

## สารบัญ

เรื่อง	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ข
คำนำ.....	ค
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ซ
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย.....	9
1.3 ขอบเขตการวิจัย.....	9
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	11
1.5 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	11
1.6 ระเบียบวิธีการวิจัย.....	15
1.7 นิยามศัพท์.....	24
<b>บทที่ 2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคด้านราคา.....</b>	<b>25</b>
<b>และหลักทั่วไปเกี่ยวกับการตั้งราคาสินค้าและการปลอมราคาจริงของสินค้า</b>	
2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคด้านราคา.....	25
2.1.1 แนวคิดและที่มาในการคุ้มครองผู้บริโภค.....	25
2.1.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค.....	28
2.1.3 สิทธิของผู้บริโภค.....	32
2.1.4 หน้าที่ของผู้บริโภค.....	34
2.1.5 แนวคิดในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านราคา.....	35
2.2 หลักทั่วไปเกี่ยวกับการตั้งราคาสินค้า.....	36
2.2.1 ความหมายของราคา.....	37
2.2.2 ความสำคัญของราคา.....	38
2.2.3 ปัจจัยในการตั้งราคาสินค้า.....	39

## สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง	หน้า
2.2.4 ขั้นตอนการตั้งราคาสินค้า.....	44
2.2.5 รูปแบบการตั้งราคาสินค้า.....	46
2.3 หลักทั่วไปเกี่ยวกับการปลอมราคาจริงของสินค้า.....	51
2.3.1 แนวคิดของการปลอมราคาจริงของสินค้า.....	51
2.3.2 ความหมายของการปลอมราคาจริงของสินค้า.....	53
2.3.3 วิธีการปลอมราคาจริงของสินค้า.....	54
2.3.4 ผลกระทบที่เกิดจากการปลอมราคาจริงของสินค้า.....	55
<b>บทที่ 3 ความเป็นมาและหลักกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค.....</b>	<b>56</b>
<b>จากการปลอมราคาจริงของสินค้าในการซื้อขายสินค้าของต่างประเทศ</b>	
3.1 กฎหมายประเทศอังกฤษ.....	57
3.1.1 แนวคิดและความเป็นมาในการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศอังกฤษ.....	57
3.1.2 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศอังกฤษ.....	59
3.1.3 หลักกฎหมายที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคจากการปลอมราคาจริง.....	61
ของสินค้าของประเทศอังกฤษ	
3.1.4 กรณีศึกษาเกี่ยวกับการปลอมราคาสินค้าของประเทศอังกฤษ.....	69
3.2 กฎหมายประเทศสหรัฐอเมริกา.....	72
3.2.1 แนวคิดและความเป็นมาในการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทย.....	72
3.2.2 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทย.....	75
3.2.3 หลักกฎหมายที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคจากการปลอมราคาจริง.....	77
ของสินค้าของประเทศไทย	
3.2.4 กรณีศึกษาเกี่ยวกับการปลอมราคาจริงของสินค้าของประเทศไทย.....	98
3.3 กฎหมายประเทศออสเตรเลีย.....	99
3.3.1 แนวคิดและความเป็นมาในการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทย.....	99
3.3.2 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทย.....	100
3.3.3 หลักกฎหมายที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคจากการปลอมราคาจริง.....	100
ของสินค้าของประเทศไทย	

## สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง

หน้า

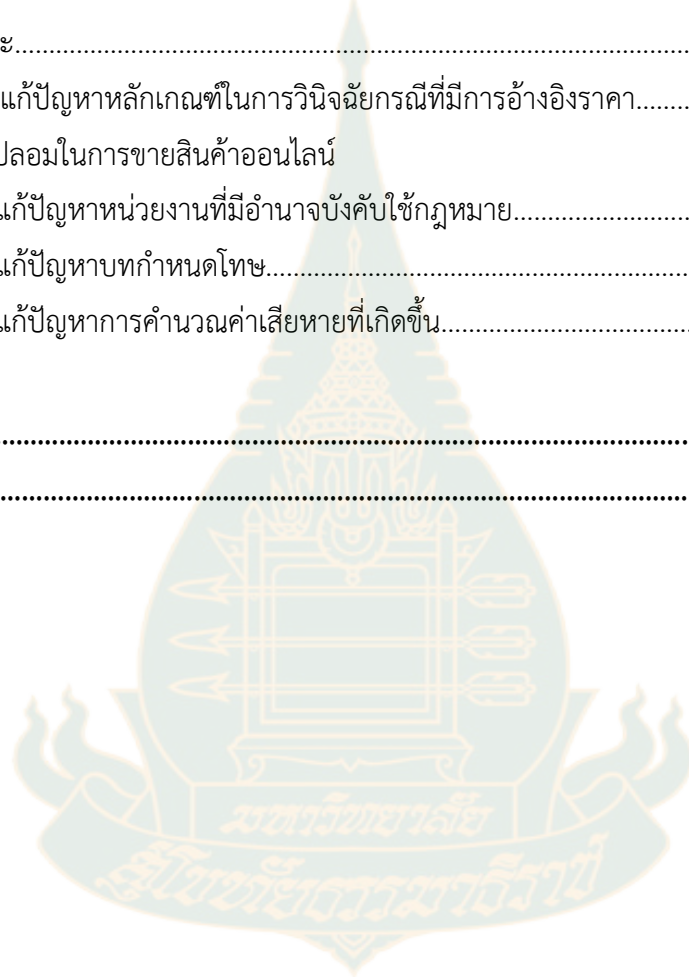
3.3.4	กรณีศึกษาเกี่ยวกับการปลอมราคาสินค้าของประเทศออสเตรเลีย.....	103
<b>บทที่ 4 หลักกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคจากการปลอมราคาจริงของสินค้า....</b>		
<b>ในการขายสินค้าออนไลน์ของประเทศไทย</b>		
4.1	ที่มาและพัฒนาการของการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทย.....	106
4.2	สิทธิของผู้บริโภคตามกฎหมายของประเทศไทย.....	113
4.3	หลักกฎหมายที่เกี่ยวข้องภายใต้กฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภค.....	120
4.3.1	หลักเกณฑ์เกี่ยวกับการโฆษณา.....	120
4.3.2	หลักเกณฑ์เกี่ยวกับฉลากสินค้า.....	142
4.4	หลักกฎหมายที่เกี่ยวข้องภายใต้กฎหมายว่าด้วยราคาสินค้า บริการ.....	148
และมาตราซึ่งตวงวัด		
4.4.1	ที่มาของพระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2542.....	149
4.4.2	องค์กรในการกำกับดูแลราคาสินค้า.....	150
4.4.3	หลักเกณฑ์การกำกับดูแลราคาสินค้า.....	155
4.4.4	บทกำหนดโทษ.....	160
4.5	หลักกฎหมายที่เกี่ยวข้องภายใต้กฎหมายว่าด้วยการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์....	161
4.5.1	ที่มาของกฎหมายว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์.....	162
4.5.2	เจตนารมณ์ของกฎหมาย.....	164
4.5.3	ขอบเขตการบังคับใช้.....	164
4.5.4	หน่วยงานกำกับดูแลบริการเกี่ยวกับธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์.....	165
4.5.5	การกำกับดูแลธุรกิจบริการเกี่ยวกับธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์.....	167
4.5.6	บทลงโทษ.....	175
4.6	หลักกฎหมายที่เกี่ยวข้องภายใต้กฎหมายว่าด้วยขายตรงและตลาดแบบตรง .....	175
4.6.1	เจตนารมณ์ของกฎหมายว่าด้วยขายตรงและตลาดแบบตรง.....	176
4.6.2	ลักษณะการตลาดแบบตรง.....	177
4.6.3	องค์กรในการควบคุมการตลาดแบบตรง.....	178
4.6.4	หลักเกณฑ์การควบคุมการตลาดแบบตรง.....	182

## สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง	หน้า
4.6.5 สิทธิของผู้บริโภค.....	193
4.6.6 บทกำหนดโทษ.....	195
4.7 กฎหมายว่าด้วยการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค.....	197
4.7.1 เจตนารมณ์ของกฎหมายว่าด้วยการจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค.....	198
4.7.2 การจัดตั้งสภาองค์กรของผู้บริโภค.....	198
4.7.3 นายทะเบียน.....	200
4.7.4 การดำเนินการของสภาองค์กรของผู้บริโภค.....	201
4.7.5 รายได้ของสภาองค์กรของผู้บริโภค.....	205
<b>บทที่ 5 วิเคราะห์ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค.....</b>	<b>207</b>
<b>จากการปลอมราคาจริงของสินค้าในการขายสินค้าออนไลน์ของประเทศไทย</b>	
5.1 ปัญหาหลักเกณฑ์การวินิจฉัยกรณีที่มีการอ้างอิงราคาของสินค้าปลอม.....	207
ในการขายสินค้าออนไลน์	
5.1.1 หลักกฎหมายที่เกี่ยวข้องภายใต้กฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภค.....	208
5.1.2 หลักกฎหมายที่เกี่ยวข้องภายใต้กฎหมายว่าด้วยราคาสินค้า บริการ.....	214
และมาตราซั้งตวงวัด	
5.1.3 หลักกฎหมายที่เกี่ยวข้องภายใต้กฎหมายว่าด้วยการทำธุรกรรม.....	216
ทางอิเล็กทรอนิกส์	
5.1.4 หลักกฎหมายที่เกี่ยวข้องภายใต้กฎหมายว่าด้วยขายตรงและตลาดแบบตรง...217	
5.2 ปัญหาหน่วยงานที่มีอำนาจบังคับใช้กฎหมาย.....	221
5.2.1 คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา.....	221
5.2.2 คณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง.....	225
5.2.3 คณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ.....	232
5.3 ปัญหาบทกำหนดโทษ.....	233
5.3.1 บทกำหนดโทษภายใต้พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 .....	233
5.3.2 บทกำหนดโทษภายใต้พระราชบัญญัติขายตรงและ.....	235
ตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545	

## สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง	หน้า
5.4 ปัญหาการคำนวณค่าเสียหายที่เกิดขึ้น.....	238
<b>บทที่ 6 บทสรุปและข้อเสนอแนะ.....</b>	<b>259</b>
6.1 บทสรุปผลการวิจัย.....	259
6.2 ข้อเสนอแนะ.....	270
6.2.1 การแก้ปัญหาหลักเกณฑ์ในการวินิจฉัยกรณีที่มีการอ้างอิงราคา.....	270
ของสินค้าปลอมในการขายสินค้าออนไลน์	
6.2.2 การแก้ปัญหาหน่วยงานที่มีอำนาจบังคับใช้กฎหมาย.....	280
6.2.3 การแก้ปัญหาบทกำหนดโทษ.....	283
6.2.4 การแก้ปัญหาการคำนวณค่าเสียหายที่เกิดขึ้น.....	284
<b>บรรณานุกรม.....</b>	<b>287</b>
<b>ภาคผนวก.....</b>	<b>294</b>



ช

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 สิทธิของผู้บริโภคที่ถูกกระทบจาก “การปลอมราคาจริง”..... หรือ “การตั้งราคาเกินจริง” 118	118
ตารางที่ 2 ตารางเปรียบเทียบกฎหมายของประเทศไทยกับกฎหมายของต่างประเทศ..... กรณีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคจากการปลอมราคาสินค้า ในการขายสินค้าออนไลน์ 240	240
ตารางที่ 3 ตารางเปรียบเทียบบทลงโทษตามกฎหมายของประเทศไทยกับกฎหมาย..... ของต่างประเทศกรณีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคจาก การปลอมราคาสินค้าในการขายสินค้าออนไลน์ 254	254



ช

## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 กราฟแสดงการเปรียบเทียบอัตราการเพิ่มขึ้นของการซื้อขายออนไลน์..... 2 ผ่าน Lazada Shopee และ JD Central ในปี 2018 และปี 2019	
ภาพที่ 2 การศึกษาเพื่อแสดงรูปแบบการขายสินค้าโดยมีการลดราคาสินค้า..... 4 เพื่อจูงใจผู้บริโภค	
ภาพที่ 3 การโฆษณาเสนอขายแหวนรุ่น “Forever Diamond” ..... 70	

