

CHAPTER 4

จริยธรรมและกฎระเบียบ
ที่เกี่ยวข้องกับการตลาดดิจิทัล

ความหมายของ จริยธรรม

จริยธรรม (ETHICS) ตามความหมายของพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 หมายถึง ธรรมที่เป็นข้อประพฤติปฏิบัติ ศีลธรรม กฎศีลธรรม ดังนั้น จริยธรรม หมายถึง คุณสมบัติทางความประพฤติที่สังคมมุ่งหวังให้คนในสังคมนั้นประพฤติเพื่อคงความถูกต้อง โดยไม่จำเป็นต้องเป็นกฎระเบียบ **จริยธรรมการตลาด (MARKETING ETHICS)** เป็นการนำข้อควรประพฤติปฏิบัติที่สังคมยอมรับมาใช้ในการดำเนินการตลาด ซึ่งเกิดขึ้นจากความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการธุรกิจ จริยธรรมการตลาดดิจิทัลใช้หลักการเช่นเดียวกับจริยธรรมการตลาด

หลักจริยธรรมการตลาดของสมาคมการตลาด สหรัฐอเมริกา (AMERICAN MARKETING ASSOCIATION, NDD) ที่ระบุไว้ 4 ประการ ได้แก่

▶ 1. ซื่อสัตย์

▶ 2. รับผิดชอบ

▶ 3. ยุติธรรม

▶ 4. ให้ความเคารพ



1. ความซื่อสัตย์ต่อผู้อื่น (HONESTY)

หมายถึง ความจริงใจตรงไปตรงมาในการติดต่อกับลูกค้า หุ่นส่วนธุรกิจ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ทั้งการให้ข้อมูล ข่าวสาร ข้อตกลงคุณค่าผลิตภัณฑ์ที่อ้างถึงในการส่งเสริมการตลาด ยอมรับความผิดพลาดของผลิตภัณฑ์ และยึดถือคำมั่นสัญญาทั้งทางตรงและทางอ้อมที่ให้ไว้แก่ลูกค้า หุ่นส่วนธุรกิจ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

นักการตลาดต้องส่งมอบผลิตภัณฑ์ตามที่ให้ข้อมูลแก่ลูกค้าไว้ไม่ยกยอกทริพย์ หรือการส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่ด้อยกว่าที่อวดอ้าง เช่น ขายกระเป๋าหนังแท้ แต่ส่งกระเป๋าหนังเทียมไป หรือรับเงินไว้แล้วไม่ส่ง เป็นต้น รวมถึงนักการตลาดดิจิทัลต้องไม่โฆษณาโอ้อวดเกินจริงไม่โกหก หลอกลวง สร้างความคาดหวังที่เกินไปกว่าความเป็นจริงของสินค้า



การโฆษณาสินค้าสุขภาพ อาหารเสริม หรือ เครื่องสำอางที่ชวนเชื่อเกินจริง เช่น ขว
กระจ่างใส่ได้ภายใน 3 วัน แล้วใช้การตกแต่งภาพให้เห็นการเปลี่ยนแปลงที่เกินจริง หรือ การ
จ้างหน้าม้าแสดงตัวเป็นผู้ใช้ที่ได้รับผลดีจากผลิตภัณฑ์ ถือเป็น การขาดความซื่อสัตย์ในการ
โฆษณาประชาสัมพันธ์

1. ความซื่อสัตย์ต่อผู้อื่น (HONESTY) (ต่อ)

กรณีศึกษาคดีหลอกขายของในโลกออนไลน์
โพสต์เนื้อหาการฉ้อโกงของมิจจาชีพ

ใหม่ 10 ภาพ
14 นาที · 🌐

ชาวดีคะ #ใครที่โดน 😂
#นางสาวนิตยา #เนียรประดิษฐ์ ฉอโกง. หลอก
ขายของนางโดนจับแล้วนะคะ ใครอยากเอาเรื่อง
อยากดำเนินคดี ติดต่อได้ที่ สภ ไทรงาม จ.กำแพง
เพชร นะคะ นางฉอโกงมาตั้งแต่ปี พ.ศ 60. จน
ปัจจุบันนางยังไม่เลิก. ได้แอบอ้างใช้รูปคนอื่น รวม
ตัวเอลฟ์ด้วยในการหลอกขายสินค้า ตอนแรกนางอ
ยุโคราชนางได้ย้ายไปอยู่ กำแพงเพชร
#ต้องขอบคุณ ที่.....(ขอไม่ระบุนะคะ)ที่ได้บอกที่
อยู่อาศัย
#ขอบคุณคุณตำรวจ ไทรงามที่ตามตัวได้ และต้อง
#ขอบคุณ เพื่อนพี่ และพี่ที่โดนโกง [redacted]
[redacted] ที่ ตามตัวให้ 🙏🙏🙏



2. การรับผิดชอบทางธุรกิจ (RESPONSIBILITY)

ความรับผิดชอบทางธุรกิจของการตลาดดิจิทัลที่พบมากได้แก่ ความรับผิดชอบในการส่งมอบสินค้าให้ตรงตามเวลา และวิธีการส่งสินค้าที่กำหนดไว้ในโฆษณาอย่างถูกต้องแม่นยำ ข้อมูลการจัดส่ง เช่น เลขทะเบียนพัสดุ เพื่อประโยชน์ในการติดตามสถานะพัสดुरวมถึงการรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์ภายหลังการซื้อ เช่น การรับประกันคุณภาพของสินค้าที่จัดส่ง หากมีการชำรุด หรือ สูญหาย จากการจัดส่ง LAZADA.COM รับประกันความพึงพอใจจากสินค้าที่สั่งซื้อภายใน 7 วันหลังการส่งมอบ เพื่อป้องกันการได้รับสินค้าด้วยคุณภาพหรือไม่ตรงตามแบบที่เห็น

นอกจากนี้ นักการตลาดต้องรับผิดชอบต่อผลพวงจากการใช้ผลิตภัณฑ์ รวมถึงการดำเนินการตลาดผลิตภัณฑ์แก่ผู้บริโภค ลูกค้า ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง รวมถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งนักการตลาดต้องใส่ใจพันธะสัญญาที่พึงมีต่อกลุ่มการตลาดที่ต้องปกป้อง เช่น เด็ก ผู้สูงอายุ ผู้มีรายได้น้อย หรือ ผู้ด้อยโอกาส เป็นต้น ซึ่งอาจขาดการไตร่ตรองอย่างรอบคอบต่อเทคนิคการโน้มน้าวการตลาดดิจิทัลได้



2. การรับผิดชอบทางธุรกิจ (RESPONSIBILITY) (ต่อ)

กรณีศึกษาเกมออนไลน์

เมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2561 มีผู้ปกครองหามบุตรชายอายุ 13 ปี เข้ารับการรักษาที่โรงพยาบาลน่าน หลังมีอาการปากสั่น ใจสั่น มือทำเย็น แขนขาอ่อนแรง ไม่สามารถควบคุมตัวเองได้ คาดมาจากสาเหตุเด็กชายเล่นเกมออนไลน์ทั้งวันทั้งคืนนานติดต่อกันหลายวัน ไม่พักผ่อน ไม่ทานอาหาร และน้ำ ทำให้ร่างกายขาดน้ำและสารอาหารจนเกิดภาวะร่างกายช็อก โดยผู้ปกครองเด็กชาย 13 ปี เล่าว่า ตนเองต้องออกไปขายของทั้งกลางวันและกลางคืน จึงปล่อยลูกอยู่บ้านคนเดียวเป็นประจำ และลูกชายชอบนั่งอยู่หน้าจอ และเล่นเกมแบบนั้นโดยไม่ลุกไปไหนจนติดดิน และเมื่อสัปดาห์ที่ผ่านมาเห็นลูกชายเล่นเกมต่อสู้ออนไลน์ติดต่อกันมานานกว่าสัปดาห์ จนกระทั่งในวันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2561 ที่ผ่านมา พบว่าลูกชายมีอาการลักษณะช็อก ตัวเกร็ง มือทำเย็น แขนขาอ่อนแรงไม่สามารถควบคุมตัวเองได้ จึงรีบนำส่งโรงพยาบาล ทั้งนี้แพทย์และพยาบาลตรวจรักษาพบว่าเด็กมีอาการอ่อนเพลียรุนแรง ต้องรีบให้น้ำเกลือแร่เพื่อให้ร่างกายมีแร่ธาตุ ซึ่งขณะนี้มีอาการดีขึ้นตามลำดับ แพทย์เตือนผู้ปกครองควรจำกัดเวลาการดูโทรทัศน์ เล่นเกม และใช้สมาร์ตโฟนของเด็กให้ไม่เกินวันละ 2 ชั่วโมงต่อวัน ส่วนเด็กที่อายุต่ำกว่า 2 ขวบไม่ควรให้ดูคอมพิวเตอร์และโทรทัศน์โดยเด็ดขาด ทั้งนี้เมื่อเด็กดูโทรทัศน์และสมาร์ตโฟนติดต่อกันเป็นเวลานานจะส่งผลกระทบต่อด้านลบต่อเด็กทั้งสุขภาพกาย การเรียน และพัฒนาการด้านต่างๆ นอกจากนี้ การจ้องมองจอภาพเป็นเวลานานยังมีส่วนทำลายสมองและทำให้ประสิทธิภาพเรื่องความจำถดถอย

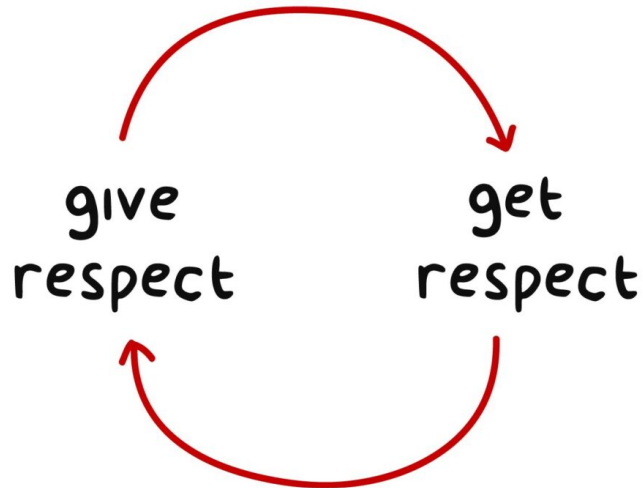
3. ความยุติธรรม (FAIRNESS)

คือ การสร้างความสมดุลระหว่างผลประโยชน์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ดังนั้นนักการตลาดต้องนำเสนอผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน โปร่งใส ไม่นำเสนอข้อมูลหลอกลวง หลีกเลี่ยงการใช้เทคนิคการขายที่หลอกลวงหรือปิดบังเพื่อนำมาให้เกิดการตัดสินใจซื้อ และบันทึกความน่าเชื่อถือ ไม่ใช้การหลอกลวงด้านราคา ล่อให้ซื้อ (PREDATORY PRICING ตั้งราคาให้สูงเกินจริง (PRICE GOUGING หรือขายลับเปลี่ยน (BAIT AND -SWITCH) นอกจากนี้ นักการตลาดต้องปกป้องข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า พนักงานและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง



4.การให้ความเคารพ (RESPECT)

นักการตลาดต้องให้ความเคารพความเป็นส่วนตัวของผู้บริโภค โดยการไม่ละเมิดข้อมูลส่วนตัว โดยการนำไปใช้ประโยชน์โดยมิชอบ หรือ นำไปขายเชิงพาณิชย์ รวมไปถึงศักยภาพของเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่เปิดโอกาสให้นักการตลาดนำข้อมูลส่วนตัวไปใช้เป็นประโยชน์ทางการตลาดมากเกินไป จนอาจทำให้ผู้บริโภคสูญเสียความไว้วางใจ



4.การให้ความเคารพ (RESPECT) (ต่อ)

กรณีศึกษาเฟซบุ๊กเบลเยียม

ศาลประเทศเบลเยียมตัดสินให้ FACEBOOK หยุดการติดตามผู้ใช้โดยมิได้ขออนุญาต ส่งผลให้ FACEBOOK ต้องลบข้อมูลที่เก็บไว้ภายหลังผลการตัดสิน การฟ้องร้องเริ่มต้นขึ้นเมื่อ กุมภาพันธ์ ค.ศ. 2018 เมื่อเกิดข้อสงสัยว่า FACEBOOK มีการเก็บรวบรวมข้อมูลการค้นหาทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งนิติกรประเทศเบลเยียมตั้งข้อสงสัยว่าอยู่ในข่ายละเมิดความเป็นส่วนตัว เนื่องจากการใช้ COOKIES ติดตามไปถึงเว็บไซต์ภายนอก ซึ่งส่งผลให้บริษัท FACEBOOK ถูกตั้งค่าเสียหายสูงถึง €250,000 หรือประมาณ 8 ล้านบาท ต่อวัน ซึ่ง ริชาร์ด แอลัน รองประธานบริษัทเฟซบุ๊กแสดงความคิดว่า บริษัทที่ใช้ COOKIES และ PIXELS ระดับมาตรฐานที่ใช้กันในสหภาพยุโรป ซึ่ง FACEBOOK ได้รับความรู้จากเว็บไซต์และแอปพลิเคชันที่เชื่อมต่อกับบริการของ FACEBOOK เท่านั้น โดย FACEBOOK ไม่ได้คำนึงพอใจในการแสดงให้เห็นว่ามีเว็บไซต์และแอปพลิเคชันใดบ้างที่ส่งข้อมูลให้ FACEBOOK ทางเลือกทั้งหลายที่ผู้ใช้สามารถเลือกได้ รวมถึงการให้ความรู้และการปรับความเป็นส่วนตัวให้ทันสมัยตลอดเวลา (DIGITALMARKETINGMAGAZINE.CO.UK, 2019)

facebook

กฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง
กับการตลาดดิจิทัล

การแพร่หลายของการตลาดดิจิทัลทำให้หน่วยงานของรัฐต้องควบคุมดูแลการดำเนินการตลาดดิจิทัลให้เป็นไปอย่างถูกต้อง และปลอดภัยต่อผู้ประกอบการและผู้บริโภคแต่การตลาดดิจิทัลถือเป็นเรื่องใหม่ กฎหมายที่กำหนดกฎเกณฑ์อย่างเฉพาะเจาะจงกับสื่อดิจิทัลยังมีไม่มากนัก ดังนั้น กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการตลาดดิจิทัลจึงมีทั้งกฎหมายเดิมที่ควบคุมดูแลการประกอบธุรกิจทั่วไปและกฎหมายต้านดิจิทัล ซึ่งควบคุมดูแลในเรื่องสำคัญ (WEBSTRIPLE.COM, 2559) ดังต่อไปนี้



1. การคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคของการตลาดดิจิทัลได้แก่

- กฎหมายรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยฉบับปัจจุบัน (พ.ศ. 2540) มีหลักการคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าทุกประเภท และ สิทธิในการได้รับข้อมูลข่าวสารและการร้องเรียน (มาตรา 42 วรรคสอง และ มาตรา 61)
- กฎหมายธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544 ห้ามมิให้ปฏิเสธในการมีผลผูกพันและการบังคับใช้กฎหมายของข้อความที่อยู่ในรูปข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ หน่วยงานรับผิดชอบคือกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศ
- กฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล เป็นกฎหมายที่มีหลักการเพื่อคุ้มครองสิทธิความเป็นส่วนตัว อันเป็นสิทธิที่รัฐธรรมนูญรับรอง และกำหนดหลักการพื้นฐานในการให้ความคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลให้เป็นไปโดยชอบด้วยกฎหมายและเป็นธรรม

1. การคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค (ต่อ)

เมื่อผู้บริโภคได้รับความเสียหายจากการจัดจำหน่ายทางอิเล็กทรอนิกส์สามารถร้องเรียนต่อหน่วยงานเฉพาะของสำนักงานตำรวจแห่งชาติด้านอาชญากรรมคอมพิวเตอร์ คือ ศูนย์ตรวจสอบและวิเคราะห์การกระทำผิดทางเทคโนโลยี (HIGHT-TECH CRIME CENTER) รวมถึงหลายหน่วยงานรับเรื่องร้องเรียนของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องแบ่งแยกตามประเภทของสินค้าและบริการ ได้แก่

- สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (พ.ศ. 2522) เป็นหน่วยงานคอยช่วยเหลือผู้บริโภคที่ได้รับความเดือดร้อนจากผู้ประกอบการ และประสานงานกับหน่วยงานอื่นๆ
- สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) สังกัดกระทรวงสาธารณสุข มีศูนย์เฝ้าระวังและรับเรื่องร้องเรียนผลิตภัณฑ์สุขภาพ ทำหน้าที่เฝ้าระวังการโฆษณาสินค้าเพื่อสุขภาพและรับเรื่องร้องเรียนจากผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ อาหาร ยา เครื่องสำอาง
- ศูนย์คุ้มครองผู้ให้บริการทางการเงิน (ศคจ.) สังกัดธนาคารแห่งประเทศไทย คอยรับเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับบริการทางการเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์

1. การคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค (ต่อ)

- สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย เป็นศูนย์คุ้มครองผู้บริโภค ดูแลปัญหาที่เกิดจากการทำประกันภัย
- มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค เป็นหน่วยงานภาคประชาชนที่ให้การช่วยเหลือเพื่อดำเนินการแก้ไขปัญหาของผู้บริโภคด้วยตนเอง
- ศูนย์รับเรื่องร้องเรียนปัญหาออนไลน์ 1212 เป็นหน่วยงานเบ็ดเสร็จในการรับข้อร้องเรียนกรณีถูกฉ้อโกงจากการทำธุรกรรมผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์จัดตั้งโดยสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) เพื่อให้คำแนะนำ คำปรึกษาปัญหาที่เกิดจากการซื้อสินค้าและบริการ ออนไลน์ เป็นศูนย์กลางประสานความร่วมมือในการรับ-ส่ง การแจ้งเบาะแส หรือเรื่องร้องเรียนออนไลน์ ระหว่างหน่วยงานความร่วมมือ ตลอดจนให้คำแนะนำ คำปรึกษา และ ประสานไปยังผู้เกี่ยวข้องในการแก้ไขปัญหา ครอบคลุม 5 กลุ่มหลัก ได้แก่ การกระทำความผิดตามพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ รวมถึง การกระทำความผิดทางเทคโนโลยีสารสนเทศ ปัญหาที่เกิดจากการซื้อขายทางออนไลน์ ภัยคุกคามไซเบอร์ ตลอดจนปัญหาทางออนไลน์อื่นๆ

2. การคุ้มครองการชำระเงิน

การควบคุมให้เกิดการชำระเงินอย่างปลอดภัยและเป็นธรรมถือเป็นเรื่องสำคัญ การตลาดดิจิทัล เนื่องจากผู้ซื้อไม่พบผู้ประกอบการ และผู้ประกอบการไม่เห็นตัวตนของผู้ซื้อเช่นกัน กฎหมายที่กำหนดนโยบายและมาตรการการรักษาความปลอดภัยทางระบบสารสนเทศในการตลาดดิจิทัลในประเทศไทย ได้แก่ พระราชกฤษฎีกาว่าด้วยการควบคุมดูแลธุรกิจบริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2551 ที่ออกโดยธนาคารแห่งประเทศไทย



2. การคุ้มครองการชำระเงิน (ต่อ)

เมื่อผู้บริโภคได้รับความเสียหายจากการชำระเงินสามารถร้องเรียนต่อ ศูนย์คุ้มครองผู้ใช้บริการทางการเงิน (ศคง.) จัดตั้งโดยธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท. หรือ แบงก์ชาติ) เพื่อให้เป็นศูนย์กลางในการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้ใช้บริการทางการเงินอย่างเป็นระบบ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อคุ้มครองสิทธิและส่งเสริมการให้ความรู้ทางการเงินแก่ผู้ใช้บริการทางการเงิน



โทร 1213

ศูนย์คุ้มครองผู้ใช้บริการทางการเงิน
ธนาคารแห่งประเทศไทย

2. การคุ้มครองการชำระเงิน (ต่อ)

ประกาศคณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการวันที่ 17 มีนาคม พ.ศ.2560 เรื่อง การแสดงราคาและรายละเอียดเกี่ยวกับการจำหน่ายสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือสื่อดิจิทัล เพื่อให้ผู้บริโภคได้มีโอกาสในการเปรียบเทียบราคาสินค้าหรือบริการก่อนตัดสินใจซื้อ ดังนั้น ผู้ประกอบการต้องแสดงรายละเอียดของสินค้าให้ชัดเจน ครบถ้วน เปิดเผย อ่านง่าย ทั้งนี้การแสดงราคาต้องแสดงราคาต่อหน่วย โดยต้องมีตัวเลขอารบิกอยู่ด้วย ส่วนข้อความอื่นๆ ที่แสดงควบคู่กับการจำหน่ายต้องมีภาษาไทยประกอบด้วย



กฎหมายน่ารู้ Volume 31

#ร้านค้าออนไลน์
จะถูก จะแพง
ต้องแสดงราคาไว้ก่อน

ประกาศของคณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ(ฉบับที่ 44) พ.ศ.2560
เรื่องการแสดงราคาและรายละเอียดเกี่ยวกับการจำหน่ายสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือสื่อดิจิทัล

ร้านค้าออนไลน์
ต้องแสดงข้อมูลสินค้าและบริการ

ฝ่าฝืน มีโทษปรับไม่เกิน
10,000 บาท

3. การขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัล

ผู้ประกอบการการตลาดดิจิทัลจำเป็นต้องยืนยันตัวตนทางธุรกิจเพื่อป้องกันการก่อคดีโดยปราศจากความรับผิดชอบ และสร้างความน่าเชื่อถือต่อผู้บริโภค โดยอ้างอิงกฎหมายการขึ้นทะเบียนธุรกิจ ดังต่อไปนี้

- **กฎหมายทะเบียนพาณิชย์** กำหนดให้ผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ทุกท้องที่ ทั้งราชอาณาจักร ทั้งบุคคลและนิติบุคคล ต้องจดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ณ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตที่ตั้งของสำนักงานใหญ่

- **กฎหมายขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545** กำหนดให้ผู้ประกอบการธุรกิจจัดจำหน่ายทางอิเล็กทรอนิกส์ที่เข้าข่ายการตลาดแบบตรง หรือธุรกิจดิจิทัลที่มีระบบการหยิบใส่ตะกร้าและรับชำระเงินผ่านสื่อดิจิทัลผู้ประกอบการต้องจดทะเบียนการประกอบธุรกิจกับสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคก่อนทำการจัดจำหน่าย

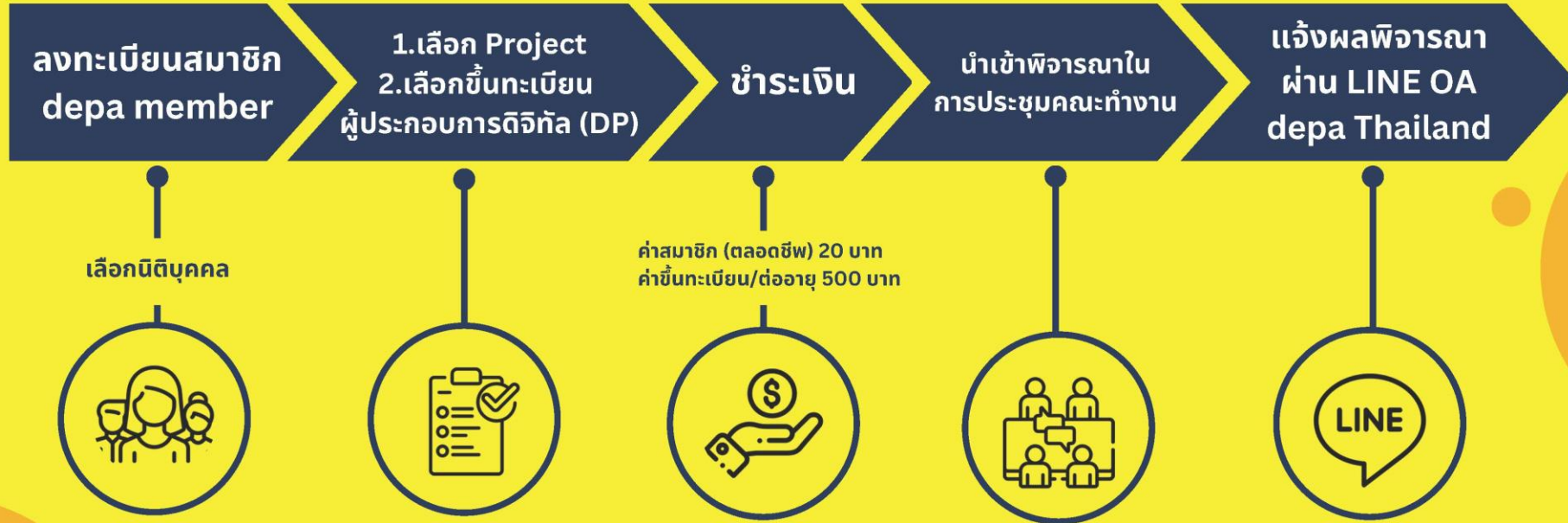
- **กฎหมายธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544** ห้ามมิให้ผู้ประกอบการปฏิเสธในการมีผลผูกพันและการบังคับใช้กฎหมายของข้อความที่อยู่ในรูปข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ โดยมีหน่วยงานรับผิดชอบคือกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศ



สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล
Digital Economy Promotion Agency

ขั้นตอนการขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมดิจิทัล (Digital Provider)

LINE OA depa Thailand: @depathailand



depa Thailand



@depathailand

ระยะเวลาการรับสมัคร : ทุกวันที่ 1 - 14 ของเดือน

การประกาศผล : ทุกวันที่ 30 ของเดือน

4. การจัดเก็บรายได้จากการประกอบกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

- **กฎหมายทะเบียนพาณิชย์** กำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจออนไลน์ทุกท้องที่ ที่ราชอาณาจักร ทั้งบุคคลและนิติบุคคลต้องจดทะเบียนพาณิชย์ พาณิชยกิจ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ณ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตที่ตั้งของสำนักงานใหญ่
- **กฎหมายขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545** กำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เข้าข่ายการตลาดแบบตรง ต้องจดทะเบียนการประกอบธุรกิจกับสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ก่อนทำการค้า

4. การจัดเก็บรายได้จากการประกอบกิจการ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (ต่อ)

- **กฎหมายศุลกากร** กำกับดูแลการจำหน่าย ชื้อ ช้อนเร้น รับจำหน่ายหรือรับไว้ซึ่งของที่รู้ว่ายังมิได้เสียค่าภาษีหรือที่เข้ามาในราชอาณาจักร โดยยังไม่ผ่านศุลกากรโดยถูกต้องโดยมีหน่วยงานรับผิดชอบ คือ กระทรวงการคลัง

- **กฎหมายภาษีอากร** กำหนดให้ผู้มีเงินได้พึงประเมินมีหน้าที่ต้องยื่นแบบแสดงรายการชำระภาษีประจำปีได้แก่ ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา และภาษีเงินได้นิติบุคคล ต้องนำกำไรสุทธิของกิจการมาคำนวณภาษี เพื่อยื่นแบบแสดงรายการภาษีประจำปี รวมถึงรายการภาษีมูลค่าเพิ่ม โดยผู้มีหน้าที่เสียภาษีมูลค่าเพิ่ม ได้แก่ ผู้ประกอบการไม่ว่าจะเป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลที่ขายสินค้าหรือให้บริการในทางธุรกิจหรือวิชาชีพในประเทศไทย หรือผู้นำเข้าสินค้า โดยมีรายรับเกินกว่า 1.8 ล้านบาท/ปี จะต้องจดทะเบียนเป็นผู้ประกอบการจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม โดยมีหน่วยงานที่รับผิดชอบ คือกรมสรรพากร

เรื่องง่ายๆ กับ e-Commerce



การประกอบธุรกิจในรูปแบบของการขายสินค้าหรือให้บริการผ่านอินเทอร์เน็ต (e-Commerce) ผู้ขายต้องนำรายได้ดังกล่าวมาขึ้นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้ เช่นเดียวกับการขายสินค้าหรือให้บริการที่มีหน้าร้านทั่วไป



หากมีรายได้จากการขายสินค้าหรือให้บริการเกิน 1.8 ล้านบาทต่อปี/ต่อรอบระยะเวลาบัญชี ต้องจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มและเสียภาษีมูลค่าเพิ่มด้วย

5. การคุ้มครองลิขสิทธิ์และการละเมิดใน เนื้อหาการสื่อสาร

ผู้ประกอบการดำเนินการสื่อสารบนสื่อดิจิทัล ซึ่งอาจเผยแพร่เนื้อหาสาระในรูปแบบลายลักษณ์อักษร รูปภาพ หรือวิดีโอ จำเป็นต้องคำนึงถึงลิขสิทธิ์เนื้อหาที่ได้รับความคุ้มครองทางกฎหมาย และการละเมิดที่เกิดจากการสื่อสารบนสื่อดิจิทัล

- **ประมวลกฎหมายแพ่งและอาญาในการสื่อสารข้อมูล** กฎหมายให้ความคุ้มครองการละเมิดในการเผยแพร่สิ่งลามกอนาจาร การเปิดเผยความลับโดยมิชอบ การใส่ความบุคคลหนึ่งต่อบุคคลอื่นให้เสื่อมเสียชื่อเสียง ถูกดูหมิ่นหรือเกลียดชัง รวมถึงการใส่ความผู้ตายต่อบุคคลอื่น การประกาศแจ้งความเท็จ การหมิ่นประมาทโดยการกระจายเสียงหรือกระจายภาพ และการดูหมิ่นผู้อื่น

5. การคุ้มครองลิขสิทธิ์และการละเมิดใน เนื้อหาการสื่อสาร (ต่อ)

– **กฎหมายลิขสิทธิ์** ตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 มาตรา 6 และมาตรา 15 (กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์, มปป. กฎหมายคุ้มครองงานลิขสิทธิ์โดยให้สิทธิแก่เจ้าของผลงานในการแสวงหาประโยชน์จากงานที่ผลิตขึ้นจากความคิดสร้างสรรค์ของตน อันประกอบด้วยงานวรรณกรรม นาฏกรรม ศิลปกรรม ดนตรีกรรม โสตทัศนวัสดุภาพยนตร์ สิ่งบันทึกเสียง งานแพร่เสียงแพร่ภาพ หรืองานอื่นใดในแผนกวรรณคดีวิทยาศาสตร์ หรือ ศิลปะ **เจ้าของสิทธิมีสิทธิเพียงผู้เดียวในการทำซ้ำ ตัดแปลง หรือ เผยแพร่ต่อสาธารณชน รวมทั้งอนุญาตให้บุคคลอื่นใช้งานลิขสิทธิ์โดยการกระทำดังกล่าว โดยกฎหมายลิขสิทธิ์ไม่ให้ความคุ้มครองแก่** ขั้นตอน ความคิด วิธีการ กรรมวิธี แนวความคิดหลักการการค้นพบหรือทฤษฎีทางวิทยาศาสตร์ **และกำหนดให้งานต่อไปนี้ไม่ต้องเป็นงานลิขสิทธิ์ คือ** ข่าว ข้อเท็จจริง รัฐธรรมนูญและกฎหมายระเบียบข้อบังคับ ประกาศ คำสั่ง คำชี้แจง และหนังสือโต้ตอบของหน่วยงานรัฐ คำพิพากษา คำสั่ง คำวินิจฉัย และรายงานของทางราชการ คำแปลและการรวบรวมคำสั่งต่างๆ ที่กระทรวง ทบวง กรม หรือหน่วยงานของรัฐเป็นผู้จัดทำขึ้น

กรณีศึกษาธุรกิจร้านอาหารทะเล แหลมเกตุด้านการใช้สื่อดิจิทัลทำ การตลาด

กรณีศึกษาร้านอาหารแหลมเกตุ แสดงให้เห็น
การละเมิดทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการตลาดดิจิทัล ที่
มุ่งเน้นการส่งเสริมการขายมากเกินไป โดยขาดการ
คำนึงถึงความเป็นไปได้ทางธุรกิจในการบริการลูกค้าได้
ตามคำมั่นสัญญา



บัตรรับประทานอาหารราคา 100 บาทต่อคน

Q & A