



การป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย

จิตรานุช น้อยสุทธิสกุล

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร  
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์  
ปีการศึกษา 2559  
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์



## FRAUD PREVENTION IN MULTI-LEVEL MARKETING BUSINESS IN THAILAND

Chisttanut Noisutthisakul

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree Master of Business Administration  
College of Innovation Management  
Rajamangala University of Technology Rattanakosin  
Academic Year 2016

Copyright of Rajamangala University of Technology Rattanakosin

การป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย

จิตรานุช น้อยสุทธิสกุล

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร  
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์  
ปีการศึกษา 2559  
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

# FRAUD PREVENTION IN MULTI-LEVEL MARKETING BUSINESS IN THAILAND

Chisttanut Noisutthisakul

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree Master of Business Administration  
College of Innovation Management  
Rajamangala University of Technology Rattanakosin  
Academic Year 2016

Copyright of Rajamangala University of Technology Rattanakosin



ใบรับรองวิทยานิพนธ์  
วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

ชื่อวิทยานิพนธ์	การป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้น ในประเทศไทย
ชื่อผู้วิจัย	นางสาวจิตรานุช น้อยสุทธิสกุล
วิชาเอก	การบัญชี
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.พรชัย นฤดมกุล

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์อนุมัติให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของ  
การศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

..... ผู้อำนวยการวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ  
(นายรพี ม่วงนนท์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ ดร.ชาติรี จันทระโคติกา)

..... กรรมการ  
(ดร.พรชัย นฤดมกุล)

..... กรรมการ  
(ดร.ดารารัตน์ สุขแก้ว)



**Thesis Certificate**  
**College of Innovation Management**  
**Rajamangala University of Technology Rattanakosin**

<b>Thesis Title</b>	Fraud Prevention in Multi-Level Marketing Business in Thailand
<b>Researcher</b>	Miss Chisttanut Noisutthisakul
<b>Major</b>	Accounting
<b>Advisor</b>	Pornchai Naruedomkul, Ph.D.

Rajamangala University of Technology Rattanakosin approved this thesis in partial fulfillment of the requirements for the Degree of Master of Business Administration.

..... (Mr.Rapee Moungnont)	Director of College of Innovation Management
-------------------------------	---

**Thesis Committee**

..... (Assoc. Prof. Tatre Jantarakolica, Ph.D.)	Chairperson
--	-------------

..... (Pomchai Naruedomkul, Ph.D.)	Member
---------------------------------------	--------

..... (Dararat Sukkaew, DB.A.)	Member
-----------------------------------	--------

<b>ชื่อวิทยานิพนธ์</b>	การป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้น ในประเทศไทย
<b>ชื่อผู้วิจัย</b>	นางสาวจิตรานุช น้อยสุทธิสกุล
<b>ชื่อปริญญา</b>	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
<b>อาจารย์ที่ปรึกษา</b>	ดร.พรชัย นฤตมกุล
<b>ปีการศึกษา</b>	2559

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาประเภทของการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้น (2) เพื่อศึกษาวิธีการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้น และ (3) เพื่อศึกษามาตรการป้องกันการทุจริตที่เหมาะสมในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้น โดยมีกรอบความคิดของงานวิจัยประยุกต์จาก ทฤษฎีสามเหลี่ยมแห่งการทุจริต การควบคุมภายใน และการกำกับกิจการที่ดี

วิธีการสำรวจ เก็บข้อมูล ด้วยวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบลูกโซ่ จำนวน 5 คน จากประธานบริษัทในธุรกิจการขายตรงแบบหลายชั้น เพื่อตอบแบบสอบถามของการวิจัยเชิงคุณภาพ และเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสุ่มแบบชั้นภูมิ จำนวน 1,564 คน จากพนักงานบริษัทธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น เพื่อตอบแบบสอบถามของการวิจัยเชิงปริมาณ และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์ของเพียร์สัน ค่า Chi Square และแบบจำลองโลจิสติก

ผลการวิจัยพบว่า (1) ประเภทของการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้น ได้แก่ การยกยอกทรัพย์สินหรือหลอกลวงทรัพย์สินจากผู้อื่น และกระทำการทุจริตลักษณะแชร์ลูกโซ่ (2) วิธีการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้น ได้แก่ เงินสมทบฉาบปกปิดกิจกรรม การลงทุน อัตราแลกเปลี่ยนเงิน ขยายฝันระดมทุนตั้งบริษัทเข้าตลาดหลักทรัพย์ อัตราแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศเป็นสิ่งดึงดูด แอบอ้างชื่อผู้มีอิทธิพล ขายสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ใช้โซเชียลมีเดียล่อเหยื่อนักศึกษาและสมาชิกใหม่ สิ้นค้ากองทุนเกษียณ และผลิตภัณฑ์อวดอ้างสรรพคุณรักษาสารพัดโรค และ (3) การควบคุมภายใน และการกำกับกิจการที่ดี สามารถป้องกันการทุจริตได้ระดับหนึ่ง ดังนั้น จึงขอเสนอมาตรการป้องกันการทุจริตด้วยวิธีอื่น เช่น การสร้างวัฒนธรรมองค์กรหรือใช้ซอฟต์แวร์การป้องกันการทุจริต

**คำสำคัญ:** การทุจริต, ธุรกิจการขายตรง, การขายตรงแบบหลายชั้น, การป้องกันการทุจริต

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาหลัก.....

<b>Thesis Title</b>	Fraud Prevention in Multi-Level Marketing Business in Thailand
<b>Researcher</b>	Miss Chisttanut Noisutthisakul
<b>Degree Sought</b>	Master of Business Administration
<b>Advisor</b>	Pornchai Naruedomkul, Ph.D.
<b>Academic Year</b>	2016

### Abstract

The purposes of this research were (1) to study type of fraud in the multi-level marketing business, (2) to study method of fraud in the multi-level marketing business, and (3) to study appropriate anti-fraud measure to prevent possible fraud in the multi-level marketing business. Conceptual framework was based on fraud triangle, Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission, internal control (COSO IC), and corporate governance.

Snowball sampling technique was applied to select 5 Chief Executive Officers of multi-level marketing business to answer self-reported questionnaire for qualitative research. Stratified random sampling technique was applied to select 1,564 employees of multi-level marketing business to answer self-reported questionnaire for quantitative research. Data was analyzed by Pearson's correlation, Chi Square test and logit model.

Research findings revealed that: (1) types of fraud were asset misappropriation, embezzlement, and pyramid schemes, (2) methods of fraud were contributions to public cremation service, investment, currency exchange, making dream for capital raising for listing, foreign exchange as incentives, false claim of undue influential persons, sale of sacred items, misuse of social media to lure university student and new members, agricultural product fund, and products falsely claiming medical treatment properties for various diseases, and (3) good internal control and good corporate governance could prevent fraud in direct sales business up to certain level, therefore, other fraud prevention measures are recommended i.e. corporate culture or software for fraud investigation.

**Keywords:** Fraud, Fraud prevention, Multi-level marketing business, Thailand

Advisor's Signature.....



## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จได้ด้วยความกรุณาจากบุคคลและหน่วยงานต่าง ๆ ที่ได้ให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลเพื่อใช้ประกอบการศึกษาค้นคว้าและวิจัย จนทำให้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอย่างสูง คือ ดร.พรชัย นฤตมกุล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ช่วยเหลือแนะนำและตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ จนทำให้ผลการวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วง และระลึกถึงพระคุณของอาจารย์ทุกท่านที่ได้ให้ความรู้ในหลาย ๆ สาขาวิชา ให้แนวคิดและแนวทางต่าง ๆ ซึ่งมีค่ายิ่งตลอดระยะเวลาที่ผู้วิจัยได้ศึกษาอยู่ ณ มหาวิทยาลัยแห่งนี้

ขอขอบพระคุณ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านธุรกิจขายตรง และตลาดแบบตรง ที่มีโอกาสและประสานข้อมูลบริษัทจาก 5 สมาคม

ขอขอบพระคุณ สมาคมพัฒนาการขายตรงไทย สมาคมการขายตรงไทย ที่ให้ความช่วยเหลือทางข้อมูล ซึ่งเป็นประโยชน์ต่องานวิจัย

ขอบพระคุณ นายสามารถ เจนชัยจิตรวิษ (ประธานสมาพันธ์ต่อต้านแชร์ลูกโซ่แห่งประเทศไทย) และดร.ธัญนันท์ วรเศรษฐพงษ์ (ผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายวิจัยและบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์) ที่กรุณาสละเวลาให้คำปรึกษา ข้อเสนอแนะต่าง ๆ และอันเป็นประโยชน์ต่อการวิจัย

ท้ายสุดขอกราบขอบพระคุณอย่างสูง คือ คุณสุรศักดิ์ และคุณประทุม น้อยสุทธิสกุล บิดามารดา รวมถึงคุณศุภวรรณ น้อยสุทธิสกุล พี่สาวอันเป็นที่รักยิ่ง ผู้ให้กำลังใจ และให้โอกาสการศึกษาอันมีค่ายิ่ง รวมทั้งขอแสดงความขอบคุณอย่างสูงอีกครั้ง สำหรับทุกท่านที่มีส่วนช่วยให้วิทยานิพนธ์เรื่องนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

จิตรานุช น้อยสุทธิสกุล

พฤษภาคม 2560

## นิยามศัพท์

งานวิจัยเรื่อง การป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย มีคำศัพท์ที่ได้รับความหมายจากกรอบทบทวนวรรณกรรม ดังนี้

1. การขายตรง หมายถึง การเสนอขายสินค้าหรือบริการให้แก่ผู้บริโภค โดยไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง ซึ่งประเทศไทยนิยมใช้อยู่ในปัจจุบัน 2 ระบบ ดังนี้

1.1 การขายตรงแบบชั้นเดียว หมายถึง การขายสินค้าหรือบริการที่มีตัวแทนจำหน่ายแค่คนเดียว ทำการเดินขายสินค้าตามสถานที่ต่าง ๆ

1.2 การขายตรงแบบหลายชั้น หมายถึง การขายต่อ ๆ กันเป็นเครือข่ายหลายชั้น ผู้ขายเป็นนักขายอิสระ ไม่ใช่ลูกจ้างของบริษัท โดยนักขายสามารถสร้างรายได้จากการขายปลีก และผลตอบแทนจากการขายสินค้าหรือการซื้อสินค้าจากบุคคลที่ผู้ขายตรงได้รับสมัครเข้ามาหรืออาจจะได้ผลตอบแทนจากกลุ่มเครือข่ายของตน

2. ธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้น หมายถึง การนำแผนการตลาดในรูปแบบการขายตรงแบบหลายชั้นประยุกต์ใช้สร้างรายได้ระหว่างกันเป็นเครือข่าย (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค, 2556)

3. การทุจริต หมายถึง การกระทำโดยจงใจหรือเจตนาโดยบุคคลหรือหลายบุคคล เพื่อแสวงหาประโยชน์ที่มีควรได้โดยชอบด้วยกฎหมาย สร้างความเสียหายให้เกิดขึ้นธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้น

4. การป้องกันการทุจริต หมายถึง การควบคุมและกำกับการดำเนินงานในธุรกิจ เพื่อป้องกันหรือลดปัญหาการทุจริตที่จะเกิดขึ้น

5. แชรส์ลูโซ่ หมายถึง รูปแบบการดำเนินธุรกรรมที่มุ่งประสงค์เพื่อหารายได้จากการระดมทุนเป็นหลัก โดยมีการสัญญาในการเข้าร่วมธุรกิจที่จะตอบแทนผลประโยชน์ในรูปแบบต่าง ๆ ที่สูงกว่าเงินลงทุน ซึ่งผู้ประกอบการมักจะอ้างถึงการนำเงินไปลงทุนในรูปแบบอื่น ๆ ต่อ ๆ ไป เพื่อปันรายได้แจกจ่ายผู้เข้าร่วมธุรกิจอย่างทั่วถึง แต่ผลคือ การที่ตอบแทนผลประโยชน์ในช่วงต้น ๆ เพื่อกระตุ้นให้เกิดการร่วมธุรกิจต่อเนื่องจนเมื่อถึงจุดที่ผู้ประกอบการหวังผลในการระดมทุนสำเร็จแล้ว ก็จะหาทางปิดตัวไปเพื่อหลีกเลี่ยงการจ่ายผลประโยชน์ต่อ ๆ ไป หรืออาจจะดำเนินการต่อเนื่องจนกว่าฐานที่เข้ามาหรือผู้เข้าร่วมธุรกิจที่เข้ามาในช่วงหลังจะไม่สามารถหมุนเวียนเงินตอบแทนได้กับคนที่มาก่อนได้ ก็จะเริ่มปิดตัวลง (สมาคมการขายตรงไทย, 2556)

6. ผู้จำหน่ายอิสระ หมายถึง บุคคลที่ได้รับโอนกรรมสิทธิ์ในสินค้าหรือบริการ จากผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงและนำสินค้าหรือบริการดังกล่าวไปเสนอขายตรงต่อผู้บริโภค

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	(2)
กิตติกรรมประกาศ .....	(3)
นิยามศัพท์ .....	(4)
สารบัญ .....	(5)
สารบัญตาราง .....	(8)
สารบัญภาพ .....	(11)
บทที่ 1 บทนำ .....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	1
1.2 คำถามของการวิจัย .....	3
1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย .....	3
1.4 สมมติฐานของการวิจัย .....	3
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย .....	3
1.6 ขอบเขตของการวิจัย .....	4
1.7 วิธีการศึกษาวิจัย .....	4
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม .....	6
2.1 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ .....	6
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการทุจริต .....	12
2.3 การตรวจสอบ และตรวจพบการทุจริต .....	25
2.4 แนวทางการป้องกันการทุจริต .....	26
2.5 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการทุจริต .....	30
2.6 การควบคุมภายใน .....	38
2.7 แนวคิดด้านการบริหารความเสี่ยง .....	40
2.8 แนวคิดด้านการกำกับกิจการที่ดี .....	43
2.9 ทฤษฎีเกี่ยวกับการขายตรง .....	46
2.10 แนวคิดการวิจัย .....	48
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย .....	49
3.1 การกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการวิจัย .....	49
3.2 การกำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	50
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	52
3.4 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล .....	53
3.5 กรอบแนวคิดการวิจัย .....	55

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ระเบียบวิธีวิจัย .....	56
4.1 การวิจัยเชิงคุณภาพ .....	56
4.2 การวิจัยเชิงปริมาณ .....	64
4.2.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	64
4.2.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประเภทของการทุจริตในธุรกิจเครือข่าย การขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย .....	69
4.2.3 ผลวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประเภทของการทุจริต และผลกระทบจากการกำกับ กิจการที่ดีในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย จำแนกตามกลุ่มวิธีการทุจริต.....	78
4.2.4 ผลการวิเคราะห์มาตรการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรง แบบหลายชั้นในประเทศไทยแต่ละวิธีการทุจริต จำแนกผลกระทบ การกำกับกิจการที่ดี.....	81
4.2.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างมาตรการป้องกันการ การทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย แต่ละวิธีการทุจริต กับผลกระทบของการกำกับกิจการที่ดี.....	106
4.2.6 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุด้วยแบบจำลองโลจิสต์ (Logit Model)	113
4.2.7 ผลการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) .....	118
บทที่ 5 ระเบียบวิธีวิจัย .....	120
5.1 สรุปและอภิปรายผลการศึกษา .....	120
5.2 ข้อเสนอแนะ .....	121
5.3 งานวิจัยในอนาคต .....	122
5.4 ข้อจำกัดของการศึกษา .....	122
บรรณานุกรม .....	123
ภาคผนวก .....	131
ภาคผนวก ก .....	132
หนังสือขอความอนุเคราะห์ .....	133
หนังสือขอขอบคุณ .....	134
รายนามผู้ให้สัมภาษณ์ .....	135
ภาคผนวก ข .....	136
แบบสอบถามเชิงคุณภาพ .....	137
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย (เชิงปริมาณ) .....	139
บทสรุปบทสัมภาษณ์ .....	150

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ภาคผนวก ค .....	155
สรุปความสัมพันธ์ระหว่างแบบสอบถามกับแนวคิดและทฤษฎี.....	156
การจับคู่แบบสอบถาม .....	158
ประวัติผู้วิจัย .....	160

## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1.1	ผลของมูลค่าความเสียหายที่เกิดขึ้นในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย	2
2.1	แสดงตัวอย่างของการประยุกต์ทฤษฎีของมาสโลว์กับการทำงานในธุรกิจ.....	6
2.2	แสดงทฤษฎีความต้องการทั้ง 3 สามารถนำมาเปรียบเทียบกัน.....	11
2.3	การเปรียบเทียบปัจจัยและองค์ประกอบที่ก่อให้เกิดการทุจริต.....	13
2.4	สัญญาณเตือนภัยการเกิดการทุจริต.....	15
2.5	ประเภทของการทุจริตในภาคธุรกิจเอกชนไทย.....	18
2.6	ตัวอย่างการทุจริตในภาคธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้น.....	21
2.7	รูปแบบของกฎเกณฑ์และข้อกำหนดของการการปฏิบัติตามจริยธรรมในองค์กร.....	26
2.8	สรุปกลุ่มตามหลักการทฤษฎีจริยธรรม.....	27
2.9	สรุปแนวทางการป้องกันการทุจริตที่เกิดขึ้น.....	29
2.10	การวิเคราะห์และเปรียบเทียบพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 กับ Sarbanes Oxley Act 2002.....	31
2.11	การประยุกต์ใช้กฎหมาย Sarbanes Oxley Act 2002.....	33
2.12	ข้อแตกต่างของระบบแชร์ลูกโซ่และระบบธุรกิจขายตรง.....	47
3.1	แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงและตลาดขายตรง.....	50
4.1	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามด้านเพศ.....	64
4.2	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามด้านอายุ.....	65
4.3	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามด้านระดับการศึกษา.....	66
4.4	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามด้านประสบการณ์ ทำงาน.....	66
4.5	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านรูปแบบการ ประกอบธุรกิจ.....	67
4.6	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามใน ด้านทุนจดทะเบียนบริษัท.....	68
4.7	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของการพบเห็นการทุจริต.....	69
4.8	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของจำนวนครั้งที่พบการทุจริต.....	70
4.9	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของระดับตำแหน่งที่พบการทุจริต.....	71
4.10	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของสาเหตุที่ก่อให้เกิดทุจริต.....	72
4.11	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของวิธีการทุจริตที่พบในธุรกิจเครือข่ายแบบขายตรง.....	73
4.12	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของความเสียหายที่เกิดจากการทุจริต.....	74
4.13	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของจุดอ่อนที่ทำให้เกิดการทุจริต.....	74
4.14	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของปัจจัยที่เป็นมูลเหตุสำคัญให้เกิดการทุจริต.....	75
4.15	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของการนำหลักการกำกับกิจการที่ดีมาใช้.....	76

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.16 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของมาตรการป้องกันการทุจริต .....	77
4.17 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของประเภทของการทุจริตที่เกิดขึ้น และผลกระทบจากการกำกับกิจการที่ดี .....	79
4.18 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละของมาตรการป้องกันการทุจริต จำแนกตามผลกระทบ การกำกับกิจการที่ดี วิธีเงินสมทบมาปนกิจสงเคราะห์ .....	81
4.19 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละของมาตรการป้องกันการทุจริต จำแนกตามผลกระทบ การกำกับกิจการที่ดี วิธีการลงทุน .....	83
4.20 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละของมาตรการป้องกันการทุจริต จำแนกตามผลกระทบ การกำกับกิจการที่ดี วิธีอัตราแลกเปลี่ยนเงิน .....	86
4.21 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละของมาตรการป้องกันการทุจริต จำแนกตามผลกระทบ การกำกับกิจการที่ดี วิธีขายผันระดมทุนตั้งบริษัทในตลาดหลักทรัพย์ .....	88
4.22 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละของมาตรการป้องกันการทุจริต จำแนกตามผลกระทบ การกำกับกิจการที่ดี วิธีอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศเป็นสิ่งดึงดูด .....	91
4.23 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละของมาตรการป้องกันการทุจริต จำแนกตามผลกระทบ การกำกับกิจการที่ดี วิธีแอบอ้างชื่อผู้มีอิทธิพล .....	93
4.24 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละของมาตรการป้องกันการทุจริต จำแนกตามผลกระทบ การกำกับกิจการที่ดี วิธีขายสิ่งศักดิ์สิทธิ์ .....	96
4.25 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละของมาตรการป้องกันการทุจริต จำแนกตามผลกระทบ การกำกับกิจการที่ดี วิธีการใช้โซเซียลมีเดียล่อหล่อนักศึกษา และสมาชิกใหม่ .....	98
4.26 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละของมาตรการป้องกันการทุจริต จำแนกตามผลกระทบ การกำกับกิจการที่ดี วิธีกองทุนสินค้าเกษตร .....	101
4.27 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละของมาตรการป้องกันการทุจริต จำแนกตามผลกระทบ การกำกับกิจการที่ดี วิธีผลิตภัณฑ์อวดอ้างสรรพคุณรักษาสารพัดโรค .....	103
4.28 แสดงค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างมาตรการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่าย การขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย ด้วยวิธีการทุจริตเงินสมทบมาปนกิจสงเคราะห์ กับการกำกับกิจการที่ดี .....	106
4.29 แสดงค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างมาตรการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่าย การขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทยด้วยวิธีการลงทุน กกับการกำกับกิจการที่ดี .....	107
4.30 แสดงค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างมาตรการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่าย การขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทยด้วยวิธีอัตราแลกเปลี่ยนเงิน กกับการกำกับกิจการที่ดี	107
4.31 แสดงค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างมาตรการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่าย การขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทยด้วยวิธีขายผันระดมทุนตั้งบริษัทในตลาด หลักทรัพย์ กกับการกำกับกิจการที่ดี .....	108

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.32	แสดงค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างมาตรการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่าย การขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทยด้วยวิธีอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศเป็น สิ่งดึงดูดกับการกำกับกิจการที่ดี.....	109
4.33	แสดงค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างมาตรการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่าย การขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทยด้วยวิธีแอบอ้างชื่อผู้มีอิทธิพลกับการกำกับ กิจการที่ดี .....	110
4.34	แสดงค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างมาตรการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่าย การขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทยด้วยวิธีขายสิ่งศักดิ์สิทธิ์กับการกำกับกิจการที่ดี	110
4.35	แสดงค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างมาตรการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่าย การขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทยด้วยวิธีการใช้โซเชียลมีเดียล่อเหยื่อนักศึกษาและ สมาชิกใหม่กับการกำกับกิจการที่ดี .....	111
4.36	แสดงค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างมาตรการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่าย การขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทยด้วยวิธีกองทุนสินค้าการเกษตรกับการกำกับ กิจการที่ดี .....	112
4.37	แสดงค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างมาตรการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่าย การขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทยด้วยวิธีผลิตภัณฑ์อวดอ้างสรรพคุณรักษาสารพัดโลก กับการกำกับกิจการที่ดี.....	112
4.38	ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุด้วยแบบจำลองโลจิสต์ .....	114
4.39	สรุปมาตรการป้องกันการทุจริตแต่ละวิธีการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลาย ชั้นในประเทศไทย.....	116
4.40	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามปลายเปิด.....	118
4.41	แสดงความถี่และค่าร้อยละความคิดเห็นจากผู้ตอบแบบสอบถามปลายเปิดเกี่ยวกับข้อเสนอแนะ เพื่อการปรับปรุงและพัฒนาการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้น	118



## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 แสดงผลของปัจจัยที่มีต่อความพึงพอใจในงาน .....	10
2.2 องค์ประกอบของการควบคุมภายในขอ COSC ERM .....	42
4.1 แสดงค่าร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามด้านเพศ .....	64
4.2 แสดงค่าร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามด้านอายุ.....	65
4.3 แสดงค่าร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามด้านระดับการศึกษา .....	66
4.4 แสดงค่าร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามด้านประสบการณ์ทำงาน .....	67
4.5 แสดงค่าร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามด้านรูปแบบการประกอบธุรกิจ..	68
4.6 แสดงค่าร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามด้านทุนจดทะเบียนบริษัท .....	69
4.7 แสดงค่าร้อยละของการพบเห็นการทุจริต .....	70
4.8 แสดงค่าร้อยละของจำนวนครั้งที่พบการทุจริต.....	70
4.9 แสดงค่าร้อยละของระดับตำแหน่งที่พบการทุจริต .....	71
4.10 แสดงค่าร้อยละของสาเหตุที่ก่อให้เกิดทุจริต.....	72
4.11 แสดงค่าร้อยละของวิธีการทุจริตที่พบในธุรกิจเครือข่ายแบบขายตรง .....	73
4.12 แสดงค่าร้อยละของความเสียหายที่เกิดจากการทุจริต .....	74
4.13 แสดงค่าร้อยละของจุดอ่อนที่ทำให้เกิดการทุจริต .....	75
4.14 แสดงค่าร้อยละของปัจจัยใดที่เป็นมูลเหตุสำคัญให้เกิดการทุจริต.....	76
4.15 แสดงค่าร้อยละของการนำหลักการกำกับกิจการที่ดีมาใช้.....	77
4.16 แสดงค่าร้อยละของมาตรการป้องกันการทุจริต.....	78
4.17 แสดงค่าร้อยละของประเภทของการทุจริตที่เกิดขึ้น และผลกระทบจากการกำกับกิจการที่ดี	80
4.18 แสดงค่าร้อยละของมาตรการป้องกันการทุจริต จำแนกผลกระทบการกำกับกิจการที่ดี วิธีเงินสมทบฅาปนกิจสงเคราะห์.....	81
4.19 แสดงค่าร้อยละผลกระทบการกำกับกิจการที่ดี จำแนกตามมาตรการป้องกันการทุจริต วิธีเงินสมทบฅาปนกิจสงเคราะห์.....	82
4.20 แสดงค่าร้อยละของมาตรการป้องกันการทุจริต จำแนกผลกระทบการกำกับกิจการที่ดี วิธีการลงทุน.....	84
4.21 แสดงค่าร้อยละผลกระทบการกำกับกิจการที่ดี จำแนกตามมาตรการป้องกันการทุจริต วิธีการลงทุน.....	85
4.22 แสดงค่าร้อยละของมาตรการป้องกันการทุจริต จำแนกผลกระทบการกำกับกิจการที่ดี วิธีอัตราแลกเปลี่ยนเงิน.....	86
4.23 แสดงค่าร้อยละผลกระทบการกำกับกิจการที่ดี จำแนกตามมาตรการป้องกันการทุจริต วิธีอัตราแลกเปลี่ยนเงิน.....	87

## สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
4.24 แสดงค่าร้อยละของมาตรการป้องกันการทุจริต จำแนกผลกระทบการกำกับกิจการที่ดี วิธีขายฝันระดมทุนตั้งบริษัทในตลาดหลักทรัพย์.....	89
4.25 แสดงค่าร้อยละผลกระทบการกำกับกิจการที่ดี จำแนกตามมาตรการป้องกันการทุจริต วิธีขายฝันระดมทุนตั้งบริษัทในตลาดหลักทรัพย์.....	90
4.26 แสดงค่าร้อยละของมาตรการป้องกันการทุจริต จำแนกผลกระทบการกำกับกิจการที่ดี วิธีอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศเป็นสิ่งดึงดูด.....	91
4.27 แสดงค่าร้อยละผลกระทบการกำกับกิจการที่ดี จำแนกตามมาตรการป้องกันการทุจริต วิธีอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศเป็นสิ่งดึงดูด.....	92
4.28 แสดงค่าร้อยละของมาตรการป้องกันการทุจริต จำแนกผลกระทบการกำกับกิจการที่ดี วิธีแอบอ้างชื่อผู้มีอิทธิพล.....	94
4.29 แสดงค่าร้อยละผลกระทบการกำกับกิจการที่ดี จำแนกตามมาตรการป้องกันการทุจริต วิธีแอบอ้างชื่อผู้มีอิทธิพล.....	95
4.30 แสดงค่าร้อยละของมาตรการป้องกันการทุจริต จำแนกผลกระทบการกำกับกิจการที่ดี วิธีขายสิ่งศักดิ์สิทธิ์.....	96
4.31 แสดงค่าร้อยละผลกระทบการกำกับกิจการที่ดี จำแนกตามมาตรการป้องกันการทุจริต วิธีขายสิ่งศักดิ์สิทธิ์.....	97
4.32 แสดงค่าร้อยละของมาตรการป้องกันการทุจริต จำแนกผลกระทบการกำกับกิจการที่ดี วิธีการใช้โซเชียลมีเดียล่อเหยื่อนักศึกษา และสมาชิกใหม่.....	99
4.33 แสดงค่าร้อยละผลกระทบการกำกับกิจการที่ดี จำแนกตามมาตรการป้องกันการทุจริต วิธีการใช้โซเชียลมีเดียล่อเหยื่อนักศึกษา และสมาชิกใหม่.....	100
4.34 แสดงค่าร้อยละของมาตรการป้องกันการทุจริต จำแนกผลกระทบการกำกับกิจการที่ดี วิธีกองทุนสินค้าเกษตร.....	101
4.35 แสดงค่าร้อยละผลกระทบการกำกับกิจการที่ดี จำแนกตามมาตรการป้องกันการทุจริต วิธีกองทุนสินค้าเกษตร.....	102
4.36 แสดงค่าร้อยละของมาตรการป้องกันการทุจริต จำแนกผลกระทบการกำกับกิจการที่ดี วิธีผลิตภัณฑ์อวดอ้างสรรพคุณรักษาสารพัดโรค.....	104
4.37 แสดงค่าร้อยละผลกระทบการกำกับกิจการที่ดี จำแนกตามมาตรการป้องกันการทุจริต วิธีผลิตภัณฑ์อวดอ้างสรรพคุณรักษาสารพัดโรค.....	105

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การขายตรง มีวิวัฒนาการมาจากระบบการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือระบบแลกเปลี่ยนของต่อของ (Barter System) ตามต้องการ หลังจากนั้นมีการแลกเปลี่ยนหลายรูปแบบ เช่น หิน ลูกปัด เปลือกหอย เมล็ดพืช จนเปลี่ยนมาใช้เงินตราเป็นสื่อกลางการแลกเปลี่ยน (Medium of Exchange) เป็นระบบการซื้อขายด้วยเงิน (Money System) (เอลิเซีย, [http://www.alisio.com/web/index.php?option=com\\_Content & view=article & id=49&Itemid=57](http://www.alisio.com/web/index.php?option=com_Content & view=article & id=49&Itemid=57), 23 พฤศจิกายน 2559) ธุรกิจขายตรง จึงเป็นการขายรูปแบบหนึ่งที่มีบทบาทต่อการตลาดอย่างต่อเนื่อง นับเป็นธุรกิจที่เสนอขายสินค้าหรือบริการโดยตรงต่อผู้บริโภค อันเป็นระบบการจัดจำหน่ายและการเข้าถึงลูกค้าในลักษณะการขายเร็ว เริ่มจากการนำสินค้าเสนอขายตามบ้านของผู้บริโภคโดยตรง (Yankee Peddler) ต่อมาเป็นการขายแบบถึงมือผู้รับ (Door-to-door) แต่ด้วยการขายดังกล่าวไม่ประสบความสำเร็จมากนัก เนื่องจากสมาชิกต่างมีความประสงค์ต้องการเป็นนักการขาย (Salespeople) มากกว่าเป็นนักขายเครือข่าย (Recruiters) จึงส่งเสริมการขายด้วยพนักงานขาย เพื่อสร้างความประทับใจและวิธีใช้สินค้าอย่างถูกต้อง ต่อมา มีการขายแบบเครือข่าย (Network Business) ซึ่งเป็นวิธีแนะนำบอกต่อให้คนที่รู้จักได้ใช้สินค้าที่ดีเหมือนกับตน หรือการขายแบบการโฆษณาแบบปากต่อปาก โดยไม่ผ่านกระบวนการโฆษณาหรือตัวแทนจำหน่ายเหมือนกับการขายตรงแบบชั้นเดียว (Single Level Marketing: SLM) ต่อมาจึงพัฒนาการเป็นการขายตรงแบบหลายชั้น (Multi-Level-Marketing: MLM) ซึ่งมีลักษณะการร่วมทุนสร้างทีมงาน รายได้ที่ได้รับจัดจำกัดของตนเองขึ้น ทำให้ผู้คนหลังไหลเข้ามาสู่ธุรกิจขายตรง ทุกเพศ ทุกวัย ทุกระดับการศึกษา ทุกฐานะ ทุกสังคม ง่ายต่อการกระจายสินค้า และขนส่งจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค (สมาคมการขายตรงไทย, <http://www.tdsa.org/content/71/11>, 16 พฤศจิกายน 2559; อาปิยะ บริพันธ์, 2552)

ปัจจุบันธุรกิจ MLM ได้รับการยอมรับมากขึ้น จึงมีบริษัทจำนวนมากหันมาใช้ในการตลาดแบบ MLM เป็นช่องทางการจำหน่ายที่สามารถขยายตลาดได้อย่างรวดเร็ว และมีผลการดำเนินการค่อนข้างสูง หลังจากนั้นนำวิธีการทางการตลาดแบบ MLM ไปใช้ในทางที่ไม่ถูกต้อง ด้วยระบบปิระมิด (Pyramids) หรือการตลาดลักษณะที่เป็นแบบลูกโซ่ โดยมุ่งประสงค์ให้หาสมาชิก หรือหารายได้จากการระดมทุนเป็นหลักจากการทำสัญญาเข้าร่วมธุรกิจที่ให้ผลตอบแทน หรือผลประโยชน์ในรูปแบบต่าง ๆ ที่สูงกว่าเงินลงทุน เมื่อระดมทุนตามประสงค์จะปิดตัวลง อันก่อให้เกิดความเสียหายกับสมาชิก เปรียบเสมือนการเล่นเกมทางการเงิน (Money Game) มากกว่าการขายสินค้า ทำให้เกิดปัญหาทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นมากขึ้นด้วยวิธีการทุจริตที่ซับซ้อน และการดำเนินคดีขึ้นสู่ศาลตามมูลเหตุคดีเกิดการล้ำเข้าไปในกระบวนการดำเนินคดี และขาดหลักฐานประกอบคดี

ปัญหาการทุจริตบางบริษัทในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย อาจใช้รูปแบบธุรกิจที่แอบแฝงกลไกที่มีลักษณะพิเศษ ด้วยการขายสินค้าและบริการมาเสนอผู้บริโภค ด้วยวิธีการโฆษณาชวนเชื่อ แอบอ้างชื่อบุคคลสำคัญ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและอวดอ้างสรรพคุณสินค้าจนเกินจริง เน้นการหาสมาชิกเข้าร่วมเครือข่ายเป็นหลัก โดยไม่มีเจตนาค้าขายสินค้าอย่างแท้จริง และเปิดโอกาสให้สมาชิกแต่งตั้งสมาชิกต่อไปได้เองโดยไม่มีขอบเขตจำกัด ด้วยการอาศัยคำตอบแทนที่มอบให้สมาชิกเป็นสิ่งที่ล่อใจให้สมาชิกเก่าแสวงหาสมาชิกเข้ามาสมัครใหม่ให้ได้จำนวนมาก สุดท้ายแล้วก็จะปิดบริษัทหลบหนีไปในที่สุด ซึ่งปัญหาดังกล่าวเป็นสาเหตุหลักของการเกิดปัญหาแชร์ลูกโซ่ ทั้งนี้ล้วนเกิดจากความโลภของผู้บริโภคที่ต้องการผลประโยชน์ตอบแทน การขาดความรู้ความเข้าใจ อีกทั้งผู้ประกอบการธุรกิจเครือข่ายขายตรงแบบหลายชั้นมักใช้ความน่าเชื่อถือและความหลากหลายของรูปแบบกลไกในลักษณะแชร์ลูกโซ่ที่มีความซับซ้อนมากขึ้น จนทำให้ผู้บริโภคไม่สามารถแยกแยะความแตกต่างระหว่างธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นที่ถูกกฎหมายกับธุรกิจที่ผิดกฎหมาย (นิติพัฒน์ วุฒิบุณยสิทธิ์, 2555; สายฝน รัตนภิรมย์, 2552) จึงทำให้รูปแบบธุรกิจและวิธีการทุจริตในลักษณะนี้ไม่หมดสิ้นไปจากระบบเศรษฐกิจและสังคมไทย

เหตุการณ์ดังกล่าวข้างต้น หากธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นต้องการแก้ไขปัญหานี้จริง ควรแก้ไขจากสาเหตุการทุจริต ซึ่งนำไปสู่แนวทางการขับเคลื่อนกลไกการป้องกันที่ถูกต้องตรงประเด็น (Ramamoorti, 2008 อ้างถึงใน พรชัย นฤตมกุล และพรธรรณีภา รอดวรรณะ, 2554) อีกทั้งสามารถลงโทษผู้กระทำผิดตามกฎหมายระเบียบข้อบังคับของบริษัท หรือกฎหมาย เพื่อนำไปพิจารณามาตรการการป้องกันการทุจริต

การสำรวจผลอาชญากรรมทางเศรษฐกิจในประเทศไทย (PwC's 2016 Global Economic Crime Survey: Economic crime in Thailand) กับผลสถิติการเติบโตของมูลค่าตลาดรวมของธุรกิจขายตรงไทย แสดงผลของมูลค่าความสูญเสียที่เกิดขึ้นภาพรวมในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย มูลค่าอยู่ในระดับที่สูง ดังตารางที่ 1.1

**ตารางที่ 1.1** ผลของมูลค่าความเสียหายที่เกิดขึ้นในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย

ประเภท	มูลค่าตลาดรวมของ ธุรกิจขายตรงไทย (พันล้านบาท)	ผลอาชญากรรม ทางเศรษฐกิจ (%)	มูลค่าความสูญเสีย ที่เกิดขึ้น (พันล้านบาท)
บริษัทจดทะเบียนไทย (Listed companies)	68.70	37	25.419
บริษัทเอกชนที่ไม่ได้จดทะเบียน (Private companies)	64.20	27	17.334

ที่มา: ดัดแปลงจาก PwC ปี พ.ศ. 2557 และมูลค่าการตลาดรวมของธุรกิจขายตรงไทย.

สมาคมการขายตรงไทย. (2557).

จากตารางที่ 1.1 มูลค่าความเสียหายที่เกิดขึ้นในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย มีมูลค่าความเสียหายที่เกิดขึ้นในบริษัทจดทะเบียนไทย 25.419 พันล้านบาท และบริษัทเอกชนที่ไม่ได้จดทะเบียน 17.334 พันล้านบาท ซึ่งสะท้อนถึงการเกิดการทุจริตที่ผ่านมา และเป็นสัญญาณเตือนภัย

ถึงการตกเป็นเหยื่อทุจริตในองค์กร รวมถึงธุรกิจเครือข่ายแบบขายตรงหลายชั้นจดทะเบียนในไทยที่มีความน่าสนใจ ด้วยวิธีการเสนอขายสินค้าและวิธีการทุจริตต่าง ๆ ที่แอบซ่อนในธุรกิจดังกล่าว

จากเหตุผลต่าง ๆ ข้างต้น จึงสนใจจะศึกษามาตรการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย โดยศึกษาวิธีการทุจริตด้วยการนำหลักการควบคุมภายใน และการกำกับดูแลกิจการที่ดีมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย เพื่อประโยชน์ต่อองค์กรธุรกิจในการนำไปใช้ป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทยได้อย่างยั่งยืนต่อไป

## 1.2 คำถามทางวิจัย

- 1.2.1 การทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย มีประเภทของการทุจริตอย่างไร
- 1.2.2 วิธีการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย มีวิธีใดบ้าง
- 1.2.3 มาตรการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย ที่เหมาะสมเป็นอย่างไร

## 1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1.3.1 เพื่อศึกษาประเภทของการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย
- 1.3.2 เพื่อศึกษาวิธีการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย
- 1.3.3 เพื่อศึกษามาตรการป้องกันการทุจริตที่เหมาะสมในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย

## 1.4 สมมุติฐานของการวิจัย

การนำหลักการควบคุมภายใน ตามแนวคิดของ COSO (Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission) และหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance) มาใช้ในองค์กร จะสามารถป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นได้ ส่งผลให้การทุจริตลดน้อยลง และทำให้ผลการดำเนินงานของกิจการดีขึ้น

## 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลการวิจัยครั้งนี้จะทำให้ทราบถึง ประเภทของการทุจริตโดยทั่วไป วิธีการทุจริต และมาตรการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย ซึ่งคาดว่าจะประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจและหน่วยงานภาครัฐ ดังนี้

- 1.5.1 ทำให้ทราบถึงประเภทของการทุจริตที่เกิดขึ้นในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย เพื่อนำไปพัฒนาการป้องกันการทุจริต
- 1.5.2 ทำให้ทราบและเข้าถึงวิธีการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย เพื่อนำไปวางระบบการควบคุมภายในที่เหมาะสมกับธุรกิจ

1.5.3 ทราบมาตรการป้องกันการทุจริตที่เหมาะสมในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทยมาใช้ เพื่อลดภาระค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น และนำไปพัฒนานโยบายการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายแบบหลายชั้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

## 1.6 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ศึกษาการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทยโดยกำหนดขอบเขตการวิจัย ไว้ดังนี้

1.6.1 ด้านเนื้อหา ดำเนินการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี หนังสือ บทความและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้น

### 1.6.2 วิธีการศึกษา

ประชากร และกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริหารและพนักงานระดับปฏิบัติการในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นที่จดทะเบียนผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงกับสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ตั้งแต่ พ.ศ. 2545 ถึงปัจจุบัน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) แบบกำหนดสัดส่วน (Proportionate) ของจำนวนผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงที่จดทะเบียนกับสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคก่อนนั้น เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีความเชี่ยวชาญการปฏิบัติงานแตกต่างกัน จึงดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยการสุ่มแบบอาศัยความน่าจะเป็น และเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงตำแหน่งในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นอีก 4 ตำแหน่ง ๆ ละ 1 ราย ประกอบด้วย ผู้บริหาร ผู้จัดการ หัวหน้า/แม่ทีม และพนักงานผู้ปฏิบัติ/ลูกทีม โดยใช้ตารางเลขสุ่ม เพื่อสรุปผลการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

1.6.3 ด้านพื้นที่ ดำเนินการศึกษาธุรกิจเครือข่ายการขายตรงหลายชั้นในประเทศไทยที่จดทะเบียนในสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) รวม 829 ราย ประกอบด้วย ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงจำนวน 613 ราย และผู้ประกอบการตลาดแบบตรง จำนวน 216 ราย

## 1.7 วิธีการศึกษาวิจัย

วิธีการศึกษาและการรวบรวมข้อมูลในการวิจัยจะดำเนินการ 2 ชุด ดังนี้

ชุดที่ 1 การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีวิธีการรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. ข้อมูลแหล่งปฐมภูมิ (Primary Data) รวบรวมข้อมูลจากการสอบถามความคิดเห็นด้วยแบบสอบถามแบบมีโครงสร้าง (Structure Interview) สัมภาษณ์ผู้บริหารบริษัทจดทะเบียนขายตรงกับสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค นายยกสมาคม และหรือประธานสมาพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้น จำนวน 5 คน โดยทำการเก็บข้อมูลในช่วงเดือนตุลาคม ถึง พฤศจิกายน พ.ศ. 2559 โดยใช้วิธีเลือกกลุ่มเป้าหมายด้วยการสุ่มแบบลูกโซ่ (Snowball Sampling) ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In depth Interview)

2. ข้อมูลจากแหล่งทุติยภูมิ (Secondary Data)

2.1 การดำเนินงานโดยรวมของบริษัทจดทะเบียนขายตรงกับสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ได้แก่ ตามหลักการกำกับที่ดีของกิจการ เป็นต้น

2.2 ตำรา หนังสือ วารสาร บทความ เอกสารต่างๆ และผลการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับปัญหาทุจริต เพื่อให้ทราบถึงประเภทของการทุจริต วิธีการทุจริต และมาตรการป้องกันการทุจริต รวมถึงจัดการปัญหาการกระทำทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นแห่งนี้

2.3 การวิเคราะห์ข้อมูล การศึกษาครั้งนี้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยนำข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการสังเกต สอบถาม สัมภาษณ์ และข้อมูลทุติยภูมิจากการค้นคว้าจากเอกสาร วารสาร ข้อมูลสื่อเผยแพร่องค์กรของธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นแห่งนี้ โดยจำแนกหมวดหมู่ และอธิบายถึงข้อคิดเห็นที่มีต่อการกระทำในวิธีการใดเป็นประเด็นการทุจริต วิธีการทุจริต และมาตรการป้องกันการทุจริต

ชุดที่ 2 การวิจัยเชิงปริมาณ โดยนำผลการศึกษาวิธีการทุจริตและแนวทางการป้องกันธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นที่ได้รับจากข้อคิดเห็นจากผลสัมภาษณ์มาสร้างแบบสอบถามเพื่อสอดคล้องการหาวิธีการป้องกันการทุจริตที่มีประสิทธิภาพ

## บทที่ 2

### การทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยเรื่อง การป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย ได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาดังกล่าว โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- 2.1 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ
  - 2.1.1 ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ มาร์โลว์ (Maslow)
  - 2.1.2 ทฤษฎีความต้องการของ McGuire
  - 2.1.3 ทฤษฎีสองปัจจัยของ Herzberg (Herzberg's Two-factor Theory)
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการทุจริต
- 2.3 การตรวจสอบ และตรวจพบการทุจริต
- 2.4 แนวทางการป้องกันการทุจริต
- 2.5 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการทุจริต
- 2.6 การควบคุมภายใน
- 2.7 แนวคิดด้านการบริหารความเสี่ยง
- 2.8 แนวคิดด้านการกำกับกิจการที่ดี
- 2.9 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการขายตรง
- 2.10 แนวคิดการวิจัย

#### 2.1 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ

##### 2.1.1 ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ มาร์โลว์ (Maslow)

ทฤษฎีของมาสโลว์ถูกนำไปประยุกต์ใช้อย่างกว้างขวางในองค์กร เป็นพื้นฐานสำหรับจัดโปรแกรมการพัฒนาองค์กร เช่น การบริหารแบบมีส่วนร่วม Job Enrichment โครงการคุณภาพชีวิตของพนักงาน นอกจากนี้องค์กรสามารถใช้ปัจจัยจูงใจตามลำดับขั้นของความ ต้องการของพนักงานที่ทำงานในระดับที่แตกต่างกันไป (เกวลิน สลิตานนท์, 2550) ดังตารางที่ 2.1



ตารางที่ 2.1 แสดงตัวอย่างของการประยุกต์ทฤษฎีของมาสโลว์กับการทำงานในธุรกิจ

ลำดับความต้องการ	สิ่งตอบสนองทั่วไป	การตอบสนองขององค์กร
1. ความต้องการทางกายภาพ	อาหาร น้ำ อากาศ ที่อยู่ อาศัย ความต้องการทางเพศ การพักผ่อน	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ค่าจ้าง</li> <li>• สภาพการทำงานที่ดี</li> <li>• โรงอาหารสำหรับพนักงาน</li> </ul>
2. ความมั่นคงปลอดภัย	ความมั่นคงปลอดภัย ความมีเสถียรภาพ การได้รับความคุ้มครอง	<ul style="list-style-type: none"> <li>• สภาพการทำงานที่ปลอดภัย</li> <li>• สวัสดิการ</li> <li>• สัญญาจ้างงาน</li> <li>• ความมั่นคงในงาน</li> </ul>
3. ความต้องการทางสังคม	ความรัก ความสัมพันธ์กับผู้อื่น การได้รับการยอมรับ	<ul style="list-style-type: none"> <li>• กลุ่มทำงานที่เข้ากันได้ดี</li> <li>• การบังคับบัญชาที่ดี</li> <li>• กลุ่มวิชาชีพ</li> </ul>
4. ความต้องการยกย่องนับถือ	ความมีศักดิ์ศรี ความศรัทธาในตนเอง เกียรติยศชื่อเสียง สถานภาพ	<ul style="list-style-type: none"> <li>• การยอมรับจากสังคม</li> <li>• สถานภาพการทำงานสูง</li> <li>• งานที่เหมาะสมกับความสามารถ</li> <li>• การรู้ถึงผลการทำงาน</li> </ul>
5. ความต้องการที่จะได้รับ ความสำเร็จในชีวิต	การเจริญเติบโต ความก้าวหน้า การสร้างสรรค์	<ul style="list-style-type: none"> <li>• งานที่ท้าทาย</li> <li>• โอกาสที่ได้ใช้ความคิดสร้างสรรค์</li> <li>• ความสัมพันธ์ในงาน</li> <li>• ความก้าวหน้าในองค์กร</li> </ul>

ที่มา: Steer and Porter. (1991). อ้างถึงใน กานดา จันทร์แย้ม. (2546).

จากแนวคิดและทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow (สุพรรณิ ไชยอำพร และศิรินทิพย์ อรุณเรื่อ, 2549 อ้างถึงใน สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง, ม.ป.ป) สาเหตุของการทุจริตผ่านแนวคิด โดยสมมติฐานความต้องการการของมนุษย์ คือ มนุษย์มีความต้องการการ และความต้องการการมีอยู่เสมอ ไม่มีที่สิ้นสุด เมื่อความต้องการการที่ได้รับการสนองแล้วจะไม่เป็นสิ่งจูงใจสำหรับพฤติกรรมต่อไป ส่วนความต้องการการที่ไม่ได้รับการตอบสนองจะเป็นสิ่งจูงใจของพฤติกรรม ขณะเดียวกันความต้องการการของคนจะซับซ้อนกัน บางทีความต้องการการหนึ่งได้รับการตอบสนองแล้วยังไม่สิ้นสุดก็เกิดความต้องการการด้านอื่นขึ้นอีก และความต้องการการของคนมีลักษณะเป็นลำดับขั้นความสำคัญ คือเมื่อความต้องการการในระดับต่ำได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการการระดับสูงก็จะเรียกร้องให้มีการตอบสนอง ซึ่งสอดคล้องกับการทุจริตที่จะทำเพื่อให้ได้ในสิ่งที่ต้องการไม่ว่าจะเป็นความเป็นอยู่ที่ดี ความมั่งคั่ง ความต้องการยศถาบรรดาศักดิ์ การได้รับการยกย่อง ความต้องการการที่จะได้อำนาจทั้งที่เป็นทางการ (Legitimacy) และไม่เป็นทางการ เพื่อนำไปสู่เป้าหมายสูงสุดตามที่ต้องการ

## 2.1.2 ทฤษฎีความต้องการของ McGuire

McGuire (Hawkins, Best and Coney, 2006 อ้างถึงใน วลัยพร ยอดคำมี, 2550) ได้พัฒนาระบบการจำแนกประเภทของแรงจูงใจที่มีลักษณะชี้เฉพาะมากกว่าของมาสโลว์ ไว้ดังนี้

2.1.2.1 ความต้องการความสอดคล้องกัน (Need for Consistency) เป็นความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการให้ทุกด้านทุกส่วนของตนเอง สอดคล้องกลมกลืนซึ่งกันและกัน ได้แก่ ทัศนคติ พฤติกรรมที่แสดงออกต่าง ๆ ความคิดเห็น ภาพลักษณ์เกี่ยวกับตนเอง (Self-Images)

2.1.2.2 ความต้องการทราบเหตุผลที่เป็นที่มาของสิ่งต่าง ๆ (Need to Attribute Causation) เป็นความต้องการเพื่อที่จะทราบว่าใคร หรืออะไรเป็นสาเหตุที่ทำให้สิ่งต่าง ๆ เกิดขึ้น และสิ่งที่เกิดขึ้นนั้นเกิดผลในทางที่ดีหรือไม่ดีกับตนเองหรือสิ่งอื่น ๆ อย่างไร ความต้องการทราบสาเหตุเพื่อนำไปวินิจฉัยในสิ่งต่าง ๆ ทำให้เกิดทฤษฎีขึ้นมาทฤษฎีหนึ่ง เรียกว่า ทฤษฎีการอ้างเหตุผล (Attribution Theory) เป็นแนวความคิดที่ทำให้เราเข้าใจว่าทำไมการจัดทำข่าวสารโฆษณาแต่เพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอ จำเป็นจะต้องใช้บุคคลที่น่าเชื่อถือมาอ้างอิงประกอบด้วย จึงทำให้ผู้บริโภคเกิดความคล้อยตามยอมรับ จะเห็นได้ชัดว่า การใช้พนักงานให้คำแนะนำ ผู้บริโภคเพื่อจูงใจให้เกิดการซื้อ หรือการใช้ข่าวสารโฆษณาต่าง ๆ เพื่อโน้มน้าวจิตใจผู้บริโภคจะมีแนวโน้มที่จะลดความเชื่อถือคำแนะนำเหล่านี้ (Discount the Advice) แต่ในทางตรงข้ามหากคำแนะนำเดียวกันนี้เป็นคำแนะนำจากเพื่อนจะได้รับการยอมรับและเชื่อถือมากกว่า)

2.1.2.3 ความต้องการที่จะสามารถจำแนกสิ่งต่าง ๆ ได้ (Need to Categorize) เป็นความต้องการของทุกคน เพื่อที่จะสามารถจำแนกจัดองค์ประกอบข้อมูล และประสบการณ์ให้มีความหมายที่เข้าใจได้ และสามารถนำมาใช้ประโยชน์อย่างใดอย่างหนึ่งได้ความสามารถเหล่านี้ถูกสร้างขึ้น และเก็บไว้ในสมอง ซึ่งสามารถเรียกนำมาใช้โดยผ่านกระบวนการรวบรวมข้อมูลดังกล่าวมาแล้ว เช่น เราใช้ราคาเป็นเครื่องมือในการจำแนกความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ออกเป็นประเภทต่าง ๆ

2.1.2.4 ความต้องการที่จะสามารถบอกความหมายโดยนัยได้ (Need for Cues) แรงจูงใจนี้จะสะท้อนออกมาในรูปของความต้องการที่จะสามารถสังเกตเห็น สิ่งบอกเหตุหรือสัญลักษณ์ต่าง ๆ ในอันที่จะทำให้บอกความหมายโดยนัยว่าเรามีความคิดหรือความรู้สึกอย่างไร ความประทับใจ (Impressions) ความรู้สึก (Feelings) และทัศนคติ (Attitudes) สิ่งเหล่านี้ถูกสร้างขึ้นมาภายในจิตใจ โดยการมองพฤติกรรมของตัวเราเอง และมองพฤติกรรมของผู้อื่น และสรุปเป็นความหมายโดยนัย (Drawing Inferences) เพื่อแสดงความคิดออกมาว่าเรามีความรู้สึก และมีความคิดอย่างไร

2.1.2.5 ความต้องการมีอิสรภาพ (Need for Independence) ความต้องการความมีอิสรภาพ หรือการปกครองตนเอง (Self-Government) เป็นคุณลักษณะของวัฒนธรรมของชาวอเมริกัน แต่ดูเหมือนว่าเป็นลักษณะส่วนบุคคลที่ทุกชาติทุกภาษา และทุกวัฒนธรรมมีคุณลักษณะความต้องการนี้ เพียงแต่ว่าจะแตกต่างกันเฉพาะระดับของความมีอิสรภาพเท่านั้น

2.1.2.6 ความต้องการสิ่งแปลกใหม่ (Need for Novelty) เป็นความต้องการของทุกคนที่จะแสวงหาความแปลกใหม่ เพื่อหลีกเลี่ยงความจำเจ และซ้ำซาก

2.1.2.7 ความต้องการแสดงตนเองให้ประจักษ์ (Need for Self - Expression) แรงจูงใจนี้จะเกี่ยวข้องกับความต้องการเพื่อแสดงออกความเป็นตนเอง ให้ผู้อื่นได้รับรู้ซึ่งจะออกมาในรูปการกระทำบางอย่างที่สะท้อนให้เห็นความต้องการนี้ เพื่อแสดงให้เห็นว่าตนเองเป็นใครและต้องการจะให้เป็นอย่างใด

2.1.2.8 ความต้องการเพื่อป้องกันตนเอง (Need for Ego-Defense) ความต้องการเพื่อปกป้องคุ้มครองตนเอง เป็นแรงจูงใจที่สำคัญอีกอย่างหนึ่ง เมื่อไรก็ตามที่บุคคลถูกคุกคามต่อภาพลักษณ์ของ

ตนเอง ก็จะเป็นแรงจูงใจให้บุคคลนั้นป้องกันภาพลักษณ์ของตนเอง (Self-Image หรือ Self-Concept) ด้วยการแสดงพฤติกรรมที่ตนคิดบางอย่างเพื่อป้องกันผลลัพท์หลายอย่างที่สามารช่วยป้องกันภาพลักษณ์แห่งตนได้ ผู้บริโภคที่มีความรู้สึกไม่มั่นคง เกรงว่าภาพลักษณ์ของตนเองจะสูญหายไปในสายตาของผู้อื่น เพราะตนเองมองตนเองว่าเป็นคนทันสมัย มีรสนิยมสูง

2.1.2.9 ความต้องการได้รับการเสริมแรง (Need for Reinforcement) เรามักจะได้รับแรงกระตุ้นให้กระทำบางสิ่งบางอย่างบ่อย ๆ ด้วยเหตุผล เพราะเราได้รับความพึงพอใจอันเป็นรางวัล (Reward) ในการกระทำเช่นนั้น ผลลัพท์หลายชนิดที่ผู้บริโภคซื้อมาใช้ก็ปรากฏให้เห็นต่อสายตาตามสาธารณชน

2.1.2.10 ความต้องการความรักความผูกพัน (Need for Affiliation) เป็นความต้องการของบุคคลที่ปรารถนาอยากจะช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เพื่อสร้างความรักความผูกพันให้เกิดกับผู้อื่นที่เป็นสมาชิกกลุ่มสมาชิกมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อวิถีชีวิตของผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่

2.1.2.11 ความต้องการยึดถือบุคคลอื่นที่ชื่นชอบเป็นต้นแบบ (Need for Modeling) ความต้องการลักษณะนี้จะสะท้อนให้บุคคลมีแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ไปตามรูปแบบของบุคคลอื่นที่ตนเองชื่นชอบ จึงเป็นแรงจูงใจให้ตนเองประพฤติปฏิบัติตาม เด็กจะเรียนรู้รูปแบบการบริโภคของพ่อแม่เป็นสิ่งสำคัญ การยึดถือผู้อื่นเป็นต้นแบบ วิธีปรับตนเองเพื่อให้สามารถเข้ากันได้กับผู้อื่น ซึ่งจะเกิดขึ้นภายในกลุ่มอ้างอิง Reference Groups

### 2.1.3 ทฤษฎีสองปัจจัยของ Herzberg (Herzberg's Two-factor Theory)

Herzberg ในแนวคิดว่า ระดับการจูงใจของบุคคลมาจากธรรมชาติของตัวงาน ไม่ได้มาจากรางวัลภายนอก หรือเงื่อนไขการทำงาน และแบ่งความต้องการของบุคคลออกเป็น 2 ประเภทคือ ปัจจัยสุขอนามัย (Hygiene Factors) และปัจจัยจูงใจ (Motivator Factors) Herzberg ได้ทำการทดลองเพื่อสร้างทฤษฎีขึ้นมาโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ เพื่อค้นหาคำตอบว่า อะไรเป็นสิ่งจูงใจให้บุคคลชอบหรือไม่ชอบงาน (ยงยุทธ เกษสาคร, 2547 อ้างถึงใน เกวลิน สถิตานนท์, 2550) และได้ข้อสรุปว่า

2.1.3.1 ปัจจัยจูงใจ (Motivator Factors) เป็นปัจจัยที่จะทำให้คนทำงานอย่างมีประสิทธิภาพได้แก่

1) ผลสำเร็จในการทำงาน หมายถึง การที่บุคคลสามารถทำงานได้เสร็จสิ้นและประสบผลสำเร็จอย่างดี ความสามารถในการแก้ปัญหาต่าง ๆ การรู้จักป้องกันปัญหาที่จะเกิดขึ้นและเมื่อสำเร็จ เกิดความรู้สึกพอใจในผลสำเร็จของงานนั้นอย่างยิ่ง

2) การยอมรับในผลงานที่สำเร็จนั้น หมายถึง การได้รับการยอมรับนับถือไม่ว่าจากผู้บังคับบัญชา หรือจากบุคคลในหน่วยงาน รวมทั้งการยกย่องชมเชยแสดงความยินดี การให้กำลังใจหรือการแสดงออกอื่นใดที่แสดงให้เห็นถึงการยอมรับในความสามารถ

3) ความรับผิดชอบ หมายถึง ความพึงพอใจที่เกิดขึ้นจากการได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบและมีอำนาจรับผิดชอบได้อย่างเต็มที่ ไม่ควบคุมมากเกินไปจนขาดความอิสระในการทำงาน

4) ลักษณะงาน หมายถึง งานที่ท้าทายความสามารถหรือเป็นงานที่อาศัยความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ คิดค้นสิ่งใหม่ ๆ เป็นงานที่มีลักษณะพิเศษต้องใช้ความสามารถเฉพาะตัวในการทำงาน

5) ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน หมายถึง เมื่องานประสบความสำเร็จ ก็ได้รับการตอบสนองในเรื่องของการได้รับเลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่งให้สูงขึ้น รวมทั้งโอกาสได้ศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม หรือได้รับการฝึกอบรม

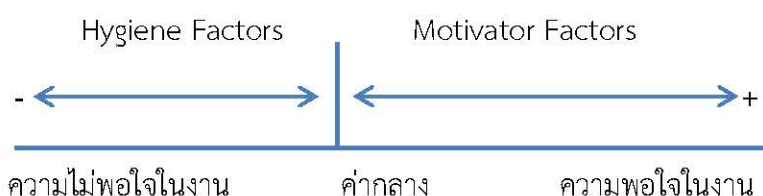
สิ่งเหล่านี้จะเป็นตัวกระตุ้นที่ทำให้คนอยากทำงานอย่างมีสุข Herzberg จึงเรียกปัจจัยเหล่านี้ว่า ปัจจัยจูงใจ (Motivator Factors)

2.1.3.2 ปัจจัยสุขอนามัย (Hygiene Factors) เป็นปัจจัยที่ทำให้คนไม่พอใจที่จะทำงาน ซึ่งเป็นสาเหตุอันเกิดจากสภาวะแวดล้อม โดยไม่เกี่ยวข้องกับส่วนประกอบของงานเลย ได้แก่

- 1) นโยบายและการบริหารของบริษัท หมายถึง การจัดการและบริหารงานขององค์กร ซึ่งจะต้องมีนโยบายอย่างชัดเจนมีการแบ่งงานไม่ซ้ำซ้อน
- 2) การปกครองบังคับบัญชา หมายถึง ความสามารถของผู้บังคับบัญชาในการดำเนินหรือความยุติธรรมในการบริหาร รวมถึงการมีความรู้ความสามารถในการแก้ปัญหาให้คำแนะนำในการทำงานแก่ผู้ใต้บังคับบัญชาได้
- 3) ความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน หมายถึง การติดต่อรวมทั้งไม่ว่าจะเป็นการกิริยาหรือวาจาที่แสดงความสัมพันธ์อันดีต่อกัน สามารถทำงานร่วมกันและมีความเข้าใจซึ่งกันและกัน
- 4) สภาพการทำงาน หมายถึง สภาพทางการภาพของงาน เช่น แสง เสียง อากาศ ชั่วโมงการทำงาน รวมทั้งลักษณะสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ เช่น อุปกรณ์หรือเครื่องมือต่าง ๆ ที่ใช้ในการปฏิบัติงาน
- 5) เงินเดือน หมายถึง ค่าตอบแทนสวัสดิการหรือผลประโยชน์ที่ได้รับเหมาะสมกับงานทำ
- 6) ตำแหน่งงาน หมายถึง อาชีพนั้นเป็นที่ยอมรับนับถือของสังคม
- 7) ความมั่นคงในการทำงาน หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อความมั่นคงในการทำงาน ความมั่นคงขององค์กร หรือความยั่งยืนของอาชีพ

ปัจจัยทางด้านสุขอนามัย มิได้เป็นสิ่งจูงใจคนงาน แต่ถ้าขาดไปเมื่อใดหรือไม่มีปัจจัยนี้แล้ว ย่อมจะก่อให้เกิดความไม่พอใจแก่คนงานได้ ตัวอย่างเช่น การนัดหยุดงานของโรงงานหรือสถานประกอบการหลายแห่งที่มีปัญหาจากเรื่องเงินเป็นประการสำคัญ ส่วนมากมักจะเรียกร้องให้ขึ้นค่าจ้างแรงงาน ปัจจัยสุขอนามัยในองค์กรหรือสถานประกอบการที่เป็นทางกรนั้นได้แก่ การลาพัก ลาป่วย และโครงการเกี่ยวกับสวัสดิการและสุขภาพของพนักงาน ผู้บริหารบางคนมีความเชื่อว่า การมีโครงการสวัสดิการทางด้านผลประโยชน์พิเศษดังกล่าว จะเป็นสิ่งจูงใจพนักงาน แต่แท้ที่จริงแล้ว โครงการดังกล่าวเป็นแต่เพียงสิ่งที่ยำรุงรักษาเท่านั้น มิได้สร้างความพอใจให้เกิดขึ้นเสมอไป

ในทัศนะของ Herzberg และผู้ร่วมงานของเขานั้น ปัจจัยที่เป็นตัวกระตุ้นย่อมจะเป็นปัจจัยจูงใจแต่ละบุคคล การขาดปัจจัยเหล่านี้มิได้เป็นสิ่งที่ทำให้เกิดความไม่พอใจแก่พนักงานแต่อย่างใด อธิบายเป็นภาพได้ดังนี้



ภาพที่ 2.1 แสดงผลของปัจจัยที่มีต่อความพึงพอใจในงาน

ที่มา: Saal and knight. (1995). อ้างถึงใน กานดา จันทรย์แยม. (2546).

โดยสรุปปัจจัยสุขอนามัยไม่มีผลต่อความพึงพอใจในงาน แต่จะมีผลกระทบต่อความไม่พอใจในงานที่ทำ ปัจจัยตัวกระตุ้นจะมีผลต่อความพึงพอใจในการทำงาน

อย่างไรก็ตาม ทฤษฎีของ Herzberg มีอิทธิพล และเป็นประเด็นสำคัญในการนำไปใช้ในการพัฒนา งานให้มีความหมายมากขึ้นต่อบุคคล นำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนางาน เช่น การทำ Job Enrichment ในหลายองค์กรจะเห็นได้ว่าทฤษฎีนี้มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดและคล้ายกับทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ มาร์โลว์ (Maslow) และทฤษฎีความต้องการของ McGuire ในทางปฏิบัติจากการพิสูจน์ยืนยันว่า ทฤษฎีทั้งสามเป็นความจริงและใช้ได้กับกลุ่มอาชีพที่มีฐานะตำแหน่งสูง แต่อย่างไรกรณีการนำไปใช้กับพนักงานระดับต่ำลงไป หรือ ณ ระดับของพนักงานประจำวัน ผลปรากฏว่าไม่เป็นไปตามที่กล่าวที่เดิยวนัก และให้ผลผลิตเพียงไปได้เสมอ จึงนำความต้องการเปรียบเทียบ เพื่อการพัฒนางานให้สนองตอบการปฏิบัติงานมากยิ่งขึ้น จึงสรุปรายละเอียดดังตารางที่ 2.2

**ตารางที่ 2.2** แสดงทฤษฎีความต้องการทั้ง 3 สามารถนำมาเปรียบเทียบกัน

Maslow	McGuire	Herzberg
ความต้องการทางร่างกาย และอารมณ์	ความต้องการความสอดคล้องกัน ความต้องการทราบเหตุผลที่เป็น ที่มาของสิ่งต่าง ๆ ความต้องการที่จะสามารถจำแนก สิ่งต่าง ๆ ได้	สภาพแวดล้อมในการทำงาน เงินเดือน ตำแหน่ง
ความต้องการความมั่นคง	ความต้องการแสดงออกเป็นรูปร่าง ความต้องการที่จะสามารถบอก ความหมายโดยนัยได้ ความต้องการมีอิสรภาพ ความต้องการสิ่งแปลกใหม่	ความมั่นคงในงาน การกำกับดูแล
ความต้องการทางสังคม	ความต้องการแสดงตนเองให้ ประจักษ์ ความต้องการเพื่อป้องกันตนเอง ความต้องการได้รับการเสริมแรง	ความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อน ร่วมงาน
ความต้องการได้รับการยกย่อง ความต้องการที่จะได้รับ ความสำเร็จ	ความต้องการความรักความผูกพัน ความต้องการยึดถือบุคคลอื่นที่ชื่น ชอบเป็นต้นแบบ	ความรับผิดชอบ ความก้าวหน้า ผลสำเร็จในงาน การยอมรับ อิสระในการทำงาน

ที่มา: ดัดแปลงจาก Schein. (1988). อ้างถึงใน กานดา จันทร์แย้ม. (2546).

จากการศึกษาทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ ประกอบด้วย ทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้นของ Maslow ทฤษฎีความต้องการของ McGuire และทฤษฎีปัจจัยจูงใจ-ปัจจัยสุขวิทยาของ Herzberg ดังกล่าว ทำให้เข้าใจธรรมชาติของผู้บริหาร และผู้ปฏิบัติงานในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นผ่านแนวความคิดทั้ง 3 ทฤษฎี ทำให้ทราบพฤติกรรมและลักษณะเฉพาะของบุคคล อันเป็นสาเหตุก่อให้เกิดการทุจริตที่เกิดจากความต้องการที่ไม่มีที่สิ้นสุดของมนุษย์ โดยอาศัยจุดอ่อนเรื่องความโลภของมนุษย์เป็นเหตุ เพราะเมื่อความโลภเข้าครอบงำจะทำให้ขาดสติ ไม่ตั้งใจสงสัยว่าผลตอบแทนมากมายมหาศาลนั้นจ่ายจริงได้อย่างไร จึงนำทฤษฎีดังกล่าวมาประยุกต์และบริหารงานในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้น เพื่อศึกษาพฤติกรรมและการทุจริตและกำหนดมาตรการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทยให้รัดกุมมากยิ่งขึ้น พร้อมทั้งศึกษาวิธีการทุจริต เพื่อขจัดการทุจริตไม่ได้ก่อความเสียหายในวงกว้าง

## 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการทุจริต

### 2.2.1 คำนิยาม

ประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 1 บัญญัติไว้ว่า โดยทุจริต หมายถึง “เพื่อแสวงหาประโยชน์ที่มิควรได้โดยชอบด้วยกฎหมายสำหรับตนเองหรือผู้อื่น”

พจนานุกรมไทย ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 นิยามการทุจริตว่า “ความประพฤติชั่วคดโกง”

สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์ (ม.ป.ป) ได้ให้คำจำกัดศัพท์การทุจริต ว่า “การกระทำอันตั้งใจโดยบุคคลหรือกลุ่มบุคคล ซึ่งรวมถึง ผู้บริหารของกิจการ ผู้มีหน้าที่ในการกำกับดูแลพนักงาน หรือบุคคลที่สาม ที่มีพฤติกรรมหลอกลวง เพื่อให้มาซึ่งความได้เปรียบที่ไม่ถูกต้องตามกฎหมายหรือไม่ยุติธรรม”

สมาคมผู้ตรวจสอบการทุจริตรับอนุญาต (Association Certified Fraud Examiners: ACFE, <http://www.acfe.com>, 9 พฤษภาคม 2559) นิยามการทุจริตว่า “การกระทำของคน เพื่อประโยชน์ส่วนตน โดยการใช้ทรัพยากรหรือสินทรัพย์ขององค์กรอย่างไม่เหมาะสม”

สมาคมผู้ตรวจสอบภายในสากล (ม.ป.ป) ได้นิยามการทุจริตว่า “การกระทำผิดกฎหมายของบุคคลหรือองค์กรในลักษณะของการฉ้อฉล หลอกลวง ปกปิด หรือใช้อำนาจหน้าที่โดยมิชอบ และเป็น การกระทำที่เกิดขึ้นโดยปราศจากการข่มขู่บังคับจากผู้อื่น เพื่อได้มาซึ่งทรัพย์สิน หรือความได้เปรียบทางธุรกิจ”

สมาคมผู้ตรวจสอบภายในแห่งประเทศไทย (อ้างอิงใน อุษณา ภัทรมนตรี, 2549) ในภาพรวมโดยนิยามการทุจริตว่า “การประพฤติมิชอบของบุคคลธรรมดาหรือองค์กรด้วยวิธีอื่น ฉ้อฉล หลอกลวง ปกปิด หรือละเมิดให้เกิดผลประโยชน์แก่ตนเองหรือเอื้ออำนวยทางธุรกิจอื่น”

แสวง บุญเฉลิมวิภาส (2544) ได้นิยามการทุจริตว่า “การทำลาย การละเมิดกฎหมายและจริยธรรมรวมถึงการละเว้น การปฏิบัติหน้าที่ที่จะต้องกระทำ”

โดยสรุป การทุจริตมีผู้นิยามไว้หลากหลายตามที่กล่าวไปข้างต้น ทว่าการดำเนินคดีขึ้นสู่ศาลในประเทศไทย ต้องใช้ความหมายตามที่กำหนดไว้ในประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 1 (อ้างอิงในพรชัย นฤดมกุล และพรรณนิภา รอดวรรณะ, 2554)

## 2.2.2 องค์ประกอบแห่งการทุจริต

Edwin O. Sutherland (อ้างถึงใน ศรีอยุธยา เจนเนอร์ลี้ ประกันภัย, 2558) ผู้เชี่ยวชาญอาชญาวิทยาชาวอเมริกา ได้ศึกษาถึงการกระทำทุจริตว่าจะเกิดขึ้นเมื่อมีองค์ประกอบ 4 อย่าง ดังนี้

2.2.2.1 มูลเหตุจูงใจ (Motive) คือ แรงผลักดันให้บุคคลกระทำความไม่ซื่อตรง คดโกง เพื่อได้ทรัพย์สิน

2.2.2.2 สิ่งยั่วยวนหรือดึงดูดใจ (Attraction) คือ ผลประโยชน์ที่ผู้ทุจริตต้องการเข้ามาสู่ตน ทั้งที่ได้มาโดยมิชอบด้วยกฎหมาย

2.2.2.3 โอกาส (Opportunity) หมายถึง ความน่าจะเป็นหรือโอกาสที่ทำให้ผู้กระทำการทุจริตเห็นช่องทางในการทุจริต

2.2.2.4 การปกปิดหรือซ่อนเร้น (Concealment) คือ ผู้ทำการทุจริตต้องปกปิดความผิดหรือการทุจริตนั้น ซึ่งแตกต่างจากการขโมยหรือจี้ปล้น ซึ่งเปิดเผยความผิดอย่างชัดเจน

จากองค์ประกอบแห่งการทุจริต จึงเป็นพื้นฐานของสาเหตุการทุจริต การฉ้อโกง หรือปริมาณการสูญเสียจากการทุจริตเชื่อมโยงกับหลักการและทฤษฎีเกี่ยวกับการประพฤตินิชอบ การทุจริตคดโกง การลักขโมย สามารถป้องกันได้ หากองค์กรสามารถจัดพฤติกรรมหรือจัดสิ่งที่เป็นต้นเหตุได้ก็คาดว่าจะสามารถป้องกันการทุจริตให้ลดน้อยลง จากการเปรียบเทียบหลักการและทฤษฎี Fraud Theory ของ Sutherland (1950), Fraud Triangle ของ Donald R. Cressey (1953), และทฤษฎี Four-Sided Diamond Fraud ของ David T. Wolfe and Dana R. Hermanson (2004) และทฤษฎี Gone Theory ของ Leonard J. Book (2004) โดยหลักการและทฤษฎีทั้ง 4 กล่าวถึงสาเหตุการจูงใจของพฤติกรรมผู้กระทำความผิดหรือสิ่งทีก่อให้เกิดการทุจริต ดังตารางที่ 2.3

ตารางที่ 2.3 การเปรียบเทียบปัจจัยและองค์ประกอบที่ก่อให้เกิดการทุจริต

สาเหตุการทุจริต	Edwin O. Sutherland	Fraud Triangle	Four-Sided Diamond Fraud	Gone Theory
Pressure		✓		
Rationalization		✓	✓	
Opportunity	✓	✓	✓	✓
Incentive/Motive	✓		✓	
Capability			✓	
N-Need				✓
G-Greed				✓
E-Expectation				✓
Attraction	✓			
Concealment	✓			

ที่มา: ดัดแปลงจาก Fraud Theory. (Edwin Sutherland, 1950). Fraud Triangle. (Donald R. Cressey, 1953). Four-Sided Diamond Fraud. (Wolfe and Hermanson, 2004) และ Gone Theory (Book, 2004). อ้างถึงใน อมรา ทิราศรีวัฒน์. (2553).

ความหมายคำศัพท์ที่เป็นสาเหตุและองค์ประกอบแห่งการทุจริต มีดังนี้

1. ทฤษฎีสามเหลี่ยมแห่งการทุจริต ประกอบด้วย 3 ปัจจัย ดังนี้

1.1 ความกดดัน (Pressure) เป็นปัจจัยที่ทำให้บุคคลใดบุคคลหนึ่งมีความต้องการที่จะกระทำการทุจริต เช่น มีปัญหาทางการเงิน

1.2 ความมีเหตุมีผล (Rationalization) บุคคลใดเมื่อต้องการจะกระทำการทุจริต ย่อมหาเหตุผลที่เข้าข้างตนเอง เช่น ยืมไปใช้ก่อนแล้วค่อยคืน

1.3 โอกาส (Opportunity) ช่องทางที่เอื้ออำนวยให้กระทำการทุจริต

โดยสรุป เมื่อใดที่บุคคลมีความกดดัน และมีเหตุมีผลสำหรับการกระทำดังกล่าว รวมถึงการมีโอกาที่เอื้อให้กระทำการทุจริต เมื่อนั้น การทุจริตจะเกิดขึ้น ตามหลักการของทฤษฎีสามเหลี่ยมแห่งการทุจริตของ Donald R. Cressey (อ้างถึงใน พรชัย นฤตมกุล และพรรณนิภา รอดวรรณะ, 2554)

2. แรงจูงใจ หรือแรงบันดาลใจ (Incentive/Motive) เป็นสิ่งที่จูงใจและสร้างแรงบันดาลใจจากเพื่อน หรือญาติพี่น้อง เช่น บุคคลที่อยู่ใกล้ตัวชักจูงอยากรวยทางลัด และทรัพย์สินของคนอื่น

3. ความสามารถ (Capability) การมีความสามารถที่ทำได้ที่เกิดจากอุปนิสัย ความสามารถเฉพาะตัวของผู้ปฏิบัติงาน และลักษณะงานเอื้อประโยชน์ที่จะประพตมิชอบและทำการทุจริตได้

4. ความต้องการอยากได้ (N-Need) ความต้องการหรือความจำเป็นที่ต้องการใช้เงิน หรือมีปัญหาการใช้เงิน จึงเป็นแรงกดดันให้ทำทุกสิ่งเพื่อให้ได้เงิน หรือบางกรณีมีปัญหาซับซ้อน มักจะกล่าวอ้างจากผู้กระทำผิดเพราะความจน และความจำเป็น เช่น สมาชิกในครอบครัวป่วยเข้าโรงพยาบาลต้องการเงินเพื่อรักษา หรือกรณีเสียพนัน จึงจำเป็นต้องหาเงินชดใช้ เป็นต้น

5. ความโลภ (G-Greed) ผลพวงจากความอยากได้อยากมีทรัพย์สินสมบัติของบุคคลอื่น หรือเห็นคนอื่นทำผิดแล้วไม่ได้รับการลงโทษ จับไม่ได้จึงหลงผิดอยากทำบ้าง

6. ความคาดหวัง (E-Expectation) ความคาดหวังเป็นสิ่งที่ตนกระทำไม่มีผู้อื่นล่วงรู้ และเอาผิดได้ หรือโอกาสที่จะถูกค้นพบการกระทำผิด และรับการลงโทษน้อยมาก

### 2.2.3 สัญญาณเตือนภัยว่าอาจมีการทุจริต (Red Flags หรือ Warning Signal)

สัญญาณเตือนภัยจากการทุจริต เป็นตัวช่วยลดความเสี่ยงเกิดภัยพิบัติต่อธุรกิจด้านการบริหาร การดำเนินงาน และพฤติกรรมของบุคคลในองค์กรนั้น โดยให้ความสำคัญสาเหตุการทุจริต ประเภทของการทุจริต และการประเมินสถานการณ์ที่อาจจะเกิดการทุจริต ดังตารางที่ 2.4



ตารางที่ 2.4 สัญญาณเตือนภัยการเกิดการทุจริต

ประเด็น	ชื่อผู้ศึกษา แหล่งอ้างอิง	รายละเอียด
ด้านการบริหาร และดำเนินงาน	Hopwood et al. (2008)	โครงสร้างการบริหารและรูปแบบการบริหารจัดการที่อ่อนแอ เกิดปัญหาในด้านการบริหารบุคลากร ฐานะทางการเงิน และสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่ตกต่ำ
	รักษพล ไชยชนะ (2553)	ตัวบ่งชี้ที่ช่วยให้รู้เหตุล่วงหน้าเพื่อป้องกันการทุจริต ตลอดจนจะช่วยให้ผู้ตรวจสอบใช้วิธีการตรวจสอบที่เหมาะสมและตรวจพบการทุจริตได้ง่ายขึ้น จากการประเมินสถานการณ์จากสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กร
	ศิลปพร ศรีจันเพชร (2548)	สถานการณ์ที่อาจเพิ่มความเสี่ยงต่อการเกิดการทุจริตและข้อผิดพลาด เพื่อให้ผู้ตรวจสอบภายในองค์กรมีความระมัดระวังและสนใจเป็นพิเศษ อีกทั้งองค์กรมิได้กำหนดนโยบายหรือแนวทางในการปฏิบัติงานที่ชัดเจน ผู้บริหารปฏิบัติตนอยู่เหนือระบบการควบคุมภายใน เจ้าหน้าที่บิดเบือนข้อมูลอันเป็นเท็จและขาดการควบคุมด้านเอกสาร ขาดกระบวนการคัดเลือกสรรหาบุคคลกรที่ดี และเกิดความขัดแย้งทางสังคม
ด้านพฤติกรรม	จันทนา สาขาร (2550)	เป็นสถานการณ์ซึ่งอาจเพิ่มความเสี่ยงของการเกิดการทุจริตในองค์กรหรือบุคคล จากข้อสงสัยเกี่ยวกับพฤติกรรม ความสามารถของผู้บริหาร และรายการผิดปกติในกิจการหรือต่อกิจการ
	สุรีย์ วงศ์วณิช (2549)	การตรวจพบก่อนการทุจริตขึ้นในองค์กรที่สำคัญ อาทิเช่น พฤติกรรมทางการเงินขาดสภาพคล่อง ตกแต่งบัญชีเงินฝาก บิดเบือนข้อมูลจากฐานข้อมูลบริษัท ปลอมแปลงเอกสารทางการเงินแอบอ้างบุคคลอื่นและหรือองค์ และใช้อำนาจแฝงการกระทำคามผิดต่อองค์กร

ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงและตลาดขายตรง ในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้น ต้องตระหนักถึงพฤติกรรมของสมาชิก ผู้จัดการ แม่ทีมหรือผู้จำหน่ายอิสระ และพนักงานปฏิบัติหรือลูกทีม ในธุรกิจ MLM ที่มีการกระตุ้น โน้มน้าวหรือชักชวนให้เข้าร่วมธุรกิจ MLM ด้วยกลยุทธ์ต่าง ๆ โดยใช้แผนการตลาดเป็นสิ่งล่อตาล่อใจ มีการสื่อสารหรือโฆษณาว่า หากร่วมลงหรือทำธุรกิจกับบริษัทแล้ว จะมีความมั่นคงในชีวิตในเวลาอันรวดเร็ว มีรถ มีบ้าน มีทุกอย่างในชีวิต โดยไม่ต้องทำงาน บางกรณีบิดเบือนข้อมูล แผนการตลาดในผิดแผกแตกต่างไปจากที่รับจดทะเบียน สื่อสารข้อมูลเท็จหรือปกปิดความจริงที่ควรแจ้งให้ทราบ บางกรณีมีการหลอกลวงผู้บริโภคให้เข้าร่วมลงทุนในธุรกิจที่มีลักษณะแชร์ลูกโซ่ โดยไม่ผ่านการจดทะเบียนกับ สคบ. ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดตกเป็นเหยื่อ บางรายต้องกู้หนี้ยืมสิน หรือขายผลิตภัณฑ์ตามเป้าบริษัทเพื่อนำเงินมาลงทุนในธุรกิจดังกล่าวโดยคาดหวังจะได้รับความมั่นคง หรือมีความร่ำรวยในชีวิต

ดังที่โฆษณาชวนเชื่อ ในที่สุดเมื่อร่วมลงทุนในช่วงแรก ๆ มักจะจ่ายผลตอบแทนตามปกติ โดยจะนำเงินจากลูกค้าฐานล่างจ่ายฐานบน ลักษณะการจ่ายเงินเหมือนงูกินหาง แต่พอเวลาผ่านไปสักระยะหนึ่งธุรกิจที่ไม่สุจริตจะค่อย ๆ งดจ่ายผลตอบแทน หรือปิดกิจการหนีไปในที่สุด และบางกรณีมีการจัดประชุมเครือข่ายแล้วเกณฑ์คนเข้าไปฟัง มีวิทยากรหรือนักพูดเสนอแผนการตลาดโดยชักนำ เชิญชวนเรื่องของผลตอบแทนเกินจริง สัญญาณเตือนภัยว่าอาจมีการทุจริตเหล่านี้ส่งผลทำให้ธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นที่ถูกต้องได้รับผลกระทบหรือถูกมองในภาพลบได้ ทั้งที่จริงแล้วธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นเป็นธุรกิจที่ดีที่สามารถสร้างงาน สร้างรายได้ สร้างอาชีพ และสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ

## 2.2.4 ประเภทของการทุจริต

เดือนเด่น นิคมบริรักษ์ และคณะ (2554) ได้ศึกษา วิธีการทุจริตที่เกิดขึ้นในวงการธุรกิจเอกชนไทย สามารถจำแนกได้ในหลายลักษณะ จำแนกตามแหล่งข้อมูลจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและพฤติกรรมกรรมการทุจริต 7 รูปแบบ โดยรวบรวมข้อมูลจาก 3 หน่วยงานหลักที่มีบทบาทเกี่ยวข้องกับการป้องกันและปราบปรามการทุจริตคอร์รัปชันในภาคเอกชนไทย อันได้แก่ สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ข้อมูลปี 2543 ถึง 2552) กรมสอบสวนคดีพิเศษ (ข้อมูลปี 2547 - 2551) และสำนักงานป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน (ข้อมูลปี 2543 - 2551) ดังนี้

- การใช้ข้อมูลภายใน
- การปกปิดข้อเท็จจริง การสร้างข้อมูลเท็จ
- การฝ่าฝืนไม่ปฏิบัติตามขั้นตอน กฎระเบียบของกฎหมาย
- การฟอกเงิน
- การยักยอกเงินบริษัท
- การสร้างราคา
- การหลีกเลียงภาษีอากร

การกระทำโดยตนเอง หรือร่วมมือกับบุคคลอื่นเพื่อผลประโยชน์จากวิธีการฉ้อโกง การจัดซื้อ จัดจ้าง การรับสินบน บันทึกรายการที่ไม่ได้เกิดขึ้นจริง บิดเบือนหรือละเว้นไม่ลงรายการที่เกิดขึ้นจริง แต่งเติม แก้ไขบัญชีหรือโดยวิธีการอันมิชอบด้วยกฎ ระเบียบ ข้อบังคับขององค์กร ซึ่งเกิดขึ้นอย่างสม่ำเสมอ หากองค์กรไม่มีความเข้มแข็งในด้านการป้องกันและค้นหาทุจริตนั้น (ศิลปพร ศรีจันเพชร, 2549)

สมาคมผู้ตรวจสอบการทุจริตรับอนุญาต (Association Certified Fraud Examiners: ACFE, <http://www.acfe.com>, 6 กรกฎาคม 2560; อุษณา ภัทรมนตรี, 2553, หน้า 12-5) แบ่งประเภทของการทุจริตออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

### 1. การทุจริตภายในองค์กร (Internal Fraud)

#### 1.1 การยักยอกทรัพย์สิน แบ่งออกเป็น 2 รายการ ดังนี้

##### 1.1.1 รายการที่เป็นเงินสด

- การยักยอกเงินสด ที่บันทึกอยู่ในบัญชีขององค์กร คือการบันทึกรับเงินเป็นสินทรัพย์ของบริษัทแล้วและต้องนำเงินไปฝากธนาคารแต่ระหว่างทางกลับนำเงินเข้ากระเป๋าตัวเองก่อน
- การยักยอกเงินสดที่ยังไม่บันทึกบัญชีขององค์กร เช่น การไม่บันทึกรายการขายหรือบันทึกแต่บันทึกต่ำกว่าที่เป็นจริงหรือบันทึกขายแล้วตั้งเป็นลูกหนี้ไว้แต่เงินสดจริงเก็บเข้ากระเป๋าไปแล้ว ทั้งระยะเวลาอีกระยะหนึ่งก็ตัดหนี้สูญ

- การยกยอกจากการเบิกจ่ายเงินสด เช่น เซ็นรับงานที่ยังไม่เสร็จแต่จ่ายเงินเต็ม จ่ายเงินให้พนักงานขายที่ไม่มีตัวตน บันทึกรายการค่าใช้จ่ายเกินจริง ปลอมแปลงเอกสาร แก้ไขชื่อผู้รับเงิน และการบันทึบบัญชีให้บริษัทที่ไม่ส่งสินค้า

#### 1.1.2 รายการที่ไม่ใช่เงินสด

- การนำสินทรัพย์ไปใช้ผิดวัตถุประสงค์
- การยกยอกสินทรัพย์ที่อยู่ในบัญชีขององค์กร เช่น การขายหรือส่งมอบซื้อหรือการรับของ และการยกยอกซึ่งหน้าโดยไม่ปกปิด

#### 1.2 การคอร์รัปชัน โดยแบ่งเป็นลักษณะการเสนอ ดังนี้

- การขัดแย้งทางผลประโยชน์ และการติดสินบน
- การจ่ายค่าธรรมเนียม เพื่อสิทธิพิเศษ
- การถูกข่มขู่ เพื่อเรียกร้องผลประโยชน์ การติดสินบน

#### 1.3 การทุจริตแต่งงบการเงิน แบ่งเป็น 2 แบบ ดังนี้

1.3.1 รายงานทางการเงิน เช่น การบันทึกสินทรัพย์หรือรายรับมากเกินไปหรือน้อยเกินไป บันทึกรายขาย รายรับปลอม ปกปิดหนี้สิ้นหรือรายจ่าย เปิดเผยในหมายเหตุไม่ครบถ้วน ประเมินสินทรัพย์ไม่ถูกต้อง เป็นต้น

1.3.2 รายการที่ไม่ใช่รายงานการเงิน เช่น ตกแต่งข้อมูลคุณสมบัติพนักงาน อวดอ้างสรรพคุณของสินค้าเกินจริง ตกแต่งเอกสารภายในและภายนอก โฆษณาเกินจริง เป็นต้น

### 2. การทุจริตภายนอกองค์กร (External Fraud)

การทุจริตภายนอกองค์กร หมายถึง การที่ลูกค้า หรือ ผู้จัดจำหน่ายอาจกระทำการทุจริตต่อองค์กร เช่น การส่งของที่ไม่มีคุณภาพตามที่ตกลงกันได้ การแจ้งว่าได้รับสินค้าไม่ครบ หรือ การละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา

### 3. การทุจริตต่อบุคคล (Fraud against Individual)

ผู้กระทำการทุจริตจะวางแผนการฉ้อโกงต่อบุคคล เช่น การขโมยข้อมูลส่วนบุคคล (Identity theft) การหลอกลวงให้ผู้อื่นลงทุน และจะได้รับผลตอบแทนสูงภายในระยะเวลาที่รวดเร็ว (Ponzi scheme) การหลอกลวงทางอินเทอร์เน็ตโดยการสร้างเว็บปลอม (Phishing scheme) หรือ การส่งอีเมลมาแจ้งว่าบุคคลนั้นโชคดีได้รับเงินรางวัลเป็นมูลค่าสูง แต่บุคคลผู้นั้นต้องโอนเงินค่าธรรมเนียมการโอนเงินไปให้ก่อน (Advanced-fee fraud) ซึ่งแผนการต่าง ๆ ที่กล่าวไปข้างต้น เป็นหนทางที่ผู้กระทำการทุจริตจะได้เงินจากผู้ที่หลงเชื่อ

จากการทุจริตที่เกิดขึ้นหลากหลายรูปแบบ ไม่มีลักษณะที่แน่นอนขึ้นอยู่กับ ช่องทาง โอกาส เหตุการณ์จูงใจจากบุคคลภายใน ซึ่งอาจเป็นปัจจัยที่ควบคุมได้ และปัจจัยที่ควบคุมไม่ได้จากภายนอกองค์กร แสดงถึงความบกพร่องทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และเทคโนโลยี (สมพร เทพสิทธิ์า, 2548) หรือตามวิธีชาญฉลาดของผู้ทุจริต เพียงเพื่อให้ได้ทรัพย์มาโดยมิชอบ หรือการแสดงรายงานทางการเงินอย่างทุจริต โดยจำแนกตามแหล่งข้อมูล และพฤติกรรมการทุจริตที่ความเสียหายในธุรกิจภาคเอกชน ซึ่งธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นรวมเป็นหนึ่งในธุรกิจที่จดทะเบียนภาคเอกชน (มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2557) เช่น การเล่นเกมแชร์ลูกโซ่

จากการรวบรวมสถิติการทุจริตที่มีการดำเนินการทางกฎหมาย ในช่วงระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมา ตั้งแต่ปี 2547 จากทั้ง 3 หน่วยงานหลักที่มีบทบาทเกี่ยวกับการป้องกันและปราบปรามการทุจริต และการคอร์รัปชันในภาคเอกชนไทย ได้แก่ สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ข้อมูลปี 2543 ถึง 2557) กรมสอบสวนคดีพิเศษ (ข้อมูลปี 2547 - 2557) สำนักงานป้องกันและปราบปรามฟอกเงิน (ข้อมูลปี 2543 - 2557) และสำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค (ข้อมูลปี 2547 - 2557) ดังตารางที่ 2.5

**ตารางที่ 2.5** วิธีการทุจริตในภาคธุรกิจเอกชนไทย

ที่	วิธีการทุจริต	การทุจริตที่เกิดจาก		
		ภาครัฐและเอกชน	ภาคเอกชน	ธุรกิจเครือข่าย
1	การทุจริตทางบัญชี	✓	✓	✓
2	การปกปิดข้อเท็จจริง ปลอมแปลงเอกสาร / ข้อมูลเท็จ /	✓	✓	✓
3	การทุจริตทางภาษี	✓	✓	
4	การฝ่าฝืนไม่ปฏิบัติตามขั้นตอน กฎระเบียบของกฎหมาย /	✓	✓	
5	การรับสินบน	✓		✓
6	การทุจริตในการจัดซื้อจัดจ้าง/ การฮั้วประมูล	✓		
7	การทุจริตต่อตำแหน่งหน้าที่ / การแต่งตั้งโยกย้าย / ทรัพยากรบุคคล	✓		
8	การทุจริตเชิงนโยบาย	✓		
9	การทุจริตในการสัมปทาน	✓		
10	การทุจริตโดยการทำลายระบบตรวจสอบอำนาจรัฐ	✓		
11	การใช้ข้อมูลภายใน/การสร้างราคา/การกีดกันทางการค้า		✓	✓
12	การยกยอกสินทรัพย์	✓	✓	✓
13	การฟอกเงิน		✓	✓
14	ฉ้อโกง	✓	✓	✓
15	อาชญากรรมทางคอมพิวเตอร์		✓	✓

ที่มา: ดัดแปลงจากผลสำรวจอาชญากรรมทางเศรษฐกิจในประเทศไทย. (ม.ป.ป).

สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์. (2543 - 2553).

กรมสอบสวนคดีพิเศษ. (2547 - 2551).

สำนักงานป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน. (2543 - 2551).

และสำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค. (ม.ป.ป).

## 2.2.5 วิธีการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย

ฐานข้อมูลสำคัญของกรมสอบสวนคดีพิเศษ (Department of Special Investigation: DSI) กองสืบสวนคดีเศรษฐกิจ (สศก.) และสำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) สะท้อนให้เห็นถึงวิธีการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย 10 วิธีการทุจริต (อ้างอิงในศุภโชค ศิริเลิศไชยยันต์, ม.ป.ป) ดังนี้

### กลุ่มที่ 1 การลงทุน

#### **วิธีการทุจริตที่ 1 ฅาปนกิจสงเคราะห์**

เงินสมทบฅาปนกิจสงเคราะห์ของพนักงาน พนักงานผู้รับผิดชอบงานสงเคราะห์ ฅาปนกิจ จ่ายเงินให้ทายาทไม่ครบตามจำนวนที่กำหนด เมื่อพนักงานเสียชีวิต

#### **วิธีการทุจริตที่ 2 การลงทุน**

โดยชักชวนประชาชนให้มาลงทุน ลักษณะการนำเสนอผลประโยชน์ในอัตราที่สูงเกินจริง มีลักษณะดังแชร์ลูกโซ่ เช่น แชร์น้ำมันหอมระเหย แชร์ถ้วยเตี๋ยว แชร์ลอตเตอรี่ แชร์รูปการท่องเที่ยว แชร์อาหารเสริม หลอกลงทุนซื้อขายรถ ยางพารา และหน่วยข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ (Onecoin) เป็นต้น

#### **วิธีการทุจริตที่ 3 อัตราแลกเปลี่ยนเงิน**

วิธีการการลงทุนเพื่อเก็งกำไร ในการซื้อขายโลหะมีค่า เช่น ทองคำ หุ่น ค่าเงิน และแร่ธาตุ ซึ่งมีอัตราผลตอบแทนค่อนข้างสูง

#### **วิธีการทุจริตที่ 4 ขายผันระดมทุนตั้งบริษัทเข้าตลาดหลักทรัพย์**

ซึ่งมักจะเข้ามาในลักษณะบริษัทข้ามชาติ ด้วยการวางแผนธุรกิจระดมให้สิทธิในการถือหุ้นในบริษัทหรืออาจมีสินค้าที่จำหน่าย ซึ่งสมาชิกสามารถซื้อได้ในราคาถูก แต่เป้าหมายที่นำมาชวนซื้อ คือการขายผันว่าบริษัทมีแผนจะจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เมื่อมีสมาชิกเพิ่มขึ้นมากพอ ก็ปิดตัวเงินออกนอกประเทศ

#### **วิธีการทุจริตที่ 5 อัตราแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศเป็นสิ่งดึงดูด**

วิธีการเชิญชวนผ่านเว็บไซต์และโซเชียลมีเดียให้คนมาร่วมลงทุนเพื่อนำเงินไปลงทุนต่อในตลาดอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศ โดยการล่อเหยื่อนั้นจะมีการเสนอให้เห็นถึงผลตอบแทนที่ได้รับ ซึ่งจะมีทั้งการจ่ายเงินปันผลเข้าในบัญชีการลงทุนทุกเดือน หรือชักชวนบุคคลทั่วไปนำเงินมาลงทุนเพื่อเก็งกำไรในสกุลเงินสมมติที่ไม่มีอยู่จริง เช่น สกุลเงิน ยูโทเคน

### กลุ่มที่ 2 โฆษณาชวนเชื่อและใช้สื่อโซเชียลมีเดีย

#### **วิธีการทุจริตที่ 1 แอบอ้างชื่อผู้มีอิทธิพล**

การแอบอ้างชื่อผู้มีอำนาจมีอิทธิพล ทำให้เหยื่อหลงเชื่อได้ง่าย เพราะเห็นความคาดหวังในโอกาสจากบุคคลที่ถูกกล่าวขาน ซึ่งวิธีนี้สร้างความเสียหายได้มากที่สุด

#### **วิธีการทุจริตที่ 2 ขายสิ่งศักดิ์สิทธิ์**

วิธีการอ้างอิงศาสนาและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ที่มีผลตอบแทนสูงช่วยจูงใจ เช่น เชิญชวนให้คนมาร่วมทำบุญสร้างพระองค์ใหญ่ที่สุดในโลก และใช้เงินในการก่อสร้างสูงถึงหลักแสนล้านบาท เชิญชวนให้ผู้มีจิตศรัทธาร่วมทำบุญมาก ๆ เพื่อให้ได้เงินตามที่คาดหวังนั้น โดยการดัดป้ายโฆษณาในจังหวัดแอบอ้างหน่วยงานภาครัฐ บริษัทเอกชน และบุคคลที่มีชื่อเสียงในพื้นที่นั้นว่า ได้ร่วมทำบุญบางส่วนมาแล้วเป็นจำนวนไม่น้อยกว่าหมื่นล้านบาท

### **วิธีการทุจริตที่ 3 ใช้โซเชียลมีเดียล่อเหยื่อนักศึกษา และสมาชิกใหม่**

โดยการเจาะกลุ่มนักศึกษาเป็นเหยื่อ แม้จะไม่มีเงินเดือน แต่ก็ในกลุ่มที่หลงเชื่อง่าย ไม่มีประสบการณ์มากนัก อยากรบาย และเชื่อใจคน ทำให้เข้ามาเป็นเหยื่อได้โดยง่าย

ด้วยวิธีการชักชวนในลักษณะใช้คนในกลุ่มเพื่อนบนโลกโซเชียลมีเดีย เช่น เฟซบุ๊ก (facebook) หรือ ไลน์ (Line) ช่วยกันประชาสัมพันธ์ข้อมูล รายได้ และยืนยันว่าไม่หลอกลวงได้ผลตอบแทนจริง โดยไม่เน้นการขายสินค้า แต่จะเน้นการจ่ายค่าตอบแทนสมาชิกที่สูง พร้อมแนะนำให้หาสมาชิกใหม่เพิ่ม แล้วจะได้รับส่วนแบ่งเป็นจำนวนมาก ส่วนสมาชิกใหม่ก็ต้องหารายอื่นต่อไป ด้วยวิธีทำงานเช่นนี้ต่อไป

### **กลุ่มที่ 3 สินค้าทางการเกษตรและยา**

#### **วิธีการทุจริตที่ 1 กองทุนสินค้าเกษตร**

วิธีการที่หลอกลวงประชาชนให้ลงทุนกองทุนสินค้าเกษตร โดยยื่นผลประโยชน์ตอบแทนเกินจริง ทำให้ประชาชนเข้าใจว่าดอกเบี่ยดี เพื่อให้เกิดความไว้วางใจเสนอผลตอบแทนจริงและทำการชักชวนผู้อื่นมาลงทุน เมื่อมีการลงทุนมากขึ้น กองทุนนั้นก็หายตัวไป เช่น ลงทุนในมะม่วง ไม้สัก เป็นต้น

#### **วิธีการทุจริตที่ 2 ผลิตภัณฑ์อวดอ้างสรรพคุณรักษาโรค**

วิธีการหลอกลวงเงินประชาชนเป็นจำนวนมาก จากการใช้ความเจ็บป่วยมาเป็นเครื่องมือหลอกล่อให้หลงเชื่อ เริ่มจากผลิตภัณฑ์รักษาโรคและแอบอ้างว่ามีสรรพคุณรักษาโรคได้จริง ทำให้ผู้ป่วยหลงเชื่อซื้อมาทดลอง ในช่วงแรกที่มีคนหลงเชื่อก็จะสร้างแรงจูงใจในการซื้อ และสร้างกลุ่มสมาชิกลงทุนจำหน่าย เพราะโฆษณาว่าขายดี ได้รับผลตอบแทนมาก ซึ่งในตัวเองอาจมียาอันตรายผสมอยู่ ทำให้ทั้งเสียทรัพย์สิน และอาจมีความเสี่ยงต่อสุขภาพ

### **2.2.6 กรณีตัวอย่างการทุจริตในภาคธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้น**

การทุจริตในบางกรณีเกิดขึ้นจากการดำเนินการในหลากหลายลักษณะควบคู่กันไป เช่น การร่วมกันฉ้อโกง กู้ยืมเงิน และฟอกเงิน ซึ่งจะมาในรูปแบบของการชักชวน และทำความรู้จักสนิทสนมกับคนแปลกหน้าได้อย่างรวดเร็ว โดยมุ่งเน้นการร่วมลงทุน หารายได้เสริม ผนวกกับมีบุคคลภายนอกให้ความช่วยเหลือหรืออำนวยความสะดวกในการดำเนินการในแต่ละขั้นตอน จึงแสดงกรณีตัวอย่างการทุจริตที่เกิดจากการดำเนินการในหลายลักษณะ ดังตารางที่ 2.6

ตารางที่ 2.6 ตัวอย่างการทุจริตในภาคธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้น

บริษัท/โครงการ	ปีที่ถูกกล่าวโทษ	วิธีการทุจริต	วิธีการ/ลักษณะ	นโยบายที่รัฐนำมาใช้
บริษัท ปีโตเลียม แอนด์ มาร์ติน เซอร์วิส จำกัด (แชร์แม่ช้อย)	2520	การลงทุน	โดยการระดมเงินจากประชาชน ในรูปแบบการเล่นแชร์น้ำมัน	ประมวลกฎหมายของอาญานานฉ้อโกง ตามมาตรา 341 และฐานฉ้อโกงประชาชน มาตรา 343
โครงการหมู่บ้านเสมาฟ้าครามนคร (แชร์เสมาฟ้าคราม)	2527	1. อัตราแลกเปลี่ยนเงิน 2. การลงทุน	โดยระดมเงินจากประชาชน จาก การออกหุ้นแชร์โครงการหมู่บ้าน เสมาฟ้าคราม และตกลงจ่าย ดอกเบี้ยอย่างสูงให้แก่ผู้ลงทุน เป็นแชร์ที่อาศัยรูปแบบการเก็งกำไรอัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา ต่างประเทศ	พ.ร.ก. กู้ยืมเงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชน พ.ศ. 2527 ซึ่งเป็นกฎหมายที่กำหนดให้มีการวาง มาตรการเพื่อคุ้มครองประชาชน โดยให้เจ้าหน้าที่รัฐ เป็นผู้กำหนดมาตรการดังกล่าว โดยกำหนดให้ ความผิดตามพระราชกำหนดดังกล่าวไม่ใช่ ความผิดต่อส่วนตัว (ไม่ใช่ความผิดที่ย่อมความกัน ได้) เจ้าหน้าที่รัฐจึงมีอำนาจฟ้องคดีได้ แม้ ผู้เสียหายจะไม่ร้องทุกข์ก็ตาม และอัยการ สามารถเรียกให้ผู้กระทำความผิดคืนเงินต้นพร้อม ดอกเบี้ยให้แก่ผู้เสียหาย <u>แก้ไขเพิ่มเติม</u> พ.ร.ก. กู้ยืมเงินที่เป็นการฉ้อโกง ประชาชน พ.ศ. 2527, พ.ศ. 2534 โดยแก้ไข นิยามคำว่า กู้ยืมเงินให้ครอบคลุมถึงกรณีหลอก หลวงให้ประชาชนเอาเงินมาลงทุนในธุรกิจซื้อขาย เงินตราต่างประเทศ และได้มีการแก้ไขนิยามคำ ว่า ผลประโยชน์ตอบแทน เพิ่มเติมขึ้นด้วย

ตารางที่ 2.6 (ต่อ)

บริษัท/โครงการ	ปีที่ถูกกล่าวโทษ	วิธีการทุจริต	วิธีการ/ลักษณะ	นโยบายที่รัฐนำมาใช้
บริษัท พาวเวอร์ซัพพลาย อินเทอร์เน็ตเซ็นแนว จำกัด	2549	ขายฝันระดมทุนตั้งบริษัทเข้าตลาดหลักทรัพย์	เป็นการหลอกลวงประชาชนจากบริษัทแห่งนี้ โดยอ้างว่า บริษัทจดทะเบียนเป็นบริษัทขายตรง และชักชวนให้ประชาชนเข้ามาสมัครเป็นสมาชิกของบริษัทแล้ว และใช้กลยุทธ์งูกินหางโดยให้สมาชิกรายเก่าหาสมาชิกรายใหม่มาสมัครเพิ่มอีก 2 คน เพื่อเก็บค่าสมัครและค่าสินค้า	
บริษัท แก้ว อีพี อีพี จำกัด	2558	อัตราแลกเปลี่ยน	เปิดสมาชิกซื้อแฟรนต์ซิส ระบบเคาเตอร์เซอร์วิส Smart top up system (STS) แอปพลิเคชัน บนอุปกรณ์มือถือสมาร์ทโฟน ให้เข้าลงทุนซื้อ-ขายหน่วยลงทุนที่เรียกว่า RP โดยมีกติกา กำหนดว่า 1.บริษัทประกาศหน่วยลงทุน RP ในอัตราร้อยละ 10 ของหน่วยลงทุน รวมทั้งหมดของบริษัท เพื่อนำมาซื้อ-ขาย บนกระดาน 2. สมาชิกผู้ลงทุนจะได้รับเงินปันผลร้อยละ 10 เมื่อหน่วยลงทุน RP ที่บริษัทประกาศมีค่าเป็นศูนย์ 3. สมาชิกที่ลงทุนในรอบนี้ จะได้รับเงินปันผลในรอบหน้า (ลักษณะเอาเงินคนเก่ามาจ่ายคนใหม่)	พ.ร.ก. กู้ยืมเงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชน พ.ศ. 2527 มาตรา 4, 5 และ 12 ประมวลกฎหมายอาญามาตรา 343 ประกอบมาตรา 83



ตารางที่ 2.6 (ต่อ)

บริษัท/โครงการ	ปีที่ถูกกล่าวโทษ	วิธีการทุจริต	วิธีการ/ลักษณะ	นโยบายที่รัฐนำมาใช้
บริษัท ยูฟัน สโตร์ จำกัด	2558	อัตราแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศเป็นสิ่งดึงดูด	<p>เมื่อบริษัทยูฟัน ได้รับอนุญาตให้จดทะเบียนประกอบธุรกิจขายตรงในประเทศไทย จะดำเนินการชวนบุคคลเข้าร่วมในเครือข่ายในการประกอบธุรกิจ โดยตกลงว่าจะให้ผลตอบแทน จากการหาผู้เข้าร่วมเครือข่าย ที่คำนวณจากจำนวนผู้เข้าร่วมที่เพิ่มขึ้นและร่วมกันประกอบธุรกิจ โดยไม่เป็นตามแผนการจัดการจำหน่าย และไม่เป็นไปตามแบบแผนที่ได้จดทะเบียนไว้</p> <p>ต่อมาบริษัทได้เข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ด้วยข้อมูลเป็นเท็จ เสนอขายหน่วยลงทุน ผ่านระบบออนไลน์ ชื่อ “ยูโทเคน” โดยแอบอ้างว่า ค่าหน่วยลงทุนยูโทเคน จะมีราคาสูงขึ้นตามความต้องการของตลาดโลกอย่างต่อเนื่อง เมื่อลงทุนในยูโทเคนและเป็นการดำเนินการที่ถูกต้องตามกฎหมาย ซึ่งล้วนเป็นความเท็จทั้งสิ้น เพราะความจริงแล้วพวกจำเลยไม่ได้ขอจดทะเบียนขาย</p>	<p>ความผิดฐานมีส่วนร่วมในองค์กรอาชญากรรมข้ามชาติ ดังนี้ พ.ร.บ.ป้องกันและปราบปรามการมีส่วนร่วมในองค์กรอาชญากรรมข้ามชาติ พ.ศ. 2556 มาตรา 3, 4, 5, 6, 7 และ 25 ร่วมกันฉ้อโกงประชาชน</p> <p>ประมวลกฎหมายของอาญา มาตรา 83, 341 และ 343 ร่วมกันประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงฯ ตาม พ.ร.บ.ขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 มาตรา 19, 21, 46 และ 48</p> <p>ร่วมกันนำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ด้วยข้อมูลอันเป็นเท็จฯ ตาม พ.ร.บ.คอมพิวเตอร์ฯ พ.ศ. 2550 มาตรา 3 และ 14 ร่วมกันกู้ยืมเงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชนฯ ตาม พ.ร.ก.การกู้ยืมเงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชน พ.ศ. 2527</p>

ตารางที่ 2.6 (ต่อ)

บริษัท/โครงการ	ปีที่ถูกกล่าวโทษ	วิธีการทุจริต	วิธีการ/ลักษณะ	นโยบายที่รัฐนำมาใช้
<p>กองทุนหมู่บ้าน อ.ประจำ จ.บุรีรัมย์ (แชร์ลูกโซ่หญิงไก่)</p>	<p>2559</p>	<p>แอบอ้างชื่อผู้มีอิทธิพล</p>	<p>โดยใช้กลอุบายหลอกลวง ด้วยการร่วมกันทุจริตหลอกลวง ด้วยการให้ข้อความอันเป็นเท็จ หรือปกปิดข้อความจริง มีการสร้างภาพต่าง ๆ นานาให้น่าเชื่อถือ พุดโน้มน้าวใจ นำเสนอผลประโยชน์ ขยายฝัน ระดมทุน ชาวบ้าน เงินมอบเข้ากองทุน ด้วยวิธีชักชวน ลงหุ้นใน กองทุนหมู่บ้าน อ.ประจำ จ.บุรีรัมย์ โดยกระบวนการดังกล่าวอ้างว่า มีนายทหารชั้นผู้ใหญ่ และธนาคารออมสิน รับประกัน ความเสี่ยงในการลงทุน และบริหารจัดการในรูปแบบคณะกรรมการกองทุน โดยจะค่าตอบแทน ร้อยละ5บาทต่อเดือน</p>	<p>ประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 112 ในความผิดฐานหมิ่นประมาท ดูหมิ่นหรือแสดงความอาฆาตมาดร้าย พระมหากษัตริย์ พระราชินี และองค์รัชทายาท</p>
<p>บริษัท บลิสเซอร์ อินเตอร์ กรุป จำกัด (แชร์โทรแชร์ริง หรือแชร์การท่องเที่ยว)</p>	<p>2551</p>	<p>การลงทุน (ธุรกิจจัดสรรวันหยุด)</p>	<p>การโฆษณาชักชวนให้สมัครบัตรสมาชิกที่มี 2 ประเภท คือ บัตรเงินพร้อมค่าบำรุงรายปี และบัตรทอง โดยสมาชิกสามารถได้รับบริการที่พักตามสถานที่ต่าง ๆ และหาสมาชิกรายใหม่จะได้ค่านายหน้า ด้วยเงื่อนไขจ่าย ค่าตอบแทนตามสัญญาที่ตกลงกัน</p>	<p>พ.ร.ก .การกู้ยืมเงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชน พ.ศ. 2527</p>

## 2.3 การตรวจสอบ และตรวจพบการการทุจริต

สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์ (2555) ร่วมกับ สมาคมนักบัญชีและผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแห่งประเทศไทย (2544) โดยคณะกรรมการวิชาชีพบัญชีด้านการสอบบัญชี ได้ประกาศมาตรฐานการสอบบัญชีที่เกี่ยวข้องกับการทุจริตตลอดคล้อย 2 ฉบับ ได้แก่ มาตรฐานการสอบบัญชี รหัส 200 เรื่อง วัตถุประสงค์โดยรวมของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตและการปฏิบัติงานตรวจสอบตามมาตรฐานการสอบบัญชี และมาตรฐานการสอบบัญชี รหัส 240 เรื่อง ความรับผิดชอบของผู้สอบบัญชีเกี่ยวกับการพิจารณาการทุจริตในการตรวจสอบงบการเงิน โดยจะศึกษามาตรฐานการสอบบัญชี รหัส 240 เป็นหลัก และศึกษามาตรฐานการสอบบัญชีร่วมกันไป เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางการปฏิบัติเกี่ยวกับความรับผิดชอบของผู้สอบบัญชีในการพิจารณาการทุจริต ข้อผิดพลาด และข้อเท็จจริงที่ทำให้การตรวจจับมีความยากลำบากมากยิ่งขึ้นอีกหากมีการสมรู้ร่วมคิดกันหลายฝ่าย และอาจทำให้ผู้สอบบัญชีเชื่อว่าหลักฐานการสอบบัญชีมีความน่าเชื่อถือแต่ในความเป็นจริงแล้วหลักฐานดังกล่าวเป็นเท็จ ดังรายละเอียดสำคัญของมาตรฐานการสอบบัญชี รหัส 240 ฉบับนี้

### ความรับผิดชอบในการป้องกันและการตรวจจับการทุจริต

ความรับผิดชอบหลักในการป้องกันและตรวจจับการทุจริตเป็นหน้าที่ที่สำคัญของผู้มีหน้าที่ในการกำกับดูแลและผู้บริหารกิจการ สิ่งสำคัญอย่างยิ่ง คือ ผู้บริหารภายใต้การติดตามดูแลของผู้มีหน้าที่ในการกำกับดูแลที่ช่วยลดโอกาสที่จะเกิดการทุจริตและยับยั้งการทำทุจริต โดยนาระบบบัญชีและระบบการควบคุมภายในที่เพียงพอมาใช้อย่างต่อเนื่อง และสร้างวัฒนธรรมองค์กรในเรื่องความซื่อสัตย์สุจริตและการมีจริยธรรม พร้อมติดตามดูแลในการพิจารณาความเป็นไปได้เข้าแทรกแซงการควบคุมหรือการกระทำไม่เหมาะสมต่อกระบวนการจัดทำรายงานทางการเงิน

### ความรับผิดชอบของผู้สอบบัญชี

ผู้สอบบัญชีที่ปฏิบัติงานสอบบัญชีตามมาตรฐานการสอบบัญชีมีหน้าที่ความรับผิดชอบที่จะให้ได้มาซึ่งความเชื่อมั่นอย่างสมเหตุสมผลว่างบการเงินโดยรวมนั้นไม่ได้แสดงข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญซึ่งเป็นผลมาจากการทุจริตหรืออภัยหนึ่ง คือ ผู้สอบบัญชีไม่มีความรับผิดชอบในการป้องกันการทุจริตหรือข้อผิดพลาด เพียงเป็นกระบวนการหนึ่งซึ่งช่วยการยับยั้ง การทุจริตและข้อผิดพลาด ที่จะเกิดขึ้นได้

### การประเมินความเสี่ยงอาจเกิดการทุจริตและข้อผิดพลาด

ผู้สอบบัญชีควรกำหนดวิธีการตรวจสอบเนื้อหาสาระสำคัญ ควรครอบคลุมปัจจัยเสี่ยง จากสถานการณ์หรือเหตุการณ์ ซึ่งอาจจะเกิดจากการทุจริตและข้อผิดพลาด 3 ประเภท คือ ความเสี่ยงสืบเนื่อง ความเสี่ยงจากการควบคุม และความเสี่ยงจากการตรวจสอบรวมถึงข้อสงสัยเกี่ยวกับความซื่อสัตย์ ความรู้ความสามารถของผู้มีหน้าที่ในการกำกับดูแล รวมถึงความกดดันที่ผิดปกติภายในองค์กรหรือต่อองค์กร ตลอดจนมีปัญหาในการได้มาซึ่งหลักฐานการตรวจสอบสาระสำคัญต้องงบการเงินไม่เพียงพอและเหมาะสมต่อการประเมินความเสี่ยง หรือการตรวจพบการทุจริตเนื่องจาก ผู้ทุจริตจะพยายามปกปิดการทุจริตด้วยวิธีการต่าง ๆ

### วิธีการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับการประเมินความเสี่ยง

เมื่อใช้วิธีการตรวจสอบที่เป็นข้อบ่งชี้ว่าอาจมีการทุจริต ผู้สอบบัญชีควรพิจารณาวิธีการและผลกระทบจากการเกิดทุจริตและข้อผิดพลาดที่สำคัญต่อผู้บริหารอย่างเหมาะสม

### การรายงานการทุจริตและข้อผิดพลาด

การรายงานการทุจริตและข้อผิดพลาดมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อการเงิน และผู้ใช้รายงานของผู้สอบบัญชี ควรพิจารณาเลือกบุคคลที่เหมาะสมที่จะรายงานถึงโอกาสที่จะเกิดการทุจริต และประพฤติดนเป็นกลางดำรงไว้ซึ่งจรรยาบรรณของผู้สอบบัญชี

## 2.4 แนวทางการป้องกันการทุจริต

ความพยายามในการปิดกั้นปัจจัยที่ทำให้เกิดการทุจริตจะลดทุจริตได้ ซึ่งจะเป็นการป้องกันการเกิดการทุจริต ประกอบด้วย 4 ประการ (อมรา ตีราศรีวัฒน์, 2553) ดังนี้

### 2.4.1 ระบบการควบคุมภายใน ระบบสารสนเทศที่รัดกุม รอบคอบ และการตรวจสอบ

การไม่เปิดโอกาสในการฉกฉวยผลประโยชน์ โดยการปฏิบัติหน้าที่ตามระบบการจัดทำจัดเก็บเอกสารหลักฐาน จัดทำรายงานที่สามารถตรวจสอบความถูกต้อง และเหมาะสม

### 2.4.2 การสร้างกรอบและวินัยในการประพฤติและปฏิบัติร่วมกัน

การสร้างกรอบในองค์กรโดยการกำหนดข้อบัญญัติ ข้อกำหนดจรรยาบรรณ ข้อควรประพฤติ และข้อควรปฏิบัติ การตั้งระเบียบ วินัย กฎเกณฑ์ ระเบียบปฏิบัติ จากภายในองค์กรในบุคคลทุกระดับยอมรับ และปฏิบัติตามด้วยความเต็มใจ โดยถือปฏิบัติสืบต่อไปจนเคยชินที่จะถูกซึมซับ และยอมรับเป็นวัฒนธรรมขององค์กร เป็นสิ่งที่ดีและเป็นที่ยอมรับของทุกองค์กรที่จะทำให้สัมฤทธิ์ผล วินัยต่าง ๆ ทั้งขึ้นจะเป็นที่ยอมรับและบุคลากรปฏิบัติตาม ต้องอาศัยความพยายามความร่วมมืออย่างสูงของบุคลากรทุกระดับ ตามหลักการในการสร้างกรอบ สร้างวินัย มีระบบที่มีคุณค่าอันเป็นบรรทัดฐานในการประพฤติและปฏิบัติ เพื่อใช้เป็นเครื่องมือที่จะช่วยสร้างระบบคุณค่าแห่งบรรทัดฐาน และได้รูปแบบของกฎเกณฑ์และข้อกำหนด ซึ่งกำหนดโดยคณะกรรมการประชุมนานาชาติที่กรุงนิวยอร์ก เมื่อปี ค.ศ. 1999 เรื่อง “Global Corporate Ethics Practice” (The conference Board, New York, 1999, p. 16 อ้างถึงใน อมรา ตีราศรีวัฒน์, 2553) ดังตารางที่ 2.7

ตารางที่ 2.7 รูปแบบของกฎเกณฑ์และข้อกำหนดของการการปฏิบัติตามจรรยาบรรณในองค์กร

ระบบคุณค่าปฏิบัติงาน	ข้อกำหนด
1. ความซื่อสัตย์การปฏิบัติตามกฎ	1. ข้อบัญญัติหรือเจตนารมณ์
2. ความยุติธรรม	2. ข้อกำหนดจรรยาบรรณ
3. ความเห็นอกเห็นใจ	3. ข้อควรประพฤติ
4. ความยึดมั่นต่อหลักคุณธรรม	4. ข้อควรปฏิบัติ
5. ความรับผิดชอบ	

ที่มา: ดัดแปลงจากข้อกำหนดของการปฏิบัติตามจรรยาบรรณในองค์กร. The conference Board. (1999). อ้างถึงใน อมรา ตีราศรีวัฒน์. (2553).

ข้อกำหนดของการปฏิบัติตามจรรยาบรรณในองค์กร ประกอบด้วย

2.4.2.1 ข้อบัญญัติหรือเจตนารมณ์ (Credo: Inspirational Short Statement on Key Values) เป็นอุดมการณ์ที่จะทำให้ยึดถือเป็นคติประจำใจ (Leonard J Brooks. Business & Professional Ethics

for Directors, Executives & Accountant. Ed 3<sup>rd</sup>, p. 152) ในการกำหนดข้อบัญญัติอันเป็นเจตนารมณ์ที่บุคลากรมุ่งมั่นปฏิบัติหน้าที่ มีการสร้างงานที่มีคุณภาพ คุณค่า เพื่อความรับผิดชอบต่อทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรต่อสังคมภายนอก

2.4.2.2 ข้อกำหนดจริยธรรม (Code of Ethics) เป็นด้านจรรยาบรรณขององค์กรและผู้ประกอบการ ซึ่งกำหนด กฎ กติกา มรรยาทของการปฏิบัติหน้าที่ให้อยู่ในกรอบศีลธรรมอันดีงามที่พึงปฏิบัติต่อผู้ร่วมงาน และต่อสาธารณชนโดยรวม

2.4.2.3 ข้อควรประพฤติ (Code of Conduct) เป็นหลักการหรือนโยบายในการประกอบการเกี่ยวกับการประพฤติและปฏิบัติตนในสังคม ในกรอบของศีลธรรมที่ถูกทำนองคลองธรรม ข้อควรประพฤติและปฏิบัติตนในสังคมในกรอบของศีลธรรมที่ถูกทำนองคลองธรรม ข้อควรประพฤติมิได้เป็นข้อผูกมัด สัจยญาที่จะบังคับให้ทำ แต่ต้องเกิดจากความเห็นชอบและสมัครใจที่จะประพฤติตาม

2.4.2.4 ข้อควรปฏิบัติ (Code of Practice) เป็นกฎหรือแนวทางซึ่งตั้งใจให้บุคลากรปฏิบัติตาม กฎระเบียบนี้มิได้ถูกบังคับตามกฎหมาย แต่อาจมีผลต่อการประเมินผลการปฏิบัติงานในกรณีที่มีการละเมิด

ความชัดเจนและรัดกุมของข้อบัญญัติ ข้อกำหนดจริยธรรม ข้อควรประพฤติ และข้อควรปฏิบัติ ตลอดจนการกำกับดูแลอย่างเข้มแข็ง จะส่งผลต่อการยึดมั่นในการปฏิบัติงานอย่างมีคุณธรรม อันนำมาซึ่งวัฒนธรรมองค์กรที่ดีมีรากฐานของความซื่อสัตย์ ยุติธรรม ความรับผิดชอบต่อสังคม และความเห็นอกเห็นใจของการทำงานร่วมกัน

2.4.3 การปลูกฝังให้บุคลากรในองค์กรยึดมั่นต่อหลักคุณธรรม จริยธรรมและจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน

จรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน หมายถึง ศีลธรรมประจำวิชาชีพ สามารถสร้างขึ้นมาจากหลักการทฤษฎีจริยธรรม (Ethics Theory) (ติน ปรัชญาพฤกษ์, 2543 อ้างถึงใน อมรา ติราศรีวัฒน์, 2553) จากหลักการทฤษฎีจริยธรรม 17 ทฤษฎีสามารถจัดกลุ่ม 4 กลุ่ม ดังตารางที่ 2.8

**ตารางที่ 2.8** สรุปลกลุ่มตามหลักการทฤษฎีจริยธรรม

กลุ่มหลักการทฤษฎีจริยธรรม	ทฤษฎีจริยธรรม
1. กลุ่มทฤษฎีที่เน้นอรรถประโยชน์	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ทฤษฎีอรรถประโยชน์</li> <li>2. ทฤษฎีเจตนารมณ์</li> <li>3. ทฤษฎีความยุติธรรม</li> <li>4. ทฤษฎีสติ</li> </ol>
2. กลุ่มทฤษฎีเจตนารมณ์	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ทฤษฎีสัญญาประชาคม</li> <li>2. ทฤษฎีเอาใจเขามาใส่ใจเรา</li> <li>3. ทฤษฎีด้านอารมณ์</li> <li>4. ทฤษฎีคุณงามความดีทางศีลธรรม</li> <li>5. ทฤษฎีสิ่งที่ดีงามของตนเองและผู้อื่น</li> <li>6. ทฤษฎีผลประโยชน์สาธารณะ</li> </ol>

## ตารางที่ 2.8 (ต่อ)

กลุ่มหลักการทฤษฎีจริยธรรม	ทฤษฎีจริยธรรม
3. กลุ่มทฤษฎีที่เน้นการปฏิบัติตามหลักสากล	1. ทฤษฎีหลักการสากล 2. ทฤษฎีความยุติธรรมของ Jon Rawls
4. กลุ่มทฤษฎีที่เน้นวิธีการปฏิบัติตามหลักจรรยาบรรณ	1. ทฤษฎีจรรยาบรรณแห่งความรัก 2. ทฤษฎีจรรยาบรรณปัจเจกบุคคลสัมพันธ์ 3. ทฤษฎีจรรยาบรรณวัฒนธรรมสัมพันธ์ 4. ทฤษฎีจรรยาบรรณที่เน้นคุณงามความดีของปัจเจกบุคคล 5. ทฤษฎีจรรยาบรรณที่เน้นความสำคัญของสังคม

ที่มา: ดัดแปลงตามหลักการทฤษฎีจริยธรรม.

ติน ปรัชญาพฤษ. (2543). อ้างถึงใน อมรา ติราศีวัฒน์. (2553).

จากระดับทฤษฎีจริยธรรม สามารถแบ่งออก 3 ระดับ คือ

2.4.3.1 ระดับความเข้าใจ (Understanding) คือ สร้างหลักจรรยาบรรณ เพื่อเป็นเครื่องมือให้พนักงานได้รับรู้ถึงหลักการและเป้าหมายสู่ความสำเร็จขององค์กร

2.4.3.2 ระดับการยอมรับ (Internalization) คือ กำหนดกฎระเบียบที่ให้ปฏิบัติตามมีการกำหนดข้อปฏิบัติที่ควบคุมให้พนักงานปฏิบัติตาม กำหนดข้อผูกมัดกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องให้มีการเจรจา ตกลงกับผู้ที่เกี่ยวข้องได้เสีย

2.4.3.3 ระดับปฏิบัติ (Practice) คือ กำหนดพันธกิจหลักการจรรยาบรรณ แนวประพฤติ แนวปฏิบัติ อุปนิสัยใจคอที่จะเป็นสื่อที่จะสร้างภาพลักษณ์ให้ประจักษ์แก่บุคคลภายนอก เป็นสัญลักษณ์องค์กร

ทั้งนี้เพื่อลดโอกาส แรงกดดัน ความโลภ ของผู้คิดกระทำผิดได้ หากผลเสียจากการสูญเสียทรัพย์สิน และชื่อเสียง ไม่คุ้มค่ากับประโยชน์จากการทุจริต

#### 2.4.4 การควบคุมและกำกับกิจการที่ดี

หากกิจการมีระบบการควบคุมภายในและแผนการปฏิบัติงานระบบสารสนเทศที่รัดกุม และสามารถนำมาใช้กับบุคลากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ขณะเดียวกันสามารถปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ของบริษัทนั้นอย่างเคร่งครัด การทำงานย่อมมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล แต่ปัญหาของบริษัทอาจเกิดขึ้นจากนโยบายแผนกำหนดการของบริษัทเกินความเป็นจริง หรืออาจจะเกิดจากระบบการควบคุมภายใน และระบบการปฏิบัติงานของบุคลากรที่ขาดระเบียบวินัย ละเลยหน้าที่ ขาดจริยธรรม อันนำไปสู่สาเหตุก่อให้เกิดการทุจริตในองค์กร

ทั้งนี้สามารถแก้ไขได้โดยผู้บริหารระดับสูงหรือผู้นำ ซึ่งเป็นบุคคลที่สำคัญที่จะต้องเป็นผู้สร้างวินัยและตัวอย่างที่ดีในการปฏิบัติตามกฎระเบียบอย่างเคร่งครัด ทำหน้าที่ด้วยความชอบธรรม โดยคำนึงถึงประโยชน์ต่อองค์กรและต่อส่วนรวม ต้องทำงานด้วยใจเป็นกลาง มีความชอบธรรม ไม่ปิดบังซ่อนเร้นบิดเบือนในการใช้ข่าวสาร ยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น ควรยอมรับการเปลี่ยนแปลงเพื่อการปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาอย่างยั่งยืนในองค์กร ซึ่งเป็นหลักการของความโปร่งใส ดังนั้น การมีแผนงาน ระบบควบคุมภายใน

สารสนเทศทางบัญชีที่ดี รัศกุม รอบคอบที่จะป้องกันการทุจริต ถือเป็นปัจจัยพื้นฐานของการดำเนินธุรกิจ แต่ปัจจัยที่สำคัญที่จะนำไปสู่ความสำเร็จกิจการ คือ ระบบการกำกับดูแลกิจการที่ดี ที่จะทำให้อุบลการทุกระดับ ยึดมั่นต่อคุณธรรม จริยธรรม ปฏิบัติงานด้วยความโปร่งใส และซื่อสัตย์

จากนักวิชาการหลายท่านได้ศึกษาเสนอแนวทางการป้องกันการทุจริต และจึงสรุปแนวทางการป้องกันที่เกิดขึ้น เพื่อสนับสนุนแนวทางการป้องกันการทุจริตที่เหมาะสม ดังตารางที่ 2.9

ตารางที่ 2.9 สรุปแนวทางการป้องกันการทุจริตที่เกิดขึ้น

มาตรการป้องกันการทุจริต ผู้ศึกษา/ผู้วิจัย	ธานินทร์ (2550)	เกวลิน (2550)	รักษพล (2553)
1. ระบบการควบคุมภายใน ระบบสารสนเทศที่รัศกุม รอบคอบ และการตรวจสอบ	✓	✓	
2. การสร้างกรอบและวินัยในการประพฤติและปฏิบัติร่วมกัน	✓	✓	✓
3. การปลูกฝังให้บุคลากรในองค์กรยึดมั่นต่อหลักคุณธรรม จริยธรรมและจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน	✓	✓	✓
4. การควบคุมกิจการ	✓	✓	

นักวิชาการได้อธิบายถึงแนวทางการป้องกันการทุจริต ดังนี้

ธานินทร์ ศิลป์จารุ (2550) แนวทางการป้องกันการทุจริต ควรมีการประเมินผลการปฏิบัติงานทุก ระยะ จึงทำให้แนวทางป้องกันการทุจริตที่ขึ้นอยู่กับขนาดของธุรกิจอุตสาหกรรม มีจำนวน 3 รายการ ได้แก่

1) แนวทางการป้องกันการทุจริตในกรณีรับสินค้าในปริมาณที่น้อยกว่าจำนวนที่สั่งซื้อหรือ สินค้าคุณภาพต่ำ โดยทดสอบสินค้าทุกครั้งก่อนนำเข้าสต็อกและส่งสินค้า แยกสินค้าเสื่อมคุณภาพออกจาก สินค้าปกติ และทำทะเบียนคุม เช็คสต็อกเป็นประจำ และควบคุม เอกสารใบเบิกสินค้าระบบ Running Number

2) กรณีสร้างลูกค้ำปลอมเพื่อทำยอดรับเงินรางวัล ลักษณะเพิ่มยอดขายตามเงื่อนไข ด้วยวิธีการกักตุนสินค้า เพื่อสิทธิประโยชน์ในการขาย เช่น ส่วนลด แด้มสินค้า และเงินรางวัล เป็นต้น

3) กรณีนำใบเสร็จค่าน้ำมันที่ไม่ได้ใช้ใบในงานขององค์กรมาเบิกเงิน แนวทางการป้องกันใน ธุรกิจโดยการดำเนินการตรวจสอบ จดเลขไมล์ทุกวันหลักเล็กลง จัดทำบิลน้ำมันและเติมเฉพาะปั้มที่บริษัท กำหนดเท่านั้น เปรียบเทียบระยะเวลาการทำงานกับปริมาณน้ำมันเชื้อเพลิง และจำกัดวงเงินแต่ละครั้งตาม ระยะทาง

เกวลิน สลิตตานนท์ (2550) เสนอแนวทางป้องกันการทุจริต 5 กรณี ดังนี้

1) กรณีการยกยอกเศษวัสดุขี้ที่มีราคา โดยบุคคลภายนอก กลุ่มไฟฟ้าและแสงสว่าง และกลุ่ม อิเล็กทรอนิกส์และชิ้นส่วนประกอบอื่น ๆ ใช้แนวทางป้องกันโดยจำกัดเขตการทำงาน ส่วนกลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้า ใช้แนวทางป้องกันโดยให้ รมภ. ตรวจสอบอีกครั้งก่อนออกจากบริษัท โดยใช้ Metal Scanner

2) กรณีการยกยอกอะไหล่/อุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต กลุ่มไฟฟ้าและแสงสว่าง และกลุ่ม อิเล็กทรอนิกส์และชิ้นส่วนประกอบอื่น ๆ ใช้แนวทางป้องกันโดยกำหนดจำนวนการเบิกอะไหล่/อุปกรณ์ต่อ

ขึ้นหรือซึ่งเป็นน้ำหนัก ส่วนกลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้าใช้แนวทางป้องกันโดยประเมินหาสัดส่วนต่ออะไหล่/อุปกรณ์ 1 ชิ้น กับตัวงานที่ได้

3) กรณีลือคสเบ็คสินค้า/วัตถุดิบ ให้กับผู้ขายรายใดรายหนึ่ง พบว่า กลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้า กลุ่มไฟฟ้าและแสงสว่าง และกลุ่มอิเล็กทรอนิกส์และชิ้นส่วนประกอบอื่น ๆ ใช้แนวทางป้องกันเหมือนกันคือ กำหนดให้มีผู้เสนอราคามากกว่า 1 ราย/เปรียบเทียบราคา

4) กรณีการให้บุคคลในครอบครัว/พนักงานบริษัทเข้ามาหาประโยชน์โดยมิชอบ กลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้าใช้แนวทางป้องกันโดยกำหนดเป็นนโยบายการซื้อขาย ที่รัดกุมและชัดเจนโดยฝ่ายกฎหมายของบริษัท กลุ่มไฟฟ้าและแสงสว่าง ใช้แนวทางป้องกันโดยซื้อ-ขายกับผู้ที่มีรายชื่ออยู่ในทะเบียนควบคุมเท่านั้น และกลุ่มอิเล็กทรอนิกส์และชิ้นส่วนประกอบอื่น ๆ ใช้แนวทางป้องกันโดยตั้งกฎ ระเบียบ ห้ามพนักงานทำธุรกิจกับหน่วยงาน/บริษัท

5) กรณีผู้รักษาเงินสดย่อเงินไปใช้ส่วนตัวกลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้า และกลุ่มอิเล็กทรอนิกส์และชิ้นส่วนประกอบอื่น ๆ ใช้แนวทางป้องกันโดยการกระทบบยอดคงเหลือประจำวันกับใบเสร็จ ส่วนกลุ่มไฟฟ้าและแสงสว่าง ใช้แนวทางป้องกันโดยกำหนดวงเงินขั้นต่ำให้เหมาะสม

รักษพล ไชยชนะ (2553) เสนอแนวทางการป้องกันการทุจริตด้วยวิธีการแก้ปัญหาที่ต้นเหตุและเหมาะสมตามแต่กรณี เช่น การปลูกฝังคุณธรรมในตัวบุคคล ให้มีจิตสำนึกในการกระทำความดี ละเว้นการประพฤติชั่ว หรือการใช้กฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับต่าง ๆ ให้เข้มงวด จึงจะสามารถจัดการทุจริตในทุกองค์กรให้ลดลงได้

ดังนั้นการบริหารกิจการธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้น จึงเป็นแนวทางสำคัญในการจัดระเบียบให้ภาคธุรกิจนี้ อันเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของทุกบริษัท ไม่ว่าจะบริษัทขายตรงหรือตลาดขายตรงและหรือสมาคมที่เกี่ยวกับการขายตรงเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติต่อกัน เป็นพื้นฐานที่จะช่วยพัฒนาสังคมทั้งระบบให้มีคุณภาพและมีประสิทธิภาพ โดยนำระบบการควบคุมภายใน ระบบสารสนเทศ การตรวจสอบ การสร้างกรอบวินัยในการประพฤติและปฏิบัติร่วมกัน นำหลักคุณธรรม จริยธรรมและจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน พร้อมทั้งนำหลักการกำกับดูแลที่ดี ธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นสามารถนำหลักดังกล่าวมาปรับใช้ เพื่อเป็นแนวทางนำพองค์กรและสังคมก้าวไปสู่ความสำเร็จพร้อม ๆ กัน

## 2.5 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการทุจริต

จากการศึกษาและวิเคราะห์เปรียบเทียบกฎหมายที่ใช้ในการควบคุม กำกับดูแลและบังคับใช้กับบริษัทจดทะเบียนนั้น ประเทศไทยได้ศึกษาและพัฒนามาจากประเทศสหรัฐอเมริกา เนื่องจากประเทศสหรัฐอเมริกาถือเป็นต้นแบบของการพัฒนาหลักการกำกับดูแลตลาดทุนของประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก ซึ่งประเทศไทยได้นำมาปรับปรุงให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมภายในประเทศ จึงสังเกตได้ว่า พ.ร.บ. หลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 มีข้อกำหนดที่คล้ายคลึงกันกับประเทศสหรัฐอเมริกาหลายประการ แต่อย่างไรก็ตามในความคล้ายคลึงดังกล่าว ก็ยังข้อมกฎหมายบางมาตราที่แตกต่างกัน ข้อกำหนดในส่วนใดที่สมควรนำปรับใช้เพื่อหาแนวทางที่เหมาะสมในการควบคุมจรรยาบรรณของผู้สอบบัญชีของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้บ้างนั้น

จึงได้ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบกฎหมายพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 กับกฎหมายปฏิรูปการบัญชีของบริษัทมหาชนและคุ้มครองนักลงทุน ค.ศ. 2002 (Public Company Accounting Reform and Investor Protection of 2002 หรือ Sarbanes Oxley Act 2002 หรือ “SOX”)



ในด้านต่าง ๆ เพื่อวิเคราะห์หาแนวทางที่เหมาะสมในการควบคุมจรรยาบรรณของผู้สอบบัญชี โดยแบ่งการวิเคราะห์เปรียบเทียบออกเป็น 6 หัวข้อ ดังตารางที่ 2.10

**ตารางที่ 2.10** การวิเคราะห์และเปรียบเทียบพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 กับ Sarbanes Oxley Act 2002

ที่	หัวข้อ	พ.ร.บ. หลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535	Sarbanes Oxley Act 2002
1	โครงสร้าง บทบาทและหน้าที่ความรับผิดชอบของหน่วยงานที่กำกับดูแล	<ul style="list-style-type: none"> <li>กำหนดให้มีการจัดตั้งคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ เพื่อทำหน้าที่กำกับดูแลตลาดหลักทรัพย์และควบคุมจรรยาบรรณวิชาชีพของผู้สอบบัญชี</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>กำหนดให้มีการจัดตั้งคณะกรรมการกำกับดูแลการบัญชีและการสอบบัญชีของบริษัทมหาชนจำกัด (PCAOB) เพิ่มขึ้นมาอีกชุดหนึ่ง เพื่อทำหน้าที่ควบคุม ดูแล ตรวจสอบ รวมถึงออกกฎหมายและข้อบังคับที่เหมาะสมกับสำนักงานสอบบัญชี</li> </ul>
2	การตรวจสอบและการบังคับใช้กฎหมาย	<ul style="list-style-type: none"> <li>ปฏิบัติหน้าที่ติดตามของผู้สอบบัญชีอย่างใกล้ชิด เพื่อควบคุมการปฏิบัติงาน ทบทวนและสอบทานกระดาษทำการเป็นระยะ (ไม่ได้กำหนดระยะเวลาที่ชัดเจน และไม่มีหลักเกณฑ์เกี่ยวกับจำนวนลูกค้าของสำนักงานสอบบัญชี)</li> </ul> <p>ทั้งนี้ประเทศไทยในด้านการกำหนดมาตรฐานการสอบบัญชี จะอยู่ภายใต้การควบคุมของสภาวิชาชีพบัญชีตามพระราชบัญญัติวิชาชีพบัญชี พ.ศ. 2547</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>มีคณะกรรมการกำกับดูแลการบัญชีและการสอบบัญชีของบริษัทมหาชนจำกัด (PCAOB) คอยตรวจสอบสำนักงานสอบบัญชีที่ตรวจสอบงบการเงินของลูกค้าตั้งแต่ 100 รายต่อปี ในทุก ๆ 10 ปี และส่วนที่</li> <li>ไม่เกิน 100 ราย ตรวจสอบอย่างน้อย 1 ครั้ง ทุก ๆ 3 ปี โดยการตรวจสอบจะครอบคลุมไปถึงตรวจสอบการไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนดที่อยู่ในกฎหมายฉบับนี้มีบทบาทในการกำหนดหลักเกณฑ์ด้านการสอบบัญชี ควบคุมคุณภาพของงานสอบบัญชี จรรยาบรรณและความเป็นอิสระของผู้สอบบัญชี รวมทั้งมาตรฐานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรายงานผลการตรวจสอบบัญชี</li> </ul>

ตารางที่ 2.10 (ต่อ)

ที่	หัวข้อ	พ.ร.บ. หลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535	Sarbanes Oxley Act 2002
3	การเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับ ค่าบริการทางวิชาชีพบัญชี	<ul style="list-style-type: none"> <li>เปิดเผยค่าบริการทางวิชาชีพที่เกี่ยวกับค่าตอบแทนและค่าบริการอื่น ๆ</li> </ul>	-
4	คณะกรรมการตรวจสอบ	<ul style="list-style-type: none"> <li>กำหนดให้มีการติดต่อสื่อสารระหว่างคณะกรรมการตรวจสอบกับผู้สอบบัญชี ทำให้ทราบขอบเขตการปฏิบัติงานตรวจสอบและผลการตรวจสอบ ซึ่งจะช่วยให้คณะกรรมการตรวจสอบสามารถกำกับ ดูแลการจัดทำรายงานและการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินให้มีความถูกต้อง ครบถ้วนและเชื่อถือได้</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>กำหนดให้มีการติดต่อสื่อสารระหว่างคณะกรรมการตรวจสอบกับผู้สอบบัญชี ทำให้ทราบขอบเขตการปฏิบัติงานตรวจสอบและผลการตรวจสอบ ซึ่งจะช่วยให้คณะกรรมการตรวจสอบสามารถกำกับ ดูแลการจัดทำรายงานและการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินให้มีความถูกต้อง ครบถ้วนและเชื่อถือได้</li> </ul>
5	ความสัมพันธ์ระหว่าง ผู้สอบบัญชีกับ คณะกรรมการตรวจสอบ	<ul style="list-style-type: none"> <li>ไม่ได้กำหนดการกำกับดูแล</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>กำหนดให้คณะกรรมการตรวจสอบมีอำนาจในการควบคุมดูแลผู้สอบบัญชีโดยตรง เป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการให้การยอมรับเบื้องต้นเกี่ยวกับบริการทั้งหมดของผู้สอบบัญชีที่เสนอให้กับบริษัทจดทะเบียน และต้องรายงานต่อคณะกรรมการตรวจสอบ โดยตรงมิใช่รายงานต่อฝ่ายบริหาร และข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายและวิธีการปฏิบัติทางการบัญชีที่สำคัญ (มาตรา 204)</li> </ul>

ตารางที่ 2.10 (ต่อ)

ที่	หัวข้อ	พ.ร.บ. หลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535	Sarbanes Oxley Act 2002
6	ความเป็นอิสระของผู้สอบบัญชี	<ul style="list-style-type: none"> <li>กำหนดให้มีการหมุนเวียนผู้สอบบัญชีทุก 5 รอบระยะเวลา</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>กำหนดขอบเขตการหมุนเวียนผู้สอบบัญชี โดยให้ครอบคลุมถึงหัวหน้าส่วนผู้สอบบัญชี (Lead Audit Partner) ผู้สอบบัญชีร่วม (Concurring Partner) ผู้เป็นหุ้นส่วนในการให้บริการลูกค้า (Client Services Partner) และหัวหน้าผู้เป็นหุ้นส่วนการตรวจสอบของบริษัทย่อยที่สำคัญ</li> </ul>

ที่มา: ดัดแปลงจาก พ.ร.บ. หลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 และ Sarbanes Oxley Act 2002.

อ้างอิงใน ภัทรพงศ์ เจริญกิจจารุกร. (2556).

จากการศึกษา กฎหมาย Sarbanes Oxley Act 2002 ที่ให้ความสำคัญกับแนวคิดและการร่างกฎหมายตามวัตถุประสงค์ของกฎหมายฉบับนี้ขึ้นนั้น เพื่อป้องกันการฉ้อฉลและการทุจริตทางบัญชี (Accounting Fraud) และมีบทลงโทษขององค์กรที่กระทำผิด ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความมั่นใจ ส่งเสริมการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศ และปกป้องผลประโยชน์ของพนักงานและผู้ถือหุ้น ตามหลักการกำกับดูแล (Corporate Governance) จึงสรุปรายละเอียดดังตารางที่ 2.11

ตารางที่ 2.11 การประยุกต์ใช้กฎหมาย Sarbanes Oxley Act 2002

หมวด	รายละเอียด	ถือปฏิบัติ	
		เอกชน	ธุรกิจเครือข่าย
1	<p>มาตรา 101-109</p> <p><b>คณะกรรมการกำกับดูแลการจัดทำบัญชีของบริษัทมหาชน</b> (Public Company Accounting Oversight Board) หรือ PCAOB ซึ่งมีหน้าที่กำหนดหลักเกณฑ์การสอบบัญชี การควบคุมคุณภาพมารยาท ความเป็นอิสระของผู้สอบบัญชี และมาตรฐานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรายงานการสอบบัญชีของบริษัทจดทะเบียน และสอบสวนกับสำนักงานสอบบัญชีและบุคคลที่เกี่ยวข้อง รวมถึงส่งเสริมมาตรฐานวิชาชีพและพัฒนาคุณภาพของงานสอบบัญชีเพื่อปกป้องนักลงทุน ผลประโยชน์ของสาธารณะ และเงินกองทุน</p>	✓	✓

ตารางที่ 2.11 (ต่อ)

หมวด	รายละเอียด	ถือปฏิบัติ	
		เอกชน	ธุรกิจเครือข่าย
2	<p>มาตรา 201-209</p> <p><b>ความเป็นอิสระของผู้สอบบัญชี (Auditor Independence)</b> โดยกฎหมายฉบับนี้กำหนดมิให้สำนักงานสอบบัญชีรับงานที่ส่งผลกระทบต่อความเป็นอิสระต่อวิชาชีพในการแสดงความเห็นต่องบการเงิน ซึ่งประกอบด้วย ห้ามมิให้รับจัดทำบัญชีหรือให้บริการอื่นที่เกี่ยวข้องกับการบันทึกรายการหรือการจัดทำงบการเงินของลูกค้าที่รับงาน สอบบัญชี การรายงานของผู้สอบบัญชีต่อคณะกรรมการ ตรวจสอบ ความขัดแย้งในเรื่องผลประโยชน์ คณะกรรมการ ผู้มีอำนาจ และการกำกับดูแล</p>	✓	✓
3	<p>มาตรา 301-308</p> <p><b>ความรับผิดชอบต่อของบริษัท (Corporate Responsibility)</b> ต่อรายงานทางการเงิน ซึ่งประกอบด้วย การสอบทานงบการเงินไตรมาสและงบการเงินประจำปี การรับรอง ความถูกต้องของงบการเงินที่จะไม่บิดเบือนข้อเท็จจริง อันเป็นสาระสำคัญที่อาจส่งผลกระทบต่อผู้ใช้ให้หลงผิด การจัดทำให้มีระบบการควบคุมภายใน การออกแบบระบบการควบคุมภายใน และการเปิดเผยข้อมูลต่อผู้สอบบัญชี คณะกรรมการ ตรวจสอบ หรือบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้องเพื่อประเมินประสิทธิภาพของการควบคุมภายใน รวมถึงการแก้ไขข้อบกพร่องในส่วนที่เป็นสาระสำคัญ เพื่อความยุติธรรมสำหรับนักลงทุน</p>	✓	✓
4	<p>มาตรา 401-409</p> <p><b>ความเพียงพอในการเปิดเผยข้อมูลทางการเงิน (Enhanced Financial Disclosures)</b> ซึ่งระบุให้มีการประเมินประสิทธิผลของการควบคุม การจัดทำรายงานประจำปี การให้ข้อมูลเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อในการควบคุมภายในในการจัดทำรายงานการเงิน การเปิดเผยข้อมูลที่เป็นสาระสำคัญของการควบคุมภายใน ความเป็นอิสระของผู้สอบบัญชีในการประเมินการควบคุมภายใน และการรายงานของผู้ตรวจสอบในการประเมินการควบคุมภายในของฝ่ายบริหาร (Management Assessment of Internal Controls)</p>	✓	✓

ตารางที่ 2.11 (ต่อ)

หมวด	รายละเอียด	ถือปฏิบัติ	
		เอกชน	ธุรกิจเครือข่าย
5	มาตรา 501 นักวิเคราะห์กับความขัดแย้งทางผลประโยชน์ (Analyst Conflicts of Interest) เพื่อปกป้องนักลงทุนจากนักวิเคราะห์หลักทรัพย์ ที่มีส่วนได้เสียจากการให้ข้อมูลทางการเงินต่อนักลงทุนและสาธารณชน	✓	-
6	มาตรา 601 – 604 คณะกรรมการผู้มีอำนาจ (Commission Resources and Authority) คุณสมบัติและการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการ เช่น ขอบเขตอำนาจหน้าที่ การกำหนดค่าตอบแทนของคณะกรรมการ	✓	-
7	มาตรา 701- 705 การศึกษาและการรายงาน (Studies and Reports) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อปกป้องผลประโยชน์ของประชาชน อาทิ การศึกษาการควบรวมกิจการ การจัดอันดับขององค์กร การรายงานเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิ การศึกษาผลกระทบของกฎระเบียบที่มีการบังคับใช้ และการศึกษาเรื่องการลงทุน	✓	-
8	มาตรา 801-807 ความรับผิดชอบต่ออาชญากรรมและการทุจริตในองค์กร (Corporate and Criminal Fraud Accountability) เช่น การปลอมแปลงและการใช้เอกสารเท็จ การทุจริต ฉ้อฉล การปกป้องพนักงานจากกระบวนการทุจริตของฝ่ายบริหาร และบทลงโทษ	✓	✓
9	มาตรา 901-906 บทลงโทษอาชญากรรมทางธุรกิจ (White-collar Crime Penalty Enhancements) มีการกำหนดบทลงโทษของการทุจริต ฉ้อฉล การบิดเบือนข้อมูลที่ปราศจากข้อเท็จจริงและความรับผิดชอบขององค์กรต่อการรายงานข้อมูลทางการเงิน	✓	✓
10	มาตรา 1001 การขอคืนภาษี (Corporate Tax Returns) มีการเพิ่มบทลงโทษ ค่าธรรมเนียมและเบี้ยปรับสำหรับการยื่นรายงานทางการเงินที่เป็นเท็จเพื่อขอคืนภาษี	✓	✓

ตารางที่ 2.11 (ต่อ)

หมวด	รายละเอียด	ถือปฏิบัติ	
		เอกชน	ธุรกิจเครือข่าย
11	มาตรา 1101-1107 ความรับผิดชอบและการทุจริตในองค์กร (Corporate Fraud and Accountability) ในการดำเนินการอายุหลักทรัพย์ ผู้มีอำนาจเป็นการชั่วคราว การห้ามมิให้เจ้าหน้าที่หรือกรรมการบริษัททำการซื้อขายหุ้นในบริษัทที่ตนมีส่วนได้เสีย เพื่อปกป้องผลประโยชน์ของประชาชน การเพิ่มบทลงโทษ ทางอาญาตามพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์	✓	✓

หมายเหตุ: เอกชน หมายถึง บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์

ที่มา: ดัดแปลงจาก Sarbanes Oxley Act 2002.

สาระสำคัญตามกฎหมาย SOX ฉบับนี้ ให้ความสำคัญถึงผลกระทบต่อผู้บริหารบริษัท คณะกรรมการองค์การหรือบริษัท คณะกรรมการตรวจสอบ การสอบบัญชี การควบคุมภายในและการรายงานข้อมูลทางการเงินขององค์กร เพื่อใช้อ้างอิงในแนวปฏิบัติที่ดี เช่น

มาตรา 101 การตั้งคณะกรรมการกำกับดูแลการบัญชีและการสอบบัญชีของบริษัทมหาชน (Public Company Accounting Oversight Board- PCAOB)

มาตรา 103 ข้อกำหนดคุณภาพสอบบัญชี มาตรฐานความเป็นอิสระ ห้ามสำนักงานสอบบัญชี มิให้รับสอบบัญชีและให้บริการด้านการตรวจสอบภายใน การวางระบบบัญชี การให้บริการเฉพาะอื่น ๆ พร้อมกัน ยกเว้นการให้บริการด้านภาษีอากร ซึ่งสามารถกระทำได้เมื่อได้รับอนุญาตจากคณะกรรมการการตรวจสอบของบริษัท โดยจะต้องเปิดเผยในรายงานต่อ SEC

มาตรา 204 การรายงานของผู้สอบบัญชีต่อคณะกรรมการตรวจสอบเกี่ยวกับนโยบายและวิธีปฏิบัติทางบัญชีที่สำคัญ การปฏิบัติตามหลักการบัญชีที่ยอมรับทั่วไป และหลักฐานการสื่อสารติดต่อกับฝ่ายบริหารและ Management letter

มาตรา 206 ห้ามมิให้สมาชิกในคณะผู้สอบบัญชีลาออกไปเป็น Chief Executive Officer: CEO, Chief Financial Officer: CFO, Controller, Central Applications Office: CAO หรือตำแหน่งเทียบเท่าในกิจการของลูกค้ำ เว้นแต่ได้ลาออกไปเกิน 1 ปี

มาตรา 301 ข้อกำหนดเกี่ยวกับคณะกรรมการตรวจสอบ ประกอบด้วย กรรมการอิสระทั้งหมด และมีความรับผิดชอบในการกำกับตรวจตราที่เข้มงวดขึ้นเกี่ยวกับการบัญชีและกระบวนการรายงานทางการเงิน ความรับผิดชอบของคณะกรรมการตรวจสอบที่เพิ่มขึ้น สรุปได้ดังนี้

1. ต้องมีผู้มีความรู้ด้านการบัญชี การเงิน ระดับผู้เชี่ยวชาญอย่างน้อย 1 คน
2. เป็นอิสระ และไม่รับค่าตอบแทนอื่นนอกจากค่าตอบแทนในฐานะเป็นกรรมการบริษัท
3. ได้รับค่าตอบแทนและค่าใช้จ่ายอื่นอย่างเหมาะสมในการทำงานตามหน้าที่รับผิดชอบอย่างมีประสิทธิภาพ และมีอำนาจที่จะว่าจ้างที่ปรึกษาอิสระที่จำเป็นด้วยค่าใช้จ่ายของบริษัท
4. มีอำนาจในการแต่งตั้ง กำหนดค่าตอบแทนและการกำกับตรวจตราของผู้สอบบัญชีอิสระภายนอก

5. เป็นผู้ลงมติหรือตัดสินใจในกรณีเกิดข้อโต้แย้งระหว่างระดับฝ่ายบริหารและผู้สอบบัญชีอิสระภายนอกที่เกี่ยวกับงบการเงิน

6. การอนุมัติหรือให้ความเห็นชอบเบื้องต้นเกี่ยวกับการใช้บริการการสอบบัญชีจากผู้สอบบัญชีอิสระภายนอก และบริการที่ปรึกษาในด้านอื่น ๆ

7. กำหนดการสร้างกระบวนการที่เกี่ยวกับการร้องเรียน ร้องทุกข์ของพนักงาน หรือผู้ไม่ประสงค์ออกนาม เกี่ยวกับปัญหาทางการเงิน การบัญชี และการตรวจสอบ

8. การกำกับตรวจตรา การรับรองข้อมูลรายงานทางการเงิน โดยระดับผู้บริหารให้เป็นไปอย่างครบถ้วน โปร่งใส ยุติธรรม การเปิดเผยข้อมูลและการควบคุมภายในองค์กร

9. การกำกับตรวจตรารายงานของผู้สอบบัญชีเกี่ยวกับนโยบายบัญชีและวิธีปฏิบัติทางบัญชีที่สำคัญที่บริษัทจดทะเบียนได้เลือกปฏิบัติ เช่น การปฏิบัติเป็นไปตามหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไปหรือไม่ ความเห็นที่ขัดแย้งกัน จดหมายของผู้สอบบัญชีถึงผู้บริหาร รวมทั้งข้อมูลอื่น ๆ ในการติดต่อสื่อสารระหว่างสำนักงานสอบบัญชีและฝ่ายบริหารของบริษัทจดทะเบียน เป็นต้น

10. การประชุมกับผู้สอบบัญชีในสาระสำคัญที่เกี่ยวข้องกับงบการเงินและการเปิดเผยข้อมูลของฝ่ายบริหาร รายงานสิ่งที่ไม่เห็นด้วยกับผู้บริหารของบริษัท ข้อจำกัดและความยุ่งยากที่พบในการตรวจสอบ การควบคุมภายในที่ไม่เพียงพอ การทุจริต พฤติกรรมที่ขัดแย้งกับกฎหมาย

11. การกำกับตรวจตราการเปิดเผยข้อมูลในรายงานประจำปีของบริษัทว่าเป็นไปอย่างเหมาะสมหรือไม่

12. การกำกับตรวจตราการตรวจสอบภายใน ที่เกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของนโยบาย การปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับ การสร้างวัฒนธรรมองค์กรด้านประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานรวมทั้งการสื่อสารอย่างชัดเจนและเปิดเผย

มาตรา 302 ความรับผิดชอบของ CEO และ CFO ในการลงลายมือชื่อและรับรองในการจัดทำงบการเงินและการควบคุมภายในด้านการจัดทำงบการเงิน โดยมีข้อความสำคัญดังนี้

1. ผู้ลงลายมือชื่อได้สอบทานงบการเงินว่าได้จัดทำและเปิดเผยรายการที่แสดงฐานะการเงินของกิจการอย่างถูกต้องในส่วนที่เป็นสาระสำคัญ ไม่มีการละเลยหรือปกปิดข้อความที่มีนัยสำคัญต่อการตัดสินใจ

2. ผู้ลงลายมือชื่อเป็นผู้รับผิดชอบในการควบคุมภายในด้านการจัดทำงบการเงินและได้ประเมินผลการควบคุมภายในนั้นในรอบเวลา 90 วัน รวมทั้งให้รายงานข้อตรวจพบจากกรณีประเมินผล โดยให้ระบุจุดอ่อนการควบคุมภายในข้อบกพร่องสำคัญในการควบคุม การทุจริตและพนักงานที่เกี่ยวข้อง

3. วิธีการจัดการและการควบคุมที่มีต่อปัจจัยความเสี่ยงสำคัญ

มาตรา 401 งบการเงินที่เผยแพร่ต้องทำและประกอบด้วยข้อความที่ถูกต้องและรวมรายการนอกงบดุล (Balance Sheet) ที่เกี่ยวกับหนี้สิน ภาระผูกพัน และรายการค่าที่มีสาระสำคัญ และต้องปฏิบัติตามหลักการบัญชีที่ยอมรับทั่วไป

มาตรา 404 CEO และ CFO ต้องประเมินประสิทธิผลของการควบคุมภายในในการจัดทำงบการเงิน โดยผู้สอบบัญชีต้องตรวจสอบและแสดงความเห็นในการประเมินประสิทธิผลนั้น และต้องเปิดเผยข้อมูลดังกล่าวในรายงานประจำปี โดยต้องมีข้อความอย่างน้อย ดังนี้

1. ผู้บริหารที่ลงลายมือชื่อที่มีความรับผิดชอบในการกำหนดการควบคุมภายในเกี่ยวกับความถูกต้องในการจัดทำงบการเงิน
2. ระบุกรอบงานหรือโครงสร้างและวิธีการควบคุมภายในที่ใช้จัดทำงบการเงิน
3. ความเห็นของผู้สอบบัญชีอิสระต่อรายงานประเมินผลประสิทธิภาพของการควบคุมภายในของผู้บริหารและข้อตรวจพบ

มาตรา 802 กำหนดโทษปรับและหรือจำคุก สูงสุด 20 ปี ในการเปลี่ยนแปลง ทำลาย ปกปิด จัดทำข้อมูลเท็จ หรือ การมีเจตนาขัดขวาง หลีกเลียง หรือใช้อิทธิพลในการสืบสวน รวมทั้งกำหนดโทษปรับและหรือโทษจำคุก สูงสุด 10 ปี สำหรับนักบัญชีที่มีเจตนาหลีกเลียงไม่จำเก็บกระดาษทำการสอบบัญชีตามเวลาที่กำหนด

มาตรา 906 กำหนด CEO และ CFO ต้องลงนามรับรองงบการเงินว่าเป็นไปตามกฎหมายและกฎเกณฑ์ที่กำหนด หากผู้ลงลายมือชื่อรับรองในรายงานทางการเงินทั้ง ๆ ที่รายงานนั้นไม่เป็นไปตามกฎหมายที่กำหนด ผู้บริหารจะถูกปรับไม่เกิน 1 ล้านเหรียญสหรัฐหรือจำคุกไม่เกิน 10 ปีหรือทั้งจำทั้งปรับ แต่หากผู้บริหารจงใจลงลายมือชื่อรับรองในรายงานทางการเงินทั้ง ๆ ที่รายงานนั้นไม่เป็นไปตามกฎหมายที่กำหนด ผู้บริหารจะต้องถูกปรับไม่เกิน 5 ล้านเหรียญสหรัฐหรือจำคุกไม่เกิน 20 ปีหรือทั้งจำทั้งปรับ

## 2.6 การควบคุมภายใน

สมาคมผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแห่งประเทศสหรัฐอเมริกา (AICPA) โดยคณะกรรมการพิจารณาวิธีการปฏิบัติงานสอบบัญชี (The Committee on Auditing Procedure) ได้ศึกษาและความหมาย การควบคุมภายใน ว่า แผนการจัดแบ่งหน่วยงาน วิธีปฏิบัติงานที่ประสานสัมพันธ์กัน และมาตรการต่าง ๆ ที่กิจการกำหนดขึ้น และถือปฏิบัติภายในองค์กร เพื่อปกป้องรักษาทรัพย์สินของกิจการ รวมทั้งสอบทานความถูกต้องและเชื่อถือได้ของข้อมูลทางบัญชี เพิ่มพูนประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และส่งเสริมให้มี การดำเนินงานตามนโยบายที่ฝ่ายบริหาร และได้กำหนดประเภทการควบคุมภายใน แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

### 2.6.1 การควบคุมด้านการบริหาร

### 2.6.2 การควบคุมด้านการบัญชี

ซึ่งเป็นเครื่องมือสนับสนุน และเชื่อถือได้ ให้ผู้บริหารดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและปรับใช้เหมาะสมกับองค์กรของตน

สหพันธ์นักบัญชีระหว่างประเทศ (IFAC) โดยคณะกรรมการมาตรฐานการสอบบัญชี ได้ให้คำนิยามของระบบการควบคุมภายในตามมาตรฐานการสอบบัญชี รหัส 315 อธิบายถึงว่า “การระบุและประเมินความเสี่ยงจากการแสดงข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญ โดยการทำความเข้าใจกิจการและสภาพแวดล้อมของกิจการ”

จันทนา สาขากร, นิพันธ์ เท็นโชคชัยชนะ, ศิลปพร ศรีจันทพร (2547) และอุษณา ภัทรมนตรี (2549) ได้กล่าวถึง แนวคิดหลักเกี่ยวกับการควบคุมภายใน ตามแนวความคิดของ COSO (The Committee of Sponsoring Organizations of the Tread Way Commission) มีรายละเอียดดังนี้

The Committee of Sponsoring Organization of Treachery Commission: COSO ผู้ซึ่งเป็นคณะทำงานกำหนดแม่แบบ การควบคุมภายในขึ้นใน ปี 1992 ได้ให้คำจำกัดความของการควบคุมภายในว่า หมายถึง "กระบวนการ (Process) ที่ถูกนำไปปฏิบัติโดยบุคลากรขององค์กร อันมีคณะกรรมการ ผู้บริหาร



และเจ้าหน้าที่ กระบวนการเหล่านี้ได้รับการกำหนดขึ้น เพื่อให้องค์กรสามารถมั่นใจได้ในระดับหนึ่งว่า หากได้มีการปฏิบัติตามกระบวนการเหล่านี้แล้ว องค์กรจะสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ทางธุรกิจที่ต้องการได้" การควบคุมภายในสามารถให้ความมั่นใจต่อการบรรลุวัตถุประสงค์ได้ในระดับหนึ่งขึ้นอยู่กับความสามารถส่วนตัวในการตัดสินใจของผู้ปฏิบัติ และที่สำคัญที่สุดการควบคุมภายในจะไม่ช่วยให้องค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ หากผู้บริหารไม่เห็นความสำคัญของการควบคุมภายใน และพยายามจะละเลยขั้นตอนการปฏิบัติงานต่าง ๆ อยู่เสมอ

วัตถุประสงค์ของการควบคุมภายใน แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

1. ความมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการดำเนินงาน คือ การที่องค์กรมีกระบวนการที่มีคุณภาพ หรือมีประสิทธิภาพ และคุ้มค่ากับต้นทุนที่ใช้ไปจึงจะทำให้เกิดมีประสิทธิภาพ
2. ความน่าเชื่อถือของรายงานทางการเงิน คือ การแสดงข้อมูลทางการเงินที่เชื่อถือได้ให้แก่ผู้ใช้งบการเงิน ที่มีความถูกต้อง โปร่งใส แสดงฐานะการเงินและผลการดำเนินงานตามหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไป เป็นต้น
3. การปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง คือ การเน้นให้เป็นไปตามกฎระเบียบข้อบังคับภายนอกองค์กร

ดังนั้น COSO 2013 จึงจัดการควบคุมภายใน สามารถแบ่งองค์ประกอบ 5 ประการ เพื่อใช้ในการดำเนินงานทางด้านธุรกิจให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้ ดังนี้

1. สภาพแวดล้อมของการควบคุม (Control Environment) หมายถึง นโยบาย วิธีการ และวิธีปฏิบัติหรือ กิจกรรมต่าง ๆ ที่ช่วยส่งเสริมทัศนคติของผู้บริหารที่มีต่อการควบคุมภายในของกิจการ อาทิเช่น จริยธรรม ความซื่อสัตย์ และความรู้ความสามารถของผู้บริหาร โครงสร้างการจัดองค์กร การมอบหมายอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบ นโยบายการจัดการด้านบุคลากร และการมีส่วนร่วมจากคณะกรรมการบริษัทโดยการกำกับดูแลองค์กร

2. การประเมินความเสี่ยง (Risk Assessment) คือ เหตุการณ์ที่อาจเกิดจากปัจจัยภายนอกหรือภายในองค์กร โดยเฉพาะในการดำเนินธุรกิจปัจจุบัน ภายใต้การเปลี่ยนแปลงอย่างตลอดเวลาของเศรษฐกิจตลาด กฎระเบียบ ทำให้ความเสี่ยงเกิดมากขึ้น ดังนั้น การที่องค์กรบ่งชี้และประเมินความเสี่ยงได้อย่างถูกต้อง ก็จะช่วยให้มีการเตรียมการแก้ไขปัญหาเหล่านั้นได้ทัน่วงที เพื่อลดความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้

3. กิจกรรมการควบคุม (Control Activities) หมายถึง นโยบายและกระบวนการเกี่ยวกับการควบคุมภายใน ที่จะสนับสนุนการป้องกันการเกิดการทุจริต

ดังนั้น กิจกรรมการควบคุมภายใน ควรกำหนดให้สอดคล้องกับความเสี่ยงที่ประเมินได้กิจกรรมการควบคุมมีหลายแบบต่าง ๆ กัน และส่วนใหญก็ได้ปฏิบัติกันอยู่แล้ว เช่น การอนุมัติรายการ การพิสูจน์รายการ การกระทบยอด การดูแลรักษาทรัพย์สิน และการแบ่งแยกหน้าที่

ปัญหาที่อาจเกิดขึ้นกับการทุจริต คือ การจัดกิจกรรมการควบคุม ตามที่มีปฏิบัติอยู่เดิม โดยมิได้พิจารณาความมีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ตัวอย่างเช่น พนักงานดูแลรักษาสินค้าคงเหลือไม่ควรเป็นผู้มีอำนาจอนุมัติการเบิกจ่ายสินค้าคงเหลือออกจากคลังสินค้า พนักงานดูแลรักษาเงินสดย่อยไม่ควรเป็นผู้มีอำนาจอนุมัติการเบิกจ่ายเงินสดย่อย คลังสินค้าควรมีมาตรการป้องกันขโมยและภัยพิบัติที่อาจเกิดขึ้น และให้มีการตรวจสอบการปฏิบัติงานโดยอิสระ

4. ข้อมูลสารสนเทศ และการสื่อสารในองค์กร (Information and Communication) เพื่อกำหนดวิธีการสื่อสารระหว่างบุคคลให้เข้าถึงเป้าหมายของกิจกรรมองค์กร

5. การติดตามและประเมินผล (Monitoring and Evaluation) เป็นเครื่องมือที่ช่วยให้ผู้บริหารเชื่อมั่นได้ว่า นโยบายและวิธีการต่าง ๆ ที่กำหนดสามารถปฏิบัติตามอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถจัดเป็นระบบการปฏิบัติงานและติดตามและตรวจสอบภายในอย่างเหมาะสมของธุรกิจ

## 2.7 แนวคิดด้านการบริหารความเสี่ยง

The Committee of Sponsoring Organizations of the Tread Way Commission: COSO ได้อธิบายถึง ความหมายและคำจำกัดความของการบริหารความเสี่ยง จึงควรทำความเข้าใจกับความหมายและคำจำกัดความของคำที่เกี่ยวข้อง (อ้างถึงใน จันทนา สาขารณ, 2550). ต่อไปนี้

2.7.1 ความเสี่ยง (Risk) หมายถึง เหตุการณ์ที่มีความไม่แน่นอน หรือเหตุการณ์ที่ไม่พึงประสงค์ ทำให้การดำเนินงานขององค์กรไม่ประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ทำให้เกิดโอกาสที่จะเกิด (Likelihood) ของเหตุการณ์และผลกระทบ (Impact) โดยจำแนกเป็น 4 ลักษณะ ดังนี้

ด้านกลยุทธ์ (Strategic Risk) คือ ความเสี่ยงของแผนดำเนินงานที่นำไปปฏิบัติไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ วิสัยทัศน์ พันธกิจ และสถานะขององค์กร

ด้านการดำเนินงาน (Operational Risk) คือ ความเสี่ยงที่เกิดจากการปฏิบัติที่ขาดการครอบคลุมถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้อง กระบวนการ อุปกรณ์ เทคโนโลยีสารสนเทศ และบุคคลในการดำเนินงาน

ด้านการเงิน (Financial Risk) คือ ความเสี่ยงที่เกิดจากการเบิกจ่ายงบประมาณไม่เป็นไปตามแผน ไม่สอดคล้องกับกิจกรรมและภารกิจขององค์กร

ด้านกฎระเบียบ หรือกฎหมายที่เกี่ยวข้อง (Compliance Risk) หรือ (Event Risk) คือ ความเสี่ยงที่เกิดจากการไม่สามารถปฏิบัติตามกฎระเบียบ หรือ กฎหมายที่เกี่ยวข้องได้

2.7.2 ปัจจัยความเสี่ยง (Risk Factor) หมายถึง สาเหตุของความเสี่ยง ที่จะทำให้ไม่บรรลุวัตถุประสงค์ตามขั้นตอนการดำเนินงานที่กำหนดไว้ ทั้งปัจจัยภายในและภายนอก ดังนี้

ปัจจัยภายใน หมายถึง ปัจจัยภายในองค์กรที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของวัตถุประสงค์ หรือเป็นปัจจัยที่ควบคุมได้ อาทิเช่น โครงสร้างพื้นฐานของลักษณะงาน ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน กระบวนการบริหารจัดการ ความไว้วางใจผู้ใต้บังคับ การบกพร่องด้านการเงินบัญชี และเทคโนโลยีสารสนเทศที่บิดเบือนความสามารถการปฏิบัติงานต่อเนื่องของเครื่องมือ เป็นต้น

ปัจจัยภายนอก หมายถึง ปัจจัยภายนอกองค์กรที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของวัตถุประสงค์ อาทิเช่น นโยบายของรัฐบาล ภัยธรรมชาติ ภาวะเศรษฐกิจ ภาวะการเมือง และเทคโนโลยี เป็นต้น

2.7.3 ประเมินความเสี่ยง (Risk Assessment) หมายถึง กระบวนการระบุความเสี่ยง และการวิเคราะห์ถึงโอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์ความ ผลกระทบ และประเมินสถานะของความเสี่ยงจากโอกาส และผลกระทบของแต่ละปัจจัยเสี่ยง

2.7.4 การจัดการความเสี่ยงหรือการบริหารความเสี่ยง (Risk Management) คือ การกำหนดแนวทางและกระบวนการในการระบุ ประเมิน จัดการ และติดตามความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมหน่วยงาน หรือการดำเนินงานของธุรกิจ รวมทั้งการกำหนดวิธีการในการบริหารและการควบคุมความเสี่ยง

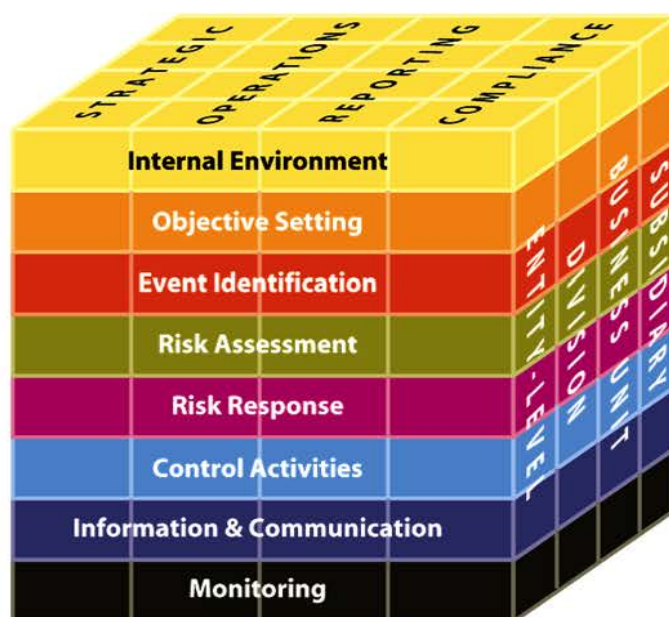
2.7.5 การบริหารความเสี่ยง (Enterprise Risk Management) หมายถึง กระบวนการที่ปฏิบัติโดยคณะกรรมการ หรือผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อช่วยในการกำหนดกลยุทธ์ วางแผน และดำเนินงานในทุกระดับ

ซึ่งกระบวนการบริหารความเสี่ยงได้รับการออกแบบสร้างมูลค่าหรือคุณค่าให้ผู้มีส่วนได้เสียขององค์กรที่อาจเกิดขึ้นและส่งผลกระทบต่อการเพิ่มหรือลดมูลค่า และสามารถจัดการความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่องค์กรยอมรับ เพื่อสร้างความมั่นใจอย่างสมเหตุสมผลในการบรรลุวัตถุประสงค์ที่องค์กรกำหนดได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยสอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กร

นอกจากนี้ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ร่วมกับ สมาคมผู้ตรวจสอบแห่งประเทศไทย (2551) อธิบายความหมายของการบริหารความเสี่ยงขององค์กรว่า กระบวนการ ที่ปฏิบัติโดยคณะกรรมการผู้บริหาร และบุคลากรทุกคนในองค์กร เพื่อช่วยในการกำหนดกลยุทธ์และดำเนินงาน โดยกระบวนการบริหารความเสี่ยงได้รับการ ออกแบบเพื่อให้สามารถบ่งชี้เหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้นและมีผลกระทบต่อองค์กร และสามารถจัดการความเสี่ยงให้อยู่ในระดับ ที่องค์กรยอมรับ เพื่อให้ได้รับความมั่นใจอย่างสมเหตุสมผล ในการบรรลุวัตถุประสงค์ที่องค์กรกำหนดไว้ พร้อมอธิบายกรอบบริหารความเสี่ยง (COSO Enterprise Risk Management อ้างถึงใน ศิลปพร ศรีจันทเพชร, 2548) ได้ให้ความหมายที่สอดคล้องกันว่า การบริหารความเสี่ยง คือ กระบวนการปฏิบัติที่กำหนดร่วมกันโดยคณะกรรมการบริหาร ผู้บริหาร และพนักงานขององค์กรทุกระดับ เพื่อก่อให้เกิดความมั่นใจอย่างสมเหตุสมผลว่า วิธีการหรือการปฏิบัติงานตามที่กำหนดไว้ จะทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการควบคุม

จากสถานการณ์ข้างต้น ได้ให้ความสำคัญและความหมายของกรอบความเสี่ยงที่คล้ายคลึงกันและสอดคล้องว่า การบริหารความเสี่ยง (Risk Management) คือ กระบวนการในการระบุ วิเคราะห์ จัดลำดับ ความเสี่ยง และหาวิธีการจัดการความเสี่ยงที่เหมาะสม เพื่อเพิ่มโอกาสความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดและลดผลกระทบความเสี่ยงให้อยู่ในระดับขององค์กรยอมรับได้

จากนั้นนักวิชาการ สมาคม และผู้เชี่ยวชาญต่าง ๆ กล่าวถึงองค์ประกอบไว้มากมายอย่าง เช่น The Committee of sponsoring Organization of the tread way Commission (COSO); Robert R. Moeller (2007), ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, สมาคมผู้ตรวจสอบแห่งประเทศไทย, จันทนา สาขากร, นิพันธ์ เห็นโชคชัยชน และศิลปพร ศรีจันทเพชร (2557) ศึกษาองค์ประกอบของการบริหารความเสี่ยง ในการพัฒนาเป็นต้นแบบของการบริหารความเสี่ยง จึงออกแบบกระบวนการบริหารความเสี่ยง ขั้นตอนและวิธีการการบริหารความเสี่ยงอย่างมีระบบ โดยนำไปดำเนินแบบผสมผสานทิศทางเดียวกันทั่วทั้งองค์กร ดังรูปภาพที่ 2.2



ภาพที่ 2.2 องค์ประกอบของการควบคุมภายในของ COSO ERM

ที่มา: The Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO). Robert R. Moeller. (2007).

โดยประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญของกระบวนการบริหารความเสี่ยงตามมาตรฐาน COSO ERM ประกอบด้วยองค์ประกอบ 8 ประการ ซึ่งครอบคลุมแนวทางการกำหนดนโยบายการบริหารงาน การดำเนินงาน และบริหารความเสี่ยง

1. สภาพแวดล้อมภายในองค์กร (Internal Environment) สภาพแวดล้อมขององค์กรเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ ในการกำหนดกรอบบริหารความเสี่ยง ประกอบด้วยปัจจัยหลายประการ เช่น วัฒนธรรมองค์กร นโยบายของผู้บริหาร แนวทางการปฏิบัติงานบุคลากร กระบวนการทำงาน ระบบสารสนเทศ ระเบียบ เป็นต้น สภาพแวดล้อมภายในองค์กรประกอบเป็นพื้นฐานสำคัญในการกำหนดทิศทางของกรอบการบริหารความเสี่ยงขององค์กร

2. การกำหนดวัตถุประสงค์ (Objective Setting) องค์กรต้องพิจารณากำหนดวัตถุประสงค์ในการบริหารความเสี่ยง ให้มีความสอดคล้องกับกลยุทธ์และความเสี่ยงที่องค์กรยอมรับได้ เพื่อวางเป้าหมายในการบริหารความเสี่ยงขององค์กรได้อย่างชัดเจน และเหมาะสม

3. การบ่งชี้เหตุการณ์ (Event Identification) เป็นการรวบรวมเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้นกับหน่วยงาน ทั้งในส่วนของปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากภายในและภายนอกองค์กร เช่น นโยบายบริหารงาน บุคลากร การปฏิบัติงาน การเงิน ระบบสารสนเทศ ระเบียบ กฎหมาย ระบบบัญชี ภาษีอากร ทั้งนี้เพื่อความเข้าใจต่อเหตุการณ์และสถานการณ์นั้น เพื่อให้ผู้บริหารสามารถพิจารณากำหนดแนวทางและนโยบายในการจัดการกับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้เป็นอย่างดี

4. การประเมินความเสี่ยง (Risk Assessment) การประเมินความเสี่ยงเป็นการจำแนกและพิจารณาจัดลำดับความสำคัญของความเสี่ยงที่มีอยู่ โดยการประเมินจากโอกาสที่จะเกิด (Likelihood) และผลกระทบ

(Impact) โดยสามารถประเมินความเสี่ยงได้ทั้งจากปัจจัยความเสี่ยงภายนอกและปัจจัยความเสี่ยงภายในองค์กร

5. การตอบสนองความเสี่ยง (Risk Response) เป็นการดำเนินการหลังจากที่องค์กรสามารถบ่งชี้ความเสี่ยงขององค์กร และประเมินความสำคัญของความเสี่ยงแล้ว โดยจะต้องนำความเสี่ยงไปดำเนินการตอบสนองด้วยวิธีการที่เหมาะสม เพื่อลดความสูญเสียหรือโอกาสที่จะเกิดผลกระทบให้อยู่ในระดับที่องค์กรยอมรับได้

6. กิจกรรมการควบคุม (Control Activities) การกำหนดกิจกรรมและการปฏิบัติต่าง ๆ ที่กระทำเพื่อลดความเสี่ยง และทำให้การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์กร เช่น การกำหนดกระบวนการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการความเสี่ยงให้กับบุคลากรภายในองค์กร เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจว่าจะสามารถจัดการกับความเสี่ยงนั้นได้อย่างถูกต้องและเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด

7. ข้อมูลและการติดต่อสื่อสาร (Information and Communication) องค์กรจะต้องมีระบบสารสนเทศและการติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ เพราะเป็นพื้นฐานสำคัญที่จะนำไปพิจารณาดำเนินการบริหารความเสี่ยงให้เป็นไปตามกรอบ และขั้นตอนการปฏิบัติที่องค์กรกำหนด

8. การติดตาม (Monitoring) องค์กรจะต้องมีการติดตามผล เพื่อให้ทราบถึงผลการดำเนินการว่ามีความเหมาะสมและสามารถจัดการความเสี่ยงได้อย่างมีประสิทธิภาพหรือไม่

2.7.5 การควบคุม (Control) คือ นโยบายและกระบวนการปฏิบัติงาน เพื่อให้มั่นใจว่าได้มีการจัดการความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่สามารถยอมรับได้เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดผลกระทบต่อเป้าหมายขององค์กรเนื่องจากแต่ละองค์กรมีการกำหนด วัตถุประสงค์และเทคนิคการนำไปปฏิบัติเป็นของเฉพาะองค์กร ดังนั้นกิจกรรมการควบคุมจึงมีความแตกต่างกัน ซึ่งอาจ แบ่งได้เป็น 4 ประเภท คือ

2.7.5.1 การควบคุมเพื่อการป้องกัน (Preventive Control) เป็นวิธีการควบคุมที่กำหนดขึ้นเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดความเสี่ยงและข้อผิดพลาดตั้งแต่แรก

2.7.5.2 การควบคุมเพื่อให้อัตราพบ (Detective Control) เป็นวิธีการควบคุมเพื่อให้อัตราพบข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นแล้ว

2.7.5.3 การควบคุมโดยการชี้แนะ (Directive Control) เป็นวิธีการควบคุมที่ส่งเสริมหรือกระตุ้นให้เกิดความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ

2.7.5.4 การควบคุมเพื่อการแก้ไข (Corrective Control) เป็นวิธีการควบคุมที่กำหนดขึ้นเพื่อแก้ไขข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้น และป้องกันไม่ให้เกิดซ้ำอีกในอนาคต

## 2.8 แนวคิดด้านการกำกับกิจการที่ดี

องค์การเพื่อความร่วมมือและการพัฒนาทางเศรษฐกิจ (Organization for Economic Cooperation and Development center: OECD) ได้ให้ความหมายของ “การกำกับดูแลกิจการ” ว่าหมายถึง “ระบบการกำกับและควบคุมกิจการโดยการแบ่งแยกสิทธิ และหน้าที่ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น คณะกรรมการ ผู้บริหาร ผู้ถือหุ้น หรือผู้มีส่วนได้เสียอื่น ๆ โดยกำหนดเป็นหลักเกณฑ์และวิธีปฏิบัติ เพื่อใช้ในการตัดสินใจในกรณีต่าง ๆ โดยยึดวัตถุประสงค์ของกิจการเป็นสำคัญ” ทั้งนี้ทาง OECD ได้เปิดตัว “หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Corporate Governance) ฉบับปรับปรุงใหม่ ที่ได้รับความเห็นชอบจากที่ประชุมรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกลุ่มประเทศ G20 (2015) โดยประเด็นที่สำคัญเฉพาะกับบริษัทใน

เอเชีย ที่มีความเจริญเติบโตสูง และจำเป็นต้องแข่งขันเพื่อให้เข้าถึงแหล่งเงินทุนทั้งภายในประเทศและต่างประเทศต่อภาคธุรกิจ

ในการเสริมสร้างการกำกับดูแลกิจการที่ดีนี้เป็นองค์ประกอบสำคัญต่อการระดมทุนและการลงทุน ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี (OECD Principles) การกำหนดกรอบโครงสร้างของการกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพ การเคารพสิทธิของผู้ถือหุ้น การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเป็นธรรม ความรับผิดชอบของคณะกรรมการ การเปิดเผยข้อมูล ความโปร่งใส และบทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย (ศูนย์ส่งเสริมบริษัทภิบาล, [http://www.set.or.th/th/news/download/files/02\\_CG.pdf](http://www.set.or.th/th/news/download/files/02_CG.pdf), 18 มกราคม 2559) เพื่อสร้างความเชื่อมั่น และความสามารถในการสร้างคุณค่าทางธุรกิจได้อย่างยั่งยืนของบริษัทจดทะเบียนและตลาดทุนโดยรวม และเชื่อมั่นว่าหลักการฉบับปรับปรุงใหม่นี้จะมีส่วนช่วยสำคัญต่อการพัฒนาดังกล่าว

สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (2549) ขององค์การเพื่อความร่วมมือและการพัฒนาทางเศรษฐกิจ (OECD, <http://www.oecd.org>, 2 มกราคม 2559) ในหลักการกำกับดูแลกิจการของ OECD ตามหลักการต่าง ๆ ทั้ง 6 หลักการ ดังนี้

1. การสร้างความมั่นใจในการมีกรอบโครงสร้างของการกำกับดูแลกิจการที่มีประสิทธิภาพ กรอบโครงสร้างของการกำกับดูแลกิจการที่กำหนดขึ้น ควรมุ่งสร้างเสริมให้ตลาดทุนมีความโปร่งใสและเป็นตลาดทุนที่มีประสิทธิภาพ กรอบโครงสร้างดังกล่าวควรมีความสอดคล้องกับหลักของกฎหมาย (Rule of Law) และมีการแบ่งแยกหน้าที่รับผิดชอบที่ชัดเจนในแต่ละหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่ ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานที่มีอำนาจในการชี้แนะการปฏิบัติงาน (Supervisory) หน่วยงานกำกับดูแล (Regulatory) หรือหน่วยงานที่มีหน้าที่ในการบังคับใช้กฎหมาย (Enforcement)

2. สิทธิของผู้ถือหุ้นและบทบาทหน้าที่ที่สำคัญของผู้เป็นเจ้าของ โดยมีกรอบโครงสร้างของการกำกับดูแลกิจการที่มุ่งปกป้องคุ้มครองและส่งเสริมการใช้สิทธิของผู้ถือหุ้น

3. การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน กรอบโครงสร้างของการกำกับดูแลกิจการ ควรสร้างความมั่นใจได้ว่า การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นทุกรายมีความเท่าเทียมกัน ไม่ว่าจะเป็นผู้ถือหุ้นรายย่อย หรือผู้ถือหุ้นที่เป็นชาวต่างชาติ และผู้ถือหุ้นทุกรายควรมีโอกาสที่จะได้รับการชดเชยอย่างเหมาะสม ในกรณีที่สิทธิของความเป็นผู้ถือหุ้นของตนถูกละเมิด

4. บทบาทของผู้มีส่วนได้เสียในการกำกับดูแลกิจการ กรอบโครงสร้างของการกำกับดูแลกิจการ ควรให้ความสำคัญต่อสิทธิของผู้มีส่วนได้เสีย ทั้งที่เป็นไปตามข้อบังคับของกฎหมาย หรือโดยการตกลงร่วมกัน หลักการกำกับดูแลกิจการ ควรกระตุ้นให้เกิดความร่วมมือกันทั้งสองฝ่าย คือ ระหว่างบริษัทและผู้มีส่วนได้เสียในการสร้างความมั่งคั่ง สร้างงาน และสร้างความยั่งยืนของบริษัทบนฐานะการเงินที่มั่นคง

5. การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส กรอบโครงสร้างของการกำกับดูแลกิจการ ควรสร้างความมั่นใจได้ว่า ข้อมูลข่าวสารที่มีนัยสำคัญของบริษัท จะมีการเปิดเผยอย่างถูกต้อง ครบถ้วน และตรงต่อเวลาที่กำหนดไว้ ซึ่งข้อมูลข่าวสารที่มีนัยสำคัญนั้น รวมถึงฐานะทางการเงิน ผลการดำเนินงาน การเป็นเจ้าของ และกระบวนการของการกำกับดูแลกิจการของบริษัท

6. ความรับผิดชอบต่อคณะกรรมการบริษัท กรอบโครงสร้างของการกำกับดูแลกิจการ ควรสร้างความมั่นใจได้ว่า บริษัทมีการกำหนดแนวทางของกลยุทธ์ในการดำเนินงาน ทั้งยังมีการวางระบบที่มีประสิทธิภาพในการติดตามและวัดผลการบริหารจัดการของคณะผู้บริหาร โดยคณะกรรมการบริษัท และมีความรับผิดชอบต่อผลของการปฏิบัติหน้าที่ของตน (Accountability) ทั้งต่อบริษัทและต่อผู้ถือหุ้น

หลักสำคัญของการกำกับดูแลกิจการมีวัตถุประสงค์หลักในการกำกับดูแลกิจการช่วยสร้างมูลค่าของกิจการ สามารถนำไปใช้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีประสิทธิผลตรงตามเป้าหมายอย่างคุ้มค่าและโดยประหยัด ซึ่งเป็นประโยชน์ทั้งในระดับประเทศและระดับกิจการในหลายมุมมอง (ศิลปพร ศรีจันทเพชร, 2555 และอุษณา ภัทรมนตรี, 2552) ดังนี้

1. เพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผล (Efficiency and Effectiveness) โดยมีการกำกับตรวจสอบตราการปฏิบัติตามนโยบาย เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในระดับสูงขององค์กร

2. เพิ่มความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness) การที่มีกลไก กระบวนการในการติดตามผลและประเมินผลตามระยะเวลา เพื่อสนับสนุนให้กิจการเกิดต้นทุน และส่งเสริมการพัฒนาทักษะการทำงานและฝึกวินัยการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ได้อย่างยั่งยืน

3. การกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบและการรายงานตามหน้าที่ความรับผิดชอบ (Responsibility and Accountability) เพื่อมาตรการในการถ่วงดุลแห่งอำนาจหน้าที่ระหว่างกัน และต้องเปิดเผยข้อมูลต่อสาธารณชนตามหลักการกำกับดูแลที่ดี

4. การสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผู้ถือหุ้น (Shareholder Values) การกำหนดกลยุทธ์ การวางแผนและติดตามกลยุทธ์ให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนด และบริหารความเสี่ยงให้ต่ำที่สุด เพื่อสร้างความมั่นใจในผลตอบแทน การเจริญเติบโตของกิจการ และสร้างภาพลักษณ์การระดมทุนแก่ผู้ถือหุ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5. การสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholders Confidence) เป็นการส่งเสริมบทบาทการมีส่วนร่วมในการบริหารงานและรักษาผลประโยชน์ของทุกฝ่ายอย่างเป็นธรรม

กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ (United Nations, 2013 อ้างถึงใน ภัทรพงศ์ เจริญกิจจารุกร, 2556) ซึ่งนำหลักการมาใช้ในการกำกับดูแลทุกระดับองค์กร 8 ประการ ดังนี้

1. การมีส่วนร่วม (Participation) ในการตัดสินใจในสังคมและการสร้างความสามัคคี

2. การปฏิบัติตามกรอบของกฎหมาย (Rule of Law) ปฏิบัติอย่างเสมอภาคเป็นธรรมโดยเท่าเทียมกัน ไม่ลำเอียง ทุกคนอยู่ภายใต้ข้อกำหนดของกฎหมาย

3. ความโปร่งใส (Transparency) มีการเปิดเผยข้อมูลอย่างตรงไปตรงมา มีการตรวจสอบและรายงานผลให้สังคมได้รับทราบ

4. ความรับผิดชอบต่อ (Responsiveness) ต่อผลของการตัดสินใจ

5. ความสอดคล้อง (Consensus Oriented) โดยหาเป้าหมายและความต้องการร่วมกันเพื่อลดความขัดแย้งในสังคม

6. ความเสมอภาค (Equity and Inclusiveness) คือ สิทธิขั้นพื้นฐานที่ประชาชนมีสิทธิพึงได้รับจากรัฐบาล

7. ความมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล (Effectiveness and Efficiency) คือ การจัดการทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด โดยได้รับผลตอบแทนที่คุ้มค่ากับเงินลงทุนจากการใช้ทรัพยากรนั้น

8. ความรับผิดชอบต่อ (Accountability) คือ การรู้สึกรับผิดชอบต่อหน้าที่อย่างมีเหตุมีผล

โดยสรุป การกำกับดูแลที่ดี เป็นระบบการบริหารจัดการอย่างมีโครงสร้างกระบวนการ และคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสียในทุกด้านอย่างชัดเจน อีกทั้งเป็นช่องทางในการเพิ่มมูลค่าองค์กร ซึ่งอาจจะช่วยให้องค์กประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย และอาจจะเป็นการป้องกันการทุจริต

## 2.9 ทฤษฎีเกี่ยวกับการขายตรง

### 2.9.1 ความหมายของการขายตรง

การขายตรง ตามคำนิยามบัญญัติขึ้นโดยสมาพันธ์การขายตรงแห่งโลก (World Federation of Direct Selling Associations หรือ WFDSA) และสมาคมการขายตรงโดยตรงไทย หรือ (Thai Direct Selling Associations TDSA) ได้ให้ความหมายไว้ว่า

การขายตรง (Direct Selling) หมายถึง “การทำตลาดสินค้าอุปโภค บริโภคในลักษณะของการนำเสนอขายต่อผู้บริโภคโดยตรง ณ ที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคหรือที่อยู่อาศัยของผู้อื่น ณ ที่ทำงานของผู้บริโภคหรือที่อื่น ๆ ซึ่งห่างจากที่ตั้งร้านค้าปลีกถาวร ทั้งนี้โดยผู้ขายตรงใช้อธิบายหรือสาธิตสินค้าเป็นกลยุทธ์หลักในการเสนอขาย”

การขายตรง หมายถึง สินค้าที่จำหน่ายในธุรกิจขายตรง เป็นสินค้าที่ผู้บริโภคต้องซื้อหาไว้ใช้เป็นประจำ โดยผู้ขายแนะนำ สาธิตสินค้าลักษณะพิเศษและบริการหลังการขายให้ผู้บริโภค (อาปิตะ บริพันธ์, 2552)

### 2.9.2 ระบบของธุรกิจขายตรง โดยทั่วไป สามารถแบ่งออกเป็น 2 ระบบ ได้แก่

2.9.2.1 ธุรกิจขายตรงแบบขั้นเดียว ระบบนี้จากตัวแทนบริษัทขายตรงต่อผู้บริโภคสินค้า ตัวแทนจำหน่ายจะมีรายได้จากส่วนลดพิเศษในการซื้อสินค้า หากทำยอดขายสูงขึ้นจะได้รับอัตราส่วนลดเพิ่มขึ้นเป็นการตอบแทน ซึ่งทำให้เกิดการแข่งขันกับตัวเองเพื่อรายได้ที่มากขึ้น แรงจูงใจอย่างอื่น ทางบริษัทอาจเพิ่มมาในรูปของรางวัลพิเศษ เช่น ใครทำยอดขายได้สูงตามกำหนดจะได้เที่ยวต่างประเทศฟรี เป็นต้น

2.9.2.2 ธุรกิจขายตรงหลายชั้น ซึ่งมักรู้จักกันในชื่อของ MLM เป็นการนำระบบธุรกิจเครือข่ายเข้ามาใช้ร่วมกับการขายตรง ธุรกิจขายตรงแบบนี้ไม่ใช่ขายเฉพาะตน แต่ต้องสร้างกลุ่มเพื่อนนักขายของตัวเอง มีการบอกต่อ และผู้บอกจะมีรายได้เพิ่มจากการขายของผู้ที่ตนบอกต่อ

การบริหารการตลาดขายตรงแบบหลายชั้น (Multi-level Marketing หรือ MLM) หมายถึง วิธีการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์โดยใช้ผู้แทนขายตรงไปเสนอขายและส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้าโดยตรง โดยมีโครงสร้างในการจ่ายผลประโยชน์ให้กับผู้แทนขายตรงในระบบจัดจำหน่ายมากกว่า 1 ระดับขึ้นไปต่อ ๆ กันเป็นเครือข่ายหลายชั้น (วิยุทธ์ ฉายะยันต์ และสุนีย์ เลิศแสงกิจ, 2543 อ้างถึงใน อาปิตะ บริพันธ์, 2552) ผู้ขายเป็นอิสระไม่ใช่ลูกจ้างของบริษัท โดยนักขายจะมีโอกาสสร้างรายได้จากการทำงาน 2 วิธีรวมกัน คือ

1. ผลกำไรจากการขายปลีก

2. ค่านายหน้าหรือส่วนลดตามระดับยอดขายส่งซื้อสินค้าหรือบริการ จากผู้ขายที่ตนชักชวนเข้ามาสมัครร่วมธุรกิจในทีมขายตามระดับเป็นขั้นต่อ ๆ ไป

โดยสรุปการดำเนินงานในการบริหารการตลาดขายตรงแบบหลายชั้น ดังนี้

1. การขายหรือการแนะนำสินค้าให้คนอื่นได้รู้จักกับบริษัทและธุรกิจ นักธุรกิจขายตรงจึงต้องพยายามศึกษาข้อมูลและลักษณะเด่นของสินค้าเพื่อที่จะแนะนำได้อย่างถูกต้อง และต้องรู้จักหาสมาชิกในทีมงานเพิ่มเติมด้วย เพื่อทำให้เกิดลูกทีม ซึ่งจะส่งผลให้มีรายได้ที่ต่อเนื่องและมั่นคงต่อไป

2. การขยายทีมงาน หรือการชวนคนอื่นมาเป็นสมาชิก เนื่องจากยอดการสั่งซื้อที่ได้จากผู้ที่เราแนะนำก็จะนำไปรวมในยอดขายขอสมาชิกคนแรก ซึ่งจะทำให้คนแรกได้คะแนนการขายเพิ่มขึ้นด้วย ธุรกิจนี้จึงจะเกิดประสิทธิภาพสูงสุด เพราะผู้ที่ทำธุรกิจจะมียอดขายเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ ตามจำนวนสมาชิกที่เพิ่มขึ้น และตามคะแนนยอดขายรวมของลูกทีมที่เพิ่มขึ้น



3. การบริหารสมาชิกในที่มงาน โดยการพัฒนาศักยภาพของตนเองและสมาชิกในที่มงานด้วยการพาสมาชิกใหม่เข้าร่วมการประชุมฝึกร่วมกับบริษัทอย่างต่อเนื่อง ในฐานะที่เป็นแม่ทีมหรือสปอนเซอร์ เพื่อให้ลูกทีมมีความเข้าใจในตัวสินค้าและผลิตภัณฑ์และรู้ถึงวิธีการที่จะนำพาที่มงานให้ประสบความสำเร็จ

4. การบริหารเวลา ต้องมีการวางแผนการทำงานอย่างถูกต้องและจัดระบบงานให้เป็นระเบียบ เป็นลำดับขั้นตอนเพื่อให้เกิดประโยชน์จากการใช้เวลาได้อย่างสูงสุด

5. บุคลิกภาพของนักขาย (พรนพ พุกกะพันธ์, 2546) ระบุได้ว่าการพัฒนาศักยภาพของนักขายต้องพัฒนาทั้งภายในและภายนอก เพื่อให้เกิดการยอมรับและศรัทธาจากบุคคลอื่นได้เป็นอย่างดี

### 2.9.3 ลักษณะของแชร์ลูกโซ่ที่แฝงในธุรกิจขายตรงในประเทศไทย

แชร์ลูกโซ่เป็นวิธีการเล่นแชร์ที่นำเอาลักษณะและวิธีการเล่นแชร์ทั่วไปมาประยุกต์ใช้ร่วมกับธุรกิจขายตรง เพียงแต่เป้าหมายและรายละเอียดวิธีการเล่นแตกต่างกันอยู่บ้าง เพราะแชร์ลูกโซ่จะมีลักษณะเหมือนงูกินหางมีเหยื่อรายใหม่เข้ามา ก็แบ่งจ่ายเงินปันผลให้กับรายเก่าไล่กันเป็นทอดไม่มีสิ้นสุด จนกว่าแชร์จะล้ม สำหรับตัวสินค้านั้นจะไม่มีหรือไม่เคยเห็น ซึ่งการเกิดแชร์ลูกโซ่ประเภทต่าง ๆ นี้ได้สร้างความเดือดร้อนเสียหาย ทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคมของประเทศเป็นอย่างมาก และเนื่องจากปัจจุบันยังไม่มีบทบัญญัติของกฎหมายและวิธีการดำเนินการที่จะป้องปรามหรือปราบปรามการกระทำผิดดังกล่าวให้ทันต่อสถานการณ์ รวมทั้งภาครัฐก็ได้ให้ความสำคัญกับการป้องกันและปราบปรามการกระทำผิดดังกล่าวให้ทันต่อสถานการณ์ รวมทั้งภาครัฐก็ได้ให้ความสำคัญกับการป้องกันและปราบปรามการกระทำผิดดังกล่าวอย่างจริงจังจึงทำให้มีผู้จัดให้มีการเล่นแชร์ลูกโซ่แตกออกไปเป็นหลายรูปแบบจนปรากฏเป็นข่าวตามสื่อต่าง ๆ อยู่เป็นระยะ (สายฝน รัตนภิรมย์, 2552) ดังตารางที่ 2.12

ตารางที่ 2.12 ข้อแตกต่างของระบบแชร์ลูกโซ่และระบบธุรกิจขายตรง

ข้อ	ระบบการตลาดหลายชั้นหรือธุรกิจขายตรง	ระบบแชร์ลูกโซ่หรือปิรามิด
1	การเริ่มต้นธุรกิจใช้เงินลงทุนต่ำ โดยจะเป็นค่าสมาชิกและชุดคู่มือการดำเนินธุรกิจเท่านั้น	การเริ่มต้นธุรกิจใช้เงินลงทุนสูง ผู้สมัครจะถูกหลอกให้ซื้อสินค้าและจ่ายค่าฝึกอบรมสูงเกินจริง กำไรส่วนใหญ่มาจากค่าสมาชิก
2	จำหน่ายสินค้าหลายชนิดที่มีคุณภาพสูง เน้นความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสำคัญ บริษัทจะใช้งบประมาณจำนวนมากเพื่อทำการวิจัยค้นคว้าและพัฒนาคุณภาพ ยอดขายจะมาจากยอดการจำหน่ายสินค้าได้ซ้ำอีก	ส่วนใหญ่มักจะจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพต่ำไม่สนใจที่จะจำหน่ายสินค้าที่คุณภาพ รายได้ ส่วนใหญ่มาจากค่าสมาชิกใหม่ ซึ่งสมาชิกถูกบังคับซื้อสินค้าที่มีราคาสูงจำนวนมาก
3	รับประกันคุณภาพและความพอใจในตัวสินค้าโดยการคืนเงิน โดยลูกค้าสามารถเปลี่ยนหรือคืนสินค้าได้ในเวลาที่เหมาะสม	ไม่มีนโยบายที่จะซื้อสินค้ากลับคืน เพราะอาจทำให้ระบบปิรามิดล้มครืนลงได้
4	บริษัทมีความรับผิดชอบต่อผู้ขายซึ่งเป็นผู้ดำเนินธุรกิจอย่างแท้จริง และตระหนักถึงการดำเนินธุรกิจในระยะยาวในทุกสาขาทุกประเทศ	มีนโยบายสร้างความร่ำรวยในระยะเวลาอันสั้น ผู้เข้าร่วมจำนวนมากที่เป็นฐานของปิรามิด จะเป็นผู้จ่ายเงินให้แก่คนเพียงไม่กี่คนที่อยู่ในระดับจุดยอดของปิรามิด ธุรกิจแบบนี้ไม่สามารถอยู่ได้ยืนยาว

ตารางที่ 2.12 (ต่อ)

ข้อ	ระบบการตลาดหลายชั้นหรือธุรกิจขายตรง	ระบบแชร์ลูกโซ่หรือปิรามิด
5	ผลตอบแทน รายได้ และตำแหน่งขึ้นอยู่กับการทำงานหรือยอดขายสินค้าของผู้ขาย	ผลตอบแทนและตำแหน่งไม่จำเป็นต้องเกี่ยวข้องกับความสามารถในการทำยอดขายแต่อาจได้มาโดยวิธีอื่น เช่น ใช้อิทธิพลหรือเงินซื้อตำแหน่ง
6	การก่อตั้งธุรกิจขึ้นอยู่กับการขายสินค้าคุณภาพ ซึ่งคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป	ไม่เน้นการขายสินค้าให้ผู้บริโภค ผลกำไรมาจากค่าสมัครสมาชิกใหม่และค่าสินค้าที่บังคับให้สมาชิกซื้อ
7	มีทั้งนักขายอาชีพและนักขายอิสระที่อาศัยการขายสินค้าเพื่อสร้างรายได้	ผู้ขายมักหวังผลตอบแทนระยะสั้นไม่เข้าใจถึงการสร้างรายได้ที่แท้จริง
8	มีกฎระเบียบที่เข้มงวดในการดำเนินธุรกิจและไม่ต้องให้ผู้ขายกักตุนสินค้า	สมาชิกต้องจ่ายค่าธรรมเนียมในการสมัครสูงหรือจ่ายค่าสินค้าที่ถูกบังคับให้ซื้อในตอนสมัคร
9	เน้นในเรื่องการขายสินค้าและการให้บริการ หลักการขายแก่ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง	เน้นการรับสมัครสมาชิกใหม่และบังคับให้ซื้อสินค้าเมื่อสมัครเป็นหลัก ไม่สนใจการขายสินค้าจริงหรือการให้บริการหลังการขาย
10	เป็นธุรกิจที่ถูกต้องตามกฎหมาย โดยเป็นการขายสินค้าอีกรูปแบบหนึ่งนอกเหนือจากการขายตรงตามห้างสรรพสินค้าหรือการขายปลีก	เป็นระบบธุรกิจที่ผิดกฎหมายในหลาย ๆ ประเทศ เช่น สหรัฐอเมริกา ยุโรป และหลายประเทศในเอเชีย

ในปัจจุบันธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นมีบริษัทที่ไม่สามารถดำเนินการตามแผนการตลาดที่ถูกกฎหมายได้ตามยอด จึงเปลี่ยนหรือเพิ่มเติมแผนการตลาดลักษณะธุรกรรมที่มุ่งประสงค์ในการเข้าร่วมธุรกิจว่าจะตอบแทนผลประโยชน์ในรูปแบบต่าง ๆ ที่สูงกว่าเงินลงทุน ซึ่งผู้ประกอบการมักจะอ้างถึงการนำเงินไปลงทุนในรูปแบบอื่น ๆ ต่อไป เพื่อเพิ่มยอดผลตอบแทนตามเป้าหมายบริษัท โดยการสร้างแผนการตลาดซ้อนขึ้นมาอีกแผนหนึ่ง ซึ่งหากผู้ที่ไม่มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในเรื่องธุรกิจขายตรงเป็นอย่างดี ก็มีโอกาสดตกเป็นเหยื่อของมิจฉาชีพ ถูกหลอกจนหมดเนื้อหมดตัวได้ ซึ่งการวิจัยเรื่องนี้ได้สังเกตเห็นถึงความเสียหายที่จะเกิดขึ้นในวงการธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย

## 2.10 แนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมทั้งหมด พบว่า วิธีการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นที่เกิดขึ้นแต่ละวิธี มีประเภทของการทุจริตที่แตกต่างกัน จึงควรนำหลักกฎหมาย การควบคุมภายใน การกำกับกิจการที่ดี หลักคุณธรรมจริยธรรมและจรรยาบรรณในการปฏิบัติงานมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมแต่ละวิธี เพื่อเป็นมาตรการป้องกันการทุจริตที่อาจจะเกิดขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพ

## บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นศึกษาถึงการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย โดยนำเสนอวิธีการดำเนินการวิจัย 2 แบบ ดังนี้ วิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อศึกษาถึงประเภทของการทุจริต วิธีการทุจริต และมาตรการป้องกันการทุจริตที่เหมาะสมในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย โดยได้กำหนดวิธีการดำเนินการวิจัยตามลำดับ ดังนี้

### 3.1 การกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการวิจัย

กลุ่มเป้าหมายในการวิจัย สามารถดำเนินการเป็น 2 ชุด ดังนี้

#### 3.1.1 กลุ่มเป้าหมายในการวิจัยสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการใช้วิธีสัมภาษณ์

กลุ่มเป้าหมายในการวิจัยครั้งนี้ ใช้วิธีเลือกกลุ่มเป้าหมายด้วยการสุ่มแบบลูกโซ่ (snowball sampling) เริ่มต้นด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In depth Interview) กับนายนาคาญ์ ทิวชาวัฒน์ (นายกสมาคมอุตสาหกรรมขายตรง) และนายสามารถ เจนชัยจิตรวนิช (ประธานสมาพันธ์ต่อต้านแชร์ลูกโซ่แห่งประเทศไทย) จากนั้นได้รับคำแนะนำบอกต่อให้ดำเนินการสัมภาษณ์ผู้มีประสบการณ์ในวงการธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย อีก 3 ราย คือ นายศรวัลย์ ไพศาลศรวัลย์ (ประธานบริษัท ท็อปออฟ ทูริช จำกัด) ดร.สมชาย หัซลีหทา (ประธานบริษัท จอยแอนด์คอยน์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด) และคุณณรงค์ชัย ศรีสวย (ประธานบริษัท สยามแวนซ์ เน็ทเวิร์คส์ จำกัด)

#### 3.1.2 กลุ่มเป้าหมายในการวิจัยสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถาม

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริหาร และหรือผู้จัดการ หัวหน้า/แม่ทีม และพนักงาน ผู้ปฏิบัติ/ลูกทีมในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นที่จดทะเบียนขายตรงกับสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

กลุ่มเป้าหมายในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงที่จดทะเบียนกับสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ตั้งแต่ พ.ศ. 2545 ถึงปัจจุบัน ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง จำนวน 613 ราย และผู้ประกอบการตลาดแบบตรง จำนวน 216 ราย รวมทั้งสิ้น 829 ราย โดยการใช้สูตรของ Cronbach's ในการคำนวณค่าพหามิตอร์ที่ต้องการทดสอบ กำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา (Cronbach's, 1997 อ้างถึงใน วรรณีย์ แกมเกต, 2551) จำนวน 391 ตัวอย่าง หลังจากได้จำนวนขนาดตัวอย่าง จึงทำการสุ่มตัวอย่าง

#### ขั้นตอนการสุ่มตัวอย่าง

ขั้นตอนที่ 1 วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) แบบกำหนดสัดส่วน (Proportionate) ของจำนวนผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงที่จดทะเบียนกับสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค โดยแบ่งตามสัดส่วนภูมิภาค ดังตารางที่ 2.14

ขั้นตอนที่ 2 วิธีสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น และเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ตำแหน่งในธุรกิจเครื่องขยายการขยายตรงแบบหลายชั้นอีก 4 ตำแหน่ง ๆ ละ 1 ราย ประกอบด้วย ผู้บริหาร ผู้จัดการ หัวหน้า/แม่ทีม และพนักงานผู้ปฏิบัติ/ลูกทีม โดยใช้ตารางเลขสุ่ม เพื่อสรุปผลการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 3.1 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการธุรกิจขยายตรงและตลาดแบบตรง

ประเภท	จำนวน (ชุด)			
	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง		
		จำนวนที่สมบูรณ์	แบบสอบถาม	ร้อยละ
<b>ผู้ประกอบการธุรกิจขยายตรง</b>				
ภาคเหนือ	20	9	36	77
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	26	12	48	
ภาคกลาง	569	268	1,072	
ภาคตะวันออก	8	4	16	
ภาคตะวันตก	4	2	8	
ภาคใต้	10	5	20	
รวม	637	300	1,200	
<b>ผู้ประกอบการตลาดแบบตรง</b>				
ภาคเหนือ	-	-	-	23
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	1	1	4	
ภาคกลาง	185	87	348	
ภาคตะวันออก	4	2	8	
ภาคตะวันตก	-	-	-	
ภาคใต้	2	1	4	
รวม	192	91	364	
<b>รวมทั้งสิ้น</b>	<b>829</b>	<b>391</b>	<b>1,564</b>	<b>100</b>

ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. (25 พฤศจิกายน 2559).

### 3.2 การกำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

#### 3.2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้วิธีสัมภาษณ์

เพื่อให้ได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ที่มีความสมบูรณ์ครบถ้วนตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย จำเป็นต้องใช้เครื่องมือช่วยในการวิจัย (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2549) ซึ่งประกอบด้วย

- 3.2.1.1 ผู้วิจัย ซึ่งจะทำการรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง
- 3.2.1.2 เทปบันทึกเสียง
- 3.2.1.3 สมุดบันทึก

3.2.1.4 แบบสัมภาษณ์มีโครงสร้าง ซึ่งผู้ทำวิจัยได้กำหนดประเด็นคำถามไว้ล่วงหน้า โดยใช้คำถามปลายเปิด (Open – ended Questions) เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายในการศึกษาทั้งหมดสามารถให้ข้อมูล และทำการเล่าเรื่องได้อย่างเต็มที่ตรงตามประเด็นที่ผู้วิจัยได้ตั้งไว้ และสามารถยืดหยุ่นประเด็นคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ได้ตามสถานการณ์ โดยมีความยืดหยุ่นลำดับของแต่ละประเด็นตลอดจนเพิ่มหรือลดประเด็นคำถามไปตามสถานการณ์และบุคคลผู้ให้สัมภาษณ์

3.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการสร้างเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งมีขั้นตอน ดังนี้

3.2.2.1 ศึกษาหลักการสร้างแบบสอบถามเพื่อการวิจัย และกำหนดกรอบแนวความคิดในการวิจัย โดยได้รับคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

3.2.2.2 ศึกษาข้อมูลจากตำรา สิ่งพิมพ์ บทความ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องรวมทั้งสัมภาษณ์ผู้มีประสบการณ์ในวงการธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทยโดยใช้การควบคุมภายใน และการกำกับกิจการที่ดี เพื่อเป็นแนวทางนำมาสร้างข้อคำถาม (Item) ของแบบสอบถาม

3.2.2.3 กำหนดประเด็นและขอบเขตของคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และประโยชน์ของการวิจัย

3.2.2.4 ดำเนินการสร้างแบบสอบถามฉบับร่าง และนำแบบสอบถามฉบับร่างที่สร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ พิจารณาตรวจสอบรายละเอียดความถูกต้องสมบูรณ์ และครอบคลุมเนื้อหาข้อคำถามทุกข้อหลังจากอาจารย์ที่ปรึกษาได้พิจารณาและตรวจสอบพร้อมทั้งให้ข้อเสนอแนะมาแล้ว ผู้วิจัยได้นำมาปรับปรุงแก้ไข

3.2.2.5 ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ จากนั้นนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์อีกครั้งหนึ่ง เพื่อขอความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และนำไปปรับปรุงแก้ไขก่อนนำไปใช้จริง

3.2.3 ลักษณะของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ลักษณะของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามความคิดเห็น ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-list) มีข้อคำถาม จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับประเภทของการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) มีข้อคำถาม จำนวน 10 ข้อ

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับประเภทของการทุจริตและมาตรการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย รวมถึงผลกระทบจากการกำกับกิจการที่ดีต่อความสัมพันธ์ระหว่างวิธีการทุจริตกับมาตรการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) มีข้อคำถาม จำนวน 10 ข้อ

ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการทุจริตและมาตรการป้องกันการทุจริตที่เหมาะสมในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย ที่นอกเหนือจากแบบสอบถามตอนที่ 3 ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด (Open-end)

### 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

#### 3.3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้วิธีสัมภาษณ์

3.3.1.1 การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) และเลือกการสุ่มแบบลูกโซ่ (snowball sampling) โดยอาศัยการแนะนำจากผู้มีประสบการณ์จากผู้รับการสัมภาษณ์ที่ 1 แนะนำผู้รับการสัมภาษณ์ต่อ ๆ กัน จนครบตามจำนวนที่ต้องการ จากนั้นดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก (In depth Interview)

3.3.1.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล คือ การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured interview) โดยการวางแผน จัดเตรียมชุดคำถาม วิธีการสัมภาษณ์อย่างเป็นระบบและมีขั้นตอนล่วงหน้า ทั้งนี้เพื่อให้แนวคำถามมีความยืดหยุ่นตรงประเด็นคำถามไปตามสถานการณ์ จึงกำหนดคำถามเป็นแบบปลายเปิด (open-ended questions) ตลอดจนเพิ่มหรือลดประเด็นคำถามไปตามสถานการณ์ และบุคคลผู้ให้สัมภาษณ์ ทั้งนี้เก็บแบบสัมภาษณ์ด้วยตนเอง

#### 3.3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถาม

วิจัยครั้งนี้ การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนและวิธีการดังต่อไปนี้

3.3.2.1 ผู้วิจัยได้ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถามจากวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ ถึงผู้บริหาร และผู้จัดการในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย เพื่อขอส่งแบบสอบถาม

3.3.2.2 วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) และเลือกการสุ่มแบบเป็นชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) แล้วเลือกสุ่มตัวอย่างตามสัดส่วน (Proportional) ในแต่ละภูมิภาคของประเทศ จากนั้นจึงใช้การสุ่มแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยพิจารณาจากตำแหน่งในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นอีก 4 ตำแหน่ง ๆ ละ 1 ราย ประกอบด้วย ผู้บริหาร ผู้จัดการ หัวหน้า/แม่ทีม และพนักงานผู้ปฏิบัติ/ลูกทีม เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีความเชี่ยวชาญ ชำนาญและประสบการณ์ในวงการธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้น จากนั้นใช้ตารางเลขสุ่ม เพื่อสรุปผลการสุ่มกลุ่มตัวอย่างและวัตถุประสงค์ของการวิจัย

3.3.2.3 นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ส่งไปให้กลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัย ตามจำนวนที่กำหนด ด้วยแบบสอบถามเพื่อการวิจัยออนไลน์ (ลิงค์เมลใน Google ไดรฟ์)

[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdwpAmqd20Ky\\_JfIMvclsfwSUYJzeMBEEspQrHvJZ5WGYDheQ/viewform](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdwpAmqd20Ky_JfIMvclsfwSUYJzeMBEEspQrHvJZ5WGYDheQ/viewform)

3.3.2.4 ดำเนินการตรวจสอบแบบสอบถามทั้งหมดที่ได้รับกลับคืนมา เพื่อคัดเลือกแบบสอบถามที่ตอบคำถามได้ครบถ้วน สมบูรณ์ มีคุณค่าเหมาะสมที่จะนำไปวิเคราะห์ต่อไป

ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้เวลาเก็บข้อมูล 2 เดือน ตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ ถึง มีนาคม 2560

3.3.2.5 นำแบบสอบถามที่ได้ มาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ และนำผลที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม ซึ่งเก็บไว้ในลักษณะที่เป็นฐานข้อมูล (Database) ไปทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ต่อไป

### 3.4. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้วิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social for Window) ซึ่งมีการประมวลข้อมูลเป็นขั้นตอน คือ หลังจากการตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว เก็บรวบรวมข้อมูลไว้ในระบบฐานข้อมูล (Database) ผู้วิจัยได้ทำการโอนข้อมูลจากฐานข้อมูลไปยังโปรแกรม SPSS เพื่อวิเคราะห์ผลทางสถิติตามลักษณะเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

#### 3.4.1 การวิเคราะห์ผลการสถิติในการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้วิธีสัมภาษณ์

ข้อมูลเชิงคุณภาพซึ่งเป็นข้อมูลปฐมภูมิที่ได้รับจากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา โดยคัดเลือกและจำแนกข้อมูล จัดระเบียบข้อมูลให้เป็นระบบ นำข้อมูลมาเปรียบเทียบและวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อนำไปตอบปัญหาการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยต่อไป

#### 3.4.2 การวิเคราะห์ผลการสถิติในการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถาม

ผู้วิจัยประมวลผลข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

##### 3.4.2.1 แบบสอบถามตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประกอบธุรกิจของผู้ตอบ

แบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-list) ใช้วิธีการหาค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage)

##### 3.4.2.2 แบบสอบถามตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับประเภทของการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการ

ขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-list) ใช้วิธีการหาค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage)

##### 3.4.2.3 แบบสอบถามตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับประเภทของการทุจริตและมาตรการป้องกันการ

การทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย รวมถึงผลกระทบจากการกำกับกิจการที่ดีต่อความสัมพันธ์ระหว่างวิธีการทุจริตกับมาตรการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย สำหรับมาตรการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-list) ใช้วิธีการหาค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage)

##### 3.4.2.4 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างมาตรการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่าย

การขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทยแต่ละวิธีการทุจริต กับผลกระทบของการกำกับกิจการที่ดี โดยใช้ค่า Chi Square ( $X^2$ ) ด้วยวิธีของเพียร์สัน เพื่อวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร และการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างผลกระทบการทุจริตแต่ละวิธีการทุจริตกับการกำกับกิจการที่ดี โดยเปรียบเทียบความแตกต่าง ด้วยการวิเคราะห์แบบจำลองโลจิสต์ (Logit Model) มีรูปแบบจำลองดังนี้

$$l_i = \beta_0 + \partial CG_i + \beta_1 X_{1i} + \beta_2 X_{2i} + \beta_3 X_{3i} + \beta_4 X_{4i} + \beta_5 X_{5i} + \beta_6 X_{6i} + \beta_7 X_{7i} + \mu_i$$

$$\text{และ } \text{Prob}(Y_i = 1) = \frac{1}{1 + e^{-l_i}}$$

โดยที่ $Y_i$	คือ ตัวแปรทูลจริต เท่ากับ 0 กรณีไม่ทูลจริต หรือ เท่ากับ 1 กรณีทูลจริต
$I_i$	คือ ตัวแปรแฝง (Latent Variable) ของแบบจำลอง Logit
$CG_i$	คือ ตัวแปรการกำกับดูแลกิจการที่ดี เท่ากับ 0 กรณีเท่าเดิม หรือ 1 กรณีลดลง
$x_{1i}$	คือ ตัวแปรมาตรการที่ 1 ของการทูลจริตแต่ละประเภท
$x_{2i}$	คือ ตัวแปรมาตรการที่ 2 ของการทูลจริตแต่ละประเภท
$x_{3i}$	คือ ตัวแปรมาตรการที่ 3 ของการทูลจริตแต่ละประเภท
$x_{4i}$	คือ ตัวแปรมาตรการที่ 4 ของการทูลจริตแต่ละประเภท
$x_{5i}$	คือ ตัวแปรมาตรการที่ 5 ของการทูลจริตแต่ละประเภท
$x_{6i}$	คือ ตัวแปรมาตรการที่ 6 ของการทูลจริตแต่ละประเภท
$x_{7i}$	คือ ตัวแปรมาตรการที่ 7 ของการทูลจริตแต่ละประเภท
$\mu_i$	คือ ตัวรวบกววนเชิงสุ่ม

เพื่อวิเคราะห์หาอิทธิพลการลดการทูลจริต

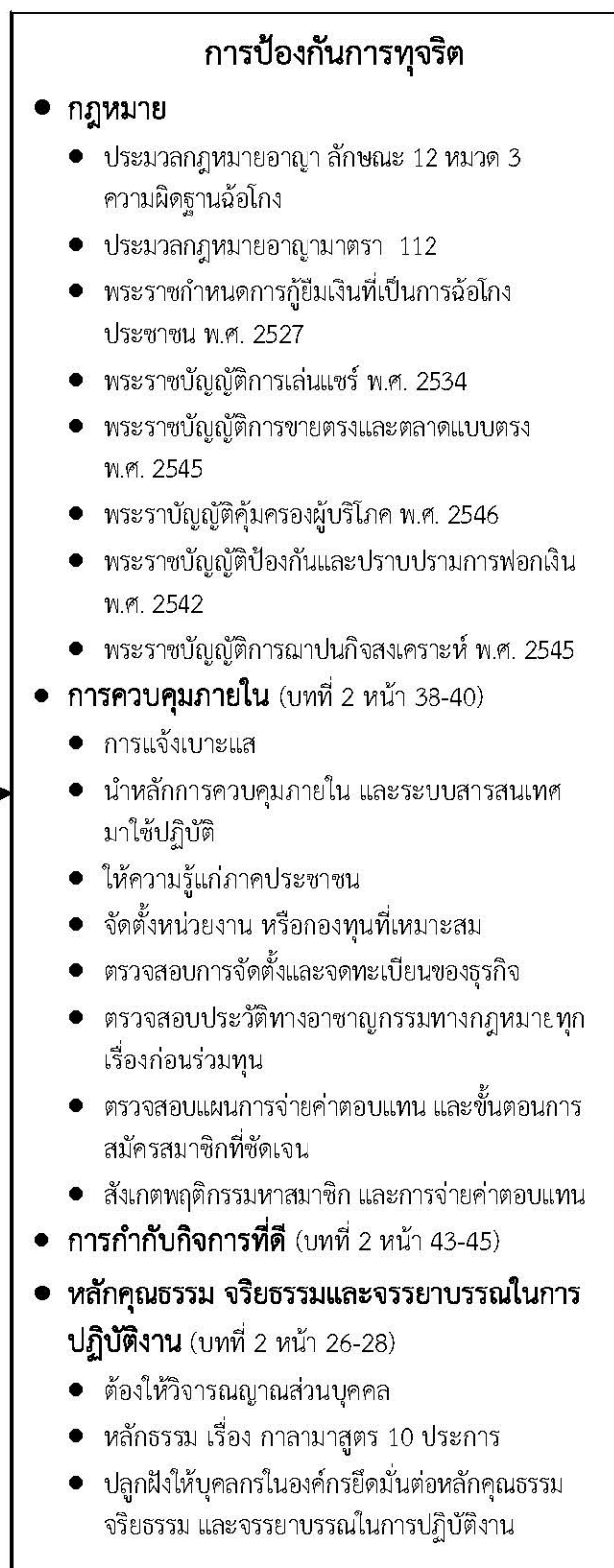
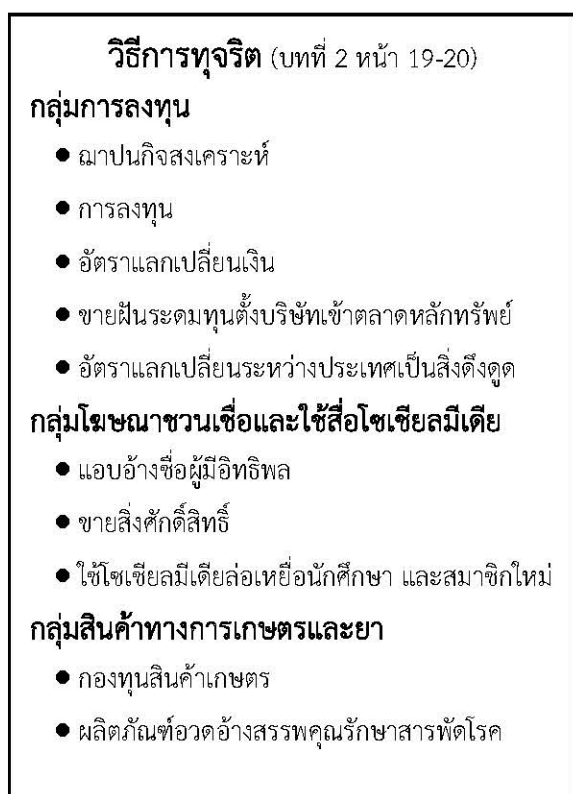
3.4.2.5 แบบสอบถามตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการทูลจริตและแนวทางป้องกันการทูลจริต ภายในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย ในข้ออื่น ๆ ที่นอกเหนือจากแบบสอบถาม ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามปลายเปิด (Open-ended) ใช้วิธีวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) แล้วเรียบเรียงออกมาเป็นค่าความถี่ (Frequency) แล้วจัดลำดับ



## 3.5 กรอบความคิด

**ตัวแปรอิสระ**  
(Independent Variable)

**ตัวแปรตาม**  
(Dependent Variable)



## บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล

สำหรับที่ได้จากการศึกษาการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย โดยนำเสนอวิธีการดำเนินการวิจัย 2 แบบ ดังนี้ วิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ได้วิเคราะห์ข้อมูล และนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณตามลำดับ ดังนี้

### 4.1 การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

การวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้ เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก ได้แก่ ผู้บริหารบริษัทจดทะเบียนขายตรงกับสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค นายยกสมาคม และหรือประธานสมาพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้น จำนวน 5 คน ด้วยแบบสอบถามแบบมีโครงสร้าง (Structure Interview) โดยข้อความถามเกี่ยวกับการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย ภายใต้กรอบแนวคิดด้านการกำกับกิจการที่ดี ผนวกกับมาตรการป้องกันการทุจริต ที่นำมาปรับใช้ตามข้อกำหนดการปฏิบัติตามจริยธรรมในองค์กร (The conference Board, New York, 1999.) หรือหลักการทฤษฎีจริยธรรม (Ethics Theory) จึงศึกษาและวิเคราะห์ประเภทของการทุจริต วิธีการทุจริต และมาตรการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย สามารถสรุปผลการสัมภาษณ์ ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประเภทของการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการทุจริตและแนวทางการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

## ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล

การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารบริษัทจดทะเบียนขายตรงกับสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค นายยกสมาคม และหรือประธานสมาพันธ์เกี่ยวข้องกับธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้น จำนวน 5 คน ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้ให้สัมภาษณ์ประกอบด้วย

1. นายนาคาญ์ ทิวชาวัฒน์ (นายกสมาคมอุตสาหกรรมขายตรงไทย)
2. นายสามารถ เจนชัยจิตรวนิช (ประธานสมาพันธ์ต่อต้านแชร์ลูกโซ่แห่งประเทศไทย)
3. คุณศรวัลย์ ไพศาลศรวัลย์ (ประธานบริษัท ท็อปอัพ ทูริช จำกัด)
4. ดร.สมชาย หัซลีฬา (ประธานบริษัท จอยแอนด์คอยน์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด)
5. คุณณรงค์ชัย ศรีสวาย (ประธานบริษัท สยามแอดวานซ์ เน็ทเวิร์ค จำกัด)

## ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประเภทของการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย

ผลการศึกษาการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย เบื้องต้นเป็นการนำเสนอถึงข้อคิดเห็นเกี่ยวกับ ประเภทของการทุจริต โดยแสดงถึงความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์ที่มีต่อประเภทของการทุจริตที่เกิดขึ้นอย่างไร ซึ่งสรุปได้ดังนี้

**นายนาคาญ์ ทิวชาวัฒน์** ได้แสดงความคิดเห็นว่า จุดอ่อนในธุรกิจเครือข่ายแบบขายตรงหลายเกิดจากการนำเสนอแผนธุรกิจของบริษัทและแม่ทีมที่ซับซ้อน และสร้างภาพการตลาดเกินจริง โดยมีปัจจัยการทุจริตลักษณะการประกอบธุรกิจเป็นแชร์ลูกโซ่ ด้วยวิธีการชักชวนหลอกลวง และนำเสนอแผนการจ่ายค่าตอบแทนสูงกว่าปกติ ทั้งนี้ผู้รับสัมภาษณ์ได้เสนอแนะมาตรการป้องกันที่สามารถช่วยลดปัญหาการทุจริตว่า “นำหลักการกำกับกิจการที่ดี กฎหมายเกี่ยวกับการขายตรง และจริยธรรม จรรยาบรรณของผู้ประกอบการปรับใช้ ควบคุม และกำกับ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือภายในองค์กร และมีมาตรการป้องกันการทุจริตที่เหมาะสมในธุรกิจเครือข่ายแบบขายตรงหลายชั้นในประเทศไทย

**นายสามารถ เจนชัยจิตรวนิช** ได้แสดงความคิดเห็นว่า จุดอ่อนและปัจจัยก่อให้เกิดการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายแบบขายตรงหลายชั้น เกิดจากการอาศัยช่องโหว่ทางกฎหมาย การชักชวนประชาชนเป็นสมาชิกต่อกัน เพื่อเอาค่าสมัครรายใหม่จ่ายรายเก่า และวิธีการเคลื่อนย้ายสินค้า อีกทั้งกลุ่มธุรกิจบางหลายมีเจตนาเปลี่ยนแผนธุรกิจซับซ้อนมากยิ่งขึ้น เพื่อหลีกเลี่ยงการตรวจจับจากเจ้าหน้าที่รัฐ ทั้งนี้ได้เสนอแนะมาตรการป้องกันที่สามารถช่วยลดปัญหาการทุจริต ว่า “ควรกำหนดแผนการจ่ายค่าตอบแทนที่ชัดเจน ให้ความรู้แก่ประชาชนเท่าทันกลลวงที่แฝงในรูปวิธีการชักชวน และหลักการเยียวยาผู้เสียหาย

**คุณศรวัลย์ ไพศาลศรวัลย์** ได้แสดงความคิดเห็นว่า จุดอ่อนและปัจจัยก่อให้เกิดการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายแบบขายตรงหลายชั้น เกิดจากภาพลักษณ์การดำเนินธุรกิจขาดความน่าเชื่อถือ และการนำเสนอแผนธุรกิจ แผนการตลาดซับซ้อน โดยอาศัยเกิดจากความโลภ ความเห็นแก่ตัว การขาดจริยธรรม จิตสำนึกในการประกอบธุรกิจ และขาดนโยบายของบริษัทที่ชัดเจน ทั้งนี้มาตรการป้องกันที่สามารถช่วยลดปัญหาการทุจริต ด้วยการนำหลักการกำกับกิจการที่ดีมาปรับใช้ในการเปิดเผยข้อมูล ตรวจสอบได้ เพื่อความโปร่งใสของบริษัท และการออกกฎหมายและบทลงโทษที่รุนแรงมากยิ่งขึ้น

**ดร.สมชาย หัซลีฬา** ได้แสดงความคิดเห็นว่า จุดอ่อนก่อให้เกิดการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายแบบขายตรงหลายชั้น เกิดจากความสับสนกิจกรรมของภาคธุรกิจ ความไม่รู้ไม่เข้าใจลักษณะการประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดขายตรง และบริษัทในภาคธุรกิจเครือข่ายเข้าออกง่าย ปัจจัยที่ก่อให้เกิดการทุจริต ด้าน

องค์กรเกิดจากการเคลื่อนย้ายสินค้าระหว่างกัน และด้านภาคประชาชนเกิดจากการการโฆษณาเกินจริง ไม่ทำตามเงื่อนไขตามที่ตกลง และหลอกลวงเหยื่อด้วยแผนการจ่ายเงินที่เกินจริง ทั้งนี้เสนอแนะมาตรการป้องกันที่สามารถช่วยลดปัญหาการทุจริต ด้วยการนำหลักการกำกับกิจการที่ดีมาปรับใช้และการนำเสนอสิ่งที่เป็นจริง ปฏิบัติตามเงื่อนไข ถ่ายทอดองค์ความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชนและสมาชิกทราบดีถึงกลไกแชร์ลูกโซ่ และปราบปรามผู้กระทำผิดด้วยกฎหมายและบทลงโทษที่รุนแรง

**คุณณรงค์ชัย ศรีสวาย** ได้แสดงความคิดเห็นว่า จุดอ่อนก่อให้เกิดการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายแบบขายตรงหลายชั้น เกิดจากเจ้าหน้าที่ภาครัฐการรับของจดทะเบียนต่อสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ไม่เพียงพอและละเอียดหน้ที่ติดตาม ตรวจสอบ และกำกับดูแลบริษัทของจัดขึ้นทะเบียน ส่วนปัจจัยที่ก่อให้เกิดการทุจริตเกิดจากความโลภ และความไม่รู้ในการดำเนินกิจกรรมของธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้น ทั้งนี้ได้เสนอแนะการป้องกันการทุจริต โดยการขอการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐเข้ามากำกับดูแลการออกเอกสารในการขอรับใบอนุญาตและตรวจสอบการดำเนินกิจการ และนำหลักการควบคุมภายใน การนำเสนอแผนธุรกิจที่เป็นจริง การนำกฎหมายบทลงโทษที่รุนแรง และทันต่อเหตุการณ์ อีกทั้งให้ความรู้ความเข้าใจการประกอบธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้น

ดังนั้นประเภทของการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายแบบขายตรงหลายชั้นในประเทศไทย เกิดจากการสร้างความสับสนของกิจกรรมระหว่างบริษัทกับเหยื่อ ด้วยความไม่รู้ไม่เข้าใจลักษณะการประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดขายตรงอย่างแท้จริง อาศัยกลไกเทคนิคทางการตลาดเป็นตัวช่วยจูงใจหลอกลวงเหยื่อ และช่องโหว่ทางกฎหมายในบิดเบือนข้อเท็จจริง อีกทั้งวิถีชีวิตของมนุษย์ปรับเปลี่ยนอย่างไม่มีที่สิ้นสุดในการสนองสิ่งอำนวยความสะดวก จึงเกิดความโลภ และจริยธรรมในการดำรงชีพ

### ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการทุจริตและแนวทางการป้องกันการทุจริตในธุรกิจ

#### เครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย

1. ท่านคิดว่าวิธีการทุจริตที่เกิดขึ้น มีอะไรบ้าง เป็นการทุจริตหรือไม่ และมีแนวทางการป้องกันอย่างไร

ผลการศึกษาการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย นำเสนอถึงข้อคิดเห็นเกี่ยวกับวิธีการทุจริตและแนวทางการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย โดยแสดงถึงความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์ที่มีต่อวิธีการทุจริต มีวิธีใดบ้าง และมาตรการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทยที่เหมาะสมเป็นอย่างไร ซึ่งสรุปได้ดังนี้

**นายนาคาญ์ ทิวชาวัฒน์** ได้แสดงความคิดเห็นว่า วิธีการทุจริตที่เกิดขึ้นเกิดขึ้นในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นเป็นการทุจริต และเสนอแนวทางการป้องกันการทุจริตแต่ละวิธีการทุจริตได้ ดังนี้

วิธีเงินสมทบมาปนกิจสงเคราะห์ เช่น การนำพระราชบัญญัติการมาปนกิจสงเคราะห์ พ.ศ. 2545 บังคับใช้ และการให้ความรู้รูปแบบการจัด การจ่ายเงินแก่สมาชิก

วิธีการลงทุน เช่น การนำพระราชกำหนดการกักเงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชน พ.ศ. 2527 บังคับใช้

วิธีอัตราแลกเปลี่ยนเงิน เช่น บังคับใช้พระราชกำหนดการกักเงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชน พ.ศ. 2527 (มาตรา 4 และ 5)

วิธีการขายฝัน เช่น ส่งเสริมให้ประชาชนศึกษาหาข้อมูลก่อนลงทุน

วิธีอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศ เช่น บังคับใช้พระราชกำหนดการกู้ยืมเงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชน พ.ศ. 2527 และพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545

วิธีแอบอ้างชื่อผู้มีอิทธิพล เช่น ควรสังเกตการณ์ วิเคราะห์เหตุการณ์ และศึกษาหาข้อมูล ก่อนสมัครสมาชิก

วิธีขายสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เช่น ควรที่ใช้วิจารณ์ญาณส่วนบุคคลในการตัดสินใจร่วมลงทุน

วิธีการใช้โซเชียลมีเดียล่อเหยื่อสมาชิกใหม่ เช่น บังคับใช้พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545

วิธีกลุ่มสินค้าทางการเกษตรและยา เช่น เช่น บังคับใช้พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 และควรปฏิบัติตามกฎหมาย การคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา ด้านฉลาก และสัญญา

**นายสามารถ เจนชัยจิตรวนิช** ได้แสดงความคิดเห็นว่า วิธีการทุจริตที่เกิดขึ้นเกิดขึ้นในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นเป็นการทุจริต และเสนอแนวทางการป้องกันการทุจริตแต่ละวิธีการทุจริตได้ดังนี้

วิธีเงินสมทบมาปนกิจสงเคราะห์ เช่น การนำพระราชบัญญัติการมาปนกิจสงเคราะห์ พ.ศ. 2545 บังคับใช้ การให้ความรู้รูปแบบการจัด การจ่ายเงินแก่สมาชิก และเมื่อพบเห็นการกระทำควรแจ้งเบาะแสแก่เจ้าหน้าที่รับผิดชอบ

วิธีการลงทุน เช่น บังคับใช้พระราชกำหนดการกู้ยืมเงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชน พ.ศ. 2527 กฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา ด้านฉลาก และสัญญา พร้อมทั้งกำหนดบทลงโทษที่รุนแรง และควรมีจัดตั้งหน่วยงานเยียวยาผู้เสียหาย

วิธีอัตราแลกเปลี่ยนเงินและขายผันระดมทุนตั้งบริษัทเข้าตลาดหลักทรัพย์ เช่น บังคับใช้พระราชกำหนดการกู้ยืมเงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชน พ.ศ. 2527 (มาตรา 4 และ 5)

วิธีอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศ เช่น ควรบังคับใช้กฎหมายพระราชกำหนดการกู้ยืมเงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชน พ.ศ. 2527 และแก้ไขปรับปรุงข้อกำหนดให้ทันต่อมิฉฉฉฉ

วิธีแอบอ้างชื่อผู้มีอิทธิพล เช่น บังคับใช้ประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 112 หรือกฎหมายหมิ่นประมาทกษัตริย์ และหน่วยงานภาครัฐหมั่นตรวจสอบเอกสารการขออนุญาตอย่างเข้มงวด

วิธีขายสิ่งศักดิ์สิทธิ์และผลิตภัณฑ์อวดอ้างสรรพคุณรักษาโรค เช่น นำหลักธรรม เรื่องกาลามาสูต 10 ประการมาปรับใช้ และนำกฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา ด้านฉลาก และสัญญา อีกทั้งส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การลงทุนให้อยู่ในขอบเขตความเป็นจริง

วิธีการใช้โซเชียลมีเดียล่อเหยื่อสมาชิกใหม่ เช่น บังคับใช้พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 และถ่ายทอดองค์ความรู้เรื่องเทคโนโลยีแก่ภาคประชาชน

วิธีกลุ่มสินค้าทางการเกษตร เช่น เช่น รัฐบาลควรส่งเสริมจัดตั้งกองทุน เพื่อให้ประชาชนลงทุน และลดความเสี่ยง และส่งเสริมให้ประชาชนได้รับความรู้เพิ่มเติมเสมอ

**คุณศรวัลย์ ไพศาลศรวัลย์** ได้แสดงความคิดเห็นว่า วิธีการทุจริตที่เกิดขึ้นเกิดขึ้นในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นเป็นการทุจริต และเสนอแนวทางการป้องกันการทุจริตแต่ละวิธีการทุจริตได้ดังนี้

วิธีเงินสมทบมาปนกิจสงเคราะห์ เช่น การนำพระราชบัญญัติการมาปนกิจสงเคราะห์ พ.ศ. 2545 บังคับใช้ และสังเกตพฤติกรรมมหาสมาชิก และการจ่ายค่าตอบแทนที่เกินจริง

วิธีการลงทุน เช่น บังคับใช้พระราชกำหนดการกู้ยืมเงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชน พ.ศ. 2527 และบริษัทควรนำหลักการควบคุมภายใน

วิธีอัตราแลกเปลี่ยนเงินและขายผันระดมทุนตั้งบริษัทในตลาดหลักทรัพย์ เช่น บังคับใช้พระราชกำหนดการกู้ยืมเงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชน พ.ศ. 2527 (มาตรา 4 และ 5) และสังเกตบริษัทร่วมลงทุนต้องมีเอกสารใบอนุญาตประกอบธุรกิจในการแลกเปลี่ยนเงินตราอย่างถูกต้อง ชัดเจน

วิธีอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศเป็นสิ่งดึงดูด เช่น ควรบังคับใช้กฎหมายพระราชกำหนดการกู้ยืมเงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชน พ.ศ. 2527 และควรตรวจสอบเอกสารการขออนุญาตอย่างเข้มงวด

วิธีแอบอ้างชื่อผู้มีอิทธิพล เช่น บังคับใช้ประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 112 หรือกฎหมายหมิ่นประมาทกษัตริย์ และหน่วยงานภาครัฐหมิ่นตรวจสอบเอกสารการขออนุญาตอย่างเข้มงวด

วิธีขายสิ่งศักดิ์สิทธิ์และผลิตภัณฑ์อวดอ้างสรรพคุณรักษาสารพัดโรค เช่น นำกฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา ด้านฉลาก และสัญญา

วิธีการใช้โซเชียลมีเดียล่อเหยื่อสมาชิกใหม่ และกลุ่มสินค้าทางการเกษตร เช่น บังคับใช้พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 และกฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา ด้านฉลาก ด้านสัญญา ควรตรวจสอบเอกสารและศึกษาข้อมูลก่อนลงทุน

**ดร.สมชาย หทัยหา** ได้แสดงความคิดเห็นว่า วิธีการทุจริตที่เกิดขึ้นเกิดขึ้นในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นเป็นการทุจริต และเสนอแนวทางการป้องกันการทุจริตแต่ละวิธีการทุจริตได้ดังนี้

วิธีเงินสมทบมาปนกิจสงเคราะห์ เช่น การนำพระราชบัญญัติการมาปนกิจสงเคราะห์ พ.ศ. 2545 บังคับใช้ และสังเกตพฤติกรรมมหาสมาชิก และควรศึกษาเงื่อนไขของกองทุนหรือสหกรณ์

วิธีการลงทุน เช่น บังคับใช้พระราชกำหนดการกู้ยืมเงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชน พ.ศ. 2527

วิธีอัตราแลกเปลี่ยนเงินและขายผันระดมทุนตั้งบริษัทในตลาดหลักทรัพย์ เช่น บังคับใช้พระราชกำหนดการกู้ยืมเงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชน พ.ศ. 2527 (มาตรา 4 และ 5) และกฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา ด้านฉลาก และสัญญา

วิธีอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศเป็นสิ่งดึงดูด เช่น ควรบังคับใช้กฎหมายพระราชกำหนดการกู้ยืมเงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชน พ.ศ. 2527 และพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545

วิธีแอบอ้างชื่อผู้มีอิทธิพล เช่น บังคับใช้ประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 112 หรือกฎหมายหมิ่นประมาทกษัตริย์

วิธีขายสิ่งศักดิ์สิทธิ์และผลิตภัณฑ์อวดอ้างสรรพคุณรักษาสารพัดโรค เช่น บังคับใช้พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 และกฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา ด้านฉลาก และสัญญา

วิธีการใช้โซเชียลมีเดียล่อเหยื่อสมาชิกใหม่ และกลุ่มสินค้าทางการเกษตร เช่น บังคับใช้พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 และกฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา ด้านฉลาก ด้านสัญญา

**คุณณรงค์ชัย ศรีสวย** ได้แสดงความคิดเห็นว่า วิธีการทุจริตที่เกิดขึ้นเกิดขึ้นในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นเป็นการทุจริต และเสนอแนวทางการป้องกันการทุจริตแต่ละวิธีการทุจริตได้ดังนี้

วิธีเงินสมทบมาปนกิจสงเคราะห์ เช่น การนำพระราชบัญญัติการมาปนกิจสงเคราะห์ พ.ศ. 2545 บังคับใช้ และสังเกตพฤติกรรมมหาสมาชิก และส่งเสริมองค์ความรู้รูปแบบการจัด การจ่ายเงินแก่สมาชิก

วิธีการลงทุน เช่น บังคับใช้พระราชกำหนดการกู้ยืมเงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชน พ.ศ. 2527 ตรวจสอบเอกสารการขออนุญาต ติดตามรายงานทุกเดือนในการประกอบกิจการกับนายทะเบียนหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และตรวจสอบประวัติทางอาชญากรรมทางกฎหมายทุกเรื่อง

วิธีอัตราแลกเปลี่ยนเงิน เช่น บังคับใช้พระราชกำหนดการกู้ยืมเงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชน พ.ศ. 2527 (มาตรา 4 และ 5) และตรวจสอบเอกสารการขออนุญาต ติดตามรายงานทุกเดือนในการประกอบกิจการกับนายทะเบียนหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตรวจสอบประวัติทางอาชญากรรมทางกฎหมายทุกเรื่อง และควรประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่เกี่ยวข้องแก่ผู้บริโภคอยู่เสมอ

วิธีขายฝันระดมทุนตั้งบริษัทเข้าตลาดหลักทรัพย์ เช่น บังคับใช้พระราชกำหนดการกู้ยืมเงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชน พ.ศ. 2527 (มาตรา 4 และ 5) และตรวจสอบเอกสารการขออนุญาต ติดตามรายงานทุกเดือนในการประกอบกิจการกับนายทะเบียนหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตรวจสอบประวัติทางอาชญากรรมทางกฎหมายทุกเรื่อง และควรประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่เกี่ยวข้องแก่ผู้บริโภคอยู่เสมอ

วิธีอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศเป็นสิ่งดึงดูด เช่น ควรบังคับใช้กฎหมายพระราชกำหนดการกู้ยืมเงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชน พ.ศ. 2527 พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 และตรวจสอบเอกสารการขออนุญาต ติดตามรายงานทุกเดือนในการประกอบกิจการกับนายทะเบียนหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตรวจสอบประวัติทางอาชญากรรมทางกฎหมายทุกเรื่อง และควรประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่เกี่ยวข้องแก่ผู้บริโภคอยู่เสมอ

วิธีแอบอ้างชื่อผู้มีอิทธิพล เช่น บังคับใช้ประมวลกฎหมายอาญามาตรา 112 หรือกฎหมายหมิ่นประมาทกษัตริย์ ตรวจสอบเอกสารการขออนุญาต และประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่เกี่ยวข้องแก่ผู้บริโภคอยู่เสมอ

วิธีขายสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เช่น บังคับใช้กฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา ด้านฉลาก และสัญญา

วิธีการใช้โซเชียลมีเดียล่อเหยื่อสมาชิกใหม่ และกลุ่มสินค้าทางการเกษตร เช่น บังคับใช้พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 กฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา ด้านฉลาก ด้านสัญญา และส่งเสริมองค์ความรู้แก่ประชาชน

วิธีกองทุนสินค้าเกษตร และผลิตภัณฑ์อวดอ้างสรรพคุณรักษาสารพัดโรค เช่น บังคับใช้พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 และกฎหมายด้านการคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา ด้านฉลาก และสัญญา และให้ความรู้แก่ประชาชน

จากข้อมูลที่สัมภาษณ์ จึงสรุปตามกรอบแนวความคิด และสามารถแบ่งวิธีการทุจริตออกเป็น 3 กลุ่ม ประกอบด้วย กลุ่มที่ 1 การลงทุน กลุ่มที่ 2 โฆษณาชวนเชื่อและใช้สื่อโซเชียลมีเดีย และกลุ่มที่ 3 สินค้าทางการเกษตรและยา ดังภาคผนวก ข หน้า 143 - 147

## 2. ท่านคิดว่ามีวิธีการทุจริตรูปแบบอื่นอีกหรือไม่ และมีลักษณะเป็นแบบใด

ผลการศึกษการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย นำเสนอถึงรูปแบบอื่นเป็นวิธีการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้น แต่ละวิธีมีลักษณะสามารถสรุปได้ดังนี้

**นายนาคาญ วิชาวัฒน์** ได้แสดงความคิดเห็นว่า รูปแบบการลงทุนในหน่วยข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ที่เรียกว่า Onecoin โดยอ้างว่าเป็นสกุลเงินดิจิทัลที่มีผู้นิยมใช้ทั่วโลก

**นายสามารถ เจนชัยจิตรวนิช** ได้แสดงความคิดเห็นว่า รูปแบบการรับงานประเภทงานฝีมือ เช่น งานปักแผ่นเฟรม การถักโคเซ ซึ่งลักษณะจะดำเนินการด้วยการสมัครรับจ้างปักแผ่นเฟรมผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ผู้สมัครจะเสียค่าหลักประกันสินค้า(เงินมัดจำ) และอุปกรณ์ จากนั้นบริษัทจะจ้างตามจำนวนแผ่นเฟรมแต่ละครั้งในจำนวน 50 แผ่น โดยมีระยะเวลาจัดส่ง 20 ครั้ง ก่อนจ่ายค่าตอบแทนคืน เมื่อถึงกำหนดบริษัทปิดตัวและหลบหนี

**คุณศรวัลย์ ไพศาลศรวัลย์** ได้แสดงความคิดเห็นว่า รูปแบบไฟแนนเชียลเทคโนโลยี (Financial Technology) ลักษณะเป็นระบบประยุกต์เทคโนโลยีดิจิทัลเข้าสู่การทำธุรกิจและธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ ซึ่งสามารถทำให้สมาชิกและลูกค้าซื้อ - ขาย ได้ด้วยตนเอง แต่บริษัทในธุรกิจขายตรงเครือข่ายแบบหลายชั้น ไม่ผ่านสถาบันทางการเงินของรัฐ จึงการทุจริตในรูปของการฟอกเงิน

**ดร.สมชาย หัสนิพพา** ได้แสดงความคิดเห็นว่า รูปแบบเงินเสมือนจริง (Virtual Currency) คือ การนำรูปแบบของเงินที่ถูกสร้างขึ้นเอง และยอมรับให้ใช้งานกันภายในกลุ่มสังคมนั้น โดยที่ไม่ได้มีรัฐบาลของประเทศใดรับรอง หรือควบคุมดูแล เหมือนอย่างเงินตราที่เราใช้กันอยู่ปัจจุบัน

**คุณณรงค์ชัย ศรีสวຍ** ได้แสดงความคิดเห็นว่า ธุรกิจแชร์ลูกโซ่การท่องเที่ยว กรู๊ปทัวร์ต่าง ๆ ที่เชิญชวนให้เดินทางท่องเที่ยวด้วยราคาถูก ประหยัด สะดวก อลังการ และสบาย ด้วยรูปแบบที่หลากหลาย เช่น วิธีอาศัยการบอกต่อ เชิญชวนสมัครสมาชิก ทาสมาชิก หรือซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัทตามจำนวนที่กำหนด เพื่อได้ส่วนลดในการซื้อโปรแกรมการท่องเที่ยว เมื่อถึงกำหนดบริษัทอ้างเหตุผลในการเดินทางไม่สะดวก หรือปิดบริษัทหนีหาย

ดังนั้นรูปแบบอื่นที่มีแนวโน้มเกิดขึ้นในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้น สามารถสรุปได้ดังนี้

1. รูปแบบการลงทุนการเงินเสมือนจริง โดยลักษณะอาศัยการชักชวน บอกต่อให้นำสินทรัพย์มาลงทุน เพื่อค่าตอบแทนที่สูงกว่าดอกเบี้ยของธนาคารพาณิชย์หรือบริษัท เพื่อในการแลกเปลี่ยนส่วนลดผลิตภัณฑ์ หรือของสัมมนาคุณต่าง ๆ

2. รูปแบบการรับงานประเภทงานฝีมือ เช่น งานปักแผ่นเฟรม การถักโคเซ โดยลักษณะจะดำเนินการด้วยการสมัครรับจ้างปักแผ่นเฟรมผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ผู้สมัครจะเสียค่าหลักประกันสินค้า (เงินมัดจำ) และอุปกรณ์ จากนั้นบริษัทจะจ้างตามจำนวนแผ่นเฟรมแต่ละครั้งในจำนวน 50 แผ่น โดยมีระยะเวลาจัดส่ง 20 ครั้ง ก่อนจ่ายค่าตอบแทนคืน เมื่อถึงกำหนดบริษัทปิดตัวและหลบหนี

3. รูปแบบไฟแนนเชียลเทคโนโลยี (Financial Technology) โดยลักษณะเป็นระบบประยุกต์เทคโนโลยีดิจิทัลเข้าสู่การทำธุรกิจและธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ ซึ่งสามารถทำให้สมาชิกและลูกค้าซื้อ - ขาย ได้ด้วยตนเอง แต่บริษัทในธุรกิจขายตรงเครือข่ายแบบหลายชั้น ไม่ผ่านสถาบันทางการเงินของรัฐ จึงการทุจริตในรูปของการฟอกเงิน

4. รูปแบบธุรกิจแชร์ลูกโซ่การท่องเที่ยว โดยลักษณะเชิญชวนเดินทางท่องเที่ยว แนะนำบอกต่อเชิญชวนสมัครสมาชิก ทาสมาชิก หรือซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัทตามจำนวนที่กำหนด เพื่อได้ส่วนลดในการซื้อโปรแกรมการท่องเที่ยว เมื่อถึงกำหนดบริษัทอ้างเหตุผลในการเดินทางไม่สะดวก หรือปิดบริษัทหนีหาย



#### ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

การนำเสนอข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากผู้รับสัมภาษณ์ ในการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่าย การขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย ซึ่งสรุปได้ดังนี้

**นายนาคาญ ทีวีวัฒน์** ได้แสดงความคิดเห็นว่า ควรให้ความรู้และความเข้าใจให้กับผู้บริโภค ให้รู้เท่าทันกลโกงแชร์ลูกโซ่ให้มากยิ่งขึ้น และเชิญชวนให้ผู้เสียหายแจ้งเบาะแสผู้กระทำความผิด เพื่อให้ลดความเสียหายที่เกิดขึ้นต่อทรัพย์สินของผู้บริโภคและภาพรวมเศรษฐกิจของประเทศไทย

**นายสามารถ เจนชัยจิตรวนิช** ได้แสดงความคิดเห็นว่า ยกระดับปัญหาการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้น หรือการขายตรงชั้นเดียวเป็นปัญหาเทียบเท่ากับความผิดการค้ามนุษย์ และยาเสพติด และเพิ่มความเข้มช่องทางการประชาสัมพันธ์ความรู้แก่ประชาชนมากยิ่งขึ้น เพื่อให้ประชาชนรู้เท่าทันภัยอันตรายการเล่นแชร์ลูกโซ่

**คุณศรวัลย์ ไพศาลศรวัลย์** ได้แสดงความคิดเห็นว่า ควรมีหน่วยงานภาครัฐดูแล และรับผิดชอบอย่างเพียงพอ พร้อมทั้งเพิ่มบทลงโทษในการกระทำความผิดของแม่ทีม

**ดร.สมชาย หทัยพิทา** ได้แสดงความคิดเห็นว่า ควรแนะนำและสร้างสิ่งที่ไม่รู้ให้กับบุคคลที่เกี่ยวข้องเข้าใจ เข้าถึงการดำเนินงานของบริษัท และส่งเสริมด้านคุณธรรม จริยธรรมในการประกอบวิชาชีพ

**คุณณรงค์ชัย ศรีสวย** ได้แสดงความคิดเห็นว่า ด้านภาครัฐ ควรปรับปรุงการดำเนินกิจกรรมเกี่ยวกับการยื่นขอจดทะเบียนการขายตรงและตลาดขายตรงต่าง ๆ ให้ถูกต้องและชัดเจนตามประเภทของธุรกิจ ส่วนด้านการศึกษา ควรเปิดหลักสูตรเกี่ยวกับธุรกิจการขายตรงในมหาวิทยาลัย และด้านเศรษฐกิจ ควรส่งเสริมและจัดตั้งองค์กรอิสระการต่อต้านแชร์ลูกโซ่ เพื่อเป็นช่องทางในการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแชร์ลูกโซ่

ดังนั้น การนำเสนอข้อคิดเห็นของผู้รับสัมภาษณ์ต่อการกระทำต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทยในครั้งนี้ ในการชี้ชัดว่าประเด็นใดเป็นการทุจริตหรือไม่ เป็นการทุจริตมีพื้นฐานการตัดสินใจมากจากการนึกคิด ประสบการณ์ การพบเห็นเหตุการณ์ การได้ยินได้ฟังจากคำบอกเล่า เหตุผลส่วนบุคคล หรือแม้แต่การมีส่วนร่วมในการกระทำนั้น ๆ ประกอบกับวิธีการทุจริตที่เกิดขึ้นในธุรกิจขายตรง และหรือตลาดขายตรง ซึ่งบางครั้งอาจจะมองข้ามจุดบกพร่องเล็กน้อยและอาจมองว่าไม่เกิดความเสียหายมากนักกับบริษัท หรือเป็นวัฒนธรรมที่ปฏิบัติสืบต่อกันมา จึงมองว่าไม่ใช่การทุจริต จึงควรทำความเข้าใจในพฤติกรรมของบุคคล หรือบริษัท ตลอดจนพิจารณาถึงสัญญาเตือนต่าง ๆ อย่างละเอียดรอบคอบจึงจะสามารถตรวจพบการทุจริตได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสร้างมาตรการป้องกันการทุจริตที่เหมาะสมแต่ละวิธีการทุจริตต่อไป

## 4.2 การวิจัยเชิงปริมาณ

การวิเคราะห์และการนำเสนอผลของการวิจัยครั้งนี้ นำเสนอในรูปแบบตารางและภาพประกอบคำบรรยาย หรือข้อความประกอบคำบรรยาย โดยได้แบ่งการนำเสนอเป็น 5 ข้อดังนี้

- 4.2.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
  - 4.2.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประเภทของการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย
  - 4.2.3 ผลวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประเภทของการทุจริต และผลกระทบจากการกำกับกิจการที่ดีในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย จำแนกตามกลุ่มวิธีการทุจริต
  - 4.2.4 ผลการวิเคราะห์มาตรการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย จำแนกตามวิธีการทุจริต
  - 4.2.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างมาตรการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทยแต่ละวิธีการทุจริต กับผลกระทบของการกำกับกิจการที่ดี
  - 4.2.6 ผลการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)
- ลำดับต่อไปได้นำเสนอผลการวิจัย โดยเรียงลำดับการนำเสนอ ทั้ง 5 ข้อ ดังนี้

### 4.2.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

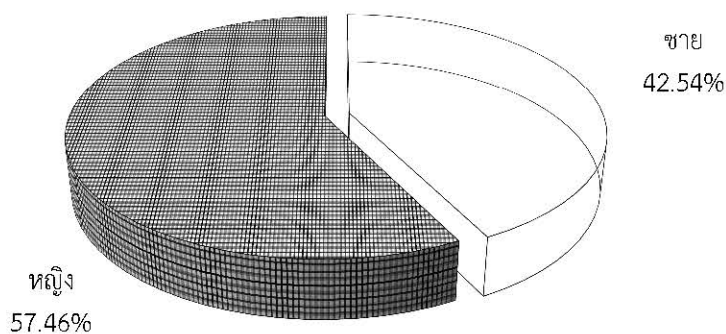
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) มีข้อคำถาม จำนวน 6 ข้อ ดังนี้

#### 4.2.1.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามด้านเพศ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามด้านเพศ ปรากฏผล ดังตารางที่ 4.1 และภาพที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามด้านเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	308	42.54
หญิง	416	57.46
รวม	724	100.00



ภาพที่ 4.1 แสดงค่าร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามด้านเพศ

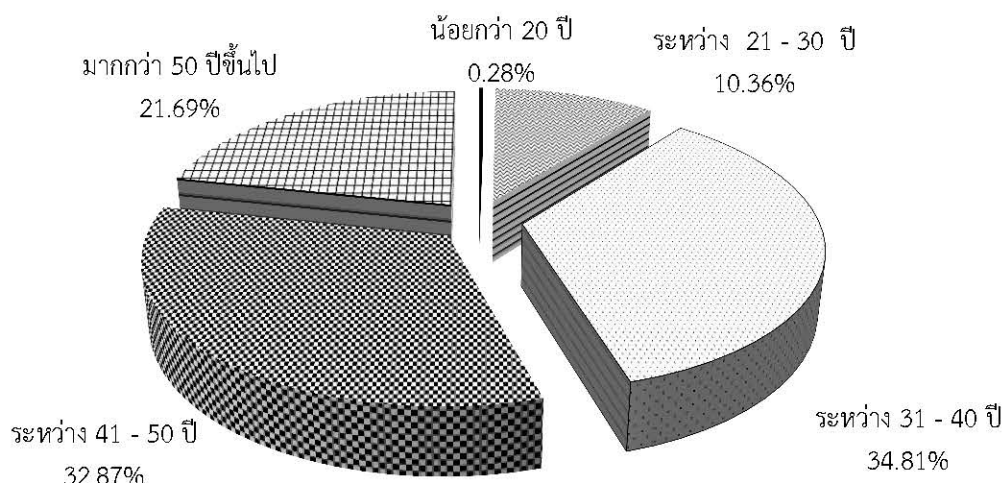
จากตารางที่ 4.1 และภาพที่ 4.1 พบว่า ข้อมูลส่วนบุคคลด้านเพศ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 57.46 รองลงมาได้แก่เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 42.54 ตามลำดับ

#### 4.2.1.2 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามด้านอายุ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามด้านอายุ ปรากฏผล ดังตารางที่ 4.2 และภาพที่ 4.2

**ตารางที่ 4.2** แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามด้านอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 20 ปี	2	0.28
ระหว่าง 21 - 30 ปี	75	10.36
ระหว่าง 31 - 40 ปี	252	34.81
ระหว่าง 41 - 50 ปี	238	32.87
มากกว่า 50 ปีขึ้นไป	157	21.69
<b>รวม</b>	<b>724</b>	<b>100.00</b>



**ภาพที่ 4.2** แสดงค่าร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามด้านอายุ

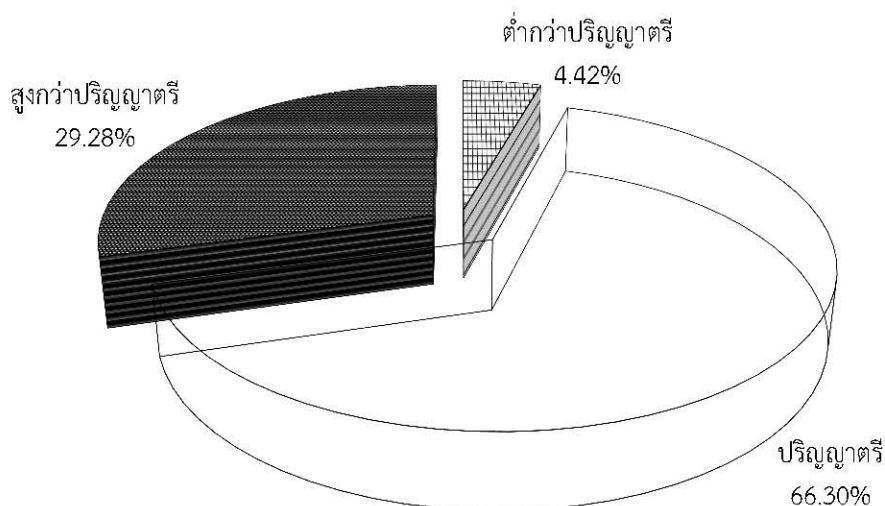
จากตารางที่ 4.2 และภาพที่ 4.2 พบว่า ข้อมูลส่วนบุคคลด้านอายุ ส่วนใหญ่ได้แก่ ระหว่าง 31 ถึง 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.81 รองลงมาได้แก่อายุระหว่าง 41 - 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.87 มากกว่า 50 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 21.69 ระหว่าง 21 - 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 10.36 และน้อยกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 0.28 ตามลำดับ

#### 4.2.1.3 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามด้านระดับการศึกษา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามด้านระดับการศึกษา ปรากฏผล ดังตารางที่ 4.3 และภาพที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามด้านระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	32	4.42
ปริญญาตรี	480	66.30
สูงกว่าปริญญาตรี	212	29.28
รวม	724	100.00



ภาพที่ 4.3 แสดงค่าร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามด้านระดับการศึกษา

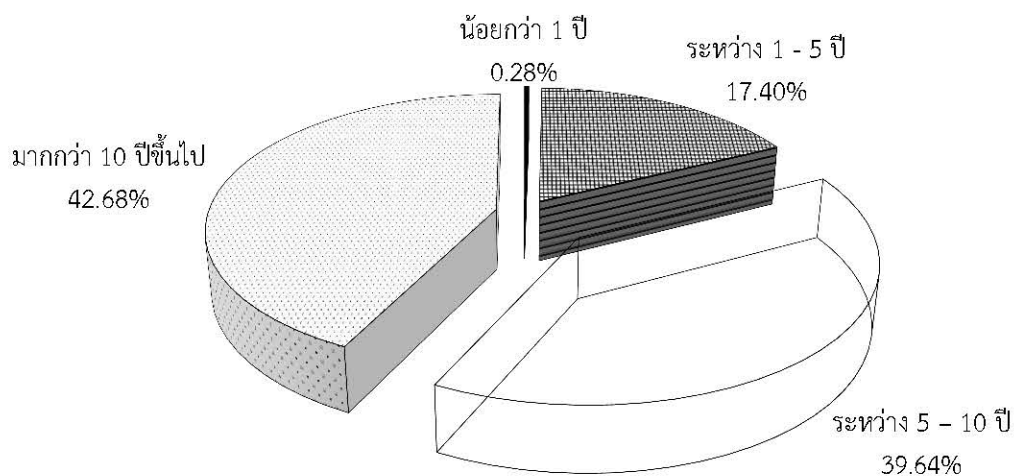
จากตารางที่ 4.3 และภาพที่ 4.3 พบว่า ข้อมูลส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา ส่วนใหญ่เป็นระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 66.30 รองลงมาได้แก่ระดับสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 29.28 และระดับต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 4.42 ตามลำดับ

#### 4.2.1.4 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามด้านประสบการณ์ทำงาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามด้านประสบการณ์ ปรากฏผล ดังตารางที่ 4.4 และภาพที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามด้านประสบการณ์

ประสบการณ์ทำงาน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	2	0.28
ระหว่าง 1 - 5 ปี	126	17.40
ระหว่าง 5 - 10 ปี	287	39.64
มากกว่า 10 ปีขึ้นไป	309	42.68
รวม	724	100.00



**ภาพที่ 4.4** แสดงค่าร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามด้านประสบการณ์ทำงาน

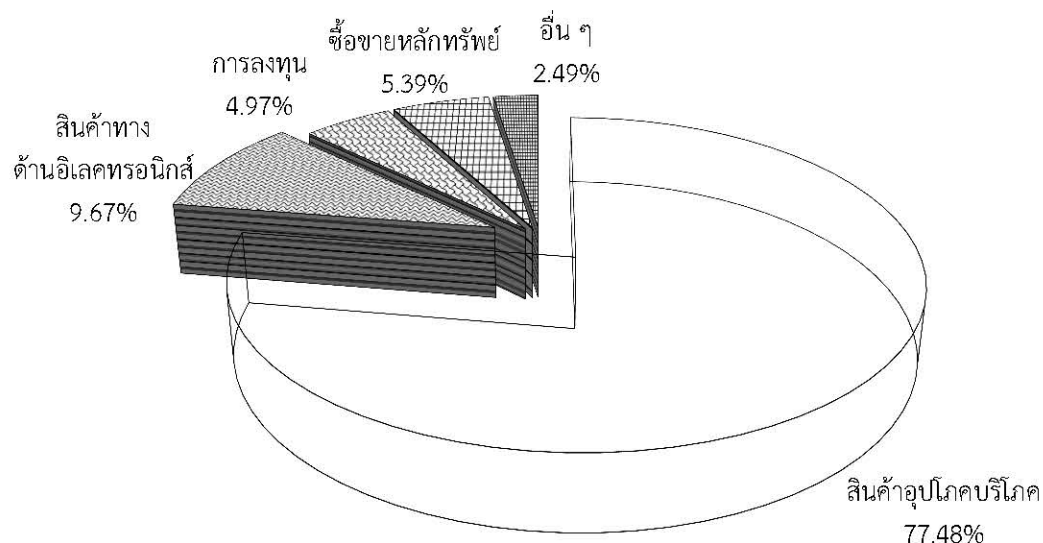
จากตารางที่ 4.4 และภาพที่ 4.4 พบว่า ข้อมูลส่วนบุคคลด้านประสบการณ์ทำงาน ส่วนใหญ่เป็นช่วงเวลาการทำงานมากกว่า 10 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 42.68 รองลงมาได้แก่ระหว่าง 5 – 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 39.64 ระหว่าง 1 – 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 17.40 และน้อยกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 0.28 ตามลำดับ

#### 4.2.1.5 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามด้านรูปแบบการประกอบธุรกิจ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านรูปแบบการประกอบธุรกิจปรากฏผล ดังตารางที่ 4.5 และภาพที่ 4.5

**ตารางที่ 4.5** แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามด้านรูปแบบการประกอบธุรกิจ

รูปแบบการประกอบธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
สินค้าอุปโภคบริโภค	561	77.49
สินค้าทางด้านอิเล็กทรอนิกส์	70	9.67
การลงทุน	36	4.97
ซื้อขายหลักทรัพย์	39	5.39
อื่น ๆ (โปรดระบุ)	18	2.49
<b>รวม</b>	<b>724</b>	<b>100.00</b>



ภาพที่ 4.5 แสดงค่าร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านรูปแบบการประกอบธุรกิจ

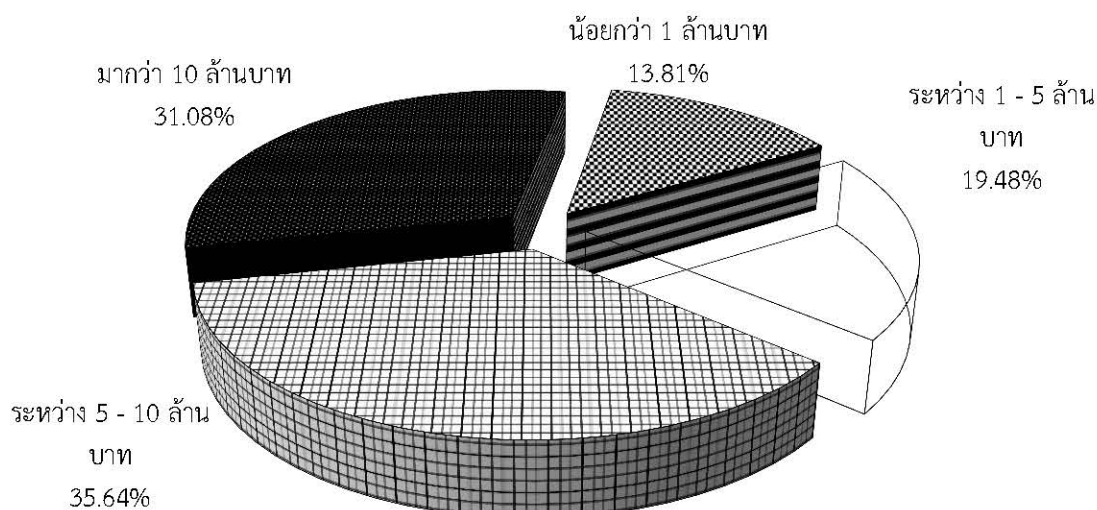
จากตารางที่ 4.5 และภาพที่ 4.5 พบว่า ข้อมูลส่วนบุคคลด้านรูปแบบการประกอบธุรกิจ ส่วนใหญ่เป็นสินค้าอุปโภคบริโภค คิดเป็นร้อยละ 77.48 รองลงมาได้แก่สินค้าด้านอิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็นร้อยละ 9.67 ซื้อขายหลักทรัพย์ คิดเป็นร้อยละ 5.39 การลงทุน คิดเป็นร้อยละ 4.97 และด้านอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 2.49 ตามลำดับ

#### 4.2.1.6 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามด้านทุนจดทะเบียนบริษัท

ผลการวิเคราะห์ ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านทุนจดทะเบียนบริษัท ปรากฏผล ดังตารางที่ 4.6 และภาพที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านทุนจดทะเบียนบริษัท

ทุนจดทะเบียนบริษัท	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1,000,000 บาท	100	13.81
ระหว่าง 1,000,000 – 5,000,000 บาท	141	19.48
ระหว่าง 5,000,000 – 10,000,000 บาท	258	35.64
มากกว่า 10,000,000 บาท	225	31.08
<b>รวม</b>	<b>724</b>	<b>100.00</b>



**ภาพที่ 4.6** แสดงค่าร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านทุนจดทะเบียนบริษัท

จากตารางที่ 4.6 และภาพที่ 4.6 พบว่า ข้อมูลส่วนบุคคลด้านทุนจดทะเบียนบริษัท ส่วนใหญ่เป็นการลงทุนจดทะเบียนระหว่าง 5 – 10 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 35.64 รองลงมาได้แก่ทุนจดทะเบียนมากกว่า 10 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 31.08 มากกว่า 1 – 5 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 19.48 และน้อยกว่า 1 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 13.81 ตามลำดับ

#### 4.2.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประเภทของการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย

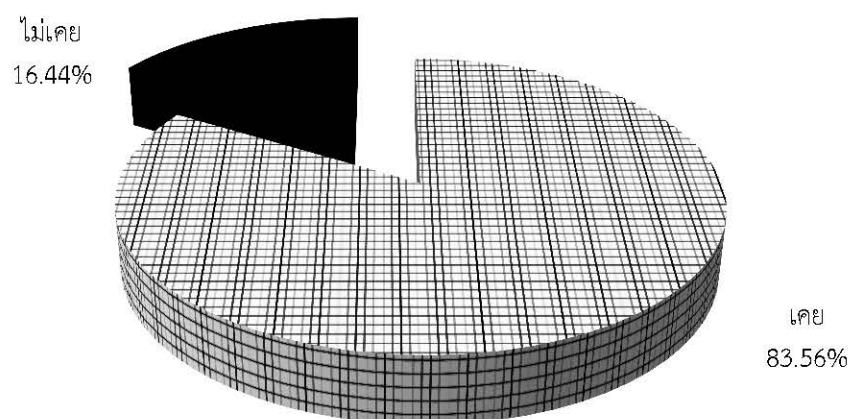
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประเภทของการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) มีข้อคำถาม จำนวน 10 ข้อ ดังนี้

##### 4.2.2.1 การพบเห็นการทุจริต

ผลการวิเคราะห์ การพบเห็นการทุจริต ปรากฏผล ดังตารางที่ 4.7 และภาพที่ 4.7

**ตารางที่ 4.7** แสดงจำนวนและค่าร้อยละของการพบเห็นการทุจริต

การพบเห็นการทุจริต	จำนวน	ร้อยละ
เคย	605	83.56
ไม่เคย	119	16.44
<b>รวม</b>	<b>724</b>	<b>100.00</b>



ภาพที่ 4.7 แสดงค่าร้อยละของการพบเห็นการทุจริต

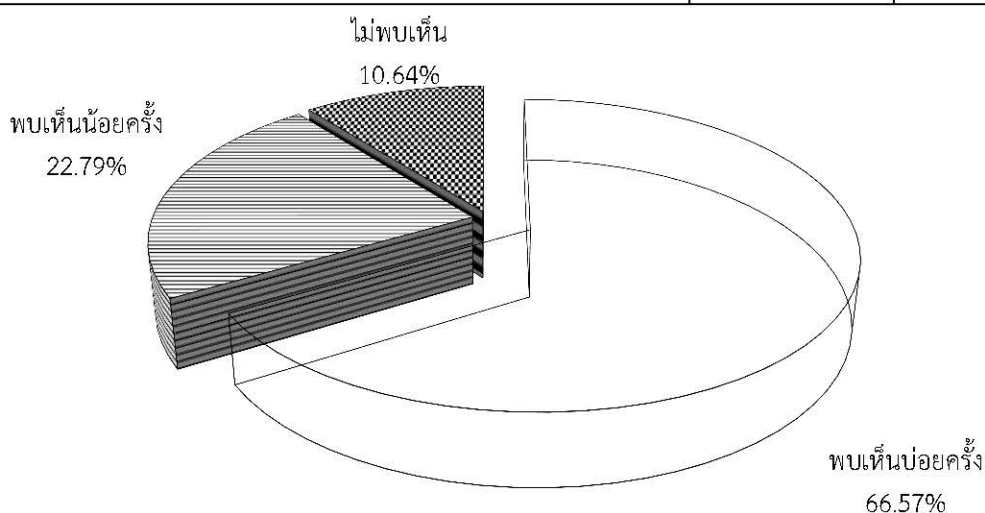
จากตารางที่ 4.7 และภาพที่ 4.7 พบว่า การพบเห็นการทุจริต ส่วนใหญ่เคยพบเห็นการทุจริต คิดเป็นร้อยละ 83.56 รองลงมาได้แก่ ไม่เคยพบเห็นการทุจริต คิดเป็นร้อยละ 16.44 ตามลำดับ

#### 4.2.2.2 จำนวนครั้งที่พบการทุจริต

ผลการวิเคราะห์ จำนวนครั้งที่พบการทุจริต ปรากฏผล ดังตารางที่ 4.8 และภาพที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของจำนวนครั้งที่พบการทุจริต

จำนวนครั้งที่พบการทุจริต	จำนวน	ร้อยละ
พบเห็นบ่อยครั้ง	482	66.57
พบเห็นน้อยครั้ง	165	22.79
ไม่พบเห็น	77	10.64
<b>รวม</b>	<b>724</b>	<b>100.00</b>



ภาพที่ 4.8 แสดงค่าร้อยละของจำนวนครั้งที่พบการทุจริต



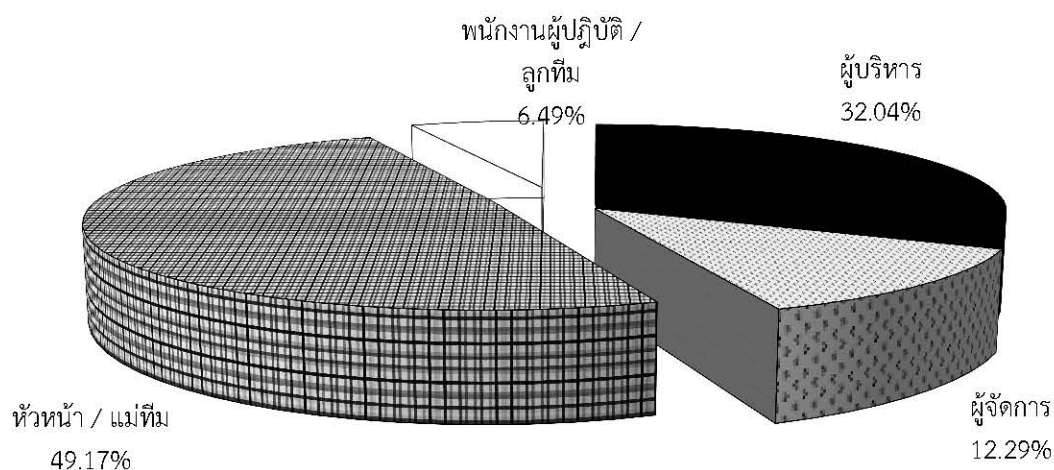
จากตารางที่ 4.8 และภาพที่ 4.8 พบว่า จำนวนครั้งที่พบการทุจริต ส่วนใหญ่พบเห็นบ่อยครั้ง คิดเป็นร้อยละ 66.57 รองลงมาได้แก่ พบเห็นน้อยครั้ง คิดเป็นร้อยละ 22.79 และไม่พบเห็น คิดเป็นร้อยละ 10.64 ตามลำดับ

#### 4.2.2.3 ระดับตำแหน่งที่พบการทุจริต

ผลการวิเคราะห์ ระดับตำแหน่งที่พบการทุจริต ปรากฏผล ดังตารางที่ 4.9 และภาพที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของระดับตำแหน่งที่พบการทุจริต

ระดับตำแหน่งที่พบการทุจริต	จำนวน	ร้อยละ
ผู้บริหาร	232	32.04
ผู้จัดการ	89	12.29
หัวหน้า / แม่ทีม	356	49.17
พนักงานผู้ปฏิบัติ / ลูกทีม	47	6.49
รวม	724	100.00



ภาพที่ 4.9 แสดงค่าร้อยละของระดับตำแหน่งที่พบการทุจริต

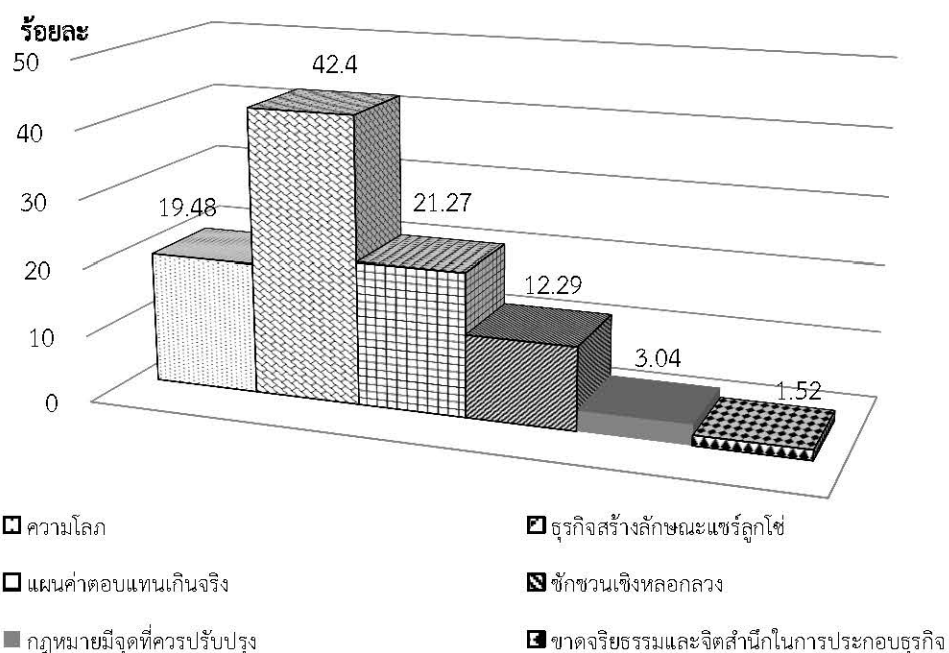
จากตารางที่ 4.9 และภาพที่ 4.9 พบว่า ระดับตำแหน่งที่พบการทุจริต ส่วนใหญ่เป็นระดับตำแหน่งหัวหน้า หรือแม่ทีม คิดเป็นร้อยละ 49.17 รองลงมาได้แก่ ระดับผู้บริหาร คิดเป็นร้อยละ 32.04 ผู้จัดการ คิดเป็นร้อยละ 12.29 และพนักงานผู้ปฏิบัติหรือลูกทีม คิดเป็นร้อยละ 6.49 ตามลำดับ

## 4.2.2.4 สาเหตุที่ก่อให้เกิดทุจริต

ผลการวิเคราะห์ สาเหตุที่ก่อให้เกิดทุจริต ปรากฏผล ดังตารางที่ 4.10 และภาพที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของสาเหตุที่ก่อให้เกิดทุจริต

สาเหตุที่ก่อให้เกิดทุจริต	จำนวน	ร้อยละ
ความโลภ	141	19.48
ธุรกิจสร้างลักษณะแฮร์ลุคโซ่	307	42.40
แผนค่าตอบแทนเกินจริง	154	21.27
ชักชวนเชิงหลอกลวง	89	12.29
กฎหมายมีจุดที่ควรปรับปรุง	22	3.04
ขาดจริยธรรมและจิตสำนึกในการประกอบธุรกิจ	11	1.52
<b>รวม</b>	<b>724</b>	<b>100.00</b>



ภาพที่ 4.10 แสดงค่าร้อยละของสาเหตุที่ก่อให้เกิดทุจริต

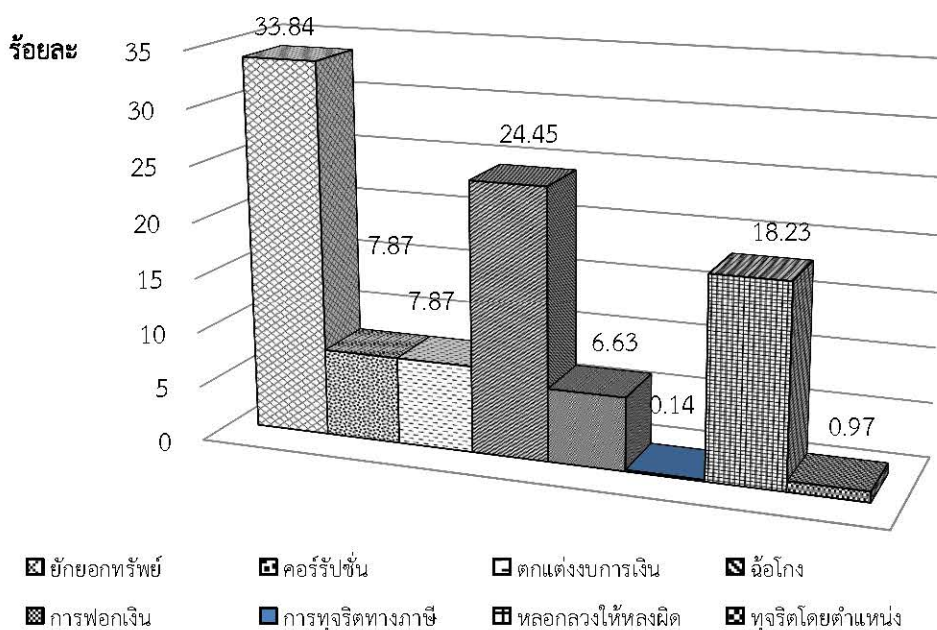
จากตารางที่ 4.10 และภาพที่ 4.10 พบว่า สาเหตุที่ก่อให้เกิดทุจริต ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจสร้างลักษณะแฮร์ลุคโซ่ คิดเป็นร้อยละ 42.40 รองลงมาได้แก่ แผนค่าตอบแทนเกินจริง คิดเป็นร้อยละ 21.27 ความโลภ คิดเป็นร้อยละ 19.48 การชักชวนเชิงหลอกลวง คิดเป็นร้อยละ 12.29 กฎหมายมีจุดที่ควรปรับปรุง คิดเป็นร้อยละ 3.04 การขาดจริยธรรมและจิตสำนึกในการประกอบธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 1.52 ตามลำดับ

#### 4.2.2.5 วิธีการทุจริตที่พบในธุรกิจเครือข่ายแบบขายตรง

ผลการวิเคราะห์ วิธีการทุจริตที่พบในธุรกิจเครือข่ายแบบขายตรง ปრაกฏผล ดังตารางที่ 4.11 และภาพที่ 4.11

**ตารางที่ 4.11** แสดงจำนวนและค่าร้อยละของวิธีการทุจริตที่พบในธุรกิจเครือข่ายแบบขายตรง

วิธีการทุจริตที่พบ	จำนวน	ร้อยละ
ยกยอกทรัพย์สิน	245	33.84
คอร์รัปชั่น	57	7.87
ตกแต่งงบการเงิน	57	7.87
ฉ้อโกง	177	24.45
การฟอกเงิน	48	6.63
การทุจริตทางภาษี	1	0.14
หลอกลวงให้หลงผิด	132	18.23
ทุจริตโดยตำแหน่ง	7	0.97
<b>รวม</b>	<b>724</b>	<b>100.00</b>



**ภาพที่ 4.11** แสดงค่าร้อยละของวิธีการทุจริตที่พบในธุรกิจเครือข่ายแบบขายตรง

จากตารางที่ 4.11 และภาพที่ 4.11 พบว่า วิธีการทุจริตที่พบในธุรกิจเครือข่ายแบบขายตรง ส่วนใหญ่เกิดจากการยกยอกทรัพย์สิน คิดเป็นร้อยละ 33.84 รองลงมาได้แก่ การฉ้อโกง คิดเป็นร้อยละ 24.45 การหลอกลวงให้หลงผิด คิดเป็นร้อยละ 18.23 การคอร์รัปชั่นและการตกแต่งงบการเงิน คิดเป็นร้อยละ 7.87 การฟอกเงิน คิดเป็นร้อยละ 6.63 การทุจริตโดยตำแหน่ง คิดเป็นร้อยละ 0.97 และการทุจริตทางภาษี คิดเป็นร้อยละ 0.14 ตามลำดับ

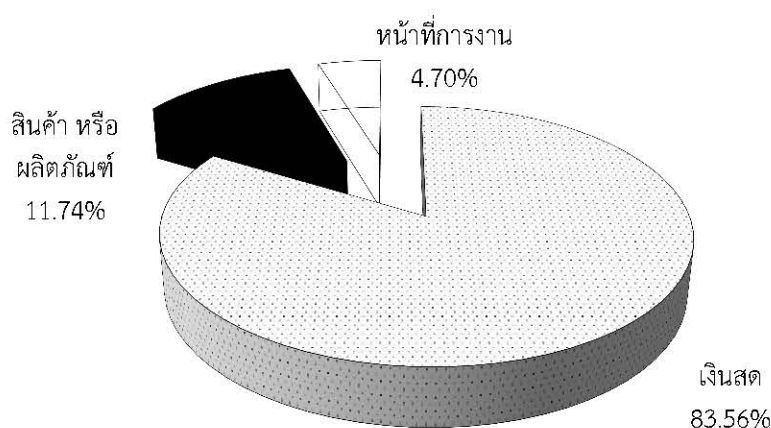
#### 4.2.2.6 ความเสียหายที่เกิดจากการทุจริต

ผลการวิเคราะห์ ความเสียหายที่เกิดจากการทุจริต ปรากฏผล ดังตารางที่ 4.12 และภาพที่

4.12

**ตารางที่ 4.12** แสดงจำนวนและค่าร้อยละของความเสียหายที่เกิดจากการทุจริต

ความเสียหายที่เกิดจากการทุจริต	จำนวน	ร้อยละ
เงินสด	605	83.56
สินค้า หรือ ผลิตภัณฑ์	85	11.74
หน้าที่การงาน	34	4.70
<b>รวม</b>	<b>724</b>	<b>100.00</b>



**ภาพที่ 4.12** แสดงค่าร้อยละของความเสียหายที่เกิดจากการทุจริต

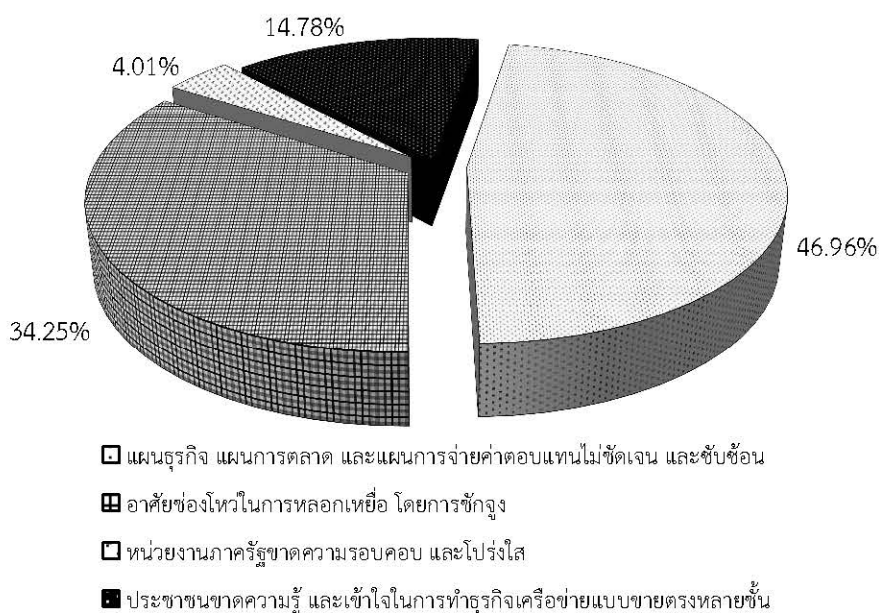
จากตารางที่ 4.12 และภาพที่ 4.12 พบว่า ความเสียหายที่เกิดจากการทุจริต ส่วนใหญ่เกิดจากสิ่งเร้า คือ เงินสด คิดเป็นร้อยละ 83.56 รองลงมาได้แก่ สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 11.74 และหน้าที่การงาน คิดเป็นร้อยละ 4.70 ตามลำดับ

#### 4.2.2.7 จุดอ่อนที่ทำให้เกิดการทุจริต

ผลการวิเคราะห์ จุดอ่อนที่ทำให้เกิดการทุจริต ปรากฏผล ดังตารางที่ 4.13 และภาพที่ 4.13

**ตารางที่ 4.13** แสดงจำนวนและค่าร้อยละของจุดอ่อนที่ทำให้เกิดการทุจริต

จุดอ่อนที่ทำให้เกิดการทุจริต	จำนวน	ร้อยละ
แผนธุรกิจ แผนการตลาด และแผนการจ่ายค่าตอบแทน ไม่ชัดเจน และซับซ้อน	340	46.96
อาศัยช่องโหว่ในการหลอกเหยื่อ โดยการชักจูง	248	34.25
หน่วยงานภาครัฐขาดความรอบคอบ และโปร่งใส	29	4.01
ประชาชนขาดความรู้ และเข้าใจในการทำธุรกิจเครือข่ายแบบขายตรง หลายชั้น	107	14.78
<b>รวม</b>	<b>724</b>	<b>100.00</b>



ภาพที่ 4.13 แสดงค่าร้อยละของจุดอ่อนที่ทำให้เกิดการทุจริต

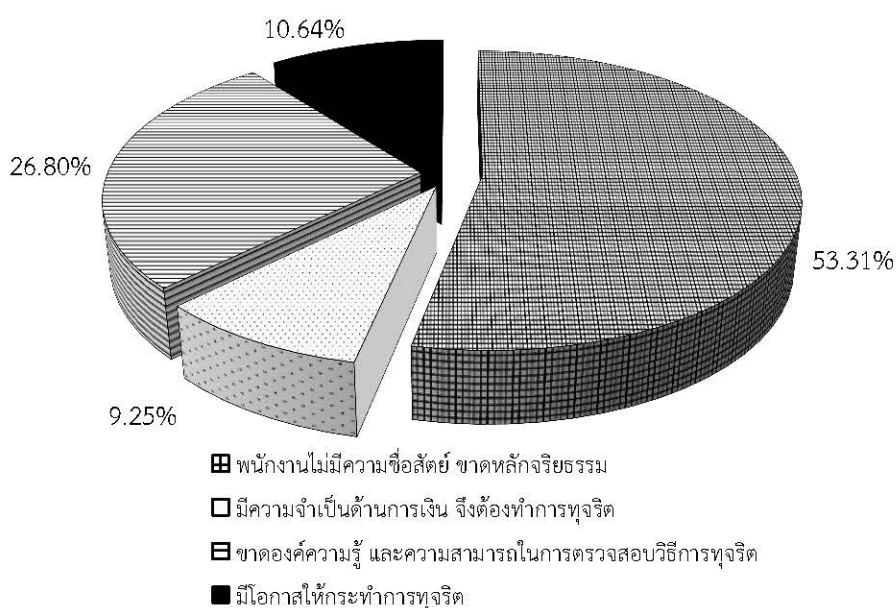
จากตารางที่ 4.13 และภาพที่ 4.13 พบว่า จุดอ่อนที่ทำให้เกิดการทุจริต ส่วนใหญ่เกิดแผนธุรกิจ แผนการตลาด และแผนการจ่ายค่าตอบแทนไม่ชัดเจน และซับซ้อน คิดเป็นร้อยละ 46.96 รองลงมา ได้แก่ การอาศัยช่องโหว่ในการลอกเหยื่อ คิดเป็นร้อยละ 34.25 ประชาชนขาดความรู้ และเข้าใจในการทำธุรกิจ เครือข่ายแบบขายตรงหลายชั้น คิดเป็นร้อยละ 14.78 และหน่วยงานภาครัฐขาดความรอบคอบ และโปร่งใส คิดเป็นร้อยละ 4.01 ตามลำดับ

#### 4.2.2.8 ปัจจัยที่เป็นมูลเหตุสำคัญให้เกิดการทุจริต

ผลการวิเคราะห์ ปัจจัยใดที่เป็นมูลเหตุสำคัญให้เกิดการทุจริต ปรากฏผล ดังตารางที่ 4.14 และภาพที่ 4.14

ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของปัจจัยที่เป็นมูลเหตุสำคัญให้เกิดการทุจริต

ปัจจัยใดที่เป็นมูลเหตุสำคัญให้เกิดการทุจริต	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานไม่มีความซื่อสัตย์ ขาดหลักจริยธรรม	386	53.31
มีความจำเป็นด้านการเงิน จึงต้องทำการทุจริต	67	9.25
ขาดองค์ความรู้ และความสามารถในการตรวจสอบวิธีการทุจริต	194	26.80
มีโอกาให้กระทำการทุจริต	77	10.64
<b>รวม</b>	<b>724</b>	<b>100.00</b>



ภาพที่ 4.14 แสดงค่าร้อยละของปัจจัยใดที่เป็นมูลเหตุสำคัญให้เกิดการทุจริต

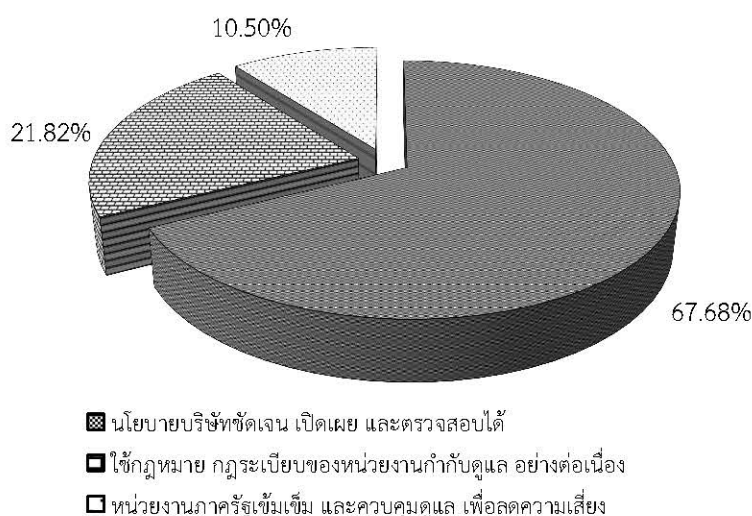
จากตารางที่ 4.14 และภาพที่ 4.14 พบว่า ปัจจัยที่เป็นมูลเหตุสำคัญให้เกิดการทุจริต ส่วนใหญ่เกิดจาก พนักงานไม่มีความซื่อสัตย์ ขาดหลักจริยธรรม คิดเป็นร้อยละ 53.31 รองลงมาได้แก่ การขาดองค์ความรู้ และความสามารถในการตรวจสอบวิธีการทุจริต คิดเป็นร้อยละ 26.80 มีโอกาสให้กระทำการทุจริต คิดเป็นร้อยละ 10.64 และความจำเป็นด้านการเงิน คิดเป็นร้อยละ 9.25 ตามลำดับ

#### 4.2.2.9 การนำหลักการกำกับกิจการที่ดีมาใช้

ผลการวิเคราะห์ การนำหลักการกำกับกิจการที่ดีมาใช้ ปรากฏผล ดังตารางที่ 4.15 และภาพที่ 4.15

ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของการนำหลักการกำกับกิจการที่ดีมาใช้

การนำหลักการกำกับกิจการที่ดีมาใช้	จำนวน	ร้อยละ
นโยบายบริษัทชัดเจน เปิดเผย และตรวจสอบได้	490	67.68
ใช้กฎหมาย กฎระเบียบของหน่วยงานกำกับดูแล อย่างต่อเนื่อง	158	21.82
หน่วยงานภาครัฐเข้มเข้ม และควบคุมดูแล เพื่อลดความเสี่ยง	76	10.50
<b>รวม</b>	<b>724</b>	<b>100.00</b>



**ภาพที่ 4.15** แสดงค่าร้อยละของการนำหลักการกำกับกิจการที่ดีมาใช้

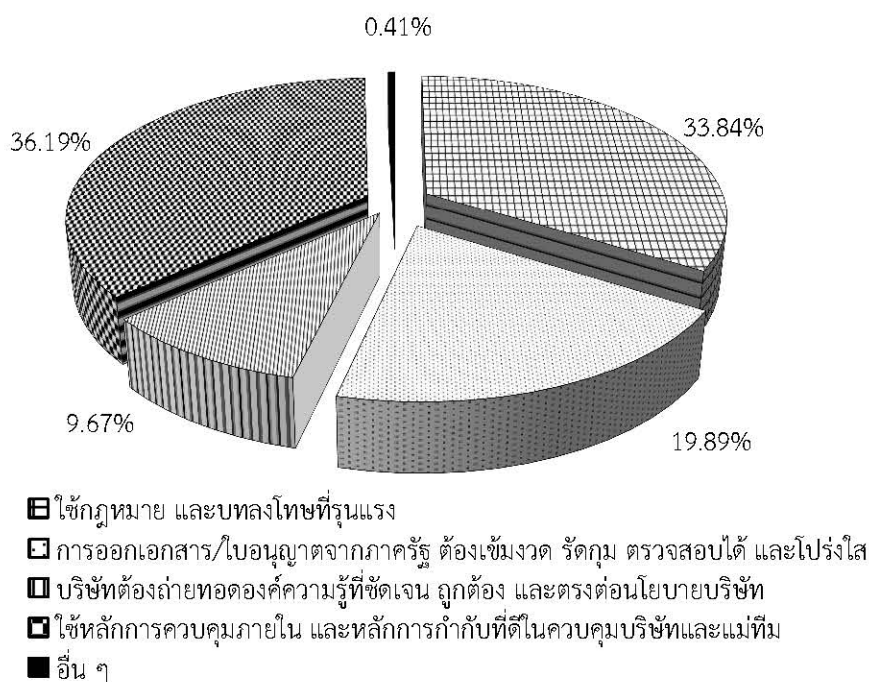
จากตารางที่ 4.15 และภาพที่ 4.15 พบว่า การนำหลักการกำกับกิจการที่ดีมาใช้ ส่วนใหญ่ การนำนโยบายบริษัทชัดเจน เปิดเผย และตรวจสอบได้ คิดเป็นร้อยละ 67.68 รองลงมาได้แก่ การใช้กฎหมาย กฎระเบียบของหน่วยงานกำกับดูแล อย่างต่อเนื่อง คิดเป็นร้อยละ 21.82 และหน่วยงานภาครัฐเข้มเข้ม และควบคุมดูแล เพื่อลดความเสี่ยง คิดเป็นร้อยละ 10.50 ตามลำดับ

#### 4.2.2.10 มาตรการป้องกันการทุจริต

ผลการวิเคราะห์ มาตรการป้องกันการทุจริต ปราบปราม ดังตารางที่ 4.16 และภาพที่ 4.16

**ตารางที่ 4.16** แสดงจำนวนและค่าร้อยละของมาตรการป้องกันการทุจริต

มาตรการป้องกันการทุจริต	จำนวน	ร้อยละ
ใช้กฎหมาย และบทลงโทษที่รุนแรง	245	33.84
การออกเอกสาร/ใบอนุญาตจากภาครัฐ ต้องเข้มงวด รัดกุม ตรวจสอบได้ และโปร่งใส	144	19.89
บริษัทต้องถ่ายทอดองค์ความรู้ที่ชัดเจน ถูกต้อง และตรงต่อนโยบายบริษัท	70	9.67
ใช้หลักการควบคุมภายใน และหลักการกำกับที่ดีในควบคุมบริษัทและแม่ทีม	262	36.19
อื่น ๆ	3	0.41
<b>รวม</b>	<b>724</b>	<b>100.00</b>



ภาพที่ 4.16 แสดงค่าร้อยละของมาตรการป้องกันการทุจริต

จากตารางที่ 4.16 และภาพที่ 4.16 พบว่า มาตรการป้องกันการทุจริต ส่วนใหญ่การใช้หลักการควบคุมภายใน และหลักการกำกับที่ดีในควบคุมบริษัทและแม่ทีม คิดเป็นร้อยละ 36.19 รองลงมาได้แก่ ใช้กฎหมาย และบทลงโทษที่รุนแรง คิดเป็นร้อยละ 33.84 การออกเอกสาร/ใบอนุญาตจากภาครัฐ ต้องเข้มงวด รัดกุม ตรวจสอบได้ และโปร่งใส คิดเป็นร้อยละ 19.89 บริษัทต้องถ่ายทอดองค์ความรู้ที่ชัดเจน ถูกต้อง และตรงต่อนโยบายบริษัท คิดเป็นร้อยละ 9.67 และอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 0.41 ตามลำดับ

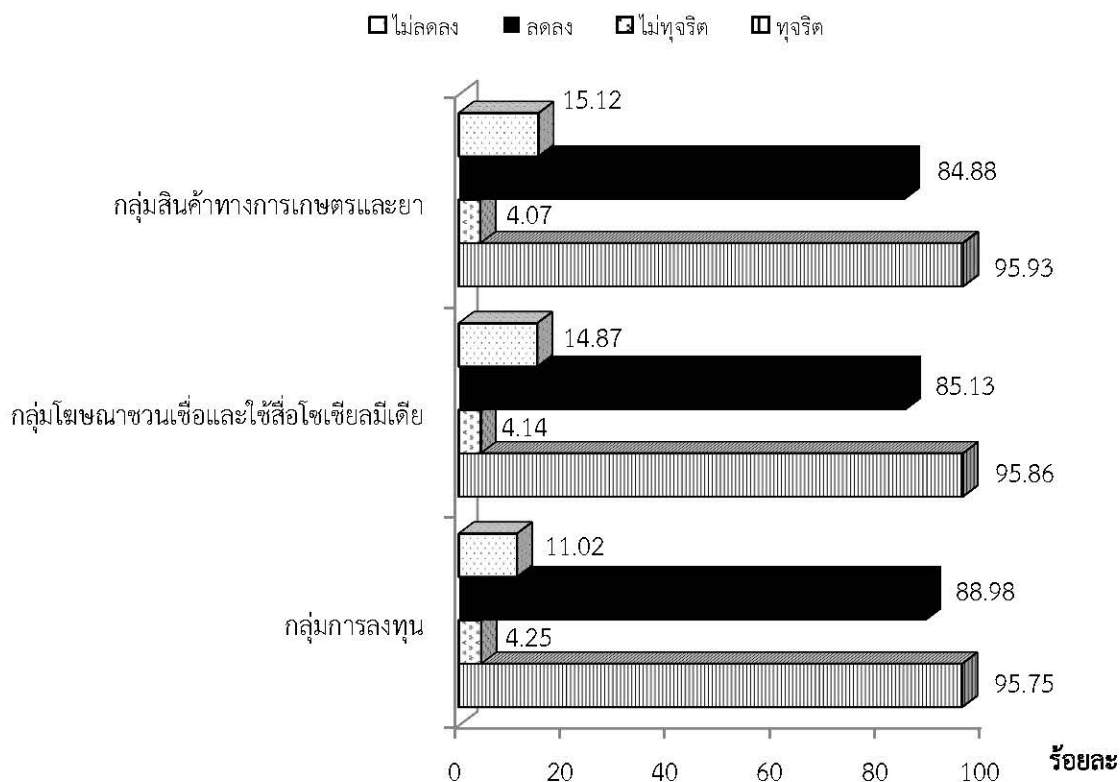
#### 4.2.3 ผลวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประเภทของการทุจริต และผลกระทบจากการกำกับกิจการที่ดีในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย จำแนกตามกลุ่มวิธีการทุจริต

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประเภทของการทุจริต และผลกระทบจากการกำกับกิจการที่ดีในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย จำแนกตามกลุ่มวิธีการทุจริต ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) มีข้อคำถาม จำนวน 10 วิธีการทุจริต ปรากฏผล ดังตารางที่ 4.17 และภาพที่ 4.17



ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของประเภทของการทุจริตที่เกิดขึ้น และผลกระทบจากการกำกับ  
กิจการที่ดี

กลุ่ม	วิธีการทุจริต	ทุจริตที่เกิดขึ้น				การกำกับกิจการที่ดี			
		ทุจริต		ไม่ทุจริต		ลดลง		ไม่ลดลง	
		N	%	N	%	N	%	N	%
การลงทุน	เงินสมทบมาปนกิจ สงเคราะห์	705	97.38	19	2.62	689	95.17	35	4.83
	การลงทุน	704	97.24	20	2.76	675	93.23	49	6.77
	อัตราแลกเปลี่ยนเงิน	643	88.81	81	11.19	637	87.98	87	12.02
	ขายฝักระดมทุนตั้งบริษัท เข้าตลาดหลักทรัพย์	708	97.79	16	2.21	599	82.73	125	17.27
	อัตราแลกเปลี่ยนระหว่าง ประเทศเป็นสิ่งดึงดูด	706	97.51	18	2.49	621	85.77	103	14.23
<b>รวม</b>		<b>693</b>	<b>95.75</b>	<b>31</b>	<b>4.25</b>	<b>644</b>	<b>88.98</b>	<b>80</b>	<b>11.02</b>
โฆษณา ชวนเชื่อ และใช้สื่อ โซเชียล มีเดีย	แอบอ้างชื่อผู้มีอิทธิพล	706	97.51	18	2.49	620	85.64	104	14.36
	ขายสิ่งศักดิ์สิทธิ์	699	96.55	25	3.45	595	82.18	129	17.82
	ใช้โซเชียลมีเดียล่อเหยื่อ นักศึกษา และสมาชิก ใหม่	677	93.51	47	6.49	634	87.57	90	12.43
<b>รวม</b>		<b>694</b>	<b>95.86</b>	<b>30</b>	<b>4.14</b>	<b>616</b>	<b>85.13</b>	<b>108</b>	<b>14.87</b>
สินค้าทาง การเกษตร และยา	กองทุนสินค้าเกษตร	713	98.48	11	1.52	626	86.46	98	13.54
	ผลิตภัณฑ์อวดอ้าง สรรพคุณรักษาสารพัด โรค	676	93.37	48	6.63	603	83.29	121	16.71
	<b>รวม</b>		<b>695</b>	<b>95.93</b>	<b>30</b>	<b>4.07</b>	<b>615</b>	<b>84.88</b>	<b>110</b>



ภาพที่ 4.17 แสดงค่าร้อยละของประเภทของการทุจจริตที่เกิดขึ้น และผลกระทบจากการกำกับกิจการที่ดี

จากตารางที่ 4.17 และภาพที่ 4.17 พบว่า ประเภทของการทุจจริตที่เกิดขึ้น และผลกระทบจากการกำกับกิจการที่ดี จำแนกตามกลุ่มวิธีการทุจจริต ปรากฏผลดังนี้

#### กลุ่มการลงทุน

กรณีประเภทของการทุจจริตที่เกิดขึ้น ส่วนใหญ่ได้แก่ วิธีการทุจจริตที่เกิดขึ้นเป็นการทุจจริต คิดเป็นร้อยละ 95.75 รองลงมาได้แก่ วิธีการทุจจริตที่เกิดขึ้นไม่เป็นการทุจจริต คิดเป็นร้อยละ 4.25

กรณีผลกระทบจากการกำกับกิจการที่ดี ส่วนใหญ่ได้แก่ สามารถลดลง คิดเป็นร้อยละ 88.98 รองลงมาได้แก่ ไม่สามารถลดลง คิดเป็นร้อยละ 11.02

#### กลุ่มโฆษณาชวนเชื่อและใช้สื่อโซเชียลมีเดีย

กรณีประเภทของการทุจจริตที่เกิดขึ้น ส่วนใหญ่ได้แก่ วิธีการทุจจริตที่เกิดขึ้นเป็นการทุจจริต คิดเป็นร้อยละ 95.86 รองลงมาได้แก่ วิธีการทุจจริตที่เกิดขึ้นไม่เป็นการทุจจริต คิดเป็นร้อยละ 4.14

กรณีผลกระทบจากการกำกับกิจการที่ดี ส่วนใหญ่ได้แก่ สามารถลดลง คิดเป็นร้อยละ 85.13 รองลงมาได้แก่ ไม่สามารถลดลง คิดเป็นร้อยละ 14.87

#### กลุ่มสินค้าทางการเกษตรและยา

กรณีประเภทของการทุจจริตที่เกิดขึ้น ส่วนใหญ่ได้แก่ วิธีการทุจจริตที่เกิดขึ้นเป็นการทุจจริต คิดเป็นร้อยละ 95.93 รองลงมาได้แก่ วิธีการทุจจริตที่เกิดขึ้นไม่เป็นการทุจจริต คิดเป็นร้อยละ 4.07

กรณีผลกระทบจากการกำกับกิจการที่ดี ส่วนใหญ่ได้แก่ สามารถลดลง คิดเป็นร้อยละ 84.88 รองลงมาได้แก่ ไม่สามารถลดลง คิดเป็นร้อยละ 15.12

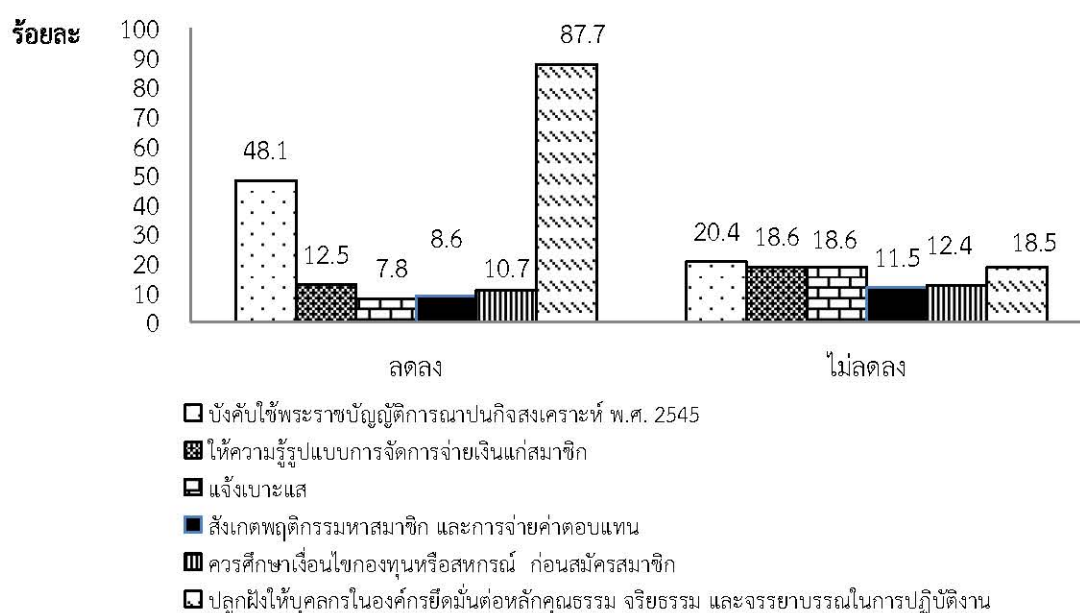
#### 4.2.4 ผลการวิเคราะห์มาตรการป้องกันการทุจริตกับในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย แต่ละวิธีการทุจริต จำแนกตามผลกระทบการกำกับกิจการที่ดี

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประเภทของการทุจริต ในด้านมาตรการป้องกันการทุจริตของในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทยแต่ละวิธีการทุจริต จำแนกตามผลกระทบการกำกับกิจการที่ดี ซึ่งลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) ดังนี้

##### 4.4.1 เงินสมทบฌาปนกิจสงเคราะห์ ปราบกฏผล ดังตารางที่ 4.18 และภาพที่ 4.18 – 4.19

**ตารางที่ 4.18** แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละของมาตรการป้องกันการทุจริต จำแนกตามผลกระทบการกำกับกิจการที่ดี วิธีเงินสมทบฌาปนกิจสงเคราะห์

มาตรการป้องกันการทุจริต	ลดลง		ไม่ลดลง	
	ค่าความถี่	ร้อยละ	ค่าความถี่	ร้อยละ
บังคับใช้พระราชบัญญัติการฌาปนกิจสงเคราะห์ พ.ศ. 2545	588	48.10	23	20.40
ควรให้ความรู้รูปแบบการจัดการ การจ่ายเงินแก่สมาชิก	153	12.50	21	18.60
แจ้งเบาะแส	96	7.80	21	18.60
สังเกตพฤติกรรมหาสมาชิก และการจ่ายค่าตอบแทน	105	8.60	13	11.50
ควรศึกษาเงื่อนไขกองทุนหรือสหกรณ์ ก่อนสมัครสมาชิก	131	10.70	14	12.40
ปลูกฝังให้บุคลากรในองค์กรยึดมั่นต่อหลักคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน	150	87.70	21	18.50
<b>รวม</b>	<b>1,223</b>	<b>100.00</b>	<b>113</b>	<b>100.00</b>



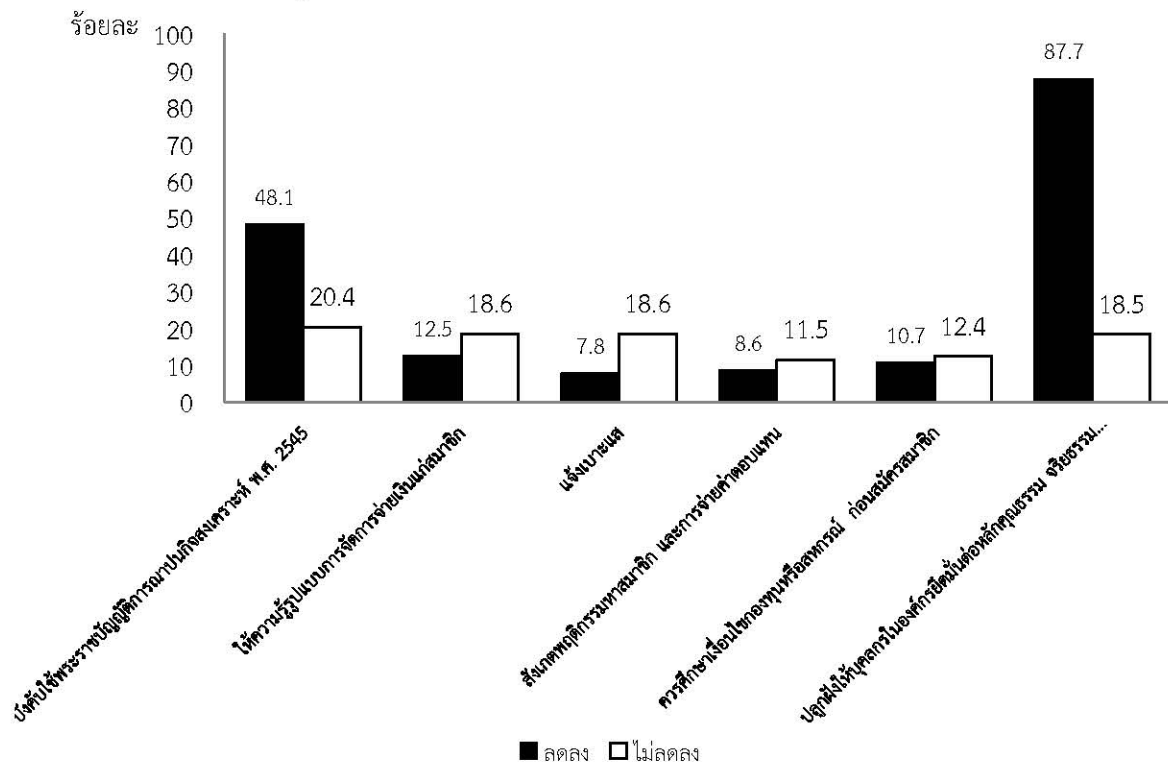
**ภาพที่ 4.18** แสดงค่าร้อยละของมาตรการป้องกันการทุจริต จำแนกผลกระทบการกำกับกิจการที่ดี วิธีเงินสมทบฌาปนกิจสงเคราะห์

จากตารางที่ 4.18 และภาพที่ 4.18 พบว่า มาตรการป้องกันการทุจริตวิธีเงินสมทบฅาปนกิจสงเคราะห์ จำแนกตามผลกระทบการก้ำกับบกิจการที่ดี ปรากฏผลดังนี้

ลดลง มาตรการป้องกันการทุจริตด้วยวิธีเงินสมทบฅาปนกิจสงเคราะห์มากที่สุด ได้แก่ ปลุกฝังให้บุคลากรในองค์กรยึดมั่นต่อหลักคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน คิดเป็นร้อยละ 87.70 รองลงมาการบังคับใช้พระราชบัญญัติการฅาปนกิจสงเคราะห์ พ.ศ. 2545 คิดเป็นร้อยละ 48.10 ควรให้ความรู้รูปแบบการจัดการจ่ายเงินแก่สมาชิก คิดเป็นร้อยละ 12.50 ควรศึกษาเงื่อนไขกองทุนหรือสหกรณ์ก่อนสมัครสมาชิก คิดเป็นร้อยละ 10.70 สังเกตพฤติกรรมสมาชิกและการจ่ายค่าตอบแทน คิดเป็นร้อยละ 8.60 และแจ้งเบาะแส คิดเป็นร้อยละ 8.60 ตามลำดับ

ไม่ลดลง มาตรการป้องกันการทุจริตด้วยวิธีเงินสมทบฅาปนกิจสงเคราะห์มากที่สุด ได้แก่ บังคับใช้พระราชบัญญัติการฅาปนกิจสงเคราะห์ พ.ศ. 2545 คิดเป็นร้อยละ 20.40 รองลงมาควรให้ความรู้รูปแบบการจัดการจ่ายเงินแก่สมาชิกและแจ้งเบาะแส คิดเป็นร้อยละ 18.60 เท่ากัน การปลุกฝังให้บุคลากรในองค์กรยึดมั่นต่อหลักคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน คิดเป็นร้อยละ 18.50 ควรศึกษาเงื่อนไขกองทุนหรือสหกรณ์ก่อนสมัครสมาชิก คิดเป็นร้อยละ 12.40 และสังเกตพฤติกรรมสมาชิกและการจ่ายค่าตอบแทน คิดเป็นร้อยละ 11.50 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ผลกระทบการก้ำกับบกิจการที่ดี ในมาตรการป้องกันการทุจริต วิธีเงินสมทบฅาปนกิจสงเคราะห์ ปรากฏดังภาพที่ 4.19



ภาพที่ 4.19 แสดงค่าร้อยละผลกระทบการก้ำกับบกิจการที่ดี จำแนกตามมาตรการป้องกันการทุจริตวิธีเงินสมทบฅาปนกิจสงเคราะห์

จากภาพที่ 4.19 พบว่า ผลกระทบการกำกับกิจการที่ดีมาใช้กับมาตรการป้องกันการทุจริต ปรากฏผลดังนี้

บังคับใช้พระราชบัญญัติการมาปนกิจสงเคราะห์ พ.ศ. 2545 ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกมากที่สุด ได้แก่ ลดลง คิดเป็นร้อยละ 48.10 ที่เหลือได้แก่ ไม่ลดลง คิดเป็นร้อยละ 20.40

ให้ความรู้รูปแบบการจัด การจ่ายเงินแก่สมาชิก ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกมากที่สุด ได้แก่ ไม่ลดลง คิดเป็นร้อยละ 18.60 ที่เหลือได้แก่ ลดลง คิดเป็นร้อยละ 12.50

แจ้งเบาะแส ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกมากที่สุด ได้แก่ ไม่ลดลง คิดเป็นร้อยละ 18.60 ที่เหลือได้แก่ ลดลง คิดเป็นร้อยละ 7.80

สังเกตพฤติกรรมหาสมาชิก และการจ่ายค่าตอบแทน ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกมากที่สุด ได้แก่ ไม่ลดลง คิดเป็นร้อยละ 11.50 ที่เหลือได้แก่ ลดลง คิดเป็นร้อยละ 8.60

ควรรักษาเงื่อนไขกองทุนหรือสหกรณ์ ก่อนสมัครสมาชิก ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกมากที่สุด ได้แก่ ไม่ลดลง คิดเป็นร้อยละ 12.40 ที่เหลือได้แก่ ลดลง คิดเป็นร้อยละ 10.70

ปลูกฝังให้บุคลากรในองค์กรยึดมั่นต่อหลักคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกมากที่สุด ได้แก่ ลดลง คิดเป็นร้อยละ 87.70 ที่เหลือได้แก่ ไม่ลดลง คิดเป็นร้อยละ 18.50

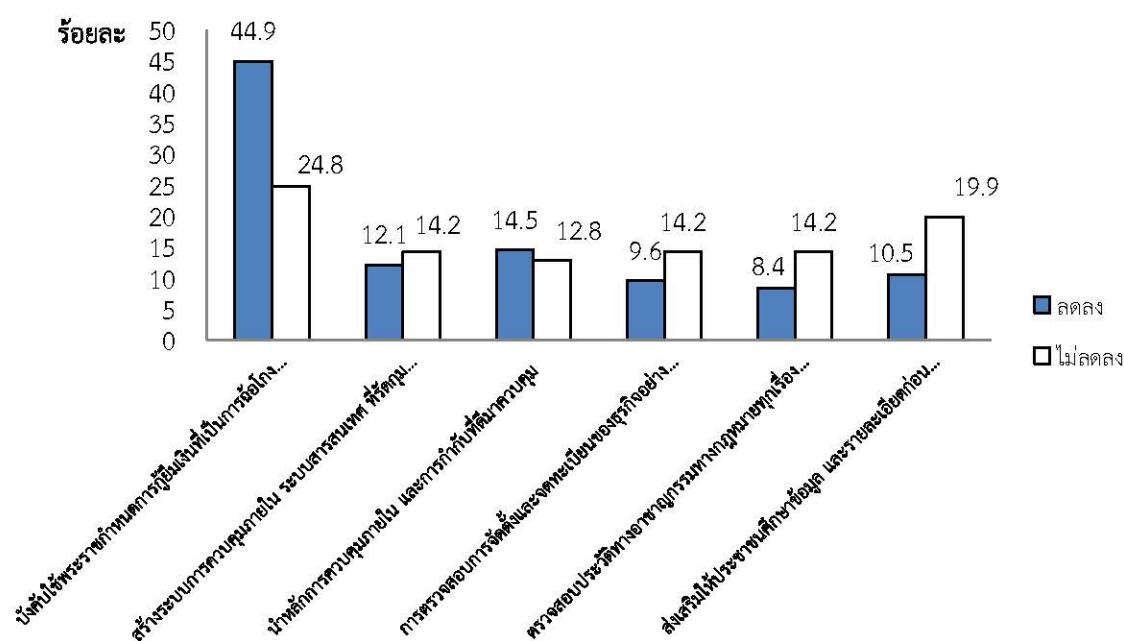
#### 4.4.2 การลงทุน ปรากฏผล ดังตารางที่ 4.19 และภาพที่ 4.20 – 4.21

**ตารางที่ 4.19** แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละของมาตรการป้องกันการทุจริต จำแนกตามผลกระทบการกำกับ กิจการที่ดี วิธีการลงทุน

มาตรการป้องกันการทุจริต	ลดลง		ไม่ลดลง	
	ค่าความถี่	ร้อยละ	ค่าความถี่	ร้อยละ
บังคับใช้พระราชกำหนดการกู้ยืมเงินที่เป็นการฉ้อโกง ประชาชน พ.ศ. 2527 และกฎหมายการคุ้มครอง ผู้บริโภคด้านโฆษณา/ด้านฉลาก/ด้านสัญญา	574	44.90	35	24.80
สร้างระบบการควบคุมภายใน ระบบสารสนเทศ ที่รัดกุม รอบคอบ และตรวจสอบได้	155	12.10	20	14.20
นำหลักการควบคุมภายใน และการกำกับที่ดีมา ควบคุม	185	14.50	18	12.80
การตรวจสอบการจัดตั้งและจดทะเบียนของธุรกิจ อย่างถูกต้อง และเข้มงวด	123	9.60	20	14.20
ตรวจสอบประวัติทางอาชญากรรมทางกฎหมายทุก เรื่องก่อนร่วมทุน	107	8.40	20	14.20
ส่งเสริมให้ประชาชนศึกษาข้อมูล และรายละเอียด ก่อนลงทุน	134	10.50	28	19.90
<b>รวม</b>	<b>1,278</b>	<b>100.00</b>	<b>141</b>	<b>100.00</b>



ผลการวิเคราะห์ผลกระทบการกำกับกิจการที่ดี ในมาตรการป้องกันการทุจริต วิธีการลงทุน  
ปรากฏผลดังภาพที่ 4.21



ภาพที่ 4.21 แสดงค่าร้อยละผลกระทบการกำกับกิจการที่ดี จำแนกตามมาตรการป้องกันการทุจริต  
วิธีการลงทุน

จากภาพที่ 4.21 พบว่า ผลกระทบการกำกับกิจการที่ดีมาใช้กับมาตรการป้องกันการทุจริต  
ปรากฏผลดังนี้

บังคับใช้พระราชกำหนดการกู้ยืมเงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชน พ.ศ. 2527 และกฎหมายการ  
คุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา/ด้านฉลาก/ด้านสัญญา ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกมากที่สุด ได้แก่ ลดลง คิดเป็น  
ร้อยละ 44.90 ที่เหลือได้แก่ ไม่ลดลง คิดเป็นร้อยละ 24.80

สร้างระบบการควบคุมภายใน ระบบสารสนเทศ ที่รัดกุม รอบคอบ และตรวจสอบได้ ผู้ตอบ  
แบบสอบถามเลือกมากที่สุด ได้แก่ ไม่ลดลง คิดเป็นร้อยละ 14.20 ที่เหลือได้แก่ ลดลง คิดเป็นร้อยละ 12.10

นำหลักการควบคุมภายใน และการกำกับที่ดีมาควบคุม ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกมากที่สุด ได้แก่  
ลดลง คิดเป็นร้อยละ 14.50 ที่เหลือได้แก่ ไม่ลดลง คิดเป็นร้อยละ 12.80

การตรวจสอบการจัดตั้งและจดทะเบียนของธุรกิจอย่างถูกต้อง และเข้มงวด ผู้ตอบแบบสอบถาม  
เลือกมากที่สุด ได้แก่ ไม่ลดลง คิดเป็นร้อยละ 14.20 ที่เหลือได้แก่ ลดลง คิดเป็นร้อยละ 9.60

ตรวจสอบประวัติทางอาชญากรรมทางกฎหมายทุกเรื่องก่อนร่วมทุน ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกมากที่สุด  
ที่สุด ได้แก่ ไม่ลดลง คิดเป็นร้อยละ 14.20 ที่เหลือได้แก่ ลดลง คิดเป็นร้อยละ 8.40

ส่งเสริมให้ประชาชนศึกษาข้อมูล และรายละเอียดก่อนลงทุน ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกมากที่สุด  
ได้แก่ ไม่ลดลง คิดเป็นร้อยละ 19.90 ที่เหลือได้แก่ ลดลง คิดเป็นร้อยละ 10.50



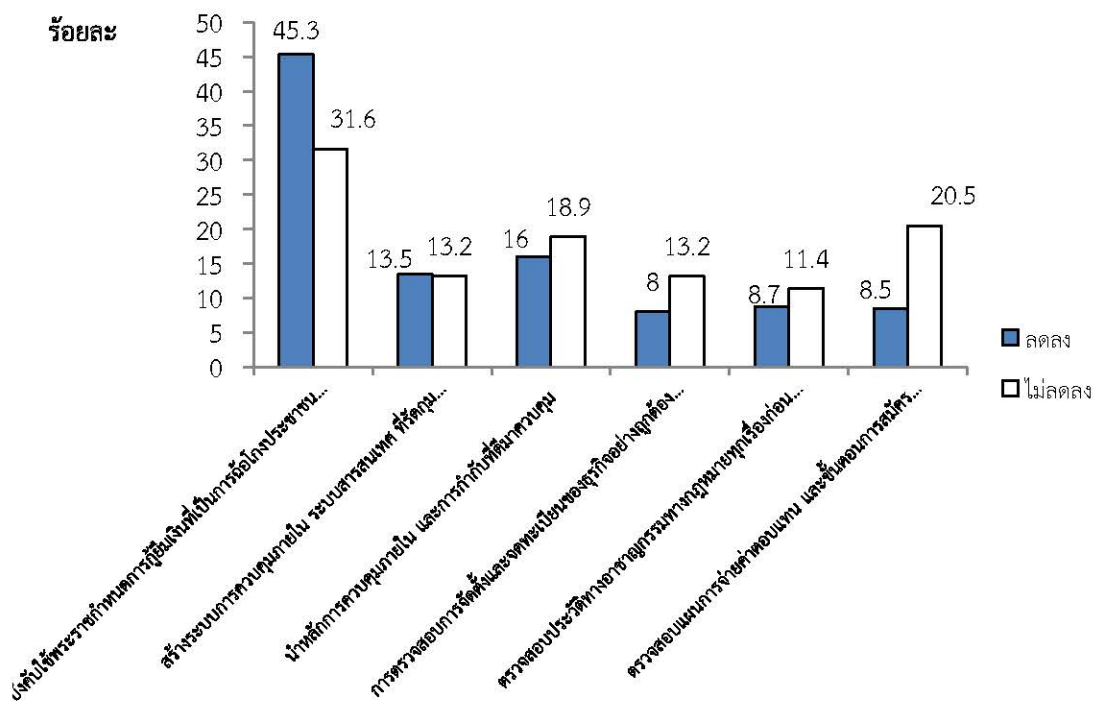


จากตารางที่ 4.20 และภาพที่ 4.22 พบว่า มาตรการป้องกันการทุจริตวิธีอัตราแลกเปลี่ยนเงิน  
จำแนกตามผลกระทบการกำกับกิจการที่ดี ปรากฏผลดังนี้

ลดลง มาตรการป้องกันการทุจริต ด้วยวิธีอัตราแลกเปลี่ยนเงินมากที่สุด ได้แก่ บังคับใช้พระราช  
กำหนดการกู้ยืมเงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชน พ.ศ. 2527 (มาตรา 4 และ 5) คิดเป็นร้อยละ 45.30  
รองลงมา การนำหลักการควบคุมภายใน และการกำกับที่ดีมาควบคุม คิดเป็นร้อยละ 16.00 สร้างระบบการ  
ควบคุมภายใน ระบบสารสนเทศ ที่รัดกุม รอบคอบ และตรวจสอบ คิดเป็นร้อยละ 13.50 ตรวจสอบประวัติ  
ทางอาชญากรรมทางกฎหมายทุกเรื่องก่อนร่วมทุน คิดเป็นร้อยละ 8.70 การตรวจสอบแผนการจ่าย  
ค่าตอบแทน และขั้นตอนการสมัครสมาชิกที่ชัดเจน คิดเป็นร้อยละ 8.50 และการตรวจสอบการจัดตั้งและจด  
ทะเบียนของธุรกิจอย่างถูกต้อง และเข้มงวด คิดเป็นร้อยละ 8.00 ตามลำดับ

ไม่ลดลง มาตรการป้องกันการทุจริต ด้วยวิธีการลงทุนมากที่สุด ได้แก่ บังคับใช้พระราชกำหนดการ  
กู้ยืมเงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชน พ.ศ. 2527 (มาตรา 4 และ 5) คิดเป็นร้อยละ 31.60 รองลงมา การ  
ตรวจสอบแผนการจ่ายค่าตอบแทน และขั้นตอนการสมัครสมาชิกที่ชัดเจน คิดเป็นร้อยละ 20.50 การนำ  
หลักการควบคุมภายใน และการกำกับที่ดีมาควบคุม คิดเป็นร้อยละ 18.90 สร้างระบบการควบคุมภายใน  
ระบบสารสนเทศ ที่รัดกุม รอบคอบ ตรวจสอบ และการตรวจสอบการจัดตั้งและจดทะเบียนของธุรกิจอย่าง  
ถูกต้อง และเข้มงวด คิดเป็นร้อยละ 13.20 เท่ากัน และตรวจสอบประวัติทางอาชญากรรมทางกฎหมายทุก  
เรื่องก่อนร่วมทุน คิดเป็นร้อยละ 11.40 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ผลกระทบการกำกับกิจการที่ดี ในมาตรการป้องกันการทุจริตวิธีอัตราแลกเปลี่ยนเงิน  
ปรากฏดังภาพที่ 4.23



ภาพที่ 4.23 แสดงค่าร้อยละผลกระทบการกำกับกิจการที่ดี จำแนกตามมาตรการป้องกันการทุจริต  
วิธีอัตราแลกเปลี่ยนเงิน

จากภาพที่ 4.23 ผลกระทบการกำกับกิจการที่ดีมาใช้กับมาตรการป้องกันการทุจริต ปรากฏผลดังนี้  
 บังคับใช้พระราชกำหนดการกู้ยืมเงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชน พ.ศ. 2527 (มาตรา 4 และ 5) ผู้ตอบ  
 แบบสอบถามเลือกมากที่สุด ได้แก่ ลดลง คิดเป็นร้อยละ 45.30 ที่เหลือได้แก่ ไม่ลดลง คิดเป็นร้อยละ 31.60

สร้างระบบการควบคุมภายใน ระบบสารสนเทศ ที่รัดกุม รอบคอบ และตรวจสอบได้ ผู้ตอบ  
 แบบสอบถามเลือกมากที่สุด ได้แก่ ลดลง คิดเป็นร้อยละ 13.50 ที่เหลือได้แก่ ไม่ลดลง คิดเป็นร้อยละ 13.20

นำหลักการควบคุมภายใน และการกำกับที่ดีมาควบคุม ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกมากที่สุด ได้แก่ ไม่  
 ลดลง คิดเป็นร้อยละ 18.90 ที่เหลือได้แก่ ลดลง คิดเป็นร้อยละ 16.00

การตรวจสอบการจัดตั้งและจดทะเบียนของธุรกิจอย่างถูกต้อง และเข้มงวด ผู้ตอบแบบสอบถาม  
 เลือกมากที่สุด ได้แก่ ไม่ลดลง คิดเป็นร้อยละ 13.20 ที่เหลือได้แก่ ลดลง คิดเป็นร้อยละ 8

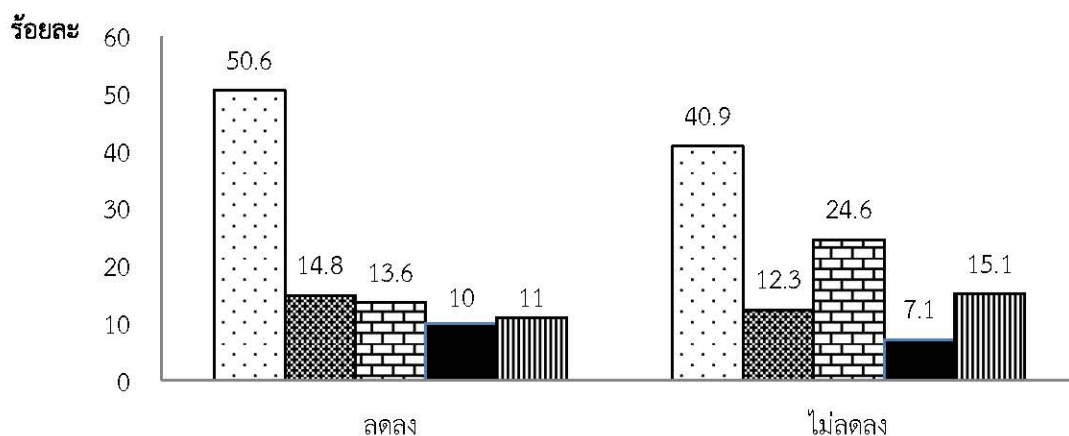
ตรวจสอบประวัติทางอาชญากรรมทางกฎหมายทุกเรื่องก่อนร่วมทุน ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกมาก  
 ที่สุด ได้แก่ ไม่ลดลง คิดเป็นร้อยละ 11.40 ที่เหลือได้แก่ ลดลง คิดเป็นร้อยละ 8.70

ตรวจสอบแผนการจ่ายค่าตอบแทน และขั้นตอนการสมัครสมาชิกที่ชัดเจน ผู้ตอบแบบสอบถามเลือก  
 มากที่สุด ได้แก่ ไม่ลดลง คิดเป็นร้อยละ 20.50 ที่เหลือได้แก่ ลดลง คิดเป็นร้อยละ 8.50

#### 4.4.4 ขายฝันระดมทุนตั้งบริษัทในตลาดหลักทรัพย์ ปรากฏผล ดังตารางที่ 4.21 และภาพที่ 24 - 25

ตารางที่ 4.21 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละของมาตรการป้องกันการทุจริต จำแนกตามผลกระทบการ  
 กำกับกิจการที่ดี วิธีขายฝันระดมทุนตั้งบริษัทในตลาดหลักทรัพย์

มาตรการป้องกันการทุจริต	ลดลง		ไม่ลดลง	
	ค่าความถี่	ร้อยละ	ค่าความถี่	ร้อยละ
นำพระราชกำหนดการกู้ยืมเงินที่เป็นการฉ้อโกง ประชาชน พ.ศ. 2527 (มาตรา 4 และ 5) และ กฎหมายการคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา/ด้านฉลาก/ ด้านสัญญา บังคับใช้	549	50.60	103	40.90
สร้างระบบการควบคุมภายใน ระบบสารสนเทศ ที่ รัดกุม รอบคอบ และตรวจสอบได้	160	14.80	31	12.30
นำหลักการควบคุมภายใน และการกำกับที่ดีมา ควบคุม	147	13.60	62	24.60
ปลูกฝังให้บุคลากรในองค์กรยึดมั่นต่อหลักคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน	108	10.00	18	7.10
ตรวจสอบประวัติทางอาชญากรรมทางกฎหมายทุก เรื่องก่อนร่วมทุน	120	11.00	38	15.10
<b>รวม</b>	<b>1,084</b>	<b>100.00</b>	<b>252</b>	<b>18.90</b>



- นำพระราชกำหนดการกู้ยืมเงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชน พ.ศ. 2527 (มาตรา 4 และ 5) และกฎหมายการคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา/ด้านฉลาก/ด้านสัญญา บังคับใช้
- ▣ สร้างระบบการควบคุมภายใน ระบบสารสนเทศ ที่รัดกุม รอบคอบ และตรวจสอบได้
- ▣ นำหลักการควบคุมภายใน และการกำกับที่ดีมาควบคุม
- ปลูกฝังให้บุคลากรในองค์กรยึดมั่นต่อหลักคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน
- ▣ ตรวจสอบประวัติทางอาชญากรรมทางกฎหมายทุกเรื่องก่อนร่วมทุน

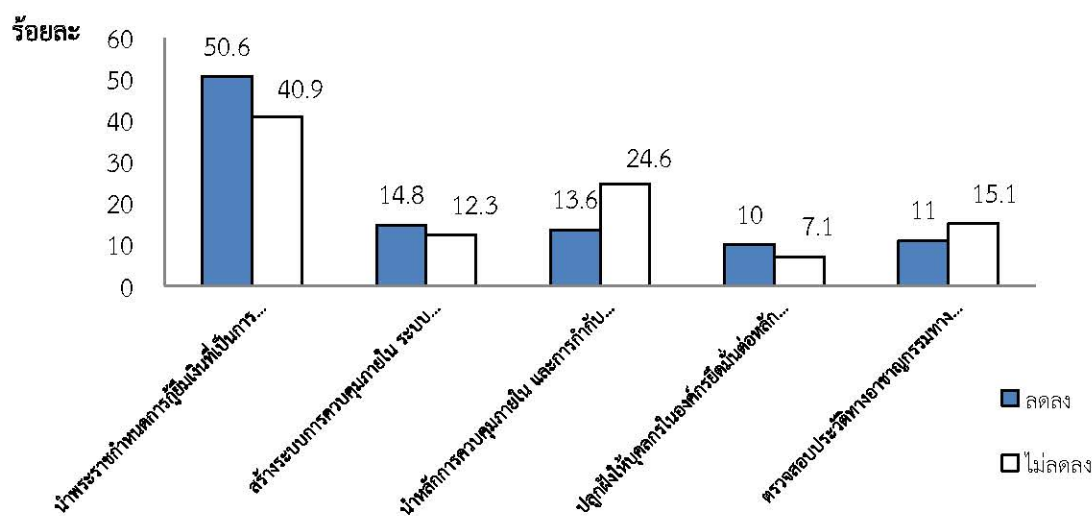
**ภาพที่ 4.24** แสดงค่าร้อยละของมาตรการป้องกันการทุจริต จำแนกผลกระทบการกำกับกิจการที่ดี  
วิชาชีพผันระดมทุนตั้งบริษัทเข้าตลาดหลักทรัพย์

จากตารางที่ 4.21 และภาพที่ 4.24 พบว่า มาตรการป้องกันการทุจริตวิธีอัตราแลกเปลี่ยนเงิน  
จำแนกตามผลกระทบการกำกับกิจการที่ดี ปรากฏผลดังนี้ ปรากฏผลดังนี้

ลดลง มาตรการป้องกันการทุจริต ด้วยวิธีขายผันระดมทุนตั้งบริษัทเข้าตลาดหลักทรัพย์มากที่สุด  
ได้แก่ นำพระราชกำหนดการกู้ยืมเงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชน พ.ศ. 2527 (มาตรา 4 และ 5) และ  
กฎหมายการคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา/ด้านฉลาก/ด้านสัญญา บังคับใช้ คิดเป็นร้อยละ 50.60 รองลงมา  
สร้างระบบการควบคุมภายใน ระบบสารสนเทศ ที่รัดกุม รอบคอบ และตรวจสอบได้ คิดเป็นร้อยละ 14.80  
การนำหลักการควบคุมภายใน และการกำกับที่ดีมาควบคุม คิดเป็นร้อยละ 13.60 ตรวจสอบประวัติทางอา  
ชญากรรมทางกฎหมายทุกเรื่องก่อนร่วมทุน คิดเป็นร้อยละ 11.00 และปลูกฝังให้บุคลากรในองค์กรยึดมั่นต่อ  
หลักคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

ไม่ลดลง มาตรการป้องกันการทุจริต ด้วยวิธีการลงทุนมากที่สุด ได้แก่ นำพระราชกำหนดการกู้ยืม  
เงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชน พ.ศ. 2527 (มาตรา 4 และ 5) และกฎหมายการคุ้มครองผู้บริโภคด้าน  
โฆษณา/ด้านฉลาก/ด้านสัญญา บังคับใช้ คิดเป็นร้อยละ 40.90 รองลงมา การนำหลักการควบคุมภายใน  
และการกำกับที่ดีมาควบคุม คิดเป็นร้อยละ 24.60 ตรวจสอบประวัติทางอาชญากรรมทางกฎหมายทุกเรื่อง  
ก่อนร่วมทุน คิดเป็นร้อยละ 15.10 สร้างระบบการควบคุมภายใน ระบบสารสนเทศ ที่รัดกุม รอบคอบ และ  
ตรวจสอบได้ คิดเป็นร้อยละ 12.30 และปลูกฝังให้บุคลากรในองค์กรยึดมั่นต่อหลักคุณธรรม จริยธรรม และ  
จรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน คิดเป็นร้อยละ 7.10 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ผลกระทบการกำกับกิจการที่ดี ในมาตรการป้องกันการทุจริต วิธีชายฝั่งระดมทุน ตั้งบริษัทในตลาดหลักทรัพย์ ปรากฏดังภาพที่ 4.25



ภาพที่ 4.25 แสดงค่าร้อยละผลกระทบการกำกับกิจการที่ดี จำแนกตามมาตรการป้องกันการทุจริต วิธีชายฝั่งระดมทุนตั้งบริษัทในตลาดหลักทรัพย์

จากภาพที่ 4.25 พบว่า ผลกระทบการกำกับกิจการที่ดีมาใช้กับมาตรการป้องกันการทุจริต ปรากฏผลดังนี้

นำพระราชกำหนดการกักเงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชน พ.ศ. 2527 (มาตรา 4 และ 5) และกฎหมาย การคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา/ด้านฉลาก/ด้านสัญญา บังคับใช้ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกมากที่สุด ได้แก่ ลดลง คิดเป็นร้อยละ 50.60 ที่เหลือได้แก่ ไม่ลดลง คิดเป็นร้อยละ 40.90

สร้างระบบการควบคุมภายใน ระบบสารสนเทศ ที่รัดกุม รอบคอบ และตรวจสอบได้ ผู้ตอบ แบบสอบถามเลือกมากที่สุด ได้แก่ ลดลง คิดเป็นร้อยละ 14.80 ที่เหลือได้แก่ ไม่ลดลง คิดเป็นร้อยละ 12.30

นำหลักการควบคุมภายใน และการกำกับที่ดีมาควบคุม ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกมากที่สุด ได้แก่ ไม่ ลดลง คิดเป็นร้อยละ 24.60 ที่เหลือได้แก่ ลดลง คิดเป็นร้อยละ 13.60

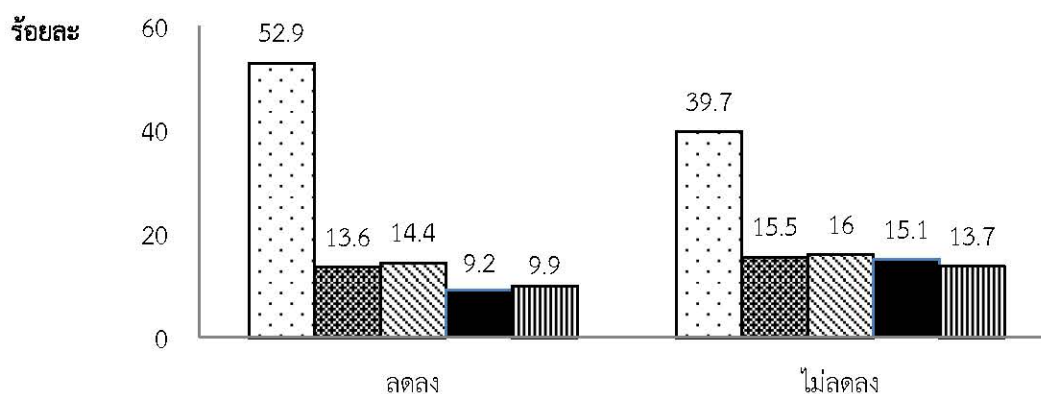
ปลูกฝังให้บุคลากรในองค์กรยึดมั่นต่อหลักคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกมากที่สุด ได้แก่ ลดลง คิดเป็นร้อยละ 10 ที่เหลือได้แก่ ไม่ลดลง คิดเป็นร้อยละ 7.10

ตรวจสอบประวัติทางอาชญากรรมทางกฎหมายทุกเรื่องก่อนร่วมทุน ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกมากที่สุด ได้แก่ ไม่ลดลง คิดเป็นร้อยละ 15.10 ที่เหลือได้แก่ ไม่ลดลง คิดเป็นร้อยละ 11

#### 4.4.5 อัตราแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศเป็นสิ่งดึงดูด ปรากฏผล ดังตารางที่ 4.22 และภาพที่ 4.26 – 4.27

**ตารางที่ 4.22** แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละของมาตรการป้องกันการทุจริต จำแนกตามผลกระทบการกำกับกิจการที่ดี วิธีอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศเป็นสิ่งดึงดูด

มาตรการป้องกันการทุจริต	ลดลง		ไม่ลดลง	
	ค่าความถี่	ร้อยละ	ค่าความถี่	ร้อยละ
บังคับใช้พระราชกำหนดการกักเงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชน พ.ศ. 2527 และพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545	579	52.90	87	39.70
สร้างระบบการควบคุมภายใน ระบบสารสนเทศ ที่รัดกุม รอบคอบ และตรวจสอบได้	149	13.60	34	15.50
นำหลักการควบคุมภายใน และการกำกับที่ดีมาควบคุม	157	14.40	35	16.00
ตรวจสอบประวัติทางอาชญากรรมทางกฎหมายทุกเรื่องก่อนร่วมทุน	101	9.20	33	15.10
ตรวจสอบแผนการจ่ายค่าตอบแทน และขั้นตอนการสมัครสมาชิกที่ชัดเจน	108	9.90	30	13.70
<b>รวม</b>	<b>1,094</b>	<b>100.00</b>	<b>219</b>	<b>16.70</b>



- บังคับใช้พระราชกำหนดการกักเงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชน พ.ศ. 2527 และพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545
- ▨ สร้างระบบการควบคุมภายใน ระบบสารสนเทศ ที่รัดกุม รอบคอบ และตรวจสอบได้
- ▤ นำหลักการควบคุมภายใน และการกำกับที่ดีมาควบคุม
- ตรวจสอบประวัติทางอาชญากรรมทางกฎหมายทุกเรื่องก่อนร่วมทุน
- ▩ ตรวจสอบแผนการจ่ายค่าตอบแทน และขั้นตอนการสมัครสมาชิกที่ชัดเจน

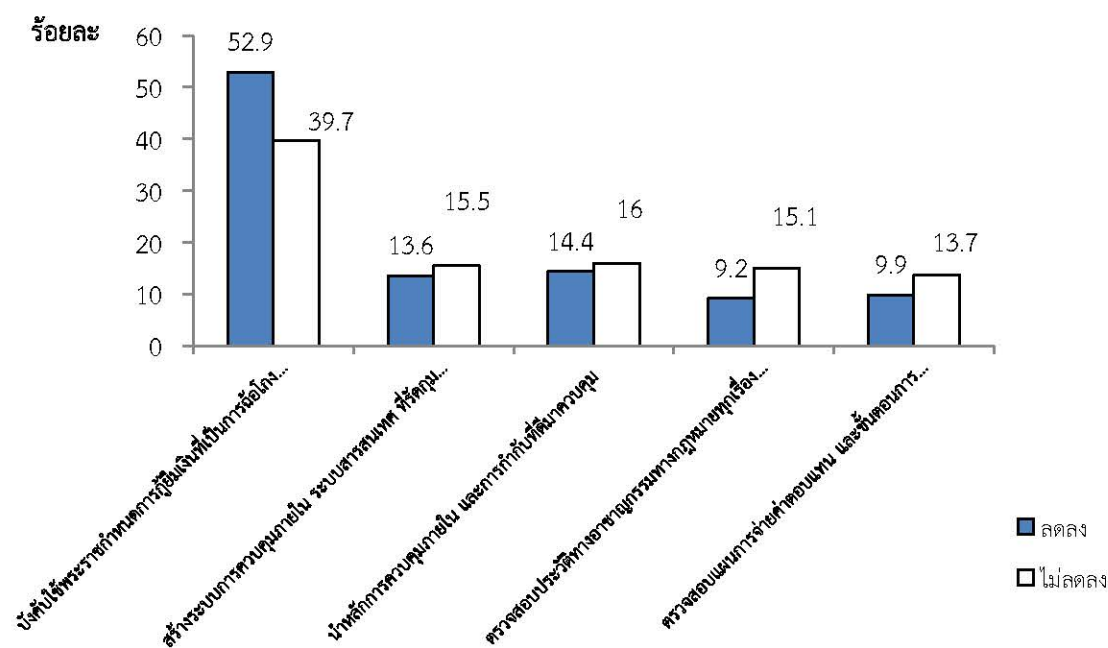
**ภาพที่ 4.26** แสดงค่าร้อยละของมาตรการป้องกันการทุจริต จำแนกผลกระทบการกำกับกิจการที่ดี วิธีอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศเป็นสิ่งดึงดูด

จากตารางที่ 4.22 และภาพที่ 4.26 พบว่า มาตรการป้องกันการทุจริตวิธีอัตราแลกเปลี่ยนเงิน  
จำแนกตามผลกระทบการกำกับกิจการที่ดี ปรากฏผลดังนี้

ลดลง มาตรการป้องกันการทุจริต ด้วยวิธีอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศเป็นสิ่งดึงดูดมากที่สุด  
ได้แก่ บังคับใช้พระราชกำหนดการกู้ยืมเงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชน พ.ศ. 2527 และพระราชบัญญัติขาย  
ตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 คิดเป็นร้อยละ 52.90 รองลงมา สร้างระบบการควบคุมภายใน ระบบ  
สารสนเทศ ที่รัดกุม รอบคอบ และตรวจสอบได้ คิดเป็นร้อยละ 13.60 การนำหลักการควบคุมภายใน และ  
การกำกับที่ดีมาควบคุม คิดเป็นร้อยละ 14.40 ตรวจสอบประวัติทางอาชญากรรมทางกฎหมายทุกเรื่องก่อน  
ร่วมทุน คิดเป็นร้อยละ 9.20 และตรวจสอบแผนการจ่ายค่าตอบแทน และขั้นตอนการสมัครสมาชิกที่ชัดเจน  
คิดเป็นร้อยละ 9.90 ตามลำดับ

ไม่ลดลง มาตรการป้องกันการทุจริต ด้วยวิธีอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศเป็นสิ่งดึงดูดมากที่สุด  
ได้แก่ บังคับใช้พระราชกำหนดการกู้ยืมเงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชน พ.ศ. 2527 และพระราชบัญญัติขาย  
ตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 คิดเป็นร้อยละ 39.70 รองลงมา การนำหลักการควบคุมภายใน และการ  
กำกับที่ดีมาควบคุม คิดเป็นร้อยละ 16 สร้างระบบการควบคุมภายใน ระบบสารสนเทศ ที่รัดกุม รอบคอบ  
และตรวจสอบได้ คิดเป็นร้อยละ 15.50 ตรวจสอบแผนการจ่ายค่าตอบแทน และขั้นตอนการสมัครสมาชิกที่  
ชัดเจน คิดเป็นร้อยละ 15.10 และตรวจสอบประวัติทางอาชญากรรมทางกฎหมายทุกเรื่องก่อนร่วมทุน คิด  
เป็นร้อยละ 13.70 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ผลกระทบการกำกับกิจการที่ดี ในมาตรการป้องกันการทุจริต วิธีอัตราแลกเปลี่ยน  
ระหว่างประเทศเป็นสิ่งดึงดูด ดังภาพที่ 4.27



ภาพที่ 4.27 แสดงค่าร้อยละผลกระทบการกำกับกิจการที่ดี จำแนกตามมาตรการป้องกันการทุจริต  
วิธีอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศเป็นสิ่งดึงดูด

จากภาพที่ 4.27 พบว่า ผลกระทบการกำกับกิจการที่ดีมาใช้กับมาตรการป้องกันการทุจริต ปรากฏผลดังนี้

บังคับใช้พระราชกำหนดการกู้ยืมเงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชน พ.ศ. 2527 และพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกมากที่สุด ได้แก่ ลดลง คิดเป็นร้อยละ 52.90 ที่เหลือได้แก่ ไม่ลดลง คิดเป็นร้อยละ 39.70

สร้างระบบการควบคุมภายใน ระบบสารสนเทศ ที่รัดกุม รอบคอบ และตรวจสอบได้ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกมากที่สุด ได้แก่ ไม่ลดลง คิดเป็นร้อยละ 15.50 ที่เหลือได้แก่ ลดลง คิดเป็นร้อยละ 13.60

นำหลักการควบคุมภายใน และการกำกับที่ดีมาควบคุม ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกมากที่สุด ได้แก่ ไม่ลดลง คิดเป็นร้อยละ 16 ที่เหลือได้แก่ ลดลง คิดเป็นร้อยละ 14.40

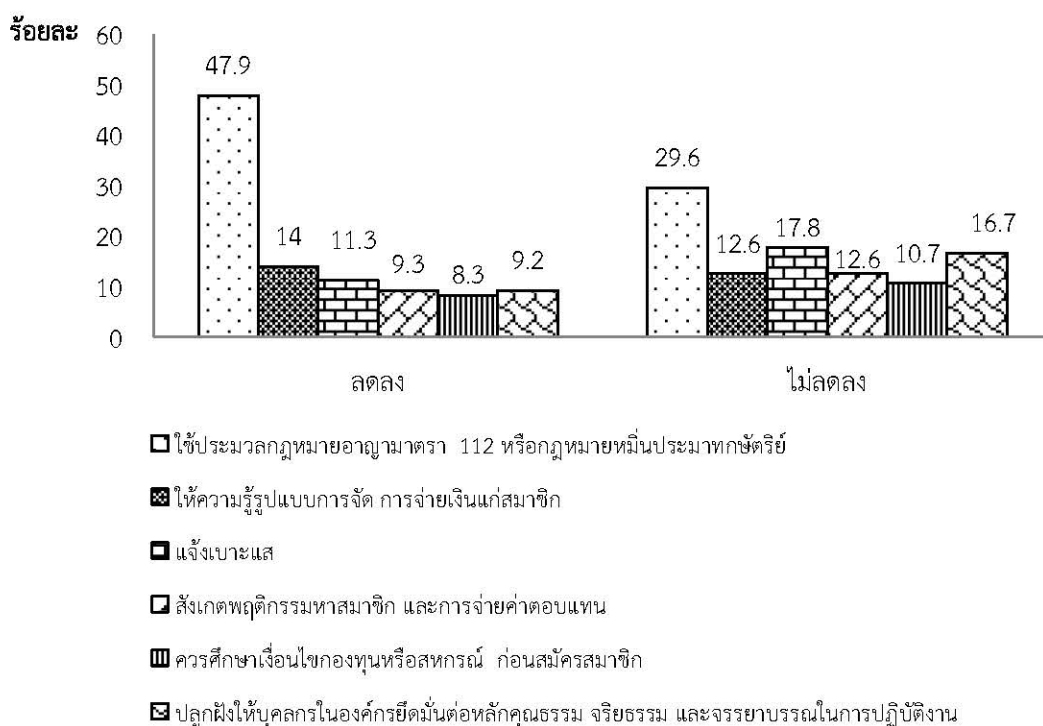
ตรวจสอบประวัติทางอาชญากรรมทางกฎหมายทุกเรื่องก่อนร่วมทุน ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกมากที่สุด ได้แก่ ไม่ลดลง คิดเป็นร้อยละ 15.10 ที่เหลือได้แก่ ลดลง คิดเป็นร้อยละ 9.20

ตรวจสอบแผนการจ่ายค่าตอบแทน และขั้นตอนการสมัครสมาชิกที่ชัดเจน ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกมากที่สุด ได้แก่ ไม่ลดลง คิดเป็นร้อยละ 13.70 ที่เหลือได้แก่ ลดลง คิดเป็นร้อยละ 9.90

#### 4.4.6 แอบอ้างชื่อผู้มีอิทธิพล ปรากฏผล ดังตารางที่ 4.23 และภาพที่ 4.28 – 4.29

**ตารางที่ 4.23** แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละของมาตรการป้องกันการทุจริต จำแนกตามผลกระทบการกำกับกิจการที่ดี วิธีแอบอ้างชื่อผู้มีอิทธิพล

มาตรการป้องกันการทุจริต	ลดลง		ไม่ลดลง	
	ค่าความถี่	ร้อยละ	ค่าความถี่	ร้อยละ
ใช้ประมวลกฎหมายอาญามาตรา 112 หรือกฎหมายหมิ่นประมาทกษัตริย์	547	47.90	75	29.60
ให้ความรู้รูปแบบการจัด การจ่ายเงินแก่สมาชิก	160	14.00	32	12.60
แจ้งเบาะแส	129	11.30	45	17.80
สังเกตพฤติกรรมหาสมาชิก และการจ่ายค่าตอบแทน	106	9.30	32	12.60
ควรรศึกษาเงื่อนไขกองทุนหรือสหกรณ์ ก่อนสมัครสมาชิก	95	8.30	27	10.70
ปลุกฝังให้บุคลากรในองค์กรยึดมั่นต่อหลักคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน	106	9.20	42	16.70
<b>รวม</b>	<b>1,143</b>	<b>100.00</b>	<b>253</b>	<b>100.00</b>



**ภาพที่ 4.28** แสดงค่าร้อยละของมาตรการป้องกันการทุจริต จำแนกผลกระทบการกำกับกิจการที่ดี วิธีแอบอ้างชื่อผู้มีอิทธิพล

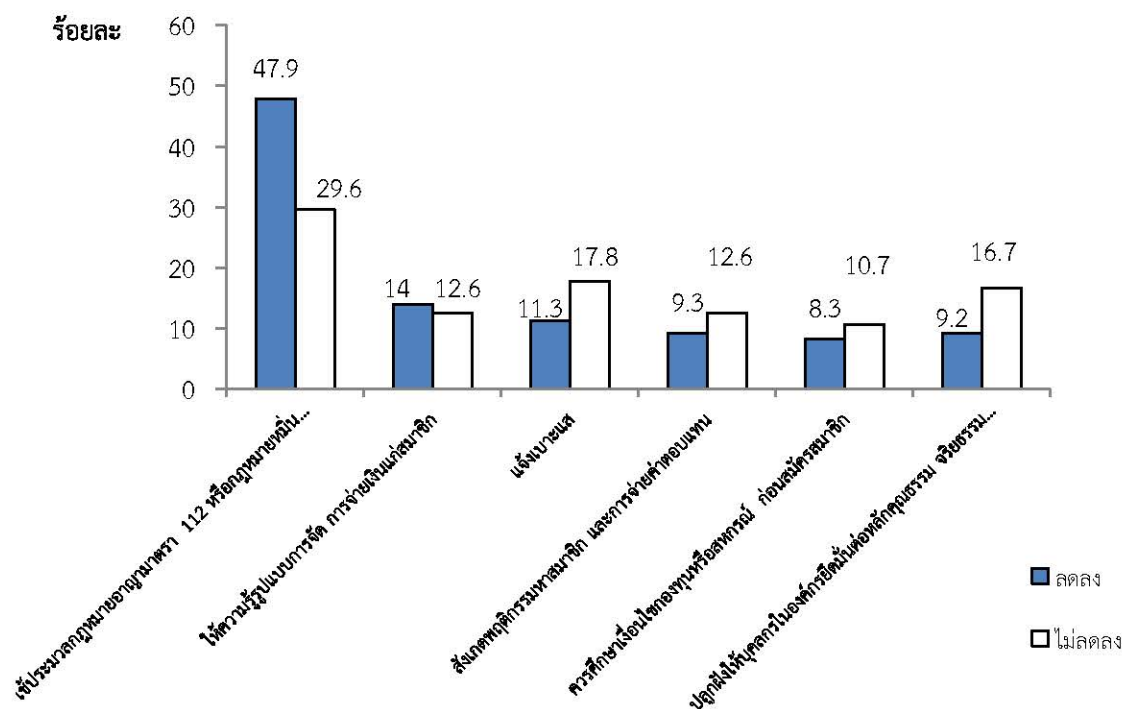
จากตารางที่ 4.23 และภาพที่ 4.28 พบว่า มาตรการป้องกันการทุจริตวิธีอัตราแลกเปลี่ยนเงิน จำแนกตามผลกระทบการกำกับกิจการที่ดี ปรากฏผลดังนี้

ลดลง มาตรการป้องกันการทุจริต ด้วยวิธีแอบอ้างชื่อผู้มีอิทธิพลมากที่สุด ได้แก่ ใช้ประมวลกฎหมายอาญามาตรา 112 หรือกฎหมายหมิ่นประมาทกษัตริย์ คิดเป็นร้อยละ 47.90 รองลงมา ให้ความรู้รูปแบบการจัด การจ่ายเงินแก่สมาชิก คิดเป็นร้อยละ 11.30 แจ้งเบาะแส คิดเป็นร้อยละ 11.30 สังเกตพฤติกรรมหาสมาชิก และการจ่ายค่าตอบแทน คิดเป็นร้อยละ 9.30 ควรรศึกษาเงื่อนไขกองทุนหรือสหกรณ์ ก่อนสมัครสมาชิก คิดเป็นร้อยละ 8.30 และปลุกฝังให้บุคลากรในองค์กรยึดมั่นต่อหลักคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน คิดเป็นร้อยละ 9.20 และ ตามลำดับ

ไม่ลดลง มาตรการป้องกันการทุจริต ด้วยวิธีแอบอ้างชื่อผู้มีอิทธิพลมากที่สุด ได้แก่ ใช้ประมวลกฎหมายอาญามาตรา 112 หรือกฎหมายหมิ่นประมาทกษัตริย์ คิดเป็นร้อยละ 29.60 รองลงมา แจ้งเบาะแส คิดเป็นร้อยละ 17.80 ปลุกฝังให้บุคลากรในองค์กรยึดมั่นต่อหลักคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน คิดเป็นร้อยละ 16.70 ให้ความรู้รูปแบบการจัด การจ่ายเงินแก่สมาชิกและสังเกตพฤติกรรมหาสมาชิก และการจ่ายค่าตอบแทน คิดเป็นร้อยละ 12.60 เท่ากัน และควรรศึกษาเงื่อนไขกองทุนหรือสหกรณ์ ก่อนสมัครสมาชิก คิดเป็นร้อยละ 10.70 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ผลกระทบการกำกับกิจการที่ดี ในมาตรการป้องกันการทุจริต วิธีแอบอ้างชื่อผู้มีอิทธิพล ดังภาพที่ 4.29





ภาพที่ 4.29 แสดงค่าร้อยละผลกระทบการกำกับกิจการที่ดี จำแนกตามมาตรการป้องกันการทุจริต วิธีแบบอ้างอิงผู้มีอิทธิพล

จากภาพที่ 4.29 พบว่า ผลกระทบการกำกับกิจการที่ดีมาใช้กับมาตรการป้องกันการทุจริต ปรากฏผลดังนี้

ใช้ประมวลกฎหมายอาญามาตรา 112 หรือกฎหมายหมิ่นประมาทกษัตริย์ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกมากที่สุด ได้แก่ ลดลง คิดเป็นร้อยละ 47.90 ที่เหลือได้แก่ ไม่ลดลง คิดเป็นร้อยละ 29.60

ให้ความรู้รูปแบบการจัด การจ่ายเงินแก่สมาชิก ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกมากที่สุด ได้แก่ ลดลง คิดเป็นร้อยละ 14 ที่เหลือได้แก่ ไม่ลดลง คิดเป็นร้อยละ 12.60

แจ้งเบาะแส ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกมากที่สุด ได้แก่ ไม่ลดลง คิดเป็นร้อยละ 17.80 ที่เหลือได้แก่ ลดลง คิดเป็นร้อยละ 11.30

สังเกตพฤติกรรมทาสสมาชิก และการจ่ายค่าตอบแทน ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกมากที่สุด ได้แก่ ไม่ลดลง คิดเป็นร้อยละ 12.60 ที่เหลือได้แก่ ลดลง คิดเป็นร้อยละ 9.30

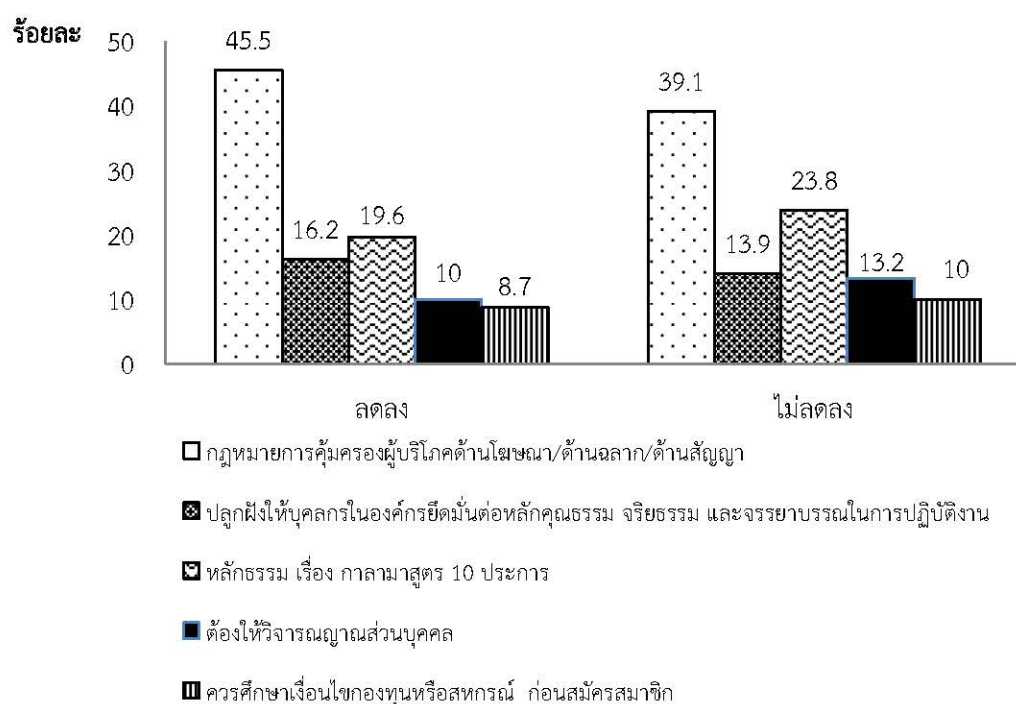
ควรถักงานเงื่อนไขกองทุนหรือสหกรณ์ ก่อนสมัครสมาชิก ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกมากที่สุด ได้แก่ ไม่ลดลง คิดเป็นร้อยละ 10.70 ที่เหลือได้แก่ ลดลง คิดเป็นร้อยละ 8.30

ปลูกฝังให้บุคลากรในองค์กรยึดมั่นต่อหลักคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกมากที่สุด ได้แก่ ไม่ลดลง คิดเป็นร้อยละ 16.70 ที่เหลือได้แก่ ลดลง คิดเป็นร้อยละ 9.20

#### 4.4.7 ขยายสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ปราบกฏผล ดังตารางที่ 4.24 และภาพที่ 4.30 – 4.31

ตารางที่ 4.24 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละของมาตรการป้องกันการทุจริต จำแนกตามผลกระทบการกำกับกิจการที่ดี วิธีขยายสิ่งศักดิ์สิทธิ์

มาตรการป้องกันการทุจริต	ลดลง		ไม่ลดลง	
	ค่าความถี่	ร้อยละ	ค่าความถี่	ร้อยละ
กฎหมายการคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา/ด้านฉลาก/ด้านสัญญา	507	45.50	110	39.10
ปลูกฝังให้บุคลากรในองค์กรยึดมั่นต่อหลักคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน	181	16.20	39	13.90
หลักธรรม เรื่อง กาลามาสูตร 10 ประการ	218	19.60	67	23.80
ต้องให้วิจารณ์ญาณส่วนบุคคล	112	10.00	37	13.20
ควรรศึกษาเงื่อนไขกองทุนหรือสหกรณ์ ก่อนสมัครสมาชิก	97	8.70	28	10.00
<b>รวม</b>	<b>1,115</b>	<b>100.00</b>	<b>281</b>	<b>100.00</b>



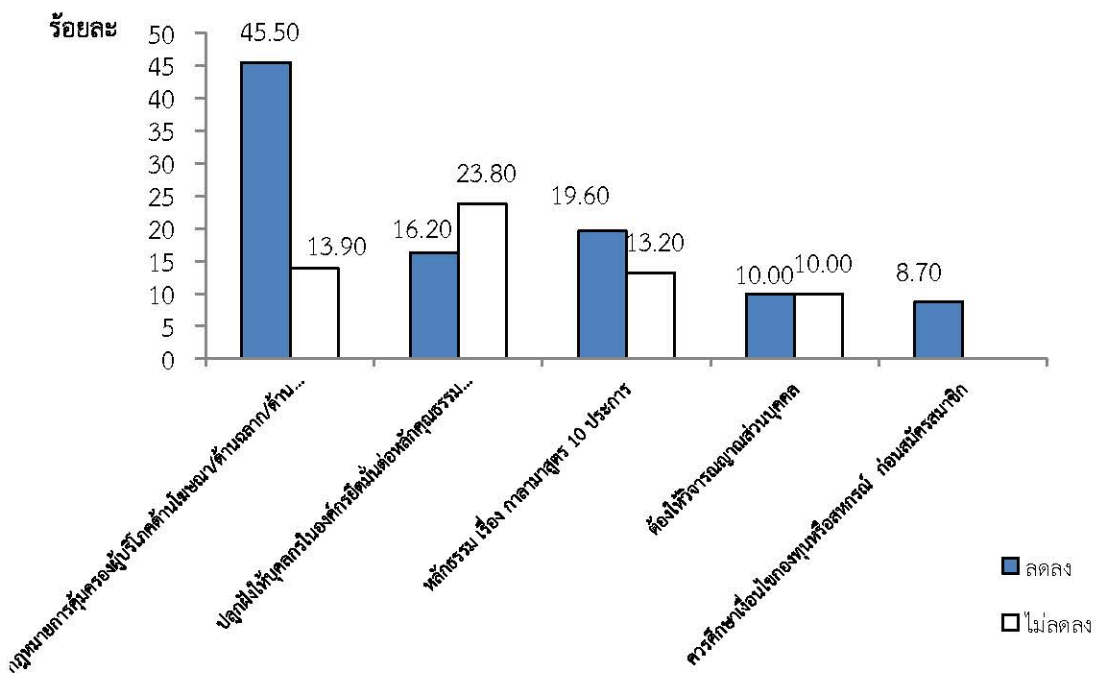
ภาพที่ 4.30 แสดงค่าร้อยละของมาตรการป้องกันการทุจริต จำแนกผลกระทบการกำกับกิจการที่ดี วิธีขยายสิ่งศักดิ์สิทธิ์

จากตารางที่ 4.24 และภาพที่ 4.30 พบว่า มาตรการป้องกันการทุจริตวิธีขยายสิ่งศักดิ์สิทธิ์ จำแนกตามผลกระทบการกำกับกิจการที่ดี ปราบกฏผลดังนี้

ลดลง มาตรการป้องกันการทุจริต ด้วยวิธีขายสิ่งศักดิ์สิทธิ์มากที่สุด ได้แก่ กฎหมายการคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา/ด้านฉลาก/ด้านสัญญา คิดเป็นร้อยละ 45.50 รองลงมา หลักธรรม เรื่อง กาลามาสูตร 10 ประการ คิดเป็นร้อยละ 19.60 ปลุกฝังให้บุคลากรในองค์กรยึดมั่นต่อหลักคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน คิดเป็นร้อยละ 16.20 ต้องให้วิจารณ์ญาณส่วนบุคคล คิดเป็นร้อยละ 10 และควรศึกษาเงื่อนไขของทุนหรือสหกรณ์ ก่อนสมัครสมาชิก คิดเป็นร้อยละ 8.70 ตามลำดับ

ไม่ลดลง มาตรการป้องกันการทุจริต ด้วยวิธีขายสิ่งศักดิ์สิทธิ์มากที่สุด ได้แก่ กฎหมายการคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา/ด้านฉลาก/ด้านสัญญา คิดเป็นร้อยละ 39.10 รองลงมา หลักธรรม เรื่อง กาลามาสูตร 10 ประการ คิดเป็นร้อยละ 23.80 ปลุกฝังให้บุคลากรในองค์กรยึดมั่นต่อหลักคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน คิดเป็นร้อยละ 13.90 ต้องให้วิจารณ์ญาณส่วนบุคคล คิดเป็นร้อยละ 13.20 และควรศึกษาเงื่อนไขของทุนหรือสหกรณ์ ก่อนสมัครสมาชิก คิดเป็นร้อยละ 10 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ผลกระทบการกำกับกิจการที่ดี ในมาตรการป้องกันการทุจริต วิธีขายสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ปรากฏดังภาพที่ 4.31



ภาพที่ 4.31 แสดงค่าร้อยละผลกระทบการกำกับกิจการที่ดี จำแนกตามมาตรการป้องกันการทุจริต วิธีขายสิ่งศักดิ์สิทธิ์

จากภาพที่ 4.31 พบว่า ผลกระทบการกำกับกิจการที่ดีมาใช้กับมาตรการป้องกันการทุจริต ปรากฏผลดังนี้

กฎหมายการคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา/ด้านฉลาก/ด้านสัญญา ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกมากที่สุด ได้แก่ ลดลง คิดเป็นร้อยละ 45.50 ที่เหลือได้แก่ ไม่ลดลง คิดเป็นร้อยละ 39.10

ปลุกฝังให้บุคลากรในองค์กรยึดมั่นต่อหลักคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกมากที่สุด ได้แก่ ลดลง คิดเป็นร้อยละ 16.20 ที่เหลือได้แก่ ลดลง คิดเป็นร้อยละ 11.30

หลักธรรม เรื่อง กาลามาสูตร 10 ประการ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกมากที่สุด ได้แก่ ไม่ลดลง คิดเป็นร้อยละ 23.80 ที่เหลือได้แก่ ลดลง คิดเป็นร้อยละ 19.60

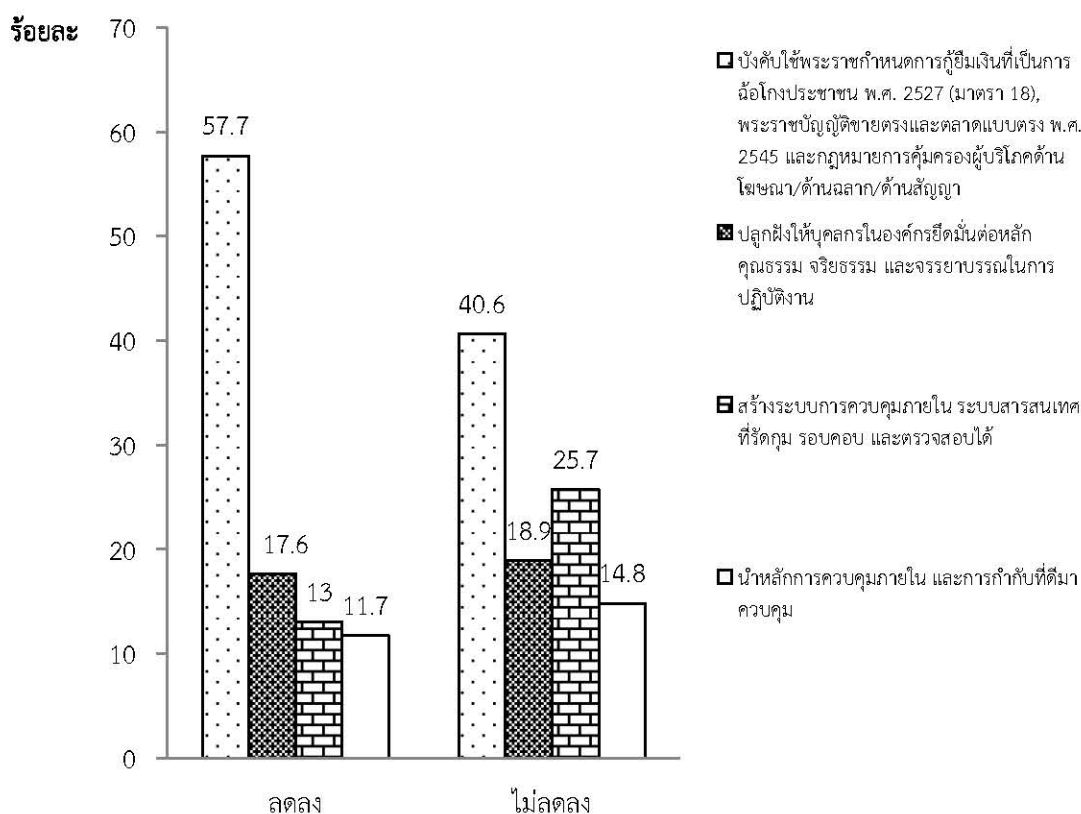
ต้องให้วิจารณ์ญาณส่วนบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกมากที่สุด ได้แก่ ไม่ลดลง คิดเป็นร้อยละ 13.20 ที่เหลือได้แก่ ลดลง คิดเป็นร้อยละ 10

ควรศึกษาเงื่อนไขกองทุนหรือสหกรณ์ ก่อนสมัครสมาชิก ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกมากที่สุด ได้แก่ ไม่ลดลง คิดเป็นร้อยละ 10 ที่เหลือได้แก่ ลดลง คิดเป็นร้อยละ 8.70

**4.4.8 การใช้โซเซียลมีเดียล่อเหยื่อนักศึกษา และสมาชิกใหม่** ปรากฏผล ดังตารางที่ 4.25 และภาพที่ 4.32 – 4.33

**ตารางที่ 4.25** แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละของมาตรการป้องกันการทุจริต จำแนกตามผลกระทบการกำกับกิจการที่ดี วิธีการใช้โซเซียลมีเดียล่อเหยื่อนักศึกษา และสมาชิกใหม่

มาตรการป้องกันการทุจริต	ลดลง		ไม่ลดลง	
	ค่าความถี่	ร้อยละ	ค่าความถี่	ร้อยละ
บังคับใช้พระราชกำหนดการกู้ยืมเงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชน พ.ศ. 2527 (มาตรา 18), พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 และกฎหมายการคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา/ด้านฉลาก/ด้านสัญญา	563	57.70	71	40.60
ปลูกฝังให้บุคลากรในองค์กรยึดมั่นต่อหลักคุณธรรมจริยธรรม และจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน	172	17.60	33	18.90
สร้างระบบการควบคุมภายใน ระบบสารสนเทศ ที่รัดกุม รอบคอบ และตรวจสอบได้	127	13.00	45	25.70
นำหลักการควบคุมภายใน และการกำกับที่ดีมาควบคุม	113	11.70	26	14.80
<b>รวม</b>	<b>975</b>	<b>100.00</b>	<b>175</b>	<b>100.00</b>



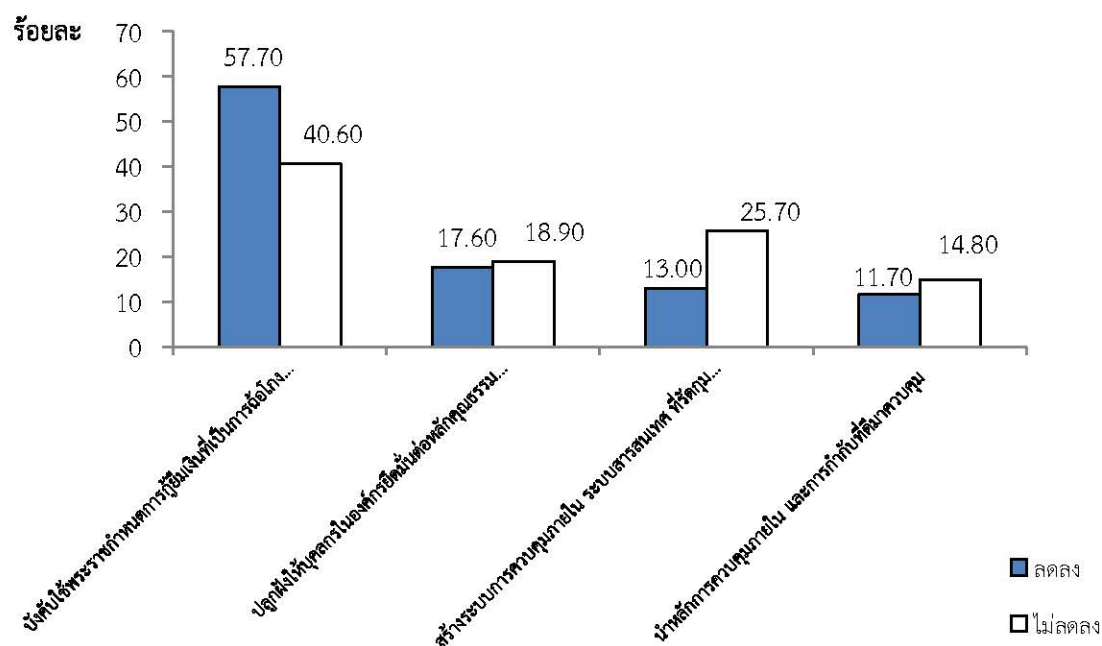
**ภาพที่ 4.32** แสดงค่าร้อยละของมาตรการป้องกันการทุจริต จำแนกผลกระทบการกำกับกิจการที่ดี วิธีการใช้โซเชียลมีเดียล่อเหยื่อนักศึกษา และสมาชิกใหม่

จากตารางที่ 4.25 และภาพที่ 4.32 พบว่า มาตรการป้องกันการทุจริตวิธีการใช้โซเชียลมีเดียล่อเหยื่อนักศึกษา และสมาชิกใหม่ จำแนกตามผลกระทบการกำกับกิจการที่ดี ปรากฏผลดังนี้

ลดลง มาตรการป้องกันการทุจริต ด้วยวิธีการใช้โซเชียลมีเดียล่อเหยื่อนักศึกษา และสมาชิกใหม่ มากที่สุด ได้แก่ บังคับใช้พระราชกำหนดการกักเงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชน พ.ศ. 2527 (มาตรา 18) พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 และกฎหมายการคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา/ด้านฉลาก/ด้านสัญญา คิดเป็นร้อยละ 57.70 รองลงมา ปลุกฝังให้บุคลากรในองค์กรยึดมั่นต่อหลักคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน คิดเป็นร้อยละ 17.60 สร้างระบบการควบคุมภายใน ระบบสารสนเทศ ที่รัดกุม รอบคอบ และตรวจสอบได้ คิดเป็นร้อยละ 13 และนำหลักการควบคุมภายใน และการกำกับที่ดีมาควบคุม คิดเป็นร้อยละ 11.70 ตามลำดับ

ไม่ลดลง มาตรการป้องกันการทุจริต ด้วยวิธีการใช้โซเชียลมีเดียล่อเหยื่อนักศึกษา และสมาชิกใหม่ มากที่สุด ได้แก่ บังคับใช้พระราชกำหนดการกักเงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชน พ.ศ. 2527 (มาตรา 18), พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 และกฎหมายการคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา/ด้านฉลาก/ด้านสัญญา คิดเป็นร้อยละ 40.60 รองลงมา สร้างระบบการควบคุมภายใน ระบบสารสนเทศ ที่รัดกุม รอบคอบ และตรวจสอบได้ คิดเป็นร้อยละ 25.70 ปลุกฝังให้บุคลากรในองค์กรยึดมั่นต่อหลักคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน คิดเป็นร้อยละ 18.90 และนำหลักการควบคุมภายใน และการกำกับที่ดีมาควบคุม คิดเป็นร้อยละ 14.80 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ผลกระทบการกำกับกิจการที่ดี ในมาตรการป้องกันการทุจริต วิธีการใช้โซเชียลมีเดีย ล่อเหยื่อนักศึกษา และสมาชิกใหม่ ปรากฏดังภาพที่ 4.33



ภาพที่ 4.33 แสดงค่าร้อยละผลกระทบการกำกับกิจการที่ดี จำแนกตามมาตรการป้องกันการทุจริต วิธีการใช้โซเชียลมีเดียล่อเหยื่อนักศึกษา และสมาชิกใหม่

จากภาพที่ 4.33 พบว่า ผลกระทบการกำกับกิจการที่ดีมาใช้กับมาตรการป้องกันการทุจริต ปรากฏผลดังนี้

บังคับใช้พระราชกำหนดการกู้ยืมเงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชน พ.ศ. 2527 (มาตรา 18), พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 และกฎหมายการคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา/ด้านฉลาก/ด้านสัญญา ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกมากที่สุด ได้แก่ ลดลง คิดเป็นร้อยละ 57.70 ที่เหลือได้แก่ ไม่ลดลง คิดเป็นร้อยละ 40.60

ปลูกฝังให้บุคลากรในองค์กรยึดมั่นต่อหลักคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกมากที่สุด ได้แก่ ไม่ลดลง คิดเป็นร้อยละ 18.90 ที่เหลือได้แก่ ลดลง คิดเป็นร้อยละ 17.60

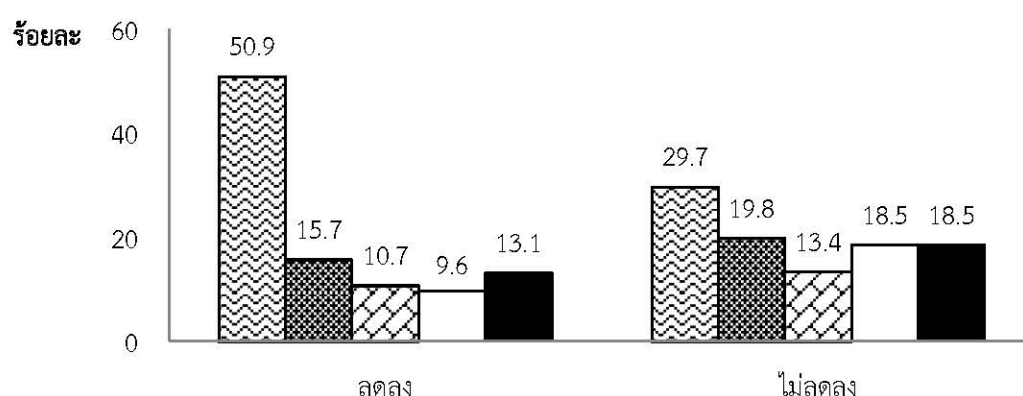
สร้างระบบการควบคุมภายใน ระบบสารสนเทศ ที่รัดกุม รอบคอบ และตรวจสอบได้ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกมากที่สุด ได้แก่ ไม่ลดลง คิดเป็นร้อยละ 25.70 ที่เหลือได้แก่ ลดลง คิดเป็นร้อยละ 13

นำหลักการควบคุมภายใน และการกำกับที่ดีมาควบคุม ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกมากที่สุด ได้แก่ ไม่ลดลง คิดเป็นร้อยละ 14.80 ที่เหลือได้แก่ ลดลง คิดเป็นร้อยละ 11.70

#### 4.4.9 กองทุนสินค้าเกษตร ปรากฏผล ดังตารางที่ 4.26 และภาพที่ 4.34 – 4.35

ตารางที่ 4.26 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละของมาตรการป้องกันการทุจริต จำแนกตามผลกระทบการกำกับกิจการที่ดี วิธีกองทุนสินค้าเกษตร

มาตรการป้องกันการทุจริต	ลดลง		ไม่ลดลง	
	ค่าความถี่	ร้อยละ	ค่าความถี่	ร้อยละ
บังคับใช้พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 และกฎหมายการคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา/ด้านฉลาก/ด้านสัญญา	562	50.90	69	29.70
หน่วยงานราชการจัดตั้งหน่วยกองทุนสินค้าเกษตร	174	15.70	46	19.80
ปลูกฝังให้บุคลากรในองค์กรยึดมั่นต่อหลักคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน	118	10.70	31	13.40
สร้างระบบการควบคุมภายใน ระบบสารสนเทศ ที่รัดกุม รอบคอบ และตรวจสอบได้	106	9.60	43	18.50
นำหลักการควบคุมภายใน และการกำกับที่ดีมาควบคุม	145	13.10	43	18.50
<b>รวม</b>	<b>1,105</b>	<b>100.00</b>	<b>232</b>	<b>100.00</b>



- บังคับใช้พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 และกฎหมายการคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา/ด้านฉลาก/ด้านสัญญา
- หน่วยงานราชการจัดตั้งหน่วยกองทุนสินค้าเกษตร
- ปลูกฝังให้บุคลากรในองค์กรยึดมั่นต่อหลักคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน
- สร้างระบบการควบคุมภายใน ระบบสารสนเทศ ที่รัดกุม รอบคอบ และตรวจสอบได้
- นำหลักการควบคุมภายใน และการกำกับที่ดีมาควบคุม

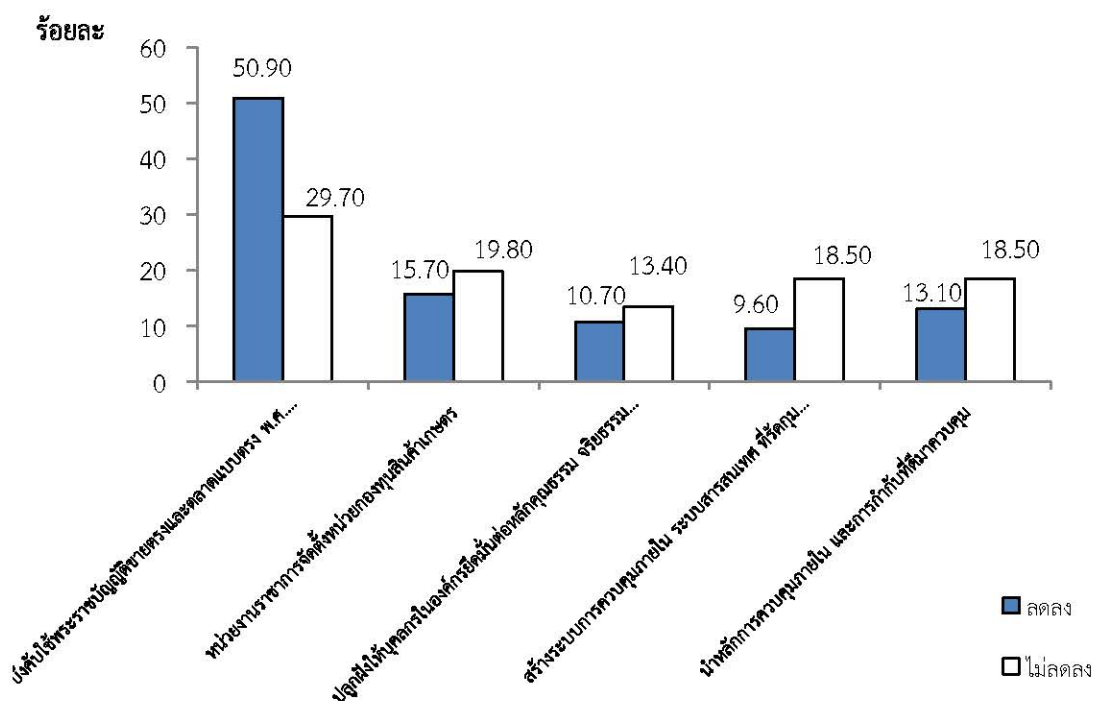
ภาพที่ 4.34 แสดงค่าร้อยละของมาตรการป้องกันการทุจริต จำแนกผลกระทบการกำกับกิจการที่ดี วิธีกองทุนสินค้าเกษตร

จากตารางที่ 4.26 และภาพที่ 4.34 พบว่า มาตรการป้องกันการทุจริตวิธีกองทุนสินค้าเกษตร จำแนกตามผลกระทบการกำกับกิจการที่ดี ปรากฏผลดังนี้

ลดลง มาตรการป้องกันการทุจริต ด้วยวิธีกองทุนสินค้าเกษตรมากที่สุด ได้แก่ บังคับใช้พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 และกฎหมายการคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา/ด้านฉลาก/ด้านสัญญา คิดเป็นร้อยละ 50.90 รองลงมา หน่วยงานราชการจัดตั้งหน่วยกองทุนสินค้าเกษตร คิดเป็นร้อยละ 15.70 นำหลักการควบคุมภายใน และการกำกับที่ดีมาควบคุม คิดเป็นร้อยละ 13.10 ปลุกฝังให้บุคลากรในองค์กรยึดมั่นต่อหลักคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน คิดเป็นร้อยละ 10.70 และสร้างระบบการควบคุมภายใน ระบบสารสนเทศ ที่รัดกุม รอบคอบ และตรวจสอบได้ คิดเป็นร้อยละ 9.60 ตามลำดับ

ไม่ลดลง มาตรการป้องกันการทุจริต ด้วยวิธีกองทุนสินค้าเกษตรมากที่สุด ได้แก่ บังคับใช้พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 และกฎหมายการคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา/ด้านฉลาก/ด้านสัญญา คิดเป็นร้อยละ 29.70 รองลงมา หน่วยงานราชการจัดตั้งหน่วยกองทุนสินค้าเกษตร คิดเป็นร้อยละ 19.80 นำหลักการควบคุมภายใน การกำกับที่ดีมาควบคุมและสร้างระบบการควบคุมภายใน ระบบสารสนเทศ ที่รัดกุม รอบคอบ และตรวจสอบได้ คิดเป็นร้อยละ 18.50 เท่ากัน และปลุกฝังให้บุคลากรในองค์กรยึดมั่นต่อหลักคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน คิดเป็นร้อยละ 13.40 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ผลกระทบการกำกับกิจการที่ดี ในมาตรการป้องกันการทุจริต วิธีกองทุนสินค้าเกษตร ปรากฏดังภาพที่ 4.35



ภาพที่ 4.35 แสดงค่าร้อยละผลกระทบการกำกับกิจการที่ดี จำแนกตามมาตรการป้องกันการทุจริตวิธีกองทุนสินค้าเกษตร



จากภาพที่ 4.35 พบว่า ผลกระทบการกำกับกิจการที่ดีมาใช้กับมาตรการป้องกันการทุจริต ปรากฏผลดังนี้

บังคับใช้พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 และกฎหมายการคุ้มครองผู้บริโภค ด้านโฆษณา/ด้านฉลาก/ด้านสัญญา ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกมากที่สุด ได้แก่ ลดลง คิดเป็นร้อยละ 50.90 ที่เหลือได้แก่ ไม่ลดลง คิดเป็นร้อยละ 29.70

หน่วยงานราชการจัดตั้งหน่วยกองทุนสินค้าเกษตร สัญญา ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกมากที่สุด ได้แก่ ไม่ลดลง คิดเป็นร้อยละ 19.80 ที่เหลือได้แก่ ลดลง คิดเป็นร้อยละ 15.70

ปลูกฝังให้บุคลากรในองค์กรยึดมั่นต่อหลักคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกมากที่สุด ได้แก่ ไม่ลดลง คิดเป็นร้อยละ 13.40 ที่เหลือได้แก่ ลดลง คิดเป็นร้อยละ 10.70

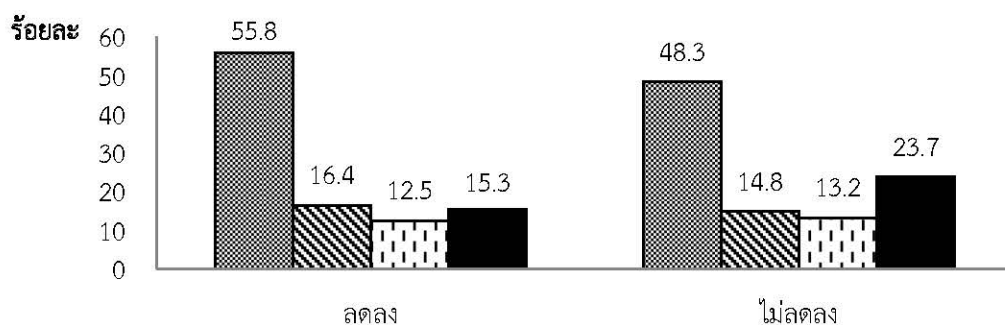
สร้างระบบการควบคุมภายใน ระบบสารสนเทศ ที่รัดกุม รอบคอบ และตรวจสอบได้ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกมากที่สุด ได้แก่ ไม่ลดลง คิดเป็นร้อยละ 18.50 ที่เหลือได้แก่ ลดลง คิดเป็นร้อยละ 9.60

นำหลักการควบคุมภายใน และการกำกับที่ดีมาควบคุม ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกมากที่สุด ได้แก่ ไม่ลดลง คิดเป็นร้อยละ 18.50 ที่เหลือได้แก่ ลดลง คิดเป็นร้อยละ 13.10

**4.4.10 ผลสัมฤทธิ์ของตัวชี้วัดการคุ้มครองผู้บริโภค** ปรากฏผล ดังตารางที่ 4.27 และภาพที่ 4.36 – 4.37

**ตารางที่ 4.27** แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละของมาตรการป้องกันการทุจริต จำแนกตามผลกระทบการกำกับกิจการที่ดี วิธีผลสัมฤทธิ์ของตัวชี้วัดการคุ้มครองผู้บริโภค

มาตรการป้องกันการทุจริต	ลดลง		ไม่ลดลง	
	ค่าความถี่	ร้อยละ	ค่าความถี่	ร้อยละ
บังคับใช้พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 และกฎหมายการคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา/ด้านฉลาก/ด้านสัญญา	540	55.80	114	48.30
ปลูกฝังให้บุคลากรในองค์กรยึดมั่นต่อหลักคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน	159	16.40	35	14.80
สร้างระบบการควบคุมภายใน ระบบสารสนเทศ ที่รัดกุม รอบคอบ และตรวจสอบได้	121	12.50	31	13.20
นำหลักการควบคุมภายใน และการกำกับที่ดีมาควบคุม	148	15.30	56	23.70
<b>รวม</b>	<b>968</b>	<b>100.00</b>	<b>236</b>	<b>100.00</b>



- บังคับใช้พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 และกฎหมายการคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา/ด้านฉลาก/ด้านสัญญา
- ปลูกฝังให้บุคลากรในองค์กรยึดมั่นต่อหลักคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน
- สร้างระบบการควบคุมภายใน ระบบสารสนเทศ ที่รัดกุม รอบคอบ และตรวจสอบได้
- นำหลักการควบคุมภายใน และการกำกับที่ดีมาควบคุม

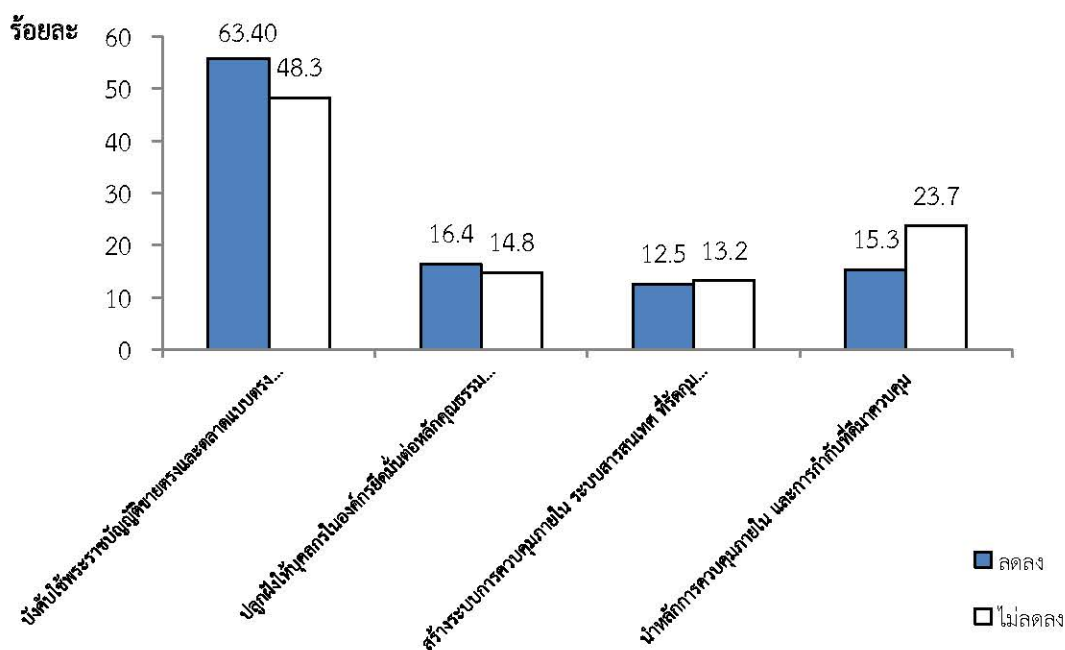
**ภาพที่ 4.36** แสดงค่าร้อยละของมาตรการป้องกันการทุจริต จำแนกผลกระทบการกำกับกิจการที่ดี  
วิธีผลิตภัณฑ์อวดอ้างสรรพคุณรักษาสารพัดโรค

จากตารางที่ 4.27 และภาพที่ 4.36 พบว่า มาตรการป้องกันการทุจริตวิธีอัตราแลกเปลี่ยนเงิน  
จำแนกตามผลกระทบการกำกับกิจการที่ดี ปรากฏผลดังนี้

ลดลง มาตรการป้องกันการทุจริต ด้วยวิธีผลิตภัณฑ์อวดอ้างสรรพคุณรักษาสารพัดโรคมากที่สุด  
ได้แก่ บังคับใช้พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 และกฎหมายการคุ้มครองผู้บริโภค  
ด้านโฆษณา/ด้านฉลาก/ด้านสัญญา คิดเป็นร้อยละ 55.80 รองลงมา ปลูกฝังให้บุคลากรในองค์กรยึดมั่นต่อ  
หลักคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน คิดเป็นร้อยละ 16.40 นำหลักการควบคุม  
ภายใน และการกำกับที่ดีมาควบคุม คิดเป็นร้อยละ 15.30 และสร้างระบบการควบคุมภายใน ระบบ  
สารสนเทศ ที่รัดกุม รอบคอบ และตรวจสอบได้ คิดเป็นร้อยละ 12.50 ตามลำดับ

ไม่ลดลง มาตรการป้องกันการทุจริต ด้วยวิธีผลิตภัณฑ์อวดอ้างสรรพคุณรักษาสารพัดโรคมากที่สุด  
ได้แก่ บังคับใช้พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 และกฎหมายการคุ้มครองผู้บริโภค  
ด้านโฆษณา/ด้านฉลาก/ด้านสัญญา คิดเป็นร้อยละ 48.30 รองลงมา นำหลักการควบคุมภายใน และการ  
กำกับที่ดีมาควบคุม คิดเป็นร้อยละ 23.70 ปลูกฝังให้บุคลากรในองค์กรยึดมั่นต่อหลักคุณธรรม จริยธรรม  
และจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน คิดเป็นร้อยละ 14.80 และสร้างระบบการควบคุมภายใน ระบบ  
สารสนเทศ ที่รัดกุม รอบคอบ และตรวจสอบได้ คิดเป็นร้อยละ 13.20 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ผลกระทบการกำกับกิจการที่ดี ในมาตรการป้องกันการทุจริต วิธีผลิตภัณฑ์อวดอ้าง  
สรรพคุณรักษาสารพัดโรค ปรากฏดังภาพที่ 4.37



ภาพที่ 4.37 แสดงค่าร้อยละผลกระทบการกำกับกิจการที่ดี จำแนกตามมาตรการป้องกันการทุจริต  
วิธีผลิตภัณฑ์อวดอ้างสรรพคุณรักษาสารพัดโรค

จากภาพที่ 4.37 พบว่า ผลกระทบการกำกับกิจการที่ดีมาใช้กับมาตรการป้องกันการทุจริต  
ปรากฏผลดังนี้

บังคับใช้พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 และกฎหมายการคุ้มครองผู้บริโภค  
ด้านโฆษณา/ด้านฉลาก/ด้านสัญญา ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกมากที่สุด ได้แก่ ลดลง คิดเป็นร้อยละ 55.80  
ที่เหลือได้แก่ ไม่ลดลง คิดเป็นร้อยละ 48.30

ปลูกฝังให้บุคลากรในองค์กรยึดมั่นต่อหลักคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน  
ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกมากที่สุด ได้แก่ ลดลง คิดเป็นร้อยละ 16.40 ที่เหลือได้แก่ ไม่ลดลง คิดเป็นร้อยละ  
14.80

สร้างระบบการควบคุมภายใน ระบบสารสนเทศ ที่รัดกุม รอบคอบ และตรวจสอบได้ ผู้ตอบ  
แบบสอบถามเลือกมากที่สุด ได้แก่ ไม่ลดลง คิดเป็นร้อยละ 13.20 ที่เหลือได้แก่ ลดลง คิดเป็นร้อยละ 12.50

นำหลักการควบคุมภายใน และการกำกับที่ดีมาควบคุม ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกมากที่สุด ได้แก่  
ไม่ลดลง คิดเป็นร้อยละ 23.70 ที่เหลือได้แก่ ลดลง คิดเป็นร้อยละ 15.30

#### 4.2.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างมาตรการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่าย การขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทยแต่ละวิธีการทุจริต กับผลกระทบของการกำกับกิจการที่ดี

จากวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ต้องการเปรียบเทียบเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างมาตรการป้องกันการทุจริตแต่ละวิธีการทุจริตที่เหมาะสมกับธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย โดยการนำหลักการกำกับกิจการที่ดีเปรียบเทียบกับความสัมพันธ์ระหว่างกัน ดังนี้

##### 4.5.1 สมมติฐาน 1 เงินสมทบฌาปนกิจสงเคราะห์ ปรากฏผลดังตารางที่ 4.28

$H_0$  = มาตรการป้องกันการทุจริตไม่มีความสัมพันธ์กับผลกระทบของการกำกับกิจการที่ดี ส่งผลให้การทุจริตวิธีเงินสมทบฌาปนกิจสงเคราะห์ลดลง

$H_1$  = มาตรการป้องกันการทุจริตมีความสัมพันธ์กับผลกระทบของการกำกับกิจการที่ดี ส่งผลให้การทุจริตวิธีเงินสมทบฌาปนกิจสงเคราะห์ไม่ลดลง

**ตารางที่ 4.28** แสดงค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างมาตรการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย ด้วยวิธีการทุจริตเงินสมทบฌาปนกิจสงเคราะห์ กับ การกำกับกิจการที่ดี

มาตรการป้องกันการทุจริต	P - Value
บังคับใช้พระราชบัญญัติการฌาปนกิจสงเคราะห์ พ.ศ. 2545	.01*
ให้ความรู้รูปแบบการจัด การจ่ายเงินแก่สมาชิก	.00*
แจ้งเบาะแส	.00*
สังเกตพฤติกรรมหาสมาชิก และการจ่ายค่าตอบแทน	.01*
ควรรศึกษาเงื่อนไขกองทุนหรือสหกรณ์ก่อนสมัครสมาชิก	.00*
ปลูกฝังให้บุคลากรในองค์กรยึดมั่นต่อหลักคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณ	.00*

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.28 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างมาตรการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทยด้วยวิธีการทุจริตเงินสมทบฌาปนกิจสงเคราะห์ กับ การกำกับกิจการที่ดี พบว่า มาตรการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย ที่ขึ้นอยู่กับผลกระทบจากการกำกับกิจการที่ดี อย่างมีนัยสำคัญระดับ .05 มี 6 รายการ ได้แก่ บังคับใช้พระราชบัญญัติการฌาปนกิจสงเคราะห์ พ.ศ. 2545, ให้ความรู้รูปแบบการจัด การจ่ายเงินแก่สมาชิก, แจ้งเบาะแส, สังเกตพฤติกรรมหาสมาชิก และการจ่ายค่าตอบแทน, ควรรศึกษาเงื่อนไขกองทุนหรือสหกรณ์ก่อนสมัครสมาชิก, ปลูกฝังให้บุคลากรในองค์กรยึดมั่นต่อหลักคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณ ในการปฏิบัติงาน ตามลำดับ ดังปรากฏผลตามตารางที่ 4.18 หน้า 81 และภาพที่ 4.18 หน้า 81

##### 4.5.2 สมมติฐาน 2 การลงทุน ปรากฏผลดังตารางที่ 4.29

$H_0$  = มาตรการป้องกันการทุจริตไม่มีความสัมพันธ์กับผลกระทบของการกำกับกิจการที่ดี ส่งผลให้การทุจริตวิธีการลงทุนลดลง

$H_1$  = มาตรการป้องกันการทุจริตมีความสัมพันธ์กับผลกระทบของการกำกับกิจการที่ดี ส่งผลให้การทุจริตวิธีการลงทุนไม่ลดลง

**ตารางที่ 4.29** แสดงค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างมาตรการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่าย การขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย ด้วยวิธีการลงทุน กู้กับการกำกับกิจการที่ดี

มาตรการป้องกันการทุจริต	P - Value
บังคับใช้พระราชกำหนดการกักเงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชน พ.ศ. 2527 และกฎหมาย การคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา/ด้านฉลาก/ด้านสัญญา	.02*
สร้างระบบการควบคุมภายใน ระบบสารสนเทศ ที่รัดกุม รอบคอบ และตรวจสอบได้	.12
นำหลักการควบคุมภายใน และการกำกับที่ดีมาควบคุม	.19
การตรวจสอบการจัดตั้งและจดทะเบียนของธุรกิจอย่างถูกต้อง และเข้มงวด	.00*
ตรวจสอบประวัติทางอาชญากรรมทางกฎหมายทุกเรื่องก่อนร่วมทุน	.01*
ส่งเสริมให้ประชาชนศึกษาข้อมูล และรายละเอียดก่อนลงทุน	.00*

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.29 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างมาตรการป้องกันการทุจริตในธุรกิจ เครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทยด้วยวิธีการทุจริตการลงทุน กู้กับการกำกับกิจการที่ดี พบว่า มาตรการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย ที่ขึ้นอยู่กับ ผลกระทบจากการกำกับกิจการที่ดี อย่างมีนัยสำคัญระดับ .05 มี 4 รายการ ได้แก่ บังคับใช้พระราชกำหนดการ กักเงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชน พ.ศ. 2527 และกฎหมายการคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา/ด้านฉลาก/ ด้านสัญญา, การตรวจสอบการจัดตั้งและจดทะเบียนของธุรกิจอย่างถูกต้อง และเข้มงวด, ตรวจสอบประวัติ ทางอาชญากรรมทางกฎหมายทุกเรื่องก่อนร่วมทุน, และส่งเสริมให้ประชาชนศึกษาข้อมูลและรายละเอียด ก่อนลงทุน ตามลำดับ ดังปรากฏผลตามตารางที่ 4.19 หน้า 83 และภาพที่ 4.20 หน้า 84

#### 4.5.3 สมมติฐาน 3 อัตราแลกเปลี่ยนเงิน ปรากฏผลดังตารางที่ 4.30

$H_0$  = มาตรการป้องกันการทุจริตไม่มีความสัมพันธ์กับผลกระทบของการกำกับกิจการที่ดี  
ส่งผลให้การทุจริตวิธีอัตราแลกเปลี่ยนเงินลดลง

$H_1$  = มาตรการป้องกันการทุจริตมีความสัมพันธ์กับผลกระทบของการกำกับกิจการที่ดี  
ส่งผลให้การทุจริตวิธีอัตราแลกเปลี่ยนเงินไม่ลดลง

**ตารางที่ 4.30** แสดงค่าไคสแควร์ของความสัมพัธ์ระหว่างมาตรการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่าย การขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทยด้วยวิธีอัตราแลกเปลี่ยนเงิน กู้กับการกำกับกิจการที่ดี

มาตรการป้องกันการทุจริต	P - Value
บังคับใช้พระราชกำหนดการกักเงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชน พ.ศ. 2527 (มาตรา 4 และ 5)	.17
สร้างระบบการควบคุมภายใน ระบบสารสนเทศ ที่รัดกุม รอบคอบ และตรวจสอบได้	.00*
นำหลักการควบคุมภายใน และการกำกับที่ดีมาควบคุม	.12
การตรวจสอบการจัดตั้งและจดทะเบียนของธุรกิจอย่างถูกต้อง และเข้มงวด	.00*
ตรวจสอบประวัติทางอาชญากรรมทางกฎหมายทุกเรื่องก่อนร่วมทุน	.01*
ตรวจสอบแผนการจ่ายค่าตอบแทน และขั้นตอนการสมัครสมาชิกที่ชัดเจน	.01*

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.30 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างมาตรการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทยด้วยวิธีอัตราแลกเปลี่ยนเงิน กับการกำกับกิจการที่ดี พบว่า มาตรการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย ที่ขึ้นอยู่กับผลกระทบจากการกำกับกิจการที่ดี อย่างมีนัยสำคัญระดับ .05 มีจำนวน 4 รายการ ได้แก่ สร้างระบบการควบคุมภายใน ระบบสารสนเทศ ที่รัดกุม รอบคอบ และตรวจสอบได้, ตรวจสอบประวัติทางอาชญากรรมทางกฎหมายทุกเรื่องก่อนร่วมทุน, ตรวจสอบประวัติทางอาชญากรรมทางกฎหมายทุกเรื่องก่อนร่วมทุน, ตรวจสอบแผนการจ่ายค่าตอบแทนและขั้นตอนการสมัครสมาชิกที่ชัดเจน, การตรวจสอบการจัดตั้งและจดทะเบียนของธุรกิจอย่างถูกต้อง และเข้มงวด ตามลำดับ ปรากฏผลตามตารางที่ 4.20 หน้า 86 และภาพที่ 4.22 หน้า 86

#### 4.5.4 สมมติฐาน 4 ขยายผันระดมทุนตั้งบริษัทในตลาดหลักทรัพย์ ปรากฏผลดังตารางที่ 4.31

$H_0$  = มาตรการป้องกันการทุจริตไม่มีความสัมพันธ์กับผลกระทบของการกำกับกิจการที่ดี ส่งผลให้การทุจริตวิธีขยายผันระดมทุนตั้งบริษัทในตลาดหลักทรัพย์ลดลง

$H_1$  = มาตรการป้องกันการทุจริตมีความสัมพันธ์กับผลกระทบของการกำกับกิจการที่ดี ส่งผลให้การทุจริตวิธีขยายผันระดมทุนตั้งบริษัทในตลาดหลักทรัพย์ไม่ลดลง

**ตารางที่ 4.31** แสดงค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างมาตรการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทยด้วยวิธีขยายผันระดมทุนตั้งบริษัทในตลาดหลักทรัพย์ กับการกำกับกิจการที่ดี

มาตรการป้องกันการทุจริต	P - Value
นำพระราชกำหนดการกักเงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชน พ.ศ. 2527 (มาตรา 4 และ 5) และกฎหมายการคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา/ด้านฉลาก/ด้านสัญญา บังคับใช้	.00*
สร้างระบบการควบคุมภายใน ระบบสารสนเทศ ที่รัดกุม รอบคอบ และตรวจสอบได้	.74
นำหลักการควบคุมภายใน และการกำกับที่ดีมาควบคุม	.37
ปลูกฝังให้บุคลากรในองค์กรยึดมั่นต่อหลักคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน	.00*
ตรวจสอบประวัติทางอาชญากรรมทางกฎหมายทุกเรื่องก่อนร่วมทุน	.01*

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.31 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างมาตรการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทยด้วยวิธีขยายผันระดมทุนตั้งบริษัทในตลาดหลักทรัพย์ กับ การกำกับกิจการที่ดี พบว่า มาตรการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทยที่ขึ้นอยู่กับผลกระทบจากการกำกับกิจการที่ดี อย่างมีนัยสำคัญระดับ .05 มีจำนวน 3 รายการ ได้แก่ บังคับใช้นำพระราชกำหนดการกักเงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชน พ.ศ. 2527 (มาตรา 4 และ 5) และกฎหมายการคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา/ด้านฉลาก/ด้านสัญญา, ปลูกฝังให้บุคลากรในองค์กรยึดมั่นต่อหลักคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน, และตรวจสอบประวัติทางอาชญากรรมทางกฎหมายทุกเรื่องก่อนร่วมทุน ตามลำดับ ปรากฏผลตามตารางที่ 4.21 หน้า 88 และภาพที่ 4.24 หน้า 89

#### 4.5.5 สมมติฐาน 5 อัตราแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศเป็นสิ่งดึงดูด

$H_0$  = มาตรการป้องกันการทุจริตไม่มีความสัมพันธ์กับผลกระทบของการกำกับกิจการที่ดี ส่งผลให้การทุจริตวิธีอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศเป็นสิ่งดึงดูดลดลง

$H_1$  = มาตรการป้องกันการทุจริตมีความสัมพันธ์กับผลกระทบของการกำกับกิจการที่ดี ส่งผลให้การทุจริตวิธีอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศเป็นสิ่งดึงดูดไม่ลดลง

**ตารางที่ 4.32** แสดงค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างมาตรการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการ ขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทยด้วยวิธีอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศเป็น สิ่งดึงดูด กับการกำกับกิจการที่ดี

มาตรการป้องกันการทุจริต	P - Value
บังคับใช้พระราชกำหนดการกักเงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชน พ.ศ. 2527 และ พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545	.01*
สร้างระบบการควบคุมภายใน ระบบสารสนเทศ ที่รัดกุม รอบคอบ และตรวจสอบได้	.07
นำหลักการควบคุมภายใน และการกำกับที่ดีมาควบคุม	.07
ตรวจสอบประวัติทางอาชญากรรมทางกฎหมายทุกเรื่องก่อนร่วมทุน	.00*
ตรวจสอบแผนการจ่ายค่าตอบแทน และขั้นตอนการสมัครสมาชิกที่ชัดเจน	.01*

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.32 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างมาตรการป้องกันการทุจริตในธุรกิจ เครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทยด้วยวิธีอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศเป็น สิ่งดึงดูด กับการกำกับกิจการที่ดี พบว่า มาตรการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นใน ประเทศไทย ที่ขึ้นอยู่กับผลกระทบจากการกำกับกิจการที่ดี อย่างมีนัยสำคัญระดับ .05 มีจำนวน 3 รายการ ได้แก่ บังคับใช้พระราชกำหนดการกักเงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชน พ.ศ. 2527 และพระราชบัญญัติขาย ตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545, ตรวจสอบประวัติทางอาชญากรรมทางกฎหมายทุกเรื่องก่อนร่วมทุน, และตรวจสอบแผนการจ่ายค่าตอบแทน และขั้นตอนการสมัครสมาชิกที่ชัดเจน ตามลำดับ ปรากฏผลตาม ตารางที่ 4.22 หน้า 91 และภาพที่ 4.26 หน้า 91

#### 4.5.6 สมมติฐาน 6 แอบอ้างชื่อผู้มีอิทธิพล

$H_0$  = มาตรการป้องกันการทุจริตไม่มีความสัมพันธ์กับผลกระทบของการกำกับกิจการที่ดี ส่งผลให้การทุจริตวิธีแอบอ้างชื่อผู้มีอิทธิพลลดลง

$H_1$  = มาตรการป้องกันการทุจริตมีความสัมพันธ์กับผลกระทบของการกำกับกิจการที่ดี ส่งผลให้การทุจริตวิธีแอบอ้างชื่อผู้มีอิทธิพลไม่ลดลง

**ตารางที่ 4.33** แสดงค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างมาตรการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่าย การขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทยด้วยวิธีแอบอ้างชื่อผู้มีอิทธิพล กับการกำกับกิจการที่ดี

มาตรการป้องกันการทุจริต	P - Value
ใช้ประมวลกฎหมายอาญามาตรา 112 หรือกฎหมายหมิ่นประมาทกษัตริย์	.00*
ให้ความรู้รูปแบบการจัด การจ่ายเงินแก่สมาชิก	.28
แจ้งเบาะแส	.00*
สังเกตพฤติกรรมมหาสมาชิก และการจ่ายค่าตอบแทน	.00*
ควรรศึกษาเงื่อนไขกองทุนหรือสหกรณ์ ก่อนสมัครสมาชิก	.01*
ปลูกฝังให้บุคลากรในองค์กรยึดมั่นต่อหลักคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน	.00*

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.33 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างมาตรการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทยด้วยวิธีอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศเป็นสิ่งดึงดูด กับการกำกับกิจการที่ดี พบว่า มาตรการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย ที่ขึ้นอยู่กับผลกระทบจากการกำกับกิจการที่ดี อย่างมีนัยสำคัญระดับ .05 มีจำนวน 5 รายการ ได้แก่ ใช้ประมวลกฎหมายอาญามาตรา 112 หรือกฎหมายหมิ่นประมาทกษัตริย์, แจ้งเบาะแส, สังเกตพฤติกรรมมหาสมาชิก และการจ่ายค่าตอบแทน, ปลูกฝังให้บุคลากรในองค์กรยึดมั่นต่อหลักคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน, และควรรศึกษาเงื่อนไขกองทุนหรือสหกรณ์ ก่อนสมัครสมาชิก ตามลำดับปรากฏผลตามตารางที่ 4.23 หน้า 93 และภาพที่ 4.28 หน้า 94

#### 4.5.7 สมมติฐาน 7 ขายสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ปรากฏผลดังตารางที่ 4.34

$H_0$  = มาตรการป้องกันการทุจริตไม่มีความสัมพันธ์กับผลกระทบของการกำกับกิจการที่ดี ส่งผลให้การทุจริตวิธีขายสิ่งศักดิ์สิทธิ์ลดลง

$H_1$  = มาตรการป้องกันการทุจริตมีความสัมพันธ์กับผลกระทบของการกำกับกิจการที่ดี ส่งผลให้การทุจริตวิธีขายสิ่งศักดิ์สิทธิ์ไม่ลดลง

**ตารางที่ 4.34** แสดงค่าไคสแควร์ของความสัมพัธ์ระหว่างมาตรการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่าย การขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทยด้วยวิธีขายสิ่งศักดิ์สิทธิ์ กับการกำกับกิจการที่ดี

มาตรการป้องกันการทุจริต	P - Value
กฎหมายการคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา/ด้านฉลาก/ด้านสัญญา	1
ปลูกฝังให้บุคลากรในองค์กรยึดมั่นต่อหลักคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณ	1
หลักธรรม เรื่อง กาลามาสูตร 10 ประการ	.00*
ต้องให้วิจารณ์ญาณส่วนบุคคล	.02*
ควรรศึกษาเงื่อนไขกองทุนหรือสหกรณ์ ก่อนสมัครสมาชิก	.16

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.34 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างมาตรการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทยด้วยวิธีขายสิ่งศักดิ์สิทธิ์ กับการกำกับกิจการที่ดี พบว่า



มาตรการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย ที่ขึ้นอยู่กับผลกระทบจากการกำกับกิจการที่ดี อย่างมีนัยสำคัญระดับ .05 มีจำนวน 2 รายการ ได้แก่ หลักธรรม เรื่อง กาลามาสูตร 10 ประการ, และต้องให้วิจารณ์ญาณส่วนบุคคล ตามลำดับ ปราบกฏผลตามตารางที่ 4.24 หน้า 96 และภาพที่ 4.30 หน้า 96

#### 4.5.8 สมมติฐาน 8 การใช้โซเซียลมีเดียล่อเหยื่อนักศึกษา และสมาชิกใหม่

ปรากฏผลดังตารางที่ 4.35

$H_0$  = มาตรการป้องกันการทุจริตไม่มีความสัมพันธ์กับผลกระทบของการกำกับกิจการที่ดี ส่งผลให้การทุจริตวิธีการใช้โซเซียลมีเดียล่อเหยื่อนักศึกษาและสมาชิกใหม่ลดลง

$H_1$  = มาตรการป้องกันการทุจริตมีความสัมพันธ์กับผลกระทบของการกำกับกิจการที่ดี ส่งผลให้การทุจริตวิธีการใช้โซเซียลมีเดียล่อเหยื่อนักศึกษาและสมาชิกใหม่ไม่ลดลง

**ตารางที่ 4.35** แสดงค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างมาตรการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทยด้วยวิธีการใช้โซเซียลมีเดียล่อเหยื่อนักศึกษาและสมาชิกใหม่ กับการกำกับกิจการที่ดี

มาตรการป้องกันการทุจริต	P - Value
บังคับใช้พระราชกำหนดการกู้ยืมเงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชน พ.ศ. 2527 (มาตรา 18), พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 และกฎหมายการคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา/ด้านฉลาก/ด้านสัญญา	.08
ปลูกฝังให้บุคลากรในองค์กรยึดมั่นต่อหลักคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน	.02*
สร้างระบบการควบคุมภายใน ระบบสารสนเทศ ที่รัดกุม รอบคอบ และตรวจสอบได้	.00*
นำหลักการควบคุมภายใน และการกำกับที่ดีมาควบคุม	.02*

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.35 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างมาตรการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทยด้วยวิธีขายสิ่งศักดิ์สิทธิ์ กับการกำกับกิจการที่ดี พบว่า มาตรการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย ที่ขึ้นอยู่กับผลกระทบจากการกำกับกิจการที่ดี อย่างมีนัยสำคัญระดับ .05 มีจำนวน 3 รายการ ได้แก่ ปลูกฝังให้บุคลากรในองค์กรยึดมั่นต่อหลักคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน, สร้างระบบการควบคุมภายใน ระบบสารสนเทศ ที่รัดกุม รอบคอบและตรวจสอบได้, และนำหลักการควบคุมภายใน และการกำกับที่ดีมาควบคุม ตามลำดับ ปราบกฏผลตามตารางที่ 4.25 หน้า 98 และภาพที่ 4.32 หน้า 99

#### 4.5.9 สมมติฐาน 9 กองทุนสินค้าเกษตร ปรากฏผลดังตารางที่ 4.36

$H_0$  = มาตรการป้องกันการทุจริตไม่มีความสัมพันธ์กันระหว่างผลกระทบของการกำกับกิจการที่ดี ส่งผลให้การทุจริตวิธีกองทุนสินค้าเกษตรลดลง

$H_1$  = มาตรการป้องกันการทุจริตมีความสัมพันธ์กันระหว่างผลกระทบของการกำกับกิจการที่ดี ส่งผลให้การทุจริตวิธีกองทุนสินค้าเกษตรไม่ลดลง

**ตารางที่ 4.36** แสดงค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างมาตรการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่าย การขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทยด้วยวิธีกองทุนสินค้าเกษตร กับการกำกับกิจการที่ดี

มาตรการป้องกันการทุจริต	P - Value
บังคับใช้พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 และกฎหมายการคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา/ด้านฉลาก/ด้านสัญญา	.00*
หน่วยงานราชการจัดตั้งหน่วยกองทุนสินค้าเกษตร	.00*
ปลูกฝังให้บุคลากรในองค์กรยึดมั่นต่อหลักคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน	.01*
สร้างระบบการควบคุมภายใน ระบบสารสนเทศ ที่รัดกุม รอบคอบ และตรวจสอบได้	.00*
นำหลักการควบคุมภายใน และการกำกับที่ดีมาควบคุม	.00*

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.36 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างมาตรการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย ด้วยกองทุนสินค้าเกษตร กับการกำกับกิจการที่ดี พบว่า มาตรการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย ที่ขึ้นอยู่กับผลกระทบจากการกำกับกิจการที่ดี อย่างมีนัยสำคัญระดับ .05 มีจำนวน 5 รายการ ได้แก่ บังคับใช้พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 และกฎหมายการคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา/ด้านฉลาก/ด้านสัญญา, หน่วยงานราชการจัดตั้งหน่วยกองทุนสินค้าเกษตร, ปลูกฝังให้บุคลากรในองค์กรยึดมั่นต่อหลักคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน, สร้างระบบการควบคุมภายใน ระบบสารสนเทศ ที่รัดกุม รอบคอบ และตรวจสอบได้, และนำหลักการควบคุมภายใน และการกำกับที่ดีมาควบคุม ตามลำดับปรากฏผลตามตารางที่ 4.26 หน้า 101 และภาพที่ 4.34 หน้า 101

#### 4.5.10 สมมติฐาน 10 ผลกระทบต่ออัตรการสูญพคุณรักษาสารพัดโรค ปรากฏผลดังตารางที่ 4.37

$H_0$  = มาตรการป้องกันการทุจริตไม่มีความสัมพันธ์กับผลกระทบของการกำกับกิจการที่ดี ส่งผลให้การทุจริตวิธีผลิตภัณฑ์อัตรการสูญพคุณรักษาสารพัดโรคลดลง

$H_1$  = มาตรการป้องกันการทุจริตมีความสัมพันธ์กับผลกระทบของการกำกับกิจการที่ดี ส่งผลให้การทุจริตวิธีผลิตภัณฑ์อัตรการสูญพคุณรักษาสารพัดโรคไม่ลดลง

**ตารางที่ 4.37** แสดงค่าไคสแควร์ของความสัมพันธระหว่างมาตรการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่าย การขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทยด้วยวิธีผลิตภัณฑ์อัตรการสูญพคุณรักษาสารพัดโรค

มาตรการป้องกันการทุจริต	P - Value
บังคับใช้พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 และกฎหมายการคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา/ด้านฉลาก/ด้านสัญญา	.13
ปลูกฝังให้บุคลากรในองค์กรยึดมั่นต่อหลักคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน	.57
สร้างระบบการควบคุมภายใน ระบบสารสนเทศ ที่รัดกุม รอบคอบ และตรวจสอบได้	.00*
นำหลักการควบคุมภายใน และการกำกับที่ดีมาควบคุม	.18

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.37 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างมาตรการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทยด้วยผลิตภัณฑ์อวดอ้างสรรพคุณรักษาสารพัดโรค กับการกำกับกิจการที่ดี พบว่า มาตรการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย ที่ขึ้นอยู่กับผลกระทบจากการกำกับกิจการที่ดี อย่างมีนัยสำคัญระดับ .05 มีจำนวน 1 รายการ ได้แก่ สร้างระบบการควบคุมภายใน ระบบสารสนเทศ ที่รัดกุม รอบคอบ และตรวจสอบได้ ปรากฏผลตามตารางที่ 4.27 หน้า 103 และภาพที่ 4.36 หน้า 104

#### 4.2.6 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุด้วยแบบจำลองโลจิสต์ (Logit Model)

ในส่วนนี้ เป็นการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับผลกระทบของการกำกับกิจการที่ดี โดยอาศัยการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองโลจิสต์ (Logit Model) เพื่อศึกษาความน่าจะเป็นการลดการทุจริตแต่ละวิธีการทุจริต ซึ่งเป็นตัวแปรตาม โดยมีสมมติฐานการศึกษา ดังนี้

$H_0$  = การกำกับกิจการที่ดีไม่ส่งผลกระทบต่อวิธีการทุจริต ในแต่ละกรณีการทุจริต

$H_1$  = การกำกับกิจการที่ดีส่งผลกระทบต่อวิธีการทุจริต ในแต่ละกรณีการทุจริต

ซึ่งมีรูปแบบจำลอง ดังนี้

$$I_i = \beta_0 + \beta_1 CG_i + \beta_2 X_{1i} + \beta_3 X_{2i} + \beta_4 X_{3i} + \beta_5 X_{4i} + \beta_6 X_{5i} + \beta_7 X_{6i} + \beta_8 X_{7i} + \mu_i$$

$$\text{และ } \text{Prob}(Y_i = 1) = \frac{1}{1 + e^{-I_i}}$$

โดยที่	$Y_i$	คือ ตัวแปรทุจริต เท่ากับ 0 กรณีไม่ทุจริต หรือ เท่ากับ 1 กรณีทุจริต
	$I_i$	คือ ตัวแปรแฝง (Latent Variable) ของแบบจำลอง Logit
	$CG_i$	คือ ตัวแปรการกำกับดูแลกิจการที่ดี เท่ากับ 0 กรณีเท่าเดิม หรือ 1 กรณีลดลง
	$x_{1i}$	คือ ตัวแปรมาตรการที่ 1 ของการทุจริตแต่ละประเภท
	$x_{2i}$	คือ ตัวแปรมาตรการที่ 2 ของการทุจริตแต่ละประเภท
	$x_{3i}$	คือ ตัวแปรมาตรการที่ 3 ของการทุจริตแต่ละประเภท
	$x_{4i}$	คือ ตัวแปรมาตรการที่ 4 ของการทุจริตแต่ละประเภท
	$x_{5i}$	คือ ตัวแปรมาตรการที่ 5 ของการทุจริตแต่ละประเภท
	$x_{6i}$	คือ ตัวแปรมาตรการที่ 6 ของการทุจริตแต่ละประเภท
	$x_{7i}$	คือ ตัวแปรมาตรการที่ 7 ของการทุจริตแต่ละประเภท
	$\mu_i$	คือ ตัวแปรความคลาดเคลื่อน

- คำอธิบายสัญลักษณ์
- y1 = วิถีมาปนกิจสงเคราะห์
  - y2 = วิถีการลงทุน
  - y3 = วิถีอัตราแลกเปลี่ยนเงิน
  - y4 = วิถีขายฝันระดมทุนตั้งบริษัทเข้าตลาดหลักทรัพย์
  - y5 = วิถีอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศเป็นสิ่งดึงดูด
  - y6 = วิถีแอบอ้างชื่อผู้มีอิทธิพล
  - y7 = วิถีขายสิ่งศักดิ์สิทธิ์
  - y8 = วิถีใช้โซเชียลมีเดียล่อเหยื่อนักศึกษา และสมาชิกใหม่
  - y9 = วิถีกองทุนสินค้าเกษตร
  - y10 = วิถีผลิตภัณฑ์อวดอ้างสรรพคุณรักษาสารพัดโรค

**ตารางที่ 4.38** ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุด้วยแบบจำลองโลจิสต์ (Logit Model)

ตัวแปร	y1	y2	y3	y4	y5
เพิ่ม CG	-1.1016*	-1.5931*	-1.3261*	-1.8843*	-1.4328*
x1	0.2487	-0.0609	0.3455	0.0100	0.7334
x2	0.7618	-0.0558	-1.6423*	0.3796	0.0060
x3	-3.8820*	0.8701	0.2825	0.1430	0.8642
x4	0.8328	-0.3075	-1.0376*	-2.3917*	-1.7135*
x5	-1.6355*	-1.6871*	0.1874	0.8068	-1.6826*
x6	-1.4450*	-0.0262	0.3354		
ค่าคงที่	4.2015*	2.3430*	0.0918	2.0289*	2.4050*
จำนวนข้อมูล	724	724	724	724	724
Chi-squares Test	59.3412*	14.8824*	154.4893*	13.3213*	56.6689*

ตัวแปร	y6	y7	y8	y9	y10
เพิ่ม CG	-2.9189*	-1.1568*	-1.3357*	-3.8023*	-1.7081*
x1	0.3878	0.7095	0.8670	0.1041	0.9959
x2	0.2846	0.6593	-1.8760*	-1.5832*	0.1771
x3	0.5957	0.1399	-0.2240*	0.8966	-0.6695*
x4	-2.6506*	-2.4756*	0.1439	-2.0902*	0.2203
x5	-3.3136*	0.1596		-2.1162*	
x6	-2.3529*				
ค่าคงที่	2.4654*	2.8556*	0.7431	3.3903*	0.7360
จำนวนข้อมูล	724	724	724	724	724
Chi-squares Test	61.3603*	38.0508*	75.8130*	48.6628*	34.6386*

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ที่มา: จากการสำรวจและการคำนวณ

จากตารางที่ 4.38 เมื่อพิจารณาค่า Chi-squares Test แต่ละวิธีของการทดสอบมีนัยสำคัญ สรุปได้ว่าสมการพยากรณ์นี้มีความเหมาะสม เพราะการกำกับกิจการที่ดีในสมการมีอิทธิพลการทุจริตกับมาตรการป้องกันการทุจริตแต่ละวิธีการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย

ผลการศึกษาศึกษาสามารถวิเคราะห์อิทธิพลการทุจริต โดยการนำการกำกับกิจการที่ดีมาควบคุมในกลุ่มตัวอย่างธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยแบบจำลองโลจิสติกส์ขั้นต้น ประมาณค่าด้วยวิธีการความเป็นไปได้สูงสุด (Maximum likelihood Estimation Method) สามารถวิเคราะห์ผลความน่าจะเป็นการกำกับกิจการที่ดีส่งผลกระทบต่อวิธีการทุจริตแต่ละกรณีการทุจริต สามารถลดการทุจริตลงได้ จึงสรุปมาตรการป้องกันการทุจริตแต่ละวิธี ดังตารางที่ 4.39

ตารางที่ 4.39 สรุปมาตรการป้องกันการทุจริตแต่ละวิธีการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย

<p>มาตรการป้องกันการทุจริต</p> <p>วิธีการทุจริต</p>	วิธียาปนกิจสงเคราะห์	วิธีการลงทุน	วิธีอัตราแลกเปลี่ยนเงิน	วิธีขายผ่านระดมทุนตั้งบริษัท เข้าตลาดหลักทรัพย์	วิธีอัตราแลกเปลี่ยนระหว่าง ประเทศเป็นสิ่งที่ดึงดูด	วิธีแอบอ้างชื่อผู้มีอิทธิพล	วิธีขายสิ่งคัดลัพท์	วิธีใช้โซเชียลมีเดียต่อเพื่อนักศึกษา และสมาชิกใหม่	วิธีกองทุนสินค้าเกษตร	วิธีผลิตภัณฑ์ตัวอย่างสรรพคุณ รักษาสารพัดโรค
1. ควรแจ้งเบาะแส	✓									
2. ควรศึกษาเงื่อนไขกองทุนหรือสหกรณ์ก่อนสมัครสมาชิก						✓			✓	
3. ตรวจสอบประวัติทางอาชญากรรมทางกฎหมายทุกเรื่องก่อนร่วมทุน		✓			✓					
4. ควรสร้างระบบการควบคุมภายใน ระบบสารสนเทศที่รัดกุม รอบคอบ			✓						✓	✓
5. ตรวจสอบการจัดตั้ง การจดทะเบียนของธุรกิจอย่างถูกต้อง			✓							
6. แผนการจ่ายค่าตอบแทน และขั้นตอนการสมัครสมาชิกที่ชัดเจน					✓					
7. ควรศึกษาเงื่อนไขกองทุนหรือสหกรณ์ก่อนสมัครสมาชิก	✓									
8. สังเกตพฤติกรรมหาสมาชิกและการจ่ายค่าตอบแทน						✓				
9. ควรใช้วิจารณ์ส่วนบุคคล							✓			
10. นำหลักการควบคุมภายใน และการกำกับที่ดีมาควบคุม									✓	
11. ปลุกฝังให้บุคลากรในองค์กรยึดมั่นต่อหลัก คุณธรรม จริยธรรมและจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน	✓			✓		✓		✓		

จากตารางที่ 4.39 มาตรการป้องกันการทุจริตที่ป้องกันการทุจริตแต่ละวิธี ที่นัยสำคัญระดับ .05 สำหรับธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทยมีดังนี้

**วิธีฉ้อโกงเชิงเศรษฐกิจ** มาตรการป้องกันการทุจริตที่ได้ผลสำหรับวิธีนี้ ได้แก่ การแจ้งเบาะแส การศึกษาเงื่อนไขของกองทุนหรือสหกรณ์ก่อนสมัครสมาชิก พร้อมทั้งปลูกฝังให้บุคลากรในองค์กรยึดมั่นต่อหลักคุณธรรม จริยธรรมและจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน

**วิธีการลงทุน** มาตรการป้องกันการทุจริตที่ได้ผลสำหรับวิธีนี้ ได้แก่ ตรวจสอบประวัติทางอาชญากรรมทางกฎหมายทุกเรื่องก่อนร่วมทุน

**วิธีอัตราแลกเปลี่ยนเงิน** มาตรการป้องกันการทุจริตที่ได้ผลสำหรับวิธีนี้ ได้แก่ ควรสร้างระบบการควบคุมภายใน ระบบสารสนเทศที่รัดกุม รอบคอบ และตรวจสอบการจัดตั้ง การจดทะเบียนของธุรกิจอย่างถูกต้อง

**วิธีขายผันระดมทุนตั้งบริษัทในตลาดหลักทรัพย์** มาตรการป้องกันการทุจริตที่ได้ผลสำหรับวิธีนี้ ได้แก่ ควรปลูกฝังให้บุคลากรในองค์กรยึดมั่นต่อหลักคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน

**วิธีอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศเป็นสิ่งดึงดูด** มาตรการป้องกันการทุจริตที่ได้ผลสำหรับวิธีนี้ ได้แก่ ควรตรวจสอบประวัติทางอาชญากรรมทางกฎหมายทุกเรื่องก่อนร่วมทุน และแผนการจ่ายค่าตอบแทน และขั้นตอนการสมัครสมาชิกที่ชัดเจน

**วิธีแอบอ้างชื่อผู้มีอิทธิพล** มาตรการป้องกันการทุจริตที่ได้ผลสำหรับวิธีนี้ ได้แก่ ควรศึกษาเงื่อนไขกองทุนหรือสหกรณ์ก่อนสมัครสมาชิก สังเกตพฤติกรรมมหาสมาชิกและการจ่ายค่าตอบแทน พร้อมทั้งปลูกฝังให้บุคลากรในองค์กรยึดมั่นต่อหลักคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน

**วิธีขายสิ่งศักดิ์สิทธิ์** มาตรการป้องกันการทุจริตที่ได้ผลสำหรับวิธีนี้ ได้แก่ ควรใช้วิจารณญาณส่วนบุคคล

**วิธีใช้โซเชียลมีเดียล่อเหยื่อนักศึกษาและสมาชิกใหม่** มาตรการป้องกันการทุจริตที่ได้ผลสำหรับวิธีนี้ ได้แก่ ปลูกฝังให้บุคลากรในองค์กรยึดมั่นต่อหลักคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน สร้างระบบการควบคุมภายใน ระบบสารสนเทศ ที่รัดกุม รอบคอบและตรวจสอบได้ พร้อมทั้งนำหลักการควบคุมภายใน และการกำกับที่ดีมาควบคุม

**วิธีกองทุนสินค้าเกษตร** มาตรการป้องกันการทุจริตที่ได้ผลสำหรับวิธีนี้ ได้แก่ ควรนำหลักการควบคุมภายใน และการกำกับที่ดีมาควบคุม และควรสร้างระบบการควบคุมภายใน ระบบสารสนเทศที่รัดกุม ตรวจสอบได้ พร้อมทั้งควรจัดตั้งหน่วยกองทุนสินค้าเกษตร

**วิธีผลิตภัณฑ์อวดอ้างสรรพคุณรักษาสารพัดโรค** มาตรการป้องกันการทุจริตที่ได้ผลสำหรับวิธีนี้ ได้แก่ ควรสร้างระบบการควบคุมภายใน ระบบสารสนเทศ ที่รัดกุม รอบคอบ และตรวจสอบได้

จากผลวิจัยข้างต้นสรุปได้ว่า การควบคุมภายใน การกำกับกิจการที่รวมทั้งมาตรการป้องกันการทุจริตอื่น ๆ ไม่สามารถจัดการทุจริตได้ทุกวิธีที่เกิดขึ้นในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้น จึงขอเสนอแนะการสร้างวัฒนธรรมองค์กรเกี่ยวกับความซื่อสัตย์สุจริต การน้อมนำพระราชาดำรัสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 9 เกี่ยวกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาปลูกฝังให้พนักงานใช้ในการดำเนินชีวิต รวมถึงการซื้อหรือพัฒนาซอฟต์แวร์เกี่ยวกับการป้องกันการทุจริตมาใช้ ส่งผลให้การป้องกันการทุจริตของธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นมีประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

#### 4.2.7 ผลการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

การแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะ เพื่อการปรับปรุงและพัฒนาการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้น ปรากฏผล ดังตารางที่ 4.40

ตารางที่ 4.40 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามปลายเปิด

ผู้ตอบ / ไม่ตอบแบบสอบถามปลายเปิด	จำนวน	ร้อยละ
ตอบแบบสอบถามปลายเปิด	21	2.90
ไม่ตอบแบบสอบถามปลายเปิด	703	97.10
<b>รวม</b>	<b>724</b>	<b>100.00</b>

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามปลายเปิดจากตารางที่ 4.40 พบว่า ในจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 724 คน มีผู้ไม่ตอบแบบสอบถามปลายเปิดเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงและพัฒนาการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 97.10 ส่วนที่เหลือเป็นผู้ตอบแบบสอบถามปลายเปิด คิดเป็นร้อยละ 2.90

ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงและพัฒนาการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้น มีรายละเอียดแสดงเป็นค่าความถี่จำแนกเป็นข้อ ๆ ปรากฏผล ดังตารางที่ 4.41

ตารางที่ 4.41 แสดงความถี่และค่าร้อยละความคิดเห็นจากผู้ตอบแบบสอบถามปลายเปิดเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงและพัฒนาการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้น

ข้อเสนอแนะ	ค่าความถี่	ร้อยละ
ควรเพิ่มบทลงโทษทางกฎหมายที่เข้มงวดและรุนแรง	3	14.29
ควรประชาสัมพันธ์แจ้งเตือนภัยแชร์ลูกโซ่	2	9.52
ควรเพิ่มช่องทางการแจ้งเบาะแส หรือร้องเรียน	2	9.52
ควรจัดตั้งหน่วยงาน หรือองค์กรต่อต้านธุรกิจแชร์ลูกโซ่	3	14.29
ควรเพิ่มองค์ความรู้ด้านกลโกงแชร์ลูกโซ่ อย่างสม่ำเสมอและรวดเร็ว	1	4.76
ควรปรับปรุงขั้นตอนการติดต่อของภาครัฐ	2	9.52
ควรส่งเสริมองค์ความรู้การป้องกันการเกิดการทุจริต	3	14.29
ควรสร้างวัฒนธรรมองค์กรหรือหาซอฟต์แวร์การป้องกัน	5	23.81
<b>รวม</b>	<b>21</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.41 พบว่า ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการแนวทางการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้น ปรับปรุงและพัฒนาแบบรายการมากที่สุด ได้แก่ ควรสร้างวัฒนธรรมองค์กรหรือหาซอฟต์แวร์การป้องกัน คิดเป็นร้อยละ 23.81 รองลงมา ได้แก่ ควรเพิ่มบทลงโทษทางกฎหมายที่เข้มงวดและรุนแรง ควรจัดตั้งหน่วยงาน หรือองค์กรต่อต้านธุรกิจแชร์ลูกโซ่ ควรส่งเสริมองค์ความรู้การป้องกันการเกิดการทุจริต คิดเป็นร้อยละ 14.29 เท่ากัน ควรประชาสัมพันธ์แจ้งเตือนภัย



แซร์ลูโกโซ่ ควรเพิ่มช่องทางการแจ้งเบาะแส หรือร้องเรียน ควรปรับปรุงขั้นตอนการติดต่อของภาครัฐ คิดเป็นร้อยละ 9.52 เท่ากัน และควรเพิ่มองค์ความรู้ด้านกลไกแซร์ลูโกโซ่ อย่างสม่ำเสมอและรวดเร็ว คิดเป็นร้อยละ 4.76 ตามลำดับ

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย โดยนำเสนอวิธีการดำเนินการวิจัย 2 แบบ ดังนี้ วิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อศึกษาลักษณะประเภทของการทุจริต วิธีการทุจริต และมาตรการป้องกันการทุจริตที่เหมาะสมในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศ ดังนี้

#### 5.1 สรุปและอภิปรายผลการศึกษา

ประเด็นสำคัญที่ได้พบจากวิจัยครั้งนี้ ได้นำมาอภิปรายเพื่อสรุปให้ทราบข้อเท็จจริง โดยการนำเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาอ้างอิงสนับสนุน ดังนี้

##### 5.1.1 ประเภทของการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย

การทุจริตที่เกิดขึ้นส่วนใหญ่ มีสาเหตุจากลักษณะการเล่นแชร์ลูกโซ่ โดยเกิดกับตำแหน่งหัวหน้าทีมหรือแม่ทีมมากที่สุด เมื่อเทียบกับตำแหน่งต่าง ๆ การที่บุคคลอยู่กับกลุ่มลูกค้าและงานนั้น ๆ เป็นประจำ และมีความรู้เรื่องแผนธุรกิจ แผนการตลาด แผนการจ่ายค่าตอบแทนและระบบการทำงานของบริษัทขายตรงและตลาดขายตรงเป็นอย่างดี จึงรู้ช่องโหว่หรือจุดอ่อนที่จะทำการทุจริตไม่ว่าจะโดยตั้งใจหรือไม่ก็ตาม ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎี Fraud Triangle ของ Donald R. Cressey (1953), ทฤษฎี Four Sided Diamond Fraud ของ David T. Wolfe and Dana R. Hermanson (2004) และทฤษฎี Gone Theory ของ Leonard J. Book (2004) ในองค์ประกอบการกระทำการทุจริต และ Hopwood et al. (2008) สอดคล้องกับศิลปะพร ศรีจันเพชร (2548) ที่ระบุว่าด้านการบริหารและดำเนินงานที่เกิดปัญหาการทุจริตในองค์กร ส่วนปัจจัยที่เป็นมูลเหตุเกิดการทุจริตเกิดจากพนักงานไม่มีความซื่อสัตย์ ขาดหลักจริยธรรม ซึ่งตรงกับแนวความคิดของธานินทร์ ศิลป์จารุ (2550) ที่ระบุว่า ปัจจัยการทุจริตมีอิทธิพลต่อจริยธรรมของพนักงาน

##### 5.1.2 วิธีการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้น

วิธีการทุจริตที่เกิดขึ้นในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้น 10 วิธี ได้แก่ วิธีเงินสมทบ ฌาปนกิจสงเคราะห์ การลงทุน อัตราแลกเปลี่ยนเงิน ขายฝันระดมทุนตั้งบริษัทเข้าตลาดหลักทรัพย์ อัตราแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศเป็นสิ่งที่ดึงดูด แอบอ้างชื่อผู้มีอิทธิพล ขายสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ใช้โซเชียลมีเดียล่อเหยื่อนักศึกษา และสมาชิกใหม่ กองทุนสินค้าเกษตร และผลิตภัณฑ์อวดอ้างสรรพคุณรักษาสารพัดโรค เป็นภัยคุกคามและสร้างความเสียหายทางเศรษฐกิจเป็นอย่างมากสอดคล้องกับฐานข้อมูลสำคัญที่กรม

สอบสวนคดีพิเศษ (Department of Special Investigation: DSI) กองสืบสวนคดีเศรษฐกิจ (สศก.) และสำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) และสอดคล้องกับศุภโชค ศิริเลิศไชยยันต์ (ม.ป.ป)

#### 5.1.3 มาตรการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย

โดยการนำแนวทางการป้องกันการทุจริต 4 ประการ (อมรา ตีราศรีวัฒน์, 2553) และกฎหมายไทย ดังนี้

5.1.3.1 ระบบการควบคุมภายใน ระบบสารสนเทศที่รัดกุม รอบคอบ และการตรวจสอบ ซึ่งสอดคล้องกับชานินทร์ ศิลป์จารุ (2550) และเกวลิน สถิตานนท์ (2550) ที่ระบุว่า แนวทางการป้องกันการทุจริต ควรมีการประเมินผลการปฏิบัติงานทุกระยะ

5.1.3.2 การสร้างกรอบและวินัยในการประพฤติและปฏิบัติร่วมกัน ซึ่งสอดคล้องกับกฎเกณฑ์และข้อกำหนดของคณะกรรมการประชุมนานาชาติที่กรุงนิวยอร์ก (The Conference Board, New York, 1999, 16.)

5.1.3.3 การปลูกฝังให้บุคลากรในองค์กรยึดมั่นต่อหลักคุณธรรม จริยธรรมและจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน ซึ่งสอดคล้องกับอมรา ตีราศรีวัฒน์ (2553) กล่าวถึงทฤษฎีจริยธรรม 17 ทฤษฎี ที่ระบุว่า ศีลธรรมประจำวิชาชีพ สามารถสร้างขึ้นมาจากหลักการทฤษฎีจริยธรรม (Ethics Theory)

5.1.3.4 การควบคุมกิจการ ซึ่งสอดคล้องกับภัทรพงศ์ เจริญกิจจารุกร (2556) ระบุว่า การนำหลักการกำกับกิจการที่ดีมาใช้ในการกำกับดูแลทุกระดับองค์กร 8 ประการ คือ การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจแก้ไขการปฏิบัติตามกฎหมาย เปิดเผยข้อมูลอย่างตรงไปตรงมา มีการตรวจสอบและรายงานผล มีความรับผิดชอบต่อการตัดสินใจและหน้าที่ที่สอดคล้องเป้าหมาย และเสมอภาคในสิทธิที่พึงได้ การจัดการทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประสิทธิภาพ โดยได้รับผลตอบแทนที่คุ้มค่ากับเงินลงทุน

5.1.3.5 กฎหมายไทย 8 ฉบับที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ประมวลกฎหมายอาญา ลักษณะ 12 หมวด 3 ความผิดฐานฉ้อโกง ประมวลกฎหมายอาญามาตรา 112 พระราชกำหนดการกักเงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชน พ.ศ. 2527 พระราชบัญญัติการเล่นแชร์ พ.ศ. 2534 พระราชบัญญัติการขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2546 พระราชบัญญัติป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน พ.ศ. 2542 และพระราชบัญญัติการฉ้อโกง พ.ศ. 2545

## 5.2 ข้อเสนอแนะ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมด เกี่ยวกับการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย ข้อเสนอแนะข้อมูลต่าง ๆ 2 ลักษณะ ได้แก่ ข้อเสนอแนะทั่วไป และข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

### 5.2.1 ข้อเสนอแนะทั่วไป

5.2.1.1 ควรเพิ่มบทลงโทษทางกฎหมายที่เข้มงวดและรุนแรง เพื่อรักษาความปลอดภัยและยับยั้งความสูญเสียทรัพย์สิน

5.2.1.2 ควรผลักดันให้มีการปรับปรุงกฎ ระเบียบและวิธีการทำงานของหน่วยงานหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องการป้องกันและปราบปรามการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้น

5.2.1.3 จัดตั้งศูนย์เพื่อรับเรื่องเรียนของประชาชนจากการถูกการฉ้อโกงหรือหลอกลวง โดยก่อนส่งต่อให้หน่วยงานที่รับผิดชอบโดยตรง

5.2.1.4 ควรมีจัดระเบียบ และการจัดขึ้นทะเบียนเป็นแม่ที่มขายตรงอย่างเป็นทางการและเป็นที่ยอมรับ เพื่อควบคุมการดำเนินกิจกรรมการขายตรงและตลาดขายตรง

5.2.1.5 ควรณรงค์และการให้ความรู้แก่ประชาชนและนักลงทุนทั่วไปเกี่ยวกับการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้น

5.2.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

5.2.2.1 ศึกษาสภาพและปัญหาการดำเนินงานที่ทำให้เกิดการทุจริต พร้อมทั้งแนวทางหรือมาตรการป้องกัน โดยเฉพาะจรรยาบรรณการประกอบการธุรกิจ เช่น กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค กลุ่มการลงทุน เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกและนำผลที่ได้มาใช้ประโยชน์ได้มากยิ่งขึ้น

5.2.2.2 ศึกษามาตรการป้องกันการทุจริตในกลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยว ธุรกิจอีคอมเมิร์ซ ธุรกิจอาหารเสริม และธุรกิจเกมออนไลน์ เนื่องจากมีลักษณะการตลาดที่คล้ายกับธุรกิจการขายตรง

### 5.3 งานวิจัยในอนาคต

5.3.1 กำหนดมาตรฐานการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5.3.2 ศึกษากลุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุม เพื่อให้ผลงานวิจัยละเอียด และสามารถศึกษาปัญหาและแนวทางการแก้ไขปัญหาการทุจริตได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

### 5.4 ข้อจำกัดของการศึกษา

5.4.1 มีความซับซ้อนในการออกหนังสือราชการของเจ้าหน้าที่โครงการ ทำให้เกิดความล่าช้าในการเก็บข้อมูล และเสียโอกาสสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน

5.4.2 สถานที่นัดหมายในการสัมภาษณ์ไม่เหมาะสม เนื่องจากสถานที่มีลักษณะปิด เส้นทางวกวน และสิ่งแวดล้อมโดยรอบอันตรายต่อการเดินทาง

## บรรณานุกรม

- กองการจัดการวารสารวิชาการ ป.ป.ช. (2553). การต่อต้านการทุจริตของประเทศสิงคโปร์. *วารสารวิชาการ ป.ป.ช.*, 3(1), หน้า 178-187.
- กองคุ้มครองผู้บริโภคด้านธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง. (2560). *โครงการขับเคลื่อน กลไกการจัดการ ปัญหาธุรกิจขายตรง กรณีแชร์ลูกโซ่ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2560*. โรงแรมรามาคาร์เด็นส์. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค.
- กาญจนา เชนฐศิริ. (2556). *การประเมินความเสี่ยงในเรื่องทุจริตกระบวนการบริหารสินค้าคงเหลือ กรณีศึกษา บริษัท XYZ จำกัด*. การศึกษาค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต. สาขาการตรวจสอบภายใน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, กรุงเทพฯ.
- กานดา จันทร์แย้ม. (2546). *จิตวิทยาอุตสาหกรรมเบื้องต้น*. กรุงเทพฯ: โอ.เอส. พรีนติ้ง เฮาส์.
- เกวลิน สลิตานนท์. (2550). *แนวทางป้องกันการทุจริตภายในองค์กรธุรกิจอุตสาหกรรมไฟฟ้าและ อิเล็กทรอนิกส์*. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรบัณฑิตมหาบัณฑิต. สาขาวิชาธุรกิจอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, กรุงเทพฯ.
- เกียรติศักดิ์ จีระธีรนาถ. (2539). *การทุจริตในองค์กรและอาชญากรรมธุรกิจ*. (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: บริษัทคู่แข่ง จำกัด (มหาชน).
- คณะกรรมการป้องกันและปราบปรามทุจริตแห่งชาติ. (2557). *การจัดทำยุทธศาสตร์ชาติว่าด้วย การป้องกันและปราบปรามการทุจริต ระยะที่ 2 (พ.ศ. 2556-2560)*. กรุงเทพฯ: สำนักงานการป้องกัน และปราบปรามการทุจริต
- จันทนา สาขากร. (2550). *การบริหารความเสี่ยง COSO ERM*. กรุงเทพฯ: ทีพีเอ็นเพรส
- จันทนา สาขากร, นิพันธ์ เห็นโชคชัยชนะ, และศิลปพร ศรีจันเพชร. (2547). *การควบคุมภายในและ การตรวจสอบภายใน*. กรุงเทพฯ: ทีพีเอ็นเพรส
- จิตติมา ดุริยะประพันธ์, ฤชกร สิริโยธิน, และธีรพล รัตนาลักการ. (2528). *แชร์ธุรกิจ*. รายงานการศึกษา ตลาดเงินนอกระบบ. ฝ่ายวิชาการ ธนาคารแห่งประเทศไทย.
- เดือนเด่น นิคมบริรักษ์ และคณะ. (2554). *ปัญหาการทุจริตคอร์รัปชันในวงการค้าเอกชนไทยกับแนว ทางแก้ไขและป้องกัน*. ม.ป.ท.: มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2548). *การบริหารการเงินธุรกิจ*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: บริษัท วี.อินเตอร์ พรีนติ้ง. \_\_\_\_\_ (2549). *คู่มือการวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม SPSS*. (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: บริษัท วี. อินเตอร์ พรีนติ้ง.
- \_\_\_\_\_. (2550). *แนวทางป้องกันการทุจริตในองค์กรธุรกิจอุตสาหกรรม*. กรุงเทพฯ: บริษัท วี.อินเตอร์ พรีนติ้ง.
- \_\_\_\_\_. (2548). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS*. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: บริษัท วี.อินเตอร์ พรีนติ้ง.

- นันทญา วาดกลิ่น. (2550). *แรงจูงใจของนักธุรกิจในการทำธุรกิจแอมเวย์ประเทศไทย: กรณีศึกษา สาขา สุขุมวิท 83 กรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการบริหารทั่วไป มหาวิทยาลัยบูรพา.
- นิติพัฒน์ วุฒิบุญสิทธิ์. (กันยายน-ธันวาคม 2555). แนวทางแก้ไขปรับปรุงกฎหมายขายตรงและตลาดแบบตรง: ศึกษากรณีการประกอบธุรกิจขายตรง. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยปทุมธานี*, 86(3).
- นิพนธ์ พัวพงศกร, เตือนเด่น นิคมบริรักษ์, และสุวรรณา ตุลยวศินพงศ์. (2544). *คอร์รัปชันในวงราชการ: กรณีศึกษาและยุทธศาสตร์การต่อต้านคอร์รัปชันในเชิงเศรษฐศาสตร์*. รายงานการวิจัยคอร์รัปชันในประเทศไทย สำนักงาน ก.พ. กรุงเทพฯ: บริษัท พี.เอ.อีฟวิ้ง จำกัด.
- นิพนธ์ เห็นโชคชัยชนะ และศิลปพร ศรีจันทเพชร. (2545). *การสอบบัญชี*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: บริษัท เอเอ็นเอส บิซิเนสคอนซัลแทนส์ จำกัด.
- เนตร์พัฒนา ยาวีราช. (2549). *จริยธรรมทางธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: บริษัท เซ็นทรัลเอ็กซ์เพรส จำกัด.
- ผาสุก พงษ์ไพจิตร. (2543). *ศึกษาภาพการวิจัยเกี่ยวกับการป้องกันและปราบปรามการทุจริตคอร์รัปชันในสังคมไทย: วิธีการ ตัวชี้ ผลกระทบ และข้อคิดสู่การแก้ไข*. เข้าถึงได้จาก: <http://pioneer.netserv.ac.th/ppasuk/tutjarit.doc>, 24 ตุลาคม 2559.
- พรชัย นฤตมกุล และพรรณนิภา รอดวรรณะ. (ตุลาคม-ธันวาคม 2554). การทุจริตของพนักงานในองค์กรธุรกิจ. *วารสารจุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์*, 33(130).
- พรนพ พุกกะพันธ์. (2546). *โลกาภิวัตน์กับ Good Governance ในธรรมาภิบาลกับคอร์รัปชันในสังคมไทย*. กรุงเทพฯ: สถาบันวิสิทธิ์รสน์.
- พัชรา สีนลอยมา. (2550). *รูปแบบและวิธีการกระทำความผิดประกอบธุรกิจขายตรงในลักษณะแชร์ลูกโซ่ในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. สาขาอาชญาวิทยา การบริหารงานยุติธรรมและสังคม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล, นครปฐม.
- ภัทรพงศ์ เจริญกิจจารุกร. (ตุลาคม-ธันวาคม 2556). Sarbanes-Oxley Act และการกำกับดูแลกิจการในต่างประเทศสู่ธรรมาภิบาลในประเทศไทย. *วารสารจุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์*, 35(138).
- ภูษะสิทธิ์ เมดิสมปราชญ์ และการุณันท์ รัตน์แสนวงษ์. (2550). *รูปแบบการกำกับดูแลธุรกิจขายตรงเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค*. *วารสารบัณฑิตศึกษา: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*.
- ภูษิต วงศ์หล่อสายชล. (2554). ความรับผิดชอบต่อสังคม บริษัทภิบาล และจรรยาบรรณทางธุรกิจที่มีผลต่อผลตอบแทนจากการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย*, 31. หน้า 112-122.
- มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (2557). *ทุนมนุษย์กับผลิตภาพแรงงานในภาคอุตสาหกรรมไทย*. เข้าถึงได้จาก: <http://www.sagi.co.th/th/contact-us-office.php>, 15 พฤษภาคม 2559.
- ยงยุทธ เกษสาค. (2547). *ภาวะผู้นำและการทำงานเป็นทีม*. (พิมพ์ครั้งที่ 6). 30 พฤศจิกายน 2559. กรุงเทพฯ: ปิณณรัชต์.

- ราชบัณฑิตยสถาน. พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542. กรุงเทพฯ: นามิบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์, 2543.
- รักษพล ไชยชนะ. (2553). *การทุจริตและการป้องกันในหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ: กรณีศึกษาของรัฐวิสาหกิจ*. การศึกษาค้นคว้าอิสระ. สาขาวิชาบัญชี ภาควิชาบัญชี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. กรุงเทพฯ.
- รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2499. (13 พฤศจิกายน 2499). *พระราชบัญญัติให้ใช้ประมวลกฎหมายอาญา พ.ศ. 2499*.
- รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2527. (11 พฤศจิกายน 2527). *พระราชกำหนดการกักเงินที่เป็น การฉ้อโกงประชาชน พ.ศ. 2527*.
- รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2534. (13 กรกฎาคม 2534). *พระราชบัญญัติการเล่นแชร์ พ.ศ. 2534*.
- รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2541. (15 มีนาคม 2541). *พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541*.
- รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2542. (10 เมษายน 2542). *พระราชบัญญัติป้องกันและปราบปราม การฟอกเงิน พ.ศ. 2542*.
- รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2545. (23 เมษายน 2545). *พระราชบัญญัติการขายตรงและตลาด แบบตรง พ.ศ. 2545*.
- รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2545. (23 เมษายน 2545). *พระราชบัญญัติการฉ้อโกง สงเคราะห์ พ.ศ. 2545*.
- วรศักดิ์ ทูมมานนท์. (2543). *คุณรู้จัก Creative Accounting และคุณภาพกำไรแล้วหรือยัง?*. กรุงเทพมหานคร: ไอโอนิค อินเทอร์เน็ต รีซอลเซส.
- วรัญญู วงศ์พินทุ. (2550). *มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจขายตรงอาหารเสริม*. สารนิพนธ์นิติศาสตร มหาบัณฑิต. สาขาวิชากฎหมายธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม, ชลบุรี.
- วลัยพร ยอดคำมี. (2550). *แนวทางป้องกันการทุจริตภายในองค์กรธุรกิจอุตสาหกรรมอาหาร*. วิทยานิพนธ์ ครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอม เกล้าพระนครเหนือ, กรุงเทพฯ.
- วิทยากร เชียงกุล. (2555). *แนวทางการแก้ไขปัญหาการทุจริตคอร์รัปชัน* เข้าถึงได้จาก: <http://witayakornclub.wordpress.com/2008/04/28/corrupt/>, 25 ธันวาคม 2559.
- \_\_\_\_\_. (2549). *แนวทางปราบคอร์รัปชันอย่างได้ผล*. กรุงเทพฯ: สายธาร.
- \_\_\_\_\_. (2550). *รูปแบบของการทุจริตคอร์รัปชันและผลประโยชน์ทับซ้อนในปัจจุบัน*. เข้าถึงได้จาก: <http://witayakornclub.wordpress.com/2008/04/22/corrupt/>, 25 ธันวาคม 2559.
- \_\_\_\_\_. (2555). *รูปแบบของการทุจริตคอร์รัปชัน*. เข้าถึงได้จาก <http://witayakornclub.wordpress.com/2008/04/22/corrupt/>, 25 ธันวาคม 2559.

- วิลาสินี อัครวิบูลย์. (2550). *มาตรการทางกฎหมายในการคุ้มครองผู้บริโภคในธุรกิจขายตรง: ศึกษากรณีอันมีลักษณะเป็นแชร์ลูกโซ่*. วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชานิติศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. กรุงเทพฯ.
- วีระพงษ์ บุญโญภาส. (ม.ป.ป.). *ขอบเขตและความหมายของอาชญากรรมทางเศรษฐกิจ, เทคนิคและแนวทางการป้องกันการฉ้อโกงฉ้อฉลปลอมแปลงในทางธุรกิจการค้าและการพาณิชย์*. ม.ป.ท.
- วลีษฐ์ บำรุง. (ม.ป.ป.). *ปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับการขายตรงเครื่องสำอาง*. ม.ป.ท.: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ศรีอยุธยา เจนเนอร์ล ประกันภัย. (2558). *องค์ประกอบของการกระทำการทุจริต*. เข้าถึงได้จาก: <http://www.sagi.co.th/th/contact-us-office.php>, 26 พฤศจิกายน 2559.
- ศุภโชค ศิริเลิศไชยยันต์. (ม.ป.ป.). *ชำแหละ 10 กลลวงยอดฮิต เล่ห์เหลี่ยมของ “แชร์ลูกโซ่”*. เข้าถึงได้จาก: <http://line.me/ti/p/~lek-scm>, 25 พฤศจิกายน 2559.
- ศิลปะพร ศรีจันเพชร. (2548). Sarbanes-Oxley Act ส่งผลกระทบต่อผู้สอบบัญชีอย่างไร. *วารสารนักบัญชี*, 50(2), หน้า 91-98.
- \_\_\_\_\_. (2548). *การกำกับดูแลกิจการที่ดี: Corporate Governance*. กรุงเทพฯ: คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- \_\_\_\_\_. (2548). ผู้ตรวจสอบภายในควรมีบทบาทอย่างไรกับการทุจริตในองค์กร. *วารสารนักบัญชี จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์*, 27(104), หน้า 48-49.
- \_\_\_\_\_. (2554). ทฤษฎีบรรษัทภิบาล. *วารสารบริหารธุรกิจ*, 120, หน้า 1-4.
- \_\_\_\_\_. (กรกฎาคม-กันยายน 2559). ทุจริต: ทำไมและอย่างไร. *วารสารบริหารธุรกิจ*, 111, หน้า 2-4.
- ศูนย์ส่งเสริมบรรษัทภิบาล สำนักงาน ก.ล.ต. (2555). *การกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance)*. เข้าถึงได้จาก [http://www.set.or.th/th/news/download/files/02\\_CG.pdf](http://www.set.or.th/th/news/download/files/02_CG.pdf), 18 มกราคม 2555.
- สถาบันพระปกเกล้า. (2543). *การปราบปรามการทุจริตและประพฤติมิชอบ*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.
- สมคิด บางโม. (2549). *จริยธรรมธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: พัฒนวิทย์การพิมพ์.
- สมพร เทพสิทธิ์า. (2546). *การเดินตามรอยพระยุคลบาท เศรษฐกิจพอเพียง ช่วยแก้ปัญหาความยากจนและการทุจริต*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ศรีเมืองการพิมพ์.
- \_\_\_\_\_. (2548). *เศรษฐกิจพอเพียงตามแนวพระราชดำริ*. กรุงเทพฯ: สภาอุรวุทธิกสมาคมแห่งชาติ.
- สมาคมการขายตรงไทย. (2556). *จรรยาบรรณธุรกิจขายตรงโลก*. เข้าถึงได้จาก: [http://www.tdsa.org/upload/จรรยาบรรณ Final.pdf](http://www.tdsa.org/upload/จรรยาบรรณ%20Final.pdf), 16 พฤศจิกายน 2559.
- \_\_\_\_\_. (2556). *ประวัติความเป็นมาของธุรกิจขายตรง*. เข้าถึงได้จาก: <http://www.tdsa.org/content/71/11>, 16 พฤศจิกายน 2559.
- สมาคมนักบัญชีและผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแห่งประเทศไทย. (2544). *มาตรฐานสอบบัญชี รหัส 240 เรื่อง การทุจริตและข้อผิดพลาด*. กรุงเทพฯ: บริษัท พี.เอ.สี่ฟวิง จำกัด.



- สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย. (2549). *หลักการกำกับดูแลกิจการของ OECD*. ม.ป.ท. สายฝน รัตนภิรมย์. (2552). *นโยบายรัฐในการควบคุมอาชญากรรมแชร์ลูกโซ่ที่แฝงในธุรกิจขายตรง*. วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. กรุงเทพฯ.
- สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์. (2556). *ธนาคารโลก ประเมินผลการประเมินบริษัทที่ตลาดหลักทรัพย์ไทย ครั้งที่ 2*. เข้าถึงได้จาก: [http://www.sec.or.th/CG/CGROSC\\_2013\\_book.pdf](http://www.sec.or.th/CG/CGROSC_2013_book.pdf), 17 พฤศจิกายน 2559.
- สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. (2556). *สคบ. กับการคุ้มครองผู้บริโภค*. (พิมพ์ครั้งที่ 16). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ
- \_\_\_\_\_. (2556). *งานด้านขายตรงและตลาดแบบตรง*. เข้าถึงได้จาก: [http://www.ocpb.go.th/ewtadmin/ewt/ocpb\\_web/ewt\\_news.php?nid=779](http://www.ocpb.go.th/ewtadmin/ewt/ocpb_web/ewt_news.php?nid=779), 16 พฤศจิกายน 2559.
- สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง. (ม.ป.ป). *การศึกษาปัจจัยที่เอื้อให้เกิดการทุจริตคอร์รัปชันและแนวทางในการจัดการและป้องกันการทุจริตคอร์รัปชันของส่วนราชการในกระทรวงการคลัง*. ม.ป.ท.
- สุรีย์ วงศ์วนิช. (2549). *การตรวจสอบภายใน: ทำไม่ต้องตรวจสอบ*. กรุงเทพฯ: พระราม 4 พรินติ้ง.
- สุวรรณ หวังเจริญเดช. (2548). Sarbanes-Oxley Act: กฎหมายทางบัญชี. *วารสารจุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์*, 27(105), หน้า 11-19.
- เสาวนีย์ ไทยรุ่งโรจน์, ธนวรรณ พลวิชัย และคณะ. (2553). สถานการณ์ด้านการทุจริตในประเทศไทยในมุมมองของนักธุรกิจ. *วารสารวิชาการ ป.ป.ช.*, 3(1), หน้า 62-85.
- แสง บุญเฉลิมวิภาส. (2544). *การบังคับใช้กฎหมายเพื่อปราบปรามการทุจริตและประพฤติมิชอบในประเทศไทย*. รายงานวิจัยเสริมหลักสูตร. คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อมรา ตีราศรีรัตน์. (2553). ผู้ประกอบการวิชาชีพบัญชีมีบทบาทและหน้าที่ในการป้องกันและตรวจสอบการทุจริตคดโกงและการลักขโมยในองค์กรได้อย่างไร. *วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย*, 16(2).
- อาบิตะ บริพันธ์. (กันยายน-ธันวาคม 2552). ธุรกิจเครือข่าย: พัฒนาการขายตรงที่ก้าวไกล. *วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์*, 1(3).
- อุณากร พงษ์ธาดา และศิลาปะพร ศรีจันทเพชร. (2546). Sarbanes-Oxley Act: ปรับกระบวนการยุติธรรมมีประสิทธิภาพของจริยธรรม. *วารสารบริหารธุรกิจ*, 26(99), หน้า 36-46.
- อุษณา ภัทรมนตรี. (2549). *การตรวจสอบภายในสมัยใหม่*. กรุงเทพฯ: บริษัท เท็กซ์ แอนด์ เจอร์นัลพับลิเคชั่น จำกัด.
- เอก ตั้งทรัพย์วัฒนา และอรอร ภูเจริญ. (2553). *รายงานการวิจัย เรื่องแนวทางการประยุกต์มาตรการสากลเพื่อการต่อต้านการทุจริตของประเทศ*. เข้าถึงได้จาก [http://nacc.go.th/ewt\\_news.php?nid=3825](http://nacc.go.th/ewt_news.php?nid=3825), 25 พฤศจิกายน 2559.

- เอลิซิโอ. (2549). MLM คือ อะไร และประวัติ. เข้าถึงได้จาก [http://www.alisio.com/web/index.php?option=com\\_content&view=article&id=49&Itemid=57](http://www.alisio.com/web/index.php?option=com_content&view=article&id=49&Itemid=57), 25 พฤศจิกายน 2559.
- Albrecht, W. S., Albrecht, C. C., Albrecht, C. O. and Zimbelman. (2009).  
M. F. Fraud examination. (3<sup>rd</sup> edition). South-Western Cengage Learning.
- Asian Development Bank. (2013). *ASEAN Corporate Governance Scorecard: Country Reports and Assessments 2012-2013*. Retrieve from <https://www.adb.org/sites/default/files/institutional-document/42741/adb-annual-report-2013.pdf>, May 5, 2016.
- Association of Certified Fraud Examiners (ACFE). (n.d.). *Certified Fraud Examiner (CFE) is a professional with expertise in fraud prevention detection, deterrence and investigation*. Retrieve from [www.acfe.com](http://www.acfe.com), May 19, 2016.
- Association of Certified Fraud Examiners (ACFE). (1953). Donald R. Cressey, Other People's Money: A Study in the Social Psychology of Embezzlement. Retrieved from [www.acfe.com](http://www.acfe.com), May 20, 2016.
- Association of Certified Fraud Examiners (ACFE). (n.d). Sarbanes-Oxley Act of 2002. Retrieved from [www.acfe.com](http://www.acfe.com), June 17, 2016.
- Association of Certified Fraud Examiners (ACFE). (2004). What Is Fraud?. Retrieved from [www.acfe.com](http://www.acfe.com), July 6, 2017.
- Association of Certified Fraud Examiners (ACFE). (2004). *Report to the Nation on occupational fraud & abuse. n.p.*
- Association of Certified Fraud Examiners (ACFE). (2008). *Report to the Nation on occupational fraud & abuse. n.p.*
- Association of Certified Fraud Examiners (ACFE). (2012). *Report to the Nation on occupational fraud & abuse. n.p.*
- Association of Certified Fraud Examiners (ACFE). (2014). *Report to the Nation on occupational fraud & abuse. n.p.*
- Bierstaker, L., Brody, G. and Pacini, Carl. (2006). Accountants' perceptions regarding fraud detection and prevention methods. *Managerial Auditing Journal*, 21(5), pp. 520-535
- Bishop, J.F. (2004). Preventing, Deterring, and Detecting Fraud: What Works and What Doesn't. *Journal of Investment compliance*. pp. 120-127.
- Blaccionaire, W. G. and Patten, D. M. (1994). Environment Disclosures, Regulatory Costs, and Changes in Firm Value. *Journal of Accounting and Economics*. pp. 357-377.

- Brown, L. D. and Caylor, M. L. (2004). *Corporate Governance and Firm Performance*. Retrieve from [http://w.trustenablement.com/local/GSu\\_ISS\\_Study.pdf](http://w.trustenablement.com/local/GSu_ISS_Study.pdf), May 31, 2016.
- Che Haat Mohd Hassan, Rahman Rashidah Abdul and Mahenthiran Sakthi. (2008). Corporate Governance, Transparency and Performance of Malaysian Companies. *Managerial Auditing Journal*, 23(8), pp. 744-778.
- Cited in Henderson, S., Peirson, G., & Harris, K. (2004). *Financial Accounting Theory*. French Forest: N.S.W. Prentice Hall.
- David T. Wolfe and Dana R. Hermanson. (2004). The Fraud Diamond: Considering the Four Elements of Fraud. Retrieve from <http://www.nysscpa.org/cpajournal/2004/1204/essentials/p38.htm>, June 10, 2016.
- Gompers, P. A., J. L. and Metrick, A. (2003). Corporate Governance and Equity Prices. *Journal of Economic*, 118(1), pp. 107-155.
- Hillier, David., McColgan, Patrick. (2006). *An analysis of changes in board structure during corporate governance reforms*. European Financial Management.
- Hopwood, S., Leiner, J. and Young, R. (2008). *Forensic Accounting*. New York: Quebecon World Dubuque Inc.
- Leonard J Brooks. (n.d.). *Business & Professional Ethics for Directors*, (3<sup>rd</sup> ed.). Executives & Accountant.
- Organization for Economic Co-operation and Development. (June 2, 2016). Retrieve from <http://www.oecd.org/about/history/>, June 8, 2016.
- Robert L. Kardell. (2007). *Three Steps to Fraud Prevention in the Workplace*. The NEBRASKA LAWYER.
- Sarbanes Oxley Compliance Professionals Association. (2016). Welcome to the Sarbanes Oxley Compliance Porta: Japanese Sarbanes Oxley. Retrieve from <http://www.sarbanes-oxley-compliance.org/JapaneseSarbanesOxley.html>, June 8, 2016.
- Schilit, Howard M. (1993). *How to detect accounting gimmicks and fraud in financial reports*. NY: McGraw-Hill.
- United Nations. (2003). *What is Good Governance?* Retrieve from <http://www.unescap.org/pdd/prs:/rojectActivities/Ongoing/gg/governance.asp>, May 8, 2016.
- The Conference Board, New York. (1999). *Global corporate Ethics Practice*. (n.p.)
- Transparency International. (2011). *Corruption perception index*. Retrieve from [http://transarency.org/cpi2011/in\\_detail](http://transarency.org/cpi2011/in_detail), 20 May 2016.

TI Lource Book . (2000). *The Private corporate Sector*. (n.p.)

Yanagimachi, Isao. (2004). *Chaebol Reform and Corporate Governance in Korea, Policy and Governance*. Japan: Keio University.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

หนังสือขอความอนุเคราะห์  
หนังสือขอขอบคุณ  
รายนามผู้ให้สัมภาษณ์

## รายนามผู้รับสัมภาษณ์

รายนาม	ตำแหน่ง / สถานที่
1. นายนาคาญ์ ทวีชาวัฒน์	นายกสมาคมอุตสาหกรรมขายตรง สมาคมอุตสาหกรรมขายตรง 35/30 อาคารโนเบิล เฮาส์ พญาไท ชั้น จี ถนนพญาไท แขวงถนนพญาไท เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร 10400
2. นายสามารถ เจนชัยจิตรวนิช	ประธานสมาพันธ์ต่อต้านแชร์ลูกโซ่แห่งประเทศไทย สมาพันธ์ต่อต้านแชร์ลูกโซ่แห่งประเทศไทย 231 ปณจ.บางรัก กรุงเทพมหานคร 10500
3. นายศรวัลย์ ไพศาลศรวัลย์	ประธานบริษัท ท็อปอ๊อฟ ทูริช จำกัด บริษัท ท็อปอ๊อฟ ทูริช จำกัด 173 ซอยจันทน์ 43 แขวงทุ่งวัดดอน เขตสาทร กรุงเทพมหานคร 10120
4. ดรสมชาย หัสลีพหา.	ประธานบริษัท จอยแอนด์คอยน์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด บริษัท จอยแอนด์คอยน์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด 107/1-2 ถนนรัตนธิเบศร์ ตำบลไทรหมา อำเภอมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี 1100
5. คุณณรงค์ชัย ศรีสวอย	ประธานบริษัท สยามแอดวานซ์ เน็ทเวิร์คส์ จำกัด 1/769 หมู่ที่ 17 การ์เด็นโฮม ซ็อบปิ้ง พลาซ่า ระหว่างซอยพหลโยธิน 60 และ 60/1 ถนนพหลโยธิน ตำบลคูคต อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี 12130

ภาคผนวก ข

แบบสอบถามเชิงคุณภาพ  
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย (เชิงปริมาณ)  
บทสรุปแบบสัมภาษณ์



## แบบสอบถามเชิงคุณภาพ

### เรื่อง การป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย

คำชี้แจง แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้นเพื่อต้องการเก็บรวบรวมข้อมูลไปใช้ในการทำวิจัยเรื่อง “การป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย” เพื่อศึกษาประเภทของการทุจริต วิธีการทุจริต และมาตรการป้องกันการทุจริตที่เหมาะสมในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้น ผู้วิจัยขอขอบพระคุณสำหรับทุกความคิดเห็นและขอรับรองว่าจะใช้ข้อมูลของท่านเพื่อการศึกษาเท่านั้น

#### ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

1. ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ .....
2. อายุ ..... ปี
3. ตำแหน่ง .....
4. ระดับการศึกษา
 

<input type="checkbox"/> 1)ปริญญาตรี	<input type="checkbox"/> 2)ปริญญาโท
<input type="checkbox"/> 3)ปริญญาเอก	<input type="checkbox"/> 4) อื่น (โปรดระบุ) .....
5. บริษัท / สมาคม .....
6. วันที่สัมภาษณ์ ..... เวลา .....
7. สถานที่ .....

#### ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับประเภทของการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย

1. ท่านคิดว่าธุรกิจเครือข่ายแบบขายตรงหลายชั้น มีจุดอ่อนอย่างไร ที่ก่อให้เกิดการทุจริต  
 .....  
 .....  
 .....
2. ท่านเคยพบเห็นหรือได้ยิน/ได้ฟังเกี่ยวกับพฤติกรรมการทุจริตหรือส่อไปในทางทุจริต หรือปฏิบัติหรือละเว้นของบริษัทในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นหรือไม่ อย่างไร  
 .....  
 .....  
 .....
3. ท่านคิดว่าปัจจัยใดที่ก่อให้เกิดทุจริตในธุรกิจเครือข่ายแบบขายตรงหลายชั้น  
 .....  
 .....  
 .....

4. ท่านรู้จักหลักการเกี่ยวกับการกำกับกิจการที่ดีหรือไม่ และสามารถช่วยลดปัญหาการทุจริตในธุรกิจ  
เครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นได้หรือไม่

.....  
 .....

5. ท่านคิดว่าบริษัทในเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้น ซึ่งจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ได้นำ  
หลักการกำกับกิจการที่ดีมาใช้ เพื่อให้บริษัทของท่านมีความโปร่งใสต่อผู้ถือหุ้น นักลงทุนหรือผู้  
มีส่วนได้เสียหรือไม่ และท่านคิดว่าหลักการนี้ สามารถป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายแบบขาย  
ตรงหลายชั้นได้หรือไม่ เพราะเหตุใด

.....  
 .....

6. ท่านคิดว่ามีมาตรการใดที่จะช่วยแก้ไขปัญหาการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายแบบขายตรงหลายชั้น  
ได้ดีที่สุด

.....  
 .....

### **ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการทุจริตและแนวทางการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรง แบบหลายชั้นในประเทศไทย**

1. ท่านคิดว่าวิธีการทุจริตที่เกิดขึ้น มีอะไรบ้าง เป็นการทุจริตหรือไม่ และมีแนวทางการป้องกัน  
อย่างไร

.....  
 .....

2. ท่านคิดว่ามีวิธีการทุจริตรูปแบบอื่นอีกหรือไม่ และมีลักษณะเป็นแบบใด

.....  
 .....

### **ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม**

.....  
 .....

ขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูง

## แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

คำชี้แจง :

1. แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้นเพื่อต้องการเก็บรวบรวมข้อมูลไปใช้ในการทำวิจัยเรื่อง การป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ปีการศึกษา 2559 คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประเภทของการทุจริต วิธีการทุจริต และมาตรการป้องกันการทุจริตที่เหมาะสมในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้น

2. ขอความอนุเคราะห์ท่าน ในการสละเวลาอันมีค่า เพื่อตอบแบบสอบถามอย่างครบถ้วนทุกข้อและข้อมูลที่ได้รับจะเป็นประโยชน์อย่างสูงในทางวิชาการและภาพรวม โดยไม่มีการเปิดเผยข้อมูลใดๆ เกี่ยวกับตัวท่านและข้อมูลที่ท่านให้ ทั้งนี้ข้อมูลที่ท่านได้กรุณาตอบแบบสอบถามจะถือเป็นความลับ

3. แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับประเภทของการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับประเภทของการทุจริตและมาตรการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย รวมถึงผลกระทบจากการกำกับกิจการที่ดีต่อความสัมพันธ์ระหว่างวิธีการทุจริตกับมาตรการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่ท่านกรุณาให้ข้อมูลเพื่อการวิจัยนี้ หากท่านมีข้อสงสัยประการใด โปรดติดต่อโดยตรง นางสาวจิตรานุช น้อยสุทธิสกุล

เบอร์ติดต่อ 09-7230-4915

Email : chisttanut31@gmail.com

## ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ใน  หน้าข้อที่ท่านเห็นด้วยมากที่สุด เพียงเลือกตัวเลือกเดียว

กรณีที่ท่านเลือกตัวเลือกอื่น ๆ (โปรดระบุ) ..... กรุณากรอกข้อมูลลงในช่องว่างด้วย

1. เพศ  1. ชาย  2. หญิง
2. อายุ  1. น้อยกว่า 20 ปี  
 2. ระหว่าง 21 - 30 ปี  
 3. ระหว่าง 31 - 40 ปี  
 4. ระหว่าง 41 - 50 ปี  
 5. มากกว่า 50 ปีขึ้นไป
3. ระดับการศึกษา  1. ต่ำกว่าปริญญาตรี  
 2. ปริญญาตรี  
 3. สูงกว่าปริญญาตรี
4. ประสบการณ์ทำงาน  1. น้อยกว่า 1 ปี  
 2. ระหว่าง 1 - 5 ปี  
 3. ระหว่าง 5 - 10 ปี  
 4. มากกว่า 10 ปีขึ้นไป
5. องค์กรของท่านประกอบธุรกิจในรูปแบบใด  1. สินค้าอุปโภคบริโภค  
 2. สินค้าทางด้านอิเล็กทรอนิกส์  
 3. การลงทุน  
 4. ซื่อขายหลักทรัพย์  
 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....
6. ทุนจดทะเบียนบริษัท  1. น้อยกว่า 1,000,000 บาท  
 2. ระหว่าง 1,000,000 – 5,000,000 บาท  
 3. ระหว่าง 5,000,000 – 10,000,000 บาท  
 4. มากกว่า 10,000,000 บาท

**ตอนที่ 2** ข้อมูลเกี่ยวกับประเภทของการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย

**คำชี้แจง :** กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ใน  หน้าข้อที่ท่านเห็นด้วยมากที่สุด เพียงเลือกตัวเลือกเดียว

กรณีที่ท่านเลือกตัวเลือกอื่นๆ โปรดระบุ ..... กรุณากรอกข้อมูลในช่องว่างด้วย

1. ท่านเคยพบเห็นการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงหลายชั้น

1. เคย  2. ไม่เคย

หมายเหตุ: กรณี เคย โปรดตอบลำดับถัดไป

กรณี ไม่เคย โปรดตอบ ตอนที่ 4 ข้อเสนอเสนอแนะ

2. การทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงหลายชั้นเกิดขึ้นบ่อยเพียงใด

1. พบเห็นบ่อยครั้ง  2. พบเห็นน้อยครั้ง  3. ไม่พบเห็น

3. การทุจริตที่พบเห็นเกิดขึ้นระดับตำแหน่ง

1. ผู้บริหาร  2. ผู้จัดการ  
 3. หัวหน้า / แม่ทีม  4. พนักงานผู้ปฏิบัติ / ลูกทีม  
 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

4. สาเหตุที่ก่อให้เกิดการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงหลายชั้นมากที่สุด

1. ความโลภ  2. ธุรกิจสร้างลักษณะแชร์ลูกโซ่  
 3. แผนค่าตอบแทนเกินจริง  4. ชักชวนเชิงหลอกลวง  
 5. กฎหมายมีจุดที่ควรปรับปรุง  
 6. ขาดจริยธรรมและจิตสำนึกในการประกอบธุรกิจ  
 7. ขาดความรู้และความเข้าใจแผนธุรกิจของบริษัท  
 8. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

5. วิธีการทุจริตที่พบในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงหลายชั้นเกิดจากวิธีใดมากที่สุด

1. ยักยอกทรัพย์สิน  2. คอร์รัปชั่น  
 3. ตกแต่งงบการเงิน  4. ฉ้อโกง  
 5. การฟอกเงิน  6. การทุจริตทางภาษี  
 7. หลอกลวงให้หลงผิด  8. ทุจริตโดยตำแหน่ง  
 9. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

6. ความเสียหายของการทุจริตเกิดขึ้นกับสิ่งใด

1. เงินสด  2. สินค้า หรือ ผลิตภัณฑ์  
 3. หน้าที่การงาน  4. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

7. จุดอ่อนที่ทำให้เกิดทุจริตในธุรกิจเครือข่ายแบบขายตรงหลายชั้นเกิดจากปัจจัยใด
- 1. แผนธุรกิจ แผนการตลาด และแผนการจ่ายค่าตอบแทนไม่ชัดเจน และซับซ้อน
  - 2. อาศัยช่องโหว่ในการหลอกเหยื่อ โดยการชักจูง
  - 3. หน่วยงานภาครัฐขาดความรอบคอบ และโปร่งใส
  - 4. ประชาชนขาดความรู้ และเข้าใจในการทำธุรกิจเครือข่ายแบบขายตรงหลายชั้น
  - 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
8. ปัจจัยใดที่เป็นมูลเหตุสำคัญให้เกิดการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายแบบขายตรงหลายชั้นมากที่สุด
- 1. พนักงานไม่มีความซื่อสัตย์ ขาดหลักจริยธรรม
  - 2. มีความจำเป็นด้านการเงิน จึงต้องทำการทุจริต
  - 3. ขาดองค์ความรู้ และความสามารถในการตรวจสอบวิธีการทุจริต
  - 4. มีโอกาสให้กระทำการทุจริต
  - 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
9. หลักการกำกับกิจการที่ดีมาใช้ สามารถป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายแบบขายตรงหลายชั้น
- 1. นโยบายบริษัทชัดเจน เปิดเผย และตรวจสอบได้
  - 2. ใช้กฎหมาย กฎระเบียบของหน่วยงานกำกับดูแล อย่างต่อเนื่อง
  - 3. หน่วยงานภาครัฐเข้มเข้ม และควบคุมดูแล เพื่อลดความเสี่ยง
  - 4. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
10. มาตรการที่จะช่วยแก้ไขปัญหาการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายแบบขายตรงหลายชั้นได้ดีที่สุด
- 1. ใช้กฎหมาย และบทลงโทษที่รุนแรง
  - 2. การออกเอกสาร/ใบอนุญาตจากภาครัฐ ต้องเข้มงวด รัดกุม ตรวจสอบได้ และโปร่งใส
  - 3. บริษัทต้องถ่ายทอดองค์ความรู้ที่ชัดเจน ถูกต้อง และตรงต่อนโยบายบริษัท
  - 4. ใช้หลักการควบคุมภายใน และหลักการกำกับที่ดีในควบคุมบริษัทและแม่ทีม
  - 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

**ตอนที่ 3** ข้อมูลเกี่ยวกับประเภทของการทุจริตและมาตรการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย รวมถึงผลกระทบจากการกำกับกิจการที่ดีต่อความสัมพันธ์ระหว่างวิธีการทุจริตกับมาตรการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย

**คำชี้แจง :** ขอให้ท่านพิจารณาเลือกวิธีการทุจริตที่เกิดขึ้น

- โดยทำเครื่องหมาย  ลงใน  หน้าข้อที่ท่านเห็นทุจริต หรือ ไม่ทุจริต
- พร้อมทั้งระบุมาตรการป้องกันการทุจริตโดยทำเครื่องหมาย  ลงใน  หน้าข้อที่ท่านเห็นด้วยมากที่สุด กรณีที่ท่านเลือกตัวเลือกอื่น ๆ (โปรดระบุ) .....กรุณากรอกข้อมูลในช่องว่างด้วย

**ตัวอย่าง**

ข้อ	ประเภทของการทุจริต และมาตรการป้องกันการทุจริต	ทุจริตที่เกิด		การกำกับกิจการที่ดี	
		<input checked="" type="checkbox"/> ทุจริต	<input type="checkbox"/> ไม่ทุจริต	<input checked="" type="checkbox"/> ลดลง	<input type="checkbox"/> ไม่ลดลง
1.	<b>เงินสมทบฌาปนกิจสงเคราะห์</b> การนำเงินสมทบฌาปนกิจสงเคราะห์ของพนักงาน พนักงานผู้รับผิดชอบงานสงเคราะห์ฌาปนกิจ จ่ายเงินให้ทายาทไม่ครบตามจำนวนที่กำหนด เมื่อพนักงานเสียชีวิต	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
มาตรการป้องกันการทุจริต	<input checked="" type="checkbox"/> 1. การนำพระราชบัญญัติการฌาปนกิจสงเคราะห์ พ.ศ. 2545 บังคับใช้ <input type="checkbox"/> 2. ให้ความรู้รูปแบบการจัด การจ่ายเงินแก่สมาชิก <input type="checkbox"/> 3. แจ้งเบาะแส <input type="checkbox"/> 4. สังเกตพฤติกรรมหาสมาชิก และการจ่ายค่าตอบแทน <input checked="" type="checkbox"/> 5. ควรศึกษาเงื่อนไขกองทุนหรือสหกรณ์ ก่อนสมัครสมาชิก <input type="checkbox"/> 6. อื่น ๆ ระบุ .....				

**คำอธิบาย**

ประเภทของการทุจริต กรณีเงินสมทบฌาปนกิจสงเคราะห์ เป็นวิธีการทุจริต

ผลกระทบจากการนำหลักการกำกับกิจการที่ดีมาใช้จะส่งผลให้ทุจริตลดลง

มาตรการป้องกันการทุจริตที่ใช้ได้ผลมากที่สุด ได้แก่ การนำพระราชบัญญัติการฌาปนกิจสงเคราะห์ พ.ศ. 2545 บังคับใช้ และควรศึกษาเงื่อนไขกองทุนก่อนสมัครสมาชิก

ข้อ	ประเภทของการทุจริต และมาตรการป้องกันการทุจริต	ทุจริตที่เกิด		การกำกับกิจการที่ดี	
<b>กลุ่มการลงทุน</b>					
1.	<b>เงินสมทบสถาปนากิจสงเคราะห์</b> การนำเงินสมทบสถาปนากิจสงเคราะห์ของ พนักงาน พนักงานผู้รับผิดชอบงานสงเคราะห์ สถาปนากิจ จ่ายเงินให้ทายาทไม่ครบตามจำนวน ที่กำหนด เมื่อพนักงานเสียชีวิต	<input type="checkbox"/> ทุจริต	<input type="checkbox"/> ไม่ทุจริต	<input type="checkbox"/> ลดลง	<input type="checkbox"/> ไม่ลดลง
มาตรการป้องกันการทุจริต	<input type="checkbox"/> 1. บังคับใช้พระราชบัญญัติการสถาปนากิจสงเคราะห์ พ.ศ. 2545 <input type="checkbox"/> 2. ให้ความรู้รูปแบบการจัด การจ่ายเงินแก่สมาชิก <input type="checkbox"/> 3. แจ้งเบาะแส <input type="checkbox"/> 4. สังเกตพฤติกรรมหาสมาชิก และการจ่ายค่าตอบแทน <input type="checkbox"/> 5. ควรศึกษาเงื่อนไขกองทุนหรือสหกรณ์ ก่อนสมัครสมาชิก <input type="checkbox"/> 6. ปลุกฝังให้บุคลากรในองค์กรยึดมั่นต่อหลักคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน <input type="checkbox"/> 7. อื่น ๆ ระบุ .....				
2.	<b>การลงทุน</b> โดยชักชวนประชาชนให้มาลงทุน ลักษณะการ นำเสนอผลประโยชน์ในอัตราที่สูงเกินจริง มีลักษณะดังแชร์ลูกโซ่ เช่น แชร์น้ำมันหอม ระเหย แชร์แก้วเตี๋ยว แชร์ลอตเตอรี่ แชร์ อาหารเสริม แชร์การท่องเที่ยว หลอกลงทุนซื้อ ขายรถ ยางพารา และonecoin เป็นต้น	<input type="checkbox"/> ทุจริต	<input type="checkbox"/> ไม่ทุจริต	<input type="checkbox"/> ลดลง	<input type="checkbox"/> ไม่ลดลง
มาตรการป้องกันการทุจริต	<input type="checkbox"/> 1. บังคับใช้พระราชกำหนดการกู้ยืมเงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชน พ.ศ. 2527 และกฎหมายการคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา/ด้านฉลาก/ด้านสัญญา <input type="checkbox"/> 2. สร้างระบบการควบคุมภายใน ระบบสารสนเทศ ที่รัดกุม รอบคอบ และตรวจสอบได้ <input type="checkbox"/> 3. นำหลักการควบคุมภายใน และการกำกับที่ดีมาควบคุม <input type="checkbox"/> 4. การตรวจสอบการจัดตั้งและจดทะเบียนของธุรกิจอย่างถูกต้อง และเข้มงวด <input type="checkbox"/> 5. ตรวจสอบประวัติทางอาชญากรรมทางกฎหมายทุกเรื่องก่อนร่วมทุน <input type="checkbox"/> 6. ส่งเสริมให้ประชาชนศึกษาข้อมูล และรายละเอียดก่อนลงทุน <input type="checkbox"/> 7. อื่น ๆ ระบุ .....				



ข้อ	ประเภทของการทุจริต และมาตรการป้องกันการทุจริต	ทุจริตที่เกิด		การกำกับกิจการที่ดี	
3.	<b>อัตราแลกเปลี่ยนเงิน</b> วิธีการการลงทุนเพื่อเก็งกำไร ในการซื้อขาย โลหะมีค่า เช่น ทองคำ หุ่น ค่าเงิน ซึ่งมีอัตรา ผลตอบแทนค่อนข้างสูง	<input type="checkbox"/> ทุจริต	<input type="checkbox"/> ไม่ทุจริต	<input type="checkbox"/> ลดลง	<input type="checkbox"/> ไม่ลดลง
มาตรการป้องกันการทุจริต	<input type="checkbox"/> 1. บังคับใช้พระราชกำหนดการกู้ยืมเงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชน พ.ศ. 2527 (มาตรา 4 และ 5) <input type="checkbox"/> 2. สร้างระบบการควบคุมภายใน ระบบสารสนเทศ ที่รัดกุม รอบคอบ และตรวจสอบได้ <input type="checkbox"/> 3. นำหลักการควบคุมภายใน และการกำกับที่ดีมาควบคุม <input type="checkbox"/> 4. การตรวจสอบการจัดตั้งและจดทะเบียนของธุรกิจอย่างถูกต้อง และเข้มงวด <input type="checkbox"/> 5. ตรวจสอบประวัติทางอาชญากรรมทางกฎหมายทุกเรื่องก่อนร่วมทุน <input type="checkbox"/> 6. ตรวจสอบแผนการจ่ายค่าตอบแทน และขั้นตอนการสมัครสมาชิกที่ชัดเจน <input type="checkbox"/> 7. อื่น ๆ ระบุ .....				
	4.	<b>ขายฝันระดมทุนตั้งบริษัทในตลาดหลักทรัพย์</b> ซึ่งมักจะเข้ามาในลักษณะบริษัทข้ามชาติ ด้วย การวางแผนธุรกิจระดมให้สิทธิในการถือหุ้นใน บริษัทหรืออาจมีสินค้าที่จำหน่าย ซึ่งสมาชิก สามารถซื้อได้ในราคาถูก แต่เป้าหมายที่นำมา ขวนเข็ญ คือการขายฝันว่าบริษัทมีแผนจะจด ทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เมื่อมีสมาชิก เพิ่มขึ้นมากพอ ก็ปิดตัวเงินออกนอก ประเทศ	<input type="checkbox"/> ทุจริต	<input type="checkbox"/> ไม่ทุจริต	<input type="checkbox"/> ลดลง
มาตรการป้องกันการทุจริต	<input type="checkbox"/> 1. นำพระราชกำหนดการกู้ยืมเงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชน พ.ศ. 2527 (มาตรา 4 และ 5) และกฎหมายการคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา/ด้านฉลาก/ด้านสัญญา บังคับใช้ <input type="checkbox"/> 2. สร้างระบบการควบคุมภายใน ระบบสารสนเทศ ที่รัดกุม รอบคอบ และตรวจสอบได้ <input type="checkbox"/> 3. นำหลักการควบคุมภายใน และการกำกับที่ดีมาควบคุม <input type="checkbox"/> 4. ปลุกฝังให้บุคลากรในองค์กรยึดมั่นต่อหลักคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน <input type="checkbox"/> 5. ตรวจสอบประวัติทางอาชญากรรมทางกฎหมายทุกเรื่องก่อนร่วมทุน <input type="checkbox"/> 6. อื่น ๆ ระบุ .....				

ข้อ	ประเภทของการทุจริต และมาตรการป้องกันการทุจริต	ทุจริตที่เกิด		การกำกับกิจการที่ดี	
5.	<b>อัตราแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศเป็นสิ่งดึงดูด</b> วิธีการเชิญชวนผ่านเว็บไซต์และโซเชียลมีเดีย ให้คนมาร่วมลงทุนเพื่อนำเงินไปลงทุนต่อใน ตลาดอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศ โดย การล่อเหยื่อนั้นจะมีการเสนอให้เห็นถึง ผลตอบแทนที่ได้รับ ซึ่งจะมีทั้งการจ่ายเงินปัน ผลเข้าในบัญชีการลงทุนทุกเดือน หรือชักชวน บุคคลทั่วไปนำเงินมาลงทุนเพื่อเกรงกำไรใน สกุลเงินสมมติที่ไม่มีอยู่จริง เช่น สกุลเงิน ยูโท เคน	<input type="checkbox"/> ทุจริต	<input type="checkbox"/> ไม่ทุจริต	<input type="checkbox"/> ลดลง	<input type="checkbox"/> ไม่ลดลง
มาตรการป้องกันการทุจริต	<input type="checkbox"/> 1. บังคับใช้พระราชกำหนดการกู้ยืมเงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชน พ.ศ. 2527 และพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 <input type="checkbox"/> 2. สร้างระบบการควบคุมภายใน ระบบสารสนเทศ ที่รัดกุม รอบคอบ และตรวจสอบได้ <input type="checkbox"/> 3. นำหลักการควบคุมภายใน และการกำกับที่ดีมาควบคุม <input type="checkbox"/> 4. ตรวจสอบประวัติทางอาชญากรรมทางกฎหมายทุกเรื่องก่อนร่วมทุน <input type="checkbox"/> 5. ตรวจสอบแผนการจ่ายค่าตอบแทน และขั้นตอนการสมัครสมาชิกที่ชัดเจน <input type="checkbox"/> 6. อื่น ๆ ระบุ .....				
<b>กลุ่มโฆษณาชวนเชื่อและใช้สื่อโซเชียลมีเดีย</b>					
1.	<b>แอบอ้างชื่อผู้มีอิทธิพล</b> การแอบอ้างชื่อผู้มีอำนาจมีอิทธิพล ทำให้ เหยื่อหลงเชื่อง่าย เพราะเห็นความคาดหวังใน โอกาส จากบุคคลที่ถูกกล่าวขึ้น ซึ่งวิธีนี้สร้าง ความเสียหายได้มากที่สุด	<input type="checkbox"/> ทุจริต	<input type="checkbox"/> ไม่ทุจริต	<input type="checkbox"/> ลดลง	<input type="checkbox"/> ไม่ลดลง
มาตรการป้องกันการทุจริต	<input type="checkbox"/> 1. ใช้ประมวลกฎหมายอาญามาตรา 112 หรือกฎหมายหมิ่นประมาทกษัตริย์ <input type="checkbox"/> 2. ให้ความรู้รูปแบบการจัด การจ่ายเงินแก่สมาชิก <input type="checkbox"/> 3. แจ้งเบาะแส <input type="checkbox"/> 4. สังเกตพฤติกรรมหาสมาชิก และการจ่ายค่าตอบแทน <input type="checkbox"/> 5. ควรศึกษาเงื่อนไขกองทุนหรือสหกรณ์ ก่อนสมัครสมาชิก <input type="checkbox"/> 6. ปลุกฝังให้บุคลากรในองค์กรยึดมั่นต่อหลักคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน <input type="checkbox"/> 7. อื่น ๆ ระบุ .....				

ชื่อ	ประเภทของการทุจริต และมาตรการป้องกันการทุจริต	ทุจริตที่เกิด		การกำกับกิจการที่ดี	
2.	<b>ขายสิ่งศักดิ์สิทธิ์</b> วิธีการอ้างอิงศาสนาและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ที่มีผลตอบแทนสูงช่วยจูงใจ เช่น เชิญชวนให้คนมาร่วมทำบุญสร้างพระองค์ใหญ่ที่สุดในโลก และใช้เงินในการก่อสร้างสูงถึงหลักแสนล้านบาท เชิญชวนให้ผู้มีจิตศรัทธาร่วมทำบุญมาก ๆ เพื่อให้ได้เงินตามที่คาดหวังนั้น โดยการติดป้ายโฆษณาในจังหวัดแอบอ้างหน่วยงานภาครัฐ บริษัทเอกชน และคนมีชื่อเสียงในพื้นที่นั้นว่า ได้ร่วมทำบุญบางส่วนมาแล้วเป็นจำนวนไม่น้อยกว่าหมื่นล้านบาท	<input type="checkbox"/> ทุจริต	<input type="checkbox"/> ไม่ทุจริต	<input type="checkbox"/> ลดลง	<input type="checkbox"/> ไม่ลดลง
มาตรการป้องกันการทุจริต	<input type="checkbox"/> 1. กฎหมายการคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา/ด้านฉลาก/ด้านสัญญา <input type="checkbox"/> 2. ปลุกฝังให้บุคลากรในองค์กรยึดมั่นต่อหลักคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน <input type="checkbox"/> 3. หลักธรรม เรื่อง กาลามาสูตร 10 ประการ <input type="checkbox"/> 4. ต้องให้วิจารณ์ญาณส่วนบุคคล <input type="checkbox"/> 5. ควรศึกษาเงื่อนไขกองทุนหรือสหกรณ์ ก่อนสมัครสมาชิก <input type="checkbox"/> 6. อื่น ๆ ระบุ .....				
3.	<b>ใช้โซเชียลมีเดียต่อเพื่อนนักศึกษา และสมาชิกใหม่ด้วยวิธีการชักชวนในลักษณะใช้คนในกลุ่มเพื่อนบนโลกโซเชียลมีเดีย เช่น เฟซบุ๊ก (facebook) หรือ ไลน์ (Line) ช่วยกันประชาสัมพันธ์ข้อมูล รายได้ และยืนยันว่าไม่หลอกลวง ได้ผลตอบแทนจริง โดยไม่เน้นการขายสินค้า แต่จะเน้นการจ่ายค่าตอบแทนสมาชิกที่สูง</b>	<input type="checkbox"/> ทุจริต	<input type="checkbox"/> ไม่ทุจริต	<input type="checkbox"/> ลดลง	<input type="checkbox"/> ไม่ลดลง
มาตรการป้องกันการทุจริต	<input type="checkbox"/> 1. บังคับใช้พระราชกำหนดการกู้ยืมเงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชน พ.ศ. 2527 (มาตรา 18) พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 และกฎหมายการคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา/ด้านฉลาก/ด้านสัญญา <input type="checkbox"/> 2. ปลุกฝังให้บุคลากรในองค์กรยึดมั่นต่อหลักคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน <input type="checkbox"/> 3. สร้างระบบการควบคุมภายใน ระบบสารสนเทศ ที่รัดกุม รอบคอบ และตรวจสอบได้ <input type="checkbox"/> 4. นำหลักการควบคุมภายใน และการกำกับที่ดีมาควบคุม <input type="checkbox"/> 5. อื่น ๆ ระบุ .....				

ชื่อ	ประเภทของการทุจริต และมาตรการป้องกันการทุจริต	ทุจริตที่เกิด		การกำกับกิจการที่ดี	
<b>กลุ่มสินค้าทางการเกษตรและยา</b>					
1.	<b>กองทุนสินค้าเกษตร</b> วิธีการที่หลอกลวงประชาชนให้ลงทุน กองทุนสินค้าเกษตร โดยยื่นผลประโยชน์ ตอบแทนเร็ว ภายในระยะเวลาสั้น ๆ โดย เข้าใจว่าเป็นดอกเบี๋ยดี เพื่อให้เกิดความ ไว้วางใจได้รับผลตอบแทนจริงและทำการ ชักชวนผู้อื่นมาลงทุนด้วย เมื่อมีการลงทุน มากขึ้น กองทุนนั้นก็ปิดตัวลงไม่มี ผู้รับผิดชอบ เช่น ลงทุนในมะม่วง ไม้สัก เป็นต้น	<input type="checkbox"/> ทุจริต	<input type="checkbox"/> ไม่ทุจริต	<input type="checkbox"/> ลดลง	<input type="checkbox"/> ไม่ลดลง
มาตรการป้องกันการทุจริต	<input type="checkbox"/> 1. บังคับใช้พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 และกฎหมายการคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา/ด้านฉลาก/ด้านสัญญา <input type="checkbox"/> 2. หน่วยงานราชการจัดตั้งหน่วยกองทุนสินค้าเกษตร <input type="checkbox"/> 3. ปลุกฝังให้บุคลากรในองค์กรยึดมั่นต่อหลักคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน <input type="checkbox"/> 4. สร้างระบบการควบคุมภายใน ระบบสารสนเทศ ที่รัดกุม รอบคอบ และตรวจสอบได้ <input type="checkbox"/> 5. นำหลักการควบคุมภายใน และการกำกับที่ดีมาควบคุม <input type="checkbox"/> 6. อื่น ๆ ระบุ .....				
2.	<b>ผลิตภัณฑ์อวดอ้างสรรพคุณรักษาสารพัดโรค</b> วิธีการหลอกลวงเงินประชาชน รักษาโรคได้ จริง ในช่วงแรกที่มีคนหลงเชื่อก็จะสร้าง แรงจูงใจในการซื้อ และสร้างกลุ่มสมาชิก ลงทุนจำหน่าย ได้รับผลตอบแทนมาก ซึ่งใน ตัวยาเองอาจมียาอันตรายผสมอยู่ ทำให้ทั้ง เสียทรัพย์สิน และอาจมีความเสี่ยงต่อสุขภาพ	<input type="checkbox"/> ทุจริต	<input type="checkbox"/> ไม่ทุจริต	<input type="checkbox"/> ลดลง	<input type="checkbox"/> ไม่ลดลง
มาตรการป้องกันการทุจริต	<input type="checkbox"/> 1. บังคับใช้พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 และกฎหมายการคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา/ด้านฉลาก/ด้านสัญญา <input type="checkbox"/> 2. ปลุกฝังให้บุคลากรในองค์กรยึดมั่นต่อหลักคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน <input type="checkbox"/> 3. สร้างระบบการควบคุมภายใน ระบบสารสนเทศ ที่รัดกุม รอบคอบ และตรวจสอบได้ <input type="checkbox"/> 4. นำหลักการควบคุมภายใน และการกำกับที่ดีมาควบคุม <input type="checkbox"/> 5. อื่น ๆ ระบุ .....				

**ส่วนที่ 4** แบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะ  
ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

*ขอขอบคุณพระที่กรุณาตอบแบบสอบถาม*

## บทสรุปบทสัมภาษณ์

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาประเภทของการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาวิธีการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย
3. เพื่อศึกษามาตรการป้องกันการทุจริตที่เหมาะสมในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้น

### ลำดับรายชื่อผู้รับการสัมภาษณ์

1. นายนาคาญ์ ทวีชาวัฒน์ (นายกสมาคมอุตสาหกรรมขายตรง)
2. นายสามารถ เจนชัยจิตรวนิช (ประธานสมาพันธ์ต่อต้านแชร์ลูกโซ่แห่งประเทศไทย)
3. นายศรวัลย์ ไพศาลศรวัลย์ (ประธานบริษัท ท็อปอัพ ทูริช จำกัด)
4. ดร.สมชาย หิซลีฬา (ประธานบริษัท จอยแอนด์คอยน์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด)
5. คุณณรงค์ชัย ศรีสวาย (ประธานบริษัท สยามแอดวานซ์ เน็ทเวิร์คส์ จำกัด)

### ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับประเภทของการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย

ข้อความ	ผู้รับสัมภาษณ์ (คน)				
	1	2	3	4	5
1. คนส่วนใหญ่ <b>ไม่เข้าใจ</b> ลักษณะการประกอบธุรกิจเครือข่ายแบบขายตรงหลายชั้น					
1.1 ทิศนคติต่อธุรกิจเชิงลบ	✓				
1.2 รูปแบบของธุรกิจซับซ้อน และมีวิวัฒนาการหลอกลวงมากขึ้น		✓	✓		
1.3 ไม่มีความรู้และไม่รู้จักธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้น				✓	✓
2. ธุรกิจเครือข่ายแบบขายตรงหลายชั้น มีจุดอ่อนที่ก่อให้เกิดการทุจริต					
2.1 แผนธุรกิจมีความซับซ้อน	✓				
2.2 มีช่องโหว่ในการหลอกเหยื่อ โดยการชักจูง	✓				
2.3 แผนการค่าตอบแทนไม่ชัดเจน	✓	✓			
2.4 นำเสนอแผนการตลาดเกินจริง	✓		✓		
2.5 รูปแบบการดำเนินธุรกิจมีความยุ่งยากและซับซ้อน	✓		✓		
2.6 หน่วยงานภาครัฐไม่ตรวจสอบการดำเนินกิจการอย่างต่อเนื่อง		✓			✓
2.7 อาศัยช่องทางการหารายได้เสริมจากประชาชน		✓			
2.8 ขั้นตอนการยื่นขอใบอนุญาตขาดความรอบคอบ (กระบวนการภาครัฐ)		✓			
2.9 ภาพลักษณ์ธุรกิจเชิงลบ			✓		
2.10 ไม่มีความรู้ในการทำธุรกิจ				✓	
3. การพบเห็นหรือได้ยิน/ได้ฟังเกี่ยวกับพฤติกรรมหรือส่อไปในทางทุจริตหรือปฏิบัติ หรือละเว้นของบริษัทในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้น					
3.1 พบเห็นบ่อยครั้ง	✓	✓			✓
3.2 พบเห็นน้อยครั้ง			✓	✓	
3.3 ไม่พบเห็น					

ข้อความ	ผู้รับสัมภาษณ์ (คน)				
	1	2	3	4	5
4. สาเหตุที่ก่อให้เกิดทุจริตในธุรกิจเครือข่ายแบบขายตรงหลายชั้น					
4.1 ความโลภ			✓		✓
4.2 ธุรกิจเป็นลักษณะแชร์ลูกโซ่	✓	✓		✓	
4.3 แผนค่าตอบแทนเกินจริง	✓	✓		✓	
4.4 ชักชวนเชิงหลอกลวง	✓	✓			
4.5 อาศัยช่องโหว่ทางกฎหมาย		✓			
4.6 ขาดจริยธรรมและจิตสำนึกในการประกอบธุรกิจ			✓		
4.7 ขาดความรู้และความเข้าใจแผนธุรกิจของบริษัท			✓		✓
5. การนำหลักการเกี่ยวกับการกำกับกิจการที่ดีมาปฏิบัติ สามารถช่วยลดปัญหาการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้น					
5.1 ลดลง	✓	✓	✓	✓	✓
5.2 ไม่ลดลง					
6. การนำหลักการกำกับกิจการที่ดีมาใช้ สามารถป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายแบบขายตรงหลายชั้น					
• ได้	✓	✓	✓	✓	✓
• ไม่ได้					
6.1 ชื่อเสียงบริษัทมีความน่าเชื่อถือ	✓	✓		✓	
6.2 นโยบายบริษัทชัดเจน เปิดเผย และตรวจสอบได้		✓	✓	✓	
6.3 ใช้กฎหมาย กฎระเบียบของหน่วยงานกำกับดูแล อย่างต่อเนื่อง		✓		✓	
6.4 หน่วยงานภาครัฐเข้มเข้ม และควบคุมดูแล เพื่อลดความเสี่ยง		✓			✓
7. มาตรการที่จะช่วยแก้ไขปัญหาการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายแบบขายตรงหลายชั้น					
7.1 กฎหมาย และบทลงโทษที่รุนแรง	✓		✓	✓	✓
7.2 การกำหนดแผนธุรกิจ และการจ่ายค่าตอบแทนที่ชัดเจน รัดกุม		✓			✓
7.3 การให้ความรู้แก่ประชาชน และจริยธรรม	✓	✓		✓	✓
7.4 หลักการเยียวยาผู้เสียหาย		✓			
7.5 บริษัทนำหลักการควบคุมภายใน และส่งต่อการดำเนินกิจกรรมของแม่ทีม			✓	✓	✓
7.6 มาตรการขออนุญาตในการประกอบธุรกิจให้อยู่ภายใต้กฎหมาย		✓	✓		

**ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการทุจริตและแนวทางการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย**

ข้อคำถาม	รายชื่อ				
	1	2	3	4	5
1. วิธีการทุจริตที่เกิดขึ้นดังต่อไปนี้ เป็น <b>การทุจริต</b> และมีแนวทางการป้องกัน					
<b>กลุ่มที่ 1 การลงทุน</b>					
<b>รูปแบบที่ 1 เงินสมทบสถาปนากิจสภเคราะห์</b>					
1. พระราชบัญญัติการสถาปนากิจสภเคราะห์ พ.ศ. 2545	✓	✓	✓	✓	✓
2. ให้ความรู้รูปแบบการจัด การจ่ายเงินแก่สมาชิก	✓	✓			✓
3. แจ้งเบาะแส		✓			
4. สังเกตพฤติกรรมหาสมาชิก และการจ่ายค่าตอบแทน			✓		
5. ควรศึกษาเงื่อนไขของกองทุนหรือสหกรณ์				✓	
<b>รูปแบบที่ 2 การลงทุน</b>					
1. พระราชกำหนดการกู้ยืมเงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชน พ.ศ. 2527	✓	✓	✓	✓	✓
2. กฎหมาย/การคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา/ด้านฉลาก/ด้านสัญญา		✓			
3. บทลงโทษที่รุนแรง		✓			
4. หลักการควบคุมภายใน			✓		
5. การตรวจสอบเอกสารการขออนุญาตต้องเข้มงวด					✓
6. การตรวจสอบและติดตามรายงานทุกเดือนในการประกอบกิจการกับนายทะเบียน					✓
7. ตรวจสอบประวัติทางอาชญากรรมทางกฎหมายทุกเรื่อง					✓
8. หลักการเยียวยาผู้เสียหาย		✓			
<b>รูปแบบที่ 3 อัตราแลกเปลี่ยนเงิน</b>					
1. พระราชกำหนดการกู้ยืมเงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชน พ.ศ. 2527 (มาตรา 4 และ 5)	✓	✓	✓	✓	✓
2. บริษัทต้องมีใบอนุญาตประกอบธุรกิจในการแลกเปลี่ยนเงิน			✓		
3. การตรวจสอบเอกสารการขออนุญาตต้องเข้มงวด					✓
4. การตรวจสอบและติดตามรายงานทุกเดือนในการประกอบกิจการกับนายทะเบียน					✓
5. ตรวจสอบประวัติทางอาชญากรรมทางกฎหมายทุกเรื่อง					✓
6. ควรประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภค					✓



ข้อคำถาม	รายชื่อ				
	1	2	3	4	5
<b>รูปแบบที่ 4 ขยายฝั่งระดมทุนตั้งบริษัทเข้าตลาดหลักทรัพย์</b> 1. พระราชกำหนดการกู้ยืมเงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชน พ.ศ. 2527 (มาตรา 4 และ 5) 2. กฎหมาย/การคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา/ด้านฉลาก/ด้านสัญญา 3. ผู้บริโภคต้องไม่เชื่อถ้อยคำ 4. ศึกษาหาข้อมูล ก่อนลงทุน 5. การตรวจสอบเอกสารการขออนุญาตต้องเข้มงวด 6. การตรวจสอบและติดตามรายงานทุกเดือนในการประกอบกิจการกับนายทะเบียน 7. ตรวจสอบประวัติทางอาชญากรรมทางกฎหมายทุกเรื่อง 8. ควรประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภค		✓		✓	✓
<b>รูปแบบที่ 5 อัตราแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศเป็นสิ่งดึงดูด</b> 1. พระราชกำหนดการกู้ยืมเงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชน พ.ศ. 2527 2. พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 3. รัฐบาล ต้องบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง การบังคับแก้ไขปรับปรุงให้ทันกับมิชชันซีพี 4. การตรวจสอบเอกสารการขออนุญาตต้องเข้มงวด 5. การตรวจสอบและติดตามรายงานทุกเดือนในการประกอบกิจการกับนายทะเบียน 6. ตรวจสอบประวัติทางอาชญากรรมทางกฎหมายทุกเรื่อง 7. ควรประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภค	✓ ✓	✓	✓	✓	✓
<b>กลุ่มที่ 2 โฆษณาชวนเชื่อและใช้สื่อโซเชียลมีเดีย</b> <b>รูปแบบที่ 1 แอบอ้างชื่อผู้มีอิทธิพล</b> 1. ประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 112 หรือกฎหมายหมิ่นประมาทกษัตริย์ 2. ควรสังเกตการณ์ และวิเคราะห์เหตุการณ์ 3. ศึกษาหาข้อมูล ก่อน สมัครสมาชิก 4. การตรวจสอบเอกสารการขออนุญาตต้องเข้มงวด 5. ควรประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภค <b>รูปแบบที่ 2 ขยายสิ่งศักดิ์สิทธิ์</b> 1. กฎหมาย/การคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา/ด้านฉลาก/ด้านสัญญา 2. ต้องให้วิจารณ์ญาณส่วนบุคคล 3. หลักธรรม เรื่อง กาลามาสูตร 10 ประการ	✓ ✓	✓	✓	✓	✓
	✓	✓		✓	✓

ข้อความ	รายชื่อ				
	1	2	3	4	5
<b>รูปแบบที่ 3 ใช้โซเชียลมีเดียสื่อเพื่อนักศึกษา และสมาชิกใหม่</b> 1. พระราชกำหนดการกู้ยืมเงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชน พ.ศ. 2527 (มาตรา 18) 2. พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 3. กฎหมาย/การคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา/ด้านฉลาก/ด้านสัญญา 4. ให้ความรู้กับประชาชน		✓			
<b>กลุ่มที่ 3 สินค้าทางการเกษตรและยา</b> <b>รูปแบบที่ 1 กองทุนสินค้าเกษตร</b> 1. พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 2. กฎหมาย/การคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา/ด้านฉลาก/ด้านสัญญา 4. รัฐบาลจัดตั้งกองทุน เพื่อให้ประชาชนลงทุน และลดความเสี่ยง 5. แสดงหลักฐานแสดงการประกอบชีพ อย่างถูกกฎหมาย 6. ให้ความรู้แก่ประชาชน	✓	✓	✓	✓	✓
<b>รูปแบบที่ 2 ผลิตภัณฑ์อวดอ้างสรรพคุณรักษาสารพัดโรค</b> 1. หลักธรรม เรื่อง กาลามาสูตร 10 ประการ 2. พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 3. กฎหมาย/การคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา/ด้านฉลาก/ด้านสัญญา 4. แสดงหลักฐานแสดงการประกอบชีพ อย่างถูกกฎหมาย 5. ให้ความรู้กับประชาชน	✓	✓	✓	✓	✓

ภาคผนวก ค

สรุปความสัมพันธ์ระหว่างแบบสอบถามกับแนวคิดและทฤษฎี  
การจับคู่แบบสอบถาม

สรุปความสัมพันธ์ระหว่างแบบสอบถามกับแนวคิดและทฤษฎี

วัตถุประสงค์	ตัวแปร	แบบสอบถาม	แนวคิด/ทฤษฎี/วรรณกรรม	หมายเหตุ
1. เพื่อศึกษาประเภทของการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย	วิธีการทุจริต (ตัวแปรต้น)	ตอนที่ 1 และ 2	<ul style="list-style-type: none"> <li>● แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ                             <ul style="list-style-type: none"> <li>● ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow</li> <li>● ทฤษฎีความต้องการของ McGuire</li> <li>● ทฤษฎีสองปัจจัยของ Herzberg</li> </ul> </li> <li>● แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการขายตรง                             <ul style="list-style-type: none"> <li>● ความหมายของการขายตรง</li> <li>● ระบบของธุรกิจขายตรง</li> <li>● ลักษณะของแชร์ลูกโซ่ที่แฝงในธุรกิจขายตรง</li> </ul> </li> <li>● แนวคิดเกี่ยวกับการทุจริต                             <ul style="list-style-type: none"> <li>● ความหมายของการทุจริต</li> <li>● องค์ประกอบของการกระทำการทุจริต</li> <li>● สาเหตุการทุจริต</li> <li>● สัญญาณเตือนภัยว่าอาจมีการทุจริต</li> <li>● ประเภทของการทุจริต</li> </ul> </li> </ul>	

วัตถุประสงค์	ตัวแปร	แบบสอบถาม	แนวคิด/ทฤษฎี/วรรณกรรม	หมายเหตุ
2. เพื่อศึกษาวิธีการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย	วิธีการทุจริต (ตัวแปรต้น)	ตอนที่ 3 และ 4	<ul style="list-style-type: none"> <li>● แนวคิดเกี่ยวกับการทุจริต</li> <li>● ประเภทของการทุจริต</li> <li>● วิธีการทุจริต</li> <li>● การตรวจสอบ และตรวจพบการทุจริต</li> <li>● มาตรฐานการสอบบัญชี รหัส 200</li> <li>● มาตรฐานการสอบบัญชี รหัส 240</li> </ul>	
3. เพื่อศึกษามาตรการป้องกันการทุจริตที่เหมาะสมในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้น	การป้องกันการทุจริต (ตัวแปรตาม)		<p>การป้องกันการทุจริต</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● แนวทางการป้องกันการทุจริต</li> <li>● การควบคุมภายใน</li> <li>● แนวคิดด้านการบริหารความเสี่ยง</li> <li>● แนวคิดด้านการกำกับกิจการที่ดี</li> </ul> <p>ปราบปรามการทุจริต</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการทุจริต</li> <li>● กฎหมาย Sarbanes Oxley Act 2002</li> <li>● พระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535</li> </ul>	

## การจับคู่ (Matching)

### แบบสอบถามเชิงคุณภาพ

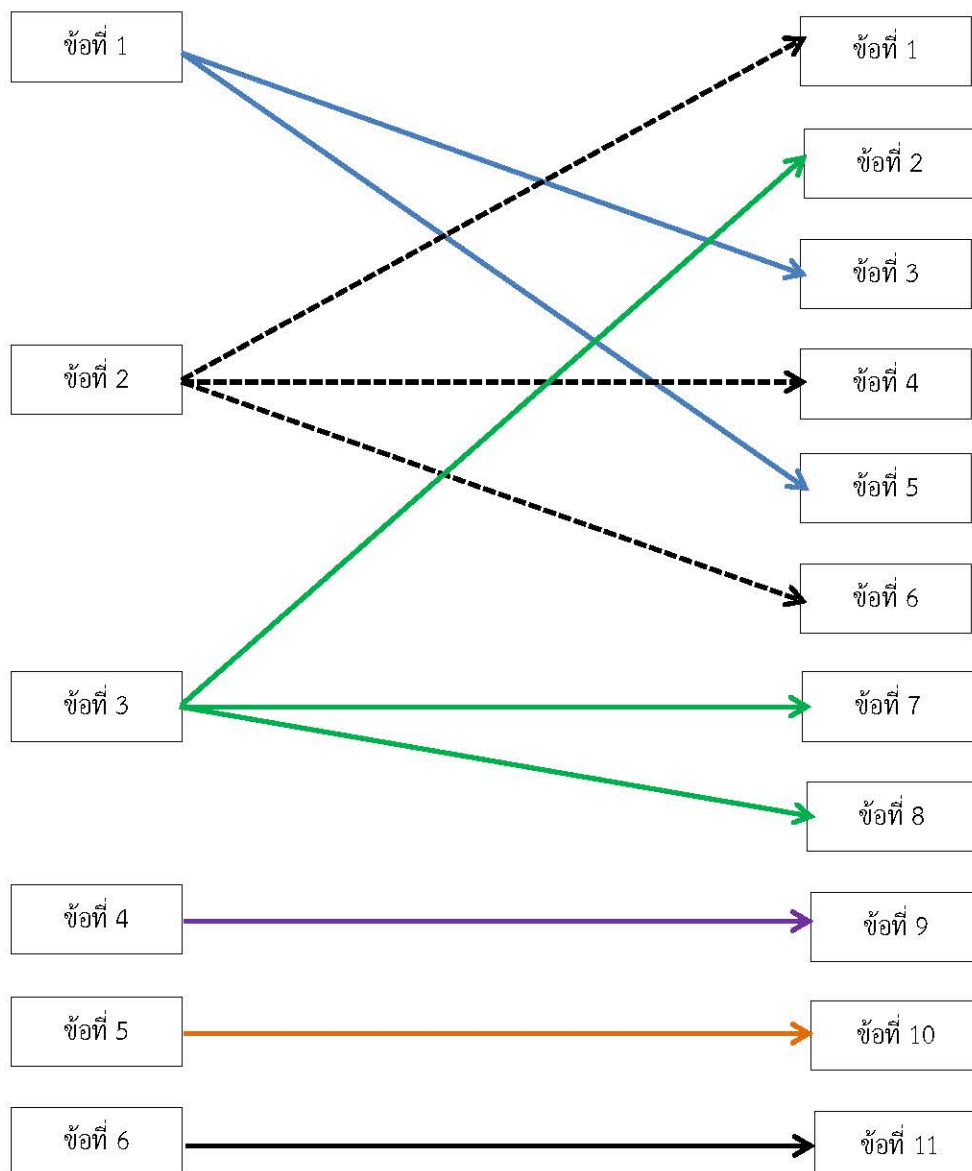
ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล (7 ข้อ)

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับประเภทของการทุจริตในธุรกิจเครือข่าย  
การขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย (6 ข้อ)

### แบบสอบถามเชิงปริมาณ

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล (6 ข้อ)

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับประเภทของการทุจริตในธุรกิจ  
เครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย  
(11 ข้อ)



### แบบสอบถามเชิงคุณภาพ

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการทุจริตและแนวทางการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย (2 ข้อ)

ข้อที่ 1

ข้อที่ 2

### แบบสอบถามเชิงปริมาณ

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับประเภทของการทุจริตและมาตรการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย รวมถึงผลกระทบจากการกำกับกิจการที่ดีต่อความสัมพันธ์ระหว่างวิธีการทุจริตกับมาตรการป้องกันการทุจริตในธุรกิจเครือข่ายการขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย (10 วิธี)

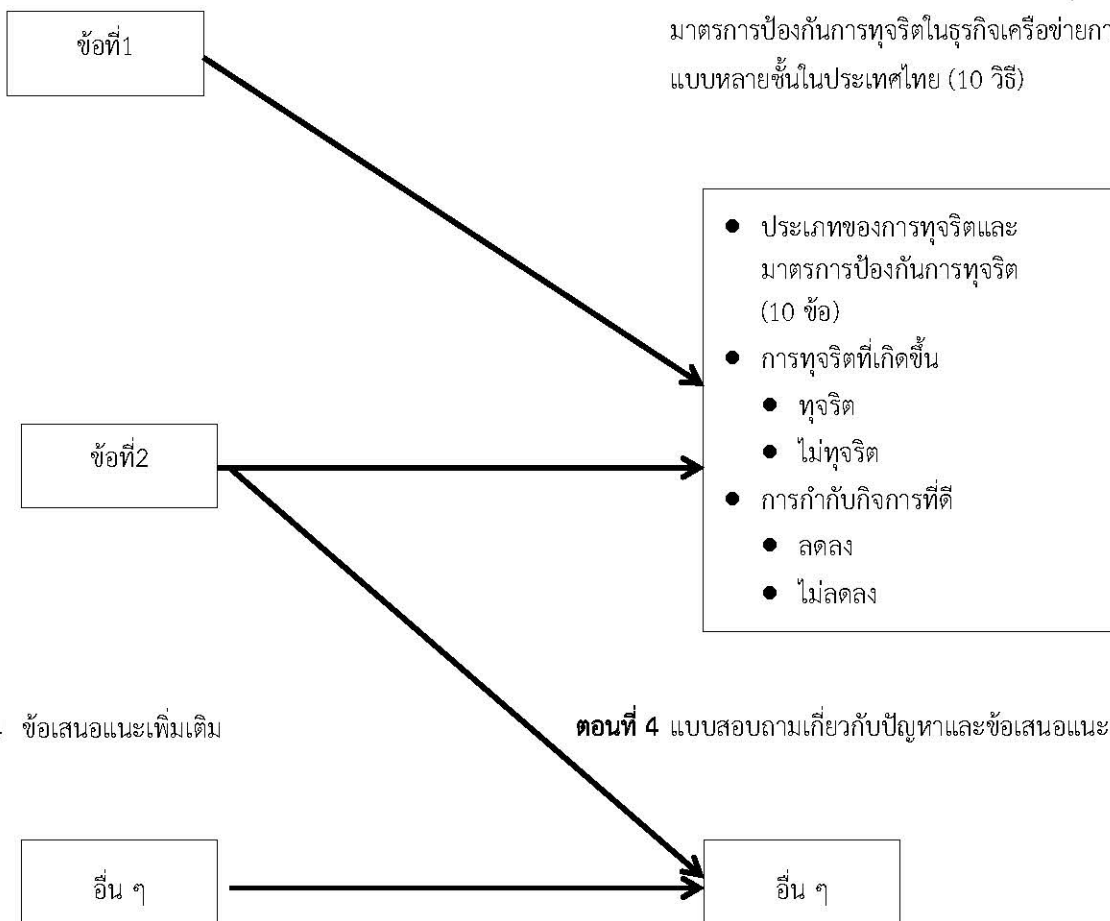
- ประเภทของการทุจริตและมาตรการป้องกันการทุจริต (10 ข้อ)
- การทุจริตที่เกิดขึ้น
  - ทุจริต
  - ไม่ทุจริต
- การกำกับกิจการที่ดี
  - ลดลง
  - ไม่ลดลง

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

อื่น ๆ

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะ

อื่น ๆ



## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ - สกุล	นางสาวจิตรานุช น้อยสุทธิสกุล
วัน เดือน ปีเกิด	31 พฤษภาคม 2528
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
ที่อยู่ปัจจุบัน	165 ถนนเทอดไท แขวงบางหว้า เขตภาษีเจริญ กทม. 10160
สถานที่ทำงาน	ศูนย์พัฒนาและบริการวิชาการสู่สังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2551	ปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการบัญชี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
ประสบการณ์ทำงาน	
พ.ศ. 2551 – 2552	เจ้าหน้าที่ตัดเงินค่างวด และติดตามสัญญา ธนาคารทีเอสโก้
พ.ศ. 2553 – ปัจจุบัน	พนักงานมหาวิทยาลัย สังกัด กองบริหารงานบุคคล สำนักงานอธิการบดี หน่วยงาน ศูนย์พัฒนาและบริการวิชาการสู่สังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์