

บทที่ 2

แนวคิดพื้นฐานและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจขายตรง

2.1 แนวความคิดทฤษฎีเกี่ยวกับเสรีภาพในการทำธุรกิจ

ในอดีตและปัจจุบันมีแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับเสรีในการทำธุรกิจ โดยในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2550 มาตรา 43 ได้รับรองเสรีภาพของบุคคลในการประกอบกิจการหรือประกอบอาชีพ และการแข่งขันโดยเสรีอย่างเป็นธรรม ทั้งนี้ โดยรัฐจะไม่เข้าไปแทรกแซงการประกอบอาชีพของประชาชนที่ได้อยู่ภายใต้ขอบเขตที่กฎหมายกำหนดไว้ แต่หากจะมีกฎหมายที่จำกัดเสรีภาพในการประกอบกิจการนี้ จะต้องเป็นกฎเกณฑ์ที่มีลักษณะเฉพาะ เพื่อประโยชน์ในการรักษาความมั่นคงของรัฐหรือเศรษฐกิจของประเทศ การคุ้มครองประชาชน ในด้านสาธารณสุข โภคด้านสาธารณสุข การรักษาความสงบเรียบร้อย หรือศีลธรรมอันดีของประชาชน การจัดระเบียบการประกอบอาชีพการคุ้มครองผู้บริโภค การผังเมือง การรักษาทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อม สวัสดิภาพของประชาชน หรือเพื่อป้องกันการผูกขาด หรือขจัดความไม่เป็นธรรมในการแข่งขันเท่านั้น

การจำกัดเสรีภาพในการประกอบกิจการนั้น แต่ละประเทศกำหนดขอบเขตไว้กว้างขวางหรือแคบอย่างไรสุดแล้วแต่ลัทธิทางการเมืองที่ประเทศนั้นๆ ยึดถือ¹

ในคริสต์ศตวรรษที่ 18 มีระบบเศรษฐกิจการค้าเสรี Laissez-Faire, Laissez-Passer กล่าวคือหลักที่ว่า บุคคลทุกคนจะต้องมีเสรีภาพ เว้นแต่ในบางกรณีที่เป็นการสมควรที่จะวางข้อจำกัดเสรีภาพลง กฎเกณฑ์ที่ดีที่สุดสังคมควรจะมีนั้นคือ กฎเกณฑ์ที่คู่สัญญามีความเท่าเทียมกัน เป็นผู้ตกลงกันเอง เป็นกฎเกณฑ์อันหนึ่งที่เกิดจากเจตนาที่ให้ใช้บังคับแก่กรณีของตน โดยเฉพาะ ซึ่งเป็นกฎเกณฑ์ที่จะก่อให้เกิดความยุติธรรมแก่เอกชนด้วยกันเอง ข้อความคิดนี้นำไปสู่หลักความศักดิ์สิทธิ์ของการแสดงเจตนา (Autonomy of the Will) ที่ให้คู่กรณีมีเสรีภาพอย่างเต็มที่ในการทำสัญญา รัฐจะไม่บัญญัติกฎหมายไปบีบบังคับการทำสัญญาของเอกชน ปล่อยให้เอกชนสามารถวาง

¹ มานิตย์ จุมปา. (2547). *คำอธิบายรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2540*. กรุงเทพมหานคร : วิ.เจ.พรินติ้ง.
หน้า 101

กฎหมายที่จะใช้บังคับแก่สัญญาของตนได้ตามลำพัง กฎหมายจะเข้าไปเกี่ยวข้องกับก็เฉพาะกรณีที่เป็นเรื่องเกี่ยวกับประโยชน์ส่วนรวมเท่านั้น²

บทบาทความสำคัญของเจตนาเป็นที่ยอมรับสำหรับการทำสัญญา นักกฎหมายเอกชนได้อธิบายถึงเหตุการณ์ที่นิติกรรมหรือสัญญา มีผลบังคับผูกพันให้คู่กรณีปฏิบัติตามก็เพราะเจตนาของบุคคลหลักดังกล่าวเป็นรากฐานของการเกิดหนี้ ซึ่งมีหลักการยอมรับดังปรากฏอยู่ในมาตราต่างๆ ของประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ของไทย³

2.1.1 หลักความศักดิ์สิทธิ์ในการแสดงเจตนา

หลักความศักดิ์สิทธิ์ของเจตนา (Autonomy of the Will) เป็นหลักที่อาศัยความเป็นเหตุเป็นผลของนิติปรัชญาด้วยนิติสัมพันธ์ทางนี้ว่าอยู่บนรากฐานของเจตนาของบุคคล เจตนาเป็นแหล่งกำเนิดและเป็นมาตรการของสิทธิ การที่กล่าวว่าเจตนามีความศักดิ์สิทธิ์นี้ไม่ได้หมายความว่าเจตนามีความเป็นอิสระที่จะก่อให้เกิดสิทธิและหน้าที่ต่างๆ ตามที่เจตนาต้องการเท่านั้น แต่เป็นหลักที่ทำให้ความสำคัญแก่เจตนาถึงขนาดกล่าวได้ว่า ที่ไหนไม่มีเจตนาที่นั่นก็ไม่มีสิทธิด้วย บุคคลทุกคนมีอิสระที่จะผูกมัดตนเองตามที่ตนต้องการ เจตนาเป็นตัวก่อให้เกิดสัญญาเป็นตัวกำหนดเนื้อหาของข้อสัญญา และเป็นตัวกฎหมายที่จะให้สัญญามีผลบังคับแก่คู่สัญญาตลอดจนปัญหาการตีความสัญญา⁴

เจตนา มีความศักดิ์สิทธิ์เป็นหลักพื้นฐานของเสรีภาพตามธรรมชาติของมนุษย์ โดยรัฐจะต้องรับรู้สิทธิส่วนบุคคลให้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ โดยให้ทุกคนมีเสรีภาพและไม่ทำลายสิทธิพื้นฐานของบุคคล เว้นแต่บางกรณีอันสมควร โดยเสรีภาพของบุคคลจะถูกจำกัดลงได้ก็ด้วยความสมัครใจของบุคคลเองเท่านั้น และบุคคลจะไม่ถูกบังคับในหนี่เขาไม่ได้ตกลงยินยอม ในทางกลับกันหนี้ที่เกิดขึ้นจากเจตนาของบุคคลนี้จะผูกมัดบังคับแก่ผู้ที่ตกลงนั้น การมีเสรีภาพคือการที่บุคคลสามารถที่จะถูกบังคับด้วยของตัวเอง โดยเฉพาะการผูกมัดตัวเองด้วยสัญญาที่สร้างขึ้น

รากฐานแนวความคิดของหลักความศักดิ์สิทธิ์ของเจตนา (Autonomy of the Will)

แนวความคิดที่ว่า อำนาจบังคับทั้งหมดของสัญญาอยู่ที่เจตนาของคู่สัญญาอำนาจบังคับที่ผูกพันคู่สัญญานี้เปรียบเสมือน “กฎหมาย” ที่คู่สัญญาต้องปฏิบัติตามเป็นข้อความคิดที่เกิด

² อนุสรณ์ รัตนนันท์. (2545). *ปัจจัยที่มีผลต่อการบังคับใช้กฎหมายกับผู้กระทำผิดในธุรกิจขายตรง* : วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตร มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ หน้า 17 - 18

³ ม.ร.ว. เสนีย์ ปราโมทย์. (2509). *ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ว่าด้วยนิติกรรมและหนี้ เล่ม 1 (ภาค 1-2)* พุทธศักราช 2478 แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ. 2505. กรุงเทพมหานคร : อักษรสาริน. หน้า 14

⁴ คารพร ธีระวัฒน์. (2542). *กฎหมายสัญญา : สถานะใหม่ของสัญญาปัจจุบันและปัญหาข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม*, พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. หน้า 12.

จากหลักปรัชญากฎหมายเรื่องปัจเจกชนนิยม (Individualism) และหลักเศรษฐศาสตร์เสรีนิยมเรื่องเสรีภาพในการทำสัญญา (Freedom of Contract) ⁵

(1) หลักปัจเจกชนนิยม (Individualism)

เจตนาที่มีความศักดิ์สิทธิ์เป็นหลักพื้นฐานของเสรีภาพตามธรรมชาติของมนุษย์ หลักนี้มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับปรัชญาในคริสต์ศตวรรษที่ 18 ซึ่งเป็นผลจากความคิดทางการเมืองที่ต้องการยืนยันหลักปัจเจกชนนิยมสู้กับรัฐ โดยยืนยันหลักที่ว่ารัฐจะต้องรับรู้สิทธิส่วนบุคคลให้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ รัฐจะต้องรับรองเสรีภาพส่วนบุคคลซึ่งมนุษย์ทุกคนมีอยู่ตามธรรมชาติ รัฐจะต้องไม่ทำลายสิทธิขั้นพื้นฐานของบุคคล บุคคลทุกคนมีเสรีภาพเว้นแต่ในบางเรื่องที่เป็นกรณีอันสมควร จึงจะมีข้อจำกัดเสรีภาพได้ นอกจากนั้นแล้วเสรีภาพของบุคคลจะถูกจำกัดลงได้ก็ด้วยความสมัครใจของบุคคลเองเท่านั้น ดังนั้น เจตนาของบุคคลจึงมีความศักดิ์สิทธิ์และอิสระ บุคคลไม่ถูกผูกพันในหนี้ใดที่เขาไม่ได้ตกลงยินยอมด้วยและในทางกลับกันหนี้ที่เกิดขึ้นจากเจตนาของบุคคลนี้จะผูกมัดบังคับแก่ผู้ที่ตกลงนั้น การมีเสรีภาพคือการที่บุคคลสามารถที่จะถูกบังคับด้วยตัวของตัวเอง โดยเฉพาะการผูกมัดตัวเองด้วยสัญญาที่สร้างขึ้น เสรีภาพจะไม่มีอยู่ ถ้าบุคคลไม่มีอำนาจเหนือตัวเองที่จะจำกัดตัวของตัวเองได้ เจตนาของบุคคลมีอำนาจที่จะก่อให้เกิดความผูกพันทางหนี้ โดยเฉพาะเจาะจงในการเป็นลูกหนี้เจ้าหนี้ขึ้นมาได้⁶

(2) หลักเสรีนิยม (Liberalism) : เสรีภาพในการทำสัญญา

หลักความศักดิ์สิทธิ์ของเจตนา (Autonomy of the Will) ถูกยอมรับด้วยเหตุผลอีกประการหนึ่งที่สนับสนุนหลักนี้ คือ หลักเสรีภาพในทางเศรษฐกิจ ในคริสต์ศตวรรษที่ 18 มีระบบเศรษฐกิจแบบการค้าเสรี Laissez-Faire, Laissez-Passer กล่าวคือ หลักที่ว่าบุคคลทุกคนจะต้องมีเสรีภาพ เว้นแต่ในบางกรณีที่เป็นกรณีสมควรที่จะวางข้อจำกัดเสรีภาพลง กฎเกณฑ์ที่ดีที่สุดที่สังคมควรจะมีนั้นคือกฎเกณฑ์ที่คู่สัญญามีความเท่าเทียมกันเป็นผู้ตกลงกันเองโดยถือว่า กฎเกณฑ์ที่ตกลงกันได้นั้นเป็นกฎเกณฑ์อันหนึ่งที่เกิดจากเจตนาที่ใช้บังคับแก่กรณีของตน โดยเฉพาะแนวความคิดนี้นำไปสู่หลักความศักดิ์สิทธิ์ของเจตนาที่ให้คู่กรณีมีเสรีภาพอย่างเต็มที่ในการทำสัญญา รัฐจะไม่บัญญัติกฎหมายไปบีบบังคับการทำสัญญาของเอกชน ปล่อยให้เอกชนสามารถวางกฎเกณฑ์ที่จะใช้บังคับแก่สัญญาของตนได้ตามลำพัง กฎหมายจะเข้าไปเกี่ยวข้องก็เฉพาะกรณีที่เป็นเรื่องเกี่ยวกับประโยชน์ของส่วนรวมเท่านั้น

คำอธิบายหลักเสรีภาพในการทำสัญญาว่า ตัวที่ก่อให้เกิดหนี้ในสัญญา คือ ความสมัครใจหรือเจตนา มีนักกฎหมายคัดค้านคำอธิบายนี้ว่า เมื่อบุคคลใดทำสัญญาขึ้น ซึ่งจะก่อให้เกิด

⁵ คาราวพร ธีระวัฒน์, อ้างแล้ว, หน้า 15.

⁶ คาราวพร ธีระวัฒน์, อ้างแล้ว, หน้า 17.

หนี้ผูกพันตนเป็นการจำกัดเสรีภาพของตนลงนั้น หนี้ที่เกิดขึ้นนั้นเกิดด้วยอำนาจของกฎหมายที่รองรับและยอมรับบังคับการให้ มิได้เกิดจากความสมัครใจหรือเจตนา แต่นักกฎหมายที่สนับสนุนแนวความคิดของหลักความศักดิ์สิทธิ์ของเจตนา (Autonomy of the Will) อธิบายโต้แย้งว่าเมื่อพิจารณาแล้วจะเห็นว่า บุคคลทุกคนมีเสรีภาพที่จะทำสัญญาผูกพันตนหรือไม่ก็ได้ จะก่อหนี้หรือไม่ก็แล้วแต่ความสมัครใจของบุคคลนั้น หนี้จึงเกิดขึ้น โดยอำนาจของการกระทำโดยสมัครใจของบุคคลนั้น มิใช่เกิดโดยอาศัยอำนาจภายนอกอื่นใด สัญญาไม่ได้มีสภาพบังคับโดยอำนาจของกฎหมายแต่โดยอำนาจของความสมัครใจที่คู่สัญญายินยอมผูกพันกัน กฎหมายต้องยอมรับผลผูกพันนั้นและบังคับการให้ กฎหมายเป็นผู้กำหนดบทลงโทษ คือ ความรับผิดชอบเมื่อไม่มีการปฏิบัติตามหนี้เท่านั้น⁷

หลักเสรีภาพในการทำสัญญา (Freedom of Contract) นี้เป็นหลักที่อธิบายว่า หนี้ที่เกิดขึ้นจากสัญญาจะเป็นหนี้ที่ยุติธรรมสำหรับคู่สัญญา เพราะคู่สัญญามีเสรีภาพอิสระที่จะตกลงทำสัญญาหรือไม่ก็ได้ ถ้าอีกฝ่ายหนึ่งเห็นว่า มีการเอารัดเอาเปรียบเกินไป หรือหนี้ที่ตนรับภาระไว้มีมากกว่าหนี้ที่อีกฝ่ายหนึ่งต้องปฏิบัติตอบแทนจนไม่เป็นธรรมแล้วก็ไม่จำเป็นต้องยอมรับโดยการไม่ตกลงทำสัญญาด้วย เมื่อใดที่คู่สัญญาตกลงทำสัญญาก็ต้องถือเท่ากับว่าคู่สัญญาเห็นว่า หนี้นั้นยุติธรรมแล้ว และหลังจากที่สัญญาเกิดขึ้นแล้วลูกหนี้จะอ้างในภายหลังว่าตนไม่ได้รับความยุติธรรมไม่ได้ เพราะในขณะที่ทำสัญญาไม่มีใครบังคับ เมื่อคู่สัญญาเห็นว่า ไม่ยุติธรรมก็ไม่จำเป็นต้องตกลงทำสัญญาด้วย เมื่อตกลงทำสัญญาแล้วสัญญาจะยุติธรรมสำหรับคู่สัญญาทั้งสองฝ่าย ฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดจะอ้างว่า อีกฝ่ายเอาเปรียบจากข้อสัญญาที่ตกลงกันแล้วไม่ได้

นอกจากนี้เจตนาเป็นตัวก่อให้เกิดสัญญาเป็นตัวกำหนดเนื้อหาของข้อสัญญา และเป็นตัวกฎเกณฑ์ที่จะให้สัญญามีผลบังคับแก่คู่สัญญา ตลอดจนปัญหาการตีความสัญญา สัญญาเกิดขึ้นตามหลักของคำเสนอคำสนองต้องตรงกัน และบุคคลทุกคนมีอิสระที่จะผูกมัดตนเองต่อผู้อื่นตามที่ตนต้องการตราบเท่าที่ข้อผูกมัดนั้น ไม่ขัดต่อหลักความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน โดยคู่สัญญาฝ่ายหนึ่งจะเปลี่ยนแปลงข้อผูกมัดที่ทำไว้โดยคู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งไม่ยินยอมด้วยไม่ได้

2.1.2 หลักเสรีภาพในการทำสัญญา (Freedom of Contract)

เสรีภาพในการทำสัญญา หมายถึงเสรีภาพในการเลือกและเข้าทำสัญญาในแบบใด ๆ ก็ได้ เสรีภาพในการตัดสินใจว่าจะเข้าทำสัญญาหรือไม่ เสรีภาพในการกำหนดข้อตกลงในแต่ละสัญญากับคู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่ง เสรีภาพในการเลือกแบบของสัญญามาใช้ เสรีภาพในการเลือก

⁷ คาราวร ธีระรัตน์, อ้างแล้ว, หน้า 17.

เนื้อหาของสัญญาและผลของสัญญาที่จะเป็นไป กล่าวคือ บุคคลมีเสรีภาพที่จะเลือกวิธีการจัดการสัญญาและวางข้อกำหนดเงื่อนไขอย่างไรก็ได้โดยอิสระและด้วยใจสมัครราบที่ไม่ขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน

หลักเสรีภาพในการทำสัญญาของบุคคลถูกพัฒนาขึ้นด้วยความเชื่อในความเท่าเทียมกัน และความสมัครใจของบุคคลในการเข้าทำสัญญา เพราะถือว่าคู่สัญญามีเสรีภาพที่จะตกลงทำสัญญาหรือกำหนดเงื่อนไขใดๆ ในสัญญาได้โดยอิสระ โดยคำนึงถึงประโยชน์หรือภาระที่ฝ่ายของตนจะได้รับจากการทำสัญญา หรือไม่ยอมรับเงื่อนไขบางประการในสัญญานั้นๆ ได้เมื่อได้ตกลงทำสัญญาแล้วคู่สัญญาต้องปฏิบัติตามสัญญานั้น โดยไม่บิดพลิ้วลูกหนี้จะอ้างภายหลังว่าตนไม่ได้ความเป็นธรรมจากสัญญาไม่ได้ แต่สัญญาจะเกิดขึ้นอย่างยุติธรรมได้ก็ต่อเมื่อบุคคลมีความทัดเทียมกันของอำนาจต่อรอง (Equality of Bargaining Power) ถ้าคู่สัญญามีได้มีความเท่าเทียมกัน หรือมีความเหลื่อมล้ำระหว่างคู่สัญญาไม่ว่าจะเป็นด้านสังคม ฐานะการเงิน การศึกษา ย่อมทำให้คู่สัญญาที่อยู่ในฐานะเหนือกว่าเอาเปรียบคู่สัญญาที่อยู่ในฐานะด้อยกว่า เมื่อเป็นเช่นนี้เสรีภาพในการทำสัญญาย่อมไม่อาจเกิดขึ้นได้และความยุติธรรมในสัญญาย่อมเป็นไปไม่ได้เช่นกัน

โดยทั่วไปแล้ว บุคคลย่อมมีสิทธิเสรีภาพในการแสดงเจตนาทำนิติกรรมหรือสัญญาต่างๆ เพื่อก่อให้เกิดผลในกฎหมายได้ และการแสดงเจตนาทำนิติกรรมหรือสัญญาดังกล่าวก็หาได้มีข้อจำกัดแต่เพียงการแสดงเจตนาทำนิติกรรมหรือสัญญาตามที่บัญญัติไว้ในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์บรรพ 3 ที่เรียกว่า เอกเทศสัญญา เช่น สัญญาซื้อขาย เช่าทรัพย์สิน เช่าซื้อ ฯลฯ เท่านั้น บุคคลยังสามารถแสดงเจตนาทำนิติกรรมในรูปแบบอื่นๆ ได้อีก แม้ว่ากฎหมายจะมีได้กำหนดรูปแบบไว้เลยก็ตาม แต่ศาลก็รับบังคับให้ใช้ได้ ตัวอย่างเช่น สัญญาเล่นแชร์ เปียหวย หรือสัญญาทรัสต์รีซีท เป็นต้น

การทำสัญญา ก็คือ การทำนิติกรรมอย่างหนึ่งแต่เป็นนิติกรรมประเภทที่เกิดขึ้นจากการตกลงระหว่างบุคคลตั้งแต่สองฝ่ายขึ้นไป มีคำเสนอและคำสนองถูกต้องตรงกัน ดังนั้น ถ้าฟังแต่เพียงการแสดงเจตนาของบุคคลฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งแต่เพียงฝ่ายเดียวย่อมไม่อาจเกิดผลเป็นสัญญาได้

อย่างไรก็ดี การกระทำบางอย่างนั้นอาจมีผลกระทบกระเทือนถึงผลประโยชน์ของประเทศชาติหรือประชาชนเป็นส่วนรวม หรืออาจกระทบกระเทือนต่อความมั่นคงความสงบเรียบร้อยหรือเศรษฐกิจของประเทศชาติ กรณีเช่นนี้กฎหมายก็จะเข้ามาเกี่ยวข้องกับขัดขวาง ไม่ยอมรับการกระทำอันนั้นซึ่งอาจทำให้นิติกรรมหรือสัญญานั้นตกเป็นโมฆะหรือโมฆียะหรือไม่อาจฟ้องร้องให้บังคับได้ แล้วแต่กรณี⁸

⁸ ไชยศ เหมะรัตตะ. (2539). *รู้หลักไว้ใช้ทำสัญญา*. กรุงเทพมหานคร : วิญญูชน หน้า 9-10.

2.2 วิวัฒนาการของธุรกิจขายตรงและลักษณะเฉพาะของธุรกิจขายตรง

2.2.1 ความหมาย

นิยามของคำว่า “การขายตรง” ที่บัญญัติขึ้นโดยสมาพันธ์การขายตรงแห่งโลก (World Federation of Direct Selling Associations หรือ WFDSA) และสมาคมการขายตรงไทย มีอยู่ว่า “การขายตรง” หมายถึง การทำตลาดสินค้าอุปโภคบริโภคในลักษณะของการนำเสนอขายต่อผู้บริโภคโดยตรง ณ ที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคหรือที่อยู่อาศัยของผู้อื่น ณ ที่ทำงานของผู้บริโภคหรือที่อื่นๆ โดยผู้ขายตรงใช้การอธิบายหรือการสาธิตสินค้าเป็นกลยุทธ์หลักในการเสนอขาย⁹

ส่วนความหมายของการขายตรงและตลาดแบบตรงตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรงนั้น ได้ให้ความหมายของคำว่า “ขายตรง” นั้นหมายถึง การทำตลาดสินค้าหรือบริการในลักษณะของการนำเสนอขายต่อผู้บริโภคโดยตรง ณ ที่อยู่อาศัยหรือสถานที่ทำงานของผู้บริโภคหรือของผู้อื่น หรือสถานที่อื่นที่มีใช้สถานที่ประกอบการค้าเป็นปกติธุระโดยผ่านตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระชั้นเดียวหรือหลายชั้น แต่ไม่รวมถึงนิติกรรมตามที่กำหนดในกฎกระทรวง¹⁰

ส่วนคำว่า “ตลาดแบบตรง” หมายความว่า การทำตลาดสินค้าหรือบริการ ในลักษณะของการสื่อสารข้อมูลเพื่อเสนอขายสินค้าหรือบริการ โดยตรงต่อผู้บริโภคซึ่งอยู่ห่างโดยระยะทางและมุ่งหวังให้ผู้บริโภค แต่ละรายตอบกลับเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการจากผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงนั้น

2.2.2 ความเป็นมา

การขายตรงเป็นการขายรูปแบบหนึ่งซึ่งมีมาตั้งแต่สมัยอียิปต์และกรีกโบราณ การขายในสมัยนั้นมีลักษณะเป็นการเดินขายตามบ้าน (Door-to Door Sale) สินค้าที่พ่อค้าเร่ นำไปขาย ได้แก่ เครื่องมือเครื่องใช้ประจำบ้าน เสื้อผ้า ยารักษาโรค สินค้าชำ สินค้าการเกษตร เป็นต้น แต่เมื่อสังคมและเศรษฐกิจได้พัฒนามากขึ้น การขายตรงในรูปแบบอื่นก็ถูกนำมาใช้มากขึ้น ทั้งนี้โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสนองต่อผลประโยชน์ในทางธุรกิจ ดังนี้ จากการขายตรงแบบชั้นเดียวในสมัยโบราณ จึงกลายมาเป็นแผนการขายตรงแบบหลายชั้น (Multilevel Sales Plan)

แนวความคิดการขายตรงแบบหลายชั้นได้เกิดขึ้นในประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นครั้งแรก ในช่วงปี ค.ศ. 1934 โดยนำมาใช้กับผลิตภัณฑ์อาหารเสริมและบำรุงสุขภาพ จนกระทั่งปี ค.ศ.

⁹ สมาคมการขายตรงไทย (2554). *องค์กรที่เกี่ยวข้อง* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : [http://www.idsa.org/\[2554, 23, มีนาคม\]](http://www.idsa.org/[2554, 23, มีนาคม]).

¹⁰ พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. ๒๕๔๕ มาตรา ๓

1959 บริษัทแอมเวย์ ได้นำระบบการขายตรงแบบหลายชั้นมาใช้จนประสบความสำเร็จเป็นอย่างมากจนถึงปัจจุบันพัฒนาการของรูปแบบการขายตรงในช่วงนี้เชื่อกันว่าเป็นผลพวงมาจากร้านแฟรนไชส์ (Franchise) ซึ่งมีลักษณะเป็นการนำเอาธุรกิจหรือยี่ห้อหรือวิธีการขายที่ประสบความสำเร็จในขณะนั้น ตลอดจนรูปแบบการบริหารมาถ่ายทอดให้ร้านค้าใหม่หรือร้านหนึ่งที่ตั้งขึ้นเพื่อขายสินค้าประเภทเดียวกัน ต่อมาจึงมีการนำเอาวิธีนี้มาถ่ายทอดให้แก่นักขายตรงจนเรียกแผนการขายนี้ว่าการขายตรงแบบหลายชั้น¹¹

แนวคิดเกี่ยวกับการขายตรงนี้ พัฒนาขึ้นใช้กับวิธีขายสินค้าที่แตกต่างไปจากการขายสินค้าทั่วไปในตลาด ที่เป็นเช่นนี้ก็ด้วยเหตุที่จัดจำหน่ายผ่านระบบขายตรงต้องเปิดโอกาสให้เฉพาะผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงเท่านั้น ที่สามารถขายสินค้าต่อผู้บริโภคได้ หากสินค้านั้นสามารถหาซื้อได้ทุกมุมถนน ระบบการขายผ่านผู้ขายตรงจะล้มสลายได้ง่ายมาก ที่กล่าวเช่นนี้มีได้หมายความว่าสินค้าที่จะใช้ระบบขายตรงในการจัดจำหน่ายนั้นจะเป็นสินค้าทั่วไปที่ไม่มี ความแตกต่างมิได้ สินค้าธรรมดาที่อาจใช้วิธีจัดจำหน่ายในระบบขายตรงได้ขึ้นอยู่กับผู้ประกอบการธุรกิจสินค้านั้นๆ มุ่งจะทำการกระจายสินค้าในลักษณะใดมากกว่า แต่ตามปกติแล้วไม่มีผู้ใดใช้ทั้งระบบขายปลีก ขายส่งธรรมดาควบคู่กันไปกับระบบขายตรง เพราะเป็นการแย่งลูกค้ากันเองระหว่างผู้ขายในตลาดกับผู้ขายตรงที่ติดต่อผู้บริโภคโดยตรง และไม่ก่อให้เกิดแรงจูงใจในการเป็นผู้ขาย ดังนั้นโดยปกติแล้วผู้ประกอบการจะเลือกทำตลาดระบบเดียว ไม่สร้างอุปสรรคให้แก่ผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรง ในปัจจุบันอาจมีการนำสินค้าที่ปกติมีการจำหน่ายอยู่ในตลาดธรรมดา (ขายในร้านค้าทั่วไป) มาจัดเข้าระบบขายตรงร่วมกับสินค้าในระบบขายตรง เรียกว่าเป็นสินค้าร่วมรายการหรือพันธมิตร แต่เป็นเพียงการเพิ่มประเภทสินค้าให้มากขึ้นกว่าที่มีอยู่ เจ้าของสินค้านร่วมพันธมิตรมิได้เจาะจงทำตลาดแบบขายตรงเต็มรูปแบบแต่อย่างใด เท่ากับว่าเจ้าของสินค้าต้องการเพิ่มช่องทางจำหน่ายให้มากขึ้นอีกทางหนึ่งเท่านั้น¹²

ปรัชญาของระบบขายตรงคือ การสร้างรายได้ให้แก่ทั้งผู้ขายตรงและผู้ประกอบธุรกิจขายตรง ภายใต้ข้อตกลงที่แน่นอนในเรื่องผลตอบแทนตามยอดการจำหน่าย ซึ่งมีใช้ส่วนลดในระบบขายส่ง-ขายปลีกธรรมดา และมีใช้เงินเดือนในระบบลูกจ้างแบบดั้งเดิม เพราะฉะนั้น การทำธุรกิจแบบขายตรงต้องพึ่งพากันไป – มา ระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงกับผู้ขายตรง ความสามารถเพิ่มยอดขายของผู้ขายตรงส่งผลให้ธุรกิจประสบความสำเร็จดำรงอยู่ได้ ส่วนประกอบที่สำคัญที่จะต้องจัดให้ผู้ขาย คือกลยุทธ์ข้อมูลและระบบการจ่ายผลตอบแทนที่คุ้มค่า เป็นธรรมและเป็นไปได้ตาม

¹¹ ธาณี ปิติสุข. (2535). *การตลาดขายตรงแบบหลายชั้น*. กรุงเทพฯ : นานมีบุ๊ค. หน้า 72

¹² ไพฑูรย์ นิถานันท์. (2549). *ปัญหากฎหมายการขายตรง : ศึกษากรณีการขายยาแผนโบราณ*. วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง หน้า 28-29

ความเป็นจริง การฝึกอบรมกลยุทธ์และการป้อนข้อมูลที่ชัดเจนแก่ผู้ขายตรงเป็นปัจจัยนำไปสู่ความราบรื่นในการประกอบธุรกิจ ดังนั้น ธุรกิจขายตรงจึงเน้นเรื่องเหล่านี้มากเป็นพิเศษ

การสร้างรายได้แบบ Win-Win Game คือ ทุกคนได้ประโยชน์นี้ หลักการคิดที่สำคัญอยู่ที่ต้องไม่เป็นการสร้างรายได้บนความหลอกลวงให้หลงเชื่อ หรือก่อให้เกิดความโลภ กล่าวคือ รายได้ของทุกฝ่ายต้องเกิดจากการลงทุน ลงแรงด้วยความมุ่งหมายที่สุจริต ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง ลงทุนจัดหาข้อมูลและอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้นำสินค้าไปขาย ผู้ขายตรงลงทุนลงแรงเพื่อทำยอดขาย ผลตอบแทนที่ทั้งสองฝ่ายได้รับคือรายได้ที่หักค่าใช้จ่าย ในกรณีผู้ประกอบธุรกิจขายตรง ได้แก่ รายได้ที่เกิดขึ้นจากการขายสินค้า ณ ราคาที่ให้ส่วนลดแก่ผู้ขายตรง หักค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกิดขึ้นในการบริหารจัดการระบบ รวมทั้งผลตอบแทนการขายตามยอดให้แก่ผู้ขายตรง ส่วนรายได้ของผู้ขายตรง หมายถึง กำไรจากการขายสินค้าในราคาที่กำหนด (ในระบบขายตรงจำเป็นต้องมีราคาขายที่แน่นอนกำหนดไว้โดยเจ้าของสินค้าเพื่อไม่ให้เกิดความแตกต่างในการซื้อเหมือนตลาดทั่วไปและป้องกันการขายตัดราคากันเองในหมู่ผู้ขาย) บวกกับผลตอบแทนที่ได้จากการทำยอดขาย

การขายตรงในประเทศไทยเกิดขึ้นประมาณ 50 ปีมาแล้ว โดยได้นำมาใช้กับธุรกิจประกันชีวิต นับแต่นั้นมาวิธีการขายตรงก็ถูกนำมาใช้อย่างแพร่หลายในการขายสินค้าอุปโภคบริโภคให้แก่ประชาชน โดยบริษัทผู้ประกอบธุรกิจขายตรง มีทั้งบริษัทที่สร้างขึ้นโดยคนไทยและบริษัทจากต่างประเทศ และเนื่องจากการขยายตัวอย่างรวดเร็วของธุรกิจขายตรง ปรากฏว่าการดำเนินการของบางบริษัทเข้าลักษณะเป็นการกระทำอันไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค ด้วยเหตุนี้ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงจึงได้ร่วมกันจัดตั้งสมาคมขายโดยตรงขึ้นมาใน พ.ศ. 2526 เพื่อเป็นศูนย์กลางของผู้ประกอบการขายตรงและทำหน้าที่สอดส่องดูแลสมาชิกผู้ประกอบการขายตรงด้วยกัน แต่อย่างไรก็ตามยังมีบริษัทขายตรงอีกจำนวนมากที่ไม่ได้เป็นสมาชิกในสมาคมขายตรง การควบคุมจึงทำได้ไม่ทั่วถึง ด้วยเหตุนี้จึงก่อให้เกิดปัญหาต่างๆ ตามมามากมาย

2.2.3 ประเภทของธุรกิจขายตรง¹³

ในแต่ละธุรกิจมีลักษณะเฉพาะของธุรกิจในแต่ละประเภทแตกต่างกันในธุรกิจการขายตรงก็มีลักษณะเฉพาะของธุรกิจดังต่อไปนี้

- 1) ธุรกิจการขายตรงจะไม่มีขีดจำกัดในเรื่องของเวลาในการขายสินค้าของผู้ขายตรง
- 2) สินค้าโดยส่วนใหญ่ในธุรกิจขายตรง ผู้ขายตรงมักจะต้องแสดงการสาธิตหรือใช้การอธิบายประกอบ
- 3) ผู้ขายตรงจะเป็นผู้ประชาสัมพันธ์สินค้ามากกว่าที่จะไปโฆษณาสินค้าตามสื่อ

¹³ ปนัดดา บุญวิวัฒน์. (2544). *ปัญหาจริยธรรมของธุรกิจการขายตรง กรณีศึกษาพรรคคณะของผู้บริหาร พนักงานขายและผู้บริโภค*. วิทยานิพนธ์อักษรศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล. หน้า 44 - 45.

- 4) โดยส่วนใหญ่ผู้บริโภคซื้อสินค้าเพราะความคุ้นเคยของผู้ขายตรงและผู้บริโภคที่มีต่อกัน หรือความสามารถของผู้ขายตรง
- 5) ลูกค้านักตัดสินใจซื้อสินค้าเพราะได้ทดสอบ ได้เห็นการสาธิตหรือการอธิบายการขาย ดังนั้น คุณภาพของสินค้าที่ขายในธุรกิจขายตรงจึงควรเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ
- 6) ผู้ขายตรงจะเล็งเห็นว่า ตนเองมีโอกาสดำเนินงานในหลายๆ ทางในเรื่องรายได้ของการทำธุรกิจนี้จะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับความสามารถของตนเอง ธุรกิจการขายตรงแบบใช้การตลาดหลายชั้นนั้น หากขายสินค้าและขยายทีมขายได้มาก โอกาสในความก้าวหน้าทั้งในเรื่องรายได้และตำแหน่งซึ่งทางประกอบธุรกิจกำหนดขึ้นเพื่อเป็นแรงจูงใจในการขายสินค้า ธุรกิจขายตรงแบบใช้การตลาดชั้นเดียวและแบบใช้การตลาดหลายชั้นจะให้เกียรติแก่ผู้ขายตรงที่ทำยอดขายสินค้าได้ตามเป้าหมายที่ผู้ประกอบการกำหนด โดยที่ผู้ประกอบการจะจัดการประชุมอบรม แต่ครั้งจะมีการประกาศให้เกียรติแก่ผู้ขายตรงที่ประสบความสำเร็จในการทำยอดขายสินค้าได้ตามเป้าหมายที่ผู้ประกอบการกำหนดและพนักงานขายผู้นั้นก็จะมาบอกเล่าเรื่องราวของตัวเอง แนวคิด ตลอดจนวิธีการทำงานจนทำให้ประสบความสำเร็จในการขายสินค้าหรือการขยายองค์กรแก่ผู้ขายตรงที่มาเข้าประชุมด้วย เป็นต้น
- 7) ผลลัพธ์ในธุรกิจขายตรงจะมีลักษณะพิเศษสามารถขายปลีก ได้จริง เป็นสินค้าที่ถูกต้องตามกฎหมาย
- 8) แผนการจ่ายผลตอบแทนของธุรกิจขายตรงมีระบบหรือวิธีการจ่ายผลตอบแทนหรือรายได้จากการขายสินค้าแก่ผู้ขายตรงอย่างยุติธรรมในทุกๆ ระดับ ไม่มีการจ่ายค่าหัวในการหาสมาชิก
- 9) ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงมีธุรกิจที่มั่นคงในระยะยาวมีกฎหมายควบคุมและรองรับและสุดท้าย คือ มีจรรยาบรรณในการทำธุรกิจ
- จากรูปแบบของการขายตรงเหล่านี้แสดงให้เห็นถึงความสำคัญในการฝึกอบรมของผู้ประกอบการทางธุรกิจขายตรงให้ผู้ขายตรงได้รับรู้รายละเอียดในตัวสินค้าตลอดจนรูปแบบในการขายสินค้าต่อผู้บริโภค แต่ธุรกิจการขายตรงนั้นจะประสบความสำเร็จมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับ การถ่ายทอดความรู้ความเข้าใจของผู้ประกอบการทางธุรกิจขายตรงถึงประเภทของธุรกิจการขายตรง ซึ่งแบ่งแยกตามลักษณะของแผนการตลาดซึ่งแตกต่างกันในแต่ละบริษัทอีกด้วย
- ประเภทของธุรกิจขายตรง การจัดประเภทของธุรกิจการขายตรงนั้นแบ่งจำนวนระดับของสมาชิก การจัดผลประโยชน์ หรือผลตอบแทนจากแผนการขาย ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 2

ประเภท คือ ธุรกิจที่ใช้แผนการขายตรงแบบใช้การตลาดชั้นเดียว และธุรกิจที่ใช้แผนการขายตรงแบบใช้การตลาดหลายชั้น ซึ่งแต่ละแผนมีรายละเอียดดังต่อไปนี้¹⁴

2.2.3.1 การขายตรงชั้นเดียว

แผนการขายตรงแบบใช้การตลาดชั้นเดียว ผู้ขายตรงจะซื้อสินค้าจากบริษัทแล้วนำไปขายต่อแก่ผู้บริโภค ผู้ขายตรงทำงานด้านการขายพร้อมทั้งให้บริการแก่ผู้บริโภคและผู้ขายตรงจะมีรายได้จากผลกำไรจากการขายปลีก วิธีการดำเนินธุรกิจของแผนการขายตรงแบบการใช้การตลาดชั้นเดียวนี้ บริษัทผู้ประกอบธุรกิจขายตรง จะมอบหมายให้ผู้จัดการประจำเขตซึ่งเป็นพนักงานของบริษัทจัดหาพนักงานขายจากการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ของบริษัททั้งในสื่อทางโทรทัศน์ วิทยุ และสิ่งพิมพ์แล้วแต่ นโยบายทางการตลาดของบริษัทนั้นๆ ตลอดจนการหารายชื่อบุคคลที่ใกล้ชิดของผู้ขายตรง โดยผู้จัดการเขตจะมีหน้าที่ชักจูงให้มาเป็นผู้ขายตรงของบริษัท และดูแลผู้ขายตรงในเขตที่รับผิดชอบโดยตรง นอกจากนี้ผู้จัดการเขตจะได้ผู้ขายตรงจากการที่บริษัทคัดเลือกมาจากผู้สมัครผ่านสื่อต่างๆ มายังบริษัทโดยตรง โดยปกติทางผู้จัดการเขตจะต้องแสวงหาและแต่งตั้งผู้สมัครที่สมัครเข้ามาเป็นพนักงานขายอยู่ตลอดเวลาเพื่อทดแทนพนักงานขายที่ถูกถอนชื่อออกเนื่องจากขาดส่งใบสั่งซื้อสินค้าให้กับทางบริษัทมากกว่า 3 รอบจำหน่าย หรือตามแต่ที่บริษัทนั้นๆ จะกำหนดนโยบายไว้ ผู้ขายตรงที่นำสินค้าของบริษัทไปขายแก่ผู้บริโภคได้สำเร็จ ผู้ขายตรงก็จะได้รับค่าตอบแทนเป็นค่าคอมมิชชั่น ซึ่งหมายถึง ค่าตอบแทนของผู้ขายตรงโดยคิดเป็นเปอร์เซ็นต์จากการขายสินค้า แผนการขายตรงแบบใช้การตลาดชั้นเดียว ผู้ขายตรงไม่สามารถสร้างทีมขายของตนเองได้ เพราะบริษัทจะรับสมัครพนักงานขายโดยตรง โดยให้ผู้จัดการเขตในแต่ละเขตที่ได้รับการแต่งตั้งจากบริษัทเป็นผู้ดูแลอบรมการขายแก่ผู้ขายตรงที่สมัครเข้ามาเพื่อขายสินค้าของบริษัท ผู้ขายตรงมีหน้าที่ขายสินค้าเพียงอย่างเดียวและไม่มีสิทธิได้ผลประโยชน์จากการขายของพนักงานคนอื่น บริษัทที่ใช้แผนการตลาดเช่นนี้ ได้แก่ บริษัท เหวอน คอสเมติกส์ จำกัด , บริษัท เบทเตอร์เวย์ (ประเทศไทย) จำกัด¹⁵

เนื่องจากกลยุทธ์ที่สำคัญในธุรกิจการขายตรงแบบการตลาดชั้นเดียวคือ การเพิ่มจำนวนพนักงานขาย เพราะการเพิ่มจำนวนพนักงานขาย คือ การเพิ่มยอดขาย ดังนั้น การเจริญเติบโตของธุรกิจระบบนี้ขึ้นอยู่กับการค้าปลีกกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง 3 อย่างคือ

1) การสรรหา (Recruitment) นั่นคือ การเพิ่มจำนวนพนักงานขายใหม่ตลอดเวลา ยิ่งเพิ่มได้มากเท่าไรก็ยิ่งเพิ่มพลังทางการตลาดได้มากเท่านั้น ซึ่งผู้จัดการเขตจะมีส่วนสำคัญอย่าง

¹⁴ ปนัดดา บุญวิวัฒน์. อ่างแล้ว หน้า 46

¹⁵ ปนัดดา บุญวิวัฒน์. อ่างแล้ว หน้า 47

มากในกระบวนการสรรหาและแต่งตั้งนี้ เพราะผู้จัดการเขตจะต้องเสาะหาผู้ที่ต้องการสมัครเข้ามาเป็นพนักงานขายตรง โดยผู้จัดการเขตต้องสัมภาษณ์และแนะนำให้ผู้สมัครได้รู้จักบริษัท ลักษณะการดำเนินธุรกิจ ผลประโยชน์ที่จะได้รับในการดำเนินธุรกิจ การสมัครเป็นพนักงานขายตรงหรือการลงทะเบียนแต่งตั้งพนักงานขายตรงพร้อมทั้งเก็บค่าลงทะเบียนตามอัตราที่แต่ละบริษัทกำหนด การเขียนแผนที่ให้พนักงานขายเพื่อความสะดวกในการติดต่อและส่งสินค้า ผู้จัดการเขตจะอธิบายรายละเอียดของการใช้แคตตาล็อก วิธีการจูงใจลูกค้าหรือผู้บริโภครายการตั้งชื่อและชี้แจงถึงกำหนดการวันส่งใบสั่งซื้อและวันนัดส่งสินค้าให้พนักงานขาย โดยผู้จัดการเขตจะมีการนัดวันไปเยี่ยมผู้ขายตรงเป็นครั้งคราว เหล่านี้เป็นกระบวนการสรรหาพนักงานขายที่ผู้จัดการเขตต้องแนะนำและชี้แจงแก่ผู้ที่สมัครเข้าเป็นผู้ขายตรงของบริษัททุกคน

2) การรักษาไว้ (Retaining) การรักษาพนักงานให้ดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอตลอดไปด้วยการสร้างความผูกพันให้พนักงานเกิดความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของบริษัทด้วยการชมเชย สนับสนุน การบริการและติดต่อสื่อสาร ใกล้ชิดสม่ำเสมอ เพราะอัตราการเข้าออกของผู้ขายตรงมีสูงมากตามธรรมชาติของการขายตรง ดังนั้น ผู้จัดการเขตจึงต้องรักษาพนักงานขายไว้ให้ดีที่สุดด้วยการอบรมในเรื่องของการรู้จักใช้เวลาให้เหมาะสมในการขายสินค้าหรือเสนอผลิตภัณฑ์ต่อลูกค้าหรือผู้บริโภครายการให้ความรู้เกี่ยวกับหลักการขายให้ครบกระบวนการทั้งเรื่องการแสวงหาลูกค้า การเข้าพบ การเสาะหาความต้องการของลูกค้า การนำเสนอสินค้า การตอบโต้ข้อโต้แย้งของลูกค้า การปิดการขายและการให้บริการหลังการขายแก่ลูกค้า ตลอดจนให้ความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์ของบริษัท และให้เรียนรู้เกี่ยวกับหลักเกณฑ์ต่างๆ เช่น อัตราส่วนลด การตั้งชื่อ ผลประโยชน์ตอบแทนการรับสินค้า การเก็บเงิน การคืนสินค้า การถอดถอนชื่อจากการเป็นผู้ขายตรง การคืนสภาพพนักงานขายตามระบบที่แต่ละบริษัทได้วางไว้ รวมถึงรางวัลจูงใจต่างๆ ที่มีออกมาเป็นระยะๆ เพื่อกระตุ้นจูงใจให้เร่งทำยอดขายให้สูงขึ้น

การรับรู้เรื่องเหล่านี้มีส่วนทำให้ผู้ขายตรงใช้เวลาในการขายอย่างเหมาะสม รู้ถึงกลยุทธ์ในการขายสินค้านำไปถึงการมีความรู้ในเรื่องผลิตภัณฑ์และกฎเกณฑ์ เงื่อนไขของบริษัท การรับรู้ในสิ่งเหล่านี้สามารถสร้างความมั่นใจในการขายสินค้าและอาจจะทำให้พนักงานขายที่สนใจและรับรู้ในเรื่องเหล่านี้ประสบความสำเร็จในการขายสินค้า ตลอดจนช่วยให้พนักงานขายมีแรงจูงใจในการขายสินค้าซึ่งบริษัทได้กำหนดให้มีรางวัลต่างๆ เพื่อเพิ่มยอดขายสินค้าของผู้ขายตรงและของบริษัทเอง สิ่งต่างๆ เหล่านี้ทำให้รักษาพนักงานขายให้ดำเนินธุรกิจร่วมกับบริษัทได้ยาวนานต่อไป

3) การส่งเสริมการขาย (Promotion) การส่งเสริมการขายนี้บริษัทจัดขึ้นเพื่อต้องการเป็นแรงเสริมเพื่อเพิ่มจำนวนและรักษาผู้ขายตรงไว้ ด้วยการสร้างแรงจูงใจทางด้านการรายได้ และ

ผลประโยชน์จะได้รับ โดยบริษัทจะให้การยอมรับแก่ผู้ขายตรงซึ่งแสดงออกได้ 2 วิธี แบบที่เป็นนามธรรม เช่น การยกย่อง การกล่าวชมเชย การพูดให้กำลังใจ และวิธีที่เป็นรูปธรรม คือ การให้รางวัลเป็นการสร้างขวัญกำลังใจให้กับผู้ขายตรง

2.2.3.2 การขายตรงแบบหลายชั้น¹⁶

แผนการขายตรงแบบใช้การตลาดหลายชั้น หมายถึง แผนการตลาดซึ่งประกอบด้วย ลำดับชั้นของผู้ขายตรงหนึ่งลำดับชั้นหรือมากกว่า ผู้ขายตรงแต่ละชั้นได้รับผลตอบแทนบางส่วนจากยอดขายปลีกของบุคคลที่เขาเป็นผู้นำเข้าสู่แผนการตลาดซึ่งบุคคลที่สมัครเข้ามาเป็นพนักงานขายต้องผ่านการอบรม การกระตุ้นการซื้อสินค้า หรือการสนับสนุนการใช้สินค้ากับลูกค้า ค่าคอมมิชชั่นหรือผลกำไรที่เพิ่มขึ้น ขึ้นอยู่กับการขายของผู้ขายตรงที่อยู่ในทีมขายทั้งหลายในการขายสินค้าให้แก่ผู้บริโภค การดำเนินธุรกิจการขายตรงแบบใช้การตลาดหลายชั้นนี้ ผู้ขายตรงสามารถหารายได้ใน 3 วิธีคือ

ขั้นที่ 1 ผู้ขายตรงสามารถขายสินค้าได้ในราคาปลีก โดยซื้อมาในราคาส่ง ผู้ขายตรงสามารถส่งสินค้าผ่านคนที่ชักนำผู้ขายเข้ามา หรือจะส่งตรงจากบริษัทได้โดยตรง ผู้ขายตรงนั้นจะใช้สินค้านั้นหรือจะขายสินค้าให้เพื่อน ญาติ หรือใครๆ ก็ได้ ผู้ขายตรงได้กำไรจากสินค้าเหล่านี้แต่จำนวนเงินที่ผู้ขายตรงทำได้จะไม่มากเท่ากับการที่ผู้ขายตรงจะก้าวไปสู่ขั้นต่อไป

ขั้นที่ 2 ผู้ขายตรงสามารถเพิ่มรายได้จากการชักนำบุคคลอื่นให้เข้าร่วมในทีมขายของตน เมื่อผู้ขายตรงอยู่ในระดับนี้ผู้ขายตรงจะขายสินค้าเหมือน ขั้นที่ 1 ไปพร้อมๆ กับชักนำคนอื่นเข้ามาทำงานขาย รายได้ของผู้ขายตรงจะเพิ่มขึ้นเพราะผู้ขายตรงจะได้ค่าคอมมิชชั่นจากการขายสินค้าของคนที่คุณขายตรงแนะนำให้เขาขายด้วย ถึงจุดนี้ผู้ขายตรงจะทำรายได้จากการขายของผู้ขายตรงและมีรายได้จากการขายตรงจากคนที่ผู้ขายตรงแนะนำ

ขั้นที่ 3 ผู้ขายตรงสามารถสร้างทีมขายของตนเองขึ้น ทีมขายของผู้ขายตรงเกิดขึ้นจากการสร้างเครือข่ายในการขายสินค้าของตนเองขึ้น โดยการที่ผู้ขายตรงชักนำคนอื่นเข้ามาเป็นพนักงานขาย แล้วพนักงานขายที่ตนไปชักชวนมานั้นได้ขายสินค้าและชักชวนบุคคลอื่นเข้ามาเป็นพนักงานขายต่อไป เมื่อผู้ขายตรงสามารถสร้างทีมขายของตนเองไปอย่างกว้างขวางจนทำให้ตนเองก้าวขึ้นสู่ระดับผู้บริหารทีมขายนั้นๆ โดยบริษัทจะจัดลำดับของระดับผู้บริหารให้แก่ผู้ขายตรงจากยอดขายของทีมขายและการเจริญเติบโตของทีมขายของเขา ซึ่งจะมีผลประโยชน์ที่แตกต่างกันตามแต่บริษัทจะกำหนด และพนักงานขายในระดับที่เป็นผู้บริหารนั้นจะต้องทำให้คนที่เขาชักชวนเข้ามาเป็นพนักงานขายในทีมขายของเขา มีความสามารถที่จะเลื่อนขึ้นสู่ระดับผู้บริหารเช่น

¹⁶ ปนัดดา บุญวิวัฒน์. อ่างแล้ว หน้า 48 – 49

เขา แล้วคนนั้นก็สร้างทีมขายของเขาแล้วดำเนินการทางธุรกิจไปในแบบเดียวกันไปเรื่อยๆ แบบไม่มีที่สิ้นสุดตราบเท่าที่บริษัทยังคงผลิตสินค้าป้อนเข้าสู่ตลาด โดยผ่านผู้ขายตรงเหล่านี้และสินค้ายังคงเป็นที่ต้องการของผู้บริโภค รายได้ของผู้ขายตรงจะอยู่กับแต่ละบริษัทและระดับของตำแหน่งภายในบริษัท และจะเน้นเอากำไรจากการขายแต่เพียงอย่างเดียวไม่ได้ เพราะหากขายสินค้าเพียงอย่างเดียวจะไม่ได้ได้รับความก้าวหน้าในการไปสู่ระดับผู้บริหาร ซึ่งจะมีผลตอบแทนที่มากกว่าการขายสินค้าเพียงอย่างเดียว เนื่องจากแผนการขายตรงแบบใช้การตลาดหลายชั้นมีเจตนาลดความจำเป็นในการขายผ่านพ่อค้าคนกลางอย่างเป็นระบบและมีเป้าหมายให้สมาชิกเป็นทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย ซึ่งทำให้มีการขยายทีมขายออกไปอย่างรวดเร็ว ซึ่งในสภาพการณ์ทางเศรษฐกิจที่กำลังตกต่ำอยู่ในขณะนี้ ทำให้ดูราวกับว่าธุรกิจที่มีแผนการตลาดแบบขายตรงจะเป็นธุรกิจที่สวนกระแสและครองตลาดอยู่ได้ โดยเฉพาะที่ใช้แผนการขายตรงแบบใช้การตลาดหลายชั้น¹⁷

2.3 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจขายตรงในประเทศไทย

2.3.1 ความเป็นมา

สืบเนื่องจากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้รับการร้องเรียนจากผู้บริโภคเกี่ยวกับการขายตรงและการขายสินค้าโดยทางไปรษณีย์ว่าสินค้าที่นำมาขายตรงไม่มีคุณภาพ และเมื่อผู้บริโภคยกเลิกการซื้อสินค้าแต่กลับไม่ได้รับเงินตามกำหนดเวลาที่โฆษณา สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคจึงได้นำเรื่องนี้เสนอคณะกรรมการฝ่ายกฎหมายและได้มีการประชุมพิจารณาเรื่องดังกล่าวโดยเชิญผู้แทนกรมการค้าภายในและกรมทะเบียนการค้ามาให้ข้อคิดเห็นเป็นครั้งคราว ต่อมาที่ประชุมมีมติมอบหมายให้ฝ่ายเลขานุการเป็นผู้ร่างพระราชบัญญัติขายตรง พ.ศ. ... ตามหลักการที่คณะกรรมการฝ่ายกฎหมายกำหนดไว้ 10 ประการ¹⁸ ดังนี้

1) การขายตรง หมายถึง การขายในรูปแบบ Door to Door Sales ชั้นเดียว หรือในรูปแบบการขายตรงหลายชั้น (Multi Level Marketing หรือ MLM) และให้หมายความรวมถึงการขายแบบสั่งซื้อทางไปรษณีย์ (Mail Order) การขายแบบสั่งซื้อทางโทรศัพท์ (Tele-Marketing) และการขายแบบ Electronic Marketing¹⁹ ด้วย การขายตรงให้กระทำได้โดยผู้ประกอบธุรกิจที่เป็น

¹⁷ ปนัดดา บุญวิวัฒน์. อ้างแล้ว หน้า 50 – 51

¹⁸ ไพโรจน์ อารักษ์ยา. (2546). *คำอธิบายกฎหมายขายตรงและตลาดแบบตรง*. กรุงเทพฯ : วิทยุชน. หน้า 17-21

¹⁹ คำว่า Electronic Marketing หรือ " การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ " หมายถึง การดำเนินกิจกรรมทางการตลาดใช้เครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ เช่น คอมพิวเตอร์ เป็นเครื่องมือในการดำเนินกิจการทางการตลาดกับกลุ่มเป้าหมาย เป็น

นิติบุคคล เช่น บริษัท หรือห้างหุ้นส่วนจำกัด เป็นต้น (แต่การกำหนดสัดส่วนของทุน (Equity)²⁰ ที่ชาวต่างชาติจะถือหุ้นได้เป็นที่เปอร์เซ็นต์ของทุนทั้งหมด จะควรกระทำหรือไม่เพียงใด และจะขัดกับพันธกรณีทางการค้าระหว่างประเทศหรือไม่อย่างไรนั้น เป็นข้อที่จะต้องตรวจสอบอีกชั้นหนึ่ง)

2) ห้ามวิธีการขายแบบปิระมิด (Pyramid Sale Scheme) ซึ่งหมายถึง การประกอบกิจกรรมทางการค้าโดยการชักชวนผู้บริโภครให้ซื้อสินค้าหรือบริการ และสัญญาว่าจะให้ผลประโยชน์พิเศษแก่ผู้บริโภครถ้าผู้บริโภครชักชวนบุคคลอื่นให้เข้าร่วมกิจกรรมนั้นด้วย ทั้งนี้ รายได้ส่วนใหญ่ของผู้ประกอบกิจกรรมทางการค้าดังกล่าวมาจากการหาสมาชิกเพิ่ม หรือการขายสินค้าให้สมาชิกใหม่หรือพนักงานขายของตนเอง

3) สัญญาขายตรงมุ่งที่การซื้อขายผลิตภัณฑ์หรือบริการทั่วไป แต่ไม่หมายความรวมถึงสัญญาจะซื้อจะขายหรือซื้อที่ดิน สัญญาเช่าหรือสัญญาเช่าซื้อที่ดิน สัญญาจ้างหรือขายฝากที่ดิน สัญญาฝากเงิน สัญญาลงทุน สัญญากู้เงิน สัญญาประกันภัย หรือสัญญาอื่นใดตามที่กำหนดในกฎกระทรวง²¹

4) องค์กรของรัฐที่จะเข้ามามีบทบาทในเรื่องนี้ จะใช้วิธีการควบคุมเฉพาะการขายตรงหลายชั้น (Multi Level Marketing หรือ MLM) เช่น การออกใบอนุญาต การตรวจสอบแผนการขาย การเพิกถอน เป็นต้น และการขายแบบสั่งซื้อทางไปรษณีย์ (Mail Order) การขายแบบสั่งซื้อทางโทรศัพท์ (Tele-Marketing) และการขายแบบ Electronic Marketing²² นั้น จะใช้วิธีการกำกับดูแล เช่น การให้รายงานเกี่ยวกับชื่อและที่อยู่ของผู้ประกอบธุรกิจ การสั่งระงับการประกอบธุรกิจชั่วคราว เพื่อแก้ไขข้อบกพร่องในการประกอบกิจการ เป็นต้น

5) การกำกับดูแลตามข้อ 4 จะครอบคลุมในเรื่องที่สำคัญดังต่อไปนี้

กิจกรรมที่เป็นการสื่อสารแบบ 2 ทาง และกิจกรรมที่นักการตลาดสามารถติดต่อกับผู้บริโภคได้ทั่วโลกและตลอดเวลา อ้างถึงใน ภาวุธ (2554) E- Marketing คืออะไร. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <http://business-online.tht.in/emarketing.html> [2554, 7 พฤษภาคม].

²⁰ ตามพจนานุกรมอังกฤษ-ไทย หมายความว่า ความถูกต้อง, ความเสมอภาคหรือความเที่ยงธรรม แต่ในที่นี้ หมายความว่า “ส่วนทุนที่เป็นของลูกค้” อ้างถึงใน ร.ศ.ธงชัย สันติวงษ์. (2554) ถาม-ตอบโดยผู้เชี่ยวชาญ. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : http://www.nationejobs.com/ask/guru_t2_thai.asp?askno=2143 [2554, 7 พฤษภาคม].

²¹ ไพโรจน์ อัจฉริยะ. อ้างแล้ว หน้า 18

²² การตลาดอิเล็กทรอนิกส์. อ้างแล้ว เจริญธรรมที่ 21

(5.1) กระบวนวิธีการขาย เช่น การแสดงบัตรพนักงานขาย การแสดงบัตรประจำตัวประชาชน วันและเวลาที่ประกอบธุรกิจ วิธีการเข้าไปขายในที่พักอาศัยหรือสถานที่อื่นใดของผู้บริโภค

(5.2) การโฆษณารับสมัครพนักงานขาย และการโฆษณาเกี่ยวกับการขายตรง (หลักเกณฑ์การโฆษณา และการตรวจโฆษณา)

(5.3) รูปแบบของสัญญาระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจกับพนักงาน (Distributor) วิธีการทำสัญญาข้อห้ามพนักงานขายกักตุนสินค้าที่จะใช้ขายตรง การห้ามใช้ข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมและการตรวจสัญญา

(5.4) รูปแบบของสัญญาขายตรง วิธีการทำสัญญา การห้ามใช้ข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรมและการตรวจสัญญา

(5.5) สิทธิในการบอกเลิกสัญญาขายตรง ภายในกำหนดเวลาที่เรียกว่า Cooling – Off Period

(5.6) การคืนสินค้า

6) องค์กรของรัฐที่จะเข้าไปควบคุมและกำกับดูแลจะอยู่ในรูปคณะกรรมการบริหาร (Regulatory Commission) โดยมีนายกรัฐมนตรีเป็นประธานกรรมการ มีกรรมการโดยตำแหน่ง เช่น อธิบดีกรมการค้าภายใน อธิบดีกรมวิชาการเกษตร เลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยา และผู้บัญชาการตำรวจแห่งชาติ เป็นต้น และมีผู้ทรงคุณวุฒิอีกจำนวนหนึ่งที่คณะรัฐมนตรีแต่งตั้งเป็นกรรมการ โดยมีภาคเอกชนเป็นกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิร่วมอยู่ด้วย และมีผู้อำนวยการสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นกรรมการและเลขานุการ

7) อำนาจหน้าที่หลักของคณะกรรมการ ดังกล่าวจะเป็นไปตามมาตรฐานของ Regulatory Commission ทัวไปซึ่งอย่างน้อยจะมีอำนาจหน้าที่ดังต่อไปนี้

(7.1) หน้าที่ในการออก การระงับ การเพิกถอน หรือการต่ออายุใบอนุญาตประกอบกิจการแบบขายตรงหลายชั้น (Multi Level Marketing หรือ MLM)

(7.2) กำกับดูแลการขายตรงในรูปแบบอื่นๆ ที่ไม่ใช่กิจการแบบขายตรงหลายชั้น (Multi Level Marketing หรือ MLM) ติดตามและสอดส่องพฤติการณ์ในการขายตรง กระบวนวิธีการขาย แผนการขาย การโฆษณา รวมทั้งสัญญาที่ผู้ประกอบการทำกับผู้บริโภคในการขายตรงชั้นเดียว และในการขายแบบสั่งซื้อทางไปรษณีย์ (Mail Order) การขายแบบสั่งซื้อทางโทรศัพท์ (Tele-Marketing) และการขายแบบ Electronic Marketing และวางระเบียบเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค รวมทั้งผู้ที่สมัครเป็นพนักงานขายเกี่ยวกับการเสียค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมและเรื่องอื่นที่จำเป็น

(7.3) มีอำนาจเปรียบเทียบปรับผู้ที่ฝ่าฝืนบทบัญญัติของกฎหมายว่าด้วยการขายตรง

(7.4) แต่งตั้งคณะกรรมการเพื่อพิจารณาหรือปฏิบัติการอย่างใดอย่างหนึ่งตามที่เห็นสมควร

8) การอุทธรณ์ (ให้นำพระราชบัญญัติวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง พ.ศ. 2539 มาใช้บังคับโดยอนุโลม)

9) พนักงานเจ้าหน้าที่ (มีอำนาจหน้าที่ตามมาตรฐานของกฎหมายเศรษฐกิจทั่วไป)

10) บทกำหนดลงโทษ สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจและพนักงานขายที่ฝ่าฝืนบทบัญญัติแห่งกฎหมายนี้ เช่น การขายตรงแบบหลายชั้น (Multi Level Marketing หรือ MLM) โดยไม่ได้รับใบอนุญาต พนักงานขายไม่แสดงบัตรประจำตัวพนักงานหรือไม่ส่งมอบสำเนาสัญญาขายตรงให้ผู้บริโภค หรือบริษัทเปลี่ยนแปลงแผนการตลาดสำหรับการขายตรงแบบหลายชั้น (Multi Level Marketing หรือ MLM) โดยไม่ได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการ เป็นต้น

ฝ่ายเลขานุการได้ดำเนินการยกร่างพระราชบัญญัติขายตรง พ.ศ. แล้วเสร็จ ต่อมาเมื่อสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้รับการยกฐานะเป็นหน่วยงานเทียบเท่ากรมและมีรัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรีเป็นประธานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ได้มอบนโยบายให้สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคจัดสัมมนาเพื่อรับฟังความคิดเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้องต่อร่างพระราชบัญญัตินี้ ซึ่งสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้จัดประชุมสัมมนาเพื่อรับฟังความคิดเห็นจากผู้เกี่ยวข้อง ได้แก่ ผู้ประกอบการขายตรง ผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง นักวิชาการ สื่อมวลชน และผู้บริโภค เมื่อวันที่ 30 กันยายน 2542 ณ ตึกสันติไมตรี ทำเนียบรัฐบาล

หลังจากนั้นสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้มีคำสั่งที่ 51/2542 ลงวันที่ 6 ตุลาคม 2542 แต่งตั้งคณะทำงานเพื่อพิจารณาแก้ไขปรับปรุงร่างพระราชบัญญัติขายตรง พ.ศ. ตามข้อสังเกตของที่ประชุมสัมมนา จนในที่สุดได้มีการตราพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. ขึ้นสำเร็จ ซึ่งมีเนื้อหาสาระครอบคลุมยิ่งขึ้นทั้งขายตรงและตลาดแบบตรง²³

2.3.2 สาระสำคัญของพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545

2.3.2.1 ผู้ที่เกี่ยวข้องในระบบขายตรง

การขายเป็นกิจกรรมของการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการอย่างหนึ่งที่มีมาตั้งแต่สมัยกรีกโบราณ ดังที่ปรากฏในงานเขียนของ Plato ได้กล่าวถึงการเดินทางของพ่อค้าและคนเร่ร่อนไปกับกองคาราวานผ่านทะเลทรายตั้งแต่ 2,500 ปีก่อนคริสตกาล รวมทั้งการเดินทางเรือขาย

²³ ไพโรจน์ อัจรึกษา, อ้างแล้ว, หน้า 21

เครื่องเทศ เงิน ทาส จากเมโสโปเตเมีย ถึงประเทศใหญ่ๆ ในเอเชีย ในระยะต่อมาจนถึงศตวรรษที่ 13 ถึง 14 ได้มีพ่อค้าชาวอังกฤษเริ่มนำเอาธนูไปขายให้กับประเทศที่กำลังทำสงคราม ซึ่งการค้าขายในช่วงแรกๆ จะเป็นการเดินขายตามบ้าน (Door-to-Door)²⁴ จนกระทั่งเกิดการปฏิวัติทางอุตสาหกรรมในประเทศอังกฤษในศตวรรษที่ 18 พร้อมๆ กับการขยายตัวด้านอุตสาหกรรมในสหรัฐอเมริกา ประกอบกับมีการรับเอาแนวความคิดเกี่ยวกับระบบการปกครองแบบเสรีนิยมและระบบเศรษฐกิจแบบเสรี ซึ่งได้กระตุ้นให้ปัจเจกบุคคลได้แสวงหา และพัฒนาความเป็นเจ้าของกิจการหรือธุรกิจอย่างเสรีส่งผลให้ความเจริญก้าวหน้าทางเศรษฐกิจและการขยายตัวของการผลิตมีมากขึ้น ในสังคมอีกทั้งยังได้กระตุ้นบทบาทสำคัญของผู้ประกอบการธุรกิจค้าขายให้เกิดขึ้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ด้วยสภาพเศรษฐกิจที่พัฒนาไปอย่างไม่หยุดยั้ง ทำให้รูปแบบกรรมวิธีของการขายและยุทธศาสตร์ของพนักงานเปลี่ยนแปลงไป ความจำเป็นของอาชีพการขายได้รับความสำคัญมากขึ้น รวมทั้งมีการอบรมสัมมนาระบบการขายเพื่อให้เกิดความชำนาญ (Professionalization) และทำให้กลายเป็นนักขายมืออาชีพ ซึ่งหน้าที่ของพนักงานขายเดิมจำกัดอยู่เพียงการขายสินค้า หรือผลิตภัณฑ์สินค้าไปสู่ผู้ซื้อเท่านั้น แต่พนักงานขายในรูปแบบใหม่กลับมุ่งเน้นไปสู่การขายโดยช่วยผู้ซื้อในการตัดสินใจเลือกสินค้าที่ดีออกจากสินค้าที่มีอยู่จำนวนมากในท้องตลาด

ภายหลังสงครามโลกครั้งที่ 1 การแข่งขันทางสังคมและเศรษฐกิจได้ทวีความรุนแรงขึ้นอย่างยิ่งยวด ทำให้ผู้นำทางเศรษฐกิจตระหนักถึงการเพิ่มศักยภาพของพนักงาน รวมถึงการเพิ่มศักยภาพในการจูงใจต่อลูกค้า และการช่วยลูกค้าในการตัดสินใจเลือกสินค้าที่ดีที่สุด ด้วยความสามารถในการนำเสนอของพนักงานขายเอง การขายของโดยใช้ผู้ขายที่เรียกว่าพนักงานขายจึงมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่ง (Critical Roles) ต่อการขยายตัวของนวัตกรรม (Diffusion of Innovation) วิถีชีวิต และวัฒนธรรมใหม่ของสังคมในสถานะที่มีการแข่งขันสร้างสังคมอุตสาหกรรม อันเป็นความพยายามของการเปลี่ยนแปลงสังคมแบบดั้งเดิมไปสู่สังคมสมัยใหม่ในยุคของการขนส่งที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น²⁵

(1) ผู้ประกอบการธุรกิจ²⁶

²⁴ วีระพงษ์ บุญโญภาส (2551). *กฎหมายขายตรงกับอาชญากรรมทางเศรษฐกิจประเภทแชร์ลูกโซ่*. กรุงเทพฯ: นิติธรรม. หน้า 1

²⁵ กิตติพงษ์ พัฒนพงศ์. (2539). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลในการทำอาชีพขายตรง : ศึกษากรณีบริษัท ไคเร็กซ์ เซลล์ อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด*. วิทยานิพนธ์สังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. หน้า 18.

²⁶ สุขุม สุภณิตย์ (2547). *คำอธิบายการจัดจำหน่ายในระบบขายตรงและการตลาดแบบส่งข้อมูลถึงตัวผู้บริโภคโดยตรง*. กรุงเทพมหานคร: วิญญูชน. หน้า 18-20.

ผู้ประกอบการในระบบขายตรง อาจเป็นผู้ผลิตสินค้า หรือเจ้าของสินค้า ในฐานะผู้นำเข้า หรือเป็นเพียงผู้จำหน่ายที่รับจัดจำหน่ายสินค้าของผู้อื่น โดยใช้ระบบขายตรงก็ได้ ไม่ว่าจะเป็นใครความสำคัญอยู่ที่ว่าต้องมีระบบการขายสินค้าที่มีแผนการจ่ายผลตอบแทนจากการทำยอดขายที่แน่นอน ชัดเจน ตกลงไว้กับผู้ขาย ไม่ว่าจะเป็นการขายตรงที่มีผู้ขายลำดับเดียวที่เรียกว่า Single Level หรือมีผู้ขายหลายระดับ Multi Level ก็ตาม แผนการจ่ายผลตอบแทนต้องชัดเจนว่าภายใต้ข้อตกลงใดๆ จะจ่ายผลตอบแทนอย่างไร ระบบการจ่ายผลตอบแทนนี้เป็นจุดแตกต่างของระบบเร่ขายแบบดั้งเดิม หรือขายส่ง-ขายปลีกต่างๆ ไป และทำให้ถือได้ว่าเป็นการทำธุรกิจขายตรงที่ประกอบไปด้วยผู้ขาย (ซึ่งอาจเรียกชื่อต่างๆ กัน) ผู้ประกอบการและผู้ซื้อหรือผู้บริโภคผู้ประกอบการหรือเจ้าของบริษัท ได้ผลิตสินค้าต่างๆ ออกมาสู่ตลาดเป็นจำนวนมากในปัจจุบัน และมักจะอวดอ้างว่าสินค้าของตนนั้นมีคุณภาพสูง หรือเป็นสินค้าคุณสมบัติพิเศษแตกต่างจากสินค้าที่มีจำหน่ายอยู่ในท้องตลาด รวมทั้งอยู่ในสภาวะการณ์ที่จะต้องทำการแข่งขันระหว่างองค์กรขายด้วยกัน จึงจำเป็นต้องอธิบายถึงคุณภาพของสินค้าความชัดเจนพร้อมๆ กับต้องพัฒนาสินค้าให้มีความทันสมัยอยู่เสมอ

(2) ผู้ขายตรง

ผู้ขายตรง คือผู้ขายสินค้าหรือบริการให้แก่ผู้บริโภค อาจมีชื่อเรียกต่างได้แก่ ผู้จำหน่ายอิสระ นักขายอิสระ ตัวแทนขายตรง ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ขายตรงกับเจ้าของสินค้า หรือบริการเป็นเพียงคู่สัญญาประกอบการธุรกิจเท่านั้น มิใช่ความสัมพันธ์ในฐานะนายจ้าง-ลูกจ้าง เนื่องจากการขายตรงไม่อิงกับการบังคับบัญชาอย่างลูกจ้างกับนายจ้างที่มีการจ่ายค่าจ้างตามสัญญา แต่เป็นระบบที่อาศัยข้อตกลงจ่ายผลตอบแทนการขายคิดจากยอดขายเป็นหลัก²⁷ อาชีพการขายตรงจึงเป็นอาชีพที่กำลังได้รับความนิยมอย่างมากในปัจจุบัน ในธุรกิจการขายตรงนั้นจะมีทั้งผู้เข้าสู่ระบบการขายตรงเพื่อเป็นอาชีพหลัก หรืออาจต้องการเป็นเพียงอาชีพเสริม การขายตรงนั้นมี 2 รูปแบบ คือการขายตรงชั้นเดียว และการขายตรงหลายชั้น²⁸ ซึ่งวิธีการขายตรงแนวใหม่ได้พัฒนารูปแบบแตกต่างไปจากรูปแบบเดิม โดยการยินยอมให้ประชาชนทั่วไปสามารถที่จะเป็นผู้ขายหรือจำหน่ายสินค้าได้ (Sellers or Distributors) แต่จะไม่มีค่าจ้างประจำ หากสามารถขายสินค้าให้แก่บริษัทขายตรงได้จำนวนหนึ่ง จึงจะได้รับเงินตอบแทน (Commission) ตามความสามารถของผู้ขาย ซึ่งถือว่าเป็นเพียงรางวัลของการขายตรงเท่านั้น ผู้ขายในฐานะเป็นผู้กระจายสินค้า ต้องมีความเข้าใจสินค้าเป็นอย่างดี และรู้จักสินค้าเป็นพิเศษ โดยการทดลองใช้สินค้านั้นด้วยตนเองก่อนแล้วเกิดความ

²⁷ เรื่องเดียวกัน. หน้า 20.

²⁸ วีระพงษ์ บุญโญภาส. อ่างแล้ว หน้า 7

ประทับใจในสินค้านั้นจึงได้บอกเล่าถึงคุณภาพของสินค้านั้น ไปยังบุคคลอื่นๆ ทำให้มีการแนะนำและการขายสินค้าเกิดขึ้นเป็นทอดๆ (Selling by Telling) วิธีการปฏิบัติเช่นนี้อยู่บนพื้นฐานคติที่ว่ายังมีคนรู้จักมากก็ยิ่งทำให้ขายสินค้านั้นได้มากเป็นทวีคูณ การทำให้คนจำนวนมากทำการขายแบบบอกต่อเช่นเดียวกันนี้ย่อมเพิ่มปริมาณของการขายได้อย่างไม่มีที่สิ้นสุด บริษัทขายตรงจำนวนมากจึงสนับสนุนวิธีการให้ผู้ขายชักชวนผู้อื่นเข้ามาขายได้เช่นเดียวกัน (Sponsoring)

(3) ผู้บริโภค

หมายความว่า ผู้ซื้อหรือผู้ได้รับบริการจากผู้จำหน่ายอิสระตัวแทนขายตรงหรือผู้ประกอบการกิจการตลาดแบบตรง หรือผู้ซึ่งได้รับการเสนอหรือการชักชวนจากผู้จำหน่ายอิสระตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบการขายตรงหรือผู้ประกอบการกิจการตลาดแบบตรง เพื่อให้ซื้อสินค้าและบริการ²⁹

ในระบบการขายตรงโดยเฉพาะการขายตรงแบบหลายชั้นจะเป็นผลดีต่อผู้บริโภคที่ไม่ต้องการถูกละเลยจากการโฆษณาและมีโอกาสเลือกซื้อสินค้าได้อย่างฉลาด อีกทั้งยังได้รับผลกำไร หรือส่วนลดคืนมาอย่างยุติธรรม ในภาพรวมนี้นักขายตรงหลายชั้นจะต้องมีมนุษยสัมพันธ์ระหว่างชุมชนให้แน่นแฟ้นยิ่งขึ้น ดังนั้น การขายตรงแบบหลายชั้นจึงเป็นการขายสินค้าที่เข้าถึงตัวลูกค้าได้โดยตรงในลักษณะที่เป็น Shopping at Home ที่เหมาะสมและสอดคล้องกับรสนิยมและ วิถีชีวิตแบบใหม่ที่เปลี่ยนแปลงไปตามสภาวะการณ์ของสังคม

2.3.2.2 การประกอบการขายตรง

“ขายตรง” หมายความว่า การทำตลาดสินค้าหรือบริการในลักษณะการนำเสนอขายต่อผู้บริโภคโดยตรง ณ ที่อยู่อาศัย หรือสถานทำงานของผู้บริโภคหรือของผู้อื่นหรือสถานที่อื่นที่มีใช้สถานที่ประกอบการค้าเป็นปกติธุระ โดยผ่านตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระชั้นเดียว หรือหลายชั้น แต่ไม่รวมถึงนิติกรรมตามที่กำหนดไว้ในกระทรวง³⁰ (หมายความว่า การทำตลาดขายตรงย่อมมีได้ในทุกธุรกิจ เว้นแต่จะมีการออกกฎกระทรวงกำหนดให้นิติกรรมอย่างหนึ่งอย่างใดที่ไม่ให้เป็นการขายตรงก็ได้ กล่าวคือ ถ้ากฎกระทรวงกำหนดให้ธุรกิจขายสินค้าบางอย่างไม่อาจทำธุรกิจขายตรงดังนี้ ธุรกิจดังกล่าวจะทำตลาดเป็นแบบธุรกิจขายตรงไม่ได้ ซึ่งขณะนี้ยังไม่มี การออกกฎกระทรวงแต่ก็พออธิบายได้ว่า น่าจะหมายถึง การซื้อขายที่ดิน การเช่าหรือเช่าซื้อที่ดิน การจ้างงาน การขายฝาก การลงทุน การกู้เงิน การประกันภัย กรณีกระทำนิติกรรมอื่นใดตามที่จะ

²⁹ อาญาศาลและคณะกรรมาธิการ Direct Vision. (2545) คำอธิบายพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545. กรุงเทพฯ : บริษัทมาร์เก็ตติ้ง จำกัด. หน้า 13

³⁰ พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. ๒๕๔๕, มาตรา ๓.

กำหนดในกฎกระทรวงในอนาคต เหตุผลที่ต้องเปิดช่องให้มีกฎกระทรวงยกเว้น ใวันั้นเนื่องจากกรณีตัวอย่างเหล่านั้นมีกฎหมายบัญญัติไว้เป็นการเฉพาะจึงต้องเป็นไปตามกฎหมายนั้นๆ³¹⁾

การประกอบธุรกิจขายตรงนั้นเป็นการทำตลาดสินค้าหรือบริการ โดยการนำเสนอขายต่อผู้บริโภคโดยตรง ณ ที่อยู่อาศัย หรือสถานที่ทำงานของผู้บริโภคหรือของผู้อื่น หรือสถานที่อื่นที่มีใช้สถานที่ประกอบการค้าเป็นปกติธุระ ซึ่งการขายสินค้าตามปกติผู้บริโภคต้องเป็นฝ่ายเดินทางไปยังสถานที่ประกอบการค้า ได้แก่ ห้างสรรพสินค้า ร้านค้าที่ขายของชนิดนั้นเพื่อซื้อสินค้าตามที่ต้องการ แต่การขายตรงไม่ต้องรอให้ผู้บริโภคเดินทางมาหาผู้ประกอบการ ถือว่าเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้บริโภคอย่างหนึ่ง และสถานที่ประกอบการค้าก็สามารถเคลื่อนที่ไปได้ทุกที่ไม่ว่าจะเป็นที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค หรือสถานที่ทำงานของผู้บริโภค หรือสถานที่อื่นที่มีใช้สถานที่ประกอบการค้าเป็นปกติธุระ เช่น ป้ายรถโดยสารประจำทาง ห้องอาหาร สถานที่ออกกำลังกาย หรือในระหว่างรอชมภาพยนตร์ เป็นต้น

กลยุทธ์ในการเสนอขายสินค้าหรือบริการจะอยู่ที่การใช้การอธิบายสรรพคุณของสินค้า หรือการสาธิตสินค้าให้ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงจะไม่ใช่ผู้เสนอขายด้วยตนเองแต่จะผ่านตัวแทนขายตรง ซึ่งได้รับมอบอำนาจจากผู้ประกอบการให้นำสินค้าหรือบริการไปเสนอขายตรงต่อผู้บริโภค เช่น เครื่องสำอางยี่ห้อมิสทิน เป็นต้น หรือผ่านทางผู้จำหน่ายอิสระที่ได้รับโอนกรรมสิทธิ์ในสินค้าหรือบริการจากผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงและนำสินค้าหรือบริการดังกล่าวไปเสนอขายตรงต่อผู้บริโภค เช่น ผลิตภัณฑ์ยี่ห้อแอมเวย์ เป็นต้น

ในการประกอบธุรกิจขายตรงมีบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการขาย 2 ประการ ประการหนึ่งเป็นตัวแทนที่ได้รับมอบอำนาจให้นำสินค้าหรือบริการไปขายต่อผู้บริโภค อีกประการหนึ่งเป็นผู้ขายอิสระ ซึ่งไม่มีความสัมพันธ์ในทางกฎหมายกับผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงในฐานะตัวแทน หรือลูกจ้าง จึงต้องให้ความหมายไว้แตกต่างกันและการคุ้มครองสิทธิของบุคคลทั้ง 2 ประการ ในกฎหมายนี้มีความแตกต่างกันด้วย

(1) การยื่นคำขอจดทะเบียน

บุคคลใดประสงค์จะประกอบธุรกิจขายตรง ให้ยื่นคำขอแก่นายทะเบียนตามหลักเกณฑ์ และวิธีการที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง ให้ยื่นแผนการจ่ายผลตอบแทนพร้อมกับคำขอตามวรรคหนึ่งด้วย

³¹⁾ ไพฑูรย์ นิภานันท์, อ้างแล้ว, หน้า 108

ในกรณีการแก้ไขเปลี่ยนแปลงแผนการจ่ายผลตอบแทนผู้ประกอบการรายตรงต้องแจ้งการเปลี่ยนแปลงให้นายทะเบียนทราบก่อน จึงจะนำไปปฏิบัติได้³²

จากหลักกฎหมายดังกล่าวจะเห็นได้ว่าผู้ใดประสงค์จะประกอบธุรกิจขายตรง จะต้องยื่นคำขอต่อเลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคซึ่งเป็นนายทะเบียน ทั้งนี้ตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่คณะกรรมการการขายตรงและตลาดแบบตรงเป็นผู้ประกาศกำหนด เช่น กำหนดให้ผู้ยื่นคำขอต้องมีคุณสมบัติ ดังต่อไปนี้

เป็นนิติบุคคล ซึ่งจดทะเบียนตามกฎหมายไทย มีสำนักงานหรือสาขาอยู่ในราชอาณาจักรไทย ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย เหตุที่ทำให้ผู้ประกอบการรายตรงต้องยื่นคำขอและจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรง เพื่อการเข้าสู่ระบบควบคุมข้อมูลผู้ประกอบการที่เป็นระบบเดียวกันง่ายแก่การกำกับดูแล ตรวจสอบและติดตามสอดส่องพฤติกรรมของผู้ประกอบการรายตรง และในกรณีที่แก้ไขเปลี่ยนแปลงแผนการจ่ายผลตอบแทน ผู้ประกอบการรายตรงต้องแจ้งการเปลี่ยนแปลงให้นายทะเบียนทราบก่อนจึงจะนำไปปฏิบัติได้ ส่วนรายการคำขอจดทะเบียนนั้น คำขอจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงและการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงให้เป็นไปตามที่คณะกรรมการประกาศกำหนดซึ่งอย่างน้อยต้องมีรายการ

- 1) ชื่อของผู้ประกอบการรายตรงหรือผู้ประกอบการตลาดแบบตรง
- 2) ภูมิลำเนาของผู้ประกอบการรายตรงหรือผู้ประกอบการตลาดแบบตรง
- 3) ประเภทหรือชนิดของสินค้าหรือบริการ
- 4) วิธีการขายสินค้าหรือบริการ³³

จากหลักกฎหมายดังกล่าว คณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงจะเป็นผู้กำหนดแบบขอจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงและการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง โดยกฎหมายกำหนดว่าอย่างน้อยต้องมีรายการดังนี้ (1) ชื่อของผู้ประกอบธุรกิจ (2) ภูมิลำเนาของผู้ประกอบธุรกิจ (3) ประเภทหรือชนิดของสินค้าหรือบริการ (4) วิธีการขายสินค้าหรือบริการ

(2) แผนการจ่ายค่าตอบแทน

ผู้ประกอบการรายตรงต้องดำเนินกิจการให้เป็นไปตามแผนการจ่ายผลตอบแทนของตนที่ได้ยื่นต่อนายทะเบียน³⁴ แผนการจ่ายผลตอบแทนต้องมีลักษณะดังต่อไปนี้

³² พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. ๒๕๔๕ มาตรา ๓๘.

³³ พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. ๒๕๔๕ มาตรา ๒๑.

³⁴ พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. ๒๕๔๕ มาตรา ๓๘.

- 1) ต้องไม่กำหนดให้ผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงที่ไม่ใช่ลูกจ้างได้รับผลตอบแทนที่เป็นรายได้หลักจากการรับสมัครบุคคลหรือแนะนำผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทน
 - 2) ผลตอบแทนที่เป็นรายได้หลักของผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงที่ไม่ใช่ลูกจ้างขึ้นอยู่กับการขายสินค้าหรือบริการแก่ผู้บริโภค รวมไปถึงการซื้อเพื่อการใช้หรือบริการเอง
 - 3) ต้องไม่บังคับให้ผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้า
 - 4) ต้องไม่ชักจูงให้ผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้าในปริมาณมากเกินไปอย่างไม่สมเหตุสมผล
 - 5) ต้องแสดงวิธีการคิดคำนวณผลตอบแทนที่ตรงต่อความเป็นจริงหรือเป็นไปได้จริง อย่างเปิดเผยชัดเจน
 - 6) ลักษณะอื่นตามที่คณะกรรมการกำหนด
- แผนการจ่ายผลตอบแทนใดที่มีลักษณะแตกต่างไปจากที่กำหนดไว้ในวรรคสองให้มีผลบังคับใช้เท่าที่เป็นธรรมแก่ผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนที่ไม่ใช่ลูกจ้าง³⁵ จากหลักกฎหมายดังกล่าวจะเห็นได้ว่า เพื่อความเป็นธรรมแก่ผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงที่ไม่ใช่ลูกจ้าง กฎหมายได้กำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงต้องดำเนินกิจการให้เป็นไปตามแผนการจ่ายผลตอบแทนของตนที่ได้ยื่นต่อนายทะเบียน โดยแผนการจ่ายผลตอบแทน ต้องมีลักษณะสำคัญสรุปได้ดังนี้
- 1) ผลตอบแทนที่เป็นรายได้หลักของผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงที่ไม่ใช่ลูกจ้างขึ้นอยู่กับการขายสินค้าหรือบริการแก่ผู้บริโภค รวมไปถึงการซื้อเพื่อการใช้หรือบริโภคเอง แต่ต้องไม่กำหนดให้ได้รับผลตอบแทนที่เป็นรายได้หลักจากการรับสมัครบุคคลหรือแนะนำ
 - 2) ต้องไม่บังคับให้ผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้า หรือชักจูงให้ผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้าในปริมาณมากเกินไปอย่างไม่สมเหตุสมผล
 - 3) ต้องแสดงวิธีคิดคำนวณการจ่ายผลตอบแทนที่ตรงต่อความเป็นจริงเป็นไปได้จริง และอย่างเปิดเผยชัดเจนและยังให้อำนาจคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงที่จะกำหนดลักษณะอื่นขึ้นอีกได้ในโอกาสต่อไป

³⁵ พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ.๒๕๔๕ มาตรา ๒๑.

ในกรณีที่ผลการจ่ายผลตอบแทนใดมีลักษณะแตกต่างไปจากที่กำหนดไว้ดังกล่าวกฎหมายกำหนดให้มีผลบังคับใช้เท่าที่เป็นธรรมแก่ผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงที่ไม่ใช่ลูกจ้าง

(3) การเรียกเก็บค่าธรรมเนียม

ห้ามมิให้ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงเรียกเก็บค่าธรรมเนียมการสมัครเข้าเป็นสมาชิก ค่าฝึกอบรม

(4) สัญญาระหว่างผู้จำหน่ายอิสระกับผู้ประกอบธุรกิจขายตรง

สัญญาระหว่างผู้จำหน่ายอิสระกับผู้ประกอบธุรกิจขายตรง ให้ทำเป็นหนังสือซึ่งอย่างน้อยต้องมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) เงื่อนไขที่ชัดเจนเกี่ยวกับการจ่ายผลตอบแทนตามแผนการจ่ายผลตอบแทน

2) เงื่อนไขที่ชัดเจนเกี่ยวกับค่าธรรมเนียมการสมัคร ค่าฝึกอบรม ค่าวัสดุอุปกรณ์ส่งเสริมการขาย หรือค่าธรรมเนียมอื่นๆ

3) เงื่อนไขที่ชัดเจนเกี่ยวกับการที่ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงจะรับซื้อสินค้า วัสดุอุปกรณ์ ส่งเสริมการขาย ชุดคู่มือ หรืออุปกรณ์ส่งเสริมธุรกิจคืนจากผู้จำหน่ายอิสระ ตลอดจนกำหนดระยะเวลาที่ผู้จำหน่ายอิสระ สามารถใช้สิทธิดังกล่าว ความในวรรคหนึ่ง 1) และ 2)ให้นำมาบังคับแก่ตัวแทนขายตรงที่ไม่ใช่ลูกจ้างด้วย³⁶

เพื่อให้ผู้จำหน่ายอิสระและตัวแทนขายตรงที่ไม่ใช่ลูกจ้างได้รับการคุ้มครองที่ชัดเจนในการตกลงเข้าผูกพันกับผู้ประกอบธุรกิจ และเพื่อป้องกันการระดมเครือข่ายผู้ขายที่มีขอบด้วยกฎหมาย จึงกำหนดให้สัญญาระหว่างผู้จำหน่ายอิสระกับผู้ประกอบธุรกิจขายตรงต้องทำเป็นหนังสือและอย่างน้อยต้องมีเงื่อนไขที่ชัดเจนในเรื่องการจ่ายค่าตอบแทน ค่าธรรมเนียมการสมัคร ค่าฝึกอบรม ค่าวัสดุอุปกรณ์ส่งเสริมการขาย หรือค่าธรรมเนียมอื่นๆ และการรับซื้อสินค้า รวมทั้งสิ่งที่กล่าวมาข้างต้นคืนจากผู้จำหน่ายอิสระ ทั้งนี้ให้นำหลักดังกล่าวมาใช้บังคับกับตัวแทนขายตรงที่ไม่ใช่ลูกจ้างด้วย ยกเว้นเรื่องการคืนสินค้าและอุปกรณ์ต่างๆ เพราะตัวแทนเพียงแต่ได้รับมอบอำนาจจากผู้ประกอบธุรกิจขายตรงให้นำสินค้าหรือบริการ ไปเสนอขายตรงต่อผู้บริโภค กรรมสิทธิ์ยังเป็นของผู้ประกอบธุรกิจอยู่ จึงไม่จำเป็นต้องกำหนดในเรื่องการรับซื้อสินค้าพร้อมอุปกรณ์ต่างๆ คืนอีก

สิทธิขอคืนสินค้านั้น เมื่อผู้จำหน่ายอิสระใช้สิทธิคืนสินค้า วัสดุอุปกรณ์ส่งเสริมการขาย ชุดคู่มือหรืออุปกรณ์ส่งเสริมธุรกิจที่ซื้อไปจากผู้ประกอบธุรกิจขายตรง ให้

³⁶ พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ.๒๕๔๕ มาตรา ๒๓.

ผู้ประกอบการซื้อขายตรงซื้อคืนตามราคาจากผู้จำหน่ายอิสระได้จ่ายภายในระยะเวลาสิบห้าวัน นับตั้งแต่วันที่ผู้จำหน่ายอิสระใช้สิทธิคืน แต่ในการใช้สิทธิคืนกรณีที่สำคัญตามมาตรา 23 สิ้นสุด ผู้ประกอบการซื้อขายตรงมีสิทธิหักค่าดำเนินการได้ไม่เกินอัตราที่คณะกรรมการประกาศกำหนด และมีสิทธิหักกลบหนี้ใดๆ อันเกี่ยวกับสัญญาตามมาตรา 23 ที่ผู้จำหน่ายอิสระจะต้องชำระได้¹⁷

จากหลักกฎหมายดังกล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่า โดยหลักแล้วเมื่อผู้จำหน่ายอิสระใช้สิทธิคืนสินค้า วัตถุประสงค์ส่งเสริมการขาย ชุดคู่มือ อุปกรณ์ส่งเสริมธุรกิจที่ซื้อ มาจากผู้ประกอบการซื้อขายตรง ผู้ประกอบการซื้อขายตรงต้องซื้อคืนตามราคาจากผู้จำหน่ายอิสระได้ จ่ายภายในระยะเวลาสิบห้าวันนับแต่วันที่ผู้จำหน่ายอิสระใช้สิทธิคืน แต่มีข้อยกเว้นในการใช้สิทธิ คืนกรณีที่สำคัญระหว่างผู้จำหน่ายอิสระกับผู้ประกอบการซื้อขายตรงสิ้นสุดลง ผู้ประกอบการซื้อขาย ตรงมีสิทธิหักค่าดำเนินการได้ไม่เกินอัตราที่คณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงประกาศ กำหนดและสิทธิหักกลบหนี้ใดๆ อันเกี่ยวกับสัญญาที่ผู้จำหน่ายอิสระจะต้องชำระได้

เหตุผลที่กำหนดหลักเกณฑ์ในการใช้สิทธิคืนสินค้า เพื่อให้ผู้จำหน่าย อิสระมีโอกาสคืนสินค้าที่ไม่สามารถจะจำหน่ายได้ภายในเงื่อนไขที่เป็นธรรม และเพื่อความเป็น ธรรมแก่ฝ่ายผู้ประกอบการซื้อขายตรง ซึ่งมีต้นทุนเกี่ยวกับอุปกรณ์หรือคู่มือเหล่านี้อยู่ตามความ เป็นจริง นอกจากนี้การคืนสินค้าเป็นสิทธิพิเศษนอกเหนือจากสิทธิของผู้ซื้อในประมวลกฎหมาย แพ่งและพาณิชย์ลักษณะซื้อขาย แม้ว่าผู้จำหน่ายอิสระจะซื้อสินค้าจากผู้ประกอบการซื้อขายตรงไป เสร็จเด็ดขาดแล้วก็ควรให้สิทธิคืนสินค้าเพราะการซื้อไปเพื่อขายต่อเป็นการช่วยกระจายสินค้า ให้แก่ผู้ประกอบการโดยตรงที่เดียวจึงควรถือว่าผู้จำหน่ายอิสระเหล่านี้ไม่แตกต่างจากผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีกระบบค้าปลีกทั่วไป แต่การใช้สิทธิคืนสินค้าก็มีเงื่อนไข คือ ในกรณีสัญญาสิ้นสุดจะได้ ราคาคืน ไม่เต็มจำนวนเพราะผู้ประกอบการมีค่าใช้จ่ายในการลงทุนเพื่อการขายเช่นกัน

(5) การนำสินค้าหรือบริการไปเสนอขาย

ในการนำสินค้าหรือบริการไปเสนอขายตรงต่อผู้บริโภค ผู้จำหน่ายอิสระ ต้องดำเนินการตามเงื่อนไขและแผนการขายที่ผู้ประกอบการซื้อขายตรงกำหนด¹⁸

ผู้จำหน่ายอิสระจะต้องนำสินค้าหรือบริการไปเสนอขายตรงต่อผู้บริโภค ให้เป็นไปตามเงื่อนไขและแผนการขายที่ผู้ประกอบการซื้อขายตรงกำหนด เช่น ผู้ประกอบการซื้อขาย กำหนดราคาขายสินค้าไว้ แต่ผู้จำหน่ายอิสระไปขายเท่ากับราคาทุนที่ซื้อมา โดยไม่ให้ผู้บริโภค สมัครเป็นสมาชิกเพื่อต้องการเพียงยอดขายให้เป็นไปตามเป้าหมาย หรือมีการขายลดราคาต่ำกว่าที่ ผู้ประกอบการซื้อขายตรงกำหนด เพื่อแย่งลูกค้าระหว่างผู้จำหน่ายอิสระด้วยกันเอง หรือผู้ประกอบการ

¹⁷ พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ.๒๕๔๕ มาตรา ๒๕.

¹⁸ พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ.๒๕๔๕ มาตรา ๒๔

ธุรกิจขายตรงกำหนดแผนการขายไว้ว่าห้ามนำสินค้าของผู้ประกอบธุรกิจไปวางขายในร้านค้า เหมือนกับสินค้าอื่น เพราะผิดหลักการขายตรงที่เป็นการขายเชิงรุก โดยต้องนำสินค้าไปเสนอขาย โดยตรงยังที่อยู่อาศัย หรือสถานที่ทำงานของผู้บริโภคหรือของผู้อื่น หรือสถานที่อื่นที่มีใช้สถานที่ ประกอบการค้าปกติธุระ ดังนั้น ผู้จำหน่ายอิสระต้องดำเนินการขายตามเงื่อนไขและแผนการขายที่ ผู้ประกอบธุรกิจกำหนดไว้

การเข้าไปติดต่อเพื่อเสนอขายสินค้าให้แก่ผู้บริโภคโดยตรง ณ ที่อยู่อาศัย หรือสถานที่ทำงานของผู้บริโภค หรือของผู้อื่น หรือสถานที่อื่นที่มีใช้สถานที่ประกอบการค้าเป็น ปกติธุระ ผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงจะต้องได้รับอนุญาตจากผู้บริโภคหรือผู้ครอบครอง สถานที่นั้นก่อน และต้องไม่กระทำการอันเป็นการรบกวนหรือก่อให้เกิดความรำคาญแก่บุคคลแก่ บุคคลดังกล่าว ในการนี้ ผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงต้องแสดงบัตรประจำตัวประชาชน และบัตรประจำตัวผู้จำหน่ายอิสระ หรือตัวแทนขายตรง ซึ่งออกโดยผู้ประกอบธุรกิจขายตรงด้วย^{๑๑}

เพื่อให้ประชาชนผู้บริโภคสามารถได้ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับตัวผู้จำหน่าย อิสระหรือตัวแทนขายตรงมากพอที่จะใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้น ในการติดต่อหากมีปัญหาเกิดขึ้น กฎหมายจึงบังคับว่าผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงจะต้องได้รับอนุญาตจากผู้บริโภคหรือผู้ ครอบครองสถานที่นั้นก่อน โดยต้องแสดงบัตรประจำตัวประชาชนและบัตรประจำตัวผู้จำหน่าย อิสระ หรือตัวแทนขายตรง ซึ่งออกโดยผู้ประกอบธุรกิจขายตรง และต้องไม่กระทำการอันเป็นการ รบกวนหรือก่อให้เกิดความรำคาญแก่ผู้บริโภค เช่น เสนอขายสินค้าในลักษณะที่จะไม่ยอมกลับถ้า ไม่ซื้อสินค้าหรือมีลักษณะบังคับขาย

นอกจากนี้ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรงหรือผู้ประกอบธุรกิจตลาด แบบตรงมีหน้าที่ส่งมอบเอกสารซื้อขายสินค้าหรือบริการแก่ผู้บริโภค

เอกสารการซื้อขายตามวรรคหนึ่งต้องมีข้อความภาษาไทยที่อ่านเข้าใจง่าย โดยระบุชื่อผู้ซื้อและผู้ขาย วันที่ซื้อขายและวันที่ส่งมอบสินค้าหรือบริการรวมทั้งสิทธิของผู้บริโภค ในการเลิกสัญญา ซึ่งสิทธิเลิกสัญญาดังกล่าวต้องกำหนดด้วยตัวอักษรที่เห็นเด่นชัดกว่าข้อความ ทั่วไป (มาตรา 30)

จากหลักกฎหมายดังกล่าวจะเห็นได้ว่า กฎหมายได้กำหนดให้ผู้จำหน่าย อิสระ ตัวแทนขายตรง หรือผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงมีหน้าที่ส่งมอบเอกสารการซื้อขายสินค้า หรือบริการแก่ผู้บริโภค ซึ่งเอกสารการซื้อขายดังกล่าวต้องมีข้อความภาษาไทยที่อ่านเข้าใจง่าย โดยระบุ

- 1) ชื่อผู้ซื้อและผู้ขาย
- 2) วันที่ซื้อขาย

^{๑๑} พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ.๒๕๔๕ มาตรา ๒๖

3) วันที่ส่งมอบสินค้าหรือบริการ

4) สิทธิของผู้บริโภคในการเลิกสัญญา

ทั้งนี้ สิทธิเลิกสัญญาดังกล่าวต้องกำหนดด้วยตัวอักษรที่เห็นเด่นชัดกว่าข้อความทั่วไป

กฎหมายกำหนดหน้าที่ส่งมอบเอกสารการซื้อขายสินค้าหรือบริการแก่ผู้บริโภคเฉพาะผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขาย หรือผู้ประกอบการกิจการตลาดแบบตรง แต่ไม่ได้กำหนดให้ผู้ประกอบการขายตรงต้องกระทำด้วย เหตุที่ไม่ได้กำหนดให้ผู้ประกอบการขายตรงส่งมอบเอกสารดังกล่าวด้วย เพราะผู้ประกอบการขายตรงจะไม่ติดต่อกับผู้บริโภค แต่จะติดต่อผ่านทางผู้จำหน่ายอิสระ หรือตัวแทนขายตรง ดังนั้น กฎหมายจึงมิได้บัญญัติไว้

สำหรับรายละเอียดในเอกสารการซื้อขายคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงมีอำนาจกำหนดรายละเอียดในเอกสารการซื้อขายสินค้าหรือบริการที่ใช้วิธีการขายตรง โดยถือเอาราคาสินค้าหรือบริการที่ผู้บริโภคได้รับการคุ้มครองและประเภทสินค้าหรือบริการเป็นสำคัญ

เอกสารการซื้อขายตามวรรคหนึ่ง อย่างน้อยต้องมีรายการดังต่อไปนี้

กำหนดเวลา สถานที่ และวิธีการในการชำระหนี้ สถานที่ และวิธีการในการส่งมอบสินค้าหรือบริการ วิธีการเลิกสัญญา วิธีการคืนสินค้า การรับประกันสินค้า การเปลี่ยนสินค้าในกรณีมีความชำรุดบกพร่อง เอกสารการซื้อขายต้องมีข้อความภาษาไทยระบุชื่อผู้ซื้อและผู้ขาย วันที่ซื้อขายและวันที่ส่งมอบสินค้าหรือบริการ สิทธิของผู้บริโภคในการเลิกสัญญา โดยสิทธิเลิกสัญญานี้ต้องกำหนดด้วยตัวอักษรที่เห็นเด่นชัดกว่าข้อความทั่วไป ซึ่งประกาศกำหนดรายละเอียดในเอกสารการซื้อขายให้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา⁴⁰

จากหลักกฎหมายดังกล่าวข้างต้น จะเห็นได้ว่า คณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงมีอำนาจกำหนดรายละเอียดในเอกสารการซื้อสินค้าหรือบริการที่ใช้วิธีการขายตรงหรือตลาดแบบตรง โดยถือเอาราคาสินค้าที่ผู้บริโภคควรได้รับการคุ้มครองและประเภทสินค้าหรือบริการเป็นสำคัญ ทั้งนี้ เพื่อกำหนดให้มีความเหมาะสมกับสถานะในตลาดเสรี เพราะสินค้าและบริการอาจมีราคาแตกต่างกันมากไม่จำเป็นต้องมีการควบคุมข้อความในเอกสารทุกประเภท

การซื้อขายสินค้าหรือบริการใดที่ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง หรือผู้ประกอบการกิจการตลาดแบบตรง ไม่ได้จัดให้มีเอกสารซื้อขายที่มีรายละเอียดตามมาตรา 30 หรือมาตรา 31 ย่อมไม่มีผลผูกพันผู้บริโภค

⁴⁰ พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ.๒๕๔๕ มาตรา ๓๐ และ ๓๑.

ในกรณีที่มีการฝ่าฝืน ไม่ยอมจัดให้มีเอกสารการซื้อขายที่มีรายละเอียด ตามกฎหมายและที่คณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงกำหนดไว้ การซื้อขายสินค้าหรือ บริการย่อมไม่มีผลผูกพันกับผู้บริโภค

อย่างไรก็ดีในการซื้อขายตรงผู้บริโภคมีสิทธิเลิกสัญญา โดยการส่ง หนังสือแสดงเจตนาภายในเวลาเจ็ดวันนับแต่วันที่ได้รับสินค้าหรือบริการไปยังผู้ประกอบการขายตรง สำหรับธุรกิจขายตรงผู้บริโภคจะแจ้งไปยังผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงที่เกี่ยวข้องก็ได้ บทบัญญัติตามวรรคหนึ่งไม่ใช้บังคับกับประเภท ราคา หรือชนิดของ สินค้าหรือบริการตามที่กำหนดไว้ในพระราชกฤษฎีกา (มาตรา 33)

โดยหลักเสรีภาพในการทำสัญญาเมื่อสัญญาเกิดขึ้นแล้วลูกหนี้จะอ้างใน ภายหลังว่า ตนไม่ได้รับความยุติธรรมไม่ได้ เพราะในขณะที่ทำสัญญาไม่มีใครบังคับ เมื่อคู่สัญญา เห็นว่า ไม่ยุติธรรมก็ไม่จำเป็นต้องตกลงทำสัญญาด้วย ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งจะอ้างว่า อีกฝ่ายหนึ่งเอา เปรียบจากข้อตกลงที่ได้ตกลงกันแล้วไม่ได้ สัญญาจะเกิดขึ้นอย่างยุติธรรมได้ก็ต่อเมื่อบุคคลมีความ พัดเทียมกันของอำนาจต่อรอง แต่สำหรับการขายตรงนั้น ผู้บริโภคอยู่ในฐานะที่อาจถูกชักจูงได้ง่าย กว่าที่ผู้บริโภคเดินเข้าไปซื้อสินค้าตามร้านค้าทั่วไป เนื่องจากถูกผู้ขายตรงรุกเร้าและให้ข้อมูล สินค้าเพียงฝ่ายเดียว เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคเป็นพิเศษแตกต่างจากหลักกฎหมายซื้อขายในประมวล กฎหมายแพ่งและพาณิชย์ จึงเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคใช้สิทธิยกเลิกการซื้อได้โดยไม่ต้องมีเหตุผล ใดๆ ถ้าภายในเวลาเจ็ดวันพิจารณาไตร่ตรองแล้วว่า ไม่ต้องการผูกพันตามสัญญาซื้อขาย⁴¹

จากเหตุผลดังกล่าวกฎหมายจึงกำหนดว่าในการซื้อสินค้าหรือบริการจาก การขายตรงหรือจากการขายผ่านตลาดแบบตรงผู้บริโภคมีสิทธิเลิกสัญญา โดยการส่งหนังสือแสดง เจตนาภายในเวลาเจ็ดวันนับแต่วันที่ได้รับสินค้าหรือบริการ ไปยังผู้ประกอบการขายตรงหรือผู้ จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรง หรือผู้ประกอบการตลาดแบบตรง เว้นแต่มีพระราชกฤษฎีกา กำหนดประเภทราคาหรือชนิดของสินค้าหรือบริการไว้ว่าห้ามใช้สิทธิเลิกสัญญา ผู้บริโภคจึงจะไม่มีสิทธิเลิกสัญญา

ในกรณีนี้ไม่ใช่กรณีเดียวกันกับความชำรุดบกพร่องของสินค้าหรือบริการ ซึ่งผู้ซื้ออาจใช้สิทธิตามที่บัญญัติไว้ในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ลักษณะซื้อขายได้โดยการ เรียกร้องให้ผู้ขายรับผิดชอบตามสัญญาซื้อขาย การใช้สิทธิเลิกสัญญานี้ผู้บริโภคจะส่งสินค้าคืนเลย ทันทีไม่ได้ ผู้บริโภคจะต้องใช้สิทธิเลิกสัญญาก่อน โดยการส่งหนังสือแสดงเจตนาภายในเวลาเจ็ด วันนับแต่วันที่ได้รับสินค้าหรือบริการ ไปยังผู้ประกอบการขายตรงก่อน

⁴¹ พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ.๒๕๔๕ มาตรา ๓๒.

ผู้บริโภครที่ใช้สิทธิเลิกสัญญาตามมาตรา 33 ต้องเลือกปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งดังต่อไปนี้ คือ ส่งคืนสินค้าไปยังผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง หรือผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง หรือเก็บรักษาสินค้าไว้ตามสมควรภายในระยะเวลาสี่สิบเอ็ดวัน นับแต่วันที่ผู้ใช้สิทธิเลิกสัญญา เว้นแต่สินค้านั้นเป็นของเสียหายโดยสภาพไม่อาจเก็บรักษาได้ภายในระยะเวลาดังกล่าว ให้เก็บรักษาตามเวลาและวิธีการอันสมควรแก่สภาพ เมื่อพ้นกำหนดนั้นแล้ว ผู้บริโภครจะเก็บรักษาสินค้านั้นไว้หรือไม่ก็ได้ ผู้บริโภครที่เลือกปฏิบัติในวิธีการหลังนี้ มีหน้าที่ต้องส่งคืนสินค้าให้ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงแล้วแต่กรณี มารับคืน ณ ภูมิลำเนาของผู้บริโภคร แต่ถ้าผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงขอให้ผู้บริโภครส่งคืนสินค้าทางไปรษณีย์โดยเรียกเก็บเงินปลายทางภายในระยะเวลาตามที่กำหนดดังกล่าว ผู้บริโภครต้องส่งคืนสินค้านั้นตามคำขอของผู้ประกอบการธุรกิจดังกล่าว กรณีสินค้าเป็นของใช้สิ้นเปลือง ผู้บริโภครมีหน้าที่คืนเฉพาะส่วนที่เหลือจากการใช้ก่อนใช้สิทธิเลิกสัญญา

หลักเกณฑ์และวิธีการในการคืนสินค้าและบริการให้เป็นไปตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

ผู้บริโภครมีสิทธิที่จะยึดหน่วงสินค้าไว้ได้จนกว่าจะได้รับคืนเงินที่ผู้บริโภครจ่ายไปในการซื้อสินค้านั้น⁴²

จากหลักกฎหมายดังกล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่าเมื่อผู้บริโภครได้ใช้สิทธิเลิกสัญญา โดยส่งหนังสือแสดงเจตนาภายในเวลาเจ็ดวันนับแต่วันที่ได้รับสินค้าหรือบริการ ไปยังผู้ประกอบการแล้ว ผู้บริโภครมีหน้าที่ต้องปฏิบัติอย่างหนึ่งอย่างใดดังนี้

1) ส่งคืนสินค้าไปยังผู้ประกอบการ

2) เก็บรักษาสินค้าไว้ตามสมควรภายในระยะเวลาสี่สิบเอ็ดวันนับแต่วันที่ผู้ใช้สิทธิเลิกสัญญา เว้นแต่สินค้านั้นเป็นของเสียหายโดยสภาพ เช่น อาหาร ผลไม้ เป็นต้น

กฎหมายให้เก็บรักษาตามเวลา และวิธีอันสมควรแก่สภาพ เมื่อพ้นกำหนดแล้วผู้บริโภครจะเก็บรักษาสินค้านั้นไว้หรือไม่ก็ได้ กรณีผลไม้เน่าเสียจะทิ้งไปหรือเก็บไว้ก็ได้ตามแต่จะเลือก

ในกรณีที่ผู้บริโภครเลือกวิธีการเก็บรักษาสินค้าไว้ ผู้บริโภครมีหน้าที่ต้องส่งคืนสินค้าให้ผู้ประกอบการมารับคืน ณ ภูมิลำเนาของผู้บริโภคร แต่ถ้าผู้ประกอบการขอให้ผู้บริโภครส่งคืนสินค้าทางไปรษณีย์โดยเรียกเก็บเงินปลายทาง ผู้บริโภครต้องส่งคืนตามขอ

ถ้าสินค้าเป็นของใช้สิ้นเปลือง เช่น สบู่ ยาสีฟัน น้ำยาล้างจาน แชมพูสระผม เป็นต้น ผู้บริโภครมีหน้าที่คืนเฉพาะส่วนที่เหลือจากการใช้ก่อนใช้สิทธิเลิกสัญญา ซึ่งเป็น

⁴² พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ.๒๕๔๕. มาตรา ๓๔.

การคืนตามสภาพที่เหลือ ณ เวลาใช้สิทธิเลิกสัญญา มิใช่ว่าเมื่อใช้สิทธิเลิกสัญญาแล้วยังคงใช้สินค้าต่อไปแล้วจะมาคืนตามที่เหลือเพียงใดก็ได้ และผู้บริโภค ไม่จำเป็นต้องคืนตามสภาพเดิม หรือจะต้องนำส่วนที่ใช้สิทธิเลิกมาคืนด้วย ซึ่งในความเป็นจริงทำไม่ได้

สำหรับหลักเกณฑ์และวิธีการในการคืนสินค้าหรือบริการ เช่น ในกรณีที่ส่งสินค้าคืนทางไปรษณีย์ให้ส่งโดยวิธีการลงทะเบียนและให้ถือว่าที่ประทับตราของไปรษณีย์เป็นวันสิ้นสุดแห่งการนับระยะเวลาในการใช้สิทธิยกเลิกการซื้อ เป็นต้น

นอกจากผู้บริโภคมีหน้าที่ต้องปฏิบัติตามดังกล่าวแล้ว ผู้บริโภคก็มีสิทธิที่จะยึดหน่วงสินค้าไว้จนกว่าจะได้รับเงินที่ผู้บริโภคนำไปในการซื้อสินค้านั้น

เมื่อผู้บริโภคใช้สิทธิเลิกสัญญาตามมาตรา 33 ให้ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง หรือผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงคืนเงินเต็มจำนวนที่ผู้บริโภคนำไปเพื่อการซื้อสินค้าหรือบริการนั้นภายในกำหนดเวลาสิบห้าวันนับแต่วันที่ได้รับหนังสือแสดงเจตนาเลิกสัญญา

ในกรณีที่ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง ไม่คืนเงินตามจำนวน และภายในกำหนดระยะเวลาตามวรรคหนึ่ง ให้ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงชำระเบี้ยปรับตามอัตราที่คณะกรรมการประกาศกำหนดให้แก่ผู้บริโภค (มาตรา 36)

จากหลักกฎหมายดังกล่าวข้างต้น จะเห็นได้ว่าเมื่อผู้บริโภคใช้สิทธิเลิกสัญญาแล้ว ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงต้องคืนเงินเต็มจำนวนที่ผู้บริโภคนำไปเพื่อการซื้อสินค้าหรือบริการนั้นภายในกำหนดเวลาสิบห้าวันนับแต่วันที่ได้รับหนังสือแสดงเจตนาเลิกสัญญา ถ้ามีการฝ่าฝืนไม่คืนเงินตามจำนวนและภายในกำหนดระยะเวลา เช่น มีการหักค่าใช้จ่ายหรือค่าธรรมเนียม โดยคืนให้เพียงบางส่วน หรือส่งเงินคืนล่าช้าถึงสามเดือน ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงต้องชำระเบี้ยปรับตามอัตราที่คณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงประกาศกำหนดให้แก่ผู้บริโภค

(6) คำรับประกันสินค้าหรือบริการ

คำรับประกันสินค้าหรือบริการให้จัดทำเป็นภาษาไทยและระบุถึงสิทธิของผู้บริโภคในการเรียกร้องสิทธิตามคำรับประกันที่ชัดเจนและสามารถเข้าใจได้ถึงเงื่อนไขที่ระบุไว้

รายละเอียดเกี่ยวกับคำรับประกันสินค้าหรือบริการตามวรรคหนึ่งให้ปฏิบัติตามที่คณะกรรมการประกาศกำหนด (มาตรา 37)

จากหลักกฎหมายดังกล่าวจะเห็นได้ว่า คำรับประกันสินค้าหรือบริการต้องจัดทำเป็นภาษาไทย และระบุถึงสิทธิของผู้บริโภคในการเรียกร้องสิทธิตามคำรับประกันที่

ชัดเจน และสามารถเข้าใจได้ถึงเงื่อนไขที่ระบุไว้ สำหรับรายละเอียดเกี่ยวกับคำรับประกันสินค้าหรือบริการให้คณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงประกาศกำหนด ได้แก่ ชื่อที่อยู่ของผู้รับประกัน เงื่อนไขในการรับประกัน ระยะเวลาในการประกัน

2.3.2.3 มาตรการในการเยียวยาความเสียหายแก่ผู้บริโภค

(1) การเยียวยาความเสียหายแก่ผู้บริโภคมีสิทธิเลิกสัญญา โดยการส่งหนังสือแสดงเจตนาภายในเวลาเจ็ดวันนับแต่วันที่ได้รับสินค้าหรือบริการ ไปยังผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงหรืออาจแจ้งไปยังผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงที่เกี่ยวข้องก็ได้

เนื่องด้วยการซื้อขายสินค้าจากการขายตรงผู้บริโภคไม่ได้เป็นฝ่ายแสดงเจตนาด้วยความต้องการของตนเองเหมือนกับการซื้อขายโดยทั่วไป เพราะจะมีผู้ขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระเป็นฝ่ายนำเสนอ อธิบายถึงคุณสมบัติพิเศษของสินค้าโดยยกแก่การควบคุมตรวจสอบว่าเกินความจริงหรือเป็นการหลอกลวงหรือไม่ และมักจะหวานล้อมด้วยคำพูดต่างๆ จนผู้บริโภคตัดสินใจบริโภคสินค้านั้นในเวลาอันสั้นหรือตัดสินใจซื้อโดยปราศจากความรอบคอบอันควรมี ดังนั้นจึงต้องเปิดโอกาสให้ผู้ซื้อสินค้าในการขายตรงมีสิทธิยกเลิกการซื้อได้ภายในเจ็ดวัน หากใคร่ครวญแล้วว่าไม่ต้องการผูกพันตามสัญญาซื้อขาย⁴³

เมื่อผู้บริโภคใช้สิทธิเลิกสัญญาตามมาตรา 33 ให้ผู้จำหน่ายอิสระตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง คืนเงินจำนวนที่ผู้บริโภคจ่ายไป ภายในกำหนดสิบห้าวันนับแต่วันที่ได้รับหนังสือแสดงเจตนาเลิกสัญญา⁴⁴ กรณีหากบุคคลดังกล่าวไม่คืนเงินตามจำนวนและภายในเวลาที่กำหนด ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง แล้วแต่กรณีต้องชำระเบี้ยปรับตามอัตราที่คณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงกำหนดให้แก่ผู้บริโภค

นอกจากนี้ ในการขายตรงกฎหมายกำหนดให้ต้องมีคำรับประกันสินค้าหรือบริการ โดยต้องจัดทำเป็นภาษาไทยและระบุถึงสิทธิของผู้บริโภคในการเรียกร้องสิทธิตามคำรับประกันที่ชัดเจน และสามารถเข้าใจถึงเงื่อนไขที่ระบุไว้ ซึ่งคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงกำหนดรายละเอียดเกี่ยวกับคำรับประกันสินค้าหรือบริการว่าต้องมีชื่อที่อยู่ของผู้รับประกัน เงื่อนไขการรับประกัน ระยะเวลาในการประกัน⁴⁵ กรณีหากมีการฝ่าฝืนไม่ทำคำรับประกันสินค้าหรือบริการ ผู้นั้นต้องระวางโทษปรับไม่เกินสามหมื่นบาท⁴⁶

⁴³ พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ.๒๕๔๕ มาตรา ๓๓

⁴⁴ พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ.๒๕๔๕ มาตรา ๓๖

⁴⁵ พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ.๒๕๔๕ มาตรา ๓๗

⁴⁶ พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ.๒๕๔๕ มาตรา ๕๑

นอกเหนือจากการเยียวยาความเสียหายแก่ผู้บริโภคตามที่กล่าวแล้วนั้น หากผู้บริโภคได้รับความเสียหายอันเนื่องจากการใช้สินค้าอาจเป็นความผิดฐานละเมิดตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 420 ได้ เพราะถือได้ว่าเป็นการที่ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง หรือผู้ขายตรง หรือผู้จำหน่ายอิสระกระทำโดยผิดกฎหมายต่อผู้บริโภค โดยจงใจหรือประมาทเลินเล่อ ทำให้เกิดความเสียหายแก่ชีวิตร่างกายอนามัยของผู้บริโภค ต้องใช้ค่าสินไหมทดแทน นอกจากการเรียกให้ผู้ขายตรงหรือผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงชดใช้ค่าเสียหายเนื่องจากการผิดสัญญาซื้อขาย

(2) การใช้สิทธิเรียกค่าเสียหายตามสัญญาซื้อขายตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 472

ในกรณีที่ทรัพย์สินที่ซื้อขายมีความชำรุดบกพร่อง ผู้ซื้อในฐานะคู่สัญญาตามสัญญาซื้อขายมีสิทธิเรียกค่าเสียหายจากผู้ขายได้ โดยในกรณีดังกล่าวมีบทบัญญัติรับรองสิทธิของผู้ซื้อไว้ว่า ในกรณีที่ทรัพย์สินซึ่งขายนั้นชำรุดบกพร่อง เป็นเหตุให้เสื่อมราคาหรือเสื่อมความเหมาะสมแก่ประโยชน์อันมุ่งจะใช้เป็นปกติ หรือประโยชน์ที่มุ่งหมายโดยสัญญา ผู้ขายต้องรับผิดชอบแม้ว่าผู้ขายจะรู้หรือไม่ถึงความชำรุดบกพร่องนั้นก็ตาม⁴⁷

ตามบัญญัติของกฎหมายนี้ ให้สิทธิแก่ผู้ซื้อในการเรียกค่าเสียหายให้ผู้ขายรับผิดชอบโดยเรียกให้รับผิดชอบตามลักษณะซื้อขายเท่านั้น การกำหนดค่าเสียหายต้องเป็นไปตามบทบัญญัติในเรื่องนี้ตามประมวลแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 222 และความรับผิดชอบของผู้ขายในความชำรุดบกพร่องของทรัพย์สินที่ซื้อขายเป็นความรับผิดชอบโดยมีต้องมียศประกอบความผิดอื่นๆ ไม่ว่าจะประมาทหรือไม่ก็ตาม ทั้งนี้ เพราะความมุ่งหมายที่จะใช้ประโยชน์ตามปกติจากสินค้านั้นอย่างใดก็ดี ตามบทบัญญัติของกฎหมายนี้ให้สิทธิแก่ผู้ซื้อเป็นผู้มีอำนาจเรียกค่าเสียหายเท่านั้น ไม่รวมถึงบุคคลภายนอก ดังนั้นบุคคลภายนอกจะอาศัยบทบัญญัติแห่งประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์เรียกให้ผู้ขายรับผิดชอบในความเสียหายที่เกิดขึ้นกับตนไม่ได้ เพราะมิใช่คู่สัญญาซื้อขาย

(3) การใช้สิทธิเรียกค่าสินไหมทดแทนตามกฎหมายลักษณะละเมิดตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์

หลักความรับผิดในคดีละเมิดของไทยมีอุปสรรคต่อการเยียวยาความเสียหายอันเกิดจากผลิตภัณฑ์ในประเด็นสำคัญ ดังนี้ ในประเด็นหน้าที่นำสืบหรือภาระการพิสูจน์ตามหลักความผิดในมาตรา 420 ผู้เสียหายหรือโจทก์มีภาระการพิสูจน์ว่าจำเลยจงใจหรือประมาทเลินเล่อทำให้ผู้บริโภคสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่จำเลยผลิตได้รับความเสียหาย ซึ่งการนำสืบในประเด็นนี้ไม่

⁴⁷ ธีรพล อรุณะกสิกรและคณะ.(2549) *ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ฉบับทันสมัย*. กรุงเทพฯ:วิญญูชน.

ง่ายเพราะข้อเท็จจริงในกระบวนการผลิตเป็นข้อเท็จจริงที่จำเลยเท่านั้นที่สามารถรู้ได้ เพราะเป็นผู้ควบคุมกระบวนการผลิต นอกจากนั้นการพิสูจน์ถึงความสัมพันธ์ระหว่างการกระทำและผล กล่าวคือ ความบกพร่องในผลิตภัณฑ์ที่จำเลยผลิตขึ้นเป็นต้นเหตุแห่งความเสียหายต้องอาศัยความรู้ความเชี่ยวชาญระดับสูงซึ่งบุคคลธรรมดาไม่อาจพิสูจน์ได้ และถ้าจะต้องอาศัยบทสันนิษฐานความรับผิดชอบตามมาตรา 437 ในเรื่องทรัพย์สินก่อนให้ก่อให้เกิดความเสียหายซึ่งจำเลยมีภาระการพิสูจน์ว่าความเสียหายมิใช่เกิดจากความผิดของตน แต่เป็นเพราะเหตุสุดวิสัยหรือความผิดของผู้เสียหายเอง โจทก์ถูกจำกัดด้วยเงื่อนไข 2 ประการ ด้วยกัน กล่าวคือประการแรกกรณีจะต้องเป็นทรัพย์สินที่บัญญัติไว้ในกฎหมาย มาตรา 437 เท่านั้น ซึ่งบทบัญญัติอาจตีความได้กว้างขวางตามสภาพของเหตุการณ์ แต่อุปสรรคที่โจทก์ไม่อาจอาศัยมาตรา 437 ได้น่าจะอยู่ที่ประการที่สอง กล่าวคือ ทรัพย์สินที่ก่อความเสียหายต้องเป็นทรัพย์สินที่อยู่ในความครอบครองหรือควบคุมของจำเลย หลักเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนดขึ้นในมาตรา 437 นี้ก็เพื่อให้มีผู้รับผิดชอบในกรณีที่ทรัพย์สินของตนหรือที่อยู่ในความครอบครองของตนก่อให้เกิดความเสียหายแก่บุคคลอื่น ดังนั้นกรณีผู้บริโภคได้รับความเสียหายจากการบริโภคโดยวิธีการขายตรงจึงเป็นคนละกรณีกันกับหลักความเสียหายเกิดจากทรัพย์สินในแนวคิดเดิมของกฎหมายละเมิด เพราะการพิสูจน์ว่าทรัพย์สินอยู่ในความครอบครองของจำเลย ในขณะที่เกิดเหตุไม่อาจเป็นไปได้ในกรณีของการจำหน่ายในท้องตลาดซึ่งสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ ในทางตรงกันข้ามความรับผิดชอบในความเสียหายอันเกิดจากผลิตภัณฑ์ เกิดขึ้นเพราะผู้เสียหายเป็นผู้ใช้หรือครอบครองทรัพย์สินนั้นอยู่ เนื่องจากซื้อมาเพื่อบริโภค ดังนั้นการปรับหลักกฎหมายลักษณะละเมิดในเรื่องข้อสันนิษฐานความรับผิดชอบ อันมีประโยชน์แก่ฝ่ายโจทก์ในประเด็นที่ไม่ต้องคำนึงถึงความจงใจหรือประมาทเลินเล่อของจำเลย แต่ก็ไม่สามารถปรับใช้ได้ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับการขายตรงผลิตภัณฑ์ด้วยเหตุที่กล่าวมาแล้ว

2.3.2.4 บทลงโทษผู้ประกอบการขายตรง ผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรง

กฎหมายแม้จะกำหนดหลักเกณฑ์ขั้นตอนวิธีการ หรือมาตรการไว้ครอบคลุมเพียงใดก็ตาม แต่หากไม่มีบทลงโทษในกรณีที่มีการฝ่าฝืน กฎหมายดังกล่าวย่อมไม่บรรลุผลตามเจตนารมณ์ เพราะไม่มีผู้ปฏิบัติตามเนื่องจากไม่มีบทลงโทษ พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ได้มีบทกำหนดโทษกรณีที่มีการประกอบการขายตรงโดยไม่ได้มีการจดทะเบียนเป็นผู้ประกอบการขายตรง โดยมีระวางโทษ โทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปีหรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ และปรับอีกวันละไม่เกินหนึ่งหมื่นบาทตลอดเวลาที่ยังฝ่าฝืนอยู่ นอกจากนี้กฎหมายยังห้ามมิให้ผู้ประกอบการขายตรงดำเนินกิจการในลักษณะที่เป็นการชักชวนบุคคลเข้าร่วมในการประกอบการขายตรงโดยตกลงว่าจะให้ผลประโยชน์ตอบแทนจากการหาผู้เข้าร่วมเครือข่าย ซึ่งคำนวณจากผู้เข้าร่วมเครือข่ายที่เพิ่มขึ้น หากฝ่าฝืนต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินห้าปี และ

ปรับไม่เกินห้าแสนบาท ตามมาตรา 46 และในการดำเนินกิจการผู้ประกอบการซื้อขายตรงต้องดำเนินกิจการให้เป็นไปตามแผนการจ่ายผลตอบแทนของคนที่ได้ยื่นต่อนายทะเบียน หากฝ่าฝืนต้องระวางโทษปรับไม่เกินสามแสนบาท ตามมาตรา 48 โดยในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงตามแผนการจ่ายผลตอบแทน ผู้ประกอบการซื้อขายตรงต้องแจ้งให้นายทะเบียนทราบก่อนที่จะนำไปปฏิบัติ หากฝ่าฝืนต้องระวางโทษปรับไม่เกินสามแสนบาทตามมาตรา 52 และผู้ประกอบการซื้อขายตรงจะเรียกเก็บค่าธรรมเนียมการสมัครเข้าเป็นสมาชิก ค่าฝึกอบรม ค่าวัสดุอุปกรณ์ส่งเสริมการขายหรือค่าธรรมเนียมอื่นๆ จากผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงที่ไม่ใช่ลูกจ้าง ในอัตราสูงกว่าที่คณะกรรมการประกาศกำหนดไม่ได้ หากฝ่าฝืนต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือนหรือปรับไม่เกินห้าหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ นอกจากนี้ สัญญาระหว่างผู้จำหน่ายอิสระกับผู้ประกอบการซื้อขายตรงให้ทำเป็นหนังสือโดยมีเงื่อนไขเกี่ยวกับการจ่ายผลตอบแทน ค่าธรรมเนียมการสมัคร ค่าธรรมเนียมอื่นๆ ตลอดจนเงื่อนไขเกี่ยวกับการที่ผู้ประกอบการซื้อขายตรงจะรับซื้อสินค้า หรืออุปกรณ์ส่งเสริมธุรกิจคืนจากผู้จำหน่ายอิสระ โดยต้องกำหนดระยะเวลาที่ผู้จำหน่ายอิสระสามารถใช้สิทธิดังกล่าว หากฝ่าฝืนต้องระวางโทษปรับไม่เกินห้าหมื่นบาท ตามมาตรา 50 โดยหากผู้จำหน่ายอิสระใช้สิทธิคืนสินค้าหรืออุปกรณ์ส่งเสริมการขายดังกล่าว ผู้ประกอบการซื้อขายตรงต้องซื้อคืนตามราคาที่ผู้จำหน่ายอิสระได้จ่ายภายใน 15 วันนับแต่ผู้จำหน่ายอิสระใช้สิทธิคืน หากผู้ประกอบการซื้อขายตรงฝ่าฝืนกรณีดังกล่าว ต้องระวางโทษปรับไม่เกินห้าหมื่นบาทตามมาตรา 50

นอกจากนี้ ในการเข้าไปติดต่อเพื่อเสนอขายสินค้าให้แก่ผู้บริโภคโดยตรง ผู้จำหน่ายสินค้าหรือตัวแทนขายตรงต้องได้รับอนุญาตจากผู้บริโภคหรือผู้ครอบครองสถานที่นั้น ก่อนและต้องไม่กระทำการอันเป็นการรบกวนแก่บุคคลดังกล่าว หากฝ่าฝืนต้องระวางโทษปรับไม่เกินสามหมื่นบาท ตามมาตรา 51 เมื่อมีการขายสินค้าหรือบริการแก่ผู้บริโภค ผู้จำหน่ายอิสระตัวแทนขายตรงมีหน้าที่ส่งมอบเอกสารการซื้อขายแก่ผู้บริโภคด้วย หากฝ่าฝืนต้องระวางโทษปรับไม่เกินสามหมื่นบาท ตามมาตรา 51 นอกจากนั้น ต้องจัดให้มีคำรับประกันสินค้า หรือบริการเป็นภาษาไทยและระบุถึงสิทธิของผู้บริโภคในการเรียกร้องสิทธิตามคำรับประกัน หากฝ่าฝืนไม่ทำคำรับประกันดังกล่าวต้องระวางโทษปรับไม่เกินสามหมื่นบาท ตามมาตรา 51

กรณีผู้ใดกระทำความผิดต้องระวางโทษตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 เมื่อพ้นโทษแล้วยังไม่ครบกำหนดห้าปี กระทำความผิดตามพระราชบัญญัตินี้ อีก ต้องระวางโทษเป็นสองเท่าของโทษที่กำหนดไว้สำหรับความผิดนั้น ตามมาตรา 53 และในกรณีที่ผู้กระทำความผิดซึ่งต้องรับโทษตามพระราชบัญญัตินี้เป็นผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงซึ่งมิใช่ลูกจ้างให้กรรมการผู้จัดการ ผู้จัดการ หรือบุคคลใดซึ่งรับผิดชอบในการดำเนินงานของนิติบุคคลนั้น ต้องรับโทษตามที่กฎหมายกำหนดไว้สำหรับความผิดนั้นๆ ด้วย เว้น

แต่จะพิสูจน์ได้ว่าตนมิได้มีส่วนในการกระทำความผิดของนิติบุคคลนั้น และบรรดาความผิดตามพระราชบัญญัตินี้ เว้นแต่กรณีตามมาตรา 46 ให้คณะกรรมการมีอำนาจเปรียบเทียบหรืออาจมอบหมายให้คณะอนุกรรมการ พนักงานสอบสวนหรือพนักงานเจ้าหน้าที่ดำเนินการเปรียบเทียบได้