

มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ของประเทศไทย

นาย นัชพันธ์ สุทธิอาภรณ์

เอกัตศึกษานี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชากฎหมายเศรษฐกิจ

คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2561

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 มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์
ของประเทศไทย

โดย นาย นัชพันธ์ สุทธิอาภรณ์

รหัสประจำตัว 608 61979 34

หลักสูตร ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชากฎหมายเศรษฐกิจ
คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

หมวดวิชา กฎหมายธุรกิจทั่วไป

อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิโรจน์ วาทินพงศ์พันธ์

ปีการศึกษา 2561

คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้เอกัตศึกษานี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชากฎหมายเศรษฐกิจ

ลงชื่อ.....อาจารย์ที่ปรึกษา
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิโรจน์ วาทินพงศ์พันธ์)

บทคัดย่อ

การพัฒนาทางเทคโนโลยีและการเติบโตของตลาดเกมอย่างต่อเนื่องส่งผลให้รูปแบบการประกอบธุรกิจเกมออนไลน์เปลี่ยนแปลงไป บริษัทผู้ให้บริการเกมออนไลน์นิยมการขายผลิตภัณฑ์ต่างๆในเกมออนไลน์เป็นช่องทางในการสร้างรายได้ทางธุรกิจ ระบบกล่องสุ่มเป็นผลิตภัณฑ์รูปแบบหนึ่งที่วางขายในเกมออนไลน์และได้รับความนิยมจากผู้บริโภคอย่างมาก ทั้งนี้ เนื่องจากระบบดังกล่าวมีรูปแบบพิเศษเฉพาะตัว กล่าวคือ เมื่อผู้ซื้อท การซื้อกล่องสุ่มระบบจะทำการสุ่มสิ่งของหรือรายการ (ซึ่งในที่นี้เรียกว่า “ไอเทม”) อย่างใดอย่างหนึ่งให้กับผู้ซื้อ โดยไอเทมที่ระบบได้ท การสุ่มออกมาให้กับผู้ซื้ออาจเป็นสิ่งที่ผู้ซื้อคาดหวังหรือไม่ใช้สิ่งที่ผู้ซื้อที่คาดหวังก็ได้ ระบบดังกล่าวจึงมีความคล้ายคลึงเป็นการเสี่ยงโชคและผู้ซื้ออาจไม่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ดังกล่าวอย่างถูกต้องและเพียงพอ ซึ่งท ให้ผู้ซื้อเสียเปรียบและได้รับความไม่เป็นธรรม อีกทั้งกฎหมายที่ใช้บังคับในประเทศไทยในการให้ความคุ้มครองผู้บริโภคเกี่ยวกับการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ อันได้แก่ พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 และพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ยังขาดความชัดเจนและเหมาะสมจึงท ให้ผู้บริโภคไม่ได้รับการคุ้มครองอย่างเต็มที่

เอกัตศึกษานี้มุ่งศึกษาปัญหาที่เกิดขึ้นจากการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ รวมทั้งศึกษามาตรการที่เหมาะสมในการปรับหรือเพิ่มเติมบทบัญญัติให้มีความชัดเจนและเหมาะสมกับรูปแบบการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์เพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว โดยผู้วิจัยได้ศึกษามาตรการทางกฎหมายและแนวทางปฏิบัติในการควบคุมระบบกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ของต่างประเทศ ได้แก่ ประเทศญี่ปุ่นและสหราชอาณาจักร เป็นต้น เพื่อเป็นแนวทางในการปรับใช้และพัฒนากฎหมายของประเทศไทยให้มีความเหมาะสมมากยิ่งขึ้น

โดยผู้วิจัยเสนอให้ควรมีการเพิ่มเติมบทบัญญัติของพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 และ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ให้มีความชัดเจนและเหมาะสมกับรูปแบบการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์มากขึ้น โดยการบัญญัติกฎกระทรวงเกี่ยวกับข้อความในการสื่อสารข้อมูลเพื่อเสนอขายกล่องสุ่มต่อผู้บริโภคและการออกมาตรการเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับความเป็นธรรมในการทาสัญญา ด้วยการกำหนดหลักเกณฑ์ในการระบุเนื้อหาว่าต้องมีอย่างน้อยเพียงใด รวมถึงการพิจารณาเกี่ยวกับสิทธิเลิกสัญญาของการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ด้วย

กิตติกรรมประกาศ

เอกัตศึกษาเล่มนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาและเอื้อเฟื้อจากผู้เกี่ยวข้องหลายท่าน โดยผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิโรจน์ วาทินพงศ์พันธ์ ที่ได้ให้ความกรุณารับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาเอกัตศึกษา รวมถึงสละเวลาอันมีค่า เพื่อรับฟังปัญหา ให้ความช่วยเหลือและให้คาปรึกษาแก่ผู้เขียน ทั้งในเรื่องของการทำเล่มเอกัตศึกษาและการให้ความรู้ทางกฎหมายจนกระทั่งเอกัตศึกษาเล่มนี้เสร็จสมบูรณ์ไปด้วยดี

ผู้เขียนยังได้รับความกรุณาจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศารทูล สันติวาสะ ในการให้คำปรึกษาในเบื้องต้นของการทำเอกัตศึกษาเล่มนี้ โดยผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณที่อาจารย์ที่ได้สละเวลาในการให้คาปรึกษาเกี่ยวกับหัวข้อเอกัตศึกษาและประเด็นปัญหา อีกทั้งได้ให้คาแนะนำ ข้อคิดเห็น รวมถึงชี้แนะแนวทางที่เป็นประโยชน์แก่ผู้เขียน ท ให้เอกัตศึกษาเล่มนี้มีเนื้อหาที่สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ผู้เขียนขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ประจำหลักสูตรนิติศาสตรมหาบัณฑิต เจ้าหน้าที่ประจำหน้าห้องคณบดี และเจ้าหน้าที่ห้องสมุด คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่ได้ให้ความช่วยเหลือในการประสานงาน การให้ข้อมูล และการอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ แก่ผู้เขียนอย่างเต็มที่ตลอดระยะเวลาการศึกษาและจัดทำ เอกัตศึกษาเล่มนี้

สุดท้ายนี้ผู้เขียนขอขอบคุณสำหรับกำลังใจและการให้ความสนับสนุนในทุกๆด้านจากครอบครัวสุทธิอาภรณ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง บิดาและมารดา และขอขอบคุณผู้ใช้บริการเกมออนไลน์ทุกท่านที่ได้แสดงความคิดเห็นผ่านช่องทางต่างๆ เพื่อจุดประกายทางความคิดให้แก่ผู้เขียนในการทำ เอกัตศึกษาเล่มนี้ ทั้งนี้หากเอกัตศึกษาเล่มนี้มีข้อบกพร่องประการใด ผู้เขียนขอน้อมรับไว้แต่เพียงผู้เดียว

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญรูปภาพ.....	ฎ
บทที่ 1 บทน ว.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	8
1.3 สมมติฐานการศึกษา.....	8
1.4 ขอบเขตการศึกษา.....	9
1.5 วิธีการด ษนการศึกษา.....	9
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	9
บทที่ 2 ประเภทของเกมและรูปแบบการขายผลิตภัณฑ์ในเกมออนไลน์.....	10
2.1 นิยามของเกมออนไลน์.....	10
2.1.1 ประวัติความเป็นมาของเกมออนไลน์.....	12
2.1.2 ประวัติเกมออนไลน์ในประเทศไทย.....	13
2.2 ประเภทของเกมออนไลน์.....	14
2.2.1 เกณฑ์การติดตั้ง.....	14
2.2.2 เกณฑ์ลักษณะการเล่น.....	15
2.2.3 เกณฑ์รูปแบบการเล่น.....	17
2.3 รูปแบบการขายผลิตภัณฑ์ในเกมออนไลน์.....	20
2.3.1 การขายผลิตภัณฑ์รูปแบบปกติ.....	21
2.3.2 การขายรูปลักษณะตัวละคร.....	22
2.3.3 การขายกล่องสุ่ม.....	24

2.3.4 การขายฟรีเมียม.....	25
2.3.5 การประมูล.....	26
2.4 สถานการณ์การขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์.....	28
บทที่ 3 มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ของประเทศไทยและ ต่างประเทศ.....	33
3.1 แนวคิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศไทย.....	33
3.1.1 การคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค.....	34
3.1.1.1 สิทธิของผู้บริโภคตามสัญญา.....	34
3.1.1.2 สิทธิของผู้บริโภคตามที่กฎหมายก หนด.....	35
3.1.2 การคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญา.....	38
3.1.3 การคุ้มครองผู้บริโภคด้านการโฆษณา.....	39
3.1.4 การคุ้มครองผู้บริโภคด้านฉลาก.....	40
3.1.5 การคุ้มครองผู้บริโภคด้านราคา.....	40
3.2 มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการขายกล่องสุ่มในประเทศไทย.....	41
3.2.1 พระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. 2478.....	42
3.2.2 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522.....	44
3.2.2.1 สิทธิผู้บริโภค.....	46
3.2.2.2 การคุ้มครองผู้บริโภคด้านการโฆษณา.....	47
3.2.2.3 การคุ้มครองผู้บริโภคด้านฉลาก.....	48
3.2.2.4 การคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญา.....	48
3.2.3 พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ.2545.....	49
3.2.3.1 การจดทะเบียน.....	52
3.2.3.2 การเสนอขายสินค้าหรือบริการ.....	53
3.2.3.3 การโฆษณาสินค้าหรือบริการ.....	53
3.2.3.4 สิทธิเลิกสัญญา (Cooling off).....	53

3.2.3.5 การวางหลักประกันการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง.....	54
3.2.3.6 หน้าที่ของผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงต่อนายทะเบียน.....	54
3.2.4 พระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ. 2551.....	55
3.2.5 พระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2542.....	57
3.3 หน่วยงานรัฐที่มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับเกมของประเทศไทย.....	61
3.3.1 ส. สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค	61
3.3.2 ส. สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการ โทรคมนาคมแห่งชาติ.....	62
3.3.3 กระทรวงวัฒนธรรม.....	63
3.3.4 กระทรวงมหาดไทยและส. สำนักงานตรวจหาผิดกฎหมายแห่งชาติ.....	64
3.3.5 กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม.....	65
3.4 มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ในต่างประเทศ.....	66
3.4.1 ญี่ปุ่น.....	66
3.4.2 สหราชอาณาจักร.....	69
3.4.3 ราชอาณาจักรเบลเยียม.....	72
3.4.4 สหรัฐอเมริกา.....	72
บทที่ 4 การวิเคราะห์มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับระบบการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ของ ประเทศไทยและต่างประเทศ.....	75
4.1 การวิเคราะห์ความเชื่อมโยงของระบบกล่องสุ่มในเกมออนไลน์กับกฎหมายการพนัน...75	
4.1.1 ระบบกล่องสุ่มในเกมออนไลน์และกฎหมายการพนันของประเทศไทย.....	76
4.1.2 ระบบกล่องสุ่มในเกมออนไลน์และกฎหมายการพนันของต่างประเทศ.....	77
4.2 ความเชื่อมโยงระหว่างระบบกล่องสุ่มในเกมออนไลน์กับพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545.....	78
4.2.1 ขอบเขตของพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545.....	79
4.2.2 การคุ้มครองผู้บริโภคตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545.....	82

4.2.2.1 การคุ้มครองผู้บริโภคด้านการได้รับข้อมูลของสินค้าหรือบริการ..	82
4.2.2.2 การคุ้มครองผู้บริโภคด้านการได้รับเอกสารการซื้อขาย.....	84
4.2.2.3 การคุ้มครองผู้บริโภคด้านสิทธิเลิกสัญญา.....	85
4.2.2.4 การคุ้มครองผู้บริโภคด้านการโฆษณาสินค้าหรือบริการ.....	87
4.2.2.5 การคุ้มครองผู้บริโภคด้านสิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชย ความเสียหาย.....	92
4.3 ความเชื่อมโยงระหว่างระบบกล่องสุ่มในเกมออนไลน์กับพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522.....	94
4.2.1 ระบบกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ภายใต้พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522.....	95
4.2.2 การคุ้มครองผู้บริโภคตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522.....	95
4.2.2.1 การคุ้มครองผู้บริโภคด้านฉลาก.....	95
4.2.2.2 การคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญา.....	96
บทที่ 5 บทสรุปและข้อเสนอแนะ.....	101
5.1 บทสรุป.....	101
5.2 ข้อเสนอแนะ.....	103
รายการอ้างอิง.....	106

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 สถิติมูลค่าตลาดสื่อบันเทิงดิจิทัลทั่วโลก.....	2
ตารางที่ 2 สถิติมูลค่ารวมของอุตสาหกรรมสื่อบันเทิงดิจิทัล.....	2
ตารางที่ 3 สัดส่วนของผู้เล่น Casual Game ใน 6 ประเทศ.....	17
ตารางที่ 4 การเล่นเกมตามบัญชี ก. ท้ายพระราชบัญญัติ.....	43
ตารางที่ 5 การเล่นเกมตามบัญชี ข. ท้ายพระราชบัญญัติ.....	43
ตารางที่ 6 เปรียบเทียบประเด็นทางกฎหมายที่เกี่ยวกับการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ของประเทศไทยและต่างประเทศ.....	74
ตารางที่ 7 รายละเอียดการจดทะเบียนบริษัทผู้ให้บริการเกมออนไลน์ในประเทศไทย.....	80

สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 1	การขายผลิตภัณฑ์รูปแบบปกติในเกมออนไลน์ (หน่วยเงินในเกมออนไลน์).....	21
ภาพที่ 2	การขายผลิตภัณฑ์รูปแบบปกติในเกมออนไลน์ (สิ่งอำนวยความสะดวกในเกมออนไลน์)....	22
ภาพที่ 3	การขายรูปลักษณะตัวละครในเกมออนไลน์.....	23
ภาพที่ 4	การขายรูปลักษณะของใช้ในเกมออนไลน์.....	23
ภาพที่ 5	การขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ (แบบประกาศรายการและอัตราการได้สิ่งของ).....	24
ภาพที่ 6-7	การขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ (แบบไม่ประกาศรายการและอัตราการได้สิ่งของ).....	25
ภาพที่ 8	การขายฟรีเมียมในเกมออนไลน์ (แบบระยะเวลา 30 วัน).....	26
ภาพที่ 9	การประมูลสิ่งของในเกมออนไลน์ (แบบผู้เล่นเป็นผู้ยื่น สิ่งของออกประมูล).....	27
ภาพที่ 10	การประมูลสิ่งของในเกมออนไลน์ (แบบผู้ให้บริการเกมเป็นผู้ยื่น สิ่งของออกประมูล).....	27
ภาพที่ 11	การโฆษณาผ่านการประกาศใน Facebook Page (Ragnarok M: Eternal Love).....	89
ภาพที่ 12	Banner หรือ ป้ายโฆษณาของ Spring Celebration Giftbox ที่ใช้ในการโฆษณา.....	89
ภาพที่ 13	Spring Celebration Giftbox ขณะวางขายในเกม Ragnarok M Eternal Love.....	90
ภาพที่ 14	รายละเอียดของ Ultraman Card (ภาษาอังกฤษ).....	91
ภาพที่ 15	รายละเอียดของ Ultraman Card (ภาษาไทย).....	91
ภาพที่ 16	ลักษณะของสัญญาซื้อขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์แบบระบุเนื้อหา.....	97
ภาพที่ 17	ลักษณะของสัญญาซื้อขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์แบบไม่ระบุเนื้อหา.....	97

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากความก้าวหน้าและการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวันของคนในสังคมยุคปัจจุบัน โดยครอบคลุมในหลากหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านการทำงาน การติดต่อสื่อสาร การดำเนินกิจกรรมประจำวัน การซื้อขายสินค้าหรือบริการ การทำธุรกรรม และรวมถึงการเสพความบันเทิงด้วย¹ การพัฒนาทางเทคโนโลยีดังกล่าว ส่งผลให้วิถีชีวิตของคนในยุคปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปจากยุคอดีต มีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและเครือข่ายการเชื่อมโยงทางอินเทอร์เน็ตในทุกๆกิจกรรมเสมือนเป็นตัวแปรสำคัญในการดำเนินกิจกรรมประจำวันหรือเป็นวิถีชีวิตของคนในยุคปัจจุบัน² โดยการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของคนในยุคปัจจุบันดังกล่าว ส่งผลให้สื่อบันเทิงดิจิทัลเข้ามามีบทบาทสำคัญและได้รับความนิยมอย่างสูง ทั้งนี้ สื่อบันเทิงดิจิทัล หมายถึง สื่อที่สร้างความบันเทิง สามารถให้ภาพและเสียงที่สมจริง สามารถนำเสนอสาระและความบันเทิงได้ เช่น โทรทัศน์ดิจิทัล วิทยุออนไลน์ เกม เว็บไซต์ เป็นต้น³

เกม หมายถึง สื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่จัด ท่องสถานการณ์และให้ผู้เล่นสามารถบังคับได้ โดยอาศัยการกดปุ่มโต้ตอบกับเครื่องเล่นเกม โดยเกมถือเป็นสื่อบันเทิงดิจิทัลที่มีความสำคัญและได้รับความนิยมอย่างสูง ในปี พ.ศ. 2561 ตลาดเกมมีอัตราการขยายตัวสูงขึ้นร้อยละ 10.7 ขึ้นเป็นอันดับหนึ่งในตลาดโทรทัศน์ที่มีอัตราการขยายตัวลดลงร้อยละ 8 และตลาดเกมยังมีมูลค่าตลาดสูงกว่าตลาดสื่อบันเทิงดิจิทัลประเภทอื่น เช่น โทรทัศน์ ภาพยนตร์ และเพลง เป็นต้น โดยจากสถิติในปี พ.ศ 2561 ตลาดสื่อบันเทิงดิจิทัลมีมูลค่ารวม ดังนี้⁴

¹ ธนกฤต ดีพลภักดิ์, “การเปิดรับสื่อ พหุติกรรม และผลกระทบจากการเล่นเกมออนไลน์ประเภท MMORPG (Massively Multiplayer Online Role-Playing Game) ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร,” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม, 2556), หน้า 1.

² รัชณี ศรีวัฒนชัย, เทคโนโลยีเปลี่ยนชีวิต พหุติกรรมคนไทน์เข้าใกล้โลกอนาคต [ออนไลน์], 17 ธันวาคม 2559. แหล่งที่มา www.posttoday.com/it/470645

³ นายธนกฤต ดีพลภักดิ์, “การเปิดรับสื่อ พหุติกรรม และผลกระทบจากการเล่นเกมออนไลน์ประเภท MMORPG (Massively Multiplayer Online Role-Playing Game) ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร, หน้า 1.

⁴ Reuter, Investing in the Soaring Popularity of Gaming [ออนไลน์], 24 มกราคม 2562. แหล่งที่มา <https://www.reuters.com/sponsored/article/popularity-of-gaming>

ตารางที่ 1 สถิติมูลค่าตลาดสื่อบันเทิงดิจิทัลทั่วโลก

สื่อบันเทิงดิจิทัล	มูลค่าตลาด (พันล้านดอลลาร์)
1. เกม	116
2. โพรทัศน	105
3. ภาพยนตร์	41
4. เพลง	17

ที่มา : Reuter

ส สำหรับประเทศไทยจากข้อมูลของส สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (DEPA) สังกัดกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม พบว่า มูลค่ารวมของอุตสาหกรรมเกมมีอัตราการเติบโตสูงขึ้น ดังนี้⁵

ตารางที่ 2 สถิติมูลค่ารวมของอุตสาหกรรมสื่อบันเทิงดิจิทัล

มูลค่าตลาด	ปี พ.ศ. 2558 (ล้านบาท)	ปี พ.ศ. 2559 (ล้านบาท)	อัตราการเติบโต (ร้อยละ)
1. มูลค่าการบริโภค	13,808	15,894	15
2. มูลค่าการนำเข้า	13,553	15,577	15
3. มูลค่าการผลิต	255	317	24
4. มูลค่าการส่งออก	420	434	3

ที่มา : ส สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล

การเติบโตของอุตสาหกรรมเกมในประเทศไทยมีมูลค่าตลาดและอัตราการเติบโตที่ขยายตัวสูงขึ้นทุกปี ทั้งด้านการผลิต การนำเข้า และการบริโภค ซึ่งตลาดเกมในประเทศไทยถือว่ามีความใหญ่ที่สุดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (SEA) มีสัดส่วนตลาดคิดเป็นตัวเลข ร้อยละ 21 ของตลาดเกมใน 6 ประเทศหลัก อันประกอบไปด้วย มาเลเซีย เวียดนาม สิงคโปร์ อินโดนีเซีย ไทย และฟิลิปปินส์ โดยจากสถิติในปี พ.ศ. 2561 มีผู้ใช้บริการเกมออนไลน์ในประเทศไทย จ นวน 18.3 ล้านคน และมีผู้เล่นที่เป็น Hardcore Gamer หรือเล่นเกมมากกว่า 21 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ สูงที่สุดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้อีกด้วย⁶

⁵ Depa, ข้อมูลอุตสาหกรรม แอนิเมชัน เกม และคาแรคเตอร์ [ออนไลน์], 24 มกราคม 2562, แหล่งที่มา <http://www.depa.or.th/sites/default/files/publication/files/DEPA%20Digital%20Content%202559.pdf>

⁶ TIG_G-Meister, ตลาดเกมไทยมีขนาดใหญ่และคึกคักที่สุดใน SEA [ออนไลน์], 24 มกราคม 2562, แหล่งที่มา <https://www.thisisgamethailand.com/content/ตลาดเกมไทยมีขนาดใหญ่และคึกคักที่สุดใน-SEA.html>

สำหรับการเติบโตอย่างต่อเนื่องของตลาดเกมในประเทศไทยและในหลายประเทศทั่วโลกมี เหตุจากปัจจัยประการ ดังนี้

(1) ความสนใจของผู้บริโภคต่อเกมที่เปลี่ยนแปลงไป กล่าวคือ ในปัจจุบันเกมถือเป็นที่ กีฬาประเภทหนึ่งที่มีความนิยมอย่างสูงและมีคนจำนวนมากให้ความสนใจ มีนักกีฬาอาชีพและมีการจัดการแข่งขันอย่างเป็นทางการ หรือที่เรียกกันว่า E-Sports ซึ่งในการแข่งขันเกมบางรายการมี เงินรางวัลเทียบเท่าหรือสูงกว่าการแข่งขันกีฬาชนิดอื่น เช่น การแข่งขันฟุตบอลโลก เป็นต้น สะท้อนให้เห็นได้อย่างชัดเจนว่า E-Sports กำลังเติบโตและได้รับความสนใจจากผู้บริโภคอย่างมาก โดยจากการเติบโตดังกล่าว ส่งผลให้เกิด การแข่งขันอาชีพ นักกีฬาอาชีพ นักพากย์ นักแคสต์เกมอาชีพ รวมถึงแบรนด์ต่างๆในระดับโลกที่เข้ามาเป็นผู้สนับสนุนหลักให้กับทีม E-Sports ดังไม่ต่างจากวงการกีฬา อื่นๆ เช่น Samsung LG intel adidas เป็นต้น⁷ จากปัจจัยต่างๆที่กล่าวมานี้ ส่งผลให้เกมกลายเป็น กระแสที่ดังไปทั่วโลกและผู้คนให้ความสนใจที่จะเล่นเกมกันมากขึ้นจากการชมการแข่งขัน E-Sports การพากย์เกม และการแคสต์เกม

(2) การเข้าถึงผู้บริโภค แต่เดิมการใช้บริการเกมอิเล็กทรอนิกส์จะอยู่ในรูปแบบของ การใช้บริการผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์หรือเครื่องเล่นเกมเฉพาะ แต่ในปัจจุบันเกมอิเล็กทรอนิกส์ หลากหลายเกมสามารถเล่นผ่านโทรศัพท์มือถือหรือแท็บเล็ตได้ จึงท ให้ผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงการ เล่นเกมได้ง่ายยิ่งขึ้น อีกทั้งจากการพัฒนาในการผลิตทำให้อุปกรณ์ที่ใช้ประกอบในการเล่นเกมนั้น มี ต้นทุนที่ต่ำลง จึงส่งผลให้การเล่นสามารถทำได้ง่ายขึ้น และเกมสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ ดีกว่าแต่ก่อน มีความสะดวกรวดเร็ว และใช้ต้นทุนต่ำ โดยการเล่นเกมผ่านโทรศัพท์มือถือหรือแท็บ เล็ตนี้จะสามารถดาวน์โหลดผ่านรูปแบบต่างๆ เช่น Apple Store และ Play Store เป็นต้น ซึ่ง โดยส่วนใหญ่จะไม่เสียค่าใช้จ่ายหรือเสียค่าใช้จ่ายต่ำกว่าการดาวน์โหลดเกมผ่านแผ่นเกมลิขสิทธิ์แท้ที่ วางขายตามตลาดทั่วไปหรือขายแบบออนไลน์ อีกทั้งยังมีความสะดวกรวดเร็วมากกว่าอีกด้วย

(3) การเชื่อมโยงผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เกมอิเล็กทรอนิกส์แต่เดิมเป็นการเล่น แบบไม่มีการเชื่อมโยงผ่านเครือข่าย หรือที่เรียกว่า เกมออฟไลน์ หรือมีการเชื่อมโยงผ่านเครือข่ายที่มี ข้อจำกัด เช่น การเล่นเกมผ่านการต่อสายสัญญาณอินเทอร์เน็ต หรือที่เรียกว่า สาย LAN แต่ใน ปัจจุบันเกมอิเล็กทรอนิกส์เกือบทั้งหมด สามารถเชื่อมต่อผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้ หรือที่เรียกว่า เกมออนไลน์ ท ให้ผู้เล่นสามารถเชื่อมถึงกันผ่านระบบศูนย์กลาง ซึ่งเป็นการเพิ่มความสุขและ อรรถรสในการเล่นเพิ่มขึ้นอย่างมาก เพราะผู้เล่นเกมนอกจากจะได้เพลิดเพลินกับโลกเสมือนจริง

⁷ Krungsri Society, ธุรกิจ E-Sports ในไทยจากมุมมองธุรกิจและผู้เล่น [ออนไลน์], 24 มกราคม 2562, แหล่งที่มา <https://www.krungsri.com/bank/th/plearn-plearn/eports-in-thailand-with-business-opportunity.html>

ภายในเกมแล้ว ยังสามารถเล่นเกมร่วมกับผู้เล่นอื่นได้ เช่น เพื่อน ครอบครัว หรือบุคคลอื่นๆ เป็นต้น เมื่อข้อมูลในเกมสามารถเชื่อมถึงกันได้ ท ให้เกิดจุดเปลี่ยนของรูปแบบเกมและวิธีการเล่นเกมไปอย่างมาก เกมออนไลน์จึงได้รับความนิยมอย่างสูง โดยมีผู้เล่นหรือผู้ใช้บริการอย่างสม่ำเสมอในทุกๆวัน และมีผู้เล่นหน้าใหม่ที่เข้ามาใช้บริการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

(4) รูปแบบการให้บริการเกมที่เปลี่ยนแปลงไป เกมออนไลน์ในสมัยก่อนนิยมการเล่นผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์หรือเครื่องเล่นเกมเฉพาะ ผู้ให้บริการเกมออนไลน์ จึงนิยมการขายแผ่นติดตั้งเกมลิขสิทธิ์แท้หรือการเรียกเก็บค่าบริการตามระยะเวลาในการเล่น แต่เกมออนไลน์ในปัจจุบันผู้ให้บริการเกมนิยมการให้บริการเกมโดยไม่เสียค่าบริการ หรือที่เรียกว่า เกมฟรี กล่าวคือ ในการดาวน์โหลดและการเล่นเกมจะไม่เสียค่าบริการใดๆ ทำให้ผู้เล่นสามารถเล่นเกมได้อย่างสะดวกและไม่มีต้นทุนเพิ่มเติมในการเล่น นอกจากค่าอุปกรณ์ในการเล่นเท่านั้น เมื่อไม่มีค่าใช้จ่ายหรือต้นทุนเพิ่มเติมผู้ให้บริการเกมออนไลน์จึงมีจ นวนมากขึ้นและมีแนวโน้มว่าจะมากขึ้นเรื่อยๆอีกด้วย

การเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการเกมออนไลน์ไปสู่การเล่นโดยไม่เสียค่าบริการทำให้เกิดรูปแบบหรือช่องทางใหม่ๆในการหารายได้ของผู้ให้บริการเกมออนไลน์ แม้ผู้ที่เข้าใช้บริการเกมออนไลน์จะไม่ต้องเสียค่าบริการในการเล่นก็ตาม แต่ผู้ให้บริการเกมออนไลน์ส่วนใหญ่ก็นิยมนำผลิตภัณฑ์รูปแบบต่างๆมาวางขายหรือจัดเป็นกิจกรรม เช่น การขายบัตรพรีเมียม การขายรูปลักษณ์ตัวละคร การขายกล่องสุ่ม เป็นต้น เพื่อกระตุ้นให้ผู้เล่นเติมเงินเข้าไปในระบบเพื่อใช้ในการซื้อผลิตภัณฑ์หรือการเล่นกิจกรรมเหล่านั้น หรืออาจกล่าวได้ว่า ผู้ให้บริการเกมออนไลน์เปลี่ยนรูปแบบโมเดลธุรกิจจากการขายตัวเกมกลายเป็นขายผลิตภัณฑ์ภายในเกมแทน อย่างไรก็ตาม จากรูปแบบใหม่ๆในการขายผลิตภัณฑ์ดังกล่าว ก่อให้เกิดประเด็นปัญหาที่น่าสนใจและผู้วิจัยเห็นว่าเป็นเรื่องสำคัญที่ภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเข้ามาจัดการดูแล โดยในงานวิจัยฉบับนี้จะศึกษาเกี่ยวกับการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ ซึ่งเป็นรูปแบบที่ผู้ให้บริการเกมออนไลน์นิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย

ระบบกล่องสุ่ม หรือ Loot Boxes หมายถึง การที่ผู้เล่นทำการซื้อผลิตภัณฑ์กล่องสุ่มในเกม โดยอาจใช้เงินจริงที่ต้องทำการเติมเงินเข้าไปในระบบเกมหรืออาจใช้ทรัพยากรที่สามารถหาได้จากการส ริงเจื่อนไขต่างๆในเกมก็ได้แล้วแต่รูปแบบที่แต่ละเกมกำหนดไว้⁸ เมื่อผู้ซื้อท การซื้อผลิตภัณฑ์ดังกล่าวแล้วระบบจะสุ่มสิ่งของหรือรายการ (ซึ่งในที่นี้เรียกว่า “ไอเทม”) อย่างใดอย่างหนึ่งในเกมออกมาให้กับผู้ซื้อ ซึ่งผู้ซื้ออาจได้รับเป็น เสื้อผ้าของสวมใส่ อาวุธ ของใช้ หรือสิ่งของชิ้นใดก็ได้ที่มีอยู่ในเกม โดยสิ่งของที่ระบบได้ทำการสุ่มออกมาให้กับผู้ซื้ออาจไม่ใช่สิ่งที่มีผู้ซื้อที่ต้องการก็ได้ ทำให้เกิดพฤติกรรมการซื้อกล่องสุ่มซ้ำ แล้วซ้ำ อีกจนกว่าจะได้สิ่งของที่ต้องการ เนื่องจากการซื้อกล่องสุ่มไม่ต้อง

⁸ Nes, ท ไม่เกมเมอร์ถึงเสพติดการเปิด loot Box [ออนไลน์], 19 มิถุนายน 2561. แหล่งที่มา <https://www.gamingdose.com/feature/ท ไม่เกมเมอร์ถึงเสพติด/>

ใช้ความชำนาญใดๆในการเล่น ใช้แต่เพียงทรัพยากรในการสุ่มเพื่อให้ได้รับสิ่งของจากการสุ่มเท่านั้น ซึ่งคล้ายคลึงกับการจับสลากหรือการพนันโดยใช้เครื่องสล็อตแมชชีน พฤติกรรมการซื้อซ้ำ แล้วซ้ำ ซีกดังกล่าวนี้สร้างรายได้มหาศาลให้กับผู้ให้บริการเกมออนไลน์ เช่น บริษัท Electronic Arts สามารถทำรายได้จากการขายกล่องสุ่ม คิดเป็นเงินประมาณ 800 ล้านดอลลาร์สหรัฐต่อปี โดยผู้เล่นบางคนใช้เงินจริงเพื่อซื้อกล่องสุ่มถึง 15,000 เหรียญดอลลาร์สหรัฐ เป็นต้น?

อย่างไรก็ตาม ปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดพฤติกรรมดังกล่าวนี้ เป็นเหตุมาจากการที่ผู้ซื้อไม่ทราบข้อมูลว่าในผลิตภัณฑ์กล่องสุ่มที่ตนได้ซื้อไปนั้นมีสิ่งของชนิดใดบรรจุอยู่ภายในกล่องสุ่มบ้าง ทั้งยังไม่ทราบว่าอัตราการสุ่มได้สิ่งของที่ตนต้องการมีมากน้อยเพียงใด การที่ผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์กล่องสุ่มในเกมออนไลน์ โดยไม่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อย่างเพียงพอ ทำให้ผู้บริโภคเสียเปรียบและก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรม และอาจเป็นการบิดเบือนการตัดสินใจของผู้บริโภคได้ เช่น เมื่อผู้ให้บริการเกมออนไลน์ประกาศขายกล่องสุ่มโดยระบุเพียงว่ามีสิ่งของ A อยู่ภายในกล่อง แต่ไม่ได้ระบุว่าสิ่งของอื่นใดอีกบ้างและไม่ได้ระบุอัตราการได้สิ่งของ A จากการสุ่ม ซึ่งอาจมีอัตราการได้ที่ต่ำมากๆ เช่น สิ่งของ A มีอัตราการได้เพียงร้อยละ 0.1 เป็นต้น เมื่อผู้ซื้อไม่ได้ทราบข้อมูลดังกล่าว ย่อมทำให้ผู้ซื้อตัดสินใจซื้อกล่องสุ่มได้โดยง่าย เนื่องจากไม่ได้มีกระบวนการพิจารณาถึงโอกาสหรือความน่าจะเป็นในการได้สิ่งของ A จากการสุ่มของระบบ และทำการซื้อกล่องสุ่มเพียงเพราะทราบข้อมูลเพียงว่ามีสิ่งของ A อยู่ในกล่องสุ่มและคาดหวังว่าจะได้สิ่งของ A จากการซื้อกล่องสุ่มเท่านั้น ในทางกลับกันหากผู้ซื้อทราบรายละเอียดเกี่ยวกับรายการสิ่งของภายในกล่องสุ่มและทราบรายละเอียดอัตราในการได้สิ่งของ A ย่อมทำให้ผู้ซื้อที่มีข้อมูลมากพอเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจว่าจะซื้อกล่องสุ่มดังกล่าวหรือไม่ จากรูปแบบดังกล่าวระบบกล่องสุ่มจึงมีลักษณะคล้ายคลึงกับการเล่นการพนัน เนื่องจากมีการใช้เงินจริงหรือทรัพยากรภายในเกมในการซื้อกล่องสุ่ม โดยไม่ทราบผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นจากการสุ่ม จึงอาจทำให้ผู้ซื้อบางรายประสบปัญหาทางการเงินได้ เพราะผู้ซื้อที่มีแนวโน้มซื้อซ้ำแล้วซ้ำอีกจนกว่าจะได้สิ่งของที่ตนที่ต้องการ¹⁰ อีกทั้งยังอาจทำให้ผู้เล่นเกมออนไลน์มีอาการเสพติดการซื้อกล่องสุ่ม เนื่องจากการซื้อกล่องสุ่มนั้นผู้ซื้อไม่ทราบอย่างชัดเจนว่าในกล่องมีอะไรบ้างและไม่สามารถคาดเดาสิ่งของที่ระบบจะสุ่มออกมาให้ ท ให้ผู้ซื้อรู้สึกตื่นเต้นและน่าติดตามส่งผลให้เกิดแนวโน้มการซื้ออย่างต่อเนื่อง¹¹

⁹ นฎพร กรกนกมล, “มาตรการทางกฎหมายในการควบคุมการซื้อสิ่งของในเกมออนไลน์ในโทรศัพท์มือถือโดยระบบกล่องสุ่ม (loot boxes) ในประเทศไทย [ออนไลน์], 17 มิถุนายน 2561. แหล่งที่มา <https://seven02.s3.amazonaws.com/2S58/1531771279.55f87242b1113a9e9af0a424034b05e7.pdf>

¹⁰ เรื่องเดียวกัน, หน้า 3.

¹¹ Nes, ท ไม่เกมเมอร์ถึงเสพติดการเปิด loot Box [ออนไลน์], 19 มิถุนายน 2561. แหล่งที่มา <https://www.gamingdose.com/feature/ท ไม่เกมเมอร์ถึงเสพติด/>

ประเด็นปัญหาของการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์เริ่มได้รับความสนใจจากการโพสต์ข้อความผ่าน Social Media ภายใต้แอปพลิเคชัน Twitter โดยผู้ใช้นามว่า LipuJenes เกี่ยวกับการสุ่มกาษาปอง หรือ กล่องสุ่มในเกมมือถือของญี่ปุ่น ในเกม Granblue Fantasy เพื่อหาตัวละครพิเศษชื่อว่า อันจิรา ในช่วงระยะเวลากิจกรรมปีใหม่ โดยได้ทำการสุ่มไปเป็นจ นวนทั้งหมด 2,522 ครั้งติดต่อกัน คิดเป็นเงินจริงจ นวน 756,000 เยน หรือ คิดเป็นเงินไทยประมาณ 222,188 บาท (อัตราแลกเปลี่ยน ณ วันที่ 23/01/2562)¹² แต่ก็ไม่สามารถสุ่มได้ตัวละครอันจิราตามที่ต้องการ จากการเป็นกระแสของประเด็นดังกล่าว ทำให้มีผู้คนสนใจอย่างมากและได้มีการร้องเรียนไปยัง สำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค (Consumer Affairs Agency : CAA) และผู้เชี่ยวชาญของสำนักงานคุ้มครองผู้บริโภคได้แสดงความเห็นเกี่ยวกับประเด็นนี้ว่า “เมื่อมีการชักจูงให้ซื้อกล่องสุ่มในลักษณะเหมือนการเล่นการพนันเช่นนี้ได้ ก็ควรมีกฎหมายหรือข้อบังคับเป็นการเฉพาะสำหรับเรื่องแบบนี้ออกมาด้วย” ส่งผลให้เมื่อวันที่ 24 มีนาคม พ.ศ. 2559 สมาคมเกมออนไลน์ญี่ปุ่น (Japan Online Game Association) และสมาคมผู้จัดจำหน่ายคอมพิวเตอร์เพื่อความบันเทิง (CESA) และได้มีการออกแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับระบบการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ ส หรับบริษัทที่เป็นสมาชิกของสมาคมและผู้ประกอบการที่เข้าร่วมกับ Mobile Content Forum ถือปฏิบัติ ดังนี้¹³

(1) การระบายรายละเอียดเกี่ยวกับรายการสิ่งของหรือไอเทมที่อยู่ภายในกล่องสุ่มและหากมีความเป็นไปได้ที่จะได้รับสิ่งของชิ้นเดิมจากการสุ่มต้องระบุเกี่ยวกับการสุ่มได้สิ่งของที่ซื้ ทานั้น

(2) การระบุอัตราความน่าจะเป็นในการได้สิ่งของหรือไอเทมชนิดต่างๆและแสดงระดับความหายากของสิ่งของแต่ละชนิด โดยต้องแสดงรายการดังกล่าวในพื้นที่หรือด้วยวิธีการที่ผู้ซื้อจะสามารถรับทราบอย่างสะดวก

(3) การสุ่มของจากกล่องสุ่มจะต้องได้สิ่งของหรือตัวละครพิเศษภายในการสุ่มไม่เกิน 100 ครั้ง หรือคิดเป็น ร้อยละ 1 โดยค นวนจากการสุ่มครั้งละ 500 เยน หากจ นวนเงินสูงสุดในการซื้อกล่องสุ่มเพื่อให้ได้สิ่งของหรือตัวละครพิเศษดังกล่าว มีมูลค่ามากกว่า 50,000 เยน จะต้องประกาศอย่างเป็นทางการให้ผู้ซื้อได้รับทราบ

(4) ผู้ให้บริการเกมจะต้องบันทึกสถิติการสุ่มของผู้ซื้อและรับผิดชอบ หากการสุ่มไม่เป็นไปตามที่ผู้ให้บริการเกมประกาศไว้

¹² ธนาคารแห่งประเทศไทย, อัตราและเปลี่ยนแปลงเงินตราต่างประเทศ [ออนไลน์], 23 มกราคม 2562. แหล่งที่มา https://www.bot.or.th/thai/segmentation/institutions/_layouts/application/exchangerate/exchangerate.aspx

¹³ CESA, ネットワークゲームにおけるランダム型アイテム提供方式運営ガイドライン [ออนไลน์], 27 เมษายน 2559. แหล่งที่มา <http://www.cesa.or.jp/uploads/2016/release20160427.pdf>

โดยข้อกำหนดของสมาคมเกมออนไลน์ญี่ปุ่นฉบับนี้ประกาศให้มีผลเริ่มใช้ตั้งแต่วันที่ 27 เมษายน พ.ศ.2559 เป็นต้นไป

ทั้งนี้ ไม่ใช่แต่เพียงในญี่ปุ่นเท่านั้นที่ระบบกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ได้เป็นประเด็นปัญหาและหน่วยงานของรัฐบาลรวมถึงหน่วยงานของเอกชนต้องวางหลักหรือกำหนดกรอบแนวทางสำหรับประเด็นดังกล่าว ซึ่งมีความแตกต่างกันไปตามการวินิจฉัยของหน่วยงานที่ควบคุมดูแลการซื้อขายกล่องสุ่มของประเทศนั้นๆ เช่น ในประเทศเบลเยียมกล่องสุ่มถือเป็นการพนันตามผลการพิจารณาของหน่วยงานการพนัน (de kansspelcommissie) และในสหราชอาณาจักรไม่ถือว่ากล่องสุ่มเป็นการพนัน และในสหรัฐอเมริกาคณะกรรมการขององค์กรจัดเรตเกม(Entertainment Software Rating Board) ระบุว่า การซื้อกล่องสุ่มนั้นไม่ก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรม แต่ต้องมีการแสดงฉลากว่าเกมใดมีการจ่ายเงินจริงเพื่อเติมเข้าไปในเกมและมีแหล่งข้อมูลเพียงพอให้ผู้ปกครองช่วยในการพิจารณาและควบคุมการเล่นของเด็ก¹⁴ เป็นต้น

ส สำหรับการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ของประเทศไทย เนื่องจากมีลักษณะเข้าข่ายเป็นการขายผ่านตลาดแบบตรง จึงอยู่ภายใต้พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ซึ่งเป็นกฎหมายที่บัญญัติไว้เป็นการเฉพาะเจาะจง* อย่างไรก็ตามบทบัญญัติทางกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคของพระราชบัญญัติดังกล่าวยังขาดความชัดเจนและความเหมาะสม ส่งผลให้ผู้บริโภคอาจเสียเปรียบและได้รับความไม่เป็นธรรมจากการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ ประกอบกับพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ซึ่งเป็นกฎหมายที่บัญญัติไว้เป็นการทั่วไป** ได้บัญญัติเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคในด้านสิทธิของผู้บริโภคในการได้รับความเป็นธรรมในการท สัญญา ซึ่งพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ไม่ครอบคลุมการคุ้มครองผู้บริโภคในด้านดังกล่าว จึงสมควรน บทบัญญัติของพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 มาใช้บังคับร่วมกับพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 เนื่องจากสินค้าหรือบริการแต่ละประเภทย่อมมีรูปแบบและเงื่อนไขแตกต่างกัน ระบบกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ก็เป็นรูปแบบหนึ่งที่มีความพิเศษเฉพาะตัวแตกต่างจากสินค้าหรือบริการทั่วไป ซึ่งกฎหมายที่บัญญัติไว้เป็นการเฉพาะเจาะจงไม่สามารถให้ความคุ้มครองผู้บริโภคในด้านต่างๆได้อย่างครบถ้วน จึงจำเป็นต้องใช้กฎหมายซึ่งบัญญัติไว้

¹⁴ นัฏพร กรรณกมล, “มาตรการทางกฎหมายในการควบคุมการซื้อขายสิ่งของในเกมออนไลน์ในโทรศัพท์มือถือโดยระบบกล่องสุ่ม (loot boxes) ในประเทศไทย [ออนไลน์], 17 มิถุนายน 2561. แหล่งที่มา <https://seven02.s3.amazonaws.com/2S58/1531771279.55f87242b1113a9e9af0a424034b05e7.pdf>

* กฎหมายที่บัญญัติไว้เป็นการเฉพาะเจาะจง หมายถึง ส ำห้บการซือ้ขายสินค้หรือบริการในรูปแบบการขายผ่านตลาดแบบตรงซึ่งแตกต่างจากการซือ้ขายในรูปแบบปกติทั่วไป

** กฎหมายที่บัญญัติไว้เป็นการทั่วไป หมายถึง ส ำห้บการซือ้ขายสินค้หรือบริการทั่วไป ไม่ได้บังคับใช้เฉพาะเจาะจงกับการขายสินค้หรือบริการประเภทหนึ่งประเภทใดเพียงอย่างเดียว

เป็นการทั่วไปเข้ามาพิจารณาและใช้บังคับเฉพาะกับที่ไม่เข้าหรือไม่ขัดต่อกฎหมายที่บัญญัติไว้เป็นการเฉพาะเจาะจง ทั้งนี้ จากประเด็นปัญหาของระบบกล่องสุ่มในเกมออนไลน์และปัญหาด้านความชัดเจนและความเหมาะสมของกฎหมายในปัจจุบัน ภาครัฐควรมีหลักเกณฑ์หรือมาตรการทางกฎหมายที่ชัดเจนและเหมาะสมเพื่อควบคุมและรองรับการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์อย่างเป็นรูปธรรม โดยไม่ปล่อยให้ผู้บริโภคถูกเอาเปรียบหรือได้รับความไม่เป็นธรรม โดยมีกฎหมายเกี่ยวข้องกับการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ทั้งทางตรงและทางอ้อมที่สมควรน มาพิจารณาดังนี้

- (1) พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522
- (2) พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545
- (3) พระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ. 2551
- (4) พระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2542
- (5) พระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. 2478

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1.2.1 เพื่อศึกษาประเภทของเกมและรูปแบบการขายผลิตภัณฑ์ในเกมออนไลน์ของประเทศไทยและต่างประเทศ

1.2.2 เพื่อให้ศึกษาประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นจากการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์

1.2.3 เพื่อศึกษากฎหมายเกี่ยวกับการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ของประเทศไทยและต่างประเทศ

1.2.4 เพื่อวิเคราะห์ประเด็นปัญหาและความครอบคลุมของกฎหมายในประเทศไทย

1.2.5 เพื่อศึกษาหาแนวทางการกำหนดมาตรการที่เหมาะสมในการซื้อขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์

1.3 สมมติฐานการศึกษา

มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ของประเทศไทยยังขาดความชัดเจนและความเหมาะสม ส่งผลให้ผู้บริโภคไม่ได้รับการคุ้มครองในการทำธุรกรรมกับผู้ประกอบธุรกิจอย่างเต็มที่ ภาครัฐจึงควรก หนดให้มีมาตรการทางกฎหมายเพิ่มเติมเพื่อควบคุมระบบการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์

1.4 ขอบเขตการศึกษา

งานวิจัยนี้มีแนวคิดในการศึกษาปัญหาและแนวทางในการควบคุมระบบการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ โดยจะศึกษาประเด็นปัญหาดังกล่าวกับความเกี่ยวข้องทางกฎหมาย อันได้แก่ พระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ. 2551 และ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และ พระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2542 และ พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 และ พระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. 2478 ทั้งนี้ ยังมีการศึกษาเปรียบเทียบมาตรการทางกฎหมายในการควบคุมระบบการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ของต่างประเทศ ได้แก่ ประเทศญี่ปุ่น และสหราชอาณาจักร ประเทศเบลเยียม สหรัฐอเมริกา เป็นต้น

1.5 วิธีการดำเนินการศึกษา

งานวิจัยฉบับนี้เป็นการศึกษาเชิงเอกสาร (Documentary Research) โดยศึกษาค้นคว้าจากหนังสือ บทความ รายงาน และเอกสารที่เกี่ยวข้องทั้งของประเทศไทย และต่างประเทศ รวมทั้งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต และอาจมีการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับประเด็นนั้นๆ

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.6.1 เพื่อให้ทราบและเข้าใจประเภทของเกมและรูปแบบการขายผลิตภัณฑ์ในเกมออนไลน์
- 1.6.2 เพื่อให้ทราบถึงกฎหมายเกี่ยวกับระบบกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ของประเทศไทยและต่างประเทศ
- 1.6.3 เพื่อทราบประเด็นปัญหาในการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์และแนวทางการแก้ไขวิธีต่างๆ
- 1.6.4 เพื่อเสนอมาตรการที่เหมาะสมกับการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ของประเทศไทย

บทที่ 2

ประเภทของเกมและรูปแบบการขายผลิตภัณฑ์ในเกมออนไลน์

เกมเป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่จํายกสถานการณํต่างๆขึ้นมาและผู้เล่นสามารถบังคับได้ผ่านการกดปุ่มหรือการตอบโต้กับเครื่องเล่นเกม โดยเกมถูกพัฒนาจากการเล่นในเครื่องคอมพิวเตอร์สู่การเล่นในเครื่องเล่นเกมเฉพาะและในปัจจุบันได้มีการพัฒนาไปสู่รูปแบบของเกมออนไลน์ ซึ่งเป็นช่องทางการเล่นเกมที่ผู้เล่นสามารถสื่อสารกับผู้เล่นคนอื่นได้ผ่านการเชื่อมต่อเครือข่ายอินเทอร์เน็ตและผ่านระบบเซิร์ฟเวอร์ (Host Server) โดยการเชื่อมต่อกันดังกล่าวถือเป็นจุดเด่นของเกมออนไลน์ที่ทำให้เกิดสังคมภายในเกมออนไลน์ มีการสนทนาในเกม การช่วยกันเล่นเป็นทีมเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ส่งผลให้เกมออนไลน์เป็นที่นิยมอย่างมากเพราะถือว่าการเล่นเกมที่เปิดกว้างให้บุคคลซึ่งมีความแตกต่างกันในหลากหลายด้าน เช่น สถานที่ เชื้อชาติ ภาษา อายุ วัฒนธรรม เพศ เป็นต้น สามารถเข้ามาเล่นเกมในเซิร์ฟเวอร์เดียวกันได้และเป็นการนําผู้เล่นสู่โลกในจินตนาการหนึ่งที่สามารถพบปะผู้เล่นคนอื่นได้จากทั่วโลก¹ โดยในปัจจุบันเกมออนไลน์สามารถพบได้ในเครื่องเล่นเกมหลากหลายประเภท เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่องเล่นเกมเฉพาะ โทรศัพท์มือถือ อุปกรณ์แท็บเล็ต เป็นต้น

2.1 นิยามของเกมออนไลน์

เกมออนไลน์ (Game Online) มาจากคำศัพท์ภาษาอังกฤษ 2 คำ ได้แก่ คำว่า Game หรือ เกม ซึ่งตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 ได้นิยามความหมายของเกมไว้ว่า “การแข่งขันที่มีกติกากำหนด เช่น เกมกีฬา, การเล่นเพื่อความสนุก เช่น เกมคอมพิวเตอร์, การแสดงเพื่อสาธิตกิจกรรม เช่น เกมการบริหาร, โดยปริยายหมายถึง การแสดงที่ใช้กลวิธีหรือเล่ห์เหลี่ยมเพื่อหักล้างกัน เช่น เกมการเมือง, ลักษณะนามเรียกการแข่งขัน หรือการเล่นที่จบลงด้วยการแพ้ชนะกันครั้งหนึ่งๆ”² และคำว่า Online หมายถึง การให้บริการหรือข้อมูลต่างๆที่สามารถหาได้จากอินเทอร์เน็ต เมื่อนำคำว่าเกมและคำว่าออนไลน์มารวมเข้าด้วยกันจึงได้นิยามคำว่า เกมออนไลน์ หมายความว่า เกมที่มีการเล่นผ่านอุปกรณ์โดยผู้เล่นอยู่ภายใต้เงื่อนไขการควบคุมที่มีรูปแบบ โครงสร้าง กฎกติกา

¹ นายธนภุต ดีพลภักดิ์, “การเปิดรับสื่อ พหุติกรรม และผลกระทบจากการเล่นเกมออนไลน์ประเภท MMORPG (Massively Multiplayer Online Role-Playing Game) ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร,” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษาศาสตร์ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม, 2556), หน้า 1

² พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 [ออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.royin.go.th/dictionary/>

จุดเริ่มต้นและจุดจบหรือเป้าหมายในการพิชิตที่ชัดเจน³ โดยสามารถฝึกฝนและแสดงทักษะหรือความสามารถในด้านต่างๆเพื่อให้บรรลุภารกิจหรือเป้าหมายหรือเพื่อแข่งขันให้ชนะผู้เล่นคนอื่นๆ ผ่านการเชื่อมโยงกันบนระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งจะท ทำให้เกิดการเชื่อมต่อกันโดยผ่านการให้บริการของบริษัทผู้ดูแลเกมออนไลน์ หรือเรียกว่า ผู้ให้บริการเกมออนไลน์ โดยมีการใช้ซอฟต์แวร์ในการประมวลผลและมีการรับหรือส่งข้อมูลจากเซิร์ฟเวอร์ของผู้ให้บริการเกมออนไลน์อยู่ตลอดเวลา มีการอัปเดตข้อมูลและบันทึกข้อมูลให้เป็นปัจจุบันพร้อมกันกับที่ผู้เล่นกำลังเล่นอยู่ในเวลานั้น ซึ่งระบบบันทึกข้อมูลผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อส่งต่อข้อมูลไปยังเซิร์ฟเวอร์กลางของผู้ให้บริการเกมออนไลน์ (Host Server)⁴ ท ให้ผู้เล่นเกมออนไลน์สามารถเชื่อมต่อกับผู้เล่นคนอื่นได้แม้จะไม่ได้อยู่ในสถานที่เดียวกันและสามารถท การเชื่อมต่อได้ตลอดเวลาที่เซิร์ฟเวอร์ยังคงเปิดให้บริการอยู่

การเชื่อมต่อกันอย่างไร้พรมแดนนี้ ส่งผลให้เกมออนไลน์ได้รับความนิยมอย่างมาก เนื่องจากผู้เล่นสามารถมีปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่นคนอื่นได้ เช่น การสนทนาระหว่างผู้เล่น การแลกเปลี่ยนสิ่งของหรือไอเทม การร่วมมือกันต่อสู้ การเข้าร่วมกลุ่มหรือทีมเดียวกัน การแข่งขันกัน การจัดอันดับการเล่นเกมนั้น เป็นต้น ระบบต่างๆที่กล่าวมาข้างต้นท ให้เกมออนไลน์แตกต่างเกมในสมัยก่อนที่เล่นผ่านคอมพิวเตอร์หรือเครื่องเล่นเฉพาะ โดยไม่มีการเชื่อมต่อเครือข่ายอินเทอร์เน็ตหรือเรียกว่า เกมออฟไลน์ ซึ่งท ให้ผู้เล่นรู้สึกว่าการเล่นเกมอยู่คนเดียว อย่างไรก็ตาม เมื่อมีสังคมในเกมออนไลน์มีการแลกเปลี่ยนสิ่งของหรือไอเทม ททำให้มีการซื้อขายไอเทมในเกมออนไลน์เป็นการเพิ่มมูลค่าสิ่งของในเกมออนไลน์ให้เปรียบเสมือนทรัพย์สินอย่างหนึ่งเมื่อผู้เล่นได้ถือครองสิ่งของที่เป็นของหายากหรือที่เรียกว่า แรร์ไอเทม (Rare Item) ย่อมรู้สึกว่ามีทรัพย์สินหรือตัวละครนั้นมีมูลค่าเมื่อเทียบกับผู้เล่นคนอื่นๆและสนุกกับการเล่นเกมมากยิ่งขึ้นไปอีก ในการเล่นเกมออนไลน์ผู้เล่นจะต้องทการติดตั้งเกม โดยการลงโปรแกรมเกมจากแผ่นเกมหรือดาวน์โหลดจากเว็บไซต์ของเกมนั้นๆ⁵ ลงในอุปกรณ์ที่ใช้เล่นเกมซึ่งจะต้องรองรับการเชื่อมต่อเครือข่ายทางอินเทอร์เน็ตเพื่อใช้ในการเล่นเกมออนไลน์ โดยผู้เล่นอาจจะต้องเสียค่าบริการในการเล่นหรือไม่ก็ได้ ขึ้นอยู่กับรูปแบบการให้บริการของเกมออนไลน์นั้น หากเป็นเกมที่ผู้เล่นไม่ต้องเสียค่าบริการผู้ให้บริการเกมออนไลน์นิยมการหารายได้จากช่องทางอื่น เช่น การขายสิ่งของหรือไอเทมในเกมออนไลน์ การขายโฆษณา เป็นต้น

³ สันธิติ วนศิริชัย, “ปัญหาการปรับใช้กฎหมายทางแพ่งในเกมออนไลน์,” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2559), หน้า 7.

⁴ นายธนภุต ดีพลภักดิ์, “การเปิดรับสื่อ พฤติกรรม และผลกระทบจากการเล่นเกมออนไลน์ประเภท MMORPG (Massively Multiplayer Online Role-Playing Game) ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร, หน้า 1

⁵ ช่อพฤกษ์ ฝัก, “สังคมเกมออนไลน์สู่สังคมความเป็นจริง ONLINE GAME COMMUNITIES TOWARD COMMUNITIES,” วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์ 6,ฉบับที่ 2 (เมษายน-มิถุนายน): 144

2.1.1 ประวัติความเป็นมาของเกมออนไลน์

เกมถูกสร้างขึ้นครั้งแรกในปี พ.ศ. 2501 หรือในช่วงสงครามเย็น โดย William Higinbotham เพื่อจำลองการทนายผลลัพธ์ของสงครามที่เกิดขึ้น ซึ่งกลายเป็นเกมที่สามารถให้ความบันเทิงบนคอมพิวเตอร์ได้ ชื่อว่า เกมนิสפורท์ และเกมคอมพิวเตอร์ได้ถูกพัฒนาต่อมาเรื่อยๆ โดยในช่วงแรกเป็นเกมคอมพิวเตอร์ที่ผู้เล่นจำนวนหนึ่งหรือสองคน สามารถเล่นร่วมกันได้บนคอมพิวเตอร์เครื่องเดียวกัน ต่อมาในปี พ.ศ. 2517 ได้มีการพัฒนาเกมคอมพิวเตอร์ให้สามารถเล่นโดยเชื่อมต่อกันระหว่างคอมพิวเตอร์ได้เป็นครั้งแรก และในปี พ.ศ. 2521 เกมออนไลน์จึงได้ถือกำเนิดขึ้นเป็นครั้งแรก โดยมีรูปแบบการเล่นเกมเป็นการจำลองสิ่งของและสถานที่ขึ้นด้วยตัวอักษร และผู้เล่นสามารถเห็นชื่อ ตัวละคร สิ่งของหรือไอเทมของผู้เล่นคนอื่นได้ รวมทั้งสามารถพูดคุยติดต่อสื่อสารการผู้เล่นคนอื่นได้อีกด้วย อย่างไรก็ตาม วิวัฒนาการของเกมออนไลน์สามารถแบ่งได้เป็น 4 ยุค ดังนี้⁶

(1) ยุคก่อนมีระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (ระหว่างปีพ.ศ. 2513 -พ.ศ.2538)

เกมออนไลน์ในยุคนี้จะเป็นการเล่นโดยระบบเครือข่ายแบบปิด เช่น เครือข่าย ARPANET เป็นต้น โดยเกมออนไลน์ที่เปิดให้บริการทางการค้าเป็นเกมแรก คือ เกม Island of Kesmai เปิดให้บริการในปี พ.ศ. 2528 ซึ่งเป็นเกมรูปแบบตัวอักษร โดยมีการทำงานบนเครื่องคอมพิวเตอร์สามารถรองรับผู้เล่นได้สูงสุดถึง 100 คน และในปี พ.ศ.2534 ได้เกิดเกมออนไลน์แรกที่สามารถแสดงผลในรูปแบบของรูปภาพได้เป็นแรก คือ เกม Never winter Nights

(2) ยุคระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตยุคแรก (ระหว่างปี พ.ศ. 2538-พ.ศ. 2543)

ในยุคนี้เริ่มมีการใช้งานระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตสำหรับบุคคลทั่วไปอย่างแพร่หลายมากขึ้น เกมออนไลน์จึงมีการพัฒนาเพิ่มขึ้นทั้งด้านการแสดงผลเป็นรูปภาพที่สวยงามและมีมิติมากขึ้นและมีการเล่นที่ซับซ้อนมากกว่าเกมออนไลน์ในยุคก่อน ตามความสามารถของเครื่องคอมพิวเตอร์และการเชื่อมต่อระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่พัฒนาขึ้น

(3) ยุคระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตยุคที่ 2 (ระหว่างปี พ.ศ. 2543-พ.ศ. 2548)

ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตสามารถเข้าถึงบุคคลทั่วไปได้อย่างทั่วถึงมากขึ้น เกมออนไลน์ได้มีการพัฒนารูปแบบการเล่นให้ซับซ้อนขึ้น การแสดงผลทั้งภาพและเสียงที่ดีขึ้น และเริ่มมีการปฏิสัมพันธ์กันระหว่างผู้เล่นเกม เช่น การช่วยกันบรรลุนภารกิจ การเล่นร่วมกันเป็นกลุ่ม การแลกเปลี่ยนซื้อขายสิ่งของหรือไอเทมภายในเกมได้ โดยเกมออนไลน์ในยุคนี้ให้บริการเกมออนไลน์

⁶ สันฐิติ ธนสถิตย์, “ปัญหาการปรับใช้กฎหมายทางแพ่งในเกมออนไลน์,” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2559), หน้า 8.

นิยมคิดค่าบริการจากชั่วโมงการเล่นเกมนออนไลน์ หรือที่เรียกว่า การเติมชั่วโมงเกมนออนไลน์เพื่อให้สามารถเล่นเกมนออนไลน์นั้นได้ตามจ นวนชั่วโมงที่ผู้เล่นเติมเงินจริงเข้าไปในระบบ

(4) เกมออนไลน์ในยุคปัจจุบัน (ระหว่างปีพ.ศ. 2548-ปัจจุบัน)

เกมออนไลน์ในยุคใหม่ได้มีการปรับปรุงรูปแบบการเล่นไปอย่างมาก ทั้งการแสดงผลที่สวยงามและมีมิติมากขึ้นทั้งภาพและเสียง สังคมในเกมนออนไลน์ที่ใหญ่และรองรับการใช้งานมากขึ้น ระบบการซื้อขายสิ่งของหรือไอเทมในเกมนออนไลน์ที่ใหญ่ขึ้น และเนื่องจากเทคโนโลยีที่พัฒนาขึ้นอย่างมากเกมนออนไลน์จึงไม่ได้เล่นได้แต่เพียงบนคอมพิวเตอร์เท่านั้น แต่มีการเปิดให้บริการในอุปกรณ์อื่นๆ เช่น โทรศัพท์มือถือ อุปกรณ์แท็บเล็ต เครื่องเล่นเกมเฉพาะ เป็นต้น สำหรับเกมนออนไลน์ในยุคปัจจุบันผู้ให้บริการเกมนออนไลน์นิยมการเปิดให้บริการฟรีโดยไม่คิดค่าบริการตามชั่วโมงการเล่นเหมือนยุคก่อนๆ แต่ผู้ให้บริการเกมนออนไลน์จะมีรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ต่างๆในเกมนออนไลน์หรือการขายพื้นที่การโฆษณาในเกมนออนไลน์ ซึ่งการเปลี่ยนรูปแบบเป็นการไม่เสียค่าบริการนี้เป็นตัวแปรที่ท ให้ผู้ให้บริการเกมนออนไลน์คิดวิธีการใหม่ๆในการสร้างรายได้จากช่องทางอื่นๆอยู่เสมอ

2.1.2 ประวัติเกมนออนไลน์ในประเทศไทย

สำหรับในประเทศไทยเกมนออนไลน์ได้เริ่มเข้ามาภายหลังจากที่ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้เปิดการใช้งานครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ. 2538 แต่ในขณะนั้นระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตยังมีความเร็วต่ำและมีค่าบริการสูง ต่อมามีการพัฒนาเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นทั้งอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงพร้อมกับราคาที่ถูกลง ส่งผลให้ระบบออนไลน์ได้รับความนิยมขึ้นอย่างมาก รวมถึงเกมนออนไลน์ด้วย โดยเกมนออนไลน์ที่เข้ามาในช่วงแรก เข้ามาในปี พ.ศ. 2543 -พ.ศ. 2544 โดยจะเป็นเกมที่เล่นจบในครั้งเดียว เช่น StarCraft, Counter-Strike, Red Alert เป็นต้น แต่เกมนออนไลน์ที่ได้รับความนิยมอย่างสูงเป็นเกมแนว MMORPG คือ เกม Rangnarok Online ซึ่งผู้ให้บริการเกมคือ บริษัทเอเชียซอฟท์ จำกัด มหาชน ซึ่งเป็นเกมลักษณะที่ผู้เล่นสามารถมีปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่นคนอื่นได้อย่างอิสระ สามารถสร้างตัวละครได้อย่างที่ต้องการและทำกิจกรรมต่างๆร่วมกันได้ จึงได้รับความนิยมอย่างมาก โดยมีบัญชีผู้เล่นในประเทศไทยสูงถึง 1 ล้านบัญชี ถือเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญที่ทาผู้ให้บริการให้เกมนออนไลน์รายอื่นๆทยอยเข้ามาเปิดให้บริการเกมนออนไลน์กันอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม ในส่วนของรูปแบบการให้บริการเกมนออนไลน์ในยุคแรกผู้ให้บริการนิยมคิดค่าบริการตามจ นวน ชั่วโมงที่เข้าใช้งานในเกมนออนไลน์ หรือเป็นการคิดค่าบริการจากการซื้อเกมในครั้งแรกครั้งเดียว แต่ยุคปัจจุบันผู้ให้บริการเกมนออนไลน์นิยมการให้บริการฟรี แต่เน้นการขายผลิตภัณฑ์ในเกมนออนไลน์มากกว่า หากผู้เล่นต้องการได้ไอเทมพิเศษกว่าผู้เล่นคนอื่นก็ต้องจ่ายเงินเพื่อซื้อผลิตภัณฑ์เหล่านั้น เช่น อาวุธ ชุดเครื่องแต่งกาย สัตว์เลี้ยง เป็นต้น ซึ่งหลังจากการเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการจากการคิดค่าบริการตามชั่วโมงการเล่นมาเป็นการขายผลิตภัณฑ์ในเกมนออนไลน์ ส่งผลให้รายได้ของผู้

ให้บริการเกมออนไลน์สูงขึ้นอย่างมาก เนื่องจากผู้เล่นเกมย่อมมีความคาดหวังในการเอาชนะและต้องการที่จะอยู่เหนือกว่าผู้เล่นคนอื่น ผู้เล่นบางส่วนจึงยินยอมจ่ายเงินจริงเพื่อซื้อผลิตภัณฑ์ในเกมออนไลน์ เพื่อให้เหนือกว่าผู้เล่นคนอื่นอยู่เสมอ⁷ ในจุดนี้ผู้ให้บริการเกมออนไลน์จึงสามารถสร้างรายได้จากการคิดผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อขายให้กับผู้เล่นเกมที่ยอมจ่ายเงินจริงเพื่อให้สามารถชนะผู้เล่นคนอื่นได้ โดยในบางครั้งรูปแบบการขายผลิตภัณฑ์เหล่านี้ทำให้ผู้เล่นเกมซึ่งถือเป็นผู้บริโภคถูกเอาเปรียบอย่างไม่เป็นธรรมจากการกำหนดเงื่อนไขการซื้อขายหรือการขายผลิตภัณฑ์ในเกมออนไลน์ของผู้ให้บริการเกมออนไลน์เพียงฝ่ายเดียว

2.2 ประเภทของเกมออนไลน์

การจแนกประเภทของเกมออนไลน์สามารถแบ่งได้หลายประเภทขึ้นอยู่กับเกณฑ์ที่นำมาใช้เป็นตัวแบ่งประเภท โดยสามารถแบ่งออกเป็น 3 เกณฑ์ ได้แก่

2.2.1 เกณฑ์การติดตั้ง สามารถแบ่งได้ 3 รูปแบบ

(1) การเล่นโดยผ่านโปรแกรม Browse

การเล่นเกมออนไลน์ที่ให้บริการผ่านทางหน้าเว็บไซต์ ซึ่งจะเป็นเกมที่เขียนโดยภาษาจาวา โดยผู้เล่นไม่จำเป็นต้องติดตั้งเกมออนไลน์ลงบนเครื่องคอมพิวเตอร์หรืออุปกรณ์อื่นๆที่ใช้เล่นเกม แต่ผู้เล่นสามารถเล่นเกมผ่านบนเว็บไซต์ Browse หรือแอปพลิเคชัน เช่น เฟสบุ๊ก เป็นต้น ที่ผู้ให้บริการเกมออนไลน์ทำการเชื่อมโยงระบบเกมกับช่องทางการเข้าเล่นเหล่านั้นไว้ โดยข้อมูลในการเล่นของเกมของผู้เล่นทั้งหมดจะถูกเก็บอยู่ในเซิร์ฟเวอร์ของผู้ให้บริการเกมออนไลน์เท่านั้น เกมออนไลน์ประเภทนี้มักมีรูปแบบการเล่นที่มีเนื้อหาไม่ซับซ้อนเข้าใจง่ายและการแสดงผลทั้งภาพ กราฟิก เสียง ที่ไม่ได้อลังการมากนัก เกมออนไลน์ประเภทนี้ที่ได้รับความนิยม เช่น เกมไพ่ เกมคาสีโน เกมปลูกผักทาร์ม เป็นต้น⁸

(2) การเล่นเกมผ่านการดาวน์โหลดโปรแกรมเกม

การเล่นประเภทนี้ผู้เล่นจะต้องดาวน์โหลดและติดตั้งเกมออนไลน์ลงบนเครื่องคอมพิวเตอร์ก่อนจึงจะสามารถเล่นเกมผ่านการเชื่อมต่อข้อมูลกับเซิร์ฟเวอร์ของผู้ให้บริการเกมออนไลน์ได้ โดยข้อมูลในการเล่นของเกมของผู้เล่นส่วนหนึ่งจะเก็บบนคอมพิวเตอร์ของผู้เล่นและส่วนหนึ่ง

⁷ เรื่องเดียวกัน, หน้า 13.

⁸ อธิรภัค คมณา, “การวิเคราะห์รูปแบบเกมออนไลน์ที่มีต่อพฤติกรรมการเรียนรู้ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนธัญรัตน์ จังหวัดปทุมธานี,” (วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล, 2556), หน้า 18.

จะถูกเก็บบนเซิร์ฟเวอร์กลางของผู้ให้บริการเกมออนไลน์ ซึ่งผู้เล่นอาจสามารถเลือกได้ว่าจะเล่นโดย ท การเชื่อมต่อผ่านเซิร์ฟเวอร์กลางของผู้ให้บริการเกมออนไลน์หรือจะเล่นโดยไม่ผ่านเซิร์ฟเวอร์กลาง ของผู้ให้บริการเกมออนไลน์ก็ได้ หากเป็นการเล่นโดยไม่ผ่านเซิร์ฟเวอร์กลางของผู้ให้บริการเกม ออนไลน์จะเรียกว่า การเล่นแบบออฟไลน์ ซึ่งการเล่นในแบบนี้ข้อมูลของผู้เล่นจะถูกเก็บในเครื่อง คอมพิวเตอร์ของผู้เล่นเท่านั้นและจะแยกกันกับข้อมูลในส่วนที่ทำการเชื่อมต่อผ่านเซิร์ฟเวอร์กลางอีก ด้วย เกมออนไลน์ในประเภทนี้มักจะมีภาพหรือกราฟิกที่สวยงามตระการตา มีดนตรีประกอบหรือ ระบบเสียงที่อลังการ เนื่องจากข้อมูลที่แสดงผลเหล่านี้ได้ถูกติดตั้งลงบนเครื่องคอมพิวเตอร์ของผู้ เล่นแล้ว เกมออนไลน์ในประเภทนี้ที่เป็นนิยม เช่น Rangnarok Online , League of Legends , World of Warcraft เป็นต้น

(3) การเล่นเกมผ่านการติดตั้งบน Mobile

เกมออนไลน์ที่เล่นผ่านเทคโนโลยี Smartphone ที่พัฒนาไปอย่างมากจน เกือบเทียบเท่าการทำงานของเครื่องคอมพิวเตอร์ เกมออนไลน์ประเภทนี้จะมีรูปแบบการติดตั้งและ การรับส่งข้อมูลผ่านเซิร์ฟเวอร์เหมือนกันกับเกมออนไลน์ประเภทดาวน์โหลดโปรแกรมเกม แต่จะ แตกต่างกันที่มีการติดตั้งเกมบนโทรศัพท์มือถือแทนการติดตั้งเกมบนเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยผู้เล่น จะต้องทำการติดตั้งแอปพลิเคชันผ่านทางของแต่ละระบบปฏิบัติการกำหนดไว้ เช่น สำหรับผู้ใช้ ระบบปฏิบัติการ Apple จะต้องท การติดตั้งแอปพลิเคชันผ่าน App Store หรือ ผู้ใช้ระบบปฏิบัติการ Android จะต้องท การติดตั้งแอปพลิเคชันผ่าน Play Store เป็นต้น⁹

2.2.2 เกณฑ์ลักษณะการเล่น สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท

(1) MMO RPG (Massive Multiplayer Online Role Play Game)

เกมออนไลน์ประเภทที่ผู้เล่นสามารถสร้างหรือออกแบบตัวละครในโลก เสมือนจริงที่ถูกสร้างขึ้นภายในเกม โดยผู้เล่นสามารถทำภารกิจหรือกิจกรรมต่างๆที่ได้กำหนดไว้ ภายในเกมให้ส ริง รวมถึงสามารถใช้งานระบบต่างๆภายในเกมได้อย่างอิสระ เช่น การเข้าร่วมทีมกัน ต่อสู้ การแลกเปลี่ยนสิ่งของ การซื้อขายสินค้า การรวมตัวกันเป็นระบบกิลด์ การแข่งขันกัน การตีบวก อาวุธหรือชุด การแต่งงาน การตะลุยด่าน เป็นต้น เกมประเภทนี้ส่วนใหญ่จะมีเนื้อเรื่องเกี่ยวกับ สงคราม การต่อสู้ การผจญภัย หรือเป็นเกมจำลองโลกเสมือนจริง ผู้เล่นสามารถสร้างตัวละครเพื่อ ร่วมกันต่อสู้ตัวละครในเนื้อเรื่องหรืออาจสวมบทเป็นตัวละครตัวนั้นหรือสามารถเลือกเป็นตัวละครที่ หลากหลายที่มีความสามารถแตกต่างกันได้ ซึ่งจะแตกต่างกันไปในแต่ละเกมตามเนื้อเรื่องของเกมและ

⁹ Kapook, Google Play คืออะไร [ออนไลน์], 19 พฤศจิกายน 2555. แหล่งที่มา <https://android.kapook.com/view51076.html>

รูปแบบการเล่นที่เกมกำหนดการเล่นเกมประเภทนี้ผู้เล่นจะสามารถเล่นได้เรื่อยๆอย่างต่อเนื่องไปตามเนื้อเรื่องหรือภารกิจที่ได้รับเมื่อเสร็จสิ้นภารกิจก็จะมีภารกิจใหม่ๆมาอยู่เสมอ จึงสามารถเล่นได้อย่างไม่มีวันสิ้นสุด ในบางเกมผู้เล่นจะสามารถเพิ่มความแข็งแกร่งหรือเพิ่มความสามารถของตัวเองไปได้เรื่อยๆโดยการเพิ่มค่าประสบการณ์ (Level) การเก็บสะสมอุปกรณ์ (Item) และการหาทรัพยากรเพื่อใช้จ่ายในการซื้อสิ่งของต่างๆภายในเกม ทั้งนี้ ด้วยระบบของเกมในยุคปัจจุบันที่นิยมการให้บริการฟรี ไม่คิดค่าบริการจึงนิยมมีระบบการเติมเงินจริงเข้าไปในเกมเพื่อใช้เป็นทรัพยากรในการซื้อผลิตภัณฑ์ต่างๆที่ผู้ให้บริการเกมออนไลน์จะนำเสนอขายเพื่อเป็นการสร้างรายได้ ซึ่งผลิตภัณฑ์เหล่านี้จะช่วยให้ผู้เล่นเกมสามารถเล่นเกมได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น มีความสามารถที่เหนือกว่าผู้เล่นคนอื่นๆที่ไม่ได้ซื้อผลิตภัณฑ์เหล่านี้หรืออาจเป็นผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวกับความสวยงามของตัวเองหรือที่เรียกว่า Fashion อย่างไรก็ตาม รูปแบบการให้บริการเกมออนไลน์ในประเภทนี้จะมีการอัปเดต Patch ใหม่ๆเข้ามาเรื่อยๆ มีการเพิ่มเติมเนื้อหาของเกมให้มีความสนุกและต่อเนื่องเกี่ยวข้องกับเนื้อหาเดิม ทำให้น่าสนใจ น่าค้นหาและอยากเล่นต่อไป เช่น การสร้างแผนที่ใหม่ มีตัวละครใหม่ มีการปรับความสวยงามของภาพ มีคู่ต่อสู้ใหม่ๆ เป็นต้น อีกทั้งยังมีการเพิ่มเติมผลิตภัณฑ์ใหม่ๆที่สวยงามและอลังการมากขึ้นช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการเล่นเกมได้มากขึ้นเพื่อดึงดูดผู้เล่นให้รู้สึกตื่นเต้นและอยากได้มาครอบครอง เช่น อาวุธใหม่ ชุดใหม่ ชุดตามเทศกาล สัตว์เลี้ยงใหม่ เป็นต้น¹⁰ โดยเกมออนไลน์ประเภทนี้ที่ได้รับความนิยม เช่น Rangnarok Online, League of Legends, Pubg เป็นต้น

(2) Casual Game

เกมออนไลน์ประเภทที่เล่นเป็นรอบๆหรือเป็นครั้งคราวหรือเป็นเกมแนวที่เล่นเพื่อฆ่าเวลาในยามว่าง ไม่เน้นความต่อเนื่องในการเล่น สามารถเล่นเกมจบได้ในระยะสั้นผู้เล่นไม่ต้องใช้ระยะเวลามากในการเล่นและเป็นเกมที่เล่นง่าย มีกติกาที่เข้าใจง่าย เนื้อหาของเกมไม่ซับซ้อน ไม่ต้องใช้ทักษะในการเล่นเกมมาก และผู้เล่นไม่ต้องพยายามทำความเข้าใจระบบเกมอย่างลึกซึ้งมากนัก เหมาะสำหรับการเล่นเพื่อการผ่อนคลายหรือเพื่อฆ่าเวลายามว่าง โดยส่วนใหญ่จะเป็นเกมที่มีภาพสวย มีตัวการ์ตูนน่ารักหรือฉากของเกมที่มีกราฟิกและโทนสีที่มีสีสันสดใส¹¹ ซึ่งผู้เล่นสามารถเล่นคนเดียวก็ได้หรือเล่นกับผู้อื่นแบบออนไลน์ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) เช่น การเชื่อมต่อกับผู้เล่นคนอื่นผ่าน Facebook หรือ Line เป็นต้น เกมในประเภทนี้กำลังเป็นที่ได้รับความนิยมอย่างมากในทวีปเอเชีย เนื่องจากการพัฒนาทางเทคโนโลยีของ smartphone และ แท็บเล็ต ทา

¹⁰ สันฐิติ ธนสถิตย์, “ปัญหาการปรับใช้กฎหมายทางแพ่งในเกมออนไลน์,” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2559),8.

¹¹ ช่อพฤกษ์ ฝวิภู, “สังคมเกมออนไลน์สู่สังคมความเป็นจริง ONLINE GAME COMMUNITIES TOWARD COMMUNITIES,” วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์ 6,ฉบับที่ 2 (เมษายน-มิถุนายน): 145

ให้ผู้เล่นสามารถเล่นเกมได้ง่ายขึ้น ประกอบกับรูปแบบเกมที่เล่นง่ายมีสีสันสดใสสวยงามจึงสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้เล่นได้หลากหลายกว่าเกม MMORPG และเข้าถึงทั้งเพศชายและเพศหญิง โดยจากสถิติพบว่า ในปี 2016 มีสัดส่วนของผู้เล่น Casual Game ใน 6 ประเทศ ดังนี้¹²

ตารางที่ 3 สัดส่วนของผู้เล่น Casual Game ใน 6 ประเทศ

ประเทศ	ชาย (ร้อยละ)	หญิง (ร้อยละ)
1. ประเทศมาเลเซีย	48	52
2. ประเทศสิงคโปร์	88	12
3. ประเทศไทย	63	36
4. ประเทศเวียดนาม	70	40
5. ประเทศฟิลิปปินส์	58	42
6. ประเทศอินโดนีเซีย	73	27

ที่มา : Digital Age ฉบับที่ 204

2.2.3 เกณฑ์รูปแบบการเล่น สามารถแบ่งประเภทของเกมได้ 8 ประเภท

(1) Action Game

เกมประเภทที่เน้นการบังคับควบคุมทิศทางและการกระทำของตัวละคร ทั้งการเคลื่อนไหวและการตอบโต้กับสิ่งต่างๆในเกมเพื่อให้สามารถบรรลุภารกิจหรือเป้าหมายของเกมได้ โดยส่วนใหญ่จะเป็นเกมในรูปแบบที่เข้าใจง่าย การบังคับต่างๆทำได้ไม่ยากไม่ซับซ้อน ผู้เล่นหน้าใหม่สามารถทำความเข้าใจกับรูปแบบการเล่นเกมได้ไม่ยากเท่าใดนัก ตัวเกมอาจใช้การ ลุย ยิง เตะ ต่อย วิ่ง กระโดด หรืออื่นๆที่จะตอบสนองกับผู้เล่นได้โดยไม่ต้องมีการวางแผนการเล่นมากนัก แต่อาศัยการตัดสินใจในขณะนั้นของผู้เล่น ตัวอย่างเกมในประเภทนี้ เช่น เกมมาริโอ เกมร็อคแมน เป็นต้น¹³

(2) Adventure Game หรือ เกมผจญภัย

เกมประเภทที่ผู้เล่นจะสวมบทบาทเข้าไปเป็นตัวละครตัวใดตัวหนึ่งเพื่อทำภารกิจหรือเป้าหมายในเกมในสำเร็จ เกมประเภทนี้มักจะมีเนื้อหาที่เน้นการแก้ไขปัญหา ฝึกให้ผู้เล่นคอยสังเกตเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นภายในเกมและทำการวิเคราะห์เพื่อแก้ไขสถานการณ์หรือเก็บสะสมสิ่งของระหว่างทางเพื่อใช้ในการบรรลุภารกิจหรือผ่านด่านแต่ละด่าน นอกจากนี้ยังมีเนื้อเรื่องที่เป็น

¹² บัญญัติ พูลสวัสดิ์, วิเคราะห์ตลาด เกมมือถือในเอเชีย : ยุคเฟื่องฟูของเกมฆ่าเวลา [ออนไลน์], 19 มกราคม 2561. แหล่งที่มา <http://blog.dpu.ac.th/index.php/2017/01/19/dec2015/>

¹³ ขอพฤกษ์ ฝิวกู, “สังคมเกมออนไลน์สู่สังคมความเป็นจริง ONLINE GAME COMMUNITIES TOWARD COMMUNITIES,” วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์ 6,ฉบับที่ 2 (เมษายน-มิถุนายน): 146

เนื้อเรื่องหลักให้ผู้เล่นได้มีการตัดสินใจ เกมไปตามเนื้อเรื่องโดยการพูดคุยกับตัวละครอื่นๆเพื่อไขปริศนาต่างๆ ซึ่งเกมผจญภัยมักจะไม่มีการตายหรือมีการกำหนดจุดตายที่แน่นอนไว้ก่อนแล้ว โดยเกมประเภทนี้ส่วนใหญ่ไม่จำเป็นต้องอาศัยความชำนาญในการบังคับตัวละครมากเหมือนกับเกม Action ตัวอย่างเกมในประเภทนี้ เช่น Myst, Sibiria เป็นต้น¹⁴

(3) Role Playing Game (RPG)

เกมที่ผู้เล่นสามารถสร้างหรือออกแบบตัวละครในโลกเสมือนจริงและสวมบทบาทเป็นตัวละครที่ตนสร้าง เพื่อไปผจญภัยหรือไปหาภารกิจต่างๆตามรูปแบบที่แต่ละเกมกำหนด เกมประเภทนี้จะเน้นการที่ผู้เล่นสัมผัสกับเนื้อเรื่องหลักและดำเนินการเล่นไปตามเนื้อเรื่อง ซึ่งก็จะมีระบบหลายอย่างในเกมให้ผู้เล่นได้ทำ เช่น การหาภารกิจ การกำจัดศัตรู การพัฒนาระดับตัวละคร การสร้างอุปกรณ์ เป็นต้น โดยเกมประเภทนี้สามารถแบ่งออกเป็น 3 แบบ ดังนี้¹⁵ แบบที่ 1 แบบ Action RPG เป็นเกมที่เน้นในเรื่องการบังคับตัวละครแบบ Action ผสมกับการดำเนินเรื่องตามเนื้อหาของเกม ซึ่งผู้เล่นอาจต้องเก็บค่าประสบการณ์ เก็บสะสมอุปกรณ์หรือไอเทมต่างๆ เป็นต้น แบบที่ 2 แบบ Simulation RPG เป็นเกมในแนวของการวางแผนการรบ การทาสงคราม ซึ่งนิยมเป็นแบบให้ผู้เล่นผลัดกันเดินทีละครั้ง และแบบที่ 3 MMORPG เป็นเกมที่ผู้เล่นสามารถกำหนดรูปแบบการผจญภัยของตนเองได้อย่างอิสระ ตัวเกมจะมีระบบหลายอย่างเพื่อรองรับความหลากหลายในการเล่น เช่น ระบบการติดต่อสื่อสารกับผู้เล่นคนอื่น ระบบการร่วมทีมต่อสู้ ระบบการหาภารกิจ การกำจัดศัตรู การเพิ่มค่าประสบการณ์และการพัฒนาตัวละคร ระบบการเลือกสายอาชีพ ระบบการสร้างอุปกรณ์ เป็นต้น เกมออนไลน์ประเภท MMORPG นี้เป็นเกมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมอย่างมากและเป็นเกมที่ใช้เวลาในการเล่นสูง¹⁶

(4) Sport Game

เกมประเภทการจำลองการเล่นกีฬาแต่ละชนิด โดยมีการใช้กติกาการเล่นเสมือนการแข่งขันกีฬาจริง ผู้เล่นอาจใช้ทักษะหรือความชำนาญในการเล่นกีฬาแต่ละประเภทมาประยุกต์เพื่อใช้ในการเล่นเกมประเภทนี้ การเล่นเกมประเภทนี้ผู้เล่นต้องสวมบทบาทเป็นตัวละครหรือ

¹⁴ อีรภัค คมณา, “การวิเคราะห์รูปแบบเกมออนไลน์ที่มีต่อพฤติกรรมการเรียนรู้ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนธัญรัตน์ จังหวัดปทุมธานี,” (วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล, 2556), 21.

¹⁵ ช่อพฤกษ์ ฝิวภู, “สังคมเกมออนไลน์สู่สังคมความเป็นจริง ONLINE GAME COMMUNITIES TOWARD COMMUNITIES,” วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์ 6, ฉบับที่ 2 (เมษายน-มิถุนายน): 146

¹⁶ อีรภัค คมณา, “การวิเคราะห์รูปแบบเกมออนไลน์ที่มีต่อพฤติกรรมการเรียนรู้ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนธัญรัตน์ จังหวัดปทุมธานี,” หน้า 21.

นักกีฬาและบังคับตัวละครนั้นโดยอาจบังคับตัวละครเพียงตัวเดียว หรือบังคับตัวละครหลายๆตัวก็ได้ ในกรณีของกีฬาประเภทที่เล่นเป็นทีม ทั้งนี้ ส สำหรับเกมประเภทนี้จะเน้นการใช้ทักษะการเล่นมากกว่า การใช้อุปกรณ์ต่างๆเพื่อให้เล่นได้ดียิ่งขึ้น เกมออนไลน์ในประเภทนี้ที่ได้รับความนิยม เช่น FIFA Online, Pangya เป็นต้น

(5) Strategy Game

เกมประเภทเกมวางแผนการรบหรือการจำลองการทางสงคราม ซึ่งจะมีรูปแบบเฉพาะของแต่ละเกมที่ผู้เล่นจะต้องศึกษา เช่น การสร้างและควบคุมกองทัพ การเก็บเกี่ยวทรัพยากรต่างๆ การบุกและการป้องกันศัตรู เป็นต้น เกมประเภทนี้สามารถแบ่งได้เป็น 2 แบบ ได้แก่ แบบที่ 1 แบบ Real Time เป็นการเล่นแบบพร้อมกันทุกฝ่าย กล่าวคือ ท การเล่นในเวลาเดียวกัน ผู้เล่นจะต้องแข่งขันกับเวลา เนื่องจากเกมจะดำเนินไปเรื่อยๆโดยไม่มีการหยุดพักจนกว่าจะหมดเวลา แบบที่ 2 แบบ Turn Base เป็นแบบที่ผู้เล่นจะผลัดกันเล่นเหมือนการเล่นหมากรุก ทำให้ผู้เล่นได้มีเวลาคิดวางแผนการรบมากกว่าแบบ Real Time

(6) Shooting Game

เกมประเภทการต่อสู้ด้วยการยิงปืนเพื่อทำลายศัตรูเป็นหลัก ผู้เล่นจะมีอุปกรณ์ประเภทปืน ระเบิด มีดพก เพื่อใช้ในการต่อสู้ โดยอาจเป็นแบบการต่อสู้กับผู้เล่นคนอื่น แข่งขันกันแพ้ชนะแบบนับแต้ม หรืออาจเป็นการต่อสู้แบบตะลุยด่านไปเรื่อยๆก็ได้ ซึ่งมีทั้งแบบการเล่นคนเดียวและการเล่นเป็นทีม เกมประเภทนี้สามารถแบ่งได้เป็น 2 แบบ ได้แก่ แบบที่ 1 แบบ FPS (First Person Shooting) เป็นเกมที่ผู้เล่นจะใช้มุมมองแทนสายตาของตัวละครเสมือนผู้เล่นเป็นตัวละครนั้น แบบที่ 2 แบบ TPS (Third Person Shooting) เป็นเกมยิงที่จำลองภาพโดยรอบของการเล่นสามารถเห็นตัวละครของตัวเองและผู้เล่นคนอื่นจากมุมที่กว้างแบบ FPS ทั้งนี้ ในเกมบางเกมผู้เล่นอาจสามารถปรับมุมมองเป็นทั้งแบบ FPS และ TPS ได้

(7) Simulation Game

เกมประเภทที่จำลองสถานการณ์ต่างๆให้ผู้เล่นได้สวมบทบาทเป็นตัวละครที่อยู่ในสถานการณ์นั้น ผู้เล่นจะต้องควบคุมและตัดสินใจในการกระทำ บางอย่างเพื่อให้บรรลุภารกิจของเกม โดยเกมประเภทนี้สามารถแบ่งได้เป็น 4 แบบ คือ แบบที่ 1 แบบ Virtual Simulation เป็นเกมในแบบจำลองการควบคุมเสมือนจริงของเหตุการณ์ต่างๆ เช่น การขับรถยนต์ การขับเรือหรือเครื่องบิน เป็นต้น แบบที่ 2 แบบ Situation Simulation เป็นเกมแบบที่จำลองเหตุการณ์ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งให้ผู้เล่นได้สวมบทบาทเป็นตัวเองที่อยู่ในเหตุการณ์นั้น เช่น การสวมบทบาทเป็นตำรวจ การสวมบทบาทเป็นนายกรัฐมนตรี เป็นต้น แบบที่ 3 แบบ Creation Simulation หรือ Business

Simulation เป็นเกมจำลองการบริหารธุรกิจที่ผู้เล่นจะต้องสวมบทบาทเป็นเจ้าของกิจการใดกิจการหนึ่งและสามารถออกแบบการประกอบกิจการนั้นๆได้ เช่น การวางต หน่งงาน การขายและก หนดราคาสินค้า เป็นต้น แบบที่ 4 แบบ Pet Simulation เป็นเกมจำลองการเลี้ยงสัตว์ให้ผู้เล่นสามารถมีสัตว์เลี้ยงในเกมได้ เหมาะสำหรับผู้เล่นที่ชื่นชอบสัตว์เลี้ยงแต่ไม่สะดวกจะเลี้ยงในชีวิตจริง โดยสัตว์เลี้ยงดังกล่าวอาจเป็นสัตว์ที่มีอยู่จริงหรือไม่ก็ได้

(8) Puzzle Game

เกมประเภทเกมปริศนามีลักษณะเป็นเกมลับสมองให้ผู้เล่นสามารถฝึกการคิดแบบตรรกะพื้นฐานและความน่าจะเป็น เป็นเกมที่มีรูปแบบการเล่นง่ายสามารถเล่นได้ทุกเพศทุกวัย ผู้เล่นจะต้องแก้ปริศนาต่างๆภายในเกม มีตั้งระดับง่ายไปจนถึงระดับที่มีความซับซ้อน เกมในประเภทนี้ เช่น เกมตัวเลข เกมอักษรไขว้ เป็นต้น

2.3 รูปแบบการขายผลิตภัณฑ์ในเกมออนไลน์

การให้บริการเกมออนไลน์ในปัจจุบันนิยมการให้บริการฟรีโดยไม่คิดค่าบริการจากผู้เข้าเล่นเกมออนไลน์ กล่าวคือ บริษัทผู้ให้บริการเกมออนไลน์ส่วนใหญ่ไม่มุ่งเน้นการสร้างรายได้จากการขายยอดดาวน์โหลดเกมออนไลน์ทั้งรูปแบบของแผ่นเกมและการดาวน์โหลดเกมออนไลน์ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต หรือการคิดค่าบริการตามชั่วโมงการเล่นเกมออนไลน์เหมือนในสมัยก่อน ทั้งนี้เพื่อดึงดูดให้ผู้เล่นสามารถเข้ามาทดลองเล่นเกมออนไลน์ได้โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายและสามารถเข้ามาเล่นได้อย่างต่อเนื่องโดยไม่มีข้อจำกัด เป็นการขยายฐานผู้เล่นให้กว้างมากขึ้นไม่จำกัดอยู่เฉพาะแต่ผู้เล่นที่มีก าสจ่ายค่าดาวน์โหลดและค่าชั่วโมงเกมออนไลน์เท่านั้น¹⁷ ธุรกิจเกมออนไลน์จึงมีรูปแบบการสร้างรายได้จากช่องทางอื่นๆ ได้แก่ การขายผลิตภัณฑ์ในเกมออนไลน์ การหาสปอนเซอร์หรือพาร์ทเนอร์ทางธุรกิจ การขายโฆษณา เป็นต้น

การขายผลิตภัณฑ์ในเกมออนไลน์เป็นหนึ่งในช่องทางการหารายได้หลักของผู้ให้บริการเกมออนไลน์ ซึ่งได้มีการพัฒนารูปแบบให้มีความหลากหลายตามยุคสมัยและค่านิยมในการเล่นเกมนออนไลน์ของผู้เล่นที่เปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลา เนื่องจากผู้เล่นเกมออนไลน์ในแต่ละยุคสมัยมีความคาดหวังต่อการเล่นเกมออนไลน์ที่มากขึ้นเรื่อยๆ เช่น การแข่งขันกันเอาชนะ การโดดเด่นเหนือผู้เล่นคนอื่น การครอบครองรูปลักษณ์แบบพิเศษ การสะสมสิ่งของในเกม การซื้อสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการเล่นเกมที่ง่ายขึ้น เป็นต้น ผู้ให้บริการเกมออนไลน์จึงนำผลิตภัณฑ์หลากหลายรูปแบบมา

¹⁷ MarketeerContent2, รายได้เกมออนไลน์ผ่านมือถือมาจากไหน [ออนไลน์], 15 ธันวาคม 2557.

วางขายภายในเกมออนไลน์เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้เล่น โดยสามารถจำแนกรูปแบบของผลิตภัณฑ์เหล่านั้นได้ ดังนี้

2.3.1 การขายผลิตภัณฑ์รูปแบบปกติ

การขายผลิตภัณฑ์ในรูปแบบนี้เป็นการขายผลิตภัณฑ์ในรูปแบบปกติเหมือนกันกับการซื้อขายสินค้าหรือบริการทั่วไป กล่าวคือ มีการวางขายผลิตภัณฑ์ในร้านค้า มีการกำหนดราคาที่เหมาะสม มีการระบุข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน เมื่อผู้เล่นมีความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ดังกล่าวสามารถกระทำ ได้ทันที โดยไม่มีเงื่อนไขหรือข้อ กัด ซึ่งผลิตภัณฑ์ในรูปแบบนี้ส่วนใหญ่เป็นสิ่งของหรือไอเทมที่ท ให้ผู้เล่นที่ซื้อมีความสามารถในการเล่นเกมออนไลน์เหนือกว่าผู้เล่นคนอื่นหรืออาจเป็นเพียงสิ่งของที่ใ้เพิ่มความสนุกในการเล่นออนไลน์ก็ได้ ผลิตภัณฑ์ที่ขายในรูปแบบนี้มักจะเป็นสิ่งของทั่วไปไม่มีความซับซ้อนในเรื่องของเงื่อนไขหรือคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ เช่น ยาเพิ่มเลือด หน่วยเงินในเกม อุปกรณ์เสริมความแข็งแกร่ง เป็นต้น ซึ่งผู้เล่นสามารถศึกษาและทำความเข้าใจได้ง่ายเพื่อประกอบการตัดสินใจในการซื้อว่าคุ้มค่างับความต้องการหรือไม่



ภาพที่ 1 การขายผลิตภัณฑ์รูปแบบปกติในเกมออนไลน์ (หน่วยเงินในเกมออนไลน์)

ที่มา : Ragnarok M Eternal Love (2562)



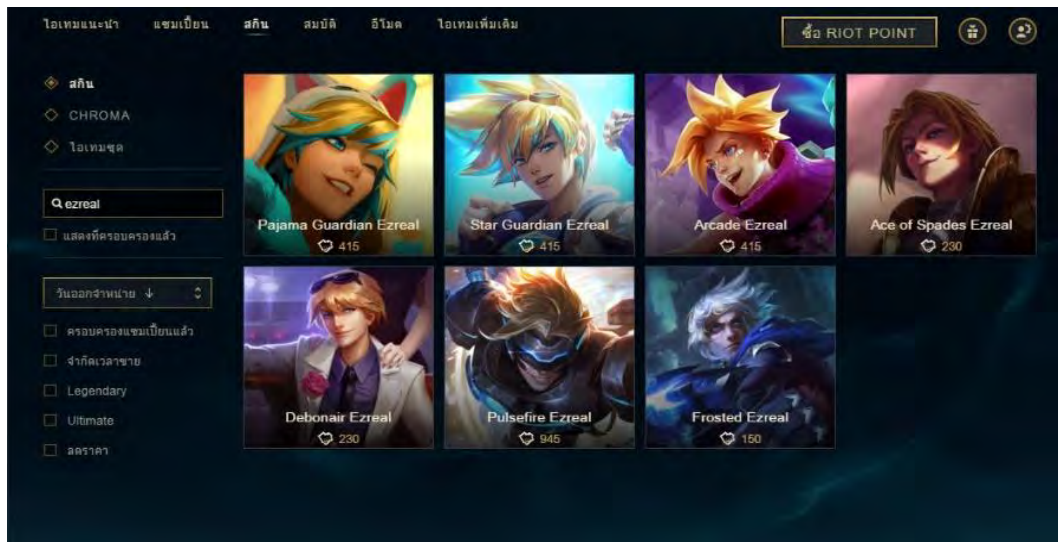
ภาพที่ 2 การขายผลิตภัณฑ์รูปแบบปกติในเกมออนไลน์ (สิ่งอำนวยความสะดวกในเกมออนไลน์)

ที่มา : Ragnarok M Eternal Love (2562)

2.3.2 การขายรูปลักษณะตัวละคร

การขายประเภทนี้นิยมเรียกว่า การขายสกิน (Skin) เป็นการขายชุดสำหรับการแต่งตัวให้กับตัวละครหรือเปลี่ยนรูปลักษณะต่างๆของตัวละครหรือรูปลักษณะของไอเทมในเกม เช่น อาวุธชุด พาหนะ เป็นต้น¹⁸ ซึ่งการขายสกินดังกล่าว อาจเป็นการวางขายแบบปกติทั่วไปในร้านค้าหรือเป็นการวางขายตามเทศกาลหรือเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถสุ่มได้จากกล่องสุ่มก็ได้ การขายสกินในเกมออนไลน์ถือเป็นระบบอย่างหนึ่งที่สำคัญ เนื่องจากเกมโดยทั่วไปจะมีรูปลักษณะตัวละครที่ซ้ำๆกันกับผู้เล่นคนอื่น กล่าวคือ หากผู้เล่นเลือกเล่นตัวละครที่เหมือนกันหรือคล้ายกันกับผู้เล่นคนอื่นย่อมมีรูปลักษณะตัวละครที่คล้ายๆกัน ระบบสกินจึงเป็นตัวช่วยในการสร้างความแตกต่างของตัวละครภายในเกม ให้มีความแตกต่างจากผู้เล่นคนอื่นมากกว่าเดิม จึงได้รับความนิยมจากผู้เล่นอย่างมาก ทั้งนี้ ในการขายสกินก็มีความแตกต่างกันไปแม้เป็นสกินรูปแบบเดียวกัน เช่น สี ตัวอักษร หรือกราฟฟิกและเสียงในเกม เป็นต้น

¹⁸ Greedisgoods, Game Business Model รู้หรือไม่ บริษัทเกมหาเงินอย่างไร ? [ออนไลน์], 2 พฤศจิกายน 2561. แหล่งที่มา <https://greedisgoods.com/game-business-model-รู้หรือไม่-บริษัทเกม/>



ภาพที่ 3 การขายรูปลักษณะตัวละครในเกมออนไลน์

ที่มา : League of Legends (2562)



ภาพที่ 4 การขายรูปลักษณะของใช้ในเกมออนไลน์

ที่มา : League of Legends (2562)

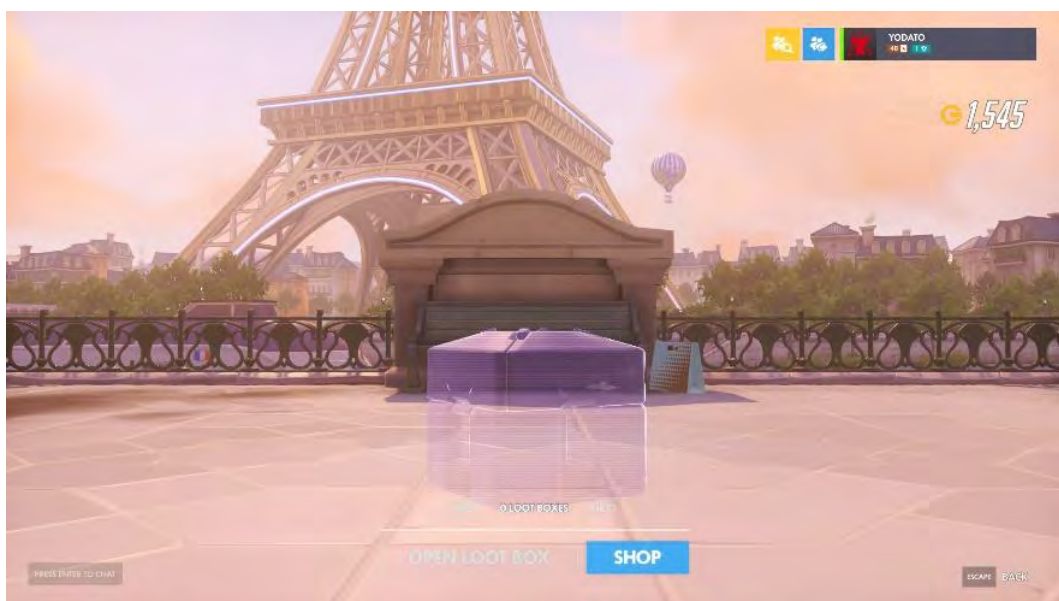
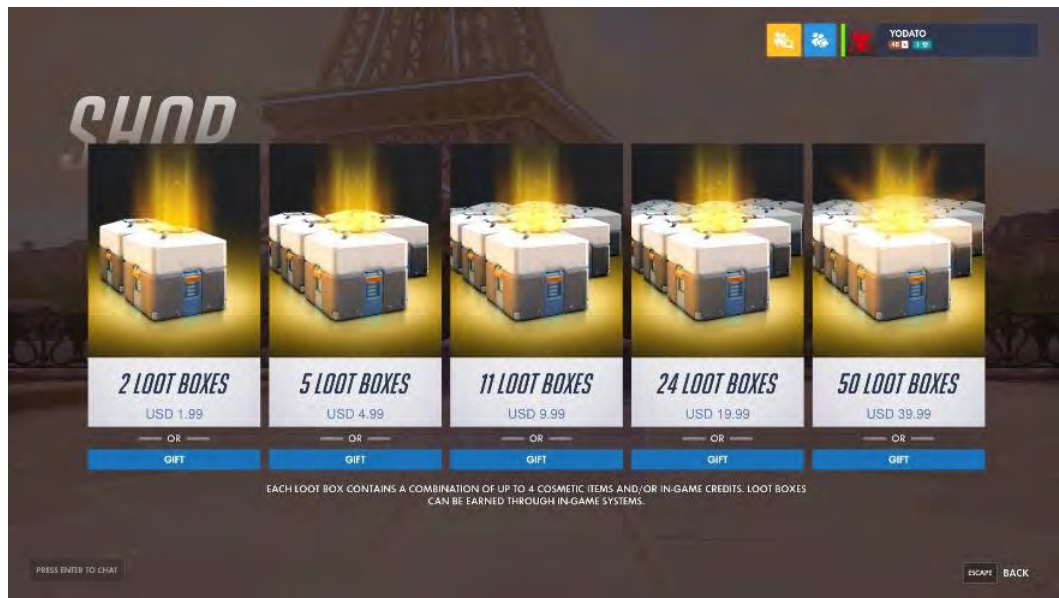
2.3.3 การขายกล่องสุ่ม

สำหรับการขายในรูปแบบนี้เป็นการขายผลิตภัณฑ์รูปแบบหนึ่ง que เมื่อผู้เล่นได้ท การซื้อผลิตภัณฑ์แล้ว ระบบจะทำการสุ่มสิ่งของหรือรายการ (ซึ่งในที่นี้เรียกว่า “ไอเทม”) อย่างใดอย่าง หนึ่งภายในเกมออกมาให้กับผู้ซื้อ ซึ่งผู้ซื้ออาจได้รับเป็น เสื้อผ้าของสวมใส่ ของใช้ สกิน พรีเมียม หรือ สิ่งของชิ้นใดก็ได้ในเกม ตามที่ได้กำหนดไว้ในกล่องสุ่มชนิดนั้นๆ โดยไอเทมต่างๆที่สุ่มออกมาจะมี ระดับที่แตกต่างกันออกไป เช่น ไอเทมธรรมดาทั่วไป ไอเทมหายาก ไอเทมหายากมากหรือที่เรียกกัน ว่าแรร์ไอเทม เป็นต้น ซึ่งในการขายผลิตภัณฑ์รูปแบบนี้จะมีการก หนดราคากล่องสุ่มไว้อย่างชัดเจน และอาจมีการท โพรโมชันหรือการขายเป็นแพ็คเกจ เช่น การซื้อ 10 กล่องแถม 1 กล่อง หรือ หากซื้อ เป็นจ นวนมากในทีเดียวราคาต่อกล่องจะยิ่งถูกลง เป็นต้น อย่างไรก็ตาม เนื่องจากระบบดังกล่าวเป็น การสุ่มสิ่งของหรือไอเทมออกมาให้กับผู้ซื้อย่อมมีความไม่แน่นอนว่าเมื่อผู้ซื้อทำการซื้อกล่องสุ่ม ดังกล่าวแล้วจะได้รับการสุ่มสิ่งของชนิดใดออกมา ผู้ซื้อจะต้องทำการตัดสินใจจากอัตราความน่าจะเป็น ในการสุ่มสิ่งของหรือไอเทมของกล่องสุ่มที่ได้ระบุไว้สำหรับกล่องสุ่มนั้นๆ ซึ่งผู้ให้บริการเกม ออนไลน์ได้ประกาศไว้ในการโฆษณาการขายหรือแนบไว้กับช่องทางการขายกล่องสุ่มหรือประกาศ ในเว็บไซต์ของเกมออนไลน์ หรืออาจไม่ได้มีการประกาศอัตราความน่าจะเป็นในการสุ่มของกล่องสุ่ม นั้นๆไว้เลยก็ได้



ภาพที่ 5 การขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ (แบบประกาศรายการและอัตราการได้ สิ่งของ)

ที่มา : Ragnarok M Eternal Love (2562)



ภาพที่ 6-7 การขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ (แบบไม่ประกาศรายการและอัตราการ
ได้สิ่งของ)

ที่มา : Ragnarok M Eternal Love (2562)

2.3.4 การขายฟรีเมียม

การขายผลิตภัณฑ์รูปแบบหนึ่ง que เมื่อผู้เล่นทำการซื้อไปแล้วจะทำให้ผู้เล่นมีความสามารถพิเศษเหนือผู้เล่นคนอื่นในด้านใดด้านหนึ่งในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง กล่าวคือ มีสิทธิพิเศษกว่าผู้คนอื่นในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง เช่น เมื่อซื้อฟรีเมียมแล้วจะสามารถได้รับไอเทมจากการเล่นเกมมากขึ้นเป็นระยะเวลา 1 เดือน เป็นต้น ผลิตภัณฑ์ฟรีเมียมจึงนิยมเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า บัตรรายเดือน อย่างไรก็ตาม ช่วงระยะเวลาของฟรีเมียมอาจแตกต่างกันไปตามที่แต่ละเกมกำหนด แต่ส่วนใหญ่นิยม

ใช้หน่วยเวลา 30 วัน หรือ 1 เดือน เพื่อความง่ายในการจดจำและการซื้อในครั้งต่อไป เช่น รอบการขายพรีเมียมประจำเดือน เป็นต้น ในการขายพรีเมียมจะมีการกำหนดราคาที่แน่นอนเพื่อให้ผู้ซื้อสามารถคำนวณได้ว่าเมื่อซื้อพรีเมียมในราคาดังกล่าวแล้วในช่วงระยะเวลาที่ได้รับพรีเมียมคิดค นวนเป็นเท่าไรต่อหน่วย เช่น พรีเมียม 30 วัน ในราคา 300 บาท สามารถคำนวณได้ว่าผู้เล่นต้องเสียค่าพรีเมียมในการเล่นวันละ 10 บาท เป็นต้น ทั้งนี้ ในการขายพรีเมียมอาจไม่ใช่เพียงแต่การขายสิทธิพิเศษในช่วงเวลาเท่านั้น อาจมีการแถมสิ่งของหรือไอเทมจ พวทของสวมใส่ สกิน หรือของใช้ในเกมก็ได้ เพื่อจูงใจให้ผู้เล่นซื้อพรีเมียมต่อกันไปเรื่อยๆอย่างต่อเนื่อง



ภาพที่ 8 การขายพรีเมียมในเกมออนไลน์ (แบบระยะเวลา 30 วัน)

ที่มา : Ragnarok M Eternal Love (2562)

2.3.5 การประมูล

ระบบประมูลเป็นรูปแบบการขายผลิตภัณฑ์แบบใหม่ที่กำลังได้รับความนิยมในเกมออนไลน์หลายเกม ซึ่งการขายผลิตภัณฑ์รูปแบบนี้จะเป็นการที่ผู้ให้บริการเกมออนไลน์น ผลิตภัณท์ใดผลิตภัณท์หนึ่งออกประมูล โดยให้ผู้เล่นแข่งขันกันประมูลราคา หากผู้เล่นคนใดสามารถให้ราคาที่สูงที่สุดในเวลาที่ก หนดจนชนะการประมูลก็จะได้ผลิตภัณท์ดังกล่าวนั้นไป รูปแบบการประมูลที่กล่าวมานี้ ผู้ให้บริการเกมออนไลน์อาจเป็นผู้น ผลิตภัณท์หรือไอเทม ออกประมูลเองก็ได้ หรืออาจเป็นเพียงตลาดกลางให้ผู้เล่นสามารถนำไอเทมออกประมูลก็ได้ ในการประมูลของผ่านระบบในเกมนี้ นิยมจัดขึ้นโดยกำหนดเป็นช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง และประกาศอย่างชัดเจน เพื่อให้ผู้เล่นทุกคนสามารถทราบระยะเวลาในการประมูลและเข้าร่วมประมูลหรือร่วมรับชมโดยมีระยะเวลาการเตรียมพร้อมก่อนการประมูลจะเริ่มต้นขึ้น



ภาพที่ 9 การประมูลสิ่งของในเกมออนไลน์ (แบบผู้เล่นเป็นผู้ซื้อ สิ่งของออกประมูล)
ที่มา : Ragnarok M Eternal Love (2562)



ภาพที่ 10 การประมูลสิ่งของในเกมออนไลน์ (แบบผู้ให้บริการเกมเป็นผู้นำสิ่งของออกประมูล)
ที่มา : Ragnarok M Eternal Love (2562)

เนื่องจากรูปแบบการขายผลิตภัณฑ์ในเกมออนไลน์ไม่ได้มีการจ ัดว่าต้องมีหลักเกณฑ์ในการขายเป็นเช่นใด ผู้ให้บริการเกมออนไลน์จึงออกการขายรูปแบบใหม่ๆมาในรูปแบบต่างๆ เช่น กิจกรรมภายในเกม เทศกาลกล่องสุ่ม หรือกิจกรรมการเติมเงินจริงเข้าไปในเกม เป็นต้น เพื่อดึงดูดให้ผู้เล่นเติมเงินจริงเข้าไปในเกมเพื่อใช้ในการเล่นเกม อย่างไรก็ตาม เมื่อไม่มีหลักเกณฑ์ที่คอยควบคุมการขายผลิตภัณฑ์เหล่านี้ ย่อมทำให้ผู้ให้บริการเกมออนไลน์หลายรายออกกิจกรรมต่างๆดังที่กล่าวมาข้างต้นอย่างไม่มีข้อ ัดเพื่อให้ผู้เล่นเติมเงินจริงเข้าไปในเกมให้มากที่สุด กิจกรรมต่างๆที่ออกมาจึงไปในทางที่ผู้เล่นหรืออาจแทนได้ว่าเป็นผู้บริโภคจะเสียเปรียบเสมอ ในปัจจัยต่างๆ เช่น การรับรู้ข้อมูลข่าวสารอย่างถูกต้องเพียงพอ การขายพ่วงสินค้าหลายชนิด การเติมเงินโดยการกำหนดช่องทางและจำนวนการเติม เป็นต้น

2.4 สถานการณ์การขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์

การขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์มีต้นแบบมาจากรูปแบบการขายของเล่นประเภทการ์ดเกมสะสมในสมัยปี พ.ศ. 2533 โดยเมื่อผู้ซื้อทำการซื้อการ์ดเกมดังกล่าว ผู้ซื้อจะได้รับของที่ข้างในบรรจุการ์ดซึ่งปิดผนึกในลักษณะที่บไม่สามารถทราบได้ว่ามีการ์ดชนิดใดอยู่ภายในทำให้ผู้ซื้อต้องลุ้นว่าตนจะได้การ์ดชนิดใดออกมาจากการซื้อของการ์ดนั้น¹⁹ ต่อมาได้มีการพัฒนาระบบการขายรูปแบบดังกล่าวเข้ามาในวิดีโอเกมและได้เริ่มเป็นที่รู้จักเป็นครั้งแรกในปี พ.ศ. 2547 ในเกม Maple Story ซึ่งได้ท การวางขายตัว Gachapon ภายในเกมในราคา 100 เยนต่อตัว เมื่อผู้ซื้อท การซื้อตัวดังกล่าวจะได้รับสิ่งของอย่างใดอย่างหนึ่งในเกมแบบสุ่ม โดยค ข่า Gachapon เป็นค ธิเรียก ระบบกล่องสุ่ม ของญี่ปุ่น โดยมีที่มาจาก Capsule Toy ของบริษัทบันได ซึ่งมีลักษณะเป็นแคปซูลรูปไข่ ภายในบรรจุของเล่นชนิดต่างๆ เมื่อผู้ซื้อท การหยอดเหรียญตามที่กำหนดและหมุนกลไกของตู้จะได้รับการสุ่มแคปซูลในตู้ออกมาให้กับผู้ซื้อ ระบบดังกล่าวมีความคล้ายคลึงกับการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์อย่างมาก ท ให้คนญี่ปุ่นนิยมเรียกการขายกล่องสุ่มว่า Gachapon หรือ Gacha²⁰

ระบบกล่องสุ่มได้มีการพัฒนาต่อมาเรื่อยๆ โดยในปี พ.ศ. 2549 เกม ZT Online ซึ่งเป็นเกมที่สามารเล่นได้ฟรีไม่เสียค่าบริการได้มีการนาระบบการขายกล่องสุ่มเข้ามาในเกมโดยกำหนดให้เป็นส่วนหนึ่งในระบบของเกมอย่างเป็นทางการเพื่อสร้างรายได้ทดแทนรายได้จากการเปิดให้บริการเกมฟรี การนาระบบการขายกล่องสุ่มเข้ามาในเกมดังกล่าวได้รับผลตอบรับจากผู้เล่นเกมอย่างมาก

¹⁹ Steven T . Wright, The evolution of loot boxes [ออนไลน์], 08 ธันวาคม 2560. แหล่งที่มา <https://www.pcgamer.com/the-evolution-of-loot-boxes/>

²⁰ เอกฉัตร สุวดีศิริธร TPA Press, ภาษาปอง [ガシャポン] : สุ่ม กาลิกาลิ กาลิสุ่ม [ออนไลน์], 24 มกราคม 2562. แหล่งที่มา http://www.tpapress.com/knowledge_detail.php?k=109

สามารถสร้างกำไรให้กับบริษัทผู้ให้บริการเกมออนไลน์อย่างมหาศาล จึงได้เป็นแนวทางหนึ่งที่ได้รับ ความนิยมในการประกอบธุรกิจเกมออนไลน์ คือ การเปิดให้บริการเกมออนไลน์ฟรีไม่คิดค่าบริการ แต่ เน้นการสร้างรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ต่างๆในเกมออนไลน์แทนและผลิตภัณฑ์ระบบกล่องสุ่มก็ เป็นหนทางหนึ่งที่ได้รับคามนิยมอย่างสูง เนื่องจากเป็นระบบที่สามารถหารายได้มหาศาลให้กับ บริษัทผู้ผลิตหรือให้บริการเกมออนไลน์

การพัฒนาของระบบการขายกล่องสุ่มได้เติบโตไปอย่างรวดเร็ว จากเดิมที่ระบบกล่องสุ่มจะ นิยมอยู่ในเกมที่มีต้นทุนต่ำหรือเกมที่เปิดให้บริการฟรี ซึ่งนิยมเล่นผ่านอุปกรณ์โทรศัพท์มือถือหรือ แท็บเล็ต แต่ต่อมาได้มีบริษัทผู้ให้บริการเกมออนไลน์บางแห่งริเริ่มนำระบบกล่องสุ่มเข้ามาขายเป็น ระบบหนึ่งในเกมออนไลน์ประเภทต้นทุนสูง หรือ เกมระดับสูง ที่เรียกว่า เกมระดับ AAA ซึ่งผู้เล่น มักจะต้องจ่ายเงินเพื่อซื้อดาวน์โหลดเกมจึงจะสามารถเล่นได้ การเพิ่มระบบกล่องสุ่มเข้าไปในเกม ระดับ AAA นี้ได้รับกระแสตอบรับที่ดีอย่างมาก เพราะผู้เล่นเกมระดับ AAA ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการ เล่นที่จริงจังมากกว่าผู้เล่นทั่วไป โดยเกมที่ประสบความสำเร็จอย่างสูงในการขายกล่องสุ่มเป็นเกม แรกๆ คือ เกม Over Watch ซึ่งเปิดให้บริการครั้งแรกในวันที่ 24 พฤษภาคม 2559²¹ จากความส ริง ดังกล่าว ส่งผลให้เกมหลายเกมที่เปิดให้บริการได้ใส่ระบบการขายกล่องสุ่มเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งในเกม ออนไลน์จนกลายเป็นเสมือนบรรทัดฐานของรูปแบบธุรกิจเกมออนไลน์ ซึ่งระบบนี้จะคอยดึงดูดให้ผู้เล่นเสียเงินจริงในการซื้อกล่องสุ่มเพื่อลุ้นสิ่งของหรือไอเทมภายในเกมจนท ให้รูปแบบการเล่นของเกมของ ผู้เล่นเปลี่ยนแปลงไปจากแต่ก่อน กล่าวคือ สิ่งของหรือไอเทมที่ได้จากกล่องสุ่มกลายเป็นส่วนหนึ่งที่ สำคัญในการเล่นในเกมในปัจจุบัน หากผู้เล่นมีสิ่งของเหล่านี้ย่อมทำให้สามารถเล่นเกมได้ดีกว่าผู้เล่นคน อื่นที่ไม่ได้ท การซื้อกล่องสุ่ม

เมื่อทิศทางกาให้บริการของบริษัทเกมออนไลน์เริ่มเปลี่ยนแปลงไปเป็นการพยายามใส่ระบบ การขายกล่องสุ่มเข้าไปในเกมออนไลน์จนท ให้เกมเสียสมดุลอย่างมาก ผู้เล่นที่ซื้อกล่องสุ่มและได้รับ ไอเทมสามารถเล่นเกมได้เก่งกว่าหรือมีความแตกต่างจากผู้เล่นที่ไม่ได้เสียเงินซื้อกล่องสุ่ม ระบบ ดังกล่าวเสมือนเป็นการล่อลวงหรือชักจูงให้ผู้เล่นเกมยอมจ่ายเงินเพื่อให้ได้ไอเทมที่ตนต้องการมากขึ้น จนเกิดเหตุการณ์ประท้วงและต่อต้านของผู้เล่นบางกลุ่มใน Star Wars Battlefront 2 ซึ่งผลิตโดย บริษัท EA เนื่องจากได้มีการผลักดันระบบกล่องสุ่มในเกมเพื่อหวังสร้างกำไรจากระบบดังกล่าว จนเกินไป การต่อต้านดังกล่าวท ให้เกิดกระแสสังคมเกี่ยวกับระบบกล่องสุ่มในเกมออนไลน์และได้เป็น

²¹ Blizzard Entertainment, OVERWATCH™ ARRIVES MAY 24 [ออนไลน์], 7 มีนาคม 2559.

หนึ่งในเหตุที่ทำให้คนหันมาสนใจในประเด็นการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์มากยิ่งขึ้น²² ส่งผลให้คณะกรรมการด้านการพนันของราชอาณาจักรเบลเยียมได้มีผลพิจารณาว่า ระบบกล่องสุ่มละเมิดกฎหมายการพนันของราชอาณาจักรเบลเยียม เนื่องจากเมื่อผู้ซื้อได้ทำการซื้อกล่องสุ่มไปแล้วไม่อาจทราบได้ว่าจะได้รับสิ่งของใดเป็นการตอบแทนหรือแม้กระทั่งไม่รู้ค่าอัตราส่วนสหรับสิ่งของที่จะได้รับการขายกล่องสุ่มจึงถือเป็นการพนันและผิดกฎหมาย ทั้งนี้ ยังพบว่าเหตุการณ์ในลักษณะนี้ได้เกิดขึ้นในอีกหลายประเทศ เช่น ในญี่ปุ่นได้มีผู้เล่นในเกม Granblue Fantasy ได้ทำการเปิดกล่องสุ่มจำนวน 2,522 ครั้งติดต่อกัน เพื่อหาตัวละครพิเศษชื่อว่า อันจิรา ในช่วงระยะเวลากิจกรรมปีใหม่ คิดเป็นเงินจริงจำนวน 756,000 เยน หรือ คิดเป็นเงินไทยประมาณ 222,188 บาท(อัตราแลกเปลี่ยน ณ วันที่ 23/01/2562)²³ แต่ก็ไม่สามารถสุ่มได้ตัวละครอันจิราตามที่ต้องการ จากการเป็นกระแสของประเด็นดังกล่าวทำให้มีผู้คนสนใจอย่างมากและได้มีการร้องเรียนไปยัง สำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค (Consumer Affairs Agency : CAA) และในวันที่ 24 มีนาคม 2559 สมาคมเกมออนไลน์ญี่ปุ่น (Japan Online Game Association) ได้ออกแนวทางการปฏิบัติเกี่ยวกับระบบกล่องสุ่มในเกมออนไลน์สำหรับบริษัทที่เป็นสมาชิกของสมาคมและผู้ประกอบการที่เข้าร่วมกับ Mobile Content Forum ถือปฏิบัติ²⁴

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาจากรูปแบบการขายกล่องสุ่มที่เมื่อผู้ซื้อทำการซื้อกล่องสุ่มแล้วระบบจะสุ่มสิ่งของหรือไอเทมอย่างใดอย่างหนึ่งในเกมออกมาให้กับผู้ซื้อ จะพบว่าประเด็นปัญหาต่างๆ ของระบบกล่องสุ่มที่เกิดขึ้นมีเหตุจากปัจจัยหลายประการ ได้แก่

(1) ผู้ซื้อไม่ทราบข้อมูลของกล่องสุ่ม กล่าวคือ ในการซื้อกล่องสุ่มระบบจะท การสุ่มสิ่งของหรือไอเทมสิ่งใดสิ่งหนึ่งออกมาให้กับผู้ซื้อ โดยที่ผู้ให้บริการเกมออนไลน์จะประกาศรายการสิ่งของว่ามีสิ่งใดบ้างที่อยู่ในกล่องสุ่มก็ได้หรืออาจไม่ประกาศก็ได้ หากผู้ให้บริการเกมออนไลน์ไม่ประกาศรายการดังกล่าว ผู้ซื้อกล่องสุ่มจะไม่ทราบข้อมูลว่าในกล่องสุ่มที่ตนได้ซื้อไปนั้นมีสิ่งใดปะปนกันอยู่ภายในกล่องสุ่มบ้าง และไม่ทราบได้ว่าตนมีโอกาสได้รับสิ่งใดจากการซื้อกล่องสุ่มดังกล่าว

²² ไทยรัฐออนไลน์, เติมเงิน=พนัน EP.1 ดรามา starwars เมื่อคอเกมลุกขึ้นปลดแอกภัยคุกคาม Lootboxes [ออนไลน์], 4 ธันวาคม 2560. แหล่งที่มา <https://www.thairath.co.th/content/1143075>

²³ ธนาคารแห่งประเทศไทย, อัตราและเปลี่ยนแปลงเงินตราต่างประเทศ [ออนไลน์], 23 มกราคม 2562. แหล่งที่มา

https://www.bot.or.th/thai/segmentation/institutions/_layouts/application/exchangerate/exchange_rate.aspx

²⁴ พงศกร เรื่องเดชขจร, Loot box กล่องรางวัล หรือ การพนันไอเทม ? [ออนไลน์], 24 มกราคม 2562. แหล่งที่มา http://www.gamblingstudy-th.org/issues_topic_1/298/2/1/lootbox/

(2) ผู้ซื้อไม่ทราบอัตราการสุ่มได้สิ่งของในกล่องสุ่ม กล่าวคือ ผู้ให้บริการเกมออนไลน์ หากได้ประกาศรายการสิ่งของที่จะสุ่มได้ในกล่องสุ่ม แต่อาจไม่ได้ประกาศอัตราการสุ่มได้สิ่งของนั้นๆ เช่น ในการซื้อกล่องสุ่มประเภท A มีการประกาศข้อมูลรายการสิ่งของอยู่ภายใน ซึ่งประกอบด้วย สิ่งของ 3 ชิ้น ได้แก่ X Y และ Z แต่ไม่ได้ประกาศว่า มีอัตราการสุ่มได้ X เท่ากับเท่าใด และ อัตราการสุ่มได้ Y เท่ากับเท่าใด หากผู้ซื้อต้องการได้สิ่งของชนิด Y และผู้ซื้อไม่ทราบอัตราการสุ่มได้สิ่งของชนิด Y ผู้ซื้อย่อมไม่สามารถตัดสินใจได้ว่าจะซื้อกล่องสุ่มประเภท A ดีหรือไม่ หรือในการซื้อกล่องสุ่มประเภท A มีความน่าจะเป็นในการได้สินค้าชนิด Y มากน้อยเพียงใด การไม่ทราบข้อมูลดังกล่าวย่อม บิดเบือนการตัดสินใจซื้อกล่องสุ่มของผู้ซื้อทางอ้อม เพราะผู้ซื้อต้องซื้อกล่องสุ่มและหากการสุ่มจนกว่า จะได้สิ่งของชนิด Y เป็นต้น

(3) ไม่มีการรับประกันการได้สิ่งของในกล่องสุ่ม กล่าวคือ ผู้ให้บริการเกมออนไลน์ หากได้ประกาศรายการสิ่งของที่จะสุ่มได้ในกล่องสุ่มและประกาศอัตราการสุ่มได้สิ่งของเหล่านั้นแล้ว แต่ไม่ได้มีการรับประกันว่าหากซื้อกล่องสุ่มดังกล่าวไปแล้วจำนวนเท่าใดจึงจะได้สิ่งของชนิดนั้น เช่น หากผู้ซื้อต้องการได้สิ่งของชนิด Z ในกล่องสุ่มประเภท A ซึ่งมีการประกาศอัตราการสุ่มได้เท่ากับร้อยละ 1 เมื่อคิดตามหลักความน่าจะเป็น หากผู้ซื้อทำการซื้อกล่องสุ่มจำนวน 100 กล่อง ย่อมสมควรได้ สิ่งของชนิด Z ตามอัตราการสุ่มได้ร้อยละ 1 ที่ได้ประกาศไว้ อย่างไรก็ตาม ในความเป็นจริงแม้ผู้ซื้อจะ ทราบถึงอัตราการได้สิ่งของชนิดนั้นๆจากกล่องสุ่ม และได้พิจารณาถึงความคุ้มค่าในการซื้อกล่องสุ่ม นั้นแล้ว แต่ผู้ซื้ออาจต้องทำการซื้อกล่องสุ่มเข้าไปซ้ำมาเรื่อยๆจนกว่าจะได้สิ่งของที่ต้องการ ซึ่งอาจ มากกว่าหลักความน่าจะเป็นตามอัตราที่ได้ประกาศไว้

(4) แหล่งที่มาของทรัพยากรในการซื้อกล่องสุ่ม ในแต่ละเกมมีรูปแบบการขายกล่อง สุ่มที่แตกต่างกัน สิ่งหนึ่งที่เป็นความแตกต่างอย่างชัดเจนคือ ทรัพยากรในการใช้ซื้อกล่องสุ่ม กล่าวคือ ทรัพยากรในการซื้อกล่องสุ่มอาจเป็นสิ่งที่ทำได้ในเกมหรือเป็นสิ่งที่ต้องใช้เงินจริงๆเติมเข้าไปในระบบ เติมเงินเกมเพื่อให้ได้มา หรืออาจสามารถหาได้จากทั้ง 2 ทาง เช่น ในการซื้อกล่องสุ่มประเภท A กำหนดราคาไว้ว่าต้องใช้ เหรียญทองจำนวน 30 เหรียญ โดยเหรียญทองสามารถหาได้จากการบรรลุ ภารกิจในเกม หรือ สามารถเติมเงินเข้าไปในระบบเพื่อแลกซื้อเหรียญทองก็ได้ หากผู้เล่นสามารถบรรลุ ภารกิจในเกมได้รับเหรียญทองมาจำนวน 10 เหรียญ และผู้เล่นได้ทำการเติมเงินเข้าไปในระบบเพื่อ แลกซื้อเหรียญทองอีก 20 เหรียญ ก็จะสามารถใช้ซื้อกล่องสุ่มได้ เป็นต้น จากแหล่งที่มาของทรัพยากร ในการซื้อกล่องสุ่มที่แตกต่างกันนี้ ยังเป็นประเด็นที่ต้องมีการพิจารณาต่อว่า หากการซื้อกล่องสุ่มเป็น การใช้ทรัพยากรที่หาได้จากในเกมโดยไม่ต้องเติมเงินจริงๆเข้าไป จะถือได้ว่าเข้าข่ายเป็นการพนัน หรือไม่

(5) การบันทึกและการรับรองสถิติการสุ่ม ในการสุ่มรับสิ่งของหรือไอเทมของผู้ซื้อ กล่องสุ่มจะเป็นไปตามที่ระบบเกมกำหนด ทั้งนี้ แม้มีการประกาศอัตราการสุ่มที่แน่นอน แต่อาจไม่ได้มีการบันทึกสถิติการสุ่มและไม่สามารถตรวจสอบย้อนหลังได้ อีกทั้งยังไม่มีมีการรับผิดชอบหากการสุ่มไม่เป็นไปตามที่ผู้ให้บริการเกมได้ประกาศไว้อีกด้วย

จากปัจจัยและประเด็นปัญหาที่กล่าวมาข้างต้นทำให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการขายกล่องสุ่มในหลายประเทศได้เริ่มหันมาสนใจเกี่ยวกับระบบกล่องสุ่มในเกมออนไลน์มากขึ้น เช่น ประเทศเบลเยียม สหราชอาณาจักร สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น เป็นต้น โดยได้แบ่งประเด็นปัญหาออกเป็น 2 ประเด็น ได้แก่

(1) ระบบการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์เข้าข่ายการพนันหรือไม่ กล่าวคือ ในการที่ผู้ซื้อได้จ่ายเงินจริงเพื่อซื้อกล่องสุ่มระบบจะหา การสุ่มสิ่งของออกมาให้กับผู้ซื้อ โดยที่ผู้ซื้อไม่ทราบถึงสิ่งที่จะได้จากการซื้อกล่องสุ่มนั้นมาก่อน และการซื้อดังกล่าวไม่ได้ทำให้ผู้ซื้อได้สิ่งของที่ต้องการเสมอไป ระบบกล่องสุ่มจึงเป็นอาจเข้าข่ายการพนันของบางประเทศ ซึ่งอาจเป็นภัยต่อเยาวชนและสังคมได้

(2) สิทธิของผู้บริโภคต่อการซื้อกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ กล่าวคือ ในการที่ผู้ซื้อไม่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อย่างเพียงพอเพื่อใช้ประกอบในการตัดสินใจและยังไม่มีระบบที่รองรับการตรวจสอบย้อนหลังของการสุ่มสิ่งของในระบบกล่องสุ่มรวมถึงการก หนดความรับผิดชอบหากการสุ่มดังกล่าวไม่เป็นไปตามอัตราที่ผู้ให้บริการเกมออนไลน์ได้ประกาศไว้ จึงทำให้ผู้ซื้อซึ่งถือเป็นผู้บริโภค เสียเปรียบก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรม

สำหรับประเทศไทยพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 เป็นกฎหมายที่มีอำนาจหน้าที่ควบคุมดูแลการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์โดยตรงยังขาดความชัดเจนและความเหมาะสม จึงสมควรมีแก้ไขบทบัญญัติเพิ่มเติมและนาประเด็นปัญหาของการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ขึ้นมาพิจารณาอย่างเป็นรูปธรรม ทั้งนี้ แม้ในประเทศไทยจะยังไม่มีค ฎระเบียบของผู้บริโภคเกี่ยวกับระบบกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ที่เป็นรูปธรรม อย่างไรก็ตาม การไม่มีคาร้องเรียนไม่ได้หมายความว่าผู้บริโภคไม่ได้ถูกเอาเปรียบจากระบบการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ ผู้บริโภคในประเทศไทยย่อมเสียเปรียบและได้รับความไม่เป็นธรรมเช่นเดียวกับผู้บริโภคในต่างประเทศ เนื่องจากการใช้ระบบกล่องสุ่มรูปแบบเดียวกัน ภาครัฐจึงควรเข้ามากำกับดูแลระบบการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ เพื่อป้องกันไม่ให้ผู้บริโภคถูกเอาเปรียบและเพื่อควบคุมพฤติกรรมการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ของผู้ให้บริการเกมออนไลน์เพื่อให้เกิดความเป็นมาตรฐานเช่นเดียวกันกับแนวทางในต่างประเทศที่มีการวางมาตรการทางกฎหมายเพื่อป้องกันระบบดังกล่าวก่อนที่จะเกิดผลเสียต่อผู้บริโภคและสังคม

บทที่ 3

มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ของประเทศไทยและ ต่างประเทศ

การขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ได้เป็นประเด็นที่ถูกวิพากษ์วิจารณ์กันในสังคมและเป็นที่ถกเถียงกันของหน่วยงานรัฐในหลายประเทศถึงเหมาะสมของรูปแบบการขายกล่องสุ่มและแนวทางการกำกับดูแลจากภาครัฐและภาคเอกชนในด้านต่างๆ เช่น การพนัน การคุ้มครองผู้บริโภค การคุ้มครองเยาวชน เป็นต้น ซึ่งได้มีการพิจารณามาตรการทางกฎหมายที่จะปรับใช้กับระบบดังกล่าว โดยหลายประเทศได้มีคำวินิจฉัยจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องว่าการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ผิดกฎหมายหรือไม่ และได้มีการกำหนดแนวทางหรือแนวปฏิบัติเพื่อการป้องกันและแก้ไขปัญหาที่แตกต่างกันไปทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ในบทนี้จึงจะทำการศึกษาถึง แนวคิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศไทย (3.1) และมาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ของประเทศไทย (3.2) และหน่วยงานรัฐที่มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับเกมของประเทศไทย (3.3) และมาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ของต่างประเทศ (3.4) เพื่อใช้ประกอบการวิเคราะห์ในบทต่อไปเกี่ยวกับมาตรการทางกฎหมายที่เหมาะสมเกี่ยวกับขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ของประเทศไทย

3.1 แนวคิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศไทย

การคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศไทยได้ถูกกล่าวถึงในกฎหมายหลายฉบับ โดยมีเจตนารมณ์หลักเพื่อคุ้มครองสิทธิด้านต่างๆของผู้บริโภคที่เกิดขึ้นจากความสัมพันธ์กันระหว่างผู้บริโภคและผู้ประกอบธุรกิจ กล่าวคือ เป็นการคุ้มครองผู้บริโภคจากการบริโภคสินค้าหรือบริการของผู้ประกอบธุรกิจ ซึ่งต่างมีสถานะเป็นเอกชนทั้ง 2 ฝ่าย การคุ้มครองดังกล่าวจึงเป็นกรณีของเอกชนต่อเอกชน ทั้งนี้ การจัดให้มีการคุ้มครองผู้บริโภคแม้ทั้ง 2 ฝ่ายจะเป็นเอกชนเช่นเดียวกัน เนื่องมาจากผู้บริโภคอยู่ในฐานะที่เสียเปรียบผู้ประกอบธุรกิจในด้านสังคม เศรษฐกิจ และองค์ความรู้ ส่งผลให้ทั้งคู่มีฐานะที่ไม่เท่าเทียมกัน การตรากฎหมายเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคจึงเป็นกลไกที่ให้ความคุ้มครองผู้บริโภคซึ่งอยู่ในฐานะที่ด้อยกว่าผู้ประกอบธุรกิจ¹ โดยการกำกับดูแลดังกล่าวจะเกี่ยวกับการกำหนดหน้าที่และความรับผิดชอบให้แก่ผู้ประกอบธุรกิจและการคุ้มครองผู้บริโภคด้านความเป็นธรรมในการท าสัญญา รวมถึง

¹ นนทวัชร นวตระกูลพิสุทธ์, กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค (ปทุมธานี: โครงการต ารและเอกสารประกอบการสอน คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2561), หน้า 238.

การกำหนดสิทธิของผู้บริโภคในด้านต่างๆที่เป็นการเฉพาะเจาะจงซึ่งระบุไว้ในบทบัญญัติของกฎหมายแต่ละฉบับ

3.1.1 การคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค

สำหรับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคได้ถูกบัญญัติไว้ในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 มาตรา 61 ซึ่งบัญญัติว่า “รัฐต้องจัดให้มีมาตรการหรือกลไกที่มีประสิทธิภาพในการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภคด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการรู้ข้อมูลที่เป็นจริง ด้านความปลอดภัย ด้านความเป็นธรรมในการทำสัญญา หรือด้านอื่นใดอันเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค” จากบทบัญญัตินี้ดังกล่าวสามารถพิจารณาได้ว่ากฎหมายกำหนดให้การคุ้มครองผู้บริโภคเป็นหน้าที่ของรัฐที่ต้องจัดให้มีมาตรการหรือกลไกเพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค มาตรการดังกล่าวอาจเป็นกฎหมายหรือนโยบายของรัฐหรือกลไกอื่นๆก็ได้ ทั้งนี้ สำหรับในส่วนของกฎหมายได้มีการบัญญัติสิทธิของผู้บริโภคไว้ในกฎหมายหลายฉบับ เช่น พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ซึ่งได้บัญญัติเกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคไว้เป็นการทั่วไป และพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ซึ่งได้บัญญัติสิทธิของผู้บริโภคไว้เป็นการเฉพาะ เป็นต้น ทั้งนี้ สิทธิของผู้บริโภคดังที่กล่าวมาข้างต้นประกอบไปด้วยสิทธิในด้านต่างๆ ดังนี้

3.1.1.1 สิทธิของผู้บริโภคตามสัญญา

ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ไม่ได้มีการบัญญัตินิยามของคำสัญญาไว้อย่างชัดเจน แต่เมื่อพิจารณาจากการศึกษาคานานิยามของสัญญาประกอบกับคานานิยามของนิติกรรมจึงอาจสรุปได้ว่า สัญญา หมายถึง นิติกรรมสองฝ่ายหรือหลายฝ่ายที่เกิดจากการแสดงเจตนาเสนอสนองต่อตรงกันที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหรือการระงับนิติสัมพันธ์ โดยการเกิดขึ้นของสัญญาระหว่างผู้บริโภคและผู้ประกอบธุรกิจในการซื้อขายจะเกิดขึ้นจากการทำคานาเสนอของผู้ประกอบธุรกิจและการสนองรับที่ต้องตรงตามคานาเสนอทุกอย่างและคานาสนอนั้นเกิดขึ้นภายในระยะเวลาที่กำหนดไว้ในคานาเสนอ จึงท ให้สัญญาเกิดขึ้น²

เมื่อผู้บริโภคซื้อสินค้าหรือบริการจากผู้ประกอบธุรกิจ สัญญาระหว่างผู้บริโภคและผู้ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่เกิดขึ้นจากความตกลงกันของทั้ง 2 ฝ่าย เมื่อสัญญานั้นมีความถูกต้องและความสมบูรณ์ทางกฎหมายย่อมประกอบไปด้วยสิทธิและหน้าที่ของคู่สัญญาที่ต้องปฏิบัติต่อกันรวมถึงความรับผิดชอบต่อกันตามสัญญาซื้อขายสินค้าหรือสัญญารับบริการนั้น ซึ่งเป็นไปตามหลักความศักดิ์สิทธิ์ของสัญญา (Sanctity of Contract)³ ผู้บริโภคและผู้ประกอบธุรกิจจึงมีสิทธิและหน้าที่ต่างๆต่อกันตามที่ได้ระบุไว้ในข้อตกลงในสัญญา

² ศนันท์ภรณ์ โสทธิพันธุ์, คานาธิบายนิติกรรม-สัญญา (กรุงเทพฯ : วิทยุชน, 2559), หน้า 289-290.

³ นนทวัชร นวตระกูลพิสุทธ์, กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค, หน้า 259.

3.1.1.2 สิทธิของผู้บริโภคตามที่กฎหมายกหนด

กฎหมายไทยได้กำหนดสิทธิของผู้บริโภคไว้ในกฎหมายหลายฉบับซึ่งเป็นการคุ้มครองระหว่างผู้บริโภคและผู้ประกอบธุรกิจ โดยมีกฎหมายที่บัญญัติสิทธิดังกล่าวไว้โดยตรง คือ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ซึ่งบัญญัติสิทธิพื้นฐานของผู้บริโภคในมาตรา 4 ดังนี้⁴

(1) สิทธิที่จะได้รับข่าวสารรวมทั้งคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ

สิทธิที่ผู้บริโภคจะได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการนั้นๆ อย่างเพียงพอ ผู้ประกอบธุรกิจสามารถกระทำได้ด้วยวิธีการต่างๆ เพื่อส่งข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการดังกล่าวให้ผู้บริโภคได้รับ เช่น การโฆษณา การแสดงฉลาก เป็นต้น ซึ่งผู้ประกอบธุรกิจจะต้องแสดงข้อมูลที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ โดยข้อมูลที่ถูกต้อง หมายถึง ข้อมูลที่แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการของผู้ประกอบธุรกิจตามความเป็นจริง และข้อมูลที่เพียงพอ หมายถึง ข้อมูลที่เพียงพอต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคที่จะไม่หลงผิดในการซื้อสินค้าหรือรับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจโดยไม่เป็นธรรม ทั้งนี้ การได้รับข้อมูลดังกล่าวจะต้องถูกจัดทำในภาษาที่อ่านเข้าใจได้และสะดวกในการเข้าใจ

(2) สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้าหรือบริการ

สิทธิที่ผู้บริโภคจะสามารถเลือกซื้อสินค้าหรือรับบริการได้ตามความสมัครใจของผู้บริโภคและปราศจากการบังคับหรือการชักจูงใจอย่างไม่เป็นธรรมจากกระกระทำของผู้ประกอบธุรกิจ กล่าวคือ หากการกระทำใดๆ ของผู้ประกอบธุรกิจที่ส่งผลให้ผู้บริโภคสูญเสียไปซึ่งเสรีภาพหรืออิสระในการเลือกซื้อสินค้าหรือรับบริการหรือต้องกระทำการดังกล่าวโดยมีสภาพบังคับเป็นเงื่อนไขที่ผู้ประกอบธุรกิจกหนด การกระทำ ดังกล่าวนั้นมีความรับผิดชอบตามกฎหมาย

(3) สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ

ผู้บริโภคมีสิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ โดยที่สินค้าหรือบริการจะต้องมีความเป็นมาตรฐาน เหมาะสมแก่การบริโภคและไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อชีวิต ร่างกาย หรือทรัพย์สินของผู้บริโภค ทั้งนี้ ผู้บริโภคต้องใช้สินค้าหรือบริการดังกล่าวอย่างถูกต้องตามคำแนะนำ ที่ผู้ประกอบธุรกิจระบุไว้ หรือใช้อย่างระมัดระวังตามแต่สภาพของสินค้าหรือบริการนั้น หากผู้บริโภคทำตามขั้นตอนและวิธีการอย่างถูกต้องแล้ว แต่ได้รับความเสียหายอย่างใดอย่างหนึ่งจากการใช้สินค้าหรือบริการของผู้ประกอบธุรกิจ ย่อมได้รับความคุ้มครองตามกฎหมาย

⁴ เรื่องเดียวกัน, หน้า 34-34.

(4) สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการท สัญญา

การทำสัญญาระหว่างผู้บริโภครและผู้ประกอบธุรกิจเป็นไปตามหลักเสรีภาพในการทาสัญญา กล่าวคือ เสรีภาพที่จะเข้ามาตกลงทาสัญญาและเสรีภาพที่จะไม่ถูกแทรกแซงเมื่อสัญญาเกิดขึ้น⁵ เนื่องจากสัญญาระหว่างผู้บริโภครและผู้ประกอบธุรกิจเป็นสัญญาระหว่างเอกชนต่อเอกชน ในการท สัญญาจึงเป็นเรื่องของความพึงพอใจของคู่สัญญา อย่างไรก็ตาม เนื่องจากผู้บริโภครอยู่ในฐานะที่ด้อยกว่าจึงได้มีบทบัญญัติเพื่อคุ้มครองผู้บริโภครในการทำสัญญาที่จะไม่ถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบธุรกิจ หากข้อตกลงในสัญญาดังกล่าวก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคร

(5) สิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย

เมื่อมีการละเมิดสิทธิของผู้บริโภครประการใดประหนึ่งตามที่ได้กล่าวมาข้างต้น อันเป็นเหตุให้ผู้บริโภครได้รับความเสียหาย ผู้บริโภครมีสิทธิที่จะได้รับการเยียวยาและการชดเชยค่าเสียหายเพื่อเป็นการชดเชยให้แก่ผู้บริโภคร ทั้งนี้ ผู้บริโภครสามารถใช้สิทธิในการโต้แย้งหรือคัดค้านผู้ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่ซื้อหรือได้รับจากผู้ประกอบธุรกิจ

นอกจากสิทธิของผู้บริโภครขั้นพื้นฐานที่กฎหมายได้บัญญัติไว้ในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคร พ.ศ. 2522 ทั้ง 5 ประการ กฎหมายยังได้กำหนดสิทธิของผู้บริโภครในด้านอื่นๆซึ่งบัญญัติไว้เป็นการเฉพาะเจาะจง เนื่องจากรูปแบบการประกอบธุรกิจที่มีความแตกต่างกัน การเสนอขาย การโฆษณา การท สัญญาซื้อขาย ย่อมแตกต่างกันไปจากการซื้อขายในรูปแบบปกติทั่วไป จึงต้องมีการตรากฎหมายเพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภครไว้เป็นการเฉพาะเจาะจง โดยพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ได้มีการก หนดสิทธิของผู้บริโภครไว้ ดังนี้

(6) สิทธิในการได้รับเอกสารการซื้อขายสินค้าหรือบริการ

ในการซื้อสินค้าหรือบริการของผู้ประกอบธุรกิจขายตรงหรือตลาดแบบตรง กฎหมายได้ก หนดหน้าที่ของผู้ประกอบธุรกิจขายตรง ให้มีหน้าที่จัดทำเอกสารการซื้อขายสินค้าหรือบริการและผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงมีหน้าที่ส่งมอบเอกสารดังกล่าวให้กับผู้บริโภครพร้อมกับการสินค้าหรือบริการและผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงมีหน้าที่จัดทำเอกสารการซื้อขายสินค้าหรือบริการและส่งมอบเอกสารดังกล่าวให้กับผู้บริโภครพร้อมกับการสินค้าหรือบริการตามมาตรา 30 แห่งพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 โดยเอกสารดังกล่าวจะต้องมีข้อความภาษาไทยที่อ่านเข้าใจง่ายและต้องระบุชื่อผู้ซื้อและผู้ขายอย่างชัดเจน วันที่ท ซื้อขายและวันที่ส่งมอบสินค้าหรือบริการ รวมถึงสิทธิของผู้บริโภครในการเลิกสัญญา ซึ่งก หนดให้ต้องใช้ตัวอักษรที่สามารถเห็นได้เด่นชัดกว่าข้อความทั่วไป

⁵ ศนันท์ภรณ์ โสทธิพันธุ์, ค าวินิจฉัยนิติกรรม-สัญญา, หน้า 291.

(7) สิทธิเลิกสัญญา (Cooling off)

ในการซื้อสินค้าหรือบริการจากการขายตรงหรือการขายผ่านตลาดแบบตรง ผู้บริโภคมีสิทธิเลิกสัญญา โดยการส่งหนังสือแสดงเจตนาภายในระยะเวลา 7 วัน นับแต่วันที่ได้รับสินค้าหรือบริการนั้น โดยส่งหนังสือดังกล่าวไปยังผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงหรือผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรง โดยสำหรับธุรกิจขายตรงผู้บริโภคจะแจ้งไปยังผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงที่มีส่วนเกี่ยวข้องก็ได้ ตามมาตรา 33 แห่งพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545

การกำหนดบทคุ้มครองดังกล่าวเป็นการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นการเฉพาะเจาะจง เนื่องจากรูปแบบของการขายตรงและการขายผ่านตลาดแบบตรงมีรูปแบบการขายที่แตกต่างจากการซื้อขายโดยปกติทั่วไป อันมีเหตุมาจากปัจจัย 2 ประการ ดังนี้

ก. การขายตรงมีรูปแบบการทาตลาดในลักษณะที่เข้าถึงผู้บริโภคโดยตรง มีการเสนอขายสินค้าหรือบริการแก่ผู้บริโภคโดยตรง ณ อยู่อาศัยหรือสถานที่ที่ งานของผู้บริโภคหรือของบุคคลอื่น หรือสถานที่ซึ่งไม่ได้ทำการค้าขายเป็นปกติธุระ การเสนอขายสินค้าหรือบริการในรูปแบบดังกล่าวทำให้ผู้บริโภคตกอยู่ในสถานะที่ขาดอิสระและความรอบคอบในการตัดสินใจที่จะตกลงซื้อขายสินค้าหรือรับบริการนั้นได้อย่างปกติ กล่าวคือ ผู้บริโภคไม่ได้เป็นฝ่ายแสดงเจตนาด้วยความต้องการของตนเองเหมือนกับการซื้อขายแบบปกติทั่วไป⁶ แต่ได้รับการเสนอขายสินค้าหรือบริการนั้นโดยตรง อีกทั้งการขายรูปแบบดังกล่าว ผู้ขายสามารถอธิบายสรรพคุณของสินค้าหรือบริการนั้นได้ โดยปราศการควบคุมหรือมีรูปแบบที่เป็นมาตรฐานซึ่งอาจทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดในสาระสำคัญ ประกอบกับการกระทำดังกล่าวเป็นรูปแบบที่กระทำต่อบุคคลใดบุคคลหนึ่งเป็นการเฉพาะ ไม่ใช้การประกาศต่อบุคคลทั่วไป จึงไม่เข้าข่ายเป็นการโฆษณาและไม่ถูกควบคุมโดยกฎหมายเกี่ยวกับการโฆษณา⁷

ข. การขายผ่านตลาดแบบตรงเป็นลักษณะของการสื่อสารข้อมูลเพื่อเสนอขายสินค้าหรือบริการโดยตรงต่อผู้บริโภค โดยมุ่งหวังให้ผู้บริโภคซึ่งอยู่ห่างโดยระยะทางแสดงเจตนาตอบกลับเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการดังกล่าว นั้น ซึ่งการเสนอขายดังกล่าวสามารถกระทำผ่านสื่อกลาง เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ หรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น⁸ ทั้งนี้ เนื่องจากเป็นการซื้อขายที่ห่างกันโดยระยะทางผู้บริโภคไม่สามารถเห็นสินค้าหรือบริการที่ตนจะได้รับก่อนการซื้อขายเป็นเหตุให้

⁶ ธีรวัฒน์ จันทร์สมบูรณ์, ค อธิบายพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 (กรุงเทพฯ: นิติธรรม, 2546), หน้า 58.

⁷ ไพโรจน์ อัจฉริกา, ค อธิบายกฎหมายขายตรงและตลาดแบบตรง (ฉบับสมบูรณ์) (กรุงเทพฯ: นิติธรรม, 2560), หน้า 108.

⁸ ธีรวัฒน์ จันทร์สมบูรณ์, ค อธิบายพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545, หน้า 58-59.

สินค้าหรือบริการที่ได้ทำการซื้อขายอาจไม่ตรงกับคากล่าวอ้างตามคำเสนอขายหรือโฆษณาของผู้ประกอบธุรกิจ

จากปัจจัยที่กล่าวมาข้างต้นจึงเป็นเหตุผลสำคัญที่ต้องบัญญัติสิทธิเลิกสัญญาของผู้บริโภคไว้ในพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 เพื่อเป็นการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีสิทธิเปลี่ยนใจที่จะเลิกสัญญาซื้อขายดังกล่าวได้ โดยการบอกเลิกสัญญาเพียงข้างเดียวและไม่ต้องมีเหตุผลใดในการใช้สิทธิเลิกสัญญานั้นด้วย

3.1.2 การคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญา

สัญญาเป็นสาระสำคัญของ การประกอบธุรกิจ ข้อตกลงในสัญญาที่ได้ทำขึ้นระหว่างคู่สัญญาถือเป็นสิ่งสำคัญในการกำหนดสิทธิและหน้าที่ของคู่สัญญา ทั้งนี้ การทำสัญญาระหว่างผู้บริโภคและผู้ประกอบธุรกิจอาจเกิดความไม่เป็นธรรมและผู้บริโภคอาจเป็นฝ่ายเสียเปรียบได้ เนื่องจากผู้บริโภคอยู่ในฐานะที่ด้อยกว่าผู้ประกอบธุรกิจในด้านต่างๆ เช่น สังคม เศรษฐกิจ และองค์ความรู้ เป็นต้น เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมและความสงบสุข จึงจำเป็นต้องมีการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญา โดยการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญาถูกกล่าวถึงในกฎหมาย 2 ฉบับ ได้แก่ พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540 ซึ่งมีจุดประสงค์คือ กำหนดกรอบของการทำสัญญาเพื่อแก้ไขความไม่เป็นธรรม อันเนื่องมาจากคู่สัญญาฝ่ายหนึ่ง ซึ่งมีอำนาจต่อรองทางเศรษฐกิจเหนือกว่าอาศัยข้อได้เปรียบดังกล่าว ในการเอาเปรียบคู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งซึ่งมีอำนาจต่อรองทางเศรษฐกิจด้อยกว่าทำให้เกิดความไม่เป็นธรรมและไม่สงบสุขในสังคม⁹ และพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2541 ซึ่งมีจุดประสงค์เพื่อป้องกันการกระทำที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคในเรื่องสัญญาทางธุรกิจเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ¹⁰

ข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมตามนิยามของพระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540 ในมาตรา 4 ความว่า “ข้อตกลงในสัญญาระหว่างผู้บริโภคร่วมกับผู้ประกอบธุรกิจการค้า หรือวิชาชีพ หรือในสัญญาสำเร็จรูป หรือในสัญญาขายฝากที่ทำให้ผู้ประกอบธุรกิจการค้า หรือวิชาชีพ หรือผู้กำหนดสัญญาสำเร็จรูป หรือผู้ซื้อฝากได้เปรียบคู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งเกินสมควร เป็นข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม และให้มีผลบังคับได้เพียงเท่าที่เป็นธรรมและพอสมควรแก่กรณีเท่านั้น” เมื่อพิจารณาความจากมาตราดังกล่าว ข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมจะประกอบไปด้วยเงื่อนไขส ัญญา 2 ประการ ได้แก่¹¹

⁹ พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540, หมายเหตุ

¹⁰ สุขุม ศุภนิตย, ค าวินิจฉัยกฎหมายเกี่ยวกับการตลาด (กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์เดือนตุลา, 2553), หน้า 158-159.

¹¹ นนทวัชร นวตระกูลพิสุทธิ, กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค, หน้า 128-131.

(1) รูปแบบของสัญญา โดยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมจะเกิดขึ้นจากข้อตกลงในสัญญาที่ทําขึ้นระหว่างผู้บริโภคและผู้ประกอบธุรกิจการค้าหรือวิชาชีพ หรือในสัญญาสำเร็จรูปหรือสัญญาขายฝากเท่านั้น กล่าวคือ ข้อสัญญาดังกล่าวจะต้องทําขึ้นระหว่างผู้บริโภคและผู้ประกอบธุรกิจ ซึ่งมีฐานะที่ไม่เท่าเทียมกัน จึงจะถือว่าเข้าข่ายเป็นข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมได้

(2) เนื้อหาของสัญญา โดยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมหมายถึง ข้อตกลงที่ทําให้คู่สัญญาฝ่ายหนึ่งได้เปรียบคู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งเกินสมควร กล่าวคือ เป็นข้อตกลงที่มีลักษณะกําหนดหน้าที่หรือภาระของคู่สัญญาฝ่ายหนึ่งที่จะต้องปฏิบัติต่อคู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งเกินสมควร หรือข้อตกลงที่เปิดโอกาสให้คู่สัญญาฝ่ายหนึ่งเอาัดเอาเปรียบคู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งเกินสมควร

การคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญาจึงเป็นกลไกที่สำคัญของกฎหมายเกี่ยวกับการทําสัญญาระหว่างเอกชนต่อเอกชนเพื่อไม่ให้ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งตกเป็นฝ่ายเสียเปรียบหรือฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งได้เปรียบคู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งเกินสมควร เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมและความสงบสุขในสังคม

3.1.3 การคุ้มครองผู้บริโภคด้านการโฆษณา

การโฆษณาเป็นกิจกรรมหนึ่งซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลที่เกี่ยวข้องสินค้าหรือบริการไปยังผู้บริโภคและเป็นกลไกที่ทําให้ผู้บริโภคทราบถึงข้อมูลต่างๆ ของสินค้าหรือบริการนั้น เช่น ระบบการผลิต การจัดจําหน่าย และการส่งเสริมการขายของสินค้าหรือบริการดังกล่าว อย่างไรก็ตาม การโฆษณาอาจถูกใช้ไปในทางที่ก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคและความไม่เป็นธรรมทางการค้าได้ หากผู้ประกอบการธุรกิจใช้วิธีการหลอกลวงผู้บริโภคหรือการใช้ข้อมูลที่ทําให้เกิดความเข้าใจผิด รวมถึงการให้ข้อมูลที่ทําให้ผู้บริโภคเสียความเชื่อมั่นต่อสินค้าหรือบริการของคู่แข่งในตลาด จึงจำเป็นต้องมีกฎหมายบัญญัติไว้เพื่อควบคุมหรือกํากับการโฆษณาให้เกิดความเป็นธรรมต่อผู้บริโภคและความเป็นธรรมในด้านการแข่งขันทางการค้า

การคุ้มครองผู้บริโภคด้านการโฆษณาถูกกล่าวถึงในกฎหมายหลายฉบับ เนื่องจากความแตกต่างกันของสินค้าหรือบริการ จึงจำเป็นต้องตรากฎหมายให้เหมาะสมกับลักษณะและรูปแบบการขายของสินค้าหรือบริการนั้น การควบคุมการโฆษณาจึงถูกบัญญัติไว้ในกฎหมายเฉพาะหลายฉบับ เช่น กฎหมายควบคุมการโฆษณาด้านอาหาร กฎหมายควบคุมการโฆษณาด้านยา เป็นต้น ทั้งนี้ สําหรับสินค้าและบริการทั่วไปจะอยู่ภายใต้พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 อย่างไรก็ตาม ได้มีการใช้บทบัญญัติที่มีมาตรฐานเดียวกันในการควบคุมการโฆษณา เช่น ตามมาตรา 29 แห่งพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ให้ใช้บทบัญญัติในเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการโฆษณาที่บัญญัติไว้ในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 โดยอนุโลม เป็นต้น

หลักการของการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการโฆษณาจะมุ่งเน้นในเรื่องของการควบคุมกําหนดหน้าที่ของผู้ประกอบธุรกิจที่พึงกระทำต่อการโฆษณา เนื่องจากผู้ประกอบการอาจจําหน่าย

ทางการตลาดหรือการโฆษณามาใช้ในการส่งเสริมการขายสินค้าหรือบริการ ทำให้ผู้บริโภคตกอยู่ในฐานะที่เสียเปรียบได้¹² โดยการควบคุมข้อความโฆษณาให้เป็นไปตามกฎหมายที่กำหนด เช่น ห้ามใช้ข้อความอันเป็นเท็จ ห้ามใช้ข้อความโฆษณาให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสคัญของสินค้าหรือบริการ ห้ามโฆษณาสนับสนุนให้มีการกระทำความผิดกฎหมาย เป็นต้น เนื่องจากความจริงเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการเป็นประเด็นสคัญที่ผู้บริโภคควรรู้ก่อนตัดสินใจบริโภคสินค้าหรือบริการนั้นๆ¹³

3.1.4 การคุ้มครองผู้บริโภคด้านฉลาก

ฉลากสินค้า คือสิ่งที่จะระบุข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าที่จำเป็นต่อการตัดสินใจในการบริโภคหรือเป็นประโยชน์ต่อการบริโภคให้ถูกวิธี ฉลากจึงเป็นหนึ่งในช่องทางที่ผู้บริโภคจะสามารถรับรู้เกี่ยวกับข้อมูลของสินค้านั้นๆได้ โดยการกำหนดให้สินค้าต้องมีฉลากเป็นวิธีการกำกับดูแลสิทธิของผู้บริโภคในการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าอย่างเพียงพอ ตามสิทธิของผู้บริโภคที่บัญญัติไว้ในมาตรา 4 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ทั้งนี้ การใช้ระบบฉลากมีข้อจำกัดเนื่องจากจำเป็นต้องอาศัยความใส่ใจของผู้บริโภคในการอ่านข้อมูลในฉลากสินค้า เพื่อประโยชน์ในการรักษาสิทธิของผู้บริโภคเอง¹⁴

การคุ้มครองผู้บริโภคด้านฉลากถูกกล่าวถึงในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 โดยกำหนดให้สินค้าบางประเภทเป็นสินค้าควบคุมฉลาก โดยจะต้องมีรายละเอียดตามที่กฎหมายกำหนดไว้ ผู้ผลิตหรือนำเข้าจะต้องจัดทาสฉลากตามกฎหมายกำหนดก่อนที่จะวางจำหน่าย นอกจากการควบคุมด้านฉลากในพระราชบัญญัตินี้แล้วยังมีการควบคุมฉลากในสินค้าที่มีความเฉพาะ เช่น อาหาร ยา เครื่องสำอาง สินค้าอันตราย เป็นต้น โดยกำหนดให้มีการควบคุมฉลากเฉพาะเจาะจงต่อลักษณะของสินค้านั้นๆ เช่น สินค้าประเภทอาหารกำหนดให้มีฉลากที่บอกรายละเอียดทางโภชนาการ เป็นต้น ทั้งนี้ การระบุข้อความในฉลากสินค้าจะต้องตรงต่อความเป็นจริงและไม่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดเกี่ยวกับสาระสคัญของสินค้านั้นและต้องมีข้อความที่เป็นภาษาไทยเพื่อความง่ายในการอ่านและท ความเข้าใจของผู้บริโภค

3.1.5 การคุ้มครองผู้บริโภคด้านราคา

การคุ้มครองผู้บริโภคด้านราคาถูกบัญญัติไว้ในพระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2542 มีจุดประสงค์คือ การควบคุมราคาสินค้าและบริการ รวมถึงการควบคุมปริมาณสินค้าหรือบริการ เนื่องจากปัจจัยทั้งคู่อมีความสัมพันธ์กันในเชิงเศรษฐศาสตร์ โดยในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านราคา เพื่อป้องกันการก าหนดราคาซื้อ ราคาจ หน่ายหรือกำหนดวิธีปฏิบัติทางการค้าอัน

¹² นนทวัชร์ นวตระกูลพิสุทธิ, กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค, หน้า 79-80.

¹³ สุขุม ศุภนิตย์, ควาธิบายกฎหมายเกี่ยวกับการตลาด, หน้า 133-136

¹⁴ เรื่องเดียวกัน, หน้า 50-51.

ไม่เป็นธรรม คณะกรรมการว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ (กกร.) มีอำนาจประกาศกำหนดให้ราคาสินค้าหรือบริการใดเป็นสินค้าหรือบริการควบคุมได้ ตามมาตรา 24 ทั้งนี้ กกร. ต้องพิจารณาการใช้ อำนาจดังกล่าวอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

นอกจากการประกาศให้สินค้าหรือบริการเป็นสินค้าหรือบริการควบคุมแล้ว พระราชบัญญัติฉบับนี้ยังได้บัญญัติในส่วนของกรณีสั่งผู้บริโภคราคาไว้ในมาตรา 29 ซึ่งห้ามให้ผู้ประกอบธุรกิจใด ๆ หนึ่งโดยจงใจที่จะท ให้ราคาสินค้าหรือบริการต่ำเกินสมควรหรือสูงเกินสมควร หรือทำให้ราคาสินค้าหรือบริการเกิดการปั่นป่วน เพื่อเป็นการป้องกันไม่ให้ผู้ประกอบธุรกิจกระทำการใดๆ อันให้เกิดความเปลี่ยนแปลงต่อราคาตามที่กล่าวไว้ในมาตรา 29 โดยหากราคาสูงเกินสมควรย่อมส่งผลกระทบต่อผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคต้องจ่ายค่าสินค้าหรือบริการเพิ่มขึ้น โดยไม่จ ะเป็น แต่หากราคาต่ำ เกินสมควรย่อมส่งผลกระทบต่อตลาดสินค้าหรือบริการนั้น ท ให้ผู้ประกอบธุรกิจที่เป็นคู่แข่งประกอบกิจการการค้าอย่างเดียวกันเสียเปรียบและต้องออกไปจากตลาด พระราชบัญญัติฉบับนี้ จึงเป็นกลไกที่ควบคุมราคาสินค้าหรือบริการให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม¹⁵

3.2 มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการขายกล่องสุ่มในประเทศไทย

สำหรับในส่วนของกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ของประเทศไทย ยังไม่มีมาตรการทางกฎหมายที่กำหนดหลักเกณฑ์หรือวิธีการหรือข้อจำกัดเกี่ยวกับการขายกล่องสุ่มดังกล่าวไว้อย่างชัดเจนและเป็นรูปธรรม แม้รูปแบบการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์จะเข้าข่ายการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงและอยู่ภายใต้พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 (3.2.3) แต่ในปัจจุบันยังไม่มีฉบับใช้กฎหมายดังกล่าวกับการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์และยังไม่มีกรออกกฎระเบียบใดเพื่อควบคุมรูปแบบและวิธีการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ ส่งผลให้บริษัทผู้ให้บริการเกมออนไลน์กำหนดรูปแบบและพฤติกรรมการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ได้อย่างอิสระปราศจากหน่วยงานที่เข้ามากำกับดูแล อย่างไรก็ตาม แม้พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ยังไม่สามารถบังคับใช้ได้เต็มที่ แต่การขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ยังคงอยู่ภายใต้พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 (3.2.2) และ พระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2542 (3.2.5) ซึ่งเป็นกฎหมายที่บัญญัติไว้เป็นการทั่วไปใช้บังคับกับสินค้าหรือบริการทั่วไป ทั้งนี้ จากการศึกษาพบว่าไม่มีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ทั้งหมด 5 ฉบับ อันได้แก่

¹⁵ อุดลย์ ยุววิทยานิชย์, ค าศึบายกฎหมายพระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2542 [ออนไลน์], 4 พฤษภาคม 2562. แหล่งที่มา [https://law.dit.go.th/Upload/NewsEvent/01_03_01_02_Price%20Law%20\(141056\).pdf](https://law.dit.go.th/Upload/NewsEvent/01_03_01_02_Price%20Law%20(141056).pdf)

3.2.1 พระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. 2478

พระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. 2478 มีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 31 มกราคม พุทธศักราช 2478 โดยจุดประสงค์ของกฎหมายควบคุมการเล่นการพนันแต่เดิม คือ พระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. 2473 มีเนื้อหาที่ไม่ครอบคลุมการพนันประเภทต่างๆอย่างพอเพียง จึงต้องตราพระราชบัญญัติการพนันขึ้นใหม่ โดยบัญญัติเพิ่มเติมเนื้อหาเกี่ยวกับประเภทของการพนันให้มีความครอบคลุมมากขึ้น

มาตรา 4 แห่งพระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. 2478 ได้บัญญัติการห้ามเล่นการพนันไว้โดยไม่อนุญาติการจัดให้มีหรือเข้าเล่นการพนันอันระบุไว้ใน บัญชี ก. ท้ายพระราชบัญญัติ หรือการเล่นซึ่งมีลักษณะคล้ายกัน หรือการเล่นอื่นใดที่ประกาศไว้ในกฎกระทรวงเพิ่มเติม อย่างไรก็ตาม มีการกำหนดการเล่นอันระบุใน บัญชี ข. ท้ายพระราชบัญญัติ หรือการเล่นในลักษณะคล้ายคลึงกันหรือการเล่นอื่นใดที่ประกาศไว้ในกฎกระทรวงเพิ่มเติม ให้ต้องขออนุญาตต่อรัฐมนตรีเจ้าหน้าที่หรือเจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตและได้รับใบอนุญาตก่อนการจัดให้มีหรือการเข้าเล่น นอกจากความในมาตรา 4 ยังได้มีการกำหนดให้การเล่นอื่นใดนอกจากที่กล่าวมาในมาตรา 4 จะพนันกันหรือจัดให้มีเพื่อให้พนันกันได้เฉพาะการเล่นที่ระบุชื่อและเงื่อนไขไว้ในกฎกระทรวง โดยค้ำ การเล่น ดังกล่าวให้หมายความรวมถึงการทายและการท นายด้วย

นอกจากการเล่นหรือการเข้าพนันตามที่ได้กล่าวมาได้มาตรา 4 และมาตรา 4 ทวิ แล้ว ยังได้มีการกำหนดการเล่นประเภทอื่นไว้ใน มาตรา 9 ความว่า “สลากกินแบ่ง สลากกินรวบ และสวิป หรือการเล่นอย่างใดที่เสี่ยงโชคให้เงินหรือประโยชน์อย่างอื่นแก่ผู้เล่นคนหนึ่งคนใดนั้น ต้องส่งสลากให้เจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตประทับตราเสียก่อน จึงนาออกจำหน่ายได้ ถ้ายังมีได้รับอนุญาตให้มีการเล่นที่กล่าวไว้ในวรรคก่อน ห้ามมิให้ประกาศโฆษณาหรือชักชวนโดยทางตรงหรือทางอ้อมให้บุคคลใดๆ เข้าร่วมในการเล่นนั้น”

โดยพระราชบัญญัตินี้ได้กำหนดโทษของผู้ที่จัดให้มีการเล่นหรือมีส่วนร่วมให้ผู้อื่นเข้าเล่นหรือเข้าพนันโดยไม่ได้รับอนุญาตและผู้ที่เกี่ยวข้องเข้าเล่นหรือเข้าพนันในการเล่นอันขัดต่อบัญญัติแห่งพระราชบัญญัตินี้หรือกฎกระทรวงไว้ในมาตรา 12 โดยมีความผิดแตกต่างกันไป ดังนี้

(1) การเล่นตามบัญชี ก. หมายเลข 1-16 หรือ การเล่นตามบัญชี ข. หมายเลข 16 เฉพาะสลากกินรวบหรือการเล่นซึ่งมีลักษณะคล้ายกันนี้ ต้องระวางโทษจำคุกตั้งแต่ 3 เดือนขึ้นไปจนถึง 1 ปี และปรับตั้งแต่ 500 บาท ขึ้นไปจนถึง 5,000 บาท หรือทั้งจำ ทั้งปรับ

(2) ถ้าเป็นความผิดในการเล่นอื่นใดตามพระราชบัญญัตินี้ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 2 ปี หรือปรับไม่เกิน 2,000 บาท หรือทั้งจำ ทั้งปรับ

ทั้งนี้การเล่นตามบัญชี ก. และบัญชี ข. ท้ายพระราชบัญญัติมีรายการ ดังนี้

ตารางที่ 4 การเล่นตามบัญชี ก. ท้ายพระราชบัญญัติ

บัญชี ก.			
1. หวย ก. ข.	8. เบี้ยโปก,คุกกี้,อีโจ้ง	14. ก ำตัด	21. ชลุกขลิก
2. โปปั่น	9. ไฟสามใบ	15. ไม้หมุน ,ล่อหมุนทุกอย่าง	22. น ำตาทุกอย่าง
3. โปก ก	10. ไม้สามอัน	16. หัวโต ทายภาพ	23. ไฮโลว์
4. ถั่ว	11. ช่างงา,ปอก	17. การเล่นซึ่งมีการทรมานสัตว์	24. อีก่อย
5. แปรดเกา	12. ไม้ดา ไม้แดง,ปลา ดา ปลาแดง, อีต อีแดง	18. บิลเลียดรู ดีฟี	25. ปั้นแปะ
6. จับยี่กี		19. โยนจิม	26. อีโปงซัด
7. ต่อแตม	13. อีโปงครอบ	20. สีเหงาลัก	

ที่มา : พระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. 2478

ตารางที่ 5 การเล่นตามบัญชี ข. ท้ายพระราชบัญญัติ

บัญชี ข.			
1. การเล่นใช้สัตว์ต่อสู้	8. ตกเบ็ด	15. ปิงโก	22. ดวด
2. วิ่งวัวคน	9. จับสลากโดยวิธีใดๆ	16. สลากกินแบ่ง สลากกินรวบ หรือการเล่นเสี่ยงโชคให้เงินหรือประโยชน์อื่น	23. บิลเลียด
3. ชกมวย มวยปล้ำ	10. ยิงเป้า	17. โตแต้ไลเซเตอร์	24. ของอ้อย
4. แข่งเรือฟ่ง แข่งเรือล่อ	11. ป่าหน้าคน ป่าสัตว์	18. สวีป	
5. ซึรูป	12. เต่าขามดาน	19. บุ๊กเมกิง	
6. โยนห้วง	13. หมากแกว	20. ขายสลากกินแบ่ง สลากกินรวบหรือสวีป ที่ไม่ได้ออกโดยสยามประเทศ	
7. โยนสตางค์, วัตถุลงพานะ	14. หมากหัวแดง	21. ไพนกระจอก ไพ่ต่อแตม ไพ่ต่างๆ	

ที่มา : พระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. 2478

3.2.2 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 พฤษภาคม พ.ศ. 2522 โดยมีจุดประสงค์เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคเป็นการทั่วไปจากการซื้อขายสินค้าหรือบริการของผู้ประกอบธุรกิจการค้า ซึ่งได้นำวิชาทางการตลาดและการโฆษณามาใช้ในการส่งเสริมการขาย การกระทำดังกล่าวทำให้ผู้บริโภคตกอยู่ในฐานะที่เสียเปรียบ อันเนื่องมาจากผู้บริโภคไม่อยู่ในฐานะที่ทราบภาวะตลาดและความจริงที่เกี่ยวกับคุณภาพและราคาของสินค้าและบริการต่างๆ ได้อย่างถูกต้องและทันท่วงที อีกทั้งในการที่ผู้บริโภคจะฟ้องร้องต่อนินคดีกับผู้ประกอบธุรกิจการค้าเมื่อมีการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค ผู้บริโภคจะต้องเสียเวลาและค่าใช้จ่ายอันเป็นภาระที่จะตกแก่ผู้บริโภคและผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่อยู่ในฐานะที่จะเสียเวลาและค่าใช้จ่ายนั้นได้ การฟ้องร้องต่อนินคดีดังกล่าวจึงทำได้ยากและเป็นการที่ผู้บริโภคไม่คุ้มค่าแก่การเสียเวลาและค่าใช้จ่าย พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 จึงเป็นกลไกสำคัญในการกำหนดหน้าที่ของผู้ประกอบธุรกิจการค้าและผู้ประกอบธุรกิจโฆษณาต่อผู้บริโภคเพื่อให้เกิดความเป็นธรรมตามสมควร ตลอดจนให้เมืองค์กรของรัฐที่เหมาะสมเพื่อตรวจตราดูแล และประสานงานการปฏิบัติงานของส่วนราชการต่างๆ¹⁶

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 บัญญัติขึ้นมีผลบังคับใช้ครอบคลุมการซื้อขายสินค้าและบริการทุกประเภท ตามมาตรา 3 แห่งพระราชบัญญัติฉบับนี้ ซึ่งได้ให้คำนิยามของการซื้อ การขาย สินค้า บริการ การผลิต ผู้บริโภค ผู้ประกอบธุรกิจ ข้อความ การโฆษณา สื่อโฆษณา ฉลาก สัญญา ไว้อย่างชัดเจน¹⁷ การกระทำการใดๆที่เข้าข่ายตามคำนิยามในมาตรา 3 นี้ ย่อมอยู่ภายใต้กฎหมายฉบับนี้

โดยตาม มาตรา 9 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ได้กำหนดให้มี “คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ประกอบด้วยนายกรัฐมนตรีเป็นประธานกรรมการ เลขาธิการนายกรัฐมนตรี ปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี ปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ปลัดกระทรวงพาณิชย์ ปลัดกระทรวงมหาดไทย ปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม ปลัดกระทรวงคมนาคม เลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยา และผู้ทรงคุณวุฒิอีกไม่เกินแปดคนซึ่งคณะรัฐมนตรีแต่งตั้งเป็นกรรมการ และเลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เป็นกรรมการและเลขานุการ” และในมาตรา 10 ได้กำหนดอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีอำนาจหน้าที่ ดังต่อไปนี้

(1) พิจารณาเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภคที่ได้รับความเดือดร้อนหรือเสียหายอันเนื่องมาจากการกระทำ ของผู้ประกอบธุรกิจ

¹⁶ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522, หมายเหตุ

¹⁷ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522, มาตรา 3

(2) ไกล่เกลี่ยหรือประนีประนอมข้อพิพาทเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคตามที่ผู้บริโภคและผู้ประกอบธุรกิจตกลงกันก่อนมีการฟ้องคดีต่อศาล ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการก าหนด

(3) ส่งเสริม พัฒนา และสนับสนุนงานคุ้มครองผู้บริโภค ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการก าหนด

(4) ด เนินการเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่อาจเป็นอันตรายแก่ผู้บริโภคตามมาตรา 36 37 และ 38 แล้วแต่กรณี

(5) แจ้งหรือโฆษณาข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายหรือเสื่อมเสียแก่สิทธิของผู้บริโภค ในการนี้จะระบุชื่อสินค้าหรือบริการ หรือชื่อของผู้ประกอบธุรกิจด้วยก็ได้

(6) ให้คำปรึกษาและแนะนำแก่คณะกรรมการเฉพาะเรื่อง และพิจารณาวินิจฉัยการอุทธรณ์ค ึ่งของคณะกรรมการเฉพาะเรื่อง

(7) วางระเบียบเกี่ยวกับการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการเฉพาะเรื่อง และคณะอนุกรรมการ

(8) สอดส่องเร่งรัดพนักงานเจ้าหน้าที่ ส่วนราชการ หรือหน่วยงานอื่นของรัฐให้ปฏิบัติตามอำนาจและหน้าที่ที่กฎหมายกำหนด ตลอดจนเร่งรัดพนักงานเจ้าหน้าที่ให้ด เนินคดีในความผิดเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค

(9) ดาเนินคดีเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคที่คณะกรรมการเห็นสมควรหรือมีผู้ร้องขอตามมาตรา 39

(10) รับรองสมาคมและมูลนิธิตามมาตรา 40

(11) เสนอความเห็นต่อคณะรัฐมนตรีเกี่ยวกับนโยบายและมาตรการในการคุ้มครองผู้บริโภค และพิจารณาให้ความเห็นในเรื่องใด ๆ ที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคตามที่คณะรัฐมนตรีหรือรัฐมนตรีมอบหมาย

(12) ปฏิบัติการอื่นใดตามที่กฎหมายกำหนดไว้ให้เป็นอำนาจและหน้าที่ของคณะกรรมการในการปฏิบัติหน้าที่ตามมาตรา นี้ คณะกรรมการอาจมอบหมายให้สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นผู้ปฏิบัติการหรือเตรียมข้อเสนอมายังคณะกรรมการเพื่อพิจารณาด เนินการต่อไปได้

โดยคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคจะทำงานร่วมกับกับสำนักคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคและมีเลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคคอยควบคุมดูแล ตามมาตรา 19 ทั้งนี้ ส นักคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคมีอ นางหน้าที่ ดังต่อไปนี้

(1) รับเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภคที่ได้รับความเดือดร้อนหรือเสียหายอันเนื่องมาจากการกระทำของผู้ประกอบธุรกิจ เพื่อเสนอต่อคณะกรรมการ

(2) ติดตามและสอดส่องพฤติการณ์ของผู้ประกอบธุรกิจซึ่งกระทำการใดๆ อันมีลักษณะเป็นการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค และจัดให้มีการทดสอบหรือพิสูจน์สินค้าหรือบริการใดๆ ตามที่เห็นสมควรและจำเป็นเพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค

(3) สนับสนุนหรือทำการศึกษาศึกษาและวิจัยปัญหาเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกับสถาบันการศึกษาและหน่วยงานอื่น

(4) ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการศึกษาแก่ผู้บริโภคในทุกระดับ การศึกษาเกี่ยวกับความปลอดภัยและอันตรายที่อาจได้รับจากสินค้าหรือบริการ

(5) ดาเนินการเผยแพร่วิชาการ และให้ความรู้และการศึกษาแก่ผู้บริโภค เพื่อสร้างนิสัยในการบริโภคที่เป็นการส่งเสริมพละทานามัย ประหยัด และใช้ทรัพยากรของชาติให้เป็นประโยชน์มากที่สุด

(6) ประสานงานกับส่วนราชการหรือหน่วยงานของรัฐที่มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับการควบคุม ส่งเสริม หรือก หนดมาตรฐานของสินค้าหรือบริการ

(7) ปฏิบัติการอื่นใดตามที่คณะกรรมการเรื่องมอบหมาย

อย่างไรก็ตาม กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคบัญญัติไว้เป็นการทั่วไป กล่าวคือ “ในกรณี ที่กฎหมายว่าด้วยการใดได้บัญญัติเรื่องใดไว้โดยเฉพาะแล้ว ให้บังคับตามบทบัญญัติแห่งกฎหมายว่า ด้วยการนั้น และให้นำบทบัญญัติในหมวดนี้ไปใช้บังคับได้เท่าที่ไม่ซ้ำหรือขัดกับบทบัญญัติดังกล่าว” เว้นแต่จะเข้าข้อยกเว้นตามที่ก หนดไว้ในมาตรา 21 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ทั้งนี้ สำหรับความเชื่อมโยงของพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 กับการขายกล่องสุ่มใน เกมออนไลน์ สามารถแบ่งได้เป็น 4 ประเด็น ดังนี้

3.2.2.1 สิทธิผู้บริโภค

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ได้กล่าวถึงสิทธิขั้นพื้นฐาน ของผู้บริโภคไว้ใน มาตรา 4 ความว่า ผู้บริโภคมีสิทธิได้รับความคุ้มครองดังต่อไปนี้

(1) สิทธิที่จะได้รับข่าวสารรวมทั้งคาพรรณคุณภาพที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ

(2) สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้าหรือบริการ

(3) สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ

(4) สิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย

โดยผู้รับผิดชอบเกี่ยวกับด้านสิทธิของผู้บริโภค ได้แก่ คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคและสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นผู้มีอำนาจหน้าที่ในการติดตามและสอดส่องพฤติการณ์ของผู้ประกอบธุรกิจซึ่งกระทำการใดๆ อันมีลักษณะเป็นการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค รวมถึงการรับเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคและดำเนินคดีแก่ผู้ละเมิดสิทธิของผู้บริโภคตามที่คณะกรรมการเห็นสมควร (มาตรา 10)

3.2.2.2 การคุ้มครองผู้บริโภคด้านการโฆษณา

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ได้กล่าวถึงการโฆษณาไว้ในมาตรา 22 ความว่า “การโฆษณาจะต้องไม่ใช่ข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค หรือใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม ทั้งนี้ ไม่ว่าข้อความดังกล่าวนั้นจะเป็นข้อความที่เกี่ยวกับแหล่งกำเนิด สภาพ คุณภาพหรือลักษณะของสินค้าหรือบริการ ตลอดจนการส่งมอบ การจัดหา หรือการใช้สินค้าหรือบริการ” และยังได้กำหนดข้อความที่ถือว่าเป็นข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือเป็นข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม ดังนี้

- (1) ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง
- (2) ข้อความที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ไม่ว่าจะกระทำโดยใช้หรืออ้างอิงรายงานทางวิชาการ สถิติ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งอันไม่เป็นความจริงหรือเกินความจริงหรือไม่ก็ตาม
- (3) ข้อความที่เป็นการสนับสนุนโดยตรงหรือโดยอ้อมให้มีการกระทำความผิดกฎหมายหรือศีลธรรม หรืออันไปสู่ความเสื่อมเสียในวัฒนธรรมของชาติ
- (4) ข้อความที่จะทำให้เกิดความแตกแยกหรือเสื่อมความสามัคคี
- (5) ข้อความอย่างอื่นตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

ข้อความที่ใช้ในการโฆษณาที่บุคคลทั่วไปสามารถรู้ได้ว่าเป็นข้อความที่ไม่อาจเป็นความจริงได้โดยแน่แท้ ไม่เป็นข้อความที่ต้องห้ามในการโฆษณาตาม (1)

อย่างไรก็ตาม สำหรับในกรณีของการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ ต้องทำการพิจารณาก่อนว่าเข้าข่ายพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ.2545 หรือไม่ หากเข้าข่ายพระราชบัญญัตินี้ดังกล่าว ซึ่งได้กำหนดการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการโฆษณาไว้ในมาตรา 29 แห่งพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ.2545 ซึ่งได้มีการกำหนดให้นำบทบัญญัติของกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภค ในส่วนที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการโฆษณามาใช้บังคับแก่การสื่อสารข้อมูล เพื่อเสนอขายสินค้าหรือบริการโดยอนุโลม และให้ผู้อำนวยการขายตรงและตลาดแบบตรงเสมือนกับผู้อำนวยการว่าด้วยการโฆษณา

3.2.2.3 การคุ้มครองผู้บริโภคด้านฉลาก

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ได้กล่าวถึงฉลากไว้ใน มาตรา 30 วรรค 3 ความว่า “ในกรณีที่ปรากฏว่ามีสินค้าที่อาจก่อให้เกิดอันตรายแก่สุขภาพ ร่างกายหรือจิตใจ เนื่องในการใช้สินค้าหรือโดยสภาพของสินค้านั้น หรือมีสินค้าที่ประชาชนทั่วไปใช้เป็นประจํา ซึ่งการกําหนดฉลากของสินค้านั้นจะเป็นประโยชน์แก่ผู้บริโภคในการที่จะทราบข้อเท็จจริงในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้านั้นแต่สินค้านั้นดั่งกล่าวไม่เป็นสินค้าที่ควบคุมฉลากตามวรรคหนึ่ง ให้คณะกรรมการว่าด้วยฉลากมีอํานาจกําหนดให้สินค้านั้นเป็นสินค้าที่ควบคุมฉลากได้ โดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา”

หากคณะกรรมการว่าด้วยฉลากเห็นว่าการขายกล่องสุม์ในเกมออนไลน์เป็นสินค้าที่ต้องควบคุมฉลากเพื่อประโยชน์ของผู้บริโภคในการทราบข้อเท็จจริงในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้านั้น ย่อมสามารถกําหนดให้การขายกล่องสุม์ในเกมออนไลน์เป็นสินค้าที่ควบคุมฉลากได้

3.2.2.4 การคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญา

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ได้กล่าวถึงการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญาไว้ในมาตรา 35 ทวิ ความว่า “ในการประกอบธุรกิจขายสินค้าหรือให้บริการใด ถ้าสัญญาซื้อขายหรือสัญญาให้บริการนั้นมีกฎหมายกําหนดให้ต้องทำเป็นหนังสือ หรือที่ตามปกติประเพณีทํ่าเป็นหนังสือ คณะกรรมการว่าด้วยสัญญามีอํานาจกําหนดให้การประกอบธุรกิจขายสินค้าหรือให้บริการนั้นเป็นธุรกิจที่ควบคุมสัญญาได้” หากธุรกิจใดเป็นธุรกิจที่ควบคุมสัญญา ต้องเป็นไปตามเงื่อนไขใน มาตรา 35 ทวินี้ด้วย และคณะกรรมการว่าด้วยสัญญามีอํานาจในการกําหนดให้ใช้ข้อสัญญาใดหรือไม่ใช้ข้อสัญญาใดก็ได้หรือกําหนดให้เงื่อนไขของข้อสัญญานั้นเปลี่ยนไปก็ได้ นอกจากการกําหนดให้เป็นธุรกิจควบคุมสัญญาแล้ว คณะกรรมการว่าด้วยสัญญายังมีอํานาจในการกําหนดให้การประกอบธุรกิจขายสินค้าหรือบริการ เป็นธุรกิจที่ควบคุมรายการในหลักฐานการรับเงินได้ด้วยตามมาตรา 35 เบญจ

สําหรับประเด็นการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญากับการขายกล่องสุม์ในเกมออนไลน์นั้น ต้องพิจารณาถึงการเกิดขึ้นของสัญญาเนื่องจากการซื้อกล่องสุม์ในเกมออนไลน์เป็นการซื้อแบบอิเล็กทรอนิกส์ผ่านระบบออนไลน์ โดยผู้ให้บริการเกมออนไลน์ได้ทำการเสนอขายผ่านระบบภายในเกมและผู้ซื้อทำการสนองรับต่อคาเสนอโดยการกดปุ่มซื้อในเกมออนไลน์ สัญญาซื้อขายจึงเกิดขึ้นจากการกระทำดังกล่าว ทั้งนี้ สัญญาซื้อขายดังกล่าวไม่แน่ชัดว่าเป็นสัญญาที่ทำเป็นหนังสือหรือไม่ หากไม่ใช้สัญญาที่ทำเป็นหนังสือย่อมไม่เข้าข่าย มาตรา 35 ทวิ และไม่สามารถเป็นธุรกิจควบคุมสัญญาได้ อย่างไรก็ตาม แม้ไม่เข้าข่ายเป็นธุรกิจควบคุมสัญญา แต่ยังคงอยู่ภายใต้การคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญาตามสิทธิของผู้บริโภคที่กําหนดไว้ใน มาตรา 4(3ทวิ)

3.2.3 พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ.2545

พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ.2545 มีประกาศไว้ในราชกิจจานุเบกษา ณ วันที่ 23 เมษายน พ.ศ. 2545 และให้มีผลใช้บังคับเมื่อพ้นกำหนด 120 วันนับแต่วันที่ประกาศ โดยมีผลเหตุอันเนื่องมาจาก การประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าหรือบริการในปัจจุบันได้ใช้วิธีการตลาดในลักษณะที่เข้าถึงผู้บริโภคโดยตรงผ่านการเสนอการขายสินค้าหรือบริการแก่ผู้บริโภค สถานที่ที่ไม่ได้ประกอบการค้าเป็นปกติธุระ เช่น สถานที่อยู่อาศัย สถานที่ที่ งาน เป็นต้น โดยมีการอธิบายหรือการสาธิตสินค้าผ่านผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรง การเสนอขายสินค้าหรือบริการในลักษณะดังกล่าวทำให้ผู้บริโภคตกอยู่ในสถานการณ์ที่ไม่อาจตัดสินใจได้อย่างอิสระและรอบคอบ ผู้บริโภคอาจได้รับความกดดันจาก เวลา สถานที่ บุคคล และปัจจัยอื่นๆ ได้ ซึ่งจะท ให้การตัดสินใจซื้อขายสินค้าหรือบริการดังกล่าวบิดเบือนไปจากความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภค นอกจากนี้ยังมีการประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าหรือบริการในลักษณะของการสื่อสารข้อมูลเพื่อเสนอขายสินค้าหรือบริการโดยตรงต่อผู้บริโภค เช่น การซื้อขายผ่านสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น โดยมุ่งหวังให้ผู้บริโภคซึ่งอยู่ห่างโดยระยะทางแสดงเจตนาตอบกลับเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการดังกล่าว นั้น หรือที่เรียกกันว่า การซื้อขายผ่านระบบออนไลน์ ซึ่งในการซื้อขายลักษณะนี้อาจเกิดกรณีที่สินค้าหรือบริการอาจไม่ตรงตามค กล่าวอ้างตามที่ได้โฆษณาไว้ อีกทั้งการท ตลาดขายตรงและตลาดแบบตรงในปัจจุบันได้มีการใช้วิธีการชักชวนให้ประชาชนทั่วไปสามารถเข้าร่วมเป็นเครือข่ายในธุรกิจดังกล่าว โดยตกลงจะให้ผลประโยชน์ตอบแทนจากการหาผู้เข้าร่วมเครือข่ายดังกล่าว ซึ่งคำนวณได้จากจำนวนผู้เข้าร่วมเครือข่ายที่เพิ่มขึ้น การกระทาดังกล่าวมีลักษณะเป็นการหลอกลวงประชาชน และการท ตลาดสินค้าหรือบริการในลักษณะของการขายแบบเชิงรุกดังกล่าว ททำให้ประชาชนโดยทั่วไปในฐานะผู้บริโภคตกอยู่ในฐานะที่เสียเปรียบและก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรมและไม่สงบสุขในสังคม ประกอบกับบทบัญญัติของกฎหมายที่ใช้บังคับอยู่ในขณะนั้นยังไม่สามารถให้ความคุ้มครองแก่ผู้บริโภคได้อย่างเพียงพอ จึงได้ตราพระราชบัญญัติฉบับนี้ขึ้น¹⁸

พระราชบัญญัติฉบับนี้ได้กำหนดให้มีคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงคอย ก กักตุนแลตามมาตรา 8 ซึ่งมีอ นาจหน้าที่ ดังต่อไปนี้

(1) พิจารณาเรื่องร้องทุกข์จากผู้บริโภคที่ได้รับความเดือดร้อนหรือเสียหายอันเนื่องมาจากการกระทาดของผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง หรือผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง

¹⁸ พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง, หมายเหตุ

(2) แจงหรือโฆษณาข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายหรือเสื่อมเสียแก่สิทธิของผู้บริโภค ในการนี้จะระบุชื่อสินค้าหรือบริการ หรือชื่อของผู้จำหน่าย อีสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง หรือผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงด้วยก็ได้

(3) กากับดูแลผู้ประกอบธุรกิจขายตรงและผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง รวมทั้งติดตามสอดส่องพฤติกรรมในการประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง

(4) วางระเบียบหรือประกาศเกี่ยวกับการปฏิบัติการตามพระราชบัญญัตินี้

(5) พิจารณาวินิจฉัยการอุทธรณ์ค ซึ่งของนายทะเบียน

(6) เสนอความเห็นต่อคณะรัฐมนตรีเกี่ยวกับนโยบายและมาตรการในการกากับดูแล รวมทั้งส่งเสริมสนับสนุนการประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง และพิจารณาให้ความเห็นในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงตามที่คณะรัฐมนตรีหรือรัฐมนตรีมอบหมาย

(7) สอดส่องเร่งรัดพนักงานเจ้าหน้าที่ ส่วนราชการ หรือหน่วยงานอื่นของรัฐให้ปฏิบัติการตามอำนาจและหน้าที่ที่กฎหมายกำหนด ตลอดจนเร่งรัดพนักงานเจ้าหน้าที่ให้ดเนินคดีในความผิดตามพระราชบัญญัตินี้

(8) เสนอแนะในการออกกฎกระทรวง ตามพระราชบัญญัตินี้

(9) เรื่องอื่นตามที่คณะรัฐมนตรีหรือรัฐมนตรีมอบหมาย

ในการปฏิบัติหน้าที่ตามมาตรา นี้ คณะกรรมการอาจมอบหมายให้ส ักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นผู้ปฏิบัติการหรือเตรียมข้อเสนอมายังคณะกรรมการเพื่อพิจารณาด เนินการต่อไปได้

พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ได้มีการแก้ไขเพิ่มเติมบพบัญญัติ 2 ครั้ง ดังนี้

ก. การแก้ไขครั้งที่ 1 พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2550 ได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา ณ วันที่ 25 มกราคม พ.ศ. 2550 โดยให้มีผลใช้บังคับในวันถัดจากวันที่ประกาศ ซึ่งมีสาระสำคัญคือ การแก้ไข มาตรา 45 เกี่ยวกับการกำหนดโทษของผู้ที่ขัดขวางหรือไม่อำนวยความสะดวกแก่พนักงานเจ้าหน้าที่ในการปฏิบัติหน้าที่ ตามมาตรา 4 แห่งพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ.2545 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 1 เดือนหรือปรับไม่เกิน 10,000 บาท หรือทั้งจำ ทั้งปรับ¹⁹

¹⁹ พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง (ฉบับที่2) พ.ศ.2550

ข. การแก้ไขครั้งที่ 2 พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง (ฉบับที่ 3) พ.ศ.2560 ได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา ณ วันที่ 14 พฤษภาคม พ.ศ. 2560 โดยให้มีผลใช้บังคับเมื่อพ้นกำหนด 120 วัน นับแต่วันที่ประกาศ การแก้ไขในครั้งนี้เพื่อกำหนดหลักเกณฑ์ในการประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงให้มีความชัดเจนและเหมาะสมยิ่งขึ้น และให้ผู้บริโภคมีหลักประกันในการได้รับความคุ้มครอง หากเกิดความเสียหายอันเกิดจากการที่ผู้ประกอบการไม่ปฏิบัติตามพระราชบัญญัติฉบับนี้ อีกทั้งยังได้กำหนดคุณสมบัติในการขอจดทะเบียนและหน้าของผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงและผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรงตามพระราชบัญญัติฉบับนี้ ซึ่งได้มีการแก้ไขในหลายประเด็นด้วยกัน แต่มีสาระสำคัญคือ การแก้ไขมาตรา 3 เกี่ยวกับคานียามของ “ตลาดแบบตรง หมายความว่า การตลาดสินค้าหรือบริการในลักษณะของการสื่อสารข้อมูลเพื่อเสนอขายสินค้าหรือบริการโดยตรงต่อผู้บริโภคซึ่งอยู่ห่างโดยระยะทางและมุ่งหวังให้ผู้บริโภคแต่ละรายตอบกลับเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการจากผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรงนั้น ส่วนการซื้อขายสินค้าหรือบริการ โดยวิธีการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่ถือว่าเป็นตลาดแบบตรง ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่กำหนดในกฎกระทรวง”²⁰ หลักเกณฑ์และเงื่อนไขของการซื้อขายสินค้าหรือบริการ โดยวิธีการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่ถือว่าเป็นตลาดแบบตรงดังกล่าว ได้กำหนดไว้ในกฎกระทรวง กำหนดการซื้อขายสินค้าหรือบริการ โดยวิธีการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่ถือว่าเป็นตลาดแบบตรง พ.ศ. 2561 ออกโดยนายกรัฐมนตรี หมายความว่า การขายสินค้าหรือบริการโดยวิธีการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ดังต่อไปนี้ ไม่ถือว่าเป็นตลาดแบบตรง²¹

(1) การขายสินค้าหรือบริการของบุคคลธรรมดาซึ่งมิได้จดทะเบียนเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ ตลาดแบบตรง และมีรายได้จากการขายสินค้าหรือบริการโดยวิธีการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไม่เกินหนึ่งล้านแปดแสนบาทต่อปี

(2) การขายสินค้าหรือบริการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ได้ขึ้นทะเบียน ตามกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

(3) การขายสินค้าหรือบริการของวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนที่ได้จดทะเบียน ตามกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน

(4) การขายสินค้าหรือบริการของสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกรที่ได้จดทะเบียนตามกฎหมาย ว่าด้วยสหกรณ์

²⁰ พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง (ฉบับที่ 3), พ.ศ.2560, มาตรา 3

²¹ กฎกระทรวง ก กำหนดการซื้อขายสินค้าหรือบริการ โดยวิธีการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่ถือว่าเป็นตลาดแบบตรง พ.ศ. 2561

เมื่อพิจารณาจากความในมาตรานี้จะพบว่า ธุรกิจการให้บริการเกมออนไลน์และระบบการขายผลิตภัณฑ์ทั้งหมดรวมถึงการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์อาจเข้าข่ายลักษณะการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงและอยู่ภายใต้บังคับของพระราชบัญญัตินี้ เนื่องจากไม่เข้าข่ายตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขตามกฎกระทรวงดังกล่าว โดยเมื่อเข้าข่ายเป็นธุรกิจตลาดแบบตรงจะสามารถแบ่งประเด็นที่เกี่ยวข้องออกเป็น 6 ประเด็น ดังนี้

3.2.3.1 การจดทะเบียน

มาตรา 27 แห่งพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ.2545 ได้กำหนดไว้ว่า “ผู้ประกอบการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงจะต้องจดทะเบียนการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงตามพระราชบัญญัตินี้” เมื่อธุรกิจการให้บริการเกมออนไลน์เข้าข่ายการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงย่อมต้องดำเนินการจดทะเบียนตามกฎหมายดังกล่าว ทั้งนี้ การแก้ไขเพิ่มเติมบทบัญญัติในพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง (ฉบับที่ 3) พ.ศ.2560 ได้กำหนดคุณสมบัติของผู้ยื่นจดทะเบียนใหม่สำหรับธุรกิจตลาดแบบโดยแบ่งเป็น 2 กรณี ดังต่อไปนี้

(1) กรณีเป็นผู้ยื่นคำขอจดทะเบียนธุรกิจตลาดแบบตรงเป็นบุคคลธรรมดา ต้องไม่เคยถูกเพิกถอนทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงหรือตลาดแบบตรงในระยะเวลาห้าปีก่อนวันยื่นคำขอจดทะเบียน และต้องไม่มีลักษณะต้องห้ามตามมาตรา 38/2 ดังนี้

ก. เป็นบุคคลล้มละลาย
 ข. เป็นคนไร้ความสามารถหรือเสมือนไร้ความสามารถ
 ค. เคยได้รับโทษจากคุกโดยคำพิพากษาถึงที่สุดให้จำคุก เว้นแต่เป็นโทษสำหรับความผิดที่ได้กระทำ โดยประมาทหรือความผิดลหุโทษ

ง. เป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้จัดการ หรือบุคคลซึ่งรับผิดชอบในการดำเนินงานของห้างหุ้นส่วนหรือบริษัทอื่นที่จดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงหรือตลาดแบบตรง

จ. เคยเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้จัดการ หรือบุคคลซึ่งรับผิดชอบในการดำเนินงานของห้างหุ้นส่วนหรือบริษัทที่เคยถูกเพิกถอนทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงหรือตลาดแบบตรงในระยะเวลาห้าปีก่อนวันยื่นคำขอจดทะเบียน

(2) กรณีเป็นผู้ยื่นคำขอจดทะเบียนธุรกิจตลาดแบบตรงเป็นนิติบุคคลจะต้องไม่เคยถูกเพิกถอนทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงหรือตลาดแบบตรงภายในระยะเวลาห้าปีก่อนวันยื่นคำขอจดทะเบียน และต้องมีหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้จัดการ หรือบุคคลซึ่งรับผิดชอบในการดำเนินงานของนิติบุคคลซึ่งไม่มีลักษณะต้องห้ามตามมาตรา 38/2 ที่ได้กล่าวไว้ข้างต้น

ทั้งนี้ ได้มีบทกำหนดโทษของผู้ที่ฝ่าฝืนไม่จดทะเบียนการประกอบธุรกิจ ตลาดแบบตรงตามมาตรา 27 ให้ต้องระวางโทษฯ ทุกไม่เกิน 1 ปี หรือปรับไม่เกิน 100,000 บาท หรือ ทั้งจำ ทั้งปรับ และปรับอีกวันละไม่เกิน 10,000 บาท ตลอดเวลาที่ยังฝ่าฝืนอยู่ ตามมาตรา 51/1

3.2.3.2 การเสนอขายสินค้าหรือบริการ

มาตรา 28 แห่งพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ.2545 ได้ กำหนดไว้ว่า “ข้อความในการสื่อสารข้อมูลเพื่อเสนอขายสินค้าหรือบริการของผู้ประกอบธุรกิจตลาด แบบตรงให้เป็นไปตามที่กำหนดในกฎกระทรวง” ทั้งนี้ ยังไม่มีการประกาศกฎกระทรวงดังกล่าวในราชกิจจานุเบกษา อย่างไรก็ตาม ได้มีการกำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงต้องจัดทำเอกสารการ ซื้อขายสินค้าหรือบริการและส่งมอบให้แก่ผู้บริโภคพร้อมกับสินค้าหรือบริการ โดยเอกสารการซื้อขาย ดังกล่าวนั้น ก กำหนดให้ต้องมีข้อความภาษาไทยที่สามารถอ่านและเข้าใจได้ง่าย และต้องระบุชื่อผู้ซื้อ และผู้ขาย วันที่ซื้อขาย และวันที่ส่งมอบสินค้าหรือบริการ รวมทั้งสิทธิในการเลิกสัญญาของผู้บริโภค ซึ่งต้องใช้ตัวอักษรที่เห็นเด่นชัดกว่าข้อความทั่วไป ตามมาตรา 30

3.2.3.3 การโฆษณาสินค้าหรือบริการ

มาตรา 29 แห่งพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ.2545 ได้ กำหนดไว้ว่า “ให้ บทบัญญัติของกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค ในส่วนที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค ด้านการโฆษณามาใช้บังคับแก่การสื่อสารข้อมูล เพื่อเสนอขายสินค้าหรือบริการของผู้ประกอบธุรกิจ ตลาดแบบตรงโดยอนุโลม โดยให้ถือว่าอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นอ าจ หน้าที่ของรัฐมนตรี และให้ถือว่าอ าจหน้าที่ของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาเป็นอ าจหน้าที่ ของคณะกรรมการ”

3.2.3.4 สิทธิเลิกสัญญา (Cooling off)

ในการซื้อสินค้าหรือบริการจากการขายผ่านตลาดแบบตรงผู้บริโภคมีสิทธิ เลิกสัญญาโดยการส่งหนังสือแสดงเจตนาภายในเวลา 7 วัน นับแต่วันที่ได้รับสินค้าหรือบริการ ไปยังผู้ ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง ตามมาตรา 33 โดยผู้บริโภคที่ต้องการใช้สิทธิเลิกสัญญาจะต้องเลือก ปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่ง อันได้แก่ 1. ส่งคืนสินค้าไปยังผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง หรือ 2. เก็บ รักษาสินค้าไว้ตามสมควรภายในระยะเวลา 21 วัน นับแต่วันที่ใช้สิทธิเลิกสัญญา เว้นแต่สินค้านั้นเป็น ของเสียหายโดยสภาพไม่อาจเก็บรักษาได้ภายในระยะเวลาดังกล่าวและผู้บริโภคมีหน้าที่ต้องส่งคืน สินค้าให้แก่ผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง โดยหลักเกณฑ์และวิธีการในการคืนสินค้าและบริการให้ เป็นไปตามที่กำหนดในกฎกระทรวง ทั้งนี้ผู้บริโภคมีสิทธิจะยึดหน่วงสินค้าไว้ได้จนกว่าจะได้รับคืนเงิน

ที่ผู้บริโภครายไปในการซื้อสินค้านั้น ตามมาตรา 34 และผู้ประกอบการธุรกิจต้องคืนเงินเต็มจำนวนให้แก่ผู้บริโภคภายในระยะเวลา 15 วันนับแต่วันที่ได้รับหนังสือแสดงเจตนาเลิกสัญญา ตามมาตรา 36

3.2.3.5 การวางหลักประกันการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง

มาตรา 38/5 ได้กำหนดว่า “ผู้ยื่นขอจดทะเบียนการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงต้องวางหลักประกันต่อนายทะเบียนเพื่อเป็นหลักประกันการปฏิบัติตามพระราชบัญญัตินี้ ตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่ก หนดในกฎกระทรวง” การกำหนดวงเงินและรายละเอียดจะแตกต่างกันโดยคานึงถึงขนาดหรือประเภทของการประกอบธุรกิจ และให้มีการทบทวนวงเงินของหลักประกันทุกสามปี หลักประกันตามมาตรานี้ ได้แก่ เงินสด หนังสือค้ำประกันของธนาคาร หรือพันธบัตรรัฐบาลไทย หรือพันธบัตรรัฐวิสาหกิจ ทั้งนี้ ตามที่คณะกรรมการประกาศก หนด โดยก หนดไว้ในกฎกระทรวง การวางหลักประกันการประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2561

หลักประกันดังกล่าวที่ผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรงได้วางไว้จะเป็นการชดเชยความเสียหายแก่ผู้บริโภคในกรณีที่เกิดปรากฏผลการพิจารณาวินิจฉัยตามมาตรา 41/5 ว่าผู้บริโภครายใดได้รับความเสียหายจากผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงรายใดและเป็นจ นวนเงินเท่าใด นายทะเบียนมีอำนาจจ่ายเงินจากหลักประกันที่ผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรงนั้นวางไว้เพื่อชดเชยความเสียหายดังกล่าว ตามมาตรา 41/6 แห่งพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง (ฉบับที่ 3) พ.ศ.2560

หากหลักประกันที่ผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรงวางไว้ไม่เพียงพอที่นายทะเบียนจะจ่ายเงินเพื่อชดเชยความเสียหายแก่ผู้บริโภคตามมาตรา 41/6 หรือลดลงเพราะได้มีการจ่ายเงินเพื่อชดเชยความเสียหายดังกล่าว นายทะเบียนมีอำนาจสั่งเป็นหนังสือให้ผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงวางหลักประกันเพิ่มจนครบตามวงเงินที่กำหนดไว้ในกฎกระทรวงภายใน 15 วัน นับแต่วันที่ได้รับคำสั่ง หากผู้ประกอบการธุรกิจดังกล่าวไม่วางหลักประกันเพิ่มให้ครบถ้วนภายใน 3 เดือน นับแต่วันครบก หนดเวลานายทะเบียนมีอำนาจสั่งให้เพิกถอนทะเบียนการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงได้ แล้วแต่กรณี ทั้งนี้ เป็นไปตามมาตรา 42

3.2.3.6 หน้าที่ของผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงต่อนายทะเบียน

ในกรณีที่ผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรงมีการย้ายส ักงาน จะต้องท านเป็นหนังสือให้นายทะเบียนทราบภายใน 15 วัน นับแต่วันที่มีการย้าย ตามมาตรา 29/1 และผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรงยังต้องจัดทำรายงานเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจตามแบบ หลักเกณฑ์ และระยะเวลาที่คณะกรรมการประกาศก หนดและสั่งให้แก่นายทะเบียนตามมาตรา 29/2 นอกจากนี้หากผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรงมีความประสงค์จะเลิกประกอบธุรกิจ ต้องยื่นค าชอ ่นายทะเบียนเพื่อเป็นการคุ้มครองประโยชน์ของผู้บริโภค โดยผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรงจะต้องปฏิบัติตามใน

เรื่องที่กำหนดไว้ในมาตรา 41/4 ให้แล้วเสร็จ จึงจะยื่นขอยกเลิกการจดทะเบียนได้ หากผู้ประกอบการจดทะเบียนใดฝ่าฝืน ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 6 เดือนหรือปรับไม่เกิน 50,000 บาท หรือทั้งจำ ทั้งปรับ และปรับอีกวันละไม่เกิน 5,000 บาท ตลอดเวลาที่ยังฝ่าฝืนอยู่ ตามมาตรา 52/1

3.2.4 พระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ. 2551

พระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ. 2551 ได้ประกาศไว้ในราชกิจจานุเบกษา ณ วันที่ 27 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2551 และให้มีผลใช้บังคับเมื่อพ้นกำหนด 90 วันนับแต่วันที่ประกาศ โดยมีผลเหตุอันเนื่องมาจาก พระราชบัญญัติภาพยนตร์ พุทธศักราช 2473 ได้ใช้บังคับมาเป็นเวลานาน บทบัญญัติบางประการจึงไม่เหมาะสมกับสถานการณ์ในปัจจุบัน ซึ่งได้มีการพัฒนาทางเทคโนโลยีไปอย่างรวดเร็ว ประกอบกับการตรวจพิจารณาภาพยนตร์ในขณะนั้นมีหลายองค์การที่ดูแลรับผิดชอบซึ่งมีความซ้ำซ้อนกับพระราชบัญญัติควบคุมกิจการเทปและวีสดูโทรทัศน์ พ.ศ. 2530 ดังนั้นเพื่อปรับปรุงบทบัญญัติของกฎหมายทั้ง 2 ฉบับ ดังที่กล่าวมาให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน และลดความซ้ำซ้อนในการตรวจพิจารณาขององค์กรต่างๆ และเพื่อส่งเสริมกิจการภาพยนตร์อย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ จึงตราพระราชบัญญัตินี้ขึ้น

โดยได้มีการเพิ่มเติมคานียามของคำว่า วีดิทัศน์ ตามมาตรา 4 แห่งพระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ. 2551 หมายความว่า “วีสดูที่มีการบันทึกภาพ หรือภาพและเสียงซึ่งสามารถนำมาฉายให้เห็นเป็นภาพที่เคลื่อนไหวได้อย่างต่อเนื่องในลักษณะที่เป็นเกมการเล่น คาราโอเกะที่มีภาพประกอบหรือลักษณะอื่นใดตามที่กำหนดในกฎกระทรวง” เมื่อพิจารณาคานียามดังกล่าวจะพบคำว่ากฎหมายได้ใช้ เกม ซึ่งเป็นคำที่ตรงตัวทั้งคำศัพท์และการนิยามความหมายของเกมออนไลน์ เกมออนไลน์จึงอาจเข้าข่ายเป็นวีดิทัศน์ภายใต้พระราชบัญญัติฉบับนี้

การควบคุมกำกับดูแลการประกอบธุรกิจเกมในประเทศไทยตามมาตรา 7 แห่งพระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ. 2551 บัญญัติให้มีการตั้งคณะกรรมการภาพยนตร์และวีดิทัศน์แห่งชาติขึ้น มีอานาจหน้าที่ตามมาตรา 9 ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจเกม ดังต่อไปนี้

(1) เสนอนโยบาย แผน และยุทธศาสตร์เกี่ยวกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมวีดิทัศน์ต่อคณะรัฐมนตรี

(2) กำหนดมาตรการในการส่งเสริมให้มีการสร้างวีดิทัศน์ที่มีลักษณะสร้างสรรค์ ส่งเสริมการเรียนรู้ หรือมีคุณค่าในทางศิลปวัฒนธรรมในรูปแบบที่คนทุกกลุ่มรวมทั้งคนพิการสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์ได้

(3) เสนอความเห็นต่อรัฐมนตรีในการแก้ไขปรับปรุงกฎหมายเกี่ยวกับวีดิทัศน์

(4) เสนอคำแนะนำต่อรัฐมนตรีในการออกกฎกระทรวงและประกาศตามพระราชบัญญัตินี้

(5) พิจารณาวินิจฉัยอุทธรณ์คำสั่งของนายทะเบียนและคณะกรรมการพิจารณาภาพยนตร์และวีดิทัศน์

(6) ปฏิบัติการอื่นตามที่กฎหมายกำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการหรือตามที่รัฐมนตรีมอบหมาย

ทั้งนี้ เพื่อประโยชน์ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ให้กระทรวงวัฒนธรรม กำหนดหน่วยงานที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์ตามนโยบาย แผน ยุทธศาสตร์ และมาตรการที่คณะกรรมการเสนอตาม (1) และ (2)

นอกจากคณะกรรมการภาพยนตร์และวีดิทัศน์แห่งชาติแล้ว พระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ. 2551 มาตรา 16 ได้บัญญัติให้มีการตั้งคณะกรรมการพิจารณาภาพยนตร์และวีดิทัศน์คณะหนึ่งหรือหลายคณะ มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับวีดิทัศน์และธุรกิจเกมตามมาตรา 18 ดังต่อไปนี้

(1) อนุญาตการน ขีดิตทัศน์ออกฉาย ให้เช่า แลกเปลี่ยน หรือจ หน่ายในราชอาณาจักร

(2) อนุญาตการน สื่อโฆษณาออกโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ไรชอาณาจักร

(3) อนุญาตการส่งวีดิทัศน์ออกไปนอกราชอาณาจักร

(4) ปฏิบัติการอื่นตามที่กฎหมายก หนดให้เป็นอ นาจหน้าที่ของคณะกรรมการพิจารณาภาพยนตร์และวีดิทัศน์หรือตามที่รัฐมนตรีหรือคณะกรรมการมอบหมาย

โดยคณะกรรมการพิจารณาภาพยนตร์และวีดิทัศน์ซึ่งมีอำนาจหน้าที่ตามมาตรา ๑๘ (2) (3) (4) และ (5) ว่าด้วยเรื่องการตรวจพิจารณาและอนุญาตเกี่ยวกับวีดิทัศน์ให้มีจำนวนไม่เกิน 7 คน โดยแต่งตั้งจากผู้ทรงคุณวุฒิด้านภาพยนตร์ วีดิทัศน์ โทรทัศน์ ศิลปวัฒนธรรม หรือการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งต้องแต่งตั้งจากเจ้าหน้าที่ของรัฐจำนวนไม่เกิน 4 คนและจากภาคเอกชนจำนวนไม่เกิน 3 คน หรือที่นิยมเรียกกันว่า “คณะกรรมการชุดเล็ก”

วีดิทัศน์ที่จะน ำออกฉาย ให้เช่า แลกเปลี่ยน หรือจ หน่ายในราชอาณาจักรต้องผ่านการตรวจพิจารณาและได้รับอนุญาตจากคณะกรรมการพิจารณาภาพยนตร์และวีดิทัศน์ตามมาตรา 47 แห่งพระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ. 2551 โดยการขออนุญาตและการอนุญาตให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่คณะกรรมการกำหนดโดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา หากผู้ใดฝ่าฝืน มาตรา 47 นายทะเบียนและพนักงานเจ้าหน้าที่มีอำนาจสั่งห้ามการฉาย ให้เช่า และ

เปลี่ยน หรือจ หน่ายวีดิทัศน์เหล่านั้น ตามมาตรา 61 และต้องระวางโทษปรับตั้งแต่ 20,000-100,000 บาท ตามมาตรา 81

อย่างไรก็ตาม จากการพิจารณาความเชื่อมโยงระหว่างพระราชบัญญัติภาพยนตร์ และวีดิทัศน์ พ.ศ. 2551และการขายกล่องสุมในเกมออนไลน์ ผู้วิจัยมีความเห็นว่า แม้พระราชบัญญัติฉบับนี้เป็นกฎหมายที่ใช้ในการควบคุมธุรกิจเกมคอมพิวเตอร์โดยตรง เนื่องจากมีการก าหนดค ข่า เกมไว้ในบทนิยามตามมาตรา 4 ซึ่งนิยามความหมายของคว่า “วีดิทัศน์ หมายความว่า วัสดุที่มีการบันทึกภาพ หรือภาพและเสียงซึ่งสามารถนำมาฉายให้เห็นเป็นภาพที่เคลื่อนไหวได้อย่างต่อเนื่องในลักษณะที่เป็นเกมการเล่น คาราโอเกะที่มีภาพประกอบหรือลักษณะอื่นใดตามที่กำหนดในกฎกระทรวง” อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาความตามบทนิยามดังกล่าวพบว่า กฎหมายระบุให้สิ่งที่เป็นวีดิทัศน์ต้องเป็น “วัสดุ” เท่านั้น ดังนั้นหากสิ่งใดไม่มีลักษณะเป็นวัสดุบันทึกภาพย่อมไม่ถือว่าเป็นวีดิทัศน์และไม่อยู่ภายใต้พระราชบัญญัติดังกล่าว ซึ่งเกมในปัจจุบันมีทั้งรูปแบบที่เป็นวัสดุและไม่เป็นวัสดุ กล่าวคือ เกมออฟไลน์มีลักษณะเป็นเกมที่เล่นผ่านอุปกรณ์เล่นเกมที่มีการบันทึกภาพและเสียงลงในหน่วยความจาและต้องใช้หน่วยความจาเดิมเพื่อใช้เปิดในการเล่นครั้งต่อไป หน่วยความจาดังกล่าวจึงถือเป็นวัสดุ ในขณะที่เกมออนไลน์เป็นเกมที่ไม่ได้มีวัสดุเพื่อใช้ในการบันทึกภาพและเสียง แต่เป็นการเล่นผ่านระบบเซิร์ฟเวอร์ของผู้ให้บริการเกมออนไลน์บนระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต แม้จะมีอุปกรณ์การเล่นเกมเช่นเดียวกับเกมออฟไลน์ แต่อุปกรณ์ดังกล่าวไม่ถือเป็นวัสดุในการบันทึกภาพและเสียง เนื่องจากเป็นเพียงเครื่องมือที่ใช้เชื่อมต่อกับเซิร์ฟเวอร์ของผู้ให้บริการเกมออนไลน์เพื่อดึงข้อมูลให้มาแสดงผลที่อุปกรณ์เล่นเกมเท่านั้น ซึ่งหากผู้เล่นเกมใช้อุปกรณ์อื่นที่ไม่ใช่ซีดีดีมก็ สามารถดึงข้อมูลจากเซิร์ฟเวอร์ของผู้ให้บริการเกมออนไลน์เพื่อเล่นเกมได้เช่นกัน อุปกรณ์ดังกล่าวจึงไม่ถือเป็น วัสดุบันทึกภาพและเสียง ตามบทนิยามในมาตรา 4 ดังนั้นเกมออนไลน์จึงไม่ถือเป็น วีดิทัศน์และไม่อยู่ภายใต้พระราชบัญญัติฉบับนี้

เมื่อเกมออนไลน์ไม่อยู่ภายใต้พระราชบัญญัตินี้ ความเชื่อมโยงของการขายกล่องสุมในเกมออนไลน์กับพระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ. 2551 ย่อมไม่สามารถบังคับใช้เพื่อควบคุมระบบการขายดังกล่าวได้ ผู้วิจัยจึงจะไม่นำพระราชบัญญัติฉบับนี้เข้าร่วมในการวิเคราะห์เกี่ยวกับการขายกล่องสุมในเกมออนไลน์ในบทต่อไป

3.2.5 พระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2542

พระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2542 ได้ประกาศไว้ในราชกิจจานุเบกษา ณ วันที่ 22 มีนาคม พ.ศ. 2542 และให้มีผลใช้บังคับตั้งแต่วันถัดไปนับจากวันที่ประกาศบัญญัติขึ้นเพื่อแยกบทบัญญัติระหว่างกฎหมายว่าด้วยการก าหนดราคาสินค้าและกฎหมายป้องกันการผูกขาดที่บังคับใช้อยู่ในขณะนั้น เนื่องจากมีความไม่เหมาะสมในด้านสาระสำคัญในวัตถุประสงค์ของ

กฎหมายทั้ง 2 ฉบับที่แตกต่างกัน แต่ต้องดำเนินการภายใต้บังคับที่ทำหน้าที่ตามกฎหมายเพียงองค์กรเดียว ประกอบกับบทบัญญัติที่มีอยู่เดิมยังไม่สมบูรณ์ ในส่วนของการกำหนดราคาสินค้าที่ยังไม่ชัดเจนและเหมาะสมจึงได้ตราพระราชบัญญัติฉบับนี้ ซึ่งได้กำหนดหลักเกณฑ์ในการประกอบธุรกิจเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคไม่ให้ตกเป็นฝ่ายเสียเปรียบในการซื้อขายสินค้าหรือบริการ และเพื่อให้มีหลักประกันว่าผู้บริโภคจะได้รับความคุ้มครองหากเกิดความเสียหายขึ้นอันเนื่องมาจากผู้ประกอบการไม่ปฏิบัติตามพระราชบัญญัตินี้

โดยตามมาตรา 7 ระบุให้มีคณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ เรียกโดยย่อว่า กกร. มีอานาจหน้าที่ทั่วราชอาณาจักรในการกระทำ ดังต่อไปนี้

- (1) ประกาศกำหนดให้สินค้าหรือบริการใดเป็นสินค้าหรือบริการควบคุมตามมาตรา 24
- (2) กำหนดมาตรการที่ใช้สำหรับสินค้าหรือบริการควบคุมตามมาตรา 25
- (3) สั่งให้ผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายสินค้าหรือบริการควบคุมแจ้งข้อเท็จจริงตามมาตรา 26
- (4) ให้ความเห็นชอบประกาศที่ออกตามมาตรา 27
- (5) กำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไข ในการแสดงราคาสินค้าหรือบริการตามมาตรา 28
- (6) กำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการที่ถือว่าการทำให้ราคาสินค้าต่ำเกินสมควรหรือสูงเกินสมควรหรือทำให้เกิดความปั่นป่วนซึ่งราคาของสินค้าหรือบริการตามมาตรา 29
- (7) กำหนดระเบียบว่าด้วยการจ่ายเงินสินบนและเงินรางวัลตามมาตรา 33
- (8) เข้มงวดและสั่งการเท่าที่จำเป็นเพื่อให้การผลิตหรือจำหน่ายสินค้าหรือบริการควบคุมมีเพียงพอแก่ความต้องการของประชาชน
- (9) พิจารณาเรื่องที่มีการร้องเรียนว่าได้รับความเดือดร้อนหรือเสียหายเนื่องจากการกระทำ ซึ่งมีผลกระทบต่อราคา
- (10) เชิญบุคคลใดบุคคลหนึ่งมาให้ข้อเท็จจริง คออธิบาย คาแนะนา หรือความเห็น
- (11) ปฏิบัติการอื่นใดตามกฎหมายกำหนดให้เป็นอานาจหน้าที่ของ กกร.

ทั้งนี้ มาตรา 24 มีใจความว่า “เพื่อป้องกันการกำหนดราคาซื้อ ราคาจำหน่ายหรือการกำหนดเงื่อนไขและวิธีปฏิบัติทางการค้าอันไม่เป็นธรรม กกร. ด้วยความเห็นชอบของ

คณะรัฐมนตรี มีมติ อนุมัติให้สินค้าหรือบริการใดเป็นสินค้าหรือบริการควบคุมได้ โดยให้ กกร. พิจารณาทบทวนการใช้อำนาจอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง” ซึ่งในปัจจุบันสินค้าและบริการควบคุม ตามประกาศ กกร. วันที่ 22 มกราคม 2561 มีจ นวน 53 รายการ และรายการสินค้าสำคัญที่ติดตาม ดูแล มีจ นวน 170 รายการ และ รายการสินค้าที่ติดตามดูแลเฉพาะมีข้อร้องเรียน มีจ นวน 35 รายการ

สำหรับระบบกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ยังไม่ได้มีการก หนดให้เป็นสินค้าหรือบริการ ควบคุมตามมาตรา 24 ดังกล่าว อย่างไรก็ตาม หาก กกร. มีประกาศให้ระบบกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ เป็นสินค้าหรือบริการควบคุม กกร.จะมี มติ ตามมาตรา 25 ดังต่อไปนี้

(1) กำหนดราคาซื้อหรือราคาจำหน่ายสินค้าหรือบริการควบคุมให้ผู้ซื้อซื้อ ในราคาไม่ต่ำกว่าราคาที่กำหนด หรือให้ผู้จำหน่ายจำหน่ายในราคาไม่สูงกว่าราคาที่กำหนด หรือตรึง ราคาไว้ในราคาใดราคาหนึ่ง

(2) กำหนดอัตราค่าไถ่สูงสุดต่อหน่วยของสินค้าหรือบริการควบคุมที่ผู้ จำหน่ายจะได้รับจากการจำหน่ายสินค้าหรือบริการควบคุม หรือกำหนดอัตราส่วนแตกต่างระหว่าง ราคาซื้อกับราคาขายสินค้าหรือบริการควบคุมในแต่ละช่วงการค้า

(3) กำหนดหลักเกณฑ์ มาตรการ และเงื่อนไขให้ต้องปฏิบัติตามเกี่ยวกับการ ผลิตการนำเข้าในราชอาณาจักร การส่งออกนอกราชอาณาจักร การซื้อ การจำหน่าย หรือ การเก็บรักษาสินค้าหรือบริการควบคุม

(4) ก หนดท้องที่หรือระยะเวลาในการใช้บังคับประกาศของคณะกรรมการ

(5) กำหนดให้แจ้งปริมาณ สถานที่เก็บ ต้นทุน ค่าใช้จ่าย แผนการผลิต แผนการนำเข้าในราชอาณาจักร แผนการส่งออกนอกราชอาณาจักรแผนการซื้อ แผนการ จำหน่าย แผนการเปลี่ยนแปลงราคาหรือรายการอื่นใดหรือส่วนลดในการจำหน่ายกระบวนการผลิต และวิธีการจ หน่ายสินค้าหรือบริการควบคุมต่อพนักงานเจ้าหน้าที่

(6) กำหนดให้มีการเก็บหรือเพิ่มปริมาณการเก็บสำรองสินค้าควบคุมและ ก หนดท้องที่และสถานที่ให้เก็บส รองสินค้าควบคุม

(7) ห้ามหรืออนุญาตให้มีการส่งออกนอกหรือนำเข้ามาในท้องที่ใดท้องที่ หนึ่งซึ่งสินค้าควบคุม

(8) สั่งให้ผู้ประกอบธุรกิจปรับปรุงประสิทธิภาพในการผลิต การน เข้ามาใน ราชอาณาจักร การซื้อ การจำหน่าย หรือการเก็บรักษาสินค้าหรือบริการควบคุมรวมทั้งให้ระงับหรือ ลดค่าใช้จ่ายที่ก หนดไว้เกินสมควร

(9) จัดให้มีการบันทึบบันทึกการซื้อและการจ หน่ายสินค้าหรือบริการควบคุม รวมทั้งกำหนดหลักเกณฑ์และเงื่อนไขในการบันทึบบันทึกการซื้อ และการจ หน่ายสินค้าหรือบริการควบคุม

(10) สั่งให้จ หน่ายสินค้าหรือบริการควบคุมตามปริมาณและราคาที่กำหนด ตลอดจนสั่งให้จ หน่ายแก่ส่วนราชการหรือบุคคลใดตามที่คณะกรรมการก หนด

(11) ห้ามจ หน่าย ให้ ใช้เอง ยักย้าย หรือเปลี่ยนสภาพซึ่งสินค้าหรือบริการ ควบคุมเกินปริมาณที่ก หนด

(12) กำหนดมาตรการเพื่อป้องกันการกักตุนสินค้าควบคุมหรือการ ครอบครองสินค้าควบคุมเกินปริมาณที่ก หนด

การใช้อำนาจของ ก.ร. ดังกล่าว ต้องกระทำ เป็นประกาศตามความจ เป็น โดยคำนึงถึงภาระของผู้ปฏิบัติ และต้องมีการระบุถึงเหตุผลและผู้ซึ่งต้องปฏิบัติตามประกาศไว้ด้วย ประกาศดังกล่าวจะต้องประกาศในราชกิจจานุเบกษาและจะมีผลใช้บังคับตั้งแต่วันถัดจากวันที่ระบุไว้ในประกาศ ทั้งนี้ ก.ร. ต้องพิจารณาทบทวนการใช้อำนาจดังกล่าวอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง เพื่อให้ สอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจ และค ึ่งถึงต้นทุน ค่าใช้จ่ายในการผลิต การน เข้ามาในราชอาณาจักร การส่งออกไปขายนอกราชอาณาจักร การซื้อหรือการจำหน่ายและอัตราภาษีที่เหมาะสม รวมถึง ผลกระทบต่อการลงทุนในการขยายกำลังการผลิตในระยะต่อไปด้วย โดยประกาศดังกล่าวจะมีอายุ ตามที่ก หนด แต่จะไม่เกิน 1 ปี เว้นแต่จะมีการออกประกาศใหม่

ส หรับความเชื่อมโยงของพระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2542 และการขายกล่องสุ่มในเกมนอนไลน์ ผู้วิจัยเห็นว่า ในปัจจุบันการขายกล่องสุ่มในเกมนอนไลน์ยังไม่มี ประเด็นปัญหาเกี่ยวกับราคา กล่าวคือ ผู้บริโภคไม่ได้เสียเปรียบต่อผู้ประกอบการหรือได้รับความไม่ เป็นธรรมในด้านราคา เนื่องจากผู้บริโภคสามารถรับรู้ราคาขายกล่องสุ่มในเกมนอนไลน์ได้อย่างชัดเจน และกล่องสุ่มในเกมนอนไลน์เป็นการขายประเภทบริการเพื่อความบันเทิงอย่างหนึ่งไม่ใช่สินค้า อุปโภคหรือบริโภคที่มีความจ เป็นต่อการด ชงชีวิตประจ ชัน จึงไม่ใช่สิ่งที่มีผู้บริโภคมีความจ เป็นต้อง ซื้อและสามารถใช้วิจารณ์ญาณในการตัดสินใจว่าการซื้อกล่องสุ่มดังกล่าว มีความคุ้มค่ากับราคาที่ต้อง จ่ายหรือไม่ ประกอบกับการขายกล่องสุ่มในเกมนอนไลน์ยังไม่มีกรร้องเรียนหรือข้อพิจารณาว่ามีการ ขายในราคาที่สูงเกินสมควรหรือต่ำเกินสมควร ตามมาตรา 29 และแม้ในอนาคตหากผู้ให้บริการเกม ออนไลน์ฉวยโอกาสในการขึ้นหรือลดราคากล่องสุ่มในเกมนอนไลน์จนเข้าข่ายตามมาตรา 29 กลไก ของกฎหมายในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านราคา ตามพระราชบัญญัติฉบับนี้ก็ยังสามารถบังคับใช้ได้ อย่างสมบูรณ์ ผู้วิจัยจึงเห็นว่า ประเด็นด้านราคาไม่ได้เป็นประเด็นปัญหาที่ต้องน มาวิเคราะห์เกี่ยวกับการขายกล่องสุ่มในเกมนอนไลน์ในบทต่อไป

(5) ตาเนนการเผยแพร่วิชาการ และให้ความรู้และการศึกษาแก่ผู้บริโภค เพื่อสร้างนิสัยในการบริโภคที่เป็นการส่งเสริมพลาณามัย ประหยัด และใช้ทรัพยากรของชาติให้เป็น ประโยชน์มากที่สุด

(6) ประสานงานกับส่วนราชการหรือหน่วยงานของรัฐที่มีอำนาจหน้าที่ เกี่ยวกับการควบคุม ส่งเสริม หรือก หนดมาตรฐานของสินค้าหรือบริการ

(7) ปฏิบัติการอื่นใดตามที่คณะกรรมการมอบหมาย

3.3.2 สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการ โทรคมนาคมแห่งชาติ

สำนักงาน กสทช. มีสถานะเป็นหน่วยงานอิสระของรัฐ จัดตั้งขึ้นตามมาตรา 6 แห่ง พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ และกากับกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และ กิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 มีสถานะเป็นหน่วยงานอิสระของรัฐ มีอำนาจหน้าที่ตามมาตรา 27 แห่งพระราชบัญญัติฉบับนี้ เช่น การจัดสรรคลื่นความถี่ การอนุญาตและการกากับการประกอบ กิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ กิจการวิทยุคมนาคม และกิจการโทรคมนาคม เป็นต้น²³ ส หรับในส่วนของการกากับดูแลเกี่ยวกับเกมออนไลน์ ส นักงาน กสทช. ไม่ได้มีอ าจโดยตรงในการ ควบคุมและดูแลเกมออนไลน์ อย่างไรก็ตาม ส นักงาน กสทช. ได้ท หน้าที่เป็นหน่วยงานกลางในการ ประสานกับผู้ประกอบการโทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือผู้ให้บริการเครือข่ายมือถือ ซึ่งเป็นเครือข่ายที่ใช้ ส หรับการเชื่อมต่อในการเข้าใช้บริการเกมออนไลน์ผ่านโทรศัพท์มือถือ หรือ Smartphone

โดยสำนักงาน กสทช. มีหน้าที่ในการคุ้มครองผู้บริโภคไม่ให้ถูกเอาเปรียบจากผู้ ประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ตามมาตรา 31 แห่ง พระราชบัญญัติฉบับนี้ ทั้งนี้ สำนักงาน กสทช. ได้แต่งตั้งคณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคด้าน กิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ หรือเรียกโดยย่อว่า บส เพื่อทาหน้าที่คุ้มครองประชาชน ผู้บริโภคสื่อวิทยุ-โทรทัศน์ ทั้งในเรื่องของการถูกละเมิดละเลยในสิทธิเสรีภาพ และการถูกเอาเปรียบ จากผู้ประกอบการวิทยุโทรทัศน์²⁴ โดยคณะอนุกรรมการดังกล่าว ปฏิบัติงานเป็นศูนย์กลางในการ ประสานระหว่าง สำนักงาน กสทช. กับผู้บริโภคสื่อ โดยมีอำนาจหน้าที่ในการพิจารณาและให้ ความเห็นเกี่ยวกับเรื่องร้องเรียน และข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการคุ้มครองผู้บริโภคสื่อวิทยุ-

²³ ส นักงาน กสทช., วิทยุทัศน์ พันธกิจ ค่านิยมหลัก [ออนไลน์], 13 มีนาคม 2562 แหล่งที่มา <https://www.nbtc.go.th/About/36704.aspx>

²⁴ ส นักงาน กสทช., เกี่ยวกับเรา [ออนไลน์], 5 เมษายน 2562. แหล่งที่มา <http://bcp.nbtc.go.th/th/detail/about/m>

โทรศัพท์ และจัดหาข้อเสนอที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคสื่อวิทยุ-โทรทัศน์ ต่อ สำนักงาน กสทช.²⁵

การปฏิบัติของสำนักงาน กสทช. ที่ผ่านมามุ่งเน้นไปในการประสานงานกับผู้ประกอบการโทรศัพท์เคลื่อนที่หรือบริษัทผู้ให้บริการเกมออนไลน์ โดยดูแลในกรณีของการเรียกเก็บค่าบริการที่แพงกว่าปกติจากการเล่นเกมออนไลน์ผ่านโทรศัพท์มือถือหรือเกมออนไลน์บางประเภทที่ส่งผลกระทบต่อสังคมในด้านต่างๆ ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดจากกรณีของเกม Pokemon Go ที่ตกเป็นประเด็นต่อสังคมในด้านความเหมาะสมของสถานที่และเวลาในการเล่นรวมถึงการเฝ้าระวังพฤติกรรมการเล่นของเยาวชน โดยในกรณีดังกล่าว สำนักงาน กสทช. ได้ทำหน้าที่ประสานงานในการเชิญผู้ประกอบการโทรศัพท์เคลื่อนที่ 5 รายและกรมกิจการเด็กและเยาวชน กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ เพื่อร่วมกันหารือถึงแนวทางในการป้องกันการเล่นเกมดังกล่าว ซึ่งได้ข้อสรุปดังนี้²⁶

(1) ขอให้มีการจำกัดพื้นที่การเล่นเกมในเบื้องต้น 4 แห่ง ได้แก่ บริเวณสถานที่อันตราย ศาสนสถานและโบราณสถาน สถานที่ราชการ และพื้นที่ส่วนบุคคล โดยขอความร่วมมือให้บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จี ทัด(มหาชน) ช่วยร่างหนังสือก่อนส่งให้กับบริษัท Niantic ผู้พัฒนาเกมในสหรัฐอเมริกา

(2) ขอความร่วมมือให้ผู้ประกอบการโทรศัพท์เคลื่อนที่ 5 ราย จัดทำคู่มือในการเล่นเกมนดังกล่าว แบ่งเป็นรูปแบบส สำหรับผู้ปกครองและส สำหรับเด็ก ให้เสร็จภายใน 3 วัน

(3) ขอให้มีการแจ้งเตือนเกี่ยวกับเรื่องการเสียค่าใช้จ่ายในการเล่น หากมีการซื้อผลิตภัณฑ์ในเกม เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคไม่ให้เกิดกรณีถูกเรียกเก็บค่าบริการมากกว่าปกติ

3.3.3 กระทรวงวัฒนธรรม

กระทรวงวัฒนธรรมจัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม พ.ศ. 2545 โดยในมาตรา 36 ของพระราชบัญญัติฉบับนี้ได้กหนดว่า “กระทรวงวัฒนธรรมมีอำนาจ

²⁵ ส ำนักงาน กสทช., คณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ คือใคร ท ำหน้าที่อะไร [ออนไลน์], 5 เมษายน 2562. แหล่งที่มา <http://bcp.nbtc.go.th/th/detail/2017-01-25-14-29-23>

²⁶ ส ำนักงาน กสทช., ส ำนักงาน กสทช. เคาะ 3 แนวทางป้องกันเล่นเกม Pokemon Go จ ำกัพื้นที่ ออกคู่มือการเล่น และเตือนผู้เล่นอาจค่าใช้จ่ายเพิ่ม [ออนไลน์], 5 เมษายน 2562. แหล่งที่มา <https://www.nbtc.go.th/News/Press-Center/ส ำนักงาน-กสทช-เคาะ-3-แนวทางป้องกันเล่นเกม-Pokemon.aspx>

หน้าที่เกี่ยวกับศิลปะ ศาสนา และวัฒนธรรม และราชการอื่นตามที่กฎหมายกำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่ของกระทรวงวัฒนธรรมหรือส่วนราชการที่สังกัดกระทรวงวัฒนธรรม”²⁷

โดยแต่เดิมการกำกับดูแลเกี่ยวกับเกมของประเทศไทยอยู่ภายใต้การควบคุมดูแลของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ ตามอำนาจแห่งพระราชบัญญัติควบคุมกิจการเทปและวีดิทัศน์ พ.ศ. 2530 ภายหลังจากการจัดตั้งกระทรวงวัฒนธรรมขึ้นในปี พ.ศ. 2545 ได้มีการถ่ายโอนอำนาจหน้าที่ในการกำกับดูแลธุรกิจเกมมาอยู่ภายใต้สำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรมในปี พ.ศ. 2548 และต่อมาในปี พ.ศ. 2550 ได้มีการจัดตั้งส ักภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ภายใต้อำนาจกำกับดูแลของส ักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ สังกัดกระทรวงวัฒนธรรม มีหน้าที่ควบคุมดูแลความเหมาะสมในเนื้อหาสาระของภาพยนตร์และวีดิทัศน์ โดยอาศัยอำนาจตามพระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ. 2551 และได้เปลี่ยนชื่อเป็น สำนักพิจารณาภาพยนตร์และวีดิทัศน์ โดยมีคณะกรรมการภาพยนตร์และวีดิทัศน์เป็นผู้กำหนดนโยบายและมาตรการต่างๆ รวมถึงการพิจารณาการอนุญาตประกอบธุรกิจภาพยนตร์และวีดิทัศน์ในประเทศไทย²⁸

อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันพบว่า การกำกับดูแลเกี่ยวกับเกมของกระทรวงวัฒนธรรมจะมุ่งเน้นในส่วนของเกมแผ่น และร้านเกม เนื่องจากมีส่วนเกี่ยวข้องกับเยาวชนและสังคม โดยมีการควบคุมสถานประกอบการร้านเกมต้องขึ้นทะเบียนภายใต้พระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ. 2551 ซึ่งกำหนดให้ร้านเกมในเขตกรุงเทพมหานครต้องยื่นขอรับใบอนุญาต ณ สำนักพิจารณาภาพยนตร์และวีดิทัศน์ และ ร้านเกมในจังหวัดอื่นๆต้องยื่นขอรับใบอนุญาต ณ สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด²⁹

3.3.4 กระทรวงมหาดไทยและสำนักงานตำรวจแห่งชาติ

กระทรวงมหาดไทยจัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม พ.ศ. 2545 โดยในมาตรา 30 ของพระราชบัญญัติฉบับนี้ได้กำหนดว่า “กระทรวงมหาดไทยมีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับการบำบัดทุกข์บำรุงสุข การรักษาความสงบเรียบร้อยของประชาชน การอำนวยความสะดวกของสังคม การส่งเสริมและพัฒนาการเมืองการปกครอง การพัฒนาการบริหารราชการส่วนภูมิภาค การปกครองท้องถิ่น การส่งเสริมการปกครองท้องถิ่นและพัฒนาชุมชน การทะเบียนราษฎร

²⁷ พระราชบัญญัติปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม พ.ศ. 2545, มาตรา 36

²⁸ อาทิตย์ วงศ์ยฤทธิ, “มาตรการทางกฎหมายในการควบคุมและก ำกับดูแลธุรกิจคอมพิวเตอร์” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, 2553), หน้า 41.

²⁹ ส ักพิจารณาภาพยนตร์และวีดิทัศน์, คู่มือร้านเกม ตามพระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ. 2551 [ออนไลน์], 13 มีนาคม 2562. แหล่งที่มา

http://www.culture.go.th/off_film_video/ewt_dl_link.php?nid=111

ความมั่นคงภายใน กิจการสาธารณภัย และการพัฒนาเมืองและราชการอื่นตามที่มีกฎหมาย กำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่ของกระทรวงมหาดไทยหรือส่วนราชการที่สังกัดกระทรวงมหาดไทย”³⁰

สำนักงานตำรวจแห่งชาติเป็นส่วนราชการที่มีอำนาจหน้าที่ตามพระราชบัญญัติตำรวจแห่งชาติ พ.ศ. 2547 โดยได้กำหนดไว้ใน ลักษณะที่ 1 บททั่วไป มาตรา 6 มีด้วยกัน 7 ประการ ซึ่งมีใจความสำคัญเกี่ยวกับการควบคุมดูแลการปฏิบัติงานของข้าราชการ การป้องกันและปราบปรามการกระทำความผิดทางอาญา การรักษาความสงบเรียบร้อยและความปลอดภัยของประชาชน³¹

ทั้งนี้ ในส่วนของกระทรวงมหาดไทยและสำนักงานตำรวจแห่งชาติจะเข้ามาดูแลเกี่ยวกับเกมในด้านกรณีของเกมที่มีเนื้อหาเข้าข่ายผิดกฎหมายหรือเกมที่มีลักษณะเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์เท่านั้น เพื่อป้องกันและปราบปรามการกระทำความผิดทางกฎหมายให้สังคมอยู่ในความสงบเรียบร้อย

3.3.5 กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแต่เดิมคือ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ซึ่งจัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม พ.ศ. 2545 ต่อมาภายใต้พระราชบัญญัติปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม (ฉบับที่ 27) พ.ศ.2559 จึงได้มีการจัดตั้งกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมขึ้น โดยในมาตรา 5 ของพระราชบัญญัตินี้ได้กำหนดให้เพิ่ม มาตรา 21/1 ในพระราชบัญญัติปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม พ.ศ. 2545 ความว่า “กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับการวางแผนส่งเสริม พัฒนา และดำเนินกิจการเกี่ยวกับดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม การอุดมศึกษา การสถิติ และราชการอื่นตามที่กฎหมายกำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่ของกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมหรือส่วนราชการที่สังกัดกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม”³²

กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม มีพันธกิจในการเสนอนโยบายและกฎหมายสำหรับการพัฒนาดิจิทัล รวมถึงส่งเสริม สนับสนุนการวิจัยและพัฒนาทางเทคโนโลยีดิจิทัล³³ โดยมีส่วนเกี่ยวข้องในการกำกับดูแลเกมในด้านการผลิตและการพัฒนาเกมอย่างสร้างสรรค์

³⁰ พระราชบัญญัติปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม พ.ศ. 2545, มาตรา 30

³¹ พระราชบัญญัติตำรวจแห่งชาติ พ.ศ. 2547, ลักษณะ 1 บททั่วไป, มาตรา 6

³² พระราชบัญญัติปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม (ฉบับที่ 27) พ.ศ.2559, มาตรา 5

³³ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, อานาจหน้าที่ [ออนไลน์], 13 มีนาคม 2562. แหล่งที่มา <http://www.mdes.go.th/view/1/เกี่ยวกับกระทรวง>

3.4 มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ในต่างประเทศ

ระบบกล่องสุ่มในเกมออนไลน์เป็นประเด็นที่หลายประเทศได้มีการยกขึ้นมาพิจารณาถึงความเหมาะสมของรูปแบบการขายของระบบดังกล่าวและพฤติกรรมการขายของผู้ให้บริการเกมออนไลน์ เพื่อตอบสนองต่อปัญหาและการร้องเรียนถึงความไม่เป็นธรรมจากผู้บริโภค และได้มีคำวินิจฉัยจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องแตกต่างกันออกไปตามการตีความตัวบทกฎหมายของประเทศนั้นๆ ซึ่งในบางประเทศระบบกล่องสุ่มถือว่าผิดกฎหมายและในบางประเทศระบบกล่องสุ่มไม่ถือว่าผิดกฎหมาย ทั้งนี้ได้มีการกำหนดแนวทางปฏิบัติต่อระบบกล่องสุ่มในเกมออนไลน์แตกต่างกันในแต่ละประเทศ

3.4.1 ญี่ปุ่น

ญี่ปุ่นมีการพัฒนาเกี่ยวกับเกมและการ์ตูนอย่างต่อเนื่องและมีความโดดเด่นในการคิดค้นระบบและภาพลักษณ์ในเกมให้มีความสวยงามตรงกับความต้องการของตลาด ส่งผลให้เกมซึ่งผลิตในญี่ปุ่นได้รับความนิยมจากทั้งผู้บริโภคในประเทศและผู้บริโภคในต่างประเทศ โดยเกมที่ได้รับ ความนิยมอย่างแพร่หลายทั้งในญี่ปุ่นและในหลายประเทศทั่วโลก เช่น เกมโปเกมอน เกมมาริโอ้ เกม ดราก้อนบอล เป็นต้น ทั้งนี้ หากกล่าวถึงระบบกล่องสุ่มนั้น ญี่ปุ่นก็เป็นประเทศแรกๆที่มีระบบกล่องสุ่ม โดยในปี พ.ศ. 2547 ผู้พัฒนาเกมที่ญี่ปุ่นได้เริ่มใช้กลไกที่เรียกว่า Gacha หรือ Gachapon ในเกมมือถือเป็นครั้งแรก ซึ่งคำว่า Gacha หรือ Gachapon เป็นคำ ภาษาญี่ปุ่น เป็นชื่อเรียกสินค้า Capsule Toy ของบริษัทบันได (Bandai) ที่มีลักษณะแคปซูลรูปไข่ภายในบรรจุโมเดลขนาดเล็กที่แตกต่างกันออกไป โดยผู้บริโภคจะต้องทำการหยอดเงินลงในตู้อัตโนมัติติดตามที่ก หนดเพื่อหมุนกลไกของตู้และสุ่มรับแคปซูลในตู้ออกมา โดยไม่ทราบว่าจะได้รับโมเดลรูปแบบใดจากการสุ่มนั้น เมื่อมีการคิดค้นระบบกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ขึ้นจึงใช้คำว่า Gacha เพื่อเรียกแทนระบบกล่องสุ่มดังกล่าว เนื่องจากมีลักษณะคล้ายคลึงกันหรืออาจกล่าวได้ว่า ระบบกล่องสุ่มมีต้นแบบแนวคิดมากจากตู้ Gacha ก็ย่อมได้นอกจากการเป็นประเทศแรกๆที่มีระบบกล่องสุ่มแล้ว ญี่ปุ่นยังเป็นประเทศที่มีมาตรการในการควบคุมเกี่ยวกับกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ที่น่าสนใจ เนื่องจากในญี่ปุ่นเป็นประเทศที่การเล่นเกมนได้รับความนิยมอย่างมาก จึงท ให้มีการสร้างสรรค์เกมหลากหลายชนิดหลากหลายรูปแบบและมีมาตรการควบคุมไว้เป็นการเฉพาะเจาะจง ประกอบกับญี่ปุ่นใช้ระบบกฎหมายลายลักษณ์อักษร (Civil Law) เช่นเดียวกับประเทศไทย จึงมีความเหมาะสมที่จะทำการศึกษาระบบกฎหมายของญี่ปุ่นเพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับใช้กับกฎหมายของประเทศไทยในเรื่องระบบการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์

สำหรับการควบคุมเกี่ยวกับกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ของญี่ปุ่นเริ่มต้นจากการที่ผู้บริโภคได้ทำการร้องเรียนไปยังสำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค (Consumer Affairs Agency : CAA) เกี่ยวกับการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ในด้านของการคุ้มครองผู้บริโภคซึ่งส่วนหนึ่งเป็นเยาวชนจากการถูกเชิญชวนให้เล่นการพนันและชักนำให้เกิดการใช้จ่ายเงินจ นวนมากในโลกของระบบกล่องสุ่ม

ในเกมออนไลน์³⁴ ซึ่งผู้เชี่ยวชาญของสำนักงานคุ้มครองผู้บริโภคได้แสดงความเห็นเกี่ยวกับประเด็นของระบบกล่องสุ่มว่า “เมื่อมีการชักจูงให้ซื้อกล่องสุ่มในลักษณะเหมือนการเล่นการพนันเช่นนี้ได้ ก็ควรมีกฎหมายหรือข้อบังคับเป็นการเฉพาะสำหรับเรื่องแบบนี้”³⁵ ส่งผลให้ในวันที่ 18 พฤษภาคม พ.ศ. 2547 สำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค (CAA) ออกประกาศการห้ามจำหน่าย Kompu Gacha ซึ่งเป็นระบบหนึ่งของกล่องสุ่ม โดยผู้ซื้อจะต้อง ท การสุ่มเพื่อสะสมสิ่งของจากกล่องสุ่มให้ครบตามเงื่อนไขและนามารวมกันเพื่อแลกของรางวัลชิ้นที่ใหญ่กว่า ระบบดังกล่าวถือเป็นระบบกล่องสุ่มหลายระดับ หรือที่เรียกว่า Multi-Level loot boxes อย่างไรก็ตาม การห้ามจำหน่ายนี้ไม่ใช่บังคับกับระบบกล่องสุ่มทั่วไป³⁶ โดยกำหนดให้ผู้ให้บริการเกมออนไลน์ต้องนาระบบ Multi-Level loot boxes ทั้งหมดออกจากเกมภายในวันที่ 30 มิถุนายน พ.ศ. 2547 ภายหลังจากการประกาศห้ามจำหน่ายดังกล่าว ส่งผลให้เกิดการจัดตั้งหน่วยงานอิสระของภาคเอกชน ได้แก่ สมาคมเกมออนไลน์ญี่ปุ่น (Japan Online Game Association) และ สมาคมผู้จัดจำหน่ายคอมพิวเตอร์เพื่อความบันเทิง (CESA) ขึ้นและได้มีการออกแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับการควบคุมระบบการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ ในวันที่ 24 มีนาคม พ.ศ. 2559 ส สำหรับบริษัทที่เป็นสมาชิกของสมาคมและผู้ประกอบการที่เข้าร่วมกับ Mobile Content Forum ถือปฏิบัติ ดังนี้³⁷

(1) การระบุรายละเอียดเกี่ยวกับรายการสิ่งของหรือไอเทมที่อยู่ภายในกล่องสุ่มและหากมีความเป็นไปได้ที่จะได้รับสิ่งของชิ้นเดิมจากการสุ่มต้องระบุเกี่ยวกับการสุ่มได้สิ่งของที่ซ้ำ กันนั้น

(2) การระบุอัตราความน่าจะเป็นในการได้สิ่งของหรือไอเทมชนิดต่างๆและแสดงระดับความหายากของสิ่งของแต่ละชนิด โดยต้องแสดงรายการดังกล่าวในพื้นที่หรือด้วยวิธีการที่ผู้ซื้อจะสามารถรับทราบอย่างสะดวก

³⁴ Jon Russel, Japan’s mobile gaming industry faces a ban on lucrative ‘kompu gacha’ games [ออนไลน์], 6 พฤษภาคม 2547. แหล่งที่มา : <https://thenextweb.com/asia/2012/05/06/japans-mobile-gaming-industry-faces-a-ban-on-lucrative-kompu-gacha-games/>

³⁵ เอกณัฐ สวัสดิ์ศิริธร TPA Press, ภาษาปอง [ガチャポン] : สุ่ม กาลิกาลิ กาลิสุ่ม [ออนไลน์], 24 มกราคม 2562. แหล่งที่มา http://www.tpapress.com/knowledge_detail.php?k=109

³⁶ Sebastian Schwidessen, Loot Boxes in Japan: Legal Analysis and Kompu Gacha Explained [ออนไลน์], 2 สิงหาคม 2561. แหล่งที่มา : <https://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=9207df10-a8a2-4f67-81c3-6a148a6100e2>

³⁷ CESA, ネットワークゲームにおけるランダム型アイテム提供方式運営ガイドライン [ออนไลน์], 27 เมษายน 2559. แหล่งที่มา <http://www.cesa.or.jp/uploads/2016/release20160427.pdf>

(3) การสุ่มของจากกล่องสุ่มจะต้องได้สิ่งของหรือตัวละครพิเศษภายในการสุ่มไม่เกิน 100 ครั้ง หรือคิดเป็น ร้อยละ 1 โดยคำนวณจากการสุ่มครั้งละ 500 เยน หากจำนวนเงินสูงสุดในการซื้อกล่องสุ่มเพื่อให้ได้สิ่งของหรือตัวละครพิเศษดังกล่าวมากกว่า 50,000 เยน จะต้องประกาศอย่างเป็นทางการให้ผู้ซื้อได้รับทราบ

(4) ผู้ให้บริการเกมจะต้องบันทึกสถิติการสุ่มของผู้ซื้อและรับผิดชอบหากการสุ่มไม่เป็นไปตามที่ผู้ให้บริการเกมประกาศไว้

โดยข้อกำหนดของสมาคมเกมออนไลน์ญี่ปุ่นฉบับนี้ประกาศให้มีผลเริ่มใช้ตั้งแต่วันที่ 27 เมษายน พ.ศ.2559 เป็นต้นไป

แม้ประกาศดังกล่าวจะไม่ได้มีสถานะทางกฎหมายที่ชัดเจน แต่ถือเป็นข้อบังคับที่ถือปฏิบัติร่วมกันในเบื้องต้น สำหรับระบบกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ที่ใช้บังคับกับผู้ให้บริการเกมออนไลน์ที่เข้าร่วมในสมาคมเกมออนไลน์ญี่ปุ่นและสมาคมผู้จัดจำหน่ายคอมพิวเตอร์เพื่อความบันเทิง ทั้งนี้ ข้อปฏิบัติดังกล่าวถือเป็นมาตรฐานขั้นต่ำสำหรับเกมออนไลน์ที่จะนำระบบกล่องสุ่มเข้ามาเป็นหนึ่งในระบบการขายผลิตภัณฑ์ภายในเกม เพื่อลดความเสี่ยงสำหรับการถูกร้องเรียนและการถูกสั่งห้ามจำหน่ายจากส นักงานคุ้มครองผู้บริโภค (CAA)

สำหรับในส่วนของกฎหมายญี่ปุ่นมีกฎหมายเกี่ยวกับการพนัน ได้แก่ กฎหมายอาญา หรือ Penal Code มีสถานะเป็นรัฐบัญญัติหมายเลข 45 ประกาศใช้บังคับเมื่อปี พ.ศ. 2450 ซึ่งมีบทบัญญัติที่เกี่ยวข้องได้แก่ ข้อ 185 186 และ 187 อย่างไรก็ตาม ระบบกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ไม่ได้ถูกตีความว่าเข้าข่ายกฎหมายการพนันของญี่ปุ่น จึงไม่ถูกควบคุมจากกฎหมายดังกล่าว แม้ไม่เข้าข่ายกฎหมายเกี่ยวกับการพนัน แต่ระบบการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ได้ถูกควบคุมด้วยกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค โดยสำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค (CAA) ได้ใช้บทบัญญัติทางกฎหมายเป็นเครื่องมือในการควบคุมระบบการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ อันได้แก่ Act against Unjustifiable Premiums and Misleading Representations³⁸ ซึ่งเป็นกฎหมายที่มีสถานะเป็นรัฐบัญญัติหมายเลข 134 ประกาศใช้เมื่อวันที่ 15 พฤษภาคม พ.ศ. 2505 เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคจากการติดฉลากสินค้าและบริการที่ทำให้เข้าใจผิด ซึ่งรัฐบัญญัติฉบับดังกล่าว ได้มีการระบุถึงคานิยามของคำว่า ฟรีเมียม ไว้ ในข้อ 2(3) ความว่า ฟรีเมียม หมายถึง สิ่งหนึ่งสิ่งใดหรือเงินหรือผลประโยชน์อื่นใดทางธุรกิจที่ใช้ในการชักจูงผู้บริโภคไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อมที่ไม่ใช่ระบบลอตเตอรี่ ซึ่งผู้ประกอบการใช้ไปยังบุคคลอื่นเพื่อการทำธุรกรรมที่เกี่ยวข้องกับสินค้าหรือบริการโดยผู้ประกอบการเป็นผู้กำหนด

³⁸ Japanese Law Translation, 不当景品類及ひ不当表示防止法 [ออนไลน์], 22 เมษายน 2562.

ขึ้นหรือสิ่งอื่นใดที่นายกรัฐมนตรีประกาศให้เป็น³⁹ โดยประกอบกับความในมาตรา 4 ซึ่งระบุว่า เพื่อป้องกันการชักจูงลูกค้าโดยไม่เป็นธรรมและการรักษาความปลอดภัยของผู้บริโภค นายกรัฐมนตรีมีอำนาจในการออกกฎเกณฑ์เกี่ยวมูลค่าหรือปริมาณหรือหลักเกณฑ์ในการเสนอขายหรือสั่งห้ามการเสนอขายพรีเมียม⁴⁰

จากบทบัญญัติดังกล่าวสำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค (CAA) พิจารณาว่า ระบบกล่องสุ่มอยู่ภายใต้เจตนาของคำว่า พรีเมียม ตามข้อ 2(3) แห่งกฎหมายดังกล่าวและได้อาศัยอำนาจตามกฎหมายนี้ในการสั่งห้ามจำหน่ายระบบ Multi-Level loot boxes ในเกมออนไลน์ ทั้งนี้ ยังไม่มีการประกาศให้ระบบกล่องสุ่มแบบปกติในเกมออนไลน์มีสถานะเป็นพรีเมียมตาม Act against Unjustifiable Premiums and Misleading Representations เนื่องจากไม่ได้มีระบบที่ชักจูงผู้บริโภคให้ซื้อกล่องสุ่มมากขึ้น

3.4.2 สหราชอาณาจักร

สหราชอาณาจักรถือเป็นต้นแบบของระบบกฎหมายแบบ Common Law ซึ่งเป็นระบบกฎหมายที่ให้น้ำหนักในการปฏิบัติตามคาพิพากษาที่มีมาก่อน โดยมีแนวคิดที่ว่าหากศาลมีคาพิพากษาที่แตกต่างกันจะทำให้เกิดความไม่ยุติธรรม ซึ่งแตกต่างจากกฎหมายในระบบลายลักษณ์อักษร (Civil Law) ของประเทศไทยและญี่ปุ่นที่ใช้การตีความตามตัวบทกฎหมาย ประกอบกันสหราชอาณาจักรเป็นหนึ่งในประเทศที่มีการนำประเด็นเกี่ยวกับของระบบกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ขึ้นพิจารณาและหน่วยงานของรัฐมีการวางหลักการในการพิจารณาเรื่องระบบการขายกล่องสุ่มในเกม

³⁹ Art. 2 (3) Premiums and Representations Act:

The term "Premiums" as used in this Act means any article, money, or other kinds of source of economic gain given as a means of inducing customers, irrespective of whether a direct or indirect system is employed, or whether or not a lottery system is used, by an Entrepreneur to another party, in connection with a transaction involving goods or services which said Entrepreneur supplies (including transactions relating to real estate; the same shall apply hereinafter), and which are determined by the Prime Minister as such.

⁴⁰ Art. 4 Premiums and Representations Act:

When the Prime Minister finds it necessary in order to prevent unjust inducement of customers and secure general consumers' voluntary and rational choice-making, the Prime Minister may limit the maximum value of a Premium or the total amount of Premiums, the kind of Premiums or means of offering of a Premium, or any other matter relating thereto, or may prohibit the offering of a Premium

ออนไลน์ว่าผิดกฎหมายของสหราชอาณาจักรหรือไม่ จึงเป็นประเทศที่น่าสนใจสำหรับการศึกษาแนวคิดและวิธีการต่างๆในการจัดการกับระบบการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์

ระบบกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ในสหราชอาณาจักรยังไม่มีกฎหมายควบคุมไว้เป็นการเฉพาะ อย่างไรก็ตาม ได้มีน ประเด็นเกี่ยวกับระบบการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ขึ้นพิจารณาในเชิงการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการพนัน โดยอาศัยบทบัญญัติทางกฎหมายตามกฎหมายการพนันแห่งสหราชอาณาจักร พ.ศ. 2548 (The UK Gambling Act 2005) ซึ่งได้ระบุเนื้อหาเกี่ยวกับเกมไว้ใน Sec 6 Gaming & game of chance กล่าวถึงนิยามคำว่า เกม ตามกฎหมายฉบับนี้ หมายถึง การเล่นเกมเสี่ยงโชคเพื่อลุ้นรับของรางวัล โดยการเล่นเกมดังกล่าวให้หมายรวมถึงเกมที่ใช้ทักษะความชำนาญและการเสี่ยงโชคหรือเกมที่สามารถใช้ทักษะเพื่อเพิ่มโอกาสในการเสี่ยงโชคหรือเกมที่มีการนำเสนอเกี่ยวกับการเสี่ยงโชคแต่ไม่รวมถึงเกมกีฬา นอกจากนี้คานิยามของการเล่นเกมยังได้ระบุเกี่ยวกับลักษณะของการเล่นเกมดังกล่าวไว้ว่า การเล่นประเภทคนเดียวหรือการเล่นกับผู้อื่น ซึ่งใช้อุปกรณ์คอมพิวเตอร์หรือไม่ก็ได้ ถ้ามีการเล่นเกมเสี่ยงโชคโดยผู้เล่นมีโอกาสชนะและได้รับของรางวัลโดยไม่คำนึงว่าผู้เล่นจะสูญเสียสิ่งใดในการเล่นหรือไม่ ทั้งนี้ ได้ระบุนิยามของคำว่า รางวัล ในการเล่นเกมไว้ว่า หมายถึง เงินหรือสิ่งที่มีมูลค่ารวมถึงรางวัลที่ผู้จัดเกมระบุว่าจะให้แก่ผู้ชนะและรวมถึงเงินที่ได้จากการเดิมพันผลแพ้ชนะในการเล่น⁴¹ อย่างไรก็ตาม คณะกรรมาธิการการพนันแห่งสหราชอาณาจักรได้พิจารณาระบบการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ว่าไม่เข้าข่ายเป็นการพนันภายใต้บทบัญญัติดังกล่าว โดยให้เหตุผลว่าสิ่งของหรือไอเทมที่ผู้ซื้อกล่องสุ่มได้รับจากการสุ่มของระบบเกมไม่ถือเป็น รางวัล ตามกฎหมายฉบับนี้ เนื่องจากสิ่งของดังกล่าวไม่ใช่เงินหรือสิ่งที่มีมูลค่าในโลกความเป็นจริง แม้ในโลกเสมือนภายในเกมสิ่งนั้นจะมีมูลค่ามากน้อยเพียงใดก็ตาม แต่เมื่อไม่สามารถแลกเปลี่ยนสิ่งของดังกล่าวออกมาภายนอกเกมได้ย่อมไม่ถือว่ามีมูลค่าตามนิยามของคำว่ารางวัลใน The UK Gambling Act 2005 และระบบกล่องสุ่มย่อมไม่ถือเป็นการพนันและไม่อยู่ภายใต้กฎหมายการพนันแห่งสหราชอาณาจักร พ.ศ. 2548

ทั้งนี้ ภายหลังจากมีการน ประเด็นของระบบกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ขึ้นพิจารณาว่าเข้าข่ายการพนันหรือไม่ หน่วยงานที่รับผิดชอบดูแลเกี่ยวกับการพนันของสหราชอาณาจักร ได้แก่ คณะกรรมาธิการการพนันแห่งสหราชอาณาจักร หรือ The UK Gambling Commission ได้ประกาศเอกสารจ นวน 2 ฉบับ ได้แก่

(1) Virtual currencies, eSports and social casino gaming – discussion paper

⁴¹ The UK Gambling Act 2005, Sec 6 Gaming & game of chance

เอกสารฉบับนี้ประกาศเมื่อวันที่ 11 สิงหาคม พ.ศ. 2559 โดยเป็นการอธิบายข้อพิจารณาเกี่ยวกับสกุลเงินในเกมออนไลน์กับการพนันออนไลน์ ซึ่งรวมถึงระบบการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ด้วย เป็นการพิจารณาในด้านการพนันของคณะกรรมการการพนันมีใจความว่า การจัดให้มีการพนันหรือการอำนวยความสะดวกให้มีระบบการพนันโดยไม่มีใบอนุญาตและไม่เข้าข้อยกเว้นตามที่กฎหมายกำหนดถือเป็นความผิดทางอาญา ทั้งนี้ ตามความหมายของการพนันแห่งพระราชบัญญัติการพนันแห่งสหราชอาณาจักร พ.ศ. 2548 ไม่ถือว่าระบบการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์เป็นการพนันและไม่จำเป็นต้องมีใบอนุญาต⁴²

(2) Virtual currencies, eSports and social casino gaming – position paper

เอกสารฉบับนี้เป็นรายงานการแสดงผลสถานะของสกุลเงินในเกมออนไลน์และการพนันออนไลน์ออกในเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2559 ภายหลังจากการประกาศของคณะกรรมการการพนันแห่งสหราชอาณาจักรและออกเอกสาร discussion paper ซึ่งการจัดทำเอกสาร position paper เป็นการพยายามอธิบายการตีความทางกฎหมายและอธิบายการควบคุมการพนันออนไลน์ของคณะกรรมการในรูปแบบของรายงานอย่างเป็นทางการและมีการระบุรายละเอียดในด้านต่างๆ ของประเด็นดังกล่าว⁴³

อย่างไรก็ตาม เป็นที่น่าสนใจว่าสถานะของระบบการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ตามการพิจารณาของคณะกรรมการการพนันแห่งสหราชอาณาจักรเป็นไปตามลักษณะของรางวัลจากการสุ่มของระบบภายในเกม ทั้งนี้ จากระบบการขายผลิตภัณฑ์ในเกมออนไลน์ที่มีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงไปท ให้เกิดประเด็นที่น่าสนใจว่า หากรางวัลที่ได้รับจากกล่องสุ่มในเกมออนไลน์สามารถแลกเปลี่ยนเป็นออกมาในโลกแห่งความเป็นจริงและมีมูลค่าหรือสามารถซื้อขายได้เป็นเงินจริง ย่อมเข้าข่ายการพนันตามบทบัญญัติในกฎหมายการพนันแห่งสหราชอาณาจักร พ.ศ. 2548 และต้องการขออนุญาตต่อคณะกรรมการ⁴⁴

⁴² GAMBLIBG COMMISSION, Virtual currencies, eSports and social casino gaming – discussion paper [ออนไลน์], 11 สิงหาคม 2559. แหล่งที่มา : <https://www.gamblingcommission.gov.uk/news-action-and-statistics/Consultations/Closed-consultations-with-response/Virtual-currencies-eSports-and-social-gaming-discussion-paper.aspx>

⁴³ GAMBLIBG COMMISSION, Virtual currencies, eSports and social casino gaming – position paper [ออนไลน์], สิงหาคม 2559. แหล่งที่มา : <https://www.gamblingcommission.gov.uk/PDF/consultations/Virtual-currencies-eSports-and-social-gaming-discussion-paper-August-2016.pdf>

⁴⁴ Osborne Clarke, Loot Box Update [ออนไลน์], 16 สิงหาคม 2561. แหล่งที่มา : <https://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=347a65bc-60f8-4725-ab19-42250eccf10b>

นอกจากในญี่ปุ่นและสหราชอาณาจักรแล้วระบบการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ยังได้ถูกนำขึ้นพิจารณาในอีกหลายประเทศถึงเรื่องการพนันและการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสิทธิและความปลอดภัย โดยหลายประเทศได้เริ่มมีแนวทางในการควบคุมระบบดังกล่าวแตกต่างกันไป ตามหลักกฎหมายหรือหลักสังคมและวัฒนธรรมของประเทศนั้นๆ ดังนี้

3.4.3 ราชอาณาจักรเบลเยียม

หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพนันของราชอาณาจักรเบลเยียม ภายใต้ชื่อเรียกว่า de kansspelcommissie ได้มีผลพิจารณาว่ากล่องสุ่มละเมิดกฎหมายการพนันของราชอาณาจักรเบลเยียม โดยรัฐมนตรีว่าการกระทรวงยุติธรรม Mr.Koen Geens ได้มีแถลงการณ์ว่าการที่ผู้เล่นเกมซื้อกล่องสุ่มด้วยเงินจริงเพื่อให้สามารถเล่นเกมได้ดีขึ้นโดยที่ยังไม่ทราบถึงสิ่งถูกบรรจุอยู่ภายใน และการซื้อดังกล่าวไม่ได้ทำให้ผู้เล่นที่ซื้อกล่องสุ่มได้เปรียบในการเล่นเกมนั้นไป อีกทั้งยังต้องเติมเงินจริงเข้าไปเพื่อซื้อกล่องสุ่มดังกล่าว ระบบการสุ่มจึงเป็นเสมือนการพนัน โดยไม่มีการป้องกันผู้เล่นที่มีอายุน้อย จึงอาจก่อให้เกิดปัญหาครอบครัวและภาคสังคมได้ ทั้งนี้ ในราชอาณาจักรเบลเยียมได้มีการจัดเรทเกมตามเนื้อหาของเกม แต่ยังไม่ได้มีการจัดเรทของเกมตามระบบของเกมซึ่งมีการใช้เงินจริงเพื่อสุ่มซื้อสิ่งของภายในเกมออนไลน์ ถือเป็นอีกปัญหาหนึ่งที่ต้องได้รับการพิจารณาเรื่องการจัดเรทเกมที่ผู้เล่นต้องจ่ายเงินเข้าไปเพื่อซื้อสิ่งของต่างๆภายในเกมอีกด้วย⁴⁵

3.4.4 สหรัฐอเมริกา

คณะกรรมการจัดเรทสื่อซอฟต์แวร์บันเทิง (Entertainment Software Rating Board : ESRB) ซึ่งเป็นองค์กรที่มีอำนาจหน้าที่ในการจัดเรทเกมของประเทศสหรัฐอเมริกา ได้มีหนังสือตอบข้อซักถามจาก Maggie Hassan ผู้เป็นวุฒิสมาชิกของวุฒิสภาสหรัฐ ในหัวข้อเกี่ยวกับการคุ้มครองเด็กจากระบบการซื้อสิ่งของภายในเกมโดยใช้ระบบกล่องสุ่ม สามารถสรุปใจความสำคัญได้ว่า คณะกรรมการ ESRB มีมติ ชินิจฉัยว่า ระบบกล่องสุ่มไม่เข้าข่ายการพนัน เนื่องจากในการซื้อกล่องสุ่มผู้เล่นจะได้รับสิ่งของชิ้นใดชิ้นหนึ่งอย่างแน่นอน ถึงแม้จะไม่ใช้สิ่งของที่ผู้เล่นประสงค์จะได้ก็ตาม ซึ่งเป็นลักษณะเดียวกับการซื้อการ์ดสะสมแบบสุ่มที่เมื่อซื้อมาแล้วเปิดกล่องออก ผู้ซื้ออาจจะได้รับการ์ดสะสมใบที่ไม่ต้องการก็ได้ ทั้งนี้ คณะกรรมการได้มีการแก้ไขปัญหาการคุ้มครองเด็กจากระบบการซื้อ

⁴⁵ Persberich, Loot boxen in drie videogames in strijd met kansspelwetgeving [ออนไลน์], 25 เมษายน 2561. แหล่งที่มา www.koengeens.be/news/2018/04/25/loot-boxen-in-drie-videogames-in-strijd-met-kansspelwetgeving

สิ่งของภายในเกมด้วยการให้มีการแสดงฉลากว่าเกมดังกล่าวมีการจ่ายเงินจริงในเกม (In-Game Purchases) และได้จัดให้มีแหล่งข้อมูลสำหรับผู้ปกครองในการพิจารณาการเล่นเกมของเยาวชน⁴⁶

จากการศึกษามาตรการทางกฎหมายและแนวทางปฏิบัติของทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ พบว่า ภาครัฐของแต่ละประเทศได้มีการพิจารณาและกำหนดกลไกในการควบคุมการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์แตกต่างกันไป อันเนื่องมาจากความแตกต่างทางด้านสังคมและวัฒนธรรม รวมถึงตัวบทกฎหมายและระบบการบริหารจัดการภายในประเทศ อย่างไรก็ตาม เมื่อทบทวนพิจารณาถึงประเด็นต่างๆที่ได้กล่าวมาเกี่ยวกับการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ย่อมทำให้เห็นว่าประเทศไทยสมควร ประเด็นดังกล่าวขึ้นพิจารณาอย่างเป็นรูปธรรม และกำหนดมาตรการทางกฎหมายเพิ่มเติมให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น อันจะส่งผลให้กลไกที่ระบุไว้ในกฎหมายสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประกอบกับหน่วยงานรัฐจะสามารถทำงานได้อย่างเต็มที่และเป็นกิจลักษณะมากขึ้น ทั้งนี้ เมื่อเปรียบเทียบประเด็นทางกฎหมายที่เกี่ยวกับการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ของประเทศไทยและต่างประเทศ พบความแตกต่าง ดังนี้

⁴⁶ นัฎพร กรกนกมล, มาตรการทางกฎหมายในการควบคุมการซื้อขายของในเกมออนไลน์ในโทรศัพท์มือถือโดยระบบกล่องสุ่ม (loot boxes) ในประเทศไทย [ออนไลน์], 17 มิถุนายน 2561. แหล่งที่มา <https://seven02.s3.amazonaws.com/2S58/1531771279.55f87242b1113a9e9af0a424034b05e7.pdf>

ตารางที่ 6 เปรียบเทียบประเด็นทางกฎหมายที่เกี่ยวกับการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ของประเทศไทยและต่างประเทศ

เรื่อง	ประเทศไทย	ญี่ปุ่น	สหราชอาณาจักร
1. กฎหมายที่เกี่ยวข้อง	1. พระราชบัญญัติการพนัน พุทธศักราช 2478 2. พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 3. พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 4. พระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2542	1. Penal Code (Act 45) 2. Act against Unjustifiable Premiums and Misleading Representations (Act 134) 3. แนวทางปฏิบัติของ CESA	1. The UK Gambling (Act 2005) Sec 6 : Gaming & game of chance
2. สถานะทางกฎหมาย	ระบบกล่องสุ่มในเกมออนไลน์สามารถจำหน่ายได้โดยปกติทั่วไป	1. ระบบกล่องสุ่มสามารถจำหน่ายได้ โดยอยู่ภายใต้การควบคุมของสำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค (CAA) 2. ห้ามจำหน่าย Multi-Level loot boxes	ระบบกล่องสุ่มสามารถจำหน่ายได้ หากไม่เข้าข่ายกฎหมายการพนัน
3. การนำขึ้นพิจารณาทางกฎหมาย	ยังไม่เคยมีการนำพิจารณาและตีความทางกฎหมาย	1. ไม่เข้าข่ายกฎหมายการพนัน 2. การพิจารณาด้านการคุ้มครองผู้บริโภค 3. พิจารณาสถานะฟรีเมียม	1. ไม่เข้าข่ายกฎหมายการพนัน 2. การพิจารณาเพิ่มเติมเกี่ยวกับเงื่อนไขการเข้าข่ายกฎหมายการพนัน
4. หน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง	1. ส สำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค 2. คณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง	ส สำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค (Consumer Affairs Agency : CAA)	คณะกรรมการการการพนันแห่งสหราชอาณาจักร (The UK Gambling Commission)
5. แนวทางการปฏิบัติ	เช่นเดียวกับกับสินค้าและบริการทั่วไป	1. Multi-Level loot boxes ถูกสั่งห้ามจำหน่าย 2. ระบบกล่องสุ่มอยู่ภายใต้แนวทางปฏิบัติของ CESA	ยังไม่มีมาตรการทางกฎหมายที่ใช้บังคับเป็นการเฉพาะเจาะจง

บทที่ 4

การวิเคราะห์มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับระบบการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ของประเทศไทยและต่างประเทศ

การพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีที่มีความเจริญก้าวหน้าอย่างต่อเนื่องได้เปลี่ยนวิถีชีวิตของผู้คนในสังคม ส่งผลให้รูปแบบการทางธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาอยู่เสมอ ผู้ประกอบธุรกิจต้องใช้กลยุทธ์ทางการตลาด เทคนิคการประชาสัมพันธ์ ตลอดจนการนารูปแบบการขายใหม่ๆ มาใช้เพื่อให้เกิดความทันสมัยตอบสนองต่อความต้องการของสังคมและเพื่อประโยชน์ในการกระตุ้นยอดขายสินค้าหรือบริการต่างๆ โดยรูปแบบการขายผลิตภัณฑ์ต่างๆในเกมออนไลน์ได้มีการพัฒนาไปอย่างต่อเนื่องจากการซื้อขายแบบปกติทั่วไปมีการพัฒนาเป็นรูปแบบอื่นๆ เช่น การขายพรีเอียม การขายสกิน การขายกล่องสุ่ม การประมูล เป็นต้น ซึ่งจากการพัฒนาดังกล่าวนี้ได้ส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคในด้านต่างๆ จึงเป็นประเด็นที่สมควรได้รับการพิจารณาว่ารูปแบบการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์จำเป็นต้องมีมาตรการทางกฎหมายเพิ่มเติมเพื่อความเหมาะสมหรือไม่

โดยหากพิจารณาถึงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับระบบการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์พบว่าพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ซึ่งเป็นกฎหมายที่บัญญัติไว้เป็นการเฉพาะเจาะจงยังขาดความชัดเจนและความเหมาะสม ประกอบกับการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์มีรูปแบบการขายที่เป็นลักษณะพิเศษแตกต่างจากการขายสินค้าหรือบริการปกติทั่วไป ส่งผลให้พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ซึ่งเป็นกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคที่บัญญัติไว้เป็นการทั่วไปยังไม่สามารถนำมาใช้บังคับด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนที่กฎหมายเฉพาะไม่ครอบคลุมได้อย่างเต็มที่ ในบทนี้ผู้วิจัยจึงจะทำการศึกษาและวิเคราะห์ความเชื่อมโยงทางกฎหมายกับการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ในด้านต่างๆ ดังนี้

4.1 การวิเคราะห์ความเชื่อมโยงของระบบกล่องสุ่มในเกมออนไลน์กับกฎหมายการพนัน

ประเด็นเรื่องระบบกล่องสุ่มในเกมออนไลน์กับการเข้าข่ายการพนันไม่ใช่ประเด็นปัญหาหลักในการพิจารณาของงานวิจัยในเล่มนี้ อย่างไรก็ตาม ประเด็นดังกล่าวมีความเชื่อมโยงกับการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ เนื่องจากหากเป็นกรณีที่ระบบกล่องสุ่มในเกมออนไลน์เข้าข่ายเป็นการพนันตามพระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. 2478 ย่อมไม่สามารถนำออกวางจำหน่ายหรือต้องขออนุญาตก่อนการนำออกวางจำหน่ายแก่ประชาชนทั่วไป จึงมีความจำเป็นต้องพิจารณาสถานะของระบบกล่องสุ่มในเกมออนไลน์

4.1.1 ระบบกล่องสุ่มในเกมออนไลน์และกฎหมายการพนันของประเทศไทย

สำหรับประเทศไทยการพิจารณาประเด็นเรื่องระบบกล่องสุ่มในเกมออนไลน์เข้าข่ายหรือมีลักษณะคล้ายเป็นการพนันตามพระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. 2478 จะต้องเริ่มจากการพิจารณาว่ากฎหมายได้บัญญัตินิยามและขอบเขตของคำว่า การพนัน ไว้เป็นเช่นใด ทั้งนี้ ในมาตรา 4 ได้มีการกำหนดรูปแบบและวิธีการในการเล่นซึ่งถือว่าเป็นการพนันตามบัญชี ก. และบัญชี ข. ท้ายพระราชบัญญัติและการเล่นซึ่งมีลักษณะคล้ายกันหรือการเล่นซึ่งรัฐมนตรีเจ้าหน้าที่ออกกฎกระทรวงระบุเพิ่มเติมไว้จึงจะถือเป็นการพนัน แต่ไม่ได้กำหนดถึงนิยามอย่างชัดเจนว่าการพนันหมายถึงการเล่นรูปแบบใดบ้าง อย่างไรก็ตาม ในมาตรา 4 ทวิ ได้บัญญัติเพิ่มเติมเกี่ยวกับนิยามของการพนันว่า การเล่นให้หมายรวมตลอดถึงการทายและการท นายด้วย เมื่อกฎหมายไม่ได้ กำหนด นิยามของคำว่า การพนัน ไว้อย่างชัดเจน เมื่อมีการกล่าวถึงการพนันจึงต้องอาศัยการพิจารณาจากคำพิพากษาศาลฎีกาประกอบกับการทำความเข้าใจในเจตนารมณ์ของกฎหมายการพนัน โดยอาจสรุปใจความสำคัญได้ว่า การพนัน หมายถึง การเข้าเล่นเสี่ยงโชค ซึ่งต้องใช้ไหวพริบและฝีมือเอาทรัพย์สินกัน จะโดยชอบหรือไม่ชอบด้วยกฎหมายก็ตาม¹

เมื่อพิจารณาจากความในมาตรา 4 ประกอบกับมาตรา 4 ทวิ จะเห็นได้ว่า แม้ระบบกล่องสุ่มในเกมออนไลน์จะมีรูปแบบหรือมีลักษณะคล้ายคลึงเป็นการเสี่ยงโชค กล่าวคือ เมื่อผู้ซื้อทำการซื้อกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ระบบจะทำการสุ่มสิ่งของหรือรายการ (ซึ่งในที่นี้เรียกว่า “ไอเทม”) อย่างใดอย่างหนึ่งในเกมออกมาให้กับผู้ซื้อ โดยที่ผู้ซื้อไม่ทราบล่วงหน้าว่าจะได้รับสิ่งใดจากการสุ่มนั้น แต่ระบบดังกล่าวไม่มีลักษณะเป็นการพนันเนื่องจากไม่ได้เป็นการเล่นในรูปแบบที่ระบุไว้ในบัญชี ก. และบัญชี ข. ท้ายพระราชบัญญัติหรือการเล่นซึ่งมีลักษณะคล้ายกัน ประกอบกับระบบกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ไม่ใช่การทายหรือการทนายจึงไม่ใช่การเล่นตามมาตรา 4 ทวิ อีกทั้งระบบกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ไม่ใช่การเข้าเล่นที่ใช้ไหวพริบหรือฝีมือเอาซึ่งทรัพย์สินกันย่อมไม่เข้าข่ายการพนันตามพระราชบัญญัติดังกล่าว

นอกจากประเด็นเรื่องการเข้าข่ายเป็นการพนันตามมาตรา 4 และมาตรา 4 ทวิ แล้ว ในพระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. 2478 มาตรา 9 ยังได้บัญญัติเกี่ยวกับการนาสลากกินแบ่ง สลากกินรวม และสวิป หรือการเล่นอย่างใดที่เสี่ยงโชคให้เงินหรือประโยชน์อย่างอื่นแก่ผู้เล่นคนหนึ่งคนใด ต้องส่งสลากดังกล่าวให้เจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตประทับตราก่อนการออกจำหน่าย หากไม่ได้รับอนุญาตห้ามประกาศโฆษณาหรือชักชวนบุคคลใดเข้าร่วมการเล่นนั้น เมื่อพิจารณาจากความในมาตรา นี้จะเห็นได้ว่า มีการกำหนดถึงการเล่นที่มีการเสี่ยงโชคให้เงินหรือประโยชน์อย่างอื่น ซึ่งระบบกล่องสุ่ม

¹ วิโรจน์ สัตถาวร, ค อธิบายพระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. 2478 (กรุงเทพฯ : กองบังคับการวิชาการ โรงเรียนนายร้อยตำรวจ, 2538), หน้า 5.

ในเกมออนไลน์ก็มีลักษณะคล้ายเป็นการเสี่ยงโชค เนื่องจากมีการสุ่มรับสิ่งของหรือไอเทมจากระบบเกม อย่างไรก็ตาม การเสี่ยงโชคตามมาตรา 9 จะต้องได้รับซึ่งเงินหรือประโยชน์อย่างอื่น แต่การเสี่ยงโชคจากระบบกล่องสุ่มในเกมออนไลน์สิ่งที่ได้รับคือ สิ่งของหรือไอเทมในเกมซึ่งไม่ใช่เงินและเนื่องจากไม่ได้มีการนิยามคำว่าประโยชน์อย่างอื่นไว้ในพระราชบัญญัติฉบับนี้ จึงไม่อาจตีความได้อย่างชัดเจนว่าสิ่งของหรือไอเทมดังกล่าวเป็นประโยชน์อย่างอื่นหรือไม่ ประกอบกับระบบกล่องสุ่มในเกมออนไลน์มีลักษณะเป็นการซื้อขายสินค้าหรือบริการไม่ใช่การเล่นตามบทบัญญัติในมาตรานี้ ระบบกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ จึงไม่เข้าข่ายต้องขออนุญาตต่อเจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตในการน ออกจ หน่าย

เมื่อระบบกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ไม่เข้าข่ายการพนันตามมาตรา 4 และมาตรา 4 ทวิ และไม่เข้าข่ายการเล่นที่มีการเสี่ยงโชคตามมาตรา 9 ระบบกล่องสุ่มในเกมออนไลน์จึงไม่อยู่ภายใต้พระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. 2478 และไม่ต้องขออนุญาตการน ออกจ หน่ายตามพระราชบัญญัตินี้

4.1.2 ระบบกล่องสุ่มในเกมออนไลน์และกฎหมายการพนันของต่างประเทศ

ระบบกล่องสุ่มในเกมออนไลน์กับประเด็นเรื่องการพนันได้เป็นประเด็นที่มีการพิจารณาในหลายประเทศทั่วโลก เนื่องจากการร้องเรียนของผู้บริโภคและผู้ปกครองซึ่งได้รับผลกระทบจากการซื้อกล่องสุ่มในเกมออนไลน์เยาวชน ส่งผลให้หน่วยงานรัฐในหลายประเทศออกมาให้แสดงสถานะทางกฎหมายของกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ต่อกฎหมายการพนันของประเทศนั้นๆ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

(1) สหราชอาณาจักร

คณะกรรมการการพนันแห่งสหราชอาณาจักร ได้ออกประกาศซึ่งมีใจความสำคัญว่า ระบบกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ไม่เข้าข่ายเป็นการพนันภายใต้กฎหมายการพนันแห่งสหราชอาณาจักร โดยให้เหตุผลว่าสิ่งของหรือไอเทมที่ผู้ซื้อกล่องสุ่มได้รับจากการสุ่มของระบบเกมไม่ถือเป็น รางวัล ตามกฎหมายฉบับนี้เนื่องจากสิ่งของดังกล่าวไม่ใช่เงินหรือสิ่งที่มีมูลค่าในโลกความเป็นจริง แม้ในโลกเสมือนภายในเกมสิ่งนั้นจะมีมูลค่ามากขึ้นเพียงใดก็ตาม แต่เมื่อไม่สามารถแลกเปลี่ยนสิ่งของดังกล่าวออกมาภายนอกเกมได้ย่อมไม่ถือว่ามีมูลค่าตามนิยามของคำว่ารางวัลใน The UK Gambling Act 2005 และระบบกล่องสุ่มย่อมไม่ถือเป็นการพนันภายใต้กฎหมายการพนันแห่งสหราชอาณาจักร พ.ศ. 2548 และไม่จ ำเป็นต้องขออนุญาตก่อนการวางจ หน่าย²

² GAMBLING COMMISSION, Virtual currencies, eSports and social casino gaming – discussion paper [ออนไลน์], 11 สิงหาคม 2559. แหล่งที่มา : <https://www.gamblingcommission.gov.uk/news-action-and-statistics/Consultations/Closed-consultations-with-response/Virtual-currencies-eSports-and-social-gaming-discussion-paper.aspx>

(2) สหรัฐอเมริกา

คณะกรรมการจัดเรตสื่อซอฟต์แวร์บันเทิง (Entertainment Software Rating Board : ESRB) มีความเห็นว่า ระบบกล่องสุ่มไม่เข้าข่ายการพนัน เนื่องจากในการซื้อกล่องสุ่มผู้เล่นจะได้รับสิ่งของชิ้นใดชิ้นหนึ่งอย่างแน่นอน ถึงแม้จะไม่ใช่สิ่งของที่ผู้เล่นประสงค์จะได้ก็ตาม ซึ่งเป็นลักษณะเดียวกับการซื้อการ์ดสะสมแบบสุ่มที่เมื่อซื้อมาแล้วเปิดกล่องออก ผู้ซื้ออาจจะได้รับการสะสมใบที่ไม่ต้องการก็ได้ ทั้งนี้ คณะกรรมการได้มีการแก้ไขปัญหาการคุ้มครองเด็กจากระบบการซื้อสิ่งของภายในเกมด้วยการให้มีการแสดงฉลากว่าเกimdังกล่าวมีการจ่ายเงินจริงในเกม (In-Game Purchases) และได้จัดให้มีแหล่งข้อมูลสำหรับผู้ปกครองในพิจารณาควบคุมการเล่นเกมของเยาวชน³

(3) ราชอาณาจักรเบลเยียม

หน่วยงานการพนันของราชอาณาจักรเบลเยียม (de kansspelcommissie) ได้มีผลพิจารณาว่ากล่องสุ่มละเมิดกฎหมายการพนันของราชอาณาจักรเบลเยียม โดยรัฐมนตรีว่าการกระทรวงยุติธรรม Mr.Koen Geens มีแถลงการณ์ว่า การที่ผู้เล่นเกมซื้อกล่องสุ่มด้วยเงินจริงเพื่อให้สามารถเล่นเกมได้ดีขึ้นโดยที่ยังไม่ทราบถึงสิ่งถูกบรรจุอยู่ภายใน และการซื้อดังกล่าวไม่ได้ทำให้ผู้เล่นที่ซื้อกล่องสุ่มได้เปรียบในการเล่นเกมนั้นไปอีกทั้งยังต้องเติมเงินจริงเข้าไปเพื่อซื้อกล่องสุ่มดังกล่าว ระบบการสุ่มจึงถือเป็นการพนัน โดยขาดการป้องกันต่อเยาวชน จึงอาจก่อให้เกิดปัญหาครอบครัวและภาคสังคมได้⁴

4.2 การวิเคราะห์ความเชื่อมโยงของระบบกล่องสุ่มในเกมออนไลน์กับพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545

พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 เป็นกฎหมายที่บัญญัติไว้เป็นการเฉพาะเจาะจง สำหรับรูปแบบของการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ที่มีลักษณะเข้าข่ายเป็นการขายผ่านตลาดแบบตรง อย่างไรก็ตาม บทบัญญัติในพระราชบัญญัตินี้ดังกล่าวยังขาดความชัดเจนและความเหมาะสม ส่งผลให้กลไกการคุ้มครองผู้บริโภคจากการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ไม่สามารถทำงานได้อย่างเต็มที่ ทั้งนี้ หากพิจารณาถึงปัญหาดังกล่าวพบว่ามีประเด็นที่ต้องนำมาพิจารณา ดังนี้

³ นัฏพร กรกนกมล, มาตรการทางกฎหมายในการควบคุมการซื้อสิ่งของในเกมออนไลน์ในโทรศัพท์มือถือโดยระบบกล่องสุ่ม (loot boxes) ในประเทศไทย [ออนไลน์], 17 มิถุนายน 2561. แหล่งที่มา <https://seven02.s3.amazonaws.com/2S58/1531771279.55f87242b1113a9e9af0a424034b05e7.pdf>

⁴ Persberich, Loot boxen in drie videogames in strijd met kansspelwetgeving [ออนไลน์], 25 เมษายน 2561. แหล่งที่มา www.koengeens.be/news/2018/04/25/loot-boxen-in-drie-videogames-in-strijd-met-kansspelwetgeving

4.2.1 ขอบเขตของพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545

พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ได้กล่าวถึงนิยามของคำว่า ตลาดแบบตรง ไว้ในมาตรา 3 ความว่า “ตลาดแบบตรง หมายความว่า การทาตลาดสินค้าหรือบริการในลักษณะของการสื่อสารข้อมูลเพื่อเสนอขายสินค้าหรือบริการโดยตรงต่อผู้บริโภค ซึ่งอยู่ห่างโดยระยะทางและมุ่งหวังให้ผู้บริโภคแต่ละรายตอบกลับเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการจากผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงนั้น ส่วนการซื้อขายสินค้าหรือบริการ โดยวิธีการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่ถือว่าเป็นตลาดแบบตรง ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่กำหนดในกฎกระทรวง” เมื่อพิจารณาความตามมาตรา นี้ระบบการขายกล่องสุ่มหรือผลิตภัณฑ์ต่างๆ ในเกมออนไลน์ย่อมเข้าข่ายการเป็นธุรกิจตลาดแบบตรง เนื่องจากผู้ให้บริการเกมออนไลน์ซึ่งเป็นผู้เสนอขายกล่องสุ่มภายในระบบเกมออนไลน์อยู่ห่างจากผู้บริโภคโดยระยะทางไม่ได้อยู่ในสถานที่เดียวกันและได้ทำการเสนอขายกล่องสุ่มผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ โดยมุ่งหวังให้ผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการเกมออนไลน์ตอบกลับค าสอนนั้นด้วยการกดปุ่มเพื่อซื้อกล่องสุ่มในระบบของเกมออนไลน์ ซึ่งการกดปุ่มซื้อหรือปุ่มช าระเงินดังกล่าวถือเป็นจุดเกิดแห่งสัญญาอิเล็กทรอนิกส์ รูปแบบการซื้อขายดังกล่าว จึงมีลักษณะเข้าข่ายตลาดแบบตรงและอยู่ภายใต้พระราชบัญญัติฉบับนี้ ทั้งนี้ ตามมาตรา 3 ได้กำหนดข้อยกเว้นสำหรับการซื้อขายสินค้าหรือบริการ โดยวิธีการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์บางประเภทที่ไม่ถือว่าเป็นตลาดแบบตรง โดยให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่กำหนดในกฎกระทรวง ดังนี้

- (1) การขายสินค้าหรือบริการของบุคคลธรรมดา ซึ่งมีได้จดทะเบียนเป็นผู้ประกอบธุรกิจ ตลาดแบบตรง และมีรายได้จากการขายสินค้าหรือบริการโดยวิธีการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไม่เกินหนึ่งล้านแปดแสนบาทต่อปี
- (2) การขายสินค้าหรือบริการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ได้ขึ้นทะเบียน ตามกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- (3) การขายสินค้าหรือบริการของวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนที่ได้จดทะเบียน ตามกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน
- (4) การขายสินค้าหรือบริการของสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกรที่ได้จดทะเบียนตามกฎหมาย ว่าด้วยสหกรณ์

จากข้อยกเว้นดังกล่าว จึงต้องทำการพิจารณาต่อไปว่า สถานะของผู้ให้บริการเกมออนไลน์แต่ละเกมนั้นมีรูปแบบธุรกิจแบบใด หากไม่เข้าข้อยกเว้นดังที่กล่าวมาในกฎกระทรวง ย่อมเข้าข่ายเป็นธุรกิจตลาดแบบตรง ทั้งนี้ ผู้ให้บริการเกมออนไลน์ส่วนใหญ่นิยมจัดตั้งธุรกิจในรูปแบบของบริษัท ทัดหรือบริษัทมหาชน ทัด ซึ่งหากจัดตั้งอยู่ใน 2 รูปแบบนี้ย่อมไม่เข้าข้อยกเว้นตามมาตรา 3

ดังกล่าวและยอมเข้าขายเป็นธุรกิจตลาดแบบตรงตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545

โดยพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรงได้กำหนดหน้าที่ของผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงที่จะต้อง ๓. การจดทะเบียนตามที่กฎหมายกำหนดไว้ ดังนี้

(1) การจดทะเบียนประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง

ในการประกอบธุรกิจการให้บริการเกมออนไลน์ในประเทศไทยจะต้อง ๓. การจดทะเบียนนิติบุคคลกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ซึ่งบริษัทผู้ให้บริการเกมออนไลน์ในประเทศไทยจะต้องดำเนินการจดทะเบียนดังกล่าว โดยระบุข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทและรูปแบบการดำเนินธุรกิจ เช่น ชื่อและประเภทของนิติบุคคล วันที่จดทะเบียน ทุนจดทะเบียน สถานที่ตั้ง หมวดธุรกิจ วัตถุประสงค์ รายชื่อคณะกรรมการ เป็นต้น ทั้งนี้ สำหรับประเภทของธุรกิจที่บริษัทผู้ให้บริการเกมออนไลน์ในประเทศไทยนิยมระบุในการจดทะเบียนนิติบุคคล มีดังนี้

ตารางที่ 7 รายละเอียดการจดทะเบียนบริษัทผู้ให้บริการเกมออนไลน์ในประเทศไทย

รายชื่อบริษัท	หมวดธุรกิจ	วัตถุประสงค์
1. บริษัท การ์มินา ออนไลน์ (ประเทศไทย) จำกัด	กิจกรรมการค้า งานร้านอาหารและตู้เกมหยอดเหรียญ	ให้บริการเกมออนไลน์บนเว็บไซต์
2. บริษัท เน็ตมาร์เก็ต (ไทยแลนด์) จำกัด	ร้านขายปลีกเครื่องเล่นวีดีโอเกมและซอฟต์แวร์ส าร็จรูป	ออกแบบและจ ำหน่ายเว็บไซต์ เกมส ีออนไลน์ไฮไฟ
3. บริษัท เอเชียซอฟต์แวร์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด(มหาชน)	การจัดท ำซอฟต์แวร์เกมส าร็จรูป	ผลิต จ ำหน่าย ส ำสร้งสรรค์ พัฒนา ดัดแปลง แผ่นบันทึกข้อมูลคอมพิวเตอร์ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ตลอดจนซอฟต์แวร์ทุกชนิด

ที่มา : กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

อย่างไรก็ตาม นอกเหนือจากการจดทะเบียนนิติบุคคลกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าแล้ว เมื่อธุรกิจการให้บริการเกมออนไลน์เข้าขายการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงย่อมต้องดำเนินการจดทะเบียนตามมาตรา 27 แห่งพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ทั้งนี้ การแก้ไขเพิ่มเติมบทบัญญัติในพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง (ฉบับที่ 3) พ.ศ.2560 ได้กำหนดคุณสมบัติของผู้ยื่นจดทะเบียนใหม่สำหรับธุรกิจตลาดแบบตรง โดยในกรณีของบุคคลธรรมดาให้เพิ่มเป็นมาตรา 38/3 ความว่า “ผู้ยื่นค ำขอจดทะเบียนการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงซึ่งเป็นบุคคลธรรมดา ต้องไม่เคยถูกเพิกถอนทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงหรือตลาดแบบตรงในระยะเวลาห้าปีก่อนวันยื่นค ำขอจดทะเบียน และต้องไม่มีลักษณะต้องห้ามตามมาตรา 38/2” และในกรณีของนิติบุคคลให้เพิ่มเป็นมาตรา 38/4 ความว่า “ผู้ยื่นค ำขอจดทะเบียนการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงซึ่งเป็นนิติบุคคลต้องไม่เคยถูกเพิกถอนทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงหรือตลาดแบบตรง

ในระยะเวลาห้าปีก่อนวันยื่นคำขอ จดทะเบียน และต้องมีหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้จัดการ หรือบุคคลซึ่งรับผิดชอบในการดำเนินงาน ของนิติบุคคลซึ่งไม่มีลักษณะต้องห้ามตามมาตรา 38/2”

บริษัทผู้ให้บริการเกมออนไลน์จะต้องจดทะเบียนการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงตามเงื่อนไขของกฎหมายที่ได้กล่าวมาข้างต้น โดยหากไม่ดำเนินการจดทะเบียนต้องระวางโทษจากคุกไม่เกิน 1 ปี หรือปรับไม่เกิน 100,000 บาท หรือทั้งจำ ทั้งปรับ และปรับอีกวันละไม่เกิน 10,000 บาท ตลอดเวลาที่ยังฝ่าฝืนอยู่ ตามมาตรา 51/1 อย่างไรก็ตาม ส สำหรับบทก าหนดโทษดังกล่าว ผู้วิจัยเห็นว่ามีความเหมาะสมสำหรับกรณีของการฝ่าฝืนไม่จดทะเบียนการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงตามพระราชบัญญัติฉบับนี้แล้ว

(2) การก าหนดหน้าที่ของผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงต่อนายทะเบียน

สำหรับหน้าที่ของผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงซึ่งได้กำหนดไว้ในพระราชบัญญัตินี้ที่ต้องปฏิบัติต่อนายทะเบียนจะเป็นในด้านของการย้ายส ักงาน การจัดท ายงานเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจตามแบบที่คณะกรรมการกำหนด ทั้งนี้ ประเด็นสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อ การขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ตลอดจนการขายผลิตภัณฑ์ต่างๆในเกมออนไลน์ คือ เรื่องการเลิก ประกอบธุรกิจ ซึ่งกำหนดไว้ในมาตรา 41/4 ความว่า “ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงหรือผู้ประกอบธุรกิจ ตลาดแบบตรงซึ่งประสงค์จะเลิกประกอบธุรกิจ ให้ยื่นคำขอต่อนายทะเบียน” โดยเพื่อเป็นการ ค้ำครองประโยชน์ของผู้บริโภค ในการขอเลิกประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง ก่อนที่นายทะเบียนจะ ยกเลิกการจดทะเบียนให้ผู้ประกอบธุรกิจต้องปฏิบัติในเรื่องดังต่อไปนี้ให้แล้วเสร็จก่อน

1. ประกาศโฆษณาในหนังสือพิมพ์แห่งท้องที่อย่างน้อยหนึ่งคราว และส่งไปรษณีย์ตอบรับหรือ ส่งข้อมูลทางการสื่อสารอื่นใดให้ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าหรือบริการซึ่งยังอยู่ ในระยะเวลาการรับประกันทราบถึง การเลิกประกอบธุรกิจเพื่อให้ใช้สิทธิตามพระราชบัญญัตินี้

2. ด ำเนินการตามมาตรา 33 มาตรา 34 และมาตรา 36

3. จัดให้มีผู้รับผิดชอบในการซ่อมแซมหรือให้บริการอื่นใดเกี่ยวกับ สินค้าหรือบริการที่ยังอยู่ ในระยะเวลาการรับประกัน

4. ปฏิบัติการอื่นใดตามหลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไข และระยะเวลา ที่คณะกรรมการประกาศ ก าหนด

ห้ามผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงเสนอขายหรือโฆษณาสินค้า หรือบริการ หรือท ำสัญญาซื้อขายสินค้าหรือบริการกับผู้บริโภค นับแต่วันยื่นค ำขอเลิกประกอบธุรกิจ และการเลิกประกอบธุรกิจขายตรงหรือตลาดแบบตรงไม่เป็นเหตุให้ผู้ประกอบธุรกิจดังกล่าวพ้นจาก ความรับผิดชอบตามพระราชบัญญัตินี้

การกำหนดหลักเกณฑ์ในการเลิกประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงดังกล่าวนี้ ย่อมเป็นประโยชน์อย่างยิ่งแก่ผู้บริโภค เนื่องจากโดยปกติแล้วผู้ให้บริการเกมออนไลน์สามารถเปิดหรือ ปิดกิจการได้อย่างอิสระ ทำให้เกิดความไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค เพราะไม่อาจทราบล่วงหน้าได้ว่าเกม ออนไลน์จะยุติการให้บริการเมื่อใด และไม่อาจตัดสินใจในด้านต่างๆที่เกี่ยวกับการใช้บริการเกม ออนไลน์ดังกล่าวนี้ได้ กรณีดังกล่าวย่อมทำให้ผู้บริโภคเสียเปรียบ เช่น หากผู้บริโภคได้ซื้อผลิตภัณฑ์ บางรายการในเกมออนไลน์ไว้ แต่ในวันต่อมาเกมประกาศยุติการให้บริการ ผลิตภัณฑ์ที่ซื้อมาดังกล่าว นั้นย่อมด้อยค่าลงทันที หรือในบางกรณีผลิตภัณฑ์บางอย่างที่ผู้บริโภคซื้อไว้ในเกมออนไลน์มี ระยะเวลาการใช้เป็นเวลานาน เมื่อผู้ให้บริการเกมออนไลน์ได้ประกาศยุติการให้บริการเกมออนไลน์ใน ขณะที่ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวนี้ยังไม่หมดระยะเวลาการใช้งาน ย่อมทำให้ผู้บริโภคเสียประโยชน์ เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันพบว่ายังไม่มีผู้ให้บริการเกมออนไลน์รายใดดำเนินการจดทะเบียนการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงและการดเนินการอื่นใดตามบทบัญญัติแห่งพระราชบัญญัติ ฉบับนี้ คณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง จึงสมควรนาประเด็นนี้ขึ้นพิจารณาและออก นโยบายในการใช้บังคับกฎหมายดังกล่าวกับบริษัทผู้ให้บริการเกมออนไลน์ให้ดำเนินการจดทะเบียน การประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง ตามเงื่อนไขและหน้าที่ต่างๆของผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงที่ บัญญัติไว้ในกฎหมาย

4.2.2 การคุ้มครองผู้บริโภคตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545

พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 มีหลักการสำคัญคือการ คุ้มครองผู้บริโภคให้ได้รับความเป็นธรรมในการซื้อสินค้าหรือบริการจากผู้ประกอบธุรกิจขายตรงและ ตลาดแบบตรง⁵ ซึ่งมีรูปแบบการประกอบธุรกิจที่แตกต่างจากการซื้อขายสินค้าหรือบริการรูปแบบ ปกติทั่วไปในหลายด้าน เช่น การรับรู้ข้อมูลของสินค้าหรือบริการ การเสนอขาย การโฆษณา การทา สัญญาซื้อขาย เป็นต้น โดยมุ่งเน้นการกำหนดหน้าที่ของผู้ประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงใน ด้านต่างๆ ดังนี้

4.2.2.1 การคุ้มครองผู้บริโภคด้านการได้รับข้อมูลของสินค้าหรือบริการ

การประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงมีรูปแบบการขาย คือ การสื่อสารข้อมูล เพื่อเสนอขายสินค้าหรือบริการต่อผู้บริโภค ซึ่งอยู่ห่างโดยระยะทางด้วยวิธีการเสนอขายผ่านสื่อทุก ประเภทและมุ่งหวังให้ผู้บริโภคตอบกลับเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการจากผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง ทั้งนี้ การเสนอขายถือเป็นช่องทางสำคัญที่ผู้บริโภคจะได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการนั้น และ น ข้อมูลดังกล่าวไปใช้ประกอบการตัดสินใจที่จะซื้อหรือไม่ซื้อสินค้าหรือบริการ กฎหมายจึงได้บัญญัติ

⁵ ไพโรจน์ อารักษา, คาอธิบายกฎหมายขายตรงและตลาดแบบตรง (ฉบับสมบูรณ์) (กรุงเทพฯ: นิติธรรม, 2560), หน้า 53.

บทคุ้มครองผู้บริโภคด้านการได้รับข้อมูลของสินค้าหรือบริการจากผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง โดยการระบุให้ผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงแสดงข้อตกลงที่จำเป็นต้องแจ้งให้ผู้บริโภคทราบ เพื่อเป็นข้อมูลที่เพียงพอต่อการตัดสินใจ ทั้งนี้ การเสนอขายสินค้าหรือบริการต้องเป็นไปตามมาตรา 28 ซึ่งได้กำหนดว่า “ข้อความในการสื่อสารข้อมูลเพื่อเสนอขายสินค้าหรือบริการของผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงให้เป็นไปตามที่กำหนดในกฎกระทรวง”

อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันยังไม่มีการประกาศกฎกระทรวงดังกล่าว ในราชอาณาจักรนุเบกษาเกี่ยวกับการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ เมื่อไม่มีการประกาศกฎกระทรวงเกี่ยวกับการควบคุมข้อความในการสื่อสารข้อมูลเพื่อเสนอขายกล่องสุ่มของผู้ให้บริการเกมออนไลน์ต่อผู้บริโภค ส่งผลให้บทบัญญัติการคุ้มครองผู้บริโภคในมาตราดังกล่าวขาดความชัดเจนและไม่สามารถคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างเต็มที่ เนื่องจากไม่มีการกำหนดหลักเกณฑ์อย่างเป็นรูปธรรมกับกรณีดังกล่าว ทั้งนี้ หากพิจารณาจากร่างพระราชบัญญัติที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นผู้เสนอในการร่างพระราชบัญญัติครั้งแรกอาจอธิบายได้ว่า ในการสื่อสารข้อมูลเพื่อเสนอขายสินค้าหรือบริการของผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงต้องแสดงข้อความอย่างน้อย ดังต่อไปนี้⁶

- (1) ชื่อและที่อยู่ของผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง
- (2) รายละเอียดของสินค้าหรือบริการ
- (3) ราคาของสินค้าหรือบริการ
- (4) ค่าใช้จ่ายในการขนส่งและลักษณะการขนส่งสินค้าหรือบริการ
- (5) เวลาที่แน่นอนในการจัดส่งสินค้าหรือบริการ
- (6) ข้อความเกี่ยวกับการรับประกันสินค้า
- (7) วิธีการคืนเงินหากผู้บริโภคใช้สิทธิยกเลิกสัญญา

สำหรับปัญหาเรื่องการได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ ที่อาจไม่ถูกต้องและเพียงพอ เพื่อให้ผู้บริโภคใช้ประกอบการตัดสินใจในการซื้อกล่องสุ่ม ผู้วิจัยเห็นว่า บทบัญญัติเรื่องการกำหนดการเสนอขายของผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง เป็นกลไกสำคัญในการคุ้มครองผู้บริโภคจากปัญหาดังกล่าว เมื่อการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์เข้าข่ายเป็นธุรกิจตลาดแบบตรง คณะกรรมการย่อมมีอำนาจในการกำหนดเงื่อนไขสำหรับการสื่อสารข้อมูลระหว่างผู้ให้บริการเกมออนไลน์กับผู้บริโภคในการเสนอขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ไว้ในกฎกระทรวงตามมาตรา 28 เพื่อเป็นการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคในด้านการได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการอย่างเพียงพอ

⁶ เรื่องเดียวกัน, หน้า 56.

ทั้งนี้ จากการศึกษาเกี่ยวกับกฎหมายการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการได้รับรู้ข้อมูลของกล่องสุ่มในเกมออนไลน์อย่างเพียงพอในต่างประเทศ พบว่า ในญี่ปุ่นได้มีมาตรการของสมาคมเกมออนไลน์ญี่ปุ่น (Japan Online Game Association) และสมาคมผู้จัดทำจำหน่ายคอมพิวเตอร์เพื่อความบันเทิง (CESA) ในการออกแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับการควบคุมการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ในวันที่ 24 มีนาคม พ.ศ. 2559 ซึ่งไม่ใช่บทบัญญัติทางกฎหมายและไม่มีผลบังคับใช้ทางกฎหมาย แต่เป็นแนวทางการปฏิบัติของภาคเอกชน สำหรับบริษัทที่เป็นสมาชิกของสมาคมและผู้ประกอบการที่เข้าร่วมกับ Mobile Content Forum ถือปฏิบัติ ดังนี้⁷

(1) การระบายรายละเอียดเกี่ยวกับรายการสิ่งของหรือไอเทมที่อยู่ภายในกล่องสุ่มและหากมีความเป็นไปได้ที่จะได้รับสิ่งของชิ้นเดิมจากการสุ่มต้องระบุเกี่ยวกับการสุ่มได้สิ่งของที่ซ้ำ กันนั้น

(2) การระบุอัตราความน่าจะเป็นในการได้สิ่งของหรือไอเทมชนิดต่างๆและแสดงระดับความหายากของสิ่งของแต่ละชนิด โดยต้องแสดงรายการดังกล่าวในพื้นที่หรือด้วยวิธีการที่ผู้ซื้อจะสามารถรับทราบอย่างสะดวก

เมื่อพิจารณาจากแนวทางปฏิบัติดังกล่าวของญี่ปุ่น ประกอบกับการศึกษาปัญหาเกี่ยวกับการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ในประเทศไทย ผู้วิจัยมีความเห็นเกี่ยวกับการกำหนดหลักเกณฑ์ของข้อความที่ใช้ในการสื่อสารข้อมูลระหว่างผู้ให้บริการเกมออนไลน์ต่อผู้บริโภคในการเสนอขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ ตามมาตรา 28 แห่งพระราชบัญญัตินี้ โดยสมควรต้องระบุให้การเสนอขายมีข้อความอย่างน้อย ดังต่อไปนี้

(1) รายละเอียดเกี่ยวกับรายการสิ่งของหรือไอเทมที่สามารถได้รับจากการซื้อกล่องสุ่มและอัตราความน่าจะเป็นในการสุ่มได้สิ่งของหรือไอเทมดังกล่าวนั้น รวมถึงอธิบายรายละเอียดของสิ่งของหรือไอเทมต่างๆที่บรรจุอยู่ภายในกล่องสุ่มด้วย

(2) ราคาของกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ โดยจะต้องเป็นราคาที่กำหนดอย่างชัดเจนว่าในการสุ่ม 1 ครั้งจะต้องเสียสิ่งใดเป็นจำนวนเท่าใด และหากมีการใช้เงินจริงในการซื้อกล่องสุ่มจะต้องมีหน่วยเป็นสกุลเงินบาทไทย เพื่ออำนวยความสะดวก นวนของผู้บริโภคที่เป็นเยาวชน

4.2.2.2 การคุ้มครองผู้บริโภคด้านการได้รับเอกสารการซื้อขาย

การซื้อสินค้าจากผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง โดยส่วนใหญ่เป็นการกระทำผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งมักไม่มีเอกสารเพื่อเป็นหลักฐานแสดงถึงการซื้อสินค้าหรือบริการ

⁷ CESA, ネットワークゲームにおけるランダム型アイテム提供方式運営ガイドライン [ออนไลน์], 27 เมษายน 2559. แหล่งที่มา <http://www.cesa.or.jp/uploads/2016/release20160427.pdf>

ดังกล่าว กฎหมายจึงได้บัญญัติให้ผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงต้องจัดทำเอกสารการซื้อขายสินค้าหรือบริการและส่งมอบให้แก่ผู้บริโภคพร้อมกับสินค้าหรือบริการ โดยเอกสารการซื้อขายดังกล่าวนี้กำหนดให้ต้องมีข้อความเป็นภาษาไทยที่สามารถอ่านและเข้าใจได้ง่าย โดยต้องระบุชื่อผู้ซื้อและผู้ขาย วันที่ซื้อขาย และวันที่ส่งมอบสินค้าหรือบริการ รวมทั้งสิทธิเลิกสัญญาของผู้บริโภค ซึ่งต้องใช้ตัวอักษรที่เห็นเด่นชัดกว่าข้อความทั่วไป ตามมาตรา 30 ทั้งนี้ คณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงมีอำนาจกำหนดรายละเอียดในเอกสารการซื้อขายสินค้าหรือบริการที่ใช้วิธีตลาดแบบตรง โดยเอกสารดังกล่าวต้องมีข้อความอย่างน้อยตามรายการที่คณะกรรมการประกาศในราชกิจจานุเบกษา ตามมาตรา 31 ทั้งนี้ หากผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงฝ่าฝืนมาตรา 30 หรือมาตรา 31 การซื้อขายสินค้าหรือบริการไม่มีผลผูกพันผู้บริโภคตามมาตรา 32

สำหรับระบบกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ ผู้ซื้อจะทำการซื้อกล่องสุ่มผ่านระบบภายในเกมออนไลน์ ซึ่งโดยปกติไม่มีการจัดทำเอกสารหรือหลักฐานในการซื้อกล่องสุ่มดังกล่าว ทั้งนี้ ผู้วิจัยเห็นว่าการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการได้รับเอกสารการซื้อกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ ยังไม่ใช่ประเด็นสำคัญที่จะต้องนำมาพิจารณา เนื่องจากยังไม่พบปัญหาจากการไม่ได้รับเอกสารดังกล่าว อย่างไรก็ตาม หากมีการบังคับใช้ มาตรา 30 หรือ 31 กับการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ ผู้วิจัยเห็นว่าควรอยู่ในระบบของประวัติการซื้อผลิตภัณฑ์ทั้งหมดในเกมออนไลน์ โดยควรระบุวันและเวลาที่ทำการซื้อ จำนวนผลิตภัณฑ์ที่ซื้อ และจำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อ เพื่อสะดวกต่อการจัดการระบบการคืนผลิตภัณฑ์หากผู้ซื้อใช้สิทธิเลิกสัญญาตามที่กฎหมายกำหนด

4.2.2.3 การคุ้มครองผู้บริโภคด้านสิทธิเลิกสัญญา (Cooling off)

ธุรกิจตลาดแบบตรงมีรูปแบบการซื้อขายที่พิเศษแตกต่างจากการซื้อขายปกติทั่วไป ผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงและผู้ซื้ออยู่ห่างกันโดยระยะทาง กล่าวคือ ผู้ขายและผู้ซื้ออยู่ห่างไกลกัน ทำให้ผู้ซื้อไม่สามารถเห็นสินค้าหรือบริการที่จะได้รับก่อนการซื้อขาย ซึ่งสินค้าหรือบริการนั้นอาจไม่ตรงตามคำเสนอขายหรือค โฆษณาของผู้ขาย จึงมีความจำเป็นต้องบัญญัติกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคด้านสิทธิในการเลิกสัญญาไว้เป็นการเฉพาะเจาะจง ให้ผู้ซื้อสามารถมีสิทธิบอกเลิกสัญญาได้ฝ่ายเดียวและไม่ต้องมีเหตุผลใดในการใช้สิทธินั้น ซึ่งจะแตกต่างจากหลักกฎหมายเรื่องการซื้อขายที่บัญญัติไว้ในประมวลแพ่งและพาณิชย์ที่ผู้ซื้อไม่มีสิทธิในการเลิกสัญญาฝ่ายเดียวและจะใช้สิทธิเลิกสัญญาได้ก็ต่อเมื่อมีเหตุในการเลิกสัญญาตามข้อสัญญาที่ตกลงกันหรือโดยบทบัญญัติของกฎหมาย⁸

⁸ ธีรวัฒน์ จันทร์สมบูรณ์, ค าวินายพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 (กรุงเทพฯ: นิติธรรม, 2546), หน้า 58.

โดยพระราชบัญญัตินี้ได้กำหนดสิทธิในการเลิกสัญญาของผู้บริโภคไว้ใน มาตรา 33 ความว่า “ในการซื้อสินค้าหรือบริการจากการขายผ่านตลาดแบบตรงผู้บริโภคมีสิทธิเลิก สัญญา โดยการส่งหนังสือแสดงเจตนาภายในเวลาเจ็ดวันนับแต่วันที่ได้รับสินค้าหรือบริการ ไปยังผู้ ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง” โดยบทบัญญัติดังกล่าวไม่ใช่บังคับกับประเภท ราคาหรือชนิดของ สินค้าหรือบริการตามที่กำหนดในพระราชกฤษฎีกา ทั้งนี้ ในมาตรา 34 ได้กำหนดว่า การใช้สิทธิเลิก สัญญาผู้บริโภคจะต้องปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่ง ดังต่อไปนี้

(1) ส่งคืนสินค้าไปยังผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรง

(2) เก็บรักษาสินค้าไว้ตามสมควรภายในระยะเวลา 21 วัน นับแต่ วันที่ใช้สิทธิเลิกสัญญา เว้นแต่สินค้านั้นเป็นของเสียหายโดยสภาพไม่อาจเก็บรักษาได้ภายในระยะเวลา ดังกล่าวและผู้บริโภคมีหน้าที่ต้องส่งคืนสินค้าให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรง

โดยหลักเกณฑ์และวิธีการในการคืนสินค้าและบริการให้เป็นไป ตามที่ก าหนดในกฎกระทรวง

เมื่อพิจารณาถึงกรณีของการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์และสิทธิในการ เลิกสัญญาพบว่า มีประเด็นที่ต้องน มาพิจารณา 2 ประการ ได้แก่

(1) การขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์เป็นสินค้าที่สมควรให้ผู้บริโภค มีสิทธิเลิกสัญญาตามมาตรา 33 หรือไม่ เนื่องจากระบบกล่องสุ่มมีลักษณะเฉพาะแตกต่างจากการซื้อ ขายสินค้าประเภทอื่น กล่าวคือ เมื่อท การซื้อกล่องสุ่มรับจะท การสุ่มสิ่งของหรือไอเทมอย่างใดอย่าง หนึ่งให้กับผู้ซื้อ ทั้งนี้ หากผู้ซื้อไม่ได้รับสิ่งของหรือไอเทมที่ตนต้องการจากการสุ่มของระบบและผู้ซื้อใช้ สิทธิเลิกสัญญาดังกล่าว ย่อมเกิดความไม่เป็นธรรมต่อผู้ให้บริการเกมออนไลน์ ผู้วิจัยเห็นว่าการขาย กล่องสุ่มในเกมออนไลน์ไม่สมควรให้ผู้ซื้อมีสิทธิในการเลิกสัญญาเนื่องจากเป็นระบบการขายที่มี รูปแบบพิเศษเฉพาะตัว อย่างไรก็ตาม สำหรับการซื้อขายผลิตภัณฑ์ในเกมออนไลน์ประเภทอื่นๆ สมควรที่ผู้บริโภคจะมีสิทธิในการเลิกสัญญาตามปกติ

(2) ระบบการขายผลิตภัณฑ์ในเกมออนไลน์เป็นการขายประเภท บริการซึ่งไม่ได้มีก าหนดในมาตรา 34 ว่าผู้บริโภคที่ต้องการใช้สิทธิเลิกสัญญาต้องส่งคืนบริการดังกล่าว แก่ผู้ให้บริการเกมออนไลน์ด้วยวิธีการใด เนื่องจากระบุไว้แต่เพียงการส่งคืนสินค้าเท่านั้น อย่างไรก็ตาม คณะกรรมการอาจประกาศหลักเกณฑ์และวิธีการในการคืนบริการดังกล่าว ในกฎกระทรวง เพื่อให้สอดคล้องกับสิทธิของผู้บริโภคตามมาตรา 33 โดยอาจก าหนดให้ผู้ให้บริการเกมออนไลน์ต้องมี ระบบการคืนผลิตภัณฑ์ที่ซื้อในเกมออนไลน์เมื่อผู้บริโภคต้องการใช้สิทธิเลิกสัญญา

โดยให้มีอำนาจเทียบเท่ากับคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 เมื่อพิจารณาตามความในมาตรา 29 จะพบว่า การคุ้มครองผู้บริโภคด้านการโฆษณาให้ nabัญญัติของกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค ในส่วนที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการโฆษณามาใช้ บังคับโดยอนุโลม แต่ให้ นานาหน้าที่คณะกรรมการชายตรงและตลาดแบบตรงในการก ากับดูแล

ปัญหาด้านการโฆษณาของการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ แม้ยังไม่มีกร ร้องเรียนจากผู้บริโภคอย่างเป็นทางการ แต่จากการศึกษาผู้วิจัยพบว่า มีการใช้การโฆษณาด้วย ข้อความที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค โดยมีรายละเอียด ดังนี้

(1) การใช้ข้อความอันเป็นเท็จ ในระบบการขายกล่องสุ่มในเกม ออนไลน์ ผู้ให้บริการเกมออนไลน์นิยมการโฆษณาล่วงหน้าก่อนการวางจำหน่ายกล่องสุ่มเกี่ยวกับ รายละเอียดของกล่องสุ่มดังกล่าว ผ่านช่องทางที่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้ง่าย เช่น การประกาศ ภายในเกม การประกาศผ่านเว็บไซต์เกม การประกาศผ่าน Facebook Page ของเกม เป็นต้น ทั้งนี้ จากการศึกษาค้นพบว่าในบางกรณีข้อความจากการโฆษณาไม่เป็นความจริง ดังเช่น ในกรณีของเกม Ragnarok M Eternal Love ซึ่งได้ทำการโฆษณาการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ชื่อว่า **Spring Celebration Giftbox** โดยทำการโฆษณาผ่านการประกาศใน Facebook Page ของเกมชื่อว่า Ragnarok M: Eternal Love และได้มีการทำ Banner หรือป้ายโฆษณาที่เป็นรูปภาพเพื่อใช้ในการ โฆษณา โดยข้อความในการโฆษณาระบุว่ากล่องสุ่มดังกล่าวจะใช้ Big Cat Coin* จำนวน 18 อัน ในการเปิดกล่องสุ่มจำนวน 1 กล่อง อย่างไรก็ตาม เมื่อกล่องสุ่มดังกล่าวได้วางขายในเกมปรากฏว่าใน การเปิดกล่องสุ่มดังกล่าวจำนวน 1 กล่อง จะต้องใช้เงินจำนวน 99 บาท แทนที่จะใช้ 18 Big Cat Coin ตามที่ได้โฆษณาไว้⁹ ส่งผลให้ผู้บริโภคซึ่งได้ทำการเติมเงินบาทเข้าไปในระบบเกมและทำการ แลกเปลี่ยนเป็น Big Cat Coin เพื่อเตรียมสำหรับการเปิดกล่องสุ่มดังกล่าว ไม่สามารถใช้ Big Cat Coin ที่แลกไว้ใน การเปิดกล่องสุ่มดังกล่าวได้ อีกทั้งไม่สามารถแลกเปลี่ยน Big Cat Coin กลับไปเป็น เงินบาทเพื่อใช้ในการเปิดกล่องสุ่มดังกล่าวได้อย่างที่ตั้งใจไว้ ทั้งนี้ เมื่อกล่องสุ่มดังกล่าวได้ถูกวางขาย และได้เริ่มมีผู้บริโภคสอบถามประเด็นเรื่องสกุลเงินที่ใช้ในการซื้อกล่องสุ่มผ่านระบบบริการลูกค้า ภายในเกมและการสอบถามผ่านทาง Facebook Page ผู้ให้บริการเกมออนไลน์ได้ทำการแก้ไขการ โฆษณาที่ได้เคยประกาศไว้ใน Facebook Page ให้มีหน่วยสกุลเงินเป็น 99 บาท ตามราคากล่องสุ่ม

* Big Cat Coin เป็นสกุลเงินในเกม Ragnarok M Eternal Love ซึ่งผู้เล่นต้องเติมเงินบาทเข้าไปในเกม และท การแลกเปลี่ยนเป็น Big Cat Coin เพื่อใช้ซื้อผลิตภัณฑ์ภายในเกม โดยอัตราแลกเปลี่ยน คือ 6 บาท : 1 Big Cat Coin

⁹ YuMi's, ยังจี้ก็ได้หรือ? Ragnarok M แคขายมังกรก็ดราม่าได้ [ออนไลน์], 18 เมษายน 2562, แหล่ง อ้างอิง <https://www.sanook.com/game/1028897/>

ดังกล่าวในเกมออนไลน์ ในกรณีนี้ผู้วิจัยเห็นว่าเป็นการใช้ข้อความอันเป็นเท็จในการโฆษณา และเป็นข้อความที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคอย่างชัดเจน ประกอบกับมีการแก้ไขการโฆษณาที่เคยประกาศไว้แก่ผู้บริโภคอย่างไม่เป็นธรรม โดยปราศจากการดำเนินการทางกฎหมายใดๆ โดยการโฆษณาเกี่ยวกับกล่องสุ่มดังกล่าวมีรูปแบบดังนี้

กิจกรรม 2 : หอรางวัลสัตว์พาหนะ “Twin Star”
 ในช่วงเวลากิจกรรม จำกัดเวลาการขาย “ Spring Celebration Giftbox”
 ในช่วงเวลากิจกรรมจะมีการวางจำหน่าย “Spring Celebration Giftbox” ในราคา 18 Big Cat Coin จำกัดการซื้อบัญชีละ 120 กล่อง ในกล่องของขวัญจะมีโอกาส (ส่ม) ได้ “Twin Star – Voucher”
 Twin Star – Voucher จะสามารถนำไปแลกสัตว์พาหนะ “ Windperch Wyvern - Kaguya” ได้
 คุณสมบัติของ Windperch Wyvern - Kaguya : Movement Spd+50%

ภาพที่ 11 การโฆษณาผ่านการประกาศใน Facebook Page (Ragnarok M: Eternal Love)

ที่มา : <https://www.facebook.com/notes/ragnarok-m-eternal-love/ragnarokm-eternal-love-live-in-sea-event/381482655787466/>



ภาพที่ 12 Banner หรือ ป้ายโฆษณาของ Spring Celebration Giftbox ที่ใช้ในการโฆษณา

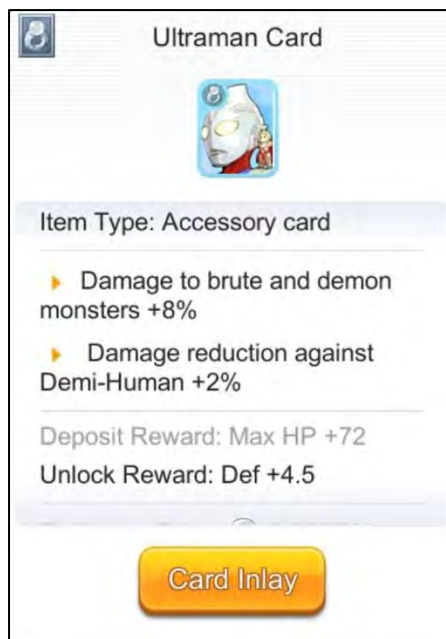
ที่มา : <https://www.sanook.com/game/1028897/>



ภาพที่ 13 Spring Celebration Giftbox ขณะวางขายในเกม Ragnarok M Eternal Love

ที่มา : Ragnarok M Eternal Love (2562)

(2) การใช้ข้อความที่ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ จากการศึกษาพบว่ามีการเปลี่ยนแปลงข้อมูลผิดพลาดเกี่ยวกับสิ่งของหรือไอเทมที่ได้รับจากระบบกล่องสุ่ม อันเนื่องมาจากเกมออนไลน์ในปัจจุบันมีรูปแบบการให้บริการเป็นภูมิภาค เช่น เกมออนไลน์ซึ่งเปิดให้บริการในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (SEA) ซึ่งประกอบไปด้วยหลายประเทศ การให้บริการเกมออนไลน์ในรูปแบบนี้เป็นการใช้ฐานข้อมูลเดียวกัน เมื่อมีการขายผลิตภัณฑ์ใดๆในเกมออนไลน์ก็จะมีรูปแบบการขายและวันเวลาในการขายเหมือนกันทุกประเทศที่อยู่ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ทั้งนี้ แม้จะใช้ฐานข้อมูลเดียวกันแต่จากความแตกต่างกันในด้านภาษาทำให้การโฆษณาต้องแปลเป็นภาษาของแต่ละประเทศ ส่งผลให้ในบางกรณีการแปลภาษามีความผิดพลาดหรือทำให้ผู้บริโภคเข้าใจสาระสำคัญคลาดเคลื่อนไปจากความเป็นจริง เมื่อผู้บริโภครับรู้ถึงข้อความที่ทำให้เข้าใจผิดจากการโฆษณารายละเอียดของสิ่งของในกล่องสุ่มยอมทำให้การตัดสินใจของผู้บริโภคบิดเบือนไปจากความเป็นจริง และไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค ดังเช่น ในกรณีของเกม Ragnarok M Eternal Love ซึ่งได้ทำการโฆษณาการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ชื่อว่า Ro x Ultraman Voucher ซึ่งภายในกล่องสุ่มประกอบด้วยสิ่งของอันได้แก่ Ultraman Cosmic Breath จำนวน 200 ชิ้นและสิ่งของชนิดอื่นๆ โดย Ultraman Cosmic Breath สามารถนำไปแลก Ultraman Card ได้ อย่างไรก็ตาม ในการแปลรายละเอียดเกี่ยวกับ Ultraman Card สหรัภาษาไทยมีข้อความที่ไม่ชัดเจนซึ่งอาจทำให้ความเข้าใจของผู้ซื้อคลาดเคลื่อนไปจากความเป็นจริงได้ ดังนี้



ภาพที่ 14 รายละเอียดของ Ultraman Card (ภาษาอังกฤษ)

ที่มา : Ragnarok M Eternal Love (2562)



ภาพที่ 15 รายละเอียดของ Ultraman Card (ภาษาไทย)

ที่มา : Ragnarok M Eternal Love (2562)

เมื่อพิจารณาปัญหาดังที่ได้กล่าวมาข้างต้นการควบคุมด้านการโฆษณาของการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์จึงมีความสำคัญ เนื่องจากการโฆษณาเป็นช่องทางที่สำคัญของผู้ให้บริการเกมออนไลน์ในการส่งผ่านข้อมูลเกี่ยวกับกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ที่กำลังวางขายอยู่หรือมีกำหนดจะวางขายในอนาคตไปยังผู้บริโภค เพื่อเชิญชวนให้ผู้บริโภคซื้อกล่องสุ่มดังกล่าว ทั้งนี้ เมื่อมีการใช้ข้อความที่ฝ่าฝืนต่อกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคด้านการโฆษณาอันจะส่งผลให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลที่ไม่ถูกต้องครบถ้วนหรือได้รับความไม่เป็นธรรม คณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงสมควรใช้อำนาจตามพระราชบัญญัตินี้ในการสั่งให้แก้ไขข้อความหรือวิธีการในการโฆษณาหรือให้โฆษณาเพื่อแก้ไขความเข้าใจผิดของผู้บริโภค ตามมาตรา 29

4.2.2.5 การคุ้มครองผู้บริโภคด้านสิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย

ในพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ได้บัญญัติการคุ้มครองผู้บริโภคที่อาจได้รับความเสียหายจากผู้ประกอบธุรกิจผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงไว้เป็นการเฉพาะ คือ การวางหลักประกันการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง การที่กฎหมายกำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงต้องวางหลักประกันเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคในด้านการชดเชยความเสียหายแก่ผู้บริโภคโดยตรง ซึ่งหลักประกันดังกล่าวอยู่ในความรับผิดชอบของนายทะเบียนในการสั่งจ่ายเงินเพื่อชดเชยให้กับผู้บริโภคได้โดยตรงและไม่อยู่ภายใต้การบังคับภาระหนี้สินอื่นๆของผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงการวางหลักประกันจึงเป็นกลไกในการเยียวยาและชดเชยให้กับผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ

โดยการวางหลักประกันการประกอบธุรกิจเป็นไปตามมาตรา 38/5 ซึ่งได้กำหนดให้ผู้ยื่นขอจดทะเบียนการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงต้องวางหลักประกันต่อนายทะเบียนเพื่อให้เป็นหลักประกันการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่กำหนดในกฎกระทรวงที่พระราชบัญญัติฉบับนี้กำหนด ซึ่งหลักประกันดังกล่าวได้แก่ เงินสด หนังสือค้ำประกันของธนาคารหรือพันธบัตรรัฐบาลไทย หรือพันธบัตรรัฐวิสาหกิจ ทั้งนี้ ตามที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

เมื่อผู้ให้บริการเกมออนไลน์เข้าขายการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงและต้องการยื่นขอจดทะเบียนการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง จะต้องวางหลักประกันตามวงเงินที่คณะกรรมการประกาศ หนดไว้ในกฎกระทรวง การวางหลักประกันการประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2561 ทั้งนี้ ตามกฎกระทรวงฉบับนี้กำหนดให้ใช้รายได้ ซึ่งหมายถึง รายได้ก่อนหักรายจ่ายจากการประกอบธุรกิจขายตรงหรือตลาดแบบตรง เป็นเกณฑ์ในการกำหนดวงเงิน โดยในกรณีของการยื่นค้ำขอจดทะเบียนการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงที่เป็นไปตามมาตรา 39 และผู้ยื่นค้ำขอไม่มีคุณสมบัติต้องห้ามตามมาตรา 38/3 และ 38/4 นายทะเบียนจะต้องทหาหนังสือแจ้งให้ผู้ยื่น

ค. ขอน าหลักประกันมาวางภายในสามสิบวัน นับแต่วันที่ได้รับแจ้ง หากพ้นก าหนดสามสิบวันดังกล่าว แล้ว ผู้ยื่นค าขอไม่นำหลักประกันมาวาง นายทะเบียนจะมีคาสั่งไม่รับจดทะเบียนและจำหน่ายค าขอนั้น ซึ่งวงเงินหลักประกันการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงเป็นไปตามหลักเกณฑ์ดังต่อไปนี้

(1) กรณีผู้ยื่นค าขอรายใหม่

ก. กรณีบุคคลธรรมดา ต้องวางหลักประกันเป็นจนวนเงินห้าพันบาท

ข. กรณีห้างหุ้นส่วนหรือบริษัท ต้องวางหลักประกันเป็นจนวนเงินสองหมื่นห้าพันบาท

(2) กรณีผู้จดทะเบียนการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงแล้ว

ก. กรณีมีรายได้ไม่เกินยี่สิบห้าล้านบาทต่อปี ถ้าเป็นบุคคลธรรมดา ต้องวางหลักประกันเป็นจนวนเงินห้าพันบาท ถ้าเป็นห้างหุ้นส่วนหรือบริษัท ต้องวางหลักประกันเป็นจนวนเงินสองหมื่นห้าพันบาท

ข. กรณีมีรายได้เกินยี่สิบห้าล้านบาท แต่ไม่เกินห้าสิบล้านบาทต่อปี ต้องวางหลักประกันเป็นจนวนเงินห้าหมื่นบาท

ค. กรณีมีรายได้เกินห้าสิบล้านบาท แต่ไม่เกินหนึ่งร้อยล้านบาทต่อปี ต้องวางหลักประกันเป็นจนวนเงินหนึ่งแสนบาท

ง. กรณีมีรายได้เกินหนึ่งร้อยล้านบาทต่อปี ต้องวางหลักประกันเป็นจนวนเงินสองแสนบาท

ทั้งนี้ ผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงต้องแจ้งรายได้จากการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงให้นายทะเบียนทราบภายในหกสิบวัน นับแต่วันสิ้นรอบปีภาษีทุกปีและในกรณีที่เงินหลักประกันที่วางไว้ไม่เป็นไปตามที่กฎกระทรวงก าหนด นายทะเบียนจะมีหนังสือแจ้งให้ผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงวางหลักประกันให้ถูกต้องภายในหกสิบวันนับแต่วันที่ได้รับหนังสือแจ้งดังกล่าว

หลักประกันที่ผู้ให้บริการเกมออนไลน์ได้วางไว้ต่อนายทะเบียนจะเป็นการคุ้มครองผู้บริโภคในด้านการชดเชยความเสียหายแก่ผู้บริโภคโดยตรง ตามมาตรา 41/6 ความว่า “เมื่อปรากฏผลการพิจารณาวินิจฉัยตามมาตรา 41/5 ว่า ผู้บริโภครายได้ได้รับความเสียหายจากผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงรายได้และเป็นจนวนเงินเท่าใด นายทะเบียนมีอ าจจ่ายเงินจากหลักประกันที่ผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงนั้นวางไว้เพื่อชดเชยความเสียหายดังกล่าว” ซึ่งความในมาตรา 41/5 ระบุว่าเมื่อมีผู้ร้องเรียนหรือปรากฏต่อนายทะเบียนว่าผู้บริโภคผู้ใดได้รับความเสียหายจากเหตุดังต่อไปนี้

(1) ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงหรือผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงไม่ปฏิบัติตามสัญญาซื้อขายสินค้า หรือบริการหรือตามพระราชบัญญัตินี้

(2) ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงหรือผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงถูกเพิกถอนทะเบียนตามมาตรา 42

ให้นายทะเบียนดำเนินการสอบหาข้อเท็จจริงโดยเร็วและให้รับฟังข้อชี้แจงของผู้ประกอบธุรกิจ ขายตรงหรือผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงซึ่งถูกกล่าวหาประกอบด้วย และเสนอคณะกรรมการพิจารณา วินิจฉัยต่อไป ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

เมื่อพิจารณาตามมาตรา 41/5 พบว่าคำว่า ความเสียหาย ซึ่งระบุไว้ในมาตรานี้มีด้วยกัน 2 เหตุปัจจัยคือ การไม่ปฏิบัติตามสัญญาซื้อขายสินค้าหรือบริการหรือตามพระราชบัญญัตินี้และการถูกเพิกถอนทะเบียนตามมาตรา 42 ทั้งนี้ ในมาตรา 42 ได้กำหนดพฤติการณ์ของผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงที่นายทะเบียนมีอำนาจออกหนังสือแจ้งเตือนให้แก้ไขหรือปรับปรุงภายในระยะเวลาที่กำหนด และหากไม่แก้ไขตามระยะเวลาดังกล่าวนายทะเบียนมีอำนาจสั่งเพิกถอนทะเบียนการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง อย่างไรก็ตาม ประเด็นสำคัญของมาตรา 42 ที่เกี่ยวข้องกับโดยตรงกับระบบการซื้อขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ คือ มาตรา 42(4) ความว่า “การไม่ใช่ข้อความในการสื่อสารข้อมูลเพื่อเสนอขายสินค้าหรือบริการตามที่กำหนดในกฎกระทรวงตามมาตรา 28” กล่าวคือ หากมีกำหนดเงื่อนไขของการสื่อสารข้อมูลเพื่อเสนอขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ไว้ในกฎกระทรวง และผู้ให้บริการเกมออนไลน์ไม่ได้ทำตามเงื่อนไขนั้น ย่อมผิดตามมาตรา 42 และอาจจะถูกเพิกถอนทะเบียนการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงได้ และเมื่ออ่านมาตรา 41/5 และ 42 มาประกอบกันจะมีความว่า หากผู้ให้บริการเกมออนไลน์ถูกเพิกถอนทะเบียนการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงจากการกระทำ ตามมาตรา 42(4) ย่อมถือว่าเป็น ความเสียหายแก่ผู้บริโภค ตามมาตรา 41/5 และผู้บริโภคมีสิทธิได้รับการชดเชยจากวงเงินหลักประกันที่ผู้ให้บริการเกมออนไลน์ได้วางไว้กับนายทะเบียนตามมาตรา 41/6 ด้วย

4.3 การวิเคราะห์ความเชื่อมโยงของระบบกล่องสุ่มในเกมออนไลน์กับพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522

การขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์มีรูปแบบเป็นการขายผ่านตลาดแบบตรงตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ซึ่งได้มีบทบัญญัติเกี่ยวกับคุ้มครองผู้บริโภคในหลายด้านเป็นการเฉพาะเจาะจงดังที่ได้กล่าวมาในหัวข้อการคุ้มครองผู้บริโภค ตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 (4.2.2) อย่างไรก็ตาม ยังมีการคุ้มครองผู้บริโภคในด้านอื่นๆที่ไม่ถูกบัญญัติ

ในพระราชบัญญัติดังกล่าว จึงมีความจำเป็นต้องใช้บทบัญญัติในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ซึ่งบัญญัติไว้เป็นการทั่วไปเข้ามาใช้บังคับเฉพาะในส่วนที่พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ยังไม่ครอบคลุม ตามมาตรา 21 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522

4.2.1 ระบบกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ภายใต้พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522

ระบบกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ยังไม่เคยมีการตีความอย่างชัดเจนว่าเป็นการขายประเภทของสินค้าหรือบริการ อย่างไรก็ตาม ในมาตรา 3 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ซึ่งให้บทนิยามของคำว่า “สินค้า หมายความว่า สิ่งของที่ผลิตหรือมีไว้เพื่อขาย” และให้นิยามของคำว่า “บริการ หมายความว่า การรับจัดทำกิจการ การให้สิทธิใดๆ หรือการให้ใช้หรือให้ประโยชน์ในทรัพย์สินหรือกิจการใดๆ โดยเรียกค่าตอบแทนเป็นเงินหรือผลประโยชน์อื่นแต่ไม่รวมถึงการจ้างงานตามกฎหมายแรงงาน” เมื่อพิจารณาตามบทนิยามดังกล่าว ธุรกิจเกมออนไลน์ ถือเป็น การให้บริการอย่างหนึ่ง เนื่องจากการที่ผู้เล่นทำการเข้าเล่นเกมออนไลน์ผ่านการเชื่อมต่อเครือข่ายอินเทอร์เน็ตซึ่งมีการเชื่อมต่อไปยังระบบเซิร์ฟเวอร์ (Host Sever) เพื่อรับส่งข้อมูลต่างๆที่ใช้ในการเล่น เกมออนไลน์ เซิร์ฟเวอร์ดังกล่าวถือเป็นทรัพย์สินของบริษัทผู้ให้บริการเกมออนไลน์ การเล่นเกมออนไลน์ จึงถือเป็นการให้ใช้ประโยชน์ในทรัพย์สินตามคานิยามของของคำว่า บริการ ในกฎหมายนี้ และการซื้อกล่องสุ่มตลอดจนสิ่งของที่ได้จากการซื้อกล่องสุ่มย่อมเป็นการใช้บริการทั้งสิ้น แม้ผู้ซื้อทำการซื้อและครอบครองสิ่งของนั้นจริงภายใต้ฐานข้อมูลของผู้ซื้อ แต่การครอบครองดังกล่าวเป็นเพียงการให้ใช้พื้นที่การเก็บข้อมูลในเซิร์ฟเวอร์ของผู้ให้บริการเกมออนไลน์เท่านั้น ไม่ถือเป็นทรัพย์สินของผู้ซื้อจริงและผู้ซื้อไม่ได้กรรมสิทธิ์ใดในทรัพย์สินนั้น ทั้งนี้ เมื่อการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์เป็นการขายประเภทบริการตามบทนิยามในมาตรา 3 การขายดังกล่าว จึงเข้าข่ายอยู่ภายใต้กฎหมายฉบับนี้ และมีบทคุ้มครองผู้บริโภคที่บัญญัติไว้และต้องน มาใช้บังคับกับการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์

4.2.2 การคุ้มครองผู้บริโภคตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522

ในส่วนของการคุ้มครองผู้บริโภคตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ที่ จะน มาปรับใช้กับการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์จะต้องเป็นส่วนที่ไม่ใช่ หรือขัดกันกับที่บัญญัติไว้ในพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 โดยมีประเด็นที่จะต้องน มาพิจารณา ดังนี้

4.2.2.1 การคุ้มครองผู้บริโภคด้านฉลาก

การคุ้มครองผู้บริโภคด้านฉลากได้ถูกกล่าวถึงในมาตรา 30 วรรค 3 โดยได้กำหนดว่า านาของคณะกรรมการว่าด้วยฉลากให้สามารถกำหนดสินค้าหนึ่งสินค้าใดที่ไม่ได้เป็นสินค้าควบคุมฉลากตามมาตรา 30 วรรค 1 เป็นสินค้าควบคุมฉลากได้ ในกรณีที่ปรากฏว่าสินค้านั้นเป็นสินค้าที่อาจก่อให้เกิดอันตรายแก่สุขภาพ ร่างกาย และจิตใจ หรือสินค้านั้นเป็นสินค้าที่ประชาชน

ทั่วไปใช้เป็นประจํา ซึ่งการกำหนดผลลากของสินค้านั้นจะเป็นประโยชน์แก่ผู้บริโภคที่จะทราบข้อเท็จจริงในสาระสําคัญเกี่ยวกับสินค้านั้น โดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา

เมื่อพิจารณาการคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลลากตามมาตรา 30 ไม่มีการกล่าวถึงคําว่าบริการแต่อย่างใด กล่าวคือ การคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลลากใช้บังคับกับการขายประเภทสินค้าเท่านั้นไม่รวมถึงการขายประเภทบริการ ทั้งนี้ ผู้วิจัยเห็นว่า ระบบการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์เข้าข่ายการขายประเภทบริการ ตามมาตรา 3 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 จึงไม่อยู่ภายใต้การคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลลากและไม่สามารถเป็นสินค้าควบคุมผลลากได้

อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยเห็นว่าสมควรมีการพิจารณาเรื่องผลลาก เนื่องจากผลลากคือสิ่งทีละข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าที่เป็นช่องทางที่ผู้บริโภคจะได้รับข้อมูลต่างๆ ซึ่งการกำหนดใช้ผลลากเพียงแต่กับสินค้าเท่านั้น ไม่สอดคล้องกับรูปแบบธุรกิจในปัจจุบันที่มีการขายประเภทบริการมากขึ้น แม้ระบบผลลากจะมีข้อจำกัดในด้านการรับรู้เนื่องจากจำเป็นต้องอาศัยความใส่ใจของผู้บริโภคในการอ่านข้อมูลในผลลากสินค้า เพื่อประโยชน์ในการรักษาสีทธิของผู้บริโภคเอง แต่หากผลลากสามารถใช้บังคับกับการขายประเภทบริการย่อมทําให้ผู้บริโภคได้รับความคุ้มครองมากยิ่งขึ้น

4.2.2.2 การคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญา

มาตรา 35 ทวิ แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ได้กําหนดให้คณะกรรมการว่าด้วยสัญญามีอำนาจ กําหนดให้การประกอบธุรกิจขายสินค้าหรือให้บริการเป็นธุรกิจควบคุมสัญญาได้ หากกฎหมายกําหนดให้ต้องทําสัญญาซื้อขายหรือสัญญาให้บริการเป็นหนังสือหรือตามประเพณีที่ทําเป็นหนังสือ ทั้งนี้ การขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ ถือเป็นกําหนดสัญญาในรูปแบบหนึ่งผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ตามพระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544 มาตรา 13 ความว่า “คําเสนอหรือคําสนองในการทําสัญญาอาจทําเป็นข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ก็ได้และ ทํามีให้ปฏิเสธการมีผลทางกฎหมายของสัญญาเพียงเพราะเหตุที่สัญญานั้นได้ทําเสนอหรือคําสนองเป็นข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์” กล่าวคือ เมื่อผู้ขายแสดงคําเสนอผ่านระบบการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์และผู้ซื้อตอบสนองด้วยการกดปุ่มเพื่อซื้อกล่องสุ่มดังกล่าวสัญญาจึงเกิดขึ้น อย่างไรก็ตาม แม้การทําสัญญาดังกล่าวจะมีผลทางกฎหมายครบถ้วนสมบูรณ์ แต่การซื้อขายนี้นั้นไม่ได้มีกฎหมายกําหนดให้ต้องทําสัญญาเป็นหนังสือ จึงไม่เข้าข่ายธุรกิจที่อยู่ในอํานาจของคณะกรรมการว่าด้วยสัญญาในการกําหนดให้เป็นธุรกิจควบคุมสัญญา ตามมาตรา 35 ทวิ

อย่างไรก็ตาม แม้ไม่สามารถกําหนดให้ธุรกิจให้บริการเกมออนไลน์เป็นธุรกิจควบคุมสัญญาได้ แต่บทบัญญัติการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญายังถูกกล่าวถึงใน มาตรา 4(3ทวิ) เกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทําสัญญา เมื่อพิจารณาประเด็นปัญหาของการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์พบว่า การทําสัญญาระหว่างผู้ให้บริการเกมออนไลน์ซึ่งเป็นผู้ขาย

กล่องสุ่มดังกล่าวกับผู้บริโภคอาจเข้าข่ายเป็นข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมได้ อันเนื่องมาจากการไม่ระบุเนื้อหาซึ่งเป็นสาระสำคัญในสัญญา ได้แก่ รายการสิ่งของหรือไอเทมที่สามารถได้รับจากกล่องสุ่มและอัตราความน่าจะเป็นในการสุ่มได้สิ่งของชนิดต่างๆเหล่านั้น การไม่ระบุข้อมูลอย่างเพียงพอเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจในการซื้อกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ย่อมทำให้ผู้บริโภคเสียเปรียบ และเปิดโอกาสให้ผู้ให้บริการเกมออนไลน์เอารัดเอาเปรียบผู้บริโภคอย่างไม่ธรรม ทั้งนี้ การทำสัญญาในการซื้อขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์เป็นการทำสัญญาด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ผ่านระบบภายในเกม โดยมีลักษณะของสัญญาที่ระบุเนื้อหาเกี่ยวกับกล่องสุ่มและสัญญาที่ไม่ระบุเนื้อหาเกี่ยวกับกล่องสุ่ม ดังนี้



ภาพที่ 16 ลักษณะของสัญญาซื้อขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์แบบระบุเนื้อหา

ที่มา : Ragnarok M Eternal Love (2562)



ภาพที่ 17 ลักษณะของสัญญาซื้อขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์แบบไม่ระบุเนื้อหา

ที่มา : Forbes

การทำสัญญาซื้อขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์เป็นการทำสัญญาด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งเป็นรูปแบบการทำสัญญาที่ผู้บริโภคจะได้รับเนื้อหาหรือข้อมูลเกี่ยวกับสาระสำคัญของสัญญาได้น้อยอยู่แล้ว ประกอบกับการพิจารณาจากสัญญาทั้ง 2 รูปแบบ จะเห็นได้ว่า ในการทำสัญญาซื้อขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ สัญญาที่ระบุเนื้อหาเกี่ยวกับกล่องสุ่ม โดยบอกถึงรายการสิ่งของหรือไอเทมที่สามารถได้รับจากกล่องสุ่มและอัตราความน่าจะเป็นในการสุ่มได้สิ่งของชนิดต่างๆ เป็นสัญญาที่เป็นธรรมเนื่องจากผู้บริโภคสามารถทราบข้อมูลกล่องสุ่มที่ตนจะซื้อก่อนการทำสัญญาซื้อขาย อันจะส่งผลให้การตัดสินใจในการทำสัญญาให้เป็นไปตามเจตนาของผู้บริโภคอย่างแท้จริง ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาสัญญาในรูปแบบที่ไม่ระบุเนื้อหา พบว่า ผู้บริโภคไม่อาจทราบสาระสำคัญของการทำสัญญาได้อย่างเพียงพอ อันจะส่งผลให้การตัดสินใจในการทำสัญญานั้นถูกบิดเบือนไปจากเจตนาของผู้บริโภค ดังเช่น กรณีหากผู้บริโภคต้องการได้รับสิ่งของชนิด A ซึ่งบรรจุอยู่ภายในกล่องสุ่มหมายเลข 1 และผู้บริโภคทราบเพียงว่ามีสิ่งของชนิด A อยู่ในกล่องสุ่มดังกล่าว จึงทำการตัดสินใจซื้อกล่องสุ่มหมายเลข 1 แต่หากผู้บริโภคทราบก่อนว่าในกล่องสุ่มหมายเลข 1 ประกอบไปด้วยสินค้าอีก 99 รายการ และอัตราความน่าจะเป็นของการได้สิ่งของชนิด A เท่ากับร้อยละ 1 ผู้บริโภคอาจไม่ตัดสินใจซื้อกล่องสุ่มหมายเลข 1 ก็ได้ การทำสัญญาซื้อขายกล่องสุ่มที่ไม่ระบุเนื้อหาของสัญญาจึงถือเป็นข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม เนื่องจากผู้ให้บริการเกมออนไลน์ไม่ยอมเปิดเผยข้อมูลที่ผู้บริโภคควรได้รับก่อนการทำสัญญา อันเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคอย่างไม่ธรรม

โดยหากคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกับสำนักคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้รับเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ในด้านของการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคหรือหากคณะกรรมการมีความเห็นเกี่ยวกับประเด็นการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ว่าเป็นการละเมิดสิทธิหรือเป็นอันตรายต่อผู้บริโภค คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคมีอำนาจหน้าที่ในการกระทำดังต่อไปนี้

(1) พิจารณารับเรื่องร้องทุกข์จากผู้บริโภคที่ได้รับความเดือดร้อนหรือเสียหายจากการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ รวมถึงการไกล่เกลี่ยหรือประนีประนอมข้อพิพาทเกี่ยวกับประเด็นดังกล่าวก่อนมีการฟ้องคดีต่อศาล ตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการกำหนด ตามมาตรา 10(1) และ 10(2)

(2) แจ้งหรือโฆษณาข่าวสารเกี่ยวกับระบบการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ หากคณะกรรมการพิจารณาว่าอาจก่อให้เกิดความเสื่อมแก่สิทธิของผู้บริโภค โดยอาจระบุชื่อสินค้าหรือบริการ หรือชื่อของผู้ประกอบธุรกิจด้วยก็ได้ ตามมาตรา 10(3)

(3) แต่งตั้งเจ้าหน้าที่คุ้มครองผู้บริโภคเพื่อทำหน้าที่ในการดำเนินคดีแพ่งและคดีอาญาแก่ผู้ละเมิดสิทธิของผู้บริโภค หากคณะกรรมการเห็นสมควรให้เข้าดำเนินคดีหรือเมื่อได้

รับ ร้องขอจากผู้บริโภคที่ถูกละเมิดสิทธิ โดยเจ้าหน้าที่คุ้มครองผู้บริโภคมีอำนาจฟ้องเรียกทรัพย์สินหรือค่าเสียหายให้แก่ผู้บริโภคที่ร้องขอได้ ตามมาตรา 39

(4) เสนอความเห็นต่อคณะรัฐมนตรีเกี่ยวกับนโยบายและมาตรการในการคุ้มครองผู้บริโภค และพิจารณาให้ความเห็นในเรื่องใด ๆ ที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคตามที่คณะรัฐมนตรีหรือรัฐมนตรีมอบหมาย ตามมาตรา 10(9)

(5) ปฏิบัติการอื่นใดตามที่มีกฎหมายกำหนดไว้ให้เป็นอำนาจและหน้าที่ของคณะกรรมการในการปฏิบัติหน้าที่ ตามมาตรา 10(10)

ทั้งนี้จากการศึกษาเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคในญี่ปุ่น พบว่าได้มีแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับการควบคุมการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ของภาคเอกชน ถูปฏิบัติ ดังนี้¹⁰

(1) การระบุรายละเอียดเกี่ยวกับรายการสิ่งของหรือไอเทมที่อยู่ภายในกล่องสุ่มและหากมีความเป็นไปได้ที่จะได้รับสิ่งของชิ้นเดิมจากการสุ่มต้องระบุเกี่ยวกับการสุ่มได้สิ่งของที่ซ้ำกันนั้น

(2) การระบุอัตราความน่าจะเป็นในการได้สิ่งของหรือไอเทมชนิดต่างๆและแสดงระดับความหายากของสิ่งของแต่ละชนิด โดยต้องแสดงรายการดังกล่าวในพื้นที่หรือด้วยวิธีการที่ผู้ซื้อจะสามารถรับทราบอย่างสะดวก

จากแนวทางดังกล่าวจะเห็นได้ว่าการกำหนดให้ระบบกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ต้องระบุเนื้อหาหรือรายละเอียดเกี่ยวกับกล่องสุ่มและต้องแสดงรายละเอียดดังกล่าวในพื้นที่หรือวิธีการที่ผู้บริโภคจะสามารถรับทราบได้อย่างสะดวก การกำหนดมาตรการดังกล่าวก็เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคให้ได้รับความเป็นธรรมในการรับรู้ข้อมูลก่อนการตัดสินใจซื้อกล่องสุ่มในเกมออนไลน์

สำหรับประเด็นด้านการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทาสัญญา ผู้วิจัยเห็นสมควรให้คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ดำเนินการตามอำนาจในมาตรา 10(10) ในการกำหนดให้สัญญาการซื้อขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ระหว่างผู้ให้บริการเกมออนไลน์ต่อผู้บริโภคต้องระบุเนื้อหาในสัญญาอย่างน้อย ดังนี้

(1) รายละเอียดเกี่ยวกับรายการสิ่งของหรือไอเทมที่สามารถได้รับจากการซื้อกล่องสุ่มและอัตราความน่าจะเป็นในการสุ่มได้สิ่งของหรือไอเทมดังกล่าว นั้น รวมถึงคำอธิบายรายละเอียดของสิ่งของหรือไอเทมต่างๆที่บรรจุอยู่ภายในกล่องสุ่มด้วย

¹⁰ CESA, ネットワークゲームにおけるランダム型アイテム提供方式運営ガイドライン [ออนไลน์], 27 เมษายน 2559. แหล่งที่มา <http://www.cesa.or.jp/uploads/2016/release20160427.pdf>

(2) ราคาของกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ โดยจะต้องเป็นราคาที่กำหนดอย่างชัดเจนว่าในการสุ่ม 1 ครั้งจะต้องเสียสิ่งใดเป็นจำนวนเท่าใด และหากมีการใช้เงินจริงในการซื้อกล่องสุ่มจะต้องมีหน่วยเป็นสกุลเงินบาทไทย เพื่อจ่ายต่อการค ำนวนของผู้บริโภคที่เป็นเยาวชน

ทั้งนี้ ข้อความที่ผู้วิจัยได้เสนอให้ก หนดว่าต้องระบุในสัญญาการซื้อขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ระหว่างผู้ให้บริการเกมออนไลน์กับผู้บริโภค มีรายละเอียดเหมือนกันกับข้อความที่ผู้วิจัยเสนอให้ระบุในการสื่อสารข้อมูลเพื่อเสนอขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ต่อผู้บริโภคตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 เนื่องจากข้อมูลดังกล่าวเป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยเห็นว่าเป็นพื้นฐานของข้อมูล que ผู้บริโภคควรร ับ และในการเสนอขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ต่อผู้บริโภคเป็นคนละส่วนกันกับการท ธิสัญญาซื้อขายกล่องสุ่มดังกล่าว จึงสมควรต้องมีการระบุข้อมูลหรือรายละเอียดของกล่องสุ่มอย่างชัดเจนทั้ง 2 กระบวนการ อย่างไรก็ตาม หากคณะกรรมการเห็นว่าข้อมูลอื่นที่ผู้บริโภคควรร ับก่อนการตัดสินใจซื้อกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ย่อมสามารถเพิ่มเติมบทบัญญัติทางกฎหมายได้ตามสมควรแก่ความเหมาะสม

บทที่ 5

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

5.1 บทสรุป

จากการพัฒนาทางเทคโนโลยีที่มีความเจริญก้าวหน้าส่งผลให้วิถีชีวิตของคนเปลี่ยนแปลงไป และรูปแบบของการทำธุรกิจก็มีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมรวมทั้งธุรกิจเกมออนไลน์ด้วย ในปัจจุบันเกมออนไลน์สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง โดยผู้บริโภคสามารถใช้อุปกรณ์คอมพิวเตอร์หรือ Smartphone เพื่อเล่นเกมออนไลน์ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้อย่างสะดวก และรวดเร็ว ส่งผลให้ตลาดเกมออนไลน์มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ จากการเติบโตดังกล่าวทำให้รูปแบบการประกอบธุรกิจเกมออนไลน์มีการเปลี่ยนแปลงไป จากแต่เดิมที่ผู้เล่นต้องเสียเงินซื้อแผ่นเกมหรือเสียค่าบริการในการเล่นเป็นการเปิดให้บริการเกมออนไลน์โดยไม่เสียค่าบริการ แต่นิยมใช้การขายผลิตภัณฑ์รูปแบบต่างๆผ่านระบบในเกมออนไลน์เป็นระบบหลักในการสร้างรายได้ให้กับบริษัทผู้ให้บริการเกมออนไลน์ ทั้งนี้ เมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงโมเดลธุรกิจจากการขายตัวเกมมาเป็นการขายผลิตภัณฑ์ภายในเกม ผู้ให้บริการเกมออนไลน์ได้พัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่นำมาขายภายในเกมไปอย่างหลากหลายเพื่อกระตุ้นให้ผู้เล่นเติมเงินจริงเข้าไปในระบบเกมเพื่อใช้ซื้อผลิตภัณฑ์รูปแบบต่างๆภายในเกม โดยผลิตภัณฑ์ที่ผู้ให้บริการเกมออนไลน์นิยมนำมาวางขายมากที่สุด คือ ระบบกล่องสุ่ม

ระบบกล่องสุ่ม หรือ Loot Boxes หมายถึง การที่ผู้เล่นทำการซื้อผลิตภัณฑ์กล่องสุ่มภายในเกม โดยอาจใช้เงินจริงที่ต้องการเติมเงินเข้าไปในระบบเกมหรืออาจใช้ทรัพยากรที่สามารถหาได้จากการสำเร็จเงื่อนไขต่างๆในเกมก็ได้แล้วแต่รูปแบบของแต่ละเกมกำหนดไว้ เมื่อผู้ซื้อทำการซื้อผลิตภัณฑ์ดังกล่าวแล้วระบบจะสุ่มสิ่งของหรือที่รายการ (ซึ่งในที่นี้เรียกว่า “ไอเทม”) อย่างใดอย่างหนึ่งในเกมออกมาให้กับผู้ซื้อ ซึ่งผู้ซื้ออาจได้รับเป็น เสื้อผ้าของสวมใส่ อาวุธ ของใช้ หรือสิ่งของชนิดใดก็ได้ที่มีอยู่ในเกม โดยสิ่งของที่ระบบได้ทำการสุ่มออกมาให้กับผู้ซื้ออาจเป็นสิ่งที่ผู้ซื้อต้องการหรือไม่ใช่สิ่งที่ผู้ซื้อที่ต้องการก็ได้ อย่างไรก็ตาม ระบบกล่องสุ่มดังกล่าวอาจก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคเนื่องจากผู้บริโภคอาจไม่ทราบถึงข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กล่องสุ่มที่ได้ทำการซื้อไปอย่างไร้พียงพอ เช่น ไม่ทราบรายการสิ่งของหรือไอเทมที่สามารถได้รับจากกล่องสุ่มและไม่ทราบอัตราความน่าจะเป็นในการสุ่มได้สิ่งของชนิดต่างๆเหล่านั้น เป็นต้น ซึ่งการไม่ทราบข้อมูลดังกล่าวทำให้ผู้บริโภคเสียเปรียบและเกิดความไม่เป็นธรรม

จากประเด็นที่เกิดขึ้นข้างต้น ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัญหาการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับกล่องสุ่มของผู้บริโภคและบทบัญญัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคในกรณีการขาย

กล่องสุ่มในเกมออนไลน์ของประเทศไทย รวมถึงมาตราทางกฎหมายในการควบคุมการขายกล่องสุ่มต่างประเทศ พบว่า พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ซึ่งเป็นมาตรการทางกฎหมายที่บัญญัติไว้เป็นการเฉพาะเจาะจง สำหรับการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ยังขาดความชัดเจนและความเหมาะสม ส่งผลให้ผู้บริโภคไม่ได้รับการคุ้มครองอย่างเต็มที่ ซึ่งแตกต่างจากมาตรการที่ใช้กำกับดูแลเกี่ยวกับการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ในต่างประเทศที่มีความชัดเจนและเหมาะสมกับรูปแบบการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ ทั้งนี้ สำหรับในส่วนของกฎหมายไทยมีประเด็นที่ต้องนำมาพิจารณาเพื่อความชัดเจน ดังนี้

5.1.1 ระบบกล่องสุ่มในเกมออนไลน์เข้าข่ายการพนันหรือไม่

ระบบกล่องสุ่มในเกมออนไลน์มีรูปแบบที่แตกต่างจากสินค้าหรือบริการปกติทั่วไป กล่าวคือ เมื่อผู้ซื้อท การซื้อกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ระบบจะทำการสุ่มสิ่งของหรือรายการ (ซึ่งในที่นี้เรียกว่า “ไอเทม”) อย่างใดอย่างหนึ่งในเกมออกมาให้กับผู้ซื้อ โดยที่ผู้ซื้อไม่ทราบล่วงหน้าว่าจะได้รับสิ่งใดจากการสุ่มนั้น ซึ่งลักษณะดังกล่าวคล้ายว่าเป็นการพนันหรือการเสี่ยงโชค ทั้งนี้ เมื่อผู้วิจัยได้ศึกษากฎหมายเกี่ยวกับการพนันของประเทศไทยพบว่า พระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. 2478 ไม่ได้บัญญัตินิยามของคำว่า การพนันไว้อย่างชัดเจน มีเพียงแต่บัญญัติรูปแบบและวิธีของการเล่นซึ่งถือว่าการพนันตามบัญชี ก. และบัญชี ข. หรือการเล่นซึ่งมีลักษณะคล้ายกันเท่านั้น และได้บัญญัติเกี่ยวกับการเล่นที่มีการเสี่ยงโชคให้ต้องได้รับการประทับตราจากเจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาตก่อน อย่างไรก็ตาม ระบบกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ไม่เข้าข่ายเป็นการพนัน เนื่องจากไม่ถูกระบุอยู่ใน บัญชี ก. และบัญชี ข. และไม่ได้มีลักษณะคล้ายรายการที่ถูกระบุไว้ในบัญชีดังกล่าว อีกทั้งยังไม่เข้าข่ายเป็นการเล่นที่มีการเสี่ยงโชค เนื่องจากไม่ได้มีลักษณะเป็นการเล่นตามพระราชบัญญัติฉบับนี้ เมื่อระบบกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ไม่เข้าข่ายการพนันและการเสี่ยงโชค จึงไม่อยู่ภายใต้พระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. 2478

5.1.2 การขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์กับการเข้าข่ายการขายผ่านตลาดแบบตรง

พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 เป็นกฎหมายที่บัญญัติไว้เป็นการเฉพาะสำหรับธุรกิจในรูปแบบการขายตรงหรือการขายผ่านตลาดแบบตรง โดยระบบกล่องสุ่มในเกมออนไลน์มีลักษณะเข้าข่ายเป็นธุรกิจตลาดแบบตรง เนื่องจากผู้ให้บริการเกมออนไลน์เป็นผู้เสนอขายกล่องสุ่มผ่านระบบในเกมออนไลน์แก่ผู้บริโภคโดยตรงซึ่งอยู่ห่างกันโดนระยะทาง ตรงตามคานิยามของ ตลาดแบบตรง ตามมาตรา 3 เมื่อการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์เข้าข่ายการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงจะต้องมีภาระหน้าที่ตามที่กฎหมายกำหนด ได้แก่ การจดทะเบียน การแจ้งย้ายสำนักงาน การส่งรายงานการประกอบธุรกิจ การวางหลักประกัน การจัดหาและส่งมอบเอกสารการซื้อขาย การใช้ข้อความในการสื่อสาร การควบคุมการโฆษณา การกำหนดสิทธิในการเลิกสัญญา ซึ่ง

หน้าที่ต่างๆที่กฎหมายได้กำหนดให้กับผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรงถือเป็นกลไกสำคัญในการคุ้มครองผู้บริโภคจากการประกอบธุรกิจที่มีรูปแบบพิเศษแตกต่างจากการซื้อแบบปกติทั่วไป

เมื่อวิเคราะห์ถึงประเด็นปัญหาของการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์กับการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการได้รับความไม่เป็นธรรม ประกอบกับกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคที่บัญญัติไว้ในพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 พบว่า บทบัญญัติในการคุ้มครองผู้บริโภคตามพระราชบัญญัตินี้ดังกล่าวมีความครอบคลุมถึงประเด็นปัญหาได้ในระดับหนึ่ง แต่ยังมีขาดความชัดเจนและความเหมาะสมในบางประการ จึงสมควรต้องมีการปรับหรือเพิ่มเติมบทบัญญัติทางกฎหมายเพื่อให้เกิดความชัดเจนและมีความเหมาะสมกับรูปแบบการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์มากขึ้น เพื่อให้กลไกการคุ้มครองผู้บริโภคที่ถูกบัญญัติไว้ในพระราชบัญญัตินี้ดังกล่าวสามารถทำงานได้อย่างเต็มที่

5.1.3 การขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์กับพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522

แม้การขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์จะอยู่ภายใต้พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ซึ่งได้มีการบัญญัติบทคุ้มครองผู้บริโภคไว้เป็นการเฉพาะเจาะจง อย่างไรก็ตาม ยังมีการคุ้มครองผู้บริโภคบางส่วนที่ไม่ได้ถูกบัญญัติไว้ในกฎหมายดังกล่าว ได้แก่ การคุ้มครองผู้บริโภคด้านข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม กล่าวคือ ในการทำสัญญาที่ไม่ระบุเนื้อหาซึ่งเป็นสาระสำคัญยอมทำให้คู่สัญญาเสียเปรียบ การขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ที่ผู้บริโภคไม่ทราบถึงข้อมูลของกล่องสุ่มอย่างเพียงพอจึงเป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค เนื่องจากผู้ให้บริการเกมออนไลน์ไม่ยอมเปิดเผยข้อมูลที่ผู้บริโภคควรได้รับก่อนการทำ สัญญา อันเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคอย่างไม่ธรรม อย่างไรก็ตาม การคุ้มครองด้านสัญญาที่ไม่เป็นธรรมเป็นการคุ้มครองด้านสิทธิของผู้บริโภคจึงต้องเป็นกรณีที่มีการร้องเรียนจากผู้บริโภคต่อสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคหรือเป็นกรณีที่คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคมีความเห็นว่าการขายกล่องสุ่มดังกล่าวเป็นการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค จึงจะสามารถใช้บังคับกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคด้านข้อสัญญาไม่เป็นธรรมตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522

5.2 ข้อเสนอแนะ

จากปัญหาที่ผู้บริโภคอาจถูกเอาเปรียบและไม่ได้รับความเป็นธรรมจากการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ เนื่องจากการไม่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับกล่องสุ่มอย่างถูกต้องและเพียงพอก่อนเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจในการซื้อกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ โดยเพื่อแก้ไขและป้องกันปัญหาดังกล่าวที่เกิดขึ้นในปัจจุบันและจะเกิดขึ้นในอนาคต ผู้วิจัยขอเสนอให้ พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 มาใช้บังคับควบคู่กับพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 โดยการเพิ่มเติม

บทบัญญัติเพื่อให้สามารถปรับใช้กับรูปแบบการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ได้อย่างเหมาะสม โดยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

5.2.1 การแก้ไขเพิ่มเติมบทบัญญัติในพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545

พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 เป็นกฎหมายที่ควบคุมรูปแบบการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ซึ่งบัญญัติไว้เป็นการเฉพาะเจาะจง อย่างไรก็ตาม บทบัญญัติดังกล่าวยังขาดความชัดเจนและเหมาะสม ประกอบกับยังไม่มี การดำเนินงานของหน่วยงานรัฐกับธุรกิจการให้บริการเกมออนไลน์ในประเด็นของการเป็นผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงอย่างเป็นทางการ ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนวทางปฏิบัติ ดังนี้

(1) หน่วยงานรัฐสมควรพิจารณาประเด็นเรื่องการเข้าขายเป็นธุรกิจตลาดแบบตรงมาพิจารณาและดำเนินการให้ผู้ประกอบธุรกิจให้บริการเกมออนไลน์ปฏิบัติตามที่พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ได้บัญญัติไว้

(2) ควรกำหนดมาตรการทางกฎหมายในการควบคุมธุรกิจกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ให้มีความชัดเจนภายใต้พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 แม้ว่าการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์จะเป็นรูปแบบตลาดแบบตรง ตามมาตรา 3 แห่งพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 อย่างไรก็ตาม เพื่อความชัดเจนแก่ผู้ประกอบการให้บริการเกมออนไลน์และผู้บริโภคในการปฏิบัติตามบทบัญญัติในพระราชบัญญัตินี้และเพื่อให้ระบบและกลไกการคุ้มครองผู้บริโภคในพระราชบัญญัตินี้ดำเนินไปอย่างเต็มที่ จึงสมควรให้มีการกำหนดรายละเอียดเกี่ยวกับระบบกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ไว้อย่างเป็นรูปธรรมว่า เป็นการขายผ่านตลาดแบบตรง โดยคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงสมควรใช้อำนาจตามมาตรา 13(4) ในการประกาศให้ธุรกิจการให้บริการเกมออนไลน์รวมถึงการขายกล่องสุ่มและผลิตภัณฑ์อื่นๆในเกมออนไลน์เป็นการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง

(3) ประกาศกฎกระทรวงเกี่ยวกับข้อความในการสื่อสารข้อมูลเพื่อเสนอขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ โดยต้องระบุข้อมูลเกี่ยวกับกล่องสุ่มดังกล่าวอย่างถูกต้องและเพียงพอ แก่การประกอบการตัดสินใจของผู้บริโภค ตามมาตรา 28 เนื่องจากเป็นการขายรูปแบบพิเศษแตกต่างจากการขายรูปแบบปกติทั่วไป ทั้งนี้ ส หรับการเสนอขายต้องมีรายละเอียดอย่างน้อยควรประกอบไปด้วยรายการสิ่งของหรือไอเทมที่สามารถได้รับจากกล่องสุ่มและอัตราความน่าจะเป็นในการสุ่มได้สิ่งของชนิดต่างๆในกล่องสุ่ม

(4) การเพิ่มเติมบทบัญญัติเกี่ยวกับสิทธิเลิกสัญญาให้มีความเหมาะสมกับรูปแบบการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ โดยอาจกำหนดในพระราชกฤษฎีกาให้สิทธิเลิกสัญญาไม่ใช้บังคับกับ

การขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ ตามมาตรา 33 โดยสมควรให้มีการแจ้งเตือนผู้บริโภคถึงการสูญเสียสิทธิเลิกสัญญาจากการซื้อกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ด้วย ทั้งนี้ ส. หรือการขายผลิตภัณฑ์ในเกมออนไลน์ประเภทอื่นๆสมควรให้คงสิทธิเลิกสัญญาได้ตามปกติ โดยต้องประกาศกฎกระทรวงเกี่ยวกับหลักเกณฑ์และวิธีการในการคืนผลิตภัณฑ์ดังกล่าวอย่างเหมาะสมและสะดวกต่อการดำเนินการของผู้บริโภค ทั้งนี้ผู้วิจัยเสนอให้กำหนดการใช้สิทธิเลิกสัญญาและการคืนสินค้าสามารถกระทำผ่านระบบของเกมออนไลน์ได้

(5) คณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงสมควรสอดส่องดูแลเกี่ยวกับประเด็นการโฆษณาการขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ที่มีการใช้ข้อความอันเป็นเท็จหรือทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดในสาระสำคัญ ซึ่งอาจเป็นปัญหาในอนาคตได้ โดยหากคณะกรรมการเห็นว่ามีการใช้ข้อความที่ไม่เป็นธรรมสมควรใช้อำนาจในการสั่งให้ใช้หลักเกณฑ์หรือวิธีการตามที่คณะกรรมการกำหนด

5.2.1 การใช้บังคับพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522

สำหรับพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ซึ่งบัญญัติไว้เป็นการทั่วไปจึงจะนำมาใช้บังคับเฉพาะประเด็นที่พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ไม่ครอบคลุมถึงเท่านั้น คือ การคุ้มครองด้านสัญญาที่ไม่เป็นธรรม โดยผู้วิจัยขอเสนอให้คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคออกมาตรการทางกฎหมายให้การขายกล่องสุ่มในเกมออนไลน์ต้องระบุข้อมูลเกี่ยวกับกล่องสุ่มดังกล่าวในสัญญาให้ถูกต้องครบถ้วน โดยข้อมูลที่จำเป็นต้องระบุในสัญญาเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจของผู้บริโภค อย่างน้อยต้องประกอบไปด้วย รายการสิ่งของหรือไอเทมที่สามารถได้รับจากกล่องสุ่มและอัตราความน่าจะเป็นในการสุ่มได้สิ่งของชนิดต่างๆในกล่องสุ่ม ทั้งนี้ ข้อมูลดังกล่าวจะต้องแสดงในพื้นที่หรือด้วยวิธีการที่ผู้บริโภคจะสามารถรับรู้ได้โดยสะดวก

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

กฎกระทรวง กำหนดการซื้อขายสินค้าหรือบริการ โดยวิธีการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่ถือว่าเป็นตลาดแบบตรง พ.ศ. 2561

กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. อำนาจหน้าที่ [ออนไลน์]. 2562. แหล่งที่มา : <http://www.mdes.go.th/view/1/เกี่ยวกับกระทรวง>. [2562, มีนาคม 13]

ช่อพฤกษ์ ฝวกู๋, สังคมเกมออนไลน์สู่สังคมความเป็นจริง ONLINE GAME COMMUNITIES TOWARD COMMUNITIES. วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์ 6 (เมษายน-มิถุนายน 2560): 144

ไทยรัฐออนไลน์. เติมเงิน=พนัน EP.1 ตราฆ่า starwars เมื่อคอกเกมลูกขึ้นปลดแอกภัยคุกคาม Lootboxes [ออนไลน์]. 2560. แหล่งที่มา : <https://www.thairath.co.th/content/1143075>. [2562, พฤษภาคม 8]

ธนาคารแห่งประเทศไทย. อัตราและเปลี่ยนแปลงเงินตราต่างประเทศ [ออนไลน์]. 2562. แหล่งที่มา : https://www.bot.or.th/thai/segmentation/institutions/_layouts/application/exchangerate/exchangerate.aspx. [2562, 24 มกราคม]

ธีรภัค คมณา. การวิเคราะห์รูปแบบเกมออนไลน์ที่มีต่อพฤติกรรมการเรียนรู้ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนอัญรัตน์ จังหวัดปทุมธานี. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล, 2556.

ธีรวัฒน์ จันทร์สมบูรณ์. คาอธบายพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : นิติธรรม, 2546

นายธนกฤต ดีพลภัคดี. การเปิดรับสื่อ พฤติกรรม และผลกระทบจากการเล่นเกมออนไลน์ประเภท MMORPG (Massively Multiplayer Online Role-Playing Game) ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม, 2556.

นนทวัชร์ นวตระกูลพิสุทธิ์. กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค. 500, พิมพ์ครั้งที่ 1. ปทุมธานี: โครงการตาราและเอกสารประกอบการสอน คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2561

- นัฐพร กรกนกกมล. มาตรการทางกฎหมายในการควบคุมการซื้อขายของในเกมออนไลน์ในโทรศัพท์มือถือโดยระบบกล่องสุ่ม (loot boxes) ในประเทศไทย [ออนไลน์]. 2561. แหล่งที่มา : <https://seven02.s3.amazonaws.com/2S58/1531771279.55f87242b1113a9e9af0a424034b05e7.pdf>. [2562, 24 มกราคม]
- บัญญัติ พูลสวัสดิ์. วิเคราะห์ตลาด เกมมือถือในเอเชีย : ยุคเฟื่องฟูของเกมฆ่าเวลา [ออนไลน์]. 2561. แหล่งที่มา : <http://blog.dpu.ac.th/index.php/2017/01/19/dec2015/>. [2562, พฤษภาคม 8]
- พงศกร เรืองเดชขจร. Loot box กล่องรางวัล หรือ การพนันไอเทม ? [ออนไลน์]. 2562. แหล่งที่มา : http://www.gamblingstudy-th.org/issues_topic_1/298/2/1/lootbox/. [2562, มกราคม 23]
- ไพโรจน์ อาจารย์กา. คำอธิบายกฎหมายขายตรงและตลาดแบบตรง (ฉบับสมบูรณ์). พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : นิติธรรม, 2560
- รัชนี ศรีวัฒนชัย. เทคโนโลยีเปลี่ยนชีวิต พฤติกรรมคนไหนเข้าใกล้โลกอนาคต [ออนไลน์]. 2559. แหล่งที่มา : www.posttoday.com/it/470645 [2562, [2562, พฤษภาคม 8]
- วิโรจน์ สัตถาวร. คำอธิบายพระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. 2478. กรุงเทพฯ : กองบังคับการวิชาการ โรงเรียนนายร้อยตำรวจ, 2538
- ศนันท์กรณ์ โสทธิพันธุ์. ค ขธิบายนิติกรรม-สัญญา. พิมพ์ครั้งที่ 20. กรุงเทพฯ : วิญญูชน, 2559
- สุขุม ศุภนิตย์. ค ขธิบายกฎหมายเกี่ยวกับการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : วิญญูชน, 2553
- สันธิติ ธนสกริชชัย. ปัญหาการปรับใช้กฎหมายทางแพ่งในเกมออนไลน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท บัณฑิต, สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2559.
- ส นักงาน กสทช.. เกี่ยวกับเรา [ออนไลน์], 2562. แหล่งที่มา : <http://bcp.nbtc.go.th/th/detail/about/m>. [2562, เมษายน 5]
- สำนักงาน กสทช.. คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ คือ ใคร ทหาหน้าที่อะไร [ออนไลน์]. 2562. แหล่งที่มา : <http://bcp.nbtc.go.th/th/detail/2017-01-25-14-29-23>. [2562, เมษายน 5]
- สำนักงาน กสทช.. วิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยมหลัก [ออนไลน์]. 2562 แหล่งที่มา : <https://www.nbtc.go.th/About/36704.aspx>. [2562, มีนาคม 13]

- สำนักงาน กสทช.. สำนักงาน กสทช. เคาะ 3 แนวทางป้องกันเล่นเกม Pokemon Go จากัดพื้นที่ ออกคู่มือการเล่น และเตือนผู้เล่นอาจค่าใช้จ่ายเพิ่ม [ออนไลน์]. 2562. แหล่งที่มา : <https://www.nbtc.go.th/News/Press-Center/สำนักงาน-กสทช-เคาะ-3-แนวทางป้องกัน-เล่นเกม-Pokemon.aspx>. [2562, เมษายน 5]
- ส ักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. พันธกิจ (Mission) [ออนไลน์]. 2562. แหล่งที่มา : http://www.ocpb.go.th/news_view.php?nid=8980. [2562, มีนาคม 13]
- ส ักงานราชบัณฑิตยสภา. พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <http://www.royin.go.th/dictionary/>. [2562, พฤษภาคม 8]
- ส นักพิจารณาภาพยนตร์และวีดิทัศน์. คู่มือร้านเกม ตามพระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ. 2551 [ออนไลน์]. 2562. แหล่งที่มา : http://www.culture.go.th/off_film_video/ewt_dl_link.php?nid=111. [2562, มีนาคม 13]
- อาทิตย์ วงศ์ยฤทธิ. มาตรการทางกฎหมายในการควบคุมและกำกับดูแลธุรกิจคอมพิวเตอร์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจ บัณฑิตย, 2553
- อดุลย์ ยุววิทยาพานิชย์. ค ขธิบายกฎหมายพระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2542 [ออนไลน์]. 2556. แหล่งที่มา : [https://law.dit.go.th/Upload/NewsEvent/01_03_01_02_Price%20Law%20\(141056\).pdf](https://law.dit.go.th/Upload/NewsEvent/01_03_01_02_Price%20Law%20(141056).pdf). [2562, พฤษภาคม 4]
- เอกณัฐ สวัสดิ์ศิริวัณ TPA Press. ภาษาปอง [ガシャポン]: สุ่ม กาลิกาลิ กาลิสุ่ม [ออนไลน์], 2562. แหล่งที่มา : http://www.tpapress.com/knowledge_detail.php?k=109. [2562, มกราคม 24]
- Depa. ข้อมูลอุตสาหกรรม แอนิเมชัน เกม และคาแรคเตอร์ [ออนไลน์]. 2559. แหล่งที่มา : <http://www.depa.or.th/sites/default/files/publication/files/DEPA%20Digital%20Content%202559.pdf>. [2562, พฤษภาคม 8]
- Gredisgoods. Game Business Model รู้หรือไม่ บริษัทเกมหาเงินอย่างไร ? [ออนไลน์]. 2561. แหล่งที่มา : <https://gredisgoods.com/game-business-model-รู้หรือไม่-บริษัทเกม/>. [2562, พฤษภาคม 8]
- Kapook. Google Play คืออะไร [ออนไลน์]. 2555. แหล่งที่มา : <https://android.kapook.com/view51076.html>. [2562, พฤษภาคม 8]

- Krungsri Society. ธุรกิจ E-Sports ในไทยจากมุมมองธุรกิจและผู้เล่น [ออนไลน์]. 2562. แหล่งที่มา : <https://www.krungsri.com/bank/th/plearn-plearn/eports-in-thailand-with-business-opportunity.html>. [2562, 24 มกราคม]
- MarketeerContent2. รายได้เกมออนไลน์ผ่านมือถือมาจากไหน [ออนไลน์]. 2557. แหล่งที่มา : <http://marketeer.co.th/archives/28771>. [2562, พฤษภาคม 8]
- Nes. ทำไมเกมเมอร์ถึงเสพติดการเปิด loot Box [ออนไลน์]. 2561. แหล่งที่มา : [https://www.facebook.com/notes/ragnarok-m-eternal-love/ragnarokm-eternal-love-live-in-sea-event/381482655787466/](https://www.gamingdose.com/feature/ทำไมเกมเมอร์ถึงเสพติด/>. [2562, พฤษภาคม 8]</p>
<p>RAGNAROK M: ETERNAL LOVE. <u>RagnarokM Eternal Love live in SEA Event</u> [ออนไลน์]. 2562. แหล่งที่มา : <a href=). [2562, พฤษภาคม 8]
- TIG_G-Meister. ตลาดเกมไทยมีขนาดใหญ่และคึกคักที่สุดใน SEA [ออนไลน์]. 2560. แหล่งที่มา : <https://www.thisisgamethailand.com/content/ตลาดเกมไทยมีขนาดใหญ่และคึกคักที่สุดใน-SEA.html>. [2562, 24 มกราคม]
- YuMi's. ยั้งก็ได้อะไร? Ragnarok M แค่มงกักรก็ดราม่าได้ [ออนไลน์]. 2562. แหล่งอ้างอิง : <https://www.sanook.com/game/1028897/>. [2562, พฤษภาคม 8]

ภาษาอังกฤษ

- “Act against Unjustifiable Premiums and Misleading Representations”, Act No. 134 (May 15, 1962)
- Blizzard Entertainment. OVERWATCH™ ARRIVES MAY 24 [Online]. 2559. Available from : <https://playoverwatch.com/en-us/news/20055973>. [May 8, 2019]
- GAMBLIBG COMMISSION. Virtual currencies, eSports and social casino gaming –discussion paper [Online]. 2559. Available from : <https://www.gamblingcommission.gov.uk/news-action-and-statistics/Consultations/Closed-consultations-with-response/Virtual-currencies-eSports-and-social-gaming-discussion-paper.aspx>. [May 8, 2019]

GAMBLING COMMISSION. Virtual currencies, eSports and social casino gaming - position paper [Online]. 2559. Available from : <https://www.gamblingcommission.gov.uk/PDF/consultations/Virtual-currencies-eSports-and-social-gaming-discussion-paper-August-2016.pdf>. [May 8, 2019]

Jon Russel. Japan's mobile gaming industry faces a ban on lucrative 'kompu gacha' games [Online], 2547. Available from : <https://thenextweb.com/asia/2012/05/06/japans-mobile-gaming-industry-faces-a-ban-on-lucrative-kompu-gacha-games/>. [May 8, 2019]

Osborne Clarke. Loot Box Update [Online]. 2561. Available from : <https://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=347a65bc-60f8-4725-ab19-42250eccf10b>. [May 8, 2019]

Paul Tassi. Here's How To Get Your Free Twitch Prime Wrecking Ball Loot Boxes In 'Overwatch' [Online]. 2561. Available from : <https://www.forbes.com/sites/inseritcoin/2018/07/25/heres-how-to-get-your-free-twitch-prime-wrecking-ball-loot-boxes-in-overwatch/#2f44acbfd69>. [May 8, 2019]

Persberich. Loot boxen in drie videogames in strijd met kansspelwetgeving [Online]. 2561. Available from : www.koengeens.be/news/2018/04/25/loot-boxen-in-drie-videogames-in-strijd-met-kansspelwetgeving. [May 8, 2019]

Reuters. Investing in the Soaring Popularity of Gaming [Online]. 2561. Available from : <https://www.reuters.com/sponsored/article/popularity-of-gaming>. [January 24, 2019]

Sebastian Schwiddessen. Loot Boxes in Japan: Legal Analysis and Kompu Gacha Explained [Online]. 2561. Available from : <https://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=9207df10-a8a2-4f67-81c3-6a148a6100e2>. [May 8, 2019]

Steven T. Wright. The evolution of loot boxes [Online]. 2561. Available from : <https://www.pcgamer.com/the-evolution-of-loot-boxes/>. [May 8, 2019]

“The UK Gambling Act 2005”, Act 2005 c.19 (April 7, 2005)

ภาษาญี่ปุ่น

CESA. ネットワークゲームにおけるランダム型アイテム提供方式運営ガイドライン [ออนไลน์].

2559. แหล่งที่มา : http://www.cesa.or.jp/uploads/2016/release2016_0427.pdf.

[2562, พฤษภาคม 8]

Japanese Law Translation. 不当景品類及び不当表示防止法 [ออนไลน์]. 2562. แหล่งที่มา :

<http://www.japaneselawtranslation.go.jp/law/detail/?id=2303&vm=04&re=02>.

[2562, พฤษภาคม 8]