

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากอดีตที่ผ่านมาสัญญามาตรฐาน (Standard Form Contract) ถูกกำหนดขึ้นมาเพื่อใช้ระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจกับผู้ประกอบธุรกิจซึ่งมีประสบการณ์ และมีสถานะทางเศรษฐกิจเท่าเทียมกัน และตระหนักถึงความเสี่ยงทางการค้าที่จะเกิดขึ้นระหว่างกัน และกันคู่สัญญาซึ่งเป็นผู้ประกอบธุรกิจดังกล่าวต่างก็มีอำนาจในการต่อรองเงื่อนไขและข้อตกลงต่างๆในสัญญา อาทิเช่นราคา กำหนดวันส่งสินค้า ประกันภัย อื่นๆ หากคู่สัญญาเห็นว่าสัญญามาตรฐานฉบับใดมีข้อสัญญาที่กำหนดให้คู่สัญญายอมมีอำนาจเจรจาต่อรองกันใหม่ เพื่อปรับปรุงแก้ไขให้ข้อสัญญาดังกล่าวมีความเข้มแข็ง และมีอำนาจครอบงำตลาดมากขึ้นแต่ประชาชนส่วนใหญ่ที่อยู่ในฐานะผู้บริโภคสินค้า หรือบริการกลับมีทางเลือกน้อยลงสิ่งที่เกิดขึ้นคือ ผู้ประกอบธุรกิจที่อยู่ในฐานะที่เหนือกว่าผู้บริโภค ในด้านต่างๆ ดังกล่าวสามารถใช้หลักความศักดิ์สิทธิ์แห่งการแสดงเจตนา ทำนิติกรรมสัญญาเอาใจเอาเปรียบผู้บริโภคที่มีอำนาจต่อรองต่ำกว่าอย่างไรก็ได้ ผู้บริโภคจึงไม่เพียงแต่จะตั้งเงื่อนไขต่อรองในเนื้อหาสาระแห่งสัญญาไม่ได้เท่านั้น แม้จะใช้เสรีภาพไม่ยอมเข้าทำสัญญาที่ไม่เป็นธรรมนั้นก็ไม่ได้ด้วยเพราะไม่มีทางเลือกอื่นที่เหมาะสมเพียงพอ บรรดาผู้ประกอบการค้าที่มีอำนาจต่อรองเหนือกว่าผู้บริโภคจึงอยู่ในฐานะที่ได้เปรียบในการทำสัญญาอย่างยิ่งและมีจำนวนไม่น้อยที่ได้ใช้ข้อได้เปรียบนี้กำหนดเงื่อนไขในร่างสัญญาให้เป็นคุณแก่ตนฝ่ายเดียว โดยไม่คำนึงถึงความเป็นธรรม และนำเสนอร่างสัญญานั้นต่อผู้บริโภคที่มีอำนาจต่อรองน้อยกว่าในลักษณะที่ให้ผู้บริโภคเลือกเพียง “รับหรือไม่รับข้อสัญญา” (Take it or Leave it Contract หรือ Adhesion Contract) อันเรียกว่าสัญญาสำเร็จรูปหรือสัญญาจำยอม¹

สัญญาสำเร็จรูปมักจะมีลักษณะที่เกี่ยวเนื่อง กับสัญญามาตรฐานทุกประการกล่าว คือ สัญญาสำเร็จรูปจะพิมพ์ข้อความส่วนใหญ่ไว้เรียบร้อยแล้วโดยมีเนื้อความส่วนใหญ่เหมือนกันหมด

¹ ژیญู กักศิธนากุล. (2541). สรุปสาระสำคัญของพระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ.

คู่สัญญาเพียงแต่เพิ่มเติมรายละเอียดเล็กน้อยในการทำสัญญาแต่ละครั้ง ก็จะทำให้สัญญาสมบูรณ์ บางครั้งจึงมีผู้เรียกสัญญาสำเร็จรูปว่าเป็น Standard Form Contract หรือสัญญามาตรฐานแต่สัญญาสำเร็จรูปต้องเป็นสัญญาที่คู่สัญญาฝ่ายหนึ่งกำหนดข้อสัญญาไว้ล่วงหน้า โดยไม่เปิดโอกาสให้อีกฝ่ายหนึ่งเข้าร่วมกำหนดข้อสัญญาด้วย (Co-Determination of Contractual Terms) ในขณะที่สัญญามาตรฐานผู้ประกอบการค้าได้ทำไว้เป็นมาตรฐาน เพื่อสามารถใช้ได้ทันทีกับลูกค้าทุกรายโดยไม่ต้องร่างสัญญาเป็นรายๆ ไปสัญญาสำเร็จรูปจึงไม่จำเป็นต้องเป็นสัญญามาตรฐานหากผู้ประกอบการเพียงกำหนดข้อสัญญาไว้ล่วงหน้าฝ่ายเดียวแต่ไม่ได้มุ่งหมายใช้สัญญาดังกล่าวเป็น “แบบมาตรฐาน” ในการค้า

ในปัจจุบันการติดต่อสื่อสารในยุคโลกไร้พรมแดนการซื้อขายทางอินเทอร์เน็ตมีจำนวนมากขึ้นสัญญาที่ใช้เป็นสัญญาสำเร็จรูป ดังนั้นการเอาเปรียบของผู้ประกอบธุรกิจที่ใช้สัญญาสำเร็จรูปมีระดับที่สูงขึ้น และมีขอบเขตที่กว้างขวางมากขึ้นความไม่เป็นธรรมที่ผู้บริโภคได้รับ และปัญหาความเดือดร้อนละความเสียหายของผู้บริโภคอันเนื่องมาจากการใช้สินค้า หรือกระทำสัญญานั้นมาจากสาเหตุหลายประการแต่ที่สำคัญคือความไม่รู้ข้อเท็จจริงที่เกี่ยวกับสินค้า หรือสัญญาหลงเชื่อหรือเข้าใจผิดในสาระสำคัญของสินค้าหรือสัญญาซึ่งสาเหตุดังกล่าวนี้ทำให้ผู้ประกอบการอาจมีเจตนาจงใจปกปิดความจริงบางอย่าง เพื่อไม่ให้ผู้บริโภคได้รู้ เพราะถ้าผู้บริโภคก็จะได้ไม่ซื้อสินค้า หรือเข้าทำสัญญาการที่ผู้ประกอบการไม่บอกความจริง ที่เป็นสาระสำคัญของสินค้า หรือสัญญา เพื่อให้ผู้บริโภคได้รู้ก่อนตัดสินใจ ย่อมเป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค และอาจก่อให้เกิดผลเสียหายต่อผู้บริโภค

ในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยพ.ศ.2540 ได้ให้ความสำคัญแก่สิทธิของผู้บริโภค โดยมีการกำหนดถึงเรื่องการให้ความคุ้มครองแก่ผู้บริโภคอย่างชัดเจนในมาตรา 57 ว่า “สิทธิของบุคคลผู้เป็นผู้บริโภคย่อมได้รับความคุ้มครอง” ซึ่งกฎหมายรัฐธรรมนูญเป็นกฎหมายสูงสุด ของประเทศได้ให้ความสำคัญแก่ผู้บริโภคเป็นอย่างมาก หลักการในการให้ความคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญาได้กำหนดสิทธิของผู้บริโภคไว้ให้แตกต่างจากสิทธิโดยทั่วไปตามกฎหมายแพ่ง และพาณิชย์ ว่าด้วยนิติกรรมสัญญาของไทยได้ยึดหลักความศักดิ์สิทธิ์แห่งการแสดงเจตนาและหลักเสรีภาพแห่งสัญญาอย่างเคร่งครัดกล่าว คือเมื่อคู่สัญญาได้แสดงเจตนาทำนิติกรรมสัญญากัน โดยชอบด้วยกฎหมายและด้วยใจสมัครแล้วคู่กรณีจักต้องผูกพันให้ต้องปฏิบัติตามที่ได้ตกลงกันไว้อย่างเคร่งครัดถึงแม้ผลของการทำนิติกรรมสัญญานั้น จะทำให้ฝ่ายหนึ่งได้เปรียบอีกฝ่ายหนึ่งอย่างมากเพียงไรก็ตาม

หลักการดังกล่าว มีผลใช้มาถึงปัจจุบันโดยเฉพาะในสัญญาทางธุรกิจในรูปแบบสัญญาสำเร็จรูปที่ทำขึ้นระหว่างผู้ประกอบการ กับผู้บริโภคจะมีลักษณะที่ฝ่ายผู้บริโภคมักจะเสียเปรียบต่อฝ่ายผู้ประกอบการอยู่เสมอ เนื่องจากผู้บริโภคมิได้มีส่วนร่วมในการพิจารณา หรือกำหนดข้อสัญญาหากแต่เป็นฝ่ายผู้ประกอบการที่มีความเหนือกว่า ทั้งในด้านเศรษฐกิจความรู้ความเข้าใจในด้านเทคโนโลยีและด้านกฎหมายได้ร่างสัญญานั้นๆขึ้นฝ่ายเดียวผู้ประกอบการเป็นฝ่ายที่ได้เปรียบเหนือกว่าฝ่ายผู้บริโภคก่อให้เกิดสัญญาที่ไม่เป็นธรรมขึ้น

ดังนั้นการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญาในปัจจุบัน ได้มีพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 (ฉบับที่2) พ.ศ.2541 ได้มีการบัญญัติเพิ่มเติมเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญาไว้ในหลายเรื่องดังนี้ มาตรา3 คำจำกัดความ “สัญญา” มาตรา4 (3ทวิ) เรื่องสิทธิของผู้บริโภคในการได้รับความคุ้มครองด้านสัญญา มาตรา 14 (3) เรื่องการให้มีคณะกรรมการว่าด้วยสัญญาตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่กำหนดหรือตามแบบสัญญามาตรฐานที่คณะกรรมการกำหนดขึ้นเท่านั้น การฝ่าฝืน หรือไม่ปฏิบัติตามประกาศคณะกรรมการว่าด้วยสัญญา จะมีสภาพบังคับทั้งทางแพ่งและทางอาญาแต่ในทางปฏิบัติจริงแล้วการบังคับใช้กฎหมายตามประกาศฯ ดังกล่าวยังเกิดปัญหาอยู่ในหลายประการ ทำให้ผู้บริโภคยังไม่ได้รับความคุ้มครองด้านสัญญาให้เกิดความเป็นธรรม สมตามเจตนารมณ์ของกฎหมาย

1.2 สมมติฐานของการวิจัย

การทำสัญญาสำเร็จรูประหว่างผู้บริโภค กับผู้ประกอบการยังมีความเลื่อมล้ำกันอยู่ไม่ก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรมทางด้านสัญญา เพราะการทำสัญญาสำเร็จรูปนั้นผู้ประกอบการรู้ข้อเท็จจริง และข้อกฎหมาย รวมทั้งมีอำนาจต่อรองมากกว่าผู้บริโภค ทำให้เกิดความไม่เป็นธรรมแก่ผู้บริโภค ถึงแม้ในปัจจุบันได้มีกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคในการเข้าทำสัญญาสำเร็จรูปในธุรกิจบางประเภทถูกประกาศควบคุมให้อยู่ในกรอบของกฎหมาย เพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค แต่ก็ยังมีสัญญาสำเร็จรูปที่ไม่ได้ถูกประกาศควบคุมให้อยู่ในกรอบของกฎหมาย เช่น สัญญาในแผ่นพลาสติก ใส่หุ้มอุปกรณ์ซอฟต์แวร์ สัญญาเฟรนไชส์ หรือสัญญาให้สิทธิ สัญญาทางอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น ก่อให้เกิดผลกระทบแก่ผู้บริโภคเป็นอย่างมาก ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการแก้ไขกฎระเบียบ โดยเพิ่มเติมมาตรการที่จะเข้าไปควบคุม และคุ้มครองให้เกิดความเป็นธรรม ในการทำสัญญาต่อผู้บริโภคยิ่งขึ้น

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.3.1 เพื่อศึกษา และวิเคราะห์ถึงการทำสัญญาระหว่างผู้บริโภคร และผู้ประกอบการธุรกิจในด้านของมาตรการทางกฎหมายที่มีอยู่ในปัจจุบันว่ามีมากหรือน้อยและเหมาะสมหรือไม่อย่างไร

1.3.2 เพื่อศึกษาถึงปัญหา และผลของกฎหมายที่ใช้คุ้มครองสิทธิผู้บริโภค ให้ได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญาตามกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภค และกฎหมายว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมทั้งนี้เพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค

1.3.3 เพื่อศึกษา และวิเคราะห์ถึงกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ในเรื่องการทำสัญญาระหว่างผู้บริโภคร และ ผู้ประกอบการธุรกิจของต่างประเทศว่ามีข้อดี และข้อเสียอย่างไร ทั้งนี้เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงและเป็นแนวทางในการนำไปปรับปรุงแก้ไขกฎหมายในประเทศไทยทั้งนี้เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมในการทำสัญญาแก่ผู้บริโภครยิ่งขึ้น

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตของการศึกษาวิจัย ได้แก่การศึกษาบทบัญญัติ ของพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 (ฉบับที่2) พ.ศ.2541 ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับ ความไม่เป็นธรรมของสัญญาสำเร็จรูป เพื่อหามาตรการในการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมในการทำสัญญาโดยศึกษากฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้องกับสัญญาสำเร็จรูปได้แก่ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ พระราชบัญญัติข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ.2540 พระราชบัญญัติจัดสรรที่ดิน พ.ศ.2543

1.5 วิธีการดำเนินการศึกษาวิจัย

การศึกษาวิจัยวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ เป็นการวิจัยแบบวิจัยเอกสาร (Documentary Research) และวิเคราะห์เปรียบเทียบ โดยจะกล่าวถึงกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญาในประเทศไทย ญี่ปุ่น ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศเยอรมัน ประเทศสิงคโปร์ และนำข้อกฎหมายนั้นมาวิเคราะห์เปรียบเทียบมาตรการที่ต่างประเทศใช้ในการแก้ปัญหาสัญญาสำเร็จรูป เพื่อเป็นแนวทางปรับปรุงแก้ไขปัญหา ในการทำสัญญาที่ยังพบอยู่ประเทศไทยต่อไป ข้อมูลส่วนใหญ่ เป็นเรื่องเกี่ยวกับมาตรการทางกฎหมายด้านสัญญาซึ่งข้อมูลที่ใช้ศึกษากรณีของต่างประเทศนั้นจะเป็นข้อมูลที่ได้จากเอกสารต่างๆเช่นประมวลกฎหมาย พระราชบัญญัติต่างๆตำราข้อมูลจากเว็บไซต์(Website) ต่างๆ ทางอินเทอร์เน็ต (Internet) ส่วนข้อมูลที่ใช้ศึกษากรณีของไทยมาจากประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ พระราชบัญญัติต่างๆ ตำรา และวารสารบทความต่างๆ จากห้องสมุดของสถาบันต่างๆ โดยวิธีการเขียนจะใช้วิธีพรรณนา และวิเคราะห์ (Descriptive and Analytical Method)

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1.6.1 ทำให้ได้รับทราบปัญหา เกี่ยวกับมาตรการใช้บังคับทางกฎหมาย ที่จะคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคด้านสัญญาตลอดถึงขอบเขตของการทำสัญญาให้มีผลกระทบต่อคู่สัญญาให้น้อยที่สุด และเกิดความเป็นธรรมแก่ทุกฝ่ายทั้งนี้ เพื่อให้สอดคล้องกับหลัก ในการให้ความคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค ให้ได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญามากที่สุด

1.6.2 ทำให้ทราบถึงประโยชน์ ของผู้บริโภคที่จะได้รับตามกฎหมาย และก่อให้เกิดความเป็นธรรมในการทำสัญญาโดยมีกฎหมายที่ให้ความคุ้มครองอย่างชัดเจน

1.6.3 นำผลสรุปที่ได้รับจากการศึกษาวิเคราะห์มาใช้เป็นแนวทางเสนอแนะและแก้ไขปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องหรือกำหนดมาตรการที่เหมาะสมในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น