

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของงานนิพนธ์

การขายตรงนั้นสามารถย้อนกลับไปได้ยาวนานพอ ๆ กับประวัติศาสตร์ของมนุษย์ ก่อนจะมีการใช้เงินมนุษย์เราแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างกันโดยตรง อย่างไรก็ตามการขายในลักษณะขายตรงที่เป็นแม่แบบของการขายตรงยุคปัจจุบันนี้ เริ่มมาประมาณปี 1740 โดยสองพี่น้อง Edward และ William Pattison ซึ่งเป็นผู้ผลิตเครื่องใช้จากตะกั่ว ได้ทำการเรขายสินค้าไปตามบ้าน (ในลักษณะการขายตรง) โดยจะเดินทางในรถลากเล็ก ๆ บรรทุกสินค้าไปขายให้กับผู้บริโภคโดยตรง ซึ่งเรียกว่า Yankee Peddler

โดยพื้นฐานของการขายตรงแบบหลายชั้นนั้น มุ่งเน้นที่จะนำสินค้าราคาถูกมาจำหน่ายให้กับลูกค้า จุดนี้เป็นจุดที่บริษัทขายตรงแบบหลายชั้นใช้เหตุผลในการโน้มน้าวใจที่มีพลังที่สุด ดังข้อความตอนหนึ่งในหนังสือ Financial Freedom ซึ่งเป็นคู่มือที่ใช้ในการอบรมลูกทีมของบริษัทขายตรงเขียนไว้ว่า “การค้าขายแบบทั่วไปนั้น เซลล์ของผู้ผลิตก็คือคนกลางที่ทำหน้าที่เชื่อมต่อระหว่างผู้ผลิตกับผู้ส่ง เซลล์เหล่านี้จะได้ค่าตอบแทนประมาณ 3 % ของยอดขาย ต่อมาสินค้าจะถูกส่งไปทางรถไฟ รถบรรทุก หรือรูปแบบอื่น ๆ จนกระทั่งถึงมือพ่อค้าขายส่ง พ่อค้าขายส่งก็จะนำสินค้า มาแยกบรรจุหีบห่อแล้วส่งไปยังร้านขายปลีก เซลล์ของผู้ผลิตจะรับค่านายหน้า พ่อค้าขายส่งจะรับค่าคนกลาง ส่วนร้านค้าปลีกที่ขายสินค้าถึงมือลูกค้าก็จะได้รับเงินกำไรซึ่งปกติจะอยู่ในอัตรา 35 % ทั้งนี้เนื่องจากร้านค้าปลีกมีค่าใช้จ่ายมากไม่ว่าจะเป็นเงินเดือนพนักงาน ค่าสต็อก และรายจ่ายอื่น ๆ ที่ใช้ไปในการบริหารงานจะถูกคิดรวมอยู่ในกำไร 35 % นี้ยังไม่ได้พูดถึงค่าโฆษณาแน่นอน เงินก่อนนี้ลูกค้าต้องเป็นผู้รับผิดชอบ โดยค่าโฆษณาจะถูกบวกอยู่ในราคาสินค้าขายปลีก จริง ๆ แล้วผู้ซื้อต้องแบกรับค่าโฆษณาถึง 3 ชนิด แต่ผู้บริโภคไม่รู้ตัว นั่นคือ ค่าโฆษณาที่ผู้ผลิตใช้ในการดึงดูดลูกค้าอย่างเช่นโฆษณาใหญ่ ๆ ที่แพร่ไปในระดับประเทศ ค่าโฆษณาท้องถิ่นที่ผู้ขายส่งใช้ในการดึงดูดพ่อค้าปลีก ค่าโฆษณาที่พ่อค้าปลีกใช้ดึงดูดลูกค้าเพื่อเรียกลูกค้าเข้าร้านช่วยให้ร้านของตนขายดีขึ้น ค่าโฆษณาทั้ง 3 อย่างนี้ผู้ซื้อสินค้าต้องรับภาระไปทั้งหมด ดังนั้นค่าโฆษณาจึงสูงขึ้นอีกร้อยละ 15 ของราคาสินค้า

ผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงทัศนคติต่อคุณภาพสินค้าและบริการ ระยะเวลา ๆ ผู้บริโภคจะไม่หันเหหันตาซื้อสินค้าเพราะหลงเชื่อค่าโฆษณา หรือแรงเชียร์ดังแต่ก่อน แต่จะพิจารณาคุณภาพสินค้าแล้วจึงตัดสินใจซื้อ ความจริง สภาพที่ผู้บริโภคทำการตรวจสอบและควบคุมคุณภาพสินค้า

ด้วยตนเองนั้นมีมานานแล้ว อีกทั้งผู้บริโภดยังเป็นผู้ค้นพบปัญหาสารพิษเจือปนอยู่ในสินค้าอุปโภคบริโภคต่าง ๆ ระยะเวลาหลัง ๆ จึงมีผู้บริโภคบางคนเปลี่ยนบทบาทจากผู้บริโภคมาเป็นผู้ผลิตเสียเอง อย่างเช่น มีการผลิตเครื่องสำอางขึ้นใช้เองและบางครั้งก็จำหน่ายให้แก่ญาติมิตร แนวโน้มเช่นนี้ก็คู่เคียงกับการรักษาพยาบาล จริงอยู่แพทย์เป็นบุคคลที่สามารถบำบัดรักษาโรคให้คนไข้ได้ แต่ไม่สามารถทำให้เราแข็งแรงได้ จุดนี้เป็นจุดที่ทุกท่านทราบดี ดังนั้น เพื่อที่จะให้ตนเองมีสุขภาพแข็งแรง เราจึงต้องดูแลชีวิต ความเป็นอยู่และปรับปรุงสไตลชีวิตของตนเองให้ถูกต้อง หลายปีมานี้ ผู้ที่มีทักษะเช่นนี้มีมากขึ้นเรื่อย ๆ ปัจจุบันนี้ ในสังคมอเมริกา มีการรณรงค์ต่อต้านการสูบบุหรี่อย่างกว้างขวางคนที่สูบบุหรี่ในที่ชุมชนจะกลายเป็นคนละเมิดกฎหมาย และถ้าคน ๆ หนึ่งอ้วนผิดปกติ ร่าง ก็จะถูกวิจารณ์ ว่าเป็นคนปัญญาอ่อน ที่ควบคุมตัวเองไม่ได้ จะเห็นได้เช่นกันว่าคนที่เริ่มมีจิตสำนึกว่า “สุขภาพของตนเอง ตนเองจะต้องเป็นผู้ดูแลรักษาให้ดี” นั้นมีจำนวนมากขึ้นเรื่อย ๆ ภูมิหลังของสังคมเช่นนี้ คือเหตุผลหนึ่งที่ทำให้การขายตรงแบบหลายชั้นเฟื่องฟูอย่างรวดเร็ว เพราะว่าการซื้อสินค้าที่ใหม่โฆษณากันอย่างอีกทีก็กรีกโครม อีกทั้งไม่มีค่าคอมมิชชั่นให้ผู้ซื้อนั้น ย่อมผู้การซื้อสินค้าที่ตนเองเห็นว่าพอจะมีคุณภาพดีอีกทั้งซื้อแล้วยังจะได้ส่วนลดในรูปคอมมิชชั่นไม่ได้

ซึ่งธุรกิจขายตรงในประเทศไทย เริ่มเข้ามามีบทบาทต่อวงการตลาดเมื่อราว 40 ปีที่แล้ว โดยบริษัท ทัทเพอร์แวร์ (ประเทศไทย) จำกัดซึ่งเป็นผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์เก็บอาหารแบบ สุญญากาศ ที่ทำจากพลาสติก ได้เป็นผู้ริเริ่มนำวิธีการที่เรียกว่า Home Party เข้ามาใช้เป็นครั้งแรกในการขาย ซึ่งเป็นรูปแบบการขายตรงที่เปิดโอกาสทั้งด้านการขาย ความสะดวก ในการซื้อ และเป็นการสร้างสังคมเฉพาะสำหรับผู้หญิงไทย ในช่วงนั้นการสาธิตเข้ามามีบทบาทในวงการขายตรงไทยมากทีเดียว ในระยะเวลาต่อมาธุรกิจขายตรงในประเทศไทยก็ขยายตัวแพร่หลายยิ่งขึ้น มีบริษัทจากต่างประเทศและในประเทศทยอยเปิดตัวและนำเสนอสินค้าใหม่ ๆ ผู้บริโภค อาทิ เครื่องสำอาง หนังสือ เครื่องใช้ไฟฟ้า เป็นต้น

ระบบขายตรงแบบชั้นเดียวได้รับความนิยมเรื่อยมา และในระยะเวลาเกือบ 10 ปีต่อมา ก็มีบริษัทขายตรงระบบการตลาดหลายชั้นเริ่มเข้ามาดำเนินธุรกิจในประเทศไทย จนกระทั่งในปี 2530 บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ได้เข้ามาในธุรกิจขายตรงในประเทศไทยทำการตลาดด้วยระบบการตลาดแบบหลายชั้น (Multi - level Marketing หรือ MLM) อย่างเต็มรูปแบบ โดยจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค ซึ่งนอกจากมีรายได้ขายปลีกจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้าแล้ว ผู้จำหน่ายยังมีรายได้เพิ่มจากเงินอัตราส่วนจากยอดขายรวมของผู้จำหน่ายที่ตนให้การสนับสนุนเข้ามาในองค์กรด้วย รายได้ประเภทนี้จะมากหรือน้อยแปรผันไปกับระดับชั้นของ

ความมานะพยายามทั้งในการขายและการสปอนเซอร์ของผู้จำหน่ายนั้น ๆ ผู้ที่มีความขยันและทำงานมีผลงานมากจะได้รับผลตอบแทนในระดับที่สูงเป็นขั้น ๆ ไป

ธุรกิจขายตรงในเมืองไทยเติบโตอย่างรวดเร็ว มูลค่าการซื้อขายเพิ่มมากขึ้นทุก ๆ ปี มีบริษัทต่าง ๆ เกิดขึ้นอย่างมากมาย จึงได้เกิดการรวมตัวของผู้ประกอบการและก่อตั้งสมาคมการขายตรงไทย (Thai Direct Selling Association หรือ TDSA) ขึ้นเมื่อวันที่ 13 ตุลาคม 2526 และสมาคมได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกของสมาพันธ์การขายตรงโลก (World Federation of Direct Selling Associations หรือ WFDSA) ที่มีประเทศต่าง ๆ เข้าร่วมเป็นสมาชิกมากกว่า 50 ประเทศทั่วโลก สมาคมมีบทบาทสำคัญต่อการขายตรงไทยเรื่อยมา ทั้งต่อภาครัฐ ผู้ประกอบการ ผู้จำหน่าย และผู้บริโภค โดยเฉพาะการมีส่วนร่วมให้ข้อมูลและสนับสนุนให้เกิดพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545

ธุรกิจขายตรงในเมืองไทยเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ มีผู้คนมากมายหลั่งไหลเข้ามาสู่ธุรกิจขายตรง เพราะธุรกิจขายตรงเป็นธุรกิจที่เปิดโอกาสให้กับคนทุกเพศ ทุกวัย ทุกระดับการศึกษา ทุกฐานะ ทุกสังคม ได้เข้ามาอย่างมีความหวัง ไม่ว่าจะเป็นการมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น การมีอิสระทางการเงินและเวลา โอกาสทองเพื่อหาประสบการณ์ทั้งใน และต่างประเทศทั่วโลก และได้รับการยกย่องเชิดชูเกียรติ และธุรกิจขายตรงยังเป็น โอกาสที่เปิดกว้างสำหรับผู้คนทั่วไปที่ต้องการเป็นเจ้าของธุรกิจของตนเองด้วยการลงทุนต่ำ และมีความเสี่ยงน้อยมาก จึงนับว่าเป็นธุรกิจมวลชนที่ส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้คนมีสิทธิของนักค้าปลีกขายเติบโตขึ้นได้เท่าที่ปรารถนา และลงแรงทุ่มเท ความพยายาม ผลตอบแทนก็จะเกิดขึ้นมากน้อยตามความมานะพยายาม และการทุ่มเทเวลาในการทำธุรกิจของแต่ละบุคคล

ดังนั้น ธุรกิจขายตรงหลายชั้น หรือ MLM จึงได้รับการยอมรับมากขึ้นมีบริษัทจำนวนมากหันมาใช้การตลาดแบบ MLM ซึ่งเป็นช่องทางการจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพมากสามารถขยายตลาดได้อย่างรวดเร็ว และมีรายได้ค่อนข้างสูง แนวโน้ม MLM ในอนาคตจะเป็นระบบที่สามารถกระจายสินค้าจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคอย่าง ยุติธรรม และมีการพัฒนาไปสู่ระบบ MLM ที่สมบูรณ์ คือมีทั้ง ผู้ผลิต ผู้กระจายสินค้า และผู้บริโภคอยู่ในระบบเดียวกัน สามารถสลับหน้าที่กันได้อย่างสมบูรณ์และยุติธรรม จึงน่าจะเป็นประโยชน์ต่อการนำข้อมูลการทำธุรกิจ ในการวางแผนการทำตลาด เพื่อให้เกิดประโยชน์ในแง่ของผลกำไร และการบริหารจัดการองค์กรให้มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล ซึ่งในการทำงานนิพนธ์ในครั้งนี้จะเป็นการศึกษา วิเคราะห์ และเปรียบเทียบ ธุรกิจขายตรง 2 บริษัทที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก โดยเพื่อหาจุดเด่น และจุดด้อยแล้วนำมาปรับใช้เป็นแผนธุรกิจขายตรงต้นแบบของบริษัท ธรรมจริง ต่อไป

วัตถุประสงค์การศึกษา

1. เพื่อศึกษารูปแบบของการทำการตลาดแบบการตลาดขายตรงของบริษัทขายตรง 2 บริษัท
2. เพื่อวิเคราะห์ และเปรียบเทียบรูปแบบการทำการตลาดแบบขายตรงของบริษัทขายตรง 2 บริษัท
3. เพื่อนำรูปแบบการทำการตลาดแบบขายตรงของบริษัทขายตรง 2 บริษัท มาปรับใช้กับการทำการตลาดแบบขายตรงของบริษัท ธรรมจรัส

ความหมาย และแนวคิดของการตลาดแบบขายตรง (Multi-level Marketing)

การตลาดขายตรงหลายชั้น Multi-level Marketing หรือที่เรียกกันว่าการตลาดแบบเครือข่าย (Network Marketing) นั้นเป็นหลักการตลาดที่ให้ผู้คนจำนวนมากเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการกระจายสินค้าจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค โดยผู้ที่มีส่วนร่วมในกระบวนการต่าง ๆ นั้นจะได้รับผลตอบแทนจากกิจกรรมที่ทำ เช่น แนะนำสินค้า การให้ผู้บริโภครายอื่น ๆ เข้ามาร่วมเป็นผู้นำขายสินค้า โดยแบ่งเป็นผลตอบแทนจากการทำธุรกิจเป็นชั้น ๆ ลดหลั่นกันไปตามเงื่อนไขของแต่ละแบบแผน ดังนั้นหน้าที่หลักในกระจายสินค้าจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคตั้งแต่ การโฆษณาสินค้า หาตัวแทนจำหน่าย จัดจำหน่าย การขาย ขนส่ง ไปจนถึงผู้บริโภค จะมีผู้ร่วมธุรกิจเข้าไปมีส่วนร่วมเป็นจำนวนมาก โดยทำหน้าที่ต่าง ๆ กันไป ทำให้เกิดการขับเคลื่อนทางการตลาดที่มีศักยภาพสูงมากและมีความรวดเร็วในการกระจายสินค้า

ระบบการตลาดขายตรงหลายชั้น (Multi-level Marketing หรือ MLM) จึงเป็นวิธีการขายปลีกที่ได้รับความนิยมกันมากระบบหนึ่ง เป็นการขายปลีกผลิตภัณฑ์ให้แก่ลูกค้าโดยนักธุรกิจอิสระ ทั้งหญิงและชาย มิใช่การขายผลิตภัณฑ์ภายในห้างร้าน โดยพนักงานขายประจำ วิธีการขายแบบนี้เป็นการขายผลิตภัณฑ์และให้บริการลูกค้าถึงบ้าน ซึ่งในฐานะนักธุรกิจอิสระ ที่มีโอกาสที่จะจัดเวลาทำงานของตนเอง และหารายได้จากความพยายามในการแนะนำ และการขายผลิตภัณฑ์คุณภาพซึ่งผลิตขึ้นโดยบริษัทที่ก่อตั้งมาอย่างมั่นคง

การดำเนินงานโดยทั่วไปของ MLM

ระบบการตลาด MLM เป็นกลไกทางการตลาดที่อาศัยกลไกของระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม (Laissez-faire หรือ Capitalism) ซึ่งเป็นระบบที่ให้เสรีภาพแก่ภาคเอกชน ในการประกอบธุรกิจ ดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจต่าง ๆ สามารถมีกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สิน ปัจจัยการผลิต สามารถเลือกอุปโภคบริโภคสินค้าและบริการต่าง ๆ ได้อย่างเสรี ใช้ระบบการแข่งขันอย่างเสรี ใช้กลไก

ตลาดในการกำหนดราคา และจัดสรรทรัพยากรต่าง ๆ โดยภาครัฐเป็นผู้สนับสนุนให้เกิดการแข่งขันอย่างเสรีและเป็นธรรม

ในระบบทุนนิยมนี้จะอาศัยกลไกตลาดในการกระจายสินค้าจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค โดยเริ่มจากผู้ผลิตจัดหาวัตถุดิบเพื่อการผลิตสินค้า ดำเนินการผลิตสินค้า และบรรจุหีบห่อพร้อมสำหรับการจัดส่ง การขายสินค้านั้นจำเป็นต้องสื่อสารให้ผู้บริโภครู้จักสินค้านั้น และเลือกซื้อสินค้านั้นไปใช้ ดังนั้นการกระจายสินค้าไปสู่ผู้บริโภคจึงเกี่ยวข้องกับการตลาด การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การกระจายสินค้า การหาตัวแทนจำหน่าย การจัดจำหน่ายไปตามช่องทางที่ผู้บริโภคจะสามารถเข้าถึงและซื้อสินค้านั้นได้ สะดวก การตลาดแบบปกติผู้จัดจำหน่ายจะกระจายสินค้าโดยอาศัยผู้ค้าส่ง และกระจายสินค้าต่อไปยังผู้ค้าปลีก และผู้บริโภคก็จะมาซื้อสินค้าจากผู้ค้าปลีกไปอีกต่อหนึ่ง ซึ่งผลกำไรจากการขายสินค้านั้นจะแบ่งให้กับผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่าย ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก เป็นทอด ๆ ตามสัดส่วนที่เหมาะสม และในบางครั้งยังแบ่งคืนให้กับผู้บริโภคที่ซื้อจำนวนมาก ๆ ในรูปของส่วนลดอีกด้วย

โดยระบบ MLM ใช้สมาชิกเข้ามามีบทบาทในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ การหาตัวแทนจำหน่าย การกระจายสินค้า การจัดส่ง รวมถึงการเป็นผู้บริโภคเองด้วย แต่ละส่วนก็จะได้รับผลประโยชน์จากค่าตอบแทนต่าง ๆ ตามแผนการจ่ายค่าตอบแทน (หรือที่มักเรียกกันติดปากว่าแผนการตลาด) เนื่องจากการให้ผลประโยชน์เป็นค่าตอบแทนในการทำหน้าที่ต่าง ๆ ในระบบ MLM นั้นเป็นการจ่ายค่าตอบแทนที่จ่ายให้กับสมาชิก MLM โดยตรง หัวใจของระบบ MLM อยู่ที่หลักการในการจ่ายค่าตอบแทนที่จ่ายจากผลงานของในการทำงานของเราเอง และจากผลงานของสมาชิกที่เราแนะนำเข้ามาสู่ระบบด้วย ทำให้รายได้ของสมาชิก MLM สูงมากและไม่มีขีดจำกัด เมื่อเทียบกับการทำหน้าที่คล้าย ๆ กันในระบบการตลาดแบบค้าส่งแล้ว ระบบ MLM สามารถสร้างรายได้ให้กับสมาชิกได้สูงกว่ามาก

ระบบการตลาด MLM มีองค์ประกอบที่สำคัญคือ ผู้ประกอบการ สินค้า แผนการจ่ายค่าตอบแทน เครือข่ายผู้จำหน่ายอิสระ และผู้บริโภค

1. ผู้ประกอบการเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการเริ่มต้นระบบ MLM ผู้ประกอบการอาจเป็นนิติบุคคล หรือบุคคลก็ได้ในกรณีเริ่มต้นธุรกิจ โดยปกติผู้ประกอบการ MLM จะจดทะเบียนเป็นบริษัทจำกัดเป็นส่วนใหญ่ การประกอบธุรกิจขายตรงนั้นผู้ประกอบการจำเป็นต้องขอจดทะเบียนประกอบธุรกิจ ขายตรงกับสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ในการเริ่มต้นนั้นบริษัท MLM อาจจะประกอบด้วย ผู้บริหาร คณะกรรมการ ฝ่ายบัญชี/การเงิน ฝ่ายคลังสินค้า ฝ่ายการตลาด (เครือข่าย) บริษัท MLM ใหญ่ ๆ อาจมีแผนมากกว่านี้ก็ได้ หน้าที่หลักที่จำเป็นต่อการทำงานในระบบ MLM คือการบริหารงาน การจัดหาสินค้า และการส่งสินค้า การ

คำนวณ และการจ่ายค่าตอบแทน และการขยายสายงานสมาชิก ในการเริ่มต้นฝ่ายต่าง ๆ ของบริษัท MLM อาจทำหน้าที่หลายอย่างเพื่อเป็นการประหยัดงบประมาณก็ได้ ผู้บริหารเป็นหัวใจสำคัญของบริษัท MLM ผู้บริหารจำเป็นต้องมีความรู้ความเข้าใจในการบริหารงานระบบ MLM ซึ่งเป็นระบบที่เติบโตได้อย่างรวดเร็ว และมีความละเอียดอ่อนกว่าระบบการตลาดแบบอื่น ๆ เนื่องจากมีผู้เข้ามาเกี่ยวข้องในระบบเป็นจำนวนมากโดยเฉพาะสมาชิกของบริษัท หรือผู้จำหน่ายอิสระ จำเป็นต้องเข้าใจหลักการบริหารทรัพยากรบุคคลอย่างดี สามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มผู้จำหน่ายอิสระที่เป็นผู้นำ (หรือที่เรียกกันติดปากว่า แม่ทีม)

2. สินค้าเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญมากสำหรับระบบ MLM สินค้าเป็นปัจจัยหนึ่งที่ตัดสินว่าระบบ MLM ใดเป็นระบบขายตรงหลายชั้นที่ถูกต้องเป็นธรรมหรือไม่ หากเรานำสินค้าที่ราคาถูกมาก ๆ มาขายในระบบ MLM ในราคาที่แพงมาก ๆ แล้วระบบ MLM ก็จะเป็นระบบที่ไม่ถูกต้อง หรือเข้าข่ายระบบลูกโซ่ หรือปิระมิด สินค้าในระบบ MLM นั้นสามารถเป็นไปได้อีกหลายอย่างตั้งแต่อาหาร ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เครื่องอุปโภคบริโภค ไปจนถึงการบริการต่าง ๆ สินค้าที่ได้รับความนิยมกันมากในระบบ MLM คือเครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร แม้จะไม่มีข้อกำหนดหรือข้อจำกัดใดเกี่ยวกับสินค้าที่ขายในระบบ MLM ควรเป็นสินค้าที่มีลักษณะพิเศษหรือมีลักษณะที่แตกต่างจากสินค้าประเภทเดียวกัน หากสินค้าเป็นสินค้าที่คุณภาพดีเป็นสินค้าที่ขายได้ด้วยตัวมันเอง ก็จะช่วยให้ระบบ MLM สามารถเติบโตได้อย่างรวดเร็วยิ่งขึ้น ผู้บริโภคจะซื้อซ้ำ ๆ นอกจากนั้นหากเข้ามาเป็นผู้จำหน่ายอิสระก็จะสามารถสร้างรายได้ได้ด้วย สินค้าใหม่ซึ่งยังไม่เคยมีในตลาดมาก่อน หรือสินค้านวัตกรรมนั้นเป็นสินค้าที่สามารถทำการตลาดในระบบ MLM ได้เป็นอย่างดี ระบบ MLM ใช้เป็นระบบในการแนะนำสินค้าเข้าสู่ตลาดอย่างได้เป็นอย่างดี และยังคงลดความเสี่ยงในการลงทุนโฆษณาสินค้าซึ่งเป็นการลงทุนที่สูง สินค้าที่เป็นสินค้านวัตกรรม และมีสิทธิบัตรเป็นสินค้าที่ได้เปรียบในการป้องกันคู่แข่งเข้าสู่ตลาดได้

3. แผนการจ่ายค่าตอบแทน หรือที่รู้จักกันโดยทั่วไปว่า แผนการตลาด เป็นวิธีการในการคิดค่าตอบแทนแก่สมาชิกหรือผู้จำหน่ายอิสระของบริษัท MLM จากการขายสินค้า การแนะนำสินค้า การหาสมาชิกเข้าร่วมธุรกิจ และการซื้อบริโภคเอง แผนการจ่ายค่าตอบแทนนั้นแบ่งได้หลายแบบเช่น ไบนารี ไตรนารี (ไตรนารี ซึ่งหมายความว่า เป็นเครือข่ายที่สามารถมีลูกทีมติดตัวได้ไม่เกิน 3 คน) สแตร์สเดป ยูนิเลเวล โบนัสเมทซิ่ง พูล และอื่น ๆ อีกมาก ซึ่งจะได้อธิบายโดยละเอียดต่อไป แผนการจ่ายค่าตอบแทนเหล่านี้ต้องสามารถจ่ายได้จริง และเป็นไปได้ ซึ่งก็หมายความว่าเมื่อคำนวณค่าตอบแทนให้กับสมาชิก MLM ทุกคนแล้ว จำนวนเงินที่จ่ายจริงไม่เกินจำนวนคะแนนทั้งหมดของระบบ หรือพูดง่าย ๆ ว่ารายจ่ายที่จ่ายค่าตอบแทนให้ผู้จำหน่ายอิสระจะต้องไม่เกินรายรับของบริษัท หรือคะแนนที่กำหนด หรือรายจ่ายที่จ่ายค่าตอบแทนคิดเป็นจำนวนร้อยละที่จำกัด (คงที่)

ต่อรายได้ที่บริษัทรับเข้ามา เมื่อจำนวนสมาชิก และยอดการสั่งซื้อเพิ่มมากขึ้น หรือที่เรียกกันว่าต้องไม่ Over pay แผนการจ่ายค่าตอบแทนที่ดีนั้นควรมีลักษณะ คือมีรายได้จากทางความกว้าง มีรายได้จากทางลึก และมีรายได้จากโปรโมชันพิเศษอื่น ๆ อีก รายได้จากทางกว้างจะเป็นส่วนที่ช่วยผู้จำหน่ายอิสระที่ขึ้นสร้างรายได้จากการทำงานส่วนตัวที่เก่ง ส่วนรายได้จากทางลึกนั้นเป็นส่วนที่สนับสนุนให้สมาชิกรู้สึกไปช่วยสายงานของตนที่อยู่ลึกลงไปอีกเพราะเขาจะได้รายได้ตอบแทนจากการช่วยลูกทีมในทางลึก และรายได้จากโปรโมชันพิเศษนั้นเป็นเหมือนตัวกระตุ้นให้สมาชิกโดยรวมให้มุ่งมั่นทำงานให้เข้าหลักเกณฑ์ในการได้รับรางวัลพิเศษนั้น

4. เครือข่ายผู้จำหน่ายอิสระ เป็นองค์ประกอบหลักที่ทำให้ระบบ MLM มีแรงดึงดูดมหาศาล และมีเสน่ห์มากกว่าระบบการตลาดแบบอื่น ๆ การขยายตัวของกลุ่มผู้จำหน่ายอิสระโดยการแนะนำ ฝึกฝนอบรม ฝึกสอนวิธีการชักจูง เทคนิคการขาย การนำเสนอที่ดึงดูดใจ การเปลี่ยนแปลงบุคลิกภาพ และหลักจิตวิทยาอื่น ๆ ที่ช่วยให้ผู้จำหน่ายอิสระสามารถชักชวนผู้บริโภคต่าง ๆ ให้หันเข้ามาทำหน้าที่ผู้จำหน่ายอิสระด้วยนั้นเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดการเติบโตของเครือข่ายอย่างมหาศาล ประกอบเข้ากับแผนการจ่ายค่าตอบแทนที่ยั่งยืน เป็นธรรมชาติ

5. ผู้บริโภค เป็นองค์ประกอบที่จำเป็นที่สุดขาดไม่ได้ ผู้บริโภคแล้วระบบการตลาดใด ๆ ก็จะไม่สิ้นสุดลงทันที ดังนั้นผู้บริโภคจะเป็นตัวกำหนดว่าการขายนั้นจะเกิดขึ้นหรือไม่ จะมีผู้สนใจซื้อสินค้านั้นสักเท่าใด การที่บริษัท MLM ต้องหยุดกิจการไปสาเหตุส่วนหนึ่งมาจากการที่ผู้บริโภคไม่ซื้อสินค้านั้นเอง

แผนการจ่ายค่าตอบแทน MLM หรือที่เรียกว่า Compensation Plan หรือที่นิยมเรียกกันว่าแผนการตลาดขายตรง ถือเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญมากที่สุดอย่างหนึ่งที่ส่งผลโดยตรงต่อความสำเร็จ ความล้มเหลว การเติบโต และความยั่งยืนของบริษัท MLM โดยทั่วไประบบขายตรงหลายชั้น หรือระบบ MLM นั้นมีลักษณะที่สำคัญซึ่งทำให้ระบบเติบโตอย่างรวดเร็ว ก็คือการที่ผู้จำหน่ายอิสระได้รับค่าตอบแทนจากยอดขายโดยตรงของตนเองแล้ว นอกจากนี้ยังได้รับค่าตอบแทน หรือที่เรียกว่า Override จากยอดขายของผู้จำหน่ายอิสระที่ตนเองได้แนะนำให้เข้าร่วมธุรกิจ และผู้จำหน่ายอิสระที่เป็นดาวน์ไลน์ต่อ ๆ ลงไปด้วย จุดนี้เองที่เป็นการเปลี่ยนแนวความคิดจากการที่ผู้จำหน่ายอิสระจะต้องแย่งกันขายให้แก่ลูกค้ามาเป็นการช่วยกันขายเพื่อให้ได้ผลประโยชน์ร่วมกันระหว่างอัพไลน์ และดาวน์ไลน์ และยังช่วยกันแนะนำให้ลูกค้าที่ใช้สินค้าเข้าร่วมธุรกิจเป็นผู้จำหน่ายอิสระต่อไปในสายงานของตนต่อไปอีกด้วย วัตถุประสงค์หลักของแผนการจ่ายค่าตอบแทนก็เพื่อใช้เป็นนโยบายในการจ่ายค่าตอบแทนอย่างยุติธรรมให้แก่ผู้จำหน่ายอิสระ สมาชิกหรือบุคคลใดก็ได้ดำเนินกิจกรรมที่ทำให้เกิดยอดขาย และก่อให้เกิดการเจริญเติบโตของบริษัท MLM และการขยายเครือข่ายผู้จำหน่ายอิสระ โดยที่กิจกรรมที่ได้กล่าวแล้วนั้นจะเป็นกิจกรรมที่ก่อให้เกิดการ

เจริญเติบโตอย่างยั่งยืนแก่บริษัท และเครือข่ายผู้จำหน่ายอิสระอย่างสมดุล และยุติธรรม เป้าหมายหลักของแผนการจ่ายค่าตอบแทน คือการจ่ายค่าตอบแทนให้กับการดำเนินงานต่อไปนี้ คือ

1. การขายสินค้าแก่ผู้บริโภค (Sell)

โดยปกติกำไรจากการขายปลีกจะเป็น 25 % ของราคาขายปลีก หรือเป็น 33 % ของราคาขายส่ง การตั้งราคาที่เหมาะสมก็เป็นเรื่องที่ยังเป็นอยู่ การกำหนดราคาที่สูงมาก ๆ ทำได้ในกรณีที่สินค้าเป็นสินค้าที่มีนวัตกรรม ยังไม่มีสินค้าทดแทนหรือคู่แข่งอยู่ในตลาด อย่างไรก็ตาม การบังคับให้ผู้จำหน่ายอิสระต้องซื้อสินค้าเก็บไว้จำนวนมาก ๆ เพื่อให้ได้ผลประโยชน์จากผลต่างเพิ่มมากขึ้นนั้นทำได้ แต่ต้องสมเหตุสมผล คือบริษัทต้องไม่บังคับให้ซื้อสินค้าที่ขายไม่ออก มิฉะนั้นโอกาสที่จะทำให้บริษัทไปไม่รอดก็จะสูงไปด้วย เพราะผู้จำหน่ายอิสระก็ขายของไม่ออกด้วยเช่นกัน ดังนั้นเมื่อผู้จำหน่ายอิสระขายของไม่ได้บริษัทก็อยู่ยาก ดังนั้นบริษัทจึงควรจ่ายค่าตอบแทนสำหรับกิจกรรมในการขายสินค้าแก่ผู้บริโภคอย่างเหมาะสม

2. การสร้างเครือข่ายผู้จำหน่ายอิสระ (Recruit)

การจ่ายค่าตอบแทนทำได้โดยการจ่ายเป็นเปอร์เซ็นต์จากยอดขายของกลุ่มหรือยอดขายรายรายได้สายงานลงไป เพราะถ้าผู้จำหน่ายอิสระสร้างทีมงานเพิ่มมากขึ้นยอดขายของกลุ่ม หรือทีมงานได้สายงานของเขาก็จะมากขึ้นด้วยส่งผลให้ยอดขายของบริษัทของผู้จำหน่ายอิสระคน นั้นมากขึ้นตามไปด้วย การสปอนเซอร์ การแนะนำ การสร้างทีมงาน หรือการบอกต่อนั้น ในระยะเริ่ม 7 วันแรกนั้นผู้ที่สมัครเข้ามาใหม่จะรู้สึกตื่นเต้นกับโอกาสทางธุรกิจที่รออยู่ข้างหน้าอย่างมาก มีความกระตือรือร้นที่จะทำงานหรือหาสายงานเพิ่ม หากผู้สมัครเป็นผู้จำหน่ายอิสระใหม่สามารถสร้างทีมงานเพิ่มได้ ในช่วงนี้ก็จะทำให้การสร้างทีมงานเติบโตอย่างมาก เพราะยังมีความรู้สึกที่ดีอยู่มาก หากผ่านระยะเวลาไป 1 เดือนผู้สมัครเป็นผู้จำหน่ายอิสระใหม่ยังไม่สามารถสร้างสายงานของตัวเองได้ ก็ยังคงมีความหวังอยู่บ้าง แม้จะไม่ตื่นเต้นเหมือนช่วงแรกแต่ก็ยังไม่หมดไฟ หากผ่านระยะเวลาไป 2 เดือนหรือมากกว่า ผู้สมัครเป็นผู้จำหน่ายอิสระใหม่ยังไม่สามารถสร้างสายงานของตัวเองได้ ไปแนะนำใครก็ไม่มีการสมัครเข้ามาเลยความหวังก็ถึงขีดสุดแล้ว ถ้าไม่มีการกระตุ้นไฟก็ถึงหมด ดังนั้นแผนการจ่ายค่าตอบแทนที่ดีควรช่วยให้แก่การแนะนำผู้จำหน่ายอิสระใหม่ ๆ ให้ได้ในระยะที่เร็วที่สุดเพื่อให้สามารถรักษาความกระตือรือร้น และความสนใจในการสร้างสายงานของผู้จำหน่ายอิสระใหม่ให้มีความหวัง จึงเป็นการจำเป็นหลีกเลี่ยงที่จะต้องจ่ายค่าตอบแทนสำหรับการแนะนำผู้แทนจำหน่ายอิสระรายใหม่ให้เร็วเมื่อเขาทำงานได้ตามเป้าหมายที่เป็นไปได้

3. การสร้างผู้ฝึกอบรม (Build Trainers)

การสร้างผู้ฝึกอบรมคือการสร้างผู้แทนจำหน่ายอิสระที่สามารถฝึกอบรมเทคนิคการขาย และเทคนิคการแนะนำสปอนเซอร์ที่ดีให้แก่ผู้จำหน่ายอิสระใหม่ที่สมัครเข้าร่วมธุรกิจ หรือเป็น

การเพิ่มพูนความรู้ความสามารถให้กับผู้จำหน่ายอิสระเก่าก็ได้ การเพิ่มความสามารถให้แก่ผู้แทนจำหน่ายอิสระเหล่านั้นให้สามารถทำงานซ้ำ ๆ โดยใช้เทคนิคที่เหมาะสมในการขยายสายงาน และขายสินค้าเป็นการสร้างความเติบโตแก่ทีมงานโดยรวม ดังนั้นการจ่ายค่าตอบแทนให้กับกิจกรรมการสร้างผู้ฝึกอบรมนั้นควรจ่ายให้กับผู้แทนจำหน่ายจากยอดขายกลุ่มของเขา และจำนวนทีมงานที่เขาสามารถแนะนำเข้ามาใหม่ หรือทั้งสองอย่างก็ได้

4. การสร้างนักบริหารการขาย (Build Top Sales Executives)

เมื่อผู้แทนจำหน่ายที่เป็นลูกทีมนั้นสามารถสร้างสายงาน และมีรายได้พอสมควรแล้ว ก็จำเป็นต้องสร้างให้ลูกทีมในสายงานเหล่านั้นเติบโต และสร้างสรรค์ผลงานให้ได้เต็มศักยภาพของพวกเขาโดยการสนับสนุนให้เขาเหล่านั้นเติบโตยิ่งขึ้นไปอีก โดยการสอนเทคนิคการบริหารบุคคล บริหารทางการเงิน รวมถึงเทคนิค และแนวความคิดอื่น ๆ ที่จำเป็นต่อการเติบโตขององค์กรด้วยการจ่ายค่าตอบแทนให้กับการสร้างผู้บริหารระดับสูงที่เก่ง มีความจำเป็นอย่างยิ่งเพื่อจูงใจให้ผู้จำหน่ายอิสระที่เก่ง ๆ พยายามถ่ายทอดความรู้ของพวกเขาไปยังผู้จำหน่ายอิสระที่เป็นลูกทีมของเขาอย่างเต็มที่เพื่อไม่ให้เกิดกรณีที่พบบ่อย ๆ คือสร้างให้เก่งแล้วก็ไม่ได้อะไร หรือสร้างให้เก่งแล้วก็หลุดไป

5. การรักษาให้ผู้จำหน่ายอิสระที่ดีให้อยู่กับบริษัทได้อย่างยั่งยืน (Keep Good Distributors)

ความยั่งยืนปัจจัยสำคัญอันหนึ่งที่ผู้จำหน่ายอิสระที่เก่ง ๆ มองหา เพราะเขาเหล่านั้นรู้ว่า มันไม่สนุกนักในการต้องไปเริ่มต้นทำสายงานใหม่อยู่บ่อยครั้ง ถึงแม้ว่าจะมีลูกทีมที่เชื่อมั่นในความสามารถของแม่ทีมเก่ง ๆ เหล่านั้นอยู่ แต่การเริ่มต้นใหม่ก็ยังเหนื่อยอยู่ดี การรักษาผู้จำหน่ายอิสระให้อยู่กับบริษัทได้ก็ขึ้นอยู่กับ การจ่ายค่าตอบแทนที่ยุติธรรม เหมาะสม และสามารถจ่ายได้อย่างยั่งยืน ไม่จ่ายเกินที่กำหนด ไม่ Over-pay ดังนั้นระบบจึงควรมีการรองรับการจ่ายค่าตอบแทนที่ยั่งยืนไว้ตั้งแต่เริ่มต้น