



เกาะกระแสโพล

กลุ่มงานวิจัยและพัฒนา สำนักวิชาการ

มาตรการส่งเสริม Dee-Delivery คุ้มครองผู้บริโภคยุคดิจิทัล



ปรีชวรรณ สุวรรณสุนัย
วิทยากรชำนาญการพิเศษ

มาตรการส่งเสริม Dee-Delivery คຸ້ມครองผู้บริภคยคดิจติล

ปัจจุบันการซื้อขยสินค้ผ่านตลาดออนไลน์มีความสำคัญมากขึ้นเรื่อย ๆ โดยในประเทศไทย ข้อมูลจากสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (ETDA) ระบุว่าผลการสำรวจมูลค่าพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศเติบโตอย่างต่อเนื่องระหว่างร้อยละ 8-10 ต่อปี เมื่อเปรียบเทียบจำนวนผู้ใช้ อินเทอร์เน็ตในช่วง 15 ปีที่ผ่านมา พบว่าจากจำนวนเพียง 9.3 ล้านคน ในปี 2551 เพิ่มขึ้นเป็น 61.2 ล้านคน ในปี 2566 คิดเป็นร้อยละ 85.3 ของจำนวนประชากรทั้งประเทศ พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของประเทศไทย คือ พุดคยหรือส่งข้อความหาเพื่อนร้อยละ 94.8 การใช้โซเชียลมีเดียร้อยละ 94.6 การค้นหาข้อมูลร้อยละ 81.8 การดูและซื้อสินค้ออนไลน์ร้อยละ 76 การค้นหาสถานที่หรือดูแผนที่ร้อยละ 55 การใช้อีเมลร้อยละ 48.9 การฟังเพลงร้อยละ 46.3 ติดตามข่าวสารร้อยละ 41.4 การเล่นเกมร้อยละ 34.3 และเพื่อการศึกษาร้อยละ 23.8 โดยเฉพาะการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อซื้อขยสินค้ออนไลน์ที่สูงเป็นลำดับ 4 สะท้อนให้เห็นถึงพฤติกรรมของ ผู้บริภคที่เปลี่ยนไปตามยุคสมัย การพัฒนาของเครื่องมือสื่อสารและราคาที่ถูกกลง ทำให้คนเข้าถึงอินเทอร์เน็ต ได้มากขึ้น ส่งผลให้ตลาดอีคอมเมิร์ชของประเทศไทยเติบโตไปด้วย ทั้งจำนวนผู้ซื้อ ผู้ขยทางออนไลน์เพิ่มมากขึ้น สอดรับกับจำนวนแพลตฟอร์มโดยผู้ประกอบการในไทยและต่างประเทศเกิดขึ้นเป็นจำนวนมากเช่นกัน อย่างไรก็ตาม ผลกระทบที่เกิดขึ้นของการซื้อขยออนไลน์ ได้ทำให้เกิดปัญหากับผู้บริภค เช่น โฆษณาเกินจริง เป็นเท็จ การฉ้อโกง การหลอกลวง ซื้อของแล้วไม่ได้ของ ไม่ได้เงินคืนหรือถึงแม้ได้เงินคืนก็ต้องใช้เวลารอคอย ยาวนาน ซึ่งจะเป็นปัญหาที่ยิ่งร้ายแรงขึ้น ทั้งนี้ พบว่าเหตุผลที่ผู้บริภคให้หันไปใช้จ่ายออนไลน์มากขึ้น เกิดจาก ความสะดวกสบายของการชื้อบปิงออนไลน์เป็นประเด็นสำคัญ สามารถสั่งซื้อสินค้ได้ตลอดเวลา มีบริการส่ง สินค้ที่รวดเร็ว นอกจากนี้ สาเหตุที่ผู้บริภคนิยมการซื้อขยออนไลน์ ได้แก่ 1) สินค้มีราคาพิเศษ ร้านค้ ออนไลน์ส่วนมากจะขยของในราคาที่ถูกกว่าไปซื้อตามห้าง เพราะไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเข้าสถานที่ จึงทำให้สามารถขยสินค้ได้ในราคาพิเศษ อีกทั้งการขยทางออนไลน์มักจะมีโปรโมชั่นลดราคาต่าง ๆ ออกมา เพื่อดึงดูดลูกค้าให้ซื้อในราคาที่ถูกกว่า 2) มีความเป็นส่วนตัว การเลือกซื้อของออนไลน์ช่วยให้มีความเป็น ส่วนตัวในการซื้อของได้มากขึ้น ทำให้สบายใจที่จะเลือกของหรือหาข้อมูลมากขึ้น 3) ความสะดวกสบาย โดยสามารถค้นหาสินค้ได้อย่างง่ายดายและประหยัดเวลา 4) สามารถตรวจสอบความมั่นใจในร้านค้ ด้วยการอ่านความเห็นจากลูกค้าที่เคยมาซื้อสินค้จากร้านนั้น ๆ ว่าสินค้คุณภาพเป็นอย่างไร ตรงกับที่สั่ง หรือไม่ เพื่อที่จะได้เลือกร้านที่น่าเชื่อถือและได้ของที่ดีมีคุณภาพตามที่ต้องการได้ และ 5) จัดส่งได้ทุกที่ ทั่วโลก การสั่งผ่านช่องทางออนไลน์ช่วยประหยัดเวลาและสามารถตัดสินใจซื้อได้อย่างรวดเร็ว

จากที่ผู้บริภคให้ความสนใจเกี่ยวกับการซื้อขยออนไลน์ จึงมีผู้ประกอบการธุรกิจที่ไม่ซื้อตรง บางส่วนใช้การโฆษณาชวนเชื่อมีสิ่งแอบแฝง การนำเทคโนโลยีสารสนเทศไปใช้ในทางลบ เกิดปัญหาการละเมิด สิทธิผู้บริภคเพิ่มมากขึ้น ผู้บริภคอาจตกอยู่ในฐานะที่เสียเปรียบ เพราะผู้บริภคไม่ทราบภาวะตลาด และ ความจริงที่เกี่ยวกับคุณภาพและราคาของสินค้ สินค้และบริการที่ไม่ได้มาตรฐาน สั่งซื้อสินค้แล้วไม่ได้รับ สินค้ หรือได้รับสินค้ที่มีความแตกต่างไม่ถูกต้องตามที่สั่งซื้อไว้ ได้รับสินค้ล่าช้า ตลอดจนการจัดส่งสินค้ มาถึงผู้บริภคได้รับความเสียหาย ถูกละเมิดความเป็นส่วนตัวและไม่ได้รับการชดใช้เยียวยาเมื่อเกิดปัญหาขึ้น นอกจากนี้ ยังมีกรณีที่ผู้ขยสินค้แจ้งว่าสามารถเปลี่ยนคืนสินค้ได้หากไม่พอใจ พอถึงเวลาจริงไม่สามารถทำ ได้ หรือบางครั้งเกิดจากข้อสัญญาที่ผู้บริภคไม่ได้อ่านให้ชัดเจน ซึ่งระบุว่าไม่คืนเงินในทุกกรณี ปัญหา การฉ้อโกงที่แม้มีรายละเอียดเกี่ยวกับผู้ขยที่นำเชื่อถือ เช่น การให้เลขบัตรประชาชน การได้รับคำชมจำนวนมาก หรือการสร้างควมไว้นือเชื่อใจด้วยการบริการที่ดีในระยะแรก ๆ ก็ไม่อาจรับประกันได้ว่าผู้ขยจะไม่ ฉ้อโกงผู้ซื้อ สินค้ที่ส่งมอมีสภาพชำรุดบกพร่องไม่ตรงกับค้สั่งซื้อ แต่ไม่สามารถขอเปลี่ยนคืน ขอคืนเงิน หรือ

การชดเชยเยียวยาหากเกิดความเสียหาย ซึ่งกรณีเกิดปัญหาจากการซื้อสินค้า ผู้บริโภคต้องดำเนินการแก้ไข ปัญหาด้วยตนเองไม่ว่าจะเป็นการติดตามผู้กระทำความผิด ประกาศแจ้งเพื่อให้คนในโซเชียลมีเดียรับรู้ด้วยกัน โดยพบว่า มีประชาชนจำนวนมากที่ได้รับผลกระทบจากการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์หรือแอปช้อปปิ้งออนไลน์มายัง สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) หลายกรณี ด้วยเหตุนี้ คณะกรรมการว่าด้วยสัญญา ภายใต้ สคบ. ได้มีมติเห็นชอบประกาศคณะกรรมการว่าด้วยสัญญา “เรื่อง ให้ธุรกิจการให้บริการขนส่งสินค้าโดยเรียก เก็บเงินปลายทางเป็นธุรกิจที่ควบคุมรายการในหลักฐานการรับเงิน พ.ศ. 2567” โดยมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 3 ตุลาคม 2567 เป็นต้นมา โดยกำหนดให้ผู้ให้บริการขนส่งสินค้าต้องแสดงข้อมูลสำคัญ เช่น ชื่อ-สกุล และเบอร์ โทรศัพท์ของผู้ส่ง หมายเลขพัสดุ รายละเอียดสินค้า และจำนวนเงินที่ต้องชำระอย่างชัดเจน นอกจากนี้ ยังกำหนดให้ผู้ให้บริการขนส่งต้อง “พักเงิน” ไว้ 5 วันก่อนส่งให้ผู้ขาย เพื่อให้ผู้ซื้อมีโอกาสตรวจสอบสินค้าและ สามารถขอเงินคืนได้หากพบปัญหา ผู้ซื้อที่มีสิทธิเปิดดูสินค้าก่อนจ่ายเงิน สามารถบันทึกภาพหรือวิดีโอไว้เป็น หลักฐาน หากสินค้าไม่ตรงตามที่สั่งซื้อ ก็สามารถปฏิเสธการรับสินค้าและขอเงินคืนได้ทันที ซึ่งจะช่วยสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคในการซื้อสินค้ามากขึ้น

โดยศูนย์สำรวจความคิดเห็น “นิด้าโพล” สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ เผยผลสำรวจ ของประชาชน เรื่อง “Dee-Delivery เปิดก่อนจ่าย” ทำการสำรวจความคิดเห็นประชาชนที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป ทั่วประเทศ รวมทั้งสิ้น 1,310 ตัวอย่าง เกี่ยวกับมาตรการส่งดี (Dee-Delivery) เพื่อแก้ไขปัญหาหลอก หลอกเก็บเงินปลายทาง และการขายสินค้าไม่ตรงปก ได้ทำการสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีแบบง่าย โดยกำหนดค่า ความเชื่อมั่นร้อยละ 97 โดยมีผลการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1. ประสบการณ์การสั่งซื้อสินค้าออนไลน์

การสั่งซื้อสินค้าออนไลน์	ร้อยละ
เคยสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ (ทั้งการสั่งเองหรือให้ผู้อื่นช่วยสั่งแทน)	70.53
ไม่เคยสั่งซื้อสินค้าออนไลน์	29.47
รวม	100.00

2. ความคิดเห็นเกี่ยวกับ “มาตรการส่งดี (Dee-Delivery)” เพื่อคุ้มครองผู้บริโภค แก้ไขปัญหาหลอก หลอกเก็บเงินปลายทาง ขายสินค้าไม่ตรงปก

ความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับมาตรการส่งดี (Dee-Delivery)	ร้อยละ
เป็นการคุ้มครองลูกค้า หากสินค้าไม่ตรงปก	84.20
เป็นการคุ้มครองลูกค้าไม่ให้โดนหลอกซื้อสินค้า	76.19
เป็นการคุ้มครองลูกค้าให้ได้รับเงินคืน	60.28
เป็นการช่วยลดข้อร้องเรียน/ข้อขัดแย้ง ระหว่างลูกค้า ไรเดอร์ และผู้จำหน่ายสินค้า	48.70
เป็นการคุ้มครองไรเดอร์ไม่ต้องรับผิดชอบกรณีลูกค้าขอเปิดดูสินค้าก่อน	34.20
ไรเดอร์ต้องเสียเวลามากขึ้น เพราะต้องรอลูกค้าตรวจสอบสินค้า	20.02
มาตรการนี้อาจทำให้ค่าขนส่งสินค้าสูงขึ้น	17.21
มาตรการนี้อาจทำให้ราคาสินค้าที่เก็บเงินปลายทางมีราคาสูงขึ้น	16.77
ไม่เป็นธรรมกับผู้จำหน่ายสินค้า เพราะต้องรับความเสี่ยงกับการปฏิเสธการจ่ายเงินของลูกค้า	11.36
ไรเดอร์/บริษัทรับส่งสินค้าต้องเสียเวลารอถึง 5 วัน จึงจะสามารถปิด order ได้	10.39
ไม่เป็นธรรมกับผู้จำหน่ายสินค้า เพราะต้องรอถึง 5 วัน จึงจะได้เงิน	10.06

ความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับมาตรการส่งดี (Dee-Delivery)	ร้อยละ
มาตรการนี้อาจทำให้การจำหน่ายสินค้าแบบเก็บเงินปลายทางมีจำนวนลดลง	8.98
ไม่เห็นมีบทลงโทษหากฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดผิดสัญญา	6.60
ไม่เห็นด้วยกับมาตรการดังกล่าว	0.22
ไม่แน่ใจ/ไม่สนใจ	0.22

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 924 ตัวอย่าง เฉพาะผู้ที่ระบุว่าเคยสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ (ทั้งการสั่งเองหรือให้ผู้อื่นช่วยสั่งแทน) และสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

3. ความเห็นต่อ “มาตรการส่งดี (Dee-Delivery)” ในภาพรวม

ความเห็นต่อ “มาตรการส่งดี (Dee-Delivery)” ในภาพรวม	ร้อยละ
เห็นด้วยมาก	70.45
ค่อนข้างเห็นด้วย	24.46
ไม่ค่อยเห็นด้วย	4.00
ไม่เห็นด้วยเลย	0.87
ไม่แน่ใจ/ไม่สนใจ	0.22
รวม	100.00

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 924 ตัวอย่าง เฉพาะผู้ที่ระบุว่าเคยสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ (ทั้งการสั่งเองหรือให้ผู้อื่นช่วยสั่งแทน)

จากข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามแสดงให้เห็นว่าส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ ทั้งการสั่งเองและให้ผู้อื่นช่วยสั่งแทน ร้อยละ 70.53 ไม่เคยสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ ร้อยละ 29.47 สำหรับความคิดเห็นเกี่ยวกับ “มาตรการส่งดี (Dee-Delivery)” เพื่อคุ้มครองผู้บริโภค แก้ไขปัญหาการโกงหลอกเก็บเงินปลายทาง ขายสินค้าไม่ตรงปก มีความเห็นแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มผู้ซื้อของออนไลน์ในฐานะผู้บริโภค เห็นว่าเป็นการคุ้มครองลูกค้าหากสินค้าไม่ตรงปก ร้อยละ 84.20 ป้องกันการโดนหลอกซื้อสินค้า ร้อยละ 76.19 คุ้มครองได้รับเงินคืน ร้อยละ 60.28 ช่วยลดข้อร้องเรียน/ข้อขัดแย้งระหว่างลูกค้า ไรเดอร์ และผู้จำหน่ายสินค้า ร้อยละ 48.70 และคุ้มครองไรเดอร์ไม่ต้องรับผิดชอบกรณีลูกค้าขอเปิดดูสินค้าก่อน ร้อยละ 34.20 และ 2) กลุ่มผู้ขายของออนไลน์ในฐานะผู้จำหน่ายสินค้า เห็นว่ามาตรการดังกล่าวทำให้ไรเดอร์เสียเวลาเนื่องจากต้องรอลูกค้าตรวจสอบสินค้า ร้อยละ 20.02 ทำให้ค่าขนส่งสินค้าสูงขึ้น ร้อยละ 17.21 อาจทำให้ราคาสินค้าที่เก็บเงินปลายทางมีราคาสูงขึ้น ร้อยละ 16.77 เกิดความไม่เป็นธรรมกับผู้จำหน่ายสินค้า เพราะต้องรับความเสี่ยงกับการปฏิเสธการจ่ายเงินของลูกค้า ร้อยละ 11.36 ไม่เป็นธรรมกับผู้ส่งสินค้าและผู้จำหน่ายสินค้า เพราะต้องรอ 5 วัน จึงจะปิดการขายและได้รับเงิน ร้อยละ 10.39 โดยความเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในภาพรวมต่อมาตรการส่งดี (Dee-Delivery) ส่วนใหญ่เห็นด้วย ร้อยละ 94.91 ไม่เห็นด้วย ร้อยละ 5.09

ในงานศึกษาของพัทธ์ธีรา เฉยเกิด เรื่อง ปัญหาการซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์ (2565) พบว่าปัญหาส่วนใหญ่ที่พบ คือ การได้รับสินค้าช้ากว่ากำหนด สินค้าที่ส่งมาชำรุดหรือเสียหาย ได้รับสินค้าไม่ตรงตามที่สั่งซื้อ ได้รับสินค้าไม่ครบตามจำนวนที่สั่งซื้อ และมีปัญหาในการเรียกร้องค่าเสียหายจากการสั่งซื้อสินค้า โดยมูลค่าความเสียหายโดยเฉลี่ยประมาณ 686.40 บาท โดยช่องทางการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ที่เกิดปัญหา มากที่สุดเรียงลำดับได้ ดังนี้ Instagram Line Facebook/Facebook Fanpage Shopee และ Lazada ส่วนงานวิจัย เรื่อง การแสวงหาข่าวสาร การรับรู้ความเสี่ยง และพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ในช่วง

การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 (2564) ของศรายุทธ จิตรตรง และโมไนยพล วัฒนเวช พบว่าช่วงการแพร่ระบาดโรคโควิด 19 ทำให้ตลาดการซื้อขายของออนไลน์เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว เนื่องจากมาตรการรักษาระยะห่างทางสังคม ผู้บริโภคได้เปลี่ยนรูปแบบการซื้อของผ่านช่องทางออนไลน์แทน มีความถี่ในการซื้อสินค้าออนไลน์โดยเฉลี่ย 7-9 ครั้งต่อเดือน มีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้งประมาณ 1,500 บาท โดยผู้บริโภคมีการแสวงหาข่าวสารทางสื่อออนไลน์อย่างต่อเนื่องทั้งโดยตรงและทางอ้อม มีการค้นคว้ารายละเอียดข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าอย่างสม่ำเสมอ การหาข้อมูลจากหลากหลายแหล่งเพื่อใช้ในการเปรียบเทียบก่อนตัดสินใจซื้อ เพื่อป้องกันปัญหาที่อาจเกิดขึ้นจากการซื้อสินค้าออนไลน์ ทั้งนี้ การรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อสินค้าออนไลน์ทางกลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อสินค้าออนไลน์ระดับมาก โดยทราบว่าอาจเสี่ยงกับข้อมูลโฆษณาสินค้าที่ไม่ตรงตามข้อเท็จจริง โอกาสที่อาจได้รับสินค้าที่ไม่มีคุณภาพ หรือการถูกหลอกให้ดำเนินธุรกรรมการเงิน ทำให้มีการแสวงหาข่าวสารค่อนข้างมาก ซึ่งสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภค เพราะข่าวสารเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ในการประกอบการตัดสินใจการซื้อสินค้าออนไลน์ อย่างไรก็ตาม การเสพข่าวสารประชาสัมพันธ์สินค้าออนไลน์ผู้บริโภคจะต้องมีความระมัดระวังในการพิจารณาข้อมูลอย่างรอบคอบ มีการเปรียบเทียบจากหลายแหล่งร้านค้าออนไลน์ และการพิจารณาความพึงพอใจหลังการขายจากผู้ซื้อสินค้ารายอื่น เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจได้ว่าจะได้รับสินค้าตรงตามความคาดหวัง และไม่เสี่ยงต่อปัญหาการซื้อสินค้าออนไลน์ ทั้งนี้ เมื่อเกิดปัญหาในการซื้อของออนไลน์มีมาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้อง คือ ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ และพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ในงานศึกษา เรื่อง ปัญหากฎหมายเกี่ยวกับการซื้อขายสินค้าออนไลน์ ศึกษากรณีสิทธิหน้าที่ของคู่สัญญาและผู้บริโภค ของจิราภา พงษ์พันธ์ (2557) ได้อธิบายว่ากฎหมายทั้ง 2 ฉบับ เป็นกฎหมายที่ร่างขึ้นมาเพื่อใช้รองรับการทำธุรกรรมแบบดั้งเดิม จึงยังไม่มี ความชัดเจนก่อให้เกิดปัญหาทางกฎหมายหลายประการ เช่น ปัญหาการให้ข้อมูลของคู่สัญญา ซึ่งยังไม่มีกฎหมายกำหนดว่าข้อมูลใดบ้างที่ผู้ขายจะต้องแจ้งให้ผู้ซื้อทราบก่อนการตัดสินใจเพื่อเข้าทำสัญญา ปัญหารูปแบบการทำสัญญา และการปฏิบัติตามสัญญา ผู้บริโภคไม่ได้รับสำเนาสัญญาที่เป็นลายลักษณ์อักษรหรือในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ที่ผู้บริโภคจะเก็บรักษาและพิมพ์ข้อมูลการซื้อขายเก็บไว้เป็นหลักฐานได้ และปัญหาอื่นที่เกี่ยวข้อง อาทิ ผู้ซื้อไม่ทราบว่า จะได้รับสินค้าในวันใด หากผู้ซื้อไม่ได้รับสินค้าภายในกี่วัน ผู้ซื้อจึงจะมีสิทธิเลิกสัญญาและได้รับเงินคืนภายในกี่วัน ซึ่งตามกฎหมายปัจจุบันไม่ได้บัญญัติระยะเวลาที่ให้ความคุ้มครองผู้บริโภคในกรณีเหล่านี้ไว้ รวมทั้งหากเกิดข้อพิพาทขึ้นจะมีวิธีจัดการกับข้อพิพาทอย่างไร ในการที่ผู้บริโภคไม่ต้องดำเนินคดีในศาลที่มีความเคร่งครัดและยุ่งยาก ตลอดจนโทษของผู้กระทำความผิดที่มีอยู่ในปัจจุบันไม่ได้ทำให้ผู้กระทำความผิดเกิดความเกรงกลัวแต่อย่างใด เพราะเป็นเพียงโทษปรับเท่านั้น จึงมักเกิดปัญหาการทำผิดกฎหมายอย่างต่อเนื่องเรื่อยมา

จากงานวิจัยที่เสนอมามีความสอดคล้องกับการสำรวจมาตรการ Dee-Delivery ที่ผู้ตอบแบบสำรวจได้พบปัญหาการซื้อของผ่านระบบออนไลน์ ทราบความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น และต้องการให้มีมาตรการทางกฎหมายเพื่อเป็นกลไกป้องกันไม่ให้เกิดการถูกหลอกหรือได้รับสินค้าไม่ตรงตามต้องการ เป็นการคุ้มครองผู้บริโภคภายใต้การซื้อของผ่านระบบออนไลน์ที่เป็นช่องทางซื้อขายที่สะดวก แต่เกิดปัญหาการติดตามผู้กระทำผิดมากที่สุด ดังนั้น มาตรการส่งดี (Dee-Delivery) จึงเป็นมาตรการทางกฎหมายที่กำหนด 4 เงื่อนไขที่ผู้บริโภคมีสิทธิได้รับเงินค่าสินค้าเมื่อเกิดปัญหาการซื้อของออนไลน์โดยเฉพาะ คือ

1) ในกรณีที่ผู้บริโภคได้รับสินค้าไม่ตรงกับที่สั่งซื้อ หรือสินค้าที่สั่งซื้อมีความชำรุดบกพร่องให้ผู้ประกอบการธุรกิจรับสินค้าคืนจากผู้บริโภคกลับไปยังผู้ส่งสินค้า และคืนเงินให้แก่ผู้บริโภค

2) ในกรณีที่ผู้บริโภคมิได้สั่งซื้อสินค้าแต่มีสินค้าไปส่งแล้วเรียกเก็บเงินปลายทาง หากผู้บริโภคมิมีการชำระค่าสินค้าแล้ว และพิสูจน์ได้ภายหลังว่าผู้บริโภคมิได้สั่งซื้อสินค้า ให้ผู้ประกอบการธุรกิจรับสินค้าคืนจากผู้บริโภคกลับไปยังผู้ส่งสินค้า และคืนเงินให้แก่ผู้บริโภค

3) เมื่อผู้ประกอบการธุรกิจเป็นผู้รับเงินที่ชำระค่าสินค้าจากผู้บริโภคแล้วให้ถือเงินไว้ก่อนเป็นเวลา 5 วัน นับแต่วันที่ผู้บริโภคมิได้รับมอบสินค้าและชำระเงินให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจ โดยผู้ประกอบการธุรกิจจะยังไม่นำเงินไปส่งให้กับผู้ส่งสินค้า และเมื่อพ้นกำหนด 5 วันนับแต่วันที่ได้รับชำระเงินจากผู้บริโภคแล้วปรากฏว่าผู้บริโภคมิได้มีการแจ้งขอเงินคืนให้ผู้ประกอบการธุรกิจนำเงินไปส่งให้กับผู้ส่งสินค้า แต่ถ้าผู้บริโภคมิแจ้งเหตุที่ขอคืนสินค้าและขอเงินคืนต่อผู้ประกอบการธุรกิจในกำหนดเวลา 5 วันนั้น ว่าผู้บริโภคมิได้รับสินค้าที่ตนมิได้สั่งซื้อหรือสินค้าที่ได้รับไม่ตรงกับที่สั่งซื้อ หรือสินค้าที่ตนสั่งซื้อมีความชำรุดบกพร่อง และเมื่อผู้ประกอบการธุรกิจตรวจสอบสินค้าที่รับคืนจากผู้บริโภคแล้ว ถ้าปรากฏว่าสินค้านั้นเป็นไปตามเหตุที่ผู้บริโภคมิแจ้งมาจริง ให้ผู้ประกอบการธุรกิจคืนเงินเต็มจำนวนที่ผู้บริโภคมิชำระทั้งหมดให้แก่ผู้บริโภคมิภายใน 15 วันนับแต่วันที่ได้รับการแจ้งจากผู้บริโภค และส่งมอบสินค้านั้นคืนให้กับผู้ส่งสินค้า ทั้งนี้ หลักเกณฑ์นี้จะไม่นำไปใช้บังคับกับกรณีผู้บริโภคมิขอเงินคืนด้วยเหตุผลอื่นนอกจากเหตุดังกล่าวนี้

4) ในกรณีที่ผู้บริโภคมิรับและเปิดดูสินค้าให้กระทำต่อหน้าผู้ประกอบการธุรกิจ โดยให้บันทึกภาพถ่ายหรือวิดีโอหรือเอกสารหลักฐานอย่างอื่นไว้เป็นหลักฐาน และเมื่อบุคคลทั้งสองดังกล่าวตรวจสอบสินค้าแล้วพบว่าสินค้านั้นไม่ตรงตามข้อ 1) และ 2) ให้ผู้บริโภคมิปฏิเสธมิได้รับสินค้านั้นได้ กรณีที่ผู้บริโภคมิอยู่ในวิสัยที่จะตรวจสอบสภาพสินค้าในขณะที่รับสินค้า เมื่อได้ทำหลักฐานตามวรรคหนึ่งและส่งให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจแล้วปรากฏว่ามิได้รับการโต้แย้งในเวลาตามที่กำหนดในข้อ 3) ให้ผู้บริโภคมิสิทธิปฏิเสธมิได้รับสินค้าและได้รับเงินค่าสินค้าคืน

“มาตรการส่งดี (Dee-Delivery)” ถือเป็นก้าวสำคัญในการคุ้มครองผู้บริโภคในยุคดิจิทัลที่การซื้อขายออนไลน์เป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน การมีกฎหมายที่ชัดเจนและครอบคลุมจะช่วยสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค และส่งเสริมให้ตลาดอีคอมเมิร์ซเติบโต ผู้บริโภคมิควรทำความเข้าใจกับสิทธิและหน้าที่ของตนเองเพื่อเตรียมพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลง และใช้ประโยชน์จากกฎหมายฉบับดังกล่าวอย่างเต็มที่ สำหรับผู้ประกอบการขนส่งสินค้า การปรับตัวให้สอดคล้องกับกฎหมายใหม่เป็นสิ่งจำเป็น เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและรักษาสถานะลูกค้าในระยะยาว การให้ความสำคัญกับความโปร่งใสและการบริการที่ดี จะเป็นกุญแจสำคัญในการแข่งขันในตลาดที่กำลังเติบโตอย่างรวดเร็วในอนาคต และอาจจะได้เห็นการพัฒนากฎหมายและมาตรการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายออนไลน์ เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคและเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว สิ่งสำคัญ คือ การที่ทุกฝ่ายร่วมมือกันสร้างสรรค์สภาพแวดล้อมการซื้อขายออนไลน์ที่ปลอดภัย โปร่งใส และเป็นธรรมสำหรับทุกคน นอกจากการใช้มาตรการส่งดี (Dee Delivery) เป็นกลไกทางกฎหมายเพื่อแก้ปัญหาการซื้อขายออนไลน์แล้ว หน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องหรือมีส่วนได้ส่วนเสียควรมีมาตรการอื่นเพิ่มเติมร่วมด้วย คือ 1) แพลตฟอร์มออนไลน์ต้องมีระบบการคัดกรองร้านค้าออนไลน์และควบคุมกำกับ 2) จัดระบบให้มีการขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการออนไลน์ทุกร้านค้า 3) มีช่องทางให้ผู้บริโภคมิสามารถตรวจสอบร้านค้าก่อนตัดสินใจสั่งซื้อสินค้า 4) มีช่องทางการร้องเรียนแบบออนไลน์ และ 5) ให้ความรู้ผู้บริโภคว่าไม่ควรสนับสนุนร้านค้าที่ไม่มีการจดทะเบียนพาณิชย์

บรรณานุกรม

- กรมประชาสัมพันธ์. (2567). **รัฐบาลคุ้มครองนักช้อปออนไลน์ ผลักดัน สคบ.ออกกฎหมายใช้ “มาตรการส่งดี” เช็คของได้ก่อนจ่าย-ขอเงินคืนได้ใน 5 วัน.** สืบค้น 22 สิงหาคม 2567 จาก <https://angthong.prd.go.th/th/content/category/detail/id/9/iid/299991>
- ข้อดีของการสั่งซื้อของออนไลน์.** (ม.ป.ป.). สืบค้น 19 สิงหาคม 2567 จาก <https://www.cosmamarketing.co.th/2020/02/19/%E0%B8%%E0%B8%8B%E0%B8%B7%E0%B9%89%E0%B8%AD%E0%B8%AD%E0%B8%AD%E0%B8%99/>
- จิราภา พงษ์พันธ์. (2557). **ปัญหากฎหมายเกี่ยวกับการซื้อขายสินค้าออนไลน์ ศึกษากรณีสิทธิหน้าที่ของคู่สัญญาและผู้บริโภค.** (สารนิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีปทุม, คณะนิติศาสตร์, กลุ่มวิชากฎหมายธุรกิจ.
- ดีเดย์ 3 ต.ค.นี้! “สคบ.” เริ่มใช้กฎเหล็ก “เปิดก่อนจ่าย” ป้องกันมิฉ้อฉลช้อปออนไลน์.** (2567). สืบค้น 22 สิงหาคม 2567 จาก <https://www.kaohoon.com/news/683995>
- พัทธ์ธีรา เฉยเกิด. (2565). **ปัญหาการซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์.** (วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรังสิต, คณะเศรษฐศาสตร์, สาขาวิชาเศรษฐกิจดิจิทัล.
- Pisittaphong Chantasaeng. (2566). **ประเทศไทยเข้าสู่ยุค “เมืองแห่งดิจิทัล” มีผู้เข้าถึงอินเทอร์เน็ต 61.2 ล. ราย.** สืบค้น 19 สิงหาคม 2567 จาก <https://lib.nbtc.go.th/news/detail/1054>
- มาตรการส่งดี Dee-Delivery กฎหมายใหม่คุ้มครองการซื้อของเก็บเงินปลายทาง.** (2567). สืบค้น 22 สิงหาคม 2567 จาก <https://www.amarintv.com/spotlight/economy/detail/66806>
- มาตรการส่งดี dee-delivery กฎหมายใหม่ เช็คของก่อนจ่ายได้ และขอเงินคืนได้ภายใน 5 วัน.** (2567). สืบค้น 22 สิงหาคม 2567 จาก <https://www.uni.net.th/index.php/news/7616/>
- รายงาน Global Digital 2023 ที่คนไทยเป็นอันดับต้น ๆ ในหลายด้าน แล้วเราควรวางแผนลงทุนไอทีอย่างไร.** (2566). สืบค้น 19 สิงหาคม 2567 จาก <https://www.jrit-ichi.com/cutting/2023/02/06/1614/>
- รายงานภาพรวมการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยจาก Digital 2023: Thailand.** (2566). สืบค้น 19 สิงหาคม 2567 จาก <https://www.blognone.com/node/132632>
- ศรายุทธ จิตรตรง, และ โมไนยพล รณเวช. (2564). **การแสวงหาข่าวสาร การรับรู้ความเสี่ยง และพฤติกรรม การซื้อสินค้าออนไลน์ในช่วงการแพร่ระบาดโรคโควิด 19.** *Media and Communication Inquiry*, 3(1), 17–32.
- ศิริพรรณ รัตนะอำพร. (2565). **รู้ทัน ป้องกันกลโกงซื้อของออนไลน์.** สืบค้น 19 สิงหาคม 2567 จาก <https://www.yuvabadhanafoundation.org/th/%E0%B8%82%E0%B9%88%E0%B8%B2%E0%B8%A7%E0%B8%AA%E0%B8%B2%E0%B8>

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, ศูนย์สำรวจความคิดเห็น “นิด้าโพล”. (2567). “Dee Delivery เปิดก่อนจ่าย”. สืบค้น 9 สิงหาคม 2567 จาก <https://nidapoll.nida.ac.th/data/survey/uploads/FILE-1720781772359.pdf>

สภาองค์กรผู้บริโภค. (2565). คนได้ ‘กว่าครึ่ง’ พบปัญหาซื้อของออนไลน์. สืบค้น 19 สิงหาคม 2567 จาก <https://www.tcc.or.th/onlineshopping-survey/>

สำนักนายกรัฐมนตรี สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. (ม.ป.ป.). ปัญหาการซื้อขายออนไลน์. สืบค้น 19 สิงหาคม 2567 จาก http://www.saraburi.go.th/web2/files/com_news_report/2020-06_7d07b281e757baf.pdf

6 เหตุผลดี ๆ ที่ทำไมผู้คนเริ่มซื้อของออนไลน์มากขึ้น. (2564). สืบค้น 19 สิงหาคม 2567 จาก <https://www.blockdit.com/posts/601064860d2af3174aff1e43>

ภาพอ้างอิง

How to Choose the Right Delivery Method for Your Online Shop?. (2021). Retrieved December 2, 2024 from <https://www.shoPONcloud.com/blog/choose-the-right-delivery-method-for-your-online-shop.html>