หัวข้อสารนิพนธ์	มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจการขายตรงอาหารเสริม
คำสำคัญ	มาตรการทางกฎหมาย / ธุรกิจการขายตรง / อาหารเสริม
ชื่อนักศึกษา	ว่าที่ ร้อยโท วรัญญู วงศ์พินทุ
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์	รองศาสตราจารย์ โสภณ อรรถพิศาลโสภณ
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ร่วม	รองศาสตราจารย์ สุวิทย์ นิ่มน้อย
ระดับการศึกษา	นิติศาสตรมหาบัณฑิต
คณะ	บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
พ.ศ.	2550

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาหามาตรการทางกฎหมายของประเทศไทยให้ครอบคลุมธุรกิจการขายตรงอาหารเสริมนี้ ซึ่งการประกอบธุรกิจการขายตรงอาหารเสริมนี้ได้ใช้วิธีการทางการตลาดที่เข้าถึงผู้บริโภค ทั้งในลักษณะที่เป็นการติดต่อกับผู้บริโภค นอกสถานที่โดยการสาธิตคุณภาพของสินค้า ให้ผู้บริโภคได้เห็น เพื่อตัดสินใจซื้อสินค้าที่เรียกว่าการขายตรง การทำการตลาดวิธีดังกล่าวเป็นตลาดในเชิงรุก จำเป็นต้องใช้วิธีการระดมเครือข่ายผู้ขายตรงเข้าสู่ระบบ นอกจากนี้ยังมีผู้ประกอบการที่ใช้วิธีระดมเครือข่ายในการหลอกลวงให้มีผู้เข้าร่วมเป็นผู้ขายตรงในทางมิชอบ การตลาดเชิงรุกนี้ทำให้ผู้บริโภค อยู่ในภาวะที่ไม่อาจตัดสินใจได้อย่างรอบคอบ วิธีการขายแบบเชิงรุกนี้หากมีความเสียหายเกิดขึ้นไม่ว่าในด้านของการระดมหรือเครือข่ายผู้ขายตรงหรือการขายสินค้าไม่ตรงกับคำกล่าวอ้าง ย่อมส่งผลกระทบต่อประชาชนที่เข้าไปเป็นเครือข่ายในการขายตรง และต่อประชาชนซึ่งเป็นผู้บริโภคโดยทั่วไป ผู้เขียนได้ศึกษาจากกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เช่น พระราชบัญญัติขายตรง และตลาดแบบตรง พ.ศ.2545 พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ.2522 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2541 และกฎหมายที่เกี่ยวกับธุรกิจการขายตรงอาหารเสริมที่เกี่ยวข้องอื่นๆ

ผลการศึกษาพบว่า มาตรการทางกฎหมายที่มีอยู่ในปัจจุบันไม่อาจคุ้มครองและครอบคลุมปัญหาต่างๆ ของผู้บริโภคในปัจจุบันทั้งหมดได้ โดยปัญหาที่เกิดขึ้นอาจเกิดจากตัวบทกฎหมายและมาตรการบังคับใช้ ไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ หรือเกิดจากการขัดแย้งกันทางกฎหมาย เนื่องจากธุรกิจการขายตรงอาหารเสริมเกี่ยวข้องกับกฎหมายหลายฉบับ บางครั้งกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

SPUCHONBURI

โดยตรงยังไม่ชัดเจน ต้องใช้กฎหมายหลายฉบับมาปรับใช้จนอาจขัดแย้งกันได้ นอกจากนั้นความไม่รัดกุมของกฎหมายอาจทำให้เกิดปัญหาในการปฏิบัติ และกฎหมายที่มีอยู่ไม่มีบทลงโทษที่เข้มงวดกับผู้จำหน่ายตรง เป็นเหตุให้ผู้จำหน่ายตรง อาจกระทำผิดไปจากกฎหมายที่กำหนดไว้ อีกทั้งเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องอาจไม่เข้าใจกฎหมายหรือพระราชบัญญัติต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพียงพอเพราะไม่ได้ศึกษาโดยตรง ทำให้เกิดความเสียหายหลายประการได้ นอกจากนั้นเจ้าหน้าที่รัฐยังไม่เข้มงวดบังคับ ควบคุม ดำเนินคดีกับผู้ประกอบธุรกิจการขายตรงอาหารเสริมอย่างจริงจังเด็ดขาดเมื่อเกิดการกระทำผิด

ดังนั้นเพื่อเป็นการปกป้องคุ้มครองผู้บริโภคให้ได้รับความปลอดภัย และไม่ให้ตกอยู่ในฐานะที่เสียเปรียบและไม่เป็นธรรมในสังคม จึงได้นำปัญหาและอุปสรรคข้อบกพร่องต่างๆ ที่มีผลต่อผู้บริโภคและปัญหาที่เกิดขึ้นจากธุรกิจการขายตรงอาหารเสริม ในปัจจุบันมาวิเคราะห์เพื่อเสนอแนวทางปรับปรุงแก้ไข มาตรการทางกฎหมายต่างๆ โดยมีข้อเสนอแนะ ให้มีการเร่งรัดและแก้ไขปัญหากฎหมายพร้อมทั้งมาตรการทางกฎหมาย นำมาใช้บังคับให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคอาหารเสริม ให้มีการส่งเสริมและสนับสนุนผู้บริโภคให้มีการรวมตัว มีการสร้างมาตรฐานต่างๆ ในการคุ้มครองผู้บริโภคที่รัดกุมและเข้มงวด และบังคับให้เกิดการแก้ไขกฎหมายที่เป็นอุปสรรคต่อการคุ้มครองผู้บริโภค ตลอดจนพัฒนาโครงสร้างในการดำเนินงานตั้งแต่ระดับนโยบายถึงระดับปฏิบัติการ ให้สอดคล้องกับธุรกิจการขายตรงอาหารเสริมในภายหน้าเพื่อประโยชน์สูงสุดต่อผู้บริโภคต่อไป

SPU CHONBURI

Independent Study Title	Legal Measures Concerning Direct Marketing of Diet Supplement
Keyword	Legal Measures / Direct Marketing / Diet Supplement
Student	Acting First Lieutenant Warunyu Wongpintu
Independent Study Advisor	Associate Professor Sopon Athaphisalsopon
Independent Study Co-advisor	Associate Professor Suwit Nimnoi
Level of Study	Master of Laws
Faculty	Graduate School, Sripatum University Chonburi Campus
Year	2007

ABSTRACT

The research aims to explore Thailand's applicable legal measures concerning direct marketing of diet supplement. This direct marketing approaches consumers in the forms of outdoor personal contact to demonstrate the quality of the products to the consumers so that they are convinced to decide to purchase the products, which is so called "Direct Marketing". This is aggressive marketing, in which the drawing or recruitment techniques of the direct seller networks into the system are necessary. Apart from this, there are business operators who implement the network drawing technique to lure the participants in being direct seller in the wrong channel. Because of this aggressive marketing, the consumers are not in the situations where they can make decision thoroughly. Due to the aggressive marketing, if any damage is caused either by the campaign or network of direct sellers or the sales of products which are different from the quality that was stated, it inevitably affects the people who enter into the network of direct marketing and general people who are consumers.

In this research, several related laws such as the Direct Sales and Direct Marketing Act, B.E. 2545 (2000), the Food Act, B.E. 2522 (1979), the Consumer Protection Act, B.E. 2522 (1979), the Consumer Protection Act (No.2), B.E. 2541 (1998) and other laws related to direct marketing of diet supplement are studied and analyzed.

SPU CHONBURI

According to the study, it is found that the applicable legal measures fail to protect and cover all existing problems of consumers. The incurred problems may be derived from the legal provisions and inefficient enforcement measures or the conflict of laws. Because the direct marketing of diet supplement is related to many laws, sometimes, the directly related law is not clear and needs to apply several laws. The application of several related laws can give rise to conflict in interpretation. Apart from that, the legal uncertainty may cause problems in practice. Moreover, the applicable laws lack the strict penalty for the direct sellers, so they may do wrong on what the law stipulates. The related officers also do not have sufficient understanding of the related laws or Acts due to the lack of direct education, causing a number of damage. Besides, the officers fail to strictly enforce, control, and proceed on the case with the business operators involving with the direct marketing of diet supplement when the law is violated.

Therefore, in order to protect, safeguard the consumers from losing advantage and promote justice in the society, all of the problems and obstacles which affect the consumers and existing problems arisen due to the direct marketing of diet supplement are analyzed. This is to suggest the guideline in amending and revising all of the legal measures. It is suggested that legal problems be promptly resolved and legal measures be applied and enforced for the utmost efficiency in order to protect the consumers of diet supplement. Moreover, the formation of a consumer network should be encouraged and promoted, the clear and strict standards in the consumer protection should be created and the amendment of destructive laws toward the consumer protection should be accelerated. The operational structure from the policy level down to the operational level should also be developed to be in conformity with the direct marketing of diet supplement in the future for the most benefits of the consumers accordingly.

SPU CHONBURI