

การใช้สิทธิอิเล็กทรอนิกส์ในธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง

นายวิทัต พรจะเต็ด

เอกัตศึกษานี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชากฎหมายเศรษฐกิจ
คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2560

บทคัดย่อและแฟ้มข้อมูลฉบับเต็มของเอกัตศึกษาที่ให้บริการในคลังปัญญาจุฬาฯ (CUIR)
เป็นแฟ้มข้อมูลของนิสิตเจ้าของเอกัตศึกษาที่ส่งผ่านทางคณะที่สังกัด

The abstract and full text of individual study in Chulalongkorn University Intellectual Repository(CUIR)
are the individual study authors' files submitted through the faculty.

หัวข้อเอกัตศึกษา การใช้สิทธิเลิกสัญญาในธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง

โดย นายวิฑิต พรจะเด็ด

รหัสประจำตัว 598 62488 34

หลักสูตร ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชากฎหมายเศรษฐกิจ
คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

หมวดวิชา กฎหมายธุรกิจทั่วไป

อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิโรจน์ วาทินพงศ์พันธ์

ปีการศึกษา 2560

คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้เอกัตศึกษานี้เป็นส่วนหนึ่งของ
การศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชากฎหมายเศรษฐกิจ

ลงชื่อ..... อาจารย์ที่ปรึกษา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิโรจน์ วาทินพงศ์พันธ์

บทคัดย่อ

วิฑัต พรจะเต็ด : การใช้สิทธิเลิกสัญญาในธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง (Cooling off Period in Direct Sales and Direct Marketing Business) อาจารย์ที่ปรึกษา : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิโรจน์ วาทินพงศ์พันธ์.

ปัจจุบันประเทศไทยมีพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ. 2550 และ พ.ศ. 2560 เพื่อกำกับดูแลการประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงขึ้นเป็นการเฉพาะ โดยที่การเจริญเติบโตก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการติดต่อสื่อสารอย่างมาก มีการเชื่อมโยงระหว่างบุคคลอย่างรวดเร็วมีการสาธิต ชักจูง เสนอผลประโยชน์โดยแอบแฝง ชักชวนให้เร่งตัดสินใจโดยเฉพาะการซื้อขายสินค้าทางออนไลน์อันเป็นการทำการตลาดเชิงรุกทำให้ผู้บริโภคอยู่ในภาวะที่ไม่อาจตัดสินใจได้อย่างรอบคอบ กฎหมายขายตรงจึงเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคมีสิทธิเลิกสัญญาโดยการส่งหนังสือแสดงเจตนาภายในเวลา 7 วัน แต่ผู้ศึกษาพบว่า ยังไม่มีความชัดเจนของการใช้สิทธิเลิกสัญญาในเรื่องเกี่ยวกับขอบเขตระยะเวลาว่าจะรวมถึงวันหยุดต่าง ๆ หรือไม่ การรับคืนผลิตภัณฑ์ และการคืนเงินมีข้อยกเว้นในประเภท ราคา ชนิด ของสินค้าและบริการหรือไม่ จะมีวิธีการเพิ่มทางเลือกในการใช้สิทธิเลิกสัญญาเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคให้ดียิ่งขึ้นได้อย่างไร

จากผลการศึกษากฎหมายขายตรงต่างประเทศ 6 ประเทศเปรียบเทียบกับประเทศไทย พบว่าการรับคืนผลิตภัณฑ์มีการกำหนดเพิ่มทางเลือกการส่งคืนผลิตภัณฑ์ได้ด้วยตนเองไม่ต้องรอผู้ประกอบการร้องขอด้วยการส่งสินค้าทางไปรษณีย์โดยวิธีการลงทะเบียนและให้ถือเอาวันที่และเวลาประทับตราไปรษณีย์โดยมีหลักฐานใบเสร็จรับเงินเป็นการใช้สิทธิเลิกสัญญาซึ่งสามารถแก้ปัญหาการติดต่อผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงไม่ได้

ส่วนระยะเวลาการใช้สิทธิเลิกสัญญาพบว่าในหลายประเทศมีการกำหนดขอบเขตที่ชัดเจนเพิ่มเติมคือไม่เพียงแค่ระบุจำนวนวัน เช่น ถ้าระยะเวลาหมดในวันหยุดกำหนดเวลาจะขยายจนถึงวันทำการถัดไป หรือจนถึงเที่ยงคืน หรือไม่รวมวันเสาร์อาทิตย์และวันหยุดเนื่องจากผู้บริโภคมักไม่ทราบวิธีการนับเวลาตามกฎหมายทั่วไป

ในส่วนข้อยกเว้นการใช้สิทธิเลิกสัญญาพบว่ากฎหมายต่างประเทศกำหนดข้อยกเว้นไว้ได้แก่ สินค้าหรือบริการประเภทที่เสียหาย เสื่อมค่าโดยง่าย สินค้าหรือบริการประเภทดิจิทัล ซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ต่าง ๆ สินค้าประเภทที่เกี่ยวข้องกับเหตุผลด้านอนามัยเฉพาะบุคคล และสินค้าหรือบริการที่มีมูลค่าน้อยกว่า 775 บาท เป็นต้น

กิตติกรรมประกาศ

เอกัตศึกษานี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความเมตตากรุณาและคำแนะนำอย่างดีของท่าน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิโรจน์ วาทีนพงศ์พันธ์ ซึ่งเป็นที่ปรึกษาที่สละเวลาตรวจแก้ไขให้คำชี้แนะอันเป็นประโยชน์อย่างสูงต่องานวิจัยฉบับนี้

ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศารทูล สันติวาสะ ผู้อำนวยการหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชากฎหมายเศรษฐกิจ (ศศ.ม.) ที่ได้ทุ่มเทและกรุณาถ่ายทอดวิชาความรู้ระเบียบวิธีวิจัยทางกฎหมายเศรษฐกิจ วิธีการและเทคนิคการทำวิจัยในทางนิติศาสตร์ ตลอดจนจนคณาจารย์หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยทุกท่าน

นอกจากนี้ ผู้ศึกษาขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ศูนย์ "เพชรรัตน์" นิติทรัพยากร คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยและเจ้าหน้าที่ทุกท่านในหลักสูตรหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา กฎหมายเศรษฐกิจ ที่เป็นกำลังใจและอำนวยความสะดวกในการศึกษาเป็นอย่างดี

ท้ายนี้ ผู้ศึกษาขอขอบคุณรุ่นพี่คือ นางสาวเรืองศิริ ไตรทิพย์วงษ์ และบุคคลในครอบครัวของผู้ศึกษาที่ให้การสนับสนุนและกำลังใจมาโดยตลอดจนประสบความสำเร็จในการศึกษานี้

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	ก
กิตติกรรมประกาศ	ข
สารบัญ.....	ค
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ	ซ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์การศึกษา.....	3
1.3 สมมติฐานของการศึกษา.....	3
1.4 ขอบเขตการศึกษา	3
1.5 วิธีดำเนินการศึกษา.....	3
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา.....	4
1.7 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	4
บทที่ 2 การใช้สิทธิเลิกสัญญาในกฎหมายและธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงในประเทศไทย	6
2.1 ธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง	6
2.1.1 ธุรกิจขายตรง	6
2.1.1.1 การขายตรงแบบชั้นเดียว (Single-level Marketing) หรือ SLM.....	7
2.1.1.2 การขายตรงแบบหลายชั้น (Multi-level Marketing) หรือ MLM.....	8
2.1.1.3 การขายตรงแบบแฝงแบบพีระมิด (Pyramid scheme) หรือแชร์ลูกโซ่.....	9
2.1.2 ธุรกิจตลาดแบบตรง.....	10
2.1.3 ประเภทสินค้าที่ไม่สามารถทำธุรกิจขายตรง	11
2.1.4 ประเภทธุรกิจที่ไม่ถือเป็นการขายตรงและตลาดแบบตรง	12
2.1.5 ผลกระทบต่อผู้บริโภค	12
2.1.6 ปัญหาข้อร้องเรียนเกี่ยวกับธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง	13
2.2 การใช้สิทธิเลิกสัญญาในหลักกฎหมายทั่วไป.....	14
2.2.1 สาเหตุที่จะทำให้เกิดสิทธิการเลิกสัญญา	14
2.2.2 วิธีและผลของการบอกเลิกสัญญา.....	15

2.3 การนับระยะเวลาตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์	17
2.4 การใช้สิทธิเลิกสัญญาตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545	18
2.4.1 การเกิดสัญญา.....	18
2.4.2 การใช้สิทธิเลิกสัญญาและระยะเวลา.....	19
2.4.3 การคืนผลิตภัณฑ์.....	20
2.4.4 การคืนผลิตภัณฑ์ที่เป็นการพันวิสัย.....	20
2.4.5 การรับประกันสินค้าหรือบริการ	21
2.4.6 การคืนเงิน	21
2.5 บริษัทที่มีแนวทางในการปฏิบัติที่ดี (Corporate best practices) ในการใช้สิทธิเลิกสัญญา และการรับคืนผลิตภัณฑ์	21
กรณีศึกษา บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด.....	21
2.5.1 สิทธิเลิกสัญญาและระยะเวลา	23
2.5.2 วิธีการใช้สิทธิเลิกสัญญา	23
2.5.3 ผลิตภัณฑ์กลุ่มต่าง ๆ และระยะเวลาการใช้สิทธิเลิกสัญญา.....	24
2.5.4 ข้อยกเว้นการรับคืนผลิตภัณฑ์	24
2.5.5 การคืนเงิน	24
2.6 บทสรุป.....	25
บทที่ 3 การใช้สิทธิเลิกสัญญาและการรับคืนผลิตภัณฑ์ของธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงใน กฎหมายต่างประเทศ.....	26
3.1 สหภาพยุโรป.....	26
3.1.1 สิทธิเลิกสัญญาและระยะเวลา	26
3.1.2 การรับประกันความชำรุดบกพร่องของผลิตภัณฑ์	26
3.1.3 ข้อยกเว้นการใช้สิทธิเลิกสัญญา	28
3.1.4 วิธีการยกเลิกสัญญา	28
3.1.5 การคืนเงิน	29
3.2 สหราชอาณาจักร.....	29
3.2.1 สิทธิเลิกสัญญาและระยะเวลา	29
3.2.2 ข้อยกเว้นการใช้สิทธิเลิกสัญญา	30
3.2.3 วิธีการใช้สิทธิเลิกสัญญา	31
3.2.4 การคืนผลิตภัณฑ์.....	31

3.2.5 การค้ำเงิน.....	32
3.3 ประเทศสหรัฐอเมริกา.....	33
3.3.1 สิทธิเลิกสัญญาและระยะเวลา	33
3.3.2 ข้อยกเว้นการใช้สิทธิเลิกสัญญา	33
3.3.3 วิธีการใช้สิทธิเลิกสัญญา	34
3.3.4 การค้ำผลิตภัณฑ์.....	34
3.3.5 การค้ำเงิน.....	34
3.4 ประเทศสิงคโปร์.....	35
3.4.1 สิทธิเลิกสัญญาและระยะเวลา	35
3.4.2 การค้ำผลิตภัณฑ์.....	36
3.4.3 การค้ำเงิน.....	36
3.5 ประเทศมาเลเซีย	36
3.5.1 กฎหมายขายตรงและข้อบังคับ	36
3.5.2 สิทธิเลิกสัญญาและระยะเวลา	38
3.5.3 วิธีการใช้สิทธิเลิกสัญญา	39
3.6 ประเทศญี่ปุ่น.....	40
3.6.1 สิทธิเลิกสัญญาและระยะเวลา	41
3.6.2 ข้อยกเว้นการใช้สิทธิเลิกสัญญา	42
3.6.3 วิธีการใช้สิทธิเลิกสัญญา	43
3.6.4 การค้ำเงิน.....	43
3.7 บทสรุป.....	44
บทที่ 4 การวิเคราะห์การใช้สิทธิเลิกสัญญาและการรับค้ำผลิตภัณฑ์ในประเทศไทยและต่างประเทศ	47
4.1 ระยะเวลาในการใช้สิทธิเลิกสัญญา.....	48
4.2 ข้อยกเว้นการใช้สิทธิเลิกสัญญา.....	50
4.3 ระยะเวลาการรับค้ำผลิตภัณฑ์.....	52
4.4 ระยะเวลาการค้ำเงิน	54
4.5 บทสรุป.....	55
บทที่ 5 บทสรุปและข้อเสนอแนะ	58

5.1 สรุปผลการศึกษา.....	58
5.2 ข้อเสนอแนะ.....	63
รายการอ้างอิง.....	65
ภาคผนวก.....	70

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
ตารางที่ 1 ระยะเวลาการใช้สิทธิเลิกสัญญาประเทศต่าง ๆ.....	48
ตารางที่ 2 การใช้สิทธิเลิกสัญญาของ บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด.....	49
ตารางที่ 3 ข้อยกเว้นการใช้สิทธิเลิกสัญญาประเทศต่าง ๆ.....	50
ตารางที่ 4 ระยะเวลาประกันผลิตภัณฑ์ประเทศต่าง ๆ.....	52
ตารางที่ 5 ระยะเวลาการคืนเงินประเทศต่าง ๆ	54
ตารางที่ 6 การใช้สิทธิเลิกสัญญาตาม Cooling off Period ในแต่ละประเทศ	56

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
ภาพที่ 1 แผนภูมิการขายตรงแบบขั้นเดียว	8
ภาพที่ 2 แผนภูมิการขายตรงแบบหลายขั้น	9
ภาพที่ 3 แผนภูมิธุรกิจพีระมิด	10

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันประเทศไทยได้มีการตราพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ. 2550 และ พ.ศ. 2560 เพื่อกำกับดูแลการประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงขึ้นเป็นการเฉพาะ โดยที่กฎหมายขายตรงได้มีกำหนดให้การซื้อสินค้าหรือบริการจากการขายตรงหรือจากการขายผ่านตลาดแบบตรง ผู้บริโภคมีสิทธิเลิกสัญญาโดยการส่งหนังสือแสดงเจตนาภายในเวลา 7 วัน นับแต่วันที่ได้รับสินค้าหรือบริการ ไปยังผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงหรือผู้ประกอบการตลาดแบบตรง¹ แต่ผู้ศึกษาพบว่า ยังไม่มีความชัดเจนของการใช้สิทธิเลิกสัญญาในประเด็นเกี่ยวกับระยะเวลาว่าจะรวมถึงวันหยุดต่าง ๆหรือไม่โดยที่การนับระยะเวลาตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์อาจทำให้ผู้ประกอบการและผู้บริโภคไม่ทราบและไม่เข้าใจ การรับคืนผลิตภัณฑ์และการคืนเงินมีข้อยกเว้นในประเภท ราคา ชนิด ของสินค้าและบริการหรือไม่ จะมีวิธีการเพิ่มทางเลือกในการใช้สิทธิเลิกสัญญาเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคให้ดียิ่งขึ้นได้อย่างไร

ในยุคโลกาภิวัตน์ปัจจุบันนี้ ได้มีความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการติดต่อสื่อสารอย่างมาก มีการเชื่อมโยงระหว่างบุคคลอย่างรวดเร็วเพื่อการซื้อขายสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ส่งผลกระทบต่อสังคม ชีวิตความเป็นอยู่ การค้า การลงทุน การตลาดที่เปลี่ยนแปลงทั้งด้านบวกและลบในระบบเศรษฐกิจ การประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าหรือบริการได้ใช้วิธีการทางการตลาดที่เข้าถึงผู้บริโภค ทั้งในลักษณะที่เป็นการติดต่อกับผู้บริโภคนอกสถานที่โดยการสาธิตคุณภาพของสินค้าหรือบริการให้ผู้บริโภคได้เห็น เพื่อตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการซึ่งเรียกว่าการขายตรง และการทำตลาดแบบตรงโดยโฆษณาขายสินค้าหรือบริการผ่านสื่อทุกชนิด ทั้งที่เป็นสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์อื่น ๆ โดยกำหนดให้ผู้บริโภคแสดงเจตนาเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการโดยการติดต่อโดยตรงกับผู้ขายอันเป็นการตลาดเชิงรุกทำให้ผู้บริโภคอยู่ในภาวะที่ไม่อาจตัดสินใจได้อย่างรอบคอบ²

ธุรกิจขายตรงเป็นหนึ่งในระบบการตลาดที่มีพัฒนาการเชิงรุกตรงต่อผู้บริโภค จากข้อมูลสถิติรวบรวมโดย สมาพันธ์การขายตรงโลก (World Federation of Direct Selling Associations :WFDSA) ยอดการขายตรงของโลกในปี 2557 มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.4 โดยมีมูลค่า 1.828 แสนล้านเหรียญสหรัฐ จาก 1.7 แสนล้านเหรียญ ทั้งนี้ ทวีปเอเชียนับเป็นตลาดที่ใหญ่ที่สุด โดยมี

¹ พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 มาตรา 33.

² ไพโรจน์ อาจรักษา, คำอธิบายกฎหมายขายตรงและตลาดแบบตรง(ฉบับสมบูรณ์), พิมพ์ครั้งที่ 2 (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์นิติธรรม, 2560), หน้า 5.

สัดส่วนถึงร้อยละ 45 ของยอดขายรวมทั่วโลก อันดับ 2 ได้แก่ทวีปอเมริกา ซึ่งมีสัดส่วนร้อยละ 37 ตามด้วยทวีปยุโรปร้อยละ 17 และในปี 2559 มีนักขายตรงทั่วโลกถึง 107 ล้านคน³

ในส่วนของประเทศไทยมีสถิติการจดทะเบียนธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง โดยปัจจุบันธุรกิจขายตรงมีบริษัทที่ยื่นจดทะเบียนกับ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ตั้งแต่ปี 2545-2560 รวม 1,334 ราย แบ่งเป็นธุรกิจขายตรง 1,020 ราย ธุรกิจตลาดแบบตรง 314 ราย สถิติปี พ.ศ. 2560 มีผู้ประกอบการจดทะเบียนขายตรงใหม่ 81ราย ตลาดแบบตรง 88 ราย⁴ โดยที่ยอดขายตรงในประเทศไทยมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องเฉลี่ยร้อยละ 3-5 ซึ่งปกติอยู่ที่ร้อยละ 7-10ต่อปี สร้างมูลค่าธุรกิจมากกว่า 70,000 ล้านบาท มีประชาชนเกี่ยวข้องทั้งในฐานะสมาชิกและนักธุรกิจมากกว่า 11 ล้านคน⁵

จากการเติบโตของธุรกิจและการสื่อสารดังกล่าว โดยเฉพาะการซื้อขายสินค้าและการทำธุรกรรมทางคอมพิวเตอร์เป็นที่นิยมแพร่หลาย ต้นทุนการลงทุนต่ำ การขายผ่านผู้ขายซึ่งเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอย่างรวดเร็วก่อให้เกิดช่องทางหาประโยชน์และหลอกลวงได้ง่ายกว่าการเปิดร้านแบบดั้งเดิมมาก ผู้บริโภคตกอยู่ในฐานะเสียเปรียบก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรมและความไม่สงบสุขในสังคม จึงจำเป็นต้องมีกฎหมายเป็นพิเศษในการคุ้มครองผู้บริโภคที่แตกต่างจากหลักกฎหมายซื้อขายที่ใช้กันอยู่ในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์⁶ เนื่องจากการซื้อขายสินค้าจากการขายตรงและตลาดแบบตรงผู้บริโภคไม่ได้เป็นฝ่ายแสดงเจตนาด้วยความต้องการของตนเองเหมือนกับการซื้อขายโดยทั่วไป มีการใช้วิธีชักชวนให้เร่งตัดสินใจหรือสัญญาว่าจะให้ผลประโยชน์ต่าง ๆ กฎหมายจึงเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคได้พิจารณาดูให้รอบคอบอีกครั้ง เรียกว่า ระยะเวลาสงบจิตสงบใจ เพื่อไตร่ตรองอีกครั้ง หรือ Cooling off period⁷ หรือการใช้สิทธิเลิกสัญญา แต่ก็ยังไม่มี ความชัดเจนเรื่องขอบเขตระยะเวลาและข้อยกเว้นการคืนผลิตภัณฑ์ในการใช้สิทธิเลิกสัญญาของผู้บริโภค

³ ศรีวิภา สิริปัญญาวิทย์, "ปีศาจขายตรงไทย?" [ออนไลน์] เข้าถึงเมื่อ 2 กุมภาพันธ์ 2561. แหล่งที่มา: <http://www.forbesthailand.com/commentaries-detail.php?did=588>

⁴ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค, "ธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง" [ออนไลน์] เข้าถึงเมื่อ 2 กุมภาพันธ์ 2561. แหล่งที่มา: http://www.ocpb.go.th/ewt_news.php?nid=779

⁵ สุชาติ ธีระชिरกุล, "TDSA AWARD 2017 สมาคมขายตรงไทย" [ออนไลน์] เข้าถึงเมื่อ 3 กุมภาพันธ์ 2561. แหล่งที่มา: http://m.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1498729738

⁶ ไพโรจน์ อาจารย์ภา, คำอธิบายกฎหมายขายตรงและตลาดแบบตรง(ฉบับสมบูรณ์), หน้า 109.

⁷ สุขุม ศุภนิตย์, "พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 :ประเด็นข้อกฎหมายที่ควรทำความเข้าใจ," วารสารกฎหมาย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 22, 2 (กุมภาพันธ์ 2547): 142.

ดังนั้นเอกัตศึกษานี้จึงจะศึกษากฎหมายต่างประเทศในประเด็นการใช้สิทธิเลิกสัญญาและรับคืนสินค้าหรือบริการ เพื่อการวิเคราะห์เปรียบเทียบและเป็นแนวทางปรับใช้ในประเทศไทยอันเป็นการคุ้มครองผู้บริโภคให้ดียิ่งขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์การศึกษา

1. เพื่อศึกษาสภาพการใช้สิทธิเลิกสัญญาในระบบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงและกรณีศึกษาในปัจจุบันของประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบการใช้สิทธิเลิกสัญญาและการรับคืนผลิตภัณฑ์ของธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงในกฎหมายต่างประเทศ
3. เพื่อวิเคราะห์การใช้สิทธิเลิกสัญญาและรับคืนผลิตภัณฑ์ทั้งในและต่างประเทศ
4. เพื่อเสนอแนะแนวทางการปรับปรุงการใช้สิทธิเลิกสัญญาและรับคืนผลิตภัณฑ์ให้ครอบคลุมชัดเจนยิ่งขึ้น

1.3 สมมติฐานของการศึกษา

แม้ประเทศไทยจะมีพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 เพื่อกำกับดูแลการประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงขึ้นเป็นการเฉพาะแต่ก็ยังไม่มีความชัดเจนเรื่องขอบเขตระยะเวลาและข้อยกเว้นการคืนผลิตภัณฑ์ในการใช้สิทธิเลิกสัญญาของผู้บริโภคจึงสมควรศึกษากฎหมายต่างประเทศเพื่อเป็นแนวทางปรับใช้ในประเทศไทยต่อไป

1.4 ขอบเขตการศึกษา

เอกัตศึกษานี้จะมุ่งศึกษาสาระสำคัญของพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ในเฉพาะประเด็นการการใช้สิทธิเลิกสัญญาและรับคืนสินค้าหรือบริการ ตลอดจนกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เช่น พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคต่างประเทศด้านขายตรงและตลาดแบบตรงใน 6 ประเทศ ได้แก่ สหภาพยุโรป สหราชอาณาจักร สหรัฐอเมริกา สิงคโปร์ มาเลเซีย และญี่ปุ่น เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการเสนอแนะมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศไทยให้เหมาะสมชัดเจนยิ่งขึ้น

1.5 วิธีดำเนินการศึกษา

เอกัตศึกษานี้ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพโดยค้นคว้าวิจัยเอกสาร(Documentary Research)ที่เกี่ยวข้องเช่น หนังสือ วารสาร ตำรากฎหมาย งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ระเบียบ ประกาศ ข้อมูล

อิเล็กทรอนิกส์ เครื่องขายอินเทอร์เน็ตของหน่วยงานต่าง ๆ ตลอดจนกฎหมายต่างประเทศเฉพาะที่เกี่ยวข้องแล้วนำมาวิเคราะห์หาข้อสรุปแนวทางปรับใช้ในประเทศไทย

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา

1. ทราบถึงสภาพการใช้สิทธิเลิกสัญญาและการรับคืนผลิตภัณฑ์ในระบบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงและกรณีศึกษาปัจจุบัน
2. เข้าใจการใช้สิทธิเลิกสัญญาและการรับคืนผลิตภัณฑ์ของธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงในกฎหมายต่างประเทศ
3. สามารถเข้าใจถึงความแตกต่างของการใช้สิทธิเลิกสัญญาและรับคืนผลิตภัณฑ์ทั้งในและต่างประเทศ
4. เพื่อใช้เป็นแนวทางการปรับปรุงการใช้สิทธิเลิกสัญญาและรับคืนผลิตภัณฑ์ให้ครอบคลุมชัดเจน

1.7 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

สำหรับการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับเอกัตศึกษาฉบับนี้ในเรื่องการใช้สิทธิเลิกสัญญาหรือ Cooling off Period ในธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงนั้นยังไม่มีโดยตรง แต่ได้มีบทความ หนังสือคำอธิบายกฎหมายขายตรงและตลาดแบบตรง และวิทยานิพนธ์ที่มีการกล่าวถึงบ้างเล็กน้อย ซึ่งผู้ศึกษาได้รวบรวมวรรณกรรมที่พอเกี่ยวข้องได้ดังต่อไปนี้

สุขุม สุภนิตย์. พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 :ประเด็นข้อกฎหมายที่ควรทำความเข้าใจ. วารสารกฎหมาย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ปีที่22, ฉบับที่2 (กุมภาพันธ์ 2547): 142-161 ระบบการจัดจำหน่ายแบบ Mail Order ก่อให้เกิดช่องทางหาประโยชน์และหลอกลวงผู้บริโภคได้ง่าย จึงจำเป็นต้องมีกฎหมายที่แตกต่างจากหลักกฎหมายซื้อขายที่ใช้กันอยู่เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคซึ่งมิได้มีโอกาสเลือกสินค้าหรือบริการได้พิจารณาไตร่ตรองให้รอบคอบอีกครั้ง เรียกว่าระยะสงบจิตสงบใจเพื่อไตร่ตรองอีกครั้ง หรือ Cooling off period โดยได้มีการกล่าวถึงว่า สินค้าหรือบริการที่ต้องการใช้สิทธิเลิกสัญญานั้นหาใช้ทุกชนิด ทุกประเภท ทุกราคา แต่อย่างไรก็ตามซึ่งปัจจุบันยังไม่มีพระราชกฤษฎีกาออกมากำหนด

ไพโรจน์ อัจริรักษา. คำอธิบายกฎหมายขายตรงและตลาดแบบตรง(ฉบับสมบูรณ์) พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์นิติธรรม, 2560 หน้า 108-114 เรื่องสิทธิเลิกสัญญาผู้บริโภคจะส่งคืนสินค้าโดยทันทีไม่ได้ ต้องใช้สิทธิเลิกสัญญาก่อนโดยการส่งหนังสือแสดงเจตนาภายในเจ็ดวันนับ

แต่วันที่ได้รับสินค้าหรือบริการ เว้นแต่มีพระราชกฤษฎีกากำหนดประเภท ราคาหรือชนิดของสินค้าหรือบริการไว้ ผู้บริโภคจึงจะไม่มีสิทธิเลิกสัญญา

ประสม หงส์โต. ปัญหาการบังคับใช้พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2550. หน้า 100-106 สินค้าที่ทำธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงไม่ได้ เช่น สินค้าประเภทสุรา ยา ปู่ยเคมี เครื่องมือแพทย์ ธุรกิจหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ การให้บริการทางการเงินการธนาคาร การจำหน่ายกรมธรรม์ประกันภัยประกันชีวิต และการจำหน่ายกรมธรรม์ทางโทรศัพท์ เป็นต้น นอกจากนี้ยังกล่าวในบทสรุปถึง การเสนอขายสินค้าหรือบริการขายตรงและตลาดแบบตรงอาจถูกใช้ในการหลอกลวงประชาชน ทำให้ผู้บริโภคอยู่ในสภาวะการณ์ที่ไม่อาจตัดสินใจอย่างอิสระและรอบคอบ

วิมิศร นองสุวรรณ. ปัญหากฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจขายตรง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542. หน้า 12 การขายตรงแบบหลายชั้น ค่าตอบแทนจะได้มาจาก 2 ทางคือ จากการขายสินค้าและได้รับค่าตอบแทนจากการขายของกลุ่ม นอกจากนี้ยังมีข้อเสนอแนะให้กำหนดระยะเวลาภายใน 7 วันเพื่อบอกเลิกการซื้อเป็นมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคจากการใช้กลยุทธ์การขายที่มีชอบโดยไม่จำเป็นต้องรับผิดชอบหรือชดเชยค่าเสียหายใดๆ เว้นแต่ความเสียหายนั้นเกิดจากความผิดของผู้บริโภค

วีระพงษ์ บุญญเษิต. กฎหมายขายตรงกับอาชญากรรมทางเศรษฐกิจประเภทแชร์ลูกโซ่ กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์นิติธรรม, 2551. และหนังสืออาชญากรรมทางเศรษฐกิจ: Economic Crime .พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์นิติธรรม, 2557. ธุรกิจขายตรงแอบแฝงแบบพีระมิดหรือแชร์ลูกโซ่ เป็นการระดมเครือข่ายโดยมิชอบ เป็นการฉ้อโกงประชาชน อันเป็นความผิดเกี่ยวกับการระดมเงินนอกระบบประเภทหนึ่ง

บทที่ 2

การใช้สิทธิเลิกสัญญาในกฎหมายและธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงในประเทศไทย

การเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคใช้โอกาสในการพิจารณาสินค้าหรือบริการได้พิจารณาไตร่ตรอง ดูให้รอบคอบอีกครั้งในช่วงระยะเวลาหนึ่งว่าจะใช้สินค้าหรือบริการนั้นต่อไปหรือไม่ หรือการใช้สิทธิเลิกสัญญา (Cooling off period) ถือเป็น การคุ้มครองผู้บริโภคที่สำคัญ ในระบบการขายสินค้าหรือบริการผ่านตัวคนที่เป็นผู้ขายโดยวิธีการตลาดเชิงรุก ซึ่งแตกต่างจากการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการตามห้างสรรพสินค้าหรือร้านค้าทั่วไป โอกาสที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจผิดพลาดมีได้ง่ายด้วยหลายเหตุปัจจัย

การทำตลาดเชิงรุกที่สำคัญที่จะศึกษา คือ ระบบการขายตรงและการตลาดแบบตรง ซึ่งธุรกิจทั้งสองระบบก็ยังมี ความแตกต่างกันที่น่าสนใจดังจะกล่าวต่อไป รวมถึงกฎหมายเฉพาะที่กำกับดูแลในการคุ้มครองผู้บริโภคคือพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ตลอดจนจะได้ศึกษาบริษัทที่มีแนวทางในการปฏิบัติที่ดี (Corporate best practices) ในการใช้สิทธิเลิกสัญญาและการรับประกันผลิตภัณฑ์เพื่อประกอบการศึกษาที่สมบูรณ์ขึ้นด้วย

2.1 ธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง

การจัดจำหน่ายเป็นกระบวนการที่สำคัญมากต่อการดำรงอยู่ของธุรกิจในการประกอบธุรกิจผลิตสินค้าหรือบริการ รูปแบบการจัดจำหน่ายที่เกิดขึ้นมานานแล้วในตลาดขนาดใหญ่ต่างๆ เช่น ประเทศสหรัฐอเมริกา ได้แก่การจัดจำหน่ายที่อาศัยตัวบุคคลที่เป็นสื่อช่วยนำสินค้าไปแสดงถึงที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคโดยสามารถพบปะสินค้าไปกับตัวผู้ขายได้ง่าย วิธีนี้รู้จักกันในนาม การขายตรง Door-to-door Sales หรือ Direct Selling อีกวิธีหนึ่งที่ใช้กันแพร่หลายได้แก่ การขายผ่านทางไปรษณีย์ ที่เรียกว่า Mail Order หรือ ปัจจุบันเรียกว่า การตลาดแบบตรง⁸

การจัดจำหน่ายในธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง ล้วนเป็นวิธีการจำหน่ายสินค้าหรือบริการซึ่งแตกต่างจากการขายในระบบเดิมที่มีการส่งผ่านสินค้าหรือบริการไปยังผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก เพื่อขายต่อให้ผู้บริโภค เพราะไม่ต้องมีคนกลางหลายช่วงหลายตอน

2.1.1 ธุรกิจขายตรง

การขายตรง หมายถึง การทำตลาดสินค้าหรือบริการในลักษณะของการนำเสนอขายต่อผู้บริโภคโดยตรง ณ ที่อยู่อาศัยหรือสถานที่ทำงานของผู้บริโภคหรือของผู้อื่น หรือสถานที่อื่นที่มีใช้

⁸ สุขุม ศุภนิตย์, "พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 :ประเด็นข้อกฎหมายที่ควรทำความเข้าใจ," วารสารกฎหมาย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 22, 2 (กุมภาพันธ์ 2547): 141.

สถานที่ประกอบการค้าเป็นปกติธุระ โดยผ่านตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระชั้นเดียวหรือหลายชั้น แต่ไม่รวมถึงนิติกรรมตามที่กำหนดในกฎกระทรวง⁹

การขายตรงในประเทศไทย มีสองรูปแบบ คือ การขายตรงแบบชั้นเดียว (Single-level Marketing) หรือ SLM และการขายตรงแบบหลายชั้น (Multi-level Marketing) หรือ MLM¹⁰

2.1.1.1 การขายตรงแบบชั้นเดียว (Single-level Marketing) หรือ SLM

ระบบการขายตรงแบบชั้นเดียว คือ การทำตลาดโดยบริษัทหรือผู้ผลิตสินค้าหรือบริการ โดยมีผู้ขายตรงซึ่งเป็นผู้จำหน่ายอิสระเป็นผู้นำเสนอสินค้าหรือบริการแก่ผู้บริโภคโดยตรง ทั้งนี้ ผู้ขายตรงจะมีรายได้จากเปอร์เซ็นต์ส่วนต่างระหว่างราคาขายปลีกผู้บริโภคกับราคาผู้จัดจำหน่าย และหากทำยอดสูงขึ้นไปจะได้รับเปอร์เซ็นต์เพิ่มขึ้นเป็นโบนัสตอบแทนความขยันและความสามารถ ส่วนของผู้บริโภคจะส่งสินค้าจากตัวแทนขายได้โดยตรง โดยอาจดูจากแค็ตตาล็อกสินค้าหรือช่องทางสมัยใหม่

ในธุรกิจขายตรงชั้นเดียว ตัวแทนขายจะไปรับสินค้าตามที่ลูกค้าสั่งจากศูนย์บริการที่ตนติดต่อเพื่อส่งมอบให้ลูกค้าเป็นการขายที่ไม่ซับซ้อน รูปแบบการขายอาจใช้เคาะประตูบ้าน หรือวิธีจัดงานสังสรรค์ (Party Selling) หรือรูปแบบอื่นๆ ตัวแทนขายตรงจะได้รับค่าตอบแทนเป็นเงินเดือนหรือคอมมิชชั่นตามอัตราส่วนยอดขาย บางบริษัทอาจเพิ่มแรงจูงใจในการเพิ่มยอดขายด้วยรางวัลพิเศษซึ่งมักจะเป็นการเชิญไปร่วมสัมมนาธุรกิจในประเทศหรือตำแหน่งทางธุรกิจ เป็นธุรกิจที่ไม่ซับซ้อนหรือต้องผ่านตัวแทนอื่น ๆ ให้สับสน

ในระบบนี้ผู้ขายตรงจะไม่สามารถสร้างทีมขายของตนเองได้จึงไม่มีสิทธิได้ผลประโยชน์จากการขายของผู้อื่น¹¹ โดยจะมี “ผู้จัดการเขต” ซึ่งจะเป็นพนักงานของบริษัททำหน้าที่หาและดูแลตัวแทนขายในการจำหน่ายสินค้าให้ลูกค้า

ผู้ประกอบการที่ใช้แผนการขายตรงแบบชั้นเดียว เช่น เหวอน มิสทีน และ ท็อปเปอร์แวร์ เป็นต้น

⁹ พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 มาตรา 3.

¹⁰ สมาคมการขายตรงไทย (TDSA), คู่มือเพื่อการศึกษา ธุรกิจขายตรง: การตลาดเครือข่าย (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ตะวันออก, 2554), หน้า 2.

¹¹ ประสม หงษ์โต, "ปัญหาการบังคับใช้พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545" (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะนิติศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550), หน้า 21.

แผนภูมิการขายตรงแบบชั้นเดียวกัน



ภาพที่ 1 แผนภูมิการขายตรงแบบชั้นเดียวกัน¹²

2.1.1.2 การขายตรงแบบหลายชั้น (Multi-level Marketing) หรือ MLM

ระบบการขายแบบหลายชั้น คือ การทำตลาดโดยบริษัทหรือผู้ผลิตทำการขายสินค้าหรือบริการ โดยมีผู้ขายตรง ซึ่งเป็นผู้จำหน่ายสินค้าอิสระนำเสนอสินค้าหรือบริการให้แก่ผู้บริโภคโดยตรง

การขายตรงแบบหลายชั้นนี้ นักขายไม่ได้เป็นลูกจ้างบริษัท ทุกคนเป็นนักธุรกิจอิสระ มีหน้าที่ทั้งขายและขยายเครือข่ายหรืออาจเป็นสมาชิกผู้บริโภคเพียงอย่างเดียวก็ได้ ทั้งนี้ผู้ขายตรงมีโอกาสนในการสร้างและบริหารทีมงานขายของตนเองโดยการวางแผน รับสมัครสมาชิก รวมทั้งฝึกอบรม และสร้างแรงบันดาลใจให้แก่ทีมงาน

ผู้จำหน่ายอิสระมีรายได้มาจาก 2 ทางคือ¹³ (1) ผลกำไรจากการค้าปลีกโดยผู้จำหน่ายอิสระจะซื้อสินค้าจากบริษัทในราคาขายส่งหรือราคาสมาชิกที่ได้รับส่วนลด แล้วนำสินค้าไปจำหน่ายต่อให้กับผู้บริโภคในราคาเต็ม (2) ผลจากการบริหารทีมงานที่เข้าร่วมธุรกิจกับตนให้ประสบ

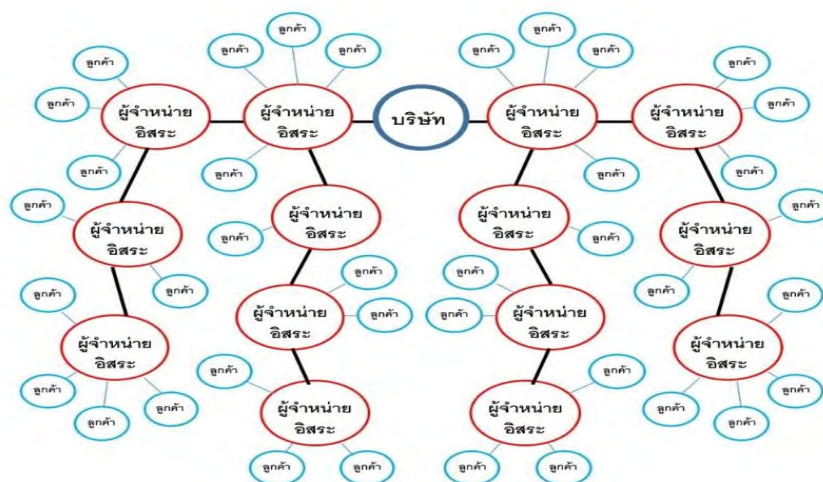
¹² สมาคมการขายตรงไทย (TDSA), คู่มือเพื่อการศึกษา Entrepreneur เจ้าของธุรกิจอิสระยุคใหม่ ธุรกิจเครือข่าย...เทรนด์ที่มาแรง , พิมพ์ครั้งที่ 1 (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ตะวันออก, 2556), หน้า 22.

¹³ วิมิศร นองสุวรรณ, "ปัญหากฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจขายตรง" (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะนิติศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542), หน้า 12.

ความสำเร็จ จะมีรายได้เกิดขึ้นเมื่อมีการบริโภคสินค้าและแนะนำสินค้าต่อ ๆ กันไป โดยบริษัทจะนำรายได้รวมของกลุ่มมาคิดเป็นผลตอบแทนคืนกลับตามลำดับขั้นการจ่ายผลตอบแทนแทน

ผู้ประกอบการธุรกิจที่ใช้แผนการตลาดขายตรงแบบหลายชั้น เช่น แอมเวย์ กิฟฟารีน ยูนิซิตี้ ซูเลียน และ นูสกิน เป็นต้น

แผนภูมิการขายตรงแบบหลายชั้น



ภาพที่ 2 แผนภูมิการขายตรงแบบหลายชั้น¹⁴

2.1.1.3 การขายตรงแบบแฟงแบบพีระมิด (Pyramid scheme) หรือแชร์ลูกโซ่

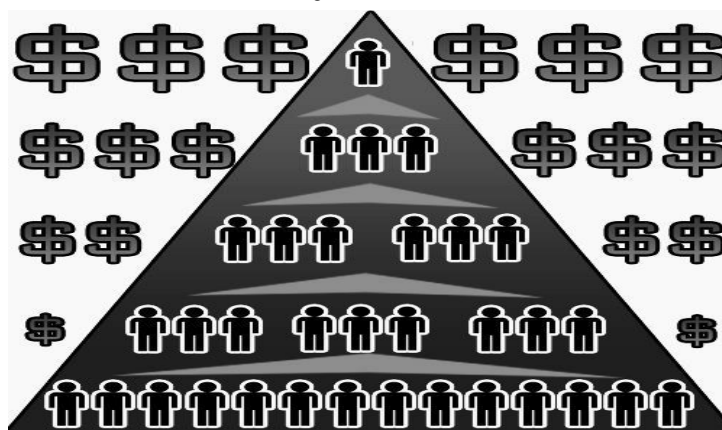
รูปแบบการขายตรงแบบแฟงที่นำการขายตรงหลายชั้นหรือ MLM มาใช้เป็น ธุรกิจพีระมิด (Pyramid scheme) หรือแชร์ลูกโซ่ เป็นธุรกิจที่ทำให้ประชาชนถูกหลอกลวงให้จ่ายเงินจำนวนมากในการซื้อสินค้าซึ่งผู้จัดการธุรกิจสัญญาว่าจะให้ผลตอบแทนที่สูง แต่ก็มีได้นำไปประกอบการค้าหรือกิจการที่มีอยู่จริงแต่อย่างใด ผลตอบแทนที่ให้กับผู้ร่วมลงทุนทำก็แต่โดยการอาศัยเงินที่มาจากการลงทุนของผู้ร่วมลงทุนรายหลังๆ นำไปตอบแทนผู้ร่วมลงทุนรายก่อนหน้า จึงเปรียบเสมือนกับรูปทรงพีระมิด ซึ่งผู้ร่วมลงทุนรายก่อนจะอยู่บนยอดคอยรับเงินตอบแทนจากผู้ร่วมลงทุนหลายหลังๆ และต้องหามาซึกเข้ามาร่วมจำนวนมาก มักไม่เน้นสินค้าแต่เน้นการระดมเงินทุน มี

¹⁴ สมาคมการขายตรงไทย (TDSA), คู่มือเพื่อการศึกษา Entrepreneur เจ้าของธุรกิจอิสระยุคใหม่ ธุรกิจเครือข่าย...เทรนด์ที่มาแรง , หน้า 24.

รายได้จากการชักชวนผู้สมัครตามจำนวนคน วิธีการหลอกลวงเป็นการระดมเครือข่ายโดยมิชอบ อันเป็นการฉ้อโกงประชาชน เป็นความผิดเกี่ยวกับการระดมเงินนอกระบบประเภทหนึ่ง¹⁵

ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงแบบแฟรนไชส์หรือแชร์ลูกโซ่¹⁶ เช่น บริษัท อีซี เน็ตเวิร์ค มาเก็ตติ้ง จำกัด แชร์แม่ช้อย แชร์เสมาฟ้าคราม และ บริษัท ยูฟัน สโตร์ จำกัด เป็นต้น

แผนภูมิธุรกิจพีระมิด



ภาพที่ 3 แผนภูมิธุรกิจพีระมิด¹⁷

2.1.2 ธุรกิจตลาดแบบตรง

ตลาดแบบตรง หมายความว่า การทำตลาดสินค้าหรือบริการในลักษณะของการสื่อสารข้อมูล เพื่อเสนอขายสินค้าหรือบริการโดยตรงต่อผู้บริโภคซึ่งอยู่ห่างโดยระยะทางและมุ่งหวังให้ผู้บริโภคแต่ละราย ตอบกลับเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการจากผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงนั้น ส่วนการซื้อขายสินค้าหรือบริการ โดยวิธีการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่ถือว่าเป็นตลาดแบบตรง ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไข ที่กำหนดในกฎกระทรวง¹⁸

¹⁵ วีระพงษ์ บุญโญภาส, กฎหมายขายตรงกับอาชญากรรมทางเศรษฐกิจประเภทแชร์ลูกโซ่ (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์นิติธรรม, 2551), หน้า 13.

¹⁶ วีระพงษ์ บุญโญภาส, อาชญากรรมทางเศรษฐกิจ: Economic Crime (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์นิติธรรม, 2557), หน้า 244.

¹⁷ Glen Stephenson, “Getting Caught up in Pyramid Schemes”, [Online] Accessed: 13 February, 2018. Available from: <http://www.monsterpiggybank.com/getting-caught-up-in-pyramid-schemes/>

¹⁸ พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2560 มาตรา 3.

การทำตลาดแบบประชิดกลุ่มเป้าหมาย หรือ ถึงตัวลูกค้าโดยหวังได้รับการตอบสนอง กลับมายังผู้ประกอบการโดยตรง เรียกว่า การทำตลาดแบบตรง หรือ Direct Marketing¹⁹

การทำตลาดแบบนี้ เป็นวิธีการจัดจำหน่ายที่หวังผลทันที ไม่ผ่านระบบการคำสั่ง หรือค้าปลีกธรรมดา ดังนั้น การตลาดแบบตรงจึงจำเป็นต้องมีการอาศัยสื่อสารมวลชนที่ส่งผ่านข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าไปยังผู้บริโภคโดยตรง ได้แก่ ไปรษณีย์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ อินเทอร์เน็ต (Internet) เช่น ทีวีไดเรค (TV Direct) เป็นต้น

สำหรับรูปแบบการดำเนินธุรกิจตลาดแบบตรง มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เนื่องจากการนำเสนอขายสินค้าทางอินเทอร์เน็ตถือเป็นรูปแบบหนึ่งของการตลาดแบบตรง และกำลังเป็นที่นิยมของผู้ประกอบการจำนวนมากด้วยเป็นช่องทางโฆษณาและจำหน่ายสินค้าที่มีต้นทุนต่ำ แต่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้เป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งผ่านช่องทางสังคมเครือข่าย (Social Network) ที่สามารถสร้างกระแสให้สินค้าเป็นที่รู้จักได้อย่างรวดเร็วต่างจากการนำเสนอขายสินค้าทางโทรทัศน์ที่แม้จะเข้าถึงผู้บริโภคได้มากเช่นกันแต่มีต้นทุนค่าเช่าเวลา (Air Time) ที่ค่อนข้างสูงและสามารถแพร่ภาพโฆษณาได้เพียงช่วงระยะเวลาสั้นๆ เท่านั้น

อย่างไรก็ตาม การซื้อขายสินค้าทางอินเทอร์เน็ต (Electronic Commerce หรือ E-Commerce) แม้จะมีความสะดวกรวดเร็วแต่ก็มีปัญหาตามมาพอสมควรที่มีการร้องเรียนผ่านสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) เพื่อเป็นการกำกับดูแลผู้ประกอบการที่มีการเสนอขายสินค้าทางอินเทอร์เน็ตไม่ว่าจะเป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคล พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรงจึงกำหนดให้ผู้ประกอบการต้องทำการจดทะเบียนกับทางสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคก่อนที่จะเริ่มประกอบการ เพื่อให้ ได้มีการตรวจสอบและติดตามผู้ประกอบการหรือผู้ขายได้²⁰

2.1.3 ประเภทสินค้าที่ไม่สามารถทำธุรกิจขายตรง

สินค้าที่มีกฎหมายเฉพาะควบคุมกำกับดูแล ซึ่งการนำสินค้าออกจำหน่ายจะต้องได้รับอนุญาตจากเจ้าพนักงาน หรือขึ้นทะเบียน และขายได้เฉพาะสถานที่ที่ได้รับอนุญาตเท่านั้น ผู้ได้รับใบอนุญาตไม่สามารถนำออกเสนอขายไปยังสถานที่ต่าง ๆ ณ ที่อยู่อาศัยหรือสถานที่ทำงาน หรือ

¹⁹ สุขุม ศุภนิติย์, คำอธิบายกฎหมายเกี่ยวกับการตลาด, พิมพ์ครั้งที่ 2 (กรุงเทพมหานคร: วิญญูชน, 2553), หน้า 128.

²⁰ สุวิทย์ วิจิตรโสภากา, "การขายสินค้าทางอินเทอร์เน็ตเป็นธุรกิจตลาดแบบตรงที่ต้องจดทะเบียนต่อ สคบ." [ออนไลน์] เข้าถึงเมื่อ 12 กุมภาพันธ์ 2561. แหล่งที่มา: <http://www.ocpb.go.th/download/pdf/a8.pdf>

บุคคลอื่น การจำหน่ายสินค้าดังกล่าวโดยวิธีขายตรงหรือตลาดแบบตรงไม่สามารถกระทำได้ จึงเป็นสินค้าที่ไม่สามารถทำธุรกิจขายตรง²¹ ได้แก่

สินค้าประเภทสุรา ตามพระราชบัญญัติสุรา พ.ศ. 2493

สินค้าประเภทยา ตามพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510

สินค้าประเภทปุ๋ยเคมี ตามพระราชบัญญัติปุ๋ย พ.ศ. 2518

นอกจากนี้เช่น อาวุธปืน บุหรี่ ยาเสพติด และสินค้าผิดกฎหมายต่าง ๆ เป็นต้น

2.1.4 ประเภทธุรกิจที่ไม่ถือเป็นการขายตรงและตลาดแบบตรง

ธุรกิจการขายสินค้าและบริการอันมีกฎหมายควบคุมกำกับดูแล หรือมีหน่วยงานที่รับผิดชอบในการกำกับดูแลอย่างเข้มงวดทุกขั้นตอนอยู่แล้ว ถือเป็นนิติกรรมที่ไม่เข้าลักษณะการประจําธุรกิจขายตรงหรือตลาดแบบตรงอันอยู่ในบังคับตามนิยาม มาตรา 3 ของพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ตามคำวินิจฉัยของคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง จึงไม่ถือเป็นการประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง²² ได้แก่

- 1) การประกอบธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยารักษาโรค
- 2) การประกอบธุรกิจจำหน่ายเครื่องมือแพทย์
- 3) การประกอบธุรกิจกรรมหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์
- 4) การประกอบธุรกิจให้บริการทางการเงินการธนาคาร
- 5) การประกอบธุรกิจจำหน่ายกรมธรรม์ประกันภัยและประกันชีวิต
- 6) การประกอบธุรกิจจำหน่ายกรมธรรม์ทางโทรศัพท์

2.1.5 ผลกระทบต่อผู้บริโภค

ผู้บริโภค หมายถึง ผู้ซื้อหรือผู้ได้รับบริการจากผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง หรือผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง หรือผู้ซึ่งได้รับการเสนอหรือการชักชวนจากผู้จำหน่ายอิสระตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงหรือผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง เพื่อให้ซื้อสินค้า หรือรับบริการ²³ ซึ่งผลกระทบต่อผู้บริโภคจากการขายตรงรูปแบบต่าง ๆ มีดังนี้

²¹ ประสม หงษ์โต "ปัญหาการบังคับใช้พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545," หน้า 100.

²² “เรื่องเดียวกัน” หน้า 103-106.

²³ พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 มาตรา 3.

ผู้บริโภครูปแบบการขายตรงแบบชั้นเดียว (SLM) มักพบปัญหาข้อร้องเรียนไม่มากนัก เนื่องจากไม่มีความสลับซับซ้อน ผู้บริโภคมักรู้จักใกล้ชิดกับนักขายซึ่งมักให้บริการ การแก้ไขปัญหาต่าง ๆ โดยสายสัมพันธ์และความไว้วางใจ

ปัญหาที่พบบ่อยมักมาจากรูปแบบการขายตรงแบบหลายชั้น(MLM) ในรูปแบบการขายตรงแบบแฝง²⁴ โดยในปัจจุบันที่ผ่านมา มีผู้บริโภคผู้ได้รับความเสียหายจากธุรกิจที่แอบแฝงมากับธุรกิจขายตรงจำนวนมาก และเข้าร้องเรียนกับ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เฉลี่ยปีละกว่า 500 เรื่อง²⁵

2.1.6 ปัญหาข้อร้องเรียนเกี่ยวกับธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง

- 1) ข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการถูกชักชวนให้เข้าร่วมธุรกิจขายตรงซึ่งมีลักษณะการระดมทุนหรือลักษณะคล้ายแชร์ลูกโซ่ สูญเสียเงินจำนวนมาก
- 2) ข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการถูกกระตุ้นให้นำเงินมาลงทุน โดยไม่เปิดเผยว่าเป็นธุรกิจประเภทใด หรือไม่ชี้แจงให้ทราบว่าต้องลงทุนเท่าไร มีการเชิญชวน การโฆษณาการอบรมสัมมนาโดยไม่คิดค่าใช้จ่ายแต่ความจริงมีการเรียกเก็บเงิน
- 3) ข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการโฆษณาสรรพคุณ คุณประโยชน์หรือคุณภาพของสินค้าเกินจริง
- 4) ข้อร้องเรียนเกี่ยวกับสินค้าชำรุดบกพร่อง เสื่อมคุณภาพ ไม่ได้มาตรฐาน หรือการขอคืนสินค้า
- 5) ข้อร้องเรียนกรณีนักธุรกิจไม่ได้รับผลตอบแทนตามที่บริษัทกำหนดไว้
- 6) โอนเงินชำระค่าสินค้าแล้ว แต่ไม่ได้รับสินค้า
- 7) การหลอกลวงให้ซื้อสินค้า แต่ไม่มีสินค้าอยู่จริง เป็นเหตุให้ผู้ซื้อต้องสูญเสียเงินเพื่อชำระค่าซื้อสินค้า (ซื้อสินค้า แล้วไม่ได้สินค้า)
- 8) ไม่สามารถติดต่อกับผู้ขายตามหมายเลขโทรศัพท์หรือที่แจ้งได้

²⁴ สำนักงานคณะกรรมการการคุ้มครองผู้บริโภค กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง, "ปัญหาข้อร้องเรียนเกี่ยวกับธุรกิจขายตรง" [ออนไลน์] เข้าถึงเมื่อ 11 กุมภาพันธ์ 2561. แหล่งที่มา: http://www.ocpb.go.th/ewt_news.php?nid=779

²⁵ สำนักงานคณะกรรมการการคุ้มครองผู้บริโภค, "ธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง"[ออนไลน์] เข้าถึงเมื่อ 2 กุมภาพันธ์ 2561.แหล่งที่มา: http://www.ocpb.go.th/ewt_news.php?nid=779

การซื้อขายสินค้ารูปแบบการตลาดทางอินเทอร์เน็ต (E-Commerce) แม้จะมีความสะดวก รวดเร็วแต่มีปัญหาการร้องเรียนผ่านสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เช่น การไม่ได้รับสินค้า สินค้าไม่ได้มาตรฐาน การโฆษณาสรรพคุณเกินจริง สินค้าชำรุดเสียหาย หรือ ติดต่อผู้ขายไม่ได้ เป็นต้น

2.2 การใช้สิทธิเลิกสัญญาในหลักกฎหมายทั่วไป

ในหลักเบื้องต้นโดยทั่วไปของคู่สัญญา กฎหมายจะเคารพหลักสิทธิเสรีภาพในการทำสัญญา (Freedom of contract) เมื่อคิดรอบคอบแล้วก็เข้าสู่การตัดสินใจว่าจะทำสัญญาหรือไม่ ถ้าตัดสินใจว่าจะทำก็มีเสรีภาพที่จะเลือกทำสัญญากับใคร ทำสัญญาอะไร มีวัตถุประสงค์หรือมีเนื้อหาของสัญญาอย่างไร เมื่อตัดสินใจแล้ว ก็มีเสรีภาพที่จะแสดงเจตนาออกมาด้วยวิธีที่ต้องการตามประสงค์²⁶ ซึ่งเสรีภาพทั้งหลายได้รับการรับรองจากบทบัญญัติประมวลกฎหมายแพ่ง มาตรา 151 ที่วางหลักไว้ว่า การใดเป็นการแตกต่างกับบทบัญญัติของกฎหมาย หากไม่เป็นการต้องห้ามตามกฎหมายหรือขัดต่อความสงบเรียบร้อยและศีลธรรมอันดีของประชาชนการนั้นไม่เป็นโมฆะ

ในกรณีของสัญญาจะระงับได้นั้นสัญญาต้องเกิดขึ้นมาแล้วและเป็นสัญญาที่สมบูรณ์ที่ก่อนิติสัมพันธ์และก่อหนี้ขึ้นแล้ว²⁷ ซึ่งกรณีตามกฎหมายขายตรงมาตรา 30 กฎหมายกำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงมีหน้าที่จัดทำเอกสารการซื้อขายสินค้าหรือบริการ และให้ผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรง หรือผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง มีหน้าที่ส่งมอบเอกสารการซื้อขายสินค้าหรือบริการนั้นแก่ผู้บริโภคพร้อมกับสินค้าหรือบริการ หากไม่มีการปฏิบัติตามที่กฎหมายระบุ จะถือว่าการซื้อขายหรือบริการนั้นไม่มีผลผูกพันผู้บริโภค

2.2.1 สาเหตุที่จะทำให้เกิดสิทธิการเลิกสัญญา

ถ้าคู่สัญญาฝ่ายหนึ่งมีสิทธิเลิกสัญญาโดยข้อสัญญาหรือโดยบทบัญญัติแห่งกฎหมาย การเลิกสัญญาเช่นนั้น ย่อมทำได้ด้วยแสดงเจตนาแก่อีกฝ่ายหนึ่ง²⁸ ซึ่งการบอกเลิกสัญญาตามกฎหมายทั่วไปพอสรุปได้คือ

²⁶ ศนันท์กรณ โสทธิพันธุ์, คำอธิบายนิติกรรมสัญญา, พิมพ์ครั้งที่ 20 (กรุงเทพมหานคร: วิญญูชน, 2559), หน้า 297.

²⁷ “เรื่องเดียวกัน” หน้า 461.

²⁸ พิชัย นิลทองคำ, ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ บรรพ 1-6 ฉบับสมบูรณ์ .บรรพ2 มาตรา 386 (กรุงเทพมหานคร อททยา มิเลินเนียม, 2559), หน้า 169.

กรณีคู่สัญญาฝ่ายหนึ่งไม่ชำระหนี้²⁹ คือ ลูกหนี้ไม่ปฏิบัติตามชำระหนี้ที่มีอยู่ในวิสัยที่จะทำการชำระหนี้ได้ การบอกเลิกสัญญา เจ้าหนี้ต้องบอกกล่าวลูกหนี้ให้รู้ตัวก่อนโดยกำหนดระยะเวลาพอสมควร แล้วบอกกล่าวให้อีกฝ่ายชำระหนี้ภายในระยะเวลา เพื่อให้ลูกหนี้ปฏิบัติตามชำระหนี้ ถ้าลูกหนี้ไม่ชำระหนี้ภายในกำหนดเวลาดังกล่าว เจ้าหนี้มีสิทธิบอกเลิกสัญญาได้ทันที

กรณีที่วัตถุประสงค์ในสัญญามีการกำหนดระยะเวลาไว้เป็นสาระสำคัญ³⁰ คือเมื่อมีการกำหนดระยะเวลาตามสัญญาไว้เป็นสาระสำคัญ หากลูกหนี้ไม่ปฏิบัติตามชำระหนี้ตามกำหนดเวลานั้น กรณีดังกล่าวเจ้าหนี้สามารถบอกเลิกสัญญาได้ทันที โดยการแสดงเจตนาบอกเลิกสัญญาแก่ลูกหนี้โดยไม่ต้องบอกกล่าวล่วงหน้าก่อน

กรณีการชำระหนี้ทั้งหมดหรือแต่บางส่วนกลายเป็นพ้นวิสัยอันจะโทษลูกหนี้ได้³¹ คือในการชำระหนี้ที่กลายเป็นพ้นวิสัยนี้ไม่ว่าจะตกเป็นพ้นวิสัยทั้งหมดหรือบางส่วน ซึ่งเป็นความผิดอันจะโทษลูกหนี้ได้ กรณีดังกล่าวเจ้าหนี้สามารถบอกเลิกสัญญาได้โดยการแสดงเจตนาเลิกสัญญาโดยไม่ต้องบอกกล่าวล่วงหน้า

2.2.2 วิธีและผลของการบอกเลิกสัญญา

ผลของการบอกเลิกสัญญา³² คือ เมื่อคู่สัญญาฝ่ายหนึ่งใช้สิทธิเลิกสัญญาแล้ว กฎหมายให้คู่สัญญากลับคืนสู่ฐานะเดิม แต่ไม่เป็นการเสื่อมเสียสิทธิแก่บุคคลภายนอก

ในกรณีสัญญาซื้อขาย ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ผู้บริโภคยังสามารถบอกเลิกสัญญาได้ในกรณีที่ผู้ขายไม่ยอมส่งมอบทรัพย์สินหรือบริการที่ขายให้แก่ผู้บริโภค หรือกรณีผู้ขายส่งมอบทรัพย์สินหรือบริการผิดประเภท เวลา สถานที่ ตัวบุคคล คุณสมบัติ คุณภาพ หรือกรณีที่ทรัพย์สินชำรุดบกพร่องอันเป็นเหตุให้เสื่อมค่าหรือความเหมาะสมแก่ประโยชน์อันปกติในการใช้งาน หรือวัตถุประสงค์ของสัญญา หรือกรณีการรอนสิทธิอันถึงขนาดผู้ซื้อไม่ได้รับประโยชน์อันเป็นสาระสำคัญ กรณีดังกล่าวผู้ซื้อสิทธิบอกเลิกสัญญาได้อันทำให้สัญญาระงับ

การบอกเลิกสัญญาเป็นวิธีการหนึ่งที่จะทำให้สัญญาระงับหรือสิ้นไป ซึ่งจะมีการเลิกสัญญาได้นั้น นิติสัมพันธ์ตามสัญญาจะต้องยังมีอยู่และสมบูรณ์ทุกประการ โดยสัญญาเกิดจากเจตนาหรือความประสงค์ที่คู่สัญญาต้องการจะสร้างนิติสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกชนกันเอง โดยมีอิสระเสรีภาพในการ

²⁹ ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 387.

³⁰ ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 388.

³¹ ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 389.

³² ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 391.

คิด การตัดสินใจ การกระทำ และด้วยวิธีการดั่งที่ตนเองปรารถนาซึ่งกฎหมายได้เข้ามารับรองให้บังเกิดผลตามกฎหมาย³³

การเลิกสัญญาอาจกระทำได้ 3 วิธีคือ

1) โดยที่คู่สัญญาทั้งสองฝ่ายเห็นพ้องต้องกันว่าสัญญาที่ได้ทำขึ้นแล้วนั้นไม่ควรที่จะดำรงอยู่ต่อไปเพราะเหตุผลบางประการที่คู่สัญญามีร่วมกัน

2) โดยที่คู่สัญญาฝ่ายหนึ่งซึ่งต้องการหรือเห็นว่านิติสัมพันธ์ระหว่างกันนั้นไม่อาจดำเนินต่อไปหรือไม่อาจรักษาไว้ได้ต่อไป จึงทำคำเสนอขอเลิกสัญญาไปยังคู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งซึ่งถ้าเห็นพ้องต้องตรงกัน สนองตอบรับกลับมา หรือโดยปริยายด้วยก็มีผลเป็นการระงับนิติสัมพันธ์ที่เคยเกิดมาแล้ว

3) การบอกเลิกสัญญาโดยคู่สัญญาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งเพียงฝ่ายเดียว ซึ่งคู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งไม่จำเป็นต้องเห็นพ้องด้วย โดยที่คู่สัญญาฝ่ายที่จะขอเลิก ต้องมีสิทธิ ซึ่งสิทธิในการเลิกสัญญานี้อาจมีมาจาก ข้อสัญญา หรือ เกิดขึ้นจากบทบัญญัติของกฎหมาย

สำหรับมาตรการในกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ได้มีผู้ท้าวักยท้าวักยเรื่อง ปัญหากฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจขายตรง พบว่ามาตรการในกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ในปัจจุบัน ไม่เหมาะสมในการให้ความคุ้มครองแก่นักธุรกิจอิสระ ตัวแทนขายตรงซึ่งมิใช่ลูกจ้างหรือตัวแทนของผู้ประกอบธุรกิจ โดยในด้านของผู้ขายตรงที่เป็นนักธุรกิจอิสระนั้นมาตรการทางกฎหมายว่าด้วยสัญญา ลักษณะซื้อขายกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค รวมทั้งกฎหมายว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมนั้นไม่สามารถให้ความเป็นธรรมแก่นักธุรกิจอิสระ ตัวแทนขายตรงได้อย่างเหมาะสม เนื่องจากไม่เข้าหลักกฎหมายเรื่องสัญญาจ้างแรงงานหรือสัญญาตัวแทน และหลักกฎหมายเรื่องสัญญาจะเคารพในเจตนาของคู่สัญญาเป็นสำคัญ คู่สัญญาตกลงกันเป็นอย่างไรหากไม่ขัดต่อ มาตรา 151 กฎหมายยอมให้บังคับใช้ได้ ส่วนในด้านผู้บริโภคหลักกฎหมายนิติกรรมสัญญาและกฎหมายซื้อขายก็ไม่ได้เปิดโอกาสแก่ผู้บริโภคในการบอกเลิกสัญญาโดยไม่มีเหตุผลจำเป็นใด ๆ³⁴

นอกจากนั้นตามกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ เมื่อผู้บริโภคเข้าผูกพันในสัญญาแล้วต่อมาภายหลังหากกลับคิดว่าไม่ควรทำสัญญาโดยต้องการยกเลิกการซื้อ อาจทำได้โดยบอกล้างนิติกรรมหรือบอกเลิกสัญญาดังกล่าว ซึ่งอาจกล่าวอ้างว่าตนแสดงเจตนาโดยเกิดจากสำคัญผิด³⁵ กลฉ้อฉล³⁶

³³ ศนันทกรณ โสทธิพันธ์, คำอธิบายนิติกรรมสัญญา, พิมพ์ครั้งที่ 20, หน้า 463.

³⁴ วิมิตร นองสุวรรณ, "ปัญหากฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจขายตรง," หน้า 146.

³⁵ ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 156-158.

³⁶ ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 159-163.

หรือ ถูกข่มขู่³⁷ เพื่อให้หนีติกรรมตกเป็นโมฆียะ³⁸ หรือโมฆะ³⁹หลังจากบอกล้างโมฆียะแล้ว แต่ผู้บริโศภก็ต้องเป็นฝ่ายพิสูจน์ให้เข้ากับังคับประกอบตามหลักกฎหมาย ซึ่งหากพิสูจน์ไม่ได้ หรือไม่เข้ากรณีตามที่กฎหมายวางหลักไว้ผู้บริโศภก็ยังคงต้องผูกพันตามสัญญา เนื่องจากกฎหมายทั่วไปให้สิทธิไว้เฉพาะกรณี ผู้ชายไม่ยอมชำระหนี้ เช่นส่งมอบสินค้า หรือสินค้ามีความชำรุดบกพร่อง เป็นต้น

2.3 การนับระยะเวลาตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์

ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ลักษณะ 5 ระยะเวลา⁴⁰ หมายถึง ช่วงของเวลาที่อาจกำหนดเป็นวัน สัปดาห์ เดือน ปี หรือชั่วโมงก็ได้ ซึ่งในการประกอบธุรกิจการค้า ไม่ว่าจะดำเนินการธุรกรรมใดมักจะมีเรื่องของการนับระยะเวลาเข้ามาเกี่ยวข้องเสมอ

วิธีการนับระยะเวลาตามมาตรา 193/1 การนับระยะเวลาทั้งปวง ให้บังคับตามบทบัญญัติแห่งลักษณะนี้ เว้นแต่จะมีกฎหมาย คำสั่งศาล ระเบียบข้อบังคับ หรือนิติกรรมกำหนดเป็นอย่างอื่น มาตรา 193/2 การคำนวณระยะเวลา ให้คำนวณเป็นวัน แต่ถ้ากำหนดเป็นหน่วย เวลาที่สั้นกว่าวัน ก็ให้คำนวณตามหน่วยเวลาที่กำหนดนั้น มาตรา 193/3 ถ้ากำหนดระยะเวลาเป็นหน่วยเวลาที่สั้นกว่าวัน ให้เริ่มต้นนับใน ขณะที่เริ่มการนั้น ถ้ากำหนดระยะเวลาเป็นวัน สัปดาห์ เดือนหรือปี มิให้นับวันแรกแห่งระยะเวลา นั้นรวมเข้าด้วยกัน เว้นแต่จะเริ่มการในวันนั้นเองตั้งแต่เวลาที่ถือได้ว่าเป็นเวลาเริ่มต้นทำการงาน กันตามประเพณี มาตรา 193/4 ในทางคดีความ ในทางราชการ หรือทางธุรกิจการค้าและ อุตสาหกรรม วัน หมายความว่า เวลาทำการตามที่ได้กำหนดขึ้นโดยกฎหมาย คำสั่งศาล หรือ ระเบียบข้อบังคับ หรือเวลาทำการตามปกติของกิจการนั้น แล้วแต่กรณี มาตรา 193/5 ถ้ากำหนดระยะเวลาเป็นสัปดาห์ เดือนหรือปี ให้คำนวณตาม ปีปฏิทิน ถ้าระยะเวลามีได้กำหนดนับแต่วันต้นแห่งสัปดาห์ วันต้นแห่งเดือนหรือปี ระยะ เวลาย่อมสิ้นสุดลงในวันก่อนหน้าจะถึงวันแห่งสัปดาห์ เดือนหรือปีสุดท้ายอันเป็นวันตรงกับวันเริ่ม ระยะเวลา นั้น ถ้าในระยะเวลา นับเป็นเดือนหรือปีนั้นไม่มีวันตรงกันในเดือนสุดท้าย ให้ถือเอาวัน สุดท้ายแห่งเดือนนั้นเป็นวันสิ้นสุดระยะเวลา มาตรา 193/6 ถ้าระยะเวลากำหนดเป็นเดือนและวัน หรือกำหนดเป็นเดือนและ ส่วนของเดือน ให้นับจำนวนเดือนเต็มก่อน แล้วจึงนับจำนวนวันหรือส่วนของเดือนเป็นวัน

³⁷ ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 164-166.

³⁸ ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 175.

³⁹ ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 176.

⁴⁰ ศนันทกรณ โสทธิพันธ์, คำอธิบายนิติกรรมสัญญา, พิมพ์ครั้งที่ 20, หน้า 242-249.

ถ้าระยะเวลาที่กำหนดเป็นส่วนของปี ให้คำนวณส่วนของปีเป็นเดือนก่อนหาก มีส่วนของเดือน ให้นำส่วนของเดือนเป็นวัน การคำนวณส่วนของเดือนตามวรรคหนึ่งและวรรคสอง ให้ถือว่าเดือนหนึ่ง มีสามสิบวัน มาตรา 193/7 ถ้ามีการขยายระยะเวลาออกไปโดยมิได้มีการกำหนดวันเริ่มต้นแห่งระยะเวลาที่ขยายออกไป ให้นำวันที่ต่อจากวันสุดท้ายของระยะเวลาเดิมเป็นวันเริ่มต้น และมาตรา 193/8 ถ้าวันสุดท้ายของระยะเวลาเป็นวันหยุดทำการตามประกาศเป็นทางการหรือตามประเพณี ให้นำวันที่เริ่มทำการใหม่ต่อจากวันที่หยุดทำการนั้นเป็นวันสุดท้าย ของระยะเวลา

2.4 การใช้สิทธิเลิกสัญญาตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545

ในปัจจุบัน ประเทศไทยได้มีพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ. 2550 และ พ.ศ. 2560 เป็นกฎหมายที่ควบคุมกำกับดูแลการประกอบธุรกิจขายตรงเป็นการเฉพาะเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค โดยที่ การเติบโตของธุรกิจและการสื่อสารอย่างมาก โดยเฉพาะการซื้อขายสินค้าและการทำธุรกรรมทางคอมพิวเตอร์เป็นที่นิยมแพร่หลาย ต้นทุนการลงทุนต่ำ การขายผ่านผู้ขายซึ่งเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอย่างรวดเร็วก่อให้เกิดช่องทางหาประโยชน์และหลอกลวงผู้บริโภคได้ง่ายกว่าการเปิดร้านแบบดั้งเดิมมาก จึงจำเป็นต้องมีกฎหมายที่เป็นพิเศษในการคุ้มครองผู้บริโภคที่แตกต่างจากหลักกฎหมายซื้อขายที่ใช้กันอยู่ในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ เนื่องจากการซื้อขายสินค้าจากการขายตรงและตลาดแบบตรงผู้บริโภคไม่ได้เป็นฝ่ายแสดงเจตนาด้วยความต้องการของตนเองเหมือนกับการซื้อขายโดยทั่วไป มีการใช้วิธีชักชวนในเร่งตัดสินใจหรือสัญญาว่าจะให้ผลประโยชน์ต่าง ๆ

ดังนั้นกฎหมายจึงเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคได้พิจารณาดูให้รอบคอบอีกครั้ง เรียกว่า ระยะเวลาสงบจิตใจ เพื่อไตร่ตรองอีกครั้ง หรือ Cooling off period⁴¹ หรือการใช้สิทธิเลิกสัญญา

2.4.1 การเกิดสัญญา

กฎหมายกำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงมีหน้าที่จัดทำเอกสารการซื้อสินค้าหรือบริการ และให้ผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรง หรือผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงมีหน้าที่ส่งมอบเอกสารการซื้อสินค้าหรือบริการนั้นแก่ผู้บริโภคพร้อมกับสินค้าหรือบริการ⁴²

⁴¹ สุขุม ศุภินิตย์, “พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 : ประเด็นข้อกฎหมายที่ควรทำความเข้าใจ”, *วารสารกฎหมาย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย* 22, 2 (กุมภาพันธ์ 2547): 142.

⁴² พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2560 มาตรา 30.

เอกสารการซื้อขาย ต้องมีข้อความภาษาไทยที่อ่านเข้าใจง่าย โดยระบุชื่อผู้ซื้อและผู้ขาย วันที่ซื้อขาย และวันที่ส่งมอบสินค้าหรือบริการ รวมทั้งสิทธิของผู้บริโภคในการเลิกสัญญา ซึ่งสิทธิเลิกสัญญาดังกล่าว ต้องกำหนดด้วยตัวอักษรที่เห็นเด่นชัดกว่าข้อความทั่วไป⁴³

คณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงมีอำนาจกำหนดรายละเอียดในเอกสารการซื้อขายสินค้าหรือบริการ โดยถือเอาราคาสินค้าหรือบริการที่ผู้บริโภคได้รับการคุ้มครองและประเภทสินค้าหรือบริการเป็นสำคัญ โดยเอกสารการซื้อขาย อย่างน้อยต้องมีรายการดังต่อไปนี้⁴⁴ ดังรายละเอียดตาม มาตรา 30

- 1) กำหนดเวลา สถานที่ และวิธีการในการชำระหนี้
- 2) สถานที่ และวิธีการส่งมอบสินค้าหรือบริการ
- 3) วิธีการเลิกสัญญา
- 4) วิธีการคืนสินค้า
- 5) การรับประกันสินค้า
- 6) การเปลี่ยนสินค้าในกรณีมีความชำรุดบกพร่อง

การซื้อขายสินค้าหรือบริการใดที่ผู้ประกอบการขายตรง ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง หรือผู้ประกอบการตลาดแบบตรง ผ่าฝืน หรือไม่ปฏิบัติตามมาตรา 30 หรือมาตรา 31 การซื้อขายสินค้าหรือบริการนั้นไม่มีผลผูกพันผู้บริโภค⁴⁵

ดังนั้นเมื่อมีการขายสินค้าหรือบริการให้แก่ผู้บริโภคแล้วจะต้องมีการส่งมอบเอกสารการซื้อขายสินค้าหรือบริการให้แก่ผู้บริโภคตั้งรายละเอียดข้างต้น หากไม่มีการปฏิบัติตามที่กฎหมายระบุ จะถือว่าการซื้อขายหรือบริการนั้นไม่มีผลผูกพันผู้บริโภค

2.4.2 การใช้สิทธิเลิกสัญญาและระยะเวลา

ในการซื้อสินค้าหรือบริการจากการขายตรงหรือจากการขายผ่านตลาดแบบตรงผู้บริโภคมีสิทธิเลิกสัญญาโดยการส่งหนังสือแสดงเจตนาภายในเวลาเจ็ดวัน นับแต่วันที่ได้รับสินค้าหรือบริการไปยังผู้ประกอบการขายตรงหรือผู้ประกอบการตลาดแบบตรง สำหรับธุรกิจขายตรงผู้บริโภคจะแจ้งไปยังผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงที่เกี่ยวข้องก็ได้⁴⁶

⁴³ พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 มาตรา 30

⁴⁴ พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 มาตรา 31.

⁴⁵ พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2560 มาตรา 32.

⁴⁶ พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 มาตรา 33.

ดังนั้น การใช้สิทธิเลิกสัญญา (Cooling off period) ตามกฎหมายขายตรงปัจจุบันคือ 7 วัน โดยการส่งหนังสือแสดงเจตนาไปยังผู้ประกอบการขายตรง ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง หรือผู้ประกอบการตลาดแบบตรงแล้วแต่กรณี

2.4.3 การคืนผลิตภัณฑ์

วิธีปฏิบัติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เมื่อผู้บริโภคที่ใช้สิทธิเลิกสัญญา ต้องเลือกปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่ง ดังต่อไปนี้⁴⁷

- 1) ส่งคืนสินค้าไปยังผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง หรือผู้ประกอบการขายตรง ในกรณีการขายตรง หรือส่งคืนสินค้าไปยังผู้ประกอบการตลาดแบบตรง ในกรณีตลาดแบบตรง
- 2) เก็บรักษาสินค้าไว้ตามสมควรภายในระยะเวลาสี่สิบเอ็ดวันนับแต่วันที่ผู้ใช้สิทธิเลิกสัญญา เว้นแต่สินค้านั้นเป็นของเสียหายโดยสภาพไม่อาจเก็บรักษาได้ภายในระยะเวลาดังกล่าว ให้เก็บรักษาตามเวลาและวิธีการอันควรแก่สภาพ เมื่อพ้นกำหนดนั้นแล้ว ผู้บริโภคจะเก็บรักษาสินค้านั้นไว้หรือไม่ก็ได้

โดยผู้บริโภคที่เลือกปฏิบัติตาม 2) มีหน้าที่ต้องส่งคืนสินค้าให้ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบการขายตรง หรือผู้ประกอบการตลาดแบบตรง แล้วแต่กรณี มารับคืน ณ ภูมิลำเนาของผู้บริโภค แต่ถ้าผู้ประกอบการขายตรงหรือผู้ประกอบการตลาดแบบตรง ขอให้ผู้บริโภคส่งคืนสินค้าทางไปรษณีย์โดยเรียกเก็บเงินปลายทาง ภายในระยะเวลา 21 วันดังกล่าว ผู้บริโภคต้องส่งคืนสินค้านั้นตามคำขอของผู้ประกอบการดังกล่าว

ถ้าสินค้าเป็นของใช้สิ้นเปลือง ผู้บริโภคมีหน้าที่คืนเฉพาะส่วนที่เหลือจากการใช้ก่อนใช้สิทธิเลิกสัญญาและผู้บริโภคมีสิทธิที่จะยึดหว่งสินค้าไว้ได้จนกว่าจะได้รับคืนเงินที่ผู้บริโภคจ่ายไปในการซื้อสินค้านั้น

2.4.4 การคืนผลิตภัณฑ์ที่เป็นการพันวิสัย

หากสินค้าหรือบริการนั้นบอบสลาย หรือสูญหายเพราะความผิดของผู้บริโภค หรือผู้บริโภคได้ทำให้การคืนสินค้าหรือบริการกลายเป็นพันวิสัย ให้ผู้บริโภคชดใช้ค่าเสียหายให้แก่ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบการขายตรงหรือผู้ประกอบการตลาดแบบตรง แล้วแต่กรณี

⁴⁷ พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 มาตรา 34.

เว้นแต่เป็นความเสียหายที่เกิดขึ้นตามปกติจากการเปิดการประกอบหรือการผสมเพื่อใช้สินค้าหรือบริการ⁴⁸

2.4.5 การรับประกันสินค้าหรือบริการ

คำรับประกันสินค้าหรือบริการให้จัดทำเป็นภาษาไทยและระบุถึงสิทธิของผู้บริโภคในการเรียกร้องสิทธิตามคำรับประกันที่ชัดเจนและสามารถเข้าใจได้ถึงเงื่อนไขที่ระบุไว้

รายละเอียดเกี่ยวกับคำรับประกันสินค้าหรือบริการให้เป็นไปตามที่คณะกรรมการประกาศกำหนด⁴⁹

2.4.6 การคืนเงิน

เมื่อผู้บริโภคใช้สิทธิเลิกสัญญา ให้ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง หรือผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงคืนเงินเต็มจำนวนที่ผู้บริโภคจ่ายไปเพื่อการซื้อสินค้าหรือบริการนั้นภายในกำหนดเวลาสิบห้าวันนับแต่วันที่ได้รับหนังสือแสดงเจตนาเลิกสัญญา

ในกรณีที่ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงหรือผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงใดไม่คืนเงินตามจำนวนและภายในกำหนดระยะเวลาตามวรรคหนึ่ง ให้ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงหรือผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงนั้นชำระเบี้ยปรับตามอัตราที่คณะกรรมการประกาศกำหนดให้แก่ผู้บริโภค⁵⁰ ซึ่งได้มีประกาศคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงบังคับใช้เมื่อวันที่ 14 พฤษภาคม 2547 กำหนด เบี้ยปรับ ให้คิดในอัตราดอกเบี้ยสำหรับลูกค้าชั้นดีรายย่อย (Minimum Retail Rate) ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) บวกสิบ (MRR.+10) ต่อปี⁵¹ โดย MRR. ปัจจุบันคือร้อยละ 7.120 ต่อปี

2.5 บริษัทที่มีแนวทางในการปฏิบัติที่ดี (Corporate best practices) ในการใช้สิทธิเลิกสัญญา และการรับคืนผลิตภัณฑ์

กรณีศึกษา บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด

⁴⁸ พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 มาตรา 35.

⁴⁹ พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 มาตรา 37.

⁵⁰ พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 มาตรา 36.

⁵¹ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค, สคบ.กับการคุ้มครองผู้บริโภค, พิมพ์ครั้งที่ 17 (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ สกสค.ลาดพร้าว, 2558), หน้า 351.

บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ก่อตั้งเมื่อ 4 พฤษภาคม พ.ศ. 2530 เป็นสาขาของบริษัท แอมเวย์ คอร์ปอเรชั่น ซึ่งก่อตั้งในประเทศสหรัฐอเมริกาในปี พ.ศ. 2502 (ค.ศ. 1959) ปัจจุบันคือ Amway Global ดำเนินงานในกว่า 100 ประเทศและดินแดนต่าง ๆ ทั่วโลก ผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคมากกว่า 450 รายการ มีนักวิทยาศาสตร์ วิศวกร และผู้เชี่ยวชาญด้านเทคนิคเกือบ 1,000 คน พร้อมห้องปฏิบัติการวิจัยและพัฒนา 75 แห่ง มีสิทธิบัตรมากกว่า 1,200 ฉบับ ที่ได้รับการรับรอง พนักงานมากกว่า 19,000 คน มียอดขายรวมของแอมเวย์ทั่วโลก 8.8 พันล้านเหรียญสหรัฐใน พ.ศ. 2559 แอมเวย์เป็นธุรกิจขายตรงอันดับ 1 ของโลก ในปี 2560 จากการจัดอันดับ 100 ธุรกิจทั่วโลก ของนิตยสาร Direct Selling News⁵²

บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด จดทะเบียนกับสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค และได้รับการรับรองทะเบียนตามหนังสือ สคบ. ลงวันที่ 27 กันยายน พ.ศ. 2545 เป็นผู้ประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง จากผลวิจัยด้านแบรนด์ แอมเวย์ ได้รับมอบรางวัลสุดยอดแบรนด์สินค้าขายตรงที่ได้รับความน่าเชื่อถือจากผู้บริโภคทั่วประเทศมากที่สุด ติดต่อกันที่ 18 งานวิจัยสำรวจโครงการ “Thailand’s Most Admired Brand 2018 & Why We Buy?” มกราคม 2561⁵³

หนังสือพิมพ์เดอะพาวเวอร์ เน็ตเวิร์ค ได้ทำการจัดอันดับบริษัทขายตรงที่มียอดขายสูงสุด 10 อันดับของประเทศในปี 2560 ที่ผ่านมา โดยตัวเลขยอดขายดังกล่าวอ้างอิงจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ “แอมเวย์” รายได้ทำสถิติใหม่ทะลุ 18,000 ล้านบาท มีอัตราเติบโตร้อยละ 5 ต่อปี ในขณะที่อันดับ 2 อยู่ที่ 5,000 ล้านบาท อันดับที่ 3 และ 4 อยู่ที่ 3,000 ล้านบาท⁵⁴ ตามลำดับ

แอมเวย์เป็นธุรกิจเครือข่ายด้วยระบบการตลาดหลายชั้น มีเจตนาธรรมและมุ่งมั่นในอันที่จะจรรโลงธุรกิจเครือข่ายอย่างมีคุณธรรม โดยได้ร่วมสนับสนุนอย่างจริงจังในการปฏิบัติตนตามจรรยาบรรณธุรกิจ ซึ่งบัญญัติขึ้นโดยสมาพันธ์การขายตรงโลกร่วมกับสมาคมการขายตรงในแต่ละประเทศทั่วโลก⁵⁵

⁵² Amway Global, "Global Facts & Figures," [Online] Accessed: 13 February, 2018. Available from: <https://www.amwayglobal.com/newsroom/facts-and-figures/>

⁵³ พิชัย ศิริจันทน์, "Thailand’s Most Admired Brand & Why We Buy 2018," BrandAge 213 (มกราคม 2561): 76.

⁵⁴ หนังสือพิมพ์เดอะพาวเวอร์ เน็ตเวิร์ค, "10 ขายตรง กอดคอโต ฝ่าวิกฤต," เดอะพาวเวอร์ เน็ตเวิร์ค 14, 334 (1 - 15 มกราคม 2561): 1.

⁵⁵ บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด, "[ออนไลน์] เข้าถึงเมื่อ 25 กุมภาพันธ์ 2561. แหล่งที่มา: : <https://www.amwayshopping.com/amwayshopping-frontend/shopping/contentPage?pageKey=amway.office.aboutamway.thailand>

นักธุรกิจแอมเวย์และสมาชิก

ปัจจุบันมีนักธุรกิจแอมเวย์ที่ต่ออายุสมาชิกภาพกับบริษัทเป็นจำนวน 330,000 รหัส และสมาชิกผู้ใช้นิต้าแอมเวย์ที่ต่ออายุสมาชิกภาพเป็นจำนวน 720,000 รหัส

ประเภทของผลิตภัณฑ์

สินค้าประกอบด้วยผลิตภัณฑ์อุปโภคบริโภคมากกว่า 500 รายการ เช่น ผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ผลิตภัณฑ์ทดแทนมื้ออาหาร เครื่องกรองน้ำ เครื่องกรองอากาศ

ผลิตภัณฑ์สำหรับเรือนร่าง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์ถนอมความงาม ผลิตภัณฑ์ปกป้องและดูแลสุขอนามัยในช่องปาก กลุ่มผลิตภัณฑ์ดูแลและจัดแต่งทรงผม

ผลิตภัณฑ์สำหรับบ้าน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ทันสมัย ผลิตภัณฑ์เครื่องครัว ผลิตภัณฑ์ซักผ้า ผลิตภัณฑ์ถนอมรักษารถยนต์ ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด สะอาดภายในบ้าน ผลิตภัณฑ์เพื่อการเกษตร

นอกจากนั้นแอมเวย์ประเทศไทยยังจำหน่ายผลิตภัณฑ์คุณภาพภายใต้แบรนด์ชั้นนำทั้งในประเทศและต่างประเทศอีกหลากหลายผลิตภัณฑ์ในชื่อของ ผลิตภัณฑ์เพอร์เซอนอล ซ็อบเปอร์ส แค็ตตาล็อก ผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ เช่น ผลิตภัณฑ์ชุดเครื่องนอน เครื่องออกกำลังกาย ผลิตภัณฑ์ดูแลรักษา รถยนต์ ข้าวหอมมะลิแอมเวย์ นมสดยูเอชทีไทย-เดนมาร์ค ผลิตภัณฑ์โครงการหลวงดอยคำ กาแฟ แอมพี เป็นต้น

2.5.1 สิทธิเลิกสัญญาและระยะเวลา

นอกเหนือจากสิทธิตาม มาตรา 33 แห่งพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ลูกคามีสิทธิในการคืนผลิตภัณฑ์ที่ซื้อไป ภายใต้การรับประกันการซื้อคืน ถ้าผลิตภัณฑ์ดังกล่าว ยังอยู่ในสภาพที่สามารถนำไปขายต่อได้ และภายใต้ค่าธรรมเนียม ถ้าผลิตภัณฑ์มีข้อบกพร่องจากกระบวนการผลิต ภายในระยะเวลา 90 วัน นับจากวันซื้อ⁵⁶

2.5.2 วิธีการใช้สิทธิเลิกสัญญา

การรับประกันความพอใจของแอมเวย์ เมื่อซื้อผลิตภัณฑ์แล้ว ผู้บริโภคมีสิทธิที่จะทดลองใช้ภายในระยะเวลาอันสมควร เพื่อพิจารณาว่าผลิตภัณฑ์นั้นมีคุณภาพเป็นที่น่าพอใจหรือไม่ และต้องการเก็บไว้ใช้หรือไม่ หากไม่พอใจในคุณภาพ หรือพบว่าผลิตภัณฑ์ดังกล่าวไม่เป็นไปตามที่

⁵⁶ บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด, คู่มือดำเนินธุรกิจแอมเวย์ (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ตะวันออก, 2560), หน้า 63.

คาดหมายไว้ สามารถส่งผลิตภัณฑ์ดังกล่าวหรือส่วนที่ยังไม่ได้ใช้นั้น พร้อมใบเสร็จรับเงิน คืนไปยังนักธุรกิจที่ขายให้หรือติดต่อมายัง บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด การรับประกันนี้ไม่รวมถึงผลิตภัณฑ์ที่เกิดความเสียหายขึ้นโดยเจตนาหรือโดยการใช้ไม่ถูกต้อง

2.5.3 ผลิตภัณฑ์กลุ่มต่าง ๆ และระยะเวลาการใช้สิทธิเลิกสัญญา

เครื่องกรองน้ำ เครื่องกรองอากาศ เครื่องครัวแอมเวย์ควีนและไอคูก์ รับคืนภายใน 90 วัน นับจากวันที่ซื้อตามใบเสร็จรับเงินหรือวันที่ซึ่งระบุในใบรับประกันที่ส่งคืนบริษัท

อุปกรณ์หรืออะไหล่ อุปกรณ์สำหรับผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เครื่องสำอาง สื่อส่งเสริมการขาย รับคืนภายใน 7 วัน นับจากวันที่ได้รับตามใบเสร็จรับเงิน หรือวันที่ได้รับผลิตภัณฑ์จริงกรณีจัดส่งถึงบ้าน

กลุ่มผลิตภัณฑ์แบรนด์อื่น (ที่ร่วมจำหน่าย) รับคืนภายใน 7 วันนับจากวันที่ได้รับผลิตภัณฑ์ตามใบเสร็จ หรือ 14 วัน ที่ได้รับผลิตภัณฑ์จริงกรณีจัดส่งถึงบ้าน โดยผลิตภัณฑ์จะต้องอยู่ในสภาพสมบูรณ์ สามารถใช้งานได้ตามปกติ รวมถึงการคืนคู่มือ ใบรับประกัน ของสมนาคุณและอุปกรณ์ประกอบต่าง ๆ

ผลิตภัณฑ์แอมเวย์อื่นทุกประเภท รับประกันความพอใจของแอมเวย์ นักธุรกิจจะเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ให้ใหม่โดยไม่คิดมูลค่า หรือให้เครดิตเต็มจำนวนสำหรับซื้อผลิตภัณฑ์อื่นของแอมเวย์ หรือคืนเงินให้เต็มมูลค่าที่ได้ชำระไป

2.5.4 ข้อยกเว้นการรับประกันผลิตภัณฑ์

บริษัทไม่รับประกันผลิตภัณฑ์ที่หมดอายุ เสื่อมสภาพ ชำรุด เช่น แป้งฝุ่นอัดแข็งแตก ลิปสติกหัก หรือเลิกจำหน่ายเกิน 6 เดือน ซึ่งบริษัทมีการแจ้งให้ทราบผ่านสื่อต่าง ๆ ของบริษัทเป็นระยะ ๆ นอกจากนี้ แอมเวย์จะไม่รับประกันผลิตภัณฑ์ที่สมาชิกหรือลูกค้าใช้อย่างผิดวิธี เพราะไม่อยู่ภายใต้เงื่อนไขของการรับประกันความพอใจ หรือ กฎการซื้อกลับคืน⁵⁷

2.5.5 การคืนเงิน

เมื่อลูกค้าขอใช้สิทธิตามการรับประกันการซื้อคืนหรือตามคำรับรองภายในระยะเวลารับประกันดังกล่าว นักธุรกิจแอมเวย์จะต้องเสนอ

- 1) คืนเงินเต็มจำนวน

⁵⁷ “เรื่องเดียวกัน” หน้า 107.

- 2) แลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน หรือ
- 3) ให้เครดิตในการซื้อผลิตภัณฑ์อื่นแก่ลูกค้าโดยทันที

2.6 บทสรุป

ดังที่กล่าวถึงการจัดจำหน่ายในธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง ล้วนเป็นวิธีการจำหน่ายสินค้าหรือบริการซึ่งแตกต่างจากการขายในระบบเดิมที่มีการส่งผ่านสินค้าหรือบริการไปยังผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก นอกจากนี้ในระบบการขายตรงและการตลาดแบบตรง ทั้งสองระบบก็ยังคงมีความแตกต่างกัน โดยที่การขายตรงจะจัดจำหน่ายผ่านผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรง แต่การตลาดแบบตรงจะจัดจำหน่ายผ่านระบบสื่อต่าง ๆ แต่ทั้งหมดเป็นการทำตลาดเชิงรุก ที่กฎหมายเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคได้พิจารณาดูให้รอบคอบอีกครั้ง เรียกว่า ระยะเวลาสงบจิตใจ เพื่อให้ไตร่ตรองอีกครั้ง หรือ Cooling off period หรือการใช้สิทธิเลิกสัญญา

จากการศึกษากรณีตัวอย่างบริษัทขายตรงที่น่าเชื่อถือระดับสากลที่มีสาขาทั่วโลก รวมถึงประเทศไทย คือ บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ได้กำหนดระยะเวลาการใช้สิทธิเลิกสัญญา โดยทั่วไปไว้คือ 7 วัน ในกรณีสั่งซื้อแบบรับสินค้าเองที่บริษัท และ 14 วัน กรณีสั่งซื้อแบบจัดส่งถึงบ้าน แต่มีเพิ่มระยะเวลาการรับประกันความพอใจ โดยไม่กำหนดระยะเวลา ยกเว้นผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ทันสมัย เช่น เครื่องกรองน้ำ เครื่องกรองอากาศ เครื่องครัว กำหนดไว้ 90 วัน โดยจะได้รับเงินคืนเต็มจำนวนที่จ่ายไป หรือแลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน หรือให้เครดิตในการซื้อผลิตภัณฑ์อื่นแก่ลูกค้าโดยทันที ซึ่งให้สิทธิผู้บริโภคเป็นผู้เลือก ด้วยการคืนผลิตภัณฑ์พร้อมใบเสร็จรับเงินแก่นักธุรกิจหรือที่บริษัทโดยตรง แต่อย่างไรก็ดีคงเป็นกลยุทธ์การตลาดเฉพาะของธุรกิจเท่านั้น

โดยที่การนับระยะเวลาตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 193/4 ในทางคดีความ ในทางราชการ หรือทางธุรกิจการค้าและ อุตสาหกรรม วัน หมายความว่า เวลาทำการตามที่ได้กำหนดขึ้นโดยกฎหมาย คำสั่งศาล หรือ ระเบียบข้อบังคับ หรือเวลาทำการตามปกติของกิจการนั้นแล้วแต่กรณี ส่วนมาตรา 193/8 ถ้าวันสุดท้ายของระยะเวลาเป็นวันหยุดทำการตามประกาศเป็นทางการหรือตามประเพณี ให้นับวันที่เริ่มทำการใหม่ต่อจากวันที่หยุดทำการนั้นเป็นวันสุดท้าย ของระยะเวลา และกฎหมายขายตรงในประเทศไทยปัจจุบันได้กำหนดระยะเวลาการใช้สิทธิเลิกสัญญา (Cooling Off Period) ไว้ 7 วัน โดยยังไม่มีกำหนด ประเภท ชนิด หรือ ราคาผลิตภัณฑ์ไว้แต่อย่างใด และในสภาพความเป็นจริงในปัจจุบันทั้งระบบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงในประเทศ โดยทั่วไปก็จะกำหนดระยะเวลาไว้ 7 วัน เช่นเดียวกันในทุกผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะได้มีการศึกษา รายละเอียดการใช้สิทธิเลิกสัญญาในกฎหมายของประเทศต่าง ๆ ต่อไป

บทที่ 3

การใช้สิทธิเลิกสัญญาและการรับคืนผลิตภัณฑ์ของธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงในกฎหมายต่างประเทศ

กฎหมายการคุ้มครองผู้บริโภคประเทศต่าง ๆ มีความแตกต่างกันในประเด็นข้อกฎหมาย เรื่อง สิทธิเลิกสัญญาและวิธีการใช้สิทธิ วิธีปฏิบัติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กลุ่มต่าง ๆ รวมถึงระยะเวลาการใช้สิทธิเลิกสัญญา การคืนผลิตภัณฑ์ และการคืนเงิน บ้างก็กำหนดเป็นการทั่วไป บ้างก็มีกำหนดเพิ่มเติม ในธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงเป็นการเฉพาะ ซึ่งจะได้ศึกษาและนำเสนอในหลายประเทศที่น่าสนใจดังนี้

3.1 สหภาพยุโรป

ในสหภาพยุโรปประกอบด้วยสมาชิกหลายประเทศซึ่งถือเป็นกลุ่มเศรษฐกิจขนาดใหญ่ จึงมีคณะกรรมการศึกษา หรือ Commission of the European Communities, "Directive of the European Parliament and of the Council on Consumer Rights" เพื่อกำหนดกฎเกณฑ์การคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อให้ประเทศสมาชิกปรับใช้เป็นกรอบของกฎหมายให้ไปในทิศทางเดียวกัน

3.1.1 สิทธิเลิกสัญญาและระยะเวลา

ภายใต้กฎของสหภาพยุโรป ผู้ประกอบการค้าต้องชัดเจน เปลี่ยน ลดราคา หรือให้เงินคืน หากสินค้าที่ผู้บริโภคซื้อไปเกิดความชำรุดบกพร่องเสียหาย หรือดูไม่ดีหรือไม่เป็นไปตามโฆษณา

หากซื้อสินค้าหรือบริการทางออนไลน์หรือนอกร้านค้า (การสั่งซื้อทางโทรศัพท์ ทางไปรษณีย์ จากพนักงานขายแบบ Door-to-door) ผู้บริโภคมีสิทธิที่จะยกเลิกและคืนคำสั่งซื้อ ภายใน 14 วัน ไม่ว่าจะด้วยเหตุผลใดก็ตามและไม่จำเป็นต้องอธิบายเหตุผล⁵⁸

3.1.2 การรับประกันความชำรุดบกพร่องของผลิตภัณฑ์

⁵⁸ Commission of the European Communities, "Directive of the European Parliament and of the Council on Consumer Rights," [Online] Accessed: February 17, 2018. Available from: https://europa.eu/youreurope/citizens/consumers/shopping/guarantees-returns/index_en.htm

If you bought a good or a service online or outside of a shop (by telephone, mail order, from a door-to-door salesperson), you also have the right to cancel and return your order within 14 days, for any reason and with no justification.

รับประกันฟรี 2 ปี (รับประกันทางกฎหมาย) สำหรับสินค้าทั้งหมดภายใต้กฎของสหภาพยุโรป ผู้บริโภคมีสิทธิที่จะได้รับการรับประกันอย่างน้อย 2 ปี โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย ไม่ว่าจะซื้อสินค้าออนไลน์ ในร้านค้า หรือทางไปรษณีย์

การรับประกัน 2 ปี นี้เป็นสิทธิขั้นต่ำของผู้บริโภค กฎแห่งชาติในประเทศต่างๆอาจให้การคุ้มครองเป็นพิเศษ แต่อย่างไรก็ตามจากกฎของสหภาพยุโรป ต้องตั้งอยู่ในผลประโยชน์สูงสุดของผู้บริโภค หากสินค้าที่ซื้อที่ได้ในสหภาพยุโรปถือว่าพบว่าชำรุดบกพร่อง หรือดูไม่ดี หรือไม่ปฏิบัติตามที่โฆษณา ผู้ขายจะต้องซ่อมแซมหรือเปลี่ยนสินค้าใหม่โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายหรือให้ส่วนลดหรือคืนเงินเต็มจำนวน⁵⁹ตามกฎทั่วไปผู้บริโภคจะสามารถขอคืนเงินบางส่วนหรือเต็มจำนวนเมื่อไม่สามารถซ่อมแซมหรือเปลี่ยนสินค้าได้ แต่อาจไม่มีสิทธิได้รับเงินคืนหากปัญหาไม่สำคัญเช่นรอยขีดข่วนบนกล่องใส่ซีดี

ระยะเวลาประกัน 2 ปี จะเริ่มขึ้นทันทีที่ผู้บริโภคได้รับสินค้า⁶⁰

ผู้บริโภคต้องแจ้งให้ผู้ค้าทราบว่าสินค้ามีข้อบกพร่องหรือไม่เป็นไปตามโฆษณา ภายใน 6 เดือน หลังจากได้รับสินค้า หากหลังจากผ่านไป 6 เดือนแล้วในประเทศส่วนใหญ่ของสหภาพยุโรปคุณต้องพิสูจน์ว่าข้อบกพร่องดังกล่าวมีอยู่เมื่อได้รับสินค้าแล้วตัวอย่างเช่นโดยการแสดงให้เห็นเป็นเพราะคุณภาพของวัสดุที่ใช้ไม่ดี ในบางประเทศในสหภาพยุโรปผู้บริโภคต้องแจ้งผู้ขายภายใน 2 เดือนนับจากที่พบข้อบกพร่อง มิฉะนั้นอาจเสียสิทธิในการรับประกัน

ในสหภาพยุโรปผู้บริโภคมีสิทธิที่จะคืนสินค้าภายใน 14 วัน โดยได้รับการคืนเงินเต็มจำนวน ไม่ว่าจะด้วยเหตุผลใดก็ตามหรือแม้ว่าจะเปลี่ยนใจ

⁵⁹ Guarantee of faulty goods

⁶⁰ Commission of the European Communities, "Directive of the European Parliament and of the Council on Consumer Rights." Section 25, p.31.

Guarantees for faulty goods Free of charge, 2-year guarantee (legal guarantee) for all goods. Under EU rules you always have the right to a minimum 2-year guarantee at no cost, regardless of whether you bought your goods online, in a shop or by mail order.

This 2-year guarantee is your minimum right. National rules in your country may give you extra protection: however, any deviation from EU rules must always be in the consumer's best interest.

If goods you bought anywhere in the EU turn out to be faulty or do not look or work as advertised, the seller must repair or replace them free of charge or give you a price reduction or a full refund.

As a general rule, you will only be able to ask for a partial or full refund when it is not possible to repair or replace the goods. You might not be entitled to a refund if the problem is minor, such as a scratch on a CD case.

3.1.3 ข้อยกเว้นการใช้สิทธิเลิกสัญญา

ระยะเวลา Cooling off period 14 วัน ไม่มีผลกับการซื้อสินค้าทั้งหมดมีข้อยกเว้นบางส่วน⁶¹ คือ ตัวเครื่องบิน และ รถไฟ เช่นเดียวกับ ตัวคอนเสิร์ต การจองโรงแรม การจองรถเช่าและบริการจัดเลี้ยงสำหรับวันที่ระบุ สินค้าและเครื่องดื่มน้ำที่จัดส่งให้ เช่น การจัดส่งสินค้าโดยคนขายนม เป็นต้น สินค้าที่ทำตามคำสั่งหรือระบุไว้อย่างชัดเจน เช่น ชุดสูทที่เหมาะสมเฉพาะบุคคล การซ่อมแซมและการบำรุงรักษาอย่างเร่งด่วน เช่น หากติดต่อช่างประปาเพื่อซ่อมฝักบัวที่มีการรั่วไหลจะไม่สามารถยกเลิกการทำงานได้เมื่อตกลงราคาค่าบริการแล้ว สินค้าที่ซื้อจากบุคคลธรรมดาที่ไม่ใช่บริษัท และ ซอฟต์แวร์วิดีโอหรือซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ที่ปิดสนิท เช่น ดีวีดี ที่ได้เปิดฉีกไว้เมื่อได้รับ หรือ เนื้อหาดิจิทัลออนไลน์ที่ได้เริ่มต้นการดาวน์โหลดหรือสตรีมมิ่งแล้ว⁶²

ช่วง Cooling off period จะหมดอายุ 14 วันนับจากวันที่ได้รับสินค้าหรือวันที่ทำสัญญาเสร็จสิ้น ถ้าระยะเวลาหมดในวันหยุด กำหนดเวลาจะขยายจนถึงวันทำการถัดไป

3.1.4 วิธีการยกเลิกสัญญา

ผู้บริโภคต้องแจ้งผู้ประกอบการค้าว่าต้องการยกเลิกการสั่งซื้อ ไม่ใช่เพียงแค่ส่งสินค้าคืน พ่อค้าต้องจัดเตรียมให้แบบฟอร์มการยกเลิก ซึ่งผู้บริโภคสามารถใช้เพื่อบอกให้ทราบเกี่ยวกับการ

⁶¹ Zollers Frances E., Sandra N.Hurd&Peter Shears,, Consumer Protection in the European Union: An Analysis of the Directive on the Sale of Consumer Goods and Associated Guarantee, 20 U. Pa. J. Int'l Econ. L. 97 (1999) (Pennsylvania: Penn Law:Legal Scholarship Repository, 2014).

⁶² Commission of the European Communities, "Directive of the European Parliament and of the Council on Consumer Rights," [Online] Accessed: February 17, 2018. Available from: https://europa.eu/youreurope/citizens/consumers/shopping/guarantees-returns/index_en.htm

The 14-day cooling off period does not apply to all purchases. Some of the exemptions are:

- plane and train tickets, as well as concert tickets, hotel bookings, car rental reservations and catering services for specific dates
- goods and drinks delivered to you by regular delivery – for example delivery by a milkman.
- goods made to order or clearly personalized – such as a tailor-made suit
- sealed audio, video or computer software, such as DVDs, which you have unsealed upon receipt.
- online digital content, if you have already started downloading or streaming it
- goods bought from a private individual rather than a company
- urgent repairs and maintenance contracts – if you call a plumber to repair a leaking shower, you can't cancel the work once you have agreed on the price of the service.

ตัดสินใจ ผู้บริโภคสามารถแจ้งให้ผู้ค้าทราบและส่งคืนสินค้าในเวลาเดียวกัน ตัวอย่างเช่น โดยการเพิ่มคำสั่งเป็นลายลักษณ์อักษรไปพร้อมกับสินค้าที่ส่งทางไปรษณีย์หรือโดยการส่งแฟกซ์หรืออีเมล

ผู้บริโภคต้องส่งสินค้าที่ไม่ได้ใช้คืนภายใน 14 วันหลังจากแจ้งให้ผู้ประกอบการค้าทราบ ผู้ประกอบการค้าบางรายอาจไม่เรียกเก็บเงินจากผู้บริโภคในการส่งคืนสินค้า อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการควรแจ้งให้ผู้บริโภคทราบหากจะต้องชำระค่าใช้จ่ายในการคืนสินค้า หากไม่แจ้งให้ทราบว่า ผู้บริโภคไม่ต้องจ่ายเงินสำหรับการคืนสินค้าพ่อค้าจะต้องเสียค่าใช้จ่ายในการคืนสินค้าเอง ผู้บริโภคไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใด ๆ หากไม่ได้รับแจ้ง สำหรับสินค้าขนาดใหญ่ เช่น อุปกรณ์เครื่องใช้ในครัวเรือนขนาดใหญ่ พ่อค้าต้องแจ้งให้ทราบค่าประมาณการคืนสินค้า สินค้าที่ซื้อมาจากพนักงานขายแบบ Door-to-door และจัดส่งให้จะต้องได้รับแจ้งโดยทันทีเช่นกัน อย่างไรก็ตามการรับคืนโดยผู้ค้าจะเป็นค่าใช้จ่ายของผู้ประกอบการ⁶³

3.1.5 การคืนเงิน

ผู้ประกอบการค้าต้องคืนเงินเต็มจำนวนภายใน 14 วันนับจากวันที่ได้รับการยกเลิกของผู้บริโภค แต่ผู้ค้าสามารถระงับการคืนเงินได้หากไม่ได้รับสินค้าหรือหลักฐานที่แสดงว่าผู้บริโภคได้ส่งคืน โดยเงินคืนนี้ต้องรวมค่าจัดส่งที่ผู้บริโภคนำไปจ่ายเมื่อซื้อสินค้า อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการค้าจะคิดค่าบริการจัดส่งสินค้าหากผู้บริโภคร้องขอให้ส่งสินค้าแบบด่วนพิเศษ⁶⁴

3.2 สหราชอาณาจักร

ในสหราชอาณาจักรมีกฎหมายภายในคือ The Consumer Protection (Distance Selling) Regulations หรือปัจจุบันคือ UK Consumer Rights Act 2015 เพื่อกำกับดูแลเกี่ยวกับธุรกิจขายตรงหรือตลาดแบบตรง

3.2.1 สิทธิเลิกสัญญาและระยะเวลา

กฎหมาย UK Consumer Rights Act 2015 ที่ใช้สำหรับ สหราชอาณาจักร ใช้ Cooling off period 14 วัน⁶⁵ เช่นเดียวกับสหภาพยุโรป แต่มีข้อแตกต่างในรายละเอียดที่น่าสนใจ

⁶³Ibid., How to cancel a purchase.

⁶⁴ Ibid., Refund.

⁶⁵Consumer Rights Act 2015 UK, "Consumer Contracts for Goods, Digital Content and Services". 2015 C.15 " [Online] Accessed: 18 February , 2018. Available from: : <http://www.legislation.gov.uk/ukpga/2015/15/enacted>

3.2.2 ข้อยกเว้นการใช้สิทธิเลิกสัญญา

ระยะเวลา Cooling off period 14 วัน ไม่มีผลกับการซื้อสินค้าทั้งหมดมีข้อยกเว้นบางส่วน เช่น ผลิตภัณฑ์ยาโดยการให้ยาภายใต้ใบสั่งยาหรือคำแนะนำที่กำหนด ผลิตภัณฑ์โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการดูแลสุขภาพ และ บริการขนส่งโดยสาร⁶⁶

ส่วนนี้ไม่ใช้กับสัญญาที่ซึ่งการชำระเงินสินค้าหรือบริการที่มูลค่าไม่เกิน 42 ปอนด์⁶⁷ และไม่รวมถึง สินค้าที่เสียหาย เสื่อมค่าได้รวดเร็ว เช่น ดอกไม้ อาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น⁶⁸ สินค้าที่สั่งเฉพาะราย เฉพาะบุคคล (Personalized or Custom-made) สัญญาเพื่อให้ทรัพย์สินที่ลูกค้าจะอาศัยอยู่เช่นการเช่าบ้านหรือแฟลต (แม้ว่าจะใช้กับบริการด้านการตลาดของตัวแทนอสังหาริมทรัพย์) แพคเกจวันหยุด Timeshares วันหยุดคลับ การเล่นเกมพนัน สินค้าที่ซื้อจากเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ หรือระบบการจ่ายเงินโดยใช้โทรศัพท์สาธารณะหรือจ่ายเงินเพื่อใช้ในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต รวมถึง ซีดี ดีวีดี หรือซอฟต์แวร์ถ้าถูกตัดตราประทับบนห่อแล้ว สินค้าประเภทตัวอื่น ๆ สำหรับการเดินทางโดยสาร รถบัส รถไฟ และเที่ยวบิน นอกจากปฏิบัติตามกฎทั่วไปสำหรับการรับผลตอบแทนหรือการคืนเงิน

ข้อยกเว้นในส่วนของการขายบริการดิจิทัล (Digital Services) มีกฎพิเศษสำหรับการขายบริการดิจิทัลที่ลูกค้าดาวน์โหลดหรือสตรีมออนไลน์ ได้แก่ เกมคอมพิวเตอร์ การซื้อในเกม ทวีและภาพยนตร์ หนังสือ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ แอปพลิเคชันโทรศัพท์มือถือ บริการดาวน์โหลดและสตรีมมิ่ง หากผู้ขายจัดหาบริการดาวน์โหลดหรือสตรีมมิ่งจะต้องแจ้งให้ลูกค้ายืนยันก่อนที่จะดาวน์โหลดหรือสตรีมเนื้อหา โดยผู้บริโภคจะสูญเสียสิทธิ์ 14 วัน ในการยกเลิก ต้องให้ลูกค้ายอมรับสัญญาการดาวน์โหลดทันทีก่อนที่จะเริ่มดาวน์โหลด และต้องรวมข้อมูลนี้ไว้ในคำยืนยันของสัญญาพร้อมกับข้อมูลก่อนการทำสัญญาอื่น ๆ ผู้ประกอบการค้าต้องยืนยันสัญญาโดยเร็วที่สุดและไม่ช้ากว่าการจัดส่งสินค้าบริการจะเริ่มต้นหรือดาวน์โหลดเนื้อหาดิจิทัล ตัวอย่างเช่น ต้องส่งอีเมลเมื่อดาวน์โหลดเนื้อหาแม้ว่าจะไม่ได้มาถึงในเวลาเดียวกัน ให้สำเนาสัญญาในเอกสารทางอีเมลหรือรูปแบบอื่นที่ลูกค้าสามารถ

⁶⁶ Department for business innovation and skill. The Consumer Contracts (Information, Cancellation and Additional Payments) Regulations 2013. Part 3: Right to cancel. Section 26 (2) [Online] Accessed: 1 May, 2018. Available from: https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/226625/bis-13-1111-the-consumer-contracts-information-cancellation-and-additional-payments-regulations-2013.pdf

⁶⁷ Section 26 (3)

⁶⁸ Section 27

บันทึกเพื่อใช้อ้างอิงในอนาคตและจัดส่งสินค้าภายใน 30 วัน เว้นแต่จะตกลงเป็นอย่างอื่นกับลูกค้า หากผู้ประกอบการไม่ปฏิบัติตามกฎเหล่านี้ลูกค้าจะยังคงมีสิทธิ์ 14 วัน ในการยกเลิกโดยไม่ต้องจ่ายเงินหลังจากสั่งซื้อแล้ว ผู้บริโภคยังคงได้รับสิทธิตาม Cooling off period

3.2.3 วิธีการใช้สิทธิเลิกสัญญา

ผู้บริโภคสามารถยกเลิกสัญญาส่งสินค้านอกสถานที่ในเวลาใดก็ได้ในระยะเวลาการยกเลิก โดยไม่ต้องให้เหตุผลใด ๆ และไม่มีค่าใช้จ่ายอื่นใดนอกจากค่าใช้จ่ายใด ๆ ภายใต้บทบัญญัติ⁶⁹ ระยะเวลาการยกเลิกสิ้นสุดลงเมื่อสิ้น 14 วัน นับจากวันที่ผู้บริโภคได้รับสินค้า⁷⁰

ถ้าสัญญาเป็นสัญญาการขายซึ่งมีการสั่งซื้อสินค้าหลายรายการโดยผู้บริโภคในใบสั่งเดียว แต่บางรายการได้รับการจัดส่งในแต่ละวัน ระยะเวลาการยกเลิกจะสิ้นสุดลงเมื่อสิ้น 14 วันหลังจากวันที่สินค้าสุดท้ายเข้ามาอยู่ในการครอบครอง⁷¹ ผู้บริโภคต้องแจ้งผู้ขายสินค้าภายใน 14 วันนับจากวันที่ได้รับผลิตภัณฑ์

ผู้บริโภคสามารถใช้จดหมายเทมเพลต โทรศัพท์ จดหมายหรืออีเมล เพื่อแจ้งให้ผู้ขายทราบว่ากำลังยกเลิก โดยเก็บสำเนาเพื่อไว้เป็นหลักฐาน หรือตรวจสอบให้แน่ใจว่าได้บันทึกว่าใครติดต่อพูดคุยกับใครและสิ่งที่ได้รับการตกลงกัน ผู้ขายต้องให้ข้อมูลอย่างเพียงพอแก่ผู้บริโภคเมื่อซื้อสินค้าซึ่งไม่ได้พบหน้ากัน รวมถึงที่อยู่ธุรกิจและหมายเลขโทรศัพท์และรายละเอียดเกี่ยวกับสิทธิในการยกเลิกสัญญา

3.2.4 การคืนผลิตภัณฑ์

ภายใต้ Consumer Contracts Regulation 2013 ว่าด้วยการคืนสินค้าในกรณีที่มีการยกเลิกสัญญา กล่าวไว้ว่า

- (1) ผู้ประกอบการควรมีความรับผิดชอบในการเก็บคืนสินค้า ถ้า
 - (ก) ผู้ประกอบการเสนอให้มีการเก็บคืน หรือ
 - (ข) ในกรณีของสัญญานอกสถานที่ ที่สินค้าถูกส่งไปยังบ้านของผู้บริโภคและไม่สามารถส่งกลับโดยไปรษณีย์ได้ตามธรรมชาติของสินค้า⁷²
- (2) ถ้าผู้ค้าไม่ได้เป็นผู้รับผิดชอบตามวรรค (1) ในการเก็บรวบรวมสินค้าผู้บริโภคต้อง

⁶⁹ Section 28 (1)

⁷⁰ Section 29 (3)

⁷¹ Section 29 (4)

⁷² Section 34 (1).

(ก) ส่งสินค้ากลับหรือ

(ข) มอบให้แก่พ่อค้าหรือบุคคลที่ได้รับอนุญาตจากพ่อค้าเพื่อรับเงิน⁷³

(3) ผู้บริโภค

(ก) ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใด ๆ ในการคืนสินค้าตามวรรค (2) และ

(ข) ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใด ๆ ในการเก็บรวบรวมสินค้าตามวรรค (1)⁷⁴

เมื่อได้แจ้งผู้ขายแล้วจะมีเวลาอีก 14 วัน เพื่อส่งสินค้าคืน โดยผู้บริโภคไม่จำเป็นต้องคืนสินค้าในบรรจุภัณฑ์เดิม หากสัญญาระบุว่าผู้บริโภคต้องใช้บรรจุภัณฑ์เดิมนี้อาจถือได้ว่าเป็น 'สัญญาที่ไม่เป็นธรรม' แต่ต้องตรวจสอบให้แน่ใจว่าบรรจุภัณฑ์ไม่ทำให้เสียหาย ผู้ขายสามารถขอให้ผู้บริโภคชำระเงินได้หากมีสิ่งใดเสียหายเพราะไม่ได้บรรจุอย่างถูกต้อง ผู้ขายสามารถขอให้ผู้บริโภคจ่ายเงิน หรือลดเงินคืนได้ หากทำให้สินค้าเสื่อมค่า เช่น ถ้าสวมรองเท้าออกด้านนอกและเดินลากกวาดฝ่าเท้า

3.2.5 การคืนเงิน

ผู้ประกอบการต้องชำระเงินคืนภายใน 14 วัน นับจากวันที่ผู้ประกอบการเห็นด้วยว่าผู้บริโภคมีสิทธิได้รับเงินคืน⁷⁵

ภายใต้ Consumer Contracts Regulation 2013 ว่าด้วยการชำระเงินคืนโดยผู้ประกอบการในกรณีถอนหรือยกเลิกสัญญา กำหนดสำหรับสัญญาซื้อขาย หากผู้ประกอบการยังไม่ได้เสนอให้มีการเก็บคืนสินค้า ช่วงเวลา 14 วัน จะเริ่มต้นหลังจาก

(ก) วันที่ผู้ประกอบการได้รับสินค้าคืน หรือ

(ข) หากเร็วกว่านั้น วันที่ผู้บริโภคส่งหลักฐานที่แสดงว่าได้ส่งสินค้าคืนให้ผู้ประกอบการแล้ว

⁷³ Section 34 (2).

⁷⁴ Section 34 (6).

⁷⁵ Consumer Rights Act 2015 UK, "Consumer Contracts for Goods, Digital Content and Services". 2015 C.15 " [Online] Accessed: 18 February ,2018. Available from: : <http://www.legislation.gov.uk/ukpga/2015/15/enacted>

Consumer Rights Act 2015 Section 45 – Right to a refund (3)

(3)A refund must be given without undue delay, and in any event within 14 days beginning with the day on which the trader agrees that the consumer is entitled to a refund.

นอกเหนือจากนั้น ช่วงเวลา 14 วัน จะเริ่มต้นหลังจากวันที่ผู้ประกอบการได้ทราบถึงการตัดสินใจที่จะยกเลิกสัญญาของผู้บริโภค⁷⁶

3.3 ประเทศสหรัฐอเมริกา

The Federal Trade Commission (FTC) เป็นหน่วยงานคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศ FTC ทำงานเพื่อป้องกันการฉ้อฉลการหลอกลวงและการดำเนินธุรกิจที่ไม่เป็นธรรมในตลาด

3.3.1 สิทธิเลิกสัญญาและระยะเวลา

กฎของ FTC Cooling-Off Rule สามารถยกเลิกสัญญาได้ภายใน 3 วันทำการจนถึงเที่ยงคืน⁷⁷ ไม่รวมวันอาทิตย์และวันหยุดราชการ

3.3.2 ข้อยกเว้นการใช้สิทธิเลิกสัญญา

มีข้อยกเว้นไม่สามารถยกเลิกการขายบางประเภท แม้ว่าจะเกิดขึ้นในสถานที่ที่มีกฎกติกาอยู่ตามปกติ กฎ Cooling-Off ไม่ครอบคลุมถึงการซื้อขายดังต่อไปนี้

การซื้อขายที่มีมูลค่าต่ำกว่า 25 ดอลลาร์สหรัฐ ที่ทำที่บ้านของผู้บริโภค การซื้อขายที่มีมูลค่าต่ำกว่า 130 ดอลลาร์สหรัฐ ที่ทำที่สถานที่ชั่วคราว อสังหาริมทรัพย์ ประกันภัย หรือหลักทรัพย์ ยานพาหนะที่ขายที่สถานที่ชั่วคราว ในกรณีที่ผู้ขายมีสถานประกอบการถาวรอย่างน้อยหนึ่งแห่ง ศิลปะหรืองานฝีมือที่ขายในงานแสดงสินค้าหรือสถานที่ต่าง ๆ เช่น ห้างสรรพสินค้าศูนย์ราชการและโรงเรียน⁷⁸

⁷⁶ Department for business innovation and skill. The Consumer Contracts (Information, Cancellation and Additional Payments) Regulations 2013. Part 3: Right to cancel. [Online] Accessed: 1 May, 2018. Available from: https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/226625/bis-13-1111-the-consumer-contracts-information-cancellation-and-additional-payments-regulations-2013.pdf

⁷⁷ Colleen Tressler, "Door-to-Door Sales and the Ftc's Cooling-Off Rule," [Online] Accessed: 19 February, 2018. Available from: <https://www.consumer.ftc.gov/blog/2015/08/door-door-sales-and-ftcs-cooling-rule>

⁷⁸ But there are exceptions, including sales that are:

- under \$25 for sales made at your home;
- under \$130 for sales made at temporary locations;

3.3.3 วิธีกรการใช้สิทธิเลิกสัญญา

ในช่วงเวลาของการขาย ตามกฎหมายผู้ขายจะต้องแจ้งเกี่ยวกับสิทธิในการยกเลิกในขณะที่ยขาย ผู้ขายจะต้องมอบสำเนาการยกเลิกอีกสองชุด แบบฟอร์มหนึ่งฉบับเพื่อเก็บไว้และอีกฉบับหนึ่งจะส่งหากตัดสินใจยกเลิกการสั่งซื้อ และสำเนาสัญญาหรือใบเสร็จรับเงิน สัญญาหรือใบเสร็จรับเงินควรระบุวันที่แสดงชื่อและที่อยู่ของผู้ขายและอธิบายถึงสิทธิในการยกเลิกสัญญาของผู้บริโภค สัญญาหรือใบเสร็จรับเงินต้องเป็นภาษาเดียวกับที่ใช้ในการนำเสนอการขาย สิทธิในการยกเลิกการคืนเงินเต็มจำนวนจะขยายไปจนถึงเที่ยงคืนของวันทำการที่สามหลังจากการขาย โดยผู้ซื้อไม่จำเป็นต้องให้เหตุผลในการยกเลิกการซื้อ และผู้ซื้อที่มีสิทธิเปลี่ยนความคิดได้⁷⁹

3.3.4 การคืนผลิตภัณฑ์

ผู้ประกอบการจะต้องมารับสินค้าที่เก็บไว้ภายใน 20 วัน และคืนเงินค่าจัดส่งให้กับผู้บริโภคหากยินยอมที่จะให้ส่งคืนสินค้า โดยสินค้าต้องอยู่ในสภาพดีเช่นเดียวกับเมื่อได้รับ หากผู้บริโภคไม่ได้ทำตามที่ตั้งใจ หรือถ้าไม่ยินยอมส่งคืนสินค้า ผู้บริโภคจะยังคงผูกพันภายใต้สัญญา⁸⁰

3.3.5 การคืนเงิน

เมื่อผู้บริโภคยกเลิกสัญญา ผู้ขายมีเวลา 10 วันในการยกเลิกโดยคืนเงิน หรือส่งคืนเช็คที่ผู้บริโภคลงนามคืนทั้งหมด และแจ้งผู้บริโภคว่ามีผลิตภัณฑ์ใดบ้างที่ต้องส่งกลับหรือมารับคืน⁸¹

-
- real estate, insurance, or securities;
 - vehicles sold at temporary locations, if the seller has at least one permanent place of business; and
 - arts or crafts sold at fairs or places like shopping malls, civic centers, and schools.

⁷⁹ “By law, the seller must tell you about your right to cancel at the time of sale, give you two copies of a cancellation form, and a copy of your contract or receipt. Your right to cancel for a full refund extends until midnight of the third business day after the sale. You don’t have to give a reason for canceling your purchase. You have the right to change your mind.”

⁸⁰ If you cancel your purchase, the seller has 10 days to cancel and return any check you signed or refund all your money and tell you whether any product you still have will be picked up. Within 20 days, the seller must either pick up the items left with you, or reimburse you for mailing expenses.

⁸¹ Refund.

3.4 ประเทศสิงคโปร์

ภายใต้การคุ้มครองผู้บริโภค The Consumer Protection (Fair Trading) Act (CPTFA) การปฏิบัติที่ไม่เป็นธรรมโดยการกดดันหรือใช้อิทธิพลในการทำธุรกรรมซื้อขาย ผู้บริโภคสามารถได้รับการคุ้มครอง

3.4.1 สิทธิเลิกสัญญาและระยะเวลา

พระราชบัญญัติการคุ้มครองผู้บริโภค Fair Trading Act เป็นกฎหมายที่ปกป้องผู้บริโภคในสิงคโปร์ CPFTA ใช้กับธุรกรรมของผู้บริโภคส่วนใหญ่ แต่ไม่สามารถใช้ได้กับการขายที่ดินและบ้าน สัญญาจ้างงาน และการจำหน่าย⁸²

ผู้บริโภคสามารถยกเลิกสัญญาขายตรง (Door-to-door) ได้ภายใน 5 วัน ไม่รวมวันเสาร์ อาทิตย์และวันหยุดราชการ หลังจากวันที่ทำสัญญา⁸³

⁸² Peter Ong. The Consumer Protection (Fair Trading) Act (CPTFA) Singapore Legal Advice, "Unfair Sale Practices, Cooling Periods, and the Right to Cancel Contracts," [Online] Accessed: 19 February, 2018. Updated: January 22, 2018. Available from: <https://singaporelegaladvice.com/law-articles/unfair-sale-practices-cooling-periods-right-cancel-contracts-consumer-protection-fair-trading-act/>

⁸³ Cancellation period

1. The consumer has a right to cancel a regulated contract within 5 days (excluding Saturdays, Sundays and public holidays) after —

(a) the day on which the consumer entered into the contract;

(b) the day on which the consumer information notice was brought to his attention, if the consumer information notice was not brought to the attention of the consumer before or at the time he entered into the contract; or

(c) where the regulated contract is a long-term holiday product contract, and neither the information relating to the discounts or other benefits in respect of accommodation which the consumer will acquire under the contract, nor the technical means of accessing such information (e.g. password), was provided to the consumer before or at the time he entered into the contract, the earlier of the following:

(i) the day on which such information is provided to the consumer; or

(ii) the day on which the technical means of accessing such information is provided to the consumer.

3.4.2 การคืนผลิตภัณฑ์

ผู้บริโภคมีหน้าที่คืนสินค้าต่อผู้จัดจำหน่าย และมีหน้าที่ดูแลสินค้าในช่วงก่อนคืนตามเหมาะสม ผู้บริโภคไม่มีหน้าที่ต้องคืนสินค้าดังต่อไปนี้

- (ก) สินค้าที่เน่าเสียง่าย
- (ข) สินค้าซึ่งโดยธรรมชาติแล้วถูกบริโภคโดยการใช้และซึ่งถูกบริโภคก่อนการยกเลิกนั้น
- (ค) สินค้าที่จัดหาให้เพื่อรองรับเหตุฉุกเฉิน หรือ
- (ง) สินค้าซึ่งก่อนการยกเลิกได้รวมอยู่ในที่ดินหรือสิ่งอื่นใดที่ไม่ได้รวมอยู่ในสัญญา

ผู้บริโภคจะหมดหน้าที่การเก็บรักษาสินค้าเมื่อส่งมอบคืนสินค้าให้แก่ผู้จัดจำหน่ายหรือบุคคลที่ได้รับมอบหมายจากผู้จัดจำหน่าย⁸⁴

3.4.3 การคืนเงิน

จำนวนเงินใด ๆ ที่ผู้บริโภคจ่ายภายใต้สัญญากับผู้จัดจำหน่ายหรือให้แก่บุคคลใด ๆ ที่เป็นตัวแทนของผู้จัดจำหน่ายเพื่อให้ได้รับเงินดังกล่าวจะต้องชำระคืนให้กับผู้บริโภคภายใน 60 วันหลังจากผู้บริโภคได้แจ้งยกเลิกสัญญากับผู้จัดจำหน่าย⁸⁵ ในกรณีที่ผิดสัญญาดังกล่าว ค่าเรียกร้องต้องไม่เกิน 30,000 เหรียญ⁸⁶

3.5 ประเทศมาเลเซีย

ภายใต้การคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคจากการขายตรงและการสั่งซื้อสินค้าทางไปรษณีย์ที่เป็น การเข้าถึงโดยผู้บริโภคอันไม่ทันตั้งตัวจึงได้มีการออกกฎหมาย Laws of Malaysia, Act 500 เพื่อการ คุ้มครองสิทธิโดยเฉพาะไว้

3.5.1 กฎหมายขายตรงและข้อบังคับ

⁸⁴ The Consumer Protection (Fair Trading) Act (CPTFA) Singapore Legal Advice, "Part 4: Effect of Cancellation of contract.

⁸⁵ 5(1) (b) "any sum which the consumer has paid under or in contemplation of the contract to the supplier, or to any person who is the agent of the supplier for the purpose of receiving that sum, shall be repaid to the consumer by the supplier within 60 days after the consumer has given notice of cancellation of the contract to the supplier."

⁸⁶ 5(5) "In the case of an action for a breach of duty under paragraph (1)(b), the value of the claim shall not exceed \$30,000."

Laws of Malaysia, Act 500, Direct Sales Act 1993⁸⁷ เป็นกฎหมายว่าด้วยการขายตรงและเรื่องอื่น ๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับการออกใบอนุญาตของผู้ประกอบธุรกิจขายตรง "การขายตรง" หมายถึงการขายแบบ Door-to-door และการขายสินค้าทางไปรษณีย์ตามความหมายของพระราชบัญญัตินี้⁸⁸

ในการขายสินค้าทางไปรษณีย์นั้นห้ามบุคคลใดให้การสนับสนุนหรือทำการโฆษณาให้มีการสั่งซื้อหรือบริการทางไปรษณีย์ ยกเว้นการกระทำตามพระราชบัญญัติหรือข้อบังคับขายตรงนี้⁸⁹ โดยที่เนื้อหาการโฆษณาจะต้องมีการระบุชื่อและเลขใบอนุญาตของบุคคลนั้นๆ พร้อมทั้งอยู่ซึ่งไม่ใช่ตู้ไปรษณีย์ หมายเลขโทรศัพท์ รายละเอียดสินค้าหรือบริการ สถานที่และเวลาในการตรวจสอบตัวอย่างสินค้า ราคาสินค้าหรือบริการ ค่าใช้จ่ายในการจัดส่ง วิธีการจัดส่งและเวลาที่สินค้าหรือบริการที่คาดว่าจะนำส่งถึงผู้รับได้⁹⁰

⁸⁷ The Commissioner of Law Revision, Laws of Malaysia, Act 500, Direct Sales Act 1993 (Malaysia: The Commissioner of Law Revision, 2006).

⁸⁸ "direct sale" means a door-to-door sale and a mail order sale within the meaning of this Act; "door-to-door sale" means the sale of goods or services conducted in the following manner:

- (a) a person or any person authorized by him--
 - (i) goes from place to place not being a fixed place of business; or
 - (ii) makes telephone calls,

⁸⁹ Mail order sales

- (1) No person shall supply or advertise for the supply of, by mail order, any goods or services except in accordance with this Act or the regulations.
- (2) Any person who contravenes subsection (1) shall be guilty of an offence.

⁹⁰ Contents of advertisement in mail order sales (1) An advertisement by any person for the supply of goods or services by mail order shall contain--

- (a) the name and licence number of such person;
- (b) the address of such person, which address shall not be a postal box number;
- (c) the telephone number of such person;
- (d) a detailed description of the goods offered or services to be provided;
- (e) the places and times where a sample of the goods may be inspected;
- (f) the prices of the goods or services;
- (g) the cost of delivery, if any, and the manner of delivery, of the goods; and
- (h) the time when the goods or services could be expected to be delivered or performed.

3.5.2 สิทธิเลิกสัญญาและระยะเวลา

"Cooling-off period" หมายความว่า สิทธิเลิกสัญญาระยะเวลา 10 วันทำการนับแต่วันถัดจากวันที่ทำสัญญาขายตรง⁹¹

ทั้งนี้การควบคุมสัญญาที่เกิดจากการขายตรง สัญญาขายตรงต้องทำเป็นหนังสือระบุเนื้อหารายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ระยะเวลา เงื่อนไขของสัญญา เวลา สถานที่ส่งมอบและวิธีการชำระราคา และต้องมีการระบุข้อความ “สัญญาฉบับนี้ครอบคลุมถึงระยะเวลาในการใช้สิทธิบอกเลิกสัญญา 10 วันทำการ” ไว้อยู่เหนือพื้นที่ลงลายมือชื่อของผู้บริโภค โดยลงนามจากคู่สัญญาทั้งสองฝ่ายคือผู้ซื้อและผู้ขาย โดย ผู้ซื้อต้องได้รับสัญญาขายตรงฉบับทันทีหลังจากทำสัญญา หากไม่ได้รับหนังสือสัญญา จะทำให้ผู้ซื้อสามารถทำการบอกเลิกสัญญาได้ หรือทำให้สัญญาขายตรงนั้นเป็นโมฆะ⁹²

⁹¹ "cooling-off period" means the period of ten working days commencing on the day after the date of the making of a direct sale contract.

⁹² Part iv Direct sales contract

Requirements of direct sales contracts

(1) A contract in respect of a door-to-door sale for the supply of goods or services having such value as may be prescribed, and a contract in respect of a mail order sale--

(a) shall be in writing;

(b) shall contain immediately above the place provided for the signature of the purchaser the statement

"THIS CONTRACT IS SUBJECT TO A COOLING-OFF PERIOD OF TEN WORKING DAYS"

printed in uppercase in type not smaller than 18 point Times; and (c) shall be signed by both the vendor and the purchaser. (2) Where a contract in respect of a direct sale is concluded by a person authorized by the vendor, such person shall be deemed to be the vendor for the purposes of this section. (3) A purchaser who enters into a contract to which subsection (1) applies shall be given a duplicate copy immediately after the making of such contract.

(4) Failure to comply with subsection (1) shall render the contract void.

(5) Failure to comply with subsection (3) shall render the contract voidable at the option of the purchaser.

Contents of direct sales contracts

(1) A contract in respect of a direct sale shall contain the following particulars:

3.5.3 วิธีการใช้สิทธิเลิกสัญญา

ภายใต้กฎหมายขายตรง ผู้ขายจะต้องไม่ทำการส่งมอบสินค้าหรือจัดทำบริการในช่วงระยะเวลาการบอกเลิกสัญญาของ Cooling off period โดยสินค้าหรือบริการไม่ต้องถูกส่งหรือดำเนินการใด ๆ ภายใต้สัญญาขายตรงจนกว่าจะครบกำหนดระยะเวลาของ Cooling off period ยกเว้นแต่ผู้ซื้อหรือผู้บริโภคซึ่งเข้าทำสัญญาจากการขายตรงได้ทำการแจ้งความจำเป็นลายลักษณ์อักษรไว้ โดยระบุให้ผู้ขายส่งมอบสินค้าหรือบริการในเวลาใดก็ได้ก่อนครบกำหนดระยะเวลาการใช้สิทธิบอกเลิกสัญญา ซึ่งผู้ขายจะต้องได้รับแจ้งถึงความจำเป็นของผู้ซื้อหรือผู้บริโภคเป็นเวลา 72 ชั่วโมงก่อนครบกำหนดระยะเวลา Cooling off นับจากเวลาเข้าทำสัญญาขายตรง ซึ่งในกรณีนี้จะถือว่าผู้ซื้อหรือผู้บริโภคได้ละสิทธิแห่งตนในการบอกเลิกสัญญาในระยะเวลาที่กฎหมายกำหนดให้สิทธิไว้

ภายในระยะเวลา Cooling off นี้กฎหมายห้ามมิให้ผู้ขายหรือบุคคลอื่นใดยอมรับเงินหรือการตอบแทนอื่น ๆ จากผู้ซื้อหรือผู้บริโภคภายใต้สัญญาขายตรงก่อนครบกำหนดระยะเวลาการใช้สิทธิเลิกสัญญา⁹³ ซึ่งผู้ขายหรือบุคคลอื่นใดไม่ปฏิบัติตามย่อมถือเป็นความผิด⁹³

-
- (a) a detailed description of the goods or services to be supplied or, if the contract provides for the carrying out of work of a specified nature, detailed particulars of such work;
 - (b) the contractual terms of the contract including the total consideration to be paid or provided by the purchaser, or if the total consideration is not ascertainable at the time the contract is made, the manner in which it is to be calculated;
 - (c) the time, place and method for payment to be made; (d) the time and place for delivery of goods or for the performance of services; and
 - (e) notices in such form as may be prescribed informing the purchaser of his right to rescind the contract before the expiry of the cooling-off period.

(2) Failure to comply with subsection (1) shall render the contract void.

⁹³ Part V Cooling-off period and Rescission

Section 25

Goods or services not to be delivered or performed during cooling-off period

- (1) Except in a case where subsection (2) applies, no goods shall be delivered and no services shall be performed under a contract in respect of a direct sale until the cooling-off period has lapsed.
- (2) Where a purchaser, who has entered into a contract in respect of a direct sale, has served on the vendor a notice in writing requiring the vendor to deliver the goods or to perform the services at any time before the expiry of the cooling-off period, he shall be deemed to have waived his right to rescind the contract under section 26. Laws of Malaysia ACT 500

วิธีการใช้สิทธิเลิกสัญญา ผู้บริโภคสามารถทำการบอกเลิกสัญญาได้โดยการแจ้งต่อผู้ขายให้ทราบเป็นลายลักษณ์อักษรในเวลาใดก็ได้ก่อนครบกำหนดระยะเวลาการใช้สิทธิ โดยวิธีการแจ้งแก่ผู้ขายส่วนตัว หรือโดยการส่งให้แก่ผู้ขายทางไปรษณีย์ลงทะเบียนตามที่ระบุไว้ในสัญญา ซึ่งการแสดงเจตนาบอกเลิกสัญญาดังกล่าวให้ถือว่าผู้ขายได้รับแจ้งถึงเจตนาของผู้ซื้อหรือผู้บริโภคแล้วในกำหนด 3 วัน นับจากวันที่ผู้ซื้อหรือผู้บริโภคได้ส่งหนังสือแสดงเจตนาบอกเลิกสัญญา⁹⁴

ผลของการยกเลิกสัญญาคือ หลังจากผู้ซื้อหรือผู้บริโภคแสดงเจตนาบอกเลิกสัญญาแล้ว กฎหมายกำหนดให้สัญญาเป็นอันถูกยกเลิกโดยความยินยอมร่วมกันของคู่สัญญา ซึ่งให้ถือว่าสัญญาขายตรงและสัญญาค้ำประกันที่เกี่ยวข้องไม่มีผลผูกพันตามกฎหมายมาตั้งแต่ต้น⁹⁵

3.6 ประเทศญี่ปุ่น

โดยปกติทั่วไปเมื่อผู้ซื้อซื้อสินค้าจากร้านค้าผู้บริโภคไม่มีสิทธิที่จะยกเลิกการสั่งซื้อ ยกเว้นมีข้อตกลง แต่รูปแบบการค้าเฉพาะได้มี Act on Specified Commercial Transactions of Japan.

(3) Notwithstanding subsection (2), no notice under that subsection shall be served on the vendor before the expiry of seventy-two hours from the time the contract was concluded.

(4) No vendor or other person shall accept any money or other consideration from a purchaser under a contract made under this Act before the expiry of the cooling-off period.

(5) Any vendor or other person who contravenes this section shall be guilty of an offence.

⁹⁴ Rescission of contract

Section 26.

(1) A purchaser who has entered into a contract in respect of a direct sale may rescind the contract by serving on the vendor a notice in such form as may be prescribed at any time before the expiry of the cooling-off period indicating his intention to rescind or withdraw from the contract.

(2) A notice referred to in subsection (1) shall be served by delivering it personally to the vendor or by sending it by registered post addressed to such vendor at the address specified in the contract.

(3) Where a notice is posted in accordance with subsection (2), the notice shall be deemed to have been served on the vendor on the expiry of three days from the date it is posted.

⁹⁵ Effect of rescission

Section 27. Where a notice of rescission is given pursuant to section 26--

(a) the contract to which it relates shall be deemed to have been rescinded by mutual consent and never to have had effect; and

(b) any contract of guarantee relating to the contract shall be deemed never to have had effect.

โดยที่พระราชบัญญัตินี้มีเป้าหมายเพื่อปกป้องผลประโยชน์ของผู้บริโภคและอำนวยความสะดวกในการจำหน่ายสินค้าและการให้บริการที่เหมาะสมและราบรื่นในธุรกรรมทางการค้าที่ระบุ รวมถึงธุรกรรมที่เกิดจากการขายแบบ Door-to-door การขายการขายทางไปรษณีย์ จากTV-shopบนอินเทอร์เน็ต หรือการขายการตลาดทางโทรศัพท์ และธุรกรรมการตลาดหลายระดับ รวมทั้งธุรกรรมอื่น ๆ ที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัติ⁹⁶ ดังนั้นจึงมี "Cooling-off period" พิเศษที่ช่วยให้สามารถยกเลิกสัญญาโดยไม่มีเงื่อนไขภายในระยะเวลาหนึ่งได้ เมื่อยกเลิกสัญญาในช่วงระยะเวลาที่กำหนดเงินที่ชำระจะได้รับคืนโดยไม่จำเป็นต้องแจ้งเหตุผลและไม่เสียค่าใช้จ่าย

ในการขายตรง ผู้ขายหรือผู้จัดให้บริการจะต้องทำการแจ้งชื่อ หรือแสดงตนต่อผู้บริโภค และแจ้งรายละเอียดของประเภทสินค้า สิทธิหรือบริการที่นำมาเสนอขาย ตลอดจนทำการแจ้งถึงกำหนดระยะเวลาบอกเลิกสัญญา⁹⁷

3.6.1 สิทธิเลิกสัญญาและระยะเวลา

ระยะเวลา Cooling-off period ในประเทศญี่ปุ่นมีดังต่อไปนี้

การใช้สิทธิเลิกสัญญาการขายตรงแบบ Door-to-door วิธีการซื้อโดยตัวแทนจำหน่ายเข้าชมบ้านของผู้บริโภคและพยายามให้ซื้อสินค้า การนัดหมายการขาย การขายทางโทรศัพท์ บริการเสริมอย่างต่อเนื่อง (ร้านเสริมสวย โรงเรียนสอนภาษา โรงเรียนกวดวิชา บริการสอนพิเศษ โรงเรียน

⁹⁶ Consumer Affairs Agency and the Consumer Commission, "Act on Specified Commercial Transactions of Japan, Act No. 57 of June 4, 1976," [Online] Accessed: 17 February, 2018. Available from: http://www.japaneselawtranslation.go.jp/law/detail_main?re=02&ia=03&vm=02&id=2065

Article 1 "The purpose of this Act is to protect the interests of purchasers, etc. and cause the distribution of goods, etc. and provision of services to be appropriate and smooth by ensuring fairness in Specified Commercial Transactions (transactions arising from Door-to-Door Sales, Mail Order Sales, and Telemarketing Sales, Multilevel Marketing Transactions, transactions arising from the Provision of Specified Continuous Services, and Business Opportunity Sales Transactions; hereinafter the same) and preventing damages that may be caused to the purchasers, etc. , so as to contribute to the sound development of the national economy"

⁹⁷ Article 3 When a seller or a Service Provider seeks to conduct Door-to-Door Sales, he/she shall clearly indicate to the counterparty, prior to solicitation, the name of the seller or the Service Provider, the fact that his/her purpose is to solicit the conclusion of a sales contract or a Service Contract, and the type of goods, rights, or services connected with said solicitation.

คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล บริการแนะนำการสมรส) มีกำหนด 8 วัน⁹⁸ หากเป็นธุรกรรมด้านการตลาดหลายระดับ Pyramid Schemes (Multilevel Marketing) ธุรกรรมการขายโอกาสทางธุรกิจ (Business opportunity) มีกำหนด 20 วัน⁹⁹

3.6.2 ข้อยกเว้นการใช้สิทธิเลิกสัญญา

ข้อยกเว้นสำหรับกฎ Cooling Off ผู้บริโภคหรือผู้ซื้อจะไม่ได้รับการคุ้มครองมีดังต่อไปนี้ คือราคาสินค้าที่จ่ายเป็นเงินสดมีมูลค่าต่ำกว่า 3,000 เยน สินค้าผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ใช้หรือบริโภคเพียงบางส่วน เช่นผงซักฟอกหรือเครื่องสำอางได้ใช้หลังจากการซื้อ การใช้สิทธิไม่ครอบคลุมรถยนต์ งานศพ และเหตุผลในด้านอนามัย¹⁰⁰ เช่น ชุดชั้นใน ชุดว่ายน้ำ ถุงยางอนามัย หรือสินค้าเฉพาะบุคคล เป็นต้น เว้นแต่จะมีการประกาศเป็นลายลักษณ์อักษร

ทั้งนี้ ผู้บริโภคไม่สามารถใช้สิทธิบอกเลิกสัญญาได้ในกรณี ดังต่อไปนี้

(1) เมื่อพ้นกำหนดระยะเวลา Cooling off period 8 วันหลังจากผู้บริโภคได้รับเอกสารสัญญาซื้อขายที่ออกโดยผู้ขายผู้ให้บริการ

(2) เมื่อผู้บริโภคได้รับเอกสารสัญญาซื้อขาย และผู้บริโภคได้ใช้ประโยชน์หรือบริโภคสินค้านั้นทั้งหมดหรือบางส่วน ซึ่งสินค้านั้นเป็นประเภทที่คุณค่าหรือมูลค่าอาจลดลงอย่างมีนัยสำคัญหากได้ถูกใช้งานหรือบริโภคไปบางส่วนแล้ว

⁹⁸ Article 9 (1) Withdrawal/Cancellation of a Contract in Door-to-Door Sales., Article 40 (1) Where a person engaged in Multilevel Marketing has concluded a Multilevel Marketing Contract through that Multilevel Marketing, the counterparty to the Multilevel Marketing Contract (limited to an individual who, without using a Store, etc., sells or arranges the sale of Goods that are sold through the Multilevel Marketing or provides or arranges for the provision of services that are provided through the Multilevel Marketing; hereinafter referred to as a "Multilevel Marketing Affiliate" in this Chapter) may cancel the Multilevel Marketing Contract in writing, except for when 20 days have passed since the date on which the Multilevel Marketing Affiliate received the document referred to in Article 37, paragraph (2) (or except for when 20 have passed since the date the Goods were first delivered.

⁹⁹ Citizens' Affaires Bureau Osaka City, Consumers 'Center,, "If You Become a Victim..." [Online] Accessed: 17 February,2018. Available from: <http://www.city.osaka.lg.jp/contents/wdu020/lnet/eng/02.html>

¹⁰⁰ "The Cooling off Period"

(3) เมื่อมีการชำระเงินค่าสินค้า ลิขสิทธิ์ หรือบริการ น้อยกว่าจำนวนเงินที่เขียนไว้ในสัญญาซื้อขาย หรือน้อยกว่าที่ประกาศไว้ในประกาศของคณะรัฐมนตรี (Cabinet Order)¹⁰¹

3.6.3 วิธีการใช้สิทธิเลิกสัญญา

การยกเลิกสัญญามีผลเมื่อผู้บริโภคทำการออกเอกสาร¹⁰² เมื่อมีการยกเลิกสัญญา ผู้ขายหรือผู้ให้บริการไม่สามารถเรียกร้องค่าเสียหายหรือเรียกร้องค่าปรับที่เกี่ยวข้องกับการยกเลิกสัญญานั้น ๆ¹⁰³ เมื่อมีการดำเนินการยกเลิกสัญญา ผู้ขายจะต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่จำเป็นสำหรับการคืนหรือส่งคืนสินค้าใด ๆ ที่จัดส่งไว้แล้ว¹⁰⁴

ในการยกเลิกสัญญาผู้บริโภคต้องแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรพร้อมใบเสร็จเกี่ยวกับการยกเลิกด้วยโปสการ์ดหรือวิธีการอื่น ๆ และส่งไปยังบริษัทที่ขาย โดยใช้จดหมายที่ได้รับการรับรองการจัดส่งหรือบริการจัดส่งที่รับประกันอื่น ๆ "Acceptance-recorded Mail" หรือ "Simplified Registered Mail" โดยเก็บสำเนาการแจ้งและบันทึกการจัดส่งใบเสร็จรับเงินที่ออกโดยไปรษณีย์หรือพัสดุจัดส่งไว้ในที่เดียวกัน และหากใช้บัตรเครดิตในการทำสัญญาต้องส่งหนังสือแจ้งผู้ขายโดยแจ้งการยกเลิกไปให้บริษัทเครดิตในเวลาเดียวกัน

3.6.4 การคืนเงิน

¹⁰¹ Consumer Affairs Agency and the Consumer Commission, "Act on Specified Commercial Transactions of Japan, Act No. 57 of June 4, 1976, Article 9(1) " [Online] Accessed: 17 February, 2018. Available from:

http://www.japaneselawtranslation.go.jp/law/detail_main?re=02&ia=03&vm=02&id=2065

¹⁰² Article 9(2)

(2) The Withdrawal/Rescission takes effect when a document pertaining to Withdrawal/Rescission has been issued.

¹⁰³ Article 9(3)

(3) When Withdrawal/Rescission has been made, the seller or the Service Provider may not claim damages or demand payment of a penalty pertaining to the Withdrawal/Rescission.

¹⁰⁴ Article 9(4)

(4) When Withdrawal/Rescission has been made, the seller shall bear the costs required for taking back or returning any goods already delivered or any rights already transferred under the sales contract.

ภายใต้ Article 9 (6) ของ Act on Specified Commercial Transactions Act (1976) เมื่อมีการถอน ยกเลิกสัญญาซื้อขายหรือบริการ ผู้ให้บริการจะต้องคืนเงินใด ๆ ที่ได้รับที่เกี่ยวข้องกับสัญญาซื้อขายนั้น ๆ ในทันที¹⁰⁵

3.7 บทสรุป

จากการศึกษา พบว่าการใช้สิทธิเลิกสัญญาตาม Cooling off Period กฎหมายขายตรงแต่ละประเทศมีระยะเวลาที่แตกต่างกันเล็กน้อยในการคุ้มครองผู้บริโภคประเทศต่าง ๆ ในประเด็นข้อกฎหมายเรื่อง สิทธิเลิกสัญญา วิธีการใช้สิทธิ วิธีปฏิบัติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กลุ่มต่าง ๆ รวมถึงระยะเวลาใช้สิทธิเลิกสัญญา การคืนผลิตภัณฑ์ และการคืนเงิน ซึ่งผู้ศึกษาขอสรุปได้ดังนี้

การใช้สิทธิเลิกสัญญาตาม Cooling off Period ในแต่ละประเทศ

ประเทศ	กฎหมาย	มี/ไม่มี Cooling off period	ระยะเวลา Cooling off period	ระยะเวลา คืน ผลิตภัณฑ์	ระยะเวลา คืนเงิน
สหภาพยุโรป	Directive of the European Parliament and of the Council on Consumer Rights	มี	14 วัน	14 วัน	14 วัน
สหราชอาณาจักร	UK Consumer Rights Act 2015	มี	14 วัน	14 วัน	14 วัน
สหรัฐอเมริกา	FTC's Cooling-off Rule	มี	3 วัน	20 วัน	10 วัน
สิงคโปร์	The Consumer Protection (Fair Trading) Act	มี	5 วัน	ไม่มี	60 วัน

¹⁰⁵ Article 9(6)

(6) When Withdrawal/Rescission has been made for a Service Contract, the Service Provider shall promptly return any money it has received in relation to said Service Contract to the Purchasing Party.

มาเลเซีย	Laws of Malaysia, Act 500, Direct Sales Act 1993	มี	10 วัน	ไม่มี	ไม่มี
ญี่ปุ่น	Act on Specified Commercial Transactions of Japan	มี	8 วัน หรือ 20 วัน วันสำหรับ MLM	ไม่มี	ทันที

นอกจากนั้นในกฎหมายต่างประเทศ มีข้อยกเว้นการใช้สิทธิเลิกสัญญา ในประเภท ราคา หรือชนิดของสินค้าหรือบริการ ที่สามารถสรุปได้ เช่น

- 1) สินค้าหรือบริการประเภทที่เสียหาย เสื่อมค่าโดยง่าย เช่น ดอกไม้ อาหารและเครื่องดื่ม
- 2) สินค้าหรือบริการประเภทดิจิทัล ซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ เช่น เกมคอมพิวเตอร์ วิดีโอ ภาพยนตร์ หนังสือ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ แอปพลิเคชันโทรศัพท์มือถือ เนื้อหาดิจิทัลออนไลน์ที่ดาวน์โหลดหรือสตรีมมิ่งแล้ว รวมถึง ซีดี ดีวีดี หรือซอฟต์แวร์ที่เปิดผนึกแล้ว
- 3) สินค้าประเภทที่เกี่ยวข้องกับเหตุผลด้านอนามัย เช่น ชุดชั้นใน ชุดว่ายน้ำ ถูยงาอนามัย และสินค้าเฉพาะบุคคล เป็นต้น
- 4) สินค้าหรือบริการที่มีมูลค่า ประมาณ 775 - 1,800 บาท ตามตัวอย่างกฎหมายต่างประเทศ ดังนี้
 - ก. สหราชอาณาจักร มูลค่าเท่ากับหรือน้อยกว่า 42 ปอนด์ หรือ 1,800 บาท
 - ข. ประเทศสหรัฐอเมริกา มูลค่า น้อยกว่า 25 ดอลลาร์สหรัฐ หรือ 775 บาท
 - ค. ประเทศญี่ปุ่น มูลค่าต่ำกว่า 3,000 เยน หรือ 900 บาท

จากการศึกษา พบว่าการใช้สิทธิเลิกสัญญาตาม Cooling off Period ในแต่ละประเทศมีระยะเวลาที่แตกต่างกัน และพบว่ามีข้อกำหนดข้อยกเว้นการใช้สิทธิเลิกสัญญาไม่ใช้กับสินค้าบางประเภท ชนิด และราคาไว้ โดยที่ทุกประเทศกำหนดให้คืนเงินเต็มจำนวน ส่วนการคืนผลิตภัณฑ์ กำหนดให้เป็นหน้าที่ของผู้ขายเป็นผู้มารับคืน หรือให้ผู้บริโภคส่งกลับคืนโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายและไม่ต้องแสดงเหตุผลในการใช้สิทธิเลิกสัญญา ดังจะเห็นว่าแต่ละประเทศมีการกำหนดรายละเอียดสิทธิ

เลิกสัญญาหลายอย่างแตกต่างไปจากการที่กำหนดไว้ในกฎหมายของประเทศไทยปัจจุบัน ซึ่งจะได้
นำไปทำการวิเคราะห์ต่อไป

บทที่ 4

การวิเคราะห์การใช้สิทธิเลิกสัญญาและการรับคืนผลิตภัณฑ์ในประเทศไทยและต่างประเทศ

จากการศึกษาพบว่าการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการใช้สิทธิเลิกสัญญา ในประเทศไทยได้มีพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 เป็นกฎหมายที่ควบคุมกำกับดูแลการทำธุรกิจเชิงรุกที่เข้าถึงประชาชนได้โดยง่ายโดยเฉพาะในยุคปัจจุบันที่มีการพัฒนาเทคโนโลยีก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว ทำให้ผู้บริโภคอยู่ในภาวะที่ไม่อาจตัดสินใจได้อย่างดีพอ เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคได้พิจารณาดูให้รอบคอบอีกครั้ง เรียกว่า ระยะเวลาสงบจิตสงบใจ เพื่อไตร่ตรองอีกครั้ง หรือ “Cooling off period” ซึ่งเป็นการใช้สิทธิเลิกสัญญาที่เป็นการรับรองโดยบทบัญญัติของกฎหมาย

กฎหมายขายตรงและตลาดแบบตรง มาตรา 33 ถึง มาตรา 37 ได้กำหนดสิทธิเลิกสัญญา ระยะเวลาการใช้สิทธิไว้ 7 วัน นับแต่วันที่ได้รับสินค้าหรือบริการ โดยส่งหนังสือแสดงเจตนาไปยังผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงหรือผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรง สำหรับธุรกิจขายตรงผู้บริโภคจะแจ้งไปยังผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงที่เกี่ยวข้องก็ได้

สำหรับการคืนสินค้า กระทำได้โดย 2 วิธี คือวิธีแรกส่งคืนสินค้าไปยังผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง หรือผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงในกรณีการขายตรง หรือส่งคืนสินค้าไปยังผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรง ในกรณีตลาดแบบตรง หรือวิธีที่สอง เก็บรักษาสินค้าไว้ภายในระยะเวลา 21 วัน นับแต่วันที่ใช้สิทธิเลิกสัญญา โดยผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง หรือผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรง แล้วแต่กรณี มารับคืน ณ ภูมิลำเนาของผู้บริโภค แต่ถ้าผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงหรือผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรง ขอให้ผู้บริโภคส่งคืนสินค้าทางไปรษณีย์โดยเรียกเก็บเงินปลายทาง ภายในระยะเวลา 21 วัน ดังกล่าว ผู้บริโภคต้องส่งคืนสินค้านั้นตามคำขอของผู้ประกอบการธุรกิจ

กฎหมายมิได้มีการระบุข้อยกเว้นว่าผลิตภัณฑ์ประเภทหรือชนิดใดไม่อาจใช้สิทธิเลิกสัญญาไว้ มีเพียงระบุ เรื่องการเก็บรักษาสินค้าไว้ 21 วัน เพื่อกระบวนการส่งคืนผลิตภัณฑ์ โดยสินค้าที่เป็นของเสียโดยสภาพไม่อาจเก็บรักษาได้ภายในระยะเวลาดังกล่าว ให้เก็บรักษาตามเวลาและวิธีการอันควรแก่สภาพ เมื่อพ้นกำหนดนั้นแล้ว ผู้บริโภคจะเก็บรักษาสินค้านั้นไว้หรือไม่ก็ได้

ในส่วนการคืนเงิน ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง หรือผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรงคืนเงินเต็มจำนวนที่ผู้บริโภคจ่ายไปเพื่อการซื้อสินค้าหรือบริการนั้นภายในกำหนดเวลา 15 วัน นับแต่วันที่ได้รับหนังสือแสดงเจตนาเลิกสัญญา

จากการศึกษากฎหมายต่างประเทศพบความแตกต่างจากกฎหมายไทยในหลายประเด็น ดังนั้นผู้ศึกษาได้รวบรวมการใช้สิทธิเลิกสัญญาของกฎหมายสหภาพยุโรป สหราชอาณาจักร ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศสิงคโปร์ ประเทศมาเลเซีย และประเทศญี่ปุ่น เพื่อศึกษาเปรียบเทียบดังนี้

4.1 ระยะเวลาในการใช้สิทธิเลิกสัญญา

ประเทศและดินแดนต่าง ๆ มีระยะเวลาการใช้สิทธิเลิกสัญญาแตกต่างจากประเทศไทย โดยผู้ศึกษานำมาเปรียบเทียบได้ ดังนี้

ประเทศ/ดินแดน	ระยะเวลา (วัน)
สหภาพยุโรป	14 ถ้าระยะเวลาหมดในวันหยุด กำหนดเวลาจะขยายจนถึงวันทำการถัดไป
สหราชอาณาจักร	14
มาเลเซีย	10
ญี่ปุ่น	8 (20 วันสำหรับ MLM)
ไทย	7
สิงคโปร์	5 (ไม่รวมวันเสาร์อาทิตย์และวันหยุด)
สหรัฐอเมริกา	3 (จนถึงเที่ยงคืน ไม่รวมวันอาทิตย์และวันหยุดราชการ)

ตารางที่ 1 ระยะเวลาการใช้สิทธิเลิกสัญญาประเทศต่าง ๆ

จากตารางเปรียบเทียบการใช้สิทธิเลิกสัญญาประเด็นสำคัญที่น่าสนใจคือระยะเวลาการใช้สิทธิซึ่งพบว่าประเทศทางสหภาพยุโรปใช้ 14 วัน ถ้าระยะเวลาหมดในวันหยุดกำหนดเวลาจะขยายจนถึงวันทำการถัดไป สหราชอาณาจักร 14 วัน ประเทศมาเลเซีย 10 วัน ญี่ปุ่น 8 วัน และ 20 วัน สำหรับธุรกิจเครือข่ายตรงหลายชั้น (MLM) ประเทศสิงคโปร์ 5 วันซึ่งไม่รวมวันเสาร์อาทิตย์และวันหยุด ประเทศสหรัฐอเมริกา 3 วันจนถึงเที่ยงคืนของวันที่สามไม่นับวันอาทิตย์และวันหยุดราชการ

สำหรับในขณะที่ประเทศไทย จะอยู่กลางๆคือ 7 วัน ซึ่งผู้ศึกษาเห็นว่า 7 วันก็น่าจะเหมาะสมที่ยุติธรรมต่อทั้งผู้ประกอบการธุรกิจและผู้บริโภค แต่ไม่ควรนับรวมวันหยุดราชการ วันหยุดตามประเพณี ซึ่งประเทศไทยบางช่วงเวลาจะมีวันหยุดติดต่อกันเป็นเวลานาน 4 หรือ 5 วัน อันจะทำให้ผู้บริโภคเสียเปรียบ ดังตัวอย่างประเทศสิงคโปร์ไม่นับรวมวันเสาร์อาทิตย์และวันหยุด สอดคล้องกับ

ทางสหภาพยุโรปถ้าระยะเวลาหมดในวันหยุดกำหนดเวลาจะขยายจนถึงวันทำการถัดไป และประเทศสหรัฐอเมริกากำหนดแน่นอนถึงเที่ยงคืนโดยไม่นับวันอาทิตย์และวันหยุดราชการ

กรณีศึกษา บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ในระยะเวลาการใช้สิทธิเลิกสัญญา

การศึกษาพบว่ากลุ่มผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ทางบริษัทมีระยะเวลาการใช้สิทธิเลิกสัญญาและการรับคืนผลิตภัณฑ์แตกต่างกันซึ่งเป็นกลยุทธ์ทางการค้า นอกเหนือจากกฎหมายกำหนด ดังที่ผู้ศึกษาสามารถสรุปเป็นตารางแสดงไว้ดังนี้

กลุ่มผลิตภัณฑ์	ระยะเวลา (วัน)
เครื่องกรองน้ำ เครื่องกรองอากาศ เครื่องครัว แอมเวย์ควีนและไอคูก	90
อุปกรณ์หรืออะไหล่ อุปกรณ์สำหรับผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เครื่องสำอาง สื่อส่งเสริมการขาย	7
กลุ่มผลิตภัณฑ์แบรนด์อื่น (ที่ร่วมจำหน่าย)	7 และ 14 วันกรณีจัดส่งถึงบ้าน
ผลิตภัณฑ์แอมเวย์อื่นทุกประเภท เช่น เสริมอาหาร เครื่องสำอาง ทำความสะอาดต่าง ๆ	ไม่จำกัดเวลา

ตารางที่ 2 การใช้สิทธิเลิกสัญญาของ บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด

ประเด็นน่าสนใจที่ได้ศึกษาพบว่าเป็นบริษัทที่มีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องมา 60 ปี ในการดำเนินงานกว่า 100 ประเทศทั่วโลกรวมถึงประเทศไทยกว่า 30 ปี ทั้ง ๆ ที่มีการรับประกันความพอใจแก่ผู้บริโภคในการใช้สิทธิเลิกสัญญาไม่จำกัดเวลาโดยส่วนใหญ่ของผลิตภัณฑ์อุปโภคบริโภคมากกว่า 500 รายการ จะมีเพียงเครื่องใช้ทันสมัยคือ เครื่องกรองน้ำ เครื่องกรองอากาศ เครื่องครัว แอมเวย์ควีนและไอคูก ใช้สิทธิภายใน 90 วัน นับจากวันที่ซื้อตามใบเสร็จรับเงินหรือวันที่ซึ่งระบุใบรับประกันที่ส่งคืนบริษัท

ข้อสังเกต ผู้ศึกษาเห็นว่าเป็นการใช้การรับประกันสินค้าเพิ่มเติมจากที่กฎหมายกำหนดซึ่งกลยุทธ์ทางการตลาดนี้บริษัทเล็ก ๆ หรือผู้ประกอบการรายใหม่ทำตามได้ยาก ประกอบกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทเป็นการขยายเครือข่ายติดต่อกันในหมู่คนรู้จักใกล้ชิดที่เชื่อมโยงอันมีสายสัมพันธ์กันอย่างดีโดยส่วนใหญ่ทำให้อาจเป็นการลดปัญหาในการใช้สิทธิเลิกสัญญาและการคืนผลิตภัณฑ์

4.2 ข้อยกเว้นการใช้สิทธิเลิกสัญญา

จากการศึกษาพบว่าในหลายประเทศมีข้อยกเว้นมิให้ใช้สิทธิเลิกสัญญาในผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ หลายกรณี ซึ่งผู้ศึกษาได้รวบรวมแสดงไว้เปรียบเทียบ คือ

ประเทศ/ดินแดน	ข้อยกเว้น	รายการ
ไทย	ไม่มี	ไม่มี
สหภาพยุโรป	มี	<p>ตัวเครื่องบิน รถไฟ คอนเสิร์ต</p> <p>การจองโรงแรม รถเช่า การจัดเลี้ยงที่ระบุวัน สินค้าอาหารและเครื่องดื่ม</p> <p>สินค้าสั่งทำเฉพาะบุคคล</p> <p>ซอฟต์แวร์วิดีโอ/คอมพิวเตอร์ที่ถูกเปิดผนึก</p> <p>เนื้อหาดิจิทัลออนไลน์ที่ได้รับการดาวน์โหลดหรือสตรีมมิ่งแล้ว</p> <p>สินค้าที่ซื้อจากบุคคลธรรมดา</p> <p>การซ่อมบำรุงเร่งด่วนที่ตกลงราคาแล้ว</p>
สหราชอาณาจักร	มี	<p>สินค้าและบริการมูลค่า 42 ปอนด์ หรือน้อยกว่า สินค้าที่เสียหาย เสื่อมค่าได้รวดเร็ว เช่น ดอกไม้ อาหารและเครื่องดื่ม</p> <p>สินค้าที่สั่งเฉพาะราย เฉพาะบุคคล (Personalized or Custom-made)</p> <p>ซีดี ดีวีดี หรือซอฟต์แวร์ถ้าตัดตราประทับบนห่อ เกมคอมพิวเตอร์ การซื้อในเกม ทิวี และภาพยนตร์ หนังสือ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ แอปพลิเคชันโทรศัพท์มือถือ</p> <p>บริการดาวน์โหลดและสตรีมมิ่ง การเล่นเกมพนัน</p> <p>แพ็คเกจวันหยุด Timeshares และวันหยุดคลับ</p>

สหรัฐอเมริกา	มี	น้อยกว่า 25 ดอลลาร์สหรัฐ สำหรับ ยอดขายที่ทำที่บ้านของผู้บริโภค ที่ทำงาน หรือหอพัก น้อยกว่า 130 ดอลลาร์สหรัฐ สำหรับการขายที่ทำในสถานที่ชั่วคราว เช่น โรงแรมหรือห้องพักโรงแรม โมเต็ล ศูนย์การประชุมงานแสดงสินค้าหรือร้านอาหาร อสังหาริมทรัพย์ ประกัน หรือหลักทรัพย์ รถยนต์, รถตู้, รถบรรทุกหรือยานยนต์อื่น ๆ ยานพาหนะที่ขายในสถานที่ชั่วคราว
สิงคโปร์	มี	การขายที่ดินและบ้าน สัญญาจ้างงาน และการจำหน่าย
มาเลเซีย	ไม่มี	ไม่มี
ญี่ปุ่น	มี	ราคาสินค้าที่จ่ายเป็นเงินสดมีมูลค่าต่ำกว่า 3,000 เยน สินค้าผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ใช้หรือบริโภค เพียงบางส่วน เช่น ผงซักฟอกหรือ เครื่องสำอางได้ใช้หลังจากการซื้อ เว้นแต่จะ มีการประกาศเป็นลายลักษณ์อักษร ไม่ครอบคลุมรถยนต์ งานศพ เหตุผลในด้านอนามัย เช่น ชุดชั้นใน ชุดว่ายน้ำ น้ำ ถูยางอนามัย สินค้าเฉพาะบุคคล เป็นต้น

ตารางที่ 3 ข้อยกเว้นการใช้สิทธิเลิกสัญญาประเทศต่าง ๆ

จากผลการศึกษาในกฎหมายต่างประเทศ มีข้อยกเว้นการใช้สิทธิเลิกสัญญา ในประเภท ราคาหรือชนิดของสินค้าหรือบริการที่มีเหตุผล ที่ผู้ศึกษาเห็นว่าสามารถปรับใช้กับประเทศไทยได้ เช่น

- 1) สินค้าหรือบริการประเภทที่เสียหาย เสื่อมค่าโดยง่าย เช่น ดอกไม้ อาหารและเครื่องดื่ม
- 2) สินค้าหรือบริการประเภทดิจิทัล ซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ เช่น เกมคอมพิวเตอร์ วิดีโอ ภาพยนตร์ หนังสือ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ แอปพลิเคชันโทรศัพท์มือถือ เนื้อหาดิจิทัลออนไลน์ที่ดาวน์โหลดหรือสตรีมมิ่งแล้ว รวมถึง ซีดี ดีวีดี หรือซอฟต์แวร์ที่เปิดผนึกแล้ว
- 3) สินค้าประเภทที่เกี่ยวข้องกับเหตุผลด้านอนามัย เช่น ชุดชั้นใน ชุดว่ายน้ำ ถูยงอนามัย และสินค้าเฉพาะบุคคล เป็นต้น
- 4) สินค้าหรือบริการที่มีมูลค่า ประมาณ 775 - 1,800 บาท ตามตัวอย่างกฎหมายต่างประเทศ ดังนี้
 - ก. สหราชอาณาจักร มูลค่าเท่ากับหรือน้อยกว่า 42 ปอนด์ หรือ 1,800 บาท
 - ข. ประเทศสหรัฐอเมริกา มูลค่า น้อยกว่า 25 ดอลลาร์สหรัฐ หรือ 775 บาท
 - ค. ประเทศญี่ปุ่น มูลค่าต่ำกว่า 3,000 เยน หรือ 900 บาท

โดยปัจจุบัน ประเทศไทย วรรคท้ายของ มาตรา 33 (การใช้สิทธิเลิกสัญญา) พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ได้กำหนดยกเว้นการบังคับใช้ กับ ประเภท ราคา หรือชนิดของสินค้าหรือบริการ ให้กำหนดในพระราชกฤษฎีกา แต่ไม่มีการบัญญัติดังกล่าว

4.3 ระยะเวลาการรับประกันผลิตภัณฑ์

ในกฎหมายประเทศต่าง ๆ กำหนดระยะเวลาให้ผู้ประกอบธุรกิจรับประกันผลิตภัณฑ์จากผู้บริโภคแตกต่างกัน ซึ่งผู้ศึกษาสามารถสรุปเปรียบเทียบได้ ดังนี้

ประเทศ/ดินแดน	กำหนดระยะเวลา	ระยะเวลา(วัน)
สหภาพยุโรป	มี	14
สหราชอาณาจักร	มี	14
สหรัฐอเมริกา	มี	20
ไทย	มี	21
สิงคโปร์	ไม่มี	-
มาเลเซีย	ไม่มี	-
ญี่ปุ่น	ไม่มี	-

ตารางที่ 4 ระยะเวลารับประกันผลิตภัณฑ์ประเทศต่าง ๆ

ในส่วนของการคืนสินค้าและบริการพบว่าในแต่ละประเทศมีความแตกต่างกันในรายละเอียดคือ

4.3.1 สหภาพยุโรป

ผู้บริโภคสามารถแจ้งให้ผู้ค้าทราบและส่งคืนสินค้าในเวลาเดียวกัน ตัวอย่างเช่น โดยการเพิ่มคำสั่งเป็นลายลักษณ์อักษรไปพร้อมกับสินค้าที่ส่งทางไปรษณีย์หรือโดยการส่งแฟกซ์หรืออีเมล โดยผู้บริโภคต้องส่งสินค้าที่ไม่ได้ใช้คืนภายใน 14 วัน หลังจากแจ้งให้ผู้ประกอบการค้าทราบโดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย

ผู้ประกอบการค้าบางรายอาจไม่เรียกเก็บเงินจากผู้บริโภคในการส่งคืนสินค้า อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการต้องแจ้งให้ผู้บริโภคทราบหากจะต้องชำระค่าใช้จ่ายในการคืนสินค้า หากไม่แจ้งให้ทราบว่า ผู้บริโภคไม่ต้องจ่ายเงินสำหรับการคืนสินค้า ผู้ประกอบการจะต้องเสียค่าใช้จ่ายในการคืนสินค้าเองโดยผู้บริโภคไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใดๆหากไม่ได้รับแจ้ง

สำหรับสินค้าขนาดใหญ่ เช่น อุปกรณ์เครื่องใช้ในครัวเรือนขนาดใหญ่ ผู้ประกอบการต้องแจ้งให้ทราบค่าประมาณการคืนสินค้า สินค้าที่ซื้อมาจากพนักงานขายแบบ Door-to-door และจัดส่งให้จะต้องได้รับแจ้งโดยทันทีเช่นกัน อย่างไรก็ตามการรับคืนจะเป็นค่าใช้จ่ายของผู้ประกอบการ

4.3.2 สหราชอาณาจักร

การคืนผลิตภัณฑ์เมื่อได้แจ้งผู้ขายแล้วจะมีเวลาอีก 14 วัน เพื่อส่งคืนสินค้าคืน โดยผู้บริโภคสามารถแจ้งให้ผู้ประกอบการทราบและส่งคืนสินค้าในเวลาเดียวกัน ตัวอย่างเช่น โดยการเพิ่มคำสั่งเป็นลายลักษณ์อักษรไปพร้อมกับสินค้าที่ส่งทางไปรษณีย์หรือโดยการส่งแฟกซ์หรืออีเมล

ผู้บริโภคไม่จำเป็นต้องคืนสินค้าในบรรจุภัณฑ์เดิม แต่ต้องตรวจสอบให้แน่ใจว่าบรรจุภัณฑ์ลักษณะที่ไม่ทำให้เสียหาย ผู้ประกอบการสามารถขอให้ผู้บริโภคชำระเงินได้หากมีสิ่งใดเสียหายเพราะไม่ได้บรรจุอย่างถูกต้อง หรือลดเงินที่คืนได้หากทำให้สินค้าเสื่อมค่า เช่น ถ้าสวมรองเท้าออกด้านนอกและเดินลากกวาดผ้าเท้า เป็นต้น

4.3.3 ประเทศสหรัฐอเมริกา

หากผู้ขายไม่ได้ให้แบบฟอร์มการยกเลิก ผู้บริโภคสามารถเขียนจดหมายยกเลิกได้โดยใช้จดหมายที่ได้รับการรับรองและมีหลักฐานใบเสร็จรับเงินในการส่ง โดยภายใน 20 วัน ผู้ประกอบการจะต้องมารับสินค้าที่เก็บไว้ หรือ คืนเงินค่าจัดส่งให้กับผู้บริโภคหากผู้ขายยินยอมที่จะให้ส่งคืนสินค้า โดยสินค้าต้องอยู่ในสภาพดีเช่นเดียวกับเมื่อได้รับ หากผู้บริโภคไม่ได้ทำตามที่ตั้งกลง หรือไม่ยินยอมส่งคืนสินค้า ผู้บริโภคยังคงผูกพันภายใต้สัญญาการซื้อขาย

สำหรับประเทศไทย การคืนสินค้า กระทำได้โดย 2 วิธี คือวิธีแรกส่งคืนสินค้าไปยังผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง หรือผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงในกรณีการขายตรง หรือส่งคืนสินค้าไป

ยังผู้ประกอบการกิจการตลาดแบบตรงในกรณีตลาดแบบตรง หรือวิธีที่สองคือเก็บรักษาสินค้าไว้ภายในระยะเวลา 21 วัน นับแต่วันที่ใช้สิทธิเลิกสัญญา โดยผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง หรือผู้ประกอบการกิจการตลาดแบบตรง แล้วแต่กรณีมารับคืน ณ ภูมิลำเนาของผู้บริโภค แต่ถ้าผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงหรือผู้ประกอบการกิจการตลาดแบบตรง ขอให้ผู้บริโภคส่งคืนสินค้าทางไปรษณีย์ โดยเรียกเก็บเงินปลายทาง ภายในระยะเวลา 21 วัน ดังกล่าว ผู้บริโภคต้องส่งคืนสินค้านั้นตามคำขอของผู้ประกอบการธุรกิจ

อย่างไรก็ตามในท้าย มาตรา 34 ของพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ได้กำหนดว่า หลักเกณฑ์และวิธีการในการคืนสินค้าและบริการให้เป็นไปตามที่กำหนดในกฎกระทรวงและผู้บริโภคมีสิทธิที่จะยึดหน่วงสินค้าไว้ได้จนกว่าจะได้รับคืนเงินที่ผู้บริโภคจ่ายไปในการซื้อสินค้า แต่ในปัจจุบันยังไม่มีกฎกระทรวงดังกล่าว

ผู้ศึกษาเห็นว่าหลักเกณฑ์และวิธีการในการคืนสินค้าและบริการมีความสำคัญต่อผู้บริโภคที่สมควรกำหนดให้ชัดเจน ยกตัวอย่างเช่น เพิ่มทางเลือกการใช้สิทธิเลิกสัญญาด้วยตนเองไม่ต้องรอผู้ประกอบการร้องขอ โดยส่งสินค้าทางไปรษณีย์โดยวิธีการลงทะเบียนและให้ถือเอาวันที่และเวลาประทับตราไปรษณีย์โดยมีหลักฐานใบเสร็จรับเงินเป็นการใช้สิทธิเลิกสัญญาดังเช่นที่พบจากการศึกษากฎหมายต่างประเทศดังกล่าวและยังสอดคล้องกับผลการศึกษาที่เห็นว่าควรกำหนดระยะเวลาการใช้สิทธิเลิกสัญญา 7 วัน นั้นไม่นับรวมวันหยุดราชการตามเหตุผลข้างต้น ซึ่งประเทศไทยมักมีวันหยุดติดต่อกันหลายวัน

4.4 ระยะเวลาการคืนเงิน

ในกฎหมายทุกประเทศกำหนดให้ผู้ประกอบการคืนเงินแก่ผู้บริโภคเต็มจำนวนที่จ่ายไป สิ่งที่แตกต่างกันบ้างคือระยะเวลาการคืนเงิน โดยประเทศและดินแดนต่าง ๆ มีกำหนดระยะเวลาการคืนเงิน ซึ่งผู้ศึกษาสามารถสรุปได้ ดังนี้

ประเทศ/ดินแดน	กำหนดระยะเวลา	ระยะเวลาคืนเงินภายใน (วัน)
สหภาพยุโรป	มี	14
สหราชอาณาจักร	มี	14
มาเลเซีย	ไม่มี	-
ญี่ปุ่น	มี	ทันที
ไทย	มี	15
สิงคโปร์	มี	60
สหรัฐอเมริกา	มี	10

ตารางที่ 5 ระยะเวลาการการคืนเงินประเทศต่าง ๆ

จากตารางเปรียบเทียบระยะเวลาซึ่งกำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจต้องคืนเงินแก่ผู้บริโภค พบว่า ประเทศทางสหภาพยุโรป และ สหราชอาณาจักรใช้ 14 วัน ประเทศมาเลเซียไม่มีระบุ ประเทศสิงคโปร์ 60 วัน ประเทศสหรัฐอเมริกา 10 วัน ส่วนในประเทศไทยกำหนดให้คืนทันทีซึ่งการยกเลิกสัญญาผู้บริโภคต้องแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรพร้อมใบเสร็จเกี่ยวกับการยกเลิกด้วยไปรษณีย์ หรือวิธีการอื่น ๆ และส่งไปยังบริษัทที่ขาย โดยใช้จดหมายที่ได้รับการรับรองการจัดส่งหรือบริการจัดส่งที่รับประกันอื่น ๆ "Acceptance-recorded Mail" หรือ "Simplified Registered Mail" เก็บสำเนาการแจ้งเตือนและบันทึกการจัดส่งใบเสร็จรับเงินที่ออกโดยไปรษณีย์หรือพัสดุจัดส่งไว้ในที่เดียว และหากใช้บัตรเครดิตในการทำสัญญาต้องส่งหนังสือแจ้งผู้ขายและแจ้งการยกเลิกไปให้บริษัทเครดิตในเวลาเดียวกัน

สำหรับประเทศไทยจะอยู่กลางๆ คือ 15 วัน ซึ่งผู้ศึกษาเห็นว่า น่าจะเหมาะสมที่ยุติธรรมต่อทั้งผู้ประกอบการธุรกิจในการดำเนินการและผู้บริโภค

โดยที่กฎหมาย มาตรา 36 ของพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ได้กำหนดว่า เมื่อผู้บริโภคใช้สิทธิเลิกสัญญา ให้ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง หรือผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงคืนเงินเต็มจำนวนที่ผู้บริโภคจ่ายไปเพื่อการซื้อสินค้าหรือบริการนั้นภายในกำหนดเวลาสิบห้าวันนับแต่วันที่ได้รับหนังสือแสดงเจตนาเลิกสัญญา และในกรณีที่ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงหรือผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงใดไม่คืนเงินตามจำนวนและภายในกำหนดระยะเวลาตามวรรคหนึ่ง ให้ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงหรือผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงนั้นชำระเบี้ยปรับตามอัตราที่คณะกรรมการประกาศกำหนดให้แก่ผู้บริโภค ซึ่ง เบี้ยปรับ ให้คิดในอัตราดอกเบี้ยสำหรับลูกค้าชั้นดีรายย่อย (Minimum Retail Rate) ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) บวกสิบ (MRR.+10) ต่อปี โดย MRR. ปัจจุบันคือร้อยละ 7.120 หรือรวมแล้วเท่ากับร้อยละ 17.12 ต่อปี ซึ่งถือเป็นการคุ้มครองผู้บริโภคที่ดี

4.5 บทสรุป

จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบพบว่าการใช้สิทธิเลิกสัญญาตาม Cooling off Period ในแต่ละประเทศมีระยะเวลาที่แตกต่างกันกับประเทศไทย กฎหมายขายตรงแต่ละประเทศมีระยะเวลาที่แตกต่างกันเล็กน้อยในการคุ้มครองผู้บริโภคประเทศต่าง ๆ ในประเด็นข้อกฎหมายเรื่อง สิทธิเลิกสัญญา วิธีการใช้สิทธิ วิธีปฏิบัติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กลุ่มต่าง ๆ รวมถึงระยะเวลาใช้สิทธิเลิกสัญญา การคืนผลิตภัณฑ์ และการคืนเงิน ซึ่งผู้ศึกษาขอสรุปได้ดังต่อไปนี้

การใช้สิทธิเลิกสัญญาตาม Cooling off Period ในแต่ละประเทศเทียบกับประเทศไทย

ประเทศ	ชื่อกฎหมาย	มี/ไม่มี Cooling off period	ระยะเวลา Cooling off period	ระยะเวลา คืน ผลิตภัณฑ์	ระยะเวลา คืนเงิน
สหภาพยุโรป	Directive of the European Parliament and of the Council on Consumer Rights	มี	14 วัน ถ้าระยะเวลา หมดในวันหยุด กำหนดเวลาจะ ขยายจนถึงวัน ทำการถัดไป	14 วัน	14 วัน
สหราชอาณาจักร	UK Consumer Rights Act 2015	มี	14 วัน	14 วัน	14 วัน
สหรัฐอเมริกา	FTC's Cooling-off Rule	มี	3 วัน จนถึงเที่ยงคืน ไม่รวมวัน อาทิตย์และ วันหยุดราชการ	20 วัน	10 วัน
สิงคโปร์	The Consumer Protection (Fair Trading) Act	มี	5 วัน ไม่รวมวันเสาร์ อาทิตย์และ วันหยุด	ไม่มี	60 วัน
มาเลเซีย	Laws of Malaysia, Act 500, Direct Sales Act 1993	มี	10 วัน	ไม่มี	ไม่มี
ญี่ปุ่น	Act on Specified Commercial Transactions of Japan	มี	8 วัน หรือ 20 วัน วันสำหรับ MLM	ไม่มี	ทันที

ไทย	พระราชบัญญัติขาย ตรงและตลาดแบบ ตรง พ.ศ. 2545	มี	7 วัน	21 วัน	15 วัน
-----	----------------------------------------------------	----	-------	--------	--------

ตารางที่ 6 การใช้สิทธิเลิกสัญญาตาม Cooling off Period ในแต่ละประเทศ

สำหรับในประเทศไทย กฎหมายขายตรงกำหนด Cooling off Period ไว้อยู่
กลางๆคือ 7 วัน ระยะเวลารับหรือส่งคืนผลิตภัณฑ์ 21 วัน และระยะเวลาคืนเงิน 15 วัน ซึ่งผู้ศึกษา
เห็นว่่าก็น่าจะเหมาะสมที่ยุติธรรมต่อทั้งผู้ประกอบการธุรกิจและผู้บริโภค แต่ระยะเวลาการใช้สิทธิเลิก
สัญญาใน 7 วันไม่ควรนับรวมวันหยุดราชการ วันหยุดตามประเพณี ซึ่งประเทศไทยบางช่วงเวลาจะมี
วันหยุดติดต่อกันเป็นเวลานาน 4 หรือ 5 วัน อันจะทำให้ผู้บริโภคเสียเปรียบ ดังตัวอย่างประเทศ
สิงคโปร์ไม่นับรวมวันเสาร์อาทิตย์และวันหยุด สอดคล้องกับทางสหภาพยุโรปถ้าระยะเวลาหมดใน
วันหยุดกำหนดเวลาจะขยายจนถึงวันทำการถัดไป และประเทศสหรัฐอเมริกากำหนดแน่นอนถึงเที่ยง
คืนโดยไม่นับวันอาทิตย์และวันหยุดราชการ

นอกจากนั้นในกฎหมายต่างประเทศ มีข้อยกเว้นการใช้สิทธิเลิกสัญญา ในประเภท ราคา
หรือชนิดของสินค้าหรือบริการ ที่สามารถสรุปได้ เช่น

- 1) สินค้าหรือบริการประเภทที่เสียหาย เสื่อมค่าโดยง่าย เช่น ดอกไม้ อาหารและ
เครื่องดื่ม
- 2) สินค้าหรือบริการประเภทดิจิทัล ซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ เช่น เกมคอมพิวเตอร์
วิดีโอ ภาพยนตร์ หนังสือ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ แอปพลิเคชันโทรศัพท์มือถือ
เนื้อหาดิจิทัลออนไลน์ที่ดาวน์โหลดหรือสตรีมมิ่งแล้ว รวมถึง ซีดี ดีวีดี หรือ
ซอฟต์แวร์ที่เปิดผนึกแล้ว
- 3) สินค้าประเภทที่เกี่ยวข้องกับเหตุผลด้านอนามัย เช่น ชุดชั้นใน ชุดว่ายน้ำ ถูยง
อนามัย และสินค้าเฉพาะบุคคล เป็นต้น
- 4) สินค้าหรือบริการที่มีมูลค่า ประมาณ 775 - 1,800 บาท ตามตัวอย่างกฎหมาย
ต่างประเทศ ดังนี้
 - ก. สหราชอาณาจักร มูลค่าเท่ากับหรือน้อยกว่า 42 ปอนด์ หรือ 1,800 บาท
 - ข. ประเทศสหรัฐอเมริกา มูลค่า น้อยกว่า 25 ดอลลาร์สหรัฐ หรือ 775 บาท
 - ค. ประเทศญี่ปุ่น มูลค่าต่ำกว่า 3,000 เยน หรือ 900 บาท

ในส่วนกฎหมายประเทศไทยยังไม่มีกำหนดข้อยกเว้นการใช้สิทธิเลิกสัญญา ใน
ประเภท ราคาหรือชนิดของสินค้าหรือบริการแต่อย่างใด

บทที่ 5 บทสรุปและข้อเสนอแนะ

ในปัจจุบันประเทศไทยได้มีพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 เป็นกฎหมายที่ควบคุมกำกับดูแลการประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงเป็นการเฉพาะ แต่จากการเจริญเติบโตก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการติดต่อสื่อสารอย่างมาก มีการเชื่อมโยงระหว่างบุคคลอย่างรวดเร็ว ส่งผลกระทบต่อสังคม ชีวิตความเป็นอยู่ การค้า การลงทุน มีการทำตลาดในลักษณะที่เข้าถึงผู้บริโภคโดยการเสนอขายสินค้าหรือบริการแก่ผู้บริโภคโดยตรง ณ สถานที่อยู่อาศัย ที่ทำงาน หรือสถานที่อันมิใช่การประกอบธุรกิจเป็นปกติ โดยมีผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง หรือการสื่อสารผ่านสื่อ โทรทัศน์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ในการอธิบาย สาธิต ชักจูงหรือให้ผู้บริโภคแสดงเจตนาตอบรับเพื่อซื้อสินค้าและบริการ โดยเฉพาะการซื้อสินค้าและการทำธุรกรรมทางคอมพิวเตอร์เป็นที่นิยมแพร่หลาย อีกทั้งมีการทำการตลาดแอบแฝง ชักจูงให้ประชาชนเข้าร่วมเป็นเครือข่ายอันเข้าลักษณะการหลอกลวงแบบแชร์ลูกโซ่ อันเป็นการตลาดเชิงรุกทำให้ผู้บริโภคอยู่ในภาวะที่ไม่อาจตัดสินใจได้อย่างรอบคอบ ตกอยู่ในฐานะเสียเปรียบก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรมและความสงบสุขในสังคม จึงจำเป็นต้องมีกฎหมายเป็นพิเศษในการคุ้มครองผู้บริโภคที่แตกต่างจากหลักกฎหมายซื้อขายที่ใช้กันอยู่ในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ เนื่องจากการซื้อสินค้าจากการขายตรงและตลาดแบบตรง ผู้บริโภคไม่ได้เป็นฝ่ายแสดงเจตนาด้วยความต้องการของตนเองเหมือนกับการซื้อโดยทั่วไป มีการใช้วิธีชักชวนให้เร่งตัดสินใจหรือสัญญาว่าจะให้ผลประโยชน์ต่างๆ

ดังนั้นกฎหมายขายตรงจึงเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคได้พิจารณาดูให้รอบคอบอีกครั้ง เรียกว่าระยะเวลาสงบจิตสงบใจ เพื่อไตร่ตรองอีกครั้ง หรือ Cooling off period หรือการใช้สิทธิเลิกสัญญาเป็นเวลา 7 วัน เพื่อเป็นการคุ้มครองผู้บริโภคแต่ก็ยังไม่มีความชัดเจนเรื่องขอบเขตระยะเวลาและข้อยกเว้นการคืนผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค

เอกัตศึกษานี้จึงศึกษากฎหมายขายตรงต่างประเทศในประเด็นการใช้สิทธิเลิกสัญญาและรับคืนสินค้าหรือบริการ รวม 6 ประเทศ ได้แก่ สหภาพยุโรป สหราชอาณาจักร สหรัฐอเมริกา สิงคโปร์ มาเลเซีย และญี่ปุ่น เพื่อนำมาเป็นแนวทางเสนอแนะปรับใช้มาตรการคุ้มครองผู้บริโภคให้เหมาะสมชัดเจนยิ่งขึ้น

5.1 สรุปผลการศึกษา

จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบพบว่าการใช้สิทธิเลิกสัญญาตาม Cooling off Period ในแต่ละประเทศมีระยะเวลาที่แตกต่างกันกับประเทศไทยในเรื่อง สิทธิเลิกสัญญา วิธีการใช้สิทธิ วิธี

ปฏิบัติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กลุ่มต่าง ๆ รวมถึงระยะเวลาใช้สิทธิเลิกสัญญา การคืนผลิตภัณฑ์ และการคืนเงิน ซึ่งผู้ศึกษาสรุปได้ดังต่อไปนี้

การใช้สิทธิเลิกสัญญาตาม Cooling off Period ในแต่ละประเทศเทียบกับประเทศไทย

ประเทศ	ชื่อกฎหมาย	มี/ไม่มี Cooling off period	ระยะเวลา Cooling off period	ระยะเวลา คืน ผลิตภัณฑ์	ระยะเวลา คืนเงิน
สหภาพยุโรป	Directive of the European Parliament and of the Council on Consumer Rights	มี	14 วัน ถ้าระยะเวลา หมดในวันหยุด กำหนดเวลาจะ ขยายจนถึงวัน ทำการถัดไป	14 วัน	14 วัน
สหราชอาณาจักร	UK Consumer Rights Act 2015	มี	14 วัน	14 วัน	14 วัน
สหรัฐอเมริกา	FTC's Cooling-off Rule	มี	3 วัน จนถึงเที่ยงคืน ไม่รวมวัน อาทิตย์และ วันหยุดราชการ	20 วัน	10 วัน
สิงคโปร์	The Consumer Protection (Fair Trading) Act	มี	5 วัน ไม่รวมวันเสาร์ อาทิตย์และ วันหยุด	ไม่มี	60 วัน
มาเลเซีย	Laws of Malaysia, Act 500, Direct Sales Act 1993	มี	10 วัน	ไม่มี	ไม่มี
ญี่ปุ่น	Act on Specified Commercial Transactions of Japan	มี	8 วัน หรือ 20 วัน วันสำหรับ MLM	ไม่มี	ทันที

ไทย	พระราชบัญญัติขาย ตรงและตลาดแบบ ตรง พ.ศ. 2545	มี	7 วัน	21 วัน	15 วัน
-----	----------------------------------------------------	----	-------	--------	--------

จากตารางการใช้สิทธิเลิกสัญญาตาม Cooling off Period ในแต่ละประเทศ สรุปได้ดังนี้

5.1.1 ระยะเวลาการใช้สิทธิเลิกสัญญา

ระยะเวลาการใช้สิทธิเลิกสัญญาพบว่าประเทศทางสหภาพยุโรปใช้ 14 วัน ถ้าระยะเวลาหมดในวันหยุดกำหนดเวลาจะขยายจนถึงวันทำการถัดไป สหราชอาณาจักร 14 วัน ประเทศมาเลเซีย 10 วัน ประเทศญี่ปุ่น 8 วัน และ 20 วันสำหรับธุรกิจเครือข่ายขายตรงหลายชั้น (MLM) ประเทศสิงคโปร์ 5 วัน ซึ่งไม่รวมวันเสาร์อาทิตย์และวันหยุด ประเทศสหรัฐอเมริกา 3 วันจนถึงเที่ยงคืนของวันที่สามไม่นับวันอาทิตย์และวันหยุดราชการ สำหรับในประเทศไทย จะอยู่กลาง ๆ คือ 7 วัน ซึ่งผู้ศึกษาเห็นว่า 7 วันเหมาะสมที่ยุติธรรมต่อทั้งผู้ประกอบการธุรกิจและผู้บริโภค

5.1.2 การรับคืนผลิตภัณฑ์

ในส่วนของการคืนสินค้าและบริการพบว่าในแต่ละประเทศมีความแตกต่างกันในรายละเอียดคือ สหภาพยุโรป และ สหราชอาณาจักร ภายใน 14 วัน ผู้บริโภคสามารถแจ้งให้ผู้ค้าทราบและส่งคืนสินค้าในเวลาเดียวกัน โดยการเพิ่มคำสั่งเป็นลายลักษณ์อักษรไปพร้อมกับสินค้าที่ส่งทางไปรษณีย์หรือโดยการส่งแฟกซ์หรืออีเมล โดยผู้บริโภคไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย ส่วนประเทศสหรัฐอเมริกาผู้บริโภคสามารถใช้แบบฟอร์มการยกเลิกหรือเขียนจดหมายที่ได้รับการรับรองและมีหลักฐานใบเสร็จรับเงินในการส่ง โดยภายใน 20 วัน ผู้ประกอบการจะต้องมารับสินค้าที่เก็บไว้ หรือคืนเงินค่าจัดส่งให้กับผู้บริโภคหากผู้ขายยินยอมที่จะให้ส่งคืนสินค้าโดยหากผู้บริโภคไม่ได้ทำตามที่ตั้งใจ หรือถ้าไม่ยินยอมส่งคืนสินค้าผู้บริโภคยังคงผูกพันภายใต้สัญญาการซื้อขาย สำหรับประเทศไทย กระทำได้โดย 2 วิธี คือวิธีแรกส่งคืนสินค้าไปยังผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรงหรือผู้ประกอบการ หรือวิธีที่สองคือเก็บรักษาสินค้าไว้ในระยะเวลา 21 วัน นับแต่วันที่ใช้สิทธิเลิกสัญญา โดยผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง หรือผู้ประกอบการตลาดแบบตรงแล้วแต่กรณี มารับคืน ณ ภูมิลำเนาของผู้บริโภค แต่ถ้าผู้ขายขอให้ผู้บริโภคส่งคืนสินค้าทางไปรษณีย์โดยเรียกเก็บเงินปลายทาง ภายในระยะเวลา 21 วัน ดังกล่าว ผู้บริโภคต้องส่งคืนสินค้านั้นตามคำขอของผู้ประกอบการ ส่วนกระบวนการส่งคืนผลิตภัณฑ์ที่เป็นของเสียโดยสภาพไม่อาจเก็บรักษาได้

ภายในระยะเวลาดังกล่าว ให้เก็บรักษาตามเวลาและวิธีการอันควรแก่สภาพ เมื่อพ้นกำหนดนั้นแล้ว ผู้บริโภคจะเก็บรักษาสินค้านั้นไว้หรือไม่ก็ได้

5.1.3 การคืนเงิน

ผลการศึกษาพบว่าในกฎหมายทุกประเทศให้ผู้ประกอบธุรกิจต้องคืนเงินแก่ผู้บริโภคเต็มจำนวนที่จ่ายไป โดยมีระยะเวลาคืนเงินแตกต่างกันเล็กน้อยคือ ประเทศทางสหภาพยุโรป และสหราชอาณาจักรใช้ 14 วัน ประเทศสหรัฐอเมริกา 10 วัน ประเทศสิงคโปร์ 60 วัน และประเทศญี่ปุ่นให้คืนเงินทันที ในขณะที่ประเทศไทย กฎหมายกำหนดระยะเวลาการคืนเงินไว้กลาง ๆ คือ 15 วัน ซึ่งผู้ศึกษาเห็นว่า น่าจะเหมาะสมที่ยุติธรรมต่อผู้บริโภคและผู้ประกอบการธุรกิจในการดำเนินการ

สิ่งที่แตกต่างจากกฎหมายต่างประเทศ คือ ในกรณีที่ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงหรือผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงใดไม่คืนเงินตามจำนวนและภายในกำหนดระยะเวลาตามวรรคหนึ่ง ให้ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงหรือผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงนั้นชำระเบี้ยปรับตามประกาศคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงกำหนด ซึ่ง เบี้ยปรับ ให้คิดในอัตราดอกเบี้ยสำหรับลูกค้าชั้นดีรายย่อย (Minimum Retail Rate) ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) บวกสิบ (MRR.+10) ต่อปี¹⁰⁶ โดย MRR. ปัจจุบันคือร้อยละ 7.120 หรือรวมแล้วเท่ากับร้อยละ 17.12 ต่อปี ซึ่งเป็นการปกป้องผลประโยชน์ของผู้บริโภคเป็นอย่างดี

5.1.4 ข้อยกเว้นการใช้สิทธิเลิกสัญญา

ผลการศึกษาในกฎหมายต่างประเทศ มีข้อยกเว้นการใช้สิทธิเลิกสัญญา ในประเภท ราคาหรือชนิดของสินค้าและบริการอยู่คู่กันซึ่งผู้ศึกษาสามารถสรุปได้ดังนี้

- 1) สินค้าหรือบริการประเภทที่เสียหาย เสื่อมค่าโดยง่าย เช่น ดอกไม้ อาหารและเครื่องดื่ม
- 2) สินค้าหรือบริการประเภทดิจิทัล ซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ เช่น เกมคอมพิวเตอร์ วิดีโอ ภาพยนตร์ หนังสือ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ แอปพลิเคชันโทรศัพท์มือถือ เนื้อหาดิจิทัลออนไลน์ที่ดาวน์โหลดหรือสตรีมมิ่งแล้ว รวมถึง ซีดี ดีวีดี หรือซอฟต์แวร์ที่เปิดผนึกแล้ว
- 3) สินค้าประเภทที่เกี่ยวข้องกับเหตุผลด้านอนามัย เช่น ชุดชั้นใน ชุดว่ายน้ำ ถูยงอนามัย สินค้าเฉพาะบุคคล เป็นต้น

¹⁰⁶ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค, สคบ.กับการคุ้มครองผู้บริโภค, หน้า 351.

- 4) สินค้าหรือบริการที่มีมูลค่าหรือราคาประมาณ 775 – 1,800 บาท ดังตัวอย่างกฎหมายต่างประเทศโดยประมาณ ดังนี้
- ก. สหราชอาณาจักร มูลค่าเท่ากับหรือน้อยกว่า 42 ปอนด์ หรือ 1,800 บาท
 - ข. ประเทศสหรัฐอเมริกา มูลค่า น้อยกว่า 25 ดอลลาร์สหรัฐ หรือ 775 บาท
 - ค. ประเทศญี่ปุ่น มูลค่าต่ำกว่า 3,000 เยน หรือ 900 บาท

จากผลการศึกษากฎหมายต่างประเทศเปรียบเทียบกับประเทศไทยใน 4 เรื่องคือ ระยะเวลาการใช้สิทธิเลิกสัญญา การรับคืนผลิตภัณฑ์ การคืนเงิน และข้อยกเว้นการใช้สิทธิเลิกสัญญา พบว่า การรับคืนผลิตภัณฑ์มีการเพิ่มทางเลือกการส่งคืนผลิตภัณฑ์ได้ด้วยตนเองไม่ต้องรอผู้ประกอบการร้องขอด้วยการส่งสินค้าทางไปรษณีย์โดยวิธีการลงทะเบียนและให้ถือเอาวันที่และเวลาประทับตราไปรษณีย์โดยมีหลักฐานใบเสร็จรับเงินเป็นการใช้สิทธิเลิกสัญญาดังเช่นที่พบจากการศึกษากฎหมายต่างประเทศในหลายประเทศและสามารถแก้ปัญหาการติดต่อผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงไม่ได้ โดยที่ประเทศไทยการคืนสินค้าผู้บริโภคมีเวลา 21 วัน ในการส่งคืนหรือให้ผู้ขายมารับคืน

ในส่วนการคืนเงินกฎหมายให้คืนเต็มจำนวนภายใน 15 วัน มิฉะนั้นจะต้องเสียเบี้ยปรับตามอัตราที่คณะกรรมการกำหนดอัตราดอกเบี้ยร้อยละสำหรับลูกค้าชั้นดีรายย่อยของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) บวกสิบ (MRR.+10) ต่อปี จะเหลือเพียงเรื่องขอบเขตระยะเวลาการใช้สิทธิเลิกสัญญา และข้อยกเว้นการคืนผลิตภัณฑ์ ซึ่งกฎหมายขายตรงในประเทศไทยยังไม่มีกำหนดขอบเขตและข้อยกเว้นในประเภท ราคาหรือชนิดของสินค้าหรือบริการไว้แต่อย่างใด

ระยะเวลาการใช้สิทธิเลิกสัญญาในกฎหมายต่างประเทศ ผู้ศึกษาพบว่ามีข้อกำหนดขอบเขตที่ชัดเจนเพิ่มเติมคือไม่เพียงแค่ระบุจำนวนวัน เช่น ถ้าระยะเวลาหมดในวันหยุดกำหนดเวลาจะขยายจนถึงวันทำการถัดไป หรือจนถึงเที่ยงคืน หรือไม่รวมวันเสาร์อาทิตย์และวันหยุด เป็นต้น ซึ่งประเทศไทยยังขาดความชัดเจน ผู้ศึกษาเห็นว่าควรนำผลการศึกษานี้มาปรับใช้กำหนดขอบเขตเพิ่มเติมของระยะเวลา 7 วัน ของการใช้สิทธิเลิกสัญญาให้ชัดเจนเนื่องจากประเทศไทยมักมีวันหยุดมากและบางครั้งติดต่อกันหลายวัน โดยที่การนับระยะเวลาตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ อาจทำให้ผู้ประกอบการและผู้บริโภคไม่ทราบและไม่เข้าใจ เช่น มาตรา 193/4 ในทางคดีความในทางราชการ หรือทางธุรกิจการค้าและ อุตสาหกรรม วัน หมายความว่า เวลาทำการตามที่ได้กำหนดขึ้นโดยกฎหมาย คำสั่งศาล หรือ ระเบียบข้อบังคับ หรือเวลาทำการตามปกติของกิจการนั้นแล้วแต่กรณี ส่วนมาตรา 193/8 ถ้าวันสุดท้ายของระยะเวลาเป็นวันหยุดทำการตามประกาศเป็น

ทางการหรือตามประเพณี ให้นับวันที่เริ่มทำการใหม่ต่อจากวันที่หยุดทำการนั้นเป็นวันสุดท้าย ของระยะเวลา

ในส่วนข้อยกเว้นการใช้สิทธิเลิกสัญญาพบว่ากฎหมายต่างประเทศกำหนดข้อยกเว้นไว้ ได้แก่ สินค้าหรือบริการประเภทที่เสียหาย เสื่อมค่าโดยง่าย สินค้าหรือบริการประเภทดิจิทัล ซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ต่าง ๆ สินค้าประเภทที่เกี่ยวข้องกับเหตุผลด้านอนามัยเฉพาะบุคคล และสินค้าหรือบริการที่มีมูลค่าประมาณน้อยกว่า 775 บาท เป็นต้น

5.2 ข้อเสนอแนะ

เพื่อการกำกับดูแลการประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงให้มีความชัดเจนเรื่องขอบเขตระยะเวลาและข้อยกเว้นการคืนผลิตภัณฑ์ในการใช้สิทธิเลิกสัญญาของผู้บริโภคจึงสมควรนำสรุปผลการศึกษามาเป็นแนวทางปรับใช้ในประเทศไทยซึ่งผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมดังนี้

1. ระยะเวลาการใช้สิทธิเลิกสัญญา

ระยะเวลาการใช้สิทธิเลิกสัญญาควรกำหนดขอบเขตให้ชัดเจนง่ายต่อผู้ประกอบการและผู้บริโภคคือ 7 วัน ไม่นับรวมวันหยุดของผู้ประกอบการ วันหยุดราชการ วันหยุดตามประเพณี ถ้าระยะเวลาหมดในวันหยุดให้ขยายจนถึงวันทำการถัดไป ซึ่งประเทศไทยบางช่วงเวลาจะมีวันหยุดติดต่อกันเป็นเวลานาน 4 หรือ 5 วัน อันจะทำให้ผู้บริโภคเสียเปรียบ และการนับเวลาตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ในกฎหมายทั่วไปผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่ทราบและไม่เข้าใจ ดังตัวอย่างประเทศสิงคโปร์ไม่นับรวมวันเสาร์อาทิตย์และวันหยุด สอดคล้องกับทางสหภาพยุโรปถ้าระยะเวลาหมดในวันหยุดกำหนดเวลาจะขยายจนถึงวันทำการถัดไป และประเทศสหรัฐอเมริกากำหนดแน่นอนจนถึงเที่ยงคืนโดยไม่นับวันอาทิตย์และวันหยุดราชการ

2. หลักเกณฑ์และวิธีการคืนสินค้า

หลักเกณฑ์และวิธีการคืนสินค้าให้เพิ่มทางเลือกการส่งคืนผลิตภัณฑ์ได้ด้วยตนเองไม่ต้องรอผู้ประกอบการร้องขอด้วยการส่งสินค้าทางไปรษณีย์โดยวิธีการลงทะเบียนและให้ถือเอาวันที่และเวลาประทับตราไปรษณีย์โดยมีหลักฐานใบเสร็จรับเงินเป็นการใช้สิทธิเลิกสัญญาดังเช่นที่พบจากการศึกษากฎหมายต่างประเทศในหลายประเทศและสามารถแก้ปัญหาการติดต่อผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงไม่ได้

3. ข้อยกเว้นการใช้สิทธิเลิกสัญญา

ควรมีการกำหนดข้อยกเว้นการใช้สิทธิเลิกสัญญาในประเภท ราคาหรือชนิดของสินค้าหรือบริการ ได้แก่ (1) สินค้าหรือบริการประเภทที่เสียหาย เสื่อมค่าโดยง่าย เช่น ดอกไม้ อาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น (2) สินค้าหรือบริการประเภทดิจิทัล ซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ เช่น เกมคอมพิวเตอร์ วิดีโอ ภาพยนตร์ หนังสือ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ แอปพลิเคชันโทรศัพท์มือถือ เนื้อหาดิจิทัลออนไลน์ ที่ดาวน์โหลดหรือสตรีมมิ่งแล้ว รวมถึง ซีดี ดีวีดี หรือซอฟต์แวร์ที่เปิดผนึกแล้ว เป็นต้น (3) สินค้าหรือบริการประเภทที่เกี่ยวข้องกับเหตุผลด้านอนามัยส่วนบุคคล เช่น ชุดชั้นใน ชุดว่ายน้ำ และ ถุงยางอนามัย เป็นต้น และ (4) สินค้าหรือบริการที่มีมูลค่าประมาณน้อยกว่า 300-500 บาท เมื่อเทียบกับปัจจัยทางเศรษฐกิจ ความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายในการเดินทาง การจัดการในการรับคืนผลิตภัณฑ์ซึ่งผู้ศึกษาเสนอให้ดำเนินการทำการวิจัยขั้นต่อไป

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

หนังสือ

บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด. คู่มือดำเนินธุรกิจแอมเวย์ กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ ตะวันออก, 2560.

พิชัย นิลทองคำ. ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ บรรพ 1-6 ฉบับสมบูรณ์ ,บรรพ2 มาตรา 386 กรุงเทพมหานคร อทตยา มิเลินเนียม, 2559.

ไพโรจน์ อาจารย์รักษา. คำอธิบายกฎหมายขายตรงและตลาดแบบตรง(ฉบับสมบูรณ์). พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์นิติธรรม, 2560.

วีระพงษ์ บุญโยภาส. กฎหมายขายตรงกับอาชญากรรมทางเศรษฐกิจประเภทแชร์ลูกโซ่ กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์นิติธรรม, 2551.

———. อาชญากรรมทางเศรษฐกิจ: Economic Crime .พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์นิติธรรม, 2557.

ศนันท์กรณ โสทธิพันธุ์. คำอธิบายนิติกรรมสัญญา.พิมพ์ครั้งที่ 20. กรุงเทพมหานคร: วิญญูชน, 2559.

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. สคบ.กับการคุ้มครองผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 17. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ สกสค.ลาดพร้าว, 2558.

สุขุม ศุภนิตย์. คำอธิบายกฎหมายเกี่ยวกับการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: วิญญูชน, 2553.

สมาคมการขายตรงไทย (TDSA). คู่มือเพื่อการศึกษา ธุรกิจขายตรง:การตลาดเครือข่าย. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ตะวันออก, 2554.

———. คู่มือเพื่อการศึกษา Entrepreneur เจ้าของธุรกิจอิสระยุคใหม่ ธุรกิจเครือข่าย...เทรนด์ที่มาแรง ,พิมพ์ครั้งที่1.กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ตะวันออก, 2556.

วิทยานิพนธ์/งานวิจัย

ประสม หงษ์โต. ปัญหาการบังคับใช้พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550.

วิมิตร นองสุวรรณ. ปัญหากฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจขายตรง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

ศิริทิพย์ แสงทอง. การคุ้มครองผู้บริโภคตามพระราชบัญญัติขายตรงและตรง พ.ศ. 2545. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2549.

เอกสาร

พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2560. ราชกิจจานุเบกษา 134,53ก(17 พฤษภาคม 2560) : 80.

พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ราชกิจจานุเบกษา ฉบับกฤษฎีกา 119,40 ก (เมษายน 2545) : 1.

วารสาร

พิชัย ศิริจันทน์. Thailand's Most Admired Brand & Why We Buy 2018. BrandAge 213_ฉ (มกราคม 2561): 76.

สุขุม ศุภนิติย์. พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 : ประเด็นข้อกฎหมายที่ควรทำความเข้าใจ. วารสารกฎหมาย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 22, 2 (กุมภาพันธ์ 2547): 142-161.
หนังสือพิมพ์เดอะพาวเวอร์ เน็ตเวิร์ค. 10 ขายตรงกอดคอโตฝ่าวิกฤต. เดอะพาวเวอร์ เน็ตเวิร์ค 14,334 (1-15 มกราคม 2561): 1.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง. ปัญหาข้อร้องเรียนเกี่ยวกับธุรกิจขายตรง [ออนไลน์]. 2553. แหล่งที่มา:

http://www.ocpb.go.th/ewt_news.php?nid=779 [เข้าถึงเมื่อ 11 กุมภาพันธ์ 2561]

บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด. [ออนไลน์]. 2561. แหล่งที่มา: :

<https://www.amwayshopping.com/amwayshopping-frontend/shopping/contentPage?pageKey=amway.office.aboutamway.thailand>
[เข้าถึงเมื่อ 25 กุมภาพันธ์ 2561]

ศรีวิภา สิริปัญญาวิทย์. ปีศาจขายตรงไทย? [ออนไลน์]. 2558. แหล่งที่มา:

<http://www.forbesthailand.com/commentaries-detail.php?did=588> [เข้าถึงเมื่อ 2 กุมภาพันธ์ 2561]

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. ธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง [ออนไลน์]. 2560.

แหล่งที่มา: http://www.ocpb.go.th/ewt_news.php?nid=779 [เข้าถึงเมื่อ 2 กุมภาพันธ์ 2561]

สุชาดา ธีรวชิรกุล. TDSA AWARD 2017 สมาคมขายตรงไทย [ออนไลน์]. 2560. แหล่งที่มา: http://m.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1498729738 [เข้าถึงเมื่อ 3 กุมภาพันธ์ 2561]

สุวิทย์ วิจิตรโสภาค. การขายสินค้าทางอินเทอร์เน็ตเป็นธุรกิจตลาดแบบตรงที่ต้องจดทะเบียนต่อ สคบ. [ออนไลน์]. 2560. แหล่งที่มา: <http://www.ocpb.go.th/download/pdf/a8.pdf> [เข้าถึงเมื่อ 12 กุมภาพันธ์ 2561]

ภาษาอังกฤษ

Book

Frances E. Zollers, Sandra N.Hurd and Peter Shears,. Consumer Protection in the European Union: An Analysis of the Directive on the Sale of Consumer Goods and Associated Guarantee, 20 U. Pa. J. Int'l Econ. L. 97 (1999). Pennsylvania: Penn Law:Legal Scholarship Repository, 2014.

The Commissioner of Law Revision. Laws of Malaysia , Act 500 , Direct Sales Act 1993. Edited by 2002, F. R. Malaysia: The Commissioner of Law Revision, 2006.

Website

Amway Global. Global Facts & Figures [Online]. 2018. Available from: <https://www.amwayglobal.com/newsroom/facts-and-figures/> [13 February,2018]

Colleen Tressler. Door-to-Door Sales and the Ftc's Cooling-Off Rule [Online]. 2015. Available from: <https://www.consumer.ftc.gov/blog/2015/08/door-door-sales-and-ftcs-cooling-rule> [19 February,2018]

Commission of the European Communities. Directive of the European Parliament and of the Council on Consumer Rights [Online]. 2008. Available from: https://europa.eu/youreurope/citizens/consumers/shopping/guarantees-returns/index_en.htm [February 17, 2018]

- Commissioner of Law Revision. Laws of Malaysia , Act 500 , Direct Sales Act 1993.
 [Online]. 2011. Available from:
<http://www.agc.gov.my/agcportal/uploads/files/Publications/LOM/EN/Act%20500%20-%20Direct%20Sales%20and%20Anti-Pyramid%20Scheme%20Act%201993.pdf> [February 17, 2018]
- Consumer Affairs Agency and the Consumer Commission. Act on Specified Commercial Transactions of Japan, Act No. 57 of June 4, 1976 [Online]. 1976. Available from:
http://www.japaneselawtranslation.go.jp/law/detail_main?re=02&ia=03&vm=02&id=2065 [17 February,2018]
- Department for business innovation and skill. The Consumer Contracts (Information, Cancellation and Additional Payments) Regulations 2013. Part 3: Right to cancel. [Online] Accessed: 1 May, 2018. Available from:
https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/226625/bis-13-1111-the-consumer-contracts-information-cancellation-and-additional-payments-regulations-2013.pdf
- Glen Stephenson. Getting Caught up in Pyramid Schemes, [Online] 2014. Available from: <http://www.monsterpiggybank.com/getting-caught-up-in-pyramid-schemes/> [13February,2018]
- Osaka City, C. A. B., Consumers 'Center,. If You Become a Victim... [Online]. 2018. Available from:
<http://www.city.osaka.lg.jp/contents/wdu020/lnet/eng/02.html> [17 February,2018]
- Peter Ong. The Consumer Protection (Fair Trading) Act (CPTFA) Singapore Legal Advice, "Part 4: Effect of Cancellation of contract," [Online] Accessed: 17 February,2018. Updated: 31st July 2009. Available from:
<https://sso.agc.gov.sg/SL/CPFTA2003-S65-2009?DocDate=20161208#pr5->

Singapore Legal Advice, T. C. P. F. T. A. C. Unfair Sale Practices, Cooling Periods, and the Right to Cancel Contracts [Online]. Available from:

<https://singaporelegaladvice.com/law-articles/unfair-sale-practices-cooling-periods-right-cancel-contracts-consumer-protection-fair-trading-act/> [19

February,2018]

UK Consumer Rights Act 2015. Consumer Contracts for Goods, Digital Content and Services". 2015 C.15 [Online]. Available from: :

<http://www.legislation.gov.uk/ukpga/2015/15/enacted> [18 February ,2018]

ภาคผนวก

ආච්ඡේදය ඊ.

DIRECTIVE OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL
on consumer rights

https://europa.eu/youreurope/citizens/consumers/shopping/guarantees-returns/index_en.htm

Chapter III

Consumer information and withdrawal right for distance and off-premises contracts

Article 8

Scope

This Chapter shall apply to distance and off-premises contracts.

Article 9

Information requirements for distance and off-premises contracts

As regards distance or off-premises contracts, the trader shall provide the following information which shall form an integral part of the contract:

- (a) the information referred to in Articles 5 and 7 and, by way of derogation from Article 5(1)(d), the arrangements for payment, delivery and performance in all cases;
- (b) where a right of withdrawal applies, the conditions and procedures for exercising that right in accordance with Annex I;
- (c) if different from his geographical address, the geographical address of the place of business of the trader (and where applicable that of the trader on whose behalf he is acting) where the consumer can address any complaints;
- (d) the existence of codes of conduct and how they can be obtained, where applicable;
- (e) the possibility of having recourse to an amicable dispute settlement, where applicable;
- (f) that the contract will be concluded with a trader and as a result that the consumer will benefit from the protection afforded by this Directive.

Article 10

Formal requirements for off-premises contracts

1. With respect to off-premises contracts, the information provided for in Article 9 shall be given in the order form in plain and intelligible language and be legible. The order form shall include the standard withdrawal form set out in Annex I(B).

2. An off-premises contract shall only be valid if the consumer signs an order form and in cases where the order form is not on paper, receives a copy of the order form on another durable medium.
3. Member States shall not impose any formal requirements other than those provided for in paragraphs 1 and 2.

Article 11

Formal requirements for distance contracts

1. With respect to distance contracts, the information provided for in Article 9(a) shall be given or made available to the consumer prior to the conclusion of the contract, in plain and intelligible language and be legible, in a way appropriate to the means of distance communication used.
2. If the trader makes a telephone call to the consumer with a view to concluding a distance contract, he shall disclose his identity and the commercial purpose of the call at the beginning of the conversation with the consumer.
3. If the contract is concluded through a medium which allows limited space or time to display the information, the trader shall provide at least the information regarding the main characteristics of the product and the total price referred to in Articles 5(1)(a) and (c) on that particular medium prior to the conclusion of such a contract. The other information referred to in Articles 5 and 7 shall be provided by the trader to the consumer in an appropriate way in accordance with paragraph 1.
4. The consumer shall receive confirmation of all the information referred to in Article 9(a) to (f), on a durable medium, in reasonable time after the conclusion of any distance contract, and at the latest at the time of the delivery of the goods or when the performance of the service has begun, unless the information has already been given to the consumer prior to the conclusion of any distance contract on a durable medium.
5. Member States shall not impose any formal requirements other than those provided for in paragraphs 1 to 4.

Article 12

Length and starting point of the withdrawal period

1. The consumer shall have a period of fourteen days to withdraw from a distance or off-premises contract, without giving any reason.
2. In the case of an off-premises contract, the withdrawal period shall begin from the day when the consumer signs the order form or in cases where the order form is not

on paper, when the consumer receives a copy of the order form on another durable medium.

In the case of a distance contract for the sale of goods, the withdrawal period shall begin from the day on which the consumer or a third party other than the carrier and indicated by the consumer acquires the material possession of each of the goods ordered.

In the case of a distance contract for the provision of services, the withdrawal period shall begin from the day of the conclusion of the contract.

3. The deadline referred to in paragraph 1 is met if the communication concerning the exercise of the right of withdrawal is sent by the consumer before the end of that deadline.

4. The Member States shall not prohibit the parties from performing their obligations under the contract during the withdrawal period.

Article 13

Omission of information on the right of withdrawal

If the trader has not provided the consumer with the information on the right of withdrawal in breach of Articles 9(b), 10(1) and 11(4), the withdrawal period shall expire three months after the trader has fully performed his other contractual obligations.

Article 14

Exercise of the right of withdrawal

1. The consumer shall inform the trader of his decision to withdraw on a durable medium either in a statement addressed to the trader drafted in his own words or using the standard withdrawal form as set out in Annex I(B).

Member States shall not provide for any other formal requirements applicable to this standard withdrawal form.

2. For distance contracts concluded on the Internet, the trader may, in addition to the possibilities referred to in paragraph 1, give the option to the consumer to electronically fill in and submit the standard withdrawal form on the trader's website. In that case the trader shall communicate to the consumer an acknowledgement of receipt of such a withdrawal by email without delay.

Article 15

Effects of withdrawal

The exercise of the right of withdrawal shall terminate the obligations of the parties:

- (a) to perform the distance or off-premises contract, or
- (b) to conclude an off-premises contract, in cases where an offer was made by the consumer.

Article 16

Obligations of the trader in case of withdrawal

1. The trader shall reimburse any payment received from the consumer within thirty days from the day on which he receives the communication of withdrawal.
2. For sales contracts, the trader may withhold the reimbursement until he has received or collected the goods back, or the consumer has supplied evidence of having sent back the goods, whichever is the earliest.

Article 17

Obligations of the consumer in case of withdrawal

1. For sales contracts for which the material possession of the goods has been transferred to the consumer or at his request, to a third party before the expiration of the withdrawal period, the consumer shall send back the goods or hand them over to the trader or to a person authorized by the trader to receive them, within fourteen days from the day on which he communicates his withdrawal to the trader, unless the trader has offered to collect the goods himself.

The consumer shall only be charged for the direct cost of returning the goods unless the trader has agreed to bear that cost.

2. The consumer shall only be liable for any diminished value of the goods resulting from the handling other than what is necessary to ascertain the nature and functioning of the goods. He shall not be liable for diminished value where the trader has failed to provide notice of the withdrawal right in accordance with Article 9(b). For service contracts subject to a right of withdrawal, the consumer shall bear no cost for services performed, in full or in part, during the withdrawal period.

Article 18

Effects of the exercise of the right of withdrawal on ancillary contracts

1. Without prejudice to Article 15 of Directive 2008/48/EC, if the consumer exercises his right of withdrawal from a distance or an off-premises contract in accordance with Articles 12 to 17, any ancillary contracts shall be automatically terminated, without any costs for the consumer.

2. The Member States shall lay down detailed rules on the termination of such contracts.

Article 19

Exceptions from the right of withdrawal

1. In respect of distance contracts, the right of withdrawal shall not apply as regards the following:

- (a) services where performance has begun, with the consumer's prior express consent, before the end of the fourteen day period referred to in Article 12;
- (b) the supply of goods or services for which the price is dependent on fluctuations in the financial market which cannot be controlled by the trader;
- (c) the supply of goods made to the consumer's specifications or clearly personalized or which are liable to deteriorate or expire rapidly;
- (d) the supply of wine, the price of which has been agreed upon at the time of the conclusion of the sales contract, the delivery of which can only take place beyond the time-limit referred to in Article 22(1) and the actual value of which is dependent on fluctuations in the market which cannot be controlled by the trader;
- (e) the supply of sealed audio or video recordings or computer software which were unsealed by the consumer;
- (f) the supply of newspapers, periodicals and magazines;
- (g) gaming and lottery services;
- (h) contracts concluded at an auction.

2. In respect of off-premises contracts, the right of withdrawal shall not apply as regards the following:

- (a) contracts for the supply of foodstuffs, beverages or other goods intended for current consumption in the household, selected in advance by the consumer by means of distance communication and physically supplied to the consumer's home, residence or workplace by the trader who usually sells such goods on his own business premises;
- (b) contracts for which the consumer, in order to respond to an immediate emergency, has requested the immediate performance of the contract by the trader; if, on this occasion, the trader provides or sells additional services or goods other than those which are strictly necessary to meet the immediate emergency of the consumer, the right of withdrawal shall apply to those additional services or goods;

(c) contracts for which the consumer has specifically requested the trader, by means of distance communication, to visit his home for the purpose of repairing or performing maintenance upon his property; if on this occasion, the trader provides services in addition to those specifically requested by the consumer or goods other than replacement parts necessarily used in performing the maintenance or in making the repairs, the right of withdrawal shall apply to those additional services or goods.

3. The parties may agree not to apply paragraphs 1 and 2.

Article 20

Excluded distance and off-premises contracts

1. Articles 8 to 19 shall not apply to distance and off-premises contracts:

(a) for the sale of immovable property or relating to other immovable property rights, except for rental and works relating to immovable property;

(b) concluded by means of automatic vending machines or automated commercial premises;

(c) concluded with telecommunications operators through public payphones for their use;

(d) for the supply of foodstuffs or beverages by a trader on frequent and regular rounds in the neighbourhood of his business premises.

2. Articles 8 to 19 shall not apply to off-premises contracts relating to:

(a) insurance,

(b) financial services whose price depends on fluctuations in the financial market outside the trader's control, which may occur during the withdrawal period, as defined in Article 6(2)(a) of Directive 2002/65/EC¹⁶ and

(c) credit which falls within the scope of Directive 2008/48/EC.

3. Articles 8 to 19 shall not apply to distance contracts for the provision of accommodation, transport, car rental services, catering or leisure services as regards contracts providing for a specific date or period of performance.

ภาคผนวก ข.

Consumer Rights Act 2015 UK

<http://www.legislation.gov.uk/ukpga/2015/15/enacted>

PART 1

CONSUMER CONTRACTS FOR GOODS, DIGITAL CONTENT AND SERVICES

Chapter 2

Goods

20 Right to reject

(1)The short-term right to reject is subject to section 22.

(2)The final right to reject is subject to section 24.

(3)The right to reject under section 19(6) is not limited by those sections.

(4)Each of these rights entitles the consumer to reject the goods and treat the contract as at an end, subject to subsections (20)and (21).

(5)The right is exercised if the consumer indicates to the trader that the consumer is rejecting the goods and treating the contract as at an end.

(6)The indication may be something the consumer says or does, but it must be clear enough to be understood by the trader.

(7)From the time when the right is exercised—

(a)the trader has a duty to give the consumer a refund, subject to subsection (18), and

(b)the consumer has a duty to make the goods available for collection by the trader or (if there is an agreement for the consumer to return rejected goods) to return them as agreed.

(8)Whether or not the consumer has a duty to return the rejected goods, the trader must bear any reasonable costs of returning them, other than any costs incurred by the consumer in returning the goods in person to the place where the consumer took physical possession of them.

(9)The consumer's entitlement to receive a refund works as follows.

(10)To the extent that the consumer paid money under the contract, the consumer is entitled to receive back the same amount of money.

(11)To the extent that the consumer transferred anything else under the contract, the consumer is entitled to receive back the same amount of what the consumer transferred, unless subsection (12) applies.

(12)To the extent that the consumer transferred under the contract something for which the same amount of the same thing cannot be substituted, the consumer is entitled to receive back in its original state whatever the consumer transferred.

(13) If the contract is for the hire of goods, the entitlement to a refund extends only to anything paid or otherwise transferred for a period of hire that the consumer does not get because the contract is treated as at an end.

(14) If the contract is a hire-purchase agreement or a conditional sales contract and the contract is treated as at an end before the whole of the price has been paid, the entitlement to a refund extends only to the part of the price paid.

(15) A refund under this section must be given without undue delay, and in any event within 14 days beginning with the day on which the trader agrees that the consumer is entitled to a refund.

(16) If the consumer paid money under the contract, the trader must give the refund using the same means of payment as the consumer used, unless the consumer expressly agrees otherwise.

(17) The trader must not impose any fee on the consumer in respect of the refund.

(18) There is no entitlement to receive a refund—

(a) if none of subsections (10) to (12) applies,

(b) to the extent that anything to which subsection (12) applies cannot be given back in its original state, or

(c) where subsection (13) applies, to the extent that anything the consumer transferred under the contract cannot be divided so as to give back only the amount, or part of the amount, to which the consumer is entitled.

(19) It may be open to a consumer to claim damages where there is no entitlement to receive a refund, or because of the limits of the entitlement, or instead of a refund.

(20) Subsection (21) qualifies the application in relation to England and Wales and Northern Ireland of the rights mentioned in subsections (1) to (3) where—

(a) the contract is a severable contract,

(b) in relation to the final right to reject, the contract is a contract for the hire of goods, a hire-purchase agreement or a contract for transfer of goods, and

(c) section 26(3) does not apply.

(21) The consumer is entitled, depending on the terms of the contract and the circumstances of the case—

(a) to reject the goods to which a severable obligation relates and treat that obligation as at an end (so that the entitlement to a refund relates only to what the consumer paid or transferred in relation to that obligation), or

(b) to exercise any of the rights mentioned in subsections (1) to (3) in respect of the whole contract.

21 Partial rejection of goods

(1) If the consumer has any of the rights mentioned in section 20(1) to (3), but does not reject all of the goods and treat the contract as at an end, the consumer—

- (a) may reject some or all of the goods that do not conform to the contract, but
- (b) may not reject any goods that do conform to the contract.

(2) If the consumer is entitled to reject the goods in an instalment, but does not reject all of those goods, the consumer—

- (a) may reject some or all of the goods in the instalment that do not conform to the contract, but
- (b) may not reject any goods in the instalment that do conform to the contract.

(3) If any of the goods form a commercial unit, the consumer cannot reject some of those goods without also rejecting the rest of them.

(4) A unit is a “commercial unit” if division of the unit would materially impair the value of the goods or the character of the unit.

(5) The consumer rejects goods under this section by indicating to the trader that the consumer is rejecting the goods.

(6) The indication may be something the consumer says or does, but it must be clear enough to be understood by the trader.

(7) From the time when a consumer rejects goods under this section—

(a) the trader has a duty to give the consumer a refund in respect of those goods (subject to subsection (10)), and

(b) the consumer has a duty to make those goods available for collection by the trader or (if there is an agreement for the consumer to return rejected goods) to return them as agreed.

(8) Whether or not the consumer has a duty to return the rejected goods, the trader must bear any reasonable costs of returning them, other than any costs incurred by the consumer in returning those goods in person to the place where the consumer took physical possession of them.

(9) Section 20(10) to (17) apply to a consumer’s right to receive a refund under this section (and in section 20(13) and (14) references to the contract being treated as at an end are to be read as references to goods being rejected).

(10) That right does not apply—

(a) if none of section 20(10) to (12) applies,

(b) to the extent that anything to which section 20(12) applies cannot be given back in its original state, or

(c) to the extent that anything the consumer transferred under the contract cannot be divided so as to give back only the amount, or part of the amount, to which the consumer is entitled.

(11) It may be open to a consumer to claim damages where there is no right to receive a refund, or because of the limits of the right, or instead of a refund.

(12) References in this section to goods conforming to a contract are to be read in accordance with section 19(1) and (2), but they also include the goods conforming to the terms described in section 17.

(13) Where section 20(21)(a) applies the reference in subsection (1) to the consumer treating the contract as at an end is to be read as a reference to the consumer treating the severable obligation as at an end.

22 Time limit for short-term right to reject

(1) A consumer who has the short-term right to reject loses it if the time limit for exercising it passes without the consumer exercising it, unless the trader and the consumer agree that it may be exercised later.

(2) An agreement under which the short-term right to reject would be lost before the time limit passes is not binding on the consumer.

(3) The time limit for exercising the short-term right to reject (unless subsection (4) applies) is the end of 30 days beginning with the first day after these have all happened—

(a) ownership or (in the case of a contract for the hire of goods, a hire-purchase agreement or a conditional sales contract) possession of the goods has been transferred to the consumer,

(b) the goods have been delivered, and

(c) where the contract requires the trader to install the goods or take other action to enable the consumer to use them, the trader has notified the consumer that the action has been taken.

(4) If any of the goods are of a kind that can reasonably be expected to perish after a shorter period, the time limit for exercising the short-term right to reject in relation to those goods is the end of that shorter period (but without affecting the time limit in relation to goods that are not of that kind).

(5) Subsections (3) and (4) do not prevent the consumer exercising the short-term right to reject before something mentioned in subsection (3)(a), (b) or (c) has happened.

(6) If the consumer requests or agrees to the repair or replacement of goods, the period mentioned in subsection (3) or (4) stops running for the length of the waiting period.

(7) If goods supplied by the trader in response to that request or agreement do not conform to the contract, the time limit for exercising the short-term right to reject is then either—

(a) 7 days after the waiting period ends, or

(b) if later, the original time limit for exercising that right, extended by the waiting period.

(8) The waiting period—

- (a) begins with the day the consumer requests or agrees to the repair or replacement of the goods, and
- (b) ends with the day on which the consumer receives goods supplied by the trader in response to the request or agreement.

23 Right to repair or replacement

- (1) This section applies if the consumer has the right to repair or replacement (see section 19(3) and (4)).
- (2) If the consumer requires the trader to repair or replace the goods, the trader must—
 - (a) do so within a reasonable time and without significant inconvenience to the consumer, and
 - (b) bear any necessary costs incurred in doing so (including in particular the cost of any labour, materials or postage).
- (3) The consumer cannot require the trader to repair or replace the goods if that remedy (the repair or the replacement)—
 - (a) is impossible, or
 - (b) is disproportionate compared to the other of those remedies.
- (4) Either of those remedies is disproportionate compared to the other if it imposes costs on the trader which, compared to those imposed by the other, are unreasonable, taking into account—
 - (a) the value which the goods would have if they conformed to the contract,
 - (b) the significance of the lack of conformity, and
 - (c) whether the other remedy could be effected without significant inconvenience to the consumer.
- (5) Any question as to what is a reasonable time or significant inconvenience is to be determined taking account of—
 - (a) the nature of the goods, and
 - (b) the purpose for which the goods were acquired.
- (6) A consumer who requires or agrees to the repair of goods cannot require the trader to replace them, or exercise the short-term right to reject, without giving the trader a reasonable time to repair them (unless giving the trader that time would cause significant inconvenience to the consumer).
- (7) A consumer who requires or agrees to the replacement of goods cannot require the trader to repair them, or exercise the short-term right to reject, without giving the trader a reasonable time to replace them (unless giving the trader that time would cause significant inconvenience to the consumer).
- (8) In this Chapter, “repair” in relation to goods that do not conform to a contract, means making them conform.

ภาคผนวก ค.

The Consumer Contracts (Information, Cancellation and Additional Payments) Regulations 2013

Part 3: Right to cancel

https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/226625/bis-13-1111-the-consumer-contracts-information-cancellation-and-additional-payments-regulations-2013.pdf

Application of Part 3

26.—(1) This Part applies to distance and off-premises contracts between a trader and a consumer, subject to paragraphs (2) and (3) and regulations 6 and 27.

(2) This Part does not apply to contracts to the extent that they are—

(a) for the supply of a medicinal product by administration by a prescriber, or under a prescription or directions given by a prescriber;

(b) for the supply of a product by a health care professional or a person included in a relevant list, under arrangements for the provision of services as part of the health service, where the product is one that, at least in some circumstances is available under such arrangements free or on prescription;

(c) for passenger transport services.

(3) This Part does not apply to off-premises contracts under which the payment to be made by the consumer is not more than £42.

(4) In paragraph (2)(a) and (b), expressions defined in regulation 7(5) have the meaning given there.

Limits of application: circumstances excluding cancellation

27.—(1) This Part does not apply as regards the following—

(a) the supply of—

(i) goods, or

(ii) services, other than provision of water, gas, electricity or district heating, for which the price is dependent on fluctuations in the financial market which cannot be controlled by the trader and which may occur within the cancellation period;

(b) the supply of non-prefabricated goods that are made on the basis of an individual choice of or decision by the consumer, or of goods that are clearly personalised;

(c) the supply of goods which are liable to deteriorate or expire rapidly;

(d) the supply of alcoholic beverages, where—

(i) their price has been agreed at the time of the conclusion of the sales contract,

- (ii) delivery of them can only take place after 30 days, and
 - (iii) their value is dependent on fluctuations in the market which cannot be controlled by the trader;
 - (e) contracts where the consumer has specifically requested a visit from the trader for the purpose of carrying out urgent repairs or maintenance;
 - (f) the supply of a newspaper, periodical or magazine with the exception of subscription contracts for the supply of such publications;
 - (g) contracts concluded at a public auction;
 - (h) the provision of accommodation, transport of goods, vehicle rental services, catering or services related to leisure activities, if the contract provides for a specific date or period of performance.
- (2) Sub-paragraph (e) of paragraph (1) does not prevent this Part applying to a contract for—
- (a) services in addition to the urgent repairs or maintenance requested, or
 - (b) goods other than replacement parts necessarily used in making the repairs or carrying out the maintenance,
- if the trader provides them on the occasion of a visit such as is mentioned in that sub-paragraph.
- (3) The rights conferred by this Part cease to be available in the following circumstances—
- (a) in the case of a contract for the supply of sealed goods which are not suitable for return due to health protection or hygiene reasons, if they are unsealed after delivery;
 - (b) in the case of a contract for the supply of sealed audio or sealed video recordings or sealed computer software, if the goods are unsealed after delivery;
 - (c) in the case of any sales contract, if the goods are, according to their nature, inseparably mixed with other items after delivery.

Right to cancel

- 28.—(1) The consumer may cancel a distance or off-premises contract at any time in the cancellation period without giving any reason, and without incurring any costs other than any under these provisions—
- (a) regulation 33(3) (enhanced delivery chosen by consumer);
 - (b) regulation 33(9) (value of goods diminished by consumer handling);
 - (c) regulation 34(5) (goods returned by consumer);
 - (d) regulation 35(4) (service provided at consumer's request).
- (2) The cancellation period begins when the contract is entered into and ends in accordance with regulation 29 or 30.
- (3) Paragraph (1) does not affect the consumer's right to withdraw an offer made by the

consumer to enter into a distance or off-premises contract, at any time before the contract is entered into, without giving any reason and without incurring any costs.

Normal cancellation period

29.—(1) The cancellation period ends as follows, unless regulation 30 applies.

(2) If the contract is—

(a) a service contract, or

(b) a contract for the supply of digital content which is not supplied on a tangible medium, the cancellation period ends at the end of 14 days after the day on which the contract is entered into.

(3) If the contract is a sales contract and none of paragraphs (4) to (6) applies, the cancellation period ends at the end of 14 days after the day on which the goods come into the physical possession of—

(a) the consumer, or

(b) a person, other than the carrier, identified by the consumer to take possession of them.

(4) If the contract is a sales contract under which multiple goods are ordered by the consumer in one order but some are delivered on different days, the cancellation period ends at the end of 14 days after the day on which the last of the goods come into the physical possession of—

(a) the consumer, or

(b) a person, other than the carrier, identified by the consumer to take possession of them.

(5) If the contract is a sales contract under which goods consisting of multiple lots or pieces of something are delivered on different days, the cancellation period ends at the end of 14 days after the day on which the last of the lots or pieces come into the physical possession of—

(a) the consumer, or

(b) a person, other than the carrier, identified by the consumer to take possession of them.

(6) If the contract is a sales contract for regular delivery of goods during a defined period of more than one day, the cancellation period ends at the end of 14 days after the day on which the first of the goods come into the physical possession of—

(a) the consumer, or

(b) a person, other than the carrier, identified by the consumer to take possession of them.

Cancellation period extended for breach of information requirement

30.—(1) This regulation applies if the trader does not provide the consumer with the information on the right to cancel required by paragraph (l) of Schedule 2, in accordance with Part 2.

(2) If the trader provides the consumer with that information in the period of 12 months

beginning with the first day of the 14 days mentioned in regulation 29 (2) to (6), but otherwise in accordance with Part 2, the cancellation period ends at the end of 14 days after the consumer receives the information.

(3) Otherwise the cancellation period ends at the end of 12 months after the day on which it would have ended under regulation 29.

Exercise of the right to withdraw or cancel

31.—(1) To withdraw an offer to enter into a distance or off-premises contract, the consumer must inform the trader of the decision to withdraw it.

(2) To cancel a contract under regulation 28(1), the consumer must inform the trader of the decision to cancel it.

(3) To inform the trader under paragraph (2) the consumer may either—

(a) use a form following the model cancellation form in part B of Schedule 3, or

(b) make any other clear statement setting out the decision to cancel the contract.

(4) If the trader gives the consumer the option of filling in and submitting such a form or other statement on the trader's website—

(a) the consumer need not use it, but

(b) if the consumer does, the trader must communicate to the consumer an acknowledgement of receipt of the cancellation on a durable medium without delay.

(5) Where the consumer informs the trader under paragraph (2) by sending a communication, the consumer is to be treated as having cancelled the contract in the cancellation period if the communication is sent before the end of the period.

(6) In case of dispute it is for the consumer to show that the contract was cancelled in the cancellation period in accordance with this regulation.

Effect of withdrawal or cancellation

32.—(1) If a contract is cancelled under regulation 28(1)—

(a) the cancellation ends the obligations of the parties to perform the contract, and

(b) regulations 33 to 37 apply.

(2) Regulation 37 also applies if the consumer withdraws an offer to enter into an off-premises or distance contract.

Reimbursement by trader in the event of withdrawal or cancellation

33.—(1) The trader must reimburse all payments, other than payments for delivery, received from the consumer, subject to paragraph (9).

(2) The trader must reimburse any payment for delivery received from the consumer, unless the

consumer expressly chose a kind of delivery costing more than the least expensive common and generally acceptable kind of delivery offered by the trader.

(3) In that case, the trader must reimburse any payment for delivery received from the consumer up to the amount the consumer would have paid if the consumer had chosen the least expensive common and generally acceptable kind of delivery offered by the trader.

(4) Reimbursement must be without undue delay, and in any event not later than the time specified in paragraph (5) or (6).

(5) If the contract is a sales contract and the trader has not offered to collect the goods, the time is the end of 14 days after—

(a) the day on which the trader receives the goods back, or

(b) if earlier, the day on which the consumer supplies evidence of having sent the goods back.

(6) Otherwise, the time is the end of 14 days after the day on which the trader is informed of the consumer's decision to withdraw the offer or cancel the contract, in accordance with regulation 31.

(7) The trader must make the reimbursement using the same means of payment as the consumer used for the initial transaction, unless the consumer has expressly agreed otherwise.

(8) The trader must not impose any fee on the consumer in respect of the reimbursement.

(9) If (in the case of a sales contract) the value of the goods is diminished by any amount as a result of handling of the goods by the consumer beyond what is necessary to establish the nature, characteristics and functioning of the goods, the trader may recover that amount from the consumer, up to the contract price.

(10) An amount that may be recovered under paragraph (9)—

(a) may be deducted from the amount to be reimbursed under paragraph (1);

(b) otherwise, must be paid by the consumer to the trader.

(11) Paragraph (9) does not apply if the trader has failed to provide the consumer with the information on the right to cancel required by paragraph (l) of Schedule 2, in accordance with Part 2.

(12) For the purposes of paragraph (9) handling is beyond what is necessary to establish the nature, characteristics and functioning of the goods if, in particular, it goes beyond the sort of handling that might reasonably be allowed in a shop.

Return of goods in the event of cancellation

34.—(1) Where a sales contract is cancelled under regulation 28(1), it is the trader's responsibility to collect the goods if—

- (a) the trader has offered to collect them, or
- (b) in the case of an off-premises contract, the goods were delivered to the consumer's home when the contract was entered into and could not, by their nature, normally be returned by post.
- (2) If it is not the trader's responsibility under paragraph (1) to collect the goods, the consumer must—
 - (a) send them back, or
 - (b) hand them over to the trader or to a person authorised by the trader to receive them.
- (3) The address to which goods must be sent under paragraph (2)(a) is—
 - (a) any address specified by the trader for sending the goods back;
 - (b) if no address is specified for that purpose, any address specified by the trader for the consumer to contact the trader;
 - (c) if no address is specified for either of those purposes, any place of business of the trader.
- (4) The consumer must send off the goods under paragraph (2)(a), or hand them over under paragraph (2)(b), without undue delay and in any event not later than 14 days after the day on which the consumer informs the trader as required by regulation 31(2).
- (5) The consumer must bear the direct cost of returning goods under paragraph (2), unless—
 - (a) the trader has agreed to bear those costs, or
 - (b) the trader failed to provide the consumer with the information about the consumer bearing those costs, required by paragraph (m) of Schedule 2, in accordance with Part 2.
- (6) The consumer—
 - (a) is not required to bear any other cost of returning goods under paragraph (2), and
 - (b) is not required to bear any cost of collecting of goods under paragraph (1).

Provision of service in cancellation period

- 35.—(1) Under a service contract, the trader must not begin the supply of the service before the end of the cancellation period provided for in regulation 29(1) unless the consumer has made an express request on a durable medium.
- (2) In the case of a service other than provision of water, gas, electricity or district heating, the consumer ceases to have the right to cancel a service contract under regulation 28(1) if the service has been fully performed, and performance of the service began—
- (a) after a request by the consumer in accordance with paragraph (1), and
 - (b) with the acknowledgement that the consumer would lose that right once the contract had been fully performed by the trader.
- (3) Paragraphs (4) to (6) apply where a contract is cancelled under regulation 28(1) and a service

has been provided in the cancellation period.

(4) Where the service is provided in response to a request in accordance with paragraph (1), the consumer must (subject to paragraph (6)) pay to the trader an amount—

(a) for the provision of the service for the period for which it is provided, ending with a day not later than the last day before the trader is informed of the consumer's decision to cancel the contract, in accordance with regulation 31(2), and

(b) which is in proportion to what has been provided, in comparison with the full coverage of the contract.

(5) The amount is to be calculated—

(a) on the basis of the total price agreed in the contract, or

(b) if the total price is excessive, on the basis of the market value of the service that has been provided, calculated by comparing prices for equivalent services provided by other traders.

(6) The consumer bears no cost for provision of the service, in full or in part, in the cancellation period, if—

(a) the trader has failed to provide the consumer with the information on the right to cancel required by paragraph (l) of Schedule 2, or the information on payment of that cost required by paragraph (n) of that Schedule, in accordance with Part 2, or

(b) the service is not provided in response to a request in accordance with paragraph (1).

Provision of digital content in cancellation period

36.—(1) Under a contract for the provision of digital content not on a tangible medium, the trader must not begin provision of the digital content before the end of the cancellation period provided for in regulation 29(1), unless—

(a) the consumer has given express consent,

(b) the consumer has acknowledged that the right to cancel the contract under regulation 28(1) will be lost, and

(c) the trader has provided the confirmation required by regulation 12(5) or 16(3).

(2) The consumer ceases to have the right to cancel such a contract under regulation 28(1) if before the end of the cancellation period provision of the digital content has begun after the consumer has given the consent and acknowledgement required by paragraph (1).

(3) Paragraph (4) applies where a contract is cancelled under regulation 28(1) and digital content has been provided, not on a tangible medium, in the cancellation period.

(4) The consumer bears no cost for provision of the digital content, in full or in part, in the cancellation period, if—

- (a) the consumer has not given prior express consent to the beginning of the performance of the digital content before the end of the 14-day period referred to in regulation 29,
- (b) the consumer gave that consent but did not acknowledge when giving it that the right to cancel would be lost, or
- (c) the trader failed to provide confirmation required by regulation 12(5) or 16(3).

Effects of withdrawal or cancellation on ancillary contracts

37.—(1) Without prejudice to Article 15 of Directive 2008/48/EC of the European Parliament and of the Council of 23 April 2008 on credit agreements for consumers, if a consumer withdraws an offer to enter into a distance or off-premises contract, or cancels such a contract under regulation 28(1), any ancillary contracts are automatically terminated, without any costs for the consumer, other than any costs under these provisions—

- (a) regulation 33(3) (enhanced delivery chosen by consumer);
- (b) regulation 33(9) (value of goods diminished by consumer handling);
- (c) regulation 34(5) (goods returned by consumer);
- (d) regulation 35(4) (service provided at consumer's request).

(2) When a trader is informed by a consumer under regulation 31(1) or (2) of a decision to withdraw an offer or cancel a contract, the trader must inform any other trader with whom the consumer has an ancillary contract that is terminated by paragraph (1).

(3) An “ancillary contract”, in relation to a distance or off-premises contract (the “main contract”), means a contract by which the consumer acquires goods or services related to the main contract, where those goods are supplied or those services are provided—

- (a) by the trader, or
- (b) by a third party on the basis of an arrangement between the third party and the trader.

(4) Regulation 6(1)(b) (exclusion of financial services contracts) does not limit the contracts that are ancillary contracts for the purposes of this regulation.

ภาคผนวก ง.

FEDERAL TRADE COMMISSION 16 CFR Part 429

Trade Regulation Rule Concerning Cooling-Off Period for Sales Made at Homes or at Certain Other Locations

PART 429—RULE CONCERNING COOLING-OFF PERIOD FOR SALES MADE AT HOME AND OTHER LOCATIONS

(a) Door-to-Door Sale—A sale, lease, or rental of consumer goods or services in which the seller or his representative personally solicits the sale, including those in response to or following an invitation by the buyer, and the buyer's agreement or offer to purchase is made at a place other than the place of business of the seller (e.g., sales at the buyer's residence or at facilities rented on a temporary or short-term basis, such as hotel or motel rooms, convention centers, fairgrounds and restaurants, or sales at the buyer's workplace or in dormitory lounges), and which has a purchase price of \$25 or more if the sale is made at the buyer's residence or a purchase price of \$130 or more if the sale is made at locations other than the buyer's residence, whether under single or multiple contracts.

The Federal Trade Commission has approved a [final amendment to its Cooling-Off Rule](#) that increases the exclusionary limit for certain “door-to-door” sales. The Cooling-Off Rule previously provided that it is unfair and deceptive for sellers engaged in “door-to-door” sales valued at more than \$25 to fail to provide consumers with disclosures regarding their right to cancel the sales contract within three business days of the transaction.

Under the final rule, the revised definition of “door-to-door sales” distinguishes between sales at a buyer's residence and those at other locations. The revised definition retains coverage for sales made at a buyer's residence that have a purchase price of \$25 or more, and it increases the purchase price to \$130 or more for all other covered sales at temporary locations.

In retaining the \$25 limit for in-home sales, the Commission stated that the rulemaking record reflected significant concern about high-pressure sales tactics and deception that can occur during in-home solicitations. Because the sellers' practices did not appear to be as problematic when sales were made away from consumers' homes, the Commission concluded that raising the value to \$130 for those sales would reduce compliance burdens for sellers while still protecting consumers who make purchases from sellers located in temporary locations.

The final rule amendment follows [the Commission's December 2012 notice proposing to increase the \\$25 limit](#) to \$130 to account for inflation. Friday, January 9, 2015

ภาคผนวก จ.

The Consumer Protection (Fair Trading) Act (CPTFA) Singapore Legal Advice, "Unfair Sale Practices, Cooling Periods, and the Right to Cancel Contracts"

<https://singaporelegaladvice.com/law-articles/unfair-sale-practices-cooling-periods-right-cancel-contracts-consumer-protection-fair-trading-act/>

PART 4

EFFECT OF CANCELLATION OF CONTRACT, ETC.

Effect of cancellation of contract

5.—(1) Where a contract is cancelled under regulation 4 or section 9(12) of the Act

- (a) the contract shall cease to be enforceable;
- (b) any sum which the consumer has paid under or in contemplation of the contract to the supplier, or to any person who is the agent of the supplier for the purpose of receiving that sum, shall be repaid to the consumer by the supplier within 60 days after the consumer has given notice of cancellation of the contract to the supplier;
- (c) the consumer or any person on his behalf shall have a lien on any goods in the possession of the consumer or any person on his behalf for any sum payable to the consumer under subparagraph (b) or paragraph (2)(b);
- (d) any security which the consumer has provided in relation to the contract shall be treated as not having had effect and any property lodged with the supplier solely for the purposes of the security shall be returned by the supplier within 60 days after the consumer has given notice of cancellation of the contract to the supplier;
- (e) subject to regulations 6 and 7, no sum or other consideration may be recovered by or on behalf of the supplier from the consumer in respect of the contract; and
- (f) any other contract arranged by the supplier and entered into by the consumer for the purposes of the contract prior to the cancellation shall not be enforceable against the consumer.

(2) In the case of a trade-in arrangement, if the contract is cancelled under regulation 4 or section 9(12) of the Act, the supplier shall either —

- (a) return the goods delivered by the consumer under the trade-in arrangement to the consumer in a condition substantially the same as when they were delivered by the consumer; or
- (b) pay to the consumer a sum equal to the trade-in allowance.

(3) When a consumer recovers an amount equal to the trade-in allowance, then, if the title of the consumer to goods delivered by the consumer under the trade-in arrangement did not pass from the consumer, the title shall vest in the person entitled to the title under the trade-in arrangement.

(4) Subject to paragraph (5), the breach of any duty imposed by these Regulations on a supplier or consumer shall be actionable as a breach of statutory duty in a court.

(5) In the case of an action for a breach of duty under paragraph (1)(b), the value of the claim shall not exceed \$30,000.

(6) If, apart from these Regulations or section 9(12) of the Act, a consumer could have cancelled the contract under any rule of law or any contractual right or other arrangement with the supplier, the fact that the consumer has cancelled the contract pursuant to these Regulations or section 9(12) of the Act shall not prejudice his right to any compensation that he would have if he had cancelled the contract under that rule of law, contractual right or arrangement.

(7) In determining the amount recoverable in a claim for compensation under a right referred to in paragraph (6), the court shall take account of any compensation which has been given to the consumer in satisfaction of any claim for a breach of duty under these Regulations relating to the cancellation of the same contract.

(8) In determining the amount recoverable in a claim by a consumer for a breach of duty under these Regulations, the court shall take account of any compensation which has been given to the consumer in satisfaction of any claim for compensation referred to in paragraph (6) relating to the cancellation of the same contract.

ภาคผนวก ฉ.

Laws of Malaysia , Act 500 , Direct Sales Act 1993

<http://www.agc.gov.my/agcportal/uploads/files/Publications/LOM/EN/Act%20500%20%20-%20Direct%20Sales%20and%20Anti-Pyramid%20Scheme%20Act%201993.pdf>

PART III

DOOR-TO-DOOR SALES AND MAIL ORDER SALES

Calling at any premises for the purpose of negotiating door-to-door sales

17. (1) No person shall call at any premises for the purpose of negotiating door-to-door sales on such days and between such hours as may be prescribed.

(2) Any person who calls at any premises for the purpose of negotiating door-to-door sales shall immediately indicate the purpose of his visit before entering the premises and shall leave the premises at the request of the occupier of the premises or any person acting with the actual or implied authority of the occupier.

(3) Any person who contravenes this section shall be guilty of an offence.

Persons negotiating door-to-door sales to produce identification card and authority card

18. (1) Any person negotiating a door-to-door sale shall produce to the prospective purchaser—

(a) his national registration identification card; and

(b) his authority card which shall contain such particulars as may be prescribed.

(2) Any person who fails to produce his national registration identification card or authority card or who produces an authority card which contains any false or misleading information shall be guilty of an offence.

(3) Any person who issues any authority card which contains any false or misleading information shall be guilty of an offence.

Mail order sales

19. (1) No person shall supply or advertise for the supply of, by mail order, any goods or services except in accordance with this Act or the regulations.

(2) Any person who contravenes subsection (1) shall be guilty of an offence.

Contents of advertisement in mail order sales

20. (1) An advertisement by any person for the supply of goods or services by mail order shall contain—

(a) the name and licence number of such person;

(b) the address of such person, which address shall not be a postal box number;

(c) the telephone number of such person;

(d) a detailed description of the goods offered or services to be provided;

(e) the places and times where a sample of the goods may be inspected;

- (f) the prices of the goods or services;
- (g) the cost of delivery, if any, and the manner of delivery, of the goods; and
- (h) the time when the goods or services could be expected to be delivered or performed.

(2) Any person who contravenes subsection (1) shall be guilty of an offence.

Offence to furnish false information in advertisement

21. Any person who furnishes false or misleading information in an advertisement for the supply of goods or services by mail order shall be guilty of an offence.

Goods to be available for inspection

22. (1) A person who supplies goods by mail order shall make available a sample of such goods for the inspection of the public at such places and at such times as may be specified in the advertisement.

(2) Any person who contravenes subsection (1) shall be guilty of an offence.

PART IV

DIRECT SALES CONTRACTS

Requirements of direct sales contracts

23. (1) A contract in respect of a door-to-door sale for the supply of goods or services having such value as may be prescribed, and a contract in respect of a mail order sale—

- (a) shall be in writing;
- (b) shall contain immediately above the place provided for the signature of the purchaser the statement “THIS CONTRACT IS SUBJECT TO A COOLING-OFF PERIOD OF TEN WORKING DAYS” printed in upper case in type not smaller than 18 point Times; and
- (c) shall be signed by both the vendor and the purchaser.

(2) Where a contract in respect of a direct sale is concluded by a person authorized by the vendor, such person shall be deemed to be the vendor for the purposes of this section.

(3) A purchaser who enters into a contract to which subsection (1) applies shall be given a duplicate copy immediately after the making of such contract.

(4) Failure to comply with subsection (1) shall render the contract void.

(5) Failure to comply with subsection (3) shall render the contract voidable at the option of the purchaser.

Contents of direct sales contracts

24. (1) A contract in respect of a direct sale shall contain the following particulars:

- (a) a detailed description of the goods or services to be supplied or, if the contract provides for the carrying out of work of a specified nature, detailed particulars of such work;
 - (b) the contractual terms of the contract including the total consideration to be paid or provided by the purchaser, or if the total consideration is not ascertainable at the time the contract is made, the manner in which it is to be calculated;
 - (c) the time, place and method for payment to be made;
 - (d) the time and place for delivery of goods or for the performance of services; and
 - (e) notices in such form as may be prescribed informing the purchaser of his right to rescind the contract before the expiry of the cooling-off period.
- (2) Failure to comply with subsection (1) shall render the contract void.

PART V
COOLING-OFF PERIOD AND RESCISSION

Goods or services not to be delivered or performed during cooling-off period

25. (1) Except in a case where subsection (2) applies, no goods shall be delivered and no services shall be performed under a contract in respect of a direct sale until the cooling-off period has lapsed.
- (2) Where a purchaser, who has entered into a contract in respect of a direct sale, has served on the vendor a notice in writing requiring the vendor to deliver the goods or to perform the services at any time before the expiry of the cooling-off period, he shall be deemed to have waived his right to rescind the contract under section 26.
- (3) Notwithstanding subsection (2), no notice under that subsection shall be served on the vendor before the expiry of seventy-two hours from the time the contract was concluded.
- (4) No vendor or other person shall accept any money or other consideration from a purchaser under a contract made under this Act before the expiry of the cooling-off period.
- (5) Any vendor or other person who contravenes this section shall be guilty of an offence.

Rescission of contract

26. (1) A purchaser who has entered into a contract in respect of a direct sale may rescind the contract by serving on the vendor a notice in such form as may be prescribed at any time before the expiry of the cooling-off period indicating his intention to rescind or withdraw from the contract.
- (2) A notice referred to in subsection (1) shall be served by delivering it personally to the vendor or by sending it by registered post addressed to such vendor at the address specified in the contract.
- (3) Where a notice is posted in accordance with subsection (2), the notice shall be deemed to have been served on the vendor on the expiry of three days from the date it is posted.

Effect of rescission

27. Where a notice of rescission is given pursuant to section 26—

- (a) the contract to which it relates shall be deemed to have been rescinded by mutual consent and never to have had effect; and
- (b) any contract of guarantee relating to the contract shall be deemed never to have had effect.

ภาคผนวก ข.

Consumer Affairs Agency and the Consumer Commission, Act on Specified Commercial Transactions of Japan, Act No. 57

http://www.japaneselawtranslation.go.jp/law/detail_main?re=02&ia=03&vm=02&id=2065

(Withdrawal/Cancellation of a Contract in Door-to-Door Sales)

Article 9(1) Where a seller or Service Provider has received an offer for a sales contract for goods or Designated Rights or an offer for a Service Contract for services at a place other than a Business Office, etc. , where a seller or Service Provider has received an offer for a sales contract for goods or Designated Rights or an offer for a Service Contract for services at a Business Office, etc. and from a Specified Customer, where a seller or Service Provider has concluded a sales contract for goods or Designated Rights or a Service Contract for services at a place other than a Business Office, etc. (excluding where the seller or the Service Provider received the offer at a Business Office, etc. and concluded the sales contract or Service Contract at a place other than a Business Office, etc.), or where a seller or Service Provider has concluded a sales contract for goods or Designated Rights or a Service Contract for services at a Business Office, etc. and with a Specified Customer, the person who made the offer or the purchaser or the service recipient (hereinafter referred to as the "Purchasing Party" in this Article through Article 9-3) may withdraw the offer for a sales contract or Service Contract or cancel the sales contract or Service Contract (hereinafter referred to as "Withdrawal/Cancellation" in this Article) in writing; provided, however, that this does not apply where eight days have passed since the date on which the Purchasing Party received the document referred to in Article 5 (or from the date on which he/she received the document referred to in Article 4, if the Purchasing Party received the document under Article 4 at an earlier date than that on which he/she received the document referred to in Article 5) (if the Purchasing Party did not effect a Withdrawal/Cancellation by that time limit because he/she was under the misapprehension that information about Withdrawal/ Cancellation that the seller or the Service Provider had misrepresented to him/her, in violation of the provisions of Article 6, paragraph (1), was true, or because the Purchasing Party was overwhelmed due to the seller's or the Service Provider's use of intimidation, in violation of the provisions of paragraph (3) of the same Article, the first part of this paragraph does not apply when eight days have passed since the date on which the Purchasing Party received a document delivered thereto by the seller or the Service Provider pursuant to the provisions of ordinance of the competent ministry that contains a notice to the effect that the Purchasing Party may effect a Withdrawal/Cancellation with respect to said sales contract or Service Contract).

(2) A Withdrawal/Cancellation takes effect at the time said Withdrawal/Cancellation is set forth in writing.

(3) Where a Withdrawal/Cancellation has been effected, the seller or Service Provider may not claim damages or demand the payment of any penalty in connection with the Withdrawal/Cancellation.

(4) Where a Withdrawal/Cancellation has been effected, the seller bears the costs required for taking back or returning any goods already delivered or any rights already transferred under the sales contract.

(5) Where a Withdrawal/Cancellation has been effected for a sales contract for goods or Designated Rights or for a Service Contract, the seller or Service Provider may not demand that the Purchasing Party pay money equivalent to any profits earned through the use of the goods or through the exercise of the rights, nor may the seller or the Service Provider demand that the Purchasing Party pay consideration or any other money for services under the Service Contract, even if the goods delivered based on the sales contract have already been used, even if facilities have already been used or services have already been provided due to the exercise of the rights, and even if services have already been provided based on the Service Contract.

(6) Where a Withdrawal/Cancellation has been effected for a Service Contract, the Service Provider shall promptly return any money he/she has received in association with the Service Contract to the Purchasing Party.

(7) Where the Purchasing Party under a Service Contract or a sales contract for Designated Rights has effected the Withdrawal/Cancellation of a Service Contract or sales contract, if the existing state of the Purchasing Party's land, building, or any other structure was changed in connection with services that were to be provided under the Service Contract or the Designated Rights, the Purchasing Party may demand that the Service Provider or the seller of the Designated Rights take the necessary measures to restore it to its original state at no charge.

(8) Any special provisions of a contract that run counter to the provisions of the preceding paragraphs and that are disadvantageous to the Purchasing Party are hereby invalidated.

(Withdrawal/Cancellation of a Sales Contract, etc. for Goods of a Quantity That Considerably Exceeds What Is Normally Required, etc.)

Article 9-2(1) A Purchasing Party may withdraw an offer for a sales contract or a Service Contract that is categorized as any of the following contracts, or may cancel such a sales contract or Service Contract (hereinafter referred to as "Withdrawal/Cancellation" in this Article); provided, however, that this does not apply when there are special circumstances that make it necessary for the Purchasing Party to conclude the contract:

(i) a sales contract for goods or Designated Rights of a quantity that considerably exceeds what would normally be required in the Purchasing Party's daily life or a Service Contract for the

Purchasing Party to be provided with services of a frequency, period or quantity that considerably exceeds what would normally required in his/her daily life; and

(ii) a sales contract or Service Contract for which the seller or Service Provider has received an offer or that the seller or Service Provider has concluded with the knowledge that performing its obligations under the sales contract or Service Contract would cause the quantity of any of the Purchasing Party's goods or Designated Rights of the same kind as the goods or Designated Rights under the sales contract to considerably exceed what would normally be required in the Purchasing Party's daily life, that performing those obligations would cause the frequency, period or quantity of any services the Purchasing Party was being provided of the same kind as the services under the Service Contract to considerably exceed what would normally be required in the Purchasing Party's daily life, or with the knowledge that the quantity of any of the Purchasing Party's goods or Designated Rights of the same kind as the goods or Designated Rights under the sales contract already considerably exceeded what would normally be required in the Purchasing Party's daily life or that the frequency, period or quantity of services the Purchasing Party was being provided of the same kind as the services under the Service Contract already considerably exceeded what would normally be required in the Purchasing Party's daily life.

(2) The right under the provisions of the preceding paragraph shall be exercised within one year from the time of the conclusion of the relevant sales contract or Service Contract.

(3) The provisions of paragraphs (3) through (8) of the preceding Article apply mutatis mutandis to a Withdrawal/Cancellation under the provisions of paragraph (1). Where such is the case, the term "the preceding paragraphs" in paragraph (8) of the same Article is deemed to be replaced with "paragraphs (1) and (2) of the following Article and paragraphs (3) through (8) as applied mutatis mutandis pursuant to paragraph (3) of the same Article."

(Rescission of the Manifested Intention to Offer a Contract in Door-to-Door Sales or to Accept Such Offer)

Article 9-3(1) Where a Purchasing Party was under the misapprehension specified in each of the following items as a result of the seller or the Service Provider engaging in the conduct listed in the relevant item in soliciting the conclusion of a sales contract or a Service Contract through Door-to-Door Sales, because of which the Purchasing Party manifested his/her intention to offer a sales contract or Service Contract or to accept such offer, he/she may rescind his/her manifested intention to offer such contract or to accept such offer:

- (i) misrepresentation in violation of the provisions of Article 6, paragraph (1): the misapprehension that the information being represented was true; or
- (ii) intentional failure to disclose a fact, in violation of the provisions of Article 6, paragraph (2): the misapprehension that the relevant fact did not exist.

(2) The rescission under the provisions of the preceding paragraph of the manifested intention to offer a sales contract or Service Contract arising from Door-to-Door Sales or to accept such offer may not be duly asserted against third party without knowledge.

(3) The provisions of paragraph (1) do not preclude the application of the provisions of Article 96 of the Civil Code (Act No. 89 of 1896) to the manifestation of intention to offer a sales contract or Service Contract arising from Door-to-Door Sales prescribed in said paragraph or to accept such offer.

(4) The right to rescind under the provisions of paragraph (1) extinguishes by prescription if it is not exercised within six months from the time that a contract can be ratified. The same applies when five years have passed since the time that the relevant sales contract or Service Contract was concluded.