

แนวทางในการพัฒนาและการแก้ไขกฎหมายการขาย สินค้าและบริการทางออนไลน์ในประเทศไทย Guidelines for the development and amendment of the law on the sale of goods and services online in Thailand

จอมเดช ตรีเมฆ¹, ศศิภัทรา ศิริวาโท², ธัชกร ธิติลักษณ์³, รสธร ตู๊บบรเวทิง⁴ และ
วีรญา อังศุธรถาวรสิน⁵

วันรับ: 15 พฤศจิกายน 2566 วันแก้ไข: 7 ธันวาคม 2566 ยอมรับ: 3 มกราคม 2567

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบธุรกิจการขายสินค้าและบริการทางออนไลน์ในประเทศไทย, ศึกษาปัญหาหลักในการบังคับใช้กฎหมายการขายสินค้าและบริการทางออนไลน์ในประเทศไทย และเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาและแก้ไขกฎหมายการขายสินค้าและบริการทางออนไลน์ ในประเทศไทย เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ด้วยการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ทั้งหมด 17 คน โดยมีเกณฑ์ การคัดเลือก คือ เป็นผู้บริหารในหน่วยงานภาครัฐ ผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิ นักวิชาการ ผลการวิจัยพบว่า ปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบธุรกิจขายสินค้าและบริการทางออนไลน์ในประเทศไทย ได้แก่ ปัญหาด้านผู้ประกอบธุรกิจออนไลน์ออนไลน์ ซึ่งรัฐไม่รู้ตัวตนหรือไม่สามารถระบุตัวตนของผู้ขายได้, ปัญหาด้านการคุ้มครองข้อมูลของผู้บริโภค, ปัญหาด้านการคุ้มครองผู้บริโภค, ปัญหาการจดทะเบียนธุรกิจออนไลน์ที่ถูกต้องตามกฎหมาย, ปัญหา

^{1,3,4} อาจารย์ประจำ, วิทยาลัยผู้นำและนวัตกรรมสังคม, มหาวิทยาลัยรังสิต

² อาจารย์ประจำ, สถาบันการทูตและการต่างประเทศ, มหาวิทยาลัยรังสิต

⁵ นักวิจัยประจำ, วิทยาลัยผู้นำและนวัตกรรมสังคม, มหาวิทยาลัยรังสิต

การดำเนินคดีของผู้เสียหายและการติดตามผู้กระทำผิด, ปัญหาการขาดการส่งเสริมและสนับสนุนจากภาครัฐ, และปัญหาการขาดความเชื่อมั่นของผู้บริโภคสินค้าและบริการของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ ในส่วนของปัญหาการบังคับใช้กฎหมายการขายสินค้าและบริการทางออนไลน์ในประเทศไทย ได้แก่ ปัญหาความเข้าใจเรื่องกฎหมายที่เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ และช่องว่างทางกฎหมายเกี่ยวกับบริษัทที่จดทะเบียนอยู่ในต่างประเทศ ในส่วนของแนวทางในการพัฒนาและแก้ไขกฎหมายการขายสินค้าและบริการทางออนไลน์ในประเทศไทย ภาครัฐควรร่วมมือกับภาคเอกชนในการพัฒนาและสร้างแพลตฟอร์มออนไลน์กลางที่เป็นของประเทศไทย, ภาครัฐควรดำเนินการยกเว้นภาษีสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในระยะเริ่มแรก, ภาครัฐควรดำเนินการจัดตั้งหน่วยงานเฉพาะที่กำกับดูแลการซื้อขายสินค้าและบริการออนไลน์ การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล การทำธุรกรรมต่างๆที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์, ปรับปรุงกฎหมายเกี่ยวกับการกระทำความผิดการซื้อของออนไลน์ และสำนักงานตำรวจแห่งชาติควรพัฒนาปรับปรุงระบบการแจ้งความออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายสินค้าและบริการออนไลน์

คำสำคัญ: การขายสินค้าและบริการทางออนไลน์, การพัฒนาและแก้ไขกฎหมาย, วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs), กฎหมายการขายของออนไลน์

Abstract

This research aims to explore current problems and obstacles among business owners who want to sell products and services online in Thailand; explore current problems related to law enforcement on selling products and services online in Thailand; and propose recommendations to develop and amend laws and regulations related to selling products and services online in Thailand. This research used qualitative method by interviewing 17 participants who are experts in selling goods and services online. These 17 participants include those who are currently working as executives in government agencies. This research found that there are problems among business owners who want to sell products and services online in Thailand. These problems are consumer data privacy, cannot verify and confirm business entity, consumer protection, registering a legal online business, process of reporting to police and tracking down offenders, lack of support from government agencies and lack of confidence among consumers to buy goods and services online. This research also found that there are problems about law enforcement on selling products and services online in Thailand. These problems are that business owners did not understand about laws and regulations that are related to selling goods and services online in Thailand very well and there are legal gaps in laws and regulations related to online platform that have been registered in foreign countries. Finally, this research recommends solutions to develop and amend laws and regulations related to selling products and services online in Thailand. These recommendations are government and private sectors should create online platform together; Thai government should provide tax exemptions for online business in the early stage; having only one government department to response and look after all issues that are related to selling products and services online in Thailand; Amending criminal law by adding numbers of articles about online fraud offenses; and The Royal Thai Police should develop and improve their online reporting system to work more effectively.

Keywords: Selling goods and Services online, Developing and Amending laws, Small and Medium-sized enterprises (SMEs), Laws and Regulations for selling online

1. บทนำ

การซื้อขายสินค้าออนไลน์หรือธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ได้เข้ามามีบทบาทเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในระบบเศรษฐกิจยุคปัจจุบัน มูลค่าอีคอมเมิร์ซเติบโตขึ้นแบบก้าวกระโดด (อรดา รัชตานนท์ และคณะ, 2564) อัตราการใช้งานอีคอมเมิร์ซของประเทศไทยมีสัดส่วนการใช้งานมากเป็นอันดับสามของโลก คิดเป็น 84% ในขณะที่อันดับหนึ่ง ได้แก่ ประเทศอินโดนีเซียสัดส่วน 87% และ อันดับสอง คือ สหราชอาณาจักรคิดเป็น 86% (Datareportal, 2021) ในปี พ.ศ.2563 มูลค่ายอดขายค้าปลีกออนไลน์ทั่วโลกมีมูลค่าสูงถึง 4.28 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐเพิ่มขึ้น 22.3% จากปีพ.ศ.2562 และคาดว่าจะยอดขายค้าปลีกออนไลน์ทั่วโลกจะเพิ่มขึ้นมากกว่า 1 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐในช่วงปี พ.ศ. 2564 - 2565 โดยจะมีมูลค่าสูงถึง 5.4 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐในปี พ.ศ. 2565 ในขณะที่มูลค่าตลาดอีคอมเมิร์ซไทยปี พ.ศ.2563 เติบโตกว่า 81% คิดเป็นมูลค่า 294,000 ล้านบาทเมื่อเทียบกับ ปี พ.ศ.2562 มีมูลค่าอยู่ที่ 163,000 ล้านบาท (อัญญา ดิษฐานนท์ และอรพรรณ คงมาลัย, 2565, น.3)

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Transactions Development Agency หรือ ETDA) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ได้เปิดเผยรายงานว่ามีผู้ใช้บริการซื้อขายสินค้าออนไลน์เป็นจำนวนมาก จึงมีผู้ประกอบการที่ไม่ซื้อตรงบางส่วนนำเทคโนโลยีไปใช้ในทางลบ ทำให้เกิดปัญหาการละเมิดสิทธิผู้บริโภค เช่น สินค้าและบริการไม่ได้มาตรฐาน สั่งซื้อสินค้าแล้วไม่ได้รับสินค้า และสินค้าที่ได้รับมีความแตกต่างไม่ถูกต้องตามที่สั่งซื้อไว้ เป็นต้น และยังคงมีปัญหาเรื่องการซื้อช่องทางออนไลน์ เช่น ไม่สามารถติดต่อผู้ขายได้หลังจากโอนเงิน ไม่ได้รับสินค้า สินค้าไม่ตรงตามความต้องการไม่สามารถขอเปลี่ยนคืนสินค้าหรือขอคืนเงินได้ เป็นต้น โดยจากการรับเรื่องร้องเรียนผ่าน ศูนย์รับเรื่องร้องเรียนปัญหาออนไลน์ (1212 Online Complaint Center หรือ 1212 OCC) ภายใต้ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (สพธอ.) หรือ Electronic Transactions Development Agency (ETDA) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม พบว่า ในปี พ.ศ. 2564 ตั้งแต่เดือนมกราคม – เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2564 มีผู้ร้องเรียนเฉพาะเรื่องซื้อขายออนไลน์เพิ่มสูงขึ้น โดยเฉลี่ย 2,221 ครั้งต่อเดือน เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2563 ที่เฉลี่ย 1,718 ครั้งต่อเดือน และยังคงนับเป็นสถิติเฉลี่ยต่อเดือนสูงสุดตั้งแต่เปิดดำเนินการศูนย์ฯ มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2564)

ในขณะที่เดียวกันยังมีปัญหาของธุรกิจ SMEs เกี่ยวข้องกับการขายสินค้าและบริการทางออนไลน์ที่มักจะพบได้ประจำ ได้แก่ ปัญหาการขาดองค์ความรู้ในการประกอบธุรกิจอย่างเพียงพอ ความสามารถในการตลาดในวงกว้างโดยเฉพาะตลาดต่างประเทศ ปัญหาการขาดแคลนเงินทุน ซึ่งธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมักประสบปัญหาการขอกู้เงิน จากสถาบันการเงิน ปัญหาด้านแรงงานซึ่งมีอัตราการเข้าออกสูง ปัญหาข้อจำกัดด้านเทคโนโลยีการผลิต ซึ่งพนักงานขาดความรู้อันเป็นพื้นฐานที่จะรองรับเทคนิควิชาการที่ทันสมัย ปัญหาด้านการจัดการ ซึ่งธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมักขาดความรู้ในด้านการบริหารงานที่มีระบบ ปัญหาการเข้าถึงการส่งเสริมของรัฐซึ่งธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นจำนวนมากจัดตั้งกิจการในรูปแบบที่ไม่เป็นทางการ จึงค่อนข้างปิดตัวเองในการเข้ามาใช้บริการของภาครัฐ ปัญหาข้อจำกัดด้านการให้บริการของภาครัฐและเอกชนซึ่งไม่อาจตอบสนองได้อย่างทั่วถึงและเพียงพอ รวมถึงปัญหาข้อจำกัดในการรับรู้ข่าวสารข้อมูล ตลอดจนปัญหาด้านช่องว่างของกฎหมายการขายของออนไลน์ในประเทศไทย ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบธุรกิจรายย่อยที่ได้จดทะเบียนพาณิชย์ ทำให้รัฐไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจดังกล่าว เมื่อมีปัญหาเกิดขึ้นและมีการร้องทุกข์ต่อสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อให้ดำเนินคดีแทน แต่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับที่ตั้งของสถานประกอบการหรือผู้ประกอบการ จึงไม่อาจดำเนินคดีกับผู้ประกอบธุรกิจได้ ทำให้การคุ้มครองผู้บริโภคจาก การซื้อขายออนไลน์ไม่มีประสิทธิภาพ (พงษ์ลดาภัทรมานะวงศ์, 2566, น.110) การทบทวนกฎหมายและกลไกการบังคับใช้กฎหมายการขายของออนไลน์ในประเทศไทย จึงถือเป็นโอกาสสำคัญอีกทางหนึ่งในการพัฒนาและแก้ไขกฎหมายการขายของออนไลน์ในประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงเวลาปัจจุบัน ที่ธุรกิจของผู้ประกอบการขนาดย่อม SMEs ที่เกี่ยวข้องกับการขายสินค้าและบริการทางออนไลน์ ได้แพร่หลายมากยิ่งขึ้นในช่องทางออนไลน์ และมีผู้สนใจในการลงทุนเข้ามาดำเนินการเป็นจำนวนมากในช่วงไม่ถึงสิบปีที่ผ่านมา ซึ่งในช่วงแรกของการทำธุรกิจประเภทนี้อาจจะมีข้อสงสัยและข้อติดขัดในเรื่องกฎหมายและระเบียบปฏิบัติพอสมควร เนื่องจากเป็นเรื่องใหม่สำหรับสังคมไทย และกฎหมายที่มีอยู่ก็ยังไม่ทันสมัยพอที่จะรองรับการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ได้ หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องจึงควรต้องมีการแก้ไข ปรับปรุง รวมไปถึงมีการร่างกฎหมายที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติม เพื่อให้มีความทันสมัย สนับสนุน ควบคุม ดูแลให้ธุรกิจของผู้ประกอบการขนาดย่อม SMEs ดำเนินไปโดยสงบ

เรียบง่ายและเป็นธรรมต่อผู้ประกอบการและผู้บริโภค อันจะเป็นส่งเสริมรากฐานที่มั่นคงของเศรษฐกิจไทยให้เกิดความยั่งยืน

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบธุรกิจการขายสินค้าและบริการทางออนไลน์ในประเทศไทย
- 2) เพื่อศึกษาปัญหาหลักใ้การบังคับใช้กฎหมายการขายสินค้าและบริการทางออนไลน์ในประเทศไทย
- 3) เพื่อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาและแก้ไขกฎหมายการขายสินค้าและบริการทางออนไลน์ในประเทศไทย

3. การดำเนินการวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ผ่านการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยมีเกณฑ์การคัดเลือก คือ เป็นผู้บริหารในหน่วยงานภาครัฐ ผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิ นักวิชาการ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการกำกับ ดูแล และส่งเสริมธุรกิจออนไลน์ เป็นผู้บังคับใช้กฎหมายเกี่ยวกับการซื้อขายสินค้าและบริการทางออนไลน์เป็นผู้ประกอบการธุรกิจการค้าทางออนไลน์ และเป็นผู้บริโภคเกี่ยวกับการซื้อขายสินค้าและบริการทางออนไลน์ ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือกร่วมกันกับผู้เชี่ยวชาญจากหน่วยงานผู้สนับสนุนทุนวิจัย คือ สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทราบถึงสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นและร่วมเสนอความคิดเห็นในการปรับปรุง เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาและการแก้ไขกฎหมายการขายสินค้าและบริการทางออนไลน์ในประเทศไทย โดยข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ทรงคุณวุฒิ นักวิชาการ หรือผู้เชี่ยวชาญ จะนำมาจัดทำบทสรุปเชิงนโยบาย (Policy brief) ในเรื่อง แนวทางในการพัฒนาและการแก้ไขกฎหมายการขายสินค้าและบริการทางออนไลน์ในประเทศไทย พร้อมจัดทำรายงานสรุปผลการสัมภาษณ์ โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญสามารถแบ่งได้เป็น 6 กลุ่มจำนวน 17 คน มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 1 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants)

กลุ่มที่ 1	ผู้บริหารในหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการค้าออนไลน์
1.1	กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์
1.2	สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.)
1.3	กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์
1.4	สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (ETDA)
กลุ่มที่ 2	ผู้บริหารในหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมธุรกิจ (SMEs)
2.1	สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ISMED)
2.2	สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)
2.3	สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจและสังคม (DEPA)
กลุ่มที่ 3	ผู้บริหารในหน่วยงานภาครัฐที่บังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการค้าออนไลน์
3.1	กองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับอาชญากรรมทางเทคโนโลยี
3.2	กองบัญชาการตำรวจสอบสวนอาชญากรรมทางเทคโนโลยี
3.3	สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม
กลุ่มที่ 4	ประธานสมาพันธ์/สมาคมผู้ประกอบการ (SMEs)
4.1	สมาคมการค้าส่งเสริมพัฒนาผู้ประกอบการไทยกรุงเทพและปริมณฑล (Bangkok Biz)
4.2	ผู้ประกอบการค้าขายออนไลน์รายย่อย
กลุ่มที่ 5	นักวิชาการที่เกี่ยวข้องกับกฎหมายธุรกิจ
5.1	สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา
5.2	คณบดีคณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต
กลุ่มที่ 6	ผู้ให้บริการทางธุรกิจและผู้บริโภค
6.1	กลุ่มผู้บริโภค
6.2	ผู้ให้บริการทางธุรกิจบริษัท Shopee
6.3	ผู้ให้บริการทางธุรกิจบริษัท Lazada

4. ทบทวนวรรณกรรม

งานวิจัยฉบับนี้ได้ทำการศึกษาทฤษฎีทางกฎหมายการค้าและบริการทางออนไลน์ อาทิ กฎหมายผู้บริโภค กฎหมายภาษี กฎหมายลิขสิทธิ์ กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา กฎหมายการค้าทางอิเล็กทรอนิกส์ บทบัญญัติการลงโทษทางอาญา ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ ได้แก่ สิงคโปร์ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และอินโดนีเซีย รวมถึงได้ทำการศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการประกอบการธุรกิจขนาดย่อม (SMEs) เช่น ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Theory) ซึ่งเป็นทฤษฎีที่ศึกษาและอธิบายถึงกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าและบริการซึ่งทฤษฎีนี้สามารถนำมาใช้อธิบายหรือมาสนับสนุนพฤติกรรมผู้บริโภค หรือการซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์และรูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model) ซึ่งเป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการ สิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆของผู้ซื้อแล้วจะมีการตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's Purchase Decision) หรือเรียกว่า S-R Theory (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2539, น.110-112), ทฤษฎีการตลาด (Marketing Theory) ทฤษฎีการตลาดและส่วนผสมทางการตลาดจะเป็นทฤษฎีที่ใช้อธิบายและทำความเข้าใจในรูปแบบช่องทางการตลาด ตลอดจนการนำเสนอสินค้าต่างๆ ผ่านทางออนไลน์ (Kotler, 2003, p.11), ทฤษฎีการยอมรับทางเทคโนโลยี (Technology Adoption Theory) เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับหรือการใช้เทคโนโลยีในการซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภค (Davis, 1989), ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม (Social Exchange Theory) ทฤษฎีนี้ใช้ทำความเข้าใจ อธิบาย และสำรวจถึงความสัมพันธ์ ธุรกรรม ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายในสังคมยุคการค้าขายผ่านออนไลน์ (Lambert et al., 2001) ซึ่ง Hunt and Morgan (1995) กล่าวว่า ข้อตกลงและความเชื่อใจเป็นสิ่งที่รักษาความสัมพันธ์ให้คงอยู่ ข้อตกลงระหว่างผู้ประกอบการในเครือข่ายถือเป็นสิ่งสำคัญเพราะเป็นกฎเกณฑ์และระเบียบที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถอยู่ร่วมกันอย่างเป็นระเบียบ ไม่เอาเปรียบและสร้างความเดือดร้อนแก่ผู้ประกอบการรายอื่น นอกจากนี้ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคมสามารถใช้ในการอธิบายปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการกับบุคคลต่าง ๆ ในสังคม (Homans, 1958) หากค่าตอบแทน

ของผู้ประกอบการรายต่าง ๆ สูงกว่าค่าใช้จ่ายในการปฏิสัมพันธ์ จะทำให้ผู้ประกอบการเหล่านั้นจะยังคงรักษาความสัมพันธ์กันต่อไป แต่เมื่อค่าใช้จ่ายในการปฏิสัมพันธ์สูงกว่าค่าตอบแทนความสัมพันธ์นั้นจะยุติลง เนื่องด้วยจากการเสียค่าใช้จ่ายมากเกินไปหรือเกิดผลเสียถ้ายังคงมีปฏิสัมพันธ์กันต่อไป (Organ and Konovsky, 1989) ทฤษฎีโครงสร้างพื้นฐานของการค้าออนไลน์ (E-commerce Infrastructure Theory) ทฤษฎีโครงสร้างการค้าออนไลน์จะอธิบายและทำความเข้าใจองค์ประกอบทางเทคโนโลยี โครงสร้างการใช้งานทางการค้าออนไลน์ ทำให้เกิดความเข้าใจกระบวนการการค้า ช่องว่างปัญหาหรืออุปสรรคในการค้าขายผ่านออนไลน์ (กิตติ ภัคดีวัฒนะกุล และ ทวีศักดิ์ กาญจนสุวรรณ, 2552) รวมถึงได้ทำการศึกษาทฤษฎีพฤติกรรมอาชญากรรม (The Theories of Criminal Behavior) เป็นทฤษฎีที่อธิบายถึงพฤติกรรมของการก่ออาชญากรรม การตัดสินใจของบุคคลที่มีส่วนร่วมในอาชญากรรมผ่านการตัดสินใจ และการให้น้ำหนักในเรื่องต้นทุนและผลประโยชน์ของพฤติกรรมอาชญากรรม กล่าวในทฤษฎีคิดก่อนกระทำ (Rational Choice Theory) (Becker, 1976) และทฤษฎีการยับยั้งชั่งใจ (Deterrence Theory) (Pursley, 1991) โดยแนวคิดนี้มองว่าวัตถุประสงค์หลักของกฎหมายและระบบยุติธรรมมีไว้เพื่อการข่มขู่ (Threat) ไม่ว่าจะเป็นการข่มขู่ยับยั้งทั่วไป (General Deterrence) หรือการข่มขู่ยับยั้งเฉพาะราย (Specific Deterrence) ซึ่งผลจากแนวคิดนี้ทำให้นักทฤษฎีในแนวทางนี้เชื่อว่า บุคคลจะไม่เลือกที่จะกระทำผิดหากมีกฎหมายที่ลงโทษอย่างเด็ดขาดและเหมาะสมกับความผิดที่ได้กระทำลง

4.1) กฎหมายการขายสินค้าและบริการทางออนไลน์ของประเทศไทย

การซื้อขายสินค้าทางออนไลน์เป็นนิติกรรมและถือเป็นสัญญาในรูปแบบหนึ่ง ที่ผูกพันบุคคลคู่ค้าคือ ผู้ซื้อและผู้ขายเหมือนกับสัญญาทั่วไปที่อยู่ภายใต้หลักของประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ซึ่งในความเป็นจริงแล้วแทบไม่ได้มีความแตกต่างกันในเรื่องของสาระสำคัญหรือเจตนาตาม มาตรา 453 “อันว่าซื้อขายนั้น คือสัญญาซึ่งบุคคลฝ่ายหนึ่ง เรียกว่าผู้ขาย โอนกรรมสิทธิ์แห่งทรัพย์สินให้แก่บุคคลอีกฝ่ายหนึ่ง เรียกว่าผู้ซื้อ และผู้ซื้อตกลงว่าจะใช้ราคาทรัพย์สินนั้นให้แก่ผู้ขาย” ซึ่งหมายถึงผู้ขายส่งมอบสินค้าหรือบริการให้ผู้ซื้อ ส่วนผู้ซื้อก็มีหน้าที่ต้องชำระราคาตามที่ได้ตกลงกันเอาไว้ อย่างไรก็ตามการซื้อขายสินค้าทางออนไลน์มีความแตกต่างที่ชัดเจนกับรูปแบบการซื้อขายตามปกติในอดีต คือ ผู้ซื้อและผู้ขายอาจจะไม่ได้มีโอกาสที่จะพบเจอกัน มอบเงิน

เพื่อชำระค่าสินค้าหรือส่งมอบสินค้าต่อหน้า แต่กลับกลายเป็นการอาศัยความเชื่อใจระหว่างกันโดยการทำธุรกรรมผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต ถึงแม้ว่าหลักการของกฎหมายแพ่งและพาณิชย์จะสามารถนำมาใช้ในการเทียบเคียงกับการทำสัญญาซื้อขายออนไลน์ได้ แต่ในความเป็นจริงแล้วการพัฒนารูปแบบธุรกิจการซื้อขายออนไลน์ได้พัฒนาอย่างรวดเร็วเกินกว่าที่กฎหมายจะสามารถนำมาใช้เทียบเคียงครอบคลุมได้ทุกกรณี ดังจะเห็นได้จากธุรกิจออนไลน์ในรูปแบบใหม่ๆ ที่ถูกพัฒนาและถูกใช้เป็นเครื่องมืออำนวยความสะดวกให้แก่ชีวิตประจำวันของมนุษย์ในโลกยุคปัจจุบัน เช่น การโอนเงินอิเล็กทรอนิกส์ การขายสินค้าผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย การลงทุนทางออนไลน์ เป็นต้น ซึ่งหลายครั้งที่พบว่าผู้กระทำความผิดอาศัยช่องว่างของกฎหมายที่ไม่ได้ถูกกำหนดเอาไว้ให้ครอบคลุมหรือเท่าทันกับพฤติการณ์การกระทำความผิดในทุกกรณี

ถึงแม้ว่าในประเทศไทยจะยังไม่มีกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภคทางออนไลน์เอาไว้เป็นการเฉพาะ แต่ใช้การเทียบเคียงกับกฎหมายฉบับอื่นไม่ว่าจะเป็นพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540 ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ หรือประมวลกฎหมายอาญา ภาค รัฐมุ่งมั่นเพื่อแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นอันเป็นผลสืบเนื่องมาจากการขยายตัวของธุรกิจออนไลน์ที่รวดเร็วเกินไป ดังจะเห็นได้จากองค์กรบังคับใช้กฎหมายต่างๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องได้ยกระดับการทำงานโดยกำหนดมาตรการควบคุม การประชาสัมพันธ์ภัยร้ายที่อาจเกิดขึ้นจากธุรกิจออนไลน์ เพิ่มความร่วมมือระหว่างหน่วยงานต่างๆ รวมถึงการอำนวยความสะดวกให้แก่ประชาชนในการแจ้งความร้องทุกข์ ยกตัวอย่างเช่น เมื่อวันที่ 21 มีนาคม พ.ศ. 2565 สำนักงานตำรวจแห่งชาติได้ทำบันทึกตกลงความร่วมมือ (MOU) กับสมาคมสถาบันการเงินของรัฐ สมาคมธนาคารไทย รวมถึงธนาคารที่เป็นสมาชิก จำนวน 21 ธนาคาร เปิดศูนย์รับแจ้งความออนไลน์อาชญากรรมทางเทคโนโลยี โดยมีกองบัญชาการตำรวจสืบสวนสอบสวนอาชญากรรมทางเทคโนโลยี (บช.สอท.) หรือ ตำรวจไซเบอร์ เป็นผู้รับผิดชอบหลักในการควบคุมบริหารศูนย์ฯ คอยอำนวยความสะดวกในการประสานงานกับตำรวจท้องที่ทั่วประเทศเพื่อลดภาระในการเดินทางไปแจ้งความที่สถานีตำรวจท้องที่ที่เกิดเหตุให้กับประชาชน รวมถึงลดขั้นตอนการแจ้งความให้กระชับและสามารถทำการอายัดบัญชีของผู้กระทำความผิดได้รวดเร็วยิ่งขึ้น หรือเมื่อวันที่ 27 มกราคม พ.ศ. 2565 ได้มีความร่วมมือระหว่างสำนักงานศาลยุติธรรม สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ สำนักงาน

คณะกรรมการอาหารและยา กรมบังคับคดี สำนักงานตำรวจแห่งชาติ และสภาองค์กรของผู้บริโภคที่ได้ทำบันทึกข้อตกลงว่าด้วยความร่วมมือในการดำเนินคดีและประสานข้อมูลเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคจากการซื้อขายออนไลน์ (สภาองค์กรของผู้บริโภค, 2565)

ในส่วนของตัวบทกฎหมาย มาตรการ และข้อบังคับที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการควบคุมกลไกการซื้อขายสินค้าและบริการทางออนไลน์ แบ่งออกเป็น 3 กลุ่มดังต่อไปนี้

1) กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมผู้ประกอบการได้แก่ พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545, พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544, พระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2542, พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ (ฉบับที่ 5) พ.ศ. 2565, พระราชบัญญัติสิทธิบัตร พ.ศ. 2552

2) กฎหมายเกี่ยวกับการจดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ กฎหมายทะเบียนพาณิชย์ ตามประกาศกระทรวงพาณิชย์ ฉบับที่ 11 พ.ศ. 2553, พระราชบัญญัติทะเบียนพาณิชย์ พ.ศ. 2499, พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2559

3) กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค ได้แก่ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522, พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562, พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550, พระราชกำหนดมาตรการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมทางเทคโนโลยี พ.ศ. 2566, ประมวลกฎหมายอาญา

4.2) กฎหมายการขายสินค้าและบริการทางออนไลน์ของประเทศสหรัฐอเมริกา

ในประเทศสหรัฐอเมริกาได้เริ่มบัญญัติกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคตั้งแต่ในช่วงปลายศตวรรษที่ 19 ต่อเนื่องจนถึงต้นศตวรรษที่ 20 ตัวอย่างเช่น ในปี ค.ศ. 1906 ได้ออกกฎหมายควบคุมการติดฉลากและระบุแหล่งที่มาของอาหารและยา (The Pure Food and Drug) เพื่อกำหนดให้มีการระบุป้ายฉลากสำหรับอาหารและยาเพื่อป้องกันการปลอมปนและปลอมสินค้า ในปี ค.ศ. 1962 ได้ออกกฎหมายควบคุมอาหารยาและเครื่องสำอาง (Drug Efficacy Amendment) โดยกำหนดให้โรงงานผลิตจะต้องพิสูจน์และทดสอบความปลอดภัยและประสิทธิภาพให้ตรงกับคำโฆษณาก่อนที่ขายสินค้าออกสู่ท้องตลาดซึ่งกฎหมายนี้เป็นกฎหมายที่ให้ประโยชน์ในด้านการคุ้มครอง

ความปลอดภัยแก่ผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี หรือในปี ค.ศ. 1970 ได้ออกกฎหมาย การคุ้มครองความปลอดภัยผลิตภัณฑ์โดยกำหนดให้มีคณะกรรมการควบคุมรักษา ความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์หรือสินค้าต่างๆในประเทศสหรัฐอเมริกาเพื่อคุ้มครอง ความปลอดภัยแก่ผู้บริโภคโดยตรง รวมถึงการส่งคืนสินค้ากรณีได้สินค้าที่ไม่มีคุณภาพ เป็นต้น (Waller et.al., 2011)

ภายหลังการเติบโตอย่างรวดเร็วของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทั่วโลก ประเทศสหรัฐอเมริกาได้ตระหนักถึงปัญหาที่ตามมาจากการขยายตัวที่รวดเร็ว เกินไปจึงได้เริ่มกำหนดมาตรการ ออกกฎหมายเพื่อสร้างมาตรฐาน สร้างความ เป็นธรรม ควบคุมธุรกิจออนไลน์เหล่านี้ไม่ให้เอาเปรียบผู้บริโภค ได้แก่ The Fair Credit Billing Act (FCBA) กฎหมายฉบับนี้ให้ความคุ้มครองผู้บริโภคจากการถูกเรียกเก็บเงิน อันมาจากการถูกโกง และข้อผิดพลาดในการเรียกเก็บเงินเมื่อมีการใช้บัตรเครดิต เพื่อซื้อสินค้าและบริการทางออนไลน์ The Electronic Fund Transfer Act (EFTA) พระราชบัญญัติการโอนเงินทางอิเล็กทรอนิกส์เป็นกฎหมายของรัฐบาลกลางในประเทศ สหรัฐอเมริกาที่ให้ความสำคัญและความคุ้มครองแก่ผู้บริโภคที่ใช้บริการโอนเงินทาง อิเล็กทรอนิกส์สำหรับการโอนเงินระหว่างสถาบันการเงิน โดยเริ่มบังคับใช้ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1978 เป็นต้นมา Electronic Consumer Protection Act พระราชบัญญัติคุ้มครอง ผู้บริโภคทางอิเล็กทรอนิกส์เป็นกฎหมายของรัฐบาลกลางที่บังคับใช้ทั่วทุกรัฐในประเทศ สหรัฐอเมริกา ถูกบัญญัติขึ้นในปี ค.ศ. 2000 เพื่อคุ้มครองกลุ่มผู้บริโภคทางออนไลน์ โดยเฉพาะ เป็นต้น ในเรื่องของการรักษาข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าและข้อมูลทางการเงิน ประเทศสหรัฐอเมริกาให้ความสำคัญในเรื่องนี้มาก โดยเฉพาะข้อมูลส่วนตัวต่าง ๆ ที่ จะต้องมีการเก็บรักษา ซึ่งมีกฎหมายระบุไว้อย่างชัดเจนในการรักษาข้อมูลและการนำ ข้อมูลไปใช้ รวมไปถึงการกำหนดอายุขั้นต่ำของผู้บริโภคที่ผู้ประกอบการไม่สามารถเก็บ ข้อมูลได้ ซึ่งประเทศไทยมีเพียงแค่พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับ คอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 ที่ระบุไว้ว่า การนำข้อมูลของบุคคลโดยอาศัยคอมพิวเตอร์ มาก่อให้เกิดความเสียหายแก่ผู้อื่น จะมีความผิดตามกฎหมาย ซึ่งเป็นภาพรวมของ การกระทำผิดทางคอมพิวเตอร์หรืออาชญากรรมทางคอมพิวเตอร์ แต่ไม่ได้ระบุถึง การป้องกันและขอบเขตของการอนุญาตให้ผู้ประกอบการเอาข้อมูลนี้ไปใช้ได้อย่างไร นอกจากนี้ประเทศไทยก็มีเพียงแค่พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับ คอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 ที่ครอบคลุมเรื่องการละเมิดข้อมูลทางการเงินของผู้บริโภค

แต่ในประเทศสหรัฐอเมริกา กฎหมายมีการกำหนดไว้อย่างชัดเจนว่า บริษัทผู้ประมวลผลการชำระเงินจะต้องปฏิบัติตามมาตรฐานสากล เพื่อหลีกเลี่ยงการละเมิดข้อมูล และมาตรฐานการชำระเงินจะต้องได้รับการรับรองและผ่านมาตรฐานการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลของอุตสาหกรรมบัตรชำระเงิน (The Payment Card Industry Data Security Standard: PCI DSS) จึงจะสามารถนำไปใช้เป็นช่องทางในการชำระเงินบนเว็บไซต์ได้ (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2561)

4.3) กฎหมายการขายสินค้าและบริการทางออนไลน์ของประเทศญี่ปุ่น

ประเทศญี่ปุ่นได้มีการบัญญัติกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลในพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Act on the Protection of Personal Information: APPI) เริ่มมีผลบังคับใช้ในปี พ.ศ. 2548 ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญในวิธีการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล (พงษ์มนัส ดีอด และคณะ, 2565, น.133) มีพระราชบัญญัติสัญญาผู้บริโภค ซึ่งเป็นกฎหมายของประเทศญี่ปุ่นที่ควบคุมสัญญาระหว่างผู้ประกอบการและผู้บริโภค วัตถุประสงค์ของกฎหมายนี้คือการคุ้มครองผู้บริโภคโดยตรวจสอบให้แน่ใจว่าผู้บริโภคได้รับข้อมูลที่ชัดเจนและถูกต้องเกี่ยวกับสินค้าและบริการ จะทำการซื้อให้ครอบคลุมการทำธุรกรรมของผู้บริโภคในหลายประเภท รวมถึงการทำสัญญาสำหรับการขายสินค้า บริการ และข้อมูลทางดิจิทัล ผู้ประกอบการต่างๆ จำเป็นต้องให้ข้อมูลที่ชัดเจนและเข้าใจได้ง่ายแก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับข้อกำหนดและเงื่อนไขของสัญญา รวมถึงราคา วันที่จัดส่ง นโยบายการยกเลิก และข้อมูลสำคัญอื่นๆ นอกจากนี้กฎหมายยังควบคุมข้อกำหนดของสัญญาที่ไม่เป็นธรรม เช่น ข้อกำหนดที่จำกัดความรับผิดชอบของธุรกิจหรือที่กำหนดข้อผูกมัดที่ไม่สมเหตุสมผลกับผู้บริโภค และยังกำหนดแนวทางการห้ามปฏิบัติในธุรกิจบางอย่าง เช่น การโฆษณาที่ไม่พึงประสงค์และกำหนดให้ผู้ประกอบการต้องใช้เวลาผู้บริโภคในการคิดพิจารณาด้วยความรอบคอบหรือหากยกเลิกสัญญาก็จะไม่มีค่าปรับ กฎหมายสามารถบังคับใช้กับธุรกิจทั้งหมดที่ขายสินค้าหรือบริการให้กับผู้บริโภคในประเทศญี่ปุ่น รวมถึงธุรกิจทั้งในญี่ปุ่นและระหว่างประเทศ การละเมิดกฎหมายอาจส่งผลให้มีโทษปรับ การจ่ายเงินชดเชยแก่ผู้บริโภค และบทลงโทษอื่นๆ (ภารุจา บุญจรัสค์, 2557)

พระราชบัญญัติบริการชำระเงิน (The Payment Services Act) เป็นกฎหมายของประเทศญี่ปุ่นที่มีไว้เพื่อควบคุมบริการชำระเงินที่ให้บริการโดยสถาบันการเงิน รวมถึงสถาบันที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน และหน่วยงานอื่นในญี่ปุ่น กฎหมายฉบับนี้ประกาศใช้ในปี ค.ศ.2010 และได้รับการแก้ไขในปี ค.ศ.2017 เพื่อส่งเสริมนวัตกรรมและยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภคในอุตสาหกรรมบริการชำระเงินที่มีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งรูปแบบการชำระเงินผ่านทางระบบออนไลน์ กฎหมายฉบับนี้กำหนดบริการการชำระเงินอย่างกว้างๆ โดยครอบคลุมบริการที่เกี่ยวข้องกับการโอนเงิน การชำระเงินล่วงหน้า และผู้ให้บริการตัวแทนในการทำธุรกรรมบริการชำระเงิน กฎหมายกำหนดเงื่อนไขการออกไปอนุญาตและการลงทะเบียนสำหรับผู้ให้บริการชำระเงิน และกำหนดกฎเกณฑ์สำหรับการให้บริการชำระเงิน กฎหมายยังกำหนดให้ผู้ให้บริการชำระเงินดำเนินมาตรการเพื่อป้องกันการฟอกเงินและการจัดหาเงินทุนของกลุ่มก่อการร้าย ภายใต้พระราชบัญญัติบริการชำระเงินนี้กำหนดให้หน่วยงานบริการทางการเงิน (Financial Services Agency: FSA) มีหน้าที่รับผิดชอบในการกำกับดูแล และควบคุมบริการชำระเงินในญี่ปุ่น มีอำนาจในการลงโทษผู้ให้บริการชำระเงินที่ละเมิดกฎหมาย รวมถึงค่าปรับ การเพิกถอนใบอนุญาต และบทลงโทษทางอาญา

พระราชบัญญัติต่อต้านการโฆษณาเกินจริง (The Act against Unjustifiable Premiums and Misleading Representations) เป็นกฎหมายในประเทศญี่ปุ่นที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อปกป้องคุ้มครองผู้บริโภคจากโฆษณาที่เป็นเท็จหรือทำให้เข้าใจผิด กฎหมายนี้ประกาศใช้ครั้งแรกในปี ค.ศ. 2010 และมีการแก้ไขครั้งล่าสุดในปี ค.ศ. 2017 กฎหมายห้ามไม่ให้ธุรกิจนำเสนอสินค้าหรือบริการที่เป็นเท็จหรือทำให้เกิดการเข้าใจผิด โดยเฉพาะเรื่องคุณภาพ ประสิทธิภาพ ความปลอดภัย และราคา นอกจากนี้กฎหมายยังห้ามไม่ให้ผู้ประกอบการใช้กลยุทธ์การขายที่หลอกลวงหรือบีบบังคับ เช่น การใช้เทคนิคพุดกอดต้นเพื่อขายสินค้าต่อผู้บริโภค (Hard Sale) การเสนอของสมนาคุณและของรางวัลในแผนการตลาด ห้ามเสนอรางวัลหรือของสมนาคุณที่ไม่มีอยู่จริง หรือกำหนดให้ผู้บริโภคต้องจ่ายค่าธรรมเนียมเพิ่มเติมหรือซื้อสินค้าเพิ่มเติมเพื่อให้ได้รับรางวัลหรือของสมนาคุณ (ภารุจา บุญจาทุศน์, 2557)

ข้อกำหนดเกี่ยวกับการใช้ลายเซ็นอิเล็กทรอนิกส์ The Act on Electronic Signatures and Certification Business 2000 เป็นกฎหมายที่ออกมาใช้บังคับในปี ค.ศ. 2001 เพื่อส่งเสริมกระบวนการด้านการแจกจ่ายข้อมูลผ่านระบบ ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์

ด้วยการใช้ลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์ (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์, 2563) กฎหมายว่าด้วยธุรกรรมทางการค้าโดยเฉพาะ หรือที่เรียกว่า “พระราชบัญญัติธุรกรรมการค้าโดยเฉพาะ” หรือ “Tokutei Shouhin Koukai Hou” ในภาษาญี่ปุ่น เป็นกฎหมายในประเทศญี่ปุ่นที่มุ่งคุ้มครองผู้บริโภคโดยควบคุมธุรกรรมทางการค้าบางประเภทระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจและผู้บริโภค กฎหมายครอบคลุมธุรกรรมเชิงพาณิชย์หลายประเภท รวมถึงการขายสินค้าตามคำสั่งซื้อทางไปรษณีย์ การขายออนไลน์ หรือโทรศัพท์ทำลูกค้าโดยตรงเพื่อโฆษณาขายสินค้า กฎหมายได้บังคับให้ผู้ประกอบการธุรกิจจำเป็นต้องให้ข้อมูลที่ชัดเจนและถูกต้องเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการของตน รวมถึงราคา ข้อกำหนดและเงื่อนไข วันที่จัดส่ง และนโยบายการยกเลิก กฎหมายนี้ยังควบคุมการดำเนินธุรกิจบางอย่าง เช่น การต่ออายุสัญญาโดยอัตโนมัติและการโฆษณาที่ไม่เป็นธรรมโดยกำหนดให้ผู้ประกอบการธุรกิจให้ระยะเวลาผ่อนผันแก่ผู้บริโภคซึ่งในการที่จะสามารถยกเลิกสัญญาได้โดยไม่มีค่าปรับ กฎหมายสามารถบังคับใช้ได้กับธุรกิจทั้งในประเทศและระหว่างประเทศที่มีการทำธุรกรรมทางการค้ากับผู้บริโภคในญี่ปุ่น การละเมิดกฎหมายอาจส่งผลให้มีโทษทั้งปรับและจำคุก (สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงโตเกียว, 2564)

4.4) กฎหมายการขายสินค้าและบริการทางออนไลน์ของประเทศสิงคโปร์

สิงคโปร์เป็นประเทศหนึ่งที่ได้รับผลกระทบจากการพัฒนารูปแบบการซื้อขายสินค้าและบริการทางออนไลน์ที่ขยายตัวอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะผู้บริโภคที่ถูกเอารัดเอาเปรียบจากผู้ประกอบการธุรกิจ หรือหลอกลวงขายสินค้า ดังนั้น ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ประเทศสิงคโปร์จึงได้ออกกฎหมายและข้อบังคับหลายฉบับเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค อาทิ เช่น The Consumer Protection (Fair Trading) Act พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (การค้าที่เป็นธรรม) หรือ CPFTA ถูกบัญญัติขึ้นในปี ค.ศ. 2003 เป็นกฎหมายของประเทศสิงคโปร์ที่กำหนดขึ้นเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคจากการปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมและรับประกันการแข่งขันที่เป็นธรรมในตลาด ปัจจุบันได้รับการปรับปรุงแก้ไขหลายครั้ง โดยครั้งล่าสุดเมื่อปี ค.ศ. 2019 กฎหมายนี้ห้ามไม่ให้ผู้ประกอบการปฏิบัติอย่างไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค เช่น การโฆษณาที่ทำให้เข้าใจผิดหรือหลอกลวง กลยุทธ์การขายที่พุดกดันผู้บริโภคให้ซื้อสินค้า และเงื่อนไขสัญญาที่ไม่เป็นธรรม นอกจากนี้ยังให้สิทธิแก่ผู้บริโภคในการขอแก้ไขสัญญา และได้รับการชดเชยหากได้รับอันตรายจากการบริโภค

The Electronic Transactions Act พระราชบัญญัติการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Transactions Act: ETA) เป็นกฎหมายของประเทศสิงคโปร์ที่สร้างมาตรฐานทางกฎหมายสำหรับการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์และลายเซ็นอิเล็กทรอนิกส์ กฎหมายฉบับนี้ถูกบัญญัติขึ้นเมื่อปี ค.ศ.1998 และได้รับการแก้ไขปรับปรุงหลายครั้ง โดยมีการแก้ไขล่าสุดในปี ค.ศ.2018 โดยกฎหมายสร้างมาตรฐานของการยอมรับบันทึก สัญญา เอกสารต่างๆ ทางอิเล็กทรอนิกส์และลายเซ็นอิเล็กทรอนิกส์ว่าสามารถบังคับใช้ได้ตามกฎหมายเทียบเท่ากับเอกสารที่ใช้กระดาษ และลายเซ็นที่เขียนด้วยลายมือ ซึ่งหมายความว่าสัญญา ข้อตกลง และเอกสารทางกฎหมายอื่นๆ สามารถสร้าง ลงนาม และจัดเก็บทางอิเล็กทรอนิกส์ได้โดยไม่ต้องมีสำเนาที่เป็นรูปแบบเอกสาร นอกจากนี้ยังกำหนดกฎเกณฑ์และข้อกำหนดสำหรับการใช้ลายเซ็นอิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงการใช้ลายเซ็นอิเล็กทรอนิกส์ที่ปลอดภัยและการรับรองความถูกต้องของผู้ลงนามเอาไว้เป็นการเฉพาะ นอกจากนี้ยังกำหนดการยอมรับกันทางกฎหมายของบันทึกอิเล็กทรอนิกส์เพื่อใช้เป็นหลักฐานในการดำเนินคดีในศาล พระราชบัญญัติการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์บังคับใช้โดยองค์กรพัฒนาและกำกับดูแลสื่อสารสนเทศ (Infocomm Media Development Authority: IMDA) ซึ่งกำกับดูแลการบังคับใช้กฎหมายและให้คำแนะนำเกี่ยวกับการปฏิบัติตาม จึงมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการใช้ธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศสิงคโปร์ จัดทำกรอบและมาตรฐานทางกฎหมายที่ปลอดภัยและเชื่อถือได้สำหรับธุรกิจอีคอมเมิร์ซ

The Personal Data Protection Act พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (The Personal Data Protection Act: PDPA) เป็นกฎหมายของประเทศสิงคโปร์ที่ควบคุมการรวบรวม การใช้และการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลโดยองค์กรต่างๆ เริ่มมีการบังคับใช้ในปี ค.ศ. 2012 เพื่อกำหนดมาตรฐานและกระบวนการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลในประเทศสิงคโปร์ให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล กฎหมายฉบับนี้ใช้สำหรับควบคุมวิธีการที่องค์กรหรือหน่วยงานต่างๆ รวบรวม ใช้เปิดเผยและปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล กำหนดให้องค์กรหรือหน่วยงานต้องได้รับความยินยอมจากบุคคลก่อนเท่านั้น จึงจะสามารถรวบรวม ใช้ประโยชน์ รวมถึงเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลได้ นอกจากนี้ยังกำหนดให้องค์กรหรือหน่วยงานต้องแจ้งให้บุคคลทราบถึงวัตถุประสงค์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลของเจ้าของข้อมูล และขอความยินยอมในการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลของตนในรูปแบบต่างๆ กฎหมายฉบับนี้ ยังให้สิทธิแก่บุคคลในการเข้าถึง

ข้อมูลส่วนบุคคลของตนเอง แก่ไขข้อผิดพลาดในข้อมูลส่วนบุคคล และเพิกถอนความยินยอมในการใช้ประโยชน์ข้อมูลส่วนบุคคลของตน ผู้มีข้อมูลดังกล่าวอยู่จำเป็นต้องตอบสนองต่อคำร้องอย่างทันที่รวมทั้งกำหนดให้องค์กรหรือหน่วยงานต้องปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลจากการเข้าถึง การเปิดเผย และการนำข้อมูลไปใช้ในทางที่ผิดโดยไม่ได้รับอนุญาต กำหนดให้องค์กรหรือหน่วยงานดำเนินการใดๆ เพื่อรักษาความปลอดภัยของข้อมูลอย่างเหมาะสม สร้างความมั่นใจแก่เจ้าของข้อมูลที่จะทำการปกปิดเป็นความลับ ความสมบูรณ์ของข้อมูล และความพร้อมใช้งานของข้อมูลส่วนบุคคล เป็นต้น โดยรวมแล้วพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลจึงเป็นกฎหมายสำคัญในประเทศสิงคโปร์ที่ช่วยปกป้องความเป็นส่วนตัวและข้อมูลส่วนบุคคล และส่งเสริมแนวทางปฏิบัติด้านข้อมูลในมิติต่างๆ ให้เกิดความรับผิดชอบ ความปลอดภัย และความโปร่งใส The Payment Systems (Oversight) Act พระราชบัญญัติระบบการชำระเงินหรือ PSOA เป็นกฎหมายของประเทศสิงคโปร์ที่บังคับใช้ในปี ค.ศ. 2006 เพื่อกำหนดกรอบและแนวทางสำหรับการกำกับดูแลระบบการชำระเงินในสิงคโปร์ กฎหมายฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อรับประกันความปลอดภัย ประสิทธิภาพ และความน่าเชื่อถือของระบบการชำระเงิน และเพื่ออำนวยความสะดวกในการพัฒนาธุรกิจที่ให้บริการด้านการชำระเงินให้เกิดความเข้มแข็ง และสร้างกฎเกณฑ์เพื่อให้เกิดการแข่งขันที่เป็นธรรมในภาคธุรกิจ กฎหมายฉบับนี้จัดให้มีการจัดตั้งธนาคารกลางของประเทศสิงคโปร์ (Monetary Authority of Singapore: MAS) เพื่อเป็นผู้ควบคุม กำกับดูแลสถาบันทางการเงิน ระบบการชำระเงิน ตรวจสอบ และส่งเสริมประสิทธิภาพและความมั่นคงของระบบการชำระเงินในประเทศ กฎหมายยังจัดให้มีการจัดตั้งคณะกรรมการที่ปรึกษาระบบการชำระเงิน (Payment Systems Advisory Committee: PSAC) เพื่อให้คำแนะนำแก่ธนาคารกลางของประเทศสิงคโปร์ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลระบบการชำระเงิน ซึ่งประกอบไปด้วยตัวแทนจากกลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในด้านต่างๆ รวมถึงผู้ให้บริการระบบการชำระเงิน ผู้ใช้ และผู้ให้บริการด้านเทคโนโลยี (ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในสิงคโปร์, 2566) The Unfair Contract Terms Act พระราชบัญญัติข้อกำหนดสัญญาที่ไม่เป็นธรรม (The Unfair Contract Terms Act: UCTA) เป็นกฎหมายของประเทศสิงคโปร์ที่ประกาศใช้ในปี ค.ศ. 1994 เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคจากข้อกำหนดในสัญญาที่ไม่เป็นธรรมในรูปแบบสัญญามาตรฐาน สัญญารูปแบบมาตรฐานเป็นสัญญาที่เตรียมไว้ล่วงหน้าซึ่งเสนอให้แก่ผู้บริโภคในลักษณะที่ผู้บริโภคไม่มีโอกาสที่จะต่อรองเงื่อนไขในสัญญา

The Computer Misuse and Cybersecurity Act พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ (Computer Misuse and Cybersecurity Act: CMCA) เป็นกฎหมายที่มีการบังคับใช้ในประเทศสิงคโปร์ในปี ค.ศ.1993 เพื่อจัดการกับปัญหาอาชญากรรมทางไซเบอร์ที่เพิ่มจำนวนสูงขึ้น กฎหมายนี้ได้รับการปรับปรุงอยู่บ่อยครั้ง และปรับปรุงแก้ไขล่าสุดเมื่อปี ค.ศ.2013 โดยเพิ่มมาตรการควบคุมและป้องกันโครงสร้างพื้นฐานข้อมูลที่สำคัญ กฎหมายได้กำหนดรูปแบบต่างๆ ของความผิดที่เกี่ยวข้องกับอาชญากรรมทางคอมพิวเตอร์ รวมถึง การเข้าถึงระบบคอมพิวเตอร์หรือเครือข่ายโดยไม่ได้รับอนุญาต การสกัดกั้น การส่งข้อมูล การแก้ไขหรือลบข้อมูลโดยไม่ได้รับอนุญาต และการเผยแพร่ไวรัสคอมพิวเตอร์ หรือซอฟต์แวร์ที่เป็นอันตรายอื่นๆ นอกจากนี้ ยังครอบคลุมถึงความผิดที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองโครงสร้างพื้นฐานของข้อมูลที่สำคัญ เช่น การเข้าถึงหรือแก้ไขระบบคอมพิวเตอร์ดังกล่าวโดยไม่ได้รับอนุญาต บทลงโทษผู้กระทำความผิดภายใต้กฎหมายมีตั้งแต่การปรับหรือจำคุกแล้วแต่กรณี โดยมีบทเพิ่มโทษให้รุนแรงขึ้นสำหรับความผิดที่กระทำต่อโครงสร้างพื้นฐานข้อมูลที่สำคัญ กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายสินค้าและบริการทางออนไลน์ในประเทศสิงคโปร์ จะให้ความสำคัญกับประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการค้าทั้งฝ่ายผู้ซื้อและผู้ขายสินค้าและบริการ เช่น กฎหมายที่ปกป้องผู้บริโภค เพื่อปกป้องการโจรกรรมข้อมูลประจำตัว กรณีการฉ้อโกง และการรักษาข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า และกฎหมายที่ปกป้องผู้ประกอบการเพื่อคุ้มครองสิทธิในการทำธุรกิจอย่างซื่อสัตย์ ตัวอย่างเช่นกฎหมายเครื่องหมายการค้า สิทธิบัตร และลิขสิทธิ์ เป็นต้น การกำกับดูแลสำหรับสัญญาณบนเว็บไซต์ สัญญาออนไลน์ต้องเป็นไปตามพระราชบัญญัติ Electronic Transactions Act (ETA) เพื่อสร้างความมั่นใจให้ผู้ใช้บริการ E-Commerce รวมถึงการรองรับด้านกฎหมายของสัญญาณบนเว็บไซต์ กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค ผู้ค้าปลีกอิเล็กทรอนิกส์ต้องคำนึงถึงข้อกำหนดตามและกฎเกณฑ์เกี่ยวกับการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค ได้แก่ พระราชบัญญัติ Unfair Contract Terms Act (UCTA) ซึ่งควบคุมข้อกำหนดยกเว้นและความรับผิดชอบหนี้สินแบบจำกัดในสัญญา ไม่รวมสัญญาระหว่างประเทศ พระราชบัญญัติ Sale of Goods Act (SOGA) ซึ่งกำกับสัญญาของการจำหน่ายสินค้าในสิงคโปร์ โดยระบุสิทธิในการปฏิเสธสินค้า หรือสิทธิเรียกร้องค่าเสียหายของผู้ซื้อสินค้า ในกรณีที่สินค้าไม่ตรงกับเงื่อนไขที่ระบุไว้ และในกรณีที่เว็บไซต์ระบุข้อความเท็จก่อนเข้าสู่การทำสัญญา ผู้ค้าปลีกอิเล็กทรอนิกส์อาจ

ถูกดำเนินคดีภายใต้พระราชบัญญัติ Misrepresentation Act (ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในสิงคโปร์, 2566)

4.5) กฎหมายการขายสินค้าและบริการทางออนไลน์ของประเทศอินโดนีเซีย

ประเทศอินโดนีเซียหรือสาธารณรัฐอินโดนีเซีย เป็นประเทศหนึ่งที่มีอัตราการยอมรับตลาดอีคอมเมิร์ซสูงที่สุดในโลก จากการจัดอันดับรายได้ของตลาดอีคอมเมิร์ซจากทั่วโลกในปีค.ศ. 2022 ประเทศอินโดนีเซียถูกจัดให้อยู่ในอันดับที่ 10 ของโลก มีรายได้จากตลาดอีคอมเมิร์ซอยู่ที่ 47.54 พันล้านเหรียญสหรัฐอเมริกา และ 3 ประเทศที่ทำรายได้จากตลาดอีคอมเมิร์ซมากที่สุดในโลกคือ ประเทศจีน ซึ่งมีรายได้อยู่ที่ 1,305.58 พันล้านเหรียญสหรัฐอเมริกา อันดับที่สองคือประเทศสหรัฐอเมริกา มีรายได้ที่ 856.77 พันล้านเหรียญสหรัฐอเมริกา และอันดับที่สามคือประเทศญี่ปุ่น มีรายได้จากตลาดอีคอมเมิร์ซอยู่ที่ 154.16 พันล้านเหรียญสหรัฐอเมริกา (Statista, 2023) ประเทศอินโดนีเซียมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการขายสินค้าและบริการทางออนไลน์ ดังต่อไปนี้

1) กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค (Act No. 8 of 1999 on Consumer Protection Law) กฎหมายนี้เป็นกฎหมายพื้นฐานในการคุ้มครองผู้บริโภคทุกคนในประเทศอินโดนีเซีย ไม่ได้คุ้มครองเพียงแค่มือถือที่ซื้อสินค้าและบริการทางออนไลน์เท่านั้น ดังนั้นใจความสำคัญของกฎหมายฉบับนี้คือ กฎหมายจะคุ้มครองผู้บริโภคทุกคนในการซื้อของในประเทศอินโดนีเซีย

2) กฎหมายคุ้มครองข้อมูล และธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (Act No. 11 of 2008 on Information and Electronic Transactions) กฎหมายฉบับนี้เกี่ยวข้องกับการซื้อขายสินค้าและบริการทางออนไลน์อยู่ 2 ประการ คือ กฎหมายรับรองการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ และเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ที่มีการจัดทำขึ้นในการประกอบธุรกิจ และกฎหมายมีการกำหนดบทลงโทษควบคู่ไปกับการลงโทษทางอาญา ถ้าหากมีการละเมิดกฎหมาย โดยเฉพาะกฎหมายที่มีความเกี่ยวข้องกับข้อมูลในระบบคอมพิวเตอร์ และธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยกฎหมายนี้จะเป็กฎหมายพื้นฐานสำหรับคุ้มครองผู้บริโภคที่มีการซื้อสินค้าและบริการทางออนไลน์

3) กฎหมายควบคุมคุณภาพของสินค้า (Quality Products and Service) กฎหมายมาตราที่ 9 ของ Act No. 11 of 2008 on Information and Electronic Trans-

actions Law ของประเทศอินโดนีเซียระบุว่า ผู้ประกอบธุรกิจจะต้องให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ครบถ้วนและถูกต้อง และมาตราที่ 28 จากกฎหมายฉบับเดียวกันยังระบุว่า ห้ามผู้ประกอบธุรกิจเผยแพร่ข้อมูลเท็จหรือข้อมูลที่ทำให้เข้าใจผิดต่อผู้บริโภคในการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (Rohendi, 2015)

4) กฎหมายการค้า (Law No. 7 of 2014 on Trade) เป็นกฎหมายการค้าหลักของประเทศอินโดนีเซียใน กฎหมายฉบับนี้ครอบคลุมทั้งการค้าขายปกติและการค้าขายออนไลน์ โดยมาตราที่ 65 ข้อ 1 ระบุว่า ผู้ประกอบธุรกิจทุกคน รวมถึงผู้ประกอบธุรกิจที่ใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ในการประกอบธุรกิจ มีหน้าที่ที่จะต้องให้ข้อมูลที่สมบูรณ์และถูกต้องเกี่ยวกับสินค้า ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะต้องไม่ส่งผลให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดเกี่ยวกับสินค้าและบริการที่น่าเสนอ (Santoso, 2022)

5) กฎหมายควบคุมการซื้อขายสินค้าออนไลน์ (Government Regulation No. 80 of 2019 on Trade Through Electronic System) กฎหมายฉบับนี้เป็นกฎหมายฉบับล่าสุดที่ควบคุมดูแลการซื้อขายสินค้าและบริการทางออนไลน์ภายใต้ Presidential Regulation No. 74 of 2017 กฎหมายฉบับนี้มีจุดมุ่งหมายในการควบคุมดูแลการซื้อขายสินค้าและบริการทางออนไลน์ซึ่งมีการเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วในประเทศอินโดนีเซีย กฎหมายฉบับนี้ประกาศใช้เมื่อวันที่ 20 พฤศจิกายน ค.ศ. 2019 และมีระยะเวลาในการเปลี่ยนผ่าน 2 ปี เพื่อให้ผู้ประกอบการเริ่มดำเนินการในขั้นตอนต่าง ๆ ตามที่กฎหมายกำหนดในการขายสินค้าและบริการทางออนไลน์ ซึ่งนี่เป็นส่วนหนึ่งของแผน National E-Commerce Road Map 2017 – 2019 โดยกฎหมายฉบับนี้อยู่ภายใต้การดูแลของกระทรวงพาณิชย์โดยให้เป็นหน่วยงานหลักหน่วยงานเดียวในการควบคุมการซื้อขายสินค้าออนไลน์ในประเทศอินโดนีเซีย (Endahayu et.al., 2019)

5. ผลการวิจัย

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญทั้ง 6 กลุ่ม รวมทั้งสิ้น 17 คน ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกรซื้อขายสินค้าและบริการทางออนไลน์ของประเทศไทย และการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเทศต่าง ๆ ในบทนี้จะขอนำเสนอผลการศึกษา ซึ่งแบ่งการนำเสนอออกเป็น 3 ประเด็นหลัก เพื่อตอบวัตถุประสงค์การศึกษา ดังมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

5.1) ปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบธุรกิจขายสินค้าและบริการทางออนไลน์ในประเทศไทย

ประเทศไทยเองยังคงพบปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบธุรกิจขายสินค้าและบริการทางออนไลน์ในประเทศไทยในหลากหลายประเด็น ซึ่งสามารถสรุปเป็นประเด็นสำคัญ ดังนี้

1) ปัญหาด้านผู้ประกอบธุรกิจออนไลน์ซึ่งรัฐไม่รู้ตัวตนหรือไม่สามารถระบุตัวตนของผู้ขายได้ เนื่องจากผู้ขายไม่ได้จดทะเบียนกับกระทรวงพาณิชย์ หรือมาจากแพลตฟอร์มที่มีความแตกต่างกัน ทำให้ควบคุมได้ลำบาก เนื่องจากการยืนยันตัวตนกับคนขายในแต่ละแพลตฟอร์มไม่ตรงกัน

2) ปัญหาด้านการคุ้มครองข้อมูลของผู้บริโภค ประเทศไทยต้องการกฎหมายด้านข้อมูลที่สามารถปกป้องข้อมูลที่รั่วไหล หรือมีวิธีการเก็บข้อมูลของทั้งผู้ประกอบการทั้งพาร์ทเนอร์ที่เกี่ยวข้องในระบบโลจิสติกส์ต่างๆ ในการจัดเก็บข้อมูลของผู้ประกอบการของประเทศไทย

3) ปัญหาด้านการคุ้มครองผู้บริโภค การถูกหลอกหรือถูกโกงจากการซื้อขายออนไลน์และการซื้อของแล้วไม่ได้ของ การซื้อของแล้วได้สินค้าไม่ตรงตามกับที่ระบุข้อมูลสินค้า การซื้อสินค้าแล้วของนั้นชำรุดบกพร่อง ซึ่งในส่วนของกรเยียวยาการส่งคืนสินค้านั้นยังไม่ครอบคลุม เนื่องจากมีข้อจำกัดจากการไม่สามารถตรวจสอบการยืนยันตัวตนของแพลตฟอร์มออนไลน์บางประเภทได้ เช่น Facebook, TikTok เป็นต้น

4) ปัญหาการจดทะเบียนธุรกิจออนไลน์ที่ถูกต้องตามกฎหมาย ผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ส่วนใหญ่ยังไม่ดำเนินการจดทะเบียนกับกระทรวงพาณิชย์ ซึ่งเกิดจากความไม่เข้าใจทางด้านกฎหมายและการเสียภาษี ไม่มีการประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง อีกทั้งมีขั้นตอน ระยะเวลาในการดำเนินการ และลำดับเอกสารจำนวนมาก

5) ปัญหาการดำเนินคดีของผู้เสียหายและการติดตามผู้กระทำผิดมูลค่าความเสียหายจากการฉ้อโกงซื้อขายสินค้าออนไลน์นั้นส่วนใหญ่มีมูลค่าความเสียหายน้อยและมีจำนวนคดีมาก การขอหลักฐานต่างๆที่เกี่ยวข้องจากภาคเอกชนมีขั้นตอนและระยะเวลานาน อีกทั้งยังไม่กฎหมายเฉพาะกาลที่จะบังคับอย่างชัดเจนในการเปิดเผยข้อมูลของแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการตรวจสอบ จึงทำให้การติดตามผู้กระทำผิดความผิดมาดำเนินคดีเป็นไปด้วยความล่าช้า

6) ขาดการส่งเสริมและสนับสนุนจากภาครัฐ ผู้ประกอบการยังคงขาดการสนับสนุน ส่งเสริม และพัฒนาจากภาครัฐ ในเรื่องของการสร้างแพลตฟอร์มออนไลน์ที่เป็นของประเทศไทยเอง ที่จะเป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยเหลือผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ขนาดย่อมและกลางได้ ซึ่งจะทำให้สามารถตรวจสอบข้อมูลผู้ประกอบการและการจัดเก็บเรื่องภาษีอย่างเป็นระบบได้

7) ขาดความเชื่อมั่นของผู้บริโภคสินค้าและบริการต่อผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ ผู้บริโภคส่วนใหญ่เกิดปัญหาเรื่องความเชื่อมั่น เกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของร้านค้าบนแพลตฟอร์มออนไลน์ของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ เนื่องจากเกิดปัญหาการฉ้อโกงทางออนไลน์จำนวนมาก ซึ่งสร้างผลกระทบต่อผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ที่มีความตั้งใจในการประกอบธุรกิจออนไลน์เป็นอย่างมาก

5.2) ปัญหากลไกการบังคับใช้กฎหมายการขายสินค้าและบริการทางออนไลน์ในประเทศไทย

กลไกในการบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจออนไลน์ในประเทศไทยนั้นมีการปรับปรุงและออกแบบตามแม่บทกฎหมายของต่างประเทศนำมาปรับใช้ตามบริบทและสถานการณ์ในปัจจุบัน ซึ่งในประเทศไทยมีกฎหมายหลายฉบับที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจทางออนไลน์ที่มีกรอบการบังคับใช้แต่พบว่ายังไม่สามารถบังคับใช้กฎหมายที่มีอยู่ทั้งหมดได้อย่างจริงจัง เนื่องจากมีหน่วยงานที่จัดตั้งขึ้นมาจำนวนมากที่มีหน้าที่กำกับดูแล และควบคุมที่มีความแตกต่างและเกิดความทับซ้อนในอำนาจหน้าที่ ซึ่งก่อให้เกิดปัญหาความเข้าใจเรื่องกฎหมายที่เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจออนไลน์ จนนำไปสู่การไม่ปฏิบัติตามบทบัญญัติทางกฎหมายที่มีการบังคับใช้ให้ผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ต้องดำเนินการจดทะเบียนทางพาณิชย์ แม้ว่าบทบัญญัติทางกฎหมายจะมีการกำหนดบทลงโทษอย่างชัดเจน ซึ่งเป็นกลายเป็นประเด็นที่น่าสนใจว่ากฎหมายที่บังคับใช้นั้นมีช่องว่างทางกฎหมาย กล่าวคือ กฎหมายที่มีอยู่ในปัจจุบันนั้นเปิดช่องให้ผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์จำนวนมากเลี้ยงที่จะไม่ดำเนินการจดทะเบียนพาณิชย์ในการประกอบธุรกิจออนไลน์ จากข้อยกเว้นในกรณีที่ผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์มีรายได้ต่ำกว่าเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด ซึ่งเป็นการขัดต่อเจตนารมณ์ของกฎหมายและเป็นอุปสรรคต่อการบังคับใช้กฎหมายในการควบคุมและตรวจสอบผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์อันจะเป็นประโยชน์ต่อการคุ้มครองผู้บริโภค

และผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ที่จะส่งผลกระทบต่อการเติบโตของตลาดทางการค้าธุรกิจออนไลน์ในประเทศไทยในอนาคต

อีกหนึ่งปัญหา คือ ช่องว่างทางกฎหมายเกี่ยวกับบริษัทที่จดทะเบียนอยู่ในต่างประเทศ ซึ่งปัญหานี้รัฐได้ทำการแก้ไขปัญหาล้วบางส่วน โดยภาครัฐได้ดำเนินการแก้ไขปรับปรุงประมวลรัษฎากร (ฉบับที่ 53) พ.ศ. 2564 (การเก็บภาษี E – Service) โดยจัดเก็บภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) ผู้ประกอบการซึ่งมียอดขายได้เกิน 1.8 ล้านบาทต่อปี ในอัตราร้อยละ 7 ของราคาค่าบริการ เพื่อเป็นการอุดช่องว่างทางกฎหมายในประเด็นของการจัดเก็บภาษีสำหรับผู้ให้บริการที่ไม่ได้ประกอบกิจการในประเทศไทย จากเดิมที่ไม่สามารถดำเนินการจัดเก็บภาษีได้เนื่องจากมิได้มีบทบัญญัติทางกฎหมายกำหนดเป็นข้อบังคับไว้ ซึ่งจะส่งผลให้ประเทศไทยมีรายได้เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก เป็นการบังคับใช้กฎหมายและสร้างบรรทัดฐานที่สำคัญในการเสียภาษีของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ของไทยและผู้ประกอบการที่ให้บริการ Online Platform ต่างประเทศอย่างเท่าเทียมกัน

5.3) แนวทางในการพัฒนาและแก้ไขกฎหมายการขายสินค้าและบริการทางออนไลน์ในประเทศไทยและข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย (Evidence-based policy)

ในส่วนของแนวทางในการพัฒนาและแก้ไขกฎหมายการขายสินค้าและบริการทางออนไลน์ในประเทศไทยและข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย (Evidence-based policy) ควรมีแนวทางในการพัฒนาและแก้ไขในประเด็นที่สำคัญอย่างเร่งด่วน ดังต่อไปนี้

1) จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อเชิญชวนให้ผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์เข้ามาจดทะเบียนกับภาครัฐ ควรเป็นรูปแบบที่เข้าใจง่ายและสะดวกรวดเร็ว ในลักษณะจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One-Stop Service) ทุกขั้นตอนในครั้งเดียว

2) สร้างแพลตฟอร์มออนไลน์ที่เป็นส่วนกลางของประเทศไทยที่สามารถเป็นพื้นที่สำหรับตลาดสินค้าออนไลน์ให้ผู้ประกอบการสามารถใช้พื้นที่ในการซื้อขายสินค้าและบริการออนไลน์ให้เกิดความทัดเทียมกับแพลตฟอร์มออนไลน์ของต่างประเทศได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ โดยภาครัฐจะสามารถควบคุม ตรวจสอบ กำกับดูแล ในเรื่องของข้อมูลส่วนบุคคลหรือข้อมูลทางการค้าไม่ให้อั่วไหล เพื่อเป็นการรักษาและคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลอย่างปลอดภัย ซึ่งจะเป็นการส่งเสริมผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในประเทศไทยนั้นสามารถดำเนินธุรกิจและเพิ่มศักยภาพการแข่งขันในตลาด

ธุรกิจออนไลน์ต่อไปได้อย่างมีคุณภาพ

3) เอื้อประโยชน์ทางด้านกรยกเว้นการจดทะเบียนภาษีให้กับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็กจิ๋ว ขนาดเล็ก และขนาดกลางในประเทศไทยแบบมีเงื่อนไขที่เหมาะสม เช่น การยกเว้นการเก็บภาษีในช่วงแรกหรือใน 5 ปีแรก การจดทะเบียนภาษีตามขนาดของธุรกิจ เป็นต้น

4) ตั้งหน่วยงานกลางหรือหน่วยงานเฉพาะที่กำกับดูแลการซื้อขายสินค้าและบริการออนไลน์ การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล การทำธุรกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ รวมไปถึงการร้องเรียนปัญหาในด้านต่างๆ เพื่อให้การดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ได้รับการแก้ไขอย่างรวดเร็วโดยตรง และเพื่อลดความซับซ้อนในการดำเนินงาน ซึ่งส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์เป็นอย่างมากในปัจจุบัน เนื่องจากการมีหน่วยงานภาครัฐที่รับผิดชอบจำนวนมากและมีความทับซ้อนกันในเรื่องอำนาจหน้าที่ จึงก่อให้เกิดการผลัดความรับผิดชอบและการติดต่อประสานงานที่ยากลำบาก เสนอให้ตั้งกระทรวงพาณิชย์เป็นหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่และรับผิดชอบเกี่ยวกับผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์โดยเฉพาะเพียงหน่วยงานเดียวเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินการจัดการ กำกับดูแล ตลอดจนการทำธุรกรรมเกี่ยวกับการจดทะเบียนทางพาณิชย์ของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์แบบเบ็ดเสร็จในที่เดียว (One-Stop Service)

5) ควรมีการยกร่างและปรับแก้ไขกฎหมาย 2 ฉบับ คือ แก้ไขประมวลกฎหมายอาญา โดยการเพิ่มประเด็นเกี่ยวกับการฉ้อโกงโดยใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ให้มีการระบุนการรับโทษในประมวลกฎหมายอาญา แทนพระราชบัญญัติคอมพิวเตอร์ โดยมีการเพิ่มเติมบทลงโทษสำหรับการฉ้อโกงโดยใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์โดยเฉพาะ ซึ่งควรเป็นบทลงโทษที่แยกออกจากพระราชบัญญัติคอมพิวเตอร์ เพื่อการบังคับใช้ให้เกิดประสิทธิภาพ และเกิดความเข้าใจให้แก่ผู้บังคับใช้กฎหมายในการอำนวยความสะดวกให้แก่ประชาชนที่ตกเป็นผู้เสียหายเกี่ยวกับคดีการฉ้อโกงซื้อขายสินค้าและบริการออนไลน์ให้ได้รับการติดตามดำเนินคดีกับผู้การทำคามผิดมารับโทษและได้รับการเยียวยาอย่างรวดเร็ว และแก้ไขกฎหมายพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ.2545 ให้ผู้ประกอบการทุกคนไม่ว่าจะมีรายได้เท่าไร จะต้องจดทะเบียนและมีใบอนุญาตในการประกอบธุรกิจ เพื่อให้ผู้ประกอบการทุกคนจะต้องเข้ามาจดทะเบียนและภาครัฐสามารถดำเนินการกำกับติดตามได้

6) พัฒนาปรับปรุงระบบการแจ้งความออนไลน์เกี่ยวกับคดีการซื้อโกง ซื้อขายสินค้าและบริการออนไลน์ เพื่อให้การดำเนินคดีกับผู้กระทำความผิดได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถติดตามความคืบหน้าในการดำเนินคดี โดยไม่ต้องเสียเวลา และค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปแจ้งความกับสถานีตำรวจท้องที่ ซึ่งจะทำให้ผู้เสียหายสามารถได้ใช้สิทธิทางกระบวนการยุติธรรมทางอาญา แม้ว่าจะมีมูลค่าความเสียหายจำนวนน้อยก็ตาม

6. อภิปรายผลการวิจัย

ผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ไม่เข้าใจในกระบวนการในการดำเนินการจดทะเบียนพาณิชย์ ซึ่งเป็นส่วนที่แยกออกมาจาก เรื่องการจัดเก็บภาษีในการประกอบธุรกิจ จึงส่งผลให้ผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์นั้นเกิดความสับสน โดยในต่างประเทศ อาทิ ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศสิงคโปร์ มีข้อกำหนดและการบังคับใช้กฎหมายให้การประกอบธุรกิจต้องดำเนินการขอใบอนุญาตในการประกอบธุรกิจ เพื่อความปลอดภัยของผู้บริโภค ภาครัฐจึงควรให้ความสำคัญและสร้างความเข้าใจในเรื่องการจดทะเบียนธุรกิจออนไลน์ซึ่งเป็นสาระสำคัญ เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ ซึ่งเป็นธุรกิจขนาดย่อมและขนาดกลางของประเทศไทยได้ดำเนินกิจการต่อไป เพื่อสร้างรากฐานเศรษฐกิจดิจิทัลของประเทศไทยให้เกิดขึ้นคงและยั่งยืน

ปัจจุบันนี้ประเทศไทยมีหลายหน่วยงานที่รับผิดชอบดูแลเรื่องการซื้อขายสินค้าและบริการออนไลน์ อย่างเช่น กระทรวงพาณิชย์, กระทรวงการคลัง, กระทรวงยุติธรรม, สำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค, สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (ETDA), สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ISMED), สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.), และสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจและสังคม (DEPA) เป็นต้น ซึ่งภาระงานที่รับผิดชอบของแต่ละหน่วยงานมีความทับซ้อนกัน รวมไปถึงทำให้เกิดความลำบากต่อผู้ประกอบการในการติดต่อประสานงาน หรือต่อผู้บริโภคในการร้องเรียนปัญหาในด้านต่าง ๆ เนื่องจากหน่วยงานต่าง ๆ จะมีการผลักภาระออก ด้วยการแจ้งว่าให้ติดต่ออีกหน่วยงานหนึ่งซึ่งเป็นผู้รับผิดชอบโดยตรง และในที่สุดก็อาจจะไม่มีหน่วยงานไหนที่รับผิดชอบเลย ดังนั้นจึงควรรวมหน่วยงานเหล่านี้ เข้าไปไว้ภายใต้กระทรวงพาณิชย์ โดยให้กระทรวงพาณิชย์เป็นหน่วยงานหลัก หน่วยงานเดียวที่มีหน้าที่ดูแลรับผิดชอบเรื่องการซื้อขายและบริการออนไลน์โดยตรง

เพื่อลดความซับซ้อนในการดำเนินงาน เหมือนกับของประเทศอินโดนีเซียที่ก่อนหน้านี้มีหลายหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายและบริการออนไลน์ แต่เมื่อมีการจัดทำแผน National E-Commerce Road Map 2017 – 2019 กฎหมายต่าง ๆ ที่ออกมาเพื่อดูแลเรื่องการซื้อขายและบริการออนไลน์ จะขึ้นตรงกับกระทรวงพาณิชย์เป็นส่วนใหญ่ และเมื่อกระทรวงพาณิชย์เป็นหน่วยงานหลักที่มีอำนาจหน้าที่และรับผิดชอบเกี่ยวกับผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ กระทรวงพาณิชย์ ควรดำเนินการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการจดทะเบียนธุรกิจออนไลน์อย่างแพร่หลายในทุกช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ในรูปแบบที่เข้าใจง่ายและไม่ซับซ้อน

ลำดับต่อมาในส่วนของการเสนอเชิงนโยบายที่ให้กระทรวงพาณิชย์ร่วมมือกับภาคเอกชนในการพัฒนาและสร้างแพลตฟอร์มออนไลน์กลางที่เป็นของประเทศไทย จากข้อมูลการบริโภคของผู้บริโภคในประเทศที่ปัจจุบัน ผู้ให้บริการที่ได้รับความนิยมอย่างสูงเป็นแพลตฟอร์มตลาดอีคอมเมิร์ซของต่างประเทศอย่าง Shopee ซึ่งเป็นของประเทศสิงคโปร์ และ Lazada ซึ่งเป็นของประเทศจีน ซึ่งส่งผลให้ผู้ประกอบการขนาดเล็กจิ๋ว ขนาดเล็ก และขนาดกลาง ไม่สามารถดำเนินธุรกิจได้ยาวนานในการขายออนไลน์ เพราะไม่สามารถสู้กับราคาสินค้าที่มาจากต่างประเทศโดยเฉพาะประเทศจีนที่มีราคาถูกกว่ามาก ในขณะที่เดียวกันผู้ประกอบการธุรกิจที่สามารถดำเนินธุรกิจขายสินค้าออนไลน์ได้คือธุรกิจขนาดใหญ่ อย่าง Power Buy, Central และ JIB ซึ่งจะขายแต่สินค้าและบริการของตัวเองเท่านั้น ทำให้ผู้ประกอบการขนาดเล็กจิ๋ว ขนาดเล็ก และขนาดกลาง ไม่ได้มีตัวเลือกมากนักสำหรับพื้นที่ในการขายของออนไลน์ ซึ่งหากกระทรวงพาณิชย์ร่วมมือกับภาคเอกชนในการสร้างแพลตฟอร์มออนไลน์กลางที่เป็นของประเทศไทย ก็จะทำให้ผู้ประกอบการขนาดเล็กจิ๋ว ขนาดเล็ก และขนาดกลาง มีพื้นที่ขายของออนไลน์ได้มากขึ้น และมีค่าใช้จ่ายที่ถูกลง หากกระทรวงพาณิชย์และภาคเอกชน สามารถสร้างแพลตฟอร์มออนไลน์กลางที่เป็นของประเทศไทยได้ก็จะช่วยให้ภาครัฐสามารถเก็บรวบรวมข้อมูล (Big Data) ต่าง ๆ ในการซื้อขายและบริการทางออนไลน์ได้ด้วย รวมถึงยังสามารถป้องกันเรื่องของการซื้อขายข้อมูลและข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภคไว้ได้ด้วย

ในส่วนของการเสนอด้านการงดเว้นภาษี ที่เสนอให้ภาครัฐดำเนินการยกเว้นภาษี สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในระยะเริ่มแรก เพื่อเป็นการเชิญชวนให้ผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์มาจดทะเบียนพาณิชย์ และช่วยสนับสนุนผู้ประกอบการ

ขนาดเล็ก และขนาดกลาง ให้สามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการชาวต่างชาติได้นั้น ยกตัวอย่างเช่น หากผู้ใดต้องการทำธุรกิจค้าขายออนไลน์จะต้องจดทะเบียนเป็นบริษัท และหากมีการจดทะเบียนเป็นบริษัทแล้ว ทางภาครัฐอาจจะยกเว้นภาษีให้เป็นระยะเวลา 5 ปี ในช่วงแรก เพื่อให้ผู้ประกอบการเหล่านี้สามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการชาวต่างชาติได้ ภาครัฐควรสนับสนุนผู้ประกอบการขนาดเล็ก และขนาดกลาง (SMEs) เพื่อช่วยให้กลุ่มผู้ประกอบการเหล่านี้สามารถแข่งขันในตลาดได้

ในส่วนของ การเสนอแก้ไขกฎหมาย เสนอให้มีการแก้ไขประมวลกฎหมายอาญา ด้วยการเพิ่มเติมบทลงโทษการกระทำความผิดข้อโกงโดยใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ในการกระทำความผิด ปัจจุบันนี้ประเทศไทยมีกฎหมายหลายฉบับที่บังคับใช้เกี่ยวกับการซื้อขายสินค้าและบริการออนไลน์ และกฎหมายเหล่านี้ยังมีการปรับปรุง เพื่อให้ทันสมัยอยู่เสมอและถ้าหากการกระทำความผิดโดยใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งรวมถึงการข้อโกงด้วย เช่น การสั่งซื้อของและโอนเงินแล้ว แต่ไม่ได้รับของ เป็นต้น ซึ่งการกำหนดบทลงโทษเหล่านี้ได้อยู่ภายใต้ พระราชบัญญัติคอมพิวเตอร์ ทำให้ผู้บังคับใช้กฎหมายอย่างเจ้าหน้าที่ตำรวจเกิดความสับสนในการทำงาน โดยเฉพาะในกรณีของเจ้าหน้าที่ตำรวจที่สูงวัย และอาจจะทำงานอยู่ในอำเภอเล็ก ๆ ซึ่งไม่ได้มีคดีความเกี่ยวกับการข้อโกงที่ใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์บ่อยครั้ง ดังนั้นจึงเสนอให้มีแก้ไขประมวลกฎหมายอาญา ด้วยการเพิ่มเติมบทลงโทษการกระทำความผิดข้อโกง โดยใช้ อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ในการกระทำความผิด เนื่องจากอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์กลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันไปแล้ว การกระทำความผิดเกี่ยวกับการข้อโกงอยู่ในประมวลกฎหมายอาญา ดังนั้นจึงควรแก้ไขประมวลกฎหมายอาญา เพื่อให้การกระทำความผิดในฐานะข้อโกงโดยใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ในการกระทำความผิด ถูกระบุไว้ในประมวลกฎหมายอาญาเช่นกัน เพื่อไม่ให้ผู้บังคับใช้กฎหมายเกิดความสับสน และสามารถทำงานได้รวดเร็วมากขึ้น

ในส่วนของ การขึ้นทะเบียนธุรกิจ ปัจจุบันนี้ผู้ที่ประกอบธุรกิจจะต้องขึ้นทะเบียน และมีใบอนุญาตประกอบธุรกิจจากกระทรวงพาณิชย์ และหากมีการประกอบธุรกิจขายของออนไลน์ จะพิจารณาว่าเป็นธุรกิจขายตรงหรือไม่ ซึ่งธุรกิจขายตรงนั้น พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ระบุไว้ว่า ถ้าหากประกอบธุรกิจแล้วมีรายได้ไม่ถึง 1.8 ล้านบาทต่อปี ไม่จำเป็นต้องขึ้นทะเบียน ซึ่งเป็นช่องโหว่ของกฎหมายที่เปิดช่องให้ผู้ประกอบการไม่ต้องไปจดทะเบียน และส่งผลให้ผู้บริโภคไม่มีความมั่นใจใน

การซื้อขายของออนไลน์ และหากมีการแจ้งความดำเนินคดีเกิดขึ้นทางเจ้าหน้าที่ตำรวจ จะติดตามผู้ขายหรือผู้ประกอบการได้ยาก เนื่องจากว่าไม่มีการลงทะเบียนไว้ ทำให้ยากต่อการติดตาม ดังนั้นจึงควรมีการแก้ไขกฎหมาย พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ให้ผู้ประกอบการทุกคน ไม่ว่าจะมียายได้เท่าไร จะต้องจดทะเบียนและมีใบอนุญาตในการประกอบธุรกิจ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค ในการซื้อขายสินค้าและบริการทางออนไลน์ และทำให้เจ้าหน้าที่ตำรวจสามารถติดต่อและติดตามผู้ประกอบการและทำงานได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

สุดท้ายสำนักงานตำรวจแห่งชาติควรพัฒนาปรับปรุงระบบการแจ้งความออนไลน์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยให้ผู้เสียหายสามารถแจ้งความในระบบออนไลน์ได้ทั้งกระบวนการ โดยที่ไม่จำเป็นต้องเดินทางไปยังสถานีตำรวจเพื่อพบเจ้าหน้าที่ และต้องมีผลตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา และสามารถติดตามความคืบหน้าคดีได้ ปัจจุบันนี้หากผู้บริโภคตกเป็นเหยื่อในคดีการซื้อขายสินค้าและบริการออนไลน์ และต้องการที่จะแจ้งความดำเนินคดี ผู้ที่ตกเป็นเหยื่อจะต้องแจ้งความผ่านระบบออนไลน์ก่อน ซึ่งหลังจากกรอกข้อมูลรายละเอียดคร่าว ๆ แล้ว จะต้องเลือกรวัน เวลา และสถานีตำรวจที่สะดวกจะเดินทางไปบันทึกคำให้การ ซึ่งทำให้เกิดความยุ่งยาก และใช้ระยะเวลาเพิ่มมากขึ้นต่อผู้ที่ตกเป็นเหยื่อในการแจ้งความดำเนินคดี ซึ่งหากทางสำนักงานตำรวจแห่งชาติ สามารถพัฒนาระบบการแจ้งความดำเนินคดีออนไลน์ให้เหมือนกับศาลแขวง ที่อนุญาตให้การซื้อขายออนไลน์สามารถดำเนินคดีผ่านช่องทางออนไลน์ได้โดยไม่มีขั้นตอนของมูลค่าความเสียหาย ผู้บริโภคที่ตกเป็นเหยื่อสามารถดำเนินการฟ้องร้องได้เองและทุกขั้นตอนทำผ่านกระบวนการออนไลน์ทั้งสิ้น โดยไม่ต้องเดินทางไปทางศาลแขวงเลย หากสำนักงานตำรวจแห่งชาติสามารถปรับปรุงระบบการแจ้งความออนไลน์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยสามารถเสร็จสิ้นทุกกระบวนการทางออนไลน์ได้ ก็จะส่งผลให้ผู้บริโภคที่ตกเป็นเหยื่อสามารถแจ้งความได้สะดวกขึ้น เนื่องจากมูลค่าความเสียหายของการซื้อของออนไลน์มักจะมีมูลค่าไม่สูงมากการเดินทางไปแจ้งความดำเนินคดีในบางกรณีอาจมีค่าใช้จ่ายที่สูงเกินกว่ามูลค่าความเสียหาย จึงทำให้ในหลายกรณีผู้เสียหายเลือกที่จะไม่ไปแจ้งความเอาผิดกับผู้กระทำความผิด อาชญากรรมทางไซเบอร์มีแนวโน้มที่จะเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ ดังนั้นหากสำนักงานตำรวจแห่งชาติสามารถพัฒนาระบบการแจ้งความดำเนินคดีทางออนไลน์ได้ ก็จะอำนวยความสะดวกให้กับประชาชนได้มากขึ้น

7. บทสรุป

ปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบธุรกิจขายสินค้าและบริการทางออนไลน์ในประเทศไทย ได้แก่ ปัญหาการจดทะเบียนพาณิชย์ที่ไม่ทั่วถึง ปัญหาด้านการคุ้มครองข้อมูลของผู้บริโภค และปัญหาในเรื่องการเชื่อมโยงจากการซื้อขายสินค้าและบริการออนไลน์ ในส่วนของปัญหาการบังคับใช้กฎหมายการขายสินค้าและบริการทางออนไลน์ ในประเทศไทยกฎหมายที่มีอยู่ในปัจจุบันนั้นเปิดช่องให้ผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์จำนวนมากเลี้ยง ที่จะไม่ดำเนินการจดทะเบียนพาณิชย์ในการประกอบธุรกิจออนไลน์ และมีปัญหาช่องว่างทางกฎหมายเกี่ยวกับบริษัทที่จดทะเบียนอยู่ในต่างประเทศ ในส่วนของแนวทางในการพัฒนาและแก้ไขกฎหมายการขายสินค้าและบริการทางออนไลน์ในประเทศไทย ควรมีการยกร่างและปรับแก้ไขกฎหมาย 2 ฉบับ คือ แก้ไขประมวลกฎหมายอาญา โดยการเพิ่มประเด็นเกี่ยวกับการเชื่อมโยงที่ใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ให้มีการระบุนำการรับโทษในประมวลกฎหมายอาญา แทนพระราชบัญญัติคอมพิวเตอร์ และแก้ไขพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ให้ผู้ประกอบการทุกคน ไม่ว่าจะมียอดรายได้เท่าไร จะต้องจดทะเบียนและมีใบอนุญาตในการประกอบธุรกิจ เพื่อให้ผู้ประกอบการทุกคนมา จดทะเบียน และภาครัฐสามารถกำกับติดตามได้ นอกจากนี้ภาครัฐควรร่วมมือกับภาคเอกชนในการพัฒนาและสร้างแพลตฟอร์มออนไลน์กลางที่เป็นของประเทศไทย ควรมีการเอื้อประโยชน์ทางการยกเว้นการจัดเก็บภาษีให้กับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็กจิ๋ว ขนาดเล็ก และขนาดกลางในประเทศไทย แบบมีเงื่อนไขที่เหมาะสม และควรตั้งกระทรวงพาณิชย์เป็นหน่วยงานกลางหรือหน่วยงานเฉพาะที่กำกับดูแลการซื้อขายสินค้าและบริการออนไลน์ของประเทศไทย

เอกสารอ้างอิง

กฎหมายทะเบียนพาณิชย์ ตามประกาศกระทรวงพาณิชย์ ฉบับที่ 11 พ.ศ. 2553
กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2561). *คู่มือเปิดร้านค้าออนไลน์*.

สืบค้นจาก <https://www.dbd.go.th>

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์. (2563) *ข้อมูลการค้าออนไลน์*

ข้ามพรมแดน “ญี่ปุ่น”. สืบค้นจาก <https://www.ditp.go.th>

กิตติ ภัคดีวัฒนะกุล และ ทวีศักดิ์ กาญจนสุวรรณ. (2552). *การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)*. กรุงเทพฯ : เคทีพี คอมพ์ แอนด์ คอนซัลท์.

ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์

ประมวลกฎหมายอาญา

พงษ์มนัส ดีอด, พระครูวินัยธรวรชาติ ปยุตโต, ปาริฉัตร ไชยเดช และ พระมหาชัยชนะ
บุญนาดี.(2565). รูปแบบที่เหมาะสมการแบ่งปันข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อการบริหาร

ภาครัฐ ภายใต้กรอบพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล.

วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์, 9(10), 124-137.

พงษ์ลดา ภัทรมานะวงศ์. (2566). การคุ้มครองผู้บริโภคกับการซื้อขายออนไลน์.

วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง, 12(1), 109-119.

พระราชกฤษฎีกาการประกอบธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ต้องแจ้งให้ทราบ พ.ศ. 2565

พระราชกำหนดมาตรการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมทางเทคโนโลยี พ.ศ. 2566

พระราชบัญญัติ แก้ไขเพิ่มเติมประมวลรัษฎากร ฉบับที่ 53 พ.ศ. 2564

พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545

พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522

พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2559

พระราชบัญญัติทะเบียนพาณิชย์ พ.ศ. 2499

พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ (ฉบับที่ 5) พ.ศ. 2565

พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550

พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540

พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2562

พระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ.2542

พระราชบัญญัติสิทธิบัตร พ.ศ. 2552

ภารุจา บุญจาทุศน์. (2557). *การคุ้มครองผู้บริโภคในการซื้อขายออนไลน์*.

มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์ และ ศุภร เสรีรัตน์. (2539). *การบริหาร*

การตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์บริษัท ธรรมสาร จำกัด.

ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในสิงคโปร์. (2566). *การบริการอิเล็กทรอนิกส์ (e-Service)*.

สืบค้นจาก <https://thaibizsingapore.com>

สภาองค์กรของผู้บริโภค. (2565). *บันทึกข้อตกลงความร่วมมือในการดำเนินคดีและ*

ประสานข้อมูลจากการซื้อขายออนไลน์. สืบค้นจาก <https://www.tcc.or.th>

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2564). *เผย 10 กลไกซื้อขายออนไลน์*

แห่งปี 64 รู้ไว้! จะได้ไม่ตกเป็นเหยื่อโจรไซเบอร์. สืบค้นจาก

<https://www.etcha.or.th>

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงโตเกียว. (2564). *การลงทุนประกอบ*

ธุรกิจในญี่ปุ่น. สืบค้นจาก <https://www.ditp.go.th>

อรดา รัชตานนท์, กชพรรณ สัลเลขนันท์, โชติพัฒน์ กลิ่นสุคนธ์, จิรวัดน์ ภูงาม, และ

มณฑล ศิริชนะ. (2564). *ผลกระทบจากธุรกิจ e-commerce ต่อผู้ประกอบการ*

ท้องถิ่น. ธนาคารแห่งประเทศไทย.

อัญนิษฐา ดิษฐานนท์ และ อรพรรณ คงมาลัย. (2565). *โมเดลการพัฒนาผู้ประกอบการ*

ขนาดกลางและขนาดย่อมเข้าสู่ตลาดออนไลน์อย่างประสบความสำเร็จ.

วารสารเกษตรศาสตร์ธุรกิจประยุกต์, 16(25), 1-24.

Becker, G. S. (1976). *The economic approach to human behavior*. Chicago,

IL: University of Chicago.

Datareportal. (2021). *Digital 2021: Global Overview Report*. Retrieved from

<https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report>

Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user

acceptance of information technology. *MIS quarterly*, 13(3), 319-340.

- Endahayu, C., Buditomo, R., Pardede, D., & Wiyoso, A. (2019). *Indonesia now has a specific e-commerce regulation*. Retrieved from <https://www.bakermckenzie.com>
- Homans, G. C. (1958). *Social behavior as exchange*. *American Journal of Sociology*, 63(6), 597-606.
- Hunt, S.D., & Morgan, R.M. (1995). The comparative advantage theory of competition. *Journal of Marketing*, 59, 1-15.
- Kotler, P. (2003). *Marketing Management* (11th ed.) Upper Sanddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Lambert, E. G., Hogan, N. L., & Barton, S. M. (2001). The impact of job satisfaction on turnover intent: a test of a structural measurement model using a national sample of workers. *The Social Science Journal*, 38(2), 233-250.
- Organ, D. W., & Konovsky, M. (1989). Cognitive Versus Affective Determinants of Organizational Citizenship Behavior. *Journal of Applied Psychology*, 74, 157-164.
- Pursley, R.D. (1991). *Introduction to Criminal Justice*. New York: Macmillan.
- Rohendi, A. (2015). Consumer protection in the e-commerce: Indonesian law and international law perspective. *Ecodemica*, 3(2), 478-488.
- Santoso, E. (2022). Opportunities and challenges: E-commerce in Indonesia from legal perspective. *Jurnal Penelitian Hukum De Jure*, 22(3), 395-410. doi:<http://dx.doi.org/10.30641/dejure.2022.V22.395-410>
- Statista. (2023). *Revenue of e-commerce worldwide in 2022 by country*. Retrieved from <https://www.statista.com/forecasts/1283912/global-revenue-of-the-e-commerce-market-country>
- Waller, W., S., Brady, G. J. & Acosta R. J. (2011). *Consumer Protection in the United States: An Overview*. Retrieved from <https://www.researchgate.net>