



Received: January 2, 2025

Revised: May 22, 2025

Accepted: June 29, 2025

การรับประกันอิเล็กทรอนิกส์และการคุ้มครองผู้บริโภคในยุคดิจิทัล:

การวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบกฎหมายไทยและสหรัฐอเมริกา

Electronic Warranty and Consumer Protection in the Digital Age:

A Comparative Legal Study between Thailand and the United States

วารารณ วนาพิทักษ์ (Varaporn Vanaphituk)¹

E-mail: varaporn.van@stou.ac.th

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากฎหมายว่าด้วยการรับประกันอิเล็กทรอนิกส์และการคุ้มครองผู้บริโภคในบริบทของยุคดิจิทัล โดยพิจารณาปัญหาที่เกิดขึ้นจากการซื้อขายสินค้าออนไลน์ซึ่งผู้บริโภคมักไม่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับเงื่อนไขการรับประกันอย่างครบถ้วน เช่น การใช้ถ้อยคำรับประกันที่ไม่ชัดเจน ข้อยกเว้นที่ไม่ได้แสดงไว้อย่างชัดเจนในเงื่อนไขการรับประกัน หรือการจำกัดความรับผิดชอบของผู้ประกอบธุรกิจ โดยวิเคราะห์กฎหมายไทยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 เปรียบเทียบกับกฎหมายของสหรัฐอเมริกา โดยเฉพาะ E-Warranty Act of 2015 ซึ่งกำหนดหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนเกี่ยวกับเนื้อหา รูปแบบ และการเปิดเผยข้อมูลคำรับประกันผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ จากการศึกษาเปรียบเทียบพบว่า กฎหมายไทยยังขาดบทบัญญัติที่รองรับการเปิดเผยเงื่อนไขการรับประกันผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์อย่างเป็นระบบ ทำให้ผู้บริโภคไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลสิทธิของตนได้อย่างมีประสิทธิภาพ บทความจึงเสนอให้มีการปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้อง โดยกำหนดมาตรฐานของคำรับประกันในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ และพัฒนากลไกเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงข้อมูลดังกล่าวได้อย่างสะดวก โปร่งใส และได้รับความคุ้มครองอย่างแท้จริงในยุคดิจิทัล

คำสำคัญ การรับประกันอิเล็กทรอนิกส์ การคุ้มครองผู้บริโภค ยุคดิจิทัล

¹ รองศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

(Associate Professor, School of Law, Sukhothai Thammathirat Open University)



Abstract

This article aims to examine the legal framework concerning electronic warranties (e-warranties) and consumer protection in the context of the digital era. It focuses on issues arising from online transactions, where consumers often do not receive complete information regarding warranty terms—such as ambiguous language, hidden exclusions, or unjust limitations of liability imposed by businesses. The study analyzes relevant Thai laws, particularly the Direct Selling and Direct Marketing Act B.E. 2545 and the Consumer Protection Act B.E. 2522 and compares them with the legal framework of the United States, especially the E-Warranty Act of 2015, which establishes clear rules on the content, format, and disclosure of warranty information through electronic means. The comparative analysis reveals that Thai law lacks comprehensive provisions supporting the disclosure of warranty terms through digital platforms, which hinders consumers' ability to effectively access their rights. Accordingly, the article proposes legislative reforms, the establishment of clear standards for electronic warranty content, and the development of mechanisms that allow consumers to access warranty information conveniently, transparently, and in a manner that ensures meaningful legal protection in the digital age.

Keywords: E-Warranty, Consumer protection, Digital era

บทนำ

ในยุคดิจิทัลที่การแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการไม่ถูกจำกัดด้วยขอบเขตทางภูมิศาสตร์เหมือนในอดีต การเปลี่ยนแปลงของตลาดและความซับซ้อนทางเทคโนโลยีทำให้การรับประกันได้กลายเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค ซึ่งไม่เพียงแต่ยืนยันคุณภาพของสินค้า แต่ยังเป็นแสดงถึงความโปร่งใส ความน่าเชื่อถือ และความรับผิดชอบของผู้ประกอบการที่มีต่อผู้บริโภค โดยเฉพาะการรับประกันที่ไม่ได้เพียงแค่คุ้มครองสินค้าเท่านั้น แต่ยังสร้างความเชื่อมั่นในกระบวนการและความมุ่งมั่นของบริษัทในการบริการลูกค้าอย่างเต็มที่ อีกทั้งการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในด้านนี้คือการก้าวไปสู่การรับประกันอิเล็กทรอนิกส์ (E-Warranty) ซึ่งไม่เพียงแต่สะดวกและรวดเร็ว แต่ยังทำให้ผู้บริโภคได้รับมีความมั่นใจในการซื้อสินค้ามากยิ่งขึ้น ในประเทศไทยแม้ว่าผู้ประกอบการหลายรายจะเริ่มให้การรับประกันผ่านช่องทางออนไลน์ แต่กลับไม่มีมาตรฐานกลางหรือข้อบังคับทางกฎหมายที่กำหนดให้ข้อมูลเหล่านั้นต้องเปิดเผยอย่าง



ครบถ้วน เช่น ข้อยกเว้น เงื่อนไข หรือวิธีการใช้สิทธิเรียกร้อง ทำให้ผู้บริโภคบางรายอาจเข้าใจคลาดเคลื่อนหรือไม่สามารถใช้สิทธิได้จริง

การรับประกันอิเล็กทรอนิกส์เป็นรูปแบบการรับประกันสินค้าตามกฎหมายของสหรัฐอเมริกา ซึ่งถูกพัฒนาขึ้นภายใต้กรอบของกฎหมาย Magnuson-Moss Warranty Act 1975 และ E-Warranty Act of 2015 กฎหมายเหล่านี้ได้กำหนดมาตรฐานสำหรับการระบุรายละเอียดเกี่ยวกับคำรับประกัน (Warranty Terms) รูปแบบการรับประกัน (Warranty Formats) และการส่งเสริมให้ข้อมูลการรับประกันมีความโปร่งใสและเข้าถึงได้ง่ายผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล เช่น เว็บไซต์ หรือ QR Code ซึ่งหลักการสำคัญของกฎหมายเกี่ยวกับการรับประกันอิเล็กทรอนิกส์คือ การกำหนดให้ผู้ประกอบการต้องเปิดเผยข้อมูลการรับประกันอย่างครบถ้วนและชัดเจน ตั้งแต่เงื่อนไขการรับประกัน ระยะเวลาการคุ้มครอง ไปจนถึงข้อยกเว้นความรับผิดชอบของผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่าย นอกจากนี้ การใช้เทคโนโลยีเพื่อเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวยังช่วยลดการใช้กระดาษและเพิ่มความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลของผู้บริโภค หากผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย เช่น การไม่ระบุเงื่อนไขการรับประกันที่ชัดเจนหรือการฝ่าฝืนหลักเกณฑ์ในการจัดทำคำรับประกัน กฎหมายยังได้กำหนดบทลงโทษที่เข้มงวดเพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค

บทความนี้มุ่งศึกษาประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการรับประกันอิเล็กทรอนิกส์ในบริบทของการคุ้มครองผู้บริโภคดิจิทัล โดยเฉพาะในเรื่องหลักเกณฑ์การบังคับใช้กฎหมาย การระบุรายละเอียดของคำรับประกัน รูปแบบของการรับประกัน การเข้าถึงข้อมูล และบทลงโทษสำหรับการฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย โดยวิเคราะห์เปรียบเทียบระบบกฎหมายของประเทศไทยกับกฎหมายของสหรัฐอเมริกา ซึ่งมีการพัฒนากฎหมายด้านนี้มาอย่างเป็นระบบ บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อชี้ให้เห็นถึงข้อจำกัดของกฎหมายไทยในด้านการคุ้มครองผู้บริโภคผ่านระบบรับประกันอิเล็กทรอนิกส์ และเสนอแนวทางในการพัฒนากฎหมายให้สอดคล้องกับบริบทของยุคดิจิทัล โดยใช้กรอบแนวคิดด้านสิทธิผู้บริโภค ได้แก่ หลักความโปร่งใสในการให้ข้อมูล (Transparency) สิทธิในการเข้าถึงข้อมูล (Access to Warranty Information) และสิทธิในการได้รับการเยียวยา (Consumer Redress Right) เป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์เปรียบเทียบ จากกรอบแนวคิดและการเปรียบเทียบที่เสนอ บทความนี้ตั้งสมมติฐานว่า ระบบกฎหมายของสหรัฐอเมริกามีความชัดเจนและเอื้อต่อการใช้สิทธิรับประกันมากกว่าประเทศไทย ทั้งในเชิงรูปแบบและเนื้อหาทางกฎหมาย ดังนั้น ประเทศไทยจึงควรพิจารณาปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องเพื่อให้สามารถคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพในบริบทของยุคดิจิทัล

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการรับประกันสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ของสหรัฐอเมริกา

การรับประกันสินค้าในสหรัฐอเมริกาอยู่ภายใต้กฎหมายหลักสองฉบับที่มีบทบาทต่างกัน ได้แก่ (1) กฎหมาย Uniform Commercial Code (UCC) ซึ่งเป็นกฎหมายทั่วไปที่กำหนดสิทธิและหน้าที่ของคู่สัญญาในการซื้อขายสินค้า และ (2) กฎหมาย Magnuson-Moss Warranty Act 1975 (MMWA) ซึ่งเป็น



กฎหมายเฉพาะที่ตราขึ้นเพื่อเสริมสร้างการคุ้มครองผู้บริโภคโดยตรงในการรับประกันสินค้าผู้บริโภค โดยเน้นความโปร่งใสของข้อมูลและการเข้าถึงสิทธิของผู้บริโภค² ซึ่งในอดีตการรับประกันสินค้าจะอยู่ในรูปแบบเอกสาร (Paper Warranty) ที่มาพร้อมกับสินค้า กฎหมายฉบับนี้จึงกำหนดให้ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายต้องให้ข้อมูลการรับประกันที่ชัดเจนและโปร่งใส อย่างไรก็ตาม การพัฒนาเทคโนโลยีและความนิยมที่เพิ่มขึ้นของการซื้อขายสินค้าออนไลน์ทำให้รูปแบบเอกสารเดิมไม่เหมาะสมกับการประกอบธุรกิจในยุคดิจิทัล ส่งผลให้เกิดความต้องการรูปแบบการรับประกันที่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้ง่ายกว่าเดิม จึงได้มีการพัฒนารูปแบบการรับประกันอิเล็กทรอนิกส์ที่สอดคล้องกับการซื้อขายสินค้าในยุคดิจิทัลไว้โดยกฎหมาย E-Warranty Act of 2015 ซึ่งมุ่งเน้นการคุ้มครองผู้บริโภคจากการหลอกลวงหรือการยกเว้นความรับผิดชอบของผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายที่ไม่เป็นธรรม โดยมีคณะกรรมการการค้าแห่งสหพันธรัฐ (Federal Trade Commission: FTC) ทำหน้าที่ในการกำกับดูแลกฎหมายดังกล่าว

1. กฎหมาย Uniform Commercial Code (UCC) ตามกฎหมายสหรัฐอเมริกา หลักเกณฑ์ทางกฎหมายเกี่ยวกับการรับประกันสินค้าจะอยู่ภายใต้กฎหมาย UCC ซึ่งการรับประกันสินค้าแบ่งออกเป็น การรับประกันโดยชัดแจ้ง (Express Warranty) และ การรับประกันโดยปริยาย (Implied Warranty) โดยทั้งสองประเภทมีลักษณะและบทบาทที่ต่างกัน ดังนี้

1.1 การรับประกันโดยชัดแจ้ง (Express Warranty) หมายถึง การที่ผู้ขายสัญญาหรือให้คำมั่นไว้โดยลายลักษณ์อักษร หรือโดยวาจาว่าสินค้าจะมีคุณภาพตามที่พรรณนาไว้³ ซึ่งผู้จำหน่ายอาจจะระบุไว้ในคำโฆษณา สัญญาซื้อขาย ใบรับรองสินค้า (certificates) คู่มือการใช้งาน (user manuals) ป้ายหรือบรรจุภัณฑ์ของสินค้า (product tags and packaging)⁴

1.2 การรับประกันโดยปริยาย (Implied Warranty) หมายถึง เป็นสิทธิที่เกิดขึ้นตามกฎหมายโดยผู้ขายไม่จำเป็นต้องระบุเป็นลายลักษณ์อักษร ซึ่งกฎหมายกำหนดให้สินค้าต้องมีคุณภาพที่เหมาะสมสำหรับการใช้สอยทั่วไป (Implied Warranty of Merchantability)⁵ และเหมาะสมกับวัตถุประสงค์เฉพาะในการใช้สอยที่ผู้ซื้อได้แจ้งแก่ผู้ขาย (Implied Warranty of Fitness for a Particular Purpose)⁶

² ดู Uniform Commercial Code §§ 2-313 ถึง 2-315; และ Magnuson-Moss Warranty Act, 15 U.S.C. §§ 2301-2312.

³ UCC Section 2-313.

⁴ Steingold, D. M. (2023). *UCC sales contracts: Warranties*. Retrieved December 11, 2024, from <https://www.nolo.com/legal-encyclopedia/the-ucc-sales-contract-warranties.html>

⁵ UCC Section 2-314.

⁶ UCC Section 2-315.



อย่างไรก็ตาม กฎหมาย UCC ไม่มีบทบัญญัติที่กำหนดหลักเกณฑ์ให้ผู้ขายต้องเปิดเผยข้อมูล การรับประกันอย่างละเอียด แต่ผู้บริโภคสามารถฟ้องผู้จัดจำหน่ายให้รับผิดชอบตามกฎหมาย UCC ได้หากว่าสินค้า ไม่ตรงตามสัญญาหรือไม่ตรงตามเงื่อนไขการรับประกัน⁷

2. กฎหมาย Magnuson-Moss Warranty Act 1975 มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 4 มกราคม ค.ศ 1975 โดยมีเจตนารมณ์ในการออกกฎหมายเพื่อกำหนดมาตรฐานในการคุ้มครองผู้บริโภคเกี่ยวกับการรับประกันสินค้าและบริการ กฎหมายนี้มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมความโปร่งใส ยุติธรรม และความ รับผิดชอบของ “ผู้รับประกัน (warrantor)” ซึ่งตามกฎหมายฉบับนี้ให้นิยามว่าหมายถึง บุคคลหรือผู้จัดหา สินค้าที่ให้หรือเสนอการรับประกันเป็นลายลักษณ์อักษร หรือบุคคลที่อาจมีภาระผูกพันตามการรับประกันโดย ปริยาย⁸ ซึ่งจะรวมถึงผู้ผลิต ตัวแทนจำหน่าย หรือผู้นำเข้าสินค้า ส่วน “ผู้บริโภค” (consumer) ตามกฎหมาย ฉบับนี้ให้นิยามว่าหมายถึง ผู้ซื้อสินค้าที่ไม่ได้ซื้อเพื่อการขายต่อ บุคคลที่ได้รับการโอนสินค้านั้นในช่วง ระยะเวลาของการรับประกัน และบุคคลที่มีสิทธิตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ในการรับประกัน⁹

กฎหมาย Magnuson-Moss Warranty Act 1975 มีขอบเขตการบังคับใช้กฎหมายที่แคบกว่า กฎหมาย UCC¹⁰ โดยจะใช้บังคับกับสินค้าอุปโภคบริโภค (consumer products)¹¹ ที่มีมูลค่ามากกว่า 15 ดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งมีการเสนอการรับประกัน¹² เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้า รถยนต์ อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่ง การรับประกันสินค้าตามกฎหมายฉบับนี้จะครอบคลุมการรับประกันแบบลายลักษณ์อักษร (written warranty) การรับประกันโดยปริยาย (implied warranty) และสัญญาบริการ (services contract)¹³ โดยกำหนดให้ผู้รับประกันสินค้าต้องปฏิบัติตามกฎหมาย หากมีการเสนอการรับประกันแก่ผู้บริโภค การรับประกันสินค้าจะต้องเปิดเผยเงื่อนไขและข้อกำหนดให้ชัดเจน เข้าใจง่าย และไม่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความ เข้าใจผิด โดยผู้จัดจำหน่ายต้องอธิบายการรับประกันในลักษณะที่สามารถเข้าถึงและเข้าใจได้ง่าย เพื่อคุ้มครอง

⁷ Steingold, D. M. (2023). *UCC sales contracts: Warranties*. Retrieved December 11, 2024, from <https://www.nolo.com/legal-encyclopedia/the-ucc-sales-contract-warranties.html>

⁸ 15 U.S. Code § 2301(5).

⁹ 15 U.S. Code § 2301(3).

¹⁰ Kutner, W. R. (1977). Consumer product warranties under the Magnuson-Moss Warranty Act and the Uniform Commercial Code. *Cornell Law Review*, 62(4), 593–627. Retrieved December 15, 2024, from <https://scholarship.law.cornell.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=4117&context=clr>.

¹¹ 15 U.S. Code § 2301 ให้นิยาม คำว่า “สินค้าอุปโภคบริโภค” ว่าหมายถึง สินค้าที่จับต้องได้ซึ่งจำหน่ายในเชิง พาณิชยโดยเป็นการใช้สอยตามปกติเพื่อวัตถุประสงค์ในทางส่วนตัว ในครอบครัว หรือภายในครัวเรือน

¹² 15 U.S. Code § 2302(a)

¹³ Kutner, W. R. (1977). Consumer product warranties under the Magnuson-Moss Warranty Act and the Uniform Commercial Code. *Cornell Law Review*, 62(4), 593–627.



สิทธิของผู้บริโภคจากการหลอกลวงหรือข้อมูลที่คลุมเครือ¹⁴ สำหรับสินค้าที่ไม่ตกอยู่ภายใต้การคุ้มครองตามกฎหมายฉบับนี้ ได้แก่ สินค้าที่มีมูลค่าน้อยกว่า 15 ดอลลาร์สหรัฐ สินค้าที่ไม่มีการรับประกันอย่างชัดเจน (no express warranty) สินค้าใช้แล้ว (used Goods) สินค้าดิจิทัลบางประเภท เช่น บริการสมัครสมาชิกออนไลน์ ซอฟต์แวร์ หรือเนื้อหาดิจิทัลที่ไม่มีการรับประกันตามเงื่อนไข และสินค้าสำหรับการใช้เชิงพาณิชย์หรือสินค้าอุตสาหกรรมที่ไม่ได้ผลิตมาเพื่อผู้บริโภค¹⁵

กฎหมายฉบับนี้กำหนดมาตรฐานสำหรับข้อมูลการรับประกันว่าจะต้องระบุรายละเอียด เช่น ระยะเวลาการรับประกัน วิธีการใช้สิทธิเรียกร้องของผู้บริโภค ข้อกำหนดหรือข้อยกเว้นในการรับประกัน หากการรับประกันมีข้อจำกัด เช่น ครอบคลุมเฉพาะบางส่วนหรือบางเงื่อนไข ผู้ผลิตต้องระบุเงื่อนไขทั้งหมดอย่างชัดเจน ซึ่งทำให้ผู้ซื้อสามารถตรวจสอบข้อมูลการรับประกันสินค้าได้ก่อนที่จะตัดสินใจซื้อสินค้า และในกรณีที่ผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายกระทำการฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย ผู้บริโภคมีทางเลือกที่จะใช้สิทธิเรียกร้องทางศาล หรือการไกล่เกลี่ยข้อพิพาทก่อนที่จะดำเนินการฟ้องร้องในศาลได้¹⁶ โดยมี FTC ทำหน้าที่ในการกำกับดูแลการปฏิบัติตามกฎหมาย

3. กฎหมาย E-Warranty Act of 2015 มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 6 ธันวาคม ค.ศ. 2015 เป็นกฎหมายที่พัฒนาต่อจาก Magnuson-Moss Warranty Act เพื่อปรับตัวให้เข้ากับยุคดิจิทัล โดยเปิดโอกาสให้ผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายสามารถให้การรับประกันในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ได้แทนการพิมพ์ลงกระดาษ ซึ่ง FTC ได้วางหลักเกณฑ์ในการควบคุมรูปแบบและเนื้อหาของการรับประกันอิเล็กทรอนิกส์ให้สอดคล้องกับบริบทการซื้อขายสินค้าที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าออนไลน์ และส่งเสริมความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลการรับประกันสินค้า ซึ่งเจตนารมณ์ในการตรากฎหมาย E-Warranty Act 2015 ก็เพื่อเป็นการเสริมกฎหมาย Magnuson-Moss Warranty Act 1975 ดังนั้น ในส่วนของบทบัญญัติใน Magnuson-Moss Warranty Act 1975 ยังคงมีผลบังคับใช้ แต่มีการปรับปรุงและเพิ่มเติมหลักเกณฑ์ใหม่เพื่อรองรับการรับประกันสินค้าในรูปแบบที่เป็นอิเล็กทรอนิกส์ให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น

หลักเกณฑ์ที่สำคัญของกฎหมาย E-Warranty Act 2015 มีดังนี้

3.1 ขอบเขตการบังคับใช้ กฎหมาย E-Warranty Act 2015 เป็นกฎหมายที่ตราขึ้นเพื่อใช้เสริมกฎหมาย Magnuson-Moss Warranty Act 1975 แต่ในส่วนของการบังคับใช้กฎหมาย E-Warranty Act of

¹⁴ 15 U.S. Code § 2302(b).

¹⁵ Federal Trade Commission, *Businessperson's Guide to Federal Warranty Law*, Retrieved 15 December 2024 from <https://www.ftc.gov/business-guidance/resources/businesspersons-guide-federal-warranty-law>

¹⁶ Federal Trade Commission. (2018). *Businessperson's guide to federal warranty law*. Retrieved December 15, 2024, from <https://www.ftc.gov/business-guidance/resources/businesspersons-guide-federal-warranty-law>



2015 ไม่ได้กำหนดข้อกำหนดเรื่องราคาสินค้าโดยตรงว่าสินค้าที่จะอยู่ภายใต้กฎหมายนี้ต้องมีราคาสูงกว่า 15 ดอลลาร์สหรัฐขึ้นไป ดังนั้น ไม่ว่าสินค้าจะมีราคาต่ำหรือสูงเพียงใด หากมีการเสนอการรับประกันแบบอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Warranty) กฎหมายก็สามารถบังคับใช้ได้ตราบเท่าที่เป็นไปตามเงื่อนไขของการรับประกันที่กฎหมายกำหนด แต่ผู้ผลิตผู้จัดจำหน่ายที่เสนอการรับประกันต้องระบุรายละเอียดการรับประกันอย่างชัดเจนหากสินค้ามีราคามากกว่า 15 ดอลลาร์สหรัฐ¹⁷ หากสินค้ามีราคาต่ำกว่า 15 ดอลลาร์สหรัฐ ผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายอาจไม่จำเป็นต้องปฏิบัติตามกฎหมายนี้ เช่น การเปิดเผยข้อมูลการรับประกันอย่างละเอียด

3.2 การระบุรายละเอียดเกี่ยวกับคำรับประกัน กฎหมายฉบับนี้ได้แก้ไขเพิ่มเติมบทบัญญัติในมาตรา 2302(b) ของ Magnuson-Moss Warranty Act of 1975 โดยกำหนดให้ผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายสามารถเผยแพร่การรับประกันในรูปแบบข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ได้ แทนบทบัญญัติเดิมที่กำหนดว่าต้องมี การระบุเงื่อนไขการรับประกันในรูปแบบลายลักษณ์อักษร (written warranty)¹⁸ ดังนั้น ผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายอาจจัดทำข้อมูลการรับประกันในรูปแบบออนไลน์¹⁹ เช่น เว็บไซต์ แอปพลิเคชัน หรือ QR Code ซึ่งข้อมูลเกี่ยวกับการรับประกันจะต้องมีเนื้อหาชัดเจน เข้าใจง่าย และไม่มีเงื่อนไขที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิด โดยคำรับประกันจะต้องแสดงรายละเอียด ดังต่อไปนี้

- เงื่อนไขการรับประกัน
- ระยะเวลาของการรับประกัน
- ข้อยกเว้นหรือข้อกำหนดในการรับประกัน
- วิธีการใช้สิทธิเรียกร้องของผู้บริโภค
- ข้อมูลการติดต่อ เช่น หมายเลขโทรศัพท์ ที่อยู่ทางไปรษณีย์ หรือช่องทางอื่นที่ไม่ใช่ทาง

อินเทอร์เน็ตเพื่อขอสำเนาเอกสารการรับประกันโดยไม่มีค่าใช้จ่าย²⁰

¹⁷ Federal Trade Commission, *FTC Proposes Rules to Enforce the E-Warranty Act of 2015*, Retrieved 15 December 2024 from <https://casetext.com/analysis/ftc-proposes-rules-to-enforce-the-e-warranty-act-of-2015>

¹⁸ Federal Trade Commission. (2015). *FTC proposes rules to enforce the E-Warranty Act of 2015*. Retrieved December 15, 2024, from <https://casetext.com/analysis/ftc-proposes-rules-to-enforce-the-e-warranty-act-of-2015>

¹⁹ Jenner & Block LLP. (2015). *E-Warranty Act brings warranty disclosures into the digital era*. Retrieved January 2, 2025, from <https://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=77d5b290-6a46-404a-942d-be684e9ba1f2>.

²⁰ Reinhart LLP. (2015). *E-Warranty Act allows manufacturers to go online with warranty disclosures*. Retrieved January 2, 2025, from <https://www.reinhartlaw.com/news-insights/e-warranty-act-allows-manufacturers-to-go-online-with-warranty-disclosures>.



ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลการรับประกันอิเล็กทรอนิกส์ผ่านทางเว็บไซต์ หรือผ่านทางแอปพลิเคชันโดยผู้บริโภคสามารถลงทะเบียนการรับประกันและตรวจสอบสิทธิของตนผ่านทางแอปพลิเคชัน นอกจากนี้ในกรณีที่มีการจัดทำข้อมูลการรับประกันในรูปแบบ QR Code บนบรรจุภัณฑ์สินค้า²¹ ผู้บริโภคสามารถสแกน QR Code เพื่อเข้าถึงข้อมูลการรับประกันที่ปรากฏในเว็บไซต์ของผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่าย ซึ่งจะปรากฏข้อมูลตามที่กฎหมายกำหนดไว้ ผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายบางรายอาจมีฐานข้อมูลออนไลน์ที่สามารถตรวจสอบสถานะการรับประกันได้ เช่น หมายเลขซีเรียลของสินค้า

3.3 การเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับการรับประกัน ผู้บริโภคจะต้องสามารถเข้าถึงการรับประกัน เช่น การวางลิงก์ในเว็บไซต์ที่เห็นชัดเจน²² การใช้ QR Code บนบรรจุภัณฑ์ของสินค้า ผู้บริโภคต้องสามารถตรวจสอบข้อมูลการรับประกันได้โดยไม่มีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม ซึ่งกฎหมายฉบับนี้กำหนดหน้าที่แก่ผู้ผลิต และผู้จัดจำหน่ายสินค้าว่าจะต้องมีการเผยแพร่ข้อมูลการรับประกันตามที่กำหนดไว้ดังนี้

- ข้อมูลการรับประกันต้องถูกเผยแพร่ในรูปแบบดิจิทัล เช่น บนเว็บไซต์ของผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่าย
- ข้อมูลต้องเข้าถึงได้ฟรี โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใด ๆ
- ต้องจัดทำในลักษณะที่ผู้บริโภคสามารถค้นหาและเข้าถึงข้อมูลการรับประกันได้ง่าย

กฎหมาย E-Warranty Act 2015 กำหนดว่าผู้บริโภคต้องสามารถเข้าถึงข้อมูลการรับประกันได้ ก่อนการตัดสินใจซื้อสินค้า (Pre-Sale Accessibility)²³ เช่น การแสดงลิงก์ไปยังเว็บไซต์หรือการใช้ QR Code ที่ติดอยู่บนบรรจุภัณฑ์ของสินค้า ซึ่งผู้บริโภคต้องสามารถเข้าถึงข้อมูลการรับประกันได้ตลอดเวลาในช่วงระยะเวลาการรับประกัน โดยจะต้องมีระบบการบันทึกข้อมูล เช่น การลงทะเบียนการรับประกันออนไลน์ จะต้องมีความปลอดภัยและสามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.4 ข้อยกเว้นความรับผิดชอบการรับประกัน ผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายจะต้องไม่ใช่ข้อความที่เป็น การยกเว้นความรับผิดชอบ หรือมีเงื่อนไขการรับประกันที่ละเมิดสิทธิผู้บริโภค เช่น การที่ผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่าย ปฏิเสธที่จะชดเชยความเสียหายตามเงื่อนไขการรับประกัน เนื่องจากผู้บริโภคได้เปลี่ยนอะไหล่หรือใช้ชิ้นส่วนซ่อมแซมที่ไม่ได้มาจากบริษัทผู้ผลิตดั้งเดิม (Non-OEM Parts หรือ Third-Party Parts) นอกจากนี้ ข้อความที่ใช้ในการรับประกันอิเล็กทรอนิกส์จะต้องมีความถูกต้องและไม่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิด เช่น การโฆษณาเกินจริงเกี่ยวกับระยะเวลาการรับประกัน และหากมีข้อความที่เป็นการจำกัดระยะเวลาของการรับประกันโดยปริยาย จะต้องปรากฏ “บนหน้าการรับประกัน (on the face of the warranty)”²⁴

²¹ Jenner & Block LLP. (2015). *E-Warranty Act brings warranty disclosures into the digital era.*

²² Jenner & Block LLP. (2015). *E-Warranty Act brings warranty disclosures into the digital era.*

²³ Jenner & Block LLP. (2015). *E-Warranty Act brings warranty disclosures into the digital era.*

²⁴ Jenner & Block LLP. (2015). *E-Warranty Act brings warranty disclosures into the digital era.*



3.5 บทลงโทษและการดำเนินคดีตามกฎหมาย เนื่องจากกฎหมาย E-Warranty Act of 2015 ไม่ได้กำหนดบทลงโทษไว้โดยตรงในกฎหมาย แต่เป็นกฎหมายที่ตราขึ้นเพื่อเสริมกฎหมาย Magnuson-Moss Warranty Act 1975 จึงอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการการค้าแห่งสหพันธรัฐ หรือ FTC ซึ่งมีอำนาจหน้าที่ตรวจสอบว่าผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ของ E-Warranty Act 2015 รวมถึงมีอำนาจในการตรวจสอบข้อร้องเรียนจากผู้บริโภค และออกแนวทางปฏิบัติเพิ่มเติมเพื่อให้ผู้ประกอบการปฏิบัติตามกฎหมาย

ในกรณีที่ผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายละเมิดกฎหมายเกี่ยวกับการรับประกันอิเล็กทรอนิกส์ กฎหมายฉบับนี้กำหนดให้ FTC มีอำนาจหน้าที่ ดังนี้²⁵

(1) การออกคำสั่งให้ปฏิบัติตาม (Cease and Desist Orders) หาก FTC พบว่าผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายละเมิดกฎหมาย เช่น ไม่เปิดเผยข้อมูลการรับประกันอย่างครบถ้วน หรือไม่มีช่องทางให้ผู้บริโภคเข้าถึงได้อย่างเหมาะสม FTC มีอำนาจในการออกคำสั่งให้ปรับปรุงหรือหยุดการกระทำดังกล่าวทันที²⁶

(2) การกำหนดโทษปรับ (Monetary Penalties) FTC อำนาจในการกำหนดโทษปรับในกรณีที่ผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายไม่ปฏิบัติตามคำสั่งหรือกระทำการที่ฝ่าฝืนข้อกำหนดของกฎหมาย ซึ่งจำนวนค่าปรับขึ้นอยู่กับความร้ายแรงของการละเมิด และอาจสูงถึงหลายพันดอลลาร์ต่อการละเมิดหนึ่งครั้ง²⁷

(3) การดำเนินคดีตามกฎหมาย (Litigation) FTC มีสิทธิดำเนินคดีในศาลกับผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายที่ไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนด ซึ่งผู้บริโภคยังสามารถฟ้องเรียกค่าเสียหายในกรณีที่ผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามกฎหมายทำให้เกิดความเสียหาย หากผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายเคยกระทำการละเมิดกฎหมาย FTC อาจกำหนดให้มีการตรวจสอบพฤติกรรมการทำงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่าได้ปฏิบัติตามกฎหมายในอนาคต²⁸

กรณีตัวอย่างของการละเมิดกฎหมาย E-Warranty Act of 2015 เช่น การที่ผู้ผลิตไม่ให้ข้อมูลการรับประกันที่ชัดเจน เช่น ไม่ระบุเงื่อนไขการรับประกันหรือข้อยกเว้น กฎหมายถือว่าฝ่าฝืนข้อกำหนดของ E-Warranty Act หรือการที่ผู้บริโภคไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลการรับประกันได้ฟรีหรือข้อมูลไม่สามารถใช้งานได้จริง เช่น เว็บไซต์ล่มหรือ QR Code ใช้งานไม่ได้ หรือโอกาสที่ผู้ผลิตให้ข้อมูลการรับประกันที่ไม่ตรงกับความเป็นจริง เช่น โฆษณารับประกันเต็มรูปแบบ แต่มีข้อยกเว้นที่ไม่ได้เปิดเผย²⁹

²⁵ Magnuson-Moss Warranty Act, 15 U.S.C. §§ 2301–2312.

²⁶ Federal Trade Commission Act, Section 5, 15 U.S.C. § 45.

²⁷ Federal Trade Commission. (2018). *Businessperson's guide to federal warranty law*.

²⁸ Magnuson-Moss Warranty Act, § 110(d).

²⁹ Federal Trade Commission. (2018). *Businessperson's guide to federal warranty law*.



3.6 การใช้สิทธิเรียกร้องของผู้บริโภค ผู้บริโภคสามารถฟ้องเรียกค่าเสียหายจากผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายที่ละเมิดการรับประกัน เช่น หากข้อมูลในการรับประกันอิเล็กทรอนิกส์ไม่ถูกต้อง นอกจากนี้ ในกรณีที่ผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายกระทำการฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย ผู้บริโภคมีทางเลือกที่จะระงับข้อพิพาทด้วยวิธีการไกล่เกลี่ยก่อนที่จะดำเนินการฟ้องร้องในศาลได้

กล่าวโดยสรุป กฎหมาย E-Warranty 2015 ในสหรัฐอเมริกาเป็นการพัฒนาที่สอดคล้องกับยุคดิจิทัล โดยส่งเสริมความโปร่งใสและความสะดวกสำหรับผู้บริโภค ทั้งยังช่วยลดต้นทุนให้กับผู้ผลิตในด้านเอกสาร อย่างไรก็ตาม ผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดอย่างเคร่งครัดเพื่อหลีกเลี่ยงการละเมิดกฎหมายและการฟ้องร้องจากผู้บริโภค ซึ่งการรับประกันอิเล็กทรอนิกส์ มีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับธุรกิจที่ขายสินค้าออนไลน์ เนื่องจากผู้บริโภคมักไม่ได้รับเอกสารรับประกันแบบกระดาษ หากผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายสินค้าฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามกฎหมายดังกล่าว อาจทำให้ได้รับความเสียหายต่อชื่อเสียง หรืออาจทำให้ผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายสินค้าเสียความเชื่อมั่นจากผู้บริโภคได้

กฎหมายเกี่ยวกับการรับประกันสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย

กฎหมายเกี่ยวกับการรับประกันสินค้าในประเทศไทยมีบทบาทสำคัญในการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค โดยมุ่งเน้นการสร้างสมดุลระหว่างผู้บริโภคและผู้ประกอบธุรกิจ การรับประกันสินค้าเป็นกลไกที่ช่วยเสริมสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภคในเรื่องคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้า พร้อมทั้งส่งเสริมความน่าเชื่อถือและความรับผิดชอบของผู้ประกอบธุรกิจที่เป็นผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายสินค้า

1. ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มีบทบัญญัติที่เกี่ยวข้องกับการรับประกันความชำรุดบกพร่องของสินค้า ซึ่งตามมาตรา 472 ของประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ บัญญัติว่า

“ในกรณีที่ทรัพย์สินซึ่งขายนั้นชำรุดบกพร่องอย่างหนึ่งอย่างใดอันเป็นเหตุให้เสื่อมราคาหรือเสื่อมความเหมาะสมแก่ประโยชน์อันมุ่งจะใช้เป็นปกติที่ดี ประโยชน์ที่มุ่งหมายโดยสัญญาที่ดี ท่านว่าผู้ขายต้องรับผิดชอบ

ความที่กล่าวมาในมาตรานี้ย่อมใช้ได้ ทั้งที่ผู้ขายรู้อยู่แล้วหรือไม่รู้ว่าความชำรุดบกพร่องมีอยู่”

ตามบทบัญญัติดังกล่าว ผู้ขายมีหน้าที่ส่งมอบทรัพย์สินที่อยู่ในสภาพที่ไม่มีความบกพร่องให้แก่ผู้ซื้อและผู้ขายต้องรับประกันต่อความชำรุดบกพร่อง ซึ่งเป็นไปตามหลักผู้ขายต้องระวัง (Caveat Venditor)³⁰ โดยกำหนดให้ผู้ขายต้องรับผิดชอบในกรณีที่ทรัพย์สินที่ขายมีความชำรุดบกพร่องที่เป็นเหตุให้ทรัพย์สินนั้นเสื่อมราคาหรือเสื่อมความเหมาะสมแก่ประโยชน์อันจะใช้ตามปกติ หรือประโยชน์ที่มุ่งหมายในสัญญา ซึ่งความชำรุด

³⁰ โฟทชิต เอกจริยากร. (2562). *ซื้อขาย แลกเปลี่ยน ให้* (พิมพ์ครั้งที่ 10). วิญญูชน.



บกพร่องตามบทบัญญัตินี้จะต้องเป็นความเสียหายในตัววัตถุที่ซื้อขาย³¹ เช่น แดก หัก บิ่น บุบ ร้าว ความรับผิดชอบของผู้ขายต่อความชำรุดบกพร่องตามมาตรา 472 นี้ถือว่าเป็นการรับประกันโดยปริยาย ซึ่งผู้ขายไม่จำเป็นต้องระบุในสัญญา อย่างไรก็ตาม ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ได้กำหนดข้อยกเว้นความรับผิดชอบของผู้ขายในกรณีที่ผู้ซื้อทราบถึงความชำรุดบกพร่องดังกล่าวในขณะที่ทำสัญญา

นอกจากนี้ ตามมาตรา 473 ของประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ กำหนดว่าผู้ซื้อที่มีสิทธิเรียกร้องค่าเสียหาย หากทรัพย์สินมีความชำรุดบกพร่องจนไม่สามารถใช้งานได้ตามวัตถุประสงค์ หรือใช้สิทธิเลิกสัญญา หากความชำรุดบกพร่องนั้นเป็นสาระสำคัญ โดยมาตรา 474 ของประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ กำหนดระยะเวลาในการใช้สิทธิเรียกร้องไว้ว่า ผู้ซื้อจะต้องฟ้องผู้ขายให้ต้องรับผิดชอบเพื่อความชำรุดบกพร่องภายในเวลา 1 ปีนับแต่เวลาที่ได้พบเห็นความชำรุดบกพร่อง อย่างไรก็ตาม ผู้ขายสามารถยกเว้นความรับผิดชอบในกรณีความชำรุดบกพร่องได้หากระบุในสัญญา แต่ไม่สามารถยกเว้นความรับผิดชอบในกรณีที่ผู้ขายปกปิดความชำรุดบกพร่องโดยจงใจหรือทราบถึงความชำรุดบกพร่องนั้นอยู่ก่อนแล้ว ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 475

2. พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และที่แก้ไขเพิ่มเติม มีบทบัญญัติที่มุ่งเน้นการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีลักษณะเป็นการทั่วไป ในด้านโฆษณา ด้านสัญญา ด้านฉลาก และด้านความปลอดภัยของสินค้า³² โดยบทบัญญัติในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการรับประกันสินค้า มีดังนี้

2.1 การใช้ข้อความโฆษณา (มาตรา 22) ผู้ประกอบธุรกิจต้องไม่ใช้ข้อความโฆษณาที่ไม่เป็นธรรมหรือก่อให้เกิดความเสียหายต่อผู้บริโภค ซึ่งมีลักษณะเป็นข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินจริง หรือใช้ข้อความที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดเกี่ยวกับแหล่งที่มาของสินค้า คุณสมบัติหรือคุณภาพของสินค้า นอกจากนี้ ข้อความในการโฆษณาอาจถือว่าเป็นข้อตกลงอันเป็นส่วนหนึ่งของสัญญาได้³³ หากมีการโฆษณาเกี่ยวกับการรับประกันสินค้า ผู้ขายต้องรับผิดชอบที่ได้มีการโฆษณา

2.2 การใช้สัญญาที่เป็นธรรม (มาตรา 4 และ 35/1) ผู้ประกอบธุรกิจต้องใช้ข้อสัญญาที่เป็นธรรมทั้งในการทำสัญญา หากมี ข้อตกลงเกี่ยวกับการรับประกันสินค้า ผู้ประกอบธุรกิจต้องไม่กำหนดเงื่อนไขที่ไม่เป็นธรรม หรือเอาเปรียบผู้บริโภค หรือไม่ใช้ข้อตกลงที่สร้างภาระหรือความยุ่งยากให้กับผู้บริโภค เช่น ระบบการรับประกันที่ซับซ้อนเกินไป หรือข้อความที่ใช้ในคำรับประกันเข้าใจได้ยาก

³¹ ไผทชิต เอกจริยากร. (2562). *ซื้อขาย แลกเปลี่ยน ให้* (พิมพ์ครั้งที่ 10). วิญญูชน.

³² ส่วนที่ 1/1 การคุ้มครองผู้บริโภคในด้านความปลอดภัย มาตรา 29/1 ถึงมาตรา 29/17 เพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2562.

³³ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. (2567). *โฆษณาใช้เป็นส่วนหนึ่งของสัญญาได้*. สืบค้นวันที่ 2 มกราคม 2568, จาก <https://www.oic.go.th/FILEWEB/CABINFOCENTER3/DRAWER088/GENERAL/DATA0003/00003344.PDF>.



2.3 การเยียวยาแก้ไขข้อพิพาท (มาตรา 36) ในกรณีที่เกิดข้อพิพาทเกี่ยวกับการรับประกันสินค้า ผู้บริโภคสามารถร้องเรียนต่อคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) เพื่อพิจารณาเรื่องราวร้องทุกข์ของผู้บริโภคได้

3. พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ได้รับรองการใช้เอกสารหรือข้อความในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้มีผลทางกฎหมายเช่นเดียวกับเอกสารในรูปแบบกระดาษ โดยในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการรับประกันสินค้าในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ กฎหมายฉบับนี้ได้วางหลักการรองรับเพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือและความมั่นคงทางกฎหมายสำหรับการทำธุรกรรมในระบบดิจิทัล โดยมีบทบัญญัติที่รับรองเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ เช่น

3.1 การรับรองข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ (มาตรา 7) มีการรับรองสถานะของข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ว่ามีผลทางกฎหมายเช่นเดียวกับเอกสารทั่วไป ตราบใดที่สามารถแสดงข้อมูลนั้นให้เห็นได้ในรูปแบบที่เข้าใจได้ ซึ่งหมายความว่า การรับประกันสินค้าในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์มีผลทางกฎหมายเหมือนการรับประกันแบบลายลักษณ์อักษร

3.2 การรับรองลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์ (มาตรา 9) มีการรับรองว่าลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Signature) ที่ใช้ในเอกสารหรือข้อตกลงอิเล็กทรอนิกส์มีผลทางกฎหมายเหมือนกับการลงลายมือชื่อบนเอกสาร เช่น การลงชื่อในใบรับประกันออนไลน์หรือการคลิกยอมรับข้อตกลง ถือว่ามีผลทางกฎหมายหากสามารถพิสูจน์ตัวตนของผู้ลงนามได้และมีความน่าเชื่อถือเพียงพอ

3.3 การเก็บรักษาข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ (มาตรา 9-11) กำหนดว่าเอกสารที่อยู่ในรูปแบบข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์จะต้องสามารถเข้าถึงและนำกลับมาใช้ได้ภายในภายหลัง กล่าวคือ ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์นั้นจะต้องอยู่ในสภาพที่สามารถอ่านและแปลความหมายได้ และไม่ได้มีการแก้ไขหรือเปลี่ยนแปลงข้อความโดยทำให้ความหมายเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งอาจทำให้มีผลต่อการรับฟังพยานหลักฐานในชั้นศาล³⁴ เช่น การจัดเก็บใบรับประกันอิเล็กทรอนิกส์ ต้องสามารถเข้าถึงได้และไม่ถูกดัดแปลง เพื่อใช้เป็นหลักฐานในกรณีที่เกิดข้อพิพาทระหว่างผู้บริโภคและผู้ประกอบธุรกิจ

4. พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 และที่แก้ไขเพิ่มเติม กำหนดหน้าที่ของผู้ประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงให้มีการรับประกันสินค้า และอนุญาตให้ผู้บริโภคสามารถคืนสินค้าได้ภายในระยะเวลาที่กำหนด โดยมีบทบัญญัติที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำคำรับประกันสินค้า ดังนี้

4.1 การใช้การใช้ข้อความในการสื่อสารข้อมูล (มาตรา 28) ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงต้องดำเนินการทางธุรกิจอย่างโปร่งใส รวมถึงการแจ้งข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับสินค้าและบริการอย่างครบถ้วน ซึ่งตามมาตรา 28 ของพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 บัญญัติว่า “ข้อความในการสื่อสารข้อมูลเพื่อเสนอขายสินค้าหรือบริการของผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงให้เป็นไปตามที่กำหนด

³⁴ พินัย ณ นคร. (2561). *กฎหมายเกี่ยวกับธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ในยุคดิจิทัล*. กรุงเทพฯ: วิญญูชน.



ในกฎกระทรวง” แต่ปัจจุบันยังไม่พบว่ามีการออกตามมาตรา 28 ของพระราชบัญญัติดังกล่าว อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงจะต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคและการโฆษณา เพื่อให้การสื่อสารข้อมูลเป็นไปอย่างถูกต้องและไม่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดแก่ผู้บริโภค

4.2 คำรับประกันสินค้าหรือบริการ (มาตรา 37) พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 กำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวข้องกับคำรับประกันสินค้า ไว้ในมาตรา 37 ซึ่งบัญญัติว่า

“คำรับประกันสินค้าหรือบริการให้จัดทำเป็นภาษาไทยและระบุถึงสิทธิของผู้บริโภค ในการเรียกร้องสิทธิตามคำรับประกันที่ชัดเจนและสามารถเข้าใจได้ถึงเงื่อนไขที่ระบุไว้ รายละเอียดเกี่ยวกับคำรับประกันสินค้าหรือบริการตามวรรคหนึ่งให้เป็นไปตามที่ คณะกรรมการประกาศกำหนด”

ตามบทบัญญัติดังกล่าว การแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับคำรับประกันสินค้า เช่น ระยะเวลา เงื่อนไข และวิธีการใช้สิทธิการรับประกัน ถือเป็นส่วนหนึ่งของความโปร่งใสที่กฎหมายกำหนด ผู้ประกอบธุรกิจต้องไม่ให้ข้อมูลที่เป็นเท็จหรือทำให้เข้าใจผิดเกี่ยวกับสินค้าและบริการ ซึ่งรวมถึงคำรับประกันสินค้า เช่น การโฆษณาว่ารับประกันสินค้าแต่ไม่แจ้งเงื่อนไขที่สำคัญหรือไม่แจ้งข้อยกเว้นความรับผิดชอบ อาจถือว่ามีลักษณะที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดตามกฎหมายได้

บทวิเคราะห์ปัญหาเกี่ยวกับการรับประกันอิเล็กทรอนิกส์ตามกฎหมายไทยเปรียบเทียบกับกฎหมาย E-Warranty ของสหรัฐอเมริกา

จากการศึกษาเปรียบเทียบกฎหมายเกี่ยวกับการรับประกันสินค้าของประเทศไทยและสหรัฐอเมริกา พบว่า ประเทศไทยมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการรับประกันสินค้าหลายฉบับ แต่ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการรับประกันอิเล็กทรอนิกส์ยังไม่มีกฎหมายเฉพาะเรื่อง และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคเอง แม้ว่าจะมีบทบัญญัติที่เกี่ยวข้องกับเรื่องคำรับประกันสินค้า แต่ยังไม่ได้มีการกำหนดรายละเอียดบทบัญญัติที่เกี่ยวข้องกับการรับประกันอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งแยกประเด็นปัญหาทางกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ได้ดังนี้

1. การกำหนดรายละเอียดเกี่ยวกับคำรับประกัน ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ได้กำหนดหลักการเกี่ยวกับการรับประกันสินค้าในลักษณะทั่วไป ซึ่งสอดคล้องกับรูปแบบของการซื้อขายสินค้าแบบดั้งเดิม โดยเน้นการคุ้มครองผู้ซื้อในกรณีที่สินค้ามีความชำรุดบกพร่องหรือไม่สามารถใช้งานได้ตามวัตถุประสงค์ที่ตกลงกันไว้ อย่างไรก็ตาม กฎหมายดังกล่าวยังไม่ได้ครอบคลุมถึงรายละเอียดและมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับการรับประกันสินค้าในเชิงพาณิชย์สมัยใหม่ เช่น การรับประกันในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Warranty) หรือการคุ้มครองผู้บริโภคในบริบทของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เติบโตอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน ซึ่งความชัดเจนเกี่ยวกับการรับประกันสินค้าในบริบทของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ยังไม่ได้ถูกบัญญัติไว้ใน



ลักษณะเฉพาะ ทำให้ต้องอาศัยกฎหมายเฉพาะด้าน เช่น พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และที่แก้ไขเพิ่มเติม หรือ พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 และที่แก้ไขเพิ่มเติมมาเสริมความชัดเจน แม้ว่าพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 มีบทบัญญัติที่กำหนดให้ความคุ้มครองผู้บริโภคก่อนการทำสัญญา โดยกำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจจะต้องใช้ข้อความในการสื่อสารข้อมูลเพื่อเสนอขายสินค้าและบริการตามที่กฎหมายกำหนดไว้ ทั้งนี้เพื่อให้ผู้บริโภคได้มีข้อมูลที่ถูกต้องและเพียงพอในการตัดสินใจทำสัญญา และกำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจจะต้องจัดทำคำรับประกันสินค้าที่ชัดเจนและสามารถเข้าใจเงื่อนไขที่ระบุไว้ได้ก็ตาม แต่ไม่ได้กำหนดรายละเอียดหรือหลักเกณฑ์ไว้เป็นการเฉพาะว่าเอกสารคำรับประกันจะต้องมีรายละเอียดใดบ้าง เช่น เงื่อนไข ระยะเวลา หรือข้อยกเว้นความรับผิดชอบของผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง ในขณะที่กฎหมายของสหรัฐอเมริกากำหนดให้การรับประกันสินค้าต้องมีความโปร่งใสและมีรายละเอียดที่สำคัญ คือ (1) ระบุเงื่อนไขของการรับประกัน (Terms and Conditions) (2) ระยะเวลาการรับประกัน (Duration of Warranty) (3) ข้อยกเว้นหรือข้อจำกัดในการรับประกัน (Limitations and Exclusions) และ (4) วิธีการใช้สิทธิเรียกร้องของผู้บริโภค (Claims Process)

2. รูปแบบของการรับประกัน กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการรับประกันสินค้าของไทยยังขาดความชัดเจนเกี่ยวกับรูปแบบและการบังคับใช้การรับประกันอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ซึ่งเกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง โดยกำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงต้องไม่ดำเนินการที่ก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรมแก่ผู้บริโภค เช่น การไม่ให้ข้อมูลหรือเงื่อนไขที่ชัดเจนเกี่ยวกับสินค้า บริการ หรือการรับประกัน ซึ่งตามมาตรา 37 ของพระราชบัญญัติดังกล่าวมีบทบัญญัติที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำคำรับประกัน (Warranty terms) ว่า คำรับประกันสินค้าหรือบริการให้จัดทำเป็นภาษาไทยและระบุถึงสิทธิของผู้บริโภคในการเรียกร้องสิทธิตามคำรับประกันที่ชัดเจนและสามารถเข้าใจได้ถึงเงื่อนไขที่ระบุไว้ แต่ตามกฎหมายดังกล่าวยังไม่ได้มีการกำหนดเกี่ยวกับรูปแบบของการรับประกันว่าจะจะเป็นแบบเอกสาร (Paper Warranty) หรือการรับประกันอิเล็กทรอนิกส์ (E-Warranty) เช่น การลงทะเบียนผ่านระบบออนไลน์ หรือการจัดเก็บหลักฐานการรับประกันในรูปแบบข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ และไม่ได้มีการกำหนดว่าผู้ผลิตต้องให้ข้อมูลที่ครบถ้วนเหมือนการรับประกันแบบเอกสาร ทั้งนี้แม้ว่าพระราชบัญญัติธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544 ของไทยจะบัญญัติรับรองการจัดทำเอกสารในรูปแบบข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ แต่พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ยังไม่ได้กำหนดเกี่ยวกับการรับประกันอิเล็กทรอนิกส์ไว้อย่างชัดเจนเหมือนกฎหมายของสหรัฐอเมริกา ซึ่งมีการใช้การรับประกันอิเล็กทรอนิกส์มาอย่างยาวนาน ซึ่งสอดคล้องกับการซื้อขายในยุคดิจิทัล

3. การเข้าถึงข้อมูลการรับประกัน ตามกฎหมายไทยไม่มีบทบัญญัติเกี่ยวกับการเข้าถึงเอกสารหรือข้อมูลการรับประกัน ซึ่งตามกฎหมายของสหรัฐอเมริกาคำหนดว่าจะต้องให้ผู้บริโภคเข้าถึงการรับประกันอิเล็กทรอนิกส์ได้โดยง่ายและไม่มีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม เพื่อให้ผู้บริโภคมีข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวก่อนที่จะซื้อสินค้า ซึ่งในส่วนพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ไม่มีบทบัญญัติที่ระบุโดยตรงว่า



ผู้ประกอบการต้องจัดให้ผู้บริโภคเข้าถึงข้อมูลการรับประกันหรือเอกสารรับประกัน (Warranty Certificate) ได้อย่างสะดวกและไม่มีค่าใช้จ่าย โดยเฉพาะในรูปแบบการรับประกันอิเล็กทรอนิกส์ แม้ว่าตามมาตรา 37 ของพระราชบัญญัติดังกล่าวจะระบุให้ผู้ประกอบการต้องจัดทำรับประกันสินค้าและบริการให้แก่ผู้บริโภค แต่ไม่มีการระบุว่าผู้บริโภคต้องสามารถเข้าถึงเอกสารหรือข้อมูลเหล่านี้ได้ง่ายและไม่มีค่าใช้จ่าย นอกจากนี้ การที่พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ไม่ได้บัญญัติเกี่ยวกับการเข้าถึงข้อมูลการรับประกัน (Accessibility) ที่บังคับให้ผู้ประกอบการต้องจัดให้มีการเข้าถึงข้อมูลการรับประกันในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ปัญหาที่อาจเกิดขึ้นคือ ผู้บริโภคอาจไม่สามารถตรวจสอบสิทธิการรับประกันของตนได้ หากเอกสารรับประกันหรือข้อมูลการรับประกันถูกจัดเก็บในรูปแบบที่เข้าถึงยาก ระบบ หรืออาจมีค่าใช้จ่ายแฝง เช่น ค่าลงทะเบียน หรือค่าดำเนินการ ซึ่งอาจขัดกับหลักการคุ้มครองผู้บริโภค ในกรณีที่ผู้บริโภคต้องใช้เอกสารหรือระบบดิจิทัลเพื่อเรียกร้องสิทธิในการรับประกันอาจพบปัญหาการออกแบบระบบที่ยุ่งยาก ซับซ้อน หรือใช้ภาษาที่ผู้บริโภคทั่วไปเข้าใจได้ยาก หรือการที่ข้อมูลการรับประกันไม่ถูกจัดเก็บหรืออัปเดตในระบบออนไลน์ที่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้ทันที

4. การกำหนดบทลงโทษ ปัจจุบันประเทศไทยยังไม่มีกฎหมายเฉพาะที่กำหนดบทลงโทษโดยตรงสำหรับการฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามกฎหมายเกี่ยวกับรับประกันสินค้าในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์เหมือนกับสหรัฐอเมริกา อย่างไรก็ตาม แม้ว่าจะมีสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ควบคุมการปฏิบัติตาม แต่ไม่มีบทลงโทษที่ชัดเจนสำหรับการละเมิดบทบัญญัติเกี่ยวกับเอกสารรับประกัน ในขณะที่กฎหมาย E-Warranty Act of 2015 ของสหรัฐอเมริกากำหนดว่า หากผู้ประกอบการไม่ปฏิบัติตามเงื่อนไขการรับประกัน ผู้บริโภคสามารถฟ้องร้องเรียกค่าเสียหายทางแพ่งได้ (Civil Penalty) ซึ่งค่าเสียหายจะขึ้นอยู่กับดุลพินิจของศาลในแต่ละกรณี นอกจากนี้ หากมีการให้ข้อมูลการรับประกันที่หลอกลวงหรือไม่ชัดเจน FTC คำสั่งให้ยุติหรือห้ามมิให้กระทำการใด ๆ อันเป็นการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค (Cease and Desist Order) โทษปรับสูงสุด 46,517 ดอลลาร์สหรัฐต่อการละเมิดหนึ่งครั้ง หากฝ่าฝืนคำสั่งของ FTC อาจถูกปรับเพิ่มเติมได้ เนื่องจากการกระทำที่มีลักษณะเป็นการปฏิบัติทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม³⁵

ในทางปฏิบัติแม้จะพบว่า ผู้ประกอบการบางรายในประเทศไทยได้เริ่มนำระบบการรับประกันในรูปแบบดิจิทัลมาใช้ เช่น การลงทะเบียนผ่านเว็บไซต์หรือ QR Code บนบรรจุภัณฑ์สินค้า แต่อย่างไรก็ดี การดำเนินการดังกล่าวยังขาดมาตรฐานกลางและกลไกทางกฎหมายที่ชัดเจน ส่งผลให้ผู้บริโภคอาจประสบปัญหาในการเข้าถึงข้อมูล หรือใช้สิทธิในการรับประกันได้ไม่เต็มที่ โดยเฉพาะในกรณีที่ระบบดิจิทัลไม่สามารถใช้งานได้จริง เช่น เว็บไซต์ไม่อัปเดต หรือผู้บริโภคไม่เข้าใจเงื่อนไขที่ซ่อนอยู่ในข้อมูลรับประกัน นอกจากนี้ ยังขาดการควบคุมในเรื่องความชัดเจนของเนื้อหาที่ปรากฏในรับประกัน เช่น ข้อยกเว้นหรือเงื่อนไขที่ก่อให้เกิดภาระโดยไม่สมควรต่อผู้บริโภค ซึ่งแตกต่างจากระบบของสหรัฐอเมริกาที่มีกฎหมายกำหนดแนว

³⁵ The Clayton Act, 15 U.S.C. § 7A(g)(1).



ทางการคุ้มครองผู้บริโภคไว้อย่างชัดเจน ทั้งในด้านเนื้อหา รูปแบบ และการเข้าถึงข้อมูลรับประกัน โดยกำหนดให้มีมาตรฐานขั้นต่ำสำหรับข้อมูลที่ผู้บริโภคต้องได้รับก่อนการตัดสินใจซื้อสินค้า เช่น เงื่อนไข ระยะเวลา และข้อจำกัดยกเว้นความรับผิด ดังนั้น การพัฒนากฎหมายไทยควรนำหลักการตามกฎหมายของ สหรัฐอเมริกามาใช้เป็นแนวทางในการแก้ไขปรับปรุงกฎหมายทั้งในเรื่องหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการรับประกัน อิเล็กทรอนิกส์และกลไกการเข้าถึงข้อมูลการรับประกัน เพื่อให้สามารถเติมเต็มช่องว่างทางกฎหมายที่ยังคงมีอยู่ และยกระดับการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลอย่างแท้จริง

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

แม้ว่ากฎหมายไทยในปัจจุบันจะมีบทบัญญัติที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคและการรับประกันสินค้า แต่ยังคงขาดการเชื่อมโยงที่ชัดเจนกับระบบการให้ข้อมูลรับประกันในยุคดิจิทัล ทั้งในด้านการเปิดเผย เงื่อนไข การเข้าถึงข้อมูลก่อนการซื้อ และช่องทางการเรียกร้องสิทธิของผู้บริโภค ซึ่งต่างจากกฎหมายสหรัฐที่มีกรอบกฎหมายชัดเจน ซึ่งการพัฒนากฎหมายเกี่ยวกับการรับประกันอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยจะช่วยส่งเสริมความคุ้มครองผู้บริโภคและเพิ่มความสะดวกรวดสบายให้กับธุรกิจในยุคดิจิทัล เนื่องจากการรับประกันอิเล็กทรอนิกส์ข้อดีหลายประการ กล่าวคือ ผู้บริโภคไม่จำเป็นต้องเก็บเอกสารหรือใบรับประกันกระดาษอีกต่อไป อีกทั้ง การแสดงข้อมูลผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลช่วยให้ผู้บริโภคตรวจสอบข้อมูลการรับประกันได้เอง ก่อนตัดสินใจซื้อสินค้า ซึ่งมีความโปร่งใสและเชื่อถือได้ ซึ่งกฎหมาย E-Warranty 2015 ของสหรัฐอเมริกามีความชัดเจนและครอบคลุมทั้งรูปแบบและเนื้อหาของคำรับประกันสินค้า ในขณะที่พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ของไทยยังขาดรายละเอียดในหลายด้าน ดังนั้น สมควรพิจารณาพัฒนากฎหมายไทย ให้รองรับการรับประกันอิเล็กทรอนิกส์และกำหนดมาตรฐานที่ชัดเจนสำหรับรายละเอียดในคำประกัน และการเข้าถึงการระบบประกันอิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงบทลงโทษสำหรับการฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามกฎหมายในเรื่องดังกล่าว จะช่วยยกระดับการคุ้มครองผู้บริโภคและเพิ่มความน่าเชื่อถือในธุรกิจสินค้าและบริการ โดยเสนอกลไกในการตรากฎหมายลำดับรองเกี่ยวกับการรับประกันอิเล็กทรอนิกส์ ดังนี้

1. กำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจต้องให้ข้อมูลที่ครบถ้วนและชัดเจนเกี่ยวกับเงื่อนไขการรับประกัน โดยออกกฎกระทรวงตามมาตรา 37 แห่งพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 และที่แก้ไขเพิ่มเติม เพื่อกำหนดรูปแบบ เนื้อหา และช่องทางของคำรับประกันอิเล็กทรอนิกส์ เช่น การระบุ ระยะเวลา การรับประกัน ข้อยกเว้นความรับผิด วิธีการใช้สิทธิเรียกร้อง และการเข้าถึงข้อมูลการรับประกันผ่านช่องทางดิจิทัล

2. การรองรับการรับประกันอิเล็กทรอนิกส์ เพิ่มบทบัญญัติเพื่อรองรับการรับประกันอิเล็กทรอนิกส์ โดยกำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจสามารถใช้ QR Code หรือแพลตฟอร์มดิจิทัล เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าถึงข้อมูล



การรับประกัน ซึ่งจะก่อให้เกิดความโปร่งใสและช่วยให้ผู้บริโภคสามารถตรวจสอบข้อมูลการรับประกันได้ก่อนตัดสินใจซื้อสินค้า

3. การกำหนดบทลงโทษที่ชัดเจน กำหนดบทลงโทษสำหรับผู้ประกอบธุรกิจที่ละเมิดข้อกำหนด เช่น การไม่จัดทำเอกสารรับประกันหรือการให้ข้อมูลที่ไม่โปร่งใส

4. สนับสนุนการจัดตั้งระบบกลางสำหรับการจัดการการรับประกันอิเล็กทรอนิกส์ภายใต้การกำกับของหน่วยงานกลาง เช่น สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (ETDA) หรือสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) เพื่อทำหน้าที่เป็นฐานข้อมูลกลางในการลงทะเบียนคำรับประกัน และเปิดให้ผู้บริโภคสามารถสืบค้นและตรวจสอบสิทธิของตนได้อย่างสะดวกและโปร่งใส

บรรณานุกรม

ธีรวัฒน์ จันทสมบุรณ์. (2564). คำอธิบายและสาระสำคัญของพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ.

2545 (พิมพ์ครั้งที่ 3). สำนักพิมพ์นิติธรรม.

ไพฑูริย์ เอกจริยากร. (2562). *ซื้อขาย แลกเปลี่ยน ให้อำนาจ* (พิมพ์ครั้งที่ 10). สำนักพิมพ์วิญญูชน.

พินัย ณ นคร. (2561). *กฎหมายเกี่ยวกับธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ในยุคดิจิทัล*. สำนักพิมพ์วิญญูชน.

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. (2567). *โฆษณาใช้เป็นส่วนหนึ่งของสัญญาได้*.

<https://www.oic.go.th/FILEWEB/CABINFOCENTER3/DRAWER088/GENERAL/DATA0003/0003344.PDF>

Federal Trade Commission. (2015). *FTC proposes rules to enforce the E-Warranty Act of 2015*. <https://casetext.com/analysis/ftc-proposes-rules-to-enforce-the-e-warranty-act-of-2015>

Federal Trade Commission. (2018). *Businessperson's guide to federal warranty law*. <https://www.ftc.gov/business-guidance/resources/businesspersons-guide-federal-warranty-law>.

Jenner & Block LLP. (2015). *E-Warranty Act brings warranty disclosures into the digital era*. <https://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=77d5b290-6a46-404a-942d-be684e9ba1f2>.

Kutner, W. R. (1977). Consumer product warranties under the Magnuson-Moss Warranty Act and the Uniform Commercial Code. *Cornell Law Review*, 62(4), 593-627. <https://scholarship.law.cornell.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=4117&context=clr>



Reinhart LLP. (2015). E-Warranty Act allows manufacturers to go online with warranty disclosures. *Reinhart Law*. Retrieved January 2, 2025, from <https://www.reinhartlaw.com/news-insights/e-warranty-act-allows-manufacturers-to-go-online-with-warranty-disclosures>

Steingold, D. M. (2023). UCC sales contracts: Warranties. *Nolo*. Retrieved December 11, 2024, from <https://www.nolo.com/legal-encyclopedia/the-ucc-sales-contract-warranties.html>