



Problems with Confirming the Seller's Identity in Online Purchasing Cases: Case Study of the Online Purchasing Division in the Civil Court

Cheamchit Suwarnnoi and Thatchaporn Mahathalaeng

Lecturer at the Faculty of Law Sripatum University, Thailand

E-mail: cheamchit.su@spu.ac.th, ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0004-4815-1956>

E-mail: thatchaporn.ma@spu.ac.th, ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0003-9930-4919>

Received 07/06/2024

Revised 11/06/2024

Accepted 30/06/2024

Abstract

Background and Aims: Academic article on Problems in verifying the seller's identity in online trading cases: A case study of the online trading case department in this civil court. The objectives are 1) to study the history and ideas about the establishment of the online trading court in the Civil Court 2) to study the problems of limitations in litigation to protect consumer rights in the online trading case of the Civil Court 3) to determine guidelines to improve the laws and methods for protecting consumer rights in online trading cases to be more effective.

Methodology: This study is a study of related documents and research. Analyze and present according to educational objectives.

Results: From the results of the study, it was found that there is a problem in confirming the identity of the defendant of the consumer who is the plaintiff in an online trading case in the civil court. The law and procedures for protecting consumer rights in online trading cases should be revised to be more effective as follows: 1) The Court of Justice has established an online trading case division in the civil court. To consider consumer cases according to the Consumer Court Procedure Act B.E. 2008 arising from the purchase of goods or services on the Internet. 2) Problems and obstacles in litigation that cannot be considered and adjudicated on online purchase cases. This is because most consumers who are plaintiffs do not know the identity of the defendant's business operator. who sells products because online trading is an agreement between people who are separated by distance and trusting consumers who do not take due care to verify who the seller is. When a dispute arose, the defendant seller could not be found. 3) Ways should be found to get more online business operators to register. By amending the law by increasing





penalties for violators who conduct online trading businesses without commercial registration as announced by the Ministry of Commerce. There are stricter and faster legal measures by enacting laws or regulations forcing online market platform operators to seriously inspect and screen shops or sellers. There is a strict process for verifying the seller's identity. To create a system to guarantee safety in transactions. and prevent sellers who have problems or have violated the law and whose stores have been closed from being able to open new stores again.

Conclusion: All online trading business operators, whether small or large, should be required to identify themselves. By commercial registration in addition to being beneficial to consumers, having a registered business operator's store builds confidence among buyers, which has a positive effect on the business operator's store as well.

Keywords: Online Trading, Confirming the Seller's Identity, Online Purchasing Division in the Civil Court





ปัญหาการยืนยันตัวตนผู้ขายในคดีซื้อขายออนไลน์: กรณีศึกษาแผนกคดีซื้อขายออนไลน์ในศาลแพ่ง

เจียมจิต สุวรรณน้อย และ ทัชชกร มหาแสง

อาจารย์ประจำคณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

บทคัดย่อ

ภูมิหลังและวัตถุประสงค์: บทความวิชาการเรื่อง ปัญหาการยืนยันตัวตนผู้ขายในคดีซื้อขายออนไลน์: กรณีศึกษาแผนกคดีซื้อขายออนไลน์ในศาลแพ่งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาประวัติความเป็นมาและแนวคิดเกี่ยวกับการจัดตั้งศาลแผนกคดีซื้อขายออนไลน์ในศาลแพ่ง 2) เพื่อศึกษาปัญหาข้อจำกัดในการดำเนินคดีเพื่อคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคในคดีซื้อขายออนไลน์ของศาลแพ่ง 3) เพื่อกำหนดแนวทางในการแก้ไขปรับปรุงกฎหมายและวิธีการในการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคในคดีซื้อขายออนไลน์ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ระเบียบวิธีการศึกษา: การศึกษานี้เป็นการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง วิเคราะห์และนำเสนอตามวัตถุประสงค์ทางการศึกษา

ผลการศึกษา: จากผลการศึกษาพบว่าปัญหาการยืนยันตัวตนจำเลยของผู้บริโภคซึ่งเป็นโจทก์ในคดีซื้อขายออนไลน์ในศาลแพ่ง ควรต้องแก้ไขกฎหมายและวิธีการในการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคในคดีซื้อขายออนไลน์ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นดังนี้ คือ 1) ศาลยุติธรรมได้จัดตั้งแผนกคดีซื้อขายออนไลน์ในศาลแพ่ง เพื่อพิจารณาคดีผู้บริโภคตามพระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ. 2551 ที่เกิดจากการซื้อขายสินค้าหรือบริการบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต 2) ปัญหาอุปสรรคในการดำเนินคดีที่ไม่อาจพิจารณาพิพากษาคดีซื้อขายออนไลน์ได้ สืบเนื่องจากผู้บริโภคที่เป็นโจทก์ส่วนใหญ่นั้นไม่ทราบตัวตนของผู้ประกอบกิจการจำเลย ซึ่งเป็นผู้ขายสินค้าเพราะการซื้อขายออนไลน์เป็นการตกลงซื้อขายของบุคคลซึ่งอยู่ห่างกันโดยระยะทาง และผู้บริโภคเชื่อใจไม่ได้ใช้ความระมัดระวังในการตรวจสอบให้ได้ว่าผู้ขายคือใคร เมื่อเกิดปัญหาข้อพิพาทจึงไม่สามารถหาตัวจำเลยผู้ขายได้ 3) ควรหาแนวทางที่จะทำให้ผู้ประกอบการซื้อขายสินค้าออนไลน์เข้ามาจดทะเบียนมากขึ้น โดยใช้วิธีแก้ไขกฎหมายโดยเพิ่มบทลงโทษแก่ผู้ฝ่าฝืนที่ประกอบธุรกิจซื้อขายออนไลน์โดยไม่จดทะเบียนพาณิชย์ตามประกาศกระทรวงพาณิชย์ และมีมาตรการทางกฎหมายที่เข้มข้นและรวดเร็วขึ้นโดยออกกฎหมายหรือกฎระเบียบออกมาบังคับให้ผู้ประกอบการประกอบประเภทแพลตฟอร์มตลาดออนไลน์ต้องมีการตรวจสอบคัดกรองร้านค้าหรือผู้ขายอย่างจริงจัง และมีขั้นตอนการตรวจสอบยืนยันตัวตนผู้ขายที่เข้มงวด เพื่อสร้างระบบประกันความปลอดภัยในการทำธุรกรรม และป้องกันมิให้ผู้ขายที่มีปัญหาหรือกระทำความผิดกฎหมายซึ่งถูกปิดร้านค้าไปแล้วไม่สามารถกลับมาเปิดร้านค้าใหม่ได้อีก

สรุปผล: ควรให้ผู้ประกอบการธุรกิจซื้อขายออนไลน์ทุกรายไม่ว่ารายเล็กหรือรายใหญ่ทั้งหมดต้องแสดงตัวตน โดยการจดทะเบียนพาณิชย์ ซึ่งนอกจากจะเป็นผลดีต่อผู้บริโภคแล้วการที่ร้านค้าของผู้ประกอบการธุรกิจจดทะเบียนแล้วนั้นย่อมเป็นการสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้ซื้อซึ่งส่งผลดีต่อร้านค้าผู้ประกอบการนั้น ๆ ด้วย

คำสำคัญ: ซื้อขายออนไลน์, การยืนยันตัวตนผู้ขาย, แผนกคดีซื้อขายออนไลน์ในศาลแพ่ง



บทนำ

ปัจจุบันการซื้อขายสินค้าออนไลน์บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตหรือ E-Commerce ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย มีการขยายตัวของปริมาณการซื้อขายที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วเพราะมีความสะดวก รวดเร็ว และง่ายต่อการเข้าถึง แต่ผู้ซื้อที่มีความเสี่ยงสูงที่จะมีปัญหาข้อพิพาทกับผู้ขายและถูกหลอกลวงจากมิจฉาชีพ เช่น ชำระเงินแล้วไม่ได้สินค้า สินค้าชำรุดบกพร่อง คุณภาพของสินค้าต่ำกว่าที่โฆษณา หรือได้สินค้าไม่ตรงกับสินค้าที่สั่งซื้อ เป็นต้น เนื่องจากผู้ซื้อไม่มีโอกาสได้เห็นหรือจับต้องสินค้าก่อนและไม่รู้จักตัวตนของผู้ขาย (กรรณิการ์ ชัยอำนาจ, 2563) เมื่อเกิดข้อพิพาทขึ้นผู้ซื้อซึ่งเป็นผู้บริโภคย่อมมีสิทธิภาคินาติมายื่นฟ้องต่อศาล แต่การยื่นฟ้องคดีแพ่งโดยหลักจะต้องยื่นฟ้องต่อศาลที่จำเลยมีภูมิลำเนาอยู่ในเขตหรือต่อศาลที่มูลคดีเกิดขึ้น ทำให้ผู้บริโภคเสียเวลาและค่าใช้จ่ายในการดำเนินคดี ทั้งขั้นตอนการดำเนินคดีก็มีความยุ่งยาก ขณะที่การซื้อขายออนไลน์ส่วนใหญ่มีมูลค่าความเสียหายไม่มาก ไม่คุ้มค่าที่ผู้บริโภคจะยื่นฟ้องคดีต่อศาล ผู้บริโภคจึงมีแนวโน้มที่จะถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบการขายสินค้าออนไลน์โดยไม่ได้รับการเยียวยาความเสียหาย ขณะเดียวกันผู้ขายที่ไม่สุจริตก็ยังคงมีโอกาสก่อปัญหาและสร้างความเสียหายให้แก่ผู้ซื้อรายอื่น ๆ ได้อีกต่อไป

อีกปัจจัยสำคัญที่การซื้อขายสินค้าและบริการทางออนไลน์บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมีการขยายตัวปริมาณการซื้อขายเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วคือ การระบาดโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ซึ่งมีข้อมูลจากสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (ETDA) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ระบุว่าผลการสำรวจมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย ซึ่งได้มีการจัดเก็บสถิติมาตั้งแต่ปี 2557 เติบโตอย่างต่อเนื่องระหว่างร้อยละ 8 ถึงร้อยละ 10 ต่อปี และผลสำรวจของ Global Digital 2021 ของ We Are Social และ Hootsuite ประจำปี 2564 ระบุว่าร้อยละ 76.8 ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลกซื้อสินค้าและบริการทางออนไลน์ผ่านหลากหลายช่องทาง ขณะที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตร้อยละ 90.4 ที่เข้าไปเยี่ยมชมร้านค้าออนไลน์ ส่วนคนไทยสถิติของ Digital 2021: Thailand การซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตอายุ 16 ถึง 64 ปี สูงถึงร้อยละ 83.6 โดยเข้าเยี่ยมชมร้านค้าออนไลน์ร้อยละ 84.9 (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2565)

เหตุที่การซื้อขายสินค้าออนไลน์บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นที่นิยมของธุรกิจโลกและธุรกิจไทยเพราะมีความสะดวก รวดเร็ว มีแอปพลิเคชัน (Application) ต่าง ๆ ที่ออกแบบมาให้ใช้งานได้ง่ายและหลากหลาย เพียงมีโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบสมาร์ตโฟน (Smartphone) ก็สามารถเลือกซื้อสินค้า โอนเงิน และรอรับสินค้าที่บ้านได้ ทั้งการเปิดร้านค้าออนไลน์ทำได้ง่าย ลงทุนน้อย ไม่ต้องมีร้านค้า ไม่ต้องมีพนักงานขายหน้าร้าน เพียงถ่ายรูปสินค้า ตัดราคา แล้วนำเสนอลงเว็บไซต์ก็สามารถขายตรงสินค้าแก่ผู้บริโภคที่ใช้งานออนไลน์ได้ ผู้ประกอบธุรกิจทั้งรายเล็กและรายใหญ่ต่างเห็นช่องทางการตลาดแบบขายตรงให้แก่กลุ่มผู้ใช้งานออนไลน์อันเป็นกลุ่มลูกค้าขนาดใหญ่จึงทำการตลาดและเปิดร้านค้าออนไลน์เป็นจำนวนมาก แต่ด้วยความสะดวกรวดเร็วและง่ายต่อการเข้าถึงลูกค้านี้ ผู้ซื้อและผู้ขายย่อมมีความเสี่ยงสูงเช่นกันที่จะถูกหลอกลวงจากมิจฉาชีพด้วยวิธีการต่าง ๆ ทั้งสองฝ่าย จึงต้องใช้ความระมัดระวังในการใช้บริการและให้บริการ (ศลิษา ทองโชติ และคณะ, 2565)

เมื่อการซื้อขายสินค้าออนไลน์เติบโตขึ้นอย่างมาก ความเสี่ยงของการซื้อขายออนไลน์ย่อมสูงขึ้นเป็นเงาตามตัว เพราะการซื้อขายออนไลน์อาจเกิดข้อผิดพลาดและก่อให้เกิดข้อพิพาทต่าง ๆ ตามมาได้จำนวนมาก เนื่องจากผู้ซื้อไม่มีโอกาสได้เห็นหรือจับต้องสินค้าก่อน ทั้งผู้ซื้อที่ไม่รู้จักตัวตนและที่อยู่ของผู้ขายอีกฝ่ายหนึ่ง เช่น สินค้าชำรุด



บกพร่อง ชำระเงินซื้อแล้วไม่ได้สินค้า คุณภาพของสินค้าต่ำกว่าที่โฆษณา หรือได้สินค้าไม่ตรงกับสินค้าที่สั่งซื้อ หรือสินค้าเก่าเสื่อมคุณภาพ เป็นต้น ฯลฯ และผู้ขายเองก็เสี่ยงที่จะไม่ได้รับเงินค่าสินค้าหากถูกมิฉฉาฉิพตั้งใจหลอกลวง หรือลูกค้าปฏิเสธการรับสินค้ากรณีจ่ายเงินปลายทาง หรือถูกเรียกร้องค่าเสียหายต่าง ๆ รวมทั้งความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูลทางการเงิน ข้อมูลในบัตรเครดิตหรือบัญชีธนาคารซึ่งผู้ขายและผู้ซื้อต่างมีความเสี่ยงที่ข้อมูลส่วนตัวจะถูกเปิดเผยและถูกมิฉฉาฉิพนำไปใช้ในทางที่เสียหาย (ชนิกานต์ ทะนันไชย, 2563)

จากปัญหาการยืนยันตัวตนจำเลยของผู้บริโภคซึ่งเป็นโจทก์ในคดีซื้อขายออนไลน์ในศาลแพ่ง ควรต้องแก้ไขกฎหมายและวิธีการในการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคในคดีซื้อขายออนไลน์ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเพิ่มบทลงโทษแก่ผู้ฝ่าฝืนที่ประกอบธุรกิจซื้อขายออนไลน์โดยไม่จดทะเบียนพาณิชย์ ปรับลดหลักเกณฑ์รายได้ของผู้จดทะเบียนผู้ประกอบการตลาดแบบตรง จึงควรมีมาตรการทางกฎหมายที่เข้มข้นและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น พร้อมทั้งมีกฎระเบียบมาบังคับให้ผู้ประกอบกิจการประเภทแพลตฟอร์ม และตลาดออนไลน์จะต้องมีการตรวจสอบคัดกรองร้านค้าหรือผู้ขายอย่างจริงจัง โดยหน่วยงานรัฐให้ความสำคัญการประชาสัมพันธ์เชิงรุกในการให้ข้อมูลเตือนภัยแก่ผู้บริโภค และควรพัฒนาเว็บไซต์ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อเป็นช่องทางสื่อสารข้อมูลช่วยเหลือผู้บริโภค และประสานงานเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคที่รวบรวมข้อมูลจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจออนไลน์ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถตรวจสอบข้อมูลเกี่ยวกับการซื้อขายออนไลน์ได้ทุกรูปแบบของปัญหาที่เกิดขึ้น (กฤษณ์กรวิชัย จันทขันธสกุล, 2560) จึงได้ทำการศึกษาปัญหาการยืนยันตัวตนผู้ขายในคดีซื้อขายออนไลน์ โดยใช้กรณีศึกษาแผนกคดีซื้อขายออนไลน์ในศาลแพ่ง เพื่อหาแนวทางการแก้ไขปัญหาและพัฒนากฎหมายให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันและอนาคตต่อไป

วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อศึกษาประวัติความเป็นมาและแนวคิดเกี่ยวกับการจัดตั้งศาลแผนกคดีซื้อขายออนไลน์ในศาลแพ่ง
- 2) เพื่อศึกษาปัญหาข้อจำกัดในการดำเนินคดีเพื่อคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคในคดีซื้อขายออนไลน์ของศาลแพ่ง
- 3) เพื่อกำหนดแนวทางในการแก้ไขปรับปรุงกฎหมายและวิธีการในการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคในคดีซื้อขายออนไลน์ให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ปัญหาการยืนยันตัวตนผู้ขายในคดีซื้อขายออนไลน์ : กรณีศึกษาแผนกคดีซื้อขายออนไลน์ในศาลแพ่ง มีผลการศึกษาที่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ มีรายละเอียดดังนี้

1) ความเป็นมาของการจัดตั้งแผนกคดีซื้อขายออนไลน์ในศาลแพ่ง

เมื่อเกิดปัญหาข้อพิพาทต่าง ๆ จากการซื้อขายสินค้าทั่วไปแล้ว ผู้ซื้อซึ่งเป็นผู้บริโภคสินค้าย่อมมีสิทธินำคดีมายื่นฟ้องต่อศาลเพื่อขอให้บังคับผู้ขายซึ่งเป็นผู้ประกอบการให้ชดใช้และเยียวยาความเสียหายได้ แต่การยื่นฟ้องคดีแพ่งโดยหลักจะต้องยื่นฟ้องต่อศาลที่จำเลยผู้ขายมีภูมิลำเนาอยู่ในเขตศาลหรือต่อศาลที่มูลคดีเกิดขึ้นตาม



ประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่ง มาตรา 4 (1) ทำให้ผู้บริโภคที่เป็นโจทก์เสียทั้งเวลาและค่าใช้จ่ายในการดำเนินคดี และขั้นตอนในการดำเนินคดีก็มีความยุ่งยากซับซ้อน ขณะที่การซื้อขายออนไลน์ส่วนใหญ่มีมูลค่าความเสียหายไม่มาก ไม่คุ้มค่าที่ผู้บริโภคจะยื่นฟ้องคดีต่อศาล ผู้บริโภคที่ประสบปัญหาในการซื้อสินค้าออนไลน์ จึงมีโอกาสดูสูงที่จะถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบกิจการขายสินค้าออนไลน์โดยไม่ได้รับการเยียวยาความเสียหายอยู่มาก ขณะเดียวกันผู้ขายสินค้าที่ไม่สุจริตก็ยังคงมีโอกาสดึงก่อกวนและสร้างความเสียหายให้แก่ผู้บริโภครายอื่น ๆ ได้อีกต่อไป หากไม่มีกลไกในการคุ้มครองผู้บริโภคให้สามารถใช้สิทธิทางศาลได้โดยสะดวก ไม่ยุ่งยาก และประหยัดค่าใช้จ่ายในการดำเนินคดีสำหรับผู้บริโภคเพื่อบังคับให้ผู้ประกอบกิจการชดใช้เยียวยาความเสียหายแล้วก็จะกระทบต่อความน่าเชื่อถือของระบบการซื้อขายออนไลน์ในวงกว้าง

ด้วยเหตุดังกล่าวศาลยุติธรรมจึงได้จัดตั้ง “แผนกคดีซื้อขายออนไลน์ในศาลแพ่ง” และเปิดทำการตั้งแต่วันที่ 27 มกราคม 2565 เป็นต้นมา (พระธรรมนูญศาลยุติธรรม, 2543) เพื่อให้ผู้บริโภคที่ประสงค์จะใช้สิทธิทางศาลได้รับความสะดวกและประหยัดค่าใช้จ่ายในการดำเนินคดี สามารถเข้าถึงกระบวนการยุติธรรมได้โดยง่าย โดยมีหลักการสำคัญของการดำเนินคดีซื้อขายออนไลน์ คือ เพิ่มช่องทางในการดำเนินคดีเพื่อยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภคให้ครอบคลุมถึงการบริโภควิถีใหม่และข้อพิพาทเฉพาะด้านโดยไม่มีการจำกัดจำนวนทุนทรัพย์ในคดีและไม่ได้ตัดสิทธิการฟ้องคดีแบบกรณีทั่วไป เช่น การฟ้องคดีตามสถานที่ที่มูลคดีเกิดหรือตามภูมิลำเนาของจำเลยผู้ขาย โดยพิจารณาคดีซื้อขายออนไลน์จะใช้ระบบพิจารณาคดีอิเล็กทรอนิกส์เต็มรูปแบบในทุกขั้นตอนของกระบวนการพิจารณา ตั้งแต่กระบวนการเริ่มต้นคดีไปจนถึงการพิพากษาคดีจะใช้วิธีทางอิเล็กทรอนิกส์ทั้งหมด และการพิจารณาพิพากษาคดีจะมีเจ้าพนักงานคดีของศาลคอยช่วยเหลือสนับสนุนผู้บริโภคที่เป็นโจทก์ เช่น การตรวจสอบความสมบูรณ์ของคำฟ้อง การประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อขอข้อมูลของจำเลยผู้ขาย เป็นต้น (ศาลแพ่ง, 2566) ทั้งนี้ การจัดตั้งแผนกคดีซื้อขายออนไลน์มีขึ้นเพื่อให้ศาลแพ่งใช้ดุลพินิจรับคดีซื้อขายออนไลน์ไว้พิจารณาตามพระธรรมนูญศาลยุติธรรม มาตรา 16 วรรคสาม และมาตรา 19/1 โดยใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์เต็มรูปแบบ หากคดีใดไม่อาจดำเนินการดังกล่าวได้ก็มีให้ถือว่าเป็นคดีของแผนกและให้ดำเนินกระบวนการพิจารณาไปอย่างคดีปกติ ดังนั้น คดีซื้อขายออนไลน์ที่ศาลแพ่งจะใช้ดุลพินิจรับไว้พิจารณาพิพากษาในแผนกคดีซื้อขายออนไลน์จึงได้แก่คดีที่ผู้บริโภคเป็นโจทก์เพื่อให้เป็นไปตามเจตนารมณ์ในการจัดตั้งแผนก

2) ลักษณะของคดีซื้อขายออนไลน์

ประกาศคณะกรรมการบริหารศาลยุติธรรม เรื่อง การจัดตั้งแผนกคดีซื้อขายออนไลน์ในศาลแพ่ง ข้อ 3 ได้นิยามคำว่า “คดีซื้อขายออนไลน์” หมายถึง คดีผู้บริโภคตามพระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ. 2551 มาตรา 3 (1) ที่เกิดจากการซื้อขายสินค้าหรือบริการบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต



ส่วนคำว่า “คดีผู้บริโภค” ตามพระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ. 2551 มาตรา 3 (1) หมายความว่า คดีแพ่งระหว่างผู้บริโภคหรือผู้มีอำนาจฟ้องคดีแทนผู้บริโภคตามมาตรา 19 หรือตามกฎหมายอื่น กับผู้ประกอบการธุรกิจซึ่งพิพาทกันเกี่ยวกับสิทธิหรือหน้าที่ตามกฎหมายอันเนื่องมาจากการบริโภคสินค้าหรือบริการ

“ผู้บริโภค” หมายความว่า ผู้บริโภคตามกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภค และให้หมายความรวมถึงผู้เสียหายตามกฎหมายเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัยด้วย

“ผู้ประกอบการธุรกิจ” หมายความว่า ผู้ประกอบธุรกิจตามกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภค และให้หมายความรวมถึงผู้ประกอบการตามกฎหมายเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัยด้วย

ดังนั้น การซื้อขายออนไลน์ จึงหมายถึงการตกลงซื้อขายในกรณีดังต่อไปนี้ คือ

(1) การตกลงซื้อขายสินค้าหรือบริการในแพลตฟอร์ม (Platform) ที่ได้จัดไว้สำหรับการซื้อขายสินค้าหรือบริการทางออนไลน์โดยเฉพาะ ที่เรียกว่า “ตลาดออนไลน์” ในรูปแบบของ E-Market ต่าง ๆ เช่น Lazada, Shopee เป็นต้น

(2) การตกลงซื้อขายสินค้าหรือบริการในแพลตฟอร์มที่เป็นสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ต่าง ๆ เช่น Facebook, Instagram หรือ Messenger เป็นต้น

(3) การตกลงซื้อขายสินค้าหรือบริการผ่านทางเว็บไซต์ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจมีไว้เพื่อโฆษณาสินค้าหรือบริการ โดยมีช่องทางการรับคำสั่งซื้อทางออนไลน์ เช่น ระบบตะกร้า

(4) การตกลงซื้อขายสินค้าหรือบริการโดยการเจรจาบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เช่น ทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) หรือแอปพลิเคชันไลน์ (Application LINE) เป็นต้น ทั้งนี้คู่สัญญาฝ่ายผู้ขายต้องเป็นผู้ประกอบธุรกิจ

(5) การชำระเงินในการซื้อขายสินค้าหรือบริการบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตสามารถชำระเป็นเงินสดหรือชำระผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ E-Payment ได้

(6) การส่งมอบสินค้าในการซื้อขายสินค้าหรือบริการบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตนั้นผู้ขายสามารถส่งมอบสินค้าด้วยตนเองหรือผ่านทางผู้ให้บริการขนส่งก็ได้

ทั้งนี้ การซื้อขายสินค้าหรือบริการบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตดังกล่าวไม่รวมถึง การสั่งซื้อสินค้าหรือบริการโดยการโฆษณาทางโทรทัศน์ (TV Direct) โทรสาร (Fax) โทรศัพท์ หรือโดยการโฆษณาสินค้าทางอินเทอร์เน็ตซึ่งผู้ซื้อได้ดำเนินการสั่งซื้อในรูปแบบอื่นซึ่งไม่ใช่ทางออนไลน์ (ศาลแพ่ง, 2566) เช่น ผู้บริโภคดูโฆษณาทางอินเทอร์เน็ตแต่เดินทางไปซื้อสินค้าที่ร้านค้าของผู้ประกอบการธุรกิจด้วยตนเอง และการซื้อขายออนไลน์บางกรณีอาจอยู่ในอำนาจพิจารณาพิพากษาของศาลทรัพย์สินทางปัญญาและการค้าระหว่างประเทศ เช่น การซื้อขายออนไลน์ระหว่างประเทศเกี่ยวกับการรับขนทางอากาศ (การซื้อตั๋วโดยสารเครื่องบิน) เป็นต้น



3) หลักการแนวคิดเกี่ยวกับการจัดตั้งศาลแผนคดีซื้อขายออนไลน์ในศาลแพ่ง

หลักการคุ้มครองผู้บริโภคตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ได้กำหนดแนวทางคล้ายคลึงกับข้อบังคับสิทธิผู้บริโภค “Consumer Rights Directive” ซึ่งเป็นข้อบังคับเพื่อกำหนดแนวทางของสหภาพยุโรป (European Union หรือ EU) ที่จะช่วยให้ผู้บริโภคในประเทศสมาชิกได้รับความคุ้มครองอย่างเข้มแข็งและเป็นอย่างเดียวกันไปทั่วทั้งสหภาพยุโรป (พระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ. 2551) โดยกำหนดให้ประเทศสมาชิกต้องนำข้อบังคับดังกล่าวไปปรับใช้และประสานเข้ากับกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคภายใน เช่น ข้อกำหนดในเรื่องข้อมูลที่ผู้บริโภคจำเป็นต้องได้รับก่อนการซื้อสินค้าหรือบริการ และได้รับคำชี้แจงเกี่ยวกับสิทธิในการยกเลิกการซื้อสินค้าออนไลน์ ไม่ว่าผู้บริโภคจะซื้อสินค้าจากที่ใดก็ตามในสหภาพยุโรป ข้อบังคับนี้ก็จะใช้กับสัญญาทั้งหมดที่ทำขึ้นระหว่าง “ผู้บริโภค” และ “ผู้ประกอบการ” ในประเทศสมาชิก ซึ่งจะต้องไม่แตกต่างจากข้อบังคับโดยการกำหนดบทบัญญัติที่เข้มงวด เว้นแต่ข้อบังคับนั้นเองจะอนุญาตให้ประเทศสมาชิกกำหนดแตกต่างบางประการได้ ซึ่งการคุ้มครองผู้บริโภคในการซื้อขายออนไลน์ตามข้อบังคับ Consumer Rights Directive มีข้อกำหนดเกี่ยวกับการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคที่สำคัญ ได้แก่ สิทธิในการถอนตัว (The right of withdrawal) หรือสิทธิในการเลิกสัญญาเมื่อผู้บริโภคไม่พึงพอใจในสินค้าหรือบริการ ซึ่งการใช้สิทธินี้เรียกว่า “Cooling-off Period” และในส่วนของการคำแนะนำในการตีความและการประยุกต์ใช้ข้อบังคับดังกล่าวของรัฐบาลยุโรปและสภาว่าด้วยสิทธิผู้บริโภค Guidance on the interpretation and application of Directive 2011/83/EU of the European Parliament and of the Council on consumer rights ได้ให้คำอธิบายว่า สิทธิในการเลิกสัญญาเกิดขึ้นเมื่อลูกค้าไม่พึงพอใจในสินค้าหรือบริการ โดยผู้บริโภคมีสิทธิฝ่ายเดียวที่จะถอนตัวออกจากสัญญาโดยไม่จำเป็นต้องมีสาเหตุในการเลิกสัญญาและไม่มีควมรับผิดชอบใด ๆ ภายในระยะเวลา 14 วัน ทำให้ผู้บริโภคหลุดพ้นจากสัญญาซื้อขายและสัญญาทางการเงิน ทั้งนี้เพราะการซื้อขายออนไลน์เป็นการซื้อขายที่คู่สัญญาต่างอยู่ห่างกันโดยระยะทาง ผู้บริโภคมีย่อมไม่มีโอกาสได้ตรวจพิจารณาสินค้าก่อนที่จะตกลงซื้อขาย สิทธิดังกล่าวจึงเป็นสิทธิที่เพิ่มความเชื่อมั่นและอำนาจให้แก่ผู้บริโภคในการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ และหากผู้ประกอบการไม่แจ้งสิทธิการยกเลิกสัญญาให้ผู้บริโภคทราบก่อนการสั่งซื้อสินค้าหรือแจ้งโดยไม่ถูกต้อง สิทธิในการเลิกสัญญานี้จะขยายออกไปจากกำหนดเวลา 14 วัน หลังจากผู้บริโภคได้รับสินค้าเป็นระยะเวลา 12 เดือน และเมื่อผู้บริโภคแจ้งสิทธิการเลิกสัญญาแล้ว ผู้ประกอบการมีหน้าที่จะต้องคืนเงินที่ผู้บริโภคชำระไปแล้วภายใน 14 วัน นับแต่วันที่ผู้ประกอบการได้รับการแจ้งสิทธิดังกล่าวด้วยวิธีการในแบบเดียวกันที่ผู้ประกอบการได้รับชำระเงินจากผู้บริโภค

แม้ผู้บริโภคชอบที่จะเสนอข้อพิพาทโต้แย้งของตนที่เกิดขึ้นต่อศาลแพ่งแผนคดีซื้อขายออนไลน์ แต่การดำเนินกระบวนการพิจารณาจะดำเนินต่อไปได้ต่อเมื่อมีการส่งคำคู่ความอันได้แก่หมายเรียกและสำเนาคำฟ้องให้แก่ผู้ประกอบการซึ่งตกเป็นจำเลยได้ การที่ผู้ซื้อสินค้าออนไลน์เชื่อใจไม่ใช้ความระมัดระวังในการตรวจดูว่าผู้ขายเป็นใคร หากมีปัญหาข้อพิพาทจากการซื้อขายออนไลน์เกิดขึ้นจะหาผู้รับผิดชอบได้ที่ไหน เมื่อเกิดปัญหาข้อพิพาท หาก



ผู้บริโภคไม่สามารถยืนยันตัวตนของผู้ขายได้ การส่งหมายเรียกและสำเนาคำฟ้องให้แก่ผู้ประกอบการซึ่งตกเป็นจำเลยจึงไม่อาจกระทำได้เพราะกระบวนการวิธีพิจารณาคดีของศาลนั้นถูกออกแบบมาให้มีการพิจารณาคดีที่เป็นธรรมเปิดให้โอกาสแก่คู่ความโดยมีข้อจำกัดด้วยบทบัญญัติของกฎหมายต่าง ๆ เพื่อให้ทุกฝ่ายสามารถเข้าต่อสู้คดีได้อย่างเต็มที่ ทั้งนี้ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ประชาชน เมื่อไม่อาจใช้กฎหมายวิธีพิจารณาคดีเข้าไปแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้เพราะกระบวนการพิจารณาคดีแผนกคดีซื้อขายออนไลน์ของศาลแพ่งเป็นเพียงกระบวนการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคซึ่งเป็นปลายทางของวิธีระงับข้อพิพาท เมื่อไม่อาจแก้ปัญหที่ปลายทางได้จึงต้องย้อนกลับไปพิจารณาต้นทางอันเป็นเหตุที่มาของปัญหา เมื่อผู้บริโภคไม่สามารถหาตัวจำเลยผู้ขายได้ เพราะผู้ขายไม่ได้แสดงหรือยืนยันตัวตนให้ผู้ซื้อทราบ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการซื้อขายในแพลตฟอร์มของสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ด้วยเหตุดังกล่าวจึงมีความจำเป็นต้องมีหลักเกณฑ์และวิธีการในการแก้ไขปัญหาการยืนยันตัวตนผู้ขายในการซื้อขายออนไลน์ให้มีความน่าเชื่อถือด้วยการจดทะเบียนผู้ประกอบการซื้อขายออนไลน์เพื่อคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคให้สามารถทราบได้ว่าชื่อของจากผู้ใด

4) ปัญหาการดำเนินคดีซื้อขายออนไลน์ในศาลแพ่ง

ภายหลังจากศาลแพ่งเปิดทำการแผนกคดีซื้อขายออนไลน์ได้ 2 ปีเศษ ตามรายงานสถิติคดีของศาลแพ่งแผนกคดีซื้อขายออนไลน์ ประจำปี 2565 ปรากฏว่า มีคดีซื้อขายออนไลน์ที่ผู้บริโภคยื่นฟ้องต่อศาลแพ่ง 7,504 คดี คดีมีนัดพิจารณา 5,626 คดี มีคำพิพากษาคัดสินคดี 990 คดี ศาลมีคำสั่งจำหน่ายคดี 2,171 คดี และจำหน่ายคดีชั่วคราว 456 คดี ถอนฟ้อง 628 คดี มีคำพิพากษาศาลฎีกาประนีประนอมยอมความ 84 คดี และยกฟ้องหรือไม่รับฟ้อง 36 คดี (สำนักงานศาลยุติธรรม, 2565) และรายงานสถิติคดีของศาลแพ่งแผนกคดีซื้อขายออนไลน์ ประจำปี 2566 ปรากฏว่า มีคดีซื้อขายออนไลน์ที่ผู้บริโภคยื่นฟ้องต่อศาลแพ่ง 6,552 คดี มีคำพิพากษาคัดสินคดี 1,847 คดี ศาลมีคำสั่งจำหน่ายคดี 4,922 คดี และจำหน่ายคดีชั่วคราว 160 คดี ถอนฟ้อง 1,359 คดี มีคำพิพากษาศาลฎีกาประนีประนอมยอมความ 28 คดี และยกฟ้องหรือไม่รับฟ้อง 32 คดี (ศาลแพ่ง, 2567) จากสถิติดังกล่าวจะเห็นได้ว่าแม้ภายหลังจากแผนกคดีซื้อขายออนไลน์ในศาลแพ่งเปิดทำการเพื่อเป็นช่องทางสำหรับผู้บริโภคในการบังคับให้ผู้ประกอบการชดใช้เยียวยาความเสียหายแล้วกลับพบปัญหาอุปสรรคในการดำเนินคดีที่เป็นปัญหาที่สำคัญทำให้ศาลแพ่งมีคำพิพากษาคัดสินคดีออกไปได้ไม่มาก แต่คดีส่วนใหญ่ศาลแพ่งมีคำสั่งจำหน่ายคดีเพราะไม่อาจพิจารณาพิพากษาคดีซื้อขายออนไลน์ต่อไปได้ สืบเนื่องจากผู้บริโภคที่เป็นโจทก์ส่วนใหญ่นั้นไม่ทราบตัวตนของผู้ประกอบการจำเลยซึ่งเป็นผู้ขายสินค้าเพราะการซื้อขายออนไลน์เป็นการตกลงซื้อขายของบุคคลซึ่งอยู่ห่างกันโดยระยะทางและผู้บริโภคเชื่อใจไม่ได้ใช้ความระมัดระวังในการตรวจสอบให้ได้ว่าผู้ขายคือใคร เมื่อเกิดปัญหาข้อพิพาทจึงไม่สามารถหาตัวจำเลยผู้ขายได้ ทั้งการซื้อขายสินค้าออนไลน์ส่วนใหญ่เป็นการซื้อขายผ่านทางแพลตฟอร์ม (Platform) ที่เป็นสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เช่น Facebook ที่มีการโฆษณาหรือเสนอขายสินค้าโดยการโพสต์รูปภาพสินค้า หรือผ่านทางผู้ประกอบการที่ไลฟ์สดขายสินค้า (Live Streaming) โดยมีช่อง



ทางการติดต่อเจรจาตกลงสั่งซื้อสินค้าในรูปแบบของกล่องข้อความผ่านทางแอปพลิเคชัน LINE หรือ Messenger ซึ่งส่วนใหญ่ผู้บริโภคไม่รู้จักตัวตนที่แท้จริงของผู้ขาย เมื่อเกิดปัญหาข้อพิพาทขึ้นก็ไม่สามารถยืนยันหรือระบุตัวผู้ขายได้ โดยผู้บริโภคมักทราบแต่เพียง URL (Uniform Resource Locator) หรือชื่อร้านค้า หรือชื่อโพรไฟล์ (Profile) ของผู้ขายเท่านั้น แม้ตามประกาศสำนักงานศาลยุติธรรมเรื่องหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขเกี่ยวกับการใช้วิธีพิจารณาคดีทางอิเล็กทรอนิกส์ในคดีซื้อขายออนไลน์ ข้อ 6 จะกำหนดว่า “คำฟ้องจะระบุตัวจำเลยเพียงชื่อหรือนาม (Profile) ที่จำเลยใช้ในการติดต่อทำนิติกรรมกับโจทก์ทางออนไลน์ก็ได้ ในกรณีที่ทราบข้อมูลอื่นเกี่ยวกับตัวตนจำเลยก็ให้ระบุมาให้มากที่สุดเท่าที่ทำได้” (สำนักงานศาลยุติธรรม, 2565)

แต่ในความเป็นจริงนั้นเมื่อเกิดปัญหาข้อขัดข้องในการหาที่อยู่หรือไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) ของจำเลย ถึงแม้ว่าศาลแพ่งจะมีเจ้าพนักงานคดีคอยประสานงานช่วยเหลือผู้บริโภคที่เป็นโจทก์ในการสืบหาจากหน่วยงานต่าง ๆ ให้แต่ส่วนใหญ่แล้วหาไม่พบหรือพบว่าเป็นที่อยู่ตามไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ปลอมไม่สามารถตรวจสอบค้นหาที่อยู่หรือไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์แท้จริงได้ ครั้นถึงวันนัดพิจารณาคดี เมื่อโจทก์ไม่ทราบที่อยู่ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ของจำเลยจึงถือเป็นกรณีไม่มีช่องทางที่จะส่งหมายเรียกและสำเนาคำฟ้องให้แก่จำเลยทางอิเล็กทรอนิกส์ได้ตามวิธีการส่งหมายทางระบบรับส่งอิเล็กทรอนิกส์ ข้อ 13 ของข้อกำหนดของประธานศาลฎีกาว่าด้วยการยื่น ส่ง และรับคำคู่ความและเอกสารทางระบบรับส่งอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2560 และประกาศสำนักงานศาลยุติธรรม เรื่องหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขเกี่ยวกับการใช้วิธีพิจารณาคดีทางอิเล็กทรอนิกส์ในคดีซื้อขายออนไลน์ ข้อ 7 วรรคสอง หากโจทก์ยังประสงค์จะดำเนินคดีกับจำเลยต่อไป ศาลอาจมีคำสั่งจำหน่ายคดีไว้ชั่วคราวตามประกาศสำนักงานศาลยุติธรรมเรื่องหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขเกี่ยวกับการใช้วิธีพิจารณาคดีทางอิเล็กทรอนิกส์ในคดีซื้อขายออนไลน์ ข้อ 7 วรรคสอง เพื่อรอโจทก์สืบหาที่อยู่ทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ของจำเลย หากทราบเมื่อใดโจทก์มีสิทธิแถลงต่อเจ้าหน้าที่ศาลทราบเพื่อดำเนินการตรวจสอบยืนยันว่าเป็นที่อยู่ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ของจำเลย หากยืนยันได้จริงเจ้าหน้าที่ก็จะรายงานศาลทราบเพื่อส่งหมายเรียกและสำเนาคำฟ้องให้แก่จำเลยและยกคดีขึ้นพิจารณาใหม่ แต่ถ้าโจทก์ไม่ประสงค์ดำเนินคดีต่อไปศาลก็จะสั่งจำหน่ายคดีเด็ดขาด ซึ่งผู้บริโภคที่เป็นโจทก์ยังสามารถสืบหาที่อยู่ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ของจำเลยได้ต่อไป ถ้าหาพบเมื่อใดก็มีสิทธินำมาดำเนินการฟ้องคดีจำเลยใหม่ได้ภายในอายุความ ซึ่งไม่ว่าโจทก์จะหาพบได้เมื่อใด หรือไม่

ส่วนการซื้อขายออนไลน์ผ่านทางแพลตฟอร์มที่ได้จัดไว้สำหรับการซื้อขายหรือบริการออนไลน์โดยเฉพาะ ซึ่งเป็นเว็บไซต์ศูนย์กลางรวบรวมสินค้าและร้านค้าจำนวนมากโดยทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการซื้อขายในรูปแบบของแพลตฟอร์มตลาดออนไลน์ (E-Market) เช่น Shopee หรือ Lazada นั้น พบปัญหาว่าแม้แพลตฟอร์มตลาดออนไลน์จะมีการตรวจสอบผู้ขายในระดับหนึ่ง แต่การยืนยันตัวตนในการสมัครเพื่อขายของในแพลตฟอร์มนั้น ๆ ยังขาดการยืนยันหลักฐานเพื่อระบุตัวตนผู้ขายได้ชัดเจน ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะขาดเอกสารการจดทะเบียนพาณิชย์



ธุรกิจ ทั้งยังพบกรณีผู้ประกอบการที่ทำผิดกฎหมายและถูกปิดร้านค้าไปแล้วยังสามารถเปิดใหม่ได้อย่างรวดเร็ว ทำให้สืบค้นหาตัวผู้ขายสินค้าที่แท้จริงไม่ได้

อย่างไรก็ดี การซื้อขายออนไลน์ผ่านทางแพลตฟอร์มรูปแบบตลาดออนไลน์ (E-Market) นี้ ผู้บริโภคซึ่งเป็นโจทก์นั้นมิอาจฟ้องให้แพลตฟอร์มดังกล่าวร่วมรับผิดชอบได้ เนื่องจากแม้จำเลยจะเป็นเพียงแพลตฟอร์มที่จัดให้มีร้านค้าต่าง ๆ รวมถึงร้านค้าที่เสนอขายสินค้าให้โจทก์ และจำเลยมิใช่เจ้าของสินค้าที่พิพาทก็ตาม แต่เมื่อจำเลยเป็นเจ้าของแพลตฟอร์มซึ่งเป็นผู้ควบคุมกำกับดูแลมาตรฐานการเข้ามาขายสินค้าของร้านค้าต่าง ๆ ได้โดยง่ายและใกล้ชิด พฤติการณ์การประกอบธุรกิจจำเลยย่อมชี้ชัดว่าจำเลยเป็นผู้ร่วมกับร้านค้าผู้ขายดังกล่าวในการจัดจำหน่ายสินค้าให้แก่โจทก์ด้วย แพลตฟอร์มจึงอยู่ในฐานะเป็นคู่สัญญาฝ่ายผู้ขายหรือผู้ให้บริการซึ่งเป็นผู้ประกอบธุรกิจ ส่วนโจทก์เป็นคู่สัญญาฝ่ายผู้ซื้อและผู้รับบริการย่อมเป็นผู้บริโภคตาม พ.ร.บ.วิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ.2551 มาตรา 3 และ พ.ร.บ.คุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 มาตรา 3 เมื่อโจทก์กล่าวอ้างว่าสินค้าที่ซื้อจากร้านค้าในแพลตฟอร์มของจำเลยไม่ถูกต้อง อันเป็นการกล่าวอ้างว่าจำเลยเป็นฝ่ายผิดสัญญาซึ่งเป็นการโต้แย้งสิทธิโจทก์ โจทก์ผู้บริโภคจึงมิอาจฟ้องเจ้าของแพลตฟอร์มเป็นจำเลยซึ่งถือเป็นผู้ประกอบการได้ (เทียบคำพิพากษาฎีกาที่ 4567/2561) ประกอบกับแพลตฟอร์มประเภทนี้ผู้บริโภคผู้ซื้อสินค้ามีสิทธิยกเลิกหรือคืนสินค้าได้ (The Right of Withdrawal) ภายใน 7 วัน สำหรับสินค้าปกติ และภายใน 14 วัน หากสินค้าชำรุด และการซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มประเภทนี้ผู้บริโภคจะต้องชำระค่าสินค้าให้แพลตฟอร์มก่อน ถ้าการซื้อขายสินค้าผ่านแพลตฟอร์มสำเร็จ แพลตฟอร์มนั้นจะหักค่าธรรมเนียมและค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ก่อนจ่ายเงินแก่ผู้ขายตัวจริงโดยมีระยะเวลาการจ่ายเงินแก่ผู้ขายประมาณ 45 ถึง 60 วันภายหลังการซื้อขายสินค้าในแพลตฟอร์มสำเร็จ ทำให้แพลตฟอร์มประเภทดังกล่าวมีอำนาจกำกับดูแลมาตรฐานของผู้ขายเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคได้พอสมควร กรณีปัญหาข้อพิพาทจากการซื้อขายผ่านแพลตฟอร์มประเภทนี้จึงมีไม่มาก ทั้งคดีซื้อขายออนไลน์ที่เจ้าของแพลตฟอร์มประเภทนี้ตกเป็นจำเลยส่วนใหญ่มักจะตกลงประนีประนอมยอมความกับโจทก์ผู้บริโภคโดยยอมรับคืนสินค้าและส่งคืนเงินค่าสินค้าให้แก่ผู้บริโภคทั้งหมด ซึ่งวิธีการดังกล่าวเป็นการควบคุมโดยอาศัยหลักการคุ้มครองผู้บริโภคตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 มาตรา 33 วรรคหนึ่ง, 34 (1) (2) ที่บัญญัติให้การซื้อสินค้าหรือบริการจากการขายผ่านตลาดแบบตรง ผู้บริโภคมีสิทธิเลิกสัญญาโดยการส่งหนังสือแสดงเจตนาภายในเวลาเจ็ดวันนับแต่วันที่ได้รับสินค้าหรือบริการไปยังผู้ประกอบการตลาดแบบตรงและส่งคืนสินค้าไปยังผู้ประกอบการตลาดแบบตรง

สรุปและข้อเสนอแนะ

เมื่อพิจารณากฎหมายไทยที่มีอยู่จะเห็นได้ว่าแม้จะมีกฎหมายบังคับให้ผู้ขายออนไลน์ต้องจดทะเบียนพาณิชย์เพื่อยืนยันตัวตนต่อกรมพัฒนาธุรกิจการค้า (DBD) ตามประกาศกระทรวงพาณิชย์ เรื่อง ให้ผู้ประกอบการพาณิชย์กิจต้องจดทะเบียนพาณิชย์ (ฉบับที่ 11) พ.ศ.2553 ข้อ 5 (3) และ (6) ให้ผู้ประกอบการพาณิชย์กิจซื้อขาย



สินค้าหรือบริการโดยวิธีการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และการบริการเป็นตลาดกลางในการซื้อขายสินค้าหรือบริการโดยวิธีใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ไม่ว่าจะเป็นบุคคลธรรมดาหรือห้างหุ้นส่วนสามัญ ห้างหุ้นส่วนจดทะเบียน ห้างหุ้นส่วนจำกัด บริษัทจำกัดตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์หรือบริษัทมหาชนจำกัดตามกฎหมายว่าด้วยบริษัทมหาชนจำกัด ทุกท้องที่ที่ทั่วราชอาณาจักรต้องจดทะเบียนพาณิชย์ โดยร้านที่จดทะเบียนแล้วจะได้สัญลักษณ์ “DBD Register” ก็ตาม (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2565) แต่ร้านค้าหรือผู้ขายสินค้าออนไลน์โดยไม่ได้จดทะเบียนพาณิชย์นั้นมีความผิดตามพระราชบัญญัติทะเบียนพาณิชย์ พ.ศ. 2499 มาตรา 19 ซึ่งมีระวางโทษปรับเป็นพินัยไม่เกิน 2,000 บาท และปรับอีกวันละไม่เกิน 100 บาท จนกว่าจะปฏิบัติให้ถูกต้อง ซึ่งโทษตามกฎหมายนั้นเบามาก ไม่เพียงพอที่จะบังคับให้ร้านค้าหรือผู้ขายสินค้าออนไลน์ส่วนใหญ่ที่เป็นการซื้อขายในแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เกรงกลัว

ส่วนกฎหมายควบคุมการจดทะเบียนประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 มาตรา 27 ที่ห้ามมิให้ผู้ใดประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงเว้นแต่จะได้จดทะเบียนการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงต่อสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ถึงแม้ผู้ฝ่าฝืนจะมีโทษสูงตามมาตรา 47 ที่ผู้ใดฝ่าฝืนมีต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 1 ปี หรือปรับไม่เกิน 100,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ และปรับอีกวันละไม่เกิน 10,000 บาท ตลอดเวลาที่ยังฝ่าฝืนอยู่ก็ตาม แต่การจดทะเบียนกลับระบุเงื่อนไขในการควบคุมว่าต้องเป็นร้านค้าหรือผู้ขายที่มีรายได้โดยวิธีการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มากกว่า 1.8 ล้านบาทต่อปี และกำหนดให้วางเงินหลักประกันไว้กับ สคบ. เพื่อใช้ในการเยียวยาผู้บริโภคกรณีที่เกิดปัญหาข้อพิพาท ซึ่งปัญหาที่เกิดขึ้นคือ ในกรณีที่เกิดปัญหาข้อพิพาทจากผู้ประกอบการที่มีรายได้ไม่ถึง 1.8 ล้านบาท ซึ่งไม่ต้องจดทะเบียนเป็นผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง ทำให้ผู้บริโภคไม่สามารถติดตามตัวผู้ประกอบการได้ ทั้งการควบคุมโดยอาศัยหลักการคุ้มครองผู้บริโภคตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 มาตรา 33 วรรคหนึ่ง, 34 (1) (2) ที่บัญญัติให้ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าจากการขายผ่านตลาดแบบตรงมีสิทธิเลิกสัญญาโดยการส่งหนังสือแสดงเจตนาภายในเวลาเจ็ดวันนับแต่วันที่ได้รับสินค้าไปยังผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรงและส่งคืนสินค้าไปยังผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรงไม่ถูกใช้บังคับแก่ผู้ประกอบการที่มีรายได้ไม่ถึง 1.8 ล้านบาท ซึ่งเป็นผลเสียกับผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะและแนวทางการแก้ปัญหา

จากการศึกษาพบว่าปัญหาการยืนยันตัวตนจำเลยของผู้บริโภคซึ่งเป็นโจทก์ในคดีซื้อขายออนไลน์ในศาลแพ่งควรต้องแก้ไขกฎหมายและวิธีการในการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคในคดีซื้อขายออนไลน์ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นดังนี้คือ

1) ควรหาแนวทางที่จะทำให้ผู้ประกอบการรายสินค้าออนไลน์เข้ามาจดทะเบียนมากขึ้น โดยใช้วิธีแก้ไขกฎหมายโดยเพิ่มบทลงโทษแก่ผู้ฝ่าฝืนที่ประกอบธุรกิจซื้อขายออนไลน์โดยไม่จดทะเบียนพาณิชย์ตามประกาศกระทรวงพาณิชย์ เรื่อง ให้ผู้ประกอบการพาณิชย์กิจต้องจดทะเบียนพาณิชย์ (ฉบับที่ 11) พ.ศ.2553 ข้อ 5 (3) และ (6) ให้มีระวางโทษสูงขึ้น โดยแก้ไขบทกำหนดโทษตามพระราชบัญญัติทะเบียนพาณิชย์ พ.ศ. 2499 มาตรา 19 ให้ผู้ฝ่าฝืนต้องระวางโทษสูงขึ้นเท่ากับบทกำหนดโทษตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 มาตรา 47 ที่ผู้ใดฝ่าฝืนมีระวางโทษจำคุกไม่เกิน 1 ปี หรือปรับไม่เกิน 100,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ และปรับ

อีกวันละไม่เกิน 10,000 บาท ตลอดเวลาที่ยังฝ่าฝืนอยู่ ทั้งนี้เพื่อบังคับให้ผู้ประกอบธุรกิจซื้อขายออนไลน์ทุกรายไม่ว่ารายเล็กหรือรายใหญ่ทั้งหมดต้องแสดงตัวตนโดยการจดทะเบียนพาณิชย์ ซึ่งนอกจากจะเป็นผลดีต่อผู้บริโภคแล้ว การที่ร้านค้าของผู้ประกอบธุรกิจได้รับสัญลักษณ์ DBD Register ภายหลังจากจดทะเบียนแล้วนั้นย่อมเป็นการสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้ซื้อซึ่งส่งผลดีต่อร้านค้าผู้ประกอบธุรกิจนั้น ๆ ด้วย เพราะการจดทะเบียนพาณิชย์ถือเป็นการยืนยันตัวตนของผู้ขาย จึงเป็นสิ่งที่จำเป็นต้องทำเพื่อให้สามารถป้องกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับผู้บริโภคได้ในเบื้องต้น อีกทั้งเมื่อมีการกระทำความผิดเกิดขึ้นก็จะสามารถสืบหาตัวผู้กระทำผิดได้ทันที

2) ควรมีการปรับลดหลักเกณฑ์รายได้ของผู้ที่จดทะเบียนลงโดยระบุเงื่อนไขการจดทะเบียนเป็นผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 เพื่อผลักดันให้ร้านค้าหรือผู้ขายรายย่อยซึ่งมีรายได้โดยวิธีการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต่ำกว่า 1.8 ล้านบาทต่อปี เข้าไปจดทะเบียนเป็นผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงได้มากขึ้น อันเป็นการขยายการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค เช่น สิทธิในการถอนตัว (The right of withdrawal) หรือสิทธิในการเลิกสัญญา (Cooling-off Period) เมื่อผู้บริโภคไม่พึงพอใจในสินค้าหรือบริการตามที่บัญญัติไว้ในพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 บังคับครอบคลุมไปถึงการซื้อสินค้าออนไลน์จากร้านค้าหรือผู้ขายรายย่อยด้วย

3) ควรมีมาตรการทางกฎหมายที่เข้มข้นและรวดเร็วขึ้นโดยออกกฎหมายหรือกฎระเบียบออกมาบังคับให้ผู้ประกอบกิจการประเภทแพลตฟอร์มตลาดออนไลน์ต้องมีการตรวจสอบคัดกรองร้านค้าหรือผู้ขายอย่างจริงจัง และมีขั้นตอนการตรวจสอบยืนยันตัวตนผู้ขายที่เข้มงวด เพื่อสร้างระบบประกันความปลอดภัยในการทำธุรกรรม และป้องกันมิให้ผู้ขายที่มีปัญหาหรือกระทำความผิดกฎหมายซึ่งถูกปิดร้านค้าไปแล้วไม่สามารถกลับมาเปิดร้านค้าใหม่ได้อีก

4) หน่วยงานของรัฐ เช่น สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ควรให้ความสำคัญในการประชาสัมพันธ์เชิงรุกในการให้ข้อมูลเตือนภัยแก่ผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับทราบข้อมูลและป้องกันตนเองได้ เนื่องจากปัญหาข้อพิพาทที่เกิดขึ้นมีรายวันจำนวนมาก ในเบื้องต้นผู้ซื้อจึงต้องใช้ความระมัดระวังและเพื่อความปลอดภัยในการซื้อสินค้าออนไลน์ ผู้บริโภคควรเลือกซื้อสินค้าจากผู้ขายที่จดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือจดทะเบียนการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงกับหน่วยงานของรัฐ

5) สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ควรพัฒนาเว็บไซต์ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อเป็นช่องทางสื่อสารข้อมูลช่วยเหลือผู้บริโภคและประสานงานเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคที่รวบรวมข้อมูลจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นแพลตฟอร์มผู้ประกอบการ ร้านค้า ผู้ขนส่ง รวมถึงหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถตรวจสอบข้อมูลเกี่ยวกับการซื้อขายออนไลน์ได้ทุกรูปแบบของปัญหาที่เกิดขึ้น รวมทั้งตรวจสอบรายชื่อผู้ประกอบการที่มีประวัติเอาเปรียบผู้บริโภค และจัดทำคู่มือวิธีการร้องเรียนผู้ประกอบการ ซึ่งนอกจากจะเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคแล้ว แพลตฟอร์มและหน่วยงานกำกับดูแลต่าง ๆ ยังสามารถเข้าไปใช้พื้นฐานข้อมูลเพื่อจัดการปัญหาและดำเนินการกับผู้ประกอบการที่กระทำความผิดได้ด้วย



เอกสารอ้างอิง

- กรรณิการ์ ชัยอำนาจ. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางแอปพลิเคชัน SHOPEE ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. การประชุมนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา. คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรังสิต.
- กฤษณ์กรวิชัย จันทพันธ์สกุล. (2560). ปัจจัยการสื่อสารการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ สินค้าและบริการออนไลน์ของผู้บริโภค. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ.
- ชนิกานต์ ทะนันไชย. (2563). การคุ้มครองผู้บริโภคในการซื้อขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ กรณีศึกษา เปรียบเทียบกฎหมายไทยกับกฎหมายของสหภาพยุโรป (EU). การค้นคว้าอิสระปริญญานิติศาสตร์ มหาบัณฑิต คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ. จาก <https://law.au.edu/images/publication/ISChanikarn-Tananchai>
- พระธรรมนุญศาลยุติธรรม. (18 พฤษภาคม 2543). ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 117 ตอนที่ 44 ก, หน้า 1-13.
- พระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ. 2551. (2551). ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 125. ตอนที่ 38 ก. หน้า 32-49, 25 กุมภาพันธ์ 2551
- ศลิษา ทองโชติ, ประทีป หับบัตตานนท์, และ สอาด หอมมณี. (2565). การคุ้มครองผู้บริโภคในการซื้อขายสินค้าและบริการทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์, วารสารวิชาการศรีปทุมชลบุรี. 12 (2), 114-124.
- ศิริลักษณ์ อรุณประดิษฐ์กุล (2566). การระงับข้อพิพาทออนไลน์: กรณีศึกษาแผนกคดีซื้อขายออนไลน์ในศาลแพ่ง, ใน พรภัทร์ ตันติกุลนันท์ (บ.ก.). ดุลพาห. พิมพ์ครั้งที่ 1. หน้า 90-115. จาก <https://dunlaphaha.coj.go.th/articles/479>
- ศาลแพ่ง, (2566). หนังสือรายงานสถิติคดีของศาลยุติธรรมประจำปีพุทธศักราช (ฉบับภาษาไทย), กรุงเทพมหานคร: สำนักแผนงานและงบประมาณ, ศาลยุติธรรม
- ศาลแพ่ง, (2567). หนังสือรายงานสถิติคดีของศาลยุติธรรมประจำปีพุทธศักราช (ฉบับภาษาไทย), กรุงเทพมหานคร: สำนักแผนงานและงบประมาณ, ศาลยุติธรรม
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2565). e-Commerce ซื้อขายปลอดภัย ไม่นอนลง. Retrieved from: <https://www.etda.or.th/th/Useful-Resource/knowledge-sharing/articles/Digital-Citizen/e-Commerce.aspx>
- สำนักงานศาลยุติธรรม. (2565). ประกาศสำนักงานศาลยุติธรรม เรื่องหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขเกี่ยวกับการใช้วิธีพิจารณาคดีทางอิเล็กทรอนิกส์ในคดีซื้อขายออนไลน์. Retrieved from: <https://jla.coj.go.th/th/content/category/detail/id/1602/iid/276016>