บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันความนิยมด้านความสวยงามเป็นอีกหนึ่งความต้องการที่ทุกคนให้ความสำคัญและเป็นที่นิยมอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของหน้าตา รูปร่าง ผิวพรรณ การปรับเปลี่ยนรูปหน้าให้ดูดีขึ้น เริ่มตั้งแต่วัยรุ่น วัยทำงานไปจนถึงวัยชรา ต่างให้ความสำคัญเกี่ยวกับความสวยงาม จึงมีผู้ลงทุนจำนวนมากเกี่ยวกับธุรกิจเสริมความงาม (Aesthetic business) ธุรกิจที่ให้บริการด้านความงามศัลยกรรมตกแต่ง การฉีดโบท็อกซ์ ฉีดฟิลเลอร์ การบำรุงและรักษาความงามทั้งผิวหน้าผิวกายโดยใช้เครื่องสำอาง ครีมบำรุง หรือใช้อุปกรณ์ที่ช่วยบำรุงเพื่อความสวยงามของผิวพรรณ

ทั้งธุรกิจเสริมความงามทั่วไปที่ในปัจจุบันธุรกิจเสริมความงามครบวงจร[1]ให้บริการเสริมความงามโดยใช้เครื่องมือ และอุปกรณ์ที่มีเทคโนโลยีทันสมัย ซึ่งมีทั้งการให้บริการแผนกหน้า แผนกตัว และธุรกิจเฉพาะแก้ไขปัญหาเฉพาะด้านให้กับลูกค้า หรือให้บริการลดน้ำหนักและดูแลสัดส่วน ธุรกิจประเภทนี้จะมีผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านคอยให้คำแนะนำ และควบคุมดูแลการให้บริการเสริมความงามที่อัตราค่าบริการในธุรกิจความงามประเภทนี้จะมีราคาสูง และมักเป็นการใช้บริการอย่างต่อเนื่องด้วยการเป็นสมาชิก

โดยปัจจุบันธุรกิจเสริมความงามมีการแข่งขันสูงใช้กลยุทธ์การตลาดจูงใจในรูปแบบต่างๆ การเชิญชวนหรือรบเร้าให้ทำ โดยยกรายการส่งเสริมการขายมาดึงดูดใจผู้บริโภค บางรายก็ตกลงใจซื้อ บางรายก็ซื้อด้วยการตัดรำคาญ ใจอ่อนเพราะเห็นว่าผ่อนได้ หรือรีบๆซื้อจะได้ไม่วุ่นวาย แต่พอซื้อมาแล้วกลับมารู้ตัวว่า บริการนั้นไม่เหมาะ หรือเกิดปัญหาครอบครัวเอาเงินไปซื้อในสิ่งที่ไม่จำเป็นจะขอเลิกก็ทำไม่ได้[2] ธุรกิจนี้จะใช้สัญญาสำเร็จรูปที่ผู้ประกอบธุรกิจเป็นผู้กำหนดขึ้น หากผู้ใช้บริการเข้าเป็นสมาชิกโดยไม่ศึกษาข้อสัญญาอย่างละเอียด เมื่อเป็นสมาชิกแล้วกลับไม่ได้รับบริการตามที่โฆษณาชี้ชวนทำให้มีปัญหาการร้องเรียนต่อทั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและ

---

[1] กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2560). ***คู่มือธุรกิจให้บริการความงาม.*** กรุงเทพฯ: กระทรวงพาณิชย์. หน้า 1.

[2] สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สำนักนายกรัฐมนตรี. (2563). ***สคบ.จ่อออกกฎหมายคุมธุรกิจเสริมความงาม.*** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: https://www.dailynews.co.th/economic/755157#7s8d6f87#7s8d6f87. [2563, 6 กรกฎาคม]

เผยแพร่ออกสื่อสาธารณะ ที่ปัจจุบันสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ได้รับเรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภคที่ใช้บริการเสริมความงามจำนวนมาก มีทั้งผู้ให้บริการไม่ปฏิบัติตามสัญญาเมื่อสมัครสมาชิกเพื่อรับบริการอย่างต่อเนื่อง แต่รายการที่ให้บริการเสริมความงามไม่ตรงตามที่ประกาศชี้ชวนไว้ หรือไม่ได้กำหนดราคาค่าบริการที่ชัดเจน หรือเปลี่ยนแปลงค่าบริการเปลี่ยนแปลงรายการที่ให้บริการโดยไม่แจ้งล่วงหน้า หรือหากบริการไม่เป็นไปตามสัญญาที่ได้แจ้งกำหนดไว้ ก็ไม่สามารถยกเลิกสัญญา และขอเงินที่ชำระไปแล้วคืนได้ หรือสัญญาไม่ได้ระบุรายการให้บริการให้ทราบในขณะทำสัญญา หรือสัญญาสงวนสิทธิที่จะไม่คืนเงินในทุกกรณี ปัญหาที่เกิดขึ้นกับผู้ใช้บริการเกี่ยวกับการทำศัลยกรรมตกแต่ง การฉีดโบท็อกซ์ (Botox) การฉีดฟิลเลอร์ (Filler) การร้อยไหมมีการร้องเรียนต่อสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) อย่างต่อเนื่องและมีสถิติการร้องเรียนเพิ่มมากขึ้นจนกระทั่งถึงปัจจุบันสถิติรับเรื่องร้องทุกข์ จากผู้บริโภคของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

เรื่อง ได้รับผลกระทบ หรือบาดเจ็บจากการเสริมความงามในปี พ.ศ. 2556-2559[3]

ปี (พ. ศ)	จำนวน (ราย)
2556	36
2557	185
2558	373
2559	453
รวม	1,047

เนื่องจากมีผู้ใช้บริการมาสมัครใช้บริการมากขึ้นก็มีปัญหาละเมิดข้อตกลงต่างๆ ไม่เป็นไปตามโฆษณาชี้ชวนไว้ จนมีการร้องเรียนมายังสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคมากขึ้นทุกปีตามสถิติข้างต้น เมื่อมีการร้องเรียนจากผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการมาก สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งรับผิดชอบปัญหาของผู้บริโภคจึงได้สรุปเรื่องและสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นเสนอต่อคณะกรรมการว่าด้วยสัญญา คณะกรรมการเฉพาะเรื่องตามกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อศึกษาหาแนวทางและมาตรการทางกฎหมายที่จะประกาศให้ธุรกิจเสริมความงามเป็นธุรกิจที่ควบคุมสัญญา ทั้งนี้ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 2) พ.ศ 2541 ที่บัญญัติให้การประกอบธุรกิจขายสินค้า หรือให้บริการใดถ้าสัญญาซื้อขายหรือสัญญาให้บริการนั้นมีกฎหมาย

---

[3] สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สำนักนายกรัฐมนตรี. (2560). ***สคบ.คุมเข้มธุรกิจเสริมความงาม***. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: htt//ryt9.com/s/tpd/2661163.[2563, 21 มิถุนายน]

กำหนดให้ต้องทำเป็นหนังสือ หรือตามปกติประเพณีทำเป็นหนังสือ คณะกรรมการว่าด้วยสัญญามีอำนาจกำหนดให้การประกอบธุรกิจขายสินค้า หรือให้บริการนั้นเป็นธุรกิจที่ควบคุมสัญญาได้

แต่ปัญหาทางกฎหมายที่เกิดขึ้นคือ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541 ในกรณีที่กฎหมายว่าด้วยการใดได้บัญญัติเรื่องใดไว้โดยเฉพาะแล้วให้บังคับตามบทบัญญัติว่าด้วยการนั้น และให้นำบทบัญญัติในหมวดนี้ไปใช้บังคับได้เท่าที่ไม่ซ้ำ หรือขัดกับบทบัญญัติดังกล่าว นั่นคือถ้ามีกฎหมายเฉพาะให้ใช้กฎหมายเฉพาะ อีกนัยหนึ่งคือจะประกาศควบคุมสัญญาธุรกิจเสริมความงามได้ต่อเมื่อไม่มีกฎหมายเฉพาะเรื่องนี้ และถ้าหากประกาศควบคุมสัญญาธุรกิจเสริมความงามตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541 แล้วต้องพิเคราะห์ต่อไปว่าหากมีกฎหมายเฉพาะควบคุมธุรกิจเสริมความงามนั้น กฎหมายเฉพาะนั้นมีบทบัญญัติเกี่ยวกับสัญญาการให้บริการธุรกิจเสริมความงามด้วยหรือไม่เพียงใด และสามารถควบคุมสัญญาธุรกิจเสริมความงามเพื่อบูรณาการการคุ้มครองผู้บริโภคในธุรกิจเสริมความงาม หรือสถานบริการเสริมความงามด้วยการประกาศควบคุมสัญญาโดยคณะกรรมการว่าด้วยสัญญา ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541 ได้หรือไม่เพียงใด เพื่อให้ควบคุมข้อสัญญาการให้บริการของธุรกิจเสริมความงามไม่ละเมิดสิทธิของผู้บริโภค

กรณีจึงนำมาสู่ปัญหาว่า ธุรกิจเสริมความงามในปัจจุบันมีกฎหมายเฉพาะกำกับไว้หรือไม่และกฎหมายเฉพาะนั้นมีบทบัญญัติ เรื่องสัญญาของธุรกิจเสริมความงามหรือไม่ และถ้ามีกฎหมายเฉพาะแต่ไม่มีบทบัญญัติเรื่องสัญญาบัญญัติไว้ คณะกรรมการว่าด้วยสัญญาจะใช้อำนาจตาม มาตรา 35 ทวิ[4] พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2541 ประกาศควบคุมสัญญาธุรกิจเสริมความงามเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคได้หรือไม่ โดยนัยดังกล่าวนี้ จึงเป็นปัญหาทางกฎหมายในการประกาศให้ธุรกิจเสริมความงามเป็นธุรกิจที่ควบคุมสัญญาเป็นอย่างมาก

จากการให้ข้อมูลของคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สำหรับความเห็นทางกฎหมายเรื่องนี้ เมื่อสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้รับเรื่องร้องเรียนปัญหาการละเมิดสิทธิผู้บริโภคจากธุรกิจเสริมความงามอย่างต่อเนื่องจึงสรุปข้อเท็จจริงและรวบรวมข้อมูลทั้งหมด เสนอต่อคณะกรรมการว่าด้วยสัญญา คณะกรรมการเฉพาะเรื่องตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2541 ที่มีอำนาจควบคุมสัญญาเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญา การพิจารณาของคณะกรรมการว่าด้วยสัญญา คณะกรรมการฝ่ายหนึ่งเห็นว่าธุรกิจเสริมความงามมีกฎหมายเฉพาะกำกับอยู่แล้ว จึงไม่อาจประกาศควบคุมสัญญาธุรกิจเสริมความงามให้เป็นธุรกิจที่ควบคุมสัญญาเพื่อ

---

[4] มาตรา 35 ทวิ ในการประกอบธุรกิจขายสินค้าหรือให้บริการใด ถ้าสัญญาซื้อขายหรือสัญญาให้บริการนั้นมีกฎหมายกำหนดให้ต้องทำเป็นหนังสือ หรือที่ตามปกติประเพณีทำเป็นหนังสือ คณะกรรมการว่าด้วยสัญญามีอำนาจกำหนดให้การประกอบธุรกิจขายสินค้าหรือให้บริการนั้นเป็นธุรกิจที่ควบคุมสัญญาได้

การคุ้มครองผู้บริโภคได้ แต่คณะกรรมการอีกฝ่ายหนึ่ง (ฝ่ายที่ 2) เห็นว่าถ้าตีความเช่นนี้ ทุกเรื่องมีกฎหมายเฉพาะแล้วทั้งหมด ไม่อาจประกาศควบคุมสัญญาเพื่อให้เป็นไปตามเจตนารมณ์ของกฎหมายได้เลยแม้แต่เรื่องเดียว ซึ่งหากตีความเช่นนี้บทบัญญัติมาตรา 35 ทวิ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541 จะสิ้นผลโดยปริยายเพราะทุกธุรกิจมีกฎหมายเฉพาะอยู่แล้วและไม่สามารถประกาศควบคุมสัญญาโดยกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคได้เลย

จึงต้องพิจารณาต่อไปว่ากฎหมายเฉพาะที่มีอยู่นั้น มีบทบัญญัติเรื่องสัญญาไว้หรือไม่เพียงใด คณะกรรมการฝ่ายที่สองเห็นว่าแม้เรื่องนั้นจะมีกฎหมายเฉพาะแล้ว หากกฎหมายเฉพาะไม่มีบทบัญญัติเรื่องสัญญา คณะกรรมการว่าด้วยสัญญาใช้อำนาจตามมาตรา 35 ทวิ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2541 ประกาศควบคุมสัญญาธุรกิจนั้นเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคได้ ทั้งนี้ เท่าที่ไม่ขัดกับบทบัญญัติกฎหมายเฉพาะนั้น กล่าวคือควบคุมเฉพาะข้อสัญญาไม่ได้ควบคุมการประกอบธุรกิจ

ทั้งนี้ ธุรกิจความงามหรือสถานบริการเสริมความงามจะมีกฎหมายเฉพาะ คือประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง กำหนดสถานที่เพื่อสุขภาพ หรือเพื่อเสริมสวย มาตรฐานของสถานที่การบริการ ผู้ให้บริการ หลักเกณฑ์และวิธีการตรวจสอบเพื่อการรับรองให้เป็นไปตามมาตรฐานสำหรับสถานที่เพื่อสุขภาพ หรือเพื่อเสริมสวย ตามพระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. 2509 พ.ศ. 2551 คลินิกเสริมความงามโดยแพทย์ มีกฎหมายว่าด้วยการประกอบโรคศิลปะกฎหมายว่าด้วยวิชาชีพทางการแพทย์ หรือกฎหมายว่าด้วยสถานพยาบาล แล้วแต่กรณี แต่กฎหมายเฉพาะที่กล่าวถึงเหล่านี้ไม่มีบทบัญญัติเรื่องสัญญาเอาไว้เป็นการเฉพาะ จึงเห็นว่าบูรณาการนำกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคว่าด้วยการควบคุมสัญญา เข้ามาใช้ควบคุมสัญญาของธุรกิจเสริมความงามเพื่อการคุ้มครองผู้ใช้บริการได้ โดยที่กฎหมายเฉพาะยังคงควบคุมการประกอบธุรกิจต่อไป หากการประกาศควบคุมสัญญาโดยคณะกรรมการว่าด้วยสัญญาแล้ว การประกาศควบคุมสัญญาต้องไม่เป็นอุปสรรคในการประกอบธุรกิจนี้ หากแต่เป็นการคุ้มครองธุรกิจที่สุจริตให้สามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่องต่อไป

ปัญหาทางกฎหมายข้างต้นเป็นปัญหาที่จะต้องศึกษาวิจัยเพื่อหาคำตอบในการใช้มาตรการทางกฎหมายตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541 มาตรา 35 ทวิ ควบคุมธุรกิจเสริมความงามได้เพียงใด ทั้งนี้ เพียงเท่าที่ไม่ขัดหรือแย้งกับมาตรา 21 ของพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 และไม่ขัดหรือแย้งกับบทบัญญัติกฎหมายเฉพาะ ที่กำกับธุรกิจเสริมความงามอยู่แล้ว ซึ่งด้วยความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาข้างต้น ผู้เขียนจึงได้ศึกษาวิจัยเพื่อแสวงหามาตรการทางกฎหมายในการควบคุมสัญญาของธุรกิจเสริมความงาม เพื่อการคุ้มครองผู้ใช้บริการต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย

1. เพื่อศึกษาความหมาย แนวคิดและทฤษฎีทางกฎหมายในการคุ้มครองผู้บริโภคทั้งของต่างประเทศและกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทย ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541 (ฉบับที่ 4 พ.ศ.2562) โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่เกี่ยวกับสัญญา

2. เพื่อศึกษาปัญหากฎหมายเฉพาะที่ควบคุมสัญญาการให้บริการของธุรกิจเสริมความงาม และปัญหาการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค ในการใช้สัญญาสำเร็จรูปที่เกิดขึ้นมากในปัจจุบัน ให้สามารถประกาศควบคุมสัญญาธุรกิจเสริมความงามได้

3. เพื่อเสนอแนวทางแก้ไขปัญหา ที่ผู้บริโภคได้รับจากการที่ผู้ประกอบธุรกิจใช้สัญญาสำเร็จรูปที่มีข้อตกลงยกเว้นความรับผิด ซึ่งเป็นข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม ตามพระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540

1.3 สมมุติฐานของการศึกษาวิจัย

การประกอบธุรกิจให้บริการเสริมความงามซึ่งเปิดให้บริการเป็นจำนวนมาก ผู้ประกอบการใช้สัญญาสำเร็จรูปหรือสัญญามาตรฐานที่ข้อสัญญาไม่เป็นธรรมเอาเปรียบผู้บริโภค ทั้งรูปแบบการให้บริการของธุรกิจอาจส่งผลให้ผู้ใช้บริการได้รับความเสียหายจากการเข้ารับบริการที่ไม่เป็นไปตามสัญญา แต่มาตรการทางกฎหมายที่กำกับดูแลและเยียวความเสียหายแก่ผู้บริโภคยังไม่เพียงพอ ผู้เขียนขอเสนอแนะให้ธุรกิจนี้มีการทำหลักฐานเป็นหนังสือเพื่อให้อำนาจคณะกรรมการว่าด้วยสัญญาสามารถประกาศควบคุมสัญญาเพื่อการคุ้มครองผู้ใช้บริการให้ได้รับความเป็นธรรม

1.4 ขอบเขตของการศึกษาวิจัย

ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีทางกฎหมายที่ใช้ในการคุ้มครองผู้บริโภคในประเด็นการควบคุมสัญญาธุรกิจเสริมความงามที่ใช้สัญญาสำเร็จรูปรวมทั้งกฎหมายและมาตรการในการกำกับดูแลธุรกิจเสริมความงามในประเทศไทยตามกฎหมายทั่วไปและตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541 ที่เป็นบทบัญญัติว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญา ศึกษาบทบัญญัติกฎหมายเฉพาะที่ใช้ควบคุมธุรกิจเสริมความงามในปัจจุบัน วิเคราะห์ปัญหาการละเมิดสิทธิของผู้ใช้บริการ ที่เกิดจากสัญญาสำเร็จรูปของธุรกิจเสริม

ความงามและศึกษากฎหมายเฉพาะของต่างประเทศ เพื่อนำมาปรับใช้เป็นแนวทางในการกำหนดมาตรการทางกฎหมายในการคุ้มครองผู้ใช้บริการ เพื่อควบคุมสัญญาธุรกิจเสริมความงามต่อไป

1.5 วิธีการศึกษาวิจัย

การศึกษาวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยใช้รูปแบบรวบรวมข้อมูลเอกสาร (Documentary research) บทบัญญัติกฎหมาย ระเบียบ และกฎหมายที่ใช้คุ้มครองผู้บริโภคของประเทศไทย ตำรากฎหมาย รายงานการวิจัย วิทยานิพนธ์ คำพิพากษาของศาล กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของต่างประเทศ ศึกษาสภาพปัญหาและแนวทางการใช้มาตรการทางกฎหมาย ที่ใช้เป็นเครื่องมือในการคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับผลกระทบจากการใช้สัญญาสำเร็จรูปของธุรกิจเสริมความงามโดยประกาศให้ธุรกิจเสริมความงามเป็นธุรกิจที่ควบคุมสัญญา เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงแนวคิด ทฤษฎี วิวัฒนาการ และทฤษฎีทางกฎหมายที่ใช้ในการคุ้มครองผู้บริโภคโดยเฉพาะเกี่ยวกับสัญญาให้บริการเสริมความงาม

2. ทำให้ทราบถึงกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของไทย ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2541, พ.ศ. 2562 และกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของต่างประเทศที่เกี่ยวกับสัญญาให้บริการเสริมความงาม

3. ทำให้ทราบถึงกฎหมายที่ควบคุมธุรกิจเสริมความงาม และปัญหาการละเมิดสิทธิผู้บริโภคในด้านต่างๆ โดยเฉพาะการใช้สัญญาสำเร็จรูปของธุรกิจเสริมความงาม ที่มีปัญหาเกิดขึ้นมากในปัจจุบัน