

บทที่ 3

หลักเกณฑ์ตามกฎหมายเกี่ยวกับการจัดทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการ

ผู้วิจัยได้ศึกษากฎหมายไทยเกี่ยวกับการจัดทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการ ได้แก่ มาตรา 35 สัตต แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 เปรียบเทียบกับกฎหมายเกี่ยวกับการจัดทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการของต่างประเทศ ได้แก่ Magnuson-Moss Warranty Act 1975 ของสหรัฐอเมริกา และจัดทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการตาม 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 เพื่อหาแนวทางในการแก้ไขกฎหมายเพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมเป็นไปตามกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคต่อไปและสามารถคุ้มครองผู้บริโภคได้รับประโยชน์จากการทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการได้อย่างแท้จริง

3.1 หลักเกณฑ์ตามกฎหมายของบทบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 เป็นกฎหมายหลักในการคุ้มครองผู้บริโภค กำหนดอำนาจและหน้าที่ของพนักงานเจ้าหน้าที่ หน้าที่ผู้ประกอบการและสิทธิของผู้บริโภค เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมในคุ้มครองผู้บริโภคและผู้บริโภคได้รับการคุ้มครองอย่างแท้จริง โดยพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 แบ่งการคุ้มครองผู้บริโภคออกเป็น 4 ด้าน ดังต่อไปนี้

3.1.1 การคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา

การโฆษณา ได้มีนักวิชาการให้ความหมายไว้มากมาย ยกตัวอย่างเช่น “การโฆษณา” เป็นเครื่องมือของการส่งเสริมการขายสินค้าหรือบริการ มีองค์ประกอบ คือ การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การขายโดยใช้พนักงานขาย การตลาดทางตรง และการโฆษณา โดยใช้การ

โฆษณาเป็นเครื่องมือสื่อสารไปยังกลุ่มคนจำนวนมาก ภายใต้วัตถุประสงค์ทางการตลาดที่กำหนดขึ้นมา เพื่อให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ¹

โดยในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ได้บัญญัติความหมายของการโฆษณาไว้ใน มาตรา 3² หากกล่าวโดยสรุป การโฆษณามุ่งประกอบ ได้ดังต่อไปนี้

1) ต้องเป็นการกระทำผ่านสื่อ ยกตัวอย่างเช่น หนังสือพิมพ์ ป้าย วิทยุ โทรทัศน์ หรือวิธีการอื่น ๆ

2) ให้ประชาชนเห็นหรือทราบข้อความนั้น

3) มีวัตถุประสงค์เพื่อประโยชน์ทางการค้า คือการขายสินค้าหรือให้บริการเพื่อให้รายได้และผลกำไร³

ในปัจจุบันเนื่องจากมีธุรกิจเกิดขึ้นมากมายเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและการพัฒนาของสื่อที่สามารถใช้ในการโฆษณา ผู้ประกอบธุรกิจจึงสามารถกระทำการโฆษณาสินค้าหรือบริการได้อย่างกว้างขวาง โดยอาศัยสื่อต่าง ๆ ซึ่งข้อความที่ผู้ประกอบธุรกิจใช้ในการโฆษณาส่วนมากเป็นการเชิญชวนให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าหรือบริการของตน โดยจะพรรณนาถึงข้อดี คุณภาพมาตรฐานหรือคุณสมบัติที่ทำให้สินค้าหรือบริการของตนเอง โดดเด่นมากกว่าสินค้าหรือบริการของผู้ประกอบธุรกิจรายอื่น ซึ่งทำให้ผู้ประกอบธุรกิจบางรายมีการใช้ข้อความโฆษณาที่เป็นเท็จ เกินความเป็นจริงหรือสาระสำคัญไม่ตรงกับความเป็นจริงส่งผลเสียต่อผู้บริโภคสินค้าหรือบริการที่บริโภคสินค้าหรือบริการนั้น เนื่องจาก เชื่อคำโฆษณาของผู้ประกอบธุรกิจ รัฐบาลจึงจำเป็นต้องมีการตรากฎหมายเกี่ยวกับโฆษณาเพื่อเป็นการคุ้มครองผู้บริโภคได้ในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 และมีการจัดตั้งคณะกรรมการเฉพาะเรื่องเพื่อพิจารณาว่าข้อความนั้นเป็นข้อความโฆษณาที่ไม่เป็นธรรมหรือส่งผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวมหรือไม่ คือ คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา โดยมีอำนาจและหน้าที่ ดังต่อไปนี้

1) หน้าที่ควบคุมดูแลการโฆษณาสินค้าหรือบริการที่ไม่อยู่ภายใต้การควบคุมของกฎหมายอื่น ยกตัวอย่างเช่น การโฆษณาสรรพคุณเครื่องสำอาง อยู่ภายใต้พระราชบัญญัติ

¹ ขนิษฐา ปาลโมกษ์. (2542). *การเขียนบทโฆษณา*. กรุงเทพฯ: โครงการตำราวิชาการเฉลิมพระเกียรติ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.

² โฆษณา หมายถึงการ กระทำไม่ว่าโดยวิธีใด ๆ ให้ประชาชนเห็นหรือทราบข้อความ เพื่อประโยชน์ทางการค้า และความหมายของ “สื่อโฆษณา” หมายถึง สิ่งที่ใช้เป็นสื่อในการโฆษณา เช่น หนังสือพิมพ์ สิ่งพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ไปรษณีย์ สิ่งที่ใช้เป็นสื่อในการโฆษณา เช่น หนังสือพิมพ์ สิ่งพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ไปรษณีย์ โทรเลข โทรศัพท์หรือป้าย

³ หน่วยที่ 1 ความรู้เกี่ยวกับการขาย. เอกสารทางวิชาการ วิชาการขายเบื้องต้น.

เครื่องสำอาง พ.ศ. 2556 ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาหรือการโฆษณาเกี่ยวกับการจัดสรรที่ดินหรือสาธารณูปโภค อยู่ภายใต้พระราชบัญญัติการจัดสรรที่ดิน พ.ศ. 2553 ของกรมที่ดิน ไม่ได้อยู่ภายใต้การควบคุมของพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 แต่อย่างใด ซึ่งกฎหมายกำหนดลักษณะของการโฆษณาไว้ ดังต่อไปนี้

การโฆษณาต้องไม่ใช่ข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม ทั้งนี้ ไม่ว่าข้อความดังกล่าวนั้นจะเป็นข้อความที่เกี่ยวกับแหล่งกำเนิด สภาพ คุณภาพหรือลักษณะของสินค้าหรือบริการ ตลอดจนส่งมอบ การจัดหา หรือการใช้สินค้าหรือบริการ

ข้อความดังต่อไปนี้ถือว่าเป็นข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือเป็นข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม

ประการแรก ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง หมายถึง ข้อความที่ไม่ถูกต้องตามความจริง มีการปรุงแต่งหรือเพิ่มเติมข้อความไปจากที่เป็นจริง ซึ่งอาจไม่จริงทั้งหมดหรือบางส่วน⁴

ประการที่สอง ข้อความที่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการไม่ว่าจะกระทำโดยใช้หรืออ้างอิงรายงานทางวิชาการ สถิติหรือสิ่งหนึ่งสิ่งใดอันไม่เป็นความจริงหรือเกินความจริงหรือไม่ก็ตาม

ประการที่สาม ข้อความที่เป็นการสนับสนุน โดยตรงหรือโดยอ้อม ให้มีการกระทำผิดกฎหมายหรือกระทำผิดศีลธรรมหรือนำไปสู่ความเสื่อมเสียในวัฒนธรรมของชาติ ยกตัวอย่างเช่น โฆษณารับจ้างฆ่าคน สนับสนุนให้ใช้ยาเสพติดต้องห้าม สนับสนุนให้เล่นการพนัน การกระทำผิดศีล 5 สนับสนุนการทารุณสัตว์ สนับสนุนการกดขี่ทางเพศ

ประการที่สี่ ข้อความที่ทำให้เกิดความแตกแยกหรือเสื่อมเสียความสามัคคีในหมู่ประชาชน ยกตัวอย่างเช่น การโฆษณาก่อนน้ำที่ให้นางแบบสาวเปลือยกายโดยมีภาพก่อนน้ำคาดทับร่างกายไว้

ประการสุดท้าย ข้อความอื่นตามที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค กำหนดในกฎกระทรวง

⁴ ปองปรารธน์ สุนทรเกสัช. *กฎหมายเกี่ยวกับการโฆษณา*. มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง.

⁵ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. (2564). *ข้อความโฆษณา” เรื่องใกล้ตัวที่คุณอาจไม่รู้*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค.

ข้อความใดที่ใช้ในการโฆษณาที่บุคคลทั่วไปสามารถรู้ได้ว่าเป็นข้อความที่ไม่อาจเป็นความจริงได้โดยแน่แท้ ไม่ถือว่าเป็นข้อความที่ต้องห้ามในการโฆษณา ยกตัวอย่างเช่น ชื่อโทรทัศน์แอมพีร์ ดวงจันทร์และพระอาทิตย์ อีกทั้งได้กำหนดลักษณะเกี่ยวกับวิธีการที่ใช้ในการโฆษณาไว้ว่าการโฆษณาจะต้องไม่กระทำด้วยวิธีอันอาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพ ร่างกาย หรือจิตใจหรืออันก่อให้เกิดความรำคาญแก่ผู้บริโภค ทั้งนี้ตามที่กำหนดในกฎกระทรวง⁶ โดยลักษณะของการโฆษณาดังกล่าวได้บัญญัติไว้ในมาตรา 22⁷ แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ซึ่งมาตราดังกล่าวถือเป็นมาตราที่สำคัญในการพิจารณาข้อความโฆษณาสินค้าหรือบริการทั่วประเทศ หากข้อความที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาพิจารณาแล้วว่ามีลักษณะเป็นข้อความที่ไม่เป็นธรรมหรืออาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม ถือว่าการโฆษณาดังกล่าวเป็นข้อความที่ต้องห้ามในการโฆษณาและกระทำการโฆษณาจะมีความผิดตามกฎหมายอาญา

2) หน้าที่ในการป้องกันหรือระงับยับยั้งความเสียหายหรืออันตรายอันจะเกิดขึ้นแก่ผู้บริโภคจากการโฆษณา โดยการกำหนดเงื่อนไขในการโฆษณาไว้

3) หน้าที่ในการตรวจสอบข้อความโฆษณาที่ผู้ประกอบการธุรกิจขอให้คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาพิจารณาให้ความเห็นก่อนที่จะดำเนินการโฆษณา

⁶ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. *สคบ. กับการคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สำนักนายกรัฐมนตรี*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค.

⁷ การโฆษณาจะต้องไม่ใช่ข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม ทั้งนี้ ไม่ว่าข้อความดังกล่าวนั้นจะเป็นข้อความที่เกี่ยวกับแหล่งกำเนิด สภาพ คุณภาพ หรือลักษณะของสินค้าหรือบริการ ตลอดจนการส่งมอบ การจัดหา หรือการใช้สินค้าหรือบริการ

ข้อความดังต่อไปนี้ ถือว่าเป็นข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือเป็นข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม

(1) ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง

(2) ข้อความที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการไม่ว่าจะกระทำโดยใช้หรืออ้างถึงรายงานทางวิชาการ สถิติ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งอันไม่เป็นความจริงหรือเกินความจริง หรือไม่ก็ตาม

(3) ข้อความที่เป็นการสนับสนุน โดยตรงหรือโดยอ้อมให้มีการกระทำผิดกฎหมายหรือศีลธรรม หรือนำไปสู่ความเสื่อมเสียในวัฒนธรรมของชาติ

(4) ข้อความที่จะทำให้เกิดความแตกแยกหรือเสื่อมเสียความสามัคคีในหมู่ประชาชน

(5) ข้อความอย่างอื่นตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

ข้อความที่ใช้ในการโฆษณาที่บุคคลทั่วไปสามารถรู้ได้ว่าเป็นข้อความที่ไม่อาจเป็นความจริงได้โดยแน่แท้ ไม่เป็นข้อความที่ต้องห้ามในการโฆษณาตาม (1) ”

เมื่อคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาได้พิจารณาข้อความโฆษณาแล้วสงสัยว่าข้อความดังกล่าวอาจฝ่าฝืนต่อมาตรา 22 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ผู้ประกอบธุรกิจมีโอกาสในการพิสูจน์ความจริงเกี่ยวกับข้อความโฆษณาด้วยการชี้แจงและนำเอกสารหลักฐานที่น่าเชื่อถือต่อคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา ซึ่งหากคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาได้พิจารณาแล้วว่าข้อความโฆษณานั้น ๆ มีลักษณะเป็นการฝ่าฝืนพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณามีอำนาจดำเนินการได้ ดังต่อไปนี้

ประการแรก ให้แก้ไขข้อความหรือวิธีการในโฆษณา

ประการที่สอง ห้ามการใช้ข้อความโฆษณาบางอย่างที่ปรากฏในการโฆษณา

ประการที่สาม ห้ามการโฆษณาหรือห้ามใช้วิธีการนั้นในการโฆษณา

ประการสุดท้าย ให้โฆษณาเพื่อแก้ไขความเข้าใจผิดของผู้บริโภคที่อาจเกิดขึ้นตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณากำหนด ในการออกคำสั่งให้โฆษณาเพื่อแก้ไขความเข้าใจผิดของผู้บริโภคที่อาจเกิดขึ้นตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณากำหนด ให้คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณากำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการโดยคำนึงถึงประโยชน์ของผู้บริโภคประกอบกับความสุจริตของผู้กระทำและพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ฉบับแก้ไขเพิ่มเติมปี พ.ศ. 2564 ได้บัญญัติอำนาจและหน้าที่ของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาเพิ่มขึ้น ในกรณีหากผู้ประกอบธุรกิจไม่ปฏิบัติตามคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาสามารถเข้าดำเนินการแทนผู้ประกอบธุรกิจได้ โดยผู้ประกอบธุรกิจมีหน้าที่ต้องชดเชยค่าเสียหายที่เกิดขึ้นจากการดำเนินการแทน โดยให้บังคับตามกฎหมายว่าด้วยวิธีปฏิบัติราชการทางปกครองซึ่งอำนาจของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาดังกล่าว บัญญัติไว้ในมาตรา 27⁸ แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 หากผู้ประกอบธุรกิจฝ่าฝืนไม่ปฏิบัติ

⁸ ในกรณีที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาเห็นว่าการโฆษณาใดฝ่าฝืนมาตรา 22 มาตรา 23 มาตรา 24 (1) หรือมาตรา 25 ให้คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณามีอำนาจออกคำสั่งอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างดังต่อไปนี้

(1) ให้แก้ไขข้อความหรือวิธีการในการโฆษณา

(2) ห้ามการใช้ข้อความบางอย่างที่ปรากฏในการโฆษณา

(3) ห้ามการโฆษณาหรือห้ามใช้วิธีการนั้นในการโฆษณา

(4) ให้โฆษณาเพื่อแก้ไขความเข้าใจผิดของผู้บริโภคที่อาจเกิดขึ้นแล้วตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่

คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณากำหนด

ในการออกคำสั่งตาม (4) ให้คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณากำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการ โดยคำนึงถึงประโยชน์ของผู้บริโภคประกอบกับความสุจริตใจในการกระทำของผู้กระทำการโฆษณา

ตามคำสั่งมาตรา 27 ผู้ประกอบธุรกิจต้องรับผิดชอบตามมาตรา 59 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 วางหลักว่า กรณีที่ผู้กระทำความผิดเป็นนิติบุคคล ถ้าการกระทำความผิดของนิติบุคคลนั้นเกิดจากการสั่งการหรือการกระทำของกรรมการ หรือผู้จัดการหรือบุคคลใดซึ่งรับผิดชอบในการดำเนินงานของนิติบุคคลนั้น หรือในกรณีที่บุคคลดังกล่าวมีหน้าที่ต้องสั่งการหรือทำการและละเว้นไม่สั่งการหรือไม่ทำการจนเป็นเหตุให้นิติบุคคลนั้นกระทำความผิด ผู้นั้นต้องรับโทษตามที่บัญญัติไว้สำหรับความผิดนั้น ๆ ด้วย รวมถึงผู้ประกอบกิจการโฆษณาซึ่งเป็นองค์กรธุรกิจที่มีหน้าที่วางแผน กำหนดกลยุทธ์ สร้างสรรค์ ผลงานโฆษณาและซื้อสื่อโฆษณา⁹ และเจ้าของสื่อโฆษณา หากคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาพิจารณาแล้วว่าข้อความโฆษณาดังกล่าวฝ่าฝืนต่อพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ต้องรับผิดชอบตามมาตรา 47 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 บัญญัติว่า

“ ผู้ใดโดยเจตนาก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในแหล่งกำเนิด สภาพ คุณภาพ ปริมาณ หรือสาระสำคัญประการอื่นอันเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ไม่ว่าจะ เป็นของตนเองหรือผู้อื่น โฆษณาหรือใช้ฉลากที่มีข้อความอันเป็นเท็จหรือข้อความที่รู้หรือควรรู้อยู่แล้วว่าอาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิด เช่นว่านั้น ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ถ้าผู้กระทำความผิดตามวรรคหนึ่งกระทำความผิดซ้ำอีก ผู้กระทำต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินสองแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ”

มาตรา 48 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 บัญญัติว่า “ ผู้ใดโฆษณาโดยใช้ข้อความตามมาตรา 22 วรรคสอง (3) หรือ (4) หรือข้อความตามที่กำหนดในกฎกระทรวงที่ออกตามมาตรา 22 วรรคสอง (5) หรือฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามมาตรา 23 มาตรา 24 มาตรา 25 หรือมาตรา 26 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามเดือน หรือปรับไม่เกินหกหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ”

มาตรา 50 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 บัญญัติว่า “ ถ้าการกระทำตามมาตรา 47 มาตรา 48 หรือมาตรา 49 เป็นการกระทำของเจ้าของสื่อโฆษณา หรือผู้ประกอบกิจการโฆษณา ผู้กระทำต้องระวางโทษเพียงกึ่งหนึ่งของโทษที่บัญญัติไว้สำหรับความผิดนั้นมาตรา

ในกรณีที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณามีคำสั่งตาม (4) และผู้ประกอบธุรกิจไม่ปฏิบัติตามคำสั่งดังกล่าว คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาอาจเข้าดำเนินการแทนผู้ประกอบธุรกิจ และให้ผู้ประกอบธุรกิจมีหน้าที่ชดเชยค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการดำเนินการแทนนั้น โดยให้บังคับตามบทบัญญัติเกี่ยวกับการบังคับทางปกครองตามกฎหมายว่าด้วยวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง

⁹ วสันต์ จันทร์ประสิทธิ์. (2549). ความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทตัวแทนและบริษัทผู้โฆษณา. *วารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต*. หน้า 44 – 68.

51 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 บัญญัติว่า การกระทำความผิด ตามมาตรา 47 มาตรา 48 มาตรา 49 หรือมาตรา 50 เป็นความผิดต่อเนื่อง ผู้กระทำความผิดต้องระวางโทษปรับวันละไม่เกิน หักหนึ่งหมื่นบาทหรือไม่เกินสองเท่าของค่าใช้จ่ายที่ใช้สำหรับการโฆษณา นั้น ตลอดระยะเวลาที่ยังฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตาม”

มาตรา 59 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 บัญญัติว่า “ ในกรณีที่ผู้กระทำความผิดเป็นนิติบุคคล ถ้าการกระทำความผิดของนิติบุคคลนั้นเกิดจากการสั่งการหรือการกระทำของกรรมการ หรือผู้จัดการ หรือบุคคลใดซึ่งรับผิดชอบในการดำเนินงานของนิติบุคคลนั้น หรือในกรณีที่บุคคลดังกล่าวมีหน้าที่ต้องสั่งการหรือกระทำการและละเว้นไม่สั่งการหรือไม่กระทำการจนเป็นเหตุให้นิติบุคคลนั้นกระทำความผิด ผู้นั้นต้องรับโทษตามที่บัญญัติไว้สำหรับความผิดนั้น ๆ ด้วย”

หากพิจารณาจากที่กล่าวมาข้างต้นพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ได้บัญญัติลักษณะของข้อความ โฆษณาที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคไว้ รวมถึงวิธีการแก้ไขและความผิดหากฝ่าฝืนกฎหมายไว้อย่างชัดเจน ซึ่งเป็นมาตรการของรัฐในการควบคุมการโฆษณาอันเป็นประโยชน์อย่างมากในการคุ้มครองผู้บริโภคจากการโฆษณาของผู้ประกอบธุรกิจ ทำให้การคุ้มครองผู้บริโภคนั้นมีประสิทธิภาพและสามารถคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างแท้จริงในเรื่องการโฆษณา

3.1.2 การคุ้มครองผู้บริโภคด้านฉลาก

ฉลากเป็นวิธีที่ใช้ในการสื่อสารระหว่างผลิตภัณฑ์กับผู้บริโภค เพื่อแจ้งข้อมูลโภชนาการ น้ำหนักสุทธิ วิธีการใช้สินค้าและอื่น ๆ ฉลากทำหน้าที่เป็นเสมือนพนักงานขายเงียบผ่านการสร้างตราสินค้า¹⁰ รัฐจึงจำเป็นต้องควบคุมการจัดทำฉลากเพื่อให้เป็นประโยชน์และเป็นธรรมแก่ผู้บริโภค โดยพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 กำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจต้องแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าบนฉลากให้ผู้ถูกต้อง ตรงตามความเป็นจริง เพียงพอและชัดเจน ยกตัวอย่างเช่น วันผลิต วันหมดอายุ ข้อห้ามในการใช้งาน วิธีการใช้งาน เพื่อให้เป็นประโยชน์กับผู้บริโภค ในการเลือกซื้อสินค้า รวมถึงเพื่อความปลอดภัยของสุขภาพ ร่างกายและชีวิตของผู้บริโภค โดยการจัดทำฉลากสินค้าและได้กำหนดสินค้าที่ผลิตในโรงงานตามกฎหมายว่าด้วยโรงงานและสินค้าที่ส่งหรือนำเข้ามาในราชอาณาจักรเพื่อขายเป็นสินค้าที่ควบคุมฉลาก และมาตรา 30 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครอง พ.ศ. 2522 บัญญัติว่า

¹⁰ ยูพาวดี สมบูรณ์กุลตรา. *มปป.สินค้าและป้ายฉลาก*. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก:<http://www.stou.ac.th/stouonline/lom/data/sms/market/Unit4/MENUUNIT4.htm>.

“ให้สินค้าที่ผลิตเพื่อขายโดยโรงงานตามกฎหมายว่าด้วยโรงงานและสินค้าที่ส่งหรือนำเข้ามาในราชอาณาจักรเพื่อขายเป็นสินค้าที่ควบคุมฉลาก

ความในวรรคหนึ่งไม่ใช้บังคับกับสินค้าที่คณะกรรมการว่าด้วยฉลากกำหนดโดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา”

ในกรณีที่น่าปรากฏว่ามีสินค้าที่อาจก่อให้เกิดอันตรายแก่สุขภาพ ร่างกาย หรือจิตใจเนื่องในการใช้สินค้าหรือโดยสภาพของสินค้านั้น หรือมีสินค้าที่ประชาชนทั่วไปใช้เป็นประจำ ซึ่งการกำหนดฉลากของสินค้านั้นจะเป็นประโยชน์แก่ผู้บริโภคในการที่จะทราบข้อเท็จจริงในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้านั้น แต่สินค้านั้นไม่ใช่ว่าเป็นสินค้าที่ควบคุมฉลากตามวรรคหนึ่ง ให้คณะกรรมการว่าด้วยฉลากมีอำนาจกำหนดให้สินค้านั้นเป็นสินค้าที่ควบคุมฉลากได้ โดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ได้บัญญัติความหมายของฉลากไว้ในมาตรา 3¹¹ และมีการจัดตั้งคณะกรรมการเฉพาะเรื่องเพื่อพิจารณาว่าฉลากถูกต้องตามกฎหมายหรือไม่ คือ คณะกรรมการว่าด้วยฉลาก โดยมีอำนาจและหน้าที่ ดังต่อไปนี้

1) กำหนดให้สินค้าเป็นสินค้าที่ควบคุมฉลาก ได้แก่ สินค้าที่อาจก่อให้เกิดอันตราย สุขภาพ ร่างกายหรือจิตใจ เนื่องจากการใช้สินค้านั้น ๆ หรือโดยสภาพของสินค้า สินค้าที่ประชาชนทั่วไปต้องใช้เป็นประจำและสินค้าที่ผลิตในโรงงานตามกฎหมายว่าด้วยโรงงานหรือสินค้าที่ส่งนำเข้ามาในราชอาณาจักรเพื่อขาย

2) สั่งให้ผู้ประกอบธุรกิจแก้ไขฉลากให้ถูกต้องหรือสั่งให้เลิกใช้ฉลากที่ไม่ถูกต้องตามกฎหมาย ฉลากสินค้าต้องเป็นภาษาไทยหรือหากเป็นภาษาต่างประเทศต้องมีภาษาไทยกำกับ สามารถอ่านและเห็นได้ง่าย ต้องระบุข้อความ รูป รอยประดิษฐ์หรือภาพตามความเหมาะสม ข้อความบนฉลากต้องตรงกับความจริง ละเอียด ครบถ้วน ชัดเจนและต้องไม่ทำให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้า แหล่งกำเนิด สภาพ และคุณภาพของสินค้า โดยพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ได้ระบุรายละเอียดที่ต้องปรากฏบนฉลากไว้ในมาตรา 31 ฉลากของสินค้าที่ควบคุมฉลาก จะต้องมีลักษณะดังต่อไปนี้

(1) ใช้ข้อความที่ตรงต่อความจริงและไม่มีข้อความที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้า

¹¹ ฉลาก ให้หมายความถึง รูป รอยประดิษฐ์ กระจกหรือสิ่งอื่นใดที่ทำให้ปรากฏข้อความเกี่ยวกับสินค้าซึ่งแสดงไว้ที่สินค้าหรือภาชนะบรรจุหรือหีบห่อบรรจุสินค้าและหมายความรวมถึงเอกสารหรือคู่มือสำหรับใช้ประกอบสินค้า ป้ายที่ติดตั้งหรือแสดงไว้ที่สินค้าหรือภาชนะบรรจุหรือหีบห่อบรรจุสินค้านั้น

(2) ต้องระบุข้อความดังต่อไปนี้

- (ก) ชื่อหรือเครื่องหมายการค้าของผู้ผลิตหรือของผู้นำเข้าเพื่อขาย แล้วแต่กรณี
- (ข) สถานที่ผลิตหรือสถานที่ประกอบธุรกิจนำเข้า แล้วแต่กรณี
- (ค) ระบุข้อความที่แสดงให้เห็นเข้าใจได้ว่าสินค้านั้นคืออะไร ในกรณีที่เป็นสินค้านำเข้าให้ระบุชื่อประเทศที่ผลิตด้วย

(3) ต้องระบุข้อความอันจำเป็น ได้แก่ ราคา ปริมาณ วิธีใช้ ข้อแนะนำ คำเตือน วันเดือนปีที่หมดอายุในกรณีเป็นสินค้านำเข้าที่หมดอายุได้ หรือกรณีอื่น เพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่คณะกรรมการว่าด้วยฉลากกำหนดโดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา โดยสามารถแยกออกมาได้ ดังต่อไปนี้

(1) ชื่อประเภทหรือชนิดของสินค้าที่แสดงให้เห็นเข้าใจว่าสินค้านั้นคืออะไร กรณีที่เป็นสินค้านำเข้าหรือนำเข้าในราชอาณาจักร ให้ระบุชื่อประเทศที่ผลิต

(2) ชื่อหรือเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนในประเทศไทยของผู้ตั้งหรือผู้นำเข้า

(3) สถานที่ตั้งของผู้ผลิต ผู้ตั้งหรือผู้นำเข้า

(4) ขนาด มิติ ปริมาณ ปริมาตรหรือน้ำหนัก

(5) วิธีใช้งาน

(6) คำเตือน ยกตัวอย่างเช่น เด็กและสตรีมีครรภ์ไม่ควรรับประทาน ควรระวังในผู้ที่มีอาการลมชัก¹²

(7) วัน เดือน ปีที่ผลิต วัน เดือน ปีที่หมดอายุหรือ วัน เดือน ปีที่ควรบริโภคก่อน

(8) ราคา หน่วยเป็นบาทหรือระบุเงินสกุลอื่น ๆ ด้วยก็ได้

หากผู้ประกอบการเจตนาก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในแหล่งกำเนิดสภาพ คุณภาพ ปริมาณหรือสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าหรือใช้ฉลากอันเป็นเท็จหรือรู้หรือควรรู้ว่าอาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิด ผู้ประกอบการจะมีความผิดตามมาตรา 47 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 บัญญัติว่า

“ผู้ใดโดยเจตนาก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในแหล่งกำเนิด สภาพ คุณภาพ ปริมาณ หรือสาระสำคัญประการอื่นอันเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ไม่ว่าจะ เป็นของตนเองหรือผู้อื่น โฆษณาหรือ

¹² ปกัสสร พลโพธิ์. *ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ต้องแสดงคำเตือนบนฉลาก*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา.

ใช้ฉลากที่มีข้อความอันเป็นเท็จหรือข้อความที่รู้หรือควรรู้อยู่แล้วว่าอาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิด เช่นว่านั้น ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

ถ้าผู้กระทำความผิดตามวรรคหนึ่งกระทำความผิดซ้ำอีก ผู้กระทำความต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปีหรือปรับไม่เกินสองแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ” และหากขายสินค้าโดยไม่มีฉลากหรือมีฉลากแต่ไม่ถูกต้องตามกฎหมายหรือใช้ฉลากที่สังเกตุใช้ผู้ประกอบการธุรกิจต้องรับผิดตามมาตรา 52 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 บัญญัติว่า

“ผู้ใดขายสินค้าที่ควบคุมฉลากตามมาตรา 30 โดยไม่มีฉลากหรือมีฉลากแต่ฉลากหรือการแสดงฉลากนั้นไม่ถูกต้อง หรือขายสินค้าที่มีฉลากที่คณะกรรมการว่าด้วยฉลากสังเกตุใช้ตามมาตรา 33 ทั้งนี้ โดยรู้หรือควรรู้อยู่แล้วว่าการไม่มีฉลากหรือการแสดงฉลากดังกล่าวนี้ไม่ถูกต้องตามกฎหมาย ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ถ้าการกระทำตามวรรคหนึ่งเป็นการกระทำของผู้ผลิตเพื่อขาย หรือผู้ส่งหรือนำเข้ามาในราชอาณาจักรเพื่อขาย ผู้กระทำความต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินสองแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ”

จากที่ได้กล่าวมาข้างต้น พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ได้บัญญัติรายละเอียดที่ต้องระบุบนฉลากสินค้า ทำให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นที่ต้องทราบหากต้องซื้อสินค้านั้นมาเพื่อบริโภค ยกตัวอย่างเช่น วัน เดือน ปีที่หมดอายุ การใช้หรือคำเตือน ซึ่งเป็นการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีสิทธิได้เลือกซื้อสินค้าและได้รับสินค้าที่ปลอดภัย ก่อให้เกิดประโยชน์แก่ผู้บริโภคและเป็นการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างแท้จริงในเรื่องเกี่ยวกับฉลากสินค้า

3.1.3 การคุ้มครองผู้บริโภคด้านความปลอดภัย

ความปลอดภัย หมายถึงสภาวะความเสี่งที่บุคคลจะได้รับบาดเจ็บหรือเสียชีวิต หรือทรัพย์สินจะได้รับความเสียหาย ถกตกลง และดำรงไว้ในระดับต่ำซึ่งเป็นระดับที่ยอมรับได้ โดยอาศัยกระบวนการระบุอันตรายและการจัดการความเสี่ง¹³ โดยพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ได้กำหนดเกี่ยวกับความปลอดภัยของสินค้า การจัดทำฉลาก การผลิตบรรจุภัณฑ์ การแสดงข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ข้อมูลมาตรฐานด้านความปลอดภัย การแจ้งเตือนภัย คำเตือนการใช้งาน ความเสี่งจากการใช้งาน อันตรายที่อาจเกิดขึ้นจากการใช้งาน และการนำเสนอขายสินค้าหรือบริการ เนื่องจากปัจจุบันมีการผลิตสินค้าหรือให้บริการต่างๆ แก่ผู้บริโภคโดยใช้เทคโนโลยีหรือบางอย่างมีสารเคมีเป็นส่วนผสม ซึ่งอาจเป็นอันตรายแก่ผู้บริโภค

¹³ สุวรรณ กุ้เต็ง, *แนวคิดความปลอดภัยและระบบการจัดการความปลอดภัยเบื้องต้น*. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิชาการเพื่อความปลอดภัยทางถนน.

ทั้งทางร่างกาย สุขภาพและจิตใจ จึงเป็นต้องมีการบัญญัติเรื่องเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคด้านความปลอดภัยไว้และได้มีแต่งตั้งคณะกรรมการเฉพาะเรื่อง คือ คณะกรรมการว่าด้วยความปลอดภัยของสินค้าหรือบริการ มีอำนาจและหน้าที่ ดังต่อไปนี้

1) เมื่อมีเหตุสงสัยว่าสินค้าหรือบริการเป็นอันตรายต่อผู้บริโภค คณะกรรมการว่าด้วยความปลอดภัยของสินค้าหรือบริการสามารถออกคำสั่งให้ผู้ประกอบธุรกิจทดสอบหรือพิสูจน์ความปลอดภัยได้ ถ้าดำเนินการล่าช้าโดยไม่มีเหตุผลอันสมควร คณะกรรมการว่าด้วยความปลอดภัยของสินค้าหรือบริการสามารถดำเนินการแทนโดยผู้ประกอบธุรกิจเป็นผู้ชดใช้ค่าใช้จ่าย

2) ถ้าผลการทดสอบหรือพิสูจน์ปรากฏว่าสินค้าหรือบริการนั้นเป็นอันตรายต่อผู้บริโภคและไม่อาจป้องกันอันตรายที่เกิดจากสินค้าหรือบริการได้ คณะกรรมการว่าด้วยความปลอดภัยของสินค้าหรือบริการสั่งให้ผู้ประกอบธุรกิจเปลี่ยนแปลงหรือปรับปรุงสินค้าหรือบริการได้

3) ถ้าผู้ประกอบธุรกิจขายสินค้าที่ถูกสั่งห้าม เนื่องจากเป็นสินค้าหรือบริการที่เป็นอันตรายตามมาตรา 29/8¹⁴ และมาตรา 29/9¹⁵ แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ผู้ประกอบธุรกิจมีความผิดตามมาตรา 56/4¹⁶ แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522

¹⁴ ในกรณีที่มีเหตุอันควรสงสัยว่าสินค้าหรือบริการใดอาจเป็นสินค้าหรือบริการที่เป็นอันตราย คณะกรรมการว่าด้วยความปลอดภัยอาจออกคำสั่งให้ผู้ประกอบธุรกิจดำเนินการทดสอบหรือพิสูจน์สินค้าหรือบริการนั้นได้ และให้ผู้ประกอบธุรกิจรายงานผลการทดสอบหรือพิสูจน์ต่อคณะกรรมการว่าด้วยความปลอดภัย ทั้งนี้ ภายในระยะเวลาที่คณะกรรมการว่าด้วยความปลอดภัยกำหนด

เมื่อมีเหตุอันควรเชื่อได้ว่าสินค้าหรือบริการใดเป็นสินค้าหรือบริการที่เป็นอันตราย ให้คณะกรรมการว่าด้วยความปลอดภัยออกคำสั่งให้ผู้ประกอบธุรกิจดำเนินการทดสอบหรือพิสูจน์สินค้าหรือบริการ และอาจสั่งห้ามขายสินค้าหรือบริการนั้นเป็นการชั่วคราวจนกว่าจะทราบผลการทดสอบหรือผลการพิสูจน์สินค้าหรือบริการนั้นก็ได้ และให้ผู้ประกอบธุรกิจรายงานผลการทดสอบหรือพิสูจน์ต่อคณะกรรมการว่าด้วยความปลอดภัยภายในระยะเวลาที่คณะกรรมการว่าด้วยความปลอดภัยกำหนด

¹⁵ ในกรณีที่คณะกรรมการว่าด้วยความปลอดภัยได้มีคำสั่งห้ามขายสินค้าหรือบริการชั่วคราวตามมาตรา 29/8วรรคสอง เมื่อคณะกรรมการว่าด้วยความปลอดภัยพิจารณาผลการทดสอบหรือผลการพิสูจน์แล้วเห็นว่าสินค้าหรือบริการที่สั่งให้ทดสอบหรือพิสูจน์นั้นไม่เป็นสินค้าหรือบริการที่เป็นอันตราย ให้คณะกรรมการว่าด้วยความปลอดภัยออกคำสั่งเพิกถอนคำสั่งดังกล่าว

ในกรณีที่คณะกรรมการว่าด้วยความปลอดภัยพิจารณาผลการทดสอบหรือผลการพิสูจน์เพื่อประกอบการพิจารณาแล้วเห็นว่า สินค้าชิ้นนั้นเป็นสินค้าที่เป็นอันตรายและไม่อาจป้องกันอันตรายที่จะเกิดจากสินค้านั้นได้โดยการกำหนดคลลากตามมาตรา 30 หรือตามกฎหมายอื่น หรือบริการนั้นเป็นบริการที่เป็นอันตราย ให้คณะกรรมการว่าด้วยความปลอดภัยออกคำสั่งห้ามผู้ประกอบธุรกิจผลิตเพื่อขาย สั่งหรือนำเข้ามาในราชอาณาจักรเพื่อขาย หรือขายสินค้า หรือบริการ โดยจะสั่งให้แก้ไข เปลี่ยนแปลง หรือปรับปรุงสินค้าหรือบริการให้บริการ หรือทำลายสินค้านั้นดังกล่าว หรือส่งกลับคืนไปยังประเทศที่นำสินค้านั้นเข้ามาในราชอาณาจักร ตามควรแก่กรณี

4) กรณีจำเป็นเร่งด่วน สั่งห้ามขายสินค้าเป็นการชั่วคราวหรือจนกว่าจะทดสอบหรือพิสูจน์สำเร็จ

จากที่กล่าวมาข้างต้น พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ได้กำหนดการคุ้มครองผู้บริโภคจากสินค้าหรือบริการที่อาจเป็นอันตรายต่อผู้บริโภคได้ โดยให้ผู้ประกอบธุรกิจทดสอบและพิสูจน์ความปลอดภัยของสินค้าหรือบริการของตนเอง รวมถึงอาจห้ามใช้สินค้าหรือบริการนั้นก่อนทำการพิสูจน์หรือทดสอบสำเร็จ เป็นการคุ้มครองผู้บริโภคจากสินค้าหรือบริการที่ปัจจุบันมีความหลากหลายทั้งวัสดุที่ผลิต วิธีการผลิต การใช้งานที่แปลกใหม่ หรือส่วนผสมที่ใช้ในการผลิตสินค้าหรือให้บริการนั้นซึ่งอาจเป็นอันตรายต่อผู้ใช้งานได้ การที่พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 เป็นวิธีการคุ้มครองให้ผู้บริโภคได้รับความปลอดภัยจากการบริโภคสินค้าหรือบริการมากยิ่งขึ้นและเสริมสร้างประสิทธิภาพในการคุ้มครองผู้บริโภค

3.1.4 การคุ้มครองผู้บริโภคด้านความสัญญา

สัญญาเป็นส่วนหนึ่งของการใช้ชีวิตประจำวันของผู้บริโภค ยกตัวอย่างเช่น สัญญาซื้อบ้าน สัญญาเช่า ซึ่งเป็นการทำข้อตกลงกับคู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่ง ด้วยความสมัครใจ จึงต้องผูกพันตามข้อสัญญา แต่อาจมีคู่สัญญาฝ่ายที่มีความรู้ ความสามารถ สถิติปัญหา ทักษะและกำลังทรัพย์ในการจ้างผู้เชี่ยวชาญจัดทำสัญญามากกว่าอีกฝ่ายหนึ่ง จนเป็นเหตุให้ในบางกรณีก่อให้เกิดข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 จึงมีตรากฎหมายที่ควบคุมสัญญาเพื่อแก้ไขปัญหาและเพื่อไม่ให้ผู้บริโภคถูกเอาเปรียบจากการทำสัญญา กำหนดสิทธิของผู้บริโภค คือ สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา¹⁷ ไว้ในมาตรา 35 ทวิ ถึงมาตรา 35 นว และมีการแต่งตั้งคณะกรรมการเฉพาะเรื่อง คือ คณะกรรมการว่าด้วยสัญญาซึ่งมีเนื้อหากฎหมาย อำนาจและหน้าที่ โดยอาจสรุปความสำคัญได้ดังต่อไปนี้

¹⁶ ผู้ประกอบธุรกิจผู้ใดไม่ปฏิบัติตามมาตรา 29/10 วรรคหนึ่ง หรือมาตรา 29/13 วรรคหนึ่ง หรือไม่ปฏิบัติตามคำสั่งของคณะกรรมการว่าด้วยความปลอดภัยตามมาตรา 29/10 วรรคสอง ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามปี หรือปรับไม่เกินหกแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ และปรับวันละ ไม่เกินสองหมื่นบาทจนกว่าจะแสดงต่อพนักงานเจ้าหน้าที่ว่าได้ดำเนินการแล้ว

¹⁷ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. *สคบ. กับการคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สำนักนายกรัฐมนตรี*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค.

1) สัญญาซื้อขายหรือสัญญาให้บริการมีกฎหมายกำหนดให้ต้องทำเป็นหนังสือ คณะกรรมการว่าด้วยสัญญาสามารถกำหนดให้การประกอบธุรกิจขายสินค้าหรือบริการเป็นธุรกิจที่ควบคุมสัญญา โดยสัญญาที่ผู้ประกอบธุรกิจทำกับผู้บริโภคต้องมีลักษณะ ดังต่อไปนี้

ประการแรก ใช้ข้อสัญญาที่จำเป็น หากไม่ใช้ข้อสัญญานั้นผู้บริโภคจะเสียเปรียบเกินสมควร

ประการที่สอง ห้ามใช้ข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค หมายถึง ข้อตกลงที่มีลักษณะหรือมีผลให้คู่สัญญาฝ่ายหนึ่งกระทำการหรือรับบริการเกินกว่าที่วิญญูชนต้องกระทำ ทำให้คู่สัญญาฝ่ายหนึ่งได้เปรียบ¹⁸

2) เมื่อคณะกรรมการว่าด้วยสัญญากำหนดให้สัญญาของการประกอบธุรกิจที่ควบคุมสัญญาต้องใช้ข้อสัญญาแบบใดหรือต้องใช้ข้อสัญญาโดยมีเงื่อนไขในข้อสัญญานั้นด้วยและข้อสัญญาที่จำเป็น หากไม่ใช้ข้อสัญญานั้นผู้บริโภคจะเสียเปรียบเกินสมควรแล้ว ถ้าไม่ใช้ข้อสัญญานั้นหรือใช้ข้อสัญญาเป็นไปตามเงื่อนไข ถือว่า สัญญานั้นใช้ข้อสัญญาหรือใช้ข้อสัญญานั้นแล้ว

3) เมื่อคณะกรรมการว่าด้วยสัญญากำหนดให้สัญญาของการประกอบธุรกิจที่ควบคุมสัญญาต้องใช้ข้อสัญญาแบบใด คือ ห้ามใช้ข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค ถ้าสัญญานั้นใช้ข้อสัญญาดังกล่าว ให้ถือว่าไม่มีข้อสัญญานั้น

4) กำหนดให้เป็นธุรกิจที่ควบคุมรายการในหลักฐานการรับเงิน โฉนดต้องมีลักษณะดังต่อไปนี้

ประการแรก มีรายการและข้อความที่จำเป็น ซึ่งหากไม่ได้ใช้ข้อความดังกล่าวจะทำให้ผู้บริโภคเสียเปรียบ

ประการสอง ห้ามใช้ข้อความที่ไม่เป็นธรรม

5) ในกรณีที่ผู้ประกอบธุรกิจสินค้าหรือบริการให้คำมั่นว่าจะทำสัญญารับประกันไว้ให้แก่ผู้บริโภค ต้องทำเป็นหนังสือ ลงลายมือชื่อผู้ประกอบธุรกิจหรือตัวแทนพร้อมส่งสองสัญญาให้แก่ผู้บริโภคพร้อมส่งมอบสินค้าหรือบริการ ถ้าเป็นภาษาต่างประเทศต้องมีภาษาไทยจำกัด หากฝ่าฝืนมีความผิดตามกฎหมาย

จากที่กล่าวมาข้างต้น พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ได้บัญญัติสินค้าหรือบริการที่ต้องควบคุมสัญญา อีกทั้งยังควบคุมรายการในใบเสร็จรับเงิน ซึ่งเป็นการคุ้มครองผู้บริโภคจากการถูกเอารัดเอาเปรียบจากข้อสัญญาที่ไม่ธรรมและมีกรณีบัญญัติเกี่ยวกับการรับประกันสินค้า

¹⁸ จรรย์ ภักดีธนากุล. พระราชบัญญัติว่าด้วยสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540. กรุงเทพฯ: สถาบันพระปกเกล้า หลักสูตรการเมืองการปกครองระบอบประชาธิปไตย.

หรือบริการไว้ซึ่งเป็นเรื่องและผู้วิจัยจะศึกษาซึ่งบัญญัติไว้ในมาตรา 35 สัตต แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 บัญญัติว่า

“ในกรณีที่ผู้ประกอบการซื้อขายสินค้าหรือให้บริการโดยให้คำมั่นว่าจะทำสัญญารับประกันให้ไว้แก่ผู้บริโภค สัญญาดังกล่าวต้องทำเป็นหนังสือลงลายมือชื่อของผู้ประกอบการหรือผู้แทน และต้องส่งมอบสัญญานั้นแก่ผู้บริโภคพร้อมกับการส่งมอบสินค้าหรือให้บริการ

ถ้าสัญญาตามวรรคหนึ่งทำเป็นภาษาต่างประเทศต้องมีคำแปลภาษาไทยกำกับไว้ด้วย”
ซึ่งจะศึกษาในหัวข้อต่อไป

3.2 หลักเกณฑ์ในการจัดทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการตามกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 บัญญัติเกี่ยวกับการจัดทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการไว้ คือมาตรา 35 สัตต¹⁹ แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ซึ่งหากพิจารณามาตราดังกล่าวแล้วจะสามารถแยกองค์ประกอบได้ ดังต่อไปนี้

ประการแรก ผู้ประกอบการซื้อขายสินค้าหรือให้บริการต้องมีความประสงค์ (คำมั่น) ที่จะทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการให้ไว้แก่ผู้บริโภค (Consumer)

ประการที่สอง สัญญารับประกันสินค้าหรือบริการต้องทำเป็นหนังสือและลงลายมือชื่อ (Signature) ของผู้ประกอบการ (Entrepreneur) หรือผู้แทน

ประการที่สาม ผู้ประกอบการซื้อขายสินค้าหรือให้บริการต้องส่งมอบ (Delivery) สัญญารับประกันสินค้าหรือบริการนั้นให้แก่ผู้บริโภคพร้อมกับการส่งมอบสินค้าหรือให้บริการ

ประการที่สี่ สัญญารับประกันสินค้าหรือบริการต้องจัดทำเป็นภาษาไทย (Thai language) เท่านั้น หากเป็นภาษาต่างประเทศต้องมีภาษาไทยกำกับไว้เสมอ

หากพิจารณามาตรา 35 สัตต แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 เป็นบทบัญญัติเกี่ยวกับการจัดทำสัญญารับประกันสินค้าและบริการ มาตราเดียวเท่านั้นที่กำหนดไว้ใน

¹⁹ ในกรณีที่ผู้ประกอบการซื้อขายสินค้าหรือให้บริการโดยให้คำมั่นว่าจะทำสัญญารับประกันให้ไว้แก่ผู้บริโภค สัญญาดังกล่าวต้องทำเป็นหนังสือลงลายมือชื่อของผู้ประกอบการหรือผู้แทน และต้องส่งมอบสัญญานั้นแก่ผู้บริโภคพร้อมกับการส่งมอบสินค้าหรือให้บริการ

ถ้าสัญญาตามวรรคหนึ่งทำเป็นภาษาต่างประเทศต้องมีคำแปลภาษาไทยกำกับไว้ด้วย

พระราชบัญญัติฉบับดังกล่าว จากการพิจารณามาตราดังกล่าวแล้วสามารถแยกองค์ประกอบของ มาตรา 35 สัตต แยกออกเป็น 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

3.2.1 ลักษณะของคำมั่นในการจัดทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการ

คำมั่น หมายถึง คำขอให้ทำสัญญา ยกตัวอย่างเช่น เกี่ยวกับคำเสนอ เมื่อคำสนอง ถูกต้องตรงกัน สัญญาเกิดขึ้น คำมั่นจะทำสัญญา แตกต่างจากคำสนองตรงที่มีความหนักแน่น มากกว่า²⁰ ตามมาตรา 454 แห่งประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ บัญญัติว่า

“ การที่คู่กรณีฝ่ายหนึ่งให้คำมั่นไว้ก่อนว่าจะซื้อหรือขายนั้น จะมีผลเป็นการซื้อขาย ต่อเมื่ออีกฝ่ายหนึ่งได้บอกกล่าวความจำนงว่าจะทำการซื้อขายนั้นให้สำเร็จตลอดไป และคำบอก กล่าวเช่นนั้นได้ไปถึงบุคคลผู้ให้คำมั่นแล้ว ถ้าในคำมั่นมิได้กำหนดเวลาไว้เพื่อการบอกกล่าว เช่นนั้นไซ้ ท่านว่าบุคคลผู้ให้คำมั่นจะกำหนดเวลาพอสมควร และบอกกล่าวไปยังคู่กรณีอีกฝ่าย หนึ่งให้ตอบมาเป็นแน่นอนภายในเวลากำหนดนั้นก็ดีว่าจะทำการซื้อขายให้สำเร็จตลอดไป หรือไม่ ถ้าและไม่ตอบเป็นแน่นอนภายในกำหนดเวลานั้นไซ้ คำมั่นซึ่งได้ให้ไว้ก่อนนั้นก็เป็นอัน ไร้ผล”

ในการที่จะก่อให้เกิดสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการมาตรา 35 สัตต แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 องค์ประกอบแรก คือ ผู้ประกอบธุรกิจต้อง มีความประสงค์ที่จะทำสัญญารับประกันนั้นให้กับผู้บริโภค โดยมีการให้คำมั่นว่าจะทำ สัญญารับประกันสินค้าหรือบริการ ซึ่งหากผู้ประกอบธุรกิจไม่มีความประสงค์ ไม่มีการให้คำมั่นว่า จะทำสัญญารับประกันจะไม่เข้าองค์ประกอบตามมาตรา 35 สัตต แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครอง ผู้บริโภค พ.ศ. 2522

3.2.2 วิธีการในการจัดทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการ

การจัดทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการตามมาตรา 35 สัตต แห่งพระราชบัญญัติ คุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 สามารถแยกองค์ประกอบของกฎหมายเป็นวิธีการในการจัดทำ ได้ ดังต่อไปนี้

- 1) ผู้ประกอบธุรกิจมีความประสงค์ที่จะทำสัญญารับประกันสินค้า หากไม่มีความ ประสงค์ดังกล่าวย่อมไม่อยู่ในบังคับตามมาตรา 35 สัตต แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค
- 2) สัญญารับประกันสินค้าและบริการต้องส่งมอบให้แก่ผู้บริโภคพร้อมสินค้าหรือ ให้บริการ กล่าวคือ เมื่อผู้ประกอบธุรกิจมีความประสงค์ที่จะทำสัญญารับประกันสินค้าหรือ

²⁰ คำมั่น. แหล่งที่มา: <http://law.crru.ac.th/attachments/article/175/06.pdf>.

บริการแล้ว ผู้ประกอบธุรกิจต้องส่งมอบสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการที่จัดทำขึ้นพร้อมกับ การส่งมอบสินค้าหรือให้บริการแก่ผู้บริโภคไปพร้อมกัน

3.2.3 รูปแบบของการจัดทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการ

การจัดทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการตามมาตรา 35 สัตต แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 สามารถแยกองค์ประกอบของกฎหมายเป็นรูปแบบในการจัดทำ ได้ดังต่อไปนี้

- 1) การจัดทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการต้องทำเป็นหนังสือเท่านั้น
- 2) ลงลายมือชื่อของผู้ประกอบธุรกิจหรือผู้แทน
- 3) สัญญารับประกันสินค้าหรือบริการต้องเป็นภาษาไทย หากเป็นภาษาต่างประเทศ ต้องมีภาษาไทยกำกับ

หากพิจารณาแล้วจากที่กล่าวมาข้างต้นแล้วจะเห็นว่ามาตรา 35 สัตต แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 บัญญัติให้มีการทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการระหว่างผู้ประกอบธุรกิจและผู้บริโภคไว้ ซึ่งเป็นการมาตราที่จะก่อให้เกิดประโยชน์ในการคุ้มครองผู้บริโภคในการทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการเป็นอย่างมาก แต่มาตราดังกล่าวไม่ได้บัญญัติรายละเอียดเกี่ยวกับเนื้อหาที่จำเป็นที่ผู้ประกอบธุรกิจต้องระบุไว้ในสัญญารับประกัน ยกตัวอย่างเช่น ชื่อ นามสกุลผู้รับประกัน ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ หน้าที่ของผู้ประกอบธุรกิจตามสัญญารับประกัน หน้าที่ของผู้บริโภคตามสัญญารับประกัน เงื่อนไขในการรับประกันสินค้าหรือบริการ ระยะเวลาการรับประกัน วิธีการในการเอาประกัน เอกสารหลักฐานซึ่งต้องใช้เพื่อเรียกร้องให้ปฏิบัติตามสัญญารับประกันหรือรายละเอียดที่จำเป็นในการจัดทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการ และผลจากความไม่ชัดเจนของมาตรา 35 สัตต แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 นั้นอาจส่งผลกระทบต่อการศึกษาของพนักงานเจ้าหน้าที่ ก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรม ความไม่โปร่งใสในการดำเนินการของผู้ประกอบธุรกิจ ส่งผลให้ไม่สามารถคุ้มครองผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพและไม่สามารถควบคุมผู้ประกอบธุรกิจให้ดำเนินธุรกิจได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย เพื่อให้สอดคล้องกับรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย จึงจำเป็นต้องศึกษากฎหมายการจัดทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการจากต่างประเทศ ได้แก่ สหภาพยุโรปและสหรัฐอเมริกา เพื่อนำมาเปรียบเทียบและแก้ไขกฎหมายของประเทศไทย ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

3.3 กฎหมายการจัดทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการตามกฎหมายต่างประเทศ

3.3.1 กฎหมายเกี่ยวกับการจัดทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการของสหรัฐอเมริกา

สหรัฐอเมริกาเป็นประเทศแรกที่มีแนวคิดเกี่ยวกับการรับรองและคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค²¹ ซึ่งเป็นผลจากการที่ประชาชนเรียกร้องให้รัฐบาลเข้ามาให้การคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคใน ค.ศ. 1962 ประธานาธิบดี จอห์น เอฟ. เคนเนดี (John Fitzgerald Kennedy) ให้ความสำคัญเรื่องการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคและตรากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคขึ้น 4 ประการ ได้แก่

ประการแรก สิทธิที่จะได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการอย่างเพียงพอ (Right to be Informed) ผู้ประกอบธุรกิจต้องระบุนรายละเอียดของสินค้าหรือบริการอย่างครบถ้วนถูกต้องและละเอียดมากเพียงพอเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับทราบ ยกตัวอย่างเช่น ราคาสินค้า ขนาดสินค้า ประเภทสินค้า ป้ายที่แสดงโฆษณาการ ส่วนผสม วิธีการใช้งาน วันที่ผลิต วันที่หมดอายุ สถานที่ผลิต คำเตือนหรือรายละเอียดเบื้องต้นที่ผู้บริโภครควรทราบเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ

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

ประการที่สาม สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัย (Right to Safety) ผู้บริโภคมีสิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากสินค้าหรือบริการที่สะอาด มีคุณภาพหรือมีมาตรฐานที่สามารถเชื่อถือได้ ทั้งทางร่างกาย สุขภาพและจิตใจ

ประการที่สี่ สิทธิในการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย (Right to Compensation) ผู้บริโภคมีสิทธิได้รับการชดเชยความเสียหายจากการบริโภคสินค้าหรือบริการ โดยภาครัฐหรือเอกชนเป็นผู้ชดเชยความเสียหายด้วยวิธีต่าง ๆ ยกตัวอย่างเช่น การบัญญัติกฎหมายคุ้มครอง การเปลี่ยนสินค้า ซ่อมแซมแก้ไข การชดเชยความเสียหายเป็นจำนวนเงิน เปลี่ยนสินค้าให้ผู้บริโภคใหม่ หรือชดเชยความเสียหายด้วยวิธีอื่นได้ตามที่ผู้บริโภคและผู้ประกอบธุรกิจตกลงกัน ปี ค.ศ. 1970 จอร์จ อเคอร์ลอฟ (George Arthur Akerlof) นักเศรษฐศาสตร์ชาวสหรัฐอเมริกา ได้เขียนบทความเรื่อง The market for “Lemons” quality uncertainty and the market mechanism²² ซึ่งได้เขียนถึงปัญหาเรื่อง

²¹ ธนดล ถนอมนิรชรชัย. (2557). *ปัญหากฎหมายในการคุ้มครองสิทธิของผู้ซื้อในสัญญาซื้อขายรถยนต์ใหม่*. วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต กลุ่มวิชากฎหมายธุรกิจ, คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

²² พัสกร ทัทมงคลและศิระณัฐ วิทยธรรมรัช. (2565). *ร่างพระราชบัญญัติความรับผิดชอบเพื่อความชำรุดบกพร่องของสินค้า พ.ศ. ... และร่างกฎหมายว่าด้วยสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการและการสำรองให้สินค้า*.

ความไม่แน่นอนด้านคุณภาพทำให้ราคาของสินค้าต่ำกว่าที่ควรจะเป็นแล้วส่งผลให้ตลาดล่มสลาย ความจำเป็นที่ต้องมีกลไกหรือมาตรการเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ซื้อ แนวคิดของจอร์จ อเคอร์ลอฟ จึงนำไปสู่การตรา Magnuson-Moss Warranty Act 1975 กำหนดหน้าที่ของผู้ประกอบธุรกิจ เกี่ยวกับการ แจ้งข้อตกลงและเงื่อนไขของการรับประกัน สินค้าไว้ในกฎหมายของสหรัฐอเมริกา²³ ต่อมา Magnuson-Moss Warranty Act 1975 ถูกประมวลเข้าใน U.S. 15 Chapter 50 § 2301-2312 (Consumer product warranties) ซึ่งเป็นกฎหมายที่กำหนดรายละเอียดการจัดทำสัญญารับประกัน สินค้าและบริการ ดังต่อไปนี้

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

2) กำหนดมาตรฐานการรับประกันตามมาตรา 2304 (b) (1) บัญญัติว่า “หากสินค้า หรือชิ้นส่วนของสินค้ามีความชำรุดบกพร่อง ทำงานผิดพลาด หากให้ประกันได้พยายามแก้ไข เป็นจำนวนครั้งที่สมควรแล้ว ผู้ให้ประกันต้องให้สิทธิแก่ผู้บริโภคในการขอเงินคืน หรือ เปลี่ยนสินค้าโดยผู้บริโภคไม่เสียค่าใช้จ่าย โดยคณะกรรมการการค้าแห่งสหพันธรัฐ (Federal Trade Commission หรือ FTC) สามารถกำหนดจำนวนครั้งที่สมควรในการแก้ไขความชำรุดบกพร่องหรือการทำงานผิดพลาดภายใต้เงื่อนไขต่าง ๆ ได้”²⁵ สามารถแยกองค์ประกอบได้ ดังต่อไปนี้

- (2.1) ผู้ให้ประกันต้องมีการเยียวยาในเวลาที่เหมาะสมและไม่มีค่าใช้จ่าย
- (2.2) ผู้ให้ประกันไม่สามารถจำกัดระยะเวลาความรับผิดชอบ

²³ วราภรณ์ว นาพิทักษ์. (2562). การปรับปรุง กฎหมายเพื่อกำหนดความรับผิดชอบทางแพ่งของผู้ประกอบธุรกิจ ในการทำ สัญญาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. *วารสารการจัดการสมัยใหม่ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช*. 17(2).

²⁴ 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 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.

(2.3) ผู้ให้ประกัน ไม่สามารถยกเว้นหรือจำกัดความรับผิดชอบในค่าเสียหาย เกี่ยวเนื่องอันเกิดจากการไม่ปฏิบัติตามการรับประกันไม่ว่าเป็นลายลักษณ์อักษรหรือโดยปริยาย เว้นแต่ได้แสดงการยกเว้นหรือจำกัดดังกล่าวไว้อย่างชัดเจนบนหน้าสัญญารับประกันสินค้า

(2.4) หากสินค้าหรือชิ้นส่วนของสินค้ามีความชำรุดบกพร่อง ทำงานผิดพลาด หากผู้ให้ประกันได้พยายามแก้ไขเป็นจำนวนครั้งที่สมควรแล้ว ผู้ให้ประกันต้องให้สิทธิแก่ ผู้บริโภคในการขอคืนเงินหรือเปลี่ยนสินค้าโดยผู้บริโภคไม่เสียค่าใช้จ่าย โดยคณะกรรมการ การค้าแห่งสหพันธรัฐ (Federal Trade Commission หรือ FTC) สามารถกำหนดจำนวนครั้งที่ สมควรในการแก้ไขความชำรุดบกพร่องหรือการทำงานผิดพลาดภายใต้เงื่อนไขต่าง ๆ ได้

(2.5) ในการเรียกร้องให้ปฏิบัติตามสัญญารับประกันสินค้าผู้ให้ประกันไม่อาจ กำหนดหน้าที่อื่นใดให้แก่ผู้บริโภคนอกเหนือจากการแจ้ง เว้นแต่ผู้ให้ประกันจะแสดงในชั้น การระงับข้อพิพาทได้ว่าหน้าที่อื่นใดดังกล่าวมีความสมเหตุสมผล

(2.6) การปฏิบัติตามสัญญารับประกันสินค้าจะไม่อาจบังคับได้หากผู้ให้ ประกันสามารถแสดงได้ว่าความชำรุดบกพร่อง การทำงานผิดพลาด หรือการทำงานที่ไม่เป็นไป ตามที่รับรอง เกิดขึ้นจากความเสียหายในระหว่างที่สินค้าอยู่ในความครอบครองของผู้บริโภคหรือ จากการใช้งานที่ไม่เหมาะสม

(2.7) คำว่า “โดยไม่มีค่าใช้จ่าย” (Without Charge) หมายถึง ผู้ให้ประกันไม่อาจ คิดค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวกับการเสียหายจากผู้บริโภค แต่หลักการนี้ย่อมไม่บังคับผู้ให้ประกันให้ชดเชย ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ (Incidental Expense) แต่หากค่าใช้จ่ายอื่น ๆ เกิดขึ้นเนื่องจากการเสียหายไม่ได้มีขึ้น ภายในเวลาอันสมควรหรือผู้ให้ประกันกำหนดภาระหน้าที่ที่ไม่สมควรในการเรียกร้องให้ปฏิบัติ ตามสัญญารับประกันสินค้า เช่นนี้ผู้บริโภคมีสิทธิเรียกร้องค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ตามสมควรคืนจาก ผู้ให้ประกัน

แม้กฎหมายจะไม่บังคับให้ผู้ประกอบธุรกิจต้องรับประกันสินค้าหรือบริการ แต่ เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการเอาเปรียบผู้บริโภคจึงมีการบัญญัติมาตรฐานดังกล่าวขึ้น

3) กำหนดให้สัญญารับประกันสินค้าและบริการต้องระบุรายละเอียดตามที่ กฎหมายกำหนดตามมาตรา 2302 (a) กำหนดให้เงื่อนไขการรับประกันสินค้าใช้ถ้อยคำที่เปิดเผย ครบถ้วน ชัดเจน ใช้ภาษาที่สามารถอ่านและเข้าใจได้ง่าย และอาจมีหัวข้อดังต่อไปนี้

- (1) ชื่อ ที่อยู่และสถานที่ติดต่อของผู้ให้ประกัน
- (2) ชื่อคู่สัญญา
- (3) สินค้าหรือชิ้นส่วนที่อยู่ภายใต้การรับประกัน

(4) ข้อตกลงว่าผู้ให้ประกันจะอย่างไรในกรณีสินค้าชำรุดบกพร่อง ทำงานผิดพลาดหรือไม่เป็นไปตามที่ได้รับรอง ใครเป็นฝ่ายรับผิดชอบค่าใช้จ่ายและระยะเวลาการรับประกัน

(5) ข้อตกลงว่าผู้บริโภคมียี่ห้อและภาระค่าใช้จ่ายใดบ้าง

(6) ข้อยกเว้นและข้อตัดสิทธิจากการปฏิบัติตามสัญญารับประกันสินค้า

(7) ขั้นตอนซึ่งผู้บริโภคมียี่ห้อปฏิบัติเพื่อให้ได้รับการปฏิบัติตามสัญญารับประกันสินค้า รวมถึงการระบุชื่อบุคคลหรือตำแหน่งของบุคคลที่ต้องรับผิดชอบตามสัญญารับประกันสินค้า

(8) ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการระงับข้อพิพาทที่ผู้ให้ประกันเสนอและการแจ้งว่าผู้ซื้อจะต้องเข้าสู่กระบวนการระงับข้อพิพาททางเลือก คือ กระบวนการเจรจาไกล่เกลี่ย ประนีประนอมระงับข้อพิพาท โดยกระบวนการไกล่เกลี่ยเพื่อระงับข้อพิพาทนี้สามารถนำมาใช้ได้ทั้ง ในชั้นก่อนฟ้องคดีและในชั้นหลังฟ้องคดีต่อศาลแล้วก็ตาม ²⁶

(9) การเยียวยา

(10) เวลาที่ผู้ให้ประกันเริ่มปฏิบัติตามสัญญารับประกันสินค้า

(11) กรอบเวลานับแต่การแจ้งปัญหาความชำรุดบกพร่อง การทำงานผิดพลาดหรือไม่เป็นไปตามที่ได้รับรอง ซึ่งผู้ให้ประกันจะปฏิบัติตามสัญญารับประกันสินค้า

(12) ลักษณะหรือคุณสมบัติของสินค้าหรือชิ้นส่วนที่สัญญารับประกันสินค้าไม่ครอบคลุม

(13) ข้อความเกี่ยวกับลักษณะหรือขอบเขตของการรับประกันสินค้าต้องไม่ทำให้ผู้บริโภคทั่วไปเข้าใจผิด ²⁷

²⁶ พงษ์ธวัฒน์ บุญพิทักษ์. (2562). การไกล่เกลี่ยก่อนฟ้อง ตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่ง มาตรา 20 ตี. กรุงเทพฯ: สำนักกฎหมาย สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร.

²⁷ 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.

กฎหมาย Magnuson-Moss Warranty Act 1975 สนับสนุนให้มีการรับประกันข้อพิพาท โดยการสนับสนุนให้ผู้ให้ประกันจัดทำกลไกการรับประกันข้อพิพาทอย่างไม่เป็นต่างทางการที่มีประสิทธิภาพและเป็นธรรม โดยคณะกรรมการการค้าแห่งสหพันธรัฐ (FTC) กำหนดหลักเกณฑ์การรับประกันข้อพิพาทไว้ว่าหน่วยงานของรัฐหรือองค์กรอิสระต้องเข้าร่วมกันเจรจาด้วยและหากผู้ให้ประกันได้สร้างกลไกการรับประกันข้อพิพาทตามข้อกำหนดของคณะกรรมการการค้าแห่งสหพันธรัฐ (FTC) และได้ระบุกลไกดังกล่าวไว้ในสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการแต่แรก ผู้บริโภคจะไม่สามารถไปใช้สิทธิทางศาลฟ้องด้วยตนเองได้โดยทันทีแต่ต้องดำเนินการไกล่เกลี่ยตามกลไกการรับประกันข้อพิพาทตามสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการเสียก่อน อีกทั้ง คณะกรรมการการค้าแห่งสหพันธรัฐ (FTC) สามารถออกหลักเกณฑ์ในการแจ้งข้อมูลการรับประกันสินค้าให้

(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.

ผู้บริโภคทราบก่อนซื้อได้ รวมถึงกำหนดวิธีการและรูปแบบในการแสดงเนื้อหา ทั้งนี้ การระงับข้อพิพาทบัญญัติไว้ใน มาตรา 2310²⁸ และการแจ้งข้อมูลการรับประกันบัญญัติไว้ในมาตรา 2302

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

การแสดงเงื่อนไขการรับสินค้าก่อนขาย (Pre-sale Availability rule) ตามกฎหมาย Magnuson-Moss Warranty Act 1975 กรณีสินค้าที่มีราคาสูงกว่า 15 ดอลลาร์สหรัฐ ต้องมีการแสดงเงื่อนไขการรับประกันสินค้าไว้ ดังต่อไปนี้

1) หน้าที่ของผู้ขาย ผู้ขายมีหน้าที่แสดงเงื่อนไขการรับประกันสินค้าไว้ใกล้กับตัวสินค้าโดยแสดงผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์หรือช่องทางอื่นก็ได้หรือจัดหาให้ตามที่ผู้ซื้อร้องขอโดยอาจแสดงผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์และแจ้งให้ผู้ซื้อทราบถึงสิทธิดังกล่าว

2) หน้าที่ของผู้ให้ประกัน ผู้ให้ประกันมีหน้าที่ต้องจัดหาข้อมูลเงื่อนไขการรับประกันสินค้าให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจโดยอาจให้ในรูปแบบเอกสารหรือรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ กรณีจัดหาเอกสารผู้ให้ประกันต้องจัดทำเอกสารเงื่อนไขการรับประกันสินค้าให้กับสินค้าแต่ละเป็นรูปเล่มหรือเป็นฉลากติดกับสินค้า ผู้ให้ประกันอาจจัดทำเงื่อนไขการรับประกันสินค้าติดไว้กับบรรจุภัณฑ์หรือทำป้ายประกาศให้ผู้ขายนำไปติดตั้ง ทั้งนี้ ต้องจัดทำเอกสารเงื่อนไขการรับประกันสินค้าแนบไปกับสินค้าแต่ละชิ้นด้วย

กรณีจัดหาเงื่อนไขการรับประกันแบบอิเล็กทรอนิกส์ ผู้ให้ประกันต้องระบุเว็บไซต์ของผู้ให้ประกันซึ่งแสดงเงื่อนไขการรับประกันสินค้าและระบุหมายเลขโทรศัพท์ ที่อยู่หรือวิธีการ

²⁸ contemplates that consumers will “initially resort” to IDSMS before commencing a civil action. That language clearly presupposes that “a mechanism’s decision cannot be binding, because if it were, it would bar later court action.”¹¹⁸ Similarly, section 2310(a)(3)(C) specifies that “decisions” in IDSMS shall be admissible in any subsequent “civil action.”¹¹⁹ As that language confirms, Congress intended that IDSMS resulting in a “decision”—i.e., arbitration decisions rather than conciliation or mediation mechanisms—would precede and influence, but not foreclose, a subsequent judicial decision

ติดต่ออื่นใด ที่ไม่ใช่ทางออนไลน์เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถร้องขอเงื่อนไขการรับประกันสินค้า โดยต้องระบุไว้ในคู่มือสินค้าบนตัวสินค้าหรือบนบรรจุภัณฑ์ ในกรณีที่ผู้ขายหรือผู้บริโภคร้องขอต้องสามารถจัดหาเอกสารการรับประกันสินค้าให้ได้ทันทีโดยไม่มีค่าใช้จ่าย

1) กรณีการขายสินค้าตามแค็ตตาล็อกหรือขายทางไปรษณีย์ ผู้ขายต้องแสดงเงื่อนไขการรับประกันสินค้าฉบับสมบูรณ์หรือช่องทางเว็บไซต์ที่แสดงเงื่อนไขการรับประกันสินค้าและที่อยู่หรือหมายเลขโทรศัพท์ที่ผู้บริโภคสามารถติดต่อเพื่อทราบเงื่อนไขการรับประกันสินค้าได้ รวมถึง แจ้งว่าผู้บริโภคมีสิทธิร้องขอเงื่อนไขการรับประกันสินค้าได้โดยไม่มีค่าใช้จ่าย ข้อมูลดังกล่าวต้องแสดงไว้ใกล้กับคำพรรณนาตัวสินค้าหรือไว้ในส่วนข้อมูลข่าวสารของเอกสารประกอบการขายโดยระบุเลขหน้าที่มีข้อมูลดังกล่าวด้วย

2) กรณีการขายตามภูมิลำเนา ผู้ขายมีหน้าที่แจ้งแก่ผู้ซื้อว่าตนหรือผู้แทนมีเอกสารการรับประกันสินค้าที่เสนอขายอันผู้ซื้อสามารถขอได้ทุกเมื่อ การแจ้งดังกล่าวให้ทำทั้งวาจาและโดยระบุในเอกสารเกี่ยวกับการขายที่ส่งให้ผู้ซื้อ การแสดงเงื่อนไขการรับประกันสินค้าอาจแสดงทางรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ก็ได้²⁹

หากกล่าวโดยสรุป Magnuson-Moss Warranty Act 1975 เป็นกฎหมายที่ออกมาควบคุมการรับประกันสินค้าหรือบริการให้มีความชัดเจน (Express Warranty) วัตถุประสงค์ตราขึ้นเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลที่ครบถ้วน ชัดเจนและสามารถคาดการณ์ถึงสิ่งที่จะได้รับเมื่อสินค้าชำรุด ให้ผู้บริโภคสามารถเปรียบเทียบการรับประกันผลิตภัณฑ์ได้อันเป็นการเพิ่มทางเลือกให้แก่ผู้บริโภค เพื่อกระตุ้นให้เกิดการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจและเพื่อให้เกิดการปฏิบัติตามข้อตกลงรับประกันในเวลาอันรวดเร็ว ประหยัดค่าใช้จ่ายและสามารถระงับข้อพิพาทได้อย่างรวดเร็ว

3.3.2 กฎหมายเกี่ยวกับการจัดทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการของสหภาพยุโรป

สหภาพยุโรปส่งเสริมการค้าภายในดินแดน จึงมีแนวคิดว่าผู้บริโภคต้องมีหลักประกันเพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นในการบริโภคสินค้าหรือบริการ ต้องมีหลักประกันขั้นต่ำตามกฎหมายในการซื้อค้า (Legal Guarantee) และผู้ประกอบการสามารถนำเสนอการรับประกันทางการค้า (Commercial Guarantee) โดยสหภาพยุโรปไม่มองการรับประกันในลักษณะของการรับประกันสินค้าหรือบริการโดยชัดเจนหรือโดยปริยาย โดยวัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการค้าภายในดินแดนสหภาพยุโรป มีดังต่อไปนี้

1) ใช้บังคับกับสินค้าทั่วไป ยกเว้น อสังหาริมทรัพย์

²⁹ พัสกร ทัพมงคลและศิระณัฐ วิทษธรรมรัช. อ้างแล้วเชิงอรรถที่ 22. หน้า 1.

2) ไม่มีหลักเกณฑ์ในเรื่องการซ่อม เปลี่ยนสินค้า ไม่ระบุระยะเวลา จำนวนครั้งในการซ่อม

3) กำหนดบทสันนิษฐานความชำรุดบกพร่อง

4) กำหนดเงื่อนไขเวลาการเกิดความชำรุดบกพร่องของสินค้า³⁰

กฎหมายที่เกี่ยวกับการจัดทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการของสหภาพยุโรป ได้แก่ 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 ตราขึ้นเมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม ค.ศ. 2019 มีผลเป็นการแก้ไขกฎหมายฉบับหลัก คือ Regulation (EU) 2017/2394 และ Directive (EU) 2019/22/EC มีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 1 มกราคม ค.ศ. 2022³¹ มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค โดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับการจัดทำสัญญารับประกันสินค้าและบริการปรากฏตามคำปรารภ (62)³² บัญญัติว่า “เพื่อให้เกิดความ โปร่งใสควรมีข้อกำหนด

³⁰ พัสกร ทัพมงคลและศิระณัฐ วิทษธรรมรัช. อ่างแล้วเชิงอรรถที่ 22. หน้า 1.

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

³² 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 harmonised rules of this Directive.

เกี่ยวกับการรับประกันเชิงพาณิชย์เช่นเดียวกันกับข้อกำหนดการแจ้งข้อมูลก่อนทำสัญญาเกี่ยวกับเงื่อนไขของการรับประกันเชิงพาณิชย์ตามข้อกำหนดที่ 2001/83/EU นอกจากนั้นเพื่อเสริมสร้างความแน่นอนทางกฎหมายและหลีกเลี่ยงมิให้ผู้บริโภคเข้าใจผิด ข้อกำหนดฉบับนี้ควรกำหนดว่าหากมีการรับประกันอย่างใดในโฆษณาของสินค้าซึ่งมีเงื่อนไขเป็นคุณแก่ผู้บริโภคยิ่งกว่าที่ระบุไว้ในสัญญารับประกันสินค้าให้บังคับตามเงื่อนไขที่เป็นคุณกว่านั้น ข้อกำหนดฉบับนี้ยังคงควรมีกฎเกี่ยวกับเนื้อหาของการรับประกันและวิธีการเผยแพร่เนื้อหาของการรับประกันให้ผู้บริโภคเข้าถึงได้ ยกตัวอย่างเช่น สัญญารับประกันควรระบุเนื้อหาการรับประกันเชิงพาณิชย์และระบุด้วยว่าการรับประกันตามกฎหมายจะไม่ถูกระงับโดยการรับประกันเชิงพาณิชย์ ทำให้ชัดเจนว่าข้อสัญญาการรับประกันเชิงพาณิชย์ถือเป็นคำรับรองซึ่งเพิ่มเติมไปจากการรับประกันตามกฎหมาย รัฐสมาชิกควรมีสติที่จะกำหนดกฎเกณฑ์ในแง่มุมมองอื่นที่มีได้ระบุไว้ในข้อกำหนดฉบับนี้ เช่น เรื่องเกี่ยวกับลูกหนี้ร่วมรายอื่นนอกเหนือจากผู้ให้ประกันเชิงพาณิชย์ซึ่งกฎเกณฑ์ดังกล่าวต้องไม่ไปลดความคุ้มครองที่ผู้บริโภคได้รับตามหลักการในข้อกำหนดฉบับนี้ รัฐสมาชิกอาจกำหนดให้การรับประกันเชิงพาณิชย์ไม่มีค่าใช้จ่ายแต่ต้องทำให้มั่นใจว่าคำรับรองของผู้ขายหรือผู้ผลิตที่เข้าตามนิยามของการรับประกันเชิงพาณิชย์ตามข้อกำหนดฉบับนี้เป็นไปตามกฎเกณฑ์ของข้อกำหนดนี้ทุกประการ” และได้บัญญัติรายละเอียดที่ต้องระบุในสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการมาตรา 17³³ ความสรุปได้ว่า ผู้บริโภคต้องได้รับ

³³ 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.

การรับประกันในเวลาที่ยังมอบสินค้าหรือให้บริการ การรับประกันต้องใช้ภาษาที่สามารถเข้าใจง่าย และมืองค์ประกอบ ดังต่อไปนี้

1) คำรับรองที่ชัดเจนว่าผู้บริโภคมีสิทธิตามกฎหมายที่จะได้รับการเยียวยาจากผู้ขาย กรณีสินค้าไม่สอดคล้องกับที่รับรองโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายและการรับประกันเชิงพาณิชย์จะไม่มีผลกระทบต่อสิทธิเยียวยา

2) ชื่อและที่อยู่ของผู้ให้ประกัน

3) ขั้นตอนที่ผู้บริโภคต้องทำเพื่อให้เกิดการปฏิบัติตามสัญญารับประกันเชิงพาณิชย์

4) การระบุสินค้าภายใต้การรับประกันเชิงพาณิชย์

5) เงื่อนไขการรับประกันเชิงพาณิชย์

และแม้การจัดทำสัญญารับประกันสินค้าจะไม่ใช่ไปตามแบบข้างต้น ก็ไม่ส่งผลกระทบต่อความสมบูรณ์ของสัญญาและผู้ให้ประกันยังผูกพันตามสัญญาอยู่

การรับประกันเชิงพาณิชย์ ตามข้อกำหนด 2019/771 สามารถสรุปสาระสำคัญได้ดังต่อไปนี้

1) ผลผูกพันของการรับประกันเชิงพาณิชย์

1.1) การรับประกันเชิงพาณิชย์ย่อมผูกพันผู้ให้ประกันตามเงื่อนไขที่กำหนดในสัญญารับประกันและตามโฆษณาที่เกี่ยวข้องซึ่งมีอยู่ก่อนหรือในเวลาทำสัญญา

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;

(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.

1.2) ภายใต้เงื่อนไขมาตรา 17³⁴ และไม่กระทบต่อบทบัญญัติกฎหมายของสหภาพ หรือกฎหมายภายในของรัฐสมาชิก ในกรณีผู้ผลิตได้รับประกันประสิทธิผลเกี่ยวกับความคงทน ของสินค้าในช่วงระยะเวลาหนึ่งแก่ผู้บริโภคให้ผู้ผลิตรับผิดชอบโดยตรงต่อผู้บริโภคในการซ่อมหรือ

³⁴ 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;

(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

เปลี่ยนสินค้าตลอดระยะเวลาที่ให้ประกันความคงทนนั้นตามมาตรา 14 ของข้อกำหนดฉบับนี้ ทั้งนี้ผู้ผลิตอาจให้ประกันเชิงพาณิชย์ที่มีเงื่อนไขเป็นคุณแก่ผู้บริโภคเพิ่มเติมอีกก็ได้

หลักการตามมาตรา 14³⁵ ได้แก่ การซ่อมและการเปลี่ยนสินค้าต้องทำโดยไม่มีค่าใช้จ่ายทำภายในระยะเวลาที่สมเหตุสมผลนับตั้งแต่ผู้ขายได้รับแจ้งปัญหาจากผู้บริโภคและต้องไม่ก่อให้เกิดความไม่สะดวกเกินสมควรแก่ผู้บริโภคเมื่อคำนึงถึงลักษณะและวัตถุประสงค์ของการใช้สินค้า ในกรณีเปลี่ยนสินค้าผู้บริโภคต้องไม่จ่ายค่าเสื่อมราคาอันเกิดจากการใช้งานสินค้าตามปกติก่อนการเปลี่ยนสินค้านั้น

1.3) หากเงื่อนไขตามที่ปรากฏในเอกสารรับประกันเชิงพาณิชย์เป็นคุณแก่ผู้บริโภคน้อยกว่าเงื่อนไขตามที่ปรากฏในการโฆษณาสินค้า ให้ถือเงื่อนไขตามโฆษณาสินค้าเว้นแต่ก่อนทำสัญญาได้มีการแก้ไขเงื่อนไขในรูปแบบเดียวกันหรือคล้ายคลึงกับที่โฆษณาขอเบเขตการบังคับใช้ Directive (EU) 2019/771 บัญญัติไว้ในมาตรา 2³⁶ และ มาตรา 3³⁷ สามารถสรุปสาระสำคัญได้ดังต่อไปนี้

³⁵ Repair or replacement of the goods

1.Repairs or replacements shall be carried out:

(a) free of charge;

(b) within a reasonable period of time from the moment the seller has been informed by the consumer about the lack of conformity; and

(c) without any significant inconvenience to the consumer, taking into account the nature of the goods and the purpose for which the consumer required the goods.

2. Where the lack of conformity is to be remedied by repair or replacement of the goods, the consumer shall make the goods available to the seller. The seller shall take back the replaced goods at the seller's expense.

3. Where a repair requires the removal of goods that had been installed in a manner consistent with their nature and purpose before the lack of conformity became apparent, or where such goods are to be replaced, the obligation to repair or replace the goods shall include the removal of the non-conforming goods, and the installation of replacement goods or repaired goods, or bearing the costs of that removal and installation.

4. The consumer shall not be liable to pay for normal use made of the replaced goods during the period prior to their replacement

³⁶ Subject matter and purpose The purpose of this Directive is to contribute to the proper functioning of the internal market while providing for a high level of consumer protection, by laying down common rules on certain requirements concerning sales contracts concluded between sellers and consumers, in particular rules on

the conformity of goods with the contract, remedies in the event of a lack of such conformity, the modalities for the exercise of those remedies, and on commercial guarantees.

³⁷ Definitions For the purposes of this Directive, the following definitions apply

(1) ‘sales contract’ means any contract under which the seller transfers or undertakes to transfer ownership of goods to a consumer, and the consumer pays or undertakes to pay the price thereof;

(2) ‘consumer’ means any natural person who, in relation to contracts covered by this Directive, is acting for purposes which are outside that person's trade, business, craft or profession;

(3) ‘seller’ means any natural person or any legal person, irrespective of whether privately or publicly owned, that is acting, including through any other person acting in that natural or legal person's name or on that person's behalf, for purposes relating to that person's trade, business, craft or profession, in relation to contracts covered by this Directive;

(4) ‘producer’ means a manufacturer of goods, an importer of goods into the Union or any person purporting to be a producer by placing its name, trade mark or other distinctive sign on the goods;

(5) ‘goods’ means:

(a) any tangible movable items; water, gas and electricity are to be considered as goods within the meaning of this Directive where they are put up for sale in a limited volume or a set quantity;

(b) any tangible movable items that incorporate or are inter-connected with digital content or a digital service in such a way that the absence of that digital content or digital service would prevent the goods from performing their functions (‘goods with digital elements’);

(6) ‘digital content’ means data which are produced and supplied in digital form;

(7) ‘digital service’ means:

(a) a service that allows the consumer to create, process, store or access data in digital form;

or

(b) a service that allows the sharing of or any other interaction with data in digital form uploaded or created by the consumer or other users of that service;

(8) ‘compatibility’ means the ability of the goods to function with hardware or software with which goods of the same type are normally used, without the need to convert the goods, hardware or software;

(9) ‘functionality’ means the ability of the goods to perform their functions having regard to their purpose;

(10) ‘interoperability’ means the ability of the goods to function with hardware or software different from those with which goods of the same type are normally used;

(11) ‘durable medium’ means any instrument which enables the consumer or the seller to store information addressed personally to that person in a way that is accessible for future reference, for a period of

(1) ต้องเป็นสัญญาซื้อขายระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจกับผู้บริโภค หมายรวมถึงบุคคลธรรมดาซึ่งในการติดต่อทำสัญญาซื้อขายได้ทำเพื่อวัตถุประสงค์นอกเหนือจากการค้าธุรกิจ หัตถกรรมหรือวิชาชีพ แต่การขายในกระบวนการบังคับคดีหรือโดยอำนาจของกฎหมายไม่อยู่ภายใต้ข้อบังคับนี้

(2) สินค้าตามสัญญาต้องเป็นสังหาริมทรัพย์ที่มีรูปร่าง น้ำหรือก๊าซจะถือเป็นทรัพย์สินมีรูปร่างได้เมื่อถูกบรรจุและจัดจำหน่ายในปริมาณหรือปริมาณที่จำกัดหรือสังหาริมทรัพย์มีรูปร่างที่บรรจุหรือเชื่อมต่อกับข้อมูลหรือบริการดิจิทัลในลักษณะที่ข้อมูลหรือบริการดังกล่าวจะทำให้สินค้านั้นไม่อาจทำงานได้ อย่างไรก็ตามข้อกำหนดนี้ไม่ใช่บังคับกับสินค้าที่เป็นเพียงสื่อบรรจุข้อมูล

(3) ในสัญญาต้องมีการรับประกันเชิงพาณิชย์ หมายถึง คำรับรองของผู้ขายหรือผู้ผลิต (ผู้ให้ประกัน) ที่ให้แก่ผู้บริโภคเพิ่มเติมไปจากหน้าที่ตามกฎหมายของผู้ขายที่เกี่ยวข้องกับการรับประกันความสอดคล้องของสินค้าในอันที่จะชดเชย เปลี่ยน ซ่อมแซมหรือให้บริการใด ๆ

time adequate for the purposes of the information, and which allows the unchanged reproduction of the information stored;

:(12) ‘commercial guarantee’ means any undertaking by the seller or a producer (the guarantor) to the consumer, in addition to the seller's legal obligation relating to the guarantee of conformity, to reimburse the price paid or to replace, repair or service goods in any way if they do not meet the specifications or any other requirements not related to conformity set out in the guarantee statement or in the relevant advertising available at the time of, or before the conclusion of the contract;

(13) ‘durability’ means the ability of the goods to maintain their required functions and performance through normal use;

(14) ‘free of charge’ means free of the necessary costs incurred in order to bring the goods into conformity, particularly the cost of postage, carriage, labour or materials;

(15) ‘public auction’ means a method of sale where goods or services are offered by the seller to consumers, who attend or are given the possibility to attend the auction in person, through a transparent, competitive bidding procedure run by an auctioneer and where the successful bidder is bound to purchase the goods or services.

กับสินค้าในกรณีสินค้าไม่เป็นตามคุณสมบัติหรือข้อกำหนดใดตามที่ระบุไว้ในเอกสารการรับประกันสินค้าหรือโฆษณาที่เกี่ยวข้องซึ่งมีอยู่ก่อนหรือในเวลาทำสัญญา³⁸

หากพิจารณากฎหมายเกี่ยวกับการจัดทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการ 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 สามารถวิเคราะห์ได้ว่าการจัดทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการ นอกจากมีคำรับรองว่าจะรับประกันสินค้าหรือบริการแล้ว ในสัญญาต้องระบุรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ มีการใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ชัดเจนสามารถมองเห็นได้และมีรายละเอียดเกี่ยวกับวิธีการจัดทำสัญญารับประกันอย่างชัดเจน ยกตัวอย่างเช่น ชื่อผู้ให้ประกันและผู้รับประกัน ที่อยู่ของผู้ให้ประกัน รายละเอียดของการรับประกัน ข้อจำกัดในการรับประกันสินค้าหรือบริการ เงื่อนไขและการปฏิบัติตามสัญญารับประกัน ค่าใช้จ่าย (ถ้ามี) กำหนดระยะเวลาในการรับประกันหรือวิธีการปฏิบัติตามสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการ แต่กฎหมาย 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 จะไม่ได้กำหนดรายละเอียดมากเท่ากฎหมาย Magnuson-Moss Warranty Act 1975 ของสหรัฐอเมริกา แต่จะวางหลักการของการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคหลัก ๆ เอาไว้เท่านั้น แต่อย่างไรก็ตามหากเปรียบเทียบกับมาตรา 35 สัตต แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 อันเป็นกฎหมายหลักในการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทยแล้วนั้นจะเห็นว่า มาตรา 35 สัตต แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 ดังกล่าวได้กำหนดเพียงรูปแบบและวิธีการทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการไว้เท่านั้น แต่ไม่ได้บัญญัติว่าในสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการของผู้ประกอบธุรกิจที่ทำให้แก่ผู้บริโภคจะต้องระบุรายละเอียดใดบ้าง ซึ่งการที่กฎหมายไม่ได้กำหนดรายละเอียดที่ต้องระบุเป็นการเปิดช่องทางให้ผู้ประกอบธุรกิจสามารถกำหนดข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมและเอาเปรียบผู้บริโภคได้ ยกตัวอย่างเช่น การกำหนดข้อสัญญาให้ผู้ประกอบธุรกิจไม่ต้องรับผิดชอบไม่ว่ากรณีใดก็ตามหรือกำหนดว่าผู้ประกอบธุรกิจมีสิทธิเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขได้

³⁸ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. (2563). *การศึกษาแนวทางการจัดทำกลไกเงื่อนไขเกี่ยวกับการรับประกันและการสำรองอะไหล่สินค้า*. แผนพัฒนากฎหมายของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ประจำปีงบประมาณ 2563 .

เสมอตามความเหมาะสม ซึ่งอาจทำให้ผู้บริโภคเป็นฝ่ายเสียเปรียบ ดังนั้น หากนำสาระสำคัญของกฎหมายเกี่ยวกับการจัดทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการ Magnuson-Moss Warranty Act 1975 ของสหรัฐอเมริกาและข้อกำหนด 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 มาพิจารณา วิเคราะห์ เพื่อนำสาระสำคัญของกฎหมายทั้งสองฉบับ มาปรับปรุงแก้ไขมาตรา 35 สัตต แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ให้มีความสมบูรณ์ มีการระบุรายละเอียดที่ต้องกำหนดในสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการจะเป็นประโยชน์ต่อการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับความเป็นธรรมอย่างแท้จริง