

รูปแบบการกำกับดูแลธุรกิจขายตรงเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค

Direct Sales Business Supervisory Models for Consumers Protection

ภูเชษฐ์ เฝดิมปราชน / Phuchet Padermprach

มหาวิทยาลัยศรีปทุม / Sripatum University, Thailand

E-mail: evo168hq@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) มาตรการการกำกับดูแลธุรกิจขายตรงเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค 2) ปัญหาและผลกระทบที่เกิดจากมาตรการการกำกับดูแลธุรกิจขายตรงเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค 3) กำหนดรูปแบบการกำกับดูแลธุรกิจขายตรงเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค 4) ความสัมพันธ์ระหว่างมาตรการการกำกับดูแลธุรกิจขายตรงกับรูปแบบธุรกิจขายตรง 5) มาตรการการกำกับดูแลธุรกิจขายตรงที่ส่งผลต่อรูปแบบธุรกิจขายตรง ตัวอย่างได้แก่ สมาชิกบริษัทขายตรงในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล เจ้าหน้าที่รัฐที่เกี่ยวข้อง สำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค ผู้นำและผู้บริหารในบริษัทขายตรง ผลการวิจัย พบว่า มาตรการการกำกับดูแลธุรกิจขายตรง ด้านความเข้มงวดในการบังคับใช้กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค และด้านการประชาสัมพันธ์จากภาครัฐโดยภาพรวม ตัวอย่างมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ปัญหาและผลกระทบที่เกิดจากมาตรการการกำกับดูแลธุรกิจขายตรง โดยภาพรวม ตัวอย่างมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก รูปแบบการกำกับดูแลธุรกิจขายตรง ควรมีความร่วมมือกันระหว่าง 6 หน่วยงาน ได้แก่ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานตรวจเงินแผ่นดิน สำนักงานตำรวจแห่งชาติ สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง สำนักงานป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน และกรมสอบสวนคดีพิเศษ เพื่อบูรณาการแก้ไขปัญหา และกำกับดูแล โดยจัดตั้งเป็นหน่วยงานขึ้นโดยเฉพาะ ผลการหาค่าความสัมพันธ์ของ Pearson พบว่า มาตรการการกำกับดูแลธุรกิจขายตรง ด้านความเข้มงวดในการบังคับใช้กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค ด้านการประชาสัมพันธ์จากภาครัฐ และปัญหาและผลกระทบที่เกิดจากมาตรการการกำกับดูแลธุรกิจขายตรง มีความสัมพันธ์กับรูปแบบธุรกิจขายตรง ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ จะเห็นว่า ปัจจัยทั้งสอง มีความสัมพันธ์กับรูปแบบธุรกิจขายตรง ในระดับต่ำ เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวพยากรณ์ พบว่า มีเพียงปัจจัยมาตรการการกำกับดูแลธุรกิจขายตรงเท่านั้นที่ไม่สามารถพยากรณ์รูปแบบธุรกิจขายตรงได้ ส่วนปัจจัยปัญหาและผลกระทบที่เกิดจากมาตรการ การกำกับดูแลธุรกิจขายตรงสามารถพยากรณ์รูปแบบธุรกิจขายตรงได้

คำสำคัญ: ธุรกิจขายตรง, รูปแบบการกำกับดูแล, การคุ้มครองผู้บริโภค

Abstract

This research aim to 1) Measure direct sales business supervisory for consumers protection 2) Problems and the effects of government oversight direct sales for consumers protection 3) Determine the regulatory direct sales for consumers protection 4) The relationship between the problem and impact of measure direct sales business supervisory and direct sales business model 5) Regulatory measures affecting direct sales business supervisory and direct sales business model. The samples were Member of the direct sales company in Bangkok and its vicinity, State officials concerned. Bureau of Consumer Protection, Leaders and Executives in the direct sales business. The result show that; Measure direct sales business supervisory, the strict enforcement of consumer protection laws and the publicity from the government overall opinions on many levels. The sample is at a high level. Problems and the effects of government oversight direct sales business

for consumers protection by the overall sample opinions on many levels. The direct sales business model should be a partnership between six agencies, including the Office of Consumer Protection Board, Office of the Auditor General of Thailand, National Police, Fiscal Policy Office, Anti-Money Laundering Office and Department of Special Investigation to integrate the solutions and oversight direct sales business by establishment of a specialized agency to oversee. Results for the correlation of Pearson found that regulatory measures direct sales business, The strict enforcement of consumer protection laws, The government public release, The problems and The impact of regulatory measures for direct sales business were associate with the business model of direct sales business. Results of multiple linear regression analysis to see how these two factors, the factors and the impact of the measures oversight of direct sales business model is able to predict.

Keywords: Direct Sales, Governance, Consumer Protection

บทนำ

การจัดการภาครัฐ โดยสำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค เป็นหน่วยราชการที่ให้ความคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค โดยเป็น ผู้ควบคุมและกำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจในการเสนอขายสินค้าและบริการต่างๆ ต่อประชาชน ผู้ประกอบธุรกิจการค้า ได้นำวิชาการทางการตลาดและการโฆษณามาใช้ในการส่งเสริมการขายสินค้าและบริการ ซึ่งการกระทำดังกล่าว ทำให้ผู้บริโภคไม่อยู่ในฐานะที่ทราบภาวะตลาด และความจริงที่เกี่ยวกับคุณภาพและราคาของสินค้าต่างๆ ได้อย่างถูกต้อง และทันทั่วถึง นอกจากนั้นในบางกรณีแม้จะมีกฎหมายให้ความคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคโดยการกำหนดคุณภาพ และราคาของสินค้า ซึ่งหากมีการร้องเรียนต่อสำนักงานคุ้มครองผู้บริโภคหรือฟ้องร้องต่อศาล ผู้บริโภคย่อมจะเสียเวลาและค่าใช้จ่าย ซึ่งอาจเป็นการไม่คุ้มค่า หรือผู้ประกอบการธุรกิจโฆษณาได้มีการโฆษณาเกินความเป็นจริง ทำให้ผู้บริโภคหลงเชื่อ เกิดความเข้าใจผิด และเกิดความเสียหายตามมา และอาจมีการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค การกระทำเช่นนี้ทำให้เกิดความเสียหาย แก่ผู้บริโภคในด้านเศรษฐกิจและสังคม สมควรจะมีกฎหมายให้ความคุ้มครอง สิทธิของผู้บริโภค เป็นการทั่วไป โดยกำหนดหน้าที่ของผู้ประกอบธุรกิจ การค้าและผู้ประกอบธุรกิจโฆษณาต่อผู้บริโภคเพื่อให้ความเป็นธรรมตามสมควรแก่ผู้บริโภค

การขายตรงเป็นวิธีการจัดจำหน่ายสินค้ารูปแบบหนึ่งในการทำธุรกิจซื้อขายสินค้า ซึ่งเป็นการซื้อขายตามกฎหมาย ลักษณะซื้อขาย แต่เนื่องจากการขายตรงมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากการขายในกรณีทั่วไปหลายประการซึ่งจาก ลักษณะเฉพาะของการขายตรงนั้น นำมาซึ่งปัญหา และความไม่เป็นธรรมแก่ทั้งผู้ขายตรงและผู้บริโภค ธุรกิจขายตรง ในกระแสโลกาภิวัตน์ ส่งผลให้การประกอบอาชญากรรมด้านการทำธุรกิจ ได้มีการปรับเปลี่ยน และมีการพัฒนารูปแบบ การกระทำความผิดเพิ่มมากขึ้น โดยนำไปสู่การดำเนินการในลักษณะอาชญากรรมระหว่างประเทศได้ ซึ่งมีเป้าหมายให้ ได้มาซึ่งกำไรหรือรายได้เช่นเดียวกับองค์กรธุรกิจ รายได้จากการประกอบอาชญากรรมหรือเงินที่ได้จากอาชญากรรมนี้ จะส่งผลกระทบต่อประชาชนในประเทศจำนวนมากและมีผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจ สังคม การเมือง ของประเทศ ตามลำดับ จึงต้องมีมาตรการทางกฎหมายที่จะป้องกันการทำธุรกิจผิดกฎหมายหรือดำเนินกิจกรรมอื่นๆ โดยที่ ประชาคมโลกตระหนักถึงภัยคุกคามจากองค์กรอาชญากรรมข้ามชาติและการฟอกเงิน รวมถึงความยากลำบากในการ บังคับใช้กฎหมายกับองค์กรอาชญากรรม จึงร่วมกันคิดค้นมาตรการพิเศษในการป้องกันและปราบปราม โดยจัดทำ อนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการต่อต้านองค์กรอาชญากรรมข้ามชาติ ค.ศ.2000 ซึ่งประเทศไทยได้ลงนามใน อนุสัญญาดังกล่าว และมีพันธะที่จะต้องปรับแก้กฎหมายภายในให้สอดคล้องกับอนุสัญญา จึงมีปัญหว่า พระราชบัญญัติป้องกัน และปราบปรามการฟอกเงิน พ.ศ.2542 เป็นกฎหมายฟอกเงินโดยตรงของไทยเพียงพอที่จะ รองรับตามพันธกรณีตามอนุสัญญาหรือไม่

เมื่อธุรกิจขายตรงได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในภาคธุรกิจ จะเห็นได้ว่ามีผู้ประกอบการจำนวนมากได้เปลี่ยนรูปแบบ การจำหน่ายสินค้าแบบปกติมาเป็นการจำหน่ายแบบขายตรงหรือการตลาดแบบตรง ปัญหาที่เกิดขึ้น คือ มีผู้ประกอบการจำนวนหนึ่งอาศัยช่องโหว่ทางกฎหมาย จัดจำหน่ายสินค้าที่ด้อยคุณภาพผ่านทางบริษัทขายตรง และอีกจำนวนหนึ่งเป็นการหลอกลวงประชาชนให้เข้าร่วมธุรกิจ โดยไม่ได้มีสินค้าจำหน่ายหรือหลอกลวงให้ร่วมลงทุน ผู้ประกอบการ ขายตรงที่ปฏิบัติถูกต้องตามระเบียบของสำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค ต้องเสื่อมเสียและขาดความไว้วางใจจากประชาชน เพราะมีผู้ประกอบการจำนวนหนึ่งที่ต้องการหลอกลวงประชาชน ใช้รูปแบบการจำหน่ายหรือชักชวนคนเข้าร่วมธุรกิจขายตรง โดยการโฆษณาชวนเชื่อหรือหลอกลวงประชาชนเข้าร่วมธุรกิจขายตรง ผ่านสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เว็บไซต์จัดหางาน และอีเมล โดยที่สำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค ไม่สามารถจะควบคุมดูแลได้ทั่วถึง ส่งผลให้มีประชาชนจำนวนมาก เสียหายทรัพย์สินเงินทอง หรือมีอันตรายต่อสุขภาพเนื่องจากใช้สินค้าด้อยคุณภาพดังกล่าว ปัญหาเหล่านี้ทำให้เศรษฐกิจของประเทศเสียหาย เพราะผู้ประกอบการเหล่านี้บางส่วนเป็นบริษัทต่างชาติ เมื่อได้เงินจำนวนหนึ่งก็ได้ปิดบริษัทหรือย้ายที่ทำการหลบหนีไป

การทำงานของสำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งมีขอบเขตความรับผิดชอบมากมายหลายด้าน ทำให้การควบคุมหรือกำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจอาจล่าช้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง ซึ่งมีอยู่จำนวนมาก ปัจจุบันมี ผู้ประกอบการธุรกิจได้รับอนุญาตจดทะเบียนประกอบธุรกิจขายตรง จำนวน 856 ราย การตลาดแบบตรง 197 ราย (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค, ออนไลน์, 2556 ก) แต่ยังมีผู้ประกอบการธุรกิจอีกจำนวนมาก ยังไม่ได้รับใบอนุญาต ทำให้เปิดช่องว่างให้ผู้ประกอบธุรกิจบางรายใช้เป็นข้ออ้างในการทำธุรกิจขายตรงและหลอกลวงประชาชน ทำให้ผู้บริโภคสูญเสียทรัพย์สินอันเนื่องมาจากการหลงเชื่อข้อความโฆษณาที่อวดอ้างหรือบริบทสินค้าที่ด้อยคุณภาพ ไม่ได้มาตรฐาน ทำให้เกิดอันตรายถึงแก่ชีวิต และจากการศึกษาวิจัยของ วรวิญญู วงศ์พินทุ (2550) ที่ศึกษาเกี่ยวกับมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจขายตรงอาหารเสริม ผลการศึกษาพบว่า มาตรการทางกฎหมายที่มีอยู่ในปัจจุบัน ไม่อาจคุ้มครองและครอบคลุมปัญหาต่างๆ ของผู้บริโภคในปัจจุบันทั้งหมดได้ โดยปัญหาที่เกิดขึ้นอาจเกิดจากตัวบทกฎหมายและมาตรการบังคับใช้ ไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ หรือเกิดจากการขัดแย้งกันทางกฎหมายเนื่องจากธุรกิจขายตรงอาหารเสริมเกี่ยวข้องกับกฎหมายหลายฉบับ บางครั้งกฎหมายที่เกี่ยวข้องโดยตรงยังไม่ชัดเจน ต้องใช้กฎหมายหลายฉบับมาปรับใช้จนอาจขัดแย้งกันได้ นอกจากนั้นความรัดกุมของกฎหมายอาจทำให้เกิดปัญหาในการปฏิบัติ และกฎหมายที่มีอยู่ไม่มีบทลงโทษที่เข้มงวดกับผู้จำหน่ายตรง เป็นเหตุให้ผู้จำหน่ายตรงอาจกระทำความผิดไปจากกฎหมายที่กำหนดไว้ อีกทั้งเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องอาจไม่เข้าใจกฎหมายหรือพระราชบัญญัติต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพียงพอ เพราะไม่ได้ศึกษาโดยตรง ทำให้เกิดความเสียหายหลายประการได้ นอกจากนั้นเจ้าหน้าที่รัฐยังไม่เข้มงวดบังคับควบคุม ดำเนินคดีกับผู้ประกอบการขายตรงอาหารเสริมอย่างจริงจังเด็ดขาดเมื่อเกิดการกระทำผิด

ด้วยเหตุผลดังกล่าวจึงทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาเรื่อง รูปแบบการกำกับดูแลธุรกิจขายตรงเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค ทั้งนี้ เพื่อหามาตรการการกำกับดูแลธุรกิจขายตรงที่เหมาะสมและสามารถคุ้มครองผู้บริโภคให้ได้รับความเป็นธรรม มากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังพบว่างานวิจัยที่เกี่ยวกับเรื่องธุรกิจขายตรงที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลและการคุ้มครองผู้บริโภค มีจำนวนไม่มากนัก การวิจัยครั้งนี้จึงเป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยชี้แนะและแบ่งเบาภาระให้กับสำนักงานคุ้มครองผู้บริโภคและภาคเอกชน ต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษามาตรการการกำกับดูแลธุรกิจขายตรงเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค
2. เพื่อศึกษาปัญหาและผลกระทบที่เกิดจากมาตรการการกำกับดูแลธุรกิจขายตรงเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค
3. เพื่อศึกษารูปแบบการกำกับดูแลธุรกิจขายตรงเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างมาตรการการกำกับดูแลธุรกิจขายตรง ปัญหาและผลกระทบที่เกิดจากมาตรการการกำกับดูแลธุรกิจขายตรง กับรูปแบบธุรกิจขายตรง

5. เพื่อศึกษามาตรการการกำกับดูแลธุรกิจขายตรง ปัญหาและผลกระทบที่เกิดจากมาตรการการกำกับดูแลธุรกิจขายตรงที่ส่งผลต่อรูปแบบธุรกิจขายตรง

การทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้ทำการวิจัยได้ทบทวนทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาปรับใช้กับการกำหนด กรอบแนวคิด และการสร้างเครื่องมือในการศึกษาวิจัย โดยได้แบ่งเป็นแนวคิดเกี่ยวกับระบบขายตรง แนวคิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค แนวคิดการนำนโยบายไปปฏิบัติ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับระบบขายตรง

การขายตรง หมายถึง การทำตลาดสินค้าอุปโภคบริโภคในลักษณะของการนำเสนอขายแบบบุคคลต่อบุคคล ซึ่งห่างจากที่ตั้งร้านค้าปลีกถาวร โดยบริษัทผู้ประกอบการนำเสนอโอกาสทางธุรกิจให้กับนักขายตรงอิสระ (สมาคมการขายตรงไทย, ออนไลน์, 2556 ข)

รูปแบบการขายตรงมี 2 แบบ คือ (วิทยาลัยอาชีวศึกษาลำปาง, ออนไลน์, 2556)

- 1) การขายตรงแบบชั้นเดียว หมายถึง การขายสินค้าไปยังผู้บริโภคโดยตรง ณ ที่อยู่อาศัยที่ทำงาน หรือที่อื่นๆ หลังจากการขายสินค้าแล้วยังมีข้อเสนอเพิ่มอีกว่า หากผู้ซื้อสมัครเป็นสมาชิกของบริษัทก็จะได้รับส่วนลดจากยอดซื้อสินค้าอีกด้วย
- 2) การขายตรงแบบหลายชั้น (Multi Level Marketing หรือ MLM) การขายตรงแบบหลายชั้นเป็นการขายตรงที่แตกต่างออกไปจากการขายตรงแบบชั้นเดียว กล่าวคือเป้าหมายของการตรงแบบชั้นเดียวนั้นเพียงต้องการที่จะทำยอดขายให้ได้สูงสุด ส่วนการขายตรงแบบหลายชั้นนั้นมีเป้าหมายที่ลึกกว่า คือมีเป้าหมายทั้งต้องการยอดขายและมิตรภาพจากผู้ซื้อหรือผู้ใช้สินค้า เพื่อต้องการให้ผู้ซื้อสินค้านั้นกลายเป็นผู้ขายสินค้าเสียเอง

มาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจขายตรง

ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ในประเทศไทยได้แยกกรณีการใช้สิทธิเลิกสัญญาเป็น 2 กรณี คือ

- 1) กรณีคู่สัญญาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งไม่ชำระหนี้ตาม มาตรา 387 ถึง มาตรา 388
- 2) กรณีการชำระหนี้ตกเป็นพ้นวิสัย มาตรา 389 บทบัญญัติของประมวลแพ่ง และพาณิชย์ มาตรา 386 ถึง มาตรา 389 ยังไม่เพียงพอในการคุ้มครองผู้ซื้อในการเลิกสัญญา

ประมวลกฎหมายอาญา มีอยู่ 3 มาตรา คือ

- 1) ความรับผิดฐานขายของโดยหลอกลวง มาตรา 271
- 2) ความรับผิดฐานฉ้อโกง มาตรา 341 (สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี, 2499: 155)
- 3) ความรับผิดฐานฉ้อโกงประชาชน มาตรา 343 (สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี, 2499: 156)

พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ.2545

มาตรา 19 ห้ามมิให้ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงและผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงดำเนินกิจการในลักษณะที่เป็น การชักชวนให้บุคคลเข้าร่วมเป็นเครือข่ายในการประกอบธุรกิจขายตรงหรือในการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง โดยตกลงว่าจะให้ผลประโยชน์ตอบแทนจากการหาผู้เข้าร่วมเครือข่ายดังกล่าวซึ่งคำนวณจากจำนวนผู้เข้าร่วมเครือข่ายที่เพิ่มขึ้น มาตรา 46 ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา 19 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินห้าปี และปรับไม่เกินห้าแสนบาท

แนวคิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค

วิโรจน์ ก่อสกุล (2550) กล่าวว่า แนวคิดทางกฎหมายของไทยตั้งอยู่บนรากฐานของหลักการที่ว่า เป็นหน้าที่ของรัฐ ที่จะต้องให้ความคุ้มครอง ป้องกันภัยอันตรายที่เกิดขึ้นแก่ชีวิต ร่างกาย เสรีภาพ ชื่อเสียง หรือทรัพย์สินของประชาชน รัฐในฐานะผู้ปกครองจึงไม่อาจปฏิเสธความรับผิดชอบดังกล่าวได้ ซึ่งหลักการดังกล่าว คล้ายกับหลักการของหลายประเทศซึ่งประชาชนมีความคิดว่าเป็นหน้าที่ของรัฐ หรือผู้ปกครองต้องดูแลประชาชนของตน โดยรัฐมีหน้าที่ต่างๆ ที่เกี่ยวกับการดูแลสังคม และประชาชนให้ได้รับความปลอดภัยในการดำรงชีวิต ในการประกอบอาชีพ ดังปรากฏอยู่ใน

กฎหมายหลายฉบับด้วยกัน ได้แก่ รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ลักษณะ ชื้อขาย และกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งเป็นกฎหมายที่ให้ความคุ้มครองแก่ผู้บริโภคโดยตรง เหตุผลที่รัฐธรรมนูญได้บัญญัติถึงสิทธิของผู้บริโภคไว้เนื่องจาก ประชาชนส่วนใหญ่ในฐานะผู้บริโภค ไม่สามารถหลีกเลี่ยงผลกระทบอันเกิดจากการบริโภคได้ เนื่องจากความมีฐานะไม่เท่าเทียมกันกับผู้ผลิต ทำให้ผู้บริโภคตกอยู่ในฐานะที่เสียเปรียบ ดังนั้น เพื่อให้ประชาชนในฐานะผู้บริโภคมีสิทธิได้รับการคุ้มครอง รัฐธรรมนูญจึงจัดให้มีองค์การอิสระที่ประกอบด้วย ตัวแทนผู้บริโภคที่จะมาทำหน้าที่ให้ความเห็นในการตรากฎ ข้อบังคับ และกำหนดมาตรการต่างๆ เพื่อคุ้มครองผู้บริโภค และมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทาง และแนวทางเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคของตนเองให้พ้นจากการเอาเปรียบของผู้ประกอบการผลิต หรือจำหน่ายสินค้า หรือบริการที่ไม่เป็นธรรม ซึ่งเป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชน มีส่วนร่วมในระบบการเมืองมากขึ้น (บวรศักดิ์ อุวรรณโณ, 2547)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วิลาสินี อัครวิบุรณ์ (2550) ศึกษาเรื่อง มาตรการทางกฎหมายในการคุ้มครองผู้บริโภคในธุรกิจขายตรง: ศึกษากรณีอันมีลักษณะเป็นแชร์ลูกโซ่ พบว่า ปัจจุบันธุรกิจขายตรงมีการขยายตัว และได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง แต่เนื่องจากวิธีการขายสินค้า หรือบริการที่มีลักษณะเข้าถึงตัวผู้บริโภคทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจบางรายอาศัยโอกาสในการกระทำความผิดกฎหมาย โดยการนำเอาธุรกิจขายตรงที่มีสินค้าหรือบริการมาบังหน้า ทั้งๆ ที่ตนเองไม่ได้มีวัตถุประสงค์ในการขายสินค้า หรือบริการอย่างแท้จริง หากแต่ต้องการที่จะหาคนมาสมัครสมาชิก เพื่อจะได้ระดมเงินจากประชาชนอันมีลักษณะเป็นแชร์ลูกโซ่อย่างหนึ่งซึ่งมีความผิดกฎหมาย

กฎหมายที่ใช้บังคับและควบคุมการกระทำความผิดขายตรงแอบแฝงนั้นมีอยู่หลายฉบับ แต่กฎหมายดังกล่าว ก็ยังมีปัญหาในเรื่องการไม่ครอบคลุมของกฎหมายที่ผู้กระทำผิดหลีกเลี่ยงความผิด และปัญหาเกี่ยวกับขอบเขตอำนาจหน้าที่ของหน่วยงานที่แตกต่างกัน ทำให้เกิดความผิดลักษณะนี้ไม่อยู่ในความรับผิดชอบของหน่วยงานที่จะดำเนินการตามกฎหมายได้ทุกฉบับ และการประสานงานกับหน่วยงานอื่นยังไม่เกิดผลเป็นรูปธรรม อีกทั้ง หลักการในกระบวนการพิจารณาคดีในประเทศไทยยังไม่สอดคล้องกับคดีที่มีความสลับซับซ้อน และมีผู้เสียหายจำนวนมาก ทำให้การดำเนินคดีกับผู้กระทำผิดเป็นไปด้วยความลำบากในการรวบรวมพยานหลักฐานให้มีน้ำหนักพอที่จะฟ้องว่าจำเลยกระทำความผิดจริง

วิธีดำเนินการวิจัย

รูปแบบการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้ระยะเวลาการศึกษาระหว่างเดือน ตุลาคม พ.ศ.2556-มีนาคม พ.ศ.2557 ใช้ระเบียบแบบแผนวิธีวิจัยเชิงผสม (Mixed Methods Research) โดยนำวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และ เชิงคุณภาพ (Qualitative Research) (วิโรจน์ สารรัตนะ, 2550: 7) กล่าวคือ ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณก่อนเพื่อให้ได้ข้อมูลในภาพกว้างของชุดตัวแปรที่ส่งผลต่อกัน โดยการสอบถามความคิดเห็นและนำเสนอผลการวิเคราะห์แบบสถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) (วิชิต อุ่อ้น และอำนาจ วังจิ้น, 2550: 67) จากนั้นจึงใช้วิธีการวิจัย เชิงคุณภาพโดยการเก็บข้อมูลเอกสาร (Document Research) และใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) เป็นการสัมภาษณ์แบบมีจุดหมายชัดเจน มีรูปแบบโครงสร้างคำถามและคำถามปลายเปิดสำหรับเจาะลึกในประเด็น ที่น่าสนใจ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่นำเชื่อถือมีน้ำหนัก ในการนำข้อมูลไปสู่การวิเคราะห์เพิ่มมากขึ้น ข้อมูลที่ได้จากการวิจัย ทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพเป็นการตอบคำถามการวิจัยตามวัตถุประสงค์ทั้ง 5 ข้อ

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการลงรหัส (Coding) และนำมาประมวลผลข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ซึ่งได้ใช้สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยการหาค่าความสัมพันธ์ของเพียร์สัน และการวิเคราะห์การถดถอย เชิงเส้นแบบพหุ

ผลการวิจัย

1) ข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีสถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 15,001-20,000 บาท และส่วนใหญ่ มีระยะเวลาเป็นสมาชิกขายตรงน้อยกว่า 1 ปี

2) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับมาตรการการกำกับดูแลธุรกิจขายตรง ด้านความเข้มงวดในการบังคับใช้กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค พบว่า โดยภาพรวม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า ตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อมาตรการการกำกับดูแลธุรกิจขายตรงในระดับมากที่สุด ด้านผู้บังคับใช้กฎหมายขาดความรู้และความเข้าใจในธุรกิจขายตรง และตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อมาตรการการกำกับดูแลธุรกิจขายตรงในระดับมาก ด้านช่องว่างของกฎหมายที่ทำให้ผู้กระทำผิดสามารถรอดพ้นจากคดีความได้ ซึ่งสอดคล้องกับความเห็นของ นิติพนธ์ วุฒินุณยสิทธิ พนักงานสอบสวนผู้ชำนาญการ กองบังคับการปราบปรามการกระทำผิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค ให้ความเห็นเกี่ยวกับช่องว่างของกฎหมายที่ทำให้ผู้กระทำผิดสามารถรอดพ้นจากคดีความได้ว่า ควรเร่งรัดให้มีกฎหมายต่างๆ ที่จำเป็นต่อการคุ้มครองผู้บริโภค เช่น การฟ้องร้องเป็นกลุ่มบุคคล ความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์และบริการ รองลงมา คือ ด้านการเสียโอกาสของผู้บริโภคที่เกิดจากการบังคับใช้กฎหมายล่าช้า ด้านการปรับปรุงแก้ไขกฎหมาย กฎขององค์กร สุวรรณวงศ์ ให้ความเห็นเกี่ยวกับการปรับปรุงกฎหมายว่า เนื่องจากกฎหมายที่ใช้ยังมีหลายฉบับไม่มีความทันสมัยเพียงพอ กอปรกับการกำหนดบทลงโทษไม่รุนแรง ทำให้มีผู้ประกอบการจำนวนมากไม่เกรงกลัวต่อกฎหมาย การให้อำนาจเจ้าหน้าที่ที่ยังไม่เต็มที่ ทำให้การสืบสวนสอบสวนและการระงับการกระทำ ความผิดทำได้ยากและล่าช้า

ส่วนมาตรการการกำกับดูแลธุรกิจขายตรง ด้านการประชาสัมพันธ์จากภาครัฐโดยภาพรวม ตัวอย่างมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า ตัวอย่างมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ด้านการประชาสัมพันธ์ในบางเรื่องไม่สามารถสื่อสารถึงผู้บริโภค

3) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและผลกระทบที่เกิดจากมาตรการการกำกับดูแลธุรกิจขายตรง พบว่า โดยภาพรวม ตัวอย่างมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า ตัวอย่างมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทั้งหมด ด้านขั้นตอนที่ยุ่งยากซับซ้อนในการขอออกใบอนุญาต กฎขององค์กร สุวรรณวงศ์ ได้ให้ความเห็นในขั้นตอนที่ยุ่งยากซับซ้อนในการขอออกใบอนุญาตว่า ควรแก้ไขระเบียบการขอออกใบอนุญาตให้มีการยื่นขอให้เบ็ดเสร็จในหน่วยงานเดียว เพื่อความรวดเร็ว รองลงมา คือ ด้านความรวดเร็วในการออกใบอนุญาต ส่วนด้านหน่วยงานภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องของผลกระทบกันในการบริการ เนื่องจากหน่วยงานภาครัฐมีความรับผิดชอบและหน้าที่ต่างกัน แต่ในบางกรณี อาจต้องมีการทำงานร่วมกัน เมื่อมีเหตุที่จะต้องทำงานร่วมกันจึงเกิดปัญหาหน่วยงานใดจะเป็นผู้รับผิดชอบโดยตรง เพราะแต่ละหน่วยงานก็จะปายเบี่ยง หรือแย่งกันรับเรื่องดังกล่าว ทำให้เกิดช่องว่างในการให้บริการ

4) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการกำกับดูแลธุรกิจขายตรง พบว่า โดยภาพรวม ตัวอย่างมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า ตัวอย่างมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ด้านการขายตรงแบบหลายชั้น ศักดา ชาญวณิชชัช ให้ความเห็นว่า แผนธุรกิจที่เอามาใช้ในการขายตรงหลายชั้นในปัจจุบันมีหลายรูปแบบมาก ซึ่งมีการพัฒนาอยู่ตลอดเวลา ทำให้ความเข้าใจในธุรกิจบางครั้งคลาดเคลื่อน ส่วนทางด้าน กฎขององค์กร สุวรรณวงศ์ มีความเห็นว่า ในปัจจุบัน มีผู้ประกอบการจำนวนหนึ่ง เห็นจุดดีของการทำธุรกิจขายตรงหลายชั้น และได้มีการออกแบบธุรกิจที่ผิดต่อกฎหมาย และอาศัยการทำการตลาดแบบขายตรงหลายชั้น มาเป็นช่องทางในการหลอกลวงผู้บริโภคให้หลงเชื่อ โดยหลอกให้ซื้อสินค้าจำนวนมากๆ หรือหลอกให้มาลงทุนด้วยเงินจำนวนมากๆ ทำให้เกิดผู้เสียหายเป็นวงกว้างและเข้าใจการทำธุรกิจขายตรงหลายชั้นแบบผิดๆ และมีผู้ประกอบการบางรายมีการนำเสนอการรับรายได้แบบไม่ต้องขายสินค้า เช่น ลงทุนและจะได้ดอกเบี้ยเป็นส่วนแบ่งจากผลกำไร เป็นรายเดือน ซึ่งเป็นการกระทำผิดกฎหมายอย่างชัดเจน เพราะการขายตรงเป็นการขายสินค้า ไม่ใช่การลงทุนเพื่อรับดอกเบี้ยหรือปันผล

กำไร เป็นต้น ซึ่งเราจะเรียกกลุ่มธุรกิจนี้ว่า แคร่ลูกโซ่ รองลงมา คือ ด้านการขายตรงแบบชั้นเดียว ซึ่ง ศักดา ชาญวณิชชัย ให้ความเห็นเกี่ยวกับรูปแบบธุรกิจขายตรง ในการกำกับดูแลเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค ว่า ภาครัฐควรมีการคุ้มครองสิทธิส่วนบุคคลในกรณีที่มีกลุ่มบุคคลขายข้อมูลส่วนตัวไปให้ผู้ประกอบการขายตรง เอาไปใช้ เช่น เบอร์โทรศัพท์ อีเมล เป็นต้น ซึ่งผู้ประกอบการจะเอาข้อมูลดังกล่าวไปให้ผู้ขายตรง ทำให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญใจเพราะมีการโทรศัพท์ติดต่อมาไม่ขาดสาย

รูปแบบการกำกับดูแลธุรกิจขายตรง ควรมีความร่วมมือกันระหว่าง 6 หน่วยงาน ได้แก่ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน สำนักงานตำรวจแห่งชาติ สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง สำนักงานป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน และกรมสอบสวนคดีพิเศษ เพื่อบูรณาการแก้ไขปัญหา และกำกับดูแลธุรกิจขายตรง โดยจัดตั้งเป็นหน่วยงานขึ้นโดยเฉพาะเพื่อกำกับดูแลธุรกิจขายตรง

5) ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัญหาและผลกระทบที่เกิดจากมาตรการการกำกับดูแลธุรกิจขายตรง มีความสัมพันธ์กับรูปแบบธุรกิจขายตรง พบว่า ด้านความรวดเร็วในการออกใบอนุญาต ที่ยุ่งยากซับซ้อน และการให้ความร่วมมือหน่วยงานภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ส่งผลโดยตรงกับรูปแบบธุรกิจขายตรง ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของ วิธินศวร์ เนียมมีศรี ที่มีความเห็นว่า ด้านความรวดเร็วในการออกใบอนุญาต ที่ยุ่งยากซับซ้อน และการให้ความร่วมมือหน่วยงานภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ส่งผลโดยตรงกับรูปแบบธุรกิจขายตรง

6) มาตรการการกำกับดูแลธุรกิจขายตรงที่ส่งผลต่อรูปแบบธุรกิจขายตรงโดยการหาความสัมพันธ์ของเพียร์สัน พบว่า มาตรการการกำกับดูแลธุรกิจขายตรง ส่งผลต่อรูปแบบธุรกิจขายตรง และผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ จะพบว่ามาตรการการกำกับดูแลธุรกิจขายตรงไม่สามารถพยากรณ์รูปแบบธุรกิจขายตรงได้ ทั้งนี้ นิติพัฒน์ วุฒิบุญยสิทธิ์ ให้ความเห็นเกี่ยวกับมาตรการการกำกับดูแลธุรกิจขายตรงที่ส่งผลต่อรูปแบบธุรกิจขายตรงว่า ธุรกิจขายตรงในปัจจุบันถูกนำมาใช้ในการขายธุรกิจหลากหลายประเภท ภาครัฐควรมีมาตรการการกำกับดูแลและบทลงโทษอย่างชัดเจน ทั้งในด้านการป้องกัน ป้องปราม และการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อมิให้ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงแอบแฝงและฉวยโอกาส นำเอารูปแบบการทำธุรกิจที่ผิดกฎหมายมาหลอกลวงผู้บริโภค อีกทั้งต้องให้ความรู้ที่ถูกต้องกับผู้บริโภคว่า รูปแบบใดคือธุรกิจขายตรง รูปแบบใดไม่ใช่ธุรกิจขายตรง ในขณะที่ สามารถ เจนชัยจิตรวนิช มีความเห็นว่า ในความเป็นจริงแล้วบริษัทที่ตั้งใจประกอบธุรกิจขายตรงที่ดีจะไม่กระทำการใดอันเป็นการสร้างความเสื่อมเสียชื่อเสียงให้เกิดขึ้นกับองค์กรของตนอย่างแน่นอน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

- 1) ควรมีบทลงโทษผู้กระทำผิดกฎหมายอย่างเข้มงวด
- 2) ควรมีกฎหมายที่ทำให้ผู้กระทำผิดไม่สามารถหาช่องว่างทำให้อุดพ้นคดีความได้
- 3) ควรมีการจัดตั้งหน่วยงานอาสาสมัครเพื่อปกป้องคุ้มครองผู้บริโภค
- 4) ควรมีหน่วยงานภาครัฐในการดูแลและคุ้มครองผู้บริโภคโดยเฉพาะ
- 5) ผู้บังคับใช้กฎหมายควรมีความรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงรูปแบบธุรกิจขายตรง
- 6) ภาครัฐควรมีการประชาสัมพันธ์ที่มีความรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ และสม่ำเสมอ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ภาครัฐควรจัดตั้งหน่วยงานที่กำกับดูแลธุรกิจขายตรงโดยเฉพาะ และต้องมีความคล่องตัว มีอำนาจเบ็ดเสร็จในการจัดการและกำกับดูแลธุรกิจขายตรง มีเอกภาพในการทำงาน

ปัจจุบันธุรกิจขายตรงถือว่ามีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศและเกี่ยวข้องกับประชาชนมากขึ้นเรื่อยๆ สิ่งที่น่ากังวลคือธุรกิจเหล่านี้มีผู้ที่แอบแฝงเข้ามาหาผลประโยชน์ในลักษณะแชร์ลูกโซ่มากขึ้น โดยเฉพาะการใช้ช่องทางออนไลน์ที่เข้าถึงได้ง่าย แม้แต่เจ้าหน้าที่ของรัฐเองได้เข้าไปเกี่ยวข้องกับทั้งโดยตั้งใจและถูกหลอกให้เข้าไปเกี่ยวข้องกับ

กระบวนการที่ไม่สุจริต ซึ่งธุรกิจแชร์ลูกโซ่จึงถูกตั้งข้อสังเกตเป็นภัยอันตรายต่อความมั่นคงของชาติ ดังนั้น ควรมีความร่วมมือกันระหว่าง 6 หน่วยงาน ได้แก่ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานตรวจเงินแผ่นดิน สำนักงานตำรวจแห่งชาติ สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง สำนักงานป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน และกรมสอบสวนคดีพิเศษ เพื่อบริหารจัดการแก้ไขปัญหา รวบรวมหลักฐานและปราบปรามธุรกิจแชร์ลูกโซ่อย่างจริงจัง

ข้อเสนอแนะเพื่อนำนโยบายไปปฏิบัติ

ภาครัฐควรมีการปรับปรุงแก้ไขกฎหมายให้มีบทลงโทษที่รุนแรงขึ้น เพื่อเป็นการป้องปรามผู้ที่กระทำความผิดให้รู้สึกเกรงกลัว อีกทั้งเพื่อลงโทษผู้ที่กระทำความผิดให้หลายจำและเป็นเยี่ยงอย่างให้คนอื่นได้เห็น และนำมาตรการทางกฎหมายอย่างอื่นมาใช้ในการลงโทษนิติบุคคล

ภาครัฐควรกำกับดูแลให้ทั่วถึง ในเรื่องการขอใบอนุญาต ประกอบธุรกิจขายตรง ต้องมีการจดทะเบียนให้ถูกต้องก่อนจึงจะประกอบธุรกิจได้ และแผนการตลาดที่ใช้หนี้ ต้องสามารถจ่ายผลตอบแทนได้จริง ไม่ใช่เป็นแผนการตลาดที่ออกแบบมาเพื่อหลอกลวงผู้บริโภค

ด้านการใช้สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ ภาครัฐควรกำกับดูแลเข้มงวดขึ้น เพราะการโฆษณาในบางครั้งจะเกินกว่าความเป็นจริง ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดได้ง่าย

ข้อเสนอแนะทั่วไป

ภาครัฐควรจัดให้มีการอบรมให้ความรู้กับผู้บริโภคเกี่ยวกับธุรกิจขายตรงที่ถูกต้องเป็นอย่างไร เพื่อไม่ให้ตกเป็นเหยื่อแก่ผู้คิดจะเข้ามาฉวยโอกาสกระทำความผิด และติดตามรูปแบบการกระทำความผิดต่างๆ ที่อาจพัฒนาต่อไปได้

ภาครัฐควรประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคเข้าใจในสิทธิผู้บริโภค อย่างต่อเนื่องและทั่วถึง

เอกสารอ้างอิง

- คณาริพ ทองรวิวงศ์. 2553. มาตรการทางกฎหมายในการคุ้มครองสิทธิในความเป็นอยู่ส่วนตัว: ศึกษากรณีการรบกวนสิทธิในความเป็นอยู่ส่วนตัวโดยธุรกิจขายตรง. วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น.
- บวรศักดิ์ อุวรรณโณ. 2547. การสร้างธรรมาภิบาลในสังคมไทย. กรุงเทพมหานคร: เดือนตุลา.
- วรัญญู วงศ์พินทุ. 2550. มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจขายตรงอาหารเสริม. สารนิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชากฎหมายธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี.
- วิชิต อุ๋น และอำนาจ วังจิ้น. 2550. การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS. กรุงเทพมหานคร: พรินท์ แอทมี.
- วิทยาลัยอาชีวศึกษาลำปาง. 2556. การขายตรง. สืบค้นจาก [lvcl.lampangvc.ac.th/ KM/files/110318099082650_11090115155353.pdf](http://lvcl.lampangvc.ac.th/KM/files/110318099082650_11090115155353.pdf)
- วิโรจน์ ก่อสกุล. 2550. บทบาทภาครัฐและภาคเอกชนในการคุ้มครองผู้บริโภค. คุชฎินิพนธ์ ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขารัฐประศาสนศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วิโรจน์ สารรัตน์. 2550. “การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม: ข้อเสนอกรอบแนวคิดหนึ่งเพื่อการวิจัยเปลี่ยนแปลงและเรียนรู้.” วารสารบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยขอนแก่น 3 (1): 3-22.
- วิลาสินี อัครวิบูรณ์. 2550. มาตรการทางกฎหมายในการคุ้มครองผู้บริโภคในธุรกิจขายตรง: ศึกษากรณีอันมีลักษณะเป็นแชร์ลูกโซ่. วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- สมาคมการขายตรงไทย. 2556ก. จรรยาบรรณธุรกิจขายตรงโลก. สืบค้นจาก www.tdsa.org/upload/จรรยาบรรณFinal.pdf
- สมาคมการขายตรงไทย. 2556ข. ประวัติความเป็นมาของธุรกิจขายตรง. สืบค้นจาก www.tdsa.org/content/71/1/

- สายฝน รัตนภิรมย์. 2552. **นโยบายรัฐในการควบคุมอาชญากรรมแชร์ลูกโซ่ที่แฝงในธุรกิจขายตรง**. วิทยานิพนธ์
นิติศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.
- สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. 2556ก. **งานด้านขายตรงและตลาดแบบตรง**. สืบค้นจาก
www.ocpb.go.th/ewtadmin/ewt/ocpb_web/ewt_news.php?nid=779
- สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. 2556ข. **สคบ. กับการคุ้มครองผู้บริโภค**. พิมพ์ครั้งที่ 16.
กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ.
- สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี. 2499. "ประมวลกฎหมายอาญา." **ราชกิจจานุเบกษา** 73 (95): 155-156.
- Hillier, D. & McColgan, P. 2006. "An Analysis of Changes in Board Structure During Corporate Governance
Reforms." **European Financial Management** 12 (4): 575-607.