มาตรการทางกฎหมายในการสร้างอำนาจต่อรองของผู้บริโภคด้านสัญญา

Legal Measures in Creating Contractual Bargaining Power of the Consumers

บัญชา วิทยอนันต์*, กำธร กำประเสริฐ**, อดุลย์ ทานาราช***, จีรวัฒน์ เรืองรอง****
และโยษิตา ศรีทองกูล*****
Bancha Witthayaanan, Kamthon Kamprasit, Adul Thanarat, Jiravat Rueangrong
And Yosita Sritongkul
*คณบดีคณะนิติศาสตร**,***,****, ****อาจารย์ประจำหลักสูตรนิติศาสตรมหาบัณฑิต
วิทยาลัยนครราชสีมา
Dean of the Faculty of Law, Lecturer of the Master of Laws Program
Nakhon Ratchasima College
Email: nmc.dr.bc@gmail.com

Received November 22, 2023 Revise April 24, 2024 Accepted August 31, 2024

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคและมาตรการทางกฎหมายในการสร้างอำนาจต่อรองของผู้บริโภคด้านสัญญา ศึกษาข้อกฎหมาย ข้อเท็จจริง ตลอดถึงปัญหาทางสังคมวิทยาทางกฎหมายเกี่ยวกับอำนาจต่อรองของผู้บริโภคด้านสัญญา และเพื่อหาแนวทางและมาตรการทางกฎหมายและข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไขกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญาและกฎหมายที่เกี่ยวข้องโดยการศึกษาวิจัย เป็นวิจัยเชิงคุณภาพเป็นการวิจัยเอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก

ผลการศึกษาวิจัยพบว่า ในการกำหนดมาตรการทางกฎหมายในการสร้างอำนาจต่อรองของผู้บริโภคด้านสัญญา สามารถกำหนดกรอบในการพิจารณาการสร้างอำนาจต่อรองของผู้บริโภคได้ 2 ประเด็นดังนี้คือ 1) มาตรการสร้างอำนาจต่อรองของผู้บริโภคก่อนเข้าทำสัญญา การบังคับใช้สัญญา 2) มาตรการสร้างอำนาจต่อรองของผู้บริโภคด้านการฟ้องการพิสูจน์และการเรียกค่าเสียหายและค่าสินไหมทดแทนและ จากผลการศึกษาวิจัยในการสร้างอำนาจต่อรองผู้บริโภคทั้ง 2 ประเด็นดังกล่าวข้างต้น เป็นมาตรการที่กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค กฎหมายวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค และกฎหมายข้อสัญญาไม่เป็นธรรม ได้บัญญัติไว้โดยเป็นบทบัญญัติทั้ง 3 ฉบับแต่ในทางกลับกันในทางปฏิบัติต้องพิจารณาว่ากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญามิใช่มาตรการทางกฎหมายเพียงอย่างเดียวและเจ้าหน้าที่ของรัฐมีหน้าที่ในการดำเนินการตามมาตรการทางกฎหมายเท่านั้น รัฐควรกำหนดแนวทางหรือหลักในการสร้างความสัมพันธ์อันดีในด้านการปฏิบัติงานระหว่างหน่วยงานตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เพื่อคุ้มครองผู้บริโภค

คำสำคัญ : อำนาจต่อรอง , ผู้บริโภค , สัญญา

Abstract

This research aims to study the concept, theory of consumer protection and legal measures to create bargaining power of consumers in contracts, study the laws, facts, and sociological problems of law regarding bargaining power of consumers in contracts, and to find guidelines and legal measures and suggestions for improving the consumer protection law in contracts and related laws by conducting qualitative research, document research, and in-depth interviews.

The research results found that in determining legal measures to create bargaining power of consumers in contracts, the framework for considering the creation of bargaining power of consumers can be set in 2 issues as follows: 1) Measures to create bargaining power of consumers before entering into a contract, contract enforcement, 2) Measures to create bargaining power of consumers in terms of filing, proving, and claiming damages and compensation. From the research results on creating bargaining power of consumers in both of the above-mentioned issues, they are measures that the Consumer Protection Act, the Consumer Procedure Act, and the Unfair Contract Act have stipulated as 3 provisions. However, in practice, it must be considered that the Consumer Protection Act in Contracts is not only a legal measure, and government officials have the duty to implement legal measures only. The state should set guidelines or principles for creating good working relationships between agencies in accordance with the relevant laws in order to protect consumers.

Keyword: Bargaining Power, Consumer, Contract

บทนำ

การคุ้มครองผู้บริโภคโดยการใช้มาตรการทางกฎหมายของไทยจากแนวคิดเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคให้ผู้บริโภคได้รับความปลอดภัยและได้รับความเป็นธรรม ทั้งนี้อิทธิพลของแนวคิดในระบบการปกครองแบบประชาธิปไตยที่ตั้งอยู่บนความมีอิสระและเสรีภาพของบุคคลในการดำรงชีวิตได้เท่าเทียมกัน ความเท่าเทียมหลังความเสมอภาคตามหลักประชาธิปไตยนั้น ยังส่งผลให้ระบบเศรษฐกิจแบบเสรี (laissez-faire) เกิดทำขึ้นมาโดยภายใต้สมมติฐานที่ว่ามนุษย์ทุกคนมีความสามารถในการตัดสินใจเลือกบริโภคสินค้าหรือบริการ

เท่ากัน รัฐจะไม่เข้าแทรกแซงเสรีภาพในการตกลงของเอกชน และหลักกฎหมายที่เกี่ยวกับการค้าอีกหลักหนึ่งที่เกิดขึ้นคือ “หลักผู้ซื้อต้องระวัง” ซึ่งเป็นหลักที่เกี่ยวกับการซื้อขายเท่านั้น กล่าวคือหากมีความเสียหายใดๆ ในทรัพย์สินที่ซื้อขายกันนั้นความเสียหายนั้นตกเป็นของผู้ซื้อเองหลักนี้เรียกตามภาษาโรมันว่า (Caveat emptor Let the) ซึ่งในปัจจุบันการให้ความคุ้มครองผู้บริโภคของไทยมีกฎหมายหลายฉบับ ทั้งกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคโดยตรงเช่นพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 พระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ.2551 และกฎหมายคุ้มครองอื่นๆเช่นพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 พระราชบัญญัติประกันชีวิต พ.ศ. 2535 พระราชบัญญัติประกันวินาศภัย พ.ศ. 2535 พระราชบัญญัติหลักนิติอุตสาหกรรม พ.ศ. 2511 เป็นต้น(ไพโรจน์ วายุภาพ,(2561) ซึ่งการให้ความคุ้มครองผู้บริโภคมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องอีกมากมายหลายฉบับ ดังนั้นจึงก่อให้เกิดผู้บริโภคจำนวนมากได้รับความเสียหายจากการบริโภคสินค้าและบริการซึ่งในปัจจุบันสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้รับการร้องเรียนจากผู้บริโภคในการใช้สินค้าและบริการที่ไม่ได้รับความเป็นธรรมในการใช้สินค้าและบริการที่ผู้บริโภคได้รับความเสียหาย โดยเฉพาะผู้บริโภคที่ไม่ได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญากับผู้ประกอบธุรกิจ เช่นกรณีซื้อที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างผู้ประกอบธุรกิจส่วนใหญ่ได้จัดทำสัญญาสำเร็จรูปโดยมีการกำหนดข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคถูกเอารัดเอาเปรียบถึงแม้ว่ากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญาได้จัดทำแบบสัญญาฉบับมาตรฐานและได้แจ้งให้ผู้ประกอบธุรกิจทราบแล้ว แต่ผู้ประกอบธุรกิจก็มิได้นำแบบสัญญาดังกล่าวมาใช้จริง หน่วยงานของรัฐก็ไม่สามารถบังคับได้เพราะเป็นเสรีภาพของบุคคลในการทำสัญญามีหลักแห่งประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ด้านนิติกรรมสัญญาซึ่งยึดถือหลักความเสรีภาพในการแสดงเจตจำนงและหลักเสรีภาพในการเข้าทำสัญญาโดยเคร่งครัด คือเมื่อคู่กรณีได้แสดงเจตนาเข้าทำนิติกรรมสัญญากันโดยชอบด้วยกฎหมายแล้ว ด้วยความสมัครใจแล้ว คู่กรณีจะต้องผูกพันและต้องปฏิบัติตามข้อสัญญาที่ได้ตกลงกันไปอย่างเคร่งครัดแม้สัญญานั้นจะทำให้อีกฝ่ายหนึ่งเสียเปรียบก็ตาม ซึ่งในอดีตหลักการดังกล่าวได้รับการยอมรับว่าถูกต้องเป็นธรรมแต่ก็ต้องอยู่ภายใต้แห่งหลักความเสมอภาคและเท่าเทียมกันของบุคคล

แต่เมื่อพิจารณาดังสภาพความเป็นจริงของสังคมในปัจจุบัน เป็นที่ทราบและยอมรับกันโดยทั่วไปว่าบุคคลมิได้มีความเสมอภาคกันและบุคคลไม่มีความเท่าเทียมกัน ไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจ สังคม การศึกษา สติปัญญา โดยเฉพาะอย่างยิ่งบุคคลที่อยู่ในฐานะผู้บริโภคไม่ได้อยู่ในฐานะความเสมอภาคและเท่าเทียมกับผู้ประกอบธุรกิจ ไม่มีอำนาจต่อรองกับผู้ประกอบธุรกิจ ดังนั้นเพื่อเป็นการแก้ไขปัญหาและป้องกันปัญหา มิให้ผู้บริโภคถูกเอารัดเอาเปรียบในการทำสัญญากับผู้ประกอบธุรกิจกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคจึงกำหนดถึงสิทธิของผู้บริโภคเพิ่มขึ้น คือสิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญาและกำหนดมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคในด้านสัญญาขึ้นโดยพิจารณาไว้ในมาตรา 35 ทวิถึงมาตรา 36

วัตถุประสงค์การวิจัย

1.เพื่อศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคและมาตรการทางกฎหมายการสร้างอำนาจต่อรองของผู้บริโภคด้านสัญญา

2. เพื่อศึกษาข้อกฎหมาย และข้อเท็จจริงตลอดถึงปัญหาทางสังคมวิทยาทางกฎหมายเกี่ยวกับอำนาจต่อรองของผู้บริโภคด้านสัญญา

3.เพื่อหาแนวทางและมาตรการทางกฎหมายและข้อเสนอแนะในการปรับปรุงและแก้ไขกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญา และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

ขอบเขตการวิจัย

งานวิจัยนี้ คณะผู้วิจัย ศึกษา วิเคราะห์ มาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการสร้างอำนาจต่อรองของผู้บริโภคด้านสัญญา ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ประกอบกับ พระราชบัญญัติข้อสัญญาไม่เป็นธรรม พ.ศ.2540 และพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2551

สมมุติฐานการวิจัย

มาตรการทางกฎหมายตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ในการสร้างอำนาจต่อรองของผู้บริโภคด้านสัญญา ถ้ามีข้อจำกัดและปัญหาในทางกฎหมายและปัญหาข้อเท็จจริงที่ ไม่สามารถสร้างอำนาจต่อรองของผู้บริโภคได้อย่างจริงจังและเป็นธรรมตามหลักและเจตนารมณ์ของกฎหมายอันก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคด้านสัญญา จึงสมควรให้มีการปรับปรุงแก้ไขกฎหมายให้สามารถใช้หลักการสร้างอำนาจต่อรองของผู้บริโภค โดยเฉพาะด้านสัญญาเพื่อให้เกิดความเป็นธรรมแก่ผู้บริโภคด้านสัญญาต่อไป

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ระเบียบวิธีวิจัยเป็นการวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) และการสัมภาษณ์เชิงเจาะลึก (in-depth interview) จากนักวิชาการ นักกฎหมาย ผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้เชี่ยวชาญด้านการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อนำมาใช้ประกอบการวิเคราะห์ สังเคราะห์ และอภิปรายเปรียบเทียบข้อมูลทางวิชาการกับเนื้อหาบทบาททางกฎหมาย วิเคราะห์การปรับใช้กฎหมายที่มีทั้งของไทยกับต่างประเทศ ซึ่งจำแนกข้อมูลและวิธีการดำเนินการวิจัยได้ดังนี้

1.การเก็บข้อมูลปฐมภูมิ ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากตัวบทกฎหมาย ดำเนิน รายงานการประชุมกฎหมาย และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกตามความคิดเห็นของนักวิชาการทางกฎหมาย ผู้เชี่ยวชาญผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้ปฏิบัติงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค จำนวน 5 ท่าน ในประเด็นปัญหาและมาตรการทางกฎหมายในการสร้างอำนาจต่อรองของผู้บริโภคด้านสัญญา

2.การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากบททบทวนวรรณกรรม(Literature Review) คณะผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการ หนังสือ ตำรา บทความทางวิชาการ บทความวิจัย วารสาร

วิทยานิพนธ์ รายงานการวิจัย เอกสารทางกฎหมายของส่วนราชการที่เกี่ยวข้องทั้งของไทยและต่างประเทศ โดยการสืบค้นทางอินเตอร์เน็ตจากกฐานข้อมูลจากของไทยและต่างประเทศ เพื่อนำข้อมูลวิเคราะห์และสังเคราะห์

3.การวิจัยภาคสนาม (field research) โดยวิธีการสัมภาษณ์ จากกลุ่มตัวอย่างในประเทศ ประกอบด้วย ผู้พิพากษาศาลยุติธรรม พนักงานอัยการ ตำรวจ (พนักงานสอบสวน) ทนายความ พนักงานคุ้มครองผู้บริโภค หรือสมาคมคุ้มครองผู้บริโภค และนักวิชาการทางด้านกฎหมายเพื่อให้ได้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยจะมุ่งเน้นให้ความสำคัญกับการค้นหาข้อเท็จจริงและนำผลมาสรุปอย่างเป็นระบบ โดยการวิเคราะห์อย่างมีเหตุผล และอ้างอิงทฤษฎีโดยดำเนินการจัดระเบียบข้อมูล จึงมีผลการวิจัยต่อไป

ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยมาตรการทางกฎหมายในการสร้างอำนาจต่อรองของผู้บริโภคด้านสัญญา ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 พระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภคของประเทศไทย เปรียบเทียบกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศมาเลเซีย ประเทศสิงคโปร์ และประเทศเวียดนามแล้ว พบว่า

1. มาตรการทางกฎหมายในการสร้างอำนาจต่อรองของผู้บริโภคด้านสัญญา ก่อนเข้าทำสัญญา การบังคับใช้สัญญา

1.1 มาตรการทางกฎหมายในการสร้างอำนาจต่อรองของผู้บริโภคด้านสัญญา ก่อนเข้าทำสัญญา การบังคับใช้สัญญาของประเทศไทย

นั้นประกอบด้วยส่วนที่ 2 ทวิ การคุ้มครองผู้บริโภคในด้านสัญญาแห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 พระราชบัญญัติข้อสัญญาไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540 และพระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ. 2511 ซึ่งทั้ง 3 ฉบับ กำหนดมาตรการในการสร้างอำนาจต่อรองของผู้บริโภคด้านสัญญาแบ่งออกเป็น 5 ประเด็น ดังต่อไปนี้ 1. มาตรการทางกฎหมายในการสร้างอำนาจต่อรองของผู้บริโภคด้านสัญญาการเข้าทำสัญญาและการบังคับใช้ของผู้บริโภค

*มาตรการในการสร้างอำนาจต่อรองของผู้บริโภคด้านสัญญาก่อนการเข้าทำสัญญาของผู้บริโภคนั้น พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคบัญญัติไว้ในมาตรา 35 ทวิ ถึงมาตรา 36 กำหนดมาตรการในการควบคุมสัญญาดังนี้

1.1.1 กำหนดให้การประกอบธุรกิจขายสินค้าหรือให้บริการ เป็นธุรกิจที่ควบคุมสัญญาในกรณีนี้กำหนดให้การประกอบธุรกิจการขายสินค้าหรือบริการใด ถ้าสัญญาซื้อขายหรือสัญญาให้บริการนั้นมีกฎหมายกำหนดให้ต้องทำเป็นหนังสือหรือตามที่ปกติประเพณีทำเป็นหนังสือตามคณะกรรมการว่าด้วยสัญญา

มีอำนาจกำหนดให้การประกอบธุรกิจขายสินค้าหรือให้บริการนั้นเป็นธุรกิจที่ควบคุมสัญญา ซึ่งการควบคุมสัญญาที่ผู้ประกอบธุรกิจทำกับผู้บริโภคจะต้องมีลักษณะดังต่อไปนี้

(1) ใช้ข้อสัญญาที่จำเป็นซึ่งหากมิได้ใช้ข้อสัญญาเช่นนั้นจะทำให้ผู้บริโภคเสียเปรียบผู้ประกอบธุรกิจเกินสมควร

(2) ห้ามใช้ข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคทั้งนี้ตามหลักเกณฑ์ เงื่อนไข และรายละเอียดที่คณะกรรมการว่าด้วยสัญญากำหนด[1]

1.1.2 กำหนดห้ามใช้ข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค ทั้งนี้ตามหลักเกณฑ์ เงื่อนไข และรายละเอียดที่คณะกรรมการว่าด้วยสัญญากำหนด และเพื่อประโยชน์ของผู้บริโภคเป็นส่วนรวม คณะกรรมการว่าด้วยสัญญาจะให้ผู้ประกอบธุรกิจจัดทำสัญญาตามแบบที่คณะกรรมการกำหนดก็ได้

1.1.3 อำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการว่าด้วยสัญญามีอำนาจกำหนดให้การประกอบธุรกิจขายสินค้าหรือให้บริการอย่างใดอย่างหนึ่งเป็นธุรกิจที่ควบคุมรายการในหลักฐานการรับเงินได้โดยหลักฐานการรับเงินจะต้องมีลักษณะดังต่อไปนี้

(1) มีรายการและใช้ข้อความตามที่จำเป็น ซึ่งหากมิได้มีรายการหรือมิได้ใช้ข้อความเช่นนี้นั้นทำให้ผู้บริโภคเสียเปรียบผู้ประกอบธุรกิจเกินสมควร

(2) ห้ามใช้ข้อความที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค ทั้งนี้ตามหลักเกณฑ์ เงื่อนไข และรายละเอียดที่คณะกรรมการกำหนด

1.1.4 กำหนดมาตรการกรณีผู้ประกอบธุรกิจขายสินค้าหรือให้บริการให้คำมั่นว่าจะทำสัญญารับประกันไว้ให้แก่ผู้บริโภคโดยการให้คำมั่นสัญญาในการรับประกันแก่ผู้บริโภคต้องทำเป็นหนังสือลงลายมือชื่อผู้ประกอบธุรกิจหรือผู้แทน และต้องส่งมอบสัญญานั้นแก่ผู้บริโภคพร้อมกับการส่งมอบสินค้าหรือให้บริการ ถ้าสัญญาเป็นภาษาต่างประเทศต้องมีคำแปลภาษาไทยกำกับไว้ด้วย

2 มาตรการทางกฎหมายในการสร้างอำนาจต่อรองของผู้บริโภคด้านสัญญาก่อนเข้าทำสัญญา การบังคับใช้สัญญา ของต่างประเทศ

จากมาตรการดังกล่าวเมื่อเปรียบเทียบกับกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศสิงคโปร์ มาเลเซีย และเวียดนามแล้ว การสร้างอำนาจต่อรองของผู้บริโภคด้านสัญญา ดังนี้ กรณีก่อนการเข้าทำสัญญาของผู้บริโภคในด้านมาตรการทางกฎหมาย

2.1 การคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญาของประเทศสิงคโปร์

การคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญาของประเทศสิงคโปร์ คือ (consumer protection (Fair trading) Act(PFTA ค.ศ. 2003) ซึ่งกฎหมายดังกล่าวมีเนื้อหาที่มิได้ครอบคลุมในหลายประเด็นจึงได้มีการบัญญัติกฎหมายหลายฉบับเช่นกฎหมายว่าด้วยสัญญาซื้อขาย กฎหมายว่าด้วยสัญญาเช่าซื้อ และกฎหมายว่าด้วยข้อสัญญาไม่เป็นธรรมรวม คือกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภคที่เกี่ยวกับสัญญาและความปลอดภัย เป็นต้น ในที่นี้จะต้องทำความเข้าใจถึงกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญาซึ่งประเทศสิงคโปร์ใช้กฎหมายข้อ

สัญญาไม่เป็นธรรมโดยกำหนดรูปแบบวิธีปฏิบัติไว้ในประเทศแนบท้ายไว้อย่างชัดเจนและยังเปิดโอกาสให้สามารถตีความกิจกรรมที่อาจไม่อยู่ในบัญชีที่แนบท้ายจากหลักเกณฑ์ของมาตรา 4 ได้อีกด้วย

2.2 การคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญาของประเทศมาเลเซีย

การคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญาของประเทศมาเลเซียใช้กฎหมายข้อสัญญาไม่เป็นธรรม (consumer protection act 1999) หรือเรียกว่า CPA โดยกฎหมายนี้กำหนดลักษณะข้อสัญญาไม่เป็นธรรม คือข้อสัญญาที่เมื่อพิจารณาจากสถานการณ์ที่เกิดแล้วเป็นสัญญาที่กำหนดสิทธิ์หน้าที่ของคู่สัญญาอย่างไม่เป็นธรรมที่ก่อให้เกิดความเสียหายต่อผู้บริโภคโดยแบ่งออกเป็น 2 ประเด็น คือ (1) ข้อสัญญาไม่เป็นธรรมในเชิงรูปแบบกระบวนการ(procedural unitarizes)และ (2) ข้อสัญญาไม่เป็นธรรมในเชิงเนื้อหา(Substantive unitarizes) โดยแบ่งข้อสัญญาไม่เป็นธรรมที่จะแสดงลักษณะนี้ มีข้อสังเกตว่าเป็นแนวคิดใหม่ที่น่าสนใจและไม่เคยปรากฏอยู่ในกฎหมายของประเทศอื่นๆมาก่อน ซึ่งแนวคิดทั้งสองประเภทนี้ ข้อสัญญาไม่เป็นธรรมในเชิงกระบวนการคือข้อสัญญาที่เกิดจากกระบวนการก่อนที่ผู้ประกอบธุรกิจเอาเปรียบผู้บริโภคหรือผู้บริโภคเป็นฝ่ายเสียเปรียบในกระบวนการตกลงเจรจาเข้าทำสัญญา โดยกฎหมายกำหนดเงื่อนไขในการวินิจฉัยข้อสัญญาไม่เป็นธรรมเชิงกระบวนการไว้อย่างละเอียด โดยพิจารณาจากความรู้ความเข้าใจของคู่สัญญา อำนาจการต่อรองของคู่สัญญาในขณะที่เข้าทำสัญญา พิจารณาว่าก่อนหรือในขณะมีการทำสัญญา ข้อสัญญานั้นอยู่ภายใต้การเจรจาหรือเป็นส่วนหนึ่งของสัญญามาตรฐานของสัญญาหรือไม่ และในขณะเดียวกันสัญญาไม่เป็นธรรมเช่นเนื้อหาหรือสัญญาที่มีเนื้อหากดขี่ข้อสัญญาที่ไม่สมเหตุสมผล หรือเป็นสัญญาที่มีข้อจำกัดความรับผิดจากประมาทเลินเล่อหรือความรับผิดจากการละเมิด ข้อสัญญาโดยชัดแจ้งหรือโดยปริยายโดยไม่มีเหตุผลรองรับโดยกฎหมายได้กำหนดเงื่อนไขในการวินิจฉัยข้อสัญญาประเภทนี้เช่นเดียวกัน(ธรรมนิตย์ สุมันตกุล ,(2558)

2.3 การคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญาประเทศเวียดนาม

การคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญาประเทศเวียดนาม ประเทศเวียดนามใช้กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคมีชื่อว่า (Law on Protection of Consumer rights) หรือ Law 59 (Dectec No 99/2011/ND – CP) ซึ่งกฎหมายฉบับนี้ให้ความสำคัญกับปัญหาสังคมในประเด็นสัญญามาตรฐาน เพื่อให้ความคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญาโดยเฉพาะสัญญามาตรฐานโดยกำหนดหลักเกณฑ์สำคัญไว้ดังนี้

(1) กำหนดวิธีการตีความในสัญญาที่มีเนื้อหาไม่ชัดเจนโดยกำหนดว่าในสถานการณ์ที่มีความเข้าใจเนื้อหาในสัญญาแตกต่างกันให้พนักงาน เจ้าหน้าที่ ที่ถูกแต่งตั้งให้เป็นผู้แทนในการระงับข้อพิพาทต้องตีความสัญญาให้เป็นทางที่เป็นคุณธรรมต่อผู้บริโภค

(2) การกำหนดให้ข้อสัญญาบางประเภทไม่มีผลในทางกฎหมายโดยแบ่งออกเป็น 9 ประเภท ได้แก่ ข้อสัญญาที่กำหนดหน้าที่และความรับผิดของผู้ประกอบธุรกิจจากความรับผิดที่ผู้ประกอบธุรกิจมีตามกฎหมาย ข้อสัญญาจำกัดสิทธิ์ของผู้บริโภคในการยื่นฟ้องร้องต่อศาลข้อสัญญาที่ให้สิทธิ์แก่ผู้ประกอบธุรกิจแก้ไขสัญญาได้ฝ่ายเดียว ข้อสัญญาที่กำหนดให้สิทธิ์ผู้ประกอบธุรกิจระบุหรือให้สิทธิ์เปลี่ยนแปลงราคาหรือเวลาในการส่งมอบสินค้าหรือบริการ ข้อสัญญาที่ให้สิทธิ์ผู้ประกอบธุรกิจตีความสัญญาให้แตกต่างจากสัญญาเดิมได้แต่เพียงผู้

เดียว ข้อสัญญายกเว้นความรับผิดของผู้ประกอบธุรกิจในการผู้ประกอบธุรกิจทำสัญญากับบุคคลภายนอก ข้อสัญญาที่กำหนดให้ผู้บริโภคต้องชำระหนี้ตามสัญญาแม้ว่าผู้ประกอบธุรกิจไม่ปฏิบัติการชำระหนี้ของตน ข้อสัญญาที่อนุญาตให้ผู้ประกอบธุรกิจโอนสิทธิ์และหน้าที่ให้บุคคลภายนอกโดยปราศจากความยินยอมจากผู้บริโภค โดยมีข้อสังเกตต่อกฎหมายของประเทศเวียดนามได้กำหนดประเภทของข้อสัญญาไม่เป็นธรรมที่ไม่มีผลในกฎหมายไว้เป็นการเฉพาะเจาะจง โดยไม่เปิดช่องว่างให้มีการใช้ดุลพินิจในการตีความสัญญาซึ่งถือว่าเป็นสัญญาพิเศษของกฎหมาย และเป็นลักษณะเฉพาะที่โดดเด่นและ

(3) การควบคุมสัญญามาตรฐาน โดยกฎหมายฉบับนี้ได้สร้างกลไกเพื่อให้ความคุ้มครองผู้บริโภคก่อนการเข้าทำสัญญาโดยมีลักษณะเป็นสัญญามาตรฐาน โดยกำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจจะต้องให้เวลาแก่ผู้บริโภคพอสมควรเพื่อพิจารณาไต่ตรองสัญญา การกำหนดว่าสัญญาประเภทใดเป็นสัญญามาตรฐานให้เป็นไปตามข้อกำหนดของกระทรวงอุตสาหกรรมและการพาณิชย์หรือแผนกบริหารงานด้านการอุตสาหกรรมและพาณิชยกรรมของประเทศเวียดนามอีกครั้ง กฎหมายฉบับนี้กำหนดให้หน่วยงานของรัฐที่รับผิดชอบสามารถเรียกให้ผู้ประกอบธุรกิจยกเลิกหรือเปลี่ยนแปลงข้อสัญญามาตรฐานเมื่อผู้บริโภคร้องขอ หากเห็นว่าสัญญาดังกล่าวจะละเมิดสิทธิผู้บริโภคมีข้อสังเกตว่าการคุ้มครองสัญญามาตรฐานในรูปแบบนี้มีลักษณะคล้ายกับการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทย

3 มาตรการเกี่ยวกับการสร้างอำนาจต่อรองของผู้บริโภคด้านสัญญา

3.1หน่วยงานของรัฐและหรือหน่วยงานเอกชนในการดำเนินการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญา

การคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศไทยอยู่ในความรับผิดชอบของหน่วยงานรัฐหลายหน่วยงานโดยมีหน่วยงานหลักคือสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคสำนักนายกรัฐมนตรีหรือชื่อย่อว่า “ ส.ค.บ.” มีอำนาจหน้าที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 มาตรา 20 ดังนี้คือ 1) รับเรื่องร้องทุกข์จากผู้บริโภคที่ได้รับความเดือดร้อนหรือเสียหายอันเนื่องมาจากการกระทำของผู้ประกอบธุรกิจเพื่อเสนอต่อคณะกรรมการ 2) ติดตามและสอดส่องพฤติกรรมของผู้ประกอบธุรกิจซึ่งกระทำการใดๆ อันมีลักษณะเป็นการละเมิดสิทธิ์ของผู้บริโภค และจัดให้มีการทดสอบหรือพิสูจน์สินค้าหรือบริการใดๆ ตามที่เห็นสมควรและจำเป็นเพื่อคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค 3) สนับสนุนหรือทำการศึกษาวิจัยพัฒนาเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกับสถาบันการศึกษาและหน่วยงานอื่น 4) ส่งเสริมและสนับสนุนให้การศึกษาแก่ผู้บริโภคในทุกระดับการศึกษาเกี่ยวกับความปลอดภัยและอันตรายที่อาจได้รับจากสินค้าและบริการ 5) ดำเนินการเผยแพร่วิชาการ ให้ความรู้และการศึกษาแก่ผู้บริโภคเพื่อสร้างนิสัยในการบริโภคที่เป็นการส่งเสริมให้ผู้บริโภคประหยัดและใช้ทรัพยากรของชาติให้เป็นประโยชน์มากที่สุด 6) ประสานงานกับส่วนราชการหรือหน่วยงานของรัฐที่มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับการคุ้มครอง ส่งเสริมหรือกำหนดมาตรฐานของสินค้าหรือบริการ 7) ปฏิบัติการอื่นใดตามที่คณะกรรมการกำหนด หรือคณะกรรมการเฉพาะเรื่องมอบหมาย

3.2 กำหนดการให้ความคุ้มครองผู้บริโภคในรูปแบบของคณะกรรมการ ได้แก่คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค มีอำนาจหน้าที่ตามที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 มาตรา 10

ให้คณะกรรมการมีอำนาจหน้าที่ดังต่อไปนี้ 1) พิจารณาเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภคที่ได้รับความเดือดร้อนหรือเสียหายอันเนื่องจากการกระทำของผู้ประกอบธุรกิจ 2) ดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าที่อาจเป็นอันตรายแก่ผู้บริโภคตามมาตรา 36 3) แจ้งหรือโฆษณาข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายหรือเสื่อมเสียแก่สิทธิของผู้บริโภค ในการนี้จะระบุชื่อสินค้า หรือบริการ หรือชื่อของผู้ประกอบธุรกิจด้วยก็ได้ 4) ให้คำปรึกษาและแนะนำคณะกรรมการเฉพาะเรื่อง และพิจารณาวินิจฉัยการอุทธรณ์คำสั่งของคณะกรรมการเฉพาะเรื่อง 5) วางระเบียบเกี่ยวกับการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการเฉพาะเรื่องและคณะอนุกรรมการ 6) สอดส่องเร่งรัดพนักงานเจ้าหน้าที่ส่วนราชการหรือหน่วยงานอื่นของรัฐ ให้ปฏิบัติตามอำนาจและหน้าที่ที่กฎหมายกำหนดตลอดจนเร่งรัดพนักงานเจ้าหน้าที่ให้ดำเนินคดีในความผิดเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิ์ของผู้บริโภค 7) ดำเนินคดีเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิ์ของผู้บริโภคที่คณะกรรมการเห็นสมควร หรือมีผู้ร้องขอตามมาตรา 39 8) รับรองสมาคมตามมาตรา 40 9) เสนอความเห็นต่อคณะรัฐมนตรีเกี่ยวกับนโยบายให้ความเห็นในเรื่องใดๆ ที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคตามที่คณะรัฐมนตรีหรือรัฐมนตรีมอบหมายปฏิบัติการอื่นใดตามที่กฎหมายกำหนดไว้ให้เป็นอำนาจและหน้าที่ของคณะกรรมการ

ดังที่กล่าวมาพบว่ากฎหมายไทยมีกฎหมายที่เกี่ยวกับการให้ความคุ้มครองผู้บริโภคเป็นการเฉพาะคือพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ซึ่งกำหนดองค์กรในการให้ความคุ้มครองผู้บริโภคโดยมีสำนักงานคณะกรรมการการคุ้มครองผู้บริโภค ย่อ “ส.ค.บ.” และมีคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ย่อ “ค.ค.บ.” นอกจากนี้ยังมีคณะอนุกรรมการ ซึ่งเป็นองค์กรคุ้มครองผู้บริโภคที่คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคแต่งตั้งตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541 ได้แก่คณะอนุกรรมการฝ่ายกฎหมาย คณะอนุกรรมการพิจารณากลั่นกรองเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภค คณะอนุกรรมการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ คณะอนุกรรมการสำรวจคุณภาพสินค้าและปริมาณเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

นอกจากนี้ยังมีคณะกรรมการเฉพาะเรื่องเช่นคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา คณะกรรมการว่าด้วยฉลาก คณะกรรมการว่าด้วยสัญญา และมีคณะอนุกรรมการที่คณะกรรมการเฉพาะแต่งตั้ง

ในการให้ความคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาค ก็จะมีองค์การให้ความคุ้มครองได้แก่คณะอนุกรรมการให้ความคุ้มครองผู้บริโภคสำหรับ หรือและคณะอนุกรรมการผู้มีอำนาจเปรียบเทียบความผิดที่เกิดขึ้นในจังหวัดอื่นๆ นอกจากกรุงเทพฯ 75 จังหวัด

3.3 กฎหมายยังให้อำนาจในการจัดตั้งองค์กรเอกชนในการให้ความคุ้มครองผู้บริโภคโดยได้รับการรับรองจากคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ตามมาตรา 10(8)และมาตรา 40 41 และมาตรา 42 ซึ่งระบบกลไกของรัฐโดยองค์กรต่างๆ ที่รัฐจัดทำขึ้นตามกฎหมายและองค์กรเอกชน ถือได้ว่าเป็นมาตรการในการให้ความคุ้มครองผู้บริโภคโดยถือได้ว่าเป็นการสร้างอำนาจต่อรองให้กับผู้บริโภคได้ในระดับหนึ่ง ซึ่งหากเปรียบเทียบกับการให้ความคุ้มครองผู้บริโภค โดยการสร้างอำนาจต่อรองโดยการจัดตั้งองค์กร เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคในต่างประเทศโดยเปรียบเทียบกับประเทศมาเลเซีย ซึ่งเป็นประเทศที่มีกฎหมายเพื่อการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค ที่ครอบคลุมปัญหาที่หลากหลาย โดยเฉพาะการตั้งหน่วยงานของรัฐรับผิดชอบงานนโยบายและงานศุลกากร เพื่อทำหน้าที่กำกับกิจการที่เกี่ยวข้อง กับการคุ้มครองผู้บริโภคโดยมีกฎหมาย CPA ได้

จัดตั้งหน่วยงานบริหาร เพื่อรับผิดชอบคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค ได้แก่สภาที่ปรึกษาแห่งชาติเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค (The National Consumer Advisory Council : NCAC) ทำหน้าที่ให้คำปรึกษาและข้อเสนอแนะต่างๆ เพื่อคุ้มครองผู้บริโภค[1] โดยหน่วยงานที่กำกับกระทรวงการค้าภายใน การสหกรณ์และการคุ้มครองผู้บริโภค (ministry of domestic trade co-operatives and consumerism) ซึ่งเป็นผู้รักษาการตามกฎหมาย CPA ซึ่งสภาที่ปรึกษาแห่งชาติเป็นผู้คุ้มครองผู้บริโภคจะมีรูปแบบการทำงานใกล้เคียงกับคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคของไทยนอกจากนี้ CPA ได้จัดตั้งศูนย์คดีผู้บริโภค (Tribunal for Consumer Claims) เพื่อรับผิดชอบในการพิจารณาตัดสินคดีผู้บริโภคที่กำหนดไว้ในกฎหมาย CPA โดยกฎหมายนี้ได้กำหนดที่มา คุณสมบัติ รวมไปถึงคณะทำงานของผู้พิพากษาของศาล คดีผู้บริโภคอย่างละเอียด (วนิดา อินทรอำนวย (2561)

สำหรับองค์กรหรือเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวกับการให้ความคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศสิงคโปร์และการกำหนดให้อำนาจแก่องค์กรตามมาตรา 8 ของกฎหมาย CPFTA ของสิงคโปร์ ได้กำหนดให้มีการมอบอำนาจแก่องค์กรเฉพาะ ซึ่งในปัจจุบันมี 2 องค์กรด้วยกัน ได้แก่สมาคมผู้บริโภคของประเทศสิงคโปร์ The Consumers Association of Singapore หรือ CASE และคณะกรรมการว่าด้วยการสนับสนุนการท่องเที่ยว (The Singapore Tourist promotion Board) consumer protection (Fair trudging act.section 8(10)) องค์กรทั้งสองมีอำนาจออกกฎระเบียบประกอบธุรกิจที่ใช้วิธีปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม มาตกลงทำสัญญาความเข้าใจเป็นลายลักษณ์อักษรที่เรียกว่า (voluntary compliance agreement)

ที่จะมีเนื้อหากำหนดหน้าที่ของผู้ประกอบธุรกิจที่ตกลงจะไม่ประกอบธุรกิจที่ไม่กระทบการที่เข้าข่ายเป็นวิธีปฏิบัติทางการค้าหรือการกระทำที่ไม่เป็นธรรมโดยในสัญญานี้ อาจกำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจชดใช้ค่าเสียหายให้แก่ผู้บริโภคที่ได้รับความเสียหายหรือชดใช้ค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่องค์กรนั้นต้องเสียหายซึ่งข้อตกลงนี้ขึ้นอยู่กับความสมัครใจของผู้ประกอบธุรกิจที่ได้ลงชื่อตามข้อตกลง และองค์กรนี้มีอำนาจดำเนินการฟ้องร้องต่อศาลเพื่อขอให้ศาลเรียกผู้ประกอบธุรกิจนั้นปฏิบัติตามข้อตกลงความเข้าใจ

นอกจากนี้กฎหมายยังได้ให้อำนาจแก่องค์กรผู้บริโภคในการใช้สิทธิ์ผู้ประกอบธุรกิจต่อศาลได้

สำหรับการกลับตั้งองค์กรหรือหน่วยงานเพื่อให้คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศเวียดนามโดยกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคเวียดนามคือ(Law on Protection of Consumer rights) หรือ Law 59 โดยกฎหมายฉบับนี้กำหนดให้มีหน่วยงานของรัฐ เพื่อรับผิดชอบงานด้านคุ้มครองผู้บริโภค ได้แก่ หน่วยงานฝ่ายปกครอง คือ รัฐบาล กระทรวงการอุตสาหกรรมและการพาณิชย์ รัฐมนตรี หน่วยงานระดับกระทรวงอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องและคณะกรรมการประชาชนในระดับท้องถิ่น(local people's committees) ในทุกระดับไม่ว่าจะเป็นระดับจังหวัด ระดับเขตหรือระดับชาติ โดยกระทรวงอุตสาหกรรมและการพาณิชย์มีอำนาจสำคัญในการดำเนินกิจการเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคภายในประเทศเช่นกำหนดนโยบายยุทธศาสตร์และแผนงานดูแลการทำงานขององค์กรด้านสังคมและองค์กรที่ทำหน้าที่เป็นผู้ไกล่เกลี่ยกำหนดประเภทของสัญญามาตรฐานและกิจกรรมที่เข้าข่ายที่ต้องได้รับความคุ้มครองตามมาตรา 19 และเผยแพร่กฎหมายเป็นต้น

2. มาตรการสร้างอำนาจต่อรองของผู้บริโภคด้านการฟ้องและการพิสูจน์และการเรียกร้องค่าเสียหายและค่าสินไหมทดแทน

ในการดำเนินคดีตามกฎหมายวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค การพิจารณาคดีผู้บริโภคเป็นการดำเนินคดีแบบระบบไต่สวน เนื่องจากเป็นการฟ้องคดีเป็นข้อพิพาทระหว่างผู้บริโภคและผู้ประกอบธุรกิจอันมีฐานะไม่เท่าเทียมกันในด้านฐานะทางเศรษฐกิจที่ด้อยกว่าผู้ประกอบการ หรือผู้ประกอบธุรกิจทำให้ขาดอำนาจต่อรองและตกอยู่ในฐานะที่เสียเปรียบ ซึ่งอาจก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรมในการดำเนินคดีได้ การดำเนินคดีที่มีความรวดเร็วแต่ต่างจากคดีแพ่งสัญญาทั่วไปเพื่อให้ผู้บริโภคที่ได้รับความเสียหายได้รับการเยียวยาโดยเร็ว การอำนวยความสะดวกแก่ผู้บริโภคกรณีผู้บริโภคถูกฟ้อง เช่นจำเลยในคดีผู้บริโภค กฎหมายกำหนดให้โจทก์ผู้ฟ้องต้องเสนอค่าฟ้องต่อศาลที่จำเลยมีภูมิลำเนาในเขตศาลได้เพียงศาลเดียว เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่จำเลยด้วยความเป็นธรรมในการวินิจฉัยคดีที่ที่ให้อำนาจศาลสามารถพิพากษาได้เกินกว่าความเสียหายที่แท้จริงในกรณีที่โจทก์ผู้บริโภคฟ้องผู้ประกอบธุรกิจที่เจตนาเอาเปรียบผู้บริโภคโดยไม่เป็นธรรมหรือจงใจให้ผู้บริโภคได้รับความเสียหาย หรือประมาทเลินเล่ออย่างร้ายแรง ไม่นำพาต่อความเสียหายที่จะเกิดแก่ผู้บริโภคหรือกระทำการอัน เป็นการฝ่าฝืนต่อความรับผิดชอบในฐานะผู้มีอาชีพด้านธุรกิจ อันเป็นที่ไว้วางใจของประชาชนเป็นจำเลยทฤษฎีว่าด้วยความศักดิ์สิทธิ์แห่งการแสดงเจตนา (Autonomy of Will)เป็นหลักกฎหมายที่

อาศัยหลักความเป็นเหตุเป็นผลเรียกว่านิติสัมพันธ์ ทางนี้ซึ่งอยู่บนฐานของเจตนาของบุคคลตามทฤษฎีว่าด้วยความรับผิดทางละเมิด (Tortuou Liability) เกิดขึ้นจากปรากฏการณ์ตามธรรมชาติของมนุษย์ที่อยู่รวมกันเป็นสังคมเป็นรัฐภายใต้หลักของกฎหมายและที่เกี่ยวกับกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญาที่ว่าสิทธิที่จะได้เยียวยาความเสียหาย (the Right to be Heard) และ ความเป็นธรรมในการทำสัญญา (Right to Fair Contract)

จากผลการศึกษาทำให้ทราบว่า มาตรการทางกฎหมายในการสร้างอำนาจต่อรองของผู้บริโภคด้านสัญญาเกี่ยวกับการฟ้องการพิสูจน์ และค่าเสียหาย ค่าสินไหมทดแทน ตามพระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ. 2551 ยังไม่มีความชัดเจนและครอบคลุมต่อการสร้างอำนาจต่อรองของผู้บริโภคดังนี้

2.1 ประเด็นสัญญาเกี่ยวกับการดำเนินคดีผู้บริโภค ในบทนิยามศัพท์มาตรา 3 โดยเห็นนิยามความว่า “ผู้ประกอบธุรกิจ” ยังไม่สื่อความหมายที่ตรงด้าน ชัดเจน และครอบคลุม ถึงกรณีที่เป็นบุคคลธรรมดาหรือในกรณีของนิติบุคคล เมื่อเป็นผู้ประกอบธุรกิจแล้ว ไม่ว่าจะได้กระทำลงตามวัตถุประสงค์ของผู้ประกอบธุรกิจหรือไม่ หรือจะทำไปเพื่อแสวงหาค่าตอบแทนในรูปแบบผลกำไร ซึ่งยังมีประเด็นปัญหาเกี่ยวกับคำวินิจฉัยของประธานศาลอุทธรณ์ว่า คดีใดเป็นคดีผู้บริโภคที่เป็นปัจจัย.มาตรการทางกฎหมายที่ควรได้รับการแก้ไขให้เกิดความชัดเจน โดยการกำหนดระยะเวลาที่แน่นอน เพื่อมิให้กระบวนการพิจารณาคดีล่าช้าออกไป หรือมีการบังคับเวลาทำให้เกิดความไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคที่ได้รับความเสียหายและก่อให้เกิดปัญหาภาระการสืบพยานหลักฐานในกระบวนการยุติธรรมในคดีผู้บริโภคด้านสัญญาได้

2.2 ประเด็นเกี่ยวกับเขตอำนาจศาลในการกำหนดค่าเสียหาย หรือค่าสินไหมทดแทน ถือเป็นการลงโทษผู้กระทำความผิดที่มีพฤติกรรมร้ายแรงกว่าปกติ มีวัตถุประสงค์เป็นการลงโทษผู้ประกอบธุรกิจโดยตรงเพื่อเป็นการป้องปรามผู้ประกอบธุรกิจมิให้กระทำความผิดเช่นนั้นอีก รวมถึงผู้ประกอบธุรกิจประเภทเดียวกันมิให้กระทำความผิดมิให้เกิดความเสียหายเช่นเดียวกัน หากพฤติการณ์ผู้ประกอบธุรกิจมีเจตนาเอาเปรียบผู้บริโภคโดยไม่เป็นธรรม หรือจงใจให้ผู้บริโภคได้รับความเสียหาย หรือประมาทเลินเล่ออย่างร้ายแรงโดยไม่นำพาต่อความเสียหายที่จะเกิดขึ้นแก่ผู้บริโภค หรือจะทำการอันเป็นการฝ่าฝืนความรับผิดชอบในฐานะผู้มีอาชีพหรือธุรกิจอันเป็นที่ไม่น่าใจแก่ประชาชน โดยศาลสามารถใช้ดุลยพินิจพิพากษากำหนดค่าเสียหาย หรือค่าสินไหมทดแทนเกินความเสียหายที่แท้จริงได้ไม่เกิน สองเท่าของความเสียหายที่แท้จริง และถ้าหากความเสียหายที่แท้จริงที่ศาลกำหนดมีจำนวนไม่เกินห้าหมื่นบาท ศาลสามารถใช้ดุลพินิจกำหนดค่าเสียหายเพื่อเป็นกี่ลงโทษได้ไม่เกิน ห้าเท่า ของความเสียหายที่แท้จริงเพื่อมิให้เป็นเยี่ยงอย่างแก่ผู้ประกอบธุรกิจรายอื่นๆ

สรุปการศึกษา

มาตรการทางกฎหมายในการสร้างอำนาจต่อรองของผู้บริโภคด้านสัญญา รวมถึงปัญหาและการบังคับใช้ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ 2522. พระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ. 2551 และพระราชบัญญัติความไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540 ประกอบกับกฎหมายต่างประเทศ พบว่ามาตรการทางกฎหมายในการสร้างอำนาจต่อรองของผู้บริโภคด้านสัญญา ก่อนเข้าทำสัญญา และการบังคับใช้สัญญาปัญหาด้านกฎหมาย 3 ฉบับ ได้แก่พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคพ.ศ. 2522 พระราชบัญญัติความไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540 และพระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ. 2551 โดยสรุปได้ดังนี้ คือพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 มาตรา 35 ทวิ ถึงมาตรา 36 กำหนดมาตราภายในการให้การคุ้มครองโดยกำหนดให้การกำหนดใช้ธุรกิจการขายสินค้าหรือบริการเป็นธุรกิจที่ครอบคลุมสัญญาซึ่งการครอบคลุมสัญญานั้นผู้ประกอบธุรกิจทำกับผู้บริโภคต้องมีลักษณะ 1) เป็นสัญญาจำเป็นซึ่งหากมิได้ใช้ข้อสัญญาเช่นนั้นทำให้ผู้บริโภคเสียเปรียบผู้ประกอบธุรกิจเกินควร 2) ห้ามใช้สัญญาที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคทั้งนี้ตามหลักเกณฑ์เงื่อนไขและรายละเอียดที่คณะกรรมการว่าด้วยสัญญากำหนด นอกจากนี้ยังกำหนดห้ามใช้ข้อสัญญาไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการสัญญาไม่เป็นธรรมกำหนดเพื่อประโยชน์ของผู้บริโภคเป็นส่วนรวมโดยคณะกรรมการว่าด้วยสัญญาควรให้ผู้ประกอบธุรกิจจัดทำสัญญาตามแบบที่คณะกรรมการกำหนดหรือกำหนดให้มีการทำรายการหลักฐานการรับเงินได้ โดยหลักฐานการรับเงินจะต้องมีลักษณะเช่นมีรายการการใช้ข้อความที่จำเป็นซึ่งหากมิได้มีรายการหรือหากมิได้ใช้ข้อความเช่นนี้นั้นทำให้ผู้บริโภคเสียเปรียบผู้ประกอบกิจการเกินควรและห้ามใช้ข้อความที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคเป็นต้นนอกจากนี้กฎหมายยังกำหนดมาตรการกรณี ผู้ประกอบธุรกิจขายสินค้าหรือบริการให้คำมั่นว่าจะทำสัญญารับประกันไว้ให้แก่ผู้บริโภคโดยการให้คำมั่นสัญญาในการรับประกันแก่ผู้บริโภคต้องทำเป็นหนังสือลงลายมือชื่อผู้ประกอบธุรกิจหรือผู้แทนและคำมั่นสัญญาไว้แก่ผู้บริโภคพร้อมสินค้าหรือให้บริการ

นอกจากบทบัญญัติทางด้านกฎหมายในการสร้างอำนาจต่อรองของผู้บริโภคแล้วกฎหมายยังกำหนดระบบกลไกเกี่ยวกับการให้การรับรองและคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญาเช่นมีการกำหนดองค์กรให้ควรคุ้มครองผู้บริโภคซึ่งเรียกว่าสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค(ส.ค.บ.) กำหนดให้มีคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคและให้มีองค์กรเอกที่เอามาให้ความช่วยเหลือการให้ความคุ้มครองผู้บริโภคในด้านต่างๆโดยได้รับการรับรองของคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

ในส่วนการกำหนดมาตรการสร้างอำนาจต่อรองของผู้บริโภคด้านการฟ้อง การพิสูจน์และการเรียกค่าเสียหายหรือค่าสินไหมทดแทนซึ่งการดำเนินคดีตามพระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภคพ.ศ 2551 เป็นการดำเนินกระบวนวิธีพิจารณาคดีระบบไตร่ตรอง

ในส่วนของมาตรการในการสร้างอำนาจต่อรองของผู้บริโภคด้านการฟ้องการพิสูจน์และการเรียกค่าเสียหายหรือค่าสินไหมทดแทนซึ่งตามพระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคุ้มครองผู้บริโภคพ.ศ 2551 นั้นยังพบประเด็นปัญหาเกี่ยวกับการให้ความคุ้มครองอย่างไม่มีความชัดเจนและครอบคลุมต่อการสร้างอำนาจต่อรองในประเด็นเกี่ยวกับการดำเนินคดีผู้บริโภคโดยเฉพาะบทนิยามศัพท์ มาตรา 3 โดยเฉพาะคำว่าผู้ประกอบธุรกิจยังไม่สื่อความหมายที่ครบถ้วนชัดเจนและครอบคลุมกรณีเป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลหรือประเด็นที่เกี่ยวกับเขตอำนาจศาล ในการกำหนดค่าเสียหายหรือค่าสินไหมทดแทนอันเป็นการลงโทษผู้กระทำความผิดมีพฤติการณ์เหตุการณ์ร้ายแรงกว่าปกติในกรณีดังกล่าวนี้จะมีความสอดคล้องกับประเด็นนิยามศัพย์ ตามมาตรา 3 กรณีนี้พยายามความหมายคำว่า“ผู้ประกอบธุรกิจ” อันส่งผลต่อการพิจารณาคดีเกี่ยวกับการฟ้องร้องการสืบพยานและการฟ้องเรียกค่าเสียหายหรือค่าสินไหมทดแทนซึ่งในประเด็นนี้ควรมีการบัญญัตินิยามศัพท์ตามมาตรา 3 แห่งพระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ 2551 ในนิยามความหมายของคำว่า “ผู้ประกอบธุรกิจ” การแก้ไขเพิ่มเติมคำว่า “ผู้ประกอบธุรกิจ” ทั้งบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลในนิยามความหมายคำศัพท์ต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. ปัญหาเกี่ยวกับการดำเนินคดีผู้บริโภค ผู้ศึกษาพบว่ามีข้อเสนอแนะคือ

1.1 กำหนดหลักเกณฑ์ผู้ประกอบธุรกิจเพื่อให้เกิดความชัดเจน ครอบคลุม ครบถ้วน เท่าเทียม และเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของกฎหมายโดยเพิ่มเติมในมาตรา 3 ความหมายของ ผู้ประกอบ ธุรกิจ “ทั้งนี้ ไม่ว่าจะได้กระทำตามขอบวัตถุประสงค์ของผู้ประกอบธุรกิจหรือไม่ หรือไม่ว่าจะ ได้รับค่าตอบแทนหรือผลกำไรหรือไม่ก็ตาม”

1.2 กำหนดระยะเวลาในการพิจารณาของของประธานศาลอุทธรณ์ให้มีความชัดเจน แน่นอน โดยแก้ไขเพิ่มเติม มาตรา 8 “เมื่อได้รับคำขอจากศาลชั้นต้นแล้วให้ประธานศาลอุทธรณ์ มีคำวินิจฉัยและแจ้งผลไปยังศาลชั้นต้นภายในระยะเวลาไม่เกิน 30 วัน นับแต่วันที่ประธานศาลอุทธรณ์ได้รับเรื่อง”

2. ปัญหาเกี่ยวกับเขตอำนาจศาลผู้ศึกษาพบว่ามีข้อเสนอแนะคือ ให้สามารถกำหนดภูมิลำเนา เฉพาะการ ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 42 เป็นอีกภูมิลำเนาหนึ่ง เพื่อเป็นการ อำนวยความ

สะดวกให้กับผู้บริโภคที่ถูกฟ้องเป็นจำเลย โดยแก้ไขเพิ่มเติม มาตรา 17 “ในกรณีที่โจทก์และจำเลยได้ตกลงภูมิลำเนาเฉพาะการไว้ในสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษร ผู้ประกอบธุรกิจอาจเสนอคำฟ้องต่อศาลที่ตกลงกันไว้ก็ได้”

3. ปัญหาการนำการดำเนินคดีแบบกลุ่มตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่งมาใช้กับคดีผู้บริโภคผู้ศึกษา พบว่ามีข้อเสนอแนะคือ เพื่อให้สามารถนำการดำเนินคดีแบบกลุ่มตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่งมาใช้กับการพิจารณาคดีผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง อันเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของกฎหมายเพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้บริโภคจำนวนมากที่ได้รับความ เสียหายจากผู้ประกอบธุรกิจรายเดียว โดยแก้ไขเพิ่มเติม มาตรา 7 “ให้นำบทบัญญัติแห่งประมวล กฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่งมาใช้บังคับเท่าที่ไม่ขัดหรือแย้ง โดยอนุโลม

4. ปัญหาเกี่ยวกับอำนาจของศาลในการกำหนดค่าเสียหายเกินความเสียหายแท้จริงผู้ศึกษา พบว่ามีข้อเสนอแนะคือ เพื่อเพิ่มการกำหนดจำนวนเงินให้ศาลกำหนดค่าเสียหายเพื่อลงโทษได้ สูงขึ้น โดยแก้ไขเพิ่มเติม มาตรา 42 วรรคสอง “การกำหนดค่าเสียหายเพื่อการลงโทษตามวรรคหนึ่ง ให้ศาลมีอำนาจกำหนดได้แม้ไม่มีความเสียหายแท้จริงเกิดขึ้น โดยกำหนดได้ไม่เกินสองเท่าของค่าเสียหายที่แท้จริงที่ศาลกำหนด แต่ถ้าค่าเสียหายที่แท้จริงที่ศาลกำหนดมีจำนวนเงินไม่เกินหนึ่งแสนบาท ให้ศาลมีอำนาจกำหนดค่าเสียหายเพื่อการลงโทษได้ไม่เกินห้าเท่าของค่าเสียหายที่แท้จริง ที่ศาลกำหนด”

บรรณานุกรม

ไพโรจน์ วายุภาพ,(2561) คำอธิบายกฎหมายวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค. (2552). กรุงเทพมหานคร,
วนิดา อินทรอำนวย (2561)“คดีผู้บริโภค”.สืบค้นเมื่อ 3 กรกฎาคม 2567 จาก
https://www.parliament.go.th.
ธรรมนิตย์ สุมันตกุล,(2558), ความเสียหายเชิงลงโทษ, สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา
ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์
ประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่ง
พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522
พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535
พระราชบัญญัติประกันชีวิต พ.ศ. 2535
พระราชบัญญัติประกันวินาศภัย พ.ศ. 2535
พระราชบัญญัติหลักนิติอุตสาหกรรม พ.ศ. 2511
พระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ 2551
หทัยทิพย์ สำรวย,(2544) ปัญหากฎหมายเกี่ยวกับการฟ้องคดีผู้บริโภค.สำนักงานบัณฑิตศึกษาคณะ
นิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
Consumer Protection act 1999.

Dectec No 99/2011/ND – CP detailing and guiding a number of articles of the Law on Protection of Consumer Rights.