



### บทสรุปและข้อเสนอแนะ

การขายตัวอย่างรวดเร็วของธุรกิจการค้า ทำให้ผู้ประกอบการต้องแข่งขันกันในการขายสินค้าให้ผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด ซึ่งในการแข่งขันดังกล่าว ผู้ประกอบการทั้งหลายต่างก็เอาวิธีการต่าง ๆ มาใช้ซึ่งวิธีการอันหนึ่งที่ผู้ประกอบการนำมาใช้คือการให้พนักงานขายนำสินค้าไปขายให้แก่ผู้บริโภค โดยตรงหรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า การขายโดยตรง

การขายตรง หรือการขายโดยตรงนั้นสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 รูปแบบใหญ่ คือ

1. การขายแบบเคาะประตูบ้าน (Knock Door Sale) เป็นรูปแบบดั้งเดิมของการขายตรง โดยพนักงานขายจะบุกไปถึงบ้านหรือสำนักงานของผู้บริโภค เพื่อทำการขายสินค้าหรือบริการนั้น ให้แก่ผู้บริโภค
2. การขายแบบจัดงานสังสรรค์
3. การขายแบบสัมมนา

ในการดำเนินธุรกิจขายตรงนั้นผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงจะใช้แผนการขายที่เห็นว่าอำนวยความสะดวกให้กับตนได้มากที่สุด ซึ่งแผนการขายที่ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงนิยมนำมาใช้มีอยู่ 3 แผนการด้วยกันคือ

1. แผนการขายตรงแบบชั้นเดียว เป็นแผนการขายที่มีมานานแล้วโดยมีพัฒนาการมาจากการเร่ขายของโดยพ่อค้าในอดีตซึ่งโครงสร้างของแผนการขายดังกล่าวนี้จะไม่มีความซับซ้อนไม่มีการแบ่งชั้นของพนักงานขายและไม่มีการแนะนำสมาชิกใหม่
2. แผนการขายตรงแบบหลายชั้น เป็นแผนการขายที่มีลักษณะคล้ายกับแผนการขายแบบชั้นเดียว กล่าวคือ ผู้ประกอบการธุรกิจยังคงมีเป้าหมายที่จะขายสินค้าให้ผู้บริโภคโดยตรง ในส่วนที่แตกต่างกันที่เห็นได้ชัดเจนคือ การจัดแผนการขาย (Organized Structure) ที่มี

การจัดผู้ขายออกเป็นหลายระดับโดยผู้ประกอบธุรกิจจะอยู่บนสุดของแผนการ ส่วนระดับล่างประกอบด้วย พนักงานขายในระดับต่าง ๆ การขายสินค้าจากผู้ประกอบธุรกิจมายังพนักงานใช้ระบบแฟรนไชส์ (Franchise) คือให้สิทธิกับพนักงานขายที่จะนำสินค้าไปขายกับผู้บริโภคโดยผู้ประกอบการได้รับผลตอบแทนในรูปของค่าสมัครและผลประโยชน์จากการขาย นอกจากนี้พนักงานยังสามารถที่จะแนะนำสมาชิกใหม่เข้ามาในแผนการขายเพื่อสร้างทีมงานการขายของตนเองขึ้นได้ด้วย

3. แผนการขายตรงแบบปิรามิด เป็นแผนการขายที่เปี่ยมเบนมาจากแผนการขายตรงแบบหลายชั้นซึ่งการขายแบบปิรามิดโดยพื้นฐานแล้วจะเกี่ยวข้องกับการกล่าวเท็จและการฉ้อโกง การกระทำที่เป็นความผิดจะเกี่ยวข้องับสิ่งที่เรียกว่าการ "กินหัวคิว" การกินหัวคิวจะเน้นหนักที่การหาสมาชิกใหม่ร่วมลงทุนโดยไม่ให้ความสำคัญกับความสำเร็จในการขายสินค้าด้วยเหตุนี้สินค้าจึงถูกเคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคน้อยมาก ผู้มีส่วนร่วมในแผนการ (พนักงานขาย) ได้รับความคอมมิชชั่นหรือโบนัสจากการหาสมาชิกใหม่เป็นหลัก พนักงานขายใหม่ได้รับการส่งเสริมให้หาสมาชิกใหม่ต่อไป ซึ่งในที่สุดตลาดก็จะอิ่มตัวและพังทลายลงในที่สุดเพราะไม่สามารถหาสมาชิกใหม่ได้อีกต่อไป

การขายตรงนั้นโดยหลักแล้วถือได้ว่าเป็นวิธีการขายที่มีประโยชน์อย่างมากต่อผู้บริโภคและต่อเศรษฐกิจของประเทศ แต่อย่างไรก็ดี การขายตรงก็อาจก่อให้เกิดปัญหาต่าง ๆ ขึ้นได้หลายประการด้วยกัน ซึ่งอาจแบ่งปัญหาเหล่านี้ตามผู้ที่เป็นต้นเหตุให้เกิดขึ้นออกเป็น 3 กลุ่มด้วยกันคือ

1. ปัญหาที่ผู้ประกอบการขายตรงมีส่วนก่อให้เกิดขึ้น ปัญหาที่ผู้ประกอบการขายตรงมีส่วนก่อให้เกิดขึ้นอาจแบ่งเป็นปัญหาย่อย ๆ ได้ดังนี้ คือ

1.1 ปัญหาการนำเอากลยุทธ์การขายที่มีขอบด้วยกฎหมายมาถ่ายทอดให้กับพนักงานขาย

- 1.2 ปัญหาคุณภาพของสินค้าที่นำมาจัดการขายตรง
- 1.3 ปัญหาการกล่าวเท็จหรือหลอกลวงในประเด็นของสินค้าหรือบริการ
- 1.4 ปัญหาการนำเอาแผนการขายตรงแบบปิรามิดมาใช้ในการแสวงหาประโยชน์จากประชาชน
  - 1.5 ปัญหาความไม่มั่นคงของธุรกิจขายตรง
2. ปัญหาที่พนักงานขายมีส่วนก่อให้เกิดขึ้น
  - 2.1 ปัญหาการหลอกลวงในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสินค้าหรือบริการที่นำเสนอต่อผู้บริโภค
  - 2.2 ปัญหาพนักงานขายมุ่งแนะนำบุคคลอื่น ๆ เข้ามาร่วมในแผนการขาย เพื่อหวังผลตอบแทนเฉพาะตัวมากกว่าการขายสินค้า
  - 2.3 ปัญหาการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล
  - 2.4 ปัญหาการใช้กลยุทธ์การขายที่มีชอบกับผู้บริโภค
3. ปัญหาที่ผู้บริโภคมีส่วนก่อให้เกิดขึ้น

ปัญหาต่าง ๆ ที่กล่าวมาข้างต้นนี้ หากไม่มีการควบคุมป้องกันอย่างเหมาะสมแล้วก็อาจก่อให้เกิดผลเสียหายอย่างรุนแรงต่อผู้บริโภคและประชาชน รวมทั้งเศรษฐกิจของประเทศได้ อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยก็ยังไม่มีการออกกฎหมายเกี่ยวกับเรื่องนี้โดยเฉพาะเจาะจงอย่างที่ประเทศเจริญแล้ว เช่น สหรัฐอเมริกา อังกฤษ ออสเตรเลีย มีใช้อยู่ ซึ่งการไม่มีกฎหมายโดยตรงนั้นจะก่อให้เกิดปัญหาในเรื่องการบังคับใช้กฎหมายที่มีอยู่ต่อปัญหาที่เกิดขึ้นทั้งงานแง่ที่ว่ากฎหมายไม่ครอบคลุมถึงปัญหาที่เกิดขึ้นและงานแง่ผู้เกี่ยวข้องไม่กล้าปรับโทษเพราะกลัวผิดพลาด การมีกฎหมายที่ชัดเจนจึงสามารถแก้ปัญหาดังกล่าวนี้ได้

ในต่างประเทศ เช่น สหรัฐอเมริกา อังกฤษ หรือออสเตรเลีย ต่างก็มีมาตรการทางกฎหมายที่ใช้ในการควบคุมปัญหาที่เกิดจากการขายตรงด้วยกันทั้งสิ้นโดยในประเทศสหรัฐอเมริกา นั้นมีมาตรการทางกฎหมายที่สำคัญ ได้แก่

1. บทบัญญัติ มาตรา 5 ของ The Federal Trade Commission Act 1924 ที่ใช้ในการควบคุม หลอกหลวงเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้าหรือบริการที่นำมาจัดการขาย ควบคุมการชักลูง หรือวิธีการขายอันมิชอบ รวมทั้งควบคุมการดำเนินแผนการขายแบบปิรามิดด้วย
2. The Cooling Off Period Rule ซึ่งกำหนดให้สิทธิกับผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าจากการขายตรง สามารถเลิกสัญญาได้โดยไม่มีความผิด ๆ นอกจากนี้ ในระดับรัฐก็มีบทบัญญัติในลักษณะ เช่นเดียวกันนี้

ในประเทศอังกฤษมาตรการทางกฎหมายที่นำมาใช้ในการควบคุมการขายตรงที่สำคัญ ได้แก่

1. The Pedlars Act 1871 ซึ่งกำหนดให้พ่อค้าเร่ต้องได้หนังสือรับรองจากเจ้าหน้าที่ก่อนแล้วจึงจะนำสินค้าไปขายยังบ้านเรือนของผู้บริโภค
2. The Consumer Credit Act, 1974 ซึ่งกำหนดให้การขายสินค้าแบบให้สินเชื่อโดยวิธีการขายตรง ต้องได้รับอนุญาตจากพนักงานเจ้าหน้าที่ก่อนแล้วจึงจะกระทำการได้ นอกจากนี้ยังกำหนดให้ผู้บริโภคมีสิทธิที่จะยกเลิกสัญญาอันเกิดจากการขายตรงแบบให้สินเชื่อได้ด้วย
3. The Fair Trading Act, 1973 กำหนดให้แผนการขายตรงแบบปิรามิดซึ่งมีลักษณะเป็นการชักชวนให้ประชาชนมาสมัครเป็นพนักงานขายรายต่อราย เหตุผลในเรื่องความหวังที่จะได้รับการจ่ายเงินหรือผลประโยชน์ต่าง ๆ จากการแนะนำบุคคลอื่น ๆ ให้เข้ามาเป็นพนักงานขายในแผนการขายเป็นสิ่งผิดกฎหมาย

ในประเทศออสเตรเลีย มาตรการทางกฎหมายที่นำมาใช้ในการควบคุมการขายตรงซึ่งกำหนดไว้ใน The Trade Practice Act, 1974 มีดังนี้คือ

1. กำหนดให้การหลอกลวงเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่นำเสนอต่อผู้บริโภคเป็น ความผิดและมีโทษปรับในทางแพ่ง
2. กำหนดให้มีการใช้กลยุทธ์หรือวิธีการขายที่ไม่ชอบเป็นความผิดและมีโทษ ทางอาญา
3. กำหนดให้การดำเนินแผนการขายแบบปิรามิดที่มีลักษณะ เป็นการชักชวนให้ ประชาชนมาสมัครเป็นพนักงานขายโดยยกเอาเหตุผลในเรื่องความหวังที่จะได้รับการจ่ายเงิน หรือผลประโยชน์ต่าง ๆ จากการแนะนำบุคคลอื่น ๆ ให้เข้ามาเป็นพนักงานขายในแผนการขาย เป็นสิ่งผิดกฎหมาย

ในประเทศไทยซึ่งขณะนี้ยังไม่เป็นกฎหมายโดยเฉพาะที่จะนำมาใช้ในการควบคุมปัญหา ที่เกิดจากการขายตรง จึงจำเป็นต้องกำหนดกฎหมายเรื่องนี้ขึ้นมาเป็นการเฉพาะ โดยอาศัยกฎหมายที่ใช้อยู่ในต่างประเทศเป็นแนวทางแต่ในการบัญญัติกฎหมายดังกล่าวนี้จะต้อง คำนึงถึงสภาพเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองของไทยด้วยซึ่งที่นี้ผู้เชี่ยวชาญนิพนธ์จะขอเสนอ โครงสร้างโดยรวมของกฎหมายที่จะบัญญัติขึ้นพอเป็นสังเขปดังนี้

#### 1. ประเด็นที่ต้องกำหนดไว้ในกฎหมาย

กฎหมายที่บัญญัติขึ้นใหม่ควรจะต้องมีสาระสำคัญ ดังต่อไปนี้คือ

- 1.1 กำหนดให้การประกอบธุรกิจขายตรงโดยใช้แผนการขายแบบหลายชั้น ต้องได้รับใบอนุญาตให้ประกอบการจากเจ้าพนักงาน
- 1.2 กำหนดให้สินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ต้องผ่านการตรวจสอบ คุณภาพหรือมาตรฐานและมีหนังสือรับรองจากพนักงานเจ้าหน้าที่ก่อนแล้ว จึงจะสามารถนำ มาทำการขายตรงได้
- 1.3 กำหนดให้มีการใช้กลยุทธ์หรือวิธีการที่เป็นการกดดันอย่างสูง (Hi - Pressure Sales Tactics) ที่กระทำโดยพนักงานขายเป็นความผิดและกำหนด

ให้ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงที่เป็นต้นเหตุ หรืออนุญาติให้พนักงานขายใช้ชีวิตการอันมิชอบดังกล่าวกับผู้บริโภคต้องรับผิดชอบด้วย

1.4 กำหนดให้การกล่าวเท็จหรือกล่าวเกินจริงเกี่ยวกับแหล่งกำเนิด สภาพคุณภาพ ปริมาณ หรือสาระสำคัญประการอื่นอันเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่กระทำโดยผู้ประกอบธุรกิจต่อพนักงานขายในการอบรมพนักงานขายหรือการอื่นใดเป็นความผิด

1.5 กำหนดให้ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าหรือบริการจากการขายตรงที่มีราคาตั้งแต่ 500 บาทขึ้นไป มีสิทธิที่จะเลิกสัญญาซื้อขายดังกล่าวได้และกำหนดให้เป็นหน้าที่ของผู้ประกอบธุรกิจหรือพนักงานขายที่จะต้องแจ้งสิทธิดังกล่าวกับผู้บริโภคทราบ หากไม่แจ้งถือเป็นความผิดและต้องรับโทษ

1.6 กำหนดให้การดำเนินแผนการขายแบบปิรามิดเป็นสิ่งต้องห้าม

1.7 กำหนดให้ผู้ที่จะเป็นพนักงานขายต้องได้รับใบอนุญาตจากเจ้าพนักงาน

1.8 กำหนดให้เป็นความผิดสำหรับพนักงานขายที่รู้อยู่แล้วว่า แผนการขายของผู้ประกอบธุรกิจขายตรงเป็นแผนการปิรามิดที่ผิดกฎหมาย แต่ยังคงแนะนำบุคคลอื่นเข้ามาเป็นพนักงานขายหรือยังทำให้แผนการขายแพร่หลายต่อไป

1.9 นำเอามาตรา 271 แห่งประมวลกฎหมายอาญามาบัญญัติไว้ในกฎหมายเกี่ยวกับการขายตรงโดยเฉพาะโดยเพิ่มการหลอกลวงเกี่ยวกับบริการเข้าไปในกฎหมายนี้ด้วย

1.10 กำหนดให้เป็นความผิดสำหรับพนักงานขายที่พยายามทำการขายสินค้าหรือบริการในบ้านของผู้บริโภค ทั้ง ๆ ที่มีข้อความเขียนไว้ที่หน้าบ้านแล้วว่า "ไม่ต้องรับสำหรับการขายสินค้า"

## 2. โทษที่จะนำมาใช้กับความผิดเกี่ยวกับการขายตรง

โทษที่ควรนำมาใช้คือ โทษปรับในอัตราที่สูง ทั้งนี้เพราะการกระทำผิดเหล่านี้ผู้กระทำมุ่งหวังผลประโยชน์ในทางเศรษฐกิจการลงโทษปรับในอัตราสูงจะเป็นการลดแรงจูงใจในการกระทำผิดของผู้กระทำผิด เพราะการปรับในลักษณะเช่นนี้ นอกจากผู้กระทำผิดไม่ได้รับประโยชน์ใด ๆ จากการกระทำผิดแล้ว ยังจะเป็นการสร้างความเสี่ยงภัยให้กับผู้กระทำผิด

ด้วย นอกจากโทษปรับแล้วก็ควรกำหนดโทษจำคุกไว้ด้วย เพราะโทษจำคุกนั้นบางครั้งก็มีความจำเป็นต้องใช้ด้วยเช่นกัน

นอกจากการลงโทษทางอาญาแล้ว ผู้เขียนวิทยานิพนธ์เห็นว่ามาตรการทางอาญาหนึ่งที่เหมาะสมแก่การนำมาใช้ในกรณีนี้ คือ การใช้วิธีการเพื่อความปลอดภัยโดยเฉพาะวิธีที่เรียกว่า การห้ามประกอบอาชีพบางอย่าง ทั้งนี้เพื่อเป็นการตัดโอกาสที่ผู้inous จะใช้ธุรกิจขายตรงแสวงหาประโยชน์อันมิชอบจากผู้บริโภคได้อีกภายในเวลาที่กฎหมายอาญากำหนดไว้

### 3. องค์การผู้บังคับใช้กฎหมาย

องค์การผู้บังคับใช้กฎหมายเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้การบริการและบังคับใช้กฎหมายเกี่ยวกับการขายตรงเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ในการนี้องค์กรดังกล่าวควรจะต้องมีอำนาจหน้าที่ดังต่อไปนี้

- 3.1 อำนาจหน้าที่ในการออกการระงับใช้ การเปิดถอนหรือการต่อไปอนุญาต
- 3.2 อำนาจหน้าที่ในการพิจารณาเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้าที่นำมาขายตรง
- 3.3 อำนาจหน้าที่ในการสืบสวนสอบสวนเกี่ยวกับความผิดที่เกิดจากการขายตรง
- 3.4 อำนาจหน้าที่ในการเปรียบเทียบปรับ
- 3.5 อำนาจหน้าที่ในการฟ้องร้องคดีอาญาและคดีแพ่งเกี่ยวกับการขายตรง
- 3.6 อำนาจหน้าที่ในการออกข้อกำหนดเกี่ยวกับการโฆษณาในธุรกิจขายตรง
- 3.7 อำนาจหน้าที่ในการออกข้อกำหนดเพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้เป็นพนักงานขาย
- 3.8 ในความคิดเกี่ยวกับแผนการขายแบบปิรามิดให้มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับปิดหรืออายัดทรัพย์สินของผู้ต้องหา รวมทั้งมีอำนาจฟ้องผู้ต้องหาให้เป็นบุคคลล้มละลายได้
- 3.9 อำนาจหน้าที่ในการ ค้น บัด หรืออายัดซึ่งสิ่งใดที่อาจใช้เป็นพยานหลักฐานในคดีได้ ฯลฯ

จากที่กล่าวมาแล้วทั้งหมดอาจสรุปได้ว่า การนำมาตรการทางกฎหมายมาใช้ในการควบคุมปัญหาที่เกิดจากการขายตรงนั้น เป็นสิ่งจำเป็นและรัฐควรต้องรีบดำเนินการโดยรีบด่วน