

“ดิจิทัลแพลตฟอร์ม”: ยุคสมัยความท้าทายและการกำกับ

วิชา LW 512 สัมมนากฎหมายธุรกิจยุคใหม่

คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย • 26 ตุลาคม 2567

เขมภัทร ทฤษฎีคุณ

นักวิจัยอาวุโส สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (TDRI)

และผู้ประสานงานโครงการ E-Public Law Project

k.trisadikoon@gmail.com | khemmapat.org | epubliclaw.com

Code is Law

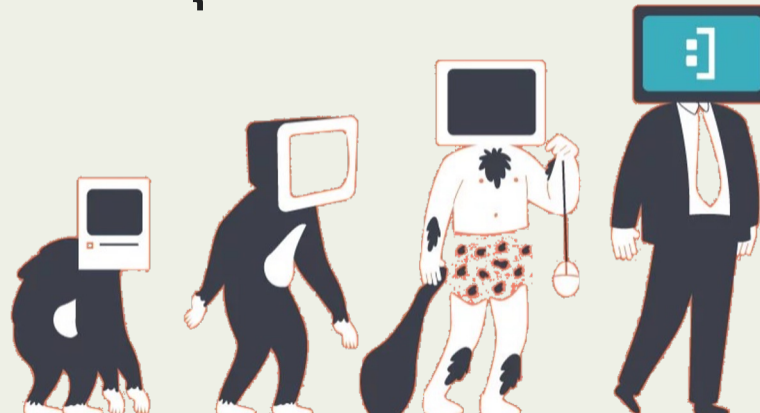
- Lawrence Lessig (2006),
Code: And Other Laws of Cyberspace, Version 2.0

AGENDA

- กำเนิดรัฐใหม่ที่ชื่อว่า “ดิจิทัล”
- รู้จักกับสิ่งที่เรียกว่า “ดิจิทัลแพลตฟอร์ม”
- การบงการภายใต้อำนาจครอบงำทางเศรษฐกิจ
- เมื่อทุกที่กลายเป็นโรงงาน แรงงานจึงต้องจำยอม
- โค้ด + กฎหมาย (ล้ำสมัย) = การลดทอนคุณค่าของผู้บริโภค
- เมื่อโลกดิจิทัลอยู่เหนือเขตอำนาจรัฐ
- ชวนคิดต่อว่ากฎหมายปัจจุบันจะรับมืออย่างไร

กำเนิดรัฐใหม่ที่ชื่อว่า “ดิจิทัล”

- โลกดิจิทัลเกิดขึ้นมาเมื่อไร และความสำคัญ
 - ในช่วงระยะเวลาเพียงแค่ 60 ปีเศษ อินเทอร์เน็ตเริ่มต้นจากการเป็นเครื่องมือที่ตั้งเป้าหมายเพื่อช่วยในการสื่อสาร (หลัง WWII) มาสู่การเกิดโลกเสมือนจริง
 - โลกดิจิทัลได้กลายเป็นส่วนสำคัญของชีวิตประจำวัน และเกี่ยวพันกับมนุษย์อย่างใกล้ชิด ในลักษณะที่ไม่เคยปรากฏมาในยุคก่อน
- บทบาทของโลกดิจิทัลได้มีความสำคัญมากขึ้น แล้วกลายสถานะมาเสมือนเป็นหน่วยทางปกครอง ในลักษณะเดียวกันกับรัฐ อาทิ การออกกฎหมายแก่ของชุมชน



สมาชิกของรัฐที่เรียกว่า “ดิจิทัล”

JAN
2024

ESSENTIAL DIGITAL HEADLINES

OVERVIEW OF THE ADOPTION AND USE OF CONNECTED DEVICES AND SERVICES



TOTAL
POPULATION



8.08
BILLION

URBANISATION

57.7%

we
are
social

UNIQUE MOBILE
PHONE SUBSCRIBERS



5.61
BILLION

vs. POPULATION

69.4%

Meltwater

INDIVIDUALS USING
THE INTERNET



5.35
BILLION

vs. POPULATION

66.2%

KEPIOS

SOCIAL MEDIA
USER IDENTITIES



5.04
BILLION

vs. POPULATION

62.3%

10

SOURCES: KEPIOS ANALYSIS; UNITED NATIONS; GOVERNMENT RESOURCES; GSMA INTELLIGENCE; ITU; EUROSTAT; CNNIC; KANTAR & IAMA; PLATFORM RESOURCES; COMPANY EARNINGS REPORTS; OCDH; BETA RESEARCH CENTER. **ADVISORY:** SOCIAL MEDIA USER IDENTITIES MAY NOT REPRESENT UNIQUE INDIVIDUALS. **COMPARABILITY:** BASE REVISIONS; SOURCE CHANGES. SEE [NOTES ON DATA](#).

we
are
social

Meltwater

Source: Simon Kemp (2024), *Digital 2024: Global Overview Report*

สมาชิกของรัฐ “ดิจิทัล” ในไทย

JAN
2024

THAILAND

OVERVIEW OF THE ADOPTION AND USE OF CONNECTED DEVICES AND SERVICES

NOTE: SIGNIFICANT REVISIONS TO SOURCE DATA MEAN THAT FIGURES SHOWN HERE ARE **NOT COMPARABLE** WITH PREVIOUS REPORTS. SEE THE IMPORTANT NOTES AT THE START OF THIS REPORT FOR DETAILS.



TOTAL
POPULATION



we
are
social

71.85
MILLION

YEAR-ON-YEAR CHANGE

+0.1%
+95 THOUSAND

URBANISATION

53.9%

CELLULAR MOBILE
CONNECTIONS



Meltwater

97.81
MILLION

YEAR-ON-YEAR CHANGE

-5.0%
-5.2 MILLION

TOTAL vs. POPULATION

136.1%

INDIVIDUALS USING
THE INTERNET



63.21
MILLION

YEAR-ON-YEAR CHANGE

+0.1%
+84 THOUSAND

TOTAL vs. POPULATION

88.0%

SOCIAL MEDIA
USER IDENTITIES



49.10
MILLION

YEAR-ON-YEAR CHANGE

+2.1%
+1.0 MILLION

TOTAL vs. POPULATION

68.3%

15

SOURCES: U.N.; GOVERNMENT AUTHORITIES; GSMA INTELLIGENCE; ITU; EUROSTAT; CNNIC; KANTAR & IAMA; PLATFORM RESOURCES; OCDH; BETA RESEARCH CENTER; KEPIOS ANALYSIS. **ADVISORY:** SOCIAL MEDIA USER IDENTITIES MAY **NOT** REPRESENT UNIQUE INDIVIDUALS. **COMPARABILITY:** SOURCE CHANGES AND BASE REVISIONS. FIGURES ARE **NOT COMPARABLE** WITH PREVIOUS REPORTS. GLOBAL DATASETS MAY USE DIFFERENT SOURCES vs. COUNTRY AND REGIONAL DATA, SO SUMS MAY NOT MATCH. **IMPORTANT:** NEGATIVE VALUES MAY INDICATE SOURCE DATA CORRECTIONS, AND **MAY NOT** REPRESENT DECREASES IN THE RELEVANT METRIC. WHERE YEAR-ON-YEAR CHANGE IS “[N/A]”, COMPARISONS WITH HISTORICAL DATA WILL PRODUCE **INACCURATE RESULTS**. PLEASE SEE [NOTES ON DATA](#).

we
are
social

Meltwater

Source: Simon Kemp (2024), *Digital 2024: Thailand*

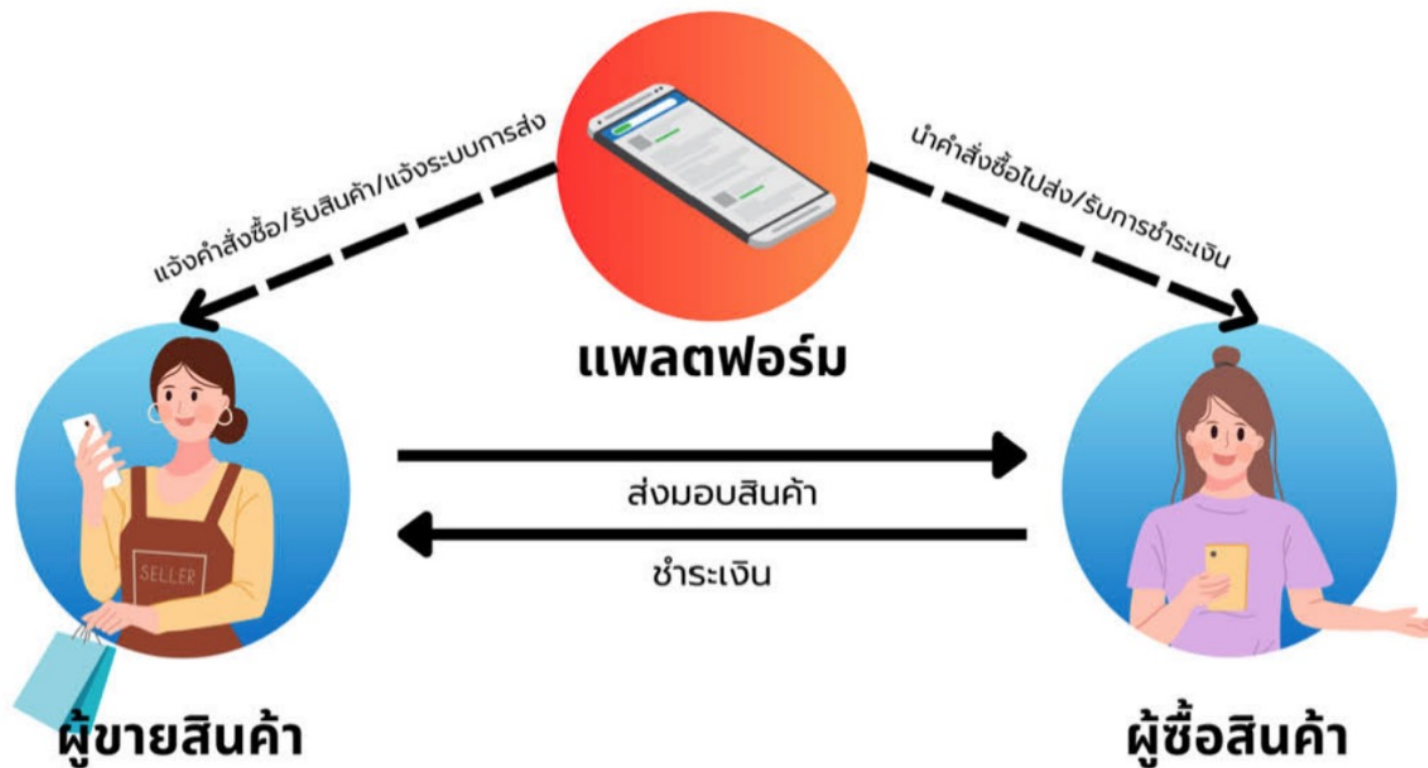
รู้จักกับสิ่งที่เรียกว่า “ดิจิทัลแพลตฟอร์ม”

- ข้อสังเกตเกี่ยวกับดิจิทัลแพลตฟอร์ม
 - รูปแบบทางธุรกิจ ซึ่งแตกต่างจากธุรกิจแบบดั้งเดิม (traditional business model) โดยเกิดขึ้นมาในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล (Tapscott, 1995)
 - รูปแบบทางธุรกิจ ที่ทำหน้าที่เป็นตัวกลางที่คอยเชื่อมระหว่างคน 2 กลุ่มเข้าหากัน (Aiumsri, 2023)
- ดิจิทัลแพลตฟอร์ม = รูปแบบธุรกิจที่เกิดขึ้นในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล โดยทำหน้าที่เป็นตัวกลางเชื่อมโยงระหว่างคน 2 กลุ่ม
- แพลตฟอร์มไม่ใช่เรื่องใหม่ แต่ลักษณะของดิจิทัลแพลตฟอร์มส่งผลกระทบต่อสังคมมากกว่าแพลตฟอร์มในอดีต
 - ก่อนการเกิดขึ้นของดิจิทัลแพลตฟอร์ม ในอดีตก็มีธุรกิจที่มีลักษณะที่เชื่อมระหว่างคน 2 กลุ่ม อาทิ ธุรกิจหนังสือพิมพ์ หรือธุรกิจโทรทัศน์

รู้จักกับสิ่งที่เรียกว่า “ดิจิทัลแพลตฟอร์ม” (ต่อ)

- คุณลักษณะสำคัญของดิจิทัลแพลตฟอร์ม
 - การสร้างมูลค่าทางธุรกิจจากการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้บริการ ซึ่งทำให้เกิดตลาดหลายด้าน (multi-sided market)
 - การเพิ่มความสามารถในการสกัดกั้น ควบคุม และวิเคราะห์ข้อมูลจำนวนมาก (ability to extract, control, and analyze data)
 - การสร้างผลกระทบเชิงเครือข่ายของผู้ใช้บริการ (network effect)
 - การสร้างต้นทุนที่สูงในการเปลี่ยนแพลตฟอร์ม (high switching cost)
- คุณลักษณะ 4 ประการนี้ เป็นสาระสำคัญของดิจิทัลแพลตฟอร์ม และเป็นสิ่งที่นำมาสู่ปัญหาและความท้าทายที่เกิดขึ้นจากธุรกิจแพลตฟอร์ม

ความสัมพันธ์บนดิจิทัลแพลตฟอร์ม



Source: เขมภัทร ทฤษฎีคุณ (2567), *กำกับการแข่งขัน-คุ้มครองผู้บริโภค โฉมทัศน์ท้าทายในยุคดิจิทัลแพลตฟอร์ม*

เปรียบเทียบรูปแบบธุรกิจ

ตลาดหลายด้าน

ตลาดด้านเดียว

แพลตฟอร์ม
ครอบคลุมทั้งทาง
เศรษฐกิจได้
อย่างไร?

gate keeper
=
คนเฝ้าประตู

ป้อมเมรังการ์, จัอดปุร์, อินเดีย



Source: Govivigo (2015), *ป้อมปราการแห่งเมืองสีฟ้า*

การบงการภายใต้อำนาจครอบงำทางเศรษฐกิจ

- เจื่อนไขสำคัญที่ทำให้ดิจิทัลแพลตฟอร์มเกิดอำนาจครอบงำทางเศรษฐกิจมาจากคุณลักษณะ 2 ประการ
 - การสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้บริการในตลาดหลายด้าน
 - การสร้างผลกระทบเชิงเครือข่ายของผู้ใช้บริการ
- การสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้บริการในตลาดหลายด้าน ส่งผลให้การให้บริการ 2 อย่างของแพลตฟอร์มสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด หรือก็คือ ผลกระทบเชิงเครือข่ายของผู้ใช้บริการ
 - การผู้บริโภค (ผู้ซื้อ) เพิ่มขึ้นในแพลตฟอร์ม ส่งผลให้ผู้ขายเพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน
 - การที่ผู้ขายเพิ่มขึ้นในแพลตฟอร์ม ส่งผลให้ผู้ซื้อเพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน
- ลักษณะดังกล่าวแตกต่างจากธุรกิจดั้งเดิมที่สินค้า 2 ประเภท อาจจะไม่ได้ส่งผลถึงกัน

เทียบฟอร์ม Lazada-Shopee ขายดีขนาดนี้แต่เพิ่งมีกำไร



VS



2555

เข้าตลาดไทย

2558

รายได้รวม	กำไร	ขาดทุน	ผลประกอบการ (หน่วย : ล้านบาท)	รายได้รวม	กำไร	ขาดทุน
10,011.76	3,988.78		2563	5,812.79	4,170.17	
14,675.29	226.89		2564	13,322.18	4,972.56	
20,675.45	413.08		2565	21,709.71	2,380.27	

9 ปี

ทำตลาดที่ปีถึงมีกำไร

7 ปี

ลูกค้าในแพลตฟอร์มเฉลี่ยต่อเดือน (เดือนเมษายน 2566)

41.2 ล้านราย

6.46 นาที

53.6%

จำนวนผู้เข้าชม/ซื้อ

ใช้เวลาเฉลี่ย

เข้าแพลตฟอร์มโดยตรง

55.1 ล้านราย

7.38 นาที

63.1%

กลุ่มลูกค้าหลัก

39.94%

28.48%

18.38%

25-34 ปี

18-24 ปี

35-44 ปี

40.99%

23.71%

18.89%

หญิง 40.84% ชาย 59.16%

เพศ

หญิง 48.67% ชาย 51.33%

การขาย
ตัวของ
ผู้ให้บริการ
ส่งผลต่อ
การแข่งขัน

Source:

Buranthaveekoon (2023),
เทียบฟอร์ม Lazada-Shopee
ขายดีขนาดนี้แต่เพิ่งมีกำไร

การบงการภายใต้อำนาจครอบงำ ทางเศรษฐกิจ (ต่อ)

- อำนาจครอบงำทางเศรษฐกิจเป็นสิ่งเดียวกันกับอำนาจเหนือตลาด (market power) หรือไม่
- นิยามของอำนาจเหนือตลาด ตาม พ.ร.บ. การแข่งขันทางการค้าฯ

“ผู้ประกอบการซึ่งมีอำนาจเหนือตลาด” หมายความว่า ผู้ประกอบการรายหนึ่งหรือหลายรายในตลาดใดตลาดหนึ่ง ซึ่งมีส่วนแบ่งตลาดและยอดเงินขายเกินกว่าเกณฑ์ที่คณะกรรมการประกาศกำหนด โดยให้นำปัจจัยสภาพการแข่งขันของตลาดอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง แล้วแต่กรณี มาประกอบการพิจารณา ทั้งนี้ ให้คณะกรรมการพิจารณาทบทวนเกณฑ์ส่วนแบ่งตลาดและยอดเงินขายอย่างน้อยหนึ่งครั้งภายในระยะเวลาสามปีนับแต่วันออกประกาศ

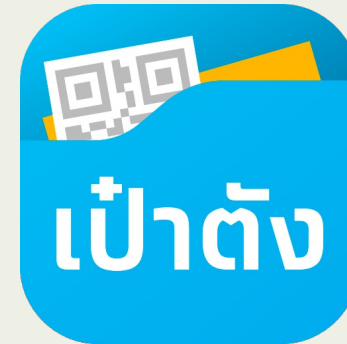
การนับส่วนแบ่งตลาดและยอดเงินขายของผู้ประกอบการรายหนึ่งซึ่งมีอำนาจเหนือตลาด ให้นับรวมส่วนแบ่งตลาดและยอดเงินขายในตลาดใดตลาดหนึ่งของบรรดาผู้ประกอบการที่มีความสัมพันธ์กันทางนโยบายหรืออำนาจสั่งการตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการประกาศกำหนดด้วย และให้ถือว่าบรรดาผู้ประกอบการที่มีส่วนแบ่งตลาดและยอดเงินขายดังกล่าวเป็นผู้ประกอบการซึ่งมีอำนาจเหนือตลาด

การบงการภายใต้อำนาจครอบงำ ทางเศรษฐกิจ (ต่อ)

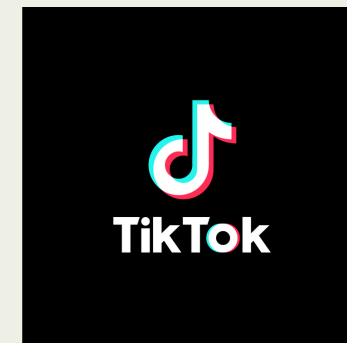
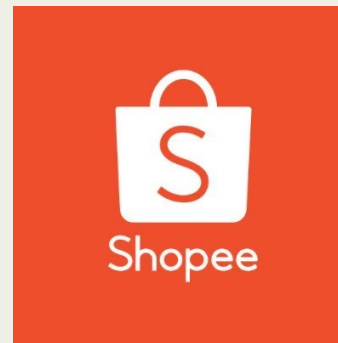
- อำนาจเหนือตลาด (TCCT, มปป)
 - กรณีที่ 1 ผู้ประกอบธุรกิจรายเดียว มีส่วนแบ่งตลาดในปีที่ผ่านมาของสินค้าหรือบริการหนึ่ง ตั้งแต่ 50% ขึ้นไป และมียอดขายในปีที่ผ่านมาตั้งแต่ 1,000 ล้านบาทขึ้นไป
 - กรณีที่ 2 ผู้ประกอบธุรกิจ 3 รายแรกของตลาดสินค้าหรือบริการหนึ่ง มีส่วนแบ่งตลาดในปีที่ผ่านมารวมกันเกิน 75% และมียอดขายในปีที่ผ่านมาตั้งแต่ 1,000 ล้านบาทขึ้นไป
 - แต่ถ้ามีผู้ประกอบธุรกิจรายใดรายหนึ่งมีส่วนแบ่งตลาดในปีที่ผ่านมาไม่ถึง 10% ก็จะได้รับยกเว้น ไม่เข้าเกณฑ์การเป็นผู้มีอำนาจเหนือตลาดในกรณีนี้
- **แต่ถ้าไม่สามารถคิดส่วนแบ่งตลาดได้ละ? และถ้าไม่มียอดขายสินค้า? จะนำ พ.ร.บ. การแข่งขันทางการค้าฯ มาใช้ได้หรือไม่?**

การบงการภายใต้อำนาจครอบงำ ทางเศรษฐกิจ (ต่อ)

- แพลตฟอร์มบางแพลตฟอร์มไม่ได้คิดค่าบริการ



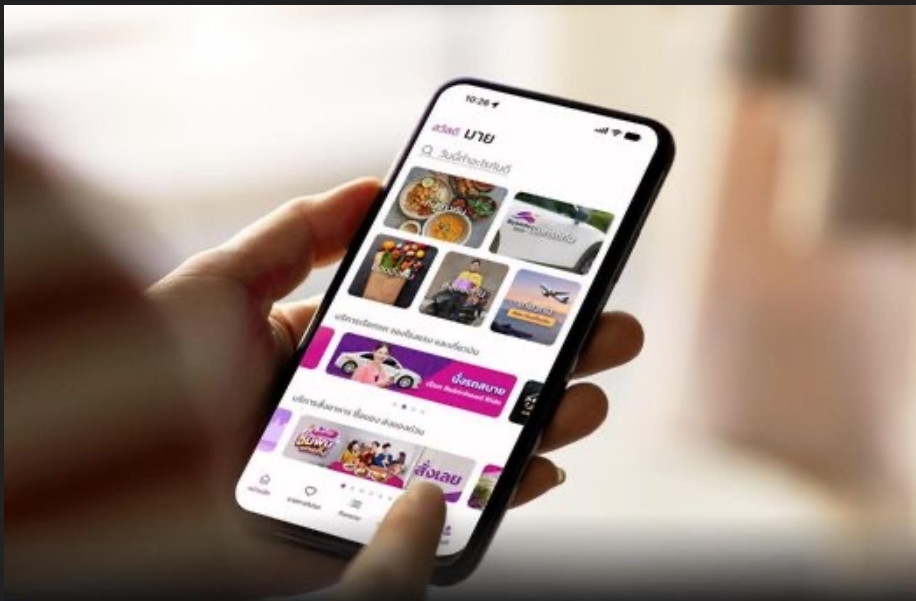
- แพลตฟอร์มบางแพลตฟอร์มทำธุรกิจผสมผสานหลากหลาย
เกินกว่าจะระบุส่วนแบ่งตลาดได้



การบงการภายใต้อำนาจครอบงำทางเศรษฐกิจ (ต่อ)

- อำนาจเหนือตลาด ≠ อำนาจครอบงำทางเศรษฐกิจ
- อำนาจเหนือตลาดส่งผลต่อ
 - กำหนดหรือรักษาระดับราคาซื้อหรือราคาขายหรือค่าบริการ กำหนดเงื่อนไขที่ไม่เป็นธรรมให้คู่ค้า และการแทรกแซงธุรกิจผู้อื่นโดยไม่มีเหตุผลอันสมควร
- อำนาจครอบงำทางเศรษฐกิจของดิจิทัลแพลตฟอร์มส่งผลต่อ
 - อำนาจเหนือคู่แข่งในธุรกิจเดียวกัน
 - การกีดกันและทำให้ไม่สามารถเข้าสู่ตลาดได้หรือเข้าแล้วมีต้นทุนมากเกินไปจนต้องออกจากตลาดไป (กรณีศึกษา Robinhood, Uber และ Food Panda)
 - อำนาจเหนือคู่ค้าทางธุรกิจ (business partner)
 - การกำหนดเงื่อนไขธุรกิจ (กรณีศึกษา food delivery และ e-commerce)
 - อำนาจที่ควบคุมเหนือผู้บริโภค – การกำหนดเงื่อนไขการบริโภค (หัวข้อที่ 3)
 - อำนาจที่ควบคุมเหนือแรงงาน – การกำหนดเงื่อนไขการทำงาน และค่าจ้าง (หัวข้อที่ 2)

กรณีศึกษา Robinhood (2024)



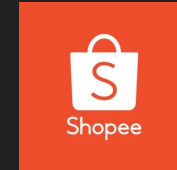
**SCBX แจ้งยุติการให้บริการ
แอปพลิเคชัน Robinhood
มีผลตั้งแต่วันที่ 31 ก.ค. 2567**



ประเภทธุรกิจที่เคยให้บริการ

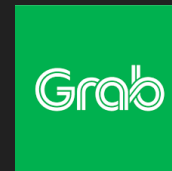
รับส่งอาหาร

คู่แข่ง



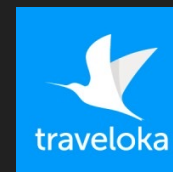
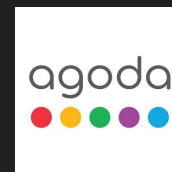
เรียกรถยนต์

คู่แข่ง



จองที่พักและตั๋วเครื่องบิน

คู่แข่ง



Source: ประชาชาติธุรกิจ (2567), SCBX ยุติให้บริการแอปพลิเคชัน Robinhood มีผล 31 ก.ค. 67

เกิดอะไรขึ้น Robinhood ในทางทฤษฎี

- สถานการณ์ที่ Robinhood เจอคือ สถานการณ์ First Mover Advantages
- ตลาด Digital Platform มีลักษณะจะเป็นตลาดผูกขาดโดยสภาพ หรือที่เรียกเฉพาะว่า **Winner-take-all markets**
- แม้จะมีผู้เล่นหน้าใหม่กระโดดเข้ามาเล่นในธุรกิจนี้ แต่ผู้เล่นที่เข้าสู่ตลาดภายหลังมีแนวโน้มจะไม่สามารถสู้ผู้เล่นเดิมได้ เนื่องจาก
 - การสะสมปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้บริการในตลาดหลายด้านมายาวนาน ส่งผลให้เครือข่ายของผู้เล่นรายเดิมมีขนาดใหญ่กว่า
 - ต้นทุนในการเปลี่ยนแพลตฟอร์ม (high switching cost)
- สภาพดังกล่าวทำให้ผู้เล่นหน้าใหม่เกิดโอกาสเข้าสู่ตลาดได้ยาก และการแข่งขันต้องใช้ทรัพยากรมากกว่า ต้นทุนมากกว่า อาทิ แจก Code ส่วนลดเยอะๆ

แอปฯ นี้ หักค่า GP ร้านอาหารเท่าไร?



สำรวจต้นทุน
ที่ต้องแบกรับ
เมื่อคนนั่งกิน
ในร้านไม่ได้

แพลตฟอร์ม	ค่า GP	การโอนเงิน	จำนวนร้านอาหาร บนแพลตฟอร์ม
Grab	หัก GP 30%	โอนเงินให้ ร้านอาหาร วันถัดไป	80,000 ร้าน
LINE MAN Wongnai	หัก GP 30%	โอนเงินให้ร้าน อาหารวันถัดไป (ถ้ามูลค่าเกิน 500 บาท)	200,000 ร้าน
food panda	หัก GP 32%	โอนเงินให้ร้านอาหาร ตั้งแต่ 1, 7, 15 หรือ 30 วัน ขึ้นอยู่กับเงื่อนไข	120,000 ร้าน
Gojek	หัก GP 30%	โอนเงินให้ร้าน อาหารวันถัดไป (ถ้ามูลค่าเกิน 100 บาท)	40,000 ร้าน
Robin hood	ไม่คิด ค่า GP	โอนเงินให้ ร้านอาหาร ภายใน 1 ชั่วโมง	80,000 ร้าน

*GP (Gross Profit): คือค่าดำเนินการของแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ เป็นค่าคอมมิชชั่น
ที่ร้านอาหารจะต้องจ่ายให้กับผู้ให้บริการโดยหักจากราคาอาหารที่ขายได้

กรณีศึกษา Food Delivery (2021): การกำหนดค่า GP และ Credit Terms

Source:
Suepaisal (2021),
แอปฯ นี้ หักค่า GP ร้านอาหาร
เท่าไร? สำรวจต้นทุน
ที่ต้องแบกรับ เมื่อคนนั่งกิน
ในร้านไม่ได้

ขึ้นอีกแล้ว! 'ปรับค่าธรรมเนียมใหม่'

จาก 3 Marketplace สินค้าหมวดไหนต้องจ่ายเพิ่ม?

*ข้อมูลอัปเดต
วันที่ 20 สิงหาคม 2567

หมวดหมู่สินค้า

	Shopee มีผล 11 ก.ค. 2567	Lazada มีผล 1 ก.ค. 2567	TikTok Shop เริ่ม 1 ก.ย. 2567
 Electronics Items	Mall Sellers 8-10% Non-Mall Sellers 5-7% (จากเดิม 5% เม.ย. 2567)	ร้านค้าทั่วไป 5-7% LazMall 6-8%	4.28% (เท่าเดิม)
 Fashion Items	Non-Mall Sellers 7-8% (จากเดิม 6% เม.ย. 2567)	ร้านค้าทั่วไป 7-8% LazMall 10%	4.00% - 5.35% (จากเดิม 4.28% ยกเว้นทอง, ทองคำขาว 4%)
 FMCG	Non-Mall Sellers 7%	ร้านค้าทั่วไป 7% LazMall 7-10%	5.35% (จากเดิม 4.28%)
 General Merchandise	Mall Sellers 10%	ร้านค้าทั่วไป 7% LazMall 10%	5.35%
 Lifestyle Items	Non-Mall Sellers 7%	ร้านค้าทั่วไป 7% LazMall 10%	5.35% (จากเดิม 4.28%)
 Digital Goods	Non-Mall Sellers 7%	ร้านค้าทั่วไป 6% LazMall 6%	5.35% (จากเดิม 4.28%)

ดูค่าธรรมเนียมหมวดหมู่อื่นๆใน Caption

**หมายเหตุ:
ค่าธรรมเนียมดังกล่าวยังไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT)
ค่าธรรมเนียมอาจแตกต่างกันไปตามประเภทสินค้าหรือหมวดหมู่ย่อย ซึ่งควรตรวจสอบเพิ่มเติมในเว็บไซต์ของแพลตฟอร์มแต่ละราย

กรณีศึกษา
e-commerce
(2024):
การปรับ
ค่าธรรมเนียม
ฝ่ายเดียว

Source:
Priceza Insights (2024),
Shopee, Lazada, TikTok
Shop ปรับขึ้นค่าธรรมเนียม
อีกระลอก พ่อค้าแม่ค้าต้อง
เตรียมรับมือกับค่าใช้จ่าย
ที่สูงขึ้นในหลายหมวดสินค้า

กรณีศึกษา e-commerce (2024): การสกัดกั้น ข้อมูล

Source:

ศุภฤติ ถาวรยุติการต์ และ
ภูริ สิริสุนทร (2567), การค้นหา
และการปิดกั้นการมองเห็น
บนแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ:
กรณีศึกษาสินค้าอุปโภคบริโภค

รหัสอ้างอิง (ดูตารางที่ 1 สำหรับ รายละเอียดของสินค้า)	การจำกัดการมองเห็น และการค้นหาสินค้าที่ต้องการไม่พบ	
	แพลตฟอร์ม	
	Lazada	Shopee
1. ผงซักฟอก		
1.3. DT.D		มีการจำกัดการมองเห็นจากผู้ ใช้ Browser [2.08]
2. แชมพู		
2.1. SH.S		มีการจำกัดการมองเห็นจากผู้ ใช้ Application และ Browser [8.33]
2.2. SH.P		มีการจำกัดการมองเห็นจากผู้ ใช้ Application และ Browser [8.33]
3. ยาสีฟัน		
3.2. TP.S		มีการจำกัดการมองเห็นจากผู้ ใช้ Application และ Browser [8.33]
3.3. TP.D		ค้นหาแล้วไม่พบ

แนวทางการแก้ไขปัญหาของรัฐบาล

หน้า ๑๔

เล่ม ๑๓๗ ตอนพิเศษ ๒๗๔ ง

ราชกิจจานุเบกษา

๒๓ พฤศจิกายน ๒๕๖๓

ประกาศคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า

เรื่อง แนวทางพิจารณาการปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการ
ดิจิทัลแพลตฟอร์มรับและส่งอาหารกับผู้ประกอบการร้านอาหาร

โดยที่เป็นการสมควรให้มีการกำหนดแนวทางปฏิบัติเพื่อพิจารณาการปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม
ระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการดิจิทัลแพลตฟอร์มรับและส่งอาหารกับผู้ประกอบการร้านอาหาร
ตามมาตรา ๕๗ แห่งพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. ๒๕๖๐

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๑๗ (๓) แห่งพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. ๒๕๖๐
คณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า จึงออกประกาศไว้ ดังต่อไปนี้

ข้อ ๑ ประกาศนี้ให้ใช้บังคับเมื่อพ้นกำหนดสามสิบวันนับแต่วันประกาศในราชกิจจานุเบกษา
เป็นต้นไป

ข้อ ๒ ในประกาศนี้

“ดิจิทัลแพลตฟอร์ม” หมายความว่า ธุรกิจออนไลน์ที่สร้างความเชื่อมโยงทางการค้าระหว่าง
ผู้ประกอบการร้านอาหาร ผู้จัดส่งอาหารและผู้บริโภค

“ผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการดิจิทัลแพลตฟอร์มรับและส่งอาหาร” หมายความว่า ผู้ประกอบ
ธุรกิจที่ให้บริการดิจิทัลแพลตฟอร์ม ซึ่งทำหน้าที่เป็นตัวกลางรับคำสั่งซื้ออาหารและส่งอาหาร ระหว่าง

ดิจิทัลแพลตฟอร์ม
ส่งผลต่อแรงงาน
อย่างไร?
และไรเดอร์ (คนขับ)
เป็นแรงงานมั้ย?

เมื่อทุกที่กลายเป็นโรงงาน แรงงาน จึงต้องจ่ายอม

- การเกิดขึ้นของดิจิทัลแพลตฟอร์มได้สร้างรูปแบบความสัมพันธ์ทางด้านแรงงานแบบใหม่ขึ้นมา โดยไม่ตกอยู่ภายใต้ค่านิยมของสัญญาจ้างแรงงานในปัจจุบัน

มาตรา 575 ป.พ.พ. อันว่าจ้างแรงงานนั้น คือสัญญาซึ่งบุคคลคนหนึ่ง เรียกว่าลูกจ้าง ตกลงจะทำงานให้แก่บุคคลอีกคนหนึ่ง เรียกว่านายจ้าง และนายจ้างตกลงจะให้สินจ้างตลอดเวลาที่ทำงานให้

- กรณีของไรเดอร์ หรือผู้ให้บริการตามบ้าน ที่เรียกผ่านทางแอปพลิเคชันต่าง ๆ จะถือว่าเป็นแรงงานตามนิยามนี้หรือไม่?

เมื่อทุกที่กลายเป็นโรงงาน แรงงาน จึงต้องจ่ายอม (ต่อ)

สัญญาจ้างทำแรงงาน

- สัญญาระหว่างบุคคล 2 ฝ่าย (นายจ้างกับลูกจ้าง)
- การชำระหนี้เป็นการชำระหนี้ด้วยตนเอง
- นายจ้างมีอำนาจควบคุม บังคับบัญชาเหนือลูกจ้าง อาทิ กำหนดสถานที่ทำงาน วันทำงาน ชั่วโมงการทำงาน เครื่องแบบ ฯลฯ
- ไม่เน้นผลสำเร็จของงาน
- ร่วมรับผิดชอบกับลูกจ้าง

สัญญาจ้างทำของ

- สัญญาระหว่างบุคคล 2 ฝ่าย (ผู้ว่าจ้างกับผู้รับจ้าง)
- การชำระหนี้ไม่จำเป็นต้องชำระหนี้ด้วยตนเอง เว้นแต่จะระบุในสัญญาเป็นการเฉพาะ
- ผู้ว่าจ้างไม่มีอำนาจควบคุม บังคับบัญชาเหนือผู้รับจ้าง
- เน้นผลสำเร็จของงาน
- ไม่ร่วมรับผิดชอบกับผู้รับจ้าง

ดิจิทัลแพลตฟอร์ม

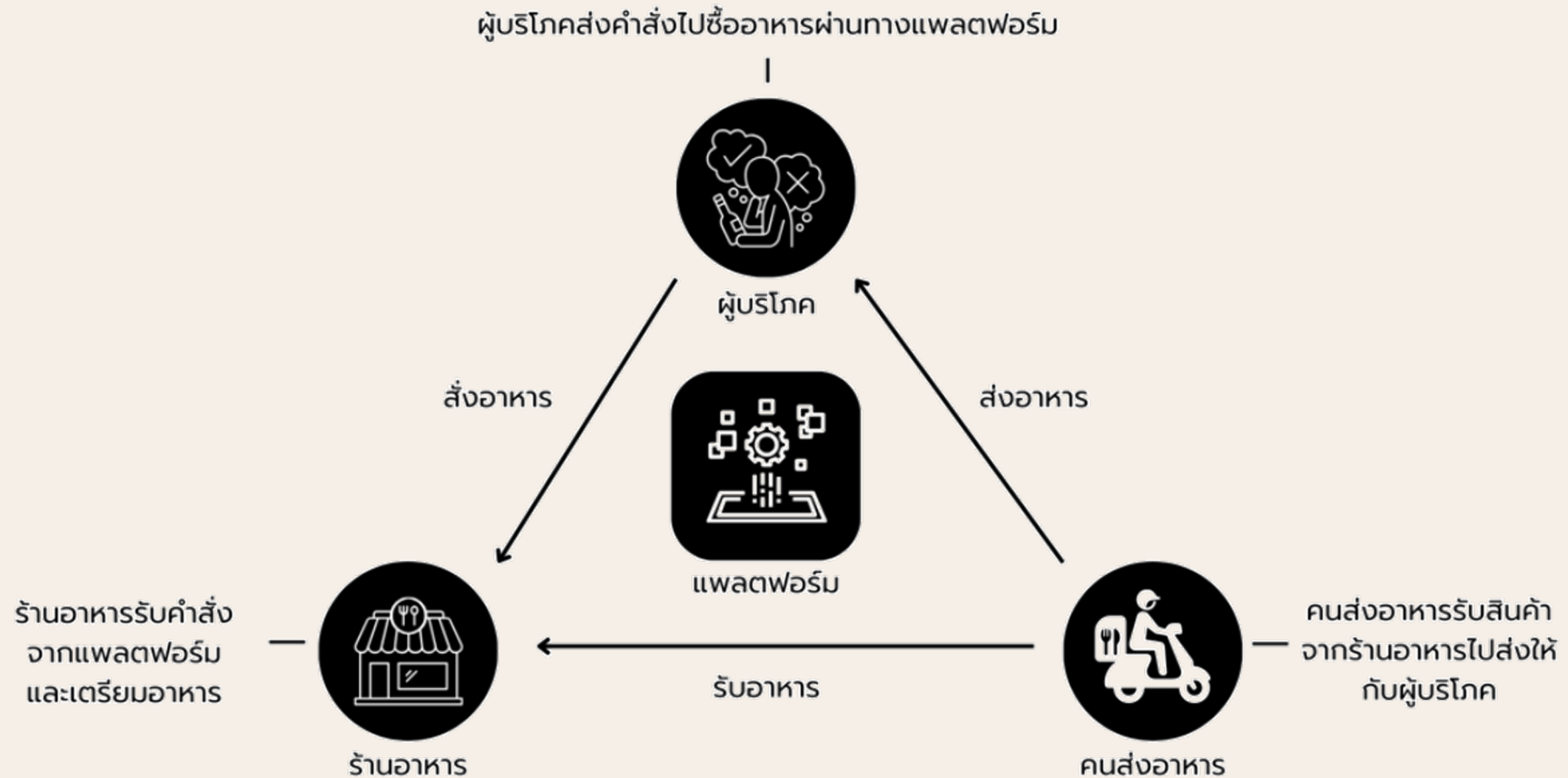
- ใครเป็นคู่สัญญาไม่ได้กำหนด
- การชำระหนี้เป็นการชำระหนี้ด้วยตนเอง
- แพลตฟอร์มมีอำนาจควบคุม บังคับบัญชาเหนือไรเดอร์
- เน้นผลสำเร็จของงาน
- ไม่ได้ระบุเรื่องการร่วมรับผิดชอบกับไรเดอร์

ดิจิทัลแพลตฟอร์ม
ควบคุมแรงงานได้
อย่างไร?

เมื่อทุกที่กลายเป็นโรงงาน แร่งงาน จึงต้องจ่ายอม (ต่อ)

- การควบคุมไรเดอร์ภายใต้ดิจิทัลแพลตฟอร์มเกิดขึ้นจาก 4 ปัจจัย
 - ความสัมพันธ์ภายใต้ระบบนิเวศของดิจิทัลแพลตฟอร์ม ส่งผลให้ไรเดอร์ถูกกดดันและเสียความสามารถในการต่อรองบนพื้นฐานของเสรีภาพในการทำสัญญา
 - การเก็บรวบรวมข้อมูลการทำงานได้ในระดับพฤติกรรมอย่างเป็นระบบ และทันที่ (real time) ส่งผลให้สามารถประเมินพฤติกรรมการทำงานของไรเดอร์ได้ และติดตามสถานะการทำงานของไรเดอร์
 - อัลกอริทึม (algorithm) ซึ่งเป็นตัวกำหนดเงื่อนไขการทำงาน และข้อตกลงเกี่ยวกับสัญญาจ้างต่าง ๆ การเกิดขึ้นของสัญญาถูกควบคุมโดยอัลกอริทึม ทำให้การได้รับมอบหมายงานหรือการได้รายได้จะเกิดขึ้นเฉพาะในบริบทที่เมื่อมีการปฏิบัติตามเงื่อนไขในอัลกอริทึม
 - เงื่อนไขการให้บริการของไรเดอร์ถูกสะท้อนผ่านระบบการให้คะแนน
- ปัจจัยข้างต้นส่งผลให้เกิดความสัมพันธ์แบบควบคุมบังคับบัญชา

ความสัมพันธ์ภายในระบบนิเวศ ของดิจิทัลแพลตฟอร์ม



Source: เขมภัทร ทฤษฎีคุณ (2567), ข้อจำกัดในการคุ้มครองแรงงานในเศรษฐกิจแพลตฟอร์ม:
กรณีศึกษาแพลตฟอร์มส่งอาหาร

กรณีศึกษา: สถานะของไรเดอร์ ควรจะเป็นอย่างไร คำวินิจฉัยของ กสม.



กสม.ชี้บริษัทไม่นับ 'ไรเดอร์' เป็นลูกจ้าง ผิดกม.แรงงานเป็นการละเมิดสิทธิ ให้ปรับ
ค่าแรง-สวัสดิการ

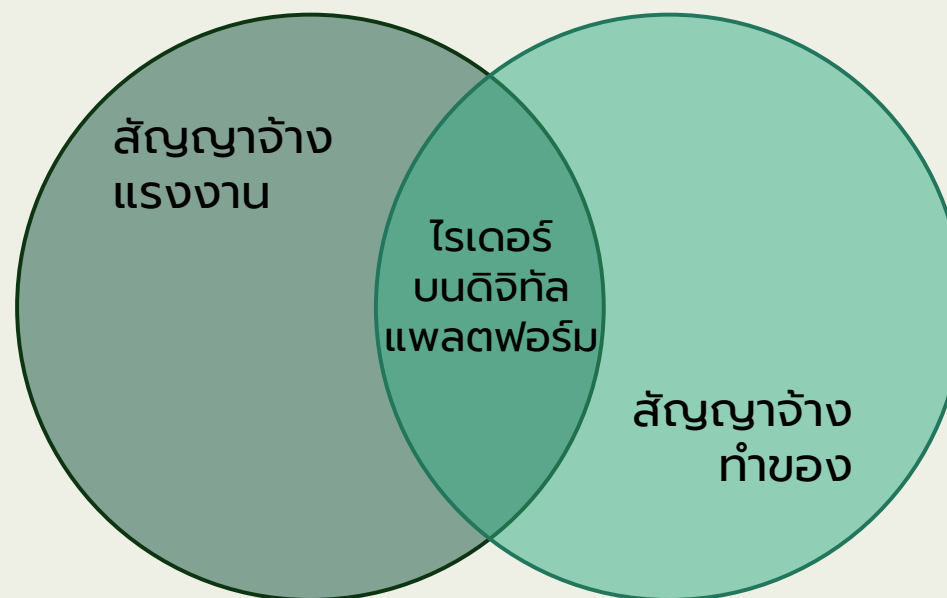
ประชาไท / ข่าว / แรงงาน / คุณภาพชีวิต
เผยแพร่เมื่อวันที่ 29 มีนาคม 2567

Source: ประชาไท (2567), กสม. ชี้บริษัทไม่นับ 'ไรเดอร์' เป็นลูกจ้าง ผิดกม.แรงงานเป็นการละเมิดสิทธิ
ให้ปรับค่าแรง-สวัสดิการ

การกำหนดให้
ไรเดอร์เป็นแรงงาน
จะช่วยแก้ปัญหา
ได้จริงหรือไม่?

เมื่อทุกที่กลายเป็นโรงงาน แรงงาน จึงต้องจ่ายอม (ต่อ)

- นิติสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างไรเดอร์บนดิจิทัลแพลตฟอร์ม กับ สัญญาจ้างแรงงานมีลักษณะที่แตกต่างกัน



- การกำหนดให้ไรเดอร์อยู่ภายใต้นิติสัมพันธ์ตามสัญญาจ้างแรงงาน จะเหมาะสมจริงหรือไม่?

ดิจิทัลแพลตฟอร์ม
มีผลกับผู้บริโภค
บ้างหรือไม่?

โค้ด + กฎหมาย (ล่าสมัย) = การลดทอน คุณค่าของผู้บริโภค

- การเกิดขึ้นของดิจิทัลแพลตฟอร์มส่งผลให้พฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภคเปลี่ยนไป
 - การซื้อสินค้าและบริการสามารถทำออนไลน์ผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์มได้
 - การประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าและบริการไม่จำเป็นต้องมีหน้าร้าน
 - การนำเสนอสินค้าและบริการเกิดขึ้นได้โดยไม่ต้องเห็นตัวสินค้า
 - การตัดสินใจของผู้บริโภคมาจากปัจจัยด้านการรีวิวสินค้ามากขึ้น
- ดิจิทัลแพลตฟอร์มกลายเป็นคนกลาง ทำหน้าที่
 - จัดการธุรกรรมหรืออำนวยความสะดวกให้เกิดสัญญาขึ้นมาระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย
 - แสดงข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการแทนผู้ขาย
 - จัดการเรื่องการชำระเงินระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย

โค้ด + กฎหมาย (ล่าสมัย) = การลดทอน คุณค่าของผู้บริโภค (ต่อ)

- บทบาทการเข้ามาเป็นตัวกลางของดิจิทัลแพลตฟอร์มส่งผลต่อผู้บริโภคอย่างไรบ้าง?
- ปัญหาที่เกิดขึ้นกับผู้บริโภคจากการซื้อขายสินค้าบริการบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม
 - การนำเสนอสินค้าและบริการไม่มีคุณภาพ (กรณีศึกษา อาหารเสริม)
 - การโฆษณาเกินความเป็นจริงเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือโปรโมชั่น (กรณีศึกษา อาหารเสริม)
 - การส่งมอบสินค้าผิดไปจากความเป็นจริง (กรณีศึกษา 11.11)
 - การนำเสนอข้อมูลอันเป็นเท็จต่อผู้บริโภค (กรณีศึกษา Trivago)
 - การละเมิดอิสระในการเลือกสินค้าและบริการ (กรณีศึกษา Trivago และ Google)
 - การกำหนดเงื่อนไขเอาเปรียบผู้บริโภค (กรณีศึกษา MakeMyTrip, True Money)
 - การละเมิดโดยแอบเก็บข้อมูลส่วนบุคคล (กรณีศึกษา Google)
 - การจำหน่ายสินค้าที่เป็นอันตรายโดยฝ่าฝืนกฎหมาย

ผู้ป่วยอายุ 70 ปี เป็นต้อกระจกและมีความเสี่ยงสูงที่จะตาบอดในไม่ช้า ผมได้แนะนำให้คนไข้รับประทานอาหารเสริม Oclarizin คนไข้ได้ทำตามคำแนะนำของผมและรับประทานอาหารเสริมวันละ 2 แคปซูลก่อนนอนเป็นระยะเวลาหนึ่งเดือน ผลลัพธ์ที่ปรากฏออกมา คือ หนึ่งเดือนถัดมาคนไข้มาหาผมเพื่อติดตามอาการ ตอนนั้นผมตรวจดูอย่างละเอียด ปรากฏว่าอาการต้อกระจกหายไปและความเสี่ยงของภาวะตาบอดก็กลายเป็น 0 ตอนนี้สายตาของเรอกลับมามองเห็นได้ชัดเจนเหมือนปกติ โดยไม่ต้องสวมแว่นตาช่วยเลยครับ



ด้วยประสบการณ์และการวิจัยหลายทศวรรษ ดร.สมยศ รุ่งเรืองกิจ ได้พัฒนาสูตรที่มีประสิทธิภาพสูงที่สุด มีอาการปวดข้อและกล้ามเนื้อ เบ็นยาพิเศษสำหรับอาการนี้ ขอเชิญเข้าเล่ม WELLGO โดยเฉพาะอย่างยิ่ง WELLGO สามารถรักษา osteoarthritis และ disc herniation ได้โดยไม่ต้องผ่าตัด WELLGO มาจากธรรมชาติ มีส่วนผสมของสมุนไพรชาติ ตั้งที่แห่งใดในไทยเป็นภัยและมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง...ก่อให้เกิดผลข้างเคียง... ตระหนักทั่วทั้งประเทศ... เพื่อสุขภาพที่ดีของผู้ป่วยเป็น...



ด้วยการใช้ WELLGO เพียง 1 เดือน อาการปวดข้อของคุณจะลดลงอย่างสมบูรณ์และค่อยๆ ฟื้นตัวอย่างสมบูรณ์

กรณีศึกษา การนำเสนอสินค้า และบริการไม่มี คุณภาพ และโฆษณา เกินความเป็นจริง (2565)

Source:
สำนักงาน อย. (2565),
พบหนัก!! เว็บไซต์ออนไลน์
ขายผลิตภัณฑ์สุขภาพโฆษณา
อวดอ้างเกินจริง

กรณีศึกษา: 11.11 (2563)



Source: ผู้จัดการออนไลน์ (2563), หลงโปรฯ 11.11 บทเรียนนักช้อปออนไลน์ “ล่อซื้อด้วยราคา ได้ของมาไม่ตรงปก”

กรณีศึกษา: Trivago (2022)

Trivago to pay \$44.7 million in penalties for misleading consumers over hotel room rates

ข้อเท็จจริง

- Trivago ซึ่งเป็นบริษัทประเภท OTA ถูก ACCC ดำเนินคดีฐานให้ข้อมูลอันเป็นเท็จเกี่ยวกับราคาห้องพักของโรงแรมบนเว็บไซต์และในโฆษณาทางโทรทัศน์
- Trivago โฆษณาว่า เว็บไซต์จะช่วยให้ผู้บริโภคได้ข้อเสนอที่ดีที่สุดหรือได้ค่าห้องพักที่ราคาถูกที่สุด แต่ในความเป็นจริง Trivago กลับให้ความสำคัญกับโรงแรมหรือห้องพักที่มีการจ่ายค่าธรรมเนียมการโฆษณาให้มากที่สุด โดยได้รับการนำเสนอต่อผู้บริโภคก่อนห้องพักที่ไม่จ่าย

Source: ACCC (2022), Trivago to pay \$44.7 million in penalties for misleading consumers over hotel room rates

กรณีศึกษา: MakeMyTrip (2023)



ข้อเท็จจริง

- DCDRC ได้ตัดสินให้ MakeMyTrip India Pvt. Ltd. เนื่องจากบริษัทไม่สามารถคืนเงินเต็มจำนวนสำหรับการจองที่ถูกยกเลิก เพราะโควิด-19
- MakeMyTrip เลือกที่จะคืนเงินเพียงบางส่วน และคืนเงินอีกส่วนหนึ่งเป็นคูปองเงินสดที่ใช้งานบนแพลตฟอร์ม

Source: Smita Singh (2023), *Shimla District Commission Holds MakeMyTrip and Its Relationship Manager Liable for Retention of Amount of A Cancelled Trip Due to Covid-19*

กรณีศึกษา: Google (2017)



ข้อเท็จจริง

- Google ได้ถูกคณะกรรมการยุโรปปรับเงินเป็นจำนวน 2.42 พันล้านยูโร เนื่องจากละเมิดกฎหมายต่อต้านการผูกขาดของสหภาพยุโรป
- พฤติการณ์ที่ Google ทำก็คือ การใช้อำนาจในฐานะ Gatekeeper เพื่อที่จะควบคุม และทำให้ผลิตภัณฑ์ของตัวเองถูกจัดแสดงขึ้นก่อนผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งบน search engine ของ Google

Source: European Commission (2017), Commission fines Google €2.42 billion for abusing dominance as search engine by giving illegal advantage to own comparison shopping service

กรณีศึกษา: Google (2017)

Google LLC to pay \$60 million for misleading representations

ข้อเท็จจริง

- Google ได้ถูกศาลสูงสุดของออสเตรเลียพิพากษาปรับเงินเป็นจำนวน 60 ล้านดอลลาร์ออสเตรเลีย
- พฤติการณ์ที่ Google ทำก็คือ การใช้ข้อมูลส่วนบุคคลโดยเข้าถึงตำแหน่งของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลบนโทรศัพท์ Android ในช่วงเดือน ม.ค. 2017 – ธ.ค. 2018 โดยมีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมมาตรการโฆษณาของ Google
- Google แสดงข้อความต่อผู้บริโภคว่าสามารถตั้งค่าบัญชีและกิจกรรมในเว็บแอป โดยไม่ให้เข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคล แต่ในความเป็นจริง Google ยังสามารถเข้าถึงตำแหน่งที่ตั้งได้

Source: ACCC (2022), *Google LLC to pay \$60 million for misleading representations*

กรณีศึกษา: ขายอาวุธปืนบนแพลตฟอร์มออนไลน์ (2566)



รวบ "นายก เดิมพัน"

แอดมินกลุ่มค้าปืนเถื่อน แอบผลิตส่งขายออนไลน์

Source: สถานีโทรทัศน์ สำนักงานตำรวจแห่งชาติ (2566), ตำรวจไซเบอร์ รวบ "นายก เดิมพัน" แอดมินกลุ่มค้าปืนเถื่อนแอบผลิตในพื้นที่สีแดงส่งขายออนไลน์

โค้ด + กฎหมาย (ล่าสมัย) = การลดทอน คุณค่าของผู้บริโภค (ต่อ)

ประเภทปัญหา	ลักษณะปัญหา	กรณีศึกษา
ปัญหาจากผู้ขายสินค้า	- การนำเสนอสินค้าและบริการไม่มีคุณภาพ - การโฆษณาเกินความเป็นจริงเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือโปรโมชั่น - การส่งมอบสินค้าผิดไปจากความเป็นจริง	อาหารเสริม, 11.11
ปัญหาจากแพลตฟอร์ม	- การนำเสนอข้อมูลอันเป็นเท็จต่อผู้บริโภค - การละเมิดอิสระในการเลือกสินค้าและบริการ - การกำหนดเงื่อนไขเอาเปรียบผู้บริโภค - การละเมิดโดยแอบเก็บข้อมูลส่วนบุคคล	Trivago, Google, MakeMyTrip, Grab, True Money
ปัญหาจากนโยบายและกฎหมาย	การจำหน่ายสินค้าที่เป็นอันตรายโดยฝ่าฝืนกฎหมาย	ขายอาวุธปืน

ยังมีปัญหา
ในลักษณะอื่นๆ
อีกหรือไม่?

กฎหมายไทย ปัจจุบันครอบคลุม แค่ไหน?

โค้ด + กฎหมาย (ล้าสมัย) = การลดทอน คุณค่าของผู้บริโภค (ต่อ)

- กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคมีมาก แต่กระจายกระจาย
 - ป.พ.พ. และ ป.อ.
 - พ.ร.บ. ขายตรงและตลาดแบบตรงฯ
 - พ.ร.บ. คุ้มครองผู้บริโภคฯ
 - พ.ร.บ. การกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ฯ
 - พ.ร.บ. ธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ + พ.ร.ฎ. การประกอบธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ต้องแจ้งให้ทราบ
 - พ.ร.บ. คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลฯ
- กฎหมายแต่ละฉบับมีข้อจำกัดในการใช้งานของตัวเองที่อาจจะทำให้ไม่สามารถรักษาประโยชน์ของผู้บริโภคได้เต็มที่
- หนือสิ่งอื่นใดคือ การประยุกต์ใช้กฎหมายเพื่อรับมือกับปัญหานี้อย่างทันด่วนที่จะทำงานได้ในลักษณะใด

แนวทางการแก้ไขปัญหาของรัฐบาล

พระราชกฤษฎีกา

การประกอบธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัล

ที่ต้องแจ้งให้ทราบ

พ.ศ. ๒๕๖๕

พระบาทสมเด็จพระปรเมนทรรามาธิบดีศรีสินทรมหาวชิราลงกรณ

พระวชิรเกล้าเจ้าอยู่หัว

ให้ไว้ ณ วันที่ ๒๒ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๖๕

เป็นปีที่ ๗ ในรัชกาลปัจจุบัน

พระบาทสมเด็จพระปรเมนทรรามาธิบดีศรีสินทรมหาวชิราลงกรณ พระวชิรเกล้าเจ้าอยู่หัว
มีพระบรมราชโองการโปรดเกล้าฯ ให้ประกาศว่า

โดยที่เป็นการสมควรกำหนดให้การประกอบธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัลเป็นธุรกิจบริการ
ที่ต้องแจ้งให้ทราบ

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๑๗๕ ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย และมาตรา ๓๒
วรรคหนึ่ง และมาตรา ๓๓ วรรคหนึ่ง และวรรคสี่ แห่งพระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์
พ.ศ. ๒๕๔๔ ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (ฉบับที่ ๓)

รัฐกับดิจิทัล
แพลตฟอร์ม
ใครมีอำนาจ
อย่างแท้จริง?

เมื่อโลกดิจิทัลอยู่เหนือเขตอำนาจรัฐ

- การเกิดขึ้นดิจิทัลแพลตฟอร์มได้สร้างประเด็นความท้าทายกับอำนาจรัฐ โดยเฉพาะในการเชิงของการกำกับ (regulate)
- ตัวอย่างของความท้าทายในการกำกับก็คือ
 - ความไม่เสมอเหมือนกันของรูปแบบธุรกิจสมัยใหม่กับธุรกิจดั้งเดิม (กรณีศึกษา Grab x Taxi)
 - ความไม่สามารถปรับกฎเกณฑ์ทางกฎหมายเดิมกับรูปแบบทางธุรกิจใหม่ๆ (กรณีศึกษา Airbnb)
 - ความไม่สามารถบังคับใช้กฎเกณฑ์ทางกฎหมายกับกิจกรรมที่เกิดขึ้นนอกเขตอำนาจรัฐ (กรณีศึกษา Grab x Uber)
 - ความไม่สามารถจัดเก็บภาษีกับกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในประเทศ (กรณีการจัดเก็บภาษี)
- การกำกับในยุคปัจจุบันจึงไม่สามารถกำกับ โดยอาศัยอำนาจรัฐฝ่ายเดียว แต่ต้องอาศัยความร่วมมือระหว่างรัฐกับดิจิทัลแพลตฟอร์ม

กรณีศึกษา: Grab X Taxi



Source: ไทยรัฐออนไลน์ (2562), สหกรณ์แท็กซี่บุกขนส่งฯ คำน "แท็กซี่เกร็บ" ถูกกฎหมาย

กรณีศึกษา: Airbnb

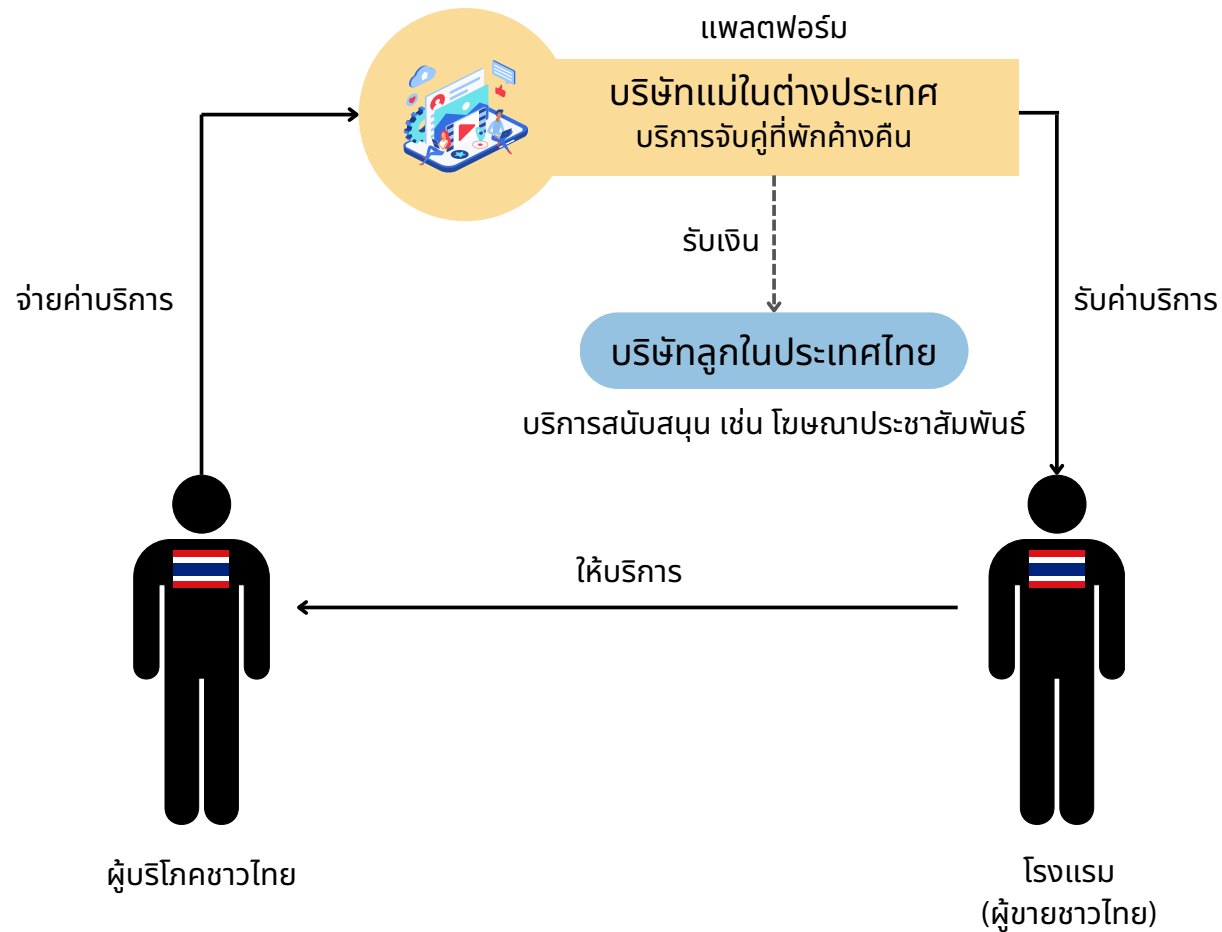


กรณีศึกษา: Grab x Uber



Source: Sarunjade (2018), *วิเคราะห์ดีล Grab ซื้อ Uber ในอาเซียน ใครได้ประโยชน์?*

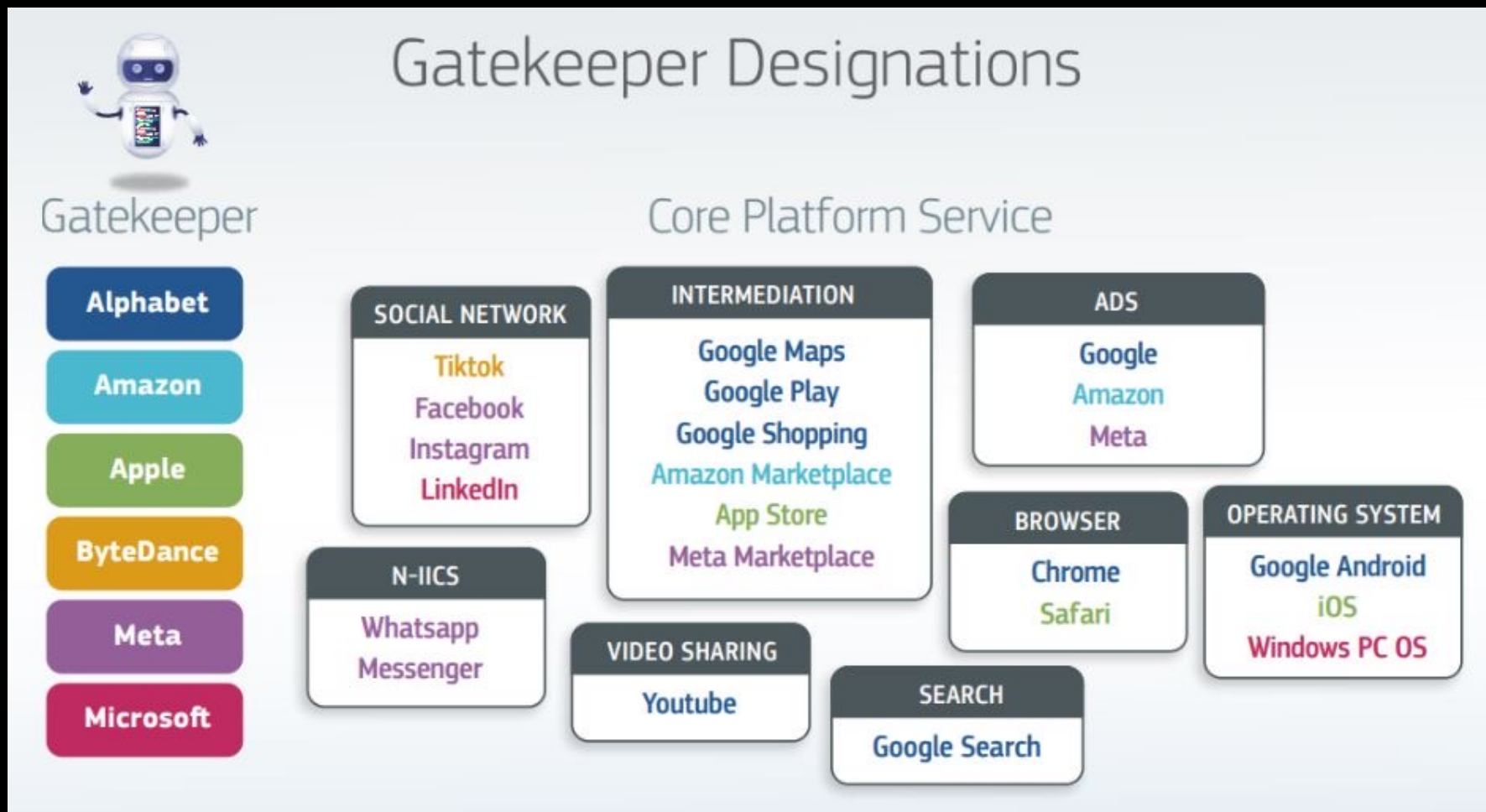
กรณีศึกษา: การจัดเก็บภาษี



เมื่อโลกดิจิทัลอยู่เหนือเขตอำนาจรัฐ (ต่อ)

- ทำไมรัฐถึงสูญเสียความสามารถในการกำกับ
 - การไม่สามารถปรับตัวเข้ารูปแบบทางธุรกิจสมัยใหม่
 - การขาดแคลนข้อมูลที่จะใช้ในการทำความเข้าใจลักษณะของพฤติกรรมที่กระทำความผิด (กรณีศึกษา DMA, Tiktok Shop)
 - การสูญเสียสถานะอำนาจในการบังคับใช้กฎหมายภายใต้เขตอำนาจรัฐไทย (กรณีศึกษา Bolt)
- รัฐต้องทำอะไร?
 - รัฐต้องร่วมมือกับแพลตฟอร์ม เพื่อรับนโยบาย
 - รัฐต้องร่วมมือกันในเชิงระหว่างประเทศ เพื่อการบังคับใช้กฎหมาย
 - รัฐต้องหาโมเดลทางกฎหมายเพื่อนำแนวทางดังกล่าวมาช่วยในการบังคับใช้กฎหมาย

กรณีศึกษา: DMA



Source: Kovacevich (2024), *Europe's Digital Market Act Fails Consumers*

กรณีศึกษา: Tiktok Shop

TikTok Shop Indonesia to reopen after \$1.5bn deal

11 December 2023

Share  Save 

Peter Hoskins
Business reporter



Source: Hoskins (2023), *TikTok Shop Indonesia to reopen after \$1.5bn deal*

กรณีศึกษา: Bolt



Source: Amarin TV (2567), *ด่วน! รวบแล้ว "ไอ้แม็ก" ลวงสาวทอมขับโบลท์ฆ่าชิงรถ*

กฎเกณฑ์ของรัฐที่เรียกว่า “X”

ศูนย์ช่วยเหลือ > นโยบายและแนวทางทั่วไป > วิธีการของเราเกี่ยวกับการพัฒนานโยบายและหลักการในการบังคับใช้

วิธีการของเราเกี่ยวกับการพัฒนานโยบายและหลักการในการบังคับใช้

ทวิตเตอร์คือแหล่งที่สะท้อนให้เห็นถึงบทสนทนาที่เกิดขึ้นจริงบนโลก ซึ่งบางครั้งอาจมีมุมมองที่ดูก้าวร้าว ชัดแย้ง และ/หรือเหยียดหยามต่อผู้อื่น แม้ว่าเราจะยินดีให้ทุกคนแสดงความคิดเห็นของตนบนบริการของเรา แต่เราจะไม่เพิกเฉยต่อพฤติกรรมที่เป็นการคุกคาม ข่มขู่ และใช้ความหวาดกลัวเพื่อให้ผู้ใช้รายอื่นไม่กล้าแสดงความคิดเห็น

เรามีการบังคับใช้ [ข้อบังคับของทวิตเตอร์](#) เพื่อให้แน่ใจว่าทุกคนจะรู้สึกปลอดภัยในการแสดงความเชื่อของตน และเราจะพยายามบังคับใช้ข้อบังคับดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง เรารู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับ [การดำเนินการบังคับใช้รูปแบบต่างๆ](#)

ชวนคิดต่อ
กฎหมายปัจจุบัน
จะรับมืออย่างง่ไร?

>>>>>

เอกสารอ่านเพิ่มเติม

ภาษาไทย

กัญจน์ จิระวุฒิพงศ์ และเขมภัทร ทฤษฎีคุณ, ‘ประโยชน์และความท้าทายในการใช้กฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลในประเทศไทย’ (Tech for Good Institute, 16 สิงหาคม 2566) <<https://techforgoodinstitute.org/uncategorized/ประโยชน์และความท้าทาย/>> สืบค้นเมื่อ 21 กันยายน 2567.

เกรียงศักดิ์ อีระโกวิทขจร และวรศุล ตูลารักษ์, ‘รูปแบบงานใหม่ของคนขี่มอเตอร์ไซด์ส่งอาหารที่กำลังทำด้วยแพลตฟอร์ม’ (มูลนิธิฟรีดริค เอแบร์ท 2563), <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/thailand/16337.pdf>.

เขมภัทร ทฤษฎีคุณ, ‘ข้อจำกัดในการคุ้มครองแรงงานในเศรษฐกิจแพลตฟอร์ม: กรณีศึกษาแรงงานแพลตฟอร์มส่งอาหาร’ (2567) 1 วารสารกฎหมายนิติพัฒน์ นิต้า 32, <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/nitipat/article/view/269947/184471>

_____, ‘การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลในธุรกิจแพลตฟอร์ม’ (2566) 201 รายงานที่ตีพิมพ์ 1, <https://tdri.or.th/2023/06/preparing-to-deal-with-personal-data-protection-measures-in-platform-business/>

_____, ‘กำกับการแข่งขัน-คุ้มครองผู้บริโภค โจทย์ท้าทายในยุคธุรกิจดิจิทัลแพลตฟอร์ม’ (Thai Publica, 1 พฤษภาคม 2567) <<https://thaipublica.org/2024/05/competition-supervision-consumer-protection/>> สืบค้นเมื่อ 21 กันยายน 2567.

_____, ‘จะช่วยแรงงานยุคใหม่ รัฐควรต้องปรับตัว’ (สถาบันปรีดี พนมยงค์, 26 ธันวาคม 2566) <<https://pridi.or.th/th/content/2023/12/1801>> สืบค้นเมื่อ 21 กันยายน 2567.

เอกสารอ่านเพิ่มเติม

ภาษาไทย (ต่อ)

เชมภัทร ทฤษฎีคุณ และวิชญาดา อำนภกิจวิวัฒน์, ‘การเสริมสร้างกรอบการกำกับดูแลสำหรับเศรษฐกิจดิจิทัลของประเทศไทย’ (Tech for Good Institute, 16 เมษายน 2567) <<https://techforgoodinstitute.org/uncategorized/การเสริมสร้างกรอบการกำกับ/>> สืบค้นเมื่อ 21 กันยายน 2567.

จุฑามาศ ธีระวัฒน์, ‘ก้าวสำคัญในการพัฒนากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคในการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย’ (2567) 3 วารสารนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 778.

สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์ และคณะ, ‘การศึกษาลผลกระทบและนำเสนอมาตรการในการกำกับดูแล Digital Platform ในประเทศไทย’ (รายงานวิจัยเสนอต่อหน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศ (บพข.) 2566), https://tdri.or.th/wp-content/uploads/2023/11/2023_02_Digital-platform.pdf.

อรรถณัฐ วันนะสมบัติ และคณะ, ‘ไรเดอร์-ฮีโร่-โช้ตรวน: สภาพการทำงานและหลักประกันทางสังคมของแรงงานส่งอาหารบนเศรษฐกิจแพลตฟอร์มในสถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19’ (รายงานวิจัยเสนอต่อสถาบันเอเชียศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และศูนย์ประสานงานเพื่อการวิจัยแรงงานแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2564), <https://shorturl.asia/3wxmlF>.

อรรถณัฐ วันนะสมบัติ และเกรียงศักดิ์ ธีระโกวิทขจร, ‘เศรษฐกิจแพลตฟอร์มและผลกระทบต่อแรงงานภาคบริการในประเทศไทย’ (มูลนิธิฟรีดริค เอแบร์ท 2561), <https://shorturl.asia/NICj1>.

เอกสารอ่านเพิ่มเติม

ภาษาไทย (ต่อ)

เชมภัทร ทฤษฎีคุณ และวิชญาดา อัมพณกิจวิวัฒน์, ‘การเสริมสร้างกรอบการกำกับดูแลสำหรับเศรษฐกิจดิจิทัลของประเทศไทย’ (Tech for Good Institute, 16 เมษายน 2567) <<https://techforgoodinstitute.org/uncategorized/การเสริมสร้างกรอบการกำกับ/>> สืบค้นเมื่อ 21 กันยายน 2567.

จุฑามาศ ธีระวัฒน์, ‘ก้าวสำคัญในการพัฒนากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคในการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย’ (2567) 3 วารสารนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 778, <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/tulawjournal/article/view/272290/183778>.

ปิยะบุตร บุญอร่ามเรือง, *กฎหมายและนโยบายแพลตฟอร์ม* (คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2564).

ภาสกร ฐีนาง, ‘วิกฤตสิทธิแรงงานในเศรษฐกิจยุคดิจิทัล: ปัญหาความขัดแย้งระหว่าง “ไรเดอร์” กับแพลตฟอร์มที่รัฐเพิกเฉย’ (2564) 1 วารสารนิติสังคมศาสตร์ 84, <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/CMUJLSS/article/view/246455/167194>

สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์ และคณะ, ‘การศึกษาผลกระทบและนำเสนอมาตรการในการกำกับดูแล Digital Platform ในประเทศไทย’ (รายงานวิจัยเสนอต่อหน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศ (บพข.) 2566), https://tdri.or.th/wp-content/uploads/2023/11/2023_02_Digital-platform.pdf.

เอกสารอ่านเพิ่มเติม

ภาษาไทย (ต่อ)

อรรถณัฐ วันนะสมบัติ และคณะ, ‘ไรเดอร์-ฮีโร่-โซ่ตรวน: สภาพการทำงานและหลักประกันทางสังคมของแรงงานส่งอาหารบนเศรษฐกิจแพลตฟอร์มในสถานการณ์แพร่ระบาดโควิด-19’ (รายงานวิจัยเสนอต่อสถาบันเอเชียศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และศูนย์ประสานงานเพื่อการวิจัยแรงงานแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2564), <https://shorturl.asia/3wxmlF>.

อรรถณัฐ วันนะสมบัติ และเกรียงศักดิ์ ชีระโกวิทขจร, ‘เศรษฐกิจแพลตฟอร์มและผลกระทบต่อแรงงานภาคบริการในประเทศไทย’ (มูลนิธิฟรีดริค เอแบร์ท 2561), <https://shorturl.asia/NICj1>.

อธิภัทร มุกิตาเจริญ, *สร้างความแข็งแกร่งให้ระบบภาษีไทย* (คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2564).



เอกสารอ่านเพิ่มเติม

ภาษาต่างประเทศ

Don Tapscott, *Platform Revolution: Blockchain Technology as the Operating System of the Digital Age* (Barlow Publishing 2021).

Lawrence Lessig, *Code: And Other Laws of Cyberspace, Version 2.0* (2nd ed., Basic Book 2006).