

มาตรการทางกฎหมายในการคุ้มครองผู้บริโภค  
ศึกษารณการเลิกสัญญาของผู้ประกอบธุรกิจ  
Legal measures to protect consumers  
Study the case of terminating contracts of business operators

ยุวดี มัญติยาการกุล\*

วิทยาลัยกฎหมายและการปกครอง มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ  
เลขที่ 319 ตำบลโพธิ์ อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ 33000

Yuwadee Muntiyakankul

College of Law and Government, Sisaket Rajabhat University  
319, Pho Subdistrict, Muaeng District, Sisaket Province, 33000

Email: yuwadeelawlaw@gmail.com

Received: November 6, 2023

Revised: December 25, 2023

Accepted: December 28, 2023

### บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาหลักเกณฑ์ในการเลิกสัญญาและผลของการเลิกสัญญาตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์และกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค ทั้งตามกฎหมายไทยและกฎหมายต่างประเทศ 2) ศึกษาและวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นกับผู้บริโภคเมื่อต้องการใช้สิทธิเลิกสัญญา พร้อมนำเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหาที่เหมาะสมแก่ผู้บริโภค

ผลการวิจัยพบว่า กฎหมายของประเทศไทยและประเทศญี่ปุ่นมิได้มีบทบัญญัติเฉพาะเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคจากรณการเลิกสัญญาของผู้ประกอบธุรกิจไว้โดยตรง ส่วนในประเทศอังกฤษพบว่ามีข้อบังคับเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคจากการค้าที่ไม่เป็นธรรมไว้โดยตรง คือ The Consumer Protection from Unfair Trading Regulations 2008 (Amendment 2014) หรือ CPRs ซึ่งกฎหมายฉบับดังกล่าวออกมาสอดคล้องกับ Unfair Commercial Practices Directive หรือ UCPD ที่ได้บัญญัติไว้ว่าการปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมนั้นเป็นสิ่งที่ต้องห้าม โดยกำหนดให้การปฏิบัติทางการค้าที่ก้าวร้าว/เชิงรุก (Aggressive commercial practices)

\* ผู้ช่วยศาสตราจารย์, อาจารย์ประจำ, วิทยาลัยกฎหมายและการปกครอง, มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ

ผู้วิจัยเห็นว่าปัญหาในเรื่องหลักเกณฑ์และผลของการเลิกสัญญา นั้นควรมีการแก้ไขพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค โดยบัญญัติเพิ่มเติมกฎหมายให้คณะกรรมการว่าด้วยสัญญา มีอำนาจกำหนดหลักเกณฑ์ต่าง ๆ ของสัญญา ระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจและผู้บริโภคเป็นการทั่วไป และระบุให้ชัดเจนว่าผู้บริโภคสามารถแสดงเจตนาเลิกสัญญาได้หลายช่องทาง และให้สิทธิผู้บริโภคแสดงเจตนาเลิกสัญญาต่อหน่วยงานของรัฐที่กฎหมายให้อำนาจได้ ส่วนปัญหาอุปสรรคในการเลิกสัญญานั้น ผู้วิจัยเห็นว่าควรมีการแก้ไขเพิ่มเติมพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค โดยกำหนดให้การปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมเป็นสิ่งที่ต้องห้าม และแบ่งประเภทของการปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมออกเป็นหลายชนิดการกระทำ รวมทั้งกำหนดให้การกระทำของผู้ประกอบการธุรกิจที่เป็นการสร้างอุปสรรคแก่ผู้บริโภคในการเลิกสัญญา ถือว่าเป็นการปฏิบัติทางการค้าที่ก้าวร้าว/เชิงรุก (Aggressive Commercial Practice)

**คำสำคัญ:** การคุ้มครองผู้บริโภค, การเลิกสัญญา, ผู้ประกอบการธุรกิจ

## Abstract

The purposes of this research article are to 1) study the criteria for terminating a contract and the results of terminating a contract according to the Civil and Commercial Code and consumer protection laws. Both according to Thai law and foreign law. 2) Study and analyze problems and obstacles that arise with consumers when they want to exercise their right to cancel the contract.

The research results found that The laws of Thailand and Japan do not have specific provisions to directly protect consumers from contract termination by business operators. In England, it is found that there is a regulation directly related to protecting consumers from unfair trading, namely The Consumer Protection from Unfair Trading Regulations 2008 (Amendment 2014) or CPRs, which the said law is consistent with the Unfair Commercial Practices. Directive or UCPD which has stipulated that unfair trade practices are prohibited. By specifying aggressive/ proactive commercial practices (Aggressive commercial practices)

The researcher opinion on the resolution of the problem is that the criteria and results of contract termination should be revised in accordance with the Consumer Protection Act by issuing additional law giving Contract Committee the power to determine and set the regulation of the contract between the business operator and the consumer in general and clearly specifying that the consumer can express their intention to terminate the contract through varying channel including authorized government agencies. As for the problems and obstacles in terminating the contract The researcher supports the idea of amending Consumer Protection Act to stipulates the prohibition of unfair trade practices, including classification of unfair trade practices causing complication for consumers in terminating contract in which considered to be aggressive/proactive commercial practice.

**Keywords:** consumer protection, contract termination, business operators

## 1. บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ก่อนที่จะมีกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภคใช้บังคับในประเทศไทย ความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคและผู้ประกอบธุรกิจจัดเป็นความสัมพันธ์ในระหว่างเอกชนด้วยกันอันอยู่ในขอบเขตของกฎหมายเอกชน หรือเรียกกันในหมิ่นกกฎหมายว่าเป็นนิติสัมพันธ์ตามกฎหมายเอกชนซึ่งประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์เป็นบทบัญญัติหลักทั่วไปที่เป็นฐานทางกฎหมายสำหรับความสัมพันธ์ระหว่างเอกชน ลักษณะเด่นของความสัมพันธ์ระหว่างเอกชนด้วยกันก็คือ ความศักดิ์สิทธิ์ของเจตนาเอกชน (Private autonomy) ในการเข้ามามีความสัมพันธ์ระหว่างกัน โดยกฎหมายให้เครื่องมืออย่างหนึ่งที่เรียกว่าสัญญา ซึ่งก่อนจะเข้ามามีความสัมพันธ์ต่อกันนั้น ทั้งสองฝ่ายต่างมีเสรีภาพที่จะตัดสินใจเข้าทำหรือไม่เข้าทำสัญญา จะตัดสินใจเข้าทำสัญญากับบุคคลใด จะตัดสินใจเข้าทำสัญญาด้วยข้อความหรือเนื้อหาผูกพันกันอย่างไร ที่นักกฎหมายเรียกกันว่าเสรีภาพในการเข้าทำสัญญา (Freedom of contract)<sup>1</sup> หากทั้งสองฝ่ายเลือกและตัดสินใจในการใช้เสรีภาพของตนอย่างสอดคล้องต่อกันแล้ว สัญญาจะเกิดขึ้นในระหว่างกันโดยมีผลทางกฎหมายที่ผูกพันให้คู่กรณีต้องปฏิบัติตามที่ได้แสดงเจตนาไว้ต่อกัน ดังนั้น เมื่อผู้บริโภคตกลงซื้อสินค้าหรือรับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจแล้ว นิติกรรมดังกล่าวจึงเกิดเป็นสัญญาขึ้นตามนิยามของคำว่า “สัญญา” ในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522<sup>2</sup> เนื่องจากเป็นความตกลงกันระหว่างผู้บริโภคและผู้ประกอบธุรกิจเพื่อซื้อและขายสินค้าหรือให้และรับบริการนั่นเอง ดังนั้น เมื่อผู้บริโภคผูกพันตามสัญญาแล้ว ผู้บริโภคก็ควรได้รับความคุ้มครองในสิทธิของตนตั้งแต่เข้าผูกพันตามสัญญาจนถึงภายหลังสิ้นสุดผูกพันตามสัญญา

อย่างไรก็ดี ในบางกรณีผู้บริโภคอาจใช้สิทธิเลิกสัญญาได้อย่างยากลำบากหรือไม่ได้รับความเป็นธรรมภายหลังการเลิกสัญญาอันเนื่องมาจากการที่ผู้ประกอบธุรกิจกระทำการบางอย่างหรือกำหนดวิธีการและเงื่อนไขบางประการเพื่อให้การเลิกสัญญาและการกลับคืนสู่ฐานะเดิมภายหลังการเลิกสัญญาทำได้อย่างยากลำบาก เช่น (ก) กรณีที่ผู้ประกอบธุรกิจกำหนดให้ผู้บริโภคที่ต้องการเลิกสัญญาติดต่อไปยังศูนย์บริการลูกค้า (Call Center) เพื่อดำเนินการเลิกสัญญา แต่ปรากฏว่าผู้บริโภคไม่สามารถติดต่อศูนย์บริการลูกค้าได้หรือต้องใช้เวลาที่ยาวนานกว่าที่จะติดต่อหรือเข้าถึงพนักงานบริการลูกค้าได้ หรือ (ข) กรณีธุรกิจให้บริการประเภทต่าง ๆ ที่กำหนดให้ผู้บริโภคที่มีความต้องการเลิกสัญญาสามารถติดต่อกับเจ้าหน้าที่ฝ่ายบริการลูกค้าของผู้ประกอบธุรกิจเพื่อดำเนินการเลิกสัญญา ซึ่งเมื่อผู้บริโภคติดต่อเจ้าหน้าที่ของผู้ประกอบธุรกิจแล้ว เจ้าหน้าที่ของผู้ประกอบธุรกิจอาจดำเนินการที่มีลักษณะเป็นการประวิง

<sup>1</sup> จิต เศรษฐบุตร, *หลักกฎหมายแพ่งลักษณะนิติกรรมและสัญญา*, พิมพ์ครั้งที่ 7 (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์เดือนตุลา, 2556), 212-226.

<sup>2</sup> นนทวัชร นวตระกูลพิสุทธิ์, *กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค* (กรุงเทพมหานคร: โครงการตำราและเอกสารประกอบการสอน คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2560), 8-19.

เวลาหรือไม่ดำเนินการเลิกสัญญาให้ตามที่ผู้บริโภคร้องขอ หรือให้ผู้บริโภคร้องขอการติดต่อกลับจากเจ้าหน้าที่ของผู้ประกอบธุรกิจเป็นเวลานาน และในท้ายที่สุดผู้บริโภครู้ก็ไม่ได้รับการติดต่อกลับหรือต้องรอเป็นเวลานานกว่าจะได้รับการติดต่อกลับจากผู้ประกอบธุรกิจ หรือ (ค) เป็นกรณีที่ผู้บริโภครู้ใช้สิทธิเลิกสัญญาแล้วและต้องมีการคืนเงินหรือคืนทรัพย์สินต่อกัน แต่ปรากฏว่าผู้ประกอบธุรกิจไม่ดำเนินการคืนเงินหรือคืนทรัพย์สินให้กับผู้บริโภครู้ภายในระยะเวลาอันสมควร เป็นต้น<sup>3</sup> จากกรณีตัวอย่างที่กล่าวถึงข้างต้นจะเห็นได้ว่า การที่ผู้ประกอบธุรกิจได้สร้างอุปสรรคทั้งก่อนการใช้สิทธิเลิกสัญญาและภายหลังจากที่ได้เลิกสัญญาต่อกัน ได้ส่งผลกระทบต่อผู้บริโภครู้เป็นวงกว้าง กรณีตัวอย่างการสร้างอุปสรรคในการเลิกสัญญาของผู้ประกอบธุรกิจ เช่น การร้องเรียนเลขที่เรื่อง 130813392 วันที่ 17 กุมภาพันธ์ 2565 เป็นกรณีที่ผู้ร้องยกเลิกสัญญาใช้บริการงานรับสัญญาณดาวเทียมแล้วตั้งแต่วันที่ธันวาคม 2564 ซึ่งผู้ประกอบธุรกิจได้ส่งพนักงานมาเก็บอุปกรณ์และจะมีการคืนเงินประกันอุปกรณ์ภายใน 45 วัน แต่เมื่อผู้ร้องสอบถามเรื่องการคืนเงินกับผู้ประกอบธุรกิจหลายครั้งก็ยังไม่ได้รับการคืนเงินจนเวลาผ่านไปกว่าสองเดือน ผู้ร้องก็ยังคงไม่ได้รับเงินคืน<sup>4</sup> เป็นต้น

นอกจากนี้ ที่ต่างประเทศยังปรากฏข่าวว่าในประเทศอังกฤษซึ่งได้มีการร้องเรียนเกี่ยวกับเรื่องการเลิกสัญญา โดยมีผู้บริโภครายหนึ่งออกมาเรียกร้องความเสียหายที่ตนได้รับจากการที่ไม่สามารถเลิกสัญญาเคเบิลทีวีได้เป็นเวลานานถึง 2 ปี ซึ่งเขาถูกผู้ประกอบธุรกิจทวงถามเพื่อเรียกเก็บเงิน แม้ว่าเขาได้ดำเนินการเลิกสัญญาแล้วก็ตาม ด้วยเหตุดังกล่าวจึงทำให้ผู้บริโภครายนั้นต้องสูญเสียทั้งค่าใช้จ่ายและเสียเวลาถึงสองปีครึ่ง ในการดำเนินการเลิกสัญญาและติดต่อกับศูนย์บริการลูกค้าของผู้ประกอบธุรกิจรายนั้น อีกทั้งผู้ประกอบธุรกิจยังทำให้เขาเสียความน่าเชื่อถือในทางเครดิตอีกด้วย ผู้บริโภครู้คนดังกล่าวจึงได้คิดคำนวณค่าเสียหายที่เขาได้รับจากการสร้างอุปสรรคของผู้ประกอบธุรกิจโดยจำแนกค่าเสียหายออกมาเป็นจำนวนเวลาที่เขาต้องติดต่อกับผู้ประกอบธุรกิจและหน่วยงานอื่นเพื่อนำรายละเอียดดังกล่าวมาคำนวณค่าเสียหายที่เขาต้องการเรียกร้องจากผู้ประกอบธุรกิจ และในท้ายที่สุดเมื่อเขาดำเนินการทางกฎหมายกับบริษัทของผู้ประกอบธุรกิจ เขาก็ได้รับการติดต่อจากผู้ประกอบธุรกิจ โดยสามารถไกล่เกลี่ยกับผู้ประกอบธุรกิจได้ โดยผู้ประกอบธุรกิจยินยอมชดใช้เงินให้กับผู้บริโภครายนี้เป็นค่าเสียหายจากการดำเนินการเลิกสัญญา ดังกล่าวอย่างล่าช้าในจำนวนที่มากกว่าที่ผู้บริโภครายนี้ได้คิดคำนวณไว้เล็กน้อย<sup>5</sup> จากปัญหาการเลิกสัญญาที่เกิดขึ้นทั้งในประเทศไทยและในต่างประเทศที่กล่าวถึงข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความ

<sup>3</sup> สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานนายกรัฐมนตรี, *สคบ.กับการคุ้มครองผู้บริโภค*, พิมพ์ครั้งที่ 16 (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ, 2556), 34-43.

<sup>4</sup> สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, “*รายการเรื่องร้องเรียน*,” 2565, [https://crm.nbtc.go.th/nbtc\\_complaint/](https://crm.nbtc.go.th/nbtc_complaint/), สืบค้นเมื่อ 12 มีนาคม 2566.

<sup>5</sup> เอมภา เตชะอภัยคุณ, *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับกลไกทางกฎหมายเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคจากการปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมของสหภาพยุโรป* (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์เดือนตุลา, 2558), 265-266.

สนใจที่จะศึกษาถึงมาตรการทางกฎหมายในการคุ้มครองผู้บริโภคเกี่ยวกับกรณีการเลิกสัญญาของผู้ประกอบธุรกิจ และเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับผู้บริโภคที่ได้รับผลกระทบจากการสร้างอุปสรรคในการเลิกสัญญาของผู้ประกอบธุรกิจ เพื่อที่จะได้นำแนวคิดดังกล่าวไปพัฒนาเป็นมาตรการทางกฎหมายของประเทศไทยเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการคุ้มครองผู้บริโภคต่อไป

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาหลักเกณฑ์ในการเลิกสัญญาและผลของการเลิกสัญญาตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์และกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค ทั้งตามกฎหมายไทยและกฎหมายต่างประเทศ

1.2.2 เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นกับผู้บริโภค เมื่อต้องการใช้สิทธิเลิกสัญญา พร้อมนำเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหาที่เหมาะสมแก่ผู้บริโภค

## 1.3 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งที่จะทำการศึกษาในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ว่าด้วยหมวดการเลิกสัญญา การผิดสัญญา เรื่องละเมิด และการเรียกค่าเสียหาย อีกทั้งศึกษากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคทั้งในส่วนของกฎหมายสารบัญญัติและวิธีสบัญญัติ เพื่อให้เข้าใจถึงหลักเกณฑ์และการตีความกฎหมายของประเทศไทยในเรื่องสิทธิในการเลิกสัญญาของผู้บริโภค และยังศึกษากฎหมายของประเทศอังกฤษและประเทศญี่ปุ่น ในเรื่องการเลิกสัญญาทั้งตามกฎหมายแพ่งลักษณะทั่วไปและกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศนั้น ๆ เพื่อนำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาวิเคราะห์และเสนอแนะแนวทางแก้ไขปัญหากล่าวถึงข้างต้นของประเทศไทยในปัจจุบัน รวมถึงกำหนดมาตรการทางกฎหมายในเรื่องดังกล่าว ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความเหมาะสมและเกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการคุ้มครองผู้บริโภคเกี่ยวกับการเลิกสัญญาของผู้ประกอบธุรกิจ

## 1.4 วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยนี้ใช้วิธีการศึกษาโดยค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลในลักษณะของการค้นคว้าวิจัยเอกสาร (Documentary Research) จากหนังสือตำรากฎหมายทั้งที่เป็นภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ และบทความทางกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เพื่อศึกษาถึงแนวคิด ทฤษฎี หลักกฎหมายความเห็น ข้อเท็จจริง และประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้น และนำความรู้ที่ได้จากการศึกษามารวบรวม โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) เพื่อให้เห็นถึงความสำคัญของปัญหาที่เกิดขึ้นในการคุ้มครองผู้บริโภค พร้อมทั้งเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้นอย่างเหมาะสมและเป็นธรรมต่อผู้บริโภคอย่างสูงสุด

## 1.5 ประโยชน์ที่จะได้รับ

1.5.1 ได้ทราบหลักเกณฑ์ในการเลิกสัญญาและผลของการเลิกสัญญาตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์และกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค ทั้งตามกฎหมายไทยและกฎหมายต่างประเทศ

1.5.2 ได้ทราบปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นกับผู้บริโภคเมื่อต้องการใช้สิทธิเลิกสัญญาพร้อมนำเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหาที่เหมาะสมแก่ผู้บริโภค

## 2. แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

### 2.1 การเลิกสัญญาตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์

ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 386 ได้กำหนดหลักเกณฑ์ในการเลิกสัญญาว่าสามารถทำได้โดยการแสดงเจตนาแก่คู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่ง และการแสดงเจตนา นั้นจะถอนไม่ได้ โดยกำหนดเหตุในการเลิกสัญญาไว้เป็นการเฉพาะ<sup>6</sup>

### 2.2 การเลิกสัญญาตามกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค

สิทธิในการเลิกสัญญาตามกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคคือการนำเอาหลัก Cooling off period ที่ให้สิทธิผู้บริโภคสามารถเลิกสัญญาได้แม้ไม่มีสาเหตุมาใช้ในการคุ้มครองผู้บริโภคของไทยผ่านทางประกาศของคณะกรรมการว่าด้วยสัญญา ซึ่งออกตามความในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคนั่นเอง ซึ่งการนำเอาหลักดังกล่าวมาใช้เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคได้ใช้สิทธิเลิกสัญญาของตนอย่างกว้างขวางโดยไม่ต้องคำนึงถึงเหตุผลตามที่ผู้ประกอบการธุรกิจกำหนดไว้แต่อย่างใด แต่อย่างไรก็ดีหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการเลิกสัญญาดังกล่าวก็ยังไม่สามารถแก้ไขปัญหาการสร้างอุปสรรคในการเลิกสัญญาของผู้ประกอบการได้ครบถ้วน กล่าวคือหากผู้บริโภคไม่ได้ใช้สิทธิบอกเลิกสัญญาภายในระยะเวลาที่กำหนดแล้ว ผู้บริโภคก็จะหมดสิทธิในการบอกเลิกสัญญานั้นเอง<sup>7</sup>

### 2.3 ผลของการเลิกสัญญาตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์

ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ได้กล่าวถึงผลของการบอกเลิกสัญญาเอาไว้ในมาตรา 391 กล่าวคือ เมื่อมีการใช้สิทธิบอกเลิกสัญญากันแล้ว ให้คู่สัญญาแต่ละฝ่ายกลับคืนสู่ฐานะเดิมเหมือนก่อนที่จะทำสัญญา เนื่องจากการบอกเลิกสัญญาส่งผลให้สัญญาระงับย้อนหลังไปตั้งแต่วันทำสัญญาด้วยการคืนสิ่งที่แต่ละฝ่ายได้รับไว้ให้กับอีกฝ่ายหนึ่งทั้งหมด แต่จะต้องไม่ทำให้เสื่อมเสียสิทธิของบุคคลภายนอก และถ้ามีการคืนเงินต้องให้ดอกเบี้ยด้วยตั้งแต่วันที่ ได้รับไว้ สำหรับดอกเบี้ยนั้นให้คิดตามอัตราที่กฎหมายกำหนดคือร้อยละ 7.5 ต่อปี สำหรับกรณีเป็นการงานที่ทำไปแล้วนั้นเป็นเรื่องที่โดยสภาพคืนกันไม่ได้หรือไม่อาจทำให้คืนสู่ฐานะเดิมได้ก็ต้องใช้เป็นเงินให้แทนตามอัตราที่สมควรหรือในอัตราตามสัญญา นอกจากนี้แม้จะมีการบอก

<sup>6</sup> ศนันทกรณ โสคติพันธ์, *คำอธิบายนิติกรรมสัญญา* (กรุงเทพมหานคร: วิญญูชน, 2561), 184-185.

<sup>7</sup> ดารารพร ธีรวัฒน์, *รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ เรื่องสัญญาผู้บริโภค:วิเคราะห์ศึกษาเปรียบเทียบหลักเกณฑ์การคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญาของต่างประเทศและของไทย* (กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2557), 4-5.

เลิกสัญญาแล้วก็ไม่กระทบถึงสิทธิที่ผู้บอกเลิกสัญญาจะเรียกค่าเสียหาย ซึ่งค่าเสียหายดังกล่าว อาจเป็นค่าเสียหายจากการไม่ชำระหนี้อันเป็นค่าเสียหายก่อนการบอกเลิกสัญญา โดยค่าเสียหายนี้ คู่สัญญาฝ่ายที่ไม่ผิดสัญญาจะต้องฟ้องและพิสูจน์ให้ศาลเห็นความเสียหายที่แท้จริง ซึ่งศาลก็จะ กำหนดค่าเสียหายในส่วนนี้ไปตามหลักเกณฑ์ของกฎหมายลักษณะหนี้และค่าเสียหายที่เกิดจากการบอกเลิกสัญญา หมายความว่า การบอกเลิกสัญญาของคู่สัญญาฝ่ายหนึ่งอาจทำให้คู่สัญญา อีกฝ่ายได้รับความเสียหาย ฝ่ายที่เสียหายก็อาจเรียกค่าเสียหายดังกล่าวได้

#### 2.4 ผลของการเลิกสัญญาตามกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค

ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคพบว่ามีประกาศคณะกรรมการว่าด้วยสัญญา กำหนดมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญาไว้ในมาตรา 35 ทวิถึงมาตรา 35 นว อันเป็น กฎหมายเฉพาะที่คณะกรรมการว่าด้วยสัญญา มีอำนาจกำหนดให้การประกอบธุรกิจขายสินค้า หรือให้บริการนั้นเป็นธุรกิจที่ควบคุมสัญญา<sup>8</sup>

#### 2.5 การเลิกสัญญาตามกฎหมายอังกฤษ

สิทธิในการเลิกสัญญาตามกฎหมายอังกฤษเกิดขึ้นด้วยการตกลงกันของคู่สัญญาหรือ เมื่อมีการผิดสัญญา ซึ่งเมื่อมีการผิดสัญญาขึ้นแล้วคู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งมีสิทธิที่จะเรียก ค่าเสียหายและเลิกสัญญาได้ ซึ่งการผิดสัญญาตามกฎหมายอังกฤษนั้นอาจเกิดขึ้นจากการชำระหนี้ ไม่ถูกต้องตามสัญญา โดยอาจเป็นการไม่ชำระหนี้เลย การชำระหนี้ล่าช้าหรือการชำระหนี้ บกพร่องนั่นเอง การผิดสัญญาดังกล่าวไม่ได้ทำให้สัญญาสิ้นสุดลงทันที แต่การผิดสัญญาเป็น การให้สิทธิฝ่ายที่มีได้เป็นผู้ผิดสัญญาให้มีสิทธิเลิกสัญญาได้ กล่าวคือฝ่ายที่มีได้ผิดสัญญา สามารถเลือกได้ว่าจะปฏิบัติตามสัญญาต่อไปหรือจะเลิกสัญญาและเมื่อตัดสินใจแล้วก็ไม่ สามารถเพิกถอนได้

#### 2.6 ผลของการเลิกสัญญาตามกฎหมายอังกฤษ

ผลของการเลิกสัญญาตามกฎหมายอังกฤษ กล่าวคือ ตามกฎหมายอังกฤษจะไม่มี การแยกให้เห็นความแตกต่างระหว่างสัญญาที่ก่อให้เกิดคู่สัญญาปฏิบัติครั้งหนึ่งครั้งเดียว กับ สัญญาที่ก่อให้เกิดคู่สัญญาทั้งสองฝ่ายปฏิบัติเป็นระยะเวลาช่วง ๆ กันไปตลอดระยะเวลาหนึ่ง ดังนั้นหากมีการปฏิเสธที่จะชำระหนี้หรือมีการผิดสัญญาเกิดขึ้น (breach of condition) คู่สัญญาที่มีได้เป็นฝ่ายผิดสัญญามีสิทธิ 2 ประการ คือ เลือกใช้สิทธิบังคับชำระหนี้ โดยเฉพาะเจาะจง หรือเลือกใช้สิทธิเลิกสัญญา ซึ่งการใช้สิทธิดังกล่าวสามารถฟ้องเรียก ค่าเสียหายได้ด้วย ดังนั้นการเลิกสัญญาจึงมีผลในอนาคตเท่านั้น ไม่มีผลย้อนหลังเป็น การกลับคืนสู่ฐานะเดิม เพียงแต่มีผลเป็นการปลดเปลื้องชำระหนี้ตามสัญญานับแต่วัน เลิกสัญญาเท่านั้น<sup>9</sup>

<sup>8</sup> อรรถยา สิงห์สงบ, *กฎหมายว่าด้วยสัญญา*, พิมพ์ครั้งที่ 2 (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์วิญญูชน, 2550), 102-119.

<sup>9</sup> Ewan Mckendrick, *Contract Law Text, Cases and Materials* (Newyork: Oxford University Press Inc., 2003), 142-146.



## 2.7 การเลิกสัญญาตามกฎหมายของประเทศญี่ปุ่น

การเลิกสัญญาในกฎหมายแพ่งของประเทศญี่ปุ่น คือการล้มเลิกนิติสัมพันธ์ที่ก่อให้เกิดขึ้นโดยสัญญา ซึ่งการเลิกสัญญาโดยทั่วไปนั้นเป็นกรณีการเลิกสัญญาเนื่องจากลูกหนี้ละเลยไม่ชำระหนี้หรือกรณีที่การชำระหนี้เป็นพันวิสัยอันจะโทษลูกหนี้ได้ นอกจากนี้การเลิกสัญญาอาจเกิดขึ้นจากความตกลงกันของคู่สัญญาทั้งสองฝ่ายก็ได้

## 2.8 ผลของการเลิกสัญญาตามกฎหมายของประเทศญี่ปุ่น

ผลของการเลิกสัญญาตามกฎหมายแพ่งของญี่ปุ่นนั้นมีผลคือทำให้คู่สัญญากลับคืนสู่ฐานะเดิม แต่ไม่กระทบกระเทือนถึงสิทธิของบุคคลที่สาม และหากเป็นกรณีที่ต้องมีการคืนเงินกันก็จะต้องมีการให้ดอกเบี้ยแก่กันด้วยนับจากเวลาที่ได้รับเงินนั้น และนอกจากนี้การเลิกสัญญายังไม่ตัดสิทธิในการเรียกร้องค่าเสียหายอีกด้วย<sup>10</sup>

## 3. ผลการวิจัย

3.1 ในเรื่องหลักเกณฑ์การเลิกสัญญา ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ยังไม่ชัดเจนและไม่ครอบคลุมกับทุกนิติสัมพันธ์ที่ผู้บริโภคทำกับผู้ประกอบธุรกิจ ทำให้ผู้บริโภคที่มีนิติสัมพันธ์กับผู้ประกอบธุรกิจในธุรกิจที่ไม่ได้ถูกควบคุมสัญญาไม่ได้รับการคุ้มครองสิทธิในกรณีที่ต้องการเลิกสัญญา ส่วนหลักเกณฑ์ในการเลิกสัญญาตามกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคและกฎหมายเฉพาะของประเทศอังกฤษ ผู้วิจัยเห็นว่าในกฎหมายสิทธิของผู้บริโภค ค.ศ. 2015 (Consumer Rights Act 2015) ของประเทศอังกฤษเป็นกฎหมายที่ให้สิทธิผู้บริโภคไว้หลายประการด้วยกัน ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกในการใช้สิทธิของตนอย่างเหมาะสมกับข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นโดยกฎหมายดังกล่าวกำหนดให้การแสดงเจตนาเลิกสัญญาทำได้ง่ายโดยแสดงเจตนาด้วยวาจาหรือการกระทำที่ชัดเจนเพียงพอ นอกจากนี้กฎหมายของประเทศอังกฤษยังมีข้อบังคับเกี่ยวกับข้อสัญญาอันไม่เป็นธรรมในสัญญาผู้บริโภคหรือ The Unfair Terms in Consumer Contracts Regulations 1999 (UTCCR) ที่กำหนดให้ข้อตกลงหรือข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมนั้นจะไม่ผูกพันผู้บริโภค<sup>11</sup> จากที่กล่าวมาผู้วิจัยจึงเห็นว่ากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศอังกฤษมีความเหมาะสมและชัดเจนในการคุ้มครองผู้บริโภคในเรื่องหลักเกณฑ์ในการเลิกสัญญา แต่สำหรับกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคและกฎหมายเฉพาะของประเทศญี่ปุ่นพบว่า พระราชบัญญัติผู้บริโภค (Basic Consumer Act 2004) ได้กำหนดเอาไว้แต่เพียงหลักเกณฑ์พื้นฐานเกี่ยวกับสัญญาผู้บริโภคเท่านั้น ส่วนพระราชบัญญัติสัญญาของผู้บริโภค (Consumer Contract Act 2000) ได้มีการกำหนดถึงเงื่อนไขในเรื่องการยกเลิกหรือเพิกถอนการแสดงเจตนาเกี่ยวกับข้อเสนอหรือคำสนองในสัญญาผู้บริโภค และบัญญัติถึงกรณีความเป็นโมฆะหรือความเสียหายของข้อสัญญาที่ระบุไว้ในสัญญาผู้บริโภคซึ่งมีลักษณะเป็นการยกเว้น

<sup>10</sup> J.E. De Becker, *Annotated Civil Code of Japan Volume 2* (London: Butterworth & Co., 1909), 201-206.

<sup>11</sup> พนัย ณ นคร, *หลักกฎหมายสัญญาของประเทศอังกฤษ* (กรุงเทพมหานคร: บริษัท เพรสมีเดีย จำกัด, 2542), 256-262.

ผู้ประกอบการธุรกิจจากความรับผิดชอบในการชดเชยค่าเสียหาย<sup>12</sup> อย่างไรก็ตามพระราชบัญญัตินี้มีได้มีบทบัญญัติเกี่ยวกับการเลิกสัญญาผู้บริโภคไว้โดยตรง

ส่วนผลการเลิกสัญญาตามกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทยนั้นบัญญัติถึงเรื่องผลที่ตามมาจากการเลิกสัญญาเอาไว้อย่างกระจัดกระจาย ปรากฏอยู่ในพระราชบัญญัติกฎหมายลำดับรองและประกาศคณะกรรมการว่าด้วยสัญญาหลายฉบับ ทำให้ผู้บริโภคอาจเกิดความสับสนและปรับใช้กฎหมายได้อย่างยากลำบาก ผู้วิจัยเห็นว่าเมื่อผู้บริโภคใช้สิทธิเลิกสัญญาแล้วควรมีกฎหมายที่กำหนดไว้อย่างชัดเจนถึงสิทธิและหน้าที่ของทั้งฝ่ายผู้บริโภคและผู้ประกอบการที่ควรดำเนินการต่อไปเช่นไร เพื่อที่ทั้งสองฝ่ายจะได้ดำเนินการตามที่กฎหมายกำหนดไว้โดยไม่สับสน ตัวอย่างของกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทยที่มีการกำหนดถึงสิทธิและหน้าที่ของทั้งผู้บริโภคและผู้ประกอบการไว้อย่างชัดเจนคือพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ.2545 ซึ่งพระราชบัญญัตินี้ดังกล่าวได้กำหนดถึงขั้นตอน วิธีการและระยะเวลาในการคืนเงินหรือการคืนสินค้าของทั้งผู้บริโภคและผู้ประกอบการไว้อย่างชัดเจน ทำให้ง่ายต่อการปรับใช้เมื่อมีการเลิกสัญญาเกิดขึ้น

สำหรับผลทางกฎหมายในการเลิกสัญญาตามกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทยซึ่งประเทศไทยมีการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคอย่างกว้างขวาง อีกทั้งยังมีกฎหมายสิทธิของผู้บริโภคหรือ Consumer Rights Act 2015 ซึ่งเป็นกฎหมายที่ออกมาคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคโดยตรง โดยในกฎหมายฉบับนี้ได้กำหนดถึงสิทธิของผู้บริโภคในหลายประการและกำหนดถึงผลภายหลังจากการเลิกสัญญาว่าทั้งผู้บริโภคและผู้ประกอบการมีหน้าที่อย่างไร เช่น ในกรณีที่ผู้บริโภคใช้สิทธิปฏิเสธสินค้า ให้ผู้ประกอบการมีหน้าที่ต้องคืนเงินให้แก่ผู้บริโภคและผู้บริโภคมีหน้าที่ทำให้สินค้านั้นอยู่ในสภาพที่ใช้งานได้เพื่อให้ผู้ขายเก็บรักษาไว้หรือคืนสินค้าตามที่ได้ตกลงกันเอาไว้โดยผู้บริโภคมีสิทธิได้รับเงินที่ได้จ่ายไปคืนและกฎหมายยังบัญญัติถึงระยะเวลาในการคืนเงินว่าต้องคืนภายในกำหนด 14 วัน นับแต่วันที่ผู้ประกอบการตกลงกับผู้บริโภคว่ามีสิทธิคืน โดยผู้ประกอบการจะต้องไม่กำหนดค่าธรรมเนียมใด ๆ ในการคืนเงินหรือสินค้าอีกด้วย ส่วนในสัญญาบริการกฎหมายฉบับนี้ได้กำหนดสิทธิของผู้บริโภคในการได้รับการคืนเงินจากผู้ประกอบการที่จะต้องเป็นไปโดยไม่ชักช้าภายใน 14 วัน นับแต่วันที่ผู้ประกอบการตกลงว่าผู้บริโภคมีสิทธิในการได้รับเงินคืนโดยผู้ประกอบการจะต้องไม่กำหนดค่าธรรมเนียมใด ๆ ในการคืนเงินเช่นเดียวกัน

ในส่วนของผลทางกฎหมายในการเลิกสัญญาตามกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทยที่ปฏิบัติตามพระราชบัญญัติการดำเนินการทางการค้าเฉพาะอย่าง (Act on Specified Commercial Transactions 1976) ได้กำหนดถึงผลของการเลิกสัญญาบางประเภทไว้ เช่น ในธุรกรรมที่เกิดจากการขายถึงประตูบ้าน (Door to Door Sales) เมื่อการเลิกสัญญามีผล

<sup>12</sup> International Affairs Office Quality-of-Life Policy Bureau Cabinet Office, “Consumer Policy Regime in Japan,” 2020, <https://www.japaneselawtranslation.go.jp/en/laws/view/3198/en>, accessed January 13, 2023.

ผู้ขายหรือผู้ให้บริการไม่อาจเรียกร้องค่าเสียหายหรือเรียกร้องเบี้ยปรับใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ การเลิกสัญญาได้ และผู้ขายจะต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการส่งสินค้ากลับคืนหรือสิทธิใด ๆ ที่ได้โอนไปภายใต้สัญญาซื้อขาย และสำหรับการเลิกสัญญาบริการ กฎหมายฉบับนี้กำหนดให้ ผู้ให้บริการจะต้องคืนเงินที่ได้รับไว้ตามสัญญาบริการให้กับคู่สัญญาฝ่ายผู้ซื้อทันที เป็นต้น<sup>13</sup>

3.2 จากการศึกษาถึงหลักเกณฑ์และผลในการเลิกสัญญา รวมถึงปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นกับผู้บริโภคจากการสร้างอุปสรรคของผู้ประกอบธุรกิจในการเลิกสัญญานั้น จะเห็นได้ว่า ผู้ประกอบธุรกิจได้สร้างอุปสรรคในการเลิกสัญญาแก่ผู้บริโภคในเรื่องดังต่อไปนี้<sup>14</sup>

3.2.1 อุปสรรคที่เกิดจากการติดต่อและการเข้าถึงตัวคู่สัญญาที่เป็นผู้ประกอบธุรกิจ มีได้ทั้งกรณีที่ผู้ประกอบธุรกิจสร้างขึ้นโดยสุจริตและไม่สุจริต กล่าวคือ กรณีที่ผู้ประกอบธุรกิจ ใจไม่ให้ผู้บริโภคเข้าถึงตัวผู้ประกอบธุรกิจเพื่อแสดงเจตนาเลิกสัญญาได้อย่างสำเร็จ หรือทำให้ผู้บริโภคต้องใช้เวลาที่ยาวนานกว่าปกติในการเลิกสัญญา ถือว่าเป็นการก่อให้เกิด ความไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคในการใช้สิทธิเลิกสัญญา เช่นกรณีตัวอย่างเรื่องร้องเรียนที่ 132916201 วันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2565 เป็นกรณีที่ผู้ร้องใช้บริการอินเทอร์เน็ตระบบรายเดือน และผู้ร้องต้องการเลิกสัญญาการใช้บริการดังกล่าว ผู้ร้องจึงได้ติดต่อศูนย์บริการลูกค้าเพื่อขอ เลิกสัญญาและชำระค่าบริการที่ค้างอยู่ แต่เจ้าหน้าที่แจ้งว่าผู้ร้องต้องดำเนินการเลิกสัญญาด้วย ตนเองที่สำนักงานใหญ่ ซึ่งผู้ร้องเห็นว่าไม่ได้รับความสะดวก จึงขอให้ผู้ประกอบธุรกิจ ดำเนินการเลิกสัญญาให้<sup>15</sup> ดังนั้น ผู้วิจัยเห็นว่าควรมีกฎหมายออกมาควบคุมผู้ประกอบธุรกิจในการ สร้างอุปสรรคดังกล่าว แต่หากผู้ประกอบธุรกิจมีได้ตั้งใจสร้างอุปสรรคดังกล่าว เช่น อุปสรรคนั้นเกิดจากเหตุสุดวิสัย หรือเป็นผลมาจากการที่กฎหมายกำหนด กรณีดังกล่าว ถือว่าเป็นการสร้างอุปสรรคโดยสุจริต ซึ่งไม่จำเป็นต้องมีกฎหมายออกมาควบคุมผู้ประกอบ ธุรกิจจากการสร้างอุปสรรคดังกล่าว

3.2.2 อุปสรรคที่เกิดจากการกำหนดขั้นตอนหรือวิธีการในการเลิกสัญญาเอาไว้ อย่างยุ่งยากหรือซับซ้อน มีได้ทั้งกรณีที่ผู้ประกอบธุรกิจสร้างขึ้นโดยสุจริตและไม่สุจริต กล่าวคือ กรณีที่ผู้ประกอบธุรกิจใจเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความสับสนและเกิดความยุ่งยากจนทำให้ ผู้บริโภคไม่สามารถเลิกสัญญาได้สำเร็จ หรือทำให้ผู้บริโภคต้องใช้เวลาที่ยาวนานกว่าปกติ ในการเลิกสัญญา ถือว่าเป็นการก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคในการใช้สิทธิเลิกสัญญา เช่นกรณีตัวอย่างเรื่องร้องเรียนที่102016213 วันที่ 12 ตุลาคม 2564 กรณีที่ผู้ประกอบธุรกิจ กำหนดให้ผู้บริโภคที่มีความประสงค์จะเลิกสัญญาจะต้องส่งคืนสินค้ากลับไปยังสถานที่ที่ ผู้ประกอบธุรกิจกำหนด จากนั้นเมื่อผู้ประกอบธุรกิจตรวจสอบว่าสินค้าดังกล่าวไม่มีความเสียหายหรือเป็นไปตามเงื่อนไขที่ผู้ประกอบธุรกิจกำหนดแล้วจึงจะทำการเลิกสัญญาให้

<sup>13</sup> J.E. De Becker, *Annotated Civil Code of Japan Volume2*, 25-47.

<sup>14</sup> ดาราวพร ธีระวัฒน์, สัญญาผู้บริโภค, พิมพ์ครั้งที่ 1 (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์เดือนตุลา, 2559), 32-51.

<sup>15</sup> สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, “รายการเรื่อง ร้องเรียน,” 2565, [https://crm.nbtc.go.th/nbtc\\_complaint/](https://crm.nbtc.go.th/nbtc_complaint/), สืบค้นเมื่อ 19 มกราคม 2566.

เป็นต้น<sup>16</sup> ดังนั้นผู้วิจัยเห็นว่าควรมีกฎหมายออกมาควบคุมผู้ประกอบการธุรกิจในการสร้างอุปสรรคดังกล่าว แต่หากผู้ประกอบการมีได้ตั้งใจสร้างอุปสรรคดังกล่าว เช่น การกำหนดขั้นตอนหรือวิธีการในการยืนยันตัวบุคคลก่อนการเลิกสัญญาเอาไว้อย่างยุ่งยากหรือซับซ้อนซึ่งเป็นไปเพื่อรักษาผลประโยชน์ของตัวผู้บริโภคเอง หรือการกำหนดขั้นตอนหรือวิธีการซึ่งเป็นปกติทางการค้ากรณีดังกล่าวถือว่าเป็นการสร้างอุปสรรคโดยสุจริตซึ่งไม่จำเป็นต้องมีกฎหมายออกมาควบคุมผู้ประกอบการธุรกิจในการสร้างอุปสรรคดังกล่าว

3.2.3 อุปสรรคที่เกิดจากการที่ผู้ประกอบการใช้เทคนิคหรือวิธีการเพื่อประวิงเวลาในการเลิกสัญญา มีเฉพาะในกรณีที่เป็นการสร้างอุปสรรคโดยมีเจตนาที่ไม่สุจริตเท่านั้น กล่าวคือ กรณีที่ผู้ประกอบการจงใจประวิงเวลาไม่ให้ผู้บริโภคแสดงเจตนาเลิกสัญญาได้อย่างสำเร็จ หรือทำให้ผู้บริโภคต้องใช้เวลาที่ยาวนานกว่าปกติในการเลิกสัญญาด้วยการใช้เทคนิคการพูดจาหวานล่อมเกลี้ยกล่อมหรือการหลอกลวงผู้บริโภคในลักษณะต่าง ๆ ถือว่าเป็นการก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคในการใช้สิทธิเลิกสัญญา เช่นกรณีตัวอย่างเรื่องร้องเรียนที่111816203 วันที่ 3 พฤษภาคม 2564 กรณีผู้ประกอบการที่ให้บริการอินเทอร์เน็ตรายเดือนคิดค่าบริการเพิ่มขึ้น ผู้ร้องเห็นว่าค่าบริการสูงเกินไป จึงติดต่อกับเจ้าหน้าที่ของผู้ประกอบการเพื่อขอยกเลิกการใช้บริการ แต่เจ้าหน้าที่ของผู้ประกอบการไม่ดำเนินการยกเลิกการบริการให้ แต่ใช้เทคนิคการพูดหวานล่อมจงใจให้ผู้บริโภคด้วยการลดราคาค่าบริการที่ต่ำกว่าเดิมให้ เป็นต้น<sup>17</sup> ดังนั้นผู้วิจัยเห็นว่า ควรมีกฎหมายออกมาควบคุมผู้ประกอบการในการสร้างอุปสรรคดังกล่าว

3.2.4 อุปสรรคที่เกิดจากการกำหนดข้อสัญญาที่เป็นการจำกัดสิทธิหรือมีผลร้ายต่อผู้บริโภค เมื่อมีการเลิกสัญญา<sup>18</sup> ผู้วิจัยจะแบ่งการพิจารณาเป็น 2 กรณี ได้แก่

1) กรณีการกำหนดระยะเวลาของสัญญา ซึ่งผู้ประกอบการจงใจให้ผู้บริโภคต้องผูกพันตามสัญญาตามระยะเวลาที่ผู้ประกอบการกำหนดและห้ามไม่ให้ผู้บริโภคเลิกสัญญาก่อนกำหนด หากการกำหนดระยะเวลาดังกล่าวผู้บริโภคไม่ได้รับผลประโยชน์ที่มากกว่าการทำสัญญาในกรณีปกติ ถือว่าเป็นการก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคในการใช้สิทธิเลิกสัญญา เช่นกรณีตัวอย่างเรื่องร้องเรียนที่ 10826250 วันที่ 15 มีนาคม 2563 เป็นกรณีที่ผู้ร้องใช้บริการอินเทอร์เน็ต โดยผู้ร้องมีความประสงค์ขอเลิกสัญญาใช้บริการอินเทอร์เน็ต เนื่องจากมีเหตุจำเป็นต้องย้ายที่อยู่อาศัยและสถานที่ที่ผู้ร้องกำลังจะย้ายไปนั้นไม่สามารถเชื่อมต่อและติดตั้งอินเทอร์เน็ตได้ แต่เจ้าหน้าที่ของบริษัทแจ้งว่าต้องใช้บริการให้ครบหนึ่งปีตามที่ระบุในสัญญาก่อน มิฉะนั้นต้องชำระค่าปรับจำนวน 5,000 บาท

<sup>16</sup> เรื่องเดียวกัน.

<sup>17</sup> เรื่องเดียวกัน.

<sup>18</sup> สุขุม ศุภนิศย์, *คำอธิบายกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค*, พิมพ์ครั้งที่ 6 (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2551), 109-120.

เป็นต้น<sup>19</sup> ดังนั้นผู้วิจัยเห็นว่าควรมีกฎหมายออกมาควบคุมผู้ประกอบการธุรกิจในการสร้างอุปสรรคดังกล่าว แต่หากการกำหนดระยะเวลาดังกล่าวผู้บริโภคได้ผลประโยชน์ที่มากกว่าการทำสัญญาในกรณีปกติไม่ว่าในรูปแบบใดก็ตาม กรณีดังกล่าวถือว่าการสร้างอุปสรรคโดยสุจริตซึ่งไม่จำเป็นต้องมีกฎหมายออกมาควบคุมผู้ประกอบการธุรกิจในการสร้างอุปสรรคดังกล่าว

2) กรณีการกำหนดเบี้ยปรับสูงเกินส่วน ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจตั้งใจให้ผู้บริโภคที่ต้องการเลิกสัญญา ก่อนกำหนดจะต้องเสียเบี้ยปรับในอัตราที่สูง หากการกำหนดเบี้ยปรับในอัตราที่สูงดังกล่าวมีขึ้นเพื่อให้ผู้บริโภคคิดว่าการเสียเบี้ยปรับในอัตราสูงนั้นไม่คุ้มค่ากับผลที่ผู้บริโภคจะได้จากการเลิกสัญญา ทำให้ท้ายที่สุดผู้บริโภคจึงตัดสินใจไม่เลิกสัญญา ถือว่าเป็นการก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคในการใช้สิทธิเลิกสัญญา เช่นกรณีตัวอย่างเรื่องร้องเรียนที่ 10821259 วันที่ 20 เมษายน 2564 เป็นกรณีที่ผู้ร้องใช้บริการกล่องรับสัญญาณดาวเทียม และผู้ประกอบการได้ตัดสัญญาณทีวีดาวเทียมเนื่องจากมีการค้างชำระค่าบริการรายเดือน ซึ่งผู้ร้องได้ชำระค่าบริการและส่งหลักฐานยืนยันการชำระค่าบริการไปยังผู้ประกอบการแล้ว ต่อมา 5 วัน ผู้ประกอบการได้ตัดสัญญาณดาวเทียมอีกครั้ง ผู้ร้องจึงติดต่อผ่านศูนย์บริการแต่ไม่สามารถติดต่อได้ ต่อมาอีก 2 วัน ผู้ร้องจึงติดต่อศูนย์บริการได้และขอเลิกสัญญาบริการ เนื่องจากไม่ได้รับความสะดวกในการใช้บริการ ซึ่งเจ้าหน้าที่แจ้งว่าหากใช้งานไม่ครบ 1 ปี จะต้องเสียค่าปรับ 10,500 บาท ซึ่งผู้ร้องเห็นว่าไม่ได้รับความเป็นธรรมและถูกเอาเปรียบ จึงขอเลิกสัญญาใช้บริการพร้อมทั้งขอยกเว้นค่าปรับดังกล่าว เป็นต้น<sup>20</sup> ดังนั้นผู้วิจัยเห็นว่าควรมีกฎหมายออกมาควบคุมผู้ประกอบการธุรกิจในการสร้างอุปสรรคดังกล่าว แต่หากการกำหนดเบี้ยปรับดังกล่าว เป็นกรณีที่ผู้ประกอบการมีต้นทุนในการดำเนินการทางธุรกิจ เพื่อมาให้บริการกับผู้บริโภคซึ่งเป็นอัตราที่เหมาะสม กรณีดังกล่าวถือว่าการสร้างอุปสรรคโดยสุจริตซึ่งไม่จำเป็นต้องมีกฎหมายออกมาควบคุมผู้ประกอบการธุรกิจในการสร้างอุปสรรคดังกล่าว

จากการพิจารณามาตรการทางกฎหมายในการควบคุมและคุ้มครองผู้บริโภคจากการสร้างอุปสรรคในการเลิกสัญญานั้น ผู้วิจัยเห็นว่า พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทยและประเทศญี่ปุ่นยังไม่เพียงพอในการคุ้มครองผู้บริโภคจากปัญหาดังกล่าว เนื่องจากทั้งสองประเทศไม่มีกฎหมายเฉพาะเกี่ยวกับการปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม<sup>21</sup> จึงทำให้ต้องตีความกฎหมายที่มีอยู่ของแต่ละประเทศและปรับใช้กฎหมายที่มีให้สอดคล้องกับข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้น ซึ่งเป็นการยากและไม่ตรงกับปัญหาและข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้น ทำให้การควบคุมปัญหา

<sup>19</sup> สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, “รายการเรื่องร้องเรียน,” 2563, [https://crm.nbtc.go.th/nbtc\\_complaint/](https://crm.nbtc.go.th/nbtc_complaint/), สืบค้นเมื่อ 19 มกราคม 2566.

<sup>20</sup> สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, “รายการเรื่องร้องเรียน,” 2564, [https://crm.nbtc.go.th/nbtc\\_complaint/](https://crm.nbtc.go.th/nbtc_complaint/), สืบค้นเมื่อ 19 มกราคม 2566.

<sup>21</sup> ธานิศ เกศพิทักษ์, *กฎหมายวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค ตามพระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ. 2551* (กรุงเทพมหานคร: บริษัทยูเนี่ยนอุลตราไวโอเล็ต จำกัด., 2551), 54-61.

ดังกล่าวเป็นไปอย่างไม่สมฤทธิ์ผลเท่าที่ควร ซึ่งผู้วิจัยเห็นด้วยกับมาตรการทางกฎหมายของประเทศอังกฤษ เนื่องจากมีกฎหมายเฉพาะที่ออกมาเกี่ยวกับการปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมโดยตรง ซึ่งกฎหมายดังกล่าวกำหนดไว้อย่างชัดเจนว่าหากผู้ประกอบการกระทำการที่เป็นการสร้างอุปสรรคต่อผู้บริโภคในการเลิกสัญญา จะถือว่าเป็นการปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมที่เป็นความผิดตามกฎหมาย<sup>22</sup> อีกทั้งกฎหมายฉบับดังกล่าวมิได้ห้ามผู้ประกอบการสร้างอุปสรรคกับผู้บริโภคในทุกกรณี กล่าวคือ มีการกำหนดหลักเกณฑ์เพื่อพิจารณาว่าการกระทำใดเป็นการปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมหรือไม่ ซึ่งหากผู้ประกอบการได้รับการพิจารณาว่าดำเนินการทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมแล้ว ผู้ประกอบธุรกิจจะได้รับบทลงโทษทั้งโทษปรับและโทษจำคุกซึ่งเห็นได้ว่าการกำหนดมาตรการทางกฎหมายดังกล่าว เป็นการใช้มาตรการทางกฎหมายอาญาเข้ามาช่วยควบคุมและคุ้มครองผู้บริโภค อีกทั้งเป็นการป้องปรามมิให้ผู้ประกอบธุรกิจกระทำผิดกฎหมายและเกิดความเกรงกลัวและไม่กระทำการอันเป็นการสร้างอุปสรรคต่อผู้บริโภคอีกทางหนึ่ง อีกทั้งกฎหมายฉบับนี้ยังได้กำหนดบทบาทของเจ้าหน้าที่ที่มีอำนาจรับผิดชอบให้มีอำนาจในการตรวจตราหรือจับกุมและกักสินค้าที่ต้องสงสัยไว้เพื่อพิสูจน์หรือตรวจสอบได้ ซึ่งมาตรการตามที่ได้กล่าวมาทั้งหมดถือเป็นมาตรการที่สำคัญอย่างหนึ่งในการให้เจ้าหน้าที่ของรัฐเข้ามาช่วยควบคุมดูแล อันเป็นการป้องกันและควบคุมมิให้ผู้ประกอบธุรกิจกระทำการอันเป็นการปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม ผู้วิจัยจึงเห็นว่ากฎหมายฉบับนี้ให้ความเป็นธรรมกับทั้งฝ่ายผู้ประกอบการและผู้บริโภค

#### 4. สรุปและข้อเสนอแนะ

##### 4.1 สรุป

แม้ว่าการเลิกสัญญาจะเป็นสิทธิตามสัญญาและสิทธิตามกฎหมายของคู่สัญญาที่พึงมีทั้งสองฝ่าย แต่ในปัจจุบันผู้บริโภคมักพบปัญหาและได้รับความยากลำบากในการเลิกสัญญา อันเนื่องมาจากการถูกผู้ประกอบการสร้างอุปสรรคในการเลิกสัญญา โดยผู้ประกอบการอาจกำหนดวิธีการที่หลากหลายแตกต่างกันไป ไม่ว่าจะเป็นปัญหาและอุปสรรคที่เกิดจากการติดต่อและการเข้าถึงตัวคู่สัญญาที่เป็นผู้ประกอบการ การกำหนดขั้นตอนหรือวิธีการในการเลิกสัญญาเอาไว้อย่างยุ่งยากหรือซับซ้อน การใช้เทคนิคหรือวิธีการของผู้ประกอบการเพื่อประวิงเวลาในการเลิกสัญญาและการกำหนดข้อสัญญาที่เป็นการจำกัดสิทธิหรือมีผลร้ายต่อผู้บริโภคเมื่อมีการเลิกสัญญา เป็นต้น ดังนั้นในการวิเคราะห์ปัญหาเกี่ยวกับการสร้างอุปสรรคของผู้ประกอบการในการเลิกสัญญา จะต้องพิจารณาในเบื้องต้นจากหลักเกณฑ์และผลในการเลิกสัญญาทั้งในกฎหมายแพ่งทั่วไปและกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคว่ามีหลักเกณฑ์และผลทางกฎหมายอย่างไร ต่อมาจึงจะพิจารณาว่ามีมาตรการทางกฎหมายในการควบคุมผู้ประกอบการที่สร้างอุปสรรคในการเลิกสัญญาอย่างไร โดยสามารถแบ่งประเด็นการพิจารณาได้ดังนี้

<sup>22</sup> Andrew Burrows, *Edwin Peel, Contract Terms* (Newyork: Oxford University Press Inc., 2007), 54-61.

#### 4.1.1 หลักเกณฑ์ในการเลิกสัญญา

##### 1) หลักเกณฑ์ในการเลิกสัญญาตามกฎหมายทั่วไป

หลักเกณฑ์การเลิกสัญญาตามกฎหมายของประเทศไทยนั้นปรากฏอยู่ในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ว่าด้วยสัญญา โดยกำหนดหลักเกณฑ์ว่าการเลิกสัญญาสามารถทำได้โดยการแสดงเจตนาแก่คู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่ง และการแสดงเจตนา นั้นจะถอนไม่ได้ โดยกำหนดเหตุในการเลิกสัญญาไว้เป็นการเฉพาะ เช่น กรณีคู่สัญญาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งไม่ชำระหนี้ กรณีการชำระหนี้ตกเป็นพันวิสัย เป็นต้น<sup>23</sup> นอกจากนี้ยังมีการกำหนดหลักเกณฑ์ในการเลิกสัญญาแต่ละประเภทไว้ในเอกเทศสัญญาอีกหลายประเภท เช่น การเลิกสัญญาจ้างแรงงาน การเลิกสัญญาเช่า เป็นต้น ซึ่งการกำหนดหลักเกณฑ์ดังกล่าวนี้ทำให้คู่สัญญาสามารถเลิกสัญญาได้อย่างง่าย กล่าวคือหากมีเหตุตรงตามหลักเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนดและมีการแสดงเจตนาอย่างถูกต้อง ก็จะทำให้คู่สัญญาสามารถเลิกสัญญาได้ตามกฎหมาย แต่หลักเกณฑ์ดังกล่าวอาจไม่เหมาะสมในการนำมาใช้กับการเลิกสัญญาผู้บริโภคซึ่งอาจมีข้อเท็จจริงที่ไม่เหมือนกับสัญญาทั่วไป

หลักเกณฑ์การเลิกสัญญาตามกฎหมายทั่วไปของประเทศไทยนั้น กำหนดให้การเลิกสัญญาอาจเกิดขึ้นได้โดยการตกลงกันของคู่สัญญาหรืออาจเกิดสิทธิในการเลิกสัญญาได้เมื่อมีการผิดสัญญา ซึ่งเมื่อมีการผิดสัญญาขึ้นแล้วคู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งมีสิทธิที่จะเรียกค่าเสียหายและเลิกสัญญาได้ ซึ่งหลักเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนดเอาไว้เช่นนี้ทำให้คู่สัญญาสามารถเลิกสัญญาได้อย่างง่าย แต่อย่างไรก็ดีเห็นว่าหลักเกณฑ์ดังกล่าวกว้างเกินไปอาจไม่เหมาะสมกับการเลิกสัญญาผู้บริโภค

หลักเกณฑ์การเลิกสัญญาตามกฎหมายแพ่งของประเทศญี่ปุ่นกำหนดไว้คล้ายคลึงกับในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ของประเทศไทยอย่างมาก โดยกำหนดว่าเมื่อคู่สัญญาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งมีสิทธิเลิกสัญญาตามข้อกำหนดในสัญญาหรือตามที่กฎหมายกำหนดแล้ว การเลิกสัญญานั้นจะมีผลต่อเมื่อได้แสดงเจตนาอย่างชัดแจ้งไปถึงคู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่ง และการแสดงเจตนาดังกล่าวนี้ไม่อาจถูกยกเลิกเพิกถอนได้ โดยกำหนดเหตุแห่งการเลิกสัญญาไว้เช่นเดียวกับของประเทศไทย รวมถึงมีหลักเกณฑ์การเลิกสัญญาในเอกเทศสัญญาแต่ละประเภทเช่นเดียวกับของประเทศไทย

##### 2) หลักเกณฑ์ในการเลิกสัญญาตามกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค

มาตรการทางกฎหมายของประเทศไทยเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค ได้กำหนดเอาไว้ในรูปแบบของประกาศคณะกรรมการว่าด้วยสัญญา และกฎหมายเฉพาะสำหรับธุรกิจบางประเภท ซึ่งกฎหมายของประเทศไทยบางฉบับก็ได้บัญญัติถึงหลักเกณฑ์หน้าที่และขั้นตอนที่ผู้บริโภคและผู้ประกอบธุรกิจจะต้องปฏิบัติเมื่อต้องการเลิกสัญญา

<sup>23</sup> อธิราช มณีภาค, คำอธิบายประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ นิติกรรมและสัญญาและข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม, พิมพ์ครั้งที่ 3, (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์นิติบรรณการ, 2548), 62-78.

เช่น พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 นอกจากกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคที่กล่าวถึงข้างต้นแล้ว ในธุรกิจแต่ละประเภทยังมีกฎหมายเฉพาะที่ออกมาควบคุมดูแลธุรกิจบางประเภทด้วย เช่น ธุรกิจให้บริการโทรคมนาคมหรือโทรศัพท์มือถือมีประกาศคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่องมาตรฐานของสัญญาให้บริการโทรคมนาคม พ.ศ. 2549 ที่ออกมาควบคุมและคุ้มครองผู้บริโภคเกี่ยวกับเรื่องมาตรฐานของสัญญา เป็นต้น

ในประเทศอังกฤษเห็นถึงความสำคัญของการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค โดยประเทศอังกฤษมีกฎหมายสิทธิของผู้บริโภค ค.ศ. 2015 (Consumer Rights Act 2015) ซึ่งกฎหมายฉบับนี้ให้สิทธิผู้บริโภคตามสัญญาผู้บริโภคกรณีการซื้อขายสินค้าไว้หลายประการด้วยกัน เช่น ให้สิทธิผู้บริโภคสามารถปฏิเสธสินค้าและทำให้สัญญานั้นสิ้นสุดลง โดยกฎหมายกำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจมีหน้าที่ต้องคืนเงินให้แก่ผู้บริโภคและผู้บริโภคมีหน้าที่ทำให้สินค้านั้นอยู่ในสภาพที่ใช้งานได้ เพื่อให้ผู้ขายเก็บรักษาไว้หรือคืนสินค้าตามที่ได้ตกลงกันเอาไว้ รวมถึงผู้บริโภคมีสิทธิได้รับเงินที่ได้อำนาจไปคืนและกฎหมายยังบัญญัติถึงระยะเวลาในการคืนเงินว่าต้องคืนภายในกำหนด 14 วัน นับแต่วันที่ผู้ประกอบธุรกิจตกลงกับผู้บริโภคว่ามีสิทธิคืน โดยผู้ประกอบธุรกิจจะต้องไม่กำหนดค่าธรรมเนียมใด ๆ ในการคืนเงินหรือสินค้าอีกด้วย เป็นต้น

จากที่กล่าวมาถึงหลักเกณฑ์ในการเลิกสัญญาตามกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศอังกฤษ จะเห็นได้ว่าในกฎหมายสิทธิของผู้บริโภค ค.ศ. 2015 (Consumer Rights Act 2015) เป็นกฎหมายที่ให้สิทธิผู้บริโภคไว้หลายประการด้วยกัน ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือก ในการใช้สิทธิของตนอย่างเหมาะสมกับข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้น โดยกฎหมายดังกล่าวกำหนดให้การแสดงเจตนาเลิกสัญญาทำได้ง่ายโดยแสดงเจตนาด้วยวาจาหรือการกระทำที่ชัดเจนเพียงพอ

ส่วนกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่นพบว่า มีพระราชบัญญัติผู้บริโภค (Basic Consumer Act 2004) ที่กำหนดไว้แต่เพียงหลักเกณฑ์พื้นฐานเกี่ยวกับสัญญาผู้บริโภคเท่านั้น ส่วนพระราชบัญญัติสัญญาของผู้บริโภค (Consumer Contract Act 2000) ได้มีการกำหนดถึงเงื่อนไขในเรื่องการยกเลิกหรือเพิกถอนการแสดงเจตนาเกี่ยวกับคำเสนอหรือคำสนองในสัญญาผู้บริโภค และบัญญัติถึงกรณีความเป็นโมฆะหรือความเสียหายของข้อสัญญาที่ระบุไว้ในสัญญาผู้บริโภค ซึ่งมีลักษณะเป็นการยกเว้นผู้ประกอบธุรกิจจากความรับผิดชอบในการชดเชยค่าเสียหาย อย่างไรก็ตามพระราชบัญญัตินี้ไม่ได้มีบทบัญญัติเกี่ยวกับการเลิกสัญญาผู้บริโภคไว้โดยตรง นอกจากนี้ยังมีพระราชบัญญัติการดำเนินการทางการค้าเฉพาะอย่าง (Act on Specified Commercial Transactions) ที่ได้กำหนดรายละเอียดของการดำเนินธุรกิจบางประเภท เช่น ธุรกิจที่เกิดจากการขายถึงประตูบ้าน (Door to Door Sales) การขายด้วยวิธีการสั่งซื้อทางไปรษณีย์ (Mail Order Sales) การขายโดยทางโทรศัพท์ (Telemarketing Sales) การตลาดขายตรงหลายชั้น (Multilevel Marketing Transactions) และธุรกิจที่เกิดจากการจัดหาบริการเฉพาะอย่างต่อเนื่อง (transactions arising from the Provision of Specified Continuous Services) เป็นต้น โดยกฎหมายฉบับนี้ได้กำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ และระยะเวลาในการเลิก



สัญญาของธุรกิจแต่ละประเภทเอาไว้อย่างชัดเจน แต่อย่างไรก็ดีพระราชบัญญัติดังกล่าวยังไม่ครอบคลุมในทุกประเภทธุรกิจหรือทุกนิติสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคและผู้ประกอบธุรกิจ

#### 4.1.2 ผลทางกฎหมายในการเลิกสัญญา

##### 1) ผลทางกฎหมายในการเลิกสัญญาตามกฎหมายทั่วไป

ผลทางกฎหมายในการเลิกสัญญาของประเทศไทยตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 391 กำหนดให้คู่สัญญาแต่ละฝ่ายต้องกลับคืนสู่ฐานะเดิมและจะให้เป็นที่ยึดเหนี่ยวสิทธิของบุคคลภายนอกไม่ได้<sup>24</sup> ส่วนเงินที่จะต้องใช้คืนนั้นให้บวกดอกเบี้ยด้วยนับแต่เวลาที่ได้รับไว้และกฎหมายยังกำหนดอีกว่าการเลิกสัญญานั้นไม่กระทบถึงสิทธิเรียกร้องค่าเสียหาย จากการวิเคราะห์ตามเจตนารมณ์ของกฎหมายถือว่าคู่สัญญาจะต้องกลับคืนสู่ฐานะเดิมทันที โดยพิจารณาจากการแสดงเจตนาเป็นสำคัญ ซึ่งผลทางกฎหมายในการเลิกสัญญาตามกฎหมายแพ่งของประเทศไทยเปรียบเทียบกับกฎหมายไทย

ผลทางกฎหมายในการเลิกสัญญาตามกฎหมายทั่วไปของประเทศไทยกำหนดให้การเลิกสัญญามีผลในอนาคตเท่านั้น ไม่มีผลย้อนหลังเป็นการกลับคืนสู่ฐานะเดิมเพียงแต่มีผลเป็นการปลดเปลื้องการชำระหนี้ตามสัญญานั้นนับแต่วันเลิกสัญญาเท่านั้น เมื่อเลิกสัญญาแล้วกฎหมายรับรองสิทธิของคู่สัญญาฝ่ายที่ต้องเสียหายในการเรียกค่าเสียหายจากคู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งได้

##### 2) ผลทางกฎหมายในการเลิกสัญญาตามกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค

ผลทางกฎหมายในการเลิกสัญญาตามกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค ของประเทศไทยนั้นมิได้มีกำหนดเอาไว้โดยตรงในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 แต่ในประกาศคณะกรรมการ ว่าด้วยสัญญาบางฉบับหรือกฎหมายลำดับรองบางฉบับได้กำหนดถึงผลการเลิกสัญญาที่คู่สัญญาแต่ละฝ่ายต้องปฏิบัติไว้ เช่น ให้สิทธิผู้บริโภคที่บอกเลิกสัญญาแล้วสามารถรับเงินคืนได้เต็มจำนวน หรือตามสัดส่วนการใช้บริการได้ภายในระยะเวลาที่กำหนด เป็นต้น ดังนั้นในกรณีที่กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคมิได้กำหนดถึงผลในการเลิกสัญญาไว้ จึงต้องปรับใช้ผลทางกฎหมายในการเลิกสัญญาตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์

ผลทางกฎหมายในการเลิกสัญญาตามกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทยซึ่งมีกฎหมายสิทธิของผู้บริโภคหรือ Consumer Rights Act 2015 ได้กำหนดถึงสิทธิของผู้บริโภคภายหลังจากการเลิกสัญญาว่าทั้งผู้บริโภคและผู้ประกอบธุรกิจมีหน้าที่อย่างไร เช่น ในกรณีที่ผู้บริโภคใช้สิทธิปฏิเสธสินค้า ผู้ประกอบธุรกิจมีหน้าที่ต้องคืนเงินให้แก่ผู้บริโภคและกฎหมายยังบัญญัติถึงระยะเวลาในการคืนเงินว่าต้องคืนภายในกำหนด 14 วัน นับแต่วันที่ผู้ประกอบธุรกิจตกลงกับผู้บริโภคว่ามีสิทธิคืน เป็นต้น

ผลทางกฎหมายในการเลิกสัญญาตามกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทยนั้นมีพระราชบัญญัติการดำเนินการทางการค้าเฉพาะอย่าง (Act on Specified

<sup>24</sup> อรรถยา สิงห์สงบ, *กฎหมายว่าด้วยสัญญา*, 102-119.

Commercial Transactions 1976) ที่ได้กำหนดถึงผลของการเลิกสัญญาในบางประเภทธุรกิจไว้ เช่น ในธุรกรรมที่เกิดจากการขายถึงประตูบ้าน (Door to Door Sales) เมื่อการเลิกสัญญามีผล ผู้ขายหรือผู้ให้บริการไม่อาจเรียกร้องค่าเสียหายหรือเรียกร้องเบี้ยปรับใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ การเลิกสัญญาได้ โดยผู้ขายจะต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการส่งสินค้ากลับคืนหรือสิทธิใด ๆ ที่ได้ โอนไปภายใต้สัญญาซื้อขาย เป็นต้น

#### 4.1.3 มาตรการทางกฎหมายในการควบคุมผู้ประกอบการที่สร้างอุปสรรคในการเลิกสัญญา

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคและกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคบางฉบับของ ประเทศไทยมีมาตรการทางกฎหมายที่บัญญัติขึ้นเพื่อควบคุมผู้ประกอบการจากกรณี ที่ผู้ประกอบการสร้างอุปสรรคต่อผู้บริโภคในการเลิกสัญญาไว้อยู่ในกฎหมายบางฉบับ เช่น ประกาศคณะกรรมการว่าด้วยสัญญา เรื่องให้ธุรกิจการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นธุรกิจที่ ควบคุมสัญญา พ.ศ. 2543 ที่ได้กำหนดให้เมื่อสัญญาให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เลิกกัน ผู้ประกอบการธุรกิจต้องคืนเงินประกันการใช้เลขหมายหรือหนี้ค้างชำระให้แก่ผู้บริโภคภายใน ระยะเวลาที่กำหนดคือ 30 หรือ 60 วัน หากผู้ประกอบการไม่คืนเงินภายในระยะเวลาที่ กำหนดจะต้องชำระดอกเบี้ยร้อยละ 15 ต่อปีของเงินจำนวนดังกล่าวในระหว่างเวลาผิดนัดและ ไม่ตัดสิทธิผู้บริโภคที่จะเรียกค่าเสียหายอย่างอื่นด้วย เป็นต้น แต่อย่างไรก็ตามมาตรการทาง กฎหมายที่มีในปัจจุบันยังไม่ครอบคลุมทุกอุปสรรคตามที่ได้ศึกษามาในวิจัยนี้

ประเทศอังกฤษพบว่า มีข้อบังคับเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคจากการค้าที่ไม่ เป็นธรรม (The Consumer Protection from Unfair Trading Regulations 2008) หรือ CPRs ที่ได้กำหนดว่า การที่ผู้ประกอบการสร้างอุปสรรคในการเลิกสัญญาต่อผู้บริโภคนั้นเป็น ความผิดตามกฎหมาย<sup>25</sup> และกฎหมายฉบับนี้ยังได้กำหนดบทลงโทษในกรณีที่มีการฝ่าฝืน โดย กำหนดบทลงโทษ ได้แก่ โทษปรับและโทษจำคุกไม่เกิน 2 ปี หรือทั้งจำทั้งปรับ นอกจากนี้ กฎหมายยังกำหนดหน่วยงานที่มีอำนาจควบคุมดูแลโดยตรง ได้แก่ หน่วยงานซึ่งตวงวัดท้องถิ่น ที่มีอำนาจ โดยให้เจ้าหน้าที่ที่มีอำนาจสามารถตรวจสอบ กักสินค้าเพื่อตรวจสอบหรือยึดสินค้า ที่ฝ่าฝืนกฎหมายได้ เป็นต้น

ประเทศญี่ปุ่นพบว่า มีได้มีบทบัญญัติในเรื่องการปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม ไว้เหมือนอย่างประเทศอังกฤษ เนื่องจากในกฎหมายสัญญาของผู้บริโภค (Consumer Contract Act 2000) กล่าวถึงแต่เพียงการยกเลิกหรือเพิกถอนการแสดงเจตนาเกี่ยวกับข้อเสนอ หรือคำสนองในสัญญาผู้บริโภคและบัญญัติถึงกรณีความเป็นโมฆะหรือความเสียหายของข้อ สัญญาซึ่งยกเว้นผู้ประกอบการจากความรับผิดชอบในการชดใช้ค่าเสียหายในสัญญาผู้บริโภค เท่านั้น

<sup>25</sup> Cracknell D.G. Textbook, *Obligations : Contract Law* (London: Old Bailey Press, 2001), 43-51.

## 4.2 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาดังกล่าว ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

4.2.1 ควรมีการเพิ่มเติมพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคในด้านสัญญา ในส่วนที่ 2 ทวิ โดยบัญญัติเพิ่มเติมกฎหมายให้คณะกรรมการว่าด้วยสัญญามีอำนาจกำหนดหลักเกณฑ์ต่าง ๆ ของสัญญาระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจและผู้บริโภคเป็นการทั่วไปเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค โดยเพิ่มเติมกฎหมายมาตรา 35 ทศ ดังนี้

“มาตรา 35 ทศ คณะกรรมการว่าด้วยสัญญามีอำนาจกำหนดให้การประกอบธุรกิจขายสินค้าหรือให้บริการนั้น จะต้องเป็นหลักเกณฑ์ของสัญญาระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจและผู้บริโภคให้มีความเป็นธรรมในเรื่องข้อความในสัญญา สิทธิในการเลิกสัญญา และผลภายหลังการเลิกสัญญา เป็นต้น ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์ เงื่อนไข และรายละเอียดที่คณะกรรมการว่าด้วยสัญญากำหนด”

4.2.2 ในเรื่องการแสดงเจตนาเลิกสัญญาระหว่างผู้บริโภคและผู้ประกอบการธุรกิจนั้น ผู้วิจัยเห็นว่า ควรให้สิทธิผู้บริโภคสามารถแสดงเจตนาเลิกสัญญาได้อย่างง่ายขี้นกว่าเดิมหรือสามารถแสดงเจตนาเลิกสัญญาได้หลายช่องทาง และอาจให้ผู้บริโภคแสดงเจตนาเลิกสัญญาได้ต่อหน่วยงานของรัฐที่กฎหมายให้อำนาจ โดยผู้วิจัยขอเสนอแก้ไขเพิ่มเติมพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค โดยเพิ่มมาตรา 35 เอกาทศ ดังนี้

“มาตรา 35 เอกาทศ เมื่อผู้บริโภคมีสิทธิเลิกสัญญาตามที่กฎหมายหรือข้อสัญญากำหนดไว้ ผู้บริโภคอาจดำเนินการได้ ดังนี้

(1) แสดงเจตนาเลิกสัญญาในทุกรูปแบบไปยังผู้ประกอบการหรือตัวแทนของผู้ประกอบการ หรือ

(2) กรณีที่ผู้บริโภคไม่อาจแสดงเจตนาเลิกสัญญาได้ตาม (1) ผู้บริโภคอาจแสดงเจตนาเลิกสัญญาต่อหน่วยงานของรัฐที่กฎหมายให้อำนาจได้

เมื่อผู้ประกอบการหรือหน่วยงานของรัฐที่กฎหมายให้อำนาจได้รับหรือทราบการแสดงเจตนาเลิกสัญญาจากผู้บริโภคแล้ว ให้ถือว่าสัญญาเป็นอันเลิกกัน หากมีกรณีต้องคืนเงินหรือทรัพย์สินต่อกัน ผู้ประกอบการธุรกิจจะต้องดำเนินการดังกล่าวให้แล้วเสร็จภายใน 14 วัน นับแต่วันที่ได้รับหรือทราบการแสดงเจตนาจากผู้บริโภค โดยผู้ประกอบการจะไม่เรียกเก็บค่าธรรมเนียมหรือค่าใช้จ่ายในการส่งคืนทรัพย์สินดังกล่าวจากผู้บริโภค

หากผู้ประกอบการไม่ดำเนินการตามวรรคสองให้แล้วเสร็จภายในระยะเวลาที่กฎหมายกำหนด ผู้ประกอบการต้องเสียดอกเบี้ยผิดนัดในอัตราร้อยละ 15 ต่อปี ของจำนวนเงินหรือมูลค่าทรัพย์สินจนกว่าผู้ประกอบการจะคืนเงินหรือทรัพย์สินแก่ผู้บริโภคให้แล้วเสร็จ”

4.2.3 ควรมีการเพิ่มเติมกฎหมายเรื่องการปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม โดยกำหนดเพิ่มเติมไว้ในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค ในหมวดที่ 2 การคุ้มครองผู้บริโภค โดยเพิ่มเติมส่วนที่ 4 เรื่องการคุ้มครองผู้บริโภคจากการปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม โดยกำหนดให้การปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมเป็นสิ่งที่ต้องห้าม โดยอาจแบ่งประเภทของ

การปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมออกเป็นหลายชนิดการกระทำ เช่น การปฏิบัติทางการค้าที่หลอกลวง การปฏิบัติทางการค้า แบบก้าวร้าวหรือเชิงรุก รวมถึงการปฏิบัติทางการค้าแบบงดเว้นการกระทำที่จำเป็นบางอย่าง เป็นต้น โดยถือว่าการกระทำของผู้ประกอบธุรกิจที่เป็นการสร้างอุปสรรคแก่ผู้บริโภคในการเลิกสัญญาเป็นการปฏิบัติทางการค้าประเภทก้าวร้าว/เชิงรุก (Aggressive Commercial Practice) ซึ่งถือว่าการกระทำดังกล่าวเป็นความผิดตามกฎหมายและควรกำหนดบทลงโทษผู้ประกอบธุรกิจที่กระทำการฝ่าฝืนกฎหมายนี้

4.2.4 ควรมีการจัดตั้งหน่วยงานของรัฐในรูปแบบของคณะกรรมการว่าด้วยการปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม ภายใต้การกำกับของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ซึ่งกฎหมายให้อำนาจในการตรวจสอบและรับเรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภคโดยตรงจากกรณีการปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม โดยให้คณะกรรมการดังกล่าวมีภาระหน้าที่ในการตรวจสอบข้อเท็จจริง รับข้อร้องเรียน และเป็นตัวกลางในการประสานงานหรือการไกล่เกลี่ยระหว่างผู้ประกอบธุรกิจและผู้บริโภคเกี่ยวกับการปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมโดยตรง

4.2.5 ควรกำหนดการชดเชยเยียวยาผู้บริโภคไว้เป็นกรณีพิเศษสำหรับกรณีที่ผู้ประกอบธุรกิจกระทำการอันเป็นการฝ่าฝืนกฎหมายในเรื่องการปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม โดยอาจกำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจต้องชดเชยค่าเสียหายให้กับผู้บริโภค หรือให้ผู้บริโภคมีสิทธิได้รับเงินคืนจากผู้ประกอบธุรกิจ หรือมีสิทธิได้รับการลดราคาตามอัตราส่วนที่ผู้บริโภคได้ใช้สินค้าหรือรับบริการ นอกจากนี้อาจกำหนดเบี้ยปรับในกรณีที่ผู้ประกอบธุรกิจไม่ยอมชดเชยเยียวยาความเสียหายให้กับผู้บริโภคภายในระยะเวลาที่กำหนด โดยนำกลไกของพระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ. 2551 มาตรา 42 ที่กำหนดให้ศาลมีอำนาจสั่งให้ผู้ประกอบธุรกิจจ่ายค่าเสียหายเพื่อการลงโทษเพิ่มขึ้นจากค่าเสียหายที่แท้จริงให้กับผู้บริโภคที่ได้รับผลกระทบจากการปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม ทั้งนี้ เพื่อให้ผู้ประกอบธุรกิจเกิดความเกรงกลัวในบทลงโทษทางกฎหมายและไม่กระทำการที่เป็นการฝ่าฝืนกฎหมายดังกล่าว นอกจากนี้ควรมีการกำหนดบทลงโทษผู้ประกอบธุรกิจที่กระทำการอันเป็นการฝ่าฝืนกฎหมายในเรื่องการปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมดังกล่าว โดยกำหนดบทลงโทษทางอาญาซึ่งมีระวางโทษทั้งปรับและจำคุก

## บรรณานุกรม

- จิต เศรษฐบุตตร. *หลักกฎหมายแพ่งลักษณะนิติกรรมและสัญญา*. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์เดือนตุลา, 2556.
- ดาราดพร ธิรวัฒน์. *รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ เรื่องสัญญาผู้บริโภค:วิเคราะห์ศึกษาเปรียบเทียบหลักเกณฑ์การคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญาของต่างประเทศและของไทย*, กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2557.
- ดาราดพร ธิรวัฒน์. *สัญญาผู้บริโภค*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์เดือนตุลา, 2559.
- ธานีศ เกศวิทพิทักษ์. *กฎหมายวิธีพิจารณาความคดีผู้บริโภค ตามพระราชบัญญัติวิธีพิจารณาความคดีผู้บริโภค พ.ศ. 2551*. กรุงเทพมหานคร: บริษัทยูเนี่ยนอูลตราไวโอเร็ด จำกัด, 2551.
- นนทวัชร์ นวตระกูลพิสุทธิ์. *กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร: โครงการตำราและเอกสารประกอบการสอน คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2560.
- พินัย ญ นคร. *หลักกฎหมายสัญญาของประเทศอังกฤษ*. กรุงเทพมหานคร: บริษัท เพรสมีเดีย จำกัด, 2542.
- ศนันท์กรณ โสทธิพันธ์. *คำอธิบายนิติกรรมสัญญา*. กรุงเทพมหานคร: วิญญูชน, 2561.
- สำนักคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. *“รายการร้องเรียน”* 2564. [https://crm.nbtc.go.th/nbtc\\_complaint/](https://crm.nbtc.go.th/nbtc_complaint/). สืบค้นเมื่อ 19 มกราคม 2566.
- สำนักคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. *“รายการร้องเรียน”* 2565. [https://crm.nbtc.go.th/nbtc\\_complaint/](https://crm.nbtc.go.th/nbtc_complaint/). สืบค้นเมื่อ 19 มกราคม 2566.
- สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานนายกรัฐมนตรี. *สคบ.กับการคุ้มครองผู้บริโภค*. พิมพ์ครั้งที่ 16. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ, 2556.
- สุขุม ศุภนิธย์. *คำอธิบายกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค*. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2551.
- อธิราช มณีภาค. *คำอธิบายประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ นิติกรรมและสัญญาและข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์นิติบรรณการ, 2548.
- เอมผกา เตชะอภัยคุณ. *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับกลไกทางกฎหมายเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคจากการปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมของสหภาพยุโรป*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์เดือนตุลา, 2558.
- อรรยา สิงห์สงบ. *กฎหมายว่าด้วยสัญญา*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: วิญญูชน, 2550.

- Andrew Burrows. *Edwin Peel. Contract Terms*. Newyork: Oxford University Press Inc., 2007.
- Cracknell D.G.Textbook. *Obligations : Contract Law*. London: Old Bailey Press, 2001.
- Ewan Mckendrick, *Contract Law Text, Cases and Materials*, Newyork: Oxford University Press Inc., 2003.
- International Affairs Office Quality-of-Life Policy Bureau Cabinet Office. *“Consumer Policy Regime in Japan.”* 2020.  
<https://www.japaneselawtranslation.go.jp/en/laws/view/3198/en>.  
accessed January 13, 2023.
- J.E. De Becker. *Annotated Civil Code of Japan Volume2*. London: Butterworth & Co., 1909.