

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

แนวโน้มการเติบโตของธุรกิจขายตรงในปัจจุบันหรือธุรกิจอื่น ๆ ต้องมีการพัฒนาอยู่ตลอดเวลาไม่หยุดยั้งท่ามกลางแนวโน้มเศรษฐกิจที่มีการชะลอตัวลง โดยข้อมูลจากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค จัดบริการเพื่อแสดงการรับจดทะเบียนตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 นั้น มีรายชื่อผู้ประกอบการที่จดทะเบียนธุรกิจขายตรงทั้งสิ้น 515 ราย ทั้งนี้เนื่องจากได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศ เนื่องจากปัจจัยหลาย ๆ อย่างที่มีการรุ่มเร้าอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งสถานการณ์ทางการเมืองในประเทศ ดังนั้น เริ่มตั้งแต่ครั้งปีหลัง 2551 นั้น ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงจึงได้รับผลกระทบโดยตรงเนื่องจากภาวะเศรษฐกิจและการเมืองส่งผลต่อการใช้จ่ายของผู้บริโภค ขณะเดียวกันในการประกอบธุรกิจขายตรงก็เกิดภัยจากมิถุนาซีตามมา จนเป็นข่าวให้เห็นตลอดมาโดยเฉพาะแชร์ลูกโซ่ ซึ่งทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงหลาย ๆ บริษัท ต่างก็ต้องสรรหากลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อสร้างความเชื่อมั่น โดยเฉพาะด้านการจัดจำหน่ายและบริการให้แก่ลูกค้า โดยเฉพาะกลุ่มผลิตภัณฑ์ของอาหารเสริมและความงามที่ได้รับความนิยมจากกระแสรักสุขภาพของผู้บริโภค ในการดำเนินธุรกิจขายตรงนั้นเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับความเป็นธรรมและชัดเจนในการบริโภคสินค้า หน่วยงานของภาครัฐจึงได้ออกพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคด้านขายตรงและการตลาดแบบตรง พุทธศักราช 2545 โดยพระราชบัญญัติประกอบด้วยความหมายของหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับขายตรงและตลาดแบบตรง คณะกรรมการในการดูแลและกำกับ ลักษณะของธุรกิจการขายตรงและตลาดแบบตรง รูปแบบการคุ้มครองผู้บริโภค รูปแบบการจดทะเบียนและบทลงโทษต่อผู้กระทำผิดขายตรงและตลาดแบบตรง ทั้งนี้ เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่าง เป็นธรรมแก่ผู้บริโภค ซึ่งเป็นผู้ซื้อ

บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด เป็นบริษัทชั้นนำของประเทศไทยในการประกอบธุรกิจการขายตรง โดยเริ่มก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2493 โดยผลิตภัณฑ์เริ่มต้นของบริษัทได้แก่ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมนูทริไลท์ ณ เมืองแอคัว ประเทศสหรัฐอเมริกา หลังจากนั้นเป็นต้นมาบริษัทได้ขยายสาขาและผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ จำนวนมากเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคทุกกลุ่ม การเข้ามาดำเนินธุรกิจของบริษัท แอมเวย์ ในประเทศไทยเริ่มเมื่อเดือนพฤษภาคม 2530 โดยจำนวนสินค้าอุปโภคและบริโภค ด้วยระบบการตลาดแบบตรงหลายชั้น โดยเน้นธุรกิจด้านการค้าปลีก โดยปัจจุบันบริษัทแอมเวย์มีนักธุรกิจที่ต่ออายุสมาชิกภาพกับบริษัทอย่างต่อเนื่องจำนวน 300,000

รหัส และมีสมาชิกผู้ใช้สินค้าที่ต่ออายุสมาชิกภาพถึง 700,000 รหัส โดยมีผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายกว่า 500 รายการ โดยทุกผลิตภัณฑ์ของแอมเวย์ได้รับการคิดค้นขึ้นเป็นพิเศษ เพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคและประกันความพึงพอใจ หากไม่พอใจยินดีคืนเงิน จึงเป็นคำมั่นสัญญาที่แอมเวย์มีต่อผู้บริโภคเรื่อยมา

จากการดำเนินงานที่มีอย่างยาวนานพร้อมทั้งการสั่งสมประสบการณ์ในธุรกิจการขายตรงของบริษัทและผู้บริหาร บริษัทได้สังเกตเห็นความสำคัญของกลุ่มคนรุ่นใหม่ ประกอบกับสภาวะความต้องการของผู้บริโภคที่ให้ความสนใจและใส่ใจต่อสุขภาพของตัวเองมากยิ่งขึ้น จึงเป็นโอกาสอันดีของบริษัทที่จะนำเสนอสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ ใฝ่ใจถึงแวดล้อม โดยเฉพาะกลุ่มอาหารเสริมและเครื่องสำอาง และนอกจากนี้ เนื่องจากรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไป กระแสการบริโภคผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายผ่านระบบการขายตรงนั้นก็มีมากขึ้นเรื่อย ๆ อันเนื่องมาจากความรู้ ประสบการณ์และการศึกษาของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป จนทำให้ตลาดของสินค้าผ่านระบบการตลาดแบบตรงนั้นมีมูลค่ามากมายมหาศาล ซึ่งย่อมส่งผลให้เกิดธุรกิจประเภทขายตรงมากยิ่งขึ้น

ในการกำกับและดูแลธุรกิจขายตรงของภาครัฐส่งผลต่อการกำหนดนโยบายด้านต่าง ๆ ของบริษัทผู้ดำเนินธุรกิจการขายตรงเป็นอย่างมาก ทั้งธุรกิจขนาดเล็กและขนาดใหญ่ ดังนั้นผู้ทำวิจัยจึงได้ทำการวิจัยเพื่อสะท้อนให้เห็นถึงบทบาทของภาครัฐในปัจจุบันในส่วนของการสนับสนุนและกำกับดูแลธุรกิจขายตรงนั้นส่งผลอย่างไรบ้างกับกลุ่มผู้เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจขายตรงนี้ โดยเริ่มตั้งแต่ในส่วนของผู้บริโภค นักธุรกิจขายตรง รวมทั้งบริษัทผู้ดำเนินธุรกิจขายตรง ซึ่งการทำวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะทำการศึกษาโดยใช้กรณีศึกษาของบริษัทแอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด เนื่องจากเป็นบริษัทขนาดใหญ่ที่มีนักธุรกิจและสมาชิกจำนวนมาก อีกทั้งมีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจการขายตรงมาอย่างยาวนาน

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงผลกระทบที่มีต่อการสนับสนุนและการกำกับดูแลของภาครัฐที่มีต่อการดำเนินธุรกิจขายตรง
2. เพื่อศึกษาถึงนโยบายของภาครัฐที่มีผลกระทบต่อการซื้อสินค้าผ่านระบบของตรงของผู้บริโภค

1.3 วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการศึกษาผ่านกระบวนการในการสืบค้น ข้อมูลข่าวสารจาก หนังสือ บทความ วารสาร ข่าว ที่เกี่ยวข้องกับนโยบายด้านการส่งเสริมและกำกับ ดูแลธุรกิจขายตรงของหน่วยงานภาครัฐ และการวิจัยเชิงปริมาณ ผ่านแบบสอบถามในการสำรวจ กลุ่มตัวอย่าง ซึ่งแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง จำนวน 100 ตัวอย่าง และ ผู้บริโภคคนสุดท้ายจำนวน 400 ตัวอย่าง ประมวลผลข้อมูลด้วย คอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรม SPSS

1.4 กรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย

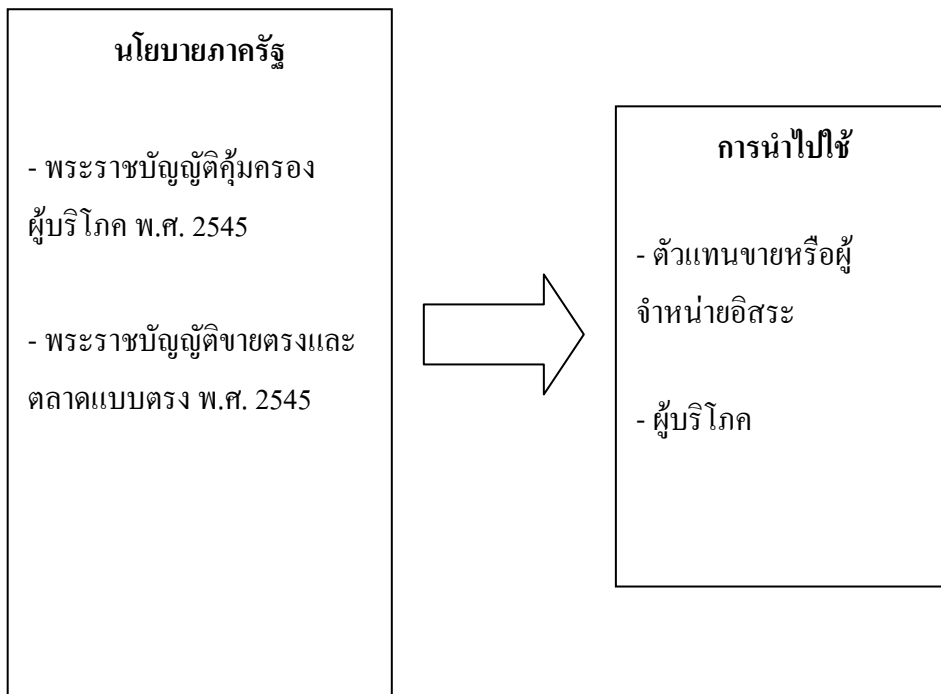
ในการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ มีกรอบแนวคิดในการทำวิจัยได้แก่

1. นโยบายภาครัฐ ประกอบได้

- พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522
 - พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545
 - กฎหมายการจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจ (บุคคลธรรมดา, ทะเบียนพาณิชย์, บริษัทจำกัด)
- แผนแม่บทการคุ้มครองผู้บริโภค
 - กฎหมายด้านภาษีอากร (บุคคลธรรมดาและนิติบุคคล)

3. การนำไปใช้

- ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระสินค้าหรือบริการในธุรกิจขายตรง
- ผู้บริโภคที่บริโภคสินค้าและบริการของผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง



รูปที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย

1.5 สมมติฐานการวิจัย

1. นโยบายของภาครัฐมีผลต่อการนำเสนอขายสินค้าหรือบริการผ่านระบบการขายตรง
2. พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการของผู้บริโภคผ่านระบบการขายตรง

1.6 ขอบเขตของการศึกษาวิจัย

ขอบเขตด้านประชากร

ในการทำวิจัยครั้งนี้ ผู้ทำการวิจัยได้ศึกษาถึงผลกระทบของบทบาทและนโยบายของภาครัฐที่มีต่อธุรกิจขายตรงแบ่งเป็น 2 กลุ่มด้วยกันได้แก่

1. กลุ่มตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระสินค้าหรือบริการในระบบการขายตรง ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล จำนวน 100 คน

2. กลุ่มผู้บริโภคนสุดท้าย จำนวน 400 คน

ขอบเขตด้านเนื้อหา

1. การวิจัยเชิงคุณภาพ

เป็นการศึกษาถึงนโยบายในการสนับสนุนและการกำกับดูแลของหน่วยงานต่าง ๆ ของภาครัฐที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจการขายตรง โดยทำการศึกษาจากนโยบาย กฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนหน่วยงานอื่น ๆ ที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ

2. การวิจัยเชิงปริมาณ

การทำวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับ บทบาทและนโยบายของภาครัฐที่มีต่อการสนับสนุนหรือการกำกับดูแลต่อผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง ผ่านพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 โดยทำการศึกษาถึงผลกระทบที่ฝ่ายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับพระราชบัญญัตินี้ ทั้งในส่วนของผู้บริหารบริษัทขายตรง ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง และผู้บริโภคนสุดท้ายที่บริโภคสินค้าหรือบริการผ่านระบบการขายตรง

ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาในการทำวิจัยครั้งนี้เริ่มตั้งแต่ เดือนสิงหาคม 2551 ถึงเดือนเมษายน 2553 รวมระยะเวลาทั้งสิ้น 22 เดือน

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงผลกระทบที่มีต่อการสนับสนุนและการกำกับดูแลของภาครัฐที่มีต่อการดำเนินธุรกิจขายตรง
2. ทำให้ทราบถึงนโยบายของภาครัฐที่มีผลกระทบต่อการซื้อขายผ่านระบบของตรงของผู้บริโภค

1.8 นิยามศัพท์เฉพาะ

ขายตรง หมายถึง การทำตลาดสินค้าอุปโภคบริโภคในลักษณะของการนำเสนอขายต่อผู้บริโภคโดยตรง ณ ที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคหรือที่อยู่อาศัยของผู้อื่น ณ ที่ทำงานของผู้บริโภคหรือที่อื่น ๆ โดยผู้ขายตรงใช้การอธิบายหรือการสาธิตสินค้าเป็นกลยุทธ์หลักในการเสนอขาย

ธุรกิจขายตรง หมายถึง การทำตลาดสินค้าอุปโภคบริโภคในลักษณะของการนำเสนอขายแบบบุคคลต่อบุคคล ซึ่งห่างจากที่ตั้งร้านค้าปลีกถาวร โดยบริษัทผู้ประกอบการนำเสนอโอกาสทางธุรกิจให้กับนักขายตรงอิสระ

ผู้บริโภค หมายถึง ผู้ซื้อหรือผู้ได้รับบริการจากผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง หรือผู้ซึ่งได้รับการเสนอหรือการชักชวนจากผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงหรือผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงเพื่อให้ซื้อสินค้าหรือบริการ

ผู้จำหน่ายอิสระ หมายถึง บุคคลที่ได้รับโอนกรรมสิทธิ์ในสินค้าหรือบริการจากผู้ประกอบธุรกิจขายตรงและนำสินค้าหรือบริการดังกล่าวไปเสนอขายตรงต่อผู้บริโภค

ระบบการขายตรงแบบขั้นเดียว หมายถึง การขายโดยตัวแทนขายหรือผู้ขายอิสระซึ่งมีได้ไม่จำกัดจำนวนแล้วแต่ความสามารถของผู้จัดการนั้น ๆ รายได้จะมาในรูปของค่าคอมมิชชั่นหรือส่วนลดพิเศษในการซื้อสินค้า ทำได้เท่าไรจะได้ผลตอบแทนสัดส่วนนั้น และหากทำยอดขายสูงขึ้นจะได้รับค่าเปอร์เซ็นต์เพิ่มขึ้นเป็นโบนัสตอบแทนความขยันและความสามารถ

ระบบการขายตรงแบบหลายชั้น (Multi Level Marketing : MLM) หมายถึง การขายต่อกันเป็นเครือข่ายหลายชั้น ผู้ขายเป็นนักขายอิสระ ไม่ใช่ลูกจ้างของบริษัท โดยนักขายสามารถสร้างรายได้จากการทำงาน 2 วิธีรวมกัน คือ ผลกำไรจากการขายปลีก ซึ่งเป็นผลต่างระหว่างต้นทุนสินค้าที่ซื้อมาจากบริษัทกับราคาขายปลีกที่ได้ขายสินค้าหรือบริการให้กับผู้บริโภค กับคอมมิชชั่นหรือส่วนลดตามระดับยอดขายของสินค้าหรือบริการที่มีการสั่งซื้อ

ซื้อ หมายถึง การเช่า เช่าซื้อ หรือได้มาไม่ว่าด้วยประการใด ๆ โดยให้ค่าตอบแทนเป็นเงินหรือผลประโยชน์อย่างอื่น

สินค้า หมายถึง สิ่งของที่ผลิตหรือมีไว้เพื่อขาย

บริการ หมายถึง การรับจัดทำกรงาน การให้สิทธิใด ๆ หรือการให้ใช้หรือให้ประโยชน์ในทรัพย์สินหรือกิจการใด ๆ โดยเรียกค่าตอบแทนเป็นเงินหรือผลประโยชน์อื่น แต่ไม่รวมถึงการจ้างแรงงานตามกฎหมายแรงงาน

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค หมายถึง หน่วยงานของรัฐ ที่กำกับดูแลติดตามสอดส่องการทำงาน และการบังคับใช้กฎหมาย ตลอดจนการดำเนินธุรกิจขายตรง

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิด ทฤษฎี ที่เกี่ยวข้องมีดังนี้

1. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับนโยบายสาธารณะ
2. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดนโยบายสาธารณะ
3. ทฤษฎีการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ
4. ทฤษฎีแบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค
5. ความหมายและแนวคิดทฤษฎีการขายตรง
6. ทฤษฎีการคุ้มครองผู้บริโภค
7. แนวคิดทฤษฎีและที่มาของการคุ้มครองผู้บริโภค
 1. การคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศไทย
 2. ขอบเขตการคุ้มครองผู้บริโภค
 3. องค์กรคุ้มครองผู้บริโภคตามกฎหมายไทย
8. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับนโยบายสาธารณะ

นักวิชาการหลายท่านได้ให้คำจำกัดความของนโยบายสาธารณะ ดังนี้

ถวัลย์รัฐ วรเทพพิพิพษ์ ได้ให้ความหมายของนโยบายสาธารณะว่า เป็นแนวทางปฏิบัติ กว้าง ๆ ซึ่งกำหนดโดยรัฐบาลหรือข้าราชการระดับสูง ที่มีวัตถุประสงค์แน่นอน ไม่อย่างใดก็อย่างหนึ่ง โดยมีจุดประสงค์ให้มีการนำไปปฏิบัติ และอาจเป็นไปได้ในทางบวกหรือลบเป็นการกระทำ หรือไม่กระทำก็ได้

ทศพร ศิริสัมพันธ์ ได้สรุปความเห็นเกี่ยวกับนโยบายสาธารณะจากนักวิชาการต่างประเศไว้ว่า

1. เป็นคำแทนกลุ่มกิจกรรมที่ทางรัฐบาลเข้าไปเกี่ยวข้อง ซึ่งจะทำให้เห็นถึงขอบข่ายภารกิจหน้าที่ของรัฐบาล ในการเข้าแทรกแซงระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ
2. เป็นการแสดงออกของเป้าประสงค์โดยทั่วไป หรือสภาพการณ์อันเป็นที่ปรารถนา
3. เป็นเรื่องของข้อเสนอบางประการของกลุ่มการเมืองต่าง ๆ ที่ต้องการให้รัฐบาลรับไปดำเนินการ

4. เป็นการตัดสินใจของรัฐบาล ซึ่งมุ่งให้ความสนใจเฉพาะเวลาที่กำลังจะตัดสินใจว่า รัฐบาลจะเลือกทำหรือไม่ทำอะไร
5. เป็นการให้อำนาจอย่างไม่เป็นทางการ ซึ่งเป็นเรื่องของการออกกฎหมายในการอนุญาตหรือเป็นเงื่อนไขในการดำเนินการบางอย่าง
6. แผนงานและโครงการซึ่งประกอบไปด้วยกิจกรรมและทรัพยากร องค์การบริหารจัดการ รวมทั้งระเบียบปฏิบัติต่าง ๆ เพื่อดำเนินการให้บรรลุตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่ได้วางไว้
7. เป็นผลผลิตที่รัฐบาลได้ดำเนินการไป
8. เป็นผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น ติดตามมาจากการดำเนินงานของรัฐบาลทั้งในส่วนที่ตั้งใจไว้และไม่ตั้งใจไว้ ซึ่งมีลักษณะเป็นผลเชื่อมโยง จากผลผลิตและการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ

นอกจากนี้ยังกล่าวถึงผู้กำหนดนโยบายสาธารณะไว้ว่า ควรแยกผู้กำหนดนโยบายสาธารณะออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. ผู้กำหนดนโยบายสาธารณะอย่างเป็นทางการ (Official Policy Makers) หมายถึง ผู้มีอำนาจหน้าที่ตามกฎหมายหรือกฎหมายให้อำนาจไว้แบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม คือ

1.1 ผู้กำหนดนโยบายหลัก (Primary Policy Makers) คือผู้ได้รับอำนาจหน้าที่โดยตรงจากรัฐธรรมนูญอันเป็นกฎหมายสูงสุดของประเทศ ซึ่งได้แก่

1.1.1 รัฐสภา ประกอบด้วยสมาชิกวุฒิสภาและสภาผู้แทนราษฎร ทำหน้าที่ในการตรากฎหมาย

1.1.2 คณะรัฐมนตรี มีอำนาจหน้าที่ในการเสนอร่างพระราชบัญญัติเข้าสู่วาระการพิจารณาของรัฐสภา และทำหน้าที่เป็นผู้กราบบังคมทูลให้พระมหากษัตริย์ทรงตราพระราชกำหนด และเสนอพระราชกำหนดนั้นต่อรัฐสภา นอกจากนี้ในการบริหารราชการแผ่นดิน คณะรัฐมนตรีต้องบริหารแผ่นดินตามบทบัญญัติแห่งรัฐธรรมนูญ กฎหมาย และนโยบายที่แถลงไว้ต่อรัฐสภา ซึ่งอาจกระทำโดยการกำหนดนโยบายสาธารณะในรูปมติของคณะรัฐมนตรี หรืออนุมัติเห็นชอบร่างพระราชกฤษฎีกา

1.1.3 ศาล มีอำนาจหน้าที่ในการพิจารณาพิพากษาอรรถคดี ซึ่งจะต้องดำเนินการตามกฎหมาย และในพระปรมาภิไธยพระมหากษัตริย์

1.2 ผู้กำหนดนโยบายรอง (Supplementary Policy Makers) เป็นผู้ได้รับมอบอำนาจบางประการมาจาก ผู้กำหนดนโยบายหลัก หรือบทบัญญัติแห่งกฎหมายและยังคงมีความผูกพันรับผิดชอบหรือถูกควบคุมโดยผู้กำหนดนโยบายหลักอยู่จะออกเป็นกฎกระทรวง ระเบียบคำสั่ง ข้อบังคับหรือประกาศของกระทรวง และกรมเกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ ให้มีการอนุญาตหรืองดเว้นการกระทำบางประการตามที่กฎหมายได้กำหนดไว้

2. ผู้กำหนดนโยบายอย่างไม่เป็นทางการ (Unofficial Policy Makers) ได้แก่ ผู้ไม่มีอำนาจหน้าที่ตามกฎหมายในการกำหนดนโยบายสาธารณะ แต่เป็นผู้ที่อาจจะเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการกำหนดนโยบายสาธารณะและพยายามผลักดันข้อเสนอ เช่น นโยบายหรือประเด็นนโยบายบางอย่าง ให้แก่ผู้กำหนดนโยบายสาธารณะอย่างเป็นทางการเพื่อทำการพิจารณาตัดสินใจต่อไป เช่น กลุ่มผลประโยชน์องค์กรประชาชน พรรคการเมือง นักวิชาการ สื่อมวลชน และประชาชนโดยทั่วไป

จึงอาจกล่าวได้ว่า นโยบายสาธารณะคือ นโยบายที่รัฐบาลกำหนดขึ้นจากทางเลือกต่าง ๆ ที่แสดงถึงเจตนาว่าจะกระทำหรือไม่กระทำกิจกรรม ที่จะมีผลประโยชน์ต่อสังคมส่วนรวมในเชิงการใช้ทรัพยากรหรือคุณค่าต่าง ๆ ในสังคม ในช่วงเวลาทั้งระยะสั้นและระยะยาว

2. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดนโยบายสาธารณะ

นักวิชาการหลายท่านได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยกำหนดนโยบาย แต่จะขอกกล่าวเพียงสังเขป คือ

ทศพร ศิริสัมพันธ์ ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดนโยบายสาธารณะว่า นโยบายสาธารณะอยู่ภายใต้อิทธิพลของปัจจัยสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยด้านเศรษฐกิจ การเมือง สังคม และเทคโนโลยี การเปลี่ยนแปลงในสภาพแวดล้อมดังกล่าวจะส่งผลกระทบต่อความต้องการของบุคคล และกลุ่มต่าง ๆ นำไปสู่การเจรจาต่อรอง ผลักดันประเด็นปัญหาความต้องการของตนต่อผู้กำหนดนโยบายเพื่อทำให้การตอบสนองด้วยการกระทำหรืองดการกระทำบางสิ่งบางอย่าง

1. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ เป็นตัวแปรที่สำคัญมากประการหนึ่ง เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจจะเป็นตัวกำหนดความต้องการของประชาชน ซึ่งทำให้รัฐบาลต้องกำหนดนโยบายสาธารณะนี้ขึ้นมา เพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชน และเพื่อให้การตอบสนองด้วยการกระทำหรืองดการกระทำบางอย่าง
2. ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางด้านสังคม การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วในช่วงที่ผ่านมา ทำให้สังคมไทยเกิดความซับซ้อนมากยิ่งขึ้น มีลักษณะเป็นสังคมเปิดและสภาพขยายตัวของชนชั้นกลางเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งปัญหาสังคมใหม่ ๆ เกิดขึ้นด้วย เช่น ปัญหายาเสพติด และปัญหาโรคเอดส์ เป็นต้น ในขณะเดียวกัน

โครงสร้างระบบเศรษฐกิจที่เปลี่ยนจากการพึ่งพิงภาคเกษตรกรรมสู่การพึ่งพิงภาคอุตสาหกรรมและบริการ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดแรงงาน การอพยพแรงงานในเขตชนบทออกจากภาคเกษตรกรรมเข้าสู่ตัวเมือง และยังมีผลกระทบต่อด้านวัฒนธรรมอีกด้วย

3. ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางการเมือง ในช่วงเวลาที่ผ่านมา การเมืองไทยได้มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วซึ่งส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของนักลงทุนทั้งในและต่างประเทศ ทำให้ส่งผลกระทบต่อสภาพเศรษฐกิจของประเทศโดยรวม
4. ปัจจัยสภาพแวดล้อมและแนวโน้มทางเทคโนโลยี จากในช่วงที่ผ่านมาได้มีการพัฒนาทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว มีการถ่ายทอดและแพร่กระจายเทคโนโลยีไปสู่ภูมิภาคต่าง ๆ การพัฒนาเทคโนโลยีที่สูงขึ้นย่อมมีผลต่อเศรษฐกิจการเมือง และสังคม รวมถึงการดำเนินชีวิตของคนโดยทั่วไป ดังนั้น นโยบายสาธารณะจึงจำเป็นต้องคำนึงถึงการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีมาใช้ประโยชน์

กุลธร ชนาพงศ์ธร กล่าวถึงการกำหนดนโยบายสาธารณะว่า เป็นเรื่องละเอียดอ่อน ยุ่งยาก มีความสลับซับซ้อน และมักมีปัจจัยทางการเมืองเข้ามาเกี่ยวข้องเสมอ ผู้กำหนดนโยบายสาธารณะจำเป็นต้องใช้ทั้งความรู้และศิลปะ และต้องเข้าใจถึงสภาพของปัจจัยต่าง ๆ ภายใต้อุปสรรคเป็นอย่างดี ดังนั้นในการกำหนดนโยบาย ผู้กำหนดต้องคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่สำคัญ ซึ่งจำแนกเป็น 2 ประเภทคือ

1. **ปัจจัยองค์ประกอบพื้นฐาน** เป็นปัจจัยที่ผู้กำหนดนโยบายทุกคนต้องคำนึงถึงอยู่เสมอในการพิจารณากำหนดนโยบายทุกประเภท ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยที่สำคัญ 3 ประการ ได้แก่
 - 1.1 ปัจจัยเรื่องผลประโยชน์ของชาติ ในการกำหนดนโยบายจะต้องคำนึงถึงผลประโยชน์ที่ได้รับให้สอดคล้องกับผลประโยชน์ของชาติในช่วงเวลานั้น
 - 1.2 ปัจจัยเรื่องวิธีการที่ใช้กำหนดนโยบาย ย่อมแตกต่างกันตามความต้องการของผู้กำหนดแต่ละประเทศ การใช้วิธีการที่สลับซับซ้อนละเอียดถี่ถ้วน จะทำให้นโยบายมีความเหมาะสม ถูกต้องสมเหตุสมผล และสามารถนำไปปฏิบัติให้สำเร็จลุล่วงได้
 - 1.3 ปัจจัยเรื่องความรู้ต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์เอื้ออำนวยต่อการกำหนดนโยบาย ซึ่งจำแนกออกเป็น 3 ประการ คือ
 - ความรู้เรื่องข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ ในการกำหนดนโยบาย

- ความรู้เกี่ยวกับองค์กรและบุคลากรที่ทำหน้าที่ในการกำหนดนโยบาย ซึ่งผู้กำหนดจะต้องมีความเข้าใจว่าองค์กรและบุคลากรมีขอบเขตอำนาจหน้าที่อย่างไร
- ความรู้ความสามารถของตัวบุคคลที่เป็นผู้กำหนดนโยบายจะต้องมีความรู้ความสามารถหรือมีคุณสมบัติเกี่ยวกับนโยบายนั้น ๆ ในระดับหนึ่ง

2. **ปัจจัยสิ่งแวดล้อม** เป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญอย่างมากในการพิจารณากำหนดนโยบาย หรือในแง่ของการนำเอานโยบายไปปฏิบัติ เป็นปัจจัยที่สามารถบ่งบอกถึงความสำเร็จหรือความล้มเหลวของนโยบายนั้น ๆ

- 2.1 ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางภูมิศาสตร์และประวัติศาสตร์ ผู้กำหนดนโยบายจะต้องกำหนดให้สอดคล้องกับสภาพภูมิศาสตร์ของประเทศนั้น ๆ
- 2.2 ปัจจัยทางการเมือง เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดนโยบายของรัฐ เพราะไม่มีนโยบายใด ๆ ที่รัฐกำหนดขึ้นโดยปราศจากการแทรกแซงทางการเมือง
- 2.3 ปัจจัยทางเศรษฐกิจ
- 2.4 ปัจจัยทางสังคม มีวัฒนธรรมซึ่งเป็นวิถีทางที่มนุษย์ในสังคมหนึ่ง ๆ ประพฤติปฏิบัติต่อกันเป็นตัวกำหนดแนวทางของนโยบายให้สอดคล้องกับแนวทางที่สังคมนั้น ๆ ได้ยึดถือปฏิบัติกันมา

โดยสรุปจะเห็นว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดนโยบายสาธารณะจะมีทั้งปัจจัยภายในคือ ความต้องการหรือวัตถุประสงค์ของผู้กำหนดนโยบายเอง กับปัจจัยภายนอก ซึ่งได้แก่ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคมและการเมืองซึ่งมีอิทธิพลต่อการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงเนื้อหาของนโยบายให้เหมาะสมกับสถานการณ์

3. ทฤษฎีการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ

การศึกษาทฤษฎีการนำนโยบายไปปฏิบัติ เป็นพื้นฐานในการสร้างกรอบความคิด จะทำให้ทราบว่าแต่ละทฤษฎีมีจุดมุ่งเน้นในการศึกษาอย่างไร

1. ทฤษฎีบนลงล่าง (Top-Down Theories)

ทฤษฎีบนลงล่างมีรากฐานมาจากตัวแบบขั้นตอน (Stage Model) ในการวิเคราะห์ที่กระบวนนโยบาย กล่าวคือ มีฐานคิดว่า การนำนโยบายไปปฏิบัติเริ่มจากการตัดสินใจของรัฐบาลกลาง นอกจากนี้ยังได้รับอิทธิพลมาจากทฤษฎีระบบ (System Theory) ถือว่านโยบายเป็นผลโดยตรงที่ทำให้เกิดผลลัพธ์ และมักไม่สนใจผลกระทบที่มาจากตัวผู้ปฏิบัติ ทฤษฎีนี้จึงกำหนดให้นโยบายเป็นปัจจัยนำเข้า (Input) ส่วนการนำนโยบายไปปฏิบัติเป็นผลผลิต (Output) ทฤษฎีบนลงล่างยึดตัวแบบระบบเชิงเหตุผล (Rational System Model) หรือเรียกได้ว่าตัวแบบในอุดมคติ (Ideal

Type) โดยมุ่งหาคำตอบว่า การนำนโยบายไปปฏิบัติที่สมบูรณ์ (Perfect Implementation) เป็นอย่างไร

2. ทฤษฎีล่างขึ้นบน (Bottom-up Theories)

ทฤษฎีล่างขึ้นบนเกิดขึ้นเพื่อวิพากษ์ทฤษฎีบนลงล่าง เนื่องจากพบว่า ผลลัพธ์ของนโยบายไม่จำเป็นต้องเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ การถือว่า ผลลัพธ์กับวัตถุประสงค์มีความสัมพันธ์กันเชิงสาเหตุและผลจึงอาจไม่ถูกต้อง นักทฤษฎีเห็นว่าควรศึกษาสิ่งที่เกิดขึ้นจริงในระดับปฏิบัติและวิเคราะห์ห้ถึงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการปฏิบัติดังกล่าว การศึกษาในทฤษฎีเริ่มจากส่วนบน โดยคนข้างล่างต้องยึดตามเพราะว่า คนข้างล่างสามารถใช้ดุลยพินิจและใกล้ชิดกับปัญหามากกว่าส่วนบน หน่วยวิเคราะห์ห้ของกลุ่มนี้จึงได้แก่ ผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่ (Street Level Bureaucrats) หรือเจ้าหน้าที่ในแนวหน้า (Front-Line Workers) ได้แก่ ผู้ให้บริการในพื้นที่

3. ทฤษฎีผสม (Hybrid Theories)

ทฤษฎีผสมเป็นความพยายามผสมทฤษฎีบนลงล่างและล่างขึ้นบนเข้าด้วยกัน และพยายามเสนอตัวแบบใหม่เพื่อแก้จุดอ่อนของทฤษฎีทั้งสอง ทฤษฎีผสมได้สร้างนวัตกรรมให้กับการศึกษาการนำนโยบายไปปฏิบัติ โดยเป็นการปิดช่องว่างที่เป็นจุดอ่อนของทฤษฎีทั้งสอง และนำความคิดของทั้งสองส่วน คือ การควบคุมจากส่วนกลางและความเป็นอิสระของผู้ปฏิบัติมาศึกษาร่วมกัน

ขั้นตอนการนำนโยบายไปปฏิบัติ

ขั้นตอนการนำนโยบายไปปฏิบัติถือเป็นขั้นตอนสำคัญขั้นตอนหนึ่งในกระบวนการนโยบาย (Policy Process) ซึ่ง วรเดช จันทรศร ได้ทำการศึกษาและแบ่งการพิจารณาออกเป็น 2 ขั้นตอน โดยสรุป คือ

1. ขั้นตอนการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติในระดับมหภาค (Macro) แบ่งย่อยเป็น 2 ขั้นตอนหลัก ขั้นตอนแรกได้แก่ ขั้นตอนการแปลงนโยบายออกเป็นแนวทางปฏิบัติหรือออกมาในรูปแบบของแผนงานหรือโครงสร้างแล้วแต่กรณี โดยผู้มีหน้าที่ในการแปลงนโยบายจะต้องศึกษาวัตถุประสงค์ของนโยบายให้เข้าใจอย่างถ่องแท้ ความสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติจะขึ้นอยู่กับความชัดเจนของนโยบาย ความสอดคล้องกันในเป้าหมายของนโยบาย ระดับความเข้าใจในวัตถุประสงค์ของนโยบายและการให้ความร่วมมือของหน่วยงานที่รับผิดชอบ ความจริงใจในการนำนโยบายนั้นไปปฏิบัติ ขั้นตอนที่สองเป็นขั้นตอนการยอมรับ (Adopt) ในการทำให้หน่วยงานในระดับภูมิภาคหรือท้องถิ่นยอมรับแนวทาง แผนงาน โครงการ หรือผลของการแปลงนโยบายนั้นไป

ปฏิบัติต่อไป ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง อาทิ ลักษณะของหน่วยงานในท้องถิ่นนั้น สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ตลอดจนความขัดแย้งและประโยชน์ที่รัฐบาล จัดสรรให้หน่วยงานในท้องถิ่น ซึ่งถือเป็นเงื่อนไขสำคัญที่สร้างความเต็มใจหรือไม่เต็มใจในการ ยอมรับนโยบายไปปฏิบัติ

2. ขั้นตอนการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติในระดับจุลภาค (Micro) แบ่งย่อยเป็นสาม ขั้นตอน ขั้นตอนแรก ได้แก่ ขั้นตอนการระดมพลัง (Mobilization) เป็นขั้นตอนที่หน่วยงานท้องถิ่น จะต้องดำเนินการในสองกิจกรรม คือ การพิจารณารับนโยบายและการแสวงหาความสนับสนุนใน นโยบายจากท้องถิ่น ในการพิจารณารับนโยบายไปปฏิบัติในหน่วยงานท้องถิ่นจะดูถึงความ เหมาะสม ความสำคัญเร่งด่วน สอดคล้องกับเป้าหมาย และสามารถตอบสนองความต้องการของ ท้องถิ่นเพียงใด ก็จะตัดสินใจยอมรับนโยบายไปปฏิบัติ ซึ่งจะนำไปสู่การแสวงหาความสนับสนุน จากสมาชิกในท้องถิ่นต่อไป ขั้นตอนที่สองเป็นขั้นตอนการปฏิบัติ (Deliverer Implementation) ซึ่ง ครอบคลุมถึงกระบวนการในการปรับเปลี่ยนโครงการที่ได้มีการยอมรับแล้วออกมาในรูปของการ ปฏิบัติจริง การสร้างความสำเร็จขึ้นอยู่กับการแสวงหาวิธีการในการปรับแนวทางการปฏิบัติ ปรับ โครงการหรือแผนงานให้สอดคล้องกับความต้องการของท้องถิ่นในแต่ละช่วงเวลา ขั้นตอนที่สาม ได้แก่ ขั้นตอนการสร้างความเป็นปึกแผ่นหรือความต่อเนื่อง (Institutionalization or Continuation) ครอบคลุมถึงการแสวงหาวิธีการที่จะทำให้ นโยบายนั้นถูกปรับเปลี่ยนและได้รับการยอมรับเข้าเป็น หน้าที่ประจำวันของผู้ปฏิบัติอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ โดยผู้บริหารระดับท้องถิ่นจะต้องเป็นผู้ชัก จูงให้ผู้ปฏิบัติเห็นความสำคัญของการปฏิบัติตามนโยบายดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง และจะต้องหาทาง แปลงนโยบายนั้นให้เป็นภารกิจหลักประจำวันของผู้ปฏิบัติไปโดยตลอด เพื่อให้ผู้ปฏิบัติมีความ ผูกพัน และยอมรับต่อ โครงการหรือแผนงาน มีการนำนโยบายไปปฏิบัติอย่างเต็มใจเสมือนเป็น ภารกิจประจำวันของตนเอง อันจะส่งผลให้เกิดความต่อเนื่องในการปฏิบัติตลอดไป

ปัจจัยที่กำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวจากการนำนโยบายไปปฏิบัติ

การนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ เป็นการทำให้เป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้เป็น จริงขึ้นมา โดยการสรรหาวิธีการหนึ่ง หรือหลาย ๆ วิธีที่เห็นว่าจะมีความเหมาะสมมาใช้ ในการนำ นโยบายไปปฏิบัติจะส่งผลกระทบต่อประชาชนที่เกี่ยวข้อง ถ้านโยบายไม่มีความเหมาะสมจะไม่ สามารถแก้ไขปัญหาให้กับประชาชนตามที่คาดหวังไว้ ดังนั้น ในการวิเคราะห์กระบวนการ นโยบายสาธารณะจำเป็นต้องตระหนักถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวของ นโยบาย เมริลี เอส. กรินเดิล (Merilee S. Grindle) ได้นำเสนอกรอบแนวความคิดในการนำนโยบาย หรือโครงการไปปฏิบัติ (Policy Implementation) ของรัฐบาลในประเทศโลกที่สาม เพื่อค้นหาถึง ความสำเร็จหรือล้มเหลวของนโยบาย/โครงการต่าง ๆ โดยให้ความสำคัญกับปัจจัย 2 ประการ ดังนี้

1. เนื้อหาสาระของนโยบายหรือโครงการ (Policy Content)

การศึกษาการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ จะเริ่มได้ก็ต่อเมื่อมีเป้าหมายหรือนโยบายวางไว้แล้ว จากนั้นเป้าหมายดังกล่าวจะถูกถ่ายทอดออกเป็น โครงการ (Action Program) เพื่อนำไปปฏิบัติให้เกิดผลจริงขึ้นมา ซึ่งจะมีผลกระทบต่อ การนำนโยบายไปปฏิบัติที่มีผลแตกต่างกันไป กล่าวคือ

- 1.1 นโยบาย/โครงการที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงขั้นพื้นฐานทางด้านการเมือง เศรษฐกิจและสังคม ย่อมได้รับการต่อต้านจากกลุ่มที่เสียประโยชน์
- 1.2 นโยบาย/โครงการที่นำประโยชน์อย่างกว้าง ๆ ไปสู่ชุมชน อาจมีผลในทางปฏิบัติที่แตกต่างไปจากนโยบาย/โครงการที่มีผลประโยชน์เฉพาะเจาะจง เช่น โครงการจัดมีสาธารณูปโภคแก่ชุมชน โดยส่วนรวมมักไม่ค่อยสร้างปัญหาความขัดแย้งเท่ากับโครงการซึ่งให้ผลประโยชน์เฉพาะเจาะจง ที่อาจนำไปสู่ความขัดแย้งและแตกแยกระหว่างผู้ได้ประโยชน์กับผู้เสียประโยชน์ ทำให้ยากแก่การนำไปปฏิบัติ
- 1.3 นโยบาย/โครงการที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหรือวิถีชีวิตของคน อาจมีผลกระทบต่อความสำเร็จหรือล้มเหลวในทางปฏิบัติ ทำให้ยากแก่การนำไปปฏิบัติ เพราะไปขัดกับความเคยชิน
- 1.4 นโยบาย/โครงการที่หวังผลในระยะยาว อาจยากแก่การนำไปปฏิบัติให้ได้ผลสำเร็จ เพราะต้องใช้เวลา นานกว่าจะเห็นผล หรือสถานการณ์อาจเปลี่ยนแปลงไป อาจไม่เหมาะสม ต่างกับโครงการที่เกี่ยวข้องกับความ ต้องการ ความเดือดร้อน ความจำเป็นเฉพาะหน้าของประชาชน
- 1.5 ลักษณะเฉพาะของตัวนโยบาย/โครงการ มีส่วนกำหนดความยุ่งยากสลับซับซ้อนหรือความเรียบง่ายในการนำไปปฏิบัติ เช่น โครงการพัฒนาชนบท จะต้องเกี่ยวข้องกับบุคคลและหน่วยงานมากมายในหลายระดับ ทำให้เกิดความยากลำบากหรือความล่าช้ากว่าจะตัดสินใจได้
- 1.6 เนื้อหาสาระของนโยบาย/โครงการ มีส่วนกำหนดว่าใครหรือหน่วยงานใดควรจะได้รับผิดชอบดำเนินการ หน่วยงานเหล่านั้นมีส่วนอย่างมากที่จะทำให้การปฏิบัติมีผลออกมาแตกต่างกัน เพราะแต่ละหน่วยงานมีความสามารถและความพร้อมแตกต่างกัน หรือบางหน่วยงานอาจได้รับความวางใจจากผู้มีอำนาจการเมืองมากกว่าหน่วยงานอื่น ๆ จึงได้รับมอบหมายให้เป็นหน่วยปฏิบัติ และอาจได้รับการสนับสนุนช่วยเหลือเป็นพิเศษด้วย
- 1.7 รูปแบบการนำเสนอเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ของนโยบาย/โครงการมีส่วนอย่างมากในการนำไปสู่การปฏิบัติที่แตกต่างกัน เช่น เป้าหมายได้ถูกกำหนดไว้อย่างชัดเจนหรือคลุมเครือ และได้รับความเห็นชอบจากผู้ที่เกี่ยวข้องมากน้อยเพียงใด

ถ้าหากเป้าหมายชัดเจนและมีผู้ให้การสนับสนุนมาก การปฏิบัติมีโอกาสำเร็จสูง
เป็นต้น

2. สภาพแวดล้อม รวมถึงสภาพสังคมที่นโยบาย/โครงการนั้น ๆ ดำเนินการอยู่ (Policy Context)

สำหรับบริบทของนโยบาย หรือสภาพแวดล้อมและสังคมที่นโยบายหรือโครงการนั้น ดำเนินการอยู่ หมายถึง สถานที่ที่นโยบายหรือโครงการเข้าไปดำเนินการ อันจะทำให้การปฏิบัติมีผลแตกต่างกัน รวมถึงบุคคลที่เกี่ยวข้องตั้งแต่ผู้วางแผนระดับชาติ นักการเมืองทั้งในระดับชาติและระดับท้องถิ่น ผู้นำกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม ผู้ได้รับผลประโยชน์หรือผู้ที่ถูกกระทบกระเทือน ตลอดจนบรรดาข้าราชการทั้งในระดับกลางและระดับล่าง ซึ่งเป็นผู้ปฏิบัติจริง เพื่อให้เห็นนโยบายหรือโครงการนั้นมีผลขึ้นมา การวิเคราะห์ที่นโยบาย/โครงการจึงต้องมองเห็นถึงพลังหรือศักยภาพของแต่ละ ดังนั้น ในการดำเนินการเพื่อนำนโยบาย/โครงการต่าง ๆ ไปปรับใช้กับกลุ่มคน สถานที่ รวมถึงเวลาที่แตกต่างกัน ผู้ที่เกี่ยวข้อง จึงสมควรพิจารณาถึงฝ่ายได้ประโยชน์ และฝ่ายเสียประโยชน์ ที่อาจจะก่อให้เกิดอุปสรรคในการนำนโยบาย/โครงการนั้น ๆ ออกไปใช้ นอกจากนี้ ในการปฏิบัติจริง อาจมีเหตุการณ์หรือสถานการณ์ต่าง ๆ ที่ไม่สามารถควบคุมหรือคาดเดาได้เกิดขึ้น ในกระบวนการปฏิบัติงาน ผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบ จึงควรกำหนดแผนฉุกเฉินสำหรับแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า เพื่อให้เห็นนโยบาย/โครงการนั้นสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

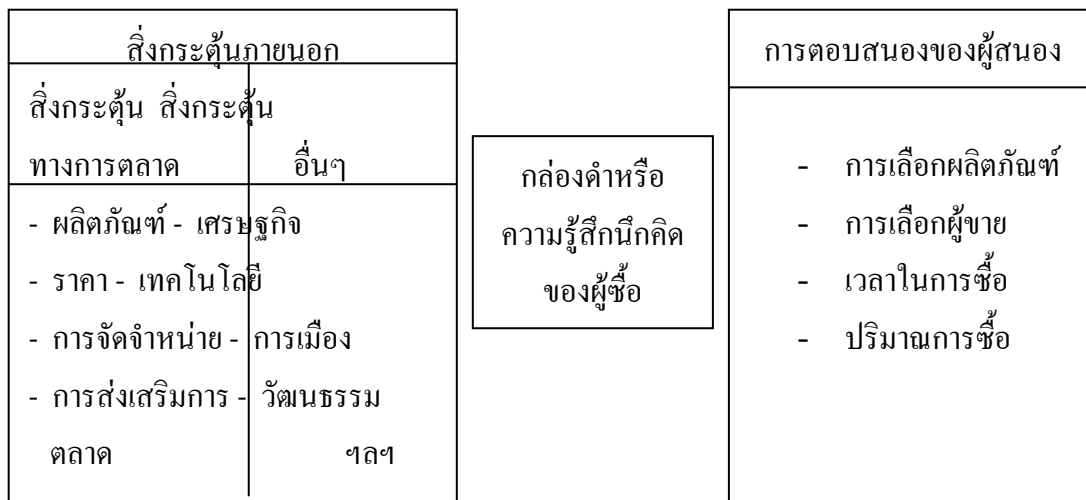
4. ทฤษฎีแบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค

แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model)

เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นทฤษฎีที่กล่าวถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคในกระบวนการตัดสินใจ ที่ครอบคลุมทุกขั้นตอน ซึ่งมีจุดเริ่มต้นจากการเกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการ จากนั้นสิ่งกระตุ้นจะผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำ (Buyer's Black Box) ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ หลังจากนั้นจะมีการตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) ซึ่งก็คือการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's Purchase Decision)

จุดเริ่มต้นของแบบจำลองนี้อยู่ที่มีสิ่งกระตุ้น(Stimulus) ให้เกิดความต้องการก่อน แล้วทำให้เกิดการตอบสนอง (Response) ดังนั้น แบบจำลองนี้ จึงเรียกว่า S-R Theory (Stimulus-Response Theory) มีรายละเอียดตามแผนภาพที่ 2 โดยมีรายละเอียดของทฤษฎีดังนี้

ภาพที่ 2.1 แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค(Consumer Behavior Model)



ลักษณะของผู้ซื้อ	ลักษณะการตัดสินใจของผู้ซื้อ
<ul style="list-style-type: none"> ปัจจัยทางวัฒนธรรม ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยทางจิตวิทยา ปัจจัยส่วนบุคคล 	<ul style="list-style-type: none"> การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางพฤติกรรม การตัดสินใจซื้อ ความรู้สึกลึกซึ้งภายหลังการซื้อ

สิ่งกระตุ้นภายนอก (Stimulus) ตามทฤษฎีจะประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

1. สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดสามารถ
2. ควบคุมได้ เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ซึ่งประกอบด้วย
 - 1.1 สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เช่น ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สวยงามเพื่อกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภค
 - 1.2 สิ่งกระตุ้นด้านราคา (Price) เช่น การกำหนดราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์
 - 1.3 สิ่งกระตุ้นด้านการจัดจำหน่าย (Place) เช่น จัดจำหน่ายให้ทั่วถึงเพื่อความสะดวกแก่ผู้บริโภค
 - 1.4 สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เช่น มีการโฆษณาอย่างสม่ำเสมอ มีการลด แลก แจก แถม เพื่อกระตุ้นความต้องการซื้อของผู้บริโภค

2. สิ่งกระตุ้นอื่นๆ (Other Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภค ที่องค์กรไม่สามารถควบคุมได้ สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ ได้แก่

2.1 เศรษฐกิจ เช่น ภาวะเศรษฐกิจ รายได้ของผู้บริโภค สิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อความต้องการของผู้บริโภค

2.2 เทคโนโลยี เช่น การพัฒนากระบวนการผลิตให้ได้ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ จะช่วยกระตุ้นความต้องการซื้อสินค้าของผู้บริโภคอยู่ตลอดเวลา

2.3 การเมือง เช่น ถ้ารัฐบาลมีการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ในรูปของภาษี ทำให้ผลิตภัณฑ์มีราคาตกลง จะส่งผลต่อผู้บริโภคมากขึ้น

2.4 วัฒนธรรม เช่น ปัจจุบันคนไทยรับวัฒนธรรมจากต่างประเทศทางด้านการแต่งกาย มากขึ้น ทำให้ผู้บริโภคมีค่านิยมและความพึงพอใจในการแต่งกายแบบตะวันตกมากกว่าใช้ผ้าไหมไทย

กล่องดำหรือความรู้สึกลึกลับของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box)

ความรู้สึกลึกลับของผู้ซื้อเปรียบเสมือนกล่องดำ (Black Box) ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้ จึงต้องพยายามค้นหาความรู้สึกลึกลับของผู้ซื้อ ซึ่งได้รับอิทธิพลจากลักษณะและกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อด้วยวิธีการอ้างอิง (Inference)

1. ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer's Characteristics)

1.1 ปัจจัยด้านวัฒนธรรม เป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นและเป็นที่ยอมรับจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่ง โดยทำหน้าที่เป็นตัวกำหนดและควบคุมพฤติกรรมมนุษย์ในสังคม ซึ่งนักการตลาดจะต้องคำนึงถึงการเปลี่ยนแปลงของ วัฒนธรรม และนำการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้มาใช้ในการกำหนดโปรแกรมทางการตลาด

1.2 ปัจจัยด้านสังคม เป็นการแบ่งชั้นทางสังคมที่มีความคงทนถาวร โดยมีการปกครองตามลำดับชั้นและสมาชิกจะมีค่านิยม ความสนใจ และพฤติกรรมแบบเดียวกัน โดยที่ชั้นทางสังคมไม่ได้สะท้อนถึงรายได้เพียงอย่างเดียว แต่มีตัวบ่งชี้อื่นอีก เช่น การศึกษา สถานที่อยู่อาศัย โดยที่ชั้นทางสังคมจะมีลักษณะต่อไปนี้ คือ ประการแรก มีแนวโน้มแห่งพฤติกรรมที่คล้ายคลึงกันมากกว่าคนที่มาจากชั้นทางสังคมที่แตกต่างกัน ประการที่สอง คือยังสามารถบ่งชี้ได้จากตัวแปร ดังนี้ ได้แก่ อาชีพ รายได้ ฐานะ การศึกษา โดยกลุ่มอ้างอิง เป็นกลุ่มบุคคลที่เข้าไปเกี่ยวข้องกับตัว ซึ่งมีอิทธิพลต่อ ทศนคติ ความคิดเห็น และค่านิยมของบุคคลในกลุ่ม กลุ่มอ้างอิงแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มปฐมภูมิ ได้แก่ ครอบครัว เพื่อน กลุ่มปฐมภูมิเป็นกลุ่มที่ผู้ซื้อมีความสัมพันธ์กันค่อนข้างต่อเนื่องและไม่เป็นทางการ กลุ่มที่สอง คือ กลุ่มทุติยภูมิ ได้แก่ กลุ่มบุคคลชั้นนำในสังคม กลุ่ม

ศาสนา กลุ่มเพื่อนร่วมอาชีพ และกลุ่มสหภาพแรงงาน เป็นกลุ่มบุคคลที่ผู้ซื้อมีความสัมพันธ์ในลักษณะต่อเนื่องน้อยกว่าและเป็นทางการมากกว่า

1.3 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่

- อายุ ผู้บริโภคที่มีอายุต่างกันจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์ที่ต่างกัน
- อาชีพ อาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็น ความต้องการสินค้า

และบริการที่ต่างกัน นักการตลาดต้องศึกษาว่าสินค้าประเภทใดในบริษัทมีบุคคลอาชีพไหนสนใจ เพื่อจะได้จัดกิจกรรมการตลาดตอบสนองความต้องการอย่างเหมาะสม

- ภาวะทางเศรษฐกิจ โอกาสทางเศรษฐกิจของบุคคลจะกระทบต่อสินค้า

ที่เขาตัดสินใจซื้อ โอกาสเหล่านี้ประกอบด้วย รายได้ การเก็บออม อำนาจการซื้อและทัศนคติเกี่ยวกับการจ่ายเงิน นักการตลาดต้องสนใจแนวโน้มของรายได้ส่วนบุคคล การออม และอัตราดอกเบี้ย หากภาวะทางเศรษฐกิจตกต่ำ กิจการต้องมีการปรับปรุงด้านผลิตภัณฑ์ การจำหน่ายการตั้งราคา ลดการผลิต และสินค้าคงคลัง และหาวิธีการต่างๆ เพื่อป้องกันการขาดแคลนเงินทุนหมุนเวียน

- รูปแบบการดำรงชีวิต แบบการดำรงชีวิตขึ้นอยู่กับวัฒนธรรม ชั้นของ

สังคม และกลุ่มอาชีพของแต่ละบุคคล นักการตลาดเชื่อว่าการเลือกผลิตภัณฑ์ของบุคคลขึ้นอยู่กับแบบการดำรงชีวิต เช่น คนที่ฟุ่มเฟือยจะซื้อของที่ความชอบมากกว่าความจำเป็น

1.4 ปัจจัยด้านจิตวิทยา เป็นปัจจัยภายในตัวผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อและการใช้สินค้า

2. กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's Decision Process) กระบวนการตัดสินใจ มี 5 ขั้นตอน ดังนี้

2.1 การรับรู้ปัญหา (Problem Recognition) หมายถึง การที่บุคคลรับรู้ถึงความต้องการของตนเอง และเมื่อเกิดความต้องการถึงระดับหนึ่งจะกลายเป็นพลังงานกระตุ้นที่จะหาสิ่งที่มาบรรเทาความต้องการเหล่านั้น

2.2 การค้นหาข้อมูล (Information Search) เมื่อเกิดความต้องการก็จะพยายามค้นหาข้อมูลเพื่อตอบสนองความต้องการที่ถูกกระตุ้น ปริมาณของข้อมูลขึ้นอยู่กับว่าบุคคลนั้นเผชิญปัญหามากหรือน้อย

2.3 การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of Alternative) เป็นการประเมินผลทางเลือกต่างๆ จากข้อมูลที่ได้มาจากการค้นหาข้อมูล

2.4 การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) เป็นการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่ชอบที่สุดหลังจากที่ได้ประเมินผลในทางเลือกต่างๆแล้ว

2.5 พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior) หลังจากการซื้อผลิตภัณฑ์แล้ว ผู้บริโภคจะมีประสบการณ์เกี่ยวกับความพอใจหรือไม่พอใจที่ซื้อและจะเก็บไว้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจซื้อครั้งต่อไป

การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response)

ขึ้นอยู่กับลักษณะการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อที่อยู่ภายใต้อิทธิพลของปัจจัยต่างๆ ที่กล่าวมาแล้ว ขั้นตอนการตอบสนองของผู้ซื้อจะมีการตัดสินใจในประเด็นต่างๆ ดังนี้

1. การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product Choice) เป็นการเลือกชนิดของผลิตภัณฑ์ที่จะซื้อ
2. การเลือกตราสินค้า (Brand Choice) เป็นการเลือกตราสินค้าที่ต้องการจะซื้อ
3. การเลือกผู้ขาย (Dealer Choice) เป็นการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าจากผู้ขายรายใด
4. การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase Timing) ผู้บริโภคจะเลือกจะเลือกช่วงเวลาที่จะซื้อสินค้า เช่น เช้า กลางวัน เย็น
5. การเลือกปริมาณในการซื้อ (Purchase Amount) เป็นการตัดสินใจว่าจะซื้อสินค้ามากน้อยแค่ไหน ถ้าต้องการให้ซื้อครั้งละ มากๆ อาจต้องใช้วิธีการส่งเสริมการขายมาช่วย

ผู้มีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจซื้อ

กระบวนการตัดสินใจซื้อตั้งแต่ขั้นต้นไปจนถึงขั้นสุดท้าย คือขั้นการตอบสนองของผู้ซื้อ ตามปกติมักจะมีผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเสมอ ผู้ที่มีบทบาทในการตัดสินใจในกระบวนการซื้อสามารถจำแนกออกได้เป็น 5 จำพวก ดังนี้

1. ผู้ริเริ่มการซื้อ (Initiator) หมายถึง บุคคลที่ให้คำแนะนำ หรือให้ความคิดที่จะซื้อสินค้าและบริการอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยเฉพาะเป็นคนแรก
2. ผู้มีอิทธิพลต่อการซื้อ (Influencer) หมายถึง ผู้มีส่วนร่วมในการกระตุ้น เร่งเร้า แจ่มข่าหรือชักชวนให้ผู้ซื้อตัดสินใจในกระบวนการซื้อขั้นใดขั้นหนึ่ง เช่น ดารา นักแสดง พนักงานขาย เป็นต้น จากการศึกษาพบว่า ผู้มีอิทธิพลต่อการซื้อที่มีบทบาทสำคัญมากในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์
3. ผู้ตัดสินใจซื้อ (Decider) หมายถึง บุคคลซึ่งทำหน้าที่ตัดสินใจซื้อ หรือเป็นผู้ช่วยในการตัดสินใจซื้อขั้นใดขั้นหนึ่ง ผู้ขายจะต้องหาทางจูงใจด้วยการ โฆษณาไปยังผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด
4. ผู้ซื้อ (Buyer) หมายถึง บุคคลที่ทำหน้าที่ซื้อสินค้าจริงๆ เช่น แม่บ้านซื้อของใช้ภายในบ้าน เป็นต้น
5. ผู้ใช้ (User) หมายถึง บุคคลที่เป็นผู้ใช้สินค้าและบริการ โดยตรง ผู้ใช้อาจจะเป็นผู้ซื้อสินค้าด้วยตนเองหรือผู้อื่นซื้อให้ก็ได้ การโฆษณาก็ควรจะมุ่งที่ผู้ใช้ เพราะผู้ใช้อจะเป็นผู้ตัดสินใจ หรือเป็นผู้มีอิทธิพลต่อการซื้อในอนาคต

สาเหตุที่ทำให้การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคต่างกัน

1. สิ่งจูงใจต่างกัน เป้าหมายของแต่ละบุคคลมักจะเป็นสิ่งที่สืบเนื่องมาจากค่านิยมที่ต่างกัน ดังนั้น ชั้นของสังคมแต่ละชั้นที่มีวัฒนธรรมย่อยที่แตกต่างกัน ซึ่งย่อมทำให้สิ่งจูงใจของแต่ละชั้นไม่เหมือนกันด้วย

2. การรับรู้และความเข้าใจต่างกัน กล่าวคือ คนที่อยู่ในชั้นใดมักจะมองเห็นและเข้าใจสิ่งต่างๆ และตีความตัวกระตุ้นอันเดียวกันออกไปตามค่านิยมของชั้นของตนเสมอ

3. ลักษณะท่าทางต่างกัน ลักษณะของบุคคลต่าง ๆ มักจะผันแปรไปตามชั้นทางสังคมเสมอ จากการทดสอบพบว่าเด็กที่อยู่ในชั้นที่มีฐานะสูงกว่า มักจะมีความมั่นใจ เชื่อสัจย์ มีความสมบูรณ์ทางจิตใจ การใช้ภาษา ความร่วมมือ และสุภาพมากกว่าเด็กที่อยู่ในชั้นที่มีฐานะต่ำกว่า

4. การเรียนรู้และความเฉลียวฉลาดต่างกัน โดยปกติเด็กที่อยู่ในชั้นที่สูงกว่าจะมีความเฉลียวฉลาด และมีการเรียนรู้เร็วกว่า เพราะเหตุผลหลายประการ เช่น ได้รับการเลี้ยงดูด้วยอาหารที่สมบูรณ์ในช่วงแรกของการเติบโตทำให้สมองดีกว่า และสุขภาพดีกว่า มีโอกาสได้รับการศึกษาที่ดีกว่า มีการส่งเสริมจากที่บ้านมากกว่า เป็นต้น

5. ครอบครัวยุคที่แตกต่างกัน ครอบครัวยุคที่ต่างกัน ในชั้นต่างๆ อาจทำให้มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่แตกต่างกัน

6. แบบของวัฒนธรรมที่ต่างกัน ชั้นของสังคมจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของครอบครัว ด้วยการถ่ายทอดวัฒนธรรมของชุมชนเข้าสู่ครอบครัวในแบบต่างๆ กัน

7. กระบวนการตัดสินใจต่างกัน ชั้นของสังคมมักจะเป็นปัจจัยประการสำคัญที่ทำให้กระบวนการตัดสินใจต่างๆ แตกต่างกัน ยกตัวอย่าง เช่น ชั้นของการสังเกตเห็นปัญหา (Problem-Recognition Stage) ชั้นทางสังคมต่างๆ ที่อยู่ต่ำลงไป มักจะทำการซื้อที่รวดเร็วทันทีที่เกิดความต้องการขึ้น และนอกจากนี้การซื้อสินค้าประเภทคงทนถาวร ชั้นที่อยู่ต่ำลงไปมักจะทำการซื้อทันทีที่ของเดิมใช้การไม่ได้ ตรงข้ามกับชั้นที่อยู่กลางๆ ซึ่งจะวางแผนการซื้อสินค้าดังกล่าวไว้ล่วงหน้า

8. แหล่งข้อมูลที่ได้มาต่างกัน ผู้บริโภคทั้งหลายมักจะได้รับขนาด และแหล่งที่มาของข้อมูลแตกต่างกันไปตามฐานะทางสังคม ชั้นที่อยู่ต่ำสุดแหล่งที่มาของข้อมูลมักจะจำกัดกว่า และมักจะได้อะไรที่ไม่ถูกต้อง ถูกหลอกลวง แต่ในเวลาเดียวกันในชั้นที่อยู่สูงขึ้นไปปกติมักจะได้รับจากแหล่งข้อมูลที่มากกว่าชั้นล่างๆ เพราะแต่ละคนมักจะชอบแหล่งของข้อมูลตามที่เหมาะสมกับชั้นสังคมของตน นอกจากนี้คนในแต่ละชั้นยังมักจะเลือกหาแหล่งของข้อมูล เช่น หนังสือพิมพ์ และโทรทัศน์ ที่มีมาตรฐานต่างกันอีกด้วย

9. กระบวนการซื้อต่างกัน ฐานะทางสังคมมักจะมีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการซื้อว่าจะเลือกซื้อที่ไหน อย่างไร หลักฐานที่ปรากฏเสมอคือ คนมีฐานะต่ำมักจะนิยมซื้อจากร้านในท้องถิ่นใกล้ๆ ที่เป็นที่ยึดกัน ขณะที่คนที่มีฐานะปานกลางและค่อนข้างสูงมักจะมี ความมั่นใจในการซื้อ และจะทำการเสาะหา และเปรียบเทียบจากหลายๆ ร้านและจากที่ไกลๆ

การวิเคราะห์ห้พฤติกรรมผู้บริโภค

เป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภคเพื่อทราบถึง ลักษณะความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภค คำตอบที่ได้จะช่วยให้ นักการตลาดสามารถจัด กลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategic) ที่สามารถสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่าง เหมาะสม คำถามที่ใช้เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภคคือ

6 Ws และ 1 H ประกอบด้วย WHO? WHAT? WHY? WHO? WHEN? WHERE? และ HOW? เพื่อค้นหาคำตอบ 7 ประการ หรือ 7 Os ประกอบด้วย OCCUPANTS OBJECTS OBJECTIVES ORGANIZATIONS OCCASIONS OUTLETS และ OPERATIONS

ภาพที่ 2.2 สรุปคำถาม 6Ws และ 1H เพื่อหาคำตอบ 7Os เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

คำถาม (6Ws และ 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7Os)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?)	ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) (1) ทางด้านประชากรศาสตร์ (2) ภูมิศาสตร์ (3) จิตวิทยา หรือ จิตวิเคราะห์ (4) พฤติกรรมศาสตร์	กลยุทธ์ทางการตลาด (4P's) ประกอบด้วยกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริม การตลาดที่เหมาะสมกับการตอบสนอง ความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายได้
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?)	สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Objects) หรือสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการจากการ ผลิตภัณฑ์ คือ (1) คุณสมบัติหรือองค์ประกอบ ของผลิตภัณฑ์ (Product components) (2) ความแตกต่างเหนือกว่าคู่แข่ง ชั้น (Competitive differentiation)	กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ดังนี้ (1) ผลิตภัณฑ์หลัก (2) รูปลักษณ์ ผลิตภัณฑ์ (3) ผลิตภัณฑ์ควบ (4) ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง (5) ศักยภาพผลิตภัณฑ์ ความแตกต่าง ทางการแข่งขัน ความแตกต่าง ผลิตภัณฑ์การบริการพนักงาน และ ภาพพจน์
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?)	วัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives) ผู้บริโภคซื้อสินค้าเพื่อตอบสนอง ความต้องการของเขาด้านร่างกาย และจิตวิทยา ซึ่งต้องศึกษาถึงปัจจัย ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การซื้อ คือ (1) ปัจจัยภายนอก หรือ ปัจจัยทาง จิตวิทยา	กลยุทธ์ที่ใช้มากคือ (1) กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product strategic) (2) กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion strategic) ประกอบด้วยกล ยุทธ์ทางการโฆษณา การขายโดย ใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย

	(2) ปัจจัยทางสังคม และวัฒนธรรม (3) ปัจจัยเฉพาะบุคคล	การให้ข่าว และการประชาสัมพันธ์ (3) กลยุทธ์ด้านราคา และช่องทางการจัดจำหน่าย
4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participants in the buying?)	บทบาทของกลุ่มต่างๆ (Organizations) และมีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย (1) ผู้ริเริ่ม (2) ผู้มีอิทธิพล (3) ผู้ตัดสินใจซื้อ (4) ผู้ซื้อ และ (5) ผู้ใช้	กลยุทธ์ที่ใช้มากที่สุดก็คือ กลยุทธ์การโฆษณา และ(หรือ) การส่งเสริมการตลาด (Advertising and promotion strategies) โดยใช้กลุ่มอิทธิพล
คำถาม (6Ws และ 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7Os)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?)	โอกาสในการซื้อ (Occasions) เช่น ช่วงเดือนใดของปี หรือช่วงฤดูกาลใดของปี ช่วงวันใดของเดือน ช่วงเวลาใดของวัน โอกาสพิเศษ หรือเทศกาลวันสำคัญต่างๆ	กลยุทธ์ที่ใช้มากที่สุดคือ กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion strategies) เช่น ทำการส่งเสริมการตลาดเมื่อใดจึงสอดคล้องกับโอกาสในการซื้อ
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?)	ช่องทางหรือแหล่ง (Outlets) ที่ผู้บริโภคทำการซื้อ เช่น ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต บางลำพู พาหุรัด สยาม สแควร์ ร้านขายของชำ ฯลฯ	กลยุทธ์ช่องทางจัดจำหน่าย (Distribution channel strategies) บริษัทนำผลิตภัณฑ์สู่ตลาด เป้าหมายในการพิจารณาว่าจะผ่านคนกลางอย่างไร
7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?)	ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Operations) ประกอบด้วย (1) การรับรู้ปัญหา (2) การค้นหาข้อมูล (3) การประเมินผลทางเลือก (4) การตัดสินใจซื้อ และ (5) ความรู้สึกภายหลังการซื้อ	กลยุทธ์ที่ใช้มากที่สุดคือ กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion strategies) ประกอบด้วย การขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การให้ข่าว และการประชาสัมพันธ์ การตลาดทางตรง

5. ความหมายและแนวคิดทฤษฎีของธุรกิจขายตรง

1. ความหมายของคำว่า “ขายตรง” (Direct Selling)

จากการศึกษาความหมายของธุรกิจขายตรง ปรากฏว่ามีผู้ให้ความหมายไว้แตกต่างกันดังนี้
จิรวรรณ ดวงใบ (2542 : 6) ได้ให้ความหมายของคำว่า ธุรกิจขายตรง คือ การทำตลาดสินค้าอุปโภคบริโภคในลักษณะของการนำเสนอต่อผู้บริโภคโดยตรง ณ สถานที่ของผู้บริโภคโดยผ่านนักขายตรงซึ่งเป็นตัวแทนของบริษัท

สมบูรณ์ ชันธิโชติ (2538 : 6-8) ได้เขียนไว้เกี่ยวกับความหมายของการขายตรงตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรงให้ความหมายไว้ว่า การขายตรง (Direct Selling) หมายความว่า “การทำตลาดสินค้าหรือบริการในลักษณะของการนำเสนอขายต่อผู้บริโภคโดยตรง ณ ที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคหรือของผู้อื่น หรือสถานที่อื่น ทั้งนี้โดยใช้การอธิบายหรือการสาธิตสินค้าเป็นกลยุทธ์หลักในการเสนอขายยกเว้นการซื้อขายที่เดิน การเช่าหรือเช่าซื้อที่ดิน การจ้าง การฝากขาย การลงทุน การกู้เงิน การประกันภัย หรือทำนิติกรรมอื่นให้ที่กำหนดในกฎกระทรวง”

การขายตรง ตามความหมายของสมาพันธ์การขายโดยตรงแห่งโลก (World Federation of Direct Selling Associations หรือ WFDSA) หมายถึง “การทำตลาดสินค้าอุปโภค บริโภคในลักษณะของการนำเสนอขายต่อผู้บริโภคโดยตรง ณ ที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคหรือที่อยู่อาศัยของผู้อื่น ณ ที่ทำงานของผู้บริโภคหรือที่อื่นๆ โดยผู้ขายตรงใช้การอธิบาย หรือการสาธิตสินค้าเป็นกลยุทธ์หลักในการเสนอขาย” (จิรวรรณ ดวงใบ)2542:95)

สมชาติ กิจจรยง (2538 : 95) กล่าวว่า การขายตรงเป็นการขายสินค้าที่ผู้ขายติดต่อเสนอขายสินค้าให้กับผู้ใช้สินค้าหรือผู้บริโภค โดยไม่ผ่านคนกลางหรือร้านค้าคนกลางเป็นสินค้าที่ต้องมีการให้บริการการแนะนำเป็นรายบุคคล บางชนิดต้องขายควบกับบริการอื่น ๆ มักจะมีการสาธิตและแนะนำวิธีการใช้ก่อนการเสนอขาย

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538 : 95) ได้ให้ความหมายของการขายตรง หรือ การขายตรงไปยังผู้บริโภค ว่าเป็นระบบการขายที่ผู้ผลิตขายสินค้าโดยตรงให้กับผู้บริโภคขั้นสุดท้าย โดยไม่ผ่านคนกลางซึ่งอยู่ในรูปของการเคาะประตูขาย

สุชม สุภนิตย์ (2541 : 12) กล่าวว่า ธุรกิจขายตรง คือ ธุรกิจที่ใช้วิธีการกระจายสินค้าด้วยวิธีการโดยบุคคลบุคคลที่เป็นผู้ขาย หรือผู้แทนขายเป็นผู้แสดงสรรพคุณ คุณสมบัติ สมรรถนะของสินค้า ต่อผู้บริโภค ณ ที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค แทนการเสนอของผ่านสื่อโฆษณาต่างๆ การขายตรงแตกต่างจากการเสนอขายสินค้า หรือบริการด้วยวิธีการส่งเอกสารทางไปรษณีย์ ซึ่งเป็นวิธีทำการตลาดโดยเจาะจงตัวกลุ่มเป้าหมาย อันเป็นวิธีที่เน้นการตลาดใช้แทนการโฆษณาผ่านสื่อสารมวลชน

จากความหมายดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า การขายตรง หมายถึง การทำตลาดสินค้าอุปโภค บริโภคในลักษณะของการนำเสนอขายต่อผู้บริโภคโดยตรง ณ ที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค หรือที่อื่นๆ ซึ่งห่างจากที่ตั้งร้านค้าปลีกถาวร ทั้งนี้โดยผู้ขายตรงใช้การอธิบายหรือการสาธิตเป็นกลยุทธ์หลักในการเสนอขาย โดยใช้องค์การขายตรงเป็นเครื่องมือในการทำการตลาดสินค้าโดยไม่ผ่านคนกลางหรือร้านค้าคนกลาง

2. แนวคิดทฤษฎีของธุรกิจขายตรง

จากการศึกษาแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจขายตรงมีผู้ให้ความหมายไว้ดังนี้

จิรวรรณ ดวงใบ (2542 : 6) ได้กล่าวถึงแนวคิดทฤษฎีของธุรกิจขายตรงว่าสินค้าประเภทอุปโภคบริโภค หมายถึง สินค้าที่ใช้แล้วหมดไป ได้แก่ กลุ่มสินค้าประเภททำความสะอาด ถนอมความงาม และอาหารเสริม

ผู้ขายตรง หรือ ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง หมายถึง บุคคลซึ่งเป็นสมาชิกของระบบการจัดจำหน่ายของบริษัทผู้ประกอบธุรกิจขายตรง ผู้ขายตรงอาจเป็นตัวแทนการขายอิสระ ผู้รับเหมาอิสระ ลูกจ้าง เป็นตัวแทนขายตัวแทนอิสระ ผู้รับสัมปทานสิทธิการขาย หรือคล้ายคลึงกัน

ระบบขายตรงชั้นเดียว (Singer-level Marketing : SLM) หมายถึง ระบบการทำงานที่ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง ได้รับผลตอบแทนตามความสามารถในการขายสินค้าของตนเองเท่านั้น และไม่มีสิทธิสร้างทีมงานขายในสายการทำงาน

ระบบขายตรงหลายชั้น (Multi-level Marketing : MLM) หรือ ระบบการตลาดแบบเครือข่าย (Network Marketing) หมายถึง ระบบการทำงานที่ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง ได้รับผลตอบแทนตามความสามารถในการขายสินค้า และความสามารถในการสร้างทีมงานขายในสายการทำงาน

ธุรกิจการผลิต คือ ธุรกิจขนาดย่อมที่ดำเนินการผลิตสินค้า โดยได้รับวัตถุดิบในลักษณะหนึ่งแล้วแปรสภาพวัตถุดิบเหล่านั้น และจำหน่ายเป็นสินค้าไปยังผู้บริโภค

ผู้ประกอบการ คือ บุคคลที่จัดตั้งองค์การธุรกิจ บริหารงาน และยอมรับความเสี่ยงภัยทางธุรกิจหรือการประกอบการ ดังนั้นผู้ประกอบการจึงเป็นผู้ทุ่มเทให้การดำเนินธุรกิจประสบความสำเร็จ เต็มใจที่จะเสี่ยงภัยด้านการเงินและชื่อเสียง เพื่อทำให้ความคิดของตนเองเป็นจริงหรือเป็นไปได้ ผู้ประกอบการจึงต้องทำงานหนัก ใช้กำลังสติปัญญาและความคิดอย่างเต็มที่ เป็นผู้จ้างตนเองและรับผิดชอบต่อความสำเร็จของตนเอง

ธุรกิจขายตรงเป็นส่วนสำคัญในระบบเศรษฐกิจเพราะเปิดโอกาสให้บุคคลใช้ความคิดริเริ่มและพัฒนาตนเองไปสู่ความมั่งคั่ง สามารถจูงใจบุคคลให้ใช้สติปัญญา ความรู้ความสามารถ ประสพการณ์ดำเนินธุรกิจอย่างเต็มที่ จนก่อให้เกิดความพึงพอใจในอาชีพ มีโอกาสสร้างและขยายงานของตนเองอย่างเต็มความรู้ความสามารถ ธุรกิจขายตรงก่อให้เกิดการจ้างงานและเป็นจุดเริ่มต้นของธุรกิจขนาดใหญ่ จนอาจกล่าวได้ว่าธุรกิจขายตรงเป็นกระดูกสันหลังของธุรกิจในประเทศไทยและประเทศอื่นๆ ทั่วโลก

จากแนวคิดทฤษฎี ของธุรกิจขายตรงดังกล่าวสรุปได้ว่า ระบบการตลาดของธุรกิจขายตรงในปัจจุบันที่ได้รับความนิยมมาก คือ ระบบการขายตรงหลายชั้น เป็นการขายปลีกผลิตภัณฑ์ให้แก่ลูกค้า โดยผู้ขายอิสระทั้งหญิงและชาย การขายตรงมีธุรกิจใหญ่มีหลายรูปแบบและเป็นการนำเสนอสินค้าหรือบริการแก่ลูกค้าถึงบ้าน ในส่วนโครงสร้างของระบบนี้ทำให้ผู้ประกอบการมีโอกาสสร้างและบริหารงานด้วยตนเอง อีกทั้งผลตอบแทนจะได้รับตามความสามารถในการขายสินค้าและความสามารถในการสร้างทีมงานขายในสายการทำงานธุรกิจขายตรงอีกทั้งในยุคปัจจุบันธุรกิจขาย

ตรงกำลังเป็นตลาดเศรษฐกิจที่ฟูเฟื่อง จนกลายเป็นธุรกิจระดับนานาชาติกระจายอยู่ทั่วโลก การขายตรงเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่นับว่าได้ผลดีที่สุดวิธีหนึ่ง เมื่อเทียบกับการตลาดแบบเดิมๆ เพราะสามารถกระจายสินค้าออกจากผู้ผลิต/ผู้จัดจำหน่ายไปยังผู้ขายและผู้บริโภคโดยตรง ไม่ต้องผ่านคนกลาง

สรุป แนวคิดและทฤษฎีในยุคปัจจุบันธุรกิจขายตรงเป็นส่วนสำคัญในระบบเศรษฐกิจ เนื่องจากเปิดโอกาสให้บุคคลใช้ความคิดในการบริหารจัดการเพื่อพัฒนาไปสู่ความมั่งคั่งและใช้ความรู้ความสามารถประสบการณ์ดำเนินธุรกิจอย่างเต็มที่ จนอาจกล่าวได้ว่าอาจเป็นจุดเริ่มต้นของธุรกิจขนาดใหญ่

6. แนวคิดทฤษฎีและที่มาของการคุ้มครองผู้บริโภค

3.1 การคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศไทย

ในสมัยก่อนที่จะมีการปฏิวัติอุตสาหกรรม การค้าและเศรษฐกิจของโลกมีลักษณะแคบ และอยู่ในวงจำกัดเฉพาะในท้องถิ่น หรือเมืองหนึ่งเท่านั้น กระบวนการผลิต และการจำหน่ายสินค้าและบริการจึงเป็นแบบง่าย ๆ ไม่มีความสลับซับซ้อนมากนัก คือเป็นไปในลักษณะของการแลกเปลี่ยนสินค้าซึ่งกันและกัน

ศตวรรษที่ 18-19 ได้มีการปฏิวัติอุตสาหกรรมเกิดขึ้น ผลจากการปฏิวัติอุตสาหกรรมทำให้มีการนำวิทยาการต่าง ๆ มาใช้ในกระบวนการผลิตอย่างมากมาย ซึ่งเป็นผลทำให้เกิดความเจริญก้าวหน้าทางเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก ทำให้เกิดแนวคิดใหม่ที่ว่า รัฐควรปล่อยให้เอกชนแต่ละรายสามารถประกอบธุรกิจของตนได้อย่างอิสระ แทนการที่รัฐจะเป็นผู้ดำเนินการทางธุรกิจเป็นส่วนใหญ่ตามแนวความคิดพาณิชย์นิยม (Merchantilism) ซึ่งจะทำให้เกิดการแข่งขันในด้านการค้า อันจะมีผลทำให้เกิดความเจริญก้าวหน้าทางเศรษฐกิจดีขึ้นกว่าเดิม และตรงกับความต้องการของประชาชนมากที่สุด แนวคิดดังกล่าวเป็นที่มาของการค้าเสรี (Laisser Fair) โดยมีการวางกฎไม่ให้รัฐเข้าไปยุ่งทางการค้า ภายใต้สมมติฐานที่ว่า มนุษย์ทุกคนมีความสามารถในการตัดสินใจในการเลือกบริโภคสินค้าหรือบริการ ดังนั้น จึงเกิดหลักที่เกี่ยวกับการค้า และเศรษฐกิจหลักการหนึ่งซึ่งเรียกว่า Caveat Empter หรือ Let the Buyer Beware กล่าวคือ ในการซื้อขายนี้ผู้ซื้อระวังหากมีความเสียหายใด ๆ ในทรัพย์สินที่ซื้อขายกัน ความเสียหายนั้นจะตกเป็นของผู้ซื้อเอง

แต่ต่อมากลับปรากฏว่าในระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนั้น มิใช่ระบบที่ถูกต้องสมบูรณ์ เพราะแข่งขันกันมากไปทำให้ผู้แข่งขันต้องหาทางเอาชนะในการวิธีการต่าง ๆ ที่ไม่ถูกต้อง การแข่งขันที่นำไปจึงนำไปสู่การไม่มีการแข่งขันหรือเกิดการผูกขาด (Monopoly) ประกอบกับปัจจุบันเมื่อโลกเจริญมากขึ้นในด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มีกระบวนการผลิตที่ซับซ้อนมากขึ้น การผลิตมีความทันสมัยขึ้น เกินความรู้ของผู้บริโภคจะตามทัน ผู้ผลิตต่างหาวิถีทางที่จะลดค่าใช้จ่ายในการผลิตและเพิ่มผลกำไรให้มากที่สุด ความละเอียดรอบคอบและคุณภาพของสินค้าจึงหย่อนลง ประกอบกับ

การขยายตัวทางด้านการตลาดจากเมืองเป็นประเทศ เป็นทั่วโลก ดังนั้น หากให้ผู้บริโภคระวังในการเลือกบริโภคสินค้าเอง จึงขาดความยุติธรรมกับผู้บริโภค

รัฐบาลจึงเริ่มหันมาใส่ใจกับผู้ซื้อหรือผู้บริโภคมากขึ้น เพราะเล็งเห็นถึงความเสียหายเปรียบของผู้บริโภค และหันมาพิจารณาสิทธิของผู้บริโภคในอันที่จะได้รับความคุ้มครอง และปกป้องรักษาผลประโยชน์อันเป็นการเฉพาะ นอกเหนือจากสิทธิที่จะได้รับค่าเสียหายตามสัญญาธรรมดาดังนั้น จึงได้มีการออกกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคในด้านต่าง ๆ

ในการคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศไทย ไม่ได้เริ่มต้นจากการวางระบบงาน แต่เป็นเรื่องที่รัฐบาลแก้ปัญหาเฉพาะหน้าในการที่จะต้องคุ้มครองผู้บริโภคจากการประกอบกิจการผลิตและการซื้อขายสินค้า หรือบริการ หลักกฎหมายที่ว่า ผู้ซื้อต้องระวัง ไม่สามารถใช้ได้อีกต่อไป จะเห็นได้จากการที่รัฐบาลได้มีการกฎหมายแก้ปัญหาต่าง ๆ เป็นกรณี ๆ ไป และในส่วนที่ราชการที่เกี่ยวข้องกับเรื่องแต่ละเรื่องเป็นผู้รับผิดชอบ โดยยังไม่คิดที่จะวางให้มีการรับรอง สิทธิทั่วไปของผู้บริโภค และจัดตั้งองค์กรกลาง ขึ้นมาพิทักษ์สิทธิดังกล่าว กฎหมายที่ได้มีการบัญญัติขึ้นเหล่านั้น ล้วนมีลักษณะที่เป็นกฎหมายมหาชนที่มีความมุ่งหมายเพื่อคุ้มครองประชาชนให้ได้รับความปลอดภัย เช่น พระราชบัญญัติหางน้ำนม พ.ศ. 2470 พระราชบัญญัติควบคุมการขายยา พ.ศ. 2479 พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 เป็นต้น กฎหมายเหล่านี้มีลักษณะการกำหนดอำนาจหน้าที่ของรัฐในการควบคุมกำกับผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการอุปโภคบริโภคของประชาชน ให้ต้องปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ที่กำหนดไว้ แต่ยังไม่มีการบัญญัติถึงการเยียวยา ชดเชยหากเกิดความเสียหายอันเนื่องจากการบริโภคลักษณะของกฎหมาย และวิธีการบังคับตามกฎหมายต่าง ๆ ดังกล่าวมิได้บัญญัติขึ้นเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค

การตื่นตัวการคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศไทยได้เริ่มขึ้นเมื่อประมาณ พ.ศ. 2512 เนื่องจากเล็งเห็นความสำคัญจึงต้องมีการรวบรวมพลังผู้บริโภคเพื่อต่อต้านการเอาเปรียบโดยไม่เป็นธรรม หน่วยงานภาคเอกชนที่ริเริ่มงานด้านคุ้มครองผู้บริโภคเป็นหน่วยงานแรกได้แก่ สภาสตรีแห่งชาติในพระบรมราชินูปถัมภ์ โดยการทำการติดต่อกับสหพันธ์องค์การผู้บริโภคระหว่างประเทศ และเข้าเป็นสมาชิกของสหพันธ์ ซึ่งมีสำนักงานใหญ่ที่กรุงเฮก ประเทศเนเธอร์แลนด์

ในสมัยรัฐบาล ม.ร.ว. คึกฤทธิ์ ปราโมช เป็นนายกรัฐมนตรี เมื่อพ.ศ. 2519 ได้มีการจัดตั้งคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคขึ้น โดยมีรองนายกรัฐมนตรี พลตรีประมาธ อติเรกสาร เป็นประธาน แต่ได้สลายตัวไปเมื่อมีการเปลี่ยนรัฐบาล

เมื่อถึงสมัยรัฐบาล นายธานินทร์ กรัยวิเชียร เป็นนายกรัฐมนตรี ได้มอบเรื่องให้กระทรวงพาณิชย์ไปดำเนินการ เนื่องจากเห็นว่าสำนักนายกรัฐมนตรีมีหน่วยงานมากแล้ว และงบประมาณมีไม่เพียงพอ แต่ยังไม่ทันจัดตั้งคณะกรรมการเพื่อดำเนินการ รัฐบาลนายธานินทร์ กรัยวิเชียร ก็หมดสภาพไป

เมื่อรัฐบาลของพลเอก เกรียงศักดิ์ ชมะนันทน์ ได้เล็งเห็นความสำคัญของการคุ้มครองผู้บริโภค จึงได้มีคำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เมื่อวันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2521 มีรองนายกรัฐมนตรีนายสมภาพ โทตระกิตย์ เป็นประธานกรรมการ โดยอาศัยอำนาจของนายกรัฐมนตรี และได้ตราพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคขึ้นเมื่อวันที่ 30 เมษายน 2522 โดยพระราชบัญญัติดังกล่าวได้กำหนดสิทธิของผู้บริโภคไว้ 4 ประการในมาตรา 4 คือ

1. สิทธิที่จะได้รับข่าวสารรวมทั้งคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ
2. สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้าหรือบริการ
3. สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ
(3 ทวิ) สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา
4. สิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย

พร้อมทั้งกำหนดองค์กรของรัฐให้มีอำนาจดำเนินการเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคขึ้น โดยเฉพาะ เรียกว่า คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งประกอบไปด้วย นายกรัฐมนตรีเป็นประธานกรรมการ ปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี ปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม ปลัดกระทรวงพาณิชย์ ปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยา และผู้ทรงคุณวุฒิอีกไม่เกิน 6 คน ซึ่งคณะรัฐมนตรีแต่งตั้งเป็นกรรมการ และผู้อำนวยการสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นกรรมการและเลขานุการ รวมทั้งคณะกรรมการเฉพาะเรื่อง 2 คณะ คือ คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาและคณะกรรมการว่าด้วยฉลาก ก็มีหน่วยงานรองรับเพื่อปฏิบัติงานตามอำนาจหน้าที่และทำหน้าที่ดำเนินการต่าง ๆ ให้คณะกรรมการดังกล่าวเรียกว่า สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

3.2 ขอบเขตการคุ้มครองผู้บริโภค

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคได้ถูกตราไว้เมื่อ พ.ศ. 2522 เพื่อเป็นประโยชน์แก่ประชาชนผู้บริโภคโดยเฉพาะ คือ สามารถให้ความคุ้มครองได้ครบถ้วนสมบูรณ์ โดยรัฐมีนโยบายเพื่อทำให้ประชาชนได้รับความปลอดภัย เป็นธรรม ประหยัด ไม่ถูกเอารัดเอาเปรียบจากผู้ประกอบธุรกิจ รวมทั้งดำเนินคดีเพื่อเรียกร้องค่าเสียหายแทนผู้บริโภค พร้อมทั้งเผยแพร่วิชาการและให้ความรู้แก่ผู้บริโภคนั้น ก็เพื่อให้ผู้บริโภคได้รู้จักระมัดระวังในการซื้อหาสินค้า หรือบริการ ก่อนที่รัฐจะเข้ามาคุ้มครอง นอกจากนี้ กฎหมายฉบับนี้ได้คุ้มครองทั้งในด้านการโฆษณา ด้านฉลาก และสินค้าอันตราย ซึ่งสามารถให้ความคุ้มครองผู้บริโภคได้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ทำให้ประชาชนผู้บริโภคได้รับความสะดวก ไม่ต้องเสียเวลาหรือค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ทั้งสิ้น

3.3 องค์กรคุ้มครองผู้บริโภคตามกฎหมายไทย

รัฐบาลได้ออกพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อคุ้มครองด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. การคุ้มครองผู้บริโภคด้านการโฆษณา โดยการโฆษณาจะต้องไม่ใช่ข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม ทั้งนี้ไม่ว่าข้อความดังกล่าวจะเป็นข้อความที่เกี่ยวกับแหล่งกำเนิดสภาพ คุณภาพ หรือลักษณะของสินค้าหรือบริการ ตลอดจนการส่งมอบ การจัดหา หรือการใช้สินค้าหรือบริการโดยเนื้อหาหรือข้อความโฆษณาจะต้องไม่ก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรมหรือเป็นข้อความที่ส่งผลเสียต่อสังคมและส่วนรวมดังนี้

- ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง ผู้ขายสินค้าจะต้องระมัดระวังเกี่ยวกับการจัดทำเนื้อหาสาระในการโฆษณาสินค้าหรือบริการของตนเองให้ชัดเจน เป็นจริงตามสมรรถนะหรือประสิทธิภาพของสินค้าหรือบริการตามความจริง ไม่โกหกหลอกลวงผู้บริโภคหรือลูกค้า เช่น เนื้อหาการโอ้อวดของการโฆษณาสินค้าหรือบริการที่ไม่สามารถทำได้จริง เช่น เครื่องสำอางทาฝ้ากระ ซึ่งโฆษณาว่าเมื่อใช้แล้วสามารถหายได้ เมื่อผู้บริโภคใช้แล้วทำให้สภาพผิวหนังเสียหายได้ เนื่องจากมีส่วนผสมของสารต้องห้ามได้แก่สารประกอบของปรอทหรือปรอทแอมโมเนีย

- ข้อความที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ไม่ว่าจะกระทำโดยใช้หรืออ้างอิงรายงานทางวิชาการ สถิติ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งอันไม่เป็นความจริงหรือเกินความจริงหรือไม่ก็ตาม โดยการจัดทำเนื้อหาสาระของสื่อโฆษณานั้น จะต้องเปิดเผยข้อเท็จจริงและหากมีการระบุที่มาเพื่อใช้อ้างอิงรายงานนั้น ๆ จะต้องชี้แจงที่มากของข้อมูลในการโฆษณานั้น ๆ ด้วย เช่น กรณีสายการบินต้นทุนต่ำโฆษณาว่า ราคาตัวเครื่องบิน เพียง 1 บาท 99 บาท 299 บาท ซึ่งราคาดังกล่าวยังไม่รวมค่าธรรมเนียมอื่นๆ เนื่องจากเป็นกลยุทธ์ที่ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดเรื่องราคา

- ข้อความที่เป็นการสนับสนุนโดยตรงหรือโดยอ้อมให้มีการกระทำผิดกฎหมายหรือศีลธรรมหรือนำไปสู่ความเสื่อมเสียในวัฒนธรรมของชาติ เนื้อหาสาระของการโฆษณาจะต้องตระหนักถึงศีลธรรม หรือขนบธรรมเนียมประเพณีของคนในสังคม อันเนื่องจาก เนื้อหาการโฆษณาอาจส่งผลกระทบต่อความรู้สึกหรือสามารถจูงใจให้ผู้บริโภคหรือลูกค้ากระทำตามหรือมีความเชื่อในเนื้อหาโฆษณานั้น ๆ ดังนั้น หากการโฆษณาส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดความรุนแรง หรือประพฤตินอกขนบธรรมเนียมประเพณี ก็อาจส่งผลกระทบต่อคนในสังคมด้วย เช่น ระบบบออดีโอเท็กซ์ 1900 ซึ่งเชิญชวนด้วยเนื้อหาหรือรูปภาพให้ให้ผู้บริโภคโทรเพื่อฟังข้อความเสียงลามก อนาจาร หรือการคุยเรื่องลามกกับนักศึกษาผ่านโทรศัพท์ อันเป็นการเชิญชวนให้เสื่อมเสียด้านศีลธรรม

- ข้อความที่จะทำให้เกิดความแตกแยกหรือเสื่อมเสียความสามัคคีในหมู่ประชาชน ในการจัดทำเนื้อหาสาระของการโฆษณาจะต้องไม่ก่อให้เกิดแนวคิดที่มีความรุนแรง หรือแบ่งแยกกลุ่มต่าง ๆ ของคนในสังคม อันจะเป็นการปลุกกระแสมุมความคิดของประชาชนซึ่งจะก่อให้เกิดความแตกแยกของคนในสังคมได้ โดยเฉพาะในสถานการณ์ที่ประชาชนกำลังเกิดความแตกแยกของคนในประเทศอันเนื่องมาจากความแตกแยกทางการเมือง ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อความสามัคคีของคนในประเทศได้ เช่น การโฆษณาละคร ภาพยนตร์ ที่ก่อให้เกิดความรุนแรง ซึ่งดาราหรือนักกร้องเป็น

กลุ่มคนที่มีอิทธิพลต่อเยาวชนของชาติ ซึ่งอาจทำให้เชื่อและประพฤติปฏิบัติตามสร้างความแตกแยกในสังคมได้

- ข้อความอย่างอื่นตามที่กำหนดไว้ในกฎกระทรวง นั้นหมายถึง การโฆษณาเป็นสื่อที่ได้รับความสนใจจากผู้บริโภคและมีผลกระทบต่อความคิดและการกระทำของผู้บริโภคอย่างยิ่ง ดังนั้น รูปแบบเนื้อหาของโฆษณาอาจส่งผลกระทบต่อแนวคิดหรือการกระทำของผู้บริโภคที่ได้รับชม ซึ่งอาจมีผลต่อการตัดสินใจซื้อหรือไม่ซื้อสินค้าหรือบริการนั้น ๆ

จากพระราชบัญญัติการโฆษณาฯ ได้มีผลกระทบอย่างเห็นได้ชัดต่อคนในสังคม ซึ่งทำให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อ ซินชอบ และเกิดการกระทำตามที่โฆษณาได้เชิญชวน ดังจะเห็นได้จากข่าวที่ปรากฏจากสื่อต่าง ๆ ที่หน่วยงานของภาครัฐฟ้องร้องเอาผิดต่อบริษัทที่กระทำผิดในเรื่องของการโฆษณาเช่น รัฐบาลกลางของประเทศสหรัฐอเมริกาได้ฟ้องร้องบริษัท Hydro-Assist Fuel Cell ซึ่งได้ลงโฆษณาในหนังสือแม็กกาซีน นิวส์ วิก ป็อบบุลา ซายส์ และ สมิตโซเนียน แม็กกาซีน ในโฆษณาได้เผยแพร่ว่าเครื่องมือที่จะติดตั้งซึ่งมีราคาถูกกว่า หนึ่งพันเหรียญ จะสามารถทำให้รถประหยัดน้ำมันได้ โดยเครื่องมือนี้เป็นวิวัฒนาการชิ้นใหม่ ที่ได้รับการพิสูจน์แล้ว โดยเนื้อหาในการโฆษณาได้อวดอ้างว่า หากติดตั้งเครื่องประหยัดน้ำมัน นั้นแล้ว นอกเหนือจากการที่จะช่วยประหยัดน้ำมันแล้ว ยังเป็นการช่วยให้ชาวอเมริกันไม่ต้องซื้อน้ำมันจากต่างชาติ หนังสือ แม็กกาซีนฉบับหนึ่งลงบทความว่า รถฮอนด้า ซีวิค ปี 2007 ที่ได้ติดตั้งเครื่องประหยัดน้ำมันสามารถเพิ่มไมล์เฉลี่ยจาก 35 ไมล์ต่อแกลลอน เป็น 80 ไมล์ต่อแกลลอน และสามารถเพิ่มไมล์เฉลี่ย ของรถมาสด้าปี 2006 จาก 33 ไมล์ต่อแกลลอนเป็น 121 ไมล์ต่อแกลลอน นอกจากนี้ใน เว็บไซต์ ด้ ของ Dutchman Enterprises, LLC และ United Community Services of America Inc. (UCSA) และ United Community Services of America Inc. (UCSA) ได้กล่าวในโฆษณาว่า เครื่อง ประหยัดน้ำมันของเขาสามารถทำให้รถเครื่องยนต์ 4 สูบ สามารถวิ่งได้มากกว่า 100 ไมล์ต่อแกลลอน

การโฆษณาชวนเชื่อของบริษัทนี้ ได้มีการแสดงให้เห็นว่ามีการประหยัดน้ำมันจริงๆทางวิดีโอที่สร้างขึ้นเพื่อหลอกลวง ผู้บริโภคเกิดความเชื่อถือนั้นทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อ ไม่เพียงแต่ในประเทศไทยเท่านั้นยังมีต่อในประเทศไทยเมื่อได้มีหญิงชาวอเมริกันได้ว่าจ้างบริษัทสยามมีเดียให้จัดทำโฆษณาขาย สารเคมีที่ทำเป็นเม็ดและโฆษณาว่า หากใส่ลงไปจนถึงน้ำมันแล้ว จะช่วยให้ ประหยัดน้ำมันขึ้น โดย “สยามมีเดีย” ได้ปฏิเสธ ที่จะรับโฆษณา เนื่องจากเห็นว่าไม่เป็นความจริง และได้ทำการตรวจเช็ค เจ้าของบริษัทที่ขายสารเคมีนี้ซึ่งเป็น สามีภรรยาชาวอเมริกัน โดยสารเคมีดังกล่าวไม่ได้รับการรับรองจากสถาบันใด ๆ (www.siammedia.org/news/losangeles/20090213_02.php สืบค้นข้อมูล ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2552)

นอกจากนี้ยังมีโฆษณาอื่น ๆ ที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญของสินค้าอันได้เช่น กรณีที่มีบริษัทผลิตเครื่องปรับอากาศโฆษณาว่าเครื่องปรับอากาศสามารถฆ่าเชื้อไวรัสไข้หวัดใหญ่สายพันธุ์ใหม่ 2009 ได้ ซึ่ง อย. ขอเตือนประชาชนอย่าหลงเชื่อโฆษณาดังกล่าว

เนื่องจากอุปกรณ์กรองอากาศในเครื่องปรับอากาศที่ผลิตในปัจจุบันนั้น สามารถกรองได้เพียงเชื้อแบคทีเรียและฝุ่นในอากาศ ไม่สามารถฆ่าเชื้อไวรัสไข้หวัดใหญ่ 2009 ได้ แม้บางบริษัทได้โฆษณาว่ามีการติดตั้งเครื่องผลิตแสงยูวีเพื่อฆ่าเชื้อไวรัสก็ตาม แต่ไม่ได้หมายความว่าทุกเครื่องจะมีมาตรฐานเดียวกัน โดยลักษณะการแพร่กระจายและการติดต่อของเชื้อไวรัสไข้หวัดใหญ่ 2009 นั้นเกิดจากการไอ จามและการสัมผัสสารคัดหลั่ง ดังนั้นเครื่องปรับอากาศดังกล่าวจึงไม่สามารถฆ่าเชื้อดังกล่าวได้ แต่ประชาชนอาจหลงเชื่อและซื้อเครื่องปรับอากาศยี่ห้ออื่นมา ซึ่งไม่มีคุณสมบัติตามสรรพคุณดังกล่าว

2. การคุ้มครองผู้บริโภคด้านฉลาก โดยผู้ผลิตสินค้าเพื่อขายโดยโรงงานตามกฎหมายว่าด้วยโรงงานและสินค้าที่ส่งหรือนำเข้ามาในราชอาณาจักรเพื่อขายเป็นสินค้าที่ควบคุมฉลาก โดยจะต้องมีลักษณะดังต่อไปนี้

- ใช้ข้อความที่ตรงต่อความจริงและไม่มีข้อความที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้า

- ต้องระบุข้อความดังต่อไปนี้

1. ชื่อหรือเครื่องหมายการค้าของผู้ผลิตหรือผู้นำเข้าเพื่อขายแล้วแต่กรณี
2. สถานที่ผลิตหรือสถานที่ประกอบธุรกิจนำเข้า แล้วแต่กรณี
3. ระบุข้อความที่แสดงให้เห็นเข้าใจได้ว่าสินค้านั้นคืออะไร ในกรณีที่เป็นสินค้านำเข้า

ให้ระบุชื่อประเทศที่ผลิตด้วย

- ต้องระบุข้อความอันจำเป็น ได้แก่ ราคา ปริมาณ วิธีใช้ ข้อแนะนำ คำเตือน วัน เดือน ปีที่หมดอายุในกรณีที่สินค้าที่หมดอายุได้ หรือกรณีอื่น เพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่คณะกรรมการว่าด้วยฉลากกำหนดโดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา

จากพระราชบัญญัติดังกล่าว สรุปได้ว่า การจัดทำฉลากสินค้า ต้องระบุข้อมูลที่สำคัญที่จำเป็นต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ทั้งนี้ เนื่องจากป้ายฉลากสินค้าเป็นเครื่องมือการสื่อสาร การตลาดอีกเครื่องมือหนึ่งจะสามารถชักจูง โน้มน้าวให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อ ชื่นชอบ และเกิดพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อในที่สุด ดังนั้น ในการจัดป้ายฉลากนอกจากจะระบุเนื้อหาสาระที่จำเป็นอย่างครบถ้วนแล้ว ยังต้องตระหนักถึงข้อมูลที่ต้องมีความเป็นจริง ไม่โกหกหลอกลวง ผู้บริโภคหรือข้อมูลที่อาจก่อให้เกิดความความเข้าใจผิดเกี่ยวกับสมรรถนะหรือประสิทธิภาพของสินค้าหรือบริการนั้น ๆ ด้วย และหากผู้บริโภคสงสัยหรือต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมในฉลากต้องระบุผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่าย รวมทั้งรูปแบบหรือวิธีการติดต่อกลับไปยังบริษัทเหล่านั้นได้อย่างชัดเจน

ดังเช่นในกรณีการเรียกร้องค่าเสียหายจากการละเมิดลิขสิทธิ์ บริษัท ซีบูราญา โปรดักชั่น ประเทศญี่ปุ่น ซึ่งเป็นโจทก์ยื่นฟ้อง บริษัท ซีบูราญา ไซโย จำกัด เป็นจำเลยในข้อหาละเมิดลิขสิทธิ์ การใช้นามและชื่อทางการค้า เรียกค่าเสียหาย ตั้งแต่เมื่อเดือน สิงหาคม พ.ศ. 2547 โดยศาลฯ ได้พิพากษาให้จำเลยเป็นฝ่ายแพ้คดี ในข้อหาละเมิดลิขสิทธิ์ อดตราแมนมิลเลเนียม และคาร์ก อดตรา

แมน เพื่อเรียกค่าเสียหาย 1,270 ล้านบาท โดยศาลตัดสินให้ บริษัท ชินูราญา ไซโย จำกัด ชำระค่าเสียหายแก่โจทก์ 15 ล้านบาท พร้อมดอกเบี้ยร้อยละ 7 ครั้งต่อปี นับจากวันฟ้องคือ 7 ตุลาคม 2547 ที่มาของคดี เกิดขึ้นหลังจากที่ฝ่ายจำเลย ซึ่งมีนายสมโพธิ แสงเดือนฉาย กับนายพีระศิษฐ์ แสงเดือนฉาย เป็นกรรมการบริษัท ได้นำคำว่า “ชินูราญา” ภาษาไทยและ “Tsuburaya” ในภาษาอังกฤษ มาใช้จดทะเบียนเป็นส่วนหนึ่งของชื่อบริษัท โดยไม่ได้รับอนุญาตจากโจทก์ และนำเอาไปใช้กับฉลากสินค้า หรือที่ตัวสินค้าที่ผลิตขึ้นโดยใช้คาแร็กเตอร์อุตราแมน ทำให้ประชาชนและบุคคลทั่วไป เกิดความสับสนและเข้าใจผิดคิดว่าจำเลยมีความเกี่ยวข้องกับสัมพันธ หรือเป็นตัวแทนของโจทก์ หรือได้รับอนุญาตจากโจทก์ให้ใช้คำดังกล่าว

ทั้งยังได้ห้ามไม่ให้จำเลยใช้ชื่อ ชินูราญา ไซโย จำกัด หรือ Tsuburaya Chaiyo Co.,Ltd. หรือมีคำว่า ชินูราญา หรือ Tsuburaya อยู่ในชื่อของจำเลย และให้จำเลยยื่นคำขอจดทะเบียนเปลี่ยนแปลงชื่อบริษัทต่อนายทะเบียนหุ้นส่วนบริษัท โดยไม่ให้มีคำว่า ชินูราญา, Tsuburaya อีกต่อไป หากไม่ดำเนินการให้ถือเอาคำพิพากษาแทนการแสดงเจตนาของจำเลย นอกจากนี้ ศาลฯ ยังห้ามมิให้จำเลยใช้คำว่า Tsuburaya Chaiyo, Tsuburaya Chaiyo Co.,Ltd. ไปใช้บนฉลากสินค้า หรือตัวสินค้าอีกต่อไป ซึ่งจากเหตุการณ์ดังกล่าวส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าอุตราแมน ที่คิดว่าเป็นการซื้อที่ถูกลิขสิทธิ์ เพราะเข้าใจผิดในฉลากสินค้าที่ระบุไว้ว่าเป็นลิขสิทธิ์ของแท้

3. การคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญา ในการประกอบธุรกิจขายสินค้าหรือให้บริการใด ถ้าสัญญาซื้อขายหรือสัญญาให้การบริการกำหนดให้ต้องทำเป็นหนังสือหรือที่ตามปกติประเพณีทำเป็นหนังสือ คณะกรรมการว่าด้วยสัญญามีอำนาจกำหนดให้การประกอบธุรกิจขายสินค้าหรือให้บริการนั้นเป็นธุรกิจที่ควบคุมสัญญาได้ โดยต้องมีลักษณะดังต่อไปนี้

- ใช้ข้อสัญญาที่จำเป็นซึ่งหากมิได้ใช้ข้อสัญญาเช่นนั้นจะทำให้ผู้บริโภคเสียเปรียบผู้ประกอบธุรกิจเกินควร

- ห้ามใช้ข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค

นอกจากนี้ รัฐบาลยังให้ความสำคัญกับการคุ้มครองผู้บริโภคเกี่ยวกับการบริโภคสินค้าผ่านระบบการขายตรงและตลาดแบบตรง ในวันที่ 23 เมษายน พ.ศ. 2545 โดยใช้ชื่อว่าพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 โดยในพระราชบัญญัตินี้ได้ให้ความหมายบุคคลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในการขายตรงและตลาดแบบตรง รวมทั้งคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง การดำเนินธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง โดยในพระราชบัญญัตินี้ได้ให้การคุ้มครองผู้บริโภคไว้ดังนี้

1. ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรงหรือผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงมีหน้าที่ส่งมอบเอกสารการซื้อขายสินค้าหรือบริการแก่ผู้บริโภค

2. คณะกรรมการมีอำนาจกำหนดรายละเอียดในเอกสารการซื้อขายสินค้าหรือบริการที่ใช้วิธีการขายตรงหรือตลาดแบบตรง โดยถือเอาราคาสินค้าหรือบริการที่ผู้บริโภคได้รับการคุ้มครองและประเทศสินค้าหรือบริการเป็นสำคัญ

3. การซื้อขายสินค้าหรือบริการใดที่ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรงหรือผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรง ไม่ได้จัดให้มีเอกสารการซื้อขยที่รายละเอียดตามข้อ 1 หรือข้อ 2 ย่อมไม่มีผลบังคับผูกพันผู้บริโภค

4. การซื้อขายสินค้าหรือบริการจากการขายตรงหรือจากการขายผ่านการตลาดแบบตรง ผู้บริโภคมีสิทธิเลิกสัญญาโดยการส่งมอบหนังสือแสดงเจตนาภายในเวลาเจ็ดวันนับแต่วันที่ได้รับสินค้าหรือบริการ ไปยังผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงหรือตลาดแบบตรง สำหรับธุรกิจขายตรงผู้บริโภคจะแจ้งไปยังผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงที่เกี่ยวข้องก็ได้

5. ผู้บริโภคที่ใช้สิทธิเลิกสัญญาต้องเลือกปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งดังต่อไปนี้

- ส่งคืนสินค้าไปยังผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง หรือผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง ในกรณีการขายตรง หรือส่งคืนสินค้าไปยังผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรง ในกรณีตลาดแบบตรง

- เก็บรักษาสินค้าไว้ตามสมควรภายในระยะเวลาสี่สิบเอ็ดวันนับแต่วันที่ใช้สิทธิเลิกสัญญา เว้นแต่สินค้านั้นเป็นของเสียหายโดยสภาพไม่อาจเก็บรักษาได้ภายในระยะเวลาดังกล่าว ให้เก็บรักษาตามเวลาและวิธีการอันควรแก่สภาพ เมื่อพ้นกำหนดแล้ว ผู้บริโภคจะเก็บรักษาสินค้านั้นไว้หรือไม่ก็ได้

ผู้บริโภคมีหน้าที่ส่งคืนสินค้าให้ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง หรือผู้ประกอบการตลาดแบบตรง แล้วแต่กรณีมารับคืน ณ ภูมิลำเนาของผู้บริโภค แต่ถ้าผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงหรือตลาดแบบตรง ขอให้ผู้บริโภคส่งคืนสินค้าทางไปรษณีย์ โดยเรียกเก็บเงินปลายทาง ภายในระยะเวลาที่กำหนด ผู้บริโภคต้องส่งคืนสินค้านั้นตามคำขอของผู้ประกอบการดังกล่าว

ถ้าสินค้าเป็นของใช้สิ้นเปลือง ผู้บริโภคมีหน้าที่คืนเฉพาะส่วนที่เหลือจากการใช้ก่อนใช้สิทธิเลิกสัญญา

หลักเกณฑ์วิธีการคืนสินค้าและบริการให้เป็นไปตามกำหนดในกฎกระทรวง

ผู้บริโภคมีสิทธิที่จะยึดหน่วงสินค้าไว้ได้จนกว่าจะได้รับคืนเงินที่ผู้บริโภคจ่ายไปในการซื้อสินค้านั้น

6. หากสินค้าหรือบริการนั้นบอบสลาย หรือสูญหายเพราะความผิดของผู้บริโภค หรือผู้บริโภคได้ทำการคืนสินค้าหรือบริการกลายเป็นพันวิสัย ให้ผู้บริโภคชดเชยค่าเสียหายให้แก่ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรง แล้วแต่กรณี เว้นแต่เป็นความเสียหายที่เกิดขึ้นตามปกติจากการเปิดการประกอบหรือการผสมเพื่อใช้สินค้าหรือบริการ

7. เมื่อผู้บริโภคดีใช้สิทธิเลิกสัญญา ให้ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง หรือผู้ประกอบธุรกิจการตลาดแบบตรงคืนเงินเต็มจำนวนที่ผู้บริโภคจ่ายไปเพื่อการซื้อสินค้าหรือบริการนั้นภายในกำหนดเวลาสิบห้าวันนับแต่วันที่ได้รับหนังสือแสดงเจตนาเลิกสัญญา

ในกรณีที่ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง หรือผู้ประกอบธุรกิจการตลาดแบบตรง ไม่คืนเงินตามจำนวนและภายในระยะเวลาที่กำหนด ให้ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง หรือผู้ประกอบธุรกิจการตลาดแบบตรงนั้นชำระเบี้ยปรับตามอัตราที่คณะกรรมการประกาศกำหนดให้แก่ผู้บริโภค

8. คำรับประกันสินค้าหรือบริการให้จัดทำเป็นภาษาไทยและระบุถึงสิทธิของผู้บริโภคในการเรียกร้องสิทธิตามคำรับประกันที่ชัดเจนและสามารถเข้าใจถึงเงื่อนไขที่ระบุไว้

โดยผู้ประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงต้องจัดทำเงื่อนไขการประกอบธุรกิจดังนี้ไป

1. บุคคลใดประสงค์จะประกอบธุรกิจขายตรงหรือตลาดแบบตรงให้ยื่นคำขอต่อนายทะเบียนตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

สำหรับผู้ประกอบธุรกิจขายตรง ให้ยื่นแผนการจ่ายผลตอบแทนพร้อมกับคำขอตามวรรคหนึ่งด้วย

ในกรณีจะแก้ไขเปลี่ยนแปลงแผนการจ่ายผลตอบแทน ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงต้องแจ้งการเปลี่ยนแปลงให้นายทะเบียนทราบก่อนจึงนำไปปฏิบัติได้

2. คำขอจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงและการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงให้เป็นไปตามแบบที่คณะกรรมการประกาศกำหนด ซึ่งอย่างน้อยต้องมีรายการดังต่อไปนี้

- ชื่อของผู้ประกอบธุรกิจขายตรงหรือผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง
- ภูมิลำเนาของผู้ประกอบธุรกิจขายตรงหรือผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง
- ประเภทหรือชนิดของสินค้าหรือบริการ
- วิธีการขายสินค้าหรือบริการ

สัญญาเป็นปัจจัยพื้นฐานของกลุ่มคนในสังคมที่ทุกคนจะต้องเกี่ยวข้องในการดำเนินชีวิต หนึ่งของคนทุกคน ดังนั้น สัญญาจึงเสมือนหนึ่งการแสดงเจตนาหรือความต้องการการผูกพันในเรื่องต่าง ๆ ของคน ๆ นั้น โดยการทำสัญญากรณีที่เป็นบริษัท หรือ องค์กรต่าง ๆ มักจะมีผู้เชี่ยวชาญด้านกฎหมายเข้ามามีส่วนร่วมในการร่างสัญญาใดสัญญาหนึ่ง แต่ในกรณีของผู้บริโภค การตกลงหรือลงนามในสัญญาต่าง ๆ มักจะกระทำจากความคุ้นเคย หรือจากการอ่านข้อความที่ปรากฏในสัญญา ซึ่งในบางครั้งอาจไม่ได้เข้าถึงสาระสำคัญของสัญญานั้น ๆ อันจะส่งผลในภายหลังต่อข้อผูกมัดระหว่างผู้บริโภคและบริษัทผู้ผลิตสินค้าหรือบริการนั้น ๆ ได้ รัฐบาลจึงได้ออกพระราชบัญญัติว่าด้วยเรื่องสัญญา เพื่อเป็นกรอบให้ผู้ที่เกี่ยวข้องประพฤติดำเนินการตามข้อกำหนดดังกล่าว

อย่างเคร่งครัด และเพื่อขจัดปัญหาที่จะเกิดขึ้นจากการไม่ได้รับความเป็นธรรมในสัญญานั้น ๆ โดยการคุ้มครองผู้บริโภคในเรื่องของสัญญาได้มีกรอบกฎหมายที่สำคัญ 2 ฉบับบังคับใช้ได้แก่ พระราชบัญญัติว่าด้วยสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540 และพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค ฉบับที่ 2 แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ. 2541

3.4 อำนาจของคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เป็นคณะบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามมาตรา 9 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ประกอบด้วยบุคคลจากหน่วยงานภาครัฐโดยตำแหน่ง จำนวน 11 คน และผู้ทรงคุณวุฒิไม่เกิน 8 คน รวมทั้งหมด 19 คน ได้แก่ นายกรัฐมนตรีเป็นประธานกรรมการ เลขาธิการนายกรัฐมนตรี ปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี ปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ปลัดกระทรวงพาณิชย์ ปลัดกระทรวงมหาดไทย ปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม ปลัดกระทรวงคมนาคม เลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยา และผู้ทรงคุณวุฒิอีกไม่เกิน 8 คน ซึ่งคณะรัฐมนตรีแต่งตั้งเป็นกรรมการและเลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค โดยมีหน้าที่สำคัญได้แก่

3.4.1 พิจารณาเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภค อันเนื่องมาจากการกระทำของผู้ประกอบธุรกิจ การร้องทุกข์ในกรณีนี้กระทำโดย ผู้บริโภคจะต้องไปพบและเขียนคำร้องพร้อมแสดงหลักฐานต่อเจ้าหน้าที่เพื่อให้เจ้าหน้าที่เรียกไต่สวนผู้เกี่ยวข้อง โดยเจ้าหน้าที่จะเป็นคนกลางในการดำเนินการในชั้นศาลเพื่อไกล่เกลี่ยระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจและผู้บริโภค เพื่อสรุปหาข้อเท็จจริง และทำความเข้าใจเสนอต่อคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคให้มีความคืบหน้าต่อไป

แต่อำนาจคณะกรรมการฯ และเจ้าหน้าที่ยังมีข้อจำกัดบางประการ กล่าวคือ บทบาทในลักษณะเป็นเพียงคนกลาง เนื่องจากมีอำนาจเพียงเชิญบุคคลที่เกี่ยวข้องมาให้ถ้อยคำหรือส่งมอบเอกสารหรือข้อมูลเท่านั้น แต่ไม่มีสิทธิ์ในการชี้ขาดหรือบังคับให้ผู้ประกอบธุรกิจจะต้องปฏิบัติตามอย่างใดอย่างหนึ่ง เป็นเพียงบทบาทของการไต่สวนและไกล่เกลี่ยให้คู่พิพาทตกลงกันหรือประนีประนอมยอมความกันได้เท่านั้น

3.4.2 คณะกรรมการมีหน้าที่แจ้งหรือโฆษณาข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายหรือเสื่อมเสียแก่สิทธิของผู้บริโภค ในกรณีนี้จะระบุชื่อสินค้าหรือบริการหรือชื่อของผู้ประกอบธุรกิจด้วยก็ได้ โดยคณะกรรมการจะประกาศแจ้งข่าวหรือการจัดทำบัญชีรายชื่อผู้ประกอบการที่ถูกฟ้องร้องต่อศาล (Black list) เช่น การจัดทำบัญชีรายชื่อผู้ประกอบการที่อสังหาริมทรัพย์ที่ถูกฟ้องคดีผิดสัญญาซื้อขายบ้าน เป็นต้น ซึ่งคณะกรรมการ จะจัดบัญชีรายชื่อนี้ให้ผู้บริโภคสามารถสอบถามหรือค้นหาข้อมูลในอินเทอร์เน็ตที่สามารถตรวจสอบได้ตลอดเวลา

3.4.3 ดำเนินคดีผู้ละเมิดสิทธิของผู้บริโภค ในกรณีที่ผู้บริโภคได้รับความเดือดร้อนและเสียหายจากการกระทำของผู้ประกอบการ และมีความประสงค์จะให้คณะกรรมการดำเนินคดีกับผู้ประกอบธุรกิจ คณะกรรมการมีอำนาจดำเนินคดีกับผู้ประกอบการได้เมื่อพิจารณาเห็นสมควร

โดยผู้บริโภครองต้องเป็นผู้แสดงความจำนงค์โดยยื่นคำร้องต่อคณะกรรมการดำเนินการให้เนื่องจากกระบวนการร้องทุกข์ของผู้บริโภคไม่อาจยุติปัญหาได้ทุกกรณี ดังนั้น หากผู้บริโภคมีความประสงค์จะให้ดำเนินคดีแก่ผู้ประกอบการธุรกิจที่ทำการละเมิดสิทธิผู้บริโภคและกรรมการเห็นว่ามิใช่ประโยชน์ต่อส่วนรวมแล้ว

คณะกรรมการมีอำนาจในการดำเนินคดีทั้งแพ่งและคดีอาญากับผู้ประกอบการธุรกิจที่ละเมิดสิทธิได้ โดยมีสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นหน่วยงานเบื้องต้นในการรับเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภค โดยการที่คณะกรรมการจะดำเนินคดีการละเมิดสิทธิผู้บริโภครายใด ๆ นั้น ในทางปฏิบัติจากต้องผ่านกระบวนการดำเนินงานเริ่มจากระดับเจ้าหน้าที่ของสำนักงานฯ และคณะอนุกรรมการฯ ที่คณะกรรมการเฉพาะด้านที่ได้รับการแต่งตั้งขึ้นเสียก่อน เพื่อตรวจสอบและพิจารณารายละเอียดคำร้องเรียน ซึ่งคดีที่คณะกรรมการดำเนินคดีส่วนใหญ่เป็นเรื่องราวเกี่ยวกับส่วนร่วม คือ มีจำนวนผู้เสียหายจำนวนมากพอสมควร หากเป็นผู้บริโภคแต่เพียงรายเดียวจะขอให้คณะกรรมการฯ ดำเนินคดีให้ นั้นจะมีโอกาสน้อย เนื่องจากบุคลากรและงบประมาณของคณะกรรมการฯ ยังอยู่ในจำนวนจำกัดไม่เพียงพอต่อจำนวนผู้บริโภคที่ต้องการให้คณะกรรมการดำเนินคดีให้ได้ทุกราย

ในการดำเนินคดีการละเมิดสิทธิผู้บริโภค คณะกรรมการฯ มีอำนาจแต่งตั้งเจ้าหน้าที่คุ้มครองผู้บริโภค เนื่องจากกฎหมายไม่ได้ให้อำนาจแก่คณะกรรมการและพนักงานเจ้าหน้าที่สามารถที่จะบังคับผู้ประกอบการให้ปฏิบัติตามความเห็นชอบหรือคำวินิจฉัยของตนได้ แต่หากคณะกรรมการฯ พิจารณาเห็นว่าเรื่องความไม่ได้รับความเป็นธรรมของผู้บริโภครายใดจะเป็นประโยชน์แก่ส่วนรวมแล้วกฎหมายยังให้อำนาจแต่งตั้ง “เจ้าหน้าที่คุ้มครองผู้บริโภค” ขึ้นเพื่อทำหน้าที่ฟ้องร้องดำเนินคดีทั้งแพ่งและอาญากับผู้ประกอบการรายที่กระทำการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคได้ โดยจะต้องแต่งตั้งจากพนักงานอัยการ โดยความเห็นจากอธิบดีกรมอัยการหรือแต่งตั้งจากข้าราชการในสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีคุณวุฒิไม่ต่ำกว่าปริญญาตรีทางนิติศาสตร์

3.4.4 การรับรองสมาคม กฎหมายฉบับนี้ได้ให้สิทธิแก่สมาคมใด ๆ ที่มีวัตถุประสงค์ในการคุ้มครองผู้บริโภคหรือต่อต้านการแข่งขันอันไม่เป็นธรรมทางการค้าและข้อบังคับของสมาคมดังกล่าวในส่วนที่เกี่ยวกับคณะกรรมการ สมาชิก หรือวิธีการดำเนินการของสมาคมเป็นไปตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในกฎกระทรวง

สมาคมนั้น อาจยื่นคำขอให้คณะกรรมการรับรองเพื่อให้สมาคมนั้นมีสิทธิและอำนาจฟ้องร้อง เมื่อสมาคมได้รับการรับรองจากคณะกรรมการฯ แล้ว สมาคมมีสิทธิในการฟ้องร้องคดีแพ่งและอาญา หรือดำเนินกระบวนการพิจารณาใด ๆ ในคดีเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคและให้มีอำนาจฟ้องร้องเรียกค่าเสียหายแทนสมาชิกของสมาคมได้ ถ้ามีหนังสือมอบหมายให้เรียกค่าเสียหายจากสมาชิกของสมาคม แต่ในการดำเนินคดีดังกล่าวสมาคมจะถอนฟ้องไม่ได้ เว้นแต่ศาลจะอนุญาตเมื่อศาลเห็นว่า การถอนการฟ้องร้องนั้นไม่เป็นผลเสียหายต่อการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นส่วนรวมสำหรับ

คดีเกี่ยวกับการเรียกค่าเสียหายแทนสมาชิกของสมาคม การถอนฟ้องหรือการพิพากษาในกรณีที่คู่ความตกลงหรือประนีประนอมยอมความกัน จะต้องมีการยื่นฟ้องแสดงความยินยอมและสมาชิกผู้มอบหมายให้เรียกร้องค่าเสียหายแทนมากแสดงต่อศาล

3.4.6 การฟ้องคดีคุ้มครองผู้บริโภค

ในการฟ้องร้องคดีคุ้มครองผู้บริโภคตามกฎหมายแบ่ได้ 2 ทาง ได้แก่ ทางแพ่งและทางอาญา โดยคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคมีช่องทางในการรับเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภคหลายช่องทางไม่ว่าจะเป็น ส่วนด่วนร้องทุกข์ 1166 หรือในเว็บไซต์ www.ocpb.go.th โดยในเว็บไซต์ดังกล่าวได้มีชี้แจงรายละเอียดของแผนผังในการรับเรื่องราวร้องทุกข์พร้อมระยะเวลาในการดำเนินการแต่ละขั้นตอนอย่างชัดเจน นอกจากนี้ยังมีการสรุปผลต่อการฟ้องในคดีต่าง ๆ เพื่อชี้แจงให้แก่สาธารณะชนได้รับทราบและสามารถสืบค้นข้อมูลได้ตลอดเวลา โดยสรุปยอดการร้องเรียนตามประเภทต่าง ๆ พร้อมทั้งผลการดำเนินการที่เกี่ยวข้อง และวิธีแก้ไขปัญหาคืออาจจะเกิดขึ้นในอนาคต

7. นโยบายในการกำกับธุรกิจขายตรง

สืบเนื่องมาจากบทบัญญัติของกฎหมายที่มีผลบังคับใช้ก่อนที่พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 จะมีการประกาศบังคับใช้ อันได้แก่ ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ซึ่งเป็นหลักกฎหมายทั่วไปในการทำนิติกรรมสัญญาพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541 ซึ่งเป็นกฎหมายที่วางหลักทั่วไปในการคุ้มครองผู้บริโภค และพระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม ซึ่งเป็นพระราชบัญญัติที่เกี่ยวข้องกับการทำสัญญา ซึ่งกฎหมายดังกล่าวมีข้อจำกัดในการบังคับใช้ในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการขายตรงและการตลาดแบบตรงที่เป็นธุรกิจที่มีความซับซ้อนในสังคมปัจจุบันและประกอบกับกฎหมายดังกล่าวไม่มีความเหมาะสมเพียงพอที่จะนำมาบังคับในการคุ้มครองผู้บริโภคจากผู้ประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง จึงจำเป็นต้องตราพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ขึ้นใช้บังคับ

ซึ่งความจำกัดในการบังคับใช้กฎหมาย และความไม่เหมาะสมเพียงพอของกฎหมายดังกล่าวในการบังคับใช้ในการคุ้มครองผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าหรือบริการจากธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง มีดังนี้ คือ

1. ปัญหาการให้ความคุ้มครองผู้บริโภคจากการขายตรงและตลาดแบบตรงตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์

1.1 ปัญหาในส่วนของการคุ้มครองผู้บริโภคในการมีสิทธิเรียกร้องกับผู้ประกอบธุรกิจขายตรง

ปัญหาดังกล่าวในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์จะมีปัญหาในการบังคับใช้ในการคุ้มครองผู้บริโภคเฉพาะผู้บริโภคที่เกิดจากการประกอบธุรกิจขายตรงเท่านั้น ส่วนในการประกอบธุรกิจการตลาดแบบตรง เป็นเรื่องของ การทำการตลาดสื่อโฆษณาโดยตรงไปยังผู้บริโภค ซึ่งในกรณีดังกล่าวจะไม่มีตัวกลางระหว่างผู้บริโภคและผู้ประกอบธุรกิจแบบตรง แต่ในส่วนการขายตรงจะมีผู้เกี่ยวข้อง 4 ส่วน ได้แก่ ผู้บริโภค ตัวแทนขายตรง ผู้จำหน่ายอิสระ และผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง ซึ่งปัญหาที่เกิดขึ้นคือ กรณีที่ผู้บริโภคเข้าทำสัญญากับผู้จำหน่ายอิสระ

โดยปกติ กรณีที่ผู้บริโภคเข้าทำสัญญากับตัวแทนขายตรง ที่ผูกพันกันภายใต้สัญญาตัวแทนหรือสัญญาจ้างแรงงานสิทธิ หน้าที่ และความรับผิดชอบระหว่างผู้ประกอบธุรกิจขายตรงกับตัวแทนขายตรงที่มีต่อผู้บริโภค จึงต้องนำเอาหลักกฎหมายตัวแทนมาพิจารณาประกอบ กรณีคู่สัญญาของผู้บริโภคเป็นผู้ประกอบธุรกิจขายตรง ก็จะมีผลผูกพันตามสัญญานั้น ๆ

ส่วนในกรณีที่เข้าทำสัญญากับผู้จำหน่ายอิสระ เป็นกรณีที่ผู้จำหน่ายอิสระซึ่งเป็นบุคคลที่ ได้รับสิทธิซื้อสินค้าในราคาสมาชิกจากผู้ประกอบธุรกิจขายตรง ได้รับ โอนกรรมสิทธิ์ในสินค้าหรือบริการจากผู้ประกอบธุรกิจขายตรงและนำสินค้าหรือบริการดังกล่าวไปเสนอขายต่อผู้บริโภค เมื่อผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้าจากผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงจะเข้าขายประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ว่าด้วยเรื่องการซื้อขาย และผลของสัญญาซื้อขายให้กรรมสิทธิ์ในตัวทรัพย์สินโอนไปยังผู้จำหน่ายอิสระแล้ว ดังนั้น หากผู้จำหน่ายอิสระนำสินค้าหรือบริการไปจำหน่ายให้ผู้บริโภค ผู้จำหน่ายต้องรับผิดชอบตามสัญญาที่กระทำไว้กับผู้บริโภค

จากข้อมูลดังกล่าวจะเห็นได้ว่า ผู้บริโภคสามารถเรียกร้องผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง หรือผู้ประกอบธุรกิจแบบตรงรับผิดชอบในกรณีต่าง ๆ ที่เกิดจากการละเมิดสิทธิหรือสัญญากับผู้บริโภคได้ ซึ่งขึ้นอยู่กับว่า ตอนทำสัญญา ผู้บริโภคทำสัญญากับบุคคลใดนั่นเอง

1.2 ปัญหาในส่วนของการคุ้มครองผู้บริโภคในการไม่มีผลบังคับแห่งนิติกรรมสัญญา

จากประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ได้ระบุว่า การทำสัญญาจะเป็นโมฆะ เมื่อสัญญานั้นมีลักษณะของการเข้าใจผิดในสาระสำคัญ การฉ้อฉล หรือการข่มขู่ ดังนั้น ในการขายตรง ตัวแทนขายตรงจึงต้องเสนอขายสินค้าต่อหน้าด้วยวาจา และสถานที่ที่ขายต้องไม่ใช่สถานประกอบธุรกิจของผู้ขาย โดยส่วนใหญ่จะเป็นที่บ้านหรือที่ทำงานของผู้ซื้อ ดังกล่าว จึงเป็นโอกาสให้ผู้ขายตรงใช้กลยุทธ์การขาย ด้วยวิธีการที่ไม่ชอบต่าง ๆ เช่น การชักจูงด้วยจิตวิทยาขั้นสูง การก่อให้เกิดความรำคาญ หรือกดดันให้ซื้อสินค้า โดยเฉพาะกับเด็ก สตรี หรือคนชรา ซึ่งอาจหลงกลหรือถูกชักชวนให้ซื้อได้ง่าย ซึ่งปัญหาที่เกิดขึ้นในการคุ้มครองผู้บริโภคที่แสดงเจตนาบกพร่องหรือไม่สมบูรณ์ในการทำนิติกรรมใด ๆ จากการขายตรงและตลาดแบบตรง คือ ในการประกอบธุรกิจขายตรงนั้น ผู้ขายตรงจะใช้วิธีการในการขายตรงต่าง ๆ ในการชักจูงใจให้ผู้บริโภคเข้าทำสัญญา ไม่ว่าจะเป็น การข่มขู่ ฉ้อฉล หรือล่อลวงให้ผู้บริโภคเข้าทำสัญญา

แต่ปัญหาที่ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ไม่สามารถให้ความคุ้มครองผู้บริโภคได้จะเป็นกรณีที่ผู้ขายตรงทำการโฆษณาขายสินค้า โดยการโฆษณาว่าหลอมน กดดัน บิบบังคับ หรือกลยุทธการขายต่าง ๆ ชักจูงใจให้ผู้บริโภคเข้าทำสัญญาผูกพันหรือซื้อสินค้าจากตน ซึ่งด้วยข้อจำกัดด้านสถานที่และระยะเวลา จึงทำให้ผู้บริโภคขาดโอกาสในการเลือกซื้อหรือไตร่ตรองให้รอบคอบ และได้ตกลงเข้าทำสัญญาไปโดยขาดเจตนาที่แท้จริงของตนเอง ดังนั้น กฎหมายจะคุ้มครองเฉพาะกรณีที่อยู่ในข่ายของ การสำคัญผิด นอฉล หรือข่มขู่เท่านั้น การเข้าทำสัญญาด้วยเหตุผลจากการรีบร้อน จึงไม่ใช่สาเหตุที่จะทำให้สัญญานั้นเป็นโมฆะได้ ผู้บริโภคจึงไม่สามารถเอาผิดกับผู้ประกอบการขายตรง ตลาดแบบตรง ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระได้

1.3 ปัญหาในส่วนของการคุ้มครองผู้บริโภคในการบอกเลิกสัญญาที่เกิดจากการขายตรงและตลาดแบบตรง

การบอกเลิกสัญญาที่เกิดการขายตรงหรือตลาดแบบตรงจะบอกเลิกได้กรณีที่คู่สัญญาตกลงกันไว้ให้มีสิทธิในการบอกเลิกสัญญา หรือตามที่กฎหมายกำหนดไว้ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. กรณีที่คู่สัญญาไม่ชำระหนี้ หากลูกหนี้ไม่ชำระหนี้ ผู้ขายต้องมีการบอกกล่าวให้ลูกหนี้ชำระหนี้ตามระยะเวลาที่กำหนด หากลูกหนี้ไม่ชำระหนี้ภายในระบะเวลานั้น ผู้ขายจึงมีสิทธิบอกเลิกสัญญาได้
2. กรณีที่วัตถุประสงค์ในสัญญามีการกำหนดระยะเวลาเป็นข้อสำคัญ ในการทำสัญญาหากลูกหนี้ไม่ปฏิบัติตามระยะเวลาในการชำระหนี้ในสัญญา ผู้ขายสามารถบอกเลิกได้ทันที โดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า

นอกจากนี้ในกรณีที่ผู้บริโภคจะบอกเลิกสัญญากับผู้ขายตามที่ระบุไว้ในสัญญาแล้ว ผู้บริโภคยังสามารถบอกเลิกสัญญากับผู้ขายในกรณีที่ผู้ขายไม่ส่งมอบทรัพย์สินที่ขายให้แก่ผู้บริโภค หรือส่งมอบผิดประเภท ผิดเวลา หรือผิดสถานที่ ผิดตัวบุคคลผู้รับ ผิดคุณสมบัติหรือคุณภาพ หรือกรณีทรัพย์สินนั้นเสียหายชำรุดบกพร่อง ซึ่งทำให้เสื่อมราคาหรือไม่สามารถใช้ประโยชน์ได้ตามปกติ

ปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคที่ในการบอกเลิกสัญญาซื้อขายที่เกิดจากการขายตรงหรือตลาดแบบตรงนั้นตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ คือ ผู้บริโภคที่เข้าทำสัญญากับผู้ขายตรงนั้นมีจำกัดในเรื่องสถานที่ เวลา และการขาดการไตร่ตรองที่ดีในการเข้าทำสัญญา ซึ่งผู้บริโภคจะบอกเลิกสัญญาได้เฉพาะกรณีที่กฎหมายกำหนดไว้เท่านั้น คือ ผู้ขายไม่ส่งมอบทรัพย์สินหรือผู้ขายส่งมอบไม่ถูกต้อง แต่หากไม่ใช่ทั้ง 2 กรณีนี้ผู้ขายไม่สามารถบอกเลิกสัญญาได้ เช่น หากใช้เวลาพิจารณาแล้วไม่พอใจหรือไม่อยากได้ ก็ไม่สามารถบอกเลิกได้ ดังนั้นสิทธิของผู้บริโภคจึงจำกัดเฉพาะตามที่กฎหมายกำหนดไว้เท่านั้น ซึ่งกฎหมายไม่ได้เปิดโอกาสให้ผู้บริโภคไตร่ตรองภายหลังจากการทำสัญญาไปแล้ว

ดังนั้น เมื่อเกิดปัญหาดังกล่าว ภาครัฐจึงได้มีการตราพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรงขึ้น เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคเพิ่มเติมจากประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์แทน

นโยบายส่งเสริมและกำกับดูแลธุรกิจขายตรง

1. การจดทะเบียน

พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ได้บัญญัติไว้ว่า “ห้ามไม่ให้บุคคลใดประกอบธุรกิจขายตรง เว้นแต่จะได้รับจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงตามพระราชบัญญัตินี้” จากข้อความดังกล่าวจะเห็นว่า การประกอบธุรกิจขายตรงนั้น กฎหมายบังคับให้ผู้ประกอบธุรกิจต้องทำทะเบียนต่อนายทะเบียน เพื่อให้การประกอบธุรกิจขายตรงมีหลักประกันมากพอในกิจการและมีความมั่นคง ตลอดจนสามารถตรวจสอบ ซึ่งจะทำให้คุ้มครองผู้บริโภคมีประสิทธิภาพ

ซึ่งการกำหนดวิธีการควบคุมธุรกิจขายตรงดังกล่าวเพื่อป้องกันความเสียหายที่อาจจะเกิดขึ้น โดยรวมต่อเศรษฐกิจของประเทศชาติ และความเสียหายที่จะมีผลต่อผู้บริโภค ตลอดจนได้เป็นประโยชน์ต่อผู้จำหน่ายอิสระที่ต้องการได้รับผลตอบแทนที่ชอบธรรม ไม่ถูกเอารัดเอาเปรียบหรือถูกหลอกลวง เพื่อให้เกิดความคุ้มครองผู้บริโภคในเบื้องต้นจากความเสียหายใด ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้น

ซึ่งประเภทของธุรกิจขายตรงที่จะต้องทำการจดทะเบียนนั้น จะต้องเป็นการ “ขายตรง” เท่านั้น นิติกรรมอื่น ๆ ที่กำหนดในกฎกระทรวงไม่ต้องทำการจดทะเบียนเพราะถือว่าได้รับยกเว้นและไม่อยู่ภายใต้บังคับของบทบัญญัติแห่งพระราชบัญญัตินี้

2. การจ่ายผลตอบแทน

พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ได้บัญญัติว่า “ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงต้องดำเนินการให้เป็นไปตามแผนการจ่ายผลตอบแทนของตนที่ได้ยื่นต่อนายทะเบียน”

แผนการจ่ายผลตอบแทนต้องมีลักษณะ ดังนี้

- 1) ต้องไม่กำหนดให้ผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงที่ไม่ใช่ลูกจ้างได้รับผลตอบแทนที่เป็นรายได้หลักจากการรับสมัครบุคคลหรือแนะนำผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงที่ไม่ใช่ลูกจ้างอื่นเข้าร่วมเป็นเครือข่ายในการประกอบธุรกิจขายตรง
- 2) ผลตอบแทนที่เป็นรายได้หลักของผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงที่ไม่ใช่ลูกจ้างขึ้นอยู่กับการขายสินค้าหรือบริการแก่ผู้บริโภค รวมไปถึงการซื้อเพื่อการใช้หรือบริการเอง
- 3) ต้องไม่บังคับให้ผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้า
- 4) ต้องไม่ชักจูงให้ผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้าในปริมาณมากเกินไปจนความเหมาะสม
- 5) ต้องแสดงวิธีการคำนวณการจ่ายผลตอบแทนที่ตรงต่อความเป็นจริง หรือเป็นไปได้จริง และอย่างเปิดเผยชัดเจน

6) ลักษณะอื่นตามที่คณะกรรมการกำหนด

แผนการจ่ายค่าตอบแทนใดที่มีลักษณะแตกต่างไปจากที่กำหนดไว้นี้ให้มีผลบังคับใช้เท่าที่เป็นธรรมแก่ผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนที่ไม่ใช่ลูกจ้าง

จากบทบัญญัติข้างต้น การประกอบธุรกิจขายตรงตามกฎหมายได้กำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงต้องดำเนินกิจการไปตามแผนการจ่ายค่าตอบแทนของตนที่ได้ยื่นต่อทะเบียน เพื่อคุ้มครองผู้จำหน่ายอิสระและตัวแทนขายตรง

3. การห้ามเรียกเก็บค่าธรรมเนียม

พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ได้บัญญัติว่า “ห้ามมิให้ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงเรียกเก็บค่าธรรมเนียมการสมัครเข้าเป็นสมาชิกค่าฝึกอบรม ค่าวัสดุอุปกรณ์ส่งเสริมการขาย หรือค่าธรรมเนียมอื่น ๆ อันเกี่ยวเนื่องกับการเข้าร่วมเครือข่ายในกาประกอบธุรกิจขายตรงจากผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงที่ไม่ใช่ลูกจ้าง ในอัตราที่สูงกว่าที่คณะกรรมการประกาศกำหนด”

จากบทบัญญัตินี้ดังกล่าว ในการประกอบธุรกิจขายตรง ผู้ประกอบการต้องไม่เรียกเก็บค่าธรรมเนียมในการสมัครเข้าเป็นสมาชิก ค่าฝึกอบรม ค่าวัสดุอุปกรณ์ส่งเสริมการขาย หรือค่าธรรมเนียมอื่น ๆ อันเกี่ยวเนื่องกับการรับเข้าเป็นเครือข่ายจากผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงที่ไม่ใช่ลูกจ้าง เพื่อเป็นการคุ้มครองผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงที่ไม่ใช่ลูกจ้างไม่ให้ถูกเอารัดเอาเปรียบและป้องกันการหลอกลวงของผู้ประกอบธุรกิจในเรื่องการระดมเงินจากเครือข่ายขายตรง อันอาจนำไปสู่การทำแผนการขายที่ผิดกฎหมาย อันเข้าข่ายลักษณะเป็นการหลอกลวงประชาชน

4. แบบของสัญญาระหว่างผู้จำหน่ายอิสระและผู้ประกอบธุรกิจขายตรง

พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ได้บัญญัติว่า “สัญญาระหว่างผู้จำหน่ายอิสระกับผู้ประกอบธุรกิจขายตรง ให้ทำเป็นหนังสือ ซึ่งอย่างน้อยต้องมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- 1) เงื่อนไขที่ชัดเจนเกี่ยวกับการจ่ายค่าผลตอบแทนและแผนการจ่ายผลตอบแทน
- 2) เงื่อนไขที่ชัดเจนเกี่ยวกับค่าธรรมเนียมการสมัคร ค่าฝึกอบรม ค่าวัสดุอุปกรณ์ส่งเสริมการขาย หรือค่าธรรมเนียมอื่น ๆ
- 3) เงื่อนไขที่ชัดเจนเกี่ยวกับการที่ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงจะรับซื้อสินค้า วัสดุอุปกรณ์ส่งเสริมการขาย ชุดคู่มือหรืออุปกรณ์ส่งเสริมธุรกิจคืนจากผู้จำหน่ายอิสระ ตลอดจนกำหนดระยะเวลาที่ผู้จำหน่ายอิสระสามารถใช้สิทธิดังกล่าว

จากบทบัญญัตินี้ดังกล่าวจะเห็นว่า การประกอบธุรกิจแบบตรงนั้น กฎหมายกำหนดให้ผู้ประกอบการธุรกิจแบบตรงต้องทำสัญญากับผู้จำหน่ายอิสระเป็นหนังสือ และแสดงถึงเงื่อนไขอย่างชัดเจน เพื่อให้ผู้จำหน่ายอิสระและตัวแทนขายตรงที่ไม่ใช่ลูกจ้างได้รับการคุ้มครอง

นอกจากนี้ กฎหมายยังกำหนดให้นำหลักเรื่องการทำสัญญาเป็นหนังสือและมีเงื่อนไขที่ชัดเจนในการจ่ายค่าตอบแทน ค่าธรรมเนียมการสมัคร ค่าฝึกอบรม ค่าวัสดุอุปกรณ์ส่งเสริมการตลาดหรือค่าธรรมเนียมอื่น ๆ ให้ชัดเจน มาบังคับกับตัวแทนขายตรงที่ไม่ใช่ลูกจ้างของผู้ประกอบการเหล่านั้นด้วย ยกเว้นเรื่องการคืนสินค้าและอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ไม่ต้องนำมาใช้กับตัวแทนขายตรงที่ไม่ใช่ลูกจ้าง เพราะตัวแทนเพียงแต่รับมอบอำนาจจากผู้ประกอบการอำนาจจากผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงให้นำสินค้าหรือบริการ ไปเสนอขายตรงต่อผู้บริโภค กรรมสิทธิ์ยังเป็นของผู้ประกอบการอยู่ จึงไม่จำเป็นต้องกำหนดในเรื่องการรับซื้อสินค้าพร้อมอุปกรณ์ต่าง ๆ คืนอีก

8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สยาม ประเสริฐธรรม 2536. ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จและอุปสรรคของระบบขายตรงแบบหลายระดับของบริษัทแอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด จากผลการศึกษาพบว่า

1. ปัจจัยที่สำคัญที่สุดต่อผลสำเร็จของระบบขายตรงแบบหลายระดับของบริษัทแอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ได้แก่ ด้านผู้บริโภค จากการศึกษาพบว่าด้านคุณภาพเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดและด้านความคุ้นเคยระหว่างผู้บริโภคกับผู้จัดจำหน่ายมีอิทธิพล รองลงมาในการผลักดันผู้บริโภคให้ตัดสินใจซื้อ ด้านผู้จัดจำหน่าย จากการศึกษาพบว่า แรงจูงใจด้านเงินรางวัล และเกียรติรางวัลเป็นปัจจัยผลักดันในการเข้ามาเป็นผู้จัดจำหน่าย และปัจจัยด้านคุณภาพสินค้า ชื่อเสียงและความมั่นคงของบริษัทมีส่วนในการตัดสินใจในการเข้ามาเป็นผู้จัดจำหน่ายด้วย และ 2. ปัญหาที่สำคัญที่สุดของระบบการขายตรงแบบหลายระดับของแอมเวย์ คือ ลักษณะสายงานหลายระดับทำให้เกิดความล่าช้าในการส่งของ เพราะจากการสำรวจผู้บริโภคและสอบถามผู้จัดจำหน่าย การเบิกสินค้าของผู้จัดจำหน่ายทำได้อย่างรวดเร็ว ความล่าช้าของการส่งสินค้าเกิดจากความล่าช้าของผู้จัดจำหน่ายเอง ไม่ใช่สาเหตุมาจากระบบการขายตรงหลายระดับของแอมเวย์ แต่อย่างไรก็ตามอุปสรรคที่สำคัญของระบบการขายตรงหลายระดับของแอมเวย์คือ ผู้บริโภคมองว่าสินค้าแอมเวย์แพงเกินไป การขายสินค้าโดยอาศัยความคุ้นเคยอย่างเดียว เป็นสาเหตุทำให้ผู้บริโภคเลิกใช้ผลิตภัณฑ์ในระยะเวลาต่อมารอกออกของผู้จัดจำหน่ายทำให้ขาดความต่อเนื่องในการบริการลูกค้า

กมลทิพย์ ม้าคะนอง 2540. ได้ศึกษาเทคนิคการสื่อสารระหว่างบุคคลของผู้จัดจำหน่ายในธุรกิจขายตรงหลายชั้นพบว่า ผู้แทนจำหน่ายใช้รูปแบบการสื่อสารระหว่างบุคคลกับกลุ่มขนาดเล็กเมื่อต้องการแนะนำและขายสินค้า เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับสินค้าและการแนะนำธุรกิจให้สมัครเข้าเป็นสมาชิก ใช้การสื่อสารระหว่างบุคคลกับกลุ่มขนาดใหญ่เมื่อต้องการสร้างความเชื่อมั่นให้กับบริษัท สร้างความน่าสนใจให้กับธุรกิจและเพื่อกระตุ้นให้สมาชิกมีกำลังใจในการทำงาน ใช้การสื่อสารระหว่างบุคคลแบบเผชิญหน้าแบบสองต่อสองเป็นการสื่อสารพื้นฐาน ที่มีประสิทธิภาพมากในการขายสินค้าและแนะนำสมาชิก นอกจากนี้ยังใช้การสื่อสารผ่านสื่อเพื่อติดตามผลการทำงาน

หลังการแนะนำการขายสินค้าหรือธุรกิจและใช้กลยุทธ์การตลาดสินค้าเมื่อต้องการอธิบายคุณภาพสินค้าและกลยุทธ์การสร้างแรงจูงใจ เมื่อต้องการแนะนำธุรกิจและให้สมัครสมาชิก

แก้วกัญญ์ แจ่มจรัส 2542. ได้ศึกษาโครงสร้างตลาดและกลยุทธ์การตลาดของการขายตรงแบบใช้การตลาดหลายชั้น การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงโครงสร้างตลาดและกลยุทธ์การตลาด ตลอดจนปัญหาต่าง ๆ ของการขายตรงแบบใช้การตลาดหลายชั้นในประเทศ พบว่าการขายตรงแบบใช้การตลาดหลายชั้น นับเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าที่มีประสิทธิภาพวิธีหนึ่งทำให้บริษัทสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายด้านขนส่ง ตลอดจนค่าใช้จ่ายในการจ้างพนักงานได้หากผู้ขายตรงมีความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ในการขายและสร้างเครือข่ายทีมงานแล้วนั้นย่อมหมายถึงผลตอบแทนที่จะได้รับ ก็จะเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย โดยที่ผู้บริโภคจะได้รับผลประโยชน์เช่นกัน เพราะผู้บริโภคได้เลือกสินค้าที่มีความหลากหลายยิ่งขึ้น และที่สำคัญที่สุดผู้บริโภคสามารถทดลองใช้สินค้าจนพอใจก่อนตัดสินใจซื้อ

ปนัดดา บุญวิวัฒน์ 2544. ได้ศึกษาปัญหาจริยธรรมของธุรกิจขายตรงกรณีศึกษาทัศนคติของผู้บริหาร พนักงานขายและผู้บริโภค ผลการศึกษาพบว่า ทัศนคติของพนักงานที่เห็นว่าการขายตัดราคาเป็นปัญหาจริยธรรมและเป็นผู้ทำให้เกิดขึ้น เป็นทัศนคติที่แสดงให้เห็นว่าพนักงานขายขาดจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจจึงเป็นปัญหาที่ควรได้รับการแก้ไขอย่างจริงจังจากผู้ประกอบการ และทัศนคติที่พบมากที่สุดคือเคยพบปัญหาและทราบว่าปัญหาจริยธรรมแสดงให้เห็นว่าธุรกิจขายตรงเป็นธุรกิจที่มีความน่าเชื่อถือ เพราะผู้ที่เกี่ยวข้องในธุรกิจมีความตระหนักถึงปัญหาจริยธรรมในระดับดี

มัลลิกา นกเข้ม 2546. ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในอาชีพการขายของพนักงานขายบริษัท ซิงเกอร์ ประเทศไทย จำกัด (มหาชน) ผลการศึกษาคณะสมบัติของพนักงานพบว่า พนักงานขายมีความภาคภูมิใจในการเป็นพนักงานขายของบริษัท โดยพนักงานขายต้องมีความขยันในการทำงาน มีความอดทน มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ขาย วางแผนการตลาดสินค้าให้กับลูกค้า ควรมีการบริการหลังการขายให้ลูกค้าทันทีเมื่อลูกค้ามีปัญหาเกี่ยวกับสินค้า สนใจเรื่องส่วนตัวของลูกค้าบ้างเมื่อลูกค้าพูดให้ฟังและพนักงานขายให้ความเห็นว่าการทุ่มเททำงานหนักมีผลมากต่อความสำเร็จในอาชีพการขาย พนักงานขายส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับบริษัทสูง พนักงานขายเห็นด้วยอย่างยิ่งว่าการที่มีพนักงานส่วนใหญ่เป็นคนในพื้นที่จะทำให้ขายสินค้าได้ง่ายขึ้น การสาธิตการใช้สินค้าทำให้ลูกค้ามองเห็นประโยชน์ใช้สอย อันนำไปสู่ความต้องการซื้อสินค้า และการเข้าเยี่ยมลูกค้าบ่อย ๆ ทำให้ทราบถึงความต้องการใช้สินค้า และเกิดการซื้อสินค้าอย่างต่อเนื่อง พนักงานขายเห็นด้วยว่าการเสนอของแถมแก่ลูกค้าเป็นอีกวิธีหนึ่งในการจูงใจให้ลูกค้าซื้อสินค้า พนักงานขายที่มีเพศแตกต่างกันมีความสำเร็จในอาชีพการขาย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พนักงานขายที่มีอายุแตกต่างกันมีความสำเร็จในอาชีพการขาย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 พนักงานขายที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความสำเร็จในอาชีพ

การขายไม่แตกต่างกัน และพนักงานขายที่มีระยะเวลาทำงานแตกต่างกันมีความสำเร็จในอาชีพการ
ขายแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สมคิด ภิมย์ 2546. ได้ศึกษาโครงสร้างและการดำเนินการในระบบขายตรงหลายชั้น
กรณีศึกษาบริษัทแอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ผลการศึกษาพบว่า บริษัทแอมเวย์ (ประเทศไทย)
จำกัด เป็นบริษัทที่มีแผนการตลาดขายตรงแบบหลายชั้นที่ทำให้ผลตอบแทนแก่ตัวแทนจำหน่าย
ตามผลงานที่ทำได้ เป็นตามลำดับขั้น นอกจากนั้นยังให้ผลประโยชน์ที่ยั่งยืนในอนาคต มีความ
มั่นคง มีตัวแทนจำหน่ายที่มาจากหลายอาชีพครอบคลุมกลุ่มผู้บริโภคในหลายระดับและมีข้อ
ได้เปรียบกว่าบริษัทอื่น ๆ คือ ผลลัพธ์ที่หลากหลายตรงกับความต้องการใช้ในชีวิตประจำวันของ
ผู้บริโภค แต่จุดอ่อนของบริษัทได้แก่ การที่บริษัทมีอัตราการเจริญเติบโตในระดับสูง อาจทำให้การ
บริหารจัดการไม่ทั่วถึง ทำให้เกิดช่องว่างให้บริษัทคู่แข่งในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้นเข้ามา
แทรกแซงได้

บทที่ 3

วิธีดำเนินการศึกษาวิจัย

การศึกษาเรื่อง “นโยบายภาครัฐที่มีต่อการสนับสนุนและกำกับดูแลต่อธุรกิจขายตรงในประเทศไทย” เป็นการศึกษาโดยการค้นคว้าข้อมูลจากเอกสาร วารสาร และผลการวิจัยต่าง ๆ เพื่อศึกษาถึงผลกระทบที่เกิดจากนโยบายของภาครัฐในการสนับสนุนและการกำกับดูแลเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจแบบตรงที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจและส่งผลต่อผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าหรือบริการผ่านระบบการขายตรง โดยมีวิธีในการดำเนินการวิจัยดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย แบ่งเป็น 2 กลุ่มดังนี้

1. กลุ่มตัวแทนจำหน่ายหรือตัวแทนจำหน่ายอิสระสินค้าประเภทธุรกิจขายตรง จำนวนทั้งสิ้น 100 คน
2. กลุ่มผู้บริโภคคนสุดท้าย (ลูกค้า) ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล จำนวนทั้งสิ้น 400 คน

วิธีในการสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่าง แบ่งเป็น 2 กลุ่มดังนี้

1. กลุ่มผู้ประกอบการที่ประกอบธุรกิจขายตรง ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล จำนวน 100 คน โดยสัมภาษณ์ผ่านแบบสอบถาม ซึ่งประกอบไปด้วยตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ ที่ประกอบธุรกิจขายตรงของบริษัทผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงที่ดำเนินธุรกิจในประเทศไทย
2. กลุ่มผู้บริโภคคนสุดท้าย ซึ่งเป็นผู้มีประสบการณ์ในการซื้อสินค้าหรือบริการผ่านระบบการขายตรง ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครทั้ง 50 เขต เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) โดยอันดับแรก แบ่งกลุ่มตัวอย่างออกตามเขตพื้นที่ โดยเลือกเฉพาะในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ทั้ง 50 เขต จากนั้นใช้วิธีการสุ่มตามโควต้า โดยตามเขต ๆ ละ 8 คน หลังจากนั้นก็สุ่มตามความสะดวก เพื่อให้ได้จำนวนครบตามที่กำหนด นั่นคือ 400 คน

การสร้างและตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย

1 สร้างแบบสอบถาม โดยข้อมูลที่มีในแบบสอบถาม ต้องเป็นคำถามที่เหมาะสม และไม่ละเมิดสิทธิส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม การใช้คำที่ถูกต้องทั้งด้านของภาษาและกาลเทศะ

ซึ่งเป็นการช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามด้วย แล้วนำไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณา พร้อมทั้งปรับปรุงแก้ไขให้แบบสอบถามชัดเจน และครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้

2 **ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ** โดยนำแบบสอบถามที่ผ่านการพิจารณาของอาจารย์ที่ปรึกษา ไปทำการทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ กับกลุ่มตัวอย่างบางส่วน จำนวน 30 ชุด เพื่อศึกษาว่ากลุ่มตัวอย่างสามารถตอบแบบสอบถามได้หรือไม่ ไม่เข้าใจหรือมีปัญหาอะไรบ้าง เพื่อจะได้นำมาปรับปรุงแก้ไขต่อไป

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบไปด้วยแบบสอบถาม 2 กลุ่มใหญ่ ๆ ได้แก่

1. แบบสอบถามเรื่อง นโยบายภาครัฐที่มีต่อการสนับสนุนและกำกับดูแลต่อธุรกิจขายตรงในประเทศไทย (กรณีศึกษา ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ)

ประกอบด้วยคำถาม 2 ส่วนด้วยกัน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ย สถานภาพ อาชีพ ระยะเวลาในการประกอบอาชีพธุรกิจขายตรง ประเภทของสินค้าที่เป็นตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ เหตุจูงใจในการประกอบอาชีพ และความรู้เกี่ยวกับหน้าที่ของคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นที่มีต่อพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง ที่มีต่อการดำเนินธุรกิจขายตรง โดยลักษณะคำถามเป็นแบบสอบถามเพื่อวัดระดับความคิดเห็น โดยแบ่งเป็น 11 ระดับ ได้แก่

5 หมายถึง ส่งผลดีมากที่สุด	-5 หมายถึง ส่งผลเสียต่อท่านมากที่สุด
4 หมายถึง ส่งผลดีมาก	-4 หมายถึง ส่งผลเสียต่อท่านมาก
3 หมายถึง ส่งผลดีปานกลาง	-3 หมายถึง ส่งผลเสียปานกลาง
2 หมายถึง ส่งผลดีน้อย	-2 หมายถึง ส่งผลเสียน้อย
1 หมายถึง ส่งผลดีน้อยที่สุด	-1 หมายถึง ส่งผลเสียน้อยที่สุด
0 หมายถึง ไม่ส่งผลใด ๆ ในการดำเนินธุรกิจ	

2. แบบสอบถามเรื่อง นโยบายภาครัฐที่มีต่อการสนับสนุนและกำกับดูแลต่อธุรกิจขายตรงในประเทศไทย (กรณีศึกษา ผู้บริโภค)

ประกอบด้วยคำถาม 3 ส่วนด้วยกัน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ย สถานภาพ อาชีพ

ส่วนที่ 2 ความรู้เกี่ยวกับสิทธิและการคุ้มครองผู้บริโภค (แยกตัวแปรตาม พรบ.)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการซื้อสินค้าหรือบริการผ่านระบบการขาย ตรงของผู้บริโภค

วิธีการรวบรวมข้อมูล

1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data): ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างในแบบสอบถาม จากทั้ง 2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ จำนวน 100 ชุด โดยเป็นผู้จดทะเบียนกับบริษัทที่ประกอบธุรกิจขายตรงเท่านั้น และกลุ่มผู้บริโภค จำนวน 400 ชุด ที่อาศัยในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data): ศึกษาข้อมูล จาก กฎหมาย ระเบียบข้อบังคับจาก หน่วยงานต่าง ๆ บทความในหนังสือ รายงานวิจัย และข่าวสารทางอินเทอร์เน็ต เพื่อหาข้อมูลที่มีความเกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์ในการทำวิจัย

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1 วิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ในการวิจัยครั้งนี้กำหนดมาตราวัดตัวแปรดังนี้

- **แบบนามบัญญัติ(Nominal)** โดยประเภทของสถิติที่ใช้ คือ ใช้ค่าความถี่ (ความถี่ Table) สัดส่วนหรือร้อยละ (Percentage)
- **แบบอันตรภาค (Interval)** โดยประเภทของสถิติที่ใช้ คือ ค่าเฉลี่ยเลขร้อยละ (Arithmetic Mean)

2 วิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน ในการวิจัยครั้งนี้ใช้การทดสอบสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และยอมให้มีความคลาดเคลื่อนได้เพียง 5% โดยใช้

- **สถิตินอนพารามตริก(Nonparametric Statistics)** โดยประเภทของสถิติที่ใช้ คือ การทดสอบค่า Regression Analysis เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปร
- **สถิติพารามตริก(Parametric Statistics)** โดยประเภทของสถิติที่ใช้ คือ การทดสอบแบบ Correlation เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของตัวแปร

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลเกี่ยวกับการสัมภาษณ์ผ่านแบบสอบถามให้แก่ นักธุรกิจแอมเวย์ และกลุ่มผู้บริโภค โดยทำการวิเคราะห์ผ่านการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ที่เรียกว่า โปรแกรม SPSS/PC โดยตัวแปรต่างๆ จะมีรหัส เพื่อเปลี่ยนสถานะของข้อมูล ให้อยู่ในรูปของตัวเลข เพื่อจะได้ง่ายใน

การนำมาวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่เกี่ยวข้อง
ตามสมมุติฐานที่ได้ตั้งไว้

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

จากการศึกษา นโยบายภาครัฐที่มีต่อการสนับสนุนและกำกับดูแลต่อธุรกิจขายตรงในประเทศไทย โดยใช้การวิจัยผ่านแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ ๆ ด้วยกัน ได้แก่ การสอบถามถึงนโยบายภาครัฐที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระจำนวน 100 ชุด และการสอบถามถึงนโยบายภาครัฐที่มีต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านระบบการขายตรงของผู้บริโภค จำนวน 400 ชุด ได้ผลการวิจัยดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. นโยบายภาครัฐที่มีต่อการสนับสนุนและกำกับดูแลต่อธุรกิจขายตรงในประเทศไทย (กรณีศึกษา ตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระ)

จากการศึกษาถึง นโยบายภาครัฐที่มีต่อการสนับสนุนและกำกับดูแลต่อธุรกิจขายตรงในประเทศไทย เพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวน เป็นสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล

2. นโยบายภาครัฐที่มีต่อการสนับสนุนและกำกับดูแลต่อธุรกิจขายตรงในประเทศไทย (กรณีศึกษา ผู้บริโภค)

จากการศึกษาถึง นโยบายภาครัฐที่มีต่อการสนับสนุนและกำกับดูแลต่อธุรกิจขายตรงในประเทศไทย เพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้น เป็นสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล

นโยบายภาครัฐที่มีต่อการสนับสนุนและกำกับดูแลต่อธุรกิจขายตรงในประเทศไทย (กรณีศึกษา
ตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระ)

การวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างเกี่ยวกับพระราชบัญญัติขายในมาตราต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อการค้าขายของตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระ โดยใช้ค่าความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของประชากร ได้ผลการวิจัยดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างเกี่ยวกับผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง จำแนกตามเพศ

พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบ ตรง	ชาย		หญิง		ค่า t	Sig
	Mean	SD	Mean	SD		
1. ตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระต้องแสดงบัตรประชาชน และบัตรประจำตัวผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงทุกครั้ง (มาตรา 26)	9.8125	1.40132	9.6471	1.64602	.491	.625
2. ผู้บริโภคมีสิทธิยกเลิกสัญญาการขายหากไม่พอใจในสินค้าหรือบริการ ภายใน 7 วัน นับตั้งแต่ได้รับสินค้าหรือบริการ (มาตรา 33)	9.9063	1.53159	9.6618	1.34509	.811	.420
3. หากผู้บริโภคบอกเลิกสัญญาแล้วตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่คืนเงินให้ผู้บริโภค เมื่อครบ 15 วัน ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระต้องเสียค่าปรับให้แก่ผู้บริโภค (มาตรา 36)	9.8438	1.37041	9.1912	1.47878	2.106	.038 *
4. เมื่อผู้บริโภคแจ้งยกเลิกสัญญาแล้วต้องส่งคืนสินค้าหรือเก็บรักษาไว้สินค้านั้นไว้ไม่เกิน 21 วัน หากไม่เกิน 21 วัน ผู้ขายยังไม่มารับสินค้า ผู้บริโภคจะเก็บไว้หรือทิ้งก็ได้ (มาตรา 34)	9.3438	1.63844	8.6618	1.67163	1.915	.058

พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบ ตรง	ชาย		หญิง		ค่า t	Sig
	Mean	SD	Mean	SD		
5. เมื่อผู้บริโภคนั้นยกเลิกสัญญาแล้วแต่ ทำให้สินค้านั้นบอบสลายหรือเสียหาย ผู้บริโภคนั้นต้องชดเชยค่าเสียหายให้แก่ ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ	9.0625	1.60518	9.1970	1.66613	-.379	.705
6. ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงต้องไม่บังคับผู้ จำหน่ายอิสระซื้อสินค้า (มาตรา 21)	9.7500	1.83162	9.9254	1.50064	-.506	.614
7. ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงต้องไม่โน้มน้าว หรือชักจูงให้ผู้จำหน่ายอิสระซื้อ สินค้ามากเกินไปจนความจำเป็น (มาตรา 21)	9.6250	1.53979	9.4925	1.60844	.388	.699
8. ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงสามารถเก็บค่า สมัคร ค่าฝึกอบรม และค่าวัสดุอุปกรณ์ การส่งเสริมการขายหรือค่าธรรมเนียม อื่น ๆ แก่ผู้จำหน่ายอิสระ (มาตรา 22)	8.4194	1.82161	9.1493	1.59786	-2.011	.047 *
9. ผู้จำหน่ายอิสระมีสิทธิคืนสินค้า วัสดุ การส่งเสริมการขาย ที่ซื้อจากผู้ประกอบ ธุรกิจขายตรงภายใน 15 วันนับจากวันที่ แจ้งอย่างเป็นทางการแก่ผู้ประกอบการ ธุรกิจขายตรง (มาตรา 25)	9.5000	1.41421	9.4627	1.35208	.127	.900
10. ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง/บริษัทที่ทำ ธุรกิจขายตรง เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติ บุคคลก็ได้ (มาตรา 20)	9.0625	1.77687	9.4627	1.57949	-1.132	.260
11. การเข้าไปเสนอขายสินค้าให้กับ ผู้บริโภค ต้องเสนอขายที่บ้าน หรือที่ ทำงานของผู้บริโภค โดยต้องได้รับคำ ยินยอมจากผู้บริโภคเท่านั้น (มาตรา 26)	9.1563	1.77999	9.3284	1.64582	-.474	.637

พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบ ตรง	ชาย		หญิง		ค่า t	Sig
	Mean	SD	Mean	SD		
12. ในการทำสัญญาระหว่างตัวแทนขาย หรือผู้จำหน่ายอิสระกับผู้บริโภค ต้องมี ข้อความเป็นภาษาไทยอย่างชัดเจน เกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคในการเลิก สัญญา (มาตรา 51)	9.6250	1.60141	9.8529	1.47885	-.700	.486
13. การรับประกันสินค้าต้องระบุเป็น ภาษาไทยที่เข้าใจง่ายและชัดเจน (มาตรา 37)	9.781	1.6604	9.941	1.4130	-.499	.619
14. การจ่ายค่าตอบแทนให้แก่ตัวแทนขาย หรือผู้จำหน่ายอิสระ ต้อง ไม่ใช่ การจ่าย ค่าตอบแทนที่มาจาก การแนะนำบุคคลอื่น ให้มาสมัครเข้าร่วมเป็นเครือข่ายกับ ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระนั้น ๆ (มาตรา 21)	9.5938	1.64335	9.5735	1.61445	.058	.954
15. ผลตอบแทนที่ตัวแทนขายหรือผู้ จำหน่ายอิสระได้รับต้องมาจากการขาย สินค้าหรือบริการหรือการซื้อสินค้าหรือ บริการเพื่อใช้เองเท่านั้น (มาตรา 21)	9.3750	1.75518	9.4265	1.50934	-.151	.880
16. ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง/บริษัทผู้ทำ ธุรกิจขายตรงต้องแสดงวิธีคิดคำนวณการ จ่ายค่าตอบแทนที่ตรงกับความเป็นจริง เปิดเผยและชัดเจน (มาตรา 21)	9.8125	1.73089	9.8382	1.44150	-.078	.938
17. รัฐได้แต่งตั้ง คณะกรรมการขายตรง และตลาดแบบตรง เพื่อมีอำนาจหน้าที่ใน การกำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจขาย ตรง (มาตรา 13(3))	9.8125	1.73089	9.8382	1.44150	-.078	.938

พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบ ตรง	ชาย		หญิง		ค่า t	Sig
	Mean	SD	Mean	SD		
18. หากผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงไม่มาตามคำสั่งคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงเพื่ออธิบายเกี่ยวกับหลักฐานที่ใช้พิจารณาในการทำผิด มีโทษจำคุกไม่เกิน 1 เดือนหรือปรับไม่เกิน 10,000 บาทหรือทั้งจำทั้งปรับ (มาตรา 45)	8.7500	1.84915	9.1029	1.63122	-9.67	.336
19. หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ได้รับอนุญาตจากผู้บริโภคให้เข้าไปเสนอขายสินค้าหรือบริการที่บ้านหรือที่ทำงาน ซึ่งทำให้ผู้บริโภคเกิดความรำคาญ มีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท (มาตรา 51)	9.0313	1.76862	8.6324	1.57314	1.136	.259
20. หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้ผู้บริโภค มีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท (มาตรา 51)	9.0625	1.62516	8.6765	1.67903	1.083	.281
21. หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้ผู้บริโภค โดยระบุสิทธิหรือการรับประกันสินค้าอย่างชัดเจน มีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท (มาตรา 51)	8.9688	1.82252	9.1471	1.60470	-4.96	.621
22. หากผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง/บริษัทขายตรง ไม่แจ้งการเปลี่ยนแปลงแผนการจ่ายค่าตอบแทนให้แก่นายทะเบียนของรัฐได้ทราบ มีโทษปรับไม่เกิน 300,000 บาท (มาตรา 52)	8.1563	2.97418	7.5882	3.26096	.835	.406

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศต่างกัน จะได้รับผลจากพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรงแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ในเรื่องดังต่อไปนี้

3. หากผู้บริโภคบอกเลิกสัญญาแล้ว ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่คืนเงินให้ผู้บริโภคเมื่อครบ 15 วัน ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระต้องเสียค่าปรับให้แก่ผู้บริโภค (มาตรา 36) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.038

8. ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงสามารถเก็บค่าสมัคร ค่าฝึกอบรม และค่าวัสดุอุปกรณ์การส่งเสริมการขายหรือค่าธรรมเนียม อื่น ๆ แก่ผู้จำหน่ายอิสระ (มาตรา 22) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.047

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศต่างกันจะได้รับผลจากพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง ส่วนใหญ่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ในเรื่องดังต่อไปนี้

1. ตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระต้องแสดงบัตรประชาชน และบัตรประจำตัวผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงทุกครั้ง (มาตรา 26) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.625

2. ผู้บริโภคมีสิทธิยกเลิกสัญญาการขายหากไม่พอใจในสินค้าหรือบริการ ภายใน 7 วันนับตั้งแต่ได้รับสินค้าหรือบริการ (มาตรา 33) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.420

4. เมื่อผู้บริโภคแจ้งยกเลิกสัญญาแล้วต้องส่งคืนสินค้าหรือเก็บรักษาไว้สินค้านั้นไว้ไม่เกิน 21 วัน หากไม่เกิน 21 วัน ผู้ขายยังไม่มารับสินค้า ผู้บริโภคจะเก็บไว้หรือทิ้งก็ได้ (มาตรา 34) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.058

5. เมื่อผู้บริโภคแจ้งยกเลิกสัญญาแล้วแต่ทำให้สินค้านั้นบุบสลายหรือเสียหาย ผู้บริโภคต้องชดเชยค่าเสียหายให้แก่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.705

6. ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงต้องไม่บังคับผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้า (มาตรา 21) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.614

7. ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงต้องไม่โน้มน้าวหรือชักจูงให้ผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้ามากเกินไป (มาตรา 21) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.699

9. ผู้จำหน่ายอิสระมีสิทธิคืนสินค้า วัสดุการส่งเสริมการขาย ที่ซื้อจากผู้ประกอบธุรกิจขายตรงภายใน 15 วันนับจากวันที่แจ้งอย่างเป็นทางการแก่ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง (มาตรา 25) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.900

10. ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง/บริษัทที่ทำธุรกิจขายตรง เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลก็ได้ (มาตรา 20) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.260

11. การเข้าไปเสนอขายสินค้าให้กับผู้บริโภค ต้องเสนอขายที่บ้าน หรือที่ทำงานของผู้บริโภค โดยต้องได้รับคำยินยอมจากผู้บริโภคเท่านั้น (มาตรา 26) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.637

12. ในการทำสัญญาระหว่างตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระกับผู้บริโภค ต้องมีข้อความ เป็นภาษาไทยอย่างชัดเจนเกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคในการเลิกสัญญา (มาตรา 51) ซึ่งมีระดับ นัยสำคัญ เท่ากับ 0.486
13. การรับประกันสินค้าต้องระบุเป็นภาษาไทยที่เข้าใจง่ายและชัดเจน (มาตรา 37) ระดับ นัยสำคัญ เท่ากับ 0.619
14. การจ่ายค่าตอบแทนให้แก่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ ต้องไม่ใช่การจ่าย ค่าตอบแทนที่มาจาก การแนะนำบุคคลอื่นให้มาสมัครเข้าร่วมเป็นเครือข่ายกับตัวแทนขายหรือผู้ จำหน่ายอิสระนั้น ๆ (มาตรา 21) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.954
15. ผลตอบแทนที่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระได้รับต้องมาจากการขายสินค้าหรือ บริการหรือการซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อใช้เองเท่านั้น (มาตรา 21) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.880
16. ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง/บริษัทผู้ทำธุรกิจขายตรงต้องแสดงวิธีคิดคำนวณการจ่าย ค่าตอบแทนที่ตรงกับความเป็นจริง เปิดเผยและชัดเจน (มาตรา 21) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.938
17. รัฐได้แต่งตั้ง คณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง เพื่อมีอำนาจหน้าที่ในการกำกับ ดูแลผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง (มาตรา 13(3)) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.938
18. หากผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงไม่มาตามคำสั่งคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง เพื่ออธิบายเกี่ยวกับหลักฐานที่ใช้พิจารณาในการทำผิด มีโทษจำคุกไม่เกิน 1 เดือนหรือปรับไม่เกิน 10,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ (มาตรา 45) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.336
19. หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ได้รับอนุญาตจากผู้บริโภคให้เข้าไปเสนอขาย สินค้าหรือบริการที่บ้านหรือที่ทำงาน ซึ่งทำให้ผู้บริโภคเกิดความรำคาญมีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท (มาตรา 51) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.259
20. หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้ผู้บริโภค มีโทษปรับ ไม่เกิน 30,000 บาท (มาตรา 51) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.281
21. หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้ผู้บริโภค โดยระบุ สิทธิหรือการรับประกันสินค้าอย่างชัดเจน มีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท (มาตรา 51) ซึ่งมีระดับ นัยสำคัญ เท่ากับ 0.621
22. หากผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง/บริษัทขายตรง ไม่แจ้งการเปลี่ยนแปลงแผนการจ่าย ค่าตอบแทนให้แก่นายทะเบียนของรัฐได้ทราบ มีโทษปรับไม่เกิน 300,000 บาท (มาตรา 52) ซึ่งมี ระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.938

สรุปจากตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศต่างกันจะได้รับผลจากพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง ส่วนใหญ่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์หาค่าความแปรปรวนของผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง จำแนกตามอายุ

พระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง		Mean	SD	SS	df	MS	ค่า F	Sig
1. ตัวแทนขายตรงหรือผู้ จำหน่ายอิสระต้องแสดง บัตรประชาชน และบัตร ประจำตัวผู้จำหน่าย อิสระหรือตัวแทนขาย ตรงทุกครั้ง (มาตรา 26)	ต่ำกว่า 20 ปี	6.0000	.					
	21-30 ปี	9.5641	1.46530					
	31-40 ปี	9.8667	1.65968					
	41-50 ปี	9.6154	1.32530					
	มากกว่า 50 ปี	11.0000	.00000					
	รวม	9.7000	1.56670					
	ระหว่างกลุ่ม			19.133	4	4.783	2.030	.096
	ภายในกลุ่ม			223.867	95	2.356		
รวม			243.000	99				
2. ผู้บริโภคมีสิทธิยกเลิก สัญญาการขายหากไม่ พอใจในสินค้าหรือ บริการ ภายใน 7 วัน นับตั้งแต่ได้รับสินค้า หรือบริการ (มาตรา 33)	ต่ำกว่า 20 ปี	11.0000	.					
	21-30 ปี	9.4103	1.51689					
	31-40 ปี	9.9778	1.21522					
	41-50 ปี	9.9231	1.60528					
	มากกว่า 50 ปี	9.0000	1.41421					
	รวม	9.7400	1.40432					
	ระหว่างกลุ่ม			9.903	4	2.476	1.269	.288
	ภายในกลุ่ม			185.337	95	1.951		
รวม			195.240	99				
3. หากผู้บริโภคบอกเลิก สัญญาแล้ว ตัวแทนขาย หรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ คืนเงินให้ผู้บริโภค เมื่อ ครบ 15 วัน ตัวแทนขาย หรือผู้จำหน่ายอิสระต้อง เสียค่าปรับให้แก่ ผู้บริโภค (มาตรา 36)	ต่ำกว่า 20 ปี	11.0000	.					
	21-30 ปี	9.1282	1.48996					
	31-40 ปี	9.6222	1.46612					
	41-50 ปี	9.4615	1.45002					
	มากกว่า 50 ปี	8.5000	.70711					
	รวม	9.4000	1.47024					
	ระหว่างกลุ่ม			9.332	4	2.333	1.083	.369
	ภายในกลุ่ม			204.668	95	2.154		
รวม			214.000	99				

พระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง		Mean	SD	SS	df	MS	ค่า F	Sig
4. เมื่อผู้บริโภคแจ้ง ยกเลิกสัญญาแล้วต้อง ส่งคืนสินค้าหรือเก็บ รักษาไว้สินค้านั้นไว้ไม่ เกิน 21 วัน หากไม่เกิน 21 วัน ผู้ขายยังไม่มารับ สินค้า ผู้บริโภคจะเก็บไว้ หรือทิ้งก็ได้ (มาตรา 34)	ต่ำกว่า 20 ปี	6.0000	.					
	21-30 ปี	8.7436	1.60128					
	31-40 ปี	9.1556	1.70501					
	41-50 ปี	8.6923	1.79743					
	มากกว่า 50 ปี	8.0000	1.41421					
	รวม	8.8800	1.68343					
	ระหว่างกลุ่ม			14.444	4	3.611	1.289	.280
	ภายในกลุ่ม			266.116	95	2.801		
	รวม			280.560	99			
5. เมื่อผู้บริโภคแจ้ง ยกเลิกสัญญาแล้วแต่ทำ ให้สินค้านั้นบุบสลาย หรือเสียหาย ผู้บริโภค ต้องชดเชยค่าเสียหาย ให้แก่ตัวแทนขายหรือผู้ จำหน่ายอิสระ	ต่ำกว่า 20 ปี	7.0000	.					
	21-30 ปี	9.3158	1.56145					
	31-40 ปี	9.3182	1.65336					
	41-50 ปี	8.2308	1.69085					
	มากกว่า 50 ปี	9.5000	.70711					
	รวม	9.1531	1.63941					
	ระหว่างกลุ่ม			18.140	4	4.535	1.739	.148
	ภายในกลุ่ม			242.564	93	2.608		
	รวม			260.704	97			
6. ผู้ประกอบธุรกิจขาย ตรงต้องไม่บังคับผู้ จำหน่ายอิสระซื้อสินค้า (มาตรา 21)	ต่ำกว่า 20 ปี	11.0000	.					
	21-30 ปี	9.8947	1.55597					
	31-40 ปี	9.7333	1.76326					
	41-50 ปี	10.1538	1.34450					
	มากกว่า 50 ปี	10.0000	1.41421					
	รวม	9.8687	1.60768					
	ระหว่างกลุ่ม			3.222	4	.805	.303	.875
	ภายในกลุ่ม			250.071	94	2.660		
	รวม			253.293	98			

พระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง		Mean	SD	SS	df	MS	ค่า F	Sig
7. ผู้ประกอบธุรกิจขาย ตรงต้องไม่โน้มน้าวหรือ ชักจูงให้ผู้จำหน่ายอิสระ ซื้อสินค้ามากเกินไปจนความ จำเป็น (มาตรา 21)	ต่ำกว่า 20 ปี	11.0000	.					
	21-30 ปี	9.2895	1.65885					
	31-40 ปี	9.5556	1.65907					
	41-50 ปี	10.0769	1.03775					
	มากกว่า 50 ปี	9.5000	.70711					
	รวม	9.5354	1.57993					
	ระหว่างกลุ่ม			8.276	4	2.069	.823	.514
	ภายในกลุ่ม			236.350	94	2.514		
	รวม			244.626	98			
8. ผู้ประกอบธุรกิจขาย ตรงสามารถเก็บค่าสมัคร ค่าฝึกอบรม และค่าวัสดุ อุปกรณ์การส่งเสริมการ ขายหรือค่าธรรมเนียม อื่น ๆ แก่ผู้จำหน่ายอิสระ (มาตรา 22)	ต่ำกว่า 20 ปี	7.0000	.					
	21-30 ปี	8.6842	1.74147					
	31-40 ปี	9.2045	1.71965					
	41-50 ปี	8.8462	1.46322					
	มากกว่า 50 ปี	8.5000	2.12132					
	รวม	8.9184	1.69702					
	ระหว่างกลุ่ม			9.785	4	2.446	.844	.501
	ภายในกลุ่ม			269.562	93	2.899		
	รวม			279.347	97			
9. ผู้จำหน่ายอิสระมีสิทธิ คืนสินค้า วัสดุการ ส่งเสริมการขาย ที่ซื้อจาก ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง ภายใน 15 วันนับจาก วันที่แจ้งอย่างเป็นทางการ แก่ผู้ประกอบการ ธุรกิจขายตรง (มาตรา 25)	ต่ำกว่า 20 ปี	11.0000	.					
	21-30 ปี	9.3158	1.27566					
	31-40 ปี	9.6222	1.36995					
	41-50 ปี	9.3077	1.70219					
	มากกว่า 50 ปี	9.5000	.70711					
	รวม	9.4747	1.36534					
	ระหว่างกลุ่ม			4.629	4	1.157	.611	.656
	ภายในกลุ่ม			178.058	94	1.894		
	รวม			182.687	98			

พระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง		Mean	SD	SS	df	MS	ค่า F	Sig
10. ผู้ประกอบธุรกิจขาย ตรง/บริษัทที่ทำธุรกิจขาย ตรง เป็นบุคคลธรรมดา หรือนิติบุคคลก็ได้ (มาตรา 20)	ต่ำกว่า 20 ปี	6.0000	.					
	21-30 ปี	9.1579	1.53388					
	31-40 ปี	9.3556	1.77297					
	41-50 ปี	10.2308	1.01274					
	มากกว่า 50 ปี	8.0000	1.41421					
	รวม	9.3333	1.64751					
	ระหว่างกลุ่ม			26.329	4	6.582	2.582	.042 *
	ภายในกลุ่ม			239.671	94	2.550		
	รวม			266.000	98			
11. การเข้าไปเสนอขาย สินค้าให้กับผู้บริโภค ต้องเสนอขายที่บ้าน หรือ ที่ทำงานของผู้บริโภค โดยต้องได้รับคำยินยอม จากผู้บริโภคเท่านั้น (มาตรา 26)	ต่ำกว่า 20 ปี	6.0000	.					
	21-30 ปี	9.2368	1.68353					
	31-40 ปี	9.2222	1.75666					
	41-50 ปี	9.9231	1.25576					
	มากกว่า 50 ปี	8.5000	.70711					
	รวม	9.2727	1.68316					
	ระหว่างกลุ่ม			17.567	4	4.392	1.587	.184
	ภายในกลุ่ม			260.069	94	2.767		
	รวม			277.636	98			
12. ในการทำสัญญา ระหว่างตัวแทนขายหรือ ผู้จำหน่ายอิสระกับ ผู้บริโภค ต้องมีข้อความ เป็นภาษาไทยอย่าง ชัดเจนเกี่ยวกับสิทธิของ ผู้บริโภคในการเลิก สัญญา (มาตรา 51)	ต่ำกว่า 20 ปี	11.0000	.					
	21-30 ปี	9.8462	1.36764					
	31-40 ปี	9.6667	1.70561					
	41-50 ปี	9.7692	1.42325					
	มากกว่า 50 ปี	10.5000	.70711					
	รวม	9.7800	1.51478					
	ระหว่างกลุ่ม			3.275	4	.819	.347	.845
	ภายในกลุ่ม			223.885	95	2.357		
	รวม			227.160	99			

พระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง		Mean	SD	SS	df	MS	ค่า F	Sig
13. การรับประกันสินค้า ต้องระบุเป็นภาษาไทยที่ เข้าใจง่ายและชัดเจน (มาตรา 37)	ต่ำกว่า 20 ปี	11.000	.					
	21-30 ปี	9.897	1.4104					
	31-40 ปี	9.778	1.5795					
	41-50 ปี	10.154	1.5730					
	มากกว่า 50 ปี	10.000	1.4142					
	รวม	9.890	1.4900					
	ระหว่างกลุ่ม			2.730	4	.683	.299	.878
	ภายในกลุ่ม			217.060	95	2.285		
	รวม			219.790	99			
14. การจ่ายค่าตอบแทน ให้แก่ตัวแทนขายหรือผู้ จำหน่ายอิสระ ต้อง ไม่ใช่ การจ่ายค่าตอบแทนที่มา จากการแนะนำบุคคลอื่น ให้มาสมัครเข้าร่วมเป็น เครือข่ายกับตัวแทนขาย หรือผู้จำหน่ายอิสระนั้น ๆ (มาตรา 21)	ต่ำกว่า 20 ปี	11.0000	.					
	21-30 ปี	9.6923	1.34074					
	31-40 ปี	9.4667	1.85374					
	41-50 ปี	9.4615	1.66410					
	มากกว่า 50 ปี	10.0000	1.41421					
	รวม	9.5800	1.61546					
	ระหว่างกลุ่ม			3.622	4	.905	.338	.852
	ภายในกลุ่ม			254.738	95	2.681		
	รวม			258.360	99			
15. ผลตอบแทนที่ ตัวแทนขายหรือผู้ จำหน่ายอิสระได้รับต้อง มาจากการขายสินค้าหรือ บริการหรือการซื้อสินค้า หรือบริการเพื่อใช้เอง เท่านั้น (มาตรา 21)	ต่ำกว่า 20 ปี	11.0000	.					
	21-30 ปี	9.5385	1.42987					
	31-40 ปี	9.2667	1.75032					
	41-50 ปี	9.3846	1.50214					
	มากกว่า 50 ปี	9.5000	2.12132					
	รวม	9.4100	1.58334					
	ระหว่างกลุ่ม			4.121	4	1.030	.401	.808
	ภายในกลุ่ม			244.069	95	2.569		
	รวม			248.190	99			

พระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง		Mean	SD	SS	df	MS	ค่า F	Sig
16. ผู้ประกอบธุรกิจขาย ตรง/บริษัทผู้ทำธุรกิจขาย ตรงต้องแสดงวิธีคิด คำนวณการจ่าย ค่าตอบแทนที่ตรงกับ ความเป็นจริง เปิดเผย และชัดเจน (มาตรา 21)	ต่ำกว่า 20 ปี	11.0000	.					
	21-30 ปี	9.5897	1.58476					
	31-40 ปี	10.0000	1.55212					
	41-50 ปี	9.9231	1.32045					
	มากกว่า 50 ปี	9.5000	2.12132					
	รวม	9.8300	1.53119					
	ระหว่างกลุ่ม			5.251	4	1.313	.550	.700
	ภายในกลุ่ม			226.859	95	2.388		
	รวม			232.110	99			
17. รัฐได้แต่งตั้ง คณะกรรมการขายตรง และตลาดแบบตรง เพื่อมี อำนาจหน้าที่ในการ กำกับดูแลผู้ประกอบการ ธุรกิจขายตรง (มาตรา 13(3))	ต่ำกว่า 20 ปี	11.0000	.					
	21-30 ปี	9.5897	1.58476					
	31-40 ปี	10.0000	1.55212					
	41-50 ปี	9.9231	1.32045					
	มากกว่า 50 ปี	9.5000	2.12132					
	รวม	9.8300	1.53119					
	ระหว่างกลุ่ม			5.251	4	1.313	.550	.700
	ภายในกลุ่ม			226.859	95	2.388		
	รวม			232.110	99			
18. หากผู้ประกอบธุรกิจ ขายตรงไม่มาตามคำสั่ง คณะกรรมการขายตรง และตลาดแบบตรงเพื่อ อธิบายเกี่ยวกับหลักฐาน ที่ใช้พิจารณาในการทำ ผิด มีโทษจำคุกไม่เกิน 1 เดือนหรือปรับไม่เกิน 10,000 บาท หรือทั้งจำ ทั้งปรับ (มาตรา 45)	ต่ำกว่า 20 ปี	11.0000	.					
	21-30 ปี	9.0000	1.70139					
	31-40 ปี	8.9778	1.78998					
	41-50 ปี	8.9231	1.60528					
	มากกว่า 50 ปี	8.5000	.70711					
	รวม	8.9900	1.70261					
	ระหว่างกลุ่ม			4.589	4	1.147	.386	.818
	ภายในกลุ่ม			282.401	95	2.973		
	รวม			286.990	99			

พระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง		Mean	SD	SS	df	MS	ค่า F	Sig
19. หากตัวแทนขายหรือ ผู้จำหน่ายอิสระไม่ได้รับ อนุญาตจากผู้บริโภคให้ เข้าไปเสนอขายสินค้า หรือบริการที่บ้านหรือที่ ทำงาน ซึ่งทำให้ผู้บริโภค เกิดความรำคาญมีโทษ ปรับไม่เกิน 30,000 บาท (มาตรา 51)	ต่ำกว่า 20 ปี	7.0000	.					
	21-30 ปี	8.6410	1.67783					
	31-40 ปี	8.8222	1.66909					
	41-50 ปี	9.1538	1.51911					
	มากกว่า 50 ปี	8.0000	1.41421					
	รวม	8.7600	1.63991					
	ระหว่างกลุ่ม			6.996	4	1.749	.641	.635
	ภายในกลุ่ม			259.244	95	2.729		
รวม			266.240	99				
20. หากตัวแทนขายหรือ ผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่ง เอกสารการซื้อขายให้ ผู้บริโภค มีโทษปรับไม่ เกิน 30,000 บาท (มาตรา 51)	ต่ำกว่า 20 ปี	11.0000	.					
	21-30 ปี	8.8718	1.70417					
	31-40 ปี	8.7778	1.71741					
	41-50 ปี	8.7692	1.30089					
	มากกว่า 50 ปี	7.0000	1.41421					
	รวม	8.8000	1.66363					
	ระหว่างกลุ่ม			11.556	4	2.889	1.046	.388
	ภายในกลุ่ม			262.444	95	2.763		
รวม			274.000	99				
21. หากตัวแทนขายหรือ ผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่ง เอกสารการซื้อขายให้ ผู้บริโภค โดยระบุสิทธิ หรือการรับประกันสินค้า อย่างชัดเจน มีโทษปรับ ไม่เกิน 30,000 บาท (มาตรา 51)	ต่ำกว่า 20 ปี	11.0000	.					
	21-30 ปี	9.0769	1.61220					
	31-40 ปี	9.1556	1.77041					
	41-50 ปี	8.9231	1.44115					
	มากกว่า 50 ปี	8.0000	2.82843					
	รวม	9.0900	1.67027					
	ระหว่างกลุ่ม			6.587	4	1.647	.580	.678
	ภายในกลุ่ม			269.603	95	2.838		
รวม			276.190	99				

พระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง		Mean	SD	SS	df	MS	ค่า F	Sig
22. หากผู้ประกอบการ ขายตรง/บริษัทขายตรง ไม่แจ้งการเปลี่ยนแปลง แผนการจ่ายค่าตอบแทน ให้แก่นายทะเบียนของ รัฐได้ทราบ มีโทษปรับ ไม่เกิน 300,000 บาท (มาตรา 52)	ต่ำกว่า 20 ปี	11.0000	.					
	21-30 ปี	8.1026	3.04177					
	31-40 ปี	7.4667	3.31388					
	41-50 ปี	7.4615	3.23046					
	มากกว่า 50 ปี	8.5000	3.53553					
	รวม	7.7700	3.16820					
	ระหว่างกลุ่ม			21.189	4	5.297	.517	.723
	ภายในกลุ่ม			972.521	95	10.237		
	รวม			993.710	99			

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่างกัน จะได้รับผลจากพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรงแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ในเรื่องดังต่อไปนี้

10. ผู้ประกอบการขายตรง/บริษัทที่ทำธุรกิจขายตรง เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลก็ได้ (มาตรา 20) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.042

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่างกันจะได้รับผลจากพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง ส่วนใหญ่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ในเรื่องดังต่อไปนี้

1. ตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระต้องแสดงบัตรประชาชน และบัตรประจำตัวผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงทุกครั้ง (มาตรา 26) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.096

2. ผู้บริโภคมีสิทธิยกเลิกสัญญาการขายหากไม่พอใจในสินค้าหรือบริการ ภายใน 7 วัน นับตั้งแต่ได้รับสินค้าหรือบริการ (มาตรา 33) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.288

3. หากผู้บริโภคบอกเลิกสัญญาแล้ว ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่คืนเงินให้ผู้บริโภคเมื่อครบ 15 วัน ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระต้องเสียค่าปรับให้แก่ผู้บริโภค (มาตรา 36) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.369

4. เมื่อผู้บริโภคแจ้งยกเลิกสัญญาแล้วต้องส่งคืนสินค้าหรือเก็บรักษาไว้สินค้านั้นไว้ไม่เกิน 21 วัน หากไม่เกิน 21 วัน ผู้ขายยังไม่มารับสินค้า ผู้บริโภคจะเก็บไว้หรือทิ้งก็ได้ (มาตรา 34) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.280

5. เมื่อผู้บริโภคแจ้งยกเลิกสัญญาแล้วแต่ทำให้สินค้านั้นบอบสลายหรือเสียหาย ผู้บริโภคต้องชดเชยค่าเสียหายให้แก่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.148

6. ผู้ประกอบการขายตรงต้องไม่บังคับผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้า (มาตรา 21) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.875

7. ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงต้องไม่โน้มน้าวหรือชักจูงให้ผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้ามากเกินไปเกินความจำเป็น (มาตรา 21) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.514

8. ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงสามารถเก็บค่าสมัคร ค่าฝึกอบรม และค่าวัสดุอุปกรณ์การส่งเสริมการขายหรือค่าธรรมเนียม อื่น ๆ แก่ผู้จำหน่ายอิสระ (มาตรา 22) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.501

9. ผู้จำหน่ายอิสระมีสิทธิคืนสินค้า วัสดุการส่งเสริมการขาย ที่ซื้อจากผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงภายใน 15 วันนับจากวันที่แจ้งอย่างเป็นทางการแก่ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง (มาตรา 25) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.656

11. การเข้าไปเสนอขายสินค้าให้กับผู้บริโภค ต้องเสนอขายที่บ้าน หรือที่ทำงานของผู้บริโภค โดยต้องได้รับคำยินยอมจากผู้บริโภคเท่านั้น (มาตรา 26) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.184

12. ในการทำสัญญาระหว่างตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระกับผู้บริโภค ต้องมีข้อความเป็นภาษาไทยอย่างชัดเจนเกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคในการเลิกสัญญา (มาตรา 51) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.845

13. การรับประกันสินค้าต้องระบุเป็นภาษาไทยที่เข้าใจง่ายและชัดเจน (มาตรา 37) ระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.878

14. การจ่ายค่าตอบแทนให้แก่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ ต้องไม่ใช่การจ่ายค่าตอบแทนที่มาจากคำแนะนำบุคคลอื่นให้มาสมัครเข้าร่วมเป็นเครือข่ายกับตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระนั้น ๆ (มาตรา 21) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.852

15. ผลตอบแทนที่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระได้รับต้องมาจากการขายสินค้าหรือบริการหรือการซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อใช้เองเท่านั้น (มาตรา 21) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.808

16. ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง/บริษัทผู้ทำธุรกิจขายตรงต้องแสดงวิธีคิดคำนวณการจ่ายค่าตอบแทนที่ตรงกับความเป็นจริง เปิดเผยและชัดเจน (มาตรา 21) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.700

17. รัฐได้แต่งตั้ง คณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง เพื่อมีอำนาจหน้าที่ในการกำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง (มาตรา 13(3)) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.700

18. หากผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงไม่มาตามคำสั่งคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงเพื่ออธิบายเกี่ยวกับหลักฐานที่ใช้พิจารณาในการทำผิด มีโทษจำคุกไม่เกิน 1 เดือนหรือปรับไม่เกิน 10,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ (มาตรา 45) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.818

19. หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ได้รับอนุญาตจากผู้บริโภคให้เข้าไปเสนอขายสินค้าหรือบริการที่บ้านหรือที่ทำงาน ซึ่งทำให้ผู้บริโภคเกิดความรำคาญมีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท (มาตรา 51) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.635

20. หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้ผู้บริโภค มีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท (มาตรา 51) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.388

21. หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้ผู้บริโภค โดยระบุสิทธิหรือการรับประกันสินค้าอย่างชัดเจน มีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท (มาตรา 51) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.678

22. หากผู้ประกอบการขายตรง/บริษัทขายตรง ไม่แจ้งการเปลี่ยนแปลงแผนการจ่ายค่าตอบแทนให้แก่นายทะเบียนของรัฐได้ทราบ มีโทษปรับไม่เกิน 300,000 บาท (มาตรา 52) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.723

สรุปจากตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่างกัน จะได้รับผลจากพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง ส่วนใหญ่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์หาค่าความแปรปรวนของผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง จำแนกตามระดับการศึกษา

พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง		Mean	SD	SS	df	MS	ค่า F	Sig
1. ตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระต้องแสดงบัตรประชาชน และบัตรประจำตัวผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงทุกครั้ง (มาตรา 26)	มัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า	9.7500	1.66905					
	อนุปริญญา	9.7500	1.61245					
	ปริญญาตรี	9.7500	1.50132					
	สูงกว่าปริญญาตรี	9.3333	1.92275					
	รวม	9.7000	1.56670					
	ระหว่างกลุ่ม			1.833	3	.611	.243	.866
	ภายในกลุ่ม			241.167	96	2.512		
	รวม			243.000	99			

พระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง		Mean	SD	SS	df	MS	ค่า F	Sig
2. ผู้บริโภคมีสิทธิยกเลิก สัญญาการขายหากไม่ พอใจในสินค้าหรือ บริการ ภายใน 7 วัน นับตั้งแต่ได้รับสินค้า หรือบริการ (มาตรา 33)	มัธยมศึกษา หรือต่ำกว่า	10.250 0	.70711					
	อนุปริญญา	9.8750	1.31022					
	ปริญญาตรี	9.6250	1.41981					
	สูงกว่า ปริญญาตรี	9.8333	1.80067					
	รวม	9.7400	1.40432					
	ระหว่างกลุ่ม			3.323	3	1.108	.554	.647
	ภายในกลุ่ม			191.917	96	1.999		
	รวม			195.240	99			
3. หากผู้บริโภคบอกเลิก สัญญาแล้ว ตัวแทนขาย หรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ คืนเงินให้ผู้บริโภค เมื่อ ครบ 15 วัน ตัวแทนขาย หรือผู้จำหน่ายอิสระต้อง เสียค่าปรับให้แก่ ผู้บริโภค (มาตรา 36)	มัธยมศึกษา หรือต่ำกว่า	9.6250	1.68502					
	อนุปริญญา	9.8750	.88506					
	ปริญญาตรี	9.3281	1.42600					
	สูงกว่า ปริญญาตรี	9.0000	2.08893					
	รวม	9.4000	1.47024					
	ระหว่างกลุ่ม			6.266	3	2.089	.965	.413
	ภายในกลุ่ม			207.734	96	2.164		
	รวม			214.000	99			
4. เมื่อผู้บริโภคแจ้ง ยกเลิกสัญญาแล้วต้อง ส่งคืนสินค้าหรือเก็บ รักษาไว้สินค้านั้นไว้ไม่ เกิน 21 วัน หากไม่เกิน 21 วัน ผู้ขายยังไม่มารับ สินค้า ผู้บริโภคจะเก็บไว้ หรือทิ้งก็ได้ (มาตรา 34)	มัธยมศึกษา หรือต่ำกว่า	9.0000	2.00000					
	อนุปริญญา	9.6875	1.25000					
	ปริญญาตรี	8.7656	1.65943					
	สูงกว่า ปริญญาตรี	8.3333	1.92275					
	รวม	8.8800	1.68343					
	ระหว่างกลุ่ม			14.971	3	4.990	1.804	.152
	ภายในกลุ่ม			265.589	96	2.767		
	รวม			280.560	99			

พระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง		Mean	SD	SS	df	MS	ค่า F	Sig
5. เมื่อผู้บริโภคนำเงิน ยกเลิกสัญญาแล้วแต่ทำ ให้สินค้านั้นบุบสลาย หรือเสียหาย ผู้บริโภค ต้องชดเชยค่าเสียหาย ให้แก่ตัวแทนขายหรือผู้ จำหน่ายอิสระ	มัธยมศึกษา หรือต่ำกว่า	8.8571	2.11570					
	อนุปริญญา	9.5000	1.63299					
	ปริญญาตรี	9.2540	1.52367					
	สูงกว่า ปริญญาตรี	8.3333	1.87487					
	รวม	9.1531	1.63941					
	ระหว่างกลุ่ม			11.244	3	3.748	1.412	.244
	ภายในกลุ่ม			249.460	94	2.654		
รวม			260.704	97				
6. ผู้ประกอบธุรกิจขาย ตรงต้องไม่บังคับผู้ จำหน่ายอิสระซื้อสินค้า (มาตรา 21)	มัธยมศึกษา หรือต่ำกว่า	10.625 0	.51755					
	อนุปริญญา	10.250 0	.85635					
	ปริญญาตรี	9.8571	1.63487					
	สูงกว่า ปริญญาตรี	8.9167	2.27470					
	รวม	9.8687	1.60768					
	ระหว่างกลุ่ม			17.787	3	5.929	2.392	.073
	ภายในกลุ่ม			235.506	95	2.479		
รวม			253.293	98				
7. ผู้ประกอบธุรกิจขาย ตรงต้องไม่โน้มน้าวหรือ ชักจูงให้ผู้จำหน่ายอิสระ ซื้อสินค้ามากเกินไปจน จำเป็น (มาตรา 21)	มัธยมศึกษา หรือต่ำกว่า	10.375 0	.51755					
	อนุปริญญา	9.8125	1.04682					
	ปริญญาตรี	9.3333	1.73205					
	สูงกว่า ปริญญาตรี	9.6667	1.66969					
	รวม	9.5354	1.57993					
	ระหว่างกลุ่ม			9.647	3	3.216	1.300	.279
	ภายในกลุ่ม			234.979	95	2.473		
รวม			244.626	98				

พระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง		Mean	SD	SS	df	MS	ค่า F	Sig
8. ผู้ประกอบธุรกิจขาย ตรงสามารถเก็บค่าสมัคร ค่าฝึกอบรม และค่าวัสดุ อุปกรณ์การส่งเสริมการ ขายหรือค่าธรรมเนียม อื่น ๆ แก่ผู้จำหน่ายอิสระ (มาตรา 22)	มัธยมศึกษา หรือต่ำกว่า	9.3750	1.30247					
	อนุปริญญา	9.3750	1.50000					
	ปริญญาตรี	8.8065	1.77264					
	สูงกว่า ปริญญาตรี	8.5833	1.78164					
	รวม	8.9184	1.69702					
	ระหว่างกลุ่ม			7.128	3	2.376	.820	.486
	ภายในกลุ่ม			272.219	94	2.896		
	รวม			279.347	97			
9. ผู้จำหน่ายอิสระมีสิทธิ คืนสินค้า วัสดุการ ส่งเสริมการขาย ที่ซื้อ จากผู้ประกอบธุรกิจขาย ตรงภายใน 15 วันนับจาก วันที่แจ้งอย่างเป็นทางการ แก่ผู้ประกอบการ ธุรกิจขายตรง (มาตรา 25)	มัธยมศึกษา หรือต่ำกว่า	9.6250	1.59799					
	อนุปริญญา	9.6250	1.40831					
	ปริญญาตรี	9.4762	1.25540					
	สูงกว่า ปริญญาตรี	9.1667	1.80067					
	รวม	9.4747	1.36534					
	ระหว่างกลุ่ม			1.681	3	.560	.294	.830
	ภายในกลุ่ม			181.006	95	1.905		
	รวม			182.687	98			
10. ผู้ประกอบธุรกิจขาย ตรง/บริษัทที่ทำธุรกิจขาย ตรง เป็นบุคคลธรรมดา หรือนิติบุคคลก็ได้ (มาตรา 20)	มัธยมศึกษา หรือต่ำกว่า	10.250 0	1.03510					
	อนุปริญญา	9.1250	1.89297					
	ปริญญาตรี	9.2063	1.63785					
	สูงกว่า ปริญญาตรี	9.6667	1.61433					
	รวม	9.3333	1.64751					
	ระหว่างกลุ่ม			9.766	3	3.255	1.207	.312
	ภายในกลุ่ม			256.234	95	2.697		
	รวม			266.000	98			

พระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง		Mean	SD	SS	df	MS	ค่า F	Sig
11. การเข้าไปเสนอขาย สินค้าให้กับผู้บริโภค ต้องเสนอขายที่บ้าน หรือ ที่ทำงานของผู้บริโภค โดยต้องได้รับคำยินยอม จากผู้บริโภคเท่านั้น (มาตรา 26)	มัธยมศึกษา หรือต่ำกว่า	10.375 0	.74402					
	อนุปริญญา	9.3750	1.50000					
	ปริญญาตรี	9.0159	1.80047					
	สูงกว่า ปริญญาตรี	9.7500	1.42223					
	รวม	9.2727	1.68316					
	ระหว่างกลุ่ม			16.777	3	5.592	2.037	.114
	ภายในกลุ่ม			260.859	95	2.746		
	รวม			277.636	98			
12. ในการทำสัญญา ระหว่างตัวแทนขายหรือ ผู้จำหน่ายอิสระกับ ผู้บริโภค ต้องมีข้อความ เป็นภาษาไทยอย่าง ชัดเจนเกี่ยวกับสิทธิของ ผู้บริโภคในการเลิก สัญญา (มาตรา 51)	มัธยมศึกษา หรือต่ำกว่า	10.250 0	1.03510					
	อนุปริญญา	9.6875	1.49304					
	ปริญญาตรี	9.7500	1.62324					
	สูงกว่า ปริญญาตรี	9.7500	1.28806					
	รวม	9.7800	1.51478					
	ระหว่างกลุ่ม			1.973	3	.658	.280	.839
	ภายในกลุ่ม			225.188	96	2.346		
	รวม			227.160	99			
13. การรับประกันสินค้า ต้องระบุเป็นภาษาไทยที่ เข้าใจง่ายและชัดเจน (มาตรา 37)	มัธยมศึกษา หรือต่ำกว่า	10.375	1.0607					
	อนุปริญญา	9.625	1.6683					
	ปริญญาตรี	9.859	1.4999					
	สูงกว่า ปริญญาตรี	10.083	1.5050					
	รวม	9.890	1.4900					
	ระหว่างกลุ่ม			3.514	3	1.171	.520	.670
	ภายในกลุ่ม			216.276	96	2.253		
	รวม			219.790	99			

พระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง		Mean	SD	SS	df	MS	ค่า F	Sig
14. การจ่ายค่าตอบแทน ให้แก่ตัวแทนขายหรือผู้ จำหน่ายอิสระ ต้อง ไม่ใช่ การจ่ายค่าตอบแทนที่มา จากการแนะนำบุคคลอื่น ให้มาสมัครเข้าร่วมเป็น เครือข่ายกับตัวแทนขาย หรือผู้จำหน่ายอิสระนั้น ๆ (มาตรา 21)	มัธยมศึกษา หรือต่ำกว่า	10.000 0	1.06904					
	อนุปริญญา	8.9375	1.56924					
	ปริญญาตรี	9.5625	1.66070					
	สูงกว่า ปริญญาตรี	10.250 0	1.54479					
	รวม	9.5800	1.61546					
	ระหว่างกลุ่ม			13.423	3	4.474	1.754	.161
	ภายในกลุ่ม			244.937	96	2.551		
รวม			258.360	99				
15. ผลตอบแทนที่ ตัวแทนขายหรือผู้ จำหน่ายอิสระได้รับต้อง มาจากการขายสินค้าหรือ บริการหรือการซื้อสินค้า หรือบริการเพื่อใช้เอง เท่านั้น (มาตรา 21)	มัธยมศึกษา หรือต่ำกว่า	9.8750	.83452					
	อนุปริญญา	9.0625	1.65202					
	ปริญญาตรี	9.3906	1.57980					
	สูงกว่า ปริญญาตรี	9.6667	1.92275					
	รวม	9.4100	1.58334					
	ระหว่างกลุ่ม			4.476	3	1.492	.588	.624
	ภายในกลุ่ม			243.714	96	2.539		
รวม			248.190	99				
16. ผู้ประกอบธุรกิจขาย ตรง/บริษัทผู้ทำธุรกิจขาย ตรงต้องแสดงวิธีคิด คำนวณการจ่าย ค่าตอบแทนที่ตรงกับ ความเป็นจริง เปิดเผย และชัดเจน (มาตรา 21)	มัธยมศึกษา หรือต่ำกว่า	10.500 0	.53452					
	อนุปริญญา	10.062 5	1.06262					
	ปริญญาตรี	9.7031	1.66838					
	สูงกว่า ปริญญาตรี	9.7500	1.71226					
	รวม	9.8300	1.53119					
	ระหว่างกลุ่ม			5.563	3	1.854	.786	.505
	ภายในกลุ่ม			226.547	96	2.360		
รวม			232.110	99				

พระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง		Mean	SD	SS	df	MS	ค่า F	Sig
17. รัฐได้แต่งตั้ง คณะกรรมการขายตรง และตลาดแบบตรง เพื่อมี อำนาจหน้าที่ในการ กำกับดูแลผู้ประกอบการ ธุรกิจขายตรง (มาตรา 13(3))	มัธยมศึกษา หรือต่ำกว่า	10.500 0	.53452					
	อนุปริญญา	10.062 5	1.06262					
	ปริญญาตรี	9.7031	1.66838					
	สูงกว่า ปริญญาตรี	9.7500	1.71226					
	รวม	9.8300	1.53119					
	ระหว่างกลุ่ม			5.563	3	1.854	.786	.505
	ภายในกลุ่ม			226.547	96	2.360		
	รวม			232.110	99			
18. หากผู้ประกอบการธุรกิจ ขายตรงไม่มาตามคำสั่ง คณะกรรมการขายตรง และตลาดแบบตรงเพื่อ อธิบายเกี่ยวกับหลักฐาน ที่ใช้พิจารณาในการทำ ผิด มีโทษจำคุกไม่เกิน 1 เดือนหรือปรับไม่เกิน 10,000 บาท หรือทั้งจำ ทั้งปรับ (มาตรา 45)	มัธยมศึกษา หรือต่ำกว่า	9.1250	1.55265					
	อนุปริญญา	8.3750	1.78419					
	ปริญญาตรี	9.0938	1.70637					
	สูงกว่า ปริญญาตรี	9.1667	1.69670					
	รวม	8.9900	1.70261					
	ระหว่างกลุ่ม			7.261	3	2.420	.831	.480
	ภายในกลุ่ม			279.729	96	2.914		
	รวม			286.990	99			
19. หากตัวแทนขายหรือ ผู้จำหน่ายอิสระไม่ได้รับ อนุญาตจากผู้บริโภคให้ เข้าไปเสนอขายสินค้า หรือบริการที่บ้านหรือที่ ทำงาน ซึ่งทำให้ผู้บริโภค เกิดความรำคาญมีโทษ ปรับไม่เกิน 30,000 บาท (มาตรา 51)	มัธยมศึกษา หรือต่ำกว่า	9.3750	1.18773					
	อนุปริญญา	8.4375	1.45917					
	ปริญญาตรี	8.6406	1.67491					
	สูงกว่า ปริญญาตรี	9.4167	1.83196					
	รวม	8.7600	1.63991					
	ระหว่างกลุ่ม			10.776	3	3.592	1.350	.263
	ภายในกลุ่ม			255.464	96	2.661		
	รวม			266.240	99			

พระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง		Mean	SD	SS	df	MS	ค่า F	Sig
20. หากตัวแทนขายหรือ ผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่ง เอกสารการซื้อขายให้ ผู้บริโภค มีโทษปรับไม่ เกิน 30,000 บาท (มาตรา 51)	มัธยมศึกษา หรือต่ำกว่า	8.7500	1.38873					
	อนุปริญญา	8.4375	1.50416					
	ปริญญาตรี	8.7188	1.72257					
	สูงกว่า ปริญญาตรี	9.7500	1.54479					
	รวม	8.8000	1.66363					
	ระหว่างกลุ่ม			13.375	3	4.458	1.642	.185
	ภายในกลุ่ม			260.625	96	2.715		
	รวม			274.000	99			
21. หากตัวแทนขายหรือ ผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่ง เอกสารการซื้อขายให้ ผู้บริโภค โดยระบุสิทธิ หรือการรับประกันสินค้า อย่างชัดเจน มีโทษปรับ ไม่เกิน 30,000 บาท (มาตรา 51)	มัธยมศึกษา หรือต่ำกว่า	9.3750	1.30247					
	อนุปริญญา	8.9375	1.65202					
	ปริญญาตรี	8.9531	1.73141					
	สูงกว่า ปริญญาตรี	9.8333	1.52753					
	รวม	9.0900	1.67027					
	ระหว่างกลุ่ม			8.851	3	2.950	1.060	.370
	ภายในกลุ่ม			267.339	96	2.785		
	รวม			276.190	99			
22. หากผู้ประกอบการกิจ ขายตรง/บริษัทขายตรง ไม่แจ้งการเปลี่ยนแปลง แผนการจ่ายค่าตอบแทน ให้แก่นายทะเบียนของ รัฐได้ทราบ มีโทษปรับ ไม่เกิน 300,000 บาท (มาตรา 52)	มัธยมศึกษา หรือต่ำกว่า	8.1250	3.09089					
	อนุปริญญา	6.0625	3.35596					
	ปริญญาตรี	7.7969	3.15313					
	สูงกว่า ปริญญาตรี	9.6667	1.92275					
	รวม	7.7700	3.16820					
	ระหว่างกลุ่ม			90.871	3	30.290	3.221	.026
	ภายในกลุ่ม			902.839	96	9.405		
	รวม			993.710	99			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะได้รับผลจากพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรงแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ในเรื่องดังต่อไปนี้

22. หากผู้ประกอบการขายตรง/บริษัทขายตรง ไม่แจ้งการเปลี่ยนแปลงแผนการจ่ายค่าตอบแทนให้แก่นายทะเบียนของรัฐได้ทราบ มีโทษปรับไม่เกิน 300,000 บาท (มาตรา 52) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.026

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่างกันจะได้รับผลจากพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรงส่วนใหญ่ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ในเรื่องดังต่อไปนี้

1. ตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระต้องแสดงบัตรประชาชน และบัตรประจำตัวผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงทุกครั้ง (มาตรา 26) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.866

2. ผู้บริโภคมีสิทธิยกเลิกสัญญาการขายหากไม่พอใจในสินค้าหรือบริการ ภายใน 7 วันนับตั้งแต่ได้รับสินค้าหรือบริการ (มาตรา 33) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.647

3. หากผู้บริโภคบอกเลิกสัญญาแล้ว ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่คืนเงินให้ผู้บริโภคเมื่อครบ 15 วัน ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระต้องเสียค่าปรับให้แก่ผู้บริโภค (มาตรา 36) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.413

4. เมื่อผู้บริโภคแจ้งยกเลิกสัญญาแล้วต้องส่งคืนสินค้าหรือเก็บรักษาไว้สินค้านั้นไว้ไม่เกิน 21 วัน หากไม่เกิน 21 วัน ผู้ขายยังไม่มารับสินค้า ผู้บริโภคจะเก็บไว้หรือทิ้งก็ได้ (มาตรา 34) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.152

5. เมื่อผู้บริโภคแจ้งยกเลิกสัญญาแล้วแต่ทำให้สินค้านั้นบุบสลายหรือเสียหาย ผู้บริโภคต้องชดเชยค่าเสียหายให้แก่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.244

6. ผู้ประกอบการขายตรงต้องไม่บังคับผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้า (มาตรา 21) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.073

7. ผู้ประกอบการขายตรงต้องไม่โน้มน้าวหรือชักจูงให้ผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้ามากเกินไปจนจำเป็น (มาตรา 21) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.279

8. ผู้ประกอบการขายตรงสามารถเก็บค่าสมัคร ค่าฝึกอบรม และค่าวัสดุอุปกรณ์การส่งเสริมการขายหรือค่าธรรมเนียม อื่น ๆ แก่ผู้จำหน่ายอิสระ (มาตรา 22) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.486

9. ผู้จำหน่ายอิสระมีสิทธิคืนสินค้า วัสดุการส่งเสริมการขาย ที่ซื้อจากผู้ประกอบการขายตรงภายใน 15 วันนับจากวันที่แจ้งอย่างเป็นทางการแก่ผู้ประกอบการขายตรง (มาตรา 25) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.830

10. ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง/บริษัทที่ทำธุรกิจขายตรง เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลก็ได้ (มาตรา 20) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.312

11. การเข้าไปเสนอขายสินค้าให้กับผู้บริโภค ต้องเสนอขายที่บ้าน หรือที่ทำงานของผู้บริโภค โดยต้องได้รับคำยินยอมจากผู้บริโภคเท่านั้น (มาตรา 26) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.114

12. ในการทำสัญญาระหว่างตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระกับผู้บริโภค ต้องมีข้อความ เป็นภาษาไทยอย่างชัดเจนเกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคในการเลิกสัญญา (มาตรา 51) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.839

13. การรับประกันสินค้าต้องระบุเป็นภาษาไทยที่เข้าใจง่ายและชัดเจน (มาตรา 37) ระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.670

14. การจ่ายค่าตอบแทนให้แก่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ ต้องไม่ใช่การจ่ายค่าตอบแทนที่มาจาก การแนะนำบุคคลอื่นให้มาสมัครเข้าร่วมเป็นเครือข่ายกับตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระนั้น ๆ (มาตรา 21) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.161

15. ผลตอบแทนที่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระได้รับต้องมาจากการขายสินค้าหรือบริการหรือการซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อใช้เองเท่านั้น (มาตรา 21) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.624

16. ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง/บริษัทผู้ทำธุรกิจขายตรงต้องแสดงวิธีคิดคำนวณการจ่ายค่าตอบแทนที่ตรงกับความเป็นจริง เปิดเผยและชัดเจน (มาตรา 21) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.505

17. รัฐได้แต่งตั้ง คณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง เพื่อมีอำนาจหน้าที่ในการกำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง (มาตรา 13(3)) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.505

18. หากผู้ประกอบธุรกิจขายตรงไม่มาตามคำสั่งคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงเพื่ออธิบายเกี่ยวกับหลักฐานที่ใช้พิจารณาในการทำผิด มีโทษจำคุกไม่เกิน 1 เดือนหรือปรับไม่เกิน 10,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ (มาตรา 45) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.480

19. หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ได้รับอนุญาตจากผู้บริโภคให้เข้าไปเสนอขายสินค้าหรือบริการที่บ้านหรือที่ทำงาน ซึ่งทำให้ผู้บริโภคเกิดความรำคาญมีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท (มาตรา 51) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.263

20. หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้ผู้บริโภค มีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท (มาตรา 51) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.185

21. หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้ผู้บริโภค โดยระบุสิทธิหรือการรับประกันสินค้าอย่างชัดเจน มีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท (มาตรา 51) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.370

สรุปจากตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่างกันจะได้รับผลจากพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง ส่วนใหญ่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์ หักความแปรปรวนของผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง		Mean	SD	SS	df	MS	ค่า F	Sig
1. ตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระต้องแสดงบัตรประชาชนและบัตรประจำตัวผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงทุกครั้ง (มาตรา 26)	ต่ำกว่า 25,000 บาท	9.8833	1.45079					
	25,001-55,000 บาท	9.7931	1.47308					
	55,001-75,000 บาท	8.6000	2.07364					
	75,001-100,000 บาท	7.6667	2.88675					
	100,001-300,000 บาท	9.0000	1.00000					
	รวม	9.7000	1.56670					
	ระหว่างกลุ่ม			22.191	4	5.548	2.387	.056
	ภายในกลุ่ม			220.809	95	2.324		
	รวม			243.000	99			
2. ผู้บริโภคมีสิทธิยกเลิกสัญญาการขายหากไม่พอใจในสินค้าหรือบริการ ภายใน 7 วัน นับตั้งแต่ได้รับสินค้าหรือบริการ (มาตรา 33)	ต่ำกว่า 25,000 บาท	9.6833	1.34658					
	25,001-55,000 บาท	10.0000	1.33631					
	55,001-75,000 บาท	10.4000	.89443					
	75,001-100,000 บาท	8.6667	2.51661					
	100,001-300,000 บาท	8.3333	2.08167					
	รวม	9.7400	1.40432					
	ระหว่างกลุ่ม			13.723	4	3.431	1.796	.136
	ภายในกลุ่ม			181.517	95	1.911		
	รวม			195.240	99			

พระราชบัญญัติขาย ตรงและตลาดแบบตรง		Mean	SD	SS	df	MS	ค่า F	Sig
3. หากผู้บริโภคบอก เลิกสัญญาแล้ว ตัวแทน ขายหรือผู้จำหน่าย อิสระไม่คืนเงินให้ ผู้บริโภค เมื่อครบ 15 วัน ตัวแทนขายหรือผู้ จำหน่ายอิสระต้องเสีย ค่าปรับให้แก่ผู้บริโภค (มาตรา 36)	ต่ำกว่า 25,000 บาท	9.2333	1.45400					
	25,001-55,000 บาท	10.069 0	1.09971					
	55,001-75,000 บาท	9.0000	2.34521					
	75,001-100,000 บาท	7.3333	1.52753					
	100,001-300,000 บาท	9.0000	.00000					
	รวม	9.4000	1.47024					
	ระหว่างกลุ่ม			28.738	4	7.184	3.684	.008
	ภายในกลุ่ม			185.262	95	1.950		
	รวม			214.000	99			
4. เมื่อผู้บริโภคแจ้ง ยกเลิกสัญญาแล้วต้อง ส่งคืนสินค้าหรือเก็บ รักษาไว้สินค้านั้นไว้ ไม่เกิน 21 วัน หากไม่ เกิน 21 วัน ผู้ขายยังไม่ มารับสินค้า ผู้บริโภค จะเก็บไว้หรือทิ้งก็ได้ (มาตรา 34)	ต่ำกว่า 25,000 บาท	8.8833	1.62701					
	25,001-55,000 บาท	9.2759	1.79078					
	55,001-75,000 บาท	7.8000	1.30384					
	75,001-100,000 บาท	7.3333	.57735					
	100,001-300,000 บาท	8.3333	2.08167					
	รวม	8.8800	1.68343					
	ระหว่างกลุ่ม			18.450	4	4.613	1.672	.163
	ภายในกลุ่ม			262.110	95	2.759		
	รวม			280.560	99			
5. เมื่อผู้บริโภคแจ้ง ยกเลิกสัญญาแล้วแต่ ทำให้สินค้านั้นบวม สลายหรือเสียหาย ผู้บริโภคต้องชดเชย ค่าเสียหายให้แก่ ตัวแทนขายหรือผู้ จำหน่ายอิสระ	ต่ำกว่า 25,000 บาท	9.2759	1.60911					
	25,001-55,000 บาท	9.2759	1.64526					
	55,001-75,000 บาท	8.0000	1.22474					
	75,001-100,000 บาท	8.0000	2.00000					
	100,001-300,000 บาท	8.6667	2.30940					
	รวม	9.1531	1.63941					
	ระหว่างกลุ่ม			12.658	4	3.165	1.186	.322
	ภายในกลุ่ม			248.046	93	2.667		
	รวม			260.704	97			

พระราชบัญญัติขาย ตรงและตลาดแบบตรง		Mean	SD	SS	df	MS	ค่า F	Sig
6. ผู้ประกอบธุรกิจขาย ตรงต้องไม่บังคับผู้ จำหน่ายอิสระซื้อ สินค้า (มาตรา 21)	ต่ำกว่า 25,000 บาท	9.7119	1.61940					
	25,001-55,000 บาท	10.034 5	1.61428					
	55,001-75,000 บาท	9.8000	2.16795					
	75,001-100,000 บาท	10.333 3	1.15470					
	100,001-300,000 บาท	11.000 0	.00000					
	รวม	9.8687	1.60768					
	ระหว่างกลุ่ม			6.759	4	1.690	.644	.632
	ภายในกลุ่ม			246.534	94	2.623		
	รวม			253.293	98			
7. ผู้ประกอบธุรกิจขาย ตรงต้องไม่โน้มน้าว หรือชักจูงให้ผู้จำหน่าย อิสระซื้อสินค้ามากเกินไป ความจำเป็น (มาตรา 21)	ต่ำกว่า 25,000 บาท	9.4576	1.60088					
	25,001-55,000 บาท	9.8966	1.44778					
	55,001-75,000 บาท	9.2000	1.30384					
	75,001-100,000 บาท	9.6667	1.52753					
	100,001-300,000 บาท	8.0000	2.64575					
	รวม	9.5354	1.57993					
	ระหว่างกลุ่ม			11.826	4	2.956	1.194	.319
	ภายในกลุ่ม			232.800	94	2.477		
	รวม			244.626	98			
8. ผู้ประกอบธุรกิจขาย ตรงสามารถเก็บค่า สมัคร ค่าฝึกอบรม และค่าวัสดุอุปกรณ์ การส่งเสริมการขาย หรือค่าธรรมเนียมอื่น ๆ แก่ผู้จำหน่ายอิสระ (มาตรา 22)	ต่ำกว่า 25,000 บาท	9.0000	1.65050					
	25,001-55,000 บาท	9.0714	1.76233					
	55,001-75,000 บาท	7.8000	1.30384					
	75,001-100,000 บาท	9.0000	1.00000					
	100,001-300,000 บาท	7.6667	2.88675					
	รวม	8.9184	1.69702					
	ระหว่างกลุ่ม			12.023	4	3.006	1.046	.388
	ภายในกลุ่ม			267.324	93	2.874		
	รวม			279.347	97			

พระราชบัญญัติขาย ตรงและตลาดแบบตรง		Mean	SD	SS	df	MS	ค่า F	Sig
9. ผู้จำหน่ายอิสระมี สิทธิคืนสินค้า วัสดุการ ส่งเสริมการขาย ที่ซื้อ จากผู้ประกอบการธุรกิจ ขายตรงภายใน 15 วัน นับจากวันที่แจ้งอย่าง เป็นทางการแก่ ผู้ประกอบการธุรกิจ ขายตรง (มาตรา 25)	ต่ำกว่า 25,000 บาท	9.3220	1.33185					
	25,001-55,000 บาท	10.000 0	1.25357					
	55,001-75,000 บาท	9.0000	1.87083					
	75,001-100,000 บาท	9.3333	1.15470					
	100,001-300,000 บาท	8.3333	1.52753					
	รวม	9.4747	1.36534					
	ระหว่างกลุ่ม			14.472	4	3.618	2.022	.098
	ภายในกลุ่ม			168.215	94	1.790		
	รวม			182.687	98			
10. ผู้ประกอบการธุรกิจ ขายตรง/บริษัทที่ทำ ธุรกิจขายตรง เป็น บุคคลธรรมดาหรือนิติ บุคคลก็ได้ (มาตรา 20)	ต่ำกว่า 25,000 บาท	8.9492	1.70621					
	25,001-55,000 บาท	9.6897	1.51430					
	55,001-75,000 บาท	10.800 0	.44721					
	75,001-100,000 บาท	10.666 7	.57735					
	100,001-300,000 บาท	9.6667	1.15470					
	รวม	9.3333	1.64751					
	ระหว่างกลุ่ม			28.812	4	7.203	2.855	.028*
	ภายในกลุ่ม			237.188	94	2.523		
	รวม			266.000	98			
11. การเข้าไปเสนอ ขายสินค้าให้กับ ผู้บริโภค ต้องเสนอขาย ที่บ้าน หรือที่ทำงาน ของผู้บริโภค โดยต้อง ได้รับคำยินยอมจาก ผู้บริโภคเท่านั้น (มาตรา 26)	ต่ำกว่า 25,000 บาท	9.1695	1.63108					
	25,001-55,000 บาท	9.4138	1.78320					
	55,001-75,000 บาท	8.4000	2.19089					
	75,001-100,000 บาท	10.666 7	.57735					
	100,001-300,000 บาท	10.000 0	1.00000					
	รวม	9.2727	1.68316					
	ระหว่างกลุ่ม			12.430	4	3.108	1.101	.361
	ภายในกลุ่ม			265.206	94	2.821		
	รวม			277.636	98			

พระราชบัญญัติขาย ตรงและตลาดแบบตรง		Mean	SD	SS	df	MS	ค่า F	Sig
12. ในการทำสัญญา ระหว่างตัวแทนขาย หรือผู้จำหน่ายอิสระ กับผู้บริโภค ต้องมี ข้อความเป็นภาษาไทย อย่างชัดเจนเกี่ยวกับ สิทธิของผู้บริโภคใน การเลิกสัญญา (มาตรา 51)	ต่ำกว่า 25,000 บาท	9.5000	1.69246					
	25,001-55,000 บาท	10.206 9	1.17654					
	55,001-75,000 บาท	10.200 0	.83666					
	75,001-100,000 บาท	10.000 0	1.00000					
	100,001-300,000 บาท	10.333 3	1.15470					
	รวม	9.7800	1.51478					
	ระหว่างกลุ่ม			11.935	4	2.984	1.317	.269
	ภายในกลุ่ม			215.225	95	2.266		
	รวม			227.160	99			
13. การรับประกัน สินค้าต้องระบุเป็น ภาษาไทยที่เข้าใจง่าย และชัดเจน (มาตรา 37)	ต่ำกว่า 25,000 บาท	9.583	1.6395					
	25,001-55,000 บาท	10.276	1.2217					
	55,001-75,000 บาท	10.400	.8944					
	75,001-100,000 บาท	10.667	.5774					
	100,001-300,000 บาท	10.667	.5774					
	รวม	9.890	1.4900					
	ระหว่างกลุ่ม			14.880	4	3.720	1.725	.151
	ภายในกลุ่ม			204.910	95	2.157		
	รวม			219.790	99			

พระราชบัญญัติขาย ตรงและตลาดแบบตรง		Mean	SD	SS	df	MS	ค่า F	Sig
14. การจ่าย ค่าตอบแทนให้แก่ ตัวแทนขายหรือผู้ จำหน่ายอิสระ ต้อง ไม่ใช่ การจ่าย ค่าตอบแทนที่มาจาก การแนะนำบุคคลอื่น ให้มาสมัครเข้าร่วม เป็นเครือข่ายกับ ตัวแทนขายหรือผู้ จำหน่ายอิสระนั้น ๆ (มาตรา 21)	ต่ำกว่า 25,000 บาท	9.2667	1.65567					
	25,001-55,000 บาท	10.103 4	1.49630					
	55,001-75,000 บาท	10.000 0	1.73205					
	75,001-100,000 บาท	10.666 7	.57735					
	100,001-300,000 บาท	9.0000	1.00000					
	รวม	9.5800	1.61546					
	ระหว่างกลุ่ม			19.270	4	4.818	1.914	.114
	ภายในกลุ่ม			239.090	95	2.517		
	รวม			258.360	99			
	15. ผลตอบแทนที่ ตัวแทนขายหรือผู้ จำหน่ายอิสระได้รับ ต้องมาจากการขาย สินค้าหรือบริการหรือ การซื้อสินค้าหรือ บริการเพื่อใช้เอง เท่านั้น (มาตรา 21)	ต่ำกว่า 25,000 บาท	9.0333	1.59413				
25,001-55,000 บาท		10.069 0	1.41247					
55,001-75,000 บาท		10.000 0	1.73205					
75,001-100,000 บาท		9.6667	1.15470					
100,001-300,000 บาท		9.3333	1.52753					
รวม		9.4100	1.58334					
ระหว่างกลุ่ม				23.061	4	5.765	2.433	.053
ภายในกลุ่ม				225.129	95	2.370		
รวม				248.190	99			

พระราชบัญญัติขาย ตรงและตลาดแบบตรง		Mean	SD	SS	df	MS	ค่า F	Sig
16. ผู้ประกอบธุรกิจ ขายตรง/บริษัทผู้ทำ ธุรกิจขายตรงต้อง แสดงวิธีคิดคำนวณ การจ่ายค่าตอบแทนที่ ตรงกับความเป็นจริง เปิดเผยและชัดเจน (มาตรา 21)	ต่ำกว่า 25,000 บาท	9.7167	1.61656					
	25,001-55,000 บาท	10.103 4	1.39757					
	55,001-75,000 บาท	10.000 0	.70711					
	75,001-100,000 บาท	10.333 3	.57735					
	100,001-300,000 บาท	8.6667	2.51661					
	รวม	9.8300	1.53119					
	ระหว่างกลุ่ม			7.904	4	1.976	.837	.505
	ภายในกลุ่ม			224.206	95	2.360		
	รวม			232.110	99			
17. รัฐได้แต่งตั้ง คณะกรรมการขายตรง และตลาดแบบตรง เพื่อมีอำนาจหน้าที่ใน การกำกับดูแล ผู้ประกอบการธุรกิจ ขายตรง (มาตรา 13(3))	ต่ำกว่า 25,000 บาท	9.7167	1.61656					
	25,001-55,000 บาท	10.103 4	1.39757					
	55,001-75,000 บาท	10.000 0	.70711					
	75,001-100,000 บาท	10.333 3	.57735					
	100,001-300,000 บาท	8.6667	2.51661					
	รวม	9.8300	1.53119					
	ระหว่างกลุ่ม			7.904	4	1.976	.837	.505
	ภายในกลุ่ม			224.206	95	2.360		
	รวม			232.110	99			

พระราชบัญญัติขาย ตรงและตลาดแบบตรง		Mean	SD	SS	df	MS	ค่า F	Sig
18. หากผู้ประกอบการ ธุรกิจขายตรงไม่มา ตามคำสั่ง คณะกรรมการขายตรง และตลาดแบบตรงเพื่อ อธิบายเกี่ยวกับ หลักฐานที่ใช้พิจารณา ในการทำผิด มีโทษ จำคุกไม่เกิน 1 เดือน หรือปรับไม่เกิน 10,000 บาท หรือทั้งจำ ทั้งปรับ (มาตรา 45)	ต่ำกว่า 25,000 บาท	8.6667	1.63299					
	25,001-55,000 บาท	9.7586	1.64002					
	55,001-75,000 บาท	8.0000	2.00000					
	75,001-100,000 บาท	9.6667	.57735					
	100,001-300,000 บาท	9.0000	2.00000					
	รวม	8.9900	1.70261					
	ระหว่างกลุ่ม			29.680	4	7.420	2.739	.033*
	ภายในกลุ่ม			257.310	95	2.709		
รวม			286.990	99				
19. หากตัวแทนขาย หรือผู้จำหน่ายอิสระ ไม่ได้รับอนุญาตจาก ผู้บริโภคนำเข้าไป เสนอขายสินค้าหรือ บริการที่บ้านหรือที่ ทำงาน ซึ่งทำให้ ผู้บริโภครู้สึกความ รำคาญมีโทษปรับไม่ เกิน 30,000 บาท (มาตรา 51)	ต่ำกว่า 25,000 บาท	8.5667	1.59837					
	25,001-55,000 บาท	9.1724	1.73347					
	55,001-75,000 บาท	8.8000	1.78885					
	75,001-100,000 บาท	9.6667	1.15470					
	100,001-300,000 บาท	7.6667	1.15470					
	รวม	8.7600	1.63991					
	ระหว่างกลุ่ม			13.235	4	3.309	1.242	.298
	ภายในกลุ่ม			253.005	95	2.663		
รวม			266.240	99				
20. หากตัวแทนขาย หรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ ส่งเอกสารการซื้อขาย ให้ผู้บริโภค มีโทษ ปรับไม่เกิน 30,000 บาท (มาตรา 51)	ต่ำกว่า 25,000 บาท	8.3333	1.63299					
	25,001-55,000 บาท	9.7241	1.46132					
	55,001-75,000 บาท	9.2000	1.30384					
	75,001-100,000 บาท	9.0000	2.00000					
	100,001-300,000 บาท	8.3333	1.15470					
	รวม	8.8000	1.66363					
	ระหว่างกลุ่ม			39.407	4	9.852	3.990	.005*
	ภายในกลุ่ม			234.593	95	2.469		
รวม			274.000	99				

พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง		Mean	SD	SS	df	MS	ค่า F	Sig
21. หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้ผู้บริโภค โดยระบุสิทธิหรือการรับประกันสินค้าอย่างชัดเจน มีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท (มาตรา 51)	ต่ำกว่า 25,000 บาท	8.7500	1.69371					
	25,001-55,000 บาท	9.6552	1.54170					
	55,001-75,000 บาท	9.2000	1.92354					
	75,001-100,000 บาท	10.0000	1.00000					
	100,001-300,000 บาท	9.3333	1.52753					
	รวม	9.0900	1.67027					
	ระหว่างกลุ่ม			18.922	4	4.730	1.747	.146
	ภายในกลุ่ม			257.268	95	2.708		
	รวม			276.190	99			
22. หากผู้ประกอบการขายตรงไม่แจ้งการเปลี่ยนแปลงแผนการจ่ายค่าตอบแทนให้แก่นายทะเบียนของรัฐได้ทราบ มีโทษปรับไม่เกิน 300,000 บาท (มาตรา 52)	ต่ำกว่า 25,000 บาท	7.1500	3.25641					
	25,001-55,000 บาท	9.1724	2.42117					
	55,001-75,000 บาท	6.6000	3.64692					
	75,001-100,000 บาท	8.3333	2.08167					
	100,001-300,000 บาท	8.0000	5.19615					
	รวม	7.7700	3.16820					
	ระหว่างกลุ่ม			88.055	4	22.014	2.309	.063
	ภายในกลุ่ม			905.655	95	9.533		
	รวม			993.710	99			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน จะได้รับผลจากพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ในเรื่องดังต่อไปนี้

3. หากผู้บริโภคบอกลึกสัญญาแล้ว ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่คืนเงินให้ผู้บริโภคเมื่อครบ 15 วัน ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระต้องเสียค่าปรับให้แก่ผู้บริโภค (มาตรา 36) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.008

10. ผู้ประกอบการขายตรง/บริษัทที่ทำธุรกิจขายตรง เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลก็ได้ (มาตรา 20) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.028

18. หากผู้ประกอบการซื้อขายตรงไม่มาตามคำสั่งคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง เพื่ออธิบายเกี่ยวกับหลักฐานที่ใช้พิจารณาในการทำผิด มีโทษจำคุกไม่เกิน 1 เดือนหรือปรับไม่เกิน 10,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ (มาตรา 45) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.033

20. หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้ผู้บริโภค มีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท (มาตรา 51) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.005

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันจะได้รับผลจากพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรงส่วนใหญ่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ในเรื่องดังต่อไปนี้

1. ตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระต้องแสดงบัตรประชาชน และบัตรประจำตัวผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงทุกครั้ง (มาตรา 26) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.056

2. ผู้บริโภคมีสิทธิยกเลิกสัญญาการขายหากไม่พอใจในสินค้าหรือบริการ ภายใน 7 วัน นับตั้งแต่ได้รับสินค้าหรือบริการ (มาตรา 33) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.136

4. เมื่อผู้บริโภคแจ้งยกเลิกสัญญาแล้วต้องส่งคืนสินค้าหรือเก็บรักษาไว้สินค้านั้นไว้ไม่เกิน 21 วัน หากไม่เกิน 21 วัน ผู้ขายยังไม่มารับสินค้า ผู้บริโภคจะเก็บไว้หรือทิ้งก็ได้ (มาตรา 34) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.163

5. เมื่อผู้บริโภคแจ้งยกเลิกสัญญาแล้วแต่ทำให้สินค้านั้นบุบสลายหรือเสียหาย ผู้บริโภคต้องชดเชยค่าเสียหายให้แก่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.322

6. ผู้ประกอบการซื้อขายตรงต้องไม่บังคับผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้า (มาตรา 21) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.632

7. ผู้ประกอบการซื้อขายตรงต้องไม่โน้มน้าวหรือชักจูงให้ผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้ามากเกินไปจนจำเป็น (มาตรา 21) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ 0.319

8. ผู้ประกอบการซื้อขายตรงสามารถเก็บค่าสมัคร ค่าฝึกอบรม และค่าวัสดุอุปกรณ์การส่งเสริมการขายหรือค่าธรรมเนียม อื่น ๆ แก่ผู้จำหน่ายอิสระ (มาตรา 22) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.388

9. ผู้จำหน่ายอิสระมีสิทธิคืนสินค้า วัสดุการส่งเสริมการขาย ที่ซื้อจากผู้ประกอบการซื้อขายตรงภายใน 15 วันนับจากวันที่แจ้งอย่างเป็นทางการแก่ผู้ประกอบการซื้อขายตรง (มาตรา 25) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.098

11. การเข้าไปเสนอขายสินค้าให้กับผู้บริโภค ต้องเสนอขายที่บ้าน หรือที่ทำงานของผู้บริโภค โดยต้องได้รับคำยินยอมจากผู้บริโภคเท่านั้น (มาตรา 26) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.361

12. ในการทำสัญญาระหว่างตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระกับผู้บริโภค ต้องมีข้อความเป็นภาษาไทยอย่างชัดเจนเกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคในการยกเลิกสัญญา (มาตรา 51) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.269

13. การรับประกันสินค้าต้องระบุเป็นภาษาไทยที่เข้าใจง่ายและชัดเจน (มาตรา 37) ระดับ
 นัยสำคัญ เท่ากับ 0.151

14. การจ่ายค่าตอบแทนให้แก่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ ต้องไม่ใช่การจ่าย
 ค่าตอบแทนที่มาจากคำแนะนำบุคคลอื่นให้มาสมัครเข้าร่วมเป็นเครือข่ายกับตัวแทนขายหรือผู้
 จำหน่ายอิสระนั้น ๆ (มาตรา 21) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.114

15. ผลตอบแทนที่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระได้รับต้องมาจากการขายสินค้าหรือ
 บริการหรือการซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อใช้เองเท่านั้น (มาตรา 21) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ
 0.053

16. ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง/บริษัทผู้ทำธุรกิจขายตรงต้องแสดงวิธีคิดคำนวณการจ่าย
 ค่าตอบแทนที่ตรงกับความเป็นจริง เปิดเผยและชัดเจน (มาตรา 21) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ
 0.505

17. รัฐได้แต่งตั้ง คณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง เพื่อมีอำนาจหน้าที่ในการกำกับ
 ดูแลผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง (มาตรา 13(3)) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.505

19. หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ได้รับอนุญาตจากผู้บริโภคให้เข้าไปเสนอขาย
 สินค้าหรือบริการที่บ้านหรือที่ทำงาน ซึ่งทำให้ผู้บริโภคเกิดความรำคาญมีโทษปรับไม่เกิน 30,000
 บาท (มาตรา 51) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.298

21. หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้ผู้บริโภค โดยระบุ
 สิทธิหรือการรับประกันสินค้าอย่างชัดเจน มีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท (มาตรา 51) ซึ่งมีระดับ
 นัยสำคัญ เท่ากับ 0.146

22. หากผู้ประกอบธุรกิจขายตรง/บริษัทขายตรง ไม่แจ้งการเปลี่ยนแปลงแผนการจ่าย
 ค่าตอบแทนให้แก่นายทะเบียนของรัฐได้ทราบ มีโทษปรับไม่เกิน 300,000 บาท (มาตรา 52) ซึ่งมี
 ระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.063

สรุปจากตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน จะได้รับผลจาก
 พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง ส่วนใหญ่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบ
ตรง จำแนกตามสถานภาพ

พระราชบัญญัติขายตรงและตลาด แบบตรง		Mean	SD	SS	df	MS	ค่า F	Sig
1. ตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่าย อิสระต้องแสดงบัตรประชาชน และบัตรประจำตัวผู้จำหน่ายอิสระ หรือตัวแทนขายตรงทุกครั้ง (มาตรา 26)	โสด	9.6452	1.68013					
	สมรส	9.6970	1.44665					
	หม้าย	10.2500	.50000					
	หย่าร้าง	11.0000	.					
	รวม	9.7000	1.56670					
	ระหว่างกลุ่ม			3.087	3	1.029	.412	.745
	ภายในกลุ่ม			239.913	96	2.499		
	รวม			243.000	99			
2. ผู้บริโภคมีสิทธิยกเลิกสัญญา การขายหากไม่พอใจในสินค้าหรือ บริการ ภายใน 7 วัน นับตั้งแต่ ได้รับสินค้าหรือบริการ (มาตรา 33)	โสด	9.6129	1.38321					
	สมรส	9.8788	1.51570					
	หม้าย	10.5000	.57735					
	หย่าร้าง	10.0000	.					
	รวม	9.7400	1.40432					
	ระหว่างกลุ่ม			4.015	3	1.338	.672	.571
	ภายในกลุ่ม			191.225	96	1.992		
	รวม			195.240	99			
3. หากผู้บริโภคบอกเลิกสัญญา แล้ว ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่าย อิสระไม่คืนเงินให้ผู้บริโภค เมื่อ ครบ 15 วัน ตัวแทนขายหรือผู้ จำหน่ายอิสระต้องเสียค่าปรับ ให้แก่ผู้บริโภค (มาตรา 36)	โสด	9.4355	1.43288					
	สมรส	9.2727	1.62544					
	หม้าย	10.0000	.81650					
	หย่าร้าง	9.0000	.					
	รวม	9.4000	1.47024					
	ระหว่างกลุ่ม			2.213	3	.738	.334	.801
	ภายในกลุ่ม			211.787	96	2.206		
	รวม			214.000	99			

พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง		Mean	SD	SS	df	MS	ค่า F	Sig
4. เมื่อผู้บริโภคแจ้งยกเลิกสัญญาแล้วต้องส่งคืนสินค้าหรือเก็บรักษาไว้สินค้านั้นไว้ไม่เกิน 21 วัน หากไม่เกิน 21 วัน ผู้ขายยังไม่มารับสินค้า ผู้บริโภคจะเก็บไว้หรือทิ้งก็ได้ (มาตรา 34)	โสด	8.9516	1.67359					
	สมรส	8.7273	1.75486					
	หม้าย	9.0000	1.82574					
	หย่าร้าง	9.0000	.					
	รวม	8.8800	1.68343					
	ระหว่างกลุ่ม			1.160	3	.387	.133	.940
	ภายในกลุ่ม			279.400	96	2.910		
	รวม			280.560	99			
5. เมื่อผู้บริโภคแจ้งยกเลิกสัญญาแล้วแต่ทำให้สินค้านั้นบุบสลายหรือเสียหาย ผู้บริโภคต้องชดเชยค่าเสียหายให้แก่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ	โสด	9.4333	1.48856					
	สมรส	8.7576	1.75054					
	หม้าย	8.0000	2.30940					
	หย่าร้าง	10.0000	.					
	รวม	9.1531	1.63941					
	ระหว่างกลุ่ม			15.910	3	5.303	2.036	.114
	ภายในกลุ่ม			244.794	94	2.604		
	รวม			260.704	97			
6. ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงต้องไม่บังคับผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้า (มาตรา 21)	โสด	9.8197	1.63817					
	สมรส	9.9697	1.64858					
	หม้าย	10.0000	1.15470					
	หย่าร้าง	9.0000	.					
	รวม	9.8687	1.60768					
	ระหว่างกลุ่ม			1.307	3	.436	.164	.920
	ภายในกลุ่ม			251.986	95	2.652		
	รวม			253.293	98			
7. ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงต้องไม่โน้มน้าวหรือชักจูงให้ผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้ามากเกินไปจนจำเป็น (มาตรา 21)	โสด	9.4098	1.68698					
	สมรส	9.8182	1.44600					
	หม้าย	9.2500	.95743					
	หย่าร้าง	9.0000	.					
	รวม	9.5354	1.57993					
	ระหว่างกลุ่ม			4.213	3	1.404	.555	.646
	ภายในกลุ่ม			240.413	95	2.531		
	รวม			244.626	98			

พระราชบัญญัติขายตรงและตลาด แบบตรง		Mean	SD	SS	df	MS	ค่า F	Sig
8. ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง สามารถเก็บค่าสมัคร ค่าฝึกอบรม และค่าวัสดุอุปกรณ์การส่งเสริม การขายหรือค่าธรรมเนียม อื่น ๆ แก่ผู้จำหน่ายอิสระ (มาตรา 22)	โสด	9.1667	1.58560					
	สมรส	8.4848	1.88946					
	หม้าย	8.5000	1.29099					
	หย่าร้าง	10.0000	.					
	รวม	8.9184	1.69702					
	ระหว่างกลุ่ม			11.771	3	3.924	1.378	.254
	ภายในกลุ่ม			267.576	94	2.847		
รวม			279.347	97				
9. ผู้จำหน่ายอิสระมีสิทธิคืนสินค้า วัสดุการส่งเสริมการขาย ที่ซื้อจาก ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงภายใน 15 วันนับจากวันที่แจ้งอย่างเป็นทางการ แก่ผู้ประกอบการธุรกิจ ขายตรง (มาตรา 25)	โสด	9.4262	1.30969					
	สมรส	9.6364	1.47517					
	หม้าย	9.0000	1.63299					
	หย่าร้าง	9.0000	.					
	รวม	9.4747	1.36534					
	ระหว่างกลุ่ม			2.132	3	.711	.374	.772
	ภายในกลุ่ม			180.554	95	1.901		
รวม			182.687	98				
10. ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง/ บริษัทที่ทำธุรกิจขายตรง เป็น บุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลก็ได้ (มาตรา 20)	โสด	9.2787	1.63433					
	สมรส	9.3636	1.74675					
	หม้าย	10.0000	1.41421					
	หย่าร้าง	9.0000	.					
	รวม	9.3333	1.64751					
	ระหว่างกลุ่ม			2.101	3	.700	.252	.860
	ภายในกลุ่ม			263.899	95	2.778		
รวม			266.000	98				
11. การเข้าไปเสนอขายสินค้า ให้กับผู้บริโภค ต้องเสนอขายที่ บ้าน หรือที่ทำงานของผู้บริโภค โดยต้องได้รับคำยินยอมจาก ผู้บริโภคเท่านั้น (มาตรา 26)	โสด	9.1803	1.73693					
	สมรส	9.4242	1.71447					
	หม้าย	9.5000	.57735					
	หย่าร้าง	9.0000	.					
	รวม	9.2727	1.68316					
	ระหว่างกลุ่ม			1.559	3	.520	.179	.910
	ภายในกลุ่ม			276.077	95	2.906		
รวม			277.636	98				

พระราชบัญญัติขายตรงและตลาด แบบตรง		Mean	SD	SS	df	MS	ค่า F	Sig
12. ในการทำสัญญาระหว่าง ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ กับผู้บริโภค ต้องมีข้อความเป็น ภาษาไทยอย่างชัดเจนเกี่ยวกับ สิทธิของผู้บริโภคในการเลิก สัญญา (มาตรา 51)	โสด	9.7742	1.54091					
	สมรส	9.7576	1.58174					
	หม้าย	10.0000	.81650					
	หย่าร้าง	10.0000	.					
	รวม	9.7800	1.51478					
	ระหว่างกลุ่ม			.261	3	.087	.037	.991
	ภายในกลุ่ม			226.899	96	2.364		
	รวม			227.160	99			
13. การรับประกันสินค้าต้องระบุ เป็นภาษาไทยที่เข้าใจง่ายและ ชัดเจน (มาตรา 37)	โสด	9.839	1.5385					
	สมรส	10.000	1.4577					
	หม้าย	10.000	1.4142					
	หย่าร้าง	9.000	.					
	รวม	9.890	1.4900					
	ระหว่างกลุ่ม			1.403	3	.468	.206	.892
	ภายในกลุ่ม			218.387	96	2.275		
	รวม			219.790	99			
14. การจ่ายค่าตอบแทนให้แก่ ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ ต้องไม่ใช่การจ่ายค่าตอบแทนที่มา จากการแนะนำบุคคลอื่นให้มา สมัครเข้าร่วมเป็นเครือข่ายกับ ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ นั้น ๆ (มาตรา 21)	โสด	9.5323	1.71510					
	สมรส	9.7273	1.54662					
	หม้าย	9.2500	.50000					
	หย่าร้าง	9.0000	.					
	รวม	9.5800	1.61546					
	ระหว่างกลุ่ม			1.629	3	.543	.203	.894
	ภายในกลุ่ม			256.731	96	2.674		
	รวม			258.360	99			
15. ผลตอบแทนที่ตัวแทนขายหรือ ผู้จำหน่ายอิสระได้รับต้องมาจาก การขายสินค้าหรือบริการหรือการ ซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อใช้เอง เท่านั้น (มาตรา 21)	โสด	9.3710	1.62192					
	สมรส	9.5455	1.60255					
	หม้าย	9.2500	.95743					
	หย่าร้าง	8.0000	.					
	รวม	9.4100	1.58334					
	ระหว่างกลุ่ม			2.790	3	.930	.364	.779
	ภายในกลุ่ม			245.400	96	2.556		
	รวม			248.190	99			

พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง		Mean	SD	SS	df	MS	ค่า F	Sig
16. ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง/บริษัทผู้ทำธุรกิจขายตรงต้องแสดงวิธีคิดคำนวณการจ่ายค่าตอบแทนที่ตรงกับความเป็นจริง เปิดเผยและชัดเจน (มาตรา 21)	โสด	9.6774	1.63741					
	สมรส	10.1212	1.36376					
	หม้าย	10.2500	.50000					
	หย่าร้าง	8.0000	.					
	รวม	9.8300	1.53119					
	ระหว่างกลุ่ม			8.296	3	2.765	1.186	.319
	ภายในกลุ่ม			223.814	96	2.331		
รวม			232.110	99				
17. รัฐได้แต่งตั้ง คณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง เพื่อมีอำนาจหน้าที่ในการกำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง (มาตรา 13(3))	โสด	9.6774	1.63741					
	สมรส	10.1212	1.36376					
	หม้าย	10.2500	.50000					
	หย่าร้าง	8.0000	.					
	รวม	9.8300	1.53119					
	ระหว่างกลุ่ม			8.296	3	2.765	1.186	.319
	ภายในกลุ่ม			223.814	96	2.331		
รวม			232.110	99				
18. หากผู้ประกอบธุรกิจขายตรงไม่มาตามคำสั่งคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงเพื่ออธิบายเกี่ยวกับหลักฐานที่ใช้พิจารณาในการทำผิด มีโทษจำคุกไม่เกิน 1 เดือนหรือปรับไม่เกิน 10,000 บาทหรือทั้งจำทั้งปรับ (มาตรา 45)	โสด	9.0161	1.72248					
	สมรส	9.0000	1.75000					
	หม้าย	8.7500	1.50000					
	หย่าร้าง	8.0000	.					
	รวม	8.9900	1.70261					
	ระหว่างกลุ่ม			1.256	3	.419	.141	.935
	ภายในกลุ่ม			285.734	96	2.976		
รวม			286.990	99				
19. หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ได้รับอนุญาตจากผู้บริโภคให้เข้าไปเสนอขายสินค้าหรือบริการที่บ้านหรือที่ทำงาน ซึ่งทำให้ผู้บริโภคเกิดความรำคาญมีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท (มาตรา 51)	โสด	8.5323	1.70551					
	สมรส	9.3030	1.40278					
	หม้าย	8.2500	1.70783					
	หย่าร้าง	7.0000	.					
	รวม	8.7600	1.63991					
	ระหว่างกลุ่ม			17.085	3	5.695	2.194	.094
	ภายในกลุ่ม			249.155	96	2.595		
รวม			266.240	99				

พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง		Mean	SD	SS	df	MS	ค่า F	Sig
20. หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้ผู้บริโภค มีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท (มาตรา 51)	โสด	8.6613	1.78283					
	สมรส	9.0909	1.37758					
	หม้าย	9.2500	1.50000					
	หย่าร้าง	6.0000	.					
	รวม	8.8000	1.66363					
	ระหว่างกลุ่ม			12.636	3	4.212	1.547	.207
	ภายในกลุ่ม			261.364	96	2.723		
	รวม			274.000	99			
21. หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้ผู้บริโภค โดยระบุสิทธิหรือการรับประกันสินค้าอย่างชัดเจน มีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท (มาตรา 51)	โสด	8.9194	1.75834					
	สมรส	9.3939	1.43482					
	หม้าย	10.0000	1.15470					
	หย่าร้าง	6.0000	.					
	รวม	9.0900	1.67027					
	ระหว่างกลุ่ม			17.714	3	5.905	2.193	.094
	ภายในกลุ่ม			258.476	96	2.692		
	รวม			276.190	99			
22. หากผู้ประกอบการขายตรง/บริษัทขายตรง ไม่แจ้งการเปลี่ยนแปลงแผนการจ่ายค่าตอบแทนให้แก่นายทะเบียนของรัฐได้ทราบ มีโทษปรับไม่เกิน 300,000 บาท (มาตรา 52)	โสด	8.1129	2.96485					
	สมรส	7.5758	3.32632					
	หม้าย	4.5000	4.04145					
	หย่าร้าง	6.0000	.					
	รวม	7.7700	3.16820					
	ระหว่างกลุ่ม			54.440	3	18.147	1.855	.142
	ภายในกลุ่ม			939.270	96	9.784		
	รวม			993.710	99			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่มีสถานภาพต่างกัน จะได้รับผลจากพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ในเรื่องดังต่อไปนี้

1. ตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระต้องแสดงบัตรประชาชน และบัตรประจำตัวผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงทุกครั้ง (มาตรา 26) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.745
2. ผู้บริโภคมีสิทธิยกเลิกสัญญาการขายหากไม่พอใจในสินค้าหรือบริการ ภายใน 7 วัน นับตั้งแต่ได้รับสินค้าหรือบริการ (มาตรา 33) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.571

3. หากผู้บริโภคมองเลิกสัญญาแล้ว ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่คืนเงินให้ผู้บริโภค เมื่อครบ 15 วัน ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระต้องเสียค่าปรับให้แก่ผู้บริโภค (มาตรา 36) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.801

4. เมื่อผู้บริโภคแจ้งยกเลิกสัญญาแล้วต้องส่งคืนสินค้าหรือเก็บรักษาไว้สินค้านั้นไว้ไม่เกิน 21 วัน หากไม่เกิน 21 วัน ผู้ขายยังไม่มารับสินค้า ผู้บริโภคจะเก็บไว้หรือทิ้งก็ได้ (มาตรา 34) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.940

5. เมื่อผู้บริโภคแจ้งยกเลิกสัญญาแล้วแต่ทำให้สินค้านั้นบุบสลายหรือเสียหาย ผู้บริโภคต้องชดเชยค่าเสียหายให้แก่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.114

6. ผู้ประกอบการซื้อขายตรงต้องไม่บังคับผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้า (มาตรา 21) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.920

7. ผู้ประกอบการซื้อขายตรงต้องไม่โน้มน้าวหรือชักจูงให้ผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้ามากเกินไปเกินความจำเป็น (มาตรา 21) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.646

8. ผู้ประกอบการซื้อขายตรงสามารถเก็บค่าสมัคร ค่าฝึกอบรม และค่าวัสดุอุปกรณ์การส่งเสริมการขายหรือค่าธรรมเนียม อื่น ๆ แก่ผู้จำหน่ายอิสระ (มาตรา 22) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.254

9. ผู้จำหน่ายอิสระมีสิทธิคืนสินค้า วัสดุการส่งเสริมการขาย ที่ซื้อจากผู้ประกอบการซื้อขายตรงภายใน 15 วันนับจากวันที่แจ้งอย่างเป็นทางการแก่ผู้ประกอบการซื้อขายตรง (มาตรา 25) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.772

10. ผู้ประกอบการซื้อขายตรง/บริษัทที่ทำธุรกิจขายตรง เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลก็ได้ (มาตรา 20) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.860

11. การเข้าไปเสนอขายสินค้าให้กับผู้บริโภค ต้องเสนอขายที่บ้าน หรือที่ทำงานของผู้บริโภค โดยต้องได้รับคำยินยอมจากผู้บริโภคเท่านั้น (มาตรา 26) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.910

12. ในการทำสัญญาระหว่างตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระกับผู้บริโภค ต้องมีข้อความเป็นภาษาไทยอย่างชัดเจนเกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคในการเลิกสัญญา (มาตรา 51) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.991

13. การรับประกันสินค้าต้องระบุเป็นภาษาไทยที่เข้าใจง่ายและชัดเจน (มาตรา 37) ระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.982

14. การจ่ายค่าตอบแทนให้แก่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ ต้องไม่ใช่การจ่ายค่าตอบแทนที่มาจาก การแนะนำบุคคลอื่นให้มาสมัครเข้าร่วมเป็นเครือข่ายกับตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระนั้น ๆ (มาตรา 21) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.894

15. ผลตอบแทนที่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระได้รับต้องมาจากการขายสินค้าหรือบริการหรือการซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อใช้เองเท่านั้น (มาตรา 21) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.779

16. ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง/บริษัทผู้ทำธุรกิจขายตรงต้องแสดงวิธีคิดคำนวณการจ่ายค่าตอบแทนที่ตรงกับความเป็นจริง เปิดเผยและชัดเจน (มาตรา 21) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.319

17. รัฐได้แต่งตั้ง คณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง เพื่อมีอำนาจหน้าที่ในการกำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง (มาตรา 13(3)) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.319

18. หากผู้ประกอบธุรกิจขายตรงไม่มาตามคำสั่งคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงเพื่ออธิบายเกี่ยวกับหลักฐานที่ใช้พิจารณาในการทำผิด มีโทษจำคุกไม่เกิน 1 เดือนหรือปรับไม่เกิน 10,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ (มาตรา 45) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.935

19. หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ได้รับอนุญาตจากผู้บริโภคให้เข้าไปเสนอขายสินค้าหรือบริการที่บ้านหรือที่ทำงาน ซึ่งทำให้ผู้บริโภคเกิดความรำคาญมีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท (มาตรา 51) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.094

20. หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้ผู้บริโภค มีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท (มาตรา 51) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.207

21. หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้ผู้บริโภค โดยระบุสิทธิหรือการรับประกันสินค้าอย่างชัดเจน มีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท (มาตรา 51) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.094

22. หากผู้ประกอบธุรกิจขายตรง/บริษัทขายตรง ไม่แจ้งการเปลี่ยนแปลงแผนการจ่ายค่าตอบแทนให้แก่นายทะเบียนของรัฐได้ทราบ มีโทษปรับไม่เกิน 300,000 บาท (มาตรา 52) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.142

สรุปจากตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพต่างกัน จะได้รับผลจากพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง ส่วนใหญ่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 6 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง จำแนกตามอาชีพหลัก

พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง		Mean	SD	SS	df	MS	ค่า F	Sig
1. ตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระต้องแสดงบัตรประชาชน และบัตรประจำตัวผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงทุกครั้ง (มาตรา 26)	ขายตรงอย่างเดียว	9.4706	1.58578					
	ขายตรงและทำอาชีพอื่น ๆ	9.7470	1.56831					
	รวม	9.7000	1.56670					
	ระหว่างกลุ่ม			1.078	1	1.078	.437	.510
	ภายในกลุ่ม			241.922	98	2.469		
	รวม			243.000	99			
2. ผู้บริโภคมีสติพริกเล็ก สัญญาการขายหากไม่พอใจในสินค้าหรือบริการ ภายใน 7 วัน นับตั้งแต่ได้รับสินค้าหรือบริการ (มาตรา 33)	ขายตรงอย่างเดียว	9.0000	2.03101					
	ขายตรงและทำอาชีพอื่น ๆ	9.8916	1.19972					
	รวม	9.7400	1.40432					
	ระหว่างกลุ่ม			11.216	1	11.216	5.973	.016 *
	ภายในกลุ่ม			184.024	98	1.878		
	รวม			195.240	99			
3. หากผู้บริโภคบอกละเลย สัญญาแล้ว ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่คืนเงินให้ผู้บริโภค เมื่อครบ 15 วัน ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระต้องเสียค่าปรับให้แก่ผู้บริโภค (มาตรา 36)	ขายตรงอย่างเดียว	9.2353	1.52190					
	ขายตรงและทำอาชีพอื่น ๆ	9.4337	1.46664					
	รวม	9.4000	1.47024					
	ระหว่างกลุ่ม			.556	1	.556	.255	.615
	ภายในกลุ่ม			213.444	98	2.178		
	รวม			214.000	99			

พระราชบัญญัติขายตรงและ ตลาดแบบตรง		Mean	SD	SS	df	MS	ค่า F	Sig
4. เมื่อผู้บริโภคแจ้งยกเลิกสัญญาแล้วต้องส่งคืนสินค้าหรือเก็บรักษาไว้สินค้านั้นไว้ไม่เกิน 21 วัน หากไม่เกิน 21 วัน ผู้ขายยังไม่มารับสินค้า ผู้บริโภคจะเก็บไว้หรือทิ้งก็ได้ (มาตรา 34)	ขายตรงอย่างเดียว	8.7059	1.4476 1					
	ขายตรงและทำอาชีพอื่น ๆ	8.9157	1.7334 9					
	รวม	8.8800	1.6834 3					
	ระหว่างกลุ่ม			.621	1	.621	.217	.642
	ภายในกลุ่ม			279.939	98	2.857		
	รวม			280.560	99			
5. เมื่อผู้บริโภคแจ้งยกเลิกสัญญาแล้วแต่ทำให้สินค้านั้นบุบสลายหรือเสียหาย ผู้บริโภคต้องชดเชยค่าเสียหายให้แก่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ	ขายตรงอย่างเดียว	9.0588	1.5194 8					
	ขายตรงและทำอาชีพอื่น ๆ	9.1728	1.6717 5					
	รวม	9.1531	1.6394 1					
	ระหว่างกลุ่ม			.183	1	.183	.067	.796
	ภายในกลุ่ม			260.521	96	2.714		
	รวม			260.704	97			
6. ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงต้องไม่บังคับผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้า (มาตรา 21)	ขายตรงอย่างเดียว	9.8824	1.5764 8					
	ขายตรงและทำอาชีพอื่น ๆ	9.8659	1.6236 1					
	รวม	9.8687	1.6076 8					
	ระหว่างกลุ่ม			.004	1	.004	.001	.970
	ภายในกลุ่ม			253.289	97	2.611		
	รวม			253.293	98			

พระราชบัญญัติขายตรงและ ตลาดแบบตรง		Mean	SD	SS	df	MS	ค่า F	Sig
7. ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง ต้องไม่โน้มน้าวหรือชักจูงให้ ผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้ามาก เกินความจำเป็น (มาตรา 21)	ขายตรงอย่างเดียว	9.3529	1.5387 2					
	ขายตรงและทำ อาชีพอื่น ๆ	9.5732	1.5949 8					
	รวม	9.5354	1.5799 3					
	ระหว่างกลุ่ม			.683	1	.683	.272	.603
	ภายในกลุ่ม			243.943	97	2.515		
	รวม			244.626	98			
8. ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง สามารถเก็บค่าสมัคร ค่า ฝึกอบรม และค่าวัสดุอุปกรณ์ การส่งเสริมการขายหรือ ค่าธรรมเนียมอื่น ๆ แก่ผู้ จำหน่ายอิสระ (มาตรา 22)	ขายตรงอย่างเดียว	8.3750	1.8211 7					
	ขายตรงและทำ อาชีพอื่น ๆ	9.0244	1.6627 8					
	รวม	8.9184	1.6970 2					
	ระหว่างกลุ่ม			5.646	1	5.646	1.980	.163
	ภายในกลุ่ม			273.701	96	2.851		
	รวม			279.347	97			
9. ผู้จำหน่ายอิสระมีสิทธิคืน สินค้า วัสดุการส่งเสริมการ ขาย ที่ซื้อจากผู้ประกอบ ธุรกิจขายตรงภายใน 15 วัน นับจากวันที่แจ้งอย่างเป็นทางการ แก่ผู้ประกอบการ ธุรกิจขายตรง (มาตรา 25)	ขายตรงอย่างเดียว	9.3529	1.4552 1					
	ขายตรงและทำ อาชีพอื่น ๆ	9.5000	1.3540 1					
	รวม	9.4747	1.3653 4					
	ระหว่างกลุ่ม			.305	1	.305	.162	.688
	ภายในกลุ่ม			182.382	97	1.880		
	รวม			182.687	98			

พระราชบัญญัติขายตรงและ ตลาดแบบตรง		Mean	SD	SS	df	MS	ค่า F	Sig
10. ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง/ บริษัทที่ทำธุรกิจขายตรง เป็น บุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคล ก็ได้ (มาตรา 20)	ขายตรงอย่างเดียว	9.4706	1.5857 8					
	ขายตรงและทำ อาชีพอื่น ๆ	9.3049	1.6680 7					
	รวม	9.3333	1.6475 1					
	ระหว่างกลุ่ม			.387	1	.387	.141	.708
	ภายในกลุ่ม			265.613	97	2.738		
	รวม			266.000	98			
11. การเข้าไปเสนอขาย สินค้าให้กับผู้บริโภค ต้อง เสนอขายที่บ้าน หรือที่ ทำงานของผู้บริโภค โดยต้อง ได้รับคำยินยอมจากผู้บริโภค เท่านั้น (มาตรา 26)	ขายตรงอย่างเดียว	9.0000	1.8027 8					
	ขายตรงและทำ อาชีพอื่น ๆ	9.3293	1.6633 7					
	รวม	9.2727	1.6831 6					
	ระหว่างกลุ่ม			1.527	1	1.527	.536	.466
	ภายในกลุ่ม			276.110	97	2.846		
	รวม			277.636	98			
12. ในการทำสัญญาระหว่าง ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่าย อิสระกับผู้บริโภค ต้องมี ข้อความภาษาไทยอย่าง ชัดเจนเกี่ยวกับสิทธิของ ผู้บริโภคในการเลิกสัญญา (มาตรา 51)	ขายตรงอย่างเดียว	9.9412	1.2485 3					
	ขายตรงและทำ อาชีพอื่น ๆ	9.7470	1.5683 1					
	รวม	9.7800	1.5147 8					
	ระหว่างกลุ่ม			.532	1	.532	.230	.633
	ภายในกลุ่ม			226.628	98	2.313		
	รวม			227.160	99			
13. การรับประกันสินค้าต้อง ระบุเป็นภาษาไทยที่เข้าใจง่าย และชัดเจน (มาตรา 37)	ขายตรงอย่างเดียว	10.118	1.2187					
	ขายตรงและทำ อาชีพอื่น ๆ	9.843	1.5419					
	รวม	9.890	1.4900					
	ระหว่างกลุ่ม			1.061	1	1.061	.476	.492
	ภายในกลุ่ม			218.729	98	2.232		
	รวม			219.790	99			

พระราชบัญญัติขายตรงและ ตลาดแบบตรง		Mean	SD	SS	df	MS	ค่า F	Sig
14. การจ่ายค่าตอบแทน ให้แก่ตัวแทนขายหรือผู้ จำหน่ายอิสระ ต้องไม่ใช้การ จ่ายค่าตอบแทนที่มาจาก แนะนำบุคคลอื่นให้มาสมัคร เข้าร่วมเป็นเครือข่ายกับ ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่าย อิสระนั้น ๆ (มาตรา 21)	ขายตรงอย่างเดียว	9.6471	1.6179 1					
	ขายตรงและทำ อาชีพอื่น ๆ	9.5663	1.6244 5					
	รวม	9.5800	1.6154 6					
	ระหว่างกลุ่ม			.092	1	.092	.035	.852
	ภายในกลุ่ม			258.268	98	2.635		
	รวม			258.360	99			
15. ผลตอบแทนที่ตัวแทน ขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ ได้รับต้องมาจากการขาย สินค้าหรือบริการหรือการซื้อ สินค้าหรือบริการเพื่อใช้เอง เท่านั้น (มาตรา 21)	ขายตรงอย่างเดียว	10.176 5	1.1311 1					
	ขายตรงและทำ อาชีพอื่น ๆ	9.2530	1.6218 3					
	รวม	9.4100	1.5833 4					
	ระหว่างกลุ่ม			12.033	1	12.033	4.993	.028 *
	ภายในกลุ่ม			236.157	98	2.410		
	รวม			248.190	99			
16. ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง/ บริษัทผู้ทำธุรกิจขายตรงต้อง แสดงวิธีคิดคำนวณการจ่าย ค่าตอบแทนที่ตรงกับความเป็นจริง เปิดเผยและชัดเจน (มาตรา 21)	ขายตรงอย่างเดียว	9.5294	1.7362 9					
	ขายตรงและทำ อาชีพอื่น ๆ	9.8916	1.4899 0					
	รวม	9.8300	1.5311 9					
	ระหว่างกลุ่ม			1.851	1	1.851	.788	.377
	ภายในกลุ่ม			230.259	98	2.350		
	รวม			232.110	99			

พระราชบัญญัติขายตรงและ ตลาดแบบตรง		Mean	SD	SS	df	MS	ค่า F	Sig
17. รัฐได้แต่งตั้ง คณะกรรมการขายตรงและ ตลาดแบบตรง เพื่อมีอำนาจ หน้าที่ในการกำกับดูแล ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง (มาตรา 13(3))	ขายตรงอย่างเดียว	9.5294	1.7362 9					
	ขายตรงและทำ อาชีพอื่น ๆ	9.8916	1.4899 0					
	รวม	9.8300	1.5311 9					
	ระหว่างกลุ่ม			1.851	1	1.851	.788	.377
	ภายในกลุ่ม			230.259	98	2.350		
	รวม			232.110	99			
18. หากผู้ประกอบการธุรกิจขาย ตรงไม่มาตามคำสั่ง คณะกรรมการขายตรงและ ตลาดแบบตรงเพื่ออธิบาย เกี่ยวกับหลักฐานที่ใช้ พิจารณาในการทำผิด มีโทษ จำคุกไม่เกิน 1 เดือนหรือ ปรับไม่เกิน 10,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ (มาตรา 45)	ขายตรงอย่างเดียว	9.0588	1.6382 4					
	ขายตรงและทำ อาชีพอื่น ๆ	8.9759	1.7248 3					
	รวม	8.9900	1.7026 1					
	ระหว่างกลุ่ม			.097	1	.097	.033	.856
	ภายในกลุ่ม			286.893	98	2.927		
	รวม			286.990	99			
19. หากตัวแทนขายหรือผู้ จำหน่ายอิสระไม่ได้รับ อนุญาตจากผู้บริโภคให้เข้าไป เสนอขายสินค้าหรือ บริการที่บ้านหรือที่ทำงาน ซึ่งทำให้ผู้บริโภคเกิดความ รำคาญมีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท (มาตรา 51)	ขายตรงอย่างเดียว	8.7647	1.6019 3					
	ขายตรงและทำ อาชีพอื่น ๆ	8.7590	1.6571 4					
	รวม	8.7600	1.6399 1					
	ระหว่างกลุ่ม			.000	1	.000	.000	.990
	ภายในกลุ่ม			266.240	98	2.717		
	รวม			266.240	99			

พระราชบัญญัติขายตรงและ ตลาดแบบตรง		Mean	SD	SS	df	MS	ค่า F	Sig
20. หากตัวแทนขายหรือผู้ จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสาร การซื้อขายให้ผู้บริโภค มี โทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท (มาตรา 51)	ขายตรงอย่างเดียว	8.5882	1.6605 3					
	ขายตรงและทำ อาชีพอื่น ๆ	8.8434	1.6710 0					
	รวม	8.8000	1.6636 3					
	ระหว่างกลุ่ม			.918	1	.918	.330	.567
	ภายในกลุ่ม			273.082	98	2.787		
	รวม			274.000	99			
21. หากตัวแทนขายหรือผู้ จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสาร การซื้อขายให้ผู้บริโภค โดย ระบุสิทธิหรือการรับประกัน สินค้าอย่างชัดเจน มีโทษ ปรับไม่เกิน 30,000 บาท (มาตรา 51)	ขายตรงอย่างเดียว	9.2353	1.4374 2					
	ขายตรงและทำ อาชีพอื่น ๆ	9.0602	1.7203 9					
	รวม	9.0900	1.6702 7					
	ระหว่างกลุ่ม			.432	1	.432	.154	.696
	ภายในกลุ่ม			275.758	98	2.814		
	รวม			276.190	99			
22. หากผู้ประกอบการกิจการขาย ตรง/บริษัทขายตรง ไม่แจ้ง การเปลี่ยนแปลงแผนการจ่าย ค่าตอบแทนให้แก่นาย ทะเบียนของรัฐได้ทราบ มี โทษปรับไม่เกิน 300,000 บาท (มาตรา 52)	ขายตรงอย่างเดียว	9.4118	1.8391 2					
	ขายตรงและทำ อาชีพอื่น ๆ	7.4337	3.2840 8					
	รวม	7.7700	3.1682 0					
	ระหว่างกลุ่ม			55.207	1	55.207	5.765	.018 *
	ภายในกลุ่ม			938.503	98	9.577		
	รวม			993.710	99			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพหลักต่างกัน จะได้รับผลจากพระราชบัญญัติ
ขายตรงและตลาดแบบตรงแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ในเรื่องดังต่อไปนี้

2. ผู้บริโภคมีสิทธิยกเลิกสัญญาการขายหากไม่พอใจในสินค้าหรือบริการ ภายใน 7 วัน
นับตั้งแต่ได้รับสินค้าหรือบริการ (มาตรา 33) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.016

15. ผลตอบแทนที่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระได้รับต้องมาจากการขายสินค้าหรือบริการหรือการซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อใช้เองเท่านั้น (มาตรา 21) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.028

22. หากผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง/บริษัทขายตรง ไม่แจ้งการเปลี่ยนแปลงแผนการจ่ายค่าตอบแทนให้แก่นายทะเบียนของรัฐได้ทราบ มีโทษปรับไม่เกิน 300,000 บาท (มาตรา 52) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.018

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพหลักต่างกันจะได้รับผลจากพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง ส่วนใหญ่ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ในเรื่องดังต่อไปนี้

1. ตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระต้องแสดงบัตรประชาชน และบัตรประจำตัวผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงทุกครั้ง (มาตรา 26) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.510

3. หากผู้บริโภคมองเลิกสัญญาแล้ว ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่คืนเงินให้ผู้บริโภคเมื่อครบ 15 วัน ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระต้องเสียค่าปรับให้แก่ผู้บริโภค (มาตรา 36) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.615

4. เมื่อผู้บริโภคแจ้งยกเลิกสัญญาแล้วต้องส่งคืนสินค้าหรือเก็บรักษาไว้สินค้านั้นไว้ไม่เกิน 21 วัน หากไม่เกิน 21 วัน ผู้ขายยังไม่มารับสินค้า ผู้บริโภคจะเก็บไว้หรือทิ้งก็ได้ (มาตรา 34) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.642

5. เมื่อผู้บริโภคแจ้งยกเลิกสัญญาแล้วแต่ทำให้สินค้านั้นบุบสลายหรือเสียหาย ผู้บริโภคต้องชดเชยค่าเสียหายให้แก่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.796

6. ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงต้องไม่บังคับผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้า (มาตรา 21) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.970

7. ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงต้องไม่โน้มน้าวหรือชักจูงให้ผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้ามากเกินไป (มาตรา 21) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.603

8. ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงสามารถเก็บค่าสมัคร ค่าฝึกอบรม และค่าวัสดุอุปกรณ์การส่งเสริมการขายหรือค่าธรรมเนียม อื่น ๆ แก่ผู้จำหน่ายอิสระ (มาตรา 22) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.163

9. ผู้จำหน่ายอิสระมีสิทธิคืนสินค้า วัสดุการส่งเสริมการขาย ที่ซื้อจากผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงภายใน 15 วันนับจากวันที่แจ้งอย่างเป็นทางการแก่ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง (มาตรา 25) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.688

10. ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง/บริษัทที่ทำธุรกิจขายตรง เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลก็ได้ (มาตรา 20) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.708

11. การเข้าไปเสนอขายสินค้าให้กับผู้บริโภค ต้องเสนอขายที่บ้าน หรือที่ทำงานของผู้บริโภค โดยต้องได้รับคำยินยอมจากผู้บริโภคเท่านั้น (มาตรา 26) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.466
12. ในการทำสัญญาระหว่างตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระกับผู้บริโภค ต้องมีข้อความ เป็นภาษาไทยอย่างชัดเจนเกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคในการเลิกสัญญา (มาตรา 51) ซึ่งมีระดับ นัยสำคัญ เท่ากับ 0.633
13. การรับประกันสินค้าต้องระบุเป็นภาษาไทยที่เข้าใจง่ายและชัดเจน (มาตรา 37) ระดับ นัยสำคัญ 0.492
14. การจ่ายค่าตอบแทนให้แก่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ ต้องไม่ใช่การจ่าย ค่าตอบแทนที่มาจาก การแนะนำบุคคลอื่นให้มาสมัครเข้าร่วมเป็นเครือข่ายกับตัวแทนขายหรือผู้ จำหน่ายอิสระนั้น ๆ (มาตรา 21) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.852
16. ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง/บริษัทผู้ทำธุรกิจขายตรงต้องแสดงวิธีคิดคำนวณการจ่าย ค่าตอบแทนที่ตรงกับความเป็นจริง เปิดเผยและชัดเจน (มาตรา 21) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.377
17. รัฐได้แต่งตั้ง คณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง เพื่อมีอำนาจหน้าที่ในการกำกับ ดูแลผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง (มาตรา 13(3)) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.377
18. หากผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงไม่มาตามคำสั่งคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง เพื่ออธิบายเกี่ยวกับหลักฐานที่ใช้พิจารณาในการทำผิด มีโทษจำคุกไม่เกิน 1 เดือนหรือปรับไม่เกิน 10,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ (มาตรา 45) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.856
19. หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ได้รับอนุญาตจากผู้บริโภคให้เข้าไปเสนอขาย สินค้าหรือบริการที่บ้านหรือที่ทำงาน ซึ่งทำให้ผู้บริโภคเกิดความรำคาญมีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท (มาตรา 51) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.990
20. หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้ผู้บริโภค มีโทษปรับ ไม่เกิน 30,000 บาท (มาตรา 51) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.567
21. หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้ผู้บริโภค โดยระบุ สิทธิหรือการรับประกันสินค้าอย่างชัดเจน มีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท (มาตรา 51) ซึ่งมีระดับ นัยสำคัญ เท่ากับ 0.696

สรุปจากตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพหลักต่างกัน จะได้รับผลจาก พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง ส่วนใหญ่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

นโยบายภาครัฐที่มีต่อการสนับสนุนและกำกับดูแลต่อธุรกิจขายตรงในประเทศไทย
(กรณีศึกษา ผู้บริโภค)

การวิเคราะห์เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างเกี่ยวกับพระราชบัญญัติขายในมาตราต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านระบบขายตรงของผู้บริโภค โดยใช้ค่าความได้ผลการวิจัยดังนี้

ตารางที่ 7 แสดงผลการวิเคราะห์หาค่าถดถอยเชิงเส้นระหว่างความรู้ด้านหน่วยงานราชการที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคสังกัดอยู่กับการส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภค

ความรู้เกี่ยวกับพรบ. ขายตรงและตลาดแบบตรง	B	Std.Error	Beta	สถิติทดสอบ ที	P-value
(Constant)	.857	.034		25.327	.000
ความรู้ด้านหน่วยงานราชการที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคสังกัดอยู่	.257	.102	.125	2.5519	.012
สถิติทดสอบ ที	6.344				
P - value	.012				
R	.125				
R ²	.016				

ผลจากการศึกษา ข้อกำหนดเบื้องต้นของการวิเคราะห์หาค่าถดถอยพบว่า ความรู้ด้านหน่วยงานราชการที่ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคสังกัดอยู่ของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นผู้ซื้อสินค้าผ่านระบบการขายตรง ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้า ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ได้ค่า F = 6.334 มีค่า P-value = 0.12) จากการศึกษาพบว่า ตัวแปรอิสระด้านความรู้เกี่ยวกับหน่วยงานที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคสังกัดอยู่ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้า ร้อยละ 12.50 (R = 0.125) ตัวแปรอิสระนี้ สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมการซื้อสินค้า ได้ร้อยละ 1.6 (R² = 0.016) และจากการศึกษาพบว่า ปัจจัยความรู้ด้านหน่วยงานราชการที่ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคสังกัดอยู่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านระบบขายตรง เนื่องจากมีค่า P-value ของ t น้อยกว่า .05

ตารางที่ 8 แสดงผลการวิเคราะห์ห้ถดถอยเชิงเส้นระหว่าง ความรู้ด้านชื่อของเว็บไซต์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคกับการส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อขายของผู้บริโภค

ความรู้เกี่ยวกับพรบ. ขายตรงและตลาดแบบตรง	B	Std.Error	Beta	สถิติทดสอบ ที่	P-value
(Constant)	.894	.014		21.808	.000
ความรู้เกี่ยวกับชื่อเว็บไซต์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค	-2.418E-02	.066	-.018	.134	.0715
สถิติทดสอบ ที่	.134				
P - value	.715				
R	.018				
R ²	.000				

ผลจากการศึกษา ข้อกำหนดเบื้องต้นของการวิเคราะห์ห้ถดถอยพบว่า ความรู้ด้าน ชื่อเว็บไซต์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็น ผู้บริโภค ส่งผลต่อพฤติกรรมซื้อขายผ่านระบบขายตรง ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ได้ค่า F = .134 มีค่า P-value = .715) จากการศึกษาพบว่า ตัวแปรอิสระด้านความรู้ความรู้ด้าน ชื่อเว็บไซต์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมซื้อขาย ร้อยละ 1.8 (R = 0.018) ตัวแปรอิสระนี้ สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของผล ของพฤติกรรมซื้อขาย ได้ร้อยละ 0.00 (R² = 0.000) และจากการศึกษาพบว่า ปัจจัยความรู้ด้าน ชื่อเว็บไซต์ของ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ไม่มีอิทธิพลต่อผล พฤติกรรมซื้อขายผ่านระบบการขาย ตรง เนื่องจากมีค่า P-value ของ t มากกว่า .05

ตารางที่ 9 แสดงผลการวิเคราะห์ห้ถดถอยเชิงเส้นระหว่าง ความรู้ด้านรูปแบบการนำเสนอขายสินค้าในระบบการขายตรงกับการส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการณ์ซื้อสินค้าของผู้บริโภค

ความรู้เกี่ยวกับพรบ. ขายตรงและตลาดแบบตรง	B	Std.Error	Beta	สถิติทดสอบ ที	P-value
(Constant)	.876	.058		14.980	.000
ความรู้เกี่ยวกับลักษณะการดำเนินธุรกิจขายตรง คือ การนำเสนอขายสินค้าหรือบริการต่อลูกค้าโดยตรง ในที่อยู่อาศัยหรือสถานที่ทำงาน	1.286E-02	.070	.009	.184	.854
สถิติทดสอบ ที	.034				
P - value	.854				
R	.009				
R ²	.000				

ผลจากการศึกษา ข้อกำหนดเบื้องต้นของการวิเคราะห์ห้ถดถอยพบว่า ความรู้เกี่ยวกับลักษณะการดำเนินธุรกิจขายตรง คือ การนำเสนอขายสินค้าหรือบริการต่อลูกค้าโดยตรง ในที่อยู่อาศัยหรือสถานที่ทำงานของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็น ผู้บริโภค ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการณ์ซื้อสินค้าผ่านระบบขายตรง ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ได้ค่า F = .034 มีค่า P-value = .854) จากการศึกษพบว่า ตัวแปรอิสระด้านความรู้เกี่ยวกับลักษณะการดำเนินธุรกิจขายตรง คือ การนำเสนอขายสินค้าหรือบริการต่อลูกค้าโดยตรง ในที่อยู่อาศัยหรือสถานที่ทำงาน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการณ์ซื้อ ร้อยละ 0.9 (R = 0.009) ตัวแปรอิสระนี้ สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของผลของพฤติกรรมการณ์ซื้อ ได้ร้อยละ 0.00 (R² = 0.000) และจากการศึกษาพบว่า ปัจจัยความรู้เกี่ยวกับลักษณะการดำเนินธุรกิจขายตรง คือ การนำเสนอขายสินค้าหรือบริการต่อลูกค้าโดยตรง ในที่อยู่อาศัยหรือสถานที่ทำงานของผู้ตอบแบบสอบถาม ไม่มีอิทธิพลต่อผล พฤติกรรมการณ์ซื้อสินค้าผ่านระบบการขายตรง เนื่องจากมีค่า P-value ของ t มากกว่า .05

ตารางที่ 10 แสดงผลการวิเคราะห์หาค่าถดถอยเชิงเส้นระหว่าง ความรู้ด้านการขออนุญาตเสนอขายสินค้าหรือบริการให้กับผู้บริโภค กับการส่งผลต่อพฤติกรรมการณ์ซื้อสินค้าของผู้บริโภค

ความรู้เกี่ยวกับพรบ. ขายตรงและตลาดแบบตรง	B	Std.Error	Beta	สถิติทดสอบ ที่	P-value
(Constant)	.903	.050		18.036	.000
ความรู้เกี่ยวกับตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระ สามารถเดินเข้ามาที่บ้านหรือที่ทำงานของลูกค้าเพื่อนำเสนอขายสินค้าหรือบริการ โดยไม่จำเป็นต้องมีการขออนุญาตหรือนัดหมายล่วงหน้า	-3.069E-02	.065	-.024	-.470	.639
สถิติทดสอบ ที่	.221				
P - value	.639				
R	.024				
R ²	.001				

ผลจากการศึกษา ข้อกำหนดเบื้องต้นของการวิเคราะห์หาค่าถดถอยพบว่า ความรู้เกี่ยวกับตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระ สามารถเดินเข้ามาที่บ้านหรือที่ทำงานของลูกค้าเพื่อนำเสนอขายสินค้าหรือบริการ โดยไม่จำเป็นต้องมีการขออนุญาตหรือนัดหมายล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็น ผู้บริโภค ส่งผลต่อ พฤติกรรมการณ์ซื้อสินค้าผ่านระบบขายตรง ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ได้ค่า F = .221 มีค่า P-value = .639) จากการศึกษาพบว่า ตัวแปรอิสระด้านความรู้เกี่ยวกับลักษณะการดำเนินธุรกิจขายตรง คือ การนำเสนอขายสินค้าหรือบริการต่อลูกค้าโดยตรง ในที่อยู่อาศัยหรือสถานที่ทำงาน มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการณ์ซื้อ ร้อยละ 2.4 (R = 0.024) ตัวแปรอิสระนี้ สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของผล ของพฤติกรรมการณ์ซื้อ ได้ร้อยละ 1.0 (R² = 0.001) และจากการศึกษาพบว่า ปัจจัยความรู้เกี่ยวกับตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระ สามารถเดินเข้ามาที่บ้านหรือที่ทำงานของลูกค้าเพื่อนำเสนอขายสินค้าหรือบริการ โดยไม่จำเป็นต้องมีการขออนุญาตหรือนัดหมายล่วงหน้าของผู้ตอบแบบสอบถาม ไม่มีอิทธิพลต่อผล พฤติกรรมการณ์ซื้อสินค้าผ่านระบบการขายตรง เนื่องจากมีค่า P-value ของ t มากกว่า .05

ตารางที่ 11 แสดงผลการวิเคราะห์หาค่าถดถอยเชิงเส้นระหว่าง ความรู้ด้านการแจ้งความต้องการในการยกเลิกสัญญาการซื้อขายสินค้าของผู้บริโภคเป็นลายลักษณ์อักษรกับการส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภค

ความรู้เกี่ยวกับพรบ. ขายตรงและตลาดแบบตรง	B	Std.Error	Beta	สถิติทดสอบ ที่	P-value
(Constant)	.871	.049		17.715	.000
ความรู้เกี่ยวกับระยะเวลาในการแจ้งยกเลิกสัญญาของผู้บริโภค อย่างเป็นลายลักษณ์อักษรต่อตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระ	2.385E-02	.065	.018	.367	.714
สถิติทดสอบ ที่	.135				
P - value	.714				
R	.018				
R ²	.000				

ผลจากการศึกษา ข้อกำหนดเบื้องต้นของการวิเคราะห์หาค่าถดถอยพบว่า ความรู้เกี่ยวกับระยะเวลาในการแจ้งยกเลิกสัญญาของผู้บริโภคอย่างเป็นลายลักษณ์อักษรต่อตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็น ผู้บริโภค ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านระบบขายตรง ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ได้ค่า F = .135 มีค่า P-value = .714) จากการศึกษาพบว่า ตัวแปรอิสระด้านความรู้เกี่ยวกับ ระยะเวลาในการแจ้งยกเลิกสัญญาของผู้บริโภค อย่างเป็นลายลักษณ์อักษรต่อตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระ ของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็น ผู้บริโภค มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อ ร้อยละ 1.8 (R = 0.018) ตัวแปรอิสระนี้ สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของผล ของพฤติกรรมการซื้อ ได้ร้อยละ 1.00 (R² = 0.001) และจากการศึกษาพบว่า ความรู้เกี่ยวกับระยะเวลาในการแจ้งยกเลิกสัญญาของผู้บริโภคอย่างเป็นลายลักษณ์อักษรต่อตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระ ของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็น ผู้บริโภค ไม่มีอิทธิพลต่อผลพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านระบบการขายตรง เนื่องจากมีค่า P-value ของ t มากกว่า .05

ตารางที่ 12 แสดงผลการวิเคราะห์หาค่าถดถอยเชิงเส้นระหว่างความรู้ด้านระยะเวลาที่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระต้องคืนเงินให้กับผู้บริโภครวมถึงกรณีที่ผู้บริโภครยกเลิกสัญญาการซื้อขายกับการส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภค

ความรู้เกี่ยวกับพรบ. ขายตรงและตลาดแบบตรง	B	Std.Error	Beta	สถิติทดสอบ ที่	P-value
(Constant)	.912	.043		21.439	.000
ความรู้เกี่ยวกับระยะเวลาในการคืนเงินให้กับผู้บริโภครวมถึงตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระในกรณีที่ผู้บริโภครต้องการยกเลิกสัญญาการซื้อขาย	-6.344E-02	.065	-.049	-.978	.329
สถิติทดสอบ ที่	.956				
P - value	.329				
R	.049				
R ²	.002				

ผลจากการศึกษา ข้อกำหนดเบื้องต้นของการวิเคราะห์หาค่าถดถอยพบว่า ความรู้เกี่ยวกับระยะเวลาในการคืนเงินให้กับผู้บริโภครวมถึงตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระในกรณีที่ผู้บริโภครต้องการยกเลิกสัญญาการซื้อขายของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็น ผู้บริโภค ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านระบบขายตรง ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ได้ค่า F = .956 มีค่า P-value = .329) จากการศึกษาพบว่า ตัวแปรอิสระความรู้เกี่ยวกับ ระยะเวลาในการคืนเงินให้กับผู้บริโภครวมถึงตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระในกรณีที่ผู้บริโภครต้องการยกเลิกสัญญาการซื้อขาย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อ ร้อยละ 4.9 (R = 0.049) ตัวแปรอิสระนี้ สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของผลของพฤติกรรมการซื้อ ได้ร้อยละ 2.00 (R² = 0.002) และจากการศึกษาพบว่า ความรู้เกี่ยวกับระยะเวลาในการคืนเงินให้กับผู้บริโภครวมถึงตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระในกรณีที่ผู้บริโภครต้องการยกเลิกสัญญาการซื้อขายของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็น ผู้บริโภค ไม่มีอิทธิพลต่อผลพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านระบบการขายตรง เนื่องจากมีค่า P-value ของ t มากกว่า .05

ตารางที่ 13 แสดงผลการวิเคราะห์ห้ถดถอยเชิงเส้นระหว่าง ความรู้ด้านระยะเวลาที่ผู้บริโภคร้อง
 คินสินค้าให้แก่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ กรณีที่ผู้บริโภคร้องยกเลิกสัญญาการซื้อขาย กับการ
 ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภค

ความรู้เกี่ยวกับพรบ. ขายตรงและ ตลาดแบบตรง	B	Std.Error	Beta	สถิติทดสอบ ที	P-value
(Constant)	.877	.036		24.631	.000
ความรู้เกี่ยวกับระยะเวลาในการ คินสินค้าของผู้บริโภค ให้แก่ ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ ในกรณียกเลิกสัญญาซื้อขาย	4.162E-02	.083	.025	.503	.616
สถิติทดสอบ ที	.253				
P - value	.616				
R	.025				
R ²	.001				

ผลจากการศึกษา ข้อกำหนดเบื้องต้นของการวิเคราะห์ห้ถดถอยพบว่า ความรู้เกี่ยวกับ
 ระยะเวลาในการคินสินค้าของผู้บริโภค ให้แก่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระในกรณียกเลิกสัญญา
 ซื้อขายของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นผู้บริโภค ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านระบบขายตรง
 ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ได้ค่า F = .253 มีค่า P-value = .616) จากการศึกษาพบว่า
 ตัวแปรอิสระความรู้เกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับ ระยะเวลาในการคินสินค้าของผู้บริโภค ให้แก่ตัวแทน
 ขายหรือผู้จำหน่ายอิสระในกรณียกเลิกสัญญาซื้อขาย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อ ร้อยละ
 2.5 (R = 0.025) ตัวแปรอิสระนี้ สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของผล ของพฤติกรรมการซื้อ ได้
 ร้อยละ 1.00 (R² = 0.001) และจากการศึกษาพบว่า ความรู้เกี่ยวกับ ระยะเวลาในการคินสินค้าของ
 ผู้บริโภค ให้แก่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระในกรณียกเลิกสัญญาซื้อขาย ของผู้ตอบ
 แบบสอบถามซึ่งเป็น ผู้บริโภคไม่มีอิทธิพลต่อผล พฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านระบบการขาย ตรง
 เนื่องจากมีค่า P-value ของ t มากกว่า .05

ตารางที่ 14 แสดงผลการวิเคราะห์ห้ถดถอยเชิงเส้นระหว่าง ความรู้ด้านการโน้มน้าวชักจูงให้ ผู้บริโภคเข้าร่วมเป็นเครือข่ายของผู้ประกอบการรายขายตรง กับการส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าของผู้บริโภค

ความรู้เกี่ยวกับพรบ. ขายตรงและ ตลาดแบบตรง	B	Std.Error	Beta	สถิติทดสอบ ที	P-value
(Constant)	.907	.035		25.901	.000
ความรู้เกี่ยวกับรูปแบบการโน้มน้าว ชักชวน ให้ผู้บริโภคทั่วไป เข้าร่วมเป็นเครือข่ายในการ ประกอบธุรกิจขายตรง โดยบริษัท เหล่านั้น สัญญาว่าจะให้ ผลประโยชน์จากการที่ผู้บริโภค เหล่านั้นไปชักชวนบุคคลอื่น ๆ ให้เข้าร่วมเครือข่ายของผู้ประกอบการ รายขายตรง	-.138	.087	-.079	-1.590	.113
สถิติทดสอบ ที	2.529				
P - value	.113				
R	.079				
R ²	.006				

ผลจากการศึกษา ข้อกำหนดเบื้องต้นของการวิเคราะห์ห้ถดถอยพบว่า ความรู้เกี่ยวกับ รูปแบบการโน้มน้าว ชักชวน ให้ผู้บริโภคทั่วไปเข้าร่วมเป็นเครือข่ายในการประกอบธุรกิจขายตรง โดยบริษัทเหล่านั้น สัญญาว่าจะให้ผลประโยชน์จากการที่ผู้บริโภคเหล่านั้นไปชักชวนบุคคลอื่น ๆ ให้เข้าร่วมเครือข่ายของผู้ประกอบการรายขายตรง ของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็น ผู้บริโภค ส่งผลต่อ พฤติกรรมการซื้อขายผ่านระบบขายตรง ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ได้ค่า F = 2.529 มีค่า P-value = .113) จากการศึกษาพบว่า ตัวแปรอิสระความรู้เกี่ยวกับรูปแบบการโน้มน้าว ชักชวน ให้ผู้บริโภคทั่วไปเข้าร่วมเป็นเครือข่ายในการประกอบธุรกิจขายตรง โดยบริษัทเหล่านั้น สัญญาว่าจะให้ผลประโยชน์จากการที่ผู้บริโภคเหล่านั้นไปชักชวนบุคคลอื่น ๆ ให้เข้าร่วมเครือข่าย ของผู้ประกอบการรายขายตรงมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อ ร้อยละ 7.9 (R = 0.079) ตัวแปร อิสระนี้ สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของผล ของพฤติกรรมการซื้อ ได้ร้อยละ 6.00 (R² = 0.006)

และจากการศึกษาพบว่า ความรู้เกี่ยวกับรูปแบบการโน้มน้าว ชักชวน ให้ผู้บริโภคทั่วไปเข้าร่วม เป็นเครือข่ายในการประกอบธุรกิจขายตรง โดยบริษัทเหล่านั้น สัญญาว่าจะให้ผลประโยชน์จากการ ที่ผู้บริโภคเหล่านั้นไปชักชวนบุคคลอื่น ๆ ให้เข้าร่วมเครือข่าย ของผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง ของ ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็น ผู้บริโภคไม่มีอิทธิพลต่อผล พฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านระบบการขาย ตรง เนื่องจากมีค่า P-value ของ t มากกว่า .05

ตารางที่ 15 แสดงผลการวิเคราะห์หาค่าถดถอยเชิงเส้นระหว่าง ความรู้การเรียกเก็บเงินค่าธรรมเนียม การสมัคร การฝึกอบรม และค่าวัสดุอื่นๆ ที่ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงมีต่อผู้จำหน่ายอิสระ กับการ ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภค

ความรู้เกี่ยวกับพรบ. ขายตรงและ ตลาดแบบตรง	B	Std.Error	Beta	สถิติทดสอบ ที่	P-value
(Constant)	.864	.048		17.772	.000
ความรู้เกี่ยวกับการที่ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงมีสิทธิที่จะเรียกเก็บเงินค่าธรรมเนียมการสมัคร การฝึกอบรม ค่าวัสดุอื่น ๆ ในการส่งเสริมการขาย จากผู้จำหน่ายอิสระ	7.128E-02	.064	.055	1.105	.270
สถิติทดสอบ ที่	1.221				
P - value	.270				
R	.055				
R ²	.003				

ผลจากการศึกษา ข้อกำหนดเบื้องต้นของการวิเคราะห์หาค่าถดถอยพบว่า ความรู้เกี่ยวกับการที่ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงมีสิทธิที่จะเรียกเก็บเงินค่าธรรมเนียมการสมัคร การฝึกอบรม ค่าวัสดุอื่น ๆ ในการส่งเสริมการขาย จากผู้จำหน่ายอิสระของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็น ผู้บริโภค ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านระบบขายตรง ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ได้ค่า F = 1.221 มีค่า P-value = .270) จากการศึกษาพบว่า ตัวแปรอิสระความรู้เกี่ยวกับการที่ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงมีสิทธิที่จะเรียกเก็บเงินค่าธรรมเนียมการสมัคร การฝึกอบรม ค่าวัสดุอื่น ๆ ในการส่งเสริมการขาย จากผู้จำหน่ายอิสระมีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการซื้อ ร้อยละ 5.5 (R = 0.055) ตัวแปรอิสระนี้ สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของผล ของพฤติกรรมการซื้อ ได้ร้อยละ 3.00 (R² = 0.003)

และจากการศึกษาพบว่า ความรู้เกี่ยวกับการที่ผู้ประกอบการขายตรงมีสิทธิที่จะเรียกเก็บเงินค่าธรรมเนียมการสมัคร การฝึกอบรม ค่าวัสดุอื่น ๆ ในการส่งเสริมการขาย จากผู้จำหน่ายอิสระของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็น ผู้บริโภคไม่มีอิทธิพลต่อผล พฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านระบบการขายตรง เนื่องจากมีค่า P-value ของ t มากกว่า .05

ตารางที่ 16 แสดงผลการวิเคราะห์หาค่าถดถอยเชิงเส้นระหว่างความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญา กับการส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภค

ความรู้เกี่ยวกับพรบ. ขายตรงและตลาดแบบตรง	B	Std.Error	Beta	สถิติทดสอบ ที่	P-value
(Constant)	.781	.060		13.018	.000
ความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญา	9.572E-02	.047	.102	2.046	.041
สถิติทดสอบ ที่	4.186				
P - value	.041				
R	.102				
R ²	.010				

ผลจากการศึกษา ข้อกำหนดเบื้องต้นของการวิเคราะห์หาค่าถดถอยพบว่า ความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญา ของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็น ผู้บริโภค ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านระบบขายตรง ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ได้ค่า F = 4.186 มีค่า P-value = .041) จากการศึกษพบว่า ตัวแปรอิสระความรู้เกี่ยวกับ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อ ร้อยละ 41.0 (R = 0.041) ตัวแปรอิสระนี้ สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของผล ของพฤติกรรมการซื้อ ได้ร้อยละ 10.0 (R² = 0.010) และจากการศึกษาพบว่า ความรู้เกี่ยวกับ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญา ของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็น ผู้บริโภค มีอิทธิพลต่อผล พฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านระบบการขาย ตรง เนื่องจากมีค่า P-value ของ t น้อยกว่า .05

ตารางที่ 17 แสดงผลการวิเคราะห์ห้ถดถอยเชิงเส้นระหว่าง ความรู้เกี่ยวกับลักษณะของลากสินค้า
กรณีที่เป็นสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ กับการส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการณ์ซื้อสินค้าของผู้บริโภค

ความรู้เกี่ยวกับพรบ. ขายตรงและ ตลาดแบบตรง	B	Std.Error	Beta	สถิติทดสอบ ที่	P-value
(Constant)	.835	.058		14.292	.000
ความรู้เกี่ยวกับลักษณะฉลากของ สินค้ากรณีเป็นสินค้านำเข้าจาก ต่างประเทศ	7.210E-02	.070	.052	1.031	.303
สถิติทดสอบ ที่	1.063				
P - value	.303				
R	.052				
R ²	.003				

ผลจากการศึกษา ข้อกำหนดเบื้องต้นของการวิเคราะห์ห้ถดถอยพบว่า ความรู้เกี่ยวกับ
ลักษณะฉลากของสินค้ากรณีเป็นสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ ของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็น
ผู้บริโภค ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการณ์ซื้อสินค้าผ่านระบบขายตรง ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ
.05 (ได้ค่า $F = 1.063$ มีค่า $P\text{-value} = .303$) จากการศึกษาพบว่า ตัวแปรอิสระความรู้เกี่ยวกับ ลักษณะ
ฉลากของสินค้ากรณีเป็นสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการณ์ซื้อ ร้อย
ละ 5.2 ($R = 0.052$) ตัวแปรอิสระนี้ สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของผล ของพฤติกรรมการณ์ซื้อ
ได้ร้อยละ 3.00 ($R^2 = 0.003$) และจากการศึกษาพบว่า ความรู้เกี่ยวกับ ลักษณะฉลากของสินค้ากรณี
เป็นสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ ของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็น ผู้บริโภคไม่ มีอิทธิพลต่อผล
พฤติกรรมการณ์ซื้อสินค้าผ่านระบบการขายตรง เนื่องจากมีค่า $P\text{-value}$ ของ t มากกว่า .05

ตารางที่ 18 แสดงผลการวิเคราะห์หัตถดอยเชิงเส้นระหว่าง ความรู้เกี่ยวกับเมื่อผู้ประกอบการไม่ปฏิบัติตามพระราชบัญญัติด้านฉลากจะทำให้การซื้อขายเป็นโมฆะ กับการส่งผลกระทบต่อพฤติกรรม การซื้อสินค้าของผู้บริโภค

ความรู้เกี่ยวกับพรบ. ขายตรงและ ตลาดแบบตรง	B	Std.Error	Beta	สถิติทดสอบ ที่	P-value
(Constant)	.821	.053		15.406	.000
ความรู้เกี่ยวกับลักษณะในการซื้อ ขายสินค้า หากผู้ประกอบการไม่ ปฏิบัติตามพระราชบัญญัติด้าน ฉลากสินค้า ทำให้การซื้อขายเป็น โมฆะ	.101	.067	.076	1.512	.131
สถิติทดสอบ ที่	2.286				
P - value	.131				
R	.076				
R ²	.006				

ผลจากการศึกษา ข้อกำหนดเบื้องต้นของการวิเคราะห์หัตถดอยพบว่า ความรู้เกี่ยวกับลักษณะในการซื้อขายสินค้า หากผู้ประกอบการไม่ปฏิบัติตามพระราชบัญญัติด้านฉลากสินค้า ทำให้การซื้อขายเป็นโมฆะ ของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็น ผู้บริโภค ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรม การซื้อสินค้าผ่านระบบขายตรง ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ได้ค่า F = 2.286 มีค่า P-value = .131) จากการศึกษาพบว่า ตัวแปรอิสระความรู้เกี่ยวกับลักษณะในการซื้อขายสินค้า หากผู้ประกอบการไม่ปฏิบัติตามพระราชบัญญัติด้านฉลากสินค้า ทำให้การซื้อขายเป็น โมฆะ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การซื้อ ร้อยละ 7.6 (R = 0.076) ตัวแปรอิสระนี้ สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของผลของพฤติกรรม การซื้อ ได้ร้อยละ 6.00 (R² = 0.006) และจากการศึกษาพบว่า ความรู้เกี่ยวกับ ลักษณะในการซื้อขายสินค้า หากผู้ประกอบการไม่ปฏิบัติตามพระราชบัญญัติด้านฉลากสินค้า ทำให้การซื้อขายเป็นโมฆะ ของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็น ผู้บริโภค ไม่มีอิทธิพลต่อผล พฤติกรรม การซื้อสินค้าผ่านระบบการขายตรง เนื่องจากมีค่า P-value ของ t มากกว่า .05

ตารางที่ 19 แสดงผลการวิเคราะห์ห้ถดถอยเชิงเส้นระหว่าง ความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติ
คุ้มครองผู้บริโภค กับการส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อขายของผู้บริโภค

ความรู้เกี่ยวกับพรบ. ขายตรงและ ตลาดแบบตรง	B	Std.Error	Beta	สถิติทดสอบ ที	P-value
(Constant)	.819	.054		15.043	.000
ความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติ คุ้มครองผู้บริโภค	6.187E-02	.042	.074	1.490	.137
สถิติทดสอบ ที	2.219				
P - value	.137				
R	.074				
R ²	.006				

ผลจากการศึกษา ข้อกำหนดเบื้องต้นของการวิเคราะห์ห้ถดถอยพบว่า ความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค ของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็น ผู้บริโภค ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านระบบขายตรง ได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ได้ค่า $F = 2.219$ มีค่า $P\text{-value} = .137$) จากการศึกษาพบว่า ตัวแปรอิสระความรู้เกี่ยวกับ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อ ร้อยละ 7.4 ($R = 0.074$) ตัวแปรอิสระนี้ สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของผลของพฤติกรรมการซื้อ ได้ร้อยละ 6.00 ($R^2 = 0.006$) และจากการศึกษาพบว่า ความรู้เกี่ยวกับ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค ของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็น ผู้บริโภคไม่มีอิทธิพลต่อผล พฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านระบบการขาย ตรง เนื่องจากมีค่า P-value ของ t มากกว่า .05

บทที่ 5

บทสรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

บทสรุป

นโยบายภาครัฐที่มีต่อการสนับสนุนและกำกับดูแลต่อธุรกิจขายตรงในประเทศไทย โดยใช้การวิจัยผ่านแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ ๆ ด้วยกัน ได้แก่ การสอบถามถึงนโยบายภาครัฐที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระ จำนวน 100 ชุด และการสอบถามถึงนโยบายภาครัฐที่มีต่อพฤติกรรมการณ์การซื้อสินค้าผ่านระบบการขายตรงของผู้บริโภค จำนวน 400 ชุด ได้ผลการวิจัยดังนี้

นโยบายภาครัฐที่มีต่อการสนับสนุนและกำกับดูแลต่อธุรกิจขายตรงในประเทศไทย (กรณีศึกษา ตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระ)

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ห้ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากรายพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 68.0 และ 32.0 ส่วนใหญ่อายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 45.0 การศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 64.0 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ ต่ำกว่า 25,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 60.0 สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 62.0 อาชีพส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงาน/เจ้าหน้าที่บริษัท คิดเป็นร้อยละ 66.0 โดยอาชีพหลักในปัจจุบัน ได้แก่ อาชีพขายตรงและทำอาชีพอื่น ๆ ประกอบ คิดเป็นร้อยละ 83.0 ที่ผ่าน มาผู้ตอบแบบสอบถามประกอบอาชีพขายตรงมาแล้วเป็นเวลา 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.0 โดยเป็นผู้จำหน่ายอิสระ คิดเป็นร้อยละ 100.0 โดยส่วนใหญ่เป็นผู้จำหน่ายอิสระสินค้าประเภทอาหารเสริม คิดเป็นร้อยละ 20.6 แรงจูงใจสำคัญที่ประกอบอาชีพขายตรงได้แก่รายได้ คิดเป็นร้อยละ 46.0 เมื่อถามถึงความรู้ด้านหน้าที่ของคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงปรากฏว่า ส่วนใหญ่มองว่า คณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงมีหน้าที่ในการรับเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภค คิดเป็นร้อยละ 51.0

ตอนที่ 2 การแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรงที่มีต่อการดำเนินธุรกิจขายในปัจจุบัน

ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรงมีผลอย่างไรในการดำเนินธุรกิจผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่

พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง ที่ส่งผลดีมากที่สุดต่อผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง ได้แก่ การจ่ายค่าตอบแทนให้แก่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระต้องไม่ใช่การจ่ายค่าตอบแทนที่มาจากคำแนะนำบุคคลอื่นให้มาสมัครเข้าร่วมเป็นเครือข่ายกับตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระนั้น ๆ (มาตรา 21) ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงไม่ต้องโน้มน้าวหรือชักจูงให้ผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้ามากเกินไป (มาตรา 21) รัฐได้แต่งตั้งคณะกรรมการการตรงและตลาดแบบตรงเพื่อมีอำนาจหน้าที่ในการกำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง(มาตรา 13(3)) หากผู้ประกอบธุรกิจขายตรงไม่ทำตามคำสั่งคณะกรรมการขายตรงและตลาดขายตรงเพื่ออธิบายเกี่ยวกับหลักฐานที่ใช้พิจารณาในการทำผิด มีโทษจำคุกไม่เกิน 1 เดือนหรือปรับไม่เกิน 10,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ(มาตรา 45) การรับประกันสินค้าต้องระบุเป็นภาษาไทยเข้าใจง่ายและชัดเจน (มาตรา 37) ผู้บริโภคมีสิทธิยกเลิกสัญญาการขายหากไม่พอใจในสินค้าหรือบริการ ภายใน 7 วันนับตั้งแต่ได้รับสินค้าหรือบริการ(มาตรา 33) ตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระต้องแสดงบัตรประชาชนและบัตรประจำตัวผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงทุกครั้ง (มาตรา 26) ผลตอบแทนที่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระได้รับมาจากการขายสินค้าหรือบริการหรือการซื้อสินค้าหรือการบริการเพื่อใช้เองเท่านั้น(มาตรา 21) ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงสามารถเก็บค่าสมัคร ค่าฝึกอบรมและค่าวัสดุอุปกรณ์ส่งเสริมการขายหรือค่าธรรมเนียมอื่น ๆ แก่ผู้จำหน่ายอิสระ(มาตรา 22) ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง/บริษัทที่ทำธุรกิจขายตรงเป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลก็ได้ (มาตรา 20) ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง/บริษัทผู้ทำธุรกิจขายตรงต้องแสดงวิธีคิดคำนวณการจ่ายค่าตอบแทนที่ตรงกับความเป็นจริงเปิดเผยและชัดเจน(มาตรา 21) หากผู้บริโภคยกเลิกสัญญาแล้วตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่คืนเงินให้ผู้บริโภค เมื่อครบ 15 วัน ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระต้องเสียค่าปรับให้แก่ผู้บริโภค(มาตรา 36) การเข้าไปเสนอขายสินค้าให้กับผู้บริโภคต้องเสนอขายให้ที่บ้านหรือที่ทำงานของผู้บริโภค โดยต้องได้รับคำยินยอมจากผู้บริโภคเท่านั้น (มาตรา 26) ในการทำสัญญาระหว่างตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระกับผู้บริโภคต้องมีข้อความเป็นไทยอย่างชัดเจนเกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคในการยกเลิกสัญญา (มาตรา 51)

พระราชบัญญัติที่ส่งผลในระดับปานกลางได้แก่ เมื่อผู้บริโภคแจ้งยกเลิกสัญญาแล้วแต่ทำให้สินค้าบุบสลายหรือเสียหายผู้บริโภคต้องชดเชยค่าเสียหายให้กับตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงไม่ต้องบังคับผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้า(มาตรา 21) หากผู้ประกอบธุรกิจขายตรง/บริษัทขายตรงไม่แจ้งการเปลี่ยนแปลงแผนการจ่ายค่าตอบแทนให้แก่นายทะเบียนของรัฐได้

ทราบ มีโทษปรับไม่เกิน 300,000 บาท (มาตรา 52) หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ได้รับอนุญาตจากผู้บริโภคให้เข้าไปเสนอขายสินค้าหรือบริการที่บ้านหรือที่ทำงานซึ่งทำให้ผู้บริโภคเกิดความรำคาญมีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท (มาตรา 51) ผู้จำหน่ายอิสระมีสิทธิคืนสินค้าวัสดุการส่งเสริมการขายที่ซื้อจากผู้ประกอบธุรกิจขายตรงภายใน 15 วันนับจากวันที่แจ้งอย่างเป็นทางการแก่ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง (มาตรา 25) เมื่อผู้บริโภคแจ้งยกเลิกสัญญาแล้วต้องส่งคืนสินค้าหรือเก็บรักษาสินค้านั้นไว้ไม่เกิน 21 วัน หากไม่เกิน 21 วัน ผู้ขายยังไม่มารับสินค้าผู้บริโภคจะเก็บไว้หรือทิ้งก็ได้(มาตรา 34) หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการขายให้ผู้บริโภคโดยระบุสิทธิหรือการรับประกันอย่างชัดเจนมีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท (มาตรา 51) หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ ไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้ผู้บริโภคมีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท (มาตรา 51)

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง ในการส่งเสริมต่อการดำเนินธุรกิจขายตรง

1. ตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระต้องแสดงบัตรประชาชน และบัตรประจำตัวผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงทุกครั้ง (มาตรา 26)

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความเห็นว่า มาตรานี้ส่งผลดีต่อการประกอบอาชีพขายตรง ทั้งเพศชายและเพศหญิง ผู้ที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี 31-40 ปี 41-50 ปี และ มากกว่า 50 ปี การศึกษาในระดับมัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า อนุปริญญา ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 25,000 บาท 25,001-55,000 บาท และ 55,001-75,000 บาท สถานภาพ โสด สมรส และหย่าร้าง ประกอบอาชีพขายตรงอย่างเดียว และอาชีพขายตรงและทำอาชีพอื่น โดยอาชีพอื่นๆ ได้แก่ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ข้าราชการ รับจ้าง พนักงาน/เจ้าหน้าที่บริษัท เกษียณ/ว่างงาน และ อื่น ๆ

2. ผู้บริโภคมีสิทธิยกเลิกสัญญาการขายหากไม่พอใจในสินค้าหรือบริการ ภายใน 7 วัน นับตั้งแต่ได้รับสินค้าหรือบริการ (มาตรา 33)

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความเห็นว่า มาตรานี้ส่งผลดีต่อการประกอบอาชีพขายตรง ทั้งเพศชายและเพศหญิง มีอายุต่ำกว่า 20 ปี 21-30 ปี 31-40 ปี และ 41-50 ปี มีการศึกษาระดับอนุปริญญา ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี มีรายได้ต่ำกว่า 25,000 บาท 25,001-55,000 บาท 55,001-75,000 บาท และ 75,001-100,000 บาท มีสถานภาพสมรสและหม้าย ประกอบอาชีพขายตรงอย่างเดียว และอาชีพขายตรงและทำอาชีพอื่น โดยอาชีพอื่นๆ ได้แก่ พนักงานรัฐวิสาหกิจ รับจ้าง พนักงาน/เจ้าหน้าที่บริษัท และแม่บ้าน

3. หากผู้บริโภคบอกเลิกสัญญาแล้ว ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่คืนเงินให้ผู้บริโภคเมื่อครบ 15 วัน ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระต้องเสียค่าปรับให้แก่ผู้บริโภค (มาตรา 36)

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความเห็นว่า มาตรการนี้ส่งผลดีมากต่อการประกอบอาชีพขายตรง ได้แก่เพศชาย อายุต่ำกว่า 20 ปี และ 31-40 ปี มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ย 25,001-55,000 บาท และ 55,001-75,000 บาท มีสถานภาพโสด และสมรส ประกอบอาชีพขายตรงอย่างเดียว และอาชีพขายตรงและทำอาชีพอื่น โดยอาชีพอื่น ๆ ได้แก่ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ข้าราชการ รับจ้าง พนักงาน/เจ้าหน้าที่บริษัท และอื่น ๆ

4. เมื่อผู้บริโภคแจ้งยกเลิกสัญญาแล้วต้องส่งคืนสินค้าหรือเก็บรักษาไว้สินค้านั้นไว้ไม่เกิน 21 วัน หากไม่เกิน 21 วัน ผู้ขายยังไม่มารับสินค้า ผู้บริโภคจะเก็บไว้หรือทิ้งก็ได้ (มาตรา 34)

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความเห็นว่า มาตรการนี้ส่งผลดีมากต่อการประกอบอาชีพขายตรง ได้แก่เพศชาย อายุ 31-40 ปี มีระดับการศึกษาอนุปริญญา และสูงกว่าปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ย 25,001-75,000 บาท สถานภาพโสด สมรส และหม้าย ประกอบอาชีพอื่น ๆ ได้แก่ อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ข้าราชการ และรับจ้าง

5. เมื่อผู้บริโภคแจ้งยกเลิกสัญญาแล้วแต่ทำให้สินค้านั้นบอบสลายหรือเสียหาย ผู้บริโภคต้องชดเชยค่าเสียหายให้แก่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความเห็นว่า มาตรการนี้ส่งผลดีมากต่อการประกอบอาชีพขายตรง ได้แก่ผู้ที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า และสูงกว่าปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ย 25,001-55,000 บาท และประกอบอาชีพอื่น ๆ ได้แก่ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และข้าราชการ

6. ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงต้องไม่บังคับผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้า (มาตรา 21)

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความเห็นว่า มาตรการนี้ส่งผลดีมากต่อการประกอบอาชีพขายตรง ได้แก่ทั้งเพศชายและเพศหญิง มีอายุช่วงต่ำกว่า 20 ปี 21-30 ปี 31-40 ปี 41-50 ปี และมากกว่า 50 ปี ระดับการศึกษามัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า อนุปริญญา ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 25,000 บาท 25,001-55,000 บาท 55,001-75,000 บาท 75,001-100,000 บาท และ 100,001-300,000 บาท สถานภาพโสด สมรส และหม้าย ประกอบอาชีพขายตรงอย่างเดียว และอาชีพขายตรงและทำอาชีพอื่น โดยอาชีพอื่น ๆ ได้แก่ อาชีพนักเรียน/นักศึกษา พนักงานรัฐวิสาหกิจ ข้าราชการ พนักงาน/เจ้าหน้าที่บริษัท และประกอบธุรกิจส่วนตัว

7. ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงต้องไม่โน้มน้าวหรือชักจูงให้ผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้ามากเกินไป (มาตรา 21)

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความเห็นว่า มาตรการนี้ส่งผลดีมากต่อการประกอบอาชีพขายตรง ได้แก่ทั้งเพศชายและเพศหญิง อายุต่ำกว่า 20 ปี 21-30 ปี และ 31-40 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี รายได้เฉลี่ย 25,001-55,000 บาท 75,001-100,000 บาท และ 100,001-300,000 บาท สถานภาพโสดและสมรส ประกอบอาชีพขายตรงและอาชีพอื่น ๆ โดยอาชีพอื่น ๆ ได้แก่ นักเรียน/นักศึกษา พนักงานรัฐวิสาหกิจ ข้าราชการ และพนักงาน/เจ้าหน้าที่บริษัท

8. ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงสามารถเก็บค่าสมัคร ค่าฝึกอบรม และค่าวัสดุอุปกรณ์การส่งเสริมการขายหรือค่าธรรมเนียม อื่น ๆ แก่ผู้จำหน่ายอิสระ (มาตรา 22)

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความเห็นว่า มาตรการนี้ส่งผลดีต่อการประกอบอาชีพขายตรง ได้แก่ทั้งเพศชายและเพศหญิง อายุ 31-40 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 25,000 บาท และ 25,001-55,000 บาท สถานภาพโสด ประกอบอาชีพขายตรง และอาชีพอื่นๆ โดยอาชีพอื่นๆ ได้แก่ พนักงานรัฐวิสาหกิจและพนักงาน/เจ้าหน้าที่บริษัท

9. ผู้จำหน่ายอิสระมีสิทธิคืนสินค้า วัสดุการส่งเสริมการขาย ที่ซื้อจากผู้ประกอบธุรกิจขายตรงภายใน 15 วันนับจากวันที่แจ้งอย่างเป็นทางการแก่ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง (มาตรา 25)

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความเห็นว่า มาตรการนี้ส่งผลดีต่อการประกอบอาชีพขายตรง ได้แก่ ผู้ที่มีอายุ ต่ำกว่า 20 ปี และ 31-40 ปี การศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี รายได้เฉลี่ย 25,001-55,000 บาท ประกอบอาชีพขายตรงอย่างเดียว และอาชีพอื่นๆ ได้แก่อาชีพข้าราชการ

10. ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง/บริษัทที่ทำธุรกิจขายตรง เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลก็ได้ (มาตรา 20)

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความเห็นว่า มาตรการนี้ส่งผลดีต่อการประกอบอาชีพขายตรง ได้แก่ทั้งเพศชายและเพศหญิง อายุ 31-40 ปี และ 41-50 ปี การศึกษาระดับมัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า อนุปริญญา และปริญญาตรี รายได้เฉลี่ย 25,001-55,000 บาท 55,001-75,000 บาท และ 75,001-100,000 บาท สถานภาพโสดและหม้าย ประกอบอาชีพขายตรงอย่างเดียว และอาชีพขายตรงและทำอาชีพอื่น โดยอาชีพอื่นๆ ได้แก่ รับราชการ พนักงาน/เจ้าหน้าที่บริษัท และประกอบธุรกิจส่วนตัว

11. การเข้าไปเสนอขายสินค้าให้กับผู้บริโภค ต้องเสนอขายที่บ้าน หรือที่ทำงานของผู้บริโภค โดยต้องได้รับคำยินยอมจากผู้บริโภคเท่านั้น (มาตรา 26)

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความเห็นว่า มาตรการนี้ส่งผลดีต่อการประกอบอาชีพขายตรง ได้แก่ทั้งเพศชายและเพศหญิง มีอายุ 21-30 ปี และ 31-40 ปี การศึกษาระดับมัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า และระดับปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 25,000 บาท 25,001-55,000 บาท และ 75,001-100,000 บาท มีสถานภาพโสดและสมรส ประกอบอาชีพขายตรงอย่างเดียว และอาชีพขายตรงและทำอาชีพอื่น โดยอาชีพอื่นๆ ได้แก่ อาชีพนักเรียน/นักศึกษา พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงาน/เจ้าหน้าที่บริษัท และประกอบธุรกิจส่วนตัว

12. ในการทำสัญญาระหว่างตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระกับผู้บริโภค ต้องมีข้อความ เป็นภาษาไทยอย่างชัดเจนเกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคในการเลิกสัญญา (มาตรา 51)

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความเห็นว่า มาตรการนี้ส่งผลดีต่อการประกอบอาชีพขายตรง ได้แก่ทั้งเพศชายและเพศหญิง มีอายุต่ำกว่า 20 ปี 21-30 ปี 31-40 ปี 41-50 ปี และมากกว่า 50 ปี การศึกษาระดับมัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า อนุปริญญา ปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี รายได้ต่ำกว่า 25,000 บาท 25,001-55,000 บาท 55,001-75,000 บาท 75,001-100,000 บาท และ 100,001-300,000

บาท สถานภาพโสดและสมรส ประกอบอาชีพขายตรงอย่างเดียว และอาชีพขายตรงและทำอาชีพอื่น โดยอาชีพอื่นๆ ได้แก่ อาชีพนักเรียน/นักศึกษา พนักงานรัฐวิสาหกิจ ข้าราชการ รับจ้าง พนักงาน/เจ้าหน้าที่บริษัท ประกอบธุรกิจส่วนตัว และอื่นๆ

14. การรับประกันสินค้าต้องระบุเป็นภาษาไทยที่เข้าใจง่ายและชัดเจน (มาตรา 37)

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความเห็นว่า มาตรการนี้ส่งผลดีต่อการประกอบอาชีพขายตรง ได้แก่ทั้งเพศชายและเพศหญิง มีอายุต่ำกว่า 20 ปี 21-30 ปี 31-40 ปี 41-50 ปี และมากกว่า 50 ปี การศึกษาระดับมัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า อนุปริญญา ปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี รายได้ต่ำกว่า 25,000 บาท 25,001-55,000 บาท 55,001-75,000 บาท 75,001-100,000 บาท และ 100,001-300,000 บาท สถานภาพโสด สมรสและหม้าย ประกอบอาชีพขายตรงอย่างเดียว และอาชีพขายตรงและทำอาชีพอื่น โดยอาชีพอื่นๆ ได้แก่ อาชีพนักเรียน/นักศึกษา พนักงานรัฐวิสาหกิจ ข้าราชการ พนักงาน/เจ้าหน้าที่บริษัท ประกอบธุรกิจส่วนตัวและแม่บ้าน

15. การจ่ายค่าตอบแทนให้แก่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ ต้องไม่ใช่การจ่ายค่าตอบแทนที่มาจากการแนะนำบุคคลอื่นให้มาสมัครเข้าร่วมเป็นเครือข่ายกับตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระนั้น ๆ (มาตรา 21)

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความเห็นว่า มาตรการนี้ส่งผลดีต่อการประกอบอาชีพขายตรง ได้แก่ทั้งเพศชายและเพศหญิง มีอายุต่ำกว่า 20 ปี 21-30 ปี 31-40 ปี 41-50 ปี และมากกว่า 50 ปี มัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า ปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี รายได้ต่ำกว่า 25,000 บาท 25,001-55,000 บาท 55,001-75,000 บาท และ 75,001-100,000 บาท สถานภาพโสดและสมรส ประกอบอาชีพขายตรงอย่างเดียว และอาชีพขายตรงและทำอาชีพอื่น โดยอาชีพอื่นๆ ได้แก่ อาชีพนักเรียน/นักศึกษา พนักงานรัฐวิสาหกิจ ข้าราชการ พนักงาน/เจ้าหน้าที่บริษัท และประกอบธุรกิจส่วนตัว

16. ผลตอบแทนที่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระได้รับต้องมาจากการขายสินค้าหรือบริการหรือการซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อใช้เองเท่านั้น (มาตรา 21)

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความเห็นว่า มาตรการนี้ส่งผลดีต่อการประกอบอาชีพขายตรง ได้แก่ทั้งเพศชายและเพศหญิง มีอายุต่ำกว่า 20 ปี 21-30 ปี 31-40 ปี และมากกว่า 50 ปี มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี รายได้เฉลี่ย 25,001-55,000 บาท 55,001-75,000 บาท และ 100,001-300,000 บาท บาท สถานภาพโสดและสมรส ประกอบอาชีพขายตรงอย่างเดียว และอาชีพขายตรงและทำอาชีพอื่น โดยอาชีพอื่นๆ ได้แก่ อาชีพนักเรียน/นักศึกษา พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงาน/เจ้าหน้าที่บริษัท ประกอบธุรกิจส่วนตัวและอื่นๆ

17. ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง/บริษัทผู้ทำธุรกิจขายตรงต้องแสดงวิธีคิดคำนวณการจ่ายค่าตอบแทนที่ตรงกับความเป็นจริง เปิดเผยและชัดเจน (มาตรา 21)

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความเห็นว่า มาตรการนี้ส่งผลดีต่อการประกอบอาชีพขายตรง ได้แก่ทั้งเพศชายและเพศหญิง มีอายุต่ำกว่า 20 ปี 21-30 ปี 31-40 ปี และมากกว่า 50 ปี มัธยมศึกษา

หรือต่ำกว่า ปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี รายได้เฉลี่ย 25,001-55,000 บาท 55,001-75,000 บาท และ 100,001-300,000 บาท สถานภาพโสดและสมรส ประกอบอาชีพขายตรงอย่างเดียว และอาชีพขายตรงและทำอาชีพอื่น โดยอาชีพอื่นๆ ได้แก่ อาชีพนักเรียน/นักศึกษา พนักงานรัฐวิสาหกิจ ข้าราชการ รับจ้าง พนักงาน/เจ้าหน้าที่บริษัท ประกอบธุรกิจส่วนตัว และอื่น ๆ

18. รัฐได้แต่งตั้ง คณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง เพื่อมีอำนาจหน้าที่ในการกำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง (มาตรา 13(3))

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความเห็นว่า มาตรการนี้ส่งผลดีต่อการประกอบอาชีพขายตรง ได้แก่ทั้งเพศชายและเพศหญิง มีอายุต่ำกว่า 20 ปี 21-30 ปี และ 31-40 ปี มัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า ปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี รายได้เฉลี่ย 25,001-55,000 บาท 55,001-75,000 บาท และ 100,001-300,000 บาท สถานภาพโสดและสมรส ประกอบอาชีพขายตรงอย่างเดียว และอาชีพขายตรงและทำอาชีพอื่น โดยอาชีพอื่นๆ ได้แก่ อาชีพนักเรียน/นักศึกษา พนักงานรัฐวิสาหกิจ ข้าราชการ รับจ้าง พนักงาน/เจ้าหน้าที่บริษัท ประกอบธุรกิจส่วนตัว และอื่นๆ

19. หากผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงไม่มาตามคำสั่งคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงเพื่ออธิบายเกี่ยวกับหลักฐานที่ใช้พิจารณาในการทำผิด มีโทษจำคุกไม่เกิน 1 เดือนหรือปรับไม่เกิน 10,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ (มาตรา 45)

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความเห็นว่า มาตรการนี้ส่งผลดีต่อการประกอบอาชีพขายตรง ได้แก่ทั้งเพศชายและเพศหญิง มีอายุต่ำกว่า 20 ปี และ 31-40 ปี ปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี รายได้เฉลี่ย 25,001-55,000 บาท และ 100,001-300,000 บาท สถานภาพโสดและสมรส ประกอบอาชีพขายตรงและทำอาชีพอื่น โดยอาชีพอื่นๆ ได้แก่ นักเรียน/นักศึกษา และพนักงาน/เจ้าหน้าที่บริษัท

20. หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ได้รับอนุญาตจากผู้บริโภคให้เข้าไปเสนอขายสินค้าหรือบริการที่บ้านหรือที่ทำงาน ซึ่งทำให้ผู้บริโภคเกิดความรำคาญมีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท (มาตรา 51)

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความเห็นว่า มาตรการนี้ส่งผลดีต่อการประกอบอาชีพขายตรง ได้แก่เพศชาย มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี รายได้เฉลี่ย 25,001-55,000 บาท ประกอบอาชีพอื่น ๆ ได้แก่ อาชีพนักเรียน/นักศึกษา และพนักงานรัฐวิสาหกิจ

21. หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้ผู้บริโภค มีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท (มาตรา 51)

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความเห็นว่า มาตรการนี้ส่งผลดีต่อการประกอบอาชีพขายตรง ได้แก่ทั้งเพศชายและเพศหญิง มีอายุต่ำกว่า 20 ปี และ 31-40 ปี รายได้เฉลี่ย ต่ำกว่า 25,000 บาท และ 75,001-100,000 บาท สถานภาพ โสด สมรสและหม้าย ประกอบอาชีพขายตรงและทำอาชีพอื่น โดยอาชีพอื่นๆ ได้แก่ อาชีพนักเรียน/นักศึกษา และพนักงาน/เจ้าหน้าที่บริษัท

22. หากผู้ประกอบการกิจการขายตรง/บริษัทขายตรง ไม่แจ้งการเปลี่ยนแปลงแผนการจ่ายค่าตอบแทนให้แก่นายทะเบียนของรัฐได้ทราบ มีโทษปรับไม่เกิน 300,000 บาท (มาตรา 52)

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความเห็นว่า มาตรการนี้ส่งผลดีมากต่อการประกอบอาชีพขายตรง ได้แก่ ทั้งเพศชายและเพศหญิง มีอายุต่ำกว่า 20 ปี 21-30 ปี 31-40 ปี และมากกว่า 50 ปี ศึกษาในระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี รายได้เฉลี่ย 25,001-55,000 บาท 55,001-75,000 บาทและ 100,001-300,000 บาท สถานภาพโสดและสมรส ประกอบอาชีพขายตรงอย่างเดียว และอาชีพขายตรงและทำอาชีพอื่น โดยอาชีพอื่นๆ ได้แก่ นักเรียน/นักศึกษา ข้าราชการ และประกอบธุรกิจส่วนตัว

ตอนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน

จากการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติเชิงอนุมานได้แก่ การใช้ Corelation Analysis สรุปได้ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศต่างกัน จะได้รับผลจากพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรงแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ในเรื่องดังต่อไปนี้
 - 1.1 หากผู้บริโภคบอกเลิกสัญญาแล้ว ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่เกินเงินให้ผู้บริโภค เมื่อครบ 15 วัน ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระต้องเสียค่าปรับให้แก่ผู้บริโภค (มาตรา 36) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.038
 - 1.2 ผู้ประกอบการขายตรงสามารถเก็บค่าสมัคร ค่าฝึกอบรม และค่าวัสดุอุปกรณ์ การส่งเสริมการขายหรือค่าธรรมเนียม อื่น ๆ แก่ผู้จำหน่ายอิสระ (มาตรา 22) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.047
2. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศต่างกันจะได้รับผลจากพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง ส่วนใหญ่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ในเรื่องดังต่อไปนี้
 - ตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระต้องแสดงบัตรประชาชน และบัตรประจำตัวผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงทุกครั้ง (มาตรา 26) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.625
 - ผู้บริโภคมีสิทธิยกเลิกสัญญาการขายหากไม่พอใจในสินค้าหรือบริการ ภายใน 7 วัน นับตั้งแต่ได้รับสินค้าหรือบริการ (มาตรา 33) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.420
 - เมื่อผู้บริโภคแจ้งยกเลิกสัญญาแล้วต้องส่งคืนสินค้าหรือเก็บรักษาไว้สินค้านั้นไว้ไม่เกิน 21 วัน หากไม่เกิน 21 วัน ผู้ขายยังไม่มารับสินค้า ผู้บริโภคจะเก็บไว้หรือทิ้งก็ได้ (มาตรา 34) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.058

เมื่อผู้บริโภคนำเอกสารหลักฐานแล้วแต่ทำให้สินค้านั้นบอบสลายหรือเสียหาย ผู้บริโภคต้องชดเชยค่าเสียหายให้แก่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.705

ผู้ประกอบการขายตรงต้องไม่บังคับผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้า (มาตรา 21) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.614

ผู้ประกอบการขายตรงต้องไม่โน้มน้าวหรือชักจูงให้ผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้ามากเกินไปจนเกินความจำเป็น (มาตรา 21) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.699

ผู้จำหน่ายอิสระมีสิทธิคืนสินค้า วัสดุการส่งเสริมการขาย ที่ซื้อจากผู้ประกอบการขายตรงภายใน 15 วันนับจากวันที่แจ้งอย่างเป็นทางการแก่ผู้ประกอบการขายตรง (มาตรา 25) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.900

ผู้ประกอบการขายตรง/บริษัทที่ทำธุรกิจขายตรง เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลก็ได้ (มาตรา 20) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.260

การเข้าไปเสนอขายสินค้าให้กับผู้บริโภค ต้องเสนอขายที่บ้าน หรือที่ทำงานของผู้บริโภค โดยต้องได้รับคำยินยอมจากผู้บริโภคเท่านั้น (มาตรา 26) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.637

ในการทำสัญญาระหว่างตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระกับผู้บริโภค ต้องมีข้อความเป็นภาษาไทยอย่างชัดเจนเกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคในการเลิกสัญญา (มาตรา 51) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.486

การรับประกันสินค้าต้องระบุเป็นภาษาไทยที่เข้าใจง่ายและชัดเจน (มาตรา 37) ระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.619

การจ่ายค่าตอบแทนให้แก่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ ต้องไม่ใช่การจ่ายค่าตอบแทนที่มาจากคำแนะนำบุคคลอื่นให้มาสมัครเข้าร่วมเป็นเครือข่ายกับตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระนั้น ๆ (มาตรา 21) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.954

ผลตอบแทนที่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระได้รับต้องมาจากการขายสินค้าหรือบริการหรือการซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อใช้เองเท่านั้น (มาตรา 21) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.880

ผู้ประกอบการขายตรง/บริษัทผู้ทำธุรกิจขายตรงต้องแสดงวิถีคิดคำนวณการจ่ายค่าตอบแทนที่ตรงกับความเป็นจริง เปิดเผยและชัดเจน (มาตรา 21) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.938

รัฐได้แต่งตั้ง คณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง เพื่อมีอำนาจหน้าที่ในการกำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง (มาตรา 13(3)) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.938

หากผู้ประกอบการซื้อขายตรงไม่มาตามคำสั่งคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงเพื่ออธิบายเกี่ยวกับหลักฐานที่ใช้พิจารณาในการทำผิด มีโทษจำคุกไม่เกิน 1 เดือนหรือปรับไม่เกิน 10,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ (มาตรา 45)ซึ่งมีระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.336

หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ได้รับอนุญาตจากผู้บริโภคให้เข้าไปเสนอขายสินค้าหรือบริการที่บ้านหรือที่ทำงาน ซึ่งทำให้ผู้บริโภคเกิดความรำคาญมีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท (มาตรา 51) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.259

หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้ผู้บริโภค มีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท (มาตรา 51) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.281

หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้ผู้บริโภคโดยระบุสิทธิหรือการรับประกันสินค้าอย่างชัดเจน มีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท (มาตรา 51) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.621

หากผู้ประกอบการซื้อขายตรง/บริษัทขายตรงไม่แจ้งการเปลี่ยนแปลงแผนการจ่ายค่าตอบแทนให้แก่นายทะเบียนของรัฐได้ทราบ มีโทษปรับไม่เกิน 300,000 บาท (มาตรา 52) ซึ่งมีระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.938

นโยบายภาครัฐที่มีต่อการสนับสนุนและกำกับดูแลต่อธุรกิจขายตรงในประเทศไทย (กรณีศึกษา ผู้บริโภค)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 60.5 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 39.5 อายุ 21-30 ปี อาชีพนักเรียน/นักศึกษา และอาชีพพนักงาน/เจ้าหน้าที่บริษัท ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 26.5 และ 26.3 ตามลำดับ การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 45.2 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 15,000 บาท และสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 66.5

ส่วนที่ 2 ความรู้เกี่ยวกับสิทธิและการคุ้มครองผู้บริโภค

ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคยังมีความเข้าใจตลาดเคลื่อนในการเรื่องของหน่วยงานที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สังกัดอยู่ โดยส่วนใหญ่ตอบว่า สังกัดองค์การอาหารและยา ซึ่งความเป็นจริงแล้วสังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี แต่ส่วนใหญ่รู้จักชื่อเว็บไซต์ของสำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค ได้แก่ www.ecpd.go.th คิดเป็นร้อยละ 38.5 เมื่อสอบถามถึงลักษณะการดำเนินธุรกิจขายตรง คือ การนำเสนอขายสินค้าหรือบริการต่อลูกค้าโดยตรง ในที่อยู่อาศัยหรือสถานที่

ทำงาน สามารถทำได้และผู้บริโภคเข้าใจถูกต้อง คิดเป็นร้อยละ 69.8 ด้านวิธีที่ตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระเข้ามาสามารถเข้ามาเสนอขายสินค้าโดยไม่ต้องนัดหมายล่วงหน้า ปรากฏว่า ผู้บริโภคให้ความคิดเห็นว่า ไม่สามารถทำได้ คิดเป็นร้อยละ 58.8 ซึ่งเป็นการเข้าใจที่ถูกต้อง ด้านระยะเวลาที่ผู้บริโภคสามารถแจ้งยกเลิกสัญญาการซื้อขายกรณีไม่พอใจ โดยต้องแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษร โดยส่วนใหญ่ตอบว่า ต้องแจ้งภายใน 7 วัน ซึ่งเป็นการเข้าใจที่ถูกต้อง ด้านระยะเวลาที่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระต้องคืนเงินเต็มจำนวนให้แก่ผู้บริโภคกรณีแจ้งยกเลิกสัญญา ส่วนใหญ่ตอบว่าต้องคืนภายใน 7 วัน คิดเป็นร้อยละ 57.0 แต่ในความเป็นจริงต้องคืนภายในเวลา 15 วัน ด้านระยะเวลาที่ผู้บริโภค ต้องคืนสินค้าให้แก่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ พบว่า ส่วนใหญ่ตอบว่าต้องคืนสินค้าภายในเวลา 14 วัน คิดเป็นร้อยละ 81.5 แต่ในความเป็นจริงแล้ว สามารถคืนได้ภายในเวลา 21 วัน ในกรณีที่ผู้ประกอบการขายตรงสามารถโน้มน้าว ชักชวน ให้ผู้บริโภคทั่วไปเข้าร่วมเป็นเครือข่ายในการประกอบธุรกิจขายตรง โดยบริษัทเหล่านั้น สัญญาว่าจะให้ผลประโยชน์จากการที่ผู้บริโภคเหล่านั้นไปชักชวนบุคคลอื่น ๆ ให้เข้าร่วมเครือข่ายเหมือนตนเอง ส่วนใหญ่ตอบว่า ได้ คิดเป็นร้อยละ 83.8 ซึ่งความเป็นจริงแล้วไม่สามารถทำได้ ในกรณีที่ผู้ประกอบการมีสิทธิที่จะเรียกเก็บเงินค่าธรรมเนียมการสมัคร การฝึกอบรม ค่าวัสดุอื่น ๆ ในการส่งเสริมการขาย จากผู้จำหน่ายอิสระได้หรือไม่ ส่วนใหญ่ตอบว่า ได้ คิดเป็นร้อยละ 54.5 ซึ่งแสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใจสิทธิในการเข้าร่วมเป็นผู้จำหน่ายอิสระ

ในด้านของพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญา ปรากฏว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญาทุกข้อ ด้านพระราชบัญญัติด้านฉลากสินค้า ให้ความเห็นว่า หากสินค้าที่ซื้อจากผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงเป็นสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ ดังนั้น ฉลากสินค้าที่ดีต้องเป็นภาษาประเทศต้นกำเนิดสินค้าหรือบริการนั้น ๆ ห้ามไม่ให้มีภาษาไทยนั้น ส่วนใหญ่ตอบว่า ไม่ได้ คิดเป็นร้อยละ 69.8 ซึ่งเป็นความเข้าใจที่ถูกต้อง และหากว่าหากการซื้อขายสินค้า ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงไม่ได้ปฏิบัติตาม พระราชบัญญัติด้านฉลากสินค้า ดังนั้น การซื้อขายสินค้านั้นถือว่าเป็นโมฆะ ซึ่งส่วนใหญ่เข้าใจถูกต้อง คิดเป็นร้อยละ 63.8 และพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค ส่วนใหญ่เข้าใจได้ถูกต้องทุกข้อ ยกเว้นมีเพียงร้อยละ 14.9 ที่เข้าใจว่า ผู้บริโภคมีสิทธิที่จะส่งตรวจสอบสินค้าหรือบริการของผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงได้กรณีที่เกิดข้อสงสัย ซึ่งความเป็นจริง ต้องเป็นเจ้าหน้าที่ที่ได้รับแต่งตั้งอย่างถูกกฎหมายเท่านั้น จึงมีสิทธิส่งตรวจสอบสินค้าหรือบริการของผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงได้

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านระบบการขายตรงของผู้บริโภค

จากผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่ลูกค้าซื้อสินค้าประเภทเครื่องสำอาง ผ่านระบบการขายตรงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.7 และเมื่อจำแนกตรา/ยี่ห้อสินค้าที่ผู้บริโภคซื้อมากที่สุด ในแต่ละประเภทสินค้า ได้ผลสรุปดังนี้ ประเภทอาหาร ได้แก่ ยี่ห้อ แอมเวย์ ประเภทยา ได้แก่ ยี่ห้อ แอมเวย์ ประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้า ได้แก่ โตชิบา ประเภทเครื่องสำอาง ได้แก่ ยี่ห้อ แอมเวย์ ประเภทเครื่องประดับได้แก่ยี่ห้อ มิสทิน ประเภทเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม ได้แก่ ยี่ห้อ ซาดิน ประเภทเครื่องครัว ได้แก่ยี่ห้อ แคตตาล็อกฟรายเดย์ ประเภทหนังสือ ได้แก่ ร้านนายอินทร์ ประเภทการอบรมสัมมนา ได้แก่ แอมเวย์ ประเภทสินค้าเกษตร ได้แก่ เจริญโอสด ประเภทอุปกรณ์ออกกำลังกายได้แก่ ทีวีไดเร็ค ประเภทการบริการได้แก่ บัตรเครดิต กสิกรไทย และประเภทสินค้าอื่นๆ ได้แก่ แอมเวย์

จากการศึกษายังพบว่า แหล่งข้อมูลที่ทำให้ผู้บริโภครู้จักสินค้าหรือบริการได้แก่ จากสื่อ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 43.9 สถานที่ที่ผู้บริโภคนิยมซื้อสินค้าผ่านระบบการขายตรง ได้แก่ ร้านตัวแทนขายหรือตัวแทนจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 39.4 ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ ตนเอง คิดเป็นร้อยละ 57.3 ส่วนใหญ่ชำระเงินโดยวิธี จ่ายเงินสด คิดเป็นร้อยละ 62.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการซื้อผ่านระบบขายตรงได้แก่ ได้ส่วนลด คิดเป็นร้อยละ 51.9 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อสินค้าผ่านระบบการขายตรง โดยที่ไม่ได้เป็นสมาชิกของธุรกิจขายตรง คิดเป็นร้อยละ 87.5 ส่วนผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นสมาชิกได้แก่ บริษัท แอมเวย์ คิดเป็นร้อยละ 46.0 และเหตุผลในการซื้อสินค้าหรือบริการผ่านระบบการขายได้ตรงได้แก่ ตัวผลิตภัณฑ์ เช่น คุณภาพ การใช้เป็นประจำ ความชื่นชอบในตัวผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 48.7

ตอนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน

จากการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติเชิงอนุมานได้แก่ การใช้ Regression Analysis สรุปได้ดังนี้

1. ความรู้ด้านพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค ส่งผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค ในระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนี้

1.1 ความรู้ด้านหน่วยงานราชการที่ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สังกัดอยู่ ส่งผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านระบบการขายตรง ซึ่งมีระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.012

1.2 ความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญา ส่งผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านระบบการขายตรง ซึ่งมีระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.041

2. ความรู้ด้านพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค ที่ไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค ในระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนี้

2.1 ความรู้เกี่ยวกับชื่อเว็บไซต์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค 0.715

2.2 ความรู้เกี่ยวกับลักษณะการดำเนินธุรกิจขายตรง คือ การนำเสนอขายสินค้าหรือบริการต่อลูกค้าโดยตรง ในที่อยู่อาศัยหรือสถานที่ทำงาน ไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านระบบการขายตรง ซึ่งมีระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.854

2.3 ความรู้เกี่ยวกับตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระ สามารถเดินเข้ามาที่บ้านหรือที่ทำงานของลูกค้าเพื่อนำเสนอขายสินค้าหรือบริการ โดยไม่จำเป็นต้องมีการขออนุญาตหรือนัดหมายล่วงหน้า ไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านระบบการขายตรง ซึ่งมีระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.639

2.4 ความรู้เกี่ยวกับระยะเวลาในการแจ้งยกเลิกสัญญาของผู้บริโภคอย่างเป็นทางการเป็นลายลักษณ์อักษรต่อตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระ 0.714

2.5 ความรู้เกี่ยวกับระยะเวลาในการคืนเงินให้กับผู้บริโภคของตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระในกรณีที่ผู้บริโภคต้องการยกเลิกสัญญาการซื้อขาย ไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านระบบการขายตรง ซึ่งมีระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.329

2.6 ความรู้เกี่ยวกับระยะเวลาในการคืนสินค้าของผู้บริโภค ให้แก่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระในกรณียกเลิกสัญญาซื้อขาย ไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านระบบการขายตรง ซึ่งมีระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.616

2.7 ความรู้เกี่ยวกับรูปแบบการโน้มน้าว ชักชวน ให้ผู้บริโภคทั่วไปเข้าร่วมเป็นเครือข่ายในการประกอบธุรกิจขายตรง โดยบริษัทเหล่านั้น สัญญาว่าจะให้ผลประโยชน์จากการที่ผู้บริโภคเหล่านั้นไปชักชวนบุคคลอื่น ๆ ให้เข้าร่วมเครือข่ายของผู้ประกอบธุรกิจขายตรง ไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านระบบการขายตรง ซึ่งมีระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.113

2.8 ความรู้เกี่ยวกับการที่ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงมีสิทธิที่จะเรียกเก็บเงินค่าธรรมเนียมการสมัคร การฝึกอบรม ค่าวัสดุอื่น ๆ ในการส่งเสริมการขาย จากผู้จำหน่ายอิสระ ไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านระบบการขายตรง ซึ่งมีระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.270

2.9 ความรู้เกี่ยวกับลักษณะตลาดของสินค้ากรณีเป็นสินค้าที่นำเข้าจากต่างประเทศ ไม่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านระบบการขายตรง ซึ่งมีระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.303

2.10 ความรู้เกี่ยวกับลักษณะในการซื้อขายสินค้า หากผู้ประกอบการไม่ปฏิบัติตามพระราชบัญญัติด้านตลาดสินค้า ทำให้การซื้อขายเป็นโมฆะ ไม่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านระบบการขายตรง ซึ่งมีระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.131

2.11 ความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค ไม่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านระบบการขายตรง ซึ่งมีระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.137

อภิปรายผล

จากการศึกษาถึงนโยบายภาครัฐที่มีต่อการสนับสนุนและกำกับดูแลต่อธุรกิจขายตรงในประเทศไทยในครั้งนี้ เป็นการศึกษาถึงบทบาทและนโยบายของภาครัฐที่มีต่อการสนับสนุนหรือการกำกับดูแลต่อผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง ผ่านพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 โดยทำการศึกษาถึงผลกระทบที่ฝ่ายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับพระราชบัญญัตินี้ ทั้งในส่วนของผู้บริหารบริษัทขายตรง ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง และผู้บริโภคคนสุดท้ายที่บริโภคสินค้าหรือบริการผ่านระบบการขายตรง ซึ่งจากการศึกษาดังกล่าว สามารถแบ่งข้อมูลในการศึกษาออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ ได้แก่

1. ข้อมูลทุติยภูมิ นั่นคือ การศึกษาถึงนโยบายในการสนับสนุนและการกำกับดูแลของหน่วยงานต่าง ๆ ของภาครัฐที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจการขายตรง โดยทำการศึกษาจากนโยบายกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนหน่วยงานอื่น ๆ ที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ
2. ข้อมูลปฐมภูมิ ซึ่งได้จากการทำวิจัยเชิงปริมาณ ผ่านแบบสอบถามเพื่อสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับผลกระทบที่ได้รับจากนโยบายในการสนับสนุนและการกำกับดูแลด้านการขายตรงและตลาดแบบตรงของหน่วยงานภาครัฐ โดยข้อมูลปฐมภูมิดังกล่าว ได้จากการสัมภาษณ์ผ่านแบบสอบถามไปยังตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ จำนวน 100 คน และจากการสัมภาษณ์ผ่านแบบสอบถามไปยังผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ในการซื้อและใช้สินค้าหรือบริการผ่านระบบการขายตรงในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน

จากผลการศึกษา สามารถมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมได้ 3 ประเด็นใหญ่ ๆ ดังนี้

1. หน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ หน่วยงานที่หน้าที่กำกับดูแล ส่งเสริม และสนับสนุนด้านการขายตรงและตลาดแบบตรง
2. หน่วยงานภาคเอกชน ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ

3. ผู้บริโภค ที่บริโภคสินค้าหรือบริการต่าง ๆ

1. **หน่วยงานภาครัฐ** จากการศึกษาพบว่า หน่วยงานภาครัฐมีหลายหน่วยงานที่ได้มีส่วนเกี่ยวข้องกับข้อกฏการขายตรง โดยเฉพาะการกำหนดผ่านนโยบาย เนื่องจากระบบการขายตรง เป็นรูปแบบการนำเสนอขายสินค้า โดยใช้วิธีการกระจายสินค้าด้วยวิธีการโดยบุคคลบุคคลที่เป็นผู้ขาย หรือผู้แทนขายเป็นผู้แสดงสรรพคุณ คุณสมบัติ สมรรถนะของสินค้า ต่อผู้บริโภค ณ ที่อยู่ของผู้บริโภค แทนการเสนอของผ่านสื่อโฆษณาต่างๆ การขายตรงแตกต่างจากการเสนอขายสินค้า หรือบริการด้วยวิธีการส่งเอกสารทางไปรษณีย์ ซึ่งเป็นวิธีทำการตลาดโดยเจาะจงตัวกลุ่มเป้าหมาย อันเป็นวิธีที่เน้นการตลาดใช้แทนการโฆษณาผ่านสื่อสารมวลชน (สุขุม ศุภนิคย์, 2541) เมื่อการขายตรงเกี่ยวข้องกับบุคคลหลายฝ่ายด้วยกัน ทำให้หน่วยงานภาครัฐจำเป็นต้องกำหนดนโยบายต่าง ๆ เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคที่บริโภคสินค้าหรือบริการผ่านระบบการขายตรง ขณะเดียวกันก็เพื่อดูแลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการขายตรง ไม่ให้เกิดความเอารัดเอาเปรียบผู้บริโภค ตลอดจนผู้จำหน่ายอิสระ โดยพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคได้ถูกตราไว้เมื่อ พ.ศ. 2522 เพื่อเป็นประโยชน์แก่ประชาชนผู้บริโภคโดยเฉพาะ คือ สามารถให้ความคุ้มครองได้ครบถ้วนสมบูรณ์ โดยรัฐมีนโยบายเพื่อทำให้ประชาชนได้รับความปลอดภัย เป็นธรรม ประหยัด ไม่ถูกเอารัดเอาเปรียบจากผู้ประกอบธุรกิจ รวมทั้งดำเนินคดีเพื่อเรียกร้องค่าเสียหายแทนผู้บริโภค พร้อมทั้งเผยแพร่วิชาการ และให้ความรู้แก่ผู้บริโภคนั้น ก็เพื่อให้ผู้บริโภคได้รู้จักระมัดระวังในการซื้อหาสินค้า หรือบริการ นอกจากนี้ รัฐบาลยังให้ความสำคัญกับการคุ้มครองผู้บริโภคเกี่ยวกับการบริโภคสินค้าผ่านระบบการขายตรงและตลาดแบบตรง ในวันที่ 23 เมษายน พ.ศ. 2545 โดยใช้ชื่อว่า พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 โดยในพระราชบัญญัตินี้ได้ให้ความหมายบุคคลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในการขายตรงและตลาดแบบตรง รวมทั้งคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง การดำเนินธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง ซึ่งจากการวิจัยพบว่า พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง นั้น ประกอบไปด้วย

- ความหมายของธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง เพื่อช่วยให้ฝ่ายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องสามารถแยกแยะลักษณะเฉพาะของธุรกิจขายตรงที่มีความแตกต่างจากธุรกิจการตลาดแบบตรง
- บุคคลที่กฎหมายให้ความคุ้มครองภายใต้พระราชบัญญัตินี้ ซึ่งหลัก ๆ แล้วมีอยู่ 2 กลุ่มด้วยกัน ได้แก่ ผู้บริโภค และผู้จำหน่ายอิสระ
- บุคคลที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการขายตรง ซึ่งได้แก่ ผู้จำหน่ายอิสระและตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง และผู้ประกอบการธุรกิจการตลาดแบบตรง
- ลักษณะการประกอบธุรกิจขายตรง เป็นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ที่สนใจดำเนินธุรกิจการขายตรง รวมถึงกฎระเบียบข้อบังคับในการก่อตั้งกิจการ รวมถึงการจัดทำกฎระเบียบในการจ่ายผลตอบแทนให้แก่ ผู้จำหน่ายอิสระและตัวแทนขายตรงของผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจการขาย

ตรง ค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น รวมทั้งการคุ้มครองด้านการจัดทำสัญญาระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ในการขายสินค้าผ่านระบบการขายตรง วิธีการนำเสนอขายสินค้าหรือบริการผ่านระบบการขายตรง รวมทั้งกรณีการคืนเงินเมื่อผู้บริโภคไม่พอใจในสินค้าและบริการ และการคุ้มครองด้านการโฆษณาไปยังผู้บริโภคซึ่งเป็นผู้ซื้อผ่านระบบการขายตรง

- การดูแลเรื่องในการของแชร์ลูกโซ่ ซึ่งเป็นการระดมเครือข่ายที่ผิดกฎหมาย เพื่อไม่ให้ผู้บริโภคถูกชักชวนให้เข้าร่วมธุรกิจได้โดยง่าย
 - ลักษณะการคุ้มครองผู้บริโภค ด้านสัญญา การคืนเงิน การยกเลิกสัญญาของผู้บริโภค ในการซื้อสินค้าหรือบริการผ่านระบบการขายตรง
 - หน่วยงานที่มีหน้าที่ในการกำกับดูแล คณะกรรมการ รวมถึงเจ้าหน้าที่ที่มีอำนาจและหน้าที่ต่าง ๆ ในการคุ้มครองผู้บริโภคในด้านการขายตรงและตลาดแบบตรง
 - นอกจากนี้ยังรวมถึงบทลงโทษ สำหรับผู้ฝ่าฝืนกฎหมายนี้ และการยื่นอุทธรณ์
- ซึ่งจากการศึกษาทำให้ได้ทราบว่า นอกจากหน่วยงานต่าง ๆ ที่รัฐได้กำหนดขึ้นเพื่อเป็นหน่วยงานที่มีหน้าที่โดยตรงในการกำกับดูแลระบบการขายตรงและตลาดแบบตรงแล้ว ยังมีหน่วยงานภาคเอกชน โดยก่อตั้งเป็นสมาคมต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวก ส่งเสริมและสนับสนุนให้กับผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงด้วยเช่นเดียวกัน

2. หน่วยงานภาคเอกชน โดยเฉพาะตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรงนั้น หมายถึง ผู้ที่ได้รับมอบหมายจากผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงให้นำสินค้าหรือบริการ ไปเสนอขายให้กับผู้ซื้อหรือผู้บริโภค ส่วนผู้จำหน่ายอิสระ หมายถึง ผู้ที่ได้รับมอบกรรมสิทธิ์ในตัวสินค้าหรือบริการจากผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงในการนำสินค้าหรือบริการไปยังผู้ซื้อหรือผู้บริโภค ซึ่งจากการวิจัยพบว่า โดยส่วนใหญ่พบว่า ตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระ ให้ความสำคัญเห็นว่า นโยบายภาครัฐที่สนับสนุนและกำกับดูแลธุรกิจขายตรง โดยส่งผ่านพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง ส่งผลดีหรือมีส่วนส่งเสริมและสนับสนุน การดำเนินธุรกิจ เนื่องจาก จากการสอบถามถึงกฎหมายที่เกี่ยวข้องในมาตราต่าง ๆ โดยรวมนั้น ส่งผลดีมากต่อการดำเนินธุรกิจขายตรง นอกจากนี้ยังพบว่า โดยส่วนใหญ่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระมีความรู้และความเข้าใจในเรื่องของกฎหมายมาตราต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจการขายตรง โดยตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน เช่น เพศ อายุ อาชีพ รายได้ สถานภาพ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดด้านพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรงส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจขายตรงที่ต่างกัน

3. ผู้บริโภค จากการศึกษาเป็นที่น่าพอใจอย่างยิ่งที่ผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภค รวมถึงพระราชบัญญัติบางประการที่เกี่ยวข้องกับการขายตรงและตลาดแบบตรงที่ผู้บริโภคมีความรู้และความเข้าใจเป็นอย่างดี ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ความรู้ของผู้บริโภคที่

เกี่ยวข้องกับ การขายตรงและตลาดแบบตรงส่งผลต่อพฤติกรรมในการซื้อสินค้าหรือบริการผ่านระบบการตลาดแบบตรง เพราะทำให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่นในคุณภาพ และความไว้วางใจในการระบบการขายตรง ที่มีหน่วยงานภาครัฐให้การกำกับดูแลอย่างใกล้ชิด ดังจะเห็นได้จาก ยอดขายที่เพิ่มสูงขึ้นทุก ๆ ปี ในตลาดธุรกิจขายตรง โดยข้อมูลด้านพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ได้รับจากการศึกษาในครั้งนี้ ส่งผลต่อหน่วยงานภาครัฐ ที่ควรมีการรณรงค์เพิ่มเติมเกี่ยวกับการให้ความรู้ด้านสิทธิต่าง ๆ ของผู้บริโภค ให้มีความเข้าใจมากขึ้น ขณะเดียวกันสิทธิบางประการที่ผู้บริโภคยังมีความเข้าใจคลาดเคลื่อน นอกจากหน่วยงานภาครัฐจะให้ความรู้แล้ว ด้วยจรรยาบรรณของตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ ซึ่งมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับ พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรงมากกว่า ผู้บริโภค ควรให้ความรู้อย่างครบถ้วนแก่ผู้บริโภค เพื่อให้ปกป้องสิทธิและประโยชน์ให้แก่ผู้บริโภค อันเนื่องจากแนวโน้มและทิศทางในการบริโภคสินค้าหรือบริการผ่านระบบการขายตรงได้มีความสำคัญเพิ่มขึ้นตลอดเวลาในสังคมไทย

จากการศึกษายังพบว่า วิวัฒนาการด้านการคุ้มครองผู้บริโภค การคุ้มครองผู้บริโภคด้านการขายตรงและตลาดแบบตรง การคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญา ด้านฉลากสินค้า ด้านการโฆษณา ได้มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงให้มีความทันสมัยและสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงในการดำเนินธุรกิจด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งส่งผลดีต่อภาพรวมในระบบทางสังคมและเศรษฐกิจของประเทศ อันเนื่องมาจากมากจากการเติบโตของตลาดขายตรงมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องทั้งในมุมมองระดับโลกและในประเทศไทยเช่นเดียวกัน

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัยดังกล่าว ทำให้ได้รับข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อบุคคลที่เกี่ยวข้องหลายหน่วยงาน ทั้งหน่วยงานภาครัฐ เอกชน รวมถึงผู้บริโภค ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการพัฒนาด้านการประกอบธุรกิจขายตรงในประเทศไทย เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนทั้งด้านการบริการ การนำเสนอผลิตภัณฑ์ รวมถึงวิธีการต่าง ๆ ในการนำเสนอสินค้าหรือบริการไปยังกลุ่มผู้บริโภคคนสุดท้าย และในท้ายที่สุดนี้ หากผู้สนใจจะทำการศึกษาวิจัยในเรื่องนี้ ควรจะให้ความสำคัญกับเรื่องดังต่อไปนี้

1. การสอบถามข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ประกอบธุรกิจขายตรง หากผู้สนใจศึกษาวิจัย มีเวลายังงบประมาณเพียงพอ ควรศึกษาวิธีโดยแบ่งตามประเภทของสินค้าที่ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงจำหน่ายให้ครอบคลุมทุกประเภท เนื่องจากจะทำให้สามารถเปรียบเทียบวิธีการในการประกอบธุรกิจขายตรงสำหรับสินค้าแต่ละประเภทได้อย่างชัดเจน
2. ในการศึกษาวิจัยในอนาคตเนื่องจากกลุ่มผู้บริโภคที่บริโภคสินค้าหรือบริการผ่านระบบการขายตรงจะมีวิธีการพัฒนารูปแบบการบริโภค รวมทั้งวิธีในการติดต่อสื่อสารรูปแบบใหม่

ๆ ตามการเปลี่ยนแปลงเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีต่าง ๆ ซึ่งอาจเป็นปัจจัยที่สำคัญที่จะส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคสินค้าหรือบริการผ่านระบบการขายตรงได้

3. หน่วยงานภาครัฐควรให้ความสำคัญต่อความรู้ ความเข้าใจ ทั้งในด้านผู้ประกอบการธุรกิจขาย ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระสินค้าผ่านระบบขายตรง และความรู้ความเข้าใจในสิทธิและพระราชบัญญัติต่าง ๆ ของผู้บริโภค ทั้งนี้เพื่อทำให้เกิดการพัฒนารูปแบบการดำเนินธุรกิจประเภทนี้ในประเทศไทยอย่างยั่งยืน เนื่องจากเป็นอาชีพอิสระที่จะก่อให้เกิดรายได้และความมั่นคงของประเทศชาติได้

4. จากผลการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้มีการศึกษาวิจัยเฉพาะผลที่เกิดขึ้นต่อผู้ที่เกี่ยวข้องเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลเท่านั้น ดังนั้น หากผู้ที่สนใจจะศึกษาวิจัยในเรื่องนี้จะทำการศึกษาในภูมิภาคอื่นๆ ของประเทศ จะทำให้ได้รับข้อมูลที่หลากหลายเพิ่มมากยิ่งขึ้น อันเนื่องมาจาก การรับรู้ และพฤติกรรมของผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ และผู้บริโภคจะมีความแตกต่างกันนั่นเอง

บรรณานุกรม

- กมลทิพย์ ม้าคะนอง. (2540). เทคนิควิธีการสื่อสารระหว่างบุคคลของผู้แทนจำหน่ายในธุรกิจขายตรงหลายชั้น. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กุลธร ชนาพงศธร. (2520). หลักการกำหนดนโยบายรัฐ. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- แก้วกัญญา แจ่มจรัส. (2542). โครงสร้างตลาดและกลยุทธ์การตลาดของการขายตรงแบบใช้การตลาดหลายชั้น. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- จิรวรรณ ดวงใบ. (2542). ปัจจัยที่มีผลต่อผลตอบแทนของผู้ประกอบอาชีพพนักงานขายตรงในบริษัทขายตรงหลายชั้น ในจังหวัดเชียงใหม่ . การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- เจนวิทย์ กุหากาญจน์. (2546). การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ . กรุงเทพมหานคร : ซีเอ็ดบุ๊คส์.
- เชาว์ โรจน์แสง. (2534). ความสำคัญของธุรกิจขนาดย่อมและขายตรงที่มีต่อการพัฒนาประเทศ . กรุงเทพมหานคร : ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิตยา สุวรรณชญ. (2521). พัฒนาการ : ความคาดหวังบทบาทของพัฒนาการ คณะกรรมการพัฒนาหมู่บ้านและเจ้าหน้าที่ระดับตำบล. กรุงเทพฯ : กรมการพัฒนาชุมชน.
- ถวัลย์รัฐ วรเทพพุทธิพงษ์. (2541). การกำหนดและวิเคราะห์หุ่นนโยบายสาธารณะ : ทฤษฎีและการประยุกต์ใช้. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์เสมอธรรม.
- ปนัดดา บุญวิวัฒน์. (2544). ปัญหาจริยธรรมของธุรกิจขายตรง กรณีศึกษาทัศนคติของผู้บริหารพนักงานขายและผู้บริโภค. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล.
- พงษ์วุฒิ สิทธิผล.(2536, สิงหาคม). บทบาทของธุรกิจขนาดเล็ก. สยามธุรกิจ. 40, 4-8.
- มัลลิกา นกเยี่ยม. (2546). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในอาชีพการขายบริษัท ซิงเกอร์ ประเทศไทย จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ วีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). ศัพท์การตลาดและการโฆษณา. กรุงเทพมหานคร : พัฒนาศึกษา.
- สมชาติ กิจยรรยง. (2546). MLM ธุรกิจสร้างเศรษฐกิจ. กรุงเทพมหานคร : อินฟอรมีเดีย บู้คส์.
- สมบูรณ์ ชันธิโชติ. (2538). การขายตรง : หมวดวิชาเลือก ปวช. กรมอาชีวศึกษา. กรุงเทพมหานคร : ประสานมิตร.
- สุชาติ ช่วงโชติ. (2541). บทบาทการประกอบอาชีพอิสระหรือการขายตรง . กรุงเทพมหานคร : กองการบริการการตลาด แรงงาน.

สุขุม ศุภนิตย์. (2530). **กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศไทย**. รายงานการวิจัยทุนอุดหนุน
สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย. กรุงเทพฯ : ม.ป.ท.
_____. (2522). “ปัจจัยในการกำหนดนโยบายรัฐ” ใน **นโยบายของรัฐ**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
_____. (2541, สิงหาคม). กฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจขายตรง. **จุฬาลงกรณ์ รีวิวส์**. 10,23.

www.amway.co.th

www.dbd.go.th

www.ocpb.go.th

www.logisticnews.net

www.rd.go.th

www.tdsa.org

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก.

ธุรกิจขายตรงและข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทขายตรงในประเทศไทย

ธุรกิจขายตรงและข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทขายตรงในประเทศไทย

1. ความสำคัญของธุรกิจขายตรงที่มีต่อการพัฒนาประเทศ
2. วิวัฒนาการการขายตรงของประเทศไทย
3. องค์ประกอบเอกชนที่เกี่ยวข้องในการประกอบธุรกิจการขายตรง
4. ลักษณะของธุรกิจขายตรง
5. ตัวอย่างข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทขายตรงในประเทศไทย

1. ความสำคัญของธุรกิจขายตรงที่มีต่อการพัฒนาประเทศ

มีนักวิชาการ ได้กล่าวถึงความสำคัญของธุรกิจขายตรงที่มีต่อการพัฒนาประเทศไว้ดังนี้ การประกอบธุรกิจขายตรงทำให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจในระดับชุมชนและระดับชาติในรูปของธุรกิจต่างๆ เช่น กิจการขนาดเล็ก ธุรกิจขนาดย่อม เป็นต้น กระจายตัวอยู่ในท้องถิ่นทั่วไปเป็นฐานกำลังการผลิตวัตถุดิบ และปัจจัยพื้นฐานให้ธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดใหญ่อาจกล่าวได้ว่าธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ซึ่งเป็นตัวกำหนดและชี้นำเศรษฐกิจของประเทศจะต้องพึ่งพาอาศัยการประกอบธุรกิจขนาดเล็กซึ่งเป็นการประกอบอาชีพอิสระด้วยเสมอ นอกจากนี้ผู้ประกอบการอาชีพอิสระจะทำให้เกิดความคิดและสิ่งประดิษฐ์แปลกๆใหม่ๆเกิดการแข่งขันกันในระบบเศรษฐกิจการค้าเสรีอันนำไปสู่การพัฒนาประเทศการประกอบอาชีพอิสระก็จะขยายตัวเป็นส่วนสัมพันธ์กับการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศตามไปด้วย เป็นการสร้างงานมากขึ้น ประชากรมีงานทำพึ่งตนเองได้ ลดการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศ(เขาวัว โรจน์แสง 2534 : 26)การประกอบอาชีพอิสระยังมีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ ดังนี้

1. เป็นการสร้างงานให้มากขึ้น
2. แก้ปัญหาการว่างงาน
3. เป็นการเปลี่ยนเจตคติจากลูกจ้าง หรือข้าราชการมาเป็นนายจ้าง
4. มีสถานที่ฝึกอาชีพมากขึ้น
5. มีการกระจายรายได้มากขึ้น
6. พัฒนาชนบท
7. ลดการย้ายถิ่นฐานไปทำงานในเมืองใหญ่หรือเมืองเล็ก
8. พัฒนาอุตสาหกรรม
9. เพิ่มคุณค่าวัตถุดิบ
10. เพิ่มความสามารถในการส่งออก
11. ทำให้รักษาการขยายตัวทางเศรษฐกิจที่สูงของประเทศชาติได้

พจนานุกรม สิทธิผล (2536 : 7) ให้ทัศนะว่า บทบาทของธุรกิจขายตรง เป็นอาชีพอิสระที่มีต่อระบบเศรษฐกิจที่สำคัญๆ ดังนี้

1. ทำให้เกิดการแข่งขันในระบบเศรษฐกิจการค้าแบบเร็ว เพราะเป็นธุรกิจที่ลงทุนและกระจายตัวได้ง่ายทั่วไป ไม่ผูกขาด ทำให้เกิดประโยชน์ซึ่งเป็นผลดีต่อผู้บริโภค
2. ทำให้เกิดการสะพัดงาน และจ้างงานจำนวนมากขึ้น
3. ทำให้เกิดแนวความคิดในสิ่งประดิษฐ์คิดค้นแปลกๆ และใหญ่ๆ ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการของมนุษย์ที่ชอบการเปลี่ยนแปลง ต้องการความสะดวกสบาย ต้องการพัฒนาไปสู่สิ่งที่ดีกว่า
4. ทำให้เกิดการกระจายรายได้ เพราะธุรกิจประเภทนี้มีการกระจายตัวทั่วไป
5. ทำให้เกิดการพัฒนาความสามารถของผู้ประกอบการ ทั้งนี้เพื่อเป็นการแข่งขันและความอยู่รอด
6. ทำให้เกิดการกระจายพัฒนา ทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง ไปสู่ส่วนต่างๆ ของประเทศ ซึ่งทำให้เกิดการพัฒนาไปทั่วท้องถิ่น เป็นการสกัดกั้นไม่ให้แรงงานเข้าสู่เมืองอีกทางหนึ่ง

สมบูรณ์ ชันธิโชติ (2538 : 4 – 5) ให้ความสำคัญของการขายตรง มีดังนี้

1. สร้างรายได้ให้กับประชาชน การประกอบธุรกิจการขายตรง เป็นธุรกิจที่ต้องใช้พนักงานขายเสนอขายสินค้าแบบตัวต่อตัว จึงจำเป็นต้องมีพนักงานขายจำนวนมากให้ใกล้เคียงกับจำนวนของผู้บริโภค ผู้บริโภคจำนวนมากเท่าไร ก็จำเป็นต้องใช้พนักงานขายตรงมากตามไปด้วย เมื่อมีการจ้างพนักงานขายตรงเป็นจำนวนมาก ทำให้ประชาชนมีรายได้มากขึ้น ทั้งรายได้ที่ได้จากงานประจำและงานขายตรงนอกเวลา ซึ่งเป็นการหารายได้เพิ่มเติม
2. สร้างรายได้ให้กับรัฐบาล ผลพลอยได้จากการที่ประชาชนมีรายได้จากธุรกิจการขายตรงทำให้รัฐบาลมีรายได้จากภาษีที่เก็บจากพนักงานขายตรง เพราะการรับค่านายหน้า หรือรับรายได้จากเจ้าของกิจการจะต้องหักภาษี ณ ที่จ่าย ทำให้รัฐบาลมีรายได้จากภาษีเงินได้ ยิ่งมีการประกอบอาชีพธุรกิจการขายตรงมากเท่าไร รัฐบาลก็จะมียาได้จากภาษีมากขึ้นตามจำนวนของพนักงานขาย ด้วยเหตุนี้ การประกอบอาชีพการขายตรงมีส่วนช่วยทำให้รัฐบาลมีรายได้จากการเก็บภาษีเงินได้ การพัฒนาประเทศจะมีประสิทธิภาพหรือไม่ ส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับรายได้ที่เก็บภาษีจากประชาชน ถ้าเก็บภาษีได้มาก รัฐบาลก็จะสามารถนำเงินจำนวนนั้นไปพัฒนาประเทศให้ประชาชนมีความเป็นอยู่ที่ดี ธุรกิจการขายตรงจึงมีส่วนในการทำให้ประชาชนอยู่ดีกินดี
3. ผู้บริโภคมีความเข้าใจสินค้ามากขึ้น การขายตรงเป็นการเสนอขายสินค้าโดยตรงกับผู้บริโภคแบบตัวต่อตัว ทำให้สามารถอธิบายคุณสมบัติของสินค้าให้ผู้บริโภคได้ฟังอย่างละเอียด และหากผู้บริโภคมีข้อสงสัยอะไรสามารถสอบถามจากพนักงานขายตรงที่เสนอขายได้ทันที

โดยเฉพาะสินค้าบางอย่างที่มีคุณสมบัติพิเศษที่ไม่สามารถใช้การโฆษณา หรือการเสนอขายในลักษณะอื่นๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพจำเป็นต้องใช้การขายตรงแบบตัวต่อตัว และใช้เวลาในการอธิบายรายละเอียดของสินค้าให้ผู้บริโภคเข้าใจได้

4. ช่วยกระจายสินค้าโดยเสียค่าใช้จ่ายต่ำ การขายตรงเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่ประหยัดค่าใช้จ่าย 2 ส่วน คือ ค่าใช้จ่ายผ่านคนกลาง และค่าโฆษณาสินค้า ประหยัดค่าใช้จ่ายคนกลาง และค่าโฆษณาสินค้า ประหยัดค่าใช้จ่ายคนกลางหรือการตัดคนกลาง(ตัวแทน ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก) ที่มีส่วนที่ทำให้ราคาสินค้าสูงขึ้น เพราะแต่ละระดับของคนกลางจะสูงมากเท่าไร ราคาสินค้าก็จะสูงมากเท่านั้น เช่น สินค้ามีต้นทุนหน่วยละ 10 บาท ตัวแทนบวกกำไร 3 บาท ผู้ค้าส่งบวกกำไร 3 บาท ผู้ค้าปลีกบวกกำไร 3 บาท รวมกำไรที่คนกลาง 3 ระดับ เท่ากับ บวก กำไร $3+3+3 = 9$ บาท แต่ ถ้าขายผ่านพนักงานขายตรง 1 ระดับ จะบวกกำไรเพียง 3 บาท

สรุป ความสำคัญของธุรกิจขายตรงสามารถสร้างรายได้ให้กับบุคคลทั่วไป อีกทั้งเป็นการให้บริการและสินค้าที่ดีกับผู้บริโภคทำให้ประโยชน์เกิดกับผู้บริโภคโดยตรง อีกทั้งยังเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่คล่องตัวขึ้นตอนในการใช้จ่ายของผู้ประกอบการ เช่น ค่าโฆษณาสินค้า พ่อค้าคนกลางทำให้ต้นทุนสินค้ามีราคาต่ำ ผลประโยชน์ก็จะเกิดกับผู้บริโภคโดยตรง

2. วิวัฒนาการการขายตรงของประเทศไทย

ประเทศไทยได้มีวิวัฒนาการด้านการขายตรง ดังนี้

พ.ศ. 2526 สมาคมการขายตรงไทย หรือ THAI DIRECT SELLING ASSOCIATION (TDSA) ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 13 ตุลาคม พ.ศ. 2526 โดยสมาคมการขายตรงไทยเป็นสมาคมระดับชาติซึ่งมีบริษัทต่างๆ ที่ประกอบธุรกิจขายตรงเป็นสมาชิก ทำหน้าที่เป็นตัวแทนพิทักษ์ผลประโยชน์ของผู้บริโภค ตลอดจนร่วมมือกับภาครัฐในการส่งเสริมนโยบายการค้า อุตสาหกรรม เศรษฐกิจ หน้าที่การเสียดภาษี และสนับสนุนให้ประชาชนมีรายได้เพื่อส่งเสริมครอบครัว ด้วยเหตุนี้บรรดาบริษัทซึ่งเป็นสมาชิกของสมาคมต่างยอมรับด้วยเกียรติว่า ตนจะต้องดำเนินธุรกิจอย่างยุติธรรมและตรงไปตรงมา รวมถึงการรับฟังและปรับปรุงวิธีการของตนให้ดีขึ้นหากได้รับการร้องเรียนจากผู้บริโภค อีกทั้งเพื่อส่งเสริมการแข่งขันอย่างยุติธรรมในขอบเขตของธุรกิจการค้าเสรี และเพื่อยกระดับภาพลักษณ์ของธุรกิจขายตรงในสายตาของสาธารณชนทั่วไป

- **ปณิธาน (Objective)**

ยึดมั่นจรรยาบรรณ สร้างสรรค์สังคมไทย

- **วิสัยทัศน์ (Our Vision)**

สมาคมการขายตรงไทยเป็นสมาคมซึ่งเป็นที่ยอมรับนับถือว่ามีสมาชิกที่ดำเนินธุรกิจขายตรงอย่างมีจรรยาบรรณ ตลอดจนร่วมกันส่งเสริมและพัฒนาให้ธุรกิจขายตรงเติบโตอย่างมีคุณภาพ

- วัตถุประสงค์ (Mission)

- ส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจขายตรงให้เป็นที่ยอมรับมากขึ้นของผู้บริโภค
สาธารณชน และภาครัฐ
- ให้คำปรึกษาและสนับสนุนภาครัฐในการร่างกฎหมายให้ผู้ประกอบอาชีพขายตรง
ปฏิบัติภายใต้ขอบเขตที่รัฐยอมรับ
- พัฒนาความรู้และแลกเปลี่ยนข้อมูลและความคิดเห็นระหว่างสมาชิกเกี่ยวกับ
จรรยาบรรณธุรกิจขายตรง
- ส่งเสริมให้สมาชิกทุกบริษัทมีการปฏิบัติและการทำงานเพื่อประโยชน์ของ
ผู้บริโภค

พ.ศ. 2545 ในสมัย พันตำรวจโท ดร.ทักษิณ ชินวัตร นายกรัฐมนตรี ได้มีพระราชบัญญัติ
ขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ขึ้นเมื่อวันที่ 23 เมษายน 2545 โดยพระราชบัญญัตินี้มี
สาระสำคัญที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภคและผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง ดังนี้

1. คำจำกัดความ

“ขายตรง” หมายความว่า การทำตลาดสินค้าหรือบริการในลักษณะของการ
นำเสนอขายต่อผู้บริโภคโดยตรง ณ ที่อยู่อาศัยหรือสถานที่ทำงานของผู้บริโภคหรือของผู้อื่น หรือ
สถานที่อื่นที่มีใช้สถานที่ประกอบการค้าเป็นปกติธุระ โดยผ่านตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระ
ชั้นเดียวหรือหลายชั้นแต่ไม่รวมถึงนิติกรรมตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

“ตลาดแบบตรง” หมายความว่า การทำตลาดสินค้าหรือบริการในลักษณะของการ
สื่อสารข้อมูลเพื่อเสนอขายสินค้าหรือบริการ โดยตรงต่อผู้บริโภคซึ่งอยู่ห่างโดยระยะทางและ
มุ่งหวังให้ผู้บริโภคแต่ละรายตอบกลับเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการจากผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง
นั้น

“ผู้บริโภค” หมายความว่า ผู้ซื้อหรือผู้ได้รับบริการจากผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขาย
ตรง ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง หรือผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง หรือผู้ซึ่งได้รับการเสนอหรือการ
ชักชวนจากผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงหรือผู้ประกอบธุรกิจตลาด
แบบตรงเพื่อให้ซื้อสินค้าหรือรับบริการ

“ผู้จำหน่ายอิสระ” หมายความว่า บุคคลที่ได้รับ โอนกรรมสิทธิ์ในสินค้าหรือ
บริการจากผู้ประกอบธุรกิจขายตรงและนำสินค้าหรือบริการดังกล่าวไปเสนอขายตรงต่อผู้บริโภค

“ตัวแทนขายตรง” หมายความว่า บุคคลซึ่งได้รับมอบอำนาจจากผู้ประกอบธุรกิจ
ขายตรงให้นำสินค้าหรือบริการไปเสนอขายตรงต่อผู้บริโภค

“ซื้อ” หมายความว่า รวมถึง เช่า เช่าซื้อ หรือได้มาไม่ว่าด้วยประการใด ๆ โดยให้
ค่าตอบแทนเป็นเงินหรือผลประโยชน์อย่างอื่น

“ขาย” หมายความว่ารวมถึง ให้เช่า ให้เช่าซื้อ หรือจัดหาให้ไม่ว่าด้วยประการใด ๆ โดยเรียกค่าตอบแทนเป็นเงินหรือผลประโยชน์อื่น ตลอดจนการเสนอหรือการชักชวนเพื่อการดังกล่าวด้วย

“สินค้า” หมายความว่า สิ่งของที่ผลิตหรือมีไว้เพื่อขาย

“บริการ” หมายความว่า การรับจัดทำกรงาน การให้สิทธิใด ๆ หรือการให้ใช้หรือให้ประโยชน์ในทรัพย์สินหรือกิจการใด ๆ โดยเรียกค่าตอบแทนเป็นเงินหรือผลประโยชน์อื่น แต่ไม่รวมถึงการจ้างแรงงานตามกฎหมายแรงงาน

“คณะกรรมการ” หมายความว่า คณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง

“กรรมการ” หมายความว่า กรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง

“นายทะเบียน” หมายความว่า เลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

“พนักงานเจ้าหน้าที่” หมายความว่า ผู้ซึ่งรัฐมนตรีแต่งตั้งให้ปฏิบัติการตามพระราชบัญญัตินี้

“รัฐมนตรี” หมายความว่า รัฐมนตรีผู้รักษาการตามพระราชบัญญัตินี้

5.2 อำนาจหน้าที่ของพนักงานที่เกี่ยวข้องกับการขายตรงและตลาดแบบตรง

5.3 การดำเนินงานตามหน้าที่ของคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง

5.4 ลักษณะและผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง

5.5 มาตรการการคุ้มครองผู้บริโภคในการซื้อสินค้าหรือบริการจาก

ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง

5.6 การจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง

5.7 การกำหนดบทลงโทษ

เหตุผลในการประกาศใช้พระราชบัญญัติฉบับนี้ คือ โดยที่การประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าหรือบริการในปัจจุบันได้ใช้วิธีการทำตลาดในลักษณะที่เข้าถึงผู้บริโภค โดยการเสนอขายสินค้าหรือบริการแก่ผู้บริโภคโดยตรง ณ ที่อยู่อาศัย หรือสถานที่ทำงานของผู้บริโภคหรือของบุคคลอื่น หรือสถานที่อื่นที่ไม่ใช่สถานที่ประกอบการค้า โดยการอธิบายหรือการสาธิตสินค้าผ่านผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรง การเสนอขายสินค้าหรือบริการในลักษณะดังกล่าวทำให้ผู้บริโภคอยู่ในสภาวะการณ์ที่ไม่อาจตัดสินใจตกลงซื้อสินค้าหรือรับบริการได้อย่างอิสระและรอบคอบนอกจากนี้ ยังมีการประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าหรือบริการในลักษณะของการสื่อสารข้อมูลเพื่อเสนอขายสินค้าหรือบริการโดยตรงต่อผู้บริโภค เช่น โดยอาศัยสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ โดยมุ่งหวังให้ผู้บริโภคตอบกลับเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการดังกล่าว ซึ่งในกรณีนี้สินค้าหรือบริการดังกล่าวอาจไม่ตรงกับคำกล่าวอ้างตามที่ได้โฆษณาไว้ อีกทั้งการทำตลาดขายตรงและตลาดแบบตรงในปัจจุบันได้มีการใช้วิธีการชักชวนและจัดให้ประชาชนทั่วไปเข้าร่วมเป็นเครือข่ายในธุรกิจดังกล่าว โดยตกลงจะให้ผลประโยชน์ตอบแทนจากการหาผู้เข้าร่วมเครือข่าย

ดังกล่าว ซึ่งคำนวณจากจำนวนผู้เข้าร่วมเครือข่ายที่เพิ่มขึ้น อันมีลักษณะเป็นการหลอกลวงประชาชน การทำตลาดสินค้าหรือบริการในลักษณะของการขายแบบเชิงรุกดังกล่าว ทำให้ประชาชนโดยทั่วไปในฐานะผู้บริโภคตกอยู่ในฐานะที่เสียเปรียบและก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรมและไม่สงบสุขในสังคม ดังนั้น รัฐบาลจึงได้ได้กำหนดพระราชบัญญัตินี้ขึ้นมา

พ.ศ. 2547 ได้มีประกาศเกี่ยวกับระเบียบคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง ว่าด้วยหลักเกณฑ์และเงื่อนไขการเปรียบเทียบตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 พ.ศ. 2547 โดยมีแนวทางปฏิบัติดังนี้

ข้อ 1 ระเบียบนี้เรียกว่า “ระเบียบคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง ว่าด้วยหลักเกณฑ์และเงื่อนไขการเปรียบเทียบตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 พ.ศ. 2547

ข้อ 2 ในระเบียบนี้

“ผู้มีอำนาจเปรียบเทียบ” หมายความว่า ผู้ซึ่งได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง ให้ดำเนินการเปรียบเทียบบรรดาความผิดตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ได้

“ผู้ต้องหา” หมายความว่า ผู้ถูกกล่าวหาว่ากระทำผิดตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545

ข้อ 3 ผู้ที่มีอำนาจเปรียบเทียบสามารถปฏิบัติภารกิจได้ดังนี้

1. ชี้แจงให้ผู้ต้องหาเข้าใจว่าความผิดที่ถูกกล่าวหาเป็นคดีที่เปรียบเทียบได้ในกรณีที่ผู้ต้องหายินยอมให้ผู้มีอำนาจเปรียบเทียบบันทึกชื่อ อายุ ที่อยู่ ตลอดจนรายละเอียดอื่น ๆ
2. บรรดาคดีที่ผู้มีอำนาจเปรียบเทียบเห็นว่าไม่อาจเปรียบเทียบหรือไม่สมควรเปรียบเทียบให้ส่งพนักงานสอบสวนดำเนินคดีต่อไป

ข้อ 4 ในการเปรียบเทียบ ให้ผู้มีอำนาจเปรียบเทียบกำหนดเงินค่าปรับตามควรแก่พฤติการณ์และความร้ายแรงแห่งความผิด

ข้อ 5 ถ้าคดีเปรียบเทียบมีของกลางที่จะต้องจัดการอย่างใดอย่างหนึ่งให้ผู้มีอำนาจเปรียบเทียบบันทึกความยินยอมของเจ้าของสิ่งนั้น ๆ

ข้อ 6 เมื่อผู้ต้องหาชำระเงินค่าปรับแล้วให้ผู้มีอำนาจเปรียบเทียบออกใบเสร็จรับเงินให้แก่ผู้ต้องหา

ข้อ 7 เมื่อรับชำระค่าปรับเสร็จแล้ว ให้ผู้มีอำนาจเปรียบเทียบบันทึกการเปรียบเทียบและส่งสำนวนภายในเดือนถัดไป

ข้อ 8 การเก็บรักษาเงินค่าปรับและการนำเงินค่าปรับส่งคลังให้เป็นไปตามระเบียบนั้น ๆ

ข้อ 9 ให้สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเก็บรักษาสำนวนเปรียบเทียบจนกว่าจะครบอายุความจึงสามารถทำลายได้

ข้อ 10 ให้ประธานกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงเป็นผู้ดำเนินการ

ข้อ 11 ระเบียบนี้มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 6 กุมภาพันธ์ 2547 เป็นต้นไป

พ.ศ. 2548 ได้มีประกาศจากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อเป็นการเปลี่ยนแปลงหลักเกณฑ์และวิธีการเสนอชื่อผู้แทนสมาคมหรือมูลนิธิกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2548 โดยให้ยกเลิกมาตรา 8 (3) และมาตรา 8 วรรคท้าย โดยมาตราดังกล่าวได้ประกาศคุณสมบัติของผู้มีสิทธิได้รับการคัดเลือกเป็นกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง โดยคณะกรรมการในการคัดเลือก “กรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง ” ได้แก่ ผู้แทนสำนักอัยการสูงสุด เป็นประธานกรรมการ ผู้แทนสำนักงานตำรวจแห่งชาติ ผู้แทนสำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา ผู้แทนสภาพนายความ ผู้แทนสมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย เป็นกรรมการ และผู้แทนของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นเลขานุการ โดยให้คณะกรรมการดังกล่าวเป็นผู้คัดเลือกบุคคลซึ่งจะเข้ามาดำรงตำแหน่งเป็น “กรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง” โดยบุคคลดังกล่าวต้องมีคุณสมบัติดังนี้

1. มีสัญชาติไทย
2. มีอายุไม่ต่ำกว่าสามสิบปีบริบูรณ์
3. มีความประพฤติเรียบร้อย ไม่บกพร่องในศีลธรรมอันดี และไม่มีประวัติเสียหาย
4. ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
5. ไม่เป็นคนไร้ความสามารถหรือคนเสมือนไร้ความสามารถ
6. ไม่เคยได้รับโทษจำคุก โดยคำพิพากษาถึงที่สุดให้จำคุก เว้นแต่เป็นโทษสำหรับความผิดที่ได้กระทำโดยประมาทหรือความผิดลหุโทษ
7. การศึกษาไม่ต่ำกว่าปริญญาตรี
8. เป็นสมาชิกหรือกรรมการของสมาคมหรือมูลนิธิและเป็นผู้ที่มีประสบการณ์และมีผลงานด้านการดำเนินธุรกิจขายตรงหรือตลาดแบบตรง หรือมีผลงานเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นที่ประจักษ์ไม่น้อยกว่าสามปีนับถึงวันได้รับการเสนอชื่อเป็นผู้แทน

พ.ศ. 2550 ซึ่งเป็นปีที่ 2 ของการดำรงตำแหน่งของ พลเอก สุรยุทธ์ จุลานนท์ นายกรัฐมนตรีหลังจากเกิดการปฏิวัติเมื่อปี พ.ศ. 2549 ได้มีพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรงเพิ่มเติมเป็นฉบับที่ 2 โดยมีสาระสำคัญดังนี้

มาตรา 1 พระราชบัญญัตินี้เรียกว่า “พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2550”

มาตรา 2 พระราชบัญญัตินี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศในราชกิจจานุเบกษาเป็นต้นไป

มาตรา 3 ให้ยกเลิกความในมาตรา 45 แห่งพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 และให้ใช้ความต่อไปนี้แทน

“มาตรา 45 ผู้ใดขัดขวางหรือไม่อำนวยความสะดวกแก่พนักงานเจ้าหน้าที่ซึ่งปฏิบัติการตามมาตรา 5 หรือไม่ปฏิบัติตามคำสั่งของคณะกรรมการหรือคณะอนุกรรมการตามมาตรา 16 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งเดือน หรือปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ”

ทั้งนี้เนื่องจากมาตราที่ 5 แห่งพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ได้กำหนดให้พนักงานเจ้าหน้าที่มีอำนาจในการปฏิบัติหน้าที่แต่ไม่ได้บัญญัติไว้เป็นความผิดและไม่ได้กำหนดบทลงโทษสำหรับผู้ขัดขวางการทำงานของเจ้าหน้าที่ไว้

ปัจจุบัน ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงได้มีการปรับเปลี่ยนนโยบายและรูปแบบการดำเนินธุรกิจให้มีความสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบัน ทั้งนี้เนื่องจากนับตั้งแต่ปี 2545 จะเห็นว่าผู้จดทะเบียนการค้า 267 ราย และเพิ่มต่อเนื่องทุกปี ในปี 2546 เพิ่มเป็น 336 ราย ปี 2547 เป็น 407 ราย ปี 2548 เป็น 437 ราย ปี 2549 เป็น 468 และ ปี 2550 เป็น 479 ราย ส่วนผู้ประกอบการขายตรงที่ยังคงอยู่ในปี 2550 เหลือ อยู่ 420 ราย เมื่อไปดูสัดส่วนจำนวนผู้ประกอบการที่ผ่านการจดทะเบียนขายตรงในปี 2550 ที่แยกตามขนาดบริษัทพบว่า ธุรกิจขนาดย่อมมีจำนวนสูงถึง 92% หรือ 384 ราย ธุรกิจขนาดกลาง 3% หรือ 13 ราย และที่เหลือเป็นธุรกิจขนาดใหญ่เพียง 5% จำนวน 19 ราย โดยส่วนแบ่งการตลาดที่สามารถรวบรวมข้อมูลที่เป็นทางการของปี 2549 พบว่าธุรกิจขนาดใหญ่ที่มีอยู่แค่ 19 รายมีส่วนแบ่งสูงถึง 84% ธุรกิจขนาดกลาง มีส่วนแบ่ง 5% โดยธุรกิจขนาดย่อมที่มีจำนวนมากที่สุดในระบบขายตรงมีส่วนแบ่งการตลาดเพียง 11%

นอกจากนี้ ในระหว่างปี 2550-2551 สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) เปิดเผยถึงผลจากการจัดให้มีศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์สำหรับให้บริการรับเรื่อง ร้องเรียนจากประชาชนที่ไม่ได้รับความเป็นธรรมจากการซื้อสินค้าหรือบริการ รวมทั้งให้บริการรับเรื่อง ร้องเรียนผ่านช่องทางต่างๆ ทั้งทางไปรษณีย์ เว็บไซต์ และโทรศัพท์ รวมถึงการส่ง แบบฟอร์มคำร้องเรียนผ่านร้านเซเว่น อีเลฟเว่น นั้น มีเรื่องร้องเรียนรวมทั้งสิ้น 4,210 ราย ในจำนวนดังกล่าว จำแนก เป็น เรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการโฆษณา จำนวน 785 ราย หรือคิดเป็นสัดส่วน 18.58% เรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับสินค้าและบริการทั่วไป จำนวน 1,280 ราย คิดเป็น 30.40% เรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับสัญญา/อสังหาริมทรัพย์ จำนวน 1,901 ราย หรือ 45.15% และเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการขายตรงและตลาดแบบตรง จำนวน 247 ราย หรือ 5.87% โดยเฉพาะเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการขายตรงนั้นพบว่าส่วนใหญ่จะเป็นปัญหาที่ผู้ประกอบการไม่จ่ายผลประโยชน์ตามแผนการตลาดที่แจ้งไว้หรือไม่ก็เปลี่ยนแปลงผลประโยชน์ตามแผนโดยไม่บอกกล่าวสมาชิกล่วงหน้า รวมถึงการไม่รับคืนสินค้าจากสมาชิก โดยในระหว่างปีดังกล่าว สคบ.ได้เข้าทำการตรวจสอบและรับจดทะเบียนการประกอบการธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง รวมทั้งสิ้น 1,216 ราย แบ่งเป็นการตรวจสอบให้คำปรึกษา และ ให้คำแนะนำการประกอบการธุรกิจ จำนวน 1,012 ราย ส่วนผู้ที่ยื่นคำขอจดทะเบียนการ

ประกอบธุรกิจในช่วงเวลาดังกล่าว รวมทั้งสิ้น 122 ราย โดยสคบ.ได้รับจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงรวม 32 ราย ส่วน การแจ้งยกเลิกการจดทะเบียนการประกอบธุรกิจมีเพียง 2 ราย และให้ผู้ประกอบธุรกิจชี้แจงข้อเท็จจริง รวม 16 ราย ขณะที่การดำเนินการในเรื่องเดียวกันกับธุรกิจตลาดแบบตรง จำแนกเป็น การตรวจสอบ ให้คำปรึกษา และคำแนะนำ การประกอบธุรกิจ รวม 26 ราย และมีผู้ยื่นขอจดทะเบียนการประกอบธุรกิจ ทั้งหมดเพียง 6 รายเท่านั้น ส่วนการเปรียบเทียบความผู้ประกอบธุรกิจที่ละเมิดสิทธิผู้บริโภค สคบ. ได้ดำเนินการตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 และแก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2541 และพระราชบัญญัติ ขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ในช่วงเวลาดังข้างต้น ได้ดำเนินการเปรียบเทียบความผิดผู้ประกอบธุรกิจที่ละเมิดสิทธิผู้บริโภค จำนวน 66 ราย เปรียบเทียบ ปรับเป็นเงินรวม 1.98 ล้านบาท ในจำนวนที่ว่าแบ่งเป็น ความผิด กรณีกระทำความผิดเกี่ยวกับการโฆษณา มีผู้ประกอบธุรกิจละเมิดสิทธิผู้บริโภค รวม 46 ราย เปรียบเทียบปรับเป็นเงิน 1.78 ล้านบาท ส่วนกรณีขัดหนังสือเรียก (ไม่มาเจรจาไกล่เกลี่ยตามหนังสือเรียก) มีผู้ประกอบธุรกิจที่ละเมิดสิทธิผู้บริโภค จำนวน 20 ราย เปรียบเทียบปรับเป็นเงิน 2 แสนบาท

มีการคาดการณ์มูลค่าตลาดขายตรงทั่วโลกในปี 2551 จะมีมูลค่าสูงถึง 111,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยมีตัวแทนหรือนักขายตรงทั่วโลกกว่า 67 ล้านคน หรือประมาณเท่ากับคนไทยทั่วประเทศ แต่จุดที่น่าสนใจ ซึ่งได้รวบรวมข้อมูลมาจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ซึ่งเป็นข้อมูลที่เป็นทางการ โดยมีผู้ประกอบการทั้งหมด 417 รายที่ส่งงบการเงิน และจากข้อมูลตลาดรวมในปี 2547-2549 พบว่าตลาดขายตรงไทยปี 2547 มีมูลค่าสูงถึง 78,212 ล้านบาท ปี 2548 มูลค่ารวม 100,417 ล้านบาท และปี 2549 มูลค่า 93,099 ล้านบาท ซึ่งจะสังเกตได้ว่า ธุรกิจขายตรงของไทยมียอดขายเกือบ 100,000 ล้านบาท แต่ในบางบริษัทก็เป็นลักษณะตัวเลขที่ไม่ใช่ขายตรงแฝงอยู่ เนื่องจากบริษัทเหล่านั้นเปิดการขายตรงเป็นแค่แผนกหรือส่วนหนึ่งในบริษัท และที่มียอดขายสูงมากจนทำให้ตัวเลขดังกล่าวสูงตามไปด้วยนั่นก็คือ ยอดขายของบริษัท ยูนิลีเวอร์ ไทยเทรดดิ้ง จำกัด ที่มียอดขายในปี 2548 สูงถึง 30,000 ล้านบาทเศษ ในขณะที่บริษัทในเครือสหฟาร์ม คือบริษัท ผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ จำกัด ก็มียอดขายจากช่องทางอื่นเป็นหลัก โดยมียอดขายรวมในปี 2548 กว่า 1,800 ล้านบาท ส่วนที่เป็นขายตรง ซึ่งมียอดขายรวมกับช่องทางอื่นไม่ได้มีการแยกออกมาให้เห็น ทำให้มียอดขายที่แฝงรวมอยู่ดังกล่าว ส่วนอีกบริษัทที่มียอดขายต่อปีสูงไม่น้อยทีเดียว โดยมีแผนกขายตรงรวมอยู่ด้วยนั่นคือบริษัท ศรีไทยซูเปอร์แวร์ จำกัด ซึ่งบริษัทศรีไทยฯ มียอดขายรวมของปี 2548 อยู่ที่ กว่า 4,000 ล้านบาท ตัวเลขของทั้ง 3 บริษัทดังกล่าวจึงมีส่วนโดยตรงที่ทำให้มูลค่ารวมของทุกบริษัทที่ประกอบธุรกิจขายตรงสูงเกิน 1 แสนล้านบาทต่อปี

จุดที่น่าสนใจสำหรับผู้ที่อยู่ในธุรกิจนี้และผู้สนใจทั่วไปจึงอยู่ที่ว่าหากไม่รวมยอดขายของ 3 บริษัทดังกล่าวที่รวมกันได้ประมาณ 36,000 ล้านบาทเศษ เท่ากับ ว่ามูลค่าตลาดขายตรงรวมในปี 2548 มีมากกว่า 60,000 ล้านบาท ซึ่งเป็นตัวเลขที่นับว่าสูงมากทีเดียว ยิ่งนับรวมยอดขายของทั้ง 3

บริษัทในส่วนที่เกี่ยวกับขายตรง ที่ไม่มีการเปิดเผยในส่วนนี้ แต่ก็พอจะมองภาพที่ชัดเจนได้ว่า ตัวเลขเมื่อปี 2548 นั้น มูลค่าขายตรงทั้งระบบมีมากกว่า 60,000 ล้านบาท

ในปี 2549 มูลค่าตลาดลดลงเล็กน้อย แต่หากดูจากสถานการณ์ที่ก่อนหน้านี้พบว่าปัจจุบัน ในปี 2551 มีการอนุมัติการจดทะเบียนขายตรงไปแล้ว 515 ราย และการเติบโตในธุรกิจนี้ยังมีอยู่ อย่างสม่ำเสมอ คาดว่าถึงสิ้นปีนี้มูลค่าตลาดยิ่งเข้าใกล้แสนล้านบาทต่อปีมากขึ้น

นอกจากมูลค่าตลาดโดยรวมที่มีการรวบรวมข้อมูลไว้อย่างละเอียดแล้ว ยังมีข้อมูลอื่นๆ ที่น่าสนใจเช่นจำนวนผู้ประกอบการที่จดทะเบียนขายตรงกับสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในแต่ละปี ที่มีการบังคับให้ผู้ประกอบการต้องไปยื่นจดทะเบียนตาม พ.ร.บ.ขายตรงฯ ตั้งแต่ปี 2545 พบว่าจำนวนจดทะเบียนมีทิศทางที่สอดคล้องกับการเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศหรือจีดีพี โดยในปี 2545 มีผู้ประกอบการใหม่ยื่นจดทะเบียน 63 ราย ปี 2546 จำนวน 69 ราย ปี 2547 จำนวน 71 ราย ปี 2548 ลดลงมาเหลือ 30 ราย ปี 2549 ทรงๆ อยู่ที่ 31 ราย และปี 2550 ลดไปอยู่ที่ 11 ราย เมื่อดูเปรียบเทียบจากกราฟก็จะเห็นว่าเป็นไปในทิศทางเดียวกับจีดีพี

ส่วนข้อมูลที่น่าสนใจอีกด้านหนึ่งก็เห็นจะเป็นลักษณะการทำธุรกิจขายตรงในไทยรวมทั้งพฤติกรรมผู้บริโภคที่อาจจะต่างกับตลาดในหลายประเทศ เนื่องจากเมื่อดูข้อมูลตลาดในปี 2547 ที่สมาคมการค้าขายตรงไทยและสำนักวิจัยเอแบคโพลล์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ พบว่าสัดส่วนของสมาชิกที่สมัครเพื่อซื้อสินค้าใช้อย่างเดียวมีสูงถึง 61% ในขณะที่การสมัครสมาชิกเพื่อทำธุรกิจมีสัดส่วน 39% เป็นตัวเลขที่ต่างไปจากในอดีตที่วันนี้ผู้บริโภคเดินเข้าหาบริษัทเพื่อซื้อสินค้าใช้มากขึ้น

กล่าวโดยสรุป จากมาตรการต่าง ๆ ของภาครัฐที่มีต่อการประกอบธุรกิจขายตรง ซึ่งมีความใกล้ชิดกับประชาชนซึ่งเป็นผู้บริโภคนั้น ภาครัฐได้มีการนำมาตรการและนโยบายต่าง ๆ ออกมาใช้อย่างต่อเนื่องเพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นหรืออาจจะเกิดขึ้นแก่กลุ่มลูกค้า โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับความเป็นธรรมจากการซื้อสินค้าหรือบริการผ่านระบบการขายตรง ประกอบกับเป็นการจัดระเบียบและสร้างเกมส์การแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงให้ได้รับความเป็นธรรมและความเสมอภาคในการประกอบธุรกิจให้มากที่สุด ซึ่งในท้ายที่สุดก็จะส่งผลดีต่อผู้บริโภคนั่นเอง

3. องค์การภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องในการประกอบธุรกิจการขายตรง

สมาพันธ์การค้าขายตรงโลก WORLD FEDERATION OF DIRECT SELLING ASSOCIATIONS (WFDSA)

สมาพันธ์การค้าขายตรงโลกเป็นองค์กรเอกชนที่จัดตั้งขึ้นโดยมีได้มุ่งหวังการหาทำกำไรในเชิงธุรกิจ แต่ต้องการเผยแพร่ธุรกิจขายตรงให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางในระดับนานาชาติ

สมาพันธ์การขายตรงโลกก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2521 ประกอบด้วยสมาชิกสมาคมการขายตรงจากประเทศต่างๆ ทั่วโลกมากกว่า 50 ประเทศ โดยมีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่ กรุงวอชิงตัน ดี.ซี. ประเทศสหรัฐอเมริกา หน้าที่หลักของสมาพันธ์คือ ให้การสนับสนุนสมาคมการขายตรงในแต่ละประเทศทั่วโลก โดยจัดให้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลทั้งในภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคการศึกษา การสื่อสาร การคุ้มครองและรักษาสิทธิประโยชน์ของผู้บริโภค ตลอดจนการมุ่งยกระดับของอุตสาหกรรมการขายตรงให้มีมาตรฐานและมีจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจขายตรง

จรรยาบรรณธุรกิจขายตรงโลกบัญญัติขึ้น โดยสมาพันธ์การขายโดยตรงแห่งโลก (World Federation of Direct Selling Associations) ร่วมกับสมาคมการขายโดยตรงในประเทศต่างๆ ที่เป็นสมาชิกของสมาพันธ์ โดยถือเป็นข้อปฏิบัติข้อหนึ่งของการสมัครเป็นสมาชิกและการดำรงสมาชิกภาพในสมาพันธ์ ซึ่งบริษัทที่เป็นสมาชิกของสมาคมการขายโดยตรง ต้องยอมรับและให้สัตยาบันว่าจะปฏิบัติตามข้อบังคับของจรรยาบรรณทุกประการ

จรรยาบรรณนี้ไม่ใช่กฎหมายแต่ถือเป็นมาตรการดูแลควบคุมตนเองที่วงการธุรกิจขายตรงบัญญัติขึ้นมา ซึ่งสมาชิกต้องปฏิบัติตามอย่างมีมาตรฐานทางจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ

การขายตรงเป็นวิธีการที่มีมาตั้งแต่ยุคโบราณ โดยเริ่มจากพ่อค้าเร่ที่ใช้วิธีการเดินเข้าไปหาลูกค้า เพื่อการซื้อขายหรือแลกเปลี่ยนสินค้า ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสินค้าเบ็ดเตล็ดที่ใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น หวี เข็ม ด้าย ต่อมาเมื่อการคมนาคมมีความสะดวกสบายมากขึ้น ยกตัวอย่าง เช่น บทบาทของพ่อค้าเร่ในสหรัฐอเมริกา (Yankee Peddlers) ก็เพิ่มความสำคัญมากขึ้นเช่นกัน พ่อค้าบางคนที่มีพื้นฐานก็เริ่มใช้เกวียนหรือม้าในการเดินทางเพื่อไปขายสินค้าและขายไปสู่การเดินทางโดยทางเรือไปในหลายๆ ประเทศ การขายตรง โดยพ่อค้าตรงถึงผู้บริโภคจึงกระจายไปยังทั่วทุกภูมิภาคของโลก เช่น แอฟริกา ฝรั่งเศส อังกฤษ ยุโรป เยอรมัน ฮังการี และจีน

ในปี พ.ศ.2429 เดวิด แมคคอนเนลล์ เซลล์แมนผู้ขายสินค้าตามบ้านได้ค้นพบความจริงว่าตัวอย่างน้ำหอมที่ให้ลูกค้าผู้หญิงทดลองใช้เป็นที่นิยมมากกว่าหนังสือที่เขาเสนอขาย จึงได้ก่อตั้งบริษัท แคลิฟอร์เนีย เพอร์ฟิวม์ ขึ้นในรัฐนิวยอร์ก และในเวลาต่อมา บริษัทได้เปลี่ยนชื่อเป็นบริษัท เอวอน โปรดักส์ ในปี พ.ศ. 2482 โดยเขาต้องการยกย่องสรรเสริญนักประพันธ์ วิลเลียม เช็คสเปียร์ ในบทประพันธ์ที่เขาชื่นชอบเรื่อง Stratford upon Avon มิสซิส พีเอฟพี แอลบี้ แห่งวินเชสเตอร์ รัฐนิวแฮมเชอร์ เป็นผู้บุกเบิกระบบการขายตรงของเอวอน ซึ่งมี ชื่อเสียงเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน เธอได้เป็นสมาชิกคนแรกของบริษัท เมื่อแมคคอนเนลล์จ้างเธอให้ขายน้ำหอม ลิตเติ้ลคอต เพอร์ฟิวม์ แก่เพื่อนและเพื่อนบ้าน เธอได้รับสมัครผู้หญิงอีกมากมายให้มาทำหน้าที่แบบเดียวกันและได้ขยายอาณาเขตของธุรกิจออกไปครอบคลุมภาคตะวันออกเฉียงเหนือทั้งหมด นับว่าได้สร้างกลุ่มนักบริหารธุรกิจหญิงที่ประสบความสำเร็จให้เกิดขึ้น ดังนั้นจึงถือได้ว่า เอวอนเป็น

บริษัทขายตรงรายแรกในด้านผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์เพื่อความงาม และเป็นต้นแบบของการขายตรงแบบชั้นเดียว (Single - level Marketing หรือ SLM)

จนกระทั่งปี พ.ศ.2489 ระบบการสาธิตที่เรียกว่า Home Party ได้เข้ามามีบทบาทในวงการขายตรงเมื่อ บริษัท ทัพเพอร์แวร์ โดย Earl Tupper ซึ่งเป็นผู้ผลิตชิ้นส่วนพลาสติกส่งให้กับบริษัทผลิตเครื่องปั้นตั้งแต่สมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 ภายหลังจากที่สงครามสงบจึงได้ผลิตกล่องเก็บอาหารพลาสติกซึ่งเป็นการปฏิวัติการนำพลาสติกมาใช้เพื่อเก็บอาหารแบบสุญญากาศแล้วนำออกวางจำหน่ายบนชั้นวางสินค้าในห้างสรรพสินค้า แต่ปรากฏว่าไม่ประสบความสำเร็จเพราะลูกค้าไม่มีความเข้าใจในวิธีการใช้ ทัพเพอร์แวร์ จึงได้เปลี่ยนมาใช้กลยุทธ์ใหม่ในปี พ.ศ.2491 โดยการใช้นักขายผู้หญิงและนัดหมายลูกค้าผู้หญิงกลุ่มเป้าหมายมายังบ้านของบุคคลที่เรียกว่าเป็น “เจ้าภาพ” ของการนัดหมายนี้ เพื่อทำการสาธิตการใช้สินค้าและเป็นการสังสรรค์ในหมู่ผู้หญิงด้วยกัน ปรากฏว่าวิธีการดังกล่าวประสบความสำเร็จเป็นอย่างดีและการสาธิตก็เข้ามามีบทบาทมากขึ้น แต่ก็ยังใช้วิธีการจ่ายผลตอบแทนให้แก่ักขายแบบชั้นเดียว

ปี พ.ศ.2477 คาร์ล เอฟ เรห์นบอร์ก ผู้ริเริ่มค้นคว้าพัฒนาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารนิวทริไลท์ และได้เริ่มใช้ระบบการจ่ายผลตอบแทนแบบใหม่ให้แก่ักขายของนิวทริไลท์ โดยนักขายจะได้ผลตอบแทนจากยอดขายของตนและจากยอดขายของผู้ที่ตนแนะนำมาทำธุรกิจด้วย

ต่อมาในปี พ.ศ.2492 เจย์ แวน แอนเดล และริช เคอโอส หนุ่มน้อยสองคนได้เข้ามาเป็นผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์เสริมอาหารนิวทริไลท์และประสบความสำเร็จในอาชีพอย่างมากมาย ดังนั้น ในปี พ.ศ.2502 ทั้งสองคนจึงได้ตัดสินใจก่อตั้ง แอมเวย์ คอร์ปอเรชั่น ขึ้น และได้ผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่ขึ้นมาภายใต้ชื่อแอมเวย์ โดยเน้นที่ผลิตภัณฑ์ในครัวเรือนประเภทอุปโภคบริโภคและเป็นผลิตภัณฑ์ธรรมดาๆ ที่ใครๆ ก็สามารถขายได้ โดยยังคงทำตลาดแบบขายตรงอยู่ และแอมเวย์ก็ได้พัฒนาระบบการตลาดแบบหลายชั้น (Multi - level Marketing หรือ MLM) อย่างเต็มรูปแบบ ขึ้น จนต่อมาทั้งสองได้ซื้อกิจการนิวทริไลท์เข้ามารวมเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มผลิตภัณฑ์ของแอมเวย์

การพัฒนาของระบบ MLM ได้ผ่านช่วงเวลามาหลายยุคหลายสมัยด้วยกัน

Wave 1 ช่วงปี พ.ศ.2488 – พ.ศ.2522 เข้าสู่ยุคสร้างฐาน

Wave 2 ช่วงปี พ.ศ. 2523 - พ.ศ. 2532 การเติบโตอย่างก้าวกระโดด

Wave 3 ช่วงปี พ.ศ. 2533 - พ.ศ. 2542 เริ่มการกระจายตลาดสู่มวลชน

Wave 4 ช่วงปี พ.ศ. 2543 เป็นต้นมา ก้าวสู่กระแสโลกาภิวัตน์ โลกทั้งโลกเชื่อมโยงไว้ด้วยกัน

ในระยะเวลา 60 ปีของการเติบโตของระบบ MLM นั้น ในช่วง 25 ปีแรกเป็นช่วงที่ไม่มีกฎหมายควบคุมและเป็นช่วงที่มีทั้งคนที่ตั้งใจทำธุรกิจด้วยเจตนาที่ดีและไม่ดีเข้ามาสู่ธุรกิจขายตรง จนกระทั่งปี พ.ศ.2533 จึงเริ่มกระจายธุรกิจสู่มวลชน (Mass Marketing)

การใช้อินเทอร์เน็ตเริ่มเข้ามามีบทบาทในทุกวงการมากขึ้นรวมทั้งวงการขายตรง ทำให้ธุรกิจขายตรงสามารถเติบโตอย่างไม่หยุดยั้ง บริษัทผู้ประกอบการ นักขายอิสระ และผู้บริโภค สามารถติดต่อสื่อสารและทำธุรกิจกันได้อย่างอิสระบนโลกอินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะนักขายตรงผู้มีส่วนสำคัญมากขึ้นทุกขณะในการปฏิวัติวิธีการช้อปปิ้งแบบส่งตรงถึงบ้านโดยไม่ต้องไปห้างสรรพสินค้า

ธุรกิจขายตรงในประเทศไทย เริ่มเข้ามามีบทบาทต่อวงการตลาดเมื่อราว 40 ปีที่แล้ว โดยบริษัท ทัพเพอร์แวร์ (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์เก็บอาหารแบบ สุญญากาศที่ทำจากพลาสติก ได้เป็นผู้ริเริ่มนำวิธีการที่เรียกว่า Home Party เข้ามาใช้เป็นครั้งแรกในการขาย ซึ่งเป็นรูปแบบการขายตรงที่เปิดโอกาสทั้งด้านการขาย ความสะดวก ในการซื้อ และเป็นการสร้างสังคมเฉพาะสำหรับผู้หญิงไทย ในช่วงนั้นการสาธิตเข้ามามีบทบาทในวงการขายตรงไทยมากทีเดียว ในระยะเวลาต่อมา ธุรกิจขายตรงในประเทศไทยก็ขยายตัวแพร่หลายยิ่งขึ้น มีบริษัทจากต่างประเทศและในประเทศทยอยเปิดตัวและนำเสนอสินค้าใหม่ๆ ผู้บริโภค อาทิ เครื่องสำอาง หนังสือ เครื่องใช้ไฟฟ้า เป็นต้น

ต่อมาในปี พ.ศ.2521 บริษัท เอวอน คอสเมติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด ได้ก่อตั้งขึ้น นับเป็นสาขาที่ 22 ของเอวอน โปรดักส์ อิงค์ และเป็นต้นแบบของการขายตรงแบบชั้นเดียว (Single - level Marketing หรือ SLM) อย่างเต็มรูปแบบในเมืองไทยที่ให้บริการลูกค้าด้านผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์เพื่อความงามด้วยระบบขายตรง โดยจัดทำผ่านผู้จำหน่ายอิสระซึ่งเป็นผู้แทนของบริษัทในการออกไปเยี่ยมเยียนลูกค้าในเขตของตนเองเพื่อแนะนำและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ถึงบ้านโดยตรง

ระบบขายตรงแบบชั้นเดียวได้รับความนิยมเรื่อยมาและในระยะเวลาเกือบ 10 ปีต่อมา ก็มีบริษัทขายตรงระบบการตลาดหลายชั้นเริ่มเข้ามาดำเนินธุรกิจในประเทศไทย จนกระทั่งในปี 2530 บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ได้เข้ามาในธุรกิจขายตรงในประเทศไทยทำการตลาดด้วยระบบการตลาดแบบหลายชั้น (Multi - level Marketing หรือ MLM) อย่างเต็มรูปแบบ โดยจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค ซึ่งนอกจากมีรายได้ขายปลีกจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้าแล้ว ผู้จำหน่ายยังมีรายได้เพิ่มจากเงินอัตราส่วนจากยอดขายรวมของผู้จำหน่ายที่ตนให้การสปอนเซอร์เข้ามาในองค์กรด้วย รายได้ประเภทนี้จะมากหรือน้อยแปรผันไปกับระดับชั้นของความมานะพยายามทั้งในการขายและการสปอนเซอร์ของผู้จำหน่ายนั้นๆ ผู้ที่มีความขยันและทำงานมีผลงานมากจะได้รับผลตอบแทนในระดับที่สูงเป็นขั้นๆ ไป

ธุรกิจขายตรงในเมืองไทยเติบโตอย่างรวดเร็ว มูลค่าการซื้อขายเพิ่มมากขึ้นทุกๆ ปี มีบริษัทต่างๆ เกิดขึ้นอย่างมากมาย จึงได้เกิดการรวมตัวของผู้ประกอบการและก่อตั้ง สมาคมการขายตรงไทย (Thai Direct Selling Association หรือ TDSA) ขึ้นเมื่อวันที่ 13 ตุลาคม 2526 และสมาคมได้เข้าร่วมเป็น สมาชิกของสมาพันธ์การขายตรงโลก (World Federation of Direct Selling

Associations หรือ WFDSA) ที่มีประเทศต่างๆ เข้าร่วมเป็นสมาชิกมากกว่า 50 ประเทศทั่วโลก สมาคมมีบทบาทสำคัญต่อวงการขายตรงไทยเรื่อยมา ทั้งต่อภาครัฐ ผู้ประกอบการ ผู้จำหน่าย และผู้บริโภค โดยเฉพาะการมีส่วนร่วมให้ข้อมูลและสนับสนุนให้เกิดพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545

สมาคมขายตรงไทย

จากอดีตผ่านมาในปี พ.ศ. 2526 ได้มีการก่อตั้งสมาคมการขายตรง(ไทย) จดทะเบียนก่อตั้งเมื่อวันที่ 13 ตุลาคม พ.ศ. 2526 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจขายตรงให้เป็นที่ยอมรับมากขึ้นของผู้บริโภค สาธารณชน และภาครัฐ การให้คำปรึกษาและสนับสนุนภาครัฐในการร่างกฎหมายให้ผู้ประกอบอาชีพขายตรงปฏิบัติภายใต้ขอบเขตที่รัฐยอมรับ การพัฒนาความรู้และแลกเปลี่ยนข้อมูลและความคิดเห็นระหว่างสมาชิกเกี่ยวกับจรรยาบรรณธุรกิจขายตรง และส่งเสริมให้สมาชิกทุกบริษัทมีการปฏิบัติและการทำงานเพื่อประโยชน์ของผู้บริโภค โดยมีนายกสมาคมคนแรกได้แก่ คุณอมรเทพ ติโรจนวงศ์ จากบริษัท เอวอน คอสเมติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด จนกระทั่งถึงปี พ.ศ. 2545 เมื่อรัฐบาลได้ประกาศใช้ พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 เมื่อวันที่ 23 เมษายน 2545 สมาคมการขายตรง(ไทย) ได้จดทะเบียนเปลี่ยนชื่อและโลโก้เป็น "สมาคมการขายตรงไทย" เมื่อวันที่ 13 ธันวาคม 2545 โดยสรุปได้แผนการดำเนินงานตลอดจนผู้บริหารสมาคมได้ดังนี้

นโยบายการบริหารงานของสมาคมการขายตรงไทย (กรกฎาคม 2551 – มิถุนายน 2553)

1. ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการขายตรง และนักธุรกิจอิสระยึดมั่นในจรรยาบรรณของธุรกิจขายตรง
2. สร้างให้สมาคมเป็นศูนย์กลางของข้อมูลแห่งการเรียนรู้ที่ถูกต้องเกี่ยวกับธุรกิจขายตรงให้กับผู้ที่สนใจทั้งในกลุ่มของผู้ประกอบการและสาธารณชนทั่วไป
3. เสริมสร้างและรักษาไว้ซึ่งชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของสมาคม
4. เผยแพร่ความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องในธุรกิจขายตรง และสร้างความสัมพันธ์อันดีกับหน่วยงานภาครัฐ
5. นำเสนอความแตกต่างระหว่างธุรกิจขายตรงที่ถูกต้องกับธุรกิจที่ผิดกฎหมายให้แก่สาธารณชนทั่วไป
6. สร้างโอกาสและความเจริญก้าวหน้าในการประกอบธุรกิจขายตรง ให้เกิดกับบริษัทสมาชิกของสมาคม

7. สนับสนุนการทำธุรกิจให้นักธุรกิจอิสระสามารถสร้างการเติบโตและความมั่นคงในวิชาชีพได้ในระยะยาว
8. ปกป้องและดูแลสิทธิประโยชน์อันชอบธรรมตามกฎหมายของบริษัทสมาชิกและนักธุรกิจอิสระที่ดำเนินธุรกิจอย่างถูกต้อง
9. สร้างความสัมพันธ์ที่ดีในกลุ่มบริษัทสมาชิกของสมาคมและกลุ่มบริษัทผู้มุ่งหวัง
10. ร่วมมือและประสานงานกับองค์กรภายในประเทศ ทั้งภาครัฐและเอกชนรวมถึงองค์กรในระดับต่างประเทศเช่น สมาพันธ์การขายตรงโลก (World Federation of Direct Selling Association หรือ WFDSA)
มูลนิธิเพื่อการศึกษาการขายตรง (Direct Selling Education Foundation หรือ DSEF)
11. เป็นสื่อกลางในการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับอุตสาหกรรมขายตรงที่เป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานภาครัฐ
12. เพิ่มพูนศักยภาพการบริหารจัดการสมาคมเพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจขายตรงในอนาคต

รายชื่อที่ปรึกษาเกียรติยศดีและคณะกรรมการบริหารสมาคม (วาระ ก.ค. 51 - มิ.ย. 53)

1	พ.ญ. นลินี ไพบูลย์	นายกสมาคม
2	คุณปรีชา ประกอบกิจ	อุปนายกฝ่ายการศึกษา
3	คุณภคพรรณ ลีวุฒินันท์	อุปนายกฝ่ายรัฐสัมพันธ์
4	คุณเสริมสุข บุรณพันธ์	ที่ปรึกษากิตติมศักดิ์และเลขานุการ
5	คุณปราณี พุทธิพิพัฒน์จจร	เหรียญจุก
6	คุณอิทธิศักดิ์ อำพันยุทธ์	กรรมการฝ่ายประชาสัมพันธ์
7	คุณศุภราภรณ์ เอสซี เปา	กรรมการฝ่ายประชาสัมพันธ์
8	คุณสุเทพ ยืนยงค์วิทยากุล	กรรมการฝ่ายสมาชิกสัมพันธ์
9	คุณโสภาวรรณ มงคลธรรมากุล	กรรมการฝ่ายสมาชิกสัมพันธ์
10	คุณสุรเชษฐ์ เชื้อศรี	กรรมการฝ่ายกิจกรรมพิเศษ
11	คุณธรรมบุญ สมบูรณ์สิน	กรรมการฝ่ายกิจกรรมพิเศษ
12	คุณเต๋ เพ็ญแข	กรรมการฝ่ายกิจกรรมพิเศษ

ที่มา : สมาคมการขายตรงแห่งประเทศไทย

นอกจากนี้สมาคมยังไม่การปรับเปลี่ยนตำแหน่งนายกสมาคมจากอดีตจนถึงปัจจุบัน ดังนี้

ช่วงวาระ	ชื่อนายกสมาคม	บริษัท
ต.ค . 2526 - มี.ย. 2529	คุณอมรเทพ ดีโรจนวงศ์	บริษัท เอวอน คอสเมติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด
ก.ค . 2529 - ก.ย. 2530	คุณสุริยะ สุกุล	บริษัท เบสท์ บู้คส์ จำกัด
ต.ค 2530 - พ.ค 2531	คุณภาควุฒิ โอภาศิริโฆษิต	บริษัท เซฟตี้คัต จำกัด
ส.ค. 2531 - เม.ย. 2532	คุณเชาญ ดัลกริช	บริษัท คอนสแตน อินดัสตรีส์ (ประเทศไทย) จำกัด
ต.ค . 2532 - มี.ย. 2533	คุณเกรียงศักดิ์ แสงทอง	บริษัท เอวอน คอสเมติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด
ก.ค . 2533 - มี.ย. 2535	คุณสุริยะ สุกุล	บริษัท เบสท์ บู้คส์ จำกัด
ก.ค. 2535 - ม.ค. 2536	คุณเกรียงศักดิ์ แสงทอง	บริษัท เอวอน คอสเมติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด
ก.พ . 2536 - มี.ย. 2537	คุณปรีชา ประกอบกิจ	บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด
ก.ค . 2537 - มี.ย. 2539	คุณปรีชา ประกอบกิจ	บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด
ก.ค . 2539 - มี.ย. 2541	คุณเสริมสุข บุรณพันธ์	บริษัท เพื่อนสตรี จำกัด
ก.ค . 2541 - ธ.ค. 2541	คุณเชาญ ดัลกลิช	บริษัท นูทริเมติกส์ อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด
ธ.ค . 2541 - มี.ย. 2543	คุณสิทธิศักดิ์ หาพุดพงษ์	บริษัท เอวอน คอสเมติกส์ ประเทศไทย จำกัด
ก.ค . 2543 - มี.ย. 2545	คุณ ปรีชา ประกอบกิจ	บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด
ก.ค . 2545 - มี.ย. 2547	คุณชนาธิป ครองชนม์	บริษัท ยูนิไลฟ์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด
ก.ค . 2547 - มี.ย. 2549	คุณปรีชา ประกอบกิจ	บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด
ก.ค . 2549 - มี.ย. 2551	พ.ญ.นลินี ไพบูลย์	บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด

รายชื่อสมาชิกสามัญของสมาคมขายตรงไทย

ได้แก่ นิติบุคคลที่ประกอบการจำหน่ายสินค้าหรือให้บริการโดยตรงเป็นกิจกรรมหลักแก่ผู้บริโภคนอกสำนักงานของผู้ประกอบการและได้เปิดดำเนินการมาไม่น้อยกว่า 6 เดือน กับได้เป็นสมาชิกสามัญมาแล้วไม่น้อยกว่า 1 ปี ซึ่งมีรายชื่อ ดังนี้

- 1 บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด
- 2 บริษัท คังเซน - เคน โก อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล จำกัด
- 3 บริษัท คามิโอเฮ้าส์ จำกัด
- 4 ชันไรด์เดอร์ ไทยแลนด์, อิงค์
- 5 บริษัท ชูเลี่ยน (ประเทศไทย) จำกัด
- 6 บริษัท แซทิส จำกัด
- 7 บริษัท ดีเอ็นเอ็มซี (ประเทศไทย) จำกัด
- 8 บริษัท เดอะไรท์ พาวเวอร์ จำกัด
- 9 บริษัท แด็กชิน (ประเทศไทย) จำกัด
- 10 บริษัท ดาฮีเดียน โนนิ อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด
- 11 บริษัท นูทริเมติกส์ อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด
- 12 บริษัท นู สกิน เอ็นเตอร์ไพรส์ (ประเทศไทย) จำกัด
- 13 บริษัท นู ไลฟ์ อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล (ไทยแลนด์) จำกัด
- 14 บริษัท เบสไฟว์ อินเทอร์เน็ต จำกัด
- 15 บริษัท ผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ จำกัด
- 16 บริษัท เพอร์เฟค ริชอร์สเชส (ประเทศไทย) จำกัด
- 17 บริษัท ไมเนอร์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
- 18 บริษัท ยูนิลีเวอร์ ไทย เทรคคิง จำกัด
- 19 บริษัท ยูนิไลฟ์ อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล จำกัด
- 20 บริษัท ลาซูล่ คอสเมติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด
- 21 บริษัท สปอร์ตทรอน ฟู้ดแมทริกซ์ เอเชีย จำกัด
- 22 บริษัท สุพรีเดอร์ม อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล จำกัด
- 23 บริษัท ออริเฟลม คอสเมติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด

- 24 บริษัท เอลเคน (ประเทศไทย) จำกัด
- 25 บริษัท เอวอน คอสเมติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด
- 26 บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด
- 27 เซอร์บาไลฟ์ อินเตอร์เนชั่นแนล (ไทยแลนด์) ลิมิเต็ด

รายชื่อสมาชิกวิสามัญ

ได้แก่ สมาชิกที่เป็นนิติบุคคลที่ประกอบวิชาชีพอันเกี่ยวเนื่องกับธุรกิจขายตรง และบุคคลธรรมดาที่สนใจในธุรกิจขายตรงรวมถึงนิติบุคคลผู้ประกอบธุรกิจขายตรงด้วย ได้แก่

- 1 บริษัท ยูโรฟิฟูที ไคเรทท์ (ประเทศไทย) จำกัด
- 2 บริษัท ฟรีไลฟ์ อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด

ดังนั้น ในปัจจุบัน สมาคมขายตรงแห่งประเทศไทย จึงมีจำนวนสมาชิกทั้งสิ้น 29 บริษัท

4. ลักษณะของธุรกิจขายตรง

มีนักวิชาการ ได้กล่าวถึงลักษณะของธุรกิจขายตรง

สมบูรณ์ ชันธิโชติ (2538 : 6 – 8) ได้กล่าวถึงลักษณะของธุรกิจขายตรงว่า งานขายเป็นงานขายที่มีลักษณะเหมือนกับการขายสินค้าทั่วไป แต่มีการพัฒนารูปแบบให้เหมาะสมกับภาวะเศรษฐกิจที่ต้องการจะลดค่าใช้จ่าย เพื่อให้ต้นทุนสินค้าต่ำที่สุด ส่งผลทำให้บริษัทได้รับกำไรสูง หรือทำให้สินค้ามีต้นทุนต่ำ และกำหนดสินค้าได้ในราคาต่ำกว่า คู่แข่งขัน พนักงานขายตรงควรที่จะได้ศึกษาลักษณะของการขายตรง เพื่อจะได้วางแผนปรับกลยุทธ์การขายให้เหมาะสมกับลักษณะการขายตรง ลักษณะการขายตรง มีดังนี้

1. งานสร้างรายได้ไม่มีข้อจำกัด ธุรกิจขายตรงเป็นงานสร้างรายได้ให้กับพนักงานขายอย่างไม่มีขีดจำกัด ขึ้นอยู่กับผลงานที่ทำ ผู้ใดมีผลงานจากงานขายมากก็จะได้รับรายได้มากตามยอดขาย ลักษณะงานที่สร้างรายได้ไม่มีขีดจำกัดให้กับธุรกิจการขายตรงนี้เอง เป็นตัวจูงใจให้ผู้ที่มีความขยัน ความอดทนต่องานขาย ปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุดเท่าที่จะทำได้ และมีส่วนที่ทำให้พนักงานขายตรงบางคนมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นในเวลาอันรวดเร็ว มีฐานะทางการเงินที่มั่นคง
2. ธุรกิจที่ไม่เน้นการโฆษณา ธุรกิจขายตรงเป็นธุรกิจที่ต้องการตัดค่าใช้จ่ายด้านการโฆษณา เพื่อนำเงินที่เป็นค่าใช้จ่ายในการโฆษณา ไม่ว่าจะเป็นการทำชิ้นงานโฆษณา การเช่าสื่อโฆษณา ซึ่งค่าใช้จ่ายเหล่านี้เป็นค่าใช้จ่ายสูงมากไปจ่ายให้กับพนักงานขายตรง ทำให้พนักงานขายตรงมีรายได้เพิ่มมากขึ้น การเสนอขายได้ที่สูงเป็นแรงจูงใจที่สำคัญอย่างหนึ่งสำหรับผู้ประกอบอาชีพการขายตรง

3. งานสนามที่ต้องออกพบลูกค้านอกสถานที่ ธุรกิจการขายตรงเป็นธุรกิจที่พนักงานขายจะต้องออกไปเสนอขายสินค้า ณ ที่อาศัยหรือที่ทำงานของผู้บริโภค งานที่ปฏิบัติจึงเป็นงานออกนอกสถานที่ ไม่สะดวกสบายเหมือนการทำงานภายในบริษัทที่อยู่ในสำนักงาน ผู้ประกอบอาชีพขายตรง จึงต้องมีความอดทนต่อความลำบากอย่างมาก ทั้งยังอาจจะต้องทำงานนอกเวลาปกติซึ่งเป็นเวลาที่คนอื่นๆ พักผ่อน

4. งานอิสระที่ต้องควบคุมตัวเอง งานขายตรงเป็นงานอิสระ พนักงานขายตรงส่วนใหญ่ไม่ต้องเข้าทำงานที่บริษัทประจำทุกวัน ทำให้มีอิสระในการทำงาน ในระหว่างการปฏิบัติงาน ไม่มีใครมาคอยควบคุมการทำงาน จะไปทำงานที่ไหนก็ได้ ไม่ทำงานก็ได้ ซึ่งเป็นสิ่งที่อันตรายมากสำหรับพนักงานขายตรงที่ไม่สามารถควบคุมตัวเองให้ปฏิบัติงานได้ เพื่อควบคุมการปฏิบัติงานด้วยตนเองไม่ได้ก็ไม่มียอดขาย รายได้ก็ไม่เกิดขึ้น เพราะรายได้ของพนักงานขายตรงส่วนใหญ่จะขึ้นอยู่กับยอดขาย คือ จ่ายเป็นค่านายหน้าหรือค่าคอมมิชชั่น(Commission) ความมีอิสระในงานขายเหมาะสำหรับผู้ที่ชอบทำงานที่ไม่มีคนคอยควบคุม หรือ ผู้ที่ควบคุมตัวเองในการปฏิบัติงานตามแนวความคิดที่ตนเองสร้างสรรค์ขึ้น มีกำลังใจในการทำงานเพราะเป็นผลงานที่ตนเองสร้างขึ้นมา

5. งานให้บริการธุรกิจขายตรง เป็นงานให้บริการแก่ผู้บริโภคในเรื่องของการให้ความรู้เกี่ยวกับสินค้าของบริษัทที่ช่วยแก้ไขปัญหาลูกค้าได้ รวมถึงให้คำแนะนำการใช้สินค้าที่ถูกต้องที่สามารถทำให้ผู้บริโภคมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น นอกการบริการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับตัวสินค้าของบริษัทพนักงานขายตรงยังต้องให้บริการหลังการขายเกี่ยวกับการใช้สินค้า เพราะการให้บริการหลังการขายเป็นจุดเริ่มต้นของการขายในโอกาสต่อไป

6. งานที่ต้องลงทุนด้านเวลา การขายตรงเป็นงานที่พนักงานขายตรงจะต้องพบลูกค้าที่เคยซื้อสินค้าไปแล้ว รวมถึงการหาผู้มุ่งหวังรายใหม่ต่อไป จึงเป็นงานที่ต้องใช้เวลามาก คือเวลาที่ต้องให้บริการลูกค้าเก่าที่มีจำนวนมากขึ้นตามเวลาที่ผ่านไป เวลาที่ต้องใช้ในการแสวงหาลูกค้าเพื่อเสนอขายสินค้า ผู้ที่จะประกอบอาชีพการขายตรงจะต้องมีเวลามากเพียงพอสำหรับการให้บริการลูกค้าเก่า และการแสวงหาลูกค้าใหม่เพื่อเสนอขาย จึงเป็นการลงทุนด้านเวลามากกว่าเงินทุน เพราะด้านเงินทุนในการผลิตสินค้าเป็นเรื่องของเจ้าของกิจการหรือผู้ผลิตสินค้าเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายเอง ฉะนั้นงานขายตรงจึงเป็นงานที่เหมาะสมสำหรับผู้ที่ต้องการเป็นเจ้าของกิจการแต่ไม่มีเงินทุนเพียงพอ

7. งานสังคม ผลงานขายตรงของพนักงานขายขึ้นอยู่กับจำนวนลูกค้าที่พนักงานขายมีชีวิตที่มีอยู่ ยังมีลูกค้าจำนวนมากเท่าไร นั่นหมายความว่าพนักงานขายจะมีรายได้มากขึ้นด้วย พนักงานขายหลายรายที่ไม่สามารถอยู่ในอาชีพขายตรงได้ ส่วนหนึ่งเกิดจากลูกค้าหมดไม่ว่าจะขายให้ใคร การที่จะมีลูกค้าเพิ่มขึ้นเรื่อยๆนั้น พนักงานขายตรงจะต้องเป็นผู้ที่ชอบเข้าสังคม คือพบปะกับผู้คนตลอดเวลา มีโอกาสเข้าสังคมใดก็ควรเข้าสังคมนั้น เพื่อสร้างเพื่อนในสังคมให้มีจำนวนมากและมีตลอดเวลา ผู้ที่จะเป็นพนักงานขายตรงที่ประสบความสำเร็จและอยู่ในอาชีพขายในระยะยาว

จำเป็นจะต้องเป็นผู้ที่ชอบเข้าสังคม ผู้ใดที่ไม่ชอบเข้าสังคม โอกาสที่ได้รับความก้าวหน้าในอาชีพการงานตรงจะมีน้อย

สรุป ลักษณะของธุรกิจขายตรงเป็นการสร้างรายได้ให้กับบุคคลไม่มีข้อจำกัดขึ้นอยู่กับความสามารถเป็นงานอิสระผู้ที่ประกอบอาชีพขายตรงต้องสามารถควบคุมการปฏิบัติงานของตนเองให้ได้ รวมทั้งต้องมุ่งเน้นไปทางด้านบริการเป็นสำคัญ

5. ตัวอย่างข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทขายตรงในประเทศไทย (กรณีศึกษา : บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด

1. สำนักงานใหญ่ของแอมเวย์

สำนักงานใหญ่ อัลติคอร์ อิงค์ ซึ่งเป็นบริษัทแม่ของแอมเวย์ คอร์ปอเรชั่น ตั้งอยู่ที่เมืองเอด้า รัฐมิชิแกน สหรัฐอเมริกา ริช เดอ โวส และเจ แวน แอนเดล ได้ก่อตั้งธุรกิจแอมเวย์ขึ้นภายในห้องใต้ดินที่บ้านของเขาทั้งสองเมื่อ พ.ศ. 2502 หลังจากนั้น ไม่นานนัก แอมเวย์ก็เริ่มผลิตผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดเนกประสงค์ ซึ่งมีสูตรย่อยสลายได้ทางชีวภาพ ไม่ก่อมลพิษให้เกิดความเสียหายต่อสภาพแวดล้อมชื่อ แอล.โอ.ซี.ขึ้นภายในอาคารขนาด 2,400 ตารางฟุตใกล้ๆ กับบ้านนั่นเอง และเพียงชั่วระยะเวลา 3 เดือน ต่อมาบริษัทก็ได้เริ่มโครงการขยายงานครั้งแรกขึ้นอันเป็นผลสืบเนื่องจากการขยายกิจการของบริษัทนับแต่นั้นเป็นต้นมา

ผู้สถาปนาแอมเวย์ทั้งสองท่าน คือ ริช เดอ โวส และเจย์ แวน แอนเดล มีความมุ่งมั่นในการที่จะมอบโอกาสทางธุรกิจให้แก่ผู้คนทุกหนแห่ง เพื่อให้สามารถชื่นชมกับผลตอบแทนจากการมีธุรกิจเป็นของตนเอง พร้อมกันนั้นทั้งสองยังได้นำประสบการณ์ส่วนตัวอย่างกว้างขวางในด้านการขายตรงมาเป็นเวลากว่า 60 ปีเพื่อช่วยผู้คนจากทุกสาขาอาชีพให้เป็นนักธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ การที่ทั้งสองมีความเข้าใจเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคทั่วไปของการขายตรงนี้เอง จึงทำให้แอมเวย์มีข้อได้เปรียบที่เด่นชัดอันจะเป็นประโยชน์อย่างหาค่ามิได้ต่อนักธุรกิจแอมเวย์แต่ละท่าน

หลังจากเริ่มก่อตั้งธุรกิจในปี พ.ศ. 2502 โดยการผลิตผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดภายในบ้านเพียงชนิดเดียวภายในอาคารที่มีเนื้อที่เพียง 223 ตารางเมตร แอมเวย์ก็ได้ขยายกิจการต่อไปอย่างรวดเร็ว ปัจจุบันศูนย์วิจัยค้นคว้าและพัฒนาผลิตภัณฑ์โรงงานผลิต คลังสินค้า ตลอดจนอาคารสำนักงานใหญ่ของแอมเวย์มีเนื้อที่แผ่ครอบคลุมรวมกันถึง 200,000 ตลอดจนอาคารสำนักงานใหญ่ของแอมเวย์ที่แผ่ครอบคลุมรวมกันถึง 220,000 ตารางเมตรในเมืองเอด้า รัฐมิชิแกน สหรัฐอเมริกา ซึ่งตั้งอยู่ชานเมืองแกรนด์ แรฟิดส์

ศูนย์วิจัยค้นคว้าและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าหลายล้านเหรียญสหรัฐฯ นั้นประกอบด้วยห้องวิจัย 28 ห้อง ซึ่งใช้สำหรับการปฏิบัติงานพัฒนาและทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ของบริษัท ภายในสำนักงานใหญ่ของแอมเวย์ยังประกอบด้วยสตูดิโอเพื่องานศิลป์ โรงพิมพ์ที่สมบูรณ์แบบ ศูนย์คอมพิวเตอร์ คลังสินค้า ฝ่ายควบคุมคุณภาพ และเครื่องมือผลิตผลิตภัณฑ์ในรูปแบบของเหลว คริม

โลชั่น สเปรย์และผงแม่พิมพ์การผลิตขวดพลาสติกและอุปกรณ์ในการฉีดพลาสติกเข้าสู่แม่พิมพ์ ตลอดจนการผลิตกล่องบรรจุภัณฑ์นอกจากนี้ แอมเวย์ยังมีฝ่ายผลิตผลิตภัณฑ์เสริมอาหารนิวทรีไลท์ที่เมืองนูเอนา พาร์ค รัฐแคลิฟอร์เนีย ซึ่งทำการพัฒนาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่ใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งของโลก รวมทั้งฟาร์มและปลูกพืชชนิดต่างๆ อีกหลายแห่ง และ โรงแรม แอมเวย์ แกรนด์ พลาซ่า ในเมืองแกรนด์ แรฟิดส์ รัฐมิชิแกน

แอมเวย์ คอร์ปอเรชั่น เป็นองค์กรระหว่างประเทศที่มีศักยภาพสูงและกำลังเจริญเติบโต ก้าวหน้า แอมเวย์เป็นหนึ่งในบริษัทที่ใหญ่ที่สุดและประสบความสำเร็จสูงสุดแห่งหนึ่งของโลกในด้านการขายผลิตภัณฑ์แบบบุคคลต่อบุคคล โดยมีนักธุรกิจแอมเวย์นับล้านคนในกว่า 80 ประเทศ และเดินแดนต่างๆ ทั่วโลกที่ดำเนินการขายผลิตภัณฑ์ของแอมเวย์ แอมเวย์ องค์กรอันมั่นคงที่มีเครือข่ายทั่วโลกละไว้วางใจได้

2. สำนักงานใหญ่ของแอมเวย์ประเทศไทย

แอมเวย์ประเทศไทยก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 4 พฤษภาคม พ.ศ. 2530 ภายใต้การสนับสนุนจากสำนักงานใหญ่ของแอมเวย์ที่สหรัฐอเมริกาในด้านความรู้และข้อมูลต่างๆ แก่พนักงานและนักธุรกิจแอมเวย์ชาวไทย ด้วยความกระตือรือร้นและความขยันขันแข็งของนักธุรกิจแอมเวย์ทั่วประเทศไทย และผลิตภัณฑ์อันทรงประสิทธิภาพ จึงทำให้แอมเวย์เจริญก้าวหน้าอย่างน่าภาคภูมิใจ จากวันที่แอมเวย์ได้เริ่มวางรากฐานของธุรกิจในประเทศไทยจนถึงทุกวันนี้ได้สะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพของบริษัทตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาเป็นอย่างดี ทุกหนทุกแห่งที่คุณมองดูในแอมเวย์ประเทศไทย สัญลักษณ์แห่งการเจริญเติบโตขอแอมเวย์ที่คุณคุ้นเคยจะปรากฏอยู่ทั่วไป ไม่ว่าจะเป็นองค์กรของนักธุรกิจแอมเวย์ที่เติบโตก้าวหน้าและอุปกรณ์อันทันสมัยสิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นผลมาจากพันธะสัญญาที่มอบโอกาสที่ดีที่สุดของธุรกิจแอมเวย์ให้เกิดขึ้นทุกแห่ง นับตั้งแต่เริ่มดำเนินการเป็นต้นมา แอมเวย์ประเทศไทยประสบความสำเร็จก้าวหน้าเป็นอย่างยิ่งและได้กลายเป็นสาขาหนึ่งในโลกของแอมเวย์ที่มีการเจริญเติบโตเร็วที่สุดในฐานะนักธุรกิจแอมเวย์รายใหม่ คุณเองก็สามารถได้รับการเอื้อเฟื้อแบ่งปัน ความเจริญก้าวหน้าและความรุ่งโรจน์ในธุรกิจนี้เช่นเดียวกัน

สำนักงานใหญ่แห่งแรกของแอมเวย์ประเทศไทยตั้งอยู่ที่ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ คลองตัน ด้วยเนื้อที่ 700 ตารางเมตร ขณะนั้นมีเพียง 10 คนและมีผลิตภัณฑ์ของแอมเวย์เข้าสู่ตลาดเมืองไทยเพียง 7 ชนิดเท่านั้นแต่ในปี 2546 แอมเวย์มีผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายด้วยระบบขายตรงแบบบุคคลต่อบุคคลมากกว่า 100 ชนิด รวมกว่า 500 รายการ พร้อมด้วยพนักงานประมาณ 440 คน ด้วยความสำเร็จขององค์กร ในปี 2535 แอมเวย์จึงได้ทำการเปิดสำนักงานใหญ่แห่งใหม่ขึ้นในถนนรามคำแหงมีเนื้อที่ถึง 9,440 ตารางเมตร ภายใต้ได้รับการออกแบบเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้มาใช้บริการทั้งในส่วนอาคารสำนักงานและคลังสินค้า

บริษัทได้เร่งการสนับสนุนการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วและต่อเนื่องขององค์กรและนักธุรกิจแอมเวย์โดยรวม โดยขยายและจัดตั้งคลังสินค้าและร้านสะดวกซื้อ แอมเวย์ พิค แอนด์ เพลย์

ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด รวม 34 แห่งทั่วประเทศในปี 2546 ทั้งยังพัฒนาระบบการจัดจำหน่าย การให้บริการด้วยระบบคอมพิวเตอร์ออนไลน์ การสั่งซื้อสินค้าและการสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต การสั่งซื้อสินค้าด้วยระบบตอบรับอัตโนมัติตลอด 24 ชม. เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและขีดความสามารถในการให้บริการแก่นักธุรกิจแอมเวย์อันเป็นหลักประกันถึงความก้าวหน้าต่อไปอย่างไม่หยุดยั้ง

ความสำเร็จของแอมเวย์ในประเทศไทยเป็นเครื่องยืนยันถึงความเชื่อของปรัชญาในการดำเนินธุรกิจนี้ว่า ผู้คนทุกคนแห่งความต้องการ โอกาสที่จะประสบความสำเร็จตามเป้าหมายของตนเองและต้องการปรับปรุงชีวิตความเป็นอยู่ของตนเองให้ดีขึ้นไม่ว่าเขาเหล่านั้นจะเป็นพนักงาน นักธุรกิจแอมเวย์ผู้บริโภค หรือใครก็ตาม โดยแอมเวย์ได้มีส่วนส่งเสริมมาตรฐานการดำรงชีวิตที่ดีขึ้น การใฝ่หาประสบการณ์และการเรียนรู้สิ่งใหม่ การปฏิบัติตนเป็นอย่างดี และการทำธุรกิจอย่างมีจรรยาบรรณด้วยแผนธุรกิจที่ยุติธรรมของแอมเวย์ โดยแอมเวย์ได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกของสมาคมขายตรงไทยหรือ Thai Direct Selling Association (TDSA) ซึ่งเป็นสมาชิกของสมาพันธ์การขายโดยตรงแห่งโลก มาตั้งแต่ปี 2531

3. ระบบการตลาด/การขายตรงหลายชั้น

ระบบการตลาดของบริษัท แอมเวย์ เป็นระบบการขายตรงหลายชั้น (Multi Level Marketing หรือ MLM) หรือระบบการตลาดแบบเครือข่าย เป็นวิธีการขายปลีกที่ได้รับความนิยมกันมากระบบหนึ่งเป็นการขายปลีกผลิตภัณฑ์ใหม่ให้แก่ลูกค้าโดยนักธุรกิจทั้งหญิงชาย มิใช่การขายผลิตภัณฑ์ภายในห้างร้านพนักงานขายประจำ วิธีการขายแบบนี้เป็นการขายผลิตภัณฑ์และให้บริการแก่ลูกค้าถึงบ้าน ซึ่งในฐานะผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงมีโอกาที่จะจัดเวลาทำงานของตนเองและหารายได้จากความพยายามในการแนะนำและขายผลิตภัณฑ์ในโครงสร้างของระบบนี้ นักธุรกิจยังมีโอกาสสร้างและบริหารงานด้วยตนเองโดยการหานักธุรกิจในองค์กรเพิ่มเติม

ระบบการตลาดหลายชั้น เป็นระบบการขายต่อกัน นักขายเป็นผู้ประกอบการธุรกิจอิสระไม่ใช่ลูกจ้างของบริษัท โดยผู้ประกอบการมีโอกาสสร้างรายได้จากการทำงาน 2 วิธีรวมกันคือ

1. ผลกำไรจากการขายปลีก ซึ่งเป็นผลต่างระหว่างต้นทุนสินค้าที่ซื้อมาจากบริษัทกับราคาขายปลีกที่ขายสินค้าหรือบริการให้กับผู้บริโภค

ตารางที่ 2.1 ความแตกต่างระหว่างการขายตรงระบบการตลาดหลายชั้นกับระบบปิระมิด

ระบบการตลาดหลายชั้น	ระบบปิระมิด
1. ค่าธรรมเนียมในการเริ่มต้นธุรกิจใช้เงินทุนต่ำ โดยเป็นค่าสมัครและชุดคู่มือการค้าเนินธุรกิจเท่านั้น	1. ค่าธรรมเนียมในการสมัครใช้เงินลงทุนสูง ผู้สมัครจะถูกหลอกให้จ่ายเงินค่าฝึกอบรมและซื้อสินค้าเกินความต้องการ ผลกำไรส่วนใหญ่มาจากค่าสมัครเป็นสมาชิก
2. จำหน่ายสินค้าหลากหลายชนิดที่มีคุณภาพสูง ยอดขายจะมาจากกำหนายสินค้าได้ซ้ำอีกเรื่อยๆ และความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ บริษัทจะใช้งบประมาณจำนวนมากเพื่อการวิจัยและพัฒนาสุขภาพสินค้า	2. ไม่สนใจที่จะจำหน่ายสินค้าคุณภาพ ส่วนใหญ่มักจะเป็นสินค้าคุณภาพต่ำและได้ผลกำไรตอบแทนสูง รายได้จะมาจากการรับสมัครสมาชิกใหม่ซึ่งจะต้องถูกบังคับซื้อสินค้าที่มีราคาสูงเป็นจำนวนมาก
3. รับประกันคุณภาพความพอใจในตัวสินค้าโดยการคืนเงินหรือคืนสินค้าได้เมื่อต้องการภายในระยะเวลาที่เหมาะสม	3. ไม่มีนโยบายรับซื้อสินค้ากลับคืน เพราะอาจทำให้ปิระมิดสั่นได้
4. ตระหนักถึงการดำเนินธุรกิจในระยะยาวในทุกสาขาทุกประเทศสิ่งที่สำคัญมาก เพราะบริษัทมีความรับผิดชอบต่อผู้ขายซึ่งเป็นผู้ดำเนินธุรกิจอย่างแท้จริง	4. ร่ำรวยในเวลาอันรวดเร็ว ผู้เข้าร่วมจำนวนมากที่ฐานของปิระมิดจะเป็นผู้จ่ายเงินให้แก่คนเพียงไม่กี่คนที่อยู่ในระดับจุดยอดของปิระมิด ซึ่งธุรกิจรูปแบบนี้ไม่สามารถอยู่ได้ยาวนาน
5. การจ่ายผลตอบแทนรายได้และตำแหน่งจะขึ้นอยู่กับการทำงานของผู้ขาย นั่นคือรายได้จะมาจากยอดขายสินค้าได้	5. ตำแหน่งในระบบสารตซื้อได้
6. การก่อตั้งธุรกิจขึ้นอยู่กับกำขายสินค้าคุณภาพ ซึ่งคุ้มค่างกับเงินที่จ่ายไป ผู้ขายจะให้ความสนใจในการขยายตลาดให้กว้างออกไป	6. ระบบนี้จะไม่เน้นการขายสินค้าให้กับผู้บริโภค แต่ผลกำไรจะมาจากสมาชิกที่สมัครใหม่ ซึ่งจะต้องซื้อสินค้าคุณ มิใช่เพราะสินค้ามีประโยชน์หรือคุ้มค่างราคาแต่ถูกบังคับให้ซื้อตามระบบ สมาชิกใหม่จะต้องแบบรับภาระกับสินค้าที่ตนขายไม่ได้และเมื่อระบบปิระมิดนี้ล้มพัง ตนก็จะไม่ได้รับเงินกลับคืนมาเลย
7. มีนักขายที่อาศัยการขายสินค้าเพื่อสร้างรายได้	7. น้อ โกงกลอกหลวงให้คนเข้ามาในระบบ
8. มีกฎระเบียบที่เข้มงวดในการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะมีข้อห้ามมิให้ผู้ขายกักตุนสินค้า	8. ผู้เข้าร่วมจะต้องจ่ายค่าธรรมเนียมในการสมัครสูง หรือจ่ายค่าสินค้าโดยถูกบังคับให้ซื้อในตอนสมัคร

9. ผู้ขายจะเน้นในเรื่องการขายสินค้าและการให้บริการหลังการขายอย่างต่อเนื่อง	9. ในระบบนี้จะเน้นการรับสมัครสมาชิกใหม่เป็นหลักและบังคับให้ซื้อสินค้าเมื่อเริ่มสมัคร แต่จะไม่สนใจในการขายสินค้าจริงๆ หรือการให้บริการหลังการขายแก่ลูกค้า
10. ธุรกิจถูกต้องตามกฎหมายและเป็นการขายสินค้าอีกรูปแบบหนึ่ง นอกเหนือจากการขายตามห้างหรือร้านค้าปลีกซึ่งผู้บริโภคและบริษัทขายตรงก็ได้รับการคุ้มครองตามกฎหมาย	10. เป็นระบบที่ผิดกฎหมายในสหรัฐอเมริกา ยุโรป และหลายประเทศในเอเชีย

ระบบการตลาด/ การขายตรงหลายชั้น (Multi-Level Marketing หรือ MLM) เป็นการขายต่อกันเป็นเครือข่ายหลายชั้น ผู้ขายเป็นนักขายอิสระ ไม่ใช่ลูกจ้างของบริษัท โดยนักขายสามารถสร้างรายได้จากการทำงาน 2 วิธีรวมกัน คือ

1. ผลกำไรจากการขายปลีก ซึ่งเป็นผลต่างระหว่างต้นทุนสินค้าที่ซื้อมาจากบริษัทกับราคาขายปลีกที่ได้ขายสินค้าหรือบริการให้กับผู้บริโภค
2. คอมมิชชั่นหรือส่วนลดตามระดับยอดขายของสินค้าหรือบริการที่มีการสั่งซื้อ (เพื่อบริโภคหรือเพื่อขายให้กับผู้ขายคนอื่นต่อไป) จากผู้ขายที่ได้ชักชวนเข้ามาสมัครร่วมธุรกิจในทีมขาย หรือที่เรียกว่า "สปอนเซอร์" ในระดับเป็นชั้นต่อไป

จะเห็นได้ว่า หลักการของระบบการตลาดหลายชั้นคือ การที่นักขายได้รับผลตอบแทนทั้งจากที่ตนเองขายปลีก และผลตอบแทนจากการขายซึ่งเกิดขึ้นเมื่อนักขายในกลุ่มของตนชวนมาร่วมกันขาย จนมียอดขายรวมเป็นก้อนใหญ่ จากปัจจัยดังกล่าวทำให้เกิดโอกาสในการสร้างรายได้อย่างต่อเนื่องและไม่มีขีดจำกัด ซึ่งเกิดจากการสปอนเซอร์หรือชักชวนผู้อื่นมาเข้าร่วมธุรกิจอันทำให้ระบบการตลาดหลายชั้นเป็นระบบที่มีศักยภาพสูงสุดในธุรกิจขายตรงปัจจุบัน

ในขณะที่การขายตรงแบบปริมาตร หรือที่หลาย ๆ คนรู้จักในนามของ แชร่ลูท โซ ในหลายๆประเทศทั่วโลกมีกฎหมายห้ามกระทำโดยเด็ดขาดเพราะเป็นภัยร้ายแรงต่อระบบการเงินเศรษฐกิจ และสังคมของประเทศระบบปริมาตรหรือแชร์ลูท โซนี้เริ่มต้น โดยการชักชวนเพื่อนฝูงหรือญาติพี่น้องมาร่วมลงทุน โดยคนที่เข้าร่วมทำตอนแรกจะต้องจ่ายเงิน (หรือซื้อสินค้า) ให้กับคนที่ชวนเป็นเงินจำนวนหนึ่ง เพื่อที่ตนจะได้มีสิทธิไปชวนเพื่อนให้มาสมัครต่อและลงทุน (หรือซื้อสินค้า) และคนชวนจะได้ผลตอบแทนจากค่าสมัครหรือจากการที่คนสมัครซื้อสินค้า การชักชวนจะมุ่งเน้นไปยังประเด็นที่ว่า หากคุณไปชวนเพื่อนสมัครต่อจากคุณได้อีก 2 คน คุณจะได้ทุนคืน หากชวนคนที่ 3, 4..ถัดไป คุณก็ได้กำไร ซึ่งตอนนั้นคุณก็ไม่ต้องทำอะไรแล้ว เพียงแต่นั่งเฉยๆรอให้คนที่คุณชวนมาแต่แรกออกไปทำหน้าที่แทนคุณ แล้วก็ทำต่อกันไปเรื่อยๆ แต่ระบบปริมาตรนี้จะล้มเหลวลงเมื่อมีคนมาร่วมต่อลูท โซหรือเพิ่มฐานปริมาตรน้อยลง ระบบนี้คนที่เข้าตอนแรกก่อนที่ระบบจะพังก็จะได้

รายได้มหาศาล ในขณะที่คนจำนวนมากที่มาภายหลังจะได้รับผลกระทบอย่างร้ายแรง ดังจะเห็นได้จากกรณีแชร์ข้าวสาร (หนังสือไทยรัฐ ฉบับวันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2551) โดยบริษัท อีซีเน็ตเวิร์ค มาร์เก็ตติ้ง จำกัด และนายปฐม อัญสกุล อายุ 28 ปี ประธานกรรมการผู้จัดการ เป็นจำเลยที่ 1 และ 2 ในความผิดฐานร่วมกันถือโกงประชาชน ร่วมกันกู้ยืมเงิน ที่ถือโกงประชาชน และไม่ดำเนินกิจการให้เป็นไปตามแผนการจ่ายผลตอบแทนที่ยื่นจดต่อนายทะเบียน อันเป็นความผิดตามพระราชกำหนดการกู้ยืมเงิน พ.ศ.2527 และ พ.ร.บ.ขายตรงและตลาด แบบขายตรง พ.ศ.2545 ประกอบประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 83 โดยผู้ฟ้องร้องได้แก่ พนักงานอัยการฝ่ายคดีพิเศษ ทั้งนี้ รูปแบบการดำเนินธุรกิจของบริษัทดังกล่าว เป็นลักษณะของการขายตรงแบบพีระมิดหรือแชร์ลูกโซ่ ซึ่งทำให้ประชาชนได้รับความเสียหายถึง 449 คน คิดเป็นมูลค่าถึงกว่า 100 ล้านบาท โดยกรณีแชร์ข้าวสารเป็นเพียงกรณีตัวอย่าง ซึ่งสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้รับข้อร้องเรียนจากผู้บริโภค อันเกิดจากระบบขายตรงและพีระมิดหรือแชร์ลูกโซ่

4. เกียรติรางวัลและเงินรางวัล

แอมเวย์มีระบบการประกาศเกียรติคุณให้กับนักธุรกิจแอมเวย์อย่างเหมาะสม เพื่อเป็นการยกย่องในความสำเร็จของนักธุรกิจแอมเวย์ระดับต่างๆ เข็มและโล่เกียรติคุณจะมอบให้นักธุรกิจแอมเวย์เพื่อเป็นเครื่องหมายแห่งความสำเร็จในการสร้างธุรกิจนอกจากนั้นในขั้นตอนต่างๆ เงินรางวัลหรือสิ่งเชิดชูเกียรติอื่นๆ จะมอบให้กับผู้ประสบความสำเร็จได้กล่าวมาบ้างเพื่อที่จะได้รับเกียรติรางวัลและเงินรางวัลนั้นๆ นักธุรกิจแอมเวย์จะต้องเป็นผู้ที่ดำเนินธุรกิจตามจรรยาบรรณและระเบียบปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจแอมเวย์เข็มและโล่เกียรติคุณหลายรางวัลนั้นผู้สปอนเซอร์หรือนักธุรกิจแอมเวย์ระดับแพลตินัมของคุณจะทำการมอบในพิธีประกาศเกียรติคุณ

เกียรติรางวัลที่ผู้สปอนเซอร์จะเป็นผู้มอบให้ในความสำเร็จของคุณ

1. เข็มเงินนักสปอนเซอร์
2. เข็มทองนักสปอนเซอร์
3. เข็มนักขาย 5,000 พีวี
4. เข็มนักธุรกิจแอมเวย์ระดับ 12%
5. เข็มนักธุรกิจแอมเวย์ระดับ 15%
6. เข็มนักธุรกิจแอมเวย์ระดับ 18%
7. เข็มผู้ใช้ผลิตภัณฑ์แอมเวย์ 100%
8. โล่นักขายดีเด่น

เกียรติรางวัลที่แอมเวย์จะเป็นผู้มอบให้ในความสำเร็จของคุณ

1. นักธุรกิจแอมเวย์ระดับเข้มเงิน
2. นักธุรกิจแอมเวย์ระดับเข้มทอง
3. นักธุรกิจแอมเวย์ระดับแพลตินัม
4. นักธุรกิจแอมเวย์ระดับแพลตินัมสองผู้สถาปนา
5. นักธุรกิจแอมเวย์ระดับทับทิม
6. นักธุรกิจแอมเวย์ระดับทับทิมสองผู้สถาปนา
7. นักธุรกิจแอมเวย์ระดับไพลิน
8. นักธุรกิจแอมเวย์ระดับไพลินสองผู้สถาปนา
9. นักธุรกิจแอมเวย์ระดับมรกต
10. นักธุรกิจแอมเวย์ระดับมรกตสองผู้สถาปนา
11. นักธุรกิจแอมเวย์ระดับเพชร
12. นักธุรกิจแอมเวย์ระดับเพชรสองผู้สถาปนา
13. นักธุรกิจแอมเวย์ระดับเพชรบริหาร
14. นักธุรกิจแอมเวย์ระดับเพชรบริหารสองผู้สถาปนา
15. นักธุรกิจแอมเวย์ระดับเพชรคู่
16. นักธุรกิจแอมเวย์ระดับเพชรคู่สองผู้สถาปนา
17. นักธุรกิจแอมเวย์ระดับตรีเพชร
18. นักธุรกิจแอมเวย์ระดับตรีเพชรสองผู้สถาปนา
19. นักธุรกิจแอมเวย์ระดับมงกุฎ
20. นักธุรกิจแอมเวย์ระดับมงกุฎสองผู้สถาปนา
21. นักธุรกิจแอมเวย์ระดับมงกุฎทูต
22. นักธุรกิจแอมเวย์ระดับมงกุฎทูตสองผู้สถาปนา

จากการประสบความสำเร็จของนักธุรกิจแอมเวย์ในระดับต่าง ๆ ส่งผลต่อยอดขายสินค้าต่าง ๆ ของบริษัทแอมเวย์ ได้รับความนิยมนมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็น กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง อาร์ทริสทรี หรือกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเพื่อสุขภาพ นิวทริไลท์ รวมทั้งจำนวนนักธุรกิจแอมเวย์ที่มีจำนวนสมาชิกเพิ่มสูงขึ้น โดยพิจารณาจากนโยบายของบริษัทที่ได้เพิ่มงบประมาณเพื่อใช้ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์กลุ่มสินค้าประเภทเครื่องสำอางอาร์ทริสทรีกว่า 100 ล้านบาท (ที่มา :

หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ ฉบับวันที่ 8 กรกฎาคม 2552) บริษัทแอมเวย์ ประเทศไทย จำกัด ได้
 เล็งเห็นถึงศักยภาพของตลาดเครื่องสำอางและอาหารเสริม โดยสัดส่วนของยอดขายของบริษัทฯ
 ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางเกือบ 10% เฉพาะไตรมาศแรก และกลุ่มอาหารเสริมการเติบโตมากกว่า 10%
 เนื่องจากกระแสการรักษาสุขภาพของผู้บริโภค

จากสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันตลาดเครื่องสำอางต่างได้รับผลกระทบไม่ว่าจะเป็นเครื่อง
 สำอางในประเทศหรือต่างประเทศ โดยเฉพาะเครื่องสำอางจากประเทศเกาหลี ซึ่งกำลังได้รับความนิยม
 นิยมจากกระแสละครเกาหลี ส่งผลให้ผู้ผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางต่างทุ่มงบประมาณเพื่อใช้ในการ
 การทำกลยุทธ์ทางการตลาดไม่ว่าจะเป็นการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การ
 บรรลุภัณฑ์ การจัดจำหน่าย รวมถึงการส่งเสริมการตลาด โดยในปัจจุบันเครื่องสำอางขายตรงใน
 ประเทศมีหลากหลายยี่ห้อไม่ว่าจะเป็น กิฟฟารีน คังเซน-เคนโก เอวอน มีสทิน นูสกิน ฯลฯ แต่
 ขณะเดียวกัน ตลาดเครื่องสำอางขายตรง นอกจากจะได้รับผลกระทบจากสภาวะเศรษฐกิจ การ
 แข่งขันแล้ว ยังได้รับผลกระทบจากข่าวอันตรายจากเครื่องสำอางขายตรงที่ไม่ได้มาตรฐานส่งผลต่อ
 ผู้บริโภค ซึ่งทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ไม่ดีต่อเครื่องสำอางขายตรง ทำให้ผู้บริโภคมีการพิจารณาอย่างถี่
 ถ้วนมากยิ่งขึ้นในการตัดสินใจซื้อ

ภาคผนวก ข.

แบบสอบถาม

6. อาชีพหลักของท่านในปัจจุบัน

1. () ขายตรงอย่างเดียว
2. () ขายตรงและทำอาชีพอื่น ๆ ได้แก่
 - 2.1 () นักเรียน/นักศึกษา
 - 2.2 () พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 - 2.3 () ข้าราชการ
 - 2.4 () รับจ้าง
 - 2.5 () พนักงาน/เจ้าหน้าที่บริษัท
 - 2.6 () ประกอบธุรกิจส่วนตัว
 - 2.7 () แม่บ้าน
 - 2.8 () เกษียณ/ว่างงาน
 - 2.9 () อื่น ๆ โปรดระบุ.....

7. ระยะเวลาในการประกอบอาชีพขายตรง..... ปี

8. ปัจจุบันท่านเป็นตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระ

1. () ตัวแทนขายตรง บริษัท.....
2. () ผู้จำหน่ายอิสระ บริษัท.....

9. ปัจจุบันท่านเป็นตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระสินค้าประเภทใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. () เครื่องสำอาง
2. () อาหารเสริม
3. () เครื่องกรองน้ำ
4. () เครื่องกรองอากาศ
5. () เครื่องใช้ส่วนตัว
6. () เครื่องใช้ไฟฟ้า
7. () สื่อการเรียนการสอน
8. () เครื่องใช้ในครัว
9. () สินค้า IT
10. () ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด
11. () อุปกรณ์ช่าง/ประดับยนต์
12. () เครื่องนอนและอุปกรณ์ห้องน้ำ
13. () เบ็ดเตล็ด
14. () อื่น ๆ โปรดระบุ.....

10. แรงจูงใจที่สำคัญที่สุดที่ทำให้ท่านตัดสินใจเป็นตัวแทนขายตรงหรือตัวแทนจำหน่ายอิสระได้แก่อะไรบ้าง (กรุณาตอบข้อสำคัญที่สุดเพียงข้อเดียว)

1. () รายได้
2. () ความเป็นอิสระ
3. () ความท้าทายในการทำงาน
4. () ความเชื่อมั่นในตราสินค้า
5. () ความเชื่อมั่นในคุณภาพสินค้า
6. () การได้ท่องเที่ยวและพบปะผู้คน
7. () อื่น ๆ โปรดระบุ.....

11. ท่านคิดว่า ข้อใดต่อไปนี้ คือหน้าที่ของคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. () รับเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภค
2. () ชี้แจงหรือโฆษณาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายแก่ผู้บริโภค
3. () ดูแลและกำกับผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง
4. () กำหนดระเบียบหรือประกาศเกี่ยวกับการขายตรงและตลาดแบบตรง
5. () พิจารณาการตัดสินใจของนายทะเบียนเกี่ยวกับการขายตรงและตลาดแบบตรง
6. () เสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมและสนับสนุนการประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงให้แก่คณะรัฐมนตรี
7. () เป็นผู้เสนอแนะในเวลาที่เหมาะสมได้ ออกกฎกระทรวงในพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง
8. () ดูแลให้พนักงานหรือเจ้าหน้าที่จากส่วนราชการอื่นให้ปฏิบัติตามอำนาจและหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการขายตรงและตลาดแบบตรงตามที่กฎหมายกำหนด

ท่านคิดว่า ปัจจุบัน หน่วยงานภาครัฐควรให้การส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการรายตรง
ตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระเพิ่มเติมในเรื่องใดบ้าง

.....

.....

.....

.....

.....

◆◆ ขอขอบคุณทุกท่านที่เสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม ◆◆

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของท่าน

- | | |
|---------------------------|---------------------------|
| 1. () ต่ำกว่า 15,000 บาท | 2. () 15,001-25,000 บาท |
| 3. () 25,001-35,000 บาท | 4. () 35,001-45,000 บาท |
| 5. () 45,001-55,000 บาท | 6. () มากกว่า 55,000 บาท |

6. สถานภาพ

- | | |
|--------------|-----------------|
| 1. () โสด | 2. () สมรส |
| 3. () หม้าย | 4. () หย่าร้าง |

ตอนที่ 2 ความรู้เกี่ยวกับสิทธิและการคุ้มครองผู้บริโภค (แยกตัวแปรตาม พรบ.)

1. ท่านคิดว่า สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) สังกัดหน่วยงานใด

- | | |
|--------------------------|--------------------------|
| 1. () องค์การอาหารและยา | 2. () กระทรวงพาณิชย์ |
| 3. () กระทรวงอุตสาหกรรม | 4. () สำนักนายกรัฐมนตรี |

2. ท่านคิดว่า เว็บไซต์ใดต่อไปนี้ คือเว็บไซต์ ของ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.)

- | | |
|---|---|
| 1. () www.dbd.go.th | 2. () www.ecpd.go.th |
| 3. () www.dit.go.th | 4. () www.fda.moph.go.th |

3. ท่านคิดว่า ลักษณะการดำเนินธุรกิจขายตรง คือ การนำเสนอขายสินค้าหรือบริการต่อลูกค้า โดยตรง ในที่อยู่อาศัยหรือสถานที่ทำงาน ใช่หรือไม่ใช่

- | | |
|------------|---------------|
| 1. () ใช่ | 2. () ไม่ใช่ |
|------------|---------------|

4. ท่านคิดว่า ตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระ สามารถเดินเข้ามาที่บ้านหรือที่ทำงานของลูกค้า เพื่อนำเสนอขายสินค้าหรือบริการ โดยไม่จำเป็นต้องมีการขออนุญาตหรือนัดหมายล่วงหน้าได้หรือไม่

- | | |
|------------|---------------|
| 1. () ได้ | 2. () ไม่ได้ |
|------------|---------------|

5. หากท่านซื้อสินค้าหรือบริการจากธุรกิจขายตรงแล้วต้องการบอกเลิกสัญญาการซื้อขาย ท่านต้องแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรให้แก่ตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระภายในกี่วัน

- | | |
|--------------|---------------|
| 1. () 7 วัน | 2. () 15 วัน |
|--------------|---------------|

6. หากท่านตัดสินใจจะยกเลิกสัญญาการซื้อขายสินค้าผ่านระบบการขายตรง และได้แจ้งแก่ตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระแล้ว ดังนั้น ตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระต้องคืนเงินเต็มจำนวนให้ท่านภายในระยะเวลาที่วัน

1. () 7 วัน

2. () 15 วัน

7. หากท่านแจ้งตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระว่าต้องการยกเลิกสัญญาซื้อขายสินค้าแล้ว ท่านต้องคืนสินค้าดังกล่าวภายในกี่วัน

1. () 14 วัน

2. () 21 วัน

8. ท่านคิดว่า ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงสามารถโน้มน้าว ชักชวน ให้ผู้บริโภคร่วมไปเข้าร่วมเป็นเครือข่ายในการประกอบธุรกิจขายตรง โดยบริษัทเหล่านั้น สัญญาว่าจะให้ผลประโยชน์จากการที่ผู้บริโภคร่วมไปชักชวนบุคคลอื่น ๆ ให้เข้าร่วมเครือข่ายเหมือนตนเองได้หรือไม่

1. () ได้

2. () ไม่ได้

9. ท่านคิดว่า ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงมีสิทธิที่จะเรียกเก็บเงินค่าธรรมเนียมการสมัคร การฝึกอบรม ค่าวัสดุอื่น ๆ ในการส่งเสริมการขาย จากผู้จำหน่ายอิสระได้หรือไม่

1. () ได้

2. () ไม่ได้

10. ท่านคิดว่า ข้อใดต่อไปนี้ได้ถูกบัญญัติไว้ใน พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญา (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. () เนื้อหาหรือข้อความในการโฆษณาต้องไม่เกินความจริง

2. () เนื้อหาหรือข้อความในการโฆษณาต้องอธิบายถึงคุณสมบัติหรือสาระสำคัญของสินค้าหรือบริการอย่างชัดเจน

3. () เนื้อหาหรือข้อความในการโฆษณาต้องไม่สนับสนุนให้เกิดการกระทำผิดกฎหมายหรือศีลธรรม

4. () เนื้อหาหรือข้อความในการโฆษณาจะต้องไม่ก่อให้เกิดความแตกแยกสามัคคี

11. หากสินค้าที่ท่านซื้อจากผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงเป็นสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ ดังนั้น ฉลากสินค้าที่ดีต้องเป็นภาษาประเทศต้นกำเนิดสินค้าหรือบริการนั้น ๆ ห้ามไม่ให้มีภาษาไทยใช้หรือไม่

1. () ใช่

2. () ไม่ใช่

12. () อุปกรณ์ออกกำลังกาย ยี่ห้อ/บริษัท

13. () การบริการ ยี่ห้อ/บริษัท.....

14. () อื่น ๆ โปรดระบุ.....

2. ท่านรู้จักสินค้าหรือบริการที่เสนอขายผ่านระบบการขายจากแหล่งใด

1. () จากสื่อ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ

2. () จากพนักงานขาย

3. () จากอินเทอร์เน็ต (เว็บไซต์)

4. () จากจดหมายที่ส่งถึงผู้บริโภคโดยตรง

5. () จากเพื่อน

6. () จากพ่อแม่ ญาติ พี่น้อง

7. () อื่น ๆ โปรดระบุ.....

3. สถานที่ที่ท่านเลือกซื้อสินค้าหรือบริการผ่านระบบการขายตรงได้แก่แหล่งใด

1. () จากที่บ้านตนเอง

2. () จากที่ทำงาน

3. () จากอินเทอร์เน็ต (เว็บไซต์)

4. () จากจดหมายส่งถึงผู้ขายโดยตรง

5. () จากโทรศัพท์โทรถึงผู้ขายโดยตรง

6. () จากโทรสาร (แฟกซ์) ส่งถึงผู้ขายโดยตรง

7. () จากร้านตัวแทนขายหรือตัวแทนจำหน่าย

8. () อื่น ๆ โปรดระบุ.....

4. บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการผ่านระบบการขายตรงได้แก่บุคคลใด

1. () ตนเอง

2. () พ่อแม่

3. () ญาติ พี่น้อง

4. () สามี/ภรรยา

5. () เพื่อน

6. () พนักงานขาย

7. () สื่อต่าง ๆ

8. () ดารา นักร้อง บุคคลที่มีชื่อเสียง

9. () อื่น ๆ โปรดระบุ.....

5. ท่านสามารถชำระค่าสินค้าหรือบริการในการซื้อขายผ่านระบบขายตรงในรูปแบบใดได้บ้าง

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. () จ่ายเงินสด

2. () โอนเงินเข้าบัญชีธนาคาร

3. () บัตรเครดิต/บัตรเดบิต

4. () อื่น ๆ โปรดระบุ.....

6. โดยปกติท่านในการซื้อสินค้าผ่านระบบการขายตรง ผลประโยชน์อื่น ๆ เพิ่มเติมจากสินค้าหรือบริการหลักที่ท่านได้รับคืออะไร

- | | |
|---------------------------|--|
| 1. () ได้ส่วนลด | 2. () สามารถผ่อนชำระได้ |
| 3. () ได้รับของแถม | 4. () สามารถสะสมแต้มเพื่อแลกของรางวัล |
| 5. () นำชิ้นส่วนไปชิงโชค | 6. () อื่น โปรดระบุ..... |

7. ปัจจุบันท่านเป็นสมาชิกผู้ประกอบการขายตรงอยู่หรือไม่

1. () ไม่เป็นสมาชิก
2. () เป็นสมาชิก ได้แก่ บริษัท.....
 เหตุผลที่ท่านเป็นสมาชิกเนื่องจาก.....

ชื่อผู้ตอบแบบสอบถาม.....

เบอร์โทรศัพท์.....

☆☆ ขอขอบคุณที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถาม ☆☆

ภาคผนวก ข.

1. ผลการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา เรื่อง “การวิเคราะห์นโยบายภาครัฐที่มีต่อการสนับสนุนและกำกับดูแลต่อธุรกิจขายตรงในประเทศไทย (กรณีศึกษา ตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระ)”
2. ผลการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา เรื่อง “การวิเคราะห์นโยบายภาครัฐที่มีต่อการสนับสนุนและกำกับดูแลต่อธุรกิจขายตรงในประเทศไทย (กรณีศึกษา ผู้บริโภค)”

ผลการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา เรื่อง “การวิเคราะห์นโยบายภาครัฐที่มีต่อการสนับสนุนและกำกับดูแลต่อธุรกิจขายตรงในประเทศไทย (กรณีศึกษา ตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระ)”

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนร้อยละเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	32	32.0
หญิง	68	68.0
รวม	100	100.0

จากตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 68.0 และเป็นเพศชายจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 32.0

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนร้อยละอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
21-30 ปี	40	40.0
31-40 ปี	45	45.0
41-50 ปี	13	13.0
มากกว่า 50 ปี	2	2.0
รวม	100	100.0

จากตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 45.0 รองลงมาอายุ 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 40.0 และอายุ 41 -50 ปี คิดเป็นร้อยละ 13.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนร้อยละระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษา หรือต่ำกว่า	8	8.0
อนุปริญญา	16	16.0
ปริญญาตรี	64	64.0
สูงกว่าปริญญาตรี	12	12.0
รวม	100	100.0

จากตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 64.0 รองลงมา อนุปริญญา คิดเป็นร้อยละ 16.0 และสูงกว่า ปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 12.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนร้อยละรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 25,000 บาท	60	60.0
25,001-55,000 บาท	29	29.0
55,001-75,000 บาท	5	5.0
75,001-100,000 บาท	3	3.0
100,001-300,000 บาท	3	3.0
รวม	100	100.0

จากตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมา 25,001-55,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.0 และ 55,001-75,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 5.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนร้อยละสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	62	62.0
สมรส	33	33.0
หม้าย	4	4.0
หย่าร้าง	1	1.0
รวม	100	100.0

จากตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพ โสด คิดเป็นร้อยละ 62.0 รองลงมา สมรส คิดเป็นร้อยละ 33.0 และ หม้าย คิดเป็นร้อยละ 4.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนร้อยละอาชีพหลักของผู้ตอบแบบสอบถามในปัจจุบัน

อาชีพในปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	3	3.0
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	2	2.0
ข้าราชการ	9	9.0
รับจ้าง	6	6.0
พนักงาน/เจ้าหน้าที่บริษัท	66	66.0
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	6	6.0
แม่บ้าน	3	3.0
เกษียณ/ว่างงาน	1	1.0
อื่น ๆ	4	4.0
รวม	100	100.0

จากตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพขายตรงในปัจจุบัน ได้แก่ พนักงาน/เจ้าหน้าที่บริษัทคิดเป็นร้อยละ 66.0 รองลงมา ข้าราชการ คิดเป็นร้อยละ 9.0 และอันดับที่ 3 ได้แก่ อาชีพรับจ้างและประกอบธุรกิจส่วนตัวในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 6.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนร้อยละอาชีพหลักในปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถาม

อาชีพหลักในปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
ขายตรงอย่างเดียว	17	17.0
ขายตรงและทำอาชีพอื่น	83	83.0
รวม	100	100.0

จากตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพหลักในปัจจุบัน ขายตรงและทำอาชีพอื่น คิดเป็นร้อยละ 83.0 และขายตรงอย่างเดียว คิดเป็นร้อยละ 17.0

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนร้อยละระยะเวลาในการประกอบอาชีพขายตรงของผู้ตอบแบบสอบถาม

ระยะเวลา (ปี)	จำนวน	ร้อยละ
1	37	37.0
2	3	3.0
3	25	25.0
4	12	12.0
5	8	8.0
6	5	5.0
7	2	2.0
8	4	4.0
9	1	1.0
10	1	1.0
รวม	100	100.0

จากตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการประกอบอาชีพขายตรงในปัจจุบันมีระยะเวลา 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.0 รองลงมา 3 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.0 และ 4 ปี คิดเป็นร้อยละ 12.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนร้อยละเป็นตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตัวแทนขายตรง	จำนวน	ร้อยละ
ตัวแทนขายตรง	0	0
ผู้จำหน่ายอิสระ	100	100.0
รวม	95	100.0

จากตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นผู้จำหน่ายอิสระ คิดเป็นร้อยละ 100.00

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนร้อยละตัวแทนขายตรงของบริษัทของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตัวแทนขายตรงของบริษัท	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	47	47.0
ซูเลียน	15	15.0
เอเจล	10	10.0
แอมเวย์	9	9.0
กิฟฟารีน	4	4.0
เซอร์บาไลฟ์	4	4.0
อวียงซ์	3	3.0
นู สกิน	2	2.0
เอมสตาร์	2	2.0
ยูนิซีตี้	1	1.0
สยามนิวตรา	1	1.0
สุพรีเคอร์ม	1	1.0
รวม	100	100.0

จากตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริษัท ซูเลียน คิดเป็นร้อยละ 15.0 รองลงมา ได้แก่บริษัท เอเจล คิดเป็นร้อยละ 10.0 และบริษัท แอมเวย์ จำกัด คิดเป็นร้อยละ 9.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนร้อยละผู้จำหน่ายอิสระของบริษัทของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้จำหน่ายอิสระ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุ	58	58.0
แอมเวย์	18	18.0
ซูเลียน	11	11.0
เอเจล	2	2.0
เอวอน	2	2.0
มีสทีน	2	2.0
ยูนิซีดี	2	2.0
นู สกิน	1	1.0
กิฟฟารีน	1	1.0
คลอโรฟิลล์	1	1.0
ครีมทิม	1	1.0
एमสตาร์	1	1.0
รวม	100.0	100.0

จากตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริษัท แอมเวย์ จำกัด คิดเป็นร้อยละ 18.0 รองลงมาได้แก่บริษัท ซูเลียน คิดเป็นร้อยละ 11.0 และเอเจล เอวอน มีสทีน และยูนิซีดี ในสัดส่วนที่เท่ากันคิดเป็นร้อยละ 2.0

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนร้อยละผู้จำหน่ายอิสระของบริษัทของผู้ตอบแบบสอบถาม

ประเภทสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
เครื่องสำอาง	56	15.2
อาหารเสริม	76	20.6
เครื่องกรองน้ำ	30	8.1
เครื่องกรองอากาศ	29	7.9
เครื่องใช้ส่วนตัว	38	10.3
เครื่องใช้ไฟฟ้า	18	4.9
สื่อการเรียนการสอน	8	2.2
เครื่องใช้ในครัว	25	6.8
สินค้า IT	3	0.8
ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด	39	10.6
อุปกรณ์ช่าง/ระดับยนต์	5	1.4
เครื่องนอนและอุปกรณ์ห้องน้ำ	15	4.1
สินค้าเบ็ดเตล็ด	21	5.7
สินค้าอื่น ๆ	6	1.6
รวม	369	100.0

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายสินค้าประเภทอาหารเสริม คิดเป็นร้อยละ 20.6 รองลงมา ได้แก่ เครื่องสำอาง คิดเป็นร้อยละ 15.2 และผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด คิดเป็นร้อยละ 10.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนร้อยละแรงจูงใจที่สำคัญที่สุดที่ทำให้ท่านตัดสินใจเป็นตัวแทนขายตรงหรือตัวแทนจำหน่ายอิสระของผู้ตอบแบบสอบถาม

แรงจูงใจ	จำนวน	ร้อยละ
รายได้	46	46.0
ความเป็นอิสระ	18	18.0
ความเชื่อมั่นในตราสินค้า	12	12.0
ความเชื่อมั่นในคุณภาพสินค้า	16	16.0
การได้ท่องเที่ยวและพบปะผู้คน	2	2.0
อื่น ๆ	6	6.0
รวม	100	100.0

จากตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีแรงจูงใจที่สำคัญที่สุดที่ตัดสินใจเป็นตัวแทนขายตรงหรือตัวแทนจำหน่ายอิสระได้แก่ รายได้ คิดเป็นร้อยละ 46.0 รองลงมา ความเป็นอิสระ คิดเป็นร้อยละ 18.0 และความเชื่อมั่นในคุณภาพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 16.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนร้อยละหน้าที่ของคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง

หน้าที่ของคณะกรรมการ	จำนวน	ร้อยละ
รับเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภค	51	51.0
ชี้แจงหรือโฆษณาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ	20	20.0
ดูแลและกำกับผู้ประกอบธุรกิจขายตรง	16	16.0
กำหนดระเบียบหรือประกาศเกี่ยวกับการขายตรงและตลาดแบบตรง	6	6.0
พิจารณาการตัดสินใจของนายทะเบียนเกี่ยวกับการขายตรงและตลาดแบบตรง	1	1.0
เสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมและสนับสนุนการประกอบธุรกิจ	2	2.0
เป็นผู้เสนอแนะในเวลาที่คณะรัฐบาลได้ออกกฎกระทรวงในพระราชบัญญัติ	2	2.0
ดูแลให้พนักงานหรือเจ้าหน้าที่จากส่วนราชการอื่นให้ปฏิบัติตาม	2	2.0
รวม	100	100.0

จากตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เชื่อว่าหน้าที่ของคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง ได้แก่ การรับเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภค คิดเป็นร้อยละ 51.0 รองลงมาได้แก่หน้าที่ชี้แจงหรือโฆษณาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ คิดเป็นร้อยละ 20.0 และมีหน้าที่ดูแลและกำกับผู้ประกอบการขายตรง คิดเป็นร้อยละ 16.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 15 แสดงค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระที่มีต่อพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรงที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ

ความคิดเห็นของตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง
การจ่ายค่าตอบแทนให้แก่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระต้องไม่ใช่การจ่ายค่าตอบแทนที่มาจากการแนะนำบุคคลอื่นให้มาสมัครเข้าร่วมเป็นเครือข่ายกับตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระนั้น ๆ(มาตรา 21)	9.890	1.4900	ส่งผลดีมาก
ผู้ประกอบการขายตรงไม่ต้องโน้มน้าวหรือชักจูงให้ผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้ามากเกินไป(มาตรา 21)	9.8687	1.60768	ส่งผลดีมาก
รัฐได้แต่งตั้งคณะกรรมการการตรงและตลาดแบบตรงเพื่อมีอำนาจหน้าที่ในการกำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง(มาตรา 13(3))	9.8300	1.53119	ส่งผลดีมาก
หากผู้ประกอบการขายตรงไม่มาตามคำสั่งคณะกรรมการขายตรงและตลาดขายตรงเพื่ออธิบายเกี่ยวกับหลักฐานที่ใช้พิจารณาในการทำผิด มีโทษจำคุกไม่เกิน1เดือนหรือปรับไม่เกิน 10,00 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ(มาตรา 45)	9.8300	1.53119	ส่งผลดีมาก
การรับประกันสินค้าต้องระบุเป็นภาษาไทยเข้าใจง่ายและชัดเจน (มาตรา 37)	9.7800	1.51478	ส่งผลดีมาก

ความคิดเห็นของตัวแทนขายตรงหรือผู้ จำหน่ายอิสระ	ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ผลที่ได้รับจาก พระราชบัญญัติขาย ตรง และตลาดแบบตรง
ผู้บริโภคมีสิทธิยกเลิกสัญญาการขายหากไม่ พอใจในสินค้าหรือบริการ ภายใน 7 วัน นับตั้งแต่ได้รับสินค้าหรือบริการ(มาตรา 33)	9.7400	1.40432	ส่งผลดีมาก
ตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระต้องแสดง บัตรประชาชนและบัตรประจำตัวผู้จำหน่าย อิสระหรือตัวแทนขายตรงทุกครั้ง (มาตรา 26)	9.7000	1.56670	ส่งผลดีมาก
ผลตอบแทนที่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ ได้รับมาจากการขายสินค้าหรือบริการหรือการ ซื้อสินค้าหรือการบริการเพื่อใช้เองเท่านั้น (มาตรา 21)	9.5800	1.61546	ส่งผลดีมาก
ผู้ประกอบการขายตรงสามารถเก็บค่า สมัคร ค่าฝึกอบรมและค่าวัสดุอุปกรณ์ส่งเสริม การขายหรือค่าธรรมเนียม อื่น ๆ แก่ผู้จำหน่าย อิสระ(มาตรา 22)	9.5354	1.57993	ส่งผลดีมาก
ผู้ประกอบการขายตรง/บริษัทที่ทำธุรกิจขาย ตรงเป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลก็ได้ (มาตรา 20)	9.4747	1.36534	ส่งผลดีมาก
ผู้ประกอบการขายตรง/บริษัทผู้ทำธุรกิจขาย ตรงต้องแสดงวิธีคิดคำนวณการจ่าย ค่าตอบแทนที่ตรงกับความเป็นจริงเปิดเผยและ ชัดเจน(มาตรา21)	9.4100	1.58334	ส่งผลดีมาก
หากผู้บริโภคบอกเลิกสัญญาแล้วตัวแทนขาย หรือผู้จำหน่ายอิสระไม่คืนเงินให้ผู้บริโภค เมื่อ ครบ 15 วัน ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ ต้องเสียดำปรับให้แก่ผู้บริโภค(มาตรา 36)	9.4000	1.47024	ส่งผลดีมาก
การเข้าไปเสนอขายสินค้าให้กับผู้บริโภคต้อง เสนอขายให้ที่บ้านหรือที่ทำงานของผู้บริโภค	9.3333	1.64751	ส่งผลดีมาก

ความคิดเห็นของตัวแทนขายตรงหรือผู้ จำหน่ายอิสระ	ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ผลที่ได้รับจาก พระราชบัญญัติขาย ตรง และตลาดแบบตรง
โดยต้องได้รับคำยินยอมจากผู้บริโภคเท่านั้น (มาตรา 26)			
ในการทำสัญญาระหว่างตัวแทนขายหรือผู้ จำหน่ายอิสระกับผู้บริโภคต้องมีข้อความเป็น ไทยอย่างชัดเจนเกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคใน การเลิกสัญญา (มาตรา 51)	9.2727	1.68316	ส่งผลดีมาก
เมื่อผู้บริโภคแจ้งยกเลิกสัญญาแล้วแต่ทำให้ สินค้าบุบสลายหรือเสียหายผู้บริโภคต้องชดใช้ ค่าเสียหายให้กับตัวแทนขายหรือผู้จำหน่าย อิสระผู้ประกอบการขายตรงไม่ต้องบังคับผู้ จำหน่ายอิสระซื้อสินค้า(มาตรา 21)	9.1531	1.63941	ส่งผลดีปานกลาง
หากผู้ประกอบการขายตรง/บริษัทขายตรงไม่ แจ้งการเปลี่ยนแปลงแผนการจ่ายค่าตอบแทน ให้แก่นายทะเบียนของรัฐได้ทราบ มีโทษปรับ ไม่เกิน 300,000 บาท (มาตรา 52)	9.0900	1.67027	ส่งผลดีปานกลาง
หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ได้รับ อนุญาตจากผู้บริโภคให้เข้าไปเสนอขายสินค้า หรือบริการที่บ้านหรือที่ทำงานซึ่งทำให้ ผู้บริโภคเกิดความรำคาญมีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท (มาตรา 51)	8.9900	1.70261	ส่งผลดีปานกลาง
ผู้จำหน่ายอิสระมีสิทธิคืนสินค้าวัสดุการ ส่งเสริมการขายที่ซื้อจากผู้ประกอบการขาย ตรงภายใน 15 วันนับจากวันที่แจ้งอย่างเป็นทางการแก่ผู้ประกอบการขายตรง (มาตรา 25)	8.9184	1.69702	ส่งผลดีปานกลาง

ความคิดเห็นของตัวแทนขายตรงหรือผู้ จำหน่ายอิสระ	ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ผลที่ได้รับจาก พระราชบัญญัติขาย ตรง และตลาดแบบตรง
เมื่อผู้บริโภคแจ้งยกเลิกสัญญาแล้วต้องส่งคืน สินค้าหรือเก็บรักษาสินค้านั้นไว้ไม่เกิน 21 วัน หากไม่เกิน 21 วัน ผู้ขายยังไม่มารับสินค้า ผู้บริโภคจะเก็บไว้หรือทิ้งก็ได้(มาตรา 34)	8.8800	1.68343	ส่งผลดีปานกลาง
หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่ง เอกสารการขายให้ผู้บริโภคโดยระบุสิทธิหรือ การรับประกันอย่างชัดเจนมีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท (มาตรา 51)	8.8000	1.66363	ส่งผลดีปานกลาง
หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่ง เอกสารการซื้อขายให้ผู้บริโภคมีโทษปรับไม่ เกิน 30,000 บาท (มาตรา 51)	8.7600	1.63991	ส่งผลดีปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	9.3922	1.58151	ส่งผลดีมาก

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระดับความคิดเห็นต่อพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรงเฉลี่ยในระดับส่งผลดีมาก (ค่าเฉลี่ย 9.3922) โดยแยกพิจารณาตามระดับความคิดเห็นได้แก่ พระราชบัญญัติที่ส่งผลในระดับดีมากได้แก่ การจ่ายค่าตอบแทนให้แก่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระต้องไม่ใช่การจ่ายค่าตอบแทนที่มาจากการแนะนำบุคคลอื่นให้มาสมัครเข้าร่วมเป็นเครือข่ายกับตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระนั้น ๆ(มาตรา 21) (ค่าเฉลี่ย 9.890) ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงไม่ต้องโน้มน้าวหรือชักจูงให้ผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้ามากเกินไป(มาตรา 21) (ค่าเฉลี่ย 9.8687) รัฐได้แต่งตั้งคณะกรรมการการตรงและตลาดแบบตรงเพื่อมีอำนาจหน้าที่ในการกำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง(มาตรา 13(3)) (ค่าเฉลี่ย 9.8300) หากผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงไม่มาตามคำสั่งคณะกรรมการขายตรงและตลาดขายตรงเพื่ออธิบายเกี่ยวกับหลักฐานที่ใช้พิจารณาในการทำผิด มีโทษจำคุกไม่เกิน 1 เดือนหรือปรับไม่เกิน 10,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ (มาตรา 45) (ค่าเฉลี่ย 9.8300) การรับประกันสินค้าต้องระบุเป็นภาษาไทยเข้าใจง่ายและชัดเจน (มาตรา 37) (ค่าเฉลี่ย 9.7800) ผู้บริโภคมีสิทธิยกเลิกสัญญาการขายหากไม่พอใจในสินค้าหรือบริการ ภายใน 7 วันนับตั้งแต่ได้รับสินค้าหรือบริการ(มาตรา 33) (ค่าเฉลี่ย 9.7400) ตัวแทนขาย

ตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระต้องแสดงบัตรประชาชนและบัตรประจำตัวผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงทุกครั้ง (มาตรา 26) (ค่าเฉลี่ย 9.7000) ผลตอบแทนที่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระได้รับมาจากการขายสินค้าหรือบริการหรือการซื้อสินค้าหรือการบริการเพื่อใช้เองเท่านั้น(มาตรา 21) (ค่าเฉลี่ย 9.5800) ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงสามารรถเก็บค่าสมัคร ค่าฝึกอบรมและค่าวัสดุอุปกรณ์ส่งเสริมการขายหรือค่าธรรมเนียม อื่น ๆ แก่ผู้จำหน่ายอิสระ(มาตรา 22) (ค่าเฉลี่ย 9.5354) ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง/บริษัทที่ทำธุรกิจขายตรงเป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลก็ได้ (มาตรา 20) (ค่าเฉลี่ย 9.4747) ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง/บริษัทผู้ทำธุรกิจขายตรงต้องแสดงวิธีคิดคำนวณการจ่ายค่าตอบแทนที่ตรงกับความเป็นจริงเปิดเผยและชัดเจน(มาตรา21) (ค่าเฉลี่ย 9.4100) หากผู้บริโภคมองเลิกลักษณะแล้วตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่คืนเงินให้ผู้บริโภค เมื่อครบ 15 วัน ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระต้องเสียค่าปรับให้แก่ผู้บริโภค(มาตรา 36) (ค่าเฉลี่ย 9.4000) การเข้าไปเสนอขายสินค้าให้กับผู้บริโภคต้องเสนอขายให้ที่บ้านหรือที่ทำงานของผู้บริโภคโดยต้องได้รับคำยินยอมจากผู้บริโภคเท่านั้น (มาตรา 26) (ค่าเฉลี่ย 9.3333) ในการทำสัญญาระหว่างตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระกับผู้บริโภคต้องมีข้อความภาษาไทยอย่างชัดเจนเกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคในการเลิกสัญญา (มาตรา 51) (ค่าเฉลี่ย 9.2727)

พระราชบัญญัติที่ส่งผลในระดับปานกลางได้แก่ เมื่อผู้บริโภคแจ้งยกเลิกสัญญาแล้วแต่ทำให้สินค้าบุบสลายหรือเสียหายผู้บริโภคต้องชดใช้ค่าเสียหายให้กับตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงไม่ต้องบังคับผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้า(มาตรา 21) (ค่าเฉลี่ย 9.1531) หากผู้ประกอบธุรกิจขายตรง/บริษัทขายตรงไม่แจ้งการเปลี่ยนแปลงแผนการจ่ายค่าตอบแทนให้แก่นายทะเบียนของรัฐได้ทราบ มีโทษปรับไม่เกิน 300,000 บาท (มาตรา 52) (ค่าเฉลี่ย 9.0900) หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ได้รับอนุญาตจากผู้บริโภคให้เข้าไปเสนอขายสินค้าหรือบริการที่บ้านหรือที่ทำงานซึ่งทำให้ผู้บริโภคเกิดความรำคาญมีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท (มาตรา 51) (ค่าเฉลี่ย 8.9900) ผู้จำหน่ายอิสระมีสิทธิคืนสินค้าวัสดุการส่งเสริมการขายที่ซื้อจากผู้ประกอบธุรกิจขายตรงภายใน 15 วันนับจากวันที่แจ้งอย่างเป็นทางการแก่ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง (มาตรา 25) (ค่าเฉลี่ย 8.9184) เมื่อผู้บริโภคแจ้งยกเลิกสัญญาแล้วต้องส่งคืนสินค้าหรือเก็บรักษาสินค้านั้นไว้ไม่เกิน 21 วัน หากไม่เกิน 21 วัน ผู้ขายยังไม่มารับสินค้าผู้บริโภคจะเก็บไว้หรือทิ้งก็ได้(มาตรา 34) (ค่าเฉลี่ย 8.8800) หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการขายให้ผู้บริโภคโดยระบุสิทธิหรือการรับประกันอย่างชัดเจนมีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท (มาตรา 51) (ค่าเฉลี่ย 8.8000) หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้ผู้บริโภคมีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท (มาตรา 51) (ค่าเฉลี่ย 8.7600)

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการเปรียบเทียบระหว่าง ตัวแปรอิสระและผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง ที่มีต่อการดำเนินงานธุรกิจขายตรง โดย

- | | |
|--|--------------------------------------|
| 5 หมายถึง ส่งผลดีมากที่สุด | -5 หมายถึง ส่งผลเสียต่อท่านมากที่สุด |
| 4 หมายถึง ส่งผลดีมาก | -4 หมายถึง ส่งผลเสียต่อท่านมาก |
| 3 หมายถึง ส่งผลดีปานกลาง | -3 หมายถึง ส่งผลเสียปานกลาง |
| 2 หมายถึง ส่งผลดีน้อย | -2 หมายถึง ส่งผลเสียน้อย |
| 1 หมายถึง ส่งผลดีน้อยที่สุด | -1 หมายถึง ส่งผลเสียน้อยที่สุด |
| 0 หมายถึง ไม่ส่งผลใด ๆ ในการดำเนินธุรกิจ | |

ตารางที่ 16 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง เพศ และ ตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระต้องแสดงบัตรประชาชน และบัตรประจำตัวผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงทุกครั้ง (มาตรา 26)

เพศ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ชาย	1	2	2	6	7	14	32
	3.1%	6.3%	6.3%	18.8%	21.9%	43.8%	100.0%
หญิง	8	2	1	12	17	28	68
	11.8%	2.9%	1.5%	17.6%	25.0%	41.2%	100.0%
รวม	9	4	3	18	24	42	100
	9.0%	4.0%	3.0%	18.0%	24.0%	42.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความเห็นว่า การแสดงบัตร ประชาชน และบัตรประจำตัวผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงทุกครั้งก่อนเข้าพบลูกค้า ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินงานธุรกิจขายตรง คิดเป็นร้อยละ 43.8 และร้อยละ 41.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 17 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง เพศ และ ผู้บริโภคมีสิทธิยกเลิกสัญญาการขายหากไม่พอใจในสินค้าหรือบริการ ภายใน 7 วัน นับตั้งแต่ได้รับสินค้าหรือบริการ (มาตรา 33)

เพศ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ชาย	3		2	2	10	15	32
	9.4%		6.3%	6.3%	31.3%	46.9%	100.0%
หญิง	2	5	4	14	21	22	68
	2.9%	7.4%	5.9%	20.6%	30.9%	32.4%	100.0%
รวม	5	5	6	16	31	37	100
	5.0%	5.0%	6.0%	16.0%	31.0%	37.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความเห็นว่า การที่ผู้บริโภคมีสิทธิยกเลิกสัญญาการขายหากไม่พอใจในสินค้าหรือบริการ ภายใน 7 วัน นับตั้งแต่ได้รับสินค้าหรือบริการ ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินงานธุรกิจขายตรง คิดเป็นร้อยละ 46.9 และร้อยละ 32.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 18 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง เพศ และ หากผู้บริโภคบอกเลิกสัญญาแล้ว ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่คืนเงินให้ผู้บริโภค เมื่อครบ 15 วัน ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระต้องเสียค่าปรับให้แก่ผู้บริโภค (มาตรา 36)

เพศ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ชาย	1	1	3	7	5	15	32
	3.1%	3.1%	9.4%	21.9%	15.6%	46.9%	100.0%
หญิง	5	6	6	19	18	14	68
	7.4%	8.8%	8.8%	27.9%	26.5%	20.6%	100.0%
รวม	6	7	9	26	23	29	100
	6.0%	7.0%	9.0%	26.0%	23.0%	29.0%	100.0%

จากตารางพบว่า เพศชาย ให้ความเห็นว่า หากผู้บริโภคมองเลิกสัญญาแล้ว ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่คืนเงินให้ผู้บริโภค เมื่อครบ 15 วัน ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระต้องเสียค่าปรับให้แก่ผู้บริโภค ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินงานธุรกิจขายตรง คิดเป็นร้อยละ 46.9 ส่วนเพศหญิง ให้ความเห็นว่า หากผู้บริโภคมองเลิกสัญญาแล้ว ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่คืนเงินให้ผู้บริโภค เมื่อครบ 15 วัน ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระต้องเสียค่าปรับให้แก่ผู้บริโภค ส่งผลดีปานกลางต่อการดำเนินงานธุรกิจขายตรง คิดเป็นร้อยละ 27.9

ตารางที่ 19 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง เพศ และ เมื่อผู้บริโภคแจ้งยกเลิกสัญญาแล้วต้องส่งคืนสินค้าหรือเก็บรักษาไว้สินค้านั้นไว้ไม่เกิน 21 วัน หากไม่เกิน 21 วัน ผู้ขายยังไม่มารับสินค้า ผู้บริโภคจะเก็บไว้หรือทิ้งก็ได้ (มาตรา 34)

เพศ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ชาย	2	4	3	6	6	11	32
	6.3%	12.5%	9.4%	18.8%	18.8%	34.4%	100.0%
หญิง	10	8	14	10	15	11	68
	14.7%	11.8%	20.6%	14.7%	22.1%	16.2%	100.0%
รวม	12	12	17	16	21	22	100
	12.0%	12.0%	17.0%	16.0%	21.0%	22.0%	100.0%

จากตารางพบว่า เพศชาย ให้ความเห็นว่า เมื่อผู้บริโภคแจ้งยกเลิกสัญญาแล้วต้องส่งคืนสินค้าหรือเก็บรักษาไว้สินค้านั้นไว้ไม่เกิน 21 วัน หากไม่เกิน 21 วัน ผู้ขายยังไม่มารับสินค้า ผู้บริโภคจะเก็บไว้หรือทิ้งก็ได้ ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินงานธุรกิจขายตรง คิดเป็นร้อยละ 34.4 ส่วนเพศหญิง ให้ความเห็นว่า เมื่อผู้บริโภคแจ้งยกเลิกสัญญาแล้วต้องส่งคืนสินค้าหรือเก็บรักษาไว้สินค้านั้นไว้ไม่เกิน 21 วัน หากไม่เกิน 21 วัน ผู้ขายยังไม่มารับสินค้า ผู้บริโภคจะเก็บไว้หรือทิ้งก็ได้ ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินงานธุรกิจขายตรง คิดเป็นร้อยละ 22.1

ตารางที่ 20 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง เพศ และ เมื่อผู้บริโภคนำเงินฝากออมทรัพย์แล้วแต่ทำให้สินค้านั้นสูญหายหรือเสียหาย ผู้บริโภคต้องชดเชยค่าเสียหายให้แก่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ

เพศ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ชาย	3	3	5	6	8	7	32
	9.4%	9.4%	15.6%	18.8%	25.0%	21.9%	100.0%
หญิง	9	4	5	9	25	14	66
	13.6%	6.1%	7.6%	13.6%	37.9%	21.2%	100.0%
รวม	12	7	10	15	33	21	98
	12.2%	7.1%	10.2%	15.3%	33.7%	21.4%	100.0%

จากตารางพบว่า ทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความเห็นว่า เมื่อผู้บริโภคนำเงินฝากออมทรัพย์แล้วแต่ทำให้สินค้านั้นสูญหายหรือเสียหาย ผู้บริโภคต้องชดเชยค่าเสียหายให้แก่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินงานธุรกิจขายตรง คิดเป็นร้อยละ 25.0 และร้อยละ 37.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 22 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง เพศ และ ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงต้องไม่บังคับผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้า (มาตรา 21)

เพศ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ชาย	4	2	1	2	5	18	32
	12.5%	6.3%	3.1%	6.3%	15.6%	56.3%	100.0%
หญิง	5	1	4	9	13	35	67
	7.5%	1.5%	6.0%	13.4%	19.4%	52.2%	100.0%
รวม	9	3	5	11	18	53	99
	9.1%	3.0%	5.1%	11.1%	18.2%	53.5%	100.0%

จากตารางพบว่า ทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความเห็นว่า ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงต้องไม่บังคับผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้า ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินงานธุรกิจขายตรง คิดเป็นร้อยละ 56.3 และร้อยละ 52.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 23 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง เพศ และ ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงต้องไม่โน้มน้าวหรือชักจูงให้ผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้ามากเกินไปจนความจำเป็น (มาตรา 21)

เพศ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ชาย	2	2	3	4	9	12	32
	6.3%	6.3%	9.4%	12.5%	28.1%	37.5%	100.0%
หญิง	6	3	9	6	20	23	67
	9.0%	4.5%	13.4%	9.0%	29.9%	34.3%	100.0%
รวม	8	5	12	10	29	35	99
	8.1%	5.1%	12.1%	10.1%	29.3%	35.4%	100.0%

จากตารางพบว่า ทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความเห็นว่า ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงต้องไม่โน้มน้าวหรือชักจูงให้ผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้ามากเกินไปจนความจำเป็น ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินงานธุรกิจขายตรง คิดเป็นร้อยละ 37.5 และร้อยละ 34.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 24 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง เพศ และ ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงสามารถเก็บค่าสมัคร ค่าฝึกอบรม และค่าวัสดุอุปกรณ์การส่งเสริมการขายหรือค่าธรรมเนียม อื่น ๆ แก่ผู้จำหน่ายอิสระ (มาตรา 22)

เพศ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ชาย	6	6	4	5	4	6	31
	19.4%	19.4%	12.9%	16.1%	12.9%	19.4%	100.0%
หญิง	7	4	9	16	14	17	67
	10.4%	6.0%	13.4%	23.9%	20.9%	25.4%	100.0%
รวม	13	10	13	21	18	23	98
	13.3%	10.2%	13.3%	21.4%	18.4%	23.5%	100.0%

จากตารางพบว่า เพศชาย ให้ความเห็นว่า ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงสามารถเก็บค่าสมัคร ค่าฝึกอบรม และค่าวัสดุอุปกรณ์การส่งเสริมการขายหรือค่าธรรมเนียม อื่น ๆ แก่ผู้จำหน่ายอิสระ ส่งผลดีมากที่สุด และไม่มีส่งผลใด ๆ ต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 19.4 ส่วนเพศหญิง ให้ความเห็นว่า ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงสามารถเก็บค่าสมัคร ค่าฝึกอบรม และค่าวัสดุอุปกรณ์การส่งเสริมการขายหรือค่าธรรมเนียม อื่น ๆ แก่ผู้จำหน่ายอิสระ ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินงานธุรกิจขายตรง คิดเป็นร้อยละ 25.4

ตารางที่ 25 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง เพศ และ ผู้จำหน่ายอิสระมีสิทธิคืนสินค้า วัสดุการส่งเสริมการขาย ที่ซื้อจากผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงภายใน 15 วันนับจากวันที่แจ้งอย่างเป็นทางการ แก่ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง (มาตรา 25)

เพศ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ชาย	1	4	1	6	12	8	32
	3.1%	12.5%	3.1%	18.8%	37.5%	25.0%	100.0%
หญิง	4	1	9	15	22	16	67
	6.0%	1.5%	13.4%	22.4%	32.8%	23.9%	100.0%
รวม	5	5	10	21	34	24	99
	5.1%	5.1%	10.1%	21.2%	34.3%	24.2%	100.0%

จากตารางพบว่า ทั้งเพศชาย และเพศหญิงให้ความเห็นว่า ผู้จำหน่ายอิสระมีสิทธิคืนสินค้า วัสดุการส่งเสริมการขาย ที่ซื้อจากผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงภายใน 15 วันนับจากวันที่แจ้งอย่างเป็นทางการ แก่ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง ส่งผลดีมาก ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 37.0 และ 32.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 26 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง เพศ และ ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง/บริษัทที่ทำธุรกิจขายตรง เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลก็ได้ (มาตรา 20)

เพศ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ชาย	3	6	2	6	5	10	32
	9.4%	18.8%	6.3%	18.8%	15.6%	31.3%	100.0%
หญิง	6	4	5	11	20	21	67
	9.0%	6.0%	7.5%	16.4%	29.9%	31.3%	100.0%
รวม	9	10	7	17	25	31	99
	9.1%	10.1%	7.1%	17.2%	25.3%	31.3%	100.0%

จากตารางพบว่า ทั้งเพศชาย และเพศหญิงให้ความเห็นว่า ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง/บริษัทที่ทำธุรกิจขายตรง เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลก็ได้ ส่งผลดีมากที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 31.3

ตารางที่ 27 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง เพศ และ การเข้าไปเสนอขายสินค้าให้กับผู้บริโภค ต้องเสนอขายที่บ้าน หรือที่ทำงานของผู้บริโภค โดยต้องได้รับคำยินยอมจากผู้บริโภคเท่านั้น (มาตรา 26)

เพศ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ชาย	4	4	1	7	6	10	32
	12.5%	12.5%	3.1%	21.9%	18.8%	31.3%	100.0%
หญิง	8	4	2	17	16	20	67
	11.9%	6.0%	3.0%	25.4%	23.9%	29.9%	100.0%
รวม	12	8	3	24	22	30	99
	12.1%	8.1%	3.0%	24.2%	22.2%	30.3%	100.0%

จากตารางพบว่า ทั้งเพศชาย และเพศหญิงให้ความเห็นว่า การเข้าไปเสนอขายสินค้าให้กับผู้บริโภค ต้องเสนอขายที่บ้าน หรือที่ทำงานของผู้บริโภค โดยต้องได้รับคำยินยอมจากผู้บริโภคเท่านั้น ส่งผลดีมากที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 31.3 และ 29.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 28 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง เพศ และ ในการทำสัญญาระหว่างตัวแทนขายหรือผู้
จำหน่ายอิสระกับผู้บริโภคร ต้องมีข้อความเป็นภาษาไทยอย่างชัดเจนเกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคใน
การเลิกสัญญา (มาตรา 51)

เพศ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ชาย	1	5	1	5	6	14	32
	3.1%	15.6%	3.1%	15.6%	18.8%	43.8%	100.0%
หญิง	5	2	2	11	17	31	68
	7.4%	2.9%	2.9%	16.2%	25.0%	45.6%	100.0%
รวม	6	7	3	16	23	45	100
	6.0%	7.0%	3.0%	16.0%	23.0%	45.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ทั้งเพศชาย และเพศหญิงให้ความเห็นว่า ในการทำสัญญาระหว่างตัวแทน
ขายหรือผู้จำหน่ายอิสระกับผู้บริโภค ต้องมีข้อความเป็นภาษาไทยอย่างชัดเจนเกี่ยวกับสิทธิของ
ผู้บริโภคในการเลิกสัญญา ส่งผลดีมากที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 43.8 และ 45.6
ตามลำดับ

ตารางที่ 29 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง เพศ และ การรับประกันสินค้าต้องระบุเป็นภาษาไทยที่
เข้าใจง่ายและชัดเจน (มาตรา 37)

เพศ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ชาย	2	2	4	3	3	18	32
	6.3%	6.3%	12.5%	9.4%	9.4%	56.3%	100.0%
หญิง	3	2	5	12	10	36	68
	4.4%	2.9%	7.4%	17.6%	14.7%	52.9%	100.0%
รวม	5	4	9	15	13	54	100
	5.0%	4.0%	9.0%	15.0%	13.0%	54.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ทั้งเพศชาย และเพศหญิงให้ความเห็นว่า การรับประกันสินค้าต้องระบุเป็นภาษาไทยที่เข้าใจง่ายและชัดเจน ส่งผลดีมากที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 56.3 และ 52.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 30 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง เพศ และ การจ่ายค่าตอบแทนให้แก่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ ต้องไม่ใช่การจ่ายค่าตอบแทนที่มาจากการแนะนำบุคคลอื่นให้มาสมัครเข้าร่วมเป็นเครือข่ายกับตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระนั้น ๆ (มาตรา 21)

เพศ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ชาย	3	2	1	6	7	13	32
	9.4%	6.3%	3.1%	18.8%	21.9%	40.6%	100.0%
หญิง	4	7	4	14	9	30	68
	5.9%	10.3%	5.9%	20.6%	13.2%	44.1%	100.0%
รวม	7	9	5	20	16	43	100
	7.0%	9.0%	5.0%	20.0%	16.0%	43.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ทั้งเพศชาย และเพศหญิงให้ความเห็นว่า การจ่ายค่าตอบแทนให้แก่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ ต้องไม่ใช่การจ่ายค่าตอบแทนที่มาจากการแนะนำบุคคลอื่นให้มาสมัครเข้าร่วมเป็นเครือข่ายกับตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระนั้น ๆ ส่งผลดีมากที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 40.6 และ 44.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 31 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง เพศ และ ผลตอบแทนที่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระได้รับต้องมาจากการขายสินค้าหรือบริการหรือการซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อใช้เองเท่านั้น (มาตรา 21)

เพศ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ชาย	3	3	4	4	5	13	32
	9.4%	9.4%	12.5%	12.5%	15.6%	40.6%	100.0%
หญิง	4	5	7	16	14	22	68
	5.9%	7.4%	10.3%	23.5%	20.6%	32.4%	100.0%
รวม	7	8	11	20	19	35	100
	7.0%	8.0%	11.0%	20.0%	19.0%	35.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ทั้งเพศชาย และเพศหญิงให้ความเห็นว่า ผลตอบแทนที่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระได้รับต้องมาจากการขายสินค้าหรือบริการหรือการซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อใช้เองเท่านั้น ส่งผลดีมากที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 40.66 และ 32.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 32 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง เพศ และ ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง/บริษัทผู้ทำธุรกิจขายตรงต้องแสดงวิธีคิดคำนวณการจ่ายค่าตอบแทนที่ตรงกับความเป็นจริง เปิดเผยและชัดเจน (มาตรา 21)

เพศ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ชาย	3	3		2	7	17	32
	9.4%	9.4%		6.3%	21.9%	53.1%	100.0%
หญิง	4	3	2	12	17	30	68
	5.9%	4.4%	2.9%	17.6%	25.0%	44.1%	100.0%
รวม	7	6	2	14	24	47	100
	7.0%	6.0%	2.0%	14.0%	24.0%	47.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ทั้งเพศชาย และเพศหญิงให้ความเห็นว่า ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง/บริษัท ผู้ทำธุรกิจขายตรงต้องแสดงวิธีคิดคำนวณการจ่ายค่าตอบแทนที่ตรงกับความเป็นจริง เปิดเผยและชัดเจน ส่งผลดีมากที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 53.1 และ 44.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 33 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง เพศ และ รัฐได้แต่งตั้ง คณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง เพื่อมีอำนาจหน้าที่ในการกำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง (มาตรา 13(3))

เพศ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ชาย	3	3		2	7	17	32
	9.4%	9.4%		6.3%	21.9%	53.1%	100.0%
หญิง	4	3	2	12	17	30	68
	5.9%	4.4%	2.9%	17.6%	25.0%	44.1%	100.0%
รวม	7	6	2	14	24	47	100
	7.0%	6.0%	2.0%	14.0%	24.0%	47.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ทั้งเพศชาย และเพศหญิงให้ความเห็นว่า รัฐได้แต่งตั้ง คณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง เพื่อมีอำนาจหน้าที่ในการกำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง ส่งผลดีมากที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 53.1 และ 44.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 34 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง เพศ และ หากผู้ประกอบการขายตรงไม่มาตามคำสั่งคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงเพื่ออธิบายเกี่ยวกับหลักฐานที่ใช้พิจารณาในการทำผิด มีโทษจำคุกไม่เกิน 1 เดือนหรือปรับไม่เกิน 10,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ (มาตรา 45)

เพศ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ชาย	5	6	1	9	2	9	32
	15.6%	18.8%	3.1%	28.1%	6.3%	28.1%	100.0%
หญิง	8	3	12	13	15	17	68
	11.8%	4.4%	17.6%	19.1%	22.1%	25.0%	100.0%
รวม	13	9	13	22	17	26	100
	13.0%	9.0%	13.0%	22.0%	17.0%	26.0%	100.0%

จากตารางพบว่า เพศชาย ให้ความเห็นว่า หากผู้ประกอบการขายตรงไม่มาตามคำสั่งคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงเพื่ออธิบายเกี่ยวกับหลักฐานที่ใช้พิจารณาในการทำผิด มีโทษจำคุกไม่เกิน 1 เดือนหรือปรับไม่เกิน 10,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ส่งผลดีมากที่สุด และส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 28.1 และเพศหญิง ให้ความเห็นว่า หากผู้ประกอบการขายตรงไม่มาตามคำสั่งคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงเพื่ออธิบายเกี่ยวกับหลักฐานที่ใช้พิจารณาในการทำผิด มีโทษจำคุกไม่เกิน 1 เดือนหรือปรับไม่เกิน 10,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 25.0

ตารางที่ 35 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง เพศ และ หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ได้รับอนุญาตจากผู้บริโภคให้เข้าไปเสนอขายสินค้าหรือบริการที่บ้านหรือที่ทำงาน ซึ่งทำให้ผู้บริโภคเกิดความรำคาญมีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท (มาตรา 51)

เพศ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ชาย	4	4	3	6	6	9	32
	12.5%	12.5%	9.4%	18.8%	18.8%	28.1%	100.0%
หญิง	8	11	10	17	13	9	68
	11.8%	16.2%	14.7%	25.0%	19.1%	13.2%	100.0%
รวม	12	15	13	23	19	18	100
	12.0%	15.0%	13.0%	23.0%	19.0%	18.0%	100.0%

จากตารางพบว่า เพศชาย ให้ความเห็นว่า หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ได้รับอนุญาตจากผู้บริโภคให้เข้าไปเสนอขายสินค้าหรือบริการที่บ้านหรือที่ทำงาน ซึ่งทำให้ผู้บริโภคเกิดความรำคาญมีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท ส่งผลดีมากที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 28.1 และเพศหญิง ให้ความเห็นว่า หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ได้รับอนุญาตจากผู้บริโภคให้เข้าไปเสนอขายสินค้าหรือบริการที่บ้านหรือที่ทำงาน ซึ่งทำให้ผู้บริโภคเกิดความรำคาญมีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท ส่งผลดีปานกลางต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 25.0

ตารางที่ 36 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง เพศ และ หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้ผู้บริโภค มีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท (มาตรา 51)

เพศ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ชาย	3	3	4	10	3	9	32
	9.4%	9.4%	12.5%	31.3%	9.4%	28.1%	100.0%
หญิง	9	10	12	13	11	13	68
	13.2%	14.7%	17.6%	19.1%	16.2%	19.1%	100.0%
รวม	12	13	16	23	14	22	100
	12.0%	13.0%	16.0%	23.0%	14.0%	22.0%	100.0%

จากตารางพบว่า เพศชาย ให้ความเห็นว่า หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้ผู้บริโภค มีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท ส่งผลดีปานกลาง ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 31.3 และเพศหญิง ให้ความเห็นว่า หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้ผู้บริโภค มีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท ส่งผลดีมากที่สุด และส่งผลดีปานกลางต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 19.1

ตารางที่ 37 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง เพศ และ หากผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง/บริษัทขายตรง ไม่แจ้งการเปลี่ยนแปลงแผนการจ่ายค่าตอบแทนให้แก่นายทะเบียนของรัฐได้ทราบ มีโทษปรับไม่เกิน 300,000 บาท (มาตรา 52)

เพศ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง											รวม
	-5.00	-4.00	-3.00	-2.00	-1.00	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ชาย	1	1	1	2	1	3	2	2	7	1	11	32
	3.1%	3.1%	3.1%	6.3%	3.1%	9.4%	6.3%	6.3%	21.9%	3.1%	34.4%	100.0%
หญิง	5	5	1	1	3	9	4	4	11	9	16	68
	7.4%	7.4%	1.5%	1.5%	4.4%	13.2%	5.9%	5.9%	16.2%	13.2%	23.5%	100.0%
รวม	6	6	2	3	4	12	6	6	18	10	27	100
	6.0%	6.0%	2.0%	3.0%	4.0%	12.0%	6.0%	6.0%	18.0%	10.0%	27.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความเห็นว่า หากผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง/บริษัทขายตรง ไม่แจ้งการเปลี่ยนแปลงแผนการจ่ายค่าตอบแทนให้แก่นายทะเบียนของรัฐได้ทราบ มีโทษปรับไม่เกิน 300,000 บาท ส่งผลดีมากที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 34.4 และ ร้อยละ 23.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 38 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง อายุ และ ตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระต้องแสดง บัตรประชาชน และบัตรประจำตัวผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงทุกครั้ง (มาตรา 26)

อายุ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ต่ำกว่า 20 ปี	1						1
	100.0%						100.0%
21-30 ปี	3	1	2	11	9	13	39
	7.7%	2.6%	5.1%	28.2%	23.1%	33.3%	100.0%
31-40 ปี	5	1	1	5	9	24	45
	11.1%	2.2%	2.2%	11.1%	20.0%	53.3%	100.0%
41-50 ปี		2		2	6	3	13
		15.4%		15.4%	46.2%	23.1%	100.0%
มากกว่า 50 ปี						2	2
						100.0%	100.0%
รวม	9	4	3	18	24	42	100
	9.0%	4.0%	3.0%	18.0%	24.0%	42.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ช่วงอายุ 21-30 ปี 31-40 ปี 41-50 ปี และมากกว่า 50 ปี ให้ความเห็นว่า ตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระต้องแสดงบัตรประชาชน และบัตรประจำตัวผู้จำหน่ายอิสระ หรือตัวแทนขายตรงทุกครั้ง ส่งผลดีมากที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 33.3 53.3 23.1 และ 100.0 ตามลำดับ ส่วนช่วงอายุ ต่ำกว่า 20 ปี ให้ความเห็นว่า ตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระต้องแสดงบัตรประชาชน และบัตรประจำตัวผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงทุกครั้ง ไม่ส่งผลใด ๆ ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 100.0

ตารางที่ 39 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง อายุ และ ผู้บริโภคมีสิทธิยกเลิกสัญญาการขายหากไม่พอใจในสินค้าหรือบริการ ภายใน 7 วัน นับตั้งแต่ได้รับสินค้าหรือบริการ (มาตรา 33)

อายุ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ต่ำกว่า 20 ปี						1	1
						100.0%	100.0%
21-30 ปี	2	4	3	9	9	12	39
	5.1%	10.3%	7.7%	23.1%	23.1%	30.8%	100.0%
31-40 ปี	2		2	7	16	18	45
	4.4%		4.4%	15.6%	35.6%	40.0%	100.0%
41-50 ปี	1	1			5	6	13
	7.7%	7.7%			38.5%	46.2%	100.0%
มากกว่า 50 ปี			1		1		2
			50.0%		50.0%		100.0%
รวม	5	5	6	16	31	37	100
	5.0%	5.0%	6.0%	16.0%	31.0%	37.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปี 21-30 ปี 31-40 ปี และ 41-50 ปี ให้ความเห็นว่า ผู้บริโภคมีสิทธิยกเลิกสัญญาการขายหากไม่พอใจในสินค้าหรือบริการ ภายใน 7 วัน นับตั้งแต่ได้รับสินค้าหรือบริการ ส่งผลดีมากที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 100.0 30.8 40.0 และ 46.2 ตามลำดับ ส่วนช่วงอายุมากกว่า 50 ปี ให้ความเห็นว่า ตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระ ต้องแสดงบัตรประชาชน และบัตรประจำตัวผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงทุกครั้ง ส่งผลดีปานกลาง และส่งผลดีน้อย ต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 50.0

ตารางที่ 40 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง อายุ และ หากผู้บริโภคมองเลิกสัญญาแล้ว ตัวแทนขาย หรือผู้จำหน่ายอิสระไม่คืนเงินให้ผู้บริโภค เมื่อครบ 15 วัน ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระต้องเสียค่าปรับให้แก่ผู้บริโภค (มาตรา 36)

อายุ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ต่ำกว่า 20 ปี						1	1
						100.0%	100.0%
21-30 ปี	2	4	5	15	2	11	39
	5.1%	10.3%	12.8%	38.5%	5.1%	28.2%	100.0%
31-40 ปี	3	2	3	8	14	15	45
	6.7%	4.4%	6.7%	17.8%	31.1%	33.3%	100.0%
41-50 ปี	1	1		2	7	2	13
	7.7%	7.7%		15.4%	53.8%	15.4%	100.0%
มากกว่า 50 ปี			1	1			2
			50.0%	50.0%			100.0%
รวม	6	7	9	26	23	29	100
	6.0%	7.0%	9.0%	26.0%	23.0%	29.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ช่วงอายุ ต่ำกว่า 20 ปี และช่วงอายุ 31-40 ปี ให้ความเห็นว่า หากผู้บริโภค มองเลิกสัญญาแล้ว ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่คืนเงินให้ผู้บริโภค เมื่อครบ 15 วัน ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระต้องเสียค่าปรับให้แก่ผู้บริโภค ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็น ร้อยละ 100.0 และ 33.3 ส่วนช่วงอายุ 21-30 ปี ให้ความเห็นว่า หากผู้บริโภคมองเลิกสัญญาแล้ว ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่คืนเงินให้ผู้บริโภค เมื่อครบ 15 วัน ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระต้องเสียค่าปรับให้แก่ผู้บริโภค ส่งผลดีปานกลางต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 38.5 ช่วงอายุ 41-50 ปี ให้ความเห็นว่า หากผู้บริโภคมองเลิกสัญญาแล้ว ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่คืนเงินให้ผู้บริโภค เมื่อครบ 15 วัน ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระต้องเสียค่าปรับให้แก่ผู้บริโภค ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 53.8 และช่วงอายุ มากกว่า 50 ปี ให้ความเห็นว่า หากผู้บริโภคมองเลิกสัญญาแล้ว ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่คืนเงินให้ผู้บริโภค เมื่อครบ 15 วัน

ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระต้องเสียค่าปรับให้แก่ผู้บริโภค ส่งผลดีปานกลางและส่งผลดีน้อยต่อการดำเนินธุรกิจในส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 50.0

ตารางที่ 41 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง อายุ และ เมื่อผู้บริโภคแจ้งยกเลิกสัญญาแล้วต้องส่งคืนสินค้าหรือเก็บรักษาไว้สินค้านั้นไว้ไม่เกิน 21 วัน หากไม่เกิน 21 วัน ผู้ขายยังไม่มารับสินค้า ผู้บริโภคจะเก็บไว้หรือทิ้งก็ได้ (มาตรา 34)

อายุ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ต่ำกว่า 20 ปี	1						1
	100.0%						100.0%
21-30 ปี	5	4	7	9	8	6	39
	12.8%	10.3%	17.9%	23.1%	20.5%	15.4%	100.0%
31-40 ปี	4	5	8	5	9	14	45
	8.9%	11.1%	17.8%	11.1%	20.0%	31.1%	100.0%
41-50 ปี	2	2	2	1	4	2	13
	15.4%	15.4%	15.4%	7.7%	30.8%	15.4%	100.0%
มากกว่า 50 ปี		1		1			2
		50.0%		50.0%			100.0%
รวม	12	12	17	16	21	22	100
	12.0%	12.0%	17.0%	16.0%	21.0%	22.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ช่วงอายุ ต่ำกว่า 20 ปี ให้ความเห็นว่า เมื่อผู้บริโภคแจ้งยกเลิกสัญญาแล้วต้องส่งคืนสินค้าหรือเก็บรักษาไว้สินค้านั้นไว้ไม่เกิน 21 วัน หากไม่เกิน 21 วัน ผู้ขายยังไม่มารับสินค้า ผู้บริโภคจะเก็บไว้หรือทิ้งก็ได้ ไม่ส่งผลใด ๆ ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 100.0 ช่วงอายุ 21-30 ปี ให้ความเห็นว่า เมื่อผู้บริโภคแจ้งยกเลิกสัญญาแล้วต้องส่งคืนสินค้าหรือเก็บรักษาไว้สินค้านั้นไว้ไม่เกิน 21 วัน หากไม่เกิน 21 วัน ผู้ขายยังไม่มารับสินค้า ผู้บริโภคจะเก็บไว้หรือทิ้งก็ได้ ส่งผลดีปานกลาง ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 23.1 อายุ 31-40 ปี ให้ความเห็นว่า เมื่อผู้บริโภคแจ้งยกเลิกสัญญาแล้วต้องส่งคืนสินค้าหรือเก็บรักษาไว้สินค้านั้นไว้ไม่เกิน 21 วัน หากไม่เกิน 21 วัน ผู้ขายยังไม่มารับสินค้า ผู้บริโภคจะเก็บไว้หรือทิ้งก็ได้ ส่งผลดีมากที่สุด ต่อการดำเนิน

ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 31.1 อายุ 41-50 ปี ให้ความเห็นว่า เมื่อผู้บริโภคนำเงินฝากออมทรัพย์แล้วต้อง
 ส่งคืนสินค้าหรือเก็บรักษาไว้สินค้านั้นไว้ไม่เกิน 21 วัน หากไม่เกิน 21 วัน ผู้ขายยังไม่มารับสินค้า
 ผู้บริโภคจะเก็บไว้หรือทิ้งก็ได้ ส่งผลดีมาก ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 30.8 และอายุ
 มากกว่า 50 ปี ให้ความเห็นว่า เมื่อผู้บริโภคนำเงินฝากออมทรัพย์แล้วต้องส่งคืนสินค้าหรือเก็บรักษาไว้
 สินค้านั้นไว้ไม่เกิน 21 วัน หากไม่เกิน 21 วัน ผู้ขายยังไม่มารับสินค้า ผู้บริโภคจะเก็บไว้หรือทิ้งก็ได้
 ส่งผลดีส่งผลดีปานกลางและส่งผลดีน้อยที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 50.0

ตารางที่ 42 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง อายุ และ เมื่อผู้บริโภคนำเงินฝากออมทรัพย์แล้วแต่ทำให้
 สินค้านั้นบอบสลายหรือเสียหาย ผู้บริโภคต้องชดเชยค่าเสียหายให้แก่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่าย
 อีสระ

อายุ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ต่ำกว่า 20 ปี		1					1
		100.0%					100.0%
21-30 ปี	4	2	3	6	15	8	38
	10.5%	5.3%	7.9%	15.8%	39.5%	21.1%	100.0%
31-40 ปี	5	2	6	4	15	12	44
	11.4%	4.5%	13.6%	9.1%	34.1%	27.3%	100.0%
41-50 ปี	3	2	1	4	2	1	13
	23.1%	15.4%	7.7%	30.8%	15.4%	7.7%	100.0%
มากกว่า 50 ปี				1	1		2
				50.0%	50.0%		100.0%
รวม	12	7	10	15	33	21	98
	12.2%	7.1%	10.2%	15.3%	33.7%	21.4%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ ต่ำกว่า 20 ปี ให้ความเห็นว่า เมื่อผู้บริโภคนำเงินฝากออมทรัพย์แล้วแต่ทำให้สินค้านั้นบอบสลายหรือเสียหาย ผู้บริโภคต้องชดเชยค่าเสียหายให้แก่
 ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอีสระ ส่งผลดีน้อยที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 100.0 ช่วง
 อายุ 21-30 ปี และ 31-40 ปี เมื่อผู้บริโภคนำเงินฝากออมทรัพย์แล้วแต่ทำให้สินค้านั้นบอบสลายหรือ

เสียหาย ผู้บริโภคต้องชดเชยค่าเสียหายให้แก่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ ส่งผลดีมาก ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 39.5 และ 34.1 ช่วงอายุ 41-50 ปี เมื่อผู้บริโภคแจ้งยกเลิกสัญญาแล้วแต่ทำให้สินค้านั้นบุบสลายหรือเสียหาย ผู้บริโภคต้องชดเชยค่าเสียหายให้แก่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ ส่งผลดีปานกลาง ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 30.8 และช่วงอายุมากกว่า 50 ปี ให้ความเห็นว่า เมื่อผู้บริโภคแจ้งยกเลิกสัญญาแล้วแต่ทำให้สินค้านั้นบุบสลายหรือเสียหาย ผู้บริโภคต้องชดเชยค่าเสียหายให้แก่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ ส่งผลดีปานกลางและส่งผลดีมาก ต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 50.0

ตารางที่ 43 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง อายุ และ ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงต้องไม่บังคับผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้า (มาตรา 21)

อายุ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ต่ำกว่า 20 ปี						1	1
						100.0%	100.0%
21-30 ปี	2	2	4	3	6	21	38
	5.3%	5.3%	10.5%	7.9%	15.8%	55.3%	100.0%
31-40 ปี	6	1	1	7	6	24	45
	13.3%	2.2%	2.2%	15.6%	13.3%	53.3%	100.0%
41-50 ปี	1				6	6	13
	7.7%				46.2%	46.2%	100.0%
มากกว่า 50 ปี				1		1	2
				50.0%		50.0%	100.0%
	9	3	5	11	18	53	99
รวม	9.1%	3.0%	5.1%	11.1%	18.2%	53.5%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ ต่ำกว่า 20 ปี 21-30 ปี 31-40 ปี ให้ความเห็นว่าผู้ประกอบธุรกิจขายตรงต้องไม่บังคับผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้า ส่งผลดีมากที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 100.0 ร้อยละ 55.3 และร้อยละ 55.3 ตามลำดับ ช่วงอายุ 41-50 ปี ให้ความเห็นว่าผู้ประกอบธุรกิจขายตรงต้องไม่บังคับผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้า ส่งผลดีมากที่สุด และส่งผลดีมาก ต่อ

การดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 46.2 และช่วงอายุมากกว่า 50 ปี ให้ความเห็นว่า ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงต้องไม่บังคับผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้า ส่งผลดีปานกลาง และส่งผลดีมาก ที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 50.0

ตารางที่ 44 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง อายุ และ ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงต้องไม่โน้มน้าวหรือ ชักจูงให้ผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้ามากเกินไปจนเกินความจำเป็น (มาตรา 21)

อายุ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ต่ำกว่า 20 ปี						1	1
						100.0%	100.0%
21-30 ปี	4	2	6	4	11	11	38
	10.5%	5.3%	15.8%	10.5%	28.9%	28.9%	100.0%
31-40 ปี	4	2	6	5	9	19	45
	8.9%	4.4%	13.3%	11.1%	20.0%	42.2%	100.0%
41-50 ปี		1			8	4	13
		7.7%			61.5%	30.8%	100.0%
มากกว่า 50 ปี				1	1		2
				50.0%	50.0%		100.0%
รวม	8	5	12	10	29	35	99
	8.1%	5.1%	12.1%	10.1%	29.3%	35.4%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ ต่ำกว่า 20 ปี 21-30 ปี 31-40 ปี ให้ความเห็นว่า ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงต้องไม่โน้มน้าวหรือชักจูงให้ผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้ามากเกินไปจนเกินความจำเป็น ส่งผลดีมากที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 100.0 ร้อยละ 28.9 และร้อยละ 42.2 ตามลำดับ ช่วงอายุ 41-50 ปี ให้ความเห็นว่าผู้ประกอบธุรกิจขายตรงต้องไม่โน้มน้าวหรือชักจูงให้ผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้ามากเกินไปจนเกินความจำเป็น ส่งผลดีมาก ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 61.5 และช่วงอายุมากกว่า 50 ปี ให้ความเห็นว่าผู้ประกอบธุรกิจขายตรงต้องไม่โน้มน้าวหรือชักจูงให้ผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้ามากเกินไปจนเกินความจำเป็น ส่งผลดีปานกลาง และส่งผลดีมาก ต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 50.0

ตารางที่ 45 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง อายุ และ ผู้ประกอบการกิจการขายตรงสามารถเก็บค่าสมัคร ค่าฝึกอบรม และค่าวัสดุอุปกรณ์การส่งเสริมการขายหรือค่าธรรมเนียม อื่น ๆ แก่ผู้จำหน่ายอิสระ (มาตรา 22)

อายุ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ต่ำกว่า 20 ปี		1					1
		100.0%					100.0%
21-30 ปี	7	3	6	8	7	7	38
	18.4%	7.9%	15.8%	21.1%	18.4%	18.4%	100.0%
31-40 ปี	5	3	6	9	6	15	44
	11.4%	6.8%	13.6%	20.5%	13.6%	34.1%	100.0%
41-50 ปี	1	2	1	4	4	1	13
	7.7%	15.4%	7.7%	30.8%	30.8%	7.7%	100.0%
มากกว่า 50 ปี		1			1		2
		50.0%			50.0%		100.0%
รวม	13	10	13	21	18	23	98
	13.3%	10.2%	13.3%	21.4%	18.4%	23.5%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ ต่ำกว่า 20 ปี ให้ความเห็นว่าผู้ประกอบการกิจการขายตรงสามารถเก็บค่าสมัคร ค่าฝึกอบรม และค่าวัสดุอุปกรณ์การส่งเสริมการขายหรือค่าธรรมเนียม อื่น ๆ แก่ผู้จำหน่ายอิสระ ส่งผลดีน้อย ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 100.0 ช่วงอายุ 21-30 ปี ให้ความเห็นว่าผู้ประกอบการกิจการขายตรงสามารถเก็บค่าสมัคร ค่าฝึกอบรม และค่าวัสดุอุปกรณ์การส่งเสริมการขายหรือค่าธรรมเนียม อื่น ๆ แก่ผู้จำหน่ายอิสระ ส่งผลปานกลาง ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 21.1 ช่วงอายุ 31-40 ปี ให้ความเห็นว่าผู้ประกอบการกิจการขายตรงสามารถเก็บค่าสมัคร ค่าฝึกอบรม และค่าวัสดุอุปกรณ์การส่งเสริมการขายหรือค่าธรรมเนียม อื่น ๆ แก่ผู้จำหน่ายอิสระ ส่งผลดีมากที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 34.1 ช่วงอายุ 41-50 ปี ให้ความเห็นว่าผู้ประกอบการกิจการขายตรงสามารถเก็บค่าสมัคร ค่าฝึกอบรม และค่าวัสดุอุปกรณ์การส่งเสริมการขายหรือค่าธรรมเนียม อื่น ๆ แก่ผู้จำหน่ายอิสระ ส่งผลดีปานกลางและส่งผลดีมากที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 30.8 และช่วงอายุมากกว่า 50 ปี ให้ความเห็นว่าผู้ประกอบการ

ขายตรงสามารถเก็บค่าสมัคร ค่าฝึกอบรม และค่าวัสดุอุปกรณ์การส่งเสริมการขายหรือ ค่าธรรมเนียม อื่น ๆ แก่ผู้จำหน่ายอิสระ ส่งผลดีน้อยที่สุดและส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ ใน สัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 50.0

ตารางที่ 46 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง อายุ และ ผู้จำหน่ายอิสระมีสิทธิคืนสินค้า วัสดุการ ส่งเสริมการขาย ที่ซื้อจากผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงภายใน 15 วันนับจากวันที่แจ้งอย่างเป็นทางการ แก่ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง (มาตรา 25)

อายุ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ต่ำกว่า 20 ปี						1	1
						100.0%	100.0%
21-30 ปี	2	2	3	11	15	5	38
	5.3%	5.3%	7.9%	28.9%	39.5%	13.2%	100.0%
31-40 ปี	2	1	6	9	12	15	45
	4.4%	2.2%	13.3%	20.0%	26.7%	33.3%	100.0%
41-50 ปี	1	2	1		6	3	13
	7.7%	15.4%	7.7%		46.2%	23.1%	100.0%
มากกว่า 50 ปี				1	1		2
				50.0%	50.0%		100.0%
รวม	5	5	10	21	34	24	99
	5.1%	5.1%	10.1%	21.2%	34.3%	24.2%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ ต่ำกว่า 20 ปี ให้ความเห็นว่าผู้จำหน่ายอิสระมี สิทธิคืนสินค้า วัสดุการส่งเสริมการขาย ที่ซื้อจากผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงภายใน 15 วันนับจากวันที่ แจ้งอย่างเป็นทางการแก่ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง ส่งผลดีมากที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็น ร้อยละ 100.0 ช่วงอายุ 21-30 ปีและช่วงอายุ 41-50 ปี ให้ความเห็นว่าผู้จำหน่ายอิสระมีสิทธิคืน สินค้า วัสดุการส่งเสริมการขาย ที่ซื้อจากผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงภายใน 15 วันนับจากวันที่แจ้ง อย่างเป็นทางการแก่ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง ส่งผลดีมากที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 39.5 และ ร้อยละ 46.2 ตามลำดับ ช่วงอายุ 31-40 ปี ให้ความเห็นว่าผู้จำหน่ายอิสระมีสิทธิคืนสินค้า

วัสดุการส่งเสริมการขาย ที่ซื้อจากผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงภายใน 15 วันนับจากวันที่แจ้งอย่างเป็นทางการแก่ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง ส่งผลดีมากที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 33.3 และช่วงอายุมากกว่า 50 ปี ให้ความเห็นว่าผู้จำหน่ายอิสระมีสิทธิคืนสินค้า วัสดุการส่งเสริมการขาย ที่ซื้อจากผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงภายใน 15 วันนับจากวันที่แจ้งอย่างเป็นทางการแก่ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง ส่งผลดีปานกลางและส่งผลดีมาก ต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 50.0

ตารางที่ 47 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง อายุ และ ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง/บริษัทที่ทำธุรกิจขายตรง เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลก็ได้ (มาตรา 20)

อายุ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ต่ำกว่า 20 ปี	1						1
	100.0%						100.0%
21-30 ปี	3	4	4	7	13	7	38
	7.9%	10.5%	10.5%	18.4%	34.2%	18.4%	100.0%
31-40 ปี	5	5	2	7	9	17	45
	11.1%	11.1%	4.4%	15.6%	20.0%	37.8%	100.0%
41-50 ปี			1	2	3	7	13
			7.7%	15.4%	23.1%	53.8%	100.0%
มากกว่า 50 ปี		1		1			2
		50.0%		50.0%			100.0%
รวม	9	10	7	17	25	31	99
	9.1%	10.1%	7.1%	17.2%	25.3%	31.3%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ ต่ำกว่า 20 ปี ให้ความเห็นว่าผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง/บริษัทที่ทำธุรกิจขายตรง เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลก็ได้ ไม่ส่งผลใด ๆ ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 100.0 ช่วงอายุ 21-30 ปี ให้ความเห็นว่าผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง/บริษัทที่ทำธุรกิจขายตรง เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลก็ได้ ส่งผลดีมากที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 34.2 ช่วงอายุ 31-40 ปีและช่วงอายุ 41-50 ปี ให้ความเห็นว่าผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง/บริษัทที่ทำ

ธุรกิจขายตรง เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลก็ได้ ส่งผลดีมากที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 37.8 และ 53.8 ตามลำดับ และช่วงอายุมากกว่า 50 ปี ให้ความเห็นว่าผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง/บริษัทที่ทำธุรกิจขายตรง เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลก็ได้ ส่งผลดีปานกลางและส่งผลดีน้อยที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 50.0

ตารางที่ 48 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง อายุ และ การเข้าไปเสนอขายสินค้าให้กับผู้บริโภค ต้องเสนอขายที่บ้าน หรือที่ทำงานของผู้บริโภค โดยต้องได้รับคำยินยอมจากผู้บริโภคเท่านั้น (มาตรา 26)

อายุ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ต่ำกว่า 20 ปี	1						1
	100.0%						100.0%
21-30 ปี	4	4	2	8	9	11	38
	10.5%	10.5%	5.3%	21.1%	23.7%	28.9%	100.0%
31-40 ปี	6	4		15	4	16	45
	13.3%	8.9%		33.3%	8.9%	35.6%	100.0%
41-50 ปี	1				9	3	13
	7.7%				69.2%	23.1%	100.0%
มากกว่า 50 ปี			1	1			2
			50.0%	50.0%			100.0%
รวม	12	8	3	24	22	30	99
	12.1%	8.1%	3.0%	24.2%	22.2%	30.3%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ ต่ำกว่า 20 ปี ให้ความเห็นว่า การเข้าไปเสนอขายสินค้าให้กับผู้บริโภค ต้องเสนอขายที่บ้าน หรือที่ทำงานของผู้บริโภค โดยต้องได้รับคำยินยอมจากผู้บริโภคเท่านั้น ไม่ส่งผลใด ๆ ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 100.0 ช่วงอายุ 21-30 ปี และช่วงอายุ 31-40 ปี ให้ความเห็นว่า การเข้าไปเสนอขายสินค้าให้กับผู้บริโภค ต้องเสนอขายที่บ้าน หรือที่ทำงานของผู้บริโภค โดยต้องได้รับคำยินยอมจากผู้บริโภคเท่านั้น ส่งผลดีมากที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 28.9 และร้อยละ 36.6 ตามลำดับ ช่วงอายุ 41-50 ปี ให้ความเห็นว่า การเข้าไป

เสนอขายสินค้าให้กับผู้บริโภคร ต้องเสนอขายที่บ้าน หรือที่ทำงานของผู้บริโภค โดยต้องได้รับคำยินยอมจากผู้บริโภคเท่านั้น ส่งผลดีมาก ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 69.2 และช่วงอายุมากกว่า 50 ปี ให้ความเห็นว่าการเข้าไปเสนอขายสินค้าให้กับผู้บริโภค ต้องเสนอขายที่บ้าน หรือที่ทำงานของผู้บริโภค โดยต้องได้รับคำยินยอมจากผู้บริโภคเท่านั้น ส่งผลดีน้อย และส่งผลดีปานกลาง ต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 50.0

ตารางที่ 49 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง อายุ และ ในการทำสัญญาระหว่างตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระกับผู้บริโภค ต้องมีข้อความภาษาไทยอย่างชัดเจนเกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคในการเลิกสัญญา (มาตรา 51)

อายุ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ต่ำกว่า 20 ปี						1	1
						100.0%	100.0%
21-30 ปี	1	3	1	8	9	17	39
	2.6%	7.7%	2.6%	20.5%	23.1%	43.6%	100.0%
31-40 ปี	4	4	1	7	7	22	45
	8.9%	8.9%	2.2%	15.6%	15.6%	48.9%	100.0%
41-50 ปี	1		1	1	6	4	13
	7.7%		7.7%	7.7%	46.2%	30.8%	100.0%
มากกว่า 50 ปี					1	1	2
					50.0%	50.0%	100.0%
รวม	6	7	3	16	23	45	100
	6.0%	7.0%	3.0%	16.0%	23.0%	45.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ ต่ำกว่า 20 ปี 21-30 ปี และ 31-40 ปี ให้ความเห็นว่าในการทำสัญญาระหว่างตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระกับผู้บริโภค ต้องมีข้อความภาษาไทยอย่างชัดเจนเกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคในการเลิกสัญญา ส่งผลดีมากที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 100.0 ร้อยละ 43.6 และร้อยละ 48.9 ตามลำดับ ช่วงอายุ 41-50 ปี ให้ความเห็นว่าในการทำสัญญาระหว่างตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระกับผู้บริโภค ต้องมีข้อความ

ภาษาไทยอย่างชัดเจนเกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคในการเลิกสัญญา ส่งผลดีมาก ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 46.2 และช่วงอายุมากกว่า 50 ปี ให้ความเห็นว่าในการทำสัญญาระหว่างตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระกับผู้บริโภค ต้องมีข้อความเป็นภาษาไทยอย่างชัดเจนเกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคในการเลิกสัญญา ส่งผลดีมากและส่งผลดีมากที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 50.0

ตารางที่ 50 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง อายุ และ การรับประกันสินค้าต้องระบุเป็นภาษาไทยที่เข้าใจง่ายและชัดเจน (มาตรา 37)

อายุ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ต่ำกว่า 20 ปี						1	1
						100.0%	100.0%
21-30 ปี	1	2	4	6	6	20	39
	2.6%	5.1%	10.3%	15.4%	15.4%	51.3%	100.0%
31-40 ปี	3	2	4	7	6	23	45
	6.7%	4.4%	8.9%	15.6%	13.3%	51.1%	100.0%
41-50 ปี	1		1	1	1	9	13
	7.7%		7.7%	7.7%	7.7%	69.2%	100.0%
มากกว่า 50 ปี				1		1	2
				50.0%		50.0%	100.0%
รวม	5	4	9	15	13	54	100
	5.0%	4.0%	9.0%	15.0%	13.0%	54.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ ต่ำกว่า 20 ปี 21-30 ปี 31-40 ปี และอายุ 41-50 ปี ให้ความเห็นว่า การรับประกันสินค้าต้องระบุเป็นภาษาไทยที่เข้าใจง่ายและชัดเจน ส่งผลดีมากที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 100.0 ร้อยละ 51.3 ร้อยละ 51.1 และร้อยละ 69.2 ตามลำดับ และช่วงอายุมากกว่า 50 ปี ให้ความเห็นว่า การรับประกันสินค้าต้องระบุเป็นภาษาไทยที่เข้าใจง่ายและชัดเจน ส่งผลดีมากที่สุดและส่งผลดีปานกลาง ต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 50.0

ตารางที่ 51 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง อายุ และการจ่ายค่าตอบแทนให้แก่ตัวแทนขายหรือผู้
 จําหน่ายอิสระ ต้องไม่ใช่การจ่ายค่าตอบแทนที่มาจาก การแนะนำบุคคลอื่นให้มาสมัครเข้าร่วมเป็น
 เครือข่ายกับตัวแทนขายหรือผู้จําหน่ายอิสระนั้น ๆ (มาตรา 21)

อายุ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ต่ำกว่า 20 ปี						1	1
						100.0%	100.0%
21-30 ปี		4	3	9	8	15	39
		10.3%	7.7%	23.1%	20.5%	38.5%	100.0%
31-40 ปี	6	4	1	7	6	21	45
	13.3%	8.9%	2.2%	15.6%	13.3%	46.7%	100.0%
41-50 ปี	1	1	1	3	2	5	13
	7.7%	7.7%	7.7%	23.1%	15.4%	38.5%	100.0%
มากกว่า 50 ปี				1		1	2
				50.0%		50.0%	100.0%
รวม	7	9	5	20	16	43	100
	7.0%	9.0%	5.0%	20.0%	16.0%	43.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ ต่ำกว่า 20 ปี 21-30 ปี 31-40 ปี และอายุ 41-50 ปี
 ให้ความเห็นว่าการจ่ายค่าตอบแทนให้แก่ตัวแทนขายหรือผู้จําหน่ายอิสระ ต้องไม่ใช่การจ่าย
 ค่าตอบแทนที่มาจาก การแนะนำบุคคลอื่นให้มาสมัครเข้าร่วมเป็นเครือข่ายกับตัวแทนขายหรือผู้
 จําหน่ายอิสระนั้น ๆ คิดเป็นร้อยละ 100.0 ร้อยละ 38.5 ร้อยละ 46.7 และร้อยละ 38.5 ตามลำดับ และ
 ช่วงอายุมากกว่า 50 ปี ให้ความเห็นว่าการจ่ายค่าตอบแทนให้แก่ตัวแทนขายหรือผู้จําหน่ายอิสระ
 ต้องไม่ใช่การจ่ายค่าตอบแทนที่มาจาก การแนะนำบุคคลอื่นให้มาสมัครเข้าร่วมเป็นเครือข่ายกับ
 ตัวแทนขายหรือผู้จําหน่ายอิสระนั้น ๆ ส่งผลดีมากที่สุดและส่งผลดีปานกลาง ต่อการดำเนินธุรกิจ
 ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 50.0

ตารางที่ 52 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง อายุ และ ผลตอบแทนที่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ ได้รับต้องมาจากการขายสินค้าหรือบริการหรือการซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อใช้เองเท่านั้น (มาตรา 21)

อายุ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ต่ำกว่า 20 ปี						1	1
						100.0%	100.0%
21-30 ปี	1	3	5	9	7	14	39
	2.6%	7.7%	12.8%	23.1%	17.9%	35.9%	100.0%
31-40 ปี	5	4	5	7	8	16	45
	11.1%	8.9%	11.1%	15.6%	17.8%	35.6%	100.0%
41-50 ปี	1	1		4	4	3	13
	7.7%	7.7%		30.8%	30.8%	23.1%	100.0%
มากกว่า 50 ปี			1			1	2
			50.0%			50.0%	100.0%
รวม	7	8	11	20	19	35	100
	7.0%	8.0%	11.0%	20.0%	19.0%	35.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ ต่ำกว่า 20 ปี 21-30 ปี และ 31-40 ปี ให้ความเห็นว่าผลตอบแทนที่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระได้รับต้องมาจากการขายสินค้าหรือบริการหรือการซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อใช้เองเท่านั้น ส่งผลดีมากที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 100.0 ร้อยละ 35.9 และร้อยละ 35.6 ตามลำดับ ช่วงอายุ 41-50 ปี ให้ความเห็นว่าผลตอบแทนที่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระได้รับต้องมาจากการขายสินค้าหรือบริการหรือการซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อใช้เองเท่านั้น ส่งผลดีมาก และส่งผลดีปานกลาง ต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 30.8 และช่วงอายุ มากกว่า 50 ปี ให้ความเห็นว่าผลตอบแทนที่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระได้รับต้องมาจากการขายสินค้าหรือบริการหรือการซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อใช้เองเท่านั้น ส่งผลดีมากที่สุด และส่งผลดีน้อย ต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 50.0

ตารางที่ 53 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง อายุ และ ผู้ประกอบการขยายตรง/บริษัทผู้ทำธุรกิจขยายตรงต้องแสดงวิธีคิดคำนวณการจ่ายค่าตอบแทนที่ตรงกับความเป็นจริง เปิดเผยและชัดเจน (มาตรา 21)

อายุ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขยายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ต่ำกว่า 20 ปี						1	1
						100.0%	100.0%
21-30 ปี	2	5	1	6	10	15	39
	5.1%	12.8%	2.6%	15.4%	25.6%	38.5%	100.0%
31-40 ปี	4	1		7	7	26	45
	8.9%	2.2%		15.6%	15.6%	57.8%	100.0%
41-50 ปี	1			1	7	4	13
	7.7%			7.7%	53.8%	30.8%	100.0%
มากกว่า 50 ปี			1			1	2
			50.0%			50.0%	100.0%
รวม	7	6	2	14	24	47	100
	7.0%	6.0%	2.0%	14.0%	24.0%	47.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ ต่ำกว่า 20 ปี 21-30 ปี และ 31-40 ปี ให้ความเห็นว่าผู้ประกอบการขยายตรง/บริษัทผู้ทำธุรกิจขยายตรงต้องแสดงวิธีคิดคำนวณการจ่ายค่าตอบแทนที่ตรงกับความเป็นจริง เปิดเผยและชัดเจน ส่งผลดีมากที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 100.0 ร้อยละ 38.5 และ ร้อยละ 57.8 ตามลำดับ ช่วงอายุ 41-50 ปี ให้ความเห็นว่าผู้ประกอบการขยายตรง/บริษัทผู้ทำธุรกิจขยายตรงต้องแสดงวิธีคิดคำนวณการจ่ายค่าตอบแทนที่ตรงกับความเป็นจริง เปิดเผยและชัดเจน ส่งผลดีมากที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 53.8 และช่วงอายุ มากกว่า 50 ปี ให้ความเห็นว่าผู้ประกอบการขยายตรง/บริษัทผู้ทำธุรกิจขยายตรงต้องแสดงวิธีคิดคำนวณการจ่ายค่าตอบแทนที่ตรงกับความเป็นจริง เปิดเผยและชัดเจน ส่งผลดีมากที่สุด และส่งผลดีน้อย ต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 50.0

ตารางที่ 54 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง อายุ และ รัฐได้แต่งตั้ง คณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง เพื่อมีอำนาจหน้าที่ในการกำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง (มาตรา 13(3))

อายุ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ต่ำกว่า 20 ปี						1	1
						100.0%	100.0%
21-30 ปี	2	5	1	6	10	15	39
	5.1%	12.8%	2.6%	15.4%	25.6%	38.5%	100.0%
31-40 ปี	4	1		7	7	26	45
	8.9%	2.2%		15.6%	15.6%	57.8%	100.0%
41-50 ปี	1			1	7	4	13
	7.7%			7.7%	53.8%	30.8%	100.0%
มากกว่า 50 ปี			1			1	2
			50.0%			50.0%	100.0%
รวม	7	6	2	14	24	47	100
	7.0%	6.0%	2.0%	14.0%	24.0%	47.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ ต่ำกว่า 20 ปี 21-30 ปี และ 31-40 ปี ให้ความเห็นว่ารัฐได้แต่งตั้ง คณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง เพื่อมีอำนาจหน้าที่ในการกำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง ส่งผลดีมากที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 100.0 ร้อยละ 38.5 และ ร้อยละ 57.8 ตามลำดับ ช่วงอายุ 41-50 ปี ให้ความเห็นว่ารัฐได้แต่งตั้ง คณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง เพื่อมีอำนาจหน้าที่ในการกำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง ส่งผลดีมากที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 53.8 และช่วงอายุ มากกว่า 50 ปี ให้ความเห็นว่ารัฐได้แต่งตั้ง คณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง เพื่อมีอำนาจหน้าที่ในการกำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง ส่งผลดีมากที่สุด และส่งผลดีน้อย ต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 50.0

ตารางที่ 55 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง อายุ และ หากผู้ประกอบการขายตรงไม่มาตามคำสั่ง คณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงเพื่ออธิบายเกี่ยวกับหลักฐานที่ใช้พิจารณาในการทำผิด มีโทษจำคุกไม่เกิน 1 เดือนหรือปรับไม่เกิน 10,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ (มาตรา 45)

อายุ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ต่ำกว่า 20 ปี						1	1
						100.0%	100.0%
21-30 ปี	6	2	4	10	8	9	39
	15.4%	5.1%	10.3%	25.6%	20.5%	23.1%	100.0%
31-40 ปี	5	7	6	7	6	14	45
	11.1%	15.6%	13.3%	15.6%	13.3%	31.1%	100.0%
41-50 ปี	2		2	4	3	2	13
	15.4%		15.4%	30.8%	23.1%	15.4%	100.0%
มากกว่า 50 ปี			1	1			2
			50.0%	50.0%			100.0%
รวม	13	9	13	22	17	26	100
	13.0%	9.0%	13.0%	22.0%	17.0%	26.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี และอายุ 31-40 ปี ให้ความเห็นว่า หากผู้ประกอบการขายตรงไม่มาตามคำสั่งคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงเพื่ออธิบายเกี่ยวกับหลักฐานที่ใช้พิจารณาในการทำผิด มีโทษจำคุกไม่เกิน 1 เดือนหรือปรับไม่เกิน 10,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ส่งผลดีมากที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 100.0 และร้อยละ 31.1 ตามลำดับ ช่วงอายุ 21-30 ปี ให้ความเห็นว่า หากผู้ประกอบการขายตรงไม่มาตามคำสั่ง คณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงเพื่ออธิบายเกี่ยวกับหลักฐานที่ใช้พิจารณาในการทำผิด มีโทษจำคุกไม่เกิน 1 เดือนหรือปรับไม่เกิน 10,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ส่งผลดีมากที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 25.6 ช่วงอายุ 41-52 ปี ให้ความเห็นว่า หากผู้ประกอบการขายตรงไม่มาตามคำสั่งคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงเพื่ออธิบายเกี่ยวกับหลักฐานที่ใช้พิจารณาในการทำผิด มีโทษจำคุกไม่เกิน 1 เดือนหรือปรับไม่เกิน 10,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ส่งผลดีปานกลาง ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 30.8 และ ช่วงอายุ มากกว่า 50 ปี ให้ความเห็นว่าหากผู้ประกอบการ

ธุรกิจขายตรงไม่มาตามคำสั่งคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงเพื่ออธิบายเกี่ยวกับหลักฐานที่ใช้พิจารณาในการทำคดี มีโทษจำคุกไม่เกิน 1 เดือนหรือปรับไม่เกิน 10,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ส่งผลดีปานกลาง และส่งผลดีน้อย ต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 50.0

ตารางที่ 56 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง อายุ และ หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ได้รับอนุญาตจากผู้บริโภคให้เข้าไปเสนอขายสินค้าหรือบริการที่บ้านหรือที่ทำงาน ซึ่งทำให้ผู้บริโภคเกิดความรำคาญมีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท (มาตรา 51)

อายุ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ต่ำกว่า 20 ปี		1					1
		100.0%					100.0%
21-30 ปี	5	7	5	9	6	7	39
	12.8%	17.9%	12.8%	23.1%	15.4%	17.9%	100.0%
31-40 ปี	6	5	6	11	8	9	45
	13.3%	11.1%	13.3%	24.4%	17.8%	20.0%	100.0%
41-50 ปี	1	1	2	2	5	2	13
	7.7%	7.7%	15.4%	15.4%	38.5%	15.4%	100.0%
มากกว่า 50 ปี		1		1			2
		50.0%		50.0%			100.0%
รวม	12	15	13	23	19	18	100
	12.0%	15.0%	13.0%	23.0%	19.0%	18.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความเห็นว่า หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ได้รับอนุญาตจากผู้บริโภคให้เข้าไปเสนอขายสินค้าหรือบริการที่บ้านหรือที่ทำงาน ซึ่งทำให้ผู้บริโภคเกิดความรำคาญมีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท ส่งผลดีน้อยที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 100.0 ช่วงอายุ 21-30 ปีและ 31-40 ปี ให้ความเห็นว่า หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ได้รับอนุญาตจากผู้บริโภคให้เข้าไปเสนอขายสินค้าหรือบริการที่บ้านหรือที่ทำงาน ซึ่งทำให้ผู้บริโภคเกิดความรำคาญมีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท ส่งผลดีปานกลาง ต่อการ

ดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 23.1 และร้อยละ 24.4 ตามลำดับ ช่วงอายุ 41-50 ปี ให้ความเห็นว่า หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ได้รับอนุญาตจากผู้บริโภคให้เข้าไปเสนอขายสินค้าหรือบริการที่บ้านหรือที่ทำงาน ซึ่งทำให้ผู้บริโภคเกิดความรำคาญมีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 38.5 และช่วงอายุ มากกว่า 50 ปี ให้ความเห็นว่าหากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ได้รับอนุญาตจากผู้บริโภคให้เข้าไปเสนอขายสินค้าหรือบริการที่บ้านหรือที่ทำงาน ซึ่งทำให้ผู้บริโภคเกิดความรำคาญมีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาทส่งผลดีปานกลาง และส่งผลดีน้อยที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 50.0

ตารางที่ 57 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง อายุ และ หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้ผู้บริโภค มีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท (มาตรา 51)

อายุ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ต่ำกว่า 20 ปี						1	1
						100.0%	100.0%
21-30 ปี	3	8	6	6	6	10	39
	7.7%	20.5%	15.4%	15.4%	15.4%	25.6%	100.0%
31-40 ปี	7	4	7	11	6	10	45
	15.6%	8.9%	15.6%	24.4%	13.3%	22.2%	100.0%
41-50 ปี	1	1	2	6	2	1	13
	7.7%	7.7%	15.4%	46.2%	15.4%	7.7%	100.0%
มากกว่า 50 ปี	1		1				2
	50.0%		50.0%				100.0%
รวม	12	13	16	23	14	22	100
	12.0%	13.0%	16.0%	23.0%	14.0%	22.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี และ อายุ 21-30 ปี ให้ความเห็นว่า หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้ผู้บริโภค มีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาทส่งผลดีมากที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 100.0 และร้อยละ 25.6 อายุ 31-40 ปี และอายุ 41-50 ปี ให้ความเห็นว่า หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้

ผู้บริโภคมียุทธปรับไม่เกิน 30,000 บาท ส่งผลดีปานกลาง ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 46.2 และช่วงอายุ มากกว่า 50 ปี ให้ความเห็นว่าหากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้ผู้บริโภค มียุทธปรับไม่เกิน 30,000 บาท ไม่ส่งผลใด ๆ และส่งผลดีน้อย ต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 50.0

ตารางที่ 58 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง อายุ และ หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้ผู้บริโภค โดยระบุสิทธิหรือการรับประกันสินค้าอย่างชัดเจน มียุทธปรับไม่เกิน 30,000 บาท (มาตรา 51)

อายุ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ต่ำกว่า 20 ปี						1	1
						100.0%	100.0%
21-30 ปี	4	2	8	8	7	10	39
	10.3%	5.1%	20.5%	20.5%	17.9%	25.6%	100.0%
31-40 ปี	6	4	3	11	6	15	45
	13.3%	8.9%	6.7%	24.4%	13.3%	33.3%	100.0%
41-50 ปี	2			7	3	1	13
	15.4%			53.8%	23.1%	7.7%	100.0%
มากกว่า 50 ปี	1				1		2
	50.0%				50.0%		100.0%
รวม	13	6	11	26	17	27	100
	13.0%	6.0%	11.0%	26.0%	17.0%	27.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี อายุ 21-30 ปี และอายุ 31-40 ปี ให้ความเห็นว่า หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้ผู้บริโภค มียุทธปรับไม่เกิน 30,000 บาทส่งผลดีมากที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 100.0 ร้อยละ 25.6 และร้อยละ 33.3 ตามลำดับ ช่วงอายุ 41-50 ปี ให้ความเห็นว่า หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้ผู้บริโภค มียุทธปรับไม่เกิน 30,000 บาทส่งผลดีปานกลาง ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 53.8 และช่วงอายุ มากกว่า 50 ปี ให้ความเห็นว่า หากตัวแทนขายหรือผู้

จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้ผู้บริโภค มีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท ไม่ส่งผลใด ๆ และส่งผลดีมาก ต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 50.0

ตารางที่ 59 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง อายุ และ หากผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง/บริษัทขายตรง ไม่แจ้งการเปลี่ยนแปลงแผนการจ่ายค่าตอบแทนให้แก่นายทะเบียนของรัฐได้ทราบ มีโทษปรับไม่เกิน 300,000 บาท (มาตรา 52)

อายุ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง											รวม
	-5.00	-4.00	-3.00	-2.00	-1.00	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ต่ำกว่า 20 ปี											1	1
											100.0%	100.0%
21-30 ปี	2	2	1		2	3	2	5	6	5	11	39
	5.1%	5.1%	2.6%		5.1%	7.7%	5.1%	12.8%	15.4%	12.8%	28.2%	100.0%
31-40 ปี	3	3	1	3	2	5	3	1	8	5	11	45
	6.7%	6.7%	2.2%	6.7%	4.4%	11.1%	6.7%	2.2%	17.8%	11.1%	24.4%	100.0%
41-50 ปี	1	1				3	1		4		3	13
	7.7%	7.7%				23.1%	7.7%		30.8%		23.1%	100.0%
มากกว่า 50 ปี						1					1	2
						50.0%					50.0%	100.0%
รวม	6	6	2	3	4	12	6	6	18	10	27	100
	6.0%	6.0%	2.0%	3.0%	4.0%	12.0%	6.0%	6.0%	18.0%	10.0%	27.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี อายุ 21-30 ปี และอายุ 31-40 ปี ให้ความเห็นว่า หากผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง/บริษัทขายตรง ไม่แจ้งการเปลี่ยนแปลงแผนการจ่ายค่าตอบแทนให้แก่นายทะเบียนของรัฐได้ทราบ มีโทษปรับไม่เกิน 300,000 บาท ส่งผลดีมากที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 100.0 ร้อยละ 28.2 และร้อยละ 24.4 ตามลำดับ ช่วงอายุ 41-50 ปี ให้ความเห็นว่า หากผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง/บริษัทขายตรง ไม่แจ้งการเปลี่ยนแปลงแผนการจ่ายค่าตอบแทนให้แก่นายทะเบียนของรัฐได้ทราบ มีโทษปรับไม่เกิน 300,000 บาท ส่งผลดีปานกลาง ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 30.8 และ ช่วงอายุ มากกว่า 50 ปี ให้ความเห็นว่า หากผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง/บริษัทขายตรง ไม่แจ้งการเปลี่ยนแปลงแผนการจ่ายค่าตอบแทนให้แก่นาย

ทะเบียนของรัฐได้ทราบ มีโทษปรับไม่เกิน 300,000 บาท ไม่ส่งผลใด ๆ และส่งผลดีมากที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 50.0

ตารางที่ 60 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง ระดับการศึกษา และ ตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระต้องแสดงบัตรประชาชน และบัตรประจำตัวผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงทุกครั้ง (มาตรา 26)

ระดับการศึกษา	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
มัธยมศึกษา หรือ ต่ำกว่า	1			1	3	3	8
	12.5%			12.5%	37.5%	37.5%	100.0%
อนุปริญญา	2			2	6	6	16
	12.5%			12.5%	37.5%	37.5%	100.0%
ปริญญาตรี	5	2	2	13	15	27	64
	7.8%	3.1%	3.1%	20.3%	23.4%	42.2%	100.0%
สูงกว่าปริญญา ตรี	1	2	1	2		6	12
	8.3%	16.7%	8.3%	16.7%		50.0%	100.0%
รวม	9	4	3	18	24	42	100
	9.0%	4.0%	3.0%	18.0%	24.0%	42.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับการศึกษา มัธยมศึกษา หรือต่ำกว่า และ การศึกษาระดับอนุปริญญา ให้ความเห็นว่า ตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระต้องแสดงบัตรประชาชน และบัตรประจำตัวผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงทุกครั้ง ส่งผลดีมาก และส่งผลดีมากที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 37.5 ระดับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความเห็นว่า ตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระต้องแสดงบัตรประชาชน และบัตรประจำตัวผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงทุกครั้ง ส่งผลดีมากที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 42.2

ตารางที่ 61 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง ระดับการศึกษา และ ผู้บริโภคมีสิทธิยกเลิกสัญญาการ
ขายหากไม่พอใจในสินค้าหรือบริการ ภายใน 7 วัน นับตั้งแต่ได้รับสินค้าหรือบริการ (มาตรา 33)

ระดับการศึกษา	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
มัธยมศึกษา หรือ ต่ำกว่า				1	4	3	8
				12.5%	50.0%	37.5%	100.0%
อนุปริญญา	1			4	5	6	16
	6.3%			25.0%	31.3%	37.5%	100.0%
ปริญญาตรี	3	4	5	11	20	21	64
	4.7%	6.3%	7.8%	17.2%	31.3%	32.8%	100.0%
สูงกว่าปริญญา ตรี	1	1	1		2	7	12
	8.3%	8.3%	8.3%		16.7%	58.3%	100.0%
รวม	5	5	6	16	31	37	100
	5.0%	5.0%	6.0%	16.0%	31.0%	37.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับการศึกษา มัธยมศึกษา หรือต่ำกว่า ให้ความสำคัญ
คิดเห็นว่า ผู้บริโภคมีสิทธิยกเลิกสัญญาการขายหากไม่พอใจในสินค้าหรือบริการ ภายใน 7 วัน
นับตั้งแต่ได้รับสินค้าหรือบริการ ส่งผลดีมาก ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 50.0 การศึกษา
ระดับ อนุปริญญา ปริญญาตรี และสูงกว่า ปริญญาตรี ให้ความสำคัญเห็นว่า ผู้บริโภคมีสิทธิยกเลิก
สัญญาการขายหากไม่พอใจในสินค้าหรือบริการ ภายใน 7 วัน นับตั้งแต่ได้รับสินค้าหรือบริการ
ส่งผลดีมากที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 37.5 ร้อยละ 32.8 และร้อยละ 58.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 62 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง ระดับการศึกษา และ หากผู้บริโภคมองเลิกสัญญาแล้ว
ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่คืนเงินให้ผู้บริโภค เมื่อครบ 15 วัน ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่าย
อิสระต้องเสียค่าปรับให้แก่ผู้บริโภค (มาตรา 36)

ระดับการศึกษา	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
มัธยมศึกษา หรือ ต่ำกว่า	1			2	2	3	8
	12.5%			25.0%	25.0%	37.5%	100.0%
อนุปริญญา				7	4	5	16
				43.8%	25.0%	31.3%	100.0%
ปริญญาตรี	3	5	8	16	16	16	64
	4.7%	7.8%	12.5%	25.0%	25.0%	25.0%	100.0%
สูงกว่าปริญญา ตรี	2	2	1	1	1	5	12
	16.7%	16.7%	8.3%	8.3%	8.3%	41.7%	100.0%
รวม	6	7	9	26	23	29	100
	6.0%	7.0%	9.0%	26.0%	23.0%	29.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับการศึกษา มัธยมศึกษา หรือต่ำกว่า และสูง
กว่า ปริญญาตรี ให้ความคิดเห็นว่า หากผู้บริโภคมองเลิกสัญญาแล้ว ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่าย
อิสระไม่คืนเงินให้ผู้บริโภค เมื่อครบ 15 วัน ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระต้องเสียค่าปรับให้แก่
ผู้บริโภค ส่งผลดีมากที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 37.5 และร้อยละ 41.7 ตามลำดับ
การศึกษาระดับอนุปริญญา ให้ความคิดเห็นว่า หากผู้บริโภคมองเลิกสัญญาแล้ว ตัวแทนขายหรือผู้
จำหน่ายอิสระไม่คืนเงินให้ผู้บริโภค เมื่อครบ 15 วัน ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระต้องเสีย
ค่าปรับให้แก่ผู้บริโภค ส่งผลดีปานกลาง ส่งผลดีมาก และส่งผลดีมากที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ ใน
สัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 25.0

ตารางที่ 63 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง ระดับการศึกษา และ เมื่อผู้บริโภคนำเงินฝากออมทรัพย์แล้ว ต้องส่งคืนสินค้าหรือเก็บรักษาไว้สินค้านั้นไว้ไม่เกิน 21 วัน หากไม่เกิน 21 วัน ผู้ขายยังไม่มารับสินค้า ผู้บริโภคจะเก็บไว้หรือทิ้งก็ได้ (มาตรา 34)

ระดับการศึกษา	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
มัธยมศึกษา หรือ ต่ำกว่า	1	2			3	2	8
	12.5%	25.0%			37.5%	25.0%	100.0%
อนุปริญญา		1	2	3	5	5	16
		6.3%	12.5%	18.8%	31.3%	31.3%	100.0%
ปริญญาตรี	8	8	12	11	13	12	64
	12.5%	12.5%	18.8%	17.2%	20.3%	18.8%	100.0%
สูงกว่าปริญญา ตรี	3	1	3	2		3	12
	25.0%	8.3%	25.0%	16.7%		25.0%	100.0%
รวม	12	12	17	16	21	22	100
	12.0%	12.0%	17.0%	16.0%	21.0%	22.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับมัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า และสูงกว่า ปริญญาตรี ให้ความคิดเห็นว่า เมื่อผู้บริโภคแจ้งยกเลิกสัญญาแล้วต้องส่งคืนสินค้าหรือเก็บรักษาไว้สินค้านั้นไว้ไม่เกิน 21 วัน หากไม่เกิน 21 วัน ผู้ขายยังไม่มารับสินค้า ผู้บริโภคจะเก็บไว้หรือทิ้งก็ได้ ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 37.5 และร้อยละ 20.3 ตามลำดับ การศึกษาระดับอนุปริญญา ให้ความคิดเห็นว่า เมื่อผู้บริโภคแจ้งยกเลิกสัญญาแล้วต้องส่งคืนสินค้าหรือเก็บรักษาไว้สินค้านั้นไว้ไม่เกิน 21 วัน หากไม่เกิน 21 วัน ผู้ขายยังไม่มารับสินค้า ผู้บริโภคจะเก็บไว้หรือทิ้งก็ได้ ส่งผลดีมากที่สุดและส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 31.3 การศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความคิดเห็นว่า เมื่อผู้บริโภคแจ้งยกเลิกสัญญาแล้วต้องส่งคืนสินค้าหรือเก็บรักษาไว้สินค้านั้นไว้ไม่เกิน 21 วัน หากไม่เกิน 21 วัน ผู้ขายยังไม่มารับสินค้า ผู้บริโภคจะเก็บไว้หรือทิ้งก็ได้ ส่งผลดีน้อย และส่งผลดีมากที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 25.0

ตารางที่ 64 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง ระดับการศึกษา และ เมื่อผู้บริโภคนำเงินไปใช้จ่ายแล้วแต่ทำให้สินค้านั้นบอบสลายหรือเสียหาย ผู้บริโภคต้องชดเชยค่าเสียหายให้แก่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ

ระดับการศึกษา	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
มัธยมศึกษา หรือ ต่ำกว่า	2			2	1	2	7
	28.6%			28.6%	14.3%	28.6%	100.0%
อนุปริญญา	2		2		8	4	16
	12.5%		12.5%		50.0%	25.0%	100.0%
ปริญญาตรี	6	4	6	11	24	12	63
	9.5%	6.3%	9.5%	17.5%	38.1%	19.0%	100.0%
สูงกว่าปริญญา ตรี	2	3	2	2		3	12
	16.7%	25.0%	16.7%	16.7%		25.0%	100.0%
รวม	12	7	10	15	33	21	98
	12.2%	7.1%	10.2%	15.3%	33.7%	21.4%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า ให้ความสำคัญเห็นว่า เมื่อผู้บริโภคนำเงินไปใช้จ่ายแล้วแต่ทำให้สินค้านั้นบอบสลายหรือเสียหาย ผู้บริโภคต้องชดเชยค่าเสียหายให้แก่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ ส่งผลดีปานกลาง และส่งผลดีมากที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 28.6 ส่วนการศึกษาระดับ อนุปริญญา และปริญญาตรี ให้ความสำคัญเห็นว่า เมื่อผู้บริโภคนำเงินไปใช้จ่ายแล้วแต่ทำให้สินค้านั้นบอบสลายหรือเสียหาย ผู้บริโภคต้องชดเชยค่าเสียหายให้แก่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ ส่งผลดีมากที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 50.0 และร้อยละ 38.1 การศึกษาระดับ สูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญเห็นว่า เมื่อผู้บริโภคนำเงินไปใช้จ่ายแล้วแต่ทำให้สินค้านั้นบอบสลายหรือเสียหาย ผู้บริโภคต้องชดเชยค่าเสียหายให้แก่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ ส่งผลดีมากที่สุด และส่งผลดีน้อยที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 25.0

ตารางที่ 65 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง ระดับการศึกษา และ ผู้ประกอบการขายตรงต้องไม่
บังคับผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้า (มาตรา 21)

ระดับการศึกษา	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
มัธยมศึกษา หรือ ต่ำกว่า					3	5	8
					37.5%	62.5%	100.0%
อนุปริญญา				4	4	8	16
				25.0%	25.0%	50.0%	100.0%
ปริญญาตรี	5	3	5	5	10	35	63
	7.9%	4.8%	7.9%	7.9%	15.9%	55.6%	100.0%
สูงกว่าปริญญา ตรี	4			2	1	5	12
	33.3%			16.7%	8.3%	41.7%	100.0%
รวม	9	3	5	11	18	53	99
	9.1%	3.0%	5.1%	11.1%	18.2%	53.5%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า
อนุปริญญา ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความคิดเห็นว่า ผู้ประกอบการขายตรงต้องไม่
บังคับผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้า ส่งผลดีมากที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 62.5 ร้อยละ
50.0 ร้อยละ 55.6 และร้อยละ 41.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 66 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง ระดับการศึกษา และ ผู้ประกอบการขายตรงต้องไม่
โน้มน้าวหรือชักจูงให้ผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้ามากเกินไปเกินความจำเป็น (มาตรา 21)

ระดับการศึกษา	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
มัธยมศึกษา หรือ ต่ำกว่า					5	3	8
					62.5%	37.5%	100.0%
อนุปริญญา		1		4	7	4	16
		6.3%		25.0%	43.8%	25.0%	100.0%
ปริญญาตรี	8	2	10	6	15	22	63
	12.7%	3.2%	15.9%	9.5%	23.8%	34.9%	100.0%
สูงกว่าปริญญา ตรี		2	2		2	6	12
		16.7%	16.7%		16.7%	50.0%	100.0%
รวม	8	5	12	10	29	35	99
	8.1%	5.1%	12.1%	10.1%	29.3%	35.4%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า และ
อนุปริญญา ให้ความคิดเห็นว่า ผู้ประกอบการขายตรงต้องไม่โน้มน้าวหรือชักจูงให้ผู้จำหน่าย
อิสระซื้อสินค้ามากเกินไปเกินความจำเป็น ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 62.5 และร้อยละ
43.8 ตามลำดับ การศึกษาระดับปริญญาตรีและระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความคิดเห็นว่า ผู้
ประกอบการขายตรงต้องไม่โน้มน้าวหรือชักจูงให้ผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้ามากเกินไปเกินความจำเป็น
ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 34.9 และร้อยละ 50.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 67 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง ระดับการศึกษา และ ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงสามารถ เก็บค่าสมัคร ค่าฝึกอบรม และค่าวัสดุอุปกรณ์การส่งเสริมการขายหรือค่าธรรมเนียม อื่น ๆ แก่ผู้ จําหน่ายอิสระ (มาตรา 22)

ระดับการศึกษา	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
มัธยมศึกษา หรือต่ำกว่า			3	1	2	2	8
			37.5%	12.5%	25.0%	25.0%	100.0%
อนุปริญญา	1	1	1	6	2	5	16
	6.3%	6.3%	6.3%	37.5%	12.5%	31.3%	100.0%
ปริญญาตรี	11	6	6	13	13	13	62
	17.7%	9.7%	9.7%	21.0%	21.0%	21.0%	100.0%
สูงกว่าปริญญาตรี	1	3	3	1	1	3	12
	8.3%	25.0%	25.0%	8.3%	8.3%	25.0%	100.0%
รวม	13	10	13	21	18	23	98
	13.3%	10.2%	13.3%	21.4%	18.4%	23.5%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า ให้ ความเห็นว่า ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงสามารถเก็บค่าสมัคร ค่าฝึกอบรม และค่าวัสดุอุปกรณ์การ ส่งเสริมการขายหรือค่าธรรมเนียม อื่น ๆ แก่ผู้จําหน่ายอิสระ ส่งผลดีน้อย ต่อการดำเนินธุรกิจ คิด เป็นร้อยละ 37.5 การศึกษาระดับอนุปริญญา ให้ความเห็นว่า ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงสามารถเก็บค่า สมัคร ค่าฝึกอบรม และค่าวัสดุอุปกรณ์การส่งเสริมการขายหรือค่าธรรมเนียม อื่น ๆ แก่ผู้จําหน่าย อิสระ ส่งผลดีปานกลาง ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 37.5 การศึกษาระดับปริญญาตรีให้ ความเห็นว่า ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงสามารถเก็บค่าสมัคร ค่าฝึกอบรม และค่าวัสดุอุปกรณ์การ ส่งเสริมการขายหรือค่าธรรมเนียม อื่น ๆ แก่ผู้จําหน่ายอิสระ ส่งผลดีปานกลาง ส่งผลดีมาก และ ส่งผลดีมากที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 21.0 การศึกษาระดับสูง กว่าปริญญาตรี ให้ความเห็นว่า ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงสามารถเก็บค่าสมัคร ค่าฝึกอบรม และค่า

วัตถุประสงค์การส่งเสริมการขายหรือค่าธรรมเนียม อื่น ๆ แก่ผู้จำหน่ายอิสระ ส่งผลดีน้อยที่สุด ส่งผลดีน้อย และส่งผลดีมากที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 25.0

ตารางที่ 68 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง ระดับการศึกษา และ ผู้จำหน่ายอิสระมีสิทธิคืนสินค้า วัตถุประสงค์การส่งเสริมการขาย ที่ซื้อจากผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงภายใน 15 วันนับจากวันที่แจ้งอย่างเป็นทางการแก่ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง (มาตรา 25)

ระดับการศึกษา	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
มัธยมศึกษา หรือ ต่ำกว่า	1			1	4	2	8
	12.5%			12.5%	50.0%	25.0%	100.0%
อนุปริญญา	1	1		3	7	4	16
	6.3%	6.3%		18.8%	43.8%	25.0%	100.0%
ปริญญาตรี	2	2	9	15	21	14	63
	3.2%	3.2%	14.3%	23.8%	33.3%	22.2%	100.0%
สูงกว่าปริญญา ตรี	1	2	1	2	2	4	12
	8.3%	16.7%	8.3%	16.7%	16.7%	33.3%	100.0%
รวม	5	5	10	21	34	24	99
	5.1%	5.1%	10.1%	21.2%	34.3%	24.2%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า อนุปริญญา และปริญญาตรี ให้ความเห็นว่า ผู้จำหน่ายอิสระมีสิทธิคืนสินค้า วัตถุประสงค์การส่งเสริมการขาย ที่ซื้อจากผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงภายใน 15 วันนับจากวันที่แจ้งอย่างเป็นทางการแก่ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง ส่งผลดีมากที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 50.0 ร้อยละ 43.8 และ ร้อยละ 33.3 ตามลำดับ การศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความเห็นว่า ผู้จำหน่ายอิสระมีสิทธิคืนสินค้า วัตถุประสงค์การส่งเสริมการขาย ที่ซื้อจากผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงภายใน 15 วันนับจากวันที่แจ้งอย่างเป็นทางการแก่ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง ส่งผลดีมากที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 33.3

ตารางที่ 69 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง ระดับการศึกษา และ ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง/บริษัทที่ทำธุรกิจขายตรง เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลก็ได้ (มาตรา 20)

ระดับการศึกษา	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
มัธยมศึกษา หรือ ต่ำกว่า			1		3	4	8
			12.5%		37.5%	50.0%	100.0%
อนุปริญญา	3	1		4	3	5	16
	18.8%	6.3%		25.0%	18.8%	31.3%	100.0%
ปริญญาตรี	5	8	6	12	14	18	63
	7.9%	12.7%	9.5%	19.0%	22.2%	28.6%	100.0%
สูงกว่าปริญญา ตรี	1	1		1	5	4	12
	8.3%	8.3%		8.3%	41.7%	33.3%	100.0%
	9	10	7	17	25	31	99
	9.1%	10.1%	7.1%	17.2%	25.3%	31.3%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า อนุปริญญา และปริญญาตรี ให้ความเห็นว่า ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง/บริษัทที่ทำธุรกิจขายตรง เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลก็ได้ ส่งผลดีมากที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 50.0 ร้อยละ 31.3 และร้อยละ 28.6 ตามลำดับ การศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความเห็นว่า ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง/บริษัทที่ทำธุรกิจขายตรง เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลก็ได้ ส่งผลดีมากที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 41.7

ตารางที่ 70 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง ระดับการศึกษา และ การเข้าไปเสนอขายสินค้าให้กับ ผู้บริโภค ต้องเสนอขายที่บ้าน หรือที่ทำงานของผู้บริโภค โดยต้องได้รับคำยินยอมจากผู้บริโภค เท่านั้น (มาตรา 26)

ระดับการศึกษา	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
มัธยมศึกษา หรือ ต่ำกว่า				1	3	4	8
				12.5%	37.5%	50.0%	100.0%
อนุปริญญา	2			5	6	3	16
	12.5%			31.3%	37.5%	18.8%	100.0%
ปริญญาตรี	10	6	3	17	8	19	63
	15.9%	9.5%	4.8%	27.0%	12.7%	30.2%	100.0%
สูงกว่าปริญญา ตรี		2		1	5	4	12
		16.7%		8.3%	41.7%	33.3%	100.0%
รวม	12	8	3	24	22	30	99
	12.1%	8.1%	3.0%	24.2%	22.2%	30.3%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า และ ปริญญาตรี ให้ความเห็นว่า การเข้าไปเสนอขายสินค้าให้กับผู้บริโภค ต้องเสนอขายที่บ้าน หรือที่ทำงานของผู้บริโภค โดยต้องได้รับคำยินยอมจากผู้บริโภคเท่านั้น ส่งผลดีมากที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 50.0 และ ร้อยละ 30.2 ตามลำดับ การศึกษาระดับอนุปริญญา และสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความเห็นว่า การเข้าไปเสนอขายสินค้าให้กับผู้บริโภค ต้องเสนอขายที่บ้าน หรือที่ทำงานของผู้บริโภค โดยต้องได้รับคำยินยอมจากผู้บริโภคเท่านั้น ส่งผลดีมากที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 37.5 และร้อยละ 41.7

ตารางที่ 71 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง ระดับการศึกษา และ ในการทำสัญญาระหว่างตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระกับผู้บริโภค ต้องมีข้อความเป็นภาษาไทยอย่างชัดเจนเกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคในการเลิกสัญญา (มาตรา 51)

ระดับการศึกษา	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
มัธยมศึกษา หรือ ต่ำกว่า			1		3	4	8
			12.5%		37.5%	50.0%	100.0%
อนุปริญญา		3		2	5	6	16
		18.8%		12.5%	31.3%	37.5%	100.0%
ปริญญาตรี	6	3	2	9	14	30	64
	9.4%	4.7%	3.1%	14.1%	21.9%	46.9%	100.0%
สูงกว่าปริญญา ตรี		1		5	1	5	12
		8.3%		41.7%	8.3%	41.7%	100.0%
รวม	6	7	3	16	23	45	100
	6.0%	7.0%	3.0%	16.0%	23.0%	45.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า อนุปริญญา ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความเห็นว่า ในการทำสัญญาระหว่างตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระกับผู้บริโภค ต้องมีข้อความเป็นภาษาไทยอย่างชัดเจนเกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคในการเลิกสัญญา ส่งผลดีมากที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 50.0 ร้อยละ 37.5 ร้อยละ 46.9 และร้อยละ 41.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 72 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง ระดับการศึกษา และ การรับประกันสินค้าต้องระบุเป็นภาษาไทยที่เข้าใจง่ายและชัดเจน (มาตรา 37)

ระดับการศึกษา	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
มัธยมศึกษา หรือ ต่ำกว่า			1		2	5	8
			12.5%		25.0%	62.5%	100.0%
อนุปริญญา		3	2	1	2	8	16
		18.8%	12.5%	6.3%	12.5%	50.0%	100.0%
ปริญญาตรี	4	1	6	12	7	34	64
	6.3%	1.6%	9.4%	18.8%	10.9%	53.1%	100.0%
สูงกว่าปริญญา ตรี	1			2	2	7	12
	8.3%			16.7%	16.7%	58.3%	100.0%
รวม	5	4	9	15	13	54	100
	5.0%	4.0%	9.0%	15.0%	13.0%	54.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า อนุปริญญา ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความเห็นว่า และ การรับประกันสินค้าต้องระบุเป็นภาษาไทยที่เข้าใจง่ายและชัดเจนส่งผลดีมากที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 62.5 ร้อยละ 50.0 ร้อยละ 53.1 และร้อยละ 58.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 73 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง ระดับการศึกษา และ การจ่ายค่าตอบแทนให้แก่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ ต้องไม่ใช่การจ่ายค่าตอบแทนที่มาจาก การแนะนำบุคคลอื่นให้มาสมัครเข้าร่วมเป็นเครือข่ายกับตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระนั้น ๆ (มาตรา 21)

ระดับการศึกษา	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
มัธยมศึกษา หรือ ต่ำกว่า			1	1	3	3	8
			12.5%	12.5%	37.5%	37.5%	100.0%
อนุปริญญา	2	1	1	7	2	3	16
	12.5%	6.3%	6.3%	43.8%	12.5%	18.8%	100.0%
ปริญญาตรี	5	6	3	12	10	28	64
	7.8%	9.4%	4.7%	18.8%	15.6%	43.8%	100.0%
สูงกว่าปริญญา ตรี		2			1	9	12
		16.7%			8.3%	75.0%	100.0%
รวม	7	9	5	20	16	43	100
	7.0%	9.0%	5.0%	20.0%	16.0%	43.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา หรือต่ำกว่า ให้
 ความเห็นว่า การจ่ายค่าตอบแทนให้แก่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ ต้องไม่ใช่การจ่าย
 ค่าตอบแทนที่มาจาก การแนะนำบุคคลอื่นให้มาสมัครเข้าร่วมเป็นเครือข่ายกับตัวแทนขายหรือผู้
 จำหน่ายอิสระนั้น ๆ ส่งผลดีมากและส่งผลดีมากที่สุด ต่อผลการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน
 คิดเป็นร้อยละ 37.5 การศึกษาระดับอนุปริญญา ให้ความเห็นว่า การจ่ายค่าตอบแทนให้แก่ตัวแทน
 ขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ ต้องไม่ใช่การจ่ายค่าตอบแทนที่มาจาก การแนะนำบุคคลอื่นให้มาสมัครเข้า
 ร่วมเป็นเครือข่ายกับตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระนั้น ๆ ส่งผลดีปานกลาง ต่อผลการดำเนินธุรกิจ
 คิดเป็นร้อยละ 43.8 การศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความเห็นว่า การจ่าย
 ค่าตอบแทนให้แก่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ ต้องไม่ใช่การจ่ายค่าตอบแทนที่มาจาก การ
 แนะนำบุคคลอื่นให้มาสมัครเข้าร่วมเป็นเครือข่ายกับตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระนั้น ๆ ส่งผลดี
 มากที่สุด ต่อผลการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 43.8 และร้อยละ 75.0

ตารางที่ 74 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง ระดับการศึกษา และ ผลตอบแทนที่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระได้รับต้องมาจากการขายสินค้าหรือบริการหรือการซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อใช้เอง เท่านั้น (มาตรา 21)

ระดับการศึกษา	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
มัธยมศึกษา หรือ ต่ำกว่า				3	3	2	8
				37.5%	37.5%	25.0%	100.0%
อนุปริญญา	2	1	2	3	5	3	16
	12.5%	6.3%	12.5%	18.8%	31.3%	18.8%	100.0%
ปริญญาตรี	4	5	9	13	10	23	64
	6.3%	7.8%	14.1%	20.3%	15.6%	35.9%	100.0%
สูงกว่าปริญญา ตรี	1	2		1	1	7	12
	8.3%	16.7%		8.3%	8.3%	58.3%	100.0%
รวม	7	8	11	20	19	35	100
	7.0%	8.0%	11.0%	20.0%	19.0%	35.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า ให้
 ความเห็นว่า ผลตอบแทนที่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระได้รับต้องมาจากการขายสินค้าหรือ
 บริการหรือการซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อใช้เองเท่านั้น ส่งผลดีปานกลางและส่งผลดีมาก ต่อการ
 ดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 37.5 การศึกษาระดับอนุปริญญา ให้ความเห็นว่า
 ผลตอบแทนที่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระได้รับต้องมาจากการขายสินค้าหรือบริการหรือการ
 ซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อใช้เองเท่านั้น ส่งผลดีมาก ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 31.3 และ
 การศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความเห็นว่า ผลตอบแทนที่ตัวแทนขายหรือผู้
 จำหน่ายอิสระได้รับต้องมาจากการขายสินค้าหรือบริการหรือการซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อใช้เอง
 เท่านั้น ส่งผลดีมากที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 35.9 และร้อยละ 58.3

ตารางที่ 75 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง ระดับการศึกษา และ ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง/บริษัท
ผู้ทำธุรกิจขายตรงต้องแสดงวิธีคิดคำนวณการจ่ายค่าตอบแทนที่ตรงกับความเป็นจริง เปิดเผยและ
ชัดเจน (มาตรา 21)

ระดับการศึกษา	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
มัธยมศึกษา หรือ ต่ำกว่า					4	4	8
					50.0%	50.0%	100.0%
อนุปริญญา		1		2	7	6	16
		6.3%		12.5%	43.8%	37.5%	100.0%
ปริญญาตรี	6	4	2	10	11	31	64
	9.4%	6.3%	3.1%	15.6%	17.2%	48.4%	100.0%
สูงกว่าปริญญา ตรี	1	1		2	2	6	12
	8.3%	8.3%		16.7%	16.7%	50.0%	100.0%
รวม	7	6	2	14	24	47	100
	7.0%	6.0%	2.0%	14.0%	24.0%	47.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า ให้
ความเห็นว่าเป็นผู้ประกอบธุรกิจขายตรง/บริษัทผู้ทำธุรกิจขายตรงต้องแสดงวิธีคิดคำนวณการจ่าย
ค่าตอบแทนที่ตรงกับความเป็นจริง เปิดเผยและชัดเจน ส่งผลดีมากและส่งผลดีมากที่สุด ต่อการ
ดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 50.0 การศึกษาระดับอนุปริญญา ให้ความเห็นว่าเป็น
ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง/บริษัทผู้ทำธุรกิจขายตรงต้องแสดงวิธีคิดคำนวณการจ่ายค่าตอบแทนที่ตรง
กับความเป็นจริง เปิดเผยและชัดเจน ส่งผลดีมาก ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 43.8 การศึกษา
ระดับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความเห็นว่าเป็นผู้ประกอบธุรกิจขายตรง/บริษัทผู้ทำธุรกิจ
ขายตรงต้องแสดงวิธีคิดคำนวณการจ่ายค่าตอบแทนที่ตรงกับความเป็นจริง เปิดเผยและชัดเจน
ส่งผลดีมากที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 48.4 และร้อยละ 50.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 76 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง ระดับการศึกษา และ รัฐได้แต่งตั้ง คณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง เพื่อมีอำนาจหน้าที่ในการกำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง (มาตรา 13(3))

ระดับการศึกษา	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
มัธยมศึกษา หรือ ต่ำกว่า					4	4	8
					50.0%	50.0%	100.0%
อนุปริญญา		1		2	7	6	16
		6.3%		12.5%	43.8%	37.5%	100.0%
ปริญญาตรี	6	4	2	10	11	31	64
	9.4%	6.3%	3.1%	15.6%	17.2%	48.4%	100.0%
สูงกว่าปริญญา ตรี	1	1		2	2	6	12
	8.3%	8.3%		16.7%	16.7%	50.0%	100.0%
รวม	7	6	2	14	24	47	100
	7.0%	6.0%	2.0%	14.0%	24.0%	47.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า ให้
 ความเห็นว่า รัฐได้แต่งตั้ง คณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง เพื่อมีอำนาจหน้าที่ในการ
 กำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ ใน
 สัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 50.0 การศึกษาระดับอนุปริญญา ให้ความเห็นว่า รัฐได้แต่งตั้ง
 คณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง เพื่อมีอำนาจหน้าที่ในการกำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจ
 ขายตรง ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 43.8 การศึกษาระดับปริญญาตรี และสูง
 กว่าปริญญาตรี ให้ความเห็นว่า รัฐได้แต่งตั้ง คณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง เพื่อมีอำนาจ
 หน้าที่ในการกำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็น
 ร้อยละ 48.4 และร้อยละ 50.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 77 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง ระดับการศึกษา และ หากผู้ประกอบการขายตรงไม่มาตามคำสั่งคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงเพื่ออธิบายเกี่ยวกับหลักฐานที่ใช้พิจารณาในการทำผิด มีโทษจำคุกไม่เกิน 1 เดือนหรือปรับไม่เกิน 10,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ (มาตรา 45)

ระดับการศึกษา	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
มัธยมศึกษา หรือ ต่ำกว่า	1		1	2	3	1	8
	12.5%		12.5%	25.0%	37.5%	12.5%	100.0%
อนุปริญญา	3	3	2	4	1	3	16
	18.8%	18.8%	12.5%	25.0%	6.3%	18.8%	100.0%
ปริญญาตรี	8	4	10	13	10	19	64
	12.5%	6.3%	15.6%	20.3%	15.6%	29.7%	100.0%
สูงกว่าปริญญา ตรี	1	2		3	3	3	12
	8.3%	16.7%		25.0%	25.0%	25.0%	100.0%
รวม	13	9	13	22	17	26	100
	13.0%	9.0%	13.0%	22.0%	17.0%	26.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า ให้ความเห็นว่า หากผู้ประกอบการขายตรงไม่มาตามคำสั่งคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงเพื่ออธิบายเกี่ยวกับหลักฐานที่ใช้พิจารณาในการทำผิด มีโทษจำคุกไม่เกิน 1 เดือนหรือปรับไม่เกิน 10,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 37.5 ระดับอนุปริญญา ให้ความเห็นว่า หากผู้ประกอบการขายตรงไม่มาตามคำสั่งคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงเพื่ออธิบายเกี่ยวกับหลักฐานที่ใช้พิจารณาในการทำผิด มีโทษจำคุกไม่เกิน 1 เดือนหรือปรับไม่เกิน 10,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ส่งผลดีปานกลาง ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 25.0 ระดับปริญญาตรี ให้ความเห็นว่า หากผู้ประกอบการขายตรงไม่มาตามคำสั่งคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงเพื่ออธิบายเกี่ยวกับหลักฐานที่ใช้พิจารณาในการทำผิด มีโทษจำคุกไม่เกิน 1 เดือนหรือปรับไม่เกิน 10,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ส่งผลดีมากที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 29.7 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความเห็นว่า หากผู้ประกอบการขายตรงไม่มาตามคำสั่งคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงเพื่ออธิบายเกี่ยวกับหลักฐานที่ใช้พิจารณาในการทำผิด มีโทษจำคุกไม่เกิน 1 เดือนหรือปรับไม่เกิน 10,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

ส่งผลดีปานกลาง ส่งผลดีมาก และส่งผลดีมากที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 25.0

ตารางที่ 78 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง ระดับการศึกษา และ หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ได้รับอนุญาตจากผู้บริโภคให้เข้าไปเสนอขายสินค้าหรือบริการที่บ้านหรือที่ทำงาน ซึ่งทำให้ผู้บริโภคเกิดความรำคาญมีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท (มาตรา 51)

ระดับการศึกษา	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
มัธยมศึกษา หรือ ต่ำกว่า		1		3	3	1	8
		12.5%		37.5%	37.5%	12.5%	100.0%
อนุปริญญา	2	2	4	4	3	1	16
	12.5%	12.5%	25.0%	25.0%	18.8%	6.3%	100.0%
ปริญญาตรี	9	11	7	14	13	10	64
	14.1%	17.2%	10.9%	21.9%	20.3%	15.6%	100.0%
สูงกว่าปริญญา ตรี	1	1	2	2		6	12
	8.3%	8.3%	16.7%	16.7%		50.0%	100.0%
รวม	12	15	13	23	19	18	100
	12.0%	15.0%	13.0%	23.0%	19.0%	18.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า ให้
 ความเห็นว่า หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ได้รับอนุญาตจากผู้บริโภคให้เข้าไปเสนอขาย
 สินค้าหรือบริการที่บ้านหรือที่ทำงาน ซึ่งทำให้ผู้บริโภคเกิดความรำคาญมีโทษปรับไม่เกิน 30,000
 บาท ส่งผลดีปานกลางและส่งผลดีมาก ต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 37.5
 ระดับอนุปริญญา และปริญญาตรี ให้ความเห็นว่า หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ได้รับ
 อนุญาตจากผู้บริโภคให้เข้าไปเสนอขายสินค้าหรือบริการที่บ้านหรือที่ทำงาน ซึ่งทำให้ผู้บริโภคเกิด
 ความรำคาญมีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท ส่งผลดีปานกลาง ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ
 25.0 และร้อยละ 21.9 ระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความเห็นว่า หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ
 ไม่ได้รับอนุญาตจากผู้บริโภคให้เข้าไปเสนอขายสินค้าหรือบริการที่บ้านหรือที่ทำงาน ซึ่งทำให้

ผู้บริโภครู้สึกถึงความรำคาญมีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท ส่งผลดีมากที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 50.0

ตารางที่ 79 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง ระดับการศึกษา และ หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้ผู้บริโภค มีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท (มาตรา 51)

ระดับการศึกษา	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
มัธยมศึกษา หรือ ต่ำกว่า		2	1	3	1	1	8
		25.0%	12.5%	37.5%	12.5%	12.5%	100.0%
อนุปริญญา	2	2	4	5	1	2	16
	12.5%	12.5%	25.0%	31.3%	6.3%	12.5%	100.0%
ปริญญาตรี	9	9	11	10	12	13	64
	14.1%	14.1%	17.2%	15.6%	18.8%	20.3%	100.0%
สูงกว่าปริญญา ตรี	1			5		6	12
	8.3%			41.7%		50.0%	100.0%
รวม	12	13	16	23	14	22	100
	12.0%	13.0%	16.0%	23.0%	14.0%	22.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า ให้
ความเห็น ว่า หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้ผู้บริโภค มีโทษปรับ
ไม่เกิน 30,000 บาทส่งผลดีน้อยที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 25.0 ระดับอนุปริญญา ให้
ความเห็น ว่า หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้ผู้บริโภค มีโทษปรับ
ไม่เกิน 30,000 บาท ส่งผลดีปานกลาง ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 31.3 ระดับปริญญาตรีและ
สูงกว่าปริญญาตรี ให้ความเห็น ว่า หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้
ผู้บริโภค มีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาทส่งผลดีมากที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 20.3
และร้อยละ 50.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 80 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง ระดับการศึกษา และ หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่าย
อิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้ผู้บริโภค โดยระบุสิทธิหรือการรับประกันสินค้าอย่างชัดเจน มีโทษ
ปรับไม่เกิน 30,000 บาท (มาตรา 51)

ระดับการศึกษา	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
มัธยมศึกษา หรือ ต่ำกว่า		1		4	1	2	8
		12.5%		50.0%	12.5%	25.0%	100.0%
อนุปริญญา	2	1	2	6	1	4	16
	12.5%	6.3%	12.5%	37.5%	6.3%	25.0%	100.0%
ปริญญาตรี	10	4	9	12	14	15	64
	15.6%	6.3%	14.1%	18.8%	21.9%	23.4%	100.0%
สูงกว่าปริญญา ตรี	1			4	1	6	12
	8.3%			33.3%	8.3%	50.0%	100.0%
รวม	13	6	11	26	17	27	100
	13.0%	6.0%	11.0%	26.0%	17.0%	27.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า และระดับ
อนุปริญญา ให้ความเห็นว่า หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้
ผู้บริโภค โดยระบุสิทธิหรือการรับประกันสินค้าอย่างชัดเจน มีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท ส่งผล
ดีปานกลาง ต่อผลการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 50.0 และ ร้อยละ 37.5 ตามลำดับ ระดับปริญญา
ตรีและระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความเห็นว่า หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสาร
การซื้อขายให้ผู้บริโภค โดยระบุสิทธิหรือการรับประกันสินค้าอย่างชัดเจน มีโทษปรับไม่เกิน
30,000 บาท ส่งผลดีมากที่สุด ต่อผลการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 23.4 และ ร้อยละ 50.0
ตามลำดับ

ตารางที่ 81 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง ระดับการศึกษา และ หากผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง/
บริษัทขายตรง ไม่แจ้งการเปลี่ยนแปลงแผนการจ่ายค่าตอบแทนให้แก่นายทะเบียนของรัฐได้ทราบ
มีโทษปรับไม่เกิน 300,000 บาท (มาตรา 52)

ระดับการศึกษา	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง											รวม
	-5.00	-4.00	-3.00	-2.00	-1.00	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
มัธยมศึกษา หรือ ต่ำกว่า	1						1		4	1	1	8
	12.5%						12.5%		50.0%	12.5%	12.5%	100.0 %
อนุปริญญา	1	2	1	2	2	2			3	1	2	16
	6.3%	12.5%	6.3%	12.5%	12.5%	12.5%			18.8%	6.3%	12.5%	100.0 %
ปริญญาตรี	4	4	1	1	2	9	3	6	10	7	17	64
	6.3%	6.3%	1.6%	1.6%	3.1%	14.1%	4.7%	9.4%	15.6%	10.9%	26.6%	100.0 %
สูงกว่าปริญญา ตรี						1	2		1	1	7	12
						8.3%	16.7%		8.3%	8.3%	58.3%	100.0 %
รวม	6	6	2	3	4	12	6	6	18	10	27	100
	6.0%	6.0%	2.0%	3.0%	4.0%	12.0%	6.0%	6.0%	18.0%	10.0%	27.0%	100.0 %

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า และระดับ
อนุปริญญา ให้ความเห็นว่า หากผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง/บริษัทขายตรง ไม่แจ้งการเปลี่ยนแปลง
แผนการจ่ายค่าตอบแทนให้แก่นายทะเบียนของรัฐได้ทราบ มีโทษปรับไม่เกิน 300,000 บาท ส่งผล
ดีปานกลาง ต่อผลการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 50.0 และร้อยละ 18.8 ตามลำดับ ระดับปริญญา
ตรีและสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความเห็นว่า หากผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง/บริษัทขายตรง ไม่แจ้งการ
เปลี่ยนแปลงแผนการจ่ายค่าตอบแทนให้แก่นายทะเบียนของรัฐได้ทราบ มีโทษปรับไม่เกิน 300,000
บาท ส่งผลดีมากที่สุด ต่อผลการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 26.6 และร้อยละ 58.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 82 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของท่าน และ ตัวแทนขายตรงหรือผู้
 จําหน่ายอิสระต้องแสดงบัตรประชาชน และบัตรประจำตัวผู้จําหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงทุก
 ครั้ง (มาตรา 26)

รายได้เฉลี่ยต่อ เดือน	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ต่ำกว่า 25,000	5	1		10	18	26	60
บาท	8.3%	1.7%		16.7%	30.0%	43.3%	100.0%
25,001-55,000	1	2	2	6	4	14	29
บาท	3.4%	6.9%	6.9%	20.7%	13.8%	48.3%	100.0%
55,001-75,000	1	1		1	1	1	5
บาท	20.0%	20.0%		20.0%	20.0%	20.0%	100.0%
75,001-100,000	2					1	3
บาท	66.7%					33.3%	100.0%
100,001- 300,000 บาท			1	1	1		3
			33.3%	33.3%	33.3%		100.0%
รวม	9	4	3	18	24	42	100
	9.0%	4.0%	3.0%	18.0%	24.0%	42.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย ต่ำกว่า 25,000 บาท และ 25,001-
 55,000 บาท ให้ความเห็นว่า ตัวแทนขายตรงหรือผู้จําหน่ายอิสระต้องแสดงบัตรประชาชน และบัตร
 ประจำตัวผู้จําหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงทุกครั้ง ส่งผลดีมากที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็น
 ร้อยละ 43.3 และร้อยละ 48.3 ตามลำดับ รายได้ 55,001-75,000บาท ให้ความเห็นว่า ตัวแทนขายตรง
 หรือผู้จําหน่ายอิสระต้องแสดงบัตรประชาชน และบัตรประจำตัวผู้จําหน่ายอิสระหรือตัวแทนขาย
 ตรงทุกครั้ง ไม่ส่งผลใด ๆ ส่งผลดีน้อยที่สุด ส่งผลดีปานกลาง ส่งผลดีมาก และส่งผลดีมากที่สุด ต่อ
 การดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 20.0 รายได้ 75,001- 100,000 บาท ให้ความเห็น
 ว่า ตัวแทนขายตรงหรือผู้จําหน่ายอิสระต้องแสดงบัตรประชาชน และบัตรประจำตัวผู้จําหน่ายอิสระ
 หรือตัวแทนขายตรงทุกครั้ง ไม่ส่งผลใด ๆ ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 66.7 และรายได้
 100,001-300,000 บาท ให้ความเห็นว่า ตัวแทนขายตรงหรือผู้จําหน่ายอิสระต้องแสดงบัตร

ประชาชน และบัตรประจำตัวผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงทุกครั้ง ส่งผลดีน้อย ส่งผลดีปานกลางและส่งผลดีมาก ต่อการดำเนินธุรกิจในส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 33.3

ตารางที่ 83 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของท่าน และ ผู้บริโภคมีสิทธิยกเลิกสัญญาการขายหากไม่พอใจในสินค้าหรือบริการ ภายใน 7 วัน นับตั้งแต่ได้รับสินค้าหรือบริการ (มาตรา 33)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ต่ำกว่า 25,000 บาท	2	3	6	10	19	20	60
	3.3%	5.0%	10.0%	16.7%	31.7%	33.3%	100.0%
25,001-55,000 บาท	1	2		3	10	13	29
	3.4%	6.9%		10.3%	34.5%	44.8%	100.0%
55,001-75,000 บาท				1	1	3	5
				20.0%	20.0%	60.0%	100.0%
75,001-100,000 บาท	1			1		1	3
	33.3%			33.3%		33.3%	100.0%
100,001-300,000 บาท	1			1	1		3
	33.3%			33.3%	33.3%		100.0%
	5	5	6	16	31	37	100
	5.0%	5.0%	6.0%	16.0%	31.0%	37.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย ต่ำกว่า 25,000 บาท 25,001-55,000 บาท และ 55,001-75,000 บาท ให้ความเห็นว่า ผู้บริโภคมีสิทธิยกเลิกสัญญาการขายหากไม่พอใจในสินค้าหรือบริการ ภายใน 7 วัน นับตั้งแต่ได้รับสินค้าหรือบริการ ส่งผลดีมากที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 33.3 ร้อยละ 44.8 และร้อยละ 60.0 ตามลำดับ รายได้ 75,001-100,000 บาท ให้ความเห็นว่า ผู้บริโภคมีสิทธิยกเลิกสัญญาการขายหากไม่พอใจในสินค้าหรือบริการ ภายใน 7 วัน นับตั้งแต่ได้รับสินค้าหรือบริการ ส่งผลดีไม่ส่งผลใด ๆ ส่งผลดีปานกลาง และส่งผลดีมากที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 33.3 และรายได้ 100,001-300,000 บาท ให้ความเห็นว่า ผู้บริโภคมีสิทธิยกเลิกสัญญาการขายหากไม่พอใจในสินค้าหรือบริการ ภายใน 7 วัน

นับตั้งแต่ได้รับสินค้าหรือบริการ ส่งผลดีไม่ส่งผลใด ๆ ส่งผลดีปานกลาง และส่งผลดีมาก ต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 33.3

ตารางที่ 84 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของท่าน และ หากผู้บริโภคมองเลิกลัทธิแล้ว ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่คืนเงินให้ผู้บริโภค เมื่อครบ 15 วัน ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระต้องเสียค่าปรับให้แก่ผู้บริโภค (มาตรา 36)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง						
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ต่ำกว่า 25,000 บาท	4	4	7	18	13	14	60
	6.7%	6.7%	11.7%	30.0%	21.7%	23.3%	100.0%
25,001-55,000 บาท		1	2	4	9	13	29
		3.4%	6.9%	13.8%	31.0%	44.8%	100.0%
55,001-75,000 บาท	1	1			1	2	5
	20.0%	20.0%			20.0%	40.0%	100.0%
75,001-100,000 บาท	1	1		1			3
	33.3%	33.3%		33.3%			100.0%
100,001-300,000 บาท				3			3
				100.0%			100.0%
รวม	6	7	9	26	23	29	100
	6.0%	7.0%	9.0%	26.0%	23.0%	29.0%	100.0%

จากตารางพบว่า รายได้ต่ำกว่า 25,000 บาท ให้ความเห็นว่า หากผู้บริโภคมองเลิกลัทธิแล้ว ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่คืนเงินให้ผู้บริโภค เมื่อครบ 15 วัน ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระต้องเสียค่าปรับให้แก่ผู้บริโภค ส่งผลดีปานกลางต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 30.0 รายได้ 25,001-55,000 บาท และรายได้ 55,001-75,000 บาท ให้ความเห็นว่า หากผู้บริโภคมองเลิกลัทธิแล้ว ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่คืนเงินให้ผู้บริโภค เมื่อครบ 15 วัน ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระต้องเสียค่าปรับให้แก่ผู้บริโภค ส่งผลดีมากที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 44.8 และร้อยละ 40.0 ตามลำดับ รายได้ 75,001-100,000 บาท ให้ความเห็นว่า หากผู้บริโภคมองเลิกลัทธิแล้ว ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่คืนเงินให้ผู้บริโภค เมื่อครบ 15 วัน ตัวแทน

ขายหรือผู้จำหน่ายอิสระต้องเสียค่าปรับให้แก่ผู้บริโภค ไม่ส่งผลใด ๆ ส่งผลดีน้อยที่สุด และส่งผลดีปานกลางต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 33.3 รายได้ 100,001-300,000 บาท ให้ความเห็นว่า หากผู้บริโภคบอกเลิกสัญญาแล้ว ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่คืนเงินให้ผู้บริโภค เมื่อครบ 15 วัน ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระต้องเสียค่าปรับให้แก่ผู้บริโภค ส่งผลดีปานกลางต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 100.0

ตารางที่ 85 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของท่าน และ เมื่อผู้บริโภคแจ้งยกเลิกสัญญาแล้วต้องส่งคืนสินค้าหรือเก็บรักษาไว้สินค้านั้นไว้ไม่เกิน 21 วัน หากไม่เกิน 21 วัน ผู้ขายยังไม่มารับสินค้า ผู้บริโภคจะเก็บไว้หรือทิ้งก็ได้ (มาตรา 34)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ต่ำกว่า 25,000 บาท	6	7	13	8	14	12	60
	10.0%	11.7%	21.7%	13.3%	23.3%	20.0%	100.0%
25,001-55,000 บาท	4	2	2	5	6	10	29
	13.8%	6.9%	6.9%	17.2%	20.7%	34.5%	100.0%
55,001-75,000 บาท	1	1	1	2			5
	20.0%	20.0%	20.0%	40.0%			100.0%
75,001-100,000 บาท		2	1				3
		66.7%	33.3%				100.0%
100,001-300,000 บาท	1			1	1		3
	33.3%			33.3%	33.3%		100.0%
รวม	12	12	17	16	21	22	100
	12.0%	12.0%	17.0%	16.0%	21.0%	22.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ต่ำกว่า 25,000 บาท ให้ความเห็นว่า เมื่อผู้บริโภคแจ้งยกเลิกสัญญาแล้วต้องส่งคืนสินค้าหรือเก็บรักษาไว้สินค้านั้นไว้ไม่เกิน 21 วัน หากไม่เกิน 21 วัน ผู้ขายยังไม่มารับสินค้า ผู้บริโภคจะเก็บไว้หรือทิ้งก็ได้ ส่งผลดีมากต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 23.3 รายได้ 25,001-55,000 บาท ให้ความเห็นว่า เมื่อผู้บริโภคแจ้งยกเลิกสัญญาแล้วต้องส่งคืนสินค้าหรือเก็บรักษาไว้สินค้านั้นไว้ไม่เกิน 21 วัน หากไม่เกิน 21 วัน ผู้ขายยังไม่มารับ

สินค้า ผู้บริโภคจะเก็บไว้หรือทิ้งก็ได้ ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 34.5 รายได้ 55,001-75,000 บาท ให้ความเห็นว่า เมื่อผู้บริโภคแจ้งยกเลิกสัญญาแล้วต้องส่งคืนสินค้าหรือเก็บรักษาไว้สินค้านั้นไว้ไม่เกิน 21 วัน หากไม่เกิน 21 วัน ผู้ขายยังไม่มารับสินค้า ผู้บริโภคจะเก็บไว้หรือทิ้งก็ได้ ส่งผลดีปานกลางต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 40.0 ให้ความเห็นว่า เมื่อผู้บริโภคแจ้งยกเลิกสัญญาแล้วต้องส่งคืนสินค้าหรือเก็บรักษาไว้สินค้านั้นไว้ไม่เกิน 21 วัน หากไม่เกิน 21 วัน ผู้ขายยังไม่มารับสินค้า ผู้บริโภคจะเก็บไว้หรือทิ้งก็ได้ ส่งผลดีน้อยที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 66.7 รายได้ 100,001-300,000 บาท ให้ความเห็นว่า เมื่อผู้บริโภคแจ้งยกเลิกสัญญาแล้วต้องส่งคืนสินค้าหรือเก็บรักษาไว้สินค้านั้นไว้ไม่เกิน 21 วัน หากไม่เกิน 21 วัน ผู้ขายยังไม่มารับสินค้า ผู้บริโภคจะเก็บไว้หรือทิ้งก็ได้ ไม่ส่งผลใด ส่งผลดีน้อยที่สุด และส่งผลดีมาก ต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 33.3

ตารางที่ 86 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของท่าน และ เมื่อผู้บริโภคแจ้งยกเลิกสัญญาแล้วแต่ทำให้สินค้านั้นบุบสลายหรือเสียหาย ผู้บริโภคต้องชดเชยค่าเสียหายให้แก่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ต่ำกว่า 25,000 บาท	8 13.8%	1 1.7%	5 8.6%	9 15.5%	23 39.7%	12 20.7%	58 100.0%
25,001-55,000 บาท	1 3.4%	6 20.7%	2 6.9%	4 13.8%	7 24.1%	9 31.0%	29 100.0%
55,001-75,000 บาท	1 20.0%		2 40.0%	2 40.0%			5 100.0%
75,001-100,000 บาท	1 33.3%		1 33.3%		1 33.3%		3 100.0%
100,001-300,000 บาท	1 33.3%				2 66.7%		3 100.0%
รวม	12 12.2%	7 7.1%	10 10.2%	15 15.3%	33 33.7%	21 21.4%	98 100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ ต่ำกว่า 25,000 บาท รายได้ 100,001-300,000 บาท ให้ความเห็นว่า เมื่อผู้บริโภคนำเงินไปซื้อสินค้าแล้วแต่ทำให้สินค้าชำรุดเสียหาย ผู้บริโภคต้องชดเชยค่าเสียหายให้แก่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 39.7 และ 66.7 ตามลำดับ รายได้ 25,001-55,000 บาท ให้ความเห็นว่า เมื่อผู้บริโภคนำเงินไปซื้อสินค้าแล้วแต่ทำให้สินค้าชำรุดเสียหาย ผู้บริโภคต้องชดเชยค่าเสียหายให้แก่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 31.0 รายได้ 75,001-100,000 บาท ให้ความเห็นว่า เมื่อผู้บริโภคนำเงินไปซื้อสินค้าแล้วแต่ทำให้สินค้าชำรุดเสียหาย ผู้บริโภคต้องชดเชยค่าเสียหายให้แก่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ ไม่ส่งผลใดๆ ส่งผลดีน้อย และส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 33.3

ตารางที่ 87 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของท่าน และ ผู้ประกอบการรายขายตรงต้องไม่บังคับผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้า (มาตรา 21)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ต่ำกว่า 25,000 บาท	5 8.5%	3 5.1%	4 6.8%	7 11.9%	13 22.0%	27 45.8%	59 100.0%
25,001-55,000 บาท	3 10.3%		1 3.4%	3 10.3%	4 13.8%	18 62.1%	29 100.0%
55,001-75,000 บาท	1 20.0%				1 20.0%	3 60.0%	5 100.0%
75,001-100,000 บาท				1 33.3%		2 66.7%	3 100.0%
100,001-300,000 บาท						3 100.0%	3 100.0%
รวม	9 9.1%	3 3.0%	5 5.1%	11 11.1%	18 18.2%	53 53.5%	99 100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ ต่ำกว่า 25,000 บาท รายได้ 25,001-55,000 บาท 75,001-100,000 บาท และรายได้ 100,001-300,000 บาท ให้ความเห็นว่า ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงต้องไม่บังคับผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้า ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 45.8 ร้อยละ 62.1 ร้อยละ 60.0 ร้อยละ 66.7 และร้อยละ 100.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 88 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของท่าน และ ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงต้องไม่โน้มน้าวหรือชักจูงให้ผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้ามากเกินไปจนความจำเป็น (มาตรา 21)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ต่ำกว่า 25,000 บาท	6	2	7	6	20	18	59
	10.2%	3.4%	11.9%	10.2%	33.9%	30.5%	100.0%
25,001-55,000 บาท	1	1	4	3	5	15	29
	3.4%	3.4%	13.8%	10.3%	17.2%	51.7%	100.0%
55,001-75,000 บาท		1		1	3		5
		20.0%		20.0%	60.0%		100.0%
75,001-100,000 บาท			1		1	1	3
			33.3%		33.3%	33.3%	100.0%
100,001-300,000 บาท	1	1				1	3
	33.3%	33.3%				33.3%	100.0%
รวม	8	5	12	10	29	35	99
	8.1%	5.1%	12.1%	10.1%	29.3%	35.4%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 25,000 บาท และรายได้ 55,001-75,000 บาท ให้ความเห็นว่า ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงต้องไม่โน้มน้าวหรือชักจูงให้ผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้ามากเกินไปจนความจำเป็น ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 33.9 และ 60.0 ตามลำดับ รายได้ 25,001-55,000 บาท ให้ความเห็นว่า ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงต้องไม่โน้มน้าวหรือชักจูงให้ผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้ามากเกินไปจนความจำเป็น ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 51.7 รายได้ 75,001-100,000 บาท ให้ความเห็นว่า ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงต้องไม่โน้มน้าวหรือชักจูงให้ผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้ามากเกินไปจนความจำเป็น ส่งผลดีน้อย ส่งผลดีมาก และส่งผลดีมากที่สุด

ต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 33.3 และรายได้ 100,001-300,000 บาท ให้ความเห็นว่า ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงต้องไม่โน้มน้าวหรือชักจูงให้ผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้ามากเกินไปจนความจำเป็น ไม่ส่งผลใด ๆ ส่งผลดีน้อย และส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 33.3

ตารางที่ 89 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของท่าน และ ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงสามารถเก็บค่าสมัคร ค่าฝึกอบรม และค่าวัสดุอุปกรณ์การส่งเสริมการขายหรือค่าธรรมเนียมอื่น ๆ แก่ผู้จำหน่ายอิสระ (มาตรา 22)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ต่ำกว่า 25,000 บาท	7 11.9%	5 8.5%	8 13.6%	14 23.7%	11 18.6%	14 23.7%	59 100.0%
25,001-55,000 บาท	4 14.3%	2 7.1%	3 10.7%	6 21.4%	5 17.9%	8 28.6%	28 100.0%
55,001-75,000 บาท		3 60.0%	1 20.0%		1 20.0%		5 100.0%
75,001-100,000 บาท			1 33.3%	1 33.3%	1 33.3%		3 100.0%
100,001-300,000 บาท	2 66.7%					1 33.3%	3 100.0%
รวม	13 13.3%	10 10.2%	13 13.3%	21 21.4%	18 18.4%	23 23.5%	98 100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้ต่ำกว่า 25,000 บาท ให้ความเห็นว่า ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงสามารถเก็บค่าสมัคร ค่าฝึกอบรม และค่าวัสดุอุปกรณ์การส่งเสริมการขายหรือค่าธรรมเนียมอื่น ๆ แก่ผู้จำหน่ายอิสระ ส่งผลดีปานกลางและส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 23.7 รายได้ 25,001-55,000 บาท ให้ความเห็นว่า ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงสามารถเก็บค่าสมัคร ค่าฝึกอบรม และค่าวัสดุอุปกรณ์การส่งเสริมการขายหรือค่าธรรมเนียมอื่น ๆ แก่ผู้จำหน่ายอิสระ ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 28.6

รายได้ 55,001-75,000 บาท ให้ความเห็นว่า ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงสามารถเก็บค่าสมัคร ค่า
 ฝึกอบรม และค่าวัสดุอุปกรณ์การส่งเสริมการขายหรือค่าธรรมเนียม อื่น ๆ แก่ผู้จำหน่ายอิสระ
 ส่งผลค่าน้อยที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 60.06 รายได้ 75,001-100,000 บาท ให้ความเห็น
 ว่า ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงสามารถเก็บค่าสมัคร ค่าฝึกอบรม และค่าวัสดุอุปกรณ์การส่งเสริมการ
 ขายหรือค่าธรรมเนียม อื่น ๆ แก่ผู้จำหน่ายอิสระ ส่งผลค่าน้อย ส่งผลปานกลาง และส่งผลมากต่อ
 การดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 33.3 และรายได้ 100,001-300,000 บาท ใ
 ให้ความเห็นว่า ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงสามารถเก็บค่าสมัคร ค่าฝึกอบรม และค่าวัสดุอุปกรณ์การ
 ส่งเสริมการขายหรือค่าธรรมเนียม อื่น ๆ แก่ผู้จำหน่ายอิสระ ไม่ส่งผลใด ๆ ต่อการดำเนินธุรกิจ คิด
 เป็นร้อยละ 66.7

ตารางที่ 90 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของท่าน และ ผู้จำหน่ายอิสระมี
 สิทธิคืนสินค้า วัสดุการส่งเสริมการขาย ที่ซื้อจากผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงภายใน 15 วันนับจาก
 วันที่แจ้งอย่างเป็นทางการแก่ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง (มาตรา 25)

รายได้เฉลี่ยต่อ เดือน	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ต่ำกว่า 25,000 บาท	4 6.8%	2 3.4%	6 10.2%	15 25.4%	23 39.0%	9 15.3%	59 100.0%
25,001-55,000 บาท	1 3.4%		2 6.9%	6 20.7%	6 20.7%	14 48.3%	29 100.0%
55,001-75,000 บาท		2 40.0%			2 40.0%	1 20.0%	5 100.0%
75,001-100,000 บาท			1 33.3%		2 66.7%		3 100.0%
100,001- 300,000 บาท		1 33.3%	1 33.3%		1 33.3%		3 100.0%
รวม	5 5.1%	5 5.1%	10 10.1%	21 21.2%	34 34.3%	24 24.2%	99 100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ ต่ำกว่า 25,000 บาท 55,001-75,000 บาท และ 75,001-100,000 บาท ให้ความเห็นว่า ผู้จำหน่ายอิสระมีสิทธิคืนสินค้า วัสดุการส่งเสริมการขาย ที่ซื้อจากผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงภายใน 15 วันนับจากวันที่แจ้งอย่างเป็นทางการแก่ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 39.0 ร้อยละ 40.0 และร้อยละ 66.7 ตามลำดับ รายได้ 25,001-55,000 บาท ให้ความเห็นว่า ผู้จำหน่ายอิสระมีสิทธิคืนสินค้า วัสดุการส่งเสริมการขาย ที่ซื้อจากผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงภายใน 15 วันนับจากวันที่แจ้งอย่างเป็นทางการแก่ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 48.3 และรายได้ 100,001-300,000 บาท ให้ความเห็นว่า ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงต้องไม่โน้มน้าวหรือชักจูงให้ผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้ามากเกินไปจนเกิดความจำเป็น ส่งผลดีน้อยที่สุด ส่งผลดีน้อย และส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 33.3

ตารางที่ 91 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของท่าน และ ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง/บริษัทที่ทำธุรกิจขายตรง เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลก็ได้ (มาตรา 20)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ต่ำกว่า 25,000 บาท	7 11.9%	9 15.3%	5 8.5%	9 15.3%	17 28.8%	12 20.3%	59 100.0%
25,001-55,000 บาท	2 6.9%	1 3.4%	2 6.9%	6 20.7%	6 20.7%	12 41.4%	29 100.0%
55,001-75,000 บาท					1 20.0%	4 80.0%	5 100.0%
75,001-100,000 บาท					1 33.3%	2 66.7%	3 100.0%
100,001-300,000 บาท				2 66.7%		1 33.3%	3 100.0%
รวม	9 9.1%	10 10.1%	7 7.1%	17 17.2%	25 25.3%	31 31.3%	99 100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ ต่ำกว่า 25,000 บาท ให้ความเห็นว่า ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง/บริษัทที่ทำธุรกิจขายตรง เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลก็ได้ ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 28.8 รายได้ 25,001-55,000 บาท 55,001-75,000 บาท และ 75,001-100,000 บาท ให้ความเห็นว่า ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง/บริษัทที่ทำธุรกิจขายตรง เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลก็ได้ ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 41.4 ร้อยละ 80.0 และร้อยละ 66.7 ตามลำดับ รายได้ 100,001-300,000 บาท บาท ให้ความเห็นว่า ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง/บริษัทที่ทำธุรกิจขายตรง เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลก็ได้ ส่งผลดีปานกลางต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 66.7

ตารางที่ 92 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของท่าน และ การเข้าไปเสนอขายสินค้าให้กับผู้บริโภค ต้องเสนอขายที่บ้าน หรือที่ทำงานของผู้บริโภค โดยต้องได้รับคำยินยอมจากผู้บริโภคเท่านั้น (มาตรา 26)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ต่ำกว่า 25,000 บาท	6	6	3	17	11	16	59
	10.2%	10.2%	5.1%	28.8%	18.6%	27.1%	100.0%
25,001-55,000 บาท	4	2		6	6	11	29
	13.8%	6.9%		20.7%	20.7%	37.9%	100.0%
55,001-75,000 บาท	2				3		5
	40.0%				60.0%		100.0%
75,001-100,000 บาท					1	2	3
					33.3%	66.7%	100.0%
100,001-300,000 บาท				1	1	1	3
				33.3%	33.3%	33.3%	100.0%
รวม	12	8	3	24	22	30	99
	12.1%	8.1%	3.0%	24.2%	22.2%	30.3%	100.0%

จากตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ ต่ำกว่า 25,000 บาท ให้ความเห็นว่า การเข้าไปเสนอขายสินค้าให้กับผู้บริโภค ต้องเสนอขายที่บ้าน หรือที่ทำงานของผู้บริโภค โดยต้องได้รับคำ

ยินยอมจากผู้บริโภคนั้น ส่งผลดีปานกลางต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 28.8 รายได้ 25,001-55,000 บาท และรายได้ 75,001-100,000 บาท ให้ความเห็นว่า การเข้าไปเสนอขายสินค้าให้กับผู้บริโภค ต้องเสนอขายที่บ้าน หรือที่ทำงานของผู้บริโภค โดยต้องได้รับคำยินยอมจากผู้บริโภคนั้น ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 37.9 และ 66.7 ตามลำดับ รายได้ 55,001-75,000 บาท ให้ความเห็นว่า การเข้าไปเสนอขายสินค้าให้กับผู้บริโภค ต้องเสนอขายที่บ้าน หรือที่ทำงานของผู้บริโภค โดยต้องได้รับคำยินยอมจากผู้บริโภคนั้น ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 60.0 และรายได้ 100,001-300,000 บาท ให้ความเห็นว่า การเข้าไปเสนอขายสินค้าให้กับผู้บริโภค ต้องเสนอขายที่บ้าน หรือที่ทำงานของผู้บริโภค โดยต้องได้รับคำยินยอมจากผู้บริโภคนั้น ส่งผลดีปานกลาง ส่งผลดีมาก และส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 33.3

ตารางที่ 93 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของท่าน และ ในการทำสัญญา ระหว่างตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระกับผู้บริโภค ต้องมีข้อความเป็นภาษาไทยอย่างชัดเจน เกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคในการเลิกสัญญา (มาตรา 51)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ต่ำกว่า 25,000 บาท	6	5	3	8	15	23	60
	10.0%	8.3%	5.0%	13.3%	25.0%	38.3%	100.0%
25,001-55,000 บาท		2		5	5	17	29
		6.9%		17.2%	17.2%	58.6%	100.0%
55,001-75,000 บาท				1	2	2	5
				20.0%	40.0%	40.0%	100.0%
75,001-100,000 บาท				1	1	1	3
				33.3%	33.3%	33.3%	100.0%
100,001-300,000 บาท				1		2	3
				33.3%		66.7%	100.0%
รวม	6	7	3	16	23	45	100
	6.0%	7.0%	3.0%	16.0%	23.0%	45.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ ต่ำกว่า 25,000 บาท รายได้ 25,001-55,000 บาท รายได้ 55,001-75,000 บาท และ รายได้ 100,001-300,000 บาท ให้ความเห็นว่า ในการทำสัญญาระหว่างตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระกับผู้บริโภค ต้องมีข้อความเป็นภาษาไทยอย่างชัดเจนเกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคในการเลิกสัญญา ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 33.8 ร้อยละ 58.6 ร้อยละ 40.0 และร้อยละ 66.7 ตามลำดับ รายได้ 75,001-100,000 บาท ให้ความเห็นว่า ในการทำสัญญาระหว่างตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระกับผู้บริโภค ต้องมีข้อความเป็นภาษาไทยอย่างชัดเจนเกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคในการเลิกสัญญา ส่งผลดีปานกลาง ส่งผลดีมาก และส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 33.3

ตารางที่ 94 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของท่าน และ การรับประกันสินค้า ต้องระบุเป็นภาษาไทยที่เข้าใจง่ายและชัดเจน (มาตรา 37)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ต่ำกว่า 25,000 บาท	4	4	8	9	7	28	60
	6.7%	6.7%	13.3%	15.0%	11.7%	46.7%	100.0%
25,001-55,000 บาท	1		1	5	3	19	29
	3.4%		3.4%	17.2%	10.3%	65.5%	100.0%
55,001-75,000 บาท				1	1	3	5
				20.0%	20.0%	60.0%	100.0%
75,001-100,000 บาท					1	2	3
					33.3%	66.7%	100.0%
100,001-300,000 บาท					1	2	3
					33.3%	66.7%	100.0%
รวม	5	4	9	15	13	54	100
	5.0%	4.0%	9.0%	15.0%	13.0%	54.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ ต่ำกว่า 25,000 บาท รายได้ 25,001-55,000 บาท 75,001-100,000 บาท และรายได้ 100,001-300,000 บาท ให้ความเห็นว่า ผู้ประกอบการธุรกิจ

ขายตรงต้องไม่บังคับผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้า ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 46.7 ร้อยละ 65.5 ร้อยละ 60.0 ร้อยละ 66.7 และร้อยละ 66.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 95 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของท่าน และ การจ่ายค่าตอบแทน ให้แก่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ ต้องไม่ใช่การจ่ายค่าตอบแทนที่มาจาก การแนะนำบุคคลอื่น ให้มาสมัครเข้าร่วมเป็นเครือข่ายกับตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระนั้น ๆ (มาตรา 21)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ต่ำกว่า 25,000 บาท	5	7	4	15	9	20	60
	8.3%	11.7%	6.7%	25.0%	15.0%	33.3%	100.0%
25,001-55,000 บาท	2	1		4	4	18	29
	6.9%	3.4%		13.8%	13.8%	62.1%	100.0%
55,001-75,000 บาท		1			1	3	5
		20.0%			20.0%	60.0%	100.0%
75,001-100,000 บาท					1	2	3
					33.3%	66.7%	100.0%
100,001-300,000 บาท			1	1	1		3
			33.3%	33.3%	33.3%		100.0%
รวม	7	9	5	20	16	43	100
	7.0%	9.0%	5.0%	20.0%	16.0%	43.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 25,000 บาท รายได้ 25,001-55,000 บาท และรายได้ 75,001-100,000 บาท บาท ให้ความเห็นว่า การจ่ายค่าตอบแทนให้แก่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ ต้องไม่ใช่การจ่ายค่าตอบแทนที่มาจาก การแนะนำบุคคลอื่น ให้มาสมัครเข้าร่วมเป็นเครือข่ายกับตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระนั้น ๆ ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 33.3 ร้อยละ 62.1 ร้อยละ 60.0 และร้อยละ 66.7 ตามลำดับ รายได้ 100,001-300,000 บาท ให้ความเห็นว่า การจ่ายค่าตอบแทนให้แก่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ ต้องไม่ใช่การจ่ายค่าตอบแทนที่มาจาก การแนะนำบุคคลอื่น ให้มาสมัครเข้าร่วมเป็นเครือข่ายกับตัวแทนขายหรือผู้

จำหน่ายอิสระนั้น ๆ ส่งผลคติน้อย ส่งผลคี่ปานกลางและส่งผลคืมากต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 33.3

ตารางที่ 96 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของท่าน และ ผลตอบแทนที่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระได้รับต้องมาจากการขายสินค้าหรือบริการหรือการซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อใช้เองเท่านั้น (มาตรา 21)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ต่ำกว่า 25,000 บาท	6	5	9	15	11	14	60
	10.0%	8.3%	15.0%	25.0%	18.3%	23.3%	100.0%
25,001-55,000 บาท	1	2	1	2	7	16	29
	3.4%	6.9%	3.4%	6.9%	24.1%	55.2%	100.0%
55,001-75,000 บาท		1			1	3	5
		20.0%			20.0%	60.0%	100.0%
75,001-100,000 บาท				2		1	3
				66.7%		33.3%	100.0%
100,001-300,000 บาท			1	1		1	3
			33.3%	33.3%		33.3%	100.0%
รวม	7	8	11	20	19	35	100
	7.0%	8.0%	11.0%	20.0%	19.0%	35.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ ต่ำกว่า 25,000 บาท และรายได้ 75,001-100,000 บาท ให้ความเห็นว่า ผลตอบแทนที่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระได้รับต้องมาจากการขายสินค้าหรือบริการหรือการซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อใช้เองเท่านั้น ส่งผลคี่ปานกลางต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 25.0 และ 66.7 ตามลำดับ รายได้ 25,001-55,000 บาท และรายได้ 55,001-75,000 บาท ให้ความเห็นว่า ผลตอบแทนที่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระได้รับต้องมาจากการขายสินค้าหรือบริการหรือการซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อใช้เองเท่านั้น ส่งผลคืมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 55.2 และ 60.0 ตามลำดับ และรายได้ 100,001-300,000 บาท ให้ความเห็นว่า ผลตอบแทนที่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระได้รับต้องมาจากการขายสินค้าหรือ

บริการหรือการซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อใช้เองเท่านั้น ส่งผลดีน้อย ส่งผลดีปานกลางและส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากันคิดเป็นร้อยละ 33.3

ตารางที่ 97 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของท่าน และ ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง/บริษัทผู้ทำธุรกิจขายตรงต้องแสดงวิธีคิดคำนวณการจ่ายค่าตอบแทนที่ตรงกับความเป็นจริง เปิดเผยและชัดเจน (มาตรา 21)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ต่ำกว่า 25,000 บาท	5	4	2	8	14	27	60
	8.3%	6.7%	3.3%	13.3%	23.3%	45.0%	100.0%
25,001-55,000 บาท	1	2		4	5	17	29
	3.4%	6.9%		13.8%	17.2%	58.6%	100.0%
55,001-75,000 บาท				1	3	1	5
				20.0%	60.0%	20.0%	100.0%
75,001-100,000 บาท					2	1	3
					66.7%	33.3%	100.0%
100,001-300,000 บาท	1			1		1	3
	33.3%			33.3%		33.3%	100.0%
รวม	7	6	2	14	24	47	100
	7.0%	6.0%	2.0%	14.0%	24.0%	47.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ ต่ำกว่า 25,000 บาท และรายได้ 25,001-55,000 บาท ให้ความเห็นว่า ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง/บริษัทผู้ทำธุรกิจขายตรงต้องแสดงวิธีคิดคำนวณการจ่ายค่าตอบแทนที่ตรงกับความเป็นจริง เปิดเผยและชัดเจน ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 45.0 และ 58.6 ตามลำดับ รายได้ 55,001-75,000 บาท และ 75,001-100,000 บาท ให้ความเห็นว่า ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง/บริษัทผู้ทำธุรกิจขายตรงต้องแสดงวิธีคิดคำนวณการจ่ายค่าตอบแทนที่ตรงกับความเป็นจริง เปิดเผยและชัดเจน ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 60.0 และ 66.7 ตามลำดับ และรายได้ 100,001-300,000 บาท ให้ความเห็นว่า ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง/บริษัทผู้ทำธุรกิจขายตรงต้องแสดงวิธีคิดคำนวณการจ่ายค่าตอบแทนที่ตรงกับความเป็นจริง

เป็นจริง เปิดเผยและชัดเจน ไม่ส่งผลใด ๆ ส่งผลดีปานกลางและส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากันคิดเป็นร้อยละ 33.3

ตารางที่ 98 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของท่าน และ รัฐได้แต่งตั้งคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง เพื่อมีอำนาจหน้าที่ในการกำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง (มาตรา 13(3))

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ต่ำกว่า 25,000 บาท	5	4	2	8	14	27	60
	8.3%	6.7%	3.3%	13.3%	23.3%	45.0%	100.0%
25,001-55,000 บาท	1	2		4	5	17	29
	3.4%	6.9%		13.8%	17.2%	58.6%	100.0%
55,001-75,000 บาท				1	3	1	5
				20.0%	60.0%	20.0%	100.0%
75,001-100,000 บาท					2	1	3
					66.7%	33.3%	100.0%
100,001-300,000 บาท	1			1		1	3
	33.3%			33.3%		33.3%	100.0%
รวม	7	6	2	14	24	47	100
	7.0%	6.0%	2.0%	14.0%	24.0%	47.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 25,000 บาท และรายได้ 25,001-55,000 บาท ให้ความเห็นว่า รัฐได้แต่งตั้ง คณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง เพื่อมีอำนาจหน้าที่ในการกำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 45.0 และ 58.6 ตามลำดับ รายได้ 55,001-75,000 บาท และ 75,001-100,000 บาท ให้ความเห็นว่า รัฐได้แต่งตั้ง คณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง เพื่อมีอำนาจหน้าที่ในการกำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 60.0 และ 66.7 ตามลำดับ และรายได้ 100,001-300,000 บาท ให้ความเห็นว่า รัฐได้แต่งตั้ง คณะกรรมการขายตรง

และตลาดแบบตรง เพื่อมีอำนาจหน้าที่ในการกำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง ไม่ส่งผลใด ๆ
ส่งผลดีปานกลางและส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากันคิดเป็นร้อยละ 33.3

ตารางที่ 99 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของท่าน และ หากผู้ประกอบการธุรกิจ
ขายตรงไม่มาตามคำสั่งคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงเพื่ออธิบายเกี่ยวกับหลักฐานที่ใช้
พิจารณาในการทำผิด มีโทษจำคุกไม่เกิน 1 เดือนหรือปรับไม่เกิน 10,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ
(มาตรา 45)

รายได้เฉลี่ยต่อ เดือน	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ต่ำกว่า 25,000 บาท	9	6	10	16	9	10	60
	15.0%	10.0%	16.7%	26.7%	15.0%	16.7%	100.0%
25,001-55,000 บาท	2	2	2	4	4	15	29
	6.9%	6.9%	6.9%	13.8%	13.8%	51.7%	100.0%
55,001-75,000 บาท	2		1		2		5
	40.0%		20.0%		40.0%		100.0%
75,001-100,000 บาท				1	2		3
				33.3%	66.7%		100.0%
100,001- 300,000 บาท		1		1		1	3
		33.3%		33.3%		33.3%	100.0%
รวม	13	9	13	22	17	26	100
	13.0%	9.0%	13.0%	22.0%	17.0%	26.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ ต่ำกว่า 25,000 บาท ให้ความเห็นว่า หากผู้
ประกอบการธุรกิจขายตรงไม่มาตามคำสั่งคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงเพื่ออธิบายเกี่ยวกับ
หลักฐานที่ใช้พิจารณาในการทำผิด มีโทษจำคุกไม่เกิน 1 เดือนหรือปรับไม่เกิน 10,000 บาท หรือทั้ง
จำทั้งปรับ ส่งผลดีปานกลางต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 26.7 รายได้ 25,001-55,000 บาท ใ้
ความเห็นว่าการผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงไม่มาตามคำสั่งคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง
เพื่ออธิบายเกี่ยวกับหลักฐานที่ใช้พิจารณาในการทำผิด มีโทษจำคุกไม่เกิน 1 เดือนหรือปรับไม่เกิน
10,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 51.7 รายได้

55,001-75,000 บาท และรายได้ 75,001-100,000 บาท บาท ให้ความเห็นว่า หากผู้ประกอบการขายตรงไม่มาตามคำสั่งคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงเพื่ออธิบายเกี่ยวกับหลักฐานที่ใช้พิจารณาในการทำผิด มีโทษจำคุกไม่เกิน 1 เดือนหรือปรับไม่เกิน 10,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ส่งผลดีมากต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 40.0 และร้อยละ 66.7 ตามลำดับ และรายได้ 100,001-300,000 บาท ให้ความเห็นว่า หากผู้ประกอบการขายตรงไม่มาตามคำสั่งคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงเพื่ออธิบายเกี่ยวกับหลักฐานที่ใช้พิจารณาในการทำผิด มีโทษจำคุกไม่เกิน 1 เดือนหรือปรับไม่เกิน 10,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ส่งผลดีน้อย ส่งผลดีปานกลางและส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากันคิดเป็นร้อยละ 33.3

ตารางที่ 100 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของท่าน และ หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ได้รับอนุญาตจากผู้บริโภคให้เข้าไปเสนอขายสินค้าหรือบริการที่บ้านหรือที่ทำงาน ซึ่งทำให้ผู้บริโภคเกิดความรำคาญมีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท (มาตรา 51)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ต่ำกว่า 25,000 บาท	8	10	9	13	13	7	60
	13.3%	16.7%	15.0%	21.7%	21.7%	11.7%	100.0%
25,001-55,000 บาท	3	3	4	4	6	9	29
	10.3%	10.3%	13.8%	13.8%	20.7%	31.0%	100.0%
55,001-75,000 บาท	1			3		1	5
	20.0%			60.0%		20.0%	100.0%
75,001-100,000 บาท				2		1	3
				66.7%		33.3%	100.0%
100,001-300,000 บาท		2		1			3
		66.7%		33.3%			100.0%
รวม	12	15	13	23	19	18	100
	12.0%	15.0%	13.0%	23.0%	19.0%	18.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 25,000 บาท ให้ความเห็นว่า หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ได้รับอนุญาตจากผู้บริโภคให้เข้าไปเสนอขายสินค้าหรือบริการ

ที่บ้านหรือที่ทำงาน ซึ่งทำให้ผู้บริโภคเกิดความรำคาญมีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 21.7 รายได้ 25,001-55,000 บาท ให้ความเห็นว่า หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ได้รับอนุญาตจากผู้บริโภคให้เข้าไปเสนอขายสินค้าหรือบริการที่บ้านหรือที่ทำงาน ซึ่งทำให้ผู้บริโภคเกิดความรำคาญมีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 31.0 รายได้ 55,001-75,000 บาท และรายได้ 75,001-100,000 บาท ให้ความเห็นว่า หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ได้รับอนุญาตจากผู้บริโภคให้เข้าไปเสนอขายสินค้าหรือบริการที่บ้านหรือที่ทำงาน ซึ่งทำให้ผู้บริโภคเกิดความรำคาญมีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท ส่งผลดีปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 60.0 และร้อยละ 66.7 ตามลำดับ และรายได้ 100,001-300,000 บาท ให้ความเห็นว่า หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ได้รับอนุญาตจากผู้บริโภคให้เข้าไปเสนอขายสินค้าหรือบริการที่บ้านหรือที่ทำงาน ซึ่งทำให้ผู้บริโภคเกิดความรำคาญมีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท ส่งผลดีน้อยที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 66.7

ตารางที่ 101 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของท่าน และ หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้ผู้บริโภค มีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท (มาตรา 51)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ต่ำกว่า 25,000 บาท	11	9	11	15	6	8	60
	18.3%	15.0%	18.3%	25.0%	10.0%	13.3%	100.0%
25,001-55,000 บาท	1	2	3	4	7	12	29
	3.4%	6.9%	10.3%	13.8%	24.1%	41.4%	100.0%
55,001-75,000 บาท			2	1	1	1	5
			40.0%	20.0%	20.0%	20.0%	100.0%
75,001-100,000 บาท		1		1		1	3
		33.3%		33.3%		33.3%	100.0%
100,001-300,000 บาท		1		2			3
		33.3%		66.7%			100.0%
รวม	12	13	16	23	14	22	100
	12.0%	13.0%	16.0%	23.0%	14.0%	22.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ ต่ำกว่า 25,000 บาท และรายได้ 100,001-300,000 บาท ให้ความเห็นว่า หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้ผู้บริโภค มีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท ส่งผลดีปานกลางต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 25.0 และร้อยละ 66.7 ตามลำดับ รายได้ 25,001-55,000 บาท ให้ความเห็นว่า หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้ผู้บริโภค มีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 41.4 รายได้ 55,001-75,000 บาท ให้ความเห็นว่า หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้ผู้บริโภค มีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท ส่งผล

ดีน้อย ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 40.0 และรายได้ 75,001-100,000 บาท ให้ความเห็นว่า หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้ผู้บริโภค มีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท ส่งผลดีน้อยที่สุด ส่งผลดีปานกลางและส่งผลดีมากที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 33.3

ตารางที่ 102 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของท่าน และ หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้ผู้บริโภค โดยระบุสิทธิหรือการรับประกันสินค้าอย่างชัดเจน มีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท (มาตรา 51)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ต่ำกว่า 25,000 บาท	9 15.0%	6 10.0%	9 15.0%	16 26.7%	7 11.7%	13 21.7%	60 100.0%
25,001-55,000 บาท	3 10.3%		1 3.4%	7 24.1%	7 24.1%	11 37.9%	29 100.0%
55,001-75,000 บาท	1 20.0%			1 20.0%	2 40.0%	1 20.0%	5 100.0%
75,001-100,000 บาท				1 33.3%	1 33.3%	1 33.3%	3 100.0%
100,001-300,000 บาท			1 33.3%	1 33.3%		1 33.3%	3 100.0%
รวม	13 13.0%	6 6.0%	11 11.0%	26 26.0%	17 17.0%	27 27.0%	100 100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ ต่ำกว่า 25,000 บาท ให้ความเห็นว่า หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้ผู้บริโภค โดยระบุสิทธิหรือการรับประกันสินค้าอย่างชัดเจน มีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท ส่งผลดีปานกลางต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 26.7 รายได้ 25,001-55,000 บาท ให้ความเห็นว่า หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้ผู้บริโภค โดยระบุสิทธิหรือการรับประกันสินค้าอย่างชัดเจน มีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 37.9 รายได้

55,001-75,000 บาท ให้ความเห็นว่า หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้ผู้บริโภค โดยระบุสิทธิหรือการรับประกันสินค้าอย่างชัดเจน มีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 40.0 รายได้ 75,001-100,000 บาท ให้ความเห็นว่า หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้ผู้บริโภค โดยระบุสิทธิหรือการรับประกันสินค้าอย่างชัดเจน มีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท ส่งผลดีปานกลาง ส่งผลดีมาก และส่งผลดีมากที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 33.3 และรายได้ 100,001-300,000 บาท ให้ความเห็นว่า หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้ผู้บริโภค โดยระบุสิทธิหรือการรับประกันสินค้าอย่างชัดเจน มีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท ส่งผลดีน้อย ส่งผลดีปานกลาง และส่งผลดีมากที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 33.3

ตารางที่ 103 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของท่าน และ หากผู้ประกอบการขายตรง/บริษัทขายตรง ไม่แจ้งการเปลี่ยนแปลงแผนการจ่ายค่าตอบแทนให้แก่นายทะเบียนของรัฐ ได้ทราบ มีโทษปรับไม่เกิน 300,000 บาท (มาตรา 52)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง											รวม
	-5.00	-4.00	-3.00	-2.00	-1.00	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ต่ำกว่า 25,000 บาท	5	4	2	2	4	7	3	5	12	5	11	60
	8.3%	6.7%	3.3%	3.3%	6.7%	11.7%	5.0%	8.3%	20.0%	8.3%	18.3%	100.0%
25,001-55,000 บาท		1		1		3	2		5	4	13	29
		3.4%		3.4%		10.3%	6.9%		17.2%	13.8%	44.8%	100.0%
55,001-75,000 บาท	1					1	1	1			1	5
	20.0%					20.0%	20.0%	20.0%			20.0%	100.0%
75,001-100,000 บาท						1			1	1		3
						33.3%			33.3%	33.3%		100.0%
100,001-300,000 บาท		1									2	3
		33.3%									66.7%	100.0%
รวม	6	6	2	3	4	12	6	6	18	10	27	100
	6.0%	6.0%	2.0%	3.0%	4.0%	12.0%	6.0%	6.0%	18.0%	10.0%	27.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ ต่ำกว่า 25,000 บาท ให้ความเห็นว่า หากผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง/บริษัทขายตรง ไม่แจ้งการเปลี่ยนแปลงแผนการจ่ายค่าตอบแทนให้แก่นายทะเบียนของรัฐได้ทราบ มีโทษปรับไม่เกิน 300,000 บาท ส่งผลดีปานกลางต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 20.0 รายได้ 25,001-55,000 บาท และ รายได้ 100,001-300,000 บาท ให้ความเห็นว่า หากผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง/บริษัทขายตรง ไม่แจ้งการเปลี่ยนแปลงแผนการจ่ายค่าตอบแทนให้แก่นายทะเบียนของรัฐได้ทราบ มีโทษปรับไม่เกิน 300,000 บาท ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 44.8 และ ร้อยละ 66.7 ตามลำดับ รายได้ 75,001-100,000 บาท ให้ความเห็นว่า หากผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง/บริษัทขายตรง ไม่แจ้งการเปลี่ยนแปลงแผนการจ่ายค่าตอบแทนให้แก่นายทะเบียนของรัฐได้ทราบ มีโทษปรับไม่เกิน 300,000 บาท ไม่ส่งผลใด ๆ ส่งผลดีปานกลางและส่งผลดีมากต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 33.3

ตารางที่ 104 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง สถานภาพ และ ตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระ ต้องแสดงบัตรประชาชน และบัตรประจำตัวผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงทุกครั้ง (มาตรา 26)

สถานภาพ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
โสด	7	3		13	11	28	62
	11.3%	4.8%		21.0%	17.7%	45.2%	100.0%
สมรส	2	1	3	5	10	12	33
	6.1%	3.0%	9.1%	15.2%	30.3%	36.4%	100.0%
หม้าย					3	1	4
					75.0%	25.0%	100.0%
หย่าร้าง						1	1
						100.0%	100.0%
รวม	9	4	3	18	24	42	100
	9.0%	4.0%	3.0%	18.0%	24.0%	42.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานะ โสด สมรส และหย่าร้าง ให้ความเห็นว่า ตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระต้องแสดงบัตรประชาชน และบัตรประจำตัวผู้จำหน่ายอิสระ

หรือตัวแทนขายตรงทุกครั้ง ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.2 ร้อยละ 36.4 และร้อยละ 100.0 ตามลำดับ สถานะหม้าย ให้ความเห็นว่า ตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระต้องแสดงบัตรประชาชน และบัตรประจำตัวผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงทุกครั้ง ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 75.0

ตารางที่ 105 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง สถานภาพ และ ผู้บริโภคมีสิทธิยกเลิกสัญญาการขาย หากไม่พอใจในสินค้าหรือบริการ ภายใน 7 วัน นับตั้งแต่ได้รับสินค้าหรือบริการ (มาตรา 33)

สถานภาพ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
โสด	2	5	5	10	21	19	62
	3.2%	8.1%	8.1%	16.1%	33.9%	30.6%	100.0%
สมรส	3		1	6	7	16	33
	9.1%		3.0%	18.2%	21.2%	48.5%	100.0%
หม้าย					2	2	4
					50.0%	50.0%	100.0%
หย่าร้าง					1		1
					100.0%		100.0%
รวม	5	5	6	16	31	37	100
	5.0%	5.0%	6.0%	16.0%	31.0%	37.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามสถานะโสดและสมรส ให้ความเห็นว่า ผู้บริโภคมีสิทธิยกเลิกสัญญาการขายหากไม่พอใจในสินค้าหรือบริการ ภายใน 7 วัน นับตั้งแต่ได้รับสินค้าหรือบริการ ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 30.6 และร้อยละ 48.5 ตามลำดับ ผู้มีสถานะหม้าย ให้ความเห็นว่า ผู้บริโภคมีสิทธิยกเลิกสัญญาการขายหากไม่พอใจในสินค้าหรือบริการ ภายใน 7 วัน นับตั้งแต่ได้รับสินค้าหรือบริการ ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 50.0 และสถานะหย่าร้าง ให้ความเห็นว่า ผู้บริโภคมีสิทธิยกเลิกสัญญาการขายหากไม่พอใจในสินค้าหรือบริการ ภายใน 7 วัน นับตั้งแต่ได้รับสินค้าหรือบริการ ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 100.0

ตารางที่ 106 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง สถานภาพ และ หากผู้บริโภคมองเลิกลัญญาแล้ว
ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่คืนเงินให้ผู้บริโภค เมื่อครบ 15 วัน ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่าย
อิสระต้องเสียค่าปรับให้แก่ผู้บริโภค (มาตรา 36)

สถานภาพ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
โสด	3	5	4	18	14	18	62
	4.8%	8.1%	6.5%	29.0%	22.6%	29.0%	100.0%
สมรส	3	2	5	6	7	10	33
	9.1%	6.1%	15.2%	18.2%	21.2%	30.3%	100.0%
หม้าย				1	2	1	4
				25.0%	50.0%	25.0%	100.0%
หย่าร้าง				1			1
				100.0%			100.0%
รวม	6	7	9	26	23	29	100
	6.0%	7.0%	9.0%	26.0%	23.0%	29.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานะโสด ให้ความเห็นว่า หากผู้บริโภคมองเลิกลัญญาแล้ว ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่คืนเงินให้ผู้บริโภค เมื่อครบ 15 วัน ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระต้องเสียค่าปรับให้แก่ผู้บริโภค ส่งผลดีปานกลางและส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 29.0 สถานะสมรส ให้ความเห็นว่า หากผู้บริโภคมองเลิกลัญญาแล้ว ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่คืนเงินให้ผู้บริโภค เมื่อครบ 15 วัน ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระต้องเสียค่าปรับให้แก่ผู้บริโภค ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 30.0 สถานะหม้าย ให้ความเห็นว่า หากผู้บริโภคมองเลิกลัญญาแล้ว ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่คืนเงินให้ผู้บริโภค เมื่อครบ 15 วัน ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระต้องเสียค่าปรับให้แก่ผู้บริโภค ส่งผลดีมากต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 50.0 และสถานะหย่าร้าง ให้ความเห็นว่า หากผู้บริโภคมองเลิกลัญญาแล้ว ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่คืนเงินให้ผู้บริโภค เมื่อครบ 15 วัน ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระต้องเสียค่าปรับให้แก่ผู้บริโภค ส่งผลดีปานกลางต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 100.0

ตารางที่ 107 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง สถานภาพ และ เมื่อผู้บริโภคนำเงินฝากออมทรัพย์แล้วต้องส่งคืนสินค้าหรือเก็บรักษาไว้สินค้านั้นไว้ไม่เกิน 21 วัน หากไม่เกิน 21 วัน ผู้ขายยังไม่มารับสินค้า ผู้บริโภคจะเก็บไว้หรือทิ้งก็ได้ (มาตรา 34)

สถานภาพ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
โสด	7	7	10	10	14	14	62
	11.3%	11.3%	16.1%	16.1%	22.6%	22.6%	100.0%
สมรส	5	4	6	5	6	7	33
	15.2%	12.1%	18.2%	15.2%	18.2%	21.2%	100.0%
หม้าย		1	1		1	1	4
		25.0%	25.0%		25.0%	25.0%	100.0%
หย่าร้าง				1			1
				100.0%			100.0%
รวม	12	12	17	16	21	22	100
	12.0%	12.0%	17.0%	16.0%	21.0%	22.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามสถานะโสด ให้ความเห็นว่า เมื่อผู้บริโภคนำเงินฝากออมทรัพย์แล้วต้องส่งคืนสินค้าหรือเก็บรักษาไว้สินค้านั้นไว้ไม่เกิน 21 วัน หากไม่เกิน 21 วัน ผู้ขายยังไม่มารับสินค้า ผู้บริโภคจะเก็บไว้หรือทิ้งก็ได้ ส่งผลดีมากและส่งผลดีมากที่สุดในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 22.6 สถานสมรส ให้ความเห็นว่า เมื่อผู้บริโภคนำเงินฝากออมทรัพย์แล้วต้องส่งคืนสินค้าหรือเก็บรักษาไว้สินค้านั้นไว้ไม่เกิน 21 วัน หากไม่เกิน 21 วัน ผู้ขายยังไม่มารับสินค้า ผู้บริโภคจะเก็บไว้หรือทิ้งก็ได้ ส่งผลดีมากที่สุดในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 21.2 สถานะหม้าย ให้ความเห็นว่า เมื่อผู้บริโภคนำเงินฝากออมทรัพย์แล้วต้องส่งคืนสินค้าหรือเก็บรักษาไว้สินค้านั้นไว้ไม่เกิน 21 วัน หากไม่เกิน 21 วัน ผู้ขายยังไม่มารับสินค้า ผู้บริโภคจะเก็บไว้หรือทิ้งก็ได้ ส่งผลดีน้อยที่สุด ส่งผลดีน้อย ส่งผลดีมากและส่งผลดีมากที่สุดในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 25.0 และสถานะหย่าร้าง ให้ความเห็นว่า เมื่อผู้บริโภคนำเงินฝากออมทรัพย์แล้วต้องส่งคืนสินค้าหรือเก็บรักษาไว้สินค้านั้นไว้ไม่เกิน 21 วัน หากไม่เกิน 21 วัน ผู้ขายยังไม่มารับสินค้า ผู้บริโภคจะเก็บไว้หรือทิ้งก็ได้ ส่งผลดีปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 100.0

ตารางที่ 108 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง สถานภาพ และ เมื่อผู้บริโภคแจ้งยกเลิกสัญญาแล้วแต่ทำให้สินค้านั้นบุบสลายหรือเสียหาย ผู้บริโภคต้องชดเชยค่าเสียหายให้แก่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ

สถานภาพ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
โสด	4	4	6	10	20	16	60
	6.7%	6.7%	10.0%	16.7%	33.3%	26.7%	100.0%
สมรส	6	3	4	5	10	5	33
	18.2%	9.1%	12.1%	15.2%	30.3%	15.2%	100.0%
หม้าย	2				2		4
	50.0%				50.0%		100.0%
หย่าร้าง					1		1
					100.0%		100.0%
รวม	12	7	10	15	33	21	98
	12.2%	7.1%	10.2%	15.3%	33.7%	21.4%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามสถานะโสด สมรส และหย่าร้าง ให้ความเห็นว่า เมื่อผู้บริโภคแจ้งยกเลิกสัญญาแล้วแต่ทำให้สินค้านั้นบุบสลายหรือเสียหาย ผู้บริโภคต้องชดเชยค่าเสียหายให้แก่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 33.3 ร้อยละ 30.3 และร้อยละ 100.0 ตามลำดับ และผู้มีสถานะหม้าย ให้ความเห็นว่า เมื่อผู้บริโภคแจ้งยกเลิกสัญญาแล้วแต่ทำให้สินค้านั้นบุบสลายหรือเสียหาย ผู้บริโภคต้องชดเชยค่าเสียหายให้แก่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ ไม่ส่งผลใด ๆ และส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 50.0

ตารางที่ 109 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง สถานภาพ และ ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงต้องไม่บังคับผู้
 จำหน่ายอิสระซื้อสินค้า (มาตรา 21)

สถานภาพ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
โสด	5	3	4	7	9	33	61
	8.2%	4.9%	6.6%	11.5%	14.8%	54.1%	100.0%
สมรส	4		1	1	9	18	33
	12.1%		3.0%	3.0%	27.3%	54.5%	100.0%
หม้าย				2		2	4
				50.0%		50.0%	100.0%
หย่าร้าง				1			1
				100.0%			100.0%
รวม	9	3	5	11	18	53	99
	9.1%	3.0%	5.1%	11.1%	18.2%	53.5%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามสถานะ โสดและสมรส ให้ความเห็นว่า ผู้ประกอบ
 ธุรกิจขายตรงต้องไม่บังคับผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้า ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็น
 ร้อยละ 54.1 และร้อยละ 54.5 สถานะหม้าย ให้ความเห็นว่า ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงต้องไม่บังคับผู้
 จำหน่ายอิสระซื้อสินค้า ส่งผลดีปานกลาง และส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่
 เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 50.0 และสถานะหย่าร้าง ให้ความเห็นว่า ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงต้องไม่
 บังคับผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้า ส่งผลดีปานกลางต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 100.0

ตารางที่ 110 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง สถานภาพ และ ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงต้องไม่โน้มน้าวหรือชักจูงให้ผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้ามากเกินไป (มาตรา 21)

สถานภาพ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
โสด	7	2	8	8	14	22	61
	11.5%	3.3%	13.1%	13.1%	23.0%	36.1%	100.0%
สมรส	1	3	3		13	13	33
	3.0%	9.1%	9.1%		39.4%	39.4%	100.0%
หม้าย			1	1	2		4
			25.0%	25.0%	50.0%		100.0%
หย่าร้าง				1			1
				100.0%			100.0%
รวม	8	5	12	10	29	35	99
	8.1%	5.1%	12.1%	10.1%	29.3%	35.4%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามสถานะ โสด ให้ความเห็นว่า ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงต้องไม่โน้มน้าวหรือชักจูงให้ผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้ามากเกินไป (มาตรา 21) ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 36.1 สถานะสมรส ให้ความเห็นว่า ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงต้องไม่โน้มน้าวหรือชักจูงให้ผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้ามากเกินไป (มาตรา 21) ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 39.4 สถานะหม้าย ให้ความเห็นว่า ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงต้องไม่โน้มน้าวหรือชักจูงให้ผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้ามากเกินไป (มาตรา 21) ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 50.0 และสถานะหย่าร้าง ให้ความเห็นว่า ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงต้องไม่โน้มน้าวหรือชักจูงให้ผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้ามากเกินไป (มาตรา 21) ส่งผลดีปานกลางต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 100.0

ตารางที่ 111 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง สถานภาพ และ ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงสามารถเก็บค่า
สมัคร ค่าฝึกอบรม และค่าวัสดุอุปกรณ์การส่งเสริมการขายหรือค่าธรรมเนียม อื่น ๆ แก่ผู้จำหน่าย
อิสระ (มาตรา 22)

สถานภาพ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
โสด	5	5	9	13	12	16	60
	8.3%	8.3%	15.0%	21.7%	20.0%	26.7%	100.0%
สมรส	8	4	3	7	4	7	33
	24.2%	12.1%	9.1%	21.2%	12.1%	21.2%	100.0%
หม้าย		1	1	1	1		4
		25.0%	25.0%	25.0%	25.0%		100.0%
หย่าร้าง					1		1
					100.0%		100.0%
รวม	13	10	13	21	18	23	98
	13.3%	10.2%	13.3%	21.4%	18.4%	23.5%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามสถานะโสด ให้ความเห็นว่า ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง
สามารถเก็บค่าสมัคร ค่าฝึกอบรม และค่าวัสดุอุปกรณ์การส่งเสริมการขายหรือค่าธรรมเนียม อื่น ๆ
แก่ผู้จำหน่ายอิสระ ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 26.7 สถานะสมรสให้
ความเห็นว่าเป็นร้อยละ 24.2 สถานะหม้าย ให้ความเห็นว่า ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงสามารถเก็บค่าสมัคร ค่า
ฝึกอบรม และค่าวัสดุอุปกรณ์การส่งเสริมการขายหรือค่าธรรมเนียม อื่น ๆ แก่ผู้จำหน่ายอิสระ ไม่ส่งผลใด ๆ ต่อการดำเนินธุรกิจ คิด
เป็นร้อยละ 25.0 สถานะหย่าร้าง ให้ความเห็นว่า ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงสามารถเก็บค่าสมัคร ค่า
ฝึกอบรม และค่าวัสดุอุปกรณ์การส่งเสริมการขายหรือค่าธรรมเนียม อื่น ๆ แก่ผู้จำหน่ายอิสระ
ส่งผลดีน้อยที่สุด ส่งผลดีน้อย ส่งผลดีมาก และส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่
เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 25.0 และสถานะหย่าร้าง ให้ความเห็นว่า ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงสามารถ
เก็บค่าสมัคร ค่าฝึกอบรม และค่าวัสดุอุปกรณ์การส่งเสริมการขายหรือค่าธรรมเนียม อื่น ๆ แก่ผู้
จำหน่ายอิสระ ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 100.0

ตารางที่ 112 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง สถานภาพ และ ผู้จำหน่ายอิสระมีสิทธิคืนสินค้า วัสดุ การส่งเสริมการขาย ที่ซื้อจากผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงภายใน 15 วันนับจากวันที่แจ้งอย่างเป็นทางการแก่ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง (มาตรา 25)

สถานภาพ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
โสด	3	2	7	16	20	13	61
	4.9%	3.3%	11.5%	26.2%	32.8%	21.3%	100.0%
สมรส	2	2	3	2	14	10	33
	6.1%	6.1%	9.1%	6.1%	42.4%	30.3%	100.0%
หม้าย		1		2		1	4
		25.0%		50.0%		25.0%	100.0%
หย่าร้าง				1			1
				100.0%			100.0%
รวม	5	5	10	21	34	24	99
	5.1%	5.1%	10.1%	21.2%	34.3%	24.2%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามสถานะโสดและสมรส ให้ความเห็นว่า ผู้จำหน่ายอิสระมีสิทธิคืนสินค้า วัสดุ การส่งเสริมการขาย ที่ซื้อจากผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงภายใน 15 วันนับจากวันที่แจ้งอย่างเป็นทางการแก่ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 32.8 และร้อยละ 42.4 ตามลำดับ สถานะหม้าย และหย่าร้าง ให้ความเห็นว่า ผู้จำหน่ายอิสระมีสิทธิคืนสินค้า วัสดุ การส่งเสริมการขาย ที่ซื้อจากผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงภายใน 15 วันนับจากวันที่แจ้งอย่างเป็นทางการแก่ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง ส่งผลดีปานกลางต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 50.0 และร้อยละ 100.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 113 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง สถานภาพ และ ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง/บริษัทที่ทำ
ธุรกิจขายตรง เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลก็ได้ (มาตรา 20)

สถานภาพ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
โสด	6	6	4	10	19	16	61
	9.8%	9.8%	6.6%	16.4%	31.1%	26.2%	100.0%
สมรส	3	4	2	6	5	13	33
	9.1%	12.1%	6.1%	18.2%	15.2%	39.4%	100.0%
หม้าย			1		1	2	4
			25.0%		25.0%	50.0%	100.0%
หย่าร้าง				1			1
				100.0%			100.0%
รวม	9	10	7	17	25	31	99
	9.1%	10.1%	7.1%	17.2%	25.3%	31.3%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามสถานะโสด ให้ความเห็นว่า ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง/
บริษัทที่ทำธุรกิจขายตรง เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลก็ได้ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิด
เป็นร้อยละ 31.1 สถานะสมรสและหม้าย ให้ความเห็นว่า ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง/บริษัทที่ทำธุรกิจ
ขายตรง เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลก็ได้ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ
39.4 สถานะหย่าร้าง ให้ความเห็นว่า ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง/บริษัทที่ทำธุรกิจขายตรง เป็นบุคคล
ธรรมดาหรือนิติบุคคลก็ได้ส่งผลดีปานกลางต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 100.0

ตารางที่ 114 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง สถานภาพ และ การเข้าไปเสนอขายสินค้าให้กับ ผู้บริโภค ต้องเสนอขายที่บ้าน หรือที่ทำงานของผู้บริโภค โดยต้องได้รับคำยินยอมจากผู้บริโภค เท่านั้น (มาตรา 26)

สถานภาพ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
โสด	9	4	2	16	12	18	61
	14.8%	6.6%	3.3%	26.2%	19.7%	29.5%	100.0%
สมรส	3	4	1	5	8	12	33
	9.1%	12.1%	3.0%	15.2%	24.2%	36.4%	100.0%
หม้าย				2	2		4
				50.0%	50.0%		100.0%
หย่าร้าง				1			1
				100.0%			100.0%
รวม	12	8	3	24	22	30	99
	12.1%	8.1%	3.0%	24.2%	22.2%	30.3%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามสถานะโสดและสมรส ให้ความเห็นว่า การเข้าไปเสนอขายสินค้าให้กับผู้บริโภค ต้องเสนอขายที่บ้าน หรือที่ทำงานของผู้บริโภค โดยต้องได้รับคำยินยอมจากผู้บริโภคเท่านั้น ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 29.5 และร้อยละ 36.4 สถานะหม้ายให้ความเห็นว่า การเข้าไปเสนอขายสินค้าให้กับผู้บริโภค ต้องเสนอขายที่บ้าน หรือที่ทำงานของผู้บริโภค โดยต้องได้รับคำยินยอมจากผู้บริโภคเท่านั้น ส่งผลดีปานกลางและส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 50.0 และสถานะหย่าร้าง ให้ความเห็นว่า การเข้าไปเสนอขายสินค้าให้กับผู้บริโภค ต้องเสนอขายที่บ้าน หรือที่ทำงานของผู้บริโภค โดยต้องได้รับคำยินยอมจากผู้บริโภคเท่านั้น ส่งผลดีปานกลางต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 100.0

ตารางที่ 115 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง สถานภาพ และ ในการทำสัญญาระหว่างตัวแทนขาย หรือผู้จำหน่ายอิสระกับผู้บริโภค ต้องมีข้อความเป็นภาษาไทยอย่างชัดเจนเกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคในการเลิกสัญญา (มาตรา 51)

สถานภาพ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
โสด	4	4	2	11	12	29	62
	6.5%	6.5%	3.2%	17.7%	19.4%	46.8%	100.0%
สมรส	2	3	1	4	8	15	33
	6.1%	9.1%	3.0%	12.1%	24.2%	45.5%	100.0%
หม้าย				1	2	1	4
				25.0%	50.0%	25.0%	100.0%
หย่าร้าง					1		1
					100.0%		100.0%
รวม	6	7	3	16	23	45	100
	6.0%	7.0%	3.0%	16.0%	23.0%	45.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามสถานภาพโสด และสมรส ให้ความเห็นว่า ในการทำสัญญาระหว่างตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระกับผู้บริโภค ต้องมีข้อความเป็นภาษาไทยอย่างชัดเจนเกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคในการเลิกสัญญา มีผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 46.8 และร้อยละ 45.5 ตามลำดับ สถานภาพหม้าย และหย่าร้าง ให้ความเห็นว่า ในการทำสัญญา ระหว่างตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระกับผู้บริโภค ต้องมีข้อความเป็นภาษาไทยอย่างชัดเจนเกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคในการเลิกสัญญา มีผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 50.0 และร้อยละ 100.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 116 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง สถานภาพ และ การรับประกันสินค้าต้องระบุเป็น ภาษาไทยที่เข้าใจง่ายและชัดเจน (มาตรา 37)

สถานภาพ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
โสด	4	2	5	11	7	33	62
	6.5%	3.2%	8.1%	17.7%	11.3%	53.2%	100.0%
สมรส	1	2	3	3	5	19	33
	3.0%	6.1%	9.1%	9.1%	15.2%	57.6%	100.0%
หม้าย			1		1	2	4
			25.0%		25.0%	50.0%	100.0%
หย่าร้าง				1			1
				100.0%			100.0%
รวม	5	4	9	15	13	54	100
	5.0%	4.0%	9.0%	15.0%	13.0%	54.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามสถานภาพโสด สมรส และหม้าย ให้ความเห็นว่า การรับประกันสินค้าต้องระบุเป็นภาษาไทยที่เข้าใจง่ายและชัดเจน ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 53.2 ร้อยละ 57.6 และร้อยละ 50.0 ตามลำดับ สถานภาพหย่าร้าง ให้ความเห็นว่า การรับประกันสินค้าต้องระบุเป็นภาษาไทยที่เข้าใจง่ายและชัดเจน ส่งผลดีปานกลางต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 100.0

ตารางที่ 117 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง สถานภาพ และ การจ่ายค่าตอบแทนให้แก่ตัวแทนขาย หรือผู้จำหน่ายอิสระ ต้องไม่ใช่การจ่ายค่าตอบแทนที่มาจาก การแนะนำบุคคลอื่นให้มาสมัครเข้าร่วม เป็นเครือข่ายกับตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระนั้น ๆ (มาตรา 21)

สถานภาพ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
โสด	5	7	3	10	9	28	62
	8.1%	11.3%	4.8%	16.1%	14.5%	45.2%	100.0%
สมรส	2	2	2	6	6	15	33
	6.1%	6.1%	6.1%	18.2%	18.2%	45.5%	100.0%
หม้าย				3	1		4
				75.0%	25.0%		100.0%
หย่าร้าง				1			1
				100.0%			100.0%
รวม	7	9	5	20	16	43	100
	7.0%	9.0%	5.0%	20.0%	16.0%	43.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามสถานภาพโสดและสมรสให้ความเห็นว่า การจ่ายค่าตอบแทนให้แก่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ ต้องไม่ใช่การจ่ายค่าตอบแทนที่มาจาก การแนะนำบุคคลอื่นให้มาสมัครเข้าร่วมเป็นเครือข่ายกับตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระนั้น ๆ ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 45.2 และร้อยละ 45.5 ตามลำดับ สถานภาพหม้ายและหย่าร้าง ให้ความเห็นว่า การจ่ายค่าตอบแทนให้แก่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ ต้องไม่ใช่การจ่ายค่าตอบแทนที่มาจาก การแนะนำบุคคลอื่นให้มาสมัครเข้าร่วมเป็นเครือข่ายกับตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระนั้น ๆ ส่งผลดีปานกลางต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 75.0 และร้อยละ 100.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 118 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง สถานภาพ และ ผลตอบแทนที่ตัวแทนขายหรือผู้
 จำหน่ายอิสระได้รับต้องมาจากการขายสินค้าหรือบริการหรือการซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อใช้เอง
 เท่านั้น (มาตรา 21)

สถานภาพ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
โสด	4	7	6	12	11	22	62
	6.5%	11.3%	9.7%	19.4%	17.7%	35.5%	100.0%
สมรส	3	1	3	7	6	13	33
	9.1%	3.0%	9.1%	21.2%	18.2%	39.4%	100.0%
หม้าย			1	1	2		4
			25.0%	25.0%	50.0%		100.0%
หย่าร้าง			1				1
			100.0%				100.0%
รวม	7	8	11	20	19	35	100
	7.0%	8.0%	11.0%	20.0%	19.0%	35.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามสถานภาพโสดและสมรส ให้ความเห็นว่า
 ผลตอบแทนที่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระได้รับต้องมาจากการขายสินค้าหรือบริการหรือการ
 ซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อใช้เองเท่านั้น ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 35.5
 และร้อยละ 39.4 ตามลำดับ สถานภาพหม้าย ให้ความเห็นว่า ผลตอบแทนที่ตัวแทนขายหรือผู้
 จำหน่ายอิสระได้รับต้องมาจากการขายสินค้าหรือบริการหรือการซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อใช้เอง
 เท่านั้น ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 50.0 และสถานภาพหย่าร้าง ให้ความเห็นว่า
 ผลตอบแทนที่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระได้รับต้องมาจากการขายสินค้าหรือบริการหรือการ
 ซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อใช้เองเท่านั้น ส่งผลดีปานกลางต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 100.0

ตารางที่ 119 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง สถานภาพ และ ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง/บริษัทผู้ทำ
ธุรกิจขายตรงต้องแสดงวิธีคิดคำนวณการจ่ายค่าตอบแทนที่ตรงกับความเป็นจริง เปิดเผยและ
ชัดเจน (มาตรา 21)

สถานภาพ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
โสด	5	5	1	12	10	29	62
	8.1%	8.1%	1.6%	19.4%	16.1%	46.8%	100.0%
สมรส	2	1		2	11	17	33
	6.1%	3.0%		6.1%	33.3%	51.5%	100.0%
หม้าย					3	1	4
					75.0%	25.0%	100.0%
หย่าร้าง			1				1
			100.0%				100.0%
รวม	7	6	2	14	24	47	100
	7.0%	6.0%	2.0%	14.0%	24.0%	47.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามสถานภาพ โสดและสมรส ให้ความเห็นว่า ผู้ประกอบ
ธุรกิจขายตรง/บริษัทผู้ทำธุรกิจขายตรงต้องแสดงวิธีคิดคำนวณการจ่ายค่าตอบแทนที่ตรงกับความเป็นจริง
เปิดเผยและชัดเจน ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 46.8 และร้อยละ
51.5 ตามลำดับ สถานภาพหม้าย ให้ความเห็นว่า ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง/บริษัทผู้ทำธุรกิจขายตรง
ต้องแสดงวิธีคิดคำนวณการจ่ายค่าตอบแทนที่ตรงกับความเป็นจริง เปิดเผยและชัดเจน ส่งผลดีมาก
ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 75.0 และสถานภาพหย่าร้าง ให้ความเห็นว่า ผู้ประกอบธุรกิจขาย
ตรง/บริษัทผู้ทำธุรกิจขายตรงต้องแสดงวิธีคิดคำนวณการจ่ายค่าตอบแทนที่ตรงกับความเป็นจริง
เปิดเผยและชัดเจน ส่งผลดีน้อยต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 100.0

ตารางที่ 120 การเปรียบเทียบระหว่าง สถานภาพ และ รัฐได้แต่งตั้ง คณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง เพื่อมีอำนาจหน้าที่ในการกำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง (มาตรา 13(3))

สถานภาพ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
โสด	5	5	1	12	10	29	62
	8.1%	8.1%	1.6%	19.4%	16.1%	46.8%	100.0%
สมรส	2	1		2	11	17	33
	6.1%	3.0%		6.1%	33.3%	51.5%	100.0%
หม้าย					3	1	4
					75.0%	25.0%	100.0%
หย่าร้าง			1				1
			100.0%				100.0%
รวม	7	6	2	14	24	47	100
	7.0%	6.0%	2.0%	14.0%	24.0%	47.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามสถานภาพโสดและสมรส ให้ความเห็นว่า รัฐได้แต่งตั้ง คณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง เพื่อมีอำนาจหน้าที่ในการกำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 46.8 และร้อยละ 51.5 ตามลำดับ สถานภาพหม้าย ให้ความเห็นว่า รัฐได้แต่งตั้ง คณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง เพื่อมีอำนาจหน้าที่ในการกำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 75.0 และสถานภาพหย่าร้าง ให้ความเห็นว่า รัฐได้แต่งตั้ง คณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง เพื่อมีอำนาจหน้าที่ในการกำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง ส่งผลดีน้อยต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 100.0

ตารางที่ 121 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง สถานภาพ และ หากผู้ประกอบการขายตรงไม่มาตาม คำสั่งคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงเพื่ออธิบายเกี่ยวกับหลักฐานที่ใช้พิจารณาในการทำ ผิด มีโทษจำคุกไม่เกิน 1 เดือนหรือปรับไม่เกิน 10,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ (มาตรา 45)

สถานภาพ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
โสด	9	4	7	16	9	17	62
	14.5%	6.5%	11.3%	25.8%	14.5%	27.4%	100.0%
สมรส	4	5	2	6	8	8	33
	12.1%	15.2%	6.1%	18.2%	24.2%	24.2%	100.0%
หม้าย			3			1	4
			75.0%			25.0%	100.0%
หย่าร้าง			1				1
			100.0%				100.0%
รวม	13	9	13	22	17	26	100
	13.0%	9.0%	13.0%	22.0%	17.0%	26.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามสถานภาพโสดให้ความเห็นว่า หากผู้ประกอบการขายตรงไม่มาตามคำสั่งคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงเพื่ออธิบายเกี่ยวกับหลักฐานที่ใช้พิจารณาในการทำผิด มีโทษจำคุกไม่เกิน 1 เดือนหรือปรับไม่เกิน 10,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 27.4 สถานภาพสมรส ให้ความเห็นว่า หากผู้ประกอบการขายตรงไม่มาตามคำสั่งคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงเพื่ออธิบายเกี่ยวกับหลักฐานที่ใช้พิจารณาในการทำผิด มีโทษจำคุกไม่เกิน 1 เดือนหรือปรับไม่เกิน 10,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ส่งผลดีมากที่สุดและส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 24.2 สถานภาพหม้ายและหย่าร้าง ให้ความเห็นว่า หากผู้ประกอบการขายตรงไม่มาตามคำสั่งคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงเพื่ออธิบายเกี่ยวกับหลักฐานที่ใช้พิจารณาในการทำผิด มีโทษจำคุกไม่เกิน 1 เดือนหรือปรับไม่เกิน 10,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ส่งผลดีน้อยต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 75.0 และร้อยละ 100.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 122 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง สถานภาพ และ หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ
ไม่ได้รับอนุญาตจากผู้บริโภคให้เข้าไปเสนอขายสินค้าหรือบริการที่บ้านหรือที่ทำงาน ซึ่งทำให้
ผู้บริโภคเกิดความรำคาญมีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท (มาตรา 51)

สถานภาพ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
โสด	10	10	10	11	11	10	62
	16.1%	16.1%	16.1%	17.7%	17.7%	16.1%	100.0%
สมรส	1	4	2	11	7	8	33
	3.0%	12.1%	6.1%	33.3%	21.2%	24.2%	100.0%
หม้าย	1		1	1	1		4
	25.0%		25.0%	25.0%	25.0%		100.0%
หย่าร้าง		1					1
		100.0%					100.0%
รวม	12	15	13	23	19	18	100
	12.0%	15.0%	13.0%	23.0%	19.0%	18.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามสถานภาพโสด ให้ความเห็นว่า หากตัวแทนขายหรือผู้
จำหน่ายอิสระไม่ได้รับอนุญาตจากผู้บริโภคให้เข้าไปเสนอขายสินค้าหรือบริการที่บ้านหรือที่
ทำงาน ซึ่งทำให้ผู้บริโภคเกิดความรำคาญมีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท ส่งผลดีปานกลางและ
ส่งผลดีมากต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 17.7 สถานภาพสมรส ใ้
ความเห็นเห็นว่า หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ได้รับอนุญาตจากผู้บริโภคให้เข้าไปเสนอขาย
สินค้าหรือบริการที่บ้านหรือที่ทำงาน ซึ่งทำให้ผู้บริโภคเกิดความรำคาญมีโทษปรับไม่เกิน 30,000
บาท ส่งผลดีปานกลางต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 33.3 สถานภาพหม้าย ให้ความเห็นว่า
หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ได้รับอนุญาตจากผู้บริโภคให้เข้าไปเสนอขายสินค้าหรือ
บริการที่บ้านหรือที่ทำงาน ซึ่งทำให้ผู้บริโภคเกิดความรำคาญมีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท ไม่
ส่งผลใด ๆ ส่งผลดีน้อย ส่งผลดีปานกลางและส่งผลดีมากต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน
คิดเป็นร้อยละ 25.0 และสถานภาพหย่าร้าง ให้ความเห็นว่า หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ
ไม่ได้รับอนุญาตจากผู้บริโภคให้เข้าไปเสนอขายสินค้าหรือบริการที่บ้านหรือที่ทำงาน ซึ่งทำให้

ผู้บริโภครู้สึกถึงความรำคาญมีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท ส่งผลดีน้อยต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 100.0

ตารางที่ 123 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง สถานภาพ และ หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้ผู้บริโภค มีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท (มาตรา 51)

สถานภาพ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
โสด	11	8	8	12	10	13	62
	17.7%	12.9%	12.9%	19.4%	16.1%	21.0%	100.0%
สมรส		5	6	11	3	8	33
		15.2%	18.2%	33.3%	9.1%	24.2%	100.0%
หม้าย			2		1	1	4
			50.0%		25.0%	25.0%	100.0%
หย่าร้าง	1						1
	100.0%						100.0%
รวม	12	13	16	23	14	22	100
	12.0%	13.0%	16.0%	23.0%	14.0%	22.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามสถานภาพโสด ให้ความเห็นว่า หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้ผู้บริโภค มีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 21.0 สถานภาพสมรส ให้ความเห็นว่า หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้ผู้บริโภค มีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท ส่งผลดีปานกลางต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 33.3 สถานภาพหม้าย ให้ความเห็นว่า หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้ผู้บริโภค มีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท ส่งผลดีน้อยต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 50.0 และสถานภาพหย่าร้าง ให้ความเห็นว่า หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้ผู้บริโภค มีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท ไม่ส่งผลใด ๆ ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 100.0

ตารางที่ 124 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง สถานภาพ และ หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้ผู้บริโภค โดยระบุสิทธิหรือการรับประกันสินค้าอย่างชัดเจน มีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท (มาตรา 51)

สถานภาพ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
โสด	10	4	9	13	10	16	62
	16.1%	6.5%	14.5%	21.0%	16.1%	25.8%	100.0%
สมรส	2	2	2	11	7	9	33
	6.1%	6.1%	6.1%	33.3%	21.2%	27.3%	100.0%
หม้าย				2		2	4
				50.0%		50.0%	100.0%
หย่าร้าง	1						1
	100.0%						100.0%
รวม	13	6	11	26	17	27	100
	13.0%	6.0%	11.0%	26.0%	17.0%	27.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามสถานภาพโสด ให้ความเห็นว่า หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้ผู้บริโภค โดยระบุสิทธิหรือการรับประกันสินค้าอย่างชัดเจน มีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 25.8 สถานภาพสมรส ให้ความเห็นว่า หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้ผู้บริโภค โดยระบุสิทธิหรือการรับประกันสินค้าอย่างชัดเจน มีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท ส่งผลดีปานกลางต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 33.3 สถานภาพหม้าย ให้ความเห็นว่า หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้ผู้บริโภค โดยระบุสิทธิหรือการรับประกันสินค้าอย่างชัดเจน มีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท ส่งผลดีปานกลางและส่งผลดีมากที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากันคิดเป็นร้อยละ 50.0 และสถานภาพหย่าร้าง ให้ความเห็นว่า หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้ผู้บริโภค โดยระบุสิทธิหรือการรับประกันสินค้าอย่างชัดเจน มีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท ไม่ส่งผลใด ๆ ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 100.0

ตารางที่ 125 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง สถานภาพ และ หากผู้ประกอบธุรกิจขายตรง/บริษัทขายตรง ไม่แจ้งการเปลี่ยนแปลงแผนการจ่ายค่าตอบแทนให้แก่นายทะเบียนของรัฐได้ทราบ มีโทษปรับไม่เกิน 300,000 บาท (มาตรา 52)

สถานภาพ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง											รวม
	-5.00	-4.00	-3.00	-2.00	-1.00	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
โสด	3	3	1		3	8	2	6	11	8	17	62
	4.8%	4.8%	1.6%		4.8%	12.9%	3.2%	9.7%	17.7%	12.9%	27.4%	100.0%
สมรส	2	2	1	3		3	4		7	1	10	33
	6.1%	6.1%	3.0%	9.1%		9.1%	12.1%		21.2%	3.0%	30.3%	100.0%
หม้าย	1	1			1					1		4
	25.0%	25.0%			25.0%					25.0%		100.0%
หย่าร้าง						1						1
						100.0%						100.0%
รวม	6	6	2	3	4	12	6	6	18	10	27	100
	6.0%	6.0%	2.0%	3.0%	4.0%	12.0%	6.0%	6.0%	18.0%	10.0%	27.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามสถานภาพโสดและสมรส ให้ความเห็นว่า หากผู้ประกอบธุรกิจขายตรง/บริษัทขายตรง ไม่แจ้งการเปลี่ยนแปลงแผนการจ่ายค่าตอบแทนให้แก่นายทะเบียนของรัฐได้ทราบ มีโทษปรับไม่เกิน 300,000 บาท ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 24.7 และร้อยละ 30.3 ตามลำดับ สถานภาพหม้าย ให้ความเห็นว่า หากผู้ประกอบธุรกิจขายตรง/บริษัทขายตรง ไม่แจ้งการเปลี่ยนแปลงแผนการจ่ายค่าตอบแทนให้แก่นายทะเบียนของรัฐได้ทราบ มีโทษปรับไม่เกิน 300,000 บาท ส่งผลเสียมากที่สุด ส่งผลเสียมากที่สุด และส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 25.0 สถานภาพหย่าร้าง ให้ความเห็นว่า หากผู้ประกอบธุรกิจขายตรง/บริษัทขายตรง ไม่แจ้งการเปลี่ยนแปลงแผนการจ่ายค่าตอบแทนให้แก่นายทะเบียนของรัฐได้ทราบ มีโทษปรับไม่เกิน 300,000 บาท ไม่ส่งผลใด ๆ ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 100.0

ตารางที่ 126 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง อาชีพหลักของท่านในปัจจุบัน และ ตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระต้องแสดงบัตรประชาชน และบัตรประจำตัวผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงทุกครั้ง (มาตรา 26)

อาชีพหลัก	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ขายตรงอย่างเดียว	1	1	2	5	1	7	17
	5.9%	5.9%	11.8%	29.4%	5.9%	41.2%	100.0%
ขายตรงและทำ อาชีพอื่น ๆ	8	3	1	13	23	35	83
	9.6%	3.6%	1.2%	15.7%	27.7%	42.2%	100.0%
รวม	9	4	3	18	24	42	100
	9.0%	4.0%	3.0%	18.0%	24.0%	42.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพขายตรงอย่างเดียวและอาชีพขายตรงและทำอาชีพอื่น ๆ ให้ความเห็นว่า ตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระต้องแสดงบัตรประชาชน และบัตรประจำตัวผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงทุกครั้ง ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 41.2 และร้อยละ 42.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 127 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง อาชีพหลักของท่านในปัจจุบัน และ ผู้บริโภคมีสิทธิยกเลิกสัญญาการขายหากไม่พอใจในสินค้าหรือบริการ ภายใน 7 วัน นับตั้งแต่ได้รับสินค้าหรือบริการ (มาตรา 33)

อาชีพหลัก	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ขายตรงอย่างเดียว	3	2	2	2	1	7	17
	17.6%	11.8%	11.8%	11.8%	5.9%	41.2%	100.0%
ขายตรงและทำ อาชีพอื่น ๆ	2	3	4	14	30	30	83
	2.4%	3.6%	4.8%	16.9%	36.1%	36.1%	100.0%
รวม	5	5	6	16	31	37	100
	5.0%	5.0%	6.0%	16.0%	31.0%	37.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพขายตรงอย่างเดียวและอาชีพขายตรงและทำอาชีพอื่น ๆ ให้ความเห็นว่า ผู้บริโภคมีสิทธิยกเลิกสัญญาการขายหากไม่พอใจในสินค้าหรือบริการ ภายใน 7 วัน นับตั้งแต่ได้รับสินค้าหรือบริการ ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 41.2 และร้อยละ 36.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 128 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง อาชีพหลักของท่านในปัจจุบัน และ หากผู้บริโภคมอง เลิกสัญญาแล้ว ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่คืนเงินให้ผู้บริโภค เมื่อครบ 15 วัน ตัวแทนขาย หรือผู้จำหน่ายอิสระต้องเสียค่าปรับให้แก่ผู้บริโภค (มาตรา 36)

อาชีพหลัก	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ขายตรงอย่างเดียว	1	1	3	5	2	5	17
	5.9%	5.9%	17.6%	29.4%	11.8%	29.4%	100.0%
ขายตรงและทำ อาชีพอื่น ๆ	5	6	6	21	21	24	83
	6.0%	7.2%	7.2%	25.3%	25.3%	28.9%	100.0%
รวม	6	7	9	26	23	29	100
	6.0%	7.0%	9.0%	26.0%	23.0%	29.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพขายตรงอย่างเดียว ให้ความเห็นว่า หาก ผู้บริโภคยกเลิกสัญญาแล้ว ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่คืนเงินให้ผู้บริโภค เมื่อครบ 15 วัน ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระต้องเสียค่าปรับให้แก่ผู้บริโภค ส่งผลดีปานกลางและส่งผลดีมาก ที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 29.4 อาชีพขายตรงและทำอาชีพอื่น ๆ ให้ความเห็นว่า หากผู้บริโภคยกเลิกสัญญาแล้ว ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่คืนเงิน ให้ผู้บริโภค เมื่อครบ 15 วัน ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระต้องเสียค่าปรับให้แก่ผู้บริโภค ส่งผลดี มากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 28.9

ตารางที่ 129 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง อาชีพหลักของท่านในปัจจุบัน และ เมื่อผู้บริโภคนำเงินไปซื้อสินค้าแล้วต้องส่งคืนสินค้าหรือเก็บรักษาไว้สินค้านั้นไว้ไม่เกิน 21 วัน หากไม่เกิน 21 วัน ผู้ขายยังไม่มารับสินค้า ผู้บริโภคจะเก็บไว้หรือทิ้งก็ได้ (มาตรา 34)

อาชีพหลัก	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ขายตรงอย่างเดียว	1	2	5	5	1	3	17
	5.9%	11.8%	29.4%	29.4%	5.9%	17.6%	100.0%
ขายตรงและทำ อาชีพอื่น ๆ	11	10	12	11	20	19	83
	13.3%	12.0%	14.5%	13.3%	24.1%	22.9%	100.0%
รวม	12	12	17	16	21	22	100
	12.0%	12.0%	17.0%	16.0%	21.0%	22.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพขายตรงอย่างเดียว ให้ความเห็นว่า เมื่อผู้บริโภคนำเงินไปซื้อสินค้าแล้วต้องส่งคืนสินค้าหรือเก็บรักษาไว้สินค้านั้นไว้ไม่เกิน 21 วัน หากไม่เกิน 21 วัน ผู้ขายยังไม่มารับสินค้า ผู้บริโภคจะเก็บไว้หรือทิ้งก็ได้ ส่งผลดีน้อยและส่งผลดีปานกลางต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 29.4 อาชีพขายตรงและทำอาชีพอื่น ๆ ให้ความเห็นว่า เมื่อผู้บริโภคนำเงินไปซื้อสินค้าแล้วต้องส่งคืนสินค้าหรือเก็บรักษาไว้สินค้านั้นไว้ไม่เกิน 21 วัน หากไม่เกิน 21 วัน ผู้ขายยังไม่มารับสินค้า ผู้บริโภคจะเก็บไว้หรือทิ้งก็ได้ ส่งผลดีมากต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 24.1

ตารางที่ 130 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง อาชีพหลักของท่านในปัจจุบัน และ เมื่อผู้บริโภครู้จัก ยกเลิกสัญญาแล้วแต่ทำให้สินค้านั้นบุบสลายหรือเสียหาย ผู้บริโภคต้องชดเชยค่าเสียหายให้แก่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ

อาชีพหลัก	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ขายตรงอย่างเดียว	2	1	1	5	6	2	17
	11.8%	5.9%	5.9%	29.4%	35.3%	11.8%	100.0%
ขายตรงและทำ อาชีพอื่น ๆ	10	6	9	10	27	19	81
	12.3%	7.4%	11.1%	12.3%	33.3%	23.5%	100.0%
รวม	12	7	10	15	33	21	98
	12.2%	7.1%	10.2%	15.3%	33.7%	21.4%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพขายตรงอย่างเดียวและอาชีพขายตรงและทำอาชีพอื่น ๆ ให้ความเห็นว่า เมื่อผู้บริโภครู้จักยกเลิกสัญญาแล้วแต่ทำให้สินค้านั้นบุบสลายหรือเสียหาย ผู้บริโภคต้องชดเชยค่าเสียหายให้แก่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 35.3 และร้อยละ 33.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 131 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง อาชีพหลักของท่านในปัจจุบัน และ ผู้ประกอบธุรกิจ
ขายตรงต้องไม่บังคับผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้า (มาตรา 21)

อาชีพหลัก	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ขายตรงอย่างเดียว	1	1	1	2	3	9	17
	5.9%	5.9%	5.9%	11.8%	17.6%	52.9%	100.0%
ขายตรงและทำ อาชีพอื่น ๆ	8	2	4	9	15	44	82
	9.8%	2.4%	4.9%	11.0%	18.3%	53.7%	100.0%
รวม	9	3	5	11	18	53	99
	9.1%	3.0%	5.1%	11.1%	18.2%	53.5%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพขายตรงอย่างเดียวและอาชีพขายตรงและทำ
อาชีพอื่น ๆ ให้ความเห็นผู้ประกอบธุรกิจขายตรงต้องไม่บังคับผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้า ส่งผลดี
มากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 52.9 และร้อยละ 53.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 132 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง อาชีพหลักของท่านในปัจจุบัน และ ผู้ประกอบการขายตรงต้องไม่โน้มน้าวหรือชักจูงให้ผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้ามากเกินไปจนเกินความจำเป็น (มาตรา 21)

อาชีพหลัก	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ขายตรงอย่างเดียว	1		6		5	5	17
	5.9%		35.3%		29.4%	29.4%	100.0%
ขายตรงและทำ อาชีพอื่น ๆ	7	5	6	10	24	30	82
	8.5%	6.1%	7.3%	12.2%	29.3%	36.6%	100.0%
รวม	8	5	12	10	29	35	99
	8.1%	5.1%	12.1%	10.1%	29.3%	35.4%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพขายตรงอย่างเดียวอาชีพขายตรงและทำอาชีพอื่น ๆ ให้ความเห็นว่า ผู้ประกอบการขายตรงต้องไม่โน้มน้าวหรือชักจูงให้ผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้ามากเกินไปจนเกินความจำเป็น ส่งผลคือน้อยต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 35.3 อาชีพขายตรงและทำอาชีพอื่น ๆ ให้ความเห็นว่า ผู้ประกอบการขายตรงต้องไม่โน้มน้าวหรือชักจูงให้ผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้ามากเกินไปจนเกินความจำเป็น ส่งผลคือน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.9

ตารางที่ 133 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง อาชีพหลักของท่านในปัจจุบัน และ ผู้ประกอบธุรกิจ
ขายตรงสามารถเก็บค่าสมัคร ค่าฝึกอบรม และค่าวัสดุอุปกรณ์การส่งเสริมการขายหรือ
ค่าธรรมเนียม อื่น ๆ แก่ผู้จำหน่ายอิสระ (มาตรา 22)

อาชีพหลัก	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ขายตรงอย่างเดียว	4	2	1	4	3	2	16
	25.0%	12.5%	6.3%	25.0%	18.8%	12.5%	100.0%
ขายตรงและทำ อาชีพอื่น ๆ	9	8	12	17	15	21	82
	11.0%	9.8%	14.6%	20.7%	18.3%	25.6%	100.0%
รวม	13	10	13	21	18	23	98
	13.3%	10.2%	13.3%	21.4%	18.4%	23.5%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพขายตรงอย่างเดียวอาชีพขายตรงและทำ
อาชีพ อื่น ๆ ให้ความเห็นว่า ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงสามารถเก็บค่าสมัคร ค่าฝึกอบรม และค่าวัสดุ
อุปกรณ์การส่งเสริมการขายหรือค่าธรรมเนียม อื่น ๆ แก่ผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งผลใด ๆ และส่งผลดี
ปานกลางต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 25.0 อาชีพขายตรงและทำอาชีพ
อื่น ๆ ให้ความเห็นว่า ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงสามารถเก็บค่าสมัคร ค่าฝึกอบรม และค่าวัสดุ
อุปกรณ์การส่งเสริมการขายหรือค่าธรรมเนียม อื่น ๆ แก่ผู้จำหน่ายอิสระ ส่งผลดีมากที่สุด คิดเป็น
ร้อยละ 25.6

ตารางที่ 134 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง อาชีพหลักของท่านในปัจจุบัน และ ผู้จำหน่ายอิสระมี สิทธิคืนสินค้า วัสดุการส่งเสริมการขาย ที่ซื้อจากผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงภายใน 15 วันนับจาก วันที่แจ้งอย่างเป็นทางการแก่ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง (มาตรา 25)

อาชีพหลัก	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ขายตรงอย่างเดียว		2	4	2	4	5	17
		11.8%	23.5%	11.8%	23.5%	29.4%	100.0%
ขายตรงและทำ อาชีพอื่น ๆ	5	3	6	19	30	19	82
	6.1%	3.7%	7.3%	23.2%	36.6%	23.2%	100.0%
รวม	5	5	10	21	34	24	99
	5.1%	5.1%	10.1%	21.2%	34.3%	24.2%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพขายตรงอย่างเดียวอาชีพขายตรงและทำ อาชีพอื่น ๆ ให้ความเห็นว่า ผู้จำหน่ายอิสระมีสิทธิคืนสินค้า วัสดุการส่งเสริมการขาย ที่ซื้อจากผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงภายใน 15 วันนับจากวันที่แจ้งอย่างเป็นทางการแก่ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 29.4 อาชีพขายตรงและทำอาชีพอื่น ๆ ให้ความเห็นว่า ผู้จำหน่ายอิสระมีสิทธิคืนสินค้า วัสดุการส่งเสริมการขาย ที่ซื้อจากผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงภายใน 15 วันนับจากวันที่แจ้งอย่างเป็นทางการแก่ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง ส่งผลดีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.6

ตารางที่ 135 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง อาชีพหลักของท่านในปัจจุบัน และ ผู้ประกอบธุรกิจ
ขายตรง/บริษัทที่ทำธุรกิจขายตรง เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลก็ได้ (มาตรา 20)

อาชีพหลัก	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ขายตรงอย่างเดียว	1	1	3	2	4	6	17
	5.9%	5.9%	17.6%	11.8%	23.5%	35.3%	100.0%
ขายตรงและทำ อาชีพอื่น ๆ	8	9	4	15	21	25	82
	9.8%	11.0%	4.9%	18.3%	25.6%	30.5%	100.0%
รวม	9	10	7	17	25	31	99
	9.1%	10.1%	7.1%	17.2%	25.3%	31.3%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพขายตรงอย่างเดียวและอาชีพขายตรงและทำ
อาชีพอื่น ๆ ให้ความเห็นว่า ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง/บริษัทที่ทำธุรกิจขายตรง เป็นบุคคลธรรมดา
หรือนิติบุคคลก็ได้ ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 35.3 และร้อยละ 30.5
ตามลำดับ

ตารางที่ 136 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง อาชีพหลักของท่านในปัจจุบัน และ การเข้าไปเสนอขายสินค้าให้กับผู้บริโภคร ต้องเสนอขายที่บ้าน หรือที่ทำงานของผู้บริโภค โดยต้องได้รับคำยินยอมจากผู้บริโภคเท่านั้น (มาตรา 26)

อาชีพหลัก	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ขายตรงอย่างเดียว	2	2	3	2	3	5	17
	11.8%	11.8%	17.6%	11.8%	17.6%	29.4%	100.0%
ขายตรงและทำ อาชีพอื่น ๆ	10	6		22	19	25	82
	12.2%	7.3%		26.8%	23.2%	30.5%	100.0%
รวม	12	8	3	24	22	30	99
	12.1%	8.1%	3.0%	24.2%	22.2%	30.3%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพขายตรงอย่างเดียวและอาชีพขายตรงและทำอาชีพอื่น ๆ ให้ความเห็นว่า การเข้าไปเสนอขายสินค้าให้กับผู้บริโภคร ต้องเสนอขายที่บ้าน หรือที่ทำงานของผู้บริโภค โดยต้องได้รับคำยินยอมจากผู้บริโภคเท่านั้น ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 29.4 และร้อยละ 30.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 137 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง อาชีพหลักของท่านในปัจจุบัน และ การทำสัญญา ระหว่างตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระกับผู้บริโภค ต้องมีข้อความเป็นภาษาไทยอย่างชัดเจน เกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคในการเลิกสัญญา (มาตรา 51)

อาชีพหลัก	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ขายตรงอย่างเดียว		1	1	4	3	8	17
		5.9%	5.9%	23.5%	17.6%	47.1%	100.0%
ขายตรงและทำอาชีพอื่น ๆ	6	6	2	12	20	37	83
	7.2%	7.2%	2.4%	14.5%	24.1%	44.6%	100.0%
รวม	6	7	3	16	23	45	100
	6.0%	7.0%	3.0%	16.0%	23.0%	45.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพขายตรงอย่างเดียวและอาชีพขายตรงและทำอาชีพอื่น ๆ ให้ความเห็นว่า การทำสัญญาระหว่างตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระกับผู้บริโภค ต้องมีข้อความเป็นภาษาไทยอย่างชัดเจนเกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคในการเลิกสัญญา ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 47.1 และร้อยละ 44.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 138 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง อาชีพหลักของท่านในปัจจุบัน และ การรับประกัน
สินค้าต้องระบุเป็นภาษาไทยที่เข้าใจง่ายและชัดเจน (มาตรา 37)

อาชีพหลัก	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ขายตรงอย่างเดียว			3	2	2	10	17
			17.6%	11.8%	11.8%	58.8%	100.0%
ขายตรงและทำ อาชีพอื่น ๆ	5	4	6	13	11	44	83
	6.0%	4.8%	7.2%	15.7%	13.3%	53.0%	100.0%
รวม	5	4	9	15	13	54	100
	5.0%	4.0%	9.0%	15.0%	13.0%	54.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพขายตรงอย่างเดียวและอาชีพขายตรงและทำ
อาชีพอื่น ๆ ให้ความเห็นว่า การรับประกันสินค้าต้องระบุเป็นภาษาไทยที่เข้าใจง่ายและชัดเจน
ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 58.8 และร้อยละ 53.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 139 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง อาชีพหลักของท่านในปัจจุบัน และ การจ่ายค่าตอบแทนให้แก่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ ต้องไม่ใช่การจ่ายค่าตอบแทนที่มาจากการแนะนำบุคคลอื่นให้มาสมัครเข้าร่วมเป็นเครือข่ายกับตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระนั้น ๆ (มาตรา 21)

อาชีพหลัก	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ขายตรงอย่างเดียว	1	1	2	3	2	8	17
	5.9%	5.9%	11.8%	17.6%	11.8%	47.1%	100.0%
ขายตรงและทำอาชีพอื่น ๆ	6	8	3	17	14	35	83
	7.2%	9.6%	3.6%	20.5%	16.9%	42.2%	100.0%
รวม	7	9	5	20	16	43	100
	7.0%	9.0%	5.0%	20.0%	16.0%	43.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพขายตรงอย่างเดียวและอาชีพขายตรงและทำอาชีพอื่น ๆ ให้ความเห็นว่า การจ่ายค่าตอบแทนให้แก่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ ต้องไม่ใช่การจ่ายค่าตอบแทนที่มาจากการแนะนำบุคคลอื่นให้มาสมัครเข้าร่วมเป็นเครือข่ายกับตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระนั้น ๆ ส่งผลดีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.1 และร้อยละ 42.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 140 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง อาชีพหลักของท่านในปัจจุบัน และ ผลตอบแทนที่
 ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระได้รับต้องมาจากการขายสินค้าหรือบริการหรือการซื้อสินค้าหรือ
 บริการเพื่อใช้เองเท่านั้น (มาตรา 21)

อาชีพหลัก	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ขายตรงอย่างเดียว			2	3	2	10	17
			11.8%	17.6%	11.8%	58.8%	100.0%
ขายตรงและทำ อาชีพอื่น ๆ	7	8	9	17	17	25	83
	8.4%	9.6%	10.8%	20.5%	20.5%	30.1%	100.0%
รวม	7	8	11	20	19	35	100
	7.0%	8.0%	11.0%	20.0%	19.0%	35.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพขายตรงอย่างเดียวและอาชีพขายตรงและทำ
 อาชีพอื่น ๆ ให้ความเห็นว่า ผลตอบแทนที่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระได้รับต้องมาจากการ
 ขายสินค้าหรือบริการหรือการซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อใช้เองเท่านั้น ส่งผลดีมากที่สุดคิดเป็นร้อย
 ละ 58.8 และร้อยละ 30.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 141 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง อาชีพหลักของท่านในปัจจุบัน และ ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง/บริษัทผู้ทำธุรกิจขายตรงต้องแสดงวิธีคิดคำนวณการจ่ายค่าตอบแทนที่ตรงกับความเป็นจริง เปิดเผยและชัดเจน (มาตรา 21)

อาชีพหลัก	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ขายตรงอย่างเดียว	2	1	1	1	6	6	17
	11.8%	5.9%	5.9%	5.9%	35.3%	35.3%	100.0%
ขายตรงและทำอาชีพอื่น ๆ	5	5	1	13	18	41	83
	6.0%	6.0%	1.2%	15.7%	21.7%	49.4%	100.0%
รวม	7	6	2	14	24	47	100
	7.0%	6.0%	2.0%	14.0%	24.0%	47.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพขายตรงอย่างเดียว ให้ความเห็นว่า ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง/บริษัทผู้ทำธุรกิจขายตรงต้องแสดงวิธีคิดคำนวณการจ่ายค่าตอบแทนที่ตรงกับความเป็นจริง เปิดเผยและชัดเจน ส่งผลดีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.3 อาชีพขายตรงและทำอาชีพอื่น ๆ ให้ความเห็นว่า ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง/บริษัทผู้ทำธุรกิจขายตรงต้องแสดงวิธีคิดคำนวณการจ่ายค่าตอบแทนที่ตรงกับความเป็นจริง เปิดเผยและชัดเจน ส่งผลดีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.4

ตารางที่ 142 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง อาชีพหลักของท่านในปัจจุบัน และ รัฐได้แต่งตั้ง
คณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง เพื่อมีอำนาจหน้าที่ในการกำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจ
ขายตรง (มาตรา 13(3))

อาชีพหลัก	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ขายตรงอย่างเดียว	2	1	1	1	6	6	17
	11.8%	5.9%	5.9%	5.9%	35.3%	35.3%	100.0%
ขายตรงและทำ อาชีพอื่น ๆ	5	5	1	13	18	41	83
	6.0%	6.0%	1.2%	15.7%	21.7%	49.4%	100.0%
รวม	7	6	2	14	24	47	100
	7.0%	6.0%	2.0%	14.0%	24.0%	47.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพขายตรงอย่างเดียว ให้ความเห็นว่า ผู้
ประกอบธุรกิจขายตรง/บริษัทผู้ทำธุรกิจขายตรงต้องแสดงวิธีคิดคำนวณการจ่ายค่าตอบแทนที่ตรง
กับความเป็นจริง เปิดเผยและชัดเจน ส่งผลดีมากและส่งผลดีมากที่สุด ในสัดส่วนที่เท่ากันคิดเป็น
ร้อยละ 35.3 อาชีพขายตรงและทำอาชีพอื่น ๆ ให้ความเห็นว่า ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง/บริษัทผู้ทำ
ธุรกิจขายตรงต้องแสดงวิธีคิดคำนวณการจ่ายค่าตอบแทนที่ตรงกับความเป็นจริง เปิดเผยและชัดเจน
ส่งผลดีมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 49.4

ตารางที่ 143 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง อาชีพหลักของท่านในปัจจุบัน และ หากผู้ประกอบธุรกิจขายตรงไม่มาตามคำสั่งคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงเพื่ออธิบายเกี่ยวกับหลักฐานที่ใช้พิจารณาในการทำผิด มีโทษจำคุกไม่เกิน 1 เดือนหรือปรับไม่เกิน 10,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ (มาตรา 45)

อาชีพหลัก	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ขายตรงอย่างเดียว	2	1	2	5	3	4	17
	11.8%	5.9%	11.8%	29.4%	17.6%	23.5%	100.0%
ขายตรงและทำ อาชีพอื่น ๆ	11	8	11	17	14	22	83
	13.3%	9.6%	13.3%	20.5%	16.9%	26.5%	100.0%
รวม	13	9	13	22	17	26	100
	13.0%	9.0%	13.0%	22.0%	17.0%	26.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพขายตรงอย่างเดียว ให้ความเห็นว่า หากผู้ประกอบธุรกิจขายตรงไม่มาตามคำสั่งคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงเพื่ออธิบายเกี่ยวกับหลักฐานที่ใช้พิจารณาในการทำผิด มีโทษจำคุกไม่เกิน 1 เดือนหรือปรับไม่เกิน 10,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ส่งผลดีปานกลางต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 29.4 อาชีพขายตรงและทำอาชีพอื่น ๆ ให้ความเห็นว่าหากผู้ประกอบธุรกิจขายตรงไม่มาตามคำสั่งคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงเพื่ออธิบายเกี่ยวกับหลักฐานที่ใช้พิจารณาในการทำผิด มีโทษจำคุกไม่เกิน 1 เดือนหรือปรับไม่เกิน 10,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 26.5

ตารางที่ 144 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง อาชีพหลักของท่านในปัจจุบัน และ หากตัวแทนขาย หรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ได้รับอนุญาตจากผู้บริโภคให้เข้าไปเสนอขายสินค้าหรือบริการที่บ้านหรือที่ทำงาน ซึ่งทำให้ผู้บริโภคเกิดความรำคาญมีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท (มาตรา 51)

อาชีพหลัก	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ขายตรงอย่างเดียว	2	2	2	6	2	3	17
	11.8%	11.8%	11.8%	35.3%	11.8%	17.6%	100.0%
ขายตรงและทำอาชีพอื่น ๆ	10	13	11	17	17	15	83
	12.0%	15.7%	13.3%	20.5%	20.5%	18.1%	100.0%
รวม	12	15	13	23	19	18	100
	12.0%	15.0%	13.0%	23.0%	19.0%	18.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพขายตรงอย่างเดียว ให้ความเห็นหากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ได้รับอนุญาตจากผู้บริโภคให้เข้าไปเสนอขายสินค้าหรือบริการที่บ้านหรือที่ทำงาน ซึ่งทำให้ผู้บริโภคเกิดความรำคาญมีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท ส่งผลดีปานกลางต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 35.3 อาชีพขายตรงและทำอาชีพอื่น ๆ ให้ความเห็นว่ หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ได้รับอนุญาตจากผู้บริโภคให้เข้าไปเสนอขายสินค้าหรือบริการที่บ้านหรือที่ทำงาน ซึ่งทำให้ผู้บริโภคเกิดความรำคาญมีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท ปานกลาง และส่งผลดีมากต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 20.5

ตารางที่ 145 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง อาชีพหลักของท่านในปัจจุบัน และ หากตัวแทนขาย หรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้ผู้บริโภค มีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท (มาตรา 51)

อาชีพหลัก	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ขายตรงอย่างเดียว	2	3	3	4	2	3	17
	11.8%	17.6%	17.6%	23.5%	11.8%	17.6%	100.0%
ขายตรงและทำอาชีพอื่น ๆ	10	10	13	19	12	19	83
	12.0%	12.0%	15.7%	22.9%	14.5%	22.9%	100.0%
รวม	12	13	16	23	14	22	100
	12.0%	13.0%	16.0%	23.0%	14.0%	22.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพขายตรงอย่างเดียว ให้ความเห็นว่า หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้ผู้บริโภค มีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท ส่งผลดีปานกลางต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 23.5 อาชีพขายตรงและทำอาชีพอื่น ๆ ให้ความเห็นว่า หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้ผู้บริโภค มีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท ส่งผลดีปานกลางและส่งผลดีมากต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 22.9

ตารางที่ 146 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง อาชีพหลักของท่านในปัจจุบัน และ หากตัวแทนขาย หรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้ผู้บริโภค โดยระบุสิทธิหรือการรับประกันสินค้า อย่างชัดเจน มีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท (มาตรา 51)

อาชีพหลัก	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ขายตรงอย่างเดียว	1	1	2	6	3	4	17
	5.9%	5.9%	11.8%	35.3%	17.6%	23.5%	100.0%
ขายตรงและทำอาชีพอื่น ๆ	12	5	9	20	14	23	83
	14.5%	6.0%	10.8%	24.1%	16.9%	27.7%	100.0%
รวม	13	6	11	26	17	27	100
	13.0%	6.0%	11.0%	26.0%	17.0%	27.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพขายตรงอย่างเดียว ให้ความเห็นว่า หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้ผู้บริโภค โดยระบุสิทธิหรือการรับประกันสินค้าอย่างชัดเจน มีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท ส่งผลดีปานกลางต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 23.5 อาชีพขายตรงและทำอาชีพอื่น ๆ ให้ความเห็นว่า หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้ผู้บริโภค โดยระบุสิทธิหรือการรับประกันสินค้าอย่างชัดเจน มีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 27.7

ตารางที่ 147 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง อาชีพหลักของท่านในปัจจุบัน และ หากผู้ประกอบการ
ธุรกิจขายตรง/บริษัทขายตรง ไม่แจ้งการเปลี่ยนแปลงแผนการจ่ายค่าตอบแทนให้แก่นายทะเบียน
ของรัฐได้ทราบ มีโทษปรับไม่เกิน 300,000 บาท (มาตรา 52)

อาชีพหลัก	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง											รวม
	-5.00	-4.00	-3.00	-2.00	-1.00	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ขายตรงอย่าง เดียว						2	2		3	3	7	17
						11.8%	11.8%		17.6%	17.6%	41.2%	100.0%
ขายตรงและ ทำอาชีพอื่น ๆ	6	6	2	3	4	10	4	6	15	7	20	83
	7.2%	7.2%	2.4%	3.6%	4.8%	12.0%	4.8%	7.2%	18.1%	8.4%	24.1%	100.0%
รวม	6	6	2	3	4	12	6	6	18	10	27	100
	6.0%	6.0%	2.0%	3.0%	4.0%	12.0%	6.0%	6.0%	18.0%	10.0%	27.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพขายตรงอย่างเดียวและอาชีพขายตรงและทำ
อาชีพ อื่น ๆ ให้ความเห็นหากผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง/บริษัทขายตรง ไม่แจ้งการเปลี่ยนแปลง
แผนการจ่ายค่าตอบแทนให้แก่นายทะเบียนของรัฐได้ทราบ มีโทษปรับไม่เกิน 300,000 บาท ส่งผล
ดีมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 41.2 และร้อยละ 24.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 148 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง อาชีพหลักของท่านในปัจจุบันขายตรงและทำอาชีพอื่น ๆ และ ตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระต้องแสดงบัตรประชาชน และบัตรประจำตัวผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงทุกครั้ง (มาตรา 26)

อาชีพอื่น ๆ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
นักเรียน/นักศึกษา				1	2		3
				33.3%	66.7%		100.0%
พนักงาน รัฐวิสาหกิจ						2	2
						100.0%	100.0%
ข้าราชการ	1			1	3	4	9
	11.1%			11.1%	33.3%	44.4%	100.0%
รับจ้าง	2				1	3	6
	33.3%				16.7%	50.0%	100.0%
พนักงาน/เจ้าหน้าที่ บริษัท	5	3	2	14	13	29	66
	7.6%	4.5%	3.0%	21.2%	19.7%	43.9%	100.0%
ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	1	1		1	2	1	6
	16.7%	16.7%		16.7%	33.3%	16.7%	100.0%
แม่บ้าน			1		2		3
			33.3%		66.7%		100.0%
เกษียณ/ว่างงาน						1	1
						100.0%	100.0%
อื่น ๆ				1	1	2	4
				25.0%	25.0%	50.0%	100.0%
รวม	9	4	3	18	24	42	100
	9.0%	4.0%	3.0%	18.0%	24.0%	42.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพนักเรียนนักศึกษา ประกอบอาชีพ ส่วนตัวและแม่บ้าน ให้ความเห็นว่า ตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระต้องแสดงบัตรประชาชน และบัตรประจำตัวผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงทุกครั้ง ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิด เป็นร้อยละ 66.7 ร้อยละ 33.3 และร้อยละ 66.7 ตามลำดับ อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ข้าราชการ รับจ้าง พนักงาน/เจ้าหน้าที่บริษัท เกษียณว่างงาน และอื่น ๆ ให้ความเห็นว่า ตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระต้องแสดงบัตรประชาชน และบัตรประจำตัวผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงทุกครั้ง ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ 100.0 ร้อยละ 44.4 ร้อยละ 50.0 ร้อยละ 43.9 ร้อยละ 100.0 และร้อยละ 50.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 149 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง อาชีพหลักของท่านในปัจจุบันขายตรงและทำอาชีพอื่น ๆ และ ผู้บริโภคมีสิทธิยกเลิกสัญญาการขายหากไม่พอใจในสินค้าหรือบริการ ภายใน 7 วัน นับตั้งแต่ได้รับสินค้าหรือบริการ (มาตรา 33)

อาชีพอื่น ๆ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
นักเรียน/นักศึกษา					2	1	3
					66.7%	33.3%	100.0%
พนักงาน รัฐวิสาหกิจ					1	1	2
					50.0%	50.0%	100.0%
ข้าราชการ					6	3	9
					66.7%	33.3%	100.0%
รับจ้าง	1			2	1	2	6
	16.7%			33.3%	16.7%	33.3%	100.0%
พนักงาน/เจ้าหน้าที่ บริษัท	4	4	6	10	17	25	66
	6.1%	6.1%	9.1%	15.2%	25.8%	37.9%	100.0%
ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว		1		3		2	6
		16.7%		50.0%		33.3%	100.0%
แม่บ้าน				1		2	3
				33.3%		66.7%	100.0%
เกษียณ/ว่างงาน					1		1
					100.0%		100.0%
อื่น ๆ					3	1	4
					75.0%	25.0%	100.0%
รวม	5	5	6	16	31	37	100
	5.0%	5.0%	6.0%	16.0%	31.0%	37.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพนักเรียนนักศึกษา ข้าราชการ เกษียณ
 ว่างงาน และอื่น ๆ ให้ความเห็นว่า ผู้บริโภคมีสิทธิยกเลิกสัญญาการขายหากไม่พอใจในสินค้าหรือ
 บริการ ภายใน 7 วัน นับตั้งแต่ได้รับสินค้าหรือบริการ ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ
 ละ 66.7 ร้อยละ 66.7 ร้อยละ 100.0 และร้อยละ 75.0 ตามลำดับ พนักงาน/เจ้าหน้าที่บริษัท และ
 แม่บ้าน ให้ความเห็นว่า ผู้บริโภคมีสิทธิยกเลิกสัญญาการขายหากไม่พอใจในสินค้าหรือบริการ
 ภายใน 7 วัน นับตั้งแต่ได้รับสินค้าหรือบริการ ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ
 37.9 และร้อยละ 66.7 ตามลำดับ อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความเห็นว่า ผู้บริโภคมีสิทธิยกเลิก
 สัญญาการขายหากไม่พอใจในสินค้าหรือบริการ ภายใน 7 วัน นับตั้งแต่ได้รับสินค้าหรือบริการ
 ส่งผลดีมากที่สุดและส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 50.0
 อาชีพรับจ้าง ให้ความเห็นว่า ผู้บริโภคมีสิทธิยกเลิกสัญญาการขายหากไม่พอใจในสินค้าหรือ
 บริการ ภายใน 7 วัน นับตั้งแต่ได้รับสินค้าหรือบริการ ส่งผลดีปานกลางและส่งผลดีมากที่สุดต่อ
 การดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 33.3

ตารางที่ 150 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง อาชีพหลักของท่านในปัจจุบันขายตรงและทำอาชีพอื่น ๆ และ หากผู้บริโภคมองเลิกลัทธิแล้ว ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่คืนเงินให้ผู้บริโภค เมื่อครบ 15 วัน ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระต้องเสียค่าปรับให้แก่ผู้บริโภค (มาตรา 36)

อาชีพอื่น ๆ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
นักเรียน/นักศึกษา				2		1	3
				66.7%		33.3%	100.0%
พนักงาน รัฐวิสาหกิจ				1		1	2
				50.0%		50.0%	100.0%
ข้าราชการ				1	5	3	9
				11.1%	55.6%	33.3%	100.0%
รับจ้าง	1				2	3	6
	16.7%				33.3%	50.0%	100.0%
พนักงาน/เจ้าหน้าที่ บริษัท	3	6	8	17	12	20	66
	4.5%	9.1%	12.1%	25.8%	18.2%	30.3%	100.0%
ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	1	1		3	1		6
	16.7%	16.7%		50.0%	16.7%		100.0%
แม่บ้าน			1		2		3
			33.3%		66.7%		100.0%
เกษียณ/ว่างงาน				1			1
				100.0%			100.0%
อื่น ๆ	1			1	1	1	4
	25.0%			25.0%	25.0%	25.0%	100.0%
รวม	6	7	9	26	23	29	100
	6.0%	7.0%	9.0%	26.0%	23.0%	29.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพนักเรียนนักศึกษา ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว เกษียณ/ว่างงาน ให้ความเห็นว่า หากผู้บริโภคมองเลิกสัญญาแล้ว ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่คืนเงินให้ผู้บริโภค เมื่อครบ 15 วัน ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระต้องเสียค่าปรับให้แก่ผู้บริโภค ส่งผลดีปานกลางต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 66.7 ร้อยละ 50.0 และ ร้อยละ 100.0 ตามลำดับ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความเห็นว่า หากผู้บริโภคมองเลิกสัญญาแล้ว ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่คืนเงินให้ผู้บริโภค เมื่อครบ 15 วัน ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระต้องเสียค่าปรับให้แก่ผู้บริโภค ส่งผลดีปานกลางและส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 50.0 อาชีพรับจ้าง และอาชีพพนักงาน/เจ้าหน้าที่บริษัท ให้ความเห็นว่า หากผู้บริโภคมองเลิกสัญญาแล้ว ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่คืนเงินให้ผู้บริโภค เมื่อครบ 15 วัน ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระต้องเสียค่าปรับให้แก่ผู้บริโภคส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 50.0 และร้อยละ 30.3 ตามลำดับ อาชีพแม่บ้าน ให้ความเห็นว่าหากผู้บริโภคมองเลิกสัญญาแล้ว ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่คืนเงินให้ผู้บริโภค เมื่อครบ 15 วัน ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระต้องเสียค่าปรับให้แก่ผู้บริโภค ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 66.7 อาชีพอื่น ๆ ให้ความเห็นว่า หากผู้บริโภคมองเลิกสัญญาแล้ว ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่คืนเงินให้ผู้บริโภค เมื่อครบ 15 วัน ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระต้องเสียค่าปรับให้แก่ผู้บริโภค ไม่ส่งผลใด ๆ ส่งผลดีปานกลาง ส่งผลดีมากและส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 25.0

ตารางที่ 151 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง อาชีพหลักของท่านในปัจจุบันขายตรงและทำอาชีพอื่น ๆ และ เมื่อผู้บริโภคแจ้งยกเลิกสัญญาแล้วต้องส่งคืนสินค้าหรือเก็บรักษาไว้สินค้านั้นไว้ไม่เกิน 21 วัน หากไม่เกิน 21 วัน ผู้ขายยังไม่มารับสินค้า ผู้บริโภคจะเก็บไว้หรือทิ้งก็ได้ (มาตรา 34)

อาชีพอื่น ๆ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
นักเรียน/นักศึกษา				2	1		3
				66.7%	33.3%		100.0%
พนักงาน รัฐวิสาหกิจ					1	1	2
					50.0%	50.0%	100.0%
ข้าราชการ	1				4	4	9
	11.1%				44.4%	44.4%	100.0%
รับจ้าง	2		1			3	6
	33.3%		16.7%			50.0%	100.0%
พนักงาน/เจ้าหน้าที่ บริษัท	7	11	15	12	8	13	66
	10.6%	16.7%	22.7%	18.2%	12.1%	19.7%	100.0%
ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	1	1	1		3		6
	16.7%	16.7%	16.7%		50.0%		100.0%
แม่บ้าน				1	2		3
				33.3%	66.7%		100.0%
เกษียณ/ว่างงาน				1			1
				100.0%			100.0%
อื่น ๆ	1				2	1	4
	25.0%				50.0%	25.0%	100.0%
รวม	12	12	17	16	21	22	100
	12.0%	12.0%	17.0%	16.0%	21.0%	22.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพนักเรียนนักศึกษา เกษียณ/ว่างงาน ให้ความเห็นว่า เมื่อผู้บริหารแจ้งยกเลิกสัญญาแล้วต้องส่งคืนสินค้าหรือเก็บรักษาไว้สินค้านั้นไว้ไม่เกิน 21 วัน หากไม่เกิน 21 วัน ผู้ขายยังไม่มารับสินค้า ผู้บริโภคจะเก็บไว้หรือทิ้งก็ได้ ส่งผลดีปานกลางต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 66.7 และร้อยละ 100.0 ตามลำดับ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความเห็นว่า เมื่อผู้บริหารแจ้งยกเลิกสัญญาแล้วต้องส่งคืนสินค้าหรือเก็บรักษาไว้สินค้านั้นไว้ไม่เกิน 21 วัน หากไม่เกิน 21 วัน ผู้ขายยังไม่มารับสินค้า ผู้บริโภคจะเก็บไว้หรือทิ้งก็ได้ ส่งผลดีมาก และส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากันคิดเป็นร้อยละ 50.0 ข้าราชการ ให้ความเห็นว่า เมื่อผู้บริหารแจ้งยกเลิกสัญญาแล้วต้องส่งคืนสินค้าหรือเก็บรักษาไว้สินค้านั้นไว้ไม่เกิน 21 วัน หากไม่เกิน 21 วัน ผู้ขายยังไม่มารับสินค้า ผู้บริโภคจะเก็บไว้หรือทิ้งก็ได้ ส่งผลดีมาก และส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากันคิดเป็นร้อยละ 44.4 อาชีพรับจ้าง ให้ความเห็นว่า เมื่อผู้บริหารแจ้งยกเลิกสัญญาแล้วต้องส่งคืนสินค้าหรือเก็บรักษาไว้สินค้านั้นไว้ไม่เกิน 21 วัน หากไม่เกิน 21 วัน ผู้ขายยังไม่มารับสินค้า ผู้บริโภคจะเก็บไว้หรือทิ้งก็ได้ ส่งผลดีมาก ที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 50.0 อาชีพพนักงาน/เจ้าหน้าที่บริษัท ให้ความเห็นว่า เมื่อผู้บริหารแจ้งยกเลิกสัญญาแล้วต้องส่งคืนสินค้าหรือเก็บรักษาไว้สินค้านั้นไว้ไม่เกิน 21 วัน หากไม่เกิน 21 วัน ผู้ขายยังไม่มารับสินค้า ผู้บริโภคจะเก็บไว้หรือทิ้งก็ได้ ส่งผลดีน้อยต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 22.7 อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว แม่บ้าน และอื่น ๆ ให้ความเห็นว่า เมื่อผู้บริหารแจ้งยกเลิกสัญญาแล้วต้องส่งคืนสินค้าหรือเก็บรักษาไว้สินค้านั้นไว้ไม่เกิน 21 วัน หากไม่เกิน 21 วัน ผู้ขายยังไม่มารับสินค้า ผู้บริโภคจะเก็บไว้หรือทิ้งก็ได้ ส่งผลดีปานกลางต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 50.0 ร้อยละ 66.7 และร้อยละ 50.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 152 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง อาชีพหลักของท่านในปัจจุบันขายตรงและทำอาชีพอื่น ๆ และ เมื่อผู้บริโภคนำเงินกลับแล้วแต่ทำให้สินค้านั้นบอบสลายหรือเสียหาย ผู้บริโภคต้องชดเชยค่าเสียหายให้แก่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ

อาชีพอื่น ๆ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
นักเรียน/นักศึกษา			2			1	3
			66.7%			33.3%	100.0%
พนักงาน รัฐวิสาหกิจ					1	1	2
					50.0%	50.0%	100.0%
ข้าราชการ	1			2	3	3	9
	11.1%			22.2%	33.3%	33.3%	100.0%
รับจ้าง	1	1	2	1		1	6
	16.7%	16.7%	33.3%	16.7%		16.7%	100.0%
พนักงาน/เจ้าหน้าที่ บริษัท	9	5	4	11	21	14	64
	14.1%	7.8%	6.3%	17.2%	32.8%	21.9%	100.0%
ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว			2		3	1	6
			33.3%		50.0%	16.7%	100.0%
แม่บ้าน		1			2		3
		33.3%			66.7%		100.0%
เกษียณ/ว่างงาน					1		1
					100.0%		100.0%
อื่น ๆ	1			1	2		4
	25.0%			25.0%	50.0%		100.0%
รวม	12	7	10	15	33	21	98
	12.2%	7.1%	10.2%	15.3%	33.7%	21.4%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพนักเรียนนักศึกษา และรับจ้าง ให้
 ความเห็นว่า เมื่อผู้บริหารยกเลิกสัญญาแล้วแต่ทำให้สินค้านั้นบุบสลายหรือเสียหาย ผู้บริหาร
 ต้องชดเชยค่าเสียหายให้แก่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ ส่งผลคติน้อยต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็น
 ร้อยละ 66.7 และร้อยละ 33.3 ตามลำดับ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความเห็นว่า เมื่อผู้บริหารแจ้
 ยกเลิกสัญญาแล้วแต่ทำให้สินค้านั้นบุบสลายหรือเสียหาย ผู้บริหารต้องชดเชยค่าเสียหายให้แก่
 ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ ส่งผลดีมากและส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่
 เท่ากันคิดเป็นร้อยละ 50.0 ข้าราชการ ให้ความเห็นว่า เมื่อผู้บริหารแจ้ยกเลิกสัญญาแล้วแต่ทำให้
 สินค้านั้นบุบสลายหรือเสียหาย ผู้บริหารต้องชดเชยค่าเสียหายให้แก่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่าย
 อิสระ ส่งผลดีมากและส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากันคิดเป็นร้อยละ 33.3
 อาชีพพนักงาน/เจ้าหน้าที่บริษัท ประกอบธุรกิจส่วนตัว แม่บ้าน เกษียณ/ว่างงานและอื่น ๆ ให้
 ความเห็นว่า เมื่อผู้บริหารแจ้ยกเลิกสัญญาแล้วแต่ทำให้สินค้านั้นบุบสลายหรือเสียหาย ผู้บริหาร
 ต้องชดเชยค่าเสียหายให้แก่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ ส่งผลดีมากต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็น
 ร้อยละ 32.8 ร้อยละ 50.0 ร้อยละ 66.7 ร้อยละ 100.0 และร้อยละ 50.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 153 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง อาชีพหลักของท่านในปัจจุบันขายตรงและทำอาชีพอื่น ๆ และ ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงต้องไม่บังคับผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้า (มาตรา 21)

อาชีพอื่น ๆ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
นักเรียน/นักศึกษา		1				2	3
		33.3%				66.7%	100.0%
พนักงาน รัฐวิสาหกิจ				1		1	2
				50.0%		50.0%	100.0%
ข้าราชการ				3	2	4	9
				33.3%	22.2%	44.4%	100.0%
รับจ้าง			2		3	1	6
			33.3%		50.0%	16.7%	100.0%
พนักงาน/เจ้าหน้าที่ บริษัท	8	2	2	4	8	41	65
	12.3%	3.1%	3.1%	6.2%	12.3%	63.1%	100.0%
ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	1			1		4	6
	16.7%			16.7%		66.7%	100.0%
แม่บ้าน			1		2		3
			33.3%		66.7%		100.0%
เกษียณ/ว่างงาน				1			1
				100.0%			100.0%
อื่น ๆ				1	3		4
				25.0%	75.0%		100.0%
รวม	9	3	5	11	18	53	99
	9.1%	3.0%	5.1%	11.1%	18.2%	53.5%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพนักเรียนนักศึกษา พนักงาน
รัฐวิสาหกิจ ข้าราชการ พนักงาน/เจ้าหน้าที่บริษัท และประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความเห็นว่า ผู้
ประกอบธุรกิจขายตรงต้องไม่บังคับผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้า ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ
คิดเป็นร้อยละ 66.7 ร้อยละ 50.0 ร้อยละ 44.4 ร้อยละ 63.1 และร้อยละ 66.7 ตามลำดับ อาชีพรับจ้าง
แม่บ้าน และอื่น ๆ ให้ความเห็นว่า ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงต้องไม่บังคับผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้า
ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 50.0 ร้อยละ 66.7 และร้อยละ 75.0 ตามลำดับ อาชีพ
เกษียณ/ว่างงาน ให้ความเห็นว่า ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงต้องไม่บังคับผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้า
ส่งผลดีปานกลางต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 100.0

ตารางที่ 154 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง อาชีพหลักของท่านในปัจจุบันขายตรงและทำอาชีพอื่น ๆ และ ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงต้องไม่โน้มน้าวหรือชักจูงให้ผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้ามากเกินไปจนเกินความจำเป็น (มาตรา 21)

อาชีพอื่น ๆ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
นักเรียน/นักศึกษา					1	2	3
					33.3%	66.7%	100.0%
พนักงาน รัฐวิสาหกิจ					1	1	2
					50.0%	50.0%	100.0%
ข้าราชการ				3	2	4	9
				33.3%	22.2%	44.4%	100.0%
รับจ้าง		1	1		3	1	6
		16.7%	16.7%		50.0%	16.7%	100.0%
พนักงาน/เจ้าหน้าที่ บริษัท	8	2	8	6	14	27	65
	12.3%	3.1%	12.3%	9.2%	21.5%	41.5%	100.0%
ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว		2	1		3		6
		33.3%	16.7%		50.0%		100.0%
แม่บ้าน			1		2		3
			33.3%		66.7%		100.0%
เกษียณ/ว่างงาน				1			1
				100.0%			100.0%
อื่น ๆ			1		3		4
			25.0%		75.0%		100.0%
รวม	8	5	12	10	29	35	99
	8.1%	5.1%	12.1%	10.1%	29.3%	35.4%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพนักเรียนนักศึกษา พนักงาน
รัฐวิสาหกิจ ข้าราชการ ข้าราชการ และพนักงาน/เจ้าหน้าที่บริษัท ให้ความเห็นว่า ผู้ประกอบธุรกิจ
ขายตรงต้องไม่โน้มน้าวหรือชักจูงให้ผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้ามากเกินไปจนเกิดความจำเป็น ส่งผลดีมาก
ที่สุดคิดเป็นร้อยละ 66.7 ร้อยละ 50.0 ร้อยละ 44.4 และร้อยละ 41.5 ตามลำดับ อาชีพรับจ้าง
ประกอบธุรกิจส่วนตัว แม่บ้าน และอาชีพอื่น ๆ ให้ความเห็นว่า ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงต้องไม่
โน้มน้าวหรือชักจูงให้ผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้ามากเกินไปจนเกิดความจำเป็น ส่งผลดีมากต่อการดำเนินธุรกิจ
คิดเป็นร้อยละ 50.0 ร้อยละ 50.0 ร้อยละ 66.7 และร้อยละ 75.0 ตามลำดับ อาชีพเกษียณ/ว่างงาน ใ้
ความเห็นว่า ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงต้องไม่โน้มน้าวหรือชักจูงให้ผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้ามาก
เกินความจำเป็น ส่งผลปานกลางต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 100.0

ตารางที่ 155 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง อาชีพหลักของท่านในปัจจุบันขายตรงและทำอาชีพอื่น ๆ และ ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงสามารถเก็บค่าสมัคร ค่าฝึกอบรม และค่าวัสดุอุปกรณ์การส่งเสริมการขายหรือค่าธรรมเนียม อื่น ๆ แก่ผู้จำหน่ายอิสระ (มาตรา 22)

อาชีพอื่น ๆ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
นักเรียน/นักศึกษา			2			1	3
			66.7%			33.3%	100.0%
พนักงาน รัฐวิสาหกิจ					1	1	2
					50.0%	50.0%	100.0%
ข้าราชการ					5	4	9
					55.6%	44.4%	100.0%
รับจ้าง		1	1	4			6
		16.7%	16.7%	66.7%			100.0%
พนักงาน/เจ้าหน้าที่ บริษัท	12	7	9	11	9	16	64
	18.8%	10.9%	14.1%	17.2%	14.1%	25.0%	100.0%
ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว		2		2	1	1	6
		33.3%		33.3%	16.7%	16.7%	100.0%
แม่บ้าน	1			2			3
	33.3%			66.7%			100.0%
เกษียณ/ว่างงาน					1		1
					100.0%		100.0%
อื่น ๆ			1	2	1		4
			25.0%	50.0%	25.0%		100.0%
รวม	13	10	13	21	18	23	98
	13.3%	10.2%	13.3%	21.4%	18.4%	23.5%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพนักเรียนนักศึกษา ให้ความเห็นว่า ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงสามารถเก็บค่าสมัคร ค่าฝึกอบรม และค่าวัสดุอุปกรณ์การส่งเสริมการขาย หรือค่าธรรมเนียม อื่น ๆ แก่ผู้จำหน่ายอิสระ ส่งผลดีน้อยต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 66.7 อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความเห็นว่า ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงสามารถเก็บค่าสมัคร ค่าฝึกอบรม และค่าวัสดุอุปกรณ์การส่งเสริมการขายหรือค่าธรรมเนียม อื่น ๆ แก่ผู้จำหน่ายอิสระ ส่งผลดีมากและส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 50.0 อาชีพข้าราชการและอาชีพเกษียณ/ว่างงาน ให้ความเห็นว่า ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงสามารถเก็บค่าสมัคร ค่าฝึกอบรม และค่าวัสดุอุปกรณ์การส่งเสริมการขายหรือค่าธรรมเนียม อื่น ๆ แก่ผู้จำหน่ายอิสระ ส่งผลดีมากต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 55.6 และร้อยละ 100.0 ตามลำดับ อาชีพรับจ้างประกอบธุรกิจส่วนตัว แม่บ้านและอื่น ๆ ให้ความเห็นว่า ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงสามารถเก็บค่าสมัคร ค่าฝึกอบรม และค่าวัสดุอุปกรณ์การส่งเสริมการขายหรือค่าธรรมเนียม อื่น ๆ แก่ผู้จำหน่ายอิสระ ส่งผลดีปานกลางต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 66.7 ร้อยละ 33.3 ร้อยละ 66.7 และร้อยละ 50.0 อาชีพพนักงาน/เจ้าหน้าที่บริษัท ให้ความเห็นว่า ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงสามารถเก็บค่าสมัคร ค่าฝึกอบรม และค่าวัสดุอุปกรณ์การส่งเสริมการขายหรือค่าธรรมเนียม อื่น ๆ แก่ผู้จำหน่ายอิสระ ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 25.0

ตารางที่ 156 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง อาชีพหลักของท่านในปัจจุบันขายตรงและทำอาชีพอื่น ๆ และ ผู้จำหน่ายอิสระมีสิทธิคืนสินค้า วัสดุการส่งเสริมการขาย ที่ซื้อจากผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง ภายใน 15 วันนับจากวันที่แจ้งอย่างเป็นทางการแก่ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง (มาตรา 25)

อาชีพอื่น ๆ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
นักเรียน/นักศึกษา					2	1	3
					66.7%	33.3%	100.0%
พนักงาน รัฐวิสาหกิจ					2		2
					100.0%		100.0%
ข้าราชการ				2	3	4	9
				22.2%	33.3%	44.4%	100.0%
รับจ้าง	1		1		3	1	6
	16.7%		16.7%		50.0%	16.7%	100.0%
พนักงาน/เจ้าหน้าที่ บริษัท	4	4	9	13	19	16	65
	6.2%	6.2%	13.8%	20.0%	29.2%	24.6%	100.0%
ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว		1		2	2	1	6
		16.7%		33.3%	33.3%	16.7%	100.0%
แม่บ้าน					2	1	3
					66.7%	33.3%	100.0%
เกษียณ/ว่างงาน				1			1
				100.0%			100.0%
อื่น ๆ				3	1		4
				75.0%	25.0%		100.0%
รวม	5	5	10	21	34	24	99
	5.1%	5.1%	10.1%	21.2%	34.3%	24.2%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพนักเรียนนักศึกษา พนักงาน
รัฐวิสาหกิจ รับจ้าง พนักงาน/เจ้าหน้าที่บริษัท ประกอบธุรกิจส่วนตัว และแม่บ้าน ให้ความเห็นผู้
จำหน่ายอิสระมีสิทธิคืนสินค้า วัสดุการส่งเสริมการขาย ที่ซื้อจากผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงภายใน 15
วันนับจากวันที่แจ้งอย่างเป็นทางการแก่ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ
คิดเป็นร้อยละ 66.7 ร้อยละ 100.0 ร้อยละ 50.0 ร้อยละ 29.2 ร้อยละ 33.3 และร้อยละ 66.7 อาชีพ
ข้าราชการ ให้ความเห็นว่า ผู้จำหน่ายอิสระมีสิทธิคืนสินค้า วัสดุการส่งเสริมการขาย ที่ซื้อจากผู้
ประกอบการธุรกิจขายตรงภายใน 15 วันนับจากวันที่แจ้งอย่างเป็นทางการแก่ผู้ประกอบการธุรกิจขาย
ตรง ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 44.4 อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว เกษียณ/
ว่างงาน และอาชีพอื่น ๆ ให้ความเห็นว่า ผู้จำหน่ายอิสระมีสิทธิคืนสินค้า วัสดุการส่งเสริมการขาย
ที่ซื้อจากผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงภายใน 15 วันนับจากวันที่แจ้งอย่างเป็นทางการแก่ผู้ประกอบการ
ธุรกิจขายตรง ส่งผลดีปานกลางต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 33.3 ร้อยละ 100.0 และร้อยละ
75.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 157 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง อาชีพหลักของท่านในปัจจุบันขายตรงและทำอาชีพอื่น ๆ และ ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง/บริษัทที่ทำธุรกิจขายตรง เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลก็ได้ (มาตรา 20)

อาชีพอื่น ๆ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
นักเรียน/นักศึกษา		1	1		1		3
		33.3%	33.3%		33.3%		100.0%
พนักงาน รัฐวิสาหกิจ					2		2
					100.0%		100.0%
ข้าราชการ				3	3	3	9
				33.3%	33.3%	33.3%	100.0%
รับจ้าง	2	1	1	1	1		6
	33.3%	16.7%	16.7%	16.7%	16.7%		100.0%
พนักงาน/เจ้าหน้าที่ บริษัท	7	8	3	8	15	24	65
	10.8%	12.3%	4.6%	12.3%	23.1%	36.9%	100.0%
ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว			1	1	1	3	6
			16.7%	16.7%	16.7%	50.0%	100.0%
แม่บ้าน			1	2			3
			33.3%	66.7%			100.0%
เกษียณ/ว่างงาน				1			1
				100.0%			100.0%
อื่น ๆ				1	2	1	4
				25.0%	50.0%	25.0%	100.0%
รวม	9	10	7	17	25	31	99
	9.1%	10.1%	7.1%	17.2%	25.3%	31.3%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพนักเรียนนักศึกษา ให้ความเห็นผู้ประกอบธุรกิจขายตรง/บริษัทที่ทำธุรกิจขายตรง เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลก็ได้ ส่งผลดีน้อยที่สุด ส่งผลดีน้อย และส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 33.3

อาชีพข้าราชการ ให้ความเห็นผู้ประกอบธุรกิจขายตรง/บริษัทที่ทำธุรกิจขายตรง เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลก็ได้ ส่งผลดีปานกลาง ส่งผลดีมาก และส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 33.3

อาชีพรับจ้าง ให้ความเห็นเห็นว่า ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง/บริษัทที่ทำธุรกิจขายตรง เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลก็ได้ ไม่ส่งผลใด ๆ ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 33.3

อาชีพพนักงาน/เจ้าหน้าที่บริษัท และอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความเห็นเห็นว่า ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง/บริษัทที่ทำธุรกิจขายตรง เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลก็ได้ ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 36.9 และร้อยละ 50.0 ตามลำดับ

อาชีพแม่บ้านและอาชีพเกษียณ/ว่างงาน ให้ความเห็นเห็นว่า ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง/บริษัทที่ทำธุรกิจขายตรง เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลก็ได้ ส่งผลดีปานกลางต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 66.7 และร้อยละ 100.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 158 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง อาชีพหลักของท่านในปัจจุบันขายตรงและทำอาชีพอื่น ๆ และการเข้าไปเสนอขายสินค้าให้กับผู้บริโภค ต้องเสนอขายที่บ้าน หรือที่ทำงานของผู้บริโภค โดย ต้องได้รับคำยินยอมจากผู้บริโภคเท่านั้น (มาตรา 26)

อาชีพอื่น ๆ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
นักเรียน/นักศึกษา	1				1	1	3
	33.3%				33.3%	33.3%	100.0%
พนักงาน รัฐวิสาหกิจ						2	2
						100.0%	100.0%
ข้าราชการ				3	4	2	9
				33.3%	44.4%	22.2%	100.0%
รับจ้าง	3	1		1		1	6
	50.0%	16.7%		16.7%		16.7%	100.0%
พนักงาน/เจ้าหน้าที่ บริษัท	6	7	3	15	12	22	65
	9.2%	10.8%	4.6%	23.1%	18.5%	33.8%	100.0%
ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	1			1	2	2	6
	16.7%			16.7%	33.3%	33.3%	100.0%
แม่บ้าน	1				2		3
	33.3%				66.7%		100.0%
เกษียณ/ว่างงาน				1			1
				100.0%			100.0%
อื่น ๆ				3	1		4
				75.0%	25.0%		100.0%
รวม	12	8	3	24	22	30	99
	12.1%	8.1%	3.0%	24.2%	22.2%	30.3%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพนักเรียนนักศึกษา ให้ความเห็นการเข้าไปเสนอขายสินค้าให้กับผู้บริโภค ต้องเสนอขายที่บ้าน หรือที่ทำงานของผู้บริโภค โดยต้องได้รับคำยินยอมจากผู้บริโภคเท่านั้น ไม่ส่งผลใด ๆ ส่งผลดีมาก และส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 33.3 อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงาน/เจ้าหน้าที่บริษัท และประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความเห็นว่าการเข้าไปเสนอขายสินค้าให้กับผู้บริโภค ต้องเสนอขายที่บ้าน หรือที่ทำงานของผู้บริโภค โดยต้องได้รับคำยินยอมจากผู้บริโภคเท่านั้น ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 100.0 ร้อยละ 33.8 และร้อยละ 33.3 อาชีพข้าราชการ ประกอบธุรกิจส่วนตัวและแม่บ้าน ให้ความเห็นว่าการเข้าไปเสนอขายสินค้าให้กับผู้บริโภค ต้องเสนอขายที่บ้าน หรือที่ทำงานของผู้บริโภค โดยต้องได้รับคำยินยอมจากผู้บริโภคเท่านั้น ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินงาน คิดเป็นร้อยละ 44.4 ร้อยละ 33.3 ร้อยละ 66.7 ตามลำดับ อาชีพรับจ้าง ให้ความเห็นว่าการเข้าไปเสนอขายสินค้าให้กับผู้บริโภค ต้องเสนอขายที่บ้าน หรือที่ทำงานของผู้บริโภค โดยต้องได้รับคำยินยอมจากผู้บริโภคเท่านั้น ไม่ส่งผลใด ๆ ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 50.0 อาชีพเกษียณ/ว่างงาน และอาชีพอื่น ๆ ให้ความเห็นว่าการเข้าไปเสนอขายสินค้าให้กับผู้บริโภค ต้องเสนอขายที่บ้าน หรือที่ทำงานของผู้บริโภค โดยต้องได้รับคำยินยอมจากผู้บริโภคเท่านั้น ส่งผลปานกลางต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 100.0 และร้อยละ 75.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 159 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง อาชีพหลักของท่านในปัจจุบันขายตรงและทำอาชีพอื่น ๆ และ ในการทำสัญญาระหว่างตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระกับผู้บริโภค ต้องมีข้อความเป็น ภาษาไทยอย่างชัดเจนเกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคในการเลิกสัญญา (มาตรา 51)

อาชีพอื่น ๆ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
นักเรียน/นักศึกษา				1		2	3
				33.3%		66.7%	100.0%
พนักงาน รัฐวิสาหกิจ					1	1	2
					50.0%	50.0%	100.0%
ข้าราชการ			1	2	1	5	9
			11.1%	22.2%	11.1%	55.6%	100.0%
รับจ้าง	1	2		1	1	1	6
	16.7%	33.3%		16.7%	16.7%	16.7%	100.0%
พนักงาน/เจ้าหน้าที่ บริษัท	5	5	2	10	13	31	66
	7.6%	7.6%	3.0%	15.2%	19.7%	47.0%	100.0%
ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว				2	1	3	6
				33.3%	16.7%	50.0%	100.0%
แม่บ้าน					3		3
					100.0%		100.0%
เกษียณ/ว่างงาน					1		1
					100.0%		100.0%
อื่น ๆ					2	2	4
					50.0%	50.0%	100.0%
รวม	6	7	3	16	23	45	100
	6.0%	7.0%	3.0%	16.0%	23.0%	45.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพนักเรียนนักศึกษา พนักงาน
 รัฐวิสาหกิจ ข้าราชการ พนักงาน/เจ้าหน้าที่บริษัท ประกอบธุรกิจส่วนตัว และอื่น ๆ ให้ความเห็นว่า
 ในการทำสัญญาระหว่างตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระกับผู้บริโภค ต้องมีข้อความภาษาไทย
 อย่างชัดเจนเกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคในการเลิกสัญญา ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิด
 เป็นร้อยละ 66.7 ร้อยละ 50.0 ร้อยละ 55.6 ร้อยละ 47.0 ร้อยละ 50.0 และร้อยละ 50.0 ตามลำดับ
 อาชีพรับจ้าง ให้ความเห็นว่า ในการทำสัญญาระหว่างตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระกับผู้บริโภค
 ต้องมีข้อความภาษาไทยอย่างชัดเจนเกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคในการเลิกสัญญา ส่งผลดีน้อย
 ที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 33.3 อาชีพแม่บ้าน และเกษียณ/ว่างงาน ให้ความเห็นว่า ใน
 การทำสัญญาระหว่างตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระกับผู้บริโภค ต้องมีข้อความภาษาไทย
 อย่างชัดเจนเกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคในการเลิกสัญญา ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วน
 ที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 100.0

ตารางที่ 160 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง อาชีพหลักของท่านในปัจจุบันขายตรงและทำอาชีพอื่น ๆ และ การรับประกันสินค้าต้องระบุเป็นภาษาไทยที่เข้าใจง่ายและชัดเจน (มาตรา 37)

อาชีพอื่น ๆ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
นักเรียน/นักศึกษา						3	3
						100.0%	100.0%
พนักงาน รัฐวิสาหกิจ				1		1	2
				50.0%		50.0%	100.0%
ข้าราชการ			2	1	2	4	9
			22.2%	11.1%	22.2%	44.4%	100.0%
รับจ้าง	1	3		1		1	6
	16.7%	50.0%		16.7%		16.7%	100.0%
พนักงาน/เจ้าหน้าที่ บริษัท	4	1	6	9	7	39	66
	6.1%	1.5%	9.1%	13.6%	10.6%	59.1%	100.0%
ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว			1	1	1	3	6
			16.7%	16.7%	16.7%	50.0%	100.0%
แม่บ้าน					1	2	3
					33.3%	66.7%	100.0%
เกษียณ/ว่างงาน				1			1
				100.0%			100.0%
อื่น ๆ				1	2	1	4
				25.0%	50.0%	25.0%	100.0%
รวม	5	4	9	15	13	54	100
	5.0%	4.0%	9.0%	15.0%	13.0%	54.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพนักเรียนนักศึกษา พนักงาน
รัฐวิสาหกิจ ข้าราชการ พนักงาน/เจ้าหน้าที่บริษัท ประกอบธุรกิจส่วนตัว และแม่บ้าน ให้ความเห็น
ว่า การรับประกันสินค้าต้องระบุเป็นภาษาไทยที่เข้าใจง่ายและชัดเจน ส่งผลดีมากที่สุดต่อการ
ดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 100.0 ร้อยละ 50.0 ร้อยละ 44.4 ร้อยละ 59.1 ร้อยละ 50.0 และร้อยละ
66.7 ตามลำดับ อาชีพรับจ้าง ให้ความเห็นว่า การรับประกันสินค้าต้องระบุเป็นภาษาไทยที่เข้าใจ
ง่ายและชัดเจน ส่งผลดีน้อยที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 50.0 อาชีพเกษียณ/ว่างงาน ใ้
ความเห็นว่าการรับประกันสินค้าต้องระบุเป็นภาษาไทยที่เข้าใจง่ายและชัดเจน ส่งผลดีปานกลางต่อ
การดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 100.0 และอาชีพอื่น ๆ ให้ความเห็นว่า การรับประกันสินค้าต้อง
ระบุเป็นภาษาไทยที่เข้าใจง่ายและชัดเจน ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 50.0

ตารางที่ 161 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง อาชีพหลักของท่านในปัจจุบันขายตรงและทำอาชีพอื่น ๆ และการจ่ายค่าตอบแทนให้แก่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ ต้องไม่ใช่การจ่ายค่าตอบแทนที่มาจากการแนะนำบุคคลอื่นให้มาสมัครเข้าร่วมเป็นเครือข่ายกับตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระนั้น ๆ (มาตรา 21)

อาชีพอื่น ๆ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
นักเรียน/นักศึกษา		1				2	3
		33.3%				66.7%	100.0%
พนักงาน รัฐวิสาหกิจ					1	1	2
					50.0%	50.0%	100.0%
ข้าราชการ			1	2	2	4	9
			11.1%	22.2%	22.2%	44.4%	100.0%
รับจ้าง	3			2		1	6
	50.0%			33.3%		16.7%	100.0%
พนักงาน/เจ้าหน้าที่ บริษัท	4	7	3	10	10	32	66
	6.1%	10.6%	4.5%	15.2%	15.2%	48.5%	100.0%
ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว		1	1	1	1	2	6
		16.7%	16.7%	16.7%	16.7%	33.3%	100.0%
แม่บ้าน				3			3
				100.0%			100.0%
เกษียณ/ว่างงาน				1			1
				100.0%			100.0%
อื่น ๆ				1	2	1	4
				25.0%	50.0%	25.0%	100.0%
รวม	7	9	5	20	16	43	100
	7.0%	9.0%	5.0%	20.0%	16.0%	43.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพนักเรียนนักศึกษา พนักงาน รัฐวิสาหกิจ ข้าราชการ พนักงาน/เจ้าหน้าที่บริษัท และประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความเห็นว่า การจ่ายค่าตอบแทนให้แก่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ ต้องไม่ใช่การจ่ายค่าตอบแทนที่มาจากการแนะนำบุคคลอื่นให้มาสมัครเข้าร่วมเป็นเครือข่ายกับตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระนั้น ๆ ส่งผลดีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.7 ร้อยละ 50.0 ร้อยละ 44.4 ร้อยละ 48.5 และร้อยละ 33.3 ตามลำดับ อาชีพรับจ้าง ให้ความเห็นว่า การจ่ายค่าตอบแทนให้แก่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ ต้องไม่ใช่การจ่ายค่าตอบแทนที่มาจากการแนะนำบุคคลอื่นให้มาสมัครเข้าร่วมเป็นเครือข่ายกับตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระนั้น ๆ ไม่ส่งผลใด ๆ ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 50.0 อาชีพ แม่บ้าน และเกษียณ/ว่างงาน ให้ความเห็นว่า การจ่ายค่าตอบแทนให้แก่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ ต้องไม่ใช่การจ่ายค่าตอบแทนที่มาจากการแนะนำบุคคลอื่นให้มาสมัครเข้าร่วมเป็นเครือข่ายกับตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระนั้น ๆ ส่งผลดีปานกลางต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 100.0 และอาชีพอื่น ๆ ให้ความเห็นว่า การจ่ายค่าตอบแทนให้แก่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระ ต้องไม่ใช่การจ่ายค่าตอบแทนที่มาจากการแนะนำบุคคลอื่นให้มาสมัครเข้าร่วมเป็นเครือข่ายกับตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระนั้น ๆ ส่งผลดีมากต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 50.0

ตารางที่ 162 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง อาชีพหลักของท่านในปัจจุบันขายตรงและทำอาชีพอื่น ๆ และ ผลตอบแทนที่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระได้รับต้องมาจากการขายสินค้าหรือบริการ หรือการซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อใช้เองเท่านั้น (มาตรา 21)

อาชีพอื่น ๆ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
นักเรียน/นักศึกษา			1	1		1	3
			33.3%	33.3%		33.3%	100.0%
พนักงาน รัฐวิสาหกิจ					1	1	2
					50.0%	50.0%	100.0%
ข้าราชการ		1	1	4	1	2	9
		11.1%	11.1%	44.4%	11.1%	22.2%	100.0%
รับจ้าง	3			1	1	1	6
	50.0%			16.7%	16.7%	16.7%	100.0%
พนักงาน/เจ้าหน้าที่ บริษัท	4	6	6	11	13	26	66
	6.1%	9.1%	9.1%	16.7%	19.7%	39.4%	100.0%
ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว		1	2	1		2	6
		16.7%	33.3%	16.7%		33.3%	100.0%
แม่บ้าน				1	2		3
				33.3%	66.7%		100.0%
เกษียณ/ว่างงาน			1				1
			100.0%				100.0%
อื่น ๆ				1	1	2	4
				25.0%	25.0%	50.0%	100.0%
รวม	7	8	11	20	19	35	100
	7.0%	8.0%	11.0%	20.0%	19.0%	35.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพนักเรียนนักศึกษา ให้ความเห็นว่า ผลตอบแทนที่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระได้รับต้องมาจากการขายสินค้าหรือบริการหรือการซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อใช้เองเท่านั้น ส่งผลดีน้อย ส่งผลดีปานกลางและส่งผลดีมากที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 33.3 อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความเห็นว่า ผลตอบแทนที่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระได้รับต้องมาจากการขายสินค้าหรือบริการหรือการซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อใช้เองเท่านั้น ส่งผลดีมากและส่งผลดีมากที่สุด ต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 50.0 อาชีพข้าราชการ ให้ความเห็นว่า ผลตอบแทนที่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระได้รับต้องมาจากการขายสินค้าหรือบริการหรือการซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อใช้เองเท่านั้น ส่งผลดีปานกลางต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 44.4 อาชีพรับจ้าง ให้ความเห็นว่า ผลตอบแทนที่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระได้รับต้องมาจากการขายสินค้าหรือบริการหรือการซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อใช้เองเท่านั้น ไม่ส่งผลใด ๆ ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 50.0 อาชีพพนักงาน/เจ้าหน้าที่บริษัทเอกชน ประกอบธุรกิจส่วนตัวและอาชีพอื่น ๆ ให้ความเห็นว่า ผลตอบแทนที่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระได้รับต้องมาจากการขายสินค้าหรือบริการหรือการซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อใช้เองเท่านั้น ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 39.4 ร้อยละ 33.3 และร้อยละ 50.0 อาชีพแม่บ้าน ให้ความเห็นว่า ผลตอบแทนที่ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระได้รับต้องมาจากการขายสินค้าหรือบริการหรือการซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อใช้เองเท่านั้น ส่งผลดีมากต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 66.7

ตารางที่ 163 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง อาชีพหลักของท่านในปัจจุบันขายตรงและทำอาชีพอื่น ๆ และ ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง/บริษัทผู้ทำธุรกิจขายตรงต้องแสดงวิธีคิดคำนวณการจ่าย ค่าตอบแทนที่ตรงกับความเป็นจริง เปิดเผยและชัดเจน (มาตรา 21)

อาชีพอื่น ๆ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
นักเรียน/นักศึกษา					1	2	3
					33.3%	66.7%	100.0%
พนักงาน รัฐวิสาหกิจ					1	1	2
					50.0%	50.0%	100.0%
ข้าราชการ		1		2	3	3	9
		11.1%		22.2%	33.3%	33.3%	100.0%
รับจ้าง	1			1	1	3	6
	16.7%			16.7%	16.7%	50.0%	100.0%
พนักงาน/เจ้าหน้าที่ บริษัท	6	5	1	8	14	32	66
	9.1%	7.6%	1.5%	12.1%	21.2%	48.5%	100.0%
ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว				2	1	3	6
				33.3%	16.7%	50.0%	100.0%
แม่บ้าน					2	1	3
					66.7%	33.3%	100.0%
เกษียณ/ว่างงาน			1				1
			100.0%				100.0%
อื่น ๆ				1	1	2	4
				25.0%	25.0%	50.0%	100.0%
รวม	7	6	2	14	24	47	100
	7.0%	6.0%	2.0%	14.0%	24.0%	47.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพนักเรียนนักศึกษา พนักงาน
 รัฐวิสาหกิจ ข้าราชการ รับจ้าง พนักงาน/เจ้าหน้าที่บริษัท ประกอบธุรกิจส่วนตัว และอื่น ๆ ให้ความ
 เห็นว่า ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง/บริษัทผู้ทำธุรกิจขายตรงต้องแสดงวิธีคิดคำนวณการจ่าย
 ค่าตอบแทนที่ตรงกับความเป็นจริง เปิดเผยและชัดเจน ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็น
 ร้อยละ 66.7 ร้อยละ 50.0 ร้อยละ 33.3 ร้อยละ 50.0 ร้อยละ 48.5 ร้อยละ 50.0 และร้อยละ 50.0
 ตามลำดับ อาชีพแม่บ้าน ให้ความเห็นที่เห็นว่า ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง/บริษัทผู้ทำธุรกิจขายตรงต้อง
 แสดงวิธีคิดคำนวณการจ่ายค่าตอบแทนที่ตรงกับความเป็นจริง เปิดเผยและชัดเจน ส่งผลดีมากต่อ
 การดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 66.7 อาชีพเกษียณ/ว่างงาน ให้ความเห็นที่เห็นว่า ผู้ประกอบธุรกิจขาย
 ตรง/บริษัทผู้ทำธุรกิจขายตรงต้องแสดงวิธีคิดคำนวณการจ่ายค่าตอบแทนที่ตรงกับความเป็นจริง
 เปิดเผยและชัดเจน ส่งผลดีน้อยต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 100.0

ตารางที่ 164 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง อาชีพหลักของท่านในปัจจุบันขายตรงและทำอาชีพอื่น ๆ และ รัฐได้แต่งตั้ง คณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง เพื่อมีอำนาจหน้าที่ในการกำกับดูแล ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง (มาตรา 13(3))

อาชีพอื่น ๆ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
นักเรียน/นักศึกษา					1	2	3
					33.3%	66.7%	100.0%
พนักงาน รัฐวิสาหกิจ					1	1	2
					50.0%	50.0%	100.0%
ข้าราชการ		1		2	3	3	9
		11.1%		22.2%	33.3%	33.3%	100.0%
รับจ้าง	1			1	1	3	6
	16.7%			16.7%	16.7%	50.0%	100.0%
พนักงาน/เจ้าหน้าที่ บริษัท	6	5	1	8	14	32	66
	9.1%	7.6%	1.5%	12.1%	21.2%	48.5%	100.0%
ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว				2	1	3	6
				33.3%	16.7%	50.0%	100.0%
แม่บ้าน					2	1	3
					66.7%	33.3%	100.0%
เกษียณ/ว่างงาน			1				1
			100.0%				100.0%
อื่น ๆ				1	1	2	4
				25.0%	25.0%	50.0%	100.0%
รวม	7	6	2	14	24	47	100
	7.0%	6.0%	2.0%	14.0%	24.0%	47.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพนักเรียนนักศึกษา พนักงาน
รัฐวิสาหกิจ ข้าราชการ รับจ้าง พนักงาน/เจ้าหน้าที่บริษัท ประกอบธุรกิจส่วนตัว และอื่น ๆ ให้ความเห็นว่า รัฐได้แต่งตั้ง คณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง เพื่อมีอำนาจหน้าที่ในการ
กำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 66.7
ร้อยละ 50.0 ร้อยละ 33.3 ร้อยละ 50.0 ร้อยละ 48.5 ร้อยละ 50.0 และร้อยละ 50.0 ตามลำดับ อาชีพ
แม่บ้าน ให้ความเห็นว่า รัฐได้แต่งตั้ง คณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง เพื่อมีอำนาจหน้าที่
ในการกำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 66.7
อาชีพเกษียณ/ว่างงาน ให้ความเห็นว่า รัฐได้แต่งตั้ง คณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง เพื่อมี
อำนาจหน้าที่ในการกำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง ส่งผลดีน้อยต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็น
ร้อยละ 100.0

ตารางที่ 165 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง อาชีพหลักของท่านในปัจจุบันขายตรงและทำอาชีพอื่น ๆ และ หากผู้ประกอบการขายตรงไม่มาตามคำสั่งคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงเพื่ออธิบายเกี่ยวกับหลักฐานที่ใช้พิจารณาในการทำผิด มีโทษจำคุกไม่เกิน 1 เดือนหรือปรับไม่เกิน 10,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ (มาตรา 45)

อาชีพอื่น ๆ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
นักเรียน/นักศึกษา				1		2	3
				33.3%		66.7%	100.0%
พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	1				1		2
	50.0%				50.0%		100.0%
ข้าราชการ	1		1	4		3	9
	11.1%		11.1%	44.4%		33.3%	100.0%
รับจ้าง	1	2	2			1	6
	16.7%	33.3%	33.3%			16.7%	100.0%
พนักงาน/เจ้าหน้าที่ บริษัท	8	7	6	14	12	19	66
	12.1%	10.6%	9.1%	21.2%	18.2%	28.8%	100.0%
ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	1		1	1	2	1	6
	16.7%		16.7%	16.7%	33.3%	16.7%	100.0%
แม่บ้าน			1	2			3
			33.3%	66.7%			100.0%
เกษียณ/ว่างงาน			1				1
			100.0%				100.0%
อื่น ๆ	1		1		2		4
	25.0%		25.0%		50.0%		100.0%
รวม	13	9	13	22	17	26	100
	13.0%	9.0%	13.0%	22.0%	17.0%	26.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพนักเรียนนักศึกษา และพนักงาน/เจ้าหน้าที่บริษัท ให้ความเห็นว่า หากผู้ประกอบการขายตรงไม่มาตามคำสั่งคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงเพื่ออธิบายเกี่ยวกับหลักฐานที่ใช้พิจารณาในการทำผิด มีโทษจำคุกไม่เกิน 1 เดือนหรือปรับไม่เกิน 10,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 66.7 และร้อยละ 28.8 ตามลำดับ อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ประกอบธุรกิจ และอาชีพอื่นๆ ให้ความเห็นว่า หากผู้ประกอบการขายตรงไม่มาตามคำสั่งคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงเพื่ออธิบายเกี่ยวกับหลักฐานที่ใช้พิจารณาในการทำผิด มีโทษจำคุกไม่เกิน 1 เดือนหรือปรับไม่เกิน 10,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 50.0 ร้อยละ 33.3 และร้อยละ 50.0 ตามลำดับ อาชีพข้าราชการและแม่บ้าน ให้ความเห็นว่า หากผู้ประกอบการขายตรงไม่มาตามคำสั่งคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงเพื่ออธิบายเกี่ยวกับหลักฐานที่ใช้พิจารณาในการทำผิด มีโทษจำคุกไม่เกิน 1 เดือนหรือปรับไม่เกิน 10,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ส่งผลดีปานกลางต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 44.4 และร้อยละ 66.7 อาชีพรับจ้างและเกษียณ/ว่างงาน ให้ความเห็นว่า หากผู้ประกอบการขายตรงไม่มาตามคำสั่งคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงเพื่ออธิบายเกี่ยวกับหลักฐานที่ใช้พิจารณาในการทำผิด มีโทษจำคุกไม่เกิน 1 เดือนหรือปรับไม่เกิน 10,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ส่งผลดีน้อยต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 33.3 และร้อยละ 100.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 166 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง อาชีพหลักของท่านในปัจจุบันขายตรงและทำอาชีพอื่น ๆ และ หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ได้รับอนุญาตจากผู้บริโภคให้เข้าไปเสนอขายสินค้าหรือบริการที่บ้านหรือที่ทำงาน ซึ่งทำให้ผู้บริโภคเกิดความรำคาญมีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท (มาตรา 51)

อาชีพอื่น ๆ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
นักเรียน/นักศึกษา			1		1	1	3
			33.3%		33.3%	33.3%	100.0%
พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	1					1	2
	50.0%					50.0%	100.0%
ข้าราชการ	1		1	2	4	1	9
	11.1%		11.1%	22.2%	44.4%	11.1%	100.0%
รับจ้าง	2	1	3				6
	33.3%	16.7%	50.0%				100.0%
พนักงาน/เจ้าหน้าที่ บริษัท	7	11	8	17	10	13	66
	10.6%	16.7%	12.1%	25.8%	15.2%	19.7%	100.0%
ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	1	1		2	1	1	6
	16.7%	16.7%		33.3%	16.7%	16.7%	100.0%
แม่บ้าน					2	1	3
					66.7%	33.3%	100.0%
เกษียณ/ว่างงาน		1					1
		100.0%					100.0%
อื่น ๆ		1		2	1		4
		25.0%		50.0%	25.0%		100.0%
รวม	12	15	13	23	19	18	100
	12.0%	15.0%	13.0%	23.0%	19.0%	18.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพนักเรียนนักศึกษา ให้ความเห็นว่า หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ได้รับอนุญาตจากผู้บริโภคให้เข้าไปเสนอขายสินค้าหรือบริการที่บ้านหรือที่ทำงาน ซึ่งทำให้ผู้บริโภคเกิดความรำคาญมีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท ส่งผลดีน้อย ส่งผลดีมากและส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 33.3 อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความเห็นว่า หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ได้รับอนุญาตจากผู้บริโภคให้เข้าไปเสนอขายสินค้าหรือบริการที่บ้านหรือที่ทำงาน ซึ่งทำให้ผู้บริโภคเกิดความรำคาญมีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท ไม่ส่งผลใด ๆ และส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 50.0 อาชีพข้าราชการและแม่บ้าน ให้ความเห็นว่า หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ได้รับอนุญาตจากผู้บริโภคให้เข้าไปเสนอขายสินค้าหรือบริการที่บ้านหรือที่ทำงาน ซึ่งทำให้ผู้บริโภคเกิดความรำคาญมีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท ส่งผลดีมากต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 44.4 และ ร้อยละ 66.7 อาชีพรับจ้าง ให้ความเห็นว่า หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ได้รับอนุญาตจากผู้บริโภคให้เข้าไปเสนอขายสินค้าหรือบริการที่บ้านหรือที่ทำงาน ซึ่งทำให้ผู้บริโภคเกิดความรำคาญมีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท ส่งผลดีน้อยต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 50.0 อาชีพพนักงาน/เจ้าหน้าที่บริษัท ประกอบธุรกิจส่วนตัว และอาชีพอื่น ๆ ให้ความเห็นว่า หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ได้รับอนุญาตจากผู้บริโภคให้เข้าไปเสนอขายสินค้าหรือบริการที่บ้านหรือที่ทำงาน ซึ่งทำให้ผู้บริโภคเกิดความรำคาญมีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท ส่งผลดีปานกลางต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 25.8 ร้อยละ 33.3 และร้อยละ 50.0 ตามลำดับ อาชีพเกษียณ/ว่างงาน ให้ความเห็นว่า หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ได้รับอนุญาตจากผู้บริโภคให้เข้าไปเสนอขายสินค้าหรือบริการที่บ้านหรือที่ทำงาน ซึ่งทำให้ผู้บริโภคเกิดความรำคาญมีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท ส่งผลดีน้อยที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 100.0

ตารางที่ 167 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง อาชีพหลักของท่านในปัจจุบันขายตรงและทำอาชีพอื่น ๆ และ หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้ผู้บริโภค มีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท (มาตรา 51)

อาชีพอื่น ๆ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
นักเรียน/นักศึกษา			1		1	1	3
			33.3%		33.3%	33.3%	100.0%
พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	1				1		2
	50.0%				50.0%		100.0%
ข้าราชการ	1	1	1	3	2	1	9
	11.1%	11.1%	11.1%	33.3%	22.2%	11.1%	100.0%
รับจ้าง	1		4			1	6
	16.7%		66.7%			16.7%	100.0%
พนักงาน/เจ้าหน้าที่ บริษัท	8	9	9	15	8	17	66
	12.1%	13.6%	13.6%	22.7%	12.1%	25.8%	100.0%
ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว		2	1	1	1	1	6
		33.3%	16.7%	16.7%	16.7%	16.7%	100.0%
แม่บ้าน				2		1	3
				66.7%		33.3%	100.0%
เกษียณ/ว่างงาน	1						1
	100.0%						100.0%
อื่น ๆ		1		2	1		4
		25.0%		50.0%	25.0%		100.0%
รวม	12	13	16	23	14	22	100
	12.0%	13.0%	16.0%	23.0%	14.0%	22.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพนักเรียนนักศึกษา ให้ความเห็นว่า หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้ผู้บริโภค มีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท ส่งผลดีน้อย ส่งผลดีมากและส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 33.3 อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความเห็นว่า หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้ผู้บริโภค มีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท ไม่ส่งผลใด ๆ และส่งผลดีมากต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 50.0 อาชีพข้าราชการ แม่บ้าน และอื่น ๆ ให้ความเห็นว่า หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้ผู้บริโภค มีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท ส่งผลดีปานกลางต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 33.3 ร้อยละ 66.7 และ ร้อยละ 50.0 อาชีพรับจ้าง ให้ความเห็นว่า หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้ผู้บริโภค มีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท ส่งผลดีน้อยต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 66.7 อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความเห็นว่า หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้ผู้บริโภค มีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท ส่งผลดีน้อยที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 33.3 และอาชีพเกษียณ/ว่างงาน ให้ความเห็นว่า หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้ผู้บริโภค มีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท ไม่ส่งผลใด ๆ ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 100.0

ตารางที่ 168 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง อาชีพหลักของท่านในปัจจุบันขายตรงและทำอาชีพอื่น ๆ และ หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้ผู้บริโภค โดยระบุบุคลิกหรือ การรับประกันสินค้าอย่างชัดเจน มีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท (มาตรา 51)

อาชีพอื่น ๆ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง						รวม
	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
นักเรียน/นักศึกษา			2			1	3
			66.7%			33.3%	100.0%
พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	1				1		2
	50.0%				50.0%		100.0%
ข้าราชการ	1			3	2	3	9
	11.1%			33.3%	22.2%	33.3%	100.0%
รับจ้าง	1	1	2	1		1	6
	16.7%	16.7%	33.3%	16.7%		16.7%	100.0%
พนักงาน/เจ้าหน้าที่ บริษัท	9	4	6	18	10	19	66
	13.6%	6.1%	9.1%	27.3%	15.2%	28.8%	100.0%
ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว			1		3	2	6
			16.7%		50.0%	33.3%	100.0%
แม่บ้าน				2		1	3
				66.7%		33.3%	100.0%
เกษียณ/ว่างงาน	1						1
	100.0%						100.0%
อื่น ๆ		1		2	1		4
		25.0%		50.0%	25.0%		100.0%
รวม	13	6	11	26	17	27	100
	13.0%	6.0%	11.0%	26.0%	17.0%	27.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพนักเรียนนักศึกษา ข้าราชการ และ พนักงาน/เจ้าหน้าที่บริษัท ให้ความเห็นว่า หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อ ขายให้ผู้บริโภค โดยระบุสิทธิหรือการรับประกันสินค้าอย่างชัดเจน มีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท ส่งผลดีน้อย ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 66.7 อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความเห็นว่า หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้ผู้บริโภค โดยระบุสิทธิหรือการรับประกันสินค้าอย่างชัดเจน มีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท ไม่ส่งผลใด และส่งผลดีมากต่อการ ดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 50.0 อาชีพข้าราชการ ให้ความเห็นว่า หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้ผู้บริโภค โดยระบุสิทธิหรือการรับประกันสินค้าอย่างชัดเจน มีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท ส่งผลดีปานกลางและส่งผลดีมากที่สุดต่อการ ดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากันคิดเป็นร้อยละ 33.3 อาชีพพนักงาน/เจ้าหน้าที่บริษัท ให้ความเห็นว่า หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้ผู้บริโภค โดยระบุสิทธิหรือการรับประกันสินค้าอย่างชัดเจน มีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 28.8 อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความเห็นว่า หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้ผู้บริโภค โดยระบุสิทธิหรือการรับประกันสินค้าอย่างชัดเจน มีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท ส่งผลดีมากต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 50.0 อาชีพแม่บ้านและ อาชีพอื่น ๆ ให้ความเห็นว่า หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้ ผู้บริโภค โดยระบุสิทธิหรือการรับประกันสินค้าอย่างชัดเจน มีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท ส่งผล ดีปานกลางต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 66.7 และร้อยละ 50.0 อาชีพเกษียณ/ว่างงาน ให้ความเห็นว่า หากตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระไม่ส่งเอกสารการซื้อขายให้ผู้บริโภค โดยระบุ สิทธิหรือการรับประกันสินค้าอย่างชัดเจน มีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท ไม่ส่งผลใด ๆ ต่อการ ดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 100.0

ตารางที่ 169 แสดงการเปรียบเทียบระหว่าง อาชีพหลักของท่านในปัจจุบันขายตรงและทำอาชีพอื่น ๆ และ หากผู้ประกอบการขายตรง/บริษัทขายตรง ไม่แจ้งการเปลี่ยนแปลงแผนการจ่าย ค่าตอบแทนให้แก่นายทะเบียนของรัฐได้ทราบ มีโทษปรับไม่เกิน 300,000 บาท (มาตรา 52)

อาชีพอื่น ๆ	ผลที่ได้รับจากพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง											รวม
	-5.00	-4.00	-3.00	-2.00	-1.00	.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
นักเรียน/ นักศึกษา		1									2	3
		33.3%									66.7%	100.0%
พนักงาน รัฐวิสาหกิจ						1				1		2
						50.0%				50.0%		100.0%
ข้าราชการ					1				3	2	3	9
					11.1%				33.3%	22.2%	33.3%	100.0%
รับจ้าง			1	1		1		2			1	6
			16.7%	16.7%		16.7%		33.3%			16.7%	100.0%
พนักงาน/ เจ้าหน้าที่บริษัท	6	4	1	2	2	8	3	4	10	5	21	66
	9.1%	6.1%	1.5%	3.0%	3.0%	12.1%	4.5%	6.1%	15.2%	7.6%	31.8%	100.0%
ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว		1			1	1	1		1	1		6
		16.7%			16.7%	16.7%	16.7%		16.7%	16.7%		100.0%
แม่บ้าน							1		2			3
							33.3%		66.7%			100.0%
เกษียณ/ว่างงาน						1						1
						100.0%						100.0%
อื่น ๆ							1		2	1		4
							25.0%		50.0%	25.0%		100.0%
รวม	6	6	2	3	4	12	6	6	18	10	27	100
	6.0%	6.0%	2.0%	3.0%	4.0%	12.0%	6.0%	6.0%	18.0%	10.0%	27.0%	100.0%

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพนักเรียนนักศึกษา ข้าราชการ และ พนักงาน/เจ้าหน้าที่บริษัท ให้ความเห็นว่า หากผู้ประกอบการขายตรง/บริษัทขายตรง ไม่แจ้งการ

เปลี่ยนแปลงแผนการจ่ายค่าตอบแทนให้แก่นายทะเบียนของรัฐได้ทราบ มีโทษปรับไม่เกิน 300,000 บาท ส่งผลดีน้อย ส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 66.7 ร้อยละ 33.3 และร้อยละ 31.8 ตามลำดับ อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความเห็นว่า หากผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง/บริษัทขายตรง ไม่แจ้งการเปลี่ยนแปลงแผนการจ่ายค่าตอบแทนให้แก่นายทะเบียนของรัฐได้ทราบ มีโทษปรับไม่เกิน 300,000 บาท ไม่ส่งผลใด ๆ ต่อการดำเนินธุรกิจ และส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 50.0 อาชีพรับจ้าง ให้ความเห็นว่า หากผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง/บริษัทขายตรง ไม่แจ้งการเปลี่ยนแปลงแผนการจ่ายค่าตอบแทนให้แก่นายทะเบียนของรัฐได้ทราบ มีโทษปรับไม่เกิน 300,000 บาท ส่งผลดีน้อยต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 33.3 อาชีพผู้ประกอบการส่วนตัว ให้ความเห็นว่า หากผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง/บริษัทขายตรง ไม่แจ้งการเปลี่ยนแปลงแผนการจ่ายค่าตอบแทนให้แก่นายทะเบียนของรัฐได้ทราบ มีโทษปรับไม่เกิน 300,000 บาท ส่งผลเสียมาก ส่งผลเสียน้อยที่สุด ไม่ส่งผลใด ๆ ส่งผลดีปานกลางและส่งผลดีมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 16.7 อาชีพแม่บ้านและอื่น ๆ ให้ความเห็นว่า หากผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง/บริษัทขายตรง ไม่แจ้งการเปลี่ยนแปลงแผนการจ่ายค่าตอบแทนให้แก่นายทะเบียนของรัฐได้ทราบ มีโทษปรับไม่เกิน 300,000 บาท ส่งผลดีปานกลางต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 66.7 และร้อยละ 50.0 อาชีพเกษียณ/ว่างงาน ให้ความเห็นว่า หากผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง/บริษัทขายตรง ไม่แจ้งการเปลี่ยนแปลงแผนการจ่ายค่าตอบแทนให้แก่นายทะเบียนของรัฐได้ทราบ มีโทษปรับไม่เกิน 300,000 บาท ไม่ส่งผลใด ๆ ต่อการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 100.0

ผลการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา เรื่อง “การวิเคราะห์นโยบายภาครัฐที่มีต่อการสนับสนุนและ
กำกับดูแลต่อธุรกิจขายตรงในประเทศไทย (กรณีศึกษา ผู้บริโภค)”

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา

ตารางที่ 170 แสดงจำนวนและร้อยละของเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	158	39.5
หญิง	242	60.5
รวม	400	100.0

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 60.5 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 39.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 171 แสดงจำนวนและร้อยละของอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	35	8.8
21-30 ปี	205	51.3
31-40 ปี	95	23.8
41-50 ปี	40	10.0
มากกว่า 50 ปี	25	6.3
รวม	400	100.0

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุ 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 51.3 รองลงมาได้แก่อายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 23.8 และอายุ 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 10.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 172 แสดงจำนวนและร้อยละของอาชีพปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถาม

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	106	26.5
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	21	5.3
ข้าราชการ	24	6.0
รับราชการ/เจ้าหน้าที่ของรัฐ	43	10.8
พนักงาน/เจ้าหน้าที่บริษัท	105	26.3
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	61	15.3
แม่บ้าน	23	5.8
เกษียณ/ว่างงาน	2	.5
อื่น ๆ	15	3.8
รวม	400	100.0

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 26.5 รองลงมาได้แก่อาชีพพนักงาน/เจ้าหน้าที่บริษัท คิดเป็นร้อยละ 26.3 และอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 15.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 173 แสดงจำนวนและร้อยละของระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถาม

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า	133	33.3
อนุปริญญาตรี	75	18.8
ปริญญาตรี	181	45.2
สูงกว่าปริญญาตรี	11	2.8
รวม	400	100.0

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 45.2 รองลงมาได้แก่ ระดับมัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 33.3 และระดับอนุปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 18.8

ตารางที่ 174 แสดงจำนวนและร้อยละของรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 15,000 บาท	270	67.5
15,001-25,000 บาท	85	21.3
25,001-35,000 บาท	31	7.8
35,001-45,000 บาท	8	2.0
45,001-55,000 บาท	1	.3
มากกว่า 55,000 บาท	5	1.3
รวม	400	100.0

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 67.5 รองลงมาได้แก่ 15,001 - 25,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 21.3 และ 25,001-35,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 7.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 175 แสดงจำนวนและร้อยละของสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	266	66.5
สมรส	118	29.5
หม้าย	6	1.5
หย่าร้าง	10	2.5
รวม	400	100.0

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 66.5 รองลงมาได้แก่ สถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 29.5 และสถานภาพหย่าร้าง คิดเป็นร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 176 แสดงจำนวนและร้อยละของความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อหน่วยงานที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) สังกัดอยู่

หน่วยงานที่สังกัด	จำนวน	ร้อยละ
องค์การอาหารและยา	249	62.3
กระทรวงพาณิชย์	82	20.5
กระทรวงอุตสาหกรรม	25	6.3
สำนักนายกรัฐมนตรี	44	11.0
รวม	400	100.0

จากตารางพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่คิดว่า สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคหรือ สคบ. สังกัดองค์การอาหารและยา คิดเป็นร้อยละ 62.3 รองลงมาได้แก่ กระทรวงพาณิชย์ คิดเป็นร้อยละ 20.5 และสำนักนายกรัฐมนตรี คิดเป็นร้อยละ 11.0 ซึ่งแสดงว่า จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดพบว่า มีเพียงร้อยละ 11.0 เท่านั้นที่ทราบว่าสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคหรือ สคบ. สังกัดหน่วยงานใด

ตารางที่ 177 แสดงจำนวนและร้อยละของความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อชื่อของ เว็บไซต์ ของ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.)

รายละเอียด	จำนวน	ร้อยละ
www.dbd.go.th	101	25.3
www.ecpd.go.th	154	38.5
www.dit.go.th	55	13.8
www.fda.moph.go.th	90	22.5
รวม	400	100.0

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่า เว็บไซต์ของ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคหรือ สคบ. ได้แก่ www.ecpd.go.th คิดเป็นร้อยละ 38.5 รองลงมาได้แก่ www.dbd.go.th คิดเป็นร้อยละ 25.3 และ www.fda.moph.go.th คิดเป็นร้อยละ 22.5 ซึ่งแสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดเป็นร้อยละ 38.5 รู้จักเว็บไซต์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคหรือ สคบ.

ตารางที่ 178 แสดงจำนวนและร้อยละของความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อลักษณะการดำเนินธุรกิจขายตรงที่สามารถนำเสนอขายสินค้าหรือบริการต่อลูกค้าโดยตรง ในที่อยู่อาศัยหรือสถานที่ทำงานได้

ลักษณะการดำเนินธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
ใช่	279	69.8
ไม่ใช่	121	30.2
รวม	400	100.0

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่า การนำเสนอขายสินค้าหรือบริการของธุรกิจขายตรงสามารถนำเสนอขายต่อลูกค้าโดยตรงในที่อยู่อาศัยหรือสถานที่ทำงานได้ คิดเป็นร้อยละ 69.8 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เข้าใจรูปแบบการเสนอขายสินค้าหรือบริการผ่านระบบการขายตรงได้อย่างถูกต้อง

ตารางที่ 179 แสดงจำนวนและร้อยละของความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อวิธีการที่ตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระ สามารถเดินเข้ามาที่บ้านหรือที่ทำงานของลูกค้าเพื่อนำเสนอขายสินค้าหรือบริการ โดยไม่จำเป็นต้องมีการขออนุญาตหรือนัดหมายล่วงหน้าได้

วิธีการดำเนินธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
ได้	165	41.3
ไม่ได้	235	58.8
รวม	400	100.0

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า ตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระ สามารถเดินเข้ามาที่บ้านหรือที่ทำงานของลูกค้าเพื่อนำเสนอขายสินค้าหรือบริการ โดยไม่จำเป็นต้องมีการขออนุญาตหรือนัดหมายล่วงหน้าไม่ได้ คิดเป็นร้อยละ 58.8 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่รู้จักสิทธิของตนเองที่จะปฏิเสธตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระในการเสนอขายสินค้าหรือบริการได้หากไม่ได้รับการนัดหมายไว้ล่วงหน้า

ตารางที่ 180 แสดงจำนวนและร้อยละของความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อระยะเวลาที่ผู้ซื้อสามารถบอกเลิกสัญญาการซื้อขาย โดยการแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรให้แก่ตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระ

เวลา (วัน)	จำนวน	ร้อยละ
7 วัน	229	57.3
15 วัน	171	42.8
รวม	400	100.0

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า หากผู้บริโภคซื้อสินค้าหรือบริการจากธุรกิจขายตรงแล้วต้องการบอกเลิกสัญญาการซื้อขาย จะต้องแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรให้แก่ตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระภายในเวลา 7 วัน คิดเป็นร้อยละ 57.3 ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักสิทธิในการบอกเลิกสัญญาเมื่อได้ทำการซื้อสินค้าหรือบริการจากธุรกิจขายตรง โดยจะต้องแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรให้ให้แก่ตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระภายในเวลา 7 วัน

ตารางที่ 181 แสดงจำนวนและร้อยละของความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อระยะเวลาในการได้รับเงินคืนกรณีที่ผู้ซื้อได้ยกเลิกสัญญาการซื้อขายสินค้าผ่านระบบการขายตรง และได้แจ้งแก่ตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระแล้ว

เวลา (วัน)	จำนวน	ร้อยละ
7 วัน	228	57.0
15 วัน	172	43.0
รวม	400	100.0

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับเมื่อผู้บริโภคได้ยกเลิกสัญญาการซื้อขายสินค้าผ่านระบบการขายตรง และได้แจ้งแก่ตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระแล้ว ดังนั้น ตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระต้องคืนเงินเต็มจำนวนให้ภายในระยะเวลา 7 วัน คิดเป็นร้อยละ 57.0 ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ยังเข้าใจคลาดเคลื่อนจากความเป็นจริง เนื่องจากกฎหมายได้ระบุไว้ว่า เมื่อมีการยกเลิกสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษรแล้ว ผู้บริโภคจะได้รับเงินคืนภายในเวลา 15 วัน

ตารางที่ 182 แสดงจำนวนและร้อยละของความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อระยะเวลาที่ผู้ซื้อต้องคืนสินค้าหลังจากแจ้งยกเลิกสัญญาซื้อขายสินค้าแล้ว

เวลา (วัน)	จำนวน	ร้อยละ
14 วัน	326	81.5
21 วัน	74	18.5
รวม	400	100.0

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า เมื่อมีการแจ้งยกเลิกสัญญาต่อตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระแล้วต้องคืนสินค้าที่ซื้อมาภายในระยะเวลา 14 วัน คิดเป็นร้อยละ 81.5 ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ยังเข้าใจตลาดเคลื่อนเนื่องจากกฎหมายระบุไว้ว่า เมื่อมีการแจ้งยกเลิกสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษรแล้ว ผู้บริโภค สามารถคืนสินค้าดังกล่าวภายในเวลา 21 วัน

ตารางที่ 183 แสดงจำนวนและร้อยละของความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อกรณีที่ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงสามารถโน้มน้าว ชักชวน ให้ผู้บริโภคทั่วไปเข้าร่วมเป็นเครือข่ายในการประกอบธุรกิจขายตรง โดยบริษัทเหล่านั้น สัญญาว่าจะให้ผลประโยชน์จากการที่ผู้บริโภคเหล่านั้นไปชักชวนบุคคลอื่น ๆ ให้เข้าร่วมเครือข่ายเหมือนตนเอง

การโน้มน้าวให้ร่วมเป็นเครือข่าย	จำนวน	ร้อยละ
ได้	335	83.8
ไม่ได้	65	16.3
รวม	400	100.0

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงสามารถโน้มน้าว ชักชวน ให้ผู้บริโภคทั่วไปเข้าร่วมเป็นเครือข่ายในการประกอบธุรกิจขายตรง โดยบริษัทเหล่านั้น สัญญาว่าจะให้ผลประโยชน์จากการที่ผู้บริโภคเหล่านั้นไปชักชวนบุคคลอื่น ๆ ให้เข้าร่วมเครือข่ายเหมือนตนเอง ได้ คิดเป็นร้อยละ 83.8 ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เข้าใจตลาดเคลื่อนอันเนื่องจาก กฎหมายได้ระบุไว้ว่า ห้ามมิให้ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงหรือผู้ประกอบการตลาดแบบตรงดำเนินการ โน้มน้าวชักจูงผู้บริโภคโดยสัญญาว่าจะให้ผลตอบแทนจากการผู้บริโภคหาผู้เข้าร่วมเครือข่ายเหมือนตนเอง

ตารางที่ 184 แสดงจำนวนและร้อยละของความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการที่ผู้ประกอบการขายตรงมีสิทธิที่จะเรียกเก็บเงินค่าธรรมเนียมการสมัคร การฝึกอบรม ค่าวัสดุอื่น ๆ ในการส่งเสริมการขาย จากผู้จำหน่ายอิสระ

สิทธิในการเรียกเก็บค่าธรรมเนียม	จำนวน	ร้อยละ
ได้	218	54.5
ไม่ได้	182	45.5
รวม	400	100.0

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าคุณประกอบการขายตรงมีสิทธิที่จะเรียกเก็บเงินค่าธรรมเนียมการสมัคร การฝึกอบรม ค่าวัสดุอื่น ๆ ในการส่งเสริมการขายจากผู้จำหน่ายอิสระได้ คิดเป็นร้อยละ 54.5 ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักสิทธิในการเข้าร่วมเป็นผู้จำหน่ายอิสระของผู้ประกอบการขายตรง

ตารางที่ 185 แสดงจำนวนและร้อยละของความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคด้านการโฆษณา

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคด้านการโฆษณา	จำนวน	ร้อยละ
เนื้อหาหรือข้อความในการโฆษณาต้องไม่เกินความจริง	302	31.9
เนื้อหาหรือข้อความในการโฆษณาต้องอธิบายถึงคุณสมบัติหรือสาระสำคัญของสินค้าหรือบริการอย่างชัดเจน	270	28.5
เนื้อหาหรือข้อความในการโฆษณาต้องไม่สนับสนุนให้เกิดการกระทำผิดกฎหมายหรือศีลธรรม	244	25.7
เนื้อหาหรือข้อความในการโฆษณาจะต้องไม่ก่อให้เกิดความแตกแยกสามัคคี	132	13.9
รวม	948	100.0

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคด้านการโฆษณา โดยมองว่าเนื้อหาหรือข้อความในการโฆษณาต้องไม่เกินความจริง คิดเป็นร้อยละ 31.9 รองลงมาได้แก่ เนื้อหาหรือข้อความในการโฆษณาต้องอธิบายถึงคุณสมบัติหรือสาระสำคัญของสินค้าหรือบริการอย่างชัดเจน คิดเป็นร้อยละ 28.5 เนื้อหาหรือข้อความในการโฆษณาต้องไม่สนับสนุนให้เกิดการกระทำผิดกฎหมายหรือศีลธรรม คิดเป็นร้อยละ 25.7 และเนื้อหาหรือข้อความในการโฆษณาจะต้องไม่ก่อให้เกิดความแตกแยกสามัคคี คิด

เป็นร้อยละ 13.9 ตามลำดับ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคด้านการโฆษณาทุกข้อ

ตารางที่ 186 แสดงจำนวนและร้อยละของความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการซื้อสินค้าจากผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงเป็นสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ ดังนั้น ผลากสินค้าที่ดีต้องเป็นภาษาประเทศต้นกำเนิดสินค้าหรือบริการนั้น ๆ ห้ามไม่ให้มีภาษาไทย

ผลากสินค้าจากต่างประเทศต้องเป็นภาษาประเทศต้นกำเนิด	จำนวน	ร้อยละ
ใช่	121	30.3
ไม่ใช่	279	69.8
รวม	400	100.0

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่า หากสินค้าที่ซื้อจากผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงเป็นสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ ดังนั้น ผลากสินค้าที่ดีต้องเป็นภาษาประเทศต้นกำเนิดสินค้าหรือบริการนั้น ๆ ห้ามไม่ให้มีภาษาไทย โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าไม่ใช่ คิดเป็นร้อยละ 69.8 ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติด้านผลากสินค้าเป็นอย่างดี

ตารางที่ 187 แสดงจำนวนและร้อยละของความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อลักษณะการซื้อขายสินค้า ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงไม่ได้ปฏิบัติตาม พระราชบัญญัติด้านผลากสินค้า ดังนั้น การซื้อขายสินค้าชนิดนั้นถือว่าเป็นโมฆะ

ความคิดเห็นต่อการซื้อสินค้าที่ผลากไม่เป็นไปตามพระราชบัญญัติ	จำนวน	ร้อยละ
ใช่	255	63.8
ไม่ใช่	145	36.3
รวม	400	100.0

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า หากการซื้อขายสินค้า ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงไม่ได้ปฏิบัติตาม พระราชบัญญัติด้านผลากสินค้า ดังนั้น การซื้อขายสินค้าชนิดนั้นถือว่าเป็นโมฆะ คิดเป็นร้อยละ 63.8 ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติด้านผลากสินค้าเป็นอย่างดี

ตารางที่ 188 แสดงจำนวนและร้อยละของความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อรายละเอียด
ของพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค	จำนวน	ร้อยละ
ผู้บริโภคมีอิสระในการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการ	253	21.7
ผู้บริโภคมีสิทธิที่จะใช้สินค้าหรือบริการด้วยความปลอดภัย	252	21.6
ผู้บริโภคมีสิทธิที่จะได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการอย่างเพียงพอ	251	21.6
ผู้บริโภคมีสิทธิที่จะได้ค่าชดเชยหรือค่าเสียหายที่เกิดจากการใช้หรือบริโภคสินค้าหรือบริการนั้น ๆ	235	20.2
ผู้บริโภคมีสิทธิที่จะส่งตรวจสอบสวนสินค้าหรือบริการของผู้ประกอบธุรกิจขายตรงได้กรณีที่เกิดข้อสงสัย	173	14.9
รวม	1,164	100.0

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่า พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค ประกอบไปด้วยการคุ้มครองด้านต่าง ๆ ดังนี้ ผู้บริโภคมีอิสระในการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการ คิดเป็นร้อยละ 21.7 รองลงมาได้แก่ ผู้บริโภคมีสิทธิที่จะใช้สินค้าหรือบริการด้วยความปลอดภัย คิดเป็นร้อยละ 21.6 ผู้บริโภคมีสิทธิที่จะได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการอย่างเพียงพอ คิดเป็นร้อยละ 21.6 และ ผู้บริโภคมีสิทธิที่จะได้ค่าชดเชยหรือค่าเสียหายที่เกิดจากการใช้หรือบริโภคสินค้าหรือบริการนั้น ๆ คิดเป็นร้อยละ 20.2 จากตารางดังกล่าวพบว่า ยังมีผู้ตอบแบบสอบถามบางส่วนมีความเข้าใจผิดเกี่ยวกับพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค โดยเข้าใจผิดคิดว่า พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคเกี่ยวข้องกับสิทธิในการส่งตรวจสอบสวนสินค้าหรือบริการของผู้ประกอบธุรกิจขายตรงได้กรณีที่เกิดข้อสงสัย คิดเป็นร้อยละ 14.9

ตารางที่ 189 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมในการซื้อสินค้าของผู้ตอบแบบสอบถาม

ประเภทของสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
เครื่องสำอาง	194	35.7
อาหาร	86	15.8
เครื่องใช้ไฟฟ้า	70	12.9
ยา	59	10.8
เครื่องนุ่งห่ม	33	6.1
เครื่องครัว	27	4.9
อื่น ๆ	21	3.8
หนังสือ	13	2.4
การอบรมสัมมนา	9	1.7
อุปกรณ์ออกกำลังกาย	9	1.7
การบริการ	8	1.5
สินค้าเกษตร	7	1.3
เครื่องประดับ	4	0.7
สื่อการศึกษา	4	0.7
รวม	400	100.0

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ซื้อสินค้าประเภทเครื่องสำอาง ผ่านระบบการขายตรงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.7 รองลงมาได้แก่ อาหาร คิดเป็นร้อยละ 15.8 และเครื่องใช้ไฟฟ้าคิดเป็นร้อยละ 12.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 190 แสดงจำนวนและร้อยละของยี่ห้อ/บริษัท ประเภทอาหาร ที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อ

ยี่ห้อ/บริษัท	จำนวน	ร้อยละ
แอมเวย์	19	29.2
ซีพี	12	18.5
กิฟฟารีน	6	9.2
เคเอฟซี	5	7.7
เดอะ พิชซ่าคอมพานี	4	6.2
ซูเทเลียน	2	3.1
คัมมิลล์	2	3.1
เนเจอร์กิฟ	2	3.1
เซอร์เบอร์ ไลฟ์	2	3.1
एमสตาร์ เน็ตเวิร์ค	1	1.5
เจริญโอสด	1	1.5
ซูพรีเคิร์ม	1	1.5
แนทเชอร์	1	1.5
ไปรษณีย์ไทย	1	1.5
ยาคุล	1	1.5
รอยัลฟู้ด	1	1.5
เลย์	1	1.5
ส. ขอนแก่น	1	1.5
อินทรา	1	1.5
เอเจด	1	1.5
รวม	65	100.0

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อสินค้าประเภทอาหารผ่านระบบการขาย ได้แก่สินค้าของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด คิดเป็นร้อยละ 29.2 รองลงมาได้แก่ ซีพี คิดเป็นร้อยละ 18.5 และ กิฟฟารีน คิดเป็นร้อยละ 9.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 191 แสดงจำนวนและร้อยละของยี่ห้อ/บริษัท ประเภทยาที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อ

ยี่ห้อ/บริษัท	จำนวน	ร้อยละ
แอมเวย์	14	34.1
กิฟฟารีน	10	24.4
แบล็คมอร์	2	4.9
เจริญโอสภ	2	4.9
มิสทิน	2	4.9
เซอร์เบอร์ ไลฟ์	1	2.4
เน็ต ซี	1	2.4
ซีแทรก	1	2.4
ซูพรีเคิร์ม	1	2.4
ถั่วทองโอสภ	1	2.4
นุสทิน	1	2.4
นุไลฟ์	1	2.4
สมถวิล	1	2.4
สมุนไพรอินทรา	1	2.4
โสมเกาหลีตั้งกุกจับ	1	2.4
ฮัวลักเซียม	1	2.4
รวม	41	100.0

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อสินค้าประเภทยา ผ่านระบบการขายตรง ได้แก่ สินค้าของบริษัทแอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด คิดเป็นร้อยละ 34.1 รองลงมาได้แก่ กิฟฟารีน คิดเป็นร้อยละ 24.4 และยี่ห้อแบล็คมอร์ เจริญโอสภ และมีสทิน ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 4.9

ตารางที่ 192 แสดงจำนวนและร้อยละของยี่ห้อ/บริษัท ประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้า ที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อ

ยี่ห้อ/บริษัท	จำนวน	ร้อยละ
โตชิบา	8	14.5
แอมเวย์	7	12.7
โนเกีย	7	12.7
โซนี่	7	12.7
ซัมซุง	4	7.3
มีสทิน	3	5.5
พานาโซนิค	3	5.5
ฟิลลิปส์	2	3.6
ซิงเกอร์	2	3.6
เอชเอส	1	1.8
เบนคิว	1	1.8
ไคร์สตาร์	1	1.8
แอลจี	1	1.8
อิเล็กทรอนิกส์	1	1.8
เอสวีไอเอ	1	1.8
กิฟฟารีน	1	1.8
เคพี ธนกิจ	1	1.8
มิตซูบิชิ	1	1.8
วีรส	1	1.8
แคตตาล็อก ฟรายเดย์	1	1.8
เอเซอร์	1	1.8
รวม	55	100.0

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าผ่านระบบการขายตรงมากที่สุดได้แก่ยี่ห้อโตชิบา คิดเป็นร้อยละ 14.5 รองลงมาได้แก่ แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด โนเกีย และ โซนี่ ในสัดส่วนที่เท่ากันได้แก่ ร้อยละ 12.7 และยี่ห้อ ซัมซุง คิดเป็นร้อยละ 7.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 193 แสดงจำนวนและร้อยละของยี่ห้อ/บริษัท ประเภทเครื่องสำอาง ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม
ซื้อ

ยี่ห้อ/บริษัท	จำนวน	ร้อยละ
แอมเวย์	61	33.7
มีสทิน	60	33.1
กิฟฟารีน	26	14.4
เอวอน	7	3.9
คังเซ็น	7	3.9
เอมสตาร์ เน็ตเวิร์ค	3	1.7
ลิ่งโคม	3	1.7
บีเอสซี	2	1.1
นุสทิน	2	1.1
คิวเพรส	1	0.6
อีทูดี	1	0.6
รุจิกิส	1	0.6
ซีเน่	1	0.6
สกินฟู้ด	1	0.6
เจริญโอสด	1	0.6
ซูพรีเคิร์ม	1	0.6
คร.สาโรช	1	0.6
เพียวไลฟ์	1	0.6
เอเจล	1	0.6
รวม	181	100.0

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อสินค้าประเภทเครื่องสำอางผ่านระบบ
การขายตรงมากที่สุดได้แก่ แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด คิดเป็นร้อยละ 33.7 รองลงมาได้แก่ มี
สทิน คิดเป็นร้อยละ 33.1 และกิฟฟารีน คิดเป็นร้อยละ 14.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 194 แสดงจำนวนและร้อยละของยี่ห้อ/บริษัท ประเภทเครื่องประดับที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อ

ยี่ห้อ/บริษัท	จำนวน	ร้อยละ
มีสทิน	2	50.0
เค เอ	1	25.0
ฟอสซิล	1	25.0
รวม	4	100.0

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อสินค้าประเภทเครื่องประดับผ่านระบบการขายตรงมากที่สุดได้แก่ มีสทิน คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาได้แก่ เค เอ คิดเป็นร้อยละ 25.0 และฟอสซิล คิดเป็นร้อยละ 25.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 195 แสดงจำนวนและร้อยละของยี่ห้อ/บริษัท ประเภทเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม ที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อ

ยี่ห้อ/บริษัท	จำนวน	ร้อยละ
ชาติน	4	16.7
อะดิดาส	3	12.5
ลาคอสต์	2	8.3
โลตัส	2	8.3
โตโต้	2	8.3
โปโล	2	8.3
เอพูแซค	1	4.2
เอมสตาร์ เน็ตเวิร์ค	1	4.2
ชาแนล	1	4.2
คอตโต้	1	4.2
รีเพลย์	1	4.2
ลิวายส์	1	4.2
กิฟฟารีน	1	4.2
มัลลา	1	4.2
แอลล์	1	4.2
รวม	24	100.0

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อสินค้าประเภทเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มผ่านระบบการขายตรงมากที่สุดได้แก่ ยี่ห้อชาติน คิดเป็นร้อยละ 16.7 รองลงมาได้แก่ อะดิดาส คิดเป็นร้อยละ 12.5 และลาคอสต์ โลตัส โตโต้ และโปโล ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 8.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 196 แสดงจำนวนและร้อยละของยี่ห้อ/บริษัท ประเภทเครื่องครัว ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม
ซื้อ

ยี่ห้อ/บริษัท	จำนวน	ร้อยละ
แคตตาล็อกฟรายเดย์	8	33.3
แอมเวย์	5	20.8
ศรีไทยซูเปอร์แวร์	5	20.8
มิสทิน	2	8.3
หัวม้าลาย	2	8.3
แกรนด์ฟิช	1	4.2
จาร์กัว	1	4.2
รวม	24	100.0

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อสินค้าประเภทเครื่องครัวผ่านระบบการ
ขายตรงมากที่สุด ได้แก่ แคตตาล็อกฟรายเดย์ คิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมาได้แก่ แอมเวย์และศรี
ไทยซูเปอร์แวร์ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 20.8 และยี่ห้อมิสทินและตราหัวม้าลายใน
สัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 8.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 197 แสดงจำนวนและร้อยละของยี่ห้อ/บริษัท ประเภทหนังสือ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อ

ยี่ห้อ/บริษัท	จำนวน	ร้อยละ
นายอินทร์	2	25.0
บีทูเอส	1	12.5
ออฟฟิตแอนด์เอสเอ็มอี	1	12.5
กู๊ดมอร์นิ่ง	1	12.5
ดอกหญ้า	1	12.5
ไทยรัฐ	1	12.5
อินลิกซ์	1	12.5
รวม	8	100.0

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อสินค้าประเภทหนังสือผ่านระบบการขายตรงมากที่สุด ได้แก่ร้านนายอินทร์ คิดเป็นร้อยละ 25.0 และยี่ห้ออื่น ๆ เช่น บีทูเอส ออฟฟิตแอนด์เอสเอ็มอี กู๊ดมอร์นิ่ง ดอกหญ้า ไทยรัฐ และอินลิกซ์ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 12.5

ตารางที่ 198 แสดงจำนวนและร้อยละของยี่ห้อ/บริษัท ประเภทการอบรมสัมมนา ที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อ

ยี่ห้อ/บริษัท	จำนวน	ร้อยละ
แอมเวย์	2	33.3
คาค้าโปร	1	16.7
ไทยประกันชีวิต	1	16.7
โสมเกาหลิดั่งก้วยจับ	1	16.7
สมุนไพรอินทรา	1	16.7
รวม	6	100.0

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อสินค้าประเภทการอบรมสัมมนาผ่านระบบการขายตรงมากที่สุด ได้แก่แอมเวย์ คิดเป็นร้อยละ 33.3 และบริษัทอื่น ๆ เช่น คาค้าโปร ไทยประกันชีวิต โสมเกาหลิดั่งก้วยจับ และสมุนไพรอินทรา และในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 16.7

ตารางที่ 199 แสดงจำนวนและร้อยละของยี่ห้อ/บริษัท ประเภทสินค้าเกษตร ที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อ

ยี่ห้อ/บริษัท	จำนวน	ร้อยละ
เจริญโอสภ	2	25.0
ม้าบิน	2	25.0
ปู้ย	1	12.5
มานุญครอง	1	12.5
เมล็ดผัก	1	12.5
เอ ที เพื่อเกษตรกรไทย	1	12.5
รวม	8	100.0

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อสินค้าประเภทสินค้าการเกษตรผ่านระบบการขายตรงมากที่สุดได้แก่ เจริญโอสภ และม้าบิน ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 25.0 และบริษัทอื่น ๆ เช่น มานุญครอง เมล็ดผัก และเอ ที เพื่อเกษตรกรไทย และในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 12.5

ตารางที่ 200 แสดงจำนวนและร้อยละของยี่ห้อ/บริษัท ประเภทอุปกรณ์ออกกำลังกาย ที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อ

ยี่ห้อ/บริษัท	จำนวน	ร้อยละ
ทีวี ไคเร็ค	8	100.0
รวม	8	100.0

จากตารางพบว่า ยี่ห้อ/บริษัทที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อสินค้าประเภทเครื่องออกกำลังกายได้แก่ ทีวี ไคเร็ค คิดเป็นร้อยละ 100.0

ตารางที่ 201 แสดงจำนวนและร้อยละของยี่ห้อ/บริษัท ประเภทการบริการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อ

ยี่ห้อ/บริษัท	จำนวน	ร้อยละ
บัตรเครดิต ธนาคารกสิกรไทย	2	33.3
เมืองไทยประกันชีวิต	2	33.3
การบินไทย	1	16.7
อยุธยา อลิอันซ์ ซีพี	1	16.7
รวม	6	100.0

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อสินค้าประเภทสินค้าการบริการผ่านระบบการขายตรงมากที่สุด ได้แก่ บัตรเครดิต ธนาคารกสิกรไทย และเมืองไทยประกันชีวิต ในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 33.3 บริษัทอื่น ๆ เช่น การบินไทย และอยุธยา อลิอันซ์ ซีพีและในสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 16.7

ตารางที่ 202 แสดงจำนวนและร้อยละของยี่ห้อ/บริษัท ประเภทสินค้าประเภทอื่น ๆ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อ

ยี่ห้อ/บริษัท	จำนวน	ร้อยละ
แอมเวย์	7	70.0
เซเว่น แคนตาลี้อ็อก	2	20.0
เซฟ	1	10.0
รวม	10	100.0

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อสินค้าประเภทอื่น ๆ ผ่านระบบการขายตรงมากที่สุด ได้แก่ แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด คิดเป็นร้อยละ 70.0 รองลงมาได้แก่ เซเว่น แคนตาลี้อ็อกคิดเป็นร้อยละ 20.0 และ ยี่ห้อ เซฟ คิดเป็นร้อยละ 10.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 203 แสดงจำนวนและร้อยละของแหล่งข้อมูลที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักสินค้าหรือบริการที่เสนอขาย

ประเภทของสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
จากสื่อ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ	232	43.9
จากพนักงานขาย	97	18.4
จากอินเทอร์เน็ต (เว็บไซต์)	85	16.1
จากเพื่อน	65	12.3
จากพ่อแม่ ญาติ พี่น้อง	23	4.4
จากจดหมายที่ส่งถึงผู้บริโภค โดยตรง	13	2.5
อื่นๆ	13	2.5
รวม	528	100.0

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักสินค้าหรือบริการที่เสนอขายผ่านระบบการขายจากสื่อเช่น โทรทัศน์ วิทยุ คิดเป็นร้อยละ 43.9 รองลงมาได้แก่ จากพนักงานขาย คิดเป็นร้อยละ 18.4 และจากอินเทอร์เน็ต (เว็บไซต์) คิดเป็นร้อยละ 16.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 204 แสดงจำนวนและร้อยละของสถานที่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อสินค้าหรือบริการผ่านระบบการขายตรง

สถานที่ในการซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
จากร้านตัวแทนขายหรือตัวแทนจำหน่าย	185	39.4
จากอินเทอร์เน็ต (เว็บไซต์)	94	20.0
จากที่บ้านตนเอง	88	18.8
จากที่ทำงาน	51	10.9
จากโทรศัพท์โทรถึงผู้ขายโดยตรง	29	6.2
อื่นๆ	12	2.6
จากจดหมายส่งถึงผู้ขายโดยตรง	8	1.7
จากโทรสาร (แฟกซ์) ส่งถึงผู้ขายโดยตรง	2	0.4
รวม	469	100.0

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อสินค้าหรือบริการที่เสนอขายผ่านระบบการขายตรงจากร้านตัวแทนขายหรือตัวแทนจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 39.4 รองลงมาได้แก่จากอินเทอร์เน็ต (เว็บไซต์) คิดเป็นร้อยละ 20.0 และจากที่บ้านตนเอง คิดเป็นร้อยละ 18.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 205 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการผ่านระบบขายตรงของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้มีอิทธิพลต่อการซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ตนเอง	266	57.3
เพื่อน	40	8.6
สื่อต่าง ๆ	36	7.8
ญาติ พี่น้อง	32	6.9
พนักงานขาย	29	6.3
พ่อแม่	28	6.0
ดารา นักร้อง บุคคลที่มีชื่อเสียง	13	2.8
สามี/ภรรยา	12	2.6
อื่น ๆ	8	1.7
รวม	464	100.0

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อสินค้าหรือบริการที่เสนอขายผ่านระบบการขายตรงโดยได้รับอิทธิพลจากตนเอง คิดเป็นร้อยละ 57.3 รองลงมาได้แก่จากเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 8.6 และสื่อต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 7.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 206 แสดงจำนวนและร้อยละของรูปแบบการชำระค่าสินค้าหรือบริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อผ่านระบบขายตรง

วิธีการชำระเงิน	จำนวน	ร้อยละ
จ่ายเงินสด	342	62.5
โอนเงินเข้าบัญชีธนาคาร	109	19.9
บัตรเครดิต/บัตรเดบิต	78	14.3
อื่น ๆ	18	3.3
รวม	547	100.0

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชำระค่าซื้อสินค้าหรือบริการที่เสนอขายผ่านระบบการขายตรงโดยการจ่ายเงินสด คิดเป็นร้อยละ 62.5 รองลงมาได้แก่ โอนเงินเข้าบัญชีธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 19.9 และจ่ายผ่านบัตรเครดิต/บัตรเดบิต คิดเป็นร้อยละ 14.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 207 แสดงจำนวนและร้อยละของประโยชน์ที่ได้รับจากการซื้อสินค้าผ่านระบบการขายตรง

ประโยชน์ที่ได้รับ	จำนวน	ร้อยละ
ได้ส่วนลด	247	51.9
ได้รับของแถม	95	20.0
สามารถผ่อนชำระได้	82	17.2
สามารถสะสมแต้มเพื่อแลกของรางวัล	21	4.4
อื่น ๆ	18	3.8
นำชิ้นส่วนไปชิงโชค	12	2.7
รวม	476	100.0

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อสินค้าหรือบริการที่เสนอขายผ่านระบบการขายตรงเนื่องจากได้ส่วนลด คิดเป็นร้อยละ 51.9 รองลงมาได้แก่ ได้รับของแถม คิดเป็นร้อยละ 20.0 และสามารถผ่อนชำระได้ คิดเป็นร้อยละ 17.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 208 แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะการเป็นสมาชิกของผู้ตอบแบบสอบถามต่อระบบการขายตรง

สถานะการเป็นสมาชิก	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เป็นสมาชิก	350	87.5
เป็นสมาชิก	50	12.5
รวม	400	100.0

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เป็นสมาชิกในระบบการขายตรง คิดเป็นร้อยละ 87.5 และเป็นสมาชิกในระบบขายตรง คิดเป็นร้อยละ 12.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 209 แสดงจำนวนและร้อยละของชื่อสถานประกอบการธุรกิจขายตรงที่ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นสมาชิก

ชื่อสถานประกอบการ	จำนวน	ร้อยละ
แอมเวย์	23	46.0
กิฟฟารีน	8	16.0
มีสทิน	6	12.0
เจริญ โอสด	3	6.0
ซูเหลียน	3	6.0
เอเจล	3	6.0
คังเซ็น	1	2.0
ซูพรีเคิร์ม	1	2.0
เพียวไลฟ์	1	2.0
โสมเกาหลิตั้งกุยจับ	1	2.0
รวม	50	100.0

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นสมาชิกผ่านระบบการขายมากที่สุดได้แก่ บริษัทแอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด คิดเป็นร้อยละ 46.0 รองลงมาได้แก่ บริษัทกิฟฟารีน คิดเป็นร้อยละ 16.6 และ บริษัท มีสทิน คิดเป็นร้อยละ 12.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 210 แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลในการเป็นสมาชิกในระบบขายตรงของผู้ตอบแบบสอบถาม

เหตุผลในการเป็นสมาชิก	จำนวน	ร้อยละ
ตัวผลิตภัณฑ์เช่น คุณภาพ ใช้เป็นประจำ ชื่นชอบในตัวผลิตภัณฑ์	19	48.7
ได้รับส่วนลดในการซื้อ	11	28.2
มีผู้แนะนำให้สมาชิก	4	10.3
มีความเป็นอิสระ	3	7.7
ได้รับผลกำไร	2	5.1
รวม	39	100.0

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สมัครเป็นสมาชิกของระบบขายตรงเนื่องจาก ตัวผลิตภัณฑ์เช่น คุณภาพ ใช้เป็นประจำ ชื่นชอบในตัวผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 48.7 รองลงมาได้แก่ ได้รับส่วนลดในการซื้อ คิดเป็นร้อยละ 28.2 และมีผู้แนะนำให้สมาชิก คิดเป็นร้อยละ 10.3 ตามลำดับ

ประวัติผู้วิจัย

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อผู้เขียน	นางรชยา สุภนราพรรค์
วันเดือนปีเกิด	20 ตุลาคม 2504
สถานที่เกิด	จังหวัดตราด
วุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี	การศึกษาศาสตรบัณฑิต (กศ.บ.)
ประสบการณ์ทำงาน	ข้าราชการครู
โปรแกรมเมอร์	
หัวหน้าข่าววิทยุสารคอมพิวเตอร์	
ผู้จัดการสถาบันสอนภาษาและคอมพิวเตอร์	
อาชีพปัจจุบัน	นักธุรกิจขายตรง บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด