



นโยบายและกฎหมายของประเทศไทย ที่ส่งเสริมต่อการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ *

อรพรรณ พันธุ์พัฒนา ^ก

พินัย ณ นคร ^ข

วัชรศรณี ลีละวัฒน์ ^ค

ทวีพูล ศรีหงส์ ^ง

ความนำ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ ในการวิเคราะห์ว่านโยบาย และกฎหมายของประเทศไทยส่งเสริมต่อ การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือไม่ เพื่อให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์ดังกล่าว บทความนี้จะแบ่งการนำเสนอ ออกเป็น ๔ ส่วน คือ

- ส่วนที่ ๑ ความทั่วไปเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ : ในส่วนนี้จะได้อธิบายถึงความหมาย ประโยชน์ ลักษณะของการธุรกรรมในพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ตลอดจนแสดงสถิติมูลค่าการค้า ผ่านการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย
- ส่วนที่ ๒ นโยบายด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย และหน่วยงานที่กำกับดูแล : ในส่วนนี้จะแสดงนโยบาย และหน่วยงานที่กำกับดูแลเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของ ประเทศไทยว่ามีนโยบายและหน่วยงานใดบ้าง

* บทความนี้พัฒนาขึ้นจากส่วนหนึ่งของรายงานการวิจัยเรื่อง "Guideline for Implementation of E - Commerce in Thailand - New Zealand Closer Economic Partnership - TNZCEP Agreement" ซึ่งสถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (องค์การมหาชน) สนองต่อกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ เมื่อพ.ศ. ๒๕๕๑

^ก นิติศาสตรบัณฑิต (เกียรตินิยม) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ; LL.M. Harvard University
รองศาสตราจารย์ประจำ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

^ข นิติศาสตรบัณฑิต (เกียรตินิยม) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ; เนติบัณฑิตไทย ; LL.M. (Hons) Cambridge University ; Ph.D. University of Bristol
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำ คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

^ค ศ.บ. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ; M.A. (Econ) ; Ph.D. (Econ) University of Kansas
รองผู้อำนวยการฝ่ายวิชาการ สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (องค์การมหาชน)

^ง นิติศาสตรบัณฑิต ; นิติศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
นักวิจัย สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (องค์การมหาชน)

- ส่วนที่ ๓ กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ : ในส่วนนี้จะสำรวจว่ามีกฎหมายฉบับใดบ้างที่มีความเกี่ยวข้องกับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไม่ว่าจะเป็นการเกี่ยวข้องโดยตรงหรือโดยอ้อมก็ตาม

- ส่วนที่ ๔ บทสรุป

ส่วนที่ ๑ ความทั่วไปเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ปัจจุบันการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กำลังขยายตัวและมีบทบาทสำคัญในการค้า ไม่ว่าจะเป็นการค้าภายในประเทศ หรือการค้าระหว่างประเทศก็ตาม ทั้งยังเป็นที่ยอมรับใช้กันอย่างแพร่หลาย คำว่า "พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์" (Electronic Commerce) นั้น ในความหมายทั่วไป หมายถึง การส่งและ/หรือการรับคำสั่งในการทำธุรกรรมทางพาณิชย์ผ่านทางเทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์ อันเป็นการส่ง และประมวลผลข้อมูล ที่รวมถึงข้อความในรูปแบบของตัวอักษร ตัวเลข เสียง หรือภาพ เช่น การทำการซื้อขายสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ต การให้บริการทางอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

เหตุผลที่พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นที่แพร่หลายและมีบทบาทสำคัญในการค้า เนื่องจากผู้ประกอบการการค้าตระหนักถึงประโยชน์ของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ดังนี้^๑

๑. เป็นการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมในการพาณิชย์อย่างใหม่ จากเดิมที่เคยต้องมีสถานประกอบการและมีเวลาดำเนินการในการให้บริการแน่นอน เป็นการค้าที่ไม่จำเป็นต้องมีสถานประกอบการ แต่เป็นการค้าหรือบริการโดยใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ ซึ่งดำเนินการได้ทุกวัน ตลอดเวลา และผู้ซื้อขายไม่จำเป็นต้องพบกัน
๒. ผู้ขายหรือผู้ให้บริการสามารถเข้าถึงลูกค้าได้อย่างกว้างไกลทุกมุมโลก โดยไม่มีพรมแดนขวางกั้น
๓. การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จะช่วยลดต้นทุนในการทำธุรกิจมาก ทั้งในแง่ของการประหยัดค่าใช้จ่าย เวลา ตลอดจนมีความสะดวกมากขึ้นกว่าการค้าในรูปแบบเดิม

^๑ อรรถพรณ พันธ์พัฒนา , "กฎหมายเกี่ยวกับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์" , สำนักพิมพ์นิติธรรม , ๒๕๔๕ , หน้า ๔

สำหรับลักษณะของการทำธุรกรรมในพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั้น สามารถแบ่งตามประเภทของ
คู่สัญญาได้ ๓ ประเภท คือ^๒

๑. ภาคธุรกิจ - ธุรกิจ (Business to Business หรือ B2B) เป็นการซื้อขายสินค้าหรือ
บริการระหว่างภาคธุรกิจด้วยกันเอง เช่น การทำธุรกรรมระหว่างผู้ผลิตกับผู้ส่งออก ผู้ผลิต
กับผู้นำเข้า หรือผู้ส่งออกกับผู้นำเข้า เป็นต้น
๒. ภาคธุรกิจ - หน่วยงานของรัฐ (Business to Government หรือ B2G) เป็นการซื้อ
ขายสินค้าหรือบริการระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจ ภาคเอกชน กับหน่วยงานของรัฐ เช่น การทำ
ธุรกรรมระหว่างหน่วยงานของรัฐกับผู้ผลิต หรือผู้ให้บริการซึ่งเป็นภาคเอกชน เป็นต้น
๓. ภาคธุรกิจ - ผู้บริโภค (Business to Customer หรือ B2C) เป็นการซื้อขายสินค้า
หรือบริการระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจกับผู้บริโภคโดยตรง เช่น การทำธุรกรรมระหว่างผู้ผลิต
สินค้ากับผู้บริโภค หรือผู้ให้บริการกับผู้บริโภค เป็นต้น

จากการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติพบว่าการประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ขาย
สินค้าและบริการให้แก่ผู้บริโภค หรือ B2C มีสัดส่วนสูงสุด คือประมาณร้อยละ ๘๕.๓ ของจำนวน
ผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทั้งหมด รองลงมาคือการค้าขายสินค้าและบริการระหว่างภาคธุรกิจ
ด้วยกันเอง หรือ B2B ซึ่งมีจำนวนผู้ประกอบการประมาณร้อยละ ๑๔.๔ ขณะที่ธุรกิจที่ขายหรือให้
บริการแก่หน่วยงานของรัฐ หรือ B2G มีผู้ประกอบการเพียงประมาณร้อยละ ๐.๓ เท่านั้น^๓

สำหรับมูลค่าของธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์นั้น จากการสำรวจปี พ.ศ. ๒๕๔๙ พบว่ามี
มูลค่าทั้งสิ้น ๓๐๕,๑๕๙ ล้านบาท ซึ่งจำแนกเป็นมูลค่าการค้าธุรกิจที่ขายให้แก่รัฐบาล หรือ B2G
จำนวน ๑๗๗,๙๓๒ ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ ๕๘.๓ ของมูลค่าธุรกรรมพาณิชย์
อิเล็กทรอนิกส์ทั้งหมด สำหรับการดำเนินการระหว่างภาคธุรกิจ หรือ B2B มีประมาณ ๗๙,๗๒๖
ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ ๒๖.๑ ขณะที่การทำธุรกรรมระหว่างธุรกิจกับผู้บริโภค
หรือ B2C มีมูลค่า ๔๕,๕๐๑ ล้านบาทหรือคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ ๑๕.๖^๔

^๒ เรื่องเดียวกัน หน้า ๔ - ๕ และสถาบันระหว่างประเทศเพื่อการการค้าและการพัฒนา , "รายงานการศึกษาวิจัยเรื่อง Guideline for Implementation of E-Commerce in TNZCEP" , กรุงเทพมหานคร , ๒๕๕๑ , เล่ม ๒ , หน้า ๑๐

^๓ สำนักงานสถิติแห่งชาติ , การสำรวจสถานภาพการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของไทย พ.ศ. ๒๕๕๐ อ้างถึงในรายงานการวิจัยเรื่อง Guideline for Implementation of E-Commerce in TNZCEP , เล่ม ๒ , หน้า ๑ - ๒

^๔ เรื่องเดียวกัน หน้า ๓ - ๔

ส่วนที่ ๒ นโยบายด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย และหน่วยงานที่ กำกับดูแล

๒.๑ นโยบายด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย

ปัจจุบันประเทศไทยมีนโยบายหลักเกี่ยวกับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ๒ ฉบับ และแผนแม่
บทอีก ๑ แผน ดังนี้

๒.๑.๑ นโยบายเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ หรือ นโยบาย IT ๒๐๐๐

เมื่อวันที่ ๒๐ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๓๙ คณะรัฐมนตรีได้มีมติเห็นชอบให้มีนโยบาย
เทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติขึ้นเป็นฉบับแรก หรือที่เรียกกันว่า นโยบาย IT ๒๐๐๐ นโยบาย
ฉบับนี้ใช้เป็นแนวทางในการดำเนินการเพื่อส่งเสริมและพัฒนาการใช้การผลิตเทคโนโลยี
สารสนเทศของประเทศ โดยมีกรอบในการบังคับใช้นโยบายเป็นระยะเวลา ๕ ปี คือระหว่างปี
พ.ศ. ๒๕๓๙ - ๒๕๔๓

๒.๑.๒ กรอบนโยบายเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ ระยะ พ.ศ. ๒๕๔๔ - ๒๕๕๓ หรือ กรอบนโยบาย IT ๒๐๑๐

หลังจากนโยบายฉบับแรก คณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ จึงได้จัดทำ
นโยบายเทคโนโลยีสารสนเทศระยะที่ ๒ ขึ้น โดยกำหนดให้ครอบคลุมระยะเวลา ๑๐ ปี คือ
ระหว่างปี พ.ศ. ๒๕๔๔ - ๒๕๕๓ เรียกกันว่า กรอบนโยบาย IT ๒๐๑๐ นโยบายฉบับนี้ให้
ความสำคัญกับบทบาทของเทคโนโลยีสารสนเทศ ในฐานะเครื่องมือในการขับเคลื่อนการพัฒนา
ประเทศทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคม โดยเน้นการประยุกต์ใช้อย่างคำนึงถึงความสมดุล
ระหว่างภาคเศรษฐกิจและภาคสังคม

๒.๑.๓ แผนแม่บทการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของประเทศไทย พ.ศ. ๒๕๔๕ - ๒๕๕๙

เนื่องจากระยะเวลา ๑๐ ปี ในการดำเนินการภายใต้กรอบนโยบาย IT ๒๐๑๐ เป็น
ระยะเวลายาวนานเกินไป ไม่เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่เปลี่ยนแปลง
อย่างรวดเร็ว กระทรวงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และสิ่งแวดล้อม ในขณะนั้นจึงได้มีการร่วมมือ
กับสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ จัดทำยุทธศาสตร์แผน
แม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศ ๕ ปีขึ้น เพื่อให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคม
แห่งชาติ ฉบับที่ ๙ ซึ่งมีระยะเวลา ๕ ปี ครอบคลุมระยะเวลาดังแต่ปี พ.ศ. ๒๕๔๕ - ๒๕๕๙
เช่นเดียวกัน

แผนแม่บทฉบับนี้ประกอบด้วยแผนงานระดับชาติที่ถ่ายทอดนโยบาย และหลักการสำคัญของการอบนโยบาย IT ๒๐๑๐ ให้เป็นวิสัยทัศน์ พันธกิจ วัตถุประสงค์หลัก กลยุทธ์ และแผนปฏิบัติงานสำคัญสำหรับช่วงระยะเวลา ๕ ปี

๒.๒ หน่วยงานที่กำกับดูแล

หน่วยงานที่กำกับดูแลรับผิดชอบทางด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยมีอยู่หลายหน่วยงานด้วยกัน ซึ่งสามารถจำแนกได้เป็น ๒ ประเภท คือ

๒.๒.๑ หน่วยงานที่กำกับดูแลและรับผิดชอบทั่วไป

หน่วยงานที่กำกับดูแลและรับผิดชอบทั่วไปเป็นหน่วยงานที่มีหน้าที่กำกับดูแล และรับผิดชอบทางด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์โดยตรง ได้แก่

- **คณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารแห่งชาติ** เป็นองค์กรที่กำหนดนโยบายและมาตรการในการส่งเสริมการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศของประเทศให้มีประสิทธิภาพและเอื้ออำนวยต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในยุคข้อมูลข่าวสาร
- **ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ** เป็นหน่วยงานของรัฐภายใต้กำกับดูแลของกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มีภารกิจในการให้ทุนสนับสนุนการวิจัยในภาครัฐ ตลอดจนการดำเนินการวิจัยเอง เพื่อเร่งให้ผลงานวิจัยเกิดประสิทธิผลในภาคอุตสาหกรรม การให้บริการเพื่อสร้างความแข็งแกร่งให้แก่อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ คอมพิวเตอร์ โทรคมนาคม และสารสนเทศ
- **กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร** มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับการวางแผนส่งเสริมพัฒนา และดำเนินกิจกรรมเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร การอุดมศึกษา และการสถิติ
- **กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์** ภารกิจหลักของกรมพัฒนาธุรกิจการค้าในการส่งเสริมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีอยู่ ๓ ประการ คือ
 - (๑) การสร้างความเชื่อมั่นในการประกอบพาณิชย์
 - (๒) การสร้างโอกาสในการประกอบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
 - (๓) การเจรจาด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเวทีการค้าระหว่างประเทศ สำหรับหน่วยงานที่ดูแลงานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เฉพาะได้แก่ ส่วนส่งเสริมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

- สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เป็นส่วนราชการในสังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี ซึ่งดูแลรับผิดชอบเกี่ยวกับปัญหาของผู้บริโภคที่ไม่ได้รับความเป็นธรรม หรือถูกเอาเปรียบจากการซื้อขาย หรือใช้สินค้าและบริการโดยทั่วไป รวมถึงการขายสินค้าและบริการทางสื่ออินเทอร์เน็ต ไม่ว่าจะเป็นด้านโฆษณา ด้านฉลากสินค้า และด้านสัญญา โดยการบริการรับเรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภค

๒.๒.๒ หน่วยงานที่กำกับดูแลและรับผิดชอบเฉพาะเรื่อง

หน่วยงานประเภทนี้ไม่มีหน้าที่กำกับดูแลและรับผิดชอบงานด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์โดยตรง แต่เป็นกรณีที่หน่วยงานของรัฐได้นำเทคโนโลยีสารสนเทศมาให้บริการแก่ประชาชนในการทำธุรกรรมต่างๆ เช่น

- **กรมสรรพากร** ให้บริการ E - Revenue แก่ประชาชน ในการสามารถยื่นแบบภาษีเงินได้ทางอิเล็กทรอนิกส์ได้

- **กรมศุลกากร** ให้บริการ E - Custom แก่ประชาชน ในการบริการผ่านพิธีการศุลกากรทางอิเล็กทรอนิกส์ได้

ส่วนที่ ๓ กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

๓.๑ กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์โดยตรง

จากการสำรวจพบว่าประเทศไทยมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์โดยตรง ๒ ฉบับ คือ

๓.๑.๑ พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. ๒๕๔๔ และฉบับที่ ๒ พ.ศ. ๒๕๕๑

กฎหมายฉบับนี้มีหลักการในการรับรองธุรกรรมในระบบไร้กระดาษ (Paperless) ให้มีสถานะทางกฎหมายเช่นเดียวกับกับธุรกรรมในระบบกระดาษ (Paper) โดยมีสาระสำคัญดังนี้

- รับรองสถานะทางกฎหมายของข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ (Legal Effect) ให้เสมอกับการทำเป็นหนังสือหรือการมีหลักฐานเป็นหนังสือ (Writing) ตลอดจนถือว่าข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์นั้นเป็นเอกสารต้นฉบับ (Original)
- การรับรองวิธีการส่งและรับข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์
- การให้ใช้ลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์ได้ (Electronic Signature)
- การรับฟังพยานหลักฐานที่เป็นข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์

สำหรับขอบเขตการบังคับใช้กฎหมายนี้จะใช้กับธุรกรรมทางแพ่งและพาณิชย์ รวมถึงธุรกรรมในการดำเนินงานของรัฐอีกด้วย ดังนั้นจึงเห็นได้ว่ากฎหมายฉบับนี้มีบทบาทสำคัญโดยตรงในการส่งเสริมการพาณิชย์ทางอิเล็กทรอนิกส์

๓.๑.๒ พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. ๒๕๕๐

กฎหมายฉบับนี้มีขึ้นเพื่อกำหนดมาตรการ เพื่อป้องกันและปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ โดยมีสาระสำคัญดังนี้^๕

- กำหนดการกระทำความผิดไว้ ๓ ลักษณะ คือ การกระทำความผิดเกี่ยวกับระบบคอมพิวเตอร์ การกระทำความผิดเกี่ยวกับข้อมูลคอมพิวเตอร์ และการกระทำความผิดเกี่ยวกับเครื่องมือที่จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการกระทำความผิด
- การกำหนดหน้าที่และความรับผิดชอบของผู้ให้บริการ (Internet Service Provider - ISP) เช่นหน้าที่ในการเก็บรักษาข้อมูลจราจรทางคอมพิวเตอร์ เป็นต้น
- การอ้างและรับฟังพยานหลักฐานที่พนักงานเจ้าหน้าที่ได้มาจากข้อมูลคอมพิวเตอร์

จะเห็นได้ว่ากฎหมายฉบับนี้มีความสำคัญต่อการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์โดยทำหน้าที่วางมาตรการที่เกี่ยวข้องกับคอมพิวเตอร์และผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ซึ่งถือเป็นองค์ประกอบสำคัญพื้นฐานในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ให้มีความปลอดภัยเพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจในการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์

^๕ รายละเอียดโปรดดู อรรถพรณ พันธ์พัฒนา, "บทบาทของพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. ๒๕๕๐ ในการปกป้องงานอันมีลิขสิทธิ์", วารสารกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาและการค้าระหว่างประเทศ ฉบับพิเศษ ครอบคลุม ๑๐ ปี ศาลทรัพย์สินทางปัญญาและการค้าระหว่างประเทศกลาง, ๒๕๕๐, หน้า ๓๙ - ๗๓

๓.๒ กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์โดยอ้อม

นอกเหนือจากกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์โดยตรง ๒ ฉบับ แล้วประเทศไทย ยังมีกฎหมายอีกหลายฉบับที่เกี่ยวข้องโดยอ้อม แต่เป็นการส่งเสริมกับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยมีสาระสำคัญดังนี้

๓.๒.๑ กฎหมายที่เสริมสร้างสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมในการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์

ประเทศไทยได้มีการเพิ่มเติมความผิดเกี่ยวกับบัตรอิเล็กทรอนิกส์ขึ้นในหมวด ๔ มาตรา ๒๖๙/๑ ถึง ๒๖๙/๗ ของประมวลกฎหมายอาญา เพื่อลงโทษแก่การปลอม การใช้ หรือมีไว้เพื่อใช้ซึ่งบัตรอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งบัตรอิเล็กทรอนิกส์นี้เป็นสิ่งที่ยอมรับใช้ในการชำระ เงินสำหรับธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ บทบัญญัตินี้จึงช่วยเสริมสร้างสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม ให้แก่การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

๓.๒.๒ กฎหมายที่คุ้มครองผู้บริโภค

- พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ กฎหมายฉบับนี้วางมาตรการในการให้ความคุ้มครองแก่ผู้บริโภคในด้านการโฆษณาสินค้าหรือบริการ ไม่ว่าสินค้าหรือบริการ นั้นจะเกิดจากธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์หรือไม่ก็ตาม

- พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. ๒๕๔๕ เนื่องจากการพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ตกอยู่ภายใต้ นิยามของคำว่า "ตลาดแบบตรง" ภายใต้กฎหมายฉบับนี้ ผู้ขาย หรือผู้ให้บริการผ่านทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จึงต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดของกฎหมาย เช่น ต้องมีรายละเอียดของเอกสารการซื้อขายเป็นภาษาไทยที่อ่านเข้าใจง่าย การให้สิทธิผู้บริโภค ในการเลิกสัญญาฝ่ายเดียว (Cooling - Off Period) เป็นต้น

๓.๒.๓ กฎหมายที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

- พระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจข้อมูลเครดิต พ.ศ. ๒๕๔๕ วางหลักเกณฑ์ เกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลเครดิตเอาไว้หลายประการ เช่น ห้ามบริษัทข้อมูลเครดิตจัดเก็บ ข้อมูลที่ไม่เกี่ยวข้องกับการให้สินเชื่อข้อมูล การบังคับให้บริษัทข้อมูลเครดิตต้องมีระบบรักษา ความลับและความปลอดภัยของข้อมูล

- ร่างพระราชบัญญัติว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ร่างกฎหมายฉบับนี้ได้ นำหลักเกณฑ์การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลที่ยอมรับกันเป็นสากล เช่น OECD Guidelines on the Protection of Privacy and Transborder Flows of Personal Data มาบัญญัติไว้ด้วย^๖ อย่างไรก็ตามในปัจจุบันก็มีประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ เรื่องละเมิด ที่สามารถนำมาใช้คุ้มครองแก่ข้อมูลของบุคคลได้อยู่แล้ว

ส่วนที่ ๔ บทสรุป

จากความสำเร็จที่ได้แสดงมาในสามส่วนข้างต้น สามารถวิเคราะห์ที่ได้ ดังนี้

๑. การที่ประเทศไทยมีนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาการผลิต การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งเป็นโครงสร้างพื้นฐานในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ทั้งยังเน้นการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเป็น เครื่องมือในการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ จึงเป็นนโยบายที่กล่าวได้ว่าส่งเสริมต่อ การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์โดยตรง

๒. ประเทศไทยมีหน่วยงานต่างๆ หลายแห่งในการทำหน้าที่สนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยี ให้มีประสิทธิภาพ ตลอดจนสร้างความแข็งแกร่งให้แก่ภาคอุตสาหกรรม ทั้งยังมีหน่วยงานโดยตรง ในการสร้างโอกาสและความเชื่อมั่นในการประกอบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์

นอกจากนี้หน่วยงานอื่นๆ ของรัฐยังได้นำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศ คือ สื่ออิเล็กทรอนิกส์มา ให้บริการแก่ประชาชนด้วย รวมทั้งมีสำนักงานในการให้ความคุ้มครองแก่ผู้บริโภคอีกด้วย จึงกล่าวได้ว่า หน่วยงานภาครัฐของประเทศไทยมีความตื่นตัว และปฏิบัติการตามนโยบายเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ ในการพัฒนาการอิเล็กทรอนิกส์เป็นอย่างดี

๓. เป็นที่ประจักษ์ว่ากฎหมายของประเทศไทยมีบทบัญญัติที่ส่งเสริมและสนับสนุนต่อการ พณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นกฎหมายโดยตรงที่รับรองสถานะทางกฎหมายของ

^๖ รายละเอียดโปรดดู อรรถพรณ พันธ์พัฒนา , "การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลภายใต้บทบัญญัติของกฎหมายไทย", วารสารสำนักงานคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ , ๒๕๕๑ เล่มที่ ๑ , หน้า ๑๕๗ - ๑๗๗

ธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือมีบทบัญญัติอื่นๆ ที่กำหนดขึ้นเพื่อสร้างความมั่นใจแก่ผู้เกี่ยวข้อง ในการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ เช่น การสร้างความมั่นใจแก่ผู้ประกอบการในความปลอดภัยจาก การใช้เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์ในการทำธุรกรรม , การคุ้มครองผู้บริโภคตลอดจนการคุ้มครอง ข้อมูลส่วนบุคคล เป็นต้น

การวิเคราะห์นี้นำไปสู่บทสรุปที่ว่า นโยบายและกฎหมายของประเทศไทยส่งเสริมต่อการ พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นอย่างดี ควรอย่างยิ่งที่ผู้ประกอบการจะใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็น ช่องทางในการขยายโอกาสในการประกอบธุรกิจต่อไป

