

บทที่ 4

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

พัฒนาการของกฎหมายสำหรับ “สัญญาผู้บริโภค” สะท้อนการเปลี่ยนแปลงที่มีผลกระทบต่อกฎหมายสัญญาทั่วไปจากการมีหลักพิเศษในการควบคุมข้อสัญญาที่ผู้ประกอบการธุรกิจทำกับผู้บริโภค การควบคุมข้อสัญญาดูเหมือนจะขัดแย้งกับหลักเสรีภาพในการทำสัญญา(freedom of contract) ซึ่งเป็นหลักสำคัญของกฎหมายสัญญา ดังนั้นการปรับใช้หลักการและเหตุผลในการเข้าควบคุมสัญญาบริโภคนี้ จะต้องประสานกับหลักเสรีภาพในการทำสัญญา เนื่องจากหลักเสรีภาพในการทำสัญญาเป็นการยอมรับถึงความศักดิ์สิทธิ์ของเจตนา(autonomy of will)อันเป็นหลักพื้นฐานของกฎหมายสัญญาที่ทำให้สัญญามีผลบังคับที่กฎหมายยอมรับให้ สัญญาผู้บริโภคอยู่และยังคงอยู่บนพื้นฐานของเสรีภาพของสัญญา แม้นักกฎหมายสัญญาที่มีความเข้าใจมาช้านานว่าหลักเสรีภาพของสัญญามีใช่เป็นจุดสิ้นสุดในตัวเองดังที่นักกฎหมายชื่อว่า Rudolf von Jhering เน้นว่าเขาไม่อาจจินตนาการได้ว่า “จะมีสัญญาใดสามารถอ้างสิทธิในการคุ้มครองของกฎหมาย ถ้าสาระสำคัญของสัญญาไม่เป็นที่ไม่ผิดกฎหมายหรือผิดศีลธรรม”¹⁴⁰ คำกล่าวเช่นนี้เป็นข้อคิดที่ต้องการป้องกันรัฐเข้าแทรกแซงเสรีภาพของบุคคล ของการค้าหรืออุตสาหกรรม เสรีภาพของพลเมืองเป็นรายบุคคลความเป็นปัจเจกชนเป็นแก่นของกฎหมายสัญญา อันเป็นรากฐานของกฎหมายแพ่งที่ต้องเก็บรักษาไว้โดยให้ปลอดจากการแทรกแซง บนพื้นฐานของหลักการของเสรีภาพและความเสมอภาค

ในการศึกษาถึงความสัมพันธ์ของหลักกฎหมายสัญญาทั่วไปกับหลักกฎหมายของสัญญาผู้บริโภค หลักกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคในด้านสัญญาเป็นหลักกฎหมายพิเศษที่พิจารณาถึงลักษณะของความไม่เสมอภาคของบุคคลที่เข้ามาเป็นคู่สัญญา(ระหว่างผู้บริโภคกับผู้ประกอบการธุรกิจ) ลักษณะของสัญญาสำเร็จรูป ลักษณะของข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม ซึ่งกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญาได้กำหนดสิทธิพิเศษแก่คู่สัญญาที่เป็นผู้บริโภคที่แตกต่างจากคู่สัญญาในกฎหมายแพ่งว่าด้วยสัญญาทั่วไป แต่ถึงอย่างไรก็ตามหลักกฎหมายของสัญญาทั่วไปยังมีส่วนเกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิดที่ยังคงต้องนำมาปรับใช้กับสัญญาผู้บริโภค กล่าวคือ หลักการเกิดขึ้นของสัญญา หลักการตีความการแสดงเจตนา หลักการขัดต่อความสงบเรียบร้อย และหลักสุจริต ในการพิจารณาถึงข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม เกณฑ์ความสมดุลของสิทธิและหน้าที่ความรับผิดชอบคู่สัญญาที่ต้องเป็นไปตามหลักพื้นฐานของกฎหมายนี้ทางสัญญา ดังนั้นหลักที่บัญญัติไว้ในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์จึงยังคงมีความสำคัญที่ไม่ได้ลดลงที่ต้องนำมาปรับใช้กับสัญญาผู้บริโภครวมกับหลักกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค หลักเกณฑ์เฉพาะเกี่ยวกับ “สัญญาผู้บริโภค” ต้องมีประเมินการปรับใช้ หลักเกณฑ์ในการคุ้มครองผู้บริโภคไม่ควรถูกโต้แย้งว่าเป็นหลักเกณฑ์ที่ฝ่าฝืนหรือไม่สอดคล้องกับหลักของเสรีภาพของคู่สัญญาที่ทำข้อตกลงในสัญญาของตนเอง หลักเกณฑ์ของ “สัญญาผู้บริโภค” เป็นความพยายามที่สร้างความชอบธรรมที่จะให้หลักของปัจเจกชนยังคงมีความสำคัญ โดยการยอมรับความผูกพันทางสัญญาที่เหมาะสมที่ขอบธรรมอย่างแท้จริงให้กับคู่สัญญาฝ่ายที่เสียเปรียบในฐานะที่เป็นผู้บริโภคหรือที่เป็นผู้รับเอาข้อสัญญาสำเร็จรูป

¹⁴⁰ Reinhard Zimmermann, อ้างแล้วเชิงอรรถที่ 2 หน้า 190

เนื่องจากปัญหาข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นช่วงกลางของศตวรรษที่ผ่านมา(ตั้งแต่ปีค.ศ. 1950)ที่เกิดความเปลี่ยนแปลงกับสัญญาที่มีคู่สัญญาฝ่ายหนึ่งที่มีอำนาจทางเศรษฐกิจที่เหนือกว่ากำหนดข้อสัญญาขึ้นล่วงหน้าฝ่ายเดียว(สัญญาสำเร็จรูป)ก่อให้เกิดความผูกพันที่ไม่สมคูลตามพื้นฐานของสัญญาใช้กับคู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่ง เงื่อนไขหรือข้อสัญญาที่กำหนดไว้ล่วงหน้าบางประการก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรมประการแรกคือ ในขั้นตอนการทำสัญญาที่คู่สัญญาฝ่ายหนึ่งถูกตัดเสรีภาพในการจะเลือกทำสัญญา ไม่มีอำนาจในเจรจาต่อรอง ไม่อาจปฏิเสธต่อเงื่อนไขของที่กำหนดไว้แล้ว จะต้องรับเอาสัญญาหรือไม่รับข้อสัญญา(take it or leave it) ซึ่งในบางสถานการณ์คู่สัญญาที่เป็นผู้บริโภคที่เป็นบุคคลธรรมดาไม่มีโอกาสที่จะไม่รับเอาข้อสัญญานั้นๆ แต่ต้องจำยอมรับเอาข้อสัญญาโดยหลีกเลี่ยงการทำสัญญาไม่ได้ เพราะสัญญาผู้บริโภค(consumer contract)เป็นสัญญาเพื่อการบริโภคที่เป็นการส่วนตัว(private use)ในการต้องกินต้องใช้สำหรับการดำรงชีวิตปกติประจำวันของตนเองหรือของครอบครัว และยังเกิดปัญหากับคู่สัญญาที่เป็นผู้บริโภคในการไม่รู้หรือไม่เข้าใจข้อสัญญาหรือผลของสัญญา เนื่องจากข้อสัญญาที่ผู้ประกอบการธุรกิจทำไว้ล่วงหน้าในลักษณะเป็นเงื่อนไขทั่วไปทางธุรกิจที่มีการกำหนดสิทธิหน้าที่ที่สลับซับซ้อน เข้าใจยาก หรือการมีการนำสัญญาหลายสัญญามาผนวกเข้ากันไว้ดังตัวอย่างของสัญญาประกันภัย สัญญาให้สินเชื่อ ที่มีการอ้างถึงข้อสัญญาหลายข้อหรือที่อยู่ในสัญญาในภาคผนวกโยงกัน ก่อให้เกิดความไม่เข้าใจถึงผลบังคับของข้อสัญญาเหล่านั้น ดังนั้นความรู้ความไม่เข้าใจข้อสัญญาที่ใช้อยู่ในทางธุรกิจจึงเป็นที่มาของความไม่เป็นธรรมในขั้นตอนการทำสัญญา และยังก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรมในประการต่อมาคือเนื้อหาของข้อสัญญาที่ผู้ประกอบการธุรกิจกำหนดไว้ล่วงหน้านั้นยังมีการกำหนดให้แตกต่างไปจากสิทธิหน้าที่ที่พึงมีพึงได้หรือที่สมคูลระหว่างสิทธิหน้าที่ความรับผิดชอบที่เกิดจากสัญญาในระหว่างคู่สัญญา ภายใต้สถานการณ์เหล่านี้จึงมีการพิจารณาว่าสัญญาไม่ได้เกิดจากการกำหนดเจตจำนงของคู่สัญญาทั้งสองฝ่ายอย่างแท้จริง(real intention)หรืออย่างจริงจัง(serious intention)ที่จะนำไปสู่เนื้อหาของสัญญาที่สมคูลอย่างยุติธรรม รัฐจึงต้องมีบทบาทให้ความคุ้มครองแก่ฝ่ายที่ต้องเสียเปรียบในการเข้าทำสัญญา อันเป็นสาเหตุที่มาของการพัฒนาหลักกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคในด้านสัญญาที่ต้องได้รับความเป็นธรรมทั้งกระบวนการทำสัญญา(สิทธิในการได้รับข้อมูลในการทำสัญญาก่อนและขณะทำสัญญา)และทั้งกระบวนการกำหนดเนื้อหาของสัญญา(สิทธิในการได้รับข้อสัญญาที่มีเนื้อหาที่เป็นธรรม)

จากการศึกษาถึงหลักเกณฑ์และปัญหาของสัญญาผู้บริโภคของต่างประเทศเริ่มจากข้อกำหนดของสหภาพยุโรปที่เกี่ยวกับสัญญาผู้บริโภคซึ่งวางกฎเกณฑ์เพื่อความเป็นเอกภาพในการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคของประเทศสมาชิก จึงทำให้กฎหมายในภาคพื้นยุโรปในระบบ civil law ดังเช่นประมวลกฎหมายแพ่งเยอรมัน และประมวลกฎหมายว่าด้วยการบริโภคของฝรั่งเศส แม้กระทั่งอังกฤษซึ่งประเทศที่อยู่ในระบบ common law ก็ตาม ต่างก็มีการยอมรับในทิศทางเดียวกันในการอนุวัติการตามข้อกำหนดของสหภาพยุโรปในกฎหมายภายในของตนทั้ง “สิทธิของผู้บริโภคในการได้รับข้อมูลก่อนการทำสัญญา” โดยกำหนดเป็นหน้าที่ของผู้ประกอบการธุรกิจที่ต้องให้ข้อมูลเฉพาะรายละเอียดของสินค้าหรือบริการ แต่ยังคงให้ข้อมูลที่เกี่ยวกับเนื้อหาข้อสัญญาที่จะก่อความผูกพันตามสัญญาที่จะทำกับผู้ประกอบการธุรกิจก่อนที่มีการตกลงทำสัญญากันด้วย และทั้ง “สิทธิเลิกสัญญา” ที่ผู้บริโภคมีสิทธิเลิกสัญญาโดยไม่ต้องแสดงเหตุผลหลังสัญญาเกิดขึ้นแล้วระยะเวลาหนึ่ง สิทธิทั้งสองประการถือว่าเป็นสิทธิของผู้บริโภคตามกฎหมายที่มีการบัญญัติไว้อย่างชัดเจนในกฎหมายของ

แต่ละประเทศ แต่อย่างไรก็ดีนอกจากมาตรการการบัญญัติกฎหมายแล้วยังมีมาตรการเชิงป้องกันปัญหาที่จะเกิดกับผู้บริโภคในด้านการทำสัญญาคือหน่วยงานของรัฐในแต่ละประเทศเช่น The Office of Fair Trading (OFT) ของอังกฤษ La Commission des Clauses Abusives ของฝรั่งเศสทำหน้าที่ในตรวจสอบสัญญาที่ผู้ประกอบการธุรกิจใช้และทำการประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลข่าวสารที่สำคัญและจำเป็นที่ใช้ช่องทางเข้าถึงผู้บริโภคที่ง่าย รวดเร็วและสม่ำเสมอเพื่อเตือนและให้ความรู้แก่ผู้บริโภค เพื่อ“ให้ผู้บริโภคฉลาด”ที่จะทำสัญญากับผู้ประกอบการธุรกิจ

ส่วนหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวกับข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมของต่างประเทศตามที่ได้ศึกษาก็พบเช่นเดียวกันว่าต่างมีกฎหมายที่บัญญัติไว้คล้ายคลึงกันถึงรายการของข้อสัญญาที่อาจมีการพิจารณาว่าที่ไม่เป็นธรรมไม่ว่าที่กำหนดไว้ในข้อกำหนดด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมในสัญญาผู้บริโภคของสหภาพยุโรป (Council Directive 93/13/EEC of 5 April 1993 on unfair terms in consumer contracts) ในประมวลกฎหมายแพ่งเยอรมันมาตรา 305 ถึงมาตรา 310 และในกฎหมายอังกฤษ The Unfair Terms in Consumer Contracts Regulations 1999 ที่มีการกำหนดรายการตัวอย่างของข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมไว้เหมือนกัน ซึ่งถ้ามีข้อพิพาทขึ้นศาลสามารถนำไปพิจารณาเป็นแนวทาง

สำหรับการพิจารณาหลักเกณฑ์ของกฎหมายไทยที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค เนื่องจากงานวิจัยมีวัตถุประสงค์มุ่งเน้นศึกษาถึงการควบคุมกระบวนการทำสัญญาและการควบคุมเนื้อหาของสัญญาซึ่งมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องอยู่ 3 ฉบับคือ พ.ร.บ.คุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 แก้ไขเพิ่มเติมฉบับที่ 2 (พ.ศ.2541) พ.ร.บ.ว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ.2540 และพ.ร.บ.ว่าด้วยขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ.2545 เพื่อการวิเคราะห์เปรียบเทียบกับหลักกฎหมายของต่างประเทศซึ่งจากการศึกษาพบว่า กฎหมายไทยยังมีหลักในบางเรื่องที่ไม่เพียงพอ และมีข้อเสนอสำหรับการปรับใช้และการตีความกฎหมายเท่าที่มีอยู่ และเสนอถึงการแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายเพื่อให้ก้าวทันกับการประกอบธุรกิจ ทั้งนี้เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับการคุ้มครองได้อย่างเหมาะสม

กฎหมายฉบับแรกที่ทำการศึกษาคือพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 แก้ไขเพิ่มเติมฉบับที่ 2 (พ.ศ.2541) ที่กำหนดสิทธิของผู้บริโภคที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญานั้น โดยการใช้มาตรการในการกำหนดข้อสัญญาที่ให้ผู้ประกอบการธุรกิจใช้และห้ามใช้ข้อสัญญาใดตามมาตรา 35 ทวิ ถึงมาตรา 35 ซึ่งเป็นมาตรการเดียวกับกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคด้านข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมของฝรั่งเศส ข้อดีของมาตรการนี้คือเป็นมาตรการการควบคุมเนื้อหาของข้อสัญญาที่ต้นทางของปัญหาของข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม การบังคับให้ผู้ประกอบการธุรกิจต้องใช้ข้อสัญญาที่กำหนดจะช่วยแก้ปัญหาให้แก่ผู้บริโภคในการเข้าทำสัญญา ว่าสัญญาที่ผู้ประกอบการจะนำมาใช้กับผู้บริโภคจะมีข้อสัญญาอย่างน้อยได้ผ่านการพิจารณาของคณะกรรมการว่าด้วยสัญญาแล้วว่าเป็นข้อสัญญาที่สำคัญที่ต้องมีอยู่ในสัญญาซึ่งจะเป็นคุณแก่ผู้บริโภค และการห้ามมิให้ใช้ข้อสัญญาที่มีเนื้อหาที่ไม่เป็นธรรมตามที่กำหนด สัญญาที่ผู้ประกอบการนำมาใช้กับผู้บริโภคจะมีข้อสัญญาที่มีคุณภาพปลอดภัยจากความเป็นธรรมได้ในระดับหนึ่ง มาตรการของการคุ้มครองข้อสัญญาตามพ.ร.บ.คุ้มครองผู้บริโภคนี้สามารถแก้ไขปัญหาดังกล่าวที่มีสภาพบังคับตามกฎหมายถ้าผู้ประกอบการฝ่าฝืนไม่ใช้ข้อสัญญาตรงตามที่กำหนด ผู้ประกอบการก็จะได้ผลทางกฎหมาย 2 ประการ ประการแรกคือ กฎหมายให้ถือ

ว่าสัญญาที่ทำกับผู้บริโภคมีข้อสัญญาตามที่กำหนดไว้เลยโดยผลของกฎหมาย(มาตรา 35 ตีและมาตรา 35 จัตวา)ผู้ประกอบการธุรกิจมีความผูกพันกับผู้บริโภคตามข้อสัญญาที่กำหนด ประการที่สองคือ ผู้ประกอบการธุรกิจจะได้รับโฆษณาในการฝ่าฝืนไม่ใช้ข้อสัญญาตามที่กำหนด แต่มาตรการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญาตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคฯ มีข้อด้อยคือกลไกของกฎหมายที่ต้องทำเป็นประกาศสำหรับธุรกิจที่มีควบคุมเป็นรายๆไป ทั้งๆที่ในความเป็นจริงในการใช้ข้อสัญญาทางธุรกิจแม้จะเป็นธุรกิจคนละประเภทก็อาจมีการใช้ข้อสัญญาที่มีสาระสำคัญเหมือนกันได้ เพราะเป็นข้อสัญญาที่เป็นเงื่อนไขในการผูกพันทั่วไป เช่น ความรับผิดชอบในความชำรุดบกพร่องไม่ว่าจะเป็นธุรกิจซื้อขายหรือเช่าซื้อสินค้าประเภทใด ผู้ประกอบการธุรกิจก็ต้องมีความรับผิดชอบเช่นเดียวกัน หรือการกำหนดสิทธิให้ผู้ประกอบการธุรกิจเปลี่ยนแปลงข้อสัญญาหรือเลิกสัญญาได้ ฝ่ายเดียวที่ทุกสัญญาที่ทำกับผู้บริโภคก็ไม่ควรกำหนด หรือการกำหนดรายละเอียดสินค้าหรือบริการที่เป็นสาระสำคัญนั้นทุกประเภทของสัญญาผู้ประกอบการมีหน้าที่ต้องกำหนดอยู่แล้ว ข้อสัญญาเหล่านี้เป็นข้อสัญญาที่จำเป็นต้องมีทุกประเภทของสัญญาทางธุรกิจที่จะต้องมีการควบคุม ผู้วิจัยจึงเสนอทางแก้ไขโดยทำเป็นประกาศกำหนดโดยทั่วไปสำหรับธุรกิจที่กฎหมายให้ควบคุมข้อสัญญาได้นั้นต้องมีข้อสัญญาที่เป็นสาระสำคัญที่ใช้กับทุกประเภทสัญญาได้ อนึ่งมาตรการการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญาที่กำหนดตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 นี้เป็นมาตรการในเชิงป้องกันการใช้ข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมแก่ผู้บริโภคที่ผู้วิจัยเห็นว่าเป็นมาตรการที่ดีและเหมาะสมในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญา แต่การดำเนินการตามมาตรการนี้จะดีได้ต้องดำเนินการโดยองค์กรที่ทำหน้าที่ในการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีความเป็นอิสระจากการเมือง อิสระจากผู้ประกอบการธุรกิจ เพราะการคุ้มครองผู้บริโภคที่ต้องการมีการควบคุมการประกอบธุรกิจได้อย่างเป็นผลจะต้องพิจารณาอย่างเป็นอิสระไม่ถูกแทรกแซงจากนโยบายของรัฐบาลหรือไม่ถูกแทรกแซงจากผู้ประกอบการธุรกิจ ซึ่งตามรัฐธรรมนูญของไทยฉบับปี 2540ก็ดี ฉบับปี 2550ก็ดี ได้กำหนดให้องค์กรอิสระในการคุ้มครองผู้บริโภค แต่ขณะนี้เนื่องจากประเทศไทยยังไม่มีองค์กรอิสระที่มีอำนาจหน้าที่ในการดูแลผู้บริโภคในภาพรวม ดังนั้นการคุ้มครองผู้บริโภคที่ใช้มาตรการเชิงป้องกันที่ต้นเหตุของปัญหาโดยการกำหนดข้อสัญญาให้แก่ผู้ประกอบการต้องใช้หรือห้ามมิให้ใช้ของไทยในขณะนี้โดยคณะกรรมการว่าด้วยสัญญาก็ยังเป็นองค์กรที่ปฏิบัติหน้าที่ได้ในระดับหนึ่ง แม้จะเป็นองค์กรของฝ่ายบริหารก็ตาม โดยผู้วิจัยเสนอว่าคณะกรรมการว่าด้วยสัญญาสามารถปฏิบัติหน้าที่ให้เป็นอิสระจากฝ่ายการเมือง อิสระจากฝ่ายผู้ประกอบการได้ ถ้าปฏิบัติงานตามอำนาจหน้าที่อย่างจริงจังตามที่กฎหมายกำหนดให้ตรงตามเจตนารมณ์ในการคุ้มครองผู้บริโภค

อย่างไรก็ดี มาตรการในการคุ้มครองผู้บริโภคไม่ได้มีเพียงมาตรการเดียว ยังต้องมีมาตรการอื่นที่ต้องใช้ประกอบกัน เพราะการการคุ้มครองผู้บริโภคต้องทำทั้งต้นทาง ระหว่างทางและปลายทางในการทำสัญญาของผู้บริโภค

กฎหมายฉบับที่สองที่ทำการศึกษาคือ พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540 เป็นกฎหมายพิเศษที่กำหนดรายการของข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม ได้แก่

1. ข้อสัญญาที่ทำให้ผู้ประกอบการหรือผู้ใช้สัญญาสำเร็จรูปได้เปรียบเกินสมควรอันมีลักษณะเป็นข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมซึ่งมาตรา 4 ได้ให้ตัวอย่างไว้ 9 ข้อสัญญานี้ ผู้วิจัยเห็นว่าสถานะทางกฎหมายของตัวอย่างข้อตกลงซึ่งมาตรา 4 ให้เป็นตัวอย่างไว้ 9 ข้อตกลงข้างต้นนี้เป็นข้อตกลงที่เข้าข่ายที่กฎหมายถือว่าเป็น

ข้อสัญญาที่ทำให้ผู้ประกอบธุรกิจหรือผู้ใช้สัญญาสำเร็จรูปได้เปรียบเกินสมควรอันมีลักษณะเป็นข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมแล้ว ไม่ใช่เป็นเพียงตัวอย่างที่ไม่ใช่ของจริง (ดังเช่นสินค้าตัวอย่าง) มาตรา 4 กำหนดรายการของข้อสัญญาที่กฎหมายถือแล้วว่าเป็นข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม การที่เรียกว่าเป็นเพียงตัวอย่างนั้นหมายความว่ายังตัวอย่างอื่นอีกไม่ใช่จะมีข้อตกลงเท่าที่กำหนดไว้ 9 ข้อตกลงเท่านั้น ตัวอย่างของข้อตกลงที่มีลักษณะการได้เปรียบเกินสมควรทั้ง 9 ตัวอย่างข้างต้นมีบางตัวอย่างนำมาจากกฎหมายข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมของกฎหมายเยอรมัน (The Standard Form Act 1976) ซึ่งปัจจุบันได้นำมารวมอยู่ในประมวลกฎหมายแพ่ง (BGB) มาตรา 308- มาตรา 309 ได้แก่ตัวอย่างที่ 1 ถึง 5 ส่วนที่เหลือเป็นตัวอย่างของปัญหาที่เกิดขึ้นในประเทศไทย ที่มีข้อพิพาทขึ้นสู่ศาลให้ต้องวินิจฉัยและมีการปรับใช้ดุลพินิจปรับลดตามหลักของเบี่ยงปรับ ไม่ว่าในสัญญาเช่าซื้อ สัญญาขายฝาก สัญญาบัตรเครดิต หรือการคิดดอกเบี้ยทบต้น

2.ข้อตกลงยกเว้นหรือจำกัดความรับผิดชอบเพื่อความชำรุดบกพร่อง หรือเพื่อการรอนสิทธิในสัญญา ระหว่างผู้บริโภคกับผู้ประกอบธุรกิจการค้าหรือวิชาชีพที่มีการชำระหนี้ด้วยการส่งมอบทรัพย์สินให้แก่ผู้บริโภค (มาตรา 6)

3.ข้อตกลง ประกาศ หรือคำแจ้งความที่ได้ทำไว้ล่วงหน้า เพื่อยกเว้นหรือจำกัดความรับผิดชอบเพื่อละเมิด หรือผิดสัญญาในความเสียหายต่อชีวิต ร่างกาย หรืออนามัยของผู้อื่นหรือในความเสียหายอื่นๆ(มาตรา 8)

4.ข้อสัญญาจำกัดสิทธิหรือเสรีภาพในการประกอบอาชีพการงานที่ไม่เป็นธรรม(มาตรา 5)

5.ข้อสัญญาที่เกี่ยวกับการริบมัดจำที่มีการวางมัดจำไว้สูงเกินส่วน(มาตรา 7)

6.ความยินยอมหรือความตกลงของผู้เสียหายสำหรับการกระทำที่เป็นการต้องห้ามขัดแย้งโดยกฎหมาย ขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดี จะนำมาอ้างเป็นเหตุยกเว้นหรือจำกัดความรับผิดชอบในทางละเมิดไม่ได้ (มาตรา 9)

จากการศึกษาเปรียบเทียบกับกฎหมายต่างประเทศนั้น จะเห็นว่ามิมีบทบัญญัติเกี่ยวกับข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมของไทยตามมาตรา 6 มาตรา 8 และมาตรา 9 เทียบเคียงได้กับหลักกฎหมายอังกฤษคือ The Unfair Contract Term Act 1977(UCTA) ที่เป็นต้นแบบของการกำหนดลักษณะของข้อตกลงที่จะเป็นข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมของไทย ส่วนหลักข้อสัญญาตามมาตรา 5 และมาตรา 7 เป็นปัญหาของข้อพิพาทของไทยที่มีแนวคำวินิจฉัยของศาลในปัญหาของข้อสัญญาจำกัดสิทธิหรือเสรีภาพในการประกอบอาชีพการงานที่ไม่เป็นธรรมและข้อสัญญาที่เกี่ยวกับการริบมัดจำที่มีการวางมัดจำไว้สูงเกินส่วน นอกจากนี้ยังมีหลักการที่สำคัญอีกหลักหนึ่งที่นำมาจากหลักกฎหมายอังกฤษคือ หลักให้ศาลมีดุลพินิจปรับข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมให้มีผลบังคับเท่าที่เป็นธรรมและพอสมควรแก่กรณีได้(reasonableness and fairness)” ซึ่งถ้าพิจารณาในแง่วิชาการอาจมองได้ว่าเพื่อให้มีความยืดหยุ่นในการพิจารณาถึงผลบังคับที่ข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมอาจมีผลบังคับได้บ้างในบางกรณี แต่ถ้าพิจารณาในการใช้ดุลพินิจของศาลซึ่งจะเป็นผู้ใช้กฎหมาย อาจมองได้ว่าเป็นหลักการที่ใช้ยากเพราะข้อสัญญาไม่ใช่ตัวเลขที่สามารถปรับได้ว่าควรจะเป็นจำนวนเท่าไรจึงเหมาะสม แต่การปรับผลของข้อสัญญาที่จะให้มีผลบังคับเพียงบางส่วนในตัวเนื้อหาของข้อสัญญานั้นจะพิจารณาได้ยาก เพราะไม่ใช้การให้ผลบังคับข้อสัญญาเพียงบางข้อบางส่วนเหมือนกับหลักในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ตามมาตรา 173 อนึ่งมีข้อสังเกตว่าไม่มีบทบัญญัติกฎหมายว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมในปัจจุบันซึ่งออกมาหลัง UCTA และหลัง

พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมฯ ของไทยที่มีการบัญญัติใช้ผลบังคับตามหลักสมเหตุสมผล กล่าวคือเมื่อศาลพิจารณาแล้วว่าข้อสัญญาที่ผู้ประกอบการกิจการค้าหรือวิชาชีพใช้นั้นเป็นข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมแล้ว ข้อสัญญานั้นจะไม่มีผลใช้บังคับได้เลย

ผู้วิจัยเห็นว่าหลักกฎหมายของไทยจะมีการบัญญัติเนื้อหาหรือรายการของข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมไว้น้อย วิธีการแก้ไขปัญหามีข้อเสนอว่าการใช้และการตีความถึงเนื้อหาของข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมอื่นๆ ที่ไม่มีการบัญญัติไว้ อาจเทียบเคียงศึกษาได้จากบทบัญญัติของกฎหมายต่างประเทศได้ เพราะตามมาตรา 4 ของพ.ร.บ.ฯ กำหนดไว้ชัดเจนว่าข้อสัญญาที่ได้เปรียบเกินสมควรที่กำหนดไว้เพียง 9 กรณีนั้นเป็นเพียงตัวอย่าง ดังนั้นจึงมีความเป็นไปได้ว่าจะต้องมีตัวอย่างเนื้อหาข้อสัญญาอื่นๆ ที่จะทำให้ผู้บริโภค หรือผู้รับเอาข้อสัญญาสำเร็จรูปเสียเปรียบเกินสมควรหรือเกินความสมดุลที่ควรจะมีในสัญญานั้นๆ มากกว่าที่กฎหมายกำหนดได้อีก

กฎหมายฉบับที่ 3 ที่ทำการศึกษาคือ พระราชบัญญัติว่าด้วยขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 กฎหมายฉบับนี้ได้กำหนดสิทธิพิเศษแก่ผู้บริโภคเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคในการได้รับข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวกับการทำสัญญากับผู้ประกอบการในการขายตรงและการตลาดแบบตรงที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าและบริการ และเพื่อให้ผู้บริโภคตัดสินใจเข้าทำสัญญาโดยได้ไตร่ตรองอย่างรอบคอบ มีอิสระในการเลือกสินค้าหรือบริการโดยพื้นฐานของการได้เข้าทำสัญญาอย่างเป็นธรรมเนื่องจากการขายตรงและการตลาดแบบตรงเป็นลักษณะการเสนอขายสินค้าหรือบริการแก่ผู้บริโภคที่จะเกิดปัญหาในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือรับบริการได้ง่ายกว่าการซื้อสินค้าหรือบริการทั่วไป ดังที่เห็นได้จากคำอธิบายถึงลักษณะการขายตรงและการตลาดแบบตรงข้างต้น จึงเป็นหลักการและเหตุผลของการกำหนดสิทธิพิเศษแก่ผู้บริโภคหรือกำหนดหน้าที่เฉพาะแก่ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการทำสัญญาในกรณีการขายตรงและการตลาดแบบตรง 4 กรณีดังนี้ (1) การกำหนดข้อสัญญาซื้อขายในกรณีการขายตรงที่ให้ผู้จำหน่ายอิสระต้องดำเนินการตามเงื่อนไขและแผนการขายที่ผู้ประกอบการขายตรงกำหนด (2) การกำหนดสิทธิในการได้รับข้อมูลก่อนทำสัญญาของผู้บริโภคในกรณีการตลาดแบบตรง (3) การกำหนดสิทธิในการได้รับข้อมูลหลังทำสัญญาของผู้บริโภคที่ผู้ประกอบการมีหน้าที่ส่งมอบเอกสารสัญญาซื้อขายในการขายตรงและการตลาดแบบตรง (4) การกำหนดสิทธิบอกเลิกสัญญาให้ผู้บริโภคในการขายตรงและการตลาดแบบตรงการคุ้มครองผู้บริโภคในสัญญาขายตรงและการตลาดแบบตรงที่มีการกำหนดไว้ดังกล่าว คือการกำหนดสิทธิพิเศษแก่ผู้บริโภค 2 ประการคือสิทธิที่จะได้รับข้อมูลของรายละเอียดของข้อสัญญาในกรณีการตลาดแบบตรงที่มีการกำหนดให้ผู้ประกอบการต้องใช้ข้อความในการสื่อสารตามที่กฎหมายกำหนด เป็นหลักการที่กำหนดไว้ในกฎหมาย ส่วนรายละเอียดของข้อความในการสื่อสารเพื่อการเสนอขายจะต้องมีการออกเป็นประกาศของคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงในภายหลัง และมีหลักการในการควบคุมข้อสัญญาตามที่กฎหมายกำหนดให้ผู้ประกอบการมีหน้าที่ส่งมอบเอกสารสัญญาซื้อขายหลังจากมีการทำสัญญากับผู้บริโภคที่มีรายการของข้อสัญญาที่กฎหมายกำหนดไว้ซึ่งคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงสามารถควบคุมตรวจสอบข้อสัญญาได้ว่าการฝ่าฝืนกฎหมายหรือไม่ และการกำหนดสิทธิเลิกสัญญาแก่ผู้บริโภคภายใน 7 วันนับแต่วันส่งมอบสินค้าโดยผู้บริโภคไม่แจ้งถึงเหตุผลของการเลิกสัญญาและยังมีการกำหนดระยะเวลาคืนสินค้าและคืนเงินให้แก่ผู้บริโภคอีกด้วยผู้บริโภค

มีข้อสังเกตประการสำคัญคือสิทธิพิเศษของผู้บริโภคในการได้รับข้อมูลก่อนทำสัญญาและสิทธิเลิกสัญญาโดยไม่ต้องแสดงเหตุนี้ เป็นสิทธิของผู้บริโภคที่ทำสัญญากับผู้ประกอบการธุรกิจในการขายตรงและตลาดแบบตรงเท่านั้น สิทธิพิเศษนี้ไม่ใช้กับสัญญาอื่นๆที่ผู้บริโภคทำกับผู้ประกอบการธุรกิจ เนื่องจากสิทธิพิเศษดังกล่าวไม่ได้มีการบัญญัติไว้ในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคซึ่งเป็นหลักการทั่วไปในการคุ้มครองผู้บริโภค หรือจะกล่าวได้ว่าสิทธิพิเศษดังกล่าวตามกฎหมายไทยยังไม่ได้กำหนดเป็นสิทธิทั่วไปของผู้บริโภค อย่างไรก็ตามการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคในการให้ข้อมูลของข้อสัญญา ก่อนทำสัญญาที่ดี การที่ผู้บริโภคมีสิทธิเลิกสัญญาที่ดีในกรณีของการขายตรงและการตลาดแบบตรง ยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร เนื่องจากยังไม่มี การออกประกาศของคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงในการควบคุมการประกอบธุรกิจที่เป็นรายละเอียด อาทิเช่น รายละเอียดของข้อความที่ใช้ในการเสนอขายของการตลาดแบบตรง ซึ่งจะมีความสำคัญในเรื่องการให้ข้อมูลของข้อสัญญาที่ผู้ประกอบการธุรกิจจะใช้กับผู้บริโภคก่อนการทำสัญญา ทำให้การเสนอขายสินค้าในการขายตรงและการตลาดแบบตรงยังไม่มี การกำกับควบคุมอย่างมีประสิทธิภาพ เท่ากับว่ามีกฎหมายให้ความคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค แต่ในความเป็นจริงผู้บริโภคจึงยังไม่ได้รับการคุ้มครอง

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษา “สัญญาผู้บริโภค : วิเคราะห์ศึกษาเปรียบเทียบหลักเกณฑ์การคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญาของต่างประเทศกับของไทย”นี้ ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะว่า

1. ในเรื่องกำหนดหน้าที่ในการให้ข้อมูลของผู้ประกอบการธุรกิจ เนื่องจากการไม่ได้รับข้อมูลเป็นปัญหาของความไม่สมดุลในการแสดงเจตนาทำสัญญาระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจกับผู้บริโภค ผู้วิจัยเสนอว่าควรกำหนดหน้าที่การให้ข้อมูลเพื่อเป็นประกันว่าการตัดสินใจของคู่สัญญาทั้งสองฝ่ายที่จะทำสัญญาอยู่บนพื้นฐานที่มั่นคง หน้าที่ในการให้ข้อมูลเป็นวิธีการเสริมความแข็งแกร่งการยึดมั่นต่อหลักสัญญาต้องเป็นสัญญา ข้อมูลที่ผู้ประกอบการธุรกิจต้องจัดหาเพื่อให้ผู้บริโภคซึ่งกำลังจะเข้าทำสัญญาด้วย อยู่ในฐานะที่จะทำการเลือกได้อย่างเสรีและรับผิดชอบต่อสัญญาที่เกิดขึ้น ผลที่ตามมาของการให้ข้อมูลแก่ผู้บริโภคคือ จำนวนข้อมูลที่ให้แก่ผู้บริโภคเพื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจถึงความผูกพันตามสัญญา ถ้ามีข้อมูลมากเกินไปอาจทำให้ผู้บริโภคไม่สามารถตัดสินใจได้อย่างที่ควรจะเป็น เพราะไม่สามารถพิจารณาได้ทั้งหมดก็เท่ากับว่าเป็นผู้ที่ไม่ได้รับข้อมูลเลยก็ได้ ดังนั้นการกำหนดหน้าที่ให้ข้อมูลของผู้ประกอบการธุรกิจควรกำหนดรายละเอียดให้ชัดเจนเท่าที่จำเป็นว่ามีข้อมูลอะไรบ้าง

2. ในเรื่องการให้สิทธิเลิกสัญญาแก่ผู้บริโภค เนื่องจากสภาวะการณ์ที่ผู้บริโภคอาจถูกชักชวนให้เข้าทำสัญญาที่จะมีผลเสียต่อประโยชน์ของผู้บริโภค ถ้าผู้บริโภคได้มีเวลาการไตร่ตรองอย่างจริงจัง ผู้บริโภคอาจไม่ได้ต้องการทำสัญญาก็ได้ กฎหมายจึงต้องกำหนดสิทธิให้แก่ผู้บริโภคที่จะเลิกสัญญาได้ภายในระยะเวลาที่กำหนด เท่ากับเป็นการให้ระยะเวลาอีกระยะหนึ่งหลังจากที่ทำสัญญาไปแล้ว เพื่อให้ผู้บริโภคได้ตัดสินใจทบทวนถึงการทำสัญญากับผู้ประกอบการธุรกิจ แต่อย่างไรก็ดีการใช้สิทธิเลิกสัญญาของผู้บริโภคนี้ซึ่งมีผลกระทบมากต่อหลักสัญญา เพราะโดยหลักการบอกเลิกสัญญาต้องมีเหตุเกิดจากการผิดสัญญา การที่ให้ผู้บริโภคเลิกสัญญาได้โดยไม่ต้องอ้างเหตุผลใด เพื่อให้การใช้สิทธิยังอยู่บนพื้นฐานของหลักสุจริต ผู้วิจัยจึงเสนอว่าต้องมีการทำความเข้าใจที่

ถูกต้องแก่ผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคใช้สิทธิโดยไม่ชอบและไม่เป็นธรรมแก่ผู้ประกอบการธุรกิจเสียเอง นอกจากนี้ ต้องให้ผู้บริโภคได้รู้และเข้าใจด้วยว่าสิทธิเลิกสัญญาของผู้บริโภคดีกกล่าวมีขอบเขตของการใช้สิทธิเช่นกัน เนื่องจากมีกรณีที่เป็นข้อยกเว้นที่ผู้บริโภคไม่มีสิทธิบอกเลิกสัญญาได้ด้วย ได้แก่กรณีดังต่อไปนี้

- กรณีที่ผู้บริโภคได้แสดงเจตนายินยอมชัดแจ้งในการเข้าผูกพันไว้ก่อนที่จะมีการให้บริการและรู้โดยชัดแจ้งดีว่าเมื่อมีการรับบริการแล้วจะทำให้ตนเสียสิทธิในการเลิกสัญญา ดังนั้นผู้บริโภคจะแสดงเจตนาในภายหลังเพื่อเลิกสัญญาที่ผู้ประกอบการธุรกิจได้ให้บริการจนเสร็จสิ้นแล้วมิได้

- กรณีราคาสินค้าหรือบริการใดที่ราคาสามารถปรับขึ้นลงได้ตามการผันผวนของตลาดการเงินและอยู่นอกเหนือการควบคุมของผู้ประกอบการธุรกิจ

- กรณีสัญญาเพื่อจัดหาสินค้าซึ่งมีลักษณะเฉพาะหรือทำขึ้นเฉพาะเพื่อผู้บริโภค

- กรณีสินค้าที่โดยสภาพหรือโดยธรรมชาติจะมีการเสื่อมคุณภาพลงหรือหมดอายุอย่างรวดเร็ว เมื่อผู้บริโภคได้ทำการเปิดผนึกสินค้าซึ่งโดยสภาพของสินค้าต้องมีการปิดผนึกไว้ก่อนใช้งานเสมอ เช่นกรณีของอาหารหรือยา

- กรณีสัญญาเกี่ยวกับอุปกรณ์เครื่องเสียง เครื่องบันทึกเสียงหรือซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ซึ่งโดยปกติมีการปิดผนึกไว้และได้ถูกผู้บริโภคเปิดผนึกออกแล้ว

- กรณีสัญญาจัดส่งหนังสือพิมพ์ วารสาร นิตยสารต่างๆ สัญญาในการขายทอดตลาด สัญญาเกี่ยวกับที่พักอาศัยนอกเหนือจากวัตถุประสงค์เพื่อการพักอาศัย สัญญาเกี่ยวกับการขนส่งสินค้าหรือสัญญาบริการเช่ารถยนต์หรือสัญญาจัดเลี้ยงหรือบริการที่เกี่ยวกับการพักผ่อนหย่อนใจซึ่งได้ถูกกำหนดวันและเวลาไว้เป็นที่แน่นอนแล้ว และสัญญาเกี่ยวกับข้อมูลดิจิทัลที่ผู้บริโภคได้ให้ความยินยอมเป็นการล่วงหน้าและทราบดีว่าการทำเช่นนั้นจะทำให้เสียสิทธิที่เลิกสัญญาไป

3. ในเรื่องการตีความความเป็น “ผู้บริโภค” ซึ่งปัจจุบันมีแนวทางการจำกัดความหมายของผู้บริโภคในกฎหมายต่างประเทศว่าเฉพาะผู้เป็นบุคคลธรรมดาที่กระทำนอกเหนือทางการค้าหรือวิชาชีพเท่านั้น และในประกาศคณะกรรมการว่าด้วยสัญญาของไทยฉบับหนึ่ง เรื่อง ให้ธุรกิจให้เช่าที่อยู่อาศัยที่เรียกเก็บเงินประกันเป็นธุรกิจที่ควบคุมรายการในหลักฐานการรับเงิน พ.ศ.2549 มีระบุงการคุ้มครองผู้บริโภคที่เป็น “ผู้เช่า” ในธุรกิจการให้เช่าที่อยู่อาศัยที่เรียกเก็บเงินประกันว่าไม่รวมถึงผู้บริโภคซึ่งเป็นนิติบุคคล ดังนั้นผู้วิจัยจึงเสนอว่า การให้ความหมายของผู้บริโภคว่าเป็นบุคคลธรรมดาที่เข้าสัญญากับผู้ประกอบการธุรกิจ จะเป็นแนวทางในการปรับใช้กฎหมายเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคที่ถูกต้องและเหมาะสม เพราะบทบัญญัติของกฎหมาย ให้ความคุ้มครองแก่คู่สัญญาที่เป็นเสียเปรียบด้วยเหตุผลของการเป็นบุคคลธรรมดาที่เข้าทำสัญญาซื้อหรือรับบริการเพื่อการบริโภคที่เป็นการส่วนตัวหรือเพื่อครอบครัวตนเอง ไม่ใช่เพื่อการค้าโดยหวังผลประโยชน์ตอบแทน การให้การคุ้มครองแก่บุคคลอื่นที่ประกอบธุรกิจไม่ว่าจะเป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลเป็นสิ่งที่ไม่เหมาะสม แม้ว่าจะเป็นผู้ประกอบการรายย่อยหรือไม่ได้เป็นผู้ประกอบอาชีพเดียวกับคู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งก็ตาม การที่บุคคลนั้นเป็นผู้ประกอบการก็ย่อมอยู่ในฐานะที่จะปกป้องผลประโยชน์ของตนเองได้ในระดับหนึ่ง ปัญหา ของ

ความไม่รู้หรือไม่เข้าใจข้อสัญญา มักไม่เกิดขึ้นในระดับเดียวกับบุคคลธรรมดาที่เป็นผู้บริโภค เพราะคู่สัญญาฝ่ายที่ใช้ข้อสัญญาสำเร็จรูปคงไม่คาดหวังว่าคู่กรณีที่ประกอบการค้าหรือประกอบธุรกิจจะไม่รู้หรือไม่เข้าใจข้อสัญญา การอ้างความไม่รู้หรือไม่เข้าใจอาจตีความได้ว่าเป็นความประมาทเลินเล่อในการทำสัญญาได้ อย่างไรก็ตามสำหรับปัญหาของข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมที่เกิดจากการใช้สัญญาสำเร็จกับคู่สัญญาที่เป็นผู้ประกอบการรายเล็กหรือรายย่อย เช่นผู้ประกอบการกิจการค้าคนเดียวย่อมจะมีสถานะในการทำสัญญาที่อาจจะมีความเสียเปรียบจากข้อสัญญาสำเร็จรูปก็ได้ ซึ่งอาจได้รับความคุ้มครองโดยการอนุโลมในฐานที่ข้อสัญญานั้นทำให้ผู้ประกอบการที่ใช้ข้อสัญญาสำเร็จรูปที่ทำไว้ล่วงหน้าได้เปรียบเกินสมควร แต่อย่างไรก็ตามการปรับใช้หลักการความไม่เป็นธรรมที่เกิดจากสัญญาคงไม่อยู่ในระดับเดียวกับกรณีของคู่สัญญาที่เป็นผู้บริโภคที่เป็นบุคคลธรรมดาที่ไม่ได้ทำสัญญาเพื่อวัตถุประสงค์ในทางการค้า

4. ในเรื่องการปรับใช้หลักการของกฎหมายว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมของไทยนั้น ผู้วิจัยเห็นว่าต้องพิจารณารายการของข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540 เป็นเพียงตัวอย่างของข้อสัญญาที่เป็นข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมส่วนหนึ่งเท่านั้น เพราะยังมีข้อสัญญาที่มีเนื้อหาที่ไม่เป็นธรรมที่อาจก่อความเสียหายแก่ผู้บริโภคอีกหลายตัวอย่าง และจะมีตัวอย่างข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมอะไรได้อีก ผู้วิจัยเสนอแนะว่าควรเทียบเคียงจากตัวอย่างข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมที่มีการกำหนดรายละเอียดไว้มากในหลักของต่างประเทศที่สามารถนำมาใช้เป็นแนวทาง(guideline)ในการพิจารณาลักษณะของเนื้อหาของข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมได้เป็นอย่างดี เพราะต้องยอมรับว่าตัวอย่างที่กำหนดไว้ของต่างประเทศนั้นได้มีการศึกษาถึงข้อสัญญาที่เกี่ยวกับสิทธิหน้าที่ความรับผิดชอบที่สมดุลที่มีเหตุและผลมาอย่างดีแล้วในระดับหนึ่ง ดังเช่นเมื่อได้พิจารณาและทำการศึกษาถึงรายการของข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมที่กำหนดไว้ของประมวลกฎหมายแพ่งเยอรมันที่กำหนดไว้ในมาตรา 308 และมาตรา 309 ซึ่งเป็นต้นแบบของการกำหนดรายการข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมที่มีพื้นฐานมาจากหลักสุจริตของกฎหมายสัญญาและกฎหมายหนี้ที่บัญญัติไว้ในประมวลกฎหมายแพ่งเยอรมันซึ่งมีหลักเช่นเดียวกันในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ของไทย ดังนั้นจึงต้องมีการทำความเข้าใจถึงหลักกฎหมายหนี้ในประมวลกฎหมายให้ดี เพราะหลักกฎหมายในประมวลกฎหมายแพ่งเป็นพื้นฐานของหนี้ที่เป็นธรรมของคู่สัญญาที่ต้องมีระหว่างกัน หลักกฎหมายในประมวลกฎหมายแพ่งจึงมีความสำคัญต่อการใช้การตีความข้อสัญญาที่ไม่ธรรมสำหรับสัญญาผู้บริโภค

5. ในเรื่องสิทธิพิเศษของผู้บริโภคในการได้รับข้อมูลก่อนทำสัญญาและในการมีสิทธิเลิกสัญญาโดยไม่ต้องแสดงเหตุผลซึ่งกำหนดไว้ในพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรงนั้น สิทธิพิเศษนี้ไม่ใช้กับสัญญาอื่นๆที่ผู้บริโภคทำกับผู้ประกอบธุรกิจ เนื่องจากสิทธิพิเศษดังกล่าวยังไม่ได้มีการบัญญัติไว้ในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคฯ ปัจจุบันในกฎหมายต่างประเทศมีการกำหนดให้เป็นสิทธิของผู้บริโภคในสัญญาซื้อขายของผู้บริโภคแล้ว ดังนั้นผู้วิจัยเสนอว่าควรมีการแก้ไขเพิ่มเติมสิทธิทั้งสองประการสำหรับการซื้อขายเพื่อการบริโภคของผู้บริโภคไว้ในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 เพราะสิทธิทั้งสองประการเป็นสิทธิที่มีความสำคัญเป็นอย่างมากสำหรับสัญญาผู้บริโภคในโลกของเทคโนโลยีปัจจุบันคือ สิทธิที่จะได้รับข้อมูลที่ถูกต้องและเพียงพอในการตัดสินใจก่อนเข้าทำสัญญา อันมีผลไปถึงการให้สิทธิเลิกสัญญาแก่ผู้บริโภคระยะเวลาหนึ่งหลังสัญญาเกิดขึ้นแล้ว

6. ข้อเสนอสุดท้ายที่จะเกี่ยวข้องกับการพัฒนากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญาให้สอดคล้องกับสภาพสังคมปัจจุบันโดยเฉพาะการประกอบธุรกิจขายตรงและการตลาดแบบตรงที่มีการพัฒนาการเสนอขายสินค้าหรือบริการผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ตในรูปแบบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์(E-Commence) หรือซื้อขายสินค้าหรือให้บริการออนไลน์หรือสัญญาทางอิเล็กทรอนิกส์(E-Contract) ซึ่งระบบการควบคุมตาม พ.ร.บ.ขายตรงและตลาดแบบตรงฯอาจไม่เหมาะสมกับสภาพของธุรกิจในปัจจุบันอีกต่อไป อันจะมีผลว่ามีกฎหมายที่มีวัตถุประสงค์ให้ความคุ้มครองพิเศษแก่ผู้บริโภค แต่ในความเป็นจริงผู้บริโภคอาจไม่ได้รับการคุ้มครองที่เหมาะสมกับการซื้อขายสินค้าหรือบริการออนไลน์ ผู้วิจัยจึงเสนอว่าสมควรที่จะต้องมีการออกกฎหมายใหม่สำหรับประเทศไทยในการคุ้มครองผู้บริโภคสำหรับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ดังมีงานวิจัยเรื่อง “ผลการศึกษาตามโครงการจ้างที่ปรึกษาด้านการจัดทำข้อเสนอแนะแนวทางการจัดตั้งศูนย์รับเรื่องร้องเรียน อันเกิดจากการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์”¹⁴¹ ที่มีการเสนอให้สำนักงานพัฒนาธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) ทำหน้าที่เป็นผู้ดำเนินการจัดตั้งศูนย์ฯ เนื่องจากมีความพร้อมทั้งด้านบุคลากรและทั้งด้านเทคโนโลยี ดังนั้นจึงมีความเป็นไปได้ที่จะให้สำนักงานพัฒนาธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์(องค์การมหาชน)รับเป็นผู้นำหน้าทีในการศึกษาเพื่อเสนอกฎหมายที่เกี่ยวกับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อทำให้เกิดความชัดเจนในการประกอบธุรกิจและเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคด้วย

อนึ่งข้อเสนอสุดท้ายไม่ได้อยู่ในขอบเขตของงานวิจัยที่กำหนดไว้ เนื่องจากงานวิจัยมุ่งเน้นวิเคราะห์ศึกษาหลักกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญาของไทยที่มีบัญญัติไว้แล้ว และบริบทของกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคที่เกี่ยวกับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จะแตกต่างจากการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญาทั่วไปเพราะจะต้องพิจารณาถึงการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ลักษณะการเกิดขึ้นของสัญญาทางอิเล็กทรอนิกส์ อีกทั้งการคุ้มครองผู้บริโภคในการซื้อขายสินค้าหรือบริการทางออนไลน์จะต้องใช้วิธีการทางเทคโนโลยีประกอบด้วยซึ่งจะต้องมีการพัฒนากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของไทยต่อไป แต่ที่ทำเป็นข้อเสนอสุดท้ายก็เพื่อเสนอให้เห็นถึงแง่มุมของกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคว่าเป็นกฎหมายที่มีลักษณะของกฎหมายที่ไม่หยุดนิ่งที่จะมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเท่านั้นเอง

¹⁴¹ อ้างแล้วเชิงอรรถที่ 1.