

# เปิดตัวมทรัพย์ที่อุปขายตรง ‘แอมเวย์’สุดอู่ผู้ มयरองหายใจรดต้นคอ

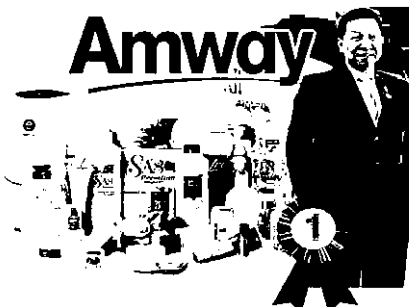
ค่ายใหม่คบเท้าขึ้นแท่นบริษัทพันล้าน

เปิดบัญชีเหล่าค่ายขายตรงระดับท็อปหลังปิดตลาดปีวัว  
แอมเวย์ยังคงพงาดครองแชมป์ รองลงมาเป็น มิสกิน, กิฟพารีน  
ตามลำดับ เหล่าบริษัทหน้าใหม่คบเท้าช่วยกันเขย่าวงการ ชีแค่  
13 บริษัท จับกลุ่มพันเงินเข้ากระเป๋าดังเฉียด 5 หมื่นล้าน

หลังจากต่อสู้ด้วยกลยุทธ์การ  
ตลาดมาหนึ่งปีเต็ม ในช่วงปีวัวที่ผ่านมา  
ถึงเวลาที่เหล่าบริษัทขายตรงน้อยใหญ่  
ต้องเปิดบัญชีรายรับมาอวดกันตาม  
ประสาคนรวย โดยดูเหมือนว่าท่ามกลาง  
เศรษฐกิจที่ซบเซาแต่วงการนี้กลับ  
เฟื่องฟูแบบสวนกระแส แต่บริษัทใด  
จะสามารถเก็บเกี่ยวได้มากน้อยอย่างไร  
คงต้องดูกัน

### ● แอมเวย์ ครองแชมป์คงาม

ยังคงเป็นบริษัทขายตรงเบอร์หนึ่ง  
เช่นเดิม สำหรับ บริษัท แอมเวย์  
(ประเทศไทย) จำกัด ที่สามารถปิดยอด  
ขายปี 52 ที่ผ่านมามีได้อย่างเป็นเอกฉันท์  
ด้วยตัวเลข 1.37 หมื่นล้านบาท ซึ่งเมื่อ  
มองไปที่การคว้าแชมป์ของแอมเวย์นั้น  
เป็นเรื่องที่ไม่มีอะไรผิดคาดประการใด  
เนื่องจากบริษัทขายตรงยี่ห้ออื่น เป็น  
บริษัทที่ไร้คู่ชกที่จะต่อกรแบบสูสีมานาน  
ด้วยความเป็นบริษัทที่มาจาก  
ประเทศมหาอำนาจ อย่างสหรัฐอเมริกา  
หรือเปล่าที่ทำให้แอมเวย์เป็นที่นิยมชม  
ชอบของเหล่าผู้บริโภคชาวไทย แต่สิ่ง  
ที่เด่นชัดนั้นก็คือการวางกลยุทธ์การ  
ตลาดที่มักมีอะไรมาแนะนำเสนออยู่ตลอด  
โดยตลอดเวลาที่แอมเวย์เข้ามาสร้าง



แอมเวย์ครองแชมป์ด้านยอดขายมา  
อย่างยาวนาน

การเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ในปีที่  
ผ่านมามีอย่าง ARTISTRY ที่ได้ทำ  
การเปิดตัวผลิตภัณฑ์ ARTISTRY TIME  
DEFIANCE LIFTING EYE  
CREAM นวัตกรรมการลดเลือนริ้วรอย



ฐานทัพในไทย บริษัทนี้ก็จะพยายามที่  
จะใช้สื่อต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นสื่อสิ่งพิมพ์  
สื่อวิทยุ รวมถึงสื่อโทรทัศน์ ในการ  
สร้างการรับรู้ให้เกิดขึ้นกับผู้บริโภคโดย  
ตลอดนี้อาจเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ทำให้

ผิวรอบดวงตา ที่บริษัทวางเป้ายอดขาย  
ทั้งปี 52 ไว้ที่ 80 ล้านบาท ซึ่งหาก  
รวมกับผลิตภัณฑ์อื่นในหมวด ART-  
ISTRY ก็จะดันยอดขายกลุ่มนี้ได้ถึง 3  
พันล้านบาท

ไม่เพียงเท่านั้น แต่แอมเวย์ยังมีการผลิต 75 ปี ผลิตภัณฑ์นิวทริไลท์ ซึ่งเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ โดยได้ทำการจัดแถลงข่าว และ โหมโฆษณาตามช่องทางต่างๆ จนทำให้หมวดผลิตภัณฑ์นี้ เป็นอีกหนึ่งขุมพลสำคัญที่ดึงยอดขายของบริษัทขึ้น อย่างเป็นประวัติการณ์

หากเทียบการเติบโตในปี 2551 แอมเวย์ปียอดขายอยู่ที่เกือบ 1.1 หมื่น

ล้านบาท ส่วนปี 2552 สามารถปียอดขายได้ถึง 1.37 หมื่นล้านบาท หรือเทียบเป็นการเติบโตอยู่ที่ 17% และหากมองย้อนหลังไป บริษัทก็มียอดขายขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ซึ่งทำให้หลายบริษัทที่ทำธุรกิจขายตรง รู้สึกเมื่อหน้ากับการแข่งขันกับแชมป์ผู้นี้แล้วเหลือเกิน

### ● ถึงเพชรสร้างยอด เข้าป้ายเบอร์ 2

สร้างความฮือฮาไปทั่วสำหรับบริษัท เบทเตอร์เวย์ (ประเทศไทย) จำกัด หรือ มิสทิน ที่ทำการดึงนางเอกตลอดกาลอย่าง เพชรา เชาวราษฎร์ ซึ่งห่างหายจากวงการไปกว่า 30 ปี จากปัญหาทางสายตา ออกมาเล่นโฆษณาให้กับบริษัท ถึงแม้จะเป็นโฆษณาทางทีวีที่ค่อนข้างสั้นแต่ มิสทินก็สามารถปลุกกระแสให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจบริษัทได้อย่างท่วมท้น

ไม่เพียงเท่านั้น ที่ทำให้มิสทินยืนหยัดอยู่บนแท่นอันดับสองของบริษัทขายตรงเมืองไทย ในเรื่องของยอดขาย แต่ มิสทินยังเปลี่ยนกลยุทธ์จากเดิมที่มักโฆษณาผ่านสื่อเพื่อหาสมาชิกนักขายมาเป็นโฆษณาสร้าง

แบรนด์รวมถึงการโฆษณาผลิตภัณฑ์ของบริษัท ด้วยการดึงดารานักแสดงผู้มีชื่อเสียงมาเป็นพรีเซนเตอร์ให้กับบริษัท

โดยในปีที่ผ่านมา มิสทินปียอดขายอยู่ที่ 8.6 พันล้านบาท หรือคิดเป็นอัตราการเติบโตอยู่ที่ 45% เมื่อเทียบกับปี 2551 ที่ปียอดขายอยู่ที่ 6 พันล้านบาท

ทั้งนี้ จากการเติบโตที่กล่าวมา ที่

ทำให้มิสทินเข้าป้ายเป็นที่สองยังมีอีกหนึ่งปัจจัยที่สำคัญ นั่นคือการออกเค็ตตาล็อกฟรายเดย์ ที่ทำให้การสั่งสินค้าของบริษัทเพิ่มขึ้นอย่างเป็นประวัติการณ์ เพราะผู้บริโภคมีความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้ามากขึ้น

### ● กิฟฟารีน เชิดหน้า รับเหรียญทองแดง

บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิค จำกัด ภายใต้การกุมบังเหียนของผู้บริหารหญิง ที่กวาดรางวัลนักบริหารมาทั่วสารทิศอย่าง พ.ญ.ณลินี ไพบูลย์ สามารถปียอดขายที่ผ่านมามีอยู่ที่ 4.6 พันล้านบาท วิ่งตะเข้าเส้นเป็นอันดับสามได้อ่างน่าภาคภูมิใจ เนื่องจากบริษัทนี้ เป็นบริษัทขายตรงสัญชาติไทย ซึ่งทำการลุยตลาดอย่าง

หนักมาตั้งแต่ต้นปี โดยเน้นไปที่การสร้างแบรนด์ให้เป็นแบรนด์ขายตรงสำหรับคนรุ่นใหม่ผู้ร่อนวิธา โดยในช่วงปลายปี 52 ยังได้จัดโครงการสร้างแบรนด์กิฟฟารีน ที่เปิดโอกาสให้เหล่านักศึกษาในรั้วมหาวิทยาลัยได้ส่งผลงานการสร้างแบรนด์ชิงเงินรางวัลหลักแสน ซึ่งเป็นกลยุทธ์การตลาดที่กิฟฟารีนพยายามดึงคนรุ่นใหม่เข้าระบบขายตรงมากขึ้น

จากอัตราการเติบโต 10% ตามที่กล่าวมาในส่วนของยอดขายเมื่อเปรียบเทียบกับปี 2551 ที่ทำได้ 3.9 พันล้านบาทนั้น ส่วนหนึ่งต้องยกผลประโยชน์การสร้างแบรนด์ ที่เป็นปัจจัยดึงดูดสมาชิกหน้าใหม่เข้ามาเสริมทัพได้อย่างเป็นปรากฏการณ์ ในช่วงสามเดือนสุดท้ายของปี ที่มีสมาชิกเกิดใหม่ถึง 1.8 แสนรหัส สิ่งนี้จึงเป็นสิ่งที่ดึงยอดขายให้กับบริษัทลูกหม้อไทย

### ● 4 บริษัทชิงท็อปไฟว์ ผู้คนคลบ

ยังคงแรงอย่างต่อเนื่อง สำหรับบริษัท ซูเลียน (ประเทศไทย) จำกัด ที่สามารถปียอดขายปีโคได้ถึง 3.6 พันล้านบาท หรือคิดเป็นอัตราการเติบโตอยู่ที่ 24% เมื่อเทียบกับปี 51 ที่ปียอดขายที่ 2.8 พันล้านบาท ซึ่งเป็นตัวเลขที่มากมายนักสำหรับขายตรงค่ายนี้

จากตัวเลขที่กล่าวมา ดันให้ซูเลียนกลายเป็นบริษัทอันดับที่สี่ในด้านยอดขาย ส่วนหนึ่งที่ทำให้ค่ายขายตรงนี้เข้ามายืนอยู่ที่อันดับสาม เพราะการเปิดตัวของเหล่าเอเจนซีที่มีกว่า 200 แห่งทั่วประเทศในปัจจุบัน และยังมีที่หาที่จะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในอนาคต นี่เป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้ซูเลียนกลายเป็นยักษ์ตัวใหม่แห่งวงการ ■ หน้า 31



## ‘แอมเวย์’

ขยับมาที่อันดับ 5 ของปี 52 ก็เป็นของ บริษัท คังเซน-เคนโก อินเทอร์เน็ตซันแนล จำกัด ที่สามารถปียอดขายได้ที่ 2.6 พันล้านบาท

เทียบอัตราการเติบโตอยู่ที่ 5% เมื่อเทียบกับปี 51 ที่ปิดได้อยู่ที่เกือบ 2.4 พันล้านบาท

ซึ่งเป็นการเติบโตที่ไม่มากนัก เนื่องจากปัญหาต่างๆที่รุมเร้า ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของเศรษฐกิจ และการเมือง จนทำให้การเติบโตเป็นไปได้ดั่งใจนัก แต่ก็ถือว่าเป็นการขยายตัวที่ยอมรับได้สำหรับผู้บริหาร เนื่องจากคาดคะเนก่อนหน้านี้ไว้แล้วว่า การเติบโตในปี 52 คงเป็นเรื่องที่ไม่ดีนัก แต่ก็พยายามที่จะสร้างยอดให้มากกว่าปีที่ผ่านมา

ตามมาติดๆ กับบริษัทขายตรงข้ามชาติรายใหม่แห่งวงการ บริษัท ยูนิซิตี้ มาร์เก็ตติ้ง (ประเทศไทย) จำกัด ที่สามารถสร้างการเติบโตได้ถึง 200% คิดเป็นเงิน 2.5 พันล้านบาท โดยตัวเลขที่ปิดไว้ในปี 51 นั้นอยู่ที่ 820 ล้านบาท

ด้วยกลยุทธ์รวมถึงวิสัยทัศน์ของเหล่าผู้นำที่ทำให้บริษัทนี้กระโดดตะปายมาอยู่ที่อันดับ 6 ในปีที่ผ่านมา จนเริ่มส่งความั่นสะเทือนไปทั่ววงการ ว่าคงมีปีใดที่ขายตรงแบรนด์นี้ จะสามารถกลายเป็นบริษัทที่ทำให้ยักษ์ใหญ่รายเก่าๆ ต้องตกแท่นเลยก็เป็นได้

อีกหนึ่งบริษัทที่กระโดดเข้าปายอย่างนำตกตะลึงนั่นคือ บริษัท เอ็ม สตาร์ เน็ทเวิร์ค จำกัด โดยในปี 2551 ทำยอดขายไว้ที่ 398 ล้านบาท แต่ในปี 52 ที่ผ่านมามีสามารถทำยอดขายได้ถึง 2 พันล้านบาทคิดเป็นอัตราการเติบโตได้ถึง 400% ซึ่งเป็นการสั้นสะเทือนวงการได้อีกครั้งของบริษัทหน้าใหม่

### ● อีก 3 บริษัทยักษ์ใหญ่ ซุกอคิด 1 ใน 10

บริษัท นีโอไลฟ์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ก็กลายเป็นบริษัทขายตรงขวัญใจมหาชน ที่สามารถสร้างอัตราการเติบโตได้ถึง 54% ปิดยอดขาย

ปี 52 อยู่ที่ 1.85 พันล้านบาท โดยปี 2551 ปิดยอดขายไว้ที่ 215 ล้านบาท ซึ่งเป็นอัตราที่ค่อนข้างดี ท่ามกลางเศรษฐกิจที่แปรปรวน

ส่วนนี้อาจเป็นเพราะการรุกตลาดเข้าสู่เมืองมากขึ้น ทั้งยังได้มีการจัดตั้ง “นีโอ ทรี” ที่เป็นช่องทางเข้าถึงเหล่าสมาชิก รวมถึงผู้บริโภคได้เป็นอย่างดีขึ้น โดยบริษัทพยายามที่จะโหมทำตลาดช่องทางนี้อย่างต่อเนื่อง จนเป็นปัจจัยที่ทำให้บริษัทเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง

อันดับ 9 เป็นของ บริษัท แสงสุริยะฉัตร (2002) จำกัด หรือที่รู้จักกันทั่วไปในนามของ “หมอลีง” ที่ได้ทำการทุ่มทุนสร้างสำนักงานใหญ่แห่งใหม่กว่า 1 พันล้านบาท ซึ่งเป็นอาคารที่จะสร้างความครบวงจรให้เกิดขึ้นกับบริษัท ทั้งยังมีโรงงานในพื้นที่อีกด้วย

หมอลีง ขึ้นชื่อและเป็นที่รู้จักมานานในการเป็นบริษัทที่ผลิตและจำหน่าย ยาสมุนไพรต่างๆ อีกทั้งยังเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคทั่วไป จนดันยอดขายในปี 52 ให้ขึ้นไปแตะอยู่ที่ 1.8 พันล้านบาท เติบโตกว่าปี 51 ถึง 30% ซึ่งในปี 2551 มียอดขายอยู่ที่ 266 ล้านบาท

ส่วนอันดับสุดท้ายในตารางที่ออปเห็นเป็นของ บริษัท ไลฟ์สไตล์ แพซิฟิค रिम (ประเทศไทย) จำกัด ผู้จำหน่ายยาสมุนไพรแบรนด์อินทราที่สามารถบ่นยอดในปี 52 ได้อยู่ที่ 1.5 พันล้านบาท คิดเป็นอัตราการเติบโตอยู่ที่ 50% เมื่อเทียบกับปี 2551 ที่ปิดยอดขายไว้ที่ 585 ล้านบาท จับตาบริษัทพันล้าน

นอกเหนือจาก 10 อันดับในเรื่องของยอดขายที่เหล่าบริษัทขายตรงทำได้ในปีที่ผ่านมา ยังมีอีก 3 บริษัทที่มียอดขายในระดับพันล้าน ทั้งยังเป็นบริษัทที่น่าจับตามองในปี 53 นี้ นั่นคือ บริษัท นูสกิน เอ็นเตอร์ไพรส์

(ประเทศไทย) จำกัด ที่ปิดตลาดปี 52 ไว้ที่ 1.47 พันล้านบาทมีอัตราการเติบโตอยู่ที่ 15% จากปี 51 ที่ปิดไว้ที่ 1.14 พันล้านบาท

รองลงมาคือบริษัทขายตรงยักษ์ใหญ่จ่อเก้าอย่าง บริษัท จอยแอนด์ คอยน์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด ที่เปลี่ยนชื่อจากเดิมคือ “เจริญไอเอส” โดยปิดตลาดปีไว้ที่ 1.2 พันล้านบาท โต 15% เมื่อเทียบกับปี 51 ซึ่งเป็นผลมาจากการเปิดศูนย์จำหน่ายสินค้าของบริษัท ภายใต้ชื่อ “จอยมาร์ท” ที่ทำให้สินค้าของบริษัทเข้าถึงผู้บริโภคมากขึ้น

บริษัท เอเจค เอ็นเตอร์ไพรส์ (ประเทศไทย) จำกัด บริษัทขายตรงเชื้อสายสหรัฐอเมริกา จัดเป็นบริษัทน้องใหม่สำหรับขายตรงไทยที่เข้ามาปักธงรบในประเทศไทยยังไม่ถึง 2 ปี แต่ก็สามารถทำยอดขายในหลักพันล้านเป็นที่เรียบร้อยแล้ว โดยปิดไว้ที่ 1.1 พันล้านบาทในปี 52 โดกว่าปี 51 ถึง 130% ที่ปิดอยู่ที่ 448 ล้านบาท

ทั้งนี้การขยายตัวของเหล่าบริษัทขายตรงดังที่กล่าวมา ส่วนนี้อาจเป็นเพราะการที่เศรษฐกิจโลกที่ผันผวน จนส่งผลกระทบต่อประเทศไทย และทำให้คนตกงาน นำไปสู่การหารธุรกิจที่มีรายได้แต่ไม่มีข้อจำกัดในการสมัครมากนัก จนทำให้ธุรกิจประเภทนี้ขยายตัวได้ดีอย่างต่อเนื่องในปีที่ผ่านมา