

บทที่ 5

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

5.1 บทสรุป

ปัจจุบันผู้ประกอบการธุรกิจสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้มากยิ่งขึ้นและมีธุรกิจใหม่เกิดขึ้นมากมาย ซึ่งส่งผลให้เกิดการแข่งขันทางการระหว่างผู้ประกอบการที่ขายสินค้าหรือให้บริการในธุรกิจประเภทเดียวกันมากขึ้น โดยเป็นการแข่งขันเพื่อชักจูงให้ผู้บริโภคสนใจมาซื้อสินค้าหรือใช้บริการของตน โดยสามารถกระทำได้ด้วยวิธีการต่าง ๆ ยกตัวอย่างเช่น การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยให้การจัดทำสินค้าหรือให้บริการ การให้สิทธิประโยชน์หรือการให้ของแถม แต่ผู้ประกอบการมีความรู้ ความเชี่ยวชาญและความสามารถทางการเงินมากกว่าผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคอยู่ฐานะที่เสียเปรียบหากมีข้อพิพาทอันเกิดการบริโภคสินค้าหรือบริการ ยกตัวอย่างเช่น การโฆษณาที่ใช้ข้อความโฆษณาสินค้าหรือบริการที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือการใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม ตามมาตรา 21 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 บัญญัติว่า

“ โฆษณาจะต้องไม่ใช่ข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม ทั้งนี้ ไม่ว่าข้อความดังกล่าวนั้นจะเป็นข้อความที่เกี่ยวกับแหล่งกำเนิด สภาพ คุณภาพ หรือลักษณะของสินค้าหรือบริการ ตลอดจนการส่งมอบ การจัดหา หรือการใช้สินค้าหรือบริการข้อความดังต่อไปนี้ ถือเป็นข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือเป็นข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม

- 1) ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง
- 2) ข้อความที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการไม่ว่าจะกระทำโดยใช้หรืออ้างอิงรายงานทางวิชาการ สถิติ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งอันไม่เป็นความจริงหรือเกินความจริงหรือไม่ก็ตาม
- 3) ข้อความที่เป็นการสนับสนุนโดยตรงหรือโดยอ้อมให้มีการกระทำผิดกฎหมายหรือศีลธรรม หรือนำไปสู่ความเสื่อมเสียในวัฒนธรรมของชาติ
- 4) ข้อความที่จะทำให้เกิดความแตกแยกหรือเสื่อมเสียความสามัคคีในหมู่ประชาชน
- 5) ข้อความอย่างอื่นตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

ข้อความที่ใช้ในการโฆษณาที่บุคคลทั่วไปสามารถรู้ได้ว่าเป็นข้อความที่ไม่อาจเป็นความจริงได้โดยแน่แท้ ไม่เป็นข้อความที่ต้องห้ามในการโฆษณาตาม (1) ”หรือการระบายละเอียดเกี่ยวกับการจัดรายการส่งเสริมการขายไม่ครบถ้วนถูกต้องตามที่กฎหมายกำหนดหรือการระบายละเอียดบนฉลากผลิตภัณฑ์สินค้าไม่ครบถ้วน ตามมาตรา 31 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 บัญญัติว่า

“ฉลากของสินค้าที่ควบคุมฉลาก จะต้องมัลักษณะดังต่อไปนี้

1) ใช้ข้อความที่ตรงต่อความจริงและไม่มีข้อความที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับ สินค้า

2) ต้องระบุข้อความดังต่อไปนี้

(ก) ชื่อหรือเครื่องหมายการค้าของผู้ผลิตหรือของผู้นำเข้าเพื่อขาย แล้วแต่กรณี

(ข) สถานที่ผลิตหรือสถานที่ประกอบธุรกิจนำเข้า แล้วแต่กรณี

(ค) ระบุข้อความที่แสดงให้เห็นได้ว่าสินค้านั้นคืออะไร ในกรณีที่เป็นสินค้านำเข้าให้ระบุชื่อประเทศที่ผลิตด้วย

3) ต้องระบุข้อความอันจำเป็น ได้แก่ ราคา ปริมาณ วิธีใช้ ข้อแนะนำ คำเตือน วันเดือนปีที่หมดอายุในกรณีเป็นสินค้าที่หมดอายุได้ หรือกรณีอื่น เพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่คณะกรรมการว่าด้วยฉลากกำหนดโดยประกาศในราชกิจจานุเบกษาให้ผู้ประกอบธุรกิจซึ่งเป็นผู้ผลิตเพื่อขายหรือผู้ตั้งหรือผู้นำเข้ามาในราชอาณาจักรเพื่อขายซึ่งสินค้าที่ควบคุมฉลาก แล้วแต่กรณี เป็นผู้จัดทำฉลากก่อนขายและฉลากนั้นต้องมีข้อความดังกล่าวในวรรคหนึ่งในการนี้ ข้อความตามวรรคหนึ่ง (2) และ (3) ต้องจัดทำตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่คณะกรรมการว่าด้วยฉลากกำหนด โดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา” รวมถึงเรื่องการจัดทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการ ซึ่งเป็นเรื่องที่เราได้ศึกษากันมา โดยการจัดทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการ ผู้ประกอบธุรกิจอาจใช้ข้อความที่เป็นการจำกัดความรับผิดชอบของผู้ประกอบธุรกิจหรือมีข้อความที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค ซึ่งหากผู้บริโภคไม่มีความเชี่ยวชาญหรือความรู้ในการอ่านและการตีความข้อความในสัญญาอาจถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบธุรกิจได้ ด้วยเหตุนี้รัฐจึงจำเป็นต้องเข้ามามีบทบาทในควบคุมการประกอบธุรกิจและคุ้มครองผู้บริโภคซึ่งถือเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานที่ต้องได้รับตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 โดยการตราพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ขึ้น เป็นกฎหมายเฉพาะที่ให้การรับรองสิทธิของประชาชนในฐานะผู้บริโภคตามรัฐธรรมนูญโดยผ่านกลไกของรัฐ

แต่ปรากฏว่ากฎหมายที่เกี่ยวกับการจัดทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการมาตรา 35 สัตต แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 บัญญัติว่า

“ในกรณีที่ผู้ประกอบการซื้อขายสินค้าหรือให้บริการโดยให้คำมั่นว่าจะทำสัญญารับประกันให้ไว้แก่ผู้บริโภค สัญญาดังกล่าวต้องทำเป็นหนังสือลงลายมือชื่อของผู้ประกอบการหรือผู้แทน และต้องส่งมอบสัญญานั้นแก่ผู้บริโภคพร้อมกับการส่งมอบสินค้าหรือให้บริการ

ถ้าสัญญาตามวรรคหนึ่งที่เป็นภาษาต่างประเทศต้องมีคำแปลภาษาไทยกำกับไว้ด้วย” ซึ่งสามารถแยกองค์ประกอบได้ ดังต่อไปนี้

- 1) ผู้ประกอบการซื้อขายสินค้าหรือให้บริการต้องมีความประสงค์ ที่จะทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการ
- 2) สัญญารับประกันสินค้าหรือบริการต้องทำเป็นหนังสือและลงลายมือชื่อของผู้ประกอบการหรือผู้แทน
- 3) ผู้สัญญารับประกันสินค้าหรือบริการต้องส่งมอบตอนให้สินค้าหรือให้บริการ
- 4) ต้องเป็นภาษาไทยเท่านั้น

จากการที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการจัดทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการแล้วนอกจากตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 อันเป็นกฎหมายหลักในการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทย ยังพบกฎหมายต่างประเทศ ได้แก่ Magnuson-Moss Warranty Act 1975 ของสหรัฐอเมริกา และ 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 อันเป็นกฎหมายที่เกี่ยวกับการจัดทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการแนวคิดเกี่ยวกับการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค การรับประกันสินค้าและแนวคิดอื่น ๆ เพื่อนำมาวิเคราะห์เปรียบเทียบแก้ไขปรับปรุงกฎหมายเกี่ยวกับการจัดทำสัญญารับประกันสินค้าและบริการตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทยให้มีประสิทธิภาพและสามารถคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง

จากการศึกษาวิจัยมาตรา 35 สัตต แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคทำให้พบปัญหาเกี่ยวกับการจัดทำสัญญารับประกันสินค้าและบริการ ดังต่อไปนี้

- 1) ปัญหาการจัดทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการตามกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคในกรณีไม่มีสภาพบังคับตามกฎหมาย

มาตรา 35 สัตต แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 บัญญัติว่า

“ในกรณีที่ผู้ประกอบธุรกิจขายสินค้าหรือให้บริการโดยให้คำมั่นว่าจะทำสัญญา รับประกันให้ไว้แก่ผู้บริโภค สัญญาดังกล่าวต้องทำเป็นหนังสือลงลายมือชื่อของผู้ประกอบธุรกิจ หรือผู้แทน และต้องส่งมอบสัญญานั้นแก่ผู้บริโภคพร้อมกับการส่งมอบสินค้าหรือให้บริการ

ถ้าสัญญาตามวรรคหนึ่งที่เป็นภาษาต่างประเทศต้องมีคำแปลภาษาไทยกำกับไว้ด้วย”

ซึ่งหากพิจารณามาตราดังกล่าวจะพบว่าการจัดทำสัญญารับประกันสินค้าและบริการ ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 นั้น จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อผู้ประกอบธุรกิจมีความประสงค์ที่จะทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการเพียงฝ่ายเดียวเท่านั้น โดยไม่ได้พิจารณาความประสงค์ของผู้บริโภคแต่อย่างใด ไม่มีสภาพบังคับตามกฎหมายว่าผู้ประกอบธุรกิจต้องทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการทุกครั้ง ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าหากผู้ประกอบธุรกิจไม่มีความประสงค์ที่จะทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการให้ผู้บริโภค สัญญารับประกันสินค้าหรือบริการย่อมไม่เกิดขึ้น แม้ว่าผู้บริโภคมีความประสงค์ที่จะให้มีการทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการไว้ก็ตาม ทั้งนี้สัญญาดังกล่าวเป็นการคุ้มครองสิทธิที่ผู้บริโภคควรได้รับการคุ้มครอง

2) ปัญหาในการกำหนดสาระสำคัญและเนื้อหาของการจัดทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการตามกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค

มาตรา 35 สัตต แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 กำหนดเพียงวิธีการ และรูปแบบในการจัดทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการว่าผู้ประกอบธุรกิจต้องมีความประสงค์ ทำสัญญารับประกันให้กับผู้บริโภค สัญญารับประกันต้องทำเป็นหนังสือลงลายมือชื่อผู้ที่รับผิดชอบ ส่งมอบพร้อมสินค้าและบริการและต้องเป็นภาษาไทย แต่ไม่กำหนดว่าต้องระบุรายละเอียดข้อมูลเบื้องต้นหรือข้อมูลจำเป็นที่ควรต้องระบุไว้ในสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการ แต่อย่างใด ยกตัวอย่างเช่น ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ หน้าที่ของผู้ประกอบธุรกิจตามสัญญารับประกันหน้าที่ของผู้บริโภคตามสัญญารับประกัน เงื่อนไขในการรับประกันสินค้าหรือบริการ ระยะเวลาการรับประกัน วิธีการในการเอาประกัน เอกสารหลักฐานซึ่งต้องใช้เพื่อเรียกร้องให้ปฏิบัติตามสัญญารับประกันหรือรายละเอียดที่จำเป็นในการจัดทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการหรือข้อมูลอื่น ๆ ที่เป็นสาระสำคัญในการรับประกันสิทธิและประโยชน์ให้แก่ผู้บริโภค ซึ่งจากความไม่ชัดเจนของมาตรา 35 สัตต แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ส่งผลต่อการจัดทำสัญญาสินค้าหรือบริการให้ผู้ประกอบธุรกิจสามารถกำหนดเงื่อนไขหรือข้อสัญญาให้เป็นประโยชน์ต่อตนเอง ผู้ประกอบธุรกิจอาจใช้ข้อความในสัญญาที่ไม่เป็นธรรม ข้อความไม่โปร่งใสหรือใช้ข้อสัญญาที่เป็นการลดเว้นความผิดหรือยกเว้นความผิดของตนของตน

ส่งผลให้ไม่สามารถคุ้มครองผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพและไม่สามารถควบคุมผู้ประกอบการ
ให้ดำเนินธุรกิจได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย

3) ปัญหาเกี่ยวกับไม่มีมาตรการบังคับทางอาญากรณีไม่จัดทำสัญญารับประกัน
สินค้าหรือบริการตามกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค

บทลงโทษกรณีฝ่าฝืนมาตรา 35 สัตตแห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522
บัญญัติไว้ในมาตรา 57 ทวิ แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 บัญญัติว่า “ ผู้ประกอบ
ธุรกิจผู้ใดฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามมาตรา 35 สัตต ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่
เกินสองแสนบาทหรือทั้งจำทั้งปรับ” กล่าวคือ หากผู้ประกอบการได้ให้คำมั่นต่อผู้บริโภคว่าจะทำ
สัญญารับประกันสินค้าหรือบริการให้แต่ไม่ทำตามคำมั่น ไม่ลงลายมือชื่อผู้ประกอบการ
ไม่ส่งมอบสัญญารับประกันพร้อมสินค้าหรือบริการหรือไม่มีภาษาไทยกำกับไว้ ผู้ประกอบธุรกิจ
ต้องรับโทษตามมาตรา 57 ทวิ แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 คือ จำคุกไม่เกิน
หนึ่งปีหรือปรับไม่เกินสองแสนบาทหรือทั้งจำทั้งปรับแต่อย่างไรก็ตามแม้มีการกำหนดโทษของ
การฝ่าฝืนมาตรา 35 สัตต แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ไว้ แต่โทษตาม
พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคเป็นโทษที่สามารถขอมความกันได้หรือหากผู้ประกอบการชำระ
ค่าปรับในอัตราโทษสูงสุดก็จะทำให้คดีอาญาลี้กกันตามมาตรา 37 แห่งประมวลกฎหมายวิธี
พิจารณาความอาญาซึ่งในความเป็นจริงแล้วผู้ประกอบการหลายรายที่ยอมรับโทษปรับมากกว่าที่
จะดำเนินการถูกต้องตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 เนื่องจาก ผู้ประกอบธุรกิจ
ได้ผลประโยชน์จากการไม่ทำจัดสัญญารับประกันให้ถูกต้องน้อยกว่าผลประโยชน์จากการจำหน่าย
สินค้าหรือให้บริการหรืออาจกล่าวโดยสรุปได้ว่าโทษของการฝ่าฝืนมาตรา 35 สัตต แห่ง
พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ไม่รุนแรงเพียงพอที่จะทำให้ผู้ประกอบการหวาด
เกรงกลัวจนต้องปฏิบัติตามได้

5.2 ข้อเสนอแนะ

1) ปัญหาการจัดทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการตามกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค
ในกรณีไม่มีสภาพบังคับตามกฎหมาย

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะว่าปัญหาดังกล่าวสามารถนำกฎหมาย 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 กฎหมายฉบับดังกล่าวมีสภาพบังคับ

ตามกฎหมายให้ผู้ประกอบธุรกิจต้องจัดทำสัญญารับประกันเชิงพาณิชย์ทุกครั้งเพื่อประโยชน์ของผู้บริโภค ดังนั้น จึงสามารถนำมาเปรียบเทียบเพื่อแก้ไขมาตรา 35 สัตต แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ได้ ควรปรับปรุงแก้ไขมาตรา 35 สัตต แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ให้มีสภาพบังคับตามกฎหมาย โดยการตัดข้อความว่า “ในกรณีที่ผู้ประกอบธุรกิจขายสินค้าหรือให้บริการโดยให้คำมั่นว่าจะทำสัญญารับประกันให้ไว้แก่ผู้บริโภค ” อันหมายถึง ผู้ประกอบธุรกิจต้องมีความประสงค์ที่จะทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการกับผู้บริโภคก่อนจึงจะสามารถทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการได้ แก้ไขเป็นข้อความว่า “ผู้ประกอบธุรกิจต้องทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการ...” เพื่อเป็นการบังคับให้ผู้ประกอบธุรกิจต้องจัดทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการกับผู้บริโภคทุกครั้ง

2) ปัญหาในการกำหนดสาระสำคัญและเนื้อหาของการจัดทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการตามกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะว่าปัญหาดังกล่าวสามารถนำกฎหมาย Magnuson-Moss Warranty Act 1975 ของสหรัฐอเมริกาและ (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 ซึ่งกำหนดทั้งสองฉบับมีการกำหนดรายละเอียดที่ต้องระบุไว้ในสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการไว้อย่างชัดเจนและครบถ้วน ดังนั้น จึงสามารถนำมาเปรียบเทียบเพื่อแก้ไขมาตรา 35 สัตต แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ได้โดยแก้ไขเพิ่มเติมมาตรา 35 สัตต แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 โดยการตราเป็นมาตรา 35 สัตต/1 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 เป็นส่วนที่บัญญัติรายละเอียดที่ควรระบุไว้ในสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการของผู้ประกอบธุรกิจและผู้บริโภค แยกออกจากมาตรา 35 สัตต แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ที่เป็นรูปแบบและวิธีการ แต่ให้อยู่ในหมวดหมู่ของมาตรา 35 สัตตเช่นเดิม ยกตัวอย่างเช่น รายละเอียดเกี่ยวกับชื่อนามสกุลของผู้สัญญา เงื่อนไขของการรับประกัน วิธีการในการดำเนินการเพื่อให้เป็นไปตามสัญญารับประกัน เงื่อนไขการรับประกัน การเยียวยา ระยะเวลาของการรับประกัน รายละเอียดของสินค้าหรือบริการที่ให้การรับประกัน หรือข้อจำกัดในการรับประกัน เป็นต้น ซึ่งสามารถร่างข้อบัญญัติดังกล่าวได้ ดังต่อไปนี้

“ มาตรา 35 สัตต/1 สัญญารับประกันสินค้าหรือบริการที่ผู้ประกอบธุรกิจต้องทำให้แก่ผู้บริโภค ต้องระบุรายละเอียด ดังต่อไปนี้

- (1) วันที่ทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการ
- (2) ชื่อของผู้ให้ประกัน
- (3) ชื่อของผู้เอาประกัน
- (4) ที่อยู่ของผู้ให้ประกัน
- (5) ที่อยู่ของผู้เอาประกัน
- (6) รายละเอียดของสินค้าหรือบริการที่ทำให้การรับประกัน ยกตัวอย่างเช่น ประเภท ยี่ห้อ รุ่น สี ขนาด เป็นต้น
- (7) เงื่อนไขในการรับประกัน
- (8) ข้อจำกัดหรือข้อสงวนสิทธิในการรับประกัน
- (9) ระยะเวลาในการรับประกัน
- (10) ค่าใช้จ่ายที่ผู้เอาประกันต้องชำระ (ถ้ามี)
- (11) ข้อตกลงอื่น ๆ (ถ้ามี) ”

หากกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของไทยได้มีการแก้ไขเพิ่มเติมเกี่ยวกับการจัดทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น โดยเปรียบเทียบกับกฎหมายต่างประเทศที่น่าเชื่อถือได้ ย่อมส่งเสริมให้การคุ้มครองผู้บริโภคมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เป็นธรรมกับผู้บริโภคและเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคอย่างแท้จริง

3) ปัญหาเกี่ยวกับไม่มีมาตรการบังคับทางอาญากรณีไม่จัดทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการตามกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค

กรณีปัญหาบทลงโทษกรณีฝ่าฝืนมาตรา 35 สัตตแห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ไม่มีความรุนแรงที่สามารถทำให้ผู้ประกอบการเกรงกลัวได้ แม้จะกำหนดโทษปรับและจำคุกไว้ แต่โทษตามมาตรา 57 ทวิ แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 เป็นโทษที่สามารถยอมความกันได้หรือหากผู้ประกอบการชำระค่าปรับในอัตราโทษสูงสุดก็จะทำให้คดีอาญาเลิกกันตามมาตรา 37 แห่งประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา ผู้ประกอบการธุรกิจหลายรายจึงยอมที่จะรับโทษปรับมากกว่าที่จะดำเนินการถูกต้องตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 เนื่องจาก ผู้ประกอบการธุรกิจได้ผลประโยชน์จากการไม่ทำจัดสัญญารับประกันให้ถูกต้องน้อยกว่าผลประโยชน์จากการจำหน่ายสินค้าหรือให้บริการ ผู้วิจัยมีข้อเสนอว่าสมควรมีแก้ไขโทษในกรณีไม่ปฏิบัติตามมาตรา 35 สัตตแห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 โดยนำโทษเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการไม่ปลอดภัยมาตามพระราชบัญญัติฉบับเดียวกันมาบังคับใช้ดังต่อไปนี้

มาตรา 29/6 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 บัญญัติว่า“ กรณีที่ผู้ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการซึ่งต้องปฏิบัติตามมาตรา 26/4 และมาตรา 26/5 มีเหตุอันควรสงสัยว่าสินค้าหรือบริการนั้นอาจเป็นสินค้าหรือบริการที่เป็นอันตราย ผู้ประกอบธุรกิจนั้นอาจแจ้งเตือนภัยแก่ผู้ผลิต ผู้ส่งหรือนำเข้ามาในราชอาณาจักร ผู้ขาย หรือผู้ซื้อเพื่อขายต่อซึ่งสินค้าหรือผู้ให้บริการ รวมถึงผู้ประกอบธุรกิจโฆษณา ผู้บริโภค และประชาชนทราบเป็นการทั่วไป

ในกรณีที่ปรากฏว่าสินค้าหรือบริการใดเป็นสินค้าหรือบริการที่เป็นอันตราย หรือสินค้าหรือบริการที่เป็นอันตรายนั้นมีผลทำให้บุคคลถึงแก่ความตาย รับอันตรายสาหัส หรือเป็นเหตุให้เกิดอันตรายแก่กายหรือจิตใจของบุคคล หรือเป็นอันตรายต่อทรัพย์สินอื่น ผู้ประกอบธุรกิจตามวรรคหนึ่งต้องแจ้งความเป็นอันตรายของสินค้าหรือบริการนั้นแก่ผู้ผลิต ผู้ส่งหรือนำเข้ามาในราชอาณาจักร ผู้ขาย หรือผู้ซื้อเพื่อขายต่อซึ่งสินค้า หรือผู้ให้บริการ รวมถึงผู้ประกอบธุรกิจโฆษณา ผู้บริโภค และประชาชน และแจ้งสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคทราบโดยเร็ว

คณะกรรมการว่าด้วยความปลอดภัยอาจประกาศกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการในการดำเนินการตามวรรคสองก็ได้”

มาตรา 29/7 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 บัญญัติว่า “ในกรณีที่ผู้ประกอบธุรกิจพบหรือได้รับแจ้งตามมาตรา 29/6 วรรคสอง ว่าสินค้าหรือบริการที่ตนผลิต ส่งหรือนำเข้ามาในราชอาณาจักร ขายหรือมีไว้เพื่อขายหรือให้บริการนั้นเป็นสินค้าหรือบริการที่เป็นอันตราย ผู้ประกอบธุรกิจนั้นต้องดำเนินการเพื่อป้องกันอันตรายหรือทำให้อันตรายของสินค้าหรือบริการนั้นหมดสิ้นไปเช่น แก้ไข เปลี่ยนแปลงหรือปรับปรุงสินค้าหรือบริการ เปลี่ยนสินค้าหรือเปลี่ยนวิธีให้บริการ เรียกคืนสินค้าและชดใช้ราคาสินค้า เก็บสินค้าออกจากท้องตลาดหรืองดให้บริการและแจ้งผลการดำเนินการดังกล่าวเป็นหนังสือต่อสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคโดยไม่ชักช้า แต่ต้องไม่เกินห้าวันนับแต่วันที่เริ่มดำเนินการ โดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ลักษณะของอันตราย และมาตรการที่ผู้ประกอบธุรกิจได้ดำเนินการเพื่อป้องกันอันตรายดังกล่าว

คณะกรรมการว่าด้วยความปลอดภัยอาจประกาศกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการในการดำเนินการตามวรรคหนึ่งก็ได้”

เป็นแนวทางในการเพิ่มโทษของการไม่ปฏิบัติตามมาตรา 35 สัตต แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 กล่าวคือนอกจากให้มีโทษจำคุกและปรับแล้ว หากสินค้าหรือบริการดังกล่าวพิจารณาแล้วว่าเป็นสินค้าหรือบริการที่ไม่ปลอดภัยต่อผู้บริโภคควรให้ผู้ประกอบธุรกิจเรียกคืนสินค้าทั้งหมดที่ได้จำหน่ายคืนและชดใช้ค่าเสียหายที่เกิดขึ้น

เก็บสินค้าออกจากท้องตลาดหรืองดให้บริการและแจ้งผลการดำเนินการดังกล่าวเป็นหนังสือต่อสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคโดยไม่ชักช้า เพื่อเป็นการเพิ่มภาระหน้าที่ ความรับผิดชอบและสร้างความหวาดกลัวให้กับผู้ประกอบการธุรกิจมากยิ่งขึ้น โดยให้แก้ไข มาตรา 35 สัตต แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ให้ผู้ประกอบการต้องจัดทำสัญญารับประกันสินค้าหรือบริการ และระบุรายละเอียดเงื่อนไขที่เป็นไปตามมาตรา 35 สัตต/1 แล้ว หากไม่ปฏิบัติตาม จะมีโทษปรับและจำคุก และหากสินค้าหรือบริการนั้นเป็นสินค้าไม่ปลอดภัยต้องดำเนินการخذำใช้ ค่าเสียหายและเรียกคืน เรียกเก็บสินค้าทั้งหมด ดังต่อไปนี้

“ มาตรา 57 ทวิ ผู้ประกอบธุรกิจผู้ใดฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามมาตรา 35 สัตต และ 35 สัตต/1 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินสองแสนบาทหรือทั้งจำทั้งปรับ

หากสินค้าหรือบริการที่ไม่ปฏิบัติตามวรรค 1 และคณะกรรมการว่าด้วยความปลอดภัยพิจารณาเป็นสินค้าหรือบริการที่ไม่ปลอดภัย ผู้ประกอบธุรกิจนั้นต้องดำเนินการเพื่อปิดป้องอันตรายหรือทำให้อันตรายของสินค้าหรือบริการนั้นหมดสิ้นไป เช่น แก้ไข เปลี่ยนแปลงหรือปรับปรุงสินค้าหรือบริการ เปลี่ยนสินค้าหรือเปลี่ยนวิธีให้บริการ เรียกคืนสินค้าและخذำใช้ ราคาสินค้า เก็บสินค้าออกจากท้องตลาดหรืองดให้บริการและแจ้งผลการดำเนินการดังกล่าวเป็นหนังสือต่อสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคโดยไม่ชักช้า แต่ต้องไม่เกินห้าวันนับแต่วันที่เริ่มดำเนินการ โดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ลักษณะของอันตรายและมาตรการที่ผู้ประกอบธุรกิจได้ดำเนินการเพื่อปิดป้องอันตรายดังกล่าว

คณะกรรมการว่าด้วยความปลอดภัยอาจประกาศกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการในการดำเนินการตามวรรคหนึ่งก็ได้”

ซึ่งการแก้ไขกฎหมายดังกล่าวนอกจากเป็นการจงใจให้จัดทำสัญญาประกันสินค้าและบริการให้กับผู้บริโภคเพื่อที่ผู้ประกอบการจะสามารถกำหนดความรับผิดชอบตนเองได้ตามความเหมาะสม

การแก้ไขเพิ่มเติม มาตรา 35 สัตต แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 เป็นการเสริมสร้างประสิทธิภาพในการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับความเป็นธรรม ไม่ถูกเอารัดเอาเปรียบจากผู้ประกอบธุรกิจและให้ผู้บริโภคได้รับประโยชน์สูงสุดรวมถึงเพื่อให้การคุ้มครองผู้บริโภค ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ตรงตามเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 ที่ให้การรับรองสิทธิของประชาชนในฐานะผู้บริโภคตามรัฐธรรมนูญโดยผ่านกลไกของรัฐ ตามหลักการคุ้มครองสิทธิของบริโภค (Principle of Protection of Consumer Rights) ได้แก่ สิทธิที่จะได้รับข่าวสารรวมทั้งคำ

พรรณานาคุณภาพที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหา
สินค้าหรือบริการ สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ สิทธิที่จะได้รับความ
เป็นธรรมในการทำสัญญา สิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย