเทศอังกฤษ (Regulations 2000) ได้กำหนดให้สัญญาบางประเภทไม่ตกอยู่ภายใต้ Regulations 2000 ทั้งฉบับ และกำหนดให้สัญญาบางประเภทไม่ต้องอยู่ภายใต้ Regulations 2000 บางมาตรา ในส่วนกฎหมายตลาดแบบตรงของสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี (German Civil Code: BGB) มีการกำหนดให้สัญญาบางชนิดไม่ตกอยู่ภายใต้ BGB ทั้งฉบับ แต่ไม่มีการกำหนดให้สัญญาบางชนิดไม่ต้องอยู่ภายใต้ BGB บางมาตรา เหมือนของประเทศอังกฤษ ในส่วนพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ของประเทศไทยไม่มีการกำหนดขอบเขตการบังคับใช้พระราชบัญญัตินี้ดังกล่าว ไม่มีการกำหนดในลักษณะของนิติกรรมหรือสัญญาประเภทใด ที่ไม่ต้องตกอยู่ภายใต้พระราชบัญญัตินี้ดังกล่าว เหมือนของประเทศอังกฤษ และสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี

### 3.4.5 ข้อมูลที่จำเป็นต้องแจ้งแก่ผู้บริโภคก่อนเกิดสัญญา

กฎหมายตลาดแบบตรงของประเทศอังกฤษ (Regulations 2000) ได้กำหนดให้ ผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงมีหน้าที่ต้องแจ้งข้อมูลที่จำเป็นต่อการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าให้ผู้บริโภคทราบ ภายในระยะเวลาอันสมควรก่อนที่สัญญาจะเกิดขึ้น เพื่อเป็นการคุ้มครองผู้บริโภคที่ขาดอิสระและความรอบคอบในการซื้อสินค้าในธุรกิจตลาดแบบตรง รวมทั้งยังกำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจยื่นยันข้อมูลต่างๆ เป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อให้เกิดความมั่นใจ และความเข้าใจที่ถูกต้องตรงกันระหว่างผู้ประกอบธุรกิจและผู้บริโภค

กฎหมายตลาดแบบตรงของสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี (German Civil Code: BGB) ได้กำหนดให้ ผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงมีหน้าที่ต้องแจ้งข้อมูลที่จำเป็นต่อการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าให้ผู้บริโภคทราบภายในระยะเวลาอันสมควรก่อนที่สัญญาจะเกิดขึ้น เช่นเดียวกับประเทศอังกฤษ แต่กฎหมายตลาดแบบตรงของสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี ไม่มีการกำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจยื่นยันข้อมูลต่างๆ เป็นลายลักษณ์อักษร เหมือนของประเทศอังกฤษ

พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ของประเทศไทย ไม่มีการกำหนดหน้าที่ของผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงที่มีหน้าที่ต้องแจ้งข้อมูลที่จำเป็นต่อการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าให้ผู้บริโภคทราบ ภายในระยะเวลาอันสมควรก่อนที่สัญญาจะเกิดขึ้น เพื่อเป็นการคุ้มครองผู้บริโภค ที่ขาดอิสระและความรอบคอบในการซื้อสินค้าในธุรกิจตลาดแบบตรง เหมือนของประเทศอังกฤษและสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี พระราชบัญญัติดังกล่าวกำหนดหน้าที่ของผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงไว้เพียงให้ ผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงมีหน้าที่ส่งมอบเอกสารการซื้อขายสินค้าหรือบริการแก่ผู้บริโภคเท่านั้น โดยไม่ระบุว่าส่งมอบเอกสารการซื้อขายให้แก่ผู้บริโภคเมื่อใด เวลาใด ทำให้ผู้บริโภคไม่ได้รับความคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคตามเจตนารมณ์ของพระราชบัญญัติดังกล่าว

### 3.4.6 สิทธิในการบอกเลิกสัญญาและระยะเวลาในการใช้สิทธิบอกเลิกสัญญาของผู้บริโภค

กฎหมายตลาดแบบตรงของประเทศอังกฤษ (Regulations 2000) ได้กำหนดสิทธิในการบอกเลิกสัญญาในธุรกิจตลาดแบบตรง ซึ่งเป็นสิทธิเด็ดขาดฝ่ายเดียวโดยปราศจากเงื่อนไขในแง่ของเหตุแห่งการบอกเลิก หรือที่เรียกหลักการบอกเลิกสัญญานี้ว่า “Cooling off Period” ไว้ด้วย โดยระยะเวลาในการใช้สิทธิบอกเลิกสัญญาของผู้บริโภคนั้น กำหนดภายในระยะเวลา 7 วัน นับแต่วันถัดจากวันที่ผู้บริโภคได้รับสินค้าหรือนับตั้งแต่วันถัดจากวันที่ทำสัญญา

กฎหมายตลาดแบบตรงของสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี (German Civil Code: BGB) ได้กำหนดสิทธิในการบอกเลิกสัญญาในธุรกิจตลาดแบบตรง ที่เรียกว่า “Cooling off Period” ไว้เช่นเดียวกันกับประเทศอังกฤษ แต่ต่างกันตรงระยะเวลาในการใช้สิทธิบอกเลิกสัญญาของ

ผู้บริโภค โดยกฎหมายตลาดแบบตรงของสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี กำหนดระยะเวลาภายใน 14 วัน นับแต่วันที่ผู้บริโภคได้รับแจ้งสิทธิในการบอกเลิกสัญญา

พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ของประเทศไทย ได้กำหนดสิทธิในการบอกเลิกสัญญาในธุรกิจตลาดแบบตรงไว้เช่นเดียวกับประเทศอังกฤษและสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี แต่พระราชบัญญัติขายตรงฯ ได้กำหนดระยะเวลาให้ผู้บริโภคมีสิทธิบอกเลิกสัญญาภายในเวลา 7 วัน นับแต่วันที่ได้รับสินค้าหรือบริการ

### 3.4.7 ข้อยกเว้นของการใช้สิทธิบอกเลิกสัญญาของผู้บริโภค

กฎหมายตลาดแบบตรงของประเทศไทย (Regulations 2000) ได้กำหนดข้อยกเว้นของการใช้สิทธิดังกล่าว โดยผู้บริโภคไม่มีสิทธิบอกเลิกสัญญาในสัญญาบางประเภทที่มีลักษณะเฉพาะ

กฎหมายตลาดแบบตรงของสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี (German Civil Code: BGB) ได้กำหนดข้อยกเว้นของการใช้สิทธิดังกล่าว โดยผู้บริโภคไม่มีสิทธิบอกเลิกสัญญาในสัญญาบางประเภทที่มีลักษณะเฉพาะเช่นเดียวกับประเทศอังกฤษ

พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ของประเทศไทย ได้กำหนดข้อยกเว้นของการใช้สิทธิดังกล่าวเช่นเดียวกับประเทศอังกฤษและสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี โดยกำหนดว่าสิทธิในการบอกเลิกสัญญาของผู้บริโภคไม่ใช่บังคับกับประเภท ราคาหรือชนิดของสินค้าหรือบริการตามที่กำหนดในพระราชกฤษฎีกา ซึ่งปัจจุบันยังไม่มีกำหนดประเภท ราคาหรือชนิดของสินค้าหรือบริการ ที่ผู้บริโภคไม่สามารถใช้สิทธิบอกเลิกสัญญาได้