



รายงานการวิจัย

เรื่อง

การคุ้มครองผู้บริโภคจากการขายสินค้าออนไลน์: กรณีการปลอมราคาจริงของสินค้า
Protecting Consumers from Online Sales: A Case of Fake Original Price

โดย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธัชพร กังสังข์
รองศาสตราจารย์วิมาน กฤตพลวิมาน

การวิจัยครั้งนี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากทุนวิจัยพัฒนาวิชาการ
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2564
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราชา

ชื่อเรื่อง	การคุ้มครองผู้บริโภคจากการขายสินค้าออนไลน์: กรณีการปลอมราคาจริงของสินค้า
ชื่อผู้วิจัย	ผู้ช่วยศาสตราจารย์อัมพร กังสังข์ และรองศาสตราจารย์วิมาน กฤตพลวิมาน
ปีที่แล้วเสร็จ	2566

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคด้านราคา และหลักทั่วไปเกี่ยวกับการตั้งราคาสินค้าและการปลอมราคาจริงของสินค้า 2) ศึกษาความเป็นมาและหลักกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคจากการปลอมราคาจริงของสินค้าในการซื้อขายสินค้าของต่างประเทศ ได้แก่ ประเทศอังกฤษ ประเทศสหรัฐอเมริกา และประเทศออสเตรเลีย 3) ศึกษาหลักกฎหมายที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคจากการปลอมราคาจริงของสินค้าในการซื้อขายสินค้าออนไลน์ และวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคจากการปลอมราคาจริงของสินค้าในการซื้อขายสินค้าออนไลน์ของประเทศไทย โดยวิเคราะห์เปรียบเทียบกฎหมายของประเทศไทย ประเทศอังกฤษ ประเทศสหรัฐอเมริกา และประเทศออสเตรเลีย และ 4) เสนอแนวทางในการปรับปรุงบทบัญญัติหรือมาตรการทางกฎหมายเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคจากการปลอมราคาจริงของสินค้าในการซื้อขายสินค้าออนไลน์ให้เหมาะสมกับบริบทของประเทศไทย อนึ่ง การวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธีวิจัยเอกสาร โดยศึกษาค้นคว้าและวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารงานวิจัย ตำบทยุทธศาสตร์ ข่าวดังกล่าว บทความต่าง ๆ ข้อมูลจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และเอกสารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ ตลอดจนมีการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องดังกล่าว

จากการศึกษาพบว่า 1) แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคคือการไม่ให้ความสำคัญกับความศักดิ์สิทธิ์ของเจตนาและทฤษฎีความรับผิดชอบในทางละเมิด และในการตั้งราคาสินค้าจะพิจารณาจากปัจจัยต่างๆ ซึ่งหนึ่งในกลยุทธ์ที่ผู้ประกอบการธุรกิจใช้คือการโฆษณาโดยตั้งราคาสินค้าปลอม 2) กฎหมายของต่างประเทศที่นำมาใช้เพื่อคุ้มครองการปลอมราคาสินค้าของประเทศไทยคือ มาตรา 5 แห่ง The Consumer Protection from Unfair Trading Regulations 2008 และ Guidance for Traders on Pricing Practices, สำหรับประเทศสหรัฐอเมริกา คือ มาตรา 5 แห่ง The Federal Trade Commission Act 1914 และ Federal Trade Commission Guides Against Deceptive Pricing, สำหรับประเทศออสเตรเลีย คือ The Competition and Consumer Act 2010 และ Advertising and Selling Guide 3) สำหรับประเทศไทยมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคจากการปลอมราคาสินค้า คือ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 พระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้า บริการและมาตราชั่งตวงวัด พ.ศ. 2542 พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544 และพระราชบัญญัติว่าด้วยการขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 จากการศึกษากฎหมายของประเทศไทยพบว่ามีปัญหา 4 ประการ คือ ปัญหาขาดหลักเกณฑ์ในการวินิจฉัยกรณีที่มีการอ้างอิงราคาของสินค้าปลอมในการซื้อขายสินค้าออนไลน์ ปัญหาหน่วยงานที่มีอำนาจบังคับใช้กฎหมาย ปัญหาบทกำหนดโทษไม่เพียงพอ และปัญหาขาดแนวทางการคำนวณค่าเสียหาย 4) ผู้วิจัยเสนอแนวทางแก้ไขปัญหา คือ ให้นำหลักเกณฑ์ในการวินิจฉัยกรณีที่มีการอ้างอิงราคาของสินค้าปลอมในการซื้อขายสินค้าออนไลน์ของต่างประเทศมาเป็นแนวทางในการออกเป็นกฎหมายควรให้มีการแยกกฎหมายขายตรงและตลาดแบบตรงออกมาเฉพาะเพื่อให้คณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงมีอำนาจเฉพาะ ควรเพิ่มโทษในการจ่ายค่าปรับทางปกครอง และให้นำการคำนวณค่าเสียหายของต่างประเทศมาเป็นแนวทางในการคำนวณค่าเสียหายที่เกิดจากการปลอมราคาสินค้าในการซื้อขายออนไลน์ของประเทศไทย

คำสำคัญ ผู้บริโภค, ขายออนไลน์, การปลอมราคา

Title: Protecting Consumers from Online Sales: A Case of Fake Original Prices
Researchers: Assistant Professor Thanadchapon Kungsung and Associate Professor
Viman Kritpolviman
Year: 2023

Abstract

This research aims to: 1) study concepts and theories related to consumer protection related to prices and general principles of pricing and fake original prices; 2) study the background and legal principles of consumer protection from fake original prices of goods in foreign countries such as the United Kingdom, the United States and Australia; 3) study legal principles related to consumer protection from fake original prices of online goods and analyze problems related to consumer protection from fake original prices of online goods in Thailand; and 4) propose guidelines for improving provisions or legal measures of consumer protection from fake original prices of online goods to suit Thailand's context. This is a qualitative research study, in which data from research documents, legal articles, news, academic textbooks, articles, data from electronic media and other documents related in Thai and foreign languages as well as interviews with related parties were studied and analyzed.

The study findings are as follows. 1) The concept and theory related to consumer protection are to neglect the importance of the intent and the theory of tort liability. Business operators set prices based on various factors, one of which is advertising fake original prices. 2) Foreign laws used to prevent fake original prices in the UK are Article 5 of the Consumer Protection from Unfair Trading Regulations 2008 and Guidance for Traders on Pricing Practices, in the United States are Section 5 of the Federal Trade Commission Act 1914 and the Federal Trade Commission Guides Against Deceptive Pricing, in Australia are the Competition and Consumer Act 2010 and Advertising and Selling Guide. 3) Laws related to consumer protection against fake original prices in Thailand are the Consumer Protection Act, 1979, and the Direct Sales and Direct Marketing Act, 2002. A study of the laws of Thailand found that there were four problems namely a lack of criteria for diagnosing reference prices of counterfeit online products, problems related to law enforcement, insufficient penalties, missing guidelines for calculating damages. 4) The researcher's proposed solutions are as follows. The criteria for diagnosing reference prices counterfeit products in foreign online shopping should be used as a guideline for issuing announcements. The direct marketing law should be identified so that the direct marketing commission has specific authorities. Thailand should increase administrative monetary penalties and adopt calculation methods of foreign countries as a guideline for calculating damages caused by fake original prices of products in Thailand.

Keywords: consumers, online sales, fake original prices