

บทที่ 1

บทนำ

สัญญารับประกันสินค้าหรือบริการ (Product or Service Warranty Contract) คือ สัญญาที่คู่สัญญาฝ่ายหนึ่ง เรียกว่า ผู้ประกอบธุรกิจ (Entrepreneur) ซึ่งอาจเป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลก็ได้ตกลงกับคู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่ง เรียกว่า ผู้บริโภค (Consumer) ว่าจะรับผิดชอบค่าใช้จ่ายหรือดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งในกรณีที่สินค้าหรือบริการมีความเสียหายหรือก่อให้เกิดความเสียหายแก่ผู้บริโภคมีความสำคัญในการคุ้มครองผู้บริโภคอันเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานตามมาตรา 61¹ แห่งรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 ได้บัญญัติรับรองไว้และมีความสำคัญต่อการขับเคลื่อนต่อการเจริญเติบโตของระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย ซึ่งรัฐควรมีอำนาจในการควบคุมตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 (Consumer Protection Act B.E. 2522 (1979)) ดังนั้น พระราชบัญญัติดังกล่าวจึงควรกำหนดหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวกับสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการให้ครบถ้วนและชัดเจน เพื่อให้รัฐสามารถใช้อำนาจได้อย่างถูกต้องเป็นธรรมเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการคุ้มครองผู้บริโภคและคุ้มครองให้ผู้ประกอบธุรกิจสามารถดำเนินกิจการได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย ซึ่งประเด็นที่สำคัญจะศึกษาต่อไปในความเป็นมาและความสำคัญ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การพัฒนาของสังคมและเทคโนโลยีทำให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้มากยิ่งขึ้นและมีธุรกิจใหม่เกิดขึ้นมากมาย ซึ่งส่งผลให้เกิดการแข่งขันทางการระหว่างผู้ประกอบการที่ขายสินค้าหรือให้บริการในธุรกิจประเภทเดียวกันมากขึ้น โดยเป็นการแข่งขันอย่างเสรีตามหลักเศรษฐกิจเสรี (Laissez-Faire) กล่าวคือ ปล่อยให้เอกชนสามารถดำเนินการตามใจอย่างเสรี² ให้เอกชนสามารถแข่งขันทางการค้ากันได้โดยอิสระ โดยรัฐบาลจะดำเนินการแทรกแซงในด้าน

¹ มาตรา 61 รัฐต้องจัดให้มีมาตรการหรือกลไกที่มีประสิทธิภาพในการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภคด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านความรู้ข้อมูลที่เป็นจริง ด้านความปลอดภัยด้านความเป็นธรรมในการทำสัญญาหรือด้านอื่นใดอันเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค

² วัชร งามจิตเจริญ. (2552). *แนวคิดในการใช้พุทธธรรมเพื่อดำเนินการทางเศรษฐกิจ ในสังคมทุนนิยม : กรณีศึกษา*. รายงานวิจัย. กรุงเทพฯ: ศูนย์พุทธศาสน์ศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เศรษฐกิจของบุคคลและสังคมน้อยมาก หน้าที่ของรัฐคือการรักษาความสงบเรียบร้อยและความปลอดภัย (Maintaining Order And Safety) และเพื่อหลีกเลี่ยงการแทรกแซงความคิดริเริ่มของบุคคลในการแสวงหาเป้าหมายที่ต้องการ³ ซึ่งการแข่งขันมีวัตถุประสงค์เพื่อชักจูงให้ผู้บริโภคสนใจมาซื้อสินค้าหรือใช้บริการของตน โดยสามารถกระทำได้ด้วยวิธีการต่าง ๆ ยกตัวอย่างเช่น การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยให้การจัดทำสินค้าหรือให้บริการ การให้สิทธิประโยชน์หรือการให้ของแถม แต่ผู้ประกอบการก็มีความรู้ ความเชี่ยวชาญและความสามารถทางการเงินมากกว่าผู้บริโภค ซึ่งอาจทำให้ผู้บริโภคอยู่ฐานะที่เสียเปรียบหากมีข้อพิพาทอันเกิดการบริโภคสินค้าหรือบริการ เนื่องจากผู้บริโภคไม่สามารถทราบถึงข้อมูลที่แท้จริงของสินค้าหรือบริการได้เทียบเท่ากับผู้ประกอบการ และไม่มีความสามารถหรือความเชี่ยวชาญเทียบเท่ากับผู้ประกอบการ ยกตัวอย่างเช่น การโฆษณาที่ใช้ข้อความโฆษณาสินค้าหรือบริการที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือการใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม ตามมาตรา 21⁴ แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 หรือการระบุรายละเอียดเกี่ยวกับการจัดรายการส่งเสริมการขายไม่ครบถ้วนถูกต้องตามที่กฎหมายกำหนดหรือการระบุรายละเอียดบนฉลากผลิตภัณฑ์สินค้าไม่ครบถ้วน ตามมาตรา 31⁵

³ เศรษฐกิจ วณิชสอน. (2558). *ปัญหาและอุปสรรคในการบังคับใช้กฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ในราชการส่วนภูมิภาค*. วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิติศาสตร์ปริทัศน์ มหามงคล มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

⁴ มาตรา 21 การโฆษณาจะต้องไม่ใช่ข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม ทั้งนี้ ไม่ว่าข้อความดังกล่าวนั้นจะเป็นข้อความที่เกี่ยวกับแหล่งกำเนิด สภาพคุณภาพ หรือลักษณะของสินค้าหรือบริการ ตลอดจนการส่งมอบ การจัดหา หรือการใช้สินค้าหรือบริการ ข้อความดังต่อไปนี้ ถือว่าเป็นข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือเป็นข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม

(1) ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง

(2) ข้อความที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ไม่ว่าจะกระทำโดยใช้หรืออ้างอิงรายงานทางวิชาการ สถิติ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งอันไม่เป็นความจริงหรือเกินความจริง หรือไม่ก็ตาม

(3) ข้อความที่เป็นการสนับสนุนโดยตรงหรือโดยอ้อมให้มีการกระทำผิดกฎหมายหรือศีลธรรม หรือนำไปสู่ความเสื่อมเสียในวัฒนธรรมของชาติ

(4) ข้อความที่จะทำให้เกิดความแตกแยกหรือเสื่อมเสียความสามัคคีในหมู่ประชาชน

(5) ข้อความอย่างอื่นตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

ข้อความที่ใช้ในการโฆษณาที่บุคคลทั่วไปสามารถรู้ได้ว่าเป็นข้อความที่ไม่อาจเป็นความจริงได้โดยแน่แท้ ไม่เป็นข้อความที่ต้องห้ามในการโฆษณาตาม (1)

⁵ มาตรา 31 ฉลากของสินค้าที่ควบคุมฉลาก จะต้องมีลักษณะดังต่อไปนี้

แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 หรือการจัดทำสัญญาแบบสำเร็จรูปโดยใช้ข้อความที่เป็นการจำกัดความรับผิดชอบของผู้ประกอบธุรกิจหรือมีข้อความที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค ซึ่งหากผู้บริโภคไม่มีความเชี่ยวชาญหรือความรู้ในการอ่านและการตีความข้อความในสัญญาอาจถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบธุรกิจได้ ด้วยเหตุนี้จึงจำเป็นต้องให้รัฐเข้ามามีบทบาทในควบคุมการประกอบธุรกิจและคุ้มครองผู้บริโภคซึ่งถือเป็นสิทธิขั้นพื้นฐาน (Fundamental Rights) หมายถึง อำนาจตามกฎหมายในอันที่จะกระทำการต่าง ๆ โดยปราศจากการรบกวนขัดขวางของรัฐ⁶ กล่าวคือ สิทธิขั้นพื้นฐานที่ผู้บริโภคต้องได้รับตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 และมีการตราพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ขึ้น เป็นกฎหมายเฉพาะที่ให้การรับรองสิทธิของประชาชนในฐานะผู้บริโภคตามรัฐธรรมนูญโดยผ่านกลไกของรัฐ ซึ่งพระราชบัญญัตินี้ได้บัญญัติความหมายของผู้ประกอบธุรกิจและผู้บริโภคและได้วางหลักการควบคุมการประกอบธุรกิจ สิทธิหน้าที่ของผู้บริโภคและผู้ประกอบธุรกิจ ยกตัวอย่างเช่น ด้วยการตราพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 มาตรา 4⁷ อาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า

(1) ใช้ข้อความที่ตรงต่อความจริงและไม่มีข้อความที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้า

(2) ต้องระบุข้อความดังต่อไปนี้

(ก) ชื่อหรือเครื่องหมายการค้าของผู้ผลิตหรือของผู้นำเข้าเพื่อขาย แล้วแต่กรณี

(ข) สถานที่ผลิตหรือสถานที่ประกอบธุรกิจนำเข้า แล้วแต่กรณี

(ค) ระบุข้อความที่แสดงให้เห็นได้ว่าสินค้านั้นคืออะไร ในกรณีที่เป็นสินค้านำเข้าให้ระบุชื่อประเทศที่ผลิตด้วย

(3) ต้องระบุข้อความอันจำเป็น ได้แก่ ราคา ปริมาณ วิธีใช้ ช้อแนะนำ คำเตือน วัน เดือน ปีที่หมดอายุในกรณีเป็นสินค้าที่หมดอายุได้ หรือกรณีอื่น เพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่คณะกรรมการว่าด้วยฉลากกำหนดโดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา

ให้ผู้ประกอบธุรกิจซึ่งเป็นผู้ผลิตเพื่อขายหรือผู้ส่งหรือผู้นำเข้ามาในราชอาณาจักร เพื่อขายซึ่งสินค้าที่ควบคุมฉลาก แล้วแต่กรณี เป็นผู้จัดทำฉลากก่อนขายและฉลากนั้นต้องมีข้อความดังกล่าวในวรรคหนึ่งในการนี้ ข้อความตามวรรคหนึ่ง (2) และ (3) ต้องจัดทำตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่คณะกรรมการว่าด้วยฉลากกำหนด โดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา

⁶ ชาญภัทร แก้วมหาภาพ. (2560). *ปัญหาสิทธิขั้นพื้นฐานในพรมแดนกฎหมายข้าราชการ*. วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต สาขากฎหมายมหาชน, คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

⁷ มาตรา 4 ผู้บริโภคมีสิทธิได้รับความคุ้มครองดังต่อไปนี้

(1) สิทธิที่จะได้รับข่าวสารรวมทั้งคำพรรณานคุณภาพที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับ สินค้าหรือบริการ

(2) สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้าหรือบริการ

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 ได้วางหลักการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค (Principle of Protection of Consumer Rights) และมีพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 เป็นกฎหมายเฉพาะที่บัญญัติการคุ้มครองสิทธิและกำหนดหน้าที่ ควบคุมการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจ ผู้บริโภคต้องได้รับทราบข้อมูลข่าวสาร สรรพคุณของสินค้าหรือบริการอย่างถูกต้อง อีกทั้งต้องได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญากับผู้ประกอบธุรกิจ โดยการจัดทำสัญญา สินค้าหรือบริการ บัญญัติไว้ในมาตรา 35 สัตต⁸ แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ซึ่งหากพิจารณามาตราดังกล่าวแล้วสามารถแยกองค์ประกอบได้ ดังต่อไปนี้

ประการแรก ผู้ประกอบธุรกิจขายสินค้าหรือให้บริการต้องมีคำมั่นหรือความประสงค์ที่จะทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการให้ไว้แก่ผู้บริโภค (Consumer)

ประการที่สอง สัญญารับประกันสินค้าหรือบริการต้องทำเป็นหนังสือและลงลายมือชื่อ (Signature) ของผู้ประกอบธุรกิจ (Entrepreneur) หรือผู้แทน

ประการที่สาม ผู้ประกอบธุรกิจขายสินค้าหรือให้บริการต้องส่งมอบ (Delivery) สัญญารับประกันสินค้าหรือบริการนั้นไว้แก่ผู้บริโภคพร้อมกับการส่งมอบสินค้าหรือให้บริการ

ประการที่สี่ สัญญารับประกันสินค้าหรือบริการต้องจัดทำเป็นภาษาไทย (Thai language) เท่านั้น

หากพิจารณาแล้วเห็นว่ามาตรา 35 สัตต แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 บัญญัติให้มีการทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการระหว่างผู้ประกอบธุรกิจและผู้บริโภคไว้ แต่มาตราดังกล่าวไม่ได้บัญญัติรายละเอียดเกี่ยวกับเนื้อหาที่จำเป็นที่ผู้ประกอบธุรกิจต้องระบุไว้ในสัญญารับประกัน ยกตัวอย่างเช่น ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ (Information of products and services) หน้าที่ของผู้ประกอบธุรกิจตามสัญญารับประกันหน้าที่ของผู้บริโภคตามสัญญารับประกัน เงื่อนไขในการรับประกันสินค้าหรือบริการ ระยะเวลาการรับประกัน วิธีการในการเอาประกัน

(3) สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ

(3 ทวิ) สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา

(4) สิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย

ทั้งนี้ ตามที่กฎหมายว่าด้วยกรณีนั้น ๆ หรือพระราชบัญญัตินี้บัญญัติไว้

⁸ มาตรา 35 สัตต ในกรณีที่ผู้ประกอบธุรกิจขายสินค้าหรือให้บริการ โดยให้คำมั่นว่าจะทำสัญญารับประกันให้ไว้แก่ผู้บริโภค สัญญาดังกล่าวต้องทำเป็นหนังสือลงลายมือชื่อของผู้ประกอบธุรกิจหรือผู้แทน และต้องส่งมอบสัญญานั้นแก่ผู้บริโภคพร้อมกับการส่งมอบสินค้าหรือให้บริการ

ถ้าสัญญาตามวรรคหนึ่งที่เป็นภาษาต่างประเทศต้องมีคำแปลภาษาไทยกำกับไว้ด้วย

เอกสารหลักฐานซึ่งต้องใช้เพื่อเรียกร้องให้ปฏิบัติตามสัญญารับประกันหรือรายละเอียดที่จำเป็นในการจัดทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการ

ผลจากความไม่ชัดเจนของมาตรา 35 สัตต แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ตามที่กล่าวข้างต้นส่งผลกระทบต่อการศึกษาของพนักงานเจ้าหน้าที่และเป็นประเด็นปัญหาสำคัญทางกฎหมายอาจก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรม ความไม่โปร่งใสในการดำเนินการส่งผลให้ไม่สามารถคุ้มครองผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพและไม่สามารถควบคุมผู้ประกอบการธุรกิจให้ดำเนินธุรกิจได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย เพื่อให้สอดคล้องกับรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย

พิจารณาแล้วจึงเห็นควรศึกษาและวิเคราะห์ปัญหาของพระราชบัญญัติดังกล่าวเพื่อค้นหาแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงกฎหมายและนิติวิธีตามกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อให้สอดคล้องกับพระราชบัญญัตินี้ โดยการศึกษาพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 เปรียบเทียบกับกฎหมายของต่างประเทศได้แก่ Magnuson-Moss Warranty Act 1975 ของสหรัฐอเมริกาและ Directive (EU) 2019/771 of the European Parliament and of the Council of 20 May 2019 on Certain Aspects Concerning Contracts for the Sale of Goods, Amending Regulation (EU) 2017/2394 and Directive 2009/22/EC, and Repealing Directive 1999/44/EC ของสหภาพยุโรป รวมถึงหาแนวทางในการแก้ไขปัญหา ซึ่งจะเป็นหลักสำคัญให้แก่พนักงานเจ้าหน้าที่ให้ในพิจารณาเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค เป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการเพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างถูกต้องเหมาะสมและสามารถคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาแนวคิดทฤษฎีของปัญหาการจัดทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการ
2. เพื่อศึกษากฎหมายเกี่ยวกับการจัดทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการตามกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทยเปรียบเทียบกับกฎหมายต่างประเทศ
3. เพื่อศึกษาปัญหาการจัดทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค
4. เพื่อให้ได้แนวทางในการปัญหาที่จะเกิดขึ้นและอาจเกิดขึ้นในอนาคตในกรณีที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการ

1.3 สมมติฐานของการศึกษา

ศึกษาพิจารณามาตรา 35 สัตต แห่งราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 เพื่อค้นหาแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงกฎหมายและนิติวิธีตามกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค อันเป็นหลักสำคัญให้แก่พนักงานเจ้าหน้าที่ในการพิจารณาเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคและเป็นหลักคุ้มครองผู้ประกอบการเพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมเป็นไปตามกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคต่อไป

1.4 ขอบเขตของการศึกษา

สารนิพนธ์ฉบับนี้จะศึกษาการจัดทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 เปรียบเทียบกับกฎหมายที่เกี่ยวกับการจัดทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการตาม Magnuson-Moss Warranty Act 1975 ของสหรัฐอเมริกาและการจัดทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการตาม Directive (EU) 2019/771 of the European Parliament and of the Council of 20 May 2019 on Certain Aspects Concerning Contracts for the Sale of Goods, Amending Regulation (EU) 2017/2394 and Directive 2009/22/EC, and Repealing Directive 1999/44/EC ของสหภาพยุโรป เพื่อหาแนวทางในการแก้ไขมาตรา 35 สัตต แห่งราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 เพื่อให้เป็นหลักสำคัญให้แก่พนักงานเจ้าหน้าที่ในการพิจารณาเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค เป็นแนวทางผู้ประกอบการเพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมเป็นไปตามกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคต่อไปและคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง

1.5 วิธีดำเนินการศึกษา

สารนิพนธ์นี้เป็นงานศึกษาวิจัยทางเอกสาร (Documentary Research) ด้วยวิธีการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลจากข้อมูลชั้นปฐมภูมิ ยกตัวอย่างเช่น พระราชบัญญัติ คำวินิจฉัยของศาลหรือคำพิพากษาและข้อมูลชั้นทุติยภูมิ ยกตัวอย่างเช่น เอกสารทางวิชาการ วิทยานิพนธ์ สารนิพนธ์ วารสาร บทความ หนังสือ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทยและของต่างประเทศ รวมถึงเอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาการจัดทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการ
2. ทำให้ทราบถึงศึกษากฎหมายเกี่ยวกับการจัดทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการตามกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทยเปรียบเทียบกับกฎหมายของต่างประเทศ
3. ทำให้ทราบปัญหาการจัดทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค
4. ทำให้ทราบแนวทางในการปัญหาที่จะเกิดขึ้นและอาจเกิดขึ้นในอนาคตในกรณีที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการ