บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญในการวิจัย

ในปัจจุบัน ประชาชนส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับเรื่องของสุขภาพกันมากขึ้นจึงทำให้การออกกำลังกายมีบทบาทสำคัญต่อชีวิตความเป็นอยู่ ไม่ว่าจะเป็นเด็ก ผู้ใหญ่ หรือผู้สูงอายุต่างหันมาออกกำลังกายกันมากขึ้น เนื่องจากการออกกำลังกายนั้นจะช่วยพัฒนาในด้านร่างกาย จิตใจ อารมณ์ สังคม และสติปัญญา ดังนั้นการออกกำลังกายจึงเป็นสิ่งที่จำเป็นต่อการดำเนินชีวิตของประชาชนเนื่องจากการออกกำลังกาย จะเป็นสิ่งที่ช่วยสร้างให้มีสุขภาพและอนามัยที่สมบูรณ์แข็งแรง และการที่จะมีประชาชนที่มีคุณภาพดังกล่าวนั้น ส่วนหนึ่งต้องอาศัยการออกกำลังกายเข้ามามีบทบาทในการพัฒนา

หากพิจารณาแนวโน้มของธุรกิจสถานออกกำลังกาย (Fitness center)ในขณะนี้ถือว่าตลาดยังอยู่ในช่วงเริ่มต้นและยังมีโอกาสที่จะเติบโตได้อีกมาก กล่าวคือ จำนวนคนไทยที่นิยมการออกกำลังกายเป็นประจำสม่ำเสมอในสถานออกกำลังกายหรือฟิตเนสคลับหรือฟิตเนสเซ็นเตอร์(Fitness center) มีจำนวนร้อยละ 1% ของประชากรไทยทั้งหมด ซึ่งถือว่ายังน้อยมากหากเทียบกับประเทศสหรัฐอเมริกาที่มีคนมาใช้บริการสถานออกกำลังกายในจำนวนร้อยละ 15 ของประชากรทั้งหมด เม และหากเปรียบเทียบกับประเทศญี่ปุ่นเป็นจำนวนร้อยละ 4.5 ฮ่องกงเป็นจำนวนร้อยละ 4.5 ไต้หวันเป็นจำนวนร้อยละ 4.5 และเกาหลี เป็นจำนวนร้อยละ 4.5 3 หรือเทียบกับในอังกฤษซึ่งมีศูนย์บริการสุขภาพ(Health club)ให้บริการถึง 140 แห่ง มีประชาชนออกกำลังกาย เฉลี่ยถึงร้อยละ 16 นอกจากนี้ยังมีคนไทยอีกจำนวนไม่น้อยที่ออกกำลังกายตามแฟชั่นโดยที่ไม่ได้ตระหนักถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากการออกกำลังกายอย่างแท้จริง [1]

นอกจากนี้ กระทรวงสาธารณสุขมีนโยบายในการให้การส่งเสริมในเรื่องของการออกกำลังกาย ทำให้เกิดกระแสความนิยมในการให้ความสำคัญต่อสุขภาพเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะคนในกรุงเทพมหานครที่เป็นเมืองใหญ่ วิถีชีวิตในแต่ละวันมีความเร่งรีบ ทำให้ไม่มีเวลาและสถานที่ในการไปออกกำลังกาย จึงทำให้เกิดธุรกิจบริการด้านสถานออกกำลังกาย ที่เรียกว่า “ฟิตเนสเซ็นเตอร์”

---

[1] ข้อมูลสถิติในหนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์ วันที่ 14 มีนาคม พ.ศ. 2549.

และในปัจจุบันได้รับความนิยมจากประชาชนในกรุงเทพมหานครเป็นอย่างมาก และมีการขยายตัวอย่างรวดเร็วโดยมีที่ตั้งอยู่แทบจะทั่วทุกแห่งในกรุงเทพมหานคร เช่น ตั้งในโรงแรม ตามหมู่บ้านจัดสรร หรืออาคารสำนักงานต่างๆ โดยผู้ประกอบการในธุรกิจประเภทนี้ไม่ได้มีแต่เพียงผู้ประกอบการรายใหญ่เท่านั้น ยังมีผู้ประกอบการขนาดกลางและรายย่อยเกิดขึ้นมากมาย ทำให้ฟิตเนสเซ็นเตอร์หรือสถานออกกำลังกายในปัจจุบันสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ทุกชนชั้นมากขึ้น ไม่เฉพาะแต่กลุ่มลูกค้าที่มีรายได้สูงเท่านั้น ซึ่งทำให้เกิดการแข่งขันทางการตลาดมากขึ้นดังนั้น ฟิตเนสเซ็นเตอร์แต่ละแห่งต่างต้องพยายามนำกลยุทธ์ต่างๆ มาใช้ในการดึงดูดลูกค้าให้มาสมัครเป็นสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์ของตนเองให้มากขึ้นโดยเฉพาะการนำกลยุทธ์ทางการตลาดมาใช้เพื่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของกิจการของตนเอง[2]

ดังจะเห็นได้ว่าในปัจจุบันธุรกิจเกี่ยวกับการจัดบริการด้านการออกกำลังกาย ซึ่งเอกชนดำเนินการในรูปแบบของ "สถานออกกำลังกาย" (Fitness center)มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบของศูนย์สุขภาพในโรงแรม ศูนย์สุขภาพในหมู่บ้าน หรืออาคารสำนักงานต่างๆ เพราะว่าเอกชนได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการออกกำลังกายและกีฬาว่ามีความจำเป็นต่อชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ซึ่งนับวันจะต้องทำงานแข่งกับเวลามากขึ้น ต้องประสบกับปัญหาจราจรเสียเวลาอยู่บนถนนมากกว่าอยู่บ้านเสียอีก คนในกรุงเทพมหานครจึงต้องหาทางออกให้กับตัวเอง วิธีการหนึ่งคือการออกกำลังกายใน "สถานออกกำลังกาย" ที่ใกล้บ้านหรือใกล้ที่ทำงานและมีบริการดี

ในขณะที่สถานออกกำลังกายที่เอกชนจัดให้บริการด้านการออกกำลังกายนั้น จำเป็นต้องมีการแข่งขันกันในเชิงธุรกิจการตลาด จึงต้องจัดให้มีบริการที่ดี มีอุปกรณ์ในการออกกำลังกายที่ทันสมัยและครบครันเพื่อดึงดูดให้ประชาชนเข้าใช้บริการสถานออกกำลังกายของตนเพิ่มมากขึ้น ขณะนี้จำนวนศูนย์สุขภาพในกรุงเทพมหานคร ได้เพิ่มขึ้นจำนวนมาก ฉะนั้นประชาชนที่รักการออกกำลังกายจึงมีโอกาสที่จะเลือกใช้บริการของศูนย์สุขภาพต่างๆ ได้ตามความต้องการของตนเอง และเมื่อประชาชนได้ออกกำลังกาย ก็จะทำให้เป็นผู้ที่มีสุขภาพและสมรรถภาพที่ดี เป็นประชากรที่มีคุณภาพเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศ

ทั้งนี้ ธุรกิจสถานออกกำลังกาย มีหลายประเภท และมีการเรียกขานแตกต่างกันไปตามความนิยม แม้สถานที่ ตลอดจนเครื่องอุปกรณ์สำหรับใช้ในการออกกำลังกาย และประเภทของการ

---

[2] จิราภา พึ่งบางกรวย. (2550) ."กลยุทธ์การตลาดของฟิตเนสเซ็นเตอร์ในประเทศไทย" **วารสารศรีปทุมปริทัศน์**, ปีที่ 7 (ฉบับที่ 2 กรกฎาคม- ธันวาคม 2550),หน้า 27-28.

ออกกำลังกายที่จัดไว้บริการลูกค้าหรือสมาชิกจะมีลักษณะคล้ายๆ กัน หรือเหมือนกัน ขนาดของพื้นที่จะเล็กใหญ่ไม่เท่ากันจำนวนเครื่องมืออุปกรณ์ และประเภทของเครื่องมืออุปกรณ์จะมีจำนวนมากน้อยแตกต่างและกลุ่มลูกค้าหรือสมาชิกจะใกล้เคียงกัน

โดยสถานออกกำลังกายส่วนใหญ่จะเปิดดำเนินการ โดยผู้ประกอบการที่มีความเชี่ยวชาญในการดำเนินธุรกิจด้านนี้โดยตรง มีอุปกรณ์ค่อนข้างจะครบครัน สำหรับการออกกำลังกายก็ค่อนข้างจะครบวงจรมีบริการเสริม เช่น ให้การเรียนรู้ มีห้องสำหรับออกกำลังกายเป็นส่วนตัว มีผู้เชี่ยวชาญคอยให้คำแนะนำ ผู้ประกอบการศูนย์สุขภาพประเภทนี้จะมีทั้งผู้ประกอบการที่เป็นคนไทย และผู้ประกอบการชาวต่างชาติที่มองเห็นช่องทางธุรกิจ และเข้ามาประกอบกิจการในประเทศไทย ผู้ใช้บริการจะมีทั้งลูกค้าที่เป็นสมาชิก และลูกค้าจร ซึ่งศูนย์สุขภาพแต่ละศูนย์จะคิดอัตราค่าบริการที่แตกต่างกัน ได้แก่

(1) สถานออกกำลังกายในความหมายสำหรับไทย หมายถึงสถานที่ออกกำลังกายที่มีเครื่องอุปกรณ์พร้อม ผู้ที่เข้าไปใช้บริการในสถานออกกำลังกายจะต้องเป็นสมาชิกหรือหากเป็นบุคคลภายนอกก็ต้องเสียค่าธรรมเนียมหรือค่าบริการเป็นรายเดือนหรือคิดค่าบริการเป็นจำนวนครั้ง

(2) คลับหรือสปอร์ตคลับ เป็นสถานที่ออกกำลังกายที่มีเครื่องมืออุปกรณ์เหมือนศูนย์สุขภาพ 2 ประเภทข้างต้น แต่จะมีบริการเสริมเพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าที่นอกเหนือไปจากการออกกำลังกาย เช่น มีสถานที่พบปะสังสรรค์ และเปลี่ยนความคิดเห็นที่ครบวงจรมากกว่า

(3) สโมสร เน้นหนักไปในเรื่องการพบปะสังสรรค์ และให้บริการประเภทอื่นๆ แก่สมาชิกเป็นหลัก มักจะไม่รับลูกค้าประเภทจร ยกเว้นเป็นลูกค้าที่ไปใช้บริการกับสมาชิกของสโมสร ทั้งนี้สโมสรบางแห่งนอกจากจะให้สมาชิกได้พบปะสังสรรค์กันแล้ว ยังจัดสถานที่ไว้สำหรับให้ลูกค้าได้ออกกำลังกาย โดยมีเครื่องมืออุปกรณ์สำหรับใช้ในการออกกำลังกายสนองความต้องการของสมาชิกเช่นเดียวกัน ศูนย์สุขภาพบ่างตามวัตถุประสงค์ในการออกกำลังกายนอกจากแบ่งแยกตามประเภทหรือชื่อที่ใช้เรียกขานแล้ว

ในปัจจุบันมักจะมีการเปิดศูนย์ออกกำลังกายในลักษณะเป็นตึกแถว โดยมีเครื่องออกกำลังกายหลายประเภท ให้ผู้รับบริการได้ออกกำลังกายโดยไม่มีการจำกัดเวลาและเก็บค่าบริการเป็นรายเดือนและมีราคาไม่แพงโดยเปิดโอกาสให้ประชาชนที่มีรายได้ไม่มากแต่สนใจในสุขภาพของตนได้ออกกำลังกาย

ปัจจุบันสถานบริการออกกำลังกาย ได้กลายเป็นที่สนใจของผู้บริโภคที่ต้องการไปออกกำลังกายเพื่อเป็นการดูแลสุขภาพ ร่างกายให้แข็งแรงและควบคุมน้ำหนัก ที่สำคัญโดยเฉพาะผู้หญิงที่กลัวโรคความอ้วน แต่ก็ไม่สามารถยับยั้งการรับประทานอาหารในสิ่งที่ตนชอบได้ การให้การ

ควบคุมน้ำหนักกลายเป็นปัญหาที่วิตกกังวล ในบรรดาชายหนุ่มหญิงสาวที่ให้ความสำคัญในเรื่องรูปร่างการออกกำลังกายจึงเป็นสิ่งที่สำคัญที่จะช่วยให้เกิดการเผาผลาญไขมันในร่างกายและลดไขมันในเส้นเลือด ผู้บริโภคส่วนใหญ่จึงหันมาใส่ใจในเรื่องสุขภาพด้วยการออกกำลังกายมากกว่าการควบคุมอาหารการกิน

แต่โดยที่มีการขยายตัวของธุรกิจศูนย์บริการออกกำลังกายอย่างรวดเร็วโดยมีที่ตั้งอยู่แทบจะทั่วทุกแห่งในกรุงเทพมหานครและจังหวัดที่เป็นเมืองขนาดใหญ่ เช่น ตั้งในโรงแรม ตามหมู่บ้านจัดสรร หรืออาคารสำนักงานต่างๆ โดยผู้ประกอบการในธุรกิจประเภทนี้ไม่ได้มีแต่เพียงผู้ประกอบการรายใหญ่เท่านั้น ยังมีผู้ประกอบการขนาดกลางและรายย่อยเกิดขึ้นมากมาย ทำให้ฟิตเนสเซ็นเตอร์ในปัจจุบันสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ทุกชนชั้นมากขึ้น ไม่เฉพาะแต่กลุ่มลูกค้าที่มีรายได้สูงเท่านั้น ซึ่งทำให้เกิดการแข่งขันทางการตลาดมากขึ้น ดังนั้นสถานออกกำลังกายหรือฟิตเนสเซ็นเตอร์แต่ละแห่งต่างต้องพยายามนำกลยุทธ์ต่างๆ มาใช้ในการดึงดูดลูกค้า ให้มาสมัครเป็นสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์ของตนเองให้มากขึ้นโดยเฉพาะการนำกลยุทธ์ทางการตลาดมาใช้เพื่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของกิจการของตนเอง

ทั้งนี้ ผู้ประกอบการศูนย์บริการออกกำลังกาย(Fitness center)มักจะเอาเปรียบผู้บริโภคในลักษณะต่างๆ ปัญหาที่พบมากที่สุดก็ คือ ปัญหาเรื่องการกำหนดเงื่อนไขในสัญญาใช้บริการสถานออกกำลังกาย การส่งเสริมขายของพนักงานไม่มีมาตรฐาน ปัญหาเรื่องการให้บริการ เช่น สถานที่ออกกำลังกายและเครื่องออกกำลังกายไม่เพียงพอ รวมทั้งไม่มีระบบรักษาความปลอดภัยเพราะเมื่อของหายก็จะไม่รับผิดชอบ[3]นอกจากนี้ยังมีปัญหาหลายประการที่ศูนย์บริการฟิตเนสไม่ได้แจ้งผู้บริโภคได้ทราบ เช่น อาจมีแบคทีเรียจำนวนมหาศาลอยู่ตามเครื่องมืออุปกรณ์ต่างๆ รวมทั้งห้องน้ำและล็อกเกอร์ หรือที่ฟิตเนสคลับส่วนใหญ่ไม่มีอุปกรณ์สำหรับรองรับเหตุฉุกเฉินต่างๆ ที่เกี่ยวกับสุขภาพ และการที่เทรนเนอร์บางคนไม่ได้ถูกฝึกมาเพื่อสมาชิกทุกคน รวมทั้งมีเงื่อนไขการเอาเปรียบในสัญญาเกือบทุกข้อรวมทั้งการยกเลิกสัญญานั้นทำได้ยาก

หากพิจารณาการทำสัญญาใช้บริการศูนย์บริการบริการสุขภาพในปัจจุบันจะเห็นได้ว่าไม่มีการกฎหมายบัญญัติไว้เป็นกรณีพิเศษแต่แต่อย่างใด ซึ่งเป็นเรื่องที่ผู้ใช้บริการและสถานออกกำลังกายจะได้ตกลงกันเองตามหลักทั่วไปในการทำนิติกรรมสัญญาตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ซึ่งผู้ใช้บริการมักจะถูกเอาเปรียบ นอกจากนี้ หากพิจารณากฎหมายอื่น ๆ ได้แก่ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 โดยเฉพาะการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญา จะเห็นได้

---

[3]ประวิทย์ ลี่สถาพรวงศา. (2550) . " แฉมุกหมกเม็ดของฟิตเนตที่ผู้บริโภคไม่เคยรู้"**นิตรสารฉลาดซื้อ**, ปีที่ 14 (ฉบับที่ 3 มีนาคม 2550),หน้า 3.

ว่าสัญญาใช้บริการศูนย์บริการสุขภาพยังไม่อยู่ในข่ายที่ได้รับความคุ้มครอง[4] และพระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540 ก็ยังไม่อาจคุ้มครองผู้ใช้บริการได้ทันท่วงทีได้อย่างทันท่วงทีรวมทั้งมาตรการทางกฎหมายในควบคุมการโฆษณาของสถานออกกำลังกาย ทั้งนี้ อาจจะกล่าวได้ว่าประเทศไทยยังขาดมาตรการทางกฎหมายในการคุ้มครองผู้ใช้บริการศูนย์บริการสุขภาพหรือสถานบริการในลักษณะทำนองเดียวกัน กล่าวคือ

(1) การคุ้มครองการโฆษณาการบริการและเงื่อนไขสัญญาใช้ในการบริการศูนย์บริการสุขภาพ

(2) การควบคุมมาตรฐานของศูนย์บริการสุขภาพหรือสถานบริการในลักษณะทำนองเดียวกัน

(3) การคุ้มครองผู้ใช้บริการศูนย์บริการบริการสุขภาพในลักษณะเดียวกับผู้บริโภค โยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของสัญญาให้บริการ เป็นต้น

ทั้งนี้ หากเปรียบเทียบกับต่างประเทศ ดังเช่นในประเทศออสเตรเลีย ตากฎหมายการแข่งขันทางการค้าที่เป็นธรรม ค.ศ. 1992 ได้มีการตรากฎหมายเพื่อควบคุมกำกับการประกอบกิจการฟิตเนตไว้เป็นการเฉพาะ โดยมีหลักเกณฑ์เพื่อรักษาไว้ซึ่งมาตรฐานทางการค้าภายใต้ขอบเขตของอุตสาหกรรมฟิตเนส เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความไว้วางใจในอุตสาหกรรมฟิตเนส เพื่อควบคุมดูแลการให้บริการของลูกจ้างในสถานประกอบการฟิตเนส ให้มีจริยธรรมตามวิชาชีพซึ่งคำนึงถึงส่วนได้เสียของผู้บริโภค เพื่อให้ข้อตกลงระหว่างผู้ให้บริการและผู้บริโภคถูกต้องเป็นธรรม จึงได้มีการกำหนดหน้าที่ของผู้จัดให้บริการฟิตเนส ให้มีหลักเกณฑ์ในการโฆษณา การเสนอราคาค่าใช้บริการที่สามารถจะทำได้ก่อนที่ลูกค้าจะเข้ามาเป็นสมาชิก รวมทั้งได้มีการกำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับข้อตกลงระหว่างผู้ให้บริการกับสมาชิก และได้มีการกำหนดมาตรการเพื่อควบคุมมาตรฐานของสถานบริการออกกำลังกาย รวมถึงการกำหนดคุณวุฒิและคุณสมบัติของลูกจ้างหรือพนักงานของสถานบริการออกกำลังกาย เช่นนี้เป็นการแสดงให้เห็นได้ว่ากฎหมายของประเทศออสเตรเลียนั้นให้ความสำคัญในการควบคุมและจัดการประกอบธุรกิจ สถานบริการออกกำลังกายเพื่อการคุ้มครองผู้ใช้บริการในสถานบริการออกกำลังกายเป็นอย่างมาก โดยจะเห็นได้จากการที่มีกฎหมายเฉพาะเพื่อใช้บังคับกับกิจการดังกล่าว นอกจากนี้ ในประเทศสหรัฐอเมริกาก็ยังได้มีการตรากฎหมายเพื่อคุ้มครองผู้ใช้บริการ ศูนย์ออกกำลังกาย รวมทั้งเยอรมันดังจะได้นำมาศึกษาเปรียบเทียบกับมาตรการทางกฎหมายของประเทศไทย

---

[4] พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 ส่วนที่ 2 การคุ้มครองผู้บริโภคในด้านสัญญา

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการที่ศึกษาปัญหากฎหมายเกี่ยวกับการควบคุมธุรกิจสถานออกกำลังกายหรือฟิตเนสเซ็นเตอร์ เพื่อเสนอแนะแนวทางในการตรากฎหมายที่เป็นธรรมแก่ผู้ใช้บริการและส่งเสริมธุรกิจสุขภาพให้มีมาตรฐานในอนาคต

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงการประกอบธุรกิจของสถานออกกำลังกาย และพฤติกรรมการเอาเปรียบผู้บริโภคของธุรกิจสถานออกกำลังกายในประเทศไทย รวมทั้งแนวความคิดทางกฎหมายในการควบคุมกำกับธุรกิจสถานออกกำลังกาย

2. เพื่อศึกษามาตรการทางกฎหมายของไทยและต่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคที่ใช้บริการสถานออกกำลังกาย ได้แก่ สหรัฐอเมริกา และออสเตรเลีย

3. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ปัญหากฎหมายในการควบคุมกำกับธุรกิจสถานออกกำลังกายและการคุ้มครองผู้บริโภคในการใช้บริการสถานออกกำลังกาย

4. เพื่อให้ได้แนวทางในการตรากฎหมายควบคุมกำกับธุรกิจสถานออกกำลังกายและการให้ความคุ้มครองผู้บริโภคที่ใช้บริการสถานออกกำลังกายที่เหมาะสมสำหรับประเทศไทยในอนาคต

1.3 สมมุติฐานของการวิจัย

โดยที่พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 มิได้กำหนดมาตรการทางกฎหมายโดยเฉพาะเกี่ยวกับสัญญาใช้บริการสถานออกกำลังกาย รวมทั้งไม่มีกฎหมายควบคุมมาตรฐานการบริการของสถานออกกำลังกายทำให้ผู้ใช้บริการถูกเอารัดเอาเปรียบ ดังนั้น จึงจำเป็นที่ตรากฎหมายในการควบคุมธุรกิจสถานออกกำลังกายโดยการศึกษามาตรการทางกฎหมายของต่างประเทศเป็นแนวทางในการตรากฎหมายโดยเฉพาะเพื่อกำหนดมาตรกาทางกฎหมายในการควบคุมการโฆษณาการขายสมาชิก เงื่อนไขของสัญญาบริการและมาตรฐานการบริการ

1.4 วิธีการวิจัย

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นการวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) โดยเป็นการศึกษาค้นคว้าและวิเคราะห์ข้อมูลจาก หนังสือ บทความ เอกสาร และวารสารกฎหมาย พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540

พระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ.2551 พระราชบัญญัติเครื่องมือแพทย์ พ.ศ.2551 ตลอดจนคำวินิจฉัยที่เกี่ยวข้อง

1.5 ขอบเขตของการวิจัย

ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับพระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาไม่เป็นธรรม พ.ศ.2540 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 พระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีผู้บริโภค พ.ศ.2551 พระราชบัญญัติเครื่องมือแพทย์ พ.ศ.2551 ตลอดจนกฎหมายของต่างประเทศ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลียและนิวซีแลนด์

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ได้ความรู้เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจของสถานออกกำลังกาย และพฤติกรรมการเอาเปรียบผู้บริโภคของธุรกิจสถานออกกำลังกายในประเทศไทย รวมทั้งแนวความคิดทางกฎหมายในการควบคุมกำกับธุรกิจสถานออกกำลังกาย

2. ทำให้ทราบมาตรการทางกฎหมายของไทยและต่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคที่ใช้บริการสถานออกกำลังกาย ได้แก่ สหรัฐอเมริกา และออสเตรเลีย

3. ทำให้ทราบปัญหากฎหมายในการควบคุมกำกับธุรกิจสถานออกกำลังกายและการคุ้มครองผู้บริโภคในการใช้บริการสถานออกกำลังกาย

4. ทำให้ได้แนวทางในการตรากฎหมายควบคุมกำกับธุรกิจสถานออกกำลังกายและการให้ความคุ้มครองผู้บริโภคที่ใช้บริการสถานออกกำลังกายที่เหมาะสมสำหรับประเทศไทยในอนาคต

1.7 นิยามศัพท์

ฟิตเนสเซ็นเตอร์ หรือสถานออกกำลังกาย หมายถึง ธุรกิจบริการที่ดำเนินการโดยเอกชน มีอาคาร พื้นที่ อุปกรณ์ การฝึกสอน แนะนำ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อใช้ในการออกกำลังกายในรูปแบบต่างๆ เช่น โยคะ แอโรบิค การออกกำลังกายที่ใช้อุปกรณ์ช่วยในการบริหารร่างกาย เป็นต้น

สมาชิก หมายถึง ผู้ที่ได้ทำการสมัครและใช้บริการของฟิตเนสเซ็นเตอร์ หรือสถานออกกำลังกาย

การคุ้มครองผู้บริโภค หมายถึง การคุ้มครองผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการสถานออกกำลังกายหรือฟิตเนสเซ็นเตอร์ภายใต้พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522

การคุ้มครองด้านสัญญา หมายถึง การคุ้มครองด้านสัญญาระหว่างผู้ใช้บริการกับธุรกิจสถานออกกำลังกายเป็นการคุ้มครองเกี่ยวกับการกำหนดเงื่อนไขในการทำสัญญาใช้บริการสถานออกกำลังกาย

การคุ้มครองด้านโฆษณา หมายถึง การคุ้มครองเกี่ยวกับการโฆษณาการบริการของธุรกิจสถานออกกำลังกาย

การคุ้มครองมาตรฐานการบริการ หมายถึง การคุ้มครองเกี่ยวกับมาตรฐานการบริการของสถานออกกำลังกาย ได้แก่ บุคลากรของสถานออกกำลังกาย มาตรฐานของอุปกรณ์ออกกำลังกาย เป็นต้น