

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในสถานการณ์ปัจจุบันที่เศรษฐกิจของประเทศมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง บริษัทส่วนใหญ่ มุ่งเน้นที่จะลดต้นทุนและค่าใช้จ่ายของบริษัทให้น้อยลง เพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ หลายๆบริษัทจึงมีนโยบายที่จะลดจำนวนพนักงานลง ซึ่งส่งผลให้หลายคนไม่มีงานทำ จากสาเหตุ ดังกล่าวจึงส่งผลให้บุคคลบางส่วนหันมาทำธุรกิจส่วนตัว บางส่วนก็พยายามสมัครงานในบริษัทอื่น ต่อไป ในส่วนของบุคคลที่ไม่สามารถสมัครงานในบริษัทอื่นได้ และไม่สามารถทำธุรกิจส่วนตัวได้ เนื่องจากไม่มีเงินลงทุน ก็จำเป็นต้องหาแหล่งเงินทุน โดยอาจเป็นการร่วมทุนกับผู้อื่น หรือการหา เงินทุนจากธนาคาร หรือกู้เงินนั่นเอง ซึ่งบางรายก็ประสบความสำเร็จ บางรายก็ล้มเหลว ทำให้ธุรกิจ เกิดการขาดทุนและต้องล้มเลิกกิจการลง

จากปัญหานี้เองจึงส่งผลให้ปัจจุบันได้มีธุรกิจใหม่ๆ เกิดขึ้นและได้ดำเนินการเป็นแบบ เครือข่าย หรือธุรกิจการขายตรงหลายชั้น ซึ่งเป็นการเปิดโอกาสให้กับผู้ที่ต้องการเป็นเจ้าของกิจการ ส่วนตัว การขายตรงเป็นช่องทางที่พยายามลดคนกลางให้เหลือเพียงระดับเดียว หรือไม่มีคนกลาง เลย ผู้ขายในธุรกิจขายตรงอาจเป็นบุคคล หรือนิติบุคคล การทำธุรกิจขายตรงจึงเป็นอาชีพที่เปิด กว้างสำหรับบุคคลทั่วไปที่ต้องการจะมีกิจการเป็นของตนเอง แทนการเป็นลูกจ้างที่ต้องรับคำสั่ง และมีรายได้เพียงเงินเดือนเท่านั้น ทั้งนี้สมาพันธ์การขายโดยตรงแห่งโลก (World Federation of Direct Selling Associations : WFDSA) ซึ่งประกอบด้วย สมาชิกสมาคมการขายโดยตรงจาก ประเทศต่างๆ ทั่วโลกกว่า 40 ประเทศ ได้ให้คำนิยามของการขายตรงว่าเป็น การทำตลาดสินค้า อุปโภคบริโภคในลักษณะของการนำเสนอขายต่อผู้บริโภคโดยตรง ณ ที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคหรือ ที่อยู่อาศัยของผู้อื่น ณ ที่ทำงานของผู้บริโภคหรือที่อื่นๆ ซึ่งห่างจากที่ตั้งร้านค้าปลีกถาวร ทั้งนี้ โดยผู้ขายตรงได้ใช้การอธิบายหรือการสาธิตสินค้าเป็นกลยุทธ์หลักในการเสนอขาย สำหรับการขายตรงนี้ถ้าแบ่งจากรูปาร่างการจัดองค์กรและการจัดสรรผลประโยชน์ แบ่งได้เป็น 2 ระบบ คือ (สมชาติ กิจยรรยง,2546)

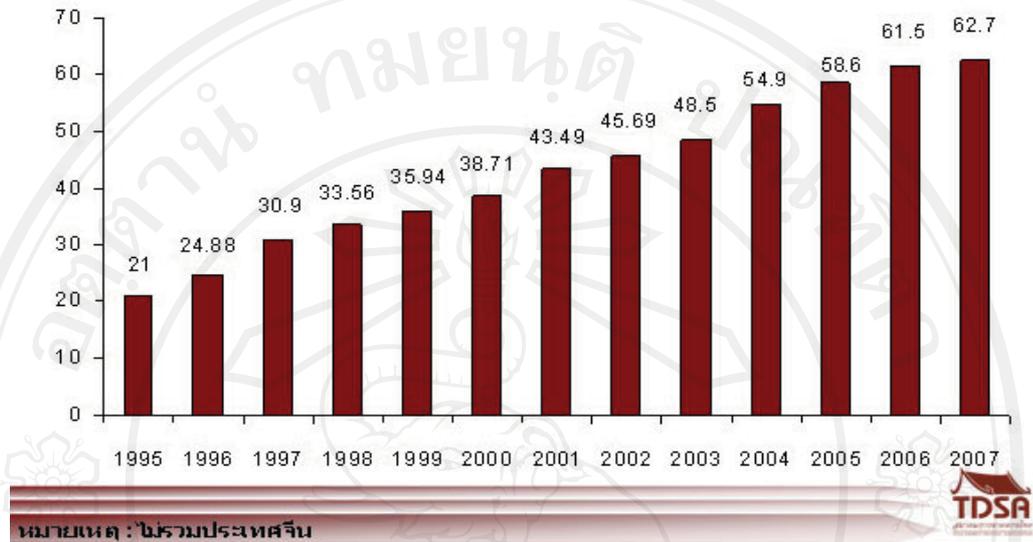
1. ระบบขายตรงแบบชั้นเดียว (Single Level Marketing : SLM) ระบบนี้ไม่มีความซับซ้อน มากนัก โดยจะมีผู้จัดการประจำเขต (แต่ละบริษัทอาจมีชื่อเรียกไม่เหมือนกัน) ซึ่งเป็นพนักงาน ของ

บริษัทจะทำหน้าที่เสาะหาและดูแลตัวแทนขายหรือผู้ขายอิสระซึ่งมีได้ไม่จำกัดจำนวนแล้ว แต่ความสามารถของผู้จัดการนั้นๆ ซึ่งเมื่อสมัครเข้าเป็นตัวแทนขายก็จะเป็นผู้จำหน่ายสินค้าให้กับลูกค้าที่หาได้ รายได้ที่ได้รับจะมาเป็นรูปของค่าคอมมิชชั่นหรือส่วนลดพิเศษในการซื้อสินค้า ทำได้เท่าไรก็จะได้ผลตอบแทนในสัดส่วนนั้นและหากทำยอดขายสูงขึ้นจะได้รับค่าเปอร์เซ็นต์เพิ่มขึ้นเป็นโบนัสตอบแทนความขยันและความสามารถ บางบริษัทอาจเพิ่มแรงจูงใจตัวแทนขายที่ทำยอดขายสูงมากๆด้วย รางวัลพิเศษซึ่งมักจะเป็นการได้ไปท่องเที่ยวในต่างประเทศ หรือการเลื่อนตำแหน่งหน้าที่ที่ดีขึ้น ตัวแทนขายของระบบขายตรงชั้นเดียวนี้จึงทำหน้าที่ขายอย่างเดียวและก็รับผลประโยชน์ตามที่ตนเองทำได้

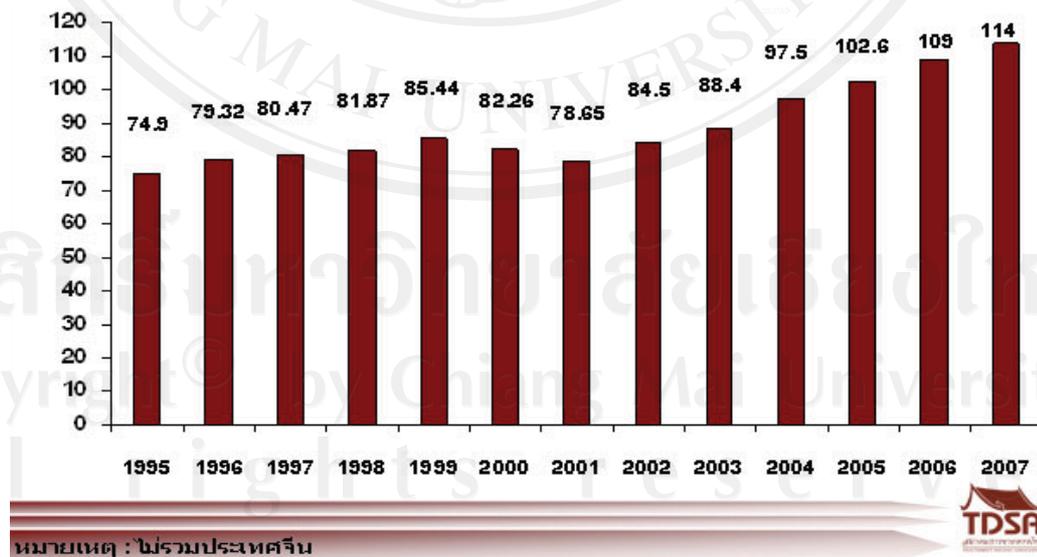
2. ระบบขายตรงแบบหลายชั้น (Multi Level Marketing : MLM) หมายถึง การขายปลีกสินค้าโดยตรงให้กับผู้บริโภค โดยผ่านผู้ขายตรงซึ่งเป็นสมาชิกผู้จำหน่ายอิสระของบริษัท ผู้ขายตรงจะได้รับผลตอบแทนจากบริษัทในระดับที่แตกต่างกันตามตำแหน่งทางการขาย ซึ่งขึ้นอยู่กับความสามารถในการขายสินค้า และความสามารถในการสร้างเครือข่ายทีมงานขายของตนเอง ด้วยการแนะนำให้ผู้สนใจเข้ามาเป็นผู้ขายตรงคนใหม่อย่างสม่ำเสมอ ลักษณะขายตรงแบบนี้ นักขายไม่ได้เป็นลูกจ้างของบริษัท ทุกคนจะเป็นนักขายอิสระ (มีหน้าที่ทั้งขายและหาสมาชิกเพิ่ม) ในระบบขายตรงหลายชั้นนั้นทุกคนจะเป็นผู้ขายทั้งสายหรือจะใช้สินค้าเองก็ได้ รายได้ที่เกิดขึ้นอย่างแรกคือจะเกิดจากการซื้อสินค้าจากบริษัทแล้วขายไปให้กับลูกค้าหรือคนในสาย ซึ่งมีส่วนแตกต่างระหว่างราคาปลีกกับราคาเต็มของตัวสินค้านั้นๆ ถือได้ว่าเป็นรายได้ครั้งแรกที่ได้จากการขายปลีก นอกจากรายได้ที่ได้จากการขายปลีกแล้ว ในแต่ละสิ้นเดือนจะมีการประมวลผลของยอดขายทั้งหมดของกลุ่มหรือสาย รายได้แบบที่สองนี้จะเกิดจากยอดขายที่นักขายทั้งกลุ่มทำมาในระยะเวลา 1 เดือน และนำมาแบ่งกันตามกฎที่ว่าทำมากได้มากทำน้อยได้น้อย ตามระดับของการทำงานของแต่ละคน (สมชาติ กิจจรยง,2546)

ปัจจุบันธุรกิจขายตรงได้รับการยอมรับมากและมีแนวโน้มว่าจะเติบโตต่อไปในอนาคตอย่างยิ่ง หลังจากช่วงที่เกิดวิกฤตทางเศรษฐกิจในเอเชียเมื่อปี 2540 ที่ทำให้คนจำนวนไม่น้อยหันเข้ามาหาธุรกิจขายตรง ปัจจัยดังกล่าวนี้ถือเป็นหัวใจสำคัญที่จะช่วยเสริมทำให้บริษัทขายตรงทั้งหลายมองพุ่งเป้ามายังตลาดในเอเชียมากขึ้น นอกจากนี้ตัวเลขมูลค่าทางการค้าของผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสุขภาพและความงามของโลกมีถึง 75 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งประเทศไทยมีส่วนแบ่ง 75 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (30พันล้านบาท) Thai Herbs for Health, 2003 : Online) (รูปที่ 1.1 ก ถึง 1.1 ค) สำหรับประเทศไทยนั้น ยุทธวิธีขายตรงได้ถูกใช้มากกว่า 50 ปีแล้ว ที่เห็นเด่นชัดก็คือ การขายประกันภัย และประกันชีวิต ธุรกิจขายตรงได้ค่อยๆ พัฒนามาตามลำดับ โดยเฉพาะหลังจากวิกฤตเศรษฐกิจของไทยเมื่อปี 2540 แต่ปัจจุบันเกือบครึ่งหนึ่งของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในระบบขายตรง

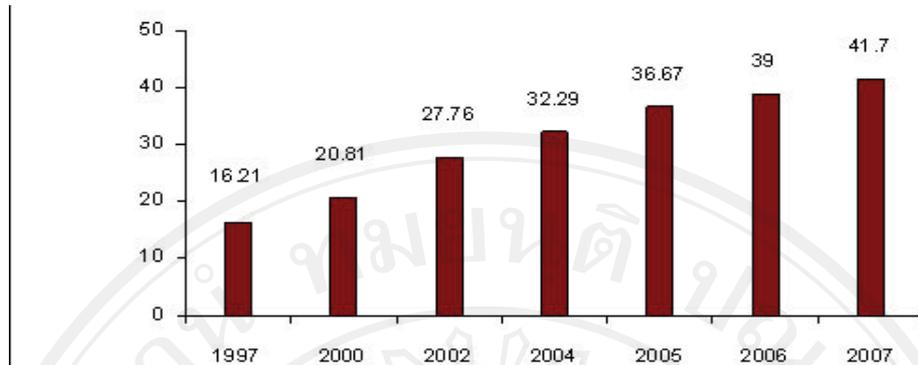
การตลาดทั้งหมดของผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพในเมืองไทยนั้นอยู่ในกลุ่มอาหารเพื่อสุขภาพ (Health Care Product) (Competitive Factors,2003 : Online)



รูปที่ 1.1 ก ปริมาณการจำหน่ายพนักงานขายตรงทั่วโลกในปี 1995-2007 (หน่วย: ล้านคน)
(ที่มา : สมาคมขายตรงไทย)



รูปที่ 1.1 ข ปริมาณการยอดขายปลีกทั่วโลกในปี 1995-2007 (หน่วย: พันล้านดอลลาร์สหรัฐ)
(ที่มา : สมาคมขายตรงไทย)



รูปที่ 1.1 ค มูลค่าตลาดรวมของธุรกิจขายตรงไทยในปี 1997-2007 (หน่วย : พันล้านบาท)

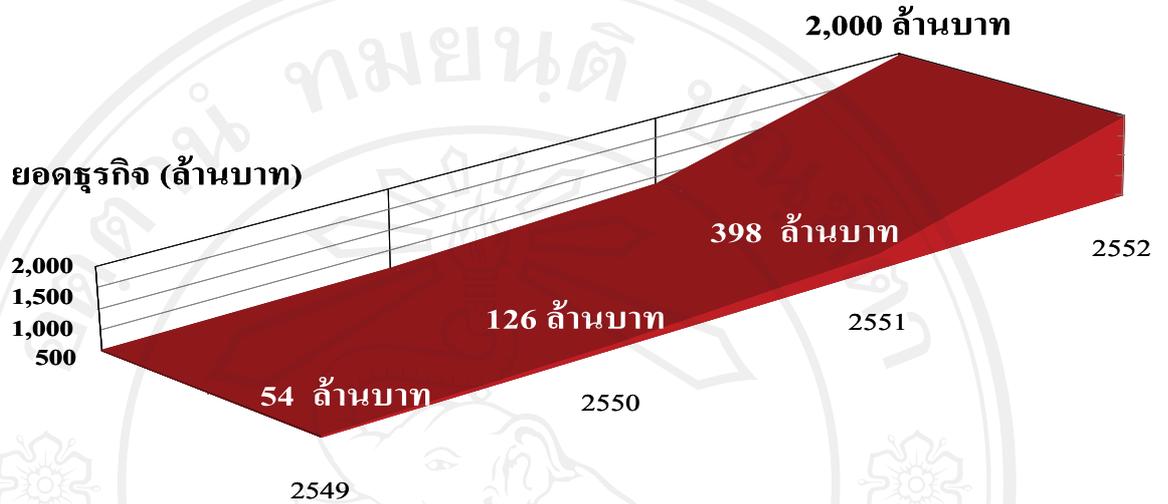
(ที่มา : สมาคมขายตรงไทย)

การขายตรงเป็นช่องทางที่พยายามลดคนกลางให้เหลือเพียงระดับเดียว หรือไม่มีคนกลาง
 ถ้ามองจากรูปร่างการจัดองค์กรและการจัดสรรผลประโยชน์แบ่งได้เป็นหลายระบบ เช่นการขายตรง
 แบบชั้นเดียว (Single Level Marketing : SLM) การขายตรงแบบหลายชั้น (Multi Level Marketing :
 MLM) และระบบขายตรงแบบไบนารี (Binary System) ซึ่งบริษัทขายตรงในประเทศไทยส่วนมาก
 ใช้ระบบนี้

บริษัท เอม สตาร์ เน็ทเวิร์ค จำกัด (ประเทศไทย) เป็นบริษัทที่ดำเนินธุรกิจในกลุ่ม
 ผลิตภัณฑ์อุปโภคบริโภค โดยมีรูปแบบการดำเนินธุรกิจขายตรงแบบเครือข่าย ด้วยแผนธุรกิจ
 สตาร์แมต칭 (STARMATCHING) ซึ่งเป็นแผนธุรกิจที่สร้างผลตอบแทนแก่นักธุรกิจเอมสตาร์
 จากช่องทางต่างๆ ได้แก่ กำไรจากการขายปลีกและโบนัสทั้งจากสาขา ส่วนบุคคล ทีม (ทีมแข็ง
 ทีมอ่อน ทีมลูกและ ทีมหลาน) มีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่เลขที่ 1191 ถนนสุขุมวิท แขวงคลองตันเหนือ
 เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร และมีสาขาในจังหวัดต่างๆ ได้แก่ อุดรธานี นครปฐม สุพรรณบุรี
 สมุทรปราการ นครสวรรค์ เชียงใหม่ เชียงราย พิษณุโลก นครราชสีมา ร้อยเอ็ด อุตรธานี
 อุบลราชธานี ชลบุรี ระยอง ฉะเชิงเทรา สระบุรี ขอนแก่น ปราจีนบุรี จันทบุรี เพชรบุรี หาดใหญ่
 และภูเก็ต นอกจากนี้สาขาภายในประเทศ ดังกล่าวแล้วนั้น ปัจจุบันบริษัทมีสาขาในต่างประเทศ
 2 แห่ง คือ ประเทศญี่ปุ่นและประเทศกัมพูชา และมีแผนดำเนินการขยายสาขาในประเทศ
 สหรัฐอเมริกาและอินเดีย ในปี 2553 และประเทศจีนและรัสเซีย ในปี 2554 (โกลบอลบิสซิเนส,
 2552)

ปัจจุบัน บริษัท เอม สตาร์ เน็ทเวิร์ค จำกัด (ประเทศไทย) ได้เปิดดำเนินธุรกิจในประเทศ
 ไทยมาเป็นระยะเวลา 4 ปี และเป็นบริษัทที่มีอัตราการเติบโตของยอดขายธุรกิจสูงสุด โดยในปี 2552

มีผลกำไรจากการดำเนินธุรกิจสูงถึง 2,000 ล้านบาท (รูปที่ 1.2) มีฐานสมาชิกจำนวน 500,000 รหัส แลในปัจจุบันบริษัทมีสมาชิกใหม่สมัครเข้าร่วมธุรกิจประมาณ 50,000 รหัสต่อเดือน



รูปที่ 1.2 ผลกำไรจากการดำเนินธุรกิจ ปี 2552 (หน่วย : พันล้านบาท)

ที่มา : (โกลบอลบิสซิเนส, 2552)

ดังนั้นการศึกษาในครั้งนี้ จึงมุ่งศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำธุรกิจขายตรงของตัวแทน ในเขตจังหวัดลำปาง เพื่อทราบข้อมูลต่างๆที่เกี่ยวข้องกับระบบขายตรงที่อาศัยระบบการตลาดหลายชั้น ที่เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันมากขึ้น ซึ่งอาจเป็นประโยชน์กับตัวแทนขายตรง และสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปใช้ในการตัดสินใจเลือกบริษัทที่จะทำธุรกิจ

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไป พฤติกรรม และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการทำธุรกิจขายตรง และศึกษาถึงปัญหาที่เกิดขึ้นของตัวแทนที่ทำธุรกิจขายตรงในจังหวัดลำปาง

1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้จะ ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำธุรกิจขายตรง ซึ่งผู้ที่สนใจจะทำธุรกิจและผู้ประกอบการธุรกิจเกี่ยวกับขายตรง สามารถนำข้อมูลไปใช้สำหรับการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้

1.4 ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงปัจจัยด้านบุคคลและปัจจัยทางด้านบริษัทที่มีผลต่อการตัดสินใจทำธุรกิจขายตรงของตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระในเขตจังหวัดลำปางที่ได้ทำธุรกิจขายตรงกับบริษัท เอ็ม สตาร์ เน็ทเวิร์ค จำกัด (ประเทศไทย) โดยการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในช่วงเดือน พฤษภาคม ถึง มิถุนายน พ.ศ.2553

1.5 นิยามศัพท์

บริษัท หมายถึง บริษัทเอ็ม สตาร์ เน็ทเวิร์ค จำกัด (ประเทศไทย) สาขาลำปาง

ตัวแทนจำหน่าย หมายถึง สมาชิกของบริษัทเอ็ม สตาร์ เน็ทเวิร์ค จำกัด (ประเทศไทย) สาขาลำปาง ซึ่งมีอายุ 17 ปีขึ้นไป และสมัครเป็นสมาชิกของบริษัทฯ โดยมีผู้แนะนำ โดยตัวแทนจำหน่ายตรงรับผิดชอบงานด้านการตลาด และการขายกับบริษัทฯ

ผู้บริโภค หมายถึง ผู้ซื้อหรือผู้ได้รับบริการจากผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง หรือผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง หรือผู้ซึ่งได้รับการเสนอหรือการชักชวนจากผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงหรือผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง เพื่อให้ซื้อสินค้าหรือรับบริการ

การขายตรง (Direct Marketing) หมายถึง การขายที่บริษัทฯ ผู้ผลิตหรือผู้แทนจำหน่าย จัดระบบการขายสินค้า โดยไม่ผ่านคนกลาง ในช่องทางการจำหน่าย ซึ่งได้แก่ พ่อค้าส่ง พ่อค้าปลีก หรือร้านค้าใดๆ โดยบริษัทฯจะจัดทีมงานเพื่อการตลาด การขาย ระบบการจ่ายผลตอบแทนภายใต้บัญชีของบริษัทฯเองทั้งหมด

การสปอนเซอร์ หมายถึง การที่ผู้จำหน่ายแนะนำธุรกิจและให้แนวทางในการดำเนินธุรกิจแก่ผู้จำหน่ายรายใหม่

ออฟไลน์ หมายถึง ผู้จำหน่ายที่อยู่เหนือขึ้นไปในสายการสปอนเซอร์

ดาวน์โหลด หมายถึง ผู้จำหน่ายที่อยู่ได้ลงมาในสายการสปอนเซอร์