

ภาคผนวก

ข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับการตลาดขายตรงหลายชั้น Multi-level Marketing

ประวัติความเป็นมาและวิวัฒนาการของ MLM

การขายตรงนั้นสามารถย้อนกลับไปยังยาวนานพอ ๆ กับประวัติศาสตร์ของมนุษย์ ก่อนจะมีการใช้เงินมนุษย์เราแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างกันโดยตรง อย่างไรก็ตามการขายในลักษณะขายตรงที่เป็นแม่แบบของการขายตรงยุคปัจจุบันนี้เริ่มมาประมาณปี 1740 โดยสองพี่น้อง Edward และ William Pattison ซึ่งเป็นผู้ผลิตเครื่องใช้จากตะกั่ว ได้ทำการเร่ขายสินค้าไปตามบ้าน (ในลักษณะการขายตรง) โดยจะเดินทางในรถลากเล็ก ๆ บรรทุกสินค้าไปขายให้กับผู้บริโภคโดยตรง ซึ่งเรียกว่า Yankee Peddler ในปี 1868 เกิดบริษัทขายตรงที่ขายสินค้าเครื่องเทศตามบ้านและสินค้าอาหาร ชื่อ Watkins Company ปี 1855 บริษัท Southwestern Publishing Company ตั้งขึ้นเพื่อผลิตหนังสือและคัมภีร์ไบเบิล และในปี 1868 บริษัท ปรับปรุงบริษัทให้เป็นบริษัทขายตรง โดยให้นักศึกษาในมหาวิทยาลัยเข้ามาเป็นตัวแทนขาย ปี 1886 บริษัท Avon เริ่มต้นบริษัทแบบขายตรง โดย David McConnel เขาได้เริ่มด้วยการขายคัมภีร์ไบเบิลและแอมป์อย่างน้ำหอมไปตามบ้าน น้ำหอมที่แอมป์นั้นปรากฏว่าเป็นที่นิยมอย่างมาก จนเขาได้ก่อตั้งบริษัท California Perfume Company ซึ่งภายหลังเปลี่ยนเป็นชื่อ Avon ในปี 1939 จนกลายเป็นบริษัทในตลาดหลักทรัพย์ New York Stock Exchange และได้พัฒนาแผนการจ่ายผลตอบแทนให้เป็น MLM ให้ที่สุด

ระบบการขายตรงสมัยใหม่เริ่มเป็นรูปเป็นร่างขึ้นเมื่อปี 1906 โดย Alfred Fuller ซึ่งอยู่ที่เมือง New Britain ในมลรัฐ Colorado ได้ก่อตั้งบริษัท Fuller Brush Company ซึ่งเริ่มทำการขายตรงแบบ Door-to-door ซึ่งถือว่าการเริ่มรูปแบบการขายตรงสมัยใหม่ ภายหลังบริษัทได้ปรับปรุงแผนการตลาดของตนให้เป็นแบบ MLM แต่ก็ไม่ประสบความสำเร็จมากนัก เพราะเหล่าสมาชิกต่างมีความเป็นนักขาย (Salespeople) มากกว่าเป็นนักขายเครือข่าย (Recruiters) อย่างไรก็ตามในปี 1950 การขายตรงส่วนใหญ่จะเป็นลักษณะ Party Plan คือการตลาดผลิตภัณฑ์โดยการจัดแสดงและเป็นเจ้าภาพในงานปาร์ตี้หรืองานทางสังคมต่าง ๆ โดยใช้งานสังคมต่าง ๆ นั้นเป็นจุดแสดงและสาธิตสินค้า โดยให้ผู้เข้าร่วมงานได้เห็นการสาธิตสินค้าและการทดลองสินค้าจริง แล้วก็รับรายการสั่งซื้อสินค้าจากลูกค้าโดยตรง เพื่อจัดส่งสินค้าให้ต่อไป ในปี 1950 เป็นยุคที่การตลาดแบบขายตรงหลายชั้นหรือการตลาดแบบเครือข่ายถือกำเนิดอย่างแท้จริง เป็นยุคที่บริษัทยักษ์ใหญ่ของวงการ MLM มากมายได้ถือกำเนิดขึ้น บริษัทเหล่านี้คือ Tupperware, Shaklee, Amway และ Mary Kay ในปี 1945 Earl Tupper เป็นผู้บุกเบิกสินค้าที่ทำจากพลาสติกที่อ่อนตัว น้ำหนักเบา ไม่แตกหักง่าย และสามารถปิดผนึกได้อย่างมิดชิด เริ่มทำตลาดโดยการขายส่งปกติ แต่ไม่ประสบความสำเร็จนัก ในปี 1951 เขาได้เปลี่ยนมาใช้แผน Party Plan โดยการสาธิตสินค้าตามงานปาร์ตี้ และขายสินค้าแบบขายตรง และประสบความสำเร็จอย่างสูง

โดยพื้นฐานของการขายตรงแบบหลายชั้นนั้น มุ่งเน้นที่จะนำสินค้าราคาถูกลงมาจำหน่ายให้กับลูกค้า จุดนี้เป็นจุดที่บริษัทขายตรงแบบหลายชั้นใช้เหตุผลในการโน้มน้าวใจให้มีพลังที่สุด ดังข้อความตอนหนึ่งในหนังสือ Financial Freedom ซึ่งเป็นคู่มือที่ใช้ในการอบรมลูกทีมของบริษัทขายตรงเขียนไว้ว่า “การการขายแบบทั่วไปนั้น เซลล์ของผู้ผลิตก็คือคนกลางที่ทำหน้าที่เชื่อมต่อระหว่างผู้ผลิตกับผู้ส่ง เซลล์เหล่านี้จะได้ค่าตอบแทนประมาณ 3 % ของยอดขาย ต่อมาสินค้าจะถูกส่งไปทางรถไฟ รถบรรทุก หรือรูปแบบอื่น ๆ จนกระทั่งถึงมือพ่อค้าขายส่ง พ่อค้าขายส่งก็จะนำสินค้า มาแยกบรรจุหีบห่อแล้วส่งไปยังร้านขายปลีก เซลล์ของผู้ผลิตจะรับค่านายหน้า พ่อค้าขายส่งจะรับค่าคนกลาง ส่วนร้านค้าปลีกที่ขายสินค้าถึงมือลูกค้าก็จะได้รับเงินกำไรซึ่งปกติจะอยู่ในอัตรา 35 % ทั้งนี้เนื่องจากร้านค้าปลีกมีค่าใช้จ่ายมาก ไม่ว่าจะเป็นเงินเดือนพนักงาน ค่าสต็อกและรายจ่ายอื่น ๆ ที่ใช้ไปในการบริหารงานจะถูกคิดรวมอยู่ในกำไร 35 % นี้ เรายังไม่ได้พูดถึงค่าโฆษณาแน่นอนเงินก้อนนี้ลูกค้าต้องเป็นผู้รับผิดชอบ ค่าโฆษณาจะถูกบวกอยู่ในราคาสินค้าขายปลีก จริง ๆ แล้วผู้ซื้อต้องแบกรับค่าโฆษณาถึง 3 ชนิด แต่ผู้บริโภคไม่รู้ตัว นั่นคือ ค่าโฆษณาที่ผู้ผลิตใช้ในการดึงดูดลูกค้าอย่างเช่น โฆษณาใหญ่ ๆ ที่แพร่ไปในระดับประเทศ ค่าโฆษณาท้องถิ่นที่ผู้ขายส่งใช้ในการดึงดูดพ่อค้าปลีก ค่าโฆษณาที่พ่อค้าปลีกใช้ดึงดูดลูกค้าเพื่อเรียกลูกค้าเข้าร้าน ช่วยให้ร้านของตนขายดีขึ้น ค่าโฆษณาทั้ง 3 อย่างนี้ ผู้ซื้อสินค้าต้องรับภาระไปทั้งหมด ดังนั้นค่าโฆษณาจึงสูงขึ้นอีกร้อยละ 15 ของราคาสินค้า

ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ในการประกอบธุรกิจทั่ว ๆ ไปออกมาอยู่ในรูปดังต่อไปนี้

ค่าวัตถุดิบ	10 %
ค่ากำไรและค่าดำเนินงานของฝ่ายโรงงาน	12 %
ค่านายหน้าของเซลล์โรงงาน	3 %
ค่ากำไรพ่อค้าขายส่ง	25 %
ค่าโฆษณา	15 %
รวม	100 %

เมื่อเห็นแผนภูมิแสดงค่าใช้จ่ายเช่นนี้แล้ว หลายท่านคงนึกสงสัยว่าทำไมผู้ผลิตจึงไม่คิดค่าวิธีส่งสินค้าให้ถึงมือลูกค้าด้วยกระบวนการที่ง่ายที่สุด พึงง่าย ๆ ก็หมายความว่า จะตัดพ่อค้าคนกลางออกไปได้ไหม ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ จะได้ถูกลง คำตอบคือ “ได้” เวลาในสหรัฐอเมริกา มีแนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจอิสระอยู่ว่า “ให้ลูกค้ารับบทบาทเป็นพ่อค้าคนกลางเสียเอง” นั่นคือการขายสินค้าด้วยระบบขายตรงแบบหลายชั้น การการขายแบบนี้ สินค้าจะถูกส่งจากผู้ผลิตไปถึงมือลูกค้าโดยตรง

แผนภาพต่อไปนี้เป็นโครงสร้างของการขายตรงแบบหลายชั้น

ค่าวัตถุดิบ	10 %
ค่ากำไรและค่าดำเนินงานฝ่ายโรงงาน	12 %
ค่าจัดงานอบรมลูกทีม	3 %
คอมมิสชั่นของนักขาย	35 %
ใช้ในการพัฒนาสินค้าหรือเป็นส่วนลดสินค้า	15 %
รวม	100 %

จากแผนภูมินี้ จะเห็นได้ว่า กำไร 63 % ซึ่งเมื่อก่อนนั้นต้องช่วยให้แก่พ่อค้าคนกลาง แต่หันกลับมาค้าขายด้วยระบบขายตรงแบบหลายชั้น เงินกำไรก้อนนี้จะตกเป็นของลูกค้า ซึ่งสมัครเป็นผู้แทนจำหน่ายของบริษัท อีกทั้ง สินค้า ยังมีราคาถูกลงอีก 15 % เนื่องจากไม่เสียค่าโฆษณา ตัวเลขที่กำกับไว้นี้อาจคลาดเคลื่อนได้บ้างแต่ในหลักการแล้วแนวคิดเช่นนี้ถูกต้องตรงเผง เพราะฉะนั้นเราจึงกล่าวได้อย่างเต็มปากว่า ระบบขายตรงแบบหลายชั้นนั้น แท้จริงคือระบบการขายสินค้าให้แก่ผู้บริโภคในราคาที่ค่อนข้างถูก และนี่คือเหตุผลหนึ่งที่ทำให้ระบบการขายตรงแบบหลายชั้นเฟื่องมาในยุคนี้ นอกจากสาเหตุดังกล่าวแล้ว ยังมีเหตุผลสำคัญอีกประการหนึ่งที่ทำให้การตลาดขายตรงแบบหลายชั้นแพร่หลายมากนั่นคือ

ผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงทัศนคติต่อคุณภาพสินค้าและบริการ ระยะเวลา ฯลฯ ผู้บริโภคจะไม่หลับหูหลับตาซื้อสินค้าเพราะหลงเชื่อคำโฆษณา หรือแรงเชียร์ดังแต่ก่อน แต่จะพิจารณาคุณภาพสินค้าแล้วจึงตัดสินใจซื้อ ความจริง สภาพที่ผู้บริโภคทำการตรวจสอบและควบคุมคุณภาพสินค้าด้วยตนเองนั้นมีมานานแล้ว อีกทั้งผู้บริโภคยังเป็นผู้ค้นพบปัญหาสารพิษเจือปนอยู่ในสินค้าอุปโภคบริโภคต่าง ๆ ระยะเวลา ฯลฯ จึงมีผู้บริโภคบางคนเปลี่ยนบทบาทจากผู้บริโภคมาเป็นผู้ผลิตเสียเอง อย่างเช่น มีการผลิตเครื่องสำอางขึ้นใช้เองและบางครั้งก็จำหน่ายให้แก่ญาติมิตร แนวโน้มเช่นนี้ก็ดูจะเกี่ยวกับการรักษาพยาบาล จริงอยู่แพทย์เป็นบุคคลที่สามารถบำบัดรักษาโรคให้คนไข้ได้ แต่ไม่สามารถทำให้เราแข็งแรงได้ จุดนี้เป็นจุดที่ทุกท่านทราบดี ดังนั้น เพื่อที่จะให้ตนเองมีสุขภาพแข็งแรง เราจึงต้องดูแลชีวิต ความเป็นอยู่และปรับปรุงสัติวิถีชีวิตของตนเองให้ถูกต้อง หลายปีมานี้ ผู้ที่มีทัศนะเช่นนี้มีมากขึ้นเรื่อย ๆ ปัจจุบันนี้ ในสังคมอเมริกา มีการรณรงค์ต่อต้านการสูบบุหรี่อย่างกว้างขวางคนที่สูบบุหรี่ในที่ชุมชนจะกลายเป็นคนละเมิดกฎหมาย และถ้าคน ๆ หนึ่งอ้วนผิดปกติรูปร่าง ก็จะถูกวิจารณ์ ว่าเป็นคนปัญญาอ่อน ที่ควบคุมตัวเองไม่ได้ จะเห็นได้เช่นกันว่าคนที่เริ่มมีจิตสำนึกว่า “สุขภาพของตนเอง ตนเองจะต้องเป็นผู้ดูแลรักษาให้ดี” นั้นมีจำนวนมากขึ้นเรื่อย ๆ ภูมิหลังของสังคมเช่นนี้ คือเหตุผลหนึ่งที่ทำให้การขายตรงแบบหลายชั้นเฟื่องอย่างรวดเร็ว เพราะว่าการซื้อสินค้าที่โฆษณากันอย่างอีกทีก็ครึกโครม อีกทั้งไม่มีค่าคอมมิสชั่นให้ผู้ซื้อนั้นย่อมสู่การซื้อสินค้าที่ตนเองเห็นว่าพอจะมีคุณภาพดีอีกทั้งซื้อแล้วยังจะได้ส่วนลดในรูปคอมมิสชั่นไม่ได้

แผนการจ่ายค่าตอบแทน MLM นั้นมีแบบหลัก ๆ คือ

1. แผนเมทริกซ์ (แผนเน็ตเวิร์ก หรือยูนิเลเวล)

แผนเมทริกซ์ Matrix Plan หรือแผนเน็ตเวิร์ก Network Plan หรือยูนิเลเวล Unilevel Plan เป็นแผนการจ่ายค่าตอบแทนที่เก่าแก่แผนหนึ่ง เป็นแผนการจ่ายค่าตอบแทนที่จ่ายค่าตอบแทนเป็นจำนวนร้อยละของยอดขายหรือคะแนน ในแต่ละชั้น ซึ่งจำกัดจำนวนชั้นที่จะจ่ายให้ลึกตามที่กำหนด หากไม่จำกัดจำนวนลูกทีมในชั้นที่หนึ่ง (หรือลูกทีมติดตัว หรือเรียกว่า Front line) เราเรียกว่า Unforced matrix คือเน็ตเวิร์กที่ไม่จำกัดจำนวนลูกทีมติดตัว (Front line) หรือที่เรียกว่า ยูนิเลเวล

แผนเมทริกซ์อีกแบบหนึ่ง ซึ่งจำกัดจำนวนลูกทีมติดตัว ที่เรียกว่า Forced Matrix เป็นแผนที่จ่ายค่าตอบแทนเป็นชั้น ๆ โดยจำกัดจำนวนลูกทีมติดตัว หรือ Front line ตามจำนวนที่กำหนด เช่น มีลูกทีมติดตัวได้ไม่เกิน 5 คน เมื่อเราได้แนะนำผู้แทนจำหน่ายอิสระเข้ามาเป็นลูกทีมเราได้ครบ 5 คนแล้ว เมื่อแนะนำคนต่อไปก็จะไม่สามารถต่อติดตัวเราได้อีก ต้องนำไปต่อในชั้นที่ 2 ซึ่งก็จะเป็นลูกทีมของลูกทีมของเราอีกทีหนึ่ง เราเรียกลักษณะการต่อสายงานแบบนี้ว่า การล้นชั้น หรือ Spill over ตัวอย่างของแผนเมทริกซ์แบบ 5x10 ก็คือมีลูกทีมติดตัวได้สูงสุด 5 คนและมีรายได้ลดลงไป 10 ชั้น

การ Roll-Up เป็นลักษณะการคำนวณอันหนึ่งของแผนเมทริกซ์ ซึ่งมีประโยชน์ในกรณีที่ลูกทีมบางคนไม่ทำงานหรือไม่ซื้อสินค้าให้มีคะแนน เพื่อรักษาคุณสมบัติในการรับคอมมิชชั่นหรือโบนัส (Commission Qualifying) อัฟไลน์หรือแม่ทีมจะสูญเสียโอกาสในการได้รับคอมมิชชั่นจากลูกทีมคนนั้น เพราะเขาไม่ได้ซื้อสินค้า การโรลอัพนั้นเป็นการดึงเอาลูกทีมคนถัดลงไปในสายงานขึ้นมาให้อยู่ในชั้นเดียวกับลูกทีมที่ไม่ได้รักษายอด

จำนวนชั้นและเปอร์เซ็นต์ที่ผู้แทนจำหน่ายอิสระจะได้รับผลประโยชน์ตามแผนเมทริกซ์ อาจเป็นแบบ ดายตัว หรือแบบปรับตามตำแหน่ง หรือปรับตามยอดคะแนน ก็ได้ ทั้งนี้การปรับจำนวนชั้นและเปอร์เซ็นต์ที่จ่ายตามตำแหน่งหรือตามยอดคะแนนที่ ชื่อในรอบนั้น ก็เพื่อเป็นการกระตุ้นให้ผู้แทนจำหน่ายอิสระทำงานให้มากขึ้นเพื่อให้ได้ผลประโยชน์มากขึ้นไปด้วย

2. แผนไบนารี

แผนไบนารี Binary Plan เป็นแผนการจ่ายค่าตอบแทนที่ได้รับความนิยมมากแผนหนึ่ง มีโครงสร้างที่กำหนดให้ผู้แทนจำหน่ายอิสระมีลูกทีมติดได้ไม่เกิน 2 คน ดังนั้นหากผู้แทนจำหน่ายอิสระแนะนำสมาชิกใหม่อีกคนที่ 3 เข้ามาก็จะต้องนำไปต่อให้กับลูกทีมคนใดคนหนึ่งในชั้นลดลงไป จึงมีลักษณะ Spill Over ซึ่งเป็นการช่วยเหลือให้ลูกทีมมีสายงานเพิ่มขึ้นด้วย ลูกทีมที่ติดตัวทั้งสองคนนั้นคนหนึ่งอยู่ด้านซ้าย และอีกคนหนึ่งอยู่ด้านขวา บางครั้งจะเรียกว่าทีมซ้ายและทีมขวาก็ได้

โดยปกติการให้ค่าตอบแทนจะนับคะแนนทีมชายและทีมขวมาจับคู่ในจำนวนที่เท่า ๆ กัน (หรือที่เรียกว่า Balanced Legs) แล้วคิดให้เป็นเปอร์เซ็นต์จากจำนวนคะแนน

การจ่ายค่าตอบแทนตามแผนไบนารีนั้นมีลักษณะที่แบ่งออกได้เป็น แบบที่บังคับโครงสร้าง และแบบที่ไม่บังคับโครงสร้าง

แผนไบนารีแบบบังคับโครงสร้างนั้นเป็นแบบที่กำหนดโครงสร้างลักษณะต่าง ๆ ไว้เมื่อผู้แทนจำหน่ายอิสระสามารถสร้างทีมงานได้ตามโครงสร้างที่กำหนดก็จะได้ ค่าตอบแทนตามที่กำหนดไว้ในแผน เช่น หากสามารถสร้างทีมงานให้ได้ในชั้นที่ 4 และมีจำนวนลูกทีมที่อยู่ในทีมชายและทีมขวทีมละ 2 คน จะได้ค่าตอบแทน 1000 บาทเป็นต้น แผนแบบนี้อาจจะมีการเก็บคะแนนไว้ให้ตามโครงสร้างที่ทำได้ และไม่มีการตัดทิ้งคะแนนที่ได้เก็บไว้ให้แล้ว

แผนไบนารีแบบไม่บังคับโครงสร้าง เป็นแบบที่ไม่กำหนดโครงสร้างที่จำเป็นต้องทำให้ได้คุณสมบัติ หรือกำหนดไว้เพียงเล็กน้อยเท่านั้น แล้วให้มีการจับคู่หรือนับคะแนนที่เท่ากันของทีมชายและทีมขว โดยมีโควตาให้ในแต่ละรอบการคำนวณจะนับคู่หรือนับคะแนนให้ได้ไม่เกินจำนวน ที่กำหนดไว้ในแผน คะแนนส่วนที่เกินในรอบการคำนวณนั้น ๆ ก็จะถูกตัดทิ้งไป การตัดคะแนนทิ้งเรียกว่า Flush

แผนไบนารีแบบ Weak – Strong เป็นแบบที่ไม่บังคับโครงสร้างเช่นกัน นับคะแนนจากทีมชายและทีมขว ทีมใดมีคะแนนมากกว่าในรอบการคำนวณนั้น ก็จะเรียกว่า ทีมแข็ง หรือ Strong Team และทีมใดที่มีคะแนนน้อยกว่าก็จะเรียกว่า Weak Team ในกรณีที่คะแนนเท่ากันทั้งสองทีมเราก็สามารถให้ทีมใดก็ได้เป็น Strong Team และ ทีมใดก็ได้เป็น Weak Team การจ่ายค่าตอบแทนก็จะจ่ายเป็นเปอร์เซ็นต์ของยอดขายทีมอ่อน แล้วนำคะแนนทีมอ่อนมาหัก คะแนนทีมแข็งออกไป เก็บคะแนนส่วนที่เหลือของทีมแข็งไว้ให้ก็ได้

การคิดคะแนนในระบบการคำนวณแบบไบนารีนั้นอาจคิดจากยอด PV ของแต่ละทีม คือคิดเป็น PV หรือจะคิดเป็นจำนวนผู้แทนจำหน่ายอิสระ (จำนวนรหัส) ที่ครบตามคุณสมบัติต่าง ๆ ที่กำหนดไว้ก็ได้

แผนไบนารีอีกลักษณะหนึ่งที่เป็นที่นิยมมากคือระบบ ที่มี Top-up หรือ Upgrade หรือที่เรียกว่าการเพิ่มจำนวนคู่หรือจำนวนคะแนนสูงสุดที่จะจับคู่ให้ได้ในแต่ละรอบการคำนวณ เช่น โดยปกติการคำนวณธรรมดาอาจจะคิดให้ 5 คู่ในแต่ละรอบการคำนวณ หากผู้แทนจำหน่ายอิสระซื้อสินค้าเพิ่มเพื่อขึ้นตำแหน่งก็จะมีสิทธิในการจับ คู่ในแต่ละรอบการคำนวณเป็น 10 คู่ต่อรอบการคำนวณ เป็นต้น

3. แผนไตรนารี

แผนไตรนารี Trinary Plan เป็นแผนการจ่ายค่าตอบแทนที่เป็นที่นิยมมากเช่นกัน โดยที่โครงสร้างขององค์กรผู้แทนจำหน่ายอิสระนั้นจะมีการจำกัดจำนวนลูกทีมที่ ติดตัวไว้เพียง 3 คน คือ

ผู้แทนจำหน่ายอิสระใด ๆ จะมีลูกทีมติดตัวได้ไม่เกิน 3 คน เมื่อได้แนะนำผู้แทนจำหน่ายอิสระใหม่เข้ามาเป็นคนที่ 4 ก็จะต้องนำไปต่อให้ลูกทีมชั้นลึกลงไป จึงมีลักษณะ Spill Over ซึ่งเป็น การช่วยเหลือลูกทีม ทำให้เกิดการทำงานที่สนับสนุนซึ่งกันและกัน การต่อสายงานผู้แทนจำหน่ายอิสระซึ่งเป็นลูกทีมคนแรกซึ่งอยู่ทางซ้ายมือสุด เราเรียกว่า ลูกทีมด้านซ้าย ลูกทีมที่อยู่คนถัดมา ซึ่งอยู่ตรงกลาง เราเรียกว่า ลูกทีมตรงกลาง และลูกทีมคนสุดท้ายที่อยู่ทางขวามือสุด เราเรียกว่าลูกทีมด้านขวา

การคิดค่าตอบแทนตามแผนไตรนารีนั้นมีลักษณะคล้ายคลึงกันแผนไบนารีนามาก เพียงแต่มีจำนวนทีมงานมากกว่าเท่านั้น ซึ่งจะมีลักษณะเป็นการจับคู่ตามรอบการคำนวณ (Balanced Legs) การจับคู่อาจเป็น คู่สอง ซึ่งหมายถึงการจับกันระหว่างคะแนนที่ได้จากทีมใด ๆ สองทีม ซึ่งอาจเป็น ทีมซ้ายจับกับทีมกลาง ทีมกลางจับกับทีมขวา หรือทีมขวาจับกับทีมซ้ายก็ได้ ลักษณะการจับคู่อีกอย่างหนึ่งคือการจับคู่สาม คือการนับคะแนนหรือจำนวนรหัสจากทั้งสามทีม แล้วเป็นเปอร์เซ็นต์จากยอดคะแนนที่ได้เพื่อจ่ายเป็นค่าตอบแทนให้กับผู้แทน อิสระ

การคิดแผนไตรนารีนั้นเป็นได้ทั้ง แบบบังคับ โครงสร้าง และไม่บังคับ โครงสร้าง รวมทั้งสามารถมีลักษณะที่เป็น Top-Up หรือ Upgrade ได้ด้วยเช่นกัน

4. แผนสเต็ปเบรคอะเวย์

สเต็ปเบรค Stair-step หรือที่เป็นที่รู้จักกันว่า แผนขั้นบันได เป็นลักษณะการคิดค่าตอบแทนให้กับผู้แทนจำหน่ายอิสระเป็นเปอร์เซ็นต์จาก ยอดคะแนนซื้อส่วนตัวและ/หรือยอดกลุ่มส่วนตัว หรือคิดเปอร์เซ็นต์ให้ตามตำแหน่งของผู้แทนจำหน่าย ณ เวลาที่คำนวณนั้น เมื่อลูกทีมได้รับผลประโยชน์เป็นเปอร์เซ็นต์จากยอดคะแนนแล้ว ผู้ที่เป็นแม่ทีมจะสามารถได้รับผลประโยชน์จากยอดคะแนนเดียวกันนั้นถัดไป เมื่อแม่ทีมมีตำแหน่งสูงกว่าลูกทีม ตัวอย่างเช่น กำหนดให้ตำแหน่งมี 3 ตำแหน่งคือ Bronze, Silver, Gold และมีผลตอบแทนของแต่ละตำแหน่งเป็นเปอร์เซ็นต์คือ 10% 20% และ 30% ตามลำดับ โครงสร้างทีมผู้แทนจำหน่ายเป็นดังนี้ นาย ก. เป็นผู้แนะนำหรือเป็นผู้สปอนเซอร์ นางสาว ข. เข้ามาร่วมธุรกิจ และ นางสาว ข. เป็นผู้แนะนำหรือเป็นผู้สปอนเซอร์ นาย ค. เข้ามาร่วมธุรกิจ และ นาย ก. มีตำแหน่งเป็น Gold 30% นางสาว ข. มีตำแหน่งเป็น Silver 20% และนาย ค. มีตำแหน่งเป็น Bronze 10% หาก นาย ค. ซื้อสินค้ามีคะแนนในรอบการคำนวณนี้เป็น 1000 คะแนน นาย ค.จะได้เงินค่าตอบแทนเป็นเงิน $1000 \text{ คะแนน} \times 10\% = 100 \text{ บาท}$ และ นางสาว ข. จะได้ค่าตอบแทนเป็นเงิน $(1000 \text{ คะแนน} \times 20\%) - (\text{ค่าตอบแทนที่ได้จ่ายให้กับ นาย ค. ไปแล้ว } 100 \text{ บาท}) = 100 \text{ บาท}$ และ นาย ก. จะได้ค่าตอบแทนเป็นเงิน $(1000 \text{ คะแนน} \times 30\%) - (\text{ค่าตอบแทนที่ได้จ่ายให้กับ นาย ค. และนางสาว ข. ไปแล้ว } 200 \text{ บาท}) = 100 \text{ บาท}$ นับแล้วได้จ่ายเงินค่าตอบแทนเป็นจำนวน 30% ของยอดคะแนนของผู้แทนจำหน่าย ซึ่งเป็นจำนวนที่สูงที่สุดที่จะจ่ายแล้ว ก็จะไม่ต้องจ่ายให้ให้ผู้แทนจำหน่ายใด ๆ อีกต่อไปในสายงาน เราอาจเรียกแผนแบบนี้ตามลักษณะการคำนวณ

ได้ว่าเป็นการจ่ายตามผลต่างของ เปอร์เซ็นต์ตามตำแหน่ง หากผลต่างของเปอร์เซ็นต์ตามตำแหน่ง แม่ทีม – ลูกทีม มีค่าเป็น 0 หรือ ค่าลบ ก็จะไม่จ่ายค่าตอบแทนให้กับแม่ทีมคนนั้น ซึ่งก็หมายความว่าแม่ทีมนั้นมีตำแหน่งน้อยกว่าหรือเท่ากับลูกทีม กรณีที่ตำแหน่งหรือเปอร์เซ็นต์ของลูกทีมมากกว่าหรือเท่ากับแม่ทีมเรียกกันทั่วไปว่า ตำแหน่งชนกัน

การคิดผลต่างของเปอร์เซ็นต์หรือผลประโยชน์ที่ผู้แทนจำหน่ายจะได้รับนั้นมี วิธีคิด ผลต่าง % ตามตำแหน่ง หรือ ผลต่าง % ตามยอดคะแนนของกลุ่ม ก็ได้

แผนเบรกอะเวย์ Breakaway หรือที่เรียกกันติดปากจนแทบจะเป็นส่วนหนึ่งของแผน Stair-step ไปแล้วนั้นแท้จริงเป็นแผน Unilevel ประเภทหนึ่ง ซึ่งคิดว่าผู้ที่มีคุณสมบัติครบคือผู้แทนจำหน่ายอิสระที่ได้ตำแหน่งสูงสุดใน ตารางของแผน Stair-step แล้วเท่านั้นจึงจะมีสิทธิที่จะได้รับค่าตอบแทนจากแผน breakaway นี้ โดยอาจคิดให้เป็นขั้นลึกลงอีกอาจจะเป็น 2-3 ขั้นแล้วแต่ความเหมาะสม

5. แมทชิง โบนัส

แผนแมทชิง โบนัส แท้จริงก็สามารถคิดเป็น Unilevel ชนิดหนึ่งซึ่งคะแนนที่ได้ก็นับจากรายได้ของลูกทีมเพื่อนำมาคิดเปอร์เซ็นต์ เป็นขั้นให้กับแม่ทีมลักษณะเดียวกับ Unilevel นั่นเอง เป็นการคิดค่าตอบแทนให้แม่ทีมที่ได้ช่วยเหลือลูกทีมให้มีรายได้ ซึ่งก็จะสนับสนุนให้แม่ทีมมียอดขายมากขึ้นด้วยเช่นเดียวกัน คือเป็นการสนับสนุนซึ่งกันและกัน

6. กองทุนต่าง ๆ

กองทุน Pool เป็นการคิดเปอร์เซ็นต์ของคะแนนจากยอดขายโดยรวมทั้งบริษัท แล้วนำมาแบ่งให้กับผู้ที่มีคุณสมบัติครบโดยการหารเท่ากัน หรือจะหารเป็นสัดส่วนของยอดที่ทำได้ก็ได้ การให้กองทุนนั้นเป็นการทำให้ผู้ที่ได้ทำงานให้กับองค์กรมาเป็นระยะเวลานาน พอสมควรระยะหนึ่งและได้สร้างผลงานให้กับองค์กรได้มากเพียงพอจำนวนหนึ่งก็จะ มีสิทธิได้รับเงินค่าตอบแทนจากกองทุน ในลักษณะที่เป็นการเก็ยร หรือเป็นบำนาญ ก็ได้ หรือจะเป็นกองทุนเพื่อซื้อบ้าน รถยนต์ หรือกองทุนการศึกษาก็ได้ เป็นลักษณะการจ่ายค่าตอบแทนทางลึกลับอีกทางหนึ่ง

การควบคุมคุณภาพสินค้าและการขอ ออ.

การตั้งราคาสินค้าในระบบ MLM นั้น โดยทั่วไปแล้วก็มีลักษณะเช่นเดียวกับการตั้งราคาสินค้าสำหรับระบบการตลาด ปกติทั่วไป คือคิดต้นทุน กำไร ค่าดำเนินการ การขนส่ง ค่าเก็บรักษา ระหว่างการจำหน่าย และค่าการตลาด ฯลฯ การคิดราคาสินค้าในระบบ MLM นั้นก็เช่นเดียวกันกับการตั้งราคาสินค้าทั่วไป สิ่งที่เพิ่มขึ้นคือจะมีคะแนนหรือที่นิยมเรียกกันว่า PV (ย่อมาจาก Personal Volume หรือยอดขายของผู้จำหน่ายอิสระ) สำหรับใช้ในการคิดค่าตอบแทนตามแผนการจ่ายค่าตอบแทน (หรือเรียกว่าแผนการตลาดนั่นเอง) ดังนั้นสินค้าในระบบ MLM นั้นจะมี PV น้อยกว่าราคาขายให้กับผู้แทนจำหน่ายอิสระ

องค์ประกอบของราคาสินค้าในระบบ MLM นั้นแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้คือ 1) ส่วนต้นทุนและกำไร 2) ส่วนค่าดำเนินการต่าง และ 3) ส่วนคะแนน หรือ PV ส่วนที่เป็นต้นทุนและกำไรของบริษัทผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง นั้นจะแยกออกมาอย่างชัดเจนผู้ประกอบการจะมีรายได้จากส่วนนี้

ส่วนที่เป็นค่าดำเนินการนั้นอาจเป็นค่าขนส่ง หีบห่อ ค่าติดตั้งอุปกรณ์และอื่น ๆ ที่ผู้ประกอบการจะต้องใช้ในการจัดส่งและติดตั้งสินค้าให้กับผู้บริโภคหรือ ผู้จำหน่ายอิสระ ส่วนนี้อาจจะแยกออกจากราคาสินค้าอย่างชัดเจนก็ได้

ส่วนที่สำคัญที่สุดสำหรับราคาสินค้าในระบบขายตรง MLM นั้นก็คือ คะแนน หรือ PV นั่นเอง ส่วนนี้เองที่จะใช้ในการคำนวณการจ่ายค่าตอบแทนให้กับผู้จำหน่ายอิสระตามแผน การจ่ายค่าตอบแทน (แผนการตลาด)

การตั้งค่าคะแนนหรือ PV ไว้สูงก็เพื่อที่จะได้ตอบแทนผู้จำหน่ายอิสระได้สูง ซึ่งเป็นกลยุทธ์อย่างหนึ่งในการจูงใจกระตุ้นให้ผู้จำหน่ายอิสระสร้างยอดขาย ได้สูงไปด้วย แต่ถ้าหากตั้งค่า PV ไว้สูงมากเกินไปก็จะทำให้เข้าข่าย หรือเรียกว่าเข้าใกล้ระบบแชร์ลูกโซ่มากเกินไป ก็อาจจะมีปัญหาตามมาได้ หากถูกตรวจสอบก็ได้

นอกจากคะแนน PV แล้วบริษัท MLM บางที่อาจจะมี BV หรือ Bonus Volume ซึ่งใช้ในการคำนวณแผนการจ่ายค่าตอบแทนที่แตกต่างออกไปก็ได้ หรือบางที่อาจเรียกว่า CV หรือ Commissionable Volume แต่โดยทั่วไปแล้วก็หมายถึงคะแนนที่จะนำมาคิดในการคำนวณค่าตอบแทนตามแผนการ ตลาด หรือใช้ในการคำนวณการปรับตำแหน่งของผู้จำหน่ายอิสระก็ได้

การจัด โปร โมชั่น

การจัด โปร โมชั่น โดยปกติจะเป็นสิ่งที่บริษัททั่วไปสามารถทำได้ โดยการแถมสินค้าเช่น ช้อน 1 แกรม 1 หรือซื้อสินค้าครบจำนวน PV ที่ตั้งไว้แล้วมีการแถมสินค้าโปร โมชั่นเพิ่มให้ โดยหลักการแล้วการทำโปร โมชั่นนั้นก็จะยังคงคิดคะแนน แยกจากราคาสินค้าเช่นเดียวกับการตั้งราคา คือใช้ส่วน PV มาคำนวณคอมมิชชั่นให้ผู้จำหน่ายอิสระ

ข้อกำหนดเกี่ยวกับสินค้า

สินค้า ที่จะขายในระบบ MLM นั้นเป็นสินค้าที่ควบคุมผลากตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541 ดังนั้นผลากจะต้องระบุ ชื่อประเภทหรือชนิดสินค้า ชื่อสินค้าหรือเครื่องหมายการค้า สถานที่ตั้งผู้ผลิตหรือนำเข้า แสดงขนาดหรือมิติ ปริมาตร น้ำหนัก แสดงวิธีใช้ ชื่อนำแนะนำในการใช้ วันเดือนปีที่ผลิต ราคา และรายละเอียดสามารถดูได้จาก ประกาศคณะกรรมการว่าด้วยผลาก เรื่อง ลักษณะของผลากสินค้าที่ควบคุมผลาก พ.ศ. 2541

การคืนสินค้า

การ คินหรือเปลี่ยนสินค้าตามที่คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคได้กำหนดไว้นั้น ถ้าเป็น ผู้บริโภคจะสามารถคินหรือเปลี่ยนสินค้าได้ภายใน 7 วันนับจากวันที่รับสินค้าและผู้ประกอบการจะ คินเงินเต็มจำนวนที่ผู้บริโภค จ่ายภายใน 15 วันนับแต่วันที่ได้รับหนังสือขอคินสินค้า และหากเป็น จำหน่ายอิสระจะคินสินค้าได้ภายใน 30 วันนับจากวันที่รับสินค้า และผู้ประกอบการจะซื้อคินเต็ม ราคาที่ผู้จำหน่ายอิสระได้จ่าย ภายในระยะเวลา 15 วัน นับแต่วันที่ผู้จำหน่ายอิสระใช้สิทธิคิน

กฎหมายเกี่ยวกับขายตรง

กฎหมายขายตรงและตลาดแบบตรง

ราชกิจจานุเบกษา

เล่มที่ ๑๑๕ ตอนที่ ๔๐ ก

๓๐ เมษายน

๒๕๔๕

พระราชบัญญัติ

ขายตรงและตลาดแบบตรง

พ.ศ. ๒๕๔๕

ภูมิพลอดุลยเดช ป.ร.

ให้ไว้ ณ วันที่ ๒๓ เมษายน พ.ศ. ๒๕๔๕

เป็นปีที่ ๕๓ ในราชการปัจจุบัน

พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช มีพระบรมราชโองการโปรดเกล้าฯ

ให้

ประกาศว่า

โดยที่เป็นการสมควรให้มีกฎหมายว่าด้วยการขายตรงและตลาดแบบตรง

พระราชบัญญัตินี้มีบทบัญญัติบางประการเกี่ยวกับการจำกัดสิทธิและเสรีภาพของบุคคล ซึ่งมาตรา ๒๘ ประกอบกับมาตรา ๕๐ ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย บัญญัติให้กระทำได้โดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมาย

จึงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ตราพระราชบัญญัติขึ้นไว้โดยคำแนะนำและยินยอมของรัฐสภา ดังต่อไปนี้

มาตรา ๑ พระราชบัญญัตินี้เรียกว่า “พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. ๒๕๔๕”

มาตรา ๒ พระราชบัญญัตินี้ให้ใช้บังคับเมื่อพ้นกำหนดหนึ่งร้อยยี่สิบวันนับแต่วันถัดจากวันประกาศในราชกิจจานุเบกษาเป็นต้นไป

มาตรา ๓ ในพระราชบัญญัตินี้

“ขายตรง” หมายความว่า การทำตลาดสินค้าหรือบริการในลักษณะของการนำเสนอขายต่อผู้บริโภคโดยตรง ณ ที่อยู่อาศัยหรือสถานที่ทำงานของผู้บริโภคหรือของผู้อื่น หรือสถานที่อื่นที่

มิใช่สถานที่ประกอบการค้าเป็นปกติธุระ โดยผ่านตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระชั้นเดียวหรือหลายชั้น แต่ไม่รวมถึง นิติกรรมตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

“ตลาดแบบตรง”หมายความว่า การทำตลาดสินค้าหรือบริการในลักษณะของการสื่อสารข้อมูลเพื่อเสนอขายสินค้าหรือบริการ โดยตรงต่อผู้บริโภคซึ่งอยู่ห่างไกลโดยระยะทางและมุ่งหวังให้ผู้บริโภคแต่ละรายตอบกลับเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการจากผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงนั้น

“ผู้บริโภค”หมายความว่า ผู้ซื้อหรือผู้ได้รับบริการจากผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง หรือผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง หรือผู้ซึ่งได้รับการเสนอหรือการชักชวนจากผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงหรือผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงเพื่อให้ซื้อสินค้าหรือรับบริการ

“ผู้จำหน่ายอิสระ”หมายความว่า บุคคลผู้ที่ได้รับ โอนกรรมสิทธิ์ในสินค้าหรือบริการจากผู้ประกอบธุรกิจขายตรงและนำสินค้าหรือบริการดังกล่าวไปเสนอขายตรงต่อผู้บริโภค

“ตัวแทนขายตรง”หมายความว่า บุคคลซึ่งได้รับมอบอำนาจจากผู้ประกอบธุรกิจขายตรงให้นำสินค้าหรือบริการ ไปนำเสนอขายตรงต่อผู้บริโภค

“ซื้อ”หมายความว่ารวมถึง เช่า เช่าซื้อ หรือได้มาไม่ว่าด้วยประการใด ๆ โดยให้คำตอบแทนเป็นเงินหรือผลประโยชน์อย่างอื่น

“ขาย”หมายความว่ารวมถึง ให้เช่า ให้เช่าซื้อ หรือจัดหาให้ไม่ว่าด้วยประการใด ๆ โดยเรียกคำตอบแทนเป็นเงินหรือผลประโยชน์อย่างอื่น ตลอดจนการเสนอหรือการชักชวนเพื่อการดังกล่าวด้วย

“สินค้า”หมายความว่า สิ่งของที่ผลิตหรือมีไว้เพื่อขาย

“บริการ”หมายความว่า การบริหารจัดการการทำงาน การให้สิทธิใด ๆ หรือการให้ใช้หรือให้ประโยชน์ในทรัพย์สินหรือกิจการใด ๆ โดยเรียกคำตอบแทนเป็นเงิน หรือผลประโยชน์อื่น แต่ไม่รวมถึงการจ้างแรงงานตามกฎหมายแรงงาน

“คณะกรรมการ”หมายความว่าคณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง

“กรรมการ”หมายความว่ากรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง

“นายทะเบียน”หมายความว่า เลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

“พนักงานเจ้าหน้าที่”หมายความว่า ผู้ซึ่งรัฐมนตรีแต่งตั้งให้ปฏิบัติการตามพระราชบัญญัตินี้

“รัฐมนตรี”หมายความว่า รัฐมนตรีผู้รักษาการตามพระราชบัญญัตินี้

มาตรา ๔ ให้นายกรัฐมนตรีรักษาการตามพระราชบัญญัตินี้ และให้มีอำนาจแต่งตั้งพนักงานเจ้าหน้าที่และออกกฎกระทรวงเพื่อปฏิบัติการตามพระราชบัญญัตินี้กฎกระทรวงนั้นเมื่อ

ประกาศในราชกิจจานุเบกษาแล้วให้ใช้บังคับได้ มาตรา ๕ ในการปฏิบัติหน้าที่ตามพระราชบัญญัติ
นี้ ให้พนักงานเจ้าหน้าที่มีอำนาจดังต่อไปนี้

(๑) มีหนังสือเรียกบุคคลใดมาให้ถ้อยคำ แจ้งข้อเท็จจริง หรือทำคำชี้แจงเป็นหนังสือ หรือ
ให้ส่งบัญชี ทะเบียน เอกสาร หรือหลักฐานใดเพื่อตรวจสอบหรือประกอบการพิจารณา

(๒) เข้าไปในสถานที่ทำการของผู้ประกอบธุรกิจขายตรง หรือผู้ประกอบธุรกิจตลาด
แบบตรง ในระหว่างเวลาทำการของสถานที่นั้น เพื่อสอบถามข้อเท็จจริงหรือตรวจสอบเอกสาร หรือ
หลักฐานเพื่อตรวจสอบการปฏิบัติการตามพระราชบัญญัตินี้

(๓) เก็บหรือนำสินค้าในปริมาณพอสมควร ไปเป็นตัวอย่าง เพื่อตรวจสอบหรือวิเคราะห์
โดยไม่ต้องชำระราคาสินค้านั้น ทั้งนี้ การเก็บหรือนำสินค้าตัวอย่างไปและการให้คืนสินค้าตัวอย่าง
ตามความประสงค์ของเจ้าของให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

การใช้อำนาจตามวรรคหนึ่ง(๒) ต้องปฏิบัติตามระเบียบที่เลขาธิการคณะกรรมการ
คุ้มครองผู้บริโภคกำหนด ระเบียบดังกล่าวอย่างน้อยต้องกำหนดถึงการแสดงความบริสุทธิ์ก่อนการ
เข้าไปการมอบบันทึกเหตุผลในการเข้าไปให้แก่ผู้ครอบครองสถานที่ และการรายงานผลการปฏิบัติ
หน้าที่ต่อผู้บังคับบัญชา

ในการปฏิบัติหน้าที่ตามวรรคหนึ่ง ให้ผู้ที่เกี่ยวข้องอำนวยความสะดวกตามสมควร

มาตรา ๖ ในการปฏิบัติหน้าที่ตามพระราชบัญญัตินี้ พนักงานเจ้าหน้าที่ต้องแสดงบัตร
ประจำตัวของพนักงานเจ้าหน้าที่

บัตรประจำตัวของพนักงานเจ้าหน้าที่ ให้เป็นไปตามแบบที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

มาตรา ๗ ในการปฏิบัติการตามพระราชบัญญัตินี้ ให้กรรมการ อนุกรรมการ นาย
ทะเบียน และพนักงานเจ้าหน้าที่เป็นเจ้าพนักงานตามประมวลกฎหมายอาญา