

การเยียวยาผู้บริโภคจากการซื้อสินค้าออนไลน์

Remedies for Consumers from Online Shopping

พงษ์ลดา ภัทรมานะวงศ์* และ สุทธิศักดิ์ ภัทรมานะวงศ์

Phonglada Phataramanawong* and Suthisak Phataramanawong

คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์

อีเมลผู้แต่งหลัก : phonglada.pha@gmail.com

วันที่รับบทความ : 5 กุมภาพันธ์ 2568, วันที่แก้ไขบทความ ครั้งที่ 1 : 21 มิถุนายน 2568

วันที่ตอบรับการตีพิมพ์ : 26 มิถุนายน 2568

บทคัดย่อ

พฤติกรรมของผู้บริโภคในอดีตจะมีการซื้อสินค้าจากห้างสรรพสินค้า ร้านค้าหรือตลาด ต่อมาเมื่อมีการนำระบบอินเทอร์เน็ตมาใช้ในชีวิตประจำวัน ทำให้ผู้บริโภคหันมาซื้อสินค้าออนไลน์มากขึ้น ในขณะที่ผู้ประกอบการที่ขายสินค้าออนไลน์ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการรายย่อย จึงมิได้นำพาต่อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการขาย สินค้าออนไลน์และมีได้จดทะเบียนตามกฎหมาย ทำให้สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคไม่มีทะเบียน ประวัติเกี่ยวกับชื่อ และที่อยู่ของผู้ประกอบการ ดังนั้น ในกรณีที่มีปัญหาจากการซื้อสินค้าออนไลน์ ไม่ว่าจะกรณีได้รับสินค้าไม่ครบตามจำนวน สินค้ามีความชำรุดบกพร่อง หรือประเภทสินค้าไม่ตรงกับที่โฆษณา จึงทำให้ภาครัฐไม่สามารถนำผู้ประกอบการมาดำเนินคดีได้ ส่วนในกรณีที่ทราบชื่อ และที่อยู่ของผู้ประกอบการ การดำเนินการแก้ไขเยียวยาให้แก่ผู้บริโภคก็ยังล่าช้า โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในกรณีมีการขอเปลี่ยนสินค้าหรือการขอคืนเงิน ดังนั้น เพื่อเป็นการแก้ไขปัญหาดังกล่าว ภาครัฐจะต้องมีการดำเนินการตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด ทั้งการดำเนินคดีและเผยแพร่ชื่อของผู้ประกอบการดังกล่าวให้ประชาชนทราบ

คำสำคัญ : การเยียวยา, ผู้บริโภค, การซื้อสินค้าออนไลน์

Abstract

In the past, consumer behavior was to buy products from department stores, shops or markets. Later, when the Internet system was used in daily life, consumers turned to buy products online more. Meanwhile, most online business operators are small businesses, so

they do not comply with laws related to online sales and are not legally registered. As a result, the Office of the Consumer Protection Board does not have a record of the names and addresses of business operators. Therefore, in the event of a problem from online purchases, whether the products received are not complete, the products are damaged or the types of products do not match those advertised, the government cannot prosecute the business operators. In the event that the names and addresses of business operators are known, the action to remedy and provide relief to consumers is still slow, especially in the case of requests for product exchanges or refunds. Therefore, to solve such problems, the government must strictly take legal action, both in prosecuting and publishing the names of such business operators to the public.

Keywords: Remedies, Consumers, Online Shopping

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การบริโภคสินค้าของผู้บริโภคในอดีต จะเป็นการซื้อสินค้าตามห้างสรรพสินค้า ร้านค้าหรือตลาด ซึ่งการซื้อสินค้าลักษณะดังกล่าวมีมานานแล้ว ต่อมาผู้บริโภคได้มีการวิวัฒนาการการซื้อสินค้า เปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลาและยุคสมัย โดยเริ่มมีการพัฒนาการซื้อสินค้าออนไลน์เกิดขึ้น ต่อมาเมื่อมีการพัฒนาเทคโนโลยีมากขึ้น มีการนำระบบอินเทอร์เน็ตมาใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น ใช้ในการทำงาน ใช้ในการติดต่อสื่อสาร และใช้ในการสร้างความบันเทิง ตลอดจนใช้ในการซื้อสินค้าและบริการ จึงทำให้สังคมไทยหันมาพึ่งพาเทคโนโลยีดิจิทัลในการอุปโภคบริโภคมากขึ้น [1] วิธีการบริโภคสินค้าของผู้บริโภคเริ่มเปลี่ยนแปลงไป ประกอบกับผู้ประกอบการหันมาใช้ช่องทางจำหน่ายสินค้าผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น เช่น อี-คอมเมิร์ซ จึงทำให้การขายสินค้าออนไลน์กลายเป็นโลกไร้พรมแดนและควบคุมได้ยาก [2] ส่วนผู้บริโภคเองก็ให้ความนิยมในการซื้อสินค้าออนไลน์มากขึ้นเช่นกัน ทั้งนี้เนื่องจากการซื้อสินค้าออนไลน์ส่วนมากถูกกว่าการซื้อสินค้าตามห้างร้านทั่วไป และยังทำให้ผู้บริโภคได้รับความสะดวกสบาย ไม่ต้องเสียเวลาเดินทางไปซื้อสินค้าในขณะที่ภาวะการณ์จราจรติดขัดเป็นอย่างมาก ยิ่งสภาวะปัจจุบัน ผู้บริโภคสามารถซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านช่องทางต่างๆ ได้หลายช่องทาง เช่น ลาซาด้า ช้อปปี้ เฟสบุ๊ก อินสตาแกรม ไลน์ ยูทูบ โททท์สแนร์หรือวิฑู เป็นต้น จากความสะดวกสบายดังกล่าว ทำให้ผู้บริโภคเกิดพฤติกรรมในการเลียนแบบสั่งซื้อสินค้าออนไลน์มากขึ้น เป็นเหตุให้ผู้ประกอบการจำนวนมากมองหาช่องโอกาสในการค้าขายและหันมาจำหน่ายสินค้าทางออนไลน์มากขึ้น โดยผู้ประกอบการเหล่านั้นส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการรายย่อย จึงมิได้นำพาต่อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับขายสินค้าออนไลน์ และมีผู้ประกอบการบางรายมักเอาเปรียบผู้บริโภค จึงเป็นเหตุให้ผู้บริโภคซึ่งเป็นผู้อ่อนด้อยกว่าถูกละเมิดสิทธิและขาดอำนาจต่อรอง [3] ในขณะที่เดียวกันมาตรการของภาครัฐในการกำกับ ควบคุม

ระบบการขายสินค้าออนไลน์ยังไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ เป็นเหตุให้ผู้ประกอบธุรกิจจำนวนมากทำการขายสินค้าออนไลน์โดยมิได้จดทะเบียนกับภาครัฐ ภาครัฐจึงไม่มีทะเบียนประวัติเกี่ยวกับ ชื่อและที่อยู่ของผู้ประกอบธุรกิจดังกล่าว ดังนั้น เมื่อเกิดมีปัญหาจากการซื้อสินค้าออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นกรณีเกี่ยวกับการได้รับสินค้าไม่ครบตามจำนวน หรือได้รับสินค้าด้อยคุณภาพ หรือสินค้ามีความชำรุดบกพร่อง หรือได้รับสินค้าที่ไม่ตรงตามที่โฆษณา ผู้บริโภคก็ไม่สามารถติดต่อกับผู้ประกอบธุรกิจได้ เนื่องจากไม่ทราบที่ตั้งของสถานที่ประกอบ ธุรกิจและไม่ทราบช่องทางในการติดต่อกับผู้ประกอบธุรกิจดังกล่าว และแม้ว่าผู้บริโภคจะได้มีการร้องทุกข์ต่อสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคแล้วก็ตาม แต่เมื่อสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคไม่ทราบชื่อและที่อยู่ของผู้ประกอบธุรกิจดังกล่าว จึงทำให้สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคไม่อาจดำเนินการให้ผู้ประกอบธุรกิจชดใช้เยียวยาความเสียหายให้แก่ผู้บริโภคได้ หรือในกรณีที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคทราบชื่อและที่อยู่ของผู้ประกอบธุรกิจ แต่การเยียวยาและแก้ไขปัญหาก็ยังเกิดความล่าช้าทั้งในเรื่องการเปลี่ยนสินค้าและการคืนเงินให้แก่ผู้บริโภค

2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการขายสินค้าออนไลน์

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการขายสินค้าออนไลน์ มีหลายหน่วยงาน ดังนี้

2.1 คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

อำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเกี่ยวกับการดำเนินคดีผู้บริโภคมีดังนี้

(1) พิจารณาเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภคที่ได้รับความเดือดร้อนหรือเสียหายอันเนื่องมาจากการกระทำของผู้ประกอบธุรกิจ [4]

(1/1) ไกล่เกลี่ยหรือประนีประนอมข้อพิพาทเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค ตามที่ผู้บริโภคและผู้ประกอบธุรกิจตกลงกันก่อนมีการฟ้องคดีต่อศาล ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการกำหนดโดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา [5]

(1/2) ส่งเสริม พัฒนา และสนับสนุนงานคุ้มครองผู้บริโภค ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการกำหนด

(2) (ยกเลิก)

(3) กำหนดแนวทางการแจ้งหรือโฆษณาข่าวสารตามมาตรา 20(2/2) [6]

(4) ให้คำปรึกษาและแนะนำแก่คณะกรรมการเฉพาะเรื่อง และพิจารณาวินิจฉัยการอุทธรณ์คำสั่งของคณะกรรมการเฉพาะเรื่อง

(5) วางระเบียบเกี่ยวกับการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการเฉพาะเรื่องและคณะอนุกรรมการ

(6) สอดส่องเร่งรัดพนักงานเจ้าหน้าที่ ส่วนราชการ หรือหน่วยงานอื่นของรัฐให้ปฏิบัติตามอำนาจและหน้าที่ที่กฎหมายกำหนด ตลอดจนเร่งรัดพนักงานเจ้าหน้าที่ให้ดำเนินคดีในความผิดเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค

(7) ดำเนินคดีเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคที่คณะกรรมการเห็นสมควรหรือมีผู้ร้องขอตาม มาตรา 39

คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคตามมาตรา 10 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับการพิจารณาเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภคที่ได้รับความเดือดร้อนหรือเสียหาย อันเนื่องมาจากการกระทำของผู้ประกอบธุรกิจ ทั้งนี้ไม่ว่าผู้บริโภคจะได้มีการซื้อสินค้ามาจากที่ใดก็ตาม ซึ่งอาจเป็นสิ่งซื้อสินค้าจากห้างสรรพสินค้า ร้านค้า หาบเร่แผงลอย รวมถึงการซื้อสินค้าออนไลน์ด้วย หากการซื้อสินค้านั้นปรากฏว่า ตัวสินค้าชำรุดบกพร่อง สินค้าไม่ตรงกับที่โฆษณา ได้รับจำนวนสินค้าไม่ตรงตามจำนวนที่สั่งซื้อ ชำระเงินแล้วไม่ได้รับสินค้าหรือผู้บริโภคถูกละเมิดสิทธิจากผู้ประกอบธุรกิจ และเรื่องดังกล่าวมีการร้องทุกข์ต่อสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคแล้ว หากคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคพิจารณาแล้ว เห็นว่า เป็นเรื่อง que ผู้บริโภคถูกละเมิดสิทธิจากผู้ประกอบธุรกิจ และคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคสามารถที่จะดำเนินคดีแทนผู้บริโภคได้ ในเบื้องต้นคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคจะจัดให้มีการไกล่เกลี่ย ประนีประนอมข้อพิพาทเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคก่อนมีการฟ้องคดีต่อศาลก็ได้ ทั้งนี้ต้องเป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค กำหนด ในกรณีที่ไม่สามารถไกล่เกลี่ยหรือประนีประนอมข้อพิพาทในเรื่องดังกล่าวได้ คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคมีอำนาจในการดำเนินคดีเกี่ยวกับละเมิดสิทธิของผู้บริโภคแทนผู้บริโภคได้ แต่การจะดำเนินคดี หรือไม่นั้น เป็นดุลพินิจของคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคโดยแท้

2.2 สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

อำนาจหน้าที่ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเกี่ยวกับการดำเนินคดีผู้บริโภค มีดังนี้

(1) รับเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภคที่ได้รับความเดือดร้อนหรือเสียหายอันเนื่องมาจากการกระทำของผู้ประกอบธุรกิจ เพื่อเสนอต่อคณะกรรมการ

(2) ติดตามและสอดส่องพฤติกรรมของผู้ประกอบธุรกิจ ซึ่งกระทำการใด ๆ อันมีลักษณะเป็นการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค และจัดให้มีการทดสอบหรือพิสูจน์สินค้าหรือบริการใดๆตามที่เห็นสมควรและจำเป็นเพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค

(3) ส่งเสริมและสนับสนุนการมีส่วนร่วมและการรวมตัวกันของผู้บริโภคในการจัดตั้งองค์กรของผู้บริโภค และส่งเสริมองค์กรของผู้บริโภคในการรักษาสิทธิของผู้บริโภคตามแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค

(4) แจ้งหรือโฆษณาข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่อาจกระทบต่อสิทธิของผู้บริโภคหรืออาจก่อให้เกิดความเสียหายหรือเสื่อมเสียแก่สิทธิของผู้บริโภค โดยจะระบุชื่อสินค้าหรือบริการ หรือชื่อของผู้ประกอบธุรกิจด้วยก็ได้

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ตามกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภค มีอำนาจรับเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภคที่ได้รับความเดือดร้อนหรือเสียหายอันเนื่องมาจากการกระทำของผู้ประกอบธุรกิจ ซึ่ง

ความเดือดร้อนหรือเสียหายของผู้บริโภคนั้นอาจมาจากการซื้อสินค้าตามสถานที่ต่าง ๆ เช่น ห้างสรรพสินค้า ห้างร้าน ตลาด หาบเร่ แผงลอย เป็นต้น หรือเป็นการซื้อสินค้าออนไลน์ก็ได้ เมื่อผู้บริโภคสั่งซื้อสินค้าแล้วไม่ได้รับสินค้า หรือได้รับสินค้าไม่ครบตามจำนวนที่ซื้อ หรือได้รับสินค้าไม่ตรงตามที่โฆษณา หรือเป็นสินค้าที่ชำรุดบกพร่อง ผู้บริโภคสามารถร้องทุกข์ที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้ และเมื่อสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภครับเรื่องร้องทุกข์ไปแล้ว จะตรวจสอบเอกสาร พยานหลักฐานแล้วเสนอเรื่องดังกล่าวต่อคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อพิจารณาต่อไป

นอกจากนี้ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคยังมีอำนาจในการติดตามและสอดส่องพฤติกรรมของผู้ประกอบธุรกิจซึ่งจะทำการใด ๆ อันมีลักษณะเป็นการละเมิดสิทธิผู้บริโภค เพื่อป้องกันมิให้ผู้ประกอบธุรกิจเอาเปรียบผู้บริโภค เช่น การตรวจเตี้นท์รถมือสองว่ามีการติดฉลากครบถ้วนถูกต้องหรือไม่ และจัดให้มีการทดสอบโดยพิสูจน์สินค้าใดตามทีเห็นสมควรและจำเป็นเพื่อการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค รวมทั้งการแจ้งหรือโฆษณาข่าวสารเกี่ยวสินค้าที่อาจกระทบต่อสิทธิของผู้บริโภคหรืออาจก่อให้เกิดความเสียหายหรือเสื่อมเสียแก่สิทธิของผู้บริโภค โดยจะระบุชื่อสินค้าหรือชื่อของผู้ประกอบธุรกิจด้วยก็ได้ ทั้งนี้เพื่อป้องกันมิให้ผู้บริโภคถูกหลอกลวงหรือตกเป็นเหยื่อของผู้ประกอบธุรกิจ

3. สิทธิผู้บริโภค

สิทธิผู้บริโภคเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานที่ผู้บริโภคจะต้องได้รับการคุ้มครองตามกฎหมาย ซึ่งมีบัญญัติไว้ในมาตรา 4 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 มี 5 ประการ ดังนี้

- 3.1 สิทธิที่จะได้รับข่าวสารรวมทั้งคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ
- 3.2 สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้าหรือบริการ
- 3.3 สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ
- 3.4 สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา [7]
- 3.5 สิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย

การที่กฎหมายได้บัญญัติเรื่องสิทธิการคุ้มครองผู้บริโภคไว้ในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และที่แก้ไขเพิ่มเติมก็เนื่องจากว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มักจะไม่ได้รับรู้ข้อมูลข่าวสาร หรือคุณภาพที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าจากผู้ประกอบธุรกิจ ดังนั้น เมื่อมีกฎหมายบัญญัติให้สิทธิผู้บริโภคในการรับข้อมูลข่าวสารนั้น ทำให้ผู้บริโภคสามารถขอข้อมูลข่าวสารจากผู้ประกอบธุรกิจ จนเพียงพอที่จะใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจที่จะซื้อสินค้านั้น ส่วนการกำหนดให้ผู้บริโภคมีสิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้านั้นก็เพื่อเป็นการป้องกันมิให้ผู้ประกอบธุรกิจบังคับขาย หรือจะทำการอย่างใดอย่างหนึ่งที่ทำให้ผู้บริโภคตกอยู่ในภาวะต้องซื้อสินค้านั้น อันจะทำให้ผู้บริโภคไม่มีอิสระในการเลือกหาสินค้าดังกล่าว นอกจากนี้ ยังทำให้ผู้ประกอบธุรกิจต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริโภคจากการใช้สินค้าและบริการที่ตนขายให้แก่ผู้บริโภค และเป็นการป้องกันมิให้ผู้ประกอบธุรกิจทำสัญญากับผู้บริโภคในลักษณะไม่เป็นธรรม เช่น การใช้สัญญาสำเร็จรูปที่ผู้

ประกอบธุรกิจเป็นผู้จัดทำขึ้น และข้อสัญญานั้นทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจได้เปรียบผู้บริโภค หรือเมื่อผู้บริโภคได้ใช้สินค้าแล้วได้รับความเสียหาย และทำให้หน่วยงานของภาคที่เกี่ยวข้องต้องพิจารณาเกี่ยวกับความเสียหาย และชดเชยความเสียหายให้กับผู้บริโภค

การซื้อขายสินค้าที่ผ่านมา ผู้บริโภคสามารถขอข้อมูลข่าวสารจากผู้ประกอบการธุรกิจหรือสอบถามจากผู้ประกอบการธุรกิจโดยตรงจนได้ข้อมูลข่าวสารเพียงพอที่จะตัดสินใจซื้อสินค้านั้น แต่หลังจากที่พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป โดยหันมาซื้อสินค้าออนไลน์แทน ซึ่งผู้บริโภคจะได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าลดน้อยลง โดยผู้บริโภคสามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากการโฆษณาหรือรีวิวสินค้าจากผู้ประกอบการธุรกิจเท่านั้น ไม่มีโอกาสเห็นตัวสินค้าจริงๆหรือไม่สามารถสอบถามข้อมูลของสินค้าจากผู้ประกอบการธุรกิจได้ เพราะการซื้อสินค้าออนไลน์ในปัจจุบัน เป็นเพียงการซื้อขายผ่านทางเดียวเท่านั้น กล่าวคือ เป็นวิธีการซื้อสินค้าโดยวิธีการสั่งซื้อเท่านั้น หากผู้บริโภคมีข้อสงสัยหรืออยากทราบข้อมูลเพิ่มเติมอาจทำได้เพียงการสอบถามผ่านเว็บไซต์ของผู้ประกอบการธุรกิจ โดยผู้ประกอบการอาจจะตอบหรือไม่ก็ได้ ซึ่งในสภาพความเป็นจริงนั้นผู้บริโภคส่วนใหญ่จะใช้เวลาเห็นของตามที่ได้เห็นในเว็บไซต์ของผู้ประกอบการธุรกิจแล้วสั่งซื้อสินค้านั้น โอกาสที่ผู้บริโภคจะขอข้อมูลต่าง ๆ จึงไม่มี เช่น การซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ของลาซาด้า ซือบปี เฟสบุค เป็นต้น อีกทั้งยังไม่สามารถตรวจสอบพฤติกรรมหรือ ประวัติของผู้ประกอบการธุรกิจได้ ดังนั้น การซื้อสินค้าออนไลน์จึงตั้งอยู่บนความเสี่ยงซึ่งผู้บริโภคทำได้อย่างดีที่สุด ก็โดยการตรวจสอบยอดการให้คะแนนของผู้บริโภค ว่าผู้ประกอบการรายนั้นได้รับการให้คะแนนจากผู้บริโภคในระดับใด

4. กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายสินค้าออนไลน์

การซื้อขายสินค้าออนไลน์ เป็นลักษณะการค้าอย่างหนึ่ง ซึ่งเกี่ยวข้องกับกฎหมายหลายฉบับ ดังนี้

4.1 พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545

กฎหมายว่าด้วยการขายตรงและตลาดแบบตรง กำหนดให้ผู้ประกอบการธุรกิจที่ต้องการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง จะต้องจดทะเบียนการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงกับสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเสียก่อน จึงจะประกอบธุรกิจในลักษณะดังกล่าวได้ ซึ่งการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงจะมีลักษณะประการใด ต้องเป็นไปตามนิยามในมาตรา 3 แห่งพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2560 [8] ซึ่งบัญญัติว่า "ตลาดแบบตรง" หมายความว่า การทำตลาดสินค้าและบริการในลักษณะของการสื่อสารข้อมูล เพื่อเสนอขายสินค้าหรือบริการโดยตรงต่อผู้บริโภคซึ่งอยู่ห่างโดยระยะทาง และมุ่งหวังให้ผู้บริโภคแต่ละรายตอบกลับเพื่อซื้อสินค้าและบริการจากผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรงนั้น ส่วนการซื้อขายสินค้าและบริการโดยวิธีการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่ถือว่าเป็นตลาดแบบตรง ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่กำหนดในกฎกระทรวง จากค่านิยามดังกล่าว การประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงย่อมครอบคลุมไปถึงการซื้อขายสินค้าหรือบริการออนไลน์ด้วย แต่การซื้อขายสินค้าและบริการออนไลน์ลักษณะใดที่ไม่ถือว่าเป็นการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง ย่อมเป็นไปตามกฎกระทรวง กำหนดการซื้อขายสินค้าหรือบริการโดย

วิธีการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่ถือว่าเป็นตลาดแบบตรง พ.ศ. 2561 [9] ซึ่งได้บัญญัติไว้ใน (1) ว่า การขายสินค้าหรือบริการโดยวิธีการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นการขายสินค้าและบริการของบุคคลธรรมดา ซึ่งมิได้จดทะเบียนเป็นผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง และมีรายได้จากการขายสินค้าและบริการโดยวิธีการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไม่เกินหนึ่งล้านแปดแสนบาทต่อปี ไม่ถือว่าเป็นตลาดแบบตรง

การขายสินค้าออนไลน์เป็นการเสนอขายสินค้าโดยตรงต่อผู้บริโภคซึ่งอยู่ห่างโดยระยะทางผ่านตัวกลางที่เป็นสื่อ และมุ่งหวังให้ผู้บริโภคแต่ละรายตอบกลับเพื่อซื้อสินค้าจากผู้ประกอบธุรกิจ ดังนั้น การขายสินค้าออนไลน์จึงถือเป็นตลาดแบบตรงตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 แต่เนื่องจากมีกฎกระทรวงกำหนดการซื้อสินค้าหรือบริการโดยวิธีการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่ถือว่าเป็นตลาดแบบตรง พ.ศ. 2561 ซึ่งกำหนดว่าการขายสินค้าและบริการโดยวิธีการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของบุคคลธรรมดา ซึ่งมิได้จดทะเบียนเป็นผู้ประกอบธุรกิจขายตรง และมีรายได้ของการขายสินค้าและบริการโดยวิธีการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไม่เกินหนึ่งล้านแปดแสนบาทต่อปี ไม่ถือว่าเป็นตลาดแบบตรง ดังนั้น ผู้ประกอบธุรกิจซึ่งเป็นบุคคลธรรมดาที่มีรายได้จากการขายสินค้าออนไลน์ไม่ถึงตามที่กฎกระทรวงกำหนด จึงมิได้ไปจดทะเบียนเป็นตลาดแบบตรงและไม่ถือว่าเป็นตลาดแบบตรง เมื่อผู้บริโภคซื้อสินค้าออนไลน์จากผู้ประกอบธุรกิจดังกล่าวแล้วมีปัญหาเกิดขึ้น ทำให้ไม่สามารถนำพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 มาบังคับใช้กับผู้ประกอบธุรกิจดังกล่าวได้

4.2 พระราชบัญญัติทะเบียนพาณิชย์ พ.ศ. 2499

ตามมาตรา 6(1) พระราชบัญญัติทะเบียนพาณิชย์ พ.ศ. 2499 [10] กำหนดให้การซื้อ การขาย เป็นพาณิชย์กิจตามความหมายแห่งพระราชบัญญัติทะเบียนพาณิชย์ พ.ศ. 2499 และมาตรา 8 แห่งพระราชบัญญัติดังกล่าวให้อำนาจรัฐมนตรีมีอำนาจประกาศในราชกิจจานุเบกษาว่าพาณิชย์กิจใดตามที่ระบุไว้ในมาตรา 6 ในท้องที่ใด ผู้ประกอบพาณิชย์กิจจะต้องจดทะเบียนพาณิชย์ ซึ่งต่อมากกระทรวงพาณิชย์ได้มีประกาศกระทรวงพาณิชย์ [11] เรื่อง ให้ผู้ประกอบพาณิชย์กิจต้องจดทะเบียนพาณิชย์ (ฉบับที่ 11) พ.ศ. 2553 ข้อ 5 (3) กำหนดให้ผู้ประกอบพาณิชย์กิจ การซื้อขายสินค้าหรือบริการโดยวิธีการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ไม่ว่าจะบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลทุกท้องที่ที่ตราชออาณาจักรต้องจดทะเบียนพาณิชย์ และข้อ 4 (2) ภายใต้บังคับของข้อ 5 ได้กำหนดให้ผู้ประกอบพาณิชย์กิจซึ่งเป็นบุคคลธรรมดาที่ทำการขายสินค้าไม่ว่าอย่างใด อย่างเดียวหรือหลายอย่างก็ตามรวมทั้งสิ้นในวันหนึ่งวันได้เป็นเงินตั้งแต่ 20 บาทขึ้นไป หรือมีสินค้าดังกล่าวไว้เพื่อขายมีค่ารวมทั้งสิ้นเป็นเงินตั้งแต่ 500 บาทขึ้นไป ทุกท้องที่ที่ตราชออาณาจักรต้องจดทะเบียนพาณิชย์ แต่จากสภาวะการปัจจุบัน ไม่ปรากฏว่ามีผู้ประกอบธุรกิจออนไลน์รายย่อยรายใดไปขอจดทะเบียนพาณิชย์ และผู้ประกอบธุรกิจเหล่านั้นก็ได้ถูกลงโทษตามกฎหมายแต่ประการใด จึงทำให้ผู้ประกอบธุรกิจออนไลน์ไม่เกรงกลัวต่อกฎหมาย

4.3 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522

กฎหมายว่าด้วยกัมมครองผู้บริโภค เป็นกฎหมายกลางที่ใช้ในการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นการทั่วไป ซึ่งมีบัญญัติไว้ในมาตรา 21 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ว่า "ในกรณีที่กฎหมายว่าด้วยการใดได้บัญญัติเรื่องใดไว้โดยเฉพาะแล้ว ให้บังคับตามบทบัญญัติแห่งกฎหมายว่าด้วยกัมมนั้น และให้นำบทบัญญัติในหมวดนี้ไปใช้บังคับได้เท่าที่ไม่ซ้ำหรือขัดกับบทบัญญัติดังกล่าว"

ดังนั้น ในกรณีที่ผู้บริโภคซื้อสินค้าออนไลน์ แล้วมีปัญหาเกิดขึ้น แต่ในขณะนั้นยังไม่มีกฎหมายบังคับใช้เป็นการเฉพาะ จึงต้องนำพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 มาใช้บังคับแทน

5. สถิติเรื่องร้องทุกข์การซื้อสินค้าออนไลน์และการดำเนินคดี

5.1 สถิติเรื่องร้องทุกข์การซื้อสินค้าออนไลน์

สถิติเรื่องร้องทุกข์การซื้อสินค้าออนไลน์ของกองคุ้มครองผู้บริโภคด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ในระหว่างปี พ.ศ. 2565 ถึง 2567(มกราคม - 20 มิถุนายน 2567) [12] มีดังนี้

ปีพ.ศ.	รับเรื่องร้องทุกข์	ยุติ	คิดเป็นร้อยละ
2567	1,294	213	16
2566	3,365	1,900	56
2565	3,584	2,838	79

สถิติเรื่องร้องทุกข์เกี่ยวกับการซื้อสินค้าออนไลน์ในปี พ.ศ. 2565 มีจำนวน 3,584 เรื่อง ซึ่งสามารถยุติได้ 2,838 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 79 ต่อมาในปี 2566 มีจำนวน 3,365 เรื่อง สามารถยุติได้ 1,900 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 56 และในปี พ.ศ 2567 (มกราคม - 20 มิถุนายน 2567 จำนวน 1,294 เรื่อง สามารถยุติได้ 213 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 16 ตามลำดับ แสดงว่า ผู้บริโภคที่มีปัญหาเกี่ยวกับการซื้อสินค้าออนไลน์ ได้รับการเยียวยาลดน้อยถอยลง ตั้งแต่ 2565 เป็นต้นมาจนถึง 20 มิถุนายน 2567

5.2 การดำเนินคดี

เมื่อผู้บริโภคซื้อสินค้าออนไลน์แล้วมีปัญหาเกิดขึ้น ไม่ว่าจะเกิดจากการไม่ได้รับสินค้า ได้รับสินค้าไม่ครบตามจำนวนที่สั่งซื้อ สินค้าชำรุดบกพร่อง หรือ สินค้าไม่ตรงกับโฆษณา หากเป็นกรณีซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์ม ผู้บริโภคไม่สามารถติดต่อกับผู้ประกอบการธุรกิจได้โดยตรง เนื่องจากไม่มีที่อยู่ของผู้ประกอบการธุรกิจดังกล่าว จะติดต่อได้เฉพาะการส่งข้อความผ่านช่องทางที่ผู้ประกอบการธุรกิจอนุญาตเท่านั้น ซึ่งจะมีการโต้ตอบไปมาเป็นเวลานาน สุดท้ายจะได้คำตอบว่าไม่สามารถคืนสินค้าได้ ส่วนใหญ่ผลจะลงเอยที่ผู้ประกอบการธุรกิจไม่ยอมรับผลการกระทำละเมิดของตน และไม่ยอมคืนเงินให้ผู้บริโภค แต่เมื่อผู้บริโภคหันมาติดต่อกับแพลตฟอร์มที่จำหน่ายสินค้าออนไลน์นั้น เจ้าของแพลตฟอร์มก็จะทำหน้าที่เป็นเพียงตัวกลางในการประสานเท่านั้น ไม่ดำเนินการอย่างหนึ่งอย่างใดเพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจคืนเงินให้แก่ผู้บริโภค หรือในกรณีที่ผู้บริโภคซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊ก ไลน์หรือยูทูป ผู้บริโภคก็ไม่ทราบที่อยู่ของผู้ประกอบการธุรกิจ หากมีปัญหาเกิดขึ้น ผู้

ประกอบธุรกิจจะปิดเฟสบู๊ค โลกออนไลน์หรือยูทูปทันที ผู้บริโภคก็จะไม่สามารถติดต่อผู้ประกอบการได้เช่นกัน ดังนั้น ไม่ว่าจะป็นกรณีที่ซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มหรือผู้ประกอบการอิสระ หากมีปัญหาเกิดขึ้น ผู้บริโภคต้องไปร้องทุกข์ต่อสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เมื่อสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้รับเรื่องร้องทุกข์ดังกล่าวไว้แล้ว จะทำการตรวจสอบเอกสาร พยานหลักฐาน และเชิญผู้ประกอบการธุรกิจและผู้บริโภคมาเจรจาไกล่เกลี่ย ถ้าการเจรจาไกล่เกลี่ยในชั้นพนักงานเจ้าหน้าที่ไม่สามารถตกลงกันได้ พนักงานเจ้าหน้าที่นั้นจะส่งเรื่องดังกล่าวไปยังคณะกรรมการกลั่นกรองด้านสินค้าและบริการเพื่อพิจารณาประเด็นปัญหาและข้อกฎหมายหลังจากคณะกรรมการกลั่นกรองด้านสินค้าและบริการได้พิจารณาประเด็นการละเมิดสิทธิผู้บริโภคและประเด็นข้อกฎหมายเสร็จแล้ว ก็จะเสนอเรื่องต่อไปยังคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อพิจารณาและให้มีมติดำเนินคดีกับผู้ประกอบธุรกิจดังกล่าวต่อไป จะเห็นได้ว่า ขั้นตอนที่จะได้รับการเยียวยาจากผู้ประกอบธุรกิจเป็นขั้นตอนที่ยุ่งยากและยาวนาน และใช้เวลาหลายเดือน

ส่วนในกรณีที่ผู้ประกอบการทั้งประเภทที่จำหน่ายสินค้าผ่านแพลตฟอร์มหรือจำหน่ายอิสระ แต่ไม่ได้จดทะเบียนต่อสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค จึงทำให้สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคไม่มี ประวัติ ชื่อและที่อยู่ของผู้ประกอบธุรกิจดังกล่าว แม้ผู้บริโภคจะไปร้องทุกข์ต่อสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองก็ไม่ทราบจะติดต่อให้ผู้ประกอบธุรกิจดังกล่าว มาเจรจาหรือดำเนินคดีได้อย่างไร ดังนั้น ผู้บริโภคที่ได้รับความเสียหายจากการซื้อสินค้าออนไลน์ จึงยากที่จะได้รับการเยียวยาจากผู้ประกอบธุรกิจ แม้จะมีสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคให้การช่วยเหลือก็ตาม กว่าจะได้รับการเยียวยาต้องใช้เวลาานาน หรือได้รับการเยียวยาเพียงบางส่วน

6. บทสรุปและข้อเสนอแนะ

6.1 บทสรุป

การขายสินค้าออนไลน์เป็นลักษณะการค้าตลาดแบบตรง ตามกฎหมายว่าด้วยการขายตรงและตลาดแบบตรง แต่บุคคลธรรมดาซึ่งมิได้จดทะเบียนเป็นผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง และมีรายได้จากการขายสินค้าโดยวิธีการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไม่เกินหนึ่งล้านแปดแสนบาทต่อปี ไม่ถือว่าเป็นตลาดแบบตรง จึงทำให้ผู้ประกอบการรายย่อยไม่ไปจดทะเบียนกับสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค อันเป็นเหตุทำให้สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคไม่ทราบชื่อและที่อยู่ของผู้ประกอบธุรกิจดังกล่าว ดังนั้น หากมีปัญหา จากการซื้อสินค้าออนไลน์เกิดขึ้น และผู้บริโภคได้ร้องทุกข์ต่อสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคแล้ว สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคก็ไม่อาจติดตามให้ผู้ประกอบธุรกิจดังกล่าวมาขอใช้เยียวยาความเสียหายให้กับผู้บริโภคได้

ส่วนกรณีที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคทราบชื่อและที่อยู่ของผู้ประกอบธุรกิจ และสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้ติดต่อให้ผู้ประกอบธุรกิจดังกล่าว มาเจรจาไกล่เกลี่ยหรือให้มีการชดใช้เงินคืนแก่ผู้บริโภคแล้วแต่กรณี กว่าจะได้รับการเยียวยาหรือชดใช้เยียวยาความเสียหายให้แก่

ผู้บริโภคก็เป็นระยะเวลาอันยาวนาน เป็นเวลาหลายเดือน ซึ่งผิดกับเจตจำนงของผู้บริโภคที่ต้องการได้รับการเยียวยาความเสียหายให้เร็วที่สุด ดังนั้น การเยียวยาความเสียหายให้แก่ผู้บริโภคที่ล่าช้าและต้องใช้เวลาอันยาวนาน จึงไม่ใช่วิธีการแก้ไขปัญหาการซื้อสินค้าออนไลน์ที่ถูกต้อง

6.2 ข้อเสนอแนะ

6.2.1 ให้การขายสินค้าออนไลน์ทุกชนิด ต้องจดทะเบียนตลาดแบบตรงกับสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

6.2.2 ให้ยกเลิกกฎกระทรวง กำหนดการซื้อขายสินค้าหรือบริการโดยวิธีการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่ถือว่าเป็นตลาดแบบตรง พ.ศ. 2561

6.2.3 ให้ผู้ประกอบการธุรกิจขายสินค้าออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์ม ต้องแสดงชื่อและที่อยู่ของผู้ประกอบการธุรกิจ รวมทั้งเบอร์โทรศัพท์ที่สามารถติดต่อได้บนแพลตฟอร์ม เพื่อให้ผู้บริโภคทราบ

6.2.4 ในกรณีที่ผู้บริโภคขอคืนสินค้าภายใน 7 วันนับแต่วันที่ได้รับสินค้า ผู้ประกอบการธุรกิจต้องคืนเงินให้ผู้บริโภคทุกกรณี ภายใน 15 วัน นับแต่วันที่ได้รับแจ้งจากผู้บริโภค หากฝ่าฝืนไม่คืนเงินภายในกำหนดระยะเวลาดังกล่าว ให้นำบทบัญญัติตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 มาใช้บังคับ และให้แจ้งซื้อสินค้าและชื่อผู้ประกอบการให้สาธารณชนทราบ

6.2.5 ในกรณีที่มีการขอเปลี่ยนสินค้าไม่ว่าเหตุใดก็ตาม ผู้ประกอบการธุรกิจต้องจัดให้มีการเปลี่ยนสินค้าอย่างรวดเร็วภายใน 7 วัน และต้องเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการส่งคืนสินค้าด้วย หากผู้ประกอบการรายใดฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตาม สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคจะต้องดำเนินการตามกฎหมายทันที

6.2.6 ให้มีการบังคับใช้พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 อย่างจริงจัง

6.2.7 ให้มีการบังคับใช้ ประกาศกระทรวงพาณิชย์ เรื่อง ให้ผู้ประกอบการพาณิชย์กิจต้องจดทะเบียนพาณิชย์ (ฉบับที่ 11) พ.ศ. 2553 อย่างจริงจัง

7. เอกสารอ้างอิง

คณะกรรมการสิทธิมนุษยชน สิทธิเสรีภาพ และการคุ้มครองผู้บริโภค วุฒิสภา, รายงานการพิจารณาศึกษาแนวทาง การศึกษา แนวทางการคุ้มครองผู้บริโภควิถีใหม่. 2565.

สุขุม ศุภนิത്യ, คำอธิบายกฎหมายเกี่ยวกับการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: บริษัท สำนักพิมพ์วิญญูชน จำกัด, กรกฎาคม 2553.

สุขุม ศุภนิത്യ. (2552). 5 คำอธิบายกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522. ราชกิจจานุเบกษาฉบับพิเศษ เล่ม 96 ตอนที่ 72 (4 พฤษภาคม 2552).

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2556 ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 130 ตอนที่ 25 ก (18 มีนาคม 2556) : 5.

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2562 ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 136 ตอนที่ 69 ก (27 พฤษภาคม 2562).

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541 ราชกิจจานุเบกษา ฉบับกฤษฎีกา เล่ม 115 ตอนที่ 15 ก (24 มีนาคม 2541).

พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2560 ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 134 ตอนที่ 57 ก (17 พฤษภาคม 2560).

กฎกระทรวงกำหนดการซื้อขายสินค้าหรือบริการโดยวิธีการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ที่ไม่ถือว่าเป็นตลาดแบบตรง พ.ศ. 2561 ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 135 ตอนที่ 96 ก (20 พฤศจิกายน 2561).

พระราชบัญญัติทะเบียนพาณิชย์ พ.ศ. 2499 ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 73 ตอนที่ 13 (7 กุมภาพันธ์ 2499).

ประกาศกระทรวงพาณิชย์ เรื่อง ให้ผู้ประกอบการพาณิชย์กิจต้องจดทะเบียนพาณิชย์ (ฉบับที่ 11) พ.ศ. 2553 ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 127 ตอนพิเศษ 151 ง (29 ธันวาคม 2553).

สถิติ เรื่อง ร้อยละของการซื้อขายออนไลน์ขององค์กรผู้บริโภคด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ลงวันที่ 20 มิถุนายน 2567.