การคุ้มครองผู้บริโภคในสัญญาซื้อขายสินค้าแบบกล่องสุ่มผ่านระบบออนไลน์

The Consumer Protection in Selling and Purchasing The Mystery Box Via Online System

อณัญญา สวัสดิ์พาณิชย์ (Anunya Sawatpanich)[1]* ดร.ปรมาภรณ์ วีระพันธ์ (Dr.Paramaporn Weeraphan)**

(Received: *July 4, 2023;* Revised: *October 10, 2023;* Accepted: *November 6, 2023*)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและข้อจำกัดทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสัญญาซื้อขายสินค้าแบบกล่องสุ่มผ่านระบบออนไลน์ของประเทศไทย และเพื่อเสนอแนวทางการปรับปรุงและแก้ไขอุปสรรคทางด้านกฎหมายเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคจากการซื้อขายสินค้าแบบกล่องสุ่มผ่านระบบออนไลน์ จากการศึกษาพบว่า การซื้อขายสินค้าแบบกล่องสุ่มผ่านระบบออนไลน์ของประเทศไทยมีประเด็นปัญหา 2 ประการ ได้แก่ ประการแรก ปัญหาการกำกับดูแลผู้ประกอบกิจการซื้อขายสินค้าแบบกล่องสุ่มผ่านระบบออนไลน์ ซึ่งปัจจุบันไม่มีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสัญญาซื้อขายสินค้าแบบกล่องสุ่มผ่านระบบออนไลน์โดยเฉพาะ จึงไม่สามารถควบคุมดูแลผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม ประการที่สอง ปัญหาการเยียวยาผู้ได้รับความเสียหายจากการซื้อขายสินค้าแบบกล่องสุ่มผ่านระบบออนไลน์ ผู้เขียนจึงได้ศึกษาค้นคว้า รวบรวมข้อมูลจากเอกสาร ตำรากฎหมาย หนังสือ บทความวิชาการ และข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์จากหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึง แนวทางการแก้ไขปัญหาจากกฎหมายพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และกฎข้อบังคับเกี่ยวกับการตลาดแบบถ่ายทอดสดทางออนไลน์ของสาธารณรัฐประชาชนจีน การคุ้มครองผู้ซื้อในสัญญาซื้อขายแบบกล่องสุ่มของประเทศญี่ปุ่น ซึ่งวางหลักการสำคัญเกี่ยวกับการกำกับดูแลผู้ประกอบกิจการ และกระบวนการเยียวยาผู้บริโภคที่ได้รับความเดือดร้อนจากการกระทำของผู้ประกอบธุรกิจ จากผลการศึกษาผู้เขียนได้เสนอแนวทางแก้ไขปัญหาการกำกับดูแลผู้ประกอบกิจการซื้อขายสินค้าแบบกล่องสุ่ม โดยการกำหนดคำนิยาม คุณสมบัติ หน้าที่ของผู้ประกอบกิจการ และมาตรการซื้อขายแบบกล่องสุ่มผ่านระบบออนไลน์ไว้โดยเฉพาะ และปรับปรุงกระบวนการเยียวยาผู้ได้รับความเสียหายจากการซื้อขายสินค้าแบบกล่องสุ่มผ่านระบบออนไลน์ โดยปรับปรุงกระบวนการรับเรื่องราวร้องทุกข์ และกระบวนการไกล่เกลี่ยของผู้บริโภคก่อนการฟ้องคดีให้มีสภาพบังคับ ไม่ยุ่งยาก ไม่ซับซ้อน ไม่เสียค่าใช้จ่าย เสียเวลาน้อย พร้อมทั้ง ส่งเสริมผู้บริโภคเข้าถึงกระบวนการศาลและใช้สิทธิฟ้องร้องในการดำเนินคดีด้วยตนเอง

ABSTRACT

This research aims to study the problems and limitations of the law related to the contracts of online mystery box trading in Thailand, and to propose the guidelines for improving and resolving legal obstacles to protect the consumers under the contracts. The study found that the mystery boxes selling in Thailand has two 2 main issues: 1) the supervision of entrepreneurs in selling goods in the form of mystery boxes online in Thailand. Currently there is no law that related to the contract of selling mystery boxes via online purchases, therefore there is no controlling and supervising appropriately

[1]*Corresponding author: anunya.sa@kkumail.com*

**นักศึกษา หลักสูตรนิติศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น*

**Student, Master of Laws Program, Faculty of Interdisciplinary Studies, Khon Kaen University*

***ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขานิติศาสตร์ คณะสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น*

***Assistant Professor, Department of Law, Faculty of Interdisciplinary Studies, Khon Kaen University*

for consumers. 2) problems of amelioration for those who have been disadvantage from selling or purchasing products in the form of a mystery box online. The researcher had studied the solutions from the Electronic Commerce Law and Online Broadcasting Marketing Regulations of the People's Republic of China. Additionally, mystery boxes customer's protection of Japan, which mainly about the authority and duty to consider the complaints from consumers who have suffered from the actions of the entrepreneurs. From the study, the researcher has proposed the solution of supervising the mystery boxes entrepreneurs by defining definitions, qualifications, and duties of entrepreneurs. Improve the compensation process for those damaged by buying and selling mystery boxes via online system. By improving the process for receiving complaints and the consumer mediation process before filing a lawsuit to be mandatory, not difficult, not complicated, not expensive, not time consuming, as well as promoting consumers to access the court process and use their rights to sue in litigation by themselves.

คำสำคัญ: การคุ้มครองผู้บริโภค สัญญาซื้อขายสินค้าออนไลน์ กล่องสุ่ม
Keywords: Consumer protection, Online contracts, Mystery box

บทนำ

ปัจจุบันการดำเนินชีวิตประจำวันของคนยุคใหม่ที่มีการใช้งานอินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้นมีช่องทางให้เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตได้อย่างสะดวกและรวดเร็วไม่ว่าจะเป็นทางโทรศัพท์มือถือสมาร์ตโฟน (Smart Phone) แท็บเล็ต (Tablet) หรือคอมพิวเตอร์ ทำให้การซื้อขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์เพิ่มขึ้นเป็นอย่างมากไม่ว่าจะเป็นการซื้อขายสินค้าผ่านหน้าเว็บไซต์หรือการซื้อขายสินค้าผ่านโซเชียลมีเดียต่าง ๆ เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) อินสตาแกรม (Instagram) ทวิตเตอร์ (Twitter) ไลน์ (Line) เป็นต้น เนื่องจากสะดวกและประหยัดต้นทุนการจำหน่าย โดยผู้ขายสามารถขายสินค้าได้โดยไม่ต้องมีหน้าร้านจัดจำหน่ายไม่ต้องจ้างพนักงานขายให้บริการแก่ผู้ซื้อ ไม่ต้องไปเช่าพื้นที่เพื่อการจำหน่ายสินค้าทำให้ต้นทุนต่ำลง ส่วนในด้านของผู้ซื้อสามารถเลือกซื้อสินค้าได้ทุกที่ ทุกเวลา โดยไม่ต้องไปเลือกซื้อตามห้างร้านต่าง ๆ มีสินค้าและบริการให้เลือกสรรหลากหลายตรงกับความต้องการมากยิ่งขึ้น สามารถเปรียบเทียบคุณภาพและราคาจากผู้ขายสินค้าที่เข้ามาเสนอขายสินค้าหรือบริการในรูปแบบเดียวกันในสื่อออนไลน์ อีกทั้ง การซื้อขายสินค้าได้รับการจัดส่งถึงหน้าบ้านทำให้ผู้ซื้อประหยัดเวลาในการเลือกซื้อสินค้าไปได้อย่างมาก [1] อย่างไรก็ตาม การซื้อขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์ก็ส่งผลให้เกิดปัญหาการร้องทุกข์จากผู้บริโภคเช่นกัน จากข้อมูลสถิติข้อมูลการร้องทุกข์จากผู้บริโภค ปีงบประมาณ 2561 มีผู้บริโภคร้องทุกข์จำนวน 7,676 ราย ปีงบประมาณ 2562 จำนวน 14,382 ราย ปีงบประมาณ 2563 จำนวน 14,771 ราย ปีงบประมาณ 2564 จำนวน 15,604 ราย และปีงบประมาณ 2565 จำนวน 14,329 ราย จากข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นได้ว่าการร้องทุกข์จากผู้บริโภคเพิ่มขึ้นเป็นเท่าตัว จากปีงบประมาณ 2561 เมื่อเทียบกับปีงบประมาณ 2562 โดยปัญหาการร้องทุกข์ของผู้บริโภคเกิดจากการซื้อขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์ เช่น สินค้าไม่มีคุณภาพ สินค้าปลอม โฆษณาเป็นเท็จ โฆษณาเกินจริง การหลอกลวง เป็นต้น [2]

"กล่องสุ่ม" หรือ "Mystery Box" มีประวัติมาอย่างยาวนานตั้งแต่สมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 โดยผู้ริเริ่มการขายสินค้ากล่องสุ่ม คือ ประเทศญี่ปุ่น โดยคนญี่ปุ่นจะเรียกว่า ถุงโชคดี หรือ Lucky Bag ในภาษาญี่ปุ่นเรียกว่า "ฟุกุบุคุโระ" เป็นการนำสินค้าที่จะขายมาคละไว้ในถุงเพื่อที่จะไม่ให้ผู้ซื้อเห็นสินค้าก่อน กล่องสุ่มมีจุดเริ่มต้นมาจาก 2 ช่วงสมัยสำคัญของญี่ปุ่น คือ ยุคเอโดะ (ค.ศ. 1603 - 1868) จะมีการนำเสื้อผ้ากิโมโนคละสีหลาย ๆ ตัวไปตั้งขายไว้ในถุงทึบ และมีชื่อเรียกว่า ถุงเอบิซึ

เป็นชื่อของเทพเจ้าการค้าขายและโชคลาภของคนญี่ปุ่น ต่อมาในสมัยยุคเมจิ (ค.ศ. 1868 1912) เป็นช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 ก็มีการนำแนวคิดลักษณะนี้ มาใช้กับสินค้าอื่น ๆ ในหลากหลายประเภทมาวางขายและเปลี่ยนชื่อ ถุงเอบิซึ ให้กลายเป็น ฟุกุบุคุโระ ในปัจจุบันคนญี่ปุ่นก็ยังคงใช้วัฒนธรรมฟุกุบุคุโระ ทำการค้าขายมาจนถึงปัจจุบัน [3]

ลักษณะเฉพาะของการซื้อขายสินค้าแบบกล่องสุ่มผ่านระบบออนไลน์ คือ ผู้ขายจะระบุเพียงประเภทของสินค้าที่ต้องการขายเพียงคร่าว ๆ ว่าเป็นสินค้าประเภทใด โดยไม่มีการระบุจำนวนหรือชนิดสินค้าอย่างเฉพาะเจาะจง โดยนำสินค้าบรรจุลงกล่องกระดาษหรือลังกระดาษ และภายในกล่องจะมีสิ่งของที่ผู้บริโภคไม่สามารถรู้ได้ว่าเปิดกล่องออกมาจะเจอกับสินค้าอะไรบ้างจะรู้ว่าได้รับสินค้าใดก็ต่อเมื่อสินค้าไปถึงมือผู้บริโภคเรียบร้อยแล้ว โดยผู้ขายจะใส่ของหรือสินค้าลงกล่องแบบสุ่ม (Random) ทำให้ผู้บริโภคเกิดความตื่นเต้นได้ลุ้นว่าได้สินค้าอะไรบ้าง ในประเทศไทยราคาของกล่องสุ่มนั้นมีตั้งแต่หลักร้อยบาทจนถึงหลักแสนบาทขึ้นอยู่กับประเภทและราคาเดิมของสินค้าเหล่านั้น โดยสินค้าที่นิยมซื้อขายสินค้าแบบกล่องสุ่ม อาทิ กล่องสุ่มอาหาร กล่องสุ่มเสื้อผ้า กล่องสุ่มกระเป๋าแบรนด์เนม กล่องสุ่มของเล่นเด็ก กล่องสุ่มของใช้ภายในบ้าน เป็นต้น [4]

สำหรับการซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์ทั่วไป เป็นการเสนอขายสินค้าที่ผู้ขายสามารถเสนอรายละเอียดของสินค้าให้แก่ผู้บริโภคได้อย่างชัดเจน เช่น การระบุคุณสมบัติ ขนาด ชนิด ปริมาณ วัตถุดิบ รูปแบบ คุณภาพ ราคา เป็นต้น อีกทั้งผู้บริโภคสามารถดูหรือตรวจสอบรูปภาพจากที่ผู้ขายนำเสนอสินค้าได้ เป็นเหตุผลให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าได้ง่ายขึ้น แตกต่างการซื้อขายสินค้าแบบกล่องสุ่มที่ผู้บริโภคทราบเพียงประเภทของสินค้าคร่าว ๆ เท่านั้น จากข้อแตกต่างจะเห็นได้ว่าผู้ซื้อหรือผู้บริโภคมีข้อจำกัดในการเลือกซื้อสินค้าและบริการพอสมควร จึงควรมีมาตรการที่เหมาะสมเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าแบบกล่องสุ่มต่อไป

อย่างไรก็ตาม เมื่อการซื้อขายสินค้าแบบกล่องสุ่มผ่านระบบออนไลน์ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคเป็นอย่างมาก ก็ทำให้เกิดปัญหาจากการซื้อขายสินค้าแบบกล่องสุ่ม เช่น ผู้บริโภคซื้อกล่องสุ่มแล้วได้รับสินค้าไม่คุ้มราคาที่จ่ายไปเป็นอย่างมาก ผู้บริโภคซื้อกล่องสุ่มแล้วได้สินค้าไม่มีคุณภาพหรือสินค้าหมดอายุ สินค้าไม่ตรงตามที่ผู้ขายโฆษณา ซึ่งก็อาจนำไปสู่ประเด็นปัญหาในทางกฎหมายที่ว่าผู้ใดจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบ ผู้บริโภคมีสิทธิเรียกร้องใด ๆ ต่อผู้ขายได้หรือไม่ หรือกฎหมายให้การรับรองหรือคุ้มครองกรณีการซื้อขายสินค้าแบบกล่องสุ่มผ่านระบบออนไลน์นี้หรือไม่อย่างไร

สำหรับประเทศไทยมีกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค ได้แก่ พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ที่กำกับดูแลการประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าหรือบริการ โดยใช้วิธีการทำตลาดในลักษณะที่เข้าถึงผู้บริโภคโดยการเสนอขายสินค้าหรือบริการแก่ผู้บริโภคโดยตรง ณ ที่อยู่อาศัย หรือสถานที่ทำงานของผู้บริโภคหรือของบุคคลอื่นหรือสถานที่อื่นที่ไม่ใช่สถานที่ประกอบการค้าเป็นปกติธุระ โดยการอธิบายหรือการสาธิตสินค้าผ่านผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรง การเสนอขายสินค้าหรือบริการในลักษณะดังกล่าวทำให้ผู้บริโภคอยู่ในสภาวการณ์ที่ไม่อาจตัดสินใจตกลงซื้อสินค้าหรือรับบริการได้อย่างอิสระและรอบคอบ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ซึ่งได้บัญญัติถึงสิทธิพื้นฐานของผู้บริโภคตามมาตรา 4 ได้แก่ สิทธิที่จะได้รับข่าวสารคำพรรณนาที่ถูกต้องและเพียงพอ สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้า สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้า สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา สิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย เท่านั้น พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540 เป็นกฎหมายที่ได้บัญญัติเกี่ยวกับหลักการทั่วไปในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญาที่ใช้ระหว่างผู้ประกอบธุรกิจกับผู้บริโภคเพื่อควบคุมเนื้อหาของการทำสัญญา พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544 เป็นกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ได้บัญญัติขึ้นมาเพื่อรองรับสถานะทางกฎหมายของการทำธุรกรรมทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ แต่ไม่มีขอบเขตหรือวัตถุประสงค์เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคโดยตรง และฉะนั้นแล้ว ความสัมพันธ์ที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคเกี่ยวกับการซื้อขายสินค้าแบบกล่องสุ่มผ่านระบบออนไลน์ จึงยังเป็นไปตามหลักเกณฑ์ในกฎหมายทั่วไป

ดังนั้น งานวิจัยฉบับนี้จึงทำการศึกษาและวิเคราะห์ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับสัญญาซื้อขายสินค้าแบบกล่องสุ่มผ่านระบบออนไลน์ของประเทศไทยและกฎหมายของต่างประเทศ เพื่อหาแนวทางในการปรับปรุงและแก้ไขอุปสรรคทางด้านกฎหมายหรือปัญหาทางด้านอื่น ๆ ที่ทำให้ผู้บริโภคได้รับการคุ้มครองและเป็นธรรมในสัญญามากที่สุด โดยศึกษาการกำกับดูแลผู้ประกอบกิจการซื้อขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์ในรูปแบบกล่องสุ่มตามหลักการทั่วไปเกี่ยวกับการกำกับดูแลผู้ประกอบกิจการ คุณสมบัติของผู้ประกอบกิจการ และศึกษาการเยียวยาผู้ได้รับความเสียหายจากการซื้อขายสินค้าในรูปแบบกล่องสุ่มผ่านระบบออนไลน์ กระบวนการรับเรื่องราวร้องทุกข์ กระบวนการไกล่เกลี่ยของผู้บริโภค และการส่งเสริมให้ผู้บริโภคเข้าถึงกระบวนการศาลใช้สิทธิฟ้องร้องในการดำเนินคดีด้วยตนเอง

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและข้อจำกัดของกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสัญญาซื้อขายสินค้าแบบกล่องสุ่มผ่านระบบออนไลน์ของประเทศไทย
2. เพื่อศึกษารูปแบบหรือหลักกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสัญญาการซื้อขายสินค้าแบบกล่องสุ่มผ่านระบบออนไลน์ของต่างประเทศที่ได้รับการยอมรับในเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภคในสัญญาซื้อขายในรูปแบบต่าง ๆ
3. เพื่อเสนอแนวทางการในการปรับปรุงและแก้ไขอุปสรรคทางด้านกฎหมายหรือแนวทางอื่น ๆ ในการการทำสัญญาซื้อขายสินค้าแบบกล่องสุ่มผ่านระบบออนไลน์ของประเทศไทย

วิธีการวิจัย

การศึกษาการคุ้มครองผู้บริโภคในสัญญาซื้อขายสินค้าแบบกล่องสุ่มผ่านระบบออนไลน์ ใช้วิธีค้นคว้าจากเอกสาร (documentary research) โดยทำการรวบรวมข้อมูลจากการทบทวนเอกสารทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ จากแหล่งข้อมูล คือ หนังสือ บทความ คำอธิบาย วารสาร วิทยานิพนธ์ ตัวบทกฎหมาย ระเบียบปฏิบัติและสารสนเทศจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ซึ่งได้จากห้องสมุดสถาบันต่าง ๆ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับกฎหมายการคุ้มครองผู้ซื้อกล่องสุ่มผ่านระบบออนไลน์ของประเทศไทย นำมาวิเคราะห์และสังเคราะห์ ให้ได้ข้อสรุปตามประเด็นที่ระบุไว้ในวัตถุประสงค์ของการวิจัยในรูปแบบรายงานเชิงพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis)

โดยมีสมมติฐานการวิจัย คือ กฎหมายเกี่ยวกับคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทยยังมิได้ให้ความคุ้มครองผู้บริโภคจากการซื้อขายสินค้าในรูปแบบกล่องสุ่มผ่านระบบออนไลน์ ส่งผลให้ผู้บริโภคไม่ได้รับการคุ้มครองเท่าที่ควร หากมีการเพิ่มมาตรการทางกฎหมายในการคุ้มครองผู้บริโภคจากการซื้อขายสินค้าในรูปแบบกล่องสุ่มผ่านระบบออนไลน์จะทำให้เกิดการคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ผลการวิจัย

จากการศึกษาปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคในสัญญาซื้อขายสินค้าแบบกล่องสุ่มผ่านระบบออนไลน์ของประเทศไทย จากพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ที่กำกับดูแลการประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าหรือบริการ โดยใช้วิธีการทำตลาดในลักษณะที่เข้าถึงผู้บริโภค โดยการเสนอขายสินค้าหรือบริการแก่ผู้บริโภคโดยตรง ณ ที่อยู่อาศัย หรือสถานที่ทำงานของผู้บริโภคหรือของบุคคลอื่น หรือสถานที่อื่นที่ไม่ใช่สถานที่ประกอบการค้าเป็นปกติธุระ โดยการอธิบายหรือการสาธิตสินค้าผ่านผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขาย พระราชบัญญัติ คุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ซึ่งได้บัญญัติถึงสิทธิพื้นฐานของผู้บริโภค ได้แก่ สิทธิที่จะได้รับข่าวสารคำพรรณนาที่ถูกต้องและเพียงพอ

สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้า สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้า สิทธิที่จะได้รับ ความเป็นธรรมในการทำสัญญา สิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540 เป็นกฎหมายที่ได้บัญญัติเกี่ยวกับหลักการทั่วไปในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญาที่ใช้ระหว่างผู้ประกอบธุรกิจกับผู้บริโภค เพื่อควบคุมเนื้อหาของการทำสัญญา พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544 เป็นกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ได้บัญญัติขึ้นมาเพื่อรองรับสถานะทางกฎหมายของการทำธุรกรรมทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ แต่ไม่มีขอบเขตหรือวัตถุประสงค์เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคโดยตรง ตลอดจนการศึกษากฎหมายของสาธารณรัฐประชาชนจีนและประเทศญี่ปุ่นที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคในสัญญาซื้อขายสินค้าแบบกล่องสุ่มผ่านระบบออนไลน์ มาตรการควบคุมกล่องสุ่ม โดยจากการศึกษาทำให้งานวิจัยได้ข้อค้นพบตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ประเด็น ดังนี้

1. การกำกับดูแลผู้ประกอบกิจการซื้อขายสินค้าในรูปแบบกล่องสุ่มผ่านระบบออนไลน์

การกำกับดูแลผู้ประกอบกิจการซื้อขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์ในรูปแบบกล่องสุ่ม มีดังนี้

1.1 หลักการทั่วไปเกี่ยวกับการกำกับดูแลผู้ประกอบกิจการ

พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 เป็นการกำกับดูแลการประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าหรือบริการโดยใช้วิธีการทำตลาดในลักษณะที่เข้าถึงผู้บริโภค โดยการเสนอขายสินค้าหรือบริการแก่ผู้บริโภคโดยตรง ณ ที่อยู่อาศัย หรือสถานที่ทำงานของผู้บริโภคหรือของบุคคลอื่น หรือสถานที่อื่นที่ไม่ใช่สถานที่ประกอบการค้าเป็นปกติธุระ โดยการอธิบายหรือการสาธิตสินค้าผ่านผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรง การเสนอขายสินค้าหรือบริการในลักษณะดังกล่าวทำให้ผู้บริโภคอยู่ในสภาวการณ์ที่ไม่อาจตัดสินใจตกลงซื้อสินค้าหรือรับบริการได้อย่างอิสระและรอบคอบ นอกจากนี้ ยังมีการประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าหรือบริการในลักษณะของการสื่อสารข้อมูลผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ อินเตอร์เน็ต แอพลิเคชั่น แผ่นพับ เพื่อเสนอสินค้าหรือบริการโดยตรงต่อผู้บริโภคซึ่งอยู่ห่างโดยระยะทาง โดยมุ่งหวังให้ผู้บริโภคซึ่งอยู่ห่างโดยระยะทางแสดงเจตนาตอบกลับเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการ ดังนั้น การทำตลาดโดยใช้สื่อในการนำเสนอการขายสินค้าออนไลน์จึงเป็นการขายในตลาดแบบตรง โดยพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ได้บัญญัติคำนิยามในมาตรา 3 คำว่า“ตลาดแบบตรง” หมายความว่า การทำตลาดสินค้าหรือบริการในลักษณะของการสื่อสารข้อมูลเพื่อเสนอขายสินค้าหรือบริการโดยตรงต่อผู้บริโภคซึ่งอยู่ห่างโดยระยะทางและมุ่งหวังให้ผู้บริโภคแต่ละรายตอบกลับเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการจากผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงนั้น ส่วนการซื้อขายสินค้าหรือบริการโดยวิธีการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่ถือว่าเป็นตลาดแบบตรงให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่กำหนดในกฎกระทรวง ทั้งยังบัญญัติคำนิยามที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลผู้ประกอบกิจการ คำว่า "ผู้จำหน่ายอิสระ" หมายความว่า บุคคลที่ได้รับโอนกรรมสิทธิ์ในสินค้าหรือบริการจากผู้ประกอบธุรกิจขายตรงและนำสินค้าหรือบริการดังกล่าวไปเสนอขายตรงต่อผู้บริโภค คำว่า "ตัวแทนขายตรง" หมายความว่า บุคคลซึ่งได้รับมอบอำนาจจากผู้ประกอบธุรกิจขายตรงให้นำสินค้าหรือบริการไปเสนอขายตรงต่อผู้บริโภค

นอกจากนี้ ยังมีกฎกระทรวงกำหนดการซื้อขายสินค้าหรือบริการโดยวิธีการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่ถือว่าเป็นตลาดแบบตรง พ.ศ. 2561 ได้กำหนดให้การขายสินค้าหรือบริการโดยวิธีการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น การขายสินค้าหรือบริการของบุคคลธรรมดาซึ่งมิได้จดทะเบียนเป็นผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง และมีรายได้จากการขายสินค้าหรือบริการโดยวิธีการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไม่เกินหนึ่งล้านแปดแสนบาทต่อปี การขายสินค้าหรือบริการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม การขายสินค้าหรือบริการของวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน การขายสินค้าหรือบริการของสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกร ไม่ถือว่าเป็นตลาดแบบตรง ทั้งนี้ ข้อยกเว้นดังกล่าวเกิดจากจากภาครัฐต้องการเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการรายย่อย ธุรกิจขนาดเล็ก ผู้จำหน่ายสินค้าวิสาหกิจชุมชน เช่น สินค้า OTOP กลุ่มสหกรณ์ต่าง ๆ แต่ในขณะเดียวกันก็เป็นการที่ภาครัฐยกเลิกกฎหมายที่กำกับดูแลการคุ้มครอง

ผู้บริโภคออกไปด้วย หากผู้บริโภคเข้าทำสัญญาซื้อขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์จากผู้ประกอบธุรกิจรายย่อยหรือกลุ่มผู้ขายที่ได้รับการยกเว้นข้างต้น ผู้บริโภคก็จะไม่มีสิทธิเลิกสัญญา คืนสินค้า หรือสิทธิอื่น ๆ ที่ได้รับการคุ้มครอง

สำหรับการทำธุรกิจตลาดแบบตรงนั้นจะไม่มีพนักงานขายเนื่องจากเป็นการขายสินค้าหรือบริการในลักษณะของการสื่อสารข้อมูลผ่านสื่อต่าง ๆ ผู้บริโภคจึงไม่สามารถจับต้องสินค้าหรือเห็นรูปร่างลักษณะของสินค้าได้อย่างชัดเจน ปัญหาที่เกิดขึ้นแก่ผู้บริโภคส่วนใหญ่พบว่าสินค้าที่ผู้บริโภคสั่งซื้อมักจะไม่ตรงกับคำกล่าวอ้างตามที่ได้โฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ และเมื่อผู้บริโภคใช้สิทธิคืนสินค้าตามที่ผู้ประกอบธุรกิจให้คำรับประกันความพอใจก็ไม่ได้รับเงินคืนหรือได้รับเงินคืนล่าช้าเกินควร ปัญหาและความจำเป็นที่กล่าวมานี้ ปัจจุบันยังไม่มีกฎหมายใดออกมากำกับดูแล แม้ว่าขณะนี้จะได้นำพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 และพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 มาใช้บังคับ ก็ยังไม่สอดคล้องกับข้อเท็จจริงและปัญหาที่เกิดขึ้นได้ทั้งหมด และเมื่อเกิดความเสียหายก็ไม่สามารถติดตามตัวผู้ประกอบธุรกิจมาลงโทษและช่วยเหลือผู้บริโภคให้ได้รับความเป็นธรรมเท่าที่ควร

สำหรับพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ 2522 เป็นกฎหมายหนึ่งที่มุ่งคุ้มครองผู้บริโภคได้บัญญัติถึงสิทธิพื้นฐานของผู้บริโภค ตามมาตรา 4 ได้แก่ สิทธิที่จะได้รับข่าวสารคำพรรณนาที่ถูกต้องและเพียงพอ สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้า สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้า สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา สิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย มาตรา 22 ได้บัญญัติเกี่ยวกับการโฆษณา โดยกำหนดหลักเกณฑ์ในการโฆษณาไว้ว่า การโฆษณาจะต้องไม่ใช้ข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม ซึ่งมีลักษณะดังนี้ 1) ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง 2) ข้อความที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการไม่ว่าจะกระทำโดยใช้หรืออ้างอิงรายงานทางวิชาการ สถิติ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งอันไม่เป็นความจริงหรือเกิน ความจริงหรือไม่ก็ตาม 3) ข้อความที่เป็นการสนับสนุนโดยตรงหรือโดยอ้อมให้มีการกระทำผิดกฎหมายหรือศีลธรรมหรือนำไปสู่ความเสื่อมเสียในวัฒนธรรมของชาติ 4) ข้อความที่จะทำให้เกิดความแตกแยกหรือเสื่อมเสียความสามัคคีในหมู่ประชาชน 5) ข้อความอย่างอื่นตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

กฎหมายของสาธารณรัฐประชาชนจีน จำนวน 2 ฉบับ ได้แก่ ฉบับแรก กฎหมายพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แห่งสาธารณรัฐประชาชนจีน บัญญัติคำนิยามเกี่ยวกับผู้ประกอบกิจการซื้อขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์ มาตรา 9 คำว่า “ผู้ประกอบการอีคอมเมิร์ซ” หมายถึง บุคคลธรรมดา นิติบุคคล และองค์กรที่ไม่ใช่นิติบุคคลที่ประกอบธุรกิจขายสินค้าหรือให้บริการผ่านอินเทอร์เน็ตและเครือข่ายข้อมูลอื่น ๆ ฉบับที่สอง กฎข้อบังคับเกี่ยวกับการตลาดแบบการถ่ายทอดสดทางออนไลน์ บัญญัติคำนิยามเกี่ยวกับการขายสินค้าแบบการถ่ายทอดสด มาตรา 2 คำว่า “ผู้ดำเนินการห้องถ่ายทอดสด” หมายถึง บุคคล นิติบุคคล หรือองค์กรอื่น ๆ ที่ได้ลงทะเบียนบัญชีบนแพลตฟอร์มการตลาดแบบถ่ายทอดสดหรือเปิดห้องถ่ายทอดสด เพื่อทำกิจกรรมการตลาดแบบถ่ายทอดสดออนไลน์ แต่กฎหมายทั้งสองฉบับก็ไม่มีการกำหนดคำนิยามของผู้ประกอบกิจการซื้อขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์ในรูปแบบกล่องสุ่มเป็นการเฉพาะเช่นเดียวกับกฎหมายของประเทศไทย

1.2 คุณสมบัติของผู้ประกอบกิจการ

พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ได้บัญญัติเกี่ยวกับคุณสมบัติของผู้ประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง มาตรา 19 บัญญัติห้ามมิให้ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงและผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงดำเนินกิจการในลักษณะที่เป็นการชักชวนให้บุคคลเข้าร่วมเป็นเครือข่ายในการประกอบธุรกิจขายตรงหรือในการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง โดยตกลงว่าจะให้ผลประโยชน์ตอบแทนจากการหาผู้เข้าร่วมเครือข่าย มาตรา 20 บัญญัติให้ผู้ใดจะประกอบธุรกิจขายตรงต้องเป็นห้างหุ้นส่วนหรือบริษัท และจะได้จดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรง สำหรับการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง มาตรา 27 บัญญัติห้ามมิให้ผู้ใดประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง เว้นแต่จะได้จดทะเบียนการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง มาตรา 28 บัญญัติให้ข้อความในการสื่อสารข้อมูลเพื่อเสนอขายสินค้าหรือบริการของ

ผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง ให้เป็นไปตามที่กำหนดในกฎกระทรวง ในส่วนของพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ไม่มีการกำหนดคุณสมบัติของผู้ประกอบกิจการภายใต้พระราชบัญญัตินี้แต่อย่างใด

กฎหมายพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แห่งสาธารณรัฐประชาชนจีน มาตรา 10 บัญญัติคุณสมบัติของผู้ประกอบกิจการไว้อย่างชัดเจนโดยผู้ประกอบการต้องผ่านการจดทะเบียนนิติบุคคลตามกฎหมายและต้องได้รับใบอนุญาตบริหารที่เกี่ยวข้องตามกฎหมาย ประกอบกับกฎข้อบังคับเกี่ยวกับการตลาดแบบการถ่ายทอดสดทางออนไลน์ มาตรา 5 บัญญัติให้แพลตฟอร์มการตลาดแบบถ่ายทอดสดต้องผ่านขั้นตอนการยื่นตามกฎหมายและระเบียบปฏิบัติและดำเนินการประเมินความปลอดภัยตามระเบียบที่เกี่ยวข้อง

ดังนั้น จะเห็นได้ว่าการกำหนดคุณสมบัติของผู้ประกอบการโดยต้องผ่านการจดทะเบียนนิติบุคคลตามกฎหมาย ส่งผลให้ผู้ประกอบธุรกิจมีความน่าเชื่อถือ ในกรณีผู้ซื้อเกิดปัญหาจากการซื้อขายสินค้าสามารถติดตามตัวตนของผู้ขายจากการขึ้นทะเบียนตามกฎหมายได้ ทำให้การเจรจาหรือการดำเนินคดีมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

1.3 หน้าที่ของผู้ประกอบกิจการ

พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ได้บัญญัติเกี่ยวกับหน้าที่ของผู้ประกอบกิจการ มาตรา 30 บัญญัติให้การซื้อสินค้าหรือบริการ ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงและผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงต้องส่งมอบเอกสารการซื้อขายให้แก่ผู้บริโภค ซึ่งเอกสารดังกล่าวต้องเป็นภาษาไทย ระบุชื่อผู้ซื้อขาย วันที่ส่งมอบและสิทธิของผู้บริโภคในการบอกเลิกสัญญา มาตรา 33 บัญญัติให้การซื้อสินค้าหรือบริการในธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงนั้น กฎหมายกำหนดให้ผู้บริโภคมีสิทธิเลิกสัญญาได้ โดยการส่งหนังสือแสดงเจตนาไปยังผู้ประกอบธุรกิจภายใน 7 วัน นับตั้งแต่วันที่ได้รับสินค้าหรือบริการ แต่การใช้สิทธิบอกเลิกสัญญาที่ไม่สามารถนำไปใช้กับสินค้าหรือบริ การได้ทุกชนิด ขึ้นอยู่กับประเภท ราคาหรือชนิดของสินค้าและบริการ มาตรา 36 ในกรณีผู้บริโภคใช้สิทธิเลิกสัญญาตามมาตรา 33 แล้ว ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง หรือผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงคืนเงินเต็มจำนวนที่ผู้บริโภคจ่ายไปเพื่อการซื้อสินค้าหรือบริการนั้นภายในกำหนดเวลา15 วันนับแต่วันที่ได้รับหนังสือแสดงเจตนาเลิกสัญญา นอกจากนี้ ประกาศคณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ ฉบับที่ 49 พ.ศ. 2561 เรื่อง การแสดงราคาและรายละเอียดเกี่ยวกับการจำหน่ายสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือออนไลน์ กำหนดให้ผู้ขายหรือผู้ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการจำหน่ายสินค้าหรือบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือออนไลน์ แสดงราคาจำหน่าย ค่าบริการ ชนิด ลักษณะ ขนาด น้ำหนัก และรายละเอียดของสินค้า เพื่อผู้ซื้อมีโอกาสพิจารณาเปรียบเทียบราคาหรือค่าบริการก่อนทำการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการ

กฎหมายของสาธารณรัฐประชาชนจีน ซึ่งมีการบัญญัติกฎหมายเกี่ยวกับการซื้อขายทางออนไลน์ไว้โดยเฉพาะตามกฎหมายพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แห่งสาธารณรัฐประชาชนจีน มาตรา 13 ผู้ประกอบการจะต้องปกป้องในเรื่องของความปลอดภัยส่วนบุคคล และทรัพย์สิน รวมถึงการคุ้มครองสิ่งแวดล้อม มาตรา 17 ผู้ประกอบการจะต้องเปิดเผยข้อมูลสินค้าหรือบริการตามความเป็นจริงถูกต้อง คุ้มครองสิทธิในการรับรู้และสิทธิในการเลือกของผู้บริโภค และต้องไม่ทำการโฆษณาชวนเชื่อเชิงพาณิชย์ที่เป็นเท็จ หรือทำให้เข้าใจผิดหรือเพื่อหลอกลวงผู้บริโภคให้เข้าใจผิด มาตรา 20 กรณีการส่งมอบสินค้าผู้ประกอบการอีคอมเมิร์ซต้องส่งมอบสินค้าหรือบริการให้ผู้บริโภคตามระยะเวลาที่ตกลงไว้และยอมแบบรับความเสี่ยงในการขนส่งสินค้า สำหรับกฎข้อบังคับเกี่ยวกับการตลาดแบบการถ่ายทอดสดทางออนไลน์ ได้บัญญัติเกี่ยวกับหน้าที่ของผู้ประกอบกิจการหลายประการ เช่น มาตรา 8 ผู้ประกอบกิจการต้องตรวจสอบความถูกต้องของผู้ดำเนินการถ่ายทอดสด โดยให้ระบุตัวตนที่แท้จริง มาตรา 10 ต้องสร้างกลไกตรวจสอบตัวตนที่แท้จริงของนักการตลาดถ่ายทอดสด ต้องตรวจสอบข้อมูลบัตรประจำตัวของนักการตลาดถ่ายทอดสดก่อนการถ่ายทอดสด หากไม่ปฏิบัติตามจะต้องไม่ให้บริการเผยแพร่การถ่ายทอดสด ต้องตรวจสอบจัดการเนื้อหาของข้อมูล หากพบข้อมูลที่ผิดกฎหมายและไม่ถูกต้องต้อง

ใช้มาตรการทันทีและรายงานไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มาตรา 12 ต้องสร้างและปรับปรุงกลไกการคุ้มครองผู้เยาว์ คุ้มครองสุขภาพร่างกายและจิตใจของผู้เยาว์ จะเห็นได้ว่าสาธารณรัฐประชาชนจีนมีความเข้มงวดในการควบคุมดูแลผู้ใช้งานผ่านระบบออนไลน์ไว้โดยเฉพาะ เมื่อเกิดปัญหาจากการซื้อขายกล่องสุ่มสามารถตรวจสอบข้อมูลของผู้ขายได้อย่างถูกต้อง อันจะเป็นการคุ้มครองผู้ซื้อได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.4 การกำหนดมาตรการการซื้อขายสินค้าแบบกล่องสุ่ม

กล่องสุ่ม เป็นสินค้าที่ผู้ขายระบุประเภทของสินค้าในกล่องเพียงคร่าว ๆ ว่าเป็นสินค้าประเภทใด โดยไม่มีการระบุจำนวนหรือชนิดสินค้าอย่างเฉพาะเจาะจง สินค้าจะถูกบรรจุลงกล่องกระดาษภายในกล่องจะมีสิ่งของที่ผู้ซื้อจะทราบว่าตนได้รับสินค้าชนิดใดก็ต่อเมื่อสินค้าส่งถึงมือผู้ซื้อเรียบร้อยแล้ว ถือเป็นลักษณะเฉพาะของการซื้อขายกล่องสุ่มซึ่งแตกต่างจากการซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์ทั่วไป สำหรับการซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์ทั่วไปเป็นการเสนอขายสินค้าที่ผู้ขายสามารถระบุรายละเอียดของสินค้าให้แก่ผู้ซื้อได้อย่างชัดเจนทำให้ผู้ซื้อตัดสินใจซื้อสินค้าได้ง่ายขึ้น แตกต่างจากการซื้อขายแบบกล่องสุ่มที่ผู้ซื้อทราบประเภทของสินค้าคร่าว ๆ เท่านั้น สำหรับประเทศไทยยังไม่มีมาตรการทางกฎหมายที่นำมาปรับใช้กับการซื้อสินค้าแบบกล่องสุ่มผ่านระบบออนไลน์ โดยเฉพาะเจาะจงอาศัยเพียงบทการปรับบทกฎหมายทั่วไปในเรื่องนั้น ๆ

จากการศึกษาสาธารณรัฐประชาชนจีนบัญญัติกฎหมายสำหรับการขายและการตลาดกล่องสุ่มเพื่อควบคุมการขายและการตลาดของ “กล่องสุ่ม” ตามคำแถลงของ The State Administration for Market Regulation (SAMR) โดยผู้ขายกล่องสุ่มไม่ควรตั้งราคาสินค้าราคาสูงเกินสมควร และใช้กลไกที่จะกระตุ้นให้ผู้ซื้อกล่องสุ่มอย่างมีเหตุผล ผู้ขายจะไม่ได้รับอนุญาตให้ขายกล่องสุ่มให้กับลูกค้าที่มีอายุต่ำกว่า 8 ปี และต้องได้รับอนุญาตจากผู้ปกครองในการขายกล่องสุ่มให้กับผู้เยาว์ที่มีอายุมากกว่า 8 ปี นอกจากนี้ ผู้ขายกล่องสุ่มควรเผยแพร่ข้อมูลสำคัญ เช่น ชื่อของสินค้า ประเภทสินค้า รูปแบบสินค้า การกระจายสินค้า ปริมาณการส่งมอบสินค้า ความน่าจะเป็นในการสุ่มสินค้า ช่วงมูลค่าสินค้า เป็นต้น เป็นข้อมูลที่ผู้ซื้อควรทราบก่อนซื้อสินค้ากล่องสุ่ม [5]

สำหรับกฎหมายประเทศญี่ปุ่นที่เสมือนเป็นต้นกำเนิดของกล่องสุ่มแม้ประเทศญี่ปุ่นจะไม่มีกฎหมายที่ใช้ควบคุมกับการซื้อสินค้าแบบกล่องสุ่มโดยตรงแต่ก็มีกฎหมายว่าด้วยเรื่องของสมนาคุณที่ไม่สมเหตุสมผลและการนำเสนอที่ทำให้เข้าใจผิด (Act against Unjustifiable Premiums and Misleading Representations) [6] เป็นกฎหมายที่ออกมาเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อคุ้มครองผลประโยชน์ของผู้บริโภคทั่วไป กำหนดให้มีการจำกัดและห้ามการกระทำที่มีแนวโน้มจะขัดขวางการเลือกโดยความสมัครใจและมีเหตุผลของผู้บริโภคทั่วไปป้องกันการชักจูงลูกค้าด้วยวิธีที่ไม่เป็นธรรมสมนาคุณและการนำเสนอที่ทำให้เข้าใจผิด ทำให้เข้าใจผิดเกี่ยวกับธุรกรรมสินค้าและบริการด้วยเหตุนี้กฎหมายฉบับนี้จึงกำหนดเกณฑ์เกี่ยวกับมูลค่าของรางวัลไว้ เพื่อปกป้องทั้งผลประโยชน์ของผู้บริโภคและป้องกันการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม กฎหมายฉบับนี้ได้ให้คำจำกัดความของ คำว่า “ของสมนาคุณ” ในมาตรา 2(3) ตามกฎหมายฉบับนี้หมายถึง สิ่งของ เงิน หรือ แหล่งผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจอื่นใดที่ให้ไว้เพื่อจูงใจลูกค้าไม่ว่าจะใช้ระบบทางตรงหรือทางอ้อม นอกจากนี้ ตามมาตรา 4 ยังให้อำนาจนายกรัฐมนตรีเมื่อเห็นว่าจำเป็นเพื่อป้องกันการชักชวนที่ไม่เป็นธรรมของลูกค้า นายกรัฐมนตรีอาจจำกัดมูลค่าสูงสุดของสมนาคุณหรือจำนวนรวมของสมนาคุณ ประเภทของของสมนาคุณหรือวิธีการเสนอของสมนาคุณ หรือสิ่งอื่นใดที่เกี่ยวข้อง หรืออาจห้ามการเสนอของสมนาคุณ จากบทบัญญัติดังกล่าวของประเทศญี่ปุ่นแสดงให้เห็นได้ว่า แม้การแข่งขันในด้านราคาสินค้าและบริการจะเป็นผลดีต่อผู้บริโภคแต่การที่ผู้ประกอบธุรกิจเสนอของสมนาคุณที่มีราคาจำนวนมากอาจเป็นผลให้ผู้บริโภคถูกชักชวน เข้าใจผิดหลงซื้อสินค้าหรือบริการที่ด้อยคุณภาพหรือมีราคาแพงเกินควร เป็นเหตุให้ผู้บริโภคได้รับความเสียหาย เกิดความเสียเปรียบในด้านเศรษฐกิจ ด้วยเหตุนี้กฎหมายของสมนาคุณ จึงได้กำหนดกฎเกณฑ์เกี่ยวกับมูลค่าของสมนาคุณไว้ เพื่อปกป้องทั้งผลประโยชน์ของผู้บริโภค

ดังนั้น ในกรณีที่ผู้บริโภคซื้อกล่องสุ่มเพราะได้หลงเชื่อคำโฆษณาถึงของบางอย่างที่เป็นสมนาคุณหรือของแถมตามกฎหมายประเทศญี่ปุ่นแล้วต้องอยู่ภายใต้กฎเกณฑ์ของกฎหมายฉบับนี้ หากนายกรัฐมนตรีเห็นว่าจำเป็นเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคอาจจำกัดมูลค่าสูงสุดของสมนาคุณหรือจำนวนรวมของสมนาคุณ ประเภทของของสมนาคุณ หรือวิธีการเสนอของสมนาคุณหรือสิ่งอื่นใดที่เกี่ยวข้อง หรืออาจห้ามการเสนอของสมนาคุณได้ [7]

นอกจากนี้ประเทศญี่ปุ่นได้มีการกำกับและควบคุมเกมออนไลน์ที่มีระบบกล่องสุ่มเกิดจากบริษัทเกมต่าง ๆ ได้ก่อตั้งกลุ่มในนาม The Japanese video gaming industry เพื่อกำกับและควบคุมเกมออนไลน์ที่มีระบบกล่องสุ่มของบริษัทที่เข้าร่วมกลุ่ม โดยมีมาตรการกำหนดให้เปิดเผยอัตราส่วนความเป็นไปได้ในการสุ่มสิ่งของแต่ละชิ้นในระบบกล่องสุ่ม แสดงให้เห็นถึงความเข้มแข็งของภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับเกมออนไลน์ที่มีระบบกล่องสุ่มของประเทศญี่ปุ่นได้ มีส่วนช่วยเหลือและมีบทบาทสำคัญเป็นอย่างมากในการกำกับและควบคุมเกมออนไลน์ที่มีระบบกล่องสุ่ม [8]

2. การเยียวยาผู้ได้รับความเสียหายจากการซื้อขายสินค้าในรูปแบบกล่องสุ่มผ่านระบบออนไลน์

ปัจจุบันการซื้อขายสินค้าในรูปแบบกล่องสุ่มผ่านระบบออนไลน์เป็นที่แพร่หลายขยายตัวอย่างรวดเร็วและเป็นที่นิยมกันอย่างมาก เนื่องจากสะดวก รวดเร็ว ผู้ซื้อปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการซื้อกล่องสุ่มในรูปแบบเน้นการสั่งซื้อสินค้าทางออนไลน์ทำให้เกิดข้อพิพาทตามมาเป็นจำนวนมาก เช่น สั่งซื้อแล้วพบสินค้าชำรุด ได้รับของไม่ตรงปก ไม่เป็นไปตามที่โฆษณา สั่งซื้อแล้วไม่ได้สินค้า ถูกหลอกลวง หรือสินค้าที่ได้รับมีมูลค่าน้อยกว่าที่จ่ายไป เป็นต้น ซึ่งตามปกติแล้วผู้ซื้อหรือผู้เสียหายสามารถนำคดีมายื่นฟ้องศาล เพื่อให้มีการชดใช้ได้แต่ในการยื่นฟ้องคดีแพ่งตามหลักจะต้องยื่นฟ้องต่อศาลในภูมิลำเนาของผู้ขายที่จะเป็นจำเลยหรือที่มูลคดีเกิด ขณะที่การซื้อขายออนไลน์ อาจมีกรณีที่ว่าความเสียหายเป็นเงินจำนวนไม่มากหลักร้อยหลักพันบาท จึงทำให้คดีเหล่านี้มาไม่ถึงศาลเพราะมองว่าจะต้องเสียเวลา ค่าใช้จ่ายในการดำเนินคดี อาจไม่คุ้มค่าที่จะไปยื่นฟ้องศาล รวมถึง ความยุ่งยากในขั้นตอนการดำเนินคดี และเหตุให้ผู้ซื้อไม่ได้รับการเยียวยา ขณะที่ผู้ขายซึ่งก่อให้เกิดปัญหาจะยังคงไปสร้างความเดือดร้อนให้แก่ผู้ซื้ออื่นได้อีก

สำหรับประเทศไทยการคุ้มครองผู้บริโภค การเยียวยาผู้ได้รับความเสียหายจากการซื้อขายสินค้ามีกฎหมายที่สำคัญอยู่ 2 ฉบับ คือ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และพระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ 2551 ซึ่งทั้งสองฉบับมีกระบวนการคุ้มครองผู้บริโภค ดังนี้

2.1 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 มาตรา 10 กำหนดให้คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคมีอำนาจ และหน้าที่ พิจารณาเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภคที่ได้รับความเดือดร้อน หรือเสียหายอันเนื่องมาจากการกระทำของผู้ประกอบธุรกิจ ตลอดจนไกล่เกลี่ยหรือประนีประนอมข้อพิพาทเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค ตามที่ผู้บริโภคและผู้ประกอบธุรกิจตกลงกันก่อนมีการฟ้องคดีต่อศาล โดยคณะกรรมการผู้บริโภค ได้วางระเบียบคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคว่าด้วยหลักเกณฑ์การไกล่เกลี่ยหรือประนีประนอมข้อพิพาทเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค พ.ศ. 2559 แต่ก็ยังมีปัญหาหลายประการ เช่น ในกรณีที่คู่กรณีฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งไม่ปฏิบัติตามสัญญาประนีประนอมยอมความหรือบันทึกข้อตกลง คู่กรณีอีกฝ่ายหนึ่งก็ต้องฟ้องร้องต่อศาลขอให้บังคับตามสัญญาประนีประนอมยอมความเหมือนเช่นกรณีการผิดสัญญาทั่ว ๆ ไป โดยไม่มีสิทธิที่จะขอให้บังคับคดีได้ทันที ดังนั้น ระบบการไกล่เกลี่ยจึงไม่อาจจูงใจให้ผู้ประกอบธุรกิจเข้าสู่กระบวนการไกล่เกลี่ยก่อนฟ้องศาล การไกล่เกลี่ยหรือประนีประนอมข้อพิพาทเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค มีกระบวนการที่ซับซ้อนมีขั้นตอนที่ยุ่งยาก ทำให้เสียเวลาเป็นอย่างมากในการดำเนินการ การเข้าสู่กระบวนการไกล่เกลี่ยหรือประนีประนอมข้อพิพาท จะขึ้นอยู่กับความสมัครใจของคู่กรณีเท่านั้น ทั้งในระหว่างการดำเนินการไกล่เกลี่ยและประนีประนอมข้อพิพาทหากคู่กรณีไม่สมัครใจจะดำเนินกระบวนการต่อไปก็ยังสามารถตัดสินใจออกจากกระบวนการได้ตลอดเวลา

สำหรับการดำเนินคดีแทนผู้บริโภคในศาล มีอำนาจดำเนินคดีแพ่งและคดีอาญาแทนผู้บริโภคแก่ผู้กระทำละเมิดสิทธิของผู้บริโภคในศาลและเรียกทรัพย์สินหรือค่าเสียหายให้แก่ผู้บริโภคที่ร้องขอได้ และในการดำเนินคดีแทนผู้บริโภคนี้ได้รับยกเว้นค่าฤชาธรรมเนียมทั้งปวง ซึ่งตามหลักเกณฑ์การพิจารณาในการเข้าดำเนินคดีแทนผู้บริโภคนั้นจะดำเนินคดีแทนได้ในกรณีที่จะเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคเป็นส่วนรวม โดยพิจารณาจากลักษณะของการประกอบธุรกิจหากผู้ประกอบธุรกิจยังคงประกอบธุรกิจลักษณะนั้นต่อไปอาจทำให้ผู้บริโภครายอื่น ๆ ได้รับความเสียหายด้วย

2.2 พระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ 2551

พระราชบัญญัตินี้ได้ตราขึ้นภายใต้กรอบแนวความคิดเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคซึ่งได้รับความเสียหายจากการใช้สินค้าหรือบริการ โดยกำหนดระบบวิธีพิจารณาคดีที่เอื้อต่อการใช้สิทธิเรียกร้องของผู้บริโภคด้วยการปรับเปลี่ยนระบบวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภคตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่งอันเป็นระบบกล่าวหาซึ่งผู้ฟ้องร้องดำเนินคดีมีภาระการพิสูจน์ข้อเท็จจริงตามคำกล่าวอ้าง เป็นระบบวิธีพิจารณาคดีที่ค่อนไปในระบบไต่สวน เพื่อลดความเสียเปรียบ ในการดำเนินคดีของผู้บริโภคและเอื้อต่อการใช้สิทธิเรียกร้องของผู้บริโภคให้ได้รับการเยียวยาความเสียหายด้วยความสะดวกรวดเร็ว ไม่ยุ่งยากซับซ้อน ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายแต่มีประสิทธิภาพและเป็นธรรม ซึ่งมีหลักการสำคัญและลักษณะพิเศษของกระบวนวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค คือ การกำหนดวิธีพิจารณาสำหรับคดีผู้บริโภคขึ้นเป็นพิเศษเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงกระบวนการยุติธรรมได้โดยสะดวก ประหยัด รวดเร็ว ไม่เป็นทางการ และสุจริต แต่เนื่องจากการยื่นฟ้องต่อศาลผู้ซื้อหรือผู้เสียหายต้องมีหลักฐานตามสมควรว่าตนได้รับความเสียหาย ในกรณีที่ผู้ซื้อไม่สามารถหาเอกสารหรือหลักฐานการยืนยันตัวตนที่แท้จริงของผู้ซื้อได้ก็เป็นเป็นสาเหตุหนึ่งที่ผู้ซื้อไม่สามารถนำคดีเข้าสู่กระบวนการพิจารณาของศาลได้ ประกอบกับการยื่นฟ้องคดีแพ่งตามหลักจะต้องยื่นฟ้องต่อศาลในภูมิลำเนาของผู้ขายที่จะฟ้อง หรือที่มูลคดีเกิด ขณะที่การซื้อขายออนไลน์หรือในกรณีที่ความเสียหายเป็นเงินจำนวนไม่มากนัก ผู้ซื้อจึงทำให้คดีมาไม่ถึงศาลเพราะมองว่าจะต้องเสียเวลา ค่าใช้จ่ายในการดำเนินคดี อาจไม่คุ้มค่าที่จะไปยื่นฟ้องศาล รวมถึงความยุ่งยากในขั้นตอนการดำเนินคดี

ในส่วนของกฎหมายพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แห่งสาธารณรัฐประชาชนจีน ได้กำหนดให้ผู้ประกอบการต้องสร้างกลไกการร้องเรียนและการรายงานที่มีสะดวก มีประสิทธิภาพและสามารถเปิดเผยข้อมูลได้ เช่น ข้อมูลการร้องเรียนวิธีรายงานและการจัดการข้อร้องเรียนอย่างทันท่วงที นอกจากนี้ ข้อพิพาทด้านอีคอมเมิร์ซอาจแก้ไขได้ด้วยการเจรจาและระงับข้อพิพาท โดยองค์กรไกล่เกลี่ยที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายเพื่อการไกล่เกลี่ย เมื่อผู้บริโภคซื้อสินค้าหรือรับบริการบนแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ และมีข้อพิพาทเกิดขึ้นกับผู้ประกอบการบนแพลตฟอร์ม ผู้ดำเนินการแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซจะต้องช่วยเหลือผู้บริโภคในการปกป้องสิทธิและผลประโยชน์โดยชอบด้วยกฎหมายของตน ทั้งยังกำหนดให้ผู้ประกอบการบนแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ ต้องสร้างกลไกการระงับข้อพิพาททางออนไลน์ กำหนดและเผยแพร่กฎการระงับข้อพิพาทระหว่างคู่สัญญาด้วยวิธีการที่ยุติธรรมตามหลักของความสมัครใจ

เมื่อเปรียบเทียบกฎหมายของประเทศไทยและของสาธารณรัฐประชาชนจีน พบว่า ประเทศไทยหากมีกลไกการร้องเรียนสำหรับการซื้อขายสินค้าในรูปแบบกล่องสุ่มผ่านระบบออนไลน์ให้มีประสิทธิภาพและรวดเร็ว พร้อมทั้งส่งเสริมให้นำการระงับข้อพิพาทด้วยการไกล่เกลี่ยมาใช้อย่างมีประสิทธิภาพและสามารถบังคับได้ ก็จะส่งเสริมให้การคุ้มครองผู้ซื้อ จากการซื้อขายสินค้าในรูปแบบกล่องสุ่มผ่านระบบออนไลน์ได้มีประสิทธิมากยิ่งขึ้น ในกรณีที่ไม่สามารถไกล่เกลี่ยได้ก็ส่งเสริมให้ผู้ซื้อเข้าถึงการฟ้องคดีซื้อขายผ่านระบบออนไลน์ซึ่งเป็นรูปแบบศาลอิเล็กทรอนิกส์ในทุกขั้นตอนของกระบวนการพิจารณา เพื่อให้ผู้ซื้อที่ได้รับความเสียหายใช้สิทธิทางศาลฟ้องคดีได้รับความสะดวกและรวดเร็ว

สรุปผลการวิจัย

การคุ้มครองผู้ซื้อกล่องสุ่มผ่านระบบออนไลน์ของประเทศไทยมีพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ที่กำกับดูแลการประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าหรือบริการโดยใช้วิธีการทำตลาดในลักษณะที่เข้าถึงผู้บริโภค โดยการเสนอขายสินค้าหรือบริการแก่ผู้บริโภคโดยตรง ณ ที่อยู่อาศัย หรือสถานที่ทำงานของผู้บริโภคหรือของบุคคลอื่น หรือสถานที่อื่นที่ไม่ใช่สถานที่ประกอบการค้าเป็นปกติธุระ โดยการอธิบายหรือการสาธิตสินค้าผ่านผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรง การเสนอขายสินค้าหรือบริการในลักษณะดังกล่าวทำให้ผู้บริโภคอยู่ในสภาวการณ์ที่ไม่อาจตัดสินใจตกลงซื้อสินค้าหรือรับบริการได้อย่างอิสระและรอบคอบ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 คุ้มครองเพียงสิทธิพื้นฐานของผู้บริโภค พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540 เป็นบทบัญญัติเกี่ยวข้องกับหลักการทั่วไปในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญาที่ใช้ระหว่างผู้ประกอบธุรกิจกับผู้บริโภคเพื่อควบคุมเนื้อหาของการทำสัญญา และพระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544 เป็นบทบัญญัติที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์รองรับสถานะทางกฎหมายของการทำธุรกรรมทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แต่ไม่มีขอบเขตหรือวัตถุประสงค์เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคโดยตรง ฉะนั้นแล้ว การคุ้มครองผู้ซื้อสินค้าแบบกล่องสุ่มผ่านระบบออนไลน์จึงยังเป็นไปตามหลักเกณฑ์ในกฎหมายทั่วไป

โดยประเด็นปัญหาที่เกี่ยวข้องกับสัญญาซื้อขายสินค้าแบบกล่องสุ่มผ่านระบบออนไลน์ของประเทศไทยในประเด็นปัญหา 2 ประการได้แก่ 1) การกำกับดูแลผู้ประกอบกิจการซื้อขายสินค้าในรูปแบบกล่องสุ่มผ่านระบบออนไลน์ และ 2) การเยียวยาผู้ได้รับความเสียหายจากการซื้อขายสินค้าในรูปแบบกล่องสุ่มผ่านระบบออนไลน์ ดังนี้

1. การกำกับดูแลผู้ประกอบกิจการซื้อขายสินค้าในรูปแบบกล่องสุ่มผ่านระบบออนไลน์ สำหรับกฎหมายของประเทศไทย มีบทบัญญัติกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์ ตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ในการประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าหรือบริการในลักษณะของการสื่อสารข้อมูลผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ อินเตอร์เน็ต แอพลิเคชั่น แผ่นพับ เพื่อเสนอสินค้าหรือบริการโดยตรงต่อผู้บริโภคซึ่งอยู่ห่างโดยระยะทาง โดยมุ่งหวังให้ผู้บริโภคซึ่งอยู่ห่างโดยระยะทางแสดงเจตนาตอบกลับเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการ แต่มีข้อยกเว้นให้การขายสินค้าหรือบริการโดยวิธีการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น การขายสินค้าหรือบริการของบุคคลธรรมดาซึ่งมิได้จดทะเบียนเป็นผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง และมีรายได้จากการขายสินค้าหรือบริการโดยวิธีการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไม่เกินหนึ่งล้านแปดแสนบาทต่อปี การขายสินค้าหรือบริการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมการขายสินค้าหรือบริการของวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน การขายสินค้าหรือบริการของสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกร ไม่ถือว่าเป็นตลาดแบบตรงตามกฎกระทรวงกำหนดการซื้อขายสินค้าหรือบริการโดยวิธีการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่ถือว่าเป็นตลาดแบบตรง พ.ศ. 2561 ฉะนั้นแล้ว หากผู้บริโภคเข้าทำสัญญาซื้อขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์จากผู้ประกอบธุรกิจรายย่อยหรือกลุ่มผู้ขายที่ได้รับการยกเว้นข้างต้น ผู้บริโภคก็จะไม่มีสิทธิเลิกสัญญา คืนสินค้า หรือสิทธิอื่น ๆ ที่ได้รับการคุ้มครอง นอกจากนี้ พระราชบัญญัติข้างต้นยังได้การกำหนดคุณสมบัติของผู้ประกอบกิจการ การกำหนดหน้าที่ของผู้ประกอบเพียงแต่กฎหมายหรือมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายสินค้าแบบกล่องสุ่มผ่านระบบออนไลน์ของประเทศไทยยังไม่มีการบัญญัติไว้โดยเฉพาะ จึงต้องนำหลักกฎหมายที่มีอยู่ในปัจจุบันมาปรับใช้ เป็นเหตุให้ไม่สามารถควบคุมดูแลผู้บริโภคได้อย่างครอบคลุมและมีประสิทธิภาพ

2. การเยียวยาผู้ได้รับความเสียหายจากการซื้อขายสินค้าในรูปแบบกล่องสุ่มผ่านระบบออนไลน์ โดยบทบัญญัติกฎหมายของประเทศไทยมีการคุ้มครองผู้บริโภค กรณีการเยียวยาผู้ได้รับความเสียหายจากการซื้อขายสินค้าในรูปแบบกล่องสุ่มผ่านระบบออนไลน์ จำนวน 2 ฉบับ คือ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ที่กำหนดให้คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคมีอำนาจและหน้าที่ พิจารณาเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภคที่ได้รับความเดือดร้อนหรือ

เสียหายอันเนื่องมาจากการกระทำของผู้ประกอบธุรกิจ ตลอดจนไกล่เกลี่ยหรือประนีประนอมข้อพิพาทเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค แต่ก็ยังมีปัญหาเรื่องสภาพบังคับและมีกระบวนการที่ซับซ้อน มีขั้นตอนที่ยุ่งยาก ทำให้เสียเวลา นอกจากนี้ ยังเป็นการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นการทั่วไป ไม่ได้หมายความเฉพาะการซื้อขายผ่านระบบออนไลน์ หรือการซื้อขายสินค้าในรูปแบบกล่องสุ่มผ่านระบบออนไลน์ สำหรับพระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ 2551 เป็นกฎหมายที่คุ้มครองโดยกำหนดระบบวิธีพิจารณาคดีที่เอื้อต่อการใช้สิทธิเรียกร้องของผู้บริโภคให้ได้รับการเยียวยาความเสียหายด้วยความสะดวกรวดเร็ว ไม่ยุ่งยากซับซ้อน ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย แต่มีประสิทธิภาพและเป็นธรรม

ข้อเสนอแนะ

แนวทางการในการปรับปรุงและแก้ไขอุปสรรคทางด้านกฎหมายในการทำสัญญาซื้อขายแบบกล่องสุ่มผ่านระบบออนไลน์ เพื่อเป็นการคุ้มครองผู้ซื้อในการทำสัญญา พบว่า ประเด็นปัญหาที่เกี่ยวข้องกับสัญญาซื้อขายแบบกล่องสุ่มผ่านระบบออนไลน์ของประเทศไทย เมื่อนำมาวิเคราะห์และเปรียบเทียบกฎหมายสาธารณรัฐประชาชนจีน ประเทศญี่ปุ่น มีดังนี้

1. หลักการทั่วไปเกี่ยวกับการกำกับดูแลผู้ประกอบกิจการ

จากการศึกษาพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ซึ่งเป็นกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์ของประเทศไทย โดยกฎหมายดังกล่าวยังมีข้อจำกัดในกรณีการซื้อขายสินค้าหรือบริการโดยวิธีการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่ถือว่าเป็นตลาดแบบตรง ได้แก่ การขายสินค้าหรือบริการของบุคคลธรรมดาซึ่งมิได้จดทะเบียนเป็นผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง และมีรายได้จากการขายสินค้าหรือบริการโดยวิธีการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไม่เกินหนึ่งล้านแปดแสนบาทต่อปี การขายสินค้าหรือบริการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม การขายสินค้าหรือบริการของวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน การขายสินค้าหรือบริการของสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกร ดังนั้น หากผู้บริโภคเข้าทำสัญญาซื้อขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์จากผู้ประกอบธุรกิจรายย่อยหรือกลุ่มผู้ขายที่ได้รับการยกเว้นข้างต้น ผู้บริโภคก็จะไม่มีสิทธิเลิกสัญญา คืนสินค้า หรือสิทธิอื่น ๆ ที่ได้รับการคุ้มครอง ตามกฎกระทรวงกำหนดการซื้อขายสินค้าหรือบริการโดยวิธีการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่ถือว่าเป็นตลาดแบบตรง พ.ศ. 2561 ผู้เขียนเห็นว่าแม้กฎกระทรวงจะบัญญัติขึ้นเพื่อสนับสนุนให้ผู้ประกอบธุรกิจรายย่อยไม่ให้ถูกจำกัดด้วยข้อกฎหมาย แต่การข้อยกเว้นลักษณะนี้ก็ส่งผลให้ผู้บริโภคทำให้ผู้บริโภคไม่ได้รับการคุ้มครองเท่าที่ควร หากจะกำหนดข้อยกเว้นก็ควรคำนึงถึงการวางมาตรฐานผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงในภาพรวม การกำหนดมาตรฐานของผู้ประกอบธุรกิจให้เท่าเทียมกัน นอกจากจะสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคแล้ว ยังเป็นการกระตุ้นให้ผู้ประกอบธุรกิจต้องเร่งพัฒนาสินค้าและบริการให้มีคุณภาพเพื่อแข่งขันผู้ประกอบธุรกิจอื่นๆย่อมส่งผลดีกับทุกฝ่ายในระยะยาวอีกด้วย

2. การกำหนดหน้าที่ของผู้ประกอบกิจการ

จากการศึกษาเปรียบเทียบกฎหมายของประเทศไทยกับสาธารณรัฐประชาชนจีน เกี่ยวกับขั้นตอนการให้ความคุ้มครองดูแลผู้บริโภคก็ไม่ได้มีความแตกต่างกันมากนัก ซึ่งกระบวนการในการคุ้มครองผู้บริโภคเกี่ยวกับการซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์มีความคล้ายกันในการให้ความช่วยเหลือผู้บริโภค หากได้รับความเสียหายจากการซื้อสินค้าผ่านออนไลน์หากพบว่าความบกพร่องนั้นเกิดโดยผู้ประกอบธุรกิจเอง ผู้ประกอบธุรกิจต้องชดใช้ค่าเสียหายให้แก่ผู้บริโภคตามที่กฎหมายบัญญัติไว้ ผู้เขียนเห็นว่า วิธีปฏิบัติของสาธารณรัฐประชาชนจีนให้ความสำคัญกับการคุ้มครองผู้บริโภค และเพื่อให้มีผลบังคับใช้ทุกกรณี โดยมีบทบัญญัติกฎหมายเฉพาะเกี่ยวกับการซื้อขายสินค้าหรือการให้บริการผ่านระบบออนไลน์ โดยกฎหมายของประเทศจีนนั้น สินค้าที่ขายหรือบริการที่ได้จากผู้ประกอบการจะต้องอยู่ในข้อกำหนดการปฏิบัติสำหรับการปกป้องความปลอดภัยส่วนบุคคลและทรัพย์สิน ผู้ประกอบการจะต้องไม่ขายสินค้าหรือให้บริการที่ต้องห้าม ซึ่งหากใครที่ทำการละเมิดตามกฎหมายจะได้รับการลงโทษตามกฎหมาย และการกระทำผิดกฎหมายนั้นจะถูกบันทึกไว้ในไฟล์เครดิตของตามบทบัญญัติของ

กฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง และหากในกรณีที่พนักงานของหน่วยงานที่รับผิดชอบในการกำกับดูแลและการจัดการตามกฎหมายเพิกเฉยต่อหน้าที่ ใช้อำนาจในทางที่ผิด ใช้ความประพฤติส่วนตัว เพื่อการแสวงหาผลประโยชน์ส่วนตัวหรือเปิดเผยขายหรือขายข้อมูลส่วนบุคคล และความลับทางธุรกิจ จะต้องรับผิดชอบตามกฎหมาย โดยตามกฎหมายดังกล่าวหากผู้ใดฝ่าฝืนบทบัญญัติของกฎหมายและกระทำการฝ่าฝืนการบริหารความปลอดภัยสาธารณะจะต้องถูกลงโทษด้วยบทลงโทษการบริหารความมั่นคงสาธารณะตามกฎหมาย หากการละเมิดนั้นก่อให้เกิดอาชญากรรมผู้กระทำความผิดจะต้องรับผิดทางอาญาด้วย เหตุผลข้างต้นนี้ ผู้วิจัยเห็นว่าประเทศไทยควรมีการบัญญัติกฎหมายเป็นการเฉพาะเกี่ยวกับการซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์เช่นเดียวกับสาธารณรัฐประชาชนจีน เพื่อให้ง่ายต่อการดำเนินคดีหากมีปัญหาเกิดขึ้น เนื่องจากในปัจจุบันอินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทในการใช้ชีวิตมากขึ้น ผู้บริโภคต่างให้ความสนใจกับการใช้บริการออนไลน์ เพราะให้ความสะดวกสบาย ประหยัดเวลา มีให้เลือกใช้บริการหลากหลาย โดยเฉพาะการซื้อขายสินค้าหรือบริการผ่านระบบออนไลน์ ที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เนื่องจากราคาถูกกว่าตามท้องตลาดทั่วไป ง่ายต่อการสั่งซื้อ โดยผู้บริโภคบางคนอาจจะไม่มีความรู้เกี่ยวกับการซื้อสินค้าออนไลน์ หรือไม่มีความชำนาญในการสั่งซื้อ จึงเป็นปัญหาที่สำคัญ เพราะหากมีปัญหาเกิดขึ้นไม่ว่าจะเป็นการถูกฉ้อโกง สินค้าไม่ตรงกับที่ได้โฆษณา หรือสินค้าได้รับความชำรุดบกพร่อง แต่ยังไม่มีกฎหมายฉบับใดที่สามารถนำมาบังคับใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องด้วยในปัจจุบันมีกฎหมายมากกว่าหนึ่งฉบับทำให้อยากต่อการนำมาบังคับใช้ หากมีการบัญญัติกฎหมายเกี่ยวกับการซื้อสินค้าผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ขึ้นเป็นการเฉพาะจะได้ง่ายต่อการนำมาบังคับใช้เมื่อมีปัญหาเกิดขึ้น

3. มาตรการการซื้อขายแบบกล่องสุ่มผ่านระบบออนไลน์

ประเทศไทยยังไม่มีมาตรการทางกฎหมายที่นำมาปรับใช้กับการซื้อสินค้าแบบกล่องสุ่ม ผ่านระบบออนไลน์ โดยเฉพาะเจาะจงอาศัยเพียงบทการปรับบทกฎหมายทั่วไปในเรื่องนั้น ๆ จึงควรมีมาตรการว่าด้วยการซื้อสินค้าในรูปแบบกล่องสุ่มผ่านระบบออนไลน์ เพื่อเป็นมาตรการที่ควบคุมเกี่ยวกับการซื้อขายกล่องสุ่มให้มีความเฉพาะ เนื่องจากการซื้อขายแบบกล่องสุ่มมีข้อแตกต่างจากการซื้อขายในรูปแบบทั่วไป จะเป็นผลให้ผู้ซื้อรับการคุ้มครองมากยิ่งขึ้นต่อไป ดังนี้

- การกำหนดราคาของกล่องสุ่มและราคาของสินค้าภายในกล่องสุ่มไว้ให้มีความสมเหตุสมผล เพื่อป้องกันการชักชวนหรือจูงใจของผู้ซื้ออันเกินควร
- กำหนดราคาสินค้าภายในกล่องสุ่ม ให้มีราคาเท่ากับหรือมากกว่าราคาของกล่องสุ่ม
- กำหนดให้ผู้ขายหรือผู้ประกอบธุรกิจ เปิดเผยอัตราส่วนความเป็นไปได้ในการซื้อสินค้าแบบกล่องสุ่ม
- ผู้ขายจะไม่ขายกล่องสุ่มให้กับลูกค้าที่มีอายุต่ำกว่า 8 ปี และต้องได้รับอนุญาตจากผู้ปกครองในการขายกล่องสุ่มให้กับผู้เยาว์ที่มีอายุมากกว่า 8 ปี นอกจากนี้
- ผู้ขายกล่องสุ่มควรเผยแพร่ข้อมูลสำคัญ เช่น ชื่อของสินค้า, ประเภทสินค้า, รูปแบบสินค้า, การกระจายสินค้า, ปริมาณการส่งมอบสินค้า เป็นต้น รวมถึงข้อมูลที่ผู้ซื้อควรทราบก่อนซื้อสินค้ากล่องสุ่ม

4. การเยียวยาผู้ได้รับความเสียหายจากการซื้อขายสินค้าในรูปแบบกล่องสุ่มผ่านระบบออนไลน์

- ควรมีการปรับปรุงกระบวนการคุ้มครองผู้บริโภค กรณีการเยียวยาผู้ได้รับความเสียหายจากการซื้อขายสินค้าในรูปแบบกล่องสุ่มผ่านระบบออนไลน์ ในประเด็นการปรับปรุงกระบวนการรับเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภคที่ได้รับความเดือดร้อน หรือเสียหายอันเนื่องมาจากการกระทำของผู้ประกอบธุรกิจ และประเด็นกระบวนการไกล่เกลี่ยหรือประนีประนอมข้อพิพาทเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคก่อนการฟ้องคดีให้มีสภาพบังคับ ไม่ยุ่งยาก ไม่ซับซ้อน ไม่เสียค่าใช้จ่าย และเสียเวลาน้อย
- ควรมีการปรับปรุงระเบียบคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคว่าด้วยหลักเกณฑ์การไกล่เกลี่ยหรือประนีประนอมข้อพิพาทเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค พ.ศ. 2559 ให้มีกระบวนการรับเรื่องราวร้องทุกข์ ให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้อย่าง สะดวก ไม่ยุงยาก ไม่ซับซ้อน ลดขั้นตอนจากทางราชการ ส่งเสริมให้ผู้ซื้อหรือผู้บริโภคสามารถเข้าถึง

กระบวนการการไกล่เกลี่ยหรือประนีประนอมข้อพิพาทได้ง่ายขึ้น สะดวกขึ้น ซึ่งเป็นการระงับข้อพิพาทอีกทางเลือกหนึ่งช่วยลดค่าใช้จ่ายทั้งภาครัฐและภาคเอกชน อีกทั้ง ยังทำให้ปริมาณคดีขึ้นสู่ศาลลดน้อยลง ลดปัญหาความขัดแย้ง เกิดความสมานฉันท์ขึ้นในสังคม ส่งเสริมให้นำระบบการไกล่เกลี่ยผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือออนไลน์มาใช้เป็นการเฉพาะกับการซื้อขายสินค้าหรือบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือออนไลน์ ก็จะส่งผลให้กระบวนการไกล่เกลี่ยหรือประนีประนอมข้อพิพาทมีบทบาทสำคัญในการระงับข้อพิพาทมากยิ่งขึ้น

- ควรมีการปรับปรุงระเบียบคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคว่าด้วยหลักเกณฑ์การไกล่เกลี่ยหรือประนีประนอมข้อพิพาทเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค พ.ศ. 2559

1) ในกรณีที่คู่กรณีฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งไม่ปฏิบัติตามสัญญาประนีประนอมยอมความหรือบันทึกข้อตกลงคู่กรณีฝ่ายที่เรียกร้องอาจยื่นคำร้องขอต่อศาลเพื่อให้บังคับตามสัญญาประนีประนอมยอมความหรือบันทึกข้อตกลงได้

2) กำหนดให้มีการไกล่เกลี่ยหรือประนีประนอมข้อพิพาทเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคก่อนการฟ้องคดีต่อศาลทุกกรณี

3) กำหนดให้ในระหว่างการไกล่เกลี่ยหรือประนีประนอมข้อพิพาทหากคู่กรณีไม่ประสงค์ที่จะดำเนินการไกล่เกลี่ยหรือประนีประนอมข้อพิพาทมีสิทธิบอกเลิกการไกล่เกลี่ยหรือประนีประนอมข้อพิพาทต่อผู้ไกล่เกลี่ยได้ ต่อเมื่อมีเหตุอันสมควรอย่างยิ่ง เพื่อส่งเสริมทางเลือกใน การระงับข้อพิพาท ช่วยเหลือผู้บริโภคที่ได้รับความเดือดร้อนหรือเสียหายอันเนื่องมาจากการกระทำของผู้ประกอบธุรกิจ

5. ส่งเสริมผู้บริโภคเข้าถึงกระบวนการศาลและใช้สิทธิฟ้องร้องในการดำเนินคดีด้วยตนเอง

ส่งเสริมให้ผู้บริโภคที่ได้รับความเสียหายจากการซื้อขายสินค้าหรือบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือออนไลน์ สามารถเข้าถึงกระบวนการศาลและใช้สิทธิฟ้องร้องในการดำเนินคดีได้ด้วยตนเอง มีทางเลือกในการระงับข้อพิพาทในการฟ้องคดี ซึ่งในปัจจุบันสำนักงานศาลยุติธรรมได้มีการจัดตั้งแผนกคดีซื้อขายออนไลน์ในศาลแพ่ง โดยการดำเนินคดีดังกล่าวสามารถยื่นคำฟ้องอิเล็กทรอนิกส์ (e-Filing) การดำเนินคดีของแผนกคดีซื้อขายออนไลน์ใช้ระบบศาลอิเล็กทรอนิกส์เต็มรูปแบบในทุกขั้นตอนของกระบวนพิจารณา เพื่อระงับข้อพิพาทระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายได้อย่างเป็นธรรม และเป็นไปด้วยความรวดเร็วยิ่งขึ้น ทั้งยังช่วยยกระดับมาตรฐานการประกอบธุรกิจขายสินค้าหรือบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือออนไลน์ของประเทศให้สามารถแข่งขัน ในระดับสากลได้อีกทางหนึ่ง

ข้อเสนอแนะข้างต้นเป็นแนวทางในการปรับปรุงและแก้ไขอุปสรรคทางด้านกฎหมายหรือปัญหาทางด้านอื่น ๆ ที่ทำให้ผู้ซื้อสินค้าในรูปแบบกล่องสุ่มผ่านระบบออนไลน์ของประเทศไทยได้รับการคุ้มครองและเป็นธรรมในสัญญาให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

1. Electronic Transactions Development Agency. A contract must be a contract: Establishment of an e-commerce contract and consumer protection in e-commerce contracts, unfair contract clauses issues. 2nd ed. Bangkok: Electronic Transactions Development Agency; 2016. p. 15-20.
2. Office of the Consumer Protection Board. [Internet]. 2021. Statistics of complaints from consumers, fiscal year 2013 - 2022. [updated 9 Apr 2022; cited 2022 Apr 26]. Available from: https://www.ocpb.go.th/graph_views.php?graph_id=25
3. Short Recap. [Internet]. 2022. The origin of opening the mystery box. [cited 2023 Apr 9]. Available from: https://shorturl.asia/tEyan

4. Bangkok Media and Broadcasting Co., Ltd. [Internet]. 2020. Open the reason - origin, popular random box until becoming a popular trend nowadays. [updated 2021 Dec 2; cited 2022 Apr 9]. Available from: PPTV HD 36: https://www.pptvhd36.com/news/ไลฟ์สไตล์/161728
5. Marketing-Interactive. [Internet]. 2022. China imposes new rules to the sales and marketing of mystery box. [cited 2023 may 31]. Available from: https://www.marketing-interactive.com/china-market-regulator-ban-selling-mystery-box-to-under-eight
6. Japanese Law Translation. Act against Unjustifiable Premiums and Misleading Representations. [Internet]. 2014 [cited 2023 July 2]. Available from: https://www.japaneselawtranslation.go.jp/ja/laws/view/2888
7. Natchapan S. Legal measures on the sale of random boxes in Thailand's online games [Thesis]. Bangkok: Faculty of Law Chulalongkorn University; 2018. p. 131-132.
8. Sirawit Y. 2022. Legal measures on online games with loot boxes in accordance with the film and video act, B.E. 2551 [Thesis]. Bankok: Sripatum University; 2022 p. 79-85.