

บทที่ 5

บทสรุปและเสนอแนะ

การขายตรงเป็นวิธีการขายปลีกสินค้า หรือกระจายสินค้าโดยช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้ผลิต หรือผู้ประกอบการใช้วิธีนำสินค้าหรือบริการของตนไปสู่ผู้บริโภคคนสุดท้ายโดยมิได้กระทำผ่านร้านค้าทั่ว ๆ ไป แต่จะอาศัยบุคคล (ผู้ขายตรง) เป็นผู้นำสินค้าหรือบริการไปเสนอขายต่อผู้บริโภค ณ สถานที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค หรือสถานที่อื่นใดที่ไม่ใช่สถานประกอบการ ทั้งนี้ การเสนอขายดังกล่าวจะใช้วิธีการนำเสนอด้วยวาจาต่อหน้าผู้บริโภคเป็นสำคัญ ดังนั้นการขายตรงจึงมีวิธีการที่แตกต่างจากการขายปลีกทั่ว ๆ ไป สำหรับรูปแบบของการจ่ายผลตอบแทนให้แก่ผู้ขายตรง และการจัดองค์ประกอบการขายนั้น สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 รูปแบบ คือ การขายตรงแบบขั้นเดียว และการขายตรงแบบหลายขั้น การขายตรงแบบขั้นเดียว ผู้ขายตรงจะไม่มีหน้าที่หาสมาชิก หรือสร้างทีมขายของตนเอง รายได้จะมาจากส่วนแบ่งเปอร์เซ็นต์ของยอดขายที่ผู้ขายตรงขายได้ในแต่ละเดือน ส่วนการขายตรงแบบหลายขั้น ผู้ขายตรงสามารถสร้างทีมขายของตนเองได้ โดยลักษณะการสร้างทีมขาย จะเป็นระดับลดหลั่นกันไป รายได้จะมาจากการขายของตนเองและจากการขายของลูกค้าทีมของตน

สำหรับวิธีการหลอกลวงประชาชนที่แอบแฝงมาในระบบขายตรงและทำให้ธุรกิจขายตรงได้รับผลกระทบในทางลบซึ่งมักเรียกกันว่า แผนการขายแบบปิรามิดนั้น จะมีลักษณะเป็นการระดมเงินนอกระบบ อันเป็นความผิดตามพระราชกำหนดการกักเงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชน ผู้ริเริ่มแผนการขายแบบปิรามิดมักอ้างว่า แผนการขายของตน เป็นแผนการขายตรงแบบหลายขั้น ซึ่งความจริงแล้ว แผนการขายแบบปิรามิดไม่ใช่แผนการขายตรงแบบหลายขั้น ข้อแตกต่างประการสำคัญ คือ ผลประโยชน์ตอบแทนที่จะจ่ายให้แก่ผู้เข้าร่วมแผนในแผนการขายตรงแบบหลายขั้น จะมาจากการขายสินค้า แต่แผนการขายแบบปิรามิด จะมาจากเงินของผู้เข้าร่วมแผนรายอื่นโดยไม่มีการขายสินค้าที่แท้จริง

หากพิจารณาถึงวิธีการขายตรงในแง่ของกฎหมายซื้อขายแล้ว อาจกล่าวได้ว่า วิธีการที่ผู้ขายตรงใช้ในการขายสินค้า นอกจากจะเป็นการซื้อขายธรรมดาแล้ว อาจต้องตกอยู่ในบังคับของกฎหมายเรื่องการขายตามตัวอย่าง หรือตามคำพรรณนา หรือการขายเพื่อชอบตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับข้อเท็จจริง อย่างไรก็ตาม มีข้อพึงสังเกตประการหนึ่ง คือ การขายตามตัวอย่าง การขายตามคำพรรณนา และการขายเพื่อชอบนั้น บางครั้งก็อาจไม่ใช่การขายตรง เพราะการขายตามตัวอย่าง การขายตามคำพรรณนา และการขายเพื่อชอบที่จะเรียกได้ว่าเป็นการขายตรงนั้น จะต้องเกิดขึ้น ณ สถานที่ที่มีสถานประกอบการ หรือร้านค้าทั่วไปด้วย เช่น เกิดขึ้น ณ ที่อยู่ของผู้ซื้อ ที่ทำงานของผู้ซื้อ เป็นต้น

ในด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจกับผู้ขายตรงนั้นอาจมีได้ 2 รูปแบบ คือเป็นตัวแทนขาย ผูกพันกับผู้ประกอบการธุรกิจตามสัญญาจ้างแรงงาน หรือสัญญาซื้อขาย ซึ่งไม่ค่อยพบมากนักเพราะทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจมีความรับผิดชอบทั้งในทางสัญญา และในทางละเมิดต่อผู้บริโภค อีกรูปแบบหนึ่ง คือ เป็นผู้จำหน่ายอิสระ ผูกพันกับผู้ประกอบการธุรกิจตามสัญญาต่างตอบแทนและสัญญาซื้อขาย

สำหรับการขายตรง กับการตลาดโดยตรงนั้น มีความแตกต่างโดยนัยสำคัญ คือ การขายสินค้า หรือบริการที่ใช้วิธีการตลาดโดยตรง จะต้องกระทำผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร ไปรษณีย์ หรือ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น แต่การขายตรง จะมีได้กระทำผ่านสื่อ แต่จะกระทำโดยบุคคล (ผู้ขายตรง) อีกทั้งการตลาดโดยตรง ก็ไม่มีข้อจำกัดในเรื่องสถานที่ แต่การขายตรงจะจำกัดในเรื่องสถานที่ แนวโน้มในอนาคตคงชี้ว่า ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงจะนำวิธีการตลาดโดยตรงมาเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการจำหน่ายสินค้า หรือบริการของตนไปสู่ผู้บริโภค

ในด้านของผู้บริโภคนั้น การซื้อสินค้าจากการขายตรง ส่วนใหญ่จะถูกจำกัดเสรีภาพ โอกาสในการเลือกซื้อและไม่มีเวลาในการไตร่ตรอง ตัดสินใจ หรือศึกษาข้อมูล ทำให้ผู้บริโภคเป็นจำนวนมากถูกหลอก หรือถูกเอาเปรียบจากผู้ขายตรงและผู้ประกอบการ หรือถูกละเมิดสิทธิส่วนบุคคล อีกทั้งผู้บริโภคในปัจจุบันก็ขาดมาตรการในทางกฎหมายที่ดี ไว้ใช้ป้องกันคุ้มครองสิทธิของตน

ในปัจจุบัน กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง ได้รวมตัวกันจัดตั้งสมาคมการขายโดยตรง (ไทย) ขึ้น เพื่อทำหน้าที่ในการพิทักษ์ผลประโยชน์ของวงการธุรกิจขายตรง และดูแลบริษัทสมาชิกให้ปฏิบัติตามกฎ รวมทั้งรับเรื่องราวร้องเรียนจากผู้บริโภค ตลอดจนร่วมมือกับภาครัฐในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจขายตรง นอกจากนั้นสมาคมการขายโดยตรง (ไทย) ยังมีบทบาทที่สำคัญในการกลั่นกรองคุณสมบัติของบริษัทที่จะเข้ามาเป็นสมาชิกให้ได้มาตรฐานอันจะทำให้ผู้บริโภคมั่นใจได้ว่าบริษัทนั้น ประกอบธุรกิจอย่างถูกต้อง ไม่เอาเปรียบผู้บริโภค ในการกำกับดูแลบริษัทสมาชิกนั้น สมาคมการขายโดยตรง (ไทย) ได้นำเอาจรรยาบรรณธุรกิจขายตรงโลกมาใช้ ซึ่งเนื้อหาสาระในจรรยาบรรณการขายตรงก็เป็นบรรทัดฐาน หรือมาตรฐานขั้นต่ำที่บริษัทสมาชิกต้องปฏิบัติตาม โดยเนื้อหาสาระจะครอบคลุมในเรื่องการปฏิบัติระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจ กับผู้บริโภค ระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจกับผู้ขายตรง และระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจด้วยกันเอง

จึงกล่าวได้ว่า ธุรกิจขายตรงเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญและเกี่ยวข้องกับคนจำนวนมาก ซึ่งจากสภาพความเป็นจริงพบว่า มีปัญหาต่าง ๆ มากมายเกิดขึ้นกับผู้ขายตรงและผู้บริโภค โดยกฎหมายที่มีอยู่ไม่เหมาะสมที่จะนำไปบังคับใช้เพื่อให้ความคุ้มครองได้ ซึ่งปัญหาในทางกฎหมายที่เกิดขึ้นในด้านผู้ขายตรงนั้น สรุปได้ดังนี้

กฎหมายว่าด้วยสัญญาทั้งในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์และการควบคุมการทำสัญญาในกฎหมายเฉพาะ ไม่สามารถให้ความคุ้มครองผู้ขายตรงได้อย่างเหมาะสม

ในกรณีที่ผู้ขายตรง มีสถานะเป็นตัวแทนขาย หลักกฎหมายทั้งในเรื่องสัญญาจ้างแรงงานและในเรื่องสัญญาตัวแทนนั้น สามารถให้ความคุ้มครองและความเป็นธรรมแก่ผู้ขายตรงได้อย่างเหมาะสม แต่ในกรณีที่ผู้ขายตรง มีสถานะเป็นผู้จำหน่ายอิสระ ความสัมพันธ์ทางกฎหมายระหว่างผู้ขายตรงที่เป็นผู้จำหน่ายอิสระกับผู้ประกอบธุรกิจจะผูกพันตามสัญญาต่างตอบแทนและสัญญาซื้อขาย การผูกพันในลักษณะนี้ทำให้ผู้ประกอบธุรกิจสามารถกำหนดเงื่อนไขต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์แก่ตน และหลีกเลี่ยงความรับผิดที่มีต่อผู้ขายตรงได้ ซึ่งผู้ขายตรงก็ไม่สามารถอาศัยหลักกฎหมายในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์มาให้ความคุ้มครองแก่ตนได้อย่างเต็มที่ เพราะหลักกฎหมายเรื่องสัญญา จะเคารพในเจตนาของคู่สัญญาเป็นสำคัญ คู่สัญญาตกลงกันเป็นอย่างไรก็ได้ หากไม่ขัดต่อกฎหมายหรือความสงบเรียบร้อยและศีลธรรมอันดีของประชาชนแล้ว กฎหมายย่อมยอมรับบังคับให้ นอกจากนั้น โดยผลของสัญญาซื้อขาย ยังทำให้ผู้ประกอบธุรกิจไม่มีความรับผิด หรือไม่มีนิติสัมพันธ์ใด ๆ ต่อผู้บริโภคอีกด้วย ผู้ขายตรงกลับกลายเป็นฝ่ายที่ต้องรับผิดชอบทั้งในทางสัญญาและในทางละเมิด ต่อผู้บริโภคโดยตรงแต่เพียงผู้เดียว

ในกรณีที่ผู้ขายตรง จะเรียกร้องความเป็นธรรมในการทำสัญญา ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ.2541 ก็ไม่สามารถกระทำได้ เพราะผู้ขายตรงไม่อยู่ในนิยามความหมายของคำว่า "ผู้บริโภค" ตามพระราชบัญญัติฉบับนี้ หรือหากผู้ขายตรงจะเรียกร้องความเป็นธรรมตามพระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ.2540 ก็มีข้อจำกัดคือ สัญญาดังกล่าวจะต้องมีลักษณะเป็นสัญญาสำเร็จรูปเท่านั้นผู้ขายตรงจึงจะเรียกร้องความเป็นธรรมตามพระราชบัญญัติฉบับนี้ได้ อย่างไรก็ตาม การเรียกร้องความเป็นธรรมตามพระราชบัญญัติฉบับนี้ ก็ต้องมีข้อพิพาทเกิดขึ้นมาก่อน แล้วผู้ขายตรงจึงนำคดีขึ้นสู่ศาลเพื่อให้ศาลวินิจฉัย ซึ่งเป็นการแก้ไขที่ปลายเหตุและสร้างความยุ่งยากให้แก่ผู้ขายตรง

สำหรับปัญหากฎหมายที่เกิดขึ้นในด้านของผู้บริโภคนั้น สรุปได้ดังนี้

กฎหมายว่าด้วยสัญญาทั้งในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์และในกฎหมายเฉพาะ ไม่เหมาะสมที่จะนำไปบังคับใช้เพื่อให้ความคุ้มครองแก่ผู้บริโภค

ในกรณีที่ผู้บริโภค ซื้อสินค้าจากผู้ขายตรงที่มีได้เป็นลูกจ้าง หรือตัวแทนของผู้ประกอบธุรกิจ แต่เป็นผู้จำหน่ายอิสระนั้น คู่สัญญาของผู้บริโภคคือผู้ขายตรง ไม่ใช่ผู้ประกอบธุรกิจ หากมีการปฏิบัติผิดสัญญาหรือเกิดความเสียหายใด ๆ ขึ้น ผู้บริโภคจะฟ้องร้องได้ก็เฉพาะแต่ผู้ขายตรงเท่านั้น จะฟ้องร้องผู้ประกอบธุรกิจฐานผิดสัญญาไม่ได้ เพราะผู้ประกอบธุรกิจไม่มีนิติสัมพันธ์ใด ๆ ต่อผู้บริโภค จึงอาจทำให้ผู้บริโภคไม่ได้รับการชดเชยเยียวยาที่เพียงพอ

นอกจากนั้น ในการขายตรงผู้ขายตรงจะเป็นฝ่ายเดินเข้าไปเสนอขายสินค้าให้แก่ผู้บริโภค ณ สถานที่พักอาศัย หรือสถานที่ทำงานของผู้บริโภค ซึ่งแตกต่างจากการซื้อสินค้าจากร้านค้าทั่ว ๆ ไป ที่ผู้บริโภคจะเป็นฝ่ายเดินเข้าไปยังร้านค้าด้วยตนเอง ทำให้ผู้บริโภคถูกจำกัดในเรื่องสถานที่ ขาดโอกาสในการเลือกซื้อ ขาดโอกาสในการไตร่ตรอง และมักถูกผู้ขายตรงใช้กลยุทธ์ที่มีชอบต่างๆ ชักจูงให้เข้าผูกพันในสัญญาซื้อขายได้ง่าย เมื่อผู้บริโภคเข้าผูกพันในสัญญาแล้วหากต่อมาภายหลังผู้บริโภคกลับมาคิดได้ว่าไม่ควรทำสัญญา จึงต้องการจะยกเลิกการซื้อของตน ผู้บริโภคอาจจะทำได้ใน 2 กรณี คือ บอกล้างนิติกรรม หรือบอกเลิกสัญญา ซึ่งการบอกล้างนิติกรรมนั้น ผู้บริโภคอาจกล่าวอ้างว่าการแสดงเจตนาของตนเกิดจากกลฉ้อฉล หรือถูกข่มขู่ หรือสำคัญผิด เพื่อให้นิติกรรมตกเป็นโมฆะ หรือโมฆียะ ตามแต่กรณี ซึ่งผู้บริโภคก็ต้องเป็นฝ่ายพิสูจน์ให้เข้ากับองค์ประกอบตามที่กฎหมายกำหนด หากพิสูจน์ไม่ได้ หรือไม่เข้ากรณีตามที่กฎหมายบัญญัติไว้ ผู้บริโภคก็ต้องผูกพันตามสัญญา ในกรณีที่ผู้บริโภคจะบอกเลิกสัญญา ผู้บริโภคก็ต้องมีสิทธิที่จะบอกเลิกสัญญาก่อนจึงจะบอกเลิกสัญญาได้ ซึ่งสิทธิในการบอกเลิกสัญญาตามที่กฎหมายให้สิทธิไว้จะมีได้ในบางกรณีเท่านั้น เช่น ผู้ขายไม่ยอมชำระหนี้ หรือสินค้ามีความชำรุดบกพร่อง เป็นต้น ผู้บริโภคจะบอกเลิกสัญญาโดยไม่มีเหตุผลไม่ได้

จะเห็นได้ว่า ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ไม่ได้ให้ระยะเวลาแก่ผู้บริโภคในการยกเลิกการซื้อ (Cooling-off period) โดยไม่จำเป็นต้องมีเหตุผลใด ๆ ไร่ ซึ่งระยะเวลาดังกล่าวนี้ มีความสำคัญต่อผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าจากการขายตรง เพราะจะทำให้ผู้บริโภคได้มีโอกาสในการไตร่ตรองการตัดสินใจเข้าทำสัญญาของตนอีกครั้ง โดยปราศจากแรงกดดันใด ๆ ทั้งสิ้น จึงเป็นมาตรการที่มีความจำเป็นในการให้ความคุ้มครองแก่ผู้บริโภคจากการทำสัญญาต่าง ๆ ที่เกิดจากการขายตรง

ในกรณีที่รัฐ จะเข้าแทรกแซงการทำสัญญาที่เกิดจากการขายตรง เพื่อให้ความคุ้มครองแก่ผู้บริโภค ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ.2541 ก็จะต้องเป็นกรณีที่ การทำสัญญาที่เกิดจากการขายตรงนั้น มีกฎหมายกำหนดให้ต้องทำเป็นหนังสือหรือที่ปกติประเพณีต้องทำเป็นหนังสือ จึงจะเข้าข่ายที่คณะกรรมการว่าด้วยสัญญาสามารถประกาศกำหนดให้การประกอบธุรกิจขายตรงดังกล่าวเป็นธุรกิจที่ถูกระงับสัญญาได้ การทำสัญญาของผู้บริโภคจึงจะได้รับความคุ้มครองจากภาครัฐ หากมีเช่นนั้นแล้วคณะกรรมการว่าด้วยสัญญาจะทำได้อย่างมากก็แค่เพียงประกาศกำหนดให้ธุรกิจขายตรงเป็นธุรกิจที่ถูกระงับรายการในหลักฐานการรับเงินเท่านั้น

ในกรณีที่ผู้บริโภคจะเรียกร้องความเป็นธรรมในการทำสัญญาที่เกิดจากการขายตรงตามพระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ.2540 นั้น ก็มีข้อจำกัดมากมาย เช่น สัญญาที่เกิดจากการขายตรงจะต้องเป็นสัญญาที่ทำขึ้นระหว่างผู้บริโภคกับผู้ประกอบธุรกิจการค้าหรือวิชาชีพ หรือสัญญาสำเร็จรูปเท่านั้น จึงจะสามารถเรียกร้องความเป็นธรรมตามพระราชบัญญัติฉบับนี้ได้ นอกจากนี้ ผู้บริโภคก็ต้องนำคดี

ชั้นสู่ศาลเพื่อให้ศาลวินิจฉัยว่าข้อสัญญาใดไม่เป็นธรรม ซึ่งการนำคดีชั้นสู่ศาลก็ยุ่งยาก เสียเวลา เสียค่าใช้จ่าย เป็นอย่างมากอีกด้วย

มาตรการทางกฎหมายในการควบคุมโฆษณาไม่เหมาะสมที่จะนำไปปรับใช้กับการให้ความคุ้มครองผู้บริโภคจากการโฆษณาในกรณีการขายตรง

สำหรับการให้ความคุ้มครองผู้บริโภคจากการโฆษณาตามบทกฎหมายเฉพาะ เช่น ในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ. 2541 พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 และพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2517 แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ. 2535 นั้น มาตรการในการให้ความคุ้มครองผู้บริโภคจากการโฆษณาตามพระราชบัญญัตินี้ จะมีอยู่สองวิธี คือ วิธีการตรวจอนุญาต (Pre-censor) และวิธีการตรวจติดตาม (Post-censor) ซึ่งทั้งสองวิธีนี้ เหมาะสม และมุ่งหมายที่จะนำไปใช้กับการโฆษณาผ่านสื่อเท่านั้น เพราะมีหลักฐานที่สามารถตรวจสอบได้ แต่การโฆษณาจากการขายตรง หากเป็นเช่นนั้นไม่ การโฆษณาจากการขายตรงจะกระทำเป็นวจาโดยผู้ขายตรงไม่อาจตรวจสอบได้ ไม่ว่าจะก่อนหรือหลังการโฆษณา นอกจากนั้น บางกรณีอาจไม่ถึงเป็นการโฆษณาตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคก็ได้ เช่นกรณีที่มีการโฆษณานั้น กระทำกันเป็นการส่วนตัว ไม่ได้ปรากฏต่อประชาชน เป็นต้น

จากปัญหาต่าง ๆ ดังกล่าว จึงสรุปได้ว่า มาตรการทางกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ของประเทศไทย ในปัจจุบัน ไม่ว่าจะในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ หรือในบทกฎหมายเฉพาะอื่นใด มีความไม่เหมาะสมที่จะนำไปปรับใช้ในการให้ความคุ้มครองแก่ผู้ขายตรงที่เป็นผู้จำหน่ายอิสระ และผู้บริโภคจากการขายตรง

หลายประเทศในโลก ได้ตระหนักถึงความสำคัญที่ต้องมีกฎหมายมากำกับดูแลการขายตรง โดยในบางประเทศก็กำหนดเป็นบทกฎหมายเฉพาะว่าด้วยการขายตรง บางประเทศก็แก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายที่มีอยู่เดิมให้เหมาะสมกับการขายตรง ซึ่งจากการศึกษาพบว่ามาตรการทางกฎหมายของแต่ละประเทศมีดังนี้

ประเทศอังกฤษ

ประเทศอังกฤษนั้น แม้จะไม่มีบทบัญญัติเฉพาะว่าด้วยการขายตรงก็ตาม แต่มาตรการทางกฎหมายที่มีอยู่ก็เพียงพอแก่การควบคุมการขายตรง เช่น ในข้อบังคับว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภคในการบอกเลิกสัญญาที่เกิดขึ้น ณ สถานที่ ที่มีใช้สถานประกอบธุรกิจ ค.ศ. 1987 แก้ไขเพิ่มเติม ค.ศ. 1998 (The Consumer Protection (Cancellation of Contracts Concluded away from Business Premises) Regulation 1987 amendment 1998) ซึ่งให้สิทธิแก่ผู้บริโภคในการบอกเลิกสัญญาภายในระยะเวลาพิเศษ (Cooling-off period) โดยไม่จำเป็นต้องมีเหตุผลใด ๆ ทั้งสิ้น หากสัญญานั้นเกิดจากการเข้าพบของผู้ขาย โดยไม่ได้เชื่อเชิญ ณ ที่พักอาศัยของผู้บริโภค หรือบุคคลอื่น หรือที่ทำงานของผู้บริโภค ซึ่งมาตรการทาง

กฎหมายดังกล่าวนี้ สามารถนำมาปรับใช้กับการทำสัญญาในการขายตรงได้ ระยะเวลา Cooling-off period นี้ เป็นมาตรการที่ดีสำหรับผู้บริโภคในการใช้ป้องกันตนจากผู้ขายตรงที่ใช้กลยุทธ์การขายที่ไม่ชอบ ตลอดจนการใช้วิธีโฆษณาชักชวนให้ซื้อสินค้าหรือบริการที่ไม่อาจควบคุมกำกับได้โดยรัฐ เป็นการให้โอกาสแก่ผู้บริโภคในการไตร่ตรอง และศึกษาข้อมูลอีกครั้งหนึ่งเพื่อใช้สิทธิยกเลิกการซื้อ

อย่างไรก็ตาม หากการขายตรงนั้น มีลักษณะเป็นการเร่ขาย หรือ สัญญาที่เกิดจากการขายตรงนั้น มีการให้สินเชื่อแก่ผู้บริโภคแล้ว กฎหมายอังกฤษถือว่าธุรกรรมดังกล่าว ตกอยู่ภายใต้บังคับของพระราชบัญญัติว่าด้วยการให้สินเชื่อแก่ผู้บริโภค ค.ศ.1974 (The Consumer Credit Act 1974) ซึ่งในพระราชบัญญัติฉบับดังกล่าว กำหนดให้ผู้ที่จะทำธุรกิจเร่ขาย (Canvassing) จะต้องขออนุญาตและมีใบอนุญาตประกอบธุรกิจ มิเช่นนั้นจะประกอบธุรกิจเร่ขายไม่ได้ ระบบใบอนุญาตนี้ เป็นเครื่องมือที่ใช้ควบคุมการปฏิบัติที่มีขอบของผู้เร่ขาย นอกจากนี้ หากการทำสัญญาของผู้บริโภค มีลักษณะเป็นสัญญาที่สามารถบอกเลิกได้ (Cancellable Agreement) พระราชบัญญัติว่าด้วยการให้สินเชื่อแก่ผู้บริโภค ค.ศ.1974 ก็ให้สิทธิแก่ผู้บริโภคในการบอกเลิกสัญญาภายในระยะเวลาพิเศษ (Cooling-off period) โดยไม่ต้องมีเหตุผลใด ๆ ทั้งสิ้นไว้ จึงกล่าวได้ว่า มาตรการทางกฎหมายตามพระราชบัญญัติฉบับนี้ สามารถนำไปปรับใช้กับการขายตรงได้

นอกจากนี้ ประเทศอังกฤษยังมีมาตรการในการควบคุมแผนการขายตรงดังบัญญัติไว้ในพระราชบัญญัติว่าด้วยการปฏิบัติทางการค้าที่เป็นธรรม ค.ศ.1973 แก้ไขเพิ่มเติมโดย พระราชบัญญัติว่าด้วยแผนการค้า ค.ศ. 1996 (The Fair Trade Act 1973 amended by The Trading Schemes Act 1996) อีกด้วย โดยในพระราชบัญญัติดังกล่าวกำหนดลักษณะของแผนการค้าที่จะต้องตกอยู่ใต้การควบคุมตามกฎหมาย ซึ่งการควบคุมแผนการค้า นั้นจะครอบคลุมในหลาย ๆ ด้าน เช่น การโฆษณาแผนการค้า เนื้อหาสัญญา การให้สิทธิแก่ผู้เข้าร่วมแผนในการคืนสินค้า เป็นต้น นอกจากกฎหมายจะกำหนดลักษณะของแผนการค้าที่จะต้องถูกควบคุมแล้ว ยังกำหนดห้ามการกระทำอันเกี่ยวกับแผนการค้าไว้ด้วย คือ ห้ามชักชวนหรือพยายามชักชวนให้บุคคลใดเข้ามาเป็นผู้เข้าร่วมแผนการค้า โดยให้บุคคลนั้นจ่ายเงินเพื่อผลประโยชน์แก่ผู้ริเริ่มแผน หรือผู้เข้าร่วมแผนรายก่อน และบอกแก่บุคคลนั้นว่า การจ่ายเงินดังกล่าวนี้จะทำให้บุคคลดังกล่าว ได้รับเงินหรือประโยชน์อื่นใด จากการชักชวนให้บุคคลอื่นเข้าร่วมแผนการค้า และกระทำธุรกรรมในลักษณะเดียวกัน ซึ่งข้อห้ามนี้เป็นการกำหนดขึ้นมาเพื่อสกัดกั้นแผนการค้าแบบปิรามิด โดยเฉพาะ

สำหรับองค์การผู้บังคับใช้พระราชบัญญัติว่าด้วยการให้สินเชื่อแก่ผู้บริโภค (The Consumer Credit Act 1974) และพระราชบัญญัติว่าด้วยการปฏิบัติทางการค้าที่เป็นธรรม ค.ศ. 1973 แก้ไขเพิ่มเติมโดย พระราชบัญญัติว่าด้วยแผนการค้า ค.ศ.1996 (The Fair Trade Act 1973 amended by The Trading Schemes Act 1996) นั้น อยู่ในกำกับดูแลของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการค้าและอุตสาหกรรม (Secretary of State for Trade and Industry) โดยผ่านทาง Director General ซึ่งรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการค้าและอุตสาหกรรมเป็นผู้แต่งตั้งขึ้น อำนาจโดยรวมของ Director General นี้ จะเป็น

อำนาจเกี่ยวกับการให้ความคุ้มครองผู้บริโภคจากการปฏิบัติที่ไม่เป็นธรรมในทางการค้า นอกจากนั้น กฎหมายยังบัญญัติให้มี The Consumer Protection Advisory Committee เพื่อทำหน้าที่ในการแนะนำ Director General ว่า ลักษณะของการปฏิบัติในทางการค้าต่อผู้บริโภคนั้น จะมีผลกระทบในทางเศรษฐกิจ ต่อผู้บริโภคหรือไม่อีกด้วย

ประเทศจีน

สำหรับมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการขายตรงในประเทศจีนนั้น กำหนดไว้ใน Measures on Administration of Direct Selling เนื่องจากระบบการปกครองของจีน เป็นแบบคอมมิวนิสต์ มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการขายตรง จึงมีลักษณะที่เข้มงวด และให้อำนาจแก่ฝ่ายรัฐในการแทรกแซงการทำธุรกิจของเอกชน โดยในการควบคุมผู้ประกอบการนั้น ได้นำเอาระบบใบอนุญาตมาใช้

สำหรับมาตรการในการป้องกันแผนการขายแบบปิรามิดนั้น กฎหมายห้ามผู้ประกอบการธุรกิจชักชวนให้ผู้ขายตรงระดมคน และใช้จำนวนสมาชิกได้สายงานของผู้ขายตรงเป็นฐานในการคำนวณค่าตอบแทนที่จะจ่ายให้ผู้ขายตรง ซึ่งเป็นมาตรการในการสกัดกั้นแผนการขายแบบปิรามิด

ในด้านผู้ขายตรง กฎหมายจะกำหนดคุณสมบัติของผู้ที่จะเป็นผู้ขายตรง พื้นที่ขาย และวิธีการขายของผู้ขายตรงไว้ อย่างไรก็ตาม กฎหมายฉบับนี้ก็ให้สิทธิแก่ผู้ขายตรงในการสิ้นสุดสัญญาและคืนสินค้าที่ไม่ได้ขายให้แก่ผู้ประกอบการได้ อันเป็นมาตรการที่ให้ความคุ้มครองแก่ผู้ขายตรงที่ติมาตรการหนึ่ง

ในด้านของผู้บริโภคนั้น กฎหมายได้ให้สิทธิพิเศษแก่ผู้บริโภคจากการขายตรง สามารถคืนสินค้าได้ภายใน 30 วัน นับจากวันที่ซื้อสินค้าโดยไม่ต้องชดใช้ค่าเสียหาย หรือค่าใช้จ่ายใด ๆ อาจกล่าวได้ว่า มาตรการต่าง ๆ ในกฎหมายฉบับนี้ เป็นมาตรการที่ปกป้องคุ้มครองผู้บริโภคจากการขายตรงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สำหรับองค์กรในการกำกับดูแลนั้น อยู่ในความรับผิดชอบของสำนักบริหารอุตสาหกรรมและการพาณิชย์แห่งประเทศจีน (China Administration of Industry and Commerce) ซึ่งการควบคุมดูแลจะเป็นไปอย่างใกล้ชิด และเข้มงวด หากผู้ใดกระทำผิดตามกฎหมายนี้ ก็จะได้รับโทษตั้งแต่ เพิกถอนใบอนุญาต ริบทรัพย์ ปรับ ไปจนถึงขั้นจำคุก

ประเทศมาเลเซีย

สำหรับมาตรการทางกฎหมาย ในการควบคุมการขายตรงในประเทศมาเลเซียนั้น บัญญัติไว้ในพระราชบัญญัติว่าด้วยการขายตรง ค.ศ.1993 (The Direct Sale Act 1993) โดยกฎหมายก็นำเอาระบบ

ใบอนุญาตมาใช้ควบคุมผู้ประกอบการขายตรงเช่นกัน ในด้านผู้ขายตรงนั้น ต้องมีบัตรอนุญาตให้เป็นผู้ขายตรง ซึ่งออกโดยบริษัทที่ตนสังกัดอยู่มีฉะนั้นจะทำการขายตรงไม่ได้ อีกทั้งกฎหมายก็ยังคงควบคุมวิธีการขายตรงไว้ด้วย เช่น ห้ามผู้ขายตรงทำการขายในวันหยุด หรือในเวลาที่กฎหมายกำหนดห้าม เป็นต้น ในการให้ความคุ้มครองผู้บริโภคนั้นกฎหมายได้ให้สิทธิแก่ผู้บริโภคในการยกเลิกการซื้อภายในระยะเวลาที่กำหนดไว้เพื่อการยกเลิกการซื้อ คือ 10 วัน นับจากวันทำสัญญา โดยไม่จำเป็นต้องมีเหตุผลใด ๆ ซึ่งมาตรการนี้เป็นมาตรการในทำนองเดียวกัน กับที่ใช้ในประเทศอังกฤษ และประเทศจีน

สำหรับวิธีการสกัดกันแผนการขายแบบปิรามิด กฎหมายห้ามแผนการขายที่มีการจ่ายผลประโยชน์ตอบแทนให้แก่ผู้ร่วมแผนที่ไม่ได้ขึ้นอยู่กับยอดขายแต่ขึ้นอยู่กับจำนวนผู้เข้าร่วมในแผนการขาย โดยนิติบุคคลจะมีโทษปรับ ส่วนกรรมการ หรือผู้บริหารนิติบุคคลจะมีโทษทั้งจำคุก และ/หรือ ปรับ หากพิสูจน์ไม่ได้ว่าตนมิได้มีส่วนรู้เห็นในการกระทำนั้นด้วย

ในการปฏิบัติการให้เป็นไปตามกฎหมายนั้น อยู่ในความรับผิดชอบของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการค้าภายในและคุ้มครองผู้บริโภค (Minister of Domestic Trade and Consumer Affairs) โดยรัฐมนตรีจะแต่งตั้งผู้ควบคุม (Controller) ขึ้นมาเพื่อมอบหมายให้ทำหน้าที่ตามที่กฎหมายกำหนด สำหรับโทษของผู้ฝ่าฝืนนั้น มีตั้งแต่เพิกถอนใบอนุญาต พักใบอนุญาต ปรับ ริบทรัพย์สิน ไปจนถึงจำคุก

มีข้อพึงสังเกตคือ พระราชบัญญัติฉบับนี้ ได้รวมเอาการขายทางไปรษณีย์ เข้าไว้ในความหมายของการขายตรงด้วย นอกจากนั้น พระราชบัญญัติฉบับนี้ ก็ได้แยกประเภทของการขายตรงออกเป็นการขายตรงแบบขั้นเดียว และการขายตรงแบบหลายขั้นแต่อย่างใด

กล่าวโดยสรุปได้ว่า มาตรการทางกฎหมายของประเทศทั้งในแถบยุโรป และเอเชีย ที่นำมาบังคับใช้กับการขายตรงนั้น จะมีมาตรการที่คล้ายกัน คือ นำระบบใบอนุญาตมาใช้ควบคุมผู้ประกอบการขายตรงและผู้ขายตรง ควบคุมวิธีการขาย ควบคุมสัญญาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกรรมการขายตรง กำหนดลักษณะของแผนการค้าที่ต้องห้าม และกำหนดให้สิทธิพิเศษแก่ผู้บริโภคในการยกเลิกการซื้อที่เกิดจากการขายตรงภายในระยะเวลาที่กำหนดไว้เพื่อการยกเลิกการซื้อ (Cooling-off period) มาตรการทางกฎหมายที่นานาอารยประเทศกำหนดขึ้นมาเพื่อใช้กับการขายตรงโดยเฉพาะนั้น สะท้อนให้เห็นว่า ประเทศต่าง ๆ ได้ตระหนักถึงความสำคัญของธุรกิจขายตรง และตระหนักว่าการขายตรงมีลักษณะวิธีการที่แตกต่างจากการขายในรูปแบบอื่น ซึ่งจากลักษณะเฉพาะของการขายตรงนี้ ได้นำมาซึ่งปัญหาต่าง ๆ มากมาย ดังนั้น จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการควบคุมมาตรการทางกฎหมายเป็นการเฉพาะเพื่อให้การบังคับใช้กฎหมายกับการขายตรงเป็นไปได้อย่างเหมาะสม และมีประสิทธิภาพ อันจะนำมาซึ่งความเป็นธรรมทั้งแก่ผู้ประกอบการ ผู้ขายตรง และผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะ

สำหรับในประเทศไทยนั้น เพื่อให้การให้ความคุ้มครองแก่ผู้ขายตรง และผู้บริโภคจากการขายตรง เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และมีความเหมาะสมกับลักษณะของธุรกรรมการขายตรง ผู้เขียนจึงขอเสนอแนะ มาตรการทางกฎหมายเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าว ดังนี้

1. ให้มีการจัดแจ้งการประกอบธุรกิจขายตรง

มาตรการในเรื่องนี้ จะทำให้การติดตามผู้ประกอบการที่ทำผิดกฎหมาย หรือไว้จรรยาบรรณ หรือเอาเปรียบผู้ขายตรงและผู้บริโภคเป็นไปได้ง่ายและสะดวก เพราะการจัดแจ้งจะเป็นการเก็บข้อมูลของผู้ประกอบการไว้ในเรื่องต่าง ๆ ไว้ ทำให้สามารถติดตามและตรวจสอบได้ อีกทั้งการจัดแจ้ง ก็ทำให้ไม่จำเป็นต้องนำระบบใบอนุญาตมาใช้อีกด้วย

2. ควบคุมการทำสัญญาโดยกำหนดรายละเอียดที่จำเป็นต้องมีอยู่ในสัญญา

มาตรการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อแก้ปัญหาในเรื่องความไม่เป็นธรรมในการทำสัญญา เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมแก่ผู้ขายตรง และผู้บริโภคในการทำสัญญาที่เกิดจากการขายตรง โดยกฎหมายควรกำหนดให้สัญญาต่าง ๆ ที่ใช้ในการขายตรง ต้องทำเป็นหนังสือ มิฉะนั้นตกเป็นโมฆะ นอกจากนั้น ยังควรให้อำนาจแก่ภาครัฐในการแทรกแซงการทำสัญญา โดยกำหนดให้สัญญาที่ใช้ในการขายตรง เป็นสัญญาที่ถูกควบคุม เพื่อให้รัฐสามารถกำหนดข้อสัญญาที่เป็นธรรมได้

3. กำหนดให้มีวิถิบอกลีการซื้อโดยมีระยะเวลาในการบอกลีการซื้อ (Cooling - off period) ที่แน่นอน

ระยะเวลาที่กำหนดไว้เพื่อบอกลีการซื้อ (Cooling-off period) นี้ เป็นมาตรการที่สามารถให้ความคุ้มครองแก่ผู้บริโภคจากการใช้กลยุทธ์การขายที่มีชอบ และการโฆษณาที่มีชอบของผู้ขายตรง อีกทั้งยังเป็นการให้อีกาสแก่ผู้บริโภคในการไตร่ตรอง และศึกษาข้อมูลอีกครั้งภายหลังจากที่ตัดสินใจทำสัญญาไปแล้วอีกด้วย จึงเป็นมาตรการที่ดีสำหรับผู้บริโภคในการใช้ป้องกันตนจากผู้ขายตรงที่ใช้กลยุทธ์ที่มีชอบต่าง ๆ เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าทำสัญญา ดังนั้นจึงควรให้ระยะเวลาแก่ผู้บริโภคในการยกเลิกการซื้อภายใน 7 วัน นับจากวันรับมอบสินค้าหรือได้รับบริการ โดยผู้บริโภคไม่จำเป็นต้องรับผิดชอบ หรือชดใช้ค่าเสียหายใด ๆ เว้นแต่ความเสียหายนั้นเกิดจากความผิดของผู้บริโภค ทั้งนี้สภาพของสินค้าจะต้องอยู่ในสภาพที่เรียบร้อยด้วย

นอกจากนั้นแล้ว เพื่อให้ผู้ขายตรงมีโอกาสในการไตร่ตรองการทำสัญญากับผู้ประกอบธุรกิจอีกครั้งหนึ่ง จึงควรกำหนดให้ผู้ขายตรงสามารถบอกเลิกสัญญาได้ภายใน 7 วัน นับจากวันทำสัญญาสมัครเป็นผู้ขายตรง โดยไม่จำเป็นต้องมีเหตุผล และไม่จำเป็นต้องรับผิดชอบใด ๆ เว้นแต่ในกรณีที่มีความเสียหายเกิดขึ้น และเป็นความผิดของผู้ขายตรง ด้วยเช่นกัน

4. กำหนดให้มีการรับซื้อคืนสินค้า (Buy Back Policy)

มาตรการทางกฎหมายเรื่องนี้ จะช่วยสกัดกั้น และคุ้มครองผู้ขายตรงจากแผนการขายแบบปิรามิด และเป็นอีกมาตรการหนึ่งในการให้ความเป็นธรรมแก่ผู้ขายตรงจากการทำสัญญากับผู้ประกอบการ กล่าวคือ ในทางปฏิบัติ ผู้ประกอบการจะกำหนดให้ผู้ขายตรง ต้องซื้อสินค้าขาดไปจากผู้ประกอบการ ซึ่งบ่อยครั้งที่ผู้ขายตรงซื้อสินค้าไปเป็นจำนวนมาก แล้วขายไม่ได้ ดังนั้น กฎหมายจึงควรกำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจต้องรับซื้อสินค้าคืนจากผู้ขายตรง เมื่อผู้ขายตรงเลิกเป็นผู้ขายตรง โดยราคาในการรับซื้อสินค้าคืนนั้น อาจใช้เกณฑ์การหักค่าดำเนินการตามที่กำหนดไว้ในจรรยาบรรณธุรกิจขายตรงโลก คือ ผู้ประกอบธุรกิจสามารถหักค่าดำเนินการได้ไม่เกินร้อยละ 10 ของราคาของผู้ขายตรงซื้อไป ดังนั้น ราคารับซื้อสินค้าคืน จึงต้องไม่น้อยกว่าร้อยละ 90 ของราคาสินค้าที่ผู้ขายตรงซื้อไป แต่ทั้งนี้สินค้านี้จะต้องเป็นสินค้าที่ซื้อไปไม่เกินช่วงระยะเวลาหนึ่ง เช่น 6 เดือน เป็นต้น และต้องไม่ชำรุดเสียหายด้วย

5. กำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงมีกิจกรรมที่ต้องปฏิบัติ

เพื่อเป็นการสนับสนุนให้เกิดจรรยาบรรณ และส่งเสริมภาพพจน์ของธุรกิจขายตรง กฎหมายจึงควรกำหนดกิจกรรมบางอย่างที่จะช่วยส่งเสริมวัตถุประสงค์ดังกล่าว เช่น กำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจต้องจัดอบรมให้ผู้ขายตรงทราบถึงจรรยาบรรณการขายตรง การกระทำที่ผิดกฎหมาย และลักษณะของแผนการขายที่ต้องห้าม อย่างสม่ำเสมอ เป็นต้น

6. วางมาตรการในการสกัดกั้นแผนการขายที่ผิดกฎหมาย

เพื่อป้องกันมิให้ผู้ขายตรงถูกหลอกลวงให้เข้าร่วมในแผนการขายแบบปิรามิด และเพื่อเป็นการสกัดกั้นการแพร่ขยายของแผนการขายดังกล่าว จึงควรมีมาตรการในเรื่องต่าง ๆ ดังนี้

- ก. ห้ามผู้ประกอบธุรกิจเรียกเก็บค่าสมัครจากผู้ขายตรงสูงเกินกว่าอัตราตามที่กฎหมายกำหนด
- ข. ห้ามผู้ประกอบธุรกิจบังคับ หรือชักชวนให้ผู้ขายตรงซื้อสินค้า หรือบริการ ในจำนวนที่ผู้ประกอบธุรกิจกำหนดซึ่งเป็นจำนวนที่มากเกินไปจนความจำเป็น

- ค. กำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจ ต้องระบุค่าเดือนถึงลักษณะของแผนการขายที่ผิดกฎหมายไว้ในเอกสารต่าง ๆ ของบริษัท เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโฆษณา หนังสือสัญญา เป็นต้น และในการอบรมผู้ขายตรง หรือชักชวนบุคคลใดให้เข้ามาเป็นผู้ขายตรง จะต้องแจ้งให้ทราบถึงลักษณะของแผนการขายที่ผิดกฎหมายด้วยทุกครั้ง
- ง. หากผู้ประกอบธุรกิจรายใดไม่ปฏิบัติตามมาตรการดังกล่าว ให้สันนิษฐานว่าเป็นผู้กระทำความผิด เว้นแต่จะพิสูจน์ความบริสุทธิ์ของตนเองได้

ดังนั้น เพื่อให้การควบคุมธุรกิจการขายตรง และการคุ้มครองผู้ขายตรง รวมทั้งผู้บริโภค เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ประเทศไทยจึงควรมีกฎหมายเฉพาะว่าด้วยการขายตรง โดยเนื้อหาของกฎหมายควรครอบคลุมมาตรการในเรื่องต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้น และควรนำเอาหลักการที่กำหนดไว้ในจรรยาบรรณการขายตรง มาเป็นแนวทางในการบัญญัติกฎหมายด้วย เพราะจรรยาบรรณการขายตรง เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง ร่วมกันกำหนดขึ้นมาเพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ ดังนั้นจึงสอดคล้องและเหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจ อีกทั้งเนื้อหาของจรรยาบรรณการขายตรง ให้ความเป็นธรรมแก่ทุกฝ่ายได้ในระดับหนึ่ง จึงควรนำมาเป็นแนวทางในการกำหนดกฎหมายเพื่อใช้กับการขายตรงด้วย

สำหรับองค์การการบังคับใช้กฎหมายนั้น ควรประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานของรัฐ คือ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค และเจ้าหน้าที่ตำรวจ กับหน่วยงานของเอกชน คือ สมาคมการขายโดยตรง (ไทย) ทั้งนี้ในส่วนของภาครัฐ นอกจากจะมีอำนาจต่างๆ ไป ตามที่กฎหมายให้ไว้อยู่แล้วนั้น ก็ควรมีอำนาจเพิ่มเติม ดังนี้

- 1) อำนาจในการตรวจสอบข้อมูลภายในของผู้ประกอบธุรกิจ
- 2) รับร้องทุกข์จากผู้ขายตรงและผู้บริโภค
- 3) อำนาจในการฟ้องคดีแพ่งและอาญาแทนผู้ขายตรงและผู้บริโภค
- 4) อำนาจในการออกข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมการขายตรง

ในส่วนขององค์กรเอกชน คือ สมาคมการขายโดยตรง (ไทย) นั้น ควรมีบทบาทในการรวบรวมข้อมูล แจ้งข้อมูลข่าวสาร และให้คำแนะนำแก่ทางราชการในเรื่องต่าง ๆ รับเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภคและผู้ขายตรง รวมทั้งควบคุมดูแลพฤติกรรมของผู้ประกอบธุรกิจและผู้ขายตรง ให้ปฏิบัติตามกฎหมายและจรรยาบรรณการขายตรง

ดังนั้น หากประเทศไทย มีกฎหมายเฉพาะว่าด้วยการขายตรงมาควบคุมธุรกิจขายตรงแล้ว ก็จะทำให้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจขายตรงทุกฝ่ายได้รับความเป็นธรรม อันจะส่งผลดีและช่วยส่งเสริมให้ธุรกิจขายตรงเป็นธุรกิจที่โปร่งใส และมีส่วนสำคัญต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจของประเทศไทยต่อไป ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องจึงควรเร่งผลักดันร่างพระราชบัญญัติการขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ..... ให้มีผลบังคับใช้โดยเร็ว