ปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการทำสัญญากรณีสัญญาให้บริการสมาชิกสนามกอล์ฟ : ศึกษาเฉพาะสมาชิกประเภทบุคคลธรรมดา

นายวุฒิเดช ซึ่งมหากิจ

เอกัตศึกษานี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชากฎหมายเศรษฐกิจ
คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2561

บทคัดย่อและแฟ้มข้อมูลฉบับเต็มของเอกัตศึกษาที่ให้บริการในคลังปัญญาจุฬาฯ (CUIR)
เป็นแฟ้มข้อมูลของนิสิตเจ้าของเอกัตศึกษาที่ส่งผ่านทางคณะที่สังกัด
The abstract and full text of individual study in Chulalongkorn University Intellectual Repository(CUIR)
are the individual study authors' files submitted through the faculty.

หัวข้อเอกัตศึกษา	ปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการทำสัญญากรณีสัญญาให้บริการสมาชิกสนามกอล์ฟ : ศึกษาเฉพาะสมาชิกประเภทบุคคลธรรมดา
โดย	นายวุฒิเดช ซึ่งมหากิจ
รหัสประจำตัว	608 62309 34
หลักสูตร	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชากฎหมายเศรษฐกิจ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
หมวดวิชา	กฎหมายธุรกิจทั่วไป
อาจารย์ที่ปรึกษา	ศาสตราจารย์สำเรียง เมฆเกรียงไกร
ปีการศึกษา	2561

คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้เอกัตศึกษาฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชากฎหมายเศรษฐกิจ

ลงชื่อ.....อาจารย์ที่ปรึกษา

(ศาสตราจารย์สำเรียง เมฆเกรียงไกร)

บทคัดย่อ

กีฬากอล์ฟในประเทศไทยเป็นกีฬาที่ได้รับความนิยมและแพร่หลายมากขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจสนามกอล์ฟซึ่งเป็นธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่มีมูลค่าของธุรกิจสูง มีการขยายตัวมากขึ้นเนื่องมาจากความนิยมในกีฬากอล์ฟ โดยมีความต้องการของผู้บริโภคทั้งจากชาวไทยและชาวต่างชาติ ประเทศไทยเป็นจุดหมายของนักกอล์ฟชาวต่างชาติที่จะเข้ามาใช้บริการสนามกอล์ฟเนื่องด้วยเหตุผลด้านความคุ้มค่าด้านราคาและการบริการที่น่าประทับใจ ซึ่งธุรกิจสนามกอล์ฟเป็นธุรกิจภาคบริการการท่องเที่ยวที่สร้างเม็ดเงินให้แก่ประเทศไทยได้จำนวนมาก

ธุรกิจสนามกอล์ฟมีการให้บริการในรูปแบบการบริการในฐานะสมาชิกของสนามกอล์ฟ กล่าวคือ ผู้บริโภคที่ประสงค์จะเป็นสมาชิกของสนามกอล์ฟต้องเข้าทำสัญญาเพื่อสมัครเป็นสมาชิกสนามกอล์ฟ (Country Club Membership) กับผู้ประกอบธุรกิจ ซึ่งสัญญาให้บริการสมาชิกสนามกอล์ฟคือ สัญญาต่างตอบแทนซึ่งผู้บริโภคได้สิทธิในการใช้บริการในธุรกิจสนามกอล์ฟตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ในสัญญา และผู้ประกอบธุรกิจได้ค่าตอบแทนจากการให้บริการนั้น โดยสัญญาให้บริการสมาชิกสนามกอล์ฟในประเทศไทยที่ใช้แพร่หลายกันอยู่ในปัจจุบันมีลักษณะของสัญญาที่มีมูลค่าทางสัญญาสูงและมีการกำหนดระยะเวลาของสัญญาผูกพันผู้บริโภคยาวนานซึ่งเป็นการให้บริการลักษณะต่อเนื่อง ทั้งผู้ประกอบธุรกิจกำหนดข้อสัญญาเพียงฝ่ายเดียวซึ่งเข้าลักษณะสัญญาสำเร็จรูป และมีการกำหนดข้อสัญญาที่เอาเปรียบผู้บริโภคซึ่งเป็นข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมในหลายด้านอีกด้วย

จากการศึกษา ผู้เขียนพบประเด็นปัญหาคือ ธุรกิจสนามกอล์ฟในประเทศไทยยังไม่มีกฎหมายเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคที่ใช้บริการโดยเฉพาะ ผู้บริโภคจึงถูกผู้ประกอบธุรกิจเอาเปรียบจากการทำสัญญา โดยผู้เขียนได้รวบรวมที่มาของปัญหาจากสัญญาให้บริการสนามกอล์ฟในประเทศไทยหลายๆ แห่งพร้อมทั้งเรื่องร้องเรียน ข่าว และสัมภาษณ์ผู้บริโภคโดยตรง

ผู้เขียนจึงได้ศึกษากลไกของกฎหมายไทยที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการทำสัญญาเพื่อเป็นแนวทางในการแก้ปัญหาจากการเอาเปรียบของผู้ประกอบธุรกิจในการทำสัญญาให้บริการสมาชิกสนามกอล์ฟ โดยมีรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540 และพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และฉบับที่ 2 พ.ศ. 2541 ซึ่งล้วนแต่เป็นกฎหมายเกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการทำสัญญา

ผู้เขียนยังได้ศึกษาบทบัญญัติกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการทำสัญญาและข้อสัญญาของประเทศสหรัฐอเมริกา (มลรัฐแคลิฟอร์เนีย) และประเทศญี่ปุ่น เพื่อเป็นแนวทางในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการทำสัญญาให้บริการสมาชิกสนามกอล์ฟในประเทศไทยอีกด้วย

ทั้งนี้ ผู้เขียนได้เสนอแนวทางข้อเสนอแนะโดยการออกประกาศกำหนดให้ธุรกิจสนามกอล์ฟเป็นธุรกิจที่ควบคุมสัญญาเป็นการเฉพาะธุรกิจโดยให้รัฐกำหนดข้อสัญญาที่ต้องมีและห้ามมีในสัญญาให้บริการสมาชิกสนามกอล์ฟ

กิตติกรรมประกาศ

เอกัตศึกษานี้ลุล่วงไปได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความช่วยเหลือและความอนุเคราะห์จากบุคคลสำคัญหลายท่าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งอาจารย์ที่ปรึกษา ศาตราจารย์สำเรียง เมฆเกรียงไกร ซึ่งท่านสละเวลาอันมีค่า ให้คำปรึกษา แนะนำแนวทางในการดำเนินการวิจัย ศึกษา ค้นคว้า จนทำให้ข้าพเจ้าบรรลุวัตถุประสงค์ในการวิจัย รวมทั้ง คณาจารย์ บุคลากร หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชากฎหมายเศรษฐกิจ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่กรุณาให้ความรู้และคำแนะนำต่างๆ ในการเรียนการสอนระดับปริญญาโท และเพื่อนหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิตรุ่น 20 ที่คอยแนะนำให้กำลังใจ อย่างดีมาตลอด

ขอขอบคุณ คุณอนิตา เจริญสุข และ คุณอนุพงษ์ เจริญเวช จากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ที่ให้คำแนะนำแก่ผู้วิจัย ทำให้การทำวิจัยของข้าพเจ้าสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ผู้วิจัยขอขอบคุณบิดา มารดา และครอบครัวซึ่งมหากิจ ที่คอยให้กำลังใจในการศึกษาระดับปริญญาโทมาโดยตลอด

ผู้วิจัยหวังว่าเอกัตศึกษานี้จะเป็นประโยชน์ต่อส่วนรวมและสังคม โดยเฉพาะผู้บริโภคในประเทศไทย หากเอกัตศึกษานี้มีข้อบกพร่องหรือผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขอน้อมรับไว้แต่เพียงผู้เดียว

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อ.....ก

กิตติกรรมประกาศ.....ค

สารบัญ.....ง

สารบัญตาราง.....ซ

บทที่ 1 บทนำ.....1

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....1

1.2 วัตถุประสงค์การศึกษา.....5

1.3 สมมติฐานการศึกษา.....5

1.4 ขอบเขตการศึกษา.....5

1.5 วิธีดำเนินการวิจัย.....6

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....6

บทที่ 2 ธุรกิจสนามกอล์ฟ.....7

2.1 ความนำเกี่ยวกับกีฬากอล์ฟและสนามกอล์ฟ.....7

2.2 นิยามธุรกิจสนามกอล์ฟ.....8

2.2.1 รูปแบบการดำเนินกิจการของธุรกิจสนามกอล์ฟไทย.....9

2.2.1.1 สมาคม.....9

2.2.1.2 ส่วนราชการและรัฐวิสาหกิจ.....9

2.2.1.3 บริษัทเอกชน.....10

2.2.2 ลักษณะธุรกิจสนามกอล์ฟและรายได้รายจ่ายของธุรกิจสนามกอล์ฟ.....11

2.2.2.1 ลักษณะธุรกิจสนามกอล์ฟ.....11

2.2.2.2 รายได้ของธุรกิจสนามกอล์ฟ.....12

2.2.2.3 รายจ่ายของธุรกิจสนามกอล์ฟ.....16

2.3 มาตรฐานธุรกิจสนามกอล์ฟ.....19

2.3.1 โครงสร้างสนามกอล์ฟ.....19

2.3.2 ทรัพย์สินของธุรกิจสนามกอล์ฟ.....21

2.3.2.1 ทรัพย์สินประเภทอสังหาริมทรัพย์.....21

2.3.2.2 ทรัพย์สินประเภทสังหาริมทรัพย์.....22

2.3.3 บุคลากรของธุรกิจสนามกอล์ฟ.....22

2.4 ลักษณะและประเภทการให้บริการของสนามกอล์ฟ.....23

2.4.1 ลักษณะการให้บริการของสนามกอล์ฟ.....23

2.4.1.1 ช่วงเวลาการให้บริการของสนามกอล์ฟ.....23

2.4.1.2 รูปแบบการให้บริการของสนามกอล์ฟ.....24

2.4.2 ประเภทของผู้ใช้บริการสนามกอล์ฟ.....26

2.4.2.1 ผู้ใช้บริการประเภททั่วไป.....27

2.4.2.2 ผู้ใช้บริการประเภทสมาชิกสนามกอล์ฟ.....28

2.5 ลักษณะของสัญญาสมาชิกสนามกอล์ฟ.....31

บทที่ 3 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการทำสัญญาให้บริการสมาชิกสนามกอล์ฟ.....33

3.1 กฎหมายไทยที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการทำสัญญาให้บริการสมาชิกสนามกอล์ฟ.....33

3.1.1 รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย.....33

3.1.2 ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์.....34

3.1.3 พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม.....37

3.1.4 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค.....40

3.2 กฎหมายต่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการทำสัญญาให้บริการสมาชิกสนามกอล์ฟ.....45

3.2.1 ประเทศสหรัฐอเมริกา (มลรัฐแคลิฟอร์เนีย).....45

3.2.1.1 องค์กรที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการทำสัญญา.46

3.2.1.2 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการทำสัญญา.46

3.2.1.3 แนวทางข้อสัญญาที่กฎหมายกำหนด.....48

3.2.2 ประเทศญี่ปุ่น.....55

3.2.2.1 องค์กรที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการทำสัญญา.56

3.2.2.2 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการทำสัญญา.57

3.2.2.3 แนวทางข้อสัญญาที่กฎหมายกำหนด.....59

บทที่ 4 วิเคราะห์ปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการทำสัญญาให้บริการสมาชิกสนามกอล์ฟในประเทศไทย.....63

4.1 ลักษณะของสัญญาให้บริการสมาชิกสนามกอล์ฟ.....63

4.2 ข้อสัญญาของสัญญาให้บริการสมาชิกสนามกอล์ฟ.....65

4.3 ปัญหาอื่นๆ อันเนื่องมากจากเนื่องมาจากสัญญาให้บริการสมาชิกสนามกอล์ฟ..69

บทที่ 5 บทสรุปและข้อเสนอแนะ.....72

5.1 สรุปผลการศึกษา.....72

5.2 ข้อเสนอแนะ.....76

รายการอ้างอิง.....83

ภาคผนวก.....90

ภาคผนวก ก. : ตัวอย่างสัญญาสมาชิกสนามกอล์ฟในประเทศไทย.....91

ภาคผนวก ข. : ตัวอย่างสัญญาสมาชิกสนามกอล์ฟประเทศสหรัฐอเมริกา

(มลรัฐแคลิฟอร์เนีย).....108

ภาคผนวก ค. : ตัวอย่างสัญญาสมาชิกสนามกอล์ฟประเทศญี่ปุ่น.....117

ภาคผนวก ง. : ข้อมูลการร้องเรียนเกี่ยวกับปัญหากรณีสัญญาสมาชิกสนามกอล์ฟในประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.).....121

ภาคผนวก จ. : ข่าวผู้บริโภคร้องเรียนธุรกิจสนามกอล์ฟจากการถูกเอาเปรียบ.....123

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1 ตารางแสดงรายได้ธุรกิจสนามกอล์ฟของบริษัท เทพธานีกรีฑา จำกัด (มหาชน) ปี 2557-2559.....14

ตารางที่ 2 ตารางแสดงรายจ่ายธุรกิจสนามกอล์ฟของบริษัท เทพธานีกรีฑา จำกัด (มหาชน) ปี 2558 - 2559.....18

ตารางที่ 3 ตารางแสดงค่าบริการของสนามกอล์ฟเลควูด คันทรี่คลับ.....28

ตารางที่ 4 ตารางแสดงรายละเอียดค่าใช้จ่ายในการสมัครเป็นสมาชิกสนามกอล์ฟต่างๆ พร้อมระยะเวลาในการเป็นสมาชิกของสนามกอล์ฟรวมทั้งค่าโอน.....30

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันกีฬากอล์ฟในประเทศไทยเป็นกีฬาที่ได้รับความนิยมและแพร่หลายมากขึ้น เนื่องมาจากประเทศไทยมีนักกีฬากอล์ฟที่ทำชื่อเสียงให้ประเทศไทยโด่งดังระดับโลก ไม่ว่าจะเป็นนักกอล์ฟชายหรือนักกอล์ฟหญิง ซึ่งนักกอล์ฟหญิงเอรียา จุฑานุกาล เคยได้แชมป์ระดับโลกเมเจอร์และเคยขึ้นเป็นนักกอล์ฟอันดับ 1 ของโลก[1] ทั้งกีฬากอล์ฟเป็นกีฬาที่ได้ฝึกทักษะต่างๆ เพื่อพัฒนาตนเอง อาทิเช่น ความรอบคอบ การวางแผน การบริหารความผิดพลาด ฯลฯ บางองค์กรธุรกิจได้ตระหนักถึงการพัฒนาตนเองของพนักงานของบริษัทโดยมีการส่งผู้บริหารหรือพนักงานเพื่อเรียนรู้กีฬากอล์ฟและเพื่อใช้กีฬากอล์ฟในการเชื่อมความสัมพันธ์ทางธุรกิจในบางโอกาสอีกด้วย

กีฬากอล์ฟยังเหมาะกับทุกเพศทุกวัย โดยเฉพาะผู้สูงอายุเนื่องมาจากเป็นกีฬาที่ได้ออกกำลังกายที่ไม่หนักจนเกินไปเหมาะสมกับผู้สูงอายุเมื่อเทียบกับกีฬาอื่นๆ และไว้พบปะสังสรรค์หรือคุยธุรกิจในการเล่นกอล์ฟอีกด้วย มากไปกว่านั้น ประเทศไทยมีสนามกอล์ฟจำนวนมาก สนามกอล์ฟมีสภาพสวยงาม ราคาในการเล่นกอล์ฟที่ไม่แพงและบริการดีเมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ ดังนั้น ชาวต่างชาติที่อาศัยในประเทศไทยและต่างประเทศจึงนิยมมาเล่นกอล์ฟที่ประเทศไทย โดยเฉพาะ ชาวญี่ปุ่น ไต้หวัน เกาหลี เป็นต้น

เมื่อกีฬากอล์ฟได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น ธุรกิจสนามกอล์ฟก็เติบโตตามไปด้วย ซึ่งทางภาครัฐได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของกีฬากอล์ฟซึ่งเป็นเครื่องมือในการที่ธุรกิจสนามกอล์ฟเป็นธุรกิจหนึ่งในภาคการท่องเที่ยวเพื่อดึงเงินตราต่างประเทศเข้าประเทศ กล่าวคือ ธุรกิจสนามกอล์ฟเป็นธุรกิจที่ทำรายได้ให้กับประเทศไทยได้ทางหนึ่ง เช่น การที่ภาครัฐได้ร่วมมือกับเอกชนในการจัดรายการแข่งกอล์ฟเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว จัดการแข่งขันกอล์ฟ Honda LPGA Thailand จัดขึ้นโดยบริษัทฮอนด้า ออโตโมบิล (ประเทศไทย) ร่วมมือกับการกีฬาแห่งประเทศไทยในการส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬา สอดคล้องกับนโยบายของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว

---

[1] Fox Sports, LPGA ประกาศอันดับโลกใหม่ “โปรเม” รั้งเบอร์ 1, https://www.foxsports.co.th/golf/46123/official-lpga, [ออนไลน์], 15 มกราคม 2562

ต่างชาติให้เข้าสู่ประเทศไทย โดยเฉลี่ยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ตั้งใจมาเล่นกีฬากอล์ฟในประเทศไทย ราว 400,000 คนต่อปี และมีสัดส่วนการใช้จ่ายสูงกว่านักท่องเที่ยวทั่วไปถึง 2 - 3 เท่า สามารถสร้างรายได้ให้แก่ประเทศถึงปีละ 4.8 พันล้านบาท โดยในปีที่ผ่านมา กลุ่มนักท่องเที่ยวกอล์ฟเพิ่มขึ้น 10 - 12%[2]

จากที่กล่าวมาทั้งหมด วงการกีฬากอล์ฟไทยมีนักกีฬาของไทยได้สร้างชื่อเสียงระดับโลก และสภาพอากาศที่เอื้อต่อสนามกอล์ฟเล่นได้ทั้งปี รวมถึงค่าบริการที่มีราคาไม่แพง เมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ ทำให้มีผู้สนใจทำสัญญาเพื่อเป็นสมาชิกของธุรกิจสนามกอล์ฟเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่ประกอบธุรกิจในประเทศไทยหรือทำงานในประเทศไทย ดังนั้น ธุรกิจสนามกอล์ฟในแต่ละแห่งจึงมีสมาชิกจำนวนหลักหลายร้อยคน

ธุรกิจสนามกอล์ฟการเข้าไปใช้บริการเล่นกอล์ฟ มีอยู่ 2 ประเภท คือ การใช้บริการเป็นรายครั้ง (นิยมเล่นกอล์ฟแบบจำนวน 9 หลุม หรือ 18 หลุม ต่อครั้ง) และอีกประเภทคือการใช้บริการในฐานะสมาชิกของสนามกอล์ฟ คือ เมื่อสมัครทำสัญญาเป็นสมาชิกของสนามกอล์ฟแล้ว สมาชิกมีสิทธิเล่นกอล์ฟกี่ครั้งก็ได้ในระยะเวลาตามสัญญา (Country Club Membership) ซึ่งจากการสำรวจการจำหน่ายสมาชิกมีขั้นต่ำของระยะเวลาในการเป็นสมาชิกสนามกอล์ฟ เช่น 5 ปี 30 ปีและมีจนถึงเป็นสมาชิกสนามกอล์ฟแบบตลอดชีพของสมาชิก และมีประเภทสมาชิกในรูปแบบบริษัท Corporate Member[3] ทั้งนี้ ประเภทของการเป็นสมาชิกของสนามกอล์ฟ จะต้องมีการทำสัญญาเป็นหนังสือเพื่อเป็นสมาชิกของสนามกอล์ฟ โดยผู้ที่ต้องการสมัครเป็นสมาชิกของสนามกอล์ฟทำสัญญากับผู้ประกอบธุรกิจบริการสนามกอล์ฟ เมื่อเป็นสมาชิกสนามกอล์ฟแล้ว สมาชิกมีสิทธิต่างๆ ในการใช้บริการได้ เช่น สิทธิในการออกรอบ (Golfing) ออกกำลังกาย (Fitness) ว่ายน้ำ (Swimming Pool) ซาวน่า (Sauna) สปา (Spa) เป็นต้น โดยมีผู้ที่เป็นสมาชิกมีสิทธิใช้บริการเหล่านี้ได้ภายในระยะเวลาสัญญา

ธุรกิจสนามกอล์ฟกับธุรกิจให้บริการอื่นเช่น สปอร์ตคลับ ฟิตเนส มีความใกล้เคียงกันทั้งในลักษณะการให้บริการ การทำสัญญาเป็นสมาชิก แต่ก็แตกต่างกันเพราะธุรกิจสนามกอล์ฟมีการให้บริการเล่นกอล์ฟออกรอบเป็นสาระสำคัญ ถ้าขาดสนามกอล์ฟก็จะกลายเป็นธุรกิจอื่นที่ไม่ใช่ธุรกิจสนามกอล์ฟ แม้ว่าธุรกิจสนามกอล์ฟบางแห่งจะมีบริการอื่นดึงดูดลูกค้าเพิ่มเติม เช่น สระว่ายน้ำ สปา

---

[2] กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา, แถลงข่าวการแข่งขันกอล์ฟสตรีฮอนดา แอลพีจีเอไทยแลนด์ 2019 , https://www.mots.go.th/content.php?nid=10959&filename=index, [ออนไลน์], 15 มกราคม 2562

[3] คมศักดิ์ รัตนวิจิตร, การจัดการสนามกอล์ฟ, (กรุงเทพมหานคร : หนังสือประกอบการบรรยาย โครงการบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารจัดการกอล์ฟ คณะบริการธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง , 2552)

ฟิตเนส แต่ก็เป็นแค่บริการเสริม ซึ่งสนามกอล์ฟส่วนใหญ่ในประเทศไทยจะมีแค่บริการสนามกอล์ฟเพื่อออกรอบเพียงอย่างเดียว ทั้งปัญหาในด้านการให้บริการผู้บริโภคก็มีลักษณะเฉพาะด้านแตกต่างจากธุรกิจอื่นอีกด้วย

สัญญาให้บริการสมาชิกของสนามกอล์ฟมีระยะเวลาสัญญาค่อนข้างยาวนานและมีมูลค่าการสมัครเป็นสมาชิกที่สูงมากถึงหลักหมื่นถึงหลักแสนบาท[4] จึงเกิดปัญหาต่างๆ ในด้านการทำสัญญา ซึ่งผู้บริโภคมักจะเป็นฝ่ายเสียเปรียบ

เนื่องด้วยปัจจุบันสังคมมีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนามากขึ้นเรื่อยๆ การบริโภคของมนุษย์ก็มากขึ้นและซับซ้อนขึ้นมีการประกอบธุรกิจที่มีความสลับซับซ้อนทั้งทางด้านสินค้าและ บริการ กระบวนการผลิต ซึ่งผู้บริโภคตามข้อมูลเหล่านี้ไม่ทัน ถ้าหากว่ารัฐปล่อยให้บุคคลทำสัญญาต่อกันในเรื่องการบริโภคโดยอาศัยหลักเสรีภาพในการทำสัญญา (Freedom of Contract) ผู้บริโภคจะตกเป็นฝ่ายเสียเปรียบให้แก่ผู้ประกอบธุรกิจ ตามเหตุผลข้างต้นที่กล่าวมา ดังนั้นกฎหมายที่ใช้บังคับในอดีตเริ่มมีช่องว่างและไม่เหมาะสม รัฐจึงต้องอาศัยอำนาจทางกฎหมายเข้ามาควบคุมการทำสัญญาระหว่างผู้บริโภคกับผู้ประกอบธุรกิจ (Control of Contract)

ตามที่รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย เรื่องสิทธิและเสรีภาพของชนชาวไทยได้มีหลักการคุ้มครองผู้บริโภคในด้านต่างๆ[5] โดยมีการตราพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และที่แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541 ได้บัญญัติสิทธิของผู้บริโภคที่จะได้รับความคุ้มครองทางกฎหมาย 5 ประการ หนึ่งในนั้นคือสิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา[6]

เมื่อพิจารณาลักษณะของสัญญาให้บริการสมาชิกของธุรกิจสนามกอล์ฟที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว ด้วยมูลค่าสัญญาที่สูงและระยะเวลาสัญญายาวนาน ทั้งลักษณะของสัญญาเป็นสัญญาสำเร็จรูปที่เป็นการให้บริการต่อเนื่อง และได้มีการกำหนดข้อสัญญาบางประการเอาเปรียบผู้บริโภคหรือไม่ระบุสิทธิผู้บริโภคในการใช้บริการในสัญญาแต่ในทางปฏิบัติจะบังคับใช้กับผู้บริโภค รวมทั้งมีชาวไทยและชาวต่างชาติเป็นผู้บริโภคทั้งยังมีแนวโน้มผู้บริโภคมากขึ้นเรื่อยๆ จึงเป็นสัญญาที่ทำให้ผู้บริโภคถูกเอา

---

[4] ตัวอย่างสัญญาสมาชิกสนามกอล์ฟในประเทศไทย ภาคผนวก ก.

[5] รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560, หมวด 5, มาตรา 61

[6] สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค, สคบ.กับการคุ้มครองผู้บริโภค, (กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ สกสค. ลาดพร้าว, 2558)

เปรียบและไม่เป็นธรรม ดังที่ปรากฏเป็นข่าวทางสื่อต่างๆ[7] และเรื่องร้องเรียนของผู้บริโภคต่อสำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค[8] ที่สำคัญคือ ธุรกิจสนามกอล์ฟยังไม่มีมาตรการทางกฎหมายในการเข้าไปกำกับ ดูแล ข้อสัญญาให้บริการสมาชิกสนามกอล์ฟ รัฐจึงควรมีมาตรการทางกฎหมายกำกับ ดูแล ข้อสัญญาให้บริการสมาชิกของธุรกิจสนามกอล์ฟเป็นการเฉพาะธุรกิจ

ผู้บริโภคที่เป็นสมาชิกของธุรกิจสนามกอล์ฟอาจถูกมองว่ามีฐานะดี เมื่อเกิดความเสียหายจากสัญญาก็ปล่อยเรื่องเงียบหายไปไม่ร้องเรียนเพื่อเอาความกับผู้ประกอบธุรกิจหรือเป็นกรณีชาวต่างชาติที่เสียหายแต่ไม่รู้ช่องทางการร้องเรียนขอความเป็นธรรม แต่รัฐก็ควรเข้ามาดูแลแต่เนิ่นๆ เพื่อป้องกันมิให้มีการเอาเปรียบผู้บริโภคมากขึ้นในอนาคต ซึ่งเพื่อให้เป็นไปตามปรัชญากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคมุ่งคุ้มครองผู้บริโภคเพราะผู้บริโภคอยู่ในฐานะที่ด้อยกว่าผู้ประกอบธุรกิจและไม่มีอำนาจการต่อรอง โดยไม่คำนึงว่าผู้บริโภคจะมีฐานะร่ำรวยหรือยากจน หรือเป็นผู้บริโภคที่อยู่ในธุรกิจที่ไม่ได้แพร่หลายก็ตาม

---

[7] MGR Online, สมาชิกสโมสรบลูแคนยอนฯ ร้อง สคบ.ช่วย หลังปรับขึ้นค่าธรรมเนียมกว่า 300%, https://mgronline.com/south/detail/9600000025872, [ออนไลน์], 15 มกราคม 2562

[8] ข้อมูลการร้องเรียนเกี่ยวกับปัญหากรณีสัญญาสมาชิกสนามกอล์ฟในประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ภาคผนวก ง.

1.2 วัตถุประสงค์การศึกษา

1. เพื่อศึกษารูปแบบและลักษณะสัญญาให้บริการสมาชิกสนามกอล์ฟทั้งในประเทศไทยเปรียบเทียบกับต่างประเทศในปัจจุบัน

2. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้นจากข้อสัญญาให้บริการสมาชิกสนามกอล์ฟในประเทศไทย

3. เพื่อศึกษาหาแนวทางการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากข้อสัญญาให้บริการสมาชิกสนามกอล์ฟในประเทศไทย เพื่อไม่ให้สมาชิกสนามกอล์ฟถูกเอาเปรียบจากสัญญาดังกล่าว

1.3 สมมติฐานการศึกษา

เนื่องด้วยสัญญาให้บริการสมาชิกสนามกอล์ฟมีลักษณะของสัญญาที่มีมูลค่าทางสัญญาสูงและมีระยะเวลาผูกพันคู่สัญญาต่อเนื่องยาวนาน ทั้งผู้ประกอบธุรกิจมักจะกำหนดข้อสัญญาเอาเปรียบผู้บริโภคหลายประการทำให้ผู้บริโภคไม่ได้รับความเป็นธรรมในด้านการทำสัญญา จึงเห็นควรมีมาตรการทางกฎหมายในการเข้าไปกำกับ ดูแล ข้อสัญญาให้บริการสมาชิกสนามกอล์ฟ เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมแก่ผู้บริโภค

1.4 ขอบเขตการศึกษา

ในการทำรายงานวิจัยฉบับนี้ มีขอบเขตการศึกษาอยู่ที่การศึกษาวิเคราะห์ลักษณะของสัญญาให้บริการสมาชิกของธุรกิจสนามกอล์ฟของประเทศไทย สภาพปัญหาที่เกิดขึ้นและเปรียบเทียบสัญญากับของต่างประเทศ รวมทั้งกฎหมายประเทศไทยและกฎหมายต่างประเทศที่นำมาปรับใช้กับสัญญาสมาชิกของสนามกอล์ฟ โดยค้นคว้าจาก หนังสือ วิทยานิพนธ์ สารนิพนธ์ ข้อมูลเอกสารในรูปของสื่ออิเล็กทรอนิกส์และบทความทางวิชาการที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เห็นถึงแนวทางในการแก้ปัญหาและคุ้มครองผู้บริโภคซึ่งเป็นสมาชิกสนามกอล์ฟ ได้อย่างเหมาะสม มีประสิทธิภาพ และเป็นธรรม

1.5 วิธีดำเนินการวิจัย

รายงานฉบับนี้เป็นแบบการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และเชิงเอกสาร (Documentary Research) โดยศึกษาค้นคว้าจากหนังสือ บทความ รายงาน สัญญาและวิทยานิพนธ์ สารนิพนธ์ เอกสารที่เกี่ยวข้องทั้งของประเทศไทย และต่างประเทศ ข้อมูลเอกสารในรูปของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ รวมทั้งสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่รัฐและผู้บริโภคที่เป็นสมาชิกสนามกอล์ฟ

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ได้ทราบถึงรูปแบบและลักษณะสัญญาให้บริการสมาชิกสนามกอล์ฟทั้งในประเทศไทยเปรียบเทียบกับต่างประเทศในปัจจุบัน

2. ทำให้ได้ทราบถึงปัญหาที่เกิดขึ้นจากข้อสัญญาให้บริการสมาชิกสนามกอล์ฟในประเทศไทย

3. ทำให้ได้ทราบถึงแนวทางการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากข้อสัญญาให้บริการสมาชิกสนามกอล์ฟในประเทศไทย เพื่อไม่ให้สมาชิกสนามกอล์ฟถูกเอาเปรียบจากสัญญาดังกล่าว

บทที่ 2

ธุรกิจสนามกอล์ฟ

ธุรกิจสนามกอล์ฟเป็นธุรกิจด้านอสังหาริมทรัพย์และเป็นธุรกิจภาคการบริการโดยธุรกิจสนามกอล์ฟเกิดจากกีฬากอล์ฟที่มีประวัติที่ยาวนาน ยุคสมัยก่อนที่กีฬากอล์ฟนิยมเล่นกันเฉพาะกลุ่มราชวงศ์ ขุนนาง ข้าราชการ ต่อมาเริ่มขยายมาถึงกลุ่มบุคคลทั่วไปได้เข้าถึงกีฬานี้ได้อย่างแพร่หลาย

ดังนั้นจึงเกิดการขยายตัวของสนามกอล์ฟที่เอกชนเป็นเจ้าของและเอกชนประกอบธุรกิจสร้างสนามกอล์ฟเพื่อให้บริการแก่บุคคลทั่วไป ซึ่งจะได้ศึกษาต่อไป

2.1 ความนำเกี่ยวกับกีฬากอล์ฟและสนามกอล์ฟ

กีฬากอล์ฟเป็นกีฬาที่มีประวัติมาอย่างยาวนานแต่ยังไม่ปรากฏแน่ชัดว่าเกิดขึ้นที่ใด มีการละเล่นที่คล้ายคลึงกับกีฬากอล์ฟมาตั้งแต่สมัยโรมันและพบการละเล่นคล้ายๆ กันนี้ทั้งในทวีปเอเชีย ยุโรป

ประเทศสกอตแลนด์ถูกกล่าวถึงว่าเป็นต้นกำเนิดของกีฬากอล์ฟ[1] และสนามกอล์ฟ St Andrews Links ประเทศสกอตแลนด์ยังเป็นสนามกอล์ฟที่เก่าแก่ที่สุดในโลกอีกด้วย[2]

กีฬากอล์ฟในประเทศไทยเป็นที่รู้จักกันในช่วงต้นคริสต์ศักราชที่ 20 โดยเหล่าบรรดานักเรียนไทยที่ศึกษาในประเทศทางตะวันตก[3] พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าฯ ได้สร้างสนามกอล์ฟแห่งแรกขึ้น คือ สนามกอล์ฟหลวงหัวหิน[4]

---

[1] ไอศูรย์ ศิริขันธ์, ประวัติกีฬากอล์ฟโลก, http://www.golfprojack.com/index.php?lay=show&ac=article&Id=538847686&Ntype=2, [ออนไลน์], 15 มกราคม 2562

[2] Guinness World Records, Oldest golf course, https://www.guinnessworldrecords.com/world-records/oldest-golf-course, [ออนไลน์], 15 มกราคม 2562

[3] GolfThai, ประวัติกีฬากอล์ฟไทย, http://golfthai.tripod.com/golfstory.htm, [ออนไลน์], 15 มกราคม 2562

[4] Golftime, ประวัติกีฬากอล์ฟของไทย, http://www.golftime.co.th/4940, [ออนไลน์], 15 มกราคม 2562

2.2 นิยามธุรกิจสนามกอล์ฟ

สนามกอล์ฟ หมายถึง ที่ดินที่ได้รับการพัฒนาพื้นที่ให้เป็นลานหญ้า เนิน หลุมทราย บ่อน้ำ หรือสิ่งกีดขวางต่างๆ และต้องมีหลุมกอล์ฟเพื่อวัตถุประสงค์สำหรับกีฬากอล์ฟ โดยปกติจะมีอาคารส่วนกลางในสนามกอล์ฟเพื่อเป็นที่ตั้งสำนักงานบริหารและให้บริการต่างๆ แก่ผู้ใช้บริการ ทั้งนี้สนามกอล์ฟอาจจะเป็นส่วนหนึ่งของโครงการจัดสรร ที่ดิน บ้านพักอาศัย อาคารชุด โรงแรม รีสอร์ท หรือสิ่งปลูกสร้างแบบอื่นๆ ภายในโครงการเดียวกันหรือไม่อยู่ในโครงการจัดสรรก็ได้[5]

ธุรกิจสนามกอล์ฟในประเทศไทยเป็นธุรกิจหนึ่งที่เคยมีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว สนามกอล์ฟเป็นส่วนบริการที่สำคัญของธุรกิจสนามกอล์ฟซึ่งเกิดขึ้นมากมายทั้งบริเวณรอบกรุงเทพฯ ปริมณฑล ต่างจังหวัด โดยเฉพาะที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว จากที่มีสนามกอล์ฟในรูปแบบของภาครัฐ เช่น สนามกอล์ฟของการรถไฟ กองทัพบก ทหารอากาศ เป็นต้น ที่กำหนดนโยบายเด่นชัดว่ามีงบประมาณจำกัดมุ่งเป็นสถานที่ออกกำลังกาย หรือสันทนาการของข้าราชการ พนักงานและแขก เมื่อเริ่มมีการก่อสร้างเป็นสนามกอล์ฟทันสมัยจากนักออกแบบที่มีชื่อเสียงต่างชาติ เงินลงทุนในการก่อสร้างต้องใช้งบประมาณมากขึ้น ทำเล สถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวกเป็นสิ่งจำเป็นที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังจะเห็นในปัจจุบัน เช่น อาคารพื้นที่ใช้สอย ห้องออกกำลังกาย นอกเหนือจากตัวสนามกอล์ฟภัตตาคารขนาดใหญ่ ที่จอดรถ รวมไปถึงแหล่งน้ำที่สำคัญ จึงเป็นการเข้าสู่ระบบธุรกิจอุตสาหกรรมสนามกอล์ฟที่หวังผลในรูปกำไรจากการลงทุน[6]

กอล์ฟเป็นกีฬา ที่ก่อให้เกิด Value Chain ของธุรกิจ เชื่อมโยงกับหลากหลายอุตสาหกรรมและผู้คนหลากหลายกลุ่ม ซึ่งจะช่วยทำให้เข้าใจธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องกับกอล์ฟมากยิ่งขึ้นด้วย เฉพาะตัวเลขมูลค่าตลาดสินค้ากอล์ฟในไทย 2,400 – 3,000 ล้านบาท และหากรวมกับธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องๆ อื่นทั้งสนามกอล์ฟ ทัวร์นาเม้นท์ โรงเรียนสอนกอล์ฟ มีเดีย และธุรกิจท่องเที่ยว แล้วมูลค่าอาจถึงหลักหมื่นล้านบาทเลยทีเดียว[7]

---

[5] ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์, สนามกอล์ฟ, https://www.reic.or.th/Product/Transfer, [ออนไลน์], 15 มกราคม 2562

[6] คมศักดิ์ รัตนวิจิตร, การจัดการสนามกอล์ฟ, หน้า 3

[7] Positioning, Value Chain เปิดเส้นทางธุรกิจกอล์ฟ, https://positioningmag.com/11644, [ออนไลน์], 15 มกราคม 2562

จากตัวเลขสินเชื่อธุรกิจสนามกอล์ฟคงค้างทั่วประเทศไทยปี พ.ศ.2556 มีผู้ขอสินเชื่อ 169 ราย มูลค่าถึง 4,881 ล้านบาทและปีต่อๆ มาก็มีมูลค่าเกินพันล้านบาททุกปี[8] ส่วนรายได้จากภาษีสรรพสามิตสนามกอล์ฟซึ่งหมายถึง ภาษีที่จัดเก็บจากรายได้ค่าบริการสนาม ค่าสมาชิกแพ็คเกจ และอื่นๆ ที่สนามกอล์ฟแต่ละแห่งมีหน้าที่ที่จะต้องยื่นเสียภาษีกับกรมสรรพสามิตซึ่งในปี พ.ศ.2561 เก็บภาษีสรรพสามิตจากธุรกิจสนามกอล์ฟได้ประมาณ 253 ล้านบาท[9]

2.2.1 รูปแบบการดำเนินกิจการของธุรกิจสนามกอล์ฟไทย

การดำเนินธุรกิจสนามกอล์ฟในประเทศไทย มีรูปแบบการดำเนินธุรกิจดังต่อไปนี้[10]

2.2.1.1 สมาคม

สมาคมเป็นรูปแบบสนามกอล์ฟที่สมาชิกเป็นผู้กำหนดนโยบายในการดำเนินงาน สมาชิกคัดเลือกตัวแทนเข้ามาทำหน้าที่บริหารต่างช่วงระยะเวลา เช่น 2 ปี เป็นต้น จัดคณะผู้ที่ทำงานที่อาจจะเรียกว่าเป็น Committee มีวาระการดำรงตำแหน่งชัดเจน

2.2.1.2 ส่วนราชการและรัฐวิสาหกิจ

ส่วนราชการและรัฐวิสาหกิจเป็นการดำเนินการโดยส่วนราชการโดยส่วนมากบอร์ดบริหารจะเป็นราชการและรัฐวิสาหกิจ สนามกอล์ฟส่วนใหญ่จะเป็นสนามข้าราชการทหาร เช่น ศูนย์ฝึกกีฬากองทัพบก สนามกอล์ฟธูปเตมีย์ สนามกอล์ฟราชนาวี เป็นต้น ส่วนรัฐวิสาหกิจ เช่น การไฟฟ้าส่วนผลิต กรมชลประทาน เป็นต้น ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานคือ เป็นสวัสดิการในการพักผ่อนหย่อนใจและออกกำลังกายของข้าราชการ เป็นศูนย์พัฒนากีฬากอล์ฟและทำกิจกรรมต่างๆ ทั้งยังใช้ไว้ใช้รับรองแขกพลเรือนอีกด้วย โดยสนามกอล์ฟที่ดำเนินการโดยส่วนราชการส่วนมากค่าใช้บริการในการออกรอบจะมีราคาถูกกว่าสนามกอล์ฟที่เอกชนบริหารเพราะสนามลักษณะดังกล่าวใช้บุคคลภายในหน่วยงานราชการทำงานในส่วนต่างๆ ทั้งยังไม่ต้องรับภาระภาษีเงินได้นิติบุคคลเนื่องจากไม่ได้เป็นนิติบุคคลตามความของมาตรา 39 แห่งประมวลรัษฎากรและภาษีโรงเรือนที่ดิน เพราะเป็นที่ดิน

---

[8] ธนาคารแห่งประเทศไทย, สินเชื่อธุรกิจสนามกอล์ฟคงค้างทั่วประเทศ, https://www.bot.or.th/app/FIPCS/Thai/PFIPCS_summary.aspx?packId=25320295, [ออนไลน์], 15 มกราคม 2562

[9] กรมสรรพสามิต, รายได้จากการจัดเก็บภาษีสนามกอล์ฟ, https://www.reic.or.th/Product/Transfer, [ออนไลน์], 15 มกราคม 2562

[10] คมศักดิ์ รัตนวิจิตร, เรื่องเดิม

หน่วยงานราชการที่มิใช่การแสวงหากำไร แต่บางสนามกอล์ฟที่ส่วนราชการบริหารก็มีสภาพสนามและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ดีเทียบเท่าสนามกอล์ฟเอกชน อาทิเช่น สนามกอล์ฟสวนสนประดิพัทธ์ของกองทัพบก อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีสภาพสนามกอล์ฟที่สวยงาม ทั้งทำเลที่ตั้งซึ่งอยู่ติดชายหาด การดูแลต้นไม้และหญ้า สภาพสนามที่ท้าทาย มีการออกแบบที่ดี มีคลับเฮ้าส์ (Club House) ที่ทันสมัย ดังนั้น จึงมีบุคคลภายนอกโดยเฉพาะชาวต่างชาติ เข้าใช้บริการที่สนามกอล์ฟแห่งนี้เป็นจำนวนมาก

2.2.1.3 บริษัทเอกชน

ธุรกิจสนามกอล์ฟในประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นรูปแบบการดำเนินกิจการของธุรกิจสนามกอล์ฟโดยบริษัทเอกชนที่ให้บริการเชิงพาณิชย์ประมาณ 160 กว่าแห่งทั่วประเทศ[11] ธุรกิจสนามกอล์ฟเติบโตจากเมื่อก่อนมากสืบเนื่องมาจากกีฬากอล์ฟเป็นที่นิยมมากขึ้นเรื่อยๆ มีนักกีฬากอล์ฟไทยประสบความสำเร็จในวงการกอล์ฟโลกผนวกกับกีฬากอล์ฟเป็นกีฬาที่บุคคลสามารถเล่นกีฬากอล์ฟได้ทุกเพศทุกวัยตั้งแต่เด็กจนถึงผู้สูงอายุ และธุรกิจสนามกอล์ฟยังเป็นธุรกิจบริการที่เกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยวซึ่งรัฐบาลสนับสนุน ดังนั้นธุรกิจสนามกอล์ฟจึงเติบโตขึ้นตามความต้องการที่มากขึ้นของนักกอล์ฟ รวมทั้งในสมัยปัจจุบันนี้มีการอนุญาตให้เอกชนสามารถสร้างสนามกอล์ฟในที่ดินของตนเองได้อย่างเต็มรูปแบบ จึงมีการสร้างสนามกอล์ฟขึ้นทั่วทุกภูมิภาคในประเทศไทย

การก่อตั้งและดำเนินธุรกิจสนามกอล์ฟมีทั้งบริษัทจำกัด ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ซึ่งมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องไม่ซับซ้อนมากนักและบริษัทมหาชนจำกัดซึ่งสามารถระดมทุนจากประชาชนเพื่อขยายธุรกิจได้ เช่น บริษัท มั่นคงเคหะ จำกัด (มหาชน) (ชื่อย่อในตลาดหลักทรัพย์ “MK”) ประกอบธุรกิจอสังหาริมทรัพย์และธุรกิจสนามกอล์ฟชวนชื่น[12] ซึ่งมีกฎหมายควบคุมมากกว่าเพราะเป็นรูปแบบบริษัทมหาชน ตามพระราชบัญญัติบริษัทมหาชนจำกัด พ.ศ. 2535

ในส่วนของเงินที่ใช้หมุนเวียนในธุรกิจสนามกอล์ฟมีทั้งส่วนที่เป็นในรูปแบบของทุนของผู้ถือหุ้น และการกู้ยืมเงินจากแหล่งต่างๆ โดยเฉพาะสถาบันการเงิน ซึ่งธุรกิจสนามกอล์ฟเป็นธุรกิจที่ใช้เงินทุนสูงเพราะมีค่าใช้จ่ายต่างๆ มากมายตั้งแต่การเริ่มก่อสร้างจนถึงการดูแลรักษาสภาพให้ดี

---

[11] ถนอมศักดิ์ จิรายุสวัสดิ์, ธุรกิจกอล์ฟ, (กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ ปราชญ์, 2556), หน้า 13

[12] เว็บไซต์ของบริษัทมั่นคงเคหะการ จำกัด (มหาชน), http://investor-th.mk.co.th/company_profile.html, [ออนไลน์], 19 มกราคม 2562

(Maintenance) รวมถึงค่าใช้จ่ายด้านการปฏิบัติการ (Operating Management) และค่าใช้จ่ายอื่นๆ โดยที่จะกล่าวต่อไปโดยละเอียด ซึ่งต้องมีการจัดการบริหารธุรกิจที่ดีด้วย

2.2.2 ลักษณะธุรกิจสนามกอล์ฟและรายได้รายจ่ายของธุรกิจสนามกอล์ฟ

ธุรกิจสนามกอล์ฟมีลักษณะการประกอบธุรกิจ รายได้ รายจ่ายดังนี้

2.2.2.1 ลักษณะธุรกิจสนามกอล์ฟ

การประกอบธุรกิจสนามกอล์ฟยุคก่อนเป็นการดำเนินงานที่เน้นให้สวัสดิการมากกว่าผลกำไร ต่อมานักลงทุนนักธุรกิจเอกชนได้มองเห็นว่ากีฬากอล์ฟเป็นที่นิยมมากขึ้นและส่วนใหญ่นักกอล์ฟเป็นกลุ่มคนที่มีรายได้สูงดังนั้นธุรกิจสนามกอล์ฟจึงเป็นที่สนใจ

ในตอนต้นของการประกอบธุรกิจต้องใช้เงินลงทุนที่สูงมาก ทั้งต้องลงทุนซื้อที่ดิน สร้างสนามกอล์ฟ ค่าใช้จ่ายในการดูแลสนามกอล์ฟและค่าใช้จ่ายในการบริหารงานต่างๆ โดยระยะเวลาในการคืนทุนนานมากเพราะส่วนมากรายได้หลักมาจากค่าสนามหรือค่าออกรอบเท่านั้นซึ่งค่าออกรอบที่เก็บได้มีจำนวนน้อยมากเมื่อเทียบกับเงินที่เจ้าของธุรกิจลงทุนไป โดยมากเมื่อก่อนนักธุรกิจมักใช้เงินทุนตนเองและกู้ธนาคารมาลงทุน

ต่อมามีการปรับรูปแบบการเก็บเงินจากลูกค้า เพื่อให้เจ้าของธุรกิจมีเงินหมุนในการทำธุรกิจและไม่ต้องไปกู้ธนาคารเป็นจำนวนมาก ลดคาใช้จ่ายดอกเบี้ยกู้ยืมอีกด้วย โดยวิธีการคือขายสมาชิกสนามกอล์ฟ (Golf Membership) ลักษณะคือ ธุรกิจสนามกอล์ฟจะทำสัญญาขายสิทธิในการใช้บริการสนามกอล์ฟให้ลูกค้า โดยลูกค้าจะต้องจ่ายเงินค่าสมาชิกให้แก่ธุรกิจสนามกอล์ฟโดยมากเป็นจำนวนเงินที่สูงหลักหมื่นถึงหลักแสนบาท โดยมีการกำหนดระยะเวลาในการใช้สิทธิไว้ เช่น 5 ปี 10 ปี 20 ปี 50 ปี หรือ ตลอดชีพของสมาชิก โดยในระยะที่กำหนดไว้ในสัญญาดังกล่าวสมาชิกมีสิทธิที่จะมาใช้บริการออกรอบหรือใช้สิ่งอำนวยความสะดวกของสนามกอล์ฟได้ไม่จำกัดครั้ง แต่ส่วนมากจะใช้สิทธิได้แค่ค่าออกรอบ ส่วนค่าบริการอื่นๆ เช่น ค่าจ้างคนแบกถุงกอล์ฟหรือแคดดี้ (Caddie) ค่าใช้บริการรถกอล์ฟ เป็นต้น สมาชิกมักจะต้องจ่ายเพิ่มเอง

จากที่กล่าวถึงรูปแบบการขายสิทธิให้บริการสมาชิกสนามกอล์ฟที่เป็นรายได้ของธุรกิจสนามกอล์ฟนี้จึงเป็นที่มาของปัญหาในการเอาเปรียบผู้บริโภคซึ่งข้าพเจ้าจะได้กล่าวอย่างละเอียดในบทต่อๆ ไป

ธุรกิจสนามกอล์ฟเป็นธุรกิจอสังหาริมทรัพย์รูปแบบหนึ่งซึ่งใช้พื้นที่มากในการสร้างสนามกอล์ฟ การสร้างสนามกอล์ฟจะต้องปรับพื้นที่ เช่น การขุดบ่อน้ำ การปรับความสูงของพื้นสนาม การทำบังเกอร์ทราย (Bunker) การปลูกต้นไม้ ฯลฯ โดยก่อนสร้างจะมีการออกแบบวางผังสนามกอล์ฟ (Lay Out) ก่อนว่าจะสร้างหรือตกแต่งสนามกอล์ฟอย่างไร ดังนั้นเมื่อสร้างสนามกอล์ฟเสร็จแล้วจะมีความสวยงามในวิวทิวทัศน์ของสนามกอล์ฟ

นอกจากธุรกิจสนามกอล์ฟจะเป็นธุรกิจที่ทำเงินได้ในตัวธุรกิจเองแล้ว นักธุรกิจเจ้าของสนามกอล์ฟยังใช้ความสวยงามของวิวทิวทัศน์สนามกอล์ฟในการดึงดูดลูกค้าเพื่อสร้างหมู่บ้าน หรือโรงแรมรีสอร์ทไว้ในโครงการติดสนามกอล์ฟเพื่อขายบ้านหรือให้บริการที่พักโรงแรม รีสอร์ท ซึ่งเป็นรายได้ที่ดีกว่าการประกอบธุรกิจสนามกอล์ฟเพียงอย่างเดียวเท่านั้น

กรณีโครงการของบริษัท กฤษดามหานคร จำกัด (มหาชน) ที่พัฒนาสนามกอล์ฟกฤษดาซิตี้กอล์ฟ ฮิลล์และธานนท์ กอล์ฟวิว แอนด์ สปอร์ตคลับ กับบ้านจัดสรรแนวสนามกอล์ฟ ซึ่งทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้ตัวเมืองกรุงเทพฯ มีการสร้างบ้านหรูขายราคา 5-20 ล้านบาท บนเนื้อที่ 100 ตารางวาขึ้นไป[13] ซึ่งการขายบ้านพร้อมสนามกอล์ฟนี้เพื่อตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าที่อยากมีบ้านและสนามกอล์ฟอยู่ในที่เดียวกันประหยัดเวลาเดินทางสำหรับผู้ที่ชอบเล่นกอล์ฟและได้ใกล้ชิดกับวิวทิวทัศน์ที่สวยงามของสนามกอล์ฟซึ่งหายากในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

กรณีโรงแรม รีสอร์ทสร้างสนามกอล์ฟขึ้นมาเพื่อความสวยงามของวิวทิวทัศน์ เพื่อดึงดูดแขกที่มาพักให้มีกิจกรรมสันทนาการต่างๆ เช่น โบนันซ่า เขาใหญ่ ซึ่งมีในส่วนการสร้างบ้านพักตากอากาศเพื่อขายและมีรีสอร์ทเพื่อให้ลูกค้าใช้บริการค้างคืน นอกจากธรรมชาติที่สมบูรณ์และกิจกรรมของทางรีสอร์ทแล้ว สนามกอล์ฟก็เป็นสิ่งที่ดึงดูดของโครงการเช่นกัน

ธุรกิจสนามกอล์ฟนอกจากได้รายได้จากค่าออกรอบและค่าสมาชิกสนามกอล์ฟ ก็ยังมีรายได้อื่นจากสิ่งอำนวยความสะดวกเสริมอีกด้วย เช่น ค่าเช่ารถกอล์ฟเพื่อออกรอบ ซุ้มขายอาหารเครื่องดื่มในสนามกอล์ฟ ขายอุปกรณ์กอล์ฟและสอนกอล์ฟ ร้านอาหาร แบดมินตัน ฟิตเนส สนามเทนนิส สนามซ้อมกอล์ฟ สระว่ายน้ำ นวด สปา ซาวน่า สตรีม ให้เช่าพื้นที่เพื่อใช้เป็นสำนักงาน เป็นต้น

2.2.2.2 รายได้ของธุรกิจสนามกอล์ฟ

[13] ถนอมศักดิ์ จิรายุสวัสดิ์, ธุรกิจกอล์ฟ, หน้า 27

เนื่องจากกีฬากอล์ฟเป็นกีฬาที่ได้รับความนิยมอยู่ในอันดับต้นๆ ของกีฬาประเภทต่างๆ ในปัจจุบันนี้ ประเทศไทยมีนักกอล์ฟอยู่ประมาณ 1-1.2 ล้านคน มีสนามกอล์ฟกว่า 200 สนาม มีบุคลากรที่เกี่ยวข้องกีฬากอล์ฟ เช่น พนักงานในสนามกอล์ฟ แคดดี้ นักกอล์ฟอาชีพ ร้านจำหน่ายอุปกรณ์กอล์ฟ และผู้ประกอบอาชีพที่เกี่ยวกับกีฬาอื่นๆ จำนวนกว่า 200,000 คน กีฬากอล์ฟเป็นกีฬาที่สร้างรายได้กว่า 14,000 ล้านบาท ให้แก่บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับกีฬากอล์ฟ นอกจากนั้น กีฬากอล์ฟยังเป็นกีฬาที่นำรายได้จากนักท่องเที่ยวเข้าสู่ประเทศไทยนับพันล้านบาทในแต่ละปี[14]

ในการประกอบธุรกิจ ต้องมีรายได้และรายจ่ายเข้ามาเกี่ยวข้อง ส่วนของรายได้ธุรกิจสนามกอล์ฟ ถ้ากล่าวถึงธุรกิจสนามกอล์ฟที่ไม่เกี่ยวกับการขายโครงการบ้านหรือรีสอร์ท ธุรกิจสนามกอล์ฟที่เป็นธุรกิจบริการที่รายได้หลักๆ มาจากค่าออกรอบ (Green Fees) หรือถ้าเป็นเงินทั้งก้อนจะมาจากค่าสมาชิกสนามกอล์ฟ (Golf Membership) นอกจากนั้นรายได้อื่นๆ เช่น ค่าเช่ารถกอล์ฟ ซุ้มขายอาหารเครื่องดื่มในสนามกอล์ฟ ขายอุปกรณ์กอล์ฟและสอนกอล์ฟ ร้านอาหาร ฟิตเนส สนามเทนนิส สนามซ้อมกอล์ฟ สระว่ายน้ำ นวด สปา ให้เช่าพื้นที่เพื่อใช้เป็นสำนักงาน ซึ่งเหล่านี้เป็นเพียงรายได้ที่เป็นรายได้ประกอบของธุรกิจสนามกอล์ฟ แต่รายได้ประกอบของบางสนามกอล์ฟก็อาจทำเงินให้สนามกอล์ฟได้ดีถ้ามีคุณภาพที่ดี เช่น ร้านอาหารที่มีอาหารอร่อย แม้คนที่มิได้มาตีกอล์ฟก็มารับประทานอาหาร หรือการจัดอีเว้นท์บ่อยๆ เป็นต้น

จากตารางต่อไปนี้ เป็นตารางที่แสดงรายได้ของสนามกอล์ฟซึ่งขอยกตัวอย่างสนามกอล์ฟนวธานี ซึ่งจะได้เห็นจากตัวเลขจากตารางแสดงรายได้ธุรกิจสนามกอล์ฟของบริษัท เทพธานีกรีฑา จำกัด (มหาชน) ปี 2557-2559 ดังต่อไปนี้

[14] มหาวิทยาลัยรามคำแหง บริหารธุรกิจบัณฑิต (สาขาวิชาการบริหารจัดการกอล์ฟ) ,http://golf.ru.ac.th/Inform/13.html, [ออนไลน์], 19 มกราคม 2562

ตารางที่ 1 ตารางแสดงรายได้ธุรกิจสนามกอล์ฟของบริษัท เทพธานีกรีฑา จำกัด (มหาชน) ปี 2557-2559[15]

หน่วย : พันบาท

รายการ	2559		2558		2557	
	รายได้	%	รายได้	%	รายได้	%
รายได้จากการให้บริการสนามกอล์ฟ						
รายได้ค่าสนามกอล์ฟ	55,607	33.31	57,761	32.45	56,274	32.12
รายได้ค่าบำรุงสมาชิก	38,674	23.17	38,309	21.52	38,590	22.04
รายได้ค่ารถกอล์ฟ	22,775	13.63	23,843	13.38	23,728	13.54
อื่นๆ	4,125	2.47	4,497	2.58	4,229	2.40
รวมรายได้จากการให้บริการสนามกอล์ฟ	121,181	72.58	124,410	69.87	122,821	70.10
รายได้จากภัตตาคาร	26,505	15.88	28,452	15.98	25,982	14.83
รายได้จากสปอร์ตคลับ	7,039	4.22	6,864	3.86	6,675	3.81
รายได้เงินปันผล	932	0.55	7,321	4.10	9,643	5.50
รายได้ดอกเบี้ยรับ	7,361	4.41	8,061	4.53	7,622	4.35
กำไรจากการจำหน่ายเงินลงทุนระยะยาวอื่น	38	0.02	2,681	1.51	1,792	1.03
กำไรจากการโอนกลับผลขาดทุนจากการตีราคาสินทรัพย์ลดลง	-	-	701	0.39	-	-
กำไรจาก (ขาดทุน) จากการวัดมูลค่าหลักทรัพย์เพื่อค้า	2,649	1.59	1,177	0.66	-	-
รายได้อื่นๆ	1,226	0.73	710	0.40	664	0.38
	166,931	100.00	178,023	100	175,199	100

[15] เอกสารแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี บริษัท เทพธานีกรีฑา จำกัด (มหาชน)

จากตารางที่แสดงรายได้ของสนามกอล์ฟกอล์ฟนวธานี มีรายได้ดังนี้

1) รายได้ค่าออกรอบหรือค่าบำรุงสนามกอล์ฟ (Green Fees) ซึ่งเป็นรายได้หลักของธุรกิจ ปัจจัยที่สำคัญที่มีผลต่อรายได้ส่วนค่าออกรอบหรือค่าบำรุงสนามกอล์ฟ (Green Fees) ของธุรกิจสนามกอล์ฟมีทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ปัจจัยภายในก็ขึ้นอยู่กับการบริหารธุรกิจว่าธุรกิจสนามกอล์ฟบริหารงานได้มีประสิทธิภาพ มีคุณภาพที่ทำให้ลูกค้าที่มาใช้บริการพึงพอใจหรือไม่ ส่วนปัจจัยภายนอกก็สำคัญอย่างยิ่งในธุรกิจนี้ เช่น เรื่องการเมือง เศรษฐกิจ สภาพอากาศ เป็นต้น ซึ่งกีฬากอล์ฟเป็นกีฬาที่มีค่าใช้จ่ายสูง หากเศรษฐกิจซบเซาคนก็จะมาใช้บริการน้อยลง สภาพอากาศก็เป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งในการใช้บริการของลูกค้าที่มาตีกอล์ฟ เพราะกีฬากอล์ฟเป็นกีฬากลางแจ้ง (Outdoor) ที่ต้องใช้เวลาออกรอบในสนามกอล์ฟเฉลี่ย 3-4 ชั่วโมงต่อ 18 หลุม ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีสภาพภูมิอากาศร้อนเป็นส่วนใหญ่ นักกอล์ฟต้องเล่นกอล์ฟในสภาพอากาศที่ร้อน ดังนั้นช่วงฤดูร้อนนักกอล์ฟอาจจะออกรอบน้อยลงเพราะทนความร้อนไม่ไหว ในทางกลับกัน ฤดูหนาวนักกอล์ฟมักจะตีกอล์ฟบ่อยขึ้น และฤดูฝนก็เป็นฤดูที่นักกอล์ฟออกรอบน้อยลงเพราะมีฝนตก แต่สนามกอล์ฟนวธานีก็มีการทำโปรโมชั่น (Promotion) เรียกลูกค้าในฤดูฝนหรือฤดูร้อน เช่น การออกบัตรแนะนำ (Introduction Letters) ซึ่งสมาชิกของสนามกอล์ฟสามารถแนะนำแขกให้มาตีกอล์ฟได้ในราคาที่ถูกกว่าปกติ (Member Guest) หรือการที่สนามกอล์ฟจัดทำโปรโมชั่นลดราคาค่าออกรอบเป็นต้น

2) รายได้จากการให้เช่ารถกอล์ฟ นักกอล์ฟส่วนใหญ่นิยมใช้รถกอล์ฟเพราะสะดวกรวดเร็ว และบางสนามกอล์ฟก็บังคับให้นักกอล์ฟเช่ารถกอล์ฟโดยการบังคับขายคู่กับค่าออกรอบหรือจัดเป็นแพ็กเกจโปรโมชั่นค่าออกรอบพร้อมค่าเช่ารถกอล์ฟในราคาที่ถูกกว่าปกติ ซึ่งค่าเช่ารถกอล์ฟก็เป็นรายได้ส่วนหนึ่งของสนามกอล์ฟ

3) รายได้จากค่าบำรุงสมาชิกหรือค่าธรรมเนียมรายเดือน รายครั้ง หรือรายปี แล้วแต่ละสนามกอล์ฟจะมีรูปแบบการเก็บอย่างไร ซึ่งรายได้ส่วนนี้เป็นรายได้แยกต่างหากกับค่าสมาชิกของสนามกอล์ฟที่ได้เก็บตั้งแต่ตอนทำสัญญาเป็นสมาชิกสนามกอล์ฟแล้ว สมาชิกเมื่อมาใช้บริการจะไม่เสียค่าออกรอบ แต่กรณีสนามกอล์ฟนวธานี สมาชิกจะต้องชำระค่าบำรุงรายเดือนโดยเรียกเก็บคราวละ 6 เดือนล่วงหน้า หรือปีละ 2 ครั้ง ซึ่งเป็นการเก็บเพิ่มเติมจากค่าสมาชิกสนามกอล์ฟในตอนแรก

4) รายได้จากร้านอาหาร ภัตตาคาร ผู้มาใช้บริการส่วนใหญ่จะเป็นนักกอล์ฟและบุคคลภายนอก

5) รายได้จากสปอร์ตคลับซึ่งมีบริการ เช่น ฟิตเนส สระว่ายน้ำ สนามเทนนิส ปิงปอง เป็นต้น

6) รายได้จากดอกเบี้ยรับและเงินปันผล

7) รายได้อื่นๆ มาจากการเป็นนายทะเบียนสมาชิกกอล์ฟ มาจากค่าธรรมเนียมโอนบัตรสิทธิสมาชิกกอล์ฟและค่าธรรมเนียมแรกเข้า

2.2.2.3 รายจ่ายของธุรกิจสนามกอล์ฟ

ธุรกิจสนามกอล์ฟมีรายจ่ายหลายประเภทและมีรายจ่ายสูง อาจกล่าวได้ว่ารายจ่ายเป็นตัวชี้วัดความอยู่รอดของธุรกิจสนามกอล์ฟ เนื่องจากธุรกิจกอล์ฟในสมัยปัจจุบัน เป็นกีฬาที่จัดอยู่ในกลุ่มสังคมที่มีรายได้สูงเพราะเป็นกีฬาที่ต้องใช้ค่าใช้จ่ายในการเล่นมาก สนามกอล์ฟจึงต้องลงทุนสร้างตกแต่ง ดูแลสนามกอล์ฟให้มีภาพลักษณ์ที่ดีอยู่ตลอดให้น่าเข้ามาใช้บริการ ทั้งยังมีบุคคลากรที่เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจมากมาย เช่น ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ฝ่ายบริหาร คนงานดูแลสนามกอล์ฟ พนักงานต้อนรับ แคดดี้ เป็นต้น ถ้าธุรกิจสนามกอล์ฟบริหารรายจ่ายได้ไม่ดี อาจทำให้ธุรกิจดำเนินต่อไม่ได้ ดังนั้นจึงต้องมาพิจารณากันว่า รายจ่ายของสนามกอล์ฟมีรายจ่ายประเภทใดบ้าง[16]

1) ค่าใช้จ่ายในการบริหารงานทั่วไป

เงินเดือน เป็นค่าใช้จ่ายที่น่าจะเป็นค่าใช้จ่ายหลักในการดำเนินธุรกิจ เพราะธุรกิจสนามกอล์ฟเป็นธุรกิจการให้บริการ (Service) จึงต้องมีพนักงานรองรับลูกค้าเพื่อความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งการจ้างพนักงานก็แบ่งได้หลายระดับตั้งแต่ระดับผู้บริหาร ผู้ชำนาญงาน ฝ่ายบัญชี พนักงานทั่วไป รวมถึงพนักงานรายวัน ซึ่งการจ้างบุคคลากรก็มีการจ้างงานหลายรูปแบบ บางระดับงานก็ต้องการพนักงานที่อยู่ประจำ บางระดับงานก็ทำงานเป็นครั้งคราว ดังนั้นบางสนามกอล์ฟจึงนิยมจัดจ้างคนภายนอกจากบริษัทอื่น (Outsourcing) มาเพื่อรับงานบางอย่างโดยที่ทางสนามกอล์ฟไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการจ้างพนักงานประจำ เช่น พนักงานบำรุงกรีน ซึ่งจะบำรุงกันเดือนละครั้ง หรือพนักงานตัดแต่งต้นไม้เป็นต้น

ค่าไฟฟ้าและค่าน้ำ สนามกอล์ฟที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกมาก เช่น ห้องจัดเลี้ยง ฟิตเนส สระว่ายน้ำ รถกอล์ฟจำนวนมาก อาจจะต้องเสียค่าใช้จ่ายส่วนนี้มากซึ่งมาในรูปแบบการใช้ไฟฟ้าเพื่อแสงสว่าง เครื่องปรับอากาศ ที่ชาร์จไฟสำหรับรถกอล์ฟ แน่นอนว่าสนามกอล์ฟต้องมีการปลูกต้นไม้และปู

[16] คมศักดิ์ รัตนวิจิตร, การจัดการสนามกอล์ฟ, หน้า 28

พื้นหญ้าซึ่งการดูแลสิ่งเหล่านี้ให้สมบูรณ์อยู่ตลอดเวลาจำเป็นต้องใช้ปริมาณน้ำเป็นจำนวนมาก ซึ่งการใช้น้ำสิ้นเปลืองโดยประมาณของสนามกอล์ฟ 800 ไร่ 27 หลุม อยู่ที่วันละ 3,000 - 3,500 ลูกบาศก์เมตร เดือนหนึ่งประมาณ 100,000 ลูกบาศก์เมตร[17] ซึ่งค่าใช้จ่ายการใช้น้ำของสนามกอล์ฟสูงมากอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

ค่าโฆษณาและส่งเสริมการขาย ซึ่งแต่ละสนามกอล์ฟต้องโฆษณาสนามกอล์ฟของตนเองเพื่อให้ลูกค้าได้รับรู้และดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการ มีได้หลายช่องทาง เช่น การโปรโมททั่วไป ติดป้ายชื่อสนามกอล์ฟตามถนน การแจกโบรชัวร์ การออกงานออกบูธงานท่องเที่ยว หรือโปรโมททางสื่อออนไลน์ เช่น เฟสบุ๊ค (Facebook) แอพพลิเคชั่นเกี่ยวกับกอล์ฟ (Application) เว็บไซต์ (Website) เป็นต้น การส่งเสริมการขายหรือการทำโปรโมชั่น (Promotion) เช่นการลดราคาค่าออกรอบช่วง Low Season เพื่อดึงดูดลูกค้า เป็นต้น

ทั้งยังมีค่าใช้จ่ายสิ้นเปลืองอื่นๆ เช่น วัสดุสิ้นเปลืองในการพิมพ์ Score Card ให้นักกอล์ฟ ค่าใช้จ่ายในการซื้อนิตยสารในคลับเฮ้าส์ ค่าอุปกรณ์ในการดูแลนักกอล์ฟเมื่อออกรอบเสร็จอาทิ ผ้าเช็ดตัว แป้งฝุ่น ครีมบำรุงผิว สำลี ฯลฯ

2) ค่าใช้จ่ายในการดูแลสนามกอล์ฟ

ค่าซ่อมแซมซึ่งมาจากการใช้งานเครื่องจักรต่างๆ เช่น เครื่องตัดหญ้า เครื่องมือต่างๆ เครื่องปรับอากาศ รถกอล์ฟ รถบรรทุกของ เป็นต้น ซึ่งเมื่อมีการใช้งานก็มีการเสื่อมและก็ต้องมีค่าใช้จ่ายในการซ่อม ค่าน้ำมันค่าพาหนะในการเดินทางหรือใช้เดินงานเครื่องจักร เช่น ค่าน้ำมันรถรับส่งพนักงาน ค่าน้ำมันรถประจำตำแหน่งของ ค่าน้ำมันในการใส่เครื่องจักรตัดหญ้า เป็นต้น

ค่าดูแลสนามกอล์ฟ (Maintenance) ซึ่งประกอบไปด้วยค่าใช้จ่ายหลายๆ ประเภท เพื่อทำให้สนามกอล์ฟอยู่ในสภาพดีน่าใช้บริการตลอดเวลา การปรับปรุงเสริมเพิ่มเติมสนามกอล์ฟอาทิเช่น ปลูกต้นไม้เพิ่ม ปรับปรุง Fairway ให้ท้าทายยิ่งขึ้น ปรับปรุงอุปสรรคทราย (Bunker) ปรับปรุงกรีน (Green) เป็นต้น ค่าปุ๋ยและยาปราบศัตรูพืชที่จะต้องไว้ใช้ดูแลบำรุงต้นไม้ใบหญ้าให้อยู่ในสภาพที่ดีตลอดเวลา ค่าใช้จ่ายระบบน้ำรดน้ำอัตโนมัติซึ่งเป็นระบบหัวฉีด (Springer) ซึ่งจะถูกติดไว้บริเวณที่จะต้องรดน้ำต้นไม้ใบหญ้าหลายๆ จุดในสนามกอล์ฟ และถูกตั้งเวลาเอาไว้ให้เปิดปิดเพื่อรดน้ำ เป็นระบบที่ช่วยลดแรงงานในการรดน้ำต้นไม้

---

[17] คมศักดิ์ รัตนวิจิตร, การจัดการสนามกอล์ฟ, หน้า 31

ค่ารักษาความสะอาดและค่ารักษาความปลอดภัย เป็นค่าใช้จ่ายในการดูแลความเรียบร้อยในสนามกอล์ฟ ให้มีสภาพดี เป็นระเบียบ น่าใช้บริการ ทั้งความสะอาดในคลับเฮ้าส์ ในสนามกอล์ฟ ถนนในโครงการ ฯลฯ และค่าใช้จ่ายในการรักษาความปลอดภัยในทรัพย์สินของสนามกอล์ฟและของนักกอล์ฟที่ใช้บริการ เช่น ค่ายามรักษาความปลอดภัย ค่าประกันภัยในสนามกอล์ฟเพื่อคุ้มครองตัวสนามกอล์ฟอาทิ ค่าประกันอัคคีภัย และประกันภัยเพื่อนักกอล์ฟคุ้มครองจากอุบัติเหตุในการเล่นกอล์ฟ เป็นต้น

ตารางที่ 2 ตารางแสดงรายจ่ายธุรกิจสนามกอล์ฟของบริษัท เทพธานีกรีฑา จำกัด (มหาชน) ปี 2558 - 2559[18]

	สำหรับปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม		เพิ่ม / (ลดลง)	
(หน่วย : พันบาท)	2559	2558	จำนวน	ร้อยละ
การเปลี่ยนแปลงในสินค้าสำเร็จรูป	105	(67)	172	(256.72)
วัตถุดิบใช้ไปและต้นทุนบริการอื่น	29,639	29,397	242	0.82
ค่าใช้จ่ายพนักงาน	36,279	36,731	(452)	(1.23)
ค่าเสื่อมราคา	9,256	6,345	2,911	45.88
ค่าตอบแทนผู้บริหาร	6,789	7,751	(962)	(12.41)
ค่าใช้จ่ายอื่น	9,472	13,140	(3,668)	(27.91)
รวมค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงาน	91,540	93,297	(1,757)	(1.88)

[18] เอกสารแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี บริษัท เทพธานีกรีฑา จำกัด (มหาชน)

2.3 มาตรฐานธุรกิจสนามกอล์ฟ

ธุรกิจสนามกอล์ฟมีการรายละเอียดด้านโครงสร้าง ทรัพย์สิน บุคคลากรดังนี้

2.3.1 โครงสร้างสนามกอล์ฟ

สนามกอล์ฟเป็นพื้นที่ที่ไว้ใช้เล่นกีฬากอล์ฟซึ่งใช้พื้นที่ในการสร้างเป็นบริเวณกว้าง ปริมาณเนื้อที่สำหรับสร้างสนามกอล์ฟจะผันแปรไปตามรูปร่างของพื้นที่และลักษณะภูมิประเทศ ก่อนที่จะสร้างสนามกอล์ฟขึ้นมาสนามหนึ่งก็ต้องทำการออกแบบ วางโครงสร้างสนามกอล์ฟโดยจะมีผู้ออกแบบไม่ว่าจะเป็นสถาปนิก หรือนักกอล์ฟที่มีชื่อเสียง การวางโครงสร้างสนาม (Layout) ที่ดีจะทำให้สนามกอล์ฟมีความท้าทาย สวยงาม เช่น สนามกอล์ฟ TPC Sawgrass ออกแบบโดย Pete Dye ที่ประเทศสหรัฐอเมริกา[19] หรือ Springfield Country Club ที่ออกแบบโดยนักกอล์ฟชื่อดังระดับโลก Jack Nicklaus ที่จังหวัดเพชรบุรี โดยทั่วไปแล้วบริเวณที่จะทำการก่อสร้าง ควรมีรูปร่างของพื้นที่เป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้าหันทิศเหนือใต้ และภูมิประเทศค่อนข้างเรียบดีที่สุด แต่ถ้าเป็นสนามที่ใกล้กับพื้นที่เนิน หรือภูเขา หรือติดแม่น้ำ ก็มักจะใช้ธรรมชาตินั้นเป็นส่วนประกอบของสนามโดยปรับพื้นที่เล็กน้อยให้เข้ากับสภาพธรรมชาติที่มีอยู่แล้วในพื้นที่ หลักเกณฑ์ในการจัดสรรพื้นที่ของสนามกอล์ฟถ้าเป็นขนาดพื้นที่เป็นที่ราบสนามขนาด 18 หลุม ใช้พื้นที่ประมาณ 275 – 400 ไร่ (110 – 160 เอเคอร์) กรณีเป็นที่ลาดชันสนามขนาด 18 หลุม ต้องการพื้นที่ประมาณ 450 ไร่ (180 เอเคอร์) บางสนามกอล์ฟอาจสร้างแค่ 9 หลุม เช่น สนามกอล์ฟกำแพงเพชรอัครโยธิน แต่ส่วนใหญ่สนามกอล์ฟทั่วไปจะมีมาตรฐาน 18 หลุม ถ้าสนามกอล์ฟที่มีพื้นที่มาก ก็มีมากถึง 27 หลุม เช่น สนามกอล์ฟเอกชัย หรือมีถึง 36 หลุม โดยส่วนประกอบของสนามกอล์ฟในหนึ่งสนามกอล์ฟประกอบด้วยสิ่งเหล่านี้

1) ทีออฟ (Tee-off หรือ Tee-Ground) ทีออฟเป็นจุดเริ่มเล่นในแต่ละหลุม เป็นตำแหน่งที่เริ่มตีลูกออกไป โดยจัดวางหมุดแยกกันสำหรับนักกอล์ฟที่เป็นสุภาพสตรี เป็นผู้ที่เริ่มหัดตีกอล์ฟหรือนักกอล์ฟอาวุโส ผู้เล่นทั่วไปและนักกอล์ฟอาชีพ โดยสุภาพสตรีจะเป็นหมุดสีแดง ระยะโดยประมาณ 5,400 – 6,000 หลา ผู้ที่เริ่มหัดตีกอล์ฟหรือนักกอล์ฟอาวุโสเป็นหมุดเหลือง ระยะโดยประมาณ 6,000 – 6,400 หลา ผู้เล่นทั่วไปเป็นหมุดขาว ระยะโดยประมาณ 6,400– 6,800 หลา และนักกอล์ฟอาชีพระยะโดยประมาณ 6,800 – 7,200 หลา

---

[19] The Players, The Players Stadium Course, https://www.theplayers.com/course.html, [ออนไลน์], 15 มีนาคม 2562

2) แฟร์เวย์ (Fairway) บริเวณของสนามที่อยู่ระหว่างทีออฟกับกรีน ซึ่งเป็นบริเวณที่ตัดหญ้าเรียบกว่ารัฟซึ่งเป็นหญ้ายาวที่อยู่รอบๆ เป็นเป้าหมายสำหรับนักกอล์ฟตีลูกมาตกลงบนแฟร์เวย์ (Landing Area) ความกว้างของแฟร์เวย์ในบริเวณลูกตก ความกว้างประมาณ 45 หลา ถ้าเป็นการออกแบบสนามแข่งขันก็จะทำให้แคบไปอีกเพื่อความยาก ความกว้างของแฟร์เวย์ไม่จำเป็นต้องเท่ากันตลอด ทั้งนี้ แฟร์เวย์เป็นพื้นที่ที่ให้นักกอล์ฟตีเข้ามายังบริเวณดังกล่าว เพื่อทดสอบความแม่นยำในการวางแผนการตี เพราะสภาพแฟร์แวย์เป็นหญ้าสั้น ทำให้การวางแผนตีครั้งต่อไปของนักกอล์ฟง่ายมากขึ้น แฟร์เวย์จะต้องได้รับการดูแลและตัดหญ้าให้สั้นอยู่เสมอเพื่อความสมบูรณ์ของสนาม

3) กรีน (Putting Green) เป็นจุดหมายและจุดสิ้นสุดของหลุมในแต่ละหลุมโดยมีส่วนประกอบคือพื้นหญ้าที่เรียบมากโดยการบดเป็นพื้นที่กรีนและหลุม โดยนักกอล์ฟจะต้องจบหลุมโดยการพัตต์ (การเคลื่อนบอลไปกับพื้นหญ้า) ให้ลงหลุม กรีนสามารถปรับให้มีความลื่น หรือฝืดในการพัตต์ลูกกอล์ฟได้โดยการบดกรีนและตัดหญ้าซึ่งความลื่นมีผลต่อความยากของการพัตต์ กล่าวคือยิ่งกรีนแข็งโดยการถูกบดและหญ้าเตียนมาก จะทำให้การพัตต์ยากขึ้น ทั้งนี้ กรีนเป็นพื้นที่ที่ต้องดูแลรักษาอย่างดีและมีค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษาสูงมาก เพราะต้องทำให้สภาพดีและเรียบร้อยอยู่ตลอดเวลา

4) รัฟหรือพงหญ้า (Rough) เป็นพื้นที่ของสนามรอบๆ ของกรีน ทีออฟ และแฟร์เวย์ ใช้เป็นอุปสรรคในการตีครั้งต่อไปของนักกอล์ฟเป็นการลงโทษผู้ที่ตีผิดพลาดและใช้เป็นสิ่งที่แสดงขอบเขตการตีหรือแสดงแนวแฟร์เวย์ให้ชัดเจนขึ้น โดยการตัดหญ้าแฟร์เวย์และนอกแฟร์เวย์ให้มีความยาวต่างกัน

5) อุปสรรคทราย (Bunker) เป็นพื้นที่ที่ลงโทษนักกอล์ฟเมื่อตีผิดพลาดเช่นกัน ซึ่งมีลักษณะพื้นที่เป็นหลุมทราย เมื่อลูกกอล์ฟตกลงไปในบริเวณนี้ก็จะยากในการตีครั้งถัดไป การออกแบบหลุมทรายสามารถทำได้หลายแบบ เช่น การทำหลุมที่ยาวและแคบตัดตามแฟร์เวย์ หรือข้ามแฟร์เวย์อยู่หน้ากรีน หลุมทรายอาจอยู่ลึกลงไปกว่าพื้นดินปกติ หรืออยู่ระดับเดียวกับพื้นดินตามปกติก็ได้ รูปร่างของหลุมทรายมีลักษณะอย่างไรก็ได้ ซึ่งทางสนามกอล์ฟก็ต้องดูแลโดยการเอาทรายมาใส่เรื่อยๆ และทำที่ระบายน้ำออกจากหลุมทรายด้วย

6) อุปสรรคน้ำ (Water Hazard) อุปสรรคน้ำเป็นพื้นที่ลงโทษนักกอล์ฟเช่นเดียวกับอุปสรรคทราย นอกจากประโยชน์ทางด้านทัศนียภาพแล้ว ยังช่วยเก็บกักน้ำไว้เพื่อรดน้ำต้นไม้ในฤดูแล้ง วิธีการที่จะนำมาใช้เป็นสิ่งกีดขวางคือ สร้างอุปสรรคน้ำในตำแหน่งขวางแนวการเล่นหรือขวางแนวแฟร์เวย์

โดยอาจเป็นการกีดขวางการตีจากทีออฟ หรือการตีจากแฟร์เวย์เพื่อบังคับให้ผู้เล่นต้องตีด้วยความแม่นยำไม่ให้ตกอุปสรรคน้ำ อุปสรรคน้ำทางสนามกอล์ฟต้องหมั่นดูแลมิให้เน่าเสียเพื่อความสวยงามของสนามกอล์ฟ

7) ขอบเขตของสนามกอล์ฟ (Boundaries) เป็นการแสดงการสิ้นสุดแนวเขตของสนามโดยแสดงแนวเขตหรือเส้นสีขาวหรือป้าย OB (Out of Bound)

2.3.2 ทรัพย์สินของธุรกิจสนามกอล์ฟ

ทรัพย์สินของธุรกิจสนามกอล์ฟแบ่งได้เป็น 2 ประเภทดังนี้[20]

2.3.2.1 ทรัพย์สินประเภทอสังหาริมทรัพย์

นอกจากที่ดินที่ต้องใช้เป็นสถานที่สร้างสนามกอล์ฟและส่วนอื่นๆ ของสนามกอล์ฟแล้ว ยังมีสิ่งก่อสร้างอื่นๆ ที่เป็นอสังหาริมทรัพย์ที่สำคัญต่างๆ ดังนี้

1) คลับเฮาส์ หรือ สโมสร (Club House) เป็นอาคารสิ่งปลูกสร้างที่มีไว้เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักกอล์ฟที่มาใช้บริการ ทั้งยังสร้างเพื่อเป็นสิ่งที่บ่งบอกของเอกลักษณ์ของแต่ละสนามได้ ซึ่งภายในคลับเฮ้าส์ประกอบไปด้วย ล็อบบี้ (Lobby) เป็นจุดบริการ ต้อนรับนักกอล์ฟที่มาใช้บริการ มีพื้นที่นั่งพักผ่อนพูดคุย และขายกรีนฟีค่าออกรอบด้วย

จุดลงถุงกอล์ฟและที่จอดรถ (Bag drop) เป็นบริเวณที่สร้างขึ้นมาเพื่อรับถุงกอล์ฟจากนักกอล์ฟที่ขับรถเข้ามาในสนามกอล์ฟ โดยมากจะมีพนักงานคอยต้อนรับและสอบถามเวลาออกรอบ และให้แคดดี้ที่รอคิวออกรอบในจุดลงถุงกอล์ฟนี้รับถุงกอล์ฟไปยังจุดเริ่มต้นทีออฟ ส่วนนักกอล์ฟเมื่อแคดดี้มารับถุงกอล์ฟลงจากรถแล้ว ก็จะขับไปจอดรถ ณ ที่จอดรถของทางสนามกอล์ฟซึ่งอาจเป็นในอาคารหรือลานจอดรถแล้วแต่กรณี

ร้านขายผลิตภัณฑ์กอล์ฟ (Pro Shop) เป็นร้านขายสินค้าที่เกี่ยวกับกีฬากอล์ฟ เช่น ลูกกอล์ฟ ร่มกอล์ฟ ไม้กอล์ฟ เสื้อผ้ากีฬา เป็นต้น และยังมีบริการให้เช่ารองเท้ากอล์ฟ ไม้กอล์ฟ สำหรับผู้ที่ต้องการเช่าอีกด้วยหรือบางแห่งจุดขายกรีนฟีก็จะมาตั้งอยู่ในบริเวณนี้ด้วย

---

[20] ชุติมา โตมะ, มาตรการทางภาษีเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการประกอบธุรกิจสนามกอล์ฟ ศึกษาเปรียบเทียบกฎหมายสิงคโปร์, (เอกัตศึกษาปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชากฎหมายเศรษฐกิจ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2557), หน้า 15

ร้านอาหารหรือภัตตาคาร (Restaurant) เป็นบริเวณที่ให้บริการอาหารและเครื่องดื่มแก่นักกอล์ฟที่มาออกรอบทั้งก่อนออกรอบและหลังออกรอบ เป็นที่พูดคุยกันระหว่างนักกอล์ฟและเมื่อมีการจัดงานกอล์ฟสังสรรค์ต่างๆ ก็มักจะมีการจัดงาน ทำกิจกรรมสังสรรค์กันบริเวณนี้

ห้องล็อคเกอร์ ห้องน้ำและห้องอาบน้ำ (Locker Room) เป็นห้องที่อำนวยความสะดวกให้นักกอล์ฟก่อนออกรอบ นักกอล์ฟเอาสัมภาระเสื้อผ้าและของมีค่ามาฝากไว้ที่ห้องล็อคเกอร์ โดยทางพนักงานจะจัดเตรียมกุญแจหรือคีย์การ์ดของล็อคเกอร์ให้ใส่สัมภาระของนักกอล์ฟและล็อคไว้ และเมื่อนักกอล์ฟออกรอบเสร็จก็มักจะมาอาบน้ำที่ห้องอาบน้ำ เปลี่ยนเสื้อผ้าโดยทางสนามกอล์ฟมักจะมีบริการผ้าเช็ดตัวให้

2) โรงเก็บรถกอล์ฟ รถกอล์ฟเป็นพาหนะที่ใช้เดินทางในสนามกอล์ฟเพื่ออำนวยความสะดวกนักกอล์ฟขณะเล่นกอล์ฟ รถกอล์ฟใช้พลังงานไฟฟ้าดังนั้นจึงต้องมีโรงเก็บรถกอล์ฟเพื่อเก็บและชาร์จไฟฟ้าด้วย

3) สปอร์ตคลับ โดยทั่วไปจะมีสระว่ายน้ำ ฟิตเนส สนามเทนนิส โต๊ะปิงปอง สปา นวด เซาน่า ฯลฯ มีไว้เพื่อบริการนักกอล์ฟหรือลูกค้าซึ่งอาจมากันเป็นครอบครัว แต่ไม่ได้ประสงค์จะเล่นกอล์ฟก็สามารถเข้ามาใช้บริการเหล่านี้ได้ ซึ่งเป็นช่องทางทำรายได้ให้กับธุรกิจสนามกอล์ฟอีกช่องทางหนึ่ง

4) ที่พักระหว่างออกรอบ เนื่องจากสนามกอล์ฟมีบริเวณกว้างมากและใช้เวลาออกรอบนาน เมื่อนักกอล์ฟต้องการซื้ออาหารเครื่องดื่ม จะเดินทางกลับไปซื้อที่คลับเฮ้าส์ไม่สะดวก สนามกอล์ฟจึงสร้างที่พักระหว่างออกรอบเป็นซุ้ม และบางสนามมีการติดตั้งเครื่องปรับอากาศ มีโต๊ะรับประทานอาหารไว้ให้นักกอล์ฟพักรับประทานอาหาร

2.3.2.2 ทรัพย์สินประเภทสังหาริมทรัพย์

สังหาริมทรัพย์โดยมากจะเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกนักกอล์ฟทั่วๆ ไป เช่น รถกอล์ฟ โต๊ะรับประทานอาหาร ผ้าเช็ดตัว ฯลฯ อุปกรณ์สำนักงาน เช่น คอมพิวเตอร์ ปริ้นเตอร์ เครื่องปรับอากาศ ฯลฯ และอุปกรณ์บำรุงดูแลสนามกอล์ฟ เช่น รถตัดหญ้า รถขนของ รถรับส่งนักกอล์ฟ เครื่องบดกรีน เครื่องสูบน้ำ อุปกรณ์ตัดแต่งกิ่งไม้ เป็นต้น

2.3.3 บุคลากรของธุรกิจสนามกอล์ฟ

นอกจากผู้ถือหุ้น กรรมการ ผู้บริหาร ในธุรกิจสนามกอล์ฟตามรูปแบบองค์กรธุรกิจที่เป็นบริษัทจำกัดหรือบริษัทมหาชนจำกัดซึ่งก็แบ่งเป็นผู้บริหาร ผู้จัดการในสายงานต่างๆ แล้ว ยังมีในส่วนของฝ่ายพนักงาน ที่จะคอยดำเนินกิจกรรมของธุรกิจสนามกอล์ฟเพื่อความพึงพอใจแก่นักกอล์ฟ ซึ่งมีพนักงานอยู่หลายฝ่ายเพราะธุรกิจสนามกอล์ฟเป็นงานบริการ โดยพนักงานจะแบ่งตามหน้าที่ต่างๆ

ในส่วนของสนามกอล์ฟ พนักงานต้อนรับ พนักงานจัดคิว พนักงานขายกรีนฟี พนักงานขับรถรับส่งนักกอล์ฟ ฯลฯ รวมไปถึงส่วนฝ่ายดูแลต้นไม้ พืชพรรณในสนามกอล์ฟด้วย

ในส่วนของร้านอาหารก็จะมีพนักงานทำหน้าที่ต่างๆ เหมือนธุรกิจร้านอาหาร ประกอบไปด้วย พ่อครัว พนักงานเสิร์ฟ พนักงานรับออเดอร์อาหาร พนักงานทำความสะอาด เป็นต้น และในส่วนของสปอร์ตคลับมีพนักงานนวด ครูสอนออกกำลังกายฟิตเนส ครูสอนว่ายน้ำ เป็นต้น

2.4 ลักษณะและประเภทการให้บริการของสนามกอล์ฟ

การให้บริการธุรกิจสนามกอล์ฟ แบ่งเป็นลักษณะและประเภทการให้บริการดังนี้

2.4.1 ลักษณะการให้บริการของสนามกอล์ฟ

ลักษณะการให้บริการสนามกอล์ฟมีการแบ่งเป็นช่วงเวลาในการให้บริการและรูปแบบการให้บริการ ซึ่งจะได้อธิบายดังต่อไปนี้

2.4.1.1 ช่วงเวลาการให้บริการของสนามกอล์ฟ

ธุรกิจสนามกอล์ฟเป็นธุรกิจการให้บริการเพื่อใช้สนามกอล์ฟในการเล่นกอล์ฟ ในอดีตนักกอล์ฟสามารถเข้ามาใช้บริการออกรอบมีแต่ช่วงกลางวันเท่านั้น ต่อมาผู้ประกอบการธุรกิจสนามกอล์ฟได้เล็งเห็นว่ากอล์ฟเป็นกีฬาที่ใช้เวลาเล่นนาน อย่างต่ำ 4-5 ชั่วโมง ประเทศไทยมีสภาพภูมิอากาศที่ร้อน สุภาพสตรีและเด็กทนแดดไม่ไหวจึงไม่อยากมาเล่นกอล์ฟ ครั้นเมื่อแสงสว่างตอนกลางวันหมดก็มองไม่เห็นลูกกอล์ฟ ทางสนามกอล์ฟก็รับลูกค้าเพิ่มไม่ได้ ทำให้ขาดรายได้ในส่วนที่กล่าวมา จึงมีการปรับให้บริการคือให้บริการช่วงกลางคืนด้วยเพื่อไม่ให้เสียโอกาสในการหารายได้ของสนามกอล์ฟ แม้สนามกอล์ฟจะมีค่าใช้จ่ายเพิ่มในรูปแบบค่าไฟสปอร์ตไลท์เพิ่ม แต่ก็ดีกว่าไม่ได้รับนักกอล์ฟเลยในเวลากลางคืน ซึ่งเหมาะสำหรับนักกอล์ฟผู้ที่ติดภารกิจทำงานตอนกลางวันและผู้ที่อยากหลีกเลี่ยงความร้อนจากแสงแดดตอนกลางวัน ธุรกิจสนามกอล์ฟจึงมีรายได้ในส่วนกอล์ฟ

กลางคืน (Night Golf) เพิ่มเติมเข้ามา โดยทั่วไปจะเริ่มเปิดรับลูกค้าที่เล่นกอล์ฟช่วงกลางคืนตั้งแต่บ่ายสามโมงและรับลูกค้ากลุ่มสุดท้ายประมาณสองทุ่มเพื่อที่จะปิดบริการได้ช่วงเที่ยงคืน ยกตัวอย่างสนามกอล์ฟปัญญารามอินทราค่าบริการเล่นกอล์ฟช่วงกลางคืนจะมีค่าใช้จ่าย 1,200 – 2,000 บาท แบ่งเป็นค่าไฟสปอรต์ไลท์ให้แสงสว่าง 220 บาท ค่ากรีนฟี 800 บาท ค่าแคดดี้ 230 บาท[21]

ดังนั้น ช่วงเวลาการให้บริการเล่นกอล์ฟจึงมีทั้งช่วงกลางวันปกติและช่วงพลบค่ำถึงกลางคืนที่ไม่มีแสงจากดวงอาทิตย์ซึ่งต้องใช้แสงไฟจากสปอร์ตไลท์ในการเล่นกอล์ฟตามที่ได้กล่าวมาข้างต้น

2.4.1.2 รูปแบบการให้บริการของสนามกอล์ฟ

ตามปกติสากลที่เล่นกอล์ฟโดยทั่วไปมักจะมีรูปแบบการเล่นกอล์ฟต่อครั้งคือ 18 หลุม โดยแบ่งเป็นรอบออกจากคลับเฮ้าส์ (Out) คือ 9 หลุม และอีก 9 หลุมคือรอบเข้ามาคลับเฮ้าส์ (In) สนามกอล์ฟที่เป็นมาตรฐานขนาด 18 หลุม จะมีการแบ่งขนาดความยาวของแต่ละหลุมออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ขนาดความยาวระยะสั้นหรือที่เรียกว่าพาร์ 3 (Par 3) ขนาดความยาวระยะกลางหรือที่เรียกว่าพาร์ 4 (Par 4) และขนาดความยาวระยะไกลหรือที่เรียกว่าพาร์ 5 (Par 5)

พาร์ 3 หมายถึงจำนวนที่ถูกกำหนดไว้ให้ตี 3 ครั้งลงหลุม ในจำนวน 18 หลุม จะมีพาร์ 3 อยู่ 4 หลุม

พาร์ 4 หมายถึงจำนวนที่ถูกกำหนดไว้ให้ตี 4 ครั้งลงหลุม ในจำนวน 18 หลุม จะมีพาร์ 4 อยู่ 10 หลุม

พาร์ 5 หมายถึงจำนวนที่ถูกกำหนดไว้ให้ตี 5 ครั้งลงหลุม ในจำนวน 18 หลุม จะมีพาร์ 5 อยู่ 4 หลุม

คะแนนของการเล่นกอล์ฟจะมีอยู่ 72 คะแนน มาจากพาร์ 3 มีอยู่ 4 หลุม คิดเป็นคะแนน 12 คะแนน พาร์ 4 มีอยู่ 10 หลุม คิดเป็น 40 คะแนน และพาร์ 5 มีอยู่ 4 หลุม คิดเป็น 20 คะแนน รวมแล้วเป็น 72 คะแนน[22]

---

[21] ถนอมศักดิ์ จิรายุสวัสดิ์, ธุรกิจกอล์ฟ, หน้า 127

[22] เชาวรัตน์ เขมรัตน์, องค์ประกอบของสนามกอล์ฟ, http://prochaow.blogspot.com/2012/09/blog-post_29.html#!/2012/09/blog-post_29.html, [ออนไลน์], 4 กุมภาพันธ์ 2562

การที่กอล์ฟนิยมเล่นหรือแข่งขันต่อครั้งจำนวน 18 หลุมซึ่งเป็นมาตรฐานการเล่นกอล์ฟทั่วโลก[23] เนื่องจากในอดีตในช่วงก่อนกลาง ค.ศ.1760 จนถึงช่วงต้น ค.ศ.1900 สนามกอล์ฟทั่วไปมักจะมีจำนวนหลุม 12, 15 , 19 , 23 หลุม หรือกี่หลุมก็ได้แล้วแต่กำหนดกันเอง

ต่อมาประมาณปี ค.ศ.1764 สนามกอล์ฟ เซนต์ แอนดรูว์ส (St. Andrews) ซึ่งเป็นสนามกอล์ฟที่เก่าแก่ของประเทศสกอตแลนด์ได้ลดจำนวนหลุมกอล์ฟจาก 22 หลุม เป็น 18 หลุม สาเหตุคือ การดูแลสนามกอล์ฟ 18 หลุม ง่ายกว่า 22 หลุม ตั้งแต่นั้นมา สนามกอล์ฟอื่นๆ อีกหลายสนามก็เริ่มทำสนามกอล์ฟที่มี 18 หลุม เหมือนกับที่สนามกอล์ฟ เซนต์ แอนดรูว์สกำหนด

ในปี ค.ศ. 1858 เดอะรอยัล แอนด์ แอนเชียนคลับ (The Royal & Ancient Golf Club : The R&A) ของ สนามกอล์ฟ เซนต์ แอนดรูว์ส ได้ออกกฎใหม่เพื่อให้สมาชิกปฏิบัติตามโดยได้กล่าวว่า “การเล่นกอล์ฟ 18 หลุม กำหนดให้เป็น 1 รอบการเล่น นอกเสียจากว่าจะกำหนดไว้เป็นอื่น” สันนิษฐานกันว่า The R&A เปรียบเสมือนเป็นแบบอย่างและเป็นผู้ให้คำชี้แนะแก่สโมสรอื่นๆ ทำให้สนามกอล์ฟต่างๆ ในสหราชอาณาจักรปฏิบัติตามกฎที่ The R&A กำหนด จนกระทั่งมาถึงช่วง ค.ศ. 1870 สนามกอล์ฟต่างๆ จึงมีจำนวน 18 หลุม และมาตรฐานการเล่นกอล์ฟหนึ่งรอบจะต้องเล่น 18 หลุม เสมือนเป็นธรรมเนียมปฏิบัติสืบต่อกันมาจนปัจจุบัน

ดังนั้นการให้บริการสนามกอล์ฟในประเทศไทยก็ให้บริการตามการเล่นกอล์ฟมาตรฐานสากลคือ 18 หลุม แต่ทว่าในบางครั้งนักกอล์ฟที่เข้ามาใช้บริการก็มีความต้องการที่จะใช้บริการมากกว่า 18 หลุม หรือน้อยกว่า 18 หลุม ด้วยเหตุผลที่ว่านักกอล์ฟอาจจะมีเวลาจำกัดในการเล่นกอล์ฟ ซึ่งจากที่เคยกล่าวมาการเล่นกอล์ฟรอบหนึ่งๆ คือ 18 หลุม อาจใช้ระยะเวลา 4-5 ชั่วโมง ถ้ามีจำนวนนักกอล์ฟมากในสนามกอล์ฟก็อาจจะใช้เวลามากกว่านั้น ดังนั้นนักกอล์ฟบางคนอาจมีเวลาจำกัดด้วยเหตุผลต่างๆ อาจอยากใช้เวลาเล่นกอล์ฟ 2-3 ชั่วโมง ซึ่งเหมาะแก่การเล่นกอล์ฟเพียง 9 หลุม ส่วนนักกอล์ฟอีกกลุ่มหนึ่งต้องการเล่นกอล์ฟมากกว่า 18 หลุมเพราะอาจจะสนุกอยู่กับการเล่นกอล์ฟ หรือสนามกอล์ฟหลายๆ สนามสร้างสนามกอล์ฟมากกว่า 18 หลุม อาจจะสร้าง 27 หลุม หรือถึง 36 หลุม นักกอล์ฟเหล่านี้จึงอยากที่จะลองเล่นให้ครบทุกหลุมในสนามนั้น ดังนั้นธุรกิจสนามกอล์ฟจึงต้องมีการให้บริการตามความต้องการของลูกค้าคือ นอกเหนือจากมาตรฐานต่อหนึ่งรอบมี 18 หลุมแล้ว ยังมีรูปแบบการให้บริการนักกอล์ฟเล่นเพียงกอล์ฟ 9 หลุมและมากกว่า 18 หลุมอีกด้วย

---

[23] สนามกอล์ฟแม่กกกอล์ฟ, ทำไมสนามกอล์ฟถึงมี 18 หลุม, https://web.facebook.com/MaekokGolfCourse, [ออนไลน์], 4 กุมภาพันธ์ 2562

จากที่กล่าวมาแล้วข้างต้น โดยทั่วไปสนามกอล์ฟจะให้บริการนักกอล์ฟต่อครั้งคือ

การออกรอบ 18 หลุม ซึ่งค่าใช้จ่ายจะประกอบด้วย ค่ากรีนฟี ค่าแคดดี้ ค่ารถกอล์ฟ (จะใช้หรือไม่ใช้รถกอล์ฟก็ได้ ถ้าไม่ใช้นักกอล์ฟก็ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายส่วนนี้) เช่น สนามกอล์ฟเมืองแก้ว ค่ากรีนฟีวันธรรมดาสำหรับแขกทั่วไปต่อ 18 หลุมคือ 3,200 บาท (เล่นกอล์ฟแค่ 9 หลุมก็ค่าใช้จ่ายเท่ากัน) ค่าแคดดี้ 400 บาท (ถ้าเล่นกอล์ฟแค่ 9 หลุมจะมีค่าแคดดี้เพียง 200 บาท) ค่าใช้รถกอล์ฟทางสนาม 750 บาท (หากไม่ใช้ก็ไม่ต้องจ่าย)[24] หรือสนามกอล์ฟรอยัลกอล์ฟ ลาดกระบัง ค่ากรีนฟีวันธรรมดาสำหรับแขกทั่วไปต่อ 18 หลุมคือ 3,000 บาท (เล่นกอล์ฟแค่ 9 หลุมก็ค่าใช้จ่ายเท่ากัน) ค่าแคดดี้ 350 บาท (ถ้าเล่นกอล์ฟแค่ 9 หลุมก็ค่าใช้จ่ายเท่ากัน) ค่าแคดดี้ 350 บาท (ถ้าเล่นกอล์ฟแค่ 9 หลุมจะมีค่าแคดดี้เพียง 200 บาท) ค่าใช้รถกอล์ฟทางสนาม 800 บาท (หากไม่ใช้ก็ไม่ต้องจ่าย) เป็นต้น[25]

จะเห็นได้ว่าการเล่นกอล์ฟ 9 หลุมส่วนใหญ่ทางสนามกอล์ฟจะคิดค่ากรีนฟีเท่ากันกับ 18 หลุม แต่การที่นักกอล์ฟเล่นกอล์ฟมากกว่า 18 หลุม จะคุ้มค่ากว่า เช่น สนามกอล์ฟเอกชัย มีสนามกอล์ฟอยู่ 3 คอร์ส (27 หลุม) ค่ากรีนฟีวันธรรมดาสำหรับแขกทั่วไปต่อ 18 หลุมคือ 800 บาท ค่าแคดดี้ 300 บาท[26] แต่ถ้านักกอล์ฟอยากเล่นกอล์ฟ 27 หลุม ก็ไม่ต้องจ่ายเพิ่มค่าใช้จ่ายใดๆ เลย

กล่าวโดยสรุป การให้บริการจำนวนหลุมของสนามกอล์ฟ โดยมาตรฐานทั่วไปคือ 18 หลุมต่อรอบ แต่ก็มีรูปแบบการให้บริการ 9 หลุมต่อรอบและมากกว่า 18 หลุมต่อรอบ (อาจจะ 27 หลุม หรือ 36 หลุม)

2.4.2 ประเภทของผู้ใช้บริการสนามกอล์ฟ

ประเภทของผู้ใช้บริการธุรกิจสนามกอล์ฟมี 2 ประเภทด้วยกันคือ ผู้ใช้บริการประเภททั่วไป และผู้ใช้บริการประเภทสมาชิกของสนามกอล์ฟ โดยลูกค้าที่เป็นสมาชิกจะมีค่าใช้จ่ายที่น้อยกว่าลูกค้า

---

[24] เว็บไซต์สนามกอล์ฟเมืองแก้ว, Rates, http://www.muangkaewgolf.com/golf/index.php/rates, [ออนไลน์], 4 กุมภาพันธ์ 2562

[25] เว็บไซต์สนามกอล์ฟรอยัลกอล์ฟ, Rates, http://www.royalgolfclubs.com/th/rates.php, [ออนไลน์], 4 กุมภาพันธ์ 2562

[26] เว็บไซต์สนามกอล์ฟเอกชัย, Green Fee, http://www.ekachai-golf.net/green.php, [ออนไลน์], 4 กุมภาพันธ์ 2562

ที่เป็นบุคคลทั่วไปในระยะยาว แต่ต้องมีการชำระเงินในการจดทะเบียนเป็นสมาชิกต่อปีกับทางสนามกอล์ฟ[27]

2.4.2.1 ผู้ใช้บริการประเภททั่วไป

ผู้ใช้บริการสนามกอล์ฟประเภททั่วไปคือ ผู้ใช้บริการที่มิได้เป็นสมาชิกของสนามกอล์ฟ แต่ประสงค์จะเล่นกอล์ฟเป็นรายครั้ง โดยจะเสียค่าออกรอบ ค่าแคดดี้ ค่าเช่ารถกอล์ฟ ต่อการออกรอบหนึ่งครั้ง ค่าบริการสนามกอล์ฟของผู้ใช้บริการประเภทนี้ต่อครั้งจะมีราคาสูงกว่าเมื่อเทียบกับลูกค้าประเภทแขกของสมาชิก เพราะเป็นลูกค้าทั่วไป โดยส่วนมากสนามกอล์ฟจะแบ่งประเภทราคาค่าออกรอบตามวันธรรมดา และวันหยุดสุดสัปดาห์หรือวันหยุดนักขัตฤกษ์ ซึ่งราคาการใช้บริการเล่นกอล์ฟในวันหยุดสุดสัปดาห์หรือวันหยุดนักขัตฤกษ์จะสูงกว่าวันธรรมดา

ทั้งนี้ ถ้าผู้ใช้บริการมาเล่นกอล์ฟในฐานะแขกของสมาชิกสนามกอล์ฟ (Guest) ก็จะได้รับสิทธิในการใช้บริการในราคาที่ถูกกว่าลูกค้าทั่วไป กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ ผู้ใช้บริการมีสมาชิกของสนามกอล์ฟพาเข้ามาออกรอบในกลุ่มเดียวกัน ผู้ใช้บริการนั้นก็จะได้สิทธิในราคาพิเศษที่ถูกกว่าผู้ใช้บริการที่ไม่มีสมาชิกสนามกอล์ฟพามาออกรอบนั่นเอง ดังค่าบริการตามตารางข้อมูลด้านล่าง

[27] สมพร ไตยวงค์, การพยากรณ์การตัดสินใจทำสมาชิกสนามกอล์ฟในจังหวัดชลบุรีด้วยการวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติค, (งานวิจัยปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการวิจัยและสถิติทางวิทยาการปัญญา มหาวิทยาลัยบูรพา), หน้า 2

ตารางที่ 3 ตารางแสดงค่าบริการของสนามกอล์ฟเลควูด คันทรี่คลับ[28]

กรีนฟี	**วันธรรมดา (บาท)**	**วันเสาร์,อาทิตย์,วันหยุดนักขัตฤกษ์ (บาท)**
นักกอล์ฟทั่วไป	2,300	3,300
แขกของสมาชิก	1,380	1,990
ค่าบริการอื่นๆ	**18 หลุม (บาท)**	
ค่าแคดดี้	350	
รถกอล์ฟ	800	
ถุงกอล์ฟให้เช่า	1,200	
ร่มกอล์ฟ (L)	100	
รองเท้า	300	
เก้าอี้	100	

ในปัจจุบัน ผู้ใช้บริการประเภททั่วไปอาจไม่ต้องจองการออกรอบกับสนามกอล์ฟเพียงช่องทางเดียว เพราะปัจจุบันสามารถจองสนามกอล์ฟผ่านแอพพลิเคชั่นที่เป็นตัวกลางในการรวบรวมสนามกอล์ฟและโฆษณาสนามกอล์ฟ เป็นอีกช่องทางได้ด้วยอาทิเช่น แอพพลิเคชั่น Golfdigg ซึ่งการจองสนามกอล์ฟออกรอบในช่องทางนี้อาจจะมีราคาถูกกว่าจองกับทางสนามกอล์ฟเองโดยตรงเพราะสนามกอล์ฟต้องการจะโฆษณาสนามของตนทางสื่อประเภทนี้เพื่อเข้าถึงลูกค้า จึงอาจมีการลดราคาหรือการทำการส่งเสริมการขายผ่านทางแอพพลิเคชั่นเหล่านี้ หรือให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้า เช่น สะสมแต้มเมื่อมีการจองสนามกอล์ฟผ่านทางแอพพลิเคชั่นเพื่อเอาแต้มไปแลกส่วนลดร้านอาหาร เป็นต้น จากที่กล่าวมาจึงเป็นอีกช่องทางหนึ่งของผู้ใช้บริการประเภททั่วไปที่สามารถเลือกจองสนามกอล์ฟเพื่อออกรอบได้โดยได้ประโยชน์สูงสุด

2.4.2.2 ผู้ใช้บริการประเภทสมาชิกสนามกอล์ฟ

ผู้ใช้บริการประเภทสมาชิกของสนามกอล์ฟ คือผู้ที่ทำสัญญากับสนามกอล์ฟเพื่อเป็นสมาชิกของสนามกอล์ฟ (Country Club Membership) มีสิทธิใช้บริการออกรอบหรือสิ่งอำนวยความ

[28] เว็บไซต์สนามกอล์ฟเลควูด คันทรี่คลับ, ค่าบริการ, https://www.lakewoodcountryclub.co.th/th/green_fee.php, [ออนไลน์], 15 กุมภาพันธ์ 2562

สะดวกอื่นๆ ของสนามกอล์ฟได้ตามเงื่อนไขสัญญาของสนามกอล์ฟ ซึ่งสาระสำคัญของสัญญานี้ผู้ใช้บริการมุ่งหวังที่จะใช้บริการออกรอบโดยไม่เสียค่าบริการในการออกรอบเพิ่มเติม กล่าวคือ เหตุผลที่ผู้ใช้บริการเข้ามาทำสัญญาเพื่อเป็นสมาชิกของสนามกอล์ฟเพราะความคุ้มค่าในการจ่ายเงินเพื่อเล่นกอล์ฟในระยะยาวเมื่อเทียบกับการจ่ายค่าเล่นกอล์ฟรายครั้ง อาจจะมีเหตุผลของผู้ใช้บริการเองเช่น สนามกอล์ฟใกล้บ้าน ชอบสนามกอล์ฟนี้เป็นพิเศษ หรือเหตุผลอื่นๆ ถ้าผู้ใช้บริการใช้บริการสนามกอล์ฟบ่อยๆ การเป็นสมัครเป็นสมาชิกของสนามกอล์ฟย่อมมีความคุ้มค่ากว่าการใช้บริการแบบเสียค่าใช้จ่ายเป็นครั้งเหมือนผู้ใช้บริการทั่วไป ซึ่งจากการสำรวจการจำหน่ายสมาชิกมีขั้นต่ำของระยะเวลาในการเป็นสมาชิกสนามกอล์ฟคือ ระยะสั้น 1 ปี จนถึงเป็นสมาชิกสนามกอล์ฟแบบตลอดชีพของสมาชิก และมีประเภทสมาชิกในรูปแบบบริษัท (Corporate Member) ด้วย

ทั้งนี้ สมาชิกของสนามกอล์ฟยังมีสิทธิพานักกอล์ฟอื่นๆ ตีกอล์ฟในสนามกอล์ฟนั้นๆ ที่ตนเป็นสมาชิกได้ในฐานะแขกของสมาชิก (Guest) ซึ่งเสียค่าใช้จ่ายที่ถูกกว่าการที่นักกอล์ฟเข้ามาใช้บริการเองโดยไม่มีสมาชิกพาเข้ามา กล่าวคือ นักกอล์ฟที่เป็นประเภทใช้บริการทั่วไปออกรอบกลุ่มเดียวกับนักกอล์ฟที่เป็นสมาชิกของสนามกอล์ฟนั้นโดยการที่สมาชิกใช้สิทธิชวนนักกอล์ฟประเภททั่วไปมาตีกอล์ฟในกลุ่มเดียวกันด้วย นักกอล์ฟที่เป็นนักกอล์ฟประเภทใช้บริการทั่วไปก็จะได้สิทธิพิเศษในฐานะแขกของสมาชิกซึ่งมีราคาถูกลง ดังตารางที่ 3 ที่แสดงราคาผู้ใช้บริการในแต่ละประเภทไว้แล้ว

ตารางดังต่อไปนี้เป็นข้อมูลตารางแสดงราคาของสมาชิกของสนามกอล์ฟพร้อมทั้งระยะเวลาการเป็นสมาชิกของสนามกอล์ฟแต่ละสนามเพื่อให้เห็นมูลค่าของค่าสมาชิกสนามกอล์ฟพร้อมระยะเวลาในการกำหนดในการเป็นสมาชิกของสนามกอล์ฟรวมไปถึงค่าโอนสมาชิกสนามกอล์ฟด้วย

ตารางที่ 4 ตารางแสดงรายละเอียดค่าใช้จ่ายในการสมัครเป็นสมาชิกสนามกอล์ฟต่างๆ พร้อมระยะเวลาในการเป็นสมาชิกของสนามกอล์ฟรวมทั้งค่าโอน[29]

รายชื่อสนามกอล์ฟ	จังหวัดที่สนามกอล์ฟตั้งอยู่	อัตราค่าสมัครเป็นสมาชิกสนามกอล์ฟ (บาท)	ค่าธรรมเนียมการโอนสมาชิกสนามกอล์ฟ (บาท)	ระยะเวลาในการเป็นสมาชิกที่ระบุในสัญญา
The Vintage Golf Club	กรุงเทพฯ	600,000.-	10,700.-	30 ปี
Bangkok Golf Club	นนทบุรี	270,000.-	10,000.-	30 ปี
Blue Canyon Country Club	ภูเก็ต	900,000.-	120,000.-	ตลอดชีวิต
Phoenix Golf & Country Club	ชลบุรี	230,000.-	20,000.-	ตลอดชีวิต
Krungthep Kreetha Golf	กรุงเทพฯ	3,500,000.-	80,107.-	ตลอดชีวิต
Royal Gems Golf & Sport Club	กรุงเทพฯ	460,000.-	50,000.-	ตลอดชีวิต
Rajpruek Club	กรุงเทพฯ	2,000,000.-	26,013.-	5 ปี
Bang-Pakong Riverside Country	ฉะเชิงเทรา	210,000.-	39,500.-	5 ปี
Alpine golf & Sport Club	ปทุมธานี	1,500,000.-	90,000.-	ตลอดชีวิต
Muang Ake Golf Club	ปทุมธานี	380,000.-	2,000.-	ตลอดชีวิต
Mission Hills Golf Club	กาญจนบุรี	200,000.-	30,000.-	10 ปี

[29] เว็บไซต์ Golf Course Membership Exchange Center, Golf Membership, http://thaigolfcentre.com/?p=4, [ออนไลน์], 15 กุมภาพันธ์ 2562

2.5 ลักษณะของสัญญาสมาชิกสนามกอล์ฟ

การจะเป็นสมาชิกของสนามกอล์ฟ (Golf Membership) บุคคลจะต้องเข้าทำสัญญากับผู้ประกอบธุรกิจสนามกอล์ฟ ซึ่งเป็นสัญญาสมาชิกสนามกอล์ฟโดยบุคคลนั้นต้องจ่ายค่าสมาชิกให้กับผู้ประกอบธุรกิจและเมื่อธุรกิจสนามกอล์ฟได้รับบุคคลนั้นมาเป็นสมาชิกของตนแล้ว บุคคลนั้นจึงเป็นสมาชิกของสนามกอล์ฟนั้นโดยจะมีสิทธิเข้าใช้บริการของสนามกอล์ฟ เช่น ออกรอบ ฟิตเนส สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ตามข้อตกลงในสัญญา มีระยะเวลาการใช้สิทธิตามระยะเวลาที่ระบุในสัญญา ซึ่งจะมีการระบุเงื่อนไขข้อบังคับต่างๆ ของธุรกิจสนามกอล์ฟในสัญญาด้วย

จากการรวบรวมสัญญาสมาชิกสนามกอล์ฟ ลักษณะของสัญญาสมาชิกสนามกอล์ฟมีรูปแบบและ รายละเอียดในสัญญาดังนี้

-ชื่อของสัญญา อาจใช้เป็น “สัญญาสมาชิกสนามกอล์ฟ....” ตรงๆ เลยก็ได้ หรืออาจจะใช้เป็น “ใบสมัครสมาชิกสนามกอล์ฟ....” หรือ “แบบการจ่ายค่าบำรุงสนามกอล์ฟ....” หรืออาจจะใช้ชื่อเป็นภาษาอังกฤษเช่น “Maintenance Fee Form” หรือ “Individual Member Sales Agreement” หรือ “Membership Agreement” เป็นต้น ไม่ว่าชื่อของสัญญาที่กล่าวมาจะใช้แบบใด แต่สาระสำคัญของสัญญาคือการเป็นสมาชิกของสนามกอล์ฟทั้งสิ้น

-ประเภทของสมาชิกสนามกอล์ฟ แบ่งเป็น 2 ประเภทคือ สมาชิกประเภทบุคคลธรรมดา (Individual Member) และ สมาชิกประเภทนิติบุคคล (Corporate Member) ซึ่งวิจัยในเล่มนี้จะศึกษา สมาชิกประเภทบุคคลธรรมดา (Individual Member) เท่านั้น

-รูปแบบของสัญญาสมาชิกสนามกอล์ฟ มีทั้งแบบเป็นรูปแบบของสัญญากล่าวคือ มีรายละเอียดเหมือนสัญญาทั่วไปคือ มีการระบุคำนิยามในสัญญา ชื่อผู้สมัคร ชื่อผู้รับสมัคร ข้อตกลงและเงื่อนไขเป็นรายข้อ มีการลงลายมือชื่อ ซึ่งลักษณะนี้เป็นรูปแบบเหมือนสัญญาทั่วๆ ไป ส่วนอีกรูปแบบ คือเป็นรูปแบบใบสมัคร ซึ่งมีรายละเอียดให้ผู้สมัครกรอกรายละเอียดต่างๆ เช่น ชื่อ ที่อยู่ เบอร์โทร อาชีพ ตำแหน่ง สถานที่ทำงาน ฯลฯ และให้ผู้สมัครลงลายมือชื่อเพื่อสมัครเป็นสมาชิกสนามกอล์ฟในตอนท้าย ซึ่งจะไม่มีการระบุข้อตกลงและเงื่อนไขในเอกสารนี้เลยหรือมีเพียงบางส่วน ซึ่งข้อตกลงและเงื่อนไขต่างๆ อาจแยกเป็นอีกส่วนหนึ่งต่างหากจากใบสมัครสมาชิกสนามกอล์ฟ หรือข้อตกลงและเงื่อนไขอาจถูกกล่าวโดยวาจาจากทางสนามกอล์ฟ

-ราคาและระยะเวลาของการเป็นสมาชิกสนามกอล์ฟ สิทธิประโยชน์ของสมาชิก ข้อตกลงและเงื่อนไขของสัญญา ในส่วนนี้จะเป็นรายละเอียดต่างๆ ของสัญญา ซึ่งมีการระบุราคาค่าสมาชิกและระยะเวลาในการเป็นสมาชิก รวมถึงสัญญาสมาชิกสนามกอล์ฟจะมีการระบุสิทธิประโยชน์ที่สมาชิกจะได้รับ คือ ออกรอบโดยที่ไม่ต้องจ่ายค่ากรีนฟี มีสิทธิเชิญนักกอล์ฟอื่นมาเป็นแขกเล่นกอล์ฟด้วย (Guest) ซึ่งแขกได้รับสิทธิจ่ายค่ากรีนฟีราคาพิเศษ มีสิทธิใช้สิ่งอำนวยความสะดวกของสนามกอล์ฟได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย เช่น ห้องอาบน้ำ ฟิตเนส สระว่ายน้ำ เป็นต้น ทั้งยังรวมถึงสิทธิประโยชน์อื่นๆ อีกตามที่สนามกอล์ฟให้สิทธิแก่สมาชิกก็จะระบุไว้ในส่วนนี้

ส่วนข้อตกลงและเงื่อนไขในสัญญา ส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องเกี่ยวกับการสงวนสิทธิต่างๆ ของสนามกอล์ฟ ความรับผิดของสมาชิก การเรียกเงินประกันจากสมาชิกเพื่อประกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้น การสงวนสิทธิในการเปลี่ยนแปลงข้อบังคับต่างๆ ของสนามกอล์ฟ การบอกเลิกสัญญาของสนามกอล์ฟ การโอนความเป็นสมาชิก และอื่นๆ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นข้อสัญญาดังกล่าวที่ธุรกิจสนามกอล์ฟได้เปรียบสมาชิกซึ่งเป็นผู้บริโภคซึ่งจะได้กล่าวโดยละเอียดในบทต่อๆ ไป

-ส่วนของการลงลายมือชื่อระหว่างผู้สมัครและผู้ประกอบธุรกิจสนามกอล์ฟ มีการลงลายมือชื่อพยานด้วย

-เอกสารแนบท้ายสัญญาสมาชิกสนามกอล์ฟ อาจจะมีส่วนนี้ในเรื่องข้อตกเพิ่มเติมจากสัญญา เช่น ข้อตกลงมอบเงินประกันความเสียหาย ข้อตกลงในการชำระเงินค่าธรรมเนียมรายปีเพิ่มเติม เป็นต้น (รายละเอียดดูได้จากตัวอย่างสัญญาสมาชิกสนามกอล์ฟในประเทศไทย ภาคผนวก ก.)

บทที่ 3

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการทำสัญญาให้บริการสมาชิกสนามกอล์ฟ

ในบทนี้ผู้เขียนศึกษากฎหมายไทยและกฎหมายต่างประเทศซึ่งผู้เขียนได้เลือกประเทศประเทศสหรัฐอเมริกา (มลรัฐแคลิฟอร์เนีย) และประเทศญี่ปุ่นซึ่งเกี่ยวข้องในประเด็นการคุ้มครองผู้บริโภคกรณีสัญญาให้บริการสมาชิกสนามกอล์ฟเพื่อศึกษาแนวทางในการแก้ปัญหาในบทต่อๆ ไป

3.1 กฎหมายไทยที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการทำสัญญาให้บริการสมาชิกสนามกอล์ฟ

เนื่องด้วยการสมัครเป็นสมาชิกสนามกอล์ฟเป็นการทำสัญญากันระหว่างบุคคลสองฝ่าย คือ ผู้ประกอบธุรกิจซึ่งก็คือธุรกิจสนามกอล์ฟ และผู้บริโภคก็คือผู้ใช้บริการสนามกอล์ฟซึ่งเป็นสัญญาต่างตอบแทน กล่าวคือผู้ประกอบธุรกิจได้รับค่าสมาชิกเป็นเงินตามสัญญา และผู้บริโภคได้รับประโยชน์จากการใช้บริการสนามกอล์ฟ ซึ่งเป็นสัญญาที่มีลักษณะให้บริการต่อเนื่องยาวนาน ซึ่งการทำสัญญาของคู่สัญญา ผู้ประกอบธุรกิจจะร่างแบบที่เป็นหนังสือสัญญาไว้แล้วให้ผู้บริโภคสนองตอบสมัครเป็นสมาชิก และผู้บริโภคมักจะต้องชำระค่าสมาชิกล่วงหน้าให้แก่ผู้ประกอบธุรกิจเพื่อแลกกับการได้รับบริการในอนาคตด้วย จากที่กล่าวมาสัญญาให้บริการสมาชิกสนามกอล์ฟจึงอยู่ภายใต้กฎหมายเรื่องของนิติกรรมสัญญาตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ทั้งยังเกี่ยวข้องกับกฎหมายว่าด้วยข้อสัญญาไม่เป็นธรรมตามพระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540 และการคุ้มครองผู้บริโภคตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และฉบับที่ 2 พ.ศ. 2541

3.1.1 รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยเป็นกฎหมายสูงสุดของประเทศ กฎหมายใดจะขัดหรือแย้งรัฐธรรมนูญมิได้ รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 เป็นกฎหมายสูงสุดในการปกครองประเทศบัญญัติเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคโดยบัญญัติไว้ในหมวด 3 “สิทธิและเสรีภาพของปวงชนชาวไทย” มาตรา 40 บัญญัติว่า

“บุคคลย่อมมีเสรีภาพในการประกอบอาชีพ

การจำกัดเสรีภาพตามวรรคหนึ่งจะกระทำมิได้ เว้นแต่โดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมายที่ตราขึ้นเพื่อรักษาความมั่นคงหรือเศรษฐกิจของประเทศ การแข่งขันอย่างเป็นธรรม การป้องกันหรือขจัดการกีดกันหรือการผูกขาด การคุ้มครองผู้บริโภค การจัดระเบียบการประกอบอาชีพเพียงเท่าที่จำเป็นหรือเพื่อประโยชน์สาธารณะอย่างอื่น”

บุคคลโดยปกติจะมีเสรีภาพในการประกอบธุรกิจ อาชีพใดๆ ก็ได้โดยที่ธุรกิจนั้นจะต้องเป็นธุรกิจหรืออาชีพที่ไม่ผิดกฎหมาย แต่การประกอบธุรกิจ อาชีพก็อาจถูกจำกัดได้ ถ้าเป็นการจำกัดเสรีภาพเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 มาตรา 46 บัญญัติว่า

“สิทธิของผู้บริโภคย่อมได้รับความคุ้มครอง

บุคคลย่อมมีสิทธิรวมกันจัดตั้งองค์กรของผู้บริโภคเพื่อคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค

องค์กรของผู้บริโภคตามวรรคสองมีสิทธิรวมกันจัดตั้งเป็นองค์กรที่มีความเป็นอิสระเพื่อให้เกิดพลังในการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภคโดยได้รับการสนับสนุนจากรัฐ ทั้งนี้ หลักเกณฑ์และวิธีการจัดตั้งอำนาจในการเป็นตัวแทนของผู้บริโภค และการสนับสนุนด้านการเงินจากรัฐ ให้เป็นไปตามที่กฎหมายบัญญัติ”

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยได้รับรองสิทธิของผู้บริโภคที่ย่อมได้รับความคุ้มครองจากรัฐ โดยการคุ้มครองผู้บริโภคโดยรัฐ เช่น การตั้งสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) โดยตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 มีอำนาจหน้าที่ในการรับเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภค ติดตามสอดส่องผู้ประกอบธุรกิจ ให้ความรู้แก่ผู้บริโภค ฯลฯ

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 มาตรา 61 บัญญัติว่า

“รัฐต้องจัดให้มีมาตรการหรือกลไกที่มีประสิทธิภาพในการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภคด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านการรู้ข้อมูลที่เป็นจริง ด้านความปลอดภัย ด้านความเป็นธรรมในการทำสัญญา หรือด้านอื่นใดอันเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค”

3.1.2 ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์

การทำสัญญาโดยทั่วไปจะเข้าลักษณะของเรื่องนิติกรรมสัญญาภายใต้ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ กล่าวคือ โดยหลักแล้วผู้ประกอบธุรกิจและผู้บริโภคมีเสรีภาพในการเข้าทำสัญญา (Freedom of Contract) ได้ตามหลักอิสระในทางแพ่ง (Private Autonomy) และภายใต้กรอบและข้อจำกัดของกฎหมาย[1]

หลักอิสระในทางแพ่ง (Private Autonomy) หมายถึง อำนาจของเอกชนในการตัดสินใจเกี่ยวกับขอบเขตทางกฎหมายของตนเองด้วยตนเองทั้งในส่วนตัวและทรัพย์สิน ในทางส่วนตัวอาจเป็นเรื่องการหย่า การสมรส ในทางทรัพย์สินอาจเป็นการซื้อขาย การให้ การแลกเปลี่ยน ซึ่งสามารถจัดการโดยใช้นิติกรรมสัญญา[2]

ส่วนหลักเสรีภาพในการทำสัญญา (Freedom of Contract) เป็นหลักที่ซ้อนอยู่ในหลักอิสระในทางแพ่ง หลักเสรีภาพในการทำสัญญาจึงมีบทบัญญัติเป็นกฎหมายลายลักษณ์อักษรในมาตรา 151 ที่บัญญัติว่า “การใดเป็นการแตกต่างกับบทบัญญัติของกฎหมาย ถ้ามิใช่กฎหมายอันเกี่ยวกับความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน การนั้นไม่เป็นโมฆะ” ซึ่งพิจารณาให้เห็นเป็นรูปธรรมได้ดังนี้[3]

1) หลักเสรีภาพในการทำสัญญากับองค์ประกอบของสัญญาที่คู่สัญญามีสิทธิจะเลือกเข้าทำสัญญากับใครก็ได้ มีเสรีภาพที่จะเลือกวัตถุประสงค์ของสัญญาอย่างไรก็ได้ มีเสรีภาพในการเลือกแบบในการทำสัญญาว่าจะทำแบบวาจา ลายลักษณ์อักษร หรือกิริยาอาการ และมีเสรีภาพในการคิด ตัดสินใจว่าจะทำสัญญาหรือไม่กล่าวคือมีเสรีภาพในการแสดงเจตนาออกมาตามที่ตนตัดสินใจไว้

2) หลักเสรีภาพในการทำสัญญาในความสัมพันธ์กับเนื้อหาของสัญญา มีเสรีภาพที่จะกำหนดเนื้อหาของสัญญาอย่างไรก็ได้แม้จะแตกต่างจากที่กฎหมายกำหนดตราบที่ไม่ขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน

3) หลักเสรีภาพในการทำสัญญากับผลของสัญญา คู่สัญญามีเสรีภาพในการกำหนดผลของสัญญาอย่างไรก็ได้ กฎหมายจะรับรองให้มีผลสมดังเจตนาตามหลัก Pacta Sund Servanda

---

[1] ศนันท์กรณ์ โสตถิพันธุ์, คำอธิบายนิติกรรม-สัญญา, (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์วิญญูชน , 2559), หน้า 297

[2] ศนันท์กรณ์ โสตถิพันธุ์, คำอธิบายนิติกรรม-สัญญา, หน้า 27

[3] ศนันท์กรณ์ โสตถิพันธุ์, เรื่องเดียวกัน, หน้า 294

แต่ทว่า แม้ว่าคู่สัญญามีเสรีภาพในการทำสัญญาจากที่กล่าวมาข้างต้น แต่เสรีภาพดังกล่าวก็ต้องอยู่ภายในขอบเขตอันสมควรเพื่อมิให้การใช้เสรีภาพในการทำสัญญาบางบุคคลกระทบหรือก่อความเสียหายแก่สังคมส่วนรวม เสรีภาพในการทำสัญญาจึงอาจถูกจำกัดดังนี้[4]

1) การจำกัดเสรีภาพในการทำสัญญาในความสัมพันธ์กับองค์ประกอบของสัญญา

(ก) เสรีภาพในการเลือกวัตถุประสงค์ของสัญญาอาจถูกจำกัดด้วยกฎหมายที่เกี่ยวกับความสงบเรียบร้อย ด้วยความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชนและด้วยความเป็นไปได้[5]

(ข) เสรีภาพในการเลือกคู่สัญญาอาจถูกจำกัดได้ หากคู่สัญญาเป็นผู้ดำเนินกิจการในลักษณะผูกขาด ดังนั้นเขาย่อมไม่มีเสรีภาพในการเลือกบุคคลที่จะเข้ามาทำสัญญาด้วย เพราะกฎหมายบังคับให้ต้องทำสัญญากับบุคคลทุกคนโดยเสมอกัน

(ค) เสรีภาพในการตัดสินใจอาจถูกจำกัดเพื่อคุ้มครองประโยชน์ของคู่กรณีอีกฝ่ายหนึ่งเข้ามาเกี่ยวข้อง

(ง) เสรีภาพในการเลือกวิธีการหรือแบบในการทำสัญญานั้นอาจถูกจำกัดด้วยกฎหมาย ในกรณีที่กฎหมายกำหนดให้สัญญาบางชนิดต้องทำตามแบบอย่างใดอย่างหนึ่งโดยเฉพาะเจาะจง

2) การจำกัดเสรีภาพในเนื้อหาของสัญญา

(ก) กฎหมายที่จำกัดเสรีภาพของคู่สัญญาที่มีอำนาจทางเศรษฐกิจเหนือกว่า ได้แก่ การจำกัดเสรีภาพด้วยพระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540 การจำกัดเสรีภาพด้วยพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญา

(ข) การใช้เสรีภาพของคู่สัญญาที่มีอำนาจทางเศรษฐกิจเหนือกว่าโดยคู่สัญญาฝ่ายที่มีอำนาจทางเศรษฐกิจด้อยกว่าไม่มีเสรีภาพในการกำหนดเนื้อหาของสัญญา

(ค) ข้อตกลงสหภาพแรงงานนายจ้างและสหภาพแรงงานลูกจ้างซึ่งมีผลให้นายจ้างและลูกจ้างที่เป็นสมาชิกของสหภาพไม่มีเสรีภาพในการกำหนดเนื้อหาของสัญญาเป็นอย่างอื่น

---

[4] ศนันท์กรณ์ โสตถิพันธุ์, เรื่องเดียวกัน, หน้า 297

[5] ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 150

(ง) กฎหมายเฉพาะ เช่น กฎหมายกำหนดราคาควบคุมสินค้าบางประเภท กฎหมายแรงงาน

3.1.3 พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม

กาทำสัญญาของบุคคลตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ซึ่งได้ศึกษามาจากหัวข้อ 3.1.2 ที่มีหลักเสรีภาพในการเข้าทำสัญญา (Freedom of Contract) ได้ตามหลักอิสระในทางแพ่ง (Private Autonomy) และภายใต้กรอบและข้อจำกัดของกฎหมายนั้น ต่อมามีการเปลี่ยนแปลงทางสังคม เศรษฐกิจและอุตสาหกรรม จึงก่อให้เกิดความไม่ยุติธรรมในการทำสัญญาขึ้น รัฐจึงมีความจำเป็นที่จะต้องคุ้มครองคู่สัญญาฝ่ายที่ด้อยหรือเสียเปรียบกว่าโดยออกกฎหมายจำกัดเสรีภาพในการทำสัญญาเพื่อประโยชน์ต่อสังคมโดยรวมให้มีความสงบสุข ดังนั้น จึงมีการออกประกาศพระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540 ขึ้น โดยพระราชบัญญัตินี้ได้ร่างขึ้นโดยเอา Unfair Contract Terms Act 1977 ของประเทศอังกฤษมาเป็นต้นแบบ เพื่อมุ่งคุ้มครองคู่สัญญาฝ่ายที่ด้อยหรือเสียเปรียบมิให้ต้องรับผลที่มาจากการทำข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมซึ่งเป็นสัญญาที่เกิดขึ้นแล้ว จึงเป็นการคุ้มครองคู่สัญญาฝ่ายที่ด้อยหรือเสียเปรียบหลังการทำสัญญา โดยกฎหมายฉบับนี้กำหนดให้ศาลใช้เป็นเครื่องมือในการพิจารณาพฤติการณ์และตัดสินเพื่ออำนวยความยุติธรรมและสร้างความเป็นธรรมให้แก่คู่สัญญาเป็นสำคัญโดยมุ่งให้ศาลเป็นผู้ตรวจสอบสัญญาที่มีอยู่ในขอบเขตของกฎหมายฉบับนี้ว่ามีลักษณะของการเอารัดเอาเปรียบมากเกินไปหรือไม่ หากมีการเอาเปรียบเกินไปก็ให้ศาลมีอำนาจที่จะพิพากษาให้มีผลบังคับกันได้เพียงเท่าที่เป็นธรรมและพอสมควรแก่กรณี[6]

ลักษณะของสัญญาที่อยู่ภายใต้บังคับของพระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540 ได้แก่[7]

1) สัญญาระหว่างผู้บริโภคกับผู้ประกอบธุรกิจการค้าหรือวิชาชีพ ตามมาตรา 4 บัญญัติในส่วนนี้ว่า “ข้อตกลงในสัญญาระหว่างผู้บริโภคกับผู้ประกอบธุรกิจการค้าหรือวิชาชีพ... ที่ทำให้ผู้ประกอบธุรกิจการค้าหรือวิชาชีพ... ได้เปรียบคู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งเกินสมควร เป็นข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมและให้มีผลบังคับได้เพียงเท่าที่เป็นธรรมและพอสมควรแก่กรณีเท่านั้น”

---

[6] จรัญ ภักดีธนากุล, สรุปสาระสำคัญพระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ.2540, (ดุลพาห 45.1 มกราคม – มิถุนายน 2541) :3

[7] ศนันท์กรณ์ โสตถิพันธุ์, เรื่องเดิม, หน้า 508

“ผู้ประกอบธุรกิจการค้าหรือวิชาชีพ” หมายความว่า ผู้เข้าทำสัญญาในฐานะผู้ขาย ผู้ให้เช่า ผู้ให้เช่าซื้อ ผู้ให้กู้ ผู้รับประกันภัย หรือผู้เข้าทำสัญญาอื่นใดเพื่อจัดให้ซึ่งทรัพย์สิน บริการ หรือประโยชน์อื่นใด ทั้งนี้ การเข้าทำสัญญานั้นต้องเป็นไปเพื่อการค้า ทรัพย์สิน บริการ หรือประโยชน์อื่นใดนั้นเป็นทางค้าปกติของตน[8]

ส่วน “ผู้บริโภค” หมายความว่า ผู้เข้าทำสัญญาในฐานะผู้ซื้อ ผู้เช่า ผู้เช่าซื้อ ผู้กู้ ผู้เอาประกันภัย หรือผู้เข้าทำสัญญาอื่นใดเพื่อให้ได้มา ซึ่งทรัพย์สิน บริการ หรือประโยชน์อื่นใดโดยมีค่าตอบแทน ทั้งนี้ การเข้าทำสัญญานั้นต้องเป็นไปโดยมิใช่เพื่อการค้า ทรัพย์สิน บริการ หรือประโยชน์อื่นใดนั้น และให้หมายความรวมถึงผู้เข้าทำสัญญาในฐานะผู้ค้ำประกันของบุคคลดังกล่าวซึ่งมิได้กระทำเพื่อการค้าด้วย[9]

เห็นได้ว่า คู่สัญญาฝ่ายหนึ่งเป็นฝ่ายประกอบธุรกิจการค้าหรือวิชาชีพซึ่งโดยทั่วไปแล้วต้องมีความรู้ความเข้าใจและความชำนาญในธุรกิจของตนเอง มีอำนาจทางเศรษฐกิจที่เหนือกว่าและเชี่ยวชาญในการทำสัญญากับผู้บริโภคจำนวนมาก จึงมีความสามารถในการนำกฎหมายมาใช้เพื่อประโยชน์ของตน พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540 จึงกำหนดให้ศาลสามารถใช้ดุลยพินิจปรับลดข้อสัญญาที่คู่สัญญาทำสัญญาเอาเปรียบผู้บริโภค โดยปรับให้เป็นธรรมและพอสมควรแก่กรณีซึ่งศาลอาจจะเอาแนวทางที่บัญญัติไว้ในมาตรา 4 วรรคสาม มาพิจารณาว่าแค่ไหนเพียงไรเป็นการที่ “เป็นธรรมและพอสมควรแก่กรณี”

2) สัญญาสำเร็จรูป ตามมาตรา 4 หมายความว่า สัญญาที่ทำเป็นลายลักษณ์อักษรโดยมีการกำหนดข้อสัญญาที่เป็นสาระสำคัญไว้ล่วงหน้า ไม่ว่าจะทำในรูปแบบใด ซึ่งคู่สัญญาฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดนำมาใช้ในการประกอบกิจการของตน[10] ซึ่งลักษณะสัญญาสำเร็จรูปเป็นลักษณะที่ผู้ประกอบธุรกิจการค้าหรือวิชาชีพเพียงฝ่ายเดียวกำหนดเนื้อหาข้อสัญญาไว้เป็นลายลักษณ์อักษรล่วงหน้าโดยมุ่งหมายให้ผู้บริโภคที่จะมาเข้าทำสัญญาด้วยแสดงเจตนาทำสัญญาได้ทันทีโดยไม่ต้องเสียเวลาต่อรองเจรจาอีก ซึ่งสัญญาลักษณะนี้ส่วนมากจะมีข้อสัญญาที่ผู้ประกอบธุรกิจการค้าหรือวิชาชีพเอาเปรียบผู้บริโภค กล่าวได้ว่าผู้บริโภคมีเพียงเสรีภาพแค่เพียงว่าจะเลือกทำหรือไม่ทำสัญญาเท่านั้น ซึ่งถ้าเลือกทำสัญญาก็จะต้องถูกบังคับทำตามเนื้อหาสัญญาที่ตนเข้าทำสัญญานั้น ซึ่งสัญญาประเภทนี้เรียกอีก

---

[8] พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ.2540 มาตรา 3

[9] พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ.2540 มาตรา 3

[10] พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ.2540 มาตรา 3

อย่างว่าสัญญาจำยอม ดังนั้น พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540 จึงกำหนดให้ศาลสามารถใช้ดุลยพินิจปรับลดข้อสัญญาที่คู่สัญญาทำสัญญาเอาเปรียบผู้บริโภค โดยปรับให้เป็นธรรมและพอสมควรแก่กรณีซึ่งศาลอาจจะเอาแนวทางที่บัญญัติไว้ในมาตรา 4 วรรคสาม มาพิจารณาว่าแค่ไหนเพียงไรเป็นการที่ “เป็นธรรมและพอสมควรแก่กรณี” และ ในถ้าหากกรณีที่มีข้อสงสัยในข้อสัญญา ให้ตีความสัญญาสำเร็จรูปไปในทางที่เป็นคุณแก่ฝ่ายซึ่งมิได้เป็นผู้กำหนดสัญญาสำเร็จรูปนั้น[11]

ปัญหาที่เกิดขึ้นจากสัญญาให้บริการสมาชิกสนามกอล์ฟส่วนใหญ่เกิดขึ้นเนื่องมาจากการที่ผู้ประกอบการจงใจเอาเปรียบผู้ใช้บริการในการเข้าทำสัญญา โดยใช้สัญญาสำเร็จรูปในการทำสัญญากับผู้ใช้บริการ ซึ่งมีผลทำให้ผู้ใช้บริการไม่มีอำนาจในการต่อรองรายละเอียดของสัญญา นอกจากนี้สัญญายังมีรูปแบบและเนื้อหาที่ไม่ครบถ้วน ไม่ชัดแจ้ง แจ้งรายละเอียดที่เกินจริง หรือไม่แจ้งสิทธิที่ผู้ใช้บริการควรทราบส่งผลให้ผู้ใช้บริการทำสัญญาโดยไม่ทราบถึงสิทธิและรายละเอียดที่แท้จริง

3) ข้อตกลง ประกาศหรือคำแจ้งความที่ได้ทำไว้ล่วงหน้าเพื่อยกเว้นหรือจำกัดความรับผิดเพื่อละเมิดหรือผิดสัญญา ตามมาตรา 8

แนวทางการพิจารณาว่าลักษณะของข้อตกลงใดที่มีลักษณะหรือมีผลให้คู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งปฏิบัติหรือรับภาระเกินกว่าที่วิญญูชนจะพึงคาดหมายได้ตามปกติซึ่งเป็นข้อตกลงที่อาจถือได้ว่าทำให้ได้เปรียบคู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งมีดังนี้[12]

1) ข้อตกลงยกเว้นหรือจำกัดความรับผิดที่เกิดจากการผิดสัญญา

2) ข้อตกลงให้ต้องรับผิดหรือรับภาระมากกว่าที่กฎหมายกำหนด

3) ข้อตกลงให้สัญญาสิ้นสุดลงโดยไม่มีเหตุผลอันสมควร หรือให้สิทธิบอกเลิกสัญญาได้โดยอีกฝ่ายหนึ่งมิได้ผิดสัญญาในข้อสาระสำคัญ

(4) ข้อตกลงให้สิทธิที่จะไม่ปฏิบัติตามสัญญาข้อหนึ่งข้อใด หรือปฏิบัติตามสัญญาในระยะเวลาที่ล่าช้าได้โดยไม่มีเหตุผลอันสมควร

---

[11] พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ.2540 มาตรา 4 วรรคสอง

[12] พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ.2540 มาตรา 4 วรรคสาม

5) ข้อตกลงให้สิทธิคู่สัญญาฝ่ายหนึ่งเรียกร้องหรือกำหนดให้อีกฝ่ายหนึ่งต้องรับภาระเพิ่มขึ้นมากกว่าภาระที่เป็นอยู่ในเวลาทำสัญญา

จากที่กล่าวมาข้างต้น หมายความว่าสัญญาที่มีลักษณะนอกเหนือไปจากที่กำหนดศาลก็ไม่มีอำนาจในการใช้ดุลยพินิจปรับลดข้อสัญญาได้

สัญญาที่มีข้อสัญญาไม่เป็นธรรมนั้นมีความสมบูรณ์ตามกฎหมายทุกประการโดยหลักคือข้อสัญญาในสัญญายังส่งผลในกฎหมายต่อไปได้ เพียงแต่สัญญาหรือข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมนั้นอาจถูกศาลใช้ดุลยพินิจพิจารณาให้สัญญาหรือข้อสัญญามีผลได้เพียงเท่าที่ “เป็นธรรมและพอสมควรแก่กรณี” ซึ่งแค่ไหนที่ “เป็นธรรมและพอสมควรแก่กรณี” ย่อมขึ้นอยู่กับศาลพิจารณาเป็นกรณีๆ ไปซึ่งการใช้ดุลยพินิจต้องพิจารณาไปตามแนวหลักเกณฑ์ตามมาตรา 10 ด้วย โดยพิเคราะห์ถึงพฤติการณ์ทั้งปวงรวมทั้ง[13]

1) ความสุจริต อำนาจต่อรอง ฐานะทางเศรษฐกิจ ความรู้ความเข้าใจ ความสันทัดจัดเจน ความคาดหมาย แนวทางที่เคยปฏิบัติ ทางเลือกอย่างอื่น และทางได้เสียทุกอย่างของคู่สัญญาตามสภาพที่เป็นจริง

2) ปกติประเพณีของสัญญาชนิดนั้น

3) เวลาและสถานที่ในการทำสัญญาหรือในการปฏิบัติตามสัญญา

4) การรับภาระที่หนักกว่ามากของคู่สัญญาฝ่ายหนึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับคู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่ง

3.1.4 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค

โดยทั่วไปแล้วความผูกพันของบุคคลในการเข้าสัญญาจะอยู่ภายใต้หลักนิติกรรมสัญญาแห่งประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์คือ มีเสรีภาพในการเข้าทำสัญญา (Freedom of Contract) ตราบใดที่มิใช่การใดที่มีวัตถุประสงค์เป็นการต้องห้ามชัดแจ้งโดยกฎหมายเป็น เป็นการพ้นวิสัยหรือเป็นการขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน[14] และการใดแตกต่างกับบทบัญญัติ

[13] พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ.2540 มาตรา 10

[14] ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 150

ของกฎหมาย ถ้ามิใช่กฎหมายอันเกี่ยวกับความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน การนั้นย่อมไม่เป็นโมฆะ[15]

ต่อมาเมื่อสภาวะสังคม เศรษฐกิจ และเทคโนโลยีเปลี่ยนไป การทำธุรกิจไม่ว่าจะเป็นการขายสินค้า หรือบริการมีความซับซ้อนขึ้น ดังนั้น เมื่อสภาวะตลาดเปลี่ยนไป ข้อตกลงระหว่างผู้ประกอบธุรกิจและผู้บริโภคจึงมีลักษณะที่ไม่ตั้งอยู่ในความเท่าเทียมกัน ในด้านการทำสัญญามีแนวโน้มในการใช้ข้อตกลงที่มีลักษณะสำเร็จรูปที่เรียกกันว่า Standard Form Contract มากขึ้น สัญญาสำเร็จรูปดังกล่าวนี้มีข้อความที่ผู้ประกอบการกำหนดขึ้นเพื่อคุ้มครองประโยชน์ฝ่ายตนมากที่สุดถึงขั้นที่เกิดความไม่เป็นธรรม หรือเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคนั่นเอง[16]

ดังนั้น พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 จึงได้มีการแก้ไขเพิ่มเติมในเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญาโดยมีการเพิ่มบทบัญญัติในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญาในส่วนที่ 2 ทวิ ตั้งแต่มาตรา 35 ทวิ ถึงมาตรา 35 นว ในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 2)[17] การเพิ่มบทบัญญัติดังกล่าวเนื่องมาจากปัญหาที่เกิดจากข้อตกลงที่มีลักษณะไม่เป็นธรรมในสัญญาต่อผู้บริโภคทวีมากขึ้น[18] และรัฐต้องการกำหนดสิทธิของผู้บริโภคเพิ่มขึ้นคือ สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา ซึ่งการให้ความคุ้มครองทางด้านสัญญานั้นมุ่งหมายจะควบคุมล่วงหน้าโดยการตรวจสอบเนื้อหาสาระสำคัญของสัญญาโดยให้ความคุ้มครองในช่วงก่อนเข้าทำสัญญา เป็นมาตรการทางกฎหมายที่มีความมุ่งหมายที่จะควบคุมโดยหน่วยงานรัฐ คือ คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค คณะกรรมการว่าด้วยสัญญา ซึ่งเป็นคณะกรรมการเฉพาะเรื่องมีอำนาจหน้าที่ในเรื่องเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคตามกฎหมายฉบับนี้[19] ประกอบด้วยกรรมการไม่น้อยกว่า 7 คนแต่ไม่เกิน 13 คน กรรมการดังกล่าวอยู่ในตำแหน่งคราวละ 2 ปี กรรมการที่พ้นจากตำแหน่งแล้วอาจได้รับการแต่งตั้งอีกก็ได้

---

[15] ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 151

[16] สุษม ศุภนิตย์, คำอธิบายกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค, (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2556), หน้า 261

[17] สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค, สคบ.กับการคุ้มครองผู้บริโภค, หน้า 27

[18] สุษม ศุภนิตย์, เรื่องเดิม, หน้า 261

[19] พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 มาตรา 14

หลักเกณฑ์ในการควบคุมสัญญาธุรกิจของคณะกรรมการว่าด้วยสัญญา ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 แบ่งออกเป็น ธุรกิจควบคุมสัญญาและธุรกิจที่ควบคุมรายการในหลักฐานการรับเงิน ซึ่งในวิจัยนี้จะศึกษาเฉพาะธุรกิจควบคุมสัญญาซึ่งเกี่ยวข้องกับหัวข้อวิจัย

ซึ่งธุรกิจควบคุมสัญญาตามมาตรา มาตรา 35 ทวิ วรรคแรก บัญญัติว่า “ในการประกอบธุรกิจขายสินค้าหรือให้บริการใด ถ้าสัญญาซื้อขายหรือสัญญาให้บริการนั้นมีกฎหมายกำหนดให้ต้องทำเป็นหนังสือ หรือที่ตามปกติประเพณีทำเป็นหนังสือ คณะกรรมการว่าด้วยสัญญามีอำนาจกำหนดให้การประกอบธุรกิจขายสินค้าหรือให้บริการนั้นเป็นธุรกิจควบคุมสัญญาได้” จากบทบัญญัติดังกล่าว จะเห็นได้ว่ามิใช่ว่าสัญญาทุกประเภทที่ทำกันจะตกอยู่ภายใต้ข้อบังคับของกฎหมายฉบับดังกล่าวเสมอไป คณะกรรมการว่าด้วยสัญญามีอำนาจการควบคุม บังคับเฉพาะสัญญาที่ทำขึ้นในประกอบธุรกิจขายสินค้าหรือให้บริการตามมาตรา 35 ทวิ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ซึ่งแบ่งเป็น 2 กรณีคือ

1) ธุรกิจที่สัญญาซื้อขายหรือสัญญาให้บริการนั้นมีกฎหมายกำหนดให้ต้องทำเป็นหนังสือ หรือ

2) ธุรกิจที่ตามปกติประเพณีทำสัญญาเป็นหนังสือ

ดังนั้น ถ้าธุรกิจใดที่ไม่เข้าองค์ประกอบในการเป็นธุรกิจที่สามารถควบคุมสัญญาได้ตามที่กฎหมายกำหนดไว้ คณะกรรมการว่าด้วยสัญญาก็ไม่มีอำนาจในการควบคุมเนื้อหาหรือการเข้าทำสัญญาในธุรกิจนั้นได้ กล่าวคือ ธุรกิจที่สัญญาซื้อขายหรือสัญญาให้บริการนั้นมิได้กำหนดให้ทำเป็นหนังสือหรือตามปกติประเพณีไม่ได้มีการทำสัญญาเป็นหนังสือ ก็ไม่ต้องด้วยมาตรา 35 ทวิ

เมื่อธุรกิจขายสินค้าหรือให้บริการใดคณะกรรมการว่าด้วยสัญญากำหนดให้การประกอบธุรกิจขายสินค้าหรือให้บริการนั้นเป็นธุรกิจควบคุมสัญญาแล้ว ในการประกอบธุรกิจควบคุมสัญญาสัญญาที่ผู้ประกอบธุรกิจทำกับผู้บริโภคจะต้องมีลักษณะดังต่อไปนี้[20]

(1) ใช้ข้อสัญญาที่จำเป็นซึ่งหากมิได้ใช้ข้อสัญญาเช่นนั้น จะทำให้ผู้บริโภคเสียเปรียบผู้ประกอบธุรกิจเกินสมควร

(2) ห้ามใช้ข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค

[20] พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 มาตรา 35 ทวิ วรรค 2

ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์ เงื่อนไข และรายละเอียดที่คณะกรรมการว่าด้วยสัญญากำหนดและเพื่อประโยชน์ของผู้บริโภคเป็นส่วนรวม คณะกรรมการว่าด้วยสัญญาจะให้ผู้ประกอบธุรกิจจัดทำสัญญาตามแบบที่คณะกรรมการว่าด้วยสัญญากำหนดก็ได้

การกำหนดตามวรรคหนึ่งและวรรคสอง ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่กำหนดโดยพระราชกฤษฎีกา[21]

นอกจากเงื่อนไขที่จะต้องเป็นประเภทธุรกิจที่จะถูกควบคุมสัญญาแล้ว คณะกรรมการว่าด้วยสัญญาจะต้องพิจารณาเลือกธุรกิจตามสมควรโดยมีหลักเกณฑ์และวิธีการเพื่อกำหนดให้การประกอบธุรกิจขายสินค้าหรือให้บริการเป็นธุรกิจที่ควบคุมสัญญา และกำหนดลักษณะของสัญญาที่ผู้ประกอบธุรกิจทำกับผู้บริโภค โดยการประกอบธุรกิจขายสินค้าหรือให้บริการนั้นจะต้องเข้าลักษณะหนึ่งลักษณะใด ดังต่อไปนี้[22]

(1) เป็นธุรกิจที่มีการใช้ข้อตกลงที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค

(2) เป็นธุรกิจที่มีการใช้สัญญาสำเร็จรูปอย่างแพร่หลาย

(3) เป็นธุรกิจที่ผู้ประกอบธุรกิจมีอำนาจต่อรองเหนือกว่าผู้บริโภค ทั้งนี้ โดยพิจารณาจากฐานะทางเศรษฐกิจ ความรู้ความเข้าใจ และความสันทัดจัดเจน

และในการกำหนดลักษณะของสัญญาต้องเป็นไปตามหลักเกณฑ์ดังต่อไปนี้[23]

(1) ให้ผู้บริโภคทราบสิทธิและหน้าที่ของตนตลอดจนข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการโดยชัดเจนตามควรแก่กรณี

(2) ไม่เป็นการจำกัดหรือยกเว้นความรับผิดของผู้ประกอบธุรกิจในส่วนที่เป็นสาระสำคัญโดยไม่มีเหตุผลที่สมควรเพียงพอ

(3) ต้องคำนึงถึงความสุจริตในการประกอบธุรกิจ

---

[21] พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 มาตรา 35 ทวิ วรรคท้าย

[22] พระราชกฤษฎีกากำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการในการกำหนดธุรกิจที่ควบคุมสัญญาและลักษณะของสัญญา พ.ศ. 2542 มาตรา 3

[23] พระราชกฤษฎีกากำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการในการกำหนดธุรกิจที่ควบคุมสัญญาและลักษณะของสัญญา พ.ศ. 2542 มาตรา 4

(4) ให้เยียวยาความเสียหายในเวลาอันสมควรในกรณีที่มีการฝ่าฝืนสัญญา

(5) จัดให้มีหลักฐานที่ชัดเจนเกี่ยวกับการแสดงเจตนาของผู้ประกอบธุรกิจในเรื่องที่เป็นสาระสำคัญต่อการคุ้มครองผู้บริโภค

(6) ต้องไม่เป็นการเพิ่มภาระเกินควรแก่การประกอบธุรกิจ

แต่ก่อนออกประกาศกำหนดธุรกิจที่ควบคุมสัญญาและลักษณะของสัญญาให้คณะกรรมการว่าด้วยสัญญารับฟังความคิดเห็นจากผู้ประกอบธุรกิจและผู้บริโภคที่ได้รับผลกระทบโดยตรง โดยคำนึงถึงขอบเขตและสภาพปัญหา เช่น การจัดสัมมนา การประชุม หรือให้ประชาชนทั่วไปแสดงความคิดเห็น ในการนี้จะรับฟังความเห็นจากหน่วยงานของรัฐ องค์กรที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจ หรือองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคด้วยก็ได้[24]

เมื่อคณะกรรมการว่าด้วยสัญญากำหนดให้สัญญาของการประกอบธุรกิจที่ควบคุมสัญญาต้องใช้ข้อสัญญาใด ไม่ใช้ข้อสัญญาใด เมื่อผู้ประกอบธุรกิจฝ่าฝืนไม่ทำตาม จะมีผลดังต่อไปนี้

เมื่อคณะกรรมการว่าด้วยสัญญากำหนดให้สัญญาของการประกอบธุรกิจที่ควบคุมสัญญาต้องใช้ข้อสัญญาใด หรือต้องใช้ข้อสัญญาใดโดยมีเงื่อนไขในการใช้ข้อสัญญานั้นด้วยตามมาตรา 35 ทวิแล้ว ถ้าสัญญานั้นไม่ใช้ข้อสัญญาดังกล่าวหรือใช้ข้อสัญญาดังกล่าวแต่ไม่เป็นไปตามเงื่อนไข ให้ถือว่าสัญญานั้นใช้ข้อสัญญาดังกล่าวหรือใช้ข้อสัญญาดังกล่าวตามเงื่อนไขนั้นแล้วแต่กรณี[25]

ถ้าเป็นกรณีที่คณะกรรมการว่าด้วยสัญญากำหนดให้สัญญาของการประกอบธุรกิจที่ควบคุมสัญญาต้องไม่ใช้ข้อสัญญาใดตามมาตรา 35 ทวิแล้ว ถ้าสัญญานั้นใช้ข้อสัญญาดังกล่าว ให้ถือว่าสัญญานั้นไม่มีข้อสัญญาเช่นว่านั้น[26]

อนึ่ง คณะกรรมการว่าด้วยสัญญามีอำนาจกำหนดให้ธุรกิจใดถูกควบคุมสัญญาได้ ต้องออกเป็นประกาศของคณะกรรมการว่าด้วยสัญญากำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการในการกำหนดธุรกิจที่ควบคุมสัญญาและลักษณะของสัญญาได้ โดยต้องออกประกาศควบคุมเป็นรายเฉพาะธุรกิจไป

---

[24] พระราชกฤษฎีกากำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการในการกำหนดธุรกิจที่ควบคุมสัญญาและลักษณะของสัญญา พ.ศ. 2542 มาตรา 5

[25] พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 มาตรา 35 ตรี

[26] พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 มาตรา 35 จัตวา

3.2 กฎหมายต่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการทำสัญญาให้บริการสมาชิกสนามกอล์ฟ

ประเทศสหรัฐอเมริกาและประเทศญี่ปุ่นเป็นประเทศที่พัฒนาแล้วซึ่งทั้งสองประเทศเป็นประเทศที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจเป็นอันดับต้นๆ ของโลก จึงทำให้มีการบริโภคที่มากและประกอบธุรกิจที่หลากหลายซับซ้อนตามสภาพสังคม เศรษฐกิจ เทคโนโลยีที่พัฒนาอย่างต่อเนื่อง จากที่กล่าวมาข้างต้น จึงเกิดสภาพตามคำกล่าวที่ว่า “ที่ใดเกิดการบริโภคที่มากขึ้น ที่นั้นย่อมเกิดปัญหาการบริโภคตามมา”

ผู้เขียนจึงเลือกกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญาของประเทศสหรัฐอเมริกา (มลรัฐแคลิฟอร์เนีย) และ ประเทศญี่ปุ่นซึ่งทั้งสองประเทศใช้ระบบกฎหมายที่ต่างกัน กล่าวคือประเทศสหรัฐอเมริกาใช้ระบบกฎหมายจารีตประเพณี (Common Law) ประเทศญี่ปุ่นใช้ระบบกฎหมายแบบลายลักษณ์อักษร (Civil Law) แม้ทั้งสองประเทศนี้จะมิได้มีกฎหมายควบคุมธุรกิจให้บริการสนามกอล์ฟเป็นการเฉพาะ แต่ผู้เขียนศึกษากฎหมายในประเด็นการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการทำสัญญาว่ากฎหมายทั้งสองประเทศมีแนวทางในการคุ้มครองผู้บริโภคในด้านการทำสัญญาระหว่างผู้ประกอบธุรกิจกับผู้บริโภคอย่างไร เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการทำสัญญากรณีสมาชิกสนามกอล์ฟ รวมทั้งผู้เขียนได้รวบรวมสัญญาให้บริการสมาชิกสนามกอล์ฟทั้งสองประเทศเพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดสัญญาให้บริการสมาชิกสนามกอล์ฟของประเทศไทยตามความเหมาะสมต่อไป[27]

3.2.1 ประเทศสหรัฐอเมริกา (มลรัฐแคลิฟอร์เนีย)

ประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นประเทศที่นิยมกีฬากอล์ฟมากที่สุดในโลกและมีมูลค่าตลาดธุรกิจกอล์ฟมากที่สุดในโลก โดย National Golf Foundation เป็นสถาบันที่รวบรวมข้อมูลเก็บสถิติเกี่ยวกับอุตสาหกรรมกอล์ฟโดยได้รวบรวมสถิติปี 2017 นักกอล์ฟชาวอเมริกันประมาณ 32 ล้านคน และมีสนามกอล์ฟในประเทศอเมริกามากถึง 14,000 สนาม[28] โดยมลรัฐแคลิฟอร์เนียมีการลงทุนในธุรกิจสนามกอล์ฟถึง 6.3 พันล้านดอลล่าร์สหรัฐ มีจำนวนสนามกอล์ฟประมาณ 921 สนาม ค่าแรง

---

[27] ภาคผนวก ข. ตัวอย่างสัญญาสมาชิกสนามกอล์ฟประเทศสหรัฐอเมริกา (มลรัฐแคลิฟอร์เนีย) และ ภาคผนวก ค. ตัวอย่างสัญญาสมาชิกสนามกอล์ฟประเทศญี่ปุ่น

[28] National Golf Foundation, Golf Industry Facts, https://www.ngf.org/golf-industry-research/#golf-course-supply, [ออนไลน์], 15 มีนาคม 2562

ของแรงงานในธุรกิจสนามกอล์ฟของลูกจ้างรวมมีมูลค่า 4.1 พันล้านดอลล่าร์สหรัฐ สร้างงานได้ถึง 128,000 ตำแหน่งงาน[29]

กฎหมายประเทศสหรัฐอเมริกามีทั้ง Federal Law และ State Law ในวิจัยหัวข้อนี้จะศึกษาแนวทางกฎหมายเกี่ยวกับสัญญาประเด็นคุ้มครองผู้บริโภคในด้านการทำสัญญาเฉพาะมลรัฐแคลิฟอร์เนีย (California State Law)

3.2.1.1 องค์กรที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการทำสัญญา

องค์กรที่เกี่ยวข้องในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการทำสัญญามลรัฐแคลิฟอร์เนียมี California Department Consumer Affairs (DCA) มีหน้าที่ในการคุ้มครองผู้บริโภคโดยบังคับใช้กฎหมายเกี่ยวกับผู้บริโภค เช่น เพิกถอนธุรกิจ ออกคำสั่งระงับธุรกิจชั่วคราว เป็นต้น ทั้งยังมีหน้าที่เกี่ยวกับการอนุญาตประกอบธุรกิจวิชาชีพต่างๆ ตามที่กฎหมายกำหนดไว้เป็นการเฉพาะ มีการรับเรื่องร้องเรียนไกล่เกลี่ยข้อพิพาทระหว่างผู้ประกอบธุรกิจและผู้บริโภค

องค์กร Office of Attorney General, State of California Department of Justice เป็นองค์กรดูแลเรื่องความปลอดภัยในมลรัฐนี้ โดยบังคับใช้กฎหมายช่วยเหลือประชาชนที่ถูกฉ้อฉลจากการประกอบธุรกิจที่ผิดกฎหมายและอาชญากรรมด้านผู้บริโภคด้วย

ส่วนองค์กร Federal Trade Commission เป็นคณะกรรมาธิการการค้าแห่งสหรัฐอเมริกา (FTC) ซึ่งเป็นหน่วยที่มีหน้าที่ดูแล ควบคุมการแข่งขันของผู้ประกอบธุรกิจและคุ้มครองผู้บริโภค หน่วยงานย่อยคือ Bureaus of Consumer Protection ซึ่งดูแลคุ้มครองผู้บริโภคโดยเฉพาะ

3.2.1.2 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการทำสัญญา

สำหรับมลรัฐแคลิฟอร์เนียนั้นไม่ได้มีการออกกฎหมายออกมาเพื่อควบคุมเฉพาะสัญญาสมาชิกสนามกอล์ฟโดยตรง ดังนั้น สัญญาทุกประเภทจะตกอยู่ภายใต้กฎหมายว่าด้วยสัญญาและแนวคิดในการคุ้มครองผู้บริโภคในการเข้าทำสัญญาที่ไม่เป็นธรรม เว้นแต่สัญญาบางประเภทอาจจะมีกฎหมายออกมาเพื่อใช้ควบคุมธุรกิจบางประเภทโดยเฉพาะ อาทิเช่น สัญญาสำหรับศูนย์ให้บริการ

[29] We Are Golf, Economy State by State, http://wearegolf.org/economy/state-by-state/, [ออนไลน์], 15 มีนาคม 2562

สุขภาพ (Contracts for Health Studio Services)[30] สัญญาให้บริการจัดหาคู่ (Dating Service Contracts)[31] เป็นต้น

การให้ความคุ้มครองด้านการทำสัญญาของมลรัฐแคลิฟอร์เนียจะอยู่ในส่วนของ Division 3 ในเรื่องหนี้ Obligations โดยจะแบ่งเป็น 4 ส่วน โดยส่วนที่ 1 (Part1) กล่าวถึงลักษณะทั่วไป ส่วนที่ 2 (Part2) สัญญา ในส่วนนี้มีการกำหนดหลักเกณฑ์ทั่วไปในการเข้าทำสัญญา การผูกพันสัญญา สัญญาที่ขัดต่อกฎหมาย และการเลิกสัญญาโดยทั่วไปทั้งยังมีการกำหนดหลักเกณฑ์ในการใช้สิทธิเลิกสัญญาของผู้บริโภคและข้อกำหนดในการเข้าทำสัญญาสำหรับสัญญาบางประเภทที่กฎหมายกำหนดไว้โดยเฉพาะอีกด้วย ส่วนที่ 3 (Part3) การบังคับ และส่วนที่ 4 (Part4) หนี้ที่เกิดจากธุรกรรมเฉพาะประเภทซึ่งเป็นลักษณะเป็นการจำกัดข้อตกลงในการทำสัญญาระหว่างคู่สัญญาและคุ้มครองผู้ที่เข้าทำสัญญาตามลักษณะที่กำหนดกรณีอื่นๆ เป็นการกำหนดเพื่อปกป้องประชาชนจากการหลอกลวง ข้อสัญญาที่เกิดภาระผูกพันจนเกินสมควร และการปฏิบัติที่ไม่เป็นธรรมกรณีอื่นๆ อันจะก่อให้เกิดความเสียหายกับการผูกพันในสัญญาลักษณะดังกล่าว[32]

ส่วนประเภทธุรกิจหรือสัญญาระหว่างผู้ประกอบธุรกิจและผู้บริโภคในรูปแบบอื่นๆ ที่นอกเหนือไปจากประเภทสัญญาหรือธุรกิจที่กฎหมายกำหนดหลักเกณฑ์คุ้มครองเฉพาะประเภทไว้ ก็ให้นำหลักกฎหมายที่มีและบังคับเกี่ยวกับสัญญาเรื่องนั้นๆ มาบังคับใช้อย่างเป็นธรรมและคุ้มครองสิทธิด้านสัญญาแก่ผู้บริโภค หลัก Unconscionability Provision[33] เป็นบทบัญญัติในกฎหมายลักษณะซื้อขายซึ่งต่อมาศาลก็ได้นำมาตรานี้ไปใช้กับสัญญาประเภทอื่นๆ เป็นการทั่วไปโดยการ

---

[30] The Civil Code of The State of California Section 1812.80-1812.98

[31] The Civil Code of The State of California Section 1694-1694.4

[32] ระวีอร วากะมะ, การคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญา : ศึกษากรณีธุรกิจที่ให้บริการลักษณะต่อเนื่อง, (วิทยานิพนธ์นิติศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2560), หน้า 134-135

[33] Uniform Commercial Code Section 2-302 “(1) If the court as a matter of law finds the contractor any clause of the contract to have been unconscionable at the time it was made the court may refuse to enforce the contract, or it may enforce the remainder of the contract without the unconscionable clause, or it may so limit the application of any unconscionable clause as to avoid any unconscionable result.

(2) When it is claimed or appears to the court that the contractor any clause thereof may be unconscionable the parties shall be afforded a reasonable opportunity to present evidence as to its commercial setting, purpose and effect to aid the court in making the determination.”

เทียบเคียง (Analogy) หรือเห็นว่าเป็นหลักกฎหมาย Equity ที่มีมาดั้งเดิมซึ่งเป็นบทบัญญัติที่คู่สัญญากล่าวอ้างได้ว่าข้อสัญญาใดไม่เป็นธรรม

ต่อมามีการจัดทำประมวลกฎหมายสัญญาเพื่อใช้บังคับกับสัญญาทุกประเภท (Restatement Second of Contract) ได้นำเอาหลัก Unconscionability ที่อยู่ใน Section 2-302 ของ Uniform Commercial Code มาบัญญัติไว้ในSection 1-208 ทำให้หลัก Unconscionability ซึ่งเป็นหลักทั่วไปมิได้จำกัดเพียงแต่สัญญาซื้อขายเท่านั้น[34]

ซึ่ง Section 2-302 ของ U.C.C บัญญัติว่า[35]

“หากศาลเห็นว่าสัญญาหรือข้อสัญญาไม่เป็นธรรม โดยพิเคราะห์จากเวลาขณะที่ทำสัญญาแล้ว ศาลอาจปฏิเสธที่จะบังคับสัญญาหรืออาจจะบังคับสัญญาโดยถือว่าสัญญานั้นมิได้มีข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมนั้นอยู่ หรืออาจจะให้ข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมนั้นใช้บังคับได้ในขอบเขตจำกัด เพื่อหลีกเลี่ยงมิให้เกิดผลที่ไม่เป็นธรรม ทั้งนี้ ให้ถือว่าการวินิจฉัยประเด็นข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมเป็นการวินิจฉัยในประเด็นข้อกฎหมาย

เมื่อมีการกล่าวอ้างหรือเมื่อปรากฏแก่ศาลว่าสัญญาหรือข้อสัญญาใดอาจจะไม่เป็นธรรม ให้คู่กรณีมีโอกาสอันควรที่จะแสดงหลักฐานเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางการค้า วัตถุประสงค์และผลของสัญญาหรือข้อสัญญานั้น เพื่อช่วยการวินิจฉัยของศาล”

3.2.1.3 แนวทางข้อสัญญาที่กฎหมายกำหนด

จากที่กล่าวมาข้างต้น ในหัวข้อนี้จะศึกษาการให้ความคุ้มครองด้านการทำสัญญาของมลรัฐแคลิฟอร์เนียโดยมุ่งศึกษาจากแนวทางที่กฎหมายกำหนดให้ควบคุมธุรกิจเฉพาะ ซึ่งธุรกิจเหล่านี้ผู้ประกอบธุรกิจจะทำสัญญากับผู้บริโภคโดยถูกกฎหมายกำหนดรูปแบบของสัญญา เพื่อเป็นแนวในการกำหนดข้อสัญญาที่เหมาะสม เป็นธรรมต่อผู้บริโภคสมาชิกสนามกอล์ฟ เพราะลักษณะของสัญญาที่ถูกกำหนดที่กล่าวมามีลักษณะคล้ายกับสัญญาสมาชิกสนามกอล์ฟ เช่น มีลักษณะเป็นสัญญาให้บริการต่อเนื่องเหมือนกัน มีลักษณะสัญญาต่างตอบแทนที่ผู้ประกอบธุรกิจให้สิทธิในการใช้บริการแก่ผู้บริโภคและผู้บริโภคต้องจ่ายค่าตอบแทน เป็นต้น

---

[34] พินัย ณ นคร, กฎหมายว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม : แนววิเคราะห์ใหม่เชิงเปรียบเทียบ, (กรุงเทพมหานคร : วารสารนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์), หน้า 564

[35] พินัย ณ นคร, เรื่องเดียวกัน, หน้า 564

1) การทำสัญญาเป็นหนังสือซึ่งมีข้อความตามกฎหมายกำหนดและส่งมอบ

กฎหมายมลรัฐแคลิฟอร์เนียได้กำหนดให้สัญญาที่ให้บริการในลักษณะต่อเนื่อง เช่น สัญญาให้บริการจัดหาคู่ (Dating Service Contracts)[36] สัญญาบริการลดน้ำหนัก (Weight Loss Contracts)[37]

สัญญาสำหรับสอนเต้นและบริการอื่นๆ (Contracts for Dance Studio Lessons and Other Services)[38] สัญญาศูนย์ให้บริการสุขภาพ (Contracts for Health Studio Services)[39] ต้องกำหนดรายละเอียดข้อมูลเบื้องต้น เช่น ระบุชื่อและที่อยู่ผู้ให้บริการ วันที่ลงชื่อในสัญญา รายละเอียดและระยะเวลาการให้บริการ สิทธิในการเลิกสัญญา วิธีการเลิกสัญญา สิทธิของผู้บริโภคเมื่อเกิดเหตุการณ์บางอย่างขึ้น เช่น ผู้บริโภคทุพพลภาพ ย้ายที่อยู่ เสียชีวิต เมื่อเกิดขึ้นผู้บริโภคอาจมีสิทธิบางอย่างในสัญญาเช่น เลิกสัญญา หรือได้เงินคืน เป็นต้น

กฎหมายยังกำหนดอีกว่าการทำสัญญาระหว่างผู้ประกอบธุรกิจและผู้บริโภคต้องทำสัญญาเป็นหนังสือและส่งมอบสัญญาให้แก่ผู้บริโภคขณะทำสัญญาด้วย

การที่ไม่ทำสัญญาเป็นหนังสือซึ่งมีข้อความตามที่กำหนดไว้และ/หรือไม่ส่งมอบสัญญาให้แก่ผู้บริโภคมีผลทำให้สัญญาไม่ผูกพัน ดังนั้นไม่สามารถบังคับกันตามสัญญาได้เพราะไม่มีความสัมพันธ์กันระหว่างคู่สัญญา

---

[36] The Civil Code of The State of California Section 1694.2 (a) “A dating service contract shall be in writing, which, in the case of an online dating service contract, may be an electronic writing made available for viewing online. A copy of the contract shall be provided to the buyer at the time he or she signs the contract.”

[37] The Civil Code of The State of California Section 1694.7 (a) “A weight loss contract shall be in writing. A copy of the contract shall be provided to the buyer at the time he or she signs the contract.”

[38] The Civil Code of The State of California Section 1812.52 “Every contract for dance studio lessons and other services shall be in writing and shall be subject to this title. A copy of the written contract shall be given to the customer at the time he or she signs the contract.”

[39] The Civil Code of The State of California Section 1812.82 “Every contract for health studio services shall be in writing and shall be subject to the provisions of this title. A copy of the written contract shall be physically given to or delivered by email to the customer at the time he or she signs the contract.”

2) การกำหนดลักษณะอักษรในสัญญา

สัญญาให้บริการจัดหาคู่ (Dating Service Contracts)[40] สัญญาบริการลดน้ำหนัก (Weight Loss Contracts)[41] กฎหมายกำหนดให้ใช้ตัวอักษรแบบหนาขนาด 10 พอยต์ในข้อความที่เกี่ยวกับสิทธิในการเลิกสัญญาโดยระบุไว้ในหน้าแรกบริเวณที่ลงลายมือชื่อของผู้บริโภค ส่วนข้อความอื่นๆ ชื่อที่อยู่ผู้ประกอบธุรกิจให้ระบุไว้ในหน้าแรกขนาดที่ไม่น้อยกว่าไปกว่าขนาดปกติที่ใช้ในเนื้อหาของสัญญา

ส่วนสัญญาศูนย์ให้บริการสุขภาพ (Contracts for Health Studio Services)[42] ต้องใช้ตัวอักษรขนาด 14 พอยต์ ในข้อความรายละเอียดระยะเวลาให้บริการตามสัญญา โดยต้องระบุไว้เหนือช่องลงลายมือชื่อของผู้บริโภคและใช้ตัวหนา โดยมีขนาดตัวอักษรไม่น้อยกว่า 10 พอยต์ ในข้อความสิทธิในการเลิกสัญญา

3) การกำหนดการชำระค่าบริการล่วงหน้า

การกำหนดชำระค่าบริการล่วงหน้าของมลรัฐแคลิฟอร์เนียในสัญญาศูนย์ให้บริการสุขภาพ (Contracts for Health Studio Services) ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม ค.ศ. 2006 เป็นต้นไป จะเรียกเงินล่วงหน้าได้ไม่เกิน 3,000 ดอลล่าสหรัฐ[43] ส่วนตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม ค.ศ. 2010 เป็นต้นไปเรียก

---

[40] The Civil Code of The State of California Section 1694.2 (b)(1) “Every dating service contract shall contain on its face, and in close proximity to the space reserved for the signature of the buyer, a conspicuous statement in a size equal to at least 10-point boldface type.”

[41] The Civil Code of The State of California Section 1694.7 (b) “Every weight loss contract shall contain on its face, and in close proximity to the space reserved for the signature of the buyer, a conspicuous statement in a size equal to at least 10-point boldface type.”

[42] The Civil Code of The State of California Section 1812.84 (b) “A contract for health studio services shall include a statement printed in a size at least 14-point type or presented in an equally legible electronic format that discloses the initial or minimum length of the term of the contract. This statement shall be placed above the space reserved for the signature of the buyer.”

[43] The Civil Code of The State of California Section 1812.86 (b) “The limit specified in subdivision (a) shall, on and after January 1, 2006, be three thousand dollars ($3,000), inclusive of initiation or initial membership fees and exclusive of interest or finance charges.”

เงินล่วงหน้าได้ไม่เกิน 4,400 ดอลล่าสหรัฐ และกำหนดเพิ่มเติมจะเรียกค่าบริการล่วงหน้าเกินกว่าอายุสัญญาไม่ได้[44] ซึ่งที่กล่าวมาเป็นแนวทางที่จำกัดเงินที่จะเรียกให้ชำระค่าบริการล่วงหน้าได้

ส่วนอีกแนวทางหนึ่งเป็นการจำกัดระยะเวลาที่จะเรียกให้ชำระค่าบริการล่วงหน้าได้ซึ่งจะอยู่ในสัญญาให้บริการจัดหาคู่ (Dating Service Contracts)[45] สัญญาบริการลดน้ำหนัก (Weight Loss Contracts)[46] กำหนดให้เก็บค่าบริการล่วงหน้าได้ไม่เกิน 2 ปี นับจากวันทำสัญญา ส่วนสัญญาสำหรับสอนเต้นและบริการอื่นๆ (Contracts for Dance Studio Lessons and Other Services)[47] เรียกเก็บได้ล่วงหน้าไม่เกิน 1 ปี

4) การกำหนดระยะเวลาสูงสุดของสัญญา

สัญญาสำหรับเป็นสมาชิกแคมป์ปิ้งคลับ (Membership Camping Contracts) ไม่ได้มีการกำหนดระยะเวลาผูกพันสูงสุดตามสัญญาเอาไว้ จึงกำหนดระยะเวลาสูงสุดของสัญญาได้ตามเจตนาของคู่สัญญา

ส่วนสัญญาสัญญาสำหรับสอนเต้นและบริการอื่นๆ (Contracts for Dance Studio Lessons and Other Services) ต้องกำหนดระยะเวลาสูงสุดของสัญญาไม่เกิน 7 ปี นับแต่วันทำ

---

[44] The Civil Code of The State of California Section 1812.86 (c) “The limit in subdivision (a) shall, on and after January 1, 2010, be four thousand four hundred dollars ($4,400), inclusive of initiation or initial membership fees and exclusive of interest or finance charges.”

[45] The Civil Code of The State of California Section 1694.2 (d)(1) “No dating service contract shall require payments or financing by the buyer over a period in excess of two years from the date the contract is entered into.”

[46] The Civil Code of The State of California Section 1694.7 (d) “No weight loss contract shall require payments or financing by the buyer over a period in excess of two years from the date the contract is entered into.”

[47] The Civil Code of The State of California Section 1812.53 (a) “No contract for dance studio lessons and other services shall require payments or financing by the buyer over a period in excess of one year from the date the contract is entered into.”

สัญญา ซึ่งรวมการต่ออายุสัญญาให้บริการทั้งหมด และกำหนดให้มีอายุสัญญาผูกพันตลอดชีวิตผู้บริโภคไม่ได้[48]

สัญญาให้บริการจัดหาคู่ (Dating Service Contracts)[49] สัญญาบริการลดน้ำหนัก (Weight Loss Contracts)[50] สัญญาศูนย์ให้บริการสุขภาพ (Contracts for Health Studio Services)[51] ต้องกำหนดระยะเวลาสูงสุดของสัญญาไม่เกิน 3 ปี โดยสัญญาให้บริการจัดหาคู่และสัญญาบริการลดน้ำหนักจะกำหนดให้สัญญามีอายุผูกพันตลอดชีวิตของผู้บริโภคไม่ได้

5) การกำหนดสิทธิในการเลิกสัญญา

กฎหมายมลรัฐแคลิฟอร์เนียกำหนดสิทธิในการเลิกสัญญาแยกได้เป็น 3 กรณี คือ

การให้สิทธิเลิกสัญญาโดยไม่ต้องมีเหตุผลได้ตลอดระยะเวลาการให้บริการตามสัญญา โดยสัญญาสำหรับสอนเต้นและบริการอื่นๆ (Contracts for Dance Studio Lessons and Other Services) ให้สิทธิแก่ผู้บริโภคในการเลิกสัญญาเมื่อใดก็ได้ตลอดระยะเวลาตามสัญญา โดยการบอก

---

[48] The Civil Code of The State of California Section 1812.53 (a) “the lessons and other services to be rendered to the buyer under the contract may extend over a period not to exceed seven years from the date the contract is entered into.”

[49] The Civil Code of The State of California Section 1694.2 (d)(1) “No dating service contract shall require payments or financing by the buyer over a period in excess of two years from the date the contract is entered into, nor shall the term of any such contract be measured by the life of the buyer. However, the services to be rendered to the buyer under the contract may extend over a period beginning within six months and ending within three years of the date the contract is entered into.”

[50] The Civil Code of The State of California Section 1694.7 (d) “No weight loss contract shall require payments or financing by the buyer over a period in excess of two years from the date the contract is entered into, nor shall the term of any such contract be measured by the life of the buyer. The services to be rendered to the buyer under the contract shall not extend for more than three years after the date the contract is entered into.”

[51] The Civil Code of The State of California Section 1812.84 (a) “A contract for health studio services may not require payments or financing by the buyer to exceed the term of the contract, nor may the term of the contract exceed three years.”

กล่าวล่วงหน้าไปยังสถานที่อยู่ของผู้ประกอบธุรกิจ ห้ามคิดค่าใช้จ่ายในการบอกเลิกสัญญาจากผู้บริโภค[52]

อีกกรณีหนึ่งคือการให้สิทธิเลิกสัญญาโดยไม่ต้องมีเหตุผลภายในระยะเวลาไตร่ตรอง (Cooling-off Period) สัญญาให้บริการจัดหาคู่ (Dating Service Contracts)[53] สัญญาบริการลดน้ำหนัก (Weight Loss Contracts)[54] เลิกสัญญาได้ก่อนเที่ยงคืนในวันที่ครบกำหนด 3 วันหลังจากวันที่ผู้บริโภคลงชื่อในสัญญา ส่วนสัญญาศูนย์ให้บริการสุขภาพ (Contracts for Health Studio Services) เลิกสัญญาได้ก่อนเที่ยงคืนในวันที่ครบกำหนด 15 วัน[55]

กรณีที่สามคือ การให้สิทธิเลิกสัญญาจากเหตุอื่นๆ สัญญาให้บริการจัดหาคู่ (Dating Service Contracts)[56] สัญญาบริการลดน้ำหนัก (Weight Loss Contracts)[57] ผู้บริโภคมีสิทธิเลิกสัญญาได้ตลอดเวลากรณีที่สัญญาไม่เป็นดังที่กฎหมายกำหนดไว้

มากไปกว่านั้น ยังมีการกำหนดสิทธิในการเลิกสัญญากรณีมีเหตุเกิดขึ้นตามกฎหมายกำหนดไว้เป็นพิเศษ เช่น ผู้ประกอบธุรกิจไม่สามารถให้บริการได้ตามเงื่อนไขภายในระยะเวลาที่ตกลงในสัญญา กรณีสัญญาศูนย์ให้บริการสุขภาพ (Contracts for Health Studio Services) หากสัญญามิได้กำหนดระยะเวลาในการเลิกสัญญาเอาไว้ ให้ผู้บริโภคมีสิทธิเลิกสัญญาได้ภายใน 6 เดือนหลังจาก

---

[52] The Civil Code of The State of California Section 1812.54 (b) “A contract for dance studio lessons and other services may be canceled by the student at any time provided he or she gives written notice to the dance studio at the address specified in the contract.”

[53] The Civil Code of The State of California Section 1694.1 (a) “In addition to any other right to revoke an offer, the buyer has the right to cancel a dating service contract or offer, until midnight of the third business day after the day on which the buyer signs an agreement or offer to purchase those services.”

[54] The Civil Code of The State of California Section 1694.6 (a) “In addition to any other right to revoke an offer, the buyer has the right to cancel a weight loss contract or offer until midnight of the third business day after the day on which the buyer signs an agreement or offer to purchase those services.”

[55] The Civil Code of The State of California Section 1812.85 (a)

[56] The Civil Code of The State of California Section 1694.2 (e) “If a dating service contract is not in compliance with this chapter, the buyer may, at any time, cancel the contract.”

[57] The Civil Code of The State of California Section 1694.7(e) “If a weight loss contract is not in compliance with this chapter, the buyer may, at any time, cancel the contract.”

ผูกพันตามสัญญา แต่ถ้ากำหนดระยะเวลาไว้แล้วก็ให้ผู้บริโภคเลิกสัญญาได้เมื่อครบกำหนดระยะเวลานั้น

อีกกรณีหนึ่งคือมีการเปลี่ยนแปลงในสาระสำคัญซึ่งเกิดจากทางด้านผู้บริโภคเองหรือผู้ประกอบธุรกิจ โดยกฎหมายมลรัฐแคลิฟอร์เนียไม่ได้กำหนดสิทธิแก่ผู้บริโภคในการเลิกสัญญา แต่กำหนดให้ผู้บริโภคไม่ต้องชำระค่าบริการส่วนที่เหลือ ในกรณีที่ผู้บริโภคถึงแก่ความตาย ทุพพลภาพ หรือมีเหตุให้ไม่สามารถใช้บริการได้ซึ่งทำให้ผู้บริโภคไม่สามารถรับบริการได้ตามสัญญา[58] เว้นแต่จะเข้าข้อยกเว้น[59] หรือกรณีผู้บริโภคได้ย้ายสถานที่อยู่ไปทำให้สถานที่อยู่ใหม่ของผู้บริโภคห่างจากสถานบริการของผู้ประกอบธุรกิจเกินกว่า 50 ไมล์ โดยไม่สามารถโอนสัญญาไปยังสถานบริการของผู้ประกอบธุรกิจที่ใกล้เคียงได้ ผู้บริโภคก็มีสิทธิที่จะได้รับการปลดเปลื้องจากค่าบริการในส่วนที่ยังไม่ได้รับบริการได้[60]

6) การกำหนดการคืนค่าบริการที่ชำระไว้ล่วงหน้า

---

[58] The Civil Code of The State of California Section 1694.3 (a) (1) “If by reason of death or disability the buyer is unable to receive all services for which the buyer has contracted, the buyer and the buyer’s estate may elect to be relieved of the obligation to make payments for services other than those received before death or the onset of disability.”

[59] The Civil Code of The State of California Section 1694.3 (a)(2),(3),(4) “(2) If the buyer has prepaid any amount for services, so much of the amount prepaid that is allocable to services that the buyer has not received shall be promptly refunded to the buyer or his or her representative.

(3) “Disability” means a condition which precludes the buyer from physically using the services specified in the contract during the term of disability and the condition is verified in writing by a physician designated and remunerated by the buyer. The written verification of the physician shall be presented to the seller.

(4) If the physician determines that the duration of the disability will be less than six months, the seller may extend the term of the contract for a period of six months at no additional charge to the buyer in lieu of cancellation.”

[60] The Civil Code of The State of California Section 1694.3(b) (1) “If the buyer relocates his or her primary residence further than 50 miles from the dating service office and is unable to transfer the contract to a comparable facility, the buyer may elect to be relieved of the obligation to make payment for services other than those received prior to that relocation.”

การกำหนดการคืนค่าบริการที่ชำระไว้ล่วงหน้ามลรัฐแคลิฟอร์เนียแบ่งเป็นสองแนวทาง คือ การกำหนดระยะเวลานับจากวันที่ผู้บริโภคได้บอกเลิกสัญญา โดยสัญญาให้บริการจัดหาคู่ (Dating Service Contracts)[61] สัญญาบริการลดน้ำหนัก (Weight Loss Contracts)[62] สัญญาศูนย์ให้บริการสุขภาพ (Contracts for Health Studio Services)[63] กำหนดให้คืนภายในระยะเวลา 10 วันนับแต่ได้รับหนังสือบอกเลิกสัญญาจากผู้บริโภค ส่วนสัญญาสำหรับเป็นสมาชิกแคมป์ปิ้งคลับ (Membership Camping Contracts)[64] กำหนดให้คืนภายในระยะเวลา 20 วันนับแต่ได้รับหนังสือบอกเลิกสัญญาจากผู้บริโภค พร้อมเอกสารหลักฐานการทำสัญญาอื่นๆ ด้วย

อีกแนวทางหนึ่งคือการที่ผู้ประกอบธุรกิจคืนเงินแก่ผู้บริโภคทันที เมื่อมีเหตุการณบางอย่างเกิดกับผู้บริโภค เช่น เสียชีวิต ย้ายถิ่นที่อยู่ ทุพพลภาพ เป็นต้น[65]

3.2.2 ประเทศญี่ปุ่น

ประเทศญี่ปุ่นเป็นประเทศที่นิยมกีฬากอล์ฟรองจากประเทศสหรัฐอเมริกา โดยมีมูลค่าในธุรกิจตลาดกีฬากอล์ฟและสนามกอล์ฟเป็นตลาดที่ใหญ่เป็นอันดับสองของโลกรองจากประเทศ

---

[61] The Civil Code of The State of California Section 1694.1 (e) “All moneys paid pursuant to any contract for dating services shall be refunded within 10 days of receipt of the notice of cancellation.”

[62] The Civil Code of The State of California Section 1694.6 (e) “All moneys paid pursuant to any weight loss contract shall be refunded within 10 days of receipt of the notice of cancellation.”

[63] The Civil Code of The State of California Section 1812.85 (a) “if following the expiration of the timeline, the health studio provides the advertised or agreed-upon services, the consumer may cancel the contract up to 10 days after those services are provided.”

[64] The Civil Code of The State of California Section 1812.303 (d) “Within 20 days after the membership camping operator receives a notice of cancellation, the membership camping contract, the membership card and all other evidence of purchase or membership, the membership camping operator shall refund to the purchaser any sums paid as a deposit, downpayment or other payment therefor.”

[65] The Civil Code of The State of California Section 1812.89 (a)(1) “Every contract for health studio services shall contain a clause providing that if, by reason of death or disability, the person agreeing to receive services is unable to receive all services for which he has contracted, he and his estate shall be relieved from the obligation of making payment for services other than those received prior to death or the onset of disability, and that if he has prepaid any sum for services, so much of such sum as is allocable to services he has not taken shall be promptly refunded to him or his representative.”

สหรัฐอเมริกา มีนักกอล์ฟประมาณ 10 ล้านคนและมีสนามกอล์ฟถึง 2,450 สนาม รวมถึงตลาดอุปกรณ์กอล์ฟซึ่งมีมูลค่าประมาณ 3 พันล้านเหรียญต่อปี[66]

อย่างไรก็ตาม ราคาค่าบริการในการเล่นกอล์ฟหรือค่าสมาชิกสนามกอล์ฟในประเทศญี่ปุ่นมีราคาสูงเพราะที่ดินของประเทศญี่ปุ่นมีราคาตีเป็นมูลค่าสูงมากซึ่งปกติธุรกิจสนามกอล์ฟก็ใช้พื้นที่มาก หนึ่งในสโมสรสนามกอล์ฟที่มีชื่อเสียงที่สุดของญี่ปุ่นคือ Hourin Country Club ซึ่งอยู่ห่างออกไปทางตะวันตกเฉียงเหนือของกรุงโตเกียว 50 ไมล์ สร้างเสร็จในปี ค.ศ.1988 ด้วยมูลค่าประมาณ 300 ล้านดอลลาร์สหรัฐและออกแบบโดยสถาปนิกที่สร้างสวนที่ Imperial Palace ดังนั้นนักกอล์ฟญี่ปุ่นจำนวนมากไปใช้บริการสนามกอล์ฟประเทศอื่นได้แก่ประเทศไทยเป็นต้น[67] คนญี่ปุ่นจำนวนถึง 10% ของประชากรทั้งประเทศญี่ปุ่นต่างนิยมเล่นกอล์ฟแต่ที่ดินในญี่ปุ่นไม่เอื้ออำนวยจากที่กล่าวมาข้างต้น เพราะราคาที่ดินที่สูง ดังนั้นราคาค่าสมาชิกของแต่ละสนามของญี่ปุ่นอยู่ในระดับสูงมาก โดยเฉลี่ยแล้วค่าสมาชิกต่อหนึ่งสมาชิกประมาณ 10 ล้านบาท ในขณะที่ในประเทศไทยเฉลี่ยประมาณ 2-3 แสนบาทเท่านั้นและจากสถิติข้อมูลนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นที่เข้าในประเทศไทยจำนวนถึง 30% มาประเทศไทยเพื่อเล่นกอล์ฟ[68]

3.2.2.1 องค์กรที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการทำสัญญา

ประเทศญี่ปุ่นมีองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคอยู่หลักๆ คือ Ministry of Economy, Trade and Industry ซึ่งมีบทบาทควบคุมผู้ประกอบธุรกิจในการให้บริการในสัญญาที่มีลักษณะต่อเนื่อง และสามารถกำหนดมาตรการให้ผู้ประกอบธุรกิจปฏิบัติตามคำสั่งตามที่กฎหมายกำหนดได้ หรือสั่งให้มีการระงับบริการบางส่วนหรือทั้งหมดโดยระงับเป็นการชั่วคราวไม่เกิน 1 ปี กรณีมีการฝ่าฝืนบทบัญญัติกฎหมาย[69]

คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (The Consumer Protection Council) และกระทรวงหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคมีนายกรัฐมนตรีเป็นประธานทำหน้าที่วางแผน

---

[66] Facts and Details, Recreational Golf In Japan, http://factsanddetails.com/japan/cat21/sub143/item784.html, [ออนไลน์], 15 มีนาคม 2562

[67] Facts and Details, Expensive Golf Memberships in Japan, http://factsanddetails.com/japan/cat21/sub143/item784.html, [ออนไลน์], 15 มีนาคม 2562

[68] ทรงเกียรติ ชาติวัฒนานนท์, ยุคแห่งสนามกอล์ฟบูมชิงตลาดนับหมื่นล้านบาทปลายปีนี้จะได้เห็นค่าสมาชิกถึง 1 ล้านบาทแน่!!!, (จากปก, 2532), หน้า 55

[69] ระวีอร วากะมะ, เรื่องเดิม, หน้า 105

และกำหนดทิศทางทางด้านนโยบายและมาตรการการคุ้มครองผู้บริโภคของรัฐบาล มีวัตถุประสงค์เพื่อการประสานงานและติดตามผลเกี่ยวกับมาตรการตามมติที่คณะกรรมการได้พิจารณาแล้ว

ส่วนคณะกรรมการนโยบายเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต (Quality of Life Bureau) เป็นคณะกรรมการนโยบายเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต จัดเป็นองค์กรด้านการให้คำแนะนำปรึกษาต่อนายกรัฐมนตรี ซึ่งถูกตั้งขึ้นและอยู่ภายใต้ EPA คณะกรรมการประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญต่าง ๆ ในสาขาการคุ้มครองผู้บริโภค ได้แก่ นักวิชาการ ตัวแทนองค์กรผู้บริโภค และตัวแทนด้านอุตสาหกรรมหลักต่างๆ

สำนักงานคณะรัฐมนตรี (Cabinet Office) และกระทรวงกับองค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง กระทรวงต่างๆ จะมีหน้าที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภคในขอบเขตอำนาจหน้าที่ตามกฎหมายและประสานมาตรการหรือนโยบายที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภคในกระทรวงต่างๆ ทั้งยังทำหน้าที่เป็นสำนักงานเลขาธิการให้กับคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคและคณะกรรมการนโยบายเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต

National Consumer Affairs Center of Japan เป็นหน่วยงานรัฐบาลซึ่งก่อตั้งตามกฎหมาย ซึ่งมีหน้าที่รับเรื่องร้องเรียนเพื่อทราบสภาพปัญหาจากผู้บริโภคเกี่ยวกับสินค้าและบริการแล้วนำข้อมูลจากคำร้องดังกล่าวมารวบรวมเก็บเป็นสถิติเพื่อการวิเคราะห์เป็นข้อมูลในเชิงบริหารให้แก่คณะรัฐมนตรีเกี่ยวกับนโยบายและทิศทางการคุ้มครองผู้บริโภค ให้ข้อมูลข่าวสารแก่ผู้บริโภคด้วยการให้การศึกษาจัดการเกี่ยวกับการร้องทุกข์ของผู้บริโภค ทดสอบผลิตภัณฑ์ เป็นศูนย์เครือข่ายคอมพิวเตอร์ของศูนย์ในระดับท้องถิ่น[70]

3.2.2.2 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการทำสัญญา

ประเทศญี่ปุ่นมีแนวคิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคที่เน้นการใช้มาตรการด้านกฎหมายของรัฐเป็นหลัก บังคับใช้กฎหมายเพื่อแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการบริโภคสินค้าและบริการของประชาชน ดังจะเห็นได้จากการมีกฎหมายพื้นฐานเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคที่เรียกว่า The Consumer Protection

[70] คณะกรรมาธิการคุ้มครองผู้บริโภค, แนวทางการดำเนินงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคสภาผู้แทนราษฎร (กลุ่มงานคณะกรรมาธิการคุ้มครองผู้บริโภค, 2554), หน้า 20-21

Fundamental Act ซึ่งประกาศใช้เมื่อวันที่ 30 พฤษภาคม ค.ศ. 1968 ซึ่งกำหนดให้รัฐมีหน้าที่ในการคุ้มครองผู้บริโภคแต่ไม่ระบุว่าสิทธิของผู้บริโภคมีอยู่อย่างไร[71]

เพื่อแก้ไขสถานการณ์เกี่ยวกับช่องว่างความเข้าใจที่แตกต่างกันเกี่ยวกับข้อมูลในการทำสัญญาของผู้ประกอบธุรกิจและผู้บริโภค ได้มีการบัญญัติกฎหมายที่สำคัญซึ่งเกี่ยวกับสัญญาคือ Consumer Contract Act (Act no.61) ถูกประกาศใช้เมื่อวันที่ 12 พฤษภาคม ค.ศ. 2000 เนื่องจากปัญหาเรื่องอำนาจการต่อรองสัญญาที่ไม่เท่าเทียมกันและการเข้าทำสัญญามาตรฐานระหว่างประกอบธุรกิจและผู้บริโภคโดยให้สิทธิผู้บริโภคในการเพิกถอนการแสดงเจตนาในการเข้าทำสัญญาที่สำคัญผิดหรือถูกกดดันจากผู้ประกอบธุรกิจ กำหนดให้ข้อสัญญาบางส่วนหรือทั้งหมดซึ่งเป็นข้อยกเว้นความรับผิดของผู้ประกอบธุรกิจหรือไม่เป็นธรรมเป็นโมฆะ ซึ่งถือได้ว่ากฎหมายนี้เป็นกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับข้อสัญญาไม่เป็นธรรมของญี่ปุ่นในปัจจุบันด้วย[72]

กฎหมายอีกฉบับที่เกี่ยวการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญาคือ Act on Specified Commercial Transactions (Act No. 57) ซึ่งเดิมคือ Door-to-Door Sales Act เหตุผลในการปรับปรุงเพื่อให้ครอบคลุมรองรับกับสภาพเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนไป โดย Act on Specified Commercial Transactions (Act No. 57) เป็นกฎหมายที่มีวัตถุประสงค์เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคและทำให้เกิดการกระจายสินค้าและการให้บริการอย่างเหมาะสมและมีความเป็นธรรมในธุรกรรมของธุรกิจพิเศษที่กำหนด เช่น การบริการแก่ผู้บริโภคที่รับบริการจากการขายตามบ้าน (Door-to-Door Sales) การขายทางไปรษณีย์ (Mail Order Sales) การขายทางโทรศัพท์ (Telemarketing Sales) การขายแบบใช้เครือข่ายบุคคล รวมไปถึงการให้บริการในลักษณะต่อเนื่อง (Specified Continuous Services)[73]

---

[71] สุภัทร แสงประดับ, ปัญหากฎหมายในการพิจารณาคดีคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศไทย, (วิทยานิพนธ์นิติศาสตร์มหาบัณฑิต สาขากฎหมายธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม, 2551), หน้า 75

[72] ระวีอร วากะมะ, เรื่องเดิม, หน้า 77

[73] Act on Specified Commercial Transactions Article 1 “The purpose of this Act is to protect the interests of purchasers, etc. and cause the distribution of goods, etc. and the provision of services to be appropriate and smooth by ensuring fairness in Specified Commercial Transactions (transactions arising from Door-to-Door Sales, Mail Order Sales, and Telemarketing Sales, Multilevel Marketing Transactions, transactions arising from the Provision of Specified Continuous Services.”

กฎหมายฉบับนี้มิได้กำหนดชัดเจนว่าธุรกิจการให้บริการที่เป็นลักษณะสัญญาต่อเนื่อง (Continuous) นั้นเป็นอย่างไร แต่กฎหมายกำหนดประเภทธุรกรรมการบริการที่เป็นการให้บริการที่เป็นลักษณะสัญญาต่อเนื่องที่ถูกกำหนดไว้แทน ซึ่งลักษณะสัญญาที่กล่าวมาคือเป็นการให้บริการในระยะยาวตามที่กำหนดไว้ในสัญญาหลายๆ คราวต่อเนื่องกันไป

3.2.2.3 แนวทางข้อสัญญาที่กฎหมายกำหนด

จากกฎหมายกล่าวมาข้างต้น ผู้เขียนจะศึกษาการให้ความคุ้มครองด้านการทำสัญญาของประเทศญี่ปุ่นโดยมุ่งศึกษาจากแนวทางที่กฎหมายกำหนดในสัญญาที่มีลักษณะบริการต่อเนื่อง ซึ่งกฎหมายกำหนดประเภทธุรกรรมการบริการที่เป็นการให้บริการที่เป็นลักษณะสัญญาต่อเนื่องที่ถูกกำหนดไว้ เพื่อเป็นแนวในการกำหนดข้อสัญญาที่เป็นธรรม เหมาะสมต่อผู้บริโภคของสมาชิกสนามกอล์ฟ

1) การทำสัญญาเป็นหนังสือซึ่งมีข้อความตามกฎหมายกำหนดและส่งมอบ

กฎหมายประเทศญี่ปุ่นมิได้กำหนดชัดเจนให้ต้องทำสัญญาเป็นหนังสือ แต่กฎหมายกำหนดให้สัญญาต้องมีเอกสารสองประเภท ได้แก่ เอกสารร่างสัญญาสำหรับเสนอบริการและเอกสารฉบับลงนามจริง โดยเอกสารทั้งสองนั้นต้องมีรายละเอียดข้อความต่างๆ ตามที่กฎหมายกำหนด รวมทั้งต้องส่งมอบเอกสารดังกล่าวให้แก่ผู้บริโภคในตอนเข้าทำสัญญา[74]

2) การกำหนดลักษณะอักษรในสัญญา

---

[74] Act on Specified Commercial Transactions Article 42 (1) “When a Service Provider or a seller seeks to conclude a Specified Continuous Service Contract or a Sales Contract for Specified Rights (hereinafter referred to as a Specified Continuous Service Contract, etc. in this Chapter and Article 58-22) with a person who seeks to be provided with Specified Continuous Services or a person who seeks to purchase the rights to be provided with Specified Continuous Services, the Service Provider or the seller shall deliver a document containing an outline of the Specified Continuous Service Contract, etc. thereto pursuant to the provisions of an ordinance of the competent ministry, prior to the conclusion of said Specified Continuous Service Contract, etc.
(2) When a Service Provider has concluded a Specified Continuous Service Contract, the Service Provider shall immediately deliver a document containing the details of said Specified Continuous Service Contract pursuant to the provisions of an ordinance of the competent ministry.”

มีการกำหนดให้สัญญาต้องใช้ขนาด รูปแบบ และสีของตัวอักษรที่ชัดเจนและอ่านเข้าใจ ใช้ตัวอักษรขนาด 8 พอยต์ รูปแบบตัวอักษร Japanese Industrial Standard Z8305 และข้อความที่กฎหมายกำหนดให้ต้องมีในสัญญาต้องใช้อักษรสีแดงและอยู่ในกรอบสีแดง[75]

3) การกำหนดการชำระค่าบริการล่วงหน้า

ผู้ประกอบธุรกิจมีสิทธิเรียกให้ผู้บริโภคชำระค่าบริการล่วงหน้าได้ตามจำนวนระยะเวลาที่ได้ตกลงกันเพราะกฎหมายประเทศญี่ปุ่นมิได้มีข้อกำหนดเกี่ยวกับการห้ามหรือจำกัดจำนวนการเรียกค่าบริการล่วงหน้าจากผู้บริโภค

4) การกำหนดระยะเวลาสูงสุดของสัญญา

กฎหมายประเทศญี่ปุ่นให้สิทธิผู้บริโภคเลิกสัญญาได้ตลอดระยะเวลาตามสัญญา โดยมิได้กำหนดระยะเวลาสูงสุดในการผูกพันตามสัญญาไว้ แต่สำหรับธุรกิจควบคุมภายใต้กฎหมายที่เกี่ยวกับสัญญาให้บริการลักษณะต่อเนื่องมีการที่กำหนดระยะเวลาขั้นต่ำไว้แล้วแต่ประเภทธุรกิจ[76]

5) การกำหนดสิทธิในการเลิกสัญญา

ประเทศญี่ปุ่นให้สิทธิเลิกสัญญาโดยไม่ต้องมีเหตุผลภายในระยะเวลาไตร่ตรอง (Cooling-off Period) แก่ผู้บริโภคโดยจะกำหนดจากช่วงระยะเวลาใช้สิทธิไว้ให้ภายหลังจากเงื่อนไขที่กฎหมายกำหนดไว้ เช่น วันที่รับหนังสือสัญญา วันที่ทำสัญญา เพื่อให้ผู้บริโภคได้คิดไตร่ตรองและผู้บริโภคมีสิทธิที่จะเลิกสัญญาได้โดยไม่ต้องมีเหตุผล ทั้งยังไม่ต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายใดๆ อันมาจากการใช้สิทธิ

---

[75] Regulations for Enforcement of the Act on Specified Commercial Transactions Article 32 “The document referred to in the preceding paragraph shall indicate that its contents should be read and understood sufficiently in red letters within a red frame.
(3) The document referred to in Paragraph 1 shall use letters and numbers with a font size of 8 points or larger as provided for in the Japanese Industrial Standards Z 8305.”

[76] Act on Specified Transactions Guide, Provision of Specified Continuous Services, http://www.no-trouble.go.jp/foreignlanguage/english/continuousservices/ , [ออนไลน์], 15 มีนาคม 2562

เลิกสัญญาด้วย สำหรับประเทศญี่ปุ่นกฎหมายกำหนดระยะเวลาสิทธิเลิกสัญญาโดยไม่ต้องมีเหตุผลภายในระยะเวลาไตร่ตรอง (Cooling-off Period) ไว้ 8 วันนับตั้งแต่วันที่ผู้บริโภคทำสัญญา[77]

ส่วนการให้สิทธิเลิกสัญญาโดยไม่ต้องมีเหตุผลได้ตลอดระยะเวลาการให้บริการตามสัญญา คือ การใช้สิทธิเลิกสัญญากลางคัน (Mid-Term Cancellation)[78] เป็นการที่ผู้บริโภคมีสิทธิที่จะเลิกสัญญาได้ตลอดระยะเวลาสัญญาที่เหลือ แต่การใช้สิทธินี้ผู้บริโภคต้องมีภาระค่าใช้จ่าย ค่าเสียหายหรืออื่นๆ ที่เกิดขึ้นจากการใช้สิทธิเลิกสัญญานั้นหลังครบระยะเวลาไตร่ตรองตามจำนวนอัตราที่กฎหมายกำหนดด้วย

สิทธิการเลิกสัญญาอันเกิดจากเหตุต่างๆ ของประเทศญี่ปุ่นผู้บริโภคอาจใช้สิทธิเลิกสัญญาได้เสมอหากเป็นกรณีที่ผู้บริโภคเข้าทำสัญญาใช้บริการด้วยความเข้าใจผิดอันเกิดจากการบิดเบือน การข่มขู่ การให้ข้อมูลไม่ครบถ้วน การทำให้เข้าใจผิดในสิทธิในการเลิกสัญญาของผู้บริโภคจากผู้ประกอบธุรกิจ[79]

6) การกำหนดการคืนค่าบริการที่ชำระไว้ล่วงหน้า

กฎหมายประเทศญี่ปุ่นกรณีผู้บริโภคบอกเลิกสัญญาโดยไม่ต้องมีเหตุผลภายในระยะเวลาไตร่ตรอง (Cooling-off Period) กำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจคืนเงินทั้งหมดเต็มจำนวนทันทีและผู้บริโภคไม่ต้องจ่ายค่าเสียหายหรือค่าปรับ

กรณีเป็นการเลิกสัญญาโดยไม่มีเหตุภายหลังครบกำหนดระยะเวลาไตร่ตรองไปแล้ว ผู้บริโภคต้องรับผิดชอบค่าบริการที่ผู้บริการได้รับบริการไปบ้างแล้วบางส่วนก่อนใช้สิทธิเลิกสัญญาและค่าเสียหายโดยปกติอันเนื่องมาจากผู้บริโภคใช้สิทธิเลิกสัญญาในจำนวนไม่เกินกว่าที่กฎหมายกำหนดไว้ โดยผู้บริโภคจะได้รับเงินคืนเงินค่าบริการ ค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่ชำระไว้ล่วงหน้าตามส่วนระยะเวลา

---

[77] Act on Specified Commercial Transactions Article 48 “When a Service Provider or a seller has concluded a Specified Continuous Service Contract, etc., the Specified Continuous Service Recipient, etc. may cancel such Specified Continuous Service Contract, etc. in writing, except when eight days have passed since the date on which the Specified Continuous Service Recipient.”

[78] Mid-Term Cancellation Article 49 of The Act, Provision of Specified Continuous Services, http://www.no-trouble.go.jp/foreignlanguage/english/continuousservices/ , [ออนไลน์], 15 มีนาคม 2562

[79] Regulations for Enforcement of the Act on Specified Commercial Transactions Article 34

บริการที่คงเหลือในสัญญา แต่หากเป็นการเลิกสัญญาก่อนที่จะได้รับบริการตามสัญญา ผู้บริโภครับผิดชอบเพียงค่าใช้จ่ายโดยปกติในการทำสัญญา การที่ผู้ประกอบธุรกิจกำหนดให้ผู้บริโภคได้รับค่าบริการคืนที่ได้ชำระไว้ล่วงหน้าน้อยกว่าหรือไม่เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด กล่าวคือกำหนดผลของการคืนค่าบริการตามสัญญาบริการที่แตกต่างไปจากที่กฎหมายกำหนดไว้ มีผลเป็นโมฆะ[80]

[80] ระวีอร วากะมะ, เรื่องเดิม, หน้า 219

บทที่ 4

วิเคราะห์ปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการทำสัญญาให้บริการสมาชิกสนามกอล์ฟในประเทศไทย

จากสภาพปัญหา เนื่องด้วยสัญญาให้บริการสมาชิกสนามกอล์ฟประเภทบุคคลธรรมดาเป็นสัญญาที่มีลักษณะของสัญญาที่มีระยะเวลาผูกพันตามสัญญาของคู่สัญญาที่ยาวนาน มีลักษณะเป็นสัญญาที่ให้บริการลักษณะต่อเนื่อง เป็นสัญญาสำเร็จรูป มีการกำหนดข้อสัญญาที่ผู้ประกอบธุรกิจเอาเปรียบผู้บริโภคที่เข้าลักษณะข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม ทั้งยังมีการร้องเรียนจากผู้บริโภคที่ถูกผู้ประกอบธุรกิจเอาเปรียบดังจะเห็นได้จากข้อมูล เรื่องร้องเรียนของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค คดีความฟ้องร้องระหว่างผู้บริโภคฟ้องผู้ประกอบธุรกิจในประเด็นปัญหาที่เกิดจากการเอาเปรียบของผู้ประกอบธุรกิจ และจากการที่ผู้เขียนสัมภาษณ์ผู้บริโภคโดยตรง

จากการศึกษาการประกอบธุรกิจสนามกอล์ฟในประเทศไทย ยังไม่ปรากฏว่ามีกฎหมายหรือหน่วยงานที่กำกับดูแล ควบคุมเฉพาะในด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในการให้บริการสมาชิกสนามกอล์ฟทำให้ผู้ประกอบธุรกิจใช้สัญญาที่เอาเปรียบผู้บริโภคเรื่อยมา

เนื้อหาในบทนี้ผู้เขียนจะวิเคราะห์ ชี้ให้เห็นประเด็นปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นต่อผู้บริโภคในการให้บริการสมาชิกสนามกอล์ฟในประเทศไทยโดยเฉพาะในประเด็นปัญหาในด้านการทำสัญญาให้บริการสมาชิกสนามกอล์ฟ รวมทั้งแนวทางในการคุ้มครองผู้บริโภคในการให้บริการสมาชิกสนามกอล์ฟโดยใช้มาตรการทางกฎหมายของประเทศไทยและต่างประเทศ ซึ่งแม้ว่าต่างประเทศจะไม่ปรากฏว่ามีกฎหมายที่ออกมาเพื่อกำกับ ดูแล ควบคุม ธุรกิจสนามกอล์ฟโดยเฉพาะ แต่ผู้เขียนได้ศึกษาแนวทางของกฎหมายที่กำหนดข้อสัญญาในธุรกิจที่มีลักษณะใกล้เคียงกับธุรกิจสนามกอล์ฟและศึกษาข้อสัญญาในสัญญาให้บริการสมาชิกสนามกอล์ฟต่างประเทศ เพื่อเป็นแนวทางในการคุ้มครองผู้บริโภคสมาชิกสนามกอล์ฟซึ่งจะได้เสนอแนะต่อไป

4.1 ลักษณะของสัญญาให้บริการสมาชิกสนามกอล์ฟ

สัญญาให้บริการสมาชิกสนามกอล์ฟมีลักษณะเป็นสัญญาต่างตอบแทนที่ผู้บริโภคทำสัญญากับผู้ประกอบธุรกิจสนามกอล์ฟเพื่อเป็นสมาชิกของสนามกอล์ฟ (Country Club Membership) คู่สัญญาต่างฝ่ายต่างมีสิทธิหน้าที่ต่อกัน ผู้บริโภคมีสิทธิในการใช้บริการออกรอบหรือสิ่งอำนวยความ

สะดวกอื่นๆ ของสนามกอล์ฟได้ตามเงื่อนไขสัญญาของสนามกอล์ฟ ซึ่งสิ่งที่ผู้บริโภคมุ่งหวังประโยชน์จากสัญญานี้เป็นสำคัญคือ ผู้ใช้บริการมุ่งหวังที่จะใช้บริการออกรอบโดยไม่เสียค่าบริการในเล่นกอล์ฟเพิ่มเติม กล่าวคือ เหตุผลที่ผู้ใช้บริการเข้ามาทำสัญญาเพื่อเป็นสมาชิกของสนามกอล์ฟเพราะความคุ้มค่าในการจ่ายเงินเพื่อเล่นกอล์ฟในระยะยาว และมีหน้าที่ในการชำระค่าตอบแทนแก่ผู้ประกอบธุรกิจ ส่วนผู้ประกอบธุรกิจพึงมีสิทธิที่จะได้รับค่าตอบแทนในการให้บริการตามสัญญาและมีหน้าที่ที่ต้องให้บริการแก่ผู้บริโภคตามสัญญา

การที่ผู้บริโภคสมัครเพื่อจะเป็นสมาชิกสนามกอล์ฟ ผู้บริโภคจะต้องทำสัญญากับผู้ประกอบธุรกิจสนามกอล์ฟโดยที่การทำสัญญานี้จะมีการทำเป็นหนังสือเสมอ ซึ่งสัญญาดังกล่าวผู้ประกอบธุรกิจเป็นผู้ร่างและกำหนดข้อสัญญาเพียงฝ่ายเดียว โดยให้ผู้บริโภคที่ต้องการเข้ามาสมัครเป็นสมาชิกสนามกอล์ฟแสดงเจตนาทำสัญญาตามเนื้อหาดังกล่าวได้ทันทีโดยที่ผู้บริโภคไม่มีสิทธิที่จะเจรจาหรือต่อรองใดๆ ได้เลย ซึ่งผู้ประกอบธุรกิจมักกำหนดข้อสัญญาที่เอาเปรียบผู้บริโภค จึงเป็นสัญญาสำเร็จรูปหรือสัญญาจำยอม[1] อันเป็นข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม

ลักษณะสำคัญอีกอย่างหนึ่งของสัญญาให้บริการสมาชิกสนามกอล์ฟคือ เป็นลักษณะของสัญญาที่ให้บริการต่อเนื่อง เป็นสัญญาที่ไม่สามารถปฏิบัติการชำระหนี้ให้เสร็จไปได้เพียงคราวเดียว มีการให้บริการที่มีลักษณะต่อเนื่องกันไปหลายคราวมากกว่าหนึ่งครั้งเสมอ และผู้ประกอบธุรกิจมักกำหนดให้ผู้บริโภคชำระหนี้ทั้งหมดล่วงหน้า (ผู้ประกอบธุรกิจได้รับการชำระหนี้ครบ) แต่ผู้บริโภคได้รับการชำระหนี้เป็นครั้งคราว (ผู้บริโภคได้รับการชำระหนี้หลายครั้งจนกว่าจะครบระยะเวลาสัญญา) กล่าวคือ สมาชิกสนามกอล์ฟได้รับบริการสนามกอล์ฟบางส่วนเป็นครั้งๆ ต่อเนื่องไปจนครบระยะเวลาสัญญา แต่ผู้ประกอบธุรกิจสนามกอล์ฟได้รับเงินเต็มจำนวนจากสัญญาให้บริการสมาชิกสนามกอล์ฟตั้งแต่ทำสัญญา[2] มากไปกว่านั้น สัญญาให้บริการสมาชิกสนามกอล์ฟมีระยะเวลาผูกพันสัญญาระหว่างคู่สัญญาที่ยาวนาน ดังที่ได้กล่าวมาแล้วจากแหล่งข้อมูลในบทที่ 2 ตารางที่ 4 บางสนามกอล์ฟมีการทำสัญญาโดยระยะเวลาของสัญญาถึง 30 ปี หรือผูกพันตลอดชีวิตของผู้สมัคร ซึ่ง

---

[1] ตัวอย่างสัญญาสมาชิกสนามกอล์ฟในประเทศไทย ภาคผนวก ก.

[2] ผู้ประกอบธุรกิจ ก. ข้อ 2.1 “ค่าสมัครสมาชิก จานวน 2,000,000.- (สองล้านบาทถ้วน) ชำระให้ภายในวันที่ทำสัญญาฉบับนี้ ซึ่งเงินค่าสมัครสมาชิกดังกล่าว สมาชิกไม่มีสิทธิได้ รับคืนไม่ว่าด้วยประการใดๆ”
ผู้ประกอบธุรกิจ ข. ข้อ 3 “ข้าพเจ้าตกลงที่จะชำระเงินค่าธรรมเนียมในการเข้าเป็นสมาชิกให้แก่บริษัทดังนี้... ข้าพเจ้าตกลงว่าจะชำระค่าธรรมเนียมและค่าใช้จ่ายต่างๆ ให้แก่บริษัท เมื่อชำระเรียบร้อยแล้ว สภาพสมาชิกของข้าพเจ้าจะเริ่มมีผลสมบูรณ์นับแต่วันที่ยื่นใบสมัครและ/หรือวันที่ชำระค่าธรรมเนียมนั้นเป็นต้นไป”

ลักษณะของสัญญาดังกล่าวเป็นการที่ผู้ประกอบธุรกิจได้เปรียบผู้บริโภคมากเกินสมควรอันเป็นข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม

4.2 ข้อสัญญาของสัญญาให้บริการสมาชิกสนามกอล์ฟ

จากการที่ผู้เขียนได้รวบรวมและวิเคราะห์ข้อสัญญาของสัญญาให้บริการสมาชิกสนามกอล์ฟประเภทบุคคลธรรมดาในประเทศไทย ได้พบปัญหาข้อสัญญาที่เอาเปรียบผู้บริโภคดังนี้

1) ผู้ประกอบธุรกิจเพียงฝ่ายเดียวกำหนดระยะเวลาขั้นสูงของสัญญาที่นานเกินไป ดังที่ได้รวบรวมข้อมูลของระยะเวลาสัญญาของแต่ละสนามกอล์ฟ ส่วนใหญ่มีการกำหนดระยะเวลาขั้นสูงของสัญญาที่ผูกพันสมาชิกสนามกอล์ฟยาวนานหลายปี[3] จนถึงผูกพันตลอดชีพของสมาชิกสนามกอล์ฟ[4]

การกำหนดระยะเวลาของสัญญาที่นานเกินไปย่อมเกิดความเสี่ยงที่สมาชิกสนามกอล์ฟซึ่งเป็นผู้บริโภคจะไม่ได้รับบริการที่ถูกต้องครบถ้วน หรือคุณภาพปัจจัยของการให้บริการเปลี่ยนไปจากเดิม ไม่ว่าปัจจัยจะมาจากทางผู้ประกอบธุรกิจหรือผู้บริโภคเอง ยกตัวอย่างเช่น ผู้ประกอบธุรกิจไม่รักษาสภาพสนามกอล์ฟให้ดีเหมือนตอนที่ผู้บริโภคสมัครเป็นสมาชิกหรือมีการให้บุคคลภายนอกเข้ามาใช้บริการของสนามกอล์ฟได้ทั้งๆ ที่ช่วงแรกประกาศว่าเป็นสนามกอล์ฟที่จำกัดให้บริการเพียงนักกอล์ฟที่เป็นสมาชิกกับสนามกอล์ฟเท่านั้น ปัจจัยด้านผู้บริโภค เช่น สมาชิกสนามกอล์ฟทุพพลภาพไม่สามารถใช้บริการได้อีก หรือย้ายที่อยู่ไปไกลจากสนามกอล์ฟที่เป็นสมาชิก เป็นต้น

กรณีที่กล่าวมา ถ้ามีการทำสัญญาที่มีระยะเวลาขั้นสูงของสัญญาที่นานเกินไป ผู้บริโภคเป็นฝ่ายเสียเปรียบเพราะเมื่อเกิดเหตุการณ์เหล่านี้ขึ้นมา ผู้บริโภคก็ยังต้องผูกพันในสัญญาต่อไปโดยที่ไม่มีโอกาสได้ใช้สิทธิรับบริการตามสัญญา แต่ผู้ประกอบธุรกิจนั้นได้รับค่าบริการเต็มจำนวนตั้งแต่ตอนทำสัญญาแล้ว ครั้นผู้บริโภคจะเลิกสัญญาถ้าไม่มีการกำหนดข้อตกลงเงื่อนไขในการเลิกสัญญาเกี่ยวกับเรื่องปัจจัยดังกล่าวที่จะทำให้ผู้บริโภคไม่เป็นฝ่ายผิดสัญญาซึ่งจากการที่ผู้เขียนรวบรวมข้อมูลจากสัญญาให้บริการสมาชิกสนามกอล์ฟหลายๆ แห่งก็ปรากฏว่าไม่มีข้อกำหนดดังกล่าวเลย ผู้บริโภคก็จะเป็นฝ่ายผิดสัญญาเสียเองอีกด้วย

---

[3] ตารางที่ 4 ตารางแสดงรายละเอียดค่าใช้จ่ายในการสมัครเป็นสมาชิกสนามกอล์ฟต่างๆ พร้อมระยะเวลาในการเป็นสมาชิกของสนามกอล์ฟรวมทั้งค่าโอน

[4] ผู้ประกอบธุรกิจ ค. “Individual Membership... Term Lifetime.”

2) การกำหนดข้อสัญญาให้สิทธิผู้ประกอบธุรกิจในทำนองผู้ประกอบธุรกิจมีสิทธิเปลี่ยนแปลงข้อตกลง ระเบียบ ข้อบังคับ หลักเกณฑ์ต่างๆ ที่ได้ทำไว้ตอนทำสัญญาได้ในอนาคต ในเรื่องค่าธรรมเนียม ค่าสมาชิก ค่าโอนสิทธิ หรือเรื่องอื่นๆ ฝ่ายเดียวโดยไม่ต้องแจ้งสมาชิกล่วงหน้าหรือไม่ต้องได้รับความยินยอมจากสมาชิกก่อน[5] ซึ่งจากข้อตกลงนี้ทำให้เกิดความเสียเปรียบไม่เป็นธรรมและเกิดความเสียหายแก่ผู้บริโภคซึ่งเป็นสมาชิกสนามกอล์ฟอย่างมากตามที่เป็นข่าวตามสื่อว่าผู้บริโภคที่เป็นสมาชิกสนามกอล์ฟร้องเรียนต่อสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ในการที่ผู้ประกอบธุรกิจให้บริการสนามกอล์ฟขึ้นค่าสมาชิก ค่าโอนสิทธิสมาชิก ค่าธรรมเนียม ฯลฯ เป็นจำนวนเงินที่สูงมาก โดยการขึ้นค่าใช้จ่ายต่างๆ เหล่านี้เป็นการขึ้นโดยมิได้มีการบอกกล่าวหรือได้รับความยินยอมจากสมาชิกก่อน[6]

3) การเรียกเก็บค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมนอกเหนือจากค่าสมาชิกสนามกอล์ฟ ไม่ว่าจะเรียกชื่อว่าค่าธรรมเนียม ค่าบำรุงสนาม ฯลฯ โดยค่าใช้จ่ายเหล่านี้ผู้ประกอบธุรกิจจะเรียกเก็บจากสมาชิกเป็นรายครั้งที่มาใช้บริการ รายเดือน หรือรายปีแล้วแต่ผู้ประกอบธุรกิจแต่ละรายจะกำหนด[7] ซึ่งการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายเหล่านี้ผู้ประกอบธุรกิจบางรายกำหนดไว้ในข้อสัญญาและมีบางรายที่ไม่ได้กำหนดแต่เรียกเก็บในภายหลัง

การเก็บค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมนี้ผู้ประกอบธุรกิจอาจมีวัตถุประสงค์เพื่อเอาไปบำรุงสนามให้สภาพดีน่าใช้บริการหรืออาจจะเป็นเงินกินเปล่า หรือเหตุผลอื่นๆ ก็เป็นได้ แต่การกำหนดข้อสัญญาในข้อนี้เป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคได้หากสัญญาให้บริการสมาชิกสนามกอล์ฟนั้นมีข้อสัญญาที่กำหนดระยะเวลาขั้นสูงของสัญญาที่นานเกินไปตามข้อ 1) และ ผู้ประกอบธุรกิจมีสิทธิเปลี่ยนแปลงข้อตกลง ระเบียบ ข้อบังคับ หลักเกณฑ์ต่างๆ ที่ได้ทำไว้ตอนทำสัญญาได้โดยต้องได้รับความยินยอมจากสมาชิก

---

[5] ผู้ประกอบธุรกิจ ข. ข้อ 2 “ข้าพเจ้าตกลงยินยอมให้บริษัทมีสิทธิที่จะทำการปรับปรุงเปลี่ยนแปลง ค่าธรรมเนียมและ/หรือค่าธรรมเนียมสมาชิกรายเดือนได้ โดยมิต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า”

ข้อ 6 “ข้าพเจ้าตกลงยินยอมที่จะผูกพันและปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับของ ผู้ประกอบธุรกิจ ข. ไม่ว่าจะปรากฏมีอยู่ในขณะที่ทำใบสมัครนี้ หรือพึ่งปรับปรุงเปลี่ยนแปลง แก้ไขเพิ่มเติมขึ้นใหม่ต่อไปในอนาคตทุกประการ โดยมิต้องบอกกล่าวล่วงหน้า และจะไม่ยกเหตุใดๆ ขึ้นเป็นข้ออ้างเพื่อให้พ้นความรับผิดชอบของข้าพเจ้าแต่ประการใดทั้งสิ้น”

ผู้ประกอบธุรกิจ ค. Remark “In unlikely event of a change, ...ผู้ประกอบธุรกิจ ค... Reserved the Rights to amend the above rates and terms with or without prior notice.”

ผู้ประกอบธุรกิจ จ. “ขอสงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลงโดยมิต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า”

[6] ข่าวผู้บริโภคร้องเรียนธุรกิจสนามกอล์ฟจากการถูกเอาเปรียบ ภาคผนวก จ.

[7] ผู้ประกอบธุรกิจ ข. ข้อ 2.2 “ค่าธรรมเนียมอื่นๆ (ถ้ามี)”

ผู้ประกอบธุรกิจ ค. “Annual Subscription...30,000 per year/per person”

ก่อนตามข้อ 2) ผลที่ตามมาก็คือ ผู้ประกอบธุรกิจอาจขึ้นค่าใช้จ่ายเหล่านี้ตามอำเภอใจโดยใช้สิทธิที่ระบุไว้ในข้อ 2) ครั้นผู้บริโภคจะเลิกสัญญาก็จะติดปัญหาในเรื่องระยะสัญญาที่ผูกพันกันยาวนานที่ผู้บริโภคเข้าทำสัญญาตั้งแต่ต้นตามข้อ 1) ดังนั้นผู้บริโภคจึงเป็นฝ่ายเสียเปรียบเสมอ

4) การเรียกให้ผู้บริโภคที่สมัครสมาชิกสนามกอล์ฟชำระค่าบริการล่วงหน้าเต็มจำนวน ซึ่งจากที่ได้รวบรวมข้อมูลมูลค่าของสมาชิกสนามกอล์ฟในประเทศไทยส่วนใหญ่มีมูลค่าที่สูงตั้งแต่หลักแสนบาทถึงหลักล้านบาท[8] ดังนั้นการที่ผู้ประกอบธุรกิจสนามกอล์ฟกำหนดข้อสัญญาที่ว่า หากผู้สมัครยังมิได้ชำระค่าบริการในการเป็นสมาชิกสนามกอล์ฟทั้งหมด ผู้สมัครก็ยังไม่มีสิทธิที่จะใช้บริการจากสนามกอล์ฟกล่าวอีกนัยหนึ่งคือ ผู้สมัครซึ่งเป็นผู้บริโภคต้องชำระค่าบริการล่วงหน้าทั้งหมดโดยที่ยังไม่ได้รับบริการจากสนามกอล์ฟเลยทันที[9] แต่จะได้รับบริการในอนาคตต่อไป เป็นการกำหนดข้อสัญญาที่ทำให้ผู้บริโภคเสียเปรียบ เพราะการที่ผู้ประกอบธุรกิจได้รับค่าบริการไปแล้วทั้งหมดนั้นอาจทำให้มีแรงจูงใจในการให้บริการที่ลดน้อยลง มิอาจจะรักษาคุณภาพการให้บริการหรือดูแลสภาพสนามกอล์ฟตลอดระยะเวลาตามสัญญา และเมื่อมีเหตุที่จะต้องเลิกสัญญา ผู้บริโภคมีความเสี่ยงที่ผู้ประกอบกิจการมักจะบ่ายเบี่ยงปฏิเสธไม่คืนค่าบริการที่ผู้บริโภคชำระไว้แล้วล่วงหน้าเต็มจำนวนโดยที่ผู้บริโภคเองนั้นก็ไม่ได้มีหลักประกันใดๆ ในเรื่องนี้เลย

5) เมื่อผู้บริโภคสมัครเป็นสมาชิกสนามกอล์ฟแล้วประสงค์จะโอนความเป็นสมาชิกให้แก่บุคคลอื่น อาจด้วยเหตุปัจจัยตัวสมาชิกเอง เช่น สมาชิกต้องย้ายที่อยู่ไปอยู่ที่อื่นซึ่งไม่สามารถมาใช้บริการสนามกอล์ฟที่ตนเป็นสมาชิกได้อย่างเต็มที่คุ้มค่าเหมือนดังเดิม หรือเหตุปัจจัยของสนามกอล์ฟ เช่น สภาพสนามกอล์ฟแย่ลงเพราะผู้ประกอบธุรกิจดูแลไม่ดีเหมือนเดิม ข้อกำหนดในสัญญาให้บริการสมาชิกสนามกอล์ฟที่ผู้เขียนได้รวบรวมมามักจะมีข้อสัญญาทำนองว่าเมื่อสมาชิกสนามกอล์ฟประสงค์จะโอนความเป็นสมาชิกให้แก่บุคคลอื่น จะต้องได้รับความยินยอมจากทางสนามกอล์ฟก่อนและต้อง

---

[8] ตารางที่ 4 ตารางแสดงรายละเอียดค่าใช้จ่ายในการสมัครเป็นสมาชิกสนามกอล์ฟต่างๆ พร้อมระยะเวลาในการเป็นสมาชิกของสนามกอล์ฟรวมทั้งค่าโอน

[9] ผู้ประกอบธุรกิจ ก. ข้อ 2.1 “ค่าสมัครสมาชิก จานวน 2,000,000.- (สองล้านบาทถ้วน) ชำระให้ภายในวันที่ทำสัญญาฉบับนี้”

ผู้ประกอบธุรกิจ ข. ข้อ 1 “ข้าพเจ้ายอมรับว่า สมาชิกภาพของข้าพเจ้าตามใบสมัครนี้จะมีผลต่อเมื่อบริษัทได้ตอบตกลงที่จะรับข้าพเจ้าเป็นสมาชิกของสนามกอล์ฟผู้ประกอบธุรกิจ ข. ซึ่งบริษัทจะลงนามเป็นลายลักษณ์อักษรไว้ท้ายใบสมัครนี้และเมื่อข้าพเจ้าได้ชำระค่าบำรุงสนามหรือค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการใช้บริการอื่นๆ ทั้งที่กำหนดขึ้นแล้ว/หรือจะกำหนดต่อไป”

ข้อ 2 “สำหรับค่าธรรมเนียมแรกเข้าบริษัทไม่ได้รับเงินจากข้าพเจ้า ข้าพเจ้าจึงไม่มีสิทธิ เรียกร้องดังกล่าวและ/หรือผลประโยชน์อื่นอันจะเกิดจากจำนวนเงินจำนวนดังกล่าว”

เสียค่าธรรมเนียมการโอนซึ่งเป็นหลักหมื่นบาทถึงหลักแสนบาทแล้วแต่แต่ละสนามกำหนดหรือบางแห่งอาจจำกัดมิให้โอนสิทธิสมาชิกเลย[10]

ผู้เขียนเห็นว่าการที่ผู้ประกอบธุรกิจกำหนดในข้อสัญญาว่าเมื่อสมาชิกสนามกอล์ฟประสงค์จะโอนความเป็นสมาชิกให้แก่บุคคลอื่นจะต้องได้รับความยินยอมจากทางสนามกอล์ฟก่อน เป็นข้อกำหนดที่อาจจะเป็นปัญหาต่อผู้บริโภคถ้าผู้ประกอบธุรกิจไม่ยินยอมโดยไม่มีเหตุผลที่จะอ้างได้ว่าเหตุใดถึงไม่ยินยอมให้สมาชิกโอนความเป็นสมาชิกให้แก่บุคคลอื่น และการที่สมาชิกประสงค์ที่จะโอนความเป็นสมาชิกให้แก่บุคคลอื่นนั้นต้องเสียค่าธรรมเนียมการโอนหลักหมื่นบาทถึงหลักแสนบาทให้แก่สนามกอล์ฟเสมอ ซึ่งค่าธรรมเนียมการโอนนี้ถือว่าเป็นค่าธรรมเนียมการโอนที่สูงมากหรืออาจจะเป็นเงินกินเปล่าที่ทางสนามกอล์ฟได้ประโยชน์ก็เป็นได้ ซึ่งเป็นข้อกำหนดในสัญญาที่ทำให้ผู้บริโภคเสียเปรียบอีกประการหนึ่ง

6) การเรียกเงินค่าประกันความเสียหายล่วงหน้า หรือจะเรียกชื่ออย่างไรก็ตามที่เป็นการเรียกเงินนอกเหนือจากค่าสมาชิกสนามกอล์ฟจากผู้บริโภค ทั้งนี้จุดประสงค์อาจไว้เพื่อหักหนี้สินค้างชำระต่างๆ ที่สมาชิกค้างชำระแก่ผู้ประกอบธุรกิจ เช่น ค่าธรรมเนียม เป็นต้น หรือไว้เพื่อประกันความเสียหายในกรณีที่สมาชิกสนามกอล์ฟได้ทำความเสียหายให้เกิดแก่สนามกอล์ฟโดยมักเรียกในจำนวนเงินที่สูง เช่น ตีลูกกอล์ฟพลาดเข้าไปในอาคารของสนามกอล์ฟทำให้เกิดความเสียหาย ทำรถกอล์ฟของสนามเสียหาย ฯลฯ โดยผู้ประกอบธุรกิจจะกำหนดเงื่อนไขในสัญญาว่าเมื่อสมาชิกสิ้นสุดสมาชิกภาพ ทางสนามกอล์ฟจะคืนเงินจำนวนนี้ให้ (ถ้าเกิดความเสียหายหรือหนี้ค้างชำระใดๆ ก็จะถูกหักไปตามส่วน) โดยไม่มีดอกเบี้ย หรือดอกผลให้แก่ผู้บริโภคเลย[11]

---

[10] ผู้ประกอบธุรกิจ ข. ข้อ 4 “หากข้าพเจ้าประสงค์จะโอนสมาชิกภาพให้แก่บุคคลอื่น ข้าพเจ้าและผู้รับโอนจะต้องปฏิบัติตามแบบและวิธีการซึ่งกำหนดไว้ในระเบียบข้อบังคับของผู้ประกอบธุรกิจ ข. และจะต้องได้รับความยินยอมเป็นลายลักษณ์อักษรจากบริษัท ผู้รับโอนสมาชิกภาพจากข้าพเจ้าจะสามารถเริ่มใช้สิทธิในฐานะสมาชิกของผู้ประกอบธุรกิจ ข. ต่อเมื่อบริษัทได้รับชำระเงินค่าธรรมเนียมการโอนสมาชิกภาพตามระเบียบข้อบังคับของผู้ประกอบธุรกิจ ข. โดยครบถ้วนแล้ว”

ผู้ประกอบธุรกิจ ง. ข้อ 3 “สิทธิสมาชิกจะไม่สามารถโอนให้ผู้อื่นได้ ไม่ว่าในกรณีใดๆ ทั้งสิ้น”

ผู้ประกอบธุรกิจ จ. ข้อ 2 “ไม่สามารถโอนสิทธิสมาชิกภาพได้”

[11] ผู้ประกอบธุรกิจ ก. ข้อ 2.2 “เงินฝากเพื่อประกันความเสียหายจำนวน 1,000,000.- (หนึ่งล้านบาทถ้วน) มอบไว้ให้แก่บริษัท”

เอกสารข้อตกลงมอบเงินฝากเพื่อประกันความเสียหาย ผู้ประกอบธุรกิจ ก. ข้อ 2 “ระยะเวลาเงินฝากเพื่อประกันความเสียหายนับแต่วันที่ทำข้อตกลงนี้ ถึงวันที่ข้าพเจ้าสิ้นสุดจากการเป็นสมาชิกภาพของสนามกอล์ฟ”

ซึ่งอันที่จริงแล้วธุรกิจสนามกอล์ฟเป็นธุรกิจที่ลงทุนสูง สนามกอล์ฟทุกสนามจึงต้องทำประกันภัย เช่น ประกันอุบัติเหตุ ประกันอัคคีภัย ประกันอุทกภัยหรือประกันความเสียหายต่างๆ อันอาจเกิดขึ้นแก่สนามและกรณีที่เกิดความเสียหายจากสมาชิกสนามกอล์ฟ ดังนั้นเมื่อเกิดกรณีความเสียหายอันเกิดจากสมาชิกสนามกอล์ฟ ทางสนามกอล์ฟก็เรียกร้องจากบริษัทประกันภัยในความเสียหายตามสัญญาประกันภัยได้อยู่นั่นเอง การที่ผู้ประกอบธุรกิจกำหนดข้อสัญญาในเรื่องการเรียกเงินจำนวนนี้เพิ่มเติมจากผู้บริโภค เป็นการทำให้ผู้บริโภคเสียเปรียบ เพราะผู้บริโภคต้องจ่ายเงินเพิ่มเติมจากการที่จ่ายค่าสมาชิกสนามกอล์ฟไปแล้วซึ่งอาจทำให้ผู้ประกอบธุรกิจได้รับเงินไปแล้วทั้งหมดนั้นอาจทำให้มีแรงจูงใจในการให้บริการที่ลดน้อยลง มิอาจจะรักษาคุณภาพการให้บริการหรือดูแลสภาพสนามกอล์ฟตลอดระยะเวลาตามสัญญา อีกทั้งเมื่อสมาชิกสิ้นสุดสมาชิกภาพ ทางสนามกอล์ฟจะคืนเงินจำนวนดังกล่าวโดยโดยไม่มีดอกเบี้ย หรือดอกผลให้ ซึ่งถ้าหากผู้บริโภคเอาเงินจำนวนนี้ไปลงทุน หรือ เป็นค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวันก็จะเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคมากกว่า

7) การไม่ระบุสิทธิหน้าที่ของคู่สัญญาให้ชัดเจน โดยเฉพาะสิทธิของผู้บริโภคที่ควรระบุให้ชัดเจนเพื่อไม่ให้เกิดปัญหาและให้ผู้บริโภคทราบถึงสิทธิที่ตนพึงมี เช่น เรื่องสิทธิในการใช้บริการสนามกอล์ฟ สิทธิในการเลิกสัญญา เป็นต้น รวมทั้งผู้ประกอบธุรกิจควรระบุหน้าที่ของตนลงไปในสัญญาเพื่อความชัดเจนแก่ผู้บริโภคด้วยว่าผู้ประกอบธุรกิจจะต้องทำตามหน้าที่ที่กำหนดไว้ในสัญญา เช่น ต้องดูแลสภาพสนามกอล์ฟให้มีสภาพดี ฟิตเนส สปา และสระว่ายน้ำต้องดูแลให้ใช้งานได้ในสภาพปกติ เป็นต้น

4.3 ปัญหาอื่นๆ อันเนื่องมาจากสัญญาให้บริการสมาชิกสนามกอล์ฟ

เอกสารข้อตกลงมอบเงินฝากเพื่อประกันความเสียหาย ผู้ประกอบธุรกิจ ก. ข้อ 3 “ข้าพเจ้าตกลงมอบเงินฝากเพื่อประกันความเสียหายตามข้อ 1 ไว้เพื่อเป็นการประกันความสูญเสีย เสียหาย และ/หรือ หนี้สินค้างชำระใดๆ ซึ่งอาจเกิดขึ้นจากการที่ข้าพเจ้า หรือ บุคคลใดๆ ซึ่งใช้สิทธิการเป็นสมาชิกของข้าพเจ้าปฏิบัติผิดหรือไม่ปฏิบัติตามระเบียบ หรือ ก่อให้เกิดความสูญเสีย ความเสียหาย และ/หรือ หนี้สินที่ค้างชำระใดๆ แก่สโมสร บริษัท และ/หรือ บุคคลภายนอก”

เอกสารข้อตกลงมอบเงินฝากเพื่อประกันความเสียหาย ผู้ประกอบธุรกิจ ก. ข้อ 4 “ข้าพเจ้าตกลงให้บริษัทยึดถือเงินฝากดังกล่าวไว้เป็นประกัน และบริษัทจะคืนเงินฝากเพื่อประกันความเสียหายดังกล่าวให้แก่ข้าพเจ้าเมื่อสิ้นสุดสมาชิกภาพไม่ว่าในกรณีใด โดยไม่มีดอกเบี้ย หรือดอกผลใดๆ ภายหลังจากหักค่าความสูญเสีย ความเสียหาย และ/หรือ หนี้สินใดๆ ที่ข้าพเจ้ามีต่อสโมสร บริษัท และ/หรือ บุคคลภายนอกจนครบถ้วนแล้ว”

ผู้เขียนได้สัมภาษณ์ผู้บริโภคที่เป็นสมาชิกสนามกอล์ฟ[12] จึงพบว่ามีปัญหาในการลิดรอนสิทธิผู้บริโภคเพื่อประโยชน์ของผู้ประกอบธุรกิจอันเนื่องมาจากการที่สัญญาให้บริการสมาชิกสนามกอล์ฟมิได้ระบุในข้อสัญญาในการป้องกันปัญหาเหล่านั้นไว้ล่วงหน้า ซึ่งมีปัญหาดังต่อไปนี้

1) ในช่วงเปิดสนามกอล์ฟแรกๆ หรือช่วงที่จะขายสิทธิสมาชิกสนามกอล์ฟ สนามกอล์ฟประกาศกำหนดว่าตนเป็นสนามกอล์ฟที่ให้บริการเฉพาะผู้ที่เป็นสมาชิกเท่านั้น บุคคลภายนอกไม่สามารถมาใช้บริการได้ ซึ่งทำให้มีผู้สนใจอยากจะใช้บริการโดยสมัครเป็นสมาชิกสนามกอล์ฟนั้นๆ เพราะข้อดีของการเป็นสนามกอล์ฟที่มีแต่สมาชิกของสนามกอล์ฟที่สามารถใช้บริการได้คือ มีความเป็นส่วนตัว สภาพสนามกอล์ฟจะสวยงามและไม่ทรุดโทรมมากเพราะคนใช้บริการไม่มากเมื่อเทียบกับสนามกอล์ฟที่เปิดรับนักกอล์ฟทั่วไป กลุ่มกอล์ฟไม่เยอะทำให้จองเวลาออกรอบได้สะดวกและเล่นกอล์ฟได้โดยกลุ่มกอล์ฟไม่ติดขัดในสนามกอล์ฟ

แต่ต่อมาสนามกอล์ฟนั้นก็เปิดรับบุคคลภายนอกให้เข้ามาใช้บริการได้เป็นรายครั้ง หรือเปิดรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มากับทัวร์ท่องเที่ยวซึ่งเป็นจำนวนมาก ทำให้สนามกอล์ฟขาดความเป็นส่วนตัว สภาพสนามกอล์ฟทรุดโทรม การจองเวลาออกรอบทำได้ยากเพราะมีนักกอล์ฟจำนวนมาก การเล่นกอล์ฟในสนามกอล์ฟติดขัดและเสียเวลา ซ้ำร้ายสนามกอล์ฟบางสนามจัดโปรโมชั่นลดราคาค่าตีกอล์ฟรายครั้งให้กับบุคคลทั่วไปซึ่งทำให้นักกอล์ฟที่ไม่ใช่สมาชิกสนามกอล์ฟเข้ามาใช้บริการจำนวนมาก และราคาการใช้บริการคุ้มค่ากว่าการสมัครเป็นสมาชิกสนามกอล์ฟอีกด้วย

2) สนามกอล์ฟมักจะมีการรับจัดงานกอล์ฟสังสรรค์ กอล์ฟการกุศล หรืองานอื่นๆ ในสนามกอล์ฟจากบุคคลภายนอก เมื่อมีการจัดงานเหล่านี้ สนามกอล์ฟจะต้องทำการงดบริการสนามกอล์ฟแก่สมาชิกสนามกอล์ฟเพื่อบริการแก่ผู้จ้างจัดงานในวัน เวลาที่จัดงาน ถ้าสนามกอล์ฟใดรับจัดงานบ่อยก็จะทำให้สมาชิกสนามกอล์ฟในสนามกอล์ฟนั้นถูกลิดรอนสิทธิในการเข้าไปใช้บริการตามสัญญา

3) สนามกอล์ฟเป็นสนามที่ประกอบไปด้วยต้นไม้ พืชพรรณ ที่จะต้องดูแลอย่างดี เพราะเป็นส่วนสำคัญในกีฬากอล์ฟ ซึ่งจะต้องมีการดูแลรักษา การที่ผู้ประกอบธุรกิจจัดสรรเวลาในการดูแลรักษาไม่มีประสิทธิภาพอาจทำให้กระทบสิทธิสมาชิกสนามกอล์ฟได้ เช่น ปิดสนามกอล์ฟส่วนหนึ่งชั่วคราวเพื่อตัดหญ้า ตัดแต่งต้นไม้ หรือบำรุงปุ๋ย หากจัดสรรเวลาเลือกเวลาในตอนเย็นหรือเช้าตรู่ซึ่งยังไม่มีนักกอล์ฟมาใช้บริการในช่วงเวลาดังกล่าวในการดูแลสนามกอล์ฟโดยไม่ต้องปิดสนามเพื่อไม่ให้

---

[12] สัมภาษณ์ ปริญญ์ ซอว์, นักกีฬากอล์ฟอาชีพ สมาชิกสนามกอล์ฟ, 20 กุมภาพันธ์ 2562.
สัมภาษณ์ สงวนนาม, นักธุรกิจ สมาชิกสนามกอล์ฟ, 15 มีนาคม 2562.

กระทบสมาชิกสนามกอล์ฟที่จะเข้ามาใช้บริการย่อมทำได้ แต่จากที่พบปัญหาคือ สนามกอล์ฟไม่ได้จัดสรรเวลาที่ดี ทำให้กระทบต่อการใช้บริการของสมาชิกสนามกอล์ฟ

บทที่ 5

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการศึกษา

ธุรกิจสนามกอล์ฟเป็นธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภทหนึ่งที่มีมูลค่าของธุรกิจสูงและขยายตัวมาก ความนิยมในกีฬากอล์ฟมีมากขึ้นและแพร่หลายจากเมื่ออดีตที่เป็นกีฬาเฉพาะกลุ่มราชวงศ์ ขุนนาง ข้าราชการ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ โดยความต้องการของผู้บริโภคนี้มีทั้งจากชาวไทยและชาวต่างชาติ ซึ่งจากที่ได้กล่าวมาแล้วในบทแรกๆ ประเทศไทยเป็นจุดหมายของนักกอล์ฟชาวต่างชาติที่จะเข้ามาใช้บริการสนามกอล์ฟเนื่องด้วยเหตุผลด้านความคุ้มค่าด้านราคาและการบริการที่น่าประทับใจ ซึ่งธุรกิจสนามกอล์ฟเป็นธุรกิจภาคบริการการท่องเที่ยวที่สร้างเม็ดเงินให้แก่ประเทศได้จำนวนมาก ซึ่งรัฐได้มีการส่งเสริม โฆษณา จัดกิจกรรมต่างๆ เช่น จัดการแข่งขันกอล์ฟรายการระดับนานาชาติ เพื่อใช้โฆษณาการท่องเที่ยวประเทศไทย ดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และทำให้มีการอุดหนุนในประเทศไทยเองอีกด้วย

จากการศึกษาผู้เขียนพบประเด็นปัญหาคือ ธุรกิจสนามกอล์ฟในประเทศไทยยังไม่มีกฎหมายเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคด้านการทำสัญญาให้บริการสมาชิกสนามกอล์ฟ ผู้เขียนรวบรวมพร้อมทั้งศึกษาวิเคราะห์สัญญาให้บริการสมาชิกสนามกอล์ฟประเภทบุคคลธรรมดาในประเทศไทยพบประเด็นปัญหาว่ามีผู้ประกอบธุรกิจร่างสัญญาฝ่ายเดียวซึ่งมีการกำหนดข้อสัญญาที่เอาเปรียบผู้บริโภคอันเป็นข้อสัญญาไม่เป็นธรรม เช่น ผู้ประกอบธุรกิจเปลี่ยนแปลงข้อตกลง ระเบียบ ข้อบังคับ หลักเกณฑ์ต่างๆ ได้โดยไม่ต้องแจ้งหรือได้รับความยินยอมจากผู้บริโภคก่อน กำหนดระยะเวลาของสัญญาผูกพันผู้บริโภคตลอดชีพ เป็นต้น และลักษณะของสัญญานี้ก็มีลักษณะที่ผู้บริโภคจะถูกเอาเปรียบเพราะเป็นลักษณะสัญญาสำเร็จรูปที่มีลักษณะให้บริการต่อเนื่องที่มีระยะเวลาผูกพันสัญญายาวนาน มีมูลค่าของสัญญาสูงและเป็นการให้บริการหลายครั้งดังที่จะเห็นได้จากเรื่องร้องเรียน สถิติการร้องเรียน ข่าว ผู้เขียนรวบรวมมาและจากการสัมภาษณ์ผู้บริโภคโดยตรง

จากปัญหาข้อเท็จจริงข้างต้น ผู้เขียนจึงได้ศึกษากลไกของกฎหมายไทยที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการทำสัญญาเพื่อหาแนวทางในการแก้ปัญหาจากการเอาเปรียบของผู้ประกอบ

ธุรกิจสัญญาให้บริการสมาชิกสนามกอล์ฟ โดยมีรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 ซึ่งเป็นกฎหมายสูงสุดของประเทศ บัญญัติเกี่ยวกับการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคโดยบัญญัติไว้ในหมวด 3 “สิทธิและเสรีภาพของปวงชนชาวไทย” มาตรา 40 มาตรา 46 และ มาตรา 61 ซึ่งการทำสัญญาโดยทั่วไปในลักษณะของเรื่องนิติกรรมสัญญาภายใต้ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ซึ่งผู้ประกอบธุรกิจและผู้บริโภคมีเสรีภาพในการเข้าทำสัญญา (Freedom of Contract) ได้ตามหลักอิสระในทางแพ่ง (Private Autonomy) และภายใต้กรอบและข้อจำกัดของกฎหมาย ซึ่งเป็นหลักทั่วไปในการทำสัญญา

แต่ทว่า การทำสัญญาโดยใช้หลักทั่วไปในการทำสัญญาตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ไม่สามารถคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพราะการเปลี่ยนแปลงทางสังคม เศรษฐกิจและอุตสาหกรรม ทำให้ผู้ประกอบธุรกิจอยู่ในสถานะที่ได้เปรียบผู้ปริโภคในการเข้าทำสัญญา เป็นการก่อให้เกิดความไม่ยุติธรรมในการทำสัญญาขึ้น รัฐจึงมีความจำเป็นที่จะต้องคุ้มครองคู่สัญญาฝ่ายที่ด้อยหรือเสียเปรียบกว่าโดยออกกฎหมายจำกัดเสรีภาพในการทำสัญญาเพื่อประโยชน์ต่อสังคมโดยรวมให้มีความสงบสุข ดังนั้น จึงมีการออกประกาศพระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540 เพื่อมุ่งคุ้มครองคู่สัญญาฝ่ายที่ด้อยหรือเสียเปรียบมิให้ต้องรับผลที่มาจากการทำข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม ซึ่งเป็นกรณีที่สัญญาเกิดขึ้นแล้ว จึงเป็นการคุ้มครองคู่สัญญาฝ่ายที่ด้อยหรือเสียเปรียบหลังการทำสัญญา โดยกฎหมายฉบับนี้กำหนดให้ศาลใช้เป็นเครื่องมือในการพิจารณาพฤติการณ์และตัดสินเพื่ออำนวยความยุติธรรมและสร้างความเป็นธรรมให้แก่คู่สัญญาเป็นสำคัญโดยมุ่งให้ศาลเป็นผู้ตรวจสอบสัญญาที่มีอยู่ในขอบเขตของกฎหมายฉบับนี้ว่ามีลักษณะของการเอารัดเอาเปรียบมากเกินไปหรือไม่ หากมีการเอาเปรียบเกินไปก็ให้ศาลมีอำนาจที่จะพิพากษาให้มีผลบังคับกันได้เพียงเท่าที่เป็นธรรมและพอสมควรแก่กรณี

อย่างไรก็ตาม เมื่อใดที่มีการใช้มาตรการความคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญาจากพระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540 ที่ให้อำนาจศาลพิพากษาให้มีผลบังคับกันได้เพียงเท่าที่เป็นธรรมและพอสมควรแก่กรณี เมื่อนั้นหมายความว่ามีการฟ้องร้องเป็นคดีความขึ้นสู่ศาลจากการที่ผู้บริโภคถูกเอาเปรียบ ได้รับความเสียหายจากข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมระหว่างผู้บริโภคและผู้ประกอบธุรกิจแล้ว ซึ่งกลายเป็นการแก้ไขปัญหาที่ปลายเหตุ ดังนั้นรัฐจึงบัญญัติพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 แก้ไขเพิ่มเติมในเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญาโดยมีการเพิ่มบทบัญญัติในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญา ตั้งแต่มาตรา 35 ทวิ ถึงมาตรา 35 นว ในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541 เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคทางด้านการทำสัญญา

มุ่งหมายจะควบคุมสัญญาล่วงหน้าโดยการตรวจสอบเนื้อหาสาระสำคัญของสัญญาโดยให้ความคุ้มครองในช่วงก่อนเข้าทำสัญญาเป็นมาตรการทางกฎหมายที่มุ่งป้องกันความเสียหายที่อาจจะเกิดต่อผู้บริโภคจากการกำหนดข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมของผู้ประกอบธุรกิจ ซึ่งมีหน่วยงานรัฐคือคณะกรรมการว่าด้วยสัญญามีอำนาจหน้าที่ในเรื่องเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคโดยพิจารณาเลือกธุรกิจตามสมควร ซึ่งมีหลักเกณฑ์และวิธีการเพื่อกำหนดให้การประกอบธุรกิจขายสินค้าหรือให้บริการใดเป็นธุรกิจที่ควบคุมสัญญา และมีอำนาจกำหนดลักษณะของสัญญาที่ผู้ประกอบธุรกิจทำกับผู้บริโภคตามหลักเกณฑ์พระราชกฤษฎีกากำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการในการกำหนดธุรกิจที่ควบคุมสัญญาและลักษณะของสัญญา พ.ศ.2542 ซึ่งการออกประกาศกำหนดให้ธุรกิจใดเป็นธุรกิจที่ถูกควบคุมสัญญาได้นั้น ต้องออกประกาศเป็นรายเฉพาะธุรกิจไป

ในส่วนของกฎหมายต่างประเทศ ผู้เขียนได้ศึกษาบทบัญญัติกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการทำสัญญาและข้อสัญญาในสัญญาให้บริการสมาชิกสนามกอล์ฟของประเทศประเทศสหรัฐอเมริกา (มลรัฐแคลิฟอร์เนีย) ซึ่งเป็นประเทศระบบกฎหมายแบบจารีตประเพณีและเป็นประเทศที่มีความนิยมกีฬากอล์ฟมากที่สุดในโลก และประเทศญี่ปุ่นซึ่งเป็นประเทศระบบกฎหมายแบบลายลักษณ์อักษรและเป็นประเทศที่มีความนิยมกีฬากอล์ฟรองจากประเทศสหรัฐอเมริกา เพื่อเป็นแนวทางในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการทำสัญญาให้บริการสมาชิกสนามกอล์ฟ

พบว่าประเทศสหรัฐอเมริกา (มลรัฐแคลิฟอร์เนีย) มีกฎหมายที่คุ้มครองผู้บริโภคด้านการทำสัญญาจากแนวทางที่กฎหมายกำหนดให้ควบคุมธุรกิจเฉพาะ ธุรกิจเหล่านี้ผู้ประกอบธุรกิจจะทำสัญญากับผู้บริโภคโดยถูกกฎหมายกำหนดรูปแบบของสัญญาซึ่งมีข้อสัญญากำหนดให้การทำสัญญาเป็นหนังสือซึ่งมีข้อความตามกฎหมายกำหนดและส่งมอบให้แก่ผู้บริโภคขณะทำสัญญา ถ้าไม่ปฏิบัติตามจะไม่สามารถบังคับกันตามสัญญาได้ กฎหมายยังกำหนดรูปแบบของขนาด สี ตัวอักษรสัญญา รวมทั้งรายละเอียดที่ต้องแสดงไว้ในสัญญาในเรื่องการชำระค่าบริการล่วงหน้าที่กฎหมายจำกัดจำนวนเงินหรือระยะเวลาตามสัญญาแล้วแต่กรณี มีการจำกัดระยะเวลาสูงสุดที่ผูกพันคู่สัญญาของแต่ละธุรกิจเอาไว้พร้อมทั้งสิทธิในการเลิกสัญญาซึ่งมีกรณีเลิกสัญญาได้ตลอดเวลาจากเหตุอื่นๆ เลิกสัญญากรณีมีเหตุเกิดขึ้นตามกฎหมายกำหนดไว้เป็นพิเศษ หรือการเปลี่ยนแปลงในสาระสำคัญซึ่งเกิดจากทางด้านผู้บริโภคเองหรือผู้ประกอบธุรกิจแล้วแต่กรณี พร้อมทั้งกำหนดการคืนค่าบริการที่ชำระไว้ล่วงหน้าซึ่งมีสองแนวทางคือ กำหนดระยะเวลานับจากวันที่ผู้บริโภคได้บอกเลิกสัญญา อีกแนวทางหนึ่งคือ คืนเงินแก่ผู้บริโภคทันทีเมื่อมีเหตุการณบางอย่างเกิดกับผู้บริโภค เช่น เสียชีวิต ย้ายถิ่นที่อยู่ทุพพลภาพ เป็นต้น

ส่วนกฎหมายประเทศญี่ปุ่นกำหนดให้สัญญาต้องมีเอกสารสองประเภทได้แก่ เอกสารร่างสัญญาสำหรับเสนอบริการและเอกสารฉบับลงนามจริงโดยส่งมอบเอกสารดังกล่าวให้แก่ผู้บริโภคในตอนเข้าทำสัญญา กฎหมายกำหนดรายละเอียดกำหนดให้สัญญาต้องใช้ขนาด รูปแบบ และสีของตัวอักษรที่ชัดเจนและอ่านเข้าใจ และข้อความที่กฎหมายกำหนดให้ต้องมีในสัญญาต้องใช้อักษรสีแดงและอยู่ในกรอบสีแดง การกำหนดระยะเวลาสูงสุดของสัญญากฎหมายให้สิทธิผู้บริโภคเลิกสัญญาได้ตลอดระยะเวลาตามสัญญาเว้นแต่ธุรกิจที่ถูกควบคุมมีการกำหนดระยะเวลาขั้นต่ำไว้แล้วแต่ประเภทธุรกิจ ส่วนการกำหนดสิทธิในการเลิกสัญญามี 3 กรณีคือ สิทธิเลิกสัญญาโดยไม่ต้องมีเหตุผลภายในระยะเวลาไตร่ตรอง (Cooling-off Period) โดยจะกำหนดจากช่วงระยะเวลาใช้สิทธิไว้ให้ภายหลังจากเงื่อนไขที่กฎหมายกำหนดไว้ อีกกรณีคือ การให้สิทธิเลิกสัญญาโดยไม่ต้องมีเหตุผลได้ตลอดระยะเวลาการให้บริการตามสัญญา กฎหมายญี่ปุ่นเรียกว่าการใช้สิทธิเลิกสัญญากลางคัน (Mid-Term Cancellation) กรณีสุดท้ายคือสิทธิการเลิกสัญญาอันเกิดจากเหตุต่างๆ กรณีที่ผู้บริโภคเข้าทำสัญญาใช้บริการด้วยความเข้าใจผิดอันเกิดขึ้นจากผู้ประกอบธุรกิจ ต่อมาในเรื่องการกำหนดการคืนค่าบริการที่ชำระไว้ล่วงหน้ากรณีผู้บริโภคบอกเลิกสัญญาโดยไม่ต้องมีเหตุผลภายในระยะเวลาไตร่ตรอง (Cooling-off Period) กำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจคืนเงินทั้งหมดเต็มจำนวนทันทีและผู้บริโภคไม่ต้องจ่ายค่าเสียหายหรือค่าปรับใดๆ เลย แต่หากเป็นกรณีเลิกสัญญาโดยไม่มีเหตุภายหลังครบกำหนดระยะเวลาไตร่ตรองไปแล้ว ผู้บริโภคต้องรับผิดชอบค่าบริการที่ผู้บริการได้รับบริการไปบ้างแล้วบางส่วนก่อนใช้สิทธิเลิกสัญญาและค่าเสียหายโดยปกติอันเนื่องมาจากผู้บริโภคใช้สิทธิเลิกสัญญาในจำนวนไม่เกินกว่าที่กฎหมายกำหนดไว้ ทั้งนี้ กฎหมายประเทศญี่ปุ่นมิได้มีข้อกำหนดเกี่ยวกับการห้ามหรือจำกัดจำนวนการเรียกค่าบริการล่วงหน้าจากผู้บริโภค ดังนั้น ผู้ประกอบธุรกิจมีสิทธิเรียกให้ผู้บริโภคชำระค่าบริการล่วงหน้าได้ตามจำนวนระยะเวลาที่ได้ตกลงกัน

จากการที่ได้ศึกษา วิเคราะห์ ปัญหาจากข้อเท็จจริง รวมทั้งกฎหมายและข้อสัญญาของประเทศไทยและต่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการทำสัญญา เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดการให้ความคุ้มครองผู้บริโภคสัญญาให้บริการสมาชิกสนามกอล์ฟเพราะประเทศไทยมิได้มีมาตรการกำหนดความคุ้มครองผู้บริโภคด้านการทำสัญญาในธุรกิจสนามกอล์ฟ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องพิจารณาหาแนวทางในการแก้ปัญหาดังกล่าวให้ชัดเจน เพียงพอ เหมาะสม และมีประสิทธิภาพ เพื่อป้องกันและลดความเสี่ยงต่อความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นแก่ผู้บริโภคในการเข้าทำสัญญาให้บริการสมาชิกสนามกอล์ฟ อันเป็นประโยชน์ต่อส่วนรวมของประเทศชาติได้

5.2 ข้อเสนอแนะ

เพื่อกำหนดมาตรการทางกฎหมายที่เหมาะสมในการคุ้มครองผู้บริโภคสัญญาให้บริการสมาชิกสนามกอล์ฟในลักษณะเป็นการป้องกันปัญหาและลดความเสี่ยงในการเอาเปรียบที่อาจเกิดแก่ผู้บริโภค ผู้เขียนเสนอให้มีการออกประกาศ “เรื่อง ให้ธุรกิจให้บริการสนามกอล์ฟเป็นธุรกิจที่ควบคุมสัญญา” โดยคณะกรรมการว่าด้วยสัญญาอาศัยอำนาจตามความในมาตรา 35 ทวิ แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541 อันเป็นพระราชบัญญัติที่มีบทบัญญัติบางประการเกี่ยวกับการจำกัดสิทธิและเสรีภาพของบุคคล ซึ่งมาตรา 29 ประกอบกับมาตรา 43 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย บัญญัติให้กระทำได้โดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมาย กล่าวคือ ธุรกิจสนามกอล์ฟเป็นธุรกิจบริการที่มีการทำสัญญาให้บริการสมาชิกสนามกอล์ฟตามปกติประเพณีเป็นหนังสือซึ่งการให้บริการดังกล่าวตามที่ผู้วิจัยได้ศึกษาและวิเคราะห์มาในบทที่ 4 นั้นมีลักษณะที่มีการใช้ข้อตกลงที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคและใช้สัญญาสำเร็จรูปอย่างแพร่หลายอันเข้าลักษณะตามพระราชกฤษฎีกากำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการในการกำหนดธุรกิจที่ควบคุมสัญญาและลักษณะของสัญญา พ.ศ. 2542 มาตรา 3 ซึ่งการกำหนดลักษณะของสัญญาต้องมีหลักเกณฑ์มาตรา 4 ด้วย

โดยผู้เขียนเสนอข้อกำหนดดังต่อไปนี้

5.2.1 กำหนดข้อสัญญาที่ต้องมีในสัญญาให้บริการสมาชิกสนามกอล์ฟ

5.2.1.1 “คำนิยามของ “ธุรกิจให้บริการสนามกอล์ฟ” หมายความว่า ธุรกิจให้บริการใช้สถานที่ออกรอบเล่นกอล์ฟเพื่อประโยชน์ในทางการค้าที่ผู้ประกอบธุรกิจทำสัญญาให้บริการสมาชิกสนามกอล์ฟกับผู้บริโภคซึ่งเป็นบุคคลธรรมดาให้เป็นสมาชิก”

เหตุผลในการให้คำนิยามของ “ธุรกิจให้บริการสนามกอล์ฟ” เพื่อความชัดเจนของการจำกัดความในธุรกิจสนามกอล์ฟที่ได้ศึกษาและบังคับใช้เฉพาะสมาชิกประเภทบุคคลธรรมดาเท่านั้น

5.2.1.2 “ให้คู่สัญญาทำสัญญาเป็นหนังสือลงลายมือชื่อทั้งสองฝ่ายและส่งมอบคู่ฉบับสัญญาให้แก่สมาชิกสนามกอล์ฟทันที”

เหตุผลเพื่อให้ผู้บริโภคได้คู่ฉบับหนังสือสัญญาเพื่อเก็บไว้เป็นหลักฐานทันที[1] ว่ามีการทำสัญญาเกิดขึ้นจริง มีรายละเอียดที่สำคัญ เช่น สมาชิกได้ชำระเงินแก่ผู้ประกอบธุรกิจแล้ว ทำให้ทราบสิทธิตามสัญญาที่พึงมีรวมถึงทำให้ถึงทราบหน้าที่ของผู้ประกอบธุรกิจด้วย

5.2.1.3 “ใช้ข้อความภาษาไทยที่สามารถเห็นและอ่านได้ชัดเจน”

กฎหมายต่างประเทศกำหนดรายละเอียดต่างๆ ของตัวอักษรให้เลย ส่วนนี้ผู้เขียนเห็นว่าอาจจะกำหนดขนาดให้ใหญ่และเห็นได้ชัด จุดประสงค์คือเพื่อให้เห็นและอ่านได้ง่าย

5.2.1.4 “มีรายละเอียดต่างๆ เกี่ยวกับการให้บริการสนามกอล์ฟ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ และบริการอื่นๆ ที่ผู้บริโภคมีสิทธิพึงได้รับตามสัญญา เช่น ฟิตเนส สปา สระว่ายน้ำ”

สัญญาให้บริการสมาชิกสนามกอล์ฟต้องกำหนดสิทธิของสมาชิกให้ชัดเจนว่ามีสมาชิกมีสิทธิที่จะใช้บริการอะไรบ้างอย่างละเอียด เพราะสนามกอล์ฟหลายแห่งมิได้มีแค่ให้บริการเล่นกอล์ฟอย่างเดียว แต่มีบริการอื่นๆ เพื่อดึงดูดลูกค้าด้วย[2] ทั้งนี้ กำหนดตามแนวทางสัญญาของต่างประเทศเพื่อให้เกิดความเป็นธรรมในการทำสัญญา

5.2.1.5 “รายละเอียดอัตราค่าสมาชิก ค่าใช้จ่ายต่างๆ เช่น ค่าธรรมเนียม ค่าธรรมเนียมการโอนสมาชิกไปยังบุคคลที่สาม ที่เรียกเก็บจากสมาชิก เงื่อนไขและวิธีการชำระเงิน วันเริ่มต้นและสิ้นสุดการเป็นสมาชิก”

จากปัญหาที่ผู้ประกอบธุรกิจไม่กำหนดค่าใช้จ่ายในสัญญาให้ชัดเจนและเรียกเก็บในภายหลัง[3] จึงควรกำหนดให้ระบุรายละเอียดค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่เรียกเก็บจากสมาชิกให้ชัดเจนในสัญญา เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมในการทำสัญญา

5.2.1.6 “กำหนดสิทธิในการเลิกสัญญาของผู้บริโภคกรณีดังนี้

1) มีหลักฐานเป็นลายลักษณ์อักษรจากแพทย์ยืนยันว่าผู้บริโภคไม่สามารถรับบริการได้ตามสัญญาเนื่องจากสภาพร่างกาย ทุพพลภาพ สภาพร่างกายหรือจิตใจผิดปกติ หรือ ผู้บริโภคห่างจากสถานบริการของผู้ประกอบธุรกิจเนื่องจากผู้บริโภคย้ายภูมิลำเนาไปที่อื่น ซึ่งสถานที่อยู่ใหม่ของ

---

[1] ประเทศสหรัฐอเมริกา กฎหมายมลรัฐแคลิฟอร์เนีย บทที่ 3 หัวข้อ 3.2.1.3 ข้อ 1.

[2] ผู้ประกอบธุรกิจ A. ภาคผนวก ข. และ ผู้ประกอบธุรกิจ C. ภาคผนวก ค.

[3] วิเคราะห์ปัญหาไว้ในบทที่ 4 หัวข้อ 4.2 ข้อ 3.

ผู้บริโภคห่างจากสถานบริการของผู้ประกอบธุรกิจ ทำให้ผู้บริโภคมีความลำบากเกินสมควรที่จะใช้บริการได้ดังเดิม

2) ผู้ประกอบธุรกิจไม่รักษาดูแลสภาพสนามกอล์ฟ คลับเฮ้าส์ สโมสร หรือบริเวณอื่นๆ ที่สำคัญต่อการให้บริการผู้บริโภคตาม 5.2.1.4 ให้อยู่สภาพดีพร้อมในการให้บริการ และไม่ปรับปรุงแก้ไขโดยเร็วหลังจากได้รับแจ้งหรือร้องเรียนจากผู้บริโภค

3) ผู้ประกอบธุรกิจให้บริการสนามกอล์ฟงดให้บริการชั่วคราวเนื่องด้วยประโยชน์ของผู้ประกอบธุรกิจเอง เช่น รับงานจัดเลี้ยงสังสรรค์ บำรุงสภาพสนามกอล์ฟ จนกระทบสิทธิผู้บริโภคเกินสมควร

4) เฉพาะกรณีผู้ประกอบธุรกิจให้บริการสนามกอล์ฟรายใดประกาศตนว่าธุรกิจให้บริการสนามกอล์ฟของตนให้บริการเฉพาะผู้บริโภคเฉพาะประเภทสมาชิกสนามกอล์ฟ ไม่ให้บริการบุคคลภายนอกซึ่งไม่มีสถานะเป็นสมาชิกสนามกอล์ฟ ต่อมามีการให้บริการบุคคลภายนอกซึ่งไม่มีสถานะเป็นสมาชิกสนามกอล์ฟ ผู้บริโภคมีสิทธิบอกเลิกสัญญาทันที”[4]

สัญญาต้องมีการระบุสิทธิในการเลิกสัญญาเมื่อเกิดเหตุปัจจัยต่างๆ ที่เกิดขึ้นแก่สมาชิกซึ่งทำให้สมาชิกไม่สามารถใช้บริการได้เหมือนเดิม ไม่ว่าจะเกิดจากเหตุปัจจัยของผู้บริโภคเองตามข้อ 1) ซึ่งมีแนวทางกำหนดสิทธิเลิกสัญญาตามสัญญา[5]และกฎหมายต่างประเทศ[6] และเหตุปัจจัยของผู้ประกอบธุรกิจสนามกอล์ฟ ตามข้อ 2), 3), 4)

5.2.1.7 “สิทธิของผู้บริโภคในการโอนสิทธิตามสัญญาให้บุคคลที่สามซึ่งมีคุณสมบัติเป็นสมาชิกได้เมื่อได้มีการบอกกล่าวเป็นลายลักษณ์อักษร โดยไม่ต้องได้รับความยินยอมจากผู้ประกอบธุรกิจ”

จากปัญหาที่ผู้ประกอบธุรกิจมิให้โอนสิทธิสมาชิกสนามกอล์ฟให้แก่ผู้อื่น[7] ทำให้สมาชิกเดือดร้อนจากการถูกจำกัดการโอนสิทธิสมาชิกให้บุคคลอื่น ดังนั้นควรกำหนดข้อสัญญาในการโอนนี้เพื่อความเป็นธรรมต่อผู้บริโภคในการจะโอนสิทธิสมาชิกได้

---

[4] ปัญหาที่ได้จากการสัมภาษณ์ บทที่ 4 หัวข้อ 4.3

[5] ผู้ประกอบธุรกิจ B. ภาคผนวก ข. ข้อ 8.

[6] ประเทศสหรัฐอเมริกา กฎหมายมลรัฐแคลิฟอร์เนีย บทที่ 3 หัวข้อ 3.2.1.3 ข้อ 5.

[7] วิเคราะห์ปัญหาไว้ในบทที่ 4 หัวข้อ 4.2 ข้อ 5.

5.2.1.8 “สิทธิของผู้บริโภคในการต่อระยะเวลาการใช้บริการสนามกอล์ฟเมื่อครบกำหนดระยะเวลาตามสัญญาโดยผู้ประกอบธุรกิจมีหน้าที่แจ้งการเปลี่ยนแปลงอัตราค่าสมาชิก และค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เรียกเก็บจากสมาชิก เช่น ค่าธรรมเนียม ค่าธรรมเนียมการโอนเป็นต้น เป็นลายลักษณ์อักษรให้ผู้บริโภคทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่าสามสิบวัน”

ผู้ประกอบธุรกิจต้องแจ้งต่อสมาชิกถ้ามีการการเปลี่ยนแปลงอัตราค่าสมาชิก และค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เรียกเก็บจากสมาชิก เพื่อให้สมาชิกได้พิจารณาข้อสัญญาใหม่ว่าจะต่อระยะเวลาหรือไม่ เพราะบางกรณีมีการขึ้นค่าใช้จ่าย สมาชิกอาจไม่ต่อระยะเวลาก็ได้ กำหนดเพื่อความเป็นธรรมต่อผู้บริโภค

5.2.1.9 “การคืนเงินสด หรือเช็ค หรือนำเข้าบัญชีเงินฝากธนาคารพาณิชย์ของผู้บริโภคเป็นจำนวนเงินตามที่เหลือจากค่าสมาชิก และค่าใช้จ่ายต่างๆ ตาม 5.2.1.5 และจากระยะเวลาที่ยังไม่ได้ใช้บริการสนามกอล์ฟภายในสามสิบวันนับแต่วันเลิกสัญญา

ในกรณีที่ผู้บริโภคเป็นฝ่ายบอกเลิกสัญญา ไม่ตัดสิทธิผู้บริโภคที่จะเรียกเบี้ยปรับในอัตราเดียวกันกับอัตราเบี้ยปรับที่ผู้ประกอบธุรกิจกำหนดให้ผู้บริโภคต้องชำระในกรณีผิดนัดชำระตามสัญญา”

เพื่อความเป็นธรรม ควรกำหนดให้ผู้บริโภคมีสิทธิในจำนวนเงินตามที่เหลือจากค่าสมาชิกที่ยังไม่ได้ใช้บริการพร้อมมีสิทธิเท่าเทียมกับผู้ประกอบธุรกิจที่จะเรียกเบี้ยปรับได้ในกรณีผิดนัดชำระตามสัญญา

5.2.2 กำหนดข้อสัญญาที่ห้ามมีในสัญญาให้บริการสมาชิกสนามกอล์ฟ

5.2.2.1 “ข้อสัญญาที่กำหนดให้การต่อระยะเวลาการให้บริการสนามกอล์ฟมีผลบังคับทันทีเมื่อครบกำหนดระยะเวลาตามสัญญา”

เมื่อครบกำหนดระยะเวลาสัญญา ผู้บริโภคควรได้ไตร่ตรองก่อนว่าประสงค์จะต่อระยะเวลาใช้บริการไปอีกหรือไม่โดยอาจพิจารณาจากความพึงพอใจตลอดระยะเวลาในการใช้บริการ เช่น สนามกอล์ฟดูแลสภาพดีตลอดเวลาหรือไม่ เป็นต้น ดังนั้นจึงไม่ควรมีข้อกำหนดนี้อยู่ในสัญญาเพื่อความเป็นธรรม

5.2.2.2 “ข้อสัญญาที่กำหนดให้ผู้บริโภคต้องผูกพันตามประกาศ ข้อกำหนดหรือหลักเกณฑ์ของผู้ประกอบธุรกิจ เว้นแต่ประกาศหรือหลักเกณฑ์ดังกล่าวเป็นประโยชน์แก่ผู้บริโภคเป็นส่วนรวม”

5.2.2.3 “ข้อสัญญาทำนองให้สิทธิผู้ประกอบธุรกิจในทำนองผู้ประกอบธุรกิจมีสิทธิเปลี่ยนแปลงข้อตกลง ระเบียบ ข้อบังคับ หลักเกณฑ์ต่างๆ ที่ได้ทำไว้ตอนทำสัญญาได้ในอนาคต ในเรื่องค่าธรรมเนียม ค่าสมาชิก ค่าโอนสิทธิ หรือเรื่องอื่นๆ ฝ่ายเดียวโดยไม่ต้องแจ้งผู้บริโภคล่วงหน้า”

ข้อกำหนดตาม 5.2.2.2 และ 5.2.2.3 เป็นข้อกำหนดที่ไม่เป็นธรรม จากปัญหาที่ผู้ประกอบธุรกิจระบุข้อสัญญาเหล่านี้ไว้[8] ผู้ประกอบธุรกิจมักเปลี่ยนแปลงข้อบังคับ หลักเกณฑ์ต่างๆ ให้ฝ่ายตนได้เปรียบ และสร้างความยุ่งยากให้ผู้บริโภคในการปฏิบัติตาม โดยไม่ต้องแจ้งหรือได้รับความยินยอมจากผู้บริโภคก่อน ทำให้ผู้บริโภคเดือดร้อนจากข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม

5.2.2.4 “ข้อสัญญาที่เป็นการยกเว้นหรือจำกัดความรับผิดที่เกิดจากการผิดสัญญาหรือละเมิดของผู้ประกอบธุรกิจ หรือจากการบาดเจ็บ เจ็บป่วย จากการใช้บริการสนามกอล์ฟ รวมทั้งทรัพย์สินสูญหายภายในสถานที่ประกอบธุรกิจ”

เมื่อเกิดเหตุการณ์ผู้บริโภคถูกทำละเมิดหรือได้รับบาดเจ็บ เช่น นักกอล์ฟตกฝาท่อระบายน้ำในบริเวณสนามกอล์ฟซึ่งสนามกอล์ฟไม่ปิดให้ดี ทรัพย์สินที่ฝากไว้ในห้องล็อคเกอร์สูญหาย เป็นต้น ผู้ประกอบธุรกิจมักจะกำหนดยกเว้นหรือจำกัดความรับผิด เพื่อป้องกันปัญหาดังกล่าว จึงมิควรมีข้อกำหนดนี้อยู่ในสัญญาเพื่อความเป็นธรรม

5.2.2.5 “ข้อสัญญาในการเรียกเงินค่าประกันความเสียหายล่วงหน้า หรือจะเรียกชื่ออย่างไรก็ตามที่เป็นการประกันความเสียหายหรือเพื่อหักหนี้สินค้างชำระต่างๆ แก่ผู้ประกอบธุรกิจ”

จากปัญหาที่ผู้ประกอบธุรกิจเรียกเงินค่าประกันความเสียหายล่วงหน้า หรือจะเรียกชื่ออย่างไรก็ตามที่เป็นการประกันความเสียหายหรือเพื่อหักหนี้สินค้างชำระต่างๆ[9] ที่ผู้ประกอบธุรกิจได้รับไว้โดยกินเปล่า และไม่มีการให้ดอกเบี้ย หรือผลประโยชน์แก่ผู้บริโภคในจำนวนเงินก้อนนี้ ทำให้ผู้บริโภคเสียโอกาสในการนำเงินไปใช้ประโยชน์อย่างอื่น จึงมิควรมีข้อกำหนดนี้อยู่ในสัญญาเพื่อความเป็นธรรม

---

[8] วิเคราะห์ไว้ในบทที่ 4 หัวข้อ 4.2 ข้อ 2.

[9] วิเคราะห์ไว้ในบทที่ 4 หัวข้อ 4.2 ข้อ 6.

5.2.2.6 “ข้อสัญญาที่ให้สิทธิผู้ประกอบธุรกิจเลิกสัญญากับผู้บริโภคโดยไม่ต้องบอกกล่าวเป็นลายลักษณ์อักษร หรือโดยผู้บริโภคมิได้ผิดสัญญาในข้อสาระสำคัญ หรือแก้ไข เปลี่ยนแปลงการให้บริการสนามกอล์ฟ อัตราสมาชิก ค่าใช้บริการ และค่าธรรมเนียม ค่าธรรมเนียมการโอนสมาชิกไปยังบุคคลที่สามหรือเงื่อนไขต่างๆ ตามสัญญาอื่นๆ ได้เพียงฝ่ายเดียว”

ผู้บริโภคอาจถูกบอกเลิกสัญญาโดยไม่ได้ทำผิดในสาระสำคัญ อีกทั้งผู้ประกอบธุรกิจมักขึ้นค่าใช้จ่ายต่างๆ ฝ่ายเดียวโดยไม่ได้แจ้งหรือได้รับความยินยอมจากผู้บริโภคก่อน เป็นการกำหนดข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมและเอาเปรียบผู้บริโภค จึงไม่ควรมีข้อกำหนดนี้อยู่ในสัญญา

5.2.2.7 “ข้อสัญญาที่กำหนดระยะเวลาตามสัญญาเกินหนึ่งปี”

จากปัญหาเรื่องการกำหนดระยะเวลาตามสัญญา[10] โดยศึกษาแนวทางการกำหนดสัญญาต่างประเทศ[11] ที่ผู้เขียนพบ ล้วนแต่กำหนดระยะเวลาตามสัญญาไม่เกิน 1 ปี ซึ่งเป็นผลดีต่อผู้บริโภคจากการผูกพันในสัญญา ถ้าคุณภาพการให้บริการแย่ลงจากปัจจัยทางผู้ประกอบธุรกิจหรือผู้บริโภคเองที่มีปัจจัยทำให้ไม่สามารถใช้บริการได้คุ้มค่าดังเดิม ผู้บริโภคก็มีโอกาสพิจารณาที่จะต่อหรือไม่ต่อสัญญาได้ ผู้เขียนคิดว่า ยิ่งระยะเวลาตามสัญญาน้อย ความเสี่ยงในการถูกเอาเปรียบจะน้อยลงตาม เพราะผู้บริโภคผูกพันตามสัญญาไม่นาน มีสิทธิพิจารณา ตัดสินใจว่าจะต่อระยะเวลาสัญญาต่อหรือไม่ ให้เหมาะสมต่อไป

เมื่อกำหนดห้ามมี “ข้อสัญญาที่กำหนดระยะเวลาตามสัญญาเกินหนึ่งปี” ยังเป็นการแก้ปัญหาภาระการเรียกให้ผู้บริโภคที่สมัครสมาชิกสนามกอล์ฟชำระค่าบริการล่วงหน้าเต็มจำนวน[12] กล่าวคือ ถ้ามีการกำหนดระยะเวลาสัญญาที่ยาวนาน เช่น 30 ปี หรือตลอดชีวิต ค่าสมาชิกย่อมมีมูลค่าที่สูงขึ้นตามการกำหนดระยะเวลาที่มากขึ้น ผู้บริโภคที่สมัครสมาชิกสนามกอล์ฟต้องชำระค่าบริการล่วงหน้าเต็มจำนวนให้กับผู้ประกอบธุรกิจตอนทำสัญญาอยู่นั่นเองซึ่งเป็นภาระค่าใช้จ่ายของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก การกำหนดระยะเวลาตามสัญญาไม่เกินหนึ่งปี ผู้เขียนเห็นว่า ค่าสมาชิกย่อมไม่สูงเกินไป ผู้ประกอบธุรกิจอาจเรียกให้ผู้บริโภคที่สมัครสมาชิกสนามกอล์ฟชำระค่าบริการล่วงหน้าเต็มจำนวนให้กับผู้ประกอบธุรกิจตอนทำสัญญาได้ ดังนั้นจึงมิควรมีข้อกำหนดระยะเวลาตามสัญญาเกินหนึ่งปีเพื่อความเป็นธรรม

---

[10] วิเคราะห์ไว้ในบทที่ 4 หัวข้อ 4.2 ข้อ 1.

[11] ภาคผนวก ข. และ ค.

[12] วิเคราะห์ไว้ในบทที่ 4 หัวข้อ 4.2 ข้อ 4.

ผู้เขียนได้เสนอแนะแนวทางในการออกประกาศให้ธุรกิจให้บริการสนามกอล์ฟเป็นธุรกิจที่ควบคุมสัญญา วัตถุประสงค์เพื่อความเป็นธรรมในด้านการทำสัญญาเพื่อมุ่งคุ้มครองผู้บริโภคซึ่งเป็นสมาชิกสนามกอล์ฟประเภทบุคคลธรรมดามิให้ถูกเอาเปรียบ ทั้งยังมีผลดีต่อผู้ประกอบธุรกิจสนามกอล์ฟในด้านความเชื่อมั่นในการเข้ามาใช้บริการจากบุคคลทั่วไปด้วย ซึ่งเป็นผลดีต่อวงการกอล์ฟ ธุรกิจสนามกอล์ฟ และเศรษฐกิจของประเทศไทย

รายการอ้างอิง

กฎหมายไทย

ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์.

พระราชกฤษฎีกากำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการในการกำหนดธุรกิจที่ควบคุมสัญญาและลักษณะของสัญญา พ.ศ. 2542.

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522.

พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540.

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย.

หนังสือภาษาไทย

คมศักดิ์ รัตนวิจิตร. การจัดการสนามกอล์ฟ, กรุงเทพมหานคร : หนังสือประกอบการบรรยาย โครงการบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารจัดการกอล์ฟ คณะบริการธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2552.

จรัญ ภักดีธนากุล. สรุปสาระสำคัญพระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540, ดุลพาห 45.1 มกราคม – มิถุนายน 2541.

ถนอมศักดิ์ จิรายุสวัสดิ์. ธุรกิจกอล์ฟ, กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ ปราชญ์, 2556.

ศนันท์กรณ์ โสตถิพันธุ์. คำอธิบายนิติกรรม-สัญญา, กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์วิญญูชน, 2559.

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. สคบ.กับการคุ้มครองผู้บริโภค, กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ สกสค.ลาดพร้าว, 2558.

สุษม ศุภนิตย์. คำอธิบายกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค, กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2556.

บทความในวารสาร

คณะกรรมาธิการคุ้มครองผู้บริโภค. แนวทางการดำเนินงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สภาผู้แทนราษฎร กลุ่มงานคณะกรรมาธิการคุ้มครองผู้บริโภค, 2554.

ทรงเกียรติ ชาติวัฒนานนท์. ยุคแห่งสนามกอล์ฟบูมชิงตลาดนับหมื่นล้านบาทปลายปีนี้จะได้เห็นค่าสมาชิกถึง 1 ล้านบาทแน่!!!, จากปก, 2532.

พินัย ณ นคร. กฎหมายว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม : แนววิเคราะห์ใหม่เชิงเปรียบเทียบ, กรุงเทพมหานคร : วารสารนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วิทยานิพนธ์/เอกัตศึกษา

ชุติมา โตมะ. มาตรการทางภาษีเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการประกอบธุรกิจสนามกอล์ฟ ศึกษาเปรียบเทียบกฎหมายสิงคโปร์, เอกัตศึกษาปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชากฎหมายเศรษฐกิจ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2557.

ระวีอร วากะมะ. การคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญา : ศึกษากรณีธุรกิจที่ให้บริการลักษณะต่อเนื่อง, วิทยานิพนธ์นิติศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2560.

สุภัทร แสงประดับ. ปัญหากฎหมายในการพิจารณาคดีคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศไทย, วิทยานิพนธ์นิติศาสตร์มหาบัณฑิต สาขากฎหมายธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม, 2551.

สมพร ไตยวงค์. การพยากรณ์การตัดสินใจทำสมาชิกสนามกอล์ฟในจังหวัดชลบุรีด้วยการวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติค, งานวิจัยปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการวิจัยและสถิติทางวิทยาการปัญญา มหาวิทยาลัยบูรพา.

เอกสารอิเล็กทรอนิกส์ภาษาไทย

กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา. แถลงข่าวการแข่งขันกอล์ฟสตรีฮอนดา แอลพีจีเอไทยแลนด์ 2019,

https://www.mots.go.th/content.php?nid=10959&filename=index, [อ อ น ไ ล น์], 15 มกราคม 2562.

กรมสรรพสามิต. รายได้จากการจัดเก็บภาษีสนามกอล์ฟ,

https://www.reic.or.th/Product/Transfer, [ออนไลน์], 15 มกราคม 2562.

เชาวรัตน์ เขมรัตน์. องค์ประกอบของสนามกอล์ฟ,

http://prochaow.blogspot.com/2012/09/blog-post_29.html#!/2012/09/blog-post_29.html, [ออนไลน์], 4 กุมภาพันธ์ 2562.

ธนาคารแห่งประเทศไทย. สินเชื่อธุรกิจสนามกอล์ฟคงค้างทั่วประเทศ,

https://www.bot.or.th/app/FIPCS/Thai/PFIPCS_summary.aspx?packId=25320295, [ออนไลน์], 15 มกราคม 2562.

มหาวิทยาลัยรามคำแหง. บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารจัดการกอล์ฟ,

http://golf.ru.ac.th/Inform/13.html, [ออนไลน์], 19 มกราคม 2562.

เว็บไซต์ของบริษัทมั่นคงเคหะการ จำกัด (มหาชน).

http://investor-th.mk.co.th/company_profile.html, [ออนไลน์], 19 มกราคม 2562.

เว็บไซต์สนามกอล์ฟเมืองแก้ว. Rates,

http://www.muangkaewgolf.com/golf/index.php/rates, [ออนไลน์], 4 กุมภาพันธ์ 2562.

เว็บไซต์สนามกอล์ฟรอยัลกอล์ฟ. Rates,

http://www.royalgolfclubs.com/th/rates.php, [ออนไลน์], 4 กุมภาพันธ์ 2562.

เว็บไซต์สนามกอล์ฟเลควูด คันทรี่คลับ. ค่าบริการ,

https://www.lakewoodcountryclub.co.th/th/green_fee.php, [ออนไลน์], 15 กุมภาพันธ์ 2562.

เว็บไซต์สนามกอล์ฟเอกชัย. Green Fee,

http://www.ekachai-golf.net/green.php, [ออนไลน์], 4 กุมภาพันธ์ 2562.

เว็บไซต์ Golf Course Membership Exchange Center. Golf Membership,

http://thaigolfcentre.com/?p=4, [ออนไลน์], 15 กุมภาพันธ์ 2562.

ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์. สนามกอล์ฟ,

https://www.reic.or.th/Product/Transfer, [ออนไลน์], 15 มกราคม 2562.

สนามกอล์ฟแม่กกกอล์ฟ. ทำไมสนามกอล์ฟถึงมี 18 หลุม,

https://web.facebook.com/MaekokGolfCourse, [ออนไลน์], 4 กุมภาพันธ์ 2562.

ไอศูรย์ ศิริขันธ์. ประวัติกีฬากอล์ฟโลก

,http://www.golfprojack.com/index.php?lay=show&ac=article&Id=538847686&Ntype=2, [ออนไลน์], 15 มกราคม 2562.

Fox Sports, LPGA ประกาศอันดับโลกใหม่ “โปรเม” รั้งเบอร์ 1.

https://www.foxsports.co.th/golf/46123/official-lpga, [ออนไลน์], 15 มกราคม 2562.

GolfThai. ประวัติกีฬากอล์ฟไทย,

http://golfthai.tripod.com/golfstory.htm, [ออนไลน์], 15 มกราคม 2562.

Golftime. ประวัติกีฬากอล์ฟของไทย,

http://www.golftime.co.th/4940, [ออนไลน์], 15 มกราคม 2562.

MGR Online. สมาชิกสโมสรบลูแคนยอนฯ ร้อง สคบ.ช่วย หลังปรับขึ้นค่าธรรมเนียมกว่า 300%, https://mgronline.com/south/detail/9600000025872, [ออนไลน์], 15 มกราคม 2562.

Positioning. Value Chain เปิดเส้นทางธุรกิจกอล์ฟ, https://positioningmag.com/11644, [ออนไลน์], 15 มกราคม 2562.

กฎหมายต่างประเทศ

Act on Specified Commercial Transaction.

Regulations for Enforcement of the Act on Specified Commercial Transactions.

The Civil Code of The State of California.

Uniform Commercial Code.

หนังสือต่างประเทศ

Ross Cranston. Regulations Business Law and Consumer Agencies, The Macmilan Press LTD, 1979.

เอกสารอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศ

Facts and Details. Expensive Golf Memberships in Japan, http://factsanddetails.com/japan/cat21/sub143/item784.html, [ออนไลน์], 15 มีนาคม 2562.

Facts and Details. Recreational Golf In Japan,

http://factsanddetails.com/japan/cat21/sub143/item784.html, [อ อ น ไล น์], 15 มีนาคม 2562.

Golf Dispute Resolution.

http://www.golfdisputeresolution.com, [ออนไลน์], 15 มีนาคม 2562.

Guinness World Records, Oldest golf course,

https://www.guinnessworldrecords.com/world-records/oldest-golf-course,

[ออนไลน์], 15 มกราคม 2562.

Mid-Term Cancellation Article 49 of The Act.

Provision of Specified Continuous Services,

http://www.no-trouble.go.jp/foreignlanguage/english/continuousservices/, [ออนไลน์], 15 มีนาคม 2562.

National Golf Foundation. Golf Industry Facts.

https://www.ngf.org/golf-industry-research/#golf-course-supply, [อ อ น ไล น์], 15 มีนาคม 2562.

The Players. The Players Stadium Course,

https://www.theplayers.com/course.html, [ออนไลน์], 15 มีนาคม 2562.

We Are Golf. Economy State by State,

http://wearegolf.org/economy/state-by-state/, [ออนไลน์], 15 มีนาคม 2562.

สัมภาษณ์

ปริญญ์ ซอว์. นักกีฬากอล์ฟอาชีพสมาชิกสนามกอล์ฟ. สัมภาษณ์, 20 กุมภาพันธ์ 2562.

สงวนนาม. นักธุรกิจสมาชิกสนามกอล์ฟ. สัมภาษณ์, 15 มีนาคม 2562.

อนิตา เจริญสุข. นักสืบสวนสอบสวน กองสัญญา สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. สัมภาษณ์, 27 มีนาคม 2562.

อนุพงษ์ เจริญเวช. นักสืบสวนสอบสวนชำนาญการพิเศษ กองโฆษณา สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. สัมภาษณ์, 27 มีนาคม 2562.

ภาคผนวก

เลขรับแจ้ง	วันที่บันทึก	หัวข้อเรื่องร้องทุกข์	ผู้ร้องทุกข์	ผู้ถูกร้องทุกข์	ประเภทร้องทุกข์	สาเหตุเรื่องร้องทุกข์	สถานที่	มูลเหตุจูงใจ	วิธีการชำระเงิน	ช่องทางเรื่องร้องทุกข์	ชื่อเจ้าหน้าที่	สำนักกอง	สถานะ	ชั้นสถานะ
OCPB0155/0029595	17/2/2555	ซื้อบริการแล้วไม่ได้รับบริการโดยมีความเงื่อนไขไม่ตรงกัน		www.ensogo.com	สนามกอล์ฟ	การโฆษณาเป็นเท็จ/เกินความเป็นจริง	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	เรื่องร้องทุกข์ Online		องคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณ	ยุติเรื่อง	ผู้ร้องรับทราบและพอใจคำชี้แจงแล้ว
OCPB0156/0047209	16/12/2556	มีการเปลี่ยนแปลงสิทธิของสมาชิกสนามกอล์ฟอย่างไม่เป็นธรรม (โกงสมาชิกเดิม)		บริษัท ฟีนิกซ์ กอล์ฟ แอนด์ คันทรีคลับ พัทยา จำกัด	สนามกอล์ฟ	การโฆษณาเป็นเท็จ/เกินความเป็นจริง	ไม่ระบุ	ทางอินเทอร์เน็ต	เงินสด	เรื่องร้องทุกข์ Online		องคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณ	ยุติเรื่อง	คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคมีมติดำเนินคดี
OCPB0156/0047305	18/12/2556	ถูกริดรอนสิทธิสมาชิกสนามกอล์ฟฟีนิกซ์ โดยไม่เป็นธรรม		บริษัท ฟีนิกซ์ กอล์ฟ แอนด์ คันทรีกลับ พัทยา จำกัด	สนามกอล์ฟ	การโฆษณาเป็นเท็จ/เกินความเป็นจริง	ที่ตั้งร้านค้า	คำชักชวนของพนักงานขาย	เงินสด	เรื่องร้องทุกข์ Online		องคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณ	ยุติเรื่อง	คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคมีมติดำเนินคดี
OCPB0157/0048402	26/3/2557	ถูกริดรอนสิทธิสมาชิกสนามกอล์ฟฟีนิกซ์ โดยไม่เป็นธรรม		บริษัท ฟีนิกซ์ กอล์ฟ แอนด์ คันทรีกลับ พัทยา จำกัด	สนามกอล์ฟ	การโฆษณาเป็นเท็จ/เกินความเป็นจริง	ที่ตั้งร้านค้า	คำชักชวนของพนักงานขาย	เงินสด	เรื่องร้องทุกข์ Online		องคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณ	ยุติเรื่อง	คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคมีมติดำเนินคดี
OCPB0157/0048441	26/3/2557	ขอร้องทุกข์ขอความเป็นธรรม กรณีผู้บริโภค เป็นสมาชิกสนามกอล์ฟฟีนิก		สนามกอล์ฟฟีนิกซ์	สนามกอล์ฟ	การโฆษณาเป็นเท็จ/เกินความเป็นจริง	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	e - mail		องคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณ	ยุติเรื่อง	คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคมีมติดำเนินคดี
OCPB0157/0050143	26/5/2557	ร้องเรียนกรณีการสมัครสมาชิกการใช้บริการสนามกอล์ฟแบบลอยฟ้าบริษัท สปริงฟิลด์ รอยัลคันทรีคลับ		สปริงฟิลด์ รอยัลคันทรีคลับ จำกัด	สนามกอล์ฟ	การโฆษณาเป็นเท็จ/เกินความเป็นจริง	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	จดหมาย		องคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณ	ยุติเรื่อง	เจรจาไกล่เกลี่ย โดยเจ้าหน้าที่ยุติเรื่อง
OCPB0158/0062630	14/8/2558	ร้องเรียนบริษัท บี เค กอล์ฟ แอนด์ คันทรีคลับ จำกัด กรณีไม่สามารถใช้สิทธิประโยชน์ในการเข้าใช้สนามกอล์ฟได้ตามสัญญาสมาชิกที่ทำไว้		บี เค กอล์ฟ แอนด์ คันทรีคลับ จำกัด	สนามกอล์ฟ	การโฆษณาเป็นเท็จ/เกินความเป็นจริง	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	ร้องทุกข์ด้วยตนเอง		องคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณ	ยุติเรื่อง	สถานะ (ที่ไม่ได้ใช้แล้ว) ห้ามใช้
OCPB0158/0062636	14/8/2558	ร้องเรียนบริษัท บี เค กอล์ฟ แอนด์ คันทรีคลับ จำกัด กรณีไม่สามารถใช้สิทธิประโยชน์ในการเข้าใช้สนามกอล์ฟได้ตามสัญญาสมาชิกที่ทำไว้		บี เค กอล์ฟ แอนด์ คันทรีคลับ จำกัด	สนามกอล์ฟ	การโฆษณาเป็นเท็จ/เกินความเป็นจริง	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	ร้องทุกข์ด้วยตนเอง		องคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณ	ยุติเรื่อง	สถานะ (ที่ไม่ได้ใช้แล้ว) ห้ามใช้
OCPB0158/0062639	14/8/2558	ร้องเรียนบริษัท บี เค กอล์ฟ แอนด์ คันทรีคลับ จำกัด กรณีไม่สามารถใช้สิทธิประโยชน์ในการเข้าใช้สนามกอล์ฟได้ตามสัญญาสมาชิกที่ทำไว้		บี เค กอล์ฟ แอนด์ คันทรีคลับ จำกัด	สนามกอล์ฟ	การโฆษณาเป็นเท็จ/เกินความเป็นจริง	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	ร้องทุกข์ด้วยตนเอง		องคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณ	ยุติเรื่อง	สถานะ (ที่ไม่ได้ใช้แล้ว) ห้ามใช้
OCPB0158/0062625	14/8/2558	ร้องเรียนบริษัท บี เค กอล์ฟ แอนด์ คันทรีคลับ จำกัด กรณีไม่สามารถใช้สิทธิประโยชน์ในการเข้าใช้สนามกอล์ฟได้ตามสัญญาสมาชิกที่ทำไว้		บี เค กอล์ฟ แอนด์ คันทรีคลับ จำกัด	สนามกอล์ฟ	การโฆษณาเป็นเท็จ/เกินความเป็นจริง	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	ร้องทุกข์ด้วยตนเอง		องคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณ	ยุติเรื่อง	สถานะ (ที่ไม่ได้ใช้แล้ว) ห้ามใช้
OCPB0158/0062624	14/8/2558	ร้องเรียนบริษัท บี เค กอล์ฟ แอนด์ คันทรีคลับ จำกัด กรณีไม่สามารถใช้สิทธิประโยชน์ในการเข้าใช้สนามกอล์ฟได้ตามสัญญาสมาชิกที่ทำไว้		บี เค กอล์ฟ แอนด์ คันทรีคลับ จำกัด	สนามกอล์ฟ	การโฆษณาเป็นเท็จ/เกินความเป็นจริง	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	ร้องทุกข์ด้วยตนเอง		องคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณ	ยุติเรื่อง	สถานะ (ที่ไม่ได้ใช้แล้ว) ห้ามใช้
OCPB0158/0062627	14/8/2558	ร้องเรียนบริษัท บี เค กอล์ฟ แอนด์ คันทรีคลับ จำกัด กรณีไม่สามารถใช้สิทธิประโยชน์ในการเข้าใช้สนามกอล์ฟได้ตามสัญญาสมาชิกที่ทำไว้		บี เค กอล์ฟ แอนด์ คันทรีคลับ จำกัด	สนามกอล์ฟ	การโฆษณาเป็นเท็จ/เกินความเป็นจริง	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	ร้องทุกข์ด้วยตนเอง		องคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณ	ยุติเรื่อง	สถานะ (ที่ไม่ได้ใช้แล้ว) ห้ามใช้
OCPB0158/0062633	14/8/2558	ร้องเรียนบริษัท บี เค กอล์ฟ แอนด์ คันทรีคลับ จำกัด กรณีไม่สามารถใช้สิทธิประโยชน์ในการเข้าใช้สนามกอล์ฟได้ตามสัญญาสมาชิกที่ทำไว้		บี เค กอล์ฟ แอนด์ คันทรีคลับ จำกัด	สนามกอล์ฟ	การโฆษณาเป็นเท็จ/เกินความเป็นจริง	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	ร้องทุกข์ด้วยตนเอง		องคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณ	ยุติเรื่อง	สถานะ (ที่ไม่ได้ใช้แล้ว) ห้ามใช้
OCPB0158/0062640	14/8/2558	ร้องเรียนบริษัท บี เค กอล์ฟ แอนด์ คันทรีคลับ จำกัด กรณีไม่สามารถใช้สิทธิประโยชน์ในการเข้าใช้สนามกอล์ฟได้ตามสัญญาสมาชิกที่ทำไว้		บี เค กอล์ฟ แอนด์ คันทรีคลับ จำกัด	สนามกอล์ฟ	การโฆษณาเป็นเท็จ/เกินความเป็นจริง	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	ร้องทุกข์ด้วยตนเอง		องคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณ	ยุติเรื่อง	สถานะ (ที่ไม่ได้ใช้แล้ว) ห้ามใช้
OCPB0158/0062634	14/8/2558	ร้องเรียนบริษัท บี เค กอล์ฟ แอนด์ คันทรีคลับ จำกัด กรณีไม่สามารถใช้สิทธิประโยชน์ในการเข้าใช้สนามกอล์ฟได้ตามสัญญาสมาชิกที่ทำไว้		บี เค กอล์ฟ แอนด์ คันทรีคลับ จำกัด	สนามกอล์ฟ	การโฆษณาเป็นเท็จ/เกินความเป็นจริง	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	ร้องทุกข์ด้วยตนเอง		องคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณ	ยุติเรื่อง	สถานะ (ที่ไม่ได้ใช้แล้ว) ห้ามใช้
OCPB0158/0062631	14/8/2558	ร้องเรียนบริษัท บี เค กอล์ฟ แอนด์ คันทรีคลับ จำกัด กรณีไม่สามารถใช้สิทธิประโยชน์ในการเข้าใช้สนามกอล์ฟได้ตามสัญญาสมาชิกที่ทำไว้		บี เค กอล์ฟ แอนด์ คันทรีคลับ จำกัด	สนามกอล์ฟ	การโฆษณาเป็นเท็จ/เกินความเป็นจริง	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	ร้องทุกข์ด้วยตนเอง		องคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณ	ยุติเรื่อง	สถานะ (ที่ไม่ได้ใช้แล้ว) ห้ามใช้
OCPB0158/0062628	14/8/2558	ร้องเรียนบริษัท บี เค กอล์ฟ แอนด์ คันทรีคลับ จำกัด กรณีไม่สามารถใช้สิทธิประโยชน์ในการเข้าใช้สนามกอล์ฟได้ตามสัญญาสมาชิกที่ทำไว้		บี เค กอล์ฟ แอนด์ คันทรีคลับ จำกัด	สนามกอล์ฟ	การโฆษณาเป็นเท็จ/เกินความเป็นจริง	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	ร้องทุกข์ด้วยตนเอง		องคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณ	ยุติเรื่อง	สถานะ (ที่ไม่ได้ใช้แล้ว) ห้ามใช้
OCPB0158/0062637	14/8/2558	ร้องเรียนบริษัท บี เค กอล์ฟ แอนด์ คันทรีคลับ จำกัด กรณีไม่สามารถใช้สิทธิประโยชน์ในการเข้าใช้สนามกอล์ฟได้ตามสัญญาสมาชิกที่ทำไว้		บี เค กอล์ฟ แอนด์ คันทรีคลับ จำกัด	สนามกอล์ฟ	การโฆษณาเป็นเท็จ/เกินความเป็นจริง	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	ร้องทุกข์ด้วยตนเอง		องคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณ	ยุติเรื่อง	สถานะ (ที่ไม่ได้ใช้แล้ว) ห้ามใช้
OCPB0158/0062623	14/8/2558	ร้องเรียนบริษัท บี เค กอล์ฟ แอนด์ คันทรีคลับ จำกัด กรณีไม่สามารถใช้สิทธิประโยชน์ในการเข้าใช้สนามกอล์ฟได้ตามสัญญาสมาชิกที่ทำไว้		บี เค กอล์ฟ แอนด์ คันทรีคลับ จำกัด	สนามกอล์ฟ	การโฆษณาเป็นเท็จ/เกินความเป็นจริง	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	ร้องทุกข์ด้วยตนเอง		องคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณ	ยุติเรื่อง	สถานะ (ที่ไม่ได้ใช้แล้ว) ห้ามใช้
OCPB0158/0062629	14/8/2558	ร้องเรียนบริษัท บี เค กอล์ฟ แอนด์ คันทรีคลับ จำกัด กรณีไม่สามารถใช้สิทธิประโยชน์ในการเข้าใช้สนามกอล์ฟได้ตามสัญญาสมาชิกที่ทำไว้		บี เค กอล์ฟ แอนด์ คันทรีคลับ จำกัด	สนามกอล์ฟ	การโฆษณาเป็นเท็จ/เกินความเป็นจริง	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	ร้องทุกข์ด้วยตนเอง		องคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณ	ยุติเรื่อง	สถานะ (ที่ไม่ได้ใช้แล้ว) ห้ามใช้
OCPB0158/0062626	14/8/2558	ร้องเรียนบริษัท บี เค กอล์ฟ แอนด์ คันทรีคลับ จำกัด กรณีไม่สามารถใช้สิทธิประโยชน์ในการเข้าใช้สนามกอล์ฟได้ตามสัญญาสมาชิกที่ทำไว้		บี เค กอล์ฟ แอนด์ คันทรีคลับ จำกัด	สนามกอล์ฟ	การโฆษณาเป็นเท็จ/เกินความเป็นจริง	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	ร้องทุกข์ด้วยตนเอง		องคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณ	ยุติเรื่อง	สถานะ (ที่ไม่ได้ใช้แล้ว) ห้ามใช้
OCPB0158/0062638	14/8/2558	ร้องเรียนบริษัท บี เค กอล์ฟ แอนด์ คันทรีคลับ จำกัด กรณีไม่สามารถใช้สิทธิประโยชน์ในการเข้าใช้สนามกอล์ฟได้ตามสัญญาสมาชิกที่ทำไว้		บี เค กอล์ฟ แอนด์ คันทรีคลับ จำกัด	สนามกอล์ฟ	การโฆษณาเป็นเท็จ/เกินความเป็นจริง	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	ร้องทุกข์ด้วยตนเอง		องคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณ	ยุติเรื่อง	สถานะ (ที่ไม่ได้ใช้แล้ว) ห้ามใช้
OCPB0158/0062635	14/8/2558	ร้องเรียนบริษัท บี เค กอล์ฟ แอนด์ คันทรีคลับ จำกัด กรณีไม่สามารถใช้สิทธิประโยชน์ในการเข้าใช้สนามกอล์ฟได้ตามสัญญาสมาชิกที่ทำไว้		บี เค กอล์ฟ แอนด์ คันทรีคลับ จำกัด	สนามกอล์ฟ	การโฆษณาเป็นเท็จ/เกินความเป็นจริง	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	ร้องทุกข์ด้วยตนเอง		องคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณ	ยุติเรื่อง	สถานะ (ที่ไม่ได้ใช้แล้ว) ห้ามใช้
OCPB0158/0062632	14/8/2558	ร้องเรียนบริษัท บี เค กอล์ฟ แอนด์ คันทรีคลับ จำกัด กรณีไม่สามารถใช้สิทธิประโยชน์ในการเข้าใช้สนามกอล์ฟได้ตามสัญญาสมาชิกที่ทำไว้		บี เค กอล์ฟ แอนด์ คันทรีคลับ จำกัด	สนามกอล์ฟ	การโฆษณาเป็นเท็จ/เกินความเป็นจริง	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	ร้องทุกข์ด้วยตนเอง		องคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณ	ยุติเรื่อง	สถานะ (ที่ไม่ได้ใช้แล้ว) ห้ามใช้
OCPB0158/0062663	14/8/2558	ร้องเรียนบริษัท บี เค กอล์ฟ แอนด์ คันทรีคลับ จำกัด กรณีไม่สามารถใช้สิทธิประโยชน์ในการเข้าใช้สนามกอล์ฟได้ตามสัญญาสมาชิกที่ทำไว้		บี เค กอล์ฟ แอนด์ คันทรีคลับ จำกัด	สนามกอล์ฟ	การโฆษณาเป็นเท็จ/เกินความเป็นจริง	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	ร้องทุกข์ด้วยตนเอง		องคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณ	ยุติเรื่อง	สถานะ (ที่ไม่ได้ใช้แล้ว) ห้ามใช้
OCPB0159/0068526	10/3/2559	ร้องเรียนไม่ได้รับความเป็นธรรมจากการสมัครสมาชิกสนามกอล์ฟของ บริษัท เพริ์ลซิตี้เด้นท คันทรีคลับ จำกัด		เพริ์ลซิตี้เด้นท คันทรีคลับ จำกัด	สนามกอล์ฟ	การโฆษณาเป็นเท็จ/เกินความเป็นจริง	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	จดหมาย		องคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณ	ยุติเรื่อง	สถานะ (ที่ไม่ได้ใช้แล้ว) ห้ามใช้
OCPB0159/0068523	10/3/2559	ร้องเรียนไม่ได้รับความเป็นธรรมจากการสมัครสมาชิกสนามกอล์ฟของ บริษัท เพริ์ลซิตี้เด้นท คันทรีคลับ จำกัด		เพริ์ลซิตี้เด้นท คันทรีคลับ จำกัด	สนามกอล์ฟ	การโฆษณาเป็นเท็จ/เกินความเป็นจริง	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	จดหมาย		องคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณ	ยุติเรื่อง	สถานะ (ที่ไม่ได้ใช้แล้ว) ห้ามใช้
OCPB0159/0068536	10/3/2559	ร้องเรียนไม่ได้รับความเป็นธรรมจากการสมัครสมาชิกสนามกอล์ฟของ บริษัท เพริ์ลซิตี้เด้นท คันทรีคลับ จำกัด		เพริ์ลซิตี้เด้นท คันทรีคลับ จำกัด	สนามกอล์ฟ	การโฆษณาเป็นเท็จ/เกินความเป็นจริง	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	จดหมาย		องคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณ	ยุติเรื่อง	สถานะ (ที่ไม่ได้ใช้แล้ว) ห้ามใช้

เลขรับแจ้ง	วันที่บันทึก	หัวข้อเรื่องร้องทุกข์	[redacted]	ผู้ถูกร้องทุกข์	ประเภทร้องทุกข์	สาเหตุเรื่องร้องทุกข์	สถานที่ซื้อ	มูลเหตุจูงใจที่ซื้อหรือรับบริ	วิธีการชำระเงิน	ช่องทางเรื่องร้องทุกข์	[redacted]	สำนักกอง	สถานะ	ชั้นสถานะ
OCPB0159/0068537	10/3/2559	ร้องว่อยไม่ได้รับความเป็นธรรมจากการสมัครสมาชิกสนามกอล์ฟของ บริษัท เพรสซิเด้นท คันทรีคลับ จำกัด		เพรสซิเด้นท คันทรีคลับ จำกัด	สนามกอล์ฟ	การโฆษณาเป็นเท็จ/เกินความเป็นจริง	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	จดหมาย		องคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณ	ยุติเรื่อง	สถานะ (ที่ไม่ได้ใช้แล้ว) ห้ามใช้
OCPB0159/0068534	10/3/2559	ร้องว่อยไม่ได้รับความเป็นธรรมจากการสมัครสมาชิกสนามกอล์ฟของ บริษัท เพรสซิเด้นท คันทรีคลับ จำกัด		เพรสซิเด้นท คันทรีคลับ จำกัด	สนามกอล์ฟ	การโฆษณาเป็นเท็จ/เกินความเป็นจริง	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	จดหมาย		องคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณ	ยุติเรื่อง	สถานะ (ที่ไม่ได้ใช้แล้ว) ห้ามใช้
OCPB0159/0068528	10/3/2559	ร้องว่อยไม่ได้รับความเป็นธรรมจากการสมัครสมาชิกสนามกอล์ฟของ บริษัท เพรสซิเด้นท คันทรีคลับ จำกัด		เพรสซิเด้นท คันทรีคลับ จำกัด	สนามกอล์ฟ	การโฆษณาเป็นเท็จ/เกินความเป็นจริง	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	จดหมาย		องคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณ	ยุติเรื่อง	สถานะ (ที่ไม่ได้ใช้แล้ว) ห้ามใช้
OCPB0159/0068525	10/3/2559	บริษัท เพรสซิเด้นท คันทรีคลับ จำกัด/บริษัท ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)		เพรสซิเด้นท คันทรีคลับ จำกัด	สนามกอล์ฟ	การโฆษณาเป็นเท็จ/เกินความเป็นจริง	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	จดหมาย		องคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณ	ยุติเรื่อง	เจรจาไกล่เกลี่ย โดยเจ้าหน้าที่ยุติเรื่อง
OCPB0159/0068531	10/3/2559	ร้องว่อยไม่ได้รับความเป็นธรรมจากการสมัครสมาชิกสนามกอล์ฟของ บริษัท เพรสซิเด้นท คันทรีคลับ จำกัด		เพรสซิเด้นท คันทรีคลับ จำกัด	สนามกอล์ฟ	การโฆษณาเป็นเท็จ/เกินความเป็นจริง	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	จดหมาย		องคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณ	ยุติเรื่อง	สถานะ (ที่ไม่ได้ใช้แล้ว) ห้ามใช้
OCPB0159/0068529	10/3/2559	ร้องว่อยไม่ได้รับความเป็นธรรมจากการสมัครสมาชิกสนามกอล์ฟของ บริษัท เพรสซิเด้นท คันทรีคลับ จำกัด		เพรสซิเด้นท คันทรีคลับ จำกัด	สนามกอล์ฟ	การโฆษณาเป็นเท็จ/เกินความเป็นจริง	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	จดหมาย		องคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณ	ยุติเรื่อง	สถานะ (ที่ไม่ได้ใช้แล้ว) ห้ามใช้
OCPB0159/0068538	10/3/2559	บริษัท เพรสซิเด้น คันทรีคลับ จำกัด/บริษัท ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)		เพรสซิเด้นท คันทรีคลับ จำกัด	สนามกอล์ฟ	การโฆษณาเป็นเท็จ/เกินความเป็นจริง	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	ร้องทุกข์ด้วยตนเอง		องคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณ	ยุติเรื่อง	สถานะ (ที่ไม่ได้ใช้แล้ว) ห้ามใช้
OCPB0159/0068535	10/3/2559	ร้องว่อยไม่ได้รับความเป็นธรรมจากการสมัครสมาชิกสนามกอล์ฟของ บริษัท เพรสซิเด้นท คันทรีคลับ จำกัด		เพรสซิเด้นท คันทรีคลับ จำกัด	สนามกอล์ฟ	การโฆษณาเป็นเท็จ/เกินความเป็นจริง	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	จดหมาย		องคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณ	ยุติเรื่อง	สถานะ (ที่ไม่ได้ใช้แล้ว) ห้ามใช้
OCPB0159/0068532	10/3/2559	ร้องว่อยไม่ได้รับความเป็นธรรมจากการสมัครสมาชิกสนามกอล์ฟของ บริษัท เพรสซิเด้นท คันทรีคลับ จำกัด		เพรสซิเด้นท คันทรีคลับ จำกัด	สนามกอล์ฟ	การโฆษณาเป็นเท็จ/เกินความเป็นจริง	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	จดหมาย		องคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณ	ยุติเรื่อง	สถานะ (ที่ไม่ได้ใช้แล้ว) ห้ามใช้
OCPB0159/0068533	10/3/2559	บริษัท เพรสซิเด้นท คันทรีคลับ จำกัด/บริษัท ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)		เพรสซิเด้นท คันทรีคลับ จำกัด	สนามกอล์ฟ	การโฆษณาเป็นเท็จ/เกินความเป็นจริง	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	จดหมาย		องคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณ	ยุติเรื่อง	สถานะ (ที่ไม่ได้ใช้แล้ว) ห้ามใช้
OCPB0159/0068524	10/3/2559	ร้องว่อยไม่ได้รับความเป็นธรรมจากการสมัครสมาชิกสนามกอล์ฟของ บริษัท เพรสซิเด้นท คันทรีคลับ จำกัด		เพรสซิเด้นท คันทรีคลับ จำกัด	สนามกอล์ฟ	การโฆษณาเป็นเท็จ/เกินความเป็นจริง	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	จดหมาย		องคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณ	ยุติเรื่อง	สถานะ (ที่ไม่ได้ใช้แล้ว) ห้ามใช้
OCPB0159/0068530	10/3/2559	ร้องว่อยไม่ได้รับความเป็นธรรมจากการสมัครสมาชิกสนามกอล์ฟของ บริษัท เพรสซิเด้นท คันทรีคลับ จำกัด		เพรสซิเด้นท คันทรีคลับ จำกัด	สนามกอล์ฟ	การโฆษณาเป็นเท็จ/เกินความเป็นจริง	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	จดหมาย		องคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณ	ยุติเรื่อง	สถานะ (ที่ไม่ได้ใช้แล้ว) ห้ามใช้
OCPB0159/0068527	10/3/2559	ร้องว่อยไม่ได้รับความเป็นธรรมจากการสมัครสมาชิกสนามกอล์ฟของ บริษัท เพรสซิเด้นท คันทรีคลับ จำกัด		เพรสซิเด้นท คันทรีคลับ จำกัด	สนามกอล์ฟ	การโฆษณาเป็นเท็จ/เกินความเป็นจริง	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	จดหมาย		องคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณ	ยุติเรื่อง	สถานะ (ที่ไม่ได้ใช้แล้ว) ห้ามใช้
OCPB0159/0068693	16/3/2559	ร้องว่อยไม่ได้รับความเป็นธรรมจากการสมัครสมาชิกสนามกอล์ฟของ บริษัท เพรสซิเด้นท คันทรีคลับ จำกัด		สนามกลอล์ฟ เพรสซิเด้น คันทรีคลับ	สนามกอล์ฟ	การโฆษณาเป็นเท็จ/เกินความเป็นจริง	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	จดหมาย		องคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณ	ยุติเรื่อง	สถานะ (ที่ไม่ได้ใช้แล้ว) ห้ามใช้
OCPB0159/0068692	16/3/2559	ร้องว่อยไม่ได้รับความเป็นธรรมจากการสมัครสมาชิกสนามกอล์ฟของ บริษัท เพรสซิเด้นท คันทรีคลับ จำกัด		สนามกลอล์ฟ เพรสซิเด้น คันทรีคลับ	สนามกอล์ฟ	การโฆษณาเป็นเท็จ/เกินความเป็นจริง	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	จดหมาย		องคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณ	ยุติเรื่อง	สถานะ (ที่ไม่ได้ใช้แล้ว) ห้ามใช้
OCPB0159/0071220	16/6/2559	ร้องเรียนสถานภาพสมาชิกสนามกอล์ฟเพรสซิเด้นท์		สนามกอล์ฟเพรสซิเด้นท์	สนามกอล์ฟ	การโฆษณาเป็นเท็จ/เกินความเป็นจริง	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	e - mail		องคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณ	ยุติเรื่อง	คู่กรณีตกลงกันได้
OCPB0159/0076089	28/10/2559	ร้องเรียนกรณีขอยกเลิกสัญญาการใช้บริการสนามกอล์ฟ กับทางบริษัท สปริงฟิลด์ รอยัลคันทรีคลับ จำกัด		ธนาคารออมสิน / Government Savings	สนามกอล์ฟ	การโฆษณาเป็นเท็จ/เกินความเป็นจริง	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	ร้องทุกข์ด้วยตนเอง		องคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณ	ยุติเรื่อง	คู่กรณีตกลงกันได้
OCPB0159/0074924	1/11/2559	การโอนสิทธิ์สมาชิกภาพ		สปริงฟิลด์ รอยัลคันทรีคลับ จำกัด	สนามกอล์ฟ	การโฆษณาเป็นเท็จ/เกินความเป็นจริง	ศูนย์บริการ	คำชักชวนของพนักงานขาย	เงินผ่อน	เรื่องร้องทุกข์ Online		องคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณ	ยุติเรื่อง	คู่กรณีตกลงกันได้
OCPB0160/0078620	22/3/2560	บริษัท ฟีนิกซ์ กอล์ฟ แอนด์ คันทรีคลับ พัทยา จำกัด		บริษัท ฟีนิกซ์ กอล์ฟ แอนด์ คันทรีคลับ	สนามกอล์ฟ	ไม่ระบุ	อื่นๆ	อื่นๆ	อื่นๆ	ร้องทุกข์ด้วยตนเอง		องคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณ	ยุติเรื่อง	คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคมีมติดำเนินคดี
OCPB0161/0089655	27/2/2561	ขอให้ปฏิบัติตามสัญญาหลังในการใช้บริการสนามกอล์ฟ เป็นสมาชิกตลอดชีพแต่มีการเปลี่ยนกฎระเบียบการใช้สนามกอล์ฟทำให้ขัดต่อสิทธิ์ป		ไม่ระบุ	สนามกอล์ฟ	การโฆษณาเป็นเท็จ/เกินความเป็นจริง	ที่ตั้งร้านค้า	อื่นๆ	เงินสด	เรื่องร้องทุกข์ Online		ไม่พบคำร้องเรื่องราวร้องทุกข์ (ยุ	ยุติเรื่อง	ส่งเรื่องกลับผู้ร้อง
OCPB0161/0089823	5/3/2561	ขอให้ปฏิบัติตามสัญญาหลังในการใช้บริการสนามกอล์ฟ เป็นสมาชิกตลอดชีพแต่มีการเปลี่ยนกฎระเบียบการใช้สนามกอล์ฟทำให้ขัดต่อสิทธิ์ป		ไม่ระบุ	สนามกอล์ฟ	การโฆษณาเป็นเท็จ/เกินความเป็นจริง	ที่ตั้งร้านค้า	อื่นๆ	เงินสด	เรื่องร้องทุกข์ Online		องคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณ	ยุติเรื่อง	เจรจาไกล่เกลี่ย โดยเจ้าหน้าที่ยุติเรื่อง
OCPB0161/0095821	10/8/2561	ไม่สามารถสิทธิ์สนามกอล์ฟได้ตามสัญญา		ไม่ระบุ	สนามกอล์ฟ	การโฆษณาเป็นเท็จ/เกินความเป็นจริง	ที่ตั้งร้านค้า	อื่นๆ	อื่นๆ	ศูนย์รับเรื่องราวร้องทุก		องคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณ	อยู่ระหว่างดำ	รอตรวจสอบเรื่องร้องทุกข์
OCPB0161/0096324	22/8/2561	ผิดสัญญาขอให้ปฏิบัติตามสัญญา		บริษัท ซัมมิท ควีน จำกัด	สนามกอล์ฟ	ยกเลิกสัญญาและขอเงินคืน	ที่ตั้งร้านค้า	อื่นๆ	อื่นๆ	ศูนย์รับเรื่องราวร้องทุก		องคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณ	ยุติเรื่อง	เจรจาไกล่เกลี่ย โดยเจ้าหน้าที่ยุติเรื่อง
OCPB0161/0096671	29/8/2561	ไม่สามารถใช้สิทธิ์สนามกอล์ฟตามสัญญาได้		บริษัท ซัมมิท วินด์มิลล์ กอล์ฟ คลับ จำ	สนามกอล์ฟ	ยกเลิกสัญญาและขอเงินคืน	ที่ตั้งร้านค้า	อื่นๆ	อื่นๆ	ศูนย์รับเรื่องราวร้องทุก		องคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณ	ยุติเรื่อง	เจรจาไกล่เกลี่ย โดยเจ้าหน้าที่ยุติเรื่อง
OCPB0161/0097386	15/9/2561	ขอให้ตรวจสอบการให้บริการและการคืนเงินชดชดความเสียหายให้กับสมาชิก shane wilding golf		Golf Technologies Asia Pacific Pte. Lt	สนามกอล์ฟ	ยกเลิกสัญญาและขอเงินคืน	ศูนย์บริการ	อื่นๆ	บัตรเครดิต	เรื่องร้องทุกข์ Online		องคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณ	ยุติเรื่อง	เจรจาไกล่เกลี่ย โดยเจ้าหน้าที่ยุติเรื่อง

สมาชิกสโมสร... ร้อง สคบ.ช่วย หลังปรับขึ้นค่าธรรมเนียมกว่า 300%

เผยแพร่: 13 มี.ค. 2560 21:51 ปรับปรุง: 14 มี.ค. 2560 07:37 โดย: MGR Online

ศูนย์ข่าวภูเก็ต – สมาชิกสโมสร... ทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศกว่า 100 คน รวมตัวยื่นหนังสือถึงประธาน สคบ.จังหวัดภูเก็ต หลังได้รับผลกระทบจากการขึ้นค่าธรรมเนียมสมาชิก สูงกว่า 300% โดยไม่แจ้งล่วงหน้าให้ทราบ

เมื่อเวลา 15.00 น.วันนี้ (13 มี.ค.) ที่ห้องประชุมศาลากลางจังหวัดภูเก็ต นางศิวพร ฉั่วสวัสดิ์ รองผู้ว่าราชการจังหวัดภูเก็ต พร้อมด้วย นายถาวรวัฒน์ คงแก้ว ปลัดจังหวัดภูเก็ต และเจ้าหน้าที่ศูนย์ดำรงธรรมจังหวัดภูเก็ต เข้าพบปะพูดคุยกับกลุ่มผู้ได้รับผลกระทบจากการขึ้นค่าธรรมเนียมสมาชิกภาพรายปี ค่าธรรมเนียมโอนประเภทบุคคลธรรมดา สนามกอล์ฟ... คันทรีคลับ ทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศกว่า 100 คน ซึ่งได้รวมตัวกันเข้ายื่นหนังสือถึงประธานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัดภูเก็ต (สคบ.) เพื่อให้ดำเนินการให้ผู้ประกอบการสนามกอล์ฟชี้แจงข้อเท็จจริงกรณีการปรับขึ้นค่าธรรมเนียมฯ ดังกล่าว โดยไม่ได้แจ้งให้สมาชิกฯ ทราบมาก่อน และไม่ได้รับการยินยอมจากสมาชิกฯ แต่อย่างใด

หนึ่งในตัวแทนผู้ได้รับผลกระทบจากกรณีดังกล่าว กล่าวว่า ตามที่สโมสร... คันทรีคลับ ได้ออกประกาศเรื่องกำหนดเงื่อนไขในการโอนสมาชิก และค่าธรรมเนียม ฉบับลงวันที่ 22 มีนาคม 2560 ใช้บังคับแก่สมาชิกสนามกอล์ฟ... คันทรีคลับ กำหนดให้ขึ้นค่าธรรมเนียมสมาชิกภาพรายปีประเภทบุคคลธรรมดา ปีละ 22,500 บาท เป็นชำระค่าธรรมเนียมสมาชิกภาพรายปีประเภทบุคคลธรรมดาใหม่ปีละ 70,000 บาท และขึ้นค่าธรรมเนียมในการโอนสมาชิกภาพประเภทบุคคลธรรมดาให้บุคคลอื่นจากเดิม 140,000 บาท เป็นอัตราใหม่ 250,000 บาท และในนามองค์กรเป็นเงิน จำนวน 350,000 บาท ค่าธรรมเนียมสมาชิกภาพรายปีประเภทองค์กรปีละ 70,000 บาท ค่าธรรมเนียมรายปีสำหรับผู้ถือบัตรสิทธิพิเศษแก่ครอบครัว 14,000 บาท โดยให้สมาชิกชำระเงินค่าธรรมเนียมดังกล่าวภายในวันที่ 22 มีนาคม 2560

หากสมาชิกไม่ชำระเงินตามประกาศ จะมีการพิจารณาเรื่องสมาชิกภาพของสมาชิกสนามกอล์ฟ... คันทรีคลับด้วยนั้น ซึ่งในการขึ้นค่าธรรมเนียมดังกล่าวเป็นการเพิ่มภาระแก่สมาชิกสนามกอล์ฟฯ และขึ้นค่าธรรมเนียมสูงกว่า 300 เปอร์เซ็นต์ โดยไม่ได้แจ้งให้สมาชิกสนามกอล์ฟ... คันทรีคลับทราบมาก่อน และไม่ได้รับความยินยอมจากสมาชิกแต่อย่างใด เป็นการขึ้นค่าธรรมเนียมตามอำเภอใจเพียงฝ่ายเดียว เพิ่มภาระให้แก่สมาชิกฯ ซึ่งเป็นผู้บริโภคอย่างรุนแรง เป็นการฝ่าฝืนต่อข้อบังคับของ

สโมสร... คันทรีคลับ ปี พ.ศ.2535 ขัดต่อกฎหมาย และตามประกาศฉบับลงวันที่ 15 ก.พ.2560 เป็นการกำหนดเงื่อนไขเพิ่มภาระค่าใช้จ่ายแก่สมาชิกฯ เช่นเดียวกัน

อย่างไรก็ตาม สมาชิกสโมสรสนามกอล์ฟ... คันทรีคลับ จำนวน 180 คน ได้ทำหนังสือคัดค้านการขึ้นค่าธรรมเนียมสมาชิกภาพรายปีประเภทบุคคลธรรมดา ค่าธรรมเนียมสมาชิกภาพรายปีประเภทองค์กร และการขึ้นค่าธรรมเนียมในการโอนสมาชิกภาพไปยังบุคคลอื่น รวมทั้งค่าธรรมเนียมอื่นทุกข้อในประกาศดังกล่าวไปยังสโมสรสนามกอล์ฟ... คันทรีคลับ และขอให้ระงับการขึ้นค่าธรรมเนียมตามประกาศไว้ก่อน และให้สมาชิกสนามกอล์ฟ... คันทรีคลับสามารถใช้บริการในสนามกอล์ฟได้ตามปกติจนกว่าจะได้ข้อยุติในเรื่องดังกล่าวกับสมาชิกทั้งหมดเพื่อเป็นการรักษาสิทธิของสมาชิกทั้งคนไทย และชาวต่างประเทศตามข้อบังคับของสโมสร... คันทรีคลับ จึงขอร้องเรียนต่อประธานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัดภูเก็ต (สคบ.) เพื่อดำเนินการให้ผู้ประกอบการสนามกอล์ฟ... ชี้แจงข้อเท็จจริง และให้เชิญผู้ประกอบการมาเจรจาตกลงกับผู้ร้องทั้งหมด และหากมีความจำเป็นต้องดำเนินคดีต่อผู้ประกอบธุรกิจ ผู้ร้องมีความประสงค์ขอให้คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคดำเนินคดีแทนจนถึงที่สุด

อย่างไรก็ตาม ด้าน นางศิวพร ฉั่วสวัสดิ์ รองผู้ว่าราชการจังหวัดภูเก็ต ได้รับหนังสือร้องเรียนดังกล่าวไว้ พร้อมรับว่าจะเร่งดำเนินการประสานไปทางผู้ประกอบการมาเจรจาตกลงกับตัวแทนผู้ร้องทั้งหมดเร็วที่สุดภายในวันที่ 16 มี.ค.นี้ ที่ศาลากลางจังหวัดภูเก็ต

ที่มา : https://mgronline.com/south/detail/9600000025872