



เครื่องสำอางและระบบการชายโคตรงในประเทศไทย

ความหมายของเครื่องสำอาง (Cosmetic)

Cosmetic มีรากศัพท์มาจากภาษากรีกว่า "Kosmein" ซึ่งมีความหมายถึงการตกแต่งให้สวยงามเพื่อดึงดูดความสนใจแก่ผู้ที่ได้พบเห็น การตกแต่งในที่นี้หมายถึงการใช้สิ่งหนึ่งสิ่งใดกับใบหน้าและส่วนอื่น ๆ ของร่างกาย

ส่วนเครื่องสำอางตามที่คณะกรรมการร่างมาตรฐานเครื่องสำอางตกลงกันไว้หมายความว่า "ผลิตภัณฑ์สิ่งปรุงร้ง เพื่อใช้บนผิวหนัง หรือส่วนหนึ่งส่วนใดของร่างกาย โดยถูกทา พ่น โรย เป็นต้น ในการทำความสะอาด ป้องกัน แต่งเสริม เพื่อความงาม หรือเปลี่ยนแปลงรูป ลักษณะและสิ่งใด ๆ ที่ใช้เป็นส่วนผสมในผลิตภัณฑ์สิ่งปรุงร้ง"¹

เครื่องสำอาง ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง ได้ระบุความหมายไว้ว่า

1. วัตถุที่มุ่งหมายใช้ ทา ถูก พ่น หยอด ใส่ อม ฯลฯ ต่อร่างกาย เพื่อความสะอาด สวยงาม ฯลฯ รวมทั้งเครื่องประพินผิว
2. วัตถุที่มุ่งหมายใช้ผสม ในการผลิตเครื่องสำอาง
3. วัตถุที่กำหนดโดยกฎกระทรวงให้เป็นเครื่องสำอาง

ประเภทของเครื่องสำอาง¹

เครื่องสำอางนั้นแบ่งออกได้เป็นหลายประเภท วิธีการแบ่งขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของผู้เขียนตำราว่าจะแบ่งแบบใด ในที่นี้จะนำเอาวิธีการแบ่งประเภทของคณะกรรมการร่างมาตรฐานเครื่องสำอาง ซึ่งได้แบ่งประเภทของเครื่องสำอางตามลักษณะการใช้คือ

¹ศ.ดร.สุนาลินี, นิโครชานนท์ คณะเภสัชศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย "วิทยาศาสตร์เครื่องสำอาง" ไทยเภสัชสาร คณะเภสัชศาสตร์ (ปีที่ 1 เล่มที่ 3)

ส่วนต่าง ๆ ของร่างกาย ดังนี้คือ

1. เครื่องสำอางสำหรับใบหน้า (Face Cosmetics)

1.1 ครีมและโลชั่นล้างหน้า (cleansing cream and lotion)

เครื่องสำอางชนิดนี้ส่วนใหญ่เป็นของเหลว เพื่อใช้ขูดสิ่งสกปรกออกจากเครื่องสำอางต่าง ๆ ที่พอกอยู่บนใบหน้า รวมทั้งคราบเหงื่อไคล ให้ออกโดยสะดวก ครีมและโลชั่นล้างหน้าที่ดีจะต้องมีคุณสมบัติดังนี้คือ

ก. ในฐานะเป็นเครื่องสำอาง เนื้อครีมจะต้องคงทน และมีลักษณะ
น่าใช้

ข. ครีมจะต้องหลอมตัวหรืออ่อนตัว เมื่อนำไปทาบนผิว

ค. เนื้อครีมจะต้องกระจายตัวได้ง่าย ไม่เหนียวหนึบหนับ
เวลาใช้ทาจะต้องไม่ทำให้เกิดความรู้สึกว่าเป็นมัน
มากเกินไป

ง. ในทางสรีรวิทยา ครีมนี้ควรมีลักษณะที่ชำระมากกว่าไปอุดรู
ขุมขนหรือช่วยการซึมซาบ

จ. เมื่อใช้แล้วควรทำให้ผิวอ่อนนุ่มชวนสัมผัส

1.2 สิ่งปรุ้งป้องกัน สمان และบำรุงรักษาผิว (skin conditioning cream astringent preparation and skin freshener) เครื่องสำอางนี้ส่วนใหญ่เป็นของเหลว ใช้สำหรับใบหน้าเพื่อป้องกันสมานและบำรุงรักษาผิวของใบหน้า ประกอบด้วยครีมชนิดต่าง ๆ ดังนี้คือ

ก. ครีมและโลชั่นปรับสภาพผิว (emollient cream & lotion) หรือ skin conditioning cream) เป็นครีมซึ่งให้ประโยชน์สำหรับป้องกันและแก้ไขอาการผิวแห้งสำหรับประเทศไทย ซึ่งมีอากาศร้อนและความชื้นสูง ครีมนี้ไม่ค่อยแพร่หลาย เพราะคนไทยน้อยคนมีอาการผิวแห้ง

ข. ครีมบำรุงผิว (nourishing cream and hormone cream) ครีมชนิดแรกเป็นครีมบำรุงผิว มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้แก้อาการผิวแห้ง ซากน้ำมัน ผิวไม่อ่อนนุ่ม และมีรอยย่น ส่วนฮอร์โมนครีม

เป็นครีมซึ่งเตรียมขึ้นเพื่อช่วยแก้ปัญหาสภาพผิวหยาบเนียน และ
เหี่ยวแห้งของสตรีสูงอายุ

- ค. ครีมสมานผิว (astinging cream) เป็นครีมสำหรับสมานผิว
วัตถุประสงค์ในการใช้ครีมชนิดนี้ก็เพื่อช่วยกระตุ้นผิวให้ตึง แก่
อาการหยาบเนียน แก่อาการแห้งออกมามากบนใบหน้า โดยกระตุ้น
รูเหงื่อให้ตีบตันและแก่อากาศหน้าเป็นมันมาก
- ง. ครีมรักษาผิว (acne cream) ครีมสำหรับรักษาสิว เป็นครีม
กึ่งยา กึ่งเครื่องสำอาง ครีมประเภทนี้ประกอบด้วยตัวยา anti-
septics เป็นหลักและบางชนิดก็มี keratolytic agents
ผสมด้วย เพื่อใช้ลอกฝ้า
- จ. ครีมลอกผิว (bleaching cream) ครีมสำหรับใช้ลอกฝ้า ซึ่ง
มักจะเกิดกับบุคคลที่มีอายุเริ่มเข้าวัยชรา หรือผู้ที่ต้องตากแดดมาก
- ฉ. เครื่องสำอางพอกหน้า (beauty masks) เครื่องสำอางหรือ
สิ่งปรุงสำหรับใช้พอกหน้า เพื่อช่วยทำให้ผิวของใบหน้ารักตัวให้
เต่งตึง และช่วยลอกขุยหรือเศษผิวที่รวมทั้งฝุ่นละออง ความ
สกปรกออกจากผิวหน้า

1.3 สิ่งปรุงรองพื้น (foundation) ใช้สำหรับทาตกแต่งผิวหน้าก่อนที่จะ
จะใช้แป้งสีทาหน้า นิยมเรียกกันว่า ครีมรองพื้น แป้งทาหน้าหรือเรียกสั้น ๆ ว่า ครีมรองพื้น

1.4 สิ่งปรุงผิวหน้า (face powder) มีลักษณะเป็นผง อาจเป็นสีขาว
หรือชมพูหรือสีอื่นที่เหมาะสมสำหรับตกแต่ง ผิวหน้า ล้ำคอ ให้ดูงดงามขึ้นกว่าธรรมชาติ หรือ
เรียกแป้งแต่งหน้า โดยปกติใช้ตกแต่งขั้นสุดท้าย (finishing touch)

ลักษณะของแป้งแต่งหน้ามี 2 แบบ คือ

ก. เป็นผง (loose powders)

ข. เป็นแผ่นอัดแข็ง (Compressed powders or Compacts)

1.5 สิ่งปรุงแต่งตา (eye make - up preparation) มีลักษณะเป็น
แท่งหรือเป็นแผ่นอัดแข็ง ใช้สำหรับวาดหรือทาบริเวณเหนือหรือใต้ตา เพื่อให้เก๋สีสันที่
งดงาม

1.6 ฐู่จ (rouge) เป็นเครื่องประทึนผิวสำหรับตกแต่งบริเวณแก้มให้มีสี สกใสและสวยงามขึ้น สีที่ใช้สำหรับทำฐู่จ โดยมากเป็นสีชมพูหรือแดง ให้ความเข้มของสี ต่าง ๆ กัน บางครั้งอาจจะมาทางสีแดงอมน้ำตาลใหม่ เพื่อให้กลมกลืนเหมาะสำหรับคน ผิวคล้ำ

1.7 ลิปสติก (lipstick) ใช้ตกแต่งริมฝีปาก ให้มีสีสวยสง่างามและ ช่วยรักษาผิวของริมฝีปากให้อ่อนนุ่มและมีความมันเลื่อม มีลักษณะเป็นแท่ง หรือรูปร่างอย่าง บรรจุอยู่ในทลับ แล้วใช้แปรงทาที่ริมฝีปาก

1.8 คินสอเขียนคิ้ว เครื่องสำอางที่มีลักษณะเป็นคินสอใช้สำหรับเขียนคิ้ว ให้มีสีสันสวยงามและมีลักษณะตามที่ต้องการ

1.9 มาสคาร่า แปรงบีคขนตา เพื่อให้ขนตาดูกลมกล่ำ และงอนยาว

2. เครื่องสำอางสำหรับผม (Hair Preparations) แบ่งออกเป็น ประเภทใหญ่ ๆ ตามความต้องการใช้คือ

2.1 เพื่อคงไว้ซึ่งสุขภาพของเส้นผมและหนังศีรษะ เครื่องสำอางในกลุ่ม นี้ ได้แก่

ก. แชมพูต่าง ๆ (shampoos)

ข. สิ่งปรุ้งบางอย่างที่มีคุณสมบัติกั้ยไปถึงเครื่องสำอาง เช่น น้ำยา ก้ำจ้คั้งแค (antidandruff) สิ่งปรุ้งสำหรับป้องกันผมร่วง (curing-bald)

ค. สิ่งปรุ้งสำหรับปรับสภาพเส้นผม เช่น hair tonics, hair restores, hair lotions, hair conditioners

2.2 เพื่อคงไว้ซึ่งทรงความต้องการ (hair setting and hair dressing preparations) ได้แก่

ก. ช้ฉ้งหอมใส่ผม (hair pomades)

ข. น้ำมันแต่งผม (hair brilliantine)

ค. ครีมแต่งผม (hair cream)

ง. น้ำมันใส่ผม (hair oils)

จ. สเปร์ยฉีดผม (hair sprays)

ฉ. โลชั่นแต่งผม (hair lotions)

2.3 เพื่อเปลี่ยนแปลงรูปลักษณะของเส้นผม ได้แก่

- ก. สิ่งปรุ้งสำหรับคึกคัม (hair wavings)
- ข. สิ่งปรุ้งแต่งสีเส้นผม (hair colorants)
- ค. สิ่งปรุ้งจับลอนผม (hair bleaches)
- ง. น้่ายาโกรกคัม (hair straightener)

2.4 เพื่อซจึคเส้นผมหรือขนในที่ที่ไม่ต้องการ และป้องกันกรอักเสบหรือคึคเชื่อหลังจากกรโกน ได้แก่

- ก. สิ่งปรุ้งสำหรับทำให้ขนรวง (repilatories)
- ข. สิ่งปรุ้งกอนโกนหนวค (preshaving preparations)
- ค. สิ่งปรุ้งหลังโกนหนวค (aftershaving preparations)

3. เครื่องสำอางสำหรับลำตัว (Body Cosmetics)

3.1 ครีมและโลชั่นทาผิว (emollient creams and lotions) ใช้ทากับผิวบริเวณลำตัว เพื่อให้ผิวหนังอ่อนนุ่มและเกิดควมนุ่มนวล แก้อการผิวแห้งสากและแห้งทอการสั้มผัส

3.2 ครีมและโลชั่นทามือ ทาตัว (hand, body creams and lotions) ใช้ทาผิวหนังโดยเฉพาะผิวของมือ เพื่อให้อ่อนนุ่มและแก้อการ ผิวแห้งสากแห้งทอการสั้มผัส ซึ่งเกิดจากมือแช่น้านานเกินไป น้้ำมันหล่อเลี้ยงผิวหนังถูกชำระล้างออกโดยสบู่หรือผงซักฟอกและการถู เสียคสิ้บอย ๆ

3.3 สิ่งปรุ้งกันแดดและแต่งผิว (suntan preparations) เป็นสิ่งปรุ้งที่ประกอบควยสาร ซึ่งสามารถถูกซึ้มและแยกรังสีคลื่นสั้นของแสงอาทิตย์ออกจากรังสีทั้งหมด ช่วยทำให้ผิวคล้ำลงโดยไม่เกิดกรอักเสบ ป้องกันผิวไหม้บรเทาปวดแสบปวดร้อน หรือระคายเคืองอันเกิดจากการตากแดด

3.4 น้่ายาทาเล็บ และน้่ายาล้างเล็บ (nail lacquers enamel and removers) เป็นเครื่องสำอางที่เป็นของเหลว เพื่อใช้ล้างทำความสะอาดเล็บและตกแต่งเล็บให้มีสีสวยสดคงควม

3.5 สิ่งปรุ้งสำหรับปรับปรุ้งทรวงอก (breast preparations) เป็นสิ่งปรุ้งเพื่อเสริมและบำรุงทรวงอกให้เต่งตึง ไม่หย่อนยาน

3.6 สิ่งปรุงสำหรับระงับเหงื่อและกลิ่นตัว (antiperspirants and deodorants) เป็นเครื่องสำอางกึ่งยา มีทั้งชนิดของเหลวและเป็นแท่ง ใช้ทาหรือระงับกลิ่นอันเกิดจากการหมักหมมของเหงื่อไคล

3.7 แป้งโรยตัว (dusting powders) ใช้ทาบนร่างกาย เพื่อให้รู้สึกดี สบายผิว ป้องกันความชื้นอับและกลิ่นอันเกิดจากเหงื่อไคล

4. เครื่องหอม (Fragrances) เป็นสิ่งปรุงที่ให้กลิ่นหอมแก่มนุษย์ ได้แก่

4.1 น้ำหอม (alcoholic fragrance solution)

4.2 ครีมหอม และเครื่องหอมชนิดแข็ง (emulsified and solid fragrances)

จากการแบ่งประเภทต่าง ๆ ของเครื่องสำอางดังกล่าวข้างต้น เราอาจนำชนิดของเครื่องสำอางเหล่านั้นมาแบ่งประเภท ตามประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้เครื่องสำอางได้เป็น 3 ประเภท ดังต่อไปนี้

ประเภทที่ 1 เครื่องสำอางสำหรับทำความสะอาด เช่น ครีมล้างหน้า น้ำยาล้างเล็บ

ประเภทที่ 2 เครื่องสำอางสำหรับบำรุงรักษา เช่น สอร์โมนครีม skin conditioning cream

ประเภทที่ 3 เครื่องสำอางสำหรับแต่งเสริมความงาม เช่น แป้งแต่งหน้า ลิปสติก

ชนิดของเครื่องสำอาง

เครื่องสำอางสามารถจำแนกเป็นชนิดตามลักษณะของผลิตภัณฑ์ได้ดังนี้คือ

1. เพาเคอร์ (powders) หมายถึง สิ่งปรุงที่มีลักษณะเป็นผงละเอียด หรือคอลลอยด์ของสารอินทรีย์หรืออนินทรีย์ที่ไม่ละลาย ผสมเป็นเนื้อเดียวกันและไม่ระคายผิวหนังจะแต่งกลิ่นหรือสีหรือไม่ก็ตาม

2. เค้ก (cakes) หมายถึง สิ่งปรุงที่มีลักษณะเป็นก้อนหรือแผ่น ซึ่งเกิดจากการอัดผงหรือเกล็ดให้อยู่ในรูปทรงต่าง ๆ กัน

3. โซลูชัน (solutions) หมายถึง สิ่งปรุงที่มีลักษณะใสและโปร่งตา ได้จากการละลายของของแข็ง ของเหลวหรือก๊าซในตัวทำละลาย และโดยมากเป็นของเหลวที่ไม่แยกจากกันเมื่อทิ้งไว้
4. ซัสเพนชัน (suspensions) หมายถึง สิ่งปรุงที่มีลักษณะเป็นของเหลว มีสารซึ่งไม่ละลายแขวนตัวอยู่ เมื่อทิ้งไว้ อาจแยกออกและจะผสมเข้ากันได้เมื่อเขย่า
5. ออยต์เมนต์ (ointments) หมายถึง สิ่งปรุงที่มีลักษณะกึ่งแข็ง อาจเป็นมันและมีความเหนียวอยู่ตัวพอที่จะถูบทาได้
6. สติก (sticks) หมายถึง สิ่งปรุงที่มีลักษณะเป็นแท่ง ซึ่งมีส่วนประกอบหลักเป็นออยต์เมนต์ อิมัลชัน หรือสบู่ เป็นต้น
7. อิมัลชัน (emulsions) หมายถึง สิ่งปรุงที่มีลักษณะเหลวหรือกึ่งแข็ง อาจทึบแสงหรือโปร่งตา (transparent) ประกอบด้วยของเหลวสองประเภท มีสถานะเคมีไม่รวมเข้าเป็นเนื้อเดียวกัน แต่อยู่ตัวได้โดยของเหลวประเภทหนึ่งกระจายอยู่ในของเหลวอีกประเภทหนึ่งอย่างสม่ำเสมอด้วยกรรมวิธีและตัวช่วยให้อยู่ตัว
8. โลชัน (lotions) หมายถึง สิ่งปรุงที่มีลักษณะเป็นของเหลว ประกอบด้วยสารธรรมชาติหรือสังเคราะห์ อาจเป็นสารละลายใส (clear solutions) ซัสเพนชัน หรือ อิมัลชัน
9. เพสต์ (pastes) หมายถึง สิ่งปรุงที่มีลักษณะกึ่งแข็ง ชื้นและอ่อนนุ่ม โดยมีกัม (gum) แป้ง (starches) และน้ำหรือน้ำมันเป็นส่วนประกอบช่วยให้มีความเหนียวอยู่ตัว
10. มิวสิเลจ (mucilages) หมายถึง สิ่งปรุงที่มีลักษณะเป็นของเหลวข้นเหนียวเป็นเมือก ประกอบด้วยกัมผสมกับน้ำ
11. เจล (gels) หมายถึง สิ่งปรุงที่มีลักษณะคล้ายวุ้น ได้จากการกระจายตัวและรวมตัวของอนุภาคคอลลอยด์ของสารจากธรรมชาติ หรือสังเคราะห์กับน้ำกระสาย (vehicle) อาจโปร่งใสหรือเหือบขาว (opalescent)
12. สบู่ (soaps) หมายถึง เกลือโลหะหรือเกลืออัมโมเนียมหรือเกลืออะมีนของกรดไขมันของน้ำมันหรือไขมันจากพืชและหรือสัตว์
13. แอโรซอล (aerosols) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่มีสิ่งปรุงในสถานะของเหลว กึ่งแข็ง หรือ ผงบรรจุในภาชนะโดยมีก๊าซ หรือก๊าซเหลว (liquefied gases) เป็นตัวช่วยให้มีกำลังฉีกพัน

ความหมายของการขายโดยตรง

เฮนรี ฟลาร์ไฮม์ (Henry Flarsheim) ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า "การขายโดยตรง"¹ ไว้ดังนี้ "Direct selling is the sale of merchandise or services through men and women who go direct to users to demonstrate benefits and take orders" หรือ "การขายโดยตรงเป็นการขายสินค้าหรือบริการ โดยผ่านพนักงานขายชายและหญิง ซึ่งมุ่งตรงไปยังผู้ใช้โดยตรง เพื่อแสดงให้เห็นถึงคุณประโยชน์ต่าง ๆ และรับคำสั่งซื้อ"

นอกจากนี้ เฮนรี ฟลาร์ไฮม์ (Henry Flarsheim) ได้อธิบายเพิ่มเติมว่า การขายโดยตรงแตกต่างกับ "mail order" ทั้งนี้เพราะมีพนักงานขายเข้ามาเกี่ยวข้อง แทนที่จะเป็นจดหมายหรือไปรษณีย์ภัณฑ์และได้แยกให้เห็นถึงความแตกต่างของ "direct selling" กับ "retail selling" อย่างชัดเจนคือ พนักงานขายโดยตรงเป็นผู้เข้าหาผู้บริโภคที่คาดหวังทั้งที่ทำงานอยู่นอกบ้านหรือแม่บ้านแทนที่จะรอคอยให้ผู้บริโภคเข้ามาหาพนักงานขายเองเหมือนร้านค้าปลีกทั่ว ๆ ไป

การขายโดยตรงเมื่อมองในแง่ของกลไกที่เกี่ยวข้องกับการทำให้สินค้าผ่านมือจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคจะเป็นช่องทางจัดจำหน่ายสินค้า (Channel of Distribution) ทางหนึ่งซึ่งเมื่อสินค้าออกจากผู้ผลิตแล้วจะถึงผู้บริโภคโดยตรง โดยไม่มีคนกลางกล่าวคือ เป็นช่องทางจำหน่ายสินค้าที่ไม่ต้องอาศัยคนกลาง



¹"How to make big money in Direct Selling" (p.17)

ความเป็นมาและสภาวะการตลาดของเครื่องสำอางที่ใช้ระบบการขายโดยตรงในประเทศไทย

การขายโดยตรงเริ่มมีมาแต่โบราณกาล แต่ความนิยมและการพัฒนาที่สมบูรณ์แบบใดเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วในอเมริกา¹ ศตวรรษที่ผ่านมา โดยที่ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เช่น เครื่องมือเครื่องใช้ในบ้าน เครื่องสำอางหรือแม่ค้าอุปกรณ์สำนักงาน ที่ใช้ระบบการขายโดยตรง (House-to-House Selling) เป็นช่องทางจำหน่ายสินค้า (Channel of Distribution) ได้แสดงให้เห็นถึงความเจริญเติบโตของธุรกิจไปแล้วมีเล้า จำนวนของพนักงานขายโดยตรงได้เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ อย่างมากมาย วิธีการขายก็ได้มีการพัฒนาและมีเทคนิคใหม่ ๆ เกิดขึ้นเสมอ เช่น การขายโดยการจึกปาร์ตี้ หรือการจัดงานเลี้ยงเพื่อขายสินค้า ในอเมริกามีหลายบริษัท ในผลิตภัณฑ์หลายประเภทซึ่งได้พัฒนาและขยายกิจการของตน ให้เติบโตขึ้นจนกลายเป็นบริษัทยักษ์ใหญ่ได้ด้วยการดำเนินงานที่ใช้ระบบการขายโดยตรง ตัวอย่างเช่น เหวอน ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วด้วยระบบการขายโดยตรง ซึ่งสามารถทำยอดขายในปัจจุบันได้ประมาณสามพันล้านเหรียญสหรัฐต่อปี โดยผ่านพนักงานขายนับล้านทั่วโลก และยังมีบริษัทอีกมากมายที่ประสบความสำเร็จสามารถเป็นผู้นำทางด้านตลาดของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ได้ก็ด้วยการใช้ระบบการขายโดยตรง เป็นช่องทางจำหน่าย เช่น Fuller Brush, Wear-Ever Aluminum, National Cash Register, Jewel Company, Stanly Home Products เป็นต้น นอกจากนี้บริษัทขนาดใหญ่ และดำเนินงานมาเป็นเวลานาน โดยอาศัยช่องทางจำหน่ายปกติหลายบริษัทได้ตั้งบริษัทในเครือของตนขึ้น เป็นการดำเนินงานแบบระบบการขายโดยตรง (Direct - Selling Subsidiaries) เช่น Rexall Drug Company, Ekco Products, Helene Curtis และอื่น ๆ อีกมาก ทั้งนี้ ถึงแม้ว่าถ้าเปรียบเทียบกับระบบการขายโดยปกติอื่น ๆ ระบบการขายโดยตรงยังมีจำนวนที่น้อยกว่ามากก็ตาม แต่ระบบการขายโดยตรงนี้ก็ได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อย ๆ เหตุผลที่สำคัญประการหนึ่งก็คือ ระบบการขายโดยตรงสามารถเอื้ออำนวยต่อบริษัทขนาดกลาง ขนาดเล็ก

¹"House-to-House Selling" The Dartnell Sales Manager's Handbook (p. 255-286)

หรือแม้แต่ธุรกิจเจ้าของคนเดียว ให้สามารถสร้างขอบข่ายระบบการขายหรืออาณาจักร การขายของตนออกไปได้ทั่วประเทศภายในระยะเวลาอันสั้น ด้วยเงินทุนที่จำกัด สามารถ ประหยัดต้นทุนโดยไม่ต้องเสียค่าโฆษณาอย่างมากมายในช่วงแนะนำตลาด โดยอาศัย พนักงานขายที่สามารถรับได้ไม่จำกัดจำนวนทั่วประเทศ หรือแม้แต่การแนะนำผลิตภัณฑ์ ที่ใช้ระบบการขายปกติ มีบ่อยครั้งที่บางบริษัทมักจะนำเอาการขายโดยตรงเข้ามาเสริมเพื่อ การบุกเบิกและทดลองตลาด หรือบางครั้งบริษัทจะใช้กลยุทธ์การขายโดยตรงเป็นครั้งคราว เพื่อช่วยการส่งเสริมการขายในภาวะตลาดซบเซา ธุรกิจที่สามารถนำการขายโดยตรง มาใช้ในระบบการค้าเงินงานกับผลิตภัณฑ์ของตนให้ประสบความสำเร็จไปแล้วจะมีแนวโน้ม ที่สามารถขยายตัวขึ้นได้เรื่อย ๆ ถึงแม้ว่าในการดำเนินธุรกิจนั้นจะผ่านเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจ ตกต่ำ (Recession) ก็ตาม ในทางตรงกันข้าม ธุรกิจอาจประสบความสำเร็จมากขึ้น ทั้งนี้ เพราะความพยายามในการต้องการหารายได้ของพนักงานขายเพิ่มขึ้น ทำให้ธุรกิจ สามารถหาพนักงานขายเพิ่มมากขึ้น ทำให้ขายสินค้าได้มากขึ้น ทั้งนี้ปัจจัยสำคัญ¹ ต่าง ๆ ที่มีส่วนทำให้ระบบการขายโดยตรงขยายตัวมากขึ้นดังกล่าว ได้แก่

1. ปัญหาต่าง ๆ ที่ผู้บริโภคต้องประสบในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีก ได้แก่ ปัญหาความแออัด ความคับคั่งของสภาพแวดล้อมในเมือง ปัญหาการจราจรที่ติดขัด ความไม่สะดวกในการหาที่จอดรถ ปัญหาในการค้นหา การเข้าคิว การรอคอยสินค้าและชำระ เงิน ทำให้ผู้บริโภคเกิดความเบื่อหน่ายที่จะออกไปหาซื้อของใช้เอง
2. การเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำรงชีวิตของผู้บริโภค ซึ่งมีผลมาจาก
 - 2.1 ความต้องการที่จะพักผ่อนหลังการเหน็ดเหนื่อยจากการทำงานประจำวัน
 - 2.2 ความจำเป็นในการทำงานบ้านหลังเลิกงาน
 - 2.3 ความต้องการความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้าในสถานที่และเวลา ที่ผู้บริโภคต้องการ พร้อมทั้งโอกาสในการได้ชมการสาธิตและทดลองใช้ สินค้าในสภาพจริง ๆ

¹Bob Stone, "Factors affecting growth," Successful Direct Marketing Methods (p. 4)

3. ความแพร่หลายของระบบการโฆษณา
4. การค้นคิดเทคโนโลยีใหม่ ๆ ในระบบคอมพิวเตอร์ทำให้
 - 4.1 ระบบข่าวสารข้อมูลของบุคคล สามารถกระทำใ้รวดเร็วยิ่งขึ้น และมีความน่าเชื่อถือมากขึ้น
 - 4.2 การคำนวณค่าใช้จ่ายและการออกแบบเครื่องมือเครื่องใช้ เพื่ออำนวยความสะดวกทางการตลาดเกิดการพัฒนาระบบและประสิทธิภาพมากขึ้น เช่น การออกแบบแคตตาล็อกเพื่อส่งเสริมการขาย การคำนวณค่าใช้จ่ายอันเกิดจาก คำนายหน้าและผลตอบแทนของพนักงานขาย เป็นต้น

สำหรับประเทศไทย การขายโดยตรงก็มีมานานแล้วเช่นกัน เริ่มตั้งแต่วงการจักรเย็บผ้า บริษัทซิงเกอร์¹ ได้ส่งพนักงานขายออกขายถึงตัวผู้บริโภคโดยคัดแปลงมาจากบริษัทแม่ในอเมริกา หรือแม่แต่วงการประกันภัย ซึ่งต้องใช้ระบบการขายโดยตรง มีตัวแทนออกขายประกันก็มีมานานแล้ว แต่อาจกล่าวได้ว่า วงการการขายโดยตรงที่มีสินค้าในเมืองไทยเพิ่งเริ่มคึกคักขึ้นภายในระยะเวลาไม่ถึง 10 ปี โดยมีผลิตภัณฑ์หลายประเภทที่ใช้ระบบการขายโดยตรง เปิดรับพนักงานขายอิสระ มีการให้ผลตอบแทนในอัตราสูงเป็นที่น่าพอใจ เช่น เอ็นไซโคพีเดีย เครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องสำอาง เครื่องครัว ผลิตภัณฑ์ของใช้ในบ้าน (household product) โดยแต่ละผลิตภัณฑ์มีชื่อเรียกพนักงานขายของคนต่าง ๆ กันเช่น ตัวแทน ที่ปรึกษา พิธีกร สาวจำหน่าย เป็นต้น สำหรับระบบการขายโดยตรงของเครื่องสำอางในประเทศไทยนั้นได้เริ่มต้นขึ้นมาเป็นเวลานานกว่า 20 ปีแล้ว แต่ไม่อาจถือได้ว่าประสบความสำเร็จเท่าไรในระยะแรก ตลาดของเครื่องสำอางที่ใช้ระบบการขายโดยตรง เพิ่งจะประสบความสำเร็จเมื่อประมาณ 5-6 ปีที่ผ่านมา จากความสำเร็จอย่างสูงและรวดเร็วของเครื่องสำอางเฮอร์น ที่สามารถสร้างยอดขายจากการขายโดยตรง จนขึ้นเป็นอันดับหนึ่งของเครื่องสำอางทั้งหมดในประเทศไทย ต่อมา

¹"Direct Marketing" นิตยสารคู่แข่ง (กย.2526)

จึงเกิดบริษัทเครื่องสำอางอีกหลายยี่ห้อที่ใช้ระบบนี้ตามมา จนกระทั่งในปัจจุบันนี้มีบริษัทเครื่องสำอางที่มีมาตรฐานและใช้ระบบการขายโดยตรงแต่เพียงอย่างเดียว เป็นช่องทางจำหน่ายสินค้าอยู่ 5 บริษัท มียอดขายรวมประมาณ 500 ล้านบาทต่อปี (พ.ศ.2526) จึงมีรายละเอียดความเป็นมาตามลำดับการก่อตั้งในประเทศไทยดังนี้คือ

1. โพล่า เป็นผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากประเทศญี่ปุ่น ได้เข้ามาดำเนินงานในประเทศไทย เมื่อปี พ.ศ.2506 ด้วยเครื่องสำอางชุด "ซีเรียน" (Cerian) เข้ามาจำหน่ายโดยใช้ระบบการขายโดยตรงเป็นครั้งแรกในเมืองไทย วิธีการเช่นเดียวกับบริษัทแม่ในญี่ปุ่นซึ่งก่อตั้งโดย นายชิโนกุ ซุซูกิ (Shinoku Suzuki) นักเคมีนายแพทย์ชาวญี่ปุ่นผู้ปรุงเครื่องสำอางบำรุงผิวหน้าขึ้นทดลองใช้เอง และนำออกขายให้กับญาติ ๆ และเพื่อน ๆ ซึ่งปรากฏว่าไคผลดี จึงได้ดำเนินการในรูปบริษัทขึ้นในปี พ.ศ.2483 และด้วยการเริ่มต้นจากการขายให้แก่ญาติ ๆ และเพื่อน ๆ นั้นเอง นายชิโนกุ ซุซูกิ จึงได้นำเอาระบบเดียวกันมาใช้กับผลิตภัณฑ์ของตนที่นำออกสู่ตลาดในเวลาต่อมา ทั้งนี้ ด้วยเหตุผลสองประการคือ ประการแรก สามารถอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าโดยนำสินค้าไปขายให้ถึงตัวลูกค้า โดยที่ลูกค้าไม่ต้องไปหาซื้อเอง และประการที่สอง สามารถอธิบายถึงสรรพคุณของสินค้าให้แก่ลูกค้าได้อย่างละเอียด ทั้งนี้เพราะเครื่องสำอางโพล่าเป็นเครื่องสำอางที่เน้นทางด้านการรักษาผิวพรรณ จึงต้องอาศัยการสาธิตและอธิบายถึงคุณภาพอย่างค่อนข้างละเอียด ซึ่งระบบการขายโดยตรงสามารถเอื้ออำนวยในประโยชน์ข้อนี้ได้เป็นอย่างดี ทำให้ลูกค้าเข้าใจและเกิดความต้องการในสินค้า สำหรับในประเทศไทย บริษัท โพล่า (ประเทศไทย) จำกัด เป็นสาขาต่างประเทศสาขาหนึ่งในหลาย ๆ สาขาของโพล่าซึ่งการดำเนินงานต่าง ๆ สำนักงานโพล่าในญี่ปุ่นเป็นผู้กำหนดนโยบายทั้งสิ้น ปัจจุบันโพล่าในประเทศไทยสามารถขยายสำนักงานขายได้ถึง 11 แห่ง และอีก 80 สาขาในกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัดทั่วประเทศ ภายในระยะเวลา 20 ปี ของการดำเนินงานที่ผ่านมา

2. เอวอน ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากสหรัฐอเมริกา หนึ่งในบริษัทเครื่องสำอางที่ใหญ่ที่สุดในโลก ที่มีอยุ่จำหน่ายต่อปีเกือบสามพันล้านเหรียญสหรัฐในปัจจุบัน ด้วยระบบการขายโดยตรงผ่านพนักงานขายกว่าล้านสี่แสนคนทั่วโลก โดยย้อนไปประมาณหนึ่งร้อยปีก่อนในอเมริกา นายเดวิด แมคคอนเนล (David Macconnell) พนักงานขายเอ็นไซโคพีเคีย โดยขายจากบ้านหนึ่งไปยังอีกบ้านหนึ่ง ในขณะที่เขาขายเอ็นไซโคพีเคีย

เขาก็เกิดความคิดว่า หากเขามีของขวัญอะไรที่จะให้กับใครซักคนที่มาเปิดประตูให้เขา หรือให้กับลูกค้าก่อนที่จะเริ่มการขายก็คงจะดีต่อการขาย เขาจึงได้หาวิธีการผสมน้ำหอมเองภายในบ้าน จึงเกิดน้ำหอมขวดเล็ก ๆ อันเป็นของขวัญแก่แม่บ้านที่มาเปิดประตูรับเขาก่อนที่เขาจะขายเอ็นไซโคพีเดีย เขาทำเช่นนี้เรื่อยมา จนกระทั่งปรากฏว่า ลูกค้าของเขาสนใจน้ำหอมที่เขาแจกมากกว่าหนังสือที่เขาขาย ซึ่งอาจจะเป็นเพราะว่าน้ำหอมเป็นสิ่งที่ใช้แล้วหมกไปต้องหาซื้อใหม่ อีก ส่วนหนังสืออ่านแล้วก็ยังคงเป็นหนังสืออยู่ตามเดิม และเมื่อลูกค้าสนใจมากขึ้นเรื่อย ๆ เขาก็เลยเปลี่ยนนโยบายจากขายหนังสือแถมน้ำหอมมาเป็นขายน้ำหอมแถมหนังสือ จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2429 เขาจึงได้ก่อตั้งบริษัทเครื่องสำอางเฮอร์อนขึ้นมา โดยใช้ระบบการขายโดยตรงเป็นช่องทางจำหน่ายสินค้าเฮอร์อนประสบความสำเร็จและเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วเรื่อยมาจนเป็นบริษัทระดับโลก และได้เข้ามาดำเนินงานเป็นสาขาต่างประเทศในประเทศไทย (หนึ่งในหลาย ๆ บริษัทต่างประเทศของเฮอร์อน) ในปี พ.ศ. 2521 และด้วยการนำเอาวิธีการทางการตลาดแบบขายตรงที่ได้ใช้มาแล้วในหลายประเทศก่อนสาขาประเทศไทย และได้มีการแก้ไขข้อบกพร่องมาแต่เป็นอย่างดี ทำให้ระบบการขายตรงของเฮอร์อนเป็นระบบการขายตรงที่สมบูรณ์แบบ และมีประสิทธิภาพมาก เมื่อเข้ามาทดลองตลาดในประเทศไทย นั้น ปรากฏว่าประสบความสำเร็จอย่างรวดเร็วสามารถนำเอาระบบการขายโดยตรงมาประยุกต์ให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมทางการตลาดในประเทศไทย และสามารถเพิ่มพนักงานขายให้มากขึ้นเรื่อย ๆ และมียอดขายที่ขยายตัวมากขึ้นเรื่อย ๆ จนสามารถเป็นผู้นำของตลาดเครื่องสำอางทั้งหมดในประเทศไทย ซึ่งนับเป็นหนึ่งในหลาย ๆ ประเทศที่เฮอร์อนเข้าไปตั้งสาขาแล้วมักจะสามารรถสร้างตลาดได้เป็นอันดับหนึ่งของประเทศนั้น ๆ เพราะระบบการขายโดยตรงที่สมบูรณ์แบบมาจากบริษัทแม่ ประกอบกันกับการสนับสนุนช่วยเหลือทั้งทางด้านเทคนิคและกำลังทุนจากบริษัทแม่ ซึ่งเป็นบริษัทเครื่องสำอางที่ใหญ่ที่สุดในโลก ความสำเร็จของเฮอร์อนในประเทศไทยได้ก่อให้เกิดความตื่นตัวต่อการขายโดยตรง ทำให้มีบริษัทเครื่องสำอางและแม่ค้าผลิตภัณฑ์ประเภทอื่นให้ความสนใจพยายามนำระบบการขายโดยตรงมาเป็นช่องทางจำหน่ายสินค้าของตน

3. โซเชี่ย มิลฟีนและลาเบลลา เครื่องสำอางจากประเทศญี่ปุ่นได้มีโอกาสเข้ามาจำหน่ายในประเทศไทย เมื่อปี พ.ศ. 2523 เนื่องจาก บริษัท สหพัฒน์พิบูลย์ จำกัด ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของระบบการขายโดยตรงว่ามีแนวโน้มจะประสบความสำเร็จ



ทางการตลาดได้โดยเป็นแนวทางอีกอันหนึ่งซึ่งสามารถจะบุกเบิกและยึดครองส่วนแบ่งตลาดได้อย่างรวดเร็ว และอีกประการหนึ่งคือ บริษัท สหพัฒนพิบูลย์ จำกัด มีผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางหลายยี่ห้อแล้วที่วางตลาดในช่องทางทางการตลาดปกติ เช่น เพ็ช (Pias) และ คัพเวอร์มาร์ค (Covermark) เป็นต้น

ดังนั้น บริษัท ซี.ซี.คิสทรีวิชั่น จำกัด จึงเป็นบริษัทในเครือที่ถูกก่อตั้งขึ้นเพื่อจำหน่ายเครื่องสำอางในระบบการขายโดยตรง โดยนำผลิตภัณฑ์ลิขสิทธิ์ ซึ่งมีบริษัทแม่ในญี่ปุ่นเป็นบริษัทเกี่ยวกับคัพเวอร์มาร์ค (Covermark) ซึ่งบริษัท สหพัฒนพิบูลย์ จำกัด เป็นตัวแทนจำหน่ายอยู่และนำผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่เป็นเครื่องสำอางขายโดยตรง ในประเทศญี่ปุ่นอีกยี่ห้อหนึ่งคือ โซเซีย (Socear) เข้ามาจำหน่าย ทั้งนี้ เพื่อนำเอาวิธีการบริหารจากบริษัทในต่างประเทศมาเป็นแนวทางในการดำเนินงานสำหรับระบบการขายโดยตรง ในการดำเนินงานของบริษัท ซี.ซี.คิสทรีวิชั่น จำกัด ซึ่งนอกจากจะมีเป้าหมายที่จะสร้างตลาดเครื่องสำอางระบบการขายโดยตรงของตนขึ้นแล้ว ยังมีเป้าหมายในระยะยาวเพื่อรองรับการขยายตัวให้เป็นบริษัทจำหน่ายสินค้าเครื่องอุปโภคบริโภคที่ใช้ระบบการขายตรงของ บริษัท สหพัฒนพิบูลย์ จำกัด อีกด้วย การดำเนินงานของบริษัทในระยะแรกมิได้มุ่งหมายที่จะยึดครองตลาดให้ไ้มากอย่างรวดเร็ว แต่การบริหารการตลาดของบริษัทมีลักษณะของการวิจัยและทดลองตลาดไปในตัว มีการทดสอบตลาดเพื่อหาข้อบกพร่องและเก็บข้อมูลรวมทั้งประเมินผลกลยุทธ์และวิธีการต่าง ๆ อยู่ตลอดเวลา ในยุคสมัยแรกของการดำเนินงาน จนกระทั่งในปี 2525 บริษัทจึงเพิ่งจะเริ่มดำเนินงานเป็นรูปแบบและเริ่มรุกทางการตลาดอย่างจริงจัง ทั้งนี้เพราะผู้บริหารมีความมั่นใจอย่างแท้จริงถึงแนวโน้มที่การขายโดยตรงจะสามารถประสบความสำเร็จและก้าวหน้าอย่างคึกคักในประเทศไทยได้ และถึงแม้ในปัจจุบัน ส่วนครองตลาดเครื่องสำอางการขายโดยตรงของ บริษัท ซี.ซี.คิสทรีวิชั่น จำกัด จะยังไม่ขยายตัวอย่างรวดเร็วมากนัก แต่ผู้บริหารกลับมีความพอใจถือได้ว่าประสบความสำเร็จตามเป้าหมายพอสมควรในการสร้างตลาดขึ้นมาด้วยการใช้ระบบการขายโดยตรง

4. ออริเฟลม ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่มีต้นกำเนิดจากประเทศสวีเดน ในราวปี พ.ศ. 2510 โดยเน้นว่าเป็นเครื่องสำอางสมุนไพร ซึ่งมีประสิทธิภาพในการบำรุงรักษาผิวพรรณผลการดำเนินงานประสบความสำเร็จเป็นอย่างมากจากการใช้ระบบการขาย

โดยตรง และได้ขยายตลาดเป็นตลาดระหว่างประเทศและประสบความสำเร็จด้วยดี ใน ประเทศอังกฤษ นอร์เวย์ ฝรั่งเศส และหลายประเทศในเอเชีย โดยมีโรงงานอยู่ที่ ไอร์แลนด์ ประเทศอังกฤษ สำหรับประเทศไทย ผลิตภัณฑ์ออร์เฟลมได้เริ่มเข้ามาจำหน่าย ด้วยการในระบบการขายโดยตรง เช่นเดียวกันในปี พ.ศ.2524 โดยบริษัท ออร์เฟลม (ประเทศไทย) จำกัด บริษัทในเครือของบริษัทอีเลคโทรลักซ์ (ประเทศไทย) จำกัด ผู้มีประสบการณ์และความสำเร็จอย่างมากกับการขายโดยตรงมาเป็นเวลานานจากผลิตภัณฑ์ เครื่องไฟฟ้าอีเลคโทรลักซ์ โดยการร่วมทุน (Joint Venture) กับ บริษัท ออร์เฟลม อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (Oriflame International Co., Ltd) ทำการศึกษา ตลาดและเริ่มวางแผนโครงการ การจัดองค์การต่าง ๆ ในปี พ.ศ.2522 และได้มีการ สั่งเข้าผลิตภัณฑ์ออร์เฟลม และเริ่มรับสมัครจำหน่ายเพื่อนำผลิตภัณฑ์ออกจำหน่ายในปี พ.ศ.2524 การริเริ่มและบุกเบิกตลาดของออร์เฟลมเป็นไปในลักษณะค่อยเป็นค่อยไป และมีจำนวนผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น โดยเป็นเครื่องสำอางสมุนไพรบำรุงรักษาและถนอมผิว จึง ทำให้ส่วนแบ่งของตลาดอยู่ในลำดับสุดท้ายของเครื่องสำอางในระบบการขายโดยตรง แต่อัตราการเติบโตของยอดขายและส่วนแบ่งตลาดก็เพิ่มขึ้นอย่างมาก และเป็นที่น่าพอใจ สำหรับผู้บริหารและนับได้ว่าออร์เฟลมได้ประสบความสำเร็จพอสมควรตามขนาดและการ ลงทุนของกิจการ

5. นุทรี-เมคิสต์ ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่มีวิวัฒนาการมาจากการสกัดน้ำมัน จากเมล็ดในของผลแอปพริคอต ซึ่งชาวฮันซา เทือกเขายี่มาลาเย่นใช้สำหรับบำรุงและ ถนอมผิวพรรณได้ถูกค้นพบขึ้นโดย นายมุลฟอร์ด เจ นอบส์ (Mullford J.Nobs) และ นำมาเป็นแบบอย่างในการผลิตนุทรี-เมคิสต์ ขึ้นจำหน่ายในสหรัฐอเมริกา โดยก่อตั้งบริษัท ขึ้นในปี พ.ศ.2502 ซึ่งต่อมาได้กลายมาเป็นบริษัทรานานาชาติ มีสาขาตั้งอยู่ในหลายประเทศ ทั่วโลก รวมทั้งประเทศไทย ซึ่งได้เข้ามาแนะนำโอกาสหารายได้พิเศษจากระบบการขาย โดยตรง เมื่อเดือนมีนาคม พ.ศ.2525 นี้เอง แต่ด้วยการนำกลยุทธ์ทางการตลาดใหม่ ๆ หลายรูปแบบที่ไม่มีบริษัทใดทำมาก่อนทำให้ผลการดำเนินงานของบริษัทเจริญเติบโตขึ้นอย่าง รวดเร็ว สามารถยึดครองตลาดได้เป็นอันดับสองของตลาดเครื่องสำอาง การขายโดยตรง ได้ในระยะเวลายาวนานและยังเป็นแนวทางหรือตัวอย่างให้บริษัทอื่น จำต้องหันมามองและ พิจารณากลยุทธ์ทางการตลาดของตนให้ทันเทียมกัน

จากการที่ระบบการขายโดยตรงได้ประสบผลสำเร็จอย่างดียิ่งในประเทศไทย ในช่วง 5-6 ปีที่ผ่านมา โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ความสำเร็จของเอวอน ได้สร้างความประทับใจให้แก่วงการธุรกิจ โดยทั่วไปเป็นอย่างมาก จึงมีหลายบริษัทที่เริ่มนำเอาระบบนี้ มาใช้ในการดำเนินธุรกิจของตน ซึ่งจากประสบการณ์ในต่างประเทศ เมื่อระบบการขายโดยตรงแพร่หลายออกไปก็จะมีบริษัทต่าง ๆ หันมายึดแนวทางการดำเนินธุรกิจ โดยใช้ระบบนี้กันมากขึ้น และบางบริษัทก็มุ่งแสวงหาผลประโยชน์จากระบบการขายนี้ โดยการหลอกลวงให้ผู้อื่นหลงเชื่อ และยอมทำสัญญาโดยใช้วาทีศิลป์ของพนักงานขายอันอาจนำความเสียหายมาสู่ระบบโดยรวมได้ ดังนั้น จากความพยายามที่จะพิทักษ์ผลประโยชน์ของผู้บริโภค และเพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดี ตลอดจนความเชื่อมั่นในระบบการขายโดยตรง จึงได้มีการรวมตัวกันเพื่อจัดตั้งเป็นสมาคมการขายโดยตรงขึ้น ใช้นามว่า "สมาคมการขายโดยตรงแห่งประเทศไทย" (Thai Direct Selling Association) เพื่อเป็นสื่อกลางระหว่างเอกชนและรัฐบาล โดยเฉพาะทางด้านกฎหมาย และเพื่อแลกเปลี่ยนเผยแพร่ ข้อคิดเห็น ความรู้ ระหว่างบริษัทที่ใช้ระบบการขายโดยตรงในเมืองไทย และลดระดับการแข่งขันที่รุนแรงลง โดยได้รับอนุมัติให้จดทะเบียนเป็นสมาคมที่ถูกต้องตามกฎหมาย เมื่อวันที่ 13 ตุลาคม 2526 นอกจากนี้สมาคมการขายโดยตรงแห่งประเทศไทย ยังได้เป็นสมาคมที่สังกัด World Federation of Direct Selling Associations อันเป็นสมาคมขายโดยตรงของโลก สมาชิกผู้ก่อตั้งสมาคมประกอบด้วย บริษัทเครื่องสำอางที่ใช้ระบบการขายโดยตรงที่มียอดขายสูงสุดอันดับ 1 ถึง 3 ร่วมกับบริษัทจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้า บริษัทจำหน่ายหนังสือที่ใช้ระบบการขายโดยตรงทั้งสิ้น และมีพนักงานขายที่ผ่านการอบรมอย่างดีจากบริษัทสมาชิกรวมกันมากกว่า 50,000 คน ดังมีรายนามบริษัทผู้ก่อตั้งสมาคม วัตถุประสงค์และวิธีการดำเนินงานของสมาคม ดังนี้คือ

1. บริษัท เอวอน คอสเมติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด
2. บริษัท มาร์เกตติ้งมีเคีย แอสโซซิเอตส์ จำกัด
3. บริษัท ฟาร์อีสท์พิบลิเคชัน จำกัด
4. บริษัท เบสท์ปิกส์ จำกัด
5. บริษัท โกรเลียร์ อินเตอร์เนชันแนล อิงค์ จำกัด
6. บริษัท อีเลคโทรลักซ์ (ประเทศไทย) จำกัด
7. บริษัท คอน-สแตน อินคัสตรีส์ (ประเทศไทย) จำกัด
8. บริษัท โพล่า คอสเมติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด

ที่ทำการสมาคม ตั้งอยู่ที่เลขที่ 1765 ถนนรามคำแหง หัวหมาก บางกะปิ กรุงเทพฯ 10240 มี คุณอมรเทพ กีโรจนวงศ์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท เอวอน คอสเมติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด เป็นนายกสมาคม โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อส่งเสริมให้ บริษัทสมาชิกผู้ประกอบการชายโดยตรงปฏิบัติตาม "ข้อบังคับแห่งจรรยาบรรณ" และ สนับสนุนให้ระบบการชายโดยตรงเป็นที่นิยมในสังคมปัจจุบันรวมทั้งให้ความคุ้มครองแก่ ผู้บริโภคด้วยความเป็นธรรม โดยวิธีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและข่าวสารการค้า ระหว่างบริษัทที่มีระบบการชายโดยตรงด้วยกัน รวมถึงการทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางระหว่าง บริษัทสมาชิก ลูกค้าและรัฐบาล การจัดประชุมหรือสัมมนาเพื่อเป็นการเพิ่มพูนความรู้และ พัฒนาวิธีการชายโดยตรงให้มีประสิทธิภาพอยู่เสมอ และส่งเสริมวิธีการชายโดยตรงในระบบธุรกิจในประเทศไทยให้มีความมั่นคงยิ่งขึ้น



ศูนย์วิทยพัทยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย