

ปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจขายตรง : ศึกษากรณี
การจดทะเบียนและแผนการจ่ายผลตอบแทน

จอมพล ภัยดี

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรนิติศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะนิติศาสตร์ปริทัศน์ พนมยงค์
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

พ.ศ. 2565

**LEGAL ISSUES REGARDING DIRECT SELLING BUSINESS:
A CASE STUDY OF REGISTRATION AND
THE COMPENSATION PLAN**

CHOMPOL PAILEE



A Term Paper Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master of Laws

Department of Law

Pridi Banomyong Faculty of Law, Dhurakij Pundit University

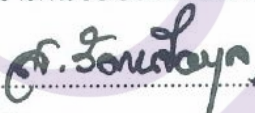
2022




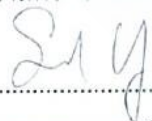
ใบรับรองสารนิพนธ์

คณะนิติศาสตร์ปริธี พนมยงค์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
ปริญญานิติศาสตรมหาบัณฑิต

หัวข้อสารนิพนธ์ ปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจขายตรง: ศึกษากรณีการจดทะเบียน
และแผนการจ่ายผลตอบแทน
เสนอโดย นายจอมพล ภัยลี
สาขาวิชา นิติศาสตร์
หมวดวิชา กฎหมายธุรกิจและนวัตกรรม
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ รองศาสตราจารย์พินิจ ทิพย์มณี
ได้พิจารณาเห็นชอบโดยคณะกรรมการสอบสารนิพนธ์แล้ว


.....ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมชาย รัตน์เชื้อสกุล)


.....กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์
(รองศาสตราจารย์พินิจ ทิพย์มณี)


.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิริกานต์ อยู่เรือง)

คณะนิติศาสตร์ปริธี พนมยงค์ รับรองแล้ว


.....คณบดีคณะนิติศาสตร์ปริธี พนมยงค์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมชาย รัตน์เชื้อสกุล)
วันที่ เดือน พ.ศ. ๒๕๖๕

หัวข้อสารนิพนธ์	ปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจขายตรง : ศึกษากรณี การจดทะเบียนและแผนการจ่ายผลตอบแทน
ชื่อผู้เขียน	จอมพล ภัยดี
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์พินิจ ทิพย์มณี
สาขาวิชา	นิติศาสตร์
ปีการศึกษา	2564

บทคัดย่อ

การประกอบธุรกิจขายตรงได้มีการพัฒนารูปแบบการประกอบธุรกิจเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ซึ่งเป็นการขายสินค้า ณ ที่อยู่อาศัยหรือสถานที่ทำงานของผู้บริโภคหรือของผู้อื่น หรือสถานที่อื่นที่มีใช้สถานที่ประกอบการค้าเป็นปกติธุระ ได้เปลี่ยนแปลงเป็นการขายสินค้าโดยผ่านทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ โดยที่ไม่ต้องเดินทางไปหาผู้บริโภค เนื่องจากในปัจจุบันได้มีการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีเจริญก้าวหน้ามากขึ้น ทำให้มีการใช้สื่อในการนำเสนอสินค้าให้ผู้บริโภคผ่านทางอินเทอร์เน็ตและการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือทำให้สามารถเข้าถึงประชาชนอย่างทั่วถึง การประกอบธุรกิจได้มีการพัฒนาการขายสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันต่าง ๆ เช่น เฟสบุ๊ก อินสตาแกรม และเว็บไซต์ ทำให้การกระจายสินค้าของบริษัทสู่ผู้บริโภคทำได้ง่ายขึ้นสามารถเข้าถึงลูกค้าในทุกวัย และสามารถเลือกกลุ่มลูกค้าได้

เมื่อการพัฒนาทางเทคโนโลยีมีความก้าวหน้ามากขึ้น ทำให้ต้องมีการพัฒนาด้วยบทกฎหมายให้ครอบคลุมและสอดคล้องกับรูปแบบการประกอบธุรกิจ โดยเฉพาะคำนิยามของการประกอบธุรกิจขายตรงที่ยังไม่สามารถตามการพัฒนารูปแบบของธุรกิจขายตรงในปัจจุบันได้ทัน นอกจากนี้ขั้นตอนในการจดทะเบียนตามกฎหมายมีการจัดเตรียมเอกสารและขั้นตอนพิจารณาหลายขั้นตอน ทำให้ใช้ระยะเวลานาน ซึ่งรายละเอียดแผนการจ่ายผลตอบแทนที่ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงจะต้องแสดงให้นายทะเบียนทราบเพื่อใช้ในการจดทะเบียนและข้อกฎหมายดังกล่าวยังไม่มีความชัดเจนในรายละเอียด รวมทั้งควรที่จะกำหนดแนวทางในการบังคับใช้กฎหมายและแนวทางในการตรวจสอบควบคุมดูแลการประกอบธุรกิจขายตรงให้หน่วยงานราชการของรัฐสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เมื่อพิจารณาหน่วยงานของภาครัฐที่กำกับดูแลการประกอบธุรกิจขายตรงโดยตรง ได้แก่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค อาศัยอำนาจตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2560 แต่ข้อกฎหมายยังคงมีข้อจำกัดในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจขายตรง จึงเป็นปัญหา

ของฝ่ายบริหารที่ต้องดำเนินการในเรื่องการออก พระราชกฤษฎีกา กฎกระทรวง และประกาศต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความชัดเจน

สารนิพนธ์เล่มนี้ผู้เขียนได้ทำการศึกษาถึงข้อจำกัดทางกฎหมายในการประกอบธุรกิจขายตรง ได้แก่ ขอนิยามของการประกอบธุรกิจขายตรง การลดขั้นตอนในการจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรง การกำหนดแนวทางของโครงสร้างแผนการจ่ายผลตอบแทนให้มีความชัดเจน การกำหนดแนวทางในการควบคุมและตรวจสอบการประกอบธุรกิจขายตรงของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค โดยมีการกำหนดแนวทาง การปรับปรุงตามกฎหมายของประเทศในกลุ่มเอเชีย ได้แก่ ประเทศมาเลเซีย และประเทศเกาหลี เพื่อนำมาปรับแก้กฎหมายที่บังคับใช้อยู่ในปัจจุบันให้มีความครอบคลุมกับรูปแบบการประกอบธุรกิจขายตรง

จากการศึกษาถึงปัญหาดังกล่าวผู้เขียนได้เสนอแนะแนวทางในการแก้ไขปัญหาดังนี้

(1) ประเด็นเรื่อง คำนิยามของตามมาตรา 3 ในพระราชบัญญัติ คำว่า ขายตรง ควรที่จะมีการเพิ่มเติมคำนิยามให้สอดคล้องกับการพัฒนาของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (2) ประเด็นการลดขั้นตอนในการเตรียมเอกสารเพื่อจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงและลดระยะเวลาในการจดทะเบียน จึงควรที่จะแก้ไขเพิ่มเติมมาตรา 41 โดยให้มีการจัดตั้งเป็นสมาคมให้ผู้ประกอบธุรกิจรวมกลุ่มกันเพื่อเป็นสมาคมในการจ่ายเงินชดเชยให้ผู้บริโภคที่ได้รับจากการบริโภคสินค้า แทนการนำเงินที่วางหลักประกันไปจ่ายให้ผู้บริโภค (3) ประเด็นกำหนดโครงสร้างแผนการจ่ายผลตอบแทนตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรงมาตรา 21 (5) ให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น (4) ประเด็นการควบคุมและดูแลการประกอบธุรกิจขายตรง แบ่งออกเป็น (4.1) ในส่วนของผู้ประกอบธุรกิจ กำหนดคำนิยามของสถานที่ประกอบธุรกิจให้ชัดเจน ,กำหนดให้หน่วยงานของรัฐเปิดเผยข้อมูลของผู้ประกอบธุรกิจ, กำหนดค่าธรรมเนียมแรกเข้าหรือค่าสมัครสมาชิก การต่ออายุสมาชิกชุดอุปกรณ์ ในการส่งเสริมการขาย การฝึกอบรมหลักสูตรในการขายสินค้า (4.2) ในส่วนของผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรง กำหนดคุณสมบัติของผู้ที่จะสมัครเป็นผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรง กำหนดข้อห้ามผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงในการปฏิบัติตนในการขายสินค้าหรือบริการให้กับผู้บริโภค

Thematic Paper Title	LEGAL ISSUES REGARDING DIRECT SELLING BUSINESS: A CASE STUDY OF REGISTRATION AND THE COMPENSATION PLAN
Author	Chompol Pailee
Thesis Advisor	Associate Professor Pinit Thipmanee
Department	Law
Academic Year	2021

ABSTRACT

Business models of direct selling business have been transformed from selling goods at the residence or workplace of the customers or others or at any places other than a normal commercial establishment to selling via electronic media without having to travel to the consumers. Owing to more advanced technological development, online media has been used to present products to consumers, and the use of the internet via mobile phones makes them accessible to the general public. Business operations have expanded the sale of products through applications, such as Facebook and Instagram, and through websites, which can facilitate the distribution of products to the consumers and reach customers of all ages and target groups.

With the advancement of technological developments, laws need to become comprehensive and consistent with such business models, especially the definition of direct selling business which is not well defined under the current laws. In addition, the legal registration process involves document preparation and several steps of consideration which is time-consuming. The details of the compensation plan that direct sales operators must present to the registrar in the registration and the law itself are unclear in details. Guidelines for law enforcement and for monitoring and supervising direct selling business should be determined so that government agencies can work more efficiently. The government agency that supervises direct selling business is the Office of the Consumer Protection Board by virtue of the Direct Sales and Direct Marketing Act B.E. 2545 and its amendment (No. 3) B.E. 2560, but the law still has restrictions for direct selling business. Therefore, it is a problem for the government to take action on issuing Royal Decrees, Ministerial Regulations, and announcements for clarity.

In this study, the author explored legal limitations on direct selling business, namely the definition of the term 'direct selling business', reducing the steps in the registration of direct selling business, issuing clear guidelines for the compensation plan structure, determining guidelines for monitoring and supervising direct selling business by the Office of the Consumer Protection Board, by referring to the laws of Asian countries, such as Malaysia and Korea, in order to amend the laws that are currently in force to be more comprehensive with the direct selling business models.

From the investigation of such problems, the author provides suggestions for solving the problems as follows: (1) the definition of the word 'direct sales' in section 3 of the Act should be added in accordance with the development of electronic media; (2) in order to reduce the steps in the process of document preparation for registration of direct selling business and reduce the registration period, section 41 should be amended to allow business operators to establish an association that pays compensation to consumers, instead of using the money deposited as collateral; (3) the structure of the compensation plan according to the Direct Sales and Direct Marketing Act under section 21(5) should be revised to become clearer; (4) Regarding the issues of monitoring and supervising direct selling business, (4.1) in relation to business operators, the definition of the term 'commercial establishment' should be clearly defined, the government agencies are required to disclose information of business operators, and information on the entry fees or application fees, and membership renewal, as well as sales and promotional kits and sales training courses, should be provided; (4.2) in relation to independent distributors or direct sales representatives, qualifications of the applicants for independent distributors or direct sales representatives should be identified, and prohibitions in performance of their duties should be established.

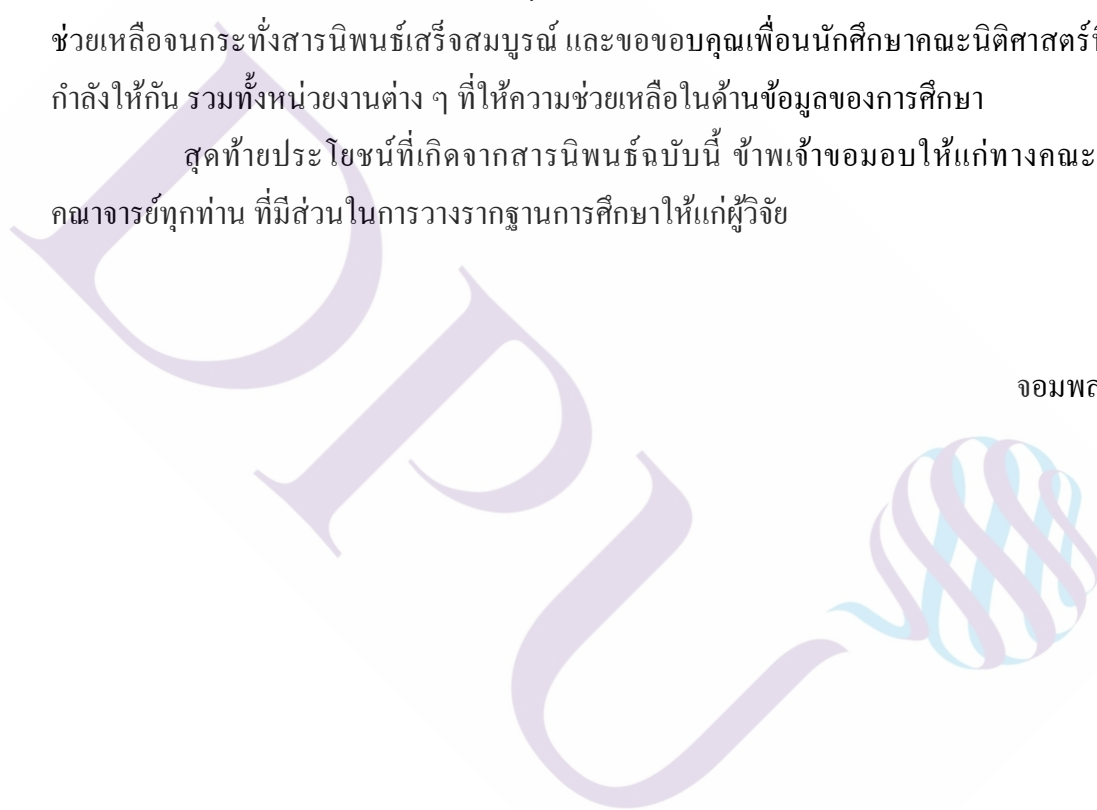
กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สามารถสำเร็จลุล่วงด้วยดี จากความอนุเคราะห์จากท่านคณาจารย์ทุกท่าน และเจ้าหน้าที่ของคณะนิติศาสตร์มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณท่านอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ คือ รศ. พินิจ ทิพย์มณี ผศ.ดร. สิริกานต์ อยู่เรือง และ ผศ.ดร. สมชาย รัตนชื้อสกุล คณะกรรมการที่ปรึกษาที่ได้เสียสละเวลาอันมีค่าในการตรวจสอบแก้ไข และให้คำแนะนำเพื่อความสมบูรณ์ของสารนิพนธ์ฉบับนี้

นอกจากนี้ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ที่คอยเป็นแรงบันดาลใจ และให้ความช่วยเหลือจนกระทั่งสารนิพนธ์เสร็จสมบูรณ์ และขอขอบคุณเพื่อนนักศึกษาคณะนิติศาสตร์ที่เป็นกำลังให้กัน รวมทั้งหน่วยงานต่าง ๆ ที่ให้ความช่วยเหลือในด้านข้อมูลของการศึกษา

สุดท้ายประโยชน์ที่เกิดจากสารนิพนธ์ฉบับนี้ ข้าพเจ้าขอมอบให้แก่ทางคณะ และคณาจารย์ทุกท่าน ที่มีส่วนในการวางรากฐานการศึกษาให้แก่ผู้วิจัย

จอมพล ภัยลี



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	๗
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	๖
กิตติกรรมประกาศ.....	๗
สารบัญตาราง.....	๘
สารบัญภาพ.....	๘
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	10
1.3 สมมติฐานของการศึกษา.....	11
1.4 ขอบเขตของการศึกษา.....	11
1.5 วิธีการดำเนินการศึกษา.....	11
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา.....	12
2. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจขายตรง.....	13
2.1 ประวัติความเป็นมาของการประกอบธุรกิจขายตรง.....	13
2.2 แนวความคิดและทฤษฎีของการประกอบธุรกิจขายตรง.....	14
2.3 ที่มาของกฎหมายขายตรงและตลาดแบบตรง.....	19
2.4 ขั้นตอนในการจดทะเบียนและการควบคุมดูแลกำกับการประกอบธุรกิจ ขายตรง.....	22
2.5 บุคคลที่เกี่ยวข้องในการประกอบธุรกิจขายตรง.....	29
2.6 รูปแบบของแผนการจ่ายผลตอบแทนในธุรกิจขายตรง.....	31
2.7 ลักษณะแผนการจ่ายผลตอบแทนของบริษัท.....	32
2.8 ความแตกต่างระหว่างธุรกิจขายตรงกับแชร์ลูกโซ่.....	39
2.9 แผนการจ่ายผลตอบแทนในธุรกิจขายตรง.....	42
3. มาตรการทางกฎหมายในการประกอบธุรกิจขายตรงในต่างประเทศ และในประเทศไทย.....	46

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3.1	46
3.2	77
3.3	80
4.	
4.1	93
4.2	96
4.3	101
4.4	108
5.	
5.1	117
5.2	123
บรรณานุกรม	126
ภาคผนวก	131
LAWS OF MALAYSIA Act 500 DIRECTSALES AND ANTI-PYRAMID SCHEMEACT1993	132
ACT ON DOOR-TO-DOOR SALES, ETC.	150
ENFORCEMENT DECREE OF THE ACT ON DOOR-TO-DOOR SALES, ETC	172
THE ENFORCEMENT RULE OF DOOR-TO-DOOR SALES, ETC. ACT	179
ประวัติผู้เขียน	181

สารบัญตาราง

ตารางที่

หน้า

1. ตารางข้อมูลเปรียบเทียบตัวเลขการจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรง
และตลาดแบบตรง กับตัวเลขของการเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศไทย..... 25



สารบัญกราฟ

กราฟที่

หน้า

1. แสดงความสัมพันธ์เปรียบเทียบระหว่างตัวเลขการจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง กับตัวเลข %ของการเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์มวลรวมภายใน ประเทศไทย (GDP)..... 26



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การขายตรง มีชื่อเรียกในภาษาอังกฤษเช่น Direct Sale ,Door-to-Door Sale, Home Solicitation Sale¹ Doorstep² Selling ,In-home Retailing³ การขายตรงเป็นการขายรูปแบบหนึ่ง ซึ่งมีมาตั้งแต่สมัยอียิปต์⁴ และกรีกโบราณ การขายในสมัยกรีกโบราณนั้น จะมีลักษณะเป็นการเดินขายตามบ้าน (Door-to-Door Sale) เช่น พ่อค้าเร่ นำสินค้า และนวัตกรรมใหม่ ๆ จากคนในเมืองไปขายให้พวกชาวนา และเอาสินค้าที่ผลิตจากชาวนาไปขายให้กับคนที่อยู่ในเมืองอีกต่อหนึ่ง⁵ ในประเทศอังกฤษพนักงานขายจะมีหลากหลายลักษณะ อาทิเช่น Local Peddler เป็นพ่อค้าเร่ในท้องถิ่นขายสินค้าการเกษตร, Shop Keeper เป็นพ่อค้าที่ขายของในหมู่บ้าน โดยตั้งเป็นร้านค้าเล็ก ๆ Chapman เป็นพ่อค้าเร่ที่ขายสินค้าหายากราคาแพง โดยพ่อค้าเร่พวกนี้จะนำสินค้าไปขายถึงประตูบ้านของลูกค้า⁶

ในสหรัฐอเมริกาได้นำเอาวิธีการขายตรงมาใช้เป็นเวลานานจนอาจกล่าวได้ว่าวิธีการขายตรงเป็นวิถีทางการตลาดที่เก่าแก่ที่สุดในสหรัฐอเมริกา โดยเริ่มต้นมาจากพ่อค้ารถม้า (Horse-Wagon Peddlers) นำสินค้าไปขายโดยตรงให้แก่ผู้บริโภค หรือพ่อค้ารายอื่นที่ซื้อสินค้าเพื่อนำไป

¹ Earl W. Kinter, A Primer on the Law of Deceptive Practice, 2nd ed. (New York : Macmillan Publishing Co.,Inc., 1987), p.257.

² Lain Ramsay, Consumer Protection Text and Materials, (London : Weidenfeld and Nicolson, 1989), p.337.

³ William M. Pride and O.C. Ferrell, Marketing Concepts and Strategies, 7th ed. (Boston : Houghton Mifflin company, 1991), p.377

⁴ กมล สุทธิพิทย์ และมงคล ไชยรัตน์, การขาย (พระนคร : วจรินทร์การพิมพ์, 2515), น. 8.

⁵ กิตติพงษ์ พัฒนพงศ์, “ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการทำงานอาชีพขายตรง : ศึกษากรณี บริษัท ไคเร็กซ์เซลส์ อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด,” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาสังคมวิทยาและมนุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2539), น.18.

⁶ อ่วงแล้ว เชิงอรรถที่ 4

ขายต่อในสถานที่ที่ห่างไกลออกไป จากรูปแบบการขายตรงที่เป็นลักษณะของการเดินขายของตามบ้านและเร่ขายของไปตามที่ต่าง ๆ โดยพ่อค้าเร่⁷

การประกอบธุรกิจขายตรงได้เริ่มมีการพัฒนาเป็นรูปแบบธุรกิจในรูปแบบของบริษัท ในปี พ.ศ.2429 ที่ประเทศสหรัฐอเมริกา รัฐนิวยอร์ก บริษัท แคลิฟอร์เนีย เพอร์ฟิวม ในเวลาต่อมา ได้เปลี่ยนชื่อเป็นบริษัท เอวอนโปรดักส์ ซึ่งบริษัทฯ เป็นบริษัทขายตรงรายแรกในด้านผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์เพื่อความงาม ที่มีรูปแบบการจ่ายผลตอบแทนแบบขั้นเดียว (Single - level Marketing หรือ SLM) ต่อมาในปี พ.ศ.2489 ระบบการสาธิตที่เรียกว่า Home Party

ในปี 2530 บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ได้เข้ามาในธุรกิจขายตรงในประเทศไทยทำการตลาดด้วยระบบการตลาดแบบหลายขั้น (Multi - level Marketing หรือ MLM) โดยจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค ซึ่งนอกจากมีรายได้ขายปลีกจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้าแล้ว ผู้จำหน่ายยังมีรายได้เพิ่มจากเงินอัตราส่วนจากยอดขายรวมของผู้จำหน่ายที่ตนให้การสนับสนุนเข้ามาในองค์กรด้วย รายได้ประเภทนี้จะมากหรือน้อยแปรผันไปกับระดับขั้นของความมานะพยายามทั้งในการขายและการสนับสนุนของผู้จำหน่ายนั้น ๆ ผู้ที่มีความขยันและทำงานมีผลงานมากจะได้รับผลตอบแทนในระดับที่สูงเป็นขั้น ๆ ไป

ธุรกิจขายตรงในเมืองไทยเติบโตอย่างรวดเร็ว มูลค่าการซื้อขายเพิ่มมากขึ้นทุก ๆ ปี มีบริษัทต่าง ๆ เกิดขึ้นอย่างมากมาย จึงได้เกิดการรวมตัวของผู้ประกอบการและก่อตั้งสมาคมการขายตรงไทย (Thai Direct Selling Association หรือ TDSA) ขึ้นเมื่อวันที่ 13 ตุลาคม 2526 และสมาคมได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกของสมาพันธ์การขายตรงโลก (World Federation of Direct Selling Associations หรือ WFDSA) ที่มีประเทศต่าง ๆ เข้าร่วมเป็นสมาชิกมากกว่า 50 ประเทศทั่วโลก⁸

ปัจจุบันการประกอบธุรกิจขายตรงได้รับความนิยมเนื่องจากเป็นรูปแบบการประกอบธุรกิจที่บริษัทจะมีตัวแทนของบริษัทในลักษณะเป็นผู้จำหน่ายอิสระที่สามารถรับสมัครสมาชิกได้ โดยผู้จำหน่ายอิสระจะเป็นบุคคลที่ได้รับ โอนกรรมสิทธิ์ในสินค้าจากผู้ประกอบธุรกิจขายตรงและนำสินค้าไปเสนอขายตรงต่อผู้บริโภคโดยตรง ณ ที่อยู่อาศัยหรือสถานที่ทำงานของผู้บริโภคหรือของผู้อื่น หรือสถานที่อื่นที่มีใช้สถานที่ประกอบการค้าเป็นปกติธุระ และบริษัทจะจ่ายผลตอบแทนให้กับสมาชิกที่เป็นผู้จำหน่ายอิสระ ในรูปแบบของแผนการจ่ายผลตอบแทน ซึ่งในการประกอบ

⁷ สุรวัดน์ ชมพูพวงษ์, “ปัญหาการปรับใช้กฎหมายในการควบคุมธุรกิจขายตรงและการคุ้มครองผู้บริโภคที่เสียหายจากธุรกิจขายตรง,” (มหาวิทยาลัยเจ้าพระยานครสวรรค์, 2556), น. 6-7

⁸ สมาคมการขายตรงไทย หรือ THAI DIRECT SELLING ASSOCIATION (TDSA), “ความเป็นมาของสมาคมการขายตรงไทย,” สืบค้นเมื่อวันที่ 16 มีนาคม 2563, จาก <http://www.tdsa.org/content/1/1/>, 2004

ธุรกิจขายตรงในประเทศไทยได้มีกฎหมายกำกับการประกอบธุรกิจคือพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ในปัจจุบันได้มีการแก้ไขฉบับที่ 3 พ.ศ. 2560

หากพิจารณาองค์ประกอบของความหมายและคำจำกัดความตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 สามารถอธิบาย โดยแบ่งตามลักษณะของธุรกิจ และบุคคลที่เกี่ยวข้องในธุรกิจได้ดังนี้

คำว่า “ขายตรง” หมายถึง การทำตลาดสินค้าหรือบริการในลักษณะของการนำเสนอขายต่อผู้บริโภคโดยตรง ณ ที่อยู่อาศัยหรือสถานที่ทำงานของผู้บริโภคหรือของผู้อื่น หรือ สถานที่อื่นที่มีใช้สถานที่ประกอบการค้าเป็นปกติธุระ โดยผ่านตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระชั้นเดียวหรือหลายชั้นแต่ไม่รวมถึงนิติกรรม

ตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

คำว่า “ผู้จำหน่ายอิสระ” หมายถึง บุคคลที่ได้รับ โอนกรรมสิทธิ์ในสินค้าหรือบริการจากผู้ประกอบธุรกิจขายตรงและนำสินค้าหรือบริการดังกล่าวไปเสนอขายตรงต่อผู้บริโภค

คำว่า “ตัวแทนขายตรง” หมายถึง บุคคลซึ่งได้รับมอบอำนาจจากผู้ประกอบธุรกิจขายตรงให้นำสินค้าหรือบริการไปเสนอขายตรงต่อผู้บริโภค

คำว่า “นายทะเบียน” หมายถึง เลขานุการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค⁹

เมื่อพิจารณาตามมาตรา 3 ตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 คำว่า “ขายตรง” หมายถึง การทำตลาดสินค้าหรือบริการในลักษณะของการนำเสนอขายต่อผู้บริโภค โดยตรง ณ ที่อยู่อาศัยหรือสถานที่ทำงานของผู้บริโภคหรือของผู้อื่น หรือ สถานที่อื่นที่มีใช้สถานที่ประกอบการค้าเป็นปกติธุระ แต่เนื่องจากรูปแบบการพัฒนาการประกอบธุรกิจขายตรงของประเทศไทยได้มีการเปลี่ยนแปลงและมีแนวทางไปในทิศทางเดียวกันทั่วโลก ที่มีการพัฒนาเทคโนโลยีเข้าสู่ยุคการสื่อสารผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ การดำเนินธุรกิจขายตรงได้มีลักษณะการเสนอขายสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ แอปพลิเคชัน เฟสบุ๊ก อินสตาแกรม โดยการแชร์สื่อการขายขององค์กรธุรกิจให้แก่ผู้ที่สนใจ และผู้ที่รู้จัก หากบุคคลใดที่ได้รับการแชร์สื่อการขายขององค์กรธุรกิจแล้วกดลิงค์ดังกล่าวเข้าไป บุคคลที่แชร์ลิงค์จะได้รับค่าตอบแทนตามแผนการจ่ายผลตอบแทนของผู้ประกอบธุรกิจขององค์กรนั้น ๆ ทำให้ค่านิยามเดิมที่ใช้อยู่เป็นปัญหาของข้อกฎหมายที่ไม่สามารถครอบคลุมและทันกับการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการพัฒนาการประกอบธุรกิจขายตรงในประเทศไทยได้ จึงควรที่จะมีการแก้ไขนิยามให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงแนวทางการประกอบธุรกิจของโลกในปัจจุบัน

⁹ พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 และแก้ไข (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2560 มาตรา 3

การประกอบธุรกิจขายตรงในประเทศไทยถือเป็นธุรกิจที่อยู่ภายใต้การควบคุมของรัฐ โดยหน่วยงานที่กำกับดูแล คือ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ก่อนเริ่มดำเนินการ จะต้องขออนุญาตจากหน่วยงานของรัฐก่อน ซึ่งจะต้องยื่นเอกสารเพื่อที่จะให้เจ้าหน้าที่ตรวจสอบความถูกต้องก่อนที่จะให้นายทะเบียนพิจารณาเพื่ออนุญาตให้สามารถประกอบธุรกิจได้ ในปัจจุบัน ขั้นตอนในการพิจารณาเอกสารของผู้ประกอบธุรกิจที่ยื่นคำขอจดทะเบียนที่เป็น ห้างหุ้นส่วน บริษัท และมีความประสงค์จะประกอบธุรกิจขายตรง ให้เตรียมเอกสารหลักฐานตามรายละเอียดที่ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้กำหนดหลักเกณฑ์เอาไว้ พร้อมทั้งยื่นแผนการจ่ายผลตอบแทนและกรอกข้อมูลรายละเอียดประเภทของธุรกิจในปีคำขอเพื่อยืนยันตัวตนของผู้ประกอบธุรกิจ

โดยมีระเบียบกำหนดระยะเวลาในการดำเนินการตามคู่มือการปฏิบัติงานการพิจารณา คำขอจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรง ซึ่งทางหน่วยงานราชการจะพิจารณาความครบถ้วนของเอกสารของผู้ประกอบธุรกิจ เมื่อพิจารณาแล้วว่าครบถ้วนทางเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานจะส่งเอกสารและใบคำขอให้นายทะเบียนพิจารณาเอกสาร

ซึ่งการจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงของผู้ประกอบธุรกิจตามคู่มือการปฏิบัติงานที่ประชาชนสามารถดาวน์โหลดได้ทางเว็บไซต์ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคกำหนดให้จะต้องยื่นเอกสารที่เกี่ยวข้องแยกเป็นประเภทได้ 8 เรื่อง ดังนี้

1. คำขอจดทะเบียนตามมาตรา 39
2. เอกสารเกี่ยวกับรายละเอียดในการจัดตั้งบริษัท
3. เอกสารเกี่ยวกับสถานที่ตั้งของบริษัท
4. เอกสารเกี่ยวกับสินค้าของบริษัทที่ต้องการขาย
5. เอกสารแสดงการซื้อขายตามมาตรา 30-31
6. เอกสารที่แสดงถึงรายละเอียดในการสมัครสมาชิกตามมาตรา 23
7. เอกสารเกี่ยวกับแผนการจ่ายผลตอบแทนตามมาตรา 19 และ 21
8. เอกสารเกี่ยวกับการแสดงคุณสมบัติของบุคคลตามมาตรา 38/1 และ 38/2

จะเห็นว่าเอกสารที่กฎหมายกำหนดให้นายทะเบียนพิจารณาจะปรากฏในมาตรา 41 วรรค 1 มีเพียงแผนการจ่ายผลตอบแทนตามมาตรา 19 และ 21, สินค้าหรือบริการที่ต้องการจะเสนอขาย ได้แก่ ภาพถ่ายฉลากสินค้า และตารางรายการสินค้า และสัญญาต่าง ๆ ต้องมีรายการที่ถูกต้อง ได้แก่ เอกสารแสดงการซื้อขายตามมาตรา 30-31, เอกสารที่แสดงถึงรายละเอียดในการสมัครสมาชิกตามมาตรา 23

นอกจากนี้ นายทะเบียนสามารถเรียกเอกสารเพิ่มเติมได้ตามมาตรา 40 ซึ่งเอกสารที่จำเป็นจะต้องเรียกเพิ่มเติม เมื่อมีการกระทำความผิดสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ต้องการลงไปตรวจสอบในพื้นที่ นายทะเบียนอาจจะเรียกเอกสารเพิ่มเติมเกี่ยวกับแผนที่ และภาพถ่ายสถานที่ประกอบการพิจารณาจดทะเบียน

ซึ่งระยะเวลาในการจดทะเบียนนับตั้งแต่วันที่ผู้ประกอบการยื่นเอกสารครบถ้วน จะต้องใช้ระยะเวลาตามกรอบระยะเวลาในการปฏิบัติงาน จำนวน 45 วันทำการ ซึ่งเป็นระยะเวลา 1 เดือนครึ่ง

แล้วจึงแจ้งให้ผู้ประกอบการนำเงินหลักประกันมาวาง ซึ่งวัตถุประสงค์การนำเงินสดมาวางที่หน่วยงานรัฐกำหนดเอาไว้เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคมิให้ต้องตกเป็นฝ่ายเสียเปรียบในการซื้อขายสินค้าหรือบริการและเพื่อให้มีหลักประกันว่าผู้บริโภคจะได้รับความสะดวกจากผู้ประกอบการโดยตรง ตามมาตรา 41 วรรค 2

มาตรา 41 วรรค 2 ในกรณีที่นายทะเบียนเห็นว่า การยื่นคำขอนั้นถูกต้องตามมาตรา 38 วรรค 1 และมาตรา 39 และผู้ยื่นคำขอมิคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามมาตรา 38/1 มาตรา 38/3 หรือมาตรา 38/4 แล้ว ให้นายทะเบียนแจ้งเป็นหนังสือให้ผู้ยื่นคำขอนำหลักประกันมาวางต่อ นายทะเบียนภายใน 30 วันนับแต่วันที่รับคำขอจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงหรือ ตลาดแบบตรง¹⁰

มาตรา 41 วรรค 3 เมื่อผู้ยื่นคำขอจดทะเบียนวางหลักประกันตามมาตรา 38/5 ครบถ้วนแล้ว ให้นายทะเบียนรับจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงหรือตลาดแบบตรง และแจ้งเป็นหนังสือให้ผู้ยื่นคำขอจดทะเบียนทราบภายใน 15 วันนับแต่วันที่รับหลักประกันนั้น

หลังจากที่นายทะเบียนพิจารณาความถูกต้องเอกสารแล้วจะลงนามเป็นหนังสือแจ้งให้ผู้ประกอบการมาวางหลักประกันภายใน 30 วันนับจากวันที่นายทะเบียนแจ้งให้รับทราบ และหลังจากวางหลักประกันแล้วจะใช้ระยะเวลา 15 วันในการที่นายทะเบียนจะออกใบจดทะเบียนให้ โดยใบจดทะเบียนจะไม่มีระยะเวลากำหนด เมื่อพิจารณาขั้นตอนการจดทะเบียนแล้วจะพบว่าใช้ระยะเวลาทั้งหมด 90 วัน¹¹

เมื่อพิจารณาจะพบว่าข้อปัญหาทางกฎหมายที่เป็นอุปสรรคมีดังนี้

1. มาตรา 41 วรรค 1 ที่มีกรอบระยะเวลาที่กำหนดจากคู่มือการปฏิบัติงานของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีระยะเวลา 45 วัน ทำการ

¹⁰ พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 และแก้ไข (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2560 มาตรา 41

¹¹ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค, กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง, คู่มือการปฏิบัติงาน การพิจารณาคำขอจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรง

2. มาตรา 41 วรรค 2 การวางหลักประกัน หลังจากนายทะเบียนพิจารณาว่าเอกสารครบถ้วนให้นายทะเบียนแจ้งเป็นหนังสือให้ผู้ยื่นคำขออนุญาตหลักประกันมาวางต่อนายทะเบียนภายใน 30 วัน

ถ้าหากใช้เอกสารที่จำเป็นให้นายทะเบียนพิจารณาตามมาตรา 41 วรรค 1 จะทำให้สามารถลดกรอบระยะเวลาการพิจารณาตามคู่มือปฏิบัติงานได้ลดลง และถ้าตัดขั้นตอนการวางหลักประกันตามมาตรา 41 วรรค 3 ที่ผู้ยื่นคำขอจดทะเบียนจะต้องวางหลักประกันตามมาตรา 38/5 โดยใช้วิธีการตามหลักกฎหมายประเทศเกาหลี จะทำให้ระยะเวลาในการจดทะเบียนไม่เกิน 30 วันทำการนับจากวันที่ผู้ประกอบการธุรกิจยื่นเอกสารครบถ้วน

การที่ผู้ประกอบการธุรกิจต้องการที่จะดำเนินธุรกิจขายตรงจะต้องยื่นคำร้องขอจดทะเบียน พร้อมทั้งเอกสารประกอบการพิจารณาเพื่อนายทะเบียนพิจารณาองค์ธุรกิจมีคุณสมบัติครบถ้วนตามที่กฎหมายกำหนดหรือไม่ โดยจะพิจารณาองค์ธุรกิจในด้านต่าง ๆ เช่น ด้านคุณสมบัติของกรรมการผู้มีอำนาจลงนาม ด้านสถานที่ในการประกอบธุรกิจ ด้านคุณลักษณะของสินค้า ด้านข้อสัญญาในการทำธุรกิจ และแผนการจ่ายผลตอบแทน องค์กรประกอบในด้านตัวบุคคล สถานที่ สินค้า และข้อสัญญาจะเป็นแนวทางปฏิบัติรวมทั้งข้อกฎหมายที่ค่อนข้างจะมีความชัดเจน ผู้ประกอบการสามารถเตรียมเอกสารและสามารถพิจารณาตามแนวทางปฏิบัติในคู่มือการปฏิบัติงานการจดทะเบียนได้

แต่เนื่องจากขั้นตอนที่สำคัญในการพิจารณาลักษณะการประกอบธุรกิจขายตรงว่ามีแผนการจ่ายผลตอบแทนที่มีลักษณะเป็นแผนที่มีลักษณะเน้นการชักจูงบุคคลให้มาลงทุน โดยไม่มีการขายสินค้าหรือบริการ ที่เป็นผลิตภัณฑ์ของบริษัทผู้ประกอบการนั้น จะมีหลักเกณฑ์ในการพิจารณาแผนการจ่ายผลตอบแทนตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 และแก้ไข (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2560 ในมาตรา 19 มีรายละเอียดในการพิจารณาลักษณะการประกอบธุรกิจของผู้ที่จะมายื่นคำขอจดทะเบียน โดยพิจารณาแผนการจ่ายผลตอบแทนที่ไม่มีลักษณะเป็นการชักชวนให้บุคคลทั่วไปเข้าร่วมทำธุรกิจขายตรงมากเกินไปจนกระทั่งเป็นเครือข่าย โดยมีการตกลงว่าจะให้ผลตอบแทนต่าง ๆ โดยคิดคำนวณจากการที่ได้หาบุคคลมาเข้าร่วมธุรกิจขายตรงในลักษณะเครือข่าย¹² ส่วนในมาตรา 21 จะพิจารณาว่าการประกอบธุรกิจขายตรงของผู้ที่มายื่นขอจดทะเบียนมีลักษณะตรงตามที่ได้ยื่นต่อนายทะเบียนหรือไม่ โดยการพิจารณาแผนการจ่ายผลตอบแทนที่ยื่นขอจดทะเบียนมา จะต้องมียกเว้นที่สามารถจำแนกโดยสรุปได้ ดังนี้ คือ

1. ผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงจะต้องไม่ใช่ลูกจ้างที่ได้รับเงินรายเดือนตามปกติจากผู้ประกอบการ และผลตอบแทนที่เป็นรายได้หลักของแผนการจ่ายผลตอบแทน

¹² พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 และแก้ไข (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2560 มาตรา 19

จะต้องไม่เป็นลักษณะที่ชักจูงบุคคลหรือแนะนำผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงอื่นเข้ามาร่วมเครือข่ายในธุรกิจขายตรง

2. ผลตอบแทนที่เป็นรายได้หลักของแผนการจ่ายผลตอบแทนของผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรง จะต้องเกิดจากการซื้อสินค้าเพื่อใช้หรือบริโภคเอง หรือขายสินค้าหรือบริการผลิตภัณฑ์ของบริษัทให้แก่ผู้บริโภค

3. แผนการจ่ายผลตอบแทนจะต้องไม่มีลักษณะเป็นการบังคับ หรือชักจูงให้ผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้าในปริมาณที่มากจนเกินไปโดยไม่มีเหตุผล

4. แผนการจ่ายผลตอบแทนที่ผู้ประกอบการธุรกิจเสนอแก่นายทะเบียนจะต้องมีความเป็นไปได้จริงในการประกอบธุรกิจ ตรงต่อความเป็นจริง และมีการคิดคำนวณที่ถูกต้องชัดเจน

5. กรณีที่แผนการจ่ายผลตอบแทนมีลักษณะแตกต่างไปจากข้อกำหนดให้ลักษณะบังคับใช้เท่าที่เป็นประโยชน์แก่ผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงเท่านั้น¹³

เมื่อพิจารณาข้อกำหนดตาม มาตรา 19 และ 21 ของพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 และแก้ไข (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2560 จะพบว่า เป็นปัญหาข้อกำหนด ซึ่งตามมาตรา 19 และมาตรา 21 (1)-(4) พิจารณาในเรื่องของลักษณะการประกอบธุรกิจจะต้องไม่ขัดต่อกฎหมาย , แผนต้องไม่มีลักษณะเป็นที่ชักจูงคน รายได้ที่ยั่งยืนอยู่กับยอดซื้อสินค้าจริง ,จะต้องไม่มีการบังคับและกักตุนสินค้า ตามลำดับ ซึ่งเป็นเพียงเงื่อนไขในการเขียนแผนการจ่ายผลตอบแทนเท่านั้น แต่วิธีการคิดคำนวณ โกรงแผนการจ่ายผลตอบแทนจะมีในมาตรา 21 วรรค 2 (5) จะต้องแสดงให้เห็นชัดเจน และเป็นไปได้ เมื่อพิจารณาแล้วจะพบว่าข้อกำหนดไว้กว้างเกินไป

โดยบริษัทไม่สามารถมีแนวทางในการเขียนแผนการจ่ายผลตอบแทนได้อย่างชัดเจน ในปัจจุบันแผนการจ่ายผลตอบแทนในปัจจุบันสามารถแบ่งออกเป็นลักษณะพื้นฐานได้เป็นแผนการจ่ายผลตอบแทนแบบขั้นเดียว และแผนการจ่ายผลตอบแทนแบบหลายขั้น (Multi – Level Marketing หรือ MLM) โดยมีลักษณะแตกต่างกันดังต่อไปนี้

1. แผนการจ่ายผลตอบแทนแบบขั้นเดียว เป็นรายได้หลักที่ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงจ่ายผลตอบแทนให้กับผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรง ในลักษณะส่วนต่างของรายได้จากยอดขายของบริษัทที่กำหนดเอาไว้ โดยผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรง จะเป็นเสมือนตัวแทนที่นำเสนอขายสินค้าของบริษัทให้แก่ผู้บริโภค แต่ไม่สามารถมีหน้าที่รับสมัครสมาชิกเพื่อเป็นสายงานภายใต้องค์กรของตนเองได้¹⁴

¹³ พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 และแก้ไข (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2560 มาตรา 21

¹⁴ ฝ่ายสารสนเทศศูนย์ข้อมูลมติชน, “ขายตรงยุค โลกาภิวัตน์” ประชาชาติธุรกิจ (24-26 พฤศจิกายน

2. แผนการจ่ายผลตอบแทนแบบหลายชั้น (Multi – Level Marketing หรือ MLM) เป็นรายได้หลักที่ผู้ประกอบการขายตรงจ่ายผลตอบแทนให้กับผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงในลักษณะที่มีรูปแบบในการจ่ายหลากหลายแบบ เช่น การจ่ายผลตอบแทนแบบโบนัสค่าแนะนำ โบนัสบริหารองค์กร โบนัสแมชชีง และโบนัสรายปี เป็นต้น โดยผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรง จะสามารถรับสมัครสมาชิกเพื่อเป็นสายงานภายใต้ต้องการของตนเองได้ และสามารถได้รับผลตอบแทนเมื่อสมาชิกภายใต้ต้องการของตนเองมีรายได้จากการซื้อสินค้ามาเพื่อบริโภคเองหรือนำเสนอขายสินค้าของบริษัทให้กับผู้บริโภค¹⁵

นอกจากนี้ภายหลังจากที่มีการจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงให้ผู้ประกอบการธุรกิจดำเนินธุรกิจไปได้ในระยะเวลาหนึ่ง ในระบบเศรษฐกิจการแข่งขันกันกับคู่แข่งชั้นบริษัทอื่นจึงเป็นเรื่องธรรมดา ในการดำเนินธุรกิจทั่วไปจะมีการขายสินค้าให้ได้มากที่สุด โดยทำแผนธุรกิจในการกระตุ้นยอดขาย ซึ่งในธุรกิจขายตรงการเชิญชวนบุคคลเข้ามาร่วมธุรกิจจะมีการเสนอผลตอบแทนให้อัตราการจ่ายที่มากกว่าบริษัทอื่น ดังนั้นเมื่อได้รับอนุญาตให้ใช้แผนการจ่ายผลตอบแทนจากนายทะเบียนไปแล้วจึงเป็นเหตุให้บริษัทใช้แผนการจ่ายผลตอบแทนไม่ตรงตามที่ได้รับอนุญาตเพื่อเป็นการชักชวนบุคคลเข้ามาร่วมธุรกิจและให้บุคคลในทีมงานของตนเองที่เกิดจากการแนะนำมาซื้อสินค้าให้ได้มากที่สุด และในปัจจุบันการควบคุมธุรกิจขายตรงที่ได้รับอนุญาตไปแล้วใช้

วิธีการรับเรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภคและผู้ประกอบธุรกิจด้วยกันเองมากกว่าที่จะบังคับใช้กฎหมายที่มีอยู่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยสามารถแบ่งขั้นตอนการตรวจสอบและกำกับดูแลเป็นดังต่อไปนี้

1. การตรวจสอบกำกับดูแลก่อนการจดทะเบียน ตามมาตรา 41 หากผู้ประกอบการธุรกิจยื่นเอกสารการจดทะเบียนไปให้นายทะเบียนพิจารณา แล้วภายหลังจากที่นายทะเบียนพิจารณาพบว่าเอกสารที่ยื่นจดทะเบียนไม่ครบถ้วนนายทะเบียนมีคำสั่งไม่รับจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงตามมาตรา 41/2¹⁶

2. การตรวจสอบกำกับดูแลหลังการจดทะเบียน ตามมาตรา 42 จะมีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับข้อกำหนดเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจขายตรง เรื่องแผนการจ่ายผลตอบแทน ,ความรับผิดชอบของผู้จำหน่ายอิสระนำสินค้าหรือบริการไปขายให้แก่ผู้บริโภค แล้วได้รับผลกระทบจากความบกพร่องของสินค้าและบริการ ,การย้ายสำนักงานที่ตั้งประกอบธุรกิจจะต้องแจ้งเป็นหนังสือ ,รายงานการดำเนินธุรกิจให้นายทะเบียนทราบ เพื่อที่จะได้นำไปปรับวงเงินในการวางหลักประกัน ,มีคุณสมบัติ

¹⁵ ศรีทิพ บุญเยี่ยม, “MLM โอกาสทางธุรกิจสำหรับสินค้าไทยในตลาดโลก,” น.ที่ 4-5

¹⁶ พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 และแก้ไข (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2560 มาตรา 41/2

ไม่ครบถ้วน หรือมีคุณสมบัติต้องห้าม ตามมาตรา 38/1 และ 38/2, ไม่วางหลักประกันเพิ่มให้ครบตามจำนวนที่กำหนด ,หุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ หรือผู้รับผิดชอบในการดำเนินงานของนิติบุคคลได้รับโทษจำคุกโดยคำพิพากษาถึงที่สุดให้จำคุก หากเข้าหลักเกณฑ์ข้อหนึ่งข้อใดจะเป็นเหตุให้นายทะเบียนเพิกถอนได้¹⁷

หากพิจารณาข้อกฎหมายจะพบว่าวัตถุประสงค์ของการบัญญัติพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง จะเน้นการคุ้มครองผู้บริโภคมิให้ต้องตกเป็นฝ่ายเสียเปรียบในการซื้อขายสินค้าหรือบริการ ดังนั้นเมื่อพิจารณาตามมาตรา 42 จะพบว่า เป็นปัญหาข้อกฎหมายการตรวจสอบและกำกับดูแลหลังการจดทะเบียน จะไม่มีบัญญัติไว้ในพระราชบัญญัติเกี่ยวกับการควบคุมในส่วนของผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงเพื่อไม่ให้เอาเปรียบผู้บริโภค ในทางกลับกันไม่มีการควบคุมในส่วนของผู้ประกอบธุรกิจเพื่อไม่ให้เอาเปรียบผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรง เสมือนว่าการกำกับดูแลของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ไม่ใช่หน้าที่หลัก จึงให้การทำงานไม่ครบถ้วนอยู่ในหน่วยงานเดียว

ปัญหาในทางข้อกฎหมาย

ปัญหาในเรื่องการพิจารณาตามมาตรา 3 ตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 คำว่า “ขายตรง” ที่ใช้อยู่เป็นปัญหาของข้อกฎหมายที่ไม่สามารถครอบคลุมและทันกับการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการพัฒนาการประกอบธุรกิจขายตรงในประเทศไทยและทั่วโลกที่มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ

เมื่อผู้ประกอบการต้องการที่จะดำเนินธุรกิจขายตรงจะต้องยื่นเอกสารประกอบการพิจารณาขอใบจดทะเบียนแก่นายทะเบียน ถ้าหากใช้เอกสารที่จำเป็นให้นายทะเบียนพิจารณาตามมาตรา 41 วรรค 1 จะทำให้สามารถลดกรอบระยะเวลาการพิจารณา และหากตัดขั้นตอนการวางหลักประกันตามมาตรา 41 วรรค 3 ที่ผู้ยื่นคำขอจดทะเบียนจะต้องวางหลักประกันตามมาตรา 38/5 จะทำให้ระยะเวลาในการจดทะเบียนลงได้อีก

การยื่นแผนการจ่ายผลตอบแทนให้นายทะเบียนพิจารณาตามมาตรา 41 วรรค 1 เป็นเอกสารที่แจ้งให้ทราบถึงแนวทางในการจ่ายผลตอบแทนจากกำไรในการประกอบธุรกิจ จะต้องไม่มีลักษณะจ่ายผลตอบแทนที่เกินความสามารถของผู้ประกอบธุรกิจ ซึ่งตามมาตรา 19 และมาตรา 21 (1)-(4) พิจารณาในเรื่องของลักษณะการประกอบธุรกิจจะต้องไม่ขัดต่อกฎหมาย ,แผนต้องไม่มีลักษณะเป็นที่ชักจูงคน รายได้ที่จ่ายขึ้นอยู่กับยอดขายซื้อสินค้าจริง ,จะต้องไม่มีการบังคับและกักตุนสินค้า ตามลำดับ ซึ่งเป็นเพียงเงื่อนไขในการเขียนแผนการจ่ายผลตอบแทนเท่านั้น แต่วิธีการคิด

¹⁷ พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 และแก้ไข (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2560 มาตรา 42

คำนวณโครงการจ่ายผลตอบแทนจะมีในมาตรา 21 วรรค 2 (5) จะต้องสามารถมีแนวทางในการเขียนแผนการจ่ายผลตอบแทนได้อย่างชัดเจน

ภายหลังจากที่ได้รับจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงจากนายทะเบียนไปแล้ว ทางสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคจะต้องมีการกำกับดูแลภายหลังจากการจดทะเบียน ตามมาตรา 42 เมื่อพิจารณาตามมาตรา 42 จะพบว่า จะไม่มีบัญญัติไว้ในพระราชบัญญัติเกี่ยวกับการควบคุมในส่วนของผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงเพื่อไม่ให้เอาเปรียบผู้บริโภค ในทางกลับกันไม่มีการควบคุมในส่วนของผู้ประกอบธุรกิจเพื่อไม่ให้เอาเปรียบผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรง จึงให้การกำกับดูแลภายหลังจากการจดทะเบียนไม่ครอบคลุมอยู่ในหน่วยงานเดียว

ดังนั้น ปัญหาในเรื่องข้อกฎหมายในคำนิยามการประกอบธุรกิจขายตรง การกำหนดระยะเวลาในการจดทะเบียนและลดขั้นตอนการทำงานที่ซ้ำซ้อนกับหน่วยงานราชการอื่นลง และแก้ไขการพิจารณาแผนการจ่ายผลตอบแทนที่ผู้ประกอบการได้ยื่นจดทะเบียนต่อนายทะเบียน รวมทั้งกำหนดแนวทางในการควบคุมผู้ประกอบการหลังจากได้รับการจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงจากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคไปแล้ว ส่งผลให้เกิดความไม่ชัดเจนในแนวทางปฏิบัติหรือขาดหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนในการพิจารณาของเจ้าหน้าที่ จะทำให้เกิดเป็นช่องว่างของกฎหมายที่ผู้ประกอบการหรือผู้แสวงหาประโยชน์สามารถนำมาเป็นช่องว่างในการเป็นข้ออ้างหรือหลีกเลี่ยงความไม่ชัดเจนของข้อกฎหมายดังกล่าวได้ ผู้วิจัยจึงมีความเห็นว่าเป็นปัญหาของฝ่ายบริหารที่ต้องดำเนินการในเรื่องการออก พระราชกฤษฎีกา กฎกระทรวง และประกาศต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความชัดเจน ทั้งในด้านข้อกฎหมาย และในด้านการปฏิบัติของเจ้าหน้าที่ในการพิจารณา รวมทั้งปัญหาในการติดตามดูแลและควบคุมไม่ให้ผู้ประกอบการดำเนินธุรกิจโดยใช้แผนไม่ตรงกับที่ได้รับอนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคควรมีแนวทางการแก้ไขตามกฎหมายอย่างไร

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาปัญหาเกี่ยวกับข้อกฎหมายในคำนิยามขายตรง
2. เพื่อศึกษาปัญหาเกี่ยวกับข้อกฎหมายในการจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรง
3. เพื่อศึกษาปัญหาเกี่ยวกับข้อกฎหมายในการกำหนดโครงสร้างการจ่ายผลตอบแทนในการประกอบธุรกิจขายตรงในประเทศ
4. เพื่อศึกษาปัญหาเกี่ยวกับข้อกฎหมายในการกำกับดูแลผู้ประกอบการขายตรง
5. เพื่อศึกษาวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อจำกัดทางกฎหมายในการประกอบธุรกิจขายตรงในประเทศและต่างประเทศ

6. เพื่อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไขข้อกฎหมายเพื่อให้มีประสิทธิภาพและสามารถบังคับใช้ได้จริง รวมทั้งมีความเหมาะสมในด้านเศรษฐกิจและในการควบคุมของภาครัฐ

1.3 สมมติฐานของการศึกษา

การแก้ไขคำนิยามขายตรง ออกกฎหมายเกี่ยวกับการกำหนดระยะเวลาในการจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงอย่างชัดเจนเพื่อให้เป็นการอำนวยความสะดวกให้ผู้ประกอบธุรกิจไม่เป็นการสร้างภาระต้นทุนในการดำเนินธุรกิจในระหว่างที่รอใบจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรง รวมทั้งปรับปรุงข้อกฎหมายของแนวทางการกำหนดโครงสร้างการจ่ายผลตอบแทนในการประกอบธุรกิจขายตรงให้ผู้ประกอบธุรกิจสามารถดำเนินการตามกรอบแนวทางของแผนการจ่ายผลตอบแทนที่ได้ยื่นจดทะเบียนกับนายทะเบียนที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้จริง ซึ่งจะทำให้เกิดความชัดเจนในข้อกฎหมายและทำให้เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานสามารถปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้อง และเกิดความเป็นธรรมแก่ผู้ประกอบธุรกิจ รวมทั้งป้องกันผู้ประกอบธุรกิจหรือผู้ที่หวังผลประโยชน์ในการอาศัยช่องว่างของกฎหมาย และในขณะเดียวกันหากมีขั้นตอนตามกฎหมายในการตรวจสอบแผนการจ่ายผลตอบแทนในขณะที่ดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง และมีความชัดเจนจะทำให้สามารถป้องกันธุรกิจขายตรงที่มีลักษณะไม่ใช่การขายสินค้าที่เป็นการระดมทุนได้อย่างเป็นรูปธรรม ทำให้ประชาชนไม่หลงเข้าไปร่วมลงทุน และส่งผลกระทบต่อที่ดีต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ

1.4 ขอบเขตของการศึกษา

ศึกษาถึงหลักเกณฑ์ของคำนิยามขายตรง การออกกฎหมายเกี่ยวกับการกำหนดระยะเวลาในการจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรง และข้อกำหนดของโครงสร้างการจ่ายผลตอบแทนในการประกอบธุรกิจขายตรงในประเทศและของต่างประเทศ และนำมาวิเคราะห์เปรียบเทียบถึงข้อดีและข้อเสีย เพื่อนำมาปรับปรุง แก้ไขให้เหมาะสม และหาหลักเกณฑ์การออกกฎหมายที่เหมาะสม รวมทั้งหาแนวทางในการควบคุมและตรวจสอบการประกอบธุรกิจขายตรงภายหลังจากจดทะเบียนเพื่อให้ใช้แผนการจ่ายผลตอบแทนถูกต้องตามที่ได้รับอนุญาต

1.5 วิธีดำเนินการศึกษา

ศึกษาค้นคว้าวิจัยจากเอกสาร (Documentary Research) โดยการศึกษาค้นคว้าข้อมูลในการทำวิจัยจากวิทยานิพนธ์ สารนิพนธ์ บทความ วารสาร หรือเอกสารต่าง ๆ จากแหล่งข้อมูลของหลายแห่ง เช่นของหน่วยงาน สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ข้อกฎหมาย ห้องสมุด

และเอกสารการวิจัยต่าง ๆ ทางออนไลน์ในประเทศและต่างประเทศเพื่อนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์ และหาข้อสรุปจากการศึกษามาเป็นแนวทางในการหาหลักเกณฑ์การออกกฎหมาย เกี่ยวกับการกำหนดระยะเวลาการจดทะเบียนให้ลดระยะเวลาลง หาข้อกำหนดของโครงสร้างการจ่ายผลตอบแทน และหาแนวทางในการควบคุม ตรวจสอบดูแลการประกอบธุรกิจขายตรงให้เป็นไปตามกฎหมาย โดยข้อสรุปการวิจัยโดยการเขียนออกมาในรูปแบบการนำเสนอด้านการวิเคราะห์และเชิงพรรณนา

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงปัญหาเกี่ยวกับคำนิยามขายตรง
2. ทำให้ทราบถึงปัญหาเกี่ยวกับข้อกำหนดในการจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรง
3. ทำให้ทราบถึงปัญหาข้อกำหนดโครงสร้างการจ่ายผลตอบแทนในการประกอบธุรกิจขายตรงในประเทศ
4. ทำให้ทราบถึงปัญหาเกี่ยวกับข้อกำหนดในการกำกับดูแลผู้ประกอบการขายตรง
5. ทำให้ทราบถึงการเปรียบเทียบข้อกำหนดในข้อกำหนดของโครงสร้างการจ่ายผลตอบแทนในการประกอบธุรกิจขายตรงในประเทศและต่างประเทศ
6. ทำให้ทราบถึงแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขข้อกำหนดเพื่อให้มีประสิทธิภาพและสามารถบังคับใช้ได้กับการประกอบธุรกิจขายตรง รวมทั้งมีความเหมาะสมในด้านเศรษฐกิจและการควบคุมของภาครัฐ

บทที่ 2

แนวความคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจขายตรง

2.1 ประวัติความเป็นมาของการประกอบธุรกิจขายตรง

การประกอบธุรกิจค้าขายของประเทศไทยเริ่มต้นจากการแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างกัน เช่นสินค้าอุปโภคบริโภค และสินค้าที่จำเป็นในชีวิตประจำวัน ในสมัยสุโขทัยจนกระทั่งมีศูนย์กลางซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างเมืองที่อยู่ใกล้เคียง เรียกว่า ตลาดปสาน¹⁸

ต่อมาเริ่มมีการขยายตัวของตลาดมากขึ้นเป็นสถานที่ที่มีการค้าขายและมีเป็นย่านพักอาศัย มีการติดต่อการค้าขายกับต่างประเทศ การค้าขายได้ขยายตัวมากขึ้นเมื่อมีพ่อค้าชาวจีนอพยพเข้ามาอยู่ในประเทศไทยและทำการค้าขาย ในช่วงอยุธยาตอนกลาง

การค้าขายเริ่มมีการขยายตัวมากขึ้น การค้าขายไม่ได้จำกัดอยู่ในตลาดที่มีย่านการค้าอีกต่อไป การค้ามีการขนส่งสินค้าไปทางเรือที่สามารถขนส่งสินค้าได้ในจำนวนมากผ่านเส้นทางแม่น้ำ ลำคลอง โดยพ่อค้าคนกลางที่เป็นชาวต่างชาติ เริ่มต้นจากคนจีนนำสินค้าไปขายในท้องถิ่นที่อยู่ห่างไกลจากตลาด¹⁹

จนกระทั่งรัชกาลที่ 4 รูปแบบการค้าขายเริ่มเปลี่ยนแปลงโดยชาวตะวันตกไปในลักษณะห้างร้านขนาดใหญ่จากเดิมที่เป็นร้านขายของค้าปลีกขนาดเล็ก ต่อมาในปี 2500 ได้มีการพัฒนาเป็นการค้าขายสินค้าในห้างสรรพสินค้า

การขายสินค้ารวมถึงบริการต่าง ๆ เริ่มจะมีการประชาสัมพันธ์เพื่อเป็นการเพิ่มยอดขายให้กับสินค้า แต่เนื่องจากการประชาสัมพันธ์ในสมัยก่อนยังไม่มีการพัฒนาทางสื่อประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงตัวบุคคลได้อย่างทั่วถึง จนเกิดรูปแบบธุรกิจที่สามารถกระจายสินค้าโดยใช้สื่อตัวบุคคลนำพาสินค้าไปสู่ผู้บริโภค เรียกว่าการทำตลาดแบบเซลส์แมน (sell man) ลักษณะการทำธุรกิจจะใกล้เคียงกับขายตรงแต่จะไม่มีผลการจ่ายผลตอบแทนเป็นช่วง ของรายได้ แต่จะให้ผลตอบแทนเป็นส่วนต่างของราคาสินค้าที่ขายให้แก่ผู้บริโภคต่อชิ้น บางบริษัทจะจ่ายผลตอบแทนเป็นรายได้รายเดือนในอัตราที่คงที่ พนักงานขายจะนำสินค้าของบริษัทไปเสนอขายสินค้าให้กับผู้บริโภคตามบ้าน สถานที่ทำงาน และสถานที่อื่น

¹⁸ สุพรรณิ อินทร์แก้ว, การบริหารการค้าปลีก, (กรุงเทพมหานคร : ธนาเพลส, 2560), น. 6-7.

¹⁹ สารานุกรมไทยฉบับเยาวชน. (ม.ป.ป.). ตลาดสมัยรัตนโกสินทร์. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 มีนาคม 2563,

เมื่อรูปแบบการขายสินค้าแบบเซลล์แมนเริ่มมีการดำเนินธุรกิจมาในระยะหนึ่ง เริ่มมีการพัฒนารูปแบบการขายสินค้าแบบเครือข่าย โดยเริ่มจากการขายตรงแบบชั้นเดียว และการขายตรงแบบหลายชั้นตามลำดับ ซึ่งการขายตรงแบบชั้นเดียวจะมีผู้จัดการสาขาเป็นผู้กระจายสินค้าผ่านพนักงานขายตรง ผลตอบแทนที่ได้รับจะเกิดจากยอดขายสินค้าที่กำหนดเอาไว้ หากขายสินค้าได้ตามยอดขายนั้น ๆ จะได้ผลตอบแทนเป็นสัดส่วนแต่พนักงานขายตรงจะไม่สามารถรับสมัครสมาชิกเพื่อมาอยู่ภายใต้สายงานของตนเองได้ ต่อมาได้พัฒนารูปแบบมาเป็นการขายตรงแบบหลายชั้น เพราะต้องการขยายเครือข่ายการขายสินค้า และสามารถกระจายสินค้า รวมทั้งสร้างแรงจูงใจในการขายให้กับพนักงานขายตรงได้มากกว่า ด้วยความสามารถที่จะรับสมัครสมาชิกใหม่จากเดิมสมาชิกที่เข้ามาใหม่จะต้องอยู่ภายใต้พนักงานขายตรงของบริษัท ต่อมาได้พัฒนารูปแบบใหม่ให้สมาชิกใหม่ที่ตนเองรับสมัครมาอยู่ภายใต้สายงานของตนเอง ทำให้พนักงานขายตรงแต่ละคนที่เครือข่ายของตนเองส่งผลให้เกิดยอดขายของกลุ่มตนเองในปริมาณที่เพิ่มขึ้นตามการรับสมัครและยอดขายสมาชิกใหม่ ซึ่งโบนัสหรือผลตอบแทนที่บริษัทกำหนดก็จะมีหลายรูปแบบ และจะแปรผันไปตามปริมาณยอดขายที่เพิ่มขึ้น

ซึ่งธุรกิจขายตรงในประเทศไทยเริ่มเข้ามามีบทบาทต่อวงการตลาดเมื่อราว 40 ปีที่แล้ว ในปี พ.ศ.2521 บริษัทเอวอน คอสเมติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด และเป็นต้นแบบของการขายตรงแบบชั้นเดียว (Single - level Marketing หรือ SLM) จนกระทั่งในปี 2530 บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ได้เข้ามาในธุรกิจขายตรงในประเทศไทยทำการตลาดด้วยระบบการตลาดแบบหลายชั้น (Multi - level Marketing หรือ MLM) อย่างเต็มรูปแบบ โดยจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค ซึ่งนอกจากมีรายได้ขายปลีกจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้าแล้ว ผู้จำหน่ายยังมีรายได้เพิ่มจากเงินอัตราส่วนจากยอดขายรวมของผู้จำหน่ายที่ตนให้การสปอนเซอร์เข้ามาในองค์กรด้วย

2.2 แนวความคิดและทฤษฎีของการประกอบธุรกิจขายตรง

การขายตรง (Direct selling) เป็นรูปแบบหนึ่งของการกระจายสินค้าหรือบริการจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภค โดยช่องทางการขายปลีก (Retail channel for the distribution of goods and services) โดยทั่วไปแล้ว การขายตรงจะเป็นการนำเสนอขายสินค้าหรือบริการต่อผู้บริโภค ณ สถานที่ ซึ่งมีใช้สถานที่ประกอบการค้าปลีกที่กำหนดไว้แน่นอน (Fixed retail location) การขายตรงอาจกระทำขึ้นโดยวิธีการต่าง ๆ เช่น การเข้าพบลูกค้าเพื่อนำเสนอ ขายสินค้า การจัดงานเลี้ยง การสาธิตสินค้าแบบตัวต่อตัว (One to one demonstration) การขายตรงนั้นอาจเรียกได้หลายชื่อ เช่น Direct sale, Door-to-Door sale ,Home solicitation sale (Kinter ,1987:257) จากชื่อต่าง ๆ ของการ

ขายตรงจะเห็นได้ว่า การขายตรงนั้นมีพัฒนาการมาจากการนำสินค้าไปเสนอขายโดยตรงยังผู้บริโภคถึงที่พักอาศัยของผู้บริโภคนั้น หรืออาจเรียกว่า “In-home retailing” (Ramsay, 1989: 337)²⁰

ซึ่งระบบขายตรงในปัจจุบันจะมีความหมายที่แตกต่างไปจากการเร่ขายในเรื่องของรายได้ของผู้ขายจะเกิดจากยอดขายสินค้า โดยผู้ประกอบการก็จะจ่ายผลตอบแทนที่มีกำหนดเอาไว้อย่างชัดเจนในแผนการจ่ายผลตอบแทนเพื่อให้การกระจายสินค้าสู่ท้องตลาดแตกต่างจากขายปลีกขายส่งทั่วไป

สมาพันธ์การขายตรงโลก (World Federation of Direct Selling Association หรือ WFDSA) ได้ให้ความหมายของการขายตรง หมายถึง “การทำตลาดสินค้าอุปโภคบริโภคในลักษณะของการนำเสนอต่อผู้บริโภคโดยตรง ณ ที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคหรือที่อยู่อาศัยของผู้อื่น ณ ที่ทำงานของผู้บริโภคหรือสถานที่อื่น ทั้งนี้โดยผู้ขายตรงใช้การอธิบาย หรือการสาธิตสินค้าเป็นกลยุทธ์หลักในการเสนอขาย”²¹ สมาพันธ์การขายตรงโลกให้ความสำคัญกับ “แผนการจ่ายผลตอบแทน” ในฐานะที่เป็นองค์ประกอบสำคัญของการขายตรง แผนการจ่ายผลตอบแทนอาจทำได้ในหลายลักษณะ เช่น กำหนดผลตอบแทนสำหรับผู้ขายตรง เมื่อผู้ขายตรงนั้นสามารถทำยอดขายได้ในระดับต่าง ๆ ภายใต้เครือข่ายหลายชั้นของผู้ขายตรง และผู้ที่เข้ามาเป็นสมาชิกขายตรงตามความสัมพันธ์และเชื่อมโยงกับผู้ขายตรงคนนั้น ๆ ซึ่งคำว่าขายตรงในแต่ละคำนิยามมีการกำหนดความหมายในลักษณะคล้ายกันดังนี้

“การขายตรง หมายถึง การขายที่มีการติดต่อโดยส่วนตัวกับผู้ซื้อที่บ้าน หรือสถานที่ซึ่งลูกค้าไม่ไปซื้อ เป็นประจำ เป็นการขายสินค้าจากผู้ขายถึงมือผู้บริโภค ไม่มีการผ่านเคาน์เตอร์ หรือเอเยนต์ หรือวางขายทั่วไป”²²

“ธุรกิจขายตรง คือ ธุรกิจที่ใช้วิธีกระจายสินค้าด้วยวิธีขายโดยบุคคลที่เป็นผู้ขาย หรือผู้แทนขาย เป็นผู้แสดงสรรพคุณ คุณภาพ สมรรถนะของสินค้าต่อผู้บริโภค ณ ที่อยู่ของผู้บริโภค แทนการเสนอขาย ผ่านสื่อโฆษณาต่าง ๆ”²³

²⁰ คณาธิป ทองรวีวงศ์, มาตรการทางกฎหมายในการคุ้มครองสิทธิในความเป็นอยู่ส่วนตัว ศึกษากรณีการรบกวนสิทธิในความเป็นอยู่ส่วนตัวโดยธุรกิจขายตรง, (กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น กรุงเทพมหานคร, 2553), น. 7

²¹ World Federation of Direct Selling Associations (WFDSA), จรรยาบรรณธุรกิจขายตรงโลก, แปลโดย สมาคมการขายตรงไทย.

²² สุทธิกรณ์ สืบน้อย, “มาตรการทางกฎหมายอาญาในการควบคุมการขายตรง,” (วิทยานิพนธ์มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537), น. 9.

²³ สุขุม สุภนิษฐ์, “กฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจขายตรง,” จุฬาลงกรณ์รัว, เล่ม 10, ปีที่ 38 (มกราคม – มีนาคม 2542) : 12

“การขายตรง หมายถึง การขายสินค้าจากผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม โดยมีการติดต่อโดยตรงระหว่างผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายกับผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม”²⁴

“การขายตามบ้าน (In-home retailing) หมายถึง การขาย โดยใช้บุคคลเป็นผู้ติดต่อโดยตรงกับผู้บริโภคในบ้าน ของผู้บริโภค”²⁵

ในความหมายของคำว่า ขายตรง ในกฎหมาย นั้น ในพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ได้ให้คำนิยามความหมายของขายตรง ในมาตรา 3 ดังนี้

“ขายตรง” หมายถึง การทำตลาดสินค้าหรือบริการในลักษณะของการนำเสนอขายต่อผู้บริโภคโดยตรง ณ ที่อยู่อาศัยหรือสถานที่ทำงานของผู้บริโภคหรือของผู้อื่น หรือ สถานที่อื่นที่มีใช้สถานที่ประกอบการค้าเป็นปกติธุระ โดยผ่านตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระชั้นเดียวหรือหลายชั้นแต่ไม่รวมถึงนิติกรรมตามที่กำหนดในกฎกระทรวง²⁶

จะเห็นได้ว่า ขายตรงเป็นวิธีการที่ผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของบริษัทฯ ขายตรงได้มอบอำนาจให้บุคคลซึ่งเป็นตัวแทนขายตรง หรือ โอนกรรมสิทธิ์ให้บุคคลซึ่งเป็นผู้จำหน่ายอิสระ ในสินค้าหรือบริการ และนำสินค้าหรือบริการดังกล่าวไปเสนอขายโดยตรงต่อผู้บริโภค ณ สถานที่อื่นที่มีใช้สถานที่ประกอบการค้าเป็นปกติธุระ

แนวความคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจขายตรงที่ใช้ประกอบในการศึกษาวิจัย มีเนื้อหาของแนวคิดที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

1. แนวความคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจขายตรงนี้ ได้ถูกนำมาพัฒนาใช้กับสินค้าที่มีความแตกต่างจากสินค้าทั่วไปในท้องตลาด เช่น สินค้าที่มีคุณภาพ สินค้าที่มีรายการการวิจัย ด้วยเหตุผลที่ว่า การจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางขายตรงเปิดโอกาสให้ผู้ขายที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคโดยตรงและสามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมายได้ เพราะหากสินค้าที่นำมาขายในธุรกิจขายตรงสามารถหาซื้อได้ตามท้องตลาดทั่วไป หรือสามารถหาซื้อได้ที่หน้าร้านของบริษัท จะเป็นการแย่งลูกค้ากันเอง ระหว่างผู้ขายที่อยู่หน้าร้านและผู้จำหน่ายสินค้าไปขายตรง ทำให้ไม่เกิดแรงจูงใจแก่ผู้นำสินค้าไปขายตรงแก่ลูกค้าระบบธุรกิจขายตรงก็จะหมดสิ้นไป โดยปกติการนำสินค้าที่มีจำหน่ายทั่วไปเข้ามาสู่ระบบขายตรงก็เพียงเพื่อเป็นสินค้าร่วมรายการ เพิ่มสินค้าในบริษัทเพื่อเป็นช่องทางการจำหน่ายอีกช่องทางหนึ่งไม่ได้เป็นสินค้าหลักแต่อย่างใด

²⁴ สุทธิกรณ์ สืบน้อย, “มาตรการทางกฎหมายอาญาในการควบคุมการขายตรง,” (วิทยานิพนธ์มหาวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537), น. 9

²⁵ William M. Pride and O.C. Ferrell, *Marketing Concepts and Strategies*, p.377

²⁶ พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 และแก้ไข (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2560 มาตรา 3

ปรัชญาของระบบขายตรงคือ การสร้างรายได้ให้ทั้งผู้ขายตรงและเจ้าของสินค้า ภายใต้ผลตอบแทนที่มีความชัดเจนตามยอดขาย ไม่ใช่เป็นเพียงส่วนลดในระบบขายปลีกขายส่งทั่วไป และไม่ใช้เงินรายเดือนในระบบพนักงาน ด้วยการสร้างความสามารถในการเพิ่มยอดขายให้กับผู้ขายตรง ด้วยการฝึกอบรมพนักงาน และเตรียมอุปกรณ์การขาย ให้ความรู้ความเข้าใจในสินค้าเพื่อเป็นการสร้างยอดขายให้เพิ่มขึ้น

การสร้างรายได้แบบ win-win-game คือรายได้จะต้องไม่เกิดจากการสร้างรายได้แบบ หลอกหลวง ให้หลงเชื่อ หรือให้เกิดความโลภในผลตอบแทนด้วยการชักชวน รายได้ทั้งสองฝ่ายต้องเกิดจากการลงทุน ผู้ประกอบธุรกิจลงทุนจัดหาข้อมูลและอำนวยความสะดวกในการนำสินค้าไปขายให้กับผู้ขายตรง ผู้ขายลงแรงในการนำสินค้าไปขายให้ผู้บริโภค ผลตอบแทนที่ผู้ประกอบธุรกิจได้คือรายได้ที่เกิดจากการขายสินค้า ณ ราคาที่ให้ส่วนลดแก่ผู้ขายตรง หักค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากการบริหารจัดการ ส่วนผลตอบแทนของผู้ขายตรงคือ กำไรจากการขายสินค้าในราคาที่กำหนด และผลตอบแทนจากยอดขายที่ทำได้²⁷

2. แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจเครือข่ายจอห์น เบรนนอร์ (2548, น. 1) ได้ให้ความหมายของธุรกิจเครือข่ายหรือการตลาดแบบเครือข่ายไว้ว่า เป็นเส้นทางด่วนในการนำผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคโดยตรง โดยอาศัยการตลาดแบบทีมงานหรือเครือข่ายนักธุรกิจอิสระแต่ละคน นอกจากจะมีสิทธิที่จะขายสินค้าให้กับผู้บริโภคในราคาที่บวกกำไร นักธุรกิจอิสระยังสามารถสร้างทีมงานนักธุรกิจอิสระใหม่ได้อีกด้วย บริษัทการตลาดแบบเครือข่ายจะให้รางวัลแก่ผู้ที่สร้างทีมงานเครือข่ายด้วยจำนวนเปอร์เซ็นต์ของกำไรจากสมาชิกเครือข่ายในทีมทุก 1 ท่านสำหรับคนที่อยู่ในธุรกิจนี้นานเพียงพอ ทีมงานนั้นจะสามารถขยายใหญ่ขึ้นและกำไรก็จะมากขึ้นตามด้วย²⁸

อภิราษฎร์ ชุ่มมงคล (2554, น. 23-155) ได้ให้ความหมายของธุรกิจเครือข่ายว่า ธุรกิจเครือข่ายมีความแตกต่างจากธุรกิจทั่วไปตรงที่ว่า ธุรกิจทั่วไปมีส่วนแบ่งการตลาด ดังนี้ 40% เป็นต้นทุนสินค้าที่ผลิตจากโรงงาน 20% แบ่งให้บริษัทที่จัดจำหน่าย 20% แบ่งให้บริษัทค้าส่ง 20%แบ่งให้ร้านค้าปลีก ส่วนผู้บริโภคบริโภคสินค้าเต็ม 100%. แต่การตลาดแบบเครือข่ายจะเป็นในลักษณะที่ 40% เป็นต้นทุนสินค้าที่ผลิตจากโรงงาน และบริษัทจะนำเงินที่เหลือ 60% มาจ่ายให้กับสมาชิกที่

²⁷ สุขุม สุภนิษฐ์, คำอธิบายการจัดจำหน่ายในระบบขายตรงและการทำตลาดแบบส่งข้อมูลถึงตัวผู้บริโภคโดยตรง, 2547, น. 16- 17.

²⁸ จอห์น เบรนนอร์, ถอดรหัสความสำเร็จธุรกิจเครือข่าย, แปลโดย นิเวศน์ ธรรมะ และ ชนัธมา ศิวโมกษธรรม, พิมพ์ครั้งที่ 5. (กรุงเทพมหานคร : เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น, 2548), อินโดไชน่า. น. 1.

มีการสร้างเครือข่ายผู้บริโภค โดยตัดการจำหน่าย ตัดค่าส่ง และตัดการค้าปลีกออก การจ่ายเงินให้กับสมาชิกขึ้นอยู่กับภาวะเบียบของแต่ละบริษัทหรือเรียกว่า แผนการตลาด²⁹

3. แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยของความสำเร็จในการทำธุรกิจเครือข่าย

วรกร ชำนาญไพศาล และพชรกร ศรีบุญ (2553, น. 91) ได้กล่าวว่า ปัจจัยที่สำคัญในการที่จะนำไปสู่การประสบความสำเร็จในการดำเนินกิจกรรมธุรกิจเครือข่ายก็คือ ต้องมีใจในการทำธุรกิจ ดังต่อไปนี้

1. เปิดใจ (Open mind) คือ การเปิดใจยอมรับในรูปแบบและลักษณะของการทำธุรกิจจะต้องมีทัศนคติที่ดีต่อระบบ

2. เข้าใจ (Understanding) คือ ต้องทำการศึกษา เรียนรู้ และทำความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจเครือข่าย ตลอดจนขั้นตอนและรูปแบบการดำเนินงานต่าง ๆ นอกจากนี้ยังต้องทำความเข้าใจสภาพของตลาดและสภาพแวดล้อมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องด้วย

3. ตั้งใจ (Pay attention) มีความตั้งใจในการดำเนินธุรกิจ เพื่อค้นหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ในการดำเนินธุรกิจ

4. ใส่ใจ (Allention) จะต้องมีความใส่ใจให้ความสำคัญกับลูกค้าและทีมงานเครือข่าย เพราะบุคคลเหล่านี้เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่สามารถนำไปสู่ความสำเร็จได้³⁰

ราณี วรรณทอง (2554, น. 9) กล่าวว่า ผู้ที่จะประสบความสำเร็จในชีวิตมีลักษณะอยู่ 4 ประการ คือ

1. การนับถือตนเอง หรือสิ่งที่คุณคิดเกี่ยวกับตนเอง
 2. ทัศนคติที่ดีในการเผชิญชีวิตและแก้ปัญหา
 3. การตั้งจุดมุ่งหมาย เพื่อบรรลุสิ่งที่ต้องการ
 4. การจงใจตนเอง³¹
4. แนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จ

เรวัตี สุภศิริ (2556, น. 18) กล่าวว่า กฎแห่งความสำเร็จในชีวิต คือ เรารู้จักกระบวนการสร้างสิ่งดี ๆ ให้กับชีวิตได้อย่างไม่จำกัดด้วย กฎแห่งแรงดึงดูด (The law of attraction) คนเราหากคิดถึงสิ่งใดมันจะดึงดูดสิ่งนั้น ๆ เข้ามาในชีวิตไม่ว่าจะคิดบวกหรือคิดลบก็ตาม กฎแห่งแรงดึงดูดคือ

²⁹ อภิราษฎร์ห่มมงคล, ธุรกิจ MLM สร้างเงินร้อยให้เป็นเงินล้าน, (ลำพูน: อภิราษฎร์ นึกเฮ้าส์, 2554), น. 23-155.

³⁰ วรกร ชำนาญไพศาล และ พชรกร ศรีบุญ, ถอดรหัสขายตรง, (กรุงเทพมหานคร : ปัญญาชน, 2553), น. 91.

³¹ ราณี วรรณทอง, เปลี่ยนวิธีคิด พลิกชีวิตสู่ความสำเร็จ, (กรุงเทพมหานคร : Pretty, 2554), น. 9.

เคล็ดลับของผู้มีชื่อเสียงและประสบความสำเร็จทั่วโลก ทั้งในแง่ความคิดที่เปี่ยมไปด้วยความมั่นใจ และการค้นหาจุดที่มั่นคงที่สุดแห่งการลงทุน แล้วค่อยลงมือทำ ซึ่งกฎแห่งแรงดึงดูด เป็นกฎอันทรงคุณค่าที่สามารถนำไปใช้ปฏิบัติเพื่อสร้างความสำเร็จ และดึงดูดสิ่งที่เราต้องการได้ทุกเมื่อ เพียงแค่คิด คิดและคิดถึงสิ่งนั้น ๆ อย่างต่อเนื่องและเชื่อมั่น หมั่นทำเกี่ยวกับสิ่งนั้น ขยันใส่ใจเรื่องนั้น ๆ ให้มากที่สุด เพื่อเป็นการพลังแห่งการดึงดูดสิ่งที่เราต้องการเข้ามาในชีวิต³²

จอห์น ซี แม็กซ์เวลล์ (2548 หน้า 3-39) กล่าวว่า ความสำเร็จที่คนส่วนใหญ่เข้าใจก็คือ การมีฐานะร่ำรวย มีอำนาจ หรือมีความสุขความหวังในด้านต่าง ๆ แต่ความสำเร็จที่แท้จริงตามความหมายของแม็กซ์เวลล์ก็คือ การเดินทางของชีวิต มิใช่แค่เป้าหมายใดเป้าหมายหนึ่งเท่านั้น เพราะความสำเร็จนั้นอาจมากกว่าหนึ่ง³³

2.3 ที่มาของกฎหมายขายตรงและตลาดแบบตรง

แนวคิดและความเป็นมาของกฎหมายขายตรงและตลาดแบบตรงนั้นเกิดจากสาเหตุที่ทางสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้รับการร้องเรียนจากผู้บริโภคเกี่ยวกับการขายตรง และจากการขายสินค้าผ่านทางสื่อต่าง ๆ โดยที่ผู้บริโภคได้รับการขู่เข็ญบังคับหรือได้รับการหลอกลวงและการที่ผู้จำหน่ายหรือตัวแทนขายตรงไม่ยอมออกจากบ้านของผู้บริโภค การแสวงหาผลประโยชน์จากค่าสมาชิกโดยการนำเอาแผนการขายตรงแบบปิรามิดหรือแชร์ลูกโซ่มาใช้ โดยที่ผลตอบแทนจากการหาสมาชิกไม่ได้มาจากการขายสินค้า สินค้าที่นำมาขายตรงก็ไม่มีคุณภาพตามคำกล่าวอ้างและไม่สามารถใช้สิทธิบอกเลิกสัญญาหรือคืนสินค้าได้ เมื่อผู้บริโภคยกเลิกการซื้อสินค้าแต่กลับไม่ได้รับเงินคืนตามกำหนดเวลาที่ได้โฆษณาหรือบอกกล่าวไว้³⁴

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้ตั้งขึ้นเพื่อทำหน้าที่ด้านการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคให้แก่ประชาชน โดยอาศัยพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ สังกัดอยู่ในสำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี จัดตั้งขึ้นในวันที่ ๒ กรกฎาคม ๒๕๒๒ เป็นต้นมา มีคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งมีนายกรัฐมนตรีเป็นประธาน และปัจจุบันได้มีคณะกรรมการเฉพาะเรื่อง ๔

³² เรวดี สุภศิริ, ล้มอึกก็ได้ ถั่วลูกเป็น. (กรุงเทพมหานคร : ดิดี, 2556), น. 18.

³³ จอห์น ซี แม็กซ์เวลล์, ชีวิตเหนือความสำเร็จ, พิมพ์ครั้งที่ 2 (กรุงเทพมหานคร : ดีเอ็มจี, 2550), น. 3-39.

³⁴ ไพโรจน์ อารักยา, คำอธิบายกฎหมายขายตรงและตลาดแบบตรง (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์วิญญูชน, 2546), น. 41-55.

คณะ ได้แก่ คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา คณะกรรมการว่าด้วยสัญญา คณะกรรมการว่าด้วยฉลาก และคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง³⁵

การเริ่มให้มีกฎหมายกำกับดูแลการประกอบธุรกิจขายตรงได้มีความพยายามร่างกฎหมายโดยศึกษาเทียบเคียงกับกฎหมายต่างประเทศในปี 2539 ต่อมาสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้จัดตั้งคณะทำงานเพื่อร่างพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรงในปี 2544

ซึ่งในปี 2541 หลังจากกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้นำเรื่องนี้เสนอคณะอนุกรรมการฝ่ายกฎหมายพิจารณา ร่างกฎหมายเกี่ยวกับการขายตรงและตลาดแบบตรง ที่ประชุมจึงมีมติให้กำหนดหลักเกณฑ์ไว้ 10 ประการ และจากการสรุปของ วีรพงษ์ บุญโยภาส³⁶ ได้สรุปหลักเกณฑ์ดังกล่าวไว้ดังนี้

1. การขายตรง หมายถึง การขายในรูปแบบขายตรงหรือการขายแบบเคาะประตูบ้าน จะเป็นการตลาดรูปแบบชั้นเดียวหรือหลายชั้นในลักษณะที่เรียกว่า MLM ก็ได้ และยังรวมถึงการขายแบบผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ การขายผ่านโทรศัพท์ การขายทางอินเทอร์เน็ตด้วย การขายตรงให้กระทำได้โดยผู้ประกอบธุรกิจที่เป็นนิติบุคคลเช่น บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนจำกัด เป็นต้น

2. ห้ามวิธีการขายแบบปิระมิด (Pyramid Sale Scheme) หมายถึง การประกอบกิจกรรมทางการค้าโดยการชักชวนผู้บริโภคให้ซื้อสินค้าหรือบริการ และจะสัญญาว่าจะให้ผลประโยชน์พิเศษแก่ผู้บริโภคถ้าผู้บริโภคชักชวนบุคคลอื่นให้เข้าร่วมกิจกรรมนั้นด้วย ทั้งนี้รายได้ส่วนใหญ่ของผู้ประกอบกิจกรรมทางการค้าดังกล่าวส่วนมากมาจากการหาสมาชิกเพิ่มขึ้น หรือการขายสินค้าให้สมาชิกใหม่หรือพนักงานขายของตนเอง

3. สัญญาขายตรงมุ่งที่การซื้อขายผลิตภัณฑ์หรือบริการทั่วไป แต่ไม่รวมถึงสัญญาจะซื้อจะขายหรือซื้อขายที่ดิน สัญญาเช่าหรือสัญญาเช่าซื้อที่ดิน สัญญาจ้างหรือขายฝากที่ดิน สัญญาฝากเงิน สัญญาลงทุน สัญญากู้เงิน สัญญาประกันภัย หรือสัญญาอื่น ๆ ตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

4. องค์กรของรัฐที่จะเข้ามามีบทบาทในเรื่องนี้ จะใช้วิธีการควบคุมเฉพาะการขายตรงหลายชั้น (MLM) เช่น การออกใบอนุญาตการตรวจสอบแผนการขาย การเพิกถอน เป็นต้นและการขายผ่านไปรษณีย์ การขายทางโทรศัพท์ สื่อสิ่งพิมพ์ การขายผ่านโทรศัพท์ การขายผ่านอินเทอร์เน็ต นั้น จะใช้วิธีการกำกับดูแล เช่น การให้รายงานเกี่ยวกับชื่อและที่อยู่ของผู้ประกอบธุรกิจการตั้งรับ การประกอบธุรกิจชั่วคราวเพื่อแก้ไขข้อบกพร่องในการประกอบกิจการ เป็นต้น

³⁵ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค, สำนักนายกรัฐมนตรีน, ประวัติหน่วยงาน, สืบค้นเมื่อวันที่ 5 พฤศจิกายน 2564, จาก <https://www.ocpb.go.th/>

³⁶ วีรพงษ์ บุญโยภาส, กฎหมายขายตรงกับอาชญากรรมทางเศรษฐกิจประเภทแชร์ลูกโซ่, (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์นิติธรรม, 2551), น. 56-58.

5. การกำกับดูแลตามข้อ 4 จะครอบคลุมในเรื่องที่สำคัญดังนี้ คือ

5.1 กระทบวิธีการขาย เช่น การแสดงบัตรพนักงานขาย การแสดงบัตรประจำตัวประชาชน วันและเวลาที่ประกอบธุรกิจ วิธีการเข้าไปขายในที่พักอาศัย หรือสถานที่อื่นใดของผู้บริโภค

5.2 การโฆษณารับพนักงานขาย การโฆษณาเกี่ยวกับการขายตรง จะต้องเข้าหลักเกณฑ์การโฆษณา และการตรวจโฆษณา

5.3 รูปแบบของสัญญาระหว่างผู้ประกอบธุรกิจกับพนักงานขาย (distributor) วิธีการทำสัญญาข้อห้ามพนักงานขายกักตุนสินค้าที่จะใช้ขายตรง การห้ามใช้ข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม และการตรวจสัญญา

5.4 รูปแบบของสัญญาขายตรง วิธีการทำสัญญา การห้ามใช้ข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม และการตรวจสัญญา

5.5 สิทธิในการบอกเลิกสัญญาขายตรง ภายในกำหนดเวลาที่เรียกว่า Cooling-off period

5.6 การคืนสินค้า

6. องค์กรของรัฐที่จะเข้าไปควบคุมและกำกับดูแลจะอยู่ในรูปคณะกรรมการบริหาร (Regulatory Commission) โดยมีนายกรัฐมนตรีเป็นประธานกรรมการ มีกรรมการ โดยตำแหน่ง เช่น อธิบดีกรมการค้าภายใน อธิบดีกรมวิชาการเกษตร เลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยา และผู้บัญชาการตำรวจแห่งชาติ เป็นต้น และมีผู้ทรงคุณวุฒิอีกจำนวนหนึ่งที่คณะรัฐมนตรีแต่งตั้งเป็นกรรมการ โดยมีภาคเอกชนเป็นกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิรวมอยู่ด้วย และมีผู้อำนวยการสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นกรรมการและเลขานุการ

7. อำนาจและหน้าที่หลักของคณะกรรมการ ดังกล่าวจะเป็นไปตามมาตรฐานของ Regulatory Commission ทั่วไปซึ่งอย่างน้อยจะมีอำนาจหน้าที่ดังนี้ คือ

7.1 หน้าที่ในการออก การระงับการเปิดถอน หรือการต่ออายุใบอนุญาตประกอบกิจการแบบขายตรงหลายชั้น (MLM)

7.2 หน้าที่กำกับดูแลการขายตรงในรูปแบบอื่น ๆ ที่ไม่ใช่ MLM ติดตามและสอดส่องพฤติการณ์ในการขายตรง กระทบวิธีการขาย แผนการขาย การโฆษณา รวมทั้งสัญญาที่ผู้ประกอบธุรกิจทำกับผู้บริโภคในการขายตรงชั้นเดียว และในการขายแบบ Mail Order Tele-Marketing หรือ Electronic Marketing

7.3 หน้าที่วางระเบียบเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค รวมทั้งผู้ที่สมัครเป็นพนักงานขายเกี่ยวกับการเสียค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมและเรื่องอื่นที่จำเป็น

7.4 หน้าที่ที่มีอำนาจเปรียบเทียบผู้ที่ฝ่าฝืนบทบัญญัติของกฎหมายว่าด้วยการขายตรง

7.5 หน้าที่แต่งตั้งคณะกรรมการเพื่อพิจารณาหรือปฏิบัติการอย่างใดอย่างหนึ่ง ตามที่เห็นสมควร

8. การอุทธรณ์ ให้นำพระราชบัญญัติวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง พ.ศ. 2539 มาใช้บังคับโดยอนุโลม

9. พนักงานเจ้าหน้าที่ที่มีอำนาจหน้าที่ตามมาตรฐานของกฎหมายเศรษฐกิจทั่วไป

10. บทกำหนดโทษ สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจและพนักงานขายที่ฝ่าฝืนบทบัญญัติแห่งกฎหมายนี้ เช่นการขายตรงแบบหลายชั้น (MLM) โดยไม่ได้รับใบอนุญาต พนักงานขายไม่แสดงบัตรประจำตัวพนักงานหรือไม่ส่งมอบสำเนาสัญญาขายตรงให้ผู้บริโภค หรือบริษัทเปลี่ยนแปลงการตลาดสำหรับการตลาดหลายชั้น MLM โดยไม่ได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการ เป็นต้น

ต่อมาร่างพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง จึงแล้วเสร็จและผ่านการพิจารณาของคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 14 มีนาคม 2543 ผ่านการพิจารณาของสภาผู้แทนราษฎรและประกาศใช้เป็นกฎหมาย เมื่อวันที่ 30 เมษายน 2545³⁷

สรุปได้ว่า แนวคิดและเจตนารมณ์ของหลักเกณฑ์ในกฎหมายขายตรงและตลาดแบบตรง เพื่อเป็นการคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับผลกระทบจากการชักชวนให้ไปสมัครสมาชิกเพื่อร่วมดำเนินธุรกิจขายตรง โดยไม่ได้รับความเป็นธรรมจากสินค้าที่ไม่ได้คุณภาพ และเกิดความวุ่นวายละเมิดส่วนบุคคลในการชักชวนให้ร่วมสมัครสมาชิก ทำให้หน่วยงานรัฐมีความจำเป็นที่จะต้องมาควบคุมผู้ประกอบการให้อยู่ในกรอบตามที่กฎหมายได้กำกับเอาไว้ ซึ่งหน่วยงานจะตั้งคณะกรรมการขึ้นมากำกับดูแลโดยกำหนดให้หน่วยงานที่มีหน้าที่เฉพาะในเรื่องดังกล่าว คือสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคมีอำนาจในการออกใบจดทะเบียน และควบคุมการประกอบธุรกิจขายตรงให้อยู่ในกรอบที่กฎหมายกำหนดไว้ รวมทั้งดูแลและกำกับมิบดทลงโทษในกรณีที่มีการกระทำความผิดตามกฎหมาย

2.4 ขั้นตอนในการจดทะเบียนและการควบคุมดูแลกำกับการประกอบธุรกิจขายตรง

คณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงได้จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ซึ่งในปัจจุบันได้มีการแก้ไขฉบับที่ 3 พ.ศ. 2560 โดยมีสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค กองคุ้มครองผู้บริโภคขายตรงและตลาดแบบตรง มีหน้าที่รับคำขอยื่นจดทะเบียนและแก้ไขเพิ่มเติมคำขอที่ได้จดทะเบียนไว้ เช่นการแจ้งเปลี่ยนแปลงเพิ่มเติมประเภท

³⁷ สุขุม สุภนิษฐ์, คำอธิบายการจัดจำหน่ายในระบบขายตรงและการทำตลาดแบบส่งข้อมูลถึงตัวผู้บริโภคโดยตรง, (กรุงเทพมหานคร, 2547), น. 28.

สินค้า การเปลี่ยนแปลงสถานที่ ในการประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง รวมทั้งรับคำขอ
แก้ไขเปลี่ยนแปลงแผนการจ่ายผลตอบแทนในการประกอบธุรกิจขายตรง

นอกจากนี้ยังมีหน้าที่ติดตามสอดส่องพฤติการณ์ในการประกอบธุรกิจขายตรงและ
ตลาดแบบตรง เช่นรับเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภคที่ได้รับผลกระทบจากการบริโภคสินค้าของ
บริษัท และกรณีบริษัทที่ประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงประกอบธุรกิจโดยไม่ได้จด
ทะเบียน รวมทั้งรับเรื่องราวร้องทุกข์ กรณีที่บริษัทประกอบธุรกิจขายตรงมีการเปลี่ยนแปลง
แผนการจ่ายผลตอบแทน โดยไม่แจ้งให้นายทะเบียนสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคให้
รับทราบ

คณะกรรมการการขายตรงและตลาดแบบตรงได้แต่งตั้งจากบุคคลผู้มีคุณวุฒิในด้านขาย
ตรงและตลาดแบบตรง ในภาครัฐและภาคเอกชน โดยประธานเป็นผู้ที่คณะรัฐมนตรีแต่งตั้งจากผู้มี
ความรู้ในด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง กรรมการมาจากข้าราชการระดับอธิบดีจำนวน
4 คน และกรรมการที่คณะรัฐมนตรีแต่งตั้ง รวมทั้งกรรมการที่มาจากตัวแทนสมาคมขายตรงและ
ตลาดแบบตรง และมูลนิธิเกี่ยวกับคุ้มครองผู้บริโภค

คณะกรรมการการขายตรงและตลาดแบบตรงมีหน้าที่หลักในการพิจารณาเรื่องราวร้อง
ทุกข์จากผู้บริโภค กำกับดูแล วางระเบียบ ออกกฎกระทรวงเพื่อควบคุมการประกอบธุรกิจขายตรง
และตลาดแบบตรงไม่ให้กระทบผู้บริโภค พิจารณาวินิจฉัยการอุทธรณ์คำสั่งของนายทะเบียน เดือน
ผู้บริโภคให้ทราบเรื่องโฆษณาข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าที่กระทบต่อผู้บริโภค รวมทั้งสนับสนุน
ส่งเสริมในการประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง นอกจากนี้ยังมีหน้าที่เร่งรัดให้เจ้าหน้าที่
เข้ามาสอดส่องและดำเนินคดีแก่บริษัทที่ไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย

คณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงสามารถที่จะแต่งตั้งคณะกรรมการย่อย คือ
คณะอนุกรรมการย่อยในการพิจารณาเรื่องต่าง ๆ แทนคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง
ก่อนในเบื้องต้นแล้วจึงเสนอเรื่องที่คณะกรรมการย่อยในแต่ละชุดส่งให้คณะกรรมการพิจารณา
ต่อไป ในปัจจุบันได้มีการตั้งคณะอนุกรรมการเพื่อพิจารณาเรื่องเฉพาะ จำนวน 3 คณะ ได้แก่
คณะอนุกรรมการพิจารณาแผนการจ่ายผลตอบแทนที่ผู้ประกอบการขายตรงยื่นจดทะเบียน
คณะอนุกรรมการพิจารณาใกล้เคียงเรื่องราวร้องทุกข์ของผู้บริโภค และคณะอนุกรรมการพิจารณา
เรื่องเพิ่มเติมกฎกระทรวงในพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง

เมื่อพิจารณาขั้นตอนในการจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรง และการควบคุมดูแล
บริษัทที่ได้รับการจดทะเบียนมีขั้นตอนและหลักเกณฑ์ในการพิจารณาดังต่อไปนี้

1. กำหนดทุนจดทะเบียนขั้นต่ำของบริษัทและห้างหุ้นส่วน
2. ผู้ยื่นคำขอจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรง ไม่ว่าจะบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนจะต้องไม่ถูกเพิกถอนทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรง
3. ผู้เป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ หรือบุคคลซึ่งรับผิดชอบในการดำเนินงานของผู้ยื่นคำขอจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงต้องไม่มีลักษณะต้องห้าม
4. ผู้ยื่นคำขอจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงจะต้องยื่นรายละเอียดของสถานที่ตั้ง สินค้า สัญญาที่มีรายการถูกต้อง และแผนการจ่ายผลตอบแทน ให้นายทะเบียนพิจารณา
5. ผู้ยื่นคำขอจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงต้องวางหลักประกันก่อนายทะเบียน
6. เมื่อผู้ยื่นคำขอจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงได้รับการจดทะเบียนไปแล้ว และปรากฏพฤติกรรมไม่ปฏิบัติตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรงจะเป็นเหตุให้นายทะเบียนสั่งเพิกถอนการจดทะเบียนขายตรงได้

จากสถิติผู้ประกอบการที่จดทะเบียน ตั้งแต่ ปี 2552 – 2563 แยกเป็นรายเดือน และเปรียบเทียบกับ % การเปลี่ยนแปลงของ GDP มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ตารางข้อมูลเปรียบเทียบตัวเลขการจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง กับตัวเลขของการเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์มวลรวมภายใน ประเทศไทย

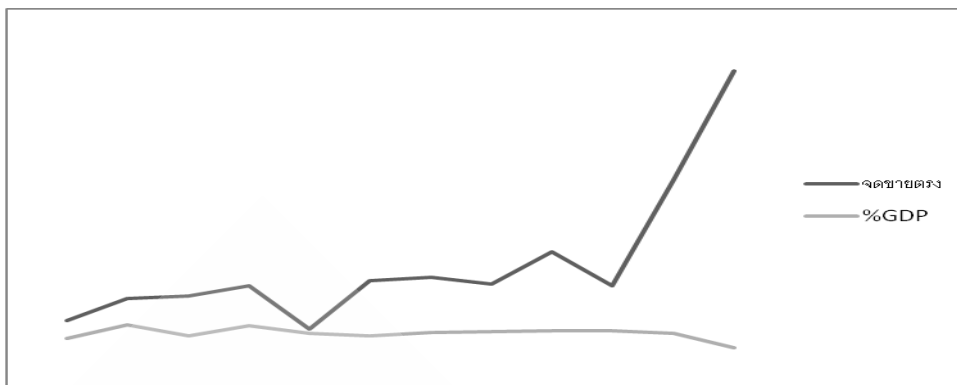
ปี/ เดือน	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	รวม	%GDP
ปี 2552		1	1			2	2	1	1		2		0	-0.7
ปี 2553		5	3	2	3	2	1	1	1	1	2	2	23	70.5
ปี 2554		3	2	3	2	2	2	3	1	1	2	3	24	00.8
ปี 2555	3	10		1	3	2	4			2	1	4	30	70.2
ปี 2556	2		2	1									5	20.7
ปี 2557		3	6	1		3	2		2		7	9	33	1
ปี 2558	1	4	1	4	2		4	6	3	6	2	2	35	30.1
ปี 2559			4	7		6	2	7	5				31	30.4
ปี 2560		6	2	1	4	4	4	2	27				50	40.2
ปี 2561						5	4	10	4	2	4	1	30	40.2
ปี 2562		15	9	4	9	5	5	6	9	13	6	11	92	20.3
ปี 2563	6	10	4	58	7	11	8	6	12	11	8	14	155	-6.1

ที่มา : ³⁸สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค.สำนักงานกฤษฎมนตรี.ข้อมูลการจดทะเบียนของผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง.สืบค้น 5 พฤศจิกายน 2564. <https://ocpbdirect.ocpb.go.th/>

³⁹ ธนาคารแห่งประเทศไทย. เครื่องชี้เศรษฐกิจมหภาคของไทย 1. สืบค้นเมื่อวันที่ 5 พฤศจิกายน 2564. <https://www.bot.or.th>

³⁸ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค, สำนักงานกฤษฎมนตรี, ข้อมูลการจดทะเบียนของผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง, สืบค้นเมื่อวันที่ 5 พฤศจิกายน 2564, จาก <https://ocpbdirect.ocpb.go.th/>

³⁹ ธนาคารแห่งประเทศไทย. เครื่องชี้เศรษฐกิจมหภาคของไทย 1. สืบค้นเมื่อวันที่ 5 พฤศจิกายน 2564, จาก <https://www.bot.or.th>



กราฟที่ 1 : แสดงความสัมพันธ์เปรียบเทียบระหว่างตัวเลขการจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรง และตลาดแบบตรง กับตัวเลข %ของการเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์มวลรวมภายใน ประเทศไทย (GDP)

ตัวเลขจากตารางแสดงให้เห็นว่าในช่วงปี 2552 ถึง 2557 % ของการเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศไทย (GDP) มีการเปลี่ยนแปลงขึ้นและลงอยู่มีนัย แสดงให้เห็นว่าเศรษฐกิจภายในประเทศมีความผันผวน เมื่อพิจารณาตัวเลขการจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงจะพบว่ามิตัวเลขอยู่ที่ 5-30 รายต่อปี ซึ่งสะท้อนให้เห็นภาพรวมว่าเมื่อสถานะเศรษฐกิจที่ไม่มีเสถียรภาพความสนใจในการลงทุนของผู้ประกอบธุรกิจจะลดลงอย่างมีนัยสำคัญ ต่อมาตัวเลข %ของการเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศไทย (GDP) ในช่วงปี 2558 ถึง 2563 มีความสัมพันธ์ของตัวเลขที่สวนทางกับตัวเลขของผู้ประกอบธุรกิจขายตรงที่ยื่นจดทะเบียนอย่างเห็นได้ชัดเจน เมื่อพิจารณาจากกราฟเปรียบเทียบด้านบน คือในสถานะที่เศรษฐกิจไม่ดีผู้ประกอบธุรกิจจะทำการยื่นจดทะเบียนที่เพิ่มขึ้น ซึ่งแสดงให้เห็นว่าอาชีพธุรกิจขายตรงเป็นอาชีพเสริมของประชาชนในช่วงสถานะที่เศรษฐกิจไม่ดี หรืออาจจะเป็นธุรกิจที่สามารถที่จะหาสมาชิกได้ง่ายในช่วงสถานะที่เศรษฐกิจไม่ดี จากการชักชวนบุคคลให้มาร่วมทำธุรกิจโดยเสนอผลตอบแทนที่สูงเกินกว่าปกติ ดังนั้นภาครัฐจึงควรสนับสนุนให้หน่วยงานที่ควบคุมเข้ามากำกับดูแลการดำเนินธุรกิจขายตรง ภายหลังจากที่ได้รับการจดทะเบียนไปให้มากยิ่งขึ้น

ภายหลังจากที่ผู้ประกอบธุรกิจได้รับใบอนุญาตจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรง และดำเนินการประกอบธุรกิจแล้ว ทางสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง มีอำนาจควบคุมและดูแลการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจให้เป็นไปตามกฎหมายตาม พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง ดังต่อไปนี้

1. การตรวจสอบควบคุมในลักษณะเชิงรายงาน โดยนายทะเบียนจะทำเป็นหนังสือแจ้งให้บริษัทรายงานตามเวลาที่กำหนด หากไม่ดำเนินการอาจเป็นเหตุให้เพิกถอนได้

1.1 กรณีที่มีการร้องเรียนจากทางผู้บริโภครที่ได้รับผลกระทบจากการบริโภคสินค้าหรือใช้บริการผลิตภัณฑ์ที่ผู้จำหน่ายอิสระเสนอขายสินค้าของบริษัทให้ผู้บริโภค

1.2 กรณีที่ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงมีการย้ายสำนักงานที่ตั้งให้ทำการแจ้งต่อนายทะเบียนภายใน 15 วันนับจากวันที่ทำการย้ายสถานที่ตั้ง

1.3 ให้บริษัททำการรายงานผลการประกอบธุรกิจต่อนายทะเบียนเพื่อใช้เป็นแนวทางในการทบทวนการวางหลักประกันการประกอบธุรกิจ

2. การตรวจสอบควบคุมในลักษณะการควบคุมดูแลแบบใช้ข้อมูลการรายงานผลจากการรับเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภค หากตรวจสอบพบในกรณีดังต่อไปนี้ ให้นำนายทะเบียนเพิกถอนทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรง

2.1 กรณีที่ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงไม่ดำเนินธุรกิจขายตรงโดยใช้แผนการจ่ายผลตอบแทนที่ไม่ตรงกับที่ยื่นแจ้งไว้กับนายทะเบียนสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

2.2 ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงที่ยื่นขอจดทะเบียนจะต้องมีคุณสมบัติของหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ หรือผู้รับผิดชอบเป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด

2.3 ไม่วางหลักประกันเพิ่มเติมให้ครบตามจำนวนที่กำหนดภายในสามเดือนนับแต่วันที่ครบกำหนดตามรอบระยะเวลาที่กฎหมายกำหนด หรือภายหลังจาก 15 วัน นับจากวันที่นายทะเบียนได้มีคำสั่งแจ้งให้วางหลักประกันเพิ่มเติม

2.4 หุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ หรือผู้รับผิดชอบในการดำเนินงานของนิติบุคคลได้รับโทษจำคุกโดยคำพิพากษาถึงที่สุดให้จำคุกในความผิดตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง

สถิติผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงที่กระทำความผิดตาม พรบ.ขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ตั้งแต่ ปี 2561 – 2564 แยกประเภทออกตามฐานความผิด มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ฐานความผิด/ปี	ปี 2561	ปี 2562	ปี 2563	ปี 2564
แก้ไขเปลี่ยนแปลงแผนการจ่ายผลตอบแทนโดยไม่แจ้งให้นายทะเบียนทราบ	11 คดี	12 คดี	8 คดี	1 คดี
ประกอบธุรกิจขายตรงก่อนได้รับจดทะเบียน ตามมาตรา 20		1 คดี	2 คดี	2 คดี
รวมการกระทำความผิด	11 คดี	13 คดี	10 คดี	3 คดี

ที่มา : ⁴⁰ ฝ่ายรับเรื่องราวร้องทุกข์และติดตามสอดส่องการประกอบธุรกิจ, ปี 2552 – 2563, รายงานข้อมูลการจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง, กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง, สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

จากข้อมูลสถิติการกระทำความผิดตาม พรบ.ขายตรงและตลาดแบบตรง จะพบว่าการกระทำความผิดที่ได้รับเรื่องร้องเรียนมากที่สุดจะเป็นการกระทำความผิดในฐานแก้ไขเปลี่ยนแปลงแผนการจ่ายผลตอบแทนโดยไม่แจ้งให้นายทะเบียนทราบตามมาตรา 38 ทำให้แสดงถึงการจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงของผู้ประกอบธุรกิจที่จะต้องยื่นแผนการจ่ายผลตอบแทนให้นายทะเบียนพิจารณา เมื่อแผนการจ่ายผลตอบแทนผ่านการพิจารณาแล้วผู้ประกอบธุรกิจส่วนหนึ่งจะไม่ใช้แผนที่ยื่นจดทะเบียน อาจจะแสดงให้เห็นว่าแผนกาจ่ายผลตอบแทนที่กฎหมายกำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจปฏิบัติตามนั้น ไม่สามารถนำมาใช้ได้จริงในการดำเนินธุรกิจ หรือไม่สามารถนำไปแข่งขันกับคู่แข่งในระบบเศรษฐกิจได้ ทำให้ผู้ประกอบธุรกิจส่วนหนึ่งตัดสินใจที่จะไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย ดังนั้นข้อมูลดังกล่าวจึงสะท้อนให้เห็นว่าเป็นเหตุผลเบื้องต้นที่สนับสนุนหลักการในการที่จะนำไปสู่การแก้ไขกฎหมายเกี่ยวกับแผนการจ่ายผลตอบแทนต่อไป

⁴⁰ ฝ่ายรับเรื่องราวร้องทุกข์และติดตามสอดส่องการประกอบธุรกิจ ปี 2552 – 2563, รายงานข้อมูลการจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง, กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง, สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

2.5 บุคคลที่เกี่ยวข้องในการประกอบธุรกิจขายตรง

ตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 แก้ไข (ฉบับที่3) พ.ศ. 2560 มีบุคคลที่เกี่ยวข้องในการประกอบธุรกิจขายตรง ได้แก่ ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง ตัวแทนขายตรง ผู้จำหน่ายอิสระและผู้บริโภคร โดยสามารถแยกพิจารณาได้ดังต่อไปนี้⁴¹

(1) ผู้ประกอบธุรกิจ

ในพระราชบัญญัติขายตรง ไม่ได้บัญญัติคำนิยามของคำว่า ผู้ประกอบธุรกิจ เอาไว้อย่างชัดเจน แต่คงมีความหมายเป็นนัยอยู่ในคำนิยามของคำว่า ขายตรง ซึ่งสามารถกล่าวได้ว่าผู้ประกอบธุรกิจคือ ผู้ที่ดำเนินการประกอบธุรกิจขายตรงในรูปของนิติบุคคลเท่านั้น ซึ่งหมายถึงในรูปแบบของห้างหุ้นส่วนจำกัด หรือบริษัทจำกัด ทำธุรกิจในรูปแบบเสนอขายสินค้าหรือบริการให้กับผู้บริโภคโดยตรง ณ ที่อยู่อาศัย หรือสถานที่ทำงานของผู้บริโภค หรือของผู้อื่น หรือสถานที่อื่นที่มีใช้สถานที่ประกอบการเป็นปกติธุระ โดยผ่านตัวแทนขายตรง หรือผู้จำหน่ายอิสระ ซึ่งบุคคลทั้งสองจะต้องไม่อยู่ในฐานะลูกจ้างของบริษัทฯ ของผู้ประกอบธุรกิจขายตรง และได้รับเงินเดือนประจำ การทำธุรกิจขายตรงจะมีการจ่ายผลตอบแทนแบบขายตรงชั้นเดียว หรือหลายชั้นก็ได้ การที่ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงจะดำเนินธุรกิจได้ต้องได้รับอนุญาตจากนายทะเบียนก่อน หากดำเนินการก่อนได้รับอนุญาตจะมีโทษตาม พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง

(2) ผู้จำหน่ายอิสระ

ในพระราชบัญญัติขายตรง ได้บัญญัติคำนิยามของคำว่า ผู้จำหน่ายอิสระ หมายความว่า บุคคลที่ได้รับโอนกรรมสิทธิ์ในสินค้าหรือบริการจากผู้ประกอบธุรกิจขายตรงและนำสินค้าหรือบริการดังกล่าวไปเสนอขายตรงต่อผู้บริโภค

จากการบัญญัติคำนิยามตามพระราชบัญญัติขายตรงจะพบว่า ผู้จำหน่ายอิสระจะเป็นบุคคลที่ได้รับโอนกรรมสิทธิ์สินค้าจากผู้ประกอบธุรกิจ ซึ่งหมายถึงการซื้อสินค้าหรือบริการจากผู้ประกอบธุรกิจแล้วนำสินค้าหรือบริการดังกล่าวไปเสนอขายตรงต่อผู้บริโภค ดังนั้นความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบธุรกิจขายตรงกับผู้จำหน่ายอิสระจึงไม่ได้อยู่ในฐานะลูกจ้างกับนายจ้าง แต่จะมีข้อตกลงเป็นสัญญาระหว่างผู้จำหน่ายอิสระกับผู้ประกอบธุรกิจเป็นลายลักษณ์อักษร และมีกฎระเบียบจรรยาบรรณของบริษัทเป็นแนวทางในการกำหนดพฤติกรรมของผู้จำหน่ายอิสระ รวมทั้งมีแผนการจ่ายผลตอบแทนที่ได้รับอนุญาตจากนายทะเบียนแล้ว เป็นตัวกำหนดรายได้ค่าตอบแทนจากการนำสินค้าหรือบริการไปเสนอขายตรงต่อผู้บริโภค หากผู้จำหน่ายอิสระมีรายได้

⁴¹ ชีรวัดน์ จันทร์สมบูรณ์, คำอธิบายและสาระสำคัญของพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545, (กรุงเทพมหานคร, 2545), น. 10-21

จากการขายสินค้าหรือบริการให้แก่ผู้บริโภคมากขึ้น ผู้จำหน่ายอิสระก็จะได้รับรายได้ค่าตอบแทนจากแผนการจ่ายผลตอบแทนที่บริษัทฯ กำหนดไว้มากขึ้นตามไปด้วย

(3) ตัวแทนขายตรง

ในพระราชบัญญัติขายตรง ได้บัญญัติคำนิยามของคำว่า ตัวแทนขายตรง หมายความว่า บุคคลซึ่งได้รับมอบอำนาจจากผู้ประกอบธุรกิจขายตรงให้นำสินค้าหรือบริการดังกล่าวไปเสนอขายตรงต่อผู้บริโภค

จากการบัญญัติคำนิยามตามพระราชบัญญัติขายตรงจะพบว่า ตัวแทนขายตรงจะเป็นบุคคลที่ได้รับมอบอำนาจจากผู้ประกอบธุรกิจขายตรง ซึ่งหมายถึงตัวแทนขายตรงจะทำหน้าที่ขายสินค้าหรือบริการให้แก่ผู้ประกอบธุรกิจ โดยทำหน้าที่ในนามของตัวแทนผู้ประกอบธุรกิจแล้วนำสินค้าหรือบริการดังกล่าวไปเสนอขายตรงต่อผู้บริโภค ดังนั้นความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบธุรกิจขายตรงกับตัวแทนขายตรง จะเป็นในลักษณะเดียวกับผู้จำหน่ายอิสระ คือ ไม่ได้อยู่ในฐานะลูกจ้างกับนายจ้าง รวมทั้งมีข้อตกลงเป็นสัญญากับผู้ประกอบธุรกิจเป็นลายลักษณ์อักษร และมีกฎระเบียบจรรยาบรรณเหมือนของผู้จำหน่ายอิสระ ซึ่งการตัวกำหนดรายได้ค่าตอบแทนจากการนำสินค้าหรือบริการไปเสนอขายตรงต่อผู้บริโภค จะคิดคำนวณจากแผนการจ่ายผลตอบแทนที่ได้รับอนุญาตจากนายทะเบียนแล้ว เช่นตัวอย่างของตัวแทนขายตรงของบริษัท จำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้า จะให้รายได้แก่ตัวแทนขายตรงเมื่อมียอดขายตามที่บริษัทกำหนดเอาไว้ และจะจ่ายเป็นค่าคอมมิชชั่นรายเดือน

(4) ผู้บริโภค

ในพระราชบัญญัติขายตรง ได้บัญญัติคำนิยามของคำว่า ผู้บริโภค หมายความว่า ผู้ซื้อหรือผู้ได้รับบริการจากผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง หรือผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง หรือผู้ซึ่งได้รับการเสนอหรือการชักชวนจากผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง หรือผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงเพื่อให้ซื้อสินค้าหรือบริการ

ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงจะเสนอขายสินค้าและบริการหรือผู้บริโภคจะซื้อสินค้าและบริการ ผ่านช่องทางการจำหน่ายได้กี่ช่องทาง เมื่อพิจารณาแล้วจะพบว่าช่องทางการจำหน่ายสินค้าและบริการในธุรกิจขายตรงตามคำนิยามของพระราชบัญญัติขายตรงมีจำนวน 3 ช่องทาง ได้แก่ ผู้ประกอบธุรกิจ ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง ซึ่งตัวแทนขายตรงจะทำในนามของผู้ประกอบธุรกิจ ดังนั้นผู้บริโภคจึงเป็นบุคคลที่สำคัญที่สุดในการประกอบธุรกิจขายตรง ถ้าหากไม่มีผู้บริโภค ธุรกิจขายตรงก็จะไม่สามารถดำเนินธุรกิจได้ ผู้ประกอบธุรกิจก็ต้องปิดกิจการ ผู้จำหน่ายอิสระ และตัวแทนขายตรงก็จะขาดรายได้ ดังนั้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ของบริษัทให้มีคุณภาพ และพัฒนาอบรมให้ความรู้แก่ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง จึงเป็นสิ่งที่สำคัญ รวมทั้งเป็นการทำให้

ธุรกิจขายตรงไม่เป็นเพียงธุรกิจที่ชักชวนผู้บริโภค ให้มาสมัครเป็นผู้จำหน่ายอิสระ และตัวแทนขายตรงที่เพิ่มขึ้น จนกระทั่งเป็นลักษณะของแชร์ลูกโซ่ที่แฝงอยู่ในธุรกิจขายตรง

2.6 รูปแบบของแผนการจ่ายผลตอบแทนในธุรกิจขายตรง

ในธุรกิจขายตรงนั้น ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงจะมีวิธีการหรือรูปแบบในการจ่ายผลตอบแทนให้แก่ผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรง และมีวิธีการในการจัดรูปแบบของกิจกรรมในการประกอบธุรกิจที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะในการดำเนินธุรกิจขายตรง ซึ่งรูปแบบการจ่ายผลตอบแทนและการจัดรูปแบบของกิจกรรมนี้ ในธุรกิจขายตรงมักเรียกว่า แผนการจ่ายผลตอบแทน หรือแผนการตลาด ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 รูปแบบใหญ่ ๆ คือ⁴²

(1) แผนการจ่ายผลตอบแทนขายตรงแบบชั้นเดียว (Single Level Marketing : SLM)

แผนการจ่ายผลตอบแทนขายตรงแบบชั้นเดียว (Single Level Marketing : SLM) เป็นแผนการจ่ายผลตอบแทนขายตรงที่ตัวแทนขายตรง หรือผู้จำหน่ายอิสระนำสินค้าจากผู้ประกอบการธุรกิจไปขายให้กับผู้บริโภคโดยตรง ซึ่งรูปแบบการขายอาจใช้การเคาะประตูบ้านหรือวิธีการจัดงานเลี้ยงสังสรรค์ (Party selling) หรือรูปแบบอื่น ๆ โดยการจ่ายผลตอบแทนขึ้นอยู่กับนโยบายของแต่ละบริษัทว่าตัวแทนขายตรง หรือผู้จำหน่ายอิสระจะได้รับค่าตอบแทนเป็นเงินเดือนหรือค่าคอมมิชชั่น โดยอาจจะขึ้นอยู่กับยอดขายสินค้าที่ทางบริษัทกำหนดปริมาณเอาไว้อย่างชัดเจนในรูปแบบแผนการจ่ายผลตอบแทนขายตรงแบบชั้นเดียวนี้ ตัวแทนขายตรง หรือผู้จำหน่ายจะไม่สามารถสร้างสายงานของตนเองขึ้นมาเองได้ จึงไม่มีสิทธิ ได้ผลประโยชน์จากการขายของตัวแทนขายตรง หรือผู้จำหน่ายคนอื่น ๆ ได้

ตัวแทนขายตรง หรือผู้จำหน่ายอิสระในระบบนี้ จะไม่มีหน้าที่ในการหาสมาชิกมีหน้าที่เพียงขายสินค้าและให้บริการเท่านั้น การชักชวนสมาชิกรายใหม่เข้าร่วมงานเป็นหน้าที่ของผู้ประกอบธุรกิจ ข้อเสียของแผนการจ่ายผลตอบแทนขายตรงแบบชั้นเดียว คือ โอกาสการสร้างรายได้น้อยกว่าแผนการจ่ายผลตอบแทนขายตรงแบบหลายชั้น เนื่องจากไม่มีตำแหน่งเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงตำแหน่งที่สูงขึ้น ฉะนั้นยอดขายจึงเป็นสิ่งเดียวที่สามารถสร้างรายได้ ผู้ประกอบการธุรกิจที่ใช้แผนการจ่ายผลตอบแทนขายตรงแบบชั้นเดียว อาทิ เช่น โคอเวย์ (ประเทศไทย), มิสทีน

(2) แผนการจ่ายผลตอบแทนขายตรงแบบหลายชั้น (Multi Level Marketing : MLM)

แผนการจ่ายผลตอบแทนขายตรงแบบหลายชั้น (Multi Level Marketing : MLM) เป็นรูปแบบการจ่ายผลตอบแทนรูปแบบหนึ่งของแผนการจ่ายผลตอบแทนในระบบขายตรง โดย

⁴² ประสม หงส์โต, “การศึกษาปัญหาการบังคับใช้พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545,” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชานิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550), น. 20-22

สมาคมการขายตรงแห่งประเทศไทยได้ให้นิยามแผนการจ่ายผลตอบแทนขายตรงแบบหลายชั้นไว้ว่า แผนการจ่ายผลตอบแทนขายตรงแบบหลายชั้น หมายถึง แผนการตลาด ซึ่งประกอบด้วย ลำดับชั้นของพ่อค้าและผู้นำสินค้าไปจำหน่ายซึ่งผู้ที่นำสินค้าไปจำหน่ายจะเป็นอิสระจากผู้ประกอบธุรกิจหรือผู้ผลิต หนึ่งลำดับชั้นหรือมากกว่า

แผนการจ่ายผลตอบแทนขายตรงแบบหลายชั้น เป็นวิธีการหนึ่งในหลาย ๆ วิธีในการจัดการองค์กรและการจ่ายค่าตอบแทนให้แก่ตัวแทนขายตรง หรือผู้จำหน่ายในธุรกิจขายตรง หากจะกล่าวให้ชัดเจนที่สุดแล้วแผนการจ่ายผลตอบแทนขายตรงแบบหลายชั้น ก็คือ แผนการจ่ายผลตอบแทนนั่นเอง โดยค่าตอบแทนที่ตัวแทนขายตรง หรือผู้จำหน่ายจะได้รับจะมาจาก 2 ทาง คือ ทางแรก ตัวแทนขายตรง หรือผู้จำหน่ายจะได้รับค่าตอบแทนจากการขายสินค้าหรือบริการให้แก่ผู้บริโภค จากกำไรขายปลีก และทางที่สอง ตัวแทนขายตรง หรือ

ผู้จำหน่ายจะได้รับค่าตอบแทนจากการขายหรือการซื้อสินค้าของสมาชิกรายอื่นที่ตนเป็นผู้ชักชวนเข้ามาเป็นสมาชิก ดังนั้น การขายตรงแบบหลายชั้น จึงเปิดให้โอกาสแก่ผู้จำหน่ายอิสระที่สนใจจะมีธุรกิจเป็นของตนเอง รวมทั้งมีการพัฒนาองค์กรการขาย หรือเครือข่ายของตนเองอย่างสม่ำเสมอ

2.7 ลักษณะแผนการจ่ายผลตอบแทนของบริษัท

แผนการจ่ายค่าตอบแทน MLM หรือที่เรียกว่า Compensation Plan หรือที่นิยมเรียกกันว่า แผนการตลาดขายตรง ถือเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญมากที่สุดอย่างหนึ่ง ที่ส่งผลโดยตรงต่อความสำเร็จ ความล้มเหลว การเติบโตและความยั่งยืนของบริษัท ซึ่งการที่ผู้จำหน่ายอิสระได้รับค่าตอบแทนจากยอดขายโดยตรงของตนเองแล้ว นอกจากนี้ยังได้รับค่าตอบแทนจากยอดขายของผู้จำหน่ายอิสระที่ตนเองได้แนะนำให้เข้าร่วมธุรกิจ และผู้จำหน่ายอิสระที่เป็นควาน์ไลน์หรือภายใต้สายงานของตน⁴³

วัตถุประสงค์หลักของแผนการจ่ายค่าตอบแทนก็เพื่อใช้เป็นนโยบายของบริษัทในการจ่ายค่าตอบแทนอย่างยุติธรรมให้แก่ผู้จำหน่ายอิสระ ซึ่งดำเนินกิจกรรมที่ทำให้เกิดยอดขาย และทำให้บริษัท เครือข่ายผู้จำหน่ายอิสระเกิดการเจริญเติบโต โดยเป้าหมายหลักของแผนการจ่ายค่าตอบแทนคือการดำเนินกิจกรรมต่อไปนี้

- 1) การขายสินค้าแก่ผู้บริโภค (Sell)
- 2) การสร้างเครือข่ายผู้จำหน่ายอิสระ (Recruit)

⁴³ อภิชาติ บริพันธ์, “ธุรกิจเครือข่าย : พัฒนาการขายตรงที่ก้าวไกล,” สคบ. ปีที่ 1 ฉบับที่ 3 กันยายน - ธันวาคม 2552. มหาวิทยาลัยราชภัฏวราชนครินทร์

- 3) การสร้างฝึกอบรมทีมขาย (Build Trainers)
- 4) การสร้างนักบริหารการขาย (Build Top Sales Executives)
- 5) การรักษาให้ผู้จำหน่ายอิสระที่มีคุณภาพอยู่กับบริษัท (Keep Good Distributors)

การจ่ายค่าตอบแทนให้กับการสร้างเครือข่ายผู้จำหน่ายอิสระ (Recruit) เป็นการจ่ายค่าตอบแทนสำหรับกิจกรรมหัวใจหลักในการขยายจำนวนผู้จำหน่ายอิสระหรือการขยายทีมงาน การจ่ายค่าตอบแทนทำได้โดยการจ่ายเป็นเปอร์เซ็นต์ จากยอดขายของกลุ่มหรือยอดทีมงานภายใต้สายงานของผู้จำหน่ายอิสระ

หลักการอื่น ๆ ที่สำคัญที่ควรคำนึงถึงเกี่ยวกับแผนการจ่ายค่าตอบแทน คือ ความเข้าใจง่าย และการไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย ความง่ายของแผนการจ่ายค่าตอบแทน เป็นสิ่งที่ทำให้การสื่อสารในเรื่องแผนต่อสมาชิกสามารถทำได้ง่ายไปด้วย บางบริษัทที่ใช้แผนที่สลับซับซ้อนมาก ๆ การอธิบายให้สมาชิกใหม่ที่เราจะชักชวนเข้ามาร่วมธุรกิจทำได้ยาก จึงจำเป็นต้องใช้แผนที่ง่าย เข้าใจง่าย

โครงสร้างของแผนการจ่ายผลตอบแทน (ผู้ประกอบธุรกิจสามารถใช้โครงสร้างของแผนการจ่ายผลตอบแทนได้มากกว่า 1 โครงสร้างผสมผสานกันได้) โดยมีลักษณะแผนการจ่ายผลตอบแทนหลัก ๆ ที่ใช้กันอยู่ในรูปแบบ ดังต่อไปนี้

1. โครงสร้างแบบขั้นบันได (Stair Step) เป็นโครงสร้างที่จ่ายผลตอบแทนให้แก่สมาชิกจากส่วนต่างระหว่างรายได้จากยอดขายส่วนตัวของตนเองกับยอดขายของทีมงานขายของตนเองโดยสมาชิกจะได้รับรายได้เป็นเปอร์เซ็นต์ของยอดขายสินค้าหรือบริการเพิ่มขึ้นไปตามตำแหน่งแต่ละตำแหน่งในลักษณะขั้นบันได

สแตร์สเตป Stair-step หรือที่เป็นที่รู้จักกันว่า แผนขั้นบันได เป็นลักษณะการคิดค่าตอบแทนให้กับผู้จำหน่ายอิสระเป็นเปอร์เซ็นต์จากยอดคะแนนส่วนตัวและ/หรือยอดกลุ่มส่วนตัว หรือคิดเปอร์เซ็นต์ให้ตามตำแหน่งของผู้จำหน่ายอิสระจากยอดขาย ณ เวลาที่คำนวณนั้น เมื่อลูกทีมได้รับผลประโยชน์เป็นเปอร์เซ็นต์จากยอดคะแนนการขายของตนเองแล้ว ผู้ที่เป็นแม่ทีมจะสามารถได้รับผลประโยชน์จากยอดคะแนนการขายอันเดียวกันนั้นก็ต่อเมื่อ แม่ทีมมีตำแหน่งสูงกว่าลูกทีม

			Gold
		Silver	10%
	Bronze	10%	20%
	10%	20%	30%
ช่วงคะแนน	2,000pv	3,000pv	4,000pv

ตัวอย่างเช่น กำหนดให้ตำแหน่งมี 3 ตำแหน่งคือ Bronze, Silver, Gold และมีผลตอบแทนของแต่ละตำแหน่งเป็นเปอร์เซ็นต์คือ 10% 20% และ 30% ตามลำดับ โครงสร้างทีมผู้แทนจำหน่ายเป็นดังนี้ นาย ก. อยู่ในตำแหน่ง Gold นางสาว ข. อยู่ในตำแหน่ง Silver และ นาย ค. อยู่ในตำแหน่ง Bronze นาย ก. มีตำแหน่งเป็น Gold 30% นางสาว ข. มีตำแหน่งเป็น Silver 20% และนาย ค. มีตำแหน่งเป็น Bronze 10% หาก นาย ค. ซื้อสินค้ามียอดคะแนนส่วนตัวในรอบการคำนวณนี้เป็น 1000 คะแนน นาย ค. จะได้เงินค่าตอบแทนเป็นเงิน $1000 \text{ คะแนน} \times 10\% = 100$ บาท และ นางสาว ข. ซื้อสินค้ามียอดคะแนนส่วนตัวและยอดคะแนนภายใต้สายงานในรอบการคำนวณนี้ $(2000 \text{ คะแนน} \times 20\%) - (\text{ค่าตอบแทนที่ได้จ่ายให้กับ นาย ค. ไปแล้ว } 100 \text{ บาท}) = 300$ บาท และ นาย ก. ซื้อสินค้ามียอดคะแนนส่วนตัวและยอดคะแนนภายใต้สายงานในรอบการคำนวณนี้ เป็น 3000 คะแนน จะได้ค่าตอบแทนเป็นเงิน $(3000 \text{ คะแนน} \times 30\%) - (\text{ค่าตอบแทนที่ได้จ่ายให้กับ นาย ค. และนางสาว ข. รวมกัน ไปแล้ว } 400 \text{ บาท}) = 500$ บาท เราอาจเรียกแผนแบบนี้ตามลักษณะการคำนวณได้ว่าเป็นการจ่ายตามผลต่างของเปอร์เซ็นต์ตามตำแหน่ง หากผลต่างของเปอร์เซ็นต์ตามตำแหน่ง แม่ทีม – ลูกทีม มีค่าเป็น 0 ก็จะไม่จ่ายค่าตอบแทนให้กับแม่ทีมคนนั้น ซึ่งก็หมายความว่าแม่ทีมนั้นมีตำแหน่งเท่ากับลูกทีม กรณีที่ตำแหน่งหรือเปอร์เซ็นต์ของลูกทีมมากกว่าหรือเท่ากับแม่ทีมเรียกกันทั่วไปว่า ตำแหน่งชนกัน

2. โครงสร้างไบนารี (Binary) เป็นโครงสร้างที่กำหนดให้ผู้จำหน่ายหนึ่งราย (แม่ทีม) สามารถมีสมาชิกติดตัวในองค์กรเพียงสองสาย (ลูกทีม) อาจเรียกว่า ขาซ้ายและขาขวา หรือทีมซ้ายและทีมขวา โดยในแต่ละขาหรือทีมจะลึกลงไปเป็นชั้น ๆ หนึ่งแตกสองไปเรื่อย ๆ และสมาชิกที่เป็นแม่ทีมจะได้รับรายได้เป็นเปอร์เซ็นต์จากยอดขายของขาซ้ายและขาขวา หรือทีมซ้ายและทีมขวาของลูกทีม

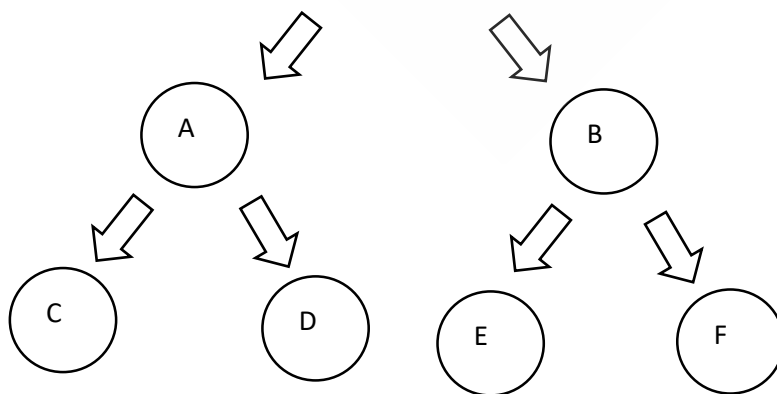
แผนไบนารี Binary Plan เป็นแผนการจ่ายค่าตอบแทนที่ได้รับความนิยมมากแผนหนึ่ง มีโครงสร้างที่กำหนดให้ผู้จำหน่ายอิสระมีลูกทีมติดได้ไม่เกิน 2 คน ดังนั้นหากผู้จำหน่ายอิสระ

แนะนำสมาชิกใหม่คนที่ 3 เข้ามาก็จะต้องนำไปต่อให้กับลูกทีมคนใดคนหนึ่งในชั้นลึกลงไป จึงมีลักษณะ Spill Over ซึ่งเป็นการช่วยเหลือให้ลูกทีมมีสายงานเพิ่มขึ้นด้วย ลูกทีมที่ติดตัวทั้งสองคนนั้นคนหนึ่งอยู่ด้านซ้าย และอีกคนหนึ่งอยู่ด้านขวา บางครั้งจะเรียกว่าทีมซ้ายและทีมขวาก็ได้ โดยปกติการให้ค่าตอบแทนจะนับคะแนนทีมซ้ายและทีมขวามาเทียบในจำนวน ที่เท่า ๆ กัน (หรือที่เรียกว่า Balanced Legs) แล้วคิดให้เป็นเปอร์เซ็นต์จากจำนวนคะแนน การจ่ายค่าตอบแทนตาม

แผนไบนารีนั้นมีลักษณะที่แบ่งออกได้เป็น แบบที่บังคับโครงสร้าง และแบบที่ไม่บังคับโครงสร้าง
แผนไบนารีแบบบังคับโครงสร้างนั้นเป็นแบบที่กำหนดโครงสร้างลักษณะต่าง ๆ ไว้เมื่อผู้จำหน่ายอิสระสามารถสร้างทีมงานได้ตามโครงสร้างที่กำหนดก็จะได้ค่าตอบแทนตามที่กำหนดไว้ในแผน เช่น หากสามารถสร้างทีมงาน ให้ได้ในชั้นที่ 4 และมีจำนวนลูกทีมที่อยู่ในทีมซ้ายและทีมขวาทีมละ 2 คน จะได้ค่าตอบแทน 1000 บาทเป็นต้น แผนแบบนี้อาจจะมีการเก็บคะแนนไว้ให้ตามโครงสร้างที่ทำได้ และไม่มีการตัดทิ้งคะแนนที่ได้เก็บไว้ให้แล้ว

แผนไบนารีแบบไม่บังคับโครงสร้าง เป็นแบบที่ไม่กำหนดโครงสร้างที่จำเป็นต้องทำให้ได้คุณสมบัติ หรือกำหนดไว้เพียงเล็กน้อยเท่านั้น แล้วให้นับคะแนนที่เท่ากันของทีมซ้ายและทีมขวา โดยมีโควตาให้ในแต่ละรอบการคำนวณจะนับคะแนนให้ได้ไม่เกิน จำนวนที่กำหนดไว้ในแผน คะแนนส่วนที่เกินในรอบการคำนวณนั้น ๆ ก็จะถูกตัดทิ้งไป การตัดคะแนนทิ้งเรียกว่า Flush

แผนไบนารีแบบ Weak – Strong เป็นแบบที่ไม่บังคับโครงสร้างเช่นกัน นับคะแนนจากทีมซ้ายและทีมขวา ทีมใดมีคะแนนมากกว่าในรอบการคำนวณนั้น ก็จะเรียกว่า ทีมแข็ง หรือ Strong Team และทีมใดที่มีคะแนนน้อยกว่าก็จะเรียกว่า Weak Team ในกรณีที่คะแนนเท่ากันทั้งสองทีมเราก็สามารถให้ทีมใดก็ได้เป็น Strong Team และ ทีมใดก็ได้เป็น Weak Team การจ่ายค่าตอบแทนก็จะจ่ายเป็นเปอร์เซ็นต์ของยอดขายทีมอ่อน แล้วนำคะแนนทีมอ่อนมาหัก คะแนนทีมแข็งออกไป เก็บคะแนนส่วนที่เหลือของทีมแข็งไว้ให้ก็ได้

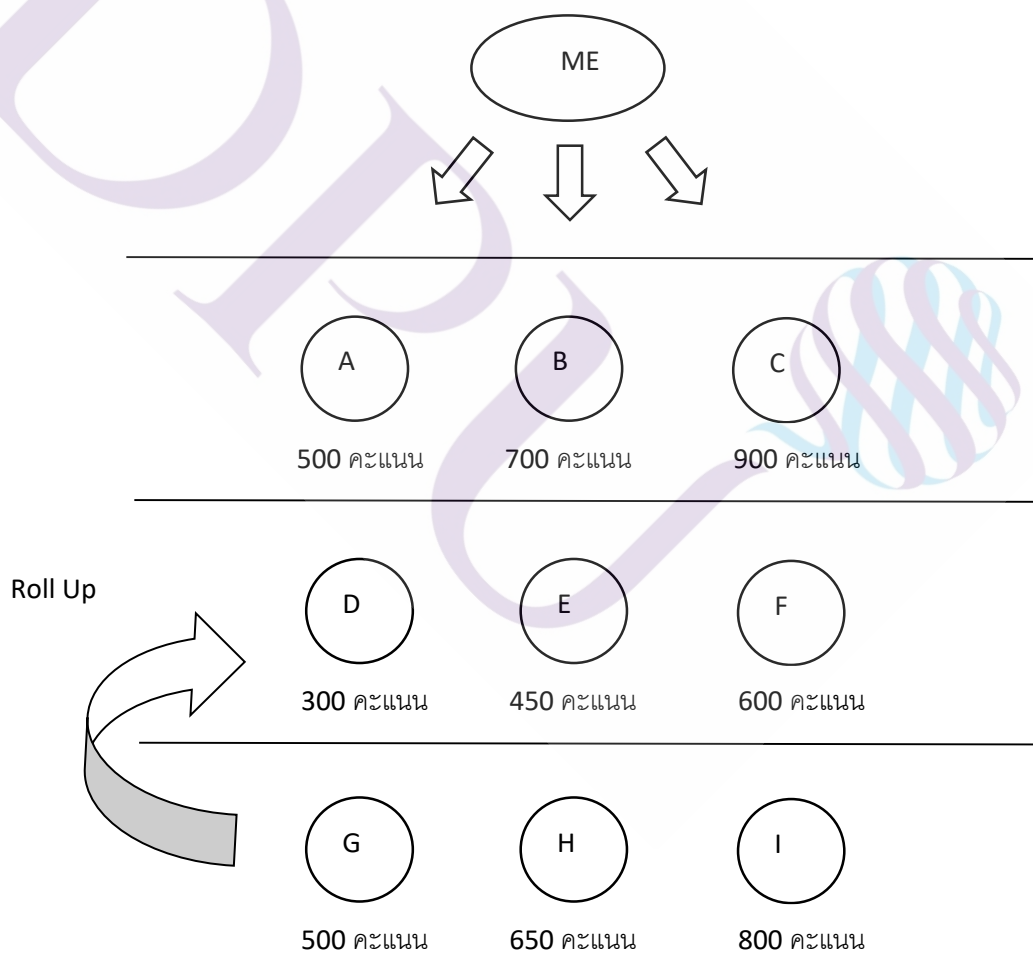


ทีมแข็ง มียอดคะแนนที่เกิดจากการซื้อ
สินค้าหรือจำหน่ายสินค้าให้แก่ผู้บริโภค
ในรอบนี้ 900,000 คะแนน

ทีมอ่อน มียอดคะแนนที่เกิดจากการซื้อ
สินค้าหรือจำหน่ายสินค้าให้แก่ผู้บริโภค
ในรอบนี้ 800,000 คะแนน

3. โครงสร้างเมตริกซ์ (Matrix) เป็นโครงสร้างที่จำกัดทั้งความกว้างของจำนวนสมาชิก และจำกัดจำนวนชั้นในแนวลึกเพื่อจ่ายผลตอบแทนให้แก่สมาชิกเป็นชั้น ๆ ไปในแต่ละชั้นที่เปอร์เซ็นต์และที่ชั้นจากยอดขายของทีมงานขายตามที่บริษัทเป็นผู้กำหนด เช่นเมตริกซ์ แบบ 3*3 จำกัดแนวกว้างมีสมาชิกได้ 3 คน

แนวลึก 3 ชั้น



4. โครงสร้างแบบยูนิเลเวล (Unilevel) เป็นโครงสร้างที่ไม่จำกัดความกว้างของจำนวนสมาชิกแต่จำกัดจำนวนชั้นในแนวลึกเพื่อจ่ายผลตอบแทนให้แก่สมาชิกเป็นขั้น ๆ ไป ในแต่ละชั้นก็เปอร์เซ็นต์และที่ขึ้นจากยอดขายของทีมงานขายตามที่บริษัทเป็นผู้กำหนด

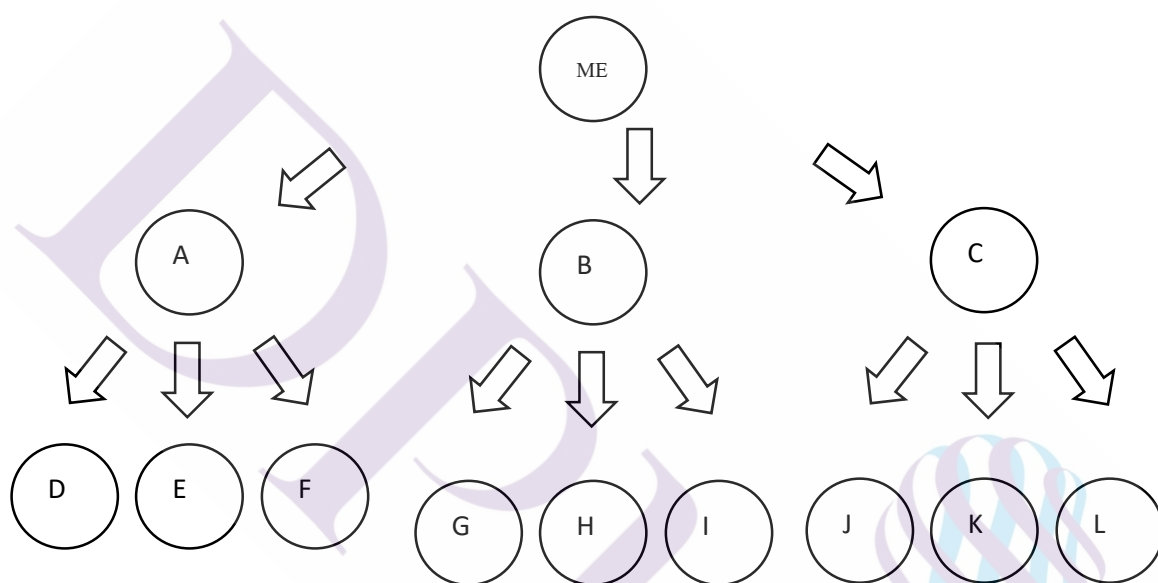
แผนเมทริกซ์ Matrix Plan หรือแผนเน็ตเวิร์ก Network Plan หรือยูนิเลเวล Unilevel Plan เป็นแผนการจ่ายค่าตอบแทนที่เก่าแก่แผนหนึ่ง เป็นแผนการจ่ายค่าตอบแทนที่จ่ายค่าตอบแทนเป็นจำนวนร้อยละของยอดขาย หรือคะแนนในแต่ละชั้น ซึ่งจำกัดจำนวนชั้นที่จะจ่ายให้ลึกตามที่กำหนด หากไม่จำกัดจำนวนลูกทีมในชั้นที่หนึ่ง (หรือลูกทีมติดตัว หรือเรียกว่า Front line) เราเรียกว่า Unforced matrix คือเน็ตเวิร์กที่ไม่จำกัดจำนวนลูกทีมติดตัว (Front line) หรือที่เรียกว่า ยูนิเลเวล

แผนเมทริกซ์อีกแบบหนึ่ง ซึ่งจำกัดจำนวนลูกทีมติดตัว ที่เรียกว่า Forced Matrix เป็นแผนที่จ่ายค่าตอบแทนเป็นขั้น ๆ โดยจำกัดจำนวนลูกทีมติดตัว หรือ Front line ตามจำนวนที่กำหนด เช่น มีลูกทีมติดตัวได้ไม่เกิน 5 คน เมื่อเราได้แนะนำผู้แทนจำหน่ายอิสระเข้ามาเป็นลูกทีมเราได้ครบ 5 คนแล้ว เมื่อแนะนำคนต่อไปก็จะไม่สามารถต่อติดตัวเราได้อีก ต้องนำไปต่อในชั้นที่ 2 ซึ่งก็จะ เป็นลูกทีมของลูกทีมของเราอีกทีหนึ่ง เราเรียกลักษณะการต่อสายงานแบบนี้ว่า การล้นชั้น หรือ Spill over ตัวอย่างของแผนเมทริกซ์แบบ 5x10 ก็คือมีลูกทีมติดตัวได้สูงสุด 5 คนและมีรายได้ลดลงไป 10 ชั้น

การ Roll-Up เป็นลักษณะการคำนวณอันหนึ่งของแผนเมทริกซ์ ซึ่งมีประโยชน์ในกรณีที่ ลูกทีมบางคนไม่ทำงานหรือไม่ซื้อสินค้าให้มีคะแนน เพื่อรักษาคุณสมบัติในการรับคอมมิชชั่นหรือ โบนัส (Commission Qualifying) อัฟไลน์หรือแม่ทีมจะสูญเสียโอกาส ในการได้รับคอมมิชชั่นจาก ลูกทีมคนนี้ เพราะเขาไม่ได้ซื้อสินค้า การโรลอัฟ นั้นเป็นการดึงเอาลูกทีมคนถัดลงไป ในสายงาน ขึ้นมาให้อยู่ในชั้นเดียวกับลูกทีม ที่ไม่ได้รับขายอด จำนวนชั้นและเปอร์เซ็นต์ที่ผู้จำหน่ายอิสระจะ ได้รับผลประโยชน์ตามแผนเมทริกซ์อาจเป็นแบบตายตัว หรือแบบปรับตามตำแหน่ง หรือปรับตาม ยอดคะแนนก็ได้ ทั้งนี้การปรับจำนวนชั้นและเปอร์เซ็นต์ที่จ่ายตาม ตำแหน่งหรือตามยอดคะแนนที่ ซื้อในรอบนั้น ก็เพื่อเป็นการกระตุ้น ให้ผู้จำหน่ายอิสระทำงานให้มากขึ้นเพื่อให้ได้ผลประโยชน์ มากขึ้นไปด้วย

5. โครงสร้างไตรนารี (Ternary) โครงสร้างนี้เป็นโครงสร้างที่กำหนดให้ผู้นำหนึ่งราย (แม่ทีม) สามารถมีสมาชิกติดตัวในองค์กรได้สามสาย (ลูกทีม) กิดขึ้นมาเพื่อแก้ปัญหาของระบบ Binary ในกรณีที่ขาหรือทีมใดทีมหนึ่งของระบบดังกล่าวเกิดมีปัญหาขึ้น โดยผู้นำหนึ่งรายสามารถมี สมาชิกติดตัวในองค์กรเพียงสามสาย หนึ่งแตกออกไปสามไปเรื่อย ๆ การคิดค่าตอบแทนตามระบบ ไตรนารีนั้นจะมีลักษณะคล้ายคลึงกับแผนไบนารีมาก เพียงแต่มีจำนวนทีมงานมากกว่าเท่านั้น

แผนไตรนารี Trinary Plan เป็นแผนการจ่ายค่าตอบแทนที่เป็นที่นิยมมากเช่นกัน โดยที่โครงสร้างขององค์กรผู้จำหน่ายอิสระนั้นจะมีการจำกัดจำนวน ลูกทีมที่ติดตัวไว้เพียง 3 คน คือผู้จำหน่ายอิสระใด ๆ จะมีลูกทีมติดตัวได้ไม่เกิน 3 คน เมื่อได้แนะนำผู้จำหน่ายอิสระใหม่ เข้ามาเป็นคนที่ 4 ก็จะต้องนำไปต่อให้ลูกทีมชั้นลึกลงไป จึงมีลักษณะ Spill Over ซึ่งเป็นการช่วยเหลือลูกทีมทำให้เกิดการทำงานที่สนับสนุนซึ่งกันและกัน การต่อสายงานผู้จำหน่ายอิสระซึ่งเป็นลูกทีมคนแรกซึ่งอยู่ทางซ้ายมือสุด เราเรียกว่า ลูกทีมด้านซ้าย ลูกทีมที่อยู่คนถัดมา ซึ่งอยู่ตรงกลาง เราเรียกว่า ลูกทีมตรงกลาง และลูกทีมคนสุดท้ายที่อยู่ทางขวามือสุด เราเรียกว่าลูกทีมด้านขวา



6. โครงสร้างแตกสาขา (Break away) หลักของโครงสร้างนี้จะเป็นแบบ Stair Step ซึ่งในบางกรณีจะเรียกรวมกันว่า Stair Step – Break away ระบบนี้มีขึ้นเพื่อแก้ปัญหากรณีที่แม่ทีม (Upline) ของตนขึ้นมาอยู่ในระดับเดียวกับตนเองส่งผลให้ผู้ที่อยู่ระบบสูงขาดรายได้ดังนั้นระบบนี้จึงมีใช้ในกรณีดังกล่าวโดยจะนำคะแนนที่เกิดจากสมาชิกคนนั้นออกจากองค์กรเพื่อไม่ให้คำนวณซ้ำซ้อนแล้วเปลี่ยนมาจ่ายเป็นผลประโยชน์ตอบแทนในอีกรูปแบบหนึ่งเพื่อชดเชยกัน

แผนเบรคอะเวย์ Breakaway หรือที่เรียกกันติดปากจนแทบจะเป็นส่วนหนึ่งของแผน Stair-step ไปแล้วนั้นแท้จริงเป็นแผน Unilevel ประเภทหนึ่ง ซึ่งคิดว่าผู้ที่มีคุณสมบัติครบ คือผู้จำหน่ายอิสระที่ได้ตำแหน่งสูงสุดใน ตารางของแผน Stair-step แล้วเท่านั้นจึงจะมีสิทธิที่จะได้รับค่าตอบแทน จากแผน breakaway นี้ โดยอาจคิดให้เป็นชั้นลึกลงอีกอาจจะเป็น 2-3 ชั้น แล้วแต่ความเหมาะสม

7. โครงสร้างแมตซิ่ง (Matching) เป็นโครงสร้างที่จ่ายผลตอบแทนให้แก่สมาชิก (แม่ทีม) จากรายได้ของลูกทีมจากยอดขายที่เป็นรายได้จำนวนเงิน บางกรณีจะถือว่าเป็นรูปแบบหนึ่งของระบบ Binary ซึ่งแผนแมตซิ่ง โบนัส แท้จริงก็สามารถคิดเป็น Unilevel ชนิดหนึ่งซึ่งคะแนนที่ได้ก็นับจากรายได้ของลูกทีมเพื่อนำมาคิดเปอร์เซ็นต์ เป็นขั้นให้กับแม่ทีมลักษณะเดียวกับ Unilevel นั่นเอง เป็นการคิดค่าตอบแทนให้แม่ทีมที่ได้ช่วยเหลือลูกทีมให้มีรายได้ ซึ่งก็จะสนับสนุนให้แม่ทีมมียอดขายมากขึ้นด้วยเช่นเดียวกัน คือเป็นการสนับสนุนซึ่งกันและกัน

8. กองทุน (Pool) เป็นโครงสร้างที่กำหนดการจ่ายผลตอบแทนให้แก่สมาชิก โดยการจ่ายผลตอบแทนแบบเงินกองกลาง หรือจ่ายผลตอบแทนให้แก่สมาชิกที่ทำคุณสมบัติได้ตามเงื่อนไขของบริษัทเป็นเปอร์เซ็นต์จากยอดขายสินค้าหรือบริการของทั้งองค์กร เช่น กองทุนรถยนต์ 2% จากยอดขายสินค้าหรือบริการของทั้งองค์กร กองทุนบ้าน 1% จากยอดขายสินค้าหรือบริการของทั้งองค์กร กองทุนเพื่อการศึกษา 3% จากยอดขายสินค้าหรือบริการของทั้งองค์กร

กองทุน Pool เป็นการคิดเปอร์เซ็นต์ของคะแนนจากยอดขายโดยรวมทั้งบริษัท แล้วนำมาแบ่งให้กับผู้ที่มีคุณสมบัติครบโดยการหารเท่ากัน หรือจะหารเป็นสัดส่วนของยอดขายที่ทำได้ก็ได้ การให้กองทุนนั้นเป็นการทำให้ผู้ที่ได้ทำงานให้กับองค์กรมาเป็นระยะเวลาหนึ่งพอสมควร และได้สร้างผลงานให้กับองค์กรได้มากเพียงพอจำนวนหนึ่ง หรือตามตำแหน่งทางธุรกิจในระดับสูง ก็จะมีสิทธิ์ได้รับเงินค่าตอบแทนจากกองทุน

2.8 ความแตกต่างระหว่างธุรกิจขายตรงกับแชร์ลูกโซ่

การดำเนินธุรกิจที่มีการขยายสายงานในรูปแบบของการสร้างเครือข่ายโดยวิธีการหาจำนวนสมาชิกให้มากเพื่อขยายสายงานของตน มักมีความคล้ายกันอย่างมากระหว่างการดำเนินธุรกิจขายตรงกับแชร์ลูกโซ่ จนในบางครั้งสร้างความสับสนในการตรวจสอบแผนการดำเนินธุรกิจให้กับผู้ที่สนใจจะสมัครเป็นสมาชิก จึงเป็นช่องทางให้ธุรกิจแชร์ลูกโซ่แฝงตัวเข้ามาในธุรกิจขายตรง หรือที่เราเรียกว่าธุรกิจขายตรงแอบแฝงแบบแชร์ลูกโซ่ อันนำไปสู่ความไม่ชัดเจนว่าธุรกิจขายตรงแตกต่างกับแชร์ลูกโซ่อย่างไร

ธุรกิจขายตรง คือ วิธีการจำหน่ายสินค้าหรือบริการที่มีลักษณะเข้าถึงตัวผู้บริโภค โดยมีผู้ขายตรงที่เรียกชื่อตามกฎหมายว่า “ผู้จำหน่ายอิสระ” หรือ “ตัวแทนขายตรง” เป็นผู้นำสินค้าหรือบริการไปอธิบายหรือสาธิตสรรพคุณหรือคุณภาพของสินค้าตามสถานที่อยู่อาศัยหรือสถานที่ทำงานของผู้บริโภค โดยไม่ต้องรอให้ผู้บริโภคเป็นผู้มาซื้อสินค้า ซึ่งต่างจากการจำหน่ายสินค้าในธุรกิจทั่วไปที่จะมีการจำหน่ายสินค้าจากผู้ผลิตผ่านหน้าร้านของตนเอง หรือผ่านพ่อค้าคนกลาง จากนั้นสินค้าจะกระจายไปสู่ผู้บริโภค โดยมีหน่วยงานที่กำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง คือ

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 (แก้ไขฉบับที่3) พ.ศ. 2560 นอกจากนี้ การดำเนินธุรกิจขายตรงจะต้องมีการจดทะเบียนจากนายทะเบียนก่อนดำเนินธุรกิจตามแผนการจ่ายผลตอบแทนที่ได้ยื่นต่อนายทะเบียน

แชร์ลูกโซ่ คือ ธุรกิจการเงินนอกระบบในลักษณะของแชร์ลูกโซ่ (CHAIN SYSTEM) หมายถึง รูปแบบการดำเนินธุรกิจที่มุ่งประสงค์เพื่อหารายได้จากการระดมเงินเป็นหลัก โดยมีการสัญญาว่าจะให้ผลประโยชน์ตอบแทนในรูปแบบต่าง ๆ ที่สูงกว่าอัตราดอกเบี้ยของสถาบันการเงิน โดยผู้ประกอบการมักอ้างถึงการนำเงินไปลงทุนในรูปแบบต่าง ๆ ที่มีรายได้สูงเพียงพอที่จะปันรายได้แจกจ่ายกับผู้ร่วมธุรกิจได้อย่างทั่วถึง มีการให้ผลประโยชน์ตอบแทนแก่ผู้ร่วมลงทุนเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและกระตุ้นให้เกิดการชักจูงในการเข้าร่วมลงทุน แต่มิได้มีการประกอบธุรกิจในลักษณะการขายสินค้าและบริการเหมือนธุรกิจขายตรง และรูปแบบการดำเนินงานโดยทั่วไปจะอาศัยช่องทางผ่านบุคคลต่าง ๆ ที่รู้จักกัน⁴⁴

ในช่วงแรกมักจะจ่ายผลประโยชน์ตอบแทนให้แก่ผู้เข้าร่วมลงทุนตรงตามเวลาเพื่อกระตุ้นให้มีการร่วมลงทุนอย่างต่อเนื่อง แต่เมื่อถึงจุด ๆ หนึ่งที่ไม่สามารถหาสมาชิกเพื่อที่จะเข้าร่วมลงทุนได้ธุรกิจก็จะปิดตัวลง จึงส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของการประกอบธุรกิจขายตรงในประเทศไทยโดยรวม เนื่องจากมีสมาชิกและนักธุรกิจอิสระจากหลากหลายบริษัทขายตรงได้หันเข้าไปร่วมลงทุนในธุรกิจการเงินนอกระบบในลักษณะของแชร์ลูกโซ่ ทำให้บริษัทที่ทำธุรกิจอย่างถูกต้องตามกฎหมายได้รับความเสียหายไปด้วย กระทั่งมีหลายบริษัทต้องปิดดำเนินการ ต่อมาได้มีการออกพระราชบัญญัติขายตรง โดยกำหนดให้มีคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงเพื่อกำกับดูแลการใช้กฎหมายฉบับนี้ ซึ่งส่งผลให้ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงที่เปิดบริษัท เพื่อดำเนินธุรกิจจะต้องผ่านการจดทะเบียนกับสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ก่อนจึงจะประกอบธุรกิจได้และด้วยธุรกิจขายตรงเป็นการดำเนินธุรกิจที่อิสระ ทำให้ประชาชนสนใจที่จะร่วมลงทุน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อหารายได้เสริมหรือประกอบเป็นอาชีพหลัก กลุ่มมีงานอาชีพจึงใช้วิธีการหลอกลวงประชาชนโดย อ้างหลักการ ดำเนินธุรกิจที่ถูกต้องตามกฎหมายอย่างธุรกิจขายตรง แต่แอบแฝงการระดมเงินผ่านเครือข่ายแบบแชร์ลูกโซ่

⁴⁴ สำนักงานวิชาการ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, “แชร์ลูกโซ่ : รูปแบบหนึ่งของธุรกิจการเงินนอกระบบกับความผิดฐานกู้ยืมเงิน ที่เป็นการฉ้อโกงประชาชน,” สืบค้นเมื่อวันที่ 20 เมษายน 2563, จาก

ซึ่งข้อแตกต่างระหว่างธุรกิจขายตรงที่ถูกกฎหมายกับธุรกิจแชร์ลูกโซ่ในระบบปิด มีรายละเอียด ดังต่อไปนี้⁴⁵

1. ค่าธรรมเนียมในการสมัคร

ธุรกิจขายตรงที่ถูกกฎหมาย ค่าธรรมเนียมในการสมัครส่วนใหญ่ไม่เกิน 300 บาท หรือไม่มีค่าสมัครสมาชิก เป็นค่าสมัครที่จ่ายเพื่อเอกสารคู่มือ ความรู้ เอกสารอบรมและผลิตภัณฑ์ ตัวอย่างสินค้าเท่านั้น

ธุรกิจแชร์ลูกโซ่ ค่าธรรมเนียมในการสมัครสูง ผู้สมัครจะถูกหลอกให้จ่ายค่าฝึกอบรม และซื้อสินค้าเกินความต้องการ ผลกำไรของระบบปีรามิดส่วนใหญ่จะมาจากการรับสมัครสมาชิกที่มีจำนวนเงินค่อนข้างสูงเพื่อมาจ่ายผลตอบแทนให้กับสมาชิกที่เข้ามาใหม่ในลำดับถัดไป

2. สินค้าและบริการ

ธุรกิจขายตรงที่ถูกกฎหมาย จำหน่ายสินค้าหลากหลายชนิดและคุณภาพสูง เนื่องจากมีการทำวิจัย ซึ่งเน้นสินค้าที่มีความแตกต่างจากท้องตลาด ยอดการขายจะนำมาจากกำหนำยสินค้าที่มีการซื้อซ้ำได้อีกเรื่อย ๆ และจะเน้นที่ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสำคัญ บริษัทจะทุ่มเทเงินจำนวนมากเพื่อวิจัย ค้นคว้า และพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ มีการรับประกันสินค้าโดยการคืนเงิน และจะมีการเปลี่ยนสินค้าหรือคืนสินค้าบริษัทได้

ธุรกิจแชร์ลูกโซ่ ไม่มีการรับรองเรื่องคุณภาพสินค้า สินค้ามีคุณภาพต่ำ และไม่เน้นในการขายและไม่มึนนโยบายซื้อสินค้ากลับคืนเพราะอาจทำให้ระบบแชร์ลูกโซ่ล่มได้ รายได้จะมาจากรับสมัครสมาชิกใหม่ ที่มีจำนวนเงินค่อนข้างสูงซึ่งจะถูกบังคับให้ซื้อสินค้าที่มีราคาสูง และในปริมาณที่จำนวนมาก

3. การจ่ายผลประโยชน์ตอบแทน

ธุรกิจขายตรงที่ถูกกฎหมาย การจ่ายผลประโยชน์ตอบแทนจะขึ้นอยู่กับการทำงานของผู้ขาย และยอดขาย ซึ่งหมายถึง รายได้หรือผลประโยชน์ตอบแทนมาจากการขายสินค้า

ธุรกิจแชร์ลูกโซ่ การจ่ายผลประโยชน์ตอบแทนมาจากการเน้นหาสมาชิกใหม่ที่เพิ่มขึ้น

4. ความก้าวหน้าของธุรกิจ

ธุรกิจขายตรงที่ถูกกฎหมาย ตระหนักถึงการดำเนินธุรกิจในระยะยาว มีโอกาสเติบโตได้เสมอ เนื่องจากผู้บริโภคจะมีการซื้อสินค้าเพื่อบริโภคซ้ำเพราะมีความพึงพอใจในสินค้า บริษัทจึงสามารถออกผลิตภัณฑ์ตัวใหม่เพื่อขยายฐานลูกค้าในตลาดได้เพิ่มมากขึ้น

⁴⁵ อรรถพล คุหเจริญ, ธุรกิจขายตรงแอบแฝงแบบแชร์ลูกโซ่คืออะไร, (กองเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค).

ธุรกิจแชร์ลูกโซ่ โอกาสรัวรวยในเวลาอันรวดเร็ว ผู้เข้าร่วมจำนวนมากที่ฐานของปีระมิดจะเป็นผู้จ่ายเงินให้แก่คนที่อยู่ในระดับจุดยอดของปีระมิด ซึ่งธุรกิจแบบนี้จะอยู่ได้ไม่ยาวนาน โอกาสที่ธุรกิจจะล้มมีค่อนข้างสูงเพราะไม่มีเงินจ่ายหมุนเวียนในระบบธุรกิจและระบบปีระมิดจะล้มในที่สุด

5. การได้รับความคุ้มครองทางกฎหมาย

ธุรกิจขายตรงที่ถูกกฎหมาย ผู้บริโภค ผู้ขาย และบริษัทขายตรงจะได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 (แก้ไขฉบับที่ 3) พ.ศ. 2560 ซึ่งผู้ประกอบการที่จะทำธุรกิจขายตรงจะต้องขอจดทะเบียนกับสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

ธุรกิจแชร์ลูกโซ่ เป็นระบบที่ผิดกฎหมาย เป็นการกระทำความผิดข้อโกงประชาชนตามประมวลกฎหมายอาญาและความผิดตามพระราชกำหนดการกู้ยืมเงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชน พ.ศ. 2527

2.9 แผนการจ่ายผลตอบแทนในธุรกิจขายตรง

เมื่อผู้ประกอบการต้องการที่จะทำธุรกิจขายตรงจะต้องนำสินค้าที่ตนเองจะขายให้แก่สมาชิก ซึ่งขั้นตอนในการเตรียมสินค้า เริ่มจากการตั้งโรงงานผลิตสินค้า ทำฉลากสินค้า และขออนุญาตจากสำนักงานอาหารและยา ตามลำดับ ต่อมาขั้นตอนที่จะเตรียมรายละเอียดเพื่อเสนอแผนการจ่ายผลตอบแทน มีดังต่อไปนี้

1. นำสินค้าที่ผ่านการขออนุญาตจากสำนักงานอาหารและยา เช่น ฉลากสินค้า ใบอนุญาตของสำนักงานอาหารและยา เป็นต้น
2. จัดทำตารางสินค้าที่แสดง ชื่อของผลิตภัณฑ์สินค้า ราคาสมาชิก ราคาขายปลีก และคะแนน ซึ่งคะแนนจะขึ้นอยู่กับบริษัทเป็นผู้กำหนด ซึ่งจะเป็นตัวแปรในการกำหนดรายได้ที่ผู้จำหน่ายอิสระและผู้ประกอบธุรกิจจะได้รับ เช่น ผลิตภัณฑ์ คอลลาเจน มีราคาสมาชิก 1,000 บาท ราคาขายปลีก 1,500 บาท 80 คะแนน
3. กำหนดค่าอัตราการคิดคำนวณ 1 คะแนน มีค่าเท่ากับที่บาท ซึ่งคิดคำนวณได้จากการนำสินค้าของบริษัททั้งหมดมาเฉลี่ยเป็นอัตราการคิดคำนวณออกมา เช่น 1 คะแนน เท่ากับ 2.5 บาท
4. กำหนดโบนัสหรือการจ่ายผลตอบแทนว่าจะมีกี่โบนัส เช่น โบนัสยอดคะแนนส่วนตัว โบนัสคำแนะนำ โบนัสบริหารทีม และโบนัสแมชชีง

5. กำหนดคุณสมบัติของการสมัครเป็นสมาชิก เช่น อายุ ค่าสมัครสมาชิก จำนวนรหัสสมาชิกต่อคน และรอบในการคิดคำนวณรายได้เพื่อนำมาจ่ายให้สมาชิก ตัวอย่างเช่น อายุ 25 ปี ค่าสมัครฟรี สมาชิก 1 คน ต่อ 1 รหัส รอบการคิดคำนวณ 15 วัน หรือ 30 วัน ต่อบรอบ

6. แสดงรายละเอียดแผนการจ่ายผลตอบแทนของบริษัทโดยสรุปว่าจ่ายโบนัสกี่ข้อ และมียอดการจ่ายผลตอบแทนทั้งหมดเท่าไร เช่น

กำไรขายปลีก 30% (กำไรขายปลีกเป็นรายได้หลักที่สมาชิกจะได้รับจากการขายสินค้าในแต่ละครั้ง ซึ่งเป็นหากขาดรายได้ข้อนี้จะขาดองค์ประกอบของธุรกิจขายตรง เนื่องจากจะไม่มีแรงจูงใจในการขายสินค้าและจะไม่มีมีการสร้างเครือข่าย เพราะสมาชิกจะขาดรายได้จากการนำสินค้าไปขายให้ผู้บริโภค ตามนิยามของมาตรา 3 พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 (แก้ไขฉบับที่ 3) พ.ศ. 2560)

ในการคิดคำนวณแผนการจ่ายผลตอบแทนควรมีอัตราการจ่ายที่ % นั้นจะใช้แนวทางการกำหนดกำไร ทางธุรกิจ ดังนี้ ในการประกอบธุรกิจทั่วไปจะกำหนดตัวเลขในการประกอบธุรกิจที่ 100% โดย ต้นทุน และค่าดำเนินการต่าง ๆ รวมกันจะกำหนดอยู่ที่ 50-60% ขึ้นอยู่กับว่าผู้ประกอบการมีต้นทุนในการประกอบ ธุรกิจมากแค่ไหน เช่น หากมีโรงงานเป็นของตนเอง ต้นทุนในการผลิตสินค้าต่อหน่วยจะลดลง การทำตลาด และบรรจุภัณฑ์ก็จะลดลง ดังนั้น % การจ่ายผลตอบแทนก็จะอยู่ที่ประมาณ 30-35% แต่หากว่าอัตราการคิดคำนวณมีค่ามากกว่า 1 คะแนน = 1 บาท % การจ่ายผลตอบแทนก็จะอยู่ที่ประมาณ 60-70% ซึ่งจะมีการจ่ายผลตอบแทนเพิ่มขึ้นถึง 2 เท่า

ซึ่งสรุปโบนัส และสรุปรายได้แผนการจ่ายผลตอบแทนของบริษัท ได้ดังนี้

แผนการจ่ายผลตอบแทน

กำไรขายปลีก 30 % ของราคาสมาชิก

1. โบนัสยอดคะแนนสะสมส่วนตัว 5 % ของคะแนน
2. โบนัสคำแนะนำ ลึก 3 ชั้น จ่ายสูงสุด 20 % ของคะแนน
3. โบนัสบริหารทีม 30 % ของคะแนน (ทีมอ่อน)
4. โบนัสแมทซิ่ง (Matching Bonus) ลึก 3 ชั้น 30 % ของรายได้โบนัสบริหารทีม หรือ 9% ของคะแนน PV

สรุปแผนการจ่ายผลตอบแทนจ่ายสูงสุด 64 % ของคะแนน

ในกรณีนี้ 1 คะแนน เท่ากับ 2.5 บาท

ต่อมาเป็นรายละเอียดของแต่ละโบนัส เช่น โบนัสคำแนะนำจะต้องไม่สูงเกินไปตาม มาตรา 19 และมาตรา 21(1) เพราะหากมากเกินไปจะเป็นการชักจูงและแนะนำให้สมาชิกเข้าร่วมลงทุนมากขึ้น

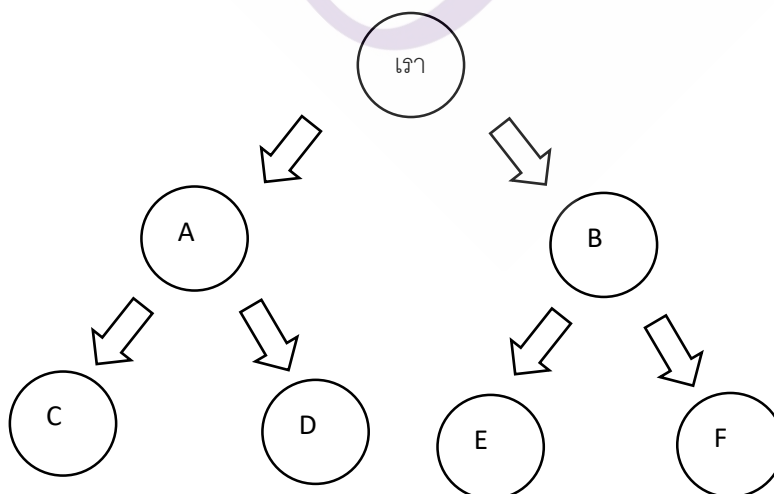
ตัวอย่าง บริษัทนี้มีการกำหนดตำแหน่งในการได้รับโบนัสค่าแนะนำที่แตกต่างกันออกไปในแต่ละตำแหน่ง

โบนัสค่าแนะนำ ลึก 3 ชั้น จ่ายสูงสุด 20 % ของคะแนน

	Silver	Gold	Diamond
ชั้นที่ 1	10 %	10 %	10 %
ชั้นที่ 2		5 %	5%
ชั้นที่ 3			5%

ส่วนโบนัสอื่น ๆ ได้แก่ โบนัสบริหารทีม และ โบนัสแมชชีน จะเป็นโบนัสที่เกิดจากการคิดคำนวณคะแนนของสมาชิกที่อยู่ภายใต้สายงาน

ตัวอย่าง โบนัสบริหารทีมจะนำคะแนนของคนที่ต่อจากเราลงไปมาคิดคำนวณเป็นรายได้ให้เรา เช่น บริษัทนี้คะแนนของคนที่อยู่ใต้เรา เรียกว่าคะแนนภายใต้สายงาน ซึ่งมีจำนวนหลายคน เราจึงเรียกว่าคะแนนภายใต้สายงานกลุ่ม ในบริษัทนี้ใช้โครงสร้างแบบไบนารีที่มีลักษณะจัดเรียงกลุ่มคนที่อยู่ภายใต้เราเป็น 2 ฟัง และคิดคำนวณ โดยเอายอดคะแนนของกลุ่มคนที่มีความน้อยกว่าอีกฝั่ง มาคิดคำนวณเปอร์เซ็นต์ออกมาเป็นรายได้ เช่น โบนัสบริหารทีม 30 % ของคะแนน (ทีมอ่อน) เราจะได้รับรายได้ $800,000 \times 30\% = 240,000$ บาท



ทีมแข็ง มียอดคะแนนที่เกิดจากการซื้อสินค้า
หรือจำหน่ายสินค้าให้แก่ผู้บริโภคนี้
900,000 คะแนน

ทีมอ่อน มียอดคะแนนที่เกิดจากการซื้อสินค้า
หรือจำหน่ายสินค้าให้แก่ผู้บริโภคนี้
800,000 คะแนน

7. การแสดงตัวอย่างการคิดคำนวณการจ่ายผลตอบแทนที่ตรงต่อความเป็นจริง หรือเป็นไปได้อย่างเปิดเผยชัดเจน (มาตรา 21(5)) จะเป็นการแสดงตัวอย่างการคิดคำนวณ โดยการสมมติค่าคะแนนของสมาชิกที่ได้จากการซื้อสินค้าเพื่อบริโภคเองหรือขายสินค้าให้กับผู้บริโภค แล้วนำมาคูณเปอร์เซ็นต์การจ่ายของแต่ละโบนัสออกมาเป็นรายได้ที่จ่ายให้แก่สมาชิก

เช่น ตัวอย่างการคิดคำนวณโบนัสยอดคะแนนสะสมส่วนตัว 5 % ของคะแนนสมาชิกที่อยู่ในตำแหน่ง Silver – Diamond สามารถได้รับรายได้จากโบนัสนี้เมื่อยอดคะแนนสะสมส่วนตัว ตั้งแต่ 0 PV

สมาชิกมียอดคะแนนสะสมส่วนตัวจากการซื้อสินค้าของบริษัทเพื่อบริโภคหรือจำหน่าย 2,000 PV จะได้รับรายได้ $2,000 \text{ PV} \times 5\% = 100$ บาท

บทที่ 3

มาตรการทางกฎหมายในการประกอบธุรกิจขายตรงในต่างประเทศและ ในประเทศไทย

3.1 มาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจขายตรงในต่างประเทศ

การประกอบธุรกิจขายตรงเป็นการดำเนินธุรกิจทั่วไป แต่มีผลกำไรในการดำเนินงาน เกิดจากการที่ให้ผู้เข้ามาในระบบธุรกิจ โดยการสมัครเป็นสมาชิก แล้วช่วยกันขายสินค้าและบริการของบริษัท และเมื่อบริษัทมีรายได้จากการทำธุรกิจ โดยการกระจายสินค้าของบริษัท ด้วยจำนวนสมาชิกที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้สินค้าออกไปสู่ตลาดมากขึ้น ซึ่งบริษัทจะมีวิธีการจ่ายผลตอบแทน โดยการกำหนดการจ่ายรายได้ให้กับสมาชิกผ่านตัวกำหนดรายได้ คือ แผนการจ่ายผลตอบแทนของบริษัท หากบริษัทใดเน้นการหาคนเข้ามาร่วมดำเนินธุรกิจ โดยการคิดค่าสมัครราคาแพงก็จะทำให้ธุรกิจของบริษัทดังกล่าวอยู่ได้ไม่นาน เมื่อไม่มีคนเข้ามาร่วมดำเนินธุรกิจกับบริษัท บริษัทนั้นก็ปิดกิจการลง แต่ถ้าหากบริษัทใดที่มีแผนการจ่ายผลตอบแทนที่เหมาะสมไม่เน้นการหาคนเข้ามา โดยเน้นในเรื่องสินค้าเป็นหลักก็จะทำให้มีการขยายยอดขายของธุรกิจที่เกิดจากยอดขายภายใต้สายงานของทีมงานมากขึ้น ทำให้ผลประกอบการธุรกิจของบริษัทประสบความสำเร็จ ดังนั้นจึงควรจะมีกฎหมายที่คอยกำกับเป็นกรอบแนวทางที่ควบคุมไม่ให้เกิดแผนการจ่ายผลตอบแทนมีลักษณะเป็นรูปแบบพีระมิดที่เน้นหาคนเข้ามาในระบบธุรกิจ ในแต่ละประเทศจึงมีการกำหนดรูปแบบและเงื่อนไขในการประกอบธุรกิจขายตรงที่แตกต่างกันไป โดยจะกล่าวสรุปลักษณะของกฎหมายของแต่ละประเทศ จำนวน 2 ประเทศดังต่อไปนี้

3.1.1 สหพันธรัฐมาเลเซีย

กฎหมายขายตรงและการต่อต้านแผนพีระมิดของประเทศมาเลเซีย⁴⁶ กฎหมายที่ออกมาบังคับใช้กับผู้ประกอบธุรกิจขายตรงในประเทศมาเลเซีย คือ พระราชบัญญัติขายตรงและต่อต้านรูปแบบพีระมิด ค.ศ. 1993 (Direct sales and anti-pyramid scheme act 1993) ณ 1 March 2013 มีรายละเอียด ดังนี้

1. คำนิยามของการประกอบธุรกิจขายตรง

นิยามของคำว่า ขายตรง ได้ ปรากฏอยู่ใน มาตรา 2 ของ พระราชบัญญัตินี้

⁴⁶ Direct sales and anti-pyramid scheme act 1993, สืบค้นเมื่อวันที่ 8 สิงหาคม 2564, จาก

“การขายตรง” หมายความว่า การขาย ณ สถานที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค (door to door) การขายทางไปรษณีย์ หรือการขายผ่านธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์

“การขายแบบ door-to-door” หมายความว่า การขายสินค้าหรือบริการที่ดำเนินการในลักษณะดังต่อไปนี้

(ก) ผู้ขายหรือผู้ที่ได้รับมอบอำนาจจากผู้ขาย

1. เดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง ซึ่งไม่ใช่สถานที่ประกอบธุรกิจตามปกติ

2. การขายสินค้าหรือบริการผ่านทางโทรศัพท์

การค้นหบุคคลที่อาจเตรียมที่จะทำสัญญาซื้อขายสินค้าหรือบริการในฐานะผู้ซื้อ และ

(ข) ผู้ขายหรือผู้ที่ได้รับมอบอำนาจจากผู้ขายได้เข้าเจรจาเพื่อทำสัญญากับผู้ซื้อที่ตนเองคาดหวัง

“สถานประกอบการประจำ” หมายความว่า

(ก) สถานที่ที่ผู้ขายใช้เป็นสถานที่ในการประกอบธุรกิจเพื่อขายสินค้า หรือใช้เป็นสถานที่อธิบายผลิตภัณฑ์สินค้า หรือใช้เป็นสถานที่ใช้การเสนอขายสินค้า หรือใช้ในการเปิดขายหลักสูตรการอบรมธุรกิจของผู้ประกอบการ

(ข) สถานที่ที่ผู้ขายใช้เป็นสถานที่ในการประกอบธุรกิจเพื่อขายบริการ

“ผู้ซื้อ” หมายความว่า ผู้ที่ได้รับสินค้าหรือบริการจากการจัดหาหรือจัดทำให้ตามสัญญา

“ผู้ขาย” หมายความว่า บุคคลที่จัดหาหรือตกลงที่จะจัดหาสินค้าหรือบริการตามสัญญาให้แก่ผู้ซื้อ

“สินค้า” หมายความว่า สัมหาริมทรัพย์ทุกประเภท เว้นแต่ในเรื่องของ ตราสารที่เปลี่ยนมือได้ หุ่น หุ่นกึ่ง และเงิน

“บริการ” หมายความว่า รวมถึงสิทธิหรือประโยชน์อื่นใดที่ได้รับจากผู้ขาย ไม่รวมถึงการจัดหาสินค้าและการปฏิบัติงานภายใต้สัญญาบริการ

“การขายทางไปรษณีย์” หมายถึง การขายสินค้าหรือบริการที่ผู้ขายดำเนินการด้วยตนเอง หรือผู้ที่ได้รับมอบอำนาจจากผู้ขายดำเนินการ โดยการทำสัญญาซื้อขายผ่านทางไปรษณีย์ รวมทั้งผ่านวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์

“การขายผ่านธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์” หมายความว่า การขายสินค้าหรือบริการด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์เป็นสื่อทางการขายสินค้าหรือบริการ ได้รับค่าคอมมิชชั่น โบนัส หรือผลตอบแทนอื่น ๆ

มาตรา 1 อนุ 3 ของพระราชบัญญัตินี้ไม่ใช่บังคับ—

(ก) ในกรณีที่ผู้ซื้อหรือผู้ซื้อที่คาดหวังมีลักษณะเป็นนิติบุคคล

(ข) สัญญาประกันภัยและการต่อประกันภัยออกโดยบริษัทประกันที่จดทะเบียนภายใต้พระราชบัญญัติการประกันภัย พ.ศ. 2506

(ค) สัญญาใด ๆ ของประกันภัยตามศาสนาอิสลามที่ออกโดยผู้ประกอบการประกันภัยตามศาสนาอิสลามที่จดทะเบียนภายใต้พระราชบัญญัติการประกันภัยของศาสนาอิสลาม พ.ศ. 2527

เมื่อพิจารณาคำนียามของการประกอบธุรกิจขายตรงของกฎหมายแพ่งและพาณิชย์จะพบว่าธุรกรรมในการขายตรงจะประกอบด้วยผู้ซื้อ ผู้ขาย และสินค้าหรือบริการ โดยมีการเสนอขายและซื้อสินค้าหรือบริการ โดยผ่านทางสื่อกลาง 3 ประเภท คือการติดต่อโดยผู้ขายเดินทางไปยังผู้ซื้อ การติดต่อผ่านทาง การขายทางไปรษณีย์ และการติดต่อผ่านทาง การขายผ่านธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งผู้ที่จะขายสินค้าหรือบริการนั้นจะแยกบุคคลออกเป็น 2 ประเภทด้วยกันคือ ผู้ขายและผู้ที่ได้รับมอบอำนาจจากผู้ขาย นอกจากนี้สถานทีในการประกอบธุรกิจจะเป็นสถานที่หลักในการดำเนินธุรกิจไม่ว่าจะเป็นการสาธิตผลิตภัณฑ์และการอบรมสมาชิก นอกจากนี้ยังได้กล่าวถึงข้อยกเว้นธุรกิจที่ไม่เข้าข่ายการประกอบธุรกิจขายตรง เช่น ธุรกิจประกันภัย

2. การจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรง

การยื่นคำขอใบอนุญาตเพื่อใช้ในการประกอบธุรกิจขายตรงได้ปรากฏอยู่ในมาตรา 5 และ 6 ของ พระราชบัญญัตินี้ ให้ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงดำเนินธุรกิจขายตรงภายใต้ใบอนุญาตที่ได้รับจากเจ้าหน้าที่เท่านั้น ตามมาตรา 5 โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

(1) การขอรับใบอนุญาตประกอบธุรกิจขายตรงตามมาตรา 4 ให้ยื่นคำขอเป็นหนังสือไปยังเจ้าหน้าที่ โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

(ก) สำเนาหนังสือบริคณห์สนธิและข้อบังคับหรือเอกสารประกอบอื่น ๆ พร้อมรับรองเอกสารตามประกาศของกฎหมายโดยกรรมการของผู้ยื่นคำขอ

(ข) สำเนาบุคคล บัญชีกำไรขาดทุน และรายงาน (ถ้ามี) ของผู้สอบบัญชี ในปีปัจจุบัน

(ค) ข้อความในเอกสารที่ยื่นคำขอต้องประกอบด้วยรายละเอียดดังต่อไปนี้

- ชื่อ สถานที่ที่สมัคร และวันที่สมัคร;
- ชื่อ สถานที่ และวันที่ก่อตั้งบริษัท
- สถานที่ประกอบธุรกิจสำนักงานใหญ่และสาขาในการประกอบการของผู้สมัครและของบริษัทที่เกี่ยวข้อง;
- ชื่อและที่อยู่ของกรรมการของผู้สมัครและของผู้ถือหุ้นรายใหญ่ รวมทั้งบริษัทอื่นของผู้สมัครที่เกี่ยวข้อง

(ง) ข้อมูลหรือเอกสารอื่น ๆ ที่เจ้าหน้าที่อาจต้องการเพื่อใช้ในการพิจารณาคำขอตามความเหมาะสมของผู้ขอใบอนุญาต

(2) หลังจากได้รับใบสมัครและก่อนที่จะมีการพิจารณา เจ้าหน้าที่อาจขอให้ผู้ยื่นคำร้องยื่นเอกสารเพิ่มเติมเป็นหนังสือจากบุคคลที่เป็นหรือจะเป็นกรรมการหรือผู้จัดการ หากไม่ได้รับภายในเวลาที่กำหนดในข้อกำหนดอาจเป็นเหตุเพิกถอนและจะไม่ดำเนินการต่อไป แต่จะไม่ตัดสิทธิในการยื่นคำขอใหม่

(3) คำขอตามมาตรานี้อาจถูกเพิกถอนได้ตลอดเวลาก่อนที่จะได้รับหรือปฏิเสธ

(4) ในกรณีที่ข้อมูลหรือเอกสารเพิ่มเติมใด ๆ ที่จำเป็นตามอนุมาตรา (2) ที่ไม่ได้รับยื่นโดยผู้สมัครหรือกรรมการหรือผู้จัดการ แล้วแต่กรณี ภายในเวลาที่กำหนดในข้อกำหนดหรือการขยายเวลา ที่ได้รับอนุญาตจากผู้ควบคุม ใบสมัครจะถือว่าถูกเพิกถอนและจะไม่ดำเนินการต่อไป แต่จะไม่ตัดสิทธิต่อคำขอใหม่

(5) ผู้ใดให้ข้อมูลหรือเอกสารอันเป็นเท็จหรือทำให้เข้าใจผิดตามมาตรานี้ เป็นเหตุให้ปฏิเสธใบอนุญาต

มาตรา 6

(1) เมื่อได้รับคำขอพร้อมกับเอกสารและข้อมูลที่จำเป็นตามมาตรา 5 เจ้าหน้าที่อาจให้ใบอนุญาตโดยมีหรือไม่มีเงื่อนไข หรืออาจปฏิเสธที่จะให้ใบอนุญาตโดยไม่ต้องให้เหตุผลในการปฏิเสธ

(2) เจ้าหน้าที่อาจกำหนดให้ผู้ยื่นคำขอชำระค่าธรรมเนียมดังกล่าวตามที่อาจจะกำหนดในการออกใบอนุญาตภายใต้มาตราข้อย (1) ในการออกใบอนุญาต

(3) เพื่อความมุ่งประสงค์ของอนุมาตรา (2) อาจกำหนดค่าธรรมเนียมที่แตกต่างกันตามประเภท หรือตามลักษณะของผู้ประกอบธุรกิจในแต่ละราย

การจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงของประเทศมาเลเซียจะต้องยื่นเอกสารที่เกี่ยวข้องที่แสดงถึงความมั่นคงของฐานทางการเงินของบริษัท ได้แก่ ขอบในการดำเนินงานของบริษัท และหนังสือบริคณห์สนธิ นอกจากนี้ยังให้บริษัทแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่ประกอบธุรกิจ และของผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ซึ่งเจ้าหน้าที่สามารถเรียกเอกสารเพิ่มเติมจากผู้ประกอบธุรกิจได้ตลอดเวลา ในการจดทะเบียนดังกล่าวยังมีค่าธรรมเนียมในการจดทะเบียน ในขณะที่จดทะเบียน หากไม่ส่งเอกสารให้เจ้าหน้าที่ตามที่ร้องขอสามารถเป็นเหตุให้เอกสารที่ใช้ในการพิจารณาถูกเพิกถอนได้ แต่ไม่ตัดสิทธิในการยื่นให้พิจารณาใหม่อีกครั้ง

3. การควบคุมและต่อต้านแผนแบบพีระมิด

การควบคุมผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงให้ดำเนินธุรกิจภายใต้พระราชบัญญัติขายตรงและการต่อต้านแผนพีระมิด

ตามมาตรา 44(1) ข้อบังคับตามรัฐมนตรีให้มีอำนาจควบคุมการต่อต้านแผนพีระมิดดังต่อไปนี้

(1) รัฐมนตรีผู้มีอำนาจตามพระราชบัญญัตินี้สามารถออกข้อบังคับตามความจำเป็น เพื่อให้การดำเนินการเป็นไปในทางที่เหมาะสมและให้อำนวยความสะดวกในการดำเนินการบรรลุมัตถุประสงค์ตามกฎหมาย

(2) การดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจจะต้องไม่กระทบตามความทั่วไปของอนุมาตรา (1) โดยดำเนินการดังนี้

(ก) เพื่อควบคุม การพิมพ์จำหน่าย การหมุนเวียน หรือการแจกจ่ายเอกสาร ไม่ว่าจะเป็ นโฆษณา หนังสือชี้ชวน หนังสือเวียน หรือประกาศ ที่มีลักษณะ ดังนี้

- ธุรกิจที่มีลักษณะการชักชวนผู้ใดให้มาร่วมลงทุนในแผนการขายตรง หรือ
- การประชาสัมพันธ์ถึงแผนการคำนวณที่มีลักษณะชี้แนะไม่ว่าโดยตรงหรือโดยอ้อม

เพื่อให้บุคคลเข้าสู่ธุรกิจขายตรงหรือห้ามมิให้ผู้ประกอบการธุรกิจนำเอกสารดังกล่าว พิมพ์ หมุนเวียน หรือแจกจ่ายเอกสาร เว้นแต่จะเป็นไปตามข้อกำหนดตามข้อบังคับ ดังต่อไปนี้

(ข) ห้ามผู้ขายสินค้าหรือผู้ขายทั่วไป หรือผู้มีส่วนร่วมในแผนการประกอบการธุรกิจขายตรงจาก

- เป็นผู้จัดหาสินค้าให้ผู้เข้าร่วมลงทุนในแผนการประกอบการธุรกิจ
- เป็นผู้จัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกในการฝึกอบรมหรือบริการต่าง ๆ ให้ผู้เข้าร่วมลงทุน

- การจัดหาสินค้าหรือบริการต่าง ๆ ภายใต้การดำเนินการของผู้มีส่วนร่วมในแผน

- การเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการกระทำการภายใต้การสนับสนุนหรือจัดหาสินค้าหรือบริการตามที่กล่าวไว้ในอนุวรรค (1), (2) หรือ (3) หรือ

- การมีส่วนร่วมในการเป็นผู้เข้าร่วมในการชำระเงินหรือการดำเนินการเพื่อให้เกิดการชำระเงินในส่วนที่เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการใด ๆ ที่จัดหาหรือให้ตามที่ระบุไว้ในอนุวรรค (1), (2), (3) หรือ (4) หรือในส่วนที่เกี่ยวข้องของสินค้าหรือบริการใด ๆ ที่จะจัดหาหรือจัดหาให้ เว้นแต่ (ในกรณีดังกล่าว) การกระทำดังกล่าวได้กำหนดให้ปฏิบัติตามข้อกำหนดหรือเงื่อนไขด้วยความสมัครใจ

(ค) ข้อสัญญาดังกล่าวห้ามประกอบด้วยข้อความต้องห้ามที่อยู่ในบทบัญญัติของพระราชบัญญัตินี้

(ง) เพื่อเป็นการควบคุมในการกระทำที่เกี่ยวกับแผนการขายตรงและการดำเนินการประกอบธุรกิจขายตรง

(จ) กำหนดจรรยาบรรณของผู้ขายหรือผู้เข้าร่วมธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับแผนการประกอบธุรกิจขายตรง

(3) อำนาจของรัฐมนตรีตามมาตรานี้ให้ใช้บังคับได้เพื่อ

(ก) ทำให้การกระทำที่เป็นการฝ่าฝืนบทบัญญัติใด ๆ ของข้อบังคับเป็นความผิด

(ข) การกระทำที่มีลักษณะแตกต่างในบทบัญญัติ มีดังนี้

- เกี่ยวกับความแตกต่างในเนื้อหาหรือลักษณะของแผนการประกอบธุรกิจขายตรง
- เกี่ยวกับแผนการประกอบธุรกิจขายตรงดำเนินการหรือวันในการเปิดดำเนินการ
- เกี่ยวกับความแตกต่างในเนื้อหาหรือลักษณะของผู้เข้าร่วมธุรกิจ

ในแผนการประกอบ

(4) เพื่อวัตถุประสงค์ของมาตรานี้ “ผู้เข้าร่วมธุรกิจ” หมายถึง บุคคลที่มีส่วนร่วมในแผนการประกอบธุรกิจขายตรง และรวมถึงผู้จัดจำหน่าย ตัวแทนขายตรง ตัวแทน ผู้แทนจำหน่ายและผู้ซื้อ

รายละเอียดในการจัดทำแผนการจ่ายผลตอบแทนที่มีลักษณะในการจัดทำแผนแบบปิรามิด มีดังนี้

ส่วนที่ 5 A

ข้อห้ามของแผนพีระมิด

มาตรา 27A. ให้ความหมายของคำนิยามไว้ว่า

“ส่งเสริม” ในส่วนที่เกี่ยวกับแผนพีระมิดที่มีข้อห้ามตามพระราชบัญญัตินี้หมายความว่า

(1) เพื่อประดิษฐ์ เตรียม จัดตั้ง วางแผน โฆษณา ดำเนินการหรือมีลักษณะในการใช้สื่อใด ๆ รวมถึงสื่อทางอิเล็กทรอนิกส์

(2) ชักชวนหรือพยายามชักชวนให้บุคคลอื่นเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของแผนดังกล่าวโดยใช้สื่อใด ๆ รวมถึงสื่อทางอิเล็กทรอนิกส์

“บุคคล” หมายความว่า บุคคล องค์กร ห้างหุ้นส่วน หรือสังคม

“ผู้มีส่วนร่วม” หมายความว่า บุคคลซึ่งมีส่วนร่วมหรือได้รับผลประโยชน์ในแผน

พีระมิด

“แผนพีระมิด” หมายถึง แบบแผน การจัด แผน การดำเนินงาน หรือลักษณะที่มีกระบวนการทำงานแบบลูกโซ่ หรือลักษณะอื่นที่มีรูปแบบเฉพาะ

การส่งเสริมที่มีลักษณะผิดกฎหมายหรือดำเนินการในรูปแบบแผนพีระมิด
มาตรา 27B.

(1) ห้ามมิให้ผู้ใดส่งเสริมหรือทำให้ได้รับการส่งเสริมแบบปิรามิด

(2) บุคคลใดก็ตามที่ฝ่าฝืนอนุมาตรา (1) จะต้องมีความผิดและมีโทษ ดังนี้

(ก) ในกรณีที่บุคคลนั้นเป็นนิติบุคคล ห้างหุ้นส่วน หรือสังคม ปรับไม่น้อยกว่าหนึ่งล้านริงกิตและไม่เกินสิบล้านริงกิต และสำหรับความผิดครั้งที่สองหรือครั้งถัดไป ปรับไม่น้อยกว่าสิบล้าน ริงกิตและไม่เกินห้าสิบล้านริงกิต

(ข) ในกรณีที่บุคคลดังกล่าวไม่ใช่นิติบุคคล ห้างหุ้นส่วน หรือสังคม ปรับไม่น้อยกว่าห้าแสนริงกิต และไม่เกินห้าล้านริงกิต หรือจำคุกไม่เกินห้าปี หรือทั้งจำทั้งปรับ และสำหรับความผิดครั้งที่สองหรือครั้งถัดไป ปรับไม่น้อยกว่าหนึ่งล้านริงกิตและไม่เกินสิบล้านริงกิต หรือจำคุกไม่เกินสิบปี หรือทั้งจำทั้งปรับ

(3) ในกรณีที่บุคคลซึ่งเป็นกรรมการ ผู้จัดการ เลขานุการ หรือเจ้าหน้าที่ของนิติบุคคล หุ้นส่วนในห้างหุ้นส่วน หรือผู้ดำรงตำแหน่งในสังคม แล้วแต่กรณี มีความผิดตามมาตรา 38 ผู้นั้นต้องระวางโทษตามที่บัญญัติไว้ใน(2)(ข)

การจัดทำแผน และลักษณะของแผนแบบปิรามิด

[มาตรา 27 A]

1. การส่งเสริมแผนหรือการจ่ายโบนัสหรือผลประโยชน์อื่น ๆ เป็นตัวหลักในการที่จะช่วยผู้เข้าร่วมธุรกิจสรรหาหรือแนะนำ ซึ่งเป็นลักษณะการดำเนินงานของแผนพีระมิด การดำเนินงานหรือกระบวนการลูกโซ่ มากกว่าการขายสินค้า บริการ หรือทรัพย์สินที่จับต้องได้

2. โบนัสที่ได้จ่ายให้กับผู้เข้าร่วมหรือผลประโยชน์อื่น ๆ ที่ผู้เข้าร่วมได้รับ ที่มีลักษณะการได้มาโดยการสรรหาหรือแนะนำบุคคลอื่น ๆ ในเข้าร่วมธุรกิจ เป็นลักษณะการดำเนินงานของแผนพีระมิด การดำเนินงานหรือกระบวนการลูกโซ่ มากกว่าการขายสินค้า บริการ หรือทรัพย์สินที่จับต้องได้

3. เนื้อหาของข้อสัญญาหรือคำแถลงที่เป็นลายลักษณ์อักษร ไม่ได้แจ้งให้ผู้เข้าร่วมทราบในการที่จะเข้าร่วมแผนพีระมิด แผน การดำเนินงานหรือกระบวนการลูกโซ่

4. มีการกำหนดหลักเกณฑ์การซื้อสินค้า บริการ หรือทรัพย์สินที่ไม่มีตัวตน หรือการชำระเงินขั้นต่ำหรือข้อกำหนดการขายสินค้า ได้ถูกกำหนดให้เป็นเงื่อนไขเพื่อให้เป็นไปตาม

คุณสมบัติในการดำเนินธุรกิจหรือเป็นข้อกำหนดในการเริ่มต้นสำหรับการเข้าร่วมหรือจ่ายโบนัสหรือผลประโยชน์อื่น ๆ ในแผนพีระมิด แผน การดำเนินงานหรือ กระบวนการลูกโซ่

5. ผู้เข้าร่วมจะต้องซื้อสินค้า บริการ หรือทรัพย์สินที่จับต้องไม่ได้ในปริมาณที่ไม่สมเหตุสมผล ซึ่งเกินความเหมาะสมในการขายสินค้าหรือบริ โภคภายในระยะเวลาหนึ่ง ผู้เข้าร่วมอาจถูกบังคับในการซื้อ โดยบังคับให้ซื้อแพ็คเกจสินค้าที่กำหนดไว้เพื่อให้เป็นไปตามแผน หรือเพื่อให้มีคุณสมบัติในการขึ้นตำแหน่งหรือโบนัสในแผนพีระมิด แผน การดำเนินงาน หรือ กระบวนการลูกโซ่

6. ไม่มีนโยบายการคืนเงินสำหรับสินค้า บริการ หรือทรัพย์สินที่จับต้องไม่ได้

7. ไม่มีนโยบายหรือไม่มีการซื้อคืนโดยผู้ประกอบธุรกิจแผนพีระมิด แผน การดำเนินการ หรือกระบวนการลูกโซ่ เมื่อผู้เข้าร่วมได้มีการเรียกร้องภายใต้เงื่อนไขหรือข้อตกลงที่สมเหตุสมผล

8. ข้อกำหนดที่เข้มงวดหรือไม่สมเหตุสมผลของแผนพีระมิด แผน การดำเนินงานหรือกระบวนการลูกโซ่ เพื่อให้ผู้เข้าร่วมมีสิทธิ์ได้รับโบนัสหรือผลประโยชน์อื่น ๆ

9. ไม่อนุญาตให้ผู้เข้าร่วมออกจากแผนพีระมิด แผน การดำเนินงาน หรือกระบวนการลูกโซ่

10. ผู้เข้าร่วมได้รับอนุญาตหรือสนับสนุนให้ซื้อเพื่อขึ้นตำแหน่งหรือได้รับสิทธิ์ในการเข้าร่วมมากกว่า 1 รหัส ในแผนพีระมิด แผน การดำเนินงาน หรือกระบวนการลูกโซ่

คำอธิบาย 1 - การอ้างอิงถึงคำว่า "โบนัสหรือผลประโยชน์อื่น ๆ" จะเกี่ยวข้องกับผลตอบแทนหรือผลกำไรที่ได้รับจากแผนแบบพีระมิด แผน การดำเนินงาน หรือกระบวนการลูกโซ่

คำอธิบาย 2 - การอ้างอิงถึงคำว่า "เงื่อนไขที่เป็นสาระสำคัญ" จะรวมถึงนโยบายการซื้อคืน ระยะเวลาในการคืนสินค้า นโยบายการรับประกันและการคืนเงิน

คำอธิบาย 3 - สินค้าหรือบริการจะไม่ถูกพิจารณาว่าเป็นสินค้าที่จำหน่ายได้ในปัจจุบัน และจะไม่อยู่ภายใต้คุณลักษณะเฉพาะ หากสินค้าหรือบริการเป็นรายการตามฤดูกาล ยกเลิก หรือรายการส่งเสริมการขายพิเศษ ซึ่งจะต้องเปิดเผยต่อผู้เข้าร่วมในขณะที่ทำการขายสินค้า

การควบคุมและต่อต้านแผนแบบพีระมิดของประเทศมาเลเซียจะกล่าวถึงลักษณะของคำจำกัดของแผนแบบพีระมิด ซึ่งจะมีลักษณะเป็นการเน้นชักชวนบุคคลที่อยู่ภายนอกธุรกิจให้เข้ามาลงทุนมากที่สุด โดยไม่ได้เน้นการขายสินค้าและบริการ ไม่คำนึงถึงคุณภาพสินค้า ไม่มีนโยบายการคืนสินค้า นอกจากนี้ยังได้กล่าวถึงการควบคุมการดำเนินธุรกิจไม่ให้มีลักษณะเป็นแผนแบบพีระมิดด้วยการกำหนดรูปแบบการทำสัญญาในการเข้าร่วมธุรกิจ กำหนดจรรยาบรรณของผู้ขาย รวมทั้งยังกำหนดบทลงโทษกับผู้ที่มีส่วนร่วมในแผนพีระมิดไม่ว่าจะเป็นผู้จัดการให้เกิดการดำเนินธุรกิจ

ผู้จัดการอบรม ผู้มีส่วนในการจ่ายผลตอบแทน ซึ่งบทลงโทษจะแยกประเภทในธุรกิจที่มีลักษณะการดำเนินการในรูปแบบนิติบุคคล และไม่ใช่นิติบุคคล

4. การควบคุมการประกอบธุรกิจขายตรง

การขาย ณ สถานที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค (door to door) การขายทางไปรษณีย์ หรือการขายผ่านธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ตามมาตรา 17 การโทรไปหาผู้บริโภคเพื่อวัตถุประสงค์ในการเจรจาการขายแบบ door-to-door

(1) ห้ามผู้ขายโทรไปยังสถานที่ใด ๆ เพื่อวัตถุประสงค์ในการเจรจาการขายแบบ door-to-door ในวันดังกล่าวและระหว่างชั่วโมงตามที่ระบุและกำหนดเอาไว้

(2) บุคคลใดที่โทรมายังสถานที่ใด ๆ เพื่อวัตถุประสงค์ในการเจรจาการขายแบบ door-to-door จะต้องระบุวัตถุประสงค์ก่อนเข้าไปในสถานที่และต้องออกจากสถานที่ตามคำขอของผู้ครอบครองสถานที่หรือบุคคลผู้กระทำการใด ๆ ที่ได้รับมอบอำนาจหรือโดยพลตินัยจากผู้ครอบครอง

(3) ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรานี้ ต้องระวางโทษ

บุคคลที่กำลังเจรจาการขายแบบ door-to-door จะต้องมีบัตรประจำตัวและบัตรเจ้าหน้าที่ตามมาตรา 18

(1) บุคคลใดก็ตามที่เจรจาการขายแบบ door-to-door จะต้องแสดงบัตรต่อผู้ซื้อที่จะทำการขาย

(ก) บัตรประจำตัวประชาชน และ

(ข) บัตรที่เจ้าหน้าที่ออกให้

(2) บุคคลใดไม่แสดงบัตรประจำตัวประชาชนหรือบัตรเจ้าหน้าที่ หรือผู้ที่จัดทำบัตรเจ้าหน้าที่ที่แสดงข้อมูลอันเป็นเท็จหรือทำให้เข้าใจผิด ต้องระวางโทษ

(3) บุคคลใดที่ออกบัตรเจ้าหน้าที่ซึ่งมีข้อมูลเท็จหรือทำให้เข้าใจผิดใด ๆ ต้องระวางโทษ

ข้อกำหนดของสัญญาขายตรง

มาตรา 23.

(1) สัญญาเกี่ยวกับการขายแบบ door-to-door เพื่อจัดหาสินค้าหรือบริการที่มีมูลค่าตามที่อาจจะกำหนด และสัญญาเกี่ยวกับการขายทางไปรษณีย์—

(ก) ต้องทำเป็นหนังสือ

(ข) จะต้องมีข้อความว่า “สัญญานี้มีระบุเรื่องการคืนสินค้าภายใน 10 วันทำการ” ที่จัดไว้สำหรับลายเซ็นของผู้ซื้อทันที ที่พิมพ์ด้วยตัวพิมพ์ขนาดไม่เล็กกว่าขนาด 18 และ

- (ค) จะต้องลงนามโดยทั้งผู้ขายและผู้ซื้อ
 - (2) ในกรณีที่สัญญาเกี่ยวกับการขายตรงทำขึ้นโดยบุคคลที่ได้รับมอบอำนาจจากผู้ขายให้ถือว่าบุคคลดังกล่าวเป็นผู้ขายตามวัตถุประสงค์ของมาตรานี้
 - (3) ผู้ซื้อที่ทำสัญญาซึ่งใช้ตามมาตรา (1) จะได้รับสำเนาสัญญาทันทีหลังจากการทำสัญญาดังกล่าว
 - (4) การไม่ปฏิบัติตามอนุมาตรา (1) จะทำให้สัญญาเป็นโมฆะ
 - (5) การไม่ปฏิบัติตามอนุมาตรา (3) จะทำให้สัญญาเป็นโมฆียะ
- เนื้อหาของสัญญาซื้อขายในการประกอบธุรกิจขายตรง

มาตรา 24

- (1) สัญญาเกี่ยวกับการขายตรงต้องมีรายการดังต่อไปนี้
 - (ก) คำอธิบายโดยละเอียดของสินค้าหรือบริการที่จะจัดหา หรือหากสัญญากำหนดให้มี การดำเนินการในลักษณะนอกเหนือจากในสัญญา ให้ระบุรายละเอียดของงานนั้นโดยละเอียด
 - (ข) เงื่อนไขตามสัญญาของสัญญาให้รวมถึงจำนวนสินค้าทั้งหมดที่ต้องจ่ายหรือจัดหา ให้กับผู้ซื้อ หรือหากไม่สามารถระบุจำนวนทั้งหมดได้ในขณะที่ทำสัญญา ให้แสดงรายละเอียดถึง วิธีการคำนวณนั้น
 - (ค) เวลา สถานที่ และวิธีการชำระเงิน
 - (ง) เวลาและสถานที่ในการส่งมอบสินค้าหรือในการให้บริการ และ
 - (จ) อาจจะทำเป็นข้อความเพื่อแจ้งให้ผู้ซื้อทราบถึงสิทธิในการยกเลิกสัญญาก่อน สิ้นสุดระยะเวลาการคืนสินค้า
 - (2) หากไม่กระทำการใน (1) จะทำให้สัญญาที่ทำเป็นโมฆะ
- การเพิกถอนใบอนุญาต

มาตรา 8

- (1) ผู้ควบคุมอาจเพิกถอนใบอนุญาตที่ออกให้ตามมาตรา 6 ได้ หากพอใจว่า
 - (ก) ผู้รับใบอนุญาตไม่ปฏิบัติตามข้อบังคับที่กำหนดโดยหรือภายใต้พระราชบัญญัตินี้
 - (ข) ผู้รับใบอนุญาตได้ฝ่าฝืนเงื่อนไขใด ๆ ที่กำหนดภายใต้ใบอนุญาตหรือข้อกำหนดอื่นใดของใบอนุญาตหรือบทบัญญัติใด ๆ ของพระราชบัญญัตินี้หรือข้อบังคับ
- (ค) ผู้รับใบอนุญาตหรือบุคคลใด ๆ ที่เป็นหรือจะเป็นกรรมการ ผู้จัดการ เลขานุการ หรือเจ้าหน้าที่อื่นไม่ว่าจะเกี่ยวข้องกับการขอใบอนุญาตหรือในเวลาใด ๆ ภายหลังการอนุญาต ให้ ข้อมูลเท็จ ทำให้เข้าใจผิด หรือไม่ถูกต้องแก่ผู้ควบคุม

(ง) ผลประโยชน์ของบุคคลที่ติดต่อกับผู้รับใบอนุญาตหรือผลประโยชน์ของผู้บริโภค ถูกคุกคามในทางใดทางหนึ่ง ไม่ว่าจะโดยลักษณะที่ผู้รับใบอนุญาตดำเนินการหรือเสนอให้ ประกอบธุรกิจของตนหรือด้วยเหตุผลอื่นใด

(จ) ผู้รับใบอนุญาตหยุดประกอบธุรกิจสาขาใดสาขาหนึ่งหรือหลายสาขาที่ได้รับ ใบอนุญาต

(ฉ) มีการประนีประนอมหรือตกลงกับเจ้าหนี้ในส่วนที่เกี่ยวกับผู้รับใบอนุญาต

(ช) แต่งตั้งผู้รับหรือผู้จัดการกิจการของผู้รับใบอนุญาต หรือ

(ซ) ครอบครองโดยหรือในนามของผู้ถือหุ้นผู้หนึ่งที่ค่าประกัน โดยค่าใช้จ่ายของทรัพย์สิน ใด ๆ ของผู้รับใบอนุญาตที่ประกอบด้วยหรืออยู่ภายใต้ค่าใช้จ่าย

(2) ผู้ควบคุมจะเพิกถอนใบอนุญาตที่ออกให้แก่ผู้รับใบอนุญาตตามมาตรา 6 หากพอใจ ว่า

(ก) มีคำสั่งเลิกกิจการแล้ว หรือ

(ข) ได้มีการลงมติให้เลิกโดยสมัครใจแล้ว

การกำหนดข้อจำกัดแทนการเพิกถอนใบอนุญาต

มาตรา 9

(1) ในกรณีที่ผู้ควบคุมพอใจว่ามีเหตุที่อำนาจเพิกถอนใบอนุญาตนั้นสามารถใช้บังคับ ได้ภายใต้มาตรา 8 (1) แต่พฤติการณ์ไม่เป็นเหตุให้เพิกถอนได้ ผู้ควบคุมอาจจำกัดใบอนุญาตโดย—

(ก) กำหนดขอบเขตดังกล่าวเกี่ยวกับระยะเวลาตามที่เห็นสมควร

(ข) กำหนดเงื่อนไขเช่นที่เขาเห็นว่าพึงประสงค์หรือสมควรเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคหรือ บุคคลอื่นที่เกี่ยวข้องกับผู้รับใบอนุญาต หรือ

(ค) กำหนดทั้งข้อจำกัดและเงื่อนไขดังกล่าว

(2) ข้อจำกัดแทนการเพิกถอนใบอนุญาตนั้นอายุใบอนุญาตต้องไม่มีลักษณะเป็นการ ปลดปล่อยให้ใบอนุญาตนั้นใช้บังคับต่อไปได้เป็นระยะเวลานานกว่าหนึ่งปีนับแต่วันที่ออกใบอนุญาต และอาจมีการจำกัดขอบเขตดังกล่าวโดยเฉพาะในกรณีที่ผู้ควบคุมเห็นว่าควรให้ผู้รับใบอนุญาต ชำระราคาคืนผู้บริโภคหรือบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้องกับการอนุญาตดังกล่าวอย่างเป็นระเบียบ

(3) เงื่อนไขที่กำหนดภายใต้มาตรานี้อาจกำหนดโดยเฉพาะ

(ก) กำหนดให้ผู้รับใบอนุญาตดำเนินการบางอย่างหรืองดเว้นการกระทำหรือดำเนินการ ตามแนวทางเฉพาะหรือเพื่อจำกัดขอบเขตของธุรกิจของตนในลักษณะเฉพาะ; หรือ

ข) ห้ามมิให้ผู้รับใบอนุญาตทำธุรกรรมหรือประเภทของธุรกรรมใด ๆ หรืออนุญาตให้ ทำธุรกรรมดังกล่าวภายใต้ข้อจำกัดหรือเงื่อนไขดังกล่าวที่อาจกำหนด

(4) เงื่อนไขใด ๆ ที่กำหนดภายใต้มาตรานี้อาจเปลี่ยนแปลงหรือเพิกถอนได้โดยผู้ควบคุม และข้อจำกัดใด ๆ ที่กำหนดไว้ภายใต้มาตรานี้เกี่ยวกับระยะเวลาของใบอนุญาตอาจเปลี่ยนแปลงได้ แต่ไม่อนุญาตให้ใบอนุญาตมีผลใช้บังคับต่อไปเป็นเวลานานกว่า ที่ให้ไว้ในข้อย่อ (2)

(5) การไม่ปฏิบัติตามเงื่อนไขใด ๆ ที่กำหนดไว้ในมาตรานี้ จะเป็นเหตุให้เพิกถอนใบอนุญาต แต่จะไม่ทำให้ธุรกรรมใด ๆ เป็นโมฆะ

อำนาจที่จะกำหนดเงื่อนไขใหม่และเปลี่ยนแปลงหรือเพิกถอนเงื่อนไข

มาตรา 10

ผู้ควบคุมอาจกำหนดเงื่อนไขใหม่เกี่ยวกับใบอนุญาตที่ได้รับภายใต้มาตรา 6 ได้ตลอดเวลา หรือเปลี่ยนแปลงหรือเพิกถอนเงื่อนไขใด ๆ ที่กำหนดไว้ในใบอนุญาตดังกล่าวภายใต้มาตรา 6 หรือภายใต้มาตรานี้ หรืออาจเปลี่ยนแปลงหรือเพิกถอนเงื่อนไขใด ๆ

การควบคุมการประกอบธุรกิจขายตรงแบ่งการควบคุมออกเป็น 3 ประเภท คือ การควบคุมในส่วนของบุคคล การควบคุมในข้อสัญญาในการดำเนินธุรกิจ และการควบคุมในส่วนของผู้ประกอบการ โดยการควบคุมในตัวบุคคลจะจำกัดเวลาในการโทรเพื่อชักชวนบุคคลในการซื้อสินค้าและบริการ รวมทั้งการเข้าไปสาธิตเพื่อการขายสินค้าจะต้องได้รับความยินยอมจากผู้ซื้อ และจะต้องบัตรประจำตัวผู้ขายเพื่อเป็นการยืนยันตัวตน ส่วนการควบคุมในข้อสัญญาจะมีการแสดงรายละเอียดของข้อสัญญาในเรื่องของการซื้อขายสินค้า จำนวนสินค้า สถานที่ในการซื้อขาย และวิธีการชำระเงิน นอกจากนี้ การควบคุมในส่วนของผู้ประกอบการ กรณีที่ผู้ประกอบการไม่ดำเนินธุรกิจตามที่กฎหมายกำหนด อาจจะเป็นเหตุให้เกิดการเพิกถอนและจำกัดระยะเวลาของใบอนุญาตได้

3.1.2 สาธารณรัฐเกาหลี

ประเทศเกาหลีใต้ได้ใช้กฎหมายที่ควบคุมการประกอบธุรกิจขายตรงให้อยู่ในกรอบเพื่อไม่ให้มีลักษณะเป็นการดำเนินธุรกิจโดยใช้แผนการจ่ายผลตอบแทนที่เน้นการหาคนเข้ามาร่วมดำเนินธุรกิจ ซึ่งกฎหมายดังกล่าวเรียกว่าพระราชบัญญัติการขายตรงรวมทั้งกฎหมายที่บังคับใช้กฎหมายว่าด้วยการขายสินค้าแบบตรงแก่ผู้บริโภคโดยตรง โดยมีรายละเอียดของข้อกำหนดดังต่อไปนี้

พระราชบัญญัติการขาย ณ สถานที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค ของประเทศเกาหลีกฎหมายที่ออกมาบังคับใช้กับผู้ประกอบธุรกิจขายตรงในประเทศเกาหลี⁴⁷ คือ พระราชบัญญัติการขาย ณ

⁴⁷ Act on door-to-door sales, สืบค้นเมื่อวันที่ 8 สิงหาคม 2564, จาก <https://www.macco.or.kr>

สถานที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค ค.ศ. 2016 (ACT ON DOOR-TO-DOOR SALES) ณ 30 SEP 2016 มีรายละเอียด ดังนี้

คำนิยามของการประกอบธุรกิจขายตรง

นิยามของคำว่า ขายตรง ได้ ปรากฏอยู่ใน มาตรา 2 ของ พระราชบัญญัตินี้

1. “การขายแบบ door-to-door” หมายความว่า ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง รวมถึงการฝากขายและนายหน้า ได้ขาย สินค้าและบริการ โดยชักชวนผู้บริโภคไปยังสถานที่อื่นนอกจากสถานที่ประกอบการเพื่อเสนอขายสินค้าและบริการ รับการยอมรับสมาชิกด้วยการทำสัญญา

2. “ผู้ขายแบบ door-to-door” หมายถึง บุคคลที่ทำการจัดตั้งองค์กรในรูปแบบนิติบุคคลและดำเนินการเพื่อประกอบธุรกิจขายตรง หรือบุคคลที่เป็นพนักงานขายประกอบธุรกิจขายตรงในนามขององค์กรที่ประกอบธุรกิจขายตรง

3. “การตลาดทางโทรศัพท์” หมายถึง การเสนอขายสินค้าหรือบริการโดยการแนะนำผู้บริโภคผ่านทางโทรศัพท์หรือโดยการชักชวนให้ผู้บริโภคตอบรับการเสนอขายผ่านทางโทรศัพท์

4. “นักการตลาดทางโทรศัพท์” หมายถึง บุคคลที่ทำการจัดตั้งองค์กรในรูปแบบนิติบุคคลและดำเนินการสำหรับการตลาดทางโทรศัพท์เพื่อประกอบธุรกิจขายตรงทางโทรศัพท์ หรือบุคคลที่เป็นพนักงานขายประกอบธุรกิจขายตรงทำการตลาดทางโทรศัพท์ในนามขององค์กรที่ประกอบธุรกิจขายตรงเพื่อประกอบธุรกิจขายตรงทางโทรศัพท์

5. “การตลาดหลายระดับ” หมายถึง การขายสินค้าหรือบริการผ่านองค์กรที่ประกอบธุรกิจที่มีลักษณะ ดังต่อไปนี้

(ก) องค์กรที่มีแบบแผนการรับสมัครพนักงานขายแบบลงทะเบียน โดยพนักงานชักชวนให้บุคคลเข้าร่วมองค์กรซึ่งอยู่ลำดับภายใต้โครงสร้างของพนักงานที่ชักชวน

(ข) พนักงานขายที่เข้าร่วมองค์กร โดยไม่มีพนักงานขายคนใดชักชวนให้เข้ามาอยู่ในองค์กรจะถูกจัดอยู่ในพนักงานขายชั้นแรก ซึ่งพนักงานขายที่ถูกชักชวนให้เข้าร่วมองค์กรในข้อ (ก) จะมีตั้งแต่สามระดับขึ้นไป

(ค) องค์กรธุรกิจจะมีแผนที่จะจ่าย โบนัสตามลักษณะของกฎหมายให้กับพนักงานขายของตน

6. “นักการตลาดหลายระดับ” หมายถึง บุคคลที่ทำการจัดตั้งองค์กรในรูปแบบนิติบุคคลและดำเนินการในลักษณะการตลาดหลายระดับเพื่อประกอบธุรกิจขายตรง หรือบุคคลที่เป็นพนักงานขายได้ทำการตลาดในลักษณะการตลาดหลายระดับ

7. “การขายแบบ door-to-door ภายใต้การแนะนำ” หมายถึง กรณีที่ตรงตามข้อกำหนดที่ระบุไว้ในคำนิยามข้อที่ 1 และ 5 ซึ่งการดำเนินการซื้อหรือขายสินค้าและบริการของพนักงานขาย

บางรายมีผลกับ โบนัสเพียงข้อเดียวเกี่ยวกับพนักงานขายที่เป็นหัวหน้าโดยตรงเท่านั้น ทำให้ไม่สามารถเข้าค่านิยามการขายแบบ door-to-door ในค่านิยามข้อที่ 1 และการตลาดแบบหลายระดับในค่านิยามข้อที่ 5

8. “ผู้ขายแบบ door-to-door ภายใต้การแนะนำ” หมายถึง บุคคลที่ทำการจัดตั้งองค์กรในรูปแบบนิติบุคคลและดำเนินการแบบ door-to-door ภายใต้การแนะนำเพื่อประกอบธุรกิจขายตรง

9. “โบนัส” หมายถึง ผลกำไรจากการประกอบธุรกิจที่องค์กรธุรกิจจ่ายให้กับพนักงานขายของตนในส่วนที่เกี่ยวข้องกับเรื่องต่อไปนี้ เช่น ค่าคอมมิชชั่นการขาย ค่าธรรมเนียมอ้างอิง สิ่งจูงใจ และเงินอุดหนุน และรูปแบบของการชำระเงิน:

(ก) การทำธุรกรรมขายสินค้าหรือบริการ โดยพนักงานขายเอง;

(ข) การทำธุรกรรมการขายสินค้าหรือบริการ โดยพนักงานขายอื่น ๆ ซึ่งรวมอยู่ในโบนัสของพนักงานขาย

(ค) ผลลัพธ์ของการจัดการองค์กร การศึกษา และการฝึกอบรมพนักงานขายอื่น ๆ ซึ่งรวมอยู่ในโบนัสของพนักงานขาย

(ง) ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจอื่น ๆ ทั้งหมดที่จ่ายเพื่อส่งเสริมหรือตอบแทนกิจกรรมการขายของพนักงานขาย ยกเว้นข้อกำหนดของรายการ (ก) ถึง (ค)

10. “ผู้บริโภคร” หมายถึง บุคคลที่ใช้สินค้าหรือบริการที่จัดทำโดยองค์กรธุรกิจที่ขายสินค้าเพื่อการบริโภค

มาตรา 3 (ขอบเขตการบังคับใช้)

พระราชบัญญัตินี้ไม่ใช้บังคับกับธุรกรรมดังต่อไปนี้

1. องค์กรธุรกิจที่ทำธุรกรรม (ไม่รวมถึงพนักงานขายการตลาดหลายระดับ พนักงานขายตามบ้านภายใต้สายงาน หรือธุรกรรมที่มีลักษณะการชักชวนการทำธุรกิจ ต่อไปนี้จะใช้ในอนุวรรคนี้) ซื่อสินค้าหรือบริการสำหรับ กิจกรรมทางการค้า: โดยมีเงื่อนไขว่าในกรณีที่องค์กรธุรกิจทำธุรกรรมตามข้อกำหนดและเงื่อนไขเดียวกันกับผู้บริโภคในตำแหน่งเดียวกันหรือมีการตลาดในระดับเดียวกันเท่านั้น เช่น การขายสินค้าหน้าร้าน

2. ธุรกรรมการลงทุนในสัญญาประกันภัยกับบริษัทประกันภัยตามที่กำหนดไว้ในอนุวรรค 6 ของมาตรา 2 แห่งพระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจประกันภัย

3. ธุรกรรมที่ระบุโดยพระราชกฤษฎีกาของประธานาธิบดีว่าเป็นธุรกรรมของสินค้าหรือบริการระหว่างบุคคลโดยทั่วไป

มาตรา 2 (สถานประกอบการ)

กฎการบังคับใช้ของการขายแบบ door-to-door ฯลฯ พ.ร.บ. [วันที่บังคับใช้ 01. ม.ค. 2557] [คำสั่งนายกรัฐมนตรี ฉบับที่ 1060 31 ธ.ค. 2556 แก้ไขเพิ่มเติมบางส่วน]

“สถานประกอบการ เช่น สำนักงานขาย ตัวแทน สาขา สำนักงานใหญ่ เป็นต้น

1. ต้องดำเนินการธุรกิจต่อเนื่องนานกว่า 3 เดือนในสถานที่ของตนเองหรือเช่าหรือครอบครองซึ่งการดำเนินการธุรกิจได้รับอนุญาตแล้ว

2. สถานที่ดังกล่าวต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกในการขาย

3. ต้องอนุญาตให้ผู้บริโภคเข้าชมสถานที่ได้ตามความต้องการในระหว่างการดำเนินการธุรกิจ

4. ต้องเป็นสถานที่ที่มีสภาพให้ผู้บริโภคสามารถเลือกสินค้าหรือบริการได้ตามความประสงค์ของผู้บริโภค

ตามนิยามของการประกอบธุรกิจขายตรงของประเทศเกาหลีจะมีลักษณะการจัดตั้งบริษัทในรูปแบบนิติบุคคล โดยมีตัวแทนของบริษัทไปเสนอขายให้แก่ผู้บริโภคในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การขายผ่านทางโทรศัพท์ ณ สถานที่ตั้งที่มีสถานการจัดตั้งที่เปิดดำเนินการมาอย่างน้อย 3 ปี ซึ่งสถานที่ดังกล่าว จะเป็นที่เสนอขายสินค้าและบริการ และผู้บริโภคสามารถเข้าไปเลือกซื้อสินค้าได้ ส่วนการเปิดรับสมัครสมาชิกจะเป็นแบบการตลาดหลายระดับ คือพนักงานขายของบริษัทจะสามารถรับสมัครสมาชิกได้โดยการชักชวนบุคคลเข้ามาร่วมดำเนินการธุรกิจ ซึ่งบุคคลที่ตนเองชักชวนมาจะอยู่ภายใต้สายงานของพนักงานขายคนนั้น นอกจากนี้ยังได้กล่าวถึงข้อยกเว้นธุรกิจที่ไม่เข้าข่ายการประกอบธุรกิจขายตรง เช่น ธุรกิจประกันภัย และการขายสินค้าระหว่างบุคคล และการขายสินค้าของบริษัทแก่บุคคลทั่วไปโดยไม่มีการตลาดหลายระดับเข้ามาเกี่ยวข้อง

1. การจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรง

การยื่นเอกสารคำขอจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงได้ปรากฏอยู่ในมาตรา 13 พระราชบัญญัตินี้ ให้ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงจะต้องยื่นเอกสารเพื่อลงทะเบียน โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

มาตรา 6 (ธุรกรรมที่ยกเว้นจากการบังคับใช้พระราชบัญญัติ) (พระราชกฤษฎีกาการบังคับใช้กฎหมายว่าด้วยการขายแบบ door-to-door ฯลฯ [วันที่บังคับใช้ 22. ธ.ค. 2558])

“ธุรกรรมที่ระบุโดยพระราชกฤษฎีกาของประธานาธิบดี” ในอนุวรรค 3 ของมาตรา 3 ของพระราชบัญญัติหมายถึงธุรกรรมทางการค้าของนิติบุคคลการขายแบบ door-to-door ที่ไม่มีพนักงานขายแบบ door-to-door ขายสินค้าหรือบริการใด ๆ ต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่ได้แปรรูปจากการเกษตร การประมง อุตสาหกรรมปศุสัตว์ หรือป่าไม้

2. สินค้าหรือบริการที่ผลิตโดยพนักงานขายแบบ door-to-door โดยตรง

มาตรา 21 (จำนวนทุนของหน่วยงานการตลาดหลายระดับ)

(พระราชกฤษฎีกาการบังคับใช้กฎหมายว่าด้วยการขายแบบ door-to-door ฯลฯ [วันที่บังคับใช้ 22. ธ.ค. 2558])

“จำนวนที่กำหนดโดยพระราชกฤษฎีกาของประธานาธิบดี” ในมาตรา 13 (1) 2 แห่งพระราชบัญญัติหมายถึง 500 ล้านบาท

มาตรา 13 การจดทะเบียนของธุรกิจการตลาดหลายระดับ

(1) องค์กรธุรกิจการตลาดหลายระดับต้องยื่นเอกสารดังต่อไปนี้เพื่อจดทะเบียนกับคณะกรรมการการค้าที่เป็นธรรม นายกเทศมนตรีนครพิเศษ หรือนายกเทศมนตรีนครหลวงพิเศษ นายกเทศมนตรีเมืองปกครองตนเอง ผู้ว่าราชการจังหวัด หรือผู้ว่าราชการจังหวัดพิเศษปกครองตนเอง

1. ใบสมัครที่ระบุชื่อทางการค้า ที่อยู่ หมายเลขโทรศัพท์ และที่อยู่อีเมล (รวมถึงชื่อตัวแทน หมายเลขทะเบียนผู้พักอาศัย และที่อยู่ หากผู้สมัครเป็นบริษัท)

2. เอกสารรับรองว่าขนาดของธุรกิจไม่เล็กกว่าจำนวนที่กำหนดในพระราชกฤษฎีกา โดยบริษัทจะต้องมีทุนอย่างน้อย 300 ล้านบาท

3. เอกสารรับรองการสรุปสัญญาประกันค่าสินไหมทดแทนความเสียหายของผู้บริโภคตามมาตรา 37

4. เอกสารเกี่ยวกับแนวทางการคำนวณและการจ่ายโบนัส

5. เอกสารที่ระบุวิธีการขายใหม่ รวมถึงการจัดการสินค้าคงคลังและการจ่ายโบนัส

6. เอกสารอื่น ๆ ที่กำหนดโดยพระราชกฤษฎีกาของนายกรัฐมนตรีเกี่ยวกับเรื่องที่จะเป็นในการตรวจสอบการยืนยันตัวตนของนักการตลาดหลายระดับ

(2) หากมีการเปลี่ยนแปลงในเรื่องใด ๆ ที่อ้างถึงในอนุวรรค 1 ถึง 4 จากเอกสารการจดทะเบียนตามวรรค (1) ให้หน่วยงานธุรกิจการตลาดหลายระดับยื่นรายงานตามที่กำหนดในพระราชกฤษฎีกาของประธานาธิบดี

(3) เมื่อกิจการธุรกิจการตลาดหลายระดับปิดกิจการชั่วคราวหรือถาวรหรือกลับมาประกอบกิจการอีกครั้งหลังจากปิดไปชั่วคราว ให้ยื่นรายงานตามที่กำหนดในพระราชกฤษฎีกาและเอกสารการจดทะเบียนตามวรรค (1) จะไม่สามารถใช้ได้เมื่อมีการยื่นรายงานการปิดถาวร: โดยมีเงื่อนไขว่าเหตุแห่งการเพิกถอนการจดทะเบียนจะกลายเป็นมีผลบังคับใช้กับองค์กรธุรกิจก่อนที่เขา

จะยื่นรายงานการปิดถาวร ซึ่งทะเบียนขององค์กรธุรกิจนั้นจะถูกเพิกถอนในวันที่ยื่นรายงานการปิดกิจการ

(4) คณะกรรมการการค้าที่เป็นธรรมจะต้องเปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับองค์กรธุรกิจ การตลาดหลายระดับต่อสาธารณะตามที่กำหนดโดยพระราชกฤษฎีกาของประธานาธิบดี: โดยมีเงื่อนไขว่าจะไม่ใช่บังคับกับข้อมูลที่เป็นความลับใด ๆ เกี่ยวกับการจัดการทางธุรกิจหรือการค้าของ องค์กรธุรกิจการตลาดหลายระดับที่ได้ถูกเปิดเผยไปแล้ว, ข้อมูลใด ๆ ที่ถือว่าเป็นอันตรายอย่าง ร้ายแรงต่อผลประโยชน์ที่ชอบด้วยกฎหมายขององค์กรธุรกิจการตลาดหลายระดับหรือข้อมูลส่วนบุคคลถูกเปิดเผย, ข้อมูลที่ถือว่ามีแนวโน้มที่จะละเมิดความลับหรือเสรีภาพในความเป็นส่วนตัว:

1. ข้อเท็จจริงที่ลงทะเบียนตามวรรค (1);
2. ข้อเท็จจริงอื่น ๆ ที่คณะกรรมการการค้าที่เป็นธรรมเห็นว่าจำเป็นในการออก คำสั่งให้การค้าเป็นธรรมและปกป้องผู้บริโภค

(5) หากจำเป็นต้องเปิดเผยข้อมูลตามวรรค (4) คณะกรรมการการค้าที่เป็นธรรมอาจ ขอให้หน่วยงานธุรกิจการตลาดหลายระดับส่งข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ในกรณีดังกล่าว องค์กรธุรกิจ การตลาดหลายระดับจะต้องปฏิบัติตามคำขอดังกล่าว เว้นแต่จะมีเหตุอันสมควรสำหรับการไม่ ปฏิบัติตาม

มาตรา 5 (การรายงาน ฯลฯ โดยองค์กรธุรกิจการขายแบบ Door-to-Door)

(1) องค์กรธุรกิจการขายแบบ door-to-door หรือองค์กรธุรกิจการตลาดทางโทรศัพท์ จะต้องยื่นรายงานเกี่ยวกับชื่อทางการค้า ที่อยู่ หมายเลขโทรศัพท์ ที่อยู่อีเมล (หากองค์กรธุรกิจเป็น บริษัท ชื่อ หมายเลขทะเบียนผู้อยู่อาศัย และที่อยู่ของตัวแทนของบริษัทจะรวมอยู่ในที่นี้) และเรื่อง อื่น ๆ ที่กำหนดโดยพระราชกฤษฎีกาของประธานาธิบดีกับคณะกรรมการการค้าที่เป็นธรรมหรือนายกเทศมนตรีเมืองปกครองตนเองพิเศษหรือผู้ว่าราชการจังหวัดปกครองตนเองพิเศษหรือหัวหน้า จังหวัด Si/Gun/Gu (หัวหน้าของ Gu หมายถึงหัวหน้าของ Gu ที่ปกครองตนเอง ซึ่งต่อไปนี้จะใช้ บังคับ): โดยที่สิ่งดังกล่าวมานี้จะไม่นำไปใช้กับนิติบุคคลต่อไปนี้:

1. การขายแบบ door-to-door หรือองค์กรธุรกิจการตลาดทางโทรศัพท์ที่ระบุโดย พระราชกฤษฎีกาของประธานาธิบดี เช่น การขายแบบ door-to-door หรือองค์กรธุรกิจการตลาดทาง โทรศัพท์ขนาดเล็กที่ไม่มีพนักงานขายแบบ door-to-door หรือพนักงานขายทางโทรศัพท์
2. นิติบุคคลธุรกิจการตลาดหลายระดับที่จดทะเบียนตามมาตรา 13 (1)
3. นิติบุคคลธุรกิจการขายแบบ door-to-door ภายใต้อาณัติขององค์กรธุรกิจซึ่งได้จดทะเบียนตามมาตรา 29 (3) แล้ว

(2) เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงในเรื่องใด ๆ ที่รายงานตามวรรค (1) การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจะถูกรายงานตามที่กำหนดในพระราชกฤษฎีกาของประธานาธิบดี

(3) เมื่อองค์กรธุรกิจขายแบบ door-to-door หรือการขายทางโทรศัพท์ที่รายงานตามวรรค (1) ปิดกิจการชั่วคราวหรือถาวร หรือกลับมาประกอบธุรกิจอีกครั้งหลังจากปิดตัวลงชั่วคราว จะต้องรายงานตามกำหนดโดยพระราชกฤษฎีกาของประธานาธิบดี

(4) คณะกรรมการการค้าที่เป็นธรรมอาจเปิดเผยเรื่องที่รายงานโดยองค์กรธุรกิจขายแบบ door-to-door หรือการขายทางโทรศัพท์ตามวรรคที่ (1) ต่อสาธารณชนตามที่กำหนดในพระราชกฤษฎีกา

มาตรา 7 (เรื่องที่ต้องรายงาน โดยองค์กรธุรกิจขายแบบ Door-to-Door ฯลฯ) (พระราชกฤษฎีกาการบังคับใช้กฎหมายว่าด้วยการขายแบบ door-to-door ฯลฯ [วันที่บังคับใช้ 22. ธ.ค. 2558])

“เรื่องที่กำหนดโดยพระราชกฤษฎีกาของประธานาธิบดี” ในประโยคหลัก นอกเหนือจากอนุวรรค (1) มาตรา 5 ของพระราชบัญญัติ หมายถึง สินทรัพย์ หนี้สิน และทุนของนิติบุคคลขาย แบบ Door-to-Door เป็นต้น

มาตรา 8 (ขั้นตอน ฯลฯ สำหรับการรายงาน โดยหน่วยงานขายแบบ Door-to-Door เป็นต้น) (พระราชกฤษฎีกาการบังคับใช้กฎหมายว่าด้วยการขายแบบ door-to-door ฯลฯ [วันที่บังคับใช้ 22. ธ.ค. 2558])

(1) เมื่อองค์กรธุรกิจขายแบบ door-to-door ฯลฯ ตั้งใจที่จะยื่นรายงานตามประโยคหลักของข้อ 5 (1) แห่งพระราชบัญญัติ ให้ยื่นรายงานตามแบบที่นายกรัฐมนตรีกำหนดต่อนายกเทศมนตรีเมืองปกครองพิเศษ ผู้ว่าราชการจังหวัดปกครองพิเศษ หรือหัวหน้าจังหวัด Si/Gun/Gu (หัวหน้าของ Gu หมายถึง หัวหน้าของ Gu ที่ปกครองตนเอง ซึ่งต่อไปนี้จะใช้บังคับ) ที่มีเขตอำนาจควบคุมสถานประกอบการ พร้อมด้วยเอกสารรับรองทรัพย์สิน หนี้สิน และทุน (ใช้บังคับเฉพาะบริษัทภายใต้พระราชบัญญัติการค้า รวมถึงเอกสารอิเล็กทรอนิกส์): โดยมีเงื่อนไขว่า หากสถานประกอบการหลักอยู่ต่างประเทศ รายงานดังกล่าวจะต้องยื่นต่อคณะกรรมการการค้าที่เป็นธรรม

(2) เมื่อได้รับรายงานตามวรรค (1) แล้ว คณะกรรมการการค้าที่เป็นธรรมหรือนายกเทศมนตรีเมืองปกครองตนเองพิเศษหรือผู้ว่าราชการจังหวัดปกครองตนเองพิเศษหรือหัวหน้าจังหวัด Si/Gun/Gu ที่มีอำนาจต้องตรวจสอบเอกสารดังต่อไปนี้ ผ่านการส่งผ่านข้อมูลทางปกครองตามมาตรา 36 (1) แห่งพระราชบัญญัติรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ บัญญัติว่า หากผู้ยื่นรายงานดังกล่าวไม่ยินยอมให้ตรวจสอบเอกสารที่ระบุไว้ในข้อกำหนดตามวรรค 1 หรืออนุวรรค 2 หรือไม่สามารถตรวจสอบเอกสารดังกล่าวให้เจ้าหน้าที่ผู้มีอำนาจกำหนดให้บุคคลส่งเอกสาร:

1. ใบรับรองผลการจดทะเบียนนิติบุคคล (เฉพาะบริษัทเท่านั้น):

2. หนังสือรับรองการจดทะเบียนธุรกิจ

(3) เมื่อได้รับรายงานตามวรรค (1) ให้ผู้มีอำนาจจะออกใบรับรองรายงาน

(4) บุคคลที่ประสงค์จะรายงานการเปลี่ยนแปลงตามมาตรา 5 (2) แห่งพระราชบัญญัติให้ยื่นรายงานพร้อมเอกสารที่รับรองการเปลี่ยนแปลงภายใน 15 วัน นับแต่วันที่ที่มีการเปลี่ยนแปลง (หรือวันที่บัญชีได้รับการชำระในที่สุด หากมีการเปลี่ยนแปลง สินทรัพย์ หนี้สิน หรือทุน) ผู้มีอำนาจจะต้องตรวจสอบการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวและออกใบรับรองการรายงานพร้อมคำอธิบายของการเปลี่ยนแปลงใหม่

(5) หากองค์กรธุรกิจขายแบบ door-to-door ฯลฯ ตั้งใจที่จะปิดธุรกิจของตนชั่วคราวหรือถาวรหรือกลับมาดำเนินธุรกิจของตนอีกครั้งหลังจากปิดชั่วคราวตามมาตรา 5 (3) ของพระราชบัญญัตินี้ดังกล่าว ให้รายงาน เมื่อมีการยื่นรายงานการปิดธุรกิจถาวรในกรณีดังกล่าว ให้แนบหนังสือรับรองการรายงานไปด้วย

(6) เมื่อบุคคลประสงค์จะยื่นรายงานตามข้อกำหนดของวรรค (1) ถึง (5) โดยเอกสารอิเล็กทรอนิกส์สามารถยื่นรายงานโดยใช้ระบบประมวลผลข้อมูล

(7) หากไม่สามารถส่งข้อมูลบางอย่างด้วยเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ สามารถยื่นเพิ่มเติมทางไปรษณีย์ได้ภายในหนึ่งเดือน

มาตรา 27 (การประกาศแจ้งเปลี่ยนแปลงที่อยู่สาธารณะ ฯลฯ) หากเหตุการณ์ใดต่อไปนี้เกิดขึ้นกับองค์กรธุรกิจการตลาดหลายระดับ ให้ประกาศต่อสาธารณะตามที่กำหนดในพระราชกฤษฎีกา ของนายกรัฐมนตรี:

1. หากองค์กรธุรกิจการตลาดหลายระดับเปลี่ยนชื่อทางการค้าของธุรกิจหรือที่อยู่หรือหมายเลขโทรศัพท์ของสถานประกอบธุรกิจหลักของตน

2. หากองค์กรธุรกิจการตลาดหลายระดับยื่นรายงานการปิดชั่วคราวหรือถาวรตามมาตรา 13 (3)

3. หากนิติบุคคลธุรกิจการตลาดหลายระดับถูกระงับธุรกิจหรือเพิกถอนการลงทะเบียนตามมาตรา 49 (4) หรือ (5)

มาตรา 22 (การเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับองค์กรธุรกิจการตลาดหลายระดับหรือหน่วยงานขายแบบ door-toDoor ภายใต้การแนะนำขององค์กรธุรกิจ) (พระราชกฤษฎีกาการบังคับใช้กฎหมายว่าด้วยการขายแบบ door-to-door ฯลฯ [วันที่บังคับใช้ 22. ธ.ค. 2558])

(1) ข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องต่อไปนี้อาจเปิดเผยได้ตามมาตรา 13 (4) และ 29 (3) แห่งพระราชบัญญัติ:

1. หมายเลขทะเบียนและวันที่ลงทะเบียน

2. ชื่อ (ชื่อผู้เป็นตัวแทน หากนิติบุคคลธุรกิจเป็นบริษัท) ชื่อทางการค้า ที่อยู่ และหมายเลขโทรศัพท์ขององค์กรธุรกิจการตลาดหลายระดับ หรือหน่วยงานขายแบบ door-to-door ภายใต้สายงานขององค์กรธุรกิจ

3. สินค้าหรือบริการที่จะขายและปริมาณการขาย;
4. แนวทางการคำนวณและการจ่ายโบนัส
5. เรื่องอื่น ๆ ที่กำหนดโดยคณะกรรมการการค้าที่เป็นธรรม

(2) เมื่อคณะกรรมการการค้าที่เป็นธรรมตั้งใจที่จะเปิดเผยข้อมูลตามมาตรา 13 (4) หรือ 29 (3) ของพระราชบัญญัติ จะต้องแจ้งให้องค์กรธุรกิจที่เกี่ยวข้องทราบถึงรายละเอียดของข้อมูลที่จะเปิดเผยและวิธีการเปิดเผยและจะต้องให้โอกาสแก่องค์กรธุรกิจในการแก้ไขรายละเอียดที่ไม่ถูกต้องที่จะเปิดเผย

มาตรา 37 (สัญญาประกันการชดใช้ค่าเสียหายต่อความเสียหายของผู้บริโภค ฯลฯ)

(1) บุคคลที่ประสงค์จะลงทะเบียนตนเองเป็นองค์กรธุรกิจการตลาดหลายระดับหรือนิติบุคคลธุรกิจขายตามบ้านภายใต้สายงานขององค์กรธุรกิจ ตามมาตรา 13 (1) หรือ 29 (3) จะต้องทำสัญญาที่อยู่ภายใต้ข้อวรรคใด ๆ ต่อไปนี้ (ต่อไปนี้จะเรียกว่า "สัญญาประกันค่าสินไหมทดแทนจากความเสียหายของผู้บริโภค ฯลฯ"):

1. สัญญาประกันภัยเพื่อชดใช้ค่าเสียหายของผู้บริโภค
2. การรับประกันประสิทธิภาพเพื่อประกันการชดใช้ค่าเสียหายต่อผู้บริโภค
3. สัญญาช่วยเหลือซึ่งกันและกันกับสมาคมสงเคราะห์ที่จัดตั้งขึ้นตามมาตรา 38

(2) คณะกรรมการการค้าที่เป็นธรรมอาจแนะนำให้องค์กรธุรกิจทำสัญญาประกันค่าสินไหมทดแทนต่อความเสียหายของผู้บริโภค ฯลฯ เพื่อปกป้องผู้บริโภคจากการขายแบบ door-to-door และการตลาดทางโทรศัพท์ หรือธุรกรรมที่เกิดจากการซื้อซ้ำหรือธุรกรรมสำหรับการชักชวนธุรกิจ

(3) ความคุ้มครองของสัญญาประกันค่าสินไหมทดแทนสำหรับความเสียหายของผู้บริโภค ฯลฯ ให้เหมาะสมกับการชดเชยความเสียหายของผู้บริโภคที่เกิดจากการฝ่าฝืนพระราชบัญญัตินี้ และแนวทางโดยละเอียดให้เป็นไปตามพระราชกฤษฎีกา

(4) หากเกิดเหตุการณ์ที่ต้องชดใช้ค่าเสียหายแก่ผู้บริโภค ผู้มีหน้าที่ต้องชดใช้ค่าเสียหายแก่ผู้บริโภคตามสัญญาประกันค่าสินไหมทดแทนความเสียหายของผู้บริโภค ฯลฯ จะต้องชดใช้ค่าเสียหายทันทีและหากบุคคลดังกล่าว การชดใช้ค่าเสียหายล่าช้าจะต้องเสียค่าปรับการชำระล่าช้า

(5) เมื่อองค์กรธุรกิจการตลาดหลายระดับหรือหน่วยงานธุรกิจการขายแบบ door-to-door ภายใต้สายงานขององค์กรธุรกิจที่ดำเนินการหรือจ่ายสัญญาประกันค่าสินไหมทดแทนจากความเสียหายของผู้บริโภค ฯลฯ เมื่อส่งข้อมูลการขายจะต้องไม่ทำการแสดงข้อมูลอันเป็นเท็จ

(6) บุคคลที่ทำสัญญาประกันค่าสินไหมทดแทนความเสียหายของผู้บริโภค ฯลฯ อาจใช้เครื่องหมายระบุถึงการมีอยู่ของข้อสัญญาดังกล่าวในการผลิตสินค้า

(7) ห้ามมิให้บุคคลที่ไม่ได้ทำสัญญาประกันค่าสินไหมทดแทนความเสียหายของผู้บริโภค ฯลฯ ใช้เครื่องหมายที่อ้างถึงในวรรค (6) หรือผลิตหรือใช้เครื่องหมายที่คล้ายคลึงกัน

มาตรา 38 (การจัดตั้งสมาคมสงเคราะห์ร่วม)

(1) หน่วยงานธุรกิจที่ยื่นรายงานตามมาตรา 5 (1) หรือลงทะเบียนสำเร็จตามมาตรา 29

(3) อาจจัดตั้งสมาคมช่วยเหลือซึ่งกันและกัน โดยได้รับอนุญาตจาก คณะกรรมการการค้าที่เป็นธรรม (ต่อไปนี้จะเรียกว่า "สมาคมสงเคราะห์ร่วมกัน") เพื่อดำเนินโครงการประกันภัยที่ต้องรับผิดชอบค่าชดเชยความเสียหายของผู้บริโภคหรือโครงการช่วยเหลือซึ่งกันและกันตามมาตรา 37

(1) อนุ 3 และหลักเกณฑ์การอนุญาตดังกล่าวให้กำหนดโดย พระราชกฤษฎีกาของประธานาธิบดี

(2) สมาคมสงเคราะห์ร่วมกันจะเป็นองค์กรและจะต้องจัดตั้งขึ้นอย่างถูกต้องเมื่อจดทะเบียนจัดตั้งกับสำนักทะเบียนที่มีเขตอำนาจ

(3) บุคคลที่เข้าร่วมสมาคมสงเคราะห์ร่วมกันต้องจ่ายเงินสมทบ ฯลฯ ที่จำเป็นสำหรับการดำเนินการ โครงการช่วยเหลือซึ่งกันและกันแก่สมาคม

(4) ทรัพย์สินพื้นฐานของสมาคมสงเคราะห์จะประกอบด้วยเงินสมทบ ฯลฯ ที่สมาชิกจ่ายตามที่กำหนดในพระราชกฤษฎีกาของประธานาธิบดี แต่เรื่องที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของสินทรัพย์พื้นฐานของสมาคมสงเคราะห์ร่วมกันจะต้องได้รับอนุญาตจากคณะกรรมการการค้าที่เป็นธรรม โดยมีเงื่อนไขว่ารัฐบาลอาจให้เงินช่วยเหลือหรือเงินอุดหนุนภายในวงเงินงบประมาณ

(5) ข้อกำหนดเบื้องต้นสำหรับการเป็นสมาชิกของสมาคมสงเคราะห์ เรื่องที่เกี่ยวกับเจ้าหน้าที่บริหาร และเรื่องที่เกี่ยวข้องกับแนวทางในการจัดสรรเงินสมทบจะกำหนดไว้ในข้อบังคับของสมาคม

(6) เรื่องที่จำเป็นสำหรับขั้นตอนการอนุญาตให้จัดตั้งสมาคมสงเคราะห์ บทบัญญัติของข้อบังคับบริษัท องค์กรประกอบและอำนาจของคณะกรรมการ การแต่งตั้งผู้บริหารระดับสูง การกำกับดูแล ฯลฯ จะต้องกำหนดโดยประธานาธิบดี พระราชกฤษฎีกา

(7) เมื่อสมาคมสงเคราะห์ร่วมกันตั้งใจที่จะดำเนินโครงการช่วยเหลือซึ่งกันและกันตามวรรคที่ (1) สมาคมจะต้องกำหนดระเบียบเกี่ยวกับโครงการช่วยเหลือซึ่งกันและกันและต้องได้รับ

อนุญาตจากคณะกรรมการการค้าที่เป็นธรรม ซึ่งขั้นตอนเดียวกันนี้จะใช้บังคับเมื่อมีวัตถุประสงค์เพื่อแก้ไขข้อบังคับเกี่ยวกับโครงการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน

(8) ระเบียบว่าด้วยโครงการช่วยเหลือซึ่งกันและกันตามวรรคที่ (7) จะต้องจัดให้มีเรื่องที่ทำเป็นในการดำเนินการ โครงการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน รวมทั้งขอบเขตของโครงการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ค่าธรรมเนียมการสงเคราะห์ซึ่งกันและกัน และเงินสำรองตามกฎหมายที่จะกันไว้โปรแกรมช่วยเหลือ

(9) เรื่องที่ไม่ได้บัญญัติไว้ในพระราชบัญญัตินี้ให้นำบทบัญญัติเกี่ยวกับสมาคมที่จัดตั้งขึ้นในพระราชบัญญัติแพ่งมาใช้บังคับโดยอนุโลมกับสมาคมสงเคราะห์ร่วมกัน

(10) การประกอบธุรกิจของสมาคมสงเคราะห์ตามพระราชบัญญัตินี้ มีให้อยู่ภายใต้พระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจประกันภัย

มาตรา 40 (กิจกรรมทางธุรกิจของสมาคมสงเคราะห์ร่วม)

สมาคมสงเคราะห์ร่วมกันดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจดังต่อไปนี้:

1. โครงการช่วยเหลือซึ่งกันและกันเพื่อบรรเทาความเสียหายของผู้บริโภคและบริการสาธารณะเพื่อคุ้มครองสิทธิและผลประโยชน์ของผู้บริโภค
2. การเผยแพร่และการให้ความรู้เพื่อป้องกันความเสียหายที่เกิดจากการโฆษณาและการบริโภคสินค้า
3. การเสริมสร้างระบบการคัดกรองเพื่อให้เกิดการพัฒนาของตลาดที่ยั่งยืน
4. โครงการที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการการค้ายุติธรรม
5. กิจกรรมทางธุรกิจอื่น ๆ ที่ระบุไว้ในข้อบังคับของสมาคม

การประกอบธุรกิจขายตรงในประเทศเกาหลีจะต้องมีการกำหนดทุนจดทะเบียนของบริษัทไม่ต่ำกว่า 500 ล้านบาท และจะต้องจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรง โดยแจ้งชื่อรายละเอียดให้เจ้าหน้าที่ของรัฐในเขตที่บริษัทนั้น ๆ ที่ตั้งอยู่ให้ทราบว่าจะเริ่มประกอบธุรกิจ ซึ่งในการประกอบธุรกิจจะต้องยื่นรายงานให้เจ้าหน้าที่ของรัฐรับทราบผลการดำเนินธุรกิจ รวมทั้งหากมีการเปลี่ยนแปลงสถานที่ประกอบธุรกิจจะต้องแจ้งให้ทราบ นอกจากนี้ยังมีมาตรการในการช่วยเหลือ และให้ข้อมูลแก่ผู้บริโภค เช่นการให้ข้อมูลของบริษัทโดยการประกาศผ่านทางเจ้าหน้าที่ของรัฐ จะช่วยให้การที่จะช่วยเหลือผู้บริโภคและผู้ที่จะเข้าร่วมธุรกิจให้ทราบการดำเนินธุรกิจ และการผลิตสินค้าที่จะบริโภค รวมทั้งเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับบริษัทขายตรง และหากผู้บริโภคได้รับผลกระทบจากการบริโภคสินค้าและบริการ จะมีการให้บริษัททำสัญญาประกันภัยเพื่อชดเชยค่าเสียหายของผู้บริโภค โดยบริษัทขายตรงที่จดทะเบียนจะต้องเป็นสมาชิกของสมาคมและจ่ายเงิน

ชดเชย โดยสมาคมดังกล่าวจะมีวัตถุประสงค์ในการช่วยเหลือเงินในกรณีที่จะต้องจ่ายค่าใช้จ่ายเสียหายของผู้บริโภค

2. การควบคุมแผนการจ่ายผลตอบแทนหรือโบนัส

มาตรา 20 (แนวทางการจ่ายโบนัส)

(1) ห้ามกรรมการตลาดหลายระดับคำนวณหรือจ่ายโบนัสที่ขัดต่อแนวทางที่องค์กรธุรกิจการตลาดหลายระดับได้แจ้งให้พนักงานขายการตลาดหลายระดับทราบเกี่ยวกับการคำนวณและการจ่ายเงินของโบนัสและห้ามเลือกปฏิบัติต่อพนักงานขายการตลาดหลายระดับ

(2) องค์กรธุรกิจการตลาดหลายระดับต้องกำหนดวัตถุประสงค์และแนวทางที่ชัดเจนสำหรับการคำนวณและการจ่ายโบนัส

(3) จำนวนโบนัสทั้งหมดที่องค์กรธุรกิจการตลาดหลายระดับจ่ายให้กับพนักงานขายการตลาดหลายระดับจะต้องไม่เกินจำนวนเท่ากับ 35/100 ของมูลค่ารวมของยอดขายสินค้าหรือบริการที่องค์กรธุรกิจการตลาดหลายระดับขายให้กับพนักงานขายการตลาดหลายระดับ (รวมถึงภาษีมูลค่าเพิ่ม ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า "มูลค่ารวม") และวิธีการโดยละเอียดสำหรับการคำนวณมูลค่ารวมและโบนัสมีดังนี้

1. มูลค่ารวมจะกำหนด ณ เวลาที่จัดส่งหรือข้อกำหนด

2. โบนัสที่ต้องชำระจะกำหนด ณ เวลาที่จ่ายโบนัสเกิดขึ้น

3. มูลค่ารวมและโบนัสจะคำนวณเป็นรายปี: โดยมีเงื่อนไขว่าหากระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจการตลาดหลายระดับน้อยกว่าหนึ่งปี มูลค่ารวมและโบนัสจะเป็นไปตามระยะเวลาของการดำเนินงานจริงของธุรกิจขององค์กรธุรกิจการตลาดหลายระดับ

4. เมื่อคำนวณมูลค่ารวมของสินค้าหรือบริการโดยการฝากขายสินค้า มูลค่ารวมจะขึ้นอยู่กับราคาที่นักการตลาดหลายระดับได้ฝากขายให้กับพนักงานขายการตลาดหลายระดับ ในขณะที่สินค้าหรือให้บริการ โดยนายหน้า มูลค่ารวมจะขึ้นอยู่กับค่าคอมมิชชั่นที่นักการตลาดหลายระดับได้รับจากองค์กรธุรกิจที่เป็นนายหน้าซื้อขาย

(4) องค์กรธุรกิจการตลาดหลายระดับจะต้องอนุญาตให้พนักงานขายการตลาดหลายระดับตรวจสอบการคำนวณและการจ่ายโบนัสตามคำร้องขอของพนักงานขายการตลาดหลายระดับ

(5) ห้ามมิให้องค์กรธุรกิจการตลาดหลายระดับเลือกปฏิบัติต่อพนักงานขายรองหรือพนักงานขายที่อยู่บังคับบัญชาในการจ่ายโบนัส โดยไม่คำนึงถึงผลลัพธ์ของการขายของพนักงานขาย โดยมีเงื่อนไขว่าพนักงานขายการตลาดหลายระดับจะต้องรับสมัครหรือให้ช่วยเหลือพนักงานขายที่อยู่ภายใต้สายงาน

มาตรา 21 (การเป็นตัวแทน การโฆษณา ฯลฯ เกี่ยวกับ โบนัส)

(1) ห้ามมิให้องค์กรธุรกิจการตลาดหลายระดับจัดหาพนักงานขายการตลาดหลายระดับที่คาดหวังหรือพนักงานขายการตลาดหลายระดับด้วยการให้ข้อมูลที่เป็นเท็จหรือเกินจริงเกี่ยวกับ โบนัสหรือกำไรจากการขายปลีก (อ้างอิงไปสู่ผลกำไรที่พนักงานขายการตลาดหลายระดับสามารถได้รับจากการขายสินค้าหรือบริการ) ที่พนักงานขายการตลาดหลายระดับคาดว่าจะได้รับหรือได้รับ

(2) หน่วยงานธุรกิจการตลาดหลายระดับต้องแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับสถานะปัจจุบันของการจ่ายโบนัสแก่ผู้ที่มีแนวโน้มจะเป็นพนักงานขายการตลาดหลายระดับหรือพนักงานขายการตลาดหลายระดับ รวมถึง โบนัสโดยเฉลี่ยแก่พนักงานขายการตลาดหลายระดับทุกคน

(3) ห้ามองค์กรธุรกิจการตลาดหลายระดับเผยแพร่ข้อมูลที่เป็นเท็จหรือเกินจริงเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจหรือกิจกรรมขององค์กรการตลาดหลายระดับ

พระราชกฤษฎีกาการบังคับใช้กฎหมายว่าด้วยการขายแบบ door-to-door ฯลฯ [วันที่บังคับใช้ 22. ธ.ค. 2558]

มาตรา 28 (การแก้ไขแนวทางการคำนวณและการจ่ายโบนัส)

(1) เมื่อมีจุดประสงค์เพื่อแก้ไขแนวทางการคำนวณและการจ่ายโบนัสตามมาตรา 20 (2) ของพระราชบัญญัติ พนักงานขายการตลาดหลายระดับหรือพนักงานขายแบบ door-to-door ภายใต้สายงานขององค์กรจะต้องได้รับแจ้ง (รวมถึงการแจ้งให้ทราบทางอีเมลหรือข้อความโทรศัพท์มือถือ) ของแนวทางแก้ไข เหตุผลในการแก้ไข และวันที่ที่มีการแก้ไขแนวปฏิบัติ พร้อมกับแนวทางปัจจุบันสำหรับการคำนวณและการจ่ายโบนัสไม่เกินสาม เดือนก่อนวันที่แก้ไข โดยมีเงื่อนไขว่าแนวทางในการคำนวณและการจ่ายโบนัสอาจได้รับการแก้ไขทันทีหากการแก้ไขเป็นประโยชน์ต่อพนักงานขายการตลาดหลายระดับหรือพนักงานขายแบบ door-to-door ภายใต้สายงานขององค์กรหรือถ้า พนักงานขายการตลาดหลายระดับหรือพนักงานขายแบบ door-to-door ภายใต้สายงานขององค์กรทั้งหมดให้ความยินยอม

(2) การแจ้งตามวรรค (1) โดยใช้อีเมลหรือข้อความโทรศัพท์มือถือแจ้งล่วงหน้า ให้จำกัดเฉพาะพนักงานขายการตลาดหลายระดับหรือพนักงานขายตามบ้านภายใต้สายงานขององค์กร ที่ให้ความยินยอมอย่างชัดเจน

(3) หากเป็นไปได้ที่จะแจ้งตามวรรค (1) ที่ละรายให้กับพนักงานขายการตลาดหลายระดับหรือพนักงานขายแบบ door-to-door ภายใต้สายงานขององค์กร เนื่องจากไม่ทราบที่อยู่หรือเนื่องมาจากสาเหตุใดที่คล้ายคลึงกัน คำบอกกล่าวตามวรรคที่ (1) อาจถูกแทนที่ด้วยการเผยแพร่คำบอกกล่าวตามวรรคที่ (1) ผ่านทางจดหมายข่าวสารภายใน หรือโดยการโพสต์คำบอกกล่าวดังกล่าวในหน้าแรกของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ของบริษัทเป็นเวลาไม่น้อยกว่าหนึ่งเดือน

ข้อกำหนดในการควบคุมแผนการจ่ายผลตอบแทนจะมีความชัดเจนในการคำนวณแผนจะต้องอัตราการจ่ายที่ชัดเจน โดยไม่เกิน 35/100 ของมูลค่ารวมของยอดขายสินค้าหรือบริการของพนักงานขายในแต่ละบุคคล นอกจากนี้ยังมีการควบคุมแผนการจ่ายผลตอบแทนหลัก ๆ ดังนี้ บริษัทจะต้องมีการแจ้งแผนการจ่ายให้พนักงานขายทราบ จะต้องไม่ให้ข้อมูลที่เป็นเท็จ รวมทั้งพนักงานขายจะต้องไม่แจ้งข้อมูลที่เป็นเท็จให้แก่พนักงานขายภายใต้สายงาน และเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงแผนจะต้องแจ้งให้พนักงานขายทราบ รวมทั้งได้รับการยินยอมจากพนักงานขายทุกคนก่อนที่จะมีการแก้ไขแผน

3. การควบคุมการประกอบธุรกิจขายตรง

การควบคุมองค์กรธุรกิจการตลาดหลายระดับหรือหน่วยงานธุรกิจการขายแบบ door-to-door ภายใต้การแนะนำขององค์กรธุรกิจภายใต้พระราชบัญญัติการขาย ณ สถานที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค แบ่งออกเป็น การควบคุมโดยผ่านทางบริษัทและพนักงานขายตรง

1. การควบคุมผ่านทางองค์กรธุรกิจการตลาดหลายระดับหรือหน่วยงานธุรกิจการขายแบบ door-to-door ภายใต้สายงานขององค์กรธุรกิจ

มาตรา 3 (วิธีการเชิญเพื่อสมัครสมาชิก)

กฎการบังคับใช้ของการขายแบบ door-to-door พ.ร.บ. [วันที่บังคับใช้ 01 ม.ค. 2557] [คำสั่งนายกรัฐมนตรี ฉบับที่ 1060 31 ธ.ค. 2556 แก้ไขเพิ่มเติมบางส่วน]

วิธีการที่กำหนดตามมาตรา 2(3) แห่งพระราชบัญญัติมีดังต่อไปนี้

1. ชักชวนผู้บริโภคจากสถานที่อื่นมายังสถานประกอบการประกอบธุรกิจขายตรง
2. เพื่อให้ผู้บริโภคเยี่ยมชมสถานประกอบการโดยการจัดหาสินค้าฟรีหรือราคาต่ำกว่าปกติ

3. เพื่อให้ผู้บริโภคเยี่ยมชมสถานประกอบการ โดยการชักชวนในการขายสินค้าหรือบริการหรือจัดหาสินค้าภายใต้เงื่อนไขที่ดีกว่า ซึ่งผู้บริโภคไม่สามารถหาได้ที่ไหน

มาตรา 14 (เหตุแห่งการตัดสิทธิ์) บุคคลหรือองค์กรที่อยู่ภายใต้ผู้นุวรรคใด ๆ ต่อไปนี้ จะถูกตัดสิทธิ์การจดทะเบียนภายใต้มาตรา 13:

1. บุคคลที่ตกอยู่ภายใต้รายการใด ๆ ดังต่อไปนี้ หรือบริษัทที่บุคคลดังกล่าวทำหน้าที่เป็นเจ้าหน้าที่บริหาร:

(ก) ผู้เยาว์ ผู้ที่อยู่ภายใต้การปกครองโดยมีข้อจำกัด หรือบุคคลภายใต้การปกครองของผู้ใหญ่

(ข) บุคคลล้มละลายที่ยังไม่ได้รับคืนสถานะ;

(ค) บุคคลซึ่งยังไม่พ้นกำหนดลงโทษภายในห้าปีนับแต่ถูกพิพากษาจำคุกด้วยคดีเกี่ยวกับการบังคับใช้แรงงานในความผิดตามพระราชบัญญัตินี้

(ง) ถูกคำพิพากษาให้พักใช้แรงงานเนื่องจากฝ่าฝืนพระราชบัญญัตินี้ ซึ่งยังอยู่ในระยะพักใช้แรงงาน

2. บริษัทที่ผู้ถือหุ้นที่มีอำนาจควบคุมเข้าข่ายข้อใดข้อหนึ่งดังต่อไปนี้

(ก) บุคคลซึ่งยังไม่พ้นกำหนดลงโทษภายในห้าปีนับแต่ถูกพิพากษาจำคุกด้วยคดีเกี่ยวกับการบังคับใช้แรงงานในความผิดตามพระราชบัญญัตินี้

(ข) ถูกคำพิพากษาให้พักใช้แรงงานเนื่องจากฝ่าฝืนพระราชบัญญัตินี้ ซึ่งยังอยู่ในระยะพักใช้แรงงาน

3. บุคคลหรือองค์กรที่ยังไม่พ้นกำหนดห้าปีนับแต่ถูกเพิกถอนการจดทะเบียนตามมาตรา 49 (5)

4. บริษัทที่ผู้บริหารหรือผู้ถือหุ้นที่มีอำนาจควบคุมเป็นผู้บริหารหรือผู้ถือหุ้นที่มีอำนาจควบคุม ณ เวลาที่เพิกถอนการจดทะเบียนบุคคลหรือนิติบุคคลตามมาตรา 3

พระราชกฤษฎีกาการบังคับใช้กฎหมายว่าด้วยการขายแบบ door-to-door ฯลฯ (วันที่บังคับใช้ 22. ธ.ค. 2558)

มาตรา 33 (ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ในการเป็นพนักงานขายการตลาดหลายระดับหรือพนักงานขายแบบ door-to-door ภายใต้อายงาน)

“จำนวนที่กำหนดโดยพระราชกฤษฎีกาของประธานาธิบดี” ในมาตรา 24 (1) 4 ของพระราชบัญญัติ หมายถึงจำนวนใด ๆ ต่อไปนี้ ซึ่งจะต้องไม่เกิน รวม 50,000 วอนต่อปี:

1. ค่าสมัครหรือค่าธรรมเนียมในการต่ออายุสมาชิกภาพของพนักงานขายการตลาดหลายระดับหรือพนักงานขายแบบ door-to-door ภายใต้อายงาน: 10,000 วอน ค่าธรรมเนียมแรกเข้าหรือค่าธรรมเนียมการต่ออายุในกรณีดังกล่าวจะต้องไม่เกินค่าใช้จ่ายจริงที่องค์กรธุรกิจทำการตลาดหลายระดับหรือการขายแบบ door-to-door ภายใต้อายงานในการรับสมัครหรือการต่ออายุสมาชิก

2. ในกรณีที่มีการกำหนดข้อบังคับในการซื้ออุปกรณ์การขาย: 30,000 วอนต่อปี ต่อพนักงานขายการตลาดหลายระดับหรือพนักงานขายแบบ door-to-door ภายใต้อายงาน 1 คน ในกรณีดังกล่าว จำนวนเงินที่เรียกเก็บเป็นราคาสำหรับความช่วยเหลือในการขายจะต้องไม่เกินค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจริง หรือราคาตลาด

3. ในกรณีที่มีข้อบังคับที่จะต้องได้รับการอบรม: การอบรมจะจำกัดเฉพาะการศึกษาเกี่ยวกับการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์สำหรับการคุ้มครองผู้บริโภค ฯลฯ หรือการอบรมในหลักสูตรอื่นที่กำหนดโดยคณะกรรมการการค้าที่เป็นธรรมและค่าธรรมเนียมการศึกษาจะต้องไม่เกิน 30,000

วอนต่อปี ต่อพนักงานขายการตลาดหลายระดับหรือพนักงานขายแบบ doorto-door ภายใต้สายงาน 1 คน ค่าเล่าเรียนที่เรียกเก็บในกรณีดังกล่าวจะต้องไม่เกินค่าใช้จ่ายจริง

การควบคุมการประกอบธุรกิจขายตรง โดยควบคุมผ่านทางบริษัท จะแบ่งเป็นการควบคุมในการใช้สถานที่ประกอบธุรกิจของบริษัทจะต้องมีสถานที่ให้ผู้บริโภคไปรับฟังการสาธิตผลิตภัณฑ์ และมีการแจกสินค้าทดลอง การกำหนดคุณสมบัติของบุคคลผู้มีอำนาจลงนาม หรือกรรมการของบริษัท จะต้องไม่มีลักษณะต้องห้าม แต่ถ้าหากเข้าข้อกำหนดต้องห้ามแล้วกฎหมายจะมีระยะเวลากำหนดให้ต้องพ้นช่วงระยะเวลาที่กำหนดก่อนจึงจะสามารถมีรายชื่อเป็นบุคคลที่มีอำนาจลงนาม หรือกรรมการของบริษัทได้ นอกจากนี้ยังมีการกำหนดค่าธรรมเนียมในการรับสมัครสมาชิก ค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ไม่ให้บริษัทเรียกเก็บพนักงานขายจนมากเกินไป

ควบคุมผ่านพนักงานขายตรง

มาตรา 15 (พนักงานขายการตลาดหลายระดับ)

(1) บุคคลที่มีความประสงค์จะเข้าร่วมองค์กรการตลาดหลายระดับในฐานะพนักงานขายการตลาดหลายระดับจะต้องลงทะเบียนตนเองกับองค์กรธุรกิจการตลาดหลายระดับที่จัดการและดำเนินการถูกต้องตามกฎหมาย

(2) บุคคลตามวรรคหนึ่งดังต่อไปนี้ จะถูกตัดสิทธิ์การขึ้นทะเบียนเป็นพนักงานขายการตลาดหลายระดับ

1. เจ้าหน้าที่ของรัฐ เจ้าหน้าที่ของรัฐในท้องที่ เจ้าหน้าที่รัฐด้านการศึกษา หรือผู้สอนตามที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัติโรงเรียนเอกชน (รวมถึงผู้สอนที่อ้างถึงในมาตรา 14 (2) ของพระราชบัญญัติการอุดมศึกษา)

2. ผู้เยาว์: ซึ่งจัดการโดยตัวแทนผู้มีอำนาจตามกฎหมาย จะถือว่าไม่อยู่ภายใต้อนุวรรค 4 หรือ 5 การยินยอมจะไม่ถูกห้ามกระทำการ

3. บริษัท

4. ผู้ถือหุ้นที่มีอำนาจในการควบคุมหรือเจ้าหน้าที่บริหารหรือพนักงานขององค์กรธุรกิจการตลาดหลายระดับ

5. บุคคลที่ได้รับคำสั่งให้ดำเนินมาตรการแก้ไขตามมาตรา 49 อย่างน้อยสองครั้ง: โดยไม่รวมถึงบุคคลที่มีกรณีผ่านไปสามปีนับตั้งแต่พวกเขาได้ปฏิบัติตามมาตรการแก้ไขแล้ว

6. บุคคลที่ฝ่าฝืนพระราชบัญญัตินี้และต้องคำพิพากษาให้จำคุกโดยใช้แรงงานและยังไม่พ้นห้าปีนับแต่การบที่ศาลมีคำพิพากษาในคดีเสร็จสิ้น (รวมถึงกรณีที่เกิดว่าการบังคับคดีเสร็จสิ้นแล้ว) หรือได้รับการยกเว้นจากการบังคับคดี

7. ผู้ฝ่าฝืนพระราชบัญญัตินี้ ต้องระวางโทษรอลงอาญา และอยู่ในระหว่างรอลงอาญา

(3) องค์กรธุรกิจการตลาดหลายระดับจะออกหนังสือรับรองการขึ้นทะเบียนให้กับพนักงานขายการตลาดหลายระดับที่เข้าร่วมองค์กรการตลาดหลายระดับที่จัดการและดำเนินการโดยหน่วยงานธุรกิจตามที่กำหนดในพระราชกฤษฎีกา

(4) องค์กรธุรกิจการตลาดหลายระดับต้องจัดเก็บทะเบียนพนักงานขายการตลาดหลายระดับตามที่กำหนดในพระราชกฤษฎีกาของนายกรัฐมนตรี และให้ผู้บริโภครวสอบตัวตนของพนักงานขายการตลาดหลายระดับที่จดทะเบียนในนั้นได้ตาม คำขอของผู้บริโภค เพื่อป้องกันหรือบรรเทาความเสียหายของผู้บริโภค

(5) นิติบุคคลธุรกิจการตลาดหลายระดับจะออกพ็อกเก็ตบุ๊กสำหรับพนักงานขายการตลาดหลายระดับ (รวมถึงพ็อกเก็ตบุ๊กที่มีอยู่ในอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์) ซึ่งข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องต่อไปนี้อาจหาได้กับพนักงานขายการตลาดหลายระดับที่ลงทะเบียน ตามวรรค (1):

1. แนวทางการคำนวณและการจ่ายโบนัส
2. เรื่องการสรรหาและให้การสนับสนุนพนักงานขายรอง
3. เรื่องที่เกี่ยวกับการคืนสินค้าหรือบริการและการเพิกถอนพนักงานขายการตลาดหลายระดับ
4. กฎเกณฑ์ที่พนักงานขายการตลาดหลายระดับต้องปฏิบัติตาม
5. เรื่องอื่น ๆ ที่กำหนดโดยพระราชกฤษฎีกาของนายกรัฐมนตรี

มาตรา 7 (หน้าที่ของผู้ขายแบบ Door-to-Door หรือนักการตลาดทางโทรศัพท์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้บริโภค)

(1) ผู้ขายแบบ door-to-door หรือนักการตลาดทางโทรศัพท์จะต้องอธิบายเรื่องต่อไปนี้อย่างชัดเจนให้ผู้บริโภคทราบเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเข้าใจรายละเอียดของข้อสัญญาสำหรับการขายสินค้าหรือบริการก่อนลงนามในสัญญา:

1. ชื่อ (หมายถึงชื่อตัวแทนจำหน่าย ถ้าผู้ขายแบบ door-to-door หรือนักการตลาดทางโทรศัพท์เป็นบริษัท) ชื่อทางการค้า ที่อยู่ หมายเลขโทรศัพท์ และที่อยู่อีเมลของผู้ขายแบบ door-to-door หรือนักการตลาดทางโทรศัพท์
2. ชื่อ ที่อยู่ หมายเลขโทรศัพท์ และที่อยู่อีเมลของพนักงานขายแบบ door-to-door หรือนักการตลาดทางโทรศัพท์
3. ชื่อ ชนิด และรายละเอียดของสินค้าหรือบริการ
4. ราคาสินค้าหรือบริการ วิธีการและระยะเวลาในการชำระราคา
5. วิธีการและระยะเวลาในการจัดหาสินค้าหรือบริการ

6. เรื่องที่เกี่ยวกับกำหนดเวลา วิธีการดำเนินการ และผลกระทบของการเพิกถอนการสมัครและการยกเลิกสัญญา และแบบฟอร์มที่จำเป็นสำหรับการใช้สิทธิในการเพิกถอนการสมัครสมาชิก ฯลฯ หรือตามประกาศของนายกรัฐมนตรี;

7. เงื่อนไขและขั้นตอนในการแลกเปลี่ยน การคืนสินค้า การซ่อมแซม การรับประกัน และการคืนเงินตามราคาสินค้าหรือบริการ

8. เรื่องทางเทคนิคที่จำเป็นสำหรับการติดตั้งและการสื่อสารของสินค้าหรือบริการที่จัดหาด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์

9. เรื่องที่เกี่ยวกับการชดเชยความเสียหายของผู้บริโภค และการระงับข้อร้องเรียนของผู้บริโภคเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ และข้อพิพาทระหว่างผู้บริโภคกับหน่วยงานธุรกิจ

10. มาตรฐานการทำสัญญาและเงื่อนไขของการทำธุรกรรม

11. เรื่องอื่น ๆ ที่กำหนดโดยพระราชกฤษฎีกาซึ่งจำเป็นสำหรับข้อกำหนดและเงื่อนไขที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคหรือเพื่อบรรเทาความเสียหายของผู้บริโภค

(2) เมื่อผู้ขายแบบ door-to-door หรือ นักการตลาดทางโทรศัพท์ทำสัญญาขายสินค้าหรือบริการกับผู้บริโภค จะต้องออกสัญญาที่ระบุเรื่องที่ระบุไว้ในอนุวรรค (1) ให้กับผู้บริโภค

(3) หากผู้ขายตามบ้านหรือนักการตลาดทางโทรศัพท์ตั้งใจที่จะทำสัญญาสำหรับสินค้าหรือบริการกับผู้เยาว์ จะต้องได้รับความยินยอมจากผู้ปกครองตามกฎหมาย ในกรณีดังกล่าวจะต้องแจ้งว่าผู้เยาว์หรือผู้ปกครองตามกฎหมายอาจยกเลิกสัญญาได้ หากผู้ปกครองตามกฎหมายไม่ยินยอมตามสัญญา

(4) สำหรับสัญญาการตลาดทางโทรศัพท์ระหว่างสัญญาที่อ้างถึงในวรรค (2) รายละเอียดของสัญญาอาจส่งทางโทรสารหรือเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ โดยได้รับความยินยอมจากผู้บริโภคแทนการออกสัญญา

(5) องค์กรธุรกิจการขายหรือการขายทางโทรศัพท์แบบ door-to-door จะต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดและเงื่อนไขของธุรกรรมโดยสุจริตตามที่อธิบายไว้หรือระบุไว้ต่อผู้บริโภคตามวรรค (1) และ (2)

มาตรา 11 (การกระทำต้องห้าม)

(1) ห้ามมิให้ผู้ขายหรือนักการตลาดทางโทรศัพท์กระทำความผิดใด ๆ ดังต่อไปนี้:

1. ข่มขู่ผู้บริโภคโดยมีเจตนาที่จะบังคับให้ผู้บริโภคลงนามในสัญญาซื้อขายสินค้าหรือบริการ หรือเพื่อขัดขวางผู้บริโภคจากการเพิกถอนการสมัครสมาชิกหรือยกเลิกสัญญา

2. ชักชวนหรือซื้อขายกับผู้บริโภค หรือขัดขวางผู้บริโภคจากการเพิกถอนการสมัครหรือยกเลิกสัญญาโดยการทำข้อมูลเท็จหรือเกินจริง หรือโดยใช้วิธีการล่อลวงใด ๆ

3. การเก็บค่าใช้จ่าย เงิน หรือของมีค่าอื่น ๆ เกินระดับที่กำหนดโดยพระราชกฤษฎีกา โดยไม่คำนึงถึงชื่อหรือรูปแบบ เช่น ค่าสมัครสมาชิก เงินช่วยเหลือการขาย การจัดสรรการขายเป็นรายบุคคล หรือค่าธรรมเนียมการศึกษา จากการขายแบบ door-to-door หรือพนักงานขายทางโทรศัพท์หรือจากบุคคลที่ตั้งใจจะเป็นพนักงานขายดังกล่าว โดยบังคับให้พนักงานขายหรือบุคคลดังกล่าวซื้อสินค้าหรือบริการ หรือกำหนดเงื่อนไขที่จำเป็นสำหรับการเป็นพนักงานขายหรือคงสถานการณ์เป็นพนักงานขาย

4. กำหนดข้อบังคับในการรับสมัครพนักงานขายแบบ door-to-door หรือพนักงานขายทางโทรศัพท์

5. การเปลี่ยนที่อยู่หรือหมายเลขโทรศัพท์โดยมีเจตนาที่จะขัดขวางผู้บริโภคจากการถอนการสมัครสมาชิก หรือการยกเลิก หรือการยกเลิกสัญญา

6. ก่อให้เกิดการบาดเจ็บหรือความเสียหายแก่ผู้บริโภคโดยละเอียดที่จะแก้ไขความไร้ประสิทธิภาพของบุคคลหรือสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นสำหรับการระงับข้อพิพาทหรือข้อร้องเรียนที่ไม่ได้รับการแก้ไขเป็นเวลานาน

7. จัดหาสินค้าหรือบริการให้แก่ผู้บริโภคเพียงฝ่ายเดียวโดยไม่มีคำสั่งของผู้บริโภค และขอให้ผู้บริโภคชำระค่าสินค้าหรือบริการ

8. จูงใจผู้บริโภคทางโทรศัพท์ โทรสาร หรือการสื่อสารทางคอมพิวเตอร์ ให้ซื้อสินค้าหรือบริการ แม้ว่าผู้บริโภคจะแสดงอย่างชัดเจนว่าไม่ต้องการซื้อสินค้าหรือบริการดังกล่าว

9. การใช้ข้อมูลของผู้บริโภคโดยปราศจากความยินยอมของผู้บริโภคหรือกรณีที่ให้ข้อมูลของผู้บริโภคแก่บุคคลที่สาม

มาตรา 24 (การห้ามขายการเก็งกำไรของ Sales Force)

(1) ห้ามมิให้ผู้ใดกระทำความผิดดังต่อไปนี้ โดยใช้องค์กรการตลาดหลายระดับหรือองค์กรที่คล้ายคลึงกันซึ่งประกอบด้วยบุคคลตามระดับ:

1. ทำธุรกรรมทางการเงินโดยไม่มีธุรกรรมของสินค้าหรือบริการ หรือทำธุรกรรมทางการเงินจริง โดยปลอมเป็นธุรกรรมของสินค้าหรือบริการ ซึ่งเข้าข่ายข้อใดข้อหนึ่งดังต่อไปนี้

(ก) การจ่ายโบนัสให้แก่พนักงานขายสำหรับการขายสินค้าหรือบริการในราคาสูงอย่างมีนัยสำคัญถึงสิบเท่าของราคาสินค้าหรือบริการหรือของราคาตลาด

(ข) การจ่ายโบนัสโดยไม่ได้จัดหาสินค้าหรือบริการที่เกี่ยวข้อง ซึ่งไม่มีเหตุอันสมควร หลังจากทำสัญญาขายสินค้าหรือบริการกับพนักงานขาย

(ค) ธุรกรรมทางการเงินที่เกิดขึ้นจริงอื่นใดโดยไม่ได้พิจารณาจากความสามารถของหน่วยงานธุรกิจในการจัดหาสินค้าหรือบริการ ผลลัพธ์ของการจัดหาสินค้าหรือบริการแก่ผู้บริโภค

สัญญาสำหรับการจัดหาหรือการขายสินค้าหรือบริการระหว่างองค์กรธุรกิจและผู้บริโภค และข้อกำหนดและเงื่อนไขการจ่ายโบนัส

2. ให้ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจแก่พนักงานขายหรือพนักงานขายที่คาดหวังเฉพาะสำหรับการรับสมัครพนักงานขายรองหรือให้ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจเพิ่มเติมจากโบนัสแก่พนักงานขายหรือพนักงานขายที่คาดหวังโดยไม่มีเหตุอันสมควร

3. สัญญาว่าจะจ่ายโบนัสโดยฝ่าฝืนมาตรา 20 (3) เพื่อรับสมัครพนักงานขายหรือชักชวนบุคคลให้เข้าร่วม

4. เรียกเก็บค่าใช้จ่าย เงิน หรือสินค้าอื่น ๆ ไม่เกิน 100,000 วอน เกินจำนวนสูงสุดที่กำหนดโดยพระราชกฤษฎีกาของประธานาธิบดี โดยไม่คำนึงถึงชื่อหรือรูปแบบ เช่น ค่าสมัคร ค่าช่วยการขาย จัดสรรการขายเป็นรายบุคคล หรือค่าธรรมเนียมการอบรม จากพนักงานขายหรือผู้ที่มีแนวโน้มจะเป็นพนักงานขาย หรือกำหนดข้อบังคับดังกล่าวกับพนักงานขายหรือผู้ที่มีแนวโน้มจะเป็นพนักงานขาย

5. การขายบัตรกำนัล (หมายถึงหลักทรัพย์ที่ออกโดยผู้ออกบัตรในรูปแบบบัตรกำนัลที่ไม่ได้ลงทะเบียนระบุจำนวนที่แน่นอนของสถานะหรือจำนวนที่แน่นอนของสินค้าหรือบริการและผู้ถือมีสิทธิได้รับสินค้าหรือบริการจากผู้ออกหรือ บุคคลที่ได้รับมอบหมายจากผู้ออกบัตรตามข้อกำหนดและเงื่อนไขที่ระบุไว้โดยการนำเสนอ อนุญาต หรือใช้ในลักษณะใด ๆ ต่อไปนี้ ให้กับพนักงานขายในลักษณะที่ระบุไว้อย่างใดอย่างหนึ่งดังต่อไปนี้:

(ก) การซื้อคืนบัตรกำนัลที่กิจการขายให้กับผู้บริโภคหรือชักชวนให้บุคคลอื่นซื้อบัตรกำนัลดังกล่าว

(ข) การจ่ายโบนัสให้กับพนักงานขายใด ๆ ในระดับที่การทำธุรกรรมของสินค้าหรือบริการไม่ถือว่าเป็นการทำธุรกรรมที่แท้จริงของสินค้าหรือบริการในแง่ของผู้ออก ฯลฯ ความสามารถในการจัดหาสินค้าหรือบริการ ผลลัพธ์ของการจัดหาสินค้าหรือบริการแก่ผู้บริโภค จำนวนบัตรของขวัญที่ออก ฯลฯ

6. ชักชวนให้บุคคลใด ๆ ลงทะเบียนตนเองเป็นพนักงานขายหรือซื้อสินค้าหรือบริการโดยใช้ความสัมพันธ์ทางสังคม ฯลฯ

7. จูงใจพนักงานขายหรือผู้ที่มีแนวโน้มจะเป็นพนักงานขายให้เข้ารับการอบรมหรืออยู่ร่วมกันโดยขัดต่อเจตจำนงของตน

8. ดึงดูดบุคคลโดยอ้างว่าเป็นงานหรืองานนอกเวลา การนำเสนองาน การประชุมเพื่อการอบรม ฯลฯ โดยไม่ได้ระบุอย่างชัดเจนว่ามีวัตถุประสงค์เพื่อรับสมัครพนักงานขาย

(2) ห้ามมิให้องค์กรธุรกิจการตลาดหลายระดับช่วยเหลือและสนับสนุนพนักงานขายการตลาดหลายระดับเพื่อกระทำความผิดที่ต้องห้ามตามวรรค (1)

การควบคุมการประกอบธุรกิจขายตรง โดยควบคุมผ่านทางพนักงานขายตรง จะแบ่งเป็นการควบคุมคุณสมบัติของบุคคลที่จะเข้ามาเป็นพนักงานขายตรง และสิ่งที่พนักงานขายตรงที่สมัครใหม่จะต้องทราบ สิ่งที่พนักงานจะต้องแจ้งให้ผู้บริโภคทราบถึงในสัญญาของการขายสินค้าและบริการ เช่นสิทธิในการคืนสินค้า การชดเชยค่าเสียหายเมื่อเกิดขึ้นกับผู้บริโภค ข้อห้ามในการปฏิบัติของพนักงานขายต่อผู้บริโภค เช่นการบังคับข่มขู่ให้มีการซื้อสินค้าและบริการ รวมทั้งการชักชวนบุคคลให้เข้าร่วมธุรกิจโดยการเสนอผลตอบแทนที่ไม่ตรงกับนโยบายของบริษัท

3.2 มาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องในการกำกับดูแลการประกอบธุรกิจขายตรงในประเทศไทย

3.2.1 ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ประเทศไทยได้แยกกรณีการใช้สิทธิเลิกสัญญาเป็น 2 กรณี คือ

1. กรณีที่คู่สัญญาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งไม่ชำระหนี้ตาม มาตรา 387 ถึง มาตรา 388

มาตรา 387 ถ้าคู่สัญญาฝ่ายหนึ่งไม่ชำระหนี้ อีกฝ่ายหนึ่งจะกำหนดระยะเวลาพอสมควรแล้วบอกกล่าวให้ฝ่ายนั้นชำระหนี้ภายในระยะเวลานั้นก็ได้ ถ้าและฝ่ายนั้นไม่ชำระหนี้ภายในระยะเวลาที่กำหนดให้ชำระ อีกฝ่ายหนึ่งจะเลิกสัญญาเสียก็ได้⁴⁸

มาตรา 388 ถ้าวัตถุที่ประสงค์แห่งสัญญานั้น ว่าโดยสภาพหรือโดยเจตนาที่คู่สัญญาได้แสดงไว้ จะเป็นผลสำเร็จได้ก็แต่ด้วยการชำระหนี้ ณ เวลาที่กำหนดก็ดี หรือภายในระยะเวลาอันใดอันหนึ่งซึ่งกำหนดไว้ก็ดี และกำหนดเวลาหรือระยะเวลานั้น ได้ล่วงพ้นไปโดยฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งมิได้ชำระหนี้ชำระ ท่านว่าอีกฝ่ายหนึ่งจะเลิกสัญญานั้นเสียก็ได้ มิพักต้องบอกกล่าวดังว่าไว้ในมาตราก่อนนั้นเลย⁴⁹

2. กรณีการชำระหนี้ตกเป็นพ้นวิสัย มาตรา 389

มาตรา 389 ถ้าการชำระหนี้ทั้งหมดหรือแต่บางส่วนกลายเป็นพ้นวิสัยเพราะเหตุอย่างใดอย่างหนึ่งอันจะโทษลูกหนี้ได้ชำระ เจ้าหนี้จะเลิกสัญญานั้นเสียก็ได้⁵⁰

เมื่อพิจารณาประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์กับการประกอบธุรกิจขายตรงจะพบว่า หากผู้จำหน่ายอิสระ หรือตัวแทนขายตรง ได้นำสินค้าหรือบริการ จากผู้ประกอบธุรกิจไปจำหน่ายให้กับผู้บริโภค ณ ที่พักอาศัย หรือ ณ สถานที่อื่นที่ดี เมื่อทั้งสองฝ่ายได้ตกลงที่จะเสนอขายสินค้า

⁴⁸ ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 387

⁴⁹ ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 388

⁵⁰ ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 389

และรับสินค้ากับแล้วสัญญาจึงเกิดขึ้น ฝ่ายที่เสนอขายมีหน้าที่ที่จะต้องส่งมอบสินค้า และฝ่ายที่สนองมีหน้าที่ในการชำระราคาสินค้า หากเกิดเหตุขัดข้องที่ไม่สามารถชำระหนี้ด้วยการส่งมอบสินค้าได้ เมื่อระยะเวลาที่ได้อ่างผ่านไปโดยฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งมิได้ชำระหนี้ก็สามารถที่จะบอกเลิกสัญญาได้ตามมาตรา 388 โดยไม่ต้องบอกกล่าว

3.2.2 ประมวลกฎหมายอาญา จำนวน 3 มาตรา คือ

1. ความรับผิดฐานขายของโดยหลอกลวง มาตรา 271

มาตรา 271 ผู้ใดขายของโดยหลอกลวงด้วยประการใด ๆ ให้ผู้ซื้อหลงเชื่อในแหล่งกำเนิด สภาพ คุณภาพหรือปริมาณแห่งของนั้นอันเป็นเท็จ⁵¹

2. ความรับผิดฐานฉ้อโกง มาตรา 341

มาตรา 341 ผู้ใดโดยทุจริต หลอกลวงผู้อื่นด้วยการแสดงข้อความอันเป็นเท็จ หรือปกปิดข้อความจริงซึ่งควรบอกให้แจ้ง และโดยการหลอกลวงดังว่านั้น ได้ไปซึ่งทรัพย์สินจากผู้ถูกหลอกลวงหรือบุคคลที่สาม หรือทำให้ผู้ถูกหลอกลวงหรือบุคคลที่สาม ทำ ถอน หรือทำลายเอกสารสิทธิ ผู้นั้นกระทำความผิดฐานฉ้อโกง⁵²

3. ความรับผิดฐานฉ้อโกงประชาชน มาตรา 343

มาตรา 343 ถ้าการกระทำความผิดตามมาตรา 341 ได้กระทำด้วยการแสดงข้อความอันเป็นเท็จต่อประชาชน หรือด้วยการปกปิดความจริงซึ่งควรบอกให้แจ้งแก่ประชาชน⁵³

การประกอบธุรกิจขายตรงการดำเนินธุรกิจหลักคือการขายสินค้าและบริการให้กับผู้บริโภค โดยสินค้าที่นำไปขายจะมีคุณสมบัติและคุณภาพที่มีความแตกต่างไปจากสินค้าที่วางขายในท้องตลาดปกติที่สามารถไปซื้อสินค้าที่หน้าร้านได้ทันที ดังนั้นการประกอบธุรกิจที่มีลักษณะคล้ายกับธุรกิจขายตรงแต่ไม่เน้นการขายสินค้าหรือบริการ เน้นในเรื่องการที่ผู้สนใจเข้ามาร่วมลงทุน โดยนำเสนอผลตอบแทนที่สูง จึงเกิดขึ้นในระบบเศรษฐกิจมากขึ้น ธุรกิจดังกล่าวจะมีการหลอกลวงให้ผู้สนใจเข้ามาลงทุนด้วยการอ้างเป็นการทำธุรกิจร่วมกับภาครัฐ หรือการร่วมลงทุนกับภาคเอกชนระหว่างประเทศ เพื่อให้ธุรกิจมีความน่าเชื่อถือและน่าจะนำเงินมาส่วนลงทุนมากขึ้น ทำให้ความผิดของธุรกิจประเภทนี้มีความผิดตามกฎหมายอาญาในเรื่องของฉ้อโกงประชาชน เนื่องจากมีประชาชนจำนวนมากหลงเชื่อนำเงินของตนเองเข้ามาร่วมลงทุน

⁵¹ ประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 341

⁵² ประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 343

⁵³ ประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 343

3.2.3 พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 (ฉบับที่3) แก้ไข พ.ศ.2560⁵⁴

พรบ. ฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อคุ้มครองผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงและส่งเสริมการแข่งขันอย่างยุติธรรมในธุรกิจการค้าเสรี มีการกำหนดบทลงโทษทางอาญาต่อผู้ประกอบการขายตรงตัวแทน หรือผู้จำหน่ายอิสระ ผู้ที่ต้องการจะประกอบธุรกิจขายตรงหรือตลาดแบบตรงต้องยื่นขอจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง ส่วนที่ดำเนินธุรกิจอยู่แล้วก่อนวันที่ พรบ. ฉบับนี้ใช้บังคับมีหน้าที่ต้องจดทะเบียนการประกอบธุรกิจภายใน 120 วันนับถัดจากวันที่ พรบ. ฉบับนี้ใช้บังคับ ในกรณีที่ไม่ปรากฏภายหลังว่าผู้ประกอบการขายตรงหรือธุรกิจตลาดแบบตรง รายใดประกอบธุรกิจไม่เป็นไปตาม พรบ. นี้ นายทะเบียนมีอำนาจเพิกถอนการจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงหรือตลาดแบบตรงได้

หัวข้อการวิจัยฉบับนี้ศึกษาถึงขั้นตอนในการจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง โดยเน้นในการศึกษาถึงปัญหาในขั้นตอนการพิจารณาการจดทะเบียนของเจ้าหน้าที่ ซึ่งการยื่นจดทะเบียนจะต้องส่งแผนธุรกิจให้เจ้าหน้าที่พิจารณา แต่ปัญหาที่พบเกิดจากการไม่มีข้อมูลหมาย และหลักเกณฑ์ในการพิจารณาแผน ที่ชัดเจน รวมทั้งหลังจากที่ได้ยื่นจดทะเบียนไปแล้วหน่วยงานรัฐมีขั้นตอนในการตรวจสอบการ ดำเนินธุรกิจอย่างไรให้ไม่เกิดการประกอบธุรกิจขายตรงในรูปแบบการระดมทุนหรือแชร์ลูกโซ่

3.2.4 พระราชกำหนดการกู้ยืมเงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชน พ.ศ. 2527⁵⁵

จากในอดีตถึงปัจจุบันแม้จะมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมการระดมเงินทุนจาก ประชาชนอยู่หลายฉบับ อาทิ พระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 พระราชบัญญัติบริษัทมหาชนจำกัด พ.ศ. 2530 พระราชบัญญัติการซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า พ.ศ. 2542 พระราชบัญญัติการแลกเปลี่ยนเงินพุทธศักราช 2485 พระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจ เงินทุน ธุรกิจหลักทรัพย์ และธุรกิจเครดิตฟองซิเอร์ พ.ศ. 2522 พระราชบัญญัติสถาบันการเงิน พ.ศ. 2551 พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ หรือ ประมวลกฎหมายอาญา เป็นต้น แต่ในส่วนของ การบังคับใช้กฎหมายเพื่อควบคุมและปราบปราม ธุรกิจแชร์ลูกโซ่ซึ่งเป็นหนึ่งในธุรกิจการเงินนอกระบบที่มีลักษณะเป็นการกู้ยืมเงินที่เป็นการฉ้อ โกง ประชาชนซึ่งนอกจากจะเป็นความผิดฉ้อโกงประชาชนตามประมวลกฎหมายอาญาแล้วยังเป็นการ กระทำความผิดฐานกู้ยืมเงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชนตามพระราชกำหนดการกู้ยืมเงินที่เป็นการ ฉ้อ โกงประชาชน พ.ศ. 2527 ด้วยลักษณะการกระทำความผิดฐานกู้ยืมเงินที่เป็นการฉ้อ โกง ประชาชน ตามพระราชกำหนดการกู้ยืมเงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชน พ.ศ. 2527 กำหนดให้การ

⁵⁴ พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 (ฉบับที่3) แก้ไข พ.ศ.2560

⁵⁵ พระราชกำหนดการกู้ยืมเงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชน พ.ศ. 2527

ประกาศหรือ โฆษณาต่อประชาชนตั้งแต่สิบคนขึ้นไปในการกู้ยืมเงิน โดยสัญญาว่าจะจ่ายผลประโยชน์ตอบแทนในอัตราที่สูงกว่าอัตราดอกเบี้ยสูงสุดที่สถาบันการเงินตามกฎหมายว่าด้วยดอกเบี้ยให้กู้ยืมของสถาบันการเงินจะพึงจ่ายได้ โดยบริษัทรู้หรือควรรู้อยู่แล้วว่า บริษัทจะนำเงินจากผู้ให้กู้ยืมเงินรายนั้นหรือรายอื่น มาจ่ายหมุนเวียนให้แก่ผู้กู้ยืมเงิน หรือ โดยที่รู้หรือควรรู้อยู่แล้วว่าไม่สามารถประกอบกิจการใด ๆ โดยชอบด้วยกฎหมายที่จะให้ผลประโยชน์ตอบแทนเพียงพอที่จะนำมาจ่ายในอัตรานั้นได้ เป็นการกระทำความผิดฐานกู้ยืมเงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชนมีโทษจำคุกตั้งแต่ 5 ปี ถึง 10 ปี และปรับตั้งแต่ 500,000 - 1,000,000 บาท และปรับอีกไม่เกินวันละ 10,000 บาท ตลอดเวลาที่ยังฝ่าฝืนอยู่พระราชกำหนดการกู้ยืมเงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชน พ.ศ. 2527 ได้มีการแก้ไขสองครั้ง ครั้งแรก พ.ศ. 2534 แก้ไขเพิ่มเติมบทนิยามคำว่า “กู้ยืมเงิน” และ “ประโยชน์ตอบแทน” เพื่อให้ครอบคลุมถึงวิธีการหรือการกระทำความผิด ครั้งที่สอง พ.ศ. 2545 ได้มีการแก้ไขเพิ่มเติมให้การหลอกลวงให้ประชาชนนำเงินเข้าร่วมลงทุนในธุรกิจซื้อขายเงินตราต่างประเทศหรือเก็งกำไร เป็นความผิดฐานกู้ยืมเงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชน และกำหนดให้การโฆษณา ประกาศ หรือ การกระทำใด ๆ ให้ประชาชนนำเงินเข้าร่วมลงทุนในลักษณะดังกล่าวเป็นความผิดฐานกู้ยืมเงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชน และแก้ไขเพิ่มเติมบทบัญญัติในเรื่องการคำนวณผลประโยชน์ตอบแทน ความรับผิดชอบของพนักงานหรือลูกจ้างของนิติบุคคลผู้กระทำความผิด กำหนดให้ผู้กระทำความผิดต้องรับโทษหนักขึ้นเมื่อกระทำความผิดซ้ำ รวมทั้งให้มีการจ่ายเงินสินบนและเงินรางวัลเพื่อให้การปราบปรามผู้กระทำความผิดมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งการแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายในครั้งนี้นำมาซึ่งการบังคับใช้กฎหมายเพื่อป้องกันและปราบปรามแชร์ลูกโซ่รัดกุมมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะกรณีที่ผู้กระทำความผิดเป็นนิติบุคคลกฎหมายกำหนดให้กรรมการ ผู้จัดการ หรือบุคคลอื่นใดซึ่งรับผิดชอบในการดำเนินงานของนิติบุคคลนั้น ต้องรับโทษตามที่กฎหมายบัญญัติไว้ด้วย

3.3 หน่วยงานในภาครัฐที่รับผิดชอบในการดูแลการประกอบธุรกิจขายตรง

ปัจจุบันหน่วยงานในภาครัฐที่รับผิดชอบในการดูแลการประกอบธุรกิจขายตรง คือ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค กลุ่มงานป้องปราบการเงินนอกระบบ สำนักงานปลัดกระทรวงการคลัง กรมสอบสวนคดีพิเศษ กองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับอาชญากรรมทางเศรษฐกิจ กองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งจะกล่าวรายละเอียดขอบเขตอำนาจหน้าที่ของแต่ละหน่วยงาน ดังนี้

3.3.1 สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของสำนักนายกรัฐมนตรี ซึ่งคอยกำกับดูแลไม่ให้ผู้ประกอบธุรกิจที่ได้รับการจดทะเบียนการประกอบธุรกิจ

ขายตรงเออาร์ดีเอเปรียบผู้บริโภครวมทั้งตรวจสอบให้ผู้ประกอบการจดทะเบียน ซึ่งกองและกลุ่มงานภายในสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคที่กำกับดูแล คือ กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง โดยกองงานดังกล่าวประกอบด้วย ฝ่ายรับจดทะเบียนและส่งเสริมการประกอบธุรกิจ และฝ่ายรับเรื่องราวร้องทุกข์และติดตามสอดส่องการประกอบธุรกิจ มีอำนาจหน้าที่และดูแลโดยอาศัยกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

(1) อำนาจหน้าที่กำกับดูแลเพื่อให้เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด

ในพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ได้กำหนดให้มีคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงไว้ใน มาตรา 8 ของพระราชบัญญัติ⁵⁶ ซึ่งมีที่มาในการสรรหา ประกอบไปด้วย

1. ประธานกรรมการซึ่งคณะรัฐมนตรีแต่งตั้ง
2. กรรมการโดยตำแหน่ง ได้แก่ อธิบดีกรมการค้าภายใน อธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ผู้บัญชาการตำรวจแห่งชาติ เลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยา
3. กรรมการซึ่งคณะรัฐมนตรีแต่งตั้งจากผู้แทนสมาคมที่มีวัตถุประสงค์เกี่ยวกับธุรกิจขายตรงจำนวนหนึ่งคน ผู้แทนสมาคมที่มีวัตถุประสงค์เกี่ยวกับธุรกิจตลาดแบบตรงจำนวนหนึ่งคน และผู้แทนสมาคมหรือมูลนิธิที่มีวัตถุประสงค์เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคจำนวนสองคน
4. กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิจำนวนสี่คน ซึ่งคณะรัฐมนตรีแต่งตั้งจากผู้ซึ่งมีความรู้ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการขายตรงหรือการตลาดแบบตรง ทั้งนี้ ต้องแต่งตั้งจากผู้ทรงคุณวุฒิภาคเอกชนไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่ง

ให้เลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นกรรมการและเลขานุการ

ในพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ได้กำหนดอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงไว้ใน มาตรา 13 ของพระราชบัญญัติ⁵⁷ โดยมีอำนาจหน้าที่ดังต่อไปนี้

1. พิจารณาเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภคที่ได้รับความเดือดร้อนหรือเสียหาย อันเนื่องมาจากการกระทำของผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง หรือผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง
2. แจ้งหรือโฆษณาข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายหรือเสื่อมเสียแก่สิทธิของผู้บริโภค

⁵⁶ พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 (ฉบับที่ 3) แก้ไข พ.ศ. 2560 มาตรา 8

⁵⁷ พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 (ฉบับที่ 3) แก้ไข พ.ศ. 2560 มาตรา 13

3. กำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงและผู้ประกอบการกิจการตลาดแบบตรง รวมทั้งติดตามสอดส่องพฤติการณ์ในการประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง

4. วางระเบียบหรือประกาศเกี่ยวกับการปฏิบัติการตามพระราชบัญญัตินี้

5. พิจารณาวินิจฉัยการอุทธรณ์คำสั่งของนายทะเบียน

6. เสนอความเห็นต่อคณะรัฐมนตรีเกี่ยวกับนโยบายและมาตรการในการกำกับดูแลรวมทั้งส่งเสริมการประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง และพิจารณาให้ความเห็นในเรื่องต่าง ๆ

7. สอดส่องเร่งรัดพนักงานเจ้าหน้าที่ ส่วนราชการ หรือหน่วยงานอื่นของรัฐให้ปฏิบัติการตามอำนาจและหน้าที่ที่กฎหมายกำหนด

8. เสนอแนะในการออกกฎกระทรวงตามพระราชบัญญัตินี้

9. เรื่องอื่นตามที่คณะรัฐมนตรีหรือรัฐมนตรีมอบหมาย

ซึ่งอำนาจหน้าที่การทำงานของคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงในส่วนงานธุรการให้เป็นหน้าที่ของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในการกำกับดูแลให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติตามมาตรา 18 ของพระราชบัญญัตินี้⁵⁸

ให้สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคตามกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภครับผิดชอบในงานธุรการของคณะกรรมการและมีหน้าที่รับคำขอจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงติดตามสอดส่องพฤติการณ์ในการประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงและปฏิบัติงานให้เป็นไปตามพระราชบัญญัตินี้

เมื่อผู้ประกอบการจะดำเนินธุรกิจขายตรงได้จะต้องได้รับอนุญาตก่อน ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องยื่นจดทะเบียนด้วยการเตรียมเอกสารที่ใช้ประกอบการพิจารณา สามารถแสดงขั้นตอนตามกฎหมายได้ดังนี้

(1) การพิจารณาในส่วนของคุณสมบัติของนิติบุคคลจะต้องมีเงื่อนไขครบองค์ประกอบดังนี้

1. ผู้ที่จะยื่นขอจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงได้จะต้องอยู่ในรูปแบบของนิติบุคคล ตาม มาตรา 20 ก็จะต้องเป็นห้างหุ้นส่วนหรือบริษัท รวมทั้งมีวัตถุประสงค์ที่จะประกอบธุรกิจขายตรง⁵⁹

⁵⁸ พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 (ฉบับที่ 3) แก้ไข พ.ศ. 2560 มาตรา 18

⁵⁹ พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 (ฉบับที่ 3) แก้ไข พ.ศ. 2560 มาตรา 20

2. นิติบุคคลจะต้องไม่เคยถูกเพิกถอนทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงภายในระยะเวลา 5 ปี ก่อนที่จะยื่นขอจดทะเบียนใหม่อีกครั้งตาม มาตรา 38 วรรค 1⁶⁰

3. นิติบุคคลจะต้องมีทุนจดทะเบียนตามที่กฎหมายกำหนด ถ้าเป็นห้างหุ้นส่วนจะต้องไม่ต่ำกว่า 5 แสนบาท แต่ถ้าเป็นบริษัทจะต้องไม่ต่ำกว่า 1 ล้านบาท และชำระแล้ว

(2) การพิจารณาในส่วนของคุณสมบัติของหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้จัดการ หรือบุคคลที่รับผิดชอบในการดำเนินงานของห้างหุ้นส่วนหรือบริษัท ไม่มีลักษณะต้องห้ามตามมาตรา 38/2 ดังต่อไปนี้⁶¹

1. เป็นบุคคลล้มละลาย
2. เป็นคนไร้ความสามารถหรือคนเสมือนไร้ความสามารถ
3. เคยได้รับโทษจำคุกโดยคำพิพากษาถึงที่สุดให้จำคุก เว้นแต่เป็นโทษสำหรับความผิดที่ได้กระทำโดยประมาทหรือความผิดลหุโทษ

4. เป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้จัดการ หรือบุคคลซึ่งรับผิดชอบในการดำเนินงานของห้างหุ้นส่วนหรือบริษัทอื่นที่จดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงหรือตลาดแบบตรง

5. เคยเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้จัดการ หรือบุคคลซึ่งรับผิดชอบในการดำเนินงานของห้างหุ้นส่วนหรือบริษัทที่เคยถูกเพิกถอนทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงภายในระยะเวลา 5 ปี ก่อนที่จะยื่นขอจดทะเบียนใหม่อีกครั้ง

(3) การพิจารณาในเรื่องคำขอในการจดทะเบียนขายตรงซึ่งเป็นไปตามแบบที่คณะกรรมการประกาศกำหนด ซึ่งเรียกใบคำขอดังกล่าวตามแบบ ขต. 1 ตามมาตรา 39 มีรายการดังต่อไปนี้

1. ชื่อของผู้ประกอบธุรกิจขายตรง
2. ภูมิลำเนาของผู้ประกอบธุรกิจขายตรง
3. ประเภทหรือชนิดของสินค้าหรือบริการ
4. วิธีการขายสินค้าหรือบริการ⁶²

(4) การพิจารณาลักษณะเนื้อหาของข้อสัญญาระหว่างผู้จำหน่ายอิสระกับผู้ประกอบธุรกิจขายตรง จะต้องมียรายละเอียด แผนการจ่ายผลตอบแทน ค่าธรรมเนียมต่าง ๆ การรับซื้อสินค้า

⁶⁰ พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 (ฉบับที่ 3) แก้ไข พ.ศ. 2560 มาตรา 38 วรรค 1

⁶¹ พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 (ฉบับที่ 3) แก้ไข พ.ศ. 2560 มาตรา 38/2

⁶² พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 (ฉบับที่ 3) แก้ไข พ.ศ. 2560 มาตรา 39

และการคืนค่าธรรมเนียมการสมัคร และอุปกรณ์การส่งเสริมธุรกิจอื่น ในกรณีการยกเลิกการสมัคร ตามมาตรา 23⁶³

(5) การพิจารณาในเรื่องเอกสารการซื้อขายสินค้าที่ผู้ประกอบการซื้อขายตรงออกให้แก่ ผู้บริโภคตาม มาตรา 30 โดยมีรายละเอียดที่แสดงในเอกสารตาม มาตรา 31 ดังต่อไปนี้⁶⁴

1. ข้อความภาษาไทยที่อ่านเข้าใจง่าย โดยระบุชื่อผู้ซื้อและผู้ขาย วันที่ซื้อขาย และวันที่ ส่งมอบสินค้าหรือบริการ รวมทั้งสิทธิของผู้บริโภคในการเลิกสัญญาซึ่งสิทธิเลิกสัญญาดังกล่าวต้อง กำหนดด้วยตัวอักษรที่เห็นเด่นชัดกว่าข้อความทั่วไป และมีข้อความสิทธิเลิกสัญญาโดยการส่ง หนังสือแสดงเจตนาภายในเวลาเจ็ดวันนับแต่วันที่ได้รับสินค้าหรือบริการ ไปยังผู้ประกอบการ ขยายตรง ตามมาตรา 33⁶⁵

2. กำหนดเวลา สถานที่ และวิธีการในการชำระหนี้
3. สถานที่ และวิธีการในการส่งมอบสินค้าหรือบริการ
4. วิธีการเลิกสัญญา
5. วิธีการคืนสินค้า
6. การรับประกันสินค้า
7. การเปลี่ยนสินค้าในกรณีมีความชำรุดบกพร่อง

(6) การพิจารณาในส่วนของแผนการจ่ายผลตอบแทนสำหรับผู้ประกอบการขยายตรง ให้ยื่นแผนการจ่ายผลตอบแทนพร้อมกับคำขอจดทะเบียนผู้ประกอบการขยายตรงโดยแผนการจ่าย ผลตอบแทนต้องมีลักษณะ ตาม มาตรา 19 และ 21

(7) หลังจากที่ได้มีการยื่นคำขอจดทะเบียนการประกอบการขยายตรง พร้อมทั้งเอกสาร ประกอบการพิจารณาต่อนายทะเบียนครบถ้วนแล้ว นายทะเบียนจะตรวจสอบความถูกต้องของ เอกสารตาม มาตรา 41 เมื่อมีรายละเอียดถูกต้องครบถ้วน ในเรื่องต่อไปนี้⁶⁶

1. แผนการจ่ายผลตอบแทนตามมาตรา 19 และ 21 ต้องไม่ขัดต่อกฎหมายหรือขัดต่อ ความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน
2. สินค้าหรือบริการมีลักษณะตรงตามวัตถุประสงค์ที่ยื่นคำขอจดทะเบียนต่อ นายทะเบียน
3. สัญญามีรายการตามที่กำหนดเอาไว้ เช่นในมาตรา 31

⁶³ พระราชบัญญัติขยายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 (ฉบับที่ 3) แก้ไข พ.ศ.2560 มาตรา 23

⁶⁴ พระราชบัญญัติขยายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 (ฉบับที่ 3) แก้ไข พ.ศ.2560 มาตรา 31

⁶⁵ พระราชบัญญัติขยายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 (ฉบับที่ 3) แก้ไข พ.ศ.2560 มาตรา 33

⁶⁶ พระราชบัญญัติขยายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 (ฉบับที่ 3) แก้ไข พ.ศ.2560 มาตรา 41

และเมื่อนายทะเบียนพิจารณาคำขอจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงแล้ว พบว่ามีคุณสมบัติครบถ้วนไม่ขัดต่อกฎหมาย นายทะเบียนจะแจ้งผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงเป็นหนังสือ และให้ผู้ประกอบธุรกิจมาวางหลักประกันภายใน 30 วัน

(8) ผู้ประกอบธุรกิจจะต้องนำหลักทรัพย์มาวางเป็นหลักประกันแก่นายทะเบียน กรณีที่ผู้บริโภครับผลกระทบจากการบริโภคสินค้าหรือบริการของผู้ประกอบธุรกิจจะได้นำหลักทรัพย์ดังกล่าวจ่ายชดเชยให้กับผู้บริโภค ซึ่งหลักประกันจะแบ่งออกเป็น เงินสด หนังสือค้ำประกันของธนาคาร หรือพันธบัตรรัฐบาลไทยหรือพันธบัตรรัฐวิสาหกิจ โดยวงเงินจะแตกต่างกันค้ำประกันถึงขนาดหรือประเภทของการประกอบธุรกิจพิจารณาจากรายได้ในการประกอบธุรกิจ ตามมาตรา 38/5⁶⁷ แต่ในปัจจุบันบริษัทขนาดเล็กและขนาดกลางจะวางหลักประกันเป็นเงินสด เนื่องจากไม่เสียค่าธรรมเนียมในการออกหนังสือค้ำประกันจากธนาคาร

ซึ่งจากการศึกษาขั้นตอนในการจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรง การยื่นแผนการจ่ายผลตอบแทนพร้อมกับคำขอจดทะเบียนประกอบธุรกิจขายตรง หากพิจารณารูปแบบของแผนการจ่ายผลตอบแทนในการประกอบธุรกิจขายตรงต้องมีลักษณะดังนี้ (ตามมาตรา 19 และ 21 พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 (ฉบับแก้ไข) พ.ศ. 2560⁶⁸)

1. ต้องไม่ตกลงว่าจะให้ผลประโยชน์ตอบแทนจากการหาผู้เข้าร่วมเครือข่ายดังกล่าว ซึ่งคำนวณจากจำนวนผู้เข้าร่วมเครือข่ายที่เพิ่มขึ้น (มาตรา 19)
2. ต้องไม่กำหนดให้สมาชิกได้รับรายได้หลักจากการรับสมัครบุคคลหรือแนะนำบุคคลเข้าร่วมเป็นเครือข่ายในการประกอบธุรกิจขายตรง (มาตรา 21(1))
3. ต้องกำหนดให้สมาชิกได้รับรายได้หลักขึ้นอยู่กับการขายสินค้าหรือบริการแก่ผู้บริโภค รวมไปถึงการซื้อเพื่อการใช้หรือบริโภคเอง (มาตรา 21(2))
4. ต้องไม่บังคับให้สมาชิกซื้อสินค้า (มาตรา 21(3)) เช่น กำหนดให้สมาชิกต้องซื้อสินค้าหรือบริการในขณะที่สมัครสมาชิกหรือกำหนดให้สมาชิกต้องซื้อสินค้าหรือบริการเป็นแพ็คเกจ (Package) เพียงอย่างเดียวเท่านั้น โดยสามารถซื้อแยกเป็นรายชิ้นได้
5. ต้องไม่ชักจูงให้สมาชิกซื้อสินค้าในปริมาณมากเกินไปอย่างไม่สมเหตุผล (มาตรา 21(4)) ซึ่งการชักจูงให้สมาชิกซื้อสินค้าในปริมาณมากเกินไป อย่างไม่สมเหตุผล จนเกิดพฤติกรรมการกักตุนสินค้า และสามารถเบี่ยงเบนพฤติกรรมการประกอบธุรกิจให้เป็นไปในลักษณะของการระดมทุนได้ง่าย เป็นต้น ดังนั้น แผนการจ่ายผลตอบแทนที่ตรงต่อความเป็นจริงหรือเป็นไปได้จริงและอย่างเปิดเผยชัดเจน (มาตรา 21(5))

⁶⁷ พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 (ฉบับที่ 3) แก้ไข พ.ศ. 2560 มาตรา 38/5

⁶⁸ พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 (ฉบับที่ 3) แก้ไข พ.ศ. 2560 มาตรา 19 และ 21

6. ต้องแสดงวิธีการคิดคำนวณการจ่ายผลตอบแทนที่ตรงต่อความเป็นจริง หรือเป็นไปได้จริงและอย่างเปิดเผยชัดเจน (มาตรา 21(5)) ดังนั้น เพอร์เซ็นต์สรุบน้ำแผนการจ่ายผลตอบแทนจึงไม่ควรเกิน 70% เพื่อให้แผนการจ่ายผลตอบแทนตรงต่อความเป็นจริง หรือเป็นไปได้จริง และไปทำให้บุคคลทั่วไปที่จะเข้าร่วมเป็นสมาชิกเครือข่ายเกิดความสับสนและเข้าใจผิดด้วยหวังว่าจะได้รับรายได้เป็นจำนวนมาก

7. กำหนดรอบคิดคำนวณรวม 15 วัน (ขอความร่วมมือ) เป็นต้น⁶⁹

เมื่อพิจารณาตามมาตรา 19 และ 21 ในการกำหนดโครงสร้างการจ่ายผลตอบแทน พบว่า

1. เรื่องการกำหนดแผนการจ่ายผลตอบแทนของบริษัทที่ประกอบธุรกิจขายตรงควรที่จะกำหนดรายได้ที่จ่ายไม่ให้มีลักษณะเน้นหากคนเข้ามาในระบบธุรกิจของบริษัทให้มีจำนวนคนมากที่สุด (มาตรา 19) ด้วยวิธีการรับสมัครบุคคลหรือแนะนำบุคคลที่สมาชิกรู้จักไม่ว่าจะเป็นเพื่อนญาติ พ่อแม่ ให้เข้ามาในระบบ (มาตรา 21(1)) ซึ่งทำอย่างไรจึงจะมีแนวทางที่จะให้เจ้าหน้าที่พิจารณาแผนการจ่ายผลตอบแทนให้ไม่มีลักษณะดังกล่าว เมื่อพิจารณาต่อไปก็จะพบว่าควรที่จะใช้วิธีการขายสินค้าเป็นหลัก โดยทั่วไปบริษัทขายตรงที่มีชื่อเสียงจะมีการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง ดังนั้นจึงกำหนดแนวทางให้สมาชิกได้รับรายได้หลักขึ้นอยู่กับการซื้อเพื่อการใช้หรือบริโภคเอง และขายสินค้าหรือบริการแก่ผู้บริโภค (มาตรา 21(2)) ทำให้มีแนวทางในการพิจารณาโดยกำหนดให้บริษัทควรกำหนดต้นทุน และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานให้มีความสัมพันธ์รายได้ที่เป็นค่าใช้จ่ายของบริษัทที่จ่ายให้แก่สมาชิกไม่ให้มากเกินไปจนกระทั่งเกิดสถานะที่บริษัทไม่สามารถจ่ายได้ ซึ่งจะเกิดปัญหาแนวโน้มไปสู่แชร์ลูกโซ่ที่เน้นชักชวนคนเข้าร่วมลงทุน เมื่อจำนวนคนมากขึ้นก็จะนำเงินมาลงทุนมากขึ้นบริษัทก็จะนำเงินลงทุนมาจ่ายให้กับสมาชิกแทนรายได้ของบริษัทที่เกิดจากการขายสินค้าและบริการ ดังนั้นจึงเป็นแนวทางที่ยากในการกำหนดหลักเกณฑ์ในการพิจารณา ของเจ้าหน้าที่

2. แนวทางในการกำหนดให้ไม่มีการบังคับ หรือให้มีการชักจูงโน้มน้าวให้มีการซื้อสินค้ากักตุนจนมากเกินไป ในการพิจารณารูปแบบการประกอบธุรกิจขายตรงไม่ให้มีการใช้เงินซื้อสินค้าจำนวนมาก ๆ เพื่อให้ได้รับ รายได้จากริชย์มากขึ้นตามแผนการจ่ายผลตอบแทนของบริษัทที่กำหนดไว้ ในการพิจารณาของเจ้าหน้าที่จะมีหลักเกณฑ์อย่างไรจึงเป็นไปได้ยาก คงจะสามารถกำหนดในแผนการจ่ายผลตอบแทนของบริษัทไม่ให้มีคำพูดหรือคำโฆษณาที่มีลักษณะให้ซื้อสินค้าจำนวนมาก ๆ เช่น เมื่อซื้อเป็นชุด สมาชิกจะมีสิทธิได้รับการขึ้นตำแหน่งที่สูงขึ้น เพื่อที่จะได้รับรายได้ที่มากขึ้นตามไปด้วย เช่น การกำหนดให้มีรอบการคิดคำนวณไม่ให้ต่ำกว่า 15 วัน เพื่อที่จะ

⁶⁹ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง. คู่มือการปฏิบัติงาน การพิจารณาค่าขอจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรง น. 19

ไม่ให้มีการเร่งซื้อสินค้าจำนวนมาก ๆ จนกระทั่งเป็นการกักตุนสินค้าเพื่อให้อุดหนุนของคุณเพิ่มมากขึ้น ทำให้ตนเองได้รับรายได้มากขึ้น

3. การกำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจแสดงการคิดคำนวณแผนการจ่ายผลตอบแทนให้ทุก ๆ ข้อ ให้มีวิธีการคิดคำนวณที่เป็นไปได้จริงและแสดงให้เห็นอย่างชัดเจน โดยแสดงให้เห็นอย่างเปิดเผย เมื่อพิจารณาข้อกำหนดในทางความจริงในการประกอบธุรกิจมีข้อกำหนดที่กว้างมาก ทำให้การพิจารณาของเจ้าหน้าที่ขาดหลักเกณฑ์ ควรที่จะกำหนดกรอบให้มีมาตรฐานที่ชัดเจน เช่น ให้บริษัทเขียนวิธีการคิดคำนวณในแต่ละข้อย่อยของแผนการจ่ายผลตอบแทนให้เข้าใจง่าย และชัดเจน จะได้ไม่ต้องมีการถกเถียงแก่สมาชิกกันเอง กรณีที่เกิดความไม่ชัดเจนของแผนการจ่ายผลตอบแทน

เมื่อผู้ประกอบธุรกิจขายตรงได้ยื่นคำขอจดทะเบียนการประกอบธุรกิจ และได้มีการดำเนินธุรกิจมาในระยะเวลาหนึ่งย่อมมีสมาชิกภายใต้องค์กรจำนวนมาก ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าและบริการมาบริโภคย่อมมีจำนวนมากขึ้น เมื่อผู้บริโภคได้รับผลกระทบจากการซื้อสินค้าและบริการมาบริโภคสามารถร้องเรียนต่อหน่วยงานสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้โดยมีกระบวนการขั้นตอนติดตามภายหลังจากที่ได้มีการจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรง ซึ่งมีหลักเกณฑ์และข้อกำหนด ดังต่อไปนี้

ตามมาตรา 42 ของพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรงอาศัยพฤติการณ์ของผู้ประกอบธุรกิจหากเข้าพฤติการณ์ข้อหนึ่งข้อใดจะเป็นเหตุในการเพิกถอนใบจดทะเบียนของนายทะเบียนได้ ซึ่งปัจจุบันอาศัยการร้องเรียนจากผู้บริโภค แต่ในความเป็นจริงผู้ที่ร้องเรียนจะเป็นผู้ประกอบธุรกิจด้วยกันเองที่อาศัยช่องทางของกฎหมายในการขัดขวางการดำเนินธุรกิจด้วยกันเองโดยพฤติการณ์ที่เป็นเหตุในการเพิกถอนของนายทะเบียน มีดังต่อไปนี้⁷⁰

1. ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงได้ใช้แผนการจ่ายผลตอบแทนให้แก่สมาชิกในองค์กรของตนเองไม่ตรงตามที่ยื่นขอจดทะเบียนต่อนายทะเบียนในครั้งแรก
2. เมื่อผู้จำหน่ายอิสระซึ่งเป็นสมาชิกภายใต้องค์กรของผู้ประกอบธุรกิจขายตรง ได้นำสินค้าและบริการ ไปขายให้แก่ผู้บริโภค แล้วผู้บริโภคได้รับผลกระทบจากความบกพร่องของสินค้าและบริการ ผู้ประกอบธุรกิจจะต้องร่วมรับผิดชอบกับผู้จำหน่ายอิสระที่นำสินค้าและบริการไปขาย
3. ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงเมื่อมีการย้ายสำนักงานที่ตั้งประกอบธุรกิจจะต้องแจ้งเป็นหนังสือให้นายทะเบียนทราบภายใน 15 วัน นับแต่วันที่ได้มีการย้าย
4. ผู้ประกอบธุรกิจเมื่อได้ดำเนินธุรกิจไปตามรอบบัญชีให้แจ้งรอบรายงานการดำเนินธุรกิจให้นายทะเบียนทราบ เพื่อที่จะได้นำไปปรับวงเงินในการวางหลักประกันของธุรกิจขายตรง

⁷⁰ พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 (ฉบับที่ 3) แก้ไข พ.ศ. 2560 มาตรา 42

5. ข้อความในการสื่อสารข้อมูลเพื่อเสนอขายสินค้าหรือบริการต้องเป็นไปตามที่กฎกระทรวงกำหนดนั้น จะเป็นการเสนอขายของผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงผ่านสื่อ ไม่ว่าจะ เป็นแผ่นพับ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งไม่เกี่ยวกับการเสนอขายในรูปแบบของการประกอบธุรกิจขายตรง

6. ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงต้องไม่มีคุณสมบัติต้องห้ามในระหว่างที่ได้รับการจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรง ตามมาตรา 38/1 และ 38/2 ซึ่งนอกจากที่จะนำมาตรวจสอบก่อนการได้รับการจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงแล้ว ยังนำคุณสมบัติของนิติบุคคล และหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้จัดการ หรือบุคคลซึ่งรับผิดชอบในการดำเนินงานของห้างหุ้นส่วนหรือบริษัท มาตรวจสอบผู้ประกอบธุรกิจในขณะที่ดำเนินธุรกิจการประกอบธุรกิจขายตรง หากมีคุณสมบัติไม่ครบถ้วน เป็นเหตุให้นายทะเบียนเพิกถอนการจดทะเบียนได้

7. ไม่วางหลักประกันเพิ่มให้ครบตามจำนวนที่กำหนดภายในสามเดือนนับแต่วันที่ครบกำหนดตามรอบระยะเวลาที่กฎหมายกำหนด หรือภายใน 15 วัน นับจากวันที่นายทะเบียนได้มีคำสั่งแจ้งให้วางหลักประกันเพิ่มเติม เช่นในกรณีที่ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงขายสินค้าและบริการให้แก่ผู้บริโภคแล้ว ผู้บริโภคได้รับความเสียหายจากการบริโภคสินค้าและบริการที่บกพร่อง และผู้ประกอบธุรกิจไม่ปฏิบัติตามข้อสัญญาซื้อขายสินค้าหรือบริการหรือตามพระราชบัญญัตินี้ ตามมาตรา 41/5 (1) นายทะเบียนจะนำเงินวางหลักประกันที่ผู้ประกอบธุรกิจนำมาวางไว้จ่ายชดเชยให้แก่ผู้บริโภคที่ได้รับผลกระทบตามมาตรา 41/6 ถ้าหากความเสียหายจากการบริโภคสินค้าหรือบริการที่เกิดขึ้นไม่สามารถจ่ายชดเชยได้เพียงพอ นายทะเบียนสามารถที่จะเรียกผู้ประกอบธุรกิจขายตรงนำเงินหลักประกันมาชดเชยให้เพียงพอตามมาตรา 41/7 ได้

8. หุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ หรือผู้รับผิดชอบในการดำเนินงานของนิติบุคคลได้รับโทษจำคุกโดยคำพิพากษาถึงที่สุดให้จำคุกในความผิดตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง

(2) คดีที่อยู่ในอำนาจของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

พระราชบัญญัติที่ให้อำนาจหน้าที่กับสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค มี 2 ฉบับ คือ

1. พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 (ฉบับที่ 3) แก้ไข พ.ศ. 2560
2. พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 (ฉบับที่ 4) แก้ไข พ.ศ. 2562

อำนาจหน้าที่ตามกฎหมายและความรับผิดชอบในการกำกับดูแลตามพระราชบัญญัติดังกล่าวทั้งสองฉบับ จะพบว่าภารกิจของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคจะเกิดจากการออกพื้นที่เพื่อตรวจสอบกำกับดูแล รวมทั้งการรับเรื่องราวร้องทุกข์จากประชาชนทั่วไปผ่าน

ระบบรับเรื่องราวร้องเรื่อง ซึ่งในปัจจุบันได้พัฒนาให้ร้องเรียนผ่านระบบออนไลน์ให้เข้ากับยุคสมัย การป้องกันโรคระบาดจากไวรัสโคโรนา 2019 ดังนั้นการทำงานของกองคุ้มครองผู้บริโภคด้านขายตรงและตลาดแบบตรงจึงเน้นการรับคำขอจดทะเบียนจากผู้ประกอบธุรกิจและรับเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภคที่ได้รับผลกระทบจากการบริโภคสินค้าและบริการ อีกทั้งยังคอยกำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจที่ได้รับการจดทะเบียนไปแล้วไม่ให้ดำเนินธุรกิจที่เอาเปรียบผู้บริโภค

3.3.2 กลุ่มงานป้องปราบการเงินนอกระบบ สำนักงานปลัดกระทรวงการคลัง

หน่วยงานภายใต้สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง ที่อยู่ภายใต้กระทรวงการคลัง ที่มีหน้าที่ควบคุมการดำเนินธุรกิจของภาคเอกชนที่มีการจ่ายผลตอบแทนจากเข้าร่วมลงทุน โดยไม่มีลักษณะการประกอบธุรกิจขายตรง คือสำนักนโยบายพัฒนาระบบการเงินภาคประชาชน⁷¹

โดยรัฐบาลได้มอบหมายให้กระทรวงการคลังเป็นองค์กรหลักในการกำกับดูแลเกี่ยวกับการป้องปราบการเงินนอกระบบ ดังมติที่ประชุมคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 4 กันยายน พ.ศ. 2527 ว่าให้กระทรวงการคลังและกระทรวงมหาดไทยร่วมกันติดตามการระดมเงินนอกระบบที่มีการดำเนินงานในลักษณะที่ไม่เปิดเผยอย่างใกล้ชิด หากพบว่ามีการกระทำผิดกฎหมายฉบับใดก็ให้ดำเนินการตามกฎหมายทันที ต่อมาได้ออกกฎหมายเพื่อปราบปรามการเงินนอกระบบ โดยเฉพาะขึ้นในปี พ.ศ. 2527 คือ กฎหมายการกู้ยืมเงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชน โดยคณะรัฐมนตรีได้มีมติให้กระทรวงการคลังเป็นหน่วยงานหลักในการกำกับดูแลเกี่ยวกับการเงินนอกระบบ จึงได้จัดตั้งกลุ่มงานป้องปราบการเงินนอกระบบเพื่อดำเนินการตามกฎหมายฉบับดังกล่าว ตลอดจนปกป้องและคุ้มครองประโยชน์ของประชาชน ต่อมาได้เปลี่ยนมาเป็น สำนักนโยบายพัฒนาระบบการเงินภาคประชาชน ซึ่งถือได้ว่าเป็นองค์กรหลักที่มีบทบาทสำคัญในการป้องกันประชาชนมิให้ตกเป็นเหยื่อของธุรกิจที่มีลักษณะการดำเนินธุรกิจโดยเน้นการระดมทุนหรือเน้นการชักชวนคนให้เข้ามาลงทุนในธุรกิจที่มีลักษณะเป็นการฉ้อโกงประชาชนเป็นหลัก

อำนาจหน้าที่กำกับดูแลเพื่อให้เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด

จากนโยบายพัฒนาระบบการเงินภาคประชาชน ของสำนักงานเศรษฐกิจการคลัง⁷² ซึ่งได้ดำเนินงานภายใต้พระราชกำหนด การกู้ยืมเงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชน พ.ศ. 2527 ดำเนินงานภายใต้มาตรการป้องกันในรอบปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 (เดือนตุลาคม 2562 - กันยายน 2563) รับข้อร้องเรียน แจ้งเบาะแส ปรีกษา สอบถามเกี่ยวกับการเงินนอกระบบที่ผิดกฎหมายจากประชาชน

⁷¹ สำนักนโยบายพัฒนาระบบการเงินภาคประชาชน, สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง กระทรวงการคลัง, สืบค้นวันที่ 5 พฤศจิกายน 2564, จาก www.fpo.go.th

⁷² สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง กระทรวงการคลัง, “รายงานประจำปี 2563 สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง,” สืบค้นวันที่ 5 พฤศจิกายน 2564, จรก www.fpo.go.th. น. 42-44

และนิติบุคคล ที่ได้รับความเสียหายหรือไม่ได้รับความเป็นธรรมหรือ ถูกหลอกลวงเกี่ยวกับ ความผิดตามพระราชกำหนดการกู้ยืมเงินที่เป็นการฉ้อ โกงประชาชน พ.ศ. 2527 (พระราช กำหนดการกู้ยืมเงินฯ) จำนวนทั้งหมด 322 เรื่อง โดยมีการประกอบธุรกิจขายตรงที่มีลักษณะแอบแฝง แบบแชร์ลูกโซ่จำนวน 180 ราย

การเงินนอกระบบที่กระทรวงการคลังกำกับดูแลอยู่จะเน้นไปที่ธุรกรรมที่เข้าข่ายเป็น การหลอกลวงหรือฉ้อ โกงประชาชนในลักษณะการให้หรือสัญญาว่าจะให้ผลตอบแทนจากการ ลงทุนสูงและต่อเนื่องซึ่งเรียกความสนใจจากประชาชนให้ตกลงเชื่อได้โดยง่าย การดำเนินธุรกิจ ส่วนใหญ่จะชักชวนคนให้เข้ามาลงทุนในธุรกิจและเอาผลตอบแทนในระยะสั้นมาเป็นแรงจูงใจใน การลงทุน ซึ่งการกระทำดังกล่าวถือเป็นส่วนหนึ่งของการเงินนอกระบบทั้งหมด รวมทั้ง มีการ กำกับดูแล สอดส่องพฤติกรรม ธุรกิจที่ยังไม่เข้าระบบสถาบันการเงินและตลาดหลักทรัพย์ เพื่อเป็น การจัดระเบียบให้แก่ผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจอยู่ในระบบเศรษฐกิจให้อยู่ภายใต้นโยบายการเงิน การคลังของหน่วยงานรัฐ โดยมีกฎหมายการกู้ยืมเงินที่เป็นการฉ้อ โกงประชาชนและกฎหมายการ เล่นแชร์เป็นหลัก และรวบรวมข้อร้องเรียนและร้องทุกข์จากประชาชนที่ได้รับความเดือดร้อนจะ ธุรกิจดังกล่าวที่หวังผลกำไรจากการลงทุนของประชาชน แล้วนำผู้ประกอบการธุรกิจที่ไม่ปฏิบัติ ตามกฎหมายเข้าสู่กระบวนการยุติธรรม โดยการนำข้อมูลและรายงานมาใช้ในการประกอบการ ลงโทษผู้กระทำความผิดหรือส่งให้แก่หน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องรับผิดชอบต่อไป

3.3.3 กรมสอบสวนคดีพิเศษ

กรมสอบสวนคดีพิเศษ (Department of Special Investigation)⁷³ เป็นหน่วยงานที่รับเรื่อง ร้องเรียนจากการประชาชนที่ได้รับความเดือดร้อนจากผู้ประกอบธุรกิจที่มีลักษณะการดำเนินธุรกิจ ที่เน้นการหาคนเข้าร่วมธุรกิจ หรือมีการจ่ายผลตอบแทนที่เกินกว่าที่ได้รับจดทะเบียนจากทาง สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค คือ กองคดีธุรกิจการเงินนอกระบบ

3.3.4 กองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับอาชญากรรมทางเศรษฐกิจ (ปอศ.)

กองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับอาชญากรรมทางเศรษฐกิจ⁷⁴ สำนักงานตำรวจแห่งชาติ เป็นหน่วยงานที่อยู่ภายใต้กองบัญชาการตำรวจสอบสวนกลาง

คดีที่อยู่ในความรับผิดชอบของกองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับ อาชญากรรมทางเศรษฐกิจ คือ คดีที่ ไม่ใช่คดีพิเศษและคดีที่ไม่อยู่ในความรับผิดชอบของกรม

⁷³ กรมสอบสวนคดีพิเศษ, กระทรวงยุติธรรม, สืบค้นวันที่ 5 พฤศจิกายน 2564, จาก www.dsi.go.th

⁷⁴ กองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับอาชญากรรมทางเศรษฐกิจ, กองบัญชาการ ตำรวจสอบสวนกลาง, สืบค้นวันที่ 5 พฤศจิกายน 2564, จาก <https://ecd.police.go.th>

สอบสวนคดีพิเศษ แต่ทั้งนี้ คดีที่กองบังคับการปราบปรามอาชญากรรมทางเศรษฐกิจรับผิดชอบที่เกี่ยวข้องกับการทำงานของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค จะเกี่ยวกับกฎหมายพระราชบัญญัติการกู้ยืมเงินอันเป็นการถือโกงประชาชน

ดังนั้น จะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการรายตรงที่มีเจตนาจะเน้นการชักชวนจูงใจให้ประชาชนเข้ามาลงทุนในธุรกิจของตนเองไม่ว่าจะจดทะเบียนกับทางสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคหรือไม่ก็ตาม หากมีพฤติกรรม

ในการประกอบธุรกิจที่เน้นการจ่ายผลตอบแทนจำนวนมากเกินความเป็นไปได้ในการดำเนินธุรกิจ หน่วยงานที่รับผิดชอบ นอกจากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคที่จะเป็นหน่วยงานที่ควบคุม โดยตรงแล้ว ยังมีกองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับอาชญากรรมทางเศรษฐกิจ (ปอศ.) เป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบ หากคดีความผิดดังกล่าวจะไม่เข้าหลักเกณฑ์หน้าที่ความรับผิดชอบของกรมสอบสวนคดีพิเศษ

3.3.5 กองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค (ปคบ.)

กองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค⁷⁵ สำนักงานตำรวจแห่งชาติ เป็นหน่วยงานที่อยู่ภายใต้กองบัญชาการตำรวจสอบสวนกลาง

ซึ่งเป็นกองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค ประกอบด้วย ฝ่ายอำนวยการ ,กองกำกับการ 1 - 4, กลุ่มงานสอบสวน

คดีที่อยู่ในความรับผิดชอบของกองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค จะเกี่ยวข้องกับกฎหมายดังต่อไปนี้

- (1) พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค
- (2) พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง
- (3) พระราชบัญญัติปุ๋ย
- (4) พระราชบัญญัติวัตถุอันตราย
- (5) พระราชบัญญัติมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
- (6) พระราชบัญญัติเครื่องสำอางค์
- (7) พระราชบัญญัติเครื่องมือแพทย์
- (8) พระราชบัญญัติอาหาร
- (9) พระราชบัญญัติยา

⁷⁵ กองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค, กองบัญชาการตำรวจสอบสวนกลาง, สืบค้นวันที่ 5 พฤศจิกายน 2564, จาก <http://www.cppd.go.th>

ดังนั้น กองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคมีอำนาจหน้าที่ในการกำกับดูแลพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง เมื่อพิจารณาความแตกต่างระหว่างสำนักงานคณะกรรมการ จะพบว่าสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคจะเป็นหน่วยงานต้นทางในการใช้กฎหมายดังกล่าว โดยมีอำนาจตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรงในการเปรียบเทียบปรับ ซึ่งกองคุ้มครองผู้บริโภคด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง เมื่อพบการกระทำความผิดจะส่งเรื่องให้กองกฎหมายและคดี ทำการเปรียบเทียบปรับเสนอให้คณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงพิจารณาเพื่อที่จะเสนอให้เลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเห็นชอบลงนาม หากเกินระยะเวลาตามที่กฎหมายกำหนด ทางคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคจะส่งเรื่องให้กองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคดำเนินคดีส่งให้อัยการเสนอฟ้องผู้ประกอบธุรกิจที่กระทำความผิดไปยังศาลต่อไป



บทที่ 4

บทวิเคราะห์ปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับข้อจำกัดทางกฎหมายในการประกอบ

ธุรกิจขายตรง : ศึกษากรณีพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง

พ.ศ. 2545 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2560

การประกอบธุรกิจในแต่ละธุรกิจจะมีการแข่งขันกันในระหว่างคู่แข่ง ซึ่งเป้าหมายในการทำการค้าของแต่ละธุรกิจคือขายสินค้าหรือบริการของตนเองให้มากที่สุด แต่เนื่องจากปัจจุบันผู้ประกอบการมีจำนวนมากขึ้น ดังนั้นผู้ประกอบการจึงคิดวิธีการในการเข้าถึงลูกค้าหรือผู้บริโภคสินค้าและบริการของตนเองให้ได้ง่ายที่สุดโดยใช้ต้นทุนน้อยที่สุด ซึ่งการประกอบธุรกิจขายตรงจึงเป็นทางเลือกหนึ่งในการที่จะใช้คนเป็นสื่อกลางในการเข้าถึงผู้บริโภคได้ง่ายที่สุด ด้วยการอาศัยการชักชวนกัน และแนะนำกันต่อกันจากบุคคลหนึ่งไปสู่บุคคลหนึ่ง โดยการอาศัยรายได้จากยอดขายเป็นตัวกระตุ้นการหาบุคคลผู้สนใจเข้าร่วมธุรกิจ ในการประกอบธุรกิจขายตรงจะมีองค์ประกอบตัวขับเคลื่อนธุรกิจอยู่ 3 ส่วน คือ บริษัท ผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนจำหน่าย และผู้บริโภค โดยผู้จำหน่ายอิสระจะนำสินค้าไปจำหน่ายให้ผู้บริโภค ณ ที่อยู่อาศัยหรือสถานที่ทำงานของผู้บริโภคหรือของผู้อื่น หรือสถานที่อื่นที่มีใช้สถานที่ประกอบการค้าเป็นปกติธุระ และบริษัทจะจ่ายผลตอบแทนให้กับสมาชิกที่เป็นผู้จำหน่ายอิสระ

4.1 ปัญหาเกี่ยวกับข้อกฎหมายในส่วนของคำนิยามการประกอบธุรกิจขายตรง

ในปัจจุบันได้มีการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีเจริญก้าวหน้ามากขึ้น ทำให้อินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์มือถือเข้าถึงประชาชนอย่างทั่วถึง การประกอบธุรกิจได้มีการพัฒนาการขายสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันต่าง ๆ เช่น เฟสบุ๊ก อินสตาแกรม และเว็บไซต์ ทำให้การกระจายสินค้าของบริษัทสู่ผู้บริโภคทำได้ง่ายขึ้นสามารถเข้าถึงลูกค้าในทุกวัย และสามารถเลือกกลุ่มลูกค้าได้ ดังนั้นการประกอบธุรกิจตามคำนิยามขายตรงจึงเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมเป็นการขายสินค้า ณ ที่อยู่อาศัยหรือสถานที่ทำงานของผู้บริโภคหรือของผู้อื่น หรือสถานที่อื่นที่มีใช้สถานที่ประกอบการค้าเป็นปกติธุระ ได้เปลี่ยนแปลงเป็นการขายสินค้าโดยผ่านทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์โดยไม่ต้องเดินทางไปหาผู้บริโภค ซึ่งผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อสินค้าผ่านทางคอมพิวเตอร์ โทรศัพท์ และโทรศัพท์มือถือ แต่ในปัจจุบันนิยามของคำว่าประกอบธุรกิจขายตรงตามมาตรา 3 ของพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง ยังคงมีเพียง “การทำตลาดสินค้าหรือบริการในลักษณะของการนำเสนอขายต่อ

ผู้บริโภครโดยตรง ณ ที่อยู่อาศัยหรือสถานที่ทำงานของผู้บริโภคหรือของผู้อื่น หรือ สถานที่อื่นที่มีใช้ สถานที่ประกอบการค้าเป็นปกติธุระ โดยผ่านตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระชั้นเดียวหรือหลายชั้น” แสดงให้เห็นว่าเป็นการนำสินค้าไปจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคโดยการพบหน้าและมีการพูดคุยเพื่อเสนอขายสินค้าของบริษัท แต่เนื่องจากการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีและปัญหาของโลก ระบาดในปัจจุบัน ทำให้การประกอบธุรกิจขายตรงในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งหากการขายสินค้าผ่านทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในปัจจุบันจะเป็นค่านิยมของการตลาดแบบตรง โดยมีค่านิยมว่า “การทำตลาดสินค้าหรือบริการในลักษณะของการสื่อสารข้อมูลเพื่อเสนอขายสินค้าหรือบริการ โดยตรงต่อผู้บริโภคซึ่งอยู่ห่างโดยระยะทางและมุ่งหวังให้ผู้บริโภคแต่ละรายตอบกลับเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการจากผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงนั้น” แสดงให้เห็นว่าการขายสินค้าห่างโดยระยะทางนั้นหมายถึงการซื้อขายสินค้าและบริการที่ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์รวมถึงไปรษณีย์ ดังนั้น ถ้ายังคงใช้ค่านิยมตามมาตรา 3 อย่างเดิมจะทำให้ธุรกิจขายตรงในปัจจุบันไม่มีความจำเป็นที่จะต้องมาจดทะเบียนกับนายทะเบียน เนื่องจากรูปแบบการประกอบธุรกิจไม่เข้าตามค่านิยมแต่อย่างใด จะเห็นได้ว่าจากค่านิยมในการประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงในมาตรา 3 ของพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง ควรจะมีการปรับปรุงให้เหมาะสมและเป็นปัจจุบันมากยิ่งขึ้น เนื่องจากการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงในปัจจุบันมีลักษณะการจ่ายผลตอบแทนให้กับสมาชิก ทำให้การทำงานของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองของผู้บริโภคไม่สามารถควบคุมดูแลได้อย่างทั่วถึง

เมื่อพิจารณาข้อกำหนดในต่างประเทศของแถบเอเชียจะพบว่า ค่านิยมในการประกอบธุรกิจขายตรงสามารถกระจายสินค้าผ่านไปยังผู้บริโภคได้หลายวิธี ซึ่งตามกฎหมายขายตรงและการต่อต้านแผนพืระมิดของประเทศมาเลเซีย ให้ความหมายของการขายตรงตามมาตรา 2 ว่า การขาย ณ สถานที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค (door to door) การขายทางไปรษณีย์ หรือการขายผ่านธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ นอกจากนี้ยังขยายความหมายของการขายผ่านทางไปรษณีย์หรือผ่านธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ อีกว่า “การขายทางไปรษณีย์” หมายถึง การขายสินค้าหรือบริการที่ผู้ขายดำเนินการด้วยตนเองหรือผู้ที่ได้รับมอบอำนาจจากผู้ขายดำเนินการ โดยการทำสัญญาซื้อขายสินค้าผ่านทางไปรษณีย์ รวมทั้งผ่านวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ ส่วน “การขายผ่านธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์” หมายความว่า การขายสินค้าหรือบริการด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์เป็นสื่อทางการขายสินค้าหรือบริการ และได้รับค่าคอมมิชชั่น โบนัส หรือผลตอบแทนอื่น ๆ ด้วย แสดงให้เห็นว่าค่านิยมของกฎหมายขายตรงของประเทศมาเลเซียได้ครอบคลุมถึงการขายสินค้าและบริการไปยังผู้บริโภคโดยผ่านทางไปรษณีย์หรือผ่านธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยการขายสินค้าและบริการผ่านธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ยังสามารถได้รับรายได้จากผู้ประกอบธุรกิจอีกด้วย ดังนั้นใน

ประเทศมาเลเซียการประกอบธุรกิจขายตรงให้รวมไปถึงการขายสินค้าและบริการทางแอปพลิเคชันต่าง ๆ เช่น เฟสบุ๊ก อินสตราแกรม และเว็บไซต์ด้วย

นอกจากนี้ยังมีพระราชบัญญัติการขาย ณ สถานที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค ของประเทศเกาหลีให้ความหมายของการขายตรงตามมาตรา 2 ว่า “การขายแบบ door-to-door” หมายความว่า ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง รวมถึงการฝากขายและนายหน้า ได้ขายสินค้าและบริการ โดยชักชวนผู้บริโภคมายังสถานที่อื่นนอกจากสถานที่ประกอบการเพื่อเสนอขายสินค้าและบริการ รับการบอกรับสมาชิกด้วยการทำสัญญา ซึ่งจากคำนิยามการประกอบธุรกิจขายตรงหรือการขายแบบ door-to-door ของประเทศเกาหลียังรวมไปถึงธุรกิจการฝากขายสินค้าและธุรกิจนายหน้าด้วย แต่ช่องทางการขายจะมีการขายผ่านทางโทรศัพท์เพิ่มขึ้นมาซึ่งหากเป็นการเปิดการขายผ่านทางโทรศัพท์ในครั้งแรกโดยไม่มีการพบหน้าผู้บริโภคมาก่อนตามคำนิยามตามกฎหมายในมาตรา 3 ของพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรงจะตรงกับการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง ดังนั้นถ้าหากมีการปรับเปลี่ยนคำนิยามของการขายตรงในมาตรา 3 ของพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรงให้เหมาะสมและเป็นปัจจุบันจนกระทั่งในอนาคต ควรจะเพิ่มคำนิยามในกฎกระทรวงเพิ่มเข้าไปว่าการประกอบธุรกิจขายตรงให้หมายความว่า การทำตลาดสินค้าหรือบริการในลักษณะของการนำเสนอขายต่อผู้บริโภคโดยตรง ณ ที่อยู่อาศัยหรือสถานที่ทำงานของผู้บริโภคหรือของผู้อื่นหรือ สถานที่อื่นที่มีใช้สถานที่ประกอบการค้าเป็นปกติธุระ รวมทั้งการนำเสนอขายผ่านทางไปรษณีย์หรือผ่านทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ ผ่านตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระชั้นเดียวหรือหลายชั้น โดยได้รับค่าตอบแทนจาก โบนัส ค่าคอมมิชชั่น และรายได้อื่น ๆ หากมีการแก้ไขนิยามให้ชัดเจนก็สามารถมีหน่วยงานรัฐรับผิดชอบในการควบคุมดูแลผู้ประกอบธุรกิจขายตรงได้

ในปัจจุบันลักษณะการรับผิดชอบของหน่วยงานมีลักษณะการรับผิดชอบแบบไม่ชัดเจนคือ เมื่อลักษณะการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจขายตรง ถ้าเข้านิยามขายตรงแล้วกระทำ ความผิดไม่ว่าจะจดทะเบียนหรือไม่จดทะเบียนอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบการกำกับดูแลจะเป็น สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค แต่ถ้าหากลักษณะการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจไม่เข้านิยามของขายตรง เช่นการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงแบบมีแผนการจ่ายผลตอบแทน จะต้องพิจารณาก่อนว่าแผนการจ่ายผลตอบแทนมีลักษณะการจ่ายเงินที่มากเกินไปหรือไม่ โดยหน่วยงานที่จะพิจารณาในเบื้องต้นคือ กลุ่มงานป้องปราบการเงินนอกระบบ สำนักงานปลัดกระทรวงการคลังกฎหมายที่ใช้กำกับดูแลเกี่ยวกับการเงินนอกระบบ โดยใช้หลักเกณฑ์ตามพระราชบัญญัติการกู้ยืมเงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชน ว่ามีลักษณะเป็นการฉ้อโกงประชาชนหรือไม่ หากมีมูลค่าความเสียหายจำนวนมาก และมีผู้เสียหายหลายคน อาจจะเข้าหลักเกณฑ์อยู่ในอำนาจของกรมสอบสวนคดีพิเศษ แต่หากมูลค่าความเสียหาย และมีผู้เสียหายจำนวนไม่มากจะอยู่

ในอำนาจของกองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับอาชญากรรมทางเศรษฐกิจซึ่งจะกำกับดูแลโดยตรงในคดีความผิดที่เกี่ยวข้องกับพระราชบัญญัติการกู้ยืมเงินอันเป็นการฉ้อโกงประชาชน ดังจะเห็นได้ว่าจะผ่านการพิจารณาในแต่ละหน่วยงานของรัฐว่าเข้าหลักเกณฑ์หรือไม่ อาจจะเป็นช่องว่างทางกฎหมายให้ผู้กระทำความผิดในความคิดดำเนินธุรกิจลักษณะระดมทุนที่เป็นเครือข่ายหลบหนีความผิดได้อย่างง่ายดาย จึงควรที่จะมีการแก้ไขในคำนิยามให้ครอบคลุมลักษณะการประกอบธุรกิจขายตรงในปัจจุบันให้มากขึ้น

4.2 ปัญหาเกี่ยวกับข้อกฎหมายในการจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรง

เมื่อหลักเกณฑ์ในการพิจารณาว่าการประกอบธุรกิจแบบใดที่มีลักษณะเป็นการประกอบธุรกิจขายตรงเริ่มมีความชัดเจนขึ้น ทำให้บริษัทต่าง ๆ สามารถเข้ามาจดทะเบียนในการประกอบธุรกิจขายตรงได้ เป็นการทำให้บริษัทขายตรงเข้ามาสู่ระบบภายใต้การควบคุมของรัฐแล้ว ยังเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้บริโภคที่สนใจเข้าไปร่วมธุรกิจเป็นการสร้างความมั่นคงให้เศรษฐกิจมากยิ่งขึ้น การจดทะเบียนในการประกอบธุรกิจขายตรงผู้ประกอบการจะต้องจัดเตรียมเอกสารในส่วนต่าง ๆ สามารถแยกออกเป็นประเภทได้ดังนี้

1. คำขอจดทะเบียนที่มีรายละเอียดของข้อความตามกำหนดในมาตรา 39 พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง หรือ ขต.1
2. เอกสารเกี่ยวกับรายละเอียดในการจัดตั้งบริษัท เช่น หนังสือรับรองนิติบุคคล หนังสือบริคณห์สนธิ บัญชีรายชื่อผู้ถือหุ้น
3. เอกสารเกี่ยวกับสถานที่ตั้งของบริษัท เช่น ภาพถ่าย แผนที่ตั้ง สัญญาเช่าสถานที่
4. เอกสารเกี่ยวกับสินค้าของบริษัทที่ต้องการขาย เช่น ตารางแสดงรายการสินค้า หนังสือรับรองมาตรฐานสินค้าจากหน่วยงานราชการ (อย., มอก., สมอ.) ภาพถ่ายฉลากสินค้า เอกสารแสดงที่มาของสินค้า (เอกสารการนำเข้า สัญญาจ้างผลิตสินค้า ใบแต่งตั้งตัวแทนจำหน่าย)
5. เอกสารแสดงการชื้อขายที่ผู้ประกอบการออกให้แก่ผู้จำหน่ายอิสระและผู้บริโภค
6. เอกสารที่แสดงถึงรายละเอียดในการสมัครสมาชิก เช่น ใบสมัครสมาชิก บัตรสมาชิก คู่มือการปฏิบัติตัวของสมาชิก
7. เอกสารเกี่ยวกับแผนการจ่ายผลตอบแทน
8. เอกสารเกี่ยวกับการแสดงคุณสมบัติของบุคคลตามมาตรา 38/2 เช่น หนังสือตรวจประวัติอาชญากรรม หนังสือรับรองคุณสมบัติตามมาตรา 38/2

จะเห็นได้ว่ารายละเอียดในการจัดเตรียมเอกสารต้องใช้ระยะเวลามากในการจัดเตรียมให้ครบถ้วน ดังนั้นเมื่อพิจารณาตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรงว่าเอกสารใดที่

กฎหมายกำหนดให้นายทะเบียนต้องพิจารณาเอกสารนั้นจะยังคงต้องให้ผู้ประกอบการธุรกิจต้องแสดงรายละเอียดและยื่นพร้อมคำขอให้เจ้าหน้าที่ ซึ่งเอกสารที่จะต้องใช้ประกอบที่สำคัญคือ คำขอจดทะเบียนที่มีรายละเอียดของข้อความตามกำหนดในมาตรา 39 พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง หรือ ขต.1 จะต้องมียละเอียดที่ยืนยันตัวตนของผู้ประกอบการ ได้แก่ ชื่อสถานที่ประกอบการ สถานที่ตั้ง ประเภทสินค้าที่จะนำมาขายและวิธีการขายสินค้า โดยรายละเอียดดังกล่าวสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามประกาศของคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรงได้กำหนดเอาไว้ จะเห็นได้ว่าเอกสาร ขต.1 เป็นเหมือนเอกสารแสดงรายละเอียดเพื่อให้เจ้าหน้าที่เจ้านายทะเบียนทราบข้อมูลเบื้องต้นของผู้ประกอบการ ส่วนเอกสารประกอบคำขอจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงที่กฎหมายกำหนดให้นายทะเบียนจะต้องพิจารณานั้นตามมาตรา 41 กำหนดให้มีแผนการจ่ายผลตอบแทน รายละเอียดสินค้าหรือบริการที่ต้องการเสนอขายให้ผู้บริโภค และสัญญาที่มีรายการตามที่กฎหมายกำหนดในมาตรา 23 จะต้องมียละเอียดเกี่ยวกับแผนการจ่ายผลตอบแทน รายละเอียดค่าธรรมเนียมต่าง ๆ และเงื่อนไขในการรับซื้อสินค้า และอุปกรณ์ส่งเสริมการขายคืนจากผู้ประกอบการ จึงเป็นเอกสารสำคัญที่ผู้ประกอบการจะต้องยื่นในการพิจารณา นอกจากนี้คุณสมบัติของผู้ประกอบการและกรรมการผู้มีอำนาจลงนามต้องเป็นหน้าที่ของผู้ประกอบการที่จะต้องแสดงให้เจ้าหน้าที่และนายทะเบียนทราบ จึงเป็นเอกสารที่สำคัญอย่างหนึ่งเช่นกัน

ดังนั้นเมื่อพิจารณาเอกสารสำคัญที่ใช้ประกอบการพิจารณาของเจ้าหน้าที่เพื่อเสนอต่อ นายทะเบียนตามที่ขอกฎหมายกำหนดนั้นประกอบข้างต้นดังนี้ เอกสารในข้อที่ 1 ขต.1, เอกสารในข้อที่ 4 ตารางแสดงรายการสินค้า และ ภาพถ่ายฉลากสินค้าเพื่อแสดงให้เห็นว่ารายละเอียดของสินค้าตรงตามที่ผู้ประกอบการต้องการเสนอขายให้ผู้บริโภคตามมาตรา 41 หรือไม่ ,เอกสารในข้อที่ 5 เอกสารแสดงการซื้อขายที่ผู้ประกอบการออกให้แก่ผู้จำหน่ายอิสระและผู้บริโภคจะมีกำหนดรายละเอียดของข้อความตามมาตรา 30 และ 31 หากตรวจสอบแล้วผู้ประกอบการไม่ปฏิบัติตามจะมีความผิดตามมาตรา 51/2 นอกจากนี้รายละเอียดของการปฏิบัติตามข้อความเอกสารแสดงการซื้อขายจะปรากฏตามมาตรา 32-36

เอกสารในข้อที่ 6 ต้องแสดงรายละเอียดของสัญญาระหว่างผู้ประกอบการและผู้จำหน่ายอิสระที่มีข้อความตามมาตรา 23, เอกสารในข้อที่ 7 ผู้ประกอบการที่ยื่นคำขอจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงต้องแสดงรายละเอียดของแผนให้ชัดเจนและสามารถนำมาใช้ประกอบการจ่ายโบนัสตามมาตรา 21 ,เอกสารในข้อที่ 8 เอกสารเกี่ยวกับการแสดงคุณสมบัติของบุคคลตามมาตรา 38/2 เป็นหน้าที่ของผู้ประกอบการที่ต้องแสดงรายละเอียดคุณสมบัติของตนเองเป็นการยืนยันตัวตนตามมาตรา 38/1 และ 38/2

ส่วนเอกสารในข้อที่ 2 และ 3 ผู้ประกอบธุรกิจที่ต้องการจัดตั้งบริษัทจะต้องยื่นจดทะเบียนจัดตั้งบริษัทกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ข้อมูลสามารถตรวจสอบในเว็บไซต์ของหน่วยงานราชการได้เป็นข้อมูลที่เปิดเผย เอกสารในข้อที่ 4 หากผู้ประกอบธุรกิจต้องการนำสินค้ามาขายจะต้องขออนุญาตจากหน่วยงานราชการ เช่น สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ข้อมูลดังกล่าวสามารถตรวจสอบได้จากเว็บไซต์ของหน่วยงานราชการ ดังนั้นการขอเอกสารเพิ่มเติมเป็นการสร้างภาระให้ผู้ประกอบธุรกิจ แต่ในมาตรา 40 นายทะเบียนสามารถเรียกเอกสารเพิ่มเติมได้ เช่น ในการตรวจสอบควบคุมดูแลผู้ประกอบธุรกิจ เมื่อมีการกระทำความผิดสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคต้องการลงไปตรวจสอบในพื้นที่นายทะเบียนอาจจะเรียกเอกสารเพิ่มเติมเกี่ยวกับแผนที่ และภาพถ่ายสถานที่ประกอบการพิจารณาจดทะเบียนได้

หากเปรียบเทียบข้อกำหนดเกี่ยวกับการจดทะเบียนในกลุ่มประเทศเอเชียจะพบว่ากฎหมายขายตรงและการต่อต้านแผนพินิจของประเทศมาเลเซียได้แสดงรายละเอียดการขอใบอนุญาตไว้ในมาตรา 5 และ 6 ซึ่งมาตรา 5 ให้ผู้ประกอบธุรกิจแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับข้อมูลทางการเงินของบริษัท สถานที่ตั้งของบริษัท และเจ้าหน้าที่ที่สามารถขอเอกสารเพิ่มเติมได้ มาตรา 6 ให้ผู้ประกอบธุรกิจจะต้องจ่ายค่าธรรมเนียมใบอนุญาต ซึ่งจะแตกต่างกันตามประเภท หรือตามลักษณะของผู้ประกอบธุรกิจในแต่ละราย จะเห็นได้กฎหมายขายตรงของประเทศไทยกับมาเลเซียมีความคล้ายกันในส่วนของการตรวจสอบความมั่นคงทางการเงินของบริษัทก่อนจดทะเบียน ในมาตรา 38/1 ที่ผู้ประกอบธุรกิจจะต้องมีทุนจดทะเบียนขั้นต่ำ หากเป็นบริษัทต้องมีทุนจดทะเบียนและชำระแล้วไม่ต่ำกว่า 1 ล้านบาท หากเป็นห้างหุ้นส่วนต้องมีทุนจดทะเบียนไม่ต่ำกว่า 5 แสนบาท ซึ่งบริษัทที่มาขอจดทะเบียนส่วนใหญ่วัตถุประสงค์ในการประกอบธุรกิจขายตรงยังไม่มี การเคลื่อนไหวของงบการเงิน จึงไม่ต้องนำมายื่นให้เจ้าหน้าที่เหมือนกับในประเทศมาเลเซีย แต่มีความแตกต่างกันเกี่ยวกับค่าธรรมเนียม ในประเทศไทยเป็นการจดทะเบียนไม่มีค่าธรรมเนียมไม่มีอายุของใบจดทะเบียน แต่หากพิจารณาในเรื่องของการควบคุมดูแลผู้ประกอบธุรกิจ และการเก็บภาษีของภาครัฐ หากมีการแก้ไขข้อกำหนดให้เป็นใบอนุญาตมีการต่ออายุจะเป็นการตรวจสอบอีกทางหนึ่งแต่จะต้องแก้ไขปัญหาเอกสารและระยะเวลาในการจดทะเบียน รวมทั้งค่าธรรมเนียมควรจะมี ความแตกต่างกันตามประเภท หรือตามลักษณะของผู้ประกอบธุรกิจในแต่ละราย

ลักษณะการจดทะเบียนในการประกอบธุรกิจของพระราชบัญญัติการขาย ณ สถานที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคของประเทศเกาหลีตามมาตรา 13 จะกล่าวถึงการยื่นจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงสามารถยื่นคำขอและขออนุญาตได้จากคณะกรรมการการค้าที่เป็นธรรมเนียม นายกเทศมนตรีนครพิเศษ หรือนายกเทศมนตรีนครหลวงพิเศษ นายกเทศมนตรีเมืองปกครอง

ตนเอง ผู้ว่าราชการจังหวัด หรือผู้ว่าราชการจังหวัดพิเศษปกครองตนเอง และเอกสารที่จะต้องยื่นในการจดทะเบียน คือ ใบคำขอจดทะเบียน เอกสารรับรองทุนจดทะเบียนของบริษัท เอกสารสัญญาประกันค่าสินไหมทดแทนความเสียหายของผู้บริโภค เอกสารเกี่ยวกับแผนการจ่ายโบนัส เอกสารเกี่ยวกับการจัดการบริหารสินค้าของบริษัท การเปิดเผยข้อมูลของบริษัท และกำหนดทุนจดทะเบียนขั้นต่ำไว้ในมาตรา 21 จำนวน 500 ล้านบาท นอกจากนี้ในบทนิยามของคำว่าสถานประกอบการธุรกิจจะต้องมีการดำเนินงานมาแล้ว 3 เดือน และมาตรา 6 ยังกำหนดประเภทของธุรกิจที่ขายสินค้าประเภทใดยกเว้นไม่ต้องจดทะเบียน เมื่อนำข้อมูลมาเทียบเคียงกับของประเทศไทยพบว่า เอกสารที่ใช้ในการยื่นจดทะเบียนไม่มีความแตกต่างกัน จะแตกต่างกันคือ สามารถยื่นคำขอและขออนุญาตได้จากคณะกรรมการการค้าที่เป็นธรรม นายกเทศมนตรีนครพิเศษ หรือ นายกเทศมนตรีนครหลวงพิเศษ นายกเทศมนตรีเมืองปกครองตนเอง ผู้ว่าราชการจังหวัด หรือผู้ว่าราชการจังหวัดพิเศษปกครองตนเอง แต่ของประเทศไทยต้องจดทะเบียนที่ส่วนกลางกับสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ส่วนการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการขายตรงของประเทศไทยสามารถจัดตั้งบริษัทที่กรมพัฒนาธุรกิจการค้าและมาขอจดทะเบียนได้ทันที โดยมีข้อกำหนดเรื่องทุนจดทะเบียนในมาตรา 38/1 แต่ไม่ได้กำหนดระยะเวลาในการประกอบการธุรกิจมาก่อนจึงจะจดทะเบียนขายตรงได้ และการเปิดเผยข้อมูลของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคจะมีเพียงรายชื่อของผู้ประกอบการที่จดทะเบียน ดังนั้นเมื่อพิจารณาข้อมูลของประเทศไทยแล้ว ควรจะมีการแก้ไขเพิ่มเติมในเรื่องการควบคุมบริษัทที่จดทะเบียนจะต้องมีงบการเงินในการดำเนินงานของธุรกิจมาแล้วอย่างน้อยก็เดือน และมีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับแผนการจ่ายโบนัส สินค้าและบริการที่จะขายในตลาด เป็นการให้ข้อมูลแก่ผู้บริโภคเพื่อสร้างความเชื่อมั่นในบริษัท และสินค้าในขณะเดียวกันก็สามารถเป็นวิธีการป้องกันบริษัทที่เป็นแชร์ลูกโซ่ได้อีกทางหนึ่ง

เอกสารการจดทะเบียนที่จะต้องดำเนินการตามมาตรา 13 ยังมีการตรวจสอบคุณสมบัติของผู้ประกอบการและกรรมการผู้มีอำนาจลงนาม ตามมาตรา 14 หากบุคคลดังกล่าวเป็นกรรมการผู้มีอำนาจลงนามหรือผู้ถือหุ้นจะเป็นเหตุถูกตัดสิทธิ์การจดทะเบียนภายใต้มาตรา 13 กรรมการขององค์กรมีลักษณะดังต่อไปนี้ผู้เยาว์ ผู้อยู่ภายใต้การปกครอง โดยมีเงื่อนไขข้อจำกัด ,บุคคลล้มละลายที่ยังไม่ได้รับคืนสถานะ ,บุคคลที่ยังไม่พ้นกำหนดลงโทษภายในห้าปีนับแต่ถูกพิพากษาจำคุก ,บุคคลที่ถูกคำพิพากษาให้พักใช้แรงงานเนื่องจากฝ่าฝืนพระราชบัญญัตินี้ ,ผู้ถือหุ้นขององค์กรมีลักษณะดังต่อไปนี้ ยังไม่พ้นกำหนดลงโทษภายในห้าปีนับแต่ถูกพิพากษาจำคุก ,ถูกคำพิพากษาให้พักใช้แรงงานเนื่องจากฝ่าฝืนพระราชบัญญัตินี้ และผู้ประกอบการหรือองค์กรธุรกิจยังไม่พ้นกำหนดห้าปีนับแต่ถูกเพิกถอนการจดทะเบียน

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าเมื่อพิจารณาปัญหาของข้อกฎหมายจะพบว่าเอกสารที่กฎหมายกำหนดให้นายทะเบียนพิจารณาจะปรากฏในมาตรา 41 วรรค 1 มีเพียงแผนการจ่ายผลตอบแทนตามมาตรา 19 และ 21 ,สินค้าหรือบริการที่ต้องการจะเสนอขาย ได้แก่ ภาพถ่ายฉลากสินค้า และตารางรายการสินค้า และสัญญาต่าง ๆ ต้องมีรายการที่ถูกต้อง ได้แก่ เอกสารแสดงการซื้อขายตามมาตรา 30-31, เอกสารที่แสดงถึงรายละเอียดในการสมัครสมาชิกตามมาตรา 23

ซึ่งระยะเวลาในการจดทะเบียนนับตั้งแต่วันที่ผู้ประกอบการยื่นเอกสารครบถ้วนจะต้องใช้ระยะเวลาตามกรอบระยะเวลาในการปฏิบัติงาน จำนวน 45 วันทำการ ซึ่งเป็นระยะเวลา 1 เดือนครึ่ง

แล้วจึงแจ้งให้ผู้ประกอบการนำเงินหลักประกันมาวาง ซึ่งวัตถุประสงค์การนำเงินสดมาวางที่หน่วยงานรัฐกำหนดเอาไว้เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคมิให้ต้องตกเป็นฝ่ายเสียเปรียบในการซื้อขายสินค้าหรือบริการและเพื่อให้มีหลักประกันว่าผู้บริโภคจะได้รับความคุ้มครองจากผู้ประกอบการซื้อขายตรง ตามมาตรา 41 วรรค 2

มาตรา 41 วรรค 2 ในกรณีที่นายทะเบียนเห็นว่า การยื่นคำขออนุญาตต้องตามมาตรา 38 วรรค 1 และมาตรา 39 และผู้ยื่นคำขออนุญาตมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามมาตรา 38/1 มาตรา 38/3 หรือมาตรา 38/4 แล้ว ให้นายทะเบียนแจ้งเป็นหนังสือให้ผู้ยื่นคำขออนุญาตหลักประกันมาวางต่อนายทะเบียนภายใน 30 วันนับแต่วันที่รับคำขอจดทะเบียนการประกอบการซื้อขายตรงหรือ ตลาดแบบตรง

มาตรา 41 วรรค 3 เมื่อผู้ยื่นคำขออนุญาตมาวางหลักประกันตามมาตรา 38/5 ครบถ้วนแล้วให้ นายทะเบียนรับจดทะเบียนการประกอบการซื้อขายตรงหรือตลาดแบบตรง และแจ้งเป็นหนังสือให้ผู้ยื่นคำขออนุญาตทราบภายใน 15 วันนับแต่วันที่รับหลักประกันนั้น

หลังจากที่นายทะเบียนพิจารณาความถูกต้องเอกสารแล้วจะลงนามเป็นหนังสือแจ้งให้ผู้ประกอบการมาวางหลักประกันภายใน 30 วันนับจากวันที่นายทะเบียนแจ้งให้รับทราบ และหลังจากวางหลักประกันแล้วจะใช้ระยะเวลา 15 วันในการที่นายทะเบียนจะออกใบจดทะเบียนให้ โดยใบจดทะเบียนจะไม่มีระยะเวลายกเว้น เมื่อพิจารณาขั้นตอนการจดทะเบียนแล้วจะพบว่าใช้ระยะเวลาทั้งหมด 90 วัน

ดังนั้นหากลดวิธีการในการวางหลักประกันลง โดยใช้หลักเกณฑ์ในการคุ้มครองผู้บริโภคแบบประเทศเกาหลีด้วยการทำสัญญาประกันการชดเชยค่าเสียหายต่อความเสียหายของผู้บริโภค ซึ่งองค์กรธุรกิจของผู้ประกอบการที่มีความประสงค์จะจดทะเบียนการประกอบการซื้อขายตรงจะต้องสัญญาดังกล่าว เพื่อเป็นหลักประกันให้กับผู้บริโภค และเงินที่นำไปช่วยเหลือให้ผู้บริโภคนี้จะเกิดจากการรวมตัวของผู้ประกอบการจัดตั้งเป็นสมาคมช่วยเหลือซึ่งกันและกันตาม

มาตรา 38 โดยได้รับอนุญาตจากหน่วยงานของรัฐเข้าร่วมสมาคมสงเคราะห์ร่วมกันต้องจ่ายเงินสมทบผู้ที่เข้าร่วมสมาคมสงเคราะห์ร่วมกัน จึงเป็นการคุ้มครองผู้บริโภคด้วยการร่วมกันของผู้ประกอบการเพื่อคุ้มครองสิทธิและผลประโยชน์ของผู้บริโภค รวมทั้งการเผยแพร่และการให้ความรู้เพื่อป้องกันความเสียหายที่เกิดจากการโฆษณาและการบริโภคสินค้า

เมื่อมีการลดขั้นตอนดังกล่าวตามข้อกำหนดหมายลง แล้วใช้ออกสารที่จำเป็นตามมาตรา 41 วรรค 1 ถึง วรรค 2 ก็จะช่วยลดขั้นตอนการจดทะเบียน จึงควรที่จะปรับลดเอกสาร ขั้นตอน และระยะเวลาในการจดทะเบียนลง และควรเพิ่มเงื่อนไขของบริษัทที่จะจดทะเบียนในเรื่องของคุณสมบัติของบริษัท มีการเปิดเผยข้อมูลของบริษัทให้ผู้บริโภคทราบ รวมทั้งมีการต่ออายุและเก็บค่าธรรมเนียมในการขออนุญาตการประกอบธุรกิจขายตรง จะได้เป็นกระบวนการหนึ่งที่สามารถตรวจสอบผู้ประกอบการขายตรง

4.3 ปัญหาเกี่ยวกับข้อกำหนดในการกำหนดโครงสร้างการจ่ายผลตอบแทนในการประกอบธุรกิจขายตรงในประเทศ

การประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจตัวชี้วัดอย่างหนึ่งคือ ผลกำไร นอกจากนี้ยังขึ้นอยู่กับความมั่นคงทางสินทรัพย์ และเงินลงทุนของการดำเนินธุรกิจ การประกอบธุรกิจขายตรงก็เช่นเดียวกัน หากบริษัทใดมีความมั่นคงทางการเงินที่ดี มีเงินลงทุนและสินทรัพย์ทางการเงินที่ดี เป็นสิ่งที่ดึงดูดใจบุคคลต่าง ๆ สนใจในการเข้าร่วมธุรกิจ และปัจจัยอย่างหนึ่งที่สำคัญคือเมื่อมีสินทรัพย์ทางการเงินและความมั่นคงของบริษัทที่ดี หากบริษัทมีผลประกอบการดำเนินงานในปีที่ผ่านมา และผลกำไรที่ไม่ดีก็ไม่สามารถจะมีการจ่ายผลตอบแทนให้กับบุคคลที่เข้าร่วมธุรกิจตามแผนการจ่ายผลตอบแทนได้ ดังนั้นความสามารถในการจ่ายผลตอบแทนจึงสะท้อนให้เห็นถึงผลกำไรจากการขายสินค้าและบริการของบริษัทนั้น ๆ ซึ่งแผนการจ่ายผลตอบแทนจะมีลักษณะเป็นอัตราส่วนในการจ่ายโบนัสให้กับสมาชิกที่บริษัทจะต้องเขียนแผนการจ่ายผลตอบแทนเพื่อเสนอให้กับนายทะเบียนตามมาตรา 21 โดยลักษณะการประกอบธุรกิจจะต้องไม่ขัดต่อกฎหมายในมาตรา 19

การจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงตามมาตรา 38 บุคคลที่จะประกอบธุรกิจขายตรงได้จะต้องอยู่ในรูปแบบนิติบุคคลและยื่นคำขอจดทะเบียนก่อนการประกอบธุรกิจขายตรง และให้ยื่นแผนการจ่ายผลตอบแทนมาพร้อมกับคำขอจดทะเบียนรายละเอียดตามมาตรา 39 เพื่อให้ นายทะเบียนพิจารณาตามเอกสารประกอบการพิจารณาในมาตรา 41 จะเห็นได้ว่าหากผู้ประกอบการที่ไม่มีแผนการจ่ายผลตอบแทนยื่นจดทะเบียนจะไม่สามารถขอจดทะเบียนได้ โดยรายละเอียดลักษณะของแผนการจ่ายผลตอบแทนจะปรากฏตามมาตรา 21 ซึ่งมีองค์ประกอบหลักที่กฎหมายย้ำ

คือ ผู้ที่จะสมัครเป็นผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงจะต้องไม่เป็นลูกจ้างของบริษัท หมายถึงไม่ได้รับเงินเดือน สวัสดิการต่าง ๆ จากบริษัท ในการจ่ายผลตอบแทนให้ผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงจะต้องไม่เป็นการจ่ายโบนัสจากการดูจำนวนคนที่รับสมัครหรือจำนวนผู้ที่ถูกแนะนำให้เข้าร่วมธุรกิจรวมทั้งการจ่ายโบนัสจะต้องมีความเป็นไปได้จริงเมื่อเทียบกับผลกำไรของบริษัท เกิดความเป็นธรรมกับผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรง และสามารถเปิดเผยให้กับบุคคลทั่วไปทราบได้

จากมาตรา 21 วรรค2(1) คำว่าการจ่ายโบนัสจากการดูจำนวนคนที่รับสมัครหรือจำนวนผู้ที่ถูกแนะนำ การประกอบธุรกิจขายตรงส่วนใหญ่มักจะมีลักษณะในการดำเนินธุรกิจที่เน้นการหาจำนวนคนเข้ามาอยู่ภายใต้เครือข่ายของตนเอง เพราะจะทำให้ผู้ที่อยู่ในระดับบนได้รับรายได้จากยอดการซื้อสินค้าของผู้ที่อยู่ภายใต้สายงานของตนเอง ดังนั้นอัตราการจ่ายโบนัสของผู้ประกอบธุรกิจขายตรงในโบนัสแนะนำจึงมีส่วนโดยรวมเมื่อเทียบกับอัตราการจ่ายโบนัสทั้งหมดในแผนเกินครึ่งหนึ่ง จึงต้องมีการควบคุมไม่ให้โบนัสเกือบทั้งหมดของผู้ประกอบธุรกิจที่จ่ายให้ผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงมาจากการแนะนำจนกระทั่งธุรกิจมีแนวโน้มเป็นแชร์ลูกโซ่ นอกจากนี้กล่าวว่า มาตรา 21 วรรค2(2) รายได้หลักจากการจ่ายโบนัสจะต้องมาจากการขายสินค้าหรือบริการให้ผู้บริโภคหรือการซื้อสินค้าหรือบริการมาบริโภคเอง ในการประกอบธุรกิจขายตรงให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งและมีความมั่นคงทางธุรกิจในระยะยาว คุณภาพของสินค้ามีความสำคัญอย่างมาก หากสินค้าไม่ได้คุณภาพจะไม่มีผู้บริโภคซ้ำจากผู้บริโภค ดังนั้นเมื่อสินค้าของผู้ประกอบธุรกิจเป็นที่ต้องการของตลาดรายได้จากการสินค้าจึงเป็นรายได้หลักของผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรง

ส่วนการซื้อสินค้านั้นจะต้องเป็นไปตาม มาตรา 21 วรรค2(3) ไม่เป็นการบังคับให้ซื้อและการกักตุนในปริมาณที่มากเกินไป การจ่ายโบนัสหรือผลตอบแทนในการประกอบธุรกิจขายตรงให้กับผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงจะมีความแตกต่างกันไปในแต่ละตำแหน่ง โดยตำแหน่งที่อยู่สูงมีโอกาสได้รับรายได้ในอัตราส่วนที่สูงเมื่อเทียบกับตำแหน่งที่อยู่ต่ำกว่า ซึ่งนอกจากจะได้รับโบนัสในอัตราที่สูงแล้วยังสามารถได้รับรายได้จากยอดซื้อสินค้าของสมาชิกที่อยู่ภายใต้สายงานที่เพิ่มขึ้นเมื่อผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงนั้นมีตำแหน่งที่สูงขึ้นอีกด้วย ดังนั้นกว่าที่ผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงจะมีตำแหน่งที่สูงขึ้นจะต้องทำยอดคะแนนจากการซื้อสินค้าและบริการที่เพิ่มขึ้น ผู้ประกอบธุรกิจจะกำหนดเงื่อนไขในการรักษายอดการซื้อสินค้าในแต่ละรอบการจ่ายโบนัส เช่นกำหนดไว้ 15 วัน จะต้องรักษายอดการซื้อเท่าไร ในการกำหนดคะแนนในการรักษายอดจะต้องไม่มากเกินไปจนเป็นภาระแก่ผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรง และหากมีความต้องการให้ขึ้นไปอยู่ในตำแหน่งเร็วที่สุด จะทำให้เกิดการซื้อสินค้าในปริมาณที่

มากขึ้นตาม มาตรา 21 วรรค2(4) เห็นได้ว่าในบางบริษัทจะกำหนดไม่ให้มียอดการซื้อมากเกินไป จนกระทั่งเป็นการกักตุนสินค้า และมีบทกำหนดโทษแก่สมาชิก

การกำหนดโครงสร้างการจ่ายผลตอบแทนตามที่กฎหมายกำหนด เมื่อพิจารณาตาม มาตรา 21 แล้วสามารถสรุปได้ว่าแผนต้องไม่มีลักษณะเป็นที่ชักจูงคน รายได้ที่จ่ายขึ้นอยู่กับยอดซื้อ สินค้าจริง และจะต้องไม่มีการบังคับและกักตุนสินค้า ซึ่งเป็นเพียงเงื่อนไขในการเขียนแผนการจ่าย ผลตอบแทนเท่านั้น แต่วิธีการคิดคำนวณหรือวิธีการจ่ายที่ชัดเจนจะมีในมาตรา 21 วรรค2 (5) จะต้องแสดงให้ชัดเจนและเป็นไปได้ จะเห็นได้จากข้อกำหนดคำว่า ชัดเจนและเป็นไปได้ คืออะไรอธิบายให้เห็นภาพอย่างชัดเจนและเข้าใจได้ง่ายหรือไม่ เมื่ออ่านข้อความของกฎหมายแล้วก็ ยังคงไม่สามารถตีความได้ จึงเป็นปัญหาว่าข้อความกำหนดไว้กว้างเกินไปไม่มีการระบุเงื่อนไข ในการให้ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงปฏิบัติตามกฎหมายได้ โดยบริษัทไม่สามารถมีแนวทางในการเขียน แผนการจ่ายผลตอบแทนได้อย่างชัดเจน ซึ่งแนวทางในปัจจุบันการกำหนดโครงสร้างแผนการจ่าย ผลตอบแทนเจ้าหน้าที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค โภคจะเป็นคนกำหนดเอง ทำให้เกิด ความไม่ชัดเจนเมื่อผู้ประกอบธุรกิจสอบถามถึงวิธีปฏิบัติภายใต้ข้อกำหนด

ดังนั้น จึงควรให้กำหนดรายละเอียดในมาตรา 21 วรรค2 (5) ให้ชัดเจนเหมือนข้อความ ในหมวด 3 การคุ้มครองผู้บริโภค โภค มาตรา 30 และ31 ที่กล่าวรายละเอียดของเอกสารการซื้อขาย สินค้าไว้อย่างชัดเจน เพื่อให้เกิดแนวทางในการปฏิบัติงาน และความสะดวกรวดเร็วในการพิจารณา แผนการจ่ายผลตอบแทน

การควบคุมและต่อต้านแผนแบบพีระมิดในประเทศมาเลเซียมีลักษณะเป็นข้อจำกัดและ ข้อห้ามในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจขายตรง ตามมาตรา 44 (1) ได้ให้อำนาจแก่รัฐมนตรี ในการควบคุมการต่อต้านแผนพีระมิด โดยแบ่งออกเป็น

1. การควบคุมในการไม่ให้ชักชวนบุคคลเข้าร่วมลงทุนในแผนแบบพีระมิด เน้น การควบคุมไม่ให้ผู้ประกอบธุรกิจประชาสัมพันธ์แผนแบบพีระมิด นำเอกสารดังกล่าว พิมพ์ หมุนเวียน หรือแจกจ่าย ในลักษณะการโฆษณา หนังสือชี้ชวน หนังสือเวียน และประกาศ

2. การห้ามไม่ให้ผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงหรือผู้ที่เกี่ยวข้องในธุรกิจขาย ตรงในการเข้าไปมีส่วนร่วมในแผนแบบพีระมิด ในลักษณะเป็นผู้จัดหาสินค้า ผู้จัดให้มีการ ฝึกอบรม ผู้สนับสนุน ผู้ที่เกี่ยวกับการชำระเงินของสินค้า นอกจากนี้ยังมีการควบคุมในข้อสัญญา การกระทำการเกี่ยวกับแผนการจ่ายผลตอบแทน การกำหนดจรรยาบรรณผู้จำหน่ายอิสระหรือ ตัวแทนขายตรง ไม่ให้เกี่ยวข้องกับแผนแบบพีระมิด

มีการกำหนดข้อห้ามในส่วนที่ 5 A ตามมาตรา 27A ได้ให้ความหมายของคำว่าส่งเสริม ให้เกิดแผนแบบพีระมิด คือการเริ่มต้นให้เกิดแผนจาก การจัดเตรียม จัดตั้ง วางแผน ก็ถือว่ามี

ความผิดแล้ว นอกจากนี้ การกระทำต่าง ๆ การโฆษณา ดำเนินการให้เกิด รวมทั้งกล่าวถึงการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์เป็นสื่อกลางให้เกิดแผนแบบพีระมิด โดยมีลักษณะเป็นการชักชวนบุคคลเข้ามาในธุรกิจ ที่เน้นการแนะนำบุคคลให้เข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของแผนแบบพีระมิด

ลักษณะของการจัดทำแผนและลักษณะของแผนแบบพีระมิด ตามมาตรา 27 A ในส่วนท้าย อธิบายสรุปได้ว่าเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจที่มีลักษณะชักชวนบุคคลเข้ามาในธุรกิจ ที่เน้นการแนะนำบุคคล มากกว่าการขายสินค้าและบริการ บังคับให้สมาชิกซื้อสินค้าในปริมาณที่เกินความเหมาะสม หรือมีลักษณะกำหนดให้ซื้อสินค้าเป็นแพ็คเกจ เมื่อจะขึ้นคุณสมบัติทางธุรกิจ ในระดับที่สูงขึ้นจะบังคับให้ซื้อสินค้าในปริมาณที่มากขึ้น ไม่มีนโยบายการซื้อคืนสินค้าและการคืนเงินเมื่อผู้บริโภคมีการเรียกร้องจากการได้รับผลกระทบจากการบริโภคสินค้า

การดำเนินธุรกิจการประกอบธุรกิจขายตรงของประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศมาเลเซียจากข้อกำหนดการควบคุมและต่อต้านแผนแบบพีระมิดจะเห็นได้ว่าเมื่อผู้ประกอบการธุรกิจเริ่มดำเนินธุรกิจขายตรงจะใช้วิธีการรับสมัครสมาชิกเข้ามาร่วมลงทุนในรูปแบบผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรง ซึ่งมีความสามารถในการรับสมัครสมาชิกเข้ามาร่วมลงทุนในธุรกิจได้ บุคคลที่เข้ามาร่วมลงทุนในธุรกิจขายตรงกลุ่มแรก ๆ ของบริษัทจะอยู่ด้านบนสุดของเครือข่าย บุคคลดังกล่าวจะเริ่มต้นด้วยการชักชวนบุคคลเข้ามาร่วมลงทุนด้วยการแนะนำให้บุคคล ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจจะกำหนดโบนัสหรือแผนการจ่ายผลตอบแทนการแนะนำบุคคลในอัตราส่วนที่สูงกว่าปกติ เมื่อเทียบกับสัดส่วนของแผนการจ่ายผลตอบแทนทั้งหมด เพื่อเป็นการให้สมาชิกหาคนเข้ามาอยู่ใต้เครือข่ายของตน บุคคลที่อยู่ด้านบนของเครือข่ายจะเรียกว่า อัฟไลน์ ส่วนบุคคลที่อยู่ภายใต้เครือข่ายลงมาตามลำดับจะเรียกว่าดาวนไลน์

รายได้จากการประกอบธุรกิจขายตรงเมื่อเกิดจากการแนะนำมากขึ้น อัฟไลน์ก็จะได้รับรายได้จากการแนะนำของดาวนไลน์ตนเองในระดับต่างลงมา ยิ่งมีการแนะนำมากเท่าไรก็ได้รับรายได้จากแผนการจ่ายผลตอบแทนหรือโบนัสการแนะนำมากขึ้น ลักษณะการดำเนินธุรกิจจะเน้นเพียงเพื่อให้คนเข้ามาลงทุนมากขึ้นไม่เน้นการซื้อสินค้ามาเพื่อบริโภคและขายให้กับผู้บริโภคเป็นหลัก การซื้อสินค้าเพื่อให้ได้ตำแหน่งทางธุรกิจก็จะมีการบังคับให้ซื้อในปริมาณที่มากโดยไม่สมเหตุสมผล หรือเรียกว่าการซื้อเพื่อขึ้นตำแหน่ง มีลักษณะการให้ซื้อเป็นแพ็คเกจเพื่อให้ได้โบนัสต่าง ๆ ตามที่บริษัทกำหนดเอาไว้ ซึ่งลักษณะที่กล่าวมาใช้ในการประกอบธุรกิจขายตรงของประเทศไทย และปรากฏในประเทศมาเลเซีย ดังนั้นเพื่อไม่ให้เกิดการดำเนินธุรกิจที่ประเทศมาเลเซียเรียกว่าแผนแบบพีระมิดหรือประเทศไทยเรียกว่าแชร์ลูกโซ่

ตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรงของประเทศไทยได้มีความเหมือนกันในมาตรา 21 วรรคสอง (1)-(4) ที่กำหนดเงื่อนไขของแผนการจ่ายผลตอบแทนไม่มีลักษณะเป็นแผน

พิธีมิดของประเทศมาเลเซียคือ แผนการจ่ายผลตอบแทนของผู้ประกอบธุรกิจขายตรงสัดส่วน โบนัสหลักของแผนต้องไม่มีลักษณะที่เน้นการรับสมัครบุคคลหรือแนะนำให้ผู้เข้าร่วมธุรกิจ แต่จะต้องเป็นโบนัสที่มีลักษณะผลตอบแทนที่เป็นรายได้หลักมาจากการขายสินค้าหรือบริการ ให้แก่ผู้บริโภคหรือซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อบริโภคเอง ตามมาตรา 21 วรรคสอง (1)-(2) และไม่มี ลักษณะของแผนการจ่ายผลตอบแทนที่มีการบังคับซื้อในลักษณะเป็นแพ็คเกจ ตาม 21 วรรคสอง (3) และ ไม่มีลักษณะเป็นการให้ซื้อสินค้าและบริการเพื่อให้ทำคุณสมบัติตามตำแหน่งที่กำหนดไว้ในแผน ซึ่งมากเกินไปไม่สมเหตุสมผล

ส่วนในความแตกต่างกับพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรงจะเป็นในส่วนของ การควบคุมการประกาศ ประชาสัมพันธ์ ของผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรง แม้ว่าผู้ประกอบ ธุรกิจเจ้าของบริษัทจะจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงและใช้แผนการจ่ายผลตอบแทนที่ ได้รับการจดทะเบียนและได้รับอนุญาตจากนายทะเบียนอย่างถูกต้องตามกฎหมายแล้วก็ตาม เมื่อ ผู้ประกอบธุรกิจได้ให้การฝึกอบรมและอธิบายแผนการจ่ายผลตอบแทนให้กับทีมงานเครือข่ายของ ตนเองอย่างถูกต้อง ผู้ที่จะนำแผนการจ่ายผลตอบแทนไปอธิบายต่อให้กับลูกทีมของตนเอง ซึ่งเป็น สายงานภายใต้สายงานของตนเอง ย่อมต้องการชักชวนให้บุคคลสนใจเข้าร่วมธุรกิจให้มากที่สุด ดังนั้นจึงต้องทำการฝึกอบรมลูกทีมของตนเองให้อธิบายแผนในลักษณะที่แตกต่างไปจากได้รับ อนุญาตจากนายทะเบียนเพื่อต้องการเพิ่มยอดขายภายใต้สายงานของตนเอง จึงเป็นเหตุผลให้เกิด แชร่ลูกโซ่หรือแผนแบบพีระมิดในประเทศมาเลเซีย ทำให้การควบคุมไม่ให้มีการประชาสัมพันธ์ ความจำเป็นที่ประเทศไทยควรที่จะนำมาใช้ในการกำหนดเงื่อนไขของแผนการจ่ายผลตอบแทน เพื่อไม่ให้เกิดตัวการและผู้สนับสนุนให้เกิดแชร์ลูกโซ่หรือแผนแบบพีระมิด แต่ในเรื่องของการ กำหนดจรรยาบรรณผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรง ไม่ให้เกี่ยวข้องกับแผนแบบพีระมิดของ การต่อต้านแผนแบบพีระมิดควรที่จะนำมาใช้กับกฎหมายของประเทศไทยในหมวดของการ ควบคุมและดูแลภายหลังจากจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงไปแล้ว โดยเป็นการควบคุม พฤติกรรมผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรง

การควบคุมแผนการจ่ายผลตอบแทนหรือโบนัสของพระราชบัญญัติการขาย ณ สถานที่ อยู่อาศัยของผู้บริโภคของประเทศเกาหลีได้กล่าวถึงแนวทางในการจ่ายผลตอบแทนในมาตรา 20 ได้กำหนดอัตราการจ่ายผลตอบแทนที่องค์กรจ่ายให้ผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงจะต้องไม่ เกิน 35%ของมูลค่ารวมของยอดขาย สินค้า ยอดมูลค่ารวมจะใช้ยอดการจัดส่งสินค้ามาคิดคำนวณ การจ่ายผลตอบแทนจะต้องมีวันเวลาที่ชัดเจน ซึ่งกำหนดการคิดคำนวณต่อรอบมีระยะเวลา 1 ปี องค์กรธุรกิจจะต้องมีการกำหนดแนวทางในการคิดคำนวณและการจ่ายผลตอบแทนที่ชัดเจน และสามารถให้ผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงตรวจสอบการคิดคำนวณและการจ่าย

ผลตอบแทนได้ตลอดเมื่อมีการร้องขอ นอกจากนี้ยังได้กำหนดข้อห้ามในการประชาสัมพันธ์แผนการจ่ายผลตอบแทนของผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงไม่ให้มีความขัดแย้งกับการคิดคำนวณและการจ่ายผลตอบแทนที่องค์กรได้กำหนด และให้องค์กรธุรกิจจ่ายผลตอบแทนแก่ผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงโดยคำนึงถึงผลลัพธ์ของการขายสินค้า

ข้อกำหนดในด้านการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์และผลการดำเนินธุรกิจขององค์กรมีความสัมพันธ์กับจำนวนผู้ที่สนใจเข้าร่วมธุรกิจ หากมีภาพลักษณ์ที่ดีจะแสดงให้เห็นว่าบริษัทให้ความสำคัญใส่ใจต่อพนักงานและสังคมหรือหากผลการดำเนินธุรกิจของบริษัทดีจะสะท้อนถึงความสามารถในการจ่ายผลตอบแทนของบริษัทต่อผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายในอัตราส่วนที่เพิ่มขึ้น ดังนั้นรัฐจึงต้องมีการควบคุมเพื่อไม่ให้มีความสับสนต่อข้อเท็จจริงที่ปรากฏต่อสังคม ได้กำหนดการโฆษณาเกี่ยวกับการจ่ายผลตอบแทนในมาตรา 21 ห้ามมิให้องค์กรธุรกิจประชาสัมพันธ์ข้อมูลของผลการดำเนินงาน รวมทั้งการจ่ายผลตอบแทนและกำไรจากการขายปลีก ในทางที่เป็นเท็จหรือเกินความเป็นจริง การจ่ายผลตอบแทนขององค์กรธุรกิจจะต้องแจ้งข้อมูลที่เป็นปัจจุบันในเรื่องแผนการจ่ายผลตอบแทนที่จะได้รับทั้งหมด และโดยเฉลี่ยต่อบุคคลให้แก่ผู้ที่สมัครเป็นผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายทราบ

การแก้ไขแผนการจ่ายผลตอบแทนมีความสำคัญในการประกอบธุรกิจขายตรงเพราะเป็นตัวชี้วัดถึงความสามารถในการดำเนินธุรกิจขององค์กรที่ประกอบธุรกิจขายตรง เช่นในสภาวะปัจจุบันที่เกิดวิกฤตการณ์โควิด-19 ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงจะประสบกับการขาดทุน ผู้ประกอบธุรกิจบางรายไม่สามารถดำเนินธุรกิจได้จึงกระทบต่อการจ่ายผลตอบแทนให้ผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายจึงมีความจำเป็นที่จะต้องมีการเปลี่ยนแปลงการคิดคำนวณและการจ่ายผลตอบแทน ดังนั้นการจ่ายผลตอบแทนที่เปลี่ยนแปลงไปทางรัฐจึงกำหนดวิธีการแจ้ง ประกาศ และประชาสัมพันธ์ให้แก่สมาชิกซึ่งเป็นผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายทราบ เมื่อผู้ประกอบธุรกิจขายตรงมีความประสงค์ที่จะแก้ไขแนวทางในการคิดคำนวณและการจ่ายผลตอบแทนตามมาตรา 20 (2) จะต้องแจ้งแนวทางแก้ไข เหตุผลในการแก้ไข และวันที่ที่มีการแก้ไขแนวทางปฏิบัติ พร้อมกับแนวทางปัจจุบันสำหรับการคำนวณและการจ่ายผลตอบแทนไม่เกิน 3 เดือนก่อนวันที่แก้ไข การแจ้งประกาศ และประชาสัมพันธ์ให้แก่สมาชิกซึ่งเป็นผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายทราบจะต้องแจ้งโดยใช้อีเมลหรือข้อความโทรศัพท์มือถือ หากไม่สามารถส่งข้อความไปถึงได้อาจแจ้งผ่านทางจดหมายข่าวสารภายใน หรือโดยการโพสต์คำบอกกล่าวดังกล่าวในหน้าแรกของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ขององค์กรธุรกิจเป็นเวลาไม่น้อยกว่าหนึ่งเดือน ตามมาตรา 28

ส่วนในความแตกต่างกับพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรงในเรื่องของการกำหนดอัตราการคิดคำนวณของแผนการจ่ายผลตอบแทนของผู้ประกอบธุรกิจในปัจจุบันที่ไม่มี

หลักเกณฑ์ที่กำหนดในกฎหมายเอาไว้อย่างชัดเจนจะมีกำหนดไว้เพียงการคิดคำนวณตามมาตรา 21 (5) ที่กล่าวว่าจำเป็นต้องเป็นไปได้อย่างจริงคือเมื่อแผนการจ่ายผลตอบแทนขององค์กรธุรกิจได้มาขึ้นประกอบการจดทะเบียนกับนายทะเบียนแล้วต้องสามารถเอาไปใช้ได้จริงกับสถานะขององค์กรธุรกิจนั้น ๆ และแผนการจ่ายผลตอบแทนต้องเปิดเผยอย่างชัดเจนกับสมาชิกที่เป็นผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขาย จะเห็นได้ว่าของประเทศเกาหลีมีการกำหนดอัตราการคิดคำนวณไว้อย่างชัดเจนที่ไม่เกิน 35% ของมูลค่ารวมของยอดขายสินค้า และกำหนดรอบการจ่ายผลตอบแทนแก่สมาชิกไว้ 1 ปี ซึ่งแตกต่างจากของประเทศไทยที่ไม่ได้กำหนดรายละเอียดเอาไว้ ทำให้องค์กรธุรกิจไม่มีแนวทางในการคิดคำนวณแผนการจ่ายผลตอบแทนอย่างชัดเจน นอกจากนี้ยังได้กำหนดข้อห้ามในการประชาสัมพันธ์รายละเอียดการคิดคำนวณขององค์กรธุรกิจที่เป็นข้อมูลอันเป็นเท็จหรือมีลักษณะที่เกินความเป็นจริงทำให้ผู้ที่จะสมัครเป็นสมาชิกเข้าใจผิด จะเห็นได้ว่าข้อห้ามดังกล่าวมีความสำคัญมาก แต่ในประเทศไทยปัญหาที่พบอย่างมากเกิดจากการประชาสัมพันธ์ของแม่ทีมที่เป็นผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายที่อยู่เครือข่ายในระดับบนที่มีลูกทีมจำนวนมากและต้องการสร้างยอดขายให้เครือข่ายของตนเอง มักจะให้ข้อมูลอันเป็นเท็จหรือมีลักษณะที่เกินความเป็นจริงของการจ่ายผลตอบแทนของบริษัท

เมื่อพิจารณาในส่วนที่เหมือนกันกับพระราชบัญญัติขายตรงเรื่องการแก้ไขแผนการจ่ายผลตอบแทนมีความสำคัญที่จะกระทบรายได้ที่ได้รับทั้งของสมาชิกเก่าและสมาชิกใหม่ จึงต้องเน้นให้มีการประชาสัมพันธ์ให้ทราบ โดยทั่วกันเพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติตามข้อกำหนด ซึ่งของประเทศไทยจะต้องมีการแจ้งให้ทราบเช่นกัน แต่ต้องแจ้งให้ทราบแก่นายทะเบียน เมื่อมีการแก้ไขแผนการจ่ายผลตอบแทนจะต้องทำแผนการจ่ายผลตอบแทนฉบับใหม่ให้นายทะเบียนพิจารณาในระหว่างขั้นตอนการพิจารณาของนายทะเบียน ผู้ประกอบธุรกิจยังคงใช้แผนการจ่ายผลตอบแทนฉบับเก่ากับสมาชิกเก่าและสมาชิกใหม่ที่เป็นผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายไปก่อน ตามมาตรา 38 วรรคสาม เมื่อนายทะเบียนพิจารณารับทราบแล้วจะออกหนังสือแจ้งให้ผู้ประกอบธุรกิจรับทราบหลังจากวันดังกล่าวจึงจะใช้แผนการจ่ายผลตอบแทนฉบับใหม่ได้ ถ้าหากประเทศไทยมีการเพิ่มเติมข้อความลงไปในพระราชบัญญัติขายตรงว่าในระหว่างที่ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงยื่นแผนการจ่ายผลตอบแทนฉบับใหม่ที่เป็นการแก้ไขให้นายทะเบียนทราบจะต้องแจ้งแก่สมาชิกเก่าและผู้สมัครสมาชิกใหม่เป็นอย่างน้อยก็วัน เพื่อให้เป็นการเปิดโอกาสให้สมาชิกได้รับทราบการจ่ายผลตอบแทนให้เป็นปัจจุบันเพื่อไม่ให้เป็นการเอาเปรียบแก่สมาชิก แต่เนื่องจากนิยามของผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายอาจจะไม่ต้องกับคำว่าผู้บริโภค จึงทำให้เกิดความลำบากในการแก้ไขลงไป ในพระราชบัญญัติ แต่ควรเพิ่มรายละเอียดดังกล่าวลงไปในเรื่องของหมวดการควบคุมผู้ประกอบธุรกิจไม่ให้มีลักษณะการประกอบธุรกิจที่ขัดกับการอนุญาตของนายทะเบียน

4.4 ปัญหาเกี่ยวกับข้อกฎหมายในการกำกับดูแลผู้ประกอบการซื้อขายตรง

การควบคุมและดูแลการประกอบธุรกิจขายตรงตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง ผู้ประกอบธุรกิจที่มีความต้องการที่จะดำเนินธุรกิจขายตรงจะต้องมีการยื่นขอจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงต่อนายทะเบียนสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคก่อนเพื่อให้หน่วยงานของรัฐเก็บข้อมูลของธุรกิจและตรวจสอบรายละเอียดของผู้ประกอบธุรกิจ กรรมการผู้มีอำนาจลงนาม ว่ามีคุณสมบัติผ่านตามข้อกฎหมายที่กำหนดหรือไม่ รายงานรายละเอียดสถานที่ประกอบการ รายละเอียดของสินค้าขาย เอกสารการซื้อขายสินค้า สัญญาระหว่างผู้จำหน่ายอิสระกับผู้ประกอบธุรกิจ ใบสมัครสมาชิก ตัวอย่างบัตรสมาชิก คู่มือการประกอบธุรกิจ และแผนการจ่ายผลตอบแทน พร้อมกับคำขอขึ้นจดทะเบียน ขต.1 ซึ่งข้อมูลที่หน่วยงานเอกชนผู้ประกอบธุรกิจได้ยื่นขอจดทะเบียนเป็นการควบคุมและดูแลการประกอบธุรกิจขายตรงก่อนได้รับการจดทะเบียนขายตรง

รายละเอียดการตรวจสอบและการดูแลการประกอบธุรกิจขายตรงตามพระราชบัญญัติสามารถแยกออกเป็นรายมาตราและประเภทได้ตามมาตราดังนี้ การตรวจสอบคุณสมบัติของผู้ประกอบธุรกิจ และกรรมการผู้มีอำนาจลงนาม ในมาตรา 38/1 และ 38/2 จะตรวจสอบคุณสมบัติของบุคคลว่ามีข้อห้ามตามที่กฎหมายกำหนดหรือไม่ ทำให้สามารถคัดกรองบุคคลที่มีประวัติสุ่มเสี่ยง เช่นอาจจะมีประวัติในการกระทำความผิดกฎหมายเรื่องฉ้อโกงประชาชน เพื่อเป็นการป้องกันไม่ให้เกิดการประกอบธุรกิจขายตรงที่มีลักษณะแชร์ลูกโซ่หรือมีการใช้แผนการจ่ายผลตอบแทนที่ไม่ตรงตามที่จดทะเบียนกับนายทะเบียน หากคุณสมบัติของการประกอบธุรกิจ และกรรมการผู้มีอำนาจลงนามขาดคุณสมบัติหรือมีลักษณะต้องห้ามตามมาตรา 38/1 และ 38/2 นายทะเบียนมีคำสั่งไม่รับจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงตามมาตรา 41/2 ได้

การออกเอกสารในการซื้อขายสินค้า ในมาตรา 30 -37 จะมีรายละเอียดเกี่ยวกับการออกเอกสารการซื้อขายสินค้า สิทธิของผู้บริโภคที่สามารถคืนสินค้าได้ภายใน 7 วัน สิทธิของผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายที่สามารถคืนสินค้าได้ภายใน 15 วัน ตามมาตรา 25 วิธีการที่ผู้บริโภคส่งคืนสินค้า และเงื่อนไข รวมถึงระยะเวลาในการส่งคืนสินค้า ซึ่งเอกสารดังกล่าวจะเป็นเอกสารสำคัญที่แสดงสิทธิของบริโภคในการใช้สิทธิในการคืนสินค้า เมื่อไม่พอใจในการบริโภคสินค้าและบริการ หรือได้รับผลกระทบจากการบริโภคสินค้าหรือบริการ แล้วต้องการจะคืนสินค้าหรือจะคืนเงินจากการซื้อสินค้าและบริการ นอกจากนี้ผู้ประกอบการและผู้จำหน่ายอิสระจะต้องร่วมรับผิดชอบกรณีที่ผู้บริโภคได้รับผลกระทบจากการบริโภคสินค้าและบริการของผู้ประกอบธุรกิจตามมาตรา 24/1

สัญญาระหว่างผู้จำหน่ายอิสระ ใบสมัครสมาชิก ตัวอย่างบัตรสมาชิก คู่มือการประกอบธุรกิจ ในมาตรา 22 และ 23 การกำหนดค่าธรรมเนียมในการฝึกอบรม และชุดส่งเสริมการขายสินค้า

จะต้องไม่สูงเกินกว่าที่กฎหมายกำหนด ใน มาตรา 21 การกำหนดรายละเอียดของสัญญาระหว่างผู้จำหน่ายอิสระกับผู้ประกอบธุรกิจจะต้องมีรายละเอียดแจ้งให้ผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงทราบ เช่น แผนการจ่ายผลตอบแทน ค่าธรรมเนียมการสมัครสมาชิก ค่าฝึกอบรม และเงื่อนไขในการยกเลิกสมาชิกจะสามารถได้รับการซื้อชุดอุปกรณ์ส่งเสริมการขายคืน

นอกจากนี้ การควบคุมและดูแลการประกอบธุรกิจขายตรงในกรณีที่ผู้บริโภครับผลกระทบจะมีการจ่ายเงินชดเชยโดยนายทะเบียนจะกำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจจะต้องมาวางหลักประกันตามมาตรา 41/1 ในกรณีที่ผู้บริโภคร้องเรียนว่าได้รับผลกระทบจากการบริโภคลินค้าหรือบริการของผู้ประกอบธุรกิจ ตามมาตรา 41/5 นายทะเบียนจะนำเงินที่ผู้ประกอบธุรกิจมาวางหลักประกันจ่ายชดเชยให้กับผู้บริโภคต่อไปตามมาตรา 41/6 ซึ่งเงื่อนไขและประเภทของการวางหลักประกันว่าจะต้องเป็นหลักทรัพย์แบบใดตามมาตรา 38/5-38/7

เมื่อผู้ประกอบธุรกิจได้ยื่นขอจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงไปแล้วการควบคุมและกำกับดูแลหลังได้รับการจดทะเบียนขายตรงจะมีในมาตรา 38 วรรคสาม หากผู้ประกอบธุรกิจมีการแก้ไขแผนการจ่ายผลตอบแทน จะต้องยื่นแผนการจ่ายผลตอบแทนฉบับใหม่ให้นายทะเบียนพิจารณาก่อนที่จะใช้แผนการจ่ายผลตอบแทนฉบับใหม่กับสมาชิกเก่าและสมาชิกใหม่ที่เป็นผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรง

การรับเรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภคหรือการตรวจสอบของพนักงานเจ้าหน้าที่ว่าพฤติการณ์ของผู้ประกอบธุรกิจเข้าข้อห้ามที่กำหนดสามารถจะเป็นเหตุในการเพิกถอนใบอนุญาตของนายทะเบียนได้ ตามมาตรา 42 มีรายละเอียดสรุปได้ดังนี้ ข้อกำหนดเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจขายตรง ในเรื่องของการใช้แผนการจ่ายผลตอบแทนไม่ตรงตามที่ยื่นขอจดทะเบียนต่อนายทะเบียน, ผู้จำหน่ายอิสระนำสินค้าหรือบริการไปขายให้แก่ผู้บริโภค แล้วผู้บริโภคได้รับผลกระทบจากความบกพร่องของสินค้าและบริการ ผู้ประกอบธุรกิจจะต้องร่วมรับผิดชอบกับผู้จำหน่ายอิสระ, หากผู้ประกอบธุรกิจขายตรงเมื่อมีการย้ายสำนักงานที่ตั้งประกอบธุรกิจจะต้องแจ้งเป็นหนังสือให้นายทะเบียนทราบภายใน 15 วัน นับแต่วันที่ได้มีการย้าย, เมื่อได้ดำเนินธุรกิจไปตามรอบบัญชีให้แจ้งรอบรายงานการดำเนินธุรกิจให้นายทะเบียนทราบ เพื่อที่จะได้นำไปปรับวงเงินในการวางหลักประกันของธุรกิจขายตรง, ในขณะที่ดำเนินธุรกิจการประกอบธุรกิจขายตรง หากมีคุณสมบัติไม่ครบถ้วน หรือมีคุณสมบัติต้องห้ามในระหว่างที่ได้รับการจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรง ตามมาตรา 38/1 และ 38/2, ไม่วางหลักประกันเพิ่มให้ครบตามจำนวนที่กำหนดภายในสามเดือนนับแต่วันที่ครบกำหนดตามรอบระยะเวลาที่กฎหมายกำหนด หรือภายหลังจาก 15 วัน นับจากวันที่นายทะเบียนได้มีคำสั่งแจ้งให้วางหลักประกันเพิ่มเติม, หุ้นส่วนผู้จัดการ

กรรมการผู้จัดการ หรือผู้รับผิดชอบในการดำเนินงานของนิติบุคคลได้รับ โทษจำคุกโดยคำพิพากษาถึงที่สุดให้จำคุกในความผิดตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง

เมื่อพิจารณาตามข้อกฎหมายจะพบว่าวัตถุประสงค์ของการบัญญัติพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง คือ เป็นการคุ้มครองผู้บริโภคมิให้ต้องตกเป็นฝ่ายเสียเปรียบในการซื้อขายสินค้าหรือบริการ และเพื่อให้มีหลักประกันว่าผู้บริโภคจะได้รับความคุ้มครอง หากผู้บริโภคได้รับความเสียหายอันเกิดจากการที่ผู้ประกอบการไม่ปฏิบัติตามพระราชบัญญัตินี้ ดังนั้นลักษณะการบัญญัติกฎหมายในส่วนของการควบคุมและกำกับดูแลผู้ประกอบการจึงควรมีการเพิ่มหมวดการกำกับดูแลในพระราชบัญญัติฉบับนี้เพื่อให้อำนาจหน่วยงานในการอนุญาตและควบคุมกำกับดูแลอยู่ภายในหน่วยงานเดียว จะได้ทำให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิภาพในการบริหารงานของภาครัฐมากยิ่งขึ้น

การควบคุมและดูแลผู้ประกอบการขายตรงตามกฎหมายขายตรงและการต่อต้านแผนฟิรอะมิดของประเทศมาเลเซียแบ่งการควบคุมออกเป็นการควบคุมตัวบุคคล การควบคุมเอกสารการซื้อขายหรือสัญญาในการซื้อขายระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อ และการควบคุมผู้ประกอบการ ตามมาตรา 17 เป็นการควบคุมตัวบุคคล ได้อธิบายถึงการควบคุมการขายสินค้า ณ สถานที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค การขายทางไปรษณีย์ การขายผ่านธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ในการไปเสนอขายสินค้าให้กับผู้บริโภค หากเป็นการไปยัง ณ สถานที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค วัตถุประสงค์ในการขายสินค้าจะมีช่วงเวลาและวันที่กฎหมายห้ามทำการซื้อขายสินค้า เพื่อเป็นการคุ้มครองผู้บริโภคไม่ให้ถูกผู้ขายรบกวนและบังคับให้ซื้อสินค้า ทำให้ละเมิดความเป็นส่วนตัวของผู้บริโภค และผู้ขายก่อนที่จะเข้าไปเสนอขายสินค้าจะต้องแจ้งเหตุในการเข้าไป ณ สถานที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคก่อน และจะต้องออกจากสถานที่ตามคำขอของผู้ครอบครองสถานที่หรือบุคคลผู้ที่ได้รับมอบอำนาจหรือโดยพฤตินัยจากผู้ครอบครอง

ก่อนที่จะเข้าไปยัง ณ สถานที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค หรือสถานที่ที่จะทำการเสนอขายสินค้าจะต้องแสดงบัตรประจำตัวหรือบัตรที่เจ้าหน้าที่ออกให้ต่อผู้ซื้อ ตามมาตรา 18 นอกจากนี้ยังกำหนดบทลงโทษแก่บุคคลที่ไม่แสดงบัตรประจำตัวหรือบัตรที่เจ้าหน้าที่ออก หรือจัดทำข้อความในบัตรเป็นเท็จหรือทำให้เข้าใจผิด และบุคคลที่ปลอมแปลงบัตรเจ้าหน้าที่

การควบคุมเอกสารการซื้อขายหรือสัญญาในการซื้อขายระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อ ตามมาตรา 23 เป็นการควบคุมเอกสารซื้อขายสินค้า เมื่อผู้ขายไปเสนอขายสินค้า ณ สถานที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค การขายทางไปรษณีย์ และการขายผ่านธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ แล้วออกให้กับผู้บริโภค เพื่อเป็นหลักฐานในการซื้อขายสินค้านี้ระหว่างกัน ได้กำหนดให้ต้องทำเป็นลายลักษณ์

อักษรหรือหนังสือ มีข้อความที่แจ้งสิทธิของผู้บริโภคในการคืนสินค้า และต้องมีลายมือชื่อของผู้ซื้อและผู้ขายลงนามในเอกสารซื้อขายด้วย

ลักษณะของเนื้อหาสัญญาในการซื้อขายระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อ ตามมาตรา 24 ได้กำหนดให้มีรายละเอียดของรายการสินค้าหรือบริการที่ทำการซื้อขาย จำนวนสินค้าที่ทำการซื้อขาย หากไม่สามารถระบุจำนวนทั้งหมดได้ในขณะที่ทำสัญญา ให้แสดงรายละเอียดถึงวิธีการคำนวณในวันเวลา สถานที่ในการซื้อขาย และชำระเงิน วันเวลา สถานที่ในการส่งมอบสินค้าหรือในการให้บริการ รวมทั้งมีข้อความที่แจ้งสิทธิของผู้บริโภคในการคืนสินค้า หากผู้ขายไม่มีการออกเอกสารในการซื้อขายสินค้าให้ผู้บริโภค สัญญาในการซื้อขายจะเป็นการโมฆะ

นอกจากนี้การควบคุมผู้ประกอบการให้ดำเนินธุรกิจตามที่กฎหมายได้กำหนดเอาไว้ตามมาตรา 8 หากไม่ปฏิบัติตามข้อบังคับของกฎหมาย, กรรมการ ผู้จัดการ เลขานุการ หรือเจ้าหน้าที่อื่นให้ข้อมูลเท็จ ทำให้เข้าใจผิด หรือไม่ถูกต้องแก่เจ้าหน้าที่, ผู้บริโภคได้รับผลกระทบจากการบริโภคสินค้าหรือบริการ, สัดส่วนของทรัพย์สินในการลงทุนของผู้ประกอบการมีการเปลี่ยนแปลง มีการเลิกกิจการ จะเป็นเหตุให้เพิกถอนใบอนุญาตได้ ซึ่งเจ้าหน้าที่อาจจะกำหนดข้อจำกัดแทนการเพิกถอนใบอนุญาตแก่ผู้ประกอบการ เนื่องจากพฤติกรรมไม่เป็นเหตุให้ถึงกับต้องเพิกถอนใบอนุญาต ตามมาตรา 9 เช่น กำหนดขอบเขตเงื่อนไขระยะเวลาของใบอนุญาต, กำหนดให้สามารถดำเนินธุรกิจได้เฉพาะ ประเภทและงดเว้นการกระทำใด ๆ, กำหนดให้ทำธุรกรรมหรือประเภทของธุรกรรมใด ๆ หรืออนุญาตให้ทำธุรกรรมภายใต้ข้อจำกัดหรือเงื่อนไข

รายละเอียดของความแตกต่างกับพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรงในการควบคุมตัวบุคคลในธุรกิจขายตรงผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรง ข้อกำหนดของประเทศไทยไม่ได้มีข้อกำหนดและบทลงโทษแก่บุคคลที่ออกบัตรประจำตัวหรือบัตรที่เจ้าหน้าที่มีความอันเป็นเท็จหรือทำให้เข้าใจผิด และการออกและบุคคลที่ปลอมแปลงบัตรเจ้าหน้าที่ เนื่องจากของประเทศไทยกำหนดให้แสดงบัตรประจำตัวประชาชนและบัตรประจำตัวผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงคู่กันเมื่อจะทำการเสนอขายสินค้าให้กับผู้บริโภค ณ ที่อยู่อาศัยหรือสถานที่ทำงานของผู้บริโภคหรือของผู้อื่น หรือสถานที่อื่นที่มีใช้สถานที่ประกอบการค้าเป็นปกติธุระ ซึ่งบัตรประจำตัวผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงจะออกโดยผู้ประกอบการขายตรงไม่ค่อยมีเหตุในการปลอมแปลงบัตรดังกล่าว เนื่องจากไม่มีความยากลำบากในการได้มา เพียงแค่ผู้ที่สนใจจะเข้าร่วมประกอบการสมัครสมาชิกกับผู้ประกอบการก็จะได้รับบัตรประจำตัวดังกล่าว นอกจากนี้ยังมีกำหนดช่วงวันเวลาที่อนุญาตให้มีการเสนอขายสินค้าหรือบริการกับผู้บริโภคเอาไว้เพื่อไม่ให้เป็นการรบกวนหรือก่อความรำคาญแก่ผู้บริโภค และยังมีการเพิกถอน โดยกำหนดข้อจำกัดแทนการเพิกถอนใบอนุญาตแก่ผู้ประกอบการ เนื่องจากพฤติกรรมไม่เป็นเหตุให้ถึงกับต้องเพิกถอนใบอนุญาต

เนื้อหาเอกสารการซื้อขายหรือสัญญาในการซื้อขายระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อ ของประเทศไทยจะมีเพิ่มเติมแตกต่างจากประเทศมาเลเซียในส่วนของวิธีการเลิกสัญญา วิธีการคืนสินค้า การรับประกันสินค้า และการเปลี่ยนสินค้าในกรณีที่มีความชำรุดบกพร่อง ซึ่งเป็นการให้รายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าและสิทธิของผู้บริโภคในการเลิกสัญญาและคืนสินค้า รวมทั้งเงื่อนไขในการคืนสินค้า เอาไว้อย่างชัดเจน แสดงให้เห็นถึงการเน้นการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคในการบริโภคสินค้าหรือบริโภคอย่างมาก

ส่วนรายละเอียดของพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรงที่เหมือนกับกฎหมายมาเลเซียในเรื่องก่อนที่จะเข้าไปเสนอขายสินค้าให้กับผู้บริโภค ณ ที่อยู่อาศัยหรือสถานที่ทำงานของผู้บริโภคหรือของผู้อื่น หรือสถานที่อื่นที่มีใช้สถานที่ประกอบการค้าเป็นปกติธุระจะต้องได้รับอนุญาตจากผู้บริโภคหรือผู้ครอบครองสถานที่นั้นก่อน และต้องแสดงหลักฐานที่แสดงให้เห็นว่าเป็นผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงก่อนที่จะทำการเสนอขายสินค้าหรือสาริตการขายสินค้า

เอกสารการซื้อขายสินค้าหรือสัญญาการซื้อขายสินค้าระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ยังมีการกำหนดเนื้อหาที่เหมือนกับเอกสารการซื้อขายที่กฎหมายกำหนดให้มีเนื้อหาตามมาตรา 30-31 ของพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง ได้ระบุให้มีรายละเอียดของสินค้าที่ทำการซื้อขาย วัน เวลา สถานที่ การชำระเงิน ชื่อผู้ซื้อและผู้ขาย และสิทธิในการคืนสินค้า

ดังนั้นประเทศไทยควรที่จะเพิ่มรายละเอียดของเอกสารในการซื้อขายในเรื่องของจำนวนที่ทำการซื้อขายสินค้า หากไม่สามารถระบุจำนวนทั้งหมดได้ในขณะที่ทำสัญญา ให้แสดงรายละเอียดถึงวิธีการคำนวณนั้น นอกจากนี้ควรที่จะเพิ่มรายละเอียดเกี่ยวกับการกำหนดช่วงวันเวลาที่อนุญาตให้มีการเสนอขายสินค้าหรือบริการกับผู้บริโภคเอาไว้เพื่อไม่ให้เป็นการรบกวนหรือก่อความรำคาญแก่ผู้บริโภค รวมทั้งเพิ่มการกำหนดข้อจำกัดแทนการเพิกถอนใบอนุญาตแก่ผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อเป็นการรอกการลงโทษ และสังเกตพฤติกรรม เป็นการป้องปรามไม่ให้ผู้ประกอบการกระทำผิด

การควบคุมและดูแลการประกอบธุรกิจขายตรงตามพระราชบัญญัติการขาย ณ สถานที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคของประเทศเกาหลีภายหลังจากการจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงสามารถที่จะแบ่งประเภทของการควบคุมออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนแรกการประกอบธุรกิจขายตรงเป็นการควบคุมผ่านองค์กรธุรกิจ เมื่อผู้ประกอบการขายตรงได้ประกอบธุรกิจไปได้ในระยะหนึ่ง หากมีการเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับรายละเอียดของเอกสารในการจดทะเบียนในองค์กรธุรกิจยื่นรายงานถึงการเปลี่ยนแปลงให้หน่วยงานของรัฐทราบ ตามมาตรา 13 (2) และผู้บริโภคยังสามารถตรวจสอบข้อมูลเกี่ยวกับผู้ประกอบการที่จดทะเบียนได้ เนื่องจากเป็นข้อมูลที่หน่วยงานของรัฐให้มีการเปิดเผยข้อมูล ตามมาตรา 13 (4) ซึ่งข้อมูลที่เปิดเผยจะมีรายละเอียดเกี่ยวกับหมายเลขทะเบียนและ

วันที่ลงทะเบียน ชื่อทางการค้าของบริษัท ที่อยู่ และหมายเลขโทรศัพท์ สินค้าหรือบริการที่จะขาย และปริมาณการขาย แนวทางการคำนวณและการจ่ายโบนัส

เมื่อผู้บริโภครได้รับผลกระทบจากการบริโภคสินค้าและบริการ หน่วยงานของรัฐ กำหนดให้มีการทำสัญญาประกันการชดใช้ค่าเสียหายต่อความเสียหายของผู้บริโภค ซึ่งองค์กรธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจที่มีความประสงค์จะจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงจะต้องสัญญาดังกล่าว เพื่อเป็นหลักประกันให้กับผู้บริโภค และเงินที่นำไปช่วยเหลือให้ผู้บริโภคนี้จะเกิดจากการรวมตัวของผู้ประกอบการจัดตั้งเป็นสมาคมช่วยเหลือซึ่งกันและกันตามมาตรา 38 โดยได้รับอนุญาตจากหน่วยงานของรัฐเข้าร่วมสมาคมสงเคราะห์ร่วมกันต้องจ่ายเงินสมทบผู้ที่เข้าร่วมสมาคมสงเคราะห์ร่วมกันต้องจ่ายเงินสมทบและรัฐบาลยังให้เงินช่วยเหลือหรือเงินอุดหนุนภายในวงเงินงบประมาณ สมาคมสงเคราะห์จะมีการดำเนินงานตามมาตรา 40 ตั้งโครงการช่วยเหลือซึ่งกันและกันเพื่อบรรเทาความเสียหายของผู้บริโภคและบริการสาธารณะเพื่อคุ้มครองสิทธิและผลประโยชน์ของผู้บริโภค รวมทั้งการเผยแพร่และการให้ความรู้เพื่อป้องกันความเสียหายที่เกิดจากการโฆษณาและการบริโภคสินค้า

ผู้ประกอบการขายตรงดำเนินธุรกิจจะต้องมีการสร้างเครือข่ายของสมาชิกโดยการหาสมาชิก และวิธีการรับสมัครสมาชิกได้มีในมาตรา 2 (3) เพิ่มเติมเกี่ยวกับสถานที่ประกอบธุรกิจ ผู้ประกอบธุรกิจจะชักชวนผู้บริโภคจากสถานที่อื่นมายังสถานประกอบการขายตรงเพื่อให้ผู้บริโภคเยี่ยมชมสถานประกอบการโดยการจัดหาสินค้าฟรีหรือราคาต่ำกว่าปกติ และเสนอขายสินค้าหรือบริการหรือจัดหาสินค้าภายใต้เงื่อนไขที่คิดว่า ซึ่งผู้บริโภคไม่สามารถหาได้ที่ไหน

เมื่อสมาชิกเข้าร่วมดำเนินธุรกิจขายตรงจะต้องมีค่าธรรมเนียมแรกเข้าหรือค่าสมัครสมาชิก การต่ออายุสมาชิก ชุดอุปกรณ์ในการส่งเสริมการขาย การฝึกอบรมหลักสูตรในการขายสินค้า ตามมาตรา 33 ทางหน่วยงานของรัฐได้กำหนดให้รวมไม่เกิน 50,000 วอนต่อปี แบ่งเป็นค่าสมัครหรือค่าธรรมเนียมในการต่ออายุสมาชิกภาพ 10,000 วอนต่อปี หรือไม่เกินค่าใช้จ่ายจริง , กำหนดข้อบังคับในการซื้ออุปกรณ์การขาย 30,000 วอนต่อปี หรือไม่เกินค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจริง หรือราคาตลาด, ข้อบังคับที่จะต้องได้รับการอบรมการศึกษาเกี่ยวกับการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์สำหรับการคุ้มครองผู้บริโภค และให้หลักสูตรอื่น ค่าธรรมเนียมการศึกษาจะต้องไม่เกิน 30,000 วอนต่อปี หรือไม่เกินค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจริง

การควบคุมการประกอบธุรกิจขายตรง โดยควบคุมผ่านทางพนักงานขายตรง การประกอบธุรกิจขายตรงในการดำเนินธุรกิจเพื่อขายสินค้าและบริการจะต้องมีพนักงานขายตรงเป็นผู้กระจายสินค้าออกสู่ท้องตลาด ซึ่งผู้ที่จะสมัครสมาชิกเป็นพนักงานขายตรงได้จะต้องมีคุณสมบัติตามมาตรา 15 คือ จะต้องลงทะเบียนตนเองกับองค์กรธุรกิจ บุคคลที่ไม่สามารถสมัครเป็นพนักงาน

ขายตรง เช่น เจ้าหน้าที่ของรัฐ ,เจ้าหน้าที่ของรัฐในท้องถิ่น ,เจ้าหน้าที่รัฐด้านการศึกษา, ผู้เยาว์ (หากได้รับความยินยอมจากผู้ปกครองสามารถทำได้), ผู้ถือหุ้นที่มีอำนาจในการบริการองค์กรหรือพนักงานขององค์กร, บุคคลที่ฝ่าฝืนพระราชบัญญัตินี้และต้องคำพิพากษาให้จำคุก

องค์กรธุรกิจจะออกหนังสือรับรองการขึ้นทะเบียนเป็นพนักงานขาย และข้อมูลของพนักงานขายขององค์กรธุรกิจจะทำการเก็บรวบรวมเอาไว้เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถตรวจสอบตัวตนของพนักงานขายได้ และองค์กรธุรกิจจะออกพ็อกเก็ตบุ๊กสำหรับพนักงานขายโดยจะมีรายละเอียดเกี่ยวกับแนวทางการคำนวณและการจ่ายโบนัส ,การรับสมัครบุคคลเข้าเป็นสมาชิก ,การให้การสนับสนุนพนักงานขายภายใต้สายงานของตน ,การคืนสินค้าหรือบริการ ,กฎเกณฑ์ที่พนักงานขายจะต้องปฏิบัติตาม

พนักงานขายมีหน้าที่ตามมาตรา 7 ในการให้รายละเอียดของข้อมูลในการขายสินค้าหรือบริการให้ผู้บริโภค และในการขายสินค้าหรือบริการพนักงานขายจะต้องออกเอกสารการซื้อขายหรือสัญญาในการซื้อขาย ที่มีรายละเอียดเกี่ยวกับชื่อบริษัท ที่อยู่ หมายเลขโทรศัพท์ และอีเมล ,รายละเอียดเกี่ยวกับชื่อพนักงานขาย ที่อยู่ หมายเลขโทรศัพท์ และอีเมล ,ชื่อ ชนิด และรายละเอียดของสินค้าหรือบริการ ,ราคาสินค้าหรือบริการ วิธีการและระยะเวลาในการชำระราคา ,วิธีการและระยะเวลาในการจัดหาสินค้าหรือบริการ ,เรื่องที่เกี่ยวข้องกับกำหนดเวลา วิธีการดำเนินการยกเลิกสัญญา นอกจากนี้พนักงานขายจะต้องแจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับการชดเชยความเสียหายของผู้บริโภคเมื่อมีข้อร้องเรียนของผู้บริโภคเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ และข้อพิพาทระหว่างผู้บริโภคกับองค์กรธุรกิจ

ข้อกำหนดและข้อบังคับมิให้พนักงานขายกระทำการต่อผู้บริโภคตามมาตรา 11 ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการข่มขู่ผู้บริโภค โดยมีเจตนาที่จะบังคับให้ผู้บริโภคลงนามในสัญญาซื้อขาย ชักชวนหรือซื้อขายกับผู้บริโภค หรือชักชวนผู้บริโภคจากการยกเลิกสัญญาโดยการทำข้อมูลเท็จหรือเกินจริง หรือใช้วิธีการฉ้อโกงใด ๆ การเก็บค่าใช้จ่าย เงิน หรือของมีค่าอื่น ๆ เกินระดับที่กำหนด เช่น ค่าสมัครสมาชิก เงินช่วยเหลือการขาย การจัดสรรการขายเป็นรายบุคคล หรือค่าธรรมเนียมการศึกษา, การเปลี่ยนข้อมูลที่อยู่หรือหมายเลขโทรศัพท์โดยมีเจตนาที่จะชักชวนผู้บริโภคยกเลิกสัญญา, เมื่อผู้บริโภคได้รับผลกระทบจากการบริโภคสินค้าหรือบริการ แล้วพนักงานขายละเลยต่อข้อร้องเรียน, ใจผู้บริโภคให้ซื้อสินค้าหรือบริการ แม้ว่าผู้บริโภคจะไม่ต้องการซื้อสินค้าหรือบริการดังกล่าว, การใช้ข้อมูลของผู้บริโภคโดยปราศจากความยินยอม นอกจากนี้ยังมีการให้ผลประโยชน์แก่พนักงานขายเพิ่มเติมจากโบนัสโดยไม่มีเหตุอันสมควร และเรียกเก็บค่าใช้จ่าย เงินหรือสินค้าอื่น ๆ เกิน 100,000 วอน หรือเกินจำนวนสูงสุดที่กำหนดจากพนักงานขายหรือพนักงานขายใหม่

รายละเอียดของความแตกต่างกับพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง เมื่อพิจารณาในเรื่องการควบคุมโดยผ่านทางบริษัทนั้นจะพบว่ากฎหมายของประเทศเกาหลี มีการให้ผู้บริโภคสามารถเข้ามาตรวจสอบรายละเอียดขององค์ธุรกิจเพื่อเป็นข้อมูลเปรียบเทียบก่อนที่จะสมัครสมาชิกเข้าร่วมธุรกิจ ด้วยการให้ผู้ประกอบธุรกิจเปิดเผยข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค และยังกำหนดสถานที่ประกอบธุรกิจเพื่อให้มีความเหมาะสมแก่การประกอบธุรกิจขายตรงไม่ใช่เป็นเพียงสถานที่พักอาศัยแล้วนำมาจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงเหมือนในประเทศไทย นอกจากนี้ยังมีการกำหนดเรื่องค่าสมัครสมาชิก ค่าอุปกรณ์ส่งเสริมการขาย และค่าฝึกอบรม ไม่ให้มีลักษณะการบังคับเรียกเก็บจากทางสมาชิก ซึ่งในกฎหมายของประเทศไทยไม่มีข้อกำหนดเอาไว้อย่างชัดเจน จึงทำให้ไม่มีหลักเกณฑ์ในการกำหนดค่าสมาชิก จนกระทั่งบางครั้งมีการเรียกเก็บจนมากเกินไป และสิ่งที่เป็นประโยชน์ของผู้บริโภคและผู้ประกอบธุรกิจ รวมทั้งกลุ่มประเภทธุรกิจขายตรงอย่างมากคือ การที่หน่วยงานของรัฐได้ออกข้อบังคับให้ทำสัญญาในการชดเชยค่าเสียหายของผู้บริโภค โดยสนับสนุนให้มีการตั้งสมาคมเพื่อให้ผู้ประกอบธุรกิจจ่ายเงินสมทบเข้าไป แล้วหน่วยงานของรัฐจะมีการจ่ายเงินสมทบเป็นงบประมาณของทางการให้ แสดงให้เห็นว่ารัฐให้ความสำคัญกับภาคธุรกิจขายตรงอย่างมาก

การควบคุมผ่านทางพนักงานขายของกฎหมายเกาหลีที่มีประโยชน์อย่างหนึ่ง คือ การกำหนดคุณสมบัติแก่ผู้ที่จะเป็นพนักงานขาย เพราะบุคคลที่จะเป็นได้จะต้องไม่เป็นพนักงานของรัฐ ไม่เป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องกับองค์กรขายตรงที่ตนเองสมัครเป็นสมาชิก แสดงให้เห็นว่าเป็นการแก้ไขปัญหาเรื่องผลประโยชน์ทับซ้อนในภาครัฐ และในภาคเอกชน ทำให้เกิดการแข่งขันทางการค้าอย่างเป็นธรรม ยังกำหนดข้อห้ามไม่ให้พนักงานขายปฏิบัติตนในลักษณะที่มีการหาผลประโยชน์จากผู้บริโภค โดยผู้บริโภคได้รับผลกระทบจากการพยายามขายสินค้าหรือบริการของพนักงานขาย

ส่วนรายละเอียดของพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรงที่เหมือนกับกฎหมายประเทศเกาหลี ทางผู้ประกอบธุรกิจเมื่อรับสมาชิกแล้วจะต้องมีคู่มือการประกอบธุรกิจให้ โดยเป็นหน้าที่ของผู้ประกอบธุรกิจที่ต้องดำเนินการให้พนักงานขายใหม่ ตามมาตรา 23 ของพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรงที่มีองค์ประกอบของรายละเอียดในข้อกฎหมายเหมือนกับกฎหมายของประเทศเกาหลี ส่วนสัญญาในการซื้อขายสินค้าที่พนักงานขายออกให้ผู้บริโภค ตามมาตรา 30-31 ของพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรงจะกำหนดรายละเอียดไว้ชัดเจนกว่ากฎหมายของประเทศเกาหลี

ดังนั้นประเทศไทยควรที่จะกำหนดรายละเอียดเพิ่มเติมในพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง ในเรื่องของการใช้สถานที่ในการประกอบธุรกิจขายตรงจะต้องไม่มีลักษณะเป็นเพียงที่พักอาศัยหรือสถานที่เก็บสินค้า แต่ควรมีพื้นที่ที่เพียงพอให้กับสมาชิกในการฝึกอบรมใน

การส่งเสริมการขาย และมีพื้นที่ในส่วนของการตั้งสินค้าขายให้แก่ผู้บริโภค และควรมีการกำหนดค่าใช้จ่ายในการส่งเสริม และฝึกอบรมการขายตรง ตั้งแต่เริ่มต้นการสมัครเป็นสมาชิก จนกระทั่งการฝึกอบรมให้มีความรู้ในการขายสินค้าและบริการเพื่อไม่ให้เป็นภาระแก่พนักงานขาย รวมทั้งไม่ให้เป็นภาระแนะนำชักชวนบุคคลเข้าร่วมธุรกิจ สร้างรายได้จากการสมัครสมาชิกแทนการมีรายได้หลักจากการขายสินค้าหรือบริการให้กับผู้บริโภค

การรวมตัวของผู้ประกอบการธุรกิจในรูปแบบของสมาคมหรือองค์กรร่วมในการจ่ายเงินชดเชยให้กับผู้บริโภคที่ได้รับผลกระทบจากการบริโภคสินค้าและบริการ เป็นการร่วมกับตรวจสอบกันเองของผู้ประกอบการธุรกิจและได้รับการสนับสนุนด้านงบประมาณจากภาครัฐในบางส่วน แต่ถ้าเพิ่มเติมหลักเกณฑ์ไปว่า หากในรอบบัญชีที่รายงานการดำเนินธุรกิจประจำปีผู้ประกอบการใดได้รับเรื่องร้องเรียนและมีการจ่ายเงินชดเชยให้กับผู้บริโภค ให้ผู้ประกอบการรายนั้นจ่ายเงินสมทบให้สัดส่วนที่สูงขึ้นเท่าไรในปีถัดไป หากในปีถัดไปไม่มีเรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภคเกี่ยวกับผลกระทบในการบริโภคสินค้าให้ผู้ประกอบการรายเดิมจ่ายเงินสมทบในสัดส่วนปกติ ถ้ามีข้อกฎหมายการร่วมกันตรวจสอบของผู้ประกอบการขายตรงในพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง แทนการวางหลักประกันจะทำให้มีแต่ผู้ประกอบการที่มีธรรมาภิบาลในธุรกิจขายตรง

การกำหนดคุณสมบัติของบุคคลที่จะสามารถสมัครเป็นพนักงานขายในธุรกิจขายตรงได้ ไม่ควรที่จะให้บุคคลที่มีผลประโยชน์ทับซ้อนในองค์กรธุรกิจ ในระบบราชการ และบุคคลที่มีคุณสมบัติต้องห้ามตามกฎหมายเข้ามาเป็นพนักงานขาย รวมทั้งจะต้องมีการกำหนดให้ผู้ประกอบการฝึกอบรมให้ความรู้แก่พนักงานขายในการปฏิบัติตนอย่างไรในการขายสินค้าหรือบริการให้กับผู้บริโภค ไม่เป็นการเรียกผลประโยชน์จากผู้บริโภคเพื่อให้สามารถปิดการขายสินค้าหรือบริการแต่เพียงอย่างเดียว จึงควรกำหนดรายละเอียดดังกล่าวเกี่ยวกับคุณสมบัติและวิธีการปฏิบัติตนของพนักงานขายในพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง เรื่องหมวดของการควบคุมและดูแลการประกอบธุรกิจขายตรงภายหลังจากที่ได้รับการจดทะเบียนจากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

บทที่ ๕

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาในบทต่าง ๆ ผู้เขียนสามารถสรุปเนื้อหาของการศึกษา รวมทั้งสรุปในส่วน
ของปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากการบังคับใช้พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ.
2545 แก้ไข (ฉบับที่ 3) ปี พ.ศ. 2560 เพื่อที่จะทำการเสนอแนะถึงการแก้ไขปัญหาที่อาจเกิดขึ้น ดังนี้

5.1 บทสรุป

จากการศึกษาการประกอบธุรกิจขายตรงได้มีการพัฒนารูปแบบในการดำเนินธุรกิจที่
แตกต่างกันไปตามยุคสมัย จากเดิมเป็นลักษณะการให้พนักงานขายขององค์กรธุรกิจไปเสนอขาย
สินค้า ณ ที่อยู่ที่อาศัยของผู้บริโภค เมื่อพนักงานขายขององค์กรมียอดขายสินค้าก็จะได้รับ
ค่าตอบแทนตามแผนการจ่ายผลตอบแทนที่ผู้ประกอบธุรกิจได้แจ้งไว้ให้พนักงานขาย ต่อมาเมื่อเข้า
สู่ยุคของการพัฒนาทางเทคโนโลยีการประกอบธุรกิจขายตรงได้เข้าสู่ยุคการเสนอขายสินค้าผ่าน
ทางโทรศัพท์ และอีเมล การพัฒนาแผนการจ่ายผลตอบแทนเริ่มมีการแลกเปลี่ยนวิวัฒนาการของ
การเขียนแผนการจ่ายผลตอบแทนที่รับการถ่ายทอดมาจากต่างประเทศ และได้มีการบัญญัติข้อ
กฎหมายเพื่อควบคุมการประกอบธุรกิจขายตรงของประเทศไทยเกิดขึ้นตามพระราชบัญญัติขายตรง
และตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545

ปัจจุบันรูปแบบการพัฒนาการประกอบธุรกิจขายตรงของประเทศไทยได้มีการ
เปลี่ยนแปลงและมีแนวทางไปในทิศทางเดียวกันทั่วโลก เพราะการพัฒนาเทคโนโลยีเข้าสู่ยุคการ
สื่อสารผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ การดำเนินธุรกิจขายตรงได้มีลักษณะการเสนอขายสินค้าผ่านทาง
เว็บไซต์ แอปพลิเคชัน เฟสบุ๊ก อินสตาแกรม โดยการแชร์สื่อการขายขององค์กรธุรกิจให้แก่ผู้สนใจ
และผู้รู้จึก หากบุคคลใดที่ได้รับการแชร์สื่อการขายขององค์กรธุรกิจแล้วกดลิงค์ดังกล่าวเข้าไป
บุคคลที่แชร์ลิงค์จะได้รับค่าตอบแทนตามแผนการจ่ายผลตอบแทนของผู้ประกอบธุรกิจขององค์กร
นั้น ๆ จะพบว่าข้อกฎหมายของประเทศไทยตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ.
2545 แม้ว่าจะมีการแก้ไขฉบับที่ 3 ในปี พ.ศ. 2560 ก็ไม่สามารถครอบคลุมนิยามของการประกอบ
ธุรกิจขายตรงได้ทันกับการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการพัฒนาการประกอบธุรกิจขายตรงในประเทศไทย

สำหรับกฎหมายที่บังคับใช้ในการควบคุมและกำกับดูแลการประกอบธุรกิจขายตรงใน
ประเทศไทย นอกจากพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรงแล้ว ยังมีบทบัญญัติประมวล

กฎหมายอาญา ความรับผิดชอบของโดยหลอกลวงตามมาตรา 271 ,ความรับผิดชอบฉ้อโกงตามมาตรา 341 ,ความรับผิดชอบฉ้อโกงประชาชนตามมาตรา 343 และพระราชกำหนดการกู้ยืมเงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชน พ.ศ. 2527 แต่บทบัญญัติที่กล่าวมาดังกล่าวเป็นบทบัญญัติที่เป็นตัวเสริมให้พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรงใช้บังคับได้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น แต่เนื่องจากการพัฒนาทางเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้รูปแบบการประกอบธุรกิจขายตรงมีลักษณะที่เข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างง่ายดาย จึงควรที่จะต้องออกกฎหมายลดขั้นตอนในการจดทะเบียนเพื่อลดต้นทุนในการประกอบธุรกิจ กำหนดโครงสร้างในการเขียนแผนการจ่ายผลตอบแทนให้ชัดเจนเพื่อลดระยะเวลาในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ และควบคุมกำกับดูแลการประกอบธุรกิจขายตรงให้อยู่ในหน่วยงานเดียวเพื่อให้เกิดการใช้ข้อมูลจากผู้ประกอบธุรกิจให้เกิดประโยชน์มากที่สุด แต่อย่างไรก็ตามจากการศึกษาพบว่ากฎหมายที่บังคับใช้ในปัจจุบันมีรายละเอียดของปัญหาและอุปสรรคในการบังคับใช้ ดังนี้

5.1.1 ปัญหาเกี่ยวกับข้อกฎหมายในส่วนของคำนิยามการประกอบธุรกิจขายตรง

นิยามของคำว่าประกอบธุรกิจขายตรงในพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง หมายถึง “การทำตลาดสินค้าหรือบริการ ในลักษณะของการนำเสนอขายต่อผู้บริโภคโดยตรง ณ ที่อยู่อาศัยหรือสถานที่ทำงานของผู้บริโภคหรือของผู้อื่น หรือ สถานที่อื่นที่มีใช้สถานที่ประกอบการค้าเป็นปกติธุระ โดยผ่านตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระชั้นเดียวหรือหลายชั้น” จะเห็นได้ว่าเป็นลักษณะการนำสินค้าไปจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคโดยการพบหน้าและมีการพูดคุยเพื่อเสนอขายสินค้า แต่รูปแบบการประกอบธุรกิจขายตรงในปัจจุบันได้มีลักษณะของนิยามการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยมีคำนิยามว่า “การทำตลาดสินค้าหรือบริการในลักษณะของการสื่อสารข้อมูลเพื่อเสนอขายสินค้าหรือบริการ โดยตรงต่อผู้บริโภคซึ่งอยู่ห่างโดยระยะทางและมุ่งหวังให้ผู้บริโภคแต่ละรายตอบกลับเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการจากผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงนั้น” ดังนั้นจากคำนิยามในการประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงในมาตรา 3 ของพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง ควรจะมีการปรับปรุงให้เหมาะสมและเป็นปัจจุบันมากยิ่งขึ้น

ลักษณะปัญหาการทำงาน เมื่อได้รับเรื่องร้องเรียนจากผู้บริโภค ทางสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคจะพิจารณาว่าการประกอบธุรกิจขายตรงของผู้ประกอบธุรกิจเข้าลักษณะคำนิยามตามมาตรา 3 หรือไม่ หากไม่เข้าลักษณะคำนิยาม จะต้องพิจารณาความผิดของผู้ประกอบธุรกิจตามพระราชบัญญัติการกู้ยืมเงินอันเป็นการฉ้อโกงประชาชน เรื่องจะถูกส่งต่อให้กองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับอาชญากรรมทางเศรษฐกิจรับผิดชอบคดีที่เกี่ยวข้องกับพระราชบัญญัติการกู้ยืมเงินอันเป็นการฉ้อโกงประชาชน แต่หากไม่เกี่ยวข้องกับ

พระราชบัญญัติการกู้ยืมเงินอันเป็นการรื้อ โกงประชาชนก็จะอยู่ในความรับผิดชอบของเจ้าหน้าที่ตำรวจในท้องที่ที่เกิดเหตุ และหากคดีความผิดตามพระราชบัญญัติการกู้ยืมเงินอันเป็นการรื้อ โกงประชาชนดังกล่าวเข้าหลักเกณฑ์ว่ามีผู้เสียหายตั้งแต่ห้าสิบคนขึ้นไปหรือมีจำนวนความเสียหายยี่สิบล้านบาทขึ้นไปและต้องมีผู้ร้องขอ" เพื่อให้กรรมการคดีพิเศษ (กคพ.) มีมติให้คดีอาญาความผิดใดเป็นคดีพิเศษ จึงจะเข้าอำนาจการสอบสวนของกรมสอบสวนคดีพิเศษ จะเห็นว่าหากมีการแก้ไขปัญหาคำนิยามในมาตรา 3 ให้ครอบคลุมอำนาจความรับผิดชอบจะอยู่ในความรับผิดชอบของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในการเรียกผู้ประกอบธุรกิจขายตรงมาเปรียบเทียบปรับ หากเลยระยะเวลาที่เจ้าหน้าที่ออกหนังสือเรียกอำนาจหน้าที่จะเป็นของกองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งมีอำนาจความรับผิดชอบตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรงต่อไป

5.1.2 ปัญหาเกี่ยวกับข้อกฎหมายในการจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรง

การจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงของผู้ประกอบธุรกิจจะต้องยื่นเอกสารที่เกี่ยวข้องแยกเป็นประเภทได้ 8 เรื่อง คือ คำขอจดทะเบียนตามมาตรา 39 ,เอกสารเกี่ยวกับรายละเอียดในการจัดตั้งบริษัท ,เอกสารเกี่ยวกับสถานที่ตั้งของบริษัท ,เอกสารเกี่ยวกับสินค้าของบริษัทที่ต้องการขาย ,เอกสารแสดงการซื้อขายตามมาตรา 30-31 ,เอกสารที่แสดงถึงรายละเอียดในการสมัครสมาชิกตามมาตรา 23 ,เอกสารเกี่ยวกับแผนการจ่ายผลตอบแทนตามมาตรา 19 และ 21 และเอกสารเกี่ยวกับการแสดงคุณสมบัติของบุคคลตามมาตรา 38/1 และ 38/2 จะเห็นว่าเอกสารที่กฎหมายกำหนดให้นายทะเบียนพิจารณาจะปรากฏในมาตรา 41 มีเพียงแผนการจ่ายผลตอบแทนตามมาตรา 19 และ 21 ,สินค้าหรือบริการที่ต้องการจะเสนอขาย ได้แก่ ภาพถ่ายฉลากสินค้า และตารางรายการสินค้า และสัญญาต่าง ๆ ต้องมีรายการที่ถูกต้อง ได้แก่ เอกสารแสดงการซื้อขายตามมาตรา 30-31 ,เอกสารที่แสดงถึงรายละเอียดในการสมัครสมาชิกตามมาตรา 23

นอกจากนี้นายทะเบียนสามารถเรียกเอกสารเพิ่มเติมได้ตามมาตรา 40 ซึ่งเอกสารที่จำเป็นจะต้องเรียกเพิ่มเติม เมื่อมีการกระทำความผิดสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคต้องการลงไปตรวจสอบในพื้นที่นายทะเบียนอาจจะเรียกเอกสารเพิ่มเติมเกี่ยวกับแผนที่ และภาพถ่ายสถานที่ประกอบการพิจารณาจดทะเบียนดังกล่าว เมื่อพิจารณาเอกสารในการจดทะเบียนแล้วจะเห็นได้ว่า หากพิจารณาตามคู่มือประชาชน หรือแบบฟอร์มในการยื่นเอกสารจดทะเบียนจะต้องใช้เอกสารมากมาย อีกทั้งเมื่อพิจารณาตามมาตรา 41 จะต้องมีการยื่นวางหลักประกัน ทำให้ระยะเวลาการจดทะเบียนยาวนานมากขึ้น เป็นปัญหาและอุปสรรคต่อผู้ประกอบธุรกิจในการจัดเตรียมเอกสาร รวมทั้งยังเป็นการสร้างภาระต้นทุนในการดำเนินธุรกิจขายตรงของผู้ประกอบธุรกิจจนมากเกินไป

เมื่อผู้ประกอบการยื่นจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงทางสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ก็จะมีกรอบระยะเวลาในการดำเนินงานตามคู่มือประชาชน จำนวน 45 วันทำการ นับจากเอกสารครบถ้วน ดังนั้นแม้ว่าผู้ประกอบการจะยื่นจดทะเบียนแล้วเอกสารไม่ครบตามที่เจ้าหน้าที่แจ้งให้เตรียมเอกสารระยะเวลาจะไม่เริ่มต้นนับ เนื่องจากมีผู้ประกอบการขายตรงจำนวนมากได้ยื่นเอกสารจดทะเบียนแล้วไม่เตรียมเอกสารให้ครบถ้วนตามที่เจ้าหน้าที่แจ้ง เจ้าหน้าที่จึงออกหนังสือแจ้งให้นำเอกสารมายื่นเพิ่มเติม เมื่อเลยระยะเวลาที่กำหนดในหนังสือแจ้ง จึงเป็นการเพิกถอนการจดทะเบียนแต่ไม่ตัดสิทธิผู้ประกอบการที่จะมายื่นให้อีกครั้ง

นายทะเบียนจะทำการพิจารณาเอกสารตามมาตรา 41 วรรคแรก และเมื่อมีคุณสมบัติถ้วนแล้วนายทะเบียนจะแจ้งเป็นหนังสือให้ผู้ยื่นจดทะเบียนนำหลักประกันมาวางตามมาตรา 41 วรรคสอง ภายใน 30 วันนับวันที่ได้รับแจ้งให้นำมาวางหลักประกัน ภายหลังจากวางหลักประกันครบถ้วนแล้วนายทะเบียนจะออกใบจดทะเบียนให้ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงภายใน 15 วันนับแต่วันที่ได้รับหลักประกัน ตามมาตรา 41 วรรคสาม จะเห็นว่าเมื่อนับรวมระยะเวลาทั้งหมดในการจดทะเบียน จำนวน 90 วัน ซึ่งเป็นระยะเวลาที่ยาวนานมาก ผู้ประกอบธุรกิจต้องมีต้นทุนในการดำเนินงานในระหว่างนี้ ทำให้ไม่สามารถประกอบธุรกิจขายตรงได้ จึงควรแก้ไขระยะเวลา และเอกสารในการพิจารณาให้ลดลง

5.1.3 ปัญหาเกี่ยวกับข้อกำหนดในการกำหนดโครงสร้างการจ่ายผลตอบแทนในการประกอบธุรกิจขายตรงในประเทศ

การดำเนินธุรกิจขายตรง ส่วนที่มีความสำคัญเป็นตัวกำหนดทิศทางของธุรกิจคือ แผนการจ่ายผลตอบแทน การสร้างความสนใจและดึงดูดให้ผู้สนใจเข้าร่วมลงทุน ในธุรกิจได้ดี จะต้องมีแผนการจ่ายผลตอบแทนที่สร้างรายได้ที่ชัดเจนและสร้างรายได้จากการขายสินค้าได้มากกว่าองค์กรธุรกิจอื่น ๆ เมื่อเทคโนโลยีสื่ออิเล็กทรอนิกส์มีการพัฒนามากยิ่งขึ้นจึงเกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันในเรื่องขายธุรกิจขายตรง สมาชิกในธุรกิจขายตรงจึงมีความสนใจแผนการจ่ายผลตอบแทนของประเทศอื่นที่มีรูปแบบของแผนการจ่ายผลตอบแทนที่มีความหลากหลายของโบนัสเพื่อสร้างความสนใจในการลงทุน แต่เนื่องจากแผนการจ่ายผลตอบแทนในแต่ละประเทศมีข้อกำหนดกำหนดในโครงสร้างการจ่ายผลตอบแทนที่แตกต่างกัน

การพิจารณาว่าโครงสร้างแผนการจ่ายผลตอบแทนแบบใดที่ถูกต้องตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรงตามมาตรา 19 และ 21 มีความไม่ชัดเจน ในมาตรา 19 และมาตรา 21 (1)-(4) พิจารณาในเรื่องของลักษณะการประกอบธุรกิจจะต้องไม่ขัดต่อกฎหมาย ,แผนต้องไม่มีลักษณะเป็นที่ชักจูงคน รายได้ที่จ่ายขึ้นอยู่กับยอดขายซื้อสินค้าจริง ,จะต้องไม่มีการบังคับและกักตุนสินค้าตามลำดับ ซึ่งเป็นเพียงเงื่อนไขในการเขียนแผนการจ่ายผลตอบแทนเท่านั้น แต่วิธีการคิดคำนวณ

โครงการจ่ายผลตอบแทนจะมีในมาตรา 21 วรรค 2 (5) จะต้องแสดงให้เห็นชัดเจนและเป็นไปได้ ซึ่งข้อกำหนดหมายความว่า ชัดเจนและเป็นไปได้ ไม่สามารถอธิบายให้เห็นภาพอย่างชัดเจนและเข้าใจได้ง่าย เมื่ออ่านข้อความของกฎหมายแล้วก็ยังคงไม่สามารถตีความได้ จึงเป็นปัญหาว่าข้อความกำหนดไว้กว้างเกินไป ไม่มีการระบุเงื่อนไขในการให้ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงปฏิบัติตามกฎหมายได้ ทำให้บริษัทไม่สามารถมีแนวทางในการเขียนแผนการจ่ายผลตอบแทนได้อย่างชัดเจน แนวทางในการกำหนดโครงสร้างแผนนั้นเจ้าหน้าที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคจะกำหนดหลักเกณฑ์เอาไว้ ทำให้เกิดความไม่ชัดเจนเมื่อผู้ประกอบธุรกิจสอบถามถึงวิธีปฏิบัติภายใต้ข้อกำหนด

หากผู้ประกอบธุรกิจมีการแก้ไขแผนการจ่ายผลตอบแทนหลังจากการยื่นแผนการจ่ายผลตอบแทนประกอบเอกสารให้นายทะเบียนพิจารณาในการจดทะเบียนตามมาตรา 41 แล้วจะต้องแจ้งการเปลี่ยนแปลงให้นายทะเบียนทราบก่อนจึงจะนำไปปฏิบัติได้ตามมาตรา 38 วรรคสาม โดยไม่ได้กำหนดหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนว่าจะต้องมีระยะเวลาในการแจ้งสมาชิกหรือต้องได้รับความยินยอมจากสมาชิกก่อนที่จะยื่นแก้ไขแผนการจ่ายผลตอบแทนต่อนายทะเบียนหรือไม่ ซึ่งปัญหาดังกล่าวอาจจะเป็นการเอารัดเอาเปรียบสมาชิกในสถานะเศรษฐกิจที่ไม่ดีได้ ผู้ประกอบธุรกิจอาจจะยื่นแก้ไขเนื่องจากผลการดำเนินธุรกิจไม่ดีโดยไม่ได้รับการยินยอมจากสมาชิก

จึงเห็นควรให้แก้ไขปัญหาและอุปสรรคในการพิจารณาโครงสร้างการจ่ายผลตอบแทนตามมาตรา 21 และกำหนดหลักเกณฑ์ให้ทางผู้ประกอบธุรกิจแจ้งสมาชิกโดยให้ได้รับการยินยอมก่อนที่จะยื่นขอแก้ไขแผนการจ่ายผลตอบแทนแก่นายทะเบียนตามมาตรา 38 วรรคสาม

5.1.4 ปัญหาเกี่ยวกับข้อกำหนดในการกำกับดูแลผู้ประกอบธุรกิจขายตรง

เมื่อผู้ประกอบธุรกิจได้ยื่นจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงและเริ่มดำเนินธุรกิจไปได้ในระยะเวลารอบบัญชีในปีจะต้องมีการรายงานผลการประกอบธุรกิจให้สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคทราบเพื่อนำมาปรับวงเงินในการวางหลักประกัน จึงเป็นลักษณะในการกำกับดูแลผู้ประกอบธุรกิจขายตรงอย่างหนึ่ง เมื่อพิจารณาการตรวจสอบกำกับดูแลการประกอบธุรกิจขายตรงของหน่วยงานรัฐแล้วสามารถแบ่งแยกประเภทออกเป็นก่อนได้รับการจดทะเบียนกับภายหลังได้รับการจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรง

การตรวจสอบกำกับดูแลก่อนการจดทะเบียน หากผู้ประกอบธุรกิจยื่นเอกสารการจดทะเบียนไปให้นายทะเบียนพิจารณาตามมาตรา 41 แล้วภายหลังจากที่นายทะเบียนพิจารณาพบเอกสารที่ยื่นจดทะเบียนไม่ครบถ้วนนายทะเบียนมีคำสั่งไม่รับจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงตามมาตรา 41/2 ได้ จะเห็นได้ว่าเป็นการตรวจสอบคุณสมบัติของผู้ประกอบธุรกิจอย่างหนึ่ง แต่ภายหลังจากที่ได้รับการจดทะเบียนไปแล้วการตรวจสอบกำกับดูแลจะใช้วิธีการรับเรื่อง

ร้องเรียนจากผู้บริหาร โภคหรือการตรวจสอบของพนักงานเจ้าหน้าที่ว่าพฤติการณ์ของผู้ประกอบธุรกิจ เข้าข้อห้ามที่กำหนดสามารถจะเป็นเหตุในการเพิกถอนใบจดทะเบียนของนายทะเบียนได้ ตาม มาตรา 42 ได้หรือไม่

หลักเกณฑ์ในการตรวจสอบตามมาตรา 42 จะมีเนื้อหาเกี่ยวกับข้อกำหนดเกี่ยวกับการ ประกอบธุรกิจขายตรง เรื่องแผนการจ่ายผลตอบแทน ความรับผิดชอบของผู้จำหน่ายอิสระนำสินค้า หรือบริการ ไปขายให้แก่ผู้บริโภค แล้วได้รับผลกระทบจากความบกพร่องของสินค้าและบริการ การย้ายสำนักงานที่ตั้งประกอบธุรกิจจะต้องแจ้งเป็นหนังสือ รายงานการดำเนินธุรกิจให้นายทะเบียนทราบ เพื่อที่จะได้นำไปปรับวงเงินในการวางหลักประกัน มีคุณสมบัติไม่ครบถ้วน หรือมี คุณสมบัติต้องห้าม ตามมาตรา 38/1 และ 38/2 ไม่วางหลักประกันเพิ่มให้ครบตามจำนวนที่กำหนด หุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ หรือผู้รับผิดชอบในการดำเนินงานของนิติบุคคลได้รับ โทษ จำคุกโดยคำพิพากษาถึงที่สุดให้จำคุก หากเข้าหลักเกณฑ์ข้อหนึ่งข้อใดจะเป็นเหตุให้นายทะเบียน เพิกถอนได้

หากพิจารณาข้อกฎหมายจะพบว่าวัตถุประสงค์ของการบัญญัติพระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง จะเน้นการคุ้มครองผู้บริโภคมิให้ต้องตกเป็นฝ่ายเสียเปรียบในการซื้อขายสินค้า หรือบริการ ดังนั้นการตรวจสอบและกำกับดูแลจึงไม่มีบัญญัติไว้ในพระราชบัญญัตินี้ดังกล่าว เสมือน ว่าการกำกับดูแลของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคไม่ใช่หน้าที่หลัก จึงทำให้การทำงานไม่ครบถ้วนอยู่ในหน่วยงานเดียว

การทำงานของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค กองที่ควบคุมดูแลการ ประกอบธุรกิจขายตรงคือ กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านขายตรงและตลาดแบบตรง แบ่งออกเป็น ฝ่าย รับจดทะเบียนและส่งเสริมการประกอบธุรกิจ ทำหน้าที่รับคำขอจดทะเบียนจากผู้ประกอบธุรกิจ ฝ่ายรับเรื่องราวร้องทุกข์และติดตามสอดส่องการประกอบธุรกิจ ทำหน้าที่รับเรื่องราวร้องทุกข์จาก ผู้บริโภคที่ได้รับผลกระทบจากการบริโภคสินค้าและบริการ อีกทั้งยังคอยกำกับดูแลผู้ประกอบการ ธุรกิจที่ได้รับการจดทะเบียนไปแล้วไม่ให้ดำเนินธุรกิจที่เอารัดเอาเปรียบผู้บริโภคแต่การทำงานใน ปัจจุบันยังคงเน้นการรับเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภคที่ได้รับผลกระทบจากผู้ประกอบธุรกิจตลาด แบบตรง

ดังนั้นจะพบว่าปัญหาและอุปสรรคในการตรวจสอบกำกับดูแลผู้ประกอบการขายตรง ภายหลังจากรับจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงไปแล้ว จึงมีความสำคัญอย่างมาก หาก สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ไม่มีข้อกฎหมายที่ใช้บังคับและกำกับดูแลอย่างชัดเจน จะทำให้ประสิทธิภาพในการทำงานของหน่วยงานไม่สามารถกำกับดูแลได้ภายในองค์กรเดียว ทำให้เกิดปัญหาจึงต้องมอบหมายให้เป็นหน้าที่ของหน่วยงานอื่น เมื่อใช้ระยะเวลาการสืบสวนการ

กระทำความผิดมีความล่าช้า เนื่องจากมีการส่งมอบหมายงานให้หน่วยงานอื่น อาจจะเป็นช่องว่างของกฎหมายให้ผู้ประกอบธุรกิจส่วนใหญ่กระทำความผิด และจะส่งผลกระทบต่อระบบธุรกิจขายตรง รวมถึงเศรษฐกิจของประเทศ

5.2 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรงในเรื่องปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับข้อจำกัดทางกฎหมายในการประกอบธุรกิจขายตรง พบว่าในการบังคับใช้กฎหมายนั้นยังมีปัญหาอยู่หลายประการดังได้กล่าวแล้วในบทสรุป ซึ่งผู้เขียนมีความเห็นว่าควรที่จะแก้ไขเพิ่มเติมบทบัญญัติกฎหมาย รวมถึงมาตรการที่เกี่ยวข้องในการควบคุมการประกอบธุรกิจขายตรงตามประเด็นปัญหาที่ได้ศึกษา ดังต่อไปนี้

1. ประเด็นปัญหาเกี่ยวกับข้อกฎหมายในส่วนของคำนิยามการประกอบธุรกิจขายตรง พบว่า คำนิยามตามมาตรา 3 ในพระราชบัญญัติ คำว่า ขายตรง ควรที่จะมีการเพิ่มเติมคำนิยามให้สอดคล้องกับการพัฒนาของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ แก้ไขคำนิยามขายตรง หมายรวมถึง “การทำตลาดสินค้าหรือบริการในลักษณะของการนำเสนอขายต่อผู้บริโภคโดยตรง ณ ที่อยู่อาศัยหรือสถานที่ทำงานของผู้บริโภคหรือของผู้อื่น หรือ สถานที่อื่นที่มีใช้สถานที่ประกอบการค้าเป็นปกติธุระ รวมทั้งการนำเสนอขายผ่านทางไปรษณีย์หรือผ่านทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ โดยตัวแทนขายตรง หรือผู้จำหน่ายอิสระชั้นเดียวหรือหลายชั้น ซึ่งจะได้รับค่าตอบแทนเป็น โบนัส ค่าคอมมิชชั่น และรายได้อื่น ๆ” จึงจะทำให้คำนิยามการประกอบธุรกิจขายตรงมีลักษณะตรงกับการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน

2. ประเด็นปัญหาเกี่ยวกับข้อกฎหมายในการจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรง

- 2.1 เพื่อเป็นการลดขั้นตอนในการเตรียมเอกสารเพื่อจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงและลดระยะเวลาในการจดทะเบียนจากเดิมใช้เวลาจำนวน 90 วัน ให้ใช้ระยะเวลาที่น้อยที่สุด จึงควรที่จะแก้ไขเพิ่มเติมมาตรา 41 ในการให้นำทะเบียนพิจารณาและตรวจสอบเอกสารที่จดทะเบียนให้ชัดเจนตามมาตรา 41 วรรคหนึ่ง (3)แก้ไขเป็น “(3) สัญญาระหว่างผู้จำหน่ายอิสระและผู้ประกอบธุรกิจขายตรงตามมาตรา 23 และการจัดเตรียมเอกสารแสดงการซื้อขายสินค้าหรือบริการตัวอย่างตามมาตรา 30-31” นอกจากนี้ควรเพิ่มเติมรายการเอกสารที่จะยื่นเพิ่มเติมใน “(4) เอกสารตรวจสอบคุณสมบัติของบุคคลตามมาตรา 38/1 และ 38/2” รวมทั้งเพิ่มเติมใน “(5) รูปถ่ายสถานที่ตั้ง และแผนที่ เพื่อใช้ประกอบการตรวจสอบสถานที่ประกอบกิจการ” เมื่อกำหนดเอกสารในการประกอบพิจารณาการจดทะเบียนเอาไว้อย่างชัดเจนแล้ว ทำให้ลดขั้นตอนในการเตรียมเอกสาร

2.2 หากมีการจัดตั้งเป็นสมาคมให้ผู้ประกอบการธุรกิจรวมกลุ่มกันเพื่อเป็นสมาคมในการจ่ายเงินชดเชยให้ผู้บริโภคที่ได้รับจากการบริโภคสินค้าตามพระราชบัญญัติการขาย ณ สถานที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคของประเทศเกาหลีตามมาตรา 38 แทนการนำเงินที่วางหลักประกันไปจ่ายให้ผู้บริโภคตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรงมาตรา 41/6 ด้วยการเพิ่มเติมบทบัญญัติในพระราชบัญญัติให้ผู้ประกอบการธุรกิจร่วมกันจัดตั้งสมาคม ,กำหนดวัตถุประสงค์การดำเนินงาน, กำหนดเงินสมทบที่ผู้ประกอบการจะต้องจ่ายเข้าสมาคมตามสัดส่วนของขนาดธุรกิจ, กำหนดภาครัฐจะให้เงินงบประมาณสนับสนุนผ่านทางสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นสัดส่วนเท่าไรของเงินในสมาคม ,กำหนดให้สมาคมส่งผลการดำเนินงานให้รัฐตรวจสอบ

นอกจากนี้อาจจะกำหนดสัดส่วนในการจ่ายเงินสมทบที่เพิ่มขึ้นเมื่อในรอบปีถัดไป เมื่อผู้ประกอบการจะต้องนำเงินในสมาคมไปจ่ายให้ผู้บริโภค ซึ่งจะเป็นการตรวจสอบด้วยตนเองระหว่างผู้ประกอบการแทนหน่วยงานของรัฐที่มีบุคลากรน้อย รวมทั้งสามารถเป็นการป้องปรามการกระทำผิดของผู้ประกอบการขายตรง และลดระยะเวลาในการจดทะเบียนผู้ประกอบการขายตรง แต่การจัดเตรียมเอกสารตามมาตรา 41 เพื่อให้ฝ่ายทะเบียนพิจารณา จะต้องเพิ่มเอกสารการสมัครเป็นสมาชิกของสมาคมของผู้ประกอบการเพิ่มเติม

3. ประเด็นปัญหาเกี่ยวกับข้อกำหนดในการกำหนดโครงสร้างการจ่ายผลตอบแทนในการประกอบการขายตรงในประเทศ การกำหนดโครงสร้างแผนการจ่ายผลตอบแทนตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรงมาตรา 21 (5) มีข้อความว่า “ต้องแสดงวิธีการคิดคำนวณการจ่ายผลตอบแทนที่ตรงต่อความเป็นจริง หรือเป็นไปได้จริงและอย่างเปิดเผยชัดเจน” มีข้อความไม่ชัดเจนยากแก่การทำความเข้าใจ ควรจะมีข้อความอธิบายเพิ่มเติมหลังจากการศึกษาตามพระราชบัญญัติการขาย ณ สถานที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคของประเทศเกาหลีมาตรา 20 ได้กล่าวถึงแนวทางในการจ่ายผลตอบแทนได้กำหนดอัตราการจ่ายผลตอบแทนที่องค์กรจ่ายให้ผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงจะต้องไม่เกิน 35% ของมูลค่ารวมของยอดขายสินค้า ซึ่งยอดมูลค่ารวมจะใช้ยอดการจัด ส่งสินค้ามาคิดคำนวณ การจ่ายผลตอบแทนจะต้องมีวันเวลาที่กำหนดที่ชัดเจน ซึ่งกำหนดการคิดคำนวณต่อรอบมีระยะเวลา 1 ปี

ดังนั้นจึงควรเพิ่มเติมใน (5) ว่า “ต้องแสดงวิธีการคิดคำนวณการจ่ายผลตอบแทนที่ตรงต่อความเป็นจริง หรือเป็นไปได้จริงและอย่างเปิดเผยชัดเจน โดยมีหลักเกณฑ์ในการคิดคำนวณ ดังนี้ 1. กำหนดสัดส่วนการจ่ายผลตอบแทนทั้งหมดเมื่อเทียบกับยอดการขายสินค้าหรือราคาสินค้าจากสัดส่วนเต็ม 100% 2. กำหนดรอบการคิดคำนวณและรอบการจ่ายให้ชัดเจน 3. สัดส่วนของการจ่ายผลตอบแทนทั้งหมดต้องประกอบด้วยวิธีการคิดคำนวณรายได้หลักจากการซื้อสินค้าหรือบริการ

เพื่อบริโภคเองและขายสินค้าหรือบริการให้กับผู้บริโภค” เพื่อให้ผู้ประกอบการถึงโครงสร้างแผนการจ่ายผลตอบแทนที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

4. ประเด็นปัญหาเกี่ยวกับข้อกำหนดในการกำกับดูแลผู้ประกอบการขายตรง การควบคุมและดูแลการประกอบธุรกิจขายตรง เมื่อพิจารณาวัตถุประสงค์ของการบัญญัติพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง จะเน้นการคุ้มครองผู้บริโภคให้ต้องตกเป็นฝ่ายเสียเปรียบในการซื้อสินค้าหรือบริการ ดังนั้นการตรวจสอบและกำกับดูแลจะไม่มีบัญญัติไว้ในพระราชบัญญัตินี้ดังกล่าว จึงควรหมวดการควบคุมและตรวจสอบผู้ประกอบการขายตรงต่อจากหมวดที่ 5 โดยสามารถแบ่งการควบคุมออกได้ ดังต่อไปนี้

4.1 การควบคุมในส่วนของผู้ประกอบการ แบ่งรายละเอียดในเรื่องของการควบคุมและกำกับดูแล ดังนี้

(1) กำหนดค่านิยามของสถานที่ประกอบธุรกิจให้ชัดเจน โดยกำหนดระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของสถานที่ประกอบธุรกิจไม่น้อยกว่าเก้าเดือน มีห้องแสดงสินค้า ห้องจัดฝึกอบรม เพื่อป้องกันการเอาที่พอกอาศัย และสถานที่เก็บของ มาจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรง

(2) กำหนดให้หน่วยงานของรัฐเปิดเผยข้อมูลของผู้ประกอบการ เช่น แผนการจ่ายผลตอบแทน สินค้าหรือบริการที่เสนอขายและปริมาณการขาย เป็นต้น

(3) กำหนดค่าธรรมเนียมแรกเข้าหรือค่าสมัครสมาชิก การต่ออายุสมาชิก ชุดอุปกรณ์ในการส่งเสริมการขาย การฝึกอบรมหลักสูตรในการขายสินค้า จะต้องไม่เกินจำนวนเงินเท่าไรต่อปี เพื่อไม่ให้เป็นภาระแก่พนักงานขาย รวมทั้งไม่ให้เป็นภาระแนะนำชักชวนบุคคลเข้าร่วมธุรกิจ สร้างรายได้จากการสมัครสมาชิกแทนการมีรายได้หลักจากการขายสินค้าหรือบริการให้กับผู้บริโภค

4.2 การควบคุมในส่วนของผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรง แบ่งรายละเอียดในเรื่องของการควบคุมและกำกับดูแล ดังนี้

(1) กำหนดคุณสมบัติของผู้ที่จะสมัครเป็นผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรง ห้ามบุคคลที่มีผลประโยชน์ทับซ้อนในองค์กรธุรกิจ ในระบบราชการ และบุคคลที่มีคุณสมบัติต้องห้ามตามกฎหมาย

(2) กำหนดข้อห้ามผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงในการปฏิบัติตนในการขายสินค้าหรือบริการให้กับผู้บริโภคไม่ให้มีลักษณะเป็นการข่มขู่หรือสร้างความรำคาญ ไม่เป็นการหาผลประโยชน์จากผู้บริโภคเพื่อให้สามารถปิดการขายสินค้าหรือบริการแต่เพียงอย่างเดียว เช่น จัดหาสินค้าหรือบริการให้แก่ผู้บริโภคเพียงฝ่ายเดียว โดยไม่มีคำสั่งซื้อสินค้าจากผู้บริโภค



บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กมล ชูทรัพย์ และ มงคล ไชยรัตน์. การขาย. พระนคร : วัชรินทร์การพิมพ์, 2515.

กรมสอบสวนคดีพิเศษ. “กระทรวงยุติธรรม.” จาก www.dsi.go.th, 5 พฤศจิกายน 2564.

กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง. คู่มือการปฏิบัติงาน การพิจารณาคำขอจดทะเบียน การประกอบธุรกิจขายตรง. สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค.

กองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค. “กองบัญชาการตำรวจสอบสวนกลาง.” จาก <http://www.cppd.go.th>, 5 พฤศจิกายน 2564.

กองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับอาชญากรรมทางเศรษฐกิจ. “กองบัญชาการตำรวจสอบสวนกลาง.” จาก <https://ecd.police.go.th>, 5 พฤศจิกายน 2564.

กิตติพงศ์ พัฒนพงศ์. “ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลในการทำงานอาชีพขายตรง : ศึกษากรณี บริษัท ไدรีคเชลล์ อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาสังคมวิทยาและมนุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2539.

คณาธิป ทองรวีวงศ์. มาตรการทางกฎหมายในการคุ้มครองสิทธิในความเป็นอยู่ส่วนตัว ศึกษากรณี การรบกวนสิทธิในความเป็นอยู่ส่วนตัวโดยธุรกิจขายตรง. มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น กรุงเทพมหานคร, 2553.

จอห์น ซี แม็กซ์เวลล์. ชีวิตเหนือความสำเร็จ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : ดีเอ็มจี, 2550.

จอห์น เบรนนอร์. ถอดรหัสความสำเร็จธุรกิจเครือข่าย. แปลโดย นิเวศน์ ชรรมะ และ ชนธมา ศิวโมกษธรรม. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพมหานคร : เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า, 2548.

ชำนาญไพศาล และ พชรกร ศรีบุญ. ถอดรหัสขายตรง. กรุงเทพมหานคร : ปัญญาชน, 2553.

ตรีทิพ บุญเยี่ยม. MLM โอกาสทางธุรกิจสำหรับสินค้าไทยในตลาดโลก.

ธนาคารแห่งประเทศไทย. “เครื่องชี้เศรษฐกิจมหภาคของไทย 1.” จาก <https://www.bot.or.th>, 5 พฤศจิกายน 2564.

ธีรวัฒน์ จันทรมบูรณ์. คำอธิบายและสาระสำคัญของพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545.

ประสม หงส์โต. “การศึกษาปัญหาการบังคับใช้พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชานิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550.

ฝ่ายรับเรื่องราวร้องทุกข์และติดตามสอดส่องการประกอบธุรกิจ, ปี 2552 – 2563. “รายงานข้อมูล การจดทะเบียน การประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง.” กองคุ้มครองผู้บริโภค ด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง, สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ฝ่ายสารสนเทศศูนย์ข้อมูลมติชน. “ขายตรงยุค โลกาภิวัตน์” ประชาชาติธุรกิจ (24-26 พฤศจิกายน 2540) : 4.

พัชรา สีนลอยมา. “รูปแบบและวิธีการกระทำความผิดประกอบธุรกิจขายตรงในลักษณะแชร์ลูกโซ่ ในประเทศไทย.” วิทยานิพนธ์ปริญญาคุฎกบัณฑิต สาขาอาชญวิทยาการบริหารงาน ยุติธรรมและสังคม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล, 2550.

พุทธวรรณ วิศิษฐาพจน์. “การศึกษาปัญหาของพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ที่มีผลต่อผู้บริโภค จากการใช้สินค้าและบริการในเขตกรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารรัฐกิจและกิจการสาธารณะ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2559.

ไพโรจน์ อาจารย์ภา. คำอธิบายกฎหมายขายตรงและตลาดแบบตรง. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ วิทยุชน, 2546.

ราวีวรรณทอง. เปลี่ยนวิธีคิด พลิกชีวิตสู่ความสำเร็จ. กรุงเทพมหานคร : Pretty, 2554.

เรวัต ศุกศิริ. ล้มอึกก็ได้ ถ้าถูกเป็น. กรุงเทพมหานคร : ดีดี, 2556.

วลัยฐ์ บำรุง. “ปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับการขายตรงเครื่องสำอาง.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2556.

วิกรณ์ รักษ์ปวงชน. “แนะนำกฎหมายใหม่ พ.ร.บ.ขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545.” วารสารกฎหมายสุโขทัยธรรมมาธิราช. ฉบับที่ 1 ปีที่ 19 มิถุนายน 2550

วิลาสินี อัครวิบูลย์. “มาตรการทางกฎหมายในการคุ้มครองผู้บริโภคในธุรกิจขายตรง:ศึกษากรณีอัน มีลักษณะเป็นแชร์ลูกโซ่.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารรัฐกิจ สาขาวิชานิติศาสตร์. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2550.

วีรพงษ์ บุญโยภาส. กฎหมายขายตรงกับอาชญากรรมทางเศรษฐกิจประเภทแชร์ลูกโซ่. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์นิติธรรม, 2551.

สมาคมการขายตรงไทย หรือ THAI DIRECT SELLING ASSOCIATION (TDSA). “ความเป็นมา ของสมาคม การขายตรงไทย.” จาก <http://www.tdsa.org/content/1/1/,2004>, 16 มีนาคม 2563.

สารานุกรมไทยฉบับเยาวชน. (ม.ป.ป.). “ตลาดสมัยรัตน โกสินทร์.” จาก <http://kanchanapisek.or.th,> 24 มีนาคม 2565.

- สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. “กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง. สรุปกฎหมายการขายตรงของแต่ละประเทศ.” (31 พฤษภาคม 2560).
- สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. สำนักงานรัฐมนตรี. “ข้อมูลการจดทะเบียนของผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง.” จาก <https://ocpbdirect.ocpb.go.th/>, 5 พฤศจิกายน 2564.
- สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. สำนักงานรัฐมนตรี. “ประวัติหน่วยงาน.” จาก <https://www.ocpb.go.th/>, 5 พฤศจิกายน 2564.
- สำนักงานตำรวจแห่งชาติ. “ระเบียบสำนักงานตำรวจแห่งชาติว่าด้วยการกำหนดอำนาจหน้าที่ของส่วนราชการสำนักงานตำรวจแห่งชาติ (ฉบับที่ 18) พ.ศ.2562.” จาก <http://www.pdd.police.go.th>, 5 พฤศจิกายน 2564.
- สำนักงานวิชาการ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. “แฮร์ลูกโซ่ : รูปแบบหนึ่งของธุรกิจการเงินนอกระบบกับความผิวดานกู้ยืมเงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชน.” จาก <http://www.parliament.go.th/library>, 20 เมษายน 2563.
- สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง กระทรวงการคลัง. “รายงานประจำปี 2563 สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง.” จาก www.fpo.go.th, 5 พฤศจิกายน 2564.
- สำนักนโยบายพัฒนาระบบการเงินภาคประชาชน. “สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง กระทรวงการคลัง.” จาก www.fpo.go.th, 5 พฤศจิกายน 2564.
- สุทธิภรณ์ สืบน้อย. “มาตรการทางกฎหมายอาญาในการควบคุมการขายตรง”. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.
- สุพรรณิ อินทร์แก้ว. การบริหารการค้าปลีก. กรุงเทพมหานคร : ธนาเพลส, 2560. น. 6-7.
- ศรวัดน์ ชมภูพงษ์. ปัญหาการปรับใช้กฎหมายในการควบคุมธุรกิจขายตรงและการคุ้มครองผู้บริโภคที่เสียหายจากธุรกิจขายตรง. มหาวิทยาลัยเจ้าพระยานครสวรรค์, 2556.
- สุขุม สุนนิตย์. “กฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจขายตรง.” จุฬาลงกรณ์รั่วิว ปีที่ 10, เล่มที่ 38 (มกราคม – มีนาคม 2542) : 12.
- สุขุม สุนนิตย์. คำอธิบายการจัดจำหน่ายในระบบขายตรงและการตลาดแบบส่งข้อมูลถึงตัวผู้บริโภคโดยตรง, 2547.
- อนรรฆ สุระสร้างค์. ธรรมนิติ. “บทความขายตรงพร้อมไหม?.” จาก www.dharmniti.co.th, 20 เมษายน 2563.
- อภิราษฎร์ชุ่มมงคล. ธุรกิจ MLM สร้างเงินร้อยให้ป็นเงินล้าน. ตำพูน: อภิราษฎร์ บุกเข้าสี่. วรกร, 2554.

อรรถพล คูหะเจริญ. ธุรกิจขายตรงแบบแฟรนไชส์คืออะไร. กองเผยแพร่และประชาสัมพันธ์
 สำนักงาน คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค
 อาบิยะ บริพันธ์. “ธุรกิจเครือข่าย : พัฒนาการขายตรงที่ก้าวไกล.” ศศบ. ปีที่ 1 ฉบับที่ 3 กันยายน –
 ธันวาคม 2552. มหาวิทยาลัยราชภัฏวราชนครินทร์
 “Direct sales and anti-pyramid scheme act 1993.” จาก <https://www.kpdnhep.gov.my> Act on door-
 to-door sales, 8 สิงหาคม 2564.

ภาษาต่างประเทศ

Earl W. Kinter. A Primer on the Law of Deceptive Practice. 2nd ed. New York : Macmillan
 Publishing Co., Inc., 1987

Lain Ramsay. Consumer Protection Text and Materials. London : Weidenfeld and Nicolson,
 1989.

William M. Pride and O.C. Ferrell, Marketing Concepts and Strategies. 7th ed. Boston : Houghton
 Mifflin company, 1991.



ภาคผนวก

LAWS OF MALAYSIA Act 500 DIRECTSALES AND ANTI-PYRAMID

SCHEMEACT1993

An Act to provide for the licensing of persons carrying on direct sales business, for the regulation of direct selling, for prohibiting pyramid scheme or arrangement, chain distribution scheme or arrangement, or any similar scheme or arrangement, and for other matters connected therewith.

[1 June 1993, P.U. (B) 152/1993]

BEITENACTED by the Seri Paduka Baginda Yang di-Pertuan Agong with the advice and consent of the Dewan Negara and Dewan Rakyat in Parliament assembled, and by the authority of the same, as follows:

Part I

PRELIMINARY

Short title, commencement and application

1. (1) This Act may be cited as the *Direct Sales and Anti-Pyramid Scheme Act 1993 and shall come into force on such date as the Minister may, by notification in the *Gazette*, appoint and different dates may be appointed for the coming into force of different provisions of this Act.

(2) This Act shall apply throughout Malaysia and only in respect of—

(a) negotiations carried on after the coming into force of this Act, leading to the formation of direct sales contracts; and

*NOTE—see sections 4 and 5 of the Direct Sales (Amendment) Act 2010 [Act A1379].

Laws of Malaysia Act 500 (b) direct sales contracts entered into after the coming into force of this Act, notwithstanding that negotiations leading to the formation of the contract may have taken place before that date.

(3) This Act shall not apply—

(a) where the purchaser or the prospective purchaser is a body corporate;

(b) to any contract of insurance and reinsurance issued by an insurer registered under the *Insurance Act 1963 [Act 89]; and

(c) to any contract of takaful and re-takaful issued by a takaful operator registered under the Takaful Act 1984 [Act 312].

(4) The provisions of this Act shall be without prejudice to the Hire-Purchase Act 1967 [Act 212], the Sale of Goods Act 1957 [Act 382], the Contracts Act 1950 [Act 136] and the Companies Act 1965 [Act 125], and where there is any conflict between the provisions of this Act and the provisions of any of such Acts the provisions of this Act shall prevail.

Interpretation

2. In this Act, unless the context otherwise requires—

“advertisement” includes every form of advertising (whether or not accompanied by or in association with spoken or written words or other writing or sounds and whether or not contained or issued in a publication) by the display of notices or by means of catalogues, price lists, labels, cards or other documents or materials or by the exhibition of cinematograph films or of pictures or photographs, or by means of radio or television, or in any other way;

“Controller”, “Deputy Controller” and “Assistant Controller” mean respectively the Controller of Direct Sales, a Deputy Controller of Direct Sales and an Assistant Controller of Direct Sales appointed under section 3;

*NOTE—This Act has been repealed by Insurance Act 1996 [Act 553]-see subsection 214(1) of Act 553.

Direct Sales and Anti-Pyramid Scheme 9 “cooling-off period” means the period of ten working days commencing on the day after the date of the making of a direct sale contract;

“direct sale” means a door-to-door sale, a mail order sale or a sale through electronic transaction within the meaning of this Act;

“door-to-door sale” means the sale of goods or services conducted in the following manner:

(a) a person or any person authorized by him—

(i) goes from place to place not being a fixed place of business; or

(ii) makes telephone calls,

seeking out persons who may be prepared to enter, as purchasers, into contracts for the sale of goods or services; and

(b) that first-mentioned person or some other person then or subsequently enters into negotiations with those prospective purchasers with a view to the making of such contracts;

“electronic” means the technology of utilizing electrical, optical, magnetic, electromagnetic, biometric, photonic or other similar technology;

“fixed place of business” means—

(a) in relation to the sale of goods, the place at which the vendor normally carries on a business or at which goods of the description to which the sale relates, or goods of a similar description, are normally offered or exposed for sale in the course of a business carried on at that place;

(b) in relation to the sale of services, the place at which the vendor carries on business;

“goods” means every kind of movable property other than choses in action, negotiable instruments, shares, debentures and money;

10 *Laws of Malaysia Act 500* “mail order sale” means the sale of goods or services which a person conducts, either by himself or through any person authorized by him, by receiving an offer for a sale contract by mail or any other means of mailing including through electronic means;

“Minister” means the Minister responsible for domestic trade and consumer affairs;

“prescribed” means prescribed by the regulations;

“property” means movable property or immovable property of every description, whether tangible or intangible and includes an interest in any such movable property or immovable property, choses-in-action, negotiable instrument and money;

“purchaser” means the person to whom goods or services are supplied or are to be supplied under a contract and, if the rights of that person are transferred by operation of law, includes the person for the time being entitled to those rights;

“sales through electronic transaction” means sales of goods or services through electronic means by using marketing networks with the purpose of getting commission, bonus or any other economic advantage;

“services” includes rights or benefits of any kind except the supply of goods and the performance of work under a contract of service, and a reference to the word “services” in this Act shall relate to direct sales and pyramid scheme;

“the regulations” means the regulations made under this Act;

“vendor” means the person who supplies or agrees to supply goods or services under a contract and, if the rights of that person are transferred by operation of law, includes the person for the time being entitled to those rights.

Controller, Deputy Controllers, etc.

3. (1) The Minister may appoint, from amongst public officers, a Controller of Direct Sales and such number of Deputy Controllers of Direct Sales, Assistant Controllers of Direct Sales and other officers as may be necessary for the purposes of this Act.

Direct Sales and Anti-Pyramid Scheme 11 (2) The Controller shall, subject to the general direction and control of the Minister, perform the duties imposed and exercise the rights and powers conferred upon him under this Act and the regulations.

(3) The Deputy Controllers, Assistant Controllers and other officers appointed under subsection (1) shall be under the direction and control of the Controller.

(4) Except as provided in subsection (5), a Deputy Controller may perform all the duties imposed and exercise all the rights and powers conferred upon the Controller under this Act.

(5) The duties to be performed and the rights and powers to be exercised by the Controller under sections 6, 8, 9, 10, 11, 13 and 14 shall be performed and exercised by the Controller personally.

(6) The Controller or Deputy Controller may perform all the duties imposed and exercise all the powers conferred upon an Assistant Controller under this Act or the regulations.

(7) All officers appointed under this section shall be deemed to be public servants within the meaning of the Penal Code [*Act 574*].

Part II

REQUIREMENT FOR A LICENCE TO CARRY ON

DIRECT SALES BUSINESS

Direct sales business to be carried on only under licence

4. (1) Subject to sections 14 and 42, no person shall carry on any direct sales business unless it is a company incorporated under the Companies Act 1965 and holds a valid licence granted under section 6.

(2) Any person who contravenes subsection (1) shall be guilty of an offence and shall, on conviction, be liable—

(a) if such person is a body corporate, partnership or society, to a fine not exceeding one million ringgit and, for a second or subsequent offence, to a fine not exceeding two million ringgit;

Laws of Malaysia Act 500 (b) if such person is not a body corporate, partnership or society, to a fine not exceeding two hundred and fifty thousand ringgit or to imprisonment for a term not exceeding five years or to both and, for a second or subsequent offence, to a fine not exceeding five hundred thousand ringgit or to imprisonment for a term not exceeding ten years or to both.

(3) Where a person, being a director, manager, secretary or other similar officer of a body corporate, a partner in a partnership or an office-bearer of a society, as the case may be, is guilty of an offence under this section by virtue of section 38, he shall be liable to the penalty provided for under paragraph (2)(b).

Submission of application for licence

5. (1) An application for a licence to carry on a direct sale business referred to in section 4 shall be made by submitting an application in writing to the Controller together with—

(a) a copy of the memorandum and articles of association or other constituent documents under which the applicant is established, duly verified by a statutory declaration made by a director of the applicant;

(b) a copy of the latest audited balance sheet, profit and loss account and the reports, if any, of the auditors and the directors of the applicant, if applicable;

(c) a statement on—

(i) the name, place and date of the establishment of the applicant;

(ii) the names, places and dates of the establishment of its related corporations;

(iii) the principal business and field of operations of the applicant and of its related corporations;

(iv) the names and addresses of the directors of the applicant and its related corporations, and of the substantial shareholders, within the meaning of section 69d of the Companies Act 1965, of the applicant and its related corporations; and

Direct Sales and Anti-Pyramid Scheme 13 (v) the marketing and trading scheme or the proposed marketing and trading scheme of the applicant in respect of that business; and

(d) such other information or documents as may be specified by the Controller for the purposes of determining the application and the suitability of the applicant for the licence.

(2) For the purposes of subparagraph (1)(c)(iv), references to a company under section 69d of the Companies Act 1965 shall be so construed as to include a private company.

(3) At any time after receiving an application and before it is determined, the Controller may, by written notice, require the applicant or any person who is or is to be a director or manager of the applicant to provide additional information or documents.

(4) The matters specified under paragraph (1)(d) or the requirements under subsection (3) may differ as between different applicants, or different classes, categories or descriptions of applicants.

(5) An application under this section may be withdrawn at any time before it is granted or refused.

(6) Where any additional information or document required under subsection (3) is not provided by the applicant or its director or manager, as the case may be, within the time specified in the requirement or any extension thereof granted by the Controller, the application shall be deemed to

have been withdrawn and shall not be further proceeded with, but without prejudice to a fresh application being made by the applicant.

(7) Any person who provides false or misleading information or documents under this section shall be guilty of an offence.

Grant or refusal of licence

6. (1) Upon receipt of an application together with the documents and information required under section 5, the Controller may grant the licence, with or without conditions, or he may refuse to grant the licence without assigning any reason for such refusal.

Laws of Malaysia Act 500 (2) The Controller may, in granting a licence under subsection (1), require the applicant to pay such amount of fees as may be prescribed.

(3) For the purpose of subsection (2), different fees may be prescribed in respect of different classes, categories or descriptions of applicants.

(4) Any licensee who fails to comply with any conditions of the licence imposed by the Controller under subsection (1) shall be guilty of an offence.

7. (*Deleted by Act A1379*).

Revocation of licence

8. (1) The Controller may revoke a licence granted under section 6 if he is satisfied that—

(a) the licensee has failed to comply with any obligation imposed upon it by or under this Act or the regulations;

(b) the licensee has contravened any of the conditions imposed under the licence, or any other provision of the licence, or any provision of this Act or the regulations, regardless that there has been no prosecution for an offence in respect of such contravention;

(c) the licensee or any person who is or is to be a director, manager, secretary or other similar officer of the licensee has, either in connection with the application for the licence, or at any time after the grant of the licence, provided false, misleading or inaccurate information to the Controller;

(d) the interests of persons dealing with the licensee or the interests of its purchasers are in any way threatened, whether by the manner in which the licensee is conducting or proposes to conduct its business or for any other reason;

(e) the licensee has ceased to carry on any one or more of the fields of business for which it is licensed;

Direct Sales and Anti-Pyramid Scheme 15 (f) a compromise or arrangement with creditors has been made in respect of the licensee;

(g) a receiver or manager of the licensee's business has been appointed; or

(h) possession has been taken, by or on behalf of the holders of any debenture secured by a charge, of any property of the licensee comprised in or subject to the charge.

(2) The Controller shall revoke a licence granted to a licensee under section 6 if he is satisfied that—

(a) a winding up order has been made against it; or

(b) a resolution for its voluntary winding up has been passed.

Imposition of restrictions in lieu of revocation of licence

9. (1) Where the Controller is satisfied that there are grounds on which his power to revoke a licence is exercisable under subsection 8(1) but the circumstances are not such as to justify revocation, the Controller may restrict the licence by—

(a) imposing such limits on its duration as he thinks fit;

(b) imposing such conditions as he thinks desirable or expedient for the protection of the purchasers or prospective purchasers or other persons dealing with the licensee; or

(c) imposing both such limits and conditions.

(2) A limit on the duration of a licence shall not be such as to allow the licence to continue in force for a period longer than one year from the date on which it is imposed; and such a limit may in particular be imposed in a case where the Controller considers that the licensee should be allowed to repay its purchasers or other persons dealing with it in an orderly manner.

Laws of Malaysia Act 500 (3) The conditions imposed under this section may, in particular—

(a) require the licensee to take certain steps or to refrain from adopting or pursuing a particular course of action or to restrict the scope of its business in a particular way; or

(b) prohibit the licensee from entering into any transaction or class of transactions, or permit it to enter into such transactions subject to such restrictions or conditions as may be specified.

(4) Any condition imposed under this section may be varied or revoked by the Controller and any limit imposed under this section on the duration of the licence may be varied but not so as to allow the licence to continue in force for a period longer than that provided in subsection (2).

(5) Failure to comply with any condition imposed under this section shall be a ground for the revocation of the licence but shall not invalidate any transaction.

Power to impose new conditions and to vary or revoke conditions

10. The Controller may at any time impose new conditions on a licence granted under section 6, or vary or revoke any condition imposed on such licence under section 6 or under this section, or may vary or revoke any condition already varied under this section.

Notice of revocation of licence, imposition of restrictions, or variation, revocation or imposition of new conditions

11. (1) Subject to section 12, where the Controller proposes—

(a) to revoke a licence under section 8;

(b) to restrict a licence under section 9 or vary any restriction or condition under that section; or

Direct Sales and Anti-Pyramid Scheme 17 (c) to vary or revoke any condition, or impose any new condition under section 10,

he shall give the licensee written notice of his intention to do so, specifying the nature of the proposed action and the grounds on which he proposes to take such action, and he shall give the licensee an opportunity to make written representations thereon within fourteen days from the date of service of the notice.

(2) After the expiry of the period of fourteen days mentioned in subsection (1) and after considering any representations made by the licensee under that subsection, the Controller shall decide—

(a) whether to proceed with the proposed action;

(b) whether to take no further action;

(c) if the proposed action was to revoke the licensee's licence, whether to restrict the licence instead under section 9; or

(d) if the proposed action was to restrict the licence under section 9, or to vary any restriction under section 9, or to vary a condition under section 10, whether to restrict or vary the restriction or to vary the condition in a different manner.

(2a) Notwithstanding subsection (2), if there is no representation made by the licensee after the expiry of the period of fourteen days from the date of service of the notice under subsection (1), the Controller may decide to continue with the proposed action under subsection (1).

(3) The Controller shall give the licensee written notice of his decision under subsection (2) or (2a), and the decision shall take effect from the date on which such written notice is served on the licensee.

Surrender of licence

12. (1) A licensee may surrender its licence by forwarding it to the Controller with a written notice of the surrender.

(2) The surrender of a licence shall take effect on the date the Controller receives the licence and the notice under subsection (1) or, where a later date is specified in the notice, on that later date.

(3) Notwithstanding subsections (1) and (2), where a licence is revoked, the licensee shall surrender its licence by personal service to the Controller within fourteen days from the date on which the written notice is served on the licensee under subsection 11(3).

(4) Any person who contravenes subsection (3) shall be guilty of an offence and shall, on conviction, be liable—

(a) if such person is a body corporate, partnership or society, to a fine not exceeding two hundred thousand ringgit;

(b) if such person is not a body corporate, partnership or society, to a fine not exceeding one hundred thousand ringgit or to imprisonment for a term not exceeding six months or to both.

(5) Where a person, being a director, manager, secretary or other similar officer of a body corporate, a partner in a partnership or an office-bearer in a society, as the case may be, is guilty of an offence under this section by virtue of section 38, he shall be liable to the penalty provided for under paragraph (4)(b).

Prohibition on the carrying on of direct sales business upon revocation, expiry of duration, or surrender of licence

13. Where the revocation of a licence granted under section 6 has taken effect, or the period of duration imposed on a licence as a restriction under section 9 has expired, or a surrender under section 12 has taken effect, the company to which the licence was granted shall immediately thereupon cease to carry on any business in respect of which the licence was granted.

Authorization to carry on activities after revocation

14. The Controller may, in writing, authorize a company whose licence has been revoked to carry on its activities for such duration as the Controller may specify in the authorization, but only for the purpose of winding up its affairs or for purposes which are beneficial to its purchasers or other persons dealing with it.

Amendment or alteration of constituent documents of licensee

15. Every licensee shall, within three months after the making of any amendment or alteration to any of its constituent documents, furnish to the Controller particulars in writing, duly verified by a statutory declaration made by a director of the licensee, of such amendment or alteration.

Appeal against Controller's decision

16. (1) Any person who is aggrieved by any decision of the Controller under this Part may appeal to the Minister in the prescribed manner within one month from the date the decision is communicated to such person.

(2) The Minister's decision on an appeal under subsection (1) shall be final.

Part III**DOOR-TO-DOOR SALES AND MAIL ORDER SALES****AND SALES THROUGH ELECTRONIC TRANSACTIONS****Calling at any premises for the purpose of negotiating door-to-door sales**

17. (1) No person shall call at any premises for the purpose of negotiating door-to-door sales on such days and between such hours as may be prescribed

(2) Any person who calls at any premises for the purpose of negotiating door-to-door sales shall immediately indicate the purpose of his visit before entering the premises and shall leave the premises at the request of the occupier of the premises or any person acting with the actual or implied authority of the occupier.

(3) Any person who contravenes this section shall be guilty of an offence.

Persons negotiating door-to-door sales to produce identification card and authority card

18. (1) Any person negotiating a door-to-door sale shall produce to the prospective purchaser—

(a) his national registration identification card; and

(b) his authority card which shall contain such particulars as may be prescribed.

(2) Any person who fails to produce his national registration identification card or authority card or who produces an authority card which contains any false or misleading information shall be guilty of an offence.

(3) Any person who issues any authority card which contains any false or misleading information shall be guilty of an offence.

Part IV

DIRECTSALES CONTRACTS

Requirements of direct sales contracts

23. (1) A contract in respect of a door-to-door sale for the supply of goods or services having such value as may be prescribed, and a contract in respect of a mail order sale—

(a) shall be in writing;

(b) shall contain immediately above the place provided for the signature of the purchaser the statement “THIS CONTRACT IS SUBJECT TO A COOLING-OFF PERIOD OF TEN WORKING DAYS” printed in upper case in type not smaller than 18 point Times; and

(c) shall be signed by both the vendor and the purchaser.

(2) Where a contract in respect of a direct sale is concluded by a person authorized by the vendor, such person shall be deemed to be the vendor for the purposes of this section.

(3) A purchaser who enters into a contract to which subsection (1) applies shall be given a duplicate copy immediately after the making of such contract.

(4) Failure to comply with subsection (1) shall render the contract void.

(5) Failure to comply with subsection (3) shall render the contract voidable at the option of the purchaser.

Contents of direct sales contracts

24. (1) A contract in respect of a direct sale shall contain the following particulars:

(a) a detailed description of the goods or services to be supplied or, if the contract provides for the carrying out of work of a specified nature, detailed particulars of such work;

(b) the contractual terms of the contract including the total consideration to be paid or provided by the purchaser, or if the total consideration is not ascertainable at the time the contract is made, the manner in which it is to be calculated;

(c) the time, place and method for payment to be made;

(d) the time and place for delivery of goods or for the performance of services; and

(e) notices in such form as may be prescribed informing the purchaser of his right to rescind the contract before the expiry of the cooling-off period.

(2) Failure to comply with subsection (1) shall render the contract void.

Part Va

PROHIBITION OF PYRAMID SCHEME

Interpretation in relation to this Part

27a. In this Part, unless the context otherwise requires—

“promote”, in relation to pyramid scheme prohibited by this Act, means—

(a) to contrive, prepare, establish, plan, advertise, operate or conduct by using any medium, including electronic transaction; or *Direct Sales and Anti-Pyramid Scheme 25*

(b) to induce or attempt to induce other persons to be a participant in such scheme by using any medium, including electronic transaction;

“person” means an individual, body corporate, partnership or society;

“participant” means a person who participates or gets benefits in a pyramid scheme;

“pyramid scheme” means any scheme, arrangement, plan, operation or chain process having all or any of the features specified in the Schedule.

Unlawful to promote or conduct pyramid scheme

27b. (1) No person shall promote or cause to be promoted a pyramid scheme.

(2) Any person who contravenes subsection (1) shall be guilty of an offence and shall, on conviction, be liable—

(a) where such person is a body corporate, partnership or society, to a fine of not less than one million ringgit and not more than ten million ringgit and, for a second or subsequent offence, to a fine of not less than ten million ringgit and not more than fifty million ringgit;

(b) where such person is not a body corporate, partnership or society, to a fine of not less than five hundred thousand ringgit and not more than five million ringgit or to imprisonment for a term not exceeding five years or to both and, for a second or subsequent offence, to a fine of not less than one million ringgit and not more than ten million ringgit or to imprisonment for a term not exceeding ten years or to both.

(3) Where a person, being a director, manager, secretary or other similar officer of a body corporate, a partner in a partnership or an office-bearer in a society, as the case may be, is guilty of an offence under this section by virtue of section 38, he shall be liable to the penalty provided for under paragraph (2)(b).

Regulations

44. (1) The Minister may, from time to time, make such regulations as may be necessary or expedient for giving full effect to the provisions of this Act, for carrying out or achieving the objects and purposes of this Act or any provisions thereof, or for the further, better or more convenient implementation of the provisions of this Act.

39

(2) Without prejudice to the generality of subsection (1) regulations may be made—

(a) to regulate the issue, circulation or distribution of documents, whether advertisements, prospectuses, circulars or notices, which contain—

(i) an invitation to any person to become a participant in direct sales schemes; or

(ii) information calculated to lead directly or indirectly to any person becoming a participant in such schemes,

or to prohibit any such document from being issued, circulated or distributed unless it complies with such requirements as to the matters to be included or not to be included in it as may be prescribed by the regulations;

(b) to prohibit the vendor or any of the vendors of, or any participant in, direct sales schemes from—

(i) supplying any goods to a participant in the scheme;

(ii) supplying any training facilities or other services for such a participant;

(iii) providing any goods or services under a transaction effected by such a participant;

(iv) being a party to any arrangements under which goods or services are supplied or provided as mentioned in subparagraph (i), (ii) or (iii); or

(v) accepting from any such participant any payment, or any undertaking to make payment, in respect of any goods or services supplied or provided as mentioned in subparagraph (i), (ii), (iii) or

(iv) or in respect of any goods or services to be so supplied or provided,

unless (in any such case) such requirements as are prescribed are complied with;

(c) to prohibit certain provisions or classes of provisions from being included in a contract to which this Act applies;⁴⁰ Laws of Malaysia Act 500

(d) to regulate all matters relating to direct sales schemes and the conduct of direct selling;

(e) to prescribe the code of conduct of the vendor or the participants connected with a direct sale scheme;

(f) to prescribe the offences under this Act or the regulations which may be compounded, the amount of such compound and the procedure to be followed in compounding such offences; and

(g) to prescribe anything that may be or is required to be prescribed.

(3) The power conferred on the Minister under this section may be exercised so as to—

(a) make the contravention of any of the provisions of the regulations an offence;

(b) provide different provisions—

- (i) in relation to different descriptions or classes of direct sales schemes to which this Act applies;
 - (ii) in relation to a direct sales scheme which is or was in operation on a date specified in the regulations; or
 - (iii) in relation to different descriptions or classes of participants in such schemes.
- (4) For the purpose of this section, “participants” means persons who take part in direct selling schemes and includes distributors, sales representatives, agents, dealers and purchasers.

Amendment of Schedule

45. The Minister may, by order published in the Gazette, amend the Schedule.

Direct Sales and Anti-Pyramid Scheme 41 Schedule

FEATURES OF PYRAMID SCHEME OR ARRANGEMENT

[Section 27a]

1. The promotion of a scheme or the payment of bonus or other benefits is solely or primarily through recruitment or introduction of participants, into the pyramid scheme, plan, operation or chain process rather than the sale of goods, services or intangible property by the participants.
2. The bonus is paid to the participants or the other benefits are received by the participants solely or primarily through the recruitment or introduction of other persons into the pyramid scheme, plan, operation or chain process rather than the sale of goods, services or intangible property by the participants or other persons.
3. A written contract or statement which describes the material terms of the agreement is not provided to participants who join the pyramid scheme, plan, operation or chain process.
4. A mandatory purchase of goods, services or intangible property or a minimum payment or sale requirement is imposed as a condition to satisfy the eligibility or start-up requirement for participation or payment of bonus or other benefits in the pyramid scheme, plan, operation or chain process.

5. The participants are required to purchase goods, services or intangible property in unreasonable amount which exceeds the expectation to be resold or consumed within a reasonable period of time. The participants may not be given full liberty in buying but they are pressured to purchase selected goods packages to meet sales requirements to qualify them for position or bonus in the pyramid scheme, plan, operation or chain process.
6. The refund policy for goods, services or intangible property purchased by participants or consumers is not provided.
7. The buy-back policy by the operator of the pyramid scheme, plan, operation or chain process for currently marketable goods, services or intangible property upon the request of participants within reasonable terms or agreement is not allowed or provided for.
8. Astrict or unreasonable structural requirements of the pyramid scheme, plan, operation or chain process for the eligibility of participants to be paid bonus or other benefits.
9. Withdrawal by participants from the pyramid scheme, plan, operation or chain process is not allowed.
10. The participants are allowed or encouraged to buy up more than one position or right to participate in the pyramid scheme, plan, operation or chain process.⁴² Laws of Malaysia Act 500

Explanation 1 - Areference to the word “bonus or other benefits” shall relate to return or profit gains from a pyramid scheme, plan, operation or chain process.

Explanation 2 - Areference to the words “material terms” shall include buy-back policy, cooling-off period, warranty and refund policy.

Explanation 3 - The goods or services shall not be considered as currently marketable and shall not be subject to the specified features if the goods or services are seasonal, discontinued or special promotional items which are disclosed to the participants at the time of sales. Direct Sales and Anti-Pyramid Scheme 43

ACT ON DOOR-TO-DOOR SALES, ETC. [Enforcement Date 30. Sep, 2016.] [Act No.14138, 29. Mar, 2016., Partial Amendment]

ACT ON DOOR-TO-DOOR SALES, ETC. [Enforcement Date 30. Sep, 2016.] [Act No.14138, 29. Mar, 2016., Partial Amendment] 공정거래위원회 (특수거래과) 044-200-4435

CHAPTER I GENERAL PROVISIONS

Article 1 (Purpose)

The purpose of this Act is to protect the rights and interests of consumers and raise market confidence by providing for matters regarding fair transactions of goods and services through door-to-door sales, telemarketing, multi-level marketing, recurring transactions, transactions for soliciting business, etc., thereby contributing to robust development of the national economy.

Article 2 (Definitions)

The terms used in this Act shall be defined as follows:

1. The term "door-to-door sales" means that a person (hereinafter referred to as "sales business entity") engaging in the business of selling (including consignment sales and brokerage; hereinafter the same shall apply) goods or services (including a right to use a certain facility or to receive services; hereinafter the same shall apply) sells goods or services (hereinafter referred to as "goods or services") by soliciting consumers at anyplace, other than his/her sales office, distribution shop, or other place of business specified by Ordinance of the Prime Minister (hereinafter referred to as "place of business") to receive subscription for a contract or conclude contracts (including where such person solicits consumers at any place, other than a place of business by making recommendations or by other means specified by Ordinance of the Prime Minister to receive subscription for a contract or enter into contracts at the place of business);
2. The term "door-to-door seller" means a person who sets up or manages and operates an organization for door-to-door sales in order to engage in business of door-to-door sales (hereinafter

referred to as "door-to-door sales business entity"), or a person who engages in door-to-door sales on behalf of a door-to-door sales entity (hereinafter referred to as "door-to-door salesperson");

3. The term "telemarketing" means selling goods or services by making recommendations to consumers by telephone or by inducing consumers to respond to a call;

4. The term "telemarketer" means a person who sets up or manages and operates an organization for telemarketing in order to engage in business of telemarketing (hereinafter referred to as "telemarketing business entity"), or a person who engages in telemarketing on behalf of a telemarketing business entity (hereinafter referred to as "telemarketing salesperson");

5. The term "multi-level marketing" means selling goods or services through a sales organization that meets all the following criteria (hereinafter referred to as "multilevel marketing organization"):

(a) An organization has a recruitment scheme under which a salesperson who signed up under a sales business entity solicits certain persons to join the organization as subordinate salespersons of the relevant salesperson;

(b) Salespersons join the organization as referred to in item (a) by three or more levels (Salespersons who have joined the organization without being solicited by any other salesperson are classified as Level 1 salespersons; hereinafter the same shall apply): Provided, That this shall include cases specified by Presidential Decree, where the salespersons are classified by two or less levels but are actually managed and operated at three or more levels;

(c) A sales business entity has a scheme to pay a bonus as defined in subparagraph 9 (b) or (c) to his/her salespersons;

6. The term "multi-level marketer" means a person who sets up or manages and operates a multi-level marketing organization in order to engage in business of multi-level marketing (hereinafter referred to as "multi-level marketing business entity"), or a person who joins a multi-level marketing organization as a salesperson (hereinafter referred to as "multi-level marketing salesperson");

7. The term "door-to-door sales under sponsorship" means cases that meet the requirements specified in subparagraphs 1 and 5 with a scheme for payment of bonus, under which a certain salesperson's performance of purchase or sales affects only the bonus of one salesperson who is the

immediate superior of the former, as prescribed by Presidential Decree. The foregoing shall not apply to door-to-door sales referred to in subparagraph 1 and multi-level marketing referred to in subparagraph 5;

8. The term "door-to-door seller under sponsorship" means a person who establishes or manages and operates an organization (hereinafter referred to as "door-to-door sales organization under sponsorship") (hereinafter referred to as "door-to-door sales business entity under sponsorship") in order to engage in business of door-to-door sales under sponsorship, or a person who joins a door-to-door sales organization under sponsorship as a salesperson (hereinafter referred to as "door-to-door salesperson");

9. The term "bonus" means economic profits a sales business entity pays to his/her salesperson in connection with the following matters, irrespective of the names, such as sales commission, referral fees, incentives, and subsidies, and of the form of payment thereof:

- (a) Transaction performance of selling goods or services by the salesperson him/herself;
- (b) Transaction performance of selling goods or services by other salespersons factoring into the salesperson's bonus;
- (c) Outcomes of organizational management, education, and training of other salespersons factoring into the salesperson's bonus;
- (d) All other economic benefits paid in order to encourage, or reward for, sales activities of salespersons except for provisions of items (a) through (c);

10. The term "recurring transactions" means transactions made under a contract for providing goods or services continuously or on an irregular basis during not less than one month with an agreement that places restrictions on the refund of the consideration therefor or that requires the payment of a penalty if the contract is terminated prematurely;

11. The term "transactions for soliciting business" means transactions in which a business entity solicits a counterparty by arranging or providing an earning opportunity, and compel the counterparty to accept money or goods, or to buy goods or services;

12. The term "consumer" means a person who uses goods or services provided by a business entity for consumption or a person specified by Presidential Decree;

13. The term "controlling shareholder" means a person who falls under any of the following:

(a) A shareholder or an investor who holds the largest share, the aggregate of shares held, or the total amount of investments made, by him/her jointly with specially related persons defined by Presidential Decree is not less than 30/100 of the total number of issued shares, or the total amount of investment, of the relevant corporation;

(b) A person who has de facto control over the management of the relevant corporation. Further details of de facto control in such cases shall be prescribed by Presidential Decree.

Article 3 (Scope of Application)

This Act shall not apply to the following transactions:

1. A transaction through which a business entity (excluding the other party to a multi-level marketing salesperson, door-to-door salesperson under sponsorship, or transaction for soliciting business; hereinafter this subparagraph the same shall apply) buys goods or services for commercial activities: Provided, That where a business entity actually makes a transaction on the same terms and conditions as those applied to any consumer in the same position as another consumer's shall be excluded herefrom;
2. A transaction for signing an insurance contract with an insurance company as defined in subparagraph 6 of Article 2 of the Insurance Business Act;
3. A transaction specified by Presidential Decree as a transaction of goods or services provided independently by an individual.

Article 4 (Relationship to other Acts)

(1) This Act shall prevail over other Acts if this Act conflicts with other Acts in connection with protection of consumers in the context of door-to-door sales, telemarketing, multi-level marketing, door-to-door sales under sponsorship, recurring transactions, and transactions for soliciting business (hereinafter referred to as "extraordinary sales"): Provided, That if the application of any Act other than this Act is more favorable to consumers, such Act shall apply.

(2) Provisions regarding the duty to issue a contract in accordance with Article 7, 16, or 30 shall not apply to transactions for which any Act other than this Act provides for the duty to issue a contract in a manner different from that specified in this Act.

(3) If an Act otherwise provides for matters specified in this Act regarding recurring transactions, such Act shall apply.

(4) Articles 8, 9, 17, 18, and 37 shall not apply to installment transactions on an advance-payment basis as defined in subparagraph 4 of Article 2 of the Installment Transactions Act and business entities engaging in such installment transactions on an advance-payment basis.

CHAPTER II DOOR-TO-DOOR SALES AND TELEMARKETING

Article 5 (Reporting, etc. by Door-to-Door Sales Business Entities, etc.)

(1) A door-to-door sales business entity or a telemarketing business entity (hereinafter referred to as "door-to-door sales or telemarketing business entity") shall file a report on his/her trade name, address, telephone numbers, e-mail address (if the business entity is a corporation, the name, resident registration number, and address of the representative thereof shall be included herein), and other matters specified by Presidential Decree with the Fair Trade Commission or the competent Special Self-Governing City Mayor or Special Self-Governing Province Governor or the head of the competent Si/Gun/Gu (the head of a Gu means the head of an autonomous Gu; hereinafter the same shall apply): Provided, That the foregoing shall not apply to the following persons:

1. A door-to-door sales or telemarketing business entity specified by Presidential Decree, such as a door-to-door sales or telemarketing business entity on a small scale with no door-to-door salesperson or telemarketing salesperson (hereinafter referred to as "door-to-door or telemarketing salesperson");
2. A multi-level marketing business entity registered in accordance with Article 13 (1);
3. A door-to-door sales business entity under sponsorship registered in accordance with Article 29 (3).

(2) When a change occurs in any matter reported in accordance with paragraph (1), such change shall be reported, as prescribed by Presidential Decree.

(3) When a door-to-door sales or telemarketing business entity reported in accordance with paragraph (1) temporarily or permanently shuts down his/her business or resumes his/her business after temporary closure, he/she shall report thereon, as prescribed by Presidential Decree.

(4) The Fair Trade Commission may disclose matters reported by a door-to-door sales or telemarketing business entity in accordance with paragraph (1) to the public, as prescribed by Presidential Decree.

Article 6 (Preparation of List of Door-to-Door Sales or Telemarketing Salespersons)

(1) A door-to-door sales or telemarketing business entity shall prepare a list of door-to-door or telemarketing salespersons, as prescribed by Ordinance of the Prime Minister.

(2) Upon receipt of a request from a consumer, a door-to-door sales or telemarketing business entity shall allow the consumer to verify the identity of a door-to-door or telemarketing salesperson at any time in order to prevent or relieve damage suffered by the consumer.

(3) When a door-to-door seller or a telemarketer (hereinafter referred to as "door-to-door seller or telemarketer") intends to sell goods or services to a consumer, he/she shall inform the consumer in advance of the purpose of his/her visit or phone call, which is soliciting a sale, and of the name or trade name of the door-to-door seller or telemarketer, and the kind and details of goods or services to be sold.

Article 7 (Duty of Door-To-Door Seller or Telemarketer to Provide Information to Consumers)

(1) A door-to-door seller or telemarketer shall explain the following matters to a consumer so that the consumer can understand details of a contract for the sale of goods or services before signing the contract:

1. The name (referring to the representative's name, if the door-to-door seller or telemarketer is a corporation), trade name, address, telephone number, and e-mail address of the door-to-door seller or telemarketer;
2. The name, address, telephone number, and e-mail address of the door-to-door or telemarketing salesperson: Provided, That cases where a door-to-door sales or telemarketing business entity enters into a contract directly with a consumer shall be excluded herefrom;
3. The name, kind, and details of goods or services;
4. The price of goods or services, and the methods and timing of payment of the price;
5. The methods and timing of provision of goods or services;
6. Matters regarding deadlines, execution methods for, and effects of withdrawal of subscription and cancellation of contract (hereinafter referred to as "withdrawal of subscription, etc."), and forms required for the exercise of a right to withdrawal of subscription, etc., as prescribed by Ordinance of the Prime Minister;
7. Conditions and procedures for the exchange, return, warranty repair, and refund of the price of goods or services;
8. Technical matters necessary for installation and transmission of goods or services that can be supplied by electronic means;
9. Matters regarding the compensation for consumer damage, and the settlement of consumers' complaints about goods or services and of disputes between consumers and business entities;
10. Standard contract terms and conditions of transactions;
11. Other matters specified by Presidential Decree, which are necessary for the terms and conditions affecting consumers' purchase decision or for the consumer damage relief.

(2) When a door-to-door seller or telemarketer enters into a contract for sale of goods or services with a consumer, he/she shall issue to the consumer a contract stating matters specified in subparagraphs of paragraph (1) thereon.

(3) If a door-to-door seller or telemarketer intends to enter into a contract for goods or services with a minor, he/she shall obtain consent thereto from the legal guardian of the minor. In such cases, a

minor shall be informed that the minor him/herself or his/her legal guardian may cancel the contract if the legal guardian declines consent to the contract.

(4) As for a contract for telemarketing among contracts referred to in paragraph (2), the details of the contract may be sent by facsimile or electronic documents (referring to electronic documents as defined in subparagraph 1 of Article 2 of the Framework Act on Electronic Documents and Transactions; hereinafter the same shall apply) with the consumer's consent thereto in lieu of the issuance of the contract. In such cases, if a dispute arises with regard to the details or arrival of a contract sent by facsimile or electronic documents, the relevant telemarketer shall bear the burden of proof thereof.

(5) A door-to-door sales or telemarketing business entity shall perform the terms and conditions of a transaction in good faith as explained or stated to the consumer in accordance with paragraphs (1) and (2).

Article 11 (Prohibited Acts) (1) No door-to-door seller or telemarketer shall commit any of the following offenses:

1. Threatening a consumer with intent to compel the consumer to sign a contract for sale of goods or services or to hinder the consumer from withdrawing subscription or cancelling a contract;
2. Soliciting or trading with a consumer, or hindering a consumer from withdrawing subscription or cancelling a contract by making a false or exaggerated representation or by using any fraudulent means;
3. Collecting expenses, money, or other valuables in excess of the level specified by Presidential Decree, regardless of name or form, such as an admission fee, sales aids, sales individually allocated, or an education fee, from door-to-door or telemarketing salesperson or from persons who intend to become such salespersons, requiring such salespersons or persons to purchase goods or services, or imposing obligations upon such salespersons or persons as a condition required for becoming a salesperson or maintaining the status as salesperson;
4. Imposing an obligation to recruit other sales persons upon door-to-door or telemarketing salesperson;

5. Changing the address or telephone number with intent to hinder a consumer from withdrawing subscription or cancelling or terminating a contract;
 6. Causing injuries or damage to consumers by neglecting to rectify the inefficiency of human resources or facilities necessary for the settlement of disputes or complaints unaddressed for a substantial period;
 7. Providing goods or services unilaterally to a consumer without the consumer's order and requesting the consumer to pay the price for goods or services;
 8. Compelling a consumer, by telephone, facsimile, or computer communications, to buy goods or services, although the consumer clearly expresses that he/she does not wish to buy such goods or services;
 9. Using information about a consumer without the consumer's consent thereto or beyond the extent of consent given (including where such information is provided to a third party; hereinafter the same shall apply): Provided, That cases falling under any of the following items shall be excluded herefrom:
 - (a) Cases specified by Presidential Decree where it is inevitable to perform the contract with a consumer, such as the delivery of goods or services;
 - (b) Where it is necessary to settle the price for a transaction of goods or services;
 - (c) Cases specified by Presidential Decree as necessary to verify the consumer's identity in order to prevent misappropriation;
 - (d) Where it is inevitably required by any provision of an Act or an Act.
- (2) The Fair Trade Commission may establish and publicly announce guidelines with which any door-to-door seller or telemarketer shall comply in order to prevent violations of this Act and consumer damage.

CHAPTER III MULTI-LEVEL MARKETING AND DOOR-TO-DOOR SALES UNDER SPONSORSHIP

Article 13 (Registration, etc. of Multi-Level Marketing Business Entity)

(1) A multilevel marketing business entity shall file the following documents for registration with the Fair Trade Commission, the Special Metropolitan City Mayor, or the competent Metropolitan City Mayor, Special Self-Governing City Mayor, Do Governor or Special Self-Governing Province Governor (hereinafter referred to as "Mayor/Do Governor"), as prescribed by Presidential Decree:

1. An application stating the trade name, address, telephone number, and e-mail address (including the representative's name, resident registration number, and address, if the applicant is a corporation);
2. A document certifying that the scale of business is not smaller than the amount prescribed by Presidential Decree, with his/her capital being at least 300 million won;
3. Documents certifying the conclusion of a contract for indemnity insurance against consumer damage under Article 37;
4. Documents regarding guidelines for calculation and payment of bonus;
5. Documents stating matters regarding sales methods, including inventory management and the payment of bonus;
6. Other documents specified by Ordinance of the Prime Minister regarding matters necessary to verify the identify of multi-level marketers.

(2) If a change occurs in any matter referred to in subparagraphs 1 through 4, from among matters registered in accordance with paragraph (1), the multi-level marketing business entity shall file a report thereon, as prescribed by Presidential Decree.

(3) When a multi-level marketing business entity temporarily or permanently closes down his/her business or resumes his/her business after temporary closure, he/she shall file a report thereon, as prescribed by Presidential Decree, and the registration filed in accordance with paragraph (1) shall become ineffective when a report on permanent closure is filed: Provided, That a ground for revocation of registration becomes applicable to a business entity before he/she files a report on

permanent closure, his/her registration shall be deemed revoked on the date on which the report on closure is filed.

(4) The Fair Trade Commission shall disclose the following information about a multi-level marketing business entity to the public, as prescribed by Presidential Decree: Provided, That the foregoing shall not apply where any confidential information about business management or trade of a multi-level marketing business entity is disclosed, where any information deemed likely to significantly harm legitimate interests of a multi-level marketing business entity or personal information is disclosed, and where information is deemed likely to violate confidentiality or the freedom of privacy:

1. Facts registered in accordance with paragraph (1);
2. Other facts that the Fair Trade Commission deems necessary to establish order for fair trade and protect consumers.

(5) If it is necessary to disclose information in accordance with paragraph (4), the Fair Trade Commission may request a multi-level marketing business entity to submit relevant data. In such cases, a multi-level marketing business entity shall comply with such request, unless he/she has justifiable cause for non-compliance.

Article 14 (Grounds for Disqualification) An individual or corporation that falls under any of the following subparagraphs shall be disqualified from registration under Article 13:

1. An individual who falls under any of the following items or a corporation for which such individual serves as an executive officer:
 - (a) A minor, a person under limited guardianship or person under adult guardianship;
 - (b) A person declared bankrupt, but not yet reinstated;
 - (c) A person in whose case five years have not passed since a sentence of imprisonment with labor imposed upon him/her for a violation of this Act was completely executed (or is deemed completely executed) or discharged;
 - (d) A person sentenced to suspension of imprisonment with labor for a violation of this Act and, who is still within the suspension period;

2. A corporation whose controlling shareholder falls under any of the following items:
 - (a) A person in whose case five years have not passed since a sentence of imprisonment with labor imposed upon him/her for a violation of this Act was completely executed (or is deemed completely executed) or discharged;
 - (b) A person sentenced to suspension of imprisonment with labor for a violation of this Act, who is still within the suspension period;
3. An individual or corporation in whose case five years have not passed since the registration was revoked in accordance with Article 49 (5);
4. A corporation whose executive officer or controlling shareholder was an executive officer or controlling shareholder as at the time the registration of an individual or corporation was revoked in accordance with subparagraph 3.

Article 15 (Multi-Level Marketing Salespersons)

- (1) A person who intends to join a multi-level marketing organization as a multi-level marketing salesperson shall register him/herself with the multi-level marketing business entity who manages and operates the organization, as prescribed by Ordinance of the Prime Minister.
- (2) A person who falls under any of the following subparagraphs shall be disqualified for registration as a multi-level marketing salesperson:
 1. A state public official, local public official, educational public official, or a teaching member as defined in the Private School Act (including instructors referred to in Article 14 (2) of the Higher Education Act);
 2. A minor: Provided, That where the legal representative who does not fall under subparagraph 4 or 5 consents thereto shall be excluded herefrom;
 3. A corporation;
 4. The controlling shareholder or an executive officer or employee of a multi-level marketing business entity;

5. A person who has received orders to take measures for rectification under Article 49, at least two times: Provided, That this excludes persons in whose case three years have passed since they completed fulfilling the last measure for rectification;

6. A person who violates this Act and is sentenced to imprisonment with labor and in whose case five years have yet to pass since the completion of the execution thereof (including the cases where the execution is regarded completed) or the exemption from the execution;

7. A person who violates this Act, is sentenced to suspension of execution of punishment, and is under such suspension.

(3) A multi-level marketing business entity shall issue a certificate of registration to a multi-level marketing salesperson who joins a multi-level marketing organization managed and operated by the business entity, as prescribed by Ordinance of the Prime Minister.

(4) A multi-level marketing business entity shall keep a register of multi-level marketing salespersons, as prescribed by Ordinance of the Prime Minister, and shall allow a consumer to verify the identify of a multi-level marketing salesperson registered therein at a consumer's request, in order to prevent or relieve consumer damage.

(5) A multi-level marketing business entity shall issue a pocketbook for multi-level marketing salespersons (including a pocketbook contained in an electronic device), from which information about the following matters can be found, to each multi-level marketing salesperson registered in accordance with paragraph (1):

1. Guidelines for calculation and payment of bonuses;
2. Matters regarding recruitment of and sponsorship for subordinate salespersons;
3. Matters regarding the return of goods or services and the withdrawal of multilevel marketing salespersons;
4. Rules with which multi-level marketing salespersons shall comply;
5. Other matters specified by Ordinance of the Prime Minister.

Article 20 (Guidelines for Payment of Bonuses)

(1) No multi-level marketer shall calculate or pay a bonus contrary to the guidelines of which a multi-level marketing business entity has notified multi-level marketing salespersons with respect to the calculation and payment of bonuses and shall discriminate against a multi-level marketing salesperson by any other wrongful means.

(2) A multi-level marketing business entity shall establish objective and clear guidelines for the calculation and payment of bonuses and shall comply with the

procedure prescribed by Presidential Decree in amending guidelines for the calculation and payment of bonuses.

(3) The total amount of bonuses that a multi-level marketing business entity may pay to a multi-level marketing salesperson shall not exceed the amount equivalent to 35/100 of the total value of goods or services supplied by the multi-level marketing business entity to the multi-level marketing salesperson (including the value-added tax; hereinafter this Article referred to as "total value"), and detailed methods for the calculation of the total value and bonuses are as follows:

1. The total value shall be determined as at the time of shipment or provision;
2. A payable bonus shall be determined as at the time the grounds to pay the bonus occurs;
3. The total value and bonuses shall be calculated on a yearly basis: Provided, That if the duration of operation of business of multi-level marketing is less than one year, the total value and bonuses shall be based on the period of actual operation of business of the multi-level marketing business entity;
4. When the total value is calculated where goods or services are provided by consignment sales, the total value shall be based on the price at which the multilevel marketer to whom sales have been entrusted sells to multi-level marketing salespersons, while where goods or services are provided by brokerage, the total value shall be based on the commission that the multi-level marketer has received from the business entity that requested brokerage.

(4) A multi-level marketing business entity shall, at the request of a multi-level marketing salesperson, allow the multi-level marketing salesperson to inspect statements of calculation and payment of bonuses.

(5) No multi-level marketing business entity shall discriminate against any subordinate salesperson or any subordinate salesperson thereof in paying bonuses, irrespective of the outcomes of the salesperson's sales, on condition that the multilevel marketing salesperson shall recruit or assist a certain number of subordinate salespersons.

Article 21 (Representation, Advertisement, etc. about Bonuses)

(1) No multi-level marketing business entity shall furnish a prospective multi-level marketing salesperson or a multi-level marketing salesperson with false or exaggerated information about bonuses or retail profits (referring to profits that a multi-level marketing salesperson can earn from sales of goods or services) that a multi-level marketing salesperson is expected to receive or earn.

(2) A multi-level marketing business entity shall notify a prospective multi-level marketing salesperson or a multi-level marketing salesperson of information about the current status of payment of bonuses, including the average bonus to all multilevel marketing salespersons.

(3) No multi-level marketing business entity shall spread false or exaggerated information about the operating system or activities of a multi-level marketing organization.

Article 22 (Registration, Withdrawal, etc. of Multi-Level Marketing Salesperson)

(1) No multi-level marketing business entity shall induce a prospective multi-level marketing salesperson or a multi-level marketing salesperson to buy goods or services excessively or to take a burden exceeding the level specified by Presidential Decree on the pretext of registration, the maintenance of qualification, or the application of more favorable guidelines to the payment of bonus.

(2) No multi-level marketer shall impose an obligation to recruit a certain number of subordinate salespersons upon a multi-level marketing salesperson or register a certain person as a subordinate salesperson without such person's consent thereto.

(3) If a multi-level marketing salesperson falls under any subparagraph of Article 15 (2), the multi-level marketing business entity shall dismiss the multi-level marketing salesperson.

(4) A multi-level marketing salesperson may withdraw from a multi-level marketing organization at any time by expressing his/her intention to withdraw to the multilevel marketing business entity, and the multi-level marketing business entity shall not attach any condition to withdrawal.

(5) A multi-level marketing business entity shall recover the pocketbook from a multi-level marketing salesperson who is dismissed or withdraws and shall take other necessary measures to prevent consumer damage by such salesperson's activities of sales.

Article 23 (Prohibited Acts)

(1) No multi-level marketer shall commit any of the following offenses:

1. Threatening the opposite party with intent to compel the opposite party to sign a contract for sale of goods or services or to hinder the opposite party from withdrawing subscription or cancelling a contract;
2. Soliciting the opposite party to make a transaction or hindering a consumer from withdrawing subscription or cancelling a contract by making a false or exaggerated representation or by using any fraudulent means, making a false representation about the price, quality, etc. of goods or services, or misleading the opposite party to believe that goods or services are significantly better or more favorable than they actually are;
3. Changing the address or telephone number with intent to hinder the opposite party from withdrawing subscription or cancelling or terminating a contract;
4. Causing any injury or damage to the opposite party by neglecting to rectify the inefficiency of human resources or facilities necessary for settlement of disputes or complaints for a substantial period;
5. Providing goods or services unilaterally to the opposite party without the opposite party's order and requesting the opposite party to pay the price for goods or services, selling goods or services to the opposite party by force, or selling goods or services to a subordinate salesperson;
6. Compelling a consumer, by telephone, facsimile, or computer communications, to buy goods or receive services, although the consumer clearly expresses that he/she doesnot wish to buy such goods or services;

7. Misleading consumers to believe that a multi-level marketing salesperson not employed by a multi-level marketing business entity is a person employed by the multi-level marketing business entity or allowing a person not registered as a multi-level marketing salesperson to work as a multi-level marketing salesperson;

8. Operating the business without a contract for indemnity insurance against consumer damage, etc. under Article 37;

9. Fixing the individual price for goods or services sold to the opposite party in excess of the amount specified by Presidential Decree;

10. Using information about a consumer without the consumer's consent or beyond the extent of such consent: Provided, That cases falling under any of the following items shall be excluded herefrom:

(a) Cases specified by Presidential Decree where it is inevitable to perform the contract with a consumer, such as the delivery of goods or services;

(b) Cases where it is necessary to settle the price for a transaction of goods or services;

(c) Cases specified by Presidential Decree as necessary to verify the consumer's identity in order to prevent misappropriation;

(d) Cases where it is inevitably required by any provision of an Act or an Act;

11. Transferring or acquiring a multi-level marketing organization or the status of a multi-level marketing salesperson: Provided, That the foregoing shall not apply where a person inherits the status of a multi-level marketing salesperson or where a business is transferred, acquired, or merged.

(2) No multi-level marketing business entity shall aid and abet a multi-level marketing salesperson to commit any offense prohibited by paragraph (1).

(3) The Fair Trade Commission may establish and publicly announce guidelines with which multi-level marketers shall comply in order to prevent violations of this Act and consumer damage.

Article 24 (Prohibition of Speculative Expansion of Sales Force)

(1) No one shall commit any of the following offenses by using a multi-level marketing organization or any similar organization which is comprised of persons by levels:

1. Making a monetary transaction without a transaction of goods or services or making an actual monetary transaction in disguise of a transaction of goods or services, which falls under any of the following items:

(a) Paying bonuses to salespersons for the sales of goods or services at as a significantly high price as ten or more times the acquisition price or market price;

(b) Paying bonuses without providing relevant goods or services without justifiable cause after executing a contract for sale of goods or services with a salesperson;

(c) Any other actual monetary transaction in light of the business entity's capacity for the provision of goods or services, the outcomes of provision of goods or services to consumers, contracts for provision or sales of goods or services between the business entity and consumers, and terms and conditions of payment of bonuses;

2. Providing economic benefits to a salesperson or a prospective salesperson only for recruitment of subordinate salespersons or providing economic benefits in addition to a bonus to a salesperson or a prospective salesperson without justifiable cause;

3. Promising to pay a bonus in violation of Article 20 (3) (including cases to which the aforesaid provisions shall apply mutatis mutandis pursuant to Article 29 (3)) to recruit a salesperson or inducing a person to join a sales force;

4. Collecting expenses, money, or other goods of not more than 100,000 won in excess of the maximum amount specified by Presidential Decree, regardless of name or form, such as an admission fees, sales aids, sales individually allocated, or education fees, from salespersons or prospective salespersons or imposing such obligation upon such salespersons or prospective salespersons;

5. Selling gift certificates (referring to securities that are issued by an issuer in the form of unregistered certificates stating a certain amount or a certain quantity of goods or services and with which a holder is entitled to receiving goods or services from the issuer or a person designated by

the issuer (hereinafter in this Article referred to as "issuer, etc.") in accordance with terms and conditions stated in the certificates by presenting, granting, or using the certificates in any manner; hereinafter in this Article the same shall apply) to salespersons in a manner specified in either of the following:

(a) Repurchasing gift certificates sold by the business entity to consumers or soliciting other persons to purchase such certificates;

(b) Paying bonuses to any salesperson at a level where his/her transactions of goods or services cannot be deemed as the real transactions of goods or services in light of the issuer, etc.'s capacity for the provision of goods or services, the outcomes of provision of goods or services to consumers, the amount of gift certificates issued, etc.;

6. Compelling any person to register himself/herself as a salesperson or to buy goods or services by using social relationships, etc.;

7. Compelling salespersons or prospective salespersons to undergo education or stay together against their will;

8. Attracting a person on the pretext of referral of a job or part-time job, presentation sessions, educational meetings, etc. without clearly stating that the purpose is to recruit salespersons.

(2) No multi-level marketing business entity shall aid and abet a multi-level marketing salesperson to commit an offense prohibited by paragraph (1).

Article 27 (Public Announcement of Change of Address, etc.) If any of the following events occurs to a multi-level marketing business entity, the Fair Trade Commission or the competent Mayor/Do Governor shall publicly announce the occurrence, as prescribed by Ordinance of the Prime Minister:

1. If a multi-level marketing business entity changes the trade name of the business or the address or telephone number of his/her principal place of business;

2. If a multi-level marketing business entity files a report on temporary or permanent closure in accordance with Article 13 (3);

3. If a multi-level marketing business entity becomes subject to business suspension or registration is revoked under Article 49 (4) or (5).

Article 37 (Contract for Indemnity Insurance against Consumer Damage, etc.)

(1) A person who intends to register him/herself as a multi-level marketing business entity or door-to-door sales business entity under sponsorship in accordance with Article 13 (1) or 29 (3) shall execute a contract that falls under any of the following subparagraphs (hereinafter referred to as "contract for indemnity insurance against consumer damage, etc.):

1. Insurance contract for indemnity against consumer damage;
2. Performance guarantee to secure the payment of indemnity against consumer damage;
3. Contract for mutual aid with a mutual aid association established under Article 38.

(2) The Fair Trade Commission may recommend business entities to execute a contract for indemnity insurance against consumer damage, etc. in order to protect consumers from door-to-door sales, telemarketing, or recurring transactions or transactions for soliciting business.

(3) The coverage of a contract for indemnity insurance against consumer damage, etc. shall be appropriate for compensating consumers for damage sustained by violations of this Act, and detailed guidelines therefor shall be prescribed by Presidential Decree.

(4) If an event that requires payment of damages to a consumer occurs, the person obligated to pay the damages to the consumer in accordance with a contract for indemnity insurance against consumer damage, etc. shall pay the damages immediately, and if such person delays paying the damages, shall pay the late payment penalty.

(5) When a multi-level marketing business entity or door-to-door sales business entity under sponsorship who executes or maintains a contract for indemnity insurance against consumer damage, etc, submits sales data, it shall not make a false representation in such data.

(6) A person who executes a contract for indemnity insurance against consumer damage, etc. may use a mark indicating the existence of such contract.

(7) No person who has not contracted for indemnity insurance against consumer damage, etc. shall use a mark referred to in paragraph (6) or produce or use any similar mark.

Article 38 (Establishment of Mutual Aid Association)

(1) Business entities who have filed a report in accordance with Article 5 (1) or who have completed registration in accordance with Article 29 (3) may establish a mutual aid association with authorization from the Fair Trade Commission (hereinafter referred to as "mutual aid association") in order to operate an insurance program liable for compensation for consumer damage or a mutual aid program under Article 37 (1) 3, and the criteria for such authorization shall be prescribed by Presidential Decree.

(2) A mutual aid association shall be a corporation and shall be duly formed upon registration for establishment with the registry office having jurisdiction over its principal place of business.

(3) A person who joins a mutual aid association shall pay contributions, etc. required for the implementation of mutual aid programs to the association.

(4) Basic assets of a mutual aid association shall consist of contributions, etc. paid by its members, as prescribed by Presidential Decree, but matters regarding the operation of basic assets of a mutual aid association shall be subject to authorization of the Fair Trade Commission: Provided, That the Government may grant contributions or subsidies within budgetary limits.

(5) Prerequisites for membership of a mutual aid association, matters regarding executive officers, and matters regarding guidelines for allocation of contributions shall be stipulated by its articles of incorporation.

(6) Matters necessary for the procedure for authorization for the establishment of a mutual aid association, provisions of articles of incorporation, the composition and power of the board of directors, the appointment of executive officers, supervision, etc. shall be prescribed by Presidential Decree.

(7) When a mutual aid association intends to implement a mutual aid program under paragraph (1), it shall establish regulations on the mutual aid program and shall obtain authorization therefor from

the Fair Trade Commission. The same procedure shall also apply when it is intended to amend the regulations on a mutual aid program.

(8) The regulations on a mutual aid program under paragraph (7) shall provide for matters necessary to operate the mutual aid program, including the scope of the mutual aid program, mutual aid fees, and legal reserve to be set aside for the mutual aid program.

(9) Except for matters provided for in this Act, provisions regarding incorporated associations in the Civil Act shall apply mutatis mutandis to mutual aid associations.

(10) Business activities of a mutual aid association under this Act shall not be governed by the Insurance Business Act.

Article 40 (Business Activities of Mutual Aid Association)

A mutual aid association shall carry out the following business activities:

1. Mutual aid programs for relief of consumer damage and public services for the protection of rights and interests of consumers;
2. Publication and education for the prevention of consumer damage and advertising therefor;
3. Autonomous purification program for a sound development of the market;
4. Projects entrusted by the Fair Trade Commission;
5. Other business activities specified in its articles of incorporation.

ENFORCEMENT DECREE OF THE ACT ON DOOR-TO-DOOR SALES, ETC.
[Enforcement Date 22. Dec, 2015.] [Presidential Decree No.26758, 22. Dec, 2015., Partial Amendment]

CHAPTER I GENERAL PROVISIONS

Article 1 (Purpose)

The purpose of this Decree is to provide for matters delegated by the Act on Door-to-Door Sales, Etc. and matters necessary for the enforcement thereof.

Article 2 (Scope of Multi-Level Marketing Organizations)

(1) "Cases specified by Presidential Decree" in the proviso to subparagraph 5 (b) of Article 2 of the Act on Door-to-Door Sales, Etc. (hereinafter referred to as the "Act") means any of the following cases:

1. Where a method for paying bonuses to salespersons is the same as, or similar to, the method for paying bonuses where salespersons are classified as three or more levels;
2. Where a person (excluding a person registered as a multi-level marketing entity or door-to-door sales entity under sponsorship in accordance with Article 13 or 29 (3) of the Act) entrusted by another person, with sales or the management of an organization recruits, manages, and operates his/her subordinate salespersons and it is a sales organization with three or more levels or it is managed and operated in a similar manner, when the subordinate sales organizations of the entrusting person and the entrusted person are presumed to be a single sales organization.

(2) The method for paying bonuses to salespersons under paragraph (1) 1 and guidelines for the management and operation of an organization with three or more levels as defined in paragraph (1) 2 or a similar organization shall be prescribed by Ordinance of the Prime Minister.

Article 3 (Payment of Bonuses for Door-to-Door Sales Under Sponsorship) In paying bonuses in accordance with the former part of subparagraph 7 of Article 2 of the Act, a particular salesperson's outcomes of purchase or sales and activities for education, training, and organizational management that directly affect such outcomes shall affect bonuses only for one single salesperson at the immediately higher level: Provided, That the payment of allowances for any of the following costs and expenses shall not be included in the bonuses paid in accordance with the former part of subparagraph 7 of Article 2 of the Act:

1. Education and training fees paid on an irregular basis in accordance with the guidelines established in advance, such as hourly-rate education fees, regardless of outcomes of purchase or sales;
2. Bonuses paid equally to all salespersons or products for trial;
3. Subsidies paid for the operation of a business establishment according to expenses actually incurred.

Article 6 (Transactions Excluded from Application of the Act)

"A transaction specified by Presidential Decree" in subparagraph 3 of Article 3 of the Act means a transaction through which a door-to-door sales entity who does not have door-to-door salespersons sells any of the following goods or services by door-to-door sales:

1. An unprocessed product from agriculture, fisheries, livestock industry, or forestry;
2. Goods or services produced directly by a door-to-door seller.

CHAPTER II DOOR-TO-DOOR SALES AND TELEMARKETING

Article 7 (Matters subject to Reporting by Door-to-Door Sales Entities, etc.)

"Matters specified by Presidential Decree" in the main sentence, other than subparagraphs of Article 5 (1) of the Act means assets, liabilities, and capital of a door-to-door sales entity, etc., which is a company as defined in the Commercial Act.

Article 8 (Procedure, etc. for Reporting by Door-to-Door Sales Entities, etc.)

(1) When a door-to-door sales entity, etc. intends to file a report in accordance with the main sentence of Article 5 (1) of the Act, he/she shall file the report in the form specified by Ordinance of the Prime Minister with the Special Self-Governing City Mayor, the Governor of the Special Self-Governing Province, or the head of a Si/Gun/Gu (the head of a Gu means the head of an autonomous Gu; hereinafter the same shall apply) having jurisdiction over his/her principal place of business, along with a document certifying his/her assets, liabilities, and capital (applicable only to a company under the Commercial Act; including an electronic document): Provided, That if his/her principal place of business is in a foreign country, such report shall be filed with the Fair Trade Commission.

(2) Upon receipt of a report in accordance with paragraph (1), the Fair Trade Commission or the competent Special Self-Governing City Mayor or Special Self-Governing Province Governor or the head of the competent Si/Gun/Gu shall verify the following documents through administrative information sharing in accordance with Article 36 (1) of the Electronic Government Act: Provided, That if the person filing such report does not consent to verification of the document specified in the proviso to subparagraph 1 or subparagraph 2 or it is impossible to verify such document, the competent authority shall require the person to submit the document:

1. A certified transcript of corporate register (applicable only to a corporation): Provided, That a certified transcript of the resident registration card of each promotor shall be submitted instead, if such report is filed before the registration for establishment of the relevant corporation is completed;

2. A certificate of business registration.

(3) Upon receipt of a report in accordance with paragraph (1), the Fair Trade Commission or the competent Special Self-Governing City Mayor or Special Self-Governing Province Governor or the head of the competent Si/Gun/Gu shall issue a certificate of reporting in the form specified by Ordinance of the Prime Minister.

(4) A person who intends to report a change in accordance with Article 5 (2) of the Act shall file a report in the form specified by Ordinance of the Prime Minister, along with documents certifying the change, within 15 days from the date on which the change occurs (or the date on which accounts

are finally settled, if assets, liabilities, or capital change) with the Fair Trade Commission or the competent Special Self-Governing City Mayor or Special Self-Governing Province Governor or the head of the competent Si/Gun/Gu. In such cases, the Fair Trade Commission or the competent Special Self-Governing City Mayor or Special Self-Governing Province Governor or the head of the competent Si/Gun/Gu shall verify such change and reissue a certificate of reporting with descriptions of the change thereon.

(5) If a door-to-door sales entity, etc. intends to temporarily or permanently close down his/her business or resume his/her business after temporary closure in accordance with Article 5 (3) of the Act, it shall file a report in the form specified by Ordinance of the Prime Minister with the competent Special Self-Governing City Mayor or Special Self-Governing Province Governor or the head of the competent Si/Gun/Gu. When a report on permanent closure is filed in such cases, such report shall be accompanied by the certificate of reporting.

(6) When a person intends to file a report required by any provision of paragraphs (1) through (5) by electronic documents as defined in subparagraph 1 of Framework Act on Electronic Documents and Transactions (hereinafter referred to as "electronic documents"), he/she may file the report using the information processing system specified by the Fair Trade Commission.

(7) If it is impractical to submit some data by electronic documents when a report is filed by electronic documents in accordance with paragraph (6), such data may be supplemented by mail or other similar means within one month, and a report supplemented in such manner shall be deemed to have been filed on the date it was filed by electronic documents.

(8) Except for matters provided for in paragraphs (1) through (7), matters necessary for the receipt and acceptance of reports by electronic documents shall be prescribed by Ordinance of the Prime Minister.

Article 10 (Disclosure of Information about Door-to-Door Sales Entities, etc.)

When the Fair Trade Commission intends to disclose information about a door-to-door sales entity, etc. in accordance with Article 5 (4) of the Act, it shall notify the relevant door-to-door sales entity, etc. of the details of information to be disclosed and the method of disclosure and shall provide the business entity, etc. an opportunity to correct any error in the details to be disclosed.

Article 11 (Matters Included in Contract)

"Matters specified by Presidential Decree" in Article 7 (1) 11 of the Act means the following matters:

1. Details of charges, if any, the consumer shall pay in addition to the price for goods or services, and the amount of such charges;
2. Details of restrictions on the date and timing of sale, the place for sale, the quantity sold, the place for delivery, and other terms and conditions of sale, if such restrictions exist.

Article 21 (Amount of Capital of Multi-Level Marketing Entities)

"The amount prescribed by Presidential Decree" in Article 13 (1) 2 of the Act means 500 million won (excluding the amount of capital impaired, if capital has been impaired, but including the amount of a legal reserve, if the legal reserve has been set aside).

Article 22 (Disclosure of Information about Multi-Level Marketing Entities or Door-to-Door Sales Entities Under Sponsorship)

(1) Information about the following matters may be disclosed in accordance with Articles 13 (4) and 29 (3) of the Act:

1. The registration number and the date of registration;
2. The name (the representative's name, if the business entity is a corporation), trade name, address, and telephone number of the multi-level marketing entity or door-to-door sales entity under sponsorship;
3. Goods or services to be sold and the sales volume thereof;
4. Guidelines for the calculation and payment of bonuses;
5. Other matters specified by the Fair Trade Commission as necessary for consumer protection and maintenance of order in trading.

(2) When the Fair Trade Commission intends to disclose information in accordance with Article 13 (4) or 29 (3) of the Act, it shall notify the relevant business entity of the details of information to

be disclosed and the method of disclosure and shall provide the business entity an opportunity to correct any incorrect details to be disclosed.

Article 23 (Grounds for Disqualification of Multi-Level Marketing Salespersons and Door-to-Door Salespersons Under Sponsorship)

"A person specified by Presidential Decree" in Article 15 (2) 5 of the Act (including where the aforesaid provisions shall apply mutatis mutandis pursuant to Article 29 (3) of the Act) means a person who falls under any of the following subparagraphs:

1. A person who has been ordered on two or more occasions to take measures for rectification in accordance with Article 49 of the Act: Provided, That a person in whose case three years have passed since the date on which latest measures taken for rectification are completed;
2. A person in whose case five years have not passed since a sentence of imprisonment with labor imposed upon him/her for a violation of this Act was completely executed (or is deemed completely executed) or discharged;
3. A person in whose case the execution of a sentence of imprisonment with labor imposed upon him/her for a violation of this Act was suspended, but who is still in the period of suspension.

Article 28 (Amendment of Guidelines for Calculation and Payment of Bonuses)

(1) When it is intended to amend guidelines for the calculation and payment of bonuses in accordance with Article 20 (2) or 29 (3) of the Act, each multi-level marketing salesperson or door-to-door salesperson under sponsorship shall be notified (including notice by e-mail or mobile phone text messages) of the amended guidelines, grounds for amendment, and the date when amended guidelines are applied, along with current guidelines for the calculation and payment of bonuses, by no later than three month prior to the date when amended guidelines are applied: Provided, That the guidelines for the calculation and payment of bonuses may be amended immediately if the amendment is beneficial to all multi-level marketing salespersons or door-to-door salespersons under sponsorship or if all multi-level marketing salespersons or door-to-door salespersons under sponsorship consent thereto.

(2) Notice under paragraph (1) by using e-mail or mobile phone text messages shall be limited to multi-level marketing salespersons or door-to-door salespersons under sponsorship who have given express consent to notification by e-mail or mobile phone text messages in advance.

(3) If it is impossible to give notice under paragraph (1) individually to a multi-level marketing salesperson or door-to-door salesperson under sponsorship because his/her address is unknown or due to any similar cause, such notice under paragraph (1) may be substituted by publishing the notice under paragraph (1) through the inhouse newsletter or by posting such notice on the homepage for not less than one month.

Article 33 (Level of Imposition of Obligations)

"The amount specified by Presidential Decree" in Article 24 (1) 4 of the Act (including where the aforesaid provisions shall apply mutatis mutandis pursuant to Article 29 (3) of the Act) means any of the following amounts, which shall not exceed 50,000 won per year in total:

1. Admission fee or the fee for renewal of the membership of a multi-level marketing salesperson or door-to-door salesperson under sponsorship: 10,000 won. The admission fee or renewal fee in such cases shall not exceed expenses actually paid by a business entity engaging in multi-level marketing or door-to-door sales under sponsorship for admission or renewal;
2. Where an obligation to purchase sales aids is imposed: 30,000 won per year, per multi-level marketing salesperson or door-to-door salesperson under sponsorship. In such cases, the amount collected from a multi-level marketing salesperson or door-to-door salesperson under sponsorship as the price for sales aids shall not exceed expenses incurred by the business entity engaging in multilevel marketing or door-to-door sales under sponsorship in providing such sales aids (or the market price, if such expenses exceed an amount equivalent to the market price of such sales aids);
3. Where an obligation to undergo education is imposed: Education shall be limited to education on compliance with statutes for consumer protection, etc. or education on other curricula specified by the Fair Trade Commission, and the education fee shall not exceed 30,000 won per year, per multi-level marketing salesperson or door-to-door salesperson under sponsorship. The education fee collected in such cases shall not exceed actual expenses.

Article 37 (Standards for Amount and Period of Recurring Transactions or Transactions for Soliciting Business)

"The amount and period specified by Presidential Decree" in the main body of Article 30 (1) of the Act shall be 100,000 won and three months respectively: Provided, That the amount in transactions for soliciting business shall be 300,000 won, regardless of the period.

THE ENFORCEMENT RULE OF DOOR-TO-DOOR SALES, ETC. ACT [Enforcement Date 01. Jan, 2014.] [Ordinance of the Prime Minister No.1060, 31. Dec, 2013., Partial Amendment]

THE ENFORCEMENT RULE OF DOOR-TO-DOOR SALES, ETC. ACT [Enforcement Date 01. Jan, 2014.] [Ordinance of the Prime Minister No.1060, 31. Dec, 2013., Partial Amendment]

Article 1(Purpose)

The purpose of this Act is to prescribe "Door-To-Door Sales, Etc Act", and matters delegated by the Act and those necessary for the enforcement thereof.

Article 2(Place of Business)

"Place of business prescribed by ordinance of the Prime Minister" under Article 2 (1) 2 of the "Door-To-Door Sales, Etc Act"(hereinafter referred to as "The Act"), refers to the following place, regardless of what they're called such as sales office, agency, branch, local office, etc.

1. It's required to continue business for more than 3 months in a fixed place of his/her own or rented or occupied under permission. However, those period for not being able to do business don't count due to inevitable reasons such as natural disaster, etc.
2. It's required to have facilities for sales
3. It's required to allow for consumers to visit at their will during business.

4. It's required to maintain condition where consumers can choose goods or service (hereinafter referred to as "goods, etc") at their will in place of business.

Article 3(Inviting Methods of Subscription)

"the methods prescribed by ordinance of the Prime Minister" under the Article 2(3) of the Act are one of the followings.

1. To bring consumers from other places to the place of business together by means of solicitation, etc.
2. To make consumers visit to the place of business by means of providing free or low priced goods without noticing purpose of selling main goods, etc.
3. To make consumers visit to the place of business by means of soliciting for selling or providing goods under absolute better conditions which other consumers cannot enjoy.

Article 9(Methods of Drawing Up a List of Door-To-Door Salesman, etc)

- ① The list of door-to-door salesman and telemarketer (hereinafter referred to as "door-to-door salesman", etc.) pursuant to Article 6(1) and Article 29 (3) of the Act or support door-to-door salesman shall include name, birthday, address and contact number(Including email address if any) of door-to-door salesman, etc. and support door-to-door salesman.
- ② Where door-to-door salesman, etc. or support door-to-door salesman operates a web site, consumers shall be allowed to see easily which door-to-door salesman, etc. or support door-to-door salesman belongs to which door-to-door distributor, etc. or support door-to-door distributor.

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	จอมพล ภัยลี
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2543	ปริญญาตรีเศรษฐศาสตรบัณฑิต สาขาการเงิน มหาวิทยาลัยรามคำแหง
พ.ศ. 2547	ปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการคลัง มหาวิทยาลัยรามคำแหง
พ.ศ. 2555	ปริญญาตรีนิติศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ประวัติการทำงาน	
ปัจจุบัน	นิติกรปฏิบัติการ กองกฎหมายและคดี สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค