

ชื่อเรื่อง การค้นคว้าอิสระ                                  ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อผลสำเร็จของระบบการตลาดขายตรง  
 แบบหลายชั้น : กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ นูสกิน จังหวัดเชียงใหม่

ชื่อผู้เขียน    นายคนันท์ ประดิษฐ์สุวรรณ

บริหารธุรกิจบัณฑิต    สาขาบริหารธุรกิจ

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คารารัตน์	บุญเฉลียว	ประธานกรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อรรชร	มณีสงฆ์	กรรมการ
อาจารย์นิตยา	วัฒนคุณ	กรรมการ

**บทคัดย่อ**

การค้นคว้าอิสระเรื่อง “ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อผลสำเร็จของผู้แทนจำหน่ายอิสระในระบบการตลาดขายตรงแบบหลายชั้น : กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ นูสกิน จังหวัดเชียงใหม่” มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลสำเร็จและปัญหาของการดำเนินธุรกิจระบบการตลาดขายตรงแบบหลายชั้น โดยใช้กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ นูสกิน ในจังหวัดเชียงใหม่

การศึกษาใช้วิธีออกแบบสอบถาม สอบถาม ผู้แทนจำหน่ายอิสระ ซึ่งยังคงดำเนินธุรกิจ (Active Distributor) อยู่ในปัจจุบันในจังหวัดเชียงใหม่ โดยวิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ จำนวน 150 ราย จากนั้นนำข้อมูลที่ได้รับมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องไมโครคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC<sup>+</sup> โดยใช้ค่าสถิติ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และฐานนิยม

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เข้าร่วมดำเนินธุรกิจนูสกิน 1 ปี - 2 ปี และทำธุรกิจนูสกินเป็นงานเสริม ปัจจัยที่ทำให้ตัดสินใจเข้ามาเป็นผู้แทนจำหน่ายอิสระของนูสกินมากที่สุด คือ เชื่อถือในคุณภาพของสินค้าและสามารถซื้อสินค้าที่พอใจในราคาขายส่ง รายได้จากการทำธุรกิจนูสกิน ส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 1,001-5,000 บาท ต่อเดือน วิธีการสร้างรายได้จากการดำเนินธุรกิจนูสกิน พบว่าส่วนใหญ่ได้จากการขายปลีกมากกว่าด้านอื่นๆ

ปัจจัยที่ทำให้ยังคงดำเนินธุรกิจนูสกิน อยู่ ณ ปัจจุบัน คือ ดึงใจสินค้าให้อยู่เป็นประจำเชื่อมั่นในศักยภาพของบริษัทว่าจะต้องเติบโตในอนาคต และมีสินค้าอีกหลายชนิดที่ตลาดได้แต่ยังไม่นำเข้ามาในประเทศไทยมากกว่าด้านอื่นๆ

ปัจจัยด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผลสำเร็จของธุรกิจนุสกินพบว่าปัจจัยทุกตัวมีความสำคัญ โดยเรียงลำดับความสำคัญ คือ อันดับแรกได้แก่ ผลผลิตภัณฑ์ รองลงมาช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาดและราคา ตามลำดับ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อผลสำเร็จได้แก่ เป็นสินค้าที่มีการรับประกันคุณภาพและผลการใช้ รองลงมาคือ เป็นสินค้าที่มีคุณภาพดีเยี่ยม และเป็นสินค้าที่มีประโยชน์ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายได้แก่ การส่งเสริมการขายลด แลก แจก แถม (Sale Promotion) และการส่งเสริมการขายด้านผู้แทนจำหน่าย (Sale Force) สำหรับส่งเสริมการขายด้านผู้แทนจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จ คือ โบนัส และเงินรางวัล ปัจจัยด้านราคาได้แก่ ราคาขายส่ง มากกว่าด้านอื่นๆ

ปัจจัยอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจนุสกิน คือ เศรษฐกิจที่ดีขึ้นของผู้บริโภค สังคมความนิยมของผู้บริโภค และวัฒนธรรมการยอมรับของผู้บริโภคเกี่ยวกับการตลาดแบบเครือข่ายมากกว่าปัจจัยอื่นๆ

ปัจจัยด้านคุณสมบัติของผู้แทนจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจนุสกินได้แก่ ต้องมีความเชื่อมั่นในตัวผลิตภัณฑ์ มีทัศนคติที่ดีต่อธุรกิจ มีความกระตือรือร้นที่จะดำเนินธุรกิจอย่างมีจุดมุ่งหมาย รักษาความสัตย์สุจริตที่ไว้กับตนเองในการดำเนินธุรกิจ มากกว่าปัจจัยอื่นๆ

งานหรือหน้าที่ของผู้แทนจำหน่ายที่ควรปฏิบัติที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจนุสกินได้แก่ หมั่นฝึกฝนและหาความรู้เพิ่มเติมเพื่อเพิ่มทักษะการทำงานอยู่ตลอดเวลา แนะนำผลิตภัณฑ์ให้ถูกคำปลีกมากๆ ฝึกอบรมและสอนให้สมาชิกมีความพร้อมจะขึ้น LOI เพื่อก้าวขึ้นสู่ตำแหน่งผู้นำ ปัจจัยด้านวิธีการทำงานที่มีอิทธิพลในการทำธุรกิจนุสกินให้ประสบความสำเร็จ คือ มีการจัดประชุมย่อยเพื่อแนะนำโอกาสทางธุรกิจและสาธิตวิธีใช้ผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการบริการของบริษัทที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จคือ การจัดฝึกอบรมผู้แทนจำหน่ายทั้งใหม่และเก่าที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด

ปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการประสบความสำเร็จของธุรกิจนุสกิน โดยปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ได้แก่มีคู่แข่งที่เป็นผลิตภัณฑ์จำพวกเดียวกันมากในตลาดปัจจุบัน ปัญหาด้านราคา พบว่าราคาขายส่งที่ค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง ปัญหาด้านการจัดจำหน่ายพบว่า ความไม่สะดวกในการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ของดาวนัไลน์ที่อยู่ต่างจังหวัด ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดพบว่ามีการจัดรายการส่งเสริมการขายของทางบริษัทน้อยเกินไป มากกว่าปัญหาอื่นๆ

ปัญหาด้านการดำเนินธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อการประสบความสำเร็จของธุรกิจนุสกิน พบว่าความยากลำบากในการเชื่อเชิญผู้มุ่งหวังมาร่วมประชุมเป็นปัญหาในระดับมาก

ปัญหาด้านเศรษฐกิจ-สังคมและค่านิยมที่มีอิทธิพลต่อการประสบความสำเร็จของธุรกิจนุสกินพบว่า ภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำทำให้กำลังซื้อลดลง และการมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อระบบการตลาดแบบเครือข่ายของคนไทยเป็นปัญหาอยู่ในระดับมาก

Independent Study Title            The Critical Success Factors Effecting the Multi-Level Marketing System : Case Study NUSKIN Products in Chiang Mai Province

Author                                    Mr. Danai Praditsuwan

M.B.A.                                    Business Administration

Examining Committee	Assistant Prof. Dararatana	Boonchaliew	Chairman
	Assistant Prof. Orachorn	Maneesong	Member
	Lecturer Nittaya	Watanakun	Member

#### Abstract

The objectives of the independent study titled "The Critical Success Factors Effecting the Multi-Level Marketing System: Case Study NUSKIN Products in Chiang Mai Province" were to study the factors affecting the successes and the problems of the independent distributors in managing multi - level marketing (MLM) system.

The methodology of the study was conducted by using questionnaire interview 150 active distributors of the NUSKIN personal care company in Chiang Mai province by accidental random sampling and then analyzing the data by SPSS/PC + Programs, and using statistical analysis such as means, percentage, and mode.

From the study it was found that most of the active distributors were in this business as a part-time job for 1-2 years. The most important factors that influencing distributors to do this business were beliefs in the quality of NUSKIN's products and the rights to purchasing the product at the wholesale price. The average level of income from doing NUSKIN business was between 1,001-5,000 baht per month, most of this income came from retail selling.

The most significant factors that attract the active distributors to be in this business were the product's quality, belief in the potential of future growth and there were other products which has not yet been imported into Thailand and can be marketed.

The marketing mix factors that affected the business success at the most important level was products the next were the channel of distribution, the promotion mix, and pricing respectively.

The factors about products were the product's quality guarantees, the best quality and the usefulness of products. The factors about promotion mix that affects the business success were sales promotion and sales force which were bonuses and rewards. The factors about pricing that affects the business success was the whole sale prices more than the other factors.

The other factors that affect the business success were the good economic status of the customer the socio-cultural side and the culture of the customer in order to accept MLM business.

The most important criteria for the qualified distributor were their confidence in product positive attitude to MLM business, enthusiasm of distributors, and their commitment in doing MLM business.

The duty of distributor which should be done was they should practice and search for new knowledge in order to develop the working skill, introduce various products to customers, teach and train the distributor to be ready to submit LOI.

The working method factor which affected the success of NUSKIN business was "The home party meeting" which provides the business opportunity and demonstrated the way to use the products.

The service factor which affected the success of NUSKIN Business was the efficiency training system for both new and previous distributors.

The marketing mix problems that affect the NUSKIN business success in product part were there were too many competitors of the same line of products in the market. The price problem was the retail price was higher than competitive products. The place problem was the inconvenience of distributors in the other province in ordering the products. The promotion problem was there were few company's promotional programs more than other factors.

In conducting the business, a critical problem was very hard to invite the prospects to come to meeting.

The socio-economic factors that impact on the business success were the current depressive economic status in Thailand and the negative attitude to MLM business of Thai people.