

ปัญหากฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจขายตรง



นายวิมล นองสุวรรณ

สถาบันวิทยบริการ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญานิติศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชานิติศาสตร์ ภาควิชานิติศาสตร์

คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2542

ISBN 974-334-446-2

ลิขสิทธิ์ของ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

19 ส.ย. 2545

i 19250757

LEGAL PROBLEMS ON DIRECT SELLING BUSINESS



Mr.Wimit Nongsuwan

สถาบันวิทยบริการ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Laws in Laws**

Department of Law

Faculty of Law


Chulalongkorn University

Academic Year 1999

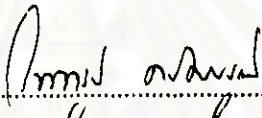
ISBN 974-334-446-2

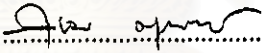
หัวข้อวิทยานิพนธ์ ปัญหากฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจขายตรง
โดย นายวิมิตร นองสุวรรณ
ภาควิชา นิติศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์สุชม ตุกนิตย์


คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการ
ศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบัณฑิต


..... คณบดีคณะนิติศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ชงทอง จันทรางศุ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ไพฑูรย์ คงสมบุญ)


..... อาจารย์ที่ปรึกษา
(รองศาสตราจารย์สุชม ตุกนิตย์)


..... กรรมการ
(อาจารย์เสริมสุข ปูรณพันธ์)


..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์สำเรียง เมฆเกรียงไกร)


..... กรรมการ
(อาจารย์ชยันติ ไกรกาญจน์)

การขายตรงเป็นวิธีการจัดจำหน่ายสินค้ารูปแบบหนึ่งในการทำธุรกิจซื้อขายสินค้า ซึ่งเป็นการซื้อขายตามกฎหมายลักษณะซื้อขาย แต่เนื่องจากการขายตรงมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากการขายในกรณีทั่วไป หลายประการ ซึ่งจากลักษณะเฉพาะของการขายตรงนั้น นำมาซึ่งปัญหาและความไม่เป็นธรรมแก่ทั้งผู้ขายตรง และผู้บริโภค จากกรณีวิจัยพบว่า มาตรการในทางกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ในปัจจุบัน ไม่เหมาะสมในการให้ความคุ้มครองแก่ผู้ขายตรงที่เป็นผู้จำหน่ายอิสระซึ่งมิใช่ลูกจ้างหรือตัวแทนของผู้ประกอบธุรกิจ และผู้บริโภค โดยในด้านของผู้ขายตรงที่เป็นผู้จำหน่ายอิสระนั้น มาตรการทางกฎหมายทั้งในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ว่าด้วยลักษณะสัญญา และลักษณะซื้อขาย และมาตรการตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค รวมทั้งพระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมนั้น ไม่สามารถให้ความเป็นธรรมแก่ผู้จำหน่ายอิสระได้อย่างเหมาะสม ในด้านของผู้บริโภค หลักกฎหมายนิติกรรมสัญญา และกฎหมายซื้อขาย ก็ได้ให้โอกาสแก่ผู้บริโภคในการบอกเลิกสัญญาโดยไม่จำเป็นต้องมีเหตุผลใด ๆ ทั้งสิ้นไว้ นอกจากนั้น พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค และพระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม ก็ยังไม่เหมาะสมในการให้ความคุ้มครองผู้บริโภคจากการทำสัญญา และการโฆษณาจากการขายตรงอีกด้วย

ผู้เขียนจึงเสนอแนะแนวทางในการแก้ไขปัญหาไว้ดังนี้ 1. ให้มีการจัดแจ้งการประกอบธุรกิจขายตรง 2. ควบคุมการทำสัญญาโดยเฉพาะข้อความที่จำเป็นต้องมีในสัญญาระหว่างผู้จำหน่ายอิสระและผู้ประกอบธุรกิจ 3. กำหนดให้มีระยะเวลาในการบอกเลิกการซื้อของผู้บริโภคโดยไม่จำเป็นต้องมีเหตุผลใด ๆ ทั้งสิ้น 4. กำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจต้องรับซื้อสินค้าคืนจากผู้จำหน่ายอิสระ 5. กำหนดให้มีกิจกรรมที่ผู้ประกอบธุรกิจต้องปฏิบัติ 6. กำหนดมาตรการในการสกัดกั้นแผนการขายแบบปิรามิด โดยการบังคับใช้กฎหมาย ควรประสานความร่วมมือระหว่างองค์กรภาครัฐ และองค์กรภาคเอกชน คือ สมาคมการขายโดยตรง (ไทย) อนึ่ง ในปัจจุบันนี้ปรากฏว่า ได้มีการจัดทำร่างพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ..... ขึ้น ซึ่งคาดว่าจะสามารถประกาศใช้ได้ไม่ช้านี้

ภาควิชา นิติศาสตร์
สาขาวิชา นิติศาสตร์
ปีการศึกษา 2542

ลายมือชื่อนิสิต.....
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....



3971722834 : MAJOR : LAW

KEY WORD : LEGAL PROBLEMS / DIRECT SELLING

WIMIT NONGSUWAN : LEGAL PROBLEMS ON DIRECT SELLING BUSINESS.

THESIS ADVISOR : ASSO.PROF. SUSOM SUPANIT, 228 pp. ISBN 974-334-446-2

The Direct Sale is one kind of the distribution channel in business activity. In legally, the Direct Sale is the sale of goods contract but it has particular characteristics which is different from other retailing businesses. The characters of Direct Sale lead to the unfairness to independent distributor and ultimate consumer. This research finds that the mechanism under the Civil and Commercial Laws of Thailand is not suitable enough to protect and give the justice to the independent distributor and the consumer at large. It was found that the Civil and Commercial Code, the Consumer Protection Act and the Unfair Contract Term Act can not protect such distributor who contracts with the Direct Sale Company from the unfair terms of contract. In case of consumer, the Civil and Commercial Code is not provided a Cooling-off period to the consumer in order to terminate the contract without any dispute. Furthermore the Consumer Protection Act and the Unfair Contract Term Act are not suitable to protect the consumer from misleading advertising on direct sale and the unfair term in contract.

Thus, the recommendations to solve such problems are 1. The Direct Selling Company must be notified to the state authority before doing business 2. Some crucial contract terms which are used in the direct sale contract between independent distributor and the company must be regulated 3. Providing the Cooling - off period for consumer 4. Providing the Buy Back Policy for independent distributor 5. Proposing the necessary activities of the company 6. Regulating the measures for obstruction the pyramid schemes. The implementation of legal methods should be in the coporation between the Government and Private Sector such as Thai Direct Selling Association. At present, fortunately, the draft of the Direct Selling and Direct Marketing Act B.C.... is on the process which is expected to be passed by the parliament in the near future.

ภาควิชา นิติศาสตร์
สาขาวิชา นิติศาสตร์
ปีการศึกษา 2542

ลายมือชื่อนิสิต..... *Wimit Nongsuwan*.....
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา..... *S. Supanit*.....
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาพร้อม..... -.....

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความกรุณา และความช่วยเหลืออย่างดียิ่งของ รองศาสตราจารย์สุชม ศุภนิตย์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งท่านได้ให้คำแนะนำ และข้อคิดเห็นต่าง ๆ แก่ผู้เขียนในการทำวิทยานิพนธ์มาโดยตลอด นอกจากนี้ ผู้เขียนขอขอบพระคุณคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ทุกท่านที่กรุณาสละเวลามาเป็นกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และได้ให้คำชี้แนะในการปรับปรุง แก้ไข จนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์

นอกจากคณาจารย์ดังกล่าวข้างต้นแล้ว ผู้เขียนขอขอบคุณ คุณสุรชาติพิทย์ ที่ให้กำลังใจและให้ความช่วยเหลือต่างๆ แก่ผู้เขียนด้วยดีตลอดมา และขอขอบคุณบรรดาเจ้าหน้าที่คณะนิติศาสตร์ คือ พี่หมู พี่ติ่ม พี่หนู คุณนุ้ย คุณนก คุณปู พี่บุษ พี่ดา พี่เล็ก พี่ไก่ พี่วีโล พี่ขาว พี่จินตนา และขอขอบใจน้องเมย์ ที่ให้ยืมเครื่องบันทึกเสียงและให้ความเห็นในแง่กฎหมาย รวมทั้งผู้มีพระคุณทุกท่านที่มีได้เอื้อนนามในที่นี้

ท้ายที่สุด ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณ มารดาของผู้เขียน ที่คอยช่วยเหลือ และเป็นกำลังใจอย่างดียิ่งให้แก่ผู้เขียนในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ตลอดมา ขอขอบคุณพี่ป้อม ที่คอยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและให้ข้อมูลแก่ผู้เขียนอย่างมากมายมา ณ ที่นี้ด้วย

วิมิตร นองสุวรรณ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	4
วิธีที่ใช้ในการทำวิทยานิพนธ์.....	4
สมมุติฐานของการวิจัย.....	4
ประโยชน์ที่จะได้รับการวิจัย.....	4
บทที่ 2 การขายตรง.....	5
2.1 ประวัติความเป็นมาและความหมายของการขายตรง.....	5
2.2 การจ่ายผลตอบแทนและการจัดองค์การการขายที่ใช้ในการขายตรง.....	10
2.2.1 แผนการขายตรงแบบชั้นเดียว (Single Level Marketing).....	10
2.2.2 แผนการขายตรงแบบหลายชั้น (Multi Level Marketing).....	11
2.3 วิธีการหลอกลวงประชาชนที่ใช้ระบบการขายตรงเป็นจุดขาย.....	15
2.4 การขายตรงเปรียบเทียบกับการขายโดยวิธีอื่น	
ความแตกต่างระหว่างผู้ขายตรงกับพ่อค้าคนกลาง.....	24
2.5 ลักษณะของการขายตรงกับการขายตามตัวอย่าง ขายตามคำพรรณนา และขายเพื่อชอบ ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์.....	29
2.6 ลักษณะความสัมพันธ์ทางกฎหมายระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจกับผู้ขายตรง.....	34
2.6.1 ตัวแทนขาย.....	34
2.6.2 ผู้จำหน่ายอิสระ.....	36
2.7 การขายตรงในประเทศไทยสภาพและความเป็นจริง สมาคมการขายโดยตรง (ไทย) และจรรยาบรรณธุรกิจขายตรงโลก.....	38

สารบัญ (ต่อ)

บทที่ 3	กฎหมายเกี่ยวกับการขายตรงในต่างประเทศ.....	46
3.1	กฎหมายที่เกี่ยวกับการขายตรงในประเทศอังกฤษ.....	46
3.1.1	พระราชบัญญัติว่าด้วยการให้สินเชื่อแก่ผู้บริโภคร ค.ศ.1974.....	46
3.1.2	ข้อบังคับว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภคในการบอกเลิกสัญญาที่เกิดขึ้น ณ สถานที่ ที่มีใช้สถานประกอบธุรกิจ ค.ศ.1987 แก้ไขเพิ่มเติม ค.ศ.1998.....	61
3.1.3	พระราชบัญญัติว่าด้วยการปฏิบัติทางการค้าที่เป็นธรรม ค.ศ.1973 แก้ไขเพิ่มเติม โดยพระราชบัญญัติว่าด้วยแผนการค้า ค.ศ.1996.....	65
3.2	กฎหมายเกี่ยวกับการขายตรงในประเทศจีน.....	73
3.3	กฎหมายเกี่ยวกับการขายตรงในประเทศมาเลเซีย.....	78
บทที่ 4	กฎหมายไทยในปัจจุบันที่เกี่ยวข้องกับการขายตรง และปัญหาการบังคับใช้กฎหมายแพ่งและพาณิชย์กับธุรกิจขายตรงในปัจจุบัน.....	83
4.1	กฎหมายแพ่งและพาณิชย์ที่เกี่ยวกับผู้ขายตรง.....	83
4.1.1	ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์กับการให้ความคุ้มครองผู้ขายตรง.....	83
	- การให้ความคุ้มครองผู้ขายตรงตามลักษณะความสัมพันธ์ กับผู้ประกอบธุรกิจ.....	83
	ก. ความสัมพันธ์ในลักษณะตัวแทนขาย.....	84
	ข. ความสัมพันธ์ในลักษณะผู้จำหน่ายอิสระ.....	86
	สรุปและวิเคราะห์ปัญหา.....	88
4.1.2	กฎหมายเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับการให้ความคุ้มครองผู้ขายตรง.....	90
4.1.2.1	พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ.2541 กับการให้ความคุ้มครองผู้ขายตรง.....	90
4.1.2.2	พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ.2540 กับการให้ความคุ้มครองผู้ขายตรง.....	92
	สรุปและวิเคราะห์ปัญหา.....	97
4.2	กฎหมายแพ่งและพาณิชย์ที่เกี่ยวกับผู้บริโภค.....	99
4.2.1	ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์กับการให้ความคุ้มครองผู้บริโภค จากการขายตรง.....	99
4.2.1.1	การให้ความคุ้มครองผู้บริโภคตามลักษณะความสัมพันธ์ ระหว่างผู้ประกอบธุรกิจกับผู้ขายตรง.....	99

สารบัญ (ต่อ)

ก. กรณีที่ผู้ขายตรงเป็นตัวแทนขาย.....	99
ข. กรณีที่ผู้ขายตรงเป็นผู้จำหน่ายอิสระ.....	101
4.2.1.2 การให้ความคุ้มครองผู้บริโภคในกรณีที่มีเหตุทำให้ นิติกรรมไม่มีผลบังคับ.....	104
4.2.1.3 การให้ความคุ้มครองผู้บริโภคในการบอกเลิกสัญญา ที่เกิดจากการขายตรง.....	107
- การเลิกสัญญาตามบทบัญญัติทั่วไป.....	107
- การบอกเลิกสัญญาซื้อขาย.....	109
- การบอกเลิกสัญญาภายใต้หลัก Cooling-off period.....	112
สรุปและวิเคราะห์ปัญหา.....	116
4.2.2 กฎหมายเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับการให้ความคุ้มครองผู้บริโภค จากการขายตรง.....	119
4.2.2.1 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ.2541.....	119
- การคุ้มครองผู้บริโภคจากการทำสัญญา.....	121
- การคุ้มครองผู้บริโภคจากการโฆษณา.....	123
4.2.2.2 พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ.2540 กับการให้ความคุ้มครองผู้บริโภคในการทำสัญญา ที่เกิดจากการขายตรง.....	127
สรุปและวิเคราะห์ปัญหา.....	130
4.3 แนวโน้มและแนวทางในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับการขายตรงตาม ร่างพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ.....	133
บทที่ 5 บทสรุปและข้อเสนอแนะ.....	144
รายการอ้างอิง.....	155
ภาคผนวก.....	161
ภาคผนวก ก. ตัวอย่างสัญญาสมัครเป็นผู้ขายตรงของ แอมเวย์.....	161
ภาคผนวก ข. จรรยาบรรณธุรกิจขายตรง.....	196
ภาคผนวก ค. ภาพรวมธุรกิจขายตรงไทยจากผลวิจัยเอแบคโพลล์.....	210
ภาคผนวก ง. ร่างพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ.....	212
ประวัติผู้เขียน.....	228