

ปัญหาทางกฎหมายในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญาที่ไม่เป็นธรรม กรณีการซื้อบัตรเข้าชมคอนเสิร์ต¹

แพรวพรรณราย พลหลา²

โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไปเกี่ยวกับการจัดงานคอนเสิร์ต ประวัติความเป็นมาและหลักการสำคัญเกี่ยวกับสัญญา การคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญา รวมถึงกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540 พระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2542 ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ เรื่อง ข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมอันมาจากประกอบธุรกิจกระทำการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค จนทำให้ผู้บริโภคตกอยู่ในฐานะที่เสียเปรียบ เพราะผู้บริโภคไม่อยู่ในฐานะที่ทราบภาวะตลาดและความจริงที่เกี่ยวกับคุณภาพและราคาของสินค้าและบริการต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้องทันทั่วที่ประกอบกับมีผู้บริโภคเป็นจำนวนมากที่ยังไม่ได้รับการคุ้มครองสิทธิตามที่กฎหมายเฉพาะว่าด้วยการนั้น ๆ จนเกิดการไม่ได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญากับผู้ประกอบการธุรกิจมากขึ้น³ ผู้เข้าชมงานคอนเสิร์ต ได้ทำสัญญาซื้อขายบัตรคอนเสิร์ตกับผู้จัดงานคอนเสิร์ตและทั้งสองฝ่ายมีความเกี่ยวข้องกันในฐานะผู้ประกอบการและผู้บริโภค ทำให้ผู้ซื้อบัตรเข้าชมงานคอนเสิร์ต ในฐานะผู้บริโภคสามารถได้รับความคุ้มครองตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) เปิดเผยว่ายอดร้องปัญหาบัตรคอนเสิร์ตปี 2566 พุ่งหลังโควิด เป็นด้านที่มีการร้องเรียนสูงที่สุดในทุกไตรมาส โดยส่วนใหญ่เป็นกรณีบริการบั้นเทิงของเรื่องสัญญาที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค ในปัญหาเรื่องการเปลี่ยนแปลงผังคอนเสิร์ต การสมัครสมาชิกแล้วไม่ได้รับสิทธิตามที่ระบุ การจัดงานที่ไม่ตรงตามโฆษณา หรือเมื่อใกล้จัดคอนเสิร์ตผู้จัดจำหน่ายบัตรกลับมีการลดราคาบัตรคอนเสิร์ต ทำให้ผู้ร้องเห็นว่าไม่ได้ได้รับความเป็นธรรม หรือการที่ไม่สามารถคืนบัตรได้ แง้ราคาบัตรโดยไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่มและค่าธรรมเนียม การประชาสัมพันธ์ไม่ชัดเจน⁴ รวมถึงกรณีราคาบัตรที่สูงขึ้นอย่างไม่สมเหตุผล ไม่มีการควบคุมการขายบัตรคอนเสิร์ตหรือตั้งเพดานราคาเอาไว้ มีการขายบัตร

¹ บทความนี้เรียบเรียงจากการค้นคว้าอิสระ เรื่อง ปัญหาทางกฎหมายในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญาที่ไม่เป็นธรรม กรณีการซื้อบัตรเข้าชมคอนเสิร์ต โดยมีอาจารย์ที่ปรึกษา คือ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มณฑิลา ภักดีคง และคณะกรรมการสอบ คือ รองศาสตราจารย์ ดร. พันธุ์เทพ วิทอนันต์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คนพร จิตต์รุ่งเกียรติ

² นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรนิติศาสตรมหาบัณฑิต (วิทยาเขตบางนา) คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

³ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค, คำอธิบายสรุปสาระสำคัญ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2542, [Online], available URL:https://www.ocpb.go.th/download/article/article_20201113102401.pdf, 2566 (ค้นวาคม 20)

⁴ สำนักงานข่าวฐานเศรษฐกิจ,สภาผู้บริโภคเปิดสถิติร้องเรียน 3 ไตรมาสปี 66 พุ่งกว่า 1.3 หมื่นกรณี, [Online], available URL:<https://www.thansettakij.com/news/571282>, 2566 (ค้นวาคม13)

เกินราคา จนทำให้ผู้ซื้อ ซึ่งอยู่ในฐานะของผู้บริโภคเกิดความเสียเปรียบ และไม่มีสิทธิที่ต่อรองเรียกร้องกับผู้ประกอบธุรกิจ จนมีกลุ่มบุคคลที่ตั้งใจทำการกวนซื้อบัตรคอนเสิร์ต เพื่อนำเอามาเก็งกำไรและทำการขายต่อในราคาสูงเกินกว่าราคาที่ตั้งไว้เพียงเพราะปัญหาดังกล่าวยังไม่มีกฎหมายที่ครอบคลุมเพียงพอที่จะจัดการปัญหาดังนี้ได้ และไม่มีหน่วยงานฝ่ายใดที่ให้ความสนใจในเรื่องนี้มากเท่าที่ควร

จากการศึกษาปัญหาทางกฎหมายในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญาที่ไม่เป็นธรรม กรณีการซื้อบัตรเข้าชมคอนเสิร์ต พบว่ายังมีปัญหาย่อยหลายประการซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

ประการแรก คือ ปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคเกี่ยวกับข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม กรณีทำการซื้อบัตรคอนเสิร์ต การทำสัญญาซื้อบัตรเข้าชมคอนเสิร์ต เป็นการทำสัญญาสำเร็จรูประหว่างผู้ประกอบการกับผู้บริโภค หมายถึง ผู้จัดงานที่ประกอบธุรกิจรับอสังหาริมทรัพย์กับกับผู้ซื้อบัตรเข้าชมคอนเสิร์ตที่ผู้ประกอบธุรกิจนั้นได้ทำการจัดขึ้นซึ่งต่างฝ่ายต่างมีความเกี่ยวข้องกัน และต่างฝ่ายต่างมีสิทธิและหน้าที่ของตนเองตามลักษณะของสัญญาตอบแทน โดยที่ผู้ประกอบการมีหน้าที่จัดงานแสดงคอนเสิร์ตตามที่ประกาศเอาไว้ และผู้ซื้อบัตรเข้าชมงานคอนเสิร์ตมีสิทธิในการเข้าชม ก่อนจะมีการเปิดจำหน่ายขายบัตรคอนเสิร์ตผู้ประกอบการจะทำการเขียนข้อตกลงและเงื่อนไขไว้ก่อนล่วงหน้าล่วงหน้า ที่ฝ่ายผู้ซื้อบัตรเข้าชมคอนเสิร์ตไม่อาจทราบได้และปัญหาที่เกิดขึ้น คือเงื่อนไขของฝ่ายผู้ประกอบการฝ่ายมีอำนาจมากกว่าได้กำหนดไว้ล่วงหน้า ที่อีกฝ่ายหนึ่งจะทราบก็ต่อเมื่อได้ซื้อบัตรเข้าชมคอนเสิร์ต ถึงได้ทราบว่าเงื่อนไขและข้อตกลงในสัญญาจะมีลักษณะเอาเปรียบและไม่เป็นธรรมแก่ฝ่ายผู้ซื้อบัตรเข้าชมคอนเสิร์ต ในฐานะผู้บริโภค ตัวอย่างเงื่อนไขที่มีข้อตกลงไม่เป็นธรรมกับผู้บริโภค เช่น การระบุเงื่อนไขที่ว่าทางบริษัทผู้จัดงานสามารถเปลี่ยนแปลงข้อตกลงได้ทุกเวลาโดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบก่อน หรือการระบุเงื่อนไขที่ว่าเมื่อใช้บริการจองบัตรผ่านทางเว็บไซต์ ทางบริษัทจะถือว่าผู้ใช้บริการยอมรับเงื่อนไข และข้อกำหนดต่าง ๆ จากทางบริษัทแล้ว เมื่อผู้ใช้บริการอ่านเงื่อนไขในการจองบัตรคอนเสิร์ตแล้วให้กดยอมรับและยืนยันการชำระเงิน หรือบริษัทสงวนสิทธิ์ในการใช้ดุลพินิจแต่ฝ่ายเดียวที่จะเปลี่ยนแปลงข้อกำหนดและเงื่อนไขในเวลาใด ๆ ด้วยการแจ้งการเปลี่ยนแปลงบนเว็บไซต์ หรือช่องทางติดต่อสื่อสารที่ท่านได้ไว้ไว้กับบริษัท การเปลี่ยนแปลงใด ๆ ให้มีผลในทันที กรณีที่ท่านยังคงเข้าเยี่ยมชมหรือใช้งานเว็บไซต์ภายหลังจากการบอกกล่าวถือว่าเป็นการตกลงของท่านต่อข้อกำหนดและเงื่อนไขที่เปลี่ยนแปลงดังกล่าวด้วย เป็นต้น⁵ เงื่อนไขดังกล่าวเหมือนเป็นการปิดความรับผิดชอบที่เกิดจากฝ่ายของผู้ประกอบธุรกิจ ที่ผู้ซื้ออยู่ในลักษณะจำต้องยอมรับเอาเพราะไม่สามารถต่อรองใด ๆ หรือทำการปฏิเสธก็ทำไม่ได้ ทำให้ผู้บริโภคมีสิทธิหน้าที่เพียงเล็กน้อยจะซื้อหรือไม่ซื้อ ซึ่งในฐานะคู่สัญญาควรมีอำนาจเท่าเทียมกัน และส่วนใหญ่ผู้บริโภคต้องยอมเอาเปรียบ และยอมรับความไม่ธรรมนั้น เพียงเพราะต้องการเจตคติที่ดีขึ้นชอบ เมื่อพิจารณาข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมภายใต้พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540 มาตรา 4 วางหลักไว้ว่า ข้อตกลงในสัญญา

⁵ ไทยทิคเก็ตเมเจอร์ , เงื่อนไขการใช้บริการ และข้อตกลงการใช้บริการ, [Online], available URL: <https://corporate.thaiticketmajor.com/about-us.php,2566> (รับวาคม13)

ระหว่างผู้บริโภคร่วมกับผู้ประกอบการการค้า หรือวิชาชีพ หรือในสัญญาสำเร็จรูป หรือในสัญญาขายฝากที่ทำให้ผู้ประกอบการการค้า หรือวิชาชีพ หรือผู้กำหนดสัญญาสำเร็จรูป หรือผู้ซื้อฝากได้เปรียบคู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งเกินสมควร เป็นข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม และให้มีผลบังคับได้เพียงเท่าที่เป็นธรรมและพอสมควรแก่กรณีเท่านั้น ข้อตกลงที่มีลักษณะหรือมีผลให้คู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งปฏิบัติหรือรับภาระเกินกว่า ที่วิญญูชนจะพึงคาดหมายได้ตามปกติ เป็นข้อตกลงที่อาจถือได้ว่าทำให้ได้เปรียบคู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่ง แต่จะเห็นว่าพระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540 มาตรา 4 ตามบทบัญญัติดังกล่าวเกิดข้อสงสัยว่าแล้วข้อสัญญาในลักษณะใดที่เป็นสัญญาไม่เป็นธรรม หรือเนื้อหาแบบใดที่มองว่าสัญญาที่สร้างขึ้นไม่เป็นธรรมกับฝ่ายผู้บริโภค เพราะเพื่อให้การคุ้มครองผู้บริโภคจากการเอารัดเอาเปรียบของผู้ประกอบการการค้าหรือวิชาชีพเนื่องจากหลักกฎหมายเกี่ยวกับนิติกรรมหรือสัญญามีพื้นฐานมาจากเสรีภาพของบุคคลตามหลักความศักดิ์สิทธิ์ของการแสดงเจตนาซึ่งรัฐจะไม่เข้าแทรกแซงถึงแม้ว่าจะมีคู่สัญญาฝ่ายหนึ่งได้เปรียบ เว้นแต่กรณีเป็นการต้องห้ามชัดแจ้งโดยกฎหมายหรือขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน แต่ปรากฏว่าผู้ประกอบการการค้าหรือวิชาชีพซึ่งมีอำนาจต่อรองทางเศรษฐกิจเหนือกว่าได้อาศัยหลักกฎหมายดังกล่าวเอารัดเอาเปรียบผู้บริโภค ส่งผลให้เกิดความไม่เป็นธรรมขึ้นในสังคม จึงจำเป็นต้องกำหนดกรอบของการใช้หลักความศักดิ์สิทธิ์ของการแสดงเจตนาและเสรีภาพของบุคคล โดยกำหนดแนวทางให้แก่ศาลเพื่อใช้พิจารณาว่าข้อสัญญาใดไม่เป็นธรรม และให้อำนาจศาลสั่ง ให้ข้อสัญญาดังกล่าวนั้นมีผลใช้บังคับได้เท่าที่เป็นธรรมและพอสมควรแก่กรณี อีกทั้งกฎหมายจะให้ความคุ้มครองหรือไม่ หากไม่ใช่ผู้บริโภคตามบทนิยาม

ประการที่สอง คือ ปัญหาการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคในด้านสัญญาเกี่ยวกับการสมัครสมาชิกแต่ไม่ได้รับสิทธิตามที่ระบุ ประเทศไทยในปัจจุบันยังไม่มีกฎหมายที่ให้การคุ้มครองสัญญาที่เกี่ยวข้องการซื้อขายบัตรเข้าชมคอนเสิร์ตโดยเฉพาะ จะต้องพิจารณาตามหลักการซื้อขายทั่วไปตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ และพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ที่มีคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคออกประกาศและมีอำนาจกำหนดมาตรการในการควบคุมดูแลผู้ประกอบการไม่ให้ละเมิดสิทธิผู้บริโภค จึงได้มีการตั้งคณะกรรมการเฉพาะเรื่องเพื่อรับผิดชอบงานคุ้มครองผู้บริโภค ในเรื่องต่าง ๆ ทั้งนี้คณะกรรมการที่มีอำนาจเกี่ยวข้องโดยตรงกับสัญญาได้แก่ คณะกรรมการควบคุมสัญญา แต่อย่างไรก็ตามการคุ้มครองผู้บริโภคกรณีสัญญายังมีข้อจำกัดอยู่ที่ว่า สัญญานั้นจะต้องมีกฎหมายกำหนดให้ต้องทำเป็นหนังสือ หรือตามปกติประเพณีทำเป็นหนังสือ คณะกรรมการว่าด้วยสัญญาจึงจะมีอำนาจเข้าไปควบคุมสัญญาดังกล่าว แต่การซื้อบัตรเข้าชมงานคอนเสิร์ตนั้น นอกจากตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 461 และมาตรา 462 ที่กำหนดว่าเมื่อมีการซื้อขายเกิดขึ้น ผู้ขายมีหน้าที่จะต้องส่งมอบทรัพย์สินในการซื้อขาย ซึ่งไม่ได้กำหนดว่าต้องกระทำการส่งมอบด้วยวิธีใด เพียงแต่กำหนดให้ทรัพย์สินนั้นไปอยู่ในเงื้อมมือของผู้ซื้อและผู้ซื้อสามารถใช้สิทธิครอบครองได้โดยสะดวก และประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 503 วรรค 2 กำหนดว่า ผู้ขายจำต้องส่งมอบทรัพย์สินให้ตรงตามคำพรรณนา เมื่อผู้ซื้อได้ตกลงซื้อ สินค้าตามคำพรรณนาที่ผู้ขายได้ให้ไว้ โดยไม่ได้เห็นหรือตรวจสอบทรัพย์สินก่อนทำ การซื้อขายนั่น ตกลงซื้อโดยเชื่อคำ

พรรณนาเกี่ยวกับคุณสมบัติและคุณภาพของทรัพย์สิน ที่จะซื้อขายซึ่งผู้ขายได้ให้ไว้ นั้น พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 มาตรา 14(3) ได้กำหนดให้ คณะกรรมการควบคุมสัญญาที่มีอำนาจหน้าที่สำคัญในมาตรา 35 ทวิว่า “ในการประกอบ ธุรกิจขายสินค้าหรือให้บริการใด ถ้าสัญญาซื้อขายหรือสัญญาให้บริการนั้นมีกฎหมาย กำหนดต้องทำเป็นหนังสือ หรือที่ตามปกติทำเป็นหนังสือ คณะกรรมการว่าด้วยสัญญา มี อำนาจกำหนดให้ การประกอบธุรกิจขายสินค้าหรือให้บริการนั้นเป็นธุรกิจที่ควบคุม สัญญาได้” และยังได้กำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจจัดทำสัญญาตามแบบที่คณะกรรมการ ว่าด้วยสัญญากำหนดก็ได้ โดยกำหนดให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่กำหนดโดย พระราชกฤษฎีกา พระราชกฤษฎีกากำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการในการกำหนดธุรกิจที่ควบคุม สัญญาและลักษณะของสัญญา พ.ศ. 2542 มาตรา 3 กำหนดไว้ว่า ธุรกิจที่ถูกลงควบคุมสัญญานั้น จะต้องเป็นการประกอบธุรกิจขายสินค้าหรือให้บริการในรูปแบบ (1) ธุรกิจที่มีการข้อตกลงที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค หรือ (2) เป็นธุรกิจที่มีการใช้สัญญาสำเร็จรูป อย่างแพร่หลาย (3) เป็นธุรกิจที่ผู้ประกอบธุรกิจมีอำนาจต่อรองเหนือกว่าผู้บริโภค เมื่อพิจารณาตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 คณะกรรมการว่าด้วยสัญญาสามารถประกาศให้ธุรกิจใดเป็นธุรกิจที่ควบคุมสัญญาได้จะต้องมีกฎหมายกำหนดให้สัญญานั้นจะต้องทำเป็นหนังสือ หรือตามปกติ ประเพณีทำเป็นหนังสือเท่านั้น แต่สำหรับการซื้อขายบัตรเข้าชมคอนเสิร์ตอยู่ในรูปแบบของสัญญาซื้อขายสินค้าหรือบริการที่มีการชำระราคาล่วงหน้า ไม่มีกฎหมายกำหนดเอาไว้ให้ต้องทำเป็นหนังสือ หรือตามปกติ ประเพณีมีการทำเป็นหนังสือแต่อย่างใด จึงไม่เป็นธุรกิจที่คณะกรรมการว่าด้วยสัญญาที่มีอำนาจที่จะประกาศให้เป็นธุรกิจที่ควบคุมตามสัญญาได้พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ในส่วนที่เกี่ยวกับอำนาจของคณะกรรมการควบคุมสัญญาไม่สามารถนำมาใช้กับการฉ้อโกงบัตรเข้าชมคอนเสิร์ตล่วงหน้าได้ เพราะไม่มีกฎหมายกำหนดให้ต้องทำเป็นหนังสือ หรือตามปกติประเพณี ต้องทำเป็นหนังสือ เนื่องจากการบัญญัติว่า “หรือตามปกติประเพณีต้องทำเป็นหนังสือ” จากศึกษาข้อมูลพบว่าการซื้อบัตรเพื่อเข้าชมงานคอนเสิร์ตนั้น นอกจากการจ่ายเงินให้กับผู้ประกอบการแล้ว ผู้เข้าชมหรือผู้บริโภคจะต้องได้รับบัตรเข้าชมงาน ที่จะระบุรายละเอียดของงานจัดแสดง รวมถึงรายละเอียดที่มุ่งเฉพาะบุคคลเอาไว้ และจะต้องใช้สำหรับการยืนยันในการเข้าชมงาน จึงอาจจะถือได้ว่าบัตรเข้าชมคอนเสิร์ตใบนั้นเป็นหลักฐานสัญญาระหว่างผู้ประกอบการและผู้บริโภค ซึ่ง ผู้ประกอบการจัดการแสดงเกือบทั้งหมดในปัจจุบันจะต้องมีการออกหลักฐานขึ้นนี้ให้ผู้เข้าชมภายหลังจากมีการซื้อขาย น่าจะถือเป็นสัญญาระหว่างผู้ประกอบการและผู้บริโภคตามกฎหมายได้ และควรมีการแก้ไขกฎหมายให้มีการครอบคลุมถึงสัญญาบางประเภทที่ไม่มีการทำเป็นหนังสือตามกฎหมาย เพื่อป้องกันช่องโหว่ในการเอาเปรียบผู้บริโภค เพราะ ในปัจจุบันไม่ใช่แค่เพียงการจัดงานแสดงคอนเสิร์ตเท่านั้นที่จะมีรูปแบบการซื้อขาย แต่ยังรวมถึงการซื้อขายสินค้าชนิดอื่น ๆ เนื่องจากการพัฒนาของเทคโนโลยีที่เปลี่ยน รูปแบบของการซื้อขายให้มีความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น

⁶ ศศิธิดา ช่วยเชษฐ, ปัญหากฎหมายเกี่ยวกับการทำธุรกิจการให้บริการทางความบันเทิงและผู้บริโภค ประเภทการจัดงานแสดงคอนเสิร์ต, (วิจัยค้นคว้าอิสระระดับศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามแหง, 2562) หน้า 85

ประการสุดท้าย คือ ปัญหาเกี่ยวกับอำนาจหน้าที่ในการกำกับดูแลของเจ้าหน้าที่รัฐ กรณีควบคุมการจำหน่ายบัตรเข้าชมงานคอนเสิร์ต ผู้บริโภคได้เรียกร้องและแสดงความเห็นกันว่าทำไมราคาบัตรคอนเสิร์ตมีราคาที่สูงขึ้นอย่างก้าวกระโดด จากราคาเฉลี่ยที่แค่หลักร้อย เพิ่มเป็นหลักพัน จนปัจจุบันนี้นั้นได้เพิ่มไปถึงหลักหมื่น ไม่ใช่แค่ศิลปินต่างชาติเท่านั้น รวมไปถึงศิลปินคนไทยด้วย ซึ่งศิลปินไทยบางท่านกลับมีคอนเสิร์ตที่ราคาบัตรเข้าชมสูงกว่าศิลปินต่างชาติ ซึ่งหากคอนเสิร์ตของศิลปินที่กำลังเป็นที่นิยม เกิดกระแสตอบรับที่ล้นหลาม มีผู้ใช้ช่องทางในการทำธุรกิจ กว้านซื้อบัตรเข้าชมงานคอนเสิร์ตจำนวนมากเอาไว้ และนำบัตรเข้าชมคอนเสิร์ตมาขายต่อให้กับผู้บริโภคที่ต้องการซื้อเนื่องจากบัตรในครั้งนั้นไม่เพียงพอต่อความต้องการ นำมาขายในราคาที่สูงเกินจริง หรือขายในราคาสองถึงสามเท่าของราคาบัตรจริง กลายเป็นช่องทางแสวงหากำไร โดยมีขอบด้วยกฎหมายหรือผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจอย่างไม่เป็นธรรมจากการค้ากำไรบัตรเข้าชมคอนเสิร์ตเกินควร รวมทั้งการกักตุนบัตรเข้าชมคอนเสิร์ตเอาไว้เพื่อเก็งกำไรแล้วนำมาขายในราคาสูงเกินสมควร หากปราศจากกฎหมายมากำกับควบคุมการกระทำอย่างหนึ่งอย่างใดอันเป็นการฉวยโอกาสเอารัดเอาเปรียบผู้ซื้อบัตรเข้าชมคอนเสิร์ตในฐานะที่เป็นผู้บริโภคและตั้งราคาขายบัตรเข้าชมคอนเสิร์ตโดยไม่เป็นธรรมแล้ว ผู้ขายบัตรเข้าชมคอนเสิร์ตก็อาจอาศัยช่องว่างของกฎหมายกระทำหรือให้คนเฝ้ากระทำการอย่างใดอย่างหนึ่งอันอาจจะนำไปสู่การสร้างความเสี่ยงให้กับผู้ที่เข้าชมงานแสดงในฐานะที่เป็นผู้บริโภคในท้องตลาด ผู้ที่ได้รับผลกระทบโดยตรงจากการจำหน่ายบัตรเข้าชมคอนเสิร์ตคือผู้บริโภคหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) เล็งเห็นและได้รับข้อร้องเรียนจากเรื่องดังกล่าวนี้ แต่ก็ไม่สามารถแก้ไขปัญหานี้ได้โดยเฉพาะ เนื่องจากปัจจุบันยังไม่มีกฎหมายที่จะบังคับเอาผิดได้สำหรับปัญหาดังกล่าว เพราะบัตรเข้าชมงานคอนเสิร์ตไม่ได้ขึ้นทะเบียนอยู่ในกลุ่มสินค้าควบคุมตามระเบียบของ กระทรวงพาณิชย์ จึงอาจจะมีอำนาจลงโทษเพียงการก่อให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญ กับผู้ที่มีการจำหน่ายบัตรเกินราคาที่หน้าบริเวณจัด หากพิจารณาแล้วพบว่าพระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2542 มาตรา 29 บัญญัติเพื่อกำหนดราคาสินค้าและป้องกันการผูกขาดที่ใช้บังคับอยู่มีความไม่เหมาะสม สินค้าส่วนใหญ่ ได้แก่ สินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นต่อชีวิต เช่น ข้าวสาร อาหาร น้ำปลา ที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต แตกต่างกับสินค้าอย่างบัตรเข้าชมคอนเสิร์ต เนื่องจากถูกจัดเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย ผู้บริโภคจะไม่ซื้อก็ยอมได้เพราะไม่ได้เป็นสิ่งจำเป็นต่อการดำรงชีวิตประจำวัน เมื่อไม่มีกฎหมายเอาผิดจึงเป็นช่องทางให้บุคคลต่าง ๆ นำบัตรเข้าชมการแสดงมาจำหน่ายแก่ผู้บริโภคที่มีความต้องการและพร้อมจะจ่ายเงิน ปัจจุบันทางหน่วยงานทำได้เพียงแค่การรณรงค์ให้ไม่ซื้อบัตรเข้าชมคอนเสิร์ตเกินราคา เพื่อยับยั้งการเกิดปัญหา และอาจขอความร่วมมือจากผู้จัดงานให้ดูแลควบคุมการจำหน่ายบัตรที่เกินราคา จากการศึกษาพบว่า ปัญหาการจำหน่ายบัตรชมการแสดงเกินราคาไม่ใช่เป็นเพียงปัญหาที่เกิดขึ้นในประเทศไทยเท่านั้น แต่ยังเกิดขึ้นกับอีกหลายประเทศที่มีการจัดคอนเสิร์ต ถือเป็นหนึ่งในปัญหาหลักที่ควรได้รับการแก้ไขและจัดการเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคให้มีความเท่าเทียม ประเทศฝรั่งเศสได้มีการเล็งเห็นถึงปัญหานี้ โดยทางภาครัฐได้ขอความร่วมมือกับทางภาคเอกชนในการป้องกันและปราบปรามการจำหน่ายบัตรเข้าชมเกินราคา โดยมีการออกกฎหมายมาเป็นการเฉพาะ ได้แก่ ภายใต้มติตรา 313-6-2 แห่งประมวลกฎหมายอาญาของฝรั่งเศส

และมาตรการนี้มีได้มีผลบังคับใช้กับบัตรเข้าชมคอนเสิร์ตเพียงเท่านั้น จะรวมไปถึงการขายหรือโอนตั๋วเข้าชมการแข่งขันกีฬา วัฒนธรรม หรือเชิงพาณิชย์

จากการศึกษาค้นคว้าปัญหาทางกฎหมายในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญาที่ไม่เป็นธรรม กรณีการซื้อบัตรเข้าชมคอนเสิร์ต ผู้ศึกษาพบว่า มีข้อเสนอแนะ คือ

1. ปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคเกี่ยวกับข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม กรณีทำการซื้อบัตรคอนเสิร์ต ผู้ศึกษาพบว่า มีข้อเสนอแนะ คือ

(1) โดยการแก้ไขกฎหมายเดิมที่มีอยู่ คือ พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540 หลักทั่วไปแห่งบทบัญญัติ มาตรา 4 ให้นำมาบังคับใช้ได้แบบบรรลุลผล และตรงกับวัตถุประสงค์ที่ได้บัญญัติเอาไว้ โดยมีสาระสำคัญดังต่อไปนี้

กำหนดประเด็นเรื่องข้อสัญญาที่ถือว่าไม่เป็นธรรมให้มีความชัดเจน โดยบัญญัติให้ชัดเจนว่าข้อสัญญาใดที่จะถือว่าเป็นข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมต้องปรากฏความไม่เป็นธรรมทั้งในกระบวนการของการทำสัญญาและในเนื้อหาของข้อสัญญา เพื่อป้องกันไม่ให้ มีการวินิจฉัยเนื้อหาของข้อสัญญาที่คู่สัญญาฝ่ายกำหนดข้อสัญญาได้เปรียบมากกว่าคู่สัญญา อีกฝ่ายหนึ่งว่าเป็นข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม

(2) ปรับปรุงขอบเขตของข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม ตามมาตรา 4 ได้กำหนดขอบเขตของข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม จึงสมควรเพิ่มเติมบทบัญญัติของกฎหมายให้เปิดกว้างกำหนดให้การทำสัญญาในลักษณะใดก็ตามที่มีกระบวนการในการทำสัญญาที่ไม่เป็นธรรม และมีเนื้อหาของข้อสัญญาที่ทำให้เกิดการได้เปรียบเสียเปรียบกันมากเกินไปจนสมควรให้ถือว่าเป็นข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมไม่ว่าจะปรากฏในข้อสัญญาใด ซึ่งถือเป็นการเปิดช่องให้มีการ ใช้กฎหมายนี้อย่างครอบคลุมและอย่างทั่วถึงให้มากยิ่งขึ้น

(3) เปิดโอกาสให้ผู้บริโภคซึ่งได้รับความเสียหายจากข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมนำเสนอข้อเรียกร้องต่อผู้ประกอบการค้าหรือวิชาชีพ เพื่อปรับเปลี่ยนข้อสัญญานั้นได้ โดยตรงโดยไม่ต้องฟ้องร้องดำเนินคดีเสียก่อน ทั้งนี้ เพื่อเป็นการลดขั้นตอนวิธีการ เวลา และค่าใช้จ่ายในการฟ้องร้องดำเนินคดี อันจะเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคโดยตรง

2. ปัญหาการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคในด้านสัญญาเกี่ยวกับการสมัครสมาชิกแต่ไม่ได้รับสิทธิตามที่ระบุ ผู้ศึกษาพบว่า มีข้อเสนอแนะ คือ

ควรแก้ไขพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 มาตรา 35 ทวิ ที่ระบุว่า “ในการประกอบธุรกิจขายสินค้าหรือให้บริการใด ถ้าสัญญาซื้อขายหรือสัญญาให้บริการนั้นมีกฎหมายกำหนดให้ต้องทำเป็นหนังสือ หรือที่ตามปกติประเพณีทำเป็นหนังสือ คณะกรรมการว่าด้วยสัญญามีอำนาจกำหนดให้การประกอบธุรกิจขายสินค้าหรือให้บริการนั้นเป็นธุรกิจที่ควบคุมสัญญาได้” ให้สามารถนำมาควบคุมสัญญาที่อาจมีผลกระทบกับผู้บริโภค โดยมีสาระสำคัญดังต่อไปนี้

(1) บทบัญญัติมาตรา 35 ทวิ ที่ระบุว่าในการประกอบธุรกิจขายสินค้าหรือให้บริการใด ถ้าสัญญาซื้อขายหรือสัญญาให้บริการนั้นมีกฎหมายกำหนดให้ต้องทำเป็นหนังสือ หรือที่ตามปกติประเพณีทำเป็นหนังสือ

การแก้ไขเพิ่มเติมบทบัญญัตินี้ดังกล่าว คือ การควบคุมสัญญาไม่เพียงแต่ควบคุมสัญญาประเภทที่กฎหมายให้ทำเป็นหนังสือเท่าหรือตามปกติประเพณีทำเป็นหนังสือเท่านั้น ให้รวมถึงควบคุมสัญญาที่ส่งผลกระทบต่อผู้บริโภครวมด้วย ไม่ว่าจะเป็นสัญญาในรูปแบบใดก็ตามเพราะสัญญาที่เกิดขึ้นนั้น เป็นสัญญาระหว่างผู้ประกอบการและผู้บริโภค

(2) คณะกรรมการว่าด้วยสัญญาได้กำหนดธุรกิจที่ควบคุมสัญญาในปัจจุบันนี้มีด้วยกัน 7 ประเภท ได้แก่ ธุรกิจการให้กู้ยืมเงินเพื่อผู้บริโภคของสถาบันการเงิน ธุรกิจการขายรถยนต์และรถจักรยานยนต์ ธุรกิจให้เช่าซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า ธุรกิจการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ และธุรกิจบัตรเครดิต เป็นต้น

แก้ไขให้คณะกรรมการว่าด้วยสัญญาเพิ่มเติม ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ กำหนดเข้าเป็นธุรกิจที่ต้องควบคุมสัญญา เนื่องจากมีผู้บริโภคร้องเรียนต่อสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคผู้ซื้อบัตรเข้าจำนวนมาก ไม่ได้ได้รับการคุ้มครองตามสัญญาตกลงกับผู้ประกอบการ และธุรกิจที่ต้องควบคุมสัญญาไม่ควรพิจารณาเป็นรายธุรกิจหรือรายการ

3. ปัญหาเกี่ยวกับอำนาจหน้าที่ในการกำกับดูแลของเจ้าหน้าที่รัฐ กรณีควบคุมการจำหน่ายบัตรเข้าชมงานคอนเสิร์ต ผู้ศึกษาพบว่า มีข้อเสนอแนะ คือ

(1) ปัญหาเกี่ยวกับการกำหนดราคาของบัตรเข้าชมคอนเสิร์ต ให้รัฐเข้ามาแทรกแซงควบคุมการซื้อขาย และการจำหน่ายบัตรเข้าชมคอนเสิร์ต โดยให้รัฐมีการตั้งกำหนดเพดานราคาบัตรคอนเสิร์ตเอาไว้แบบราคาต่ำสุด และราคาสูงสุดไม่เกินที่รัฐกำหนด

(2) ให้คณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการกำหนดหลักเกณฑ์ รวมถึงวิธีการเกี่ยวกับการคิดราคาค่าใช้จ่ายอย่างอื่นที่นอกเหนือจากราคาสินค้าหรือบริการในอัตราที่เป็นธรรมแก่ผู้ประกอบการ และประชาชนผู้บริโภค สินค้าอาทิเช่น บัตรเข้าชมคอนเสิร์ต เป็นต้น

(3) มีการควบคุมรูปแบบและวิธีการออกกฎหมายเพื่อควบคุมการกักตุนและนำบัตรเข้าชมคอนเสิร์ตมาขายต่อในราคาที่สูงเกินราคาบัตรที่ตราเอาไว้ตั้งแต่ โดยนำกฎหมายของสาธารณรัฐฝรั่งเศสมาปรับใช้ในประเทศไทย เกี่ยวกับการนำบัตรเข้าชมคอนเสิร์ตมาขายต่อในราคาที่สูงเกินราคาจริง เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคเกี่ยวกับปัญหาเรื่องนี้ได้มากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

ไทยทิคเก็ตเมเจอร์ , เงื่อนไขการใช้บริการ และข้อตกลงการใช้บริการ, [Online], available

URL:<https://corporate.thaiticketmajor.com/about-us.php>, 2566 (ธันวาคม 13).

ศศิธิดา ช่วยเชษฐ, ปัญหากฎหมายเกี่ยวกับการทำธุรกิจการให้บริการทางความบันเทิงและผู้บริโภค ประเภทการจัดงานแสดงคอนเสิร์ต, (งานค้นคว้าอิสระนิติศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามแหง, 2562) หน้า 85.

สำนักงานข่าวฐานเศรษฐกิจ, สภาผู้บริโภคเปิดสถิติร้องเรียน 3 ไตรมาสปี 66 พุ่งกว่า 1.3 หมื่นกรณี, [Online], available URL:<https://www.thansettakij.com/news/571282>, 2566 (ธันวาคม 13).

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค, คำอธิบายสรุปสาระสำคัญ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2542, [Online], available

URL:https://www.ocpb.go.th/download/article/article_20201113102401.pdf, 2566 (ธันวาคม 20).

กฎหมาย

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522

พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540

พระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2542

ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์