



ปัญหาการบังคับใช้พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545: ศึกษากรณีการคุ้มครองผู้บริโภค
ในการซื้อขายสินค้าทางอิเล็กทรอนิกส์หรือตลาดแบบตรง

Problems of Enforcing Direct Sales and Direct Marketing Act B.E.2545: Case Study of
Consumer Protection in Case of E-commerce or Direct Marketing

มณฑิรา แก้วตา

คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

9/9 หมู่ 9 ตำบลบางพูด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 11120

E-mail: pungpond.law.ubu@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษปัญหาการบังคับใช้พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 : ศึกษากรณีการคุ้มครองผู้บริโภคในการซื้อขายสินค้าทางอิเล็กทรอนิกส์หรือตลาดแบบตรง มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคในการตลาดแบบตรง 2) ศึกษาความหมาย ประเภท และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคในการซื้อขายสินค้าทางอิเล็กทรอนิกส์หรือตลาดแบบตรง และกฎหมายต่างประเทศ 3) ศึกษาวิเคราะห์ปัญหาการบังคับใช้พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ.2545 และ 4) เสนอแนะแนวทางแก้ไขปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคในการซื้อขายสินค้าทางอิเล็กทรอนิกส์หรือตลาดแบบตรง

จากการศึกษาพบว่า การคุ้มครองผู้บริโภคในการซื้อขายสินค้าทางอิเล็กทรอนิกส์หรือตลาดแบบตรง มีปัญหาที่เกิดขึ้นกับการบังคับใช้พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 คือ 1) ปัญหาในเรื่องคำนิยาม เนื่องจากไม่ได้มีการให้คำนิยามเกี่ยวกับผู้ประกอบการตลาดแบบตรงไว้โดยเฉพาะจึงเป็นปัญหาในการตีความว่าผู้ประกอบการลักษณะใดบ้างที่จะต้องปฏิบัติตามพระราชบัญญัตินี้ 2) ปัญหาเรื่องการส่งมอบเอกสารสัญญาซื้อขาย และการกำหนดรายละเอียดของสัญญา โดยพระราชบัญญัตินี้ไม่ได้มีการกำหนดรายละเอียดของสัญญาไว้เป็นแนวทางในการปฏิบัติ และไม่ได้กำหนดถึงวิธีการในการส่งมอบเอกสารสัญญาไว้ ทำให้เกิดความได้เปรียบเสียเปรียบระหว่างผู้ประกอบการและผู้บริโภค 3) ปัญหาการเปลี่ยนสินค้าที่มีความชำรุดบกพร่อง โดยกฎหมายฉบับดังกล่าวไม่ได้มีการกำหนดถึงลักษณะของสินค้าที่มีความชำรุดบกพร่องที่ผู้บริโภคสามารถเปลี่ยนสินค้าได้ในกรณีที่ผู้บริโภคไม่ต้องการคืนสินค้า 4) ปัญหาการบอกเลิกสัญญา การคืนสินค้า และการกำหนดประเภทสินค้า กฎหมายนี้ยังไม่ได้มีการกำหนดถึงประเภทสินค้าที่จะสามารถคืนได้หรือไม่ได้ไว้เป็นการเฉพาะ 5) ปัญหาการจดทะเบียนผู้ประกอบการตลาดแบบตรง เนื่องจากกฎหมายฉบับดังกล่าวกำหนดให้ผู้ที่จะประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงต้องจดทะเบียนต่อสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค และต้องจดทะเบียนพาณิชย์ ต่อกระทรวงพาณิชย์อีกแห่งด้วย ซึ่งก่อให้เกิดความซ้ำซ้อน ทำให้ผู้ประกอบการหลีกเลี่ยงที่จะทำการจดทะเบียนดังกล่าว จากประเด็นปัญหาที่พบข้างต้น ผู้ศึกษาจึงได้มีการเสนอแนะแนวทางแก้ไขโดยให้มีการนำกฎหมายของสหภาพยุโรป กฎหมายของประเทศนิวซีแลนด์ กฎหมายของประเทศสิงคโปร์ และกฎหมายของประเทศสหรัฐอเมริกา มาเป็นแนวทางในการแก้ไขเพิ่มเติมพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 เพื่อให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีที่มีความเจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว

คำสำคัญ : คุ้มครองผู้บริโภค ตลาดแบบตรง ซื้อขายสินค้าทางอิเล็กทรอนิกส์

Abstract

This research titled “Problems of Enforcing Direct Sales and Direct Marketing Act B.E.2545: Case Study of Consumer Protection in Case of E-commerce or Direct Marketing” has four main objectives. First, to study the concepts and theories of consumer protection in case of direct marketing. Second, to study the definition, categories and laws relating to consumer protection in case of E-commerce and direct marketing as well as foreign

related laws. Third, to study and analyze the problems of the “Enforcing Direct Sales and Direct Marketing Act B.E.2545”. Fourth, to identify some recommendations for consumer protection problems arising from E-commerce and direct marketing.

Direct Marketing Act B.E.2545. First, the act does not include a definition resulting in a number of confusions: which business type falls into the enforcement of this statute. Second, there are problems of merchandise delivery. This act does not include details of direct sale contract as a guideline for business practice. It does not mention the delivery methods either. As a result, there are advantages and disadvantages for business operators and consumers. Third, an exchange of defective merchandise is a problem, because there is no provision defining the natures of defective merchandise that a consumer has to right to change. When a consumer does not want to return the goods, he or she cannot exchange it. Fourth, there are problems related to contract rescindment, merchandise return and merchandise categorization. The act does not provide a list of exchangeable and non-exchangeable merchandise. Fifth, there is a problem of directing marketing business operator registration. The act requires a direct marketing business operator to register at the Consumer Protection Office as well as at the Ministry of Commerce. As a result, business operators find that the double registration is burdensome and tend to avoid it. For amendments of Direct Sales and Direct Marketing Act B.E.2545, the researcher recommends an adaptation of related laws from European Union, New Zealand, Singapore and United States of America in order to keep up with the fast dynamic technology.

Keywords : Consumer protection, direct marketing, E-commerce

1. บทนำ

การซื้อขายของประเทศไทยนั้นมาตั้งแต่สมัยโบราณเริ่มตั้งแต่สมัยกรุงสุโขทัยเป็นราชธานี มีวิวัฒนาการมากระทั่งปัจจุบัน ซึ่งตามพจนานุกรมราชบัณฑิตยสถานให้ความหมายคำว่า วิวัฒนาการ หมายถึง กระบวนการเปลี่ยนแปลงหรือคลี่คลายไปสู่ภาวะที่ดีขึ้นหรือเจริญขึ้น ส่วนคำว่า ซื้อขาย หมายถึง ข้อสัญญาซึ่งบุคคลฝ่ายหนึ่งเรียกว่า ผู้ขาย โอนกรรมสิทธิ์แห่งทรัพย์สินให้แก่บุคคลอีกฝ่ายหนึ่ง เรียกว่า ผู้ซื้อ และผู้ซื้อตกลงจะใช้ราคาทรัพย์สินนั้นให้แก่ผู้ขาย ดังนั้นวิวัฒนาการการซื้อขายหมายถึง กระบวนการเปลี่ยนแปลงของการซื้อขายจากระบบการแลกเปลี่ยนสินค้า หรือระบบแลกเปลี่ยนของต่อของ (Barter System) หลังจากนั้นระบบการแลกเปลี่ยนของต่อของจึงพัฒนาเป็นระบบการใช้เงินเป็นสื่อกลางการแลกเปลี่ยน (Medium of Exchange) ซึ่งเป็นระบบการซื้อขายด้วยเงิน (Money System) โดยลักษณะของการซื้อขายนั้นเริ่มจากการพบปะซื้อขายกันในระยะใกล้ระหว่างบุคคลหรือภายในพื้นที่หรืออาณาเขตที่ติดๆกันไป จนถึงการซื้อขายสินค้าข้าม

ประเทศหรือข้ามทวีปหรือที่เราเรียกกันว่าการค้าระหว่างประเทศ สำหรับรูปแบบการซื้อขายโดยปกตินั้นเป็นกรณีที่ผู้ซื้อและผู้ขายได้มีการพบปะกันมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันก่อนที่จะมีการตกลงซื้อขายสินค้ากัน (วิชญ์ เครืองาม,2549) ซึ่งผู้ซื้อและผู้ขายอาจจะไม่ได้รู้จักชื่อหรือสนิทสนมคุ้นเคยกันมาก่อน เพียงแค่ได้มีการพบหน้าและรู้ว่าใครเป็นผู้ขาย ใครเป็นผู้ซื้อ รวมถึงสามารถพิจารณาถึงคุณสมบัติและความสามารถของผู้ซื้อได้ ซึ่งวิธีการในการทำสัญญาซื้อขายโดยปกติคือ การที่ผู้ซื้อได้แสดงเจตนาว่าตนต้องการซื้อสินค้าโดยการแสดงเจตนาที่นั้นอาจจะทำเป็นปากเปล่าหรือทำเป็นลายลักษณ์อักษรหรือวิธีการอื่นก็ได้แต่ต้องอยู่ภายใต้หลักเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนดไว้ กล่าวคือในกรณีของสังหาริมทรัพย์ สำหรับการซื้อขายสินค้าประเภทนี้ไม่ต้องทำตามหลักเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนดไว้ เพียงแค่ผู้ซื้อและผู้ขายทำการตกลงซื้อขายกัน กรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินก็โอนไปยังผู้ขายทันทีตั้งแต่ขณะทำสัญญากันอันเป็นระบบสัญญาเดี่ยว ส่วนในกรณีของสังหาริมทรัพย์และสังหาริมทรัพย์ชนิดพิเศษนั้นต้องทำตามหลักเกณฑ์ที่



กฎหมายกำหนดไว้ โดยจะต้องทำเป็นหนังสือและจดทะเบียนต่อพนักงานเจ้าหน้าที่ ซึ่งหากไม่ทำตามหลักเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนดไว้ แม้ว่าผู้ซื้อและผู้ขายจะตกลงทำการซื้อขายกันก็ตามก็ไม่มีผลผูกพันกันตามกฎหมายถือว่าเป็นโมฆะหรือเสียเปล่านั่นเอง

ในปัจจุบันความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีนำพาให้การซื้อขายมีรูปแบบที่หลากหลายต่างออกไปจากซื้อขายแบบเดิมๆ โดยในยุคที่มีความทันสมัยทางเทคโนโลยีสูงขึ้นหรือที่เรียกว่ายุคโลกาภิวัตน์ทำให้ระบบเศรษฐกิจและการค้ามีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว อีกทั้งยังได้มีการดึงเอาความสามารถของสื่อทางอิเล็กทรอนิกส์มาเป็นตัวช่วยทั้งในด้านการสื่อสาร การอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ รวมถึงการซื้อขายสินค้าผ่านสื่อทางอิเล็กทรอนิกส์โดยเรียกเป็นภาพรวมว่า การทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Business) ซึ่งเป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่กำลังเป็นที่แพร่หลาย ในปัจจุบันการซื้อขายสินค้านั้นนิยมทำผ่านอินเทอร์เน็ตหรือการซื้อขายสินค้าบริการออนไลน์หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ซึ่งลักษณะของการซื้อขายทางอินเทอร์เน็ตนั้นเป็นการทำสัญญาผ่านอินเทอร์เน็ตโดยใช้คอมพิวเตอร์ โดยผู้ขายนำสินค้าที่ต้องการจะขายนำมาลงโฆษณาผ่านทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น หน้าจอคอมพิวเตอร์ โทรศัพท์ โทรทัศน์ หรือโฆษณานำเสนอผ่านทางเว็บไซต์เท่านั้น โดยการซื้อขายในรูปแบบนี้มีความนิยมเป็นจำนวนมาก เนื่องจากเป็นวิธีที่ทำได้ง่าย สะดวกสบาย ประหยัดเวลาทั้งต่อตัวผู้ขายและผู้ซื้อ ทำให้ผู้ขายและผู้ซื้อไม่ต้องเดินทางไปพบกัน (สุขุม ศุภินิตย์, 2547) เพียงแค่ทำการซื้อขายผ่านทางหน้าจอคอมพิวเตอร์ของตนเอง โดยส่วนใหญ่การทำธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ตนี้จะทำโดยการอาศัยความไว้วางใจซึ่งกันและกัน เนื่องจากผู้ซื้อและผู้ขายไม่ได้รู้จักหรือเห็นหน้ากันเหมือนการซื้อขายปกติทั่วไป (อภิชัย ทองประสม, 2544) ด้วยลักษณะดังกล่าวนี้ทำให้ผู้ซื้อสินค้าเสี่ยงต่อปัญหาจากการซื้อสินค้าออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นการที่ผู้ซื้อไม่สามารถตรวจสอบข้อสัญญาที่ผู้ขายกำหนดไว้ หรือไม่อาจทราบเงื่อนไขหรือข้อสัญญาในการซื้อขายเนื่องจากมีเนื้อหา และในบางกรณีก็มีตัวอักษรที่เล็ก ยากต่อการที่ผู้ซื้อทำความเข้าใจได้ หรือในบางกรณีข้อสัญญาที่ตกลงไปนั้น

อาจแฝงข้อสัญญาในลักษณะที่ลึกลับหรือลึกลับของผู้บริโภคหรือเอาเปรียบผู้บริโภค เช่น ผู้ขายกำหนดว่าจะต้องโอนเงินก่อนจึงจะส่งสินค้าให้กับผู้ซื้อ หากสินค้ามีความชำรุดบกพร่องผู้ขายปฏิเสธไม่รับเปลี่ยนสินค้าหรือคืนเงินไม่ว่ากรณีใดๆ หรือให้ผู้ซื้อชำระค่าจัดส่งในการแลกเปลี่ยนสินค้าที่มีความชำรุดบกพร่องเองและจ่ายเงินเพิ่มในการแลกเปลี่ยนสินค้า ซึ่งถือว่าเป็นการจำกัดความรับผิดชอบของผู้ขาย ส่งผลทำให้ผู้ซื้อเสียเปรียบเป็นอย่างมาก ดังนั้นจะเห็นได้ว่าแม้ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีจะเอื้ออำนวยต่อการดำเนินกิจกรรมทางพาณิชย์สามารถผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ได้โดยง่ายก็ตาม แต่เนื่องจากลักษณะเฉพาะของอินเทอร์เน็ตนั้นไม่มีลักษณะทางกายภาพที่แท้จริงไม่มีเขตแดนที่ชัดเจนแน่นอน ทำให้ไม่สามารถตอบโต้กันได้ทันที จึงก่อให้เกิดประเด็นปัญหาต่างๆตามมามากมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเด็นปัญหากรณีภายหลังการขายที่ผู้ขายบิดพลิ้วไม่ปฏิบัติตามสัญญาหรือปฏิบัติขัดต่อบทบัญญัติของกฎหมาย ทำให้ผู้ซื้อประสบปัญหาดังกล่าวนี้นับเป็นอย่างมากจากการที่สั่งซื้อสินค้าออนไลน์ อันเนื่องมาจากผู้ซื้อไม่สามารถตรวจสอบสินค้าได้ด้วยตนเองก่อนการสั่งซื้อสินค้า จึงมักเกิดปัญหาในกรณีที่ผู้ซื้อได้รับสินค้าล่าช้า หรือไม่ได้รับสินค้า หรือได้รับสินค้าแต่ไม่เป็นไปตามที่คาดหวังไว้ หรือได้รับสินค้าที่มีลักษณะคุณภาพ สภาพที่มีความชำรุดบกพร่องไม่สามารถใช้งานได้หรือไม่เป็นไปตามคำพรรณนาที่ผู้ขายได้ให้ไว้ เมื่อผู้ซื้อจะเรียกร้องเพื่อขอเปลี่ยนสินค้าหรือขอคืนเงิน ผู้ขายก็จะมักปฏิเสธและกล่าวอ้างว่าตนได้ส่งมอบสินค้าให้ตามคำสั่งซื้อ และตามเจตนารมณ์ของผู้บริโภคแล้ว หรือแม้ผู้ซื้อจะขอให้สิทธิตามกฎหมายในการยกเลิกสัญญาแต่ผู้ขายก็มักปฏิเสธหรือเพิกเฉยในการที่จะชำระราคาคืนให้

ดังนั้นตามที่กล่าวมาแล้วข้างต้นเห็นได้ว่าปัจจุบันการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือการซื้อขายออนไลน์ โดยผ่านช่องทางช่องทางการสื่อสารไร้พรมแดนต่างๆ นั้นมีปัญหาและอุปสรรค ดังนี้

1.1 ปัญหาในเรื่องของค่านิยาม

พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 มาตรา 3 นี้ไม่ได้มีการให้คำนิยามคำว่า "ผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรง" อันเป็นบุคคลที่มีความสัมพันธ์

ในทางกฎหมาย ซึ่งตามพระราชบัญญัติดังกล่าวมีกำหนด คำนิยามที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจตลาดแบบตรงเพียงคำว่า “ผู้บริโภค หมายความว่า ผู้ซื้อหรือผู้ได้รับบริการจาก ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง หรือผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง หรือผู้ซึ่งได้รับการ เสนอหรือการชักชวนจากผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงหรือผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง เพื่อให้ซื้อสินค้าหรือ รับบริการ” และ “ตลาดแบบตรง หมายความว่า การทำตลาดสินค้าหรือบริการในลักษณะ ของการสื่อสารข้อมูลเพื่อเสนอขายสินค้าหรือบริการ โดยตรงต่อผู้บริโภคซึ่งอยู่ห่างโดยระยะทางและมุ่งหวังให้ ผู้บริโภคแต่ละรายตอบกลับเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการจากผู้ ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงนั้น” ก่อให้เกิดปัญหาในการ ตีความว่าลักษณะใดบ้างที่เป็นผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบ ตรงที่ต้องถูกบังคับให้ปฏิบัติตามพระราชบัญญัตินี้

1.2 ปัญหาการส่งมอบสัญญาซื้อขาย และ รายละเอียดเอกสารสัญญา

พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 มาตรา 30 บัญญัติว่า “ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขาย ตรงหรือผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงมีหน้าที่ส่งมอบ เอกสารการซื้อขายสินค้าหรือบริการแก่ผู้บริโภค

เอกสารการซื้อขยตามวรรคหนึ่งต้องมีข้อความ ภาษาไทยที่อ่านเข้าใจง่าย โดยระบุชื่อผู้ซื้อและผู้ขาย วันที่ ซื้อขายและวันที่ส่งมอบสินค้าหรือบริการ รวมทั้งสิทธิของ ผู้บริโภคในการเลิกสัญญาซึ่งสิทธิเลิกสัญญาดังกล่าวต้อง กำหนดด้วยตัวอักษรที่เห็นเด่นชัดกว่าข้อความทั่วไป”

ปัญหาในเรื่องการส่งมอบเอกสารการซื้อขย และรายละเอียดเอกสารสัญญากฎหมายขายตรงและตลาด แบบตรงไม่ได้มีประกาศกำหนดหลักเกณฑ์ใดๆ และไม่มี ข้อกำหนดให้มีการทำสัญญากับผู้บริโภคด้วย ซึ่งในมาตรา 31 (พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ.2545 มาตรา 31) ก็ไม่ปรากฏว่าผู้ประกอบธุรกิจต้องส่งมอบ สัญญาให้ผู้บริโภค และต้องส่งมอบโดยวิธีใด เมื่อไม่มี กฎหมายกำหนดรูปแบบสัญญามาตรฐานที่บังคับใช้ทั่วไปผู้ ประกอบธุรกิจก็สามารถเสนอขายสินค้าตามช่องทางต่างๆ ที่สามารถทำได้ตามแต่ประเภทสินค้าที่ทำนิติกรรมผ่าน

ทางตลาดแบบตรง เมื่อเกิดข้อพิพาทขึ้นก็ใช้หลักกฎหมาย ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ว่าด้วยเรื่องการทำ นิติกรรมสัญญา หลักของการเสนอการสนองของคู่สัญญา ถูกต้องตรงกันสัญญาเกิด มาใช้บังคับ

แต่อย่างไรก็ตามถ้าหากมีกฎหมายกำหนด ควบคุมการทำสัญญาในการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง โดยให้มีผลบังคับใช้เป็นมาตรฐานเดียวกันจะเป็นผลดีกับ ผู้บริโภคในทุกๆ ด้าน เช่น ผู้ประกอบธุรกิจต้องส่งสัญญา ให้ผู้บริโภคภายในกี่วันนับแต่ได้รับสินค้า ต้องแจ้ง รายละเอียดของเอกสารสัญญาให้ผู้บริโภคทราบก่อนที่จะ ตกลงทำสัญญา เงื่อนไขในการคืนสินค้า การรับประกัน คุณภาพ ขนาดตัวหนังสือที่ใช้ในสัญญา เป็นต้น ผู้บริโภคก็ จะได้ทราบว่าสินค้าประเภทไหนมีเงื่อนไขอย่างไร และผู้ ประกอบธุรกิจก็จะไม่สามารถหาช่องว่างของกฎหมาย เพื่อที่จะหลีกเลี่ยงความรับผิดชอบผู้บริโภคได้ หาก กฎหมายกำหนดให้ต้องมีการทำสัญญาและต้องส่งมอบ สัญญาทันทีหลังจากส่งมอบสินค้า

1.3 ปัญหาการเปลี่ยนสินค้าที่มีความชำรุด บกพร่อง

พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 มาตรา 31 บัญญัติว่า “คณะกรรมการมีอำนาจ กำหนดรายละเอียดในเอกสารการซื้อขยสินค้าหรือบริการ ที่ใช้วิธีการขายตรงหรือตลาดแบบตรง โดยถือเอาราคา สินค้าหรือบริการที่ผู้บริโภคได้รับการคุ้มครองและประเภท สินค้าหรือบริการเป็นสำคัญ

เอกสารการซื้อขยตามวรรคหนึ่ง อย่างน้อยต้อง มีรายการดังต่อไปนี้

- (1) รายละเอียดตามมาตรา 30
- (2) กำหนดเวลา สถานที่ และวิธีการในการชำระ หนี้
- (3) สถานที่ และวิธีการในการส่งมอบสินค้าหรือ บริการ
- (4) วิธีการเลิกสัญญา
- (5) วิธีการคืนสินค้า
- (6) การรับประกันสินค้า



(7) การเปลี่ยนสินค้าในกรณีมีความชำรุดบกพร่อง

ประกาศกำหนดรายละเอียดในเอกสารการซื้อขายให้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา”

ปัญหาในเรื่องการเปลี่ยนสินค้าที่มีความชำรุดบกพร่องตามมาตรา 31 (7) กรณีผู้บริโภคไม่ประสงค์บอกเลิกสัญญาและไม่ประสงค์คืนสินค้าแก่ผู้ประกอบการ แต่ต้องการเปลี่ยนตัวสินค้าแทน กฎหมายไม่ได้กำหนดวิธีการเปลี่ยนสินค้าชำรุดบกพร่องไว้ ถึงกรณีระยะเวลาของการเปลี่ยนสินค้าว่าผู้บริโภคต้องคืนภายในกี่วันนับแต่ได้รับสินค้าและประสงค์ที่จะขอเปลี่ยนสินค้าที่มีความชำรุดบกพร่อง ดังนั้นผู้บริโภคควรได้มีโอกาสที่จะเปลี่ยนสินค้าได้ แทนการบอกเลิกสัญญาเพียงอย่างเดียว

1.4 ปัญหาการบอกเลิกสัญญา การคืนสินค้า และการกำหนดประเภทสินค้า

พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ตามมาตรา 33 บัญญัติว่า “ในการซื้อสินค้าหรือบริการจากการขายตรงหรือจากการขายผ่านตลาดแบบตรง ผู้บริโภคมีสิทธิเลิกสัญญาโดยวิธีการส่งหนังสือแสดงเจตนาภายในเวลาเจ็ดวันนับแต่วันที่ได้รับสินค้าหรือบริการ ไปยังผู้ประกอบการขายตรงหรือผู้ประกอบการตลาดแบบตรง สำหรับธุรกิจขายตรงผู้บริโภคจะแจ้งไปยังผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงที่เกี่ยวข้องก็ได้

บทบัญญัติตามวรรคหนึ่งไม่ใช้บังคับกับประเภทราคาหรือชนิดของสินค้าหรือบริการตามที่กำหนดในพระราชกฤษฎีกา”

ปัญหาในเรื่องการบอกเลิกสัญญา การคืนสินค้า และการกำหนดประเภทสินค้า พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ได้ให้สิทธิแก่ผู้บริโภคให้สามารถใช้สิทธิคืนสินค้าหรือบริการที่ได้สั่งซื้อผ่านตลาดแบบตรงได้ภายใน 7 วัน นับแต่ได้รับสินค้าหรือบริการนั้น กฎหมายกำหนดให้สามารถตราพระราชกฤษฎีกายกเว้นไม่ให้ใช้บังคับกับสินค้าหรือบริการบางประเภทใดที่ไม่สามารถบอกเลิกสัญญาภายใน 7 วันได้ แต่ปัจจุบันก็ยังไม่มีการออกพระราชกฤษฎีกาตามวรรคสองแต่อย่างใด ซึ่งเมื่อยังไม่มีการยกเว้นสิทธิในการคืนสินค้าหรือบริการนี้ แต่กฎหมายยังไม่ได้มีการกำหนดประเภท ราคา หรือชนิดของสินค้า

หรือบริการ ทำให้ผู้บริโภคไม่สามารถใช้สิทธิในการบอกเลิกสัญญาได้เพราะไม่อาจทราบได้ว่าสินค้าประเภทใดเป็นธุรกิจตลาดแบบตรงหรือไม่ อาจทำให้เกิดปัญหาแก่ผู้บริโภคในการปฏิบัติในการคืนสินค้าหรือบริการที่ไม่ชัดเจน เพื่อให้การบังคับให้กฎหมายให้เป็นเอกภาพและลดการตีความว่าสินค้าลักษณะใดเป็นค่าของตลาดแบบตรง จำเป็นต้องกำหนดประเภทสินค้าที่ต้องจดทะเบียนธุรกิจตลาดแบบตรง โดยสามารถกำหนดไว้ในพระราชกฤษฎีกาได้ตามมาตรา 33 วรรค 2 ในอำนาจไว้ แต่ปัจจุบันก็ยังไม่มีการกำหนดประเภทสินค้า ราคาหรือชนิดของสินค้าหรือบริการ เพื่อจะได้มีกฎหมายบังคับใช้เป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้กฎหมาย ผู้บริโภค ผู้ประกอบการธุรกิจ

1.5 ปัญหาการจดทะเบียนผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรง

พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 มาตรา 27 กำหนดให้ผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรงจะต้องดำเนินการจดทะเบียนการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง ดังนั้นหากผู้ใดจะประกอบธุรกิจในลักษณะดังกล่าวในประเทศไทยจึงต้องทำการจดทะเบียนตามมาตรา 27 เสียก่อน หากฝ่าฝืนต้องระวางโทษตามมาตรา 47 คือจำคุกไม่เกินหนึ่งปีหรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ และปรับอีกวันละไม่เกินหนึ่งหมื่นบาทตลอดเวลาที่ยังฝ่าฝืน แต่จากข้อเท็จจริงในปัจจุบันการซื้อขายตลาดแบบตรงมีการซื้อขายกันมากแต่พบการจดทะเบียนน้อยมาก ซึ่งผู้จดทะเบียนตลาดแบบตรงต่อสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคส่วนมากจะเป็นผู้ที่ทำธุรกิจขายตรงแล้วมายื่นจดทะเบียนตลาดแบบตรงไว้ (สถิติการจดทะเบียนขายตรงและตลาดแบบตรงตั้งแต่ พ.ศ.2555 ถึงปัจจุบัน) เพื่อจะครอบคลุมการขายในรูปแบบขายตรงและตลาดแบบตรงป้องกันการถูกปรับเมื่อมีข้อพิพาทขึ้น ส่วนผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรงพบว่ามีการจดทะเบียนประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงในอัตราน้อย เมื่อเกิดปัญหาหลังจากการซื้อสินค้าแล้วไม่ได้รับสินค้า หรือได้รับสินค้าแต่ไม่ได้คุณภาพหรือชำรุดบกพร่อง หากไม่ได้ทำการจดทะเบียนเป็นผู้ประกอบการตลาดแบบตรง ก็ทำให้ไม่สามารถบังคับได้ เพราะไม่ทราบตัวผู้กระทำความผิด เพราะไม่มีได้จดทะเบียน เมื่อมีปัญหาที่ปิดบริการหนีความผิด

อีกปัญหาหนึ่งที่ผู้ศึกษาเห็นว่าเป็นการซ้ำซ้อนที่มีกฎหมายอีกฉบับควบคุมผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกรมพัฒนาธุรกิจ กระทรวงพาณิชย์ ตามประกาศกระทรวงพาณิชย์ เรื่องให้ผู้ประกอบการพาณิชย์ ต้องจดทะเบียนพาณิชย์ (ฉบับที่ 11) พ.ศ.2553 โดยอาศัยอำนาจตามพระราชบัญญัติทะเบียนพาณิชย์ พ.ศ.2544 กำหนดให้การซื้อขายสินค้าโดยวิธีใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ผู้ประกอบการจะต้องจดทะเบียนพาณิชย์ ณ สำนักงานทะเบียนพาณิชย์ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ อีกฉบับหนึ่งด้วย เป็นปัญหาความซ้ำซ้อนของหน่วยงาน

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคในการตลาดแบบตรง

2.2 เพื่อศึกษาความหมาย ประเภท และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคในการซื้อขายสินค้าทางอิเล็กทรอนิกส์หรือตลาดแบบตรง และกฎหมายต่างประเทศ

2.3 เพื่อศึกษาวิเคราะห์ปัญหาการบังคับใช้พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ.2545

2.4 เพื่อจะได้เสนอแนะแนวทางแก้ไขปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคในการซื้อขายสินค้าทางอิเล็กทรอนิกส์หรือตลาดแบบตรง

3. วิธีศดอุปกรณัและวิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยทำการศึกษาค้นคว้าแบบวิจัยเอกสาร (Documentary Search) ซึ่งเป็นข้อมูลปฐมภูมิ ทดพิภูมิ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องทั้งรูปแบบของหนังสือ บทความ รายงาน การวิจัย วิทยานิพนธ์ คำพิพากษาของศาลและตัวบทกฎหมายที่เกี่ยวข้องทั้งประ มวลกฎหมาย และพระราชบัญญัติ เอกสารต่างๆไม่ว่าจะเป็นของประเทศไทย และต่างประเทศ แล้วนำมาวิเคราะห์เพื่อหาประเด็นปัญหา และผลกระทบจากการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยมุ่งเน้นไปที่การศึกษารณัการคุ้มครองผู้บริโภคในการซื้อขายสินค้าทางอิเล็กทรอนิกส์หรือตลาดแบบตรง

4. ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยสามารถสรุปผลการศึกษาตามประเด็นได้ดังต่อไปนี้คือ

4.1 ปัญหาการตีความค่านิยาม ปัญหาในส่วนของการให้ค่านิยามความหมาย ที่ไม่มีการให้ค่านิยามความหมายของคำว่า “ผู้ประกอบการตลาดแบบตรง” ไว้เป็นการเฉพาะทั้งที่ผู้ประกอบการเป็นองค์ประกอบสำคัญในการประกอบธุรกิจตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ.2545 ซึ่งได้รวมการขายสินค้าทั้งรูปแบบขายตรง และตลาดแบบตรงเข้าไว้ด้วยกันไม่ได้แยกประเภทลักษณะการขายสินค้าเป็นการเฉพาะ อีกทั้งมาตรา 3 ในพระราชบัญญัตินี้ ไม่ปรากฏค่านิยามของผู้ประกอบการตลาดแบบตรงไว้ เพียงแต่บัญญัติถึงค่านิยามของตลาดแบบตรง และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจตลาดแบบตรง ดังนี้

ตลาดแบบตรง หมายความว่า การทำตลาดสินค้าหรือบริการในลักษณะของการสื่อสารข้อมูลเพื่อเสนอขายสินค้าหรือบริการโดยตรงต่อผู้บริโภคซึ่งอยู่ห่างโดยระยะทางและมุ่งหวังให้ผู้บริโภคแต่ละรายตอบกลับเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการจากผู้ประกอบการตลาดแบบตรงนั้น

ผู้บริโภค หมายความว่า ผู้ซื้อหรือได้รับการบริการจากผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงหรือผู้ประกอบการตลาดแบบตรง หรือผู้ซึ่งได้รับการเสนอหรือชักชวนจากผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงหรือผู้ประกอบการตลาดแบบตรง เพื่อให้ซื้อสินค้าหรือบริการ

จากค่านิยามดังกล่าวจะเห็นว่าเป็นการให้ค่านิยามที่มีการให้ความหมายเชื่อมโยงถึงการมีนิติสัมพันธ์กับผู้ประกอบการตลาดแบบตรง แต่ไม่ได้มีการกำหนดค่านิยามของการประกอบธุรกิจเหล่านี้ไว้โดยเฉพาะ เมื่อพิจารณาจากกฎหมายต่างประเทศ พบว่า กฎหมายของสหภาพยุโรปมีการกำหนดค่านิยามของผู้ประกอบการซึ่งมีความสัมพันธ์กับค่านิยามของคำว่าผู้บริโภคหรือเกี่ยวกับสัญญาที่เกี่ยวข้องกับตลาดแบบตรง จึงไม่มีปัญหาในด้านการตีความว่า ผู้ประกอบการคือบุคคลประเภทใด ในส่วนกฎหมายของกฎหมายของประเทศสหรัฐอเมริกาก็ได้มีการ



กำหนดบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการขายตรงซึ่งเรียกว่า ผู้ขายตรง ซึ่งขายสินค้าและบริการผ่านทางองค์กรที่มีการจัดการและดำเนินงานเกี่ยวกับขายตรง ขายสินค้าให้กับ ผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับความหมายของคำว่า ขายตรง ที่ได้ มีการให้คำนิยามไว้ จะเห็นได้ว่ากฎหมายของสหภาพยุโรป และกฎหมายของสหรัฐอเมริกา มีการให้คำนิยามของคำว่า ผู้ประกอบการไว้โดยชัดเจน เพื่อให้สอดคล้องกับความหมาย ของคำนิยามอื่นๆและหลักเกณฑ์ที่นำไปบังคับใช้กฎหมาย แต่ในส่วนของประเทศไทยนั้นมีการให้คำนิยามของคำว่า ตลาดแบบตรง ผู้บริโภค ผู้จำหน่ายอิสระ ซึ่งคำนิยามต่างๆ เหล่านี้กล่าวถึงการมีนิติสัมพันธ์กับผู้ประกอบธุรกิจตลาด แบบตรง หรือแม้กระทั่งหลักเกณฑ์ของกฎหมายที่กำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงทั้งก่อนที่มีการ บังคับใช้พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 และหลังจากที่มีการบังคับใช้กฎหมายดังกล่าว ให้มา จดทะเบียนการประกอบธุรกิจ แต่ในกฎหมายฉบับนี้เองใน ส่วนของการให้คำนิยาม ไม่ได้มีการให้คำนิยามของคำว่า การประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงไว้ จึงเป็นปัญหาว่าผู้ ประกอบธุรกิจประเภทใด ลักษณะใดที่จะเรียกว่าผู้ ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง ที่จะต้องปฏิบัติตาม หลักเกณฑ์ของกฎหมายฉบับนี้ ในส่วนของประเทศ นิวซีแลนด์และประเทศสิงคโปร์ จากการศึกษาพบว่าไม่ได้มี การให้คำนิยามในเรื่องดังกล่าวไว้ ซึ่งผู้ศึกษาเห็นว่าเพราะ ในคำนิยามของกฎหมายประเทศนิวซีแลนด์ไม่ได้กล่าวถึง การมีนิติสัมพันธ์กับผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง กล่าวถึงเพียงว่า ผู้บริโภค หมายความว่า ลูกค้า ไม่ว่าจะ เป็นประชาชนโดยทั่วไป องค์กร หรือ ธุรกิจ และการตลาด ขายตรง หมายความว่า กระบวนการที่ผู้บริโภคได้รับการ เสนอสินค้าในการซื้อขายสินค้าหรือบริการ หรือการทำการ กุศลโดยระยะทางผ่านทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ โทรศัพท์ โทรสาร หรืออย่างอื่นที่มีลักษณะเป็นการติดต่อสื่อสารโดยตรง โดยไม่ได้มีการระบุถึงว่าต้องติดต่อมีนิติสัมพันธ์กับผู้ ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง เหมือนอย่างประเทศไทยได้ มีการกำหนดไว้ ดังนั้น จึงไม่มีปัญหาในการตีความ

4.2 ปัญหาการส่งมอบสัญญาซื้อขาย และ รายละเอียดเอกสารสัญญา กรณีปัญหาการส่งมอบสัญญา

ซื้อขายนั้น พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 กำหนดให้เป็นหน้าที่ของผู้ขายในการส่งมอบสัญญา ซื้อขาย และรายละเอียดเอกสารสัญญาซึ่งรวมถึงผู้ขาย สินค้าหรือบริการ ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง หรือผู้ ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง แต่หากไม่ได้จัดให้มีเอกสาร การซื้อขายที่มีรายละเอียดตามที่กฎหมายกำหนดไม่มีผล ผูกพันผู้ซื้อในสัญญาหรือผู้บริโภค และให้เป็นตามรูปแบบ ที่คณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงกำหนด

แต่ปัจจุบันพบว่า คณะกรรมการขายตรงและตลาด แบบตรงยังไม่มีกำหนดเอกสารซื้อขายว่าจะต้องมี รายละเอียดอย่างไร ขนาดตัวอักษรต้องมีขนาดเท่าใด จึงไม่ สามารถที่จะทราบได้ชัดเจนเนื่องจากกฎหมายไม่ได้กำหนด ระยะเวลาว่าการส่งมอบสัญญาซื้อขายนั้นต้องส่งมอบทันที ที่ทำสัญญาซื้อขายหรือส่งมอบภายหลังได้รับสินค้า เมื่อ พิจารณาแล้ว พบว่า ข้อกำหนดสหภาพยุโรปได้กำหนด หลักเกณฑ์ที่ผู้ประกอบการจำเป็นที่จะต้องทำการเปิดเผย หรือให้ข้อมูลเบื้องต้นแก่ผู้บริโภคในเวลาที่เหมาะสม (in good time) ก่อนการตกลงทำสัญญา ตามที่กำหนดไว้ใน มาตรา 6 ซึ่งได้กำหนดหน้าที่แก่ผู้ประกอบการว่าจะต้องทำ การเปิดเผยข้อมูลเบื้องต้นก่อนที่จะมีการตกลงทำสัญญา ซึ่งต่างจากบทบัญญัติของไทยเพราะไม่ได้มีการระบุว่าจะ ต้องเปิดเผยข้อมูลรายละเอียดของสัญญาก่อนการตกลง ทำสัญญาระหว่างผู้ประกอบการกับผู้บริโภค อีกทั้ง ข้อกำหนดของสหภาพยุโรปยังได้กำหนดรายละเอียดข้อมูลที่ ต้องเปิดเผยไว้โดยชัดเจนว่าประกอบด้วยอะไรบ้างที่ ผู้บริโภคต้องทราบก่อนตกลงทำสัญญา ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับกฎหมายไทย ได้กำหนดให้คณะกรรมการมีอำนาจ กำหนดรายละเอียดเกี่ยวกับเอกสารสัญญา ซึ่งปัจจุบันยัง ไม่มีการกำหนดในส่วนของรายละเอียดดังกล่าวนี้ ในส่วน กฎหมายของประเทศนิวซีแลนด์ ได้กำหนดให้ ผู้ประกอบการต้องแจ้งข้อมูลทุกอย่างที่จำเป็นให้ผู้บริโภค ทราบเพื่อประโยชน์ในการตัดสินใจของผู้บริโภค โดยจะต้อง มีความชัดเจน เป็นความจริง และไม่กล่าวเกินความจริงไม่ ว่าจะเป็นในด้านสินค้า บริการ หรือในทางอื่นใดที่จะทำให้ ผู้บริโภคเข้าใจผิด ซึ่งข้อมูลที่จะต้องแจ้งให้ผู้บริโภคทราบ จากการตีความกฎหมายของประเทศนิวซีแลนด์จะเห็นได้ ว่ามีการกำหนดว่าข้อมูลที่จะต้องแจ้งให้ผู้บริโภคทราบนั้น

เพื่อประกอบการตัดสินใจของผู้บริโภค ดังนั้นจึงต้องมีการแจ้งก่อนการตัดสินใจเข้าทำสัญญา ซึ่งกฎหมายไทยไม่ได้มีการกำหนดว่ารายละเอียดของเอกสารการซื้อขายต้องแจ้งเมื่อใด หรือส่งมอบเมื่อใด

4.3 ปัญหาในการเปลี่ยนสินค้าที่มีความชำรุดบกพร่อง เป็นปัญหาที่เกิดขึ้นมากเพราะพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ.2545 เพียงแต่มีการกำหนดรายละเอียดของการซื้อขายว่าจะต้องมีข้อความใดบ้างเท่านั้น แต่ไม่มีการกำหนดวิธีการเปลี่ยนสินค้าที่มีความชำรุดบกพร่อง อีกทั้งกฎหมายเพียงแต่กำหนดรายละเอียดการคืนสินค้าภายหลังบอกเลิกสัญญาตามที่กำหนดไว้ในหลักเกณฑ์ของมาตรา 34 จึงไม่มีบทบัญญัติกฎหมายมาตราใดแห่งพระราชบัญญัติฉบับนี้ที่จะกำหนดเป็นการเฉพาะในการเปลี่ยนสินค้าของผู้บริโภคไว้ โดยเฉพาะ นอกจากปัญหาระยะเวลาของการเปลี่ยนสินค้าที่มีความชำรุดบกพร่องตามที่ได้กล่าวถึงมาแล้วนั้น ปัญหาการกำหนดประเภทสินค้า และการคืนสินค้าตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ.2545 สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคมีหน้าที่ในการออกพระราชกฤษฎีกาเพื่อกำหนดประเภทสินค้ามาใช้บังคับ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคมาก เพราะในปัจจุบันมาตรา 31 (7) ให้สิทธิผู้บริโภคในการเปลี่ยนสินค้าในการกรณีที่มีความชำรุดบกพร่อง มีปัญหาในการพิจารณาถึงขนาดของความชำรุดบกพร่องในลักษณะใดที่จะเรียกว่าชำรุดบกพร่องและเปลี่ยนสินค้าได้ และจะต้องแจ้งผู้ประกอบการธุรกิจภายในช่วงระยะเวลาใดที่จะเปลี่ยนสินค้าได้ และผู้ประกอบการสามารถปฏิเสธไม่รับผิดชอบในความชำรุดบกพร่องนั้นได้หรือไม่ ซึ่งยังไม่ปรากฏหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนแต่อย่างใด สืบเนื่องจากกรณีที่ยังไม่มีหลักเกณฑ์กำหนดวิธีการเปลี่ยนสินค้าที่ชำรุดบกพร่องไว้อย่างชัดเจน ดังนั้น ผู้บริโภคสามารถได้รับความคุ้มครองในการเปลี่ยนสินค้าตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ในกรณีที่ทรัพย์สินที่ส่งมอบมีความชำรุดบกพร่องตามมาตรา 472 หรือการคุ้มครองในกรณีส่งมอบทรัพย์สินที่ซื้อขายผิดไปจากสัญญาตามมาตรา 465 เพื่อให้ผู้ขายจะต้องรับผิดชอบเพื่อความชำรุดบกพร่องนั้น ความรับผิดชอบของผู้ขายจะต้อง

จัดหาทรัพย์สินที่เป็นชนิด ประเภท ปริมาณอย่างเดียวกันกับทรัพย์สินที่ซื้อขายให้แก่ผู้บริโภคใหม่ หรือซ่อมแซมสินค้านั้นด้วยค่าใช้จ่ายของผู้ขายเอง

เมื่อพิจารณาแล้ว พบว่า กฎหมายของประเทศนิวซีแลนด์มีการกำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการเปลี่ยนสินค้าที่มีความชำรุดบกพร่องไว้ว่า ผู้ประกอบการจะต้องเปลี่ยนสินค้าให้กับผู้บริโภคภายในระยะเวลาอย่างน้อย 30 วันหลังจากที่ได้มีการส่งสินค้าคืนและผู้ประกอบการได้รับสินค้านั้นแล้ว เมื่อวิเคราะห์แล้วพบว่า การที่มีการกำหนดระยะเวลาในการเปลี่ยนสินค้าเอาไว้เช่นนี้ทำให้ผู้บริโภคที่ไม่ประสงค์จะบอกเลิกสัญญา สามารถเปลี่ยนสินค้าได้ ซึ่งควรจะนำมาปรับใช้กับกฎหมายของไทยที่มีการกล่าวถึงเรื่องของการเปลี่ยนสินค้าที่มีความชำรุดบกพร่องเอาไว้ แต่ไม่ได้มีการกำหนดหลักเกณฑ์หรือระยะเวลาแต่อย่างใด เช่นเดียวกับกฎหมายของประเทศสิงคโปร์ได้มีการกำหนดหลักกฎหมายในส่วนที่เกี่ยวกับการเปลี่ยนสินค้าที่มีความชำรุดบกพร่องไว้ว่า การจะเรียกเปลี่ยนสินค้านั้นสมาชิกจะไม่สามารถเรียกร้องใดๆเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการได้ จนกว่าจะได้รับการพิสูจน์ อีกทั้งถ้าหากได้มีการร้องเรียนเกิดขึ้นจะต้องมีการตรวจสอบข้อเท็จจริงทันที (ธนยศ ศิริ นารณ. 2547) และถ้าหากข้อเท็จจริงนั้นมีความซับซ้อนไม่สามารถจัดการให้แล้วเสร็จได้ภายใน 5 วันทำการนับจากวันที่ลงในใบเสร็จ จะต้องทำหนังสือแจ้งกลับไปยังผู้ซื้อ และเมื่อปรากฏว่าข้อร้องเรียนนั้นเป็นจริงผู้ซื้อจะต้องได้รับการชดเชยอย่างรวดเร็วและเป็นธรรม แต่หากสินค้านั้นไม่สามารถใช้งานได้ด้วยเหตุที่มีข้อความผิดของผู้ซื้อ การจะเปลี่ยนสินค้าเพื่อทดแทนสินค้านั้นก็สามารถทำได้ และผู้ขายจะต้องจัดหาสินค้าเพื่อมาทดแทนสินค้าที่ชำรุดบกพร่องนั้น โดยกฎหมายได้กำหนดกฎเกณฑ์เอาไว้ว่า หากสินค้านำเสนอไม่สามารถใช้งานได้เพราะเหตุนอกเหนือการควบคุมของสมาชิก และสินค้านั้นที่จัดหาให้เพื่อมาทดแทนนั้นไม่ใช่ลักษณะหรือคุณสมบัติ หรือสาระสำคัญเดียวกันหรือดีกว่าในราคาเท่ากันหรือถูกกว่า ลูกค้านสามารถปฏิเสธได้ในระยะเวลาที่เหมาะสม นั้นหมายความว่า หากสินค้าที่ทางผู้ขายได้จัดหาให้เพื่อทดแทนนั้นไม่ถูกต้องตามลักษณะหรือคุณสมบัติเดิมของสินค้าแล้วผู้ซื้อ



สามารถจะปฏิเสธสินค้านั้นได้ในระยะเวลาที่เหมาะสม จากการศึกษากฎหมายของประเทศสิงคโปร์พบว่ามีส่วนคล้ายกับกฎหมายของประเทศนิวซีแลนด์กล่าวคือ ผู้ซื้อสามารถเปลี่ยนสินค้าที่มีความชำรุดบกพร่องได้ และนอกจากนั้นยังมีหลักเกณฑ์กำหนดอีกว่าถ้าสินค้าที่ผู้ขายเปลี่ยนให้ผู้ซื้อนั้นไม่ตรงตามความต้องการของผู้ซื้อ ผู้ซื้อสามารถปฏิเสธที่จะไม่รับสินค้านั้นไว้ได้ ซึ่งถือได้ว่าเป็นการคุ้มครองประโยชน์ของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก ส่วนกฎหมายของสหภาพยุโรป และประเทศสหรัฐอเมริกา ไม่มีการกำหนดในเรื่องของการเปลี่ยนสินค้าที่มีความชำรุดบกพร่องไว้ เหมือนกับของประเทศไทย

4.4 ปัญหาการบอกเลิกสัญญา การคืนสินค้า และการกำหนดประเภทสินค้า การบอกเลิกสัญญาซื้อขายตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ.2545 มีความคล้ายคลึงกับการแสดงเจตนาในกรณีของเรื่องโมฆะกรรมหรือโมฆียกรรมของสัญญา เนื่องจากการซื้อขายจากธุรกิจขายตรงหรือตลาดแบบตรง อาจมีผลทำให้ผู้บริโภคใช้การตัดสินใจไม่เพียงพอ ถูกหลอกลวง หรือถูกชักจูงให้เข้าทำสัญญาด้วยเหตุอันใดก็ตาม ไม่ว่าจะป็นกรณีที่มีการแสดงเจตนาในการเข้าทำสัญญาของผู้บริโภคนั้นเป็นเพราะสำคัญผิด หรือคลั่งฉอล กฎหมายจึงได้ให้สิทธิพิเศษในการบอกเลิกสัญญาของผู้บริโภคไว้

ดังนั้น บทบัญญัติตามความแห่งพระราชบัญญัตินี้ ให้สิทธิผู้บริโภคในการแสดงเจตนาบอกเลิกสัญญาซื้อขายสินค้าหรือบริการ จากการตลาดแบบตรงได้ทุกกรณี แต่การคืนสินค้าตามกฎหมายนี้ก็ยังมมีปัญหาในเรื่องการคืนสินค้าอยู่บ้างเพราะสินค้าที่ใช้ในการซื้อขายมีหลากหลายชนิด หลายประเภท ซึ่งปัญหาการกำหนดประเภทสินค้านั้นเป็นปัญหามากเพราะกฎหมายกำหนดให้ประเภทราคาหรือชนิดของสินค้าหรือบริการเป็นข้อยกเว้นในการยกเลิกสัญญา แต่ในปัจจุบันคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง ก็ยังไม่ได้ยกร่างกฎหมายเพื่อกำหนดประเภท ราคา หรือชนิดของสินค้า หรือบริการ ที่ยกเว้นไม่ให้ผู้บริโภคยกเลิกสัญญาได้ทุกกรณี

ผู้ศึกษาเห็นว่า การกำหนดประเภทสินค้าหรือบริการที่ผู้บริโภคไม่มีสิทธิเลิกสัญญา นั้นจะเป็นประโยชน์ต่อการซื้อขาย และเป็นประโยชน์สำหรับผู้บริโภคเวลา

เลือกซื้อสินค้าจะได้ทราบว่าสินค้าประเภทใดสามารถยกเลิกสัญญาได้ในภายหลัง และสินค้าประเภทใดที่ซื้อไปแล้วไม่สามารถยกเลิกสัญญาได้ จะลดปริมาณการร้องเรียนได้มาก และเป็นທີ່ประจักษ์ชัดเจนว่าเลิกสัญญาไม่ได้

จากการพิจารณาหลักกฎหมายต่างประเทศพบว่า กฎหมายของประเทศสหรัฐอเมริกาได้กำหนดให้ผู้ขายตรงส่งแบบฟอร์มในการใช้สิทธิเลิกสัญญาให้แก่ผู้บริโภคในขณะที่ทำสัญญา และกำหนดเวลาการใช้สิทธิเลิกสัญญานั้นในแบบฟอร์ม ซึ่งประเทศไทยไม่ได้มีการกำหนดไว้ และยังได้กำหนดอีกว่าในกรณีที่ผู้บริโภคได้ใช้สิทธิในการเลิกสัญญาแล้ว ผู้ขายจะต้องทำการสนองรับคำบอกเลิกสัญญาดังกล่าวภายในระยะเวลา 10 วันทำการ โดยการคืนเงินที่ได้รับชำระและรับมอบสินค้าคืน และต้องแจ้งผู้ซื้อด้วยภายในระยะเวลา 10 วันทำการว่าผู้ขายประสงค์ที่จะรับสินค้าคืนหรือสละสิทธิ์ในการรับสินค้าคืน จะเห็นว่ากฎหมายนี้ได้มีการกำหนดระยะเวลาว่าผู้บริโภคต้องบอกเลิกสัญญาและขอคืนสินค้าหรือบริการภายในระยะเวลา 3 วันทำการ เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับกฎหมายของประเทศไทยนั้นกำหนดว่าผู้บริโภคจะต้องใช้สิทธิเลิกสัญญาโดยการส่งหนังสือแสดงเจตนาภายในเวลา 7 วันนับแต่วันที่ได้รับสินค้าหรือบริการ จะเห็นว่าในเรื่องการกำหนดระยะเวลานั้นกฎหมายไทยกำหนดไว้ยาวกว่าก็จริง แต่การนับแตกต่างกัน ระยะเวลา 3 วันของประเทศสหรัฐอเมริกา นั้นนับ 3 วันทำการ ซึ่งไม่นับรวมวันหยุดเสาร์อาทิตย์ แต่กฎหมายไทยกำหนด 7 วันนับแต่วันที่ ได้รับสินค้า ซึ่งตีความได้ว่าแม้หลังจากวันที่ได้รับสินค้าจะเป็นวันหยุดก็ต้องเริ่มนับระยะเวลาในการบอกเลิกสัญญา ซึ่งส่งผลให้ผู้บริโภคหรือผู้ซื้อเกิดความเสียเปรียบในเรื่องของการเริ่มนับระยะเวลา อีกทั้งในส่วนเรื่องของการสนองรับคำบอกเลิกสัญญา กฎหมายของประเทศสหรัฐอเมริกา กำหนดว่าผู้ขายต้องสนองรับคำบอกเลิกสัญญาภายในระยะเวลา 10 วันทำการ โดยการสนองรับได้แก่การคืนเงิน และรับมอบสินค้าคืน และต้องแจ้งผู้ซื้อด้วยว่าจะรับคืนสินค้าหรือสละสิทธิ์ในการรับคืนสินค้า ซึ่งถือว่าเป็นการสนองรับที่มีความรวดเร็วและคุ้มครองในส่วนของผู้บริโภค แต่เพื่อพิจารณาในส่วนกฎหมายของประเทศไทยนั้น มีการกำหนดในมาตรา 34 ว่าหลักเกณฑ์และวิธีการในการคืน

สินค้าและบริการให้เป็นไปตามที่กำหนดในกฎกระทรวง ซึ่งในปัจจุบันยังไม่มีกรบัญญัติกฎกระทรวงขึ้นมาเพื่อบังคับใช้กับเรื่องดังกล่าว จึงทำให้เกิดปัญหาในเรื่องของระยะเวลาในการคืนสินค้าและบริการ และนอกจากนั้นในมาตรา 36 ของพระราชบัญญัตินี้ได้กล่าวถึงหน้าที่ของผู้ประกอบธุรกิจแบบตรงว่า เมื่อมีการเลิกสัญญาแล้วจะต้องคืนเงินเต็มจำนวนที่ผู้บริโภคจ่ายไปเพื่อการซื้อสินค้าหรือบริการภายในกำหนด 15 วันนับแต่วันที่ได้รับหนังสือแสดงเจตนาเลิกสัญญา ซึ่งเป็นระยะเวลาที่นานกว่าที่กำหนดไว้ในกฎหมายของประเทศสหรัฐอเมริกา ในส่วนของกฎหมายของสหภาพยุโรป ผู้บริโภคสามารถถอนตัวออกจากสัญญา (Withdrawal Right) ภายในระยะเวลา 14 วันนับแต่วันที่ได้รับสินค้า เป็นการเลิกสัญญาได้ตามอำเภอใจโดยไม่ต้องมีสาเหตุในการเลิกสัญญาและไม่มีความรับผิดชอบใดๆ (สุขุม ศุภนิธย์, 2545) และมีการกำหนดถึงประเภทของสินค้าว่ามีสินค้าประเภทใดบ้างที่ไม่สามารถคืนได้ ในกรณีนี้ผู้ประกอบการมีหน้าที่ที่จะต้องแจ้งให้ผู้บริโภคทราบด้วยว่าในการสั่งซื้อสินค้าในกรณียกเว้นนี้ ผู้บริโภคจะไม่สามารถคืนสินค้าพิเศษในการเลิกสัญญาตามอำเภอใจ หากผู้ประกอบการไม่ได้แจ้งสิทธิพิเศษในการเลิกสัญญาได้ตามอำเภอใจให้ผู้บริโภคทราบก่อนการสั่งซื้อสินค้าหรือแจ้งไม่ถูกต้องตามมาตรา 10 ให้สิทธิเลิกสัญญาพิเศษนี้ขยายกำหนดระยะเวลาเป็น 12 เดือนนับแต่ครบกำหนดเวลา 14 วันหลังจากวันที่ผู้บริโภคได้รับสินค้า และภาระการพิสูจน์เกี่ยวกับการแจ้งสิทธิ จะตกอยู่แก่ฝ่ายผู้ประกอบการ ซึ่งเมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับกฎหมายไทยแล้ว กฎหมายของสหภาพยุโรปให้สิทธิเกี่ยวกับระยะเวลาในการบอกเลิกสัญญาไว้นานกว่ากฎหมายของประเทศไทย อีกทั้งกฎหมายของสหภาพยุโรปมีการกำหนดประเภทของสินค้าที่สามารถคืนได้เป็นสินค้าประเภทใดบ้าง ซึ่งไม่ต้องมีปัญหาในเรื่องการตีความ และมีการกำหนดบทลงโทษผู้ประกอบการด้วยว่าถ้าผู้ประกอบการไม่แจ้งประเภทสินค้าที่ไม่สามารถบอกเลิกสัญญาให้กับผู้บริโภคทราบสิทธิของผู้บริโภคจะขยายเป็น 12 เดือนนับแต่ครบกำหนดเวลา 14 วัน (สุขุม ศุภนิธย์, 2556) ซึ่งถือว่าเป็นการคุ้มครองผู้บริโภคและกระตุ้นให้ผู้ประกอบการมีความรอบคอบและเอาใจใส่กับ

หลักเกณฑ์ดังกล่าวมากขึ้น ซึ่งควรนำหลักการดังกล่าวมาปรับใช้กับประเทศไทยเป็นอย่างมาก เพราะกฎหมายของประเทศไทยยังไม่มีกรกำหนดในเรื่องดังกล่าวไว้ให้ครอบคลุมเท่าที่ควร ด้านกฎหมายของประเทศนิวซีแลนด์มีการกำหนดระยะเวลาในการบอกเลิกสัญญาไว้คือ 7 วันนับแต่วันที่ได้รับสินค้าหรือควรจะได้รับสินค้า ซึ่งกำหนดระยะเวลาดังกล่าวคล้ายกับกำหนดระยะเวลาของกฎหมายไทย แต่ต่างกันตรงที่กฎหมายไทยระบุ 7 วันนับแต่วันที่ได้รับสินค้า ไม่ได้ระบุถึงขนาดว่า 7 วันนับจากวันที่ควรจะได้รับสินค้า ซึ่งถ้าเกิดกรณีสินค้ามีความเสียหายระหว่างการขนส่ง หรือผู้ขายแจ้งแก่ผู้ซื้อแล้วว่ามีกรส่งสินค้าแล้ว แต่สินค้าไม่ถึงผู้ซื้อสักที ผู้ซื้อควรจะใช้สิทธิบอกเลิกสัญญาได้ แต่เนื่องจากกฎหมายไทยไม่ได้มีการกำหนดให้รัดกุม ถ้าเกิดกรณีดังกล่าวขึ้นก็อาจเป็นเหตุให้ผู้ขายยกขึ้นมาต่อสู้ได้ว่า ผู้ซื้อยังไม่ได้รับสินค้าจะใช้สิทธิบอกเลิกสัญญาได้อย่างไร และนอกจากนั้นกฎหมายของประเทศนิวซีแลนด์ ก็ไม่ได้มีการกำหนดประเภทของสินค้าว่ามีสินค้าประเภทใดบ้างที่สามารถคืนได้หรือไม่ได้ เหมือนที่กฎหมายไทยยังไม่ได้มีการกำหนดไว้ในส่วนของกฎหมายของประเทศสิงคโปร์มีการกำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการคืนสินค้าซึ่งมีเงื่อนไขว่าจะต้องมีการพิสูจน์ถึงการร้องเรียนก่อนและพิสูจน์ว่าเป็นจริงตามที่มีการร้องเรียนจึงจะสามารถบอกเลิกสัญญาและได้รับเงินคืน และไม่ได้มีการกำหนดว่าจะต้องเป็นสินค้าประเภทใด ซึ่งเมื่อเทียบกับกฎหมายของประเทศไทยสามารถบอกเลิกได้โดยไม่มีเงื่อนไข ซึ่งถือว่าเป็นประโยชน์กับผู้บริโภคมากกว่า

4.5 ปัญหาการจดทะเบียนผู้ประกอบการในตลาดแบบตรง ปัญหาที่ตามมาจากการซื้อขายสินค้าทางอินเทอร์เน็ตมาก ก็คือ สั่งซื้อสินค้าโดยโอนเงินผ่านบัญชีธนาคารหรือผ่านบัตรเครดิตแล้วแต่ไม่ได้ รับสินค้า ได้รับสินค้าชำรุดบกพร่อง สินค้าไม่ได้มาตรฐาน สินค้าไม่เป็นไปตามที่โฆษณา ติดต่อผู้ขายไม่ได้ เหล่านี้สภาพปัญหาที่เกิดขึ้น และบางกรณีสั่งซื้อสินค้าประเภทยาลดความอ้วน โดยหลงเชื่อคำโฆษณาที่มก้อ้ววด เป็นเท็จ เกินจริง แล้วไปใช้ผิดวิธี ไม่ได้ใช้ตามคำแนะนำของแพทย์ จนให้เสียชีวิตไปดังที่ปรากฏเป็นข่าวก็มี ดังนั้น ปัญหาที่เกิดจากการซื้อ



สินค้าทางอินเทอร์เน็ตนอกจากที่กล่าวมาแล้ว จึงควมคุมมา
กับการโฆษณาโอ้อวดเกินจริงเสมอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้
ประกอบธุรกิจที่ไม่สุจริต หวังแต่เพียงกำไรโดยไม่คำนึงถึง
ความปลอดภัยของผู้บริโภค กฎหมายจึงกำหนดให้ผู้
ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงต้องดำเนินการจดทะเบียนผู้
ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงที่มีการซื้อขายกัน ซึ่งเป็นการ
ยากที่หน่วยงานราชการจะประชาสัมพันธ์ให้ผู้ขายสินค้า
อิสระเหล่านี้ มาจดทะเบียนต่อเจ้าหน้าที่ เพราะผู้ขาย
สินค้าประสงค์เพียงแต่กำไรจากสินค้าที่ได้ขายไป โดยยึด
หลัก สินค้าขายถูก ขายง่าย และขายให้ได้จำนวนเยอะไว้
ก่อน เพราะการขายสินค้าลักษณะนี้เป็นสินค้าที่อยู่ใน
กระแสสังคมเป็นส่วนใหญ่ แล้วความนิยมจะจางหายไปเมื่อ
มีสินค้าตัวอื่นมาทดแทน เช่น เสื้อผ้า เครื่องแต่งกายที่มีการ
ออกแบบเฉพาะ กระเป๋า รองเท้า โลชั่นฟอกผิวขาว ครีม
หน้าใส รวมถึงอุปกรณ์เสริมความงาม ต่างๆ จึงมี
แนวความคิดที่ไม่จำเป็นต้องไปจดทะเบียนผูกพันอาจจะ
ก่อให้เกิดภาระเพิ่มขึ้นในส่วนของผู้ใช้จ่าย เป็นเหตุให้คน
จดทะเบียนผู้ประกอบการตลาดแบบตรงน้อย อย่างไรก็ตาม
ตามธุรกิจที่ไม่อยู่ในข่าย ต้องจดทะเบียนตาม
พระราชบัญญัตินี้ เช่นบริษัท ห้างร้าน หรือบุคคลธรรมดา
ที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ ไม่ว่าจะเป็นผู้ผลิต ผู้นำเข้าหรือ
ผู้แทนจำหน่าย หรือผู้ขาย ที่ต้องการทำการโฆษณาสินค้า
ผ่านสื่อต่างๆ รวมทั้งสื่ออินเทอร์เน็ตด้วย นั้น หาก
ประสงค์เพียงโฆษณาสินค้าหรือบริการผ่านสื่อเพียงอย่าง
เดียว โดยมิได้ประสงค์ หรือมุ่งที่จะทำการซื้อขายสินค้า
หรือบริการผ่านสื่อด้วยแล้วนั้น ไม่มีหน้าที่ต้องไปจด
ทะเบียนการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงต่อ สคบ. แต่
อย่างไร ธุรกิจประเภทนี้มุ่งที่จะทำการตลาดในลักษณะค้า
ปลีกหรือค้าส่งเท่านั้น แต่การโฆษณาสินค้าหรือบริการก็
เพื่อให้บริโภคู้จักมักคุ้นกับชื่อทางการค้า หรือเครื่องหมาย
การค้า หรือตัวสินค้าเท่านั้น และหากผู้บริโภคต้องการจะ
ซื้อสินค้าก็สามารถไปเลือกซื้อได้ที่ร้านจำหน่าย ทั่วไป โดย
ผู้บริโภคสามารถเห็นตัวสินค้า เห็นฉลากสินค้า เห็น
รายละเอียดต่างๆ ที่ตัวผลิตภัณฑ์นั้นโดยตรง ซึ่งต่างจาก
การสั่งซื้อสินค้าผ่านสื่อที่ผู้บริโภคไม่มีโอกาสได้เห็นตัว
สินค้าก่อนที่จะทำการซื้อขาย นอกจากนี้การประกอบ
ธุรกิจตลาดแบบตรงที่เป็นเจ้าของกิจการคนเดียว หรือ

ผู้ประกอบการรายย่อยที่มีลักษณะการทำตลาดขายสินค้า
หรือบริการในลักษณะของการสื่อสารข้อมูลเพื่อเสนอขาย
สินค้าหรือบริการโดยตรงต่อผู้บริโภคซึ่งอยู่ห่างโดย
ระยะทางและมุ่งหวังให้ผู้บริโภคแต่ละรายตอบกลับเพื่อซื้อ
สินค้าหรือบริการจากผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงซึ่งเป็น
ลักษณะเฉพาะของตลาดแบบตรง แต่มีลักษณะการดำเนิน
ธุรกิจที่ไม่ถาวรหรืออาจดำเนินการขายเป็นครั้งคราวไม่ได้
ยึดเป็นธุรกิจเป็นการถาวรหรืออาจจะเรียกได้ว่าเป็นรายได้
เสริม

จากที่กล่าวมาแล้วข้างต้นปัญหาการจัดการเรื่อง
ร้องเรียนข้อพิพาทของการประกอบธุรกิจขายตรงที่ไม่
ประสบผลสำเร็จหรือจัดการปัญหาได้ไม่เหมาะสมและไม่มี
ประสิทธิภาพ เพราะผู้ประกอบการตลาดแบบตรงไม่ยอม
จดทะเบียนผู้ประกอบการอาจด้วยหลายเหตุผล เช่น
ดำเนินการขายตรงเป็นครั้งคราวไม่ได้เป็นอาชีพหลัก ไม่
ทราบว่าจะต้องดำเนินการอย่างไรหน่วยงานที่เกี่ยวข้องไม่
ดำเนินการประชาสัมพันธ์ให้ผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง
ทราบ และมีหน่วยงานที่จดทะเบียนผู้ประกอบการ
ลักษณะตลาดแบบตรง เหมือนกันกับ สคบ. ซึ่งถือว่าเป็น
อีกปัญหาหนึ่งที่ ผู้ศึกษาเห็นว่าเป็นการซ้ำซ้อนที่มี
กฎหมายอีกฉบับควบคุมผู้ประกอบการพาณิชย์
อิเล็กทรอนิกส์ของกรมพัฒนาธุรกิจ กระทรวงพาณิชย์ ตาม
ประกาศกระทรวงพาณิชย์ เรื่องให้ผู้ประกอบการพาณิชย์
ต้องจดทะเบียนพาณิชย์ (ฉบับที่ 11) พ.ศ.2553 โดยอาศัย
อำนาจตามพระราชบัญญัติทะเบียนพาณิชย์ พ.ศ.2544
กำหนดให้การซื้อขายสินค้าโดยวิธีใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ผ่าน
ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ผู้ประกอบการจะต้องจด
ทะเบียนพาณิชย์ ณ สำนักงานทะเบียนพาณิชย์ กรม
พัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ อีกฉบับหนึ่งด้วย
เป็นปัญหาความซ้ำซ้อนของหน่วยงาน เมื่อผู้ประกอบการ
ได้ดำเนินการจดทะเบียนต่อกรมพัฒนาธุรกิจการค้า
กระทรวงพาณิชย์แล้ว จะเข้าใจว่าไม่ต้องดำเนินการจด
ทะเบียนผู้ประกอบการตลาดแบบตรงต่อสำนักงาน
คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค โดยถือว่าได้จดทะเบียน
พาณิชย์แล้ว ซึ่งผู้ศึกษาเห็นว่าผู้ประกอบการต้องจด
ทะเบียนทั้งสองแห่งเพราะการจดทะเบียนพาณิชย์นั้นเป็น
ประโยชน์ต่อประโยชน์สาธารณะในการเป็นฐานข้อมูลของ

ผู้ประกอบการธุรกิจในประเทศไทยและการส่งรายไต่บังคับในแต่ละปีเพื่อใช้ในการจ่ายภาษี แต่การจดทะเบียนผู้ประกอบการธุรกิจต่อสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลในการตรวจสอบผู้ประกอบการธุรกิจที่กระทำความผิด อีกทั้งการจดทะเบียนผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรงต่อสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคก็ไม่มีค่าใช้จ่ายแต่ประการใด

จากการศึกษากฎหมายของสหภาพยุโรป กฎหมายของประเทศนิวซีแลนด์ กฎหมายของประเทศสิงคโปร์ และกฎหมายของประเทศสหรัฐอเมริกา ไม่ได้มีการกำหนดในการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงต้องมีการจดทะเบียนแต่อย่างใด มีเพียงหลักเกณฑ์ที่กำหนดให้ผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรงต้องเข้าร่วมกับองค์กรเพื่อที่จะทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจได้รับความคุ้มครองและผู้บริโภคได้รับความคุ้มครอง แต่กฎหมายของประเทศดังกล่าวนี้มีการควบคุมโดยองค์กรธุรกิจซึ่งมีการกำหนดว่าผู้ที่จะประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงต้องเข้าร่วมเป็นสมาชิกองค์กรธุรกิจจึงอาจจะเป็นสาเหตุที่แต่ละประเทศไม่ได้มีการกำหนดว่าต้องมีการจดทะเบียน สำหรับประเทศไทยผู้ศึกษาเห็นว่ามีความซ้ำซ้อนในการจดทะเบียนเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจเพราะต้องไปจดทะเบียนในหลายส่วน ดังนั้น ควรกำหนดไว้ในกฎหมายฉบับเดียวแล้วนำข้อมูลมาใช้ร่วมกัน เพื่อเป็นการลดภาระของผู้ประกอบการ ทำให้ผู้ประกอบการจมองว่าไม่เป็นการสร้างความยุ่งยากและอยากจะทำให้ความร่วมมือในการไปจดทะเบียนมากขึ้น

5. สรุปและเสนอแนะ

จากการศึกษาพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ที่รัฐเข้ามาควบคุมดูแลการดำเนินกิจกรรมของธุรกิจขายตรง และตลาดแบบตรง อาจจะสร้างความเชื่อมั่นและความมั่นใจแก่ผู้บริโภคที่ทำธุรกรรมผ่านทางเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์ขึ้นอีกชั้นหนึ่ง ว่านอกจากจะได้รับความคุ้มครองเช่นเดียวกับผู้บริโภคในการค้าทั่วไปแล้ว ยังได้รับความคุ้มครองตามพระราชบัญญัตินี้ด้วย โดยเฉพาะในเรื่องสิทธิในการบอกเลิกสัญญา แต่การคุ้มครองผู้บริโภคในการซื้อสินค้าหรือบริการตลาดแบบตรงนั้นในประเทศไทย

ไทยยังไม่เพียงพอที่จะคุ้มครองผู้บริโภคในปัจจุบันได้แม้จะมีการกำหนดมาตรการต่างๆ ให้เป็นสากลมากขึ้น แต่ความแตกต่างในรายละเอียดของสินค้าหรือบริการ กฎเกณฑ์และระเบียบต่างๆ ก็อาจก่อความเสียหายขึ้นแก่ผู้บริโภคในตลาดแบบตรงได้ (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค, 2552) ซึ่งข้อพิพาทที่เกิดขึ้นระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจและผู้บริโภคมีในหลายลักษณะ กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภคได้ชำระค่าสินค้าแล้ว แต่ผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรงไม่ส่งมอบสินค้า ผู้บริโภคได้ชำระค่าสินค้าครบถ้วนเต็มจำนวนแล้ว แต่ได้รับสินค้าที่ขาดจำนวนหรือได้รับสินค้าอื่นแทน หรือผู้บริโภคไม่พอใจกับสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ที่ได้รับ ผู้ประกอบการธุรกิจไม่มีมาตรการในการรับสินค้าคืน หรือปฏิเสธที่จะรับคืนสินค้าและคืนเงิน ดังนั้น เมื่อเกิดพิพาทขึ้นระหว่างผู้บริโภคในการซื้อสินค้าหรือบริการตลาดแบบตรง กับผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรงย่อมได้รับความคุ้มครองตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 แต่จากการที่สินค้า หรือบริการที่ซื้อขายในตลาดแบบตรงมีลักษณะที่ไม่เหมือนกันทั้งในด้านรูปลักษณะ ลักษณะสินค้า หรือการเก็บรักษาสินค้าอาจมีทั้งสินค้าที่ง่ายต่อความชำรุดบกพร่อง หรือไม่สามรถใช้ต่อได้ หรือตามสภาพปกติคืนกันไม่ได้ แต่กฎหมายยังไม่ปรับเปลี่ยนตามข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้น จึงส่งผลกระทบต่อการใช้กฎหมายที่ไม่มีประสิทธิภาพตามสมควร ทำให้ไม่สามารถแก้ไขปัญหาได้ตรงจุด (ประสม หงส์โต, 2550) หรือเยียวยาความเสียหายของผู้บริโภคได้ตามสมควร ซึ่งผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์ปัญหาต่างๆ เปรียบเทียบกับกฎหมายของต่างประเทศ ซึ่งเป็นปัญหาในข้อกฎหมายที่ประกาศใช้บังคับแล้วแต่ไม่สามารถบังคับใช้ได้อย่างแท้จริง (ทิพย์รัตน์ มุขยวงศา, 2547) และปัญหาที่ไม่มีกฎหมายกำหนดไว้ แต่ในต่างประเทศได้มีมาตรการในการบังคับใช้และเกิดประโยชน์ในการแก้ไขปัญหาซึ่งจะได้เสนอแนะแนวทางการแก้ไขปัญหา ดังนี้

5.1 กรณีปัญหาการตีความคำนิยาม ควรมีการกำหนดคำนิยามของ ผู้ประกอบการธุรกิจตลาดขายตรงและผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรงเพิ่มเติม ตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 มาตรา 3 ว่า “ ผู้



ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง” หมายถึง เจ้าของกิจการขายสินค้าโดยตรงต่อผู้บริโภค ซึ่งทำตลาดสินค้าหรือบริการในลักษณะของการสื่อสารข้อมูลเพื่อเสนอขายสินค้าหรือบริการ โดยการซื้อขายกับผู้บริโภคโดยตรงที่อยู่ห่างโดยระยะทางและมุ่งหวังให้ผู้บริโภคแต่ละรายตอบกลับ เพื่อซื้อสินค้าหรือบริการจากผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง

5.2 ปัญหาการส่งมอบสัญญาซื้อขาย และรายละเอียดเอกสารสัญญา ควรออกประกาศคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง ว่าด้วย การกำหนดแบบสัญญาซื้อขายสินค้าขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ... โดยมีรายละเอียดดังนี้

“แบบสัญญาซื้อขายสินค้าขายตรงและตลาดแบบตรง มีรายการดังต่อไปนี้

(1) ชื่อ ที่อยู่ ผู้ประกอบธุรกิจ รวมถึงที่อยู่ที่เป็นสถานที่ตั้งของกิจการและเบอร์โทรที่สามารถติดต่อได้ หมายเลขโทรสาร และอีเมลที่ผู้บริโภคสามารถติดต่อไปยังผู้ประกอบการได้อย่างมีประสิทธิภาพและทันที

(2) ชื่อสินค้าที่เสนอขาย ราคาต่อหน่วย ราคาที่รวมภาษีแล้ว หรือราคาสินค้าและบริการที่ไม่สามารถคำนวณได้ล่วงหน้า รวมทั้งค่าใช้จ่ายในการขนส่ง ส่งมอบทางไปรษณีย์หรือค่าใช้จ่ายที่ไม่สามารถคำนวณได้ล่วงหน้า รวมถึงค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมที่อาจจะต้องจ่าย ในกรณีที่เป็นสัญญาที่มีกำหนดระยะเวลาที่ไม่แน่นอน หรือสัญญาที่ประกอบไปด้วยการสมัครสมาชิก ราคาทั้งหมดต้องรวมค่าใช้จ่ายต่างๆทั้งหมดต่อระยะเวลาการเรียกเก็บเงินที่สัญญานั้นจะเรียกเก็บ

(3) ชื่อที่อยู่ผู้ซื้อ สถานที่จัดส่งสินค้า และวิธีการในการชำระเงิน

(4) การส่งมอบสินค้านั้นจะต้องทำอย่างมีประสิทธิภาพ

(5) การส่งมอบสัญญาต้องส่งมอบทันทีขณะทำสัญญา หรือส่งมอบพร้อมกับสินค้า

(6) วิธีการเลิกสัญญาต้องบอกกล่าวเป็นหนังสือไปรษณีย์ตอบรับไปยังที่อยู่ตามที่ปรากฏในสัญญา

(7) วิธีการคืนสินค้าต้องคืนภายใน 14 วันทำการ นับแต่วันที่ได้รับสินค้าหรือควรได้รับสินค้า

(8) เงื่อนไขของบริการหลังการขาย การรับประกันสินค้า ให้เริ่มรับประกันค่านับแต่ส่งมอบสินค้าให้ผู้บริโภค (กำหนดรับประกันขึ้นอยู่กับประเภทสินค้า)

(9) การเปลี่ยนสินค้าในกรณีมีความชำรุดบกพร่อง ผู้บริโภคต้องเปลี่ยนสินค้าภายใน 7 วันทำการนับแต่วันที่ได้รับสินค้าหรือควรได้รับสินค้า”

5.3 ปัญหาการเปลี่ยนสินค้าที่มีความชำรุดบกพร่อง ควรออกประกาศคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง ว่าด้วย การกำหนดแบบสัญญาซื้อขายสินค้าขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ... ข้อ (9) ซึ่งในปัญหาการเปลี่ยนสินค้าที่มีความชำรุดบกพร่อง นั้นได้เสนอแนะไว้แล้วในประเด็นในเรื่องรายละเอียดเอกสารสัญญาใน (9) ว่า “การเปลี่ยนสินค้าในกรณีมีความชำรุดบกพร่อง ผู้บริโภคต้องเปลี่ยนสินค้าภายใน 7 วันทำการนับแต่วันที่ได้รับสินค้าหรือควรได้รับสินค้า และควรกำหนดเพิ่มเติมอีกว่า เมื่อผู้บริโภคมีเจตนาเปลี่ยนสินค้าที่มีความชำรุดบกพร่อง ผู้ประกอบธุรกิจต้องเปลี่ยนสินค้าให้กับผู้บริโภคภายใน 30 วันหลังจากที่ผู้บริโภคได้มีการส่งสินค้าและผู้ประกอบธุรกิจได้รับมอบสินค้านั้นไว้แล้ว” ซึ่งเหตุผลที่กำหนดระยะเวลา 30 วันในการให้ผู้ประกอบธุรกิจเปลี่ยนสินค้าให้ผู้บริโภค เนื่องจากสินค้าบางประเภทอาจจะมีการผลิตขึ้นมาใหม่หรือใช้ระยะเวลาในการส่งสินค้า ดังนั้นถ้ากำหนดระยะเวลา 7 วันตามที่กำหนดให้ผู้บริโภคเปลี่ยนสินค้าก็อาจเป็นการที่ผู้ประกอบธุรกิจต้องหาสินค้าภายในระยะเวลาจำกัด และอาจส่งผลให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพต่ำหรือไม่ตรงตามคุณภาพที่ได้มีการตกลงกันไว้ก็เป็นได้ ดังนั้นจึงกำหนดระยะเวลาในการเปลี่ยนไว้ 30 วัน ถือว่าเป็นระยะเวลาพอสมควรในการที่ผู้ประกอบธุรกิจได้มีการจัดเตรียมสินค้าส่งให้ผู้บริโภค โดยควรมีการกำหนดไว้ในแบบของสัญญาซื้อขายให้ชัดเจน

5.4 ปัญหาการบอกเลิกสัญญา การคืนสินค้า และการกำหนดประเภทสินค้า ควรเพิ่มเติมและแก้ไขหลักกฎหมายในมาตรา 33 กล่าวคือหลักกฎหมายในปัจจุบันกำหนดว่า “ในการซื้อสินค้าหรือบริการจากการขายผ่านตลาดแบบตรงผู้บริโภคมีสิทธิเลิกสัญญาโดยการส่งหนังสือแสดงเจตนาภายในเวลาเจ็ดวันนับแต่วันที่ได้รับสินค้าหรือบริการ ไปยังผู้ประกอบธุรกิจขายตรงหรือผู้ประกอบธุรกิจ

ตลาดแบบตรงสำหรับธุรกิจขายตรงผู้บริโภคจะแจ้งไปยังผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงที่เกี่ยวข้องก็ได้

บทบัญญัติตามวรรคหนึ่งไม่ใช้บังคับกับประเภทราคาหรือชนิดของสินค้าหรือบริการตามที่กำหนดในพระราชกฤษฎีกา”

แก้ไขและเพิ่มเติมในส่วนต่อไปนี้ คือ

“ในการซื้อสินค้าหรือบริการจากการขายตรงหรือจากการขายผ่านตลาดแบบตรงผู้บริโภคมีสิทธิเลิกสัญญาโดยการส่งหนังสือแสดงเจตนาภายในเวลาสิบสี่วันทำการนับจากวันที่ได้รับสินค้าหรือบริการหรือควรจะได้รับสินค้าหรือบริการ ไปยังผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงหรือผู้ประกอบการตลาดแบบตรงสำหรับธุรกิจขายตรงผู้บริโภคจะแจ้งไปยังผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงที่เกี่ยวข้องก็ได้ (หมายเหตุ ส่วนที่ขีดเส้นใต้คือส่วนที่เสนอให้แก้ไขเพิ่มเติม)

นอกจากการแสดงเจตนาบอกเลิกแล้ว การคืนสินค้าภายในระยะเวลาดังกล่าวไปยังผู้ประกอบการให้ถือว่าการบอกเลิกสัญญาอย่างหนึ่ง

บทบัญญัติตามวรรคหนึ่งไม่ใช้บังคับกับประเภทราคาหรือชนิดของสินค้าหรือบริการตามที่กำหนดในพระราชกฤษฎีกา”

นอกจากนั้น ควรออกประกาศเกี่ยวกับหลักเกณฑ์และวิธีการในการคืนสินค้าและบริการ รวมถึงระบุประเภทสินค้าหรือบริการไว้ให้ชัดเจนว่าสินค้าหรือบริการใดบ้างที่สามารถบอกเลิกสัญญาหรือสามารถบอกเลิกสัญญาโดยการส่งคืนสินค้ามายังผู้ประกอบการได้โดยไม่ต้องมีการส่งหนังสือแสดงเจตนา ก่อน กล่าวคือ กำหนดในพระราชกฤษฎีกาว่า

“สินค้าหรือบริการประเภทสินค้าที่ไม่สามารถบอกเลิกสัญญาได้ คือ

1.สัญญาเกี่ยวกับการบริการที่ได้เริ่มปฏิบัติการไปแล้ว และโดยสภาพไม่สามารถแบ่งแยกได้ เช่น โปรแกรมคอมพิวเตอร์

2.ส่วนต่างๆ ของสัญญาบริการที่ปฏิบัติการไปแล้ว เช่น การบริการตัดเช่าชุดแต่งงานให้ตรงกับหุ่นของลูกค้าแต่ละราย

3. สัญญาซื้อขายสินค้า หรือบริการที่ราคาของสินค้าหรือบริการนั้นขึ้นลงตามราคาตลาดที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของผู้ประกอบธุรกิจ เช่น เครื่องประดับทอง

4. สัญญาที่เกี่ยวกับการซื้อขายสินค้าที่ทำขึ้นเพื่อผู้บริโภครายนั้นโดยเฉพาะ หรือเป็นสินค้าที่โดยสภาพเป็นของใช้ส่วนบุคคล เช่น เสื้อผ้า ชุดชั้นใน

5. สัญญาที่เกี่ยวกับการซื้อขายสินค้าที่ง่ายแก่การทำซ้ำ เลียนแบบ เช่น หนังสือ นิตยสาร ซอฟต์แวร์ คอมพิวเตอร์ คาสเซตเทป วีดีโอ ซีดี ไม่ว่าสินค้านั้นจะซื้อขายกันในลักษณะปิดผนึกหรือไม่ เว้นแต่ในกรณีที่สินค้าที่ซื้อไปแล้วจะยังไม่เคยเปิดใช้เลย

6. สัญญาเกี่ยวกับสินค้าที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพของบุคคล หากสินค้านั้นได้แก่ หรือเปิดผนึกแล้ว เช่น อาหารเสริม แผ่นประคบ เจลประคบ

7. สัญญาเกี่ยวกับสินค้าที่โดยสภาพแล้วไม่สามารถคืนให้แก่กันได้ หรือ เป็นสินค้าที่เสื่อมสภาพง่าย เช่น พืชผักทางการเกษตร”

และควรแก้ไขหลักเกณฑ์ของกฎหมายในมาตรา 36 ในเรื่องระยะเวลาในการคืนเงินของผู้จำหน่ายอิสระตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง หรือผู้ประกอบการตลาดแบบตรง ซึ่งเดิมหลักกฎหมายนี้กำหนดไว้ว่าบุคคลดังกล่าวจะต้องคืนเงินเต็มจำนวนที่ผู้บริโภคจ่ายไปเพื่อการซื้อสินค้าหรือบริการนั้นภายในกำหนดเวลาสิบห้าวันนับแต่วันที่ได้รับหนังสือแสดงเจตนาเลิกสัญญา โดยแก้ไขระยะเวลาในการคืนเงินจากเดิมที่กำหนดไว้ 15 วัน นับแต่วันที่ได้รับหนังสือแสดงเจตนาเลิกสัญญา เป็น 7 วัน นับแต่วันที่ได้รับหนังสือแสดงเจตนาหรือได้รับคืนสินค้า โดยแก้ไขดังนี้ คือ

“มาตรา 36 เมื่อผู้บริโภคใช้สิทธิเลิกสัญญาตาม มาตรา 33 ให้ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงหรือผู้ประกอบการตลาดแบบตรงคืนเงินเต็มจำนวนที่ผู้บริโภคจ่ายไปเพื่อการซื้อขายสินค้าหรือบริการนั้นภายในกำหนดเวลาเจ็ดวันนับแต่วันที่ได้รับหนังสือแสดงเจตนาหรือได้รับคืนสินค้า”

5.5 กรณีปัญหาการจดทะเบียนผู้ประกอบการตลาดแบบตรง ควรแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายในการจด



ทะเบียนของผู้ประกอบธุรกิจ ตามวัตถุประสงค์ของพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ.2545 ในมาตรา 27 เพื่อต้องการควบคุมผู้ประกอบธุรกิจในการประกอบธุรกิจขายตรงและผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงว่า “ห้ามมิให้ผู้ใดประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง เว้นแต่จะ” ได้จดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง หรือได้จดทะเบียนผู้ประกอบการ กับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์แล้ว”

6. บรรณานุกรม

พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง

พ.ศ.2545

หนังสือ

วิชญ์ เครื่องาม. 2549. คำอธิบายประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ซื้อขาย แลกเปลี่ยน ให้. (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพมหานคร: นิติบรรณการ.

สมาคมการขายตรงโดยตรง (ไทย) และสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา และสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. เอกสารในการสัมมนาเรื่อง ขายตรงอย่างไรไม่เอาเปรียบผู้บริโภค ณ ห้องบอลรูม โรงแรมเจ้าพระยาปาร์ค 19 มิถุนายน 2547.

สุขุม ศุภนิത്യ. 2547. คำอธิบายการจัดจำหน่ายในระบบขายตรงและการทำตลาดแบบส่งข้อมูลถึงตัวผู้บริโภคโดยตรง. กรุงเทพมหานคร: วิญญูชน.

สุขุม ศุภนิത്യ. 2556. คำอธิบายกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุขุม ศุภนิത്യ. 2545. เอกสารเพื่อประกอบการพิจารณากฎหมายของสมาชิกวุฒิสภา เล่มที่ 7 เรื่องตั้งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ... กรณีศึกษากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของ

ประเทศญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และสหราชอาณาจักรอังกฤษ. (พิมพ์ครั้งที่ 1).

กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์เดือนตุลา.

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. 2552. สคบ.

กับการคุ้มครองผู้บริโภค. (พิมพ์ครั้งที่ 14).

กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ.

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. คู่มือการ

ปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ส่วนขายตรงและตลาดแบบตรง สำนักกฎหมายและคดี.

กรุงเทพมหานคร: สำนักคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค.

วิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์/การศึกษาส่วนบุคคล

ทิพย์รัตน์ มุขยวงศา. 2547. ปัญหาการบังคับใช้

พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง

พ.ศ. 2545: ศึกษาเฉพาะกรณีตลาดแบบตรง

(วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต).

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ กรุงเทพมหานคร.

ธนยศ ศีรินารถ. 2547. ปัญหาในการดำเนินคดีที่เกี่ยวข้องกับ

การดำเนินคดีแพ่งในศาลยุติธรรมตาม

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.

2522 (วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต).

มหาวิทยาลัยรามคำแหง กรุงเทพมหานคร.

ประสม หงส์โต. 2550. ปัญหาการบังคับใช้

พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง

พ.ศ. 2545 (วิทยานิพนธ์นิติศาสตร

มหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

กรุงเทพมหานคร

อภิชัย ทองประสม. 2544. สัญญาทางพาณิชย์

อิเล็กทรอนิกส์ (วิทยานิพนธ์นิติศาสตร

มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

กรุงเทพมหานคร.