



การศึกษาปัญหาของพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545
ที่มีผลต่อผู้บริโภค จากการใช้สินค้าและบริการ
ในเขตกรุงเทพมหานคร

โดย

นายพชรพรรณ วริศธนาพจน์

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
รัฐศาสตรมหาบัณฑิต (บริหารรัฐกิจและกิจการสาธารณะ)
สาขาวิชาบริหารรัฐกิจและกิจการสาธารณะ สำหรับนักบริหาร
คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปีการศึกษา 2559

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

การศึกษาปัญหาของพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545
ที่มีผลต่อผู้บริโภค จากการใช้สินค้าและบริการ
ในเขตกรุงเทพมหานคร

โดย

นายพุทธวรรณ วิชาชนาพจน์

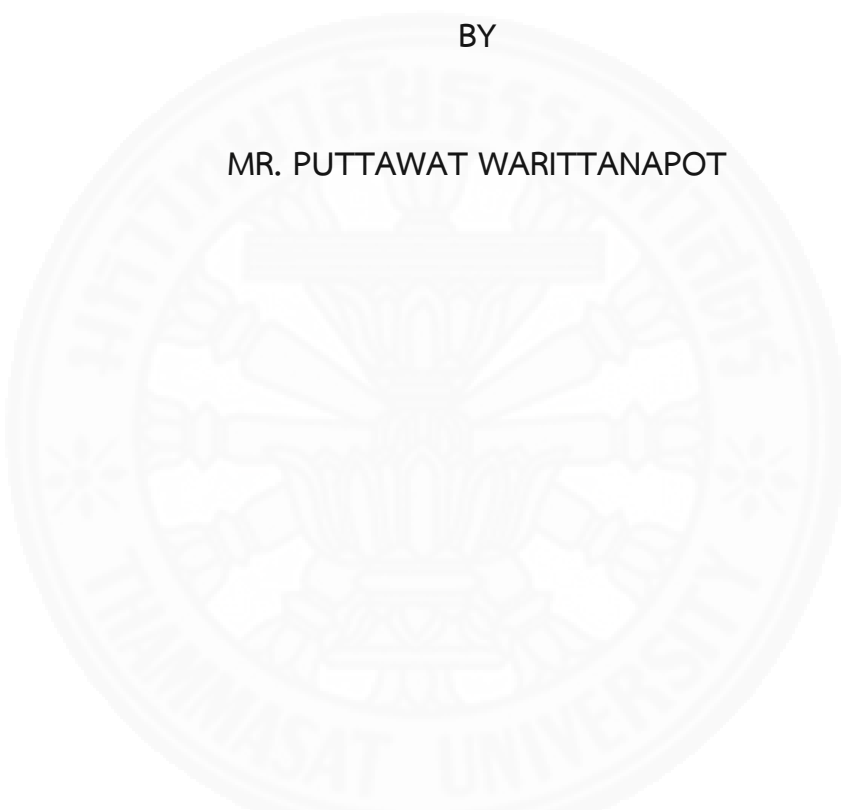


การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
รัฐศาสตรมหาบัณฑิต (บริหารรัฐกิจและกิจการสาธารณะ)
สาขาวิชาบริหารรัฐกิจและกิจการสาธารณะ สำหรับนักบริหาร
คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2559
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

STUDY OF PROBLEMS OF DIRECT SELLING AND DIRECT
MARKETING ACT, 2002, AFFECTING CONSUMERS
FROM THE USE OF GOODS AND
SERVICES IN BANGKOK

BY

MR. PUTTAWAT WARITTANAPOT



AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF
THE REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF
MASTER OF POLITICAL SCIENCE
(PUBLIC ADMINISTRATION AND PUBLIC AFFAIRS)
EXECUTIVE PROGRAM IN PUBLIC ADMINISTRATION AND PUBLIC AFFAIRS
FACULTY OF POLITICAL SCIENCE
THAMMASAT UNIVERSITY
ACADEMIC YEAR 2016
COPYRIGHT OF THAMMASAT UNIVERSITY

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

คณะรัฐศาสตร์

การค้นคว้าอิสระ

ของ

นายพุทธวรรษน์ วิชาชนาพจน์

เรื่อง

การศึกษาปัญหาของพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบขายตรง พ.ศ.2545

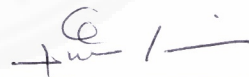
ที่มีผลต่อผู้บริโภค จากการใช้สินค้าและบริการในเขตกรุงเทพมหานคร

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

รัฐศาสตรมหาบัณฑิต (บริหารรัฐกิจและกิจการสาธารณะ)

เมื่อ วันที่ 15 สิงหาคม พ.ศ. 2560

ประธานกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ



(รองศาสตราจารย์ ดร.สุพิน เกชาคุปต์)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ



(ศาสตราจารย์ ดร.อัมพร อารังลักษณ์)

คณบดี



(รองศาสตราจารย์ ดร.ศุภสวستی ชัยวาลัย)

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	การศึกษาปัญหาของพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ที่มีผลต่อผู้บริโภค จากการใช้สินค้าและบริการในเขตกรุงเทพมหานคร
ชื่อผู้เขียน	นายพุทธวรรณ วริศธนาพจน์
ชื่อปริญญา	รัฐศาสตรมหาบัณฑิต (บริหารรัฐกิจและกิจการสาธารณะ)
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	บริหารรัฐกิจและกิจการสาธารณะ สำหรับนักบริหาร รัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	ศาสตราจารย์ ดร. อัมพร อารังลักษณ์
ปีการศึกษา	2559

บทคัดย่อ

การศึกษาในครั้งนี้ เป็นการศึกษาปัญหาของพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ที่มีผลต่อผู้บริโภค จากการใช้สินค้าและบริการในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงประเด็นปัญหา พร้อมเสนอแนะแนวทางแก้ไขเกี่ยวกับเรื่องของการกำกับดูแลและคุ้มครองผู้บริโภค หลังจากที่มีการประกาศบังคับใช้พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ในกลุ่มของนักธุรกิจอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงและผู้ประกอบการตลาดแบบตรง ผู้บริโภค และกองคุ้มครองผู้บริโภคด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

ผลการวิจัย พบว่า ด้านนักธุรกิจอิสระและตัวแทนขายตรงหลังจากที่ได้มีการประกาศใช้พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ปัญหาที่ยังพบ คือ ข้อกำหนดในเรื่องของการจ่ายผลตอบแทนตามแผนการขายเท่านั้น ด้านผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรง คือ การสั่งซื้อสินค้าแล้วไม่ได้รับสินค้า จำหน่ายสินค้าไม่ตรงตามที่โฆษณา อีกทั้งยังมีผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรงยังไม่ยอมมาจดทะเบียนกับกองคุ้มครองผู้บริโภคด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง และด้านผู้ที่ประกอบอาชีพทั้งธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง คือ การขายสินค้าหรือบริการผ่านสื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์หรือสื่ออื่นๆ โดยที่ยังไม่ได้ไปขอจดทะเบียนการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง และการโฆษณาสินค้าผ่านทางสื่อออนไลน์ โดยไม่มีการรับประกันคุณภาพสินค้า

คำสำคัญ: พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545, ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง, ผู้ประกอบการตลาดแบบตรง

Independent Study Title	STUDY OF PROBLEMS OF DIRECT SELLING AND DIRECT MARKETING ACT, 2002, AFFECTING CONSUMERS FROM THE USE OF GOODS AND SERVICES IN BANGKOK
Author	Mr. Puttawat Warittanapot
Degree	Master of Political Science (Public Administration and Public Affairs)
Major Field/Faculty/University	Executive Program in Public Administration and Public Affairs Political Science Thammasat University
Independent Study Advisor	Professor Amporn Tamronglak, PH.D.
Academic Years	2016

ABSTRACT

How Thailand's Direct Sale and Direct Marketing Act, B.E. 2545 (2002) affected consumer experience with goods and services in the Bangkok Metropolitan Area was studied, focusing on problems with supervision and consumer protection. The law's effect on independent businesspeople, direct sales representatives and operators, as well as direct marketing operators was examined, along with activities by the Office of the Consumer Protection Board of Thailand.

Results were that independent businesspeople and direct sales representatives were most affected by the law, when consumers placed orders with direct marketers but did not receive any goods, or products sold did not match sales descriptions. Some direct marketing operators were not registered with the Direct Selling and Direct Marketing Division, in violation of Section 27 of the law, which states: "No person shall conduct direct marketing business, unless registered as a direct marketing business under this Act." For directors of direct sales and marketing businesses, problems also remained with selling products or services online without product warranties.

Keywords: Direct Sale and Direct Marketing Act, B.E. 2545 (2002), Direct sales operator, Direct marketing operator

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้ประสบความสำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี ด้วยความอนุเคราะห์และช่วยเหลือจากบุคคลที่สำคัญ ที่ช่วยสร้างให้งานศึกษาชิ้นนี้สำเร็จลุล่วงได้ ซึ่งผู้วิจัยต้องขอขอบพระคุณ

ศาสตราจารย์ ดร. อัมพร อารงลักษณ์ อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระที่ท่านเสียสละเวลาอันมีค่ายิ่งใน การให้ความรู้ คำปรึกษาและข้อเสนอแนะที่ต่างล้วนมีประโยชน์อย่างยิ่งต่องานศึกษาชิ้นนี้ นอกจากนี้ยังรวมถึงความห่วงใย เอาใจใส่ และติดตามการทำงานของผู้วิจัยอย่างใกล้ชิด ทุกสิ่งที่ท่านอาจารย์ได้มอบให้ เป็นสิ่งที่มีค่ามากที่สุดสำหรับผู้วิจัย

บิดา มารดา ผู้ให้การสนับสนุนรายใหญ่ทั้งด้านการเงิน ความรักและกำลังใจที่มีค่ายิ่งกว่าสิ่งอื่นใด ทำให้ผู้วิจัยมีความตั้งใจอยากให้ท่านทั้งสองภูมิใจในความสำเร็จของลูกคนนี้

ผู้ตอบแบบสอบถาม ทุกข้อมูลที่ได้จากทุกท่านล้วนเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยเติมเต็มความสมบูรณ์ของการค้นคว้าอิสระฉบับนี้ ขอขอบคุณทุกท่านที่ได้เสียสละเวลาในการให้ข้อมูลในครั้งนี้

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอให้งานวิจัยชิ้นนี้มีประโยชน์สำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้ที่น่าสนใจ คุณประโยชน์และความดีอันพึงมีจากทำการค้นคว้าอิสระฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบให้บิดามารดาตลอดจนครูอาจารย์ทุกท่านที่ได้มอบความรู้ที่เป็นหัวใจสำคัญก่อให้เกิดผลสำเร็จในครั้งนี้

นายพัชรธรณ์ วิชาชนาพจน์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(2)
กิตติกรรมประกาศ	(3)
สารบัญตาราง	(8)
สารบัญภาพ	(11)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 คำถามวิจัย	3
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
1.4 ขอบเขตในการศึกษาวิจัย	3
1.5 วิธีการศึกษา	4
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
1.7 นิยามคำศัพท์	5
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
2.1 แนวคิด ทฤษฎีนโยบายสาธารณะ	6
2.1.1 ความหมายของนโยบายสาธารณะ	6
2.1.2 กระบวนนโยบาย	7
2.1.3 องค์การและผู้ที่เกี่ยวข้องในการนำนโยบายไปปฏิบัติ	8
2.1.4 การติดตามผลและการประเมินผลนโยบาย	10
2.2 แนวคิด ทฤษฎีการกำกับดูแล	13

2.2.1	ความหมายของการกำกับดูแล	13
2.2.2	ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับเรื่องของการกำกับดูแล	13
2.2.3	หลักเกณฑ์ในการกำกับดูแลที่ดี	14
2.3	แนวคิดที่มาของกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค	16
2.3.1	แนวคิดและที่มาของกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค	16
2.3.2	สิทธิของผู้บริโภค	17
2.3.3	หลักเกณฑ์ที่กฎหมายให้การคุ้มครอง	17
2.4	แนวคิดความเป็นมาและบุคคลที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง	18
2.4.1	แนวคิดและความเป็นมาของธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง	18
2.4.2	ความเป็นมาของธุรกิจขายตรงในประเทศไทย	19
2.4.3	ความหมายของธุรกิจขายตรงและธุรกิจตลาดแบบตรง	20
2.4.4	บุคคลที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจขายตรงและธุรกิจตลาดแบบตรง	21
2.5	แนวคิดและความเป็นมาของกฎหมายขายตรงและตลาดแบบตรง	21
2.5.1	แนวคิดและความเป็นมาของกฎหมายขายตรงและตลาดแบบตรง	21
2.5.2	การกำหนดหลักเกณฑ์ของกฎหมายขายตรงและตลาดแบบตรง	22
2.6	นโยบายภาครัฐกับการกำกับดูแลธุรกิจขายตรงและธุรกิจตลาดแบบตรง	24
2.6.1	นโยบายภาครัฐกับการกำกับดูแลและการให้ความคุ้มครอง	24
2.6.2	อำนาจและหน้าที่ของคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง	24
2.6.3	อำนาจของพนักงานเจ้าหน้าที่	25
2.7	หลักจริยธรรมและธรรมมาภิบาล ของการกำกับดูแลกิจการที่ดี	26
2.7.1	ความหมายของจริยธรรม	26
2.7.2	ธรรมมาภิบาลในความหมายที่เกี่ยวกับแนวคิดที่มีเป้าหมายเพื่อการมีสังคม และชุมชนที่เข้มแข็ง	26
2.8	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	27
2.6	กรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย	37
บทที่ 3 วิธีการวิจัย		38
3.1	คำนิยามเชิงปฏิบัติการ	38
3.2	แหล่งข้อมูลในการวิจัย	40
3.3	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	40

	(6)
3.3.1 ประชากร	40
3.3.2 กลุ่มตัวอย่าง	40
3.3.3 การเลือกกลุ่มตัวอย่าง	41
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย	41
3.5 วิธีการเก็บข้อมูล	43
3.6 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลวิจัยและการประมวลผล	44
3.7 ข้อจำกัดในการวิจัย	48
บทที่ 4 ผลการวิจัยและอภิปรายผล	49
4.1 ผลการวิจัยเชิงปริมาณ	49
4.1.1 ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรงและผู้ประกอบการตลาดแบบตรง	49
4.1.1.1 ข้อมูลทั่วไป	49
4.1.1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับการกำกับ ดูแลนักธุรกิจอิสระและตัวแทนขายตรง	51
4.1.1.3 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับการกำกับ ดูแลผู้ประกอบการตลาดแบบตรง	54
4.1.1.4 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับการกำกับ ดูแลผู้ที่ประกอบทั้ง 2 อาชีพ คือนักธุรกิจอิสระ ตัวแทนขายตรงและ ผู้ประกอบการตลาดแบบตรง	55
4.1.1.5 การหาค่าความสัมพันธ์ของกลุ่มนักธุรกิจอิสระ ตัวแทนขายตรง และผู้ประกอบการตลาดแบบตรง	59
4.1.2 ผู้บริโภคที่ใช้สินค้าหรือบริการจากธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง	61
4.1.2.1 ข้อมูลทั่วไป	61
4.1.2.2 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้ ความคุ้มครองผู้บริโภค	63
4.1.2.3 การหาค่าความสัมพันธ์ของกลุ่มผู้บริโภค	66
4.2 ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ	72
4.3 การอภิปรายผลการวิจัย	80
4.3.1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการกำกับดูแลนักธุรกิจอิสระ ตัวแทนขายตรงและ ผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรง	80

	(7)
4.3.1.1 ด้านนักธุรกิจอิสระและตัวแทนขายตรง	80
4.3.1.2 ด้านผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรง	82
4.3.1.3 ด้านผู้ที่ประกอบอาชีพทั้งธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง	85
4.3.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคที่ใช้สินค้าหรือบริการจาก นักธุรกิจอิสระ ตัวแทนขายตรงและผู้ประกอบการตลาดแบบตรง ของกฎหมายขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545	89
 บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	 102
5.1 สรุปผลการวิจัย	102
5.2 ข้อเสนอแนะ	104
5.2.1 ระดับนโยบาย	104
5.2.2 ระดับปฏิบัติ	104
5.2.3 ข้อเสนอแนะการวิจัยในครั้งต่อไป	104
 รายการอ้างอิง	 105
 ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก แบบสอบถามความคิดเห็นของ ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง และผู้ประกอบการตลาดแบบตรง	107
ภาคผนวก ข แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้บริโภคจากการสินค้าหรือรับบริการ จากธุรกิจขายตรงหรือผู้ประกอบการตลาดแบบตรง	111
 ประวัติผู้เขียน	 114

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 ความแตกต่างระหว่างการติดตามผลนโยบายและการประเมินผลนโยบาย	11
2.2 เกณฑ์การประเมินผลนโยบาย	12
3.1 แสดงข้อความคำถามของแบบสอบถามชุดที่ 1. ส่วนที่ 2 สอบถามความคิดของผู้จำหน่าย อิสระและตัวแทนขายตรง	45
3.2 แสดงข้อความคำถามของแบบสอบถามชุดที่ 1. ส่วนที่ 3 สอบถามความคิดของ ผู้ประกอบการธุรกิจแบบตรง	45
3.3 แสดงเกณฑ์การให้คะแนนของแบบสอบถามชุดที่ 1. ทั้งส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 สอบถามความคิดของผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรงและผู้ประกอบการ ธุรกิจตลาดแบบตรง	45
3.4 แสดงข้อความคำถามของแบบสอบถามชุดที่ 2. ส่วนที่ 2 สอบถามความคิดเห็นที่มีต่อ การให้ความคุ้มครองผู้บริโภค	46
3.5 แสดงเกณฑ์การให้คะแนนของแบบสอบถามชุดที่ 2. ส่วนที่ 2 สอบถามความคิด ของผู้บริโภค	47
4.1 แสดงจำนวนและคำร้อยละ ของนักธุรกิจอิสระตัวแทนขายตรงและผู้ประกอบการ ตลาดแบบตรง	50
4.2 แสดงค่าเฉลี่ยความคิดเห็น ของนักธุรกิจอิสระและ ตัวแทนขายตรง ในเรื่อง การกำกับดูแลของพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545	52
4.3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของผู้ประกอบการตลาดแบบตรง ในการกำกับดูแล	54
4.4 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ที่ประกอบอาชีพนักธุรกิจอิสระ ตัวแทนขายตรงและผู้ประกอบการตลาดแบบตรง ในการกำกับดูแล	56
4.5 การเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยของการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับการกำกับดูแล นักธุรกิจอิสระ ตัวแทนขายตรงและผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรง	60
4.6 เปรียบเทียบรายคู่ความแตกต่างระหว่างความคิดเห็นเกี่ยวกับการกำกับดูแล นักธุรกิจอิสระ ตัวแทนขายตรงและผู้ประกอบการตลาดแบบตรง	61
4.7 แสดงจำนวนและคำร้อยละ ของผู้บริโภค	62
4.8 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้บริโภค	64

- 4.19 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของการสำรวจ
ความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้ความคุ้มครองผู้บริโภคของกฎหมายขายตรงและ
ตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่มีระยะเวลาของการใช้
บริการที่ต่างกัน 71
- 4.20 เปรียบเทียบรายคู่ความแตกต่างระหว่างความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้ความคุ้มครอง
ผู้บริโภคของกฎหมายขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ของกลุ่มตัวอย่าง
ผู้บริโภคที่ระยะเวลาที่ใช้บริการที่ต่างกัน 71
- 4.21 ผลการสัมภาษณ์ตัวแทนฝ่ายรับเรื่องราวร้องทุกข์และฝ่ายรับจดทะเบียน
จำนวน 4 ท่าน กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง 79



สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
2.1	แสดงกระบวนการนโยบาย	8
2.2	แสดงระดับของการติดตามผลนโยบาย	11
2.3	กรอบแนวคิดการวิจัย	37



บทที่ 1 บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 29 สิงหาคม พ.ศ. 2545 เป็นต้นมา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจขายตรง ซึ่งธุรกิจขายตรงแบ่งออกเป็น ธุรกิจขายตรงและธุรกิจตลาดแบบตรง ซึ่งมีความแตกต่างกันก็คือ ธุรกิจขายตรงเป็นการเสนอขายสินค้าหรือบริการโดยตรง ณ ที่อยู่อาศัย สถานที่ทำงาน หรือที่อื่นๆ ของผู้บริโภค โดยผ่านตัวแทน ผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรง ส่วนธุรกิจตลาดแบบตรงนั้น เป็นการเสนอขายสินค้าหรือบริการผ่านสื่อต่างๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโฆษณา สื่ออินเทอร์เน็ต เป็นต้น การบังคับใช้พระราชบัญญัติฉบับนี้ก็เพื่อให้ธุรกิจตลาดขายตรงและธุรกิจตลาดแบบตรง เป็นที่ยอมรับมากขึ้นต่อผู้บริโภค สาธารณชน และภาครัฐ อีกทั้งยังเป็นการให้ความรู้และความเข้าใจแก่ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง และผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรง ให้ดำเนินธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงให้ถูกต้องตามกฎหมาย โดยมีพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 เป็นกฎหมายในการกำกับดูแลให้สมาชิกทุกบริษัทมีการปฏิบัติและทำงานเพื่อประโยชน์ของผู้บริโภคอย่างแท้จริง เพราะธุรกิจขายตรงและธุรกิจการตลาดแบบตรงนี้ เป็นการทำการตลาดแบบเชิงรุก คือ การเข้าถึงตัวผู้บริโภคโดยตรงเพื่อชิงส่วนแบ่งทางการตลาดจากคู่แข่ง ซึ่งจุดมุ่งหมายที่สำคัญก็คือให้ได้มาซึ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ประชาชนโดยทั่วไปที่เป็นนักธุรกิจอิสระ ตัวแทนขายตรงผู้บริโภคหรือเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ตกอยู่ในฐานะที่เสียเปรียบและก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรมหรืออาจถูกหลอกลวงให้หลงเชื่อใน สินค้าหรือบริการ และรายได้ที่ล่อใจโดยไร้ความจริงได้ แต่หลังจากที่มีการประกาศใช้พระราชบัญญัติฉบับดังกล่าวเมื่อ พ.ศ. 2545 พบว่าตั้งแต่ เดือนตุลาคม 2548 ถึง เดือนกันยายน 2549 สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคก็ยังคงได้รับการร้องเรียนปัญหาของการขายตรงและตลาดแบบตรงจากผู้บริโภค มีจำนวนทั้งสิ้น 87 ราย โดยแยกออกเป็นการร้องเรียนเกี่ยวกับธุรกิจขายตรง 97.70% และจากธุรกิจตลาดแบบตรง 2.30% จากปัญหาที่ผู้ประกอบการไม่จ่ายผลประโยชน์ตามแผนที่ได้มีการแจ้งไว้ในการจ่ายผลตอบแทนให้กับนักธุรกิจอิสระและตัวแทนขายปัญหาในเรื่องของการไม่รับคืนสินค้าจากสมาชิก เรื่องของการเปลี่ยนแปลงผลประโยชน์ตามแผนโดยมิได้มีการบอกกล่าวสมาชิกล่วงหน้า และขอให้ตรวจสอบว่าบริษัทมีการปฏิบัติตามกระบวนการกฎหมายหรือไม่

ถึงแม้ว่าประเทศไทยจะมีการประกาศใช้พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 รวมเวลาจนถึง ณ ปัจจุบันนี้เป็นระยะเวลามากกว่า 15 ปี กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ก็ยังได้รับการร้องเรียนจากผู้บริโภคตลอดเรื่อยมาโดยผ่านช่องทางการร้องเรียนทั้ง 4 ช่องทาง คือ ร้องเรียนที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ร้องเรียนผ่านทางไปรษณีย์ ร้องเรียนผ่านทางออนไลน์และทางสายด่วน 1166 โดยมีสถิติที่ กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง ได้เก็บรวบรวมสถิติการร้องเรียนของธุรกิจขายตรงและธุรกิจตลาดแบบตรง ปี พ.ศ. 2557 มีทั้งหมด 225 ราย ปี พ.ศ. 2558 มีทั้งหมด 492 ราย และ ปี พ.ศ. 2559 จนถึงเดือนมีนาคม 2560 แยกเป็นธุรกิจขายตรง 209 ราย และธุรกิจตลาดแบบตรง 1,207 ราย โดยมีประเด็นการร้องเรียนของธุรกิจขายตรง คือ ขอให้ตรวจสอบแผนการจ่ายผลตอบแทนของบริษัทและขอให้ตรวจสอบการจดทะเบียนของบริษัท ส่วนประเด็นที่ร้องเรียนของธุรกิจตลาดแบบตรง คือ สั่งซื้อสินค้าแล้วไม่ได้รับสินค้า จำหน่ายสินค้าไม่ตรงตามที่โฆษณา และสั่งซื้อสินค้าแล้วถูกยกเลิกคำสั่งซื้อโดยบริษัทอ้างว่าไม่มีสินค้า

จากตัวเลขสถิติที่ได้รับข้อมูลการร้องเรียนของผู้บริโภคจากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคย้อนหลังไป 3 ปี คือ ปี พ.ศ. 2557 2558 และ 2559 จนถึงเดือนมีนาคม 2560 และถ้าเปรียบเทียบกับงานวิจัยของ ประสม หงษ์โต เมื่อปี พ.ศ. 2549 โดยคิดเป็นร้อยละ 3.92% ปี พ.ศ. 2557 คิดเป็นร้อยละ 10.14% ปี พ.ศ. 2558 คิดเป็นร้อยละ 22.16% และปี พ.ศ. 2559 จนถึงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2560 คิดเป็นร้อยละ 63.78% จากข้อมูลดังกล่าวพบว่าจำนวนตัวเลขสถิติมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น จากปี พ.ศ. 2549 มาจนถึงเดือน มีนาคม 2560 ทั้งๆ ที่ประเทศไทยมีพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรงคอยกำกับดูแลและให้ความคุ้มครอง

รายละเอียดที่กล่าวมาทั้งหมดนั้นแสดงให้เห็นว่าปัญหาที่เกิดจากการทำธุรกิจขายตรงและการทำธุรกิจตลาดแบบตรงนั้นยังไม่ได้มีการแก้ไขเยียวยาโดยแท้จริง และในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นนั้น จะต้องมีข้อมูลประกอบการตัดสินใจในเชิงนโยบาย เพื่อปรับปรุงเปลี่ยนแปลงพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ให้ทันสมัยและสอดคล้องกับความเป็นไปของธุรกิจในปัจจุบัน จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาปัญหาของพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ในเรื่องของการกำกับดูแลและการคุ้มครองผู้บริโภค ผู้จำหน่ายอิสระตัวแทนขายตรง จากการใช้สินค้าและบริการ และการเป็นตัวแทนในการทำธุรกิจให้กับผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง

1.2 คำถามวิจัย

พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 มีผลกระทบต่อการทำกับดูลและ
ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรงและผู้ประกอบการตลาดแบบตรง และให้ความคุ้มครองผู้บริโภค
อย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับเรื่องของการทำกับดูลและคุ้มครอง
ผู้บริโภค หลังจากมีการประกาศบังคับใช้พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 เพื่อ
หาทางแก้ไขในประเด็นปัญหาดังกล่าว ในกลุ่มของ

1.1 นักธุรกิจอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงและผู้ประกอบการ
ตลาดแบบตรง

1.2 ผู้บริโภค

1.3 กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง สำนักงาน
คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

2. เพื่อวิเคราะห์พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ว่ามีมาตราใดที่
เกิดปัญหาหรือบกพร่องเพื่อนำมาแก้ไข

3. เพื่อเสนอแนะแนวทางในการแก้ไขปัญหาหรือข้อบกพร่องที่เกิดขึ้นในพระราชบัญญัติ
ขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545

1.4 ขอบเขตในการศึกษาวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาวิจัยในเรื่องของปัญหาของการทำกับดูลและการคุ้มครอง
ผู้บริโภค ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง ของพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545
โดยศึกษาค้นคว้าจากข้อมูลเอกสารต่างๆที่เกี่ยวข้อง (เช่น โดยการสัมภาษณ์ เก็บข้อมูลจากเอกสาร
การค้นคว้าจากหนังสือ วารสาร บทความต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลจากเว็บไซต์ในอินเทอร์เน็ต และการ
เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามจาก ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขาย และผู้บริโภค ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง
กับงานวิจัยครั้งนี้)

ขอบเขตด้านประชากร

ในการทำการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษาวิจัยได้ศึกษาถึงปัญหาของการกำกับดูแลและการคุ้มครองผู้บริโภคโดยมีผู้ที่เกี่ยวข้อง แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

1. กลุ่มของคณะกรรมการและเจ้าหน้าที่กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค
2. กลุ่มผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรงและผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรง จำนวน 200 คน
3. กลุ่มผู้บริโภค จำนวน 200 คน

ขอบเขตด้านพื้นที่

เฉพาะในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร เนื่องจากเป็นเมืองหลวงและเป็นจังหวัดที่มีประชากรเข้ามาอาศัยและประกอบอาชีพมากที่สุดของประเทศ อีกทั้งยังเป็นศูนย์กลางการปกครอง การศึกษา การคมนาคมขนส่ง การเงินการธนาคาร การพาณิชย์ การสื่อสาร และความเจริญของประเทศ โดยจากการสำรวจของสำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย¹ พบว่า ในปี พ.ศ. 2559 จังหวัดกรุงเทพมหานครมีประชากรรวมกัน ทั้งชายและหญิง จำนวน 5,592,075 คน

ขอบเขตด้านเวลา

ตั้งแต่เดือน มีนาคม 2560 ถึง เดือน มิถุนายน 2560

1.5 วิธีการศึกษา

วิธีการศึกษาวิจัยเป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการแจกแบบสอบถามและผสมผสาน (Mix Method) กับการค้นคว้าวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การสัมภาษณ์แบบกึ่งทางการกับเจ้าหน้าที่ของกองคุ้มครองผู้บริโภคด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง ซึ่งมีรายละเอียดอันประกอบไปด้วย

1. ศึกษาข้อมูลจากพระราชบัญญัติซื้อขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆเพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์
2. สร้างแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ โดยขอบเขตของแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์จะเกี่ยวข้องกับมาตราในพระราชบัญญัติซื้อขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ในเรื่องของการกำกับดูแลและการคุ้มครองผู้บริโภค

¹ กรมการปกครอง, “จำนวนประชากร,” <https://dopa.go.th> (สืบค้นเมื่อวันที่ 1 พฤษภาคม 2560)

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงปัญหาและข้อบกพร่องของพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 โดยตรงจากผู้บริโภค ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรงและผู้ประกอบการธุรกิจแบบตรง
2. ผลของการทราบข้อเท็จจริงของปัญหาที่เกิดขึ้น พร้อมทั้งข้อเสนอแนะ จะนำไปสู่แนวทางในการแก้ไขปรับปรุงพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ให้มีการคุ้มครองและให้ความเป็นธรรม แก่ผู้บริโภค ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง และผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง และธุรกิจตลาดแบบตรงมากยิ่งขึ้น

1.7 นิยามคำศัพท์

ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง หมายความว่า ผู้ผลิต ผู้นำเข้า ผู้จัดจำหน่าย โดยใช้ระบบหรือวิธีการจำหน่ายสินค้า บริการ ด้วยวิธีการเสนอขายสินค้า บริการ ต่อผู้บริโภคโดยตรง ณ ที่อยู่อาศัยหรือที่ทำงานของผู้บริโภค ที่มีโชสถานประกอบการค้าเป็นปกติธุระโดยผ่านตัวแทนที่ไม่ใช่ลูกจ้าง โดยเรียกว่า ผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงและมีแผนการจ่ายผลตอบแทนที่ชัดเจนแน่นอน เป็นธรรม และเป็นไปได้ในการดำรงอยู่ของธุรกิจ

ผู้จำหน่ายอิสระ หมายความว่า ผู้ขายที่มีโชลูกจ้าง มีโชตัวแทนของผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง ไม่ขึ้นตรงต่อนายจ้างที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง ซื้อสินค้าจากผู้ประกอบการแล้วนำไปขาย โดยรับค่าตอบแทนการขายจากยอดขายที่ทำได้ การจ่ายผลตอบแทนเป็นไปตามที่กำหนดในแผนการจ่ายค่าตอบแทน

ตัวแทนขายตรง หมายความว่า ผู้ที่ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงมอบหมายให้เป็นผู้นำสินค้า บริการ ไปขายโดยให้ค่าตอบแทนเป็นรายได้จากยอดขายที่ทำได้ ไม่มีฐานะเป็นลูกจ้างของผู้ประกอบการธุรกิจและรายได้นั้นต้องกำหนดชัดเจน

ผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรง หมายความว่า ผู้ผลิต ผู้นำเข้า ผู้จัดจำหน่ายสินค้า บริการ ซึ่งใช้วิธีเสนอขายสินค้า บริการ โดยการให้รายละเอียดเกี่ยวกับสินค้า บริการผ่านสื่อชนิดต่างๆ เพื่อเสนอขายสินค้า บริการ นั้นๆ แก่ผู้บริโภค การทำการตลาดแบบตรง เป็นการมุ่งหวังให้มีการติดต่อสั่งซื้อกลับมายังผู้เสนอขายโดยตรงเมื่อผู้บริโภคตัดสินใจซื้อ โดยการนำเสนออาจจะอยู่ในรูปสิ่งพิมพ์ รวมเล่ม แผ่นปลิว เอกสาร สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “ปัญหาของพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ที่มีผลต่อผู้บริโภคจากการใช้สินค้าและบริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร” ผู้ศึกษาได้กำหนดแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มีรายละเอียดดังนี้

- 2.1 แนวคิด ทฤษฎีนโยบายสาธารณะ
- 2.2 แนวคิด ทฤษฎีการกำกับดูแล
- 2.3 แนวคิดที่มาของกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค
- 2.4 แนวคิดความเป็นมาและบุคคลที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง
- 2.5 แนวคิดและความเป็นมาของกฎหมายขายตรงและตลาดแบบตรง
- 2.6 นโยบายภาครัฐกับการกำกับดูแลธุรกิจขายตรงและธุรกิจตลาดแบบตรง
- 2.7 หลักจริยธรรมและธรรมมาภิบาล ของการกำกับดูแลกิจการที่ดี
- 2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิด ทฤษฎีนโยบายสาธารณะ

2.1.1 ความหมายของนโยบายสาธารณะ

ได้มีนักคิดนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของนโยบายสาธารณะไว้หลายท่านดังนี้ คือ

วรเดช จันทรศร¹ ได้ให้ความหมายไว้ว่า นโยบายสาธารณะ คือ กิจกรรมต่างๆ ที่รัฐบาลหรือหน่วยงานของรัฐได้กำหนดขึ้นเพื่อเจตนาในการแก้ไขปัญหาทั้งระยะสั้นและระยะยาว และนำไปสู่ภาคปฏิบัติให้บังเกิดผล

ถวัลย์รัฐ เวรเทพพิทักษ์² ได้ให้ความหมายไว้ว่า นโยบายสาธารณะ คือ แนวทางการปฏิบัติของรัฐบาลซึ่งกำหนดวัตถุประสงค์แน่นอนไม่ว่าอย่างใดก็อย่างหนึ่ง เพื่อแก้ปัญหาในปัจจุบันหรือป้องกันปัญหาในอนาคตหรือก่อให้เกิดผลที่พึงปรารถนา

¹ วรเดช จันทรศร, *การนำนโยบายไปปฏิบัติ* (กรุงเทพฯ: บริษัท กราฟิคฟอร์แมท (ไทยแลนด์) จำกัด), 2540, 1.

² ถวัลย์รัฐ เวรเทพพิทักษ์, *การกำหนดและวิเคราะห์นโยบายสาธารณะ: ทฤษฎีและ การประยุกต์ใช้* (กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์เสมาธรรม), 2541, 18-19.

ธัญวัฒน์ รัตนศักดิ์³ ได้รวบรวมการให้นิยามความหมายนโยบายสาธารณะ ของนักวิชาการแต่ละท่านที่อยู่ในต่างประเทศไว้ดังนี้ เดวิด อีสตัส (Davis Easton) กล่าวว่า “นโยบายสาธารณะ คือ การจัดสรรสิ่งที่มีคุณค่าอย่างถูกต้องตามกฎหมายให้กับสังคมส่วนรวม” เจมส์ แอนเดอร์สัน (James Anderson) ได้ให้คำนิยามนโยบายสาธารณะไว้ว่า “นโยบายสาธารณะ คือ แนวทางการดำเนินงานของรัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เช่น ความยากจน การผูกขาดตัดตอนทางอุตสาหกรรม หรือราคาสินค้าทางการเกษตร เป็นต้น” ไอรา ชาร์คานสกี (Ira Sharkansky) ได้ให้นิยามนโยบายสาธารณะไว้ดังนี้ คือ “กิจกรรมต่างๆ ที่รัฐบาลกระทำขึ้น” ลินตัน คอลด์เวลล์ (Lynton Caldwell) ได้ให้ความหมายนโยบายสาธารณะไว้ว่า “นโยบายสาธารณะ คือ บรรดาการตัดสินใจอย่างสัมฤทธิ์ผลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการต่างๆ ที่สังคมจะดำเนินการยินยอมหรือห้ามการกระทำนั้นๆ” ทอมัส ดาย (Thomas Dye) ให้ความหมายของนโยบายสาธารณะไว้กว้างๆ คือ สิ่งใดก็ตามที่รัฐบาลเลือกที่จะกระทำหรือเลือกที่จะไม่กระทำ” ฮาโรลด์ ลาสเวลล์และอับราฮัม แคปแพลน (Harold Lasswell and Abraham Kaplan) ได้ให้นิยามนโยบายสาธารณะไว้คือ “แผนหรือโครงการที่ได้กำหนดขึ้น ซึ่งประกอบด้วยเป้าหมาย ปลายทาง คุณค่า และการปฏิบัติต่างๆ” และ อาร์. เจ. เอส. เบอเกอร์ (R.J.S Baker) ได้ให้คำนิยามสั้นๆ ไว้ว่า “นโยบายสาธารณะ หมายถึง การตัดสินใจว่าจะทำอะไรนั่นเอง”

กล่าวโดยสรุปได้ว่า นโยบายสาธารณะ ก็คือ การตัดสินใจของรัฐบาลในการเลือกแนวทางที่ต้องการและพึงประสงค์เพื่อที่จะได้นำมาใช้เป็นกรอบในการดำเนินกิจกรรมของรัฐบาล โดยมีความมุ่งหวังที่จะแก้ไขปัญหา ป้องกันปัญหา รวมทั้งให้เกิดสภาพการณ์ที่ดีเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีที่พึงประสงค์ขึ้นในสังคม

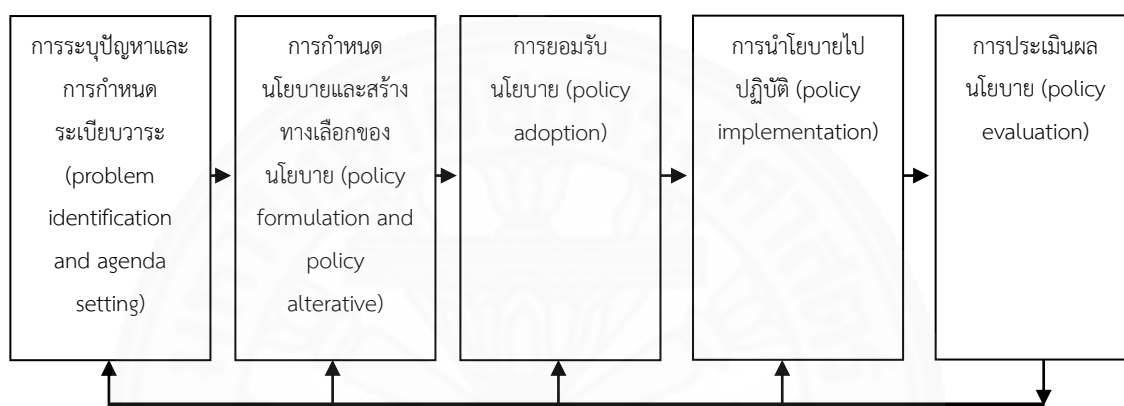
2.1.2 กระบวนการนโยบาย

กระบวนการนโยบาย (policy process) จะมุ่งเน้นการศึกษาในเชิงพฤติกรรม เพื่อหาข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนต่างๆ ของนโยบายลักษณะสำคัญของกระบวนการนโยบายก็คือการมองนโยบายตามตัวแบบเหตุผลเพื่อหาลักษณะเด่นเชิงพฤติกรรมในการสร้างเป็นกรอบนโยบายสาธารณะ จากการอธิบายของ เรืองวิทย์ เกษสุวรรณ⁴ เกี่ยวกับการค้นหาลักษณะเด่นเชิงพฤติกรรมเพื่อสร้างเป็นกรอบอธิบายนโยบายสาธารณะและกรอบแนวคิดที่ได้มานั้นก็คือ วงจรนโยบาย (policy cycle) หรือขั้นตอนนโยบาย (policy stages) ซึ่งหมายถึงการแบ่งกระบวนการนโยบายออกเป็นขั้นตอนตั้งแต่ต้นจนจบและเชื่อว่าขั้นตอนแต่ละขั้นตอนนั้นสัมพันธ์กัน อีกทั้งยังอาจจะเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นซ้ำแล้วซ้ำอีกและการกำหนดนโยบายจะกำหนดเป็นขั้นๆ ตามลำดับชั้นโดยการควบคุมจากสถาบันที่สูงกว่าโดยมีการมองจากบนลงล่าง (top-down perspective) แต่ในโลกแห่งความเป็นจริงกระบวนการนโยบาย

³ ธัญวัฒน์ รัตนศักดิ์, *นโยบายสาธารณะ* (เชียงใหม่: คณิศการพิมพ์, 2555), 2-4.

⁴ เรืองวิทย์ เกษสุวรรณ, *นโยบายสาธารณะ* (กรุงเทพฯ: บพิธการพิมพ์, 2550), 107-108.

ไม่ได้แยกออกจากกันเป็นขั้นๆ อย่างชัดเจน กระบวนการนโยบายเป็นเพียงตัวแบบที่ทำให้ง่ายต่อความเข้าใจพฤติกรรมของตัวแสดง ในความเป็นจริงนโยบายแต่ละอย่างอาจแตกต่างกันมากในเรื่องของความซับซ้อนของปัญหา ความสามารถและความมุ่งมั่นของรัฐบาลหรือสังคมที่จะแก้ปัญหา ด้วยเหตุนี้พฤติกรรมที่เป็นจริงจึงอาจจะแตกต่างไปจากที่คาดการณ์และต่างจากหลักเหตุผลที่ควรเป็น เพื่อให้เกิดความเข้าใจและเป็นประโยชน์ต่อการศึกษา อาจแบ่งกระบวนการนโยบายออกเป็น 5 ขั้นตอน ดังภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 แสดงกระบวนการนโยบาย

ที่มา: เรื่องวิทย์ เกษสุวรรณ, *นโยบายสาธารณะ*, (กรุงเทพฯ: บพิธการพิมพ์, 2550), 108.

จากที่กล่าวมาสรุปได้ว่ากรอบแนวคิดและกระบวนการนโยบายอธิบายได้ว่า นโยบายสาธารณะเกิดจากสภาพแวดล้อม อันได้แก่ ปัญหาของสังคมและเมื่อเกิดปัญหาของสังคมรัฐบาลจึงพยายามจะแก้ปัญหาของสังคมโดยที่รัฐบาลเป็นผู้เลือกกระทำหรือไม่กระทำก็ได้ นโยบายสาธารณะจึงทำให้เห็นว่าปัญหาเกิดขึ้นและเกิดการผลักดันให้แก้ปัญหานั้นเข้ามาสู่ระเบียบวาระเพื่อกำหนดเป็นนโยบาย นโยบายสาธารณะไม่ได้มีหลักการเพียงแค่เหตุผลอย่างเดียวแต่ยังมีแรงผลักดันมาจากอำนาจและอุดมการณ์ ฉะนั้นการดูกระบวนการนโยบายเป็นเพียงกรอบเบื้องต้นเท่านั้น ส่วนที่ลึกกว่านั้นต้องมองไปถึงอำนาจและอุดมการณ์ที่อยู่เบื้องหลังซึ่งยังต้องวิเคราะห์บทบาทของรัฐ บทบาทผู้มีอำนาจและบทบาทของตัวแสดงที่สำคัญอื่นๆ อีกด้วย

2.1.3 องค์การและผู้ที่เกี่ยวข้องในการนำนโยบายไปปฏิบัติ

การนำนโยบายไปปฏิบัติเป็นการจัดวิธีดำเนินการหรือทำให้เกิดผลให้ทางปฏิบัติ จึงเป็นกระบวนการการนำการตัดสินใจในรูปแบบต่างๆ ไปปฏิบัติ เช่น กฎหมาย คำตัดสินของศาล

คำสั่งผู้บริหารหรือการออกกฎหมายตามระบบรัฐสภา วรเดช จันทรรคร⁵ เห็นว่าการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติเป็นเรื่องที่มีความสลับซับซ้อนในตัวเอง เนื่องจากการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ นั้นซึ่งต้องครอบคลุมและมีผู้เกี่ยวข้องต่างๆ มากมายและในแต่ละองค์การหรือผู้ที่เกี่ยวข้องต่างๆ นั้นก็มีความคาดหวังในเป้าหมายที่แตกต่างกันซึ่งไม่มีใครควบคุมผลหรือทิศทางของการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติได้ด้วยตัวเองทั้งหมด ดังนั้นจึงพอสรุปองค์การและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติได้เป็น 5 ส่วน อันได้แก่

1. ฝ่ายการเมือง ในที่นี้ครอบคลุมถึงรัฐสภาและคณะรัฐมนตรี สองสถาบันหลักนี้มีความสำคัญในการที่จะกำหนดขอบเขตซึ่งที่จะทำได้โดยการออกกฎหมายหรือกำหนดขึ้นเป็นมติของคณะรัฐมนตรีในการออกกฎกระทรวง ตลอดจนวางระเบียบข้อบังคับต่างๆ เพื่อให้หน่วยราชการที่เกี่ยวข้องถือเป็นแนวทางในการปฏิบัติ หรืออีกนัยหนึ่งทั้งสองสถาบันนี้คือฝ่ายริเริ่มในการกำหนดนโยบาย จัดสรรงบประมาณ รับข้อเรียกร้องปัญหาจากกลุ่มผลประโยชน์ กลุ่มการเมืองหรือประชาชนทั่วไป มาดัดแปลงเป็นนโยบายเพื่อให้ฝ่ายข้าราชการประจำรับไปปฏิบัติ

2. ระบบราชการ ในที่นี้ได้แก่หน่วยงานต่างๆ ของรัฐถือได้ว่าเป็นองค์การที่สำคัญที่สุดเพราะระบบราชการมีบทบาทอย่างสำคัญในฐานะผู้กำหนดนโยบาย เนื่องจากระบบราชการเป็นทั้งผู้เก็บรวบรวม วิเคราะห์ และป้อนข้อมูลต่างๆ ไปให้ฝ่ายการเมือง ทั้งนี้เองจึงเป็นสาเหตุที่ระบบราชการจึงมีอิทธิพลอย่างมากในการนำนโยบายไปปฏิบัติ

3. ข้าราชการ นอกจากระบบราชการแล้ว ข้าราชการในฐานะบุคคลก็มีส่วนเกี่ยวข้องหรือส่งผลอย่างมากต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ โดยมีผู้ที่เกี่ยวข้องอันได้แก่ ผู้บริหารระดับสูงของหน่วยงาน ผู้บริหารโครงการและข้าราชการในระดบล่าง

4. ผู้ที่ได้รับผลจากนโยบาย คือ ผู้รับบริการ ผู้ได้รับผลประโยชน์ หรือผู้เสียผลประโยชน์ ซึ่งอาจจะหมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคล หน่วยงานภาคเอกชนและหน่วยงานที่มีได้มุ่งหากำไร สิ่งสำคัญที่จะทำให้ผู้ที่ได้รับผลจากนโยบายมีบทบาทในกระบวนการนำนโยบายไปปฏิบัติ นั่นก็คือ การร่วมตัวกันเป็นกลุ่มเป็นก้อนในลักษณะของกลุ่มผลประโยชน์ ซึ่งจะมีอำนาจในการต่อรองกับฝ่ายการเมืองหรือระบบราชการมากยิ่งขึ้น

5. ความแตกต่างระหว่างบทบาทขององค์การและผู้เกี่ยวข้องในแต่ละประเภทของนโยบาย ในแต่ละองค์การและผู้ที่เกี่ยวข้องของการนำนโยบายไปปฏิบัติใช้ ย่อมมีความแตกต่างกันในแต่ละประเภทของนโยบาย อย่างเช่น นโยบายที่เกี่ยวกับการจัดสรรทรัพยากรหรือผลประโยชน์ต่อสังคมส่วนร่วม ผู้ที่ส่วนเกี่ยวข้องหรือมีบทบาทก็คือ ระบบราชการ หน่วยงานราชการ องค์การ

⁵ วรเดช จันทรรคร, *การนำนโยบายไปปฏิบัติ*, 19-33.

รัฐวิสาหกิจ ส่วนนโยบายที่เกี่ยวกับการจำกัดหรือเลือกให้สิทธิในการบริการหรือผลประโยชน์แก่กลุ่มหนึ่งกลุ่มใดโดยเฉพาะที่แข่งขันซึ่งกันและกันนั้นหน่วยงานของราชการมักจะมีบทบาทโดยตรงมากที่สุดโดยเฉพาะหน่วยราชการส่วนกลาง สำหรับนโยบายที่เกี่ยวกับการควบคุมพฤติกรรมของบุคคลหรือของภาคเอกชนเพื่อประโยชน์ต่อสังคมส่วนร่วมและนโยบายที่เกี่ยวกับการจัดสรรทรัพยากรเสียใหม่เพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ผู้เสียเปรียบในสังคมมากยิ่งขึ้นนั้นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องหรือมีบทบาทขึ้นอยู่กับลักษณะของการออกแบบรายละเอียดของโครงการที่ถูกนำไปปฏิบัติ โดยอาจจะเป็นหน่วยราชการส่วนภูมิภาคและท้องถิ่นหรือบางกรณีอาจจะเป็นหน่วยราชการส่วนกลางที่มีบทบาทในการนำนโยบายไปปฏิบัติ

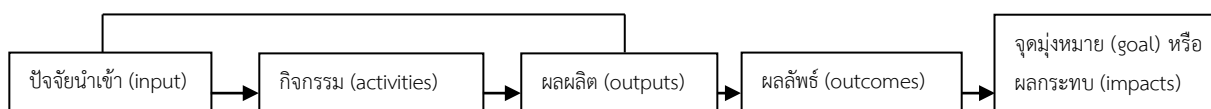
จากที่กล่าวมาข้างต้น พอจะสรุปสาระสำคัญเพื่อครอบคลุมแนวคิดได้ดังนี้ คือ ผู้ที่มีบทบาทในการนำนโยบายไปปฏิบัติก็คือ ฝ่ายการเมือง หน่วยราชการต่างๆ ซึ่งจะส่งผลทำให้นโยบายต่างๆ ที่ประกาศใช้มีโอกาสประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้นและความร่วมมือกันในระบบราชการก็เป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติ โดยที่ทุกหน่วยงานจะต้องไม่เห็นแก่ประโยชน์ตนเอง นอกจากระบบราชการแล้ว ข้าราชการในฐานะบุคคลก็ถือได้ว่ามีส่วนในการส่งผลอย่างมากต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการนำนโยบายไปปฏิบัติ การรวมตัวกันของผู้รับบริการ ผู้ได้รับผลจากนโยบายทั้งในแง่ของบุคคลและกลุ่มต่างๆ จะมีความสำคัญและส่งผลต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติอย่างมากโดยเช่นเดียวกัน สรุปว่านโยบายจะเกิดประโยชน์สูงสุดต่อทุกภาคส่วนก็เมื่อทุกภาคส่วนให้การร่วมมือร่วมใจกันในการนำนโยบายไปปฏิบัติ

2.1.4 การติดตามผลและการประเมินผลนโยบาย

การติดตามผลนโยบายและการประเมินผลนโยบายมีความแตกต่างกัน แต่ก็เป็นส่วนที่เสริมซึ่งกันและกัน กล่าวคือ การติดตามผลนโยบายให้ข้อมูลว่านโยบายอยู่ที่ใดโดยจะสัมพันธ์กับเป้าหมายและผลลัพธ์โดยการกล่าวง่ายๆ ว่าการติดตามผลเน้นการปฏิบัติและนำเสนอเฉพาะข้อเท็จจริง โดยไม่ใช่คำนึงเข้าไปตัดสินคุณค่าของนโยบาย ซึ่งจะใช้มาตรฐานหรือตัวชี้วัดคอยติดตามดูการปฏิบัติงานไปเรื่อยๆ ซึ่งถือเป็นเงื่อนไขที่ต้องใช้ก่อนทำการประเมินผลและเป็นพื้นที่จะทำให้การนำนโยบายไปปฏิบัติประสบความสำเร็จเพราะเวลาปฏิบัติงานจริงผู้ปฏิบัติมักจะทำต่างไปจากนโยบายหรืออาจจะนำนโยบายไปสนองต่อบุคคลอื่นที่มีใจกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งถ้าไม่มีการติดตามผลและดูผลจากผลการประเมินนโยบายเพียงอย่างเดียว ผลที่ออกมาแล้วก็อาจจะแก้ไขอะไรไม่ได้หรือไม่ถูกต้องตรงกับความเป็นจริง โดยการติดตามผลนโยบายแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ การติดตามผลการนำนโยบายไปปฏิบัติ (implementation monitoring) กับการติดตามผลลัพธ์ (results monitoring) ซึ่งแสดงได้ดังภาพที่ 2.2

การนำนโยบายไปปฏิบัติ (implementation)

ผลลัพธ์ (outcomes)



ภาพที่ 2.2 แสดงระดับของการติดตามผลนโยบาย

ที่มา: เรื่องวิทยุ เกษสุวรรณ, นโยบายสาธารณะ (กรุงเทพฯ: บพิธการพิมพ์, 2550), 358.

ส่วนการประเมินผลนโยบายให้หลักฐานว่าทำไมซึ่งเป็นเป้าหมายหรือผลลัพธ์จึงเป็นบรรลุผลหรือไม่บรรลุผล โดยเลือกสนใจประเด็นที่เป็นเหตุเป็นผลกัน (issues of causality) การประเมินนโยบายในยุคสมัยใหม่เน้นความเป็นผลระหว่างนโยบายและผลลัพธ์กับผลกระทบเป็นส่วนเสริมอย่างหนึ่งของการติดตามผลนโยบาย ดังมีตารางแสดงถึงความแตกต่างระหว่างการติดตามผลนโยบายและการประเมินผลนโยบาย ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2.1 ความแตกต่างระหว่างการติดตามผลนโยบายและการประเมินผลนโยบาย

การติดตามผลนโยบาย	การประเมินผลนโยบาย
1. ทำให้วัตถุประสงค์ของแผนงานมีความชัดเจน	1. วิเคราะห์ว่าทำไมผลลัพธ์ที่ตั้งใจจึงบรรลุหรือไม่บรรลุ
2. เชื่อมโยงกิจกรรมกับทรัพยากรเข้ากับวัตถุประสงค์	2. ประเมินสาเหตุเฉพาะที่ทำให้เกิดความเป็นเหตุเป็นผลกันระหว่างกิจกรรมกับผลลัพธ์
3. แปลงวัตถุประสงค์เป็นตัวชี้วัดผลและกำหนดเป้าหมายย่อย	3. ตรวจสอบกระบวนการนำนโยบายไปปฏิบัติ
4. เก็บรวบรวมข้อมูลตามตัวชี้วัดเป็นประจำและเปรียบเทียบผลที่เกิดจริงกับเป้าหมายย่อย	4. ค้นหาผลลัพธ์ที่ไม่ได้ตั้งใจ
5. รายงานความก้าวหน้าให้ผู้บริหารและกระตุ้นให้ผู้บริหารทราบถึงปัญหา	5. ให้อาจารย์เรียน จุดของการบรรลุความสำเร็จที่สำคัญประสิทธิภาพของแผนงานและให้คำแนะนำเพื่อปรับปรุง

ที่มา: เรื่องวิทยุ เกษสุวรรณ, นโยบายสาธารณะ (กรุงเทพฯ: บพิธการพิมพ์, 2550), 381.

ส่วนในการประเมินผลนโยบายต้องตั้งหลักเกณฑ์ไว้ล่วงหน้าเพื่อเป็นแนวทางการหาข้อมูลเกี่ยวกับการปฏิบัติของนโยบาย จึงพอสรุปเกณฑ์การประเมินผลนโยบายของ เรืองวิทย์ เกษสุวรรณ⁶ แสดงในตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2.2 เกณฑ์การประเมินผลนโยบาย

ประเภทของเกณฑ์	คำถาม	เกณฑ์ที่เป็นตัวอย่าง
1. ประสิทธิภาพ (effectiveness)	ผลลัพธ์บรรลุตามจุดมุ่งหมายหรือไม่	หน่วยของการให้บริการ (units of service)
2. ประสิทธิภาพ (efficiency)	ต้องใช้ความพยายามเท่าใดจึงจะได้ผลลัพธ์ที่ต้องการ	หน่วยของต้นทุน (unit cost) ผลประโยชน์สุทธิ (net benefit) อัตราส่วนระหว่างต้นทุนและผลประโยชน์ (cost-benefit ratio)
3. ความพอเพียง (adequacy)	การบรรลุผลของผลลัพธ์เท่าใดจึงจะแก้ปัญหาได้	ต้นทุนคงที่ (fixed cost) ประสิทธิผลคงที่ (fixed effectiveness)
4. ความเป็นธรรม (equity)	ต้นทุนและผลประโยชน์กระจายในกลุ่มต่างๆ อย่างเป็นธรรมหรือไม่	เกณฑ์ของพาเรโต (Pareto criterion) เกณฑ์ของแคลดอร์-ฮิกส์ (Kaldor-Hicks criterion) เกณฑ์ของราวส์ (Rawls criterion)
5. การสนองตอบ (responsiveness)	ผลลัพธ์ของนโยบายทำให้กลุ่มที่เจาะจงนั้นพึงพอใจหรือไม่	การสำรวจความต้องการของประชาชนอย่างสม่ำเสมอ
6. ความเหมาะสม (appropriateness)	ผลลัพธ์ที่ต้องการหรือวัตถุประสงค์มีค่าหรือมีคุณค่าจริงหรือไม่	นโยบายควรมีทั้งความเป็นธรรมและประสิทธิภาพ

ที่มา: เรืองวิทย์ เกษสุวรรณ, *นโยบายสาธารณะ* (กรุงเทพฯ: บพิธการพิมพ์, 2550), 390.

⁶ เรืองวิทย์ เกษสุวรรณ, *นโยบายสาธารณะ*, 390.

จากข้อความดังกล่าวข้างต้นพอสรุปได้ว่า ระบบติดตามผลนโยบายเป็นเครื่องมือที่จะช่วยติดตามความคืบหน้าของการดำเนินงานตามนโยบายโดยมีมาตรฐานและตัวชี้วัดหรือการทดลองเป็นเครื่องมือ ส่วนของการประเมินผลเกิดขึ้นก็เพราะต้องการทราบว่า การดำเนินนโยบายสำเร็จหรือไม่โดยจะต้องมีการระบุกฎเกณฑ์ที่ชัดเจน เช่น ประสิทธิภาพ ประสิทธิผล พอเพียง เป็นธรรม สอดคล้องและเหมาะสมและในการประเมินผลก็มีหลายแนวทาง เช่น การประเมินผลงานตามห่วงโซ่ตรรกะ การประเมินผลก่อนนำนโยบายไปปฏิบัติ การประเมินผลการนำนโยบายไปปฏิบัติตามกระบวนการ การประเมินผลแบบรวดเร็ว การประเมินผลแบบกรณีศึกษา การประเมินผลกระทบและการประเมินผลระดับสูง ทั้งนี้ทั้งนั้นเมื่อประเมินผลนโยบายแล้วจะถูกนำไปใช้มากน้อยแค่ไหนก็ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ แต่กระนั้นการประเมินผลนโยบายก็มีประโยชน์เพื่ออย่างน้อยได้ช่วยให้เกิดการเรียนรู้ว่านโยบายสาธารณะต่างๆ ดำเนินไปอย่างไรมีผลลัพธ์หรือผลกระทบต่อสังคมอย่างไร

2.2 แนวคิด ทฤษฎีการกำกับดูแล

2.2.1 ความหมายของการกำกับดูแล

จากการแปลและเรียบเรียงของ ชนะกัญจน์ ศรีรัตนบัลล์ และ วรพรรณ เอื้ออาภรณ์⁷ ได้มีการกล่าวถึงการกำกับดูแลว่าเป็นกิจกรรมภาครัฐรูปแบบหนึ่งที่มีความเฉพาะตัวและสามารถพิสูจน์ได้ การกำกับดูแลคือการควบคุมของหน่วยงานภาครัฐที่ต่อเนื่องและมุ่งเน้นเป้าหมายในกิจกรรมที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อประชาคมนั้นๆ หรือการกำกับดูแลก็ถือเป็นการออกคำสั่งเป็นการเฉพาะและเป็นอำนาจบังคับโดยเจตนาของรัฐซึ่งอาจจะเป็นอิทธิพลที่มาจากทางสังคมหรือทางเศรษฐกิจก็ได้

2.2.2 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับเรื่องของการกำกับดูแล

ในการรวบรวมของ ชนะกัญจน์ ศรีรัตนบัลล์ และ วรพรรณ เอื้ออาภรณ์⁸ เกี่ยวกับทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและทำให้เรื่องของการกำกับดูแลเกิดขึ้น โดยมีทฤษฎีที่เกี่ยวข้องคือ

1. ทฤษฎีประโยชน์สาธารณะ (Public Interest Theories) โดยมีหลักความคิดที่ว่า การดำเนินการของผู้ที่ต้องการกำหนดหรือพัฒนาการกำกับดูแลเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ที่เกี่ยวข้อง

⁷ ชนะกัญจน์ศรีรัตนบัลล์ และวรพรรณ เอื้ออาภรณ์, *เข้าใจการกำกับดูแล: ทฤษฎี กลยุทธ์ และหลักปฏิบัติ* (กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, 2554), 15-16.

⁸ เรื่องเดียวกัน, 60-89.

กับประโยชน์สาธารณะมากกว่าจะดำเนินการเพื่อประโยชน์ของกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง ซึ่งให้ความสำคัญในเรื่องความน่าเชื่อถือโดยไม่เห็นแก่ประโยชน์ส่วนตน

2. ทฤษฎีกลุ่มผลประโยชน์ (Interest Group Theories) แนววิธีการกำกับดูแล ทฤษฎีนี้จะเน้นระดับที่การพัฒนาการกำกับดูแลโดยถูกผลักดันจากประเด็นความกังวลเฉพาะของกลุ่มผลประโยชน์ ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องได้แก่ทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ซึ่งถูกสร้างขึ้นมาจากสมมติฐานที่ว่าผู้เกี่ยวข้องคำนึงถึงผลประโยชน์ส่วนตนโดยการตั้งสมมติฐานไว้ว่าผู้ที่เกี่ยวข้องทุกกลุ่มในการกำกับดูแลจะแสวงหาประโยชน์ส่วนตนเองสูงสุด

3. ทฤษฎีสถาบัน (Institutional Theories) แนววิธีทฤษฎีนี้มาจากคำว่า “สถาบันนิยม” โดยการเห็นพ้องในหลักความคิดที่ว่าโครงสร้างของสถาบันและการจัดการต่างๆ รวมทั้งกระบวนการต่างๆ ทางสังคมมีความสำคัญในการกำหนดแนวทางการกำกับดูแล โดยแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่หนึ่งความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันให้ความสนใจในการออกแบบสถาบันและความสัมพันธ์เชิงสถาบันอย่างไรเพื่อที่จะหลีกเลี่ยงกระบวนการกำกับดูแล กลุ่มที่สองกลุ่มที่มีความสนใจหลักในแรงผลักดันภายในสถาบัน กลุ่มนี้มองว่าการเปลี่ยนแปลงทางการกำกับดูแลเกิดจากแรงผลักดันที่เกิดจากภายในองค์กร เช่น การขัดขวางการทำงาน การแสวงหาผลประโยชน์ การยั่วยุ เป็นต้น

4. ทฤษฎีเครือข่าย (Network Theories) และขอบเขตการกำกับดูแล (Regulatory Space) แนวคิดทฤษฎีนี้มาจากการที่ว่าการกำกับดูแลจำเป็นต้องผสมผสานเรื่องของการกำกับดูแลและกลยุทธิ์เข้าด้วยกันจึงจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือกันทุกภาคส่วนเพื่อให้การกำกับดูแลสามารถเข้าถึงวัตถุประสงค์ วัฒนธรรม ศักยภาพในการกำกับดูแล สภาพแวดล้อมทางสถาบันและระบบการควบคุม จึงจะมีประโยชน์อย่างมากของความพึงพอใจในการกำกับดูแลสมัยใหม่

สรุปทฤษฎีดังกล่าวข้างต้นได้ว่า แนววิธีการในการกำกับดูแลนั้นบางครั้งจำเป็นต้องมีการเลือกพิจารณาจากความสำคัญและความแตกต่างของจุดมุ่งเน้นในการที่จะกำกับการที่จะนำทฤษฎีทุกทฤษฎีมาใช้ในบางครั้งอาจจะไม่รอบคอบหรือไม่ถูกต้องนัก แต่สิ่งที่เห็นได้ชัดจากการเรียนรู้ทางทฤษฎีก็คือการเกิดองค์ความรู้ความเข้าใจในเรื่องของการกำกับดูแลที่ดีขึ้นและสามารถที่จะได้พัฒนาในเรื่องการกำกับดูแลให้ดียิ่งยิ่งขึ้นต่อไปได้

2.2.3 หลักเกณฑ์ในการกำกับดูแลที่ดี

การเรียบเรียงของ ชนะกัญจน์ ศรีรัตนบัลล์ และ วรพรรณ เอื้ออาภรณ์⁹ พอสรุปแนววิธีที่จะช่วยสร้างให้เกิดความมั่นคงสูงสุดและผลการดำเนินการในเรื่องของการกำกับดูแลที่เป็น

⁹ เรื่องเดียวกัน, 43-48.

ประโยชน์ต่อสาธารณะหรือระบบการกำกับดูแลใดที่มีค่าพอที่จะให้การสนับสนุนนั้นมียุทธศาสตร์ประกอบอยู่ 5 ประการดังนี้คือ

1. อำนาจหน้าที่ตามกฎหมาย (Legislative Mandate) การดำเนินการกำกับดูแลนั้นควรที่จะได้รับการสนับสนุนเมื่อมีความเห็นชอบจากรัฐสภา ซึ่งเป็นต้นกำเนิดของอำนาจในระบบประชาธิปไตย เพราะรัฐสภานั้นมาจากประชาชนและถ้าประชาชนได้กำหนดให้หน่วยงานใดกำกับดูแล และหน่วยงานกำกับดูแลเหล่านั้นได้แสดงให้เห็นว่าทำให้เกิดผลลัพธ์ที่ประชาชนต้องการในการกำกับดูแลที่ดีได้ นั่นก็แสดงให้เห็นว่าหน่วยงานนั้นๆ ที่รับเรื่องของการกำกับดูแลบรรลุตามหน้าที่ของตน

2. ความรับผิดชอบ (Accountability) ปัญหาที่พบในหลักเกณฑ์ข้อนี้ก็คือ การเลือกบุคคลและหน่วยงานที่จะเป็นผู้รับผิดชอบ หน่วยงานการกำกับดูแลที่มีอำนาจหน้าที่ไม่ชัดเจนอาจจะอ้างได้ว่าพวกตนไม่มีอำนาจหน้าที่ในการกำกับดูแล จึงเป็นเรื่องที่เกิดการถกเถียงในการเลือกบุคคลและหน่วยที่จะเป็นผู้รับผิดชอบ ยังมีประเด็นและปัญหาอื่นๆ ที่เกิดขึ้น เช่น ระดับความรับผิดชอบที่เหมาะสม ทรัพยากรที่ควรจะให้เพื่อความรับผิดชอบ และการยอมรับการแลกเปลี่ยนระหว่างความรับผิดชอบและการบรรลุเป้าหมายทางการกำกับดูแลอย่างมีประสิทธิภาพ

3. กระบวนการทางกฎหมาย (Due Process) กระบวนการทางกฎหมายในเรื่องของการกำกับดูแลสมควรที่จะได้รับการสนับสนุนจากประชาชน เพราะ การมีส่วนร่วมของประชาชน ผู้บริโภคและผู้ที่ได้รับผลกระทบจากกระบวนการตัดสินใจและกำหนดนโยบายทางการกำกับดูแลนั้น จะก่อให้เกิดกระบวนการที่เป็นธรรมและเหมาะสมต่อการกำกับดูแล

4. ความเชี่ยวชาญ (Expertise) การกำกับดูแลบางเรื่องอาจต้องอาศัยการตัดสินใจจากผู้ความเชี่ยวชาญ เนื่องจากในกรณีที่ผู้มีอำนาจตัดสินใจที่ต้องทำให้เกิดความเท่ากันหรือเสมอภาค และมีข้อมูลที่ไม่เพียงพอหรือข้อมูลไม่แน่นอน หน่วยงานที่กำกับดูแลอาจเรียกร้องการสนับสนุนจากผู้ที่เชี่ยวชาญในประเด็นนั้นมาช่วยในการตัดสินใจ

5. ประสิทธิภาพ (Efficiency) หน่วยงานที่กำกับดูแลอาจจะวัดประสิทธิภาพได้โดยการกล่าวอ้างสองรูปแบบ คือ 1. ได้ดำเนินการการกำกับดูแลตามกฎหมายตามอำนาจหน้าที่ตามกฎหมายและใช้ทรัพยากรหรือมีค่าใช้จ่ายน้อยที่สุดและมี ประสิทธิภาพในการก่อให้เกิดผลแน่นอน 2.การกำกับดูแลที่ได้รับการพิจารณาแล้วจะนำไปสู่ผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพซึ่งเป็นเกณฑ์ที่กำหนดขึ้นโดยเป็นอิสระจากอำนาจหน้าที่ของหน่วยงานที่กำกับดูแล

สรุปในประเด็นดังกล่าวได้ว่า การสร้างองค์ประกอบของการกำกับดูแลที่ดีนั้นเป็นเรื่องที่ยากและไม่สามารถหลีกเลี่ยงการโต้แย้งได้ สิ่งหนึ่งที่จะช่วยให้ระบบการกำกับดูแลเป็นที่พึงประสงค์และมีคุณภาพที่ดีก็คือการรวบรวมเกณฑ์ต่างๆ ที่จะทำให้อุณหภูมิที่มีผลประโยชน์และความเห็นในทางการเมืองที่แตกต่างกันสามารถเข้ามาถกเถียงกันในเรื่องของ ภาพของการกำกับดูแลที่ดี

2.3 แนวคิดที่มาของกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค

2.3.1 แนวคิดและที่มาของกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค

สมัยเมื่อการค้าและเศรษฐกิจของโลกยังอยู่ในลักษณะจำกัดเฉพาะวงแคบๆ ในท้องถิ่นหนึ่งหรือในเมืองใดเมืองหนึ่งนั้น สภาพของสินค้าและบริการยังไม่มีความสลับซับซ้อนมากนัก และเมื่อสภาพความเป็นอยู่ของคนในสังคมเปลี่ยนแปลงไป กฎหมายที่ใช้บังคับอยู่ในสมัยอดีตก็เริ่มมีช่องว่างหรือขาดความเหมาะสม เนื่องจากกฎหมายในสมัยก่อน บัญญัติขึ้นเพื่อป้องกันและแก้ไข ปัญหาของสังคมในสมัยนั้นอันเป็นสังคมแคบๆ และวิธีการผลิตยังไม่สลับซับซ้อนเท่าสังคมในปัจจุบัน อีกทั้งอิทธิพลของแนวคิดในระบบการปกครองแบบประชาธิปไตยตั้งอยู่บนความมีอิสระและเสรีภาพของบุคคลในการดำรงชีวิตได้เท่าเทียมกัน จากความเท่าเทียมหรือความเสมอภาคตามหลักประชาธิปไตยนั้นส่งผลให้ระบบเศรษฐกิจแบบเสรีเกิดขึ้น และเมื่อระบบเศรษฐกิจ การค้าขายหรือบริการต่างๆ เปลี่ยนแปลงไป มีกระบวนการผลิตที่สลับซับซ้อนมากขึ้น ทำให้ความละเอียดรอบคอบ และคุณภาพของสินค้า ลดหย่อนลง ประกอบกับการค้าพาณิชย์กว้างออกไป จากระดับหมู่บ้าน เมือง ไปสู่ระดับระหว่างประเทศ ทำให้สินค้าในท้องตลาดมีการแพร่กระจายและเพิ่มชนิดมากยิ่งขึ้นกว่าแต่ก่อน ผู้ซื้อในฐานะผู้บริโภคไม่อาจปรับตัวให้ทันกับความเจริญทางเทคโนโลยีต่างๆ ได้ ความระมัดระวังในระดับธรรมดาไม่อาจช่วยให้ผู้ซื้อหรือผู้บริโภคได้รับผลตอบแทนคุ้มค่างับเงินที่เสียไป และอาจเกิดอันตรายจากการบริโภคสินค้าที่ซื้อมาได้โดยคาดไม่ถึง จึงทำให้ประเทศต่างๆ หันมาพิจารณาถึงสิทธิของผู้บริโภคในอันที่จะได้รับความคุ้มครองและรักษาผลประโยชน์นอกเหนือจากสิทธิที่จะได้รับค่าเสียหายตามสัญญา ดังนั้นประเทศต่างๆ ทั้งในทวีปยุโรป อเมริกา และออสเตรเลีย จึงได้มีการออกกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค¹⁰

สำหรับประเทศไทยได้มีการประกาศใช้พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค เมื่อ พ.ศ. 2522 โดยได้มีการยกร่างกฎหมายเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคโดยกระทรวงพาณิชย์ และเสนอให้คณะรัฐมนตรีในสมัยของรัฐบาลพลเอกเกรียงศักดิ์ ชมะนันทน์ พิจารณา เมื่อนำเสนอผ่านสภาผู้แทนราษฎรแล้วประกาศใช้เป็นกฎหมายเมื่อวันที่ 5 พฤษภาคม พ.ศ. 2522 นับแต่นั้นมาเป็นอันว่าประเทศไทยมีกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค ที่บัญญัติถึงสิทธิของผู้บริโภคไว้อย่างชัดเจน

¹⁰ สุขุม ศกุนิตย์, คำอธิบายกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค, พิมพ์ครั้งที่ 9 (กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2557), 1-21.

2.3.2 สิทธิของผู้บริโภค

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ได้กำหนดสิทธิของผู้บริโภคไว้ 5 ประการ ดังต่อไปนี้คือ¹¹

1. สิทธิที่จะได้รับข่าวสาร รวมทั้งคำพรรณนาคุณภาพสินค้าที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าและบริการ เพื่อให้เกิดการพิจารณาเลือกซื้อสินค้าหรือรับบริการอย่างถูกต้องและไม่ให้เกิดการหลงผิดหรือเข้าใจผิดในคุณภาพสินค้าและบริการ
2. สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกสินค้าและบริการตามความต้องการและขึ้นอยู่กับความต้องการและขึ้นอยู่กับการตัดสินใจซื้อ โดยปราศจากการชักจูงก่อนตัดสินใจซื้อสินค้า
3. สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือรับบริการ ที่มีคุณภาพ และได้มาตรฐานเหมาะสมแก่การใช้ ไม่ก่อให้เกิดอันตรายแก่ร่างกายหรือทรัพย์สิน ในกรณีที่ใช้ตามคำแนะนำของผู้ผลิต
4. สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา ผู้บริโภคมีสิทธิได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญาต่างๆ โดยได้รับการคุ้มครองตามกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2541
5. สิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย อันหมายถึง สิทธิที่จะได้รับการคุ้มครองและชดเชยค่าเสียหาย เมื่อมีการละเมิดสิทธิผู้บริโภค

2.3.3 หลักเกณฑ์ที่กฎหมายให้การคุ้มครอง

เพื่อให้เป็นที่เหมาะสมกับการคุ้มครองผู้บริโภคกว้างกว่าการบริโภคตามที่เราเข้าใจกัน ไพโรจน์ อาจารย์ภา¹² ได้สรุปความหมายของผู้บริโภคอันได้แก่ 1.) ผู้ซื้อ ผู้เช่า ผู้เช่าซื้อ 2.) ผู้ที่รับบริการจากผู้ประกอบการ 3.) ผู้ได้รับการเสนอหรือชักชวนจากผู้ประกอบธุรกิจ 4. ผู้ใช้สินค้าหรือผู้ที่ได้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจโดยชอบถึงแม้จะไม่ได้เป็นผู้เสียค่าตอบแทนก็ตาม ดังมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ซื้อ หมายความว่ารวมถึง เช่า เช่าซื้อ หรือการได้มาไม่ว่าด้วยประการใดๆ โดยให้ค่าตอบแทนเป็นเงินหรือผลประโยชน์อย่างอื่น “ขาย” หมายความว่ารวมถึง ให้เช่า ให้เช่าซื้อ หรือจัดหาให้ไม่ว่าด้วยประการใดๆ โดยเรียกค่าตอบแทนเป็นเงินหรือผลประโยชน์อย่างอื่นตลอดจนการเสนอหรือการชักชวนเพื่อการกระทำดังกล่าวด้วย “สินค้า” หมายความว่า สิ่งของที่ผลิตขึ้นหรือได้มาจากธรรมชาติโดยมีไว้เพื่อขาย “บริการ” หมายความว่า การรับจัดทำกรงาน การให้สิทธิใดๆ หรือการให้ใช้หรือให้ประโยชน์ในทรัพย์สินหรือกิจการใดๆ โดยเรียกค่าตอบแทนเป็นเงินหรือผลประโยชน์อื่น แต่

¹¹ สุขุม ศกุนิตย์, คำอธิบายกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค, 145 -157.

¹² ไพโรจน์ อาจารย์ภา, *ครบเครื่องเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภค: ครบเครื่องเรื่องสัญญา* (กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์วิญญูชน, 2547), 57-58.

ไม่รวมถึงการจ้างแรงงานตามกฎหมายแรงงาน “ผลิต” หมายความว่า ทำ ผสม ปูรง ประกอบ ประดิษฐ์ หรือแปรสภาพและหมายความรวมถึงการเปลี่ยนรูป การตัดแปลง การคัดเลือก หรือการแบ่งบรรจุ “ผู้บริโภค” หมายความว่า ผู้ซื้อหรือผู้ที่ได้รับการบริการจากผู้ประกอบธุรกิจและยังรวมถึงผู้ซึ่งได้รับการเสนอหรือชักชวนจากผู้ประกอบธุรกิจเพื่อให้ซื้อสินค้าหรือรับบริการด้วย “ผู้ประกอบการธุรกิจ” หมายความว่า ผู้ขาย ผู้ผลิตเพื่อขาย ผู้ส่งหรือนำเข้ามาในราชอาณาจักรเพื่อขายหรือผู้ซื้อเพื่อขายต่อ ซึ่งสินค้าหรือผู้ให้บริการและหมายความรวมถึงผู้ประกอบการกิจการโฆษณาด้วย

ในรายละเอียดที่กล่าวมาสามารถสรุปหลักการของกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคได้ว่า กฎหมายไม่ได้คุ้มครองเฉพาะผู้ที่ซื้อสินค้าเท่านั้น แต่กฎหมายยังรวมถึงผู้รับบริการด้วย และเมื่อผู้บริโภคถูกละเมิดสิทธิหรือไม่ได้รับความเป็นธรรมจากผู้ประกอบธุรกิจหรือผู้ขาย เนื่องจากการใช้สินค้าหรือบริการ ผู้บริโภคย่อมได้รับความคุ้มครองตามกฎหมาย โดยผู้บริโภคสามารถร้องเรียนได้ที่ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค คณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัด หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 เป็นกฎหมายฉบับเดียวที่มีอำนาจในการดำเนินคดีแทนผู้บริโภค เพื่อฟ้องเรียกทรัพย์สินหรือค่าเสียหายให้แก่ผู้บริโภคที่ถูกละเมิดสิทธิจากการใช้สินค้าและการรับบริการ โดยผู้บริโภคไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใดๆ ในการดำเนินคดีแต่อย่างใดทั้งสิ้น

2.4 แนวคิดความเป็นมาและบุคคลที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง

2.4.1 แนวคิดและความเป็นมาของธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง

สมาคมการขายตรงไทย¹³ ได้รวบรวมข้อมูลประวัติและความเป็นมาว่า ธุรกิจขายตรงนั้นถือกำเนิดเกิดขึ้นที่ประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นประเทศแรกและส่งผลไปยังประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก เริ่มต้นจากระยะแรกในราวทศวรรษ 1860 การขายแบบบุคคลต่อบุคคลก่อนโดยการแนะนำสินค้าไปตามบ้านถือว่าการขายตรงได้เกิดเป็นรูปเป็นร่างและเติบโตได้รับความนิยมเป็นวิธีการตลาด ทำให้นักขายบางคนเห็นช่องทางในการสร้างเงินจึงใช้ความรู้ที่มีตั้งบริษัทขายตรงขึ้นมา ระยะที่สองราว ค.ศ.1910-1945 การก่อตั้งสมาคมขายตรงจึงได้เกิดขึ้นเพื่อรองรับการเกิดของบริษัทขายตรงที่มีมากขึ้นในเวลานั้นๆ ระยะที่สามราว ค.ศ.1945-1970 หลังจากสงครามโลกครั้งที่ 2 เป็นตัวเร่งให้เกิดบริษัทขายตรง รวมถึงการแก่งแย่งผู้จำหน่ายอิสระกัน บริษัทขายตรงต่างๆ จึงปรับแผนการจ่ายผลตอบแทนให้สามารถจ่ายค่าคอมมิชชั่นได้เพิ่มขึ้นเพื่อดึงดูดและรักษาทีมขายไว้ รวมถึงการขาย

¹³ สมาคมขายตรงไทย, *คู่มือเพื่อการศึกษารัฐกิจขายตรง: การตลาดเครือข่าย* (กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ตะวันออก, 2554), 2-21.

แผนการจ่ายผลตอบแทนให้ได้คอมมิชชั่นลึกลงถึง 3 ชั้น นำมาซึ่งโครงสร้างแผนการจ่ายผลตอบแทนแบบหลายชั้น ระยะที่สี่ราว ค.ศ. 1970-1980 สมาคมขายตรงแห่งชาติของอเมริกาได้หยิบยกเอาประเด็นในเรื่องของกิจกรรมการขายที่ถูกต้องตามกฎหมายและกฎระเบียบต่างๆ ขึ้นมาเพื่อปกป้องพิทักษ์ประโยชน์ของผู้ที่เกี่ยวข้อง บริษัทขายตรงที่ถูกต้องตามกฎหมายถือเป็นพันธสัญญาที่จะให้ความสนใจไม่เพียงแต่ในเรื่องขององค์กรเท่านั้น ยังจะต้องรวมไปถึงผู้บริโภคและผู้จำหน่ายอิสระเพื่อเป็นการตอบโต้สิ่งที่ทำร้ายที่กำลังเกิดขึ้นทั้งภายในและภายนอกวงการ

ด้วยสถานการณ์ในปัจจุบันนี้ การนำเทคโนโลยีทางด้านอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic) เข้ามาใช้อย่างมากมาย เครื่องมืออุปกรณ์และเทคนิควิธีการสมัยใหม่ถูกนำมาใช้ทางการตลาดไปทั่วทุกมุมโลก จากธุรกิจขายตรงในอดีตที่มีการทำตลาดสินค้าหรือบริการในลักษณะของการนำเสนอขายต่อผู้บริโภค โดยตรง ยังที่อยู่อาศัยหรือสถานที่ทำงานของผู้บริโภคหรือของผู้อื่นโดยผ่านตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระชั้นเดียวหรือหลายชั้นนั้นยังเป็นกลยุทธ์ที่ยังไม่เพียงพอต่อความเจริญทางด้านเทคโนโลยีในปัจจุบัน ช่องทางการสมัยใหม่จึงได้ถือกำเนิดช่องทางการเสนอขายสินค้าไปยังผู้บริโภคโดยวิธีใหม่โดยเฉพาะการอาศัยสื่อโฆษณา จึงทำให้เกิดกระบวนการช่องทางใหม่ที่เรียกว่า “การตลาดแบบตรง” ซึ่งหมายความว่า การทำตลาดสินค้าหรือบริการในลักษณะของการสื่อสารข้อมูลเพื่อเสนอ ขายสินค้าหรือบริการโดยตรงต่อผู้บริโภคซึ่งอยู่ห่างโดยระยะทางและมุ่งหวังให้ผู้บริโภคแต่ละรายตอบกลับเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการจากผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง และสิ่งเหล่านี้ถือเป็นกลยุทธ์หนึ่งของผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง นักธุรกิจอิสระและตัวแทนจำหน่ายสามารถนำไปปรับใช้เพื่อให้เข้าถึงใจผู้บริโภคได้โดยการทำการตลาดทั้งแบบธุรกิจขายตรงและธุรกิจตลาดแบบตรง

2.4.2 ความเป็นมาของธุรกิจขายตรงในประเทศไทย

สมาคมการขายตรงไทย¹⁴ ได้ให้ข้อมูลไว้ว่า เริ่มจากบริษัทขายตรงต่างชาติเข้ามาเปิดดำเนินธุรกิจขายตรงในเมืองไทยเป็นส่วนใหญ่โดยมาจากการขยายตัวจากประเทศสหรัฐอเมริกา คนไทยส่วนใหญ่เริ่มได้สัมผัสกับวิธีการขายที่มีคนนำเสนอสินค้าถึงบ้านโดยใช้วิธีการสาธิตสินค้าให้เห็น และสินค้าส่วนใหญ่จะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในบ้านและเป็นอาชีพที่เหมาะสมกับแม่บ้านที่ว่างงาน ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2530 คนไทยเริ่มคุ้นเคยกับธุรกิจขายตรงมากขึ้นโดยมีบริษัทขายตรงต่างประเทศเข้ามาขยายตัว ผู้จำหน่ายส่วนใหญ่ที่ในอดีตมีแต่ผู้หญิงมาเป็นผู้จำหน่ายอิสระทั้งหญิงและชายจากอาชีพเสริมกลายเป็นอาชีพหลักและมีการพัฒนาเพิ่มกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้าอย่างต่อเนื่อง ในปัจจุบันนี้ธุรกิจขายตรงคึกคักที่สุดโดยเฉพาะในปี 2552 ที่มีมูลค่าสูงถึง 52,000 ล้านบาท ผู้บริโภคได้บริโภคสินค้าที่มีคุณภาพ ผู้จำหน่ายอิสระได้รับประโยชน์เต็มที่จากความมุ่งมั่นพยายาม แต่ในขณะเดียวกันก็มีช่วงที่แชร์ลูกโซ่

¹⁴ เรื่องเดียวกัน, 21-26.

เข้ามาแอบแฝงธุรกิจขายตรงแพร่ระบาดและทำให้เกิดความเสียหายแก่ผู้คนในวงกว้าง โดยเฉพาะผู้ที่
 ด้อยการศึกษา

กล่าวสรุปได้ว่า ธุรกิจขายตรงส่งผลต่อสังคม การทำธุรกิจ พฤติกรรมของผู้บริโภค
 และผู้คนที่เข้าร่วมธุรกิจจำนวนมาก จึงเป็นเรื่องที่จะต้องศึกษาในหลากหลายมุมมอง ไม่ว่าจะเป็น
 มุมมองในเรื่องของการตลาดเนื่องจากเป็นการทำธุรกิจที่นำเสนอผลิตภัณฑ์ วิธีการตลาดที่แตกต่าง
 จากตลาดขายปลีก หรือจะศึกษามุมมองของการเป็นเจ้าของธุรกิจเองเพราะเป็นธุรกิจที่ลงทุนต่ำมาก
 ไม่มีความเสี่ยง ไม่ต้องมีการศึกษาสูง ไม่จำกัดเพศ ไม่จำกัดพื้นที่ และยังได้รับความรู้และการพัฒนา
 ตนเองเป็นนักธุรกิจ และเป็นที่น่าสนใจสำหรับคนรุ่นใหม่ที่ไม่อยากทำงานประจำ ให้อิสระทั้งเวลาและ
 การเงิน

2.4.3 ความหมายของธุรกิจขายตรงและธุรกิจตลาดแบบตรง

โดยนิยามธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง ชีรวัดน์ จันทรมบูรณ¹⁵ ไว้ว่า
 การตลาดขายตรงเป็นการทำตลาดสินค้าหรือบริการในลักษณะของการนำเสนอขายต่อผู้บริโภค
 โดยตรง ณ ที่อยู่อาศัยหรือสถานที่ทำงานของผู้บริโภค หรือของผู้อื่นหรือสถานที่อื่นที่มีใช้สถานที่
 ประกอบการค้าทั่วไป โดยผ่านนักธุรกิจอิสระและตัวแทนขายตรง ซึ่งการขายตรงนั้นมีลักษณะการ
 ขาย 2 รูปแบบ คือ 1. ขายตรงแบบชั้นเดียว หมายความว่าถึงรูปแบบการขายที่พนักงานขายสินค้า ซื่อ
 สินค้าจากบริษัทนำไปขายต่อให้ลูกค้าในรูปลักษณะการขายแบบเคาะประตูบ้าน โดยที่พนักงานขาย
 ไม่มีทีมงาน 2. ขายตรงแบบหลายชั้น หมายความว่าถึงรูปแบบการขายที่พนักงานขายสินค้าซื้อสินค้า
 จากบริษัทนำไปขายปลีกให้ลูกค้าและขายส่งให้ทีมขายของตน โดยพนักงานขายสามารถสร้างทีมงาน
 ของตนด้วยการชักชวนผู้สนใจให้มาร่วมทีมกับตนเองได้

ส่วนการตลาดแบบตรง เป็นการตลาดสินค้าหรือบริการในลักษณะของการ
 สื่อสารข้อมูลเพื่อเสนอขายสินค้าหรือบริการโดยตรงไปยังผู้บริโภคซึ่งอยู่ห่างโดยระยะทางและมุ่งหวัง
 ที่จะให้ผู้บริโภคแต่ละรายตอบกลับมาเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการจากผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง
 ด้วยวิธีเสนอการโฆษณาขายสินค้าหรือบริการ ผ่านสื่อโฆษณาทุกประเภท เช่น ทางวิทยุกระจายเสียง
 วิทยุโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์หรือทางอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

¹⁵ ชีรวัดน์ จันทรมบูรณ, คำอธิบายและสาระสำคัญของพระราชบัญญัติขายตรงและตลาด
 แบบตรง พ.ศ. 2545, พิมพ์ครั้งที่ 2 (กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์นิติธรรม, 2545), 5-9.

2.4.4 บุคคลที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจขายตรงและธุรกิจตลาดแบบตรง

ธีรวัฒน์ จันทรมบูรณ์¹⁶ ได้อธิบายความหมายและผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงไว้ดังนี้ 1. ผู้บริโภค คือ ผู้ซื้อหรือผู้ได้รับบริการที่ได้รับการเสนอและชักชวนจากผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงหรือผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงเพื่อให้ซื้อสินค้าหรือรับบริการ 2. ผู้จำหน่ายอิสระ คือ บุคคลที่ได้รับโอนกรรมสิทธิ์ในสินค้าหรือบริการจากผู้ประกอบธุรกิจขายตรงและนำสินค้าหรือบริการดังกล่าวไปเสนอขายตรงต่อผู้บริโภค ตามเงื่อนไขและแผนการขายที่ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงเป็นผู้กำหนด 3. ตัวแทนขายตรง คือ บุคคลซึ่งได้รับมอบอำนาจจากผู้ประกอบธุรกิจขายตรงให้นำสินค้าหรือบริการไปเสนอขายตรงต่อผู้บริโภค 4. ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง คือ การทำตลาดสินค้าหรือบริการในลักษณะของการนำเสนอขายต่อผู้บริโภคโดยตรง ณ ที่อยู่อาศัย หรือสถานที่ทำงานของผู้บริโภค หรือสถานที่อื่นที่มีใช้สถานที่ประกอบการค้าทั่วไป โดยผ่านนักธุรกิจอิสระหรือตัวแทนขายตรง รวมทั้งที่เป็นการตลาดแบบชั้นเดียวหรือการตลาดแบบหลายชั้น 5. ผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง คือ การทำตลาดสินค้าหรือบริการในลักษณะของการสื่อสารข้อมูลโดยการใช้สื่อเพื่อเสนอขายสินค้าหรือบริการ โดยตรงไปยังผู้บริโภคซึ่งอยู่ห่างโดยระยะทางและมุ่งหวังให้ผู้บริโภคแต่ละรายตอบกลับ เพื่อซื้อสินค้าหรือบริการจากผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง

ที่กล่าวมาทั้งหมดพอสรุปได้ว่า ธุรกิจขายตรงจะมี 3 ตัวละครหลักที่เกี่ยวข้องคือ ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง ผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงและผู้บริโภค ส่วนตลาดแบบตรงจะมี 2 ตัวละครหลักที่เกี่ยวข้องคือ ผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรงและผู้บริโภค สินค้าที่ธุรกิจขายตรงและธุรกิจตลาดแบบตรงนำมาทำการตลาดนั้น จะเป็นสินค้าที่เกี่ยวกับสินค้าอุปโภคและบริโภคเป็นส่วนใหญ่ และจะเหมือนกันทั้งธุรกิจขายตรงและธุรกิจตลาดแบบตรง

2.5 แนวคิดและความเป็นมาของกฎหมายขายตรงและตลาดแบบตรง

2.5.1 แนวคิดและความเป็นมาของกฎหมายขายตรงและตลาดแบบตรง

ไพโรจน์ อารักษ์¹⁷ ได้รวมแนวคิดและความเป็นมาของกฎหมายขายตรงและตลาดแบบตรงนั้นเกิดจากสาเหตุที่ทางสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้รับการร้องเรียนจากผู้บริโภคเกี่ยวกับการขายตรงและจากการขายสินค้าผ่านทางสื่อต่างๆ โดยที่ผู้บริโภคได้รับการชู่เชิญ

¹⁶ ธีรวัฒน์ จันทรมบูรณ์, คำอธิบายและสาระสำคัญของพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545, 10-21.

¹⁷ ไพโรจน์ อารักษ์, คำอธิบายกฎหมายขายตรงและตลาดแบบตรง (กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์วิญญูชน, 2546), 41-55.

บังคับหรือได้รับการหลอกลวงและการที่ผู้จำหน่ายหรือตัวแทนขายตรงไม่ยอมออกจากบ้านของผู้บริโภค การแสวงหาผลประโยชน์จากค่าสมาชิกโดยการนำเอาแผนการขายตรงแบบปิรามิดหรือแชร์ลูกโซ่มาใช้ โดยที่ผลตอบแทนมาจากการหาสมาชิกไม่ได้มาจากการขายสินค้า สินค้าที่นำมาขายตรงก็ไม่มีคุณภาพตามคำกล่าวอ้างและไม่สามารถใช้สิทธิบอกเลิกสัญญาหรือคืนสินค้าได้ เมื่อผู้บริโภคยกเลิกการซื้อสินค้าแต่กลับไม่ได้รับเงินคืนตามกำหนดเวลาที่ได้โฆษณาหรือบอกกล่าวไว้

2.5.2 การกำหนดหลักเกณฑ์ของกฎหมายขายตรงและตลาดแบบตรง

หลักเกณฑ์ที่คณะอนุกรรมการฝ่ายกฎหมายกำหนด หลังจากกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้นำเรื่องนี้เสนอคณะอนุกรรมการฝ่ายกฎหมายพิจารณา ร่างกฎหมายเกี่ยวกับการขายตรงและตลาดแบบตรงในเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2541 ที่ประชุมจึงมีมติให้กำหนดหลักเกณฑ์ไว้ 10 ประการ และจากการสรุปของ วีระพงษ์ บุญโยภาส¹⁸ ได้สรุปหลังเกณฑ์ดังกล่าวไว้ดังนี้ 1. การขายตรง หมายถึง การขายในรูปแบบขายตรงหรือการขายแบบเคาะประตูบ้านจะเป็นการตลาดรูปแบบขั้นเดียวหรือหลายชั้นในลักษณะที่เรียกว่า MLM ก็ได้ และยังรวมถึงการขายแบบผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ การขายผ่านโทรทัศน์ การขายทางอินเทอร์เน็ตด้วย การขายตรงให้กระทำได้โดยผู้ประกอบการที่เป็นนิติบุคคล เช่น บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนจำกัด เป็นต้น 2. ห้ามวิธีการขายแบบปิรามิด (Pyramid Sale Scheme) หมายถึง การประกอบกิจกรรมทางการค้าโดยการชักชวนผู้บริโภคให้ซื้อสินค้าหรือบริการ และจะสัญญาว่าจะให้ผลประโยชน์พิเศษแก่ผู้บริโภคถ้าผู้บริโภคชักชวนบุคคลอื่นให้เข้าร่วมกิจกรรมนั้นด้วย ทั้งนี้รายได้ส่วนใหญ่ของผู้ประกอบกิจกรรมทางการค้าดังกล่าวส่วนมากมาจากการหาสมาชิกเพิ่ม หรือการขายสินค้าให้สมาชิกใหม่หรือพนักงานขายของตนเอง 3. สัญญาขายตรงมุ่งที่การซื้อขายผลิตภัณฑ์หรือบริการทั่วไป แต่ต้องรวมถึงสัญญาจะซื้อจะขายหรือซื้อขายที่ดิน สัญญาเช่าหรือสัญญาเช่าซื้อที่ดิน สัญญาจำนองหรือขายฝากที่ดิน สัญญาฝากเงิน สัญญาลงทุน สัญญากู้เงิน สัญญาประกันภัย หรือสัญญาอื่นๆ ตามที่กำหนดในกระทรวง 4. องค์กรของรัฐที่จะเข้ามามีบทบาทในเรื่องนี้ จะใช้วิธีการควบคุมเฉพาะการขายตรงหลายชั้น (MLM) เช่น การออกใบอนุญาตการตรวจสอบแผนการขาย การเพิกถอน เป็นต้น และการขายผ่านไปรษณีย์ การขายทางโทรศัพท์ สื่อสิ่งพิมพ์ การขายผ่านโทรทัศน์ การขายผ่านอินเทอร์เน็ต นั้น จะใช้วิธีการกำกับดูแล เช่น การให้รายงานเกี่ยวกับชื่อและที่อยู่ของผู้ประกอบการ การส่งระงับการประกอบธุรกิจชั่วคราวเพื่อแก้ไขข้อบกพร่องในการประกอบกิจการ เป็นต้น

และอันดับที่ 5. คือในเรื่องของการกำกับดูแลตามข้อ 4 จะครอบคลุมในเรื่องที่สำคัญดังนี้คือ กระบวนวิธีการขาย เช่น การแสดงบัตรพนักงานขาย การแสดงบัตรประจำตัวประชาชน วันและเวลาที่ประกอบธุรกิจ วิธีการเข้าไปขายในที่พักอาศัยหรือสถานที่อื่นใดของผู้บริโภค การโฆษณารับ

¹⁸ วีระพงษ์ บุญโยภาส, *กฎหมายขายตรงกับอาชญากรรมทางเศรษฐกิจประเภทแชร์ลูกโซ่*, (กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์นิติธรรม, 2551), 56-58.

พนักงานขาย การโฆษณาเกี่ยวกับการขายตรงจะต้องเข้าหลักเกณฑ์การโฆษณาและการตรวจโฆษณา รูปแบบของสัญญาระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจกับพนักงานขาย (distributor) วิธีการทำสัญญาข้อห้าม พนักงานขายกักตุนสินค้าที่จะใช้ขายตรง การห้ามใช้ข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมและการตรวจสัญญา รูปแบบของสัญญาขายตรง วิธีการทำสัญญา การห้ามใช้ข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมและการตรวจสัญญา สิทธิในการบอกเลิกสัญญาขายตรง ภายในกำหนดเวลาที่เรียกว่า Cooling-off period การคืนสินค้า 6. องค์กรของรัฐที่จะเข้าไปควบคุมและกำกับดูแลจะอยู่ในรูปคณะกรรมการบริหาร (Regulatory Commission) โดยมีนายกรัฐมนตรีเป็นประธานกรรมการ มีกรรมการโดยตำแหน่ง เช่น อธิบดีกรมการค้าภายใน อธิบดีกรมวิชาการเกษตร เลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยา และ ผู้บัญชาการตำรวจแห่งชาติ เป็นต้น และมีผู้ทรงคุณวุฒิอีกจำนวนหนึ่งที่คณะรัฐมนตรีแต่งตั้งเป็นกรรมการโดยมีภาคเอกชนเป็นกรรมการ ผู้ทรงคุณวุฒิรวมอยู่ด้วย และมีผู้อำนวยการสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นกรรมการ และเลขานุการ 7. อำนาจและหน้าที่หลักของคณะกรรมการ ดังกล่าวจะเป็นไปตามมาตรฐานของ Regulatory Commission ทั่วไปซึ่งอย่างน้อยจะมีอำนาจหน้าที่ดังนี้ คือ หน้าที่ในการออก การระงับ การเพิกถอน หรือการต่ออายุใบอนุญาตประกอบกิจการแบบขายตรงหลายชั้น (MLM) หน้าที่กำกับดูแลการขายตรงในรูปแบบอื่นๆ ที่ไม่ใช่ MLM ติดตามและสอดส่องพฤติการณ์ในการขายตรง กระบวนวิธีการขาย แผนการขาย การโฆษณา รวมทั้งสัญญาที่ผู้ประกอบการทำกับผู้บริโภคในการขายตรง ชั้นเดียว และในการขายแบบ Mail Order Tele-Marketing หรือ Electronic Marketing หน้าที่วางระเบียบเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค รวมทั้งผู้ที่สมัครเป็นพนักงานขายเกี่ยวกับการเสียค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมและเรื่องอื่นที่จำเป็น หน้าที่ที่มีอำนาจเปรียบเทียบผู้ที่ฝ่าฝืนบทบัญญัติของกฎหมายว่าด้วยการขายตรงและหน้าที่ แต่งตั้งคณะอนุกรรมการเพื่อพิจารณาหรือปฏิบัติการอย่างใดอย่างหนึ่ง ตามที่เห็นสมควร 8. การอุทธรณ์ ให้นำพระราชบัญญัติวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง พ.ศ. 2539 มาใช้บังคับโดยอนุโลม 9. พนักงานเจ้าหน้าที่ที่มีอำนาจหน้าที่ตามมาตรฐานของกฎหมายเศรษฐกิจทั่วไป 10. บทกำหนดลงโทษ สำหรับผู้ประกอบการและพนักงานขายที่ฝ่าฝืนบทบัญญัติแห่งกฎหมายนี้ เช่น การขายตรงแบบหลายชั้น (MLM) โดยไม่ได้รับใบอนุญาต พนักงานขายไม่แสดงบัตรประจำตัวพนักงานหรือไม่ส่งมอบสำเนาสัญญาขายตรงให้ผู้บริโภค หรือบริษัทเปลี่ยนแผนการตลาดสำหรับการตลาดหลายชั้น MLM โดยไม่ได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการ เป็นต้น

สรุปได้ว่า แนวคิดและเจตนารมณ์ของหลักเกณฑ์ในกฎหมายขายตรงและตลาดแบบตรง ก็เพื่อต้องการกำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง และยังให้การคุ้มครองผู้บริโภค ที่สั่งซื้อสินค้าและบริการจากการจำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบการตลาดแบบตรง โดยวิธีการเสนอขายถึงผู้บริโภคโดยตรง เนื่องจากการจัดจำหน่ายโดยวิธีนี้ ผู้บริโภคมีโอกาสเสียเปรียบมากกว่าการเลือกซื้อและการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการในท้องตลาดได้อย่างอิสระและรอบคอบด้วยตนเอง อีกทั้งยังเป็นการคุ้มครองผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง มีให้ถูกเอาเปรียบหรือ

ถูกหลอกลวงให้หลงเชื่อในรายได้ที่ล่อใจ ไม่เป็นธรรม โดยไร้ความจริงและเป็นไปได้ยาก จึงจำเป็นต้องออกกฎหมายฉบับนี้มาบังคับใช้เพื่อให้ความคุ้มครองและกำกับดูแลซึ่งจะทำให้เกิดความเป็นธรรมขึ้นกับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

2.6 นโยบายภาครัฐกับการกำกับดูแลธุรกิจขายตรงและธุรกิจตลาดแบบตรง

2.6.1 นโยบายภาครัฐกับการกำกับดูแลและการให้ความคุ้มครอง

นโยบายภาครัฐในเรื่องของการกำกับดูแลธุรกิจขายตรงและธุรกิจตลาดแบบตรงเกิดขึ้นจากภาครัฐต้องการที่จะให้เกิดความเป็นธรรมและความสงบสุขในสังคมประกอบกับบทบัญญัติของกฎหมายที่ใช้บังคับอยู่ในขณะนั้นอันได้แก่ ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ยังมีข้อจำกัดในการบังคับใช้ในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการขายตรงและการตลาดแบบตรงซึ่งเป็นธุรกิจที่มีความซับซ้อนในสังคมในปัจจุบันและประกอบกับกฎหมายดังกล่าวไม่มีความเหมาะสมเพียงพอที่จะนำมาบังคับใช้ในการให้ความคุ้มครองแก่ผู้บริโภคจากผู้ประกอบธุรกิจขายตรงและธุรกิจตลาดแบบตรงได้อย่างเพียงพอ และจากการสรุปและรวบรวมของ ไพโรจน์ อาจารย์ภา¹⁹ ที่ได้มาจากเนื้อหาของพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ได้มีการกำหนดให้มีคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง อันประกอบด้วยประธานกรรมการหนึ่งคน ซึ่งมาจากคณะรัฐมนตรีแต่งตั้งจากผู้ที่มีความเชี่ยวชาญด้านขายตรงและตลาดแบบตรงกรรมการโดยตำแหน่ง อันได้แก่ อธิบดีกรมการค้าภายใน อธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ผู้บัญชาการตำรวจแห่งชาติ และเลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยา กรรมการที่มาจากคณะรัฐมนตรีแต่งตั้งอันได้แก่ ผู้แทนจากสมาคมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงอย่างละหนึ่งคน และผู้แทนจากสมาคมหรือมูลนิธิที่มีวัตถุประสงค์เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคจำนวน 2 คน กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิจำนวนสี่คน ซึ่งคณะรัฐมนตรีแต่งตั้งจากผู้เชี่ยวชาญด้านขายตรงหรือตลาดแบบตรง และต้องเป็นผู้ทรงคุณวุฒิที่มาจากภาคเอกชนไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่ง และให้เลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นกรรมการและเลขานุการ

2.6.2 อำนาจและหน้าที่ของคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง

เพื่อให้แนวนโยบายในการส่งเสริมกำกับดูแล และการให้คุ้มครองผู้บริโภคจากธุรกิจขายตรงและธุรกิจตลาดแบบตรงให้ได้มากยิ่งขึ้นไปอีกทั้งเพื่อเป็นแนวทางส่งเสริมธุรกิจขนาดเล็กและสร้างงานให้เอกชน และที่ได้ไปค้นคว้างานของ ไพโรจน์ อาจารย์ภา²⁰ จึงพอสรุปอำนาจ

¹⁹ ไพโรจน์ อาจารย์ภา, คำอธิบายกฎหมายขายตรงและตลาดแบบตรง, 41-43.

²⁰ เรื่องเดียวกัน, 49-55.

หน้าที่ของคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงจากที่พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 กำหนดซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. เรื่องของการคุ้มครองผู้บริโภคมีอำนาจหน้าที่พิจารณาเรื่องร้องจากผู้บริโภค ที่ได้รับความเดือดร้อนหรือเสียหาย อันมีสาเหตุมาจากการกระทำของผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงหรือธุรกิจตลาดแบบตรงรวมทั้งแจ้งหรือโฆษณาข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายหรือเสื่อมเสียแก่สิทธิของผู้บริโภค ซึ่งสามารถระบุชื่อสินค้าหรือบริการ ชื่อของผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงหรือตลาดแบบตรงไปด้วยก็ได้

2. เรื่องของการกำกับดูแลมีอำนาจหน้าที่กำกับดูแลและสอดส่องพฤติการณ์ ผู้ประกอบการในการประกอบธุรกิจขายตรงและธุรกิจตลาดแบบตรงวางระเบียบหรือประกาศเกี่ยวกับการปฏิบัติการตามพระราชบัญญัติฉบับนี้ พิจารณาวินิจฉัยการอุทธรณ์คำสั่งของนายทะเบียนและเสนอความเห็นต่อคณะรัฐมนตรีเกี่ยวนโยบายและมาตรการในการกำกับดูแล รวมทั้งส่งเสริมสนับสนุนพิจารณาความเห็นในเรื่องต่างๆ เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง ตามที่ได้รับมอบหมายจากคณะรัฐมนตรีหรือรัฐมนตรี อีกทั้งยังช่วยสอดส่องเร่งรัดพนักงานเจ้าหน้าที่ ส่วนราชการหรือหน่วยงานอื่นๆ ของรัฐ ให้ปฏิบัติอำนาจหน้าที่ตามที่กฎหมายกำหนดและเร่งรัดเจ้าหน้าที่ให้ดำเนินคดีในความผิดตามพระราชบัญญัติฉบับนี้ เสนอแนะให้ออกกฎกระทรวง ตามพระราชบัญญัติฉบับนี้และเรื่องอื่นๆ ตามที่คณะรัฐมนตรีและรัฐมนตรีมอบหมายโดยคณะกรรมการสามารถแต่งตั้งคณะอนุกรรมการเพื่อช่วยพิจารณาหรือปฏิบัติการได้ เนื่องจากในบางเรื่องต้องมีการศึกษาหาข้อมูลหรือฟังข้อเท็จจริงก่อน

2.6.3 อำนาจของพนักงานเจ้าหน้าที่

หลักการของกฎหมายได้ให้อำนาจหน้าที่พนักงานเจ้าหน้าที่สรุปได้ดังนี้คือ²¹

พนักงานเจ้าหน้าที่มีอำนาจในการออกหนังสือเรียกบุคคลใดมาพบเพื่อให้ข้อมูลข้อเท็จจริงหรือจะทำการชี้แจงเป็นหนังสือแทนก็ได้ หรือไม่อาจจะส่งบัญชี ทะเบียน เอกสาร หรือหลักฐานใดเพื่อตรวจสอบการพิจารณาของเจ้าหน้าที่และสามารถขอเข้าไปยังที่ทำการของผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงหรือธุรกิจตลาดแบบตรง ในระหว่างเวลาทำการของผู้ประกอบการและยังสามารถที่จะขอตรวจสอบเอกสารดูเอกสาร หลักฐานต่างๆ ได้พร้อมทั้งสามารถเก็บหรือนำสินค้าในปริมาณที่พอควรเพื่อเป็นตัวอย่างในการตรวจสอบหรือวิเคราะห์โดยไม่ต้องชำระค่าสินค้าหรือบริการ และเมื่อดำเนินการเสร็จแล้วจะต้องคืนเจ้าของ

²¹ เรื่องเดียวกัน, 36-38.

กล่าวโดยสรุป จะเห็นได้ว่ากฎหมายกำหนดให้อำนาจหน้าที่แก่ คณะกรรมการ หรือคณะอนุกรรมการและพนักงานเจ้าหน้าที่ของรัฐ เพื่อให้ภาครัฐสามารถดำเนินการกำกับดูแล และการคุ้มครองให้เป็นไปตามนโยบายในการส่งเสริมธุรกิจขายตรงและธุรกิจตลาดแบบตรงอัน เนื่องจากธุรกิจดังกล่าวเป็นทางส่งเสริมธุรกิจขนาดเล็กและสร้างงานให้เอกชนได้เป็นอย่างดี

2.7 หลักจริยธรรมและธรรมาภิบาล ของการกำกับดูแลกิจการที่ดี

2.7.1 ความหมายของจริยธรรม

วิชา มหาคุณ²² ได้ให้ความหมายของจริยธรรมไว้ว่า จริยธรรมคือ คุณงามความดี ความถูกต้อง ความประพฤติ หน้าที่ปฏิบัติและหน้าที่ทางความประพฤติ จึงดูเหมือนว่าจริยธรรมน่าจะเป็นคำคำเดียวกับคำว่าศีลธรรมอันเป็นข้อกำหนดความประพฤติที่พึงงามของมนุษย์ โดยมีรากศัพท์มาจากภาษาละตินที่ว่า ethics ซึ่งแปลว่า the science of morals

โดยทั่วไปแล้วนั้น จริยธรรม หมายถึง มาตรฐานความประพฤติที่ใช้ในการกำกับดูแลพฤติกรรมของบุคคลหรือของกลุ่มบุคคล หรือของชุมชน อันได้แก่ ความซื่อตรง (Integrity) ความสุจริต (Honesty) ความมีศีลธรรม (Morality) ความยุติธรรม (Fairness) การรักษาคำมั่นสัญญา (Promise Keeping) การไม่ขัดแย้งผลประโยชน์ (Conflict of Interest) การปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับ (Compliance with Laws and Regulation) การรักษาชื่อเสียงและศักดิ์ศรี (Reputation and Dignity)

นอกจากนี้จะต้องมีความโปร่งใส (transparency) และมีความรับผิดชอบ ซึ่งสามารถตรวจสอบได้ (accountabilities) จึงจะถือว่าเป็นผู้ที่มีจริยธรรมตามหลักธรรมาภิบาล

2.7.2 ธรรมาภิบาลในความหมายที่เกี่ยวกับแนวคิดที่มีเป้าหมายเพื่อการมีสังคมและชุมชนที่เข้มแข็ง

วิชา มหาคุณ²³ ได้ให้ความหมายในภาคประชาสังคมไว้ว่า ชุมชน ประชาชนและองค์กรทั้งหมดยุคที่ประชาชนมีส่วนร่วม โดยพื้นฐานเป็นการทำงานร่วมกันเพื่อเป็นประโยชน์ต่อสาธารณชน ด้วยเหตุนี้ธรรมาภิบาลควรปรับใช้กับประชาชนทั้งหมดยุค เพื่อเสริมการทำงานให้เข้มแข็งยิ่งขึ้น ได้แก่การอุทิศตนในการทำงานโดยสุจริตและชอบธรรม การทำงานด้วยความโปร่งใส รอบคอบ และระมัดระวัง การทำงานด้วยอุดมการณ์และมีเหตุผล การทำงานให้สังคมตามแนวทางแห่ง

²² วิชา มหาคุณ, *จริยธรรม ธรรมาภิบาลและกฎหมาย* (กรุงเทพฯ: มูลนิธิยุวพุทธพัฒนา, 2556), 7-9.

²³ เรื่องเดียวกัน, 71-87.

จริยธรรมและถูกต้อง การทำงานที่เปิดโอกาสให้ทุกคนเข้ามามีส่วนร่วมทุกขั้นตอน ธรรมชาติของมนุษย์ มักมีความผิดพลาดบกพร่อง (human error) ไม่มีมนุษย์ใดที่สมบูรณ์แบบ นอกจากนี้มนุษย์ยังมีทัศนหาหรือความทะยานอยาก อันเป็นบ่อเกิดของความประพฤติมิชอบ เพื่อสนองตอบความต้องการของตน ดังนั้นหลักธรรมาภิบาล จึงมีส่วนช่วยให้มนุษย์อยู่ในกฎเกณฑ์ มีหลักการ และมีอุดมการณ์ในที่สุด อันจะทำให้สังคมมนุษย์ได้รับการพัฒนาให้ดีขึ้น

นอกจากนี้ธรรมาภิบาลยังช่วยส่งเสริมชีวิตที่พอเพียง การตรวจสอบที่เข้มงวดของธรรมาภิบาล การที่ต้องเปิดเผยทรัพย์สินที่ตนเองมีอยู่และพร้อมที่จะให้ข้อมูลถึงที่มาที่ไปของทรัพย์สินและรายได้ของตนเองนั้น แสดงถึงความซื่อสัตย์สุจริตตรงไปตรงมาไม่มีลบลมคมใน และความจริงของคนที่ใช้ชีวิตพอเพียง ย่อมมีความมั่นใจในตัวเองไม่หวาดหวั่นพรั่นพรึงต่อการตรวจสอบ เพราะดำเนินชีวิตอย่างดีที่สุดและใช้ชีวิตอย่างคุ้มค่า เพราะมีประโยชน์ต่อมนุษยชาติ ดังนั้นหลักความพอเพียงจึงตรงกับหลักจริยธรรม คือ มาตรฐานของมนุษย์ที่มีความประพฤติที่ดีสามารถอยู่ร่วมกับหมู่ชนได้ อันได้แก่ การมีศีล มีวินัย ประพฤติสุจริต ได้ระดับมาก ศึกษาอย่างลึกซึ้งในสิ่งที่ตนเรียนรู้และใช้ได้จริง รู้จักคบคนดี เป็นคนไม่ดื้อรั้น ดันทุรัง รับฟังข้อคิดเห็นของผู้อื่น เอาใจใส่ช่วยเหลือกิจธุระของคนอื่น โดยเฉพาะของชุมชนของสังคม เป็นผู้รักในธรรม มีความขยันหมั่นเพียรไม่ย่อท้อ มีความพึงพอใจในผลงานและผลสำเร็จของตนซึ่งแสวงหามาด้วยความชอบธรรมไม่มัวเมาทางวัตถุ มีสติมั่นคง ไม่ประมาทและมีปัญญาเหนืออารมณ์

กล่าวโดยสรุป จริยธรรมและธรรมาภิบาล จะส่งผลให้บุคคลทุกคนที่อยู่ในสังคม ไม่ว่าจะเป็น บุคคลทั่วไป เจ้าของกิจการ หรือผู้ที่รับผิดชอบต่อการบริหารบ้านเมือง ให้เป็นผู้รับผิดชอบในการกระทำของตน ซึ่งครอบคลุมถึงประเด็นต่างๆ คือ จริยธรรมและธรรมาภิบาล ช่วยส่งเสริมให้ทุกคนมีความรับผิดชอบในการประพฤติปฏิบัติที่ดีและเหมาะสม รวมทั้งบรรลุในเป้าหมายในการพัฒนาคุณภาพงาน คุณภาพชีวิตของตนเอง องค์กร และประเทศชาติ และช่วยในการสร้างความเชื่อมั่น ในการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตลอดจนผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายด้วยความสุจริต โปร่งใส และเกิดความ เป็นธรรมในสิทธิตามกฎหมายของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้ได้รับความคุ้มครองสูงสุด

2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การที่ผู้ศึกษาวิจัยได้ไปค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ค้นพบว่าม้งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องผู้ศึกษาวิจัยได้ทำการวิจัย ดังมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ประสม หงษ์โต²⁴ ได้ทำการศึกษาถึงปัญหาการบังคับใช้พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 อาทิเช่น ปัญหาเรื่องหลักเกณฑ์และเงื่อนไขการจดทะเบียนในประเด็นเกี่ยวกับผู้ยื่นคำขอจดทะเบียน ทุนจดทะเบียน หลักประกัน และเอกสารประกอบการจดทะเบียน ปัญหาเกี่ยวกับสิทธิในการเลิกประกอบธุรกิจ ปัญหาเกี่ยวกับอำนาจของนายทะเบียนในการเพิกถอนการจดทะเบียนประกอบธุรกิจ ปัญหาเกี่ยวกับอำนาจของนายทะเบียนในการเพิกถอนการจัดทะเบียนประกอบธุรกิจ ปัญหาการดำเนินคดีความผิดเกี่ยวกับการระดมเครือข่ายโดยมิชอบ ได้แก่ การสืบสวนสอบสวนคดีอาญา การดำเนินการกับทรัพย์สิน ปัญหาความเชี่ยวชาญของพนักงานเจ้าหน้าที่ ปัญหาเกี่ยวกับบทกำหนดโทษ เช่น การเพิ่มเติมฐานความผิด อัตราโทษจำคุก อัตราโทษปรับและมาตรการบังคับโทษปรับกับนิติบุคคล เพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาดังกล่าวต่อไป

จากการศึกษาพบว่า พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ยังมีปัญหาและอุปสรรคในการบังคับใช้กฎหมายอยู่หลายประการ ทำให้ยังมีการกระทำความผิดเกี่ยวกับการขายตรงเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการฝ่าฝืนไม่ปฏิบัติตามกฎหมายที่ออกมาเพื่อควบคุมกำกับดูแลการประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงให้เป็นไปในมาตรฐานเดียวกัน และรัฐไม่สามารถติดตามสอดส่องพฤติการณ์ในการประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงได้อย่างทั่วถึง อาทิเช่น ประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงโดยไม่ได้จดทะเบียน การไม่ดำเนินงานตามแผนการจ่ายผลตอบแทนที่ได้ยื่นไว้ เป็นต้น รวมทั้งการนำธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงไปเป็นเครื่องมือหลอกลวงในการระดมเงินนอกระบบที่ผิดกฎหมาย หรือที่เรียกว่าการระดมเครือข่าย อันมีลักษณะเป็นการฉ้อโกงประชาชนในรูปแบบแชร์ลูกโซ่ที่กำลังแพร่ระบาดอยู่ในปัจจุบัน อันส่งผลโดยตรงต่อภาพลักษณ์และการขยายตัวของธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง

พัฒนาภูมิ อังศุสิงห์²⁵ ได้ทำการศึกษาวิจัยที่ครอบคลุมเฉพาะการขายตรงเท่านั้น โดยศึกษาถึงช่องว่างและการหลีกเลี่ยงกฎหมายของธุรกิจขายตรง อีกทั้งยังศึกษามาตรการทางกฎหมายในการคุ้มครองผู้บริโภครวมทั้งปัญหาในการปฏิบัติหน้าที่ของหน่วยงานภาครัฐในการแก้ปัญหาในธุรกิจขายตรง เช่น 1) ปัญหาในการปฏิบัติงานของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค 2) ข้อดีข้อเสียของกฎหมายขายตรงของไทย

²⁴ ประสม หงษ์โต, “ปัญหาการบังคับใช้พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545,” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขานิติศาสตร์ คณะนิติศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550).

²⁵ พัฒนาภูมิ อังศุสิงห์, “การบังคับใช้พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545: ศึกษาเฉพาะกรณีขายตรง,” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขากฎหมายธุรกิจ คณะนิติศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกริก, 2550).

จากการศึกษาวิจัยพบว่า ปัญหาในการปฏิบัติงานของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคพบปัญหาหลายประการ เช่น ผู้ประกอบธุรกิจไม่จ่ายผลประโยชน์ตามแผน ไม่รับคืนสินค้าจากสมาชิก เปลี่ยนแปลงผลประโยชน์ตามแผนไม่บอกกล่าวสมาชิกล่วงหน้า และในปัจจุบันนี้ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคยังมีปัญหาเรื่องของการขาดบุคลากรโดยเฉพาะนายทะเบียนในการพิจารณาคำขอจดทะเบียนเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง เพราะในการส่งคำขอจดทะเบียนในส่วนภูมิภาค จะต้องส่งคำขอจดทะเบียนเข้ามาให้ส่วนกลางพิจารณา และปัจจุบันนี้มีผู้ประกอบการรายใหม่ส่งคำขอจดทะเบียนเข้ามาเป็นจำนวนมากทำให้ในทางปฏิบัติงานไม่สามารถ ทำการจดทะเบียนได้ทันตามระยะเวลาที่กฎหมายกำหนด อีกทั้งตามกฎหมายเดิมนายทะเบียนไม่สามารถปฏิเสธการรับจดทะเบียนได้แม้ว่าผู้ประกอบธุรกิจคนนั้นจะมีรายชื่อการทำธุรกิจอยู่ในบัญชีดำก็ตาม หรือแม้แต่แผนธุรกิจที่เสนอยื่นเข้ามาไม่ผ่านการพิจารณาต้องกลับไปแก้ไขใหม่หลายครั้งแทนที่จะไม่ควรรับจดทะเบียนไปเลย และปัญหาที่มักพบมากที่เกิดขึ้นกับธุรกิจขายตรงก็คือ การระดมทุนในระดับรากหญ้าโดยมุ่งหวังจากการหาสมาชิกมากกว่าการขายสินค้า

ข้อดีข้อเสียของกฎหมายขายตรงของไทย พบว่าหากมิได้มีการแก้ไขค่านิยามของตัวละครที่เกี่ยวข้องกันให้สมบูรณ์ในอนาคต การขายตามพระราชบัญญัติขายตรงฉบับนี้ก็ไม่ได้แตกต่างอย่างใดกับการขายตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ซ้ำร้ายยังทำให้เข้าใจว่าขายอย่างไรก็เป็นขายตรงได้ หาบเร่ หรือคาราวาน ขายสินค้าตามต่างจังหวัดก็กลายเป็นขายตรงได้ทั้งหมด ทั้งๆ ที่การขายตรงมีปรัชญาและแนวคิดที่แตกต่างที่สำคัญก่อให้เกิดตัวละครที่เกี่ยวข้องกัน อันได้แก่

คำว่า ขายตรง ซึ่งไม่ได้กำหนดยุคเว้นการขายสินค้าหรือบริการ ซึ่งมีการควบคุมกำกับโดยกฎหมายเฉพาะ และระบบขายตรงไม่สามารถทำได้ เช่น ยาแผนปัจจุบัน ยาแผนโบราณ เครื่องมือแพทย์ หุ่น ตราสารหนี้ เป็นต้น มีผลทำให้เกิดข้อสงสัยว่ากฎหมายฉบับนี้มีขอบเขตบังคับใช้กว้างขวางเพียงใดและกรณีเหล่านี้ก็มีกฎหมายคุ้มครองอยู่แล้วในกฎหมายอื่นโดยหน่วยงานอื่นกำกับดูแล นอกจากนี้นิยามของคำว่าขายตรง ยังไม่ได้ระบุให้เห็นความแตกต่างของการขายธรรมดาที่มุ่งหวังกำไรจากส่วนต่างของราคาซื้อกับราคาขาย แต่ขายตรงซึ่งมุ่งหวังมากกว่ากำไรคือ ผลตอบแทนการทำยอดขาย ดังนั้นถ้าจะให้ความหมายคำว่าขายตรง ที่ถูกต้องควรจะให้ความหมายเนื้อความที่เกี่ยวกับการได้รับผลตอบแทนการทำยอดขายไว้ในค่านิยามด้วย เช่น ตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระจะต้องได้รับผลตอบแทนการทำยอดขายเป็นเงินหรือผลประโยชน์จากผู้ประกอบธุรกิจขายตรงตามแผนการจ่ายผลตอบแทนที่ได้ ตกลงกันไว้ ดังนั้นจะเห็นได้จากค่านิยาม “ขายตรง” ยังขาดความสมบูรณ์และข้อบกพร่องของกฎหมายขายตรงฉบับนี้

คำว่าแผนการจ่ายผลตอบแทน ซึ่งหมายถึงแผนหรือรายละเอียดที่กำหนดผลตอบแทนที่แจกจ่ายให้แก่ผู้ขาย เมื่อมีการทำยอดขายได้ในระดับต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการขายแบบขั้นเดียวหรือมี

การสร้างเครือข่ายจากผู้ขายหลายชั้นต้องเป็นการแสดงรายละเอียดที่ชัดเจน เข้าใจได้ และสามารถปฏิบัติได้จริง รวมทั้งไม่เป็นการล่ารายได้จากการระดมเครือข่ายที่เรียกว่าปิรามิด

คำว่าผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง ซึ่งหมายถึง เจ้าของกิจการที่ต้องการกระจายสินค้าหรือบริการโดยผ่านระบบขายตรงที่เป็นชั้นเดียวหรือหลายชั้น เพื่อมุ่งหวังผลตอบแทน ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงต้องมีการทำแผนการจ่ายผลตอบแทนให้แก่ผู้ขายที่เข้าร่วมกิจกรรมการขาย ฉะนั้นคำนิยามควรกำหนดว่าผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงหมายความว่า บุคคลซึ่งต้องการกระจายสินค้าหรือบริการของตนผ่านระบบตัวแทนหรือผู้จำหน่ายอิสระ โดยการตกลงจ่ายผลตอบแทนตามยอดขายที่ขายได้ตามแผนการจ่ายผลตอบแทนที่มีรายละเอียดที่ชัดเจนและเป็นไปตามกฎหมาย

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า เพื่อให้การควบคุมธุรกิจกิจการขายตรงและการคุ้มครองผู้ขายตรงรวมทั้งผู้บริโภค เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ จึงควรนำเอาหลักการที่กำหนดไว้ในจรรยาบรรณการขายตรงมาเป็นแนวทางในการปรับปรุงบทบัญญัติกฎหมายด้วยเพราะจรรยาบรรณการขายตรง เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง ร่วมกันกำหนดขึ้นมาเพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ จึงเป็นการสอดคล้องและเหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจ อีกทั้งเนื้อหาสาระของจรรยาบรรณการขายตรง ให้ความเป็นธรรมแก่ทุกฝ่ายได้ในระดับหนึ่ง จึงควรนำมาเป็นแนวทางในการปรับปรุงกฎหมายเพื่อใช้กับการขายตรงด้วย

ทิพย์รัตน์ มุขยวงศา²⁶ ได้ศึกษาวิจัยเฉพาะการทำตลาดแบบตรงเท่านั้นไม่ได้ให้ความสำคัญต่อการทำธุรกิจตลาดขายตรง ดังนั้นคำว่าการค้าหรือการซื้อขายสินค้าและบริการ จึงหมายถึงการซื้อขายโดยวิธีการตลาดแบบตรงเท่านั้น ตลาดแบบตรงหมายความว่า การทำตลาดสินค้าหรือบริการในลักษณะของการสื่อสารข้อมูลเพื่อเสนอขายสินค้า หรือบริการโดยตรงต่อผู้บริโภค ซึ่งอยู่ห่างโดยระยะทางและมุ่งหวังให้ผู้บริโภคแต่ละรายตอบกลับเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการจากผู้ประกอบการตลาดแบบตรง หรือเรียกได้ว่าเป็นการขายผ่านสื่อ และกฎหมายไม่ได้กำหนดถึงชนิด ประเภท ลักษณะ หรือจำนวนของสื่อที่จะนำมาใช้ประกอบการเสนอขายสินค้าหรือบริการแต่อย่างไรก็ตามไม่ว่าจะเป็นสื่อชนิดใดหากนำมาใช้เพื่อการเสนอขายสินค้าหรือบริการไปสู่ผู้บริโภคแล้ว ก็ถือว่าเป็นการทำตลาดแบบตรงได้ เช่น การโฆษณาขายสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ การขายผ่านสื่อโทรทัศน์ การขายผ่านสื่อแคตตาล็อก เป็นต้น

จากการศึกษาวิจัยพบว่า ปัญหาเรื่องเอกสารการซื้อขาย ลักษณะของเอกสารการซื้อขาย ในบทบัญญัติของกฎหมายได้กำหนดไว้ว่า เอกสารการซื้อขาย ต้องมีข้อความภาษาไทยที่

²⁶ ทิพย์รัตน์ มุขยวงศา “ปัญหาการบังคับใช้พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง: ศึกษาเฉพาะกรณีตลาดแบบตรง,” (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547).

อ่านเข้าใจง่าย ประเด็นนี้อาจจะทำให้เกิดปัญหาขึ้นได้ จากการศึกษาที่จำเป็นต้องเป็นภาษาไทยเท่านั้นเป็นภาษาอื่นไม่ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากเป็นกรณีทำการตลาดแบบตรงโดยใช้สื่ออินเทอร์เน็ตซึ่งเป็นสื่อที่ไร้พรมแดน ผู้บริโภคเป็นใครก็ได้ไม่ว่าจะเป็นคนไทยหรือชาวต่างชาติ บุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคล ซึ่งถ้าข้อความที่เป็นภาษาไทยถูกส่งไปยังชาวต่างชาติซึ่งไม่เข้าใจภาษาไทย กรณีนี้ผู้บริโภคอาจมีความรู้สึกที่ตนเองนั้นถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบธุรกิจได้ เพราะไม่รู้ว่าจะเอกสารนั้นเขียนข้อความอะไรนี้ก็เป็นสาเหตุหนึ่งที่ไม่อยากจะยอมรับเอกสารเช่นว่านั้น และอีกทั้งไม่อยากจะถือว่าผู้ประกอบธุรกิจได้ทำหน้าที่ของตนเสร็จสมบูรณ์ครบองค์ประกอบของการเกิดสัญญาแล้ว แต่ในขณะเดียวกันทางด้านของผู้ประกอบธุรกิจก็ถือว่าตนได้ปฏิบัติหน้าที่ถูกต้องตามที่กฎหมายกำหนดแล้ว อันส่งผลให้สัญญาเกิด สิทธิ หน้าที่ และภาระผูกพันระหว่างคู่สัญญาทั้งสองฝ่ายเกิดแล้ว ดังนั้นผู้บริโภคจะมาปฏิเสธความผูกพันตามสัญญามีได้ ในส่วนนี้เองทำให้เห็นว่าการบัญญัติของกฎหมายไม่เอื้ออำนวยต่อการค้าระหว่างประเทศเท่าที่ควร และถ้ามีการเรียกร้องให้แปลเอกสารดังกล่าวเป็นภาษาอังกฤษก็จะส่งผลให้เกิดความเข้าใจและเกิดความเข้าใจของเอกสาร

วิธีการส่งเอกสารการซื้อขาย กฎหมายไม่ได้กำหนดในเรื่องวิธีการในการที่ผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรงจะทำการส่งเอกสารการซื้อขายที่ได้จัดทำไว้ไปสู่ผู้บริโภคเลย จากที่กฎหมายไม่ได้บัญญัติให้ชัดเจนว่าหากผู้ประกอบการได้ทำการส่งเอกสารไปแล้ว แต่ผู้บริโภคยังไม่ได้รับรู้ข้อความในเอกสารนั้น แล้วผลของการนี้จะเป็นเช่นไรจะถือว่าสัญญาเกิดหรือไม่ ก็อาจจะเกิดการโต้แย้งขึ้นมาได้ว่าเมื่อผู้บริโภคยังไม่ได้ทำการอ่านข้อความแล้วจะถือว่าสัญญาเกิดได้อย่างไร จากจุดนี้เห็นได้ชัดว่ากฎหมายไม่ได้ชี้ให้เห็นว่าผู้บริโภคจะได้รับรู้ข้อความแล้วหรือไม่ แต่ชี้เพียงแต่ว่าผู้ประกอบธุรกิจได้ส่งมอบเอกสารไปแล้ว

การจดทะเบียนของผู้ประกอบธุรกิจ เมื่อศึกษาจากวัตถุประสงค์ของพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 แล้ว ประเด็นในเรื่องการจดทะเบียนผู้ประกอบธุรกิจดังกล่าวก่อให้เกิดปัญหาได้ เพราะเมื่อดูจากบทบัญญัติของกฎหมาย โดยกฎหมายกำหนดให้ผู้ประกอบการมาทำการจดทะเบียนกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเสมอ แต่ในปัจจุบันนี้ผู้ประกอบธุรกิจหรือผู้ขายไม่ได้ประกอบธุรกิจในประเทศเสมอไป อาจเป็นผู้ประกอบการในต่างประเทศที่ประกอบธุรกิจก็ได้ แต่เข้าข่ายเป็นตลาดแบบตรงตามกฎหมายไทย ฉะนั้นผู้ประกอบธุรกิจจะต้องเข้ามาจดทะเบียนในประเทศไทยหรือไม่ ในกรณีที่ลูกค้าหรือผู้บริโภคเป็นคนไทย ซึ่งปัญหาดังกล่าวคงเป็นไปไม่ได้ที่จะไปบังคับให้ผู้ประกอบธุรกิจต่างชาติต้องมาจดทะเบียนก่อนการค้าขายกับผู้บริโภคที่เป็นคนไทย กฎหมายขายตรงและตลาดแบบตรงจึงมีขอบเขตในการใช้เพื่อการกำกับดูแลผู้ประกอบธุรกิจภายในประเทศเท่านั้น ซึ่งอีกปัญหาหนึ่งที่ตามมาก็คือ จะให้หลักเกณฑ์อย่างไรในการกำหนดว่าเป็นการประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศหรือนอกประเทศ

ปัญหาเรื่องการใช้สิทธิเลิกสัญญา ปัญหาเรื่องการคืนสินค้า ประเด็นสำคัญอันก่อให้เกิดปัญหาอยู่ที่ว่าสินค้าบางชนิดไม่สามารถทำการคืนกันได้โดยสภาพ เช่น กรณีการซื้อซอฟต์แวร์โดยวิธีการ download จากอินเทอร์เน็ต ซึ่งหากผู้บริโภคต้องการใช้สิทธิในการคืนสินค้าตามหลักการที่กฎหมายกำหนดให้หน้าที่ของผู้ประกอบธุรกิจที่จะต้องทำการแจ้งสิทธิการบอกเลิกสัญญาตามหลัก cooling-off period คือ ผู้บริโภคจะต้องส่งคืนสินค้าและสินค้านั้นต้องอยู่ในสภาพเดิมเหมือนกับตอนแรกที่ได้รับมาจากผู้ประกอบธุรกิจ ยกเว้นในกรณีที่ซื้อขายบริการเพียงแค่อ้างผู้ประกอบธุรกิจว่าต้องการใช้สิทธิเลิกสัญญาตามหลักการดังกล่าวก็สามารถยกเลิกสัญญาได้ จากกรณีตัวอย่างเรื่องการซื้อขายซอฟต์แวร์ หากผู้บริโภคต้องการให้สิทธิดังกล่าวขึ้นมาแล้วจะมีการคืนสินค้านั้นด้วยวิธีใดซึ่งกรณีซอฟต์แวร์นั้นไม่สามารถจะคืนกันได้โดยสภาพได้ ซึ่งหากต้องใช้หลักการการคืนสินค้าตามสิทธิ cooling-off period ก็อาจจะส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบธุรกิจได้ในเรื่องของการไม่ได้รับความเป็นธรรมได้

ปัญหาเรื่องการส่งหนังสือแสดงเจตนา พระราชบัญญัติกำหนดให้ผู้บริโภคที่จะประสงค์จะให้สิทธิในการคืนสินค้าตามหลักการของ cooling-off period จากคำอธิบายที่ได้กล่าวมาแล้วนั้น ผู้บริโภคจะต้องส่งหนังสือไปยังผู้ประกอบการธุรกิจภายใน 7 วันนับแต่วันที่ได้รับสินค้าหรือบริการ แต่กฎหมายไม่ได้กำหนดให้ชัดเจนว่าหนังสือแสดงเจตนาจะต้องทำในลักษณะใด เป็นภาษาใด ซึ่งถ้ามองกันอย่างกว้างๆ ก็เป็นการดี เพราะจะได้เป็นไปตามเจตนาของผู้สัญญาระหว่างผู้บริโภคกับผู้ประกอบธุรกิจให้ตกลงกันเอง แต่ถ้าตกลงกันไม่ได้ก็อาจจะเกิดปัญหาต่างๆ ตามมาได้

ปัญหาเรื่องการให้คำรับประกัน การทำคำรับประกันเป็นหน้าที่ของผู้ประกอบธุรกิจหรือไม่ หากพิจารณาจากบทบัญญัติของกฎหมายแล้ว สามารถตีความได้ 2 แนวทาง คือ แนวทางที่ 1 จะต้องเป็นหน้าที่ของผู้ประกอบธุรกิจในการให้คำรับประกันในสินค้าหรือบริการเพราะเป็นหน้าที่ที่ผู้ประกอบธุรกิจจำจะต้องปฏิบัติตาม มิฉะนั้นก็ต้องถูกลงโทษตามกฎหมาย แนวทางที่ 2 เห็นว่าไม่จำเป็นและไม่มีเหตุผลใดๆ ที่จะต้องบังคับให้ผู้ประกอบธุรกิจต้องมีหน้าที่ถึงขนาดนั้นควรปล่อยให้เป็นเรื่องของการตกลงกันระหว่างคู่สัญญาว่าจะมีคำรับประกันสินค้าหรือไม่ จากกรณีนี้ผู้ศึกษาวิจัยทิพย์รัตน์ มุขยวงศา ให้ความเห็นว่าไม่มีความจำเป็นต้องกำหนดและให้เป็นหน้าที่ของผู้ประกอบธุรกิจ ความเป็นจริงมูลเหตุของการทำคำรับประกันน่าจะมาจากเหตุผลทางการตลาดมากกว่าเพราะเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคและไม่เป็นการก่อภาระให้กับผู้ประกอบธุรกิจมากเกินไป

ภาษาที่ใช้ในการทำคำรับประกัน กฎหมายกำหนดให้ คำรับประกันสินค้าหรือบริการต้องทำเป็นภาษาไทย ประเด็นนี้ก็อาจจะเกิดปัญหาขึ้นมาได้เหมือนกันกับเอกสารการซื้อขาย ที่กล่าวไปแล้วข้างต้น เพราะในกรณีที่ค้าขายระหว่างประเทศ ก็อาจจะเกิดความล่าช้าหรือความซ้ำซ้อนของเอกสาร หากจะต้องแปลเป็นภาษาต่างประเทศอีกครั้ง ประเด็นปัญหาทางกฎหมายเหล่านี้ต้องได้รับการแก้ไขอย่างเร่งด่วนเพราะอาจจะส่งผลกระทบต่อความเจริญด้านการค้าระหว่างประเทศได้

ประเด็นเรื่องธุรกรรมทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่อยู่ภายใต้กฎหมายขายตรงและตลาดแบบตรง การตลาดแบบตรงเป็นการทำการค้าโดยผ่านสื่อโดยเฉพาะในการประกอบธุรกิจในปัจจุบันที่มีการนำเอาเทคโนโลยีในรูปแบบของอินเทอร์เน็ต มาเป็นส่วนช่วยในการทำตลาดและสื่อสารกับผู้บริโภค พบว่าจะเห็นว่ามีหลากหลายรูปแบบทั้งที่เป็นการเปิดเว็บไซต์เพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อการศึกษาค้นคว้า เช่น ในกรณีเว็บไซต์ของทางหน่วยงานราชการที่มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ความรู้และบริการแก่ผู้มาเยี่ยมชม หรือเว็บไซต์เพื่อการค้าบางเว็บไซต์ก็มีใจที่จะเข้าช่วยความหมายของตลาดแบบตรงเสมอไป ฉะนั้นการเปิดเว็บไซต์เพื่อการขายสินค้าและบริการจะต้องมีองค์ประกอบที่สำคัญ คือ จะต้องมีการทำตลาดสินค้าหรือบริการในลักษณะของการสื่อสารข้อมูล ต้องกระทำเพื่อเสนอขายสินค้าหรือบริการดังกล่าวโดยตรงต่อผู้บริโภคซึ่งอยู่ห่างโดยระยะทาง ต้องมุ่งหวังให้ผู้บริโภคแต่ละรายตอบกลับเพื่อซื้อสินค้าและบริการจากผู้ประกอบธุรกิจนั้น กล่าวคือ มิได้มุ่งหวังเพื่อการโฆษณาเท่านั้นเมื่อมีการตอบกลับจากผู้บริโภคแล้วสัญญาต้องเกิดขึ้นที่แต่อย่างไรก็ตาม สิ่งที่ต้องคำนึงถึงอยู่เสมอก็คือ การสื่อสารข้อมูลต่อผู้บริโภคที่อยู่ห่างโดยระยะทาง และมุ่งหวังจะให้มีการตอบกลับจากผู้บริโภคเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการนั้นๆ ถ้าจะพิจารณาในส่วนของการตอบกลับจะพบว่าการกระทำดังกล่าวยังไม่ส่งผลให้เกิดสัญญาในทันที กรณีเช่นนี้ก็ไม่ใช่ตลาดแบบตรงตามความหมายของกฎหมาย จากตัวอย่าง กรณีของกลุ่มธุรกิจบริษัทเงินทุน ธนาคารพาณิชย์ที่ปัจจุบันก็ได้มีการจัดให้บริการสินเชื่อออนไลน์ โดยลูกค้าสามารถเข้าไปที่เว็บไซต์ที่กำหนดเพื่อกรอกรายละเอียดและทำรายการธุรกรรมต่างๆ หากมองโดยผิวเผินก็อาจจะมองว่าเป็นการทำตลาดแบบตรงของผู้ประกอบธุรกิจอย่างหนึ่ง หรือในกรณีการซื้อขายหลักทรัพย์ก็เช่นกันมีการโต้เถียงกันมากกว่าควรจะอยู่ภายใต้กฎหมายนี้หรือไม่ หนทางที่จะขจัดปัญหาการโต้เถียงได้ก็คือ จะต้องมีการประกาศออกมาจากทางภาครัฐให้ชัดเจนว่า ธุรกิจใดบ้างที่ไม่อยู่ภายใต้กฎหมายฉบับนี้

ปัญหาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

1. ปัญหาเรื่องการของการเลิกสัญญาตามหลัก Cooling-off period เมื่อพิจารณาจากพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 แล้ว ในเรื่องผลของการเลิกสัญญาพระราชบัญญัติไม่มีการบัญญัติไว้ และเมื่อไม่มีการบัญญัติไว้ก็จำเป็นต้องนำเอาหลักทั่วไปในเรื่องผลของการเลิกสัญญาในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์มาปรับใช้กับกรณีดังกล่าว ซึ่งจะส่งผลให้หมดภาระหน้าที่ตามสัญญาซึ่งเท่ากับว่าใครได้อะไรจากใครไปก็จำเป็นต้องคืนให้แก่กัน แต่ในทางปฏิบัติพบว่ามีหลายครั้งที่ผู้บริโภคไปทำสัญญาทางการเงินในรูปแบบต่างๆ เช่น สัญญาสินเชื่อส่วนบุคคล ทั้งที่กับสถาบันการเงินหรือไม่ใช่สถาบันการเงิน เพื่อนำมาซื้อสินค้าหรือบริการ เมื่อผู้บริโภคใช้สิทธิเลิกสัญญาซื้อสินค้าหรือบริการดังกล่าวไปแล้ว จะส่งผลให้สัญญาทางการเงินเหล่านั้นระงับไปด้วยหรือไม่ เพราะถือว่าสัญญาการซื้อสินค้าเป็นสัญญาหลักได้สิ้นสุดไปแล้ว แต่บทบัญญัติของกฎหมายขายตรงและตลาดแบบตรง ไม่ได้กล่าวถึงสัญญาอื่นๆ ที่เป็นคู่สัญญา ดังนั้นกรณีนี้ผู้บริโภคจึงยังต้องผูกพันตาม

สัญญาอันหลัง ซึ่งอาจทำให้ผู้บริโภคอาจจะรู้สึกว่าจะไม่ได้รับความเป็นธรรมได้ เพราะตนยังคงต้องผูกพันให้ชำระหนี้ทางการเงินอยู่ ทั้งๆ ที่สินค้าและบริการไม่มีอยู่แล้ว ประเด็นในเรื่องดังกล่าวเกี่ยวข้องกับโดยตรงกับกระบวนการในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือรับบริการของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก อันจะส่งผลให้การค้าเจริญก้าวหน้าหรือต้องหยุดชะงัก เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศต้องพึงตระหนักว่าการเลิกสัญญาในกรณีใดบ้างที่ควรจะต้องส่งผลให้สัญญาทางการเงินอันเป็นสัญญาที่เกิดขึ้นมาภายหลังระงับตามไปด้วยและมีมาตรการเพื่อชดเชยความเสียหายแก่ผู้ที่ได้รับผลกระทบจากการนั้นเป็นพิเศษด้วยหรือไม่อย่างไร

2. ปัญหาเกี่ยวกับสินค้าและบริการที่ไม่พึงประสงค์ ในปัจจุบันนี้มีการตลาดแบบตรงเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่มีการส่งหรือเสนอบริการให้ผู้บริโภคถึงที่บ้านเพื่อที่จะหวังให้ผู้บริโภคยอมรับสินค้าหรือบริการนั้น และซื้อสินค้าและบริการนั้นในที่สุด หากผู้บริโภคไม่ปฏิบัติตามการอย่างใดอย่างหนึ่งก็ถือว่าสัญญาการซื้อขายยังไม่เกิด แต่การกระทำในลักษณะนี้หากพิจารณาอย่างลึกซึ้งแล้วแล้วก็จะพบว่าผู้บริโภคถูกรบกวนสิทธิความเป็นส่วนตัวที่จะได้อยู่อย่างสงบหรือก่อให้เกิดความรำคาญได้เช่นกันเพราะต้องคอยรับสินค้าที่ตนเองไม่พึงประสงค์ หากปล่อยให้เป็นอย่างนี้อาจส่งผลให้ผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศอาจขาดความมั่นใจในการเข้ามาทำการค้ากับผู้ประกอบการธุรกิจชาวไทย ดังนั้นจึงควรมีการกำหนดมาตรการในปัญหาที่เกิดขึ้น

3. การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล เนื่องจากลักษณะของตลาดแบบตรงผู้ประกอบการธุรกิจและผู้บริโภคไม่ได้เผชิญหน้ากัน จึงเป็นปัญหาในเรื่องของข้อมูลที่ใช้ในการติดต่อระหว่างกันเกิดขึ้นว่าได้อย่างไรและข้อมูลมาจากที่ใด ได้มาแล้วจะจัดการอย่างไรและจะเก็บรักษาอย่างไร โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อมูลส่วนบุคคลที่ผู้บริโภคมีสิทธิอย่างเต็มที่ในอันที่จะอนุญาตหรือไม่อนุญาตให้บุคคลอื่นนำไปใช้ประโยชน์ได้ ซึ่งการกระทำในลักษณะนี้เท่ากับเป็นการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคเจ้าของข้อมูล ซึ่งพระราชบัญญัติฉบับนี้ยังไม่ได้บัญญัติในเรื่องดังกล่าวแต่เราได้มีร่างกฎหมายในเรื่องการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลเป็นการเฉพาะ ไม่ว่าจะอย่างไรก็ตาม ไม่ควรเพิกเฉยต่อปัญหานี้เพราะปัญหาเหล่านี้จะนำมาซึ่งผลกระทบต่อการค้าระหว่างไทยกับต่างประเทศได้ในอนาคต เพราะผู้บริโภคหรือผู้ประกอบการที่เป็นชาวต่างชาติก็ต้องการที่จะได้รับความเป็นธรรมในระดับตามมาตรฐานสากลที่ยอมรับได้และควรจะปรับปรุงเปลี่ยนแปลงกฎหมายของเราให้เป็นที่ยอมรับได้ในระดับสากล

ศิริทิพย์ แสงทอง²⁷ ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ 1) การคุ้มครองผู้บริโภคตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 โดยเฉพาะในส่วน 1 ของแบบสัญญา 2) สิทธิในการบอกเลิกสัญญา 3) ผลภายหลังการบอกเลิกสัญญา

²⁷ ศิริทิพย์ แสงทอง, “การคุ้มครองผู้บริโภคตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545,” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2549).

จากการศึกษาวิจัยพบว่า การคุ้มครองผู้บริโภคจากธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงใน ส่วนของแบบสัญญา โดยในกฎหมายได้กำหนด รายละเอียดไว้ดังนี้ ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง หรือผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรง มีหน้าที่ส่งมอบเอกสารสัญญาการซื้อขายสินค้าหรือบริการแก่ ผู้บริโภค และเอกสารการซื้อขายต้องทำเป็นภาษาไทยและอ่านเข้าใจง่าย ระบุชื่อผู้ซื้อขายและวันที่ส่ง มอบสินค้าหรือบริการ สิทธิของผู้บริโภคในการเลิกสัญญาและต้องเห็นเด่นชัดกว่าข้อความทั่วไป เวลา สถานที่และวิธีการในการชำระหนี้ของคู่สัญญา วิธีการเลิกสัญญาและวิธีการคืนสินค้า การรับประกัน สินค้าและการเปลี่ยนสินค้าในกรณีที่มีความชำรุดบกพร่องเกิดขึ้น

การคุ้มครองผู้บริโภคจากธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงในส่วนของสิทธิในการบอก เลิกสัญญา โดยกฎหมายได้กำหนดรูปแบบไว้ดังนี้ ผู้บริโภคสามารถแสดงเจตนาในการใช้สิทธิในการ บอกเลิกสัญญาได้โดยการส่งหนังสือแสดงเจตนา แจ้งไปยังผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง โดยใช้สิทธิในการบอกเลิกสัญญาต้องกระทำภายใน 7 วัน นับตั้งแต่วันที่ได้รับสินค้าหรือบริการ แต่กฎหมายไม่ได้บัญญัติกำหนดให้ต้องแสดงเหตุผลในการบอก เลิกสัญญา

การคุ้มครองผู้บริโภคจากธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงในส่วนของผลภายหลังจาก การบอกเลิกสัญญา โดยกฎหมายได้กำหนดรูปแบบไว้ดังนี้ สิทธิในการคืนสินค้าผู้บริโภคต้องส่งสินค้า หรือบริการคืนแก่ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง

และให้เก็บรักษาสินค้าไว้ตามสมควรภายในระยะเวลา 21 วันนับแต่วันที่ผู้ใช้สิทธิเลิก สัญญาและในกรณีที่สินค้าเสียหายตามสภาพให้เก็บไว้ด้วยวิธีตามสมควร เมื่อพ้นกำหนดแล้วจะเก็บ รักษาไว้ต่อหรือไม่ก็ได้ เป็นการเก็บรักษาไว้เพื่อรอให้ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบ ธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง มารับสินค้าคืน ณ ภูมิลำเนาของผู้บริโภค กรณีที่ผู้ประกอบการธุรกิจ ขายตรงและตลาดแบบตรง ขอให้ผู้บริโภคส่งคืนสินค้าทางไปรษณีย์โดยเรียกเก็บเงินปลายทางนั้น การส่งคืนต้องทำภายใน 21 วัน

และสิทธิในการยึดหน่วงสินค้า ผู้บริโภคมีสิทธิยึดหน่วงสินค้าไว้ได้จนกว่าผู้บริโภคจะ ได้รับการคืนเงินที่ผู้บริโภคจ่ายไปในการซื้อสินค้านั้น คืนจากผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง หรือผู้ ประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง และสิทธิในการได้รับเงินคืน ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขาย ตรง ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง จะต้องทำการคืนเงินให้แก่ผู้บริโภคภายใน 15 วัน นับตั้งแต่วันที่ได้รับหนังสือแสดงเจตนาการบอกเลิกสัญญาจากผู้บริโภค

สรุป ในการที่ไปค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 พอที่จะสรุปในประเด็นปัญหาหรืออุปสรรคต่างๆ ที่เกิดขึ้นหลังจากการนำพระราชบัญญัติ ฉบับนี้มาบังคับ โดยมีข้อสรุปทั้งหมดดังนี้คือ

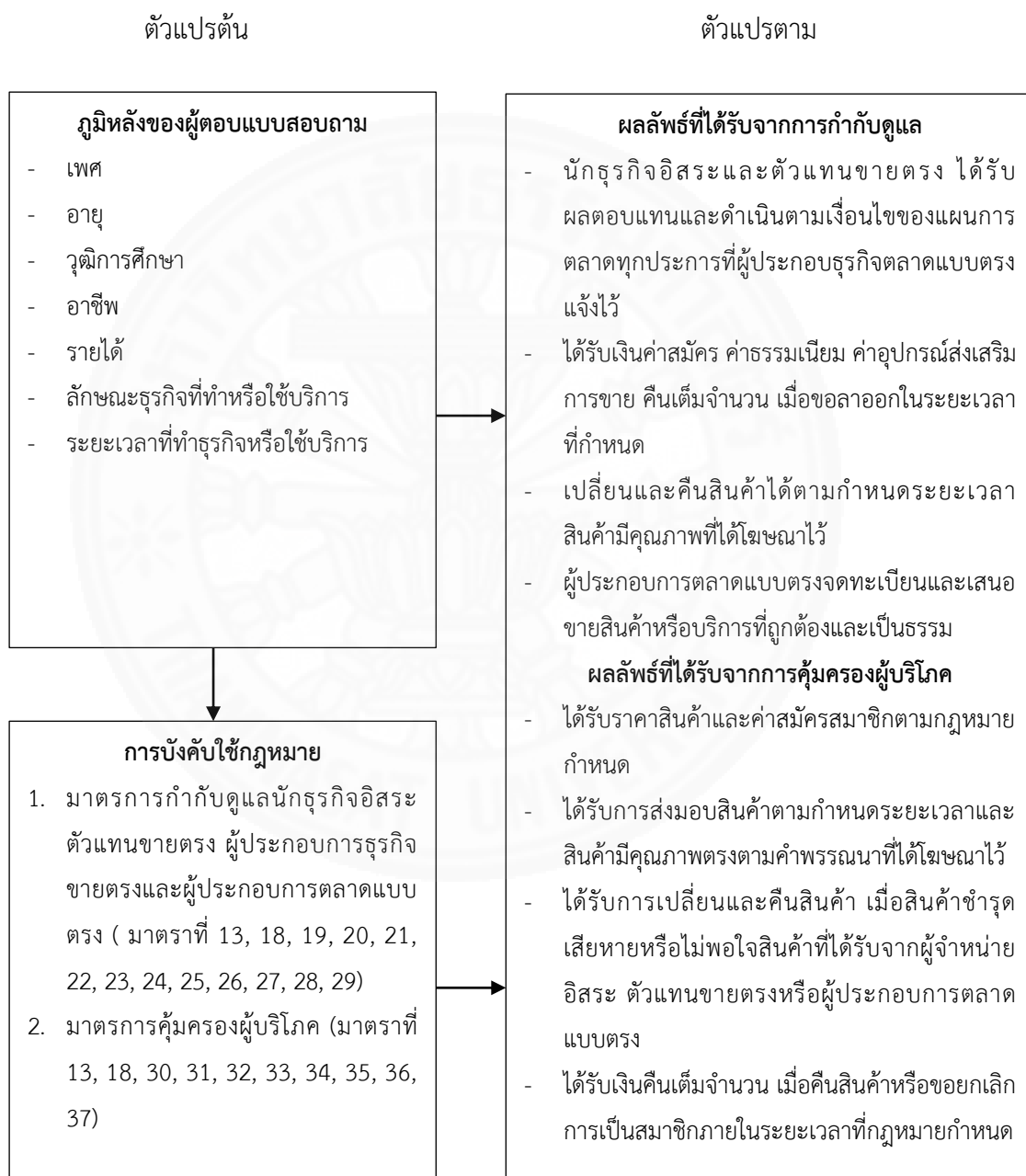
1. ปัญหาและอุปสรรคในการบังคับใช้ทางกฎหมายในเรื่องของการกำกับดูแล เช่น รัฐไม่สามารถติดตามสอดส่องพฤติกรรมในการประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงได้อย่างทั่วถึง โดยเฉพาะผู้ประกอบการตลาดแบบตรงที่ไม่ได้มาจดทะเบียนกับเจ้าหน้าที่ของรัฐ จึงทำให้ปัญหาในเรื่องของการรับคืนสินค้าเป็นปัญหาที่ตามมา และในส่วนของธุรกิจขายตรงในปัญหาที่พบก็คือ การไม่ดำเนินการตามแผนการจ่ายผลตอบแทนที่ได้จดทะเบียนไว้กับทางเจ้าหน้าที่ อีกทั้งยังมีการเปลี่ยนแปลงผลประโยชน์ในแผนการตลาดโดยไม่มีการแจ้งมายังเจ้าหน้าที่ของรัฐที่ได้ทำการขอจดทะเบียนไว้ การระดมเครือข่ายในลักษณะการฉ้อโกงประชาชนในรูปแบบแชร์ลูกโซ่ ซึ่งทั้งหมดอันส่งผลให้ภาพลักษณ์ของธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงเสียหาย

2. ปัญหาจากการที่ทางสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคภาคบุคลากร โดยเฉพาะนายทะเบียนในการพิจารณาคำขอจดทะเบียนและไม่สามารถปฏิเสธการรับจดทะเบียนได้ในกรณีที่มีรายชื่อการทำธุรกิจอยู่ในบัญชีดำหรือเคยได้กระทำความผิดในเรื่องดังกล่าวมาแล้ว

3. ปัญหาเรื่องการคืนสินค้า โดยเฉพาะการทำธุรกิจตลาดแบบตรง สินค้าบางชนิด ผู้บริโภคไม่สามารถทำการคืนให้อยู่ในสภาพเดิมได้ ซึ่งกฎหมายใช้หลักสัญญา cooling-off period และผู้บริโภคจะต้องส่งหนังสือไปแจ้งให้ผู้ประกอบการทราบภายใน 7 วัน นับตั้งแต่ได้รับสินค้าหรือบริการและให้ผู้ประกอบการธุรกิจตกลงกันเองกับผู้บริโภค และถ้าตกลงกันไม่ได้ก็จะเกิดปัญหาตามมา หรือ ผู้บริโภคอาจจะเกิดความสับสนได้เพราะกรณีของธุรกิจตลาดขายตรงนั้น การคืนสินค้าขึ้นอยู่กับข้อกำหนดของผู้ประกอบของบริษัทนั้นๆ เป็นผู้กำหนดวันในการคืนสินค้า อีกทั้งปัญหาในเรื่องของเอกสารสัญญาซื้อขายสินค้าหรือบริการแก่ผู้บริโภคที่ผู้ประกอบการทั้งธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงไม่ค่อยได้มีการจัดส่งมอบไปให้กับผู้บริโภคในการซื้อสินค้าหรือบริการ หรือการที่เอกสารนั้นต้องทำเป็นภาษาไทยที่อ่านเข้าใจง่าย ถ้าข้อความภาษานั้นถูกส่งไปยังชาวต่างชาติที่ไม่เข้าใจภาษาไทย ในกรณีนี้ผู้บริโภคมีความรู้สึกที่ตนเองนั้นอาจจะถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบการได้ เพราะไม่รู้ว่าจะเอกสารนั้นเขียนข้อความอะไร ซึ่งจะส่งผลในเรื่องของการคืนหรือเก็บสินค้าไว้ก่อนที่จะมีการส่งคืนตามระยะเวลาที่กฎหมายกำหนด

2.6 กรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย

จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย ได้ดังนี้



ภาพที่ 2.3 กรอบแนวคิดการวิจัย

บทที่ 3

วิธีการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ปัญหาของพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ที่มีผลต่อผู้บริโภค จากการใช้สินค้าและบริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ศึกษาวิจัยแบบเชิงผสม (Mix Method) โดยการค้นคว้าวิจัยแบบเชิงคุณภาพ (Qualitative Data) ซึ่งได้มาจากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง ผสานกับการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการใช้การแจกแบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรงและผู้บริโภค ที่มีต่อพระราชบัญญัติฉบับนี้ โดยมีระเบียบ วิธีวิจัย รายละเอียด ดังต่อไปนี้

- 3.1 คำนียามเชิงปฏิบัติการ
- 3.2 แหล่งข้อมูลในการวิจัย
- 3.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย
- 3.5 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลวิจัยและการประมวลผล
- 3.6 ข้อจำกัดในการวิจัย

3.1 คำนียามเชิงปฏิบัติการ

การวิจัย “ปัญหาของพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ที่มีผลต่อผู้บริโภค จากการใช้สินค้าและบริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร” ซึ่งมีนิยามในเชิงปฏิบัติการในเชิงปฏิบัติการตามกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังต่อไปนี้

เพศ หมายถึง เพศของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งในส่วนของนักธุรกิจอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบการตลาดแบบตรงและผู้บริโภค โดยแบ่งออกเป็น 2 เพศ คือ เพศชาย หรือ เพศหญิง

อายุ หมายถึง อายุของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งในส่วนของนักธุรกิจอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบการตลาดแบบตรงและผู้บริโภค โดยมีการแบ่งช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถามออกเป็น ช่วงๆ คือ อายุ 18-25, 26-35, 36-45, 46-55 และ 55 ปีขึ้นไป

วุฒิการศึกษา หมายถึง วุฒิการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งในส่วนของนักธุรกิจอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบการตลาดแบบตรงและผู้บริโภค โดยแบ่งช่วงการศึกษาออกเป็น

1.) ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. 2.) ปวส./อนุปริญญา 3.) ระดับปริญญาตรี และ 4.) สูงกว่าปริญญาตรี

อาชีพ หมายถึง อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งในส่วนของนักธุรกิจอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบการตลาดแบบตรงและผู้บริโภค โดยแบ่งออกเป็น 7 อาชีพ ได้แก่ 1.) รับจ้างทั่วไป 2.) ค้าขาย 3.) พนักงานบริษัทเอกชน 4.) อาชีพอิสระ 5.) รับราชการ 6.) เจ้าของกิจการ และ 7.) อื่นๆ โดยไม่ได้ระบุอาชีพ

รายได้ หมายถึง รายได้ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งในส่วนของนักธุรกิจอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบการตลาดแบบตรงและผู้บริโภค โดยมีการแบ่งรายได้เป็น 1.) น้อยกว่า 5,000 บาท 2.) ตั้งแต่ 5,000-10,000 บาท 3.) ตั้งแต่ 10,001-30,000 บาท 4.) ตั้งแต่ 30,001-50,000 บาท 5.) ตั้งแต่ 50,001-100,000 บาท และ 6.) มากกว่า 100,000 ขึ้นไป

ลักษณะธุรกิจที่ทำหรือใช้บริการ หมายถึง ลักษณะธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม ว่าท่านได้ทำธุรกิจในลักษณะนักธุรกิจอิสระ ตัวแทนขายตรง หรือผู้ประกอบการตลาดแบบตรง และอีกส่วนหนึ่งคือลักษณะของธุรกิจที่ผู้บริโภคได้ซื้อสินค้าหรือรับบริการ โดยได้แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ 1.) นักธุรกิจอิสระและตัวแทนขายตรง หรือ 2.) ผู้ประกอบการตลาดแบบตรง

ระยะเวลาที่ทำธุรกิจหรือใช้บริการ หมายถึง ระยะเวลาที่นักธุรกิจอิสระ ตัวแทนขายตรง หรือผู้ประกอบการตลาดแบบตรง ประกอบอาชีพ และในส่วนของผู้บริโภค คือ ระยะเวลาที่ผู้บริโภคซื้อสินค้าหรือใช้บริการกับนักธุรกิจอิสระ ตัวแทนขายตรงหรือผู้ประกอบการตลาดแบบตรง โดยแบ่ง ออกเป็น 1.) ต่ำกว่า 2 ปี 2.) ตั้งแต่ 2-5 ปี 3.) ตั้งแต่ 6-10 ปี และ 4.) มากกว่า 10 ปีขึ้นไป

มาตรการการกำกับดูแล หมายถึง มาตรการของกฎหมายที่บังคับใช้เกี่ยวกับเรื่องของการกำกับดูแลนักธุรกิจอิสระ ตัวแทนขายตรงและผู้ประกอบการขายตรง ของพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 เพื่อให้ให้นักธุรกิจอิสระ ตัวแทนขายตรงและผู้ประกอบการตลาดแบบตรง ปฏิบัติตาม

มาตรการการคุ้มครองผู้บริโภค หมายถึง มาตรการของกฎหมายที่ให้ความคุ้มครองผู้บริโภคที่ใช้สินค้าหรือรับบริการจาก นักธุรกิจอิสระ ตัวแทนขายตรงและผู้ประกอบการตลาดแบบตรง ของพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 เพื่อประโยชน์ของผู้บริโภคในการใช้สินค้าหรือรับบริการดังกล่าว

3.2 แหล่งข้อมูลในการวิจัย

แหล่งของข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษาวิจัยได้รวบรวมจากข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Source) และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Source) โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.2.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Source) ข้อมูลที่ได้มาจากการไปสัมภาษณ์ คณะกรรมการและเจ้าหน้าที่กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านธุรกิจขายตรงเป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และ จากการแจกแบบสอบถาม (Questionnaire) ไปยังกลุ่มตัวอย่างประชากรที่จะทำการวิจัย

3.2.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Source) ข้อมูลที่ได้มาจาก กฎระเบียบ ข้อบังคับ ของการกำกับดูแลธุรกิจอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบการตลาดแบบตรง และการคุ้มครองผู้บริโภค ของพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 อีกทั้งยังนำแนวคิด ทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องมาจากบทความในหนังสือ ในงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและจากข้อมูลข่าวสารทางอินเทอร์เน็ต เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความเกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์กับงานวิจัยในครั้งนี้

3.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.3.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรผู้มีสัญชาติไทยทั้งชายและหญิงที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครทั้ง 50 เขต จำนวน 5,592,075 คน จากการสำรวจของสำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย ในปี พ.ศ. 2559

3.3.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภค ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง และผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรง ที่มีอายุ 18 ปีบริบูรณ์ขึ้นไป โดยใช้สูตรในการหาขนาด

ตัวอย่าง¹ ได้ดังนี้คือ
$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$
 โดยการแทนค่าได้ดังนี้คือ

n = ขนาดของตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากร

e = ค่าความคลาดเคลื่อน ซึ่งโดยทั่วไปกำหนดไว้ ณ 0.05

¹ ธนัน อนุมานราชธน, การวิจัยเชิงปริมาณทางสังคมศาสตร์ (เชียงใหม่: ห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่พิมพ์สวย, 2544), 113-114.

สำหรับกรณีที่ทราบจำนวนประชากรซึ่งจะกำหนดระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ 95% และยอมรับให้มีความคลาดเคลื่อนได้ 5% โดยแทนจำนวนประชากรจากจำนวนที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 5,592,075 คน ดังนั้นจากตารางที่มีขนาดประชากรมากกว่า 100,000 คนที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อนที่ 5% จะได้ขนาดตัวอย่างอยู่ที่ 400 ตัวอย่าง ฉะนั้นผู้วิจัยจึงกำหนดให้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 ตัวอย่าง

3.3.3 การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างโดยบังเอิญ (Accidental sampling โดยการแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มนักธุรกิจอิสระ ตัวแทนชายตรงและผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรงที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีเขตการปกครองจำนวนทั้งสิ้น 50 เขต โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกตามพื้นที่ พื้นที่ละ 4 คนต่อทุกเขต หลังจากนั้นจะทำการสุ่มตัวอย่างจากสมาชิกของประชากรเป้าหมายที่เป็นใครก็ได้ที่สามารถพบได้และใช้เป็นตัวอย่างได้ทันทีในการให้ข้อมูลจากการเป็นนักธุรกิจอิสระ ตัวแทนชายตรงและผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรง โดยการสอบถามผ่านแบบสอบถามจนครบทั้ง 50 เขต รวมจำนวน 200 ตัวอย่าง

2. กลุ่มผู้บริโภคคนสุดท้าย ซึ่งเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการซื้อสินค้าหรือรับบริการจากนักธุรกิจอิสระ ตัวแทนชายตรงและผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรงที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีเขตการปกครองจำนวนทั้งสิ้น 50 เขต โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกตามพื้นที่ พื้นที่ละ 4 คนต่อทุกเขต หลังจากนั้นจะทำการสุ่มตัวอย่างจากสมาชิกของประชากรเป้าหมายที่เป็นใครก็ได้ที่สามารถพบได้และใช้เป็นตัวอย่างได้ทันทีในการให้ข้อมูลจากการเป็นผู้บริโภค โดยการสอบถามผ่านแบบสอบถามจนครบทั้ง 50 เขต รวมจำนวน 200 ตัวอย่าง

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีด้วยกัน 2 เครื่องมือ คือ

1. ประเด็นการสัมภาษณ์ โดยการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่กองคุ้มครองผู้บริโภคชายตรงและตลาดแบบตรง ที่มีฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับเรื่องดังกล่าวอยู่ 2 ฝ่ายงาน คือ ฝ่ายรับเรื่องราวร้องทุกข์ คุณสุภกิตต์ มะลิ ตำแหน่ง นักสืบสวนสอบสวนชำนาญการพิเศษ และนิติกรปฏิบัติงานอีกหนึ่งท่านแต่ไม่ขอระบุชื่อ ส่วนอีกคือฝ่ายรับจดทะเบียน คุณปรีณ วงศ์กมุทธชัย ตำแหน่ง นักสืบสวนสอบสวน ปฏิบัติการและนิติกรปฏิบัติงานอีกหนึ่งท่านแต่ไม่ขอระบุชื่อเช่นเดียวกัน โดยใช้ชุดคำถามตามเนื้อหา

ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยและเพื่อให้การสัมภาษณ์มีความยืดหยุ่นเหมาะสมกับสถานะของผู้ให้ข้อมูล ผู้ให้ข้อมูลสามารถแสดงทัศนคติได้อย่างเปิดเผย โดยการกำหนดข้อคำถามไว้จำนวน 3 ข้อ ดังนี้

1.1 แนวทางปฏิบัติของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคด้านธุรกิจขายตรงและธุรกิจตลาดแบบตรง

1.2 แนวทางปฏิบัติของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เกี่ยวกับการกำกับดูแลนักธุรกิจอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง

1.3 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 หรือส่วนอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องดังกล่าว

2. การใช้แบบสอบถามที่มีข้อความแบบปลายปิด (Close-Ended Question) เป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 2 ชุดประกอบด้วย

ชุดที่ 1 แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรงและผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรง คำถามจะครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับการกำกับดูแลและการให้การคุ้มครอง ผู้จำหน่าย ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงและผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรงโดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม อันได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ปัจจุบันท่านประกอบอาชีพธุรกิจใดบ้างและระยะเวลาท่านประกอบอาชีพธุรกิจนี้เป็นระยะเวลาสั้นเท่าไร

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการกำกับดูแลนักธุรกิจอิสระและตัวแทนขายตรง โดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับผลที่เกิดขึ้นจากการใช้และนำพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 มากำกับดูแลนักธุรกิจอิสระและตัวแทนขายตรง แบบสอบถามนี้มีลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายปิดให้เลือกตอบมีทั้งสิ้น 10 ข้อ โดยมีคำถามเชิงบวก 8 ข้อ และคำถามเชิงลบ 2 ข้อ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นการประเมินค่าตามแบบของลิเคิร์ต (Likert Scale) ซึ่งจัดการวัดออกเป็น 5 ระดับ อันได้แก่ 5.มากที่สุด 4.มาก 3.ปานกลาง 2.น้อย 1.น้อยที่สุด ดังมีรายละเอียดของคำถามที่ได้แสดงไว้ภาคผนวก ก.

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการกำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรง โดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับผลที่เกิดขึ้นจากการใช้และนำพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 มากำกับดูแลนักธุรกิจอิสระและตัวแทนขายตรง แบบสอบถามนี้มีลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายปิดให้เลือกตอบมีทั้งสิ้น 6 ข้อ โดยมีคำถามเชิงบวก 3 ข้อ และคำถามเชิงลบ 3 ข้อ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นการประเมินค่าตามแบบของลิเคิร์ต (Likert Scale) ซึ่งจัดการวัด

ออกเป็น 5 ระดับ อันได้แก่ 5.มากที่สุด 4.มาก 3. ปานกลาง 2.น้อย 1.น้อยที่สุด ดังมีรายละเอียดของคำถามที่ได้แสดงไว้ภาคผนวก ก.

ชุดที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้บริโภค จากการใช้สินค้าหรือรับบริการ จากนักธุรกิจอิสระ ตัวแทนขายตรงและผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรง คำถามและเนื้อหาจะเกี่ยวข้องกับมาตรฐานต่างๆ ของกฎหมายขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ที่เกี่ยวกับการให้ความคุ้มครองผู้บริโภค แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม อันได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ปัจจุบันท่านซื้อสินค้าหรือรับบริการจากธุรกิจใดในลักษณะใดบ้างและระยะเวลาที่ท่านได้ใช้สินค้าหรือรับบริการเป็นระยะเวลานานเท่าไร

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นที่มีต่อการให้ความคุ้มครองผู้บริโภค คำถามจะครอบคลุมเนื้อหาในเรื่องของการคุ้มครองผู้บริโภคของกฎหมายขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 แบบสอบถามนี้มีลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายปิดให้เลือกตอบมีทั้งสิ้น 10 ข้อ โดยมีคำถามเชิงบวก 5 ข้อ และคำถามเชิงลบ 5 ข้อ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นการประเมินค่าตามแบบของลิเคิร์ต (Likert Scale) ซึ่งจัดการวัดออกเป็น 5 ระดับ อันได้แก่ 5. มากที่สุด 4.มาก 3.ปานกลาง 2.น้อย 1.น้อยที่สุด ดังมีรายละเอียดของคำถามที่ได้แสดงไว้ภาคผนวก ก.

3.5 วิธีการเก็บข้อมูล

วิธีการเก็บข้อมูลผู้ศึกษาวิจัยได้เก็บข้อมูลในช่วงเดือน พฤษภาคม 2560 โดยการแบ่งการเก็บข้อมูลออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มผู้จำหน่าย ตัวแทนขายตรงและผู้ประกอบการธุรกิจแบบตรง คือ ได้นำแบบสอบถามที่สมบูรณ์แล้วไปให้แก่กลุ่มตัวอย่างทำการกรอกแบบสอบถามตามความคิดเห็นของตน ที่ประชุมของกลุ่มตัวอย่าง 10 แห่ง สถานที่ประกอบการของผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง 2 แห่ง และตามศูนย์การค้า ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการแจกแบบสอบถามในวิธีการสุ่มทุกคนที่พบเจอตามโควต้าตามเขตๆ ละ 4 คน โดยใช้วิธีถามกลุ่มตัวอย่างทุกคนที่พบเจอ คือ 1. เป็นผู้จำหน่าย ตัวแทนขายตรงหรือได้ทำธุรกิจตลาดแบบตรงหรือไม่ 2. พักอาศัยอยู่ในเขตใด และถ้ากลุ่มตัวอย่างตอบตรงตามวัตถุประสงค์ที่ถามไปแล้ว ก็จะให้กลุ่มตัวอย่างช่วยทำแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างนี้เลือกเฉพาะผู้ที่เป็นกลุ่มผู้จำหน่ายเท่านั้น จนกว่าจะครบตามจำนวน คือ 200 คน โดยเริ่มออกไปแจกแบบสอบถามในช่วงเวลาโดยประมาณ 15.00-21.00 น.

2. กลุ่มผู้บริโภค ซึ่งต้องเป็นกลุ่มผู้ที่มีประสบการณ์ในการซื้อสินค้าหรือบริการผ่านระบบขายตรงและผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรง โดยการนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์แล้วไปให้แก่กลุ่มตัวอย่างทำการกรอกแบบสอบถามตามความคิดเห็นของตน โดยการแจกแบบสอบถามใช้วิธีการสุ่มทุกคนที่พบเจอตามโควต้าตามเขตๆ ละ 4 คน โดยใช้วิธีถามกลุ่มตัวอย่างทุกคนที่พบเจอว่าเคยใช้สินค้าหรือบริการ โดยผ่านผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรงและผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรงหรือไม่ และถ้ากลุ่มตัวอย่างตอบตรงตามวัตถุประสงค์ที่ถามไปแล้ว ก็จะทำให้กลุ่มตัวอย่างช่วยทำแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างนี้เลือกเฉพาะผู้ที่เป็นผู้บริโภคสินค้าหรือบริการเท่านั้น จนกว่าจะครบตามจำนวน คือ 200 คน โดยเริ่มออกไปแจกแบบสอบถามในช่วงเวลาโดยประมาณ 15.00-21.00 น.

3.6 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลวิจัยและการประมวลผล

ผู้ศึกษาวิจัยทำการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของข้อมูลจากการสัมภาษณ์และการแบบสอบถาม โดยได้ทำการวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. สำหรับข้อมูลที่ได้มาจากการสัมภาษณ์คุณอุดมศักดิ์ เชี่ยวชาญ ตำแหน่ง นิติกรปฏิบัติการ และ คุณศุภกิตต์ มะลิ ตำแหน่ง นักสืบสวนสอบสวนชำนาญการพิเศษ เจ้าหน้าที่กองคุ้มครองผู้บริโภคธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง ผู้วิจัยได้ทำการถอดเทปคำสัมภาษณ์ตามแบบที่ได้ลงภาคสนามไปเก็บข้อมูลมาสร้างเป็นข้อสรุปแบบอุปนัย (Analytic Induction) ก่อนจะนำมาตีความและรวมผล (Merge) การศึกษาทั้งสองแนวทางเข้าด้วยกัน แล้วจึงนำมาสังเคราะห์รวมเนื้อหาที่คล้ายคลึงกันและเทียบเคียงกับเนื้อหาที่แตกต่างกันเพื่อเสนอข้อค้นพบ รวมถึงการวิเคราะห์เนื้อหาจากหนังสือและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อที่จะใช้ตอบคำถามและกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้

2. สำหรับข้อมูลที่ได้มาจากการออกแบบสอบถาม หลังจากตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลแล้วนั้น ก็จะทำกรวิเคราะห์และใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC (Statistical Package For The Social Science) ซึ่งกำหนดค่าตัวแปรต่างๆ โดยจะมีรหัสเพื่อเปลี่ยนข้อมูล ให้อยู่ในรูปของตัวเลขเพื่อได้ง่ายต่อการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อหาความสัมพันธ์และปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกันตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ โดยสถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) เป็นสถิติที่บรรยายลักษณะของข้อมูล คือ ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อวิเคราะห์คุณลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าความถี่ (Frequency) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลในเรื่องของผลที่เกิดจากการใช้และนำพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 มากำกับดูแลและให้ความคุ้มครองผู้บริโภค ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขาย ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงและผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรง

ทั้งนี้ ผู้ศึกษาวิจัยได้กำหนดรายละเอียดของแต่ละส่วนคำถามและหลักเกณฑ์การให้คะแนนของแต่ละชุดคำถามตามตารางดังต่อไปนี้

แบบสอบถามชุดที่ 1 แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง และผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรง

ตารางที่ 3.1 แสดงข้อคำถามของแบบสอบถามชุดที่ 1. ส่วนที่ 2 สอบถามความคิดเห็นของผู้จำหน่ายอิสระและตัวแทนขายตรง

รายละเอียดของในแต่ละส่วนคำถาม	ข้อคำถาม	
	เชิงบวก	เชิงลบ
ความคิดเห็นเกี่ยวกับการกำกับดูแล นักธุรกิจอิสระและตัวแทนขายตรง	1, 2, 4, 5, 7, 8, 9, 10	3, 6

ตารางที่ 3.2 แสดงข้อคำถามของแบบสอบถามชุดที่ 1. ส่วนที่ 3 สอบถามความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจแบบตรง

รายละเอียดของในแต่ละส่วนคำถาม	ข้อคำถาม	
	เชิงบวก	เชิงลบ
ความคิดเห็นเกี่ยวกับการกำกับดูแล ผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรง	1, 3, 4	2, 5, 6

ตารางที่ 3.3 แสดงเกณฑ์การให้คะแนนของแบบสอบถามชุดที่ 1. ทั้งส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 สอบถามความคิดเห็นของผู้จำหน่ายอิสระตัว แทนขายตรงและผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรง

ระดับความคิดเห็น	คะแนนของข้อคำถาม	
	เชิงบวก	เชิงลบ
มากที่สุด	5	1
มาก	4	2
ปานกลาง	3	3
น้อย	2	4
น้อยที่สุด	1	5

สำหรับการแปลผลคะแนนแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการกำกับดูแลผู้จำหน่าย
อิสระ ตัวแทนขายตรงและผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรง ทำได้โดยการใช้สูตรคำนวณหาความ
กว้างของอันตรภาคชั้น และแบ่งระดับคะแนนของแบบสอบถามออกเป็น 3 ระดับ คือ ระดับดี ระดับ
ปานกลาง ระดับต่ำ โดยมีรายละเอียดดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ช่องกว้างของชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{3} \\ &= 1.33 \end{aligned}$$

จากหลักเกณฑ์ของสมการข้างต้นสามารถแบ่งระดับความคิดเห็นที่มีต่อคำถามในแต่ละ
ส่วนได้ เป็น 3 ระดับ โดยจะแบ่งช่วงของค่าเฉลี่ยตามพิสัย (Range) ดังนี้

คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 3.68-5.00 คะแนน หมายความว่า ผลที่เกิดขึ้นจากการใช้และนำ
พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 มากำกับดูแลนักธุรกิจอิสระ ตัวแทนขายตรง
และผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรง อยู่ในระดับดี

คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 2.34-3.67 คะแนน หมายความว่า ผลที่เกิดขึ้นจากการใช้และนำ
พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 มากำกับดูแลนักธุรกิจอิสระตัวแทนขายตรง
และผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรง อยู่ในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 1.00-2.33 คะแนน หมายความว่า ผลที่เกิดขึ้นจากการใช้และนำ
พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 มากำกับดูแลนักธุรกิจอิสระตัวแทนขายตรง
และผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรง อยู่ในระดับต่ำ

แบบสอบถามชุดที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้บริโภค จากการใช้สินค้าหรือรับ
บริการ จากนักธุรกิจอิสระ ตัวแทนขายตรงและผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรง

ตารางที่ 3.4 แสดงข้อคำถามของแบบสอบถามชุดที่ 2. ส่วนที่ 2 สอบถามความคิดเห็นที่มีต่อการให้
ความคุ้มครองผู้บริโภค

รายละเอียดของในแต่ละส่วนคำถาม	ข้อคำถาม	
	เชิงบวก	เชิงลบ
การให้ความคุ้มครองผู้บริโภค ของกฎหมาย ขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545	5, 6, 7, 8, 9	1, 2, 3, 4, 10

ตารางที่ 3.5 แสดงเกณฑ์การให้คะแนนของแบบสอบถามชุดที่ 2. ส่วนที่ 2 สอบถามความคิดเห็นของผู้บริโภค

ระดับความคิดเห็น	คะแนนของข้อคำถาม	
	เชิงบวก	เชิงลบ
มากที่สุด	5	1
มาก	4	2
ปานกลาง	3	3
น้อย	2	4
น้อยที่สุด	1	5

สำหรับการแปลผลคะแนนแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการกำกับดูแลผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรงและผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรง ทำได้โดยการนำสูตรคำนวณหาความกว้างของอันตรภาคชั้น และแบ่งระดับคะแนนของแบบสอบถามออกเป็น 3 ระดับ คือ ระดับดี ระดับปานกลาง ระดับต่ำ โดยมีรายละเอียดดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ช่วงกว้างของชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{3} \\
 &= 1.33
 \end{aligned}$$

จากหลักเกณฑ์ของสมการข้างต้นสามารถแบ่งระดับความคิดเห็นที่มีต่อคำถามในแต่ละส่วนได้ เป็น 3 ระดับ โดยจะแบ่งช่วงของค่าเฉลี่ยตามพิสัย (Range) ดังนี้

คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 3.68-5.00 คะแนน หมายความว่า ผลที่เกิดขึ้นจากการให้ความคุ้มครองผู้บริโภค ของพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 อยู่ในระดับดี

คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 2.34-3.67 คะแนน หมายความว่า ผลที่เกิดขึ้นจากการให้ความคุ้มครองผู้บริโภค ของพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 อยู่ในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 1.00-2.33 คะแนน หมายความว่า ผลที่เกิดขึ้นจากการให้ความคุ้มครองผู้บริโภค ของพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 อยู่ในระดับต่ำ

3.7 ข้อจำกัดในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยในเชิงปริมาณ เพื่อการศึกษาปัญหาของพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ในผลที่เกิดขึ้นจากการใช้และนำพระราชบัญญัติฉบับนี้มากำกับดูแลนักธุรกิจอิสระ ตัวแทนขายตรงและผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรง อีกทั้งยังศึกษาในเรื่องของการให้ความคุ้มครองผู้บริโภค โดยเน้นให้ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรงและผู้บริโภค แสดงความคิดเห็นผ่านแบบสอบถาม ซึ่งจำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่างมีจำนวนปริมาณมาก แต่ด้วยภายใต้กรอบระยะเวลาที่ใช้ทำการศึกษามีอยู่อย่างจำกัด จึงทำได้เฉพาะกลุ่มประชากรที่อยู่เฉพาะในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร เท่านั้น



บทที่ 4

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

ในบทนี้ผู้ทำการศึกษาวิจัยจะรายงานผลการศึกษาวิจัยที่ได้ไปทำการศึกษาวิจัย โดยการออกแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด ซึ่งได้รับแบบสอบถามที่มีคำตอบครบสมบูรณ์ทั้งหมด พร้อมทั้งรายผลจากการสัมภาษณ์ตามประเด็นการเก็บข้อมูล 3 ประเด็น ได้แก่ 1. แนวทางปฏิบัติขององค์กรของผู้บริโภคด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง 2. แนวทางปฏิบัติขององค์กรของผู้บริโภคด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงเกี่ยวกับการกำกับดูแลนักธุรกิจอิสระ ตัวแทนขายตรงและผู้ประกอบการตลาดแบบตรง 3. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 หรือส่วนอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องของประเด็นดังกล่าว โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

4.1 ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษาวิจัยได้นำเสนอผลตามความมุ่งหมายของการวิจัย ตามลำดับดังนี้

4.1.1 ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรงและผู้ประกอบการตลาดแบบตรง

4.1.1.1 ข้อมูลทั่วไป

การวิเคราะห์ข้อมูลแจกแบบสอบถามไปจำนวน 200 ชุด จากตารางที่ 4.1 พบว่าในจำนวนผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรงและผู้ประกอบการตลาดแบบตรง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 52.0 รองลงมาเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 48.0 โดยมีอายุเฉลี่ยส่วนใหญ่อยู่ที่อายุ 36-45 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.0 รองลงมาคือกลุ่มผู้ที่มีอายุ 46-55 ปี คน คิดเป็นร้อยละ 29.0 ส่วนของการศึกษาผู้ตอบแบบสอบถามสำเร็จการศึกษาตั้งแต่ระดับปริญญาตรีและสูงขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 62.0 และต่ำกว่าระดับปริญญาตรีลงมาคิดเป็นร้อยละ 38.0

และอาชีพที่พบมากที่สุดจากตารางที่ 4.1 ก็คือพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 37.0 รองลงมาคืออาชีพอิสระ คิดเป็นร้อยละ 15.0 ในส่วนของรายได้พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ที่สูงเฉลี่ยอยู่ที่ตั้งแต่ 10,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.5 รองลงมาคือรายได้ตั้งแต่ 50,001-100,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.5 ทางด้านอาชีพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทั้ง 2 อย่างเป็นไปพร้อมๆ กัน คือนักธุรกิจอิสระ ตัวแทนขายตรงและตลาดแบบตรง

คิดเป็นร้อยละ 48.5 รองลงมาคือนักธุรกิจอิสระและตัวแทนขายตรง คิดเป็นร้อยละ 43.0 และอาชีพ
การตลาดแบบตรง คิดเป็นร้อยละ 8.5 และระยะเวลาที่ทำธุรกิจส่วนใหญ่อยู่ในช่วง มากกว่า 10 ปี
ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 33.0 และตั้งแต่ 2-5 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.0

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละ ของนักธุรกิจอิสระตัวแทนขายตรงและผู้ประกอบการ
ตลาดแบบตรง

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
	200	100.0
1. เพศ		
ชาย	96	48.0
หญิง	104	52.0
2. อายุ		
18-25 ปี	21	10.5
26-35 ปี	27	13.5
36-45 ปี	70	35.0
46-55 ปี	58	29.0
55 ขึ้นไป	24	12.0
3. วุฒิการศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	41	20.5
ปวส./อนุปริญญา	35	17.5
ระดับปริญญาตรี	107	53.5
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	17	8.5
4. อาชีพ		
รับจ้างทั่วไป	6	3.0
ค้าขาย	25	12.5
พนักงานบริษัทเอกชน	74	37.0
อาชีพอิสระ	30	15.0
รับราชการ	26	13.0
เจ้าของกิจการ	27	13.5
อื่นๆ	12	6.0

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละ ของนักธุรกิจอิสระตัวแทนขายตรงและผู้ประกอบการตลาดแบบตรง (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
	200	100.0
5. รายได้		
น้อยกว่า 5,000 บาท	4	2.0
ตั้งแต่ 5,000-10,000 บาท	24	12.0
ตั้งแต่ 10,001-30,000 บาท	65	32.5
ตั้งแต่ 30,001-50,000 บาท	47	23.5
ตั้งแต่ 50,001-100,000 บาท	49	24.5
มากกว่า 100,001 บาท	11	5.5
6. ลักษณะธุรกิจที่ผู้บริโภคมักใช้บริการ		
นักธุรกิจอิสระและตัวแทนขายตรง	86	43.0
ผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรง	17	8.5
ทั้ง 2 อย่าง	97	48.5
7. ระยะเวลาที่ได้รับการบริการจากธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง		
ต่ำกว่า 2 ปี	30	15.0
ตั้งแต่ 2-5 ปี	60	30.0
ตั้งแต่ 6-10 ปี	44	22.0
มากกว่า 10 ปีขึ้นไป	66	33.0

4.1.1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับการกำกับดูแลนักธุรกิจอิสระและตัวแทนขายตรง

การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสำรวจความคิดเห็นในเรื่องของการกำกับดูแลนักธุรกิจอิสระและตัวแทนขายตรง ในแต่ละหัวข้อให้ความสำคัญ 5 ระดับ คือ มากที่สุด (5) มาก (4) ปานกลาง (3) น้อย (2) น้อยที่สุด (1) นำมาวิเคราะห์ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย โดยคะแนนเฉลี่ยนำมาแปลความหมายได้ 3 ระดับดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.68-5.00 หมายถึง อยู่ในระดับดี

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.34-3.67 หมายถึง อยู่ในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00-2.33 หมายถึง อยู่ในระดับต่ำ

ตารางที่ 4.2 แสดงค่าเฉลี่ยความคิดเห็น ของนักธุรกิจอิสระและ ตัวแทนขายตรง ในเรื่องการทำกับ
ดูแลของพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545

ประเด็น	\bar{x}	SD	การแปลผล
1. ท่านได้รับผลตอบแทนตามแผนการตลาดทุกครั้งและตรงตาม ระยะเวลาที่บริษัทขายตรงนั้นๆ กำหนด	4.61	0.79	ดี
2. ท่านได้รับผลตอบแทนที่บริษัทจ่ายมาจากการขายสินค้าหรือ รับบริการเท่านั้น ไม่ได้มาจากการหาสมาชิกเข้าบริษัท	3.94	1.28	ดี
3. ท่านบอกให้ผู้บริโภคต้องสมัครสมาชิกทุกครั้งหรือซื้อสินค้าใน ปริมาณมาก	3.58	1.33	ปานกลาง
4. ท่านจัดส่งสินค้าตรงตามกำหนดระยะเวลาที่ได้นัดหมายไว้กับ ผู้บริโภคทุกครั้ง	4.23	0.79	ดี
5. ท่านได้จัดส่งเอกสาร เช่น ใบเสร็จรับเงิน ใบรับประกันสินค้า เอกสารการซื้อขายหรือเอกสารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการซื้อ สินค้าหรือบริการไปยังผู้บริโภคทุกครั้ง	4.31	0.96	ดี
6. ท่านจ่ายค่าสมัครสมาชิกและค่าธรรมเนียมในการเป็นนักธุรกิจ อิสระหรือตัวแทนขายตรงในอัตราที่แพงกว่าปกติหรือเกินกว่า กฎหมายกำหนด	4.08	1.22	ดี
7. ท่านได้รับเงินค่าสมัครสมาชิก ค่าสินค้า ค่าอุปกรณ์ส่งเสริมการ ขาย คืนเต็มจำนวน เมื่อท่านขอลาออกและท่านทำถูกต้องตาม กฎระเบียบของบริษัทขายตรง ภายในระยะเวลา 15 วันหรือ ตามที่กฎหมายกำหนด	3.84	1.50	ดี
8. ท่านได้นำเสนอแผนการจ่ายผลตอบแทนและเงื่อนไขต่างๆ ของบริษัทขายตรงที่ท่านทำอยู่ตรงตามความเป็นจริงทุกครั้ง กับผู้บริโภค	4.55	0.69	ดี
9. ท่านขออนุญาตผู้บริโภคก่อนที่จะเข้าไปพบเพื่อเสนอขายสินค้า หรือบริการและท่านก็ติดบัตรประจำตัวนักธุรกิจหรือนำบัตร ประจำตัวประชาชนไปด้วยทุกครั้ง	4.18	0.84	ดี
10. ท่านยอมคืนเงิน ยอมเปลี่ยนสินค้าหรือบริการให้กับผู้บริโภค เมื่อผู้บริโภคไม่พอใจสินค้าหรือสินค้ามีข้อบกพร่อง ภายใน ระยะเวลา 15 วัน นับตั้งแต่วันที่ได้รับการบอกกล่าวหรือมี หนังสือแจ้งจากผู้บริโภค	4.40	1.02	ดี
รวม	4.17	0.54	ดี

จากการประเมินผลของตารางที่ 4.2 ในส่วนของนักธุรกิจอิสระและตัวแทนขายตรง โดยรวมของความคิดเห็นที่มีต่อการกำกับดูแลสำหรับผู้ประกอบอาชีพ นักธุรกิจอิสระและตัวแทนขายตรงเท่านั้น ในตัวของกฎหมายขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 และจากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามผลจากการวิเคราะห์โดยรวมอยู่ในระดับดี ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17

โดยมีประเด็นในเรื่องของการได้รับผลตอบแทนตามแผนการตลาดทุกครั้งและตรงตามระยะเวลาที่บริษัทขายตรงนั้นๆ กำหนด โดยผลที่ได้จากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับดี ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.61 รองลงมาเป็นประเด็นในเรื่องของการนำเสนอแผนการจ่ายผลตอบแทนและเงื่อนไขต่างๆ ของบริษัทขายตรงที่ทำอยู่ตรงตามความเป็นจริงทุกครั้งกับผู้บริโภค โดยผลที่ได้จากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับดี ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 ประเด็นต่อมาเป็นประเด็นในเรื่องการยอมคืนเงิน ยอมเปลี่ยนสินค้าหรือบริการให้กับผู้บริโภค เมื่อผู้บริโภคไม่พอใจสินค้าหรือสินค้านั้นมีข้อบกพร่องภายในระยะเวลา 15 วัน นับตั้งแต่วันที่ได้รับการบอกกล่าวหรือมีหนังสือแจ้งจากผู้บริโภค โดยผลที่ได้จากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับดี ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 ถัดมาเป็นประเด็นในเรื่องของการจัดส่งเอกสาร เช่น ใบเสร็จรับเงิน ใบรับประกันสินค้า เอกสารการซื้อขายหรือเอกสารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการซื้อสินค้าหรือบริการไปยังผู้บริโภคทุกครั้ง โดยผลที่ได้จากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับดี ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 ถัดมาอีกจะเป็นประเด็นในเรื่องของการจัดส่งสินค้าตรงตามกำหนดระยะเวลาที่ได้นัดหมายไว้กับผู้บริโภคทุกครั้ง โดยผลที่ได้จากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับดี ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ถัดลงมาอีกจะเป็นประเด็นในเรื่องของการขออนุญาตผู้บริโภคก่อนที่จะเข้าไปพบเพื่อเสนอขายสินค้าหรือบริการและได้ติดบัตรประจำตัวนักธุรกิจหรือนำบัตรประจำตัวประชาชนไปด้วยทุกครั้ง โดยผลที่ได้จากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับดี ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ถัดมาอีกคือประเด็นในเรื่องการจ่ายค่าสมัครสมาชิกและค่าธรรมเนียมในการเป็นนักธุรกิจอิสระหรือตัวแทนขายตรงในอัตราที่แพงกว่าปกติหรือเกินกว่ากฎหมายกำหนด โดยผลที่ได้จากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับดี ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 ถัดลงมาอีกจะเป็นประเด็นในเรื่องของการได้รับผลตอบแทนที่บริษัทจ่ายมาจากการขายสินค้าหรือรับบริการเท่านั้น ไม่ได้มาจากการหาสมาชิกเข้าบริษัท โดยผลที่ได้จากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 และรองสุดท้ายจะเป็นประเด็นในเรื่องของการได้รับเงินค่าสมัครสมาชิก ค่าสินค้า ค่าอุปกรณ์ส่งเสริมการขาย คืนเต็มจำนวน เมื่อขอลาออกและทำถูกต้องตามกฎระเบียบของบริษัทขายตรง ภายในระยะเวลา 15 วันหรือตามที่กฎหมายกำหนด โดยผลที่ได้จากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับดี ที่มี

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 และสุดท้ายคือประเด็นในเรื่องของการบอกให้ผู้บริโภคต้องสมัครสมาชิกทุกครั้ง และซื้อสินค้าในปริมาณมาก โดยผลที่ได้จากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม อยู่ในระดับปานกลาง ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58

4.1.1.3 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับการกำกับดูแลผู้ประกอบการตลาดแบบตรง

การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสำรวจความคิดเห็นในเรื่องของการกำกับดูแลผู้ประกอบการตลาดแบบตรง ในแต่ละหัวข้อให้ความสำคัญ 5 ระดับ คือ มากที่สุด (5) มาก (4) ปานกลาง (3) น้อย (2) น้อยที่สุด (1) นำมาวิเคราะห์ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย โดยคะแนนเฉลี่ยนำมา แปลความหมายได้ 3 ระดับดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.68-5.00 หมายถึง อยู่ในระดับดี

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.34-3.67 หมายถึง อยู่ในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00-2.33 หมายถึง อยู่ในระดับต่ำ

ตารางที่ 4.3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของผู้ประกอบการตลาดแบบตรง ในการกำกับดูแล

ประเด็น	\bar{x}	SD	การแปลผล
1. ท่านได้ให้ส่วนลดในตัวสินค้ากับผู้บริโภค ในช่วงที่มีการจัดโปรโมชั่นทุกครั้ง	4.23	0.56	ดี
2. ท่านบอกให้ผู้บริโภคต้องสมัครสมาชิกทุกครั้งหรือซื้อสินค้าในปริมาณมาก	1.88	0.85	ต่ำ
3. ท่านจัดส่งสินค้าตรงตามกำหนดระยะเวลาที่ได้นัดหมายไว้กับผู้บริโภคทุกครั้ง	2.82	0.52	ปานกลาง
4. ท่านได้จัดส่งเอกสาร เช่น ใบเสร็จรับเงิน ใบรับประกันสินค้า เอกสารการซื้อขายหรือเอกสารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการซื้อสินค้าหรือบริการไปยังผู้บริโภคทุกครั้ง	2.00	0.79	ต่ำ
5. ท่านเคยขายสินค้าหรือบริการผ่านทางสื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือสื่ออื่นๆ โดยที่ยังไม่ได้ไปขอจดทะเบียนการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง	4.17	0.63	ดี
6. ท่านเคยโฆษณาสินค้าผ่านทางสื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์หรือสื่ออื่นๆ โดยไม่มีการรับประกันคุณภาพสินค้า	3.11	1.05	ปานกลาง
รวม	303	0.37	ปานกลาง

จากการประเมินผลของตารางที่ 4.3 ในส่วนของผู้ประกอบการตลาดแบบตรง โดยรวมของความคิดเห็นที่มีต่อการกำกับดูแลสำหรับผู้ประกอบอาชีพผู้ประกอบการธุรกิจแบบตรงเท่านั้น ในตัวของกฎหมายขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 และจากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามผลจากการวิเคราะห์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.03

โดยมีประเด็นในเรื่องของการให้ส่วนลดในตัวสินค้ากับผู้บริโภค ในช่วงที่มีการจัดโปรโมชั่นทุกครั้ง โดยผลที่ได้จากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับดีที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 รองลงมาเป็นประเด็นในเรื่องของการขายสินค้าหรือบริการผ่านทางสื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์หรือสื่ออื่นๆ โดยที่ยังไม่ได้ไปขอจดทะเบียนการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง โดยผลที่ได้จากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับดี ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 ต่อมาเป็นประเด็นในเรื่องการโฆษณาสินค้าผ่านทางออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์หรือสื่ออื่นๆ โดยไม่มีการรับประกันคุณภาพสินค้า โดยผลที่ได้จากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.11 ถัดมาเป็นประเด็นในเรื่องของการจัดส่งสินค้าตรงตามกำหนดระยะเวลาที่ได้นัดหมายไว้กับผู้บริโภคทุกครั้ง โดยผลที่ได้จากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.82 รองสุดท้ายจะเป็นประเด็นในเรื่องของการจัดส่งเอกสาร เช่นใบเสร็จรับเงิน ใบรับประกันสินค้า เอกสารการซื้อขายหรือเอกสารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการซื้อสินค้าหรือบริการไปยังผู้บริโภคทุกครั้ง โดยผลที่ได้จากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับต่ำ ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.00 และสุดท้ายจะเป็นประเด็นในเรื่องของการบอกให้ผู้บริโภคต้องสมัครสมาชิกทุกครั้งหรือซื้อสินค้าในปริมาณมาก โดยผลที่ได้จากการวิเคราะห์ของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับต่ำ ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.88

4.1.1.4 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับการกำกับดูแลผู้ที่ประกอบทั้ง 2 อาชีพ คือนักธุรกิจอิสระ ตัวแทนขายตรงและผู้ประกอบการตลาดแบบตรง

การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสำรวจความคิดเห็นในเรื่องของการกำกับดูแลผู้ที่ประกอบอาชีพทั้ง 2 อาชีพ ในแต่ละหัวข้อให้ความสำคัญ 5 ระดับ คือ มากที่สุด (5) มาก (4) ปานกลาง (3) น้อย (2) น้อยที่สุด (1) นำมาวิเคราะห์ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย โดยคะแนนเฉลี่ยนำมาแปลความหมายได้ 3 ระดับดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.68-5.00 หมายถึง อยู่ในระดับดี

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.34-3.67 หมายถึง อยู่ในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00-2.33 หมายถึง อยู่ในระดับต่ำ

ตารางที่ 4.4 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ที่ประกอบอาชีพนักธุรกิจอิสระ ตัวแทนขายตรงและผู้ประกอบการตลาดแบบตรง ในการกำกับดูแล

ประเด็น	\bar{x}	SD	การแปลผล
อาชีพเป็นนักธุรกิจอิสระและตัวแทนขายตรง			
1. ท่านได้รับผลตอบแทนตามแผนการตลาดทุกครั้งและตรงตามระยะเวลาที่บริษัทขายตรงนั้นๆ กำหนด	4.67	0.67	ดี
2. ท่านได้รับผลตอบแทนที่บริษัทจ่ายมาจากการขายสินค้าหรือรับบริการเท่านั้น ไม่ได้มาจากการหาสมาชิกเข้าบริษัท	4.36	1.02	ดี
3. ท่านบอกให้ผู้บริโภคต้องสมัครสมาชิกทุกครั้งหรือซื้อสินค้าในปริมาณมาก	3.34	1.47	ปานกลาง
4. ท่านจัดส่งสินค้าตรงตามกำหนดระยะเวลาที่ได้นัดหมายไว้กับผู้บริโภคทุกครั้ง	4.39	0.65	ดี
5. ท่านได้จัดส่งเอกสาร เช่น ใบเสร็จรับเงิน ใบรับประกันสินค้า เอกสารการซื้อขายหรือเอกสารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับ การซื้อสินค้าหรือบริการไปยังผู้บริโภคทุกครั้ง	4.38	0.75	ดี
6. ท่านจ่ายค่าสมัครสมาชิกและค่าธรรมเนียมในการเป็นนักธุรกิจอิสระหรือตัวแทนขายตรงในอัตราที่แพงกว่าปกติหรือเกินกว่ากฎหมายกำหนด	4.35	1.06	ดี
7. ท่านได้รับเงินค่าสมัครสมาชิก ค่าสินค้า ค่าอุปกรณ์ส่งเสริมการขาย คืนเต็มจำนวน เมื่อท่านขอลาออกและท่านทำถูกต้องตามกฎหมายของบริษัทขายตรง ภายในระยะเวลา 15 วันหรือตามที่กฎหมายกำหนด	4.21	1.24	ดี
8. ท่านได้นำเสนอแผนการจ่ายผลตอบแทนและเงื่อนไขต่างๆ ของบริษัทขายตรงที่ท่านทำอยู่ตรงตามความเป็นจริงทุกครั้งกับผู้บริโภค	4.63	0.69	ดี
9. ท่านขออนุญาตผู้บริโภคก่อนที่จะเข้าไปพบเพื่อเสนอขายสินค้าหรือบริการและท่านก็ติดบัตรประจำตัวนักธุรกิจหรือนำบัตรประจำตัว	4.38	0.97	ดี

ตารางที่ 4.4 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ที่ประกอบอาชีพนักธุรกิจอิสระ ตัวแทนชายตรงและผู้ประกอบการตลาดแบบตรง ในการกำกับดูแล (ต่อ)

ประเด็น	\bar{x}	SD	การแปลผล
10. ท่านยอมคืนเงิน ยอมเปลี่ยนสินค้าหรือบริการให้กับผู้บริโภค เมื่อผู้บริโภคไม่พอใจสินค้าหรือสินค้านี้ ขอบกพร่อง ภายในระยะเวลา 15 วัน นับตั้งแต่วันที่ได้รับการบอกกล่าวหรือมีหนังสือแจ้งจากผู้บริโภค	4.54	0.79	ดี
อาชีพการเป็นผู้ประกอบการตลาดแบบตรง			
1. ท่านได้ให้ส่วนลดในตัวสินค้ากับผู้บริโภค ในช่วงที่มีการจัดโปรโมชั่นทุกครั้ง	4.35	1.08	ดี
2. ท่านบอกให้ผู้บริโภคต้องสมัครสมาชิกทุกครั้งหรือซื้อสินค้าในปริมาณมาก	2.72	1.57	ปานกลาง
3. ท่านจัดส่งสินค้าตรงตามกำหนดระยะเวลาที่ได้นัดหมายไว้กับผู้บริโภคทุกครั้ง	4.38	0.85	ดี
4. ท่านได้จัดส่งเอกสาร เช่นใบเสร็จรับเงิน ใบรับประกันสินค้า เอกสารการซื้อขายหรือเอกสารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับ การซื้อสินค้าหรือบริการไปยังผู้บริโภคทุกครั้ง	4.46	0.80	ดี
5. ท่านเคยขายสินค้าหรือบริการผ่านทางสื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์หรือสื่ออื่นๆ โดยที่ยังไม่ได้ไปขอจดทะเบียนการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง	1.93	1.35	ต่ำ
6. ท่านเคยโฆษณาสินค้าผ่านทางสื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์หรือสื่ออื่นๆ โดยไม่มีการรับประกันคุณภาพสินค้า	1.74	1.19	ต่ำ
รวม	3.79	0.35	ดี

จากการประเมินผลของตารางที่ 4.4 ในส่วนของผู้ประกอบอาชีพทั้ง 2 อาชีพ การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับการกำกับดูแลสำหรับผู้ประกอบอาชีพทั้ง 2 อาชีพไปพร้อมๆ กัน คือ โดยทำทั้งนักธุรกิจอิสระ ตัวแทนชายตรง และยังประกอบอาชีพผู้ประกอบการตลาดแบบตรงไปพร้อมๆ กัน โดยรวมของความคิดเห็นที่มีต่อการกำกับดูแลสำหรับผู้ประกอบอาชีพทั้ง 2 อาชีพ คือ นักธุรกิจอิสระ ตัวแทนชายตรงและผู้ประกอบการตลาดแบบตรง ให้ความคิดเห็นในตัวของกฎหมายชายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 จากการวิเคราะห์ความคิดเห็น

โดยรวมอยู่ในระดับดี ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 โดยจะมีผลของการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามดังนี้คือ

สำหรับการเป็นนักธุรกิจอิสระและตัวแทนขายตรงได้แสดงความคิดเห็นในเรื่องของการได้รับผลตอบแทนตามแผนการตลาดทุกครั้งและตรงตามระยะเวลาที่บริษัทขายตรงนั้นๆ กำหนด โดยผลที่ได้จากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับดี ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 รองลงมาเป็นประเด็นในเรื่องของการนำเสนอแผนการจ่ายผลตอบแทนและเงื่อนไขต่างๆ ของบริษัทขายตรงที่ทำอยู่ตรงตามความเป็นจริงทุกครั้งกับผู้บริหาร โดยผลที่ได้จากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับดี ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.63 ประเด็นต่อมาเป็นประเด็นในเรื่องการยอมคืนเงิน ยอมเปลี่ยนแปลงสินค้าหรือบริการให้กับผู้บริหาร เมื่อผู้บริหารไม่พอใจสินค้าหรือสินค้านั้นมีข้อบกพร่องภายในระยะเวลา 15 วัน นับตั้งแต่วันที่ได้รับการบอกกล่าวหรือมีหนังสือแจ้งจากผู้บริหาร โดยผลที่ได้จากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับดี ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 ถัดมาเป็นประเด็นในเรื่องของการจัดส่งสินค้าตรงตามกำหนดระยะเวลาที่ได้นัดหมายไว้กับผู้บริหารทุกครั้ง โดยผลที่ได้จากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับดี ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39

และถัดมาอีกจะเป็นประเด็นในเรื่องของการจัดส่งเอกสาร เช่น ใบเสร็จรับเงิน ใบรับประกันสินค้า เอกสารซื้อขายหรือเอกสารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการซื้อสินค้าหรือบริการไปยังผู้บริหารทุกครั้ง และมีอีกหนึ่งประเด็นที่ผลเท่ากัน คือ ประเด็นการขออนุญาตผู้บริหารก่อนที่จะเข้าไปพบเพื่อเสนอขายสินค้าหรือบริการและกีดกันบรรดาประจำตัวนักธุรกิจหรือนำบัตรประจำตัวประชาชนไปด้วยทุกครั้ง โดยผลที่ได้จากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับดี ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 ถัดลงมาอีกจะเป็นประเด็นในเรื่องของการได้รับผลตอบแทนที่บริษัทจ่ายมาจากการขายสินค้าหรือรับบริการเท่านั้น ไม่ได้มาจากการหาสมาชิกเข้าบริษัท โดยผลที่ได้จากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับดี ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 ถัดมาอีกคือประเด็นในเรื่องการจ่ายค่าสมัครสมาชิกและค่าธรรมเนียมในการเป็นนักธุรกิจอิสระหรือตัวแทนขายตรงในอัตราที่แพงกว่าปกติหรือเกินกฎหมายกำหนด โดยผลที่ได้จากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับดี ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 และรองสุดท้ายจะเป็นประเด็นในเรื่องของการได้รับเงินค่าสมัครสมาชิก ค่าสินค้า ค่าอุปกรณ์ส่งเสริมการขายคืนเต็มจำนวน เมื่อท่านขอลาออกและทำถูกต้องตามกฎหมายของบริษัทขายตรง ภายในระยะเวลา 15 วันหรือตามกฎหมายกำหนด โดยผลที่ได้จากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 และสุดท้ายจะเป็นประเด็นในเรื่อง

ของการบอกให้ผู้บริโภคต้องสมัครสมาชิกทุกครั้งหรือซื้อสินค้าในปริมาณมาก โดยผลที่ได้จากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับปานกลาง ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34

สำหรับการเป็นผู้ประกอบการตลาดแบบตรงให้ความคิดเห็นในประเด็นในเรื่องของการจัดส่งเอกสาร เช่น ใบเสร็จรับเงิน ใบรับประกันสินค้า เอกสารการซื้อขายหรือเอกสารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการซื้อสินค้าหรือบริการไปยังผู้บริโภคทุกครั้ง โดยผลที่ได้จากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับดีที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 รองลงมาเป็นประเด็นในเรื่องของการจัดส่งสินค้าตรงตามกำหนดระยะเวลาที่ได้นัดหมายไว้กับผู้บริโภคทุกครั้ง โดยผลที่ได้จากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับดี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 ต่อมาเป็นประเด็นในเรื่องของการให้ส่วนลดในตัวสินค้ากับผู้บริโภคในช่วงที่มีการจัดโปรโมชั่นทุกครั้ง โดยผลที่ได้จากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับดี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 ถัดมาเป็นประเด็นในเรื่องของการบอกให้ผู้บริโภคต้องสมัครสมาชิกทุกครั้งและซื้อสินค้าปริมาณมาก โดยผลที่ได้จากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับปานกลาง ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.72 รองสุดท้ายจะเป็นประเด็นในเรื่องของการขายสินค้าหรือบริการผ่านทางสื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์หรือสื่ออื่นๆ โดยที่ยังไม่ไปขอจดทะเบียนการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง โดยผลที่ได้จากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับต่ำ ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.93 และสุดท้ายจะเป็นประเด็นในเรื่องของการโฆษณาสินค้าผ่านทางออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์หรือสื่ออื่นๆ โดยไม่มีการรับประกันคุณภาพสินค้า โดยผลที่ได้จากการวิเคราะห์ของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับต่ำ ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.74

4.1.1.5 การหาค่าความสัมพันธ์ของกลุ่มนักธุรกิจอิสระ ตัวแทนขายตรงและผู้ประกอบการตลาดแบบตรง

การวิเคราะห์สถิติโดยการหาค่าความสัมพันธ์ เพื่อหาความแตกต่างกันของความคิดเห็นเกี่ยวกับการกำกับดูแลนักธุรกิจอิสระ ตัวแทนขายตรงและผู้ประกอบการตลาดแบบตรง ของผลที่ขึ้นจากการใช้และนำกฎหมายขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 มากำกับดูแล ซึ่งจะใช้สถิติ Independent Simple T-test ในการหาค่าความแตกต่างของกลุ่มเพศ และใช้สถิติ One Way ANOVA ในการหาค่าความแตกต่างของกลุ่มอื่นๆ โดยมีรายละเอียดดังในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.5 การเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยของการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับการกำกับดูแลนักธุรกิจอิสระ ตัวแทนขายตรงและผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรง

เพศ	N	ค่าเฉลี่ย	SD	t	Sig
ชาย	96	3.902	0.50	0.158	0.875*
หญิง	104	3.890	3.89		
อายุ	SS	df	MS	F	Sig
ระหว่างกลุ่ม	0.64	4	0.151	0.504	0.733*
ภายในกลุ่ม	58.450	195	0.300		
รวม	59.055	199			
ระดับการศึกษา	SS	df	MS	F	Sig
ระหว่างกลุ่ม	1.581	3	0.527	1.797	0.149*
ภายในกลุ่ม	57.474	196	0.293		
รวม	59.055	199			
อาชีพ	SS	df	MS	F	Sig
ระหว่างกลุ่ม	1.383	6	0.231	0.772	0.593*
ภายในกลุ่ม	57.671	193	0.299		
รวม	59.055	199			
รายได้	SS	df	MS	F	Sig
ระหว่างกลุ่ม	1.165	5	0.233	0.781	0.564*
ภายในกลุ่ม	57.889	194	0.298		
รวม	59.055	199			
ลักษณะของธุรกิจที่ทำ	SS	df	MS	F	Sig
ระหว่างกลุ่ม	20.207	2	10.103	51.235	0.000*
ภายในกลุ่ม	38.848	197	0.197		
รวม	59.055	199			
ระยะเวลาที่ทำธุรกิจ แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ระหว่างกลุ่ม	1.965	3	0.655	2.249	0.084*
ภายในกลุ่ม	57.090	196	0.291		
รวม	59.055	199			

* ค่าที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่น้อยกว่า 0.05

จากการทดสอบพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ระยะเวลาในการทำธุรกิจ ที่ต่างกัน ไม่มีความคิดเห็นในเรื่องของการกำกับดูแลนักธุรกิจอิสระ ตัวแทนชายตรงและผู้ประกอบการตลาดแบบตรง ที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

มีเพียงเฉพาะในส่วนที่ลักษณะอาชีพที่ทำของกลุ่มตัวอย่างเท่านั้นที่มีความคิดเห็นที่แตกต่างกันอย่างน้อย 1 คู่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังรายละเอียดในตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 เปรียบเทียบรายคู่ความแตกต่างระหว่างความคิดเห็นเกี่ยวกับการกำกับดูแลนักธุรกิจอิสระ ตัวแทนชายตรงและผู้ประกอบการตลาดแบบตรง

ลักษณะอาชีพ	นักธุรกิจอิสระ และ ตัวแทนชายตรง	ผู้ประกอบการธุรกิจ ตลาดแบบตรง	ทำทั้ง 2 อาชีพ
นักธุรกิจอิสระและตัวแทน ชายตรง	-	1.13753*	0.37967*
ผู้ประกอบการธุรกิจตลาด แบบตรง	-	-	0.75786*
ทำทั้ง 2 อาชีพ			-

* ค่าที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่น้อยกว่า 0.05

4.1.2 ผู้บริโภคที่ใช้สินค้าหรือบริการจากธุรกิจชายตรงและตลาดแบบตรง

4.1.2.1 ข้อมูลทั่วไป

การวิเคราะห์ข้อมูลแจกแบบสอบถามไปจำนวน 200 ชุด จากตารางที่ 4.5 พบว่า ในจำนวนผู้บริโภคเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมาเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 40.0 โดยมีอายุเฉลี่ยส่วนใหญ่ระหว่าง 36-45 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.5 รองลงมาคือช่วงอายุ 26-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.0 ระดับการศึกษาที่พบมากที่สุดคือตั้งแต่ปริญญาตรีและสูงขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 90.0 รองลงมาคือระดับการศึกษาที่ต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 10.0

และอาชีพ พบมากที่สุดก็คืออาชีพรับราชการ คิดเป็นร้อยละ 46.5 รองลงมาคืออาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 31.0 ส่วนของรายได้ที่มากที่สุดอยู่ระหว่างตั้งแต่ 10,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 61.5 รองลงมาคือรายได้ตั้งแต่ 30,001-50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.5 และประเภทของธุรกิจที่ใช้บริการที่ผู้บริโภคใช้บริการมากที่สุดคือธุรกิจตลาดแบบตรง คิดเป็นร้อยละ 48.0 รองลงมาคือธุรกิจชายตรง คิดเป็นร้อยละ 27.5 ส่วนระยะเวลาที่

ใช้บริการ ส่วนใหญ่มีระยะเวลาตั้งแต่ 2-5 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.0 ถัดมาคือ ตั้งแต่ 6-10 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.5

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและค่าร้อยละ ของผู้บริโภคร

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
	200	100.0
1. เพศ		
ชาย	80	40.0
หญิง	120	60.0
2. อายุ		
18-25 ปี	20	10.0
26-35 ปี	70	35.0
36-45 ปี	73	36.5
46-55 ปี	33	16.5
55 ขึ้นไป	4	2.0
3. วุฒิการศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	3	1.5
ปวส./อนุปริญญา	17	8.5
ระดับปริญญาตรี	148	74.0
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	32	16.0
4. อาชีพ		
รับจ้างทั่วไป	3	1.5
ค้าขาย	15	7.5
พนักงานบริษัทเอกชน	62	31.0
อาชีพอิสระ	6	3.0
รับราชการ	93	46.5
เจ้าของกิจการ	15	7.5
อื่นๆ	4	2.0

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้บริโภค (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
	200	100.0
5. รายได้		
น้อยกว่า 5,000 บาท	2	1.0
ตั้งแต่ 5,000-10,000 บาท	0	0.0
ตั้งแต่ 10,001-30,000 บาท	123	61.5
ตั้งแต่ 30,001-50,000 บาท	49	24.5
ตั้งแต่ 50,001-100,000 บาท	21	10.5
มากกว่า 100,001 บาท	5	2.5
6. ลักษณะธุรกิจที่ผู้บริโภคใช้บริการ		
นักธุรกิจอิสระและตัวแทนขายตรง	55	27.5
ผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรง	96	48.0
ทั้ง 2 อย่าง	49	24.5
7. ระยะเวลาที่ได้รับการบริการจากธุรกิจขายตรงและ		
ตลาดแบบตรง		
ต่ำกว่า 2 ปี	55	27.5
ตั้งแต่ 2-5 ปี	80	40.0
ตั้งแต่ 6-10 ปี	57	28.5
มากกว่า 10 ปีขึ้นไป	8	4.0

4.1.2.2 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้ความคุ้มครองผู้บริโภค

การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสำรวจความคิดเห็นที่มีต่อการให้ความคุ้มครองผู้บริโภคของกฎหมายขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 โดยที่ในแต่ละหัวข้อให้ความสำคัญ 5 ระดับ คือ มากที่สุด (5) มาก (4) ปานกลาง (3) น้อย (2) น้อยที่สุด (1) นำมาวิเคราะห์ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย โดยคะแนนเฉลี่ยนำมาแปลความหมายได้ 3 ระดับดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.68-5.00 หมายถึง อยู่ในระดับดี

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.34-3.67 หมายถึง อยู่ในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00-2.33 หมายถึง อยู่ในระดับต่ำ

ตารางที่ 4.8 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้บริโภค

ประเด็นความคิดเห็น	\bar{x}	SD	การแปลผล
1. ท่านถูกบังคับให้ซื้อสินค้าหรือบริการ จากผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรงหรือผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรง	3.86	1.02	ระดับดี
2. ท่านถูกบังคับให้สมัครสมาชิก	3.89	1.10	ระดับดี
3. ท่านจ่ายค่าสมัครสมาชิกเกิน 1,000 บาทขึ้นไปหรือในอัตรา	4.12	1.01	ระดับดี
4. ท่านจ่ายเงินค่าสินค้าในอัตราที่สูงเกินกว่ามูลค่าของสินค้า	4.00	0.98	ระดับดี
5. ท่านได้รับมอบสินค้าหรือบริการ จากผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขาย และผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรง ตรงตามกำหนดเวลาที่ได้นัดหมายกันไว้ทุกครั้ง	3.45	0.90	ระดับปานกลาง
6. ท่านได้รับสินค้าที่มีคุณภาพและตรงตามที่ได้มีการโฆษณาสรรพคุณของสินค้าไว้ในเอกสารทุกครั้ง	3.40	0.84	ระดับปานกลาง
7. ท่านเปลี่ยนหรือคืนสินค้าได้ทุกครั้ง หลังจากแจ้งเรื่องไปยังผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรงและผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรง ภายใน 7 วันหลังจากได้รับสินค้าหรือบริการ	3.16	1.18	ระดับปานกลาง
8. ท่านได้รับเงินคืนเต็มจำนวนหลังจากที่มีการคืนสินค้าหรือยกเลิกการเป็นสมาชิก ภายในระยะเวลา 15 วันหรือตามที่อยู่ในระยะเวลาที่บริษัทนั้นๆ กำหนด	3.23	1.16	ระดับปานกลาง
9. ท่านได้รับเอกสาร เช่น ใบเสร็จรับเงิน ใบรับประกันสินค้า เอกสารการซื้อขายสินค้าหรือบริการ ที่ส่งมายังท่าน	3.56	1.06	ระดับปานกลาง
10. ท่านเคยخذใช้ค่าเสียหายให้ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรงหรือผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรง อันเนื่องมาจากการคืนสินค้าทั้งที่ยังอยู่ในระยะเวลาที่สามารถคืนสินค้าได้ ตามกฎหมายกำหนด	4.37	0.91	ระดับดี
รวม	3.70	0.56	ระดับดี

จากการประเมินผลของตารางที่ 4.6 โดยรวมของความคิดเห็นที่มีต่อการให้ความคุ้มครองผู้บริโภค ในตัวของกฎหมายขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 และจากการ

วิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามผลจากการวิเคราะห์โดยรวมอยู่ในระดับดี ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70

โดยมีประเด็นในเรื่องของการชดเชยค่าเสียหายให้ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรงหรือผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรงอันเนื่องมาจากจากการคืนสินค้าทั้งที่อยู่ในระยะเวลาที่สามารถคืนสินค้าได้ตามกฎหมายกำหนด โดยผลที่ได้จากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับดี ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 รองลงมาเป็นประเด็นในเรื่องของการจ่ายค่าสมัครสมาชิกเกิน 1,000 บาทขึ้นไปหรือในอัตราที่สูงมากโดยผลที่ได้จากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับดี ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ต่อมาเป็นประเด็นในเรื่องของการจ่ายเงินค่าสินค้าในอัตราที่สูงเกินกว่ามูลค่าของสินค้าที่ได้รับจริง โดยผลที่ได้จากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับดี ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ถัดมาเป็นประเด็นในเรื่องของการถูกบังคับให้สมัครสมาชิก โดยผลที่ได้จากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับดี ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89

สำหรับในเรื่องของการถูกบังคับให้ซื้อสินค้าหรือบริการจากผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรงหรือผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรง โดยผลที่ได้จากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับดี ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 ถัดลงมาอีกจะเป็นประเด็นในเรื่องของการได้รับเอกสารเช่น ใบเสร็จรับเงิน ใบรับประกันสินค้า เอกสารการซื้อขายสินค้าหรือบริการที่ส่งมายังท่านในฐานะผู้บริโภคทุกครั้ง โดยผลที่ได้จากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 ถัดมาอีกคือประเด็นในเรื่องการได้รับมอบสินค้าหรือบริการ จากผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรงและผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรงตรงตามกำหนดเวลาที่ได้นัดหมายกันไว้ทุกครั้ง โดยผลที่ได้จากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับปานกลางที่ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45 ถัดลงมาอีกจะเป็นประเด็นในเรื่องของการได้รับสินค้าที่มีคุณภาพตรงตามที่ได้มีการโฆษณาสรรพคุณของสินค้าไว้ในเอกสารทุกครั้ง โดยผลที่ได้จากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในประเด็นดังกล่าวอยู่ในระดับปานกลาง ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 และรองสุดท้ายจะเป็นประเด็นในเรื่องของการได้รับเงินคืนเต็มจำนวนหลังจากที่มีการคืนสินค้าหรือยกเลิกการเป็นสมาชิก ภายในระยะเวลา 15 วันหรือตามที่อยู่ในระยะเวลาที่บริษัทนั้นๆ กำหนด โดยผลที่ได้จากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับปานกลาง ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.23 และสุดท้ายคือประเด็นในเรื่องของการเปลี่ยนหรือคืนสินค้าได้ทุกครั้ง หลังจากแจ้งเรื่องไปยังผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรงหรือผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรง ภายใน 7 วันหลังจากได้รับสินค้าหรือบริการ โดยผลที่ได้จากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับปานกลาง ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.16

4.1.2.3 การค่าความสัมพันธ์ของกลุ่มผู้บริโภค

การวิเคราะห์สถิติโดยการใช้ Independent Simple T-test เพื่อหาความแตกต่างกันของความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้ความคุ้มครองผู้บริโภคของกฎหมายชายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545

ตารางที่ 4.9 การเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยของการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้ความคุ้มครองผู้บริโภคของกฎหมายชายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ของกลุ่มตัวอย่างที่เพศต่างกัน

เพศ	N	ค่าเฉลี่ย	SD	t	Sig
ชาย	80	3.667	0.587	-7.87	0.432
หญิง	120	3.731	0.549		

จากการทดสอบพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกันไม่ได้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้ความคุ้มครองผู้บริโภคของกฎหมายชายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์สถิติโดยการใช้ One Way ANOVA เพื่อหาความแตกต่างกันของความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้ความคุ้มครองผู้บริโภคของกฎหมายชายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545

ตารางที่ 4.10 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้ความคุ้มครองผู้บริโภคของกฎหมายชายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่อายุต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ระหว่างกลุ่ม	1.782	3	0.594	1.890	0.133
ภายในกลุ่ม	61.591	196	0.314		
รวม	63.373	199			

จากการทดสอบความแตกต่างของอายุต่างกัน ที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้ความคุ้มครองผู้บริโภคของกฎหมายชายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ไม่มีความคิดเห็นที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.11 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้ความคุ้มครองผู้บริโภคของกฎหมายขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่ระดับการศึกษาต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ระหว่างกลุ่ม	5.622	3	1.874	6.360	0.000
ภายในกลุ่ม	57.751	196	0.295		
รวม	63.373	199			

จากการทดสอบความแตกต่างของระดับการศึกษาที่ต่างกันของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค มีความคิดเห็นที่แตกต่างกันอย่างน้อย 1 คู่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังรายละเอียดในตารางที่ 4.11 ดังนั้นต้องทำการเปรียบเทียบรายคู่ว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้ความคุ้มครองผู้บริโภคของกฎหมายขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ของกลุ่มผู้บริโภคที่ระดับการศึกษาแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.12 เปรียบเทียบรายคู่ความแตกต่างระหว่างความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้ความคุ้มครองผู้บริโภคของกฎหมายขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่ระดับการศึกษาต่างกัน

ระดับการศึกษา	ต่ำกว่ามัธยมศึกษา ตอนปลาย/ปวช.	ปวส./ อนุปริญญา	ระดับ ปริญญาตรี	สูงกว่าระดับ ปริญญาตรี
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา ตอนปลาย/ปวช.	-	1.11765*	.95473*	.65312
ปวส./อนุปริญญา	-	-	.16292	.46452*
ระดับปริญญาตรี	-	-	-	.30160*
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	-	-	-	-

* ค่าที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่น้อยกว่า 0.05

ตารางที่ 4.13 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้ความคุ้มครองผู้บริโภคของกฎหมายขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่อาชีพต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ระหว่างกลุ่ม	7.642	6	1.274	4.375	0.000
ภายในกลุ่ม	55.606	191	0.291		
รวม	63.248	197			

จากการทดสอบความแตกต่างของอาชีพที่ต่างกันของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค มีความคิดเห็นที่แตกต่างกันอย่างน้อย 1 คู่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังรายละเอียดในตารางที่ 4.13 ดังนั้นต้องทำการเปรียบเทียบรายคู่ว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้ความคุ้มครองผู้บริโภคของกฎหมายขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ของกลุ่มผู้บริโภคที่อาชีพแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.14 เปรียบเทียบรายคู่ความแตกต่างระหว่างความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้ความคุ้มครองผู้บริโภคของกฎหมายขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่อาชีพต่างกัน

อาชีพ	รับจ้าง ทั่วไป	ค้าขาย	พนักงาน บริษัทเอกชน	อาชีพ อิสระ	รับ ราชการ	เจ้าของ กิจการ	อื่นๆ
รับจ้างทั่วไป		.38000	.56720	.48333	.76022*	.32000	1.35833*
ค้าขาย	.38000		.18720	.10333	.38022*	.06000	.97833*
พนักงาน บริษัทเอกชน	-	.18720		.08387	.19301*	.24720	.79113*
อาชีพอิสระ	-	-	-		.27688	.16333	.87500*
รับราชการ	-	-	-	-		.44022*	.59812*
เจ้าของ กิจการ	-	-	-	-	-		1.03833*
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-

* ค่าที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่น้อยกว่า 0.05

ตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้ความคุ้มครองผู้บริโภคของกฎหมายขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่มีรายได้ต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ระหว่างกลุ่ม	3.867	4	0.967	3.168	0.015
ภายในกลุ่ม	59.506	196	0.305		
รวม	63.373	199			

จากการทดสอบความแตกต่างของรายได้ที่ต่างกันของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค มีความคิดเห็นที่แตกต่างกันอย่างน้อย 1 คู่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังรายละเอียดในตารางที่ 4.16 ดังนั้นต้องทำการเปรียบเทียบรายคู่ว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้ความคุ้มครองผู้บริโภคของกฎหมายขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ของกลุ่มผู้บริโภคที่รายได้ต่างกัน

ตารางที่ 4.16 เปรียบเทียบรายคู่ความแตกต่างระหว่างความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้ความคุ้มครองผู้บริโภคของกฎหมายขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่รายได้ต่างกัน

รายได้	น้อยกว่า 5,000 บาท	5,000- 10,000 บาท	10,001- 30,000 บาท	30,001- 50,000 บาท	50,001- 100,000 บาท	มากกว่า 100,000 บาท ขึ้นไป
น้อยกว่า 5,000 บาท	-	-	.19065	.29286	.40238	.46218
5,000-10,000 บาท	-	-	-	-	-	-
10,001-30,000 บาท	-	-	-	.10221	.21173	.79935*
30,001-50,000 บาท	-	-	-	-	.10952	.69714
ตั้งแต่ 50,001- 100,000 บาท	-	-	-	-	-	.58762
มากกว่า 100,000 บาทขึ้นไป	.99000	-	-	-	-	-

* ค่าที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่น้อยกว่า 0.05

ตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้ความคุ้มครองผู้บริโภคของกฎหมายขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่ใช้บริการลักษณะของธุรกิจที่แตกต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ระหว่างกลุ่ม	2.987	2	1.494	4.873	0.009*
ภายในกลุ่ม	60.386	197	0.307		
รวม	63.373	199			

* ค่าที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่น้อยกว่า 0.05

จากการทดสอบความแตกต่างของลักษณะธุรกิจที่ใช้บริการของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค มีความคิดเห็นที่แตกต่างกันอย่างน้อย 1 คู่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังรายละเอียดในตารางที่ 4.17 ดังนั้นต้องทำการเปรียบเทียบรายคู่ว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้ความคุ้มครองผู้บริโภคของกฎหมายขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่ใช้บริการลักษณะธุรกิจที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.18 เปรียบเทียบรายคู่ความแตกต่างระหว่างความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้ความคุ้มครองผู้บริโภคของกฎหมายขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่ลักษณะของการใช้บริการธุรกิจที่ต่างกัน

ลักษณะธุรกิจที่ใช้บริการ	นักธุรกิจอิสระและ ตัวแทนขายตรง	ผู้ประกอบการธุรกิจ ตลาดแบบตรง	ทั้ง 2 อาชีพ
นักธุรกิจอิสระและตัวแทนขายตรง	-	.23174*	.02583
ผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรง	-	-	.25757*
ทั้ง 2 อาชีพ	-	-	-

* ค่าที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่น้อยกว่า 0.05

ตารางที่ 4.19 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้ความคุ้มครองผู้บริโภคของกฎหมายขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่มีระยะเวลาของการใช้บริการที่ต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ระหว่างกลุ่ม	2.987	2	1.494	4.873	0.009*
ภายในกลุ่ม	60.386	197	0.307		
รวม	63.373	199			

* ค่าที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่น้อยกว่า 0.05

จากการทดสอบความแตกต่างของระยะเวลาที่ใช้บริการของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคมีความคิดเห็นที่แตกต่างกันอย่างน้อย 1 คู่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังรายละเอียดในตารางที่ 4.19 ดังนั้นต้องทำการเปรียบเทียบรายคู่ว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้ความคุ้มครองผู้บริโภคของกฎหมายขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ของกลุ่มผู้บริโภคที่ระยะเวลาที่ใช้บริการต่างกัน

ตารางที่ 4.20 เปรียบเทียบรายคู่ความแตกต่างระหว่างความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้ความคุ้มครองผู้บริโภคของกฎหมายขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่ระยะเวลาที่ใช้บริการที่ต่างกัน

ระยะเวลาที่ใช้บริการ	ต่ำกว่า 2 ปี	ตั้งแต่ 2-5 ปี	ตั้งแต่ 5-10 ปี	มากกว่า 10 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 2 ปี	-	.15450	.26010	.44977
ตั้งแต่ 2-5 ปี	.15450	-	.10560	.60427*
ตั้งแต่ 5-10 ปี	-	-	-	.70987*
มากกว่า 10 ปีขึ้นไป	-	-	-	-

* ค่าที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่น้อยกว่า 0.05

4.2 ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพนี้ ผู้ศึกษาวิจัยได้นำเสนอผลการสัมภาษณ์แบบกึ่งทางการ (Semi-Structured Interview) ได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากเจ้าหน้าที่นิติกรปฏิบัติการและนักสืบสวนสอบสวนชำนาญการพิเศษ กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องจำนวน 4 ท่าน โดยแบ่งเป็นฝ่ายรับเรื่องราวร้องทุกข์ 2 ท่านและฝ่ายรับจดทะเบียน 2 ท่าน ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 3 ประเด็นดังนี้

1. แนวทางปฏิบัติของกองคุ้มครองผู้บริโภคด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง

1.1 เจ้าหน้าที่ฝ่ายรับเรื่องราวร้องทุกข์ได้ให้ความเห็นคือทางคณะกรรมการและเจ้าหน้าที่จะยึดแนวทางปฏิบัติโดยการประเมินนโยบาย (Policy evaluation) ในด้านของผลลัพธ์และผลกระทบที่เกิดขึ้นโดยใช้หลักกฎหมายขายตรงเป็นตัวกำหนดแนวทางในการทำงาน ที่สำคัญคือกฎหมายดังกล่าวได้ให้อำนาจและหน้าที่ของการคุ้มครองผู้บริโภคในเรื่องของการที่ทางเจ้าหน้าที่จะต้องรับเรื่องราวร้องทุกข์ และพิจารณาเรื่องราวร้องทุกข์ พร้อมทั้งนำหลักเกณฑ์ของกฎหมายที่ให้สิทธิในการคุ้มครองผู้บริโภคในเรื่องของธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงมาใช้ในการพิจารณาดำเนินการต่างๆ

1.2 เจ้าหน้าที่ฝ่ายรับเรื่องราวร้องทุกข์ ทำให้สามารถทราบแนวทางของการคุ้มครองผู้บริโภค คือ เมื่อได้รับรับเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภค ทางเจ้าหน้าที่จะทำตรวจสอบเอกสารและเนื้อหาที่ผู้ร้องเรียนที่ได้ร้องเรียนมานั้นต้องถูกต้องสมบูรณ์และครบถ้วนซึ่งสามารถใช้เป็นหลักฐานที่หนักแน่นพอที่จะดำเนินการต่อไปได้ ถ้าหลักฐานไม่มีความหนักแน่นพอก็จะขอเอกสารจากผู้ร้องเรียนเพิ่มเติม แต่ถ้าติดต่อผู้ร้องเรียนไปแล้วไม่สามารถติดต่อได้หรือผู้ร้องเรียนไม่ได้ติดต่อกลับมายังเจ้าหน้าที่ ทางเจ้าหน้าที่มีสิทธิที่จะทำการยกเลิกเรื่องที่ร้องเรียนจากผู้บริโภคได้ตามกฎระเบียบของทางสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคที่กำหนดไว้ และเมื่อหลักฐานทางเอกสารเพียงพอแล้วทางเจ้าหน้าที่จะทำการตรวจสอบว่าเรื่องที่ร้องเรียนเป็นเรื่องเกี่ยวกับธุรกิจประเภทขายตรงหรือตลาดแบบตรง และหลังจากนั้นก็จะมีมาคิดว่าเรื่องที่ร้องเรียนมานั้นเกี่ยวข้องกับกรณีในลักษณะใด เช่น กรณีถูกบังคับให้ซื้อสินค้า ถูกบังคับให้สมัครสมาชิก จ่ายค่าสมาชิกในอัตราที่สูง ส่งมอบสินค้าไม่ตรงตามกำหนด คุณภาพสินค้าไม่ได้มาตรฐานหรือโฆษณาไว้ ไม่ได้รับเงินคืนเมื่อมีการคืนสินค้าตามกฎหมายกำหนด ยกเลิกคำสั่งซื้อโดยที่ไม่ได้แจ้งไปยังผู้บริโภค ไม่ได้รับเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวกับการซื้อขาย หรือโดนหักเงินเมื่อคืนสินค้า เป็นต้น และหลังจากได้ตรวจสอบข้อมูลเรื่องราวการร้องเรียนและพิสูจน์ได้ว่า

ผู้บริโภคได้รับความเสียหายหรือความไม่เป็นธรรมเกิดขึ้นจริงจากการร้องเรียน ทางสำนักงานคณะกรรมการก็จะดำเนินการต่อไปในเรื่องของการกำกับดูแลนักธุรกิจอิสระ ตัวแทนขายตรงและผู้ประกอบการตลาดแบบตรงต่อไปในข้อที่ 2. และหลังจากนั้นก็ทำการประกาศเตือนให้ผู้บริโภคทั่วไปทราบว่าสินค้าหรือบริการดังกล่าวก่อให้เกิดความเสียหายเกิดขึ้น ซึ่งผู้บริโภคควรพึงระวังและพิจารณาก่อนการใช้บริการและก็จะดำเนินการแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่ก่อให้เกิดความเสียหายกับผู้บริโภคทราบต่อไปเป็นระยะๆ

2. แนวทางปฏิบัติของกองคุ้มครองผู้บริโภคด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงเกี่ยวกับการกำกับดูแลนักธุรกิจอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง

2.1 เจ้าหน้าที่ทั้งสองฝ่ายคือ ฝ่ายรับเรื่องราวร้องทุกข์และฝ่ายรับจดทะเบียน เจ้าหน้าที่ทั้ง 2 ฝ่าย ได้ให้ความเห็นเหมือนกันคือทางคณะกรรมการและเจ้าหน้าที่จะยึดแนวทางปฏิบัติโดยใช้นโยบายการกำกับดูแลในเรื่องของประโยชน์ของสาธารณะ (Public Interest) โดยใช้หลักกฎหมายขายตรงเป็นหลักแนวยึดในการทำงานซึ่งกฎหมายดังกล่าวได้ให้อำนาจและหน้าที่ของการกำกับดูแลนักธุรกิจอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงในเรื่องของการสอดส่องพฤติการณ์ในการประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงและเร่งรัดเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องให้ปฏิบัติตามกฎหมายในคดีความผิดที่เกิดขึ้นพร้อมทั้งการวางระเบียบประกาศให้ปฏิบัติตามกฎหมายและพิจารณารับคำขอจดทะเบียนให้เป็นไปตามกฎหมายกำหนด อีกทั้งยังได้นำเอาหลักจริยธรรมและหลักธรรมาภิบาลมาใช้ประกอบการพิจารณาในเรื่องของการกำกับดูแลคือ ความซื่อตรง ความสุจริต การไม่ขัดแย้งผลประโยชน์ การปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับ เป็นต้น

2.2 เจ้าหน้าที่ทั้งสองฝ่ายทำให้สามารถทราบแนวทางของการกำกับดูแลนักธุรกิจอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง คือ

2.2.1 ฝ่ายรับเรื่องราวร้องทุกข์ หลังจากการที่แยกประเภทเรื่องการร้องเรียน เรื่องที่พบมากที่สุดที่ในธุรกิจขายตรงก็คือ เรื่องของการจ่ายผลตอบแทนตามแผนการขายการตลาดซึ่งเจ้าหน้าที่มีวิธีการพิจารณาโดยนำหลักฐานจากผู้ร้องเรียนมาประกอบส่วนมากแล้วมาจากเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการจ่ายผลตอบแทนตามแผนการตลาดหรือแผนการจ่ายผลตอบแทน ซึ่งทางเจ้าหน้าที่จะถือว่าการร้องเรียนนี้ไม่ได้เป็นการร้องเรียนที่เกิดจากผู้บริโภคโดยแท้จริง แต่จะถือว่าเป็นเรื่องการร้องเรียนที่เกิดจากผู้จำหน่ายอิสระและตัวแทนขายตรงซึ่ง เป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง อันเนื่องจากนักธุรกิจอิสระและตัวแทนขายตรงต้องการหวังผลในเรื่องของผลกำไรตอบแทน ทางเจ้าหน้าที่จะทำการแจ้งหยุดตีเรื่องดังกล่าว แต่จะทำการเรียกผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงมาชี้แจงเกี่ยวกับการที่บริษัทไม่ยอมจ่ายผลตอบแทนตามที่ได้มาขอจดทะเบียนกับทางสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค กองคุ้มครองผู้บริโภคธุรกิจขายตรงและ

ตลาดแบบตรง โดยการนี้ทางเจ้าหน้าที่จะต้องกลับไปตรวจสอบแผนการจ่ายผลตอบแทนเพิ่มเติมและให้ทางบริษัทขายตรงนั้น ชี้แจงในเรื่องดังกล่าวที่เกิดขึ้นว่าได้มีการเปลี่ยนแปลงการตลาดหรือไม่อย่างไร และได้ทำตามแผนที่ได้มาของจดทะเบียนกับทางเจ้าหน้าที่ในครั้งแรกหรือไม่อย่างไร และถ้าตรวจพบความผิดพลาดเกิดขึ้นจริง ทางเจ้าหน้าที่ก็จะให้ทางบริษัทนั้นๆ ดำเนินการแก้ไขและเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขเปลี่ยนแปลงในการจดทะเบียนต่อไปแต่ทั้งนี้ก็ต้องเป็นไปตามที่กฎหมายกำหนดทุกประการ ส่วนในธุรกิจการตลาดแบบตรง เรื่องราวที่ได้รับการร้องเรียนมากที่สุดก็คือ การสั่งซื้อสินค้าแล้วไม่ได้รับสินค้าและจำหน่ายสินค้าไม่ตรงตามโฆษณา เป็นต้น ทางเจ้าหน้าที่จะถือว่าเป็นการร้องเรียนมาจากผู้บริโภคคนสุดท้ายรวมถึงประเด็นอื่นๆ ด้วย โดยวิธีการปฏิบัติที่เหมือนกันคือ จะติดต่อไปยังผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อให้ดำเนินแก้ไขปัญหาในเบื้องต้นและถ้าแก้ไขได้เรื่องก็ยุติ แต่ถ้าไม่สามารถแก้ไขได้ก็จะมีหนังสือเชิญผู้ประกอบการและผู้ร้องเรียนมาเจรจาไกล่เกลี่ยในชั้นของพนักงานเจ้าหน้าที่ ถ้าเจรจากันได้เรื่องร้องเรียนก็ยุติ แต่ถ้าไม่ได้ก็นำเรื่องร้องเรียนนั้นๆ เข้าต่อคณะไกล่เกลี่ยซึ่งจะมีผู้บริหารของสำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) เป็นคณะกรรมการ ถ้าไกล่เกลี่ยจบเรื่องก็ยุติ แต่ถ้าไกล่เกลี่ยไม่ยุติคณะกรรมการจะพิจารณาเพื่อเสนอคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (คคบ.) ว่าจะฟ้องคดีแทนผู้บริโภคหรือไม่อย่างไรต่อไป ซึ่งทำเหมือนกันทั้งธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง

2.2.2 ฝ่ายรับจดทะเบียน จะดำเนินการจดทะเบียนให้เป็นไปตามกฎหมายกำหนดในเรื่องของการประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงเป็นเกณฑ์ในการรับจดทะเบียนคือ ต้องไม่กำหนดให้ผู้จำหน่ายหรือตัวแทนขายตรงมีรายได้หลักจากการหาบุคคลเข้าร่วมธุรกิจผลตอบแทนที่เป็นรายได้หลักจะต้องมาจากการขายสินค้าหรือบริการ ต้องไม่บังคับให้ผู้จำหน่ายซื้อสินค้าในปริมาณมากเกินไป ต้องคำนวณผลตอบแทนที่ถูกต้องตรงกับความเป็นจริงและเปิดเผยชัดเจน เป็นต้น และในปัจจุบันนี้เรื่องที่ฝ่ายรับจดทะเบียนพบมากที่สุดในการขายตรงก็คือในเรื่องของการกำหนดแผนการจ่ายผลตอบแทนไม่ตรงกับที่กฎหมายได้กำหนดไว้ตามหลักคิดสูตรของทางฝ่ายรับจดทะเบียนซึ่งพอคำนวณหรือคิดสูตรออกมาแล้วส่วนมากจะเป็นในลักษณะของรายได้ที่มาโดยส่วนใหญ่ไม่ได้มาจากการขายสินค้าแต่จะมาจากการหาสมาชิกเข้าบริษัทหรือที่พบเป็นประจำก็คือ แผนการจ่ายผลตอบแทนไม่มีความเป็นธรรมมากพอกับนักธุรกิจอิสระหรือตัวแทนขายตรง ส่วนในธุรกิจการตลาดแบบตรงก็คือ การตลาดแบบตรงกฎหมายยังไม่ได้กำหนดให้มีการจ่ายผลตอบแทนตามแผนการขายการตลาดเหมือนกับธุรกิจขายตรง แต่ผู้ประกอบการกลับนำเอาธุรกิจตลาดแบบตรงมาผสมกับธุรกิจขายตรง โดยที่กฎหมายกำหนดว่าการตลาดขายตรงนั้นจะทำได้เพียงซื้อมาขายไปเพียงเท่านั้นโดยผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ หรือสื่ออื่นๆ เท่านั้น ดังนั้นทางฝ่ายรับจดทะเบียนก็จะไม่รับจัดให้ไปทำการแก้ไขต่อไป สำหรับในการมาขอจดทะเบียนเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงทางเจ้าหน้าที่มีวิธีการตรวจสอบหรือการพิจารณา ในเรื่องของการจดทะเบียนทางเจ้าหน้าที่

จะควบคุมในเรื่องของแผนการจ่ายผลตอบแทนเป็นอันดับแรก ซึ่งแผนการจ่ายผลตอบแทนจะต้องจ่ายไม่เกิน 70 เปอร์เซ็นต์ของมูลค่ารวมทั้งหมดซึ่งทางเจ้าหน้าที่จะมีวิธีการคำนวณตามแผนการตลาดนั้นๆ ที่มาขอจดว่าเป็นรูปแบบของแผนการตลาดเป็นแบบไหน เช่น แบบไบนารี แบบมัลติเลเวล มาร์เก็ตติ้ง (MLM) ตามหลักเกณฑ์ของการขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการให้เป็นไปในพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 กำหนดทุกประการ ส่วนด้านอื่นๆ นั้นทั้งธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงมีหลักเกณฑ์เหมือนกันคือ ต้องจดทะเบียนเป็นผู้ประกอบการและนำสินค้าที่จะทำการตลาดมาให้กับทางเจ้าหน้าที่ตรวจสอบ หรือในเรื่องอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ราคา สรรพคุณสินค้า หรือ การเปลี่ยนการคืนสินค้าให้เป็นไปตามกฎหมายกำหนด

2.2.3 ด้านอื่นๆ เช่นเรื่องของการสอดส่องพฤติการณ์ในการประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงนั้น ทางเจ้าหน้าที่ได้มีการกำหนดระยะเวลาในการลงไปตรวจสอบผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง โดยได้ส่งเจ้าหน้าที่ออกไปตรวจสอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง

แต่ด้วยข้อจำกัดด้านบุคลากรการออกไปตรวจสอบนั้นทางเจ้าหน้าที่จะอิงจากเรื่องร้องเรียนที่ได้รับเข้ามายังสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคก่อน จากข้อมูลที่มีการร้องเรียนเข้ามายังสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเมื่อปี พ.ศ. 2559 จนถึงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2560 ที่มีจำนวนการร้องเรียนในเรื่องของธุรกิจขายตรงจำนวน 209 ราย ทางเจ้าหน้าที่จะต้องอาศัยข้อมูลเหล่านี้เพื่อที่จะทำการตรวจสอบข้อมูลเบื้องต้นผ่านเว็บไซต์ของบริษัทที่ถูกร้องเรียนนั้นๆ ก่อน พร้อมทั้งนำข้อมูลจากการที่มาขอจดทะเบียนธุรกิจขายตรงมาประกอบการตรวจสอบ เมื่อพบถึงข้อพิรุณที่เกิดขึ้นทางเจ้าหน้าที่จะดำเนินการออกไปตรวจสอบยังที่ทำการของบริษัทนั้นๆ และผลที่พบมากที่สุดเกี่ยวกับธุรกิจขายตรงก็คือ การจ่ายผลตอบแทนตามแผนการตลาดไม่ตรงกับในวันที่ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงได้มาขอจดทะเบียนไว้กับทางสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เช่น มีการเปลี่ยนชื่อกรรมการบริษัท แต่ไม่ได้แจ้งมาให้ทางสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคทราบ ซึ่งมีความผิดทาง พ.ร.บ. ขายตรงในเรื่องของการจดทะเบียนประกอบการ และถ้าเป็นเรื่องการกระทำผิดในรูปแบบอื่นๆ ทางเจ้าหน้าที่กองคุ้มครองผู้บริโภคขายตรงและตลาดแบบตรงจะต้องประสานงานไปยังเจ้าหน้าที่หน่วยงานอื่นๆ ให้เข้ามาช่วยกันตรวจสอบ ตัวอย่างเช่น ถ้าเป็นเรื่องของการระดมทุนและเข้าข่ายในลักษณะแชร์ลูกโซ่ ทางเจ้าหน้าที่ก็จะประสานงานไปยังสำนักงานเศรษฐกิจการคลังหรือกรมสอบสวนคดีพิเศษ ส่วนถ้าเป็นเรื่องของสินค้าทางเจ้าหน้าที่ก็จะต้องประสานงานไปยังสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ให้เข้ามาช่วยในการตรวจสอบเรื่องที่เกิดขึ้น และถ้าพบถึงความผิดจริงก็จะดำเนินคดีความไปตามกฎหมายของแต่ละหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อไป

ส่วนถ้าเป็นเรื่องของการตลาดแบบตรง ก็เช่นเดียวกัน ทางเจ้าหน้าที่จะต้องอาศัยข้อมูลที่มีการร้องเรียนเข้ามายังสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เช่น เมื่อปี พ.ศ. 2559

จนถึงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2560 ที่มีจำนวนการร้องเรียนในเรื่องของการตลาดแบบตรง จำนวน 1,207 ราย และเมื่อทางเจ้าหน้าที่ได้ออกไปตรวจสอบตามข้อร้องเรียนดังกล่าวและสิ่งที่ทางเจ้าหน้าที่พบมากที่สุดเห็นจะเป็นเรื่องของการที่ผู้ประกอบการไม่ได้มาขอจดทะเบียนกับทางสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งมีจำนวนมากและตรวจสอบยากอันเนื่องมาจาก การตลาดแบบตรงเป็นการขายสินค้าหรือบริการผ่านทางเว็บไซต์ ซึ่งวิธีหนึ่งเลยที่ทางเจ้าหน้าที่ทำ ก็คือการล่อซื้อสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ของผู้ประกอบการ และเมื่อติดต่อผู้ประกอบการตลาดแบบตรงนั้นๆ ได้แล้ว ทางเจ้าหน้าที่จะขอตรวจสอบเอกสารว่าได้มีการมาขอจดทะเบียนหรือไม่อย่างไร และถ้าพบว่าไม่ได้มาขึ้นทะเบียนเป็นผู้ประกอบการ ทางเจ้าหน้าที่ก็จะดำเนินการฟ้องร้องและเสียค่าปรับต่อไปตามที่กฎหมายกำหนด

3. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 หรือส่วนอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นดังกล่าว

ผลการสัมภาษณ์ของเจ้าหน้าที่ทั้งสองท่าน ได้กล่าวถึงปัญหาเรื่องการร้องเรียนเหมือนกันทั้งสองท่าน ที่ทั้งสองท่านพบเป็นประจำก็คือ ถ้าเป็นการตลาดขายตรงนั้น ทางเจ้าหน้าที่พบว่า การร้องเรียนที่เกิดขึ้นส่วนมากเป็นเรื่องของการจ่ายผลตอบแทนที่ไม่ตรงกับแผนการตลาดที่ได้มาขอจดทะเบียนไว้เป็นส่วนใหญ่ ส่วนตลาดแบบตรงนั้นเป็นเรื่องของสินค้าไม่ได้คุณภาพ สินค้าส่งไม่ตรงตามกำหนดระยะเวลาที่ได้นัดหมายไว้หรือสินค้าไม่สามารถจัดส่งได้โดยการยกเลิกคำสั่งซื้อ แต่เมื่อทางเจ้าหน้าที่ได้ทำการติดต่อไปยังผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรงกลับพบว่า เรื่องของการไม่มาจดทะเบียนธุรกิจตลาดแบบตรงกับทางกองคุ้มครองผู้บริโภคด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง ก็เป็นปัญหาต่างๆ ที่พบมากที่สุดโดยที่ทางฝ่ายผู้บริโภคไม่รับทราบว่ารธุรกิจตลาดแบบตรงที่ตนเองนั้นใช้บริการอยู่นั้นยังไม่ได้มาขอจดทะเบียน

ในเรื่องดังกล่าวทางเจ้าหน้าที่จึงมีข้อเสนอแนะที่คล้ายกันก็คือ เห็นสมควรที่จะต้องมีการปรับปรุงตัวบทกฎหมายให้ทันสมัยมากขึ้นเพราะปัจจุบันมาตราต่างๆ ที่กำกับไว้กฎหมายขายตรงฉบับนี้ไม่เอื้อต่อการทำธุรกิจในปัจจุบันแล้ว ซึ่งบางมาตราเริ่มล้าหลังไปแล้วหรืออาจจะต้องมีการแก้ไขเพิ่มเติมบางมาตราของกฎหมายให้ทันสมัยมากขึ้น เช่น ในเรื่องของตลาดแบบตรงที่มีการนำเอาแผนการขายการจ่ายผลตอบแทนมาใช้ ซึ่งในทางปฏิบัติกฎหมายฉบับนี้ยังไม่ได้เปิดให้ดำเนินการ และกฎหมายฉบับนี้ได้มีประกาศใช้ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545 ซึ่งเป็นระยะเวลากว่า 15 ปีแล้ว ข้อกำหนดหรือมาตราบางมาตราอาจจะต้องได้รับการแก้ไขเพื่อให้ทันต่อเหตุการณ์ในปัจจุบัน หรือเรื่องของการจดทะเบียนอาจจะต้องมีเรื่องของกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เข้ามาช่วยในการกำกับหรือเกี่ยวข้องในเรื่องที่เกี่ยวข้องเพื่อให้การกำกับดูแลในเรื่องของการจดทะเบียนโดยเฉพาะในการจดทะเบียนให้ธุรกิจตลาดแบบตรง และอีกประเด็นก็คือเรื่องของการเป็นออกรตรวจ ซึ่งต้องใช้เจ้าหน้าที่ถึง 3 ท่าน โดยจะต้องมีเจ้าหน้าที่ชำนาญการ 1 คน เจ้าหน้าที่นิติกร 2 คน และยังจะต้องมีเจ้าหน้าที่

ตำรวจไม่น้อยกว่าหนึ่งนายในการเข้าไปตรวจสอบ รวมเป็น 4 ท่าน ทางเจ้าหน้าที่ทั้งสองท่านให้ความเห็นว่าทางเจ้าหน้าที่มีไม่เพียงพอที่จะดำเนินการได้ทันเวลาและการประสานงานไปยังตำรวจพื้นที่ เพื่อที่จะขอให้เข้าไปช่วยกันตรวจสอบ ในบางครั้งเกิดความล่าช้าและติดขัดทำให้ไม่ได้รับความสะดวกในการเข้าไปตรวจสอบ หรือด้วยอุปสรรคดังกล่าวข้างต้นทำให้ข่าวการลงพื้นที่ที่จะเข้าไปตรวจสอบอาจจะรู้ไหลทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงไหวตัวทันและปกปิดข้อมูลบางอย่างไว้ได้ จึงทำให้ทางเจ้าหน้าที่ต้องลำบากต่อการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมมากยิ่งขึ้น ซึ่งทางเจ้าหน้าที่ทั้งสองท่านเสนอความเห็นว่าจะมีสัก 2 ท่านก็น่าจะเพียงพอแล้ว สุดท้ายจากการสรุปของนักสืบสวนชำนาญการพิเศษทั้งสองท่าน ที่ทำงานด้านนี้มาเป็นเวลานานให้ความคิดเพิ่มเติมว่า ในการปฏิบัติงานของทางเจ้าหน้าที่ถ้าจะให้ได้ผลจริงจะต้องปฏิบัติงานในเชิงรุกมากกว่าเชิงรับแต่ด้วยข้อจำกัดทางงบประมาณและค่าใช้จ่ายที่ทางกองคุ้มครองผู้บริโภคด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงมีจำกัด ทำให้ไม่มีงบประมาณในการที่จะดำเนินงานออกไปทำการตรวจสอบได้ทันท่วงที่ทำให้ผู้ประกอบการไว้ตัวทันและก็ปิดบริษัทหนีไปบ้างก็มีและด้วยปริมาณบุคลากรที่มีอยู่อย่างจำกัด ทางกองคุ้มครองผู้บริโภคด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงจึงอยากจะขอวิงวอนให้กับท่านที่เป็นเจ้าของธุรกิจขอให้เกิดจิตสำนึกในเรื่องของจรรยาบรรณ จริยธรรมและธรรมาภิบาล ในเรื่องของการทำธุรกิจ ถ้าทุกฝ่ายช่วยกันไม่ว่าจะเป็นตัวผู้ประกอบการเองหรือบุคคลที่เกี่ยวข้องช่วยกันทำให้ธุรกิจนี้ถูกต้อง ไม่ผิดกฎระเบียบที่ได้วางไว้ ไม่สร้างความเป็นสีเทา สีดำ ให้กับธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง หรือไม่สร้างความเดือดร้อนให้กับประชาชนทั่วไปหรือผู้บริโภคก็จะไม่เกิดเรื่องร้องเรียนขึ้น และความสงบสุขก็จะเกิดขึ้นในสังคมบ้านเราตลอดไป

สรุปประเด็นการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ฝ่ายรับเรื่องราวร้องทุกข์และฝ่ายรับจดทะเบียน คือ หลักในการทำธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง จะต้องทำธุรกิจโดยการให้ข้อมูลที่เป็นจริง โปร่งใส และไม่บิดเบือน ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคได้รับความเป็นธรรม ว่าจะจะเป็นในเรื่องของสรรพคุณของสินค้า หรือการจ่ายผลตอบแทนให้กับนักธุรกิจอิสระและตัวแทนขายตรง การประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงจะต้องดำเนินการธุรกิจให้เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนดในทุกเรื่อง และจากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ทั้งสองท่าน ทำให้ทราบถึงว่า ถึงแม้จะมีการประกาศใช้พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 และมีผลบังคับใช้แล้ว แต่ทางเจ้าหน้าที่ก็ยังพบปัญหาที่เกิดขึ้นเป็นประจำจากร้องเรียนของผู้บริโภคที่เข้ามายังสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคนั้นก็คือ ในเรื่องของตลาดขายตรงปัญหาที่พบมากที่สุดก็คือปัญหาในเรื่องการจ่ายผลตอบแทนที่ไม่เป็นธรรมหรือไม่ตรงกับที่ได้มาขอจดทะเบียนไว้ และในการตลาดแบบตรงปัญหาที่พบมากที่สุดก็คือขอให้ทำการตรวจสอบไปทางผู้ประกอบการตลาดแบบตรง เพราะว่า สั่งซื้อสินค้าแล้วไม่ได้รับสินค้า หรือสินค้านั้นไม่ตรงตามสรรพคุณที่แจ้งไว้ เป็นต้น สาเหตุทั้งหมดนั้นมาจากที่ทางผู้ประกอบการไม่ยอมมาจดทะเบียน

ตลาดแบบตรงกับเจ้าหน้าที่ และเมื่อตรวจสอบไปหรือจับได้ก็จะมีข้ออ้างว่าไม่ทราบหรือไม่รู้ว่
กฎหมายกำหนดให้มาทำการจดทะเบียน และยังมีเรื่องอื่นๆ ที่ตามมาอีกในธุรกิจตลาดแบบตรงก็คือ
สินค้าส่งไม่ตรงตามกำหนดระยะเวลาที่ได้นัดหมายไว้หรือสินค้าไม่สามารถจัดส่งได้โดยการยกเลิกคำสั่ง
สั่งซื้อ ซึ่งเรื่องที่กำลังกล่าวมาจะส่งอันเป็นผลลัพธ์ด้านลบทำให้ภาพลักษณ์ของธุรกิจขายตรงและตลาดแบบ
ตรงไทยเสียหายมากขึ้นในภาพรวม

การสัมภาษณ์การให้ความคุ้มครองผู้บริโภคและการกำกับดูแลนักธุรกิจอิสระ ตัวแทน
ขายตรง ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง ดังแสดงตามตารางที่ 4.21 ผลการสัมภาษณ์
ตัวแทนฝ่ายรับเรื่องราวร้องทุกข์และฝ่ายรับจดทะเบียนจำนวน 4 ท่าน กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านธุรกิจ
ขายตรงและตลาดแบบตรง



ตารางที่ 4.21 ผลการสัมภาษณ์ตัวแทนฝ่ายรับเรื่องราวร้องทุกข์และฝ่ายรับจดทะเบียนจำนวน 4 ท่าน กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง

ฝ่ายรับ เรื่องราว ร้องทุกข์	การคุ้มครองผู้บริโภค		ฝ่ายรับจดทะเบียน	การกำกับดูแล		ความ คิดเห็น
	คนที่	ธุรกิจขายตรง		คนที่	ธุรกิจขายตรง	
1	“การจ่าย ผลตอบแทนของ บริษัทธุรกิจขาย ตรง”	“การสั่งซื้อสินค้าแล้ว ไม่ได้รับสินค้าและ จำหน่ายสินค้าไม่ตรง ตามที่โฆษณา”	1	“แผนการตลาดที่นำมาจด ทะเบียนไม่ตรงกับที่กฎหมาย กำหนดไว้หรือหลังจากจด ทะเบียนแล้วมีการเปลี่ยน แผนการตลาดโดยไม่แจ้ง เจ้าหน้าที่ทราบ”	“ไม่มาจดทะเบียนกับ เจ้าหน้าที่และเอา แผนการตลาดธุรกิจขาย ตรงมาใช้กับธุรกิจตลาด แบบตรงซึ่งตาม กฎหมายแล้วใช้ด้วยกัน ไม่ได้”	สอดคล้องกัน
2	“แผนการจ่าย ผลตอบแทน”	“สินค้าไม่มีคุณภาพและ ถูกยกเลิกคำสั่งซื้อโดยไม่ บอกล่วงหน้า ส่งสินค้าไม่ ตรงเวลา”	2	“แผนการตลาดไม่ตรงกับที่มา จดทะเบียนไว้หรือหลังจากจด ทะเบียนแล้วนำแผนการตลาดไป ใช้ผิดแบบกับที่จดทะเบียนไว้”	“ไม่ขอมาจดทะเบียน การทำธุรกิจกับทาง เจ้าหน้าที่”	สอดคล้องกัน

4.3 การอภิปรายผลการวิจัย

ในส่วนท้ายของบทนี้เป็นส่วนของการอภิปรายผลการวิจัย ซึ่งจะนำผลการวิจัยที่ได้มาจากเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ มาทำการอภิปรายภายใต้กรอบแนวคิดในการวิจัย โดยมีรายละเอียดดังนี้ คือ

4.3.1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการกำกับดูแลนักธุรกิจอิสระ ตัวแทนขายตรงและผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรง

4.3.1.1 ด้านนักธุรกิจอิสระและตัวแทนขายตรง

ความคิดเห็นเรื่องของการกำกับดูแลนักธุรกิจอิสระและตัวแทนขายตรง จากการสำรวจความคิดเห็นผลโดยรวมออกมาอยู่ใน **ระดับดี** ซึ่งสอดคล้องต่อการวิจัยเชิงปริมาณ เพราะในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามมีองค์ความรู้ส่วนใหญ่ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีเป็นส่วนใหญ่ถึงร้อยละ 53.5 เปอร์เซ็นต์ ถ้าเปรียบเทียบกับสัดส่วนของการศึกษาที่ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีเพียงร้อยละ 20.5 เปอร์เซ็นต์ และถ้าเปรียบเทียบกับด้านอาชีพการงานแล้ว กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามทำงานอยู่ในบริษัทเอกชนเป็นส่วนใหญ่ถึงร้อยละ 37.0 เปอร์เซ็นต์ ถ้าเปรียบเทียบกับอาชีพรับจ้างทั่วไปซึ่งมีเพียงร้อยละ 3.0 เปอร์เซ็นต์เท่านั้น จากข้อมูลทั้งหมดที่ให้จึงทำให้เห็นถึงช่องว่างระหว่างการศึกษาระดับอาชีวศึกษาและอาชีพ ซึ่งสามารถเป็นดัชนีชี้วัดได้ว่า ผู้ประกอบอาชีพส่วนใหญ่เข้าใจ และมีความคิดเห็นโดยรวมในเรื่องของการกำกับดูแลที่ดีและมีคุณภาพของพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545

และจากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องทั้ง 2 ฝ่ายคือ ฝ่ายรับเรื่องราวร้องทุกข์และฝ่ายรับจดทะเบียนของกองคุ้มครองผู้บริโภคด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงก็มีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน คือ หลังจากที่ได้มีการประกาศใช้พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ออกมาบังคับใช้ทำให้ประเด็นปัญหาต่างที่เกิดขึ้นกับผู้บริโภค อันมีผลมาจากการใช้สินค้าหรือบริการกับธุรกิจขายตรง เริ่มทยอยหายไปจะมีก็เพียงข้อกำหนดในเรื่องของการจ่ายผลตอบแทนตามแผนการขายการตลาดเท่านั้น ที่ยังพบและยังเป็นปัญหาอยู่ก็คือประเด็นเกี่ยวกับเรื่องของการจ่ายผลตอบแทนไม่ตรงตามที่ระบุไว้กับทางฝ่ายรับจดทะเบียนหรือแผนการขายการตลาดมีแนวโน้มออกไปในทาง ระดมทุนจากการหาสมาชิกซึ่งไม่ได้มาจากการขายสินค้าหรือบริการ

จากประเด็นดังกล่าว ถ้าเราทบทวนไปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของ พัฒนภูมิ อังศุสิงห์ ที่ได้ทำการศึกษาวิจัยในเรื่องของการจ่ายผลตอบแทนในธุรกิจขายตรงไว้ว่า “คำว่าแผนการ

จ่ายผลตอบแทนหมายถึง แผนหรือรายละเอียดที่กำหนดผลตอบแทนที่แจกจ่ายให้แก่ผู้ขาย เมื่อทำยอดขายได้ในระดับต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการขายแบบขั้นเดียวหรือมีการสร้างเครือข่ายจากผู้ขายหลายชั้นต้องเป็นการแสดงรายละเอียดที่ชัดเจน เข้าใจได้และสามารถปฏิบัติได้จริง โดยไม่รวมถึงการล่ารายได้อาจจากการระดมเครือข่ายที่เรียกว่าปิรามิด” ถึงแม้เรื่องของการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ทั้ง 2 ฝ่ายและงานวิจัยของ พัฒนภูมิ อังคสุสิงห์ อาจจะขัดแย้งกับงานวิจัยเชิงปริมาณที่ผลงานวิจัยในเรื่องของการจ่ายผลตอบแทนตามแผนการจ่ายตอบแทนในแบบสอบถามที่ 1 ส่วนที่ 2 ข้อที่ 1 นั้น จากตารางที่ 4.2 เกี่ยวกับความคิดเห็นของนักธุรกิจอิสระและตัวแทนขายตรง ซึ่งได้ผลคะแนนด้านความคิดเห็นออกมาอยู่ในระดับดี ที่ค่าเฉลี่ยอยู่ 4.61 นั้นอาจจะเป็นไปได้หรือสอดคล้องกันกับสถิติของกองทุนคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้มีการเก็บสถิติระหว่างปี พ.ศ. 2559 จนถึงเดือน มีนาคม 2560 ในด้านธุรกิจขายตรงพบการร้องเรียนในประเด็นเกี่ยวกับการจ่ายผลตอบแทนของบริษัท ที่มาจากทั่วประเทศเพียง 209 ราย และจากการสำรวจของสมาคมขายตรงไทยเมื่อปี พ.ศ. 2559 พบว่ามีประชากรที่ประกอบอาชีพนักธุรกิจอิสระและตัวแทนขายตรงอยู่ประมาณ 11.2 ล้านคนทั่วประเทศ ซึ่งถ้าคิดเปรียบเทียบกับอัตราการร้องเรียนในเรื่องดังกล่าวข้างต้น มีเพียงแค่ 0.00 เปอร์เซ็นต์ จากประชากรที่ประกอบอาชีพอิสระและตัวแทนขายตรงทั่วประเทศ จึงพอสรุปได้ว่าระดับความคิดเห็นที่ออกมาในระดับดีนั้นเป็นเหตุผลที่สอดคล้องกับความเป็นจริงแล้วถึงแม้ว่าในธุรกิจขายตรงจะมีการร้องเรียนเรื่องดังกล่าวมาเป็นอันดับหนึ่งก็ตาม

แต่อย่างไรก็ตามเพื่อลดเรื่องของการร้องเรียนดังกล่าวจากปัญหาในเรื่องของการจ่ายผลตอบแทนที่ไม่ตรงตามความเป็นจริงและแผนการจ่ายผลตอบแทนมีลักษณะของการระดมทุนหรือที่เรียกว่าแชร์ลูกโซ่ จึงได้มีการประกาศใช้พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2560 เมื่อวันที่ 14 พฤษภาคม 2560 ซึ่งได้มีการแก้ไขในประเด็นดังกล่าวข้างต้น คือ มาตรา 41 ให้ยกเลิกความในมาตรา 41 แห่งพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 และให้ใช้ความต่อไปนี้แทน “มาตรา 41 เมื่อได้รับคำขอจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงหรือตลาดแบบตรงให้นายทะเบียนพิจารณาและตรวจสอบในเรื่องของการจ่ายผลตอบแทนต้องไม่ขัดต่อกฎหมายหรือขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชนและผู้ที่ยื่นคำขอจะต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามมาตรา 38/1 มาตรา 38/3 หรือมาตรา 38/4 แล้วนายทะเบียนแจ้งเป็นหนังสือให้ผู้ยื่นคำขออนุญาตหลักประกันมาวางต่อนายทะเบียนภายในสามสิบวันนับแต่วันที่ได้รับคำขอจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงหรือตลาดแบบตรง” ซึ่งจากพระราชบัญญัติขายตรงที่ออกมาบังคับใช้ฉบับใหม่นี้ ถ้าเราเข้าไปศึกษาถึงข้อบังคับดังกล่าวข้างต้นแล้ว ก็น่าจะเป็นการแก้ปัญหาในประเด็นการร้องเรียนดังกล่าวได้เป็นอย่างดี

ส่วนในประเด็นที่พบว่า ผู้จำหน่ายอิสระและตัวแทนขายตรงยังกระทำต่อผู้บริโภคซ้ำๆ อยู่เป็นประจำในขณะนี้และทางกองคุ้มครองผู้บริโภคด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงจะต้องเข้าไปทำหน้าที่ในเรื่องของการกำกับดูแลในเรื่องนี้ให้มากขึ้นก็คือ การบอกให้ผู้บริโภคต้องสมัครสมาชิกทุกครั้งหรือบอกให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าในปริมาณมาก ซึ่งผลคะแนนเฉลี่ยในระดับความคิดเห็นนั้นออกมาอยู่ในระดับปานกลาง ที่คะแนนเฉลี่ยที่ 3.58 และถ้าเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยกับส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ 1.33 แล้ว พบว่าอัตราเปอร์เซ็นต์อยู่ที่ 37 เป็นเปอร์เซ็นต์ ซึ่งถือว่ายอมรับไม่ได้เพราะถ้าในอนาคตมีนักธุรกิจอิสระและตัวแทนขายตรงเพิ่มขึ้นก็อาจจะทำให้ค่าเฉลี่ยหรือส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเพิ่มขึ้นซึ่งต้องได้รับการแก้ไข ณ ปัจจุบันนี้เป็นอย่างยิ่ง ส่วนในประเด็นอื่นๆ ในเรื่องของการกำกับดูแลนักธุรกิจอิสระและตัวแทนขายตรงนั้น ผลการวิจัยออกมาอยู่ในระดับดีทุกประเด็น นั้นแสดงว่านักธุรกิจอิสระและตัวแทนขายตรงได้ปฏิบัติตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ในเรื่องของการกำกับดูแลเป็นอย่างดี

4.3.1.2 ด้านผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรง

ความคิดเห็นเรื่องของการกำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรงจากการสำรวจความคิดเห็นผลโดยรวมออกมาอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องต่อการวิจัยเชิงปริมาณด้วยเหตุผลที่ว่ากลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนปริมาณน้อยกว่าการประกอบอาชีพในลักษณะธุรกิจขายตรงและผู้ประกอบอาชีพทั้ง 2 อาชีพไปพร้อมๆ กัน จากข้อมูลทั่วไปในตารางที่ 4.1 พบว่ากลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจแบบตรงที่ตอบแบบสอบถามมีปริมาณเพียงแค่ 8.5 เปอร์เซ็นต์ของจำนวนกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดที่ 100 เปอร์เซ็นต์ และยังพบอีกว่าจากการวิเคราะห์ความคิดเห็นในเรื่องของการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการกำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรงในตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรงได้ให้ความคิดเห็นในเรื่องของการปฏิบัติเกี่ยวกับการกำกับดูแลของพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 อยู่ในระดับต่ำถึง 2 ข้อในจำนวน 6 ข้อที่กฎหมายกำหนดในเรื่องของการกำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรง คือ เรื่องของการบอกให้ผู้บริโภคต้องสมัครสมาชิกทุกครั้งหรือบอกให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าในปริมาณมาก (มาตรา 21) และอีกหนึ่งข้อคือ ในเรื่องของการจัดส่งเอกสาร เช่นใบเสร็จรับเงิน ใบรับประกันสินค้า เอกสารการซื้อขายหรือเอกสารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการซื้อสินค้าหรือบริการไปยังผู้บริโภคทุกครั้ง

และจากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องทั้ง 2 ฝ่ายคือ ฝ่ายรับเรื่องราวร้องทุกข์และฝ่ายรับจดทะเบียนของกองคุ้มครองผู้บริโภคด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงก็มีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน คือ หลังจากที่ได้มีการประกาศใช้พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 มาบังคับใช้กับธุรกิจตลาดแบบตรง กลับพบว่า ฝ่ายรับเรื่องราวร้องทุกข์

ได้รับการร้องเรียนจากผู้บริโภคมากขึ้นโดยเฉพาะในเรื่องเกี่ยวกับการสั่งซื้อสินค้าแล้วไม่ได้รับสินค้า
จำหน่ายสินค้าไม่ตรงตามที่โฆษณาและสั่งซื้อสินค้าแล้วถูกยกเลิกคำสั่งซื้อโดยอ้างว่าไม่มีสินค้า

และถ้าเรากลับไปพิจารณาการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรง ในตารางที่ 4.2 พบว่าในเรื่องของการจัดส่งเอกสาร เช่น ใบเสร็จรับเงิน ใบรับประกันสินค้า เอกสารการซื้อขายหรือเอกสารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการซื้อสินค้าหรือบริการไปยังผู้บริโภคทุกครั้ง อยู่ในระดับต่ำที่คะแนนเฉลี่ยที่ 2.00 ซึ่งนั่นหมายความว่าผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรงไม่ให้ความสำคัญในเรื่องที่กฎหมายบังคับให้ผู้ประกอบการตลาดแบบตรงต้องกระทำในเรื่องดังกล่าวข้างต้น จึงเป็นผลให้เกิดการร้องเรียนในเรื่องเกี่ยวกับสั่งซื้อสินค้าแล้วไม่ได้รับสินค้าจำหน่ายสินค้าไม่ตรงตามที่โฆษณาไว้ เพราะว่าเรื่องทั้งสองเรื่องเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกัน เพราะตราบใดก็ตามที่ผู้บริโภคไม่มีเอกสารการยืนยันในการกระทำทางธุรกรรมซึ่งกันและกันแล้วผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรงก็อาจเกิดการบิดพลิ้วในการทำธุรกรรมดังกล่าวข้างต้นได้

ตามที่งานวิจัยของ ทิพยรัตน์ มุขยวงศา ที่กล่าวถึงในเรื่องของการจัดส่งเอกสารของธุรกิจตลาดแบบตรงไว้ว่า “กฎหมายไม่ได้กำหนดในเรื่องวิธีในการที่ผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรงจะทำการส่งเอกสารการซื้อขายที่ได้จัดทำไว้ไปสู่ผู้บริโภคเลย จากที่กฎหมายไม่ได้บัญญัติให้ชัดเจนว่าหากผู้ประกอบการได้ทำการส่งเอกสารไปแล้ว แต่ผู้บริโภคยังไม่ได้รับรู้ข้อความในเอกสารนั้นแล้ว ผลของการนี้จะเป็นเช่นไรจะถือว่าสัญญาเกิดหรือไม่ ก็อาจจะเกิดการโต้แย้งขึ้นมาได้ว่าเมื่อผู้บริโภคยังไม่ได้ทำการอ่านข้อความแล้วจะถือว่าสัญญาเกิดได้อย่างไร” จากจุดนี้จะเห็นได้ว่ากฎหมายไม่ได้กำหนดว่าผู้บริโภครับรู้ข่าวสารแล้วหรือไม่ ถ้าเราจะพิจารณาจริงๆ แล้วคู่สัญญามันเกิดขึ้นแล้วก็จริง แต่มันเกิดขึ้นในระบบของอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งสามารถแก้ไขหรือลบออกได้และกฎหมายอิเล็กทรอนิกส์ได้ควบคุมส่วนนี้แล้วหรือ นั่นคือคำถามที่ต้องการคำตอบเพราะผู้ร้องเรียนส่วนใหญ่จะนำหลักฐานการร้องเรียนหรือพิมพ์หลักฐานมาจากเว็บไซต์ที่ปรากฏบนหน้าเว็บไซต์ จากปัญหาดังกล่าวข้างต้นจึงทำให้เกิดประเด็นการร้องเรียนเกิดขึ้นในเรื่องดังกล่าวอยู่เป็นประจำ

และอีกประเด็นที่สำคัญไม่แพ้กันก็คือ จากข้อความสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ฝ่ายจดทะเบียน เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลมาว่า เป็นการยากมากที่จะตรวจสอบไปยังผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรง เพราะว่าทางเจ้าหน้าที่พบว่ายังมีผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรงยังไม่ยอมมาจดทะเบียนกับกองคุ้มครองผู้บริโภคด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงอีกเป็นจำนวนมาก ซึ่งเมื่อบางครั้งเจ้าหน้าที่ได้รับเรื่องร้องเรียนมาและย้อนกลับไปตรวจสอบโดยการสั่งซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ และเมื่อพบกับผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรง ผู้ประกอบการก็มักจะอ้างว่าไม่ทราบว่าจะต้องมาจดทะเบียนกับทางเจ้าหน้าที่ ซึ่งนี่ก็เป็นสาเหตุอีกประการหนึ่งที่ทำให้เกิดเรื่องร้องเรียนดังกล่าวข้างต้นเกิดขึ้นเป็นประจำ เพราะผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรงสามารถปิดเว็บไซต์หรือ

หนี้หายจากการทำธุรกิจไปได้โดยที่กฎหมายไม่สามารถจะทำอะไรได้ หรือเปลี่ยนสถานที่ทำธุรกิจใหม่ โดยไม่สามารถหาหลักแหล่งที่แท้จริงได้ ด้วยเหตุผลที่ได้จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ก็คือ ถ้าผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรงไม่ได้มาจดทะเบียนก่อนการทำธุรกรรมและถูกเจ้าหน้าที่ตรวจสอบ หรือจับได้จะต้องถูกปรับวันละ 1 หมื่นบาท นั่นก็เป็นอีกเหตุผลหนึ่งที่ทำให้ผู้ประกอบการปิดตัวหรือเปลี่ยนสถานที่ในการทำธุรกิจดีกว่าที่จะต้องมาเสียค่าปรับวันละ 1 หมื่น จากงานวิจัยของ ทิพย์รัตน์ มุขยวงศา ก็ได้กล่าวถึงเรื่องดังกล่าวไว้เหมือนกัน “การจดทะเบียนของผู้ประกอบธุรกิจก่อให้เกิดปัญหาได้ เพราะเมื่อดูจากบทบัญญัติของกฎหมาย โดยกฎหมายให้ผู้ประกอบการมาทำการจดทะเบียนกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องก็จริง แต่ถ้าผู้ประกอบการได้ประกอบการในต่างประเทศที่ประกอบธุรกิจได้และเข้าขายตลาดแบบตรงในกฎหมายไทย ฉะนั้นผู้ประกอบการจะต้องเข้ามาจดทะเบียนในประเทศไทยหรือไม่อย่างไร” นั่นก็เป็นปัญหาอีกประเด็นหนึ่งในเรื่องของการจดทะเบียนเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง ซึ่งได้นำมาถึงปัญหาในเรื่องร้องเรียนในเรื่องของการสั่งซื้อสินค้าแล้วไม่ได้รับสินค้า จำหน่ายสินค้าไม่ตรงตามที่โฆษณาและสั่งซื้อสินค้าแล้วถูกยกเลิกคำสั่งซื้อโดยอ้างว่าไม่มีสินค้า ซึ่งปัญหาที่แท้จริงทำให้เกิดเรื่องร้องเรียนดังกล่าวก็คือ ไม่จัดส่งเอกสารทางการซื้อขายและเอกสารที่เกี่ยวข้อง กับผู้ประกอบการไม่ยอมไปจดทะเบียนกับทางกองคุ้มครองผู้บริโภคด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงส่วนเรื่องของการบอกให้ผู้บริโภคต้องสมัครสมาชิกทุกครั้งหรือบอกให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าในปริมาณมากซึ่งผลคะแนนเฉลี่ยในระดับความคิดเห็นนั้นออกมาอยู่ในระดับต่ำ ที่คะแนนเฉลี่ยที่ 1.88 และถ้าเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยกับส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ 0.85 แล้ว พบว่าอัตราเปอร์เซ็นต์อยู่ที่ 45 เป็นเปอร์เซ็นต์ ซึ่งถือว่ายอมรับไม่ได้เพราะการทำธุรกรรมในตลาดแบบตรงนั้นกฎหมายได้ให้ความหมายไว้ในมาตราที่ 3 ว่า “การทำตลาดสินค้าหรือบริการในลักษณะของการสื่อสารข้อมูลเพื่อเสนอขายสินค้าหรือบริการโดยตรงต่อผู้บริโภคซึ่งอยู่ห่างโดยระยะทางและมุ่งหวังให้ผู้บริโภคแต่ละรายตอบกลับเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการจากผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรง”

ณ ปัจจุบันนี้การสื่อสารข้อมูลที่ผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรงใช้ในการเสนอขายสินค้ามากที่สุดก็คือ สื่อออนไลน์ และจากคำเตือนของสำนักงานรัฐบายอิเล็กทรอนิกส์ (สรอ.) ได้ให้คำเตือนผ่านทางเว็บไซต์ www.ega.or.th ว่า “สังคมออนไลน์ ประโยชน์เยอะ ภัยร้ายแยะ” ซึ่งในอนาคตอาจจะมีผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรงเพิ่มมากยิ่งขึ้นด้วยเหตุผลที่ว่า ลงทุนน้อย สะดวก ประหยัดและเข้าถึงผู้บริโภคได้ง่ายและประกอบกับปัญหาเรื่องของผู้ประกอบการไม่มาจดทะเบียนหรือไม่ปฏิบัติตามกฎหมายขายตรงตามที่ได้กล่าวไปแล้วข้างต้น ปัญหานี้จึงต้องได้รับการแก้ไขเยียวยาด้วยความเร่งด่วนเป็นอย่างยิ่ง ส่วนในประเด็นอื่นๆ ในเรื่องของการกำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรงนั้น ผลการวิจัยออกมาอยู่ในระดับดีและปานกลาง นั้นแสดงว่า

ผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรงได้ปฏิบัติตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ในเรื่องของการกำกับดูแลเป็นไปด้วยดี

สุดท้ายแล้วเพื่อลดเรื่องของการร้องเรียนและปัญหาดังกล่าวข้างต้นและป้องกันในเรื่องของการจ่ายผลตอบแทนที่ไม่ตรงตามความเป็นจริงและแผนการจ่ายผลตอบแทนมีลักษณะของการระดมทุนหรือที่เรียกว่าแชร์ลูกโซ่ ที่อาจจะเกิดขึ้นในธุรกิจการตลาดแบบตรง จึงได้มีการประกาศใช้พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2560 เมื่อวันที่ 14 พฤษภาคม 2560 ซึ่งได้มีการแก้ไขในประเด็นดังกล่าวข้างต้น คือ มาตรา 14 ให้ยกเลิกความในมาตรา 41 แห่งพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 และให้ใช้ความต่อไปนี้แทน “มาตรา 41 เมื่อได้รับคำขอจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงหรือตลาดแบบตรงให้นายทะเบียนพิจารณาและตรวจสอบในเรื่องของ 1.) แผนการจ่ายผลตอบแทนต้องไม่ขัดต่อกฎหมายหรือขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน 2.) สินค้าหรือบริการมีลักษณะตรงตามที่ได้มีการสื่อสารข้อมูลเพื่อเสนอขาย 3.) สัญญามีรายการถูกต้องและครบถ้วนตามที่คณะกรรมการประกาศกำหนด ในกรณีที่นายทะเบียนเห็นว่า การยื่นคำขอนั้นถูกต้องตามมาตรา 38 วรรคหนึ่ง และมาตรา 39 และผู้ที่ยื่นคำขอจะต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามมาตรา 38/1 มาตรา 38/3 หรือมาตรา 38/4 แล้วนายทะเบียนแจ้งเป็นหนังสือให้ผู้ยื่นคำขอนำหลักประกันมาวางต่อนายทะเบียนภายในสามสิบวัน นับแต่วันที่รับคำขอจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงหรือตลาดแบบตรง” ซึ่งจากพระราชบัญญัติขายตรงที่ออกมาบังคับใช้ฉบับใหม่นี้ ถ้าเราเข้าไปศึกษาถึงข้อบังคับดังกล่าวข้างต้นแล้ว ก็น่าจะเป็นการแก้ปัญหาในประเด็นการร้องเรียนดังกล่าวได้เป็นอย่างดี

4.3.1.3 ด้านผู้ที่ประกอบอาชีพทั้งธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง

ความคิดเห็นเรื่องของการกำกับดูแลนักธุรกิจอิสระและตัวแทนขายตรงจากการสำรวจความคิดเห็นผลโดยรวมออกมาอยู่ใน **ระดับดี** ซึ่งสอดคล้องต่อการวิจัยเชิงปริมาณ เพราะพบว่ากลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามได้มีการประกอบอาชีพทั้งธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงเป็นส่วนใหญ่ถึงร้อยละ 48.5 เปอร์เซ็นต์ประกอบกับว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีองค์ความรู้ส่วนใหญ่ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีเป็นส่วนใหญ่ถึงร้อยละ 53.5 เปอร์เซ็นต์ ถ้าเปรียบเทียบด้านอาชีพการงานแล้ว กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามทำงานอยู่ในบริษัทเอกชนเป็นส่วนใหญ่ถึงร้อยละ 37.0 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งสามารถเป็นดัชนีชี้วัดได้ว่า ผู้ประกอบอาชีพส่วนใหญ่เข้าใจและมีความคิดเห็นโดยรวมในเรื่องของการกำกับดูแลที่ดีและมีคุณภาพของพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545

แต่เป็นที่น่าแปลกใจอยู่ 2 ประเด็นในการตอบแบบสอบถามของกลุ่มที่ประกอบอาชีพทั้ง 2 อาชีพไปพร้อมกันคือธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง นั่นก็คือ จากการวิเคราะห์ข้อมูลการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับการกำกับดูแลนักธุรกิจอิสระ ตัวแทนขายตรงและผู้ประกอบการ

ตลาดแบบตรงในตารางที่ 4.2 พบว่าการประกอบอาชีพขายตรงเพียงอาชีพเดียวของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามให้ความร่วมมือหรือมีความคิดที่ดีต่อการปฏิบัติตามกฎระเบียบในพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 โดยมีรายละเอียดโดยรวมในการปฏิบัติตามข้อบังคับของแต่ละข้อที่มาตราในกฎหมายกำหนดอยู่ในระดับที่ดี แต่พอเป็นการประกอบอาชีพธุรกิจตลาดแบบตรงกลับพบว่ามีการประเมินอยู่ถึง 2 ประเด็นที่ผลคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับต่ำ คือประเด็นเรื่องของการขายสินค้าหรือบริการผ่านสื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์หรือสื่ออื่นๆ โดยที่ยังไม่ได้ไปขอจดทะเบียนการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงโดยมีคะแนนเฉลี่ยที่ 1.93 อยู่ในระดับต่ำ และอีกหนึ่งประเด็นนั้นก็คือ การโฆษณาสินค้าผ่านทางสื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์หรือสื่ออื่นๆ โดยไม่มีการรับประกันคุณภาพสินค้า ซึ่งมีคะแนนเฉลี่ยที่ 1.74 อยู่ในระดับต่ำเหมือนกัน ซึ่งถ้าเรามองย้อนกลับไปในเรื่องของการร้องเรียนที่ทางสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้รับเรื่องร้องเรียนก็ปรากฏว่าเรื่องร้องเรียนที่มาจากธุรกิจตลาดแบบตรงในปี 2559 ถึงปัจจุบัน มีจำนวนถึง 1,207 รายและเรื่องที่ร้องเรียนก็คือ การสั่งซื้อสินค้าแล้วไม่ได้รับสินค้า จำหน่ายสินค้าไม่ตรงตามที่โฆษณา และสั่งซื้อสินค้าแล้วถูกยกเลิกคำสั่งซื้อ ซึ่งหากเราย้อนกลับไปที่อ่านในการอภิปรายของด้านการประกอบอาชีพธุรกิจตลาดแบบตรง เราก็จะพบว่าเรื่องทั้งหมดเป็นเรื่องที่สอดคล้องกันดังที่ได้มีการอภิปรายไปแล้วในประเด็นของการประกอบอาชีพธุรกิจตลาดแบบตรง

และอีกประการหนึ่งที่อยากจะนำงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของ ประสม หงส์โต ที่ได้ทำการวิจัยในเรื่องของพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 เกี่ยวกับเรื่องของการจดทะเบียนพบว่า “รัฐไม่สามารถติดตามสอดส่องพฤติการณ์ในการประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงได้อย่างทั่วถึง อาทิเช่น การประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงโดยไม่ได้จดทะเบียน” ซึ่งประเด็นดังกล่าวก็สอดคล้องกับบทสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงที่ว่า ทางเจ้าหน้าที่มีข้อกำหนดในด้านตัวบุคลากรในการออกไปตรวจสอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง โดยการที่ทางเจ้าหน้าที่จะออกไปตรวจสอบได้นั้นการตรวจสอบแต่ละครั้งจะอิงมาจากเรื่องที่เกิดจากการร้องเรียนเสียเป็นส่วนใหญ่ และถ้าบริษัทไหนหรือผู้ประกอบการธุรกิจโดยยังไม่มีเรื่องร้องเรียนเข้ามาทางเจ้าหน้าที่ก็ยังไม่ได้ออกไปตรวจสอบประกอบกับในปัจจุบันนี้ธุรกิจในตลาดแบบตรงนั้น ได้ทำธุรกรรมการซื้อขายผ่านทางสื่อออนไลน์เสียเป็นส่วนใหญ่จึงทำให้ทางเจ้าหน้าที่ทำการตรวจสอบอยากซึ่งบางครั้งก็ไม่มีที่อยู่ที่เป็นหลักแหล่งและถ้าจะตรวจจับกันจริงๆ แล้วจะทำได้ก็ต่อเมื่อต้องทำการล่อซื้อสินค้าและนัดหมายกันในการพบเจอกับผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรงถึงจะได้มีการตรวจสอบเอกสารหลักฐานทั้งหมดได้โดยแท้จริง จากเหตุผลที่ได้สรุปมาทำให้เราได้รับทราบในประเด็นที่เกิดขึ้นว่าทำไมถึงยังมีประเด็นดังกล่าวเกิดขึ้นอยู่และทำไมผู้ประกอบการจึงยังไม่ไปขอจดทะเบียนในการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงซึ่งปัญหาดังกล่าวจึงต้องได้รับการแก้ไข

เยียวยาด้วยความเร่งด่วนเป็นอย่างยิ่ง ส่วนในประเด็นอื่นๆ ในเรื่องของการกำกับดูแลผู้ที่ประกอบอาชีพทั้งธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงนั้น ผลการวิจัยออกมาอยู่ในระดับดีและปานกลาง นั้นแสดงว่าผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรงได้ปฏิบัติตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ในเรื่องของการกำกับดูแลเป็นไปด้วยดี

และจากการวิเคราะห์หาค่าความสัมพันธ์ทั้ง 3 กลุ่มอาชีพในตารางที่ 4.8 คือ นักธุรกิจอิสระ ตัวแทนขายตรงและผู้ประกอบการตลาดแบบตรง โดยการเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยและค่าความแปรปรวน เพื่อให้เห็นถึงความแตกต่างทางด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับการกำกับดูแล นักธุรกิจอิสระ ตัวแทนขายตรงและผู้ประกอบการตลาดแบบตรง พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะอาชีพที่ทำ คือ นักธุรกิจอิสระและตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบการตลาดแบบตรงและผู้ประกอบอาชีพทั้ง 2 อาชีพ คือ นักธุรกิจอิสระ ตัวแทนขายตรงและผู้ประกอบการตลาดแบบตรง มีความคิดเห็นที่แตกต่างกันอย่างน้อย 1 คู่ ดังมีรายละเอียดดังต่อไปนี้ คือ

กลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบอาชีพนักธุรกิจอิสระตัวแทนขายตรงและผู้ประกอบการตลาดแบบตรงที่มีความคิดเห็นในเรื่องของการกำกับดูแลที่แตกต่างกันจากตารางที่ 4.9 สรุปได้ว่ามีอยู่ทั้งหมด 3 คู่ คือ 1. นักธุรกิจอิสระและตัวแทนขายตรง กับ ผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรง 2. นักธุรกิจอิสระและตัวแทนขายตรง กับ ผู้ประกอบอาชีพทั้ง 2 อาชีพไปพร้อมกัน และ 3. ผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรง กับ ผู้ประกอบอาชีพทั้ง 2 อาชีพพร้อมกัน

สรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่มตัวอย่างที่กล่าวมาข้างต้น มีความคิดเห็นในเรื่องของการกำกับดูแลที่แตกต่างกันหมดทั้ง 3 กลุ่มตัวอย่าง ทั้งนี้ถ้าเรากลับไปศึกษากฎหมายขายตรง พ.ศ. 2545 ก็จะพบว่าเป็นเรื่องที่สอดคล้องกันอยู่ อันมีสาเหตุมาจากในกฎหมายฉบับดังกล่าวได้มีการกำหนดระเบียบวิธีปฏิบัติในธุรกิจแต่ละประเภทมีบ้างมาตราที่กฎเกณฑ์และประเด็นในเรื่องของการกำกับดูแลแตกต่างกันระหว่างผู้ที่ประกอบธุรกิจขายตรงและผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง นั้นจึงเป็นที่มาว่าความคิดเห็นในเรื่องดังกล่าวจึงออกมาว่าทั้ง 3 กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่น้อยกว่าระดับ 0.05 คือค่า Sig เท่ากับ 0.000 ส่วนในประเด็นกลุ่มตัวอย่างอื่นๆ เช่น เรื่องของเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้และระยะเวลาที่ได้ประกอบธุรกิจ กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดไม่ได้มีความคิดเห็นที่แตกต่างกันในเรื่องของความคิดเห็นเกี่ยวกับการกำกับดูแลนักธุรกิจอิสระ ตัวแทนขายตรงและผู้ประกอบการขายตรง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

และเพื่อลดประเด็นปัญหาดังกล่าวที่เกิดขึ้นข้างต้นของทั้ง 3 กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบอาชีพนักธุรกิจอิสระและตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบอาชีพการตลาดแบบตรงและผู้ประกอบอาชีพทั้ง นักธุรกิจอิสระ ตัวแทนขายตรงและผู้ประกอบการตลาดแบบตรง รัฐได้เพิ่ม

ความเข้มงวดและได้มีการประกาศใช้พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2560 เมื่อวันที่ 14 พฤษภาคม 2560 เพื่อเพิ่มความเต็มบทยุติบางประการเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจขายตรงหรือตลาดแบบตรงให้มีความชัดเจนและเหมาะสมยิ่งขึ้น อันจะเป็นการคุ้มครองผู้บริโภคไม่ให้ตกเป็นฝ่ายเสียเปรียบในการซื้อสินค้าหรือบริการ และเพื่อให้การกำกับดูแล นักธุรกิจอิสระตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบการตลาดแบบตรงและผู้ประกอบธุรกิจขายตรงดียิ่งขึ้นกว่าเดิม โดยมีประเด็นการแก้ไขในแต่ละมาตราพอสังเขปได้ว่า มาตรา 24/1 ว่าด้วยเรื่อง ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงและผู้จำหน่ายอิสระต้องร่วมรับผิดชอบต่อผู้บริโภคในความชำรุดบกพร่องของสินค้าหรือบริการที่ผู้จำหน่ายอิสระขายให้แก่ผู้บริโภคหรือความเสียหายที่ผู้จำหน่ายอิสระนั้นได้ก่อขึ้นจากการที่ไม่ปฏิบัติหน้าที่ของผู้จำหน่ายอิสระตามพระราชบัญญัติฉบับนี้ มาตรา 29/2 ผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงต้องส่งรายงานเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจต่อนายทะเบียนตามแบบ หลักเกณฑ์ และระยะเวลาที่คณะกรรมการประกาศกำหนด มาตรา 30 ให้ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงและผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง มีหน้าที่จัดทำเอกสารการซื้อขายสินค้าหรือบริการและให้ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรงหรือผู้ประกอบการตลาดแบบตรง มีหน้าที่ส่งมอบเอกสารการซื้อขายสินค้าหรือบริการนั้นแก่ผู้บริโภคพร้อมกับสินค้าหรือบริการ เอกสารการซื้อขายตามวรรคหนึ่งหรือวรรคสองต้องมีข้อความภาษาไทยที่อ่านเข้าใจง่าย โดยระบุชื่อผู้ซื้อและผู้ขาย วันที่ซื้อขาย และวันที่ส่งมอบสินค้าหรือบริการ รวมทั้งสิทธิของผู้บริโภคในการเลิกสัญญาซึ่งสิทธิเลิกสัญญาดังกล่าวต้องกำหนดด้วยตัวอักษรที่เห็นเด่นชัดกว่าข้อความทั่วไป

จากที่สรุปมาทั้งหมดจะเห็นได้ว่ากฎหมายขายตรงฉบับแก้ไขได้เพิ่มมาตรการที่เข้มงวดกับผู้ประกอบธุรกิจมากขึ้นและในขณะเดียวกันก็เพิ่มความคุ้มครองให้กับผู้บริโภคมากขึ้น จะเห็นได้ว่ามาตรา 41/5 ว่าด้วยผู้บริโภคผู้ใดได้รับความเสียหายจากผู้ประกอบธุรกิจขายตรงหรือผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงรายใดและเป็นจำนวนเงินเท่าใด ให้นายทะเบียนจ่ายเงินจากหลักประกันที่ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงหรือผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงวางไว้เพื่อชดเชยความเสียหายดังกล่าว มาตรา 41/7 ในกรณีหลักประกันผู้ที่ประกอบธุรกิจขายตรงหรือผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงวางไว้ไม่เพียงพอที่นายทะเบียนจะจ่ายเงินเพื่อชดเชยความเสียหายแก่ผู้บริโภคตามมาตรา 41/6 หรือลดลงเพราะได้มีการจ่ายเงินเพื่อชดเชยความเสียหายดังกล่าว ให้นายทะเบียนสั่งเป็นหนังสือให้ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงหรือผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงวางหลักประกันเพิ่มจนครบตามวงเงินที่กำหนดในกฎกระทรวงภายในสิบห้าวันนับแต่วันที่ได้รับคำสั่ง และในบทบัญญัติฉบับนี้ยังมีมาตรา ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการธุรกิจขายตรงและธุรกิจตลาดแบบตรงที่กำหนดในเรื่องของการกำกับดูแลและให้การคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อลดประเด็นปัญหาดังกล่าวข้างต้นให้ได้มากที่สุด

4.3.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคที่ใช้สินค้าหรือบริการจากนักธุรกิจ อิสระ ตัวแทนขายตรงและผู้ประกอบการตลาดแบบตรง ของกฎหมายขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545

ความคิดเห็นเรื่องของการคุ้มครองผู้บริโภคที่ใช้สินค้าหรือบริการจากนักธุรกิจอิสระ ตัวแทนขายตรงและผู้ประกอบการตลาดแบบตรง จากการสำรวจความคิดเห็นในตารางที่ 4.12 ผลโดยรวมออกมาอยู่ในระดับดี ซึ่งสอดคล้องต่อการวิจัยเชิงปริมาณเพราะว่ากลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามมีองค์ความรู้ส่วนใหญ่ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีเป็นส่วนใหญ่ถึงร้อยละ 74.0 เปอร์เซ็นต์ ถ้าเปรียบเทียบสัดส่วนของการศึกษาที่ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. เพียงร้อยละ 1.5 เปอร์เซ็นต์ และถ้าเปรียบเทียบด้านอาชีพการงานแล้ว กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามรับราชการเป็นส่วนใหญ่ถึงร้อยละ 46.5 และรองลงมาทำงานอยู่ในบริษัทเอกชนถึง ร้อยละ 31.0 เปอร์เซ็นต์ ถ้าเปรียบเทียบกับอาชีพรับจ้างทั่วไปซึ่งมีเพียงร้อยละ 1.5 เปอร์เซ็นต์เท่านั้น จากข้อมูลทั้งหมดที่ให้จึงทำให้เห็นถึงช่องว่างระหว่างการศึกษาและอาชีพ ซึ่งสามารถเป็นดัชนีชี้วัดได้ว่า กลุ่มผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้และความเข้าใจและความคิดเห็นโดยรวมในเรื่องของการคุ้มครองผู้บริโภคของพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ได้เป็นอย่างดี และสถานะทางด้านความคิด การศึกษา การประกอบอาชีพ จึงมีผลทำให้กลุ่มผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจและสามารถแยกแยะว่าสิ่งไหนควรที่จะซื้อหรือเลือกใช้บริการที่ถูกต้องเลยทำให้กลุ่มของผู้ที่ตอบแบบสอบถามไม่ได้รับผลกระทบในเรื่องดังกล่าวและผลออกมาในระดับดีเป็นที่น่าพอใจ

แต่ก็ยังมีประเด็นอีก 5 ประเด็นที่ผลจากการวิจัยเรื่องการแสดงความคิดเห็นในเรื่องของการคุ้มครองผู้บริโภคออกมาอยู่ในระดับปานกลาง และอีก 5 ประเด็นอยู่ในระดับดีจากความคิดเห็นในเรื่องดังกล่าวทั้งหมด 10 ประเด็น ซึ่ง 5 ประเด็นที่ผลออกมาอยู่ในระดับปานกลางนั้นเป็นสิ่งที่ทางสำนักงานคุ้มครองผู้บริโภคได้รับการร้องเรียนเป็นอันดับต้นๆ อยู่ถึง 3 ประเด็นนั้นก็คือ ประเด็นที่ 1 ในเรื่องของการไม่ได้รับเอกสาร เช่นใบเสร็จรับเงิน ใบรับประกันสินค้า เอกสารการซื้อขายสินค้าหรือบริการ ที่จะต้องส่งมายังผู้บริโภคทุกครั้ง โดยมีค่าเฉลี่ยถึงร้อยละ 3.56 เปอร์เซ็นต์ ประเด็นที่ 2 ในเรื่องของการส่งมอบสินค้าและบริการ จากผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรงและผู้ประกอบการตลาดแบบตรง โดยมีค่าเฉลี่ยถึงร้อยละ 3.45 และประเด็นที่ 3 การได้รับสินค้าที่มีคุณภาพและตรงตามที่ได้มีการโฆษณาสรรพคุณของสินค้าไว้ในเอกสารทุกครั้ง โดยมีค่าเฉลี่ยถึงร้อยละ 3.40 เปอร์เซ็นต์ จากการตรวจสอบข้อมูลเรื่องการร้องเรียนจากทางผู้บริโภคของสำนักงานคุ้มครองผู้บริโภคตั้งแต่ปี พ.ศ. 2559 จนถึงปัจจุบัน ที่ได้มีการเก็บสถิติการร้องเรียนไว้ ทั้ง 3 ประเด็นที่กล่าวมานั้นมาจากการทำธุรกิจตลาดแบบตรงแทบทั้งสิ้น ซึ่งจากข้อมูลและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังที่ได้มาแล้วในเรื่องของการอภิปรายในเรื่องของการกำกับดูแลผู้ประกอบการตลาดแบบตรงและจากการวิจัย

เชิงคุณภาพก็ได้สอดคล้องกับเรื่องร้องเรียนดังกล่าวที่มาจากผู้บริโภคซึ่งต้องได้รับการแก้ไขเยียวยาต่อไป แต่ที่จะขอขยายความเพิ่มเติมนั้นก็คงเป็นเรื่องงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของ ศิริทิพย์ แสงทอง ที่ได้ทำการศึกษาวิจัยในเรื่องของการคุ้มครองผู้บริโภคตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ไว้ว่า “กฎหมายได้กำหนดให้ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรงหรือผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรง มีหน้าที่ส่งมอบเอกสารสัญญาการซื้อขายสินค้าหรือบริการแก่ผู้บริโภคและเอกสารการซื้อขายต้องทำเป็นภาษาไทยและอ่านเข้าใจง่าย ระบุชื่อผู้ซื้อขายและวันที่ส่งมอบสินค้าหรือบริการและสิทธิผู้บริโภคในการเลิกสัญญาต้องเห็นเด่นชัดกว่าข้อความทั่วไป เวลา สถานที่และวิธีการในการชำระหนี้ของคู่สัญญา วิธีการเลิกสัญญาและวิธีการคืนสินค้า การรับประกันสินค้าและการเปลี่ยนสินค้าในกรณีที่มีความชำรุดบกพร่องเกิดขึ้น” จากงานวิจัยและข้อกำหนดของกฎหมายที่ให้สิทธิผู้บริโภคในด้านนี้ ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรงและผู้ประกอบการตลาดแบบตรงจะต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบที่กฎหมายได้กำหนดไว้ ฉะนั้นปัญหาดังกล่าวนี้จึงต้องได้รับการแก้ไขเยียวยาด้วยความเร่งด่วนเป็นอย่างยิ่งถึงแม้ว่าผลคะแนนในระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเรื่องของการคุ้มครองผู้บริโภคจะออกมาอยู่ในเกณฑ์ปานกลางก็ตาม ส่วนในประเด็นอื่นๆ ที่ลองลงมาก็คือประเด็นในเรื่องของการได้รับเงินคืนเต็มจำนวนหลังจากที่มีการคืนสินค้าหรือยกเลิกการเป็นสมาชิกภายในระยะเวลา 15 วันหรือตามที่อยู่ในระยะเวลาที่บริษัทนั้นๆ กำหนด และอีกประเด็นก็คือ การเปลี่ยนหรือคืนสินค้าได้ทุกครั้ง หลังจากแจ้งเรื่องไปยังผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรงและผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรง ภายใน 7 วันหลังจากได้รับสินค้าหรือบริการ ซึ่งทั้ง 2 ประเด็นหลังนี้ผลของการร้องเรียนไม่มีผู้บริโภคร้องเรียนในเรื่องดังกล่าว

แต่ถึงอย่างไรงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของ ศิริทิพย์ แสงทอง ก็ได้ทำการศึกษาวิจัยไว้ว่าผู้บริโภคสมควรที่จะต้องได้รับสิทธิในประเด็นดังกล่าว โดยมีการศึกษาไว้ว่า “การคุ้มครองผู้บริโภคจากธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง ในส่วนของสิทธิในการบอกเลิกสัญญา โดยกฎหมายได้กำหนดรูปแบบไว้ คือ ผู้บริโภคมีสิทธิในการบอกเลิกสัญญาได้โดยการส่งหนังสือแสดงเจตนา แจ้งไปยังผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรงและผู้ประกอบการตลาดแบบตรง โดยจะต้องทำภายใน 7 วันนับตั้งแต่วันที่ได้รับสินค้าหรือบริการและกฎหมายก็ไม่ได้บัญญัติกำหนดให้ต้องแสดงผลในการบอกเลิกสัญญาด้วย” จากงานวิจัยดังกล่าวและมาตรา 30 ถึงมาตรา 37 ของกฎหมายขายตรงและตลาดแบบตรงก็ได้กำหนดสิทธิในการคุ้มครองผู้บริโภคอยู่แล้ว ถึงจะไม่มีผลสถิติการร้องเรียนในเรื่องดังกล่าวปรากฏออกมายังสำนักงานคุ้มครองผู้บริโภคก็ตาม ผู้ประกอบการธุรกิจตลาดขายตรง นักธุรกิจอิสระ ตัวแทนขายตรงและผู้ประกอบการตลาดแบบตรงก็จะต้องปฏิบัติตามกฎหมายโดยเคร่งครัดเพื่อไม่ให้มีเรื่องร้องเรียนในประเด็นที่ดังกล่าวขยายตัวเพิ่มขึ้นในอนาคต พร้อมทั้งอยากจะวิงวอนทุกภาคส่วนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับประเด็นดังกล่าวจะต้องช่วยกันผลักดันและช่วยกันกำกับดูแลและให้การคุ้มครอง

ผู้บริโภครู้สึกได้รับสิทธิและความชอบธรรมให้ได้มากที่สุด ส่วนในประเด็นที่เหลืออีก 5 ประเด็นนั้น ผลการวิจัยออกมาอยู่ในระดับดีนั้นแสดงว่าผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง นักธุรกิจอิสระ ตัวแทนขายตรงและผู้ประกอบการตลาดแบบตรงได้ปฏิบัติตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ในเรื่องของการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นไปด้วยดี

และจากการวิเคราะห์หาค่าความสัมพันธ์ของกลุ่มผู้บริโภคจากการเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยและค่าความแปรปรวน เพื่อให้เห็นถึงความแตกต่างทางด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับคุ้มครองผู้บริโภคจากการใช้สินค้าหรือบริการจากนักธุรกิจอิสระ ตัวแทนขายตรงและผู้ประกอบการตลาดแบบตรง ของกฎหมายขายตรง พ.ศ. 2545 พบว่า มีกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่มีความคิดเห็นที่แตกต่างกันอย่างน้อย 1 คู่ ดังมีรายละเอียดดังต่อไปนี้ คือ

กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคกลุ่มที่ 1 ที่มีความคิดเห็นที่แตกต่างกันในประเด็นดังกล่าว คือ กลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่างกัน โดยจากตารางที่ 4.12 สรุปได้ว่ามีทั้งหมด 4 คู่ที่มีความคิดเห็นแตกต่างกันก็คือ 1 การศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. กับ การศึกษาระดับปวส./อนุปริญญา 2.การศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. กับ การศึกษาระดับปริญญาตรี 3. การศึกษาระดับปวส./อนุปริญญา กับ การศึกษาที่สูงกว่าปริญญาตรี และ 4.การศึกษาระดับปริญญาตรี กับ การศึกษาที่สูงกว่าปริญญาตรี

กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคกลุ่มที่ 2 ที่มีความคิดเห็นที่แตกต่างกันในประเด็นดังกล่าว คือ กลุ่มที่มี อาชีพที่ต่างกัน โดยจากตารางที่ 4.14 สรุปได้ว่ามีทั้งหมด 10 คู่ที่มีความคิดเห็นแตกต่างกันก็คือ 1. อาชีพรับจ้างทั่วไป กับ อาชีพรับราชการ 2. อาชีพรับจ้างทั่วไป กับ อาชีพอื่นๆ โดยไม่ได้ระบุอาชีพ 3. อาชีพค้าขาย กับ อาชีพรับราชการ 4. อาชีพค้าขาย กับ อาชีพอื่นๆ โดยไม่ได้ระบุอาชีพ 5. อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน กับ อาชีพรับราชการ 6. อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน กับ อาชีพอื่นๆ โดยไม่ได้ระบุอาชีพ 7. อาชีพอิสระ กับ อาชีพอื่นๆ โดยไม่ได้ระบุอาชีพ 8. อาชีพรับราชการ กับ อาชีพเจ้าของกิจการ 9. อาชีพรับราชการ กับ อาชีพอื่นๆ โดยไม่ได้ระบุอาชีพ 10. อาชีพเจ้าของกิจการ กับ อาชีพอื่นๆ โดยไม่ได้ระบุอาชีพ

กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคกลุ่มที่ 3 ที่มีความคิดเห็นที่แตกต่างกันในประเด็นดังกล่าว คือ กลุ่มที่มีรายได้ที่ต่างกัน โดยจากตารางที่ 4.16 สรุปได้ว่ามีทั้งหมด 1 คู่ที่มีความคิดเห็นแตกต่างกันก็คือ 1. รายได้ตั้งแต่ 10,001-30,000 บาท กับ มากกว่า 100,000 บาทขึ้นไป

กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคกลุ่มที่ 4 ที่มีความคิดเห็นที่แตกต่างกันในประเด็นดังกล่าว คือ กลุ่มผู้บริโภคที่ลักษณะของการใช้บริการธุรกิจที่ต่างกัน คือ นักธุรกิจอิสระและตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบการตลาดแบบตรง หรือผู้ที่ประกอบอาชีพทั้ง 2 อาชีพไปพร้อมกัน โดยจากตารางที่ 4.18 สรุปได้ว่ามีทั้งหมด 2 คู่ที่มีความคิดเห็นแตกต่างกันก็คือ 1. นักธุรกิจอิสระและตัวแทนขายตรง กับ

ผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรง 2.ผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรง กับ ผู้ที่ประกอบอาชีพทั้ง 2 อาชีพ

กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภครวม 5 ที่มีความคิดเห็นที่แตกต่างกันในประเด็นดังกล่าว คือ กลุ่มที่มีระยะเวลาในการใช้บริการที่ต่างกัน โดยจากตารางที่ 4.20 สรุปได้ว่ามีทั้งหมด 2 คู่ที่มีความคิดเห็นแตกต่างกันก็คือ 1. ระยะเวลาตั้งแต่ 2-5 ปี กับ มากกว่า 10 ปีขึ้นไป 2. ระยะเวลาตั้งแต่ 5-10 ปี กับ มากกว่า 10 ปีขึ้นไป

สรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภครวม 5 กลุ่มตัวอย่าง มีความคิดเห็นที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่น้อยกว่าระดับ 0.05 คือ กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีค่า Sig เท่ากับ 0.000 นั้นอาจจะเป็นเพราะว่า ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในเรื่องของการศึกษาที่ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่มีการศึกษาตั้งแต่ระดับปริญญาตรีและสูงขึ้นไปถึงร้อยละ 90.0 และระดับที่ต่ำกว่าปริญญาตรีมีเพียงร้อยละ 10.0 นั้นจึงเป็นสาเหตุให้ความคิดในการตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นในการคุ้มครองผู้บริโภคของกฎหมายชายตรง พ.ศ. 2545 มีความคิดเห็นที่แตกต่างกันที่นัยสำคัญทางสถิติที่น้อยกว่าระดับ 0.05 ต่อมาเป็นกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภครวม 5 อาชีพต่างกันมีค่า Sig เท่ากับ 0.000 นั้นอาจจะเป็นสาเหตุมาจากการที่แบบสอบถามมีความหลากหลายทางกลุ่มด้านอาชีพ และแต่ละอาชีพก็มีความต่างทางด้านความคิดเห็นในเรื่องของการคุ้มครองผู้บริโภคดูได้จากจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพที่พบมากที่สุดได้อาชีพรับราชการ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 46.5 และรองลงมาเป็นอาชีพเกี่ยวกับพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 31.0 ซึ่งอาชีพระหว่างสองอาชีพนี้มีเข้าใจในตัวบทกฎหมายที่แตกต่างกัน ถ้าจะให้เห็นถึงความเข้าใจและรายละเอียดในมาตราต่างๆ ที่กฎหมายบังคับใช้ก็คงจะปฏิเสธไม่ได้ว่า อาชีพข้าราชการจะต้องมีความเข้าใจและปฏิบัติได้ถูกต้องและเป็นระเบียบกว่าอาชีพด้านอื่นๆ นั้นจึงเป็นที่ถึงความคิดเห็นที่แตกต่างกันที่นัยสำคัญทางสถิติที่น้อยกว่าระดับ 0.05

และกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่มีรายได้ต่างกันมีค่า Sig เท่ากับ 0.015 ถ้าเราย้อนกลับไปดูข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามก็จะพบว่า ระดับรายได้มีความแตกต่างกันมากนั้นคือ รายได้ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนมากมาจากรายได้ตั้งแต่ 10,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 61.5 ซึ่งรายได้ก็เป็นตัวบ่งบอกถึงสถานะทางการเงิน ฉะนั้นถ้าผู้ตอบแบบสอบถามมีอำนาจซื้อการคิดในเรื่องของการสูญเสียผลประโยชน์ก็อาจจะน้อยลง จึงทำให้ความคิดเห็นในประเด็นดังกล่าวเกิดความแตกต่างกัน ถัดมาเป็นกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่ใช้บริการลักษณะของธุรกิจที่ต่างกันมีค่า Sig เท่ากับ 0.009 อันนี้เป็นประเด็นที่ถูกต้องตามหลักความคิดที่แตกต่างกันอยู่แล้ว เพราะผู้บริโภครวม 5 ใช้สินค้าหรือรับบริการที่แตกต่างกันในเรื่องการลักษณะธุรกิจ จึงทำให้ความคิดเห็นย่อมมีความคิดเห็นที่แตกต่างกัน จากข้อมูลทำการสำรวจจากข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ที่ใช้

สินค้าหรือรับบริการจากผู้ประกอบการตลาดแบบตรงมีถึงร้อยละ 48.0 และรองลงมาใช้สินค้าหรือรับบริการจากนักธุรกิจอิสระและตัวแทนขายตรง ร้อยละ 27.5 และสุดท้ายจากการใช้สินค้าหรือรับบริการจากทั้ง 2 อาชีพร้อยละ 24.5 นั้นจึงเป็นที่มาของความคิดเห็นที่แตกต่างกัน

และสุดท้ายของกลุ่มผู้บริโภคที่มีความคิดเห็นที่แตกต่างกันก็คือ ระยะเวลาของการใช้บริการมีค่า Sig เท่ากับ 0.009 เราคงปฏิเสธไม่ได้ว่าระยะเวลาที่เป็นปัจจัยในเรื่องผลความคิดเห็นเพราะว่า ผู้ที่ใช้ระยะเวลาในการใช้สินค้าหรือรับบริการจากธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงย่อมมีความรู้สึกและความเข้าใจที่แตกต่างกัน นั้นจึงเป็นผลมาจากที่ว่าความคิดเห็นจึงออกมาในลักษณะที่แตกต่างกัน นั่นก็คือ ระยะเวลาที่พบมากที่สุดในการใช้สินค้าหรือบริการคือ 2-5 ปี คิดเป็นร้อยละ 40.0 และระยะเวลาที่ใช้สินค้าหรือบริการที่น้อยที่สุดคือ มากกว่า 10 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 4.0 นั้นจึงเป็นสาเหตุของความคิดเห็นที่แตกต่างกันด้านความคิดในการคุ้มครองผู้บริโภคที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับที่น้อยกว่า 0.05

ส่วนในประเด็นของกลุ่มตัวอย่างอื่นๆ เช่น เรื่องของเพศ และอายุ กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดที่กล่าวมานั้น ไม่ได้มีความคิดเห็นที่แตกต่างกันในเรื่องของความคิดเห็นเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคของกฎหมายขายตรง พ.ศ. 2545 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

การวิจัยในครั้งนี้ผู้ศึกษาวิจัยให้ความสนใจในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับปัญหาของพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ที่มีผลต่อผู้บริโภค จากการใช้สินค้าและบริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อที่จะส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจขายตรงและธุรกิจตลาดแบบตรง ให้เป็นที่ยอมรับมากขึ้นต่อผู้บริโภค สาธารณชนและภาครัฐ โดยการเรียนรู้จากมาตราต่างๆ ที่บังคับใช้ในพระราชบัญญัติฉบับนี้ อีกทั้งยังศึกษาจากหลักการ แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 เพื่อเป็นแนวทางในการนำเสนอทางเลือกเชิงนโยบายของกฎระเบียบข้อบังคับในเรื่องของการกำกับดูแลนักธุรกิจอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงและผู้ประกอบการตลาดแบบตรง อีกทั้งยังเสนอทางเลือกในเชิงนโยบายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อให้เกิดความเป็นธรรมและไม่ให้ถูกหลอกลวงให้หลงเชื่อในสินค้าหรือบริการได้ โดยมีรายละเอียดการสรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

ผลจากการศึกษาเรื่องของการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับปัญหาของพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ที่มีผลต่อผู้บริโภค จากการใช้สินค้าและบริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ได้ผลการศึกษามาจากการออกแบบสอบถามจำนวน 400 ราย และที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานจากกองคุ้มครองผู้บริโภคด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงจำนวน 4 ราย สามารถที่จะสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ด้านนักธุรกิจอิสระและตัวแทนขายตรง

1.1 หลังจากที่ได้มีการประกาศใช้พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ออกมาบังคับใช้ทำให้ประเด็นปัญหาต่างที่เกิดขึ้นกับผู้บริโภค อันมีผลมาจากการใช้สินค้าหรือบริการกับธุรกิจขายตรง เริ่มทยอยหายไปจะมีเพียงข้อกำหนดในเรื่องของการจ่ายผลตอบแทนตามแผนการขายการตลาดเท่านั้น ที่ยังเป็นปัญหาอยู่เกี่ยวกับประเด็นปัญหาในเรื่องของการจ่ายผลตอบแทนไม่ตรงตามที่ระบุไว้กับทางฝ่ายรับจดทะเบียนและแผนการขายการตลาดมีแนวโน้มออกไปในทางระดมทุนจากการหาสมาชิกซึ่งไม่ได้มาจากการขายสินค้าหรือบริการ (มาตรา 19, 21 และ 38)

1.2 และอีกประเด็นหนึ่งที่ทางกองคุ้มครองผู้บริโภคด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคจะต้องเข้าไปทำหน้าที่ในเรื่องของการกำกับดูแล

นักธุรกิจอิสระและตัวแทนขายตรงที่มีการบอกให้ผู้บริโภคต้องสมัครสมาชิกทุกครั้งหรือบอกให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าในปริมาณมาก ซึ่งประเด็นนี้เป็นที่พบบ่อยและเกิดขึ้นกับผู้บริโภคซ้ำๆ (มาตรา 24, 26)

2. ด้านผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรง

2.1 หลังจากที่ได้มีการประกาศใช้พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 มาบังคับใช้กับธุรกิจตลาดแบบตรง กลับพบว่า ฝ่ายรับเรื่องร้องทุกข์ได้รับการร้องเรียนจากผู้บริโภคมากขึ้นโดยเฉพาะในเรื่องเกี่ยวกับการสั่งซื้อสินค้าแล้วไม่ได้รับสินค้า จำหน่ายสินค้าไม่ตรงตามที่โฆษณาและสั่งซื้อสินค้าแล้วถูกยกเลิกคำสั่งซื้อโดยอ้างว่าไม่มีสินค้า (มาตรา 28, 29, 30, 31, 32, 33)

2.2 การตรวจสอบไปยังผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรงทำได้ยาก เพราะว่าทางเจ้าหน้าที่พบว่า ยังมีผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรงยังไม่ยอมมาจดทะเบียนกับกองคุ้มครองผู้บริโภคด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงอีกเป็นจำนวนมาก ซึ่งเมื่อบางครั้งเจ้าหน้าที่ได้รับเรื่องร้องเรียนมาและย้อนกลับไปตรวจสอบโดยการล่อซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ และเมื่อพบกับผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรง ผู้ประกอบการก็มักจะอ้างว่าไม่ทราบว่าจะต้องมาจดทะเบียนกับทางเจ้าหน้าที่ ซึ่งนี่ก็เป็นสาเหตุอีกประการหนึ่งที่ทำให้เกิดเรื่องร้องเรียนดังกล่าวข้างต้นเกิดขึ้นเป็นประจำ เพราะผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรงสามารถปิดเว็บไซต์หรือหนีหายจากการทำธุรกิจไปได้โดยที่กฎหมายไม่สามารถจะทำอะไรได้ หรือเปลี่ยนสถานที่ทำธุรกิจใหม่โดยไม่สามารถหาหลักแหล่งที่แท้จริงได้ (มาตรา 27)

3. ด้านผู้ที่ประกอบอาชีพทั้งธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง

3.1 การประกอบอาชีพขายตรงเพียงอาชีพเดียวกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามให้ความร่วมมือหรือมีความคิดที่ดีต่อการปฏิบัติตามกฎระเบียบในพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 โดยมีรายละเอียดโดยรวมในการปฏิบัติตามข้อบังคับของแต่ละข้อที่มาตราในกฎหมายกำหนดอยู่ในระดับที่ดี

3.2 ประเด็นที่ผลคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับต่ำของกลุ่มนี้ก็คือประเด็นเรื่องของการขายสินค้าหรือบริการผ่านสื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์หรือสื่ออื่นๆ โดยที่ยังไม่ได้ไปขอจดทะเบียนการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงโดยมีคะแนนเฉลี่ยที่ 1.93 อยู่ในระดับต่ำ และอีกหนึ่งประเด็นนั้นก็คือการโฆษณาสินค้าผ่านทางสื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์หรือสื่ออื่นๆ โดยไม่มีการรับประกันคุณภาพสินค้า (มาตรา 27, 29, 30, 31, 33, 35, 37)

5.2 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษา เรื่อง การศึกษาปัญหาของพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบขายตรง พ.ศ. 2545 ที่มีผลต่อผู้บริโภคจากการใช้สินค้าและบริการในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะใน 2 ระดับ ดังนี้

5.2.1 ระดับนโยบาย

นักธุรกิจอิสระและตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรงและผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง ควรมีการกำหนดกฎระเบียบและข้อบังคับในการดำเนินงานของธุรกิจ โดยออกกฎระเบียบ วิธีการ และข้อบังคับสำหรับในการดำเนินธุรกิจ ในการให้บริการกับผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ กล่าวคือ การให้ข้อมูลในการค้าอย่างโปร่งใส ชัดเจน เพื่อเป็นหลักประกันในการให้บริการแก่ผู้บริโภค และเป็นการสร้างความมั่นใจในการได้รับสินค้าจากผู้ประกอบการธุรกิจ ตัวแทนขาย

5.2.2 ระดับปฏิบัติ

มาตราและกลไกที่จะมาช่วยในการปฏิบัติเพื่อให้เกิดประสิทธิผลและประสิทธิภาพมากขึ้นนั้น ก็คือ

1. ให้เพิ่มจำนวนเจ้าหน้าที่ในระดับปฏิบัติการในกองควบคุมคุ้มครองผู้บริโภค ด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง สำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อสามารถรองรับการขยายตัวของธุรกิจออนไลน์ ในการกำกับดูแลและการควบคุม ให้ความคุ้มครองผู้บริโภค ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น
2. กองควบคุมคุ้มครองผู้บริโภคด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง สำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค ควรมีการจัดอบรมผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรง และผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง เพื่อให้ทราบถึง ระเบียบ และข้อบังคับและมาตราใหม่ๆ ของพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2560 ที่ประกาศใช้ เมื่อวันที่ 14 พฤษภาคม 2560

5.2.3 ข้อเสนอแนะการวิจัยในครั้งต่อไป

เสนอควรที่จะให้มีการศึกษาทบทวนประเด็นปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นไปแล้วว่า หลังจากที่ได้นำพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2560 มาบังคับใช้ ณ วันที่ 14 พฤษภาคม พ.ศ. 2560 เป็นต้นมานั้น ประเด็นปัญหาดังกล่าวยังเกิดขึ้นอีกหรือไม่ หรือมีประเด็นปัญหาในรูปแบบใหม่เกิดขึ้นอีก ทั้งนี้เพื่อที่จะได้มีการแก้ไขปรับปรุงมาตราต่างๆ ของกฎหมายขายตรงและตลาดแบบตรงให้ทันสมัยสามารถกำกับดูแลและให้การคุ้มครองที่มีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล อยู่ตลอดเวลา

รายการอ้างอิง

หนังสือ

- ชนะกัญจน์ ศรีรัตนบัลล์ และ วรพรรณ เอื้ออาภรณ์. *เข้าใจการกำกับดูแล: ทฤษฎี กลยุทธ์ และหลักปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, 2554.
- ถวัลย์รัฐ วรเทพพิทักษ์. *การกำหนดและวิเคราะห์นโยบายสาธารณะ: ทฤษฎีและการประยุกต์ใช้*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์เสมาธรรม, 2541.
- ธนน อนุมานราชชน. *การวิจัยเชิงปริมาณทางสังคมศาสตร์*. เชียงใหม่: ห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่พิมพ์สวย, 2544.
- ธีรวัฒน์ จันทสมบุรณ์. *คำอธิบายและสาระสำคัญของพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์นิติธรรม, 2549.
- ไพโรจน์ อาจารย์ภา. *ครบเครื่องเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภค: ครบเครื่องเรื่องสัญญา*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์วิญญูชน, 2547.
- ไพโรจน์ อาจารย์ภา. *คำอธิบายกฎหมายขายตรงและตลาดแบบตรง*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์วิญญูชน, 2546.
- ไพโรจน์ อาจารย์ภา. *คำอธิบายกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคฉบับชาวบ้าน*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์วิญญูชน, 2543.
- เรืองวิทย์ เกษสุวรรณ. *นโยบายสาธารณะ*. กรุงเทพฯ: บริษัท บพิศการพิมพ์ จำกัด, 2550.
- วรเดช จันทรศร. *การนำนโยบายไปปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ: บริษัท กราฟิคฟอร์แมท (ไทยแลนด์) จำกัด, 2540.
- วิชา มหาคุณ. *จริยธรรม ธรรมาภิบาล และกฎหมาย*. กรุงเทพฯ: มูลนิธิยุวพุทธพัฒนา, 2013
- วีรพงษ์ บุญโญภาส. *กฎหมายขายตรงกับอาชญากรรมทางเศรษฐกิจประเภทแชร์ลูกโซ่*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์นิติธรรม, 2551.
- สุขุม ศุภนิตย์. *คำอธิบายกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2557.

วิทยานิพนธ์

ภาสเชษฐ์ ชินเวศยวงศ์. “แนวคิดที่ว่าด้วยการมีส่วนร่วมของประชาชนในระบบกฎหมายไทย.”

วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. สาขาวิชากฎหมายมหาชน คณะนิติศาสตร์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2556.

ประสม หงษ์โต. “ปัญหาการบังคับใช้พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545.”

วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2550.

พัฒนภูมิ อังศุสิงห์. “การบังคับใช้พระราชบัญญัติ ขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545:

ศึกษาเฉพาะกรณีขายตรง.” วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. สาขาวิชากฎหมายธุรกิจ
คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก, 2550.

ศิริทิพย์ แสงทอง. “การคุ้มครองผู้บริโภคตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ.

2545.” วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2549.



ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง
และผู้ประกอบการตลาดแบบตรง

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการค้นคว้าอิสระ เรื่อง การศึกษาปัญหาของพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ที่มีผลต่อผู้บริโภค จากการใช้สินค้าหรือบริการ ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้ศึกษาวิจัยมุ่งหวังให้ผลการศึกษารั้งนี้ เป็นทางเลือกเชิงนโยบายสำหรับปรับปรุงพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ซึ่งจะเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง และผู้บริโภค ให้ได้รับความเป็นธรรมในเรื่องของการกำกับดูแลและให้การคุ้มครองผู้บริโภคให้ทันยุคทันสมัยอยู่ตลอดเวลา และเพื่อให้สอดคล้องกับบริบทของสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น ณ ปัจจุบัน จึงขอความกรุณาท่านตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงอย่างครบถ้วน และขอขอบคุณในความร่วมมือมา ณ โอกาสนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง “ () ” หรือเติมรายละเอียดในข้อความทุกข้อที่ตรงกับความ เป็นจริงของท่านมากที่สุดเพียงคำตอบเดียว

1.1 ท่านเพศใด

() 1. ชาย () 2. หญิง

1.2 ท่านอายุเท่าไร

() 1. อายุ 18-25 ปี () 2. อายุ 26-35 ปี () 3. อายุ 36-45 ปี
 () 4. อายุ 46-55 ปี () 5. อายุ 55 ปีขึ้นไป

1.3 การศึกษาท่านระดับใด

() 1. ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. () 2. ปวส./อนุปริญญา
 () 3. ระดับปริญญาตรี () 4. สูงกว่า ระดับปริญญาตรี

1.4 ท่านได้ประกอบอาชีพอะไรมาก่อนที่จะมาประกอบอาชีพ นักธุรกิจอิสระ ตัวแทนขายตรง และผู้ประกอบการตลาดแบบตรง

() 1. รับจ้างทั่วไป () 2. ค้าขาย () 3. พนักงานบริษัทเอกชน
 () 4. อาชีพอิสระ () 5. รับราชการ () 6. เจ้าของกิจการ
 () 7. อื่นๆ (โปรดระบุ)

1.5 ท่านมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณเท่าไร ก่อนที่จะมาประกอบอาชีพ นักธุรกิจอิสระ
ตัวแทนขายตรง และผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรง

- () 1. น้อยกว่า 5,000 บาท () 2. ตั้งแต่ 5,000-10,000 บาท
() 3. ตั้งแต่ 10,001-30,000 บาท () 4. ตั้งแต่ 30,001-50,000 บาท
() 5. ตั้งแต่ 50,001-100,000บาท () 6. มากกว่า 100,000 บาทขึ้นไป

1.6 ปัจจุบันท่านประกอบอาชีพธุรกิจใดในลักษณะใด? (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. เป็นนักธุรกิจอิสระและตัวแทนขายตรง ของบริษัทขายตรงในประเทศไทยหรือที่มาจาก
ต่างประเทศ
() 2. เป็นผู้ประกอบการตลาดแบบตรง (เช่น การขายสินค้าผ่านทางออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือ
ทางทีวีไต่เรีคออนไลน์ เป็นต้น)
() 3. ไม่ได้ประกอบอาชีพในธุรกิจใดในลักษณะแบบนี้เลย (ถ้าท่านเลือกคำตอบในข้อนี้ ท่านไม่
ต้องตอบคำถามในข้ออื่นๆ ขอขอบคุณครับ)

1.7 ท่านประกอบอาชีพ นักธุรกิจอิสระ ตัวแทนขายตรงหรือผู้ประกอบการตลาดแบบตรง มาเป็น
เวลานานเท่าไร

- () 1. ต่ำกว่า 2 ปี () 2. ตั้งแต่ 2 - 5 ปี () 3. ตั้งแต่ 6 - 10 ปี () 4. มากกว่า 10 ปีขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับ การกำกับดูแลนักธุรกิจอิสระและตัวแทนขายตรง

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความรู้สึก / ความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ผลที่เกิดขึ้นจากการใช้และนำพระราชบัญญัติ ขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 มากำกับ ดูแลนักธุรกิจอิสระและตัวแทนขายตรง	ความคิดเห็น				
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
1. ท่านได้รับผลตอบแทนตามแผนการตลาดทุก ครั้งและตรงตามระยะเวลาที่บริษัทขายตรงนั้นๆ กำหนด					
2. ท่านได้รับผลตอบแทนที่บริษัทจ่ายมาจากการ ขายสินค้าหรือรับบริการเท่านั้น ไม่ได้มาจาก การหาสมาชิกเข้าบริษัท					
3. ท่านบอกให้ผู้บริโภคต้องสมัครสมาชิกทุกครั้ง หรือ ซื้อสินค้าในปริมาณมาก					
4. ท่านจัดส่งสินค้าตรงตามกำหนดระยะเวลาที่ได้ นัดหมายไว้กับผู้บริโภคทุกครั้ง					

ผลที่เกิดขึ้นจากการใช้และนำพระราชบัญญัติ ขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 มากำกับ ดูแลนักธุรกิจอิสระและตัวแทนขายตรง	ความคิดเห็น				
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
5. ท่านได้จัดส่งเอกสาร เช่น ใบเสร็จรับเงิน ใบ รับประกันสินค้า เอกสารการซื้อขาย หรือ เอกสารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการซื้อสินค้าหรือ บริการไปยังผู้บริโภคทุกครั้ง					
6. ท่านจ่ายค่าสมัครสมาชิกและค่าธรรมเนียมใน การเป็นนักธุรกิจอิสระหรือตัวแทนขายตรงใน อัตรา ที่แพงกว่าปกติหรือเกินกว่ากฎหมาย กำหนด					
7. ท่านได้รับเงินค่าสมัครสมาชิก ค่าสินค้า ค่า อุปกรณ์ส่งเสริมการขาย คืนเต็มจำนวน เมื่อ ท่านขอลาออกและ ท่านทำถูกต้องตาม กฎระเบียบของบริษัทขายตรงนั้นๆ ภายใน ระยะเวลา 15 วันหรือตามที่กฎหมายกำหนด					
8. ท่านได้นำเสนอแผนการจ่ายผลตอบแทนและ เงื่อนไขต่างๆ ของบริษัทขายตรงที่ท่านทำอยู่ ตรงตามความเป็นจริงทุกครั้งกับผู้บริโภคหรือผู้ มุ่งหวังรายใหม่ๆ					
9. ท่านขออนุญาตผู้บริโภคก่อนที่จะไปเข้าพบเพื่อ เสนอขายสินค้าหรือบริการและท่านติดบัตร ประจำตัว นักธุรกิจหรือนำบัตรประจำตัว ประชาชนไปด้วยทุกครั้ง					
10. ท่านยอมคืนเงิน ยอมเปลี่ยนสินค้าหรือบริการ ให้กับผู้บริโภค เมื่อผู้บริโภคไม่พอใจสินค้า หรือ สินค้ามีข้อบกพร่องภายในระยะเวลา 15 วัน นับตั้งแต่วันที่ได้รับการบอกกล่าวหรือมีหนังสือ แจ้งมาจากผู้บริโภค					

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับ การกำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรง

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความรู้สึก / ความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ผลที่เกิดขึ้นจากการใช้และนำพระราชบัญญัติ ขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 มากำกับ ดูแลผู้ประกอบการตลาดแบบตรง	ความคิดเห็น				
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
1. ท่านได้ให้ส่วนลดในตัวสินค้ากับผู้บริโภค ในช่วง ที่มีการจัดโปรโมชั่นทุกครั้ง					
2. ท่านบอกให้ผู้บริโภคต้องสมัครสมาชิกทุกครั้ง และ ซื้อสินค้าปริมาณมาก					
3. ท่านจัดส่งสินค้าตรงตามกำหนดระยะเวลาที่ได้ นัดหมายไว้กับผู้บริโภคทุกครั้ง					
4. ท่านได้จัดส่งเอกสาร เช่น ใบเสร็จรับเงิน ใบ รับประกันสินค้า เอกสารการซื้อขาย หรือ เอกสารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการซื้อสินค้าหรือ บริการไปยังผู้บริโภคทุกครั้ง					
5. ท่านเคย ขายสินค้าหรือบริการผ่านทางสื่อ ออนไลน์ สิ่งพิมพ์ หรือสื่ออื่นๆ โดยที่ยังไม่ได้ ไปขอจดทะเบียนการประกอบตลาดแบบตรงกับ ทาง สคบ.					
6. ท่านเคย โฆษณาสินค้าผ่านทางออนไลน์ สื่อ สิ่งพิมพ์หรือสื่ออื่นๆ โดยไม่มีการรับประกัน คุณภาพสินค้า					

ภาคผนวก ข

แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้บริโภคจากการสินค้าหรือรับบริการ
จากธุรกิจขายตรงหรือผู้ประกอบการตลาดแบบตรง

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการค้นคว้าอิสระ เรื่อง การศึกษาปัญหาของพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ที่มีผลต่อผู้บริโภค จากการใช้สินค้าหรือรับบริการจากธุรกิจขายตรงและผู้ประกอบการตลาดแบบตรง ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้ศึกษาวิจัยมุ่งหวัง ให้ผลการศึกษารั้งนี้ เป็นทางเลือกเชิงนโยบายสำหรับปรับปรุงพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ซึ่งจะเป็นประโยชน์แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง ผู้ประกอบการตลาดแบบตรง ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง และผู้บริโภค ให้ได้รับความเป็นธรรมในเรื่องของการกำกับดูแล และการคุ้มครองผู้บริโภค ให้ทันยุคทันสมัยอยู่ตลอดเวลา และเพื่อให้สอดคล้องกับบริบทของสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น ณ ปัจจุบัน จึงขอความกรุณาท่านตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงอย่างครบถ้วน และขอขอบคุณในความร่วมมือมา ณ โอกาสนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง “ () ” หรือเติมรายละเอียดในข้อความทุกข้อที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุดเพียงคำตอบเดียว

1.1 ท่านเพศใด

- () 1.ชาย () 2.หญิง

1.2 ท่านอายุเท่าไร

- () 1. อายุ 18-25 ปี () 2. อายุ 26-35 ปี () 3. อายุ 36-45 ปี
() 4. อายุ 46-55 ปี () 5. อายุ 55 ปีขึ้นไป

1.3 การศึกษาท่านระดับใด

- () 1. ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. () 2. ปวส./อนุปริญญา
() 3. ระดับปริญญาตรี () 4. สูงกว่า ระดับปริญญาตรี

1.4 ท่านประกอบอาชีพอะไร

- () 1. รับจ้างทั่วไป () 2. ค้าขาย () 3. พนักงานบริษัทเอกชน
() 4. อาชีพอิสระ () 5. รับราชการ () 6. เจ้าของกิจการ
() 7. อื่นๆ

1.5 ท่านมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณเท่าไร

- () 1. น้อยกว่า 5,000 บาท () 2. ตั้งแต่ 5,000-10,000 บาท
 () 3. ตั้งแต่ 10,001-30,000 บาท () 4. ตั้งแต่ 30,001-50,000 บาท
 () 5. ตั้งแต่ 50,001-100,000 บาท () 6. มากกว่า 100,000 บาทขึ้นไป

1.6 ปัจจุบันท่านซื้อสินค้าหรือรับบริการจากธุรกิจใดในลักษณะใด ? (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. จาก นักธุรกิจอิสระและตัวแทนขายตรง ของบริษัทขายตรงในประเทศไทยหรือที่มาจากต่างประเทศ
 () 2. จาก ผู้ประกอบการตลาดแบบตรง (เช่น การขายสินค้าผ่านทางออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือทางทีวีไต่เร่ออนไลน์ เป็นต้น)
 () 3. ไม่ได้ซื้อสินค้าหรือรับบริการจากธุรกิจใดเลยที่กล่าวมาเลย (ถ้าท่านตอบคำถามข้อนี้ ท่านไม่ต้องตอบคำถามในข้อต่อไป ขอขอบคุณครับ)

1.7 ท่านได้มีส่วนเกี่ยวข้องหรือทำธุรกรรมต่างๆ จากการซื้อสินค้าหรือรับบริการกับธุรกิจขายตรงและผู้ประกอบการตลาดแบบตรง เป็นเวลานานเท่าไร

- () 1. ต่ำกว่า 2 ปี () 2. ตั้งแต่ 2 - 5 ปี
 () 3. ตั้งแต่ 5 - 10 ปี () 4. มากกว่า 10 ปีขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นที่มีต่อการให้ความคุ้มครองผู้บริโภค ของกฎหมายขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ในมาตราต่างๆ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความรู้สึก / ความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

การให้ความคุ้มครองผู้บริโภคของกฎหมายขายตรงและตลาดแบบตรงพ.ศ. 2545	ความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ท่านถูกบังคับให้ซื้อสินค้าหรือบริการ จากผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรงหรือผู้ประกอบการตลาดแบบตรง					
2. ท่านถูกบังคับให้สมัครสมาชิก					
3. ท่านจ่ายค่าสมัครสมาชิกเกิน 1,000 บาทขึ้นไปหรือในอัตราที่สูงมาก					
4. ท่านจ่ายเงินค่าสินค้าในอัตราที่สูงเกินกว่ามูลค่าของสินค้าที่ท่านได้รับจริง					

การให้ความคุ้มครองผู้บริโภคของกฎหมายขาย ตรงและตลาดแบบตรงพ.ศ. 2545	ความคิดเห็น				
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
5. ท่านได้รับมอบสินค้าหรือบริการ จากผู้จำหน่าย อิสระ ตัวแทนขายหรือผู้ประกอบการตลาดแบบ ตรง ตรงตามกำหนดระยะเวลาที่ได้นัดหมายกัน ไว้ทุกครั้ง					
6. ท่านได้รับสินค้าที่มีคุณภาพและตรงตามที่ได้มี การโฆษณาสรรพคุณของสินค้านั้นไว้ในเอกสาร ทุกครั้ง					
7. ท่านเปลี่ยนหรือคืนสินค้าได้ทุกครั้ง หลังจาก แจ้งเรื่องไปยังผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายหรือ ผู้ประกอบการตลาดแบบตรง ภายใน 7 วัน หลังจากได้รับสินค้าหรือบริการ					
8. ท่านได้รับเงินคืนเต็มจำนวนหลังจาก ที่มีการคืน สินค้า หรือยกเลิกการเป็นสมาชิก ภายใน ระยะเวลา 15 วัน หรือตามที่อยู่ในระยะเวลาที่ บริษัทนั้นๆ กำหนด					
9. ท่านได้รับส่งเอกสาร เช่น ใบเสร็จรับเงิน ใบ รับประกันสินค้า เอกสารการซื้อขาย หรือ เอกสาร อื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการซื้อสินค้าหรือ บริการ ที่ส่งมายังท่านในฐานะผู้บริโภคทุกครั้ง					
10. ท่านเคยชดใช้ค่าเสียหายให้ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรงหรือผู้ประกอบการตลาดแบบ ตรง อันเนื่องมาจากการคืนสินค้า ทั้งที่ยังอยู่ใน ระยะเวลาที่สามารถคืนสินค้าได้ตามที่กฎหมาย กำหนด					

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นายพัชรธรณ์ วิชาชนาพจน์
วันเดือนปีเกิด	15 เมษายน 2513
วุฒิการศึกษา	ปีการศึกษา 2542: วิทยาศาสตร์บัณฑิต (คอมพิวเตอร์) มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ตำแหน่ง	ผู้จัดการฝ่ายขาย บริษัท มาสเตอร์โกลฟ อินดัสตรี จำกัด
ประสบการณ์ทำงาน	2547-ปัจจุบัน: ผู้จัดการฝ่ายขาย บริษัท มาสเตอร์โกลฟ อินดัสตรี จำกัด 2544-2547: AE บริษัท โฟสพลับลิชซิ่ง จำกัด (มหาชน) 2531-2544: โปรแกรมเมอร์ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)