การคุ้มครองผู้บริโภคเกี่ยวกับคุณภาพในการซื้อขายสินค้ารูปแบบเนื้อหาดิจิทัลของสหราชอาณาจักรเปรียบเทียบกับกฎหมายไทย

ดร.พิชญ์ วิทยารัฐ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สลิล สิรพิทูร

การคุ้มครองผู้บริโภคเกี่ยวกับคุณภาพในการซื้อขายสินค้ารูปแบบเนื้อหาดิจิทัลของสหราชอาณาจักรเปรียบเทียบกับกฎหมายไทย
Consumer Protection Regarding the Quality of Digital Content in the United Kingdom Comparing with Thai Law

ดร.พิชญ์ วิทยารัฐ*
Dr.Pich Wittayarat
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สลิล สิรพิทูร**
Assistant Professor Dr.Slin Sirspitool

บทคัดย่อ

การซื้อขายในปัจจุบัน นอกจากมีการซื้อขายสินค้าที่สามารถจับต้องได้แล้ว ยังมีการซื้อขายสินค้าที่อยู่ในรูปแบบเนื้อหาดิจิทัล (Digital Content) เช่น ภาพยนตร์ ละคร ซอฟต์แวร์ และเกม เป็นต้น ในสหราชอาณาจักรได้ออกพระราชบัญญัติสิทธิผู้บริโภค ค.ศ. 2015 (Consumer Rights Act 2015 หรือ CRA 2015) ที่มีการคุ้มครองผู้บริโภคเรื่องคุณภาพสินค้าให้ขยายจากการคุ้มครองผู้บริโภคแบบดั้งเดิมให้ครอบคลุมถึงเนื้อหาดิจิทัลด้วย

*อาจารย์ประจำคณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง; น.บ. มหาวิทยารามคำแหง; LL.M. in International Trade and Commercial Law, Durham University, U.K.; น.ด. มหาวิทยาลัยรามคำแหง. E-mail: pich_w@rumail.ru.ac.th

Lecturer in Law at Faculty of Law Ramkhamhaeng University; LL.B. Ramkhamhaeng University; LL.M. in International Trade and Commercial Law, University of Durham, UK; LL.D. at Ramkhamhaeng University.

**อาจารย์ประจำคณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง; น.บ. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย; LL.M in International Legal Studies, Washington College of Law, American University, U.S.A.; น.ด. มหาวิทยาลัยรามคำแหง. E-mail: slin.s@rumail.ru.ac.th

Lecturer in Law, Ramkhamheang University; LL.B. Chulalongkorn University; LL.M. in International Legal Studies, Washington College of Law, American University, U.S.A.; LL.D Ramkhamheang University.

วันที่รับบทความ (received) 14 กุมภาพันธ์ 2568, วันที่แก้ไขบทความ (revised) 27 พฤษภาคม 2568, วันที่ตอบรับบทความ (accepted) 29 พฤษภาคม 2568.

ความคุ้มครองตาม CRA 2015 เป็นไปตามกรณีดังต่อไปนี้ ประการแรก มาตรา 34 กำหนดมาตรฐานของสินค้าที่ขายในเนื้อหาดิจิทัลต้องมีคุณภาพที่น่าพึงพอใจ (Satisfactory Quality) ประการที่สอง มาตรา 35 กำหนดให้เนื้อหาดิจิทัลต้องเหมาะสมกับวัตถุประสงค์เฉพาะที่ผู้บริโภคแจ้งให้ผู้ขายทราบ (Fitness for Particular Purpose) และประการสุดท้าย มาตรา 36 กำหนดให้สินค้าที่อยู่ในรูปแบบเนื้อหาดิจิทัลต้องตรงกับคำพรรณนาที่ผู้ขายให้ไว้ด้วย (As Described) ซึ่งหากเปรียบเทียบกับประเทศไทยแล้ว มาตรฐานการคุ้มครองในเรื่องการซื้อขายสินค้าที่อยู่ในรูปแบบเนื้อหาดิจิทัลของประเทศไทยนั้น ไม่มีบทบัญญัติเฉพาะที่จะใช้โดยตรง จึงต้องนำกฎหมายหลายฉบับมาประกอบกัน เช่น พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และพระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544 ด้วยเหตุนี้ ประเทศไทยควรจะมีกฎหมายที่บังคับใช้ในการคุ้มครองเรื่องคุณภาพสินค้าที่อยู่ในรูปแบบเนื้อหาดิจิทัลโดยเฉพาะ

คำสำคัญ: เนื้อหาดิจิทัล, ผู้บริโภค, ซื้อขาย

Abstract

Nowadays, transactions do not only occur in the form of physical goods but also include the sale of digital content such as movies, software, and games. The United Kingdom, enacted the Consumer Rights Act 2015 (CRA 2015) which extends consumer protection concerning the quality of goods from traditional protections to include digital content.

The protection under CRA 2015 is as follows: Firstly, under Section 34, CRA 2015, it is stipulated that the standard of goods sold in digital content must be of satisfactory quality. Secondly, under Section 35, CRA 2015, it is required that digital content be fit for a particular purpose that the consumer has informed the seller. Lastly, Section 36 of CRA 2015 requires that digital content must correspond to the description provided by the seller. When comparing with Thailand, the standard of consumer protection regarding the sale of digital content does not have specific provisions that apply directly. Various laws need to be applied together, such as the Consumer Protection Act B.E. 2522 and the Electronic Transactions Act B.E. 2544. For this reason, Thailand should have specific laws to govern and protect the quality of digital content effectively.

Keywords: digital content, consumer, transaction

1. บทนำ

ในปัจจุบันรูปแบบการซื้อขายสินค้าที่มีอยู่ในท้องตลาดนั้นมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว จากที่เคยซื้อขายสินค้าที่สามารถจับต้องได้เป็นการซื้อขายสินค้าที่อยู่ในรูปแบบดิจิตอล ตัวอย่างเช่น ในอดีตมีการซื้อเพลงฟังจากการขายผ่านซีดี ปัจจุบันกลายเป็นซื้อผ่านการดาวน์โหลดในรูปแบบดิจิทัลแทน หรือในบางกรณีไม่ได้เป็นการซื้อเพลงใดเพลงหนึ่งโดยตรงแต่อาจจะเป็นการสมัครชำระเงินเป็นรายเดือน เพื่อให้เข้าถึงการเข้าฟังเพลง การซื้อขายในรูปแบบนี้ยังมีอีกเป็นจำนวนมาก เช่น ภาพยนตร์ ละคร ซอฟต์แวร์ และเกม เป็นต้น ดังนั้น การซื้อขายที่เกิดขึ้นโดยทั่วไปจึงไม่ได้ทำกันเพียงในรูปแบบของสินค้าที่จับต้องได้ทางกายภาพเท่านั้น แต่ยังมีการซื้อขายสินค้าที่อยู่ในรูปแบบเนื้อหาดิจิทัล (Digital Content) เป็นจำนวนมากอีกด้วย

ในสหราชอาณาจักร เคยมีปัญหาการตีความการขายสินค้าที่อยู่ในรูปแบบเนื้อหาดิจิทัลในคดี St Albans City and District Council v International Computers Ltd[1] ข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้น คือ การที่ผู้ขายได้ทำสัญญาจัดหาฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์สำหรับการคำนวณภาษีท้องถิ่น แต่ซอฟต์แวร์ที่จัดหามามีข้อบกพร่อง ซึ่งทำให้เกิดความเสียหายทางการเงินจากการคำนวณภาษีผิดพลาด จึงเกิดมีประเด็นพิพาทว่า การจัดซื้อซอฟต์แวร์นี้ ถือเป็น “สินค้า” หรือไม่ ถ้าเป็นสินค้าผู้ขายจะต้องรับผิดตามพระราชบัญญัติการซื้อขายสินค้า ค.ศ. 1979 แต่ถ้าไม่ใช่สินค้าก็ไม่สามารถนำกฎหมายฉบับดังกล่าวมาใช้ได้ โดยศาลได้พิพากษาว่า ซอฟต์แวร์ที่มากับคอมพิวเตอร์นั้นถือเป็น “สินค้า” ตามความหมายของพระราชบัญญัติการซื้อขายสินค้า ค.ศ. 1979[2]

อย่างไรก็ตาม มีคำวิจารณ์จากนักวิชาการที่ไม่เห็นด้วยเป็นจำนวนมาก เช่น Professor Hugh Beale ได้กล่าวว่า คำตัดสินเกี่ยวกับซอฟต์แวร์ว่าเป็น “สินค้า” ในแง่ที่การบังคับใช้พระราชบัญญัติการซื้อขายสินค้า ค.ศ. 1979 กับซอฟต์แวร์อาจไม่เหมาะสม เนื่องจากซอฟต์แวร์ไม่ได้มีลักษณะเป็นวัตถุที่จับต้องได้ แต่เป็นชุดของคำสั่งที่ใช้งานโดยคอมพิวเตอร์[3] หรือ Dr.Richard Hooley ได้กล่าวว่า การพิจารณาซอฟต์แวร์ว่าเป็น “สินค้า” นั้น เป็นการปรับใช้กฎหมายที่ไม่สอดคล้องกับความเป็นจริงของเทคโนโลยีสมัยใหม่ และพระราชบัญญัติการซื้อขายสินค้า ค.ศ. 1979 ไม่สามารถตอบสนอง

---

[1]St Albans City and District Council v International Computers Ltd [1996] 4 All ER 481.

[2]Ewan McKendrick, **Contract Law: Text, Cases, and Materials**, 6th ed. (Oxford: Oxford University Press, 2014), pp. 418-420.

[3]H. Beale, “Software and the Sale of Goods Act 1979: A Misfit?,” **Modern Law Review** 60, 4 (1997): 581.

ต่อความซับซ้อนของผลิตภัณฑ์ดิจิทัลได้ เนื่องจากซอฟต์แวร์มักจะมีการใช้สิทธิการใช้งาน (License) ซึ่งแตกต่างจากการซื้อขายสินค้าทั่วไป[4] ซอฟต์แวร์ในบริบทนี้จึงไม่ควรจัดเป็น “สินค้า” ภายใต้พระราชบัญญัติการซื้อขายสินค้า ค.ศ. 1979 เพราะลักษณะการไม่มีตัวตนของซอฟต์แวร์และการพึ่งพาการให้สิทธิ์การใช้งานแทนการขายขาดทำให้แตกต่างจากสินค้าดั้งเดิม จึงต้องตกอยู่ภายใต้หลักทั่วไปในกฎหมายสัญญา การแปลความที่ไม่มีบทบัญญัติคุ้มครองสินค้าที่อยู่ในรูปแบบเนื้อหาดิจิทัลโดยตรงนั้นได้ทำให้นักวิชาการตั้งข้อสงสัยถึงกฎหมายในขณะนั้น โดย Professor Susskind กล่าวว่า การไม่รวมซอฟต์แวร์ในขอบเขตของพระราชบัญญัติการซื้อขายสินค้า ค.ศ. 1979 ทำให้ผู้บริโภคและธุรกิจขาดการคุ้มครองที่สำคัญในยุคที่ซอฟต์แวร์และข้อมูลดิจิทัลมีความสำคัญเทียบเท่ากับสินค้าที่มีตัวตน เขาเสนอว่า กฎหมายควรได้รับการปรับปรุงเพื่อให้ครอบคลุมการซื้อขายสินค้าดิจิทัล[5]

ด้วยเหตุนี้ ในสหราชอาณาจักรได้ตระหนักถึงความจำเป็นที่จะคุ้มครองผู้บริโภคในการซื้อขายสินค้าในรูปแบบเนื้อหาดิจิทัลโดยการออกพระราชบัญญัติสิทธิผู้บริโภค ค.ศ. 2015 (The Consumer Rights Act 2015 หรือ CRA 2015) ซึ่งขยายหลักการคุ้มครองผู้บริโภคแบบดั้งเดิมให้ครอบคลุมถึงเนื้อหาดิจิทัล แต่สำหรับประเทศไทยยังไม่มีกฎหมายคุ้มครองครอบคลุมถึงเนื้อหาดิจิทัลโดยตรง บทความนี้ จึงมีวัตถุประสงค์ศึกษาเรื่องคุณภาพของสินค้าที่อยู่ในรูปแบบเนื้อหาดิจิทัลภายใต้ CRA 2015 เพื่อเปรียบเทียบกับกฎหมายไทย และข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงการคุ้มครองผู้บริโภคในด้านนี้

2. คำจำกัดความและขอบเขตของเนื้อหาดิจิทัล

ภายใต้ CRA 2015 คำว่าเนื้อหาดิจิทัล (Digital content) หมายถึง ข้อมูลที่ถูกสร้างและจัดหาในรูปแบบดิจิทัล ซึ่งจากคำนิยามนี้ทำให้ครอบคลุมข้อมูลทุกประเภทที่ถูกสร้างขึ้น จัดเก็บ และส่งมอบในรูปแบบดิจิทัล ไม่ว่าจะเป็นเพลง วิดีโอ ภาพยนตร์ ซอฟต์แวร์ แอปพลิเคชัน เกมคอมพิวเตอร์ หรือหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ทั้งนี้ รวมถึงข้อมูลที่ถูกส่งผ่านทางอินเทอร์เน็ตในรูปแบบการดาวน์โหลดหรือการสตรีม เช่น การซื้อเพลงผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล การดาวน์โหลดแอปพลิเคชัน หรือการซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น การนิยามเป็นการขยายความคุ้มครองผู้บริโภค และเป็นการเพิ่ม

---

[4]R. Hooley, “Digital Dilemmas: The Sale of Software under the Sale of Goods Act,” **Information and Communications Technology Law** 7, 2 (1998): 137.

[5]Richard ichard Susskind, **The Future of Law: Facing the Challenges of Information Technology** (Oxford: Oxford University Press, 1996), pp. 76-77.

ขอบเขตของการคุ้มครองตามกฎหมายไปยังผลิตภัณฑ์ดิจิทัลที่ไม่สามารถจับต้องได้ ทำให้ผู้บริโภคสามารถได้รับการคุ้มครองในกรณีที่เนื้อหาดิจิทัลที่ได้รับไม่เป็นไปตามที่ตกลงหรือมีข้อบกพร่อง เช่น หากเพลงที่ดาวน์โหลดมามีเสียงที่ผิดปกติ หรือแอปพลิเคชันที่ซื้อมาไม่สามารถทำงานได้ตามที่โฆษณาไว้ ทั้งยังเป็นข้อกำหนดให้ ผู้ประกอบการที่จัดหาผลิตภัณฑ์ดิจิทัลต้องปฏิบัติตามมาตรฐานและเงื่อนไขที่กำหนดไว้ใน CRA 2015 อีกด้วย

3. คุณภาพสินค้าที่อยู่ในรูปแบบเนื้อหาดิจิทัล

โดยปกติแล้ว ข้อกำหนดเรื่องคุณภาพของสินค้าจะมีอยู่ในการซื้อขายสินค้าแบบปกติที่สามารถจับต้องเคลื่อนย้ายได้ แต่เมื่อมีการจัดทำความคุ้มครองแก่ผู้บริโภคสินค้าในรูปแบบเนื้อหาดิจิทัล เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับความคุ้มครองไม่ต่างจากสินค้าปกติ จึงได้มีการบัญญัตินำหลักเกณฑ์มาตรฐานต่าง ๆ ที่คล้ายคลึงกับกรณีสินค้าปกติมาบังคับใช้ใน CRA 2015 ด้วย

3.1 คุณภาพที่น่าพึงพอใจ (Satisfactory Quality)

ตาม CRA 2015 มาตรา 34 กำหนดมาตรฐานของสินค้าที่ขายในเนื้อหาดิจิทัลต้องมีคุณภาพที่น่าพึงพอใจ โดยการพิสูจน์ว่าสินค้านั้นน่าพึงพอใจหรือไม่ ขึ้นอยู่กับมาตรฐานของวิญญูชนที่พิจารณาคุณภาพของสินค้านั้นประกอบกับคำอธิบาย ราคา ทั้งนี้ อาจจะต้องพิจารณาข้อเท็จจริงในแต่ละกรณีประกอบด้วย เช่น หากซื้อมาในราคาแพง มาตรฐานความพึงพอใจของวิญญูชนก็ย่อมสูง สินค้าในกรณีนี้ ไม่ควรมีข้อบกพร่องเลยแม้จะเป็นข้อบกพร่องเล็กน้อยก็ตาม มีระยะเวลาการใช้งานยาวนาน และมีความปลอดภัยในการใช้งานสูง แต่หากซื้อมาในราคาถูก มาตรฐานความพึงพอใจของวิญญูชนอาจจะไม่เท่ากับสินค้าที่ซื้อมาในราคาแพง ความพึงพอใจอาจจะลดหลั่นลงมาตามราคาของสินค้า ในกรณีนี้ อาจจะมีข้อบกพร่องได้เล็กน้อย มีความปลอดภัยตามสมควร หรือมีระยะเวลาการใช้งานไม่ยาวนานเท่าสินค้าราคาสูง ยกตัวอย่างเช่น ผู้ซื้อซื้อโปรแกรมป้องกันไวรัสในราคา 10,000 บาทต่อปี ผู้ซื้อย่อมคาดหวังว่า สินค้าที่มีรูปแบบเนื้อหาดิจิทัลนั้นจะใช้งานได้อย่างดี มีประสิทธิภาพสูง ป้องกันการโจมตีทางคอมพิวเตอร์ได้อย่างมีประสิทธิภาพสูง ระยะเวลาการใช้งานยาวนาน มีอัปเดตให้ดาวน์โหลดเพื่อป้องกันไวรัสใหม่ ๆ ที่จะเกิดขึ้นอย่างสม่ำเสมอ[6] แต่หากผู้ซื้อซื้อโปรแกรมป้องกันไวรัสมาในราคา 100 บาท ความคาดหวังและความพึงพอใจของวิญญูชนคงพอใจที่โปรแกรมนี้จะป้องกันได้ในระดับ

[6]Rogers v Parish (Scarborough) Ltd [1987] QB 933.

พื้นฐานที่เกิดกับคอมพิวเตอร์เท่านั้น ไม่ได้คาดหวังการป้องกันดังเช่นโปรแกรมคุณภาพสูงอื่น ๆ การอัปเดตก็อาจจะมีบ้างหรือไม่มีเลย ก็ถือว่าเป็นคุณภาพที่น่าพึงพอใจแล้ว

เมื่อเปรียบเทียบกับพระราชบัญญัติการซื้อขายสินค้า ค.ศ. 1979 มาตรา 14 ที่บัญญัติหากผู้ขาย ๆ สินค้าในทางการค้าของผู้ขายถือว่ามีข้อสัญญาโดยปริยายว่าผู้ขายจะต้องขายสินค้าที่มีคุณภาพน่าพึงพอใจ จะพบว่า ทั้งสองบทบัญญัติมีความคล้ายคลึงกัน แต่เนื่องจากตัวสภาพของสินค้านั้นไม่เหมือนกัน การแปลความคำว่าคุณภาพที่น่าพึงพอใจในสินค้าที่อยู่ในรูปแบบเนื้อหาดิจิทัลกับสินค้าปกติที่จับต้องได้อาจจะมีความแตกต่างกัน เช่น ผู้บริโภคอาจคาดหวังว่าเกมวิดีโอจะทำงานได้อย่างราบรื่นบนคอมพิวเตอร์ของตน แต่หากฮาร์ดแวร์ของพวกเขาไม่เข้ากันกับความต้องการของเกม เกมอาจไม่ทำงานตามที่คาดไว้ ในกรณีเช่นนี้ การพิจารณาว่าเนื้อหาดิจิทัลตรงตามมาตรฐานคุณภาพที่น่าพอใจจึงอาจจะต้องดูปัจจัยอื่นประกอบด้วยแตกต่างจากการซื้อขายสินค้าปกติ

3.2 ความเหมาะสมกับวัตถุประสงค์เฉพาะ (Fitness for Particular Purpose)

ตาม CRA 2015 มาตรา 35 กำหนดให้เนื้อหาดิจิทัลต้องเหมาะสมกับวัตถุประสงค์เฉพาะที่ผู้บริโภคแจ้งให้ผู้ขายทราบ เพราะฉะนั้น หากผู้บริโภคได้แจ้งวัตถุประสงค์ที่จะซื้อสินค้าไปใช้งานเพื่อวัตถุประสงค์ใดโดยเฉพาะ สินค้านั้นก็ต้องสามารถทำตามวัตถุประสงค์ของผู้ซื้อที่เป็นผู้บริโภคนั้นได้ หากไม่สามารถทำตามวัตถุประสงค์ที่ผู้บริโภคต้องการได้ ก็จะถือว่า ผู้ขายผิดสัญญาซื้อขาย[7] หากเนื้อหาดิจิทัลไม่เป็นไปตามข้อกำหนดนี้ ผู้บริโภคอาจมีสิทธิ์ได้รับการเยียวยา เช่น การคืนเงิน การซ่อมแซม หรือการเปลี่ยนสินค้า

ข้อกำหนดเรื่องความเหมาะสมกับวัตถุประสงค์เฉพาะของสินค้าที่อยู่ในรูปแบบเนื้อหาดิจิทัลมีความสำคัญอย่างยิ่งในกรณีที่มีการซื้อเพื่อใช้งานในบริบทเฉพาะ เช่น ผู้บริโภคต้องการซื้อโปรแกรมซอฟต์แวร์เพื่อใช้งานในการคำนวณค่าใช้จ่ายและภาษีของผู้บริโภค โดยได้มีการสอบถามรายละเอียดและบอกวัตถุประสงค์ของผู้ซื้อแก่ผู้ขายแล้ว แต่เมื่อซื้อมาปรากฏว่าโปรแกรมดังกล่าวสามารถคำนวณรายจ่ายได้ แต่คำนวณภาษีไม่ถูกต้อง ย่อมแสดงว่าสินค้านี้ไม่ได้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์เฉพาะที่ผู้บริโภคแจ้งให้ผู้ขายทราบ

ในบางกรณีผู้บริโภคอาจมีการสอบถามถึงข้อจำกัดของการใช้งานแล้ว เช่น ผู้ซื้อต้องการซื้อเกมไปเล่นกับเครื่องคอมพิวเตอร์ของตน แต่ไม่แน่ใจว่าเครื่องคอมพิวเตอร์ของตนจะสามารถเล่นเกมนี้

---

[7]Geraint Howells and Stephen Weatherill, **Consumer Protection Law**, 2nd ed. (Oxford: Oxford University Press, 2017) on how terms and conditions complicate fitness for purpose.

ได้หรือไม่ จึงได้มีการสอบถามไปยังผู้ขายว่า เกมดังกล่าวสามารถเล่นกับเครื่องคอมพิวเตอร์ของตนได้หรือไม่ ผู้ขายก็ขายให้โดยที่ไม่ได้มีการบอกว่าไม่สามารถเล่นได้ เมื่อผู้บริโภคซื้อมา กลับไม่สามารถนำเกมมาเล่นกับคอมพิวเตอร์ของตนเองได้ เนื่องจากคุณสมบัติของคอมพิวเตอร์ของตนไม่เพียงพอเช่นนี้ เป็นกรณีที่ตัวเกมไม่ได้มีความชำรุดบกพร่อง และมีคุณภาพที่น่าพอใจแล้ว แต่เป็นกรณีที่สินค้าไม่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์เฉพาะ เนื่องจากผู้บริโภคแจ้งวัตถุประสงค์การใช้งานโดยเฉพาะให้แก่ผู้ขายทราบแล้ว ดังนั้น จึงต้องถือว่าผู้ขายผิดสัญญา

3.3 เป็นไปตามคำพรรณนา (As Described)

โดยส่วนใหญ่แล้ว การซื้อสินค้าที่อยู่ในรูปแบบเนื้อหาดิจิทัลนั้นจะเป็นกรณีที่ต้องชำระราคาก่อนจึงจะได้ใช้สินค้า ดังนั้น การที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อจึงเกิดจากการที่ผู้บริโภคได้อ่านคำอธิบาย หรือ ที่เรียกว่า คำพรรณนาของผู้ขายก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ เช่น คำโฆษณาในการขายสินค้า หรือคำอธิบายต่าง ๆ เพื่อจูงใจให้ผู้บริโภคซื้อสินค้า ดังนั้น หากผู้บริโภคตัดสินใจซื้อเพราะคำโฆษณา คำอธิบาย หรือ คำพรรณนาใด ๆ แล้ว มาตรา 36 ของ CRA 2015 กำหนดให้สินค้าที่อยู่ในรูปแบบเนื้อหาดิจิทัลต้องตรงกับคำพรรณนาที่ผู้ขายให้ไว้ด้วย

ยกตัวอย่างเช่น ผู้บริโภคซื้อบริการฟังเพลงผ่านการสตรีมมิ่ง (Streaming) โดยที่ผู้ให้บริการมีการโฆษณาว่า เมื่อฟังเพลงผ่านแพลตฟอร์มของผู้ให้บริการ เสียงที่ได้รับจะคมชัด คุณภาพสูงมากกว่าผู้ให้บริการอื่น ในกรณีเช่นนี้ หากผู้บริโภคฟังแล้วเสียงไม่คมชัด หรือคุณภาพปานกลางไม่ได้สูงตามที่โฆษณา ก็สามารถที่จะเรียกร้องการเยียวยาหรือขอคืนเงินจากผู้ให้บริการได้

อย่างไรก็ตาม ความเคร่งครัดในการตีความว่า สินค้าต้องตรงตามคำพรรณนาโดยเคร่งครัดเพียงใดนั้น อาจจะยากและเป็นปัญหาที่ต้องนำมาพิจารณาต่อไป โดยปัญหาในลักษณะนี้ ก็เป็นปัญหาเดียวกันกับการซื้อขายสินค้าทั่วไปที่มีรูปร่างทางกายภาพที่มีบทคุ้มครองเรื่องสินค้าต้องเป็นไปตามคำพรรณนาเช่นกัน ในประเด็นว่า จะต้องตีความเคร่งครัดเพียงใดก็ยังคงมีปัญหาอยู่ในปัจจุบัน มีตัวอย่างการตีความ ความเคร่งครัดของหน้าที่ ที่ผู้ขายจะต้องส่งมอบสินค้า เช่น การซื้อขายผลไม้กระป๋องที่ผู้ขายได้บอกกล่าวแก่ผู้ซื้อว่าจะบรรจุ 30 กระป๋องต่อ 1 กล่อง ผู้ซื้อจึงสั่งซื้อผลไม้ทั้งสิ้น 3,100 กระป๋อง เมื่อถึงวันส่งของผู้ขายส่งมอบผลไม้ 3,100 กระป๋อง แต่ผู้ขายกลับบรรจุผลไม้ 24 กระป๋องต่อ 1 กล่อง ในคดีนี้ ศาลมีคำพิพากษาว่า เป็นการผิดสัญญาที่ผู้ขายไม่ทำตามคำพรรณนาของตน[8] เปรียบเทียบกับอีกหนึ่งคดีที่ผู้ขายเสนอขายเรือโดยในใบโฆษณาผู้ขายเขียนว่า เป็นเรื่องจากท่าเรือแห่งหนึ่งเมื่อถึงเวลา

[8]Re Moore & Co Ltd and Landauer & Co [1921] 2 KB 519.

ส่งมอบผู้ขายได้ส่งมอบเรือถูกต้องตามคุณสมบัติที่ผู้ซื้อต้องการทุกประการ แต่ปรากฏว่า เรือนั้นกลับมาจากท่าเรืออีกแห่งหนึ่ง ไม่ใช่ท่าที่อยู่ในใบโฆษณา กรณีนี้ ศาลบอกว่า ท่าเรือที่ไหนนั้นไม่ใช่สาระสำคัญของสัญญา คู่สัญญาไม่ได้ให้ความสำคัญในท่าเรือเป็นสารสำคัญในการทำสัญญา ผู้ขายจึงไม่ผิดสัญญา ถือว่าได้ส่งมอบสินค้าตามที่มีคำพรรณนาไว้แล้ว[9] จะเห็นได้ว่า การตีความ ความเคร่งครัดของคำพรรณนาว่าผู้ขายต้องปฏิบัติตามโดยเคร่งครัดเพียงใดนั้น จะต้องเป็นปัญหาในการตีความต่อไป และรวมถึงหากเป็นสินค้าที่อยู่ในรูปแบบเนื้อหาดิจิทัลก็คงต้องมีการตีความ ความเคร่งครัดของการปฏิบัติตามคำพรรณนาต่อไปเช่นกัน

อีกประการหนึ่ง การที่ไม่ปฏิบัติตามคำพรรณนากับการที่สินค้าไม่ได้คุณภาพก็อาจจะมีการทับซ้อนกัน เช่น ผู้ให้บริการโฆษณาว่า ให้บริการด้วยคุณภาพเสียงที่ดีที่สุด หากปรากฏว่า ผู้บริโภคได้รับการให้บริการด้วยเสียงที่ดีพอสมควร โดยถ้าเทียบกับผู้ให้บริการอื่นถือว่าอยู่ในระดับต้น ๆ แต่ก็ไม่ถึงขนาดดีที่สุด เช่นนี้ ก็อาจจะพิจารณาได้ 2 ทางว่า เนื้อหาดิจิทัลของผู้ให้บริการนั้น คุณภาพไม่เป็นที่น่าพึงพอใจ หรือเป็นเรื่องที่ไม่ปฏิบัติตามคำพรรณนา ฝ่ายหนึ่งอาจจะบอกว่าสินค้าเป็นไปตามคำพรรณนาแล้ว แต่คุณภาพอาจจะไม่ได้เป็นที่น่าพึงพอใจ ผู้ให้บริการอาจขอแก้ไขก่อน แต่ไม่คืนเงิน ส่วนผู้บริโภคอาจจะอ้างว่า ไม่ตรงตามคำพรรณนาเพราะไม่ใช่คุณภาพดีที่สุดเหมือนกับที่พรรณนาไว้ จึงอยากขอคืนเงินค่าใช้บริการ ดังนั้น เรื่องการตีความนี้อาจจะเป็นปัญหาที่ต้องนำมาพิจารณาต่อไปได้

4. สิทธิและการเยียวยาของผู้บริโภค

กรณีที่ผู้ขายสินค้าในรูปแบบเนื้อหาดิจิทัลหรือผู้ให้บริการเนื้อหาดิจิทัลไม่ได้ทำตามมาตรฐานที่กฎหมายกำหนดไว้นั้น จะทำให้ผู้ขายหรือผู้ให้บริการต้องรับผิดต่อผู้บริโภค และก่อให้เกิดสิทธิของผู้บริโภคที่จะได้รับการเยียวยาแก้ไขปัญหาจากผู้ขายหรือผู้ให้บริการ โดยผู้บริโภคจะมีสิทธิในการขอซ่อมแซม เปลี่ยน หรือคืนเงิน ขึ้นอยู่กับลักษณะของข้อบกพร่องและข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นในแต่ละกรณี โดยสิทธิของผู้บริโภคสามารถแยกได้ดังนี้

4.1 สิทธิในการซ่อมแซมหรือเปลี่ยนสินค้า (Right to Repair or Replacement)

หากสินค้ารูปแบบเนื้อหาดิจิทัลหรือการให้บริการเนื้อหาดิจิทัลมีความชำรุดบกพร่อง คุณภาพไม่เป็นที่น่าพอใจ หรือไม่ตรงตามคำพรรณนาที่ได้โฆษณา ตามมาตรา 43 ของ CRA 2015

---

[9]Reardon Smith Line Ltd v Hansen-Tangen [1976] 1 WLR 989.

ผู้บริโภคมีสิทธิขอให้ผู้ขายซ่อมแซมสินค้านั้นให้ หรือสามารถขอเปลี่ยนสินค้าใหม่ได้ โดยการซ่อมแซมนั้น ผู้ขายจะต้องซ่อมแซมโดยไม่คิดค่าใช้จ่ายใด ๆ จากผู้บริโภค อีกทั้ง ต้องดำเนินการซ่อมแซมให้แล้วเสร็จภายในระยะเวลาตามสมควร (Reasonable Time to Repair) อย่างไรก็ตาม อาจมีอุปสรรคในการเยียวยาผู้บริโภคสำหรับสินค้าเนื้อหาดิจิทัล เพราะบางกรณีอาจมีการจัดจำหน่ายสินค้าเนื้อหาดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มของบุคคลที่สาม[10] เช่น ร้านแอปพลิเคชันหรือบริการสตรีมมิ่ง ดังนั้น แพลตฟอร์มจึงทำหน้าที่เป็นตัวกลางระหว่างผู้บริโภคและผู้ให้บริการเนื้อหา ซึ่งอาจทำให้กระบวนการซ่อมหรือเปลี่ยนสินค้าเป็นไปได้ยากขึ้น

4.2 สิทธิในการขอลดราคา (Right to Price Reduction)

สิทธิในการขอลดราคา อาจเป็นการขอลดราคาทั้งหมดหรือบางส่วนของสินค้าหรือการให้บริการเนื้อหาดิจิทัลนั้นหรือเป็นการคืนเงินให้แก่ผู้บริโภคก็ได้ โดยสิทธินี้บัญญัติไว้ในมาตรา 44 ซึ่งเป็นสิทธิที่ต่อเนื่องมาจากมาตรา 43 นั่นคือ หากผู้บริโภคได้ทำการขอให้ผู้ขายซ่อมแซมสินค้าที่อยู่ในรูปแบบเนื้อหาดิจิทัลแล้ว แล้วผู้ขายกลับไม่ดำเนินการซ่อมแซมให้ หรือผู้ขายไม่ซ่อมแซมให้ภายในระยะเวลาตามสมควร ผู้บริโภคจะมีสิทธิที่จะขอให้ลดราคาสินค้านั้น หรืออาจจะเรียกเงินคืนเต็มจำนวน โดยการคืนเงินต้องดำเนินการโดยไม่ล่าช้าเกินควรและภายใน 14 วันหลังจากที่ผู้ขายตกลงจะคืนเงิน อย่างไรก็ตาม การกำหนดจำนวนเงินที่เหมาะสมสำหรับการลดราคาหรือการคืนเงินเป็นปัญหาหนึ่งที่อาจเกิดขึ้นได้ ซึ่งจะแตกต่างจากกรณีสินค้าที่จับต้องได้ เนื่องจากสินค้าที่จับต้องได้จะสามารถประเมินมูลค่าหรือราคาได้ง่ายกว่ามูลค่าของเนื้อหาดิจิทัล[11]

5. กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของไทยและการเปรียบเทียบกับสหราชอาณาจักร

ในกฎหมายไทยนั้น ไม่มีกฎหมายที่คุ้มครองเกี่ยวกับสินค้าที่อยู่ในรูปแบบเนื้อหาดิจิทัล หรือการให้บริการเนื้อหาทางดิจิทัลโดยตรง ดังนั้น จึงต้องใช้กฎหมายหลายฉบับมาพิจารณาประกอบกัน โดยมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องดังนี้

---

[10]James R. Hunt, **Consumer Law: Digital Content** (London: Sweet & Maxwell, 2017), p. 150.

[11]Robert Bradgate, **Digital Content and Consumer Protection** (London: Sweet & Maxwell, 2015), pp. 115-118.

5.1 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคถือเป็นกฎหมายสำคัญที่ใช้ในการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคในประเทศไทย ถูกจัดตั้งขึ้นเพื่อป้องกันผู้บริโภคจากการกระทำที่ไม่เป็นธรรมและหลอกลวง อย่างไรก็ตาม การปกป้องผู้บริโภคตามพระราชบัญญัติฉบับนี้ เป็นการปกป้องในกรณีทั่วไป ไม่ได้หมายความเฉพาะเจาะจงถึงสินค้าที่อยู่ในรูปแบบเนื้อหาดิจิทัลหรือการให้บริการทางดิจิทัลเท่านั้น แต่อาจจะหมายความรวมถึงการซื้อสินค้าและการให้บริการตามปกติด้วย

โดยส่วนใหญ่แล้ว พระราชบัญญัตินี้จะคุ้มครองผู้บริโภคในกรณีที่ผู้ขายหรือผู้ประกอบการนั้นไม่ได้ส่งมอบสินค้าหรือให้บริการตามที่ได้มีการโฆษณาเอาไว้ ซึ่งแม้จะไม่ได้เป็นการโฆษณาไปยังผู้ที่จะซื้อโดยตรง แต่หากเป็นการโฆษณาไม่ว่าจากสื่ออะไรที่ประชาชนเห็นหรือทราบข้อความก็จะต้องผูกพันตามคำโฆษณานั้น ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของแหล่งกำเนิด สภาพ คุณภาพ หรือลักษณะของสินค้า หากมีการโฆษณาไว้อย่างไร สินค้าไม่ว่าจะในรูปแบบปกติหรือรูปแบบดิจิทัลก็จะต้องเป็นไปตามคำโฆษณานั้น[12]

นอกจากคำโฆษณาแล้วผู้บริโภคจะได้รับความคุ้มครองเกี่ยวกับฉลากหรือกระดาษที่ติดอยู่กับสินค้านั้น อย่างไรก็ตาม สินค้าที่มีการคุมฉลากจะเป็นสินค้าตามประกาศคณะกรรมการว่าด้วยฉลาก เรื่อง กำหนดประเภทของสินค้าที่ควบคุมฉลาก พ.ศ. 2565[13] เมื่อสินค้าที่อยู่ในรูปแบบเนื้อหาดิจิทัลหรือการให้บริการเนื้อหาดิจิทัลนั้นไม่มีรูปร่างอันสามารถจับต้องได้ จึงไม่ได้มีพื้นที่ในการปิดฉลากไว้กับสินค้าเหมือนสินค้าปกติที่มีรูปร่างทางกายภาพตามบัญชีแนบท้ายของประกาศฉบับนี้ นั่นหมายความว่า เรื่องฉลากไม่สามารถนำมาใช้กับการขายสินค้าที่อยู่ในรูปแบบเนื้อหาดิจิทัลหรือการให้บริการเนื้อหาดิจิทัลได้

จะเห็นไว้ว่า การคุ้มครองนี้คล้ายกับเรื่องตามคำพรรณนา (As Described) มาตรา 36 ของ CRA 2015 ที่กำหนดให้ผู้ขายต้องขายสินค้าตามคำพรรณนา ซึ่งคำพรรณนาก็อาจจะเป็นการบอกกล่าว การโฆษณา รวมถึงคำอธิบายที่แม้จะไม่ได้มีฉลากติดกับตัวทรัพย์แต่อาจมีคำอธิบายก่อนซื้อทรัพย์นั้น เรื่องนี้ถือเป็นเรื่องสำคัญที่สุดสำหรับสินค้าที่อยู่ในรูปแบบเนื้อหาดิจิทัล เพราะการซื้อสินค้าในรูปแบบนี้นั้นผู้ขายจะไม่ได้มีโอกาสสัมผัสหรือลองสินค้าก่อน ส่วนใหญ่จะเป็นการซื้อจากคำพรรณนา

---

[12]พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522, มาตรา 22.

[13]ราชกิจจานุเบกษา, **ประกาศคณะกรรมการว่าด้วยฉลาก เรื่อง กำหนดประเภทของสินค้าที่ควบคุมฉลาก พ.ศ. 2565** [Online], available URL: https://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2565/E/114/T_0035.PDF, 2567 (มีนาคม, 19).

คำโฆษณา คำอธิบาย และต้องมีการชำระราคาก่อนถึงจะได้สินค้าที่มีรูปแบบดิจิทัลนั้นมาใช้ เช่น การซื้อเกม หรือซื้อซอฟต์แวร์ เป็นต้น ดังนั้น เมื่อผู้ซื้อได้ซื้อสินค้ามาแล้วและสินค้าไม่เป็นไปตามคำโฆษณา คำพรรณนา หรือคำอธิบาย ผู้บริโภคไม่ว่าตามกฎหมายไทยหรือกฎหมายสหราชอาณาจักรย่อมจะได้รับความคุ้มครองเช่นเดียวกัน

5.2 พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544

พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ เป็นกฎหมายที่ให้การรับรองการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งการซื้อขายสินค้าที่อยู่ในรูปแบบเนื้อหาดิจิทัลหรือการให้บริการเนื้อหาดิจิทัลจะต้องมีการทำธุรกรรมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์เป็นหลักไม่ว่าจะเป็นเครื่องโทรศัพท์ แท็บเล็ต หรือคอมพิวเตอร์ ดังนั้น พระราชบัญญัติฉบับนี้ จึงช่วยในการรับรองการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ให้สามารถบังคับใช้ตามกฎหมายได้

ประเด็นสำคัญอีกประการหนึ่งของพระราชบัญญัติฉบับนี้ คือ เรื่องการรับรองการลงลายมือชื่อของบุคคล[14] โดยปกติแล้วการทำสัญญาบางประเภทกฎหมายอาจกำหนดให้ต้องมีหลักฐานเป็นหนังสือหรือต้องมีการลงลายมือชื่อเป็นสาระสำคัญของสัญญา ซึ่งกฎหมายนี้ ให้ลงลายมือชื่อทางอิเล็กทรอนิกส์ได้โดยใช้วิธีการที่สามารถระบุตัวเจ้าของลายมือชื่อ เช่น การสมัคร (Register) เพื่อยืนยันตัวตน การล็อคอินเข้าไปทำธุรกรรมผ่านทางบัญชีนั้นก็ถือเป็นการลงลายมือชื่อโดยถูกต้อง จึงเป็นการตัดสิทธิในการปฏิเสธความรับผิดของผู้ขายได้ มากกว่านั้นการเกิดสัญญาโดยทำคำเสนอและสนองสามารถทำผ่านทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ได้[15] อีกทั้ง กฎหมายยังปิดปากมิให้ปฏิเสธการรับฟัง

---

[14]พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544, มาตรา 9 “ในกรณีที่บุคคลพึงลงลายมือชื่อในหนังสือ ให้ถือว่าข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์นั้นมีการลงลายมือชื่อแล้ว ถ้า

(1) ใช้วิธีการที่สามารถระบุตัวเจ้าของลายมือชื่อ และสามารถแสดงได้ว่าเจ้าของลายมือชื่อรับรองข้อความในข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์นั้นว่าเป็นของตน และ

(2) วิธีการดังกล่าวเป็นวิธีการที่เชื่อถือได้โดยเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของการสร้างหรือส่งข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ โดยคำนึงถึงพฤติการณ์แวดล้อมหรือข้อตกลงของคู่กรณี.”

[15]พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544, มาตรา 13 “คำเสนอหรือคำสนองในการทำสัญญาอาจทำเป็นข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ก็ได้ และห้ามมิให้ปฏิเสธการมีผลทางกฎหมายของสัญญาเพียงเพราะเหตุที่สัญญานั้นได้ทำคำเสนอหรือคำสนองเป็นข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์.”

ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์เป็นพยานหลักฐานในกระบวนการพิจารณาตามกฎหมายเพียงเพราะเหตุว่าเป็นข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ด้วย[16]

อย่างไรก็ตาม พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ไม่ได้มีบทบัญญัติการคุ้มครองคุณภาพเกี่ยวกับการซื้อขายหรือการให้บริการสื่อดิจิทัลหรือสินค้าหรือการบริการที่อยู่ในรูปแบบดิจิทัล จึงไม่อาจเปรียบเทียบกับบทบัญญัติเรื่องคุณภาพสินค้าที่อยู่ในรูปแบบเนื้อหาดิจิทัลตาม CRA 2015 ของสหราชอาณาจักรได้

5.3 ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ว่าด้วยการซื้อขาย

ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ของไทยนั้นจะมีบทบัญญัติในเรื่องการคุ้มครองความชำรุดบกพร่องในบทบัญญัติว่าด้วยเรื่องซื้อขายตามมาตรา 472[17] โดยหากทรัพย์ที่ซื้อขายนั้นเกิดการชำรุดบกพร่องเป็นเหตุให้เสื่อมราคาหรือเสื่อมความเหมาะสมแก่ประโยชน์อันมุ่งจะใช้เป็นปกติหรือเสื่อมประโยชน์ที่มุ่งหมายจากการใช้งานทรัพย์นั้นตามสัญญา ผู้ขายจะต้องรับผิด กรณีนี้จะเป็นการคุ้มครองผู้ขายในลักษณะเดียวกับกฎหมายสหราชอาณาจักรในเรื่องความเหมาะสมกับวัตถุประสงค์เฉพาะ (Fitness for Particular Purpose) ที่ผู้ขายต้องรับรองว่าหากผู้ซื้อต้องการซื้อทรัพย์ไปเพื่อการใดแล้วจะต้องไม่มีเหตุชำรุดบกพร่องของทรัพย์นั้นจนทำให้ผู้ซื้อไม่สามารถใช้งานตามวัตถุประสงค์ที่จะซื้อของนั้น

อย่างไรก็ตาม การจะนำบทบัญญัติตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ไปใช้ได้นั้นจะต้องมีการพิจารณาอยู่ 2 ประการ คือ

5.3.1 วัตถุที่ทำการซื้อขายตามกฎหมายไทย ไม่จำกัดเพียงเฉพาะทรัพย์เท่านั้น แต่ยังหมายความรวมถึงทรัพย์สินด้วย นั่นหมายความว่า การซื้อขายสินค้าที่อยู่ในรูปแบบเนื้อหาดิจิทัล แม้จะเป็นสิ่งที่ไม่มีรูปร่างแต่ก็มีราคาและถือเอาได้ เพราะฉะนั้น การซื้อขายสินค้าที่อยู่ในรูปแบบเนื้อหาดิจิทัลที่เป็นวัตถุไม่มีรูปร่าง เช่น เกม ซอฟต์แวร์ จะถือว่าเป็นสิ่งที่สามารถนำบทบัญญัติในส่วนนี้ไปปรับใช้ได้ ซึ่งจะแตกต่างจากในสหราชอาณาจักรที่ระบุว่าต้องเป็นการซื้อขายสินค้าซึ่งการตีความก็อาจจะหมายถึง

---

[16]พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544, มาตรา 11 “ห้ามมิให้ปฏิเสธการรับฟังข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์เป็นพยานหลักฐานในกระบวนการพิจารณาตามกฎหมายเพียงเพราะเหตุว่าเป็นข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์.”

[17]ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์, มาตรา 472 “ในกรณีที่ทรัพย์สินซึ่งขายนั้นชำรุดบกพร่องอย่างหนึ่งอย่างใดอันเป็นเหตุให้เสื่อมราคาหรือเสื่อมความเหมาะสมแก่ประโยชน์อันมุ่งจะใช้เป็นปกติก็ดี ประโยชน์ที่มุ่งหมายโดยสัญญาก็ดี ท่านว่าผู้ขายต้องรับผิด.”

เฉพาะสิ่งที่สามารถจับต้องและเคลื่อนที่ได้เท่านั้น ในประเด็นนี้ตามกฎหมายไทยจึงไม่มีปัญหาด้านการตีความเหมือนเช่นในสหราชอาณาจักร

5.3.2 ลักษณะของสัญญาซื้อขายจะต้องมีการโอนกรรมสิทธิ์ในทรัพย์หรือทรัพย์สินระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อ ซึ่งกรรมสิทธิ์นั้นหมายถึง ความเป็นเจ้าของที่ตัดกรรมสิทธิ์ของบุคคลอื่น และเป็นสิทธิเด็ดขาดในทรัพย์นั้น แต่ลักษณะส่วนใหญ่ของการซื้อขายสินค้าที่อยู่ในรูปแบบเนื้อหาดิจิทัลไม่สามารถโอนกรรมสิทธิ์แก่กันได้ บุคคลที่ซื้อสินค้าจะมีสิทธิ์เพียงแค่ใช้งานแต่ไม่ได้เป็นเจ้าของหรือไม่ได้กรรมสิทธิ์ในทรัพย์นั้น เช่น การซื้อเกม ผู้ซื้อมีสิทธิในการเล่นเกม แต่ผู้ซื้อไม่ได้เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ในเกมนั้น เพราะฉะนั้นลักษณะของสัญญาจึงไม่ถือเป็นสัญญาซื้อขาย นั่นทำให้ผู้ที่ซื้อสินค้าจะไม่ได้รับความคุ้มครองเรื่องการชำรุดบกพร่องตามมาตรา 472 ของประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์[18]

อีกประการหนึ่งที่น่าสนใจ คือ การจะใช้มาตรา 472 นี้ได้จะต้องมีความชำรุดบกพร่องของสินค้าในขณะส่งมอบ อันเป็นเหตุให้สินค้านั้นเสื่อมราคา เสื่อมความเหมาะสมกับการใช้งาน หรือประโยชน์ที่มุ่งหมายโดยสัญญา นั่นหมายความว่า ต้องมีร่องรอยความเสียหายเกิดขึ้นในขณะส่งมอบ แต่อาจจะใช้ไม่ได้กับเรื่องของการส่งมอบสินค้าที่ไม่ได้คุณภาพตามที่ผู้ซื้อคาดหวัง ซึ่งต่างจากกฎหมายสหราชอาณาจักรที่กำหนดไว้ชัดเจนว่า การส่งมอบสินค้าที่อยู่ในรูปแบบเนื้อหาดิจิทัลจะต้องมีคุณภาพที่น่าพึงพอใจ (Satisfactory Quality) นั่นหมายความว่า ถ้ามีการซื้อโปรแกรมคอมพิวเตอร์มาเพื่อใช้งาน ซึ่งในตัวโปรแกรมเองอาจจะไม่มีความชำรุดบกพร่องใด ๆ ในขณะส่งมอบ สามารถใช้ได้ตามปกติ แต่การทำงานของโปรแกรมนั้นไม่ได้สะดวกหรือไม่ได้ตามมาตรฐานที่ผู้ซื้อจะพึงพอใจเมื่อเทียบกับเงินที่เสียไป แบบนี้ก็ไม่ใช่เรื่องของการที่สินค้ามีความชำรุดบกพร่องจึงไม่สามารถนำมาตรา 472 ไปปรับใช้ได้ทั้งหมด

---

[18]ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์, มาตรา 453 “อันว่าซื้อขายนั้น คือ สัญญาซึ่งบุคคลฝ่ายหนึ่ง เรียกว่าผู้ขาย โอนกรรมสิทธิ์แห่งทรัพย์สินให้แก่บุคคลอีกฝ่ายหนึ่ง เรียกว่าผู้ซื้อ และผู้ซื้อตกลงว่าจะใช้ราคาทรัพย์สินนั้นให้แก่ผู้ขาย.”

6. บทสรุปและข้อเสนอแนะ

มาตรฐานการคุ้มครองในเรื่องการซื้อขายสินค้าที่อยู่ในรูปแบบเนื้อหาดิจิทัลของประเทศไทยนั้น ไม่มีบทบัญญัติเฉพาะที่จะใช้โดยตรง จึงต้องนำกฎหมายหลายฉบับมาพิจารณาร่วมกัน โดยปัญหาของการที่ไม่มีบทบัญญัติเฉพาะในเรื่องนี้ทำให้การคุ้มครองผู้บริโภคที่อยู่ในรูปแบบเนื้อหาดิจิทัลไม่ครอบคลุมเหมือนกับการซื้อขายทรัพย์ปกติที่มีรูปร่างทางกายภาพ นั่นทำให้ผู้บริโภคสินค้าที่อยู่ในรูปแบบเนื้อหาดิจิทัลในประเทศไทยไม่ได้รับความคุ้มครองอย่างเต็มที่ในด้านคุณภาพของสินค้า ซึ่งต่างจากกฎหมายสหราชอาณาจักรที่มีการบัญญัติคุ้มครองในกรณีเนื้อหาดิจิทัลไว้โดยเฉพาะ ทำให้ผู้บริโภคในสหราชอาณาจักรได้รับความคุ้มครองเรื่องคุณภาพสินค้าที่เท่าเทียมหรือมากกว่าการซื้อขายสินค้าปกติ

ด้วยเหตุนี้ประเทศไทยควรจะมีกฎหมายที่บังคับใช้ในการคุ้มครองเรื่องคุณภาพสินค้าที่อยู่ในรูปแบบเนื้อหาดิจิทัลโดยเฉพาะ ดังนี้

1) ควรกำหนดคำนิยามคำว่า สินค้าในรูปแบบเนื้อหาดิจิทัลให้ชัดเจน ซึ่งกรณีนี้จะเป็นสินค้าที่ไม่สามารถจับต้องเป็นรูปธรรมทางกายภาพได้ เช่น การซื้อขายเกม ซอฟต์แวร์ ที่ผู้ซื้อจะได้รับสินค้านั้นมาใช้งานทางดิจิทัล อีกทั้ง ยังควรหมายความรวมถึงการให้บริการรูปแบบต่าง ๆ ในเนื้อหาดิจิทัลด้วย เช่น การสมัครสมาชิกรับชมภาพยนตร์เป็นรายเดือน ฟังเพลงเป็นรายเดือน โดยที่ผู้ซื้อจะไม่ได้ใช้เป็นการถาวรแต่ใช้ตามเงื่อนเวลาที่กำหนดด้วย

2) การซื้อขายสินค้าที่อยู่ในรูปแบบเนื้อหาดิจิทัลนั้น ต้องหมายความรวมถึงกรณีที่ผู้ซื้อได้ซื้อสิทธิในการใช้งานของสินค้านั้น แม้จะไม่ได้กรรมสิทธิ์นั้นก็ตาม เช่น การซื้อซอฟต์แวร์มาใช้เพื่อการทำงานเอกสาร แม้ผู้ซื้อนั้นจะไม่ได้ชำระเงินแล้วเป็นเจ้าของซอฟต์แวร์นั้นแต่เพียงผู้เดียวในลักษณะตัดกรรมสิทธิ์ผู้อื่น ผู้ซื้อจะได้สิทธิในการใช้งานมาเท่านั้น ต้องถือว่าเป็นการซื้อขายสินค้าที่อยู่ในรูปแบบเนื้อหาดิจิทัลแล้ว

3) ในด้านการรับประกันคุณภาพของสินค้าที่อยู่ในรูปแบบเนื้อหาดิจิทัล ผู้ขายควรรับประกันว่าผู้ซื้อจะต้องได้รับสินค้าที่มีคุณภาพ โดยอาจจะนำรูปแบบของ CRA 2015 มาใช้ นั่นคือ ผู้ซื้อจะต้องได้รับสินค้าที่มีคุณภาพน่าพึงพอใจ โดยเปรียบเทียบกับที่วิญญูชนพึงคิดว่า ควรจะได้รับตามสภาพและราคาของสินค้านั้น อีกทั้ง สินค้านั้นจะต้องไม่มีการชำรุดบกพร่องด้วย

ในเรื่องดังกล่าวอาจจะเพิ่มเติมให้ละเอียดขึ้นตามลักษณะของสินค้าที่อยู่ในรูปแบบเนื้อหาดิจิทัลในปัจจุบันด้วย โดยปัจจุบันนี้ในโลกที่มีเทคโนโลยีต้องอัปเดตเป็นรายวัน การที่สินค้ามีคุณภาพหรือชำรุดบกพร่องนั้นอาจจะครอบคลุมตลอดการใช้งาน ไม่ใช่เพียงในขณะที่ได้มีการซื้อสินค้า

หรือในขณะที่ส่งมอบหรือดาวน์โหลดสินค้าเท่านั้น เช่น โปรแกรมซอฟต์แวร์ที่ต้องมีการอัปเดต แม้ในเวลาส่งมอบสินค้าจะไม่ชำรุดบกพร่อง รวมทั้งมีคุณภาพที่น่าพึงพอใจแล้ว แต่หากประเมินจากราคาแล้ว ผู้ซื้ออาจคาดหวังได้ถึงการอัปเดตในอนาคต การที่ใช้โปรแกรมไปซักระยะหนึ่งแล้วเกิดปัญหาเพราะผู้ขายไม่ได้อัปเดตโปรแกรมให้ทันสมัยน่าจะต้องถือว่าสินค้านั้นไม่มีคุณภาพที่น่าพึงพอใจ หรือสินค้ามีความชำรุดบกพร่องในการใช้งานได้ การคุ้มครองผู้บริโภคควรคุ้มครองไปถึงยังกรณีเช่นนี้ด้วย

มากกว่านั้น แม้ในประเทศไทยกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคจะมีการคุ้มครองด้านการโฆษณาอยู่แล้ว แต่ควรมีบทบัญญัติโดยเฉพาะว่า สินค้าที่อยู่ในรูปแบบเนื้อหาดิจิทัลนั้น จะต้องเป็นไปตามคำพรรณนาหรือคำอธิบายของสินค้านั้นที่ผู้ขายมีคำพรรณนาหรือคำอธิบายไว้ก่อนที่ผู้ซื้อจะซื้อ อีกทั้ง หากผู้ซื้อได้บอกถึงวัตถุประสงค์การใช้งานอย่างใดไว้ สินค้าก็ต้องเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ผู้ซื้อได้บอกผู้ขายไว้โดยเฉพาะแล้ว

บรรณานุกรม

ราชกิจจานุเบกษา. **ประกาศคณะกรรมการว่าด้วยฉลาก เรื่อง กำหนดประเภทของสินค้าที่ควบคุมฉลาก พ.ศ. 2565** [Online]. Available URL: https://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2565/E/114/T_0035.PDF, 2567 (มีนาคม, 19).

Beale, H. "Software and the Sale of Goods Act 1979: A Misfit?." **Modern Law Review** 60, 4 (1997): 581.

Beta Computers (Europe) Ltd v Adobe Systems (Europe) Ltd [1996] FSR 367.

Bradgate, Robert. **Digital Content and Consumer Protection**. London: Sweet & Maxwell, 2015.

Hooley, R. "Digital Dilemmas: The Sale of Software under the Sale of Goods Act." **Information and Communications Technology Law** 7, 2 (1998): 137.

Howells, Geraint and Stephen Weatherill. **Consumer Protection Law**. 2nd ed. Oxford: Oxford University Press, 2017.

Hunt, James R. **Consumer Law: Digital Content**. London: Sweet & Maxwell, 2017.

McKendrick, Ewan. **Contract Law: Text, Cases, and Materials**. 6th ed. Oxford: Oxford University Press, 2014.

Reardon Smith Line Ltd v Hansen-Tangen [1976] 1 WLR 989.

Re Moore & Co Ltd and Landauer & Co [1921] 2 KB 519.

Rogers v Parish (Scarborough) Ltd [1987] QB 933.

St Albans City and District Council v International Computers Ltd [1996] 4 All ER 481.

Susskind, Richard. **The Future of Law: Facing the Challenges of Information Technology**. Oxford: Oxford University Press, 1996.

ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์.

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522.

พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544.

ประกาศคณะกรรมการว่าด้วยฉลาก เรื่อง กำหนดประเภทของสินค้าที่ควบคุมฉลาก พ.ศ. 2565.

Consumer Right Act 2015 (United Kingdom).