

บทที่ 2

แนวความคิดและทฤษฎีของการจัดทำสัญญารับประกันสินค้า หรือบริการตามกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการจัดทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการ ในอดีต การซื้อขายสินค้าหรือบริการเป็นนิติกรรม แต่เป็นเรื่องการซื้อขายสินค้าหรือรับบริการระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจและผู้บริโภคที่ไม่มีความซับซ้อนหรือมีเงื่อนไขมากมายเท่าๆกันซื้อขายสินค้าหรือรับบริการ ไม่มีหน้าที่และความรับผิดชอบต่อกัน อีกทั้ง รัฐไม่ได้เข้าไปควบคุมหรือแทรกแซงในการซื้อขายหรือรับบริการ ผู้ประกอบการมีหน้าที่แค่ขายสินค้าส่งมอบสินค้าที่ไม่มีความชำรุดบกพร่อง ส่วนผู้บริโภคมีหน้าที่ชำระเงินและตรวจสอบสินค้าที่ตนเองได้รับเท่านั้น แต่ต่อมาเมื่อสังคมได้มีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงไปมีธุรกิจหลากหลายมากยิ่งขึ้น ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการและผู้บริโภคมีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้นและรัฐจึงต้องเข้ามาควบคุมดูแลเพื่อให้เกิดความเป็นธรรมระหว่างผู้ประกอบการและผู้บริโภค โดยใช้กฎหมายเป็นเครื่องมือ ซึ่งการจัดทำสัญญารับประกันก็เป็นวิธีการหนึ่งในเข้าไปแทรกแซงความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการและผู้บริโภค ทำให้ผู้ประกอบการมีหน้าที่และความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น มาจากหลักผู้ขายต้องระวัง (Let the seller beware หรือ Caveat venditor)¹ รวมถึงในปัจจุบันรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยให้การรับรองสิทธิของผู้บริโภคมากขึ้นที่จะต้องได้รับการคุ้มครอง จึงได้มีการบัญญัติกฎหมายเกี่ยวกับสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการตามกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค คือสัญญาที่คู่สัญญาฝ่ายหนึ่ง เรียกว่า ผู้ประกอบการหรือผู้ประกอบการ ตกลงกับคู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่ง เรียกว่า ผู้บริโภคว่าจะรับผิดชอบค่าใช้จ่ายหรือดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งในกรณีที่สินค้าหรือบริการมีความเสียหายหรือก่อให้เกิดความเสียหายแก่ผู้บริโภค ซึ่งมีความสำคัญต่อการคุ้มครองผู้บริโภคและการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ การศึกษาแนวคิดและทฤษฎีของสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการจึงมีความสำคัญเพื่อให้ทราบถึงเหตุและผลในการจัดทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการ เพื่อประโยชน์และเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการคุ้มครองผู้บริโภค

¹ ชาญชัย ทิพยมณฑล. (2566). ปัญหาเกี่ยวกับความรับผิดชอบชำรุดบกพร่องของผู้ขายสินค้าไปแล้ว. *วารสารนิติ รัฐกิจและสังคมศาสตร์ สำนักวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย*. 6(2).

ให้ได้รับความเป็นธรรมจากการใช้สินค้าหรือรับบริการมากยิ่งขึ้น โดยแนวคิดและทฤษฎีมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเรื่องสิทธิของผู้บริโภค

สิทธิมนุษยชน (Human Rights) หมายถึง สิทธิ เสรีภาพ ที่จำเป็นขั้นพื้นฐานของมนุษย์ทุกคนที่พึงได้รับอย่างเสมอภาคและเป็นธรรมในฐานะที่เกิดมาเป็นมนุษย์ไม่ว่าจะมีความแตกต่างกันทางเชื้อชาติ ชาติกำเนิด ศาสนา วัฒนธรรม ภาษา วิถีชีวิต เพศ รูปลักษณ์ภายนอก อายุและสติปัญญาหรือมีความไม่เท่าเทียมกันในฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมมากนักน้อยเพียงใดก็ตาม² หากพิจารณาจากความหมายของสิทธิมนุษยชนแล้ว อาจกล่าวได้ว่าสิทธิผู้บริโภคอันเป็นสิทธิขั้นพื้นฐาน (Liberty) ถือเป็นส่วนหนึ่งของสิทธิมนุษยชนที่บุคคลทุกคนพึงมีและได้รับการคุ้มครองอย่างเสมอภาคและเป็นธรรมโดยสามารถอธิบายได้ ดังต่อไปนี้

2.1.1 สิทธิของผู้บริโภค

หากจะพิจารณาความหมายของคำว่าสิทธิของผู้บริโภค (Consumer Right) จำเป็นต้องศึกษาความหมายของคำว่าผู้บริโภค (Consumer) ผู้ประกอบธุรกิจ (Entrepreneur) ซึ่งอาจเป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลและความหมายของการคุ้มครองผู้บริโภค (Consumer Protection) เพื่อให้สามารถเข้าใจความหมายและความจำเป็นในการที่ต้องให้การคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น โดยมีนักวิชาการได้ให้ความหมายไว้หลายท่าน ยกตัวอย่างเช่น

“1) ศิริวัฒน์ ทิพย์ธราดล ให้ความหมายของผู้บริโภค หมายถึง ผู้ซื้อหรือได้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจและผู้ซึ่งได้รับการเสนอหรือชักชวนจากผู้ประกอบธุรกิจเพื่อให้ซื้อสินค้าหรือบริการ

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และฉบับแก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ. 2541 ได้นิยาม ความหมายของผู้บริโภคว่า หมายถึง ผู้ซื้อหรือได้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจหรือผู้ซึ่งได้รับการเสนอหรือการชักชวนจากผู้ประกอบธุรกิจเพื่อให้ซื้อสินค้าหรือรับบริการ และหมายความรวมถึงผู้ใช้สินค้าหรือผู้ได้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจโดยชอบแม้มิได้เป็นผู้เสียค่าตอบแทนก็ตามรวมถึงผู้ซึ่งได้รับการเสนอหรือชักชวนจากผู้ประกอบธุรกิจเพื่อให้ซื้อสินค้าหรือรับบริการด้วย

² รุ่งณี หาเรือนทรง. *สิทธิมนุษยชน (Human Right) ส.2.1 ม4-6/4 ประเมินสถานการณ์สิทธิมนุษยชนในประเทศไทย และเสนอแนวทางพัฒนา*. เอกสารประกอบการสอน โรงเรียนสตรีวิทยา 2.

2) อิศรา จูมมาลี ให้ความหมายของคำว่าบริ โภค หมายถึง กิน เสพ ใช้ สิ้นเปลือง ใช้สอยจับจ่าย การจับจ่าย ใช้สอย การซื้อสินค้าหรือบริการต่าง ๆ

ผู้บริ โภค หมายถึง บุคคลหรือใครก็ตามที่รับประทานหรือใช้สินค้าบริการต่าง ๆ กล่าวคือ ผู้ที่ซื้อมาใช้ ผู้กิน ผู้เสพ ผู้ใช้สอย ผู้นำมาใช้ให้เกิดประโยชน์เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองทั้งทางร่างกายและทางด้านจิตใจ

การคุ้มครองผู้บริ โภค หมายถึง การปกป้องดูแลผู้บริ โภคให้ได้รับความปลอดภัย เป็นธรรมและประหยัดจากการบริ โภคและบริการ

3) ฉนิชา สุริยากานนท์ ให้ความหมายว่าการคุ้มครองผู้บริ โภค คือการปกป้อง ระวัง ดูแล พิทักษ์รักษา ให้รักษาไว้ไม่ให้ผู้ที่มาซื้อของใช้ ผู้กิน ผู้เสพ ผู้ใช้สอย ผู้นำมาใช้ให้เกิดประโยชน์เกิดภัยอันตราย บาดเจ็บหรือความเสียหายซึ่งมีองค์กรที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน โดยกฎหมายที่บังคับใช้ คือ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริ โภค พ.ศ. 2522

4) ยุพดี ศิริสินสุข ให้ความหมายของการคุ้มครองผู้บริ โภค หมายถึง กิจกรรมของ รัฐบาล ธุรกิจ องค์การอิสระและผู้เลือกซื้อสินค้าที่มีความห่วงกังวล ซึ่งได้ออกแบบขึ้นมา เพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริ โภคหรือแรงกดดันของกลุ่มคนที่จัดตั้งขึ้นโดยผู้บริ โภค เพื่อปกป้อง ผลประโยชน์ของผู้บริ โภคและสิ่งแวดล้อม

5) กมลทิพย์ แจ่มกระจ่าง ให้ความหมายว่า การคุ้มครองผู้บริ โภค หมายถึง การควบคุม กำกับ ดูแลป้องกันหรือรักษาประโยชน์ของประชาชนผู้ใช้สินค้าและบริการให้ได้รับความ เป็นธรรมตามสิทธิที่เขาพึงมีพึงได้

6) วัฒนา อัครเอกผาลิน ให้ความหมายของคำว่า การคุ้มครองผู้บริ โภค หมายถึง การป้องกันปกป้อง ระวัง ดูแล พิทักษ์รักษา รักษาไว้ไม่ให้ผู้ที่ซื้อของมาใช้ ผู้กิน ผู้เสพ ผู้ใช้สอย ผู้นำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ เกิดภัยอันตราย บาดเจ็บและเกิดความเสียหาย”³

อย่างไรก็ตามกฎหมายคุ้มครองผู้บริ โภคของประเทศไทยได้ให้ความหมายของคำว่า ผู้บริ โภคไว้แล้วในมาตรา 3 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริ โภค⁴ หากกล่าวโดยสรุป ผู้บริ โภค หมายถึง บุคคลที่ซื้อหรือรับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจหรือผู้ให้บริการ แม้ไม่เสียค่าใช้จ่ายก็ตาม

³ สมศักดิ์ จังตระกุล. (2556). *บทบาทการคุ้มครองผู้บริ โภคในส่วนภูมิภาค*. เอกสารอบรมหลักสูตรนิติธรรมเพื่อ ประชาธิปไตย (นธป.) รุ่นที่ 1 ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2556.

⁴ ผู้บริ โภค หมายความว่า ผู้ซื้อหรือผู้ได้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจหรือผู้ซึ่งได้รับการเสนอหรือการชักชวน จากผู้ประกอบธุรกิจเพื่อให้ซื้อสินค้าหรือรับบริการและหมายความรวมถึงผู้ใช้สินค้าหรือผู้ได้รับบริการจาก ผู้ประกอบธุรกิจโดยชอบ แม้มิได้เป็นผู้เสียค่าตอบแทนก็ตาม

ยกตัวอย่างเช่น นาย ก. ไปซื้อพัดลมจากนาย ข. เพื่อนำไปใช้งาน หรือนาย ค. ได้รับสินค้าตัวอย่างมาจากนาย ง. โดยที่นาย ค. ไม่ได้เสียเงินซื้อสินค้าตัวอย่างนั้นมา นาย ก. และนาย ค. ถือเป็นผู้บริโภคตามคำนิยามในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ทั้งนี้ หากการซื้อสินค้ามาผู้ซื้อมีจุดประสงค์เพื่อนำไปจำหน่ายต่อหรือใช้ในงานที่รับจ้าง ยกตัวอย่างเช่น นาย ก. ซื้อพัดลมไปเพื่อขายต่อให้นาย. จ หรือ นาย ช. ผู้รับเหมาก่อสร้างซื้อปูนไปเพื่อก่อสร้างบ้านที่นาย ล. ที่จ้างนาย ช. ให้มาสร้างบ้าน กรณีดังกล่าว นาย ก. และนาย ช. ไม่ถือเป็นผู้บริโภคตามคำนิยามในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคยังได้ให้ความหมายของคำว่าผู้ประกอบการกิจกรรมในมาตรา⁵ หากกล่าวโดยสรุป ผู้ประกอบการธุรกิจ หมายถึง บุคคลผู้ขาย ผู้ผลิต ผู้ส่ง นำเข้าสินค้ามาเพื่อขายหรือซื้อเพื่อขายต่อซึ่งสินค้าหรือผู้ให้บริการและผู้ประกอบกิจการโฆษณา

ส่วนความหมายของ “การคุ้มครอง” ไม่ได้มีการบัญญัติความหมายไว้ในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 แต่อาจมีความแตกต่างกันไปตามมุมมองและทัศนคติของแต่ละบุคคล หมายถึง การปกป้อง การป้องกัน การดูแล การคุ้มครอง คู่กันไม่ให้เกิดอันตราย โดยสรุปอาจกล่าวได้ว่าการคุ้มครองในมุมมองของกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค คือ การปกป้อง คุ้มครอง ดูแลและป้องกันผู้บริโภคไม่ให้ถูกเอารัดเอาเปรียบจากผู้ประกอบการ การให้ข้อมูลข่าวสารความรู้ที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับความเป็นธรรมจากการซื้อสินค้าหรือรับบริการ ด้วยวิธีการต่าง ๆ ยกตัวอย่างเช่น การออกกฎ การออกประกาศควบคุมสัญญา การออกประกาศควบคุมฉลาก การออกระเบียบต่าง ๆ เป็นต้น เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคและสร้างคุณประโยชน์ในสังคม

จากที่กล่าวมาข้างต้น อาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า สิทธิของผู้บริโภค (Consumer Right) หมายถึง สิทธิในการที่จะซื้อ เสพ หรือใช้สอยสินค้าหรือรับบริการ โดยได้จะรับการคุ้มครองจากภาครัฐและเอกชนจากความเสียหายหรืออันตรายที่เกิดจากการซื้อ เสพ หรือใช้สอยสินค้าหรือการรับบริการและหากผู้บริโภคได้รับความเสียหายจากการใช้สินค้าหรือรับบริการมีสิทธิได้รับการเยียวยาหรือค่าชดเชยความเสียหายที่เกิดขึ้น

ยกตัวอย่างเช่น นาย ข. ไปซื้อตู้เย็นยี่ห้อ ก. จากห้างสรรพสินค้า แต่ปรากฏว่าเมื่อนาย ข. ใช้สินค้าแล้วเกิดไฟฟ้าลัดวงจรจนตู้เย็นเสีย โดยนาย ข. ได้ใช้ทรัพย์สินอย่างปกติและเมื่อตรวจสอบ พบว่า ปัญหาเกิดจากตัวสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐาน ผู้ผลิตตู้เย็นยี่ห้อ ก. ต้องรับผิดชอบ

⁵ ผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลผู้ขาย ผู้ผลิตเพื่อขาย ผู้ส่งหรือนำเข้ามาในราชอาณาจักรเพื่อขายหรือซื้อเพื่อขายต่อซึ่งสินค้า หรือผู้ให้บริการ และหมายความรวมถึงผู้ประกอบการกิจการโฆษณาด้วย

ต่อความเสียหายที่นาย ข. ได้รับ โดยการเปลี่ยนตู้เย็นให้ใหม่หรือซ่อมแซมหรือวิธีการอื่นใดเพื่อเป็นการชดใช้ความเสียหายที่เกิดขึ้นกับนาย ข.

แนวคิดเกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคเริ่มขึ้นที่สหรัฐอเมริกา (United States of America) สหรัฐอเมริกาให้การรับรองและคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค 4 ประการ ดังต่อไปนี้

ประการแรก สิทธิที่จะได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการอย่างเพียงพอ (Right to be Informed) ผู้ประกอบธุรกิจต้องระบุนรายละเอียดของสินค้าและบริการอย่างครบถ้วน ถูกต้องและละเอียดมากเพียงพอเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับทราบ ยกตัวอย่างเช่น ราคาสินค้า ขนาดสินค้า ประเภทสินค้า ป้ายที่แสดงโฆษณาการ ส่วนผสม วิธีการใช้งานวันที่ผลิต วันที่หมดอายุ สถานที่ผลิต คำเตือนหรือรายละเอียดเบื้องต้นที่ผู้บริโภคควรทราบเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ

ประการที่สอง สิทธิที่จะตัดสินใจอย่างอิสระ (Right to Choose) เมื่อผู้บริโภคได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ผู้บริโภคมีอิสระ มีอำนาจในการตัดสินใจที่จะเลือกซื้อ เสพใช้สินค้าหรือรับบริการด้วยตนเอง โดยไม่ถูกบังคับหรือขู่เข็ญ

ประการที่สาม สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัย (Right to Safety) ผู้บริโภคมีสิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากสินค้าหรือบริการที่สะอาด มีคุณภาพหรือมีมาตรฐานที่สามารถเชื่อถือได้ ทั้งทางร่างกาย สุขภาพและจิตใจ

ประการที่สี่ สิทธิในการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย (Right to Compensation) ผู้บริโภคมีสิทธิได้รับการชดเชยความเสียหายจากการบริโภคสินค้าหรือบริการ โดยภาครัฐหรือเอกชนเป็นผู้ชดใช้ความเสียหายด้วยวิธีต่าง ๆ ยกตัวอย่างเช่น การบัญญัติกฎหมายคุ้มครองการเปลี่ยนสินค้า ซ่อมแซมแก้ไข การชดใช้ความเสียหายเป็นจำนวนเงิน เปลี่ยนสินค้าให้ผู้บริโภคใหม่หรือชดเชยความเสียหายด้วยวิธีอื่นได้ตามที่ผู้บริโภคและผู้ประกอบธุรกิจตกลงกัน ซึ่งประเทศไทยได้รับอิทธิพลเกี่ยวกับการรับรองและคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคมาจากสหรัฐอเมริกาและได้มีการตรากฎหมายที่เป็นการรับรองและคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคขึ้นมาหลายฉบับ ยกตัวอย่างเช่น กฎหมายว่าด้วยอาหารและยา กฎหมายว่าด้วยเครื่องสำอาง กฎหมายว่าด้วยวัตถุอันตราย กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคทางรถยนต์ กฎหมายว่าด้วยเครื่องมือทางการแพทย์ แต่ในงานวิจัยฉบับนี้มุ่งเน้นศึกษาพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ซึ่งเป็นกฎหมายหลักในการรับรองและคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคของปวงชนชาวไทยซึ่งบังคับใช้โดยพนักงานเจ้าหน้าที่ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค โดยแบ่งการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ การคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญาการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการโฆษณา การคุ้มครองผู้บริโภค

ด้านฉลากและการคุ้มครองผู้บริโภคด้านความปลอดภัย อันเป็นสิทธิตามที่รัฐธรรมนูญกำหนดให้สิทธิของบุคคลซึ่งเป็นผู้บริโภคจะต้องได้รับความคุ้มครอง⁶

2.1.2 การคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย

รัฐธรรมนูญ (Constitution) คือ กฎหมายสูงสุดในการปกครองประเทศ⁷ กฎ หรือ กติกาสูงที่สุดในการปกครองประเทศ ซึ่งกำหนดรายละเอียดเกี่ยวกับรูปแบบการปกครองหน้าที่และอำนาจของบุคคลและองค์กรต่าง ๆ การใช้อำนาจของรัฐและสิทธิขั้นพื้นฐานของประชาชนเป็นกฎหมายที่มีศักดิ์สูงสุด กฎหมายอื่นใดที่บัญญัติขึ้นมาไม่สามารถขัดหรือแย้งกับรัฐธรรมนูญได้ หากกฎหมายฉบับนั้นขัดหรือแย้งกับรัฐธรรมนูญจะไม่สามารถบังคับใช้ได้ในส่วนที่ขัดหรือแย้งกับรัฐธรรมนูญ

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยเริ่มมีการบัญญัติเกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคไว้ในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540⁸ มาตรา 57 บัญญัติว่า

“ของบุคคลซึ่งเป็นผู้บริโภคย่อมได้รับความคุ้มครองทั้งนี้ตามที่กฎหมายบัญญัติ” และต่อมาได้พัฒนาแก้ไขเพิ่มเติมในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 มาตรา 61 บัญญัติว่า

“สิทธิของบุคคลซึ่งเป็นผู้บริโภคย่อมได้รับความคุ้มครองทั้งนี้ตามที่กฎหมายบัญญัติให้มีองค์การเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคที่เป็นอิสระจากหน่วยงานของรัฐ ซึ่งประกอบด้วยตัวแทนผู้บริโภค ทำหน้าที่ให้ความเห็นเพื่อประกอบการพิจารณาของหน่วยงานของรัฐ ในการตราและการบังคับใช้กฎหมายและกฎ และให้ความเห็นในการกำหนดมาตรการต่าง ๆ เพื่อคุ้มครองผู้บริโภครวมทั้งตรวจสอบและรายงานการกระทำหรือละเลยการกระทำอันเป็นการคุ้มครองผู้บริโภค ทั้งนี้ ให้รัฐสนับสนุนงบประมาณในการดำเนินการขององค์การอิสระดังกล่าวด้วย”

⁶ ปิติคุณ เกสรินทร์. (2554). *มาตรการทางกฎหมายในการคุ้มครองผู้บริโภค ศึกษาเฉพาะกรณีผู้ซื้อรถยนต์ใหม่เปรียบเทียบกับกฎหมายต่างประเทศ*. วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต สาขากฎหมายธุรกิจ, คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

⁷ จุมพล นิมพานิช. (2551). *“รัฐสภา” ในเอกสารการสอนชุดวิชา สถาบันและกระบวนการทางการเมืองไทย หน่วยที่ 9-15* (พิมพ์ครั้งที่ 13). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราชา.

⁸ รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540. (2540, 11 ตุลาคม). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 114 (ตอนที่ 55ก)

อาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า รัฐมีหน้าที่ในการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคด้วยวิธีการต่าง ๆ ยกตัวอย่างเช่น การบัญญัติกฎหมายเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค โดยเฉพาะ ซึ่งเป็นที่มาของการตราพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 เพื่อกำหนดรายละเอียด สิทธิและหน้าที่ของผู้ประกอบธุรกิจและผู้บริโภคและมีการแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541 ได้บัญญัติสิทธิของผู้บริโภค (Consumer Rights) ที่จะได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายและหน้าที่ของผู้บริโภคก่อนและหลังซื้อสินค้าหรือรับบริการ ดังต่อไปนี้

ประการแรก มาตรา 4 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 บัญญัติสิทธิของผู้บริโภคไว้ 5 ประการ ดังต่อไปนี้

1) สิทธิที่จะได้รับข่าวสารรวมทั้งคำพรรณนาคุณภาพที่ครบถ้วน ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ กล่าวคือ ได้รับการโฆษณาหรือแสดงข้อมูลบนฉลากตามความจริงและปราศจากอันตรรกกับผู้บริโภค รวมตลอดถึงสิทธิที่จะได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่ถูกต้องและเพียงพอที่จะไม่หลงผิดในการซื้อสินค้าหรือรับบริการ โดยไม่เป็นธรรม

2) สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้าหรือบริการ ได้แก่ สิทธิที่จะได้รับสินค้าหรือรับบริการ โดยความสมัครใจของผู้บริโภคและปราศจากการชักจูงใจอันไม่เป็นธรรม

3) สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ กล่าวคือ สิทธิที่จะได้รับสินค้าหรือบริการที่ปลอดภัย มีคุณภาพและมีมาตรฐาน เหมาะสมแก่การใช้งานไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อชีวิต ร่างกายหรือทรัพย์สิน ในกรณีใช้สินค้าหรือรับบริการตรงตามคำแนะนำหรือระมัดระวังตามสภาพของสินค้าหรือบริการ

4) สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา กล่าวคือ สิทธิที่จะได้รับข้อสัญญาโดยไม่ถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบธุรกิจ

5) สิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย กล่าวคือ สิทธิที่จะได้รับการคุ้มครองและชดเชยค่าเสียหายเมื่อมีการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคตามข้อ 1, 2, 3, และ 4 ดังกล่าว

ประการที่สอง หน้าที่ของผู้บริโภคก่อนซื้อสินค้าหรือบริการ (Customer Rights before Purchasing Goods and Service)

1) ผู้บริโภคควรใช้ความระมัดระวังตามสมควรในการซื้อสินค้าหรือรับบริการ ยกตัวอย่างเช่น การตรวจสอบการแสดงฉลาก ปริมาณและราคาว่ายุติธรรมหรือไม่อย่าเชื่อถือข้อความโฆษณาโดยไม่พิจารณาให้รอบคอบและหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับคุณภาพ แหล่งกำเนิดและลักษณะของสินค้าว่าเป็นความจริงตามที่ได้โฆษณาไว้หรือไม่ถ้ามีข้อสงสัยหรือไม่แน่ใจควรพิจารณาให้ถี่ถ้วนก่อนซื้อหรือรับบริการ

2) การเข้าทำสัญญาที่ต้องผูกพันกันตามกฎหมายโดยการลงลายมือชื่อ ผู้บริโภค ต้องตรวจสอบความชัดเจนของภาษาที่ใช้ว่ารัดกุมและให้สิทธิแก่ผู้บริโภคครบถ้วนหรือไม่ตามที่ได้เจรจากันไว้และสัญญามีเงื่อนไขข้อใดบ้างที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค ถ้าสงสัยในข้อกฎหมายใดหรือไม่แน่ใจในความชัดเจนของสัญญาควรปรึกษาผู้ที่มีความรู้ให้แน่ชัดเสียก่อน

3) ข้อตกลงต่าง ๆ ที่ต้องการให้มีผลบังคับ ควรทำเป็นหนังสือและลงลายมือชื่อผู้ประกอบการ

ประการที่สาม หน้าที่ของผู้บริโภคหลังซื้อสินค้าหรือรับบริการ (Customer Rights After Purchasing Goods and Services)

1) ผู้บริโภคมีหน้าที่ในการเก็บรักษาพยานหลักฐานต่าง ๆ ที่แสดงถึงการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคไว้เพื่อทำการเรียกร้องตามสิทธิของตน พยานหลักฐานดังกล่าวอาจจะเป็นสินค้าที่แสดงให้เห็นว่ามีปริมาณหรือคุณภาพไม่เป็นไปตามมาตรฐานที่ระบุไว้ในฉลากมีความสกปรกหรือเป็นพิษอาจเกิดอันตรายจากการใช้สินค้าหรือบริการนั้นได้ ควรจดจำสถานที่ที่ซื้อสินค้าหรือรับบริการนั้นไว้เพื่อประกอบการร้องเรียน

2) ในกรณีที่มีการทำสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษรกับผู้ประกอบการธุรกิจต้องเก็บเอกสารสัญญาต่าง ๆ รวมทั้งเอกสารโฆษณาและใบเสร็จรับเงินไว้

3) เมื่อมีการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค ผู้บริโภคมีหน้าที่ในการดำเนินการร้องเรียนตามสิทธิของตน

ดังนั้น เพื่อให้การคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพ รวดเร็ว ถูกต้องและมีความชัดเจน รวมถึงกำหนดหน้าที่ของผู้บริโภค จึงมีการตราพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และได้มีการก่อตั้งองค์กรของรัฐเพื่อทำหน้าที่ในการคุ้มครองผู้บริโภค ได้แก่ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค⁹ เพื่อให้สอดคล้องกับการคุ้มครองสิทธิขั้นพื้นฐานหรือสิทธิของผู้บริโภคตามที่รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยได้บัญญัติรับรองไว้

2.1.3 แนวคิดและทฤษฎีเรื่องการบัญญัติกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค

เมื่อ พ.ศ. 2512 สหพันธ์องค์กรผู้บริโภคระหว่างประเทศ (International Organization of Consumers Union : IOCU) ซึ่งเป็นองค์กรอิสระมีวัตถุประสงค์ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคได้จัดตั้งขึ้นโดยสมาคมผู้บริโภคของประเทศต่าง ๆ¹⁰ เพื่อเป็นตัวแทนผู้บริโภค ยกตัวอย่างเช่น

⁹ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. (2564). *สคบ. กับการคุ้มครองผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค.

¹⁰ สุขุม สุกนิษฐ์. (2544). *องค์การเอกชนเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: วิญญูชน.

ดำเนินงานและส่งเสริมสนับสนุนผู้บริโภครวมและองค์กรผู้บริโภครวมในการทำหน้าที่คุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคซึ่งไม่ใช่องค์กรทางการเมืองได้จัดการประชุมขึ้นที่กรุงเฮก เมืองเนเธอร์แลนด์ (Netherlands) และเชิญชวนให้ประเทศไทยจัดตั้งสมาคมผู้บริโภคขึ้น แต่ไม่ประสบความสำเร็จเนื่องจากในขณะนั้นประเทศไทยยังไม่พร้อมที่จะดำเนินการ ต่อมาเมื่อปี พ.ศ. 2514 ประเทศไทยได้จัดตั้งคณะกรรมการเพื่อศึกษาปัญหาของผู้บริโภค ได้แก่ คณะกรรมการศึกษาและส่งเสริมผู้บริโภคขึ้น โดยให้พลตรีประมาธ อติเรกสาร รองนายกรัฐมนตรีเป็นประธานกรรมการ แต่ต่อมาก็ยกเลิกคณะกรรมการศึกษาและส่งเสริมผู้บริโภครวมดังกล่าว เนื่องจาก ปัญหาทางการเมืองในยุคสมัยนั้น

ต่อมาในสมัยพลเอกเกรียงศักดิ์ ชมะนันทน์ เป็นนายกรัฐมนตรี รัฐบาลเห็นความสำคัญในการคุ้มครองผู้บริโภคมากขึ้น จึงมีการจัดตั้งคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคอีกครั้ง โดยมีนายสมภพ โทตระกิตย์ รองนายกรัฐมนตรี เป็นประธานกรรมการ ศึกษาปัญหา และหาแนวทางในการคุ้มครองผู้บริโภคและจัดตั้งองค์กรเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค ในช่วงแรก รัฐบาลได้มอบหมายให้กระทรวงสาธารณสุขจัดตั้งโครงการศึกษาเกี่ยวกับอนามัยและโภชนาการขึ้น และเมื่อวันที่ 15 มีนาคม พ.ศ. 2520 โครงการสภาสตรีส่งเสริมผู้บริโภคของสภาสตรีแห่งชาติได้ยื่นปริญญาคำด้วยสิทธิของผู้บริโภคให้กับรัฐบาล เพื่อกระตุ้นให้รัฐบาลตั้งคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นการถาวร¹¹ จึงเป็นที่มาของการร่างพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค โดยกำหนดหน้าที่ของผู้ประกอบธุรกิจการค้าและผู้ประกอบธุรกิจการ เพื่อให้ความเป็นธรรมตามสมควรแก่ผู้บริโภค ตลอดจนให้มีองค์กรของรัฐที่เหมาะสมเพื่อตรวจตราดูแลและประสานงาน การปฏิบัติงานต่าง ๆ ในการให้ความคุ้มครองผู้บริโภคและรัฐได้นำเสนอต่อรัฐสภาซึ่งมีมติเห็นชอบเป็นเอกฉันท์ให้ตราเป็นกฎหมายได้ รัฐบาลจึงได้นำร่างดังกล่าวขึ้นกราบบังคมทูล ซึ่งได้มีพระบรมราชโองการโปรดเกล้าโปรดกระหม่อมเห็นชอบให้ตราเป็นพระราชบัญญัติ ตั้งแต่วันที่ทรงลงพระปรมาภิไธย เมื่อวันที่ 30 เมษายน พ.ศ. 2522 และได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา ฉบับพิเศษหน้า 20 เล่มที่ 96 ตอนที่ 72 วันที่ 4 พฤษภาคม พ.ศ. 2522 มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 5 พฤษภาคม พ.ศ. 2522 เป็นต้นไป¹² คือ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 อันถือว่าเป็นกฎหมายกลางว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภคของ

¹¹ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. (2555). *(ร่าง) แผนแม่บทการคุ้มครองผู้บริโภคแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2556-2560)*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค.

¹² สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. อ้างแล้วเชิงอรรถที่ 9. หน้า 1.

ประเทศไทย¹³ ซึ่งบัญญัติให้มีองค์กรของรัฐเพื่อทำหน้าที่ในการคุ้มครองผู้บริโภค ได้แก่ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สังกัดสำนักนายกรัฐมนตรีและพระราชบัญญัติฉบับดังกล่าวได้มีการแก้ไขเพิ่มเติมอีกหลายครั้ง ยกตัวอย่างเช่น ให้คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคมีหน้าที่เจรจาไกล่เกลี่ย (Compromise) หรือประนีประนอมข้อพิพาท (Conciliation) แทนผู้บริโภค รวมถึงการทำสัญญารับประกันสินค้าและบริการระหว่างผู้ประกอบการและผู้บริโภค จนถึงปัจจุบัน (พ.ศ.2565) พระราชบัญญัติฉบับดังกล่าวได้แก้ไขเพิ่มเติมเป็นพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2562 มีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 25 สิงหาคม พ.ศ. 2562 ซึ่งได้มีการปรับปรุงบทบัญญัติเกี่ยวกับองค์ประกอบและหน้าที่ของคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อเชื่อมโยงการคุ้มครองผู้บริโภคตามกฎหมายต่าง ๆ ไม่ให้ขัดแย้งกัน ปรับปรุงมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค ด้านความปลอดภัย โดยกำหนดให้มีคณะกรรมการเฉพาะเรื่อง ด้านความปลอดภัยของสินค้าหรือบริการและกระบวนการเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคในด้านความปลอดภัย กำหนดให้เลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคมีอำนาจดำเนินคดีแทนผู้บริโภคและกำหนดให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้รับค่าปรับจากการเปรียบเทียบในส่วนที่เกิดจากการดำเนินงานของตน ตลอดจนปรับปรุงอัตราโทษให้เหมาะสม เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับการคุ้มครองอย่างเหมาะสม¹⁴ โดยพระราชบัญญัตินี้ได้กำหนดอำนาจและหน้าที่ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคทั้งหมด 10 ประการ ดังต่อไปนี้

1) รับเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภคที่ได้รับความเดือดร้อนหรือเสียหายอันเนื่องจากการกระทำของผู้ประกอบธุรกิจ

2) ติดตามและสอดส่องพฤติการณ์ของผู้ประกอบธุรกิจ ซึ่งการกระทำใด ๆ อันมีลักษณะเป็นการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคและจัดให้มีการทดสอบหรือพิสูจน์สินค้าหรือบริการใด ๆ ตามที่เห็นสมควรและจำเป็นเพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค

3) ส่งเสริมและสนับสนุนการมีส่วนร่วมและการรวมตัวกันของผู้บริโภค ในการจัดตั้งองค์กรของผู้บริโภคและส่งเสริมองค์กรของผู้บริโภคในการรักษาสิทธิของผู้บริโภคตามแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค

¹³ ศรียา กาฬสิทธิ์. (2558). กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค : ศึกษาวิจัยเปรียบเทียบระหว่างกฎหมายของประเทศไทยและสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว. *วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์*. 41(1) .

¹⁴ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. อ้างแล้วเชิงอรรถที่ 9. หน้า 1.

4) แจ้างหรือโฆษณาข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่อาจกระทบต่อสิทธิของผู้บริโภคหรืออาจก่อให้เกิดความเสียหายหรือเสื่อมเสียแก่สิทธิของผู้บริโภค โดยจะระบุชื่อสินค้าหรือบริการหรือชื่อของผู้ประกอบธุรกิจด้วยก็ได้

5) สนับสนุนหรือทำการศึกษาและวิจัยปัญหาเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกับ

6) ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการศึกษาแก่ผู้บริโภคในทุกระดับการศึกษาเกี่ยวกับความปลอดภัยและอันตรายที่อาจได้รับจากสินค้าหรือบริการ

7) ดำเนินการเผยแพร่วิชาการและให้ความรู้และการศึกษาแก่ผู้บริโภคเพื่อสร้างนิสัยในการบริโภคที่เป็นการส่งเสริมพละทานมัย ประหยัดและใช้ทรัพยากรของชาติให้เป็นโยชน์มากที่สุด

8) ประสานงานกับส่วนราชการหรือหน่วยงานของรัฐที่มีอำนาจที่เกี่ยวกับการควบคุมส่งเสริมหรือกำหนดมาตรฐานของสินค้าหรือบริการ

9) ปฏิบัติการอื่นใดตามที่คณะกรรมการหรือคณะกรรมการเฉพาะเรื่องมอบหมาย

10) ในกรณีที่ศาลมีคำพิพากษาถึงที่สุดว่าผู้ประกอบธุรกิจฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามบทบัญญัติแห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ให้สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคมีอำนาจโฆษณาคำพิพากษาทั้งหมดหรือแค่บางส่วนให้ประชาชนทราบ¹⁵ และได้มีการบัญญัติอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคไว้ในมาตรา 10 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 บัญญัติว่า คณะกรรมการมีอำนาจและหน้าที่ดังต่อไปนี้

(1) พิจารณาเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภคที่ได้รับความเดือดร้อนหรือเสียหายอันเนื่องมาจากการกระทำของผู้ประกอบธุรกิจ

(1/1) ไกล่เกลี่ยหรือประนีประนอมข้อพิพาทเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคตามที่ผู้บริโภคและผู้ประกอบธุรกิจตกลงกันก่อนมีการฟ้องคดีต่อศาล ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการกำหนดโดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา

(1/2) ส่งเสริม พัฒนาและสนับสนุนงานคุ้มครองผู้บริโภค ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการกำหนด

(2) (ยกเลิก)

(3) กำหนดแนวทางการแจ้างหรือโฆษณาข่าวสารตามมาตรา 20 (2/2)

¹⁵ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. อ้างแล้วเชิงอรรถที่ 9. หน้า 1.

(4) ให้คำปรึกษาและแนะนำแก่คณะกรรมการเฉพาะเรื่องและพิจารณาวินิจฉัยการอุทธรณ์คำสั่งของคณะกรรมการเฉพาะเรื่อง

(5) วางระเบียบเกี่ยวกับการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการเฉพาะเรื่องและคณะอนุกรรมการ

(6) สอดส่องเร่งรัดพนักงานเจ้าหน้าที่ ส่วนราชการหรือหน่วยงานอื่นของรัฐให้ปฏิบัติตามอำนาจและหน้าที่ที่กฎหมายกำหนด ตลอดจนเร่งรัดพนักงานเจ้าหน้าที่ให้ดำเนินคดีในความผิดเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค

(7) ดำเนินคดีเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคที่คณะกรรมการเห็นสมควร หรือมีผู้ร้องขอตามมาตรา 39

(8) รับรองสมาคมและมูลนิธิตามมาตรา 40

(8/1) จัดทำแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภคให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ นโยบายของรัฐบาล มติคณะรัฐมนตรีที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค หรือมาตรฐานการคุ้มครองผู้บริโภคสากล

(9) เสนอความเห็นต่อคณะรัฐมนตรีเกี่ยวกับนโยบายและมาตรการในการคุ้มครองผู้บริโภค และพิจารณาให้ความเห็นในเรื่องใด ๆ ที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคตามที่คณะรัฐมนตรีหรือรัฐมนตรีมอบหมาย

(9/1) เสนอความเห็นต่อคณะรัฐมนตรีเพื่อให้มีการตรากฎหมาย แก้ไขหรือปรับปรุงกฎหมายหรือกฎเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคให้สอดคล้องกับหรือเป็นไปตามแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค

(9/2) เสนอความเห็นต่อส่วนราชการ หน่วยงานอื่นของรัฐหรือองค์กรอื่น เพื่อให้จัดทำ ทบทวน ประเมินหรือปรับปรุงมาตรการและแนวทางการปฏิบัติราชการหรือการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์การคุ้มครองผู้บริโภค รวมทั้งในการออกกฎหมายและการบังคับใช้กฎหมายและกฎเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค

(9/3) พิจารณาวินิจฉัยชี้ขาดการใช้บังคับกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคตามมาตรา 21 วรรคสอง

(10) ปฏิบัติการอื่นใดตามที่กฎหมายกำหนดไว้ให้เป็นอำนาจและหน้าที่ของคณะกรรมการ

ในการปฏิบัติหน้าที่ตามมาตรา นี้ คณะกรรมการอาจมอบหมายให้สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นผู้ปฏิบัติการหรือเตรียมข้อเสนอไปยังคณะกรรมการ

เพื่อพิจารณาดำเนินการต่อไปได้อีกทั้งพระราชบัญญัติฉบับดังกล่าวยังให้การรับรองสิทธิของผู้บริโภคตามที่แห่งรัฐธรรมนูญราชอาณาจักรไทยได้ให้การคุ้มครอง คือ สิทธิของบุคคลซึ่งเป็นผู้บริโภคย่อมได้รับความคุ้มครองทั้งนี้ตามที่กฎหมายบัญญัติให้มีองค์การเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคที่เป็นอิสระจากหน่วยงานของรัฐ ซึ่งประกอบด้วยตัวแทนผู้บริโภค ทำหน้าที่ให้ความเห็นเพื่อประกอบการพิจารณาของหน่วยงานของรัฐในการตราและการบังคับใช้กฎหมายและกฎและให้ความเห็นในการกำหนดมาตรการต่าง ๆ เพื่อคุ้มครองผู้บริโภครวมทั้งตรวจสอบและรายงานการกระทำหรือละเลยการกระทำอันเป็นการคุ้มครองผู้บริโภค ทั้งนี้ ให้รัฐสนับสนุนงบประมาณในการดำเนินการขององค์การอิสระดังกล่าวด้วย โดยสามารถแยกสิทธิของผู้บริโภคที่รัฐธรรมนูญให้การคุ้มครองออกมาได้ ดังต่อไปนี้

1) สิทธิที่จะได้รับข้อมูลข่าวสารรวมถึงคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ กล่าวคือ ได้รับการโฆษณาหรือการแสดงข้อมูลบนฉลากตามความจริงและปราศจากอันตรายนต์ต่อผู้บริโภค รวมตลอดถึงสิทธิที่จะได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่ถูกต้องและเพียงพอที่จะไม่หลงผิดในการซื้อสินค้าหรือรับบริการโดยไม่เป็นธรรม

2) สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้าหรือบริการ ได้แก่ สิทธิที่จะได้รับสินค้าหรือรับบริการโดยความสมัครใจของผู้บริโภคและปราศจากการชักจูงใจอันไม่เป็นธรรม

3) สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ กล่าวคือ สิทธิที่จะได้รับสินค้าหรือบริการที่ปลอดภัย มีคุณภาพและมีมาตรฐาน เหมาะสมแก่การใช้งาน ไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อชีวิต ร่างกายหรือทรัพย์สิน ในกรณีใช้สินค้าหรือรับบริการตรงตามคำแนะนำหรือระมัดระวังตามสภาพของสินค้าหรือบริการ

4) สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา กล่าวคือ สิทธิที่จะได้รับข้อสัญญาโดยไม่ถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบธุรกิจ

5) สิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย กล่าวคือ สิทธิที่จะได้รับการคุ้มครองและชดเชยค่าเสียหายเมื่อมีการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคตามข้อ 1, 2, 3, และ 4 ดังกล่าว โดยพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค ได้มีการรับรองสิทธิของผู้บริโภคไว้ในมาตรา 4 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 บัญญัติว่า

“ผู้บริโภคมีสิทธิได้รับความคุ้มครองดังต่อไปนี้

(1) สิทธิที่จะได้รับข่าวสารรวมทั้งคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ

(2) สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้าหรือบริการ

(3) สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ

(3 ทวิ) สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา

(4) สิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย

ทั้งนี้ ตามที่กฎหมายว่าด้วยกรณนั้น ๆ หรือพระราชบัญญัติฉบับบัญญัติไว้”

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเรื่องการบัญญัติกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค ทำให้เห็นถึงความเป็นมาและการให้ความสำคัญของการคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศไทย ได้รับมาจากต่างประเทศและทราบวัตถุประสงค์ในการตราพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค รวมถึงทราบถึงอำนาจและหน้าที่ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคและคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคที่ถูกจัดตั้งขึ้นเพื่อคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคโดยเฉพาะในประเทศไทย เพื่อเป็นแนวทางการทำความเข้าใจและการศึกษากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคต่อไป

2.2 แนวความคิดและทฤษฎีการจัดทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการตามหลักกฎหมายแพ่งและพาณิชย์

การรับประกันสินค้าหรือบริการในมุมมองของกฎหมายแพ่งและพาณิชย์เป็นความผิดในทางสัญญา (Contractual Liability) ความรับผิดชอบอันเกิดจากความชำรุดบกพร่อง (Defective Product) ซึ่งเป็นความรับผิดชอบในทางสัญญาซื้อขาย¹⁶ ซึ่งผู้ขายจะให้คำรับรองหรือคำรับประกันแก่ผู้ซื้อว่าจะเป็นฝ่ายรับผิดชอบในความบกพร่องที่เกิดขึ้นจากสินค้าหรือบริการหรืออาจเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า ความรับผิดชอบในคำรับประกัน (Warranty) หมายถึง ข้อความใด ๆ ที่แสดงถึงการรับรองเกี่ยวกับสินค้าว่าจะจะไปตามข้อความนั้น ๆ ผู้ประกอบธุรกิจที่แสดงข้อความยอมรับผิดหากไม่ได้เป็นไปตามคำรับรองนั้น¹⁷ โดยสามารถแยกได้เป็น 2 รูปแบบ ดังต่อไปนี้

2.2.1 การจัดทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการโดยลักษณะปริยาย

การรับประกันโดยปริยาย (Implied Warranty) หมายถึง คำรับรองหรือรับประกันที่มีกฎหมายรับรองว่าผู้ขายหรือผู้ผลิตไว้ให้แก่ผู้บริโภคและกำหนดสิทธิ หน้าที่ ความรับผิดชอบให้แก่ผู้ขายหรือผู้ผลิตกรณีไม่ทำตามสัญญารับประกันแต่ไม่แสดงออกโดยชัดแจ้ง

¹⁶ ชุสรณ์อัฒพ์ ฐนิตพิพนธ์. (2560). *แนวทางการแก้ไขปัญหาคำร้องผู้บริโภคยุคไทยแลนด์ 4.0*. หลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักร รุ่นที่ 60 วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร.

¹⁷ วรินทร วารี. (2560). *มาตรการทางกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคสี่ตัวเลี้ยงประเภทสุนัขและแมว*. วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต สาขากฎหมายเอกชนและธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม.

การรับประกันโดยปริยายเป็นการรับประกันที่ถูกรับรองโดยกฎหมาย เรียกอีกอย่างหนึ่งว่า การรับประกันโดยอำนาจแห่งกฎหมาย¹⁸ โดยกฎหมายให้การรับรองว่าผู้ซื้อหรือผู้ผลิตจัดส่งมอบสินค้าที่ดี มีคุณภาพและมีมาตรฐานให้แก่ผู้ซื้อ แม้ว่าผู้ขายหรือผู้ผลิตไม่ได้ให้การรับประกันสินค้าหรือบริการนั้นไว้แต่อย่างใด ผู้ขายหรือผู้ผลิตมีหน้าที่ต้องรับผิดชอบในความเสียหายที่เกิดขึ้นและมีข้อสัญญาที่สามารถกำหนดชดเชยกเว้นหรือจำกัดความผิดของคู่สัญญาได้

กรณีตัวอย่าง สัญญาเกี่ยวกับเครื่องใช้ไฟฟ้า หากเกิดปัญหาภายหลังการขายว่าสินค้าไม่สามารถใช้งานได้ ผู้ขายมีความรับผิดชอบเหมือนว่าผู้ขายได้ขายเครื่องใช้ไฟฟ้าโดยให้คำรับรองหรือการรับประกันโดยปริยายด้วยที่ต้องรับผิดชอบในความเสียหายที่ผู้ซื้อได้รับจากการใช้งานสินค้าที่ซื้อมาไม่ได้ แต่อย่างไรก็ตามการคุ้มครองดังกล่าวที่เป็นไปตามทฤษฎีความรับผิดชอบเฉพาะคู่กรณีในสัญญา (Doctrine of Probity)¹⁹ ดังนั้น บุคคลอื่นที่ไม่ใช่คู่สัญญากับผู้ขายหรือผู้ผลิต แม้ได้รับความเสียหายจากการบริโภคสินค้าหรือบริการนั้น ก็ไม่สามารถฟ้องร้องเรียกค่าเสียหายจากผู้ขายหรือผู้ผลิตได้ เนื่องจากไม่มีการก่อนนิติสัมพันธ์ต่อกันมาก่อนแต่อย่างใด

การรับประกันโดยปริยายเป็นการรับประกันที่กฎหมายรับรองและกำหนดขึ้นอย่างไม่ชัดเจนเป็นการสร้างภาระให้แก่ผู้ขายหรือผู้ผลิต แม้ว่าผู้ขายหรือผู้ผลิตไม่ได้ให้สัญญาว่าจะรับประกัน เว้นแต่จะถูกละเมิดหรือจำกัดไว้อย่างชัดเจน สัญญารับประกันแบ่งได้เป็น 2 รูปแบบ ดังต่อไปนี้

1) การประกันโดยปริยายเกี่ยวกับการใช้สอยสินค้าสมประโยชน์ตามวิสัยของการใช้งาน โดยทั่วไป (Implied Warranty of Merchantability) เป็นการรับประกันโดยปริยายว่าสินค้านั้นมีความเหมาะสมแก่การใช้หรือการบริโภคตามที่ควรเป็น ยกตัวอย่างเช่น รับประกันโดยปริยายว่าอาหารประเภทนี้เหมาะแก่การบริโภค

2) การประกันโดยปริยายเกี่ยวกับการใช้สอยสินค้าสมประโยชน์หรือความมุ่งหมาย โดยเฉพาะ (Implied Warranty of Fitness of for a Particular Purpose) ใช้ในกรณีผู้ขายรู้หรือควรรู้ว่าผู้ซื้อสินค้ามีความมุ่งหมายในการใช้สินค้าที่จะซื้อนั้นเป็นการเฉพาะ โดยเชื่อในความเชี่ยวชาญหรือความชำนาญของผู้ขายหรือผู้ผลิตสินค้าหรือบริการนั้น ก่อนหน้านั้นหลักการรับประกันโดยปริยายศาลยินยอมให้เฉพาะคู่สัญญากับผู้ขายหรือผู้ผลิต โดยตรงเท่านั้นที่จะมีอำนาจฟ้องคดีได้ แต่ต่อมา

¹⁸ สัญญา ชมภูแสง. (2555). *ปัญหากฎหมายเกี่ยวกับการฟ้องคดีให้ผู้ประกอบธุรกิจรับผิดชอบในความชำรุดบกพร่องของรถยนต์ใหม่*. วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

¹⁹ ธรรม์อัทธ์ ธนทิพพันธ์. *อ่างแล้วเชิงอรรถที่ 16*. หน้า 1.

ในปี ค.ศ. 1960 ศาลได้ยกเลิกหลักความสัมพันธ์ทางสัญญาซึ่งยึดถือกันมาโดยสิ้นเชิง โดยถือว่าการรับประกันโดยปริยายได้ขยายไปถึงผู้บริโภคคนสุดท้ายที่คาดว่าจะใช้หรือบริโภคสินค้าด้วย²⁰

กรณีตัวอย่าง ศาลของมลรัฐนิวเจอร์ซีย์ (New Jersey) ได้วางบรรทัดฐานการรับประกันโดยปริยายไว้ในคดี Henningsen V. Bloomfield Motor, Inc.-161 A.2 d 69 (N.J. 1960) กรณีที่จำเลยผลิตรถยนต์ซึ่งระบบพวงมาลัยมีความชำรุด สามีของโจทก์ซื้อรถยนต์ของบริษัทจำเลยมาจากร้านตัวแทนของจำเลยเพื่อเป็นของขวัญให้แก่จำเลย ต่อมาขณะที่โจทก์ขับรถคันดังกล่าว แล้วรถเกิดพลิกคว่ำเนื่องจากระบบพวงมาลัยชำรุด เป็นเหตุให้รถยนต์ได้รับความเสียหายและโจทก์บาดเจ็บ ศาลวินิจฉัยให้โจทก์ฟ้องคดีสำหรับการผิดคำรับประกันโดยปริยายว่าสินค้าเหมาะสมสำหรับการใช้โดยทั่ว ๆ ไป ต่อผู้ผลิตหรือผู้ขายได้ แม้ไม่มีความสัมพันธ์ตามสัญญาเพราะถือว่าเป็นบุคคลที่คาดหมายได้ว่าจะเป็นผู้ใช้สินค้านั้น คำพิพากษาดังกล่าว ถูกใช้เป็นบรรทัดฐานในการพิจารณาคดีว่าผู้ซื้อคนสุดท้ายจะได้รับประโยชน์หรือการคุ้มครองตามหลักการรับประกันโดยปริยาย

หลักกฎหมายดังกล่าวเป็นหลักกฎหมายที่ปรากฏอยู่ทั่วไป โดยเฉพาะในกฎหมายของประเทศอังกฤษ กฎหมายของสหรัฐอเมริกา กฎหมายเยอรมัน กฎหมายฝรั่งเศส อนุสัญญา CISG (อนุสัญญากรุงเวียนนาว่าด้วยการซื้อขายระหว่างประเทศ : The United Nations Convention On Contracts For The International Sale Of Good) และหลักกฎหมายของกลุ่มประเทศยุโรปว่าด้วยการซื้อขาย (Principle of the European Law Study Group an a European Civil Law) ²¹ การประกันโดยปริยายถูกบัญญัติไว้ในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ดังต่อไปนี้

มาตรา 472 บัญญัติว่า

“ในกรณีที่ทรัพย์สินซึ่งขายนั้นชำรุดบกพร่องอย่างหนึ่งอย่างใดอันเป็นเหตุให้เสื่อมราคาหรือเสื่อมความเหมาะสมแก่ประโยชน์อันมุ่งจะใช้เป็นปกติก็ดี ประโยชน์ที่มุ่งหมายโดยสัญญาที่ดี ท่านว่าผู้ขายต้องรับผิดชอบที่

กล่าวมาในมาตรานี้ย่อมใช้ได้ ทั้งที่ผู้ขายรู้อยู่แล้วหรือไม่รู้ว่าความชำรุดบกพร่องมีอยู่”

มาตรา 473 บัญญัติว่า

“ผู้ขายย่อมไม่ต้องรับผิดชอบในกรณีดังจะกล่าวต่อไปนี้ คือ

(1) ถ้าผู้ซื้อได้รู้อยู่แล้วแต่ในเวลาซื้อขายว่ามีความชำรุดบกพร่องหรือควรจะได้รู้เช่นนั้นหากได้ใช้ความระมัดระวังอันจะพึงคาดหมายได้แต่วิญญูชน

²⁰ สัญญา ชมภูแสง, อ่างแล้วเชิงอรรถที่ 18, หน้า 1.

²¹ ศิริชนก วิริยเกื้อกุล, (2561), *กฎหมายว่าด้วยความรับผิดชอบต่อความชำรุดบกพร่องของสินค้า*, กรุงเทพฯ: สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร.

(2) ถ้าความชำรุดบกพร่องนั้นเป็นอันเห็นประจักษ์แล้วในเวลาส่งมอบ และผู้ซื้อรับเอาทรัพย์สินนั้นไว้โดยมิได้อัดเอื้อน

(3) ถ้าทรัพย์สินนั้นได้ขายทอดตลาด”

มาตรา 474 บัญญัติว่า

“ในข้อรับผิดเพื่อชำรุดบกพร่องนั้น ท่านห้ามมิให้ฟ้องคดีเมื่อพ้นเวลาปีหนึ่งนับแต่เวลาที่ได้พบเห็นความชำรุดบกพร่อง

หากกล่าวโดยสรุป การรับประกันโดยปริยาย เป็นการรับประกันสินค้าหรือบริการโดยกฎหมายรับรองและกำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจต้องรับผิดชอบในความเสียหายจากสินค้าหรือบริการ ถือว่าเป็นแนวคิดและทฤษฎีที่เป็นประโยชน์ในการคุ้มครองผู้บริโภค ”

2.2.2 การจัดทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการโดยชัดแจ้ง

การรับประกันโดยชัดแจ้ง (Express Warranty) หมายถึง คำรับรองหรือรับประกันที่ผู้ขายหรือผู้ผลิตได้แสดงออกอย่างชัดแจ้ง (Implied Warranty) ในสัญญา²² เป็นลายลักษณ์อักษรหรือวาจาที่ได้เป็นการให้คำรับรองต่อผู้ซื้อว่าสินค้าหรือบริการนั้นไม่มีความชำรุดบกพร่อง มีคุณภาพและมีมาตรฐานในการใช้งานหรือให้บริการ แต่หากผู้ซื้อได้รับความเสียหายจากการใช้สินค้าหรือบริการย่อมมีสิทธิเรียกค่าเสียหายจากผู้ขายหรือผู้ผลิตตามสัญญา การรับประกันของผู้ขายและผู้ผลิตไม่จำเป็นต้องมีข้อความว่ารับประกันหรือคำรับรอง แต่ต้องมีการแสดงออกอย่างชัดเจนว่าจะมีการรับประกันสินค้าหรือบริการนั้น ผู้ขายหรือผู้ผลิตจะรับประกันสินค้าหรือบริการทั้งหมดหรือบางส่วนก็ได้ โดยแต่ละประเทศจะนำหลักการรับประกันดังกล่าวมาบัญญัติไว้ในกฎหมายเพื่อให้เกิดความชัดเจนและสามารถบังคับใช้ในการคุ้มครองผู้ซื้อหรือรับบริการ

ยกตัวอย่างเช่น ประเทศสหรัฐอเมริกา (United States of America) ได้บัญญัติ Uniform Commercial Code, Section 2-313 ได้บัญญัติการรับประกันโดยชัดแจ้งไว้ ผู้ขายหรือสามารถให้การรับประกันคุณภาพสินค้าหรือบริการ ผู้ซื้อจะได้รับสินค้าตรงตามสัญญา หากผู้ขายหรือผู้ผลิตส่งมอบสินค้าไม่ตรงตามสัญญาหรือมีความชำรุดบกพร่อง ผู้ขายหรือผู้ผลิตจะต้องรับผิดชอบและชดเชยความเสียหายที่เกิดขึ้นแก่ผู้ซื้อในส่วนที่ได้รับประกันไว้โดยชัดแจ้ง ซึ่งคู่สัญญายังมีอิสระในการกำหนดข้อสัญญาในการรับประกัน แต่อาจจะมีมาตรการบังคับในบางกรณีและข้อสัญญาต้องมีความชัดเจนมากเพียงพอ

กรณีตัวอย่าง เมื่อปี ค.ศ. 1932 ศาลมลรัฐวอชิงตันได้วางบรรทัดฐานของการรับประกันโดยชัดแจ้ง (Express Warranty) ไว้ในคดี Baxter V. Ford Mortor CO, 2P 2D 409 กรณีบริษัท

²² สัญญา ขมภูแสง. อ่างแล้วเชิงอรรถที่ 18. หน้า 1.

ST John Motor เป็นร้านค้าตัวแทนของบริษัทฟอร์ด ได้ทำการโฆษณาขายรถฟอร์ดทางสื่อแผ่นพับ โดยใช้ข้อความว่า กระจกหน้ารถฟอร์ด รุ่น A เป็นกระจกหน้าสามชั้น ไม่แตกละเอียด กระจกไม่ปลิว แต่ปรากฏว่าจำเลยในคดีขับรถคันดังกล่าวแล้วมีก้อนกรวดกระเด็นมาถูกกระจกแตก ศาลมลรัฐวอชิงตันวินิจฉัยว่าบริษัทฟอร์ดได้มีการรับประกัน โดยชัดแจ้งแล้วจากข้อความโฆษณาในแผ่นพับ ซึ่งข้อความโฆษณาดังกล่าวของบริษัทเปรียบเสมือนสัญญาที่บริษัทได้ให้การรับประกันไว้กับผู้เสียหาย ผู้เสียหายจึงสามารถเรียกร้องค่าชดเชยความเสียหายที่รถที่เกิดความเสียหายจากบริษัทฟอร์ดได้

โดยการประกันโดยชัดแจ้ง แบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ ดังต่อไปนี้

2.2.2.1 การรับประกันแบบเต็มรูปแบบ

การรับประกันแบบเต็มรูปแบบ (Full Warranty) หมายถึง การรับประกันทุกกรณี การรับประกันทุกรูปแบบ โดยปราศจากเงื่อนไขและข้อยกเว้นที่ผู้เอาประกันต้องรับผิดชอบไม่ว่าจะรูปแบบใดก็ตาม ยกตัวอย่างเช่น ซื้อคืน เปลี่ยนสินค้า โดยผู้ซื้อไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายแต่อย่างใด แต่ผู้ขายหรือผู้ผลิตอาจกำหนดระยะเวลาการรับประกันไว้หรือไม่ก็ได้ ยกตัวอย่างเช่น สินค้าหรือบริการมีระยะเวลาประกัน 1 ปี นับแต่วันที่ซื้อสินค้า

กรณีตัวอย่าง นาย ก. ซื้อตู้เย็นของบริษัท ข. โดยบริษัท ข. ให้การรับประกันในสัญญาว่าหากเกิดความชำรุดหรือปัญหาใดสามารถนำตู้เย็นมาเปลี่ยนเครื่องใหม่ได้และสามารถเปลี่ยนเป็นตู้เย็นคนละสีกับที่ซื้อก็ได้ รวมถึงไปบริษัท ข. มีบริการไปรับสินค้าที่บ้านนาย ก. โดยไม่มีค่าใช้จ่าย โดยนาย ก. ต้องแจ้งกับบริษัท ข. โดยตรงภายใน 7 วัน นับแต่วันที่ได้ซื้อสินค้าไปโดยไม่มีเงื่อนไขหรือข้อยกเว้นในการรับประกัน ไม่มีค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนสินค้าที่รับประกัน

2.2.2.2 การรับประกันแบบมีข้อจำกัด

การรับประกันแบบมีข้อจำกัด (Limited Warranty) หมายถึง การรับประกันทุกกรณีโดยมีเงื่อนไขหรือมีข้อยกเว้นในการต้องรับผิดชอบความเสียหาย โดยผู้ซื้ออาจต้องเสียค่าใช้จ่ายในบางกรณีตามที่ตกลงกันไว้ในสัญญา โดยผู้ขาย ผู้ผลิตและผู้ซื้อสินค้าหรือบริการจะกำหนดระยะเวลาของการรับประกันไว้หรือไม่ก็ได้

กรณีตัวอย่าง นาย ก. ซื้อตู้เย็นจากบริษัท ข. โดยบริษัท ข. ให้การรับประกันในสัญญาว่าหากเกิดความชำรุดหรือปัญหาใดสามารถนำตู้เย็นมาเปลี่ยนเป็นเครื่องใหม่ได้ แต่สามารถเปลี่ยนเป็นสีรุ่นเดิม สีเดิมเท่านั้นและนาย ก. ต้องชำระค่าบริการในการส่งสินค้ามาเปลี่ยน รวมถึงค่าบริการส่งสินค้ากลับไปให้นาย ก. โดยนาย ก. ต้องแจ้งกับบริษัท ข. โดยตรงภายใน 7 วัน นับแต่วันที่ได้ซื้อสินค้าไป

2.3 แนวความคิดและทฤษฎีการจัดทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการตามหลักกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค

แนวความคิดและทฤษฎีการจัดทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการในมุมมองกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคพิจารณาจากสถานะของการรับประกันซึ่งแตกต่างจากการจัดทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการตามหลักกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค โดยสามารถแบ่งออกเป็น 3 รูปแบบ ดังต่อไปนี้

2.3.1 การจัดทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการโดยกฎหมาย

การรับประกันโดยกฎหมาย (Legal Guarantee) มีความหมายเช่นเดียวกันกับการรับประกันโดยปริยาย หมายถึง กฎหมายให้การรับรองและกำหนดการรับประกันไว้ แม้ไม่ต้องแสดงออกโดยชัดแจ้ง ซึ่งผู้ขายหรือผู้ผลิตต้องรับผิดชอบในความเสียหายที่เกิดขึ้นหรืออาจจะเกิดขึ้นจากใช้สินค้าหรือบริการ เป็นการสร้างภาระให้แก่ผู้ขายและผู้ผลิต เป็นการประกันว่าผู้ขายและผู้ผลิตต้องส่งสินค้าสภาพดี มีคุณภาพ ปลอดภัยและตรงตามที่ตกลงกัน โดยไม่มีภาระคิดพันใด ๆ แต่จะรับผิดชอบในความเสียหายที่เกิดขึ้น แม้ว่าจะไม่ได้มีการให้คำรับประกันหรือระบุไว้ในสัญญา เป็นที่มาของการตรากฎหมายที่เป็นประโยชน์ต่อการคุ้มครองผู้บริโภค ยกตัวอย่างเช่น สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค มีแนวคิดจัดทำร่างพระราชบัญญัติความรับผิดชอบเพื่อความซื่อสัตย์ของสินค้า พ.ศ. ... ซึ่งได้แนวคิดมาจากการรับประกันโดยกฎหมาย

2.3.2 การจัดทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการเชิงพาณิชย์

การรับประกันเชิงพาณิชย์ (Commercial Guarantee) หมายถึง การรับประกันในเชิงการค้า โดยผู้ขายหรือผู้ผลิตให้การรับประกันสินค้าหรือบริการ มีวัตถุประสงค์ให้ผู้บริโภคสินค้าหรือบริการ เป็นการแสวงหาผลกำไรภายใต้ความตกลงทางการค้า ซึ่งการรับประกันสินค้าหรือบริการอาจรวมถึงสิทธิประโยชน์ที่ผู้บริโภคจะได้รับ โดยผู้บริโภคอาจต้องชำระเบี้ยประกันตามสัญญา โดยผู้ขายหรือผู้ผลิตสินค้าหรือผู้ให้บริการมีความประสงค์ที่จะทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการเพิ่มเติมจากการรับประกันเดิมซึ่งการรับประกันสินค้าหรือบริการเชิงพาณิชย์แม้ไม่มีกฎหมายรับรองหรือควบคุมการรับประกันรูปแบบนี้ แต่การรับประกันสินค้าหรือบริการเชิงพาณิชย์ต้องทำเป็นลายลักษณ์อักษรเท่านั้น

ในประเทศไทยผู้ขายหรือผู้ผลิตไม่ถูกบังคับให้ต้องทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการเชิงพาณิชย์ รวมถึงยังไม่มีกฎหมายควบคุมเนื้อหาสาระของการรับประกันดังกล่าว กฎหมาย

จึงต้องทำให้การรับประกันเชิงพาณิชย์มีความโปร่งใส ให้ผู้บริโภคสามารถเข้าใจเงื่อนไขการรับประกันได้โดยง่ายเพื่อให้ผู้บริโภคมีข้อมูลที่จะใช้ในการซื้อสินค้าหรือรับบริการ

กฎหมายต่างประเทศมีแนวทางการควบคุมการรับประกันเชิงพาณิชย์ 2 แนวทาง ดังต่อไปนี้

1) หลักการตามข้อกำหนด 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 ลงวันที่ 20 พฤษภาคม 2562 ของสหภาพยุโรป

2) Magnuson-Moss Warranty Act 1975 ของสหรัฐอเมริกา

กรณีตัวอย่าง การทำประกันรถยนต์ชั้น 1 โดยลดเบี้ยประกัน 50-40 % หรือให้สิทธิในการเปลี่ยนแปลงประกันภัยรถยนต์ของบริษัทเดิมมาเป็นประกันชั้น 1 หากทำกับบริษัทโดยผู้ขายและผู้ผลิตมีภาระผูกพันในการชดเชยค่าเสียหายที่เกิดขึ้นหรืออาจเกิดขึ้นหรือการชดเชยค่าเสียหายทางการค้า ยกตัวอย่างเช่น การค้าประกันเป็นคำสัญญาว่าจะรับผิดชอบต่อการสูญเสียของผู้อื่น อย่างไรก็ตามความแตกต่างการชดเชยค่าเสียหายเป็นภาระหน้าที่หลักเป็นภาระผูกพันตามสัญญาโดยตรง เป็นอิสระไม่ขึ้นกับคู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่ง

การรับประกันเชิงพาณิชย์จึงควรมีกฎหมายควบคุมรายละเอียดเนื้อหาและข้อความการรับประกันที่ชัดเจน เนื่องจาก การรับประกันเชิงพาณิชย์ เป็นการรับประกันที่ผู้ขายและผู้ผลิตนิยมเสนอให้แก่ผู้ซื้อซึ่งมักจะใช้ในธุรกิจรถยนต์และธุรกิจธนาคาร ดังนั้น หากมีกฎหมายในการควบคุมที่ชัดเจนย่อมเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการคุ้มครองผู้บริโภค

2.3.3 การจัดทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการตามกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ได้บัญญัติการคุ้มครองผู้บริโภค โดยให้มีการจัดทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการไว้ในมาตรา 35 สัตต แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 บัญญัติว่า

“ในกรณีที่ผู้ประกอบธุรกิจขายสินค้าหรือให้บริการโดยให้คำมั่นว่าจะทำสัญญารับประกันให้ไว้แก่ผู้บริโภค สัญญาดังกล่าวต้องทำเป็นหนังสือลงลายมือชื่อของผู้ประกอบธุรกิจหรือผู้แทน และต้องส่งมอบสัญญานั้นแก่ผู้บริโภคพร้อมกับการส่งมอบสินค้าหรือให้บริการ

ถ้าสัญญาตามวรรคหนึ่งที่เป็นภาษาต่างประเทศต้องมีคำแปลภาษาไทยกำกับไว้ด้วย”ซึ่งหากพิจารณาจากมาตราดังกล่าวแล้วจะสามารถแยกองค์ประกอบได้ ดังต่อไปนี้

ประการแรก ผู้ประกอบธุรกิจขายสินค้าหรือให้บริการต้องมีความประสงค์ (คำมั่น) ที่จะทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการให้ไว้แก่ผู้บริโภค (Consumer)

ประการที่สอง สัญญารับประกันสินค้าหรือบริการต้องทำเป็นหนังสือและลงลายมือชื่อ (Signature) ของผู้ประกอบการธุรกิจ (Entrepreneur) หรือผู้แทน

ประการที่สาม ผู้ประกอบการธุรกิจขายสินค้าหรือให้บริการต้องส่งมอบ (Delivery) สัญญารับประกันสินค้าหรือบริการนั้นให้แก่ผู้บริโภคพร้อมกับการส่งมอบสินค้าหรือให้บริการ

ประการที่สี่ สัญญารับประกันสินค้าหรือบริการต้องจัดทำเป็นภาษาไทย (Thai Language)

หากพิจารณาแล้วเห็นว่ามาตรา 35 สัตต แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 บัญญัติให้มีการทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการระหว่างผู้ประกอบการและผู้บริโภคไว้ แต่มาตราดังกล่าวไม่ได้บัญญัติรายละเอียดเกี่ยวกับเนื้อหาที่จำเป็นที่ผู้ประกอบการต้องระบุไว้ในสัญญารับประกัน ยกตัวอย่างเช่น ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ หน้าที่ของผู้ประกอบการตามสัญญารับประกัน หน้าที่ของผู้บริโภคตามสัญญารับประกัน เงื่อนไขในการรับประกันสินค้าหรือบริการ ระยะเวลาการรับประกัน วิธีการในการเอาประกัน เอกสารหลักฐานซึ่งต้องใช้เพื่อเรียกร้องให้ปฏิบัติตามสัญญารับประกันหรือรายละเอียดที่จำเป็นในการจัดทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการ

ผลจากความไม่ชัดเจนของมาตรา 35 สัตต แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ตามที่กล่าวข้างต้นส่งผลกระทบต่อการคุ้มครองผู้บริโภค อาจก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรม ความไม่โปร่งใสในการดำเนินการของผู้ประกอบการ ทำให้ไม่สามารถคุ้มครองผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพและไม่สามารถควบคุมผู้ประกอบการให้ดำเนินธุรกิจได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย เพื่อให้สอดคล้องกับรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยได้

2.4 แนวความคิดการจัดทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการตามกฎหมายต่างประเทศ

2.4.1 แนวความคิดจัดทำกฎหมายสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการของสหรัฐอเมริกา

สหรัฐอเมริกาเป็นประเทศแรกที่มีแนวคิดเกี่ยวกับการรับรองและคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคซึ่งเป็นผลจากการที่ประชาชนเรียกร้องให้รัฐบาลเข้ามาให้การคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค ในค.ศ. 1962 ประธานาธิบดี จอห์น เอฟ. เคนเนดี (John Fitzgerald Kennedy) ให้ความสำคัญเรื่องการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคและได้มีการตรากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคขึ้น 4 ประการ ดังต่อไปนี้

ประการแรก สิทธิที่จะได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการอย่างเพียงพอ (Right to be Informed) ผู้ประกอบการต้องระบุนรายละเอียดของสินค้าหรือบริการอย่างครบถ้วน ถูกต้องและละเอียดมากเพียงพอเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับทราบ ยกตัวอย่างเช่น ราคาสินค้า ขนาดสินค้า ประเภท

สินค้า ป้ายที่แสดงโฆษณาการ ส่วนผสม วิธีการใช้งาน วันที่ผลิต วันที่หมดอายุ สถานที่ผลิต คำเตือนหรือรายละเอียดเบื้องต้นที่ผู้บริโภคควรทราบเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ

ประการที่สอง สิทธิที่จะตัดสินใจอย่างอิสระ (Right to Choose) เมื่อผู้บริโภคได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ผู้บริโภคมีอิสระ มีอำนาจในการตัดสินใจที่จะเลือกซื้อ เสพ ใช้สินค้าหรือรับบริการด้วยตนเองโดยไม่ถูกบังคับหรือขู่เข็ญ

ประการที่สาม สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัย (Right to Safety) ผู้บริโภคมีสิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากสินค้าหรือบริการที่สะอาด มีคุณภาพหรือมีมาตรฐานที่สามารถเชื่อถือได้ ทั้งทางร่างกาย สุขภาพและจิตใจ

ประการที่สี่ สิทธิในการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย (Right to Compensation) ผู้บริโภคมีสิทธิได้รับการชดเชยความเสียหายจากการบริโภคสินค้าหรือบริการ โดยภาครัฐหรือเอกชนเป็นผู้ชดเชยความเสียหายด้วยวิธีต่าง ๆ ยกตัวอย่างเช่น การบัญญัติกฎหมายคุ้มครองการเปลี่ยนสินค้า ซ่อมแซมแก้ไข การชดเชยความเสียหายเป็นจำนวนเงิน เปลี่ยนสินค้าให้ผู้บริโภคใหม่หรือชดเชยความเสียหายด้วยวิธีอื่นได้ตามที่ผู้บริโภคและผู้ประกอบธุรกิจตกลงกัน ปี ค.ศ. 1970 จอร์จ อเคอร์ลอฟ (George Arthur Akerlof) นักเศรษฐศาสตร์ชาวสหรัฐอเมริกา ได้เขียนบทความเรื่อง The market for “Lemons” quality uncertainty and the market mechanism²³ ซึ่งได้เขียนถึงปัญหาเรื่องความไม่แน่นอนด้านคุณภาพทำให้ราคาของสินค้าต่ำกว่าที่ควรจะเป็นแล้วส่งผลให้ตลาดล่มสลาย ความจำเป็นที่ต้องมีกลไกและมาตรการเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ซื้อแนวคิดของจอร์จอเคอร์ลอฟ จึงนำไปสู่การตรากฎหมาย Magnuson-Moss Warranty Act 1975 อันเป็นกฎหมายที่เกี่ยวกับการจัดทำสัญญารับประกันสินค้าและบริการของสหรัฐอเมริกา ประกาศใช้โดยสภาองเกรส ซึ่งถูกประมวลไว้ใน U.S. 15 Chapter 50 § 2301-2312 (Consumer product warranties)

การตรากฎหมาย Magnuson-Moss Warranty Act 1975 มีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

- 1) เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าถึงข้อมูลที่ครบถ้วนเกี่ยวกับการรับประกัน รวมถึงขอบเขตการรับประกันและสิ่งที่ผู้บริโภคมิสิทธิที่จะได้รับสินการชดเชยจากสินค้าที่มีปัญหา
- 2) เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเปรียบเทียบและเลือกรูปแบบการรับประกันที่เหมาะสมกับตนเองได้
- 3) เพื่อให้เกิดการแข่งขันกันระหว่างผู้ประกอบการ

²³ พัสกร ทัทมกมลและศิระณัฐ วิทษธรรมรัช. (2565). *ร่างพระราชบัญญัติความรับผิดชอบเพื่อความชำรุดบกพร่องของสินค้า พ.ศ. ... และร่างกฎหมายว่าด้วยสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการและการสำรองอะไหล่สินค้า.*

4) เพื่อกระตุ้นในประกอบธุรกิจปฏิบัติตามสัญญารับประกันที่ได้รับรองไว้ภายในระยะเวลาที่ได้ตกลงกันและค่าใช้จ่ายที่เหมาะสมจากการรับประกัน

ขอบเขตในการบังคับใช้กฎหมาย Magnuson-Moss Warranty Act 1975 ต้องเป็นสัญญา ระหว่างผู้ประกอบการและผู้บริโภค ผู้ที่สืบทอดสิทธิในระยะเวลารับประกันหรือบุคคลอื่นใดที่มีสิทธิ ตามสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการ สัญญาต้องเป็นลายลักษณ์อักษรซึ่งผู้ให้ประกัน ยืนยัน ข้อเท็จจริงหรือให้คำมั่นเป็นลายลักษณ์อักษรเกี่ยวกับสินค้าว่าไม่มีความชำรุดบกพร่อง มีมาตรฐาน หรือคำรับรองว่าจะดำเนินการอย่างไรอย่างหนึ่งเมื่อผู้เอาประกันได้รับความเสียหายหรือสินค้า เสียหาย ยกตัวอย่างเช่น การเปลี่ยนสินค้า คืนสินค้า ซ่อมแซมสินค้าหรือมีมาตรการชดเชยเยียวยา โดยสินค้าตามสัญญารับประกันต้องเป็นสินค้าเพื่อบริโภคเป็นทรัพย์สินที่มีรูปร่างสามารถจำหน่ายได้ หรือใช้ในชีวิตประจำวัน รวมถึงทรัพย์สินที่นำไปติดตั้งในอสังหาริมทรัพย์ แต่อสังหาริมทรัพย์ไม่อยู่ในขอบเขตของกฎหมายฉบับนี้ ซึ่งเป็นกฎหมายที่กำหนดรายละเอียดการจัดทำสัญญารับประกัน สินค้าหรือบริการ ดังต่อไปนี้

1) สัญญารับประกันต้องทำเป็นลายลักษณ์อักษร (Written Warranty) ตาม 2304 (a) (1) บัญญัติว่า “ผู้รับประกันต้องดำเนินการแก้ไขความชำรุดบกพร่องภายในเวลาที่เหมาะสมและ ไม่มีค่าใช้จ่าย ในกรณีที่เกิดความเสียหาย เกิดความผิดปกติ หรือไม่ปฏิบัติตามการรับประกันทำเป็น ลายลักษณ์อักษร”²⁴

2) กำหนดมาตรฐานการรับประกันตามมาตรา 2304 (b) (1) บัญญัติว่า “หากสินค้า หรือชิ้นส่วนของสินค้ามีความชำรุดบกพร่อง ทำงานผิดพลาด หากให้ผู้รับประกันได้พยายามแก้ไขเป็น จำนวนครั้งที่สมควรแล้ว ผู้ให้ประกันต้องให้สิทธิแก่ผู้บริโภคในการขอเงินคืนหรือเปลี่ยนสินค้า โดยผู้บริโภคไม่เสียค่าใช้จ่าย โดยคณะกรรมการการค้าแห่งสหพันธรัฐ (Federal Trade Commission หรือ FTC) สามารถกำหนดจำนวนครั้งที่สมควรในการแก้ไขความชำรุดบกพร่องหรือการทำงาน ผิดพลาดภายใต้เงื่อนไขต่าง ๆ ได้”²⁵ โดยสามารถแยกองค์ประกอบได้ ดังต่อไปนี้

²⁴ 2304 (a) (1) such warrantor must as a minimum remedy such consumer product within a reasonable time and without charge, in the case of a defect, malfunction, or failure to conform with such written warranty.

²⁵ 2304 (b) (1) In fulfilling the duties under subsection (a) respecting a written warranty, the warrantor shall not impose any duty other than notification upon any consumer as a condition of securing remedy of any consumer product which malfunctions, is defective, or does not conform to the written warranty, unless the warrantor has demonstrated in a rulemaking proceeding, or can demonstrate in an administrative or judicial enforcement proceeding (including private enforcement), or in an informal dispute settlement proceeding, that such a duty is reasonable.

2.1) ผู้ให้ประกันต้องมีการเยียวยาในเวลาที่เหมาะสมและไม่มีค่าใช้จ่าย
 2.2) ผู้ให้ประกันไม่สามารถจำกัดระยะเวลาความรับผิดชอบ
 2.3) ผู้ให้ประกันไม่สามารถยกเว้นหรือจำกัดความรับผิดชอบในค่าเสียหาย
 เกี่ยวเนื่องอันเกิดจากการไม่ปฏิบัติตามการรับประกันไม่ว่าเป็นลายลักษณ์อักษรหรือโดยปริยาย
 เว้นแต่ได้แสดงการยกเว้นหรือจำกัดดังกล่าวไว้อย่างชัดเจนบนหน้าสัญญารับประกันสินค้า

2.4) หากสินค้าหรือชิ้นส่วนของสินค้ามีความชำรุดบกพร่อง ทำงานผิดพลาด
 หากผู้ให้ประกันได้พยายามแก้ไขเป็นจำนวนครั้งที่สมควรแล้ว ผู้ให้ประกันต้องให้สิทธิแก่ผู้บริโภค
 ในการขอคืนเงินหรือเปลี่ยนสินค้าโดยผู้บริโภคไม่เสียค่าใช้จ่ายโดยคณะกรรมการการค้าแห่ง
 สหพันธรัฐ (Federal Trade Commission หรือ FTC) มีหน้าที่กำกับให้เป็นไปตามกฎหมายโดยมี
 Bureau of Consumer Protection ที่เป็นหน่วยงาน ภายใต้คณะกรรมการว่าด้วยการค้าแห่ง
 สหพันธรัฐ (FTC) คุณได้รับผิดชอบเรื่องการโฆษณาและ การกระทำทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม²⁶
 สามารถกำหนดจำนวนครั้งที่สมควรในการแก้ไขความชำรุดบกพร่องหรือการทำงานผิดพลาด
 ภายใต้เงื่อนไขต่าง ๆ ได้

2.5) ในการเรียกร้องให้ปฏิบัติตามสัญญารับประกันสินค้าผู้ให้ประกัน ไม่อาจ
 กำหนดหน้าที่อื่นใดให้แก่ผู้บริโภคนอกเหนือจากการแจ้ง เว้นแต่ผู้ให้ประกันจะแสดงในชั้นการ
 ระบุข้อพิพาทได้ว่าหน้าที่อื่นใดดังกล่าวมีความสมเหตุสมผล

2.6) การปฏิบัติตามสัญญารับประกันสินค้าจะไม่อาจบังคับได้หากผู้ให้ประกัน
 สามารถแสดงได้ว่าความชำรุดบกพร่อง การทำงานผิดพลาด หรือการทำงานที่ไม่เป็นไปตามที่
 รับรอง เกิดขึ้นจากความเสียหายในระหว่างที่สินค้าอยู่ในความครอบครองของผู้บริโภคหรือ
 จากการใช้งานที่ไม่เหมาะสม

2.7) คำว่า “โดยไม่มีค่าใช้จ่าย” (Without Charge) หมายความว่า ผู้ให้ประกัน
 ไม่อาจคิดค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวกับการเยียวยาจากผู้บริโภค แต่หลักการนี้ย่อมไม่บังคับผู้ให้ประกันให้
 ชดเชยค่าใช้จ่ายอื่น ๆ (Incidental Expense) แต่หากค่าใช้จ่ายอื่น ๆ เกิดขึ้นเนื่องจากการเยียวยา
 ไม่ได้มีขึ้นภายในเวลาอันสมควรหรือผู้ให้ประกันกำหนดภาระหน้าที่โดยไม่สมควรในการเรียกร้อง

²⁶ ทัศยา วีระสมวงศ์. (2560). *มาตรการทางกฎหมายในการควบคุมการโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ลดน้ำหนัก ผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย*. วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต กลุ่มวิชากฎหมายธุรกิจ, คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัย ศรีปทุม.

ให้ปฏิบัติตามสัญญารับประกันสินค้า เช่นนี้ผู้บริโภคมีสิทธิเรียกร้องค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ตามสมควรคืนจากผู้ให้ประกันได้²⁷

แม้กฎหมายจะไม่บังคับให้ผู้ประกอบธุรกิจต้องรับประกันสินค้าหรือบริการ แต่เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการเอาเปรียบผู้บริโภคจึงมีการบัญญัติมาตรฐานดังกล่าวขึ้น

3) เนื้อหาของสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการตามกฎหมาย Magnuson-Moss Warranty Act 1975 กำหนดให้สัญญารับประกันสินค้าหรือบริการต้องระบุรายละเอียดตามที่กฎหมายกำหนดในมาตรา 2302 (a) กำหนดให้เงื่อนไขการรับประกันสินค้าใช้ถ้อยคำที่เปิดเผยครบถ้วน ชัดเจน ใช้ภาษาที่สามารถอ่านและเข้าใจได้ง่าย และอาจมีหัวข้อดังต่อไปนี้

- (1) ชื่อ ที่อยู่ และสถานที่ติดต่อของผู้ให้ประกัน
- (2) ชื่อคู่สัญญา
- (3) สินค้าหรือชิ้นส่วนที่อยู่ภายใต้การรับประกัน
- (4) ข้อตกลงว่าผู้ให้ประกันจะอย่างไรในกรณีสินค้าชำรุดบกพร่องทำงานผิดพลาด หรือไม่เป็นไปตามที่ได้รับรอง ใครเป็นฝ่ายรับผิดชอบค่าใช้จ่าย และระยะเวลาการรับประกัน
- (5) ข้อตกลงว่าผู้บริโภคมีหน้าที่และภาระค่าใช้จ่ายใดบ้าง
- (6) ข้อยกเว้นและข้อตัดสิทธิจากการปฏิบัติตามสัญญารับประกันสินค้า
- (7) ขั้นตอนซึ่งผู้บริโภคพึงปฏิบัติเพื่อให้ได้รับการปฏิบัติตามสัญญารับประกันสินค้า รวมถึงการระบุชื่อบุคคลหรือตำแหน่งของบุคคลที่ต้องรับผิดชอบตามสัญญารับประกันสินค้า
- (8) ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการระงับข้อพิพาทอย่างไม่เป็นทางการที่ผู้ให้ประกันเสนอและการแจ้งว่าผู้ซื้อจะต้องเข้าสู่กระบวนการระงับข้อพิพาทนั้นก่อนการดำเนินคดีในศาล หากผู้ให้ประกันประสงค์เช่นนั้น
- (9) การเยียวยา
- (10) เวลาที่ผู้ให้ประกันเริ่มปฏิบัติตามสัญญารับประกันสินค้า
- (11) กรอบเวลานับแต่การแจ้งปัญหาความชำรุดบกพร่อง การทำงานผิดพลาดหรือไม่เป็นไปตามที่ได้รับรอง ซึ่งผู้ให้ประกันจะปฏิบัติตามสัญญารับประกันสินค้า

²⁷ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. (2563). *การศึกษาแนวทางการจัดทำกฎกระทรวงใหม่เกี่ยวกับการรับประกันและการสำรองอะไหล่สินค้า*. แผนพัฒนากฎหมายของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ 2563.

(12) ลักษณะหรือคุณสมบัติของสินค้าหรือชิ้นส่วนที่สัญญารับประกันสินค้า
ไม่ครอบคลุม

(13) ข้อความเกี่ยวกับลักษณะหรือขอบเขตของการรับประกันสินค้าต้องไม่ทำให้
ผู้บริโภคทั่วไปเข้าใจผิด ²⁸

²⁸ 2032 (a) FULL AND CONSPICUOUS DISCLOSURE OF TERMS AND CONDITIONS; ADDITIONAL REQUIREMENTS FOR CONTENTS In order to improve the adequacy of information available to consumers, prevent deception, and improve competition in the marketing of consumer products, any warrantor warranting a consumer product to a consumer by means of a written warranty shall, to the extent required by rules of the Commission, fully and conspicuously disclose in simple and readily understood language the terms and conditions of such warranty. Such rules may require inclusion in the written warranty of any of the following items among others:

- (1) The clear identification of the names and addresses of the warrantors.
- (2) The identity of the party or parties to whom the warranty is extended.
- (3) The products or parts covered.
- (4) A statement of what the warrantor will do in the event of a defect, malfunction, or failure to conform with such written warranty—at whose expense—and for what period of time.
- (5) A statement of what the consumer must do and expenses he must bear.
- (6) Exceptions and exclusions from the terms of the warranty.
- (7) The step-by-step procedure which the consumer should take in order to obtain performance of any obligation under the warranty, including the identification of any person or class of persons authorized to perform the obligations set forth in the warranty.
- (8) Information respecting the availability of any informal dispute settlement procedure offered by the warrantor and a recital, where the warranty so provides, that the purchaser may be required to resort to such procedure before pursuing any legal remedies in the courts.
- (9) A brief, general description of the legal remedies available to the consumer.
- (10) The time at which the warrantor will perform any obligations under the warranty.
- (11) The period of time within which, after notice of a defect, malfunction, or failure to conform with the warranty, the warrantor will perform any obligations under the warranty.
- (12) The characteristics or properties of the products, or parts thereof, that are not covered by the warranty.
- (13) The elements of the warranty in words or phrases which would not mislead a reasonable, average consumer as to the nature or scope of the warranty.

การจำกัดสิทธิตามการรับประกันสินค้าโดยปริยายตามกฎหมาย Magnuson-Moss Warranty Act 1975 ผู้ให้ประกันไม่สามารถยกเลิกหรือแก้ไขเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขการรับประกันโดยปริยายและหากผู้ให้ประกันได้ประกันไว้เป็นลายลักษณ์อักษรแก่สินค้าหรือเมื่อเวลาซื้อขายหรือภายใน 90 วันนับแต่วันที่ซื้อขายสินค้า ผู้ให้ประกันได้ทำการสัญญาซ่อมบำรุงกับผู้บริโภค แต่อย่างไรก็ตามอาจถูกจำกัดระยะเวลาการรับประกันให้เป็นไปตามการรับประกันสินค้าที่เป็นลายลักษณ์อักษร หากการจำกัดระยะเวลาในการรับประกันที่วามเหมาะสม เป็นธรรมและระบุชัดเจนไว้ตั้งแต่แรกในสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการ

กฎหมาย Magnuson-Moss Warranty Act 1975 สนับสนุนให้มีการระงับข้อพิพาทโดยการสนับสนุนให้ผู้ให้ประกันจัดทำกลไกการระงับข้อพิพาทอย่างไม่เป็นทางการที่มีประสิทธิภาพและเป็นธรรม โดยคณะกรรมการการค้าแห่งสหพันธรัฐ (FTC) กำหนดหลักเกณฑ์การระงับข้อพิพาทไว้ว่าหน่วยงานของรัฐหรือองค์กรอิสระต้องเข้าร่วมกันเจรจาด้วยและหากผู้ให้ประกันได้สร้างกลไกการระงับข้อพิพาทตามข้อกำหนดของคณะกรรมการการค้าแห่งสหพันธรัฐ (FTC) และได้รับอนุญาตให้กล่าวไว้ในสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการแต่แรก ผู้บริโภคจะไม่สามารถไปใช้สิทธิทางศาลฟ้องด้วยตนเองได้เลยทันทีแต่ต้องดำเนินการไกล่เกลี่ยตามกลไกการระงับข้อพิพาทตามสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการเสียก่อน อีกทั้ง คณะกรรมการการค้าแห่งสหพันธรัฐ (FTC) สามารถออกหลักเกณฑ์ในการแจ้งข้อมูลการรับประกันสินค้าให้ผู้บริโภคทราบก่อนซื้อได้รวมถึงกำหนดวิธีการและรูปแบบในการแสดงเนื้อหา

การเปิดเผยเนื้อหาของเงื่อนไขในสัญญารับประกัน (Disclosure rule) ตามกฎหมาย Magnuson-Moss Warranty Act 1975 หากเป็นสินค้าที่มีราคามากกว่า 15 ดอลลาร์สหรัฐ จะต้องเปิดเผยเงื่อนไขการรับประกันอย่างครบถ้วน ถูกต้อง ชัดเจน ใช้ภาษาที่สามารถอ่านและเข้าใจได้ง่ายภายในเอกสารฉบับเดียว ข้อมูลที่ต้องแจ้ง ยกตัวอย่างเช่น คำอธิบายเกี่ยวกับสินค้า ชิ้นส่วนหรือส่วนประกอบที่รับประกัน วิธีการที่ผู้ให้ประกันจะกระทำเมื่อพบว่าสินค้าชำรุดบกพร่อง ทำงานผิดพลาดหรือไม่เป็นไปตามโฆษณา ระยะเวลาในการรับประกันสินค้าหรือบริการ ขั้นตอนและผู้เอาประกันต้องปฏิบัติเพื่อให้เป็นตามสัญญารับประกัน ข้อมูลเกี่ยวกับการระงับข้อพิพาท ข้อยกเว้นหรือข้อจำกัดสิทธิใด ๆ จากการต้องปฏิบัติตามสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการ เป็นต้น

การแสดงเงื่อนไขการรับสินค้าก่อนขาย (Pre-sale Availability rule) ตามกฎหมาย Magnuson-Moss Warranty Act 1975 กรณีสินค้าที่มีราคามากกว่า 15 ดอลลาร์สหรัฐ ต้องมีการแสดงเงื่อนไขการรับประกันสินค้าไว้ก่อน ยกตัวอย่างเช่น หน้าที่ของผู้ขายหรือหน้าที่ของผู้ซื้อ เป็นต้น

2.4.2 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดทำกฎหมายสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการของสหภาพยุโรป

สหภาพยุโรปส่งเสริมการค้าภายในดินแดน จึงมีแนวคิดที่ผู้บริโภคต้องมีหลักประกัน เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นในการบริโภคสินค้าหรือบริการ ต้องมีหลักประกันขั้นต่ำตามกฎหมายในการซื้อ (Legal Guarantee) และผู้ประกอบการสามารถนำเสนอการรับประกันทางการค้าได้ (Commercial Guarantee) โดยสหภาพยุโรปไม่มองการรับประกันในลักษณะของการรับประกันสินค้าหรือบริการ โดยชัดแจ้งหรือโดยปริยาย เมื่อปี ค.ศ. 1999 สหภาพยุโรปได้ตราข้อกำหนด 1999/44/EC โดยสภาและคณะรัฐมนตรียุโรปเกี่ยวกับการขายสินค้าเพื่อผู้บริโภคและการรับประกันส่งเสริมการตลาดภายในของสหภาพยุโรป กำหนดการเรียกร้องของผู้บริโภคเมื่อสินค้าชำรุดบกพร่องและควบคุมการรับประกันตามคำปราชญ์ข้อ 21²⁹ ของคำปราชญ์กล่าวว่า “โดยที่ตามทางปฏิบัติปัจจุบันผู้ผลิตและผู้ขายสินค้าบางประเภทจะนำเสนอการรับประกันสินค้าดังกล่าวกรณีชำรุดบกพร่องที่ปรากฏขึ้นภายในช่วงระยะเวลาหนึ่ง โดยที่แนวทางปฏิบัติดังกล่าวสามารถกระตุ้นให้เกิดการแข่งขัน โดยที่แม้การรับประกันจะเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ขอชมรับการรับประกันก็ไม่ควรมีข้อความทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิด โดยที่เพื่อให้มั่นใจว่าผู้บริโภคจะไม่ถูกทำให้เข้าใจผิด การรับประกันควรมีข้อมูลบางอย่างรวมถึงข้อความว่าการรับประกันจะไม่กระทบกับสิทธิทางกฎหมายของผู้บริโภค” หากกล่าวโดยสรุปสหภาพยุโรปบัญญัติข้อกำหนดเกี่ยวกับการรับประกันโดยมีวัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการค้าภายในดินแดนสหภาพยุโรป ดังต่อไปนี้

- 1) ใช้บังคับกับสินค้าทั่วไป ยกเว้น อสังหาริมทรัพย์
- 2) ไม่มีหลักเกณฑ์ในเรื่องการซ่อม เปลี่ยนสินค้า ไม่ระบุระยะเวลา จำนวนครั้งในการซ่อม
- 3) กำหนดบทสันนิษฐานความชำรุดบกพร่อง

กำหนดเงื่อนไขเวลาการเกิดความชำรุดบกพร่องของสินค้า³⁰

ต่อมามีการยกเลิกข้อกำหนด 1999/44/EC เมื่อวันที่ 1 มกราคม ค.ศ. 2022 และได้ตรากฎหมายที่เกี่ยวกับการจัดทำสัญญารับประกันสินค้าและบริการของสหภาพยุโรป ได้แก่ Directive

²⁹ (2 1) Whereas, for certain categories of goods, it is current practice for sellers and producers to offer guarantees on goods against any defect which becomes apparent within a certain period; whereas this practice can stimulate competition; whereas, while such guarantees are legitimate marketing tools, they should not mislead the consumer; whereas, to ensure that consumers are not misled, guarantees should contain certain information, including a statement that the guarantee does not affect the consumer's legal rights

³⁰ พัสกร ทัพมงคลและศิระณัฐ วิทษธรรมรัช. อ่างแล้วเชิงอรรถที่ 23. หน้า 1.

(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 ตรีขึ้นเมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม ค.ศ. 2019 มีผลเป็นการแก้ไขกฎหมายฉบับหลัก คือ Regulation (EU) 2017/2394 และ Directive (EU) 2019/22/EC มีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 1 มกราคม ค.ศ. 2022³¹ เป็นการรับประกันเชิงพาณิชย์ (Guarantee) มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค และได้บัญญัติรายละเอียดที่ต้องระบุในสัญญารับประกันสินค้าและบริการ มาตรา 17³² ขอบเขตในการ

³¹ สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา. (2565). *วารสารกฎหมายปกครอง ADMINISTRATIVE LAW JOURNAL*. กรุงเทพมหานคร.

³² 17 Commercial guarantees

1. Any commercial guarantee shall be binding on the guarantor under the conditions laid down in the commercial guarantee statement and associated advertising available at the time, or before the conclusion, of the contract. Under the conditions laid down in this Article and without prejudice to any other applicable provisions of Union or national law, where a producer offers to the consumer a commercial guarantee of durability for certain goods for a certain period of time, the producer shall be liable directly to the consumer, during the entire period of the commercial guarantee of durability for repair or replacement of the goods in accordance with Article 14. The producer may offer to the consumer more favorable conditions in the commercial guarantee of durability statement.

If the conditions laid out in the commercial guarantee statement are less advantageous to the consumer than those laid down in the associated advertising, the commercial guarantee shall be binding under the conditions laid down in the advertising relating to the commercial guarantee, unless, before the conclusion of the contract, the associated advertising was corrected in the same way or in a comparable way to that in which it was made.

2. The commercial guarantee statement shall be provided to the consumer on a durable medium at the latest at the time of the delivery of the goods. The commercial guarantee statement shall be expressed in plain, intelligible language. It shall include the following:

(a) a clear statement that the consumer is entitled by law to remedies from the seller free of charge in the event of a lack of conformity of the goods and that those remedies are not affected by the commercial guarantee;

(b) the name and address of the guarantor;

(c) the procedure to be followed by the consumer to obtain the implementation of the commercial guarantee;

บังคับใช้กฎหมาย ต้องเป็นสัญญาซื้อขายระหว่างผู้ขายกับผู้บริโภคหมายถึงรวมถึงบุคคลธรรมดาที่ติดต่อกับสัญญาซื้อขาย วัตถุประสงค์นอกเหนือจากการค้าธุรกิจ หัตถกรรมหรือวิชาชีพ แต่ไม่รวมถึงกระบวนการบังคับคดีหรือโดยอำนาจของกฎหมาย สินค้า (Goods) ต้องเป็นสังหาริมทรัพย์ที่มีรูปร่างหรือสังหาริมทรัพย์ที่รูปร่างบรรจุหรือเชื่อมต่อกับข้อมูลหรือบริการดิจิทัลในลักษณะที่หากไม่มีข้อมูลหรือบริการดังกล่าวจะทำให้สินค้านั้นไม่อาจทำได้ แต่ไม่บังคับใช้กับสินค้าที่ทำหน้าเป็นสื่อบรรจุข้อมูลดิจิทัล (Tangible Medium Which Serves Exclusively as a for Digital Content) และสัญญาดังกล่าว

เป็นการรับประกันเชิงพาณิชย์ กล่าวคือ ผู้ขายหรือผู้ผลิตให้คำรับรองให้แก่ผู้ซื้อเพิ่มเติมไปจากที่กฎหมายกำหนดเกี่ยวกับการชดเชยความเสียหาย เปลี่ยนแปลง แก้ไขซ่อมแซมหรือให้บริการใด ๆ กับสินค้าในกรณีที่สินค้าไม่ตรงตามสัญญาหรือตามโฆษณา ซึ่งการรับประกันเชิงพาณิชย์ผูกพันให้ผู้ขายปฏิบัติตามเงื่อนไขที่กำหนดในสัญญารับประกันหรือตามโฆษณา และสัญญารับประกันเชิงพาณิชย์ต้องใช้ภาษาทั่วไปที่สามารถเข้าใจได้โดยง่ายและต้องมีรายละเอียดครบถ้วนชัดเจน ยกตัวอย่างเช่น ชื่อและที่อยู่ของผู้รับประกัน คำรับประกันที่ชัดเจนว่าผู้บริโภคมีสิทธิตามกฎหมายที่จะได้รับการชดเชยเยียวยาจากผู้ขาย ขั้นตอนการปฏิบัติตามเพื่อเป็นไปตามสัญญารับประกัน เงื่อนไขการรับประกันเชิงพาณิชย์

ข้อกำหนดที่ 2019/771 มีวัตถุประสงค์ปรากฏในคำปรารภข้อ 62 กล่าวว่า “ เพื่อให้เกิดความโปร่งใสสมควรมีข้อกำหนดเกี่ยวกับการรับประกันเชิงพาณิชย์เช่นเดียวกันกับข้อกำหนดการแจ้งข้อมูลก่อนทำสัญญาเกี่ยวกับเงื่อนไขของการรับประกันเชิงพาณิชย์ตามข้อกำหนดที่ 2011/82/EU นอกจากนี้เพื่อเสริมสร้างความแน่นอนทางกฎหมายและหลีกเลี่ยงมิให้ผู้บริโภคเข้าใจผิด ข้อกำหนดฉบับนี้ควรกำหนดว่าหากมีการรับประกันอย่างใดในโฆษณาของสินค้าซึ่งมีเงื่อนไขเป็นคุณแก่ผู้บริโภครายอื่นที่ระบุไว้ในสัญญารับประกันสินค้าให้บังคับตามเงื่อนไขที่เป็นคุณกว่านั้น ข้อกำหนดฉบับนี้ยังคงมีกฎเกี่ยวกับเนื้อหาของการรับประกันและวิธีการเผยแพร่เนื้อหาของการรับประกันให้ผู้บริโภคเข้าถึงได้ยกตัวอย่างเช่น สัญญารับประกันควรระบุเนื้อหาการ

(d) the designation of the goods to which the commercial guarantee applies; and

(e) the terms of the commercial guarantee.

3. Non-compliance with paragraph 2 shall not affect the binding nature of the commercial guarantee for the guarantor

4. Member States may lay down rules on other aspects concerning commercial guarantees which are not regulated in this Article, including rules on the language or languages in which the commercial guarantee statement is to be made available to the consumer

รับประกันเชิงพาณิชย์และระบุด้วยว่าการรับประกันตามกฎหมายจะไม่ถูกกระทบโดยการรับประกันเชิงพาณิชย์ ทำให้ชัดเจนว่าข้อสัญญาการรับประกันเชิงพาณิชย์ถือเป็นคำรับรองซึ่งเพิ่มเติมไปจากการรับประกันตามกฎหมาย รัฐสมาชิกควรมีสติที่จะกำหนดกฎเกณฑ์ในแง่มุมอื่นที่มีได้ระบุไว้ในข้อกำหนดฉบับนี้ ยกตัวอย่างเช่น เรื่องเกี่ยวกับลูกหนี้ร่วมรายอื่นนอกเหนือจากผู้ให้รับประกันเชิงพาณิชย์ซึ่งกฎเกณฑ์ดังกล่าวต้องไม่ไปลดความคุ้มครองที่ผู้บริโภคได้รับตามหลักการในข้อกำหนดฉบับนี้ รัฐสมาชิกอาจกำหนดให้การรับประกันเชิงพาณิชย์ไม่มีค่าใช้จ่ายแต่ต้องทำให้มั่นใจว่าคำรับรองของผู้ขายหรือผู้ผลิตที่เข้าตามนิยามของการรับประกันเชิงพาณิชย์ตามข้อกำหนดฉบับนี้ไปตามกฎเกณฑ์ของข้อกำหนดนี้ทุกประการ”³³ และได้บัญญัติรายละเอียดที่ต้องระบุในสัญญารับประกันสินค้าและบริการ มาตรา 17 ยกตัวอย่างเช่น การรับประกันต้องใช้ภาษาที่สามารถเข้าใจง่าย ต้องมีคำรับรองที่ชัดเจนว่าผู้บริโภคมีสิทธิตามกฎหมายที่จะได้รับการเยียวยาจากผู้ขาย กรณีสินค้าไม่สอดคล้องกับที่รับรองโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายและการรับประกันเชิงพาณิชย์จะไม่มีผลกระทบต่อสิทธิเยียวยาที่มีชื่อและที่อยู่ของผู้ให้ประกัน ระบุขั้นตอนที่ผู้บริโภคต้องทำเพื่อให้เกิดการปฏิบัติตามสัญญารับประกันเชิงพาณิชย์และการระบุสินค้าภายใต้การรับประกัน

³³ (62) In order to ensure that there is transparency, certain requirements as regards commercial guarantees should be provided, alongside the pre-contractual information requirements on the existence and conditions of commercial guarantees set out in Directive 2011/83/EU. Moreover, in order to improve legal certainty and to avoid consumers being misled, this Directive should provide that, where commercial guarantee conditions contained in associated advertisements are more favourable to the consumer than those included in the guarantee statement, the more advantageous conditions should prevail. Finally, this Directive should provide rules on the content of the guarantee statement and on the way it should be made available to consumers. For instance, the guarantee statement should include the terms of the commercial guarantee and state that the legal guarantee of conformity is unaffected by the commercial guarantee, making it clear that the commercial guarantee terms constitute an undertaking that is additional to the legal guarantee of conformity. Member States should be free to lay down rules on other aspects of commercial guarantees not covered by this Directive, for example on associating debtors other than the guarantor with the commercial guarantee, provided that those rules do not deprive consumers of the protection afforded to them by the fully harmonised provisions of this Directive on commercial guarantees. While Member States should remain free to require that commercial guarantees be provided free of charge, they should ensure that any undertaking by the seller or the producer which falls under the definition of commercial guarantees as set out in this Directive complies with the harmonized rules of this Directive.

หากพิจารณาที่มา แนวคิดของกฎหมายเกี่ยวกับการจัดทำสัญญารับประกันสินค้าและบริการของสหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรป ทำให้สามารถวิเคราะห์ได้ว่าการจัดทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการต้องมีการใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ชัดเจนและต้องระบุนรายละเอียดเกี่ยวกับการรับประกันไว้อย่างชัดเจน ยกตัวอย่างเช่น ชื่อผู้ให้ประกันและผู้รับประกัน รายละเอียดของการรับประกัน เงื่อนไข การปฏิบัติตามสัญญารับประกัน ที่อยู่ของผู้ให้ประกัน ขั้นตอนที่ผู้บริโภคต้องทำเพื่อให้เกิดการปฏิบัติตามสัญญารับประกันเชิงพาณิชย์และการระบุสินค้าภายใต้การรับประกันเพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการคุ้มครองผู้บริโภค ไม่ให้ถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบการ เป็นการคุ้มครองผู้บริโภคให้ได้รับความเป็นธรรมและทำให้ผู้บริโภคได้รับประโยชน์จากการทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการที่มีรายละเอียดชัดเจน ครบถ้วนและถูกต้องอย่างแท้จริง อันเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานที่มนุษย์ทุกคนพึงมีและได้รับการคุ้มครองโดยรัฐ