

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำธุรกิจขายตรงของตัวแทนในระบบการตลาดแบบเครือข่าย ในเขตจังหวัดลำปาง ” ได้จากการใช้แบบสอบถามและสัมภาษณ์เฉพาะผู้ที่ตัดสินใจทำธุรกิจขายตรงกับบริษัท เอ็ม สตาร์ เน็ทเวิร์ค จำกัด(ประเทศไทย) ในเขตจังหวัดลำปาง จำนวน180 ตัวอย่าง ผลการศึกษารวบรวมไปด้วย 4 ส่วน ดังนี้ คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของตัวแทน

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำธุรกิจขายตรงของตัวแทน

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่เกิดขึ้นในการทำธุรกิจขายตรง

4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ ตัดสินใจทำธุรกิจขายตรงของตัวแทนในระบบการตลาดแบบเครือข่าย ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา สถานที่พักอาศัยในปัจจุบัน อาชีพหลัก และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (อาชีพหลัก) ผลการศึกษา มีดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	78	43.3
หญิง	102	56.7
รวม	180	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ทำธุรกิจขายตรง ส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 56.7 ส่วนเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 43.3 ของตัวอย่างทั้งหมด สรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย

ตารางที่ 4.2 จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	4	2.2
21 - 30 ปี	67	37.2
31 - 40 ปี	54	30.0
41 - 50 ปี	34	18.9
51 - 60 ปี	15	8.3
มากกว่า 60 ปี	6	3.3
รวม	180	100.0

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ทำธุรกิจขายตรง ส่วนใหญ่ อายุระหว่าง 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.2 รองลงมาคือ อายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.0 อายุระหว่าง 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 18.9 อายุระหว่าง 51-60 ปี คิดเป็นร้อยละ 8.3 มากกว่า 60 ปี คิดเป็นร้อยละ 3.3 และน้อยที่สุด คือ อายุต่ำกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 2.2

สรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่ทำธุรกิจขายตรง ส่วนใหญ่ มีอายุระหว่าง 21-30 ปี และระหว่าง 31 - 40 ปี แสดงถึงการทำธุรกิจขายตรงส่วนใหญ่อยู่ในวัยที่เพิ่งจบการศึกษามาและวัยทำงาน ซึ่งต้องการหารายได้ และเป็นอาชีพเลี้ยงตนเองต่อไป

ตารางที่ 4.3 จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	63	35.0
สมรส	115	63.9
อื่น ๆ *	2	1.1
รวม	180	100.0

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: * อื่น ๆ ได้แก่ ม่ายและหย่า

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ทำธุรกิจขายตรง ส่วนใหญ่ มีสถานภาพสมรสแล้ว คิดเป็นร้อยละ 63.9 รองลงมาคือ โสด คิดเป็นร้อยละ 35.0 และน้อยที่สุดคือ อื่น ๆ ซึ่งได้แก่ หย่า และม่าย คิดเป็นร้อยละ 1.1 สรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่ทำธุรกิจขายตรง มีสถานภาพสมรสแล้ว

ตารางที่ 4.4 จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	9	5.0
มัธยมศึกษา	33	18.3
ปริญญาตรี	121	67.2
ปริญญาโท	16	8.9
ปริญญาเอก	1	0.6
รวม	180	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ทำธุรกิจขายตรง ส่วนใหญ่ การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 67.2 รองลงมาคือ ระดับมัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 18.3 ปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 8.9 ประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 5.0 และน้อยที่สุดคือ ระดับปริญญาเอก คิดเป็นร้อยละ 0.6

สรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่ทำธุรกิจขายตรง ส่วนใหญ่ มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ซึ่งสอดคล้องกับกลุ่มอายุที่อยู่ระหว่าง 20 - 30 ปี แสดงว่า เพิ่งจบปริญญาตรีแล้วมาทำธุรกิจนี้

ตารางที่ 4.5 จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานที่พักอาศัยในปัจจุบัน

สถานที่พักอาศัย	จำนวน	ร้อยละ
บ้านพักส่วนตัว	148	82.2
หอพัก/คอนโด	14	7.8
บ้านเช่า	18	10.0
รวม	180	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ทำธุรกิจขายตรง ส่วนใหญ่ มีสถานที่พักอาศัยปัจจุบันพักบ้านพักส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 82.2 รองลงมาคือ บ้านเช่า คิดเป็นร้อยละ 10.0 และน้อยที่สุดคือพักบ้านเช่า คิดเป็นร้อยละ 7.8

สรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่ทำธุรกิจขายตรง ส่วนใหญ่ พักอาศัยอยู่บ้านพักส่วนตัว เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง จึงพักบ้านของตนเอง

ตารางที่ 4.6 จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพหลัก

อาชีพหลัก	จำนวน	ร้อยละ
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	46	25.6
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	22	12.2
พนักงานบริษัทเอกชน	42	23.3
ลูกจ้างของรัฐ	50	27.8
ธุรกิจขายตรง	14	7.8
อื่น ๆ *	6	3.3
รวม	180	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

หมายเหตุ : * อื่น ๆ ได้แก่ แพทย์ ข้าราชการ และนักศึกษา

จากตารางที่ 4.6 กลุ่มตัวอย่างที่ทำธุรกิจขายตรง ส่วนใหญ่ ประกอบอาชีพหลักคือ เป็นลูกจ้างของรัฐ คิดเป็นร้อยละ 27.8 รองลงมาคือ ทำธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 25.6 พนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 23.3 พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 12.2 ธุรกิจขายตรง คิดเป็นร้อยละ 7.8 และ น้อยที่สุดคือ อื่น ๆ ได้แก่ แพทย์ ข้าราชการ และนักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 3.3

สรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่ทำธุรกิจขายตรง ส่วนใหญ่ ประกอบอาชีพเป็นลูกจ้างของรัฐ ทำธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และพนักงานบริษัทเอกชน แสดงว่า กลุ่มอาชีพที่กล่าวมา มีความสนใจในการทำธุรกิจขายตรง

ตารางที่ 4.7 จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (อาชีพหลัก)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน	49	27.2
10,001 – 15,000 บาทต่อเดือน	56	31.1
15,001 – 20,000 บาทต่อเดือน	21	11.7
20,001 – 25,000 บาทต่อเดือน	16	8.9
25,001 – 30,000 บาทต่อเดือน	8	4.4
30,001 – 35,000 บาทต่อเดือน	13	7.2
35,001 – 40,000 บาทต่อเดือน	2	1.1
มากกว่า 40,000 บาทต่อเดือน	15	8.3
รวม	180	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.7 กลุ่มตัวอย่างที่ทำธุรกิจขายตรง ส่วนใหญ่ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนจากการประกอบอาชีพหลัก คือ ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 31.1 รองลงมาคือต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 27.2 ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 11.7 ระหว่าง 20,001 – 25,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 8.9 มากกว่า 40,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 8.3 ระหว่าง 30,001 – 35,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 7.2 ระหว่าง 25,001 – 30,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 4.4 และน้อยที่สุดคือ ระหว่าง 35,001 – 40,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 1.1

สรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่ทำธุรกิจขายตรง ส่วนใหญ่ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนจากการประกอบอาชีพหลัก ไม่เกิน 20,000 บาทต่อเดือน

4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของตัวแทน

การศึกษาข้อมูล เกี่ยวกับพฤติกรรมของ กลุ่มตัวอย่างที่ ตัดสินใจทำธุรกิจขายตรง ซึ่งประกอบด้วย เหตุจูงใจที่ทำธุรกิจ ความมั่นคงต่ออาชีพ ต่อธุรกิจของบริษัท บริษัท เอ็ม สตาร์ เนทเวิร์ค ระยะเวลาในการทำธุรกิจ เหตุผลที่ทำธุรกิจ รายได้จากการทำงานธุรกิจ เวลาในการทำธุรกิจ เป็นต้น ผลการศึกษา มีดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.8 จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุจูงใจในการทำธุรกิจขายตรง

เหตุจูงใจในการทำธุรกิจขายตรง	จำนวน	ร้อยละ
จากเพื่อน ญาติ แนะนำ	119	66.1
จากสื่อต่างๆ เช่น ทีวี อินเทอร์เน็ต แผ่นพับ	20	11.1
จากตัวแทนขายตรง ของบริษัท เอ็ม สตาร์ เน็ทเวิร์ค เช่น ทางโทรศัพท์ การพูดคุย	41	22.8
รวม	180	100.0

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.8 กลุ่มตัวอย่างที่ทำธุรกิจขายตรง ส่วนใหญ่ มีเหตุจูงใจในการทำธุรกิจขายตรง ของบริษัท เอ็ม สตาร์ เน็ทเวิร์ค คือ จากเพื่อน ญาติ แนะนำ คิดเป็นร้อยละ 66.1 รองลงมาคือ จากตัวแทนขายตรง ของบริษัท เอ็ม สตาร์ เน็ทเวิร์ค เช่น ทางโทรศัพท์ การพูดคุย คิดเป็นร้อยละ 22.8 และน้อยที่สุดคือ จากสื่อต่างๆ เช่น ทีวี อินเทอร์เน็ต แผ่นพับ คิดเป็นร้อยละ 11.1

สรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่ทำธุรกิจขายตรง ส่วนใหญ่ มีเหตุจูงใจในการทำธุรกิจขายตรงของ บริษัท เอ็ม สตาร์ เน็ทเวิร์ค คือ จากเพื่อน ญาติ แนะนำ เพื่อมาทำธุรกิจนี้

ตารางที่ 4.9 จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความคิดเห็นว่าอาชีพขายตรงมีความมั่นคง

ความคิดเห็นต่อความมั่นคง	จำนวน	ร้อยละ
มั่นคง	172	66.1
ไม่มั่นคง	2	11.1
ไม่แน่ใจ	6	22.8
รวม	180	100.0

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.9 กลุ่มตัวอย่างที่ทำธุรกิจขายตรง ส่วนใหญ่ คิดเห็นว่าอาชีพขายตรงมีความมั่นคง คิดเป็นร้อยละ 66.1 รองลงมาคือ ไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 22.8 และน้อยที่สุดคือ ไม่มั่นคง คิดเป็นร้อยละ 11.1 สรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่ทำธุรกิจขายตรง ส่วนใหญ่ เห็นว่าอาชีพนี้มีความมั่นคง

ตารางที่ 4.10 จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ของบริษัท เอ็ม สตาร์ เน็ท
เวิร์ค

ความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
เชื่อมั่น	179	99.4
ไม่แน่ใจ	1	0.6
รวม	180	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.10 กลุ่มตัวอย่างที่ทำธุรกิจขายตรง ส่วนใหญ่ มีความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์
ของบริษัท เอ็ม สตาร์ เน็ทเวิร์ค คิดเป็นร้อยละ 99.4 รองลงมาคือ ไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 0.6 สรุป
ได้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่ทำธุรกิจขายตรง ส่วนใหญ่ ยังมีความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ของบริษัท เอ็ม สตาร์
เน็ทเวิร์ค

ตารางที่ 4.11 จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความเชื่อมั่นในบริษัท เอ็ม สตาร์ เน็ทเวิร์ค

ความเชื่อมั่นในบริษัท	จำนวน	ร้อยละ
เชื่อมั่น	179	99.4
ไม่แน่ใจ	1	0.6
รวม	180	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.11 กลุ่มตัวอย่างที่ทำธุรกิจขายตรง ส่วนใหญ่ มีความเชื่อมั่นในบริษัท เอ็ม
สตาร์ เน็ทเวิร์ค คิดเป็นร้อยละ 99.4 รองลงมาคือ ไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 0.6 สรุปได้ว่า กลุ่ม
ตัวอย่างที่ทำธุรกิจขายตรง ส่วนใหญ่ ยังมีความเชื่อมั่นในบริษัท เอ็ม สตาร์ เน็ทเวิร์ค ว่ามีความ
มั่นคง

ตารางที่ 4.12 จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาในการทำธุรกิจขายตรงของบริษัท เอ็ม สตาร์ เน็ทเวิร์ค

ระยะเวลาในการทำธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
1 ปี	143	79.4
2 ปี	31	17.2
3 ปี	2	1.1
4 ปีขึ้นไป	4	2.2
รวม	180	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.12 กลุ่มตัวอย่างที่ทำธุรกิจขายตรง ส่วนใหญ่ เริ่มทำธุรกิจของบริษัท เอ็ม สตาร์ เน็ทเวิร์คมาแล้ว 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 79.4 รองลงมาคือ ทำมาแล้ว 2 ปี คิดเป็นร้อยละ 17.2 ส่วน 4 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 2.2 และน้อยที่สุดคือ 3 ปี คิดเป็นร้อยละ 1.1

สรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่ทำธุรกิจขายตรง ส่วนใหญ่ เพิ่งเริ่มทำธุรกิจนี้ เพราะเริ่มทำแค่ 1 ปี ซึ่งสอดคล้องกับกระแสที่เพิ่งเริ่มมีคนรู้บริษัทนี้มาเพียงไม่นาน

ตารางที่ 4.13 จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาที่คาดว่าจะทำธุรกิจขายตรงของบริษัท เอ็ม สตาร์ เน็ทเวิร์ค ไปอีกกี่ปี

ระยะเวลาที่คาดว่าจะทำธุรกิจขายตรง	จำนวน	ร้อยละ
1 ปี	6	3.3
2 ปี	16	8.9
3 ปี	13	7.2
4 ปีขึ้นไป	145	80.6
รวม	180	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.13 กลุ่มตัวอย่างที่ทำธุรกิจขายตรง ส่วนใหญ่ คาดว่าจะทำธุรกิจนี้ไปอีกเป็นระยะเวลา 4 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 80.6 รองลงมาคือ ระยะเวลา 2 ปี คิดเป็นร้อยละ 8.9 ระยะเวลา 3 ปี คิดเป็นร้อยละ 7.2 และน้อยที่สุดคือ จำนวน 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 3.3

สรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่ทำธุรกิจขายตรง ส่วนใหญ่ คาดว่าจะทำธุรกิจนี้ไปอีกเป็นระยะเวลา 4 ปีขึ้นไป เนื่องจากส่วนใหญ่เห็นว่าธุรกิจของของบริษัท เอ็ม สตาร์ เน็ทเวิร์ค มีความมั่นคง และส่วนใหญ่เชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ของบริษัท

ตารางที่ 4.14 จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุผลที่ทำงานกับธุรกิจ เอ็ม สตาร์ เน็ทเวิร์ค

เหตุผลที่ทำงานกับธุรกิจเอ็ม สตาร์ เน็ทเวิร์ค	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อความสนุก	1	0.6
เพื่อหารายได้เสริม	173	96.1
อื่น ๆ *	6	3.3
รวม	180	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

หมายเหตุ : * อื่น ๆ คือ เพื่อเปลี่ยนแปลงชีวิต

จากตารางที่ 4.14 กลุ่มตัวอย่างที่ทำธุรกิจขายตรง ส่วนใหญ่ มีเหตุผลที่ทำธุรกิจเอ็ม สตาร์ เน็ทเวิร์ค คือ เพื่อหารายได้เสริม คิดเป็นร้อยละ 96.1 รองลงมาคือ เหตุผลอื่น ๆ คือ เพื่อเปลี่ยนแปลงชีวิต คิดเป็นร้อยละ 3.3 และน้อยที่สุดคือ เพื่อความสนุก คิดเป็นร้อยละ 1.1

สรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่ทำธุรกิจขายตรง ส่วนใหญ่ มีเหตุผลที่มาทำธุรกิจเอ็ม สตาร์ เน็ทเวิร์ค คือ เพื่อหารายได้เสริม และเพื่อเปลี่ยนแปลงชีวิต

ตารางที่ 4.15 จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพที่เคยทำก่อนที่จะมาทำธุรกิจ เอ็ม สตาร์ เน็ทเวิร์ค

อาชีพที่เคยทำมาก่อนที่จะทำธุรกิจเอ็ม สตาร์ เน็ทเวิร์ค	จำนวน	ร้อยละ
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	41	22.8
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	25	13.9
พนักงานบริษัทเอกชน	42	23.3
ลูกจ้างของรัฐบาล	62	34.4
อื่น ๆ *	10	5.6
รวม	180	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

หมายเหตุ : * อื่น ๆ ได้แก่ ธุรกิจขายตรง ข้าราชการ

จากตารางที่ 4.15 กลุ่มตัวอย่างที่ทำธุรกิจขายตรง ส่วนใหญ่ เคยประกอบอาชีพลูกจ้างของรัฐบาล คิดเป็นร้อยละ 34.4 รองลงมาคือ พนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 23.3 ทำธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 22.8 พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 13.9 และน้อยที่สุดคือ อาชีพอื่น ๆ ได้แก่ ธุรกิจขายตรง และข้าราชการ คิดเป็นร้อยละ 5.6

สรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่ทำธุรกิจขายตรง ส่วนใหญ่ เคยประกอบอาชีพลูกจ้างของรัฐบาล พนักงานบริษัทเอกชน ทำธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ซึ่งสอดคล้องกับอาชีพหลักที่ทำอยู่หรือไม่ได้ทำแล้ว

ตารางที่ 4.16 จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ของธุรกิจ เอ็ม สตาร์ เน็ทเวิร์ค)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน	28	15.6
10,001 – 30,000 บาทต่อเดือน	97	53.9
30,001 – 50,000 บาทต่อเดือน	42	23.3
50,001 – 70,000 บาทต่อเดือน	12	6.7
70,001 – 100,000 บาทต่อเดือน	1	0.6
รวม	180	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.16 กลุ่มตัวอย่างที่ทำธุรกิจขายตรง ส่วนใหญ่ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนจากการทำธุรกิจ เอ็ม สตาร์ เน็ทเวิร์ค อย่างเดียว คือ ระหว่าง 10,001 – 30,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 53.9 รองลงมาคือ ระหว่าง 30,001 – 50,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 23.3 ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 15.6 ระหว่าง 50,001 – 70,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 6.7 และน้อยที่สุดคือ ธุรกิจประกอบอาชีพหลัก คือ ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 31.1 รองลงมาคือ ระหว่าง 70,001 – 100,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 0.6

สรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่ทำธุรกิจขายตรง ส่วนใหญ่ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนจากการทำธุรกิจ เอ็ม สตาร์ เน็ทเวิร์ค อย่างเดียว คือ ระหว่าง 10,001 – 50,000 บาทต่อเดือน

ตารางที่ 4.17 จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลา (โดยเฉลี่ย) ในการทำธุรกิจ เอม สตาร์ เน็ทเวิร์ค

เวลาในการทำธุรกิจโดยเฉลี่ยต่ออาทิตย์	จำนวน	ร้อยละ
5 - 10 ชั่วโมง	76	42.2
11 - 15 ชั่วโมง	73	40.6
16 - 20 ชั่วโมง	23	12.8
21 - 25 ชั่วโมง	8	4.4
รวม	180	100.0

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.17 กลุ่มตัวอย่างที่ทำธุรกิจขายตรง ส่วนใหญ่ ใช้เวลาในการทำธุรกิจขายตรงของ เอม สตาร์ เน็ทเวิร์ค โดยเฉลี่ยต่ออาทิตย์คือ จำนวน 5 - 10 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 42.2 รองลงมาคือ จำนวน 11 - 15 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 40.6 และน้อยที่สุดคือ จำนวน 16 - 20 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 4.4

สรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่ทำธุรกิจขายตรง ส่วนใหญ่ ใช้เวลาในการทำธุรกิจขายตรงของ เอม สตาร์ เน็ทเวิร์ค โดยเฉลี่ยต่ออาทิตย์ คือ จำนวน 5 - 15 ชั่วโมง แสดงว่าธุรกิจขายตรงนี้ไม่จำเป็นต้องใช้เวลาทำมากเกินไป

ตารางที่ 4.18 จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวิธีการสร้างรายได้จากการดำเนินธุรกิจ เอม สตาร์ เน็ทเวิร์ค

วิธีการสร้างรายได้	จำนวน	ร้อยละ
ขายปลีก	24	13.3
สร้างทีมงาน	156	86.7
รวม	180	100.0

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.18 กลุ่มตัวอย่างที่ทำธุรกิจขายตรง ส่วนใหญ่ มีวิธีในการสร้างรายได้จากการดำเนินธุรกิจ เอม สตาร์ เน็ทเวิร์ค คือ โดยการสร้างทีมงาน คิดเป็นร้อยละ 86.7 รองลงมาคือ โดยการขายปลีก คิดเป็นร้อยละ 13.3

สรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่ทำธุรกิจขายตรง ส่วนใหญ่ มีวิธีในการสร้างรายได้จากการดำเนินธุรกิจ เอ็ม สตาร์ เน็ทเวิร์ค โดยการสร้างทีมงาน

ตารางที่ 4.19 จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทสินค้าที่มียอดขายมากที่สุด

ประเภทสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร(Vital Star)	138	76.7
ผลิตภัณฑ์ใช้ในครัวเรือน(Tidy Home)	4	2.2
ผลิตภัณฑ์ส่วนตัว(Body Soft)	4	2.2
ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้า(ASNI Skin Care)	8	4.4
ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางแต่งหน้า(ASNI Color Cosmetics)	26	14.4
รวม	180	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4. 19 กลุ่มตัวอย่างที่ทำธุรกิจขายตรง ส่วนใหญ่ คิดว่าประเภทสินค้าที่มียอดขายมากที่สุดคือ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร(Vital Star) คิดเป็นร้อยละ 76.7 รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางแต่งหน้า(ASNI Color Cosmetics) คิดเป็นร้อยละ 14.4 ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้า(ASNI Skin Care) คิดเป็นร้อยละ 4.4 และน้อยที่สุดคือ ผลิตภัณฑ์ส่วนตัว(Body Soft) และผลิตภัณฑ์ใช้ในครัวเรือน(Tidy Home) คิดเป็นร้อยละ 2.2

สรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่ทำธุรกิจขายตรง ส่วนใหญ่ คิดว่าประเภทสินค้าที่มียอดขายมากที่สุดคือ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร(Vital Star) เนื่องจากมีสรรพคุณชวนแก่การทดลองใช้และราคาไม่แพง เป็นที่นิยมสำหรับคนทั่วไป

4.3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำธุรกิจขายตรงของตัวแทน และการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศต่อการตัดสินใจทำธุรกิจขายตรงโดยพิจารณาปัจจัยด้านต่าง ๆ

4.3.1 การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำธุรกิจขายตรงของตัวแทน นั้น ได้แบ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลออกเป็น 5 ปัจจัย คือ

1. ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ (Product)
2. ปัจจัยด้านราคา (Price)
3. ปัจจัยด้านสถานที่ (Place)
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)
5. ปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งผลเป็นดังนี้

ตารางที่ 4.20 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำธุรกิจขายตรงในเรื่องปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	ระดับความสำคัญ					คะแนนเฉลี่ย	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
เป็นสินค้าที่มีคุณภาพดี	170 (94.4)	9 (5.0)	0 (0)	0 (0)	1 (0.6)	4.93	1
เป็นสินค้าที่มีความหลากหลาย	147 (81.7)	23 (12.8)	9 (5.0)	1 (0.6)	0 (0)	4.76	2
เป็นสินค้าที่มีการรับประกันคุณภาพและผลการใช้	118 (65.6)	58 (32.2)	3 (1.7)	1 (0.6)	0 (0)	4.63	3
เป็นสินค้าที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ	103 (52.7)	70 (38.9)	6 (3.3)	1 (0.6)	0 (0)	4.53	5
เป็นสินค้าที่ไม่มีวางขายทั่วไปตามร้านค้าหรือห้างสรรพสินค้า	98 (54.4)	65 (36.1)	10 (5.6)	0 (0)	7 (3.9)	4.37	6
เป็นสินค้าที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย	105 (58.3)	70 (38.9)	3 (1.7)	2 (1.1)	0 (0)	4.54	4
รวม						4.62	

ที่มา: จากการสำรวจและคำนวณ

จากตารางที่ 4.20 ปัจจัยที่มีอิทธิพล ต่อการตัดสินใจทำธุรกิจขายตรงในเรื่องปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ปัจจัยที่ได้ค่าเฉลี่ยอันดับที่ 1 คือ เป็นสินค้าที่มีคุณภาพดี มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.93 จัดอยู่อันดับมากที่สุด อันดับ 2 คือ เป็นสินค้าที่มีความหลากหลาย มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.76 จัดอยู่อันดับมากที่สุดเช่นกัน

ตารางที่ 4.21 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำธุรกิจขายตรงในเรื่องปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยทางด้านราคา (Price)	ระดับความสำคัญ					คะแนนเฉลี่ย	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
ราคาขายปลีก	128 (71.1)	41 (22.8)	9 (4.4)	2 (1.1)	1 (0.6)	4.61	1
ราคาขายส่ง	74 (41.1)	91 (50.6)	13 (7.2)	1 (0.6)	1 (0.6)	4.31	2
ราคาส่วนลด	59 (32.8)	97 (53.9)	21 (11.7)	2 (1.1)	1 (0.6)	4.17	3
รวม						4.36	

ที่มา : จากการสำรวจและคำนวณ

จากตารางที่ 4.21 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำธุรกิจขายตรงในเรื่องปัจจัยด้านราคาพบว่า ปัจจัยที่ได้ค่าเฉลี่ยอันดับที่ 1 คือ ราคาขายปลีก มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.61 จัดอยู่อันดับมากที่สุด อันดับ 2 คือ ราคาขายส่ง มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 จัดอยู่อันดับมากที่สุดเช่นกัน

ตารางที่ 4.22 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำธุรกิจขายตรงในเรื่องปัจจัยด้านสถานที่

ปัจจัยทางด้านสถานที่ (Place)	ระดับความสำคัญ					คะแนนเฉลี่ย	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
เชื่อมั่นในศักยภาพชื่อเสียงของบริษัท	139 (77.2)	36 (20.0)	4 (22.2)	1 (0.6)	0 (0)	4.74	1
ทำเลที่ตั้ง (ความสะอาด สว่าง และบรรยากาศ)	107 (59.4)	68 (37.8)	4 (2.2)	1 (0.6)	0 (0)	4.56	2
ความสะดวกในการเดินทาง	76 (42.2)	98 (54.4)	5 (2.8)	1 (0.6)	0 (0)	4.38	3
ความสะดวกของที่จอดรถ	66 (36.7)	98 (54.4)	14 (7.8)	2 (1.1)	0 (0)	4.27	4

ตารางที่ 4.22 (ต่อ)

ปัจจัยทางด้านสถานที่ (Place)	ระดับความสำคัญ					คะแนนเฉลี่ย	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
เวลาเปิด - ปิด	51 (28.3)	106 (58.9)	18 (10.0)	3 (1.7)	2 (1.1)	4.12	5
รวม						4.41	

ที่มา : จากการสำรวจและคำนวณ

จากตารางที่ 4.22 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำธุรกิจขายตรงในเรื่องปัจจัยด้านสถานที่พบว่า ปัจจัยที่ได้ค่าเฉลี่ยอันดับที่ 1 คือ เชื้อมันในศักยภาพชื่อเสียงของบริษัท มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 จัดอยู่อันดับมากที่สุด อันดับ 2 คือ ทำเล ที่ตั้ง (ความสะอาด สว่าง และบรรยากาศ) มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 จัดอยู่อันดับมากที่สุด เช่นกัน

ตารางที่ 4.23 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำธุรกิจขายตรงในเรื่องปัจจัยด้านส่งเสริมการขาย

ปัจจัยทางด้านส่งเสริมการขาย (Promotion)	ระดับความสำคัญ					คะแนนเฉลี่ย	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
โบนัส	136 (71.1)	35 (22.8)	8 (4.4)	0 (0)	0 (0)	4.71	1
ประชุม สัมมนาในที่ต่างๆ	83 (46.1)	86 (47.8)	11 (6.1)	0 (0)	0 (0)	4.62	2
สาริตการใช้สินค้า	57 (31.7)	103 (57.2)	19 (10.6)	1 (0.6)	0 (0)	4.20	3
การชิงโชค	25 (13.9)	115 (63.9)	20 (11.1)	7 (3.9)	13 (7.2)	3.73	4
รวม						4.31	

ที่มา : จากการสำรวจและคำนวณ

จากตารางที่ 4.23 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำธุรกิจขายตรงในเรื่องปัจจัยด้านส่งเสริมการขายพบว่า ปัจจัยที่ได้ค่าเฉลี่ยอันดับที่ 1 คือ โบนัส มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.71 จัดอยู่อันดับมากที่สุด อันดับ 2 คือ ประชุมสัมมนาในที่ต่างๆ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.62 จัดอยู่อันดับมากที่สุด เช่นกัน

ตารางที่ 4.24 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำธุรกิจขายตรงในเรื่องปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับความสำคัญ					คะแนนเฉลี่ย	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
รายได้ดี	150 (83.3)	17 (9.4)	12 (6.7)	1 (0.6)	0 (0)	4.76	1
เป็นธุรกิจที่ทำได้ไม่ยาก สามารถประสบความสำเร็จได้ง่าย	120 (66.7)	47 (26.1)	13 (7.2)	0 (0)	0 (0)	4.59	5
ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์	110 (61.1)	65 (36.1)	5 (2.8)	0 (0)	0 (0)	4.58	6
เพื่อนแนะนำ	105 (58.3)	68 (37.8)	7 (3.9)	0 (0)	0 (0)	4.54	7
คิดใจสินค้าและใช้อยู่เป็นประจำ	116 (64.4)	52 (28.9)	12 (6.7)	0 (0)	0 (0)	4.58	6
แบ่งเบาภาระการเงินของครอบครัว	122 (67.8)	45 (25.0)	13 (7.2)	0 (0)	0 (0)	4.61	4
ความต้องการของตลาดยังมีอีกมาก	126 (70.0)	45 (25.0)	9 (5.0)	0 (0)	0 (0)	4.65	2
มีคนสนใจเข้าร่วมธุรกิจอีกมาก	125 (69.4)	45 (25.0)	10 (5.6)	0 (0)	0 (0)	4.64	3
รวม						4.62	

ที่มา : จากการสำรวจและคำนวณ

จากตารางที่ 4.24 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำธุรกิจขายตรงในเรื่องปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ปัจจัยที่ได้ค่าเฉลี่ยอันดับที่ 1 คือ รายได้ดี มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.76 จัดอยู่อันดับมากที่สุด อันดับ 2 คือ ความต้องการของตลาดยังมีอีกมาก มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.65 จัดอยู่อันดับมากที่สุดเช่นกัน

ตารางที่ 4.25 แสดงรายได้ที่เกิดขึ้นจากธุรกิจएम สตาร์ เน็ทเวิร์ค ต่อปัจจัยที่มี อิทธิพลต่อการตัดสินใจทำธุรกิจขายตรง

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาทต่อเดือน)	คะแนนเฉลี่ยของปัจจัยด้านต่าง ๆ					คะแนน เฉลี่ย รวม
	ผลิตภัณฑ์	ราคา	สถานที่	ส่งเสริม การขาย	ส่วนบุคคล	
ต่ำกว่า 10,000	4.40	4.01	4.22	3.94	4.17	4.15
10,001 – 30,000	4.66	4.67	4.44	4.32	4.71	4.56
30,001 – 50,000	4.74	4.39	4.44	4.30	4.69	4.51
50,001 – 70,000	4.61	4.33	4.52	4.46	4.67	4.52
70,001 – 100,000	4.33	4.00	4.20	3.50	4.25	4.06

ที่มา: จากการสำรวจและคำนวณ

จากตารางที่ 4.25 กลุ่มตัวอย่างที่ทำธุรกิจขายตรงที่มีรายได้จากการทำธุรกิจएम สตาร์ เน็ทเวิร์ค ต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำธุรกิจขายตรงพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ย 10,001 – 30,000 บาทต่อเดือน มีคะแนนเฉลี่ยรวมเป็นอันดับ 1 เท่ากับ 4.56 จัดอยู่ในอันดับมากที่สุด รองลงมาคือ มีรายได้เฉลี่ย 50,001 – 70,000 บาทต่อเดือน มีคะแนนเฉลี่ยรวมเป็นอันดับ 2 เท่ากับ 4.52 จัดอยู่ในอันดับมากที่สุด เช่นกัน

ตารางที่ 4.26 แสดงภาพรวมของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำธุรกิจขายตรง

ปัจจัยด้านต่าง ๆ	คะแนนเฉลี่ย	ลำดับ
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	4.62	1
ปัจจัยด้านราคา (Price)	4.36	3
ปัจจัยด้านสถานที่ (Place)	4.41	2
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)	4.31	4
ปัจจัยส่วนบุคคล	4.62	1
รวม	4.46	

ที่มา: จากการสำรวจและคำนวณ

จากตารางที่ 4.26 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำธุรกิจขายตรงในภาพรวม พบปัจจัยที่ได้ค่าเฉลี่ยอันดับที่ 1 คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) และปัจจัยส่วนบุคคล มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.62 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านสถานที่ (Place) ปัจจัยด้านราคา (Price) และน้อยที่สุดคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

4.3.2 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศต่อการตัดสินใจทำธุรกิจขายตรงโดยพิจารณาปัจจัยด้านต่าง ๆ ($\alpha = 0.1$)

สมมติฐาน ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

H_0 : เพศไม่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจทำธุรกิจขายตรงโดยพิจารณาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

H_1 : เพศมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจทำธุรกิจขายตรงโดยพิจารณาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ตารางที่ 4.27 จำนวนและร้อยละของตัวอย่างจำแนกตามเพศและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

เพศ	ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)					รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
ชาย	33 (42.3)	32 (41.0)	12 (15.4)	0 (0)	1 (1.3)	78 (100.0)
หญิง	68 (66.7)	29 (28.4)	4 (3.9)	0 (0)	1 (1.0)	102 (100.0)
รวม	101 (56.1)	62 (33.9)	15 (8.9)	0 (0)	1 (1.1)	180 (100.0)

หมายเหตุ :- ค่าในวงเล็บคือค่าร้อยละตามแนวนอน

ที่มา : จากการสำรวจและคำนวณ

สรุปผล

จากตารางที่ 4.27 พบว่า เพศมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจทำธุรกิจขายตรงโดยพิจารณาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\chi^2 = 13.313^* \quad df. = 3 \quad P\text{-value} = 0.004$)

สมมติฐาน ด้านราคา (Price)

H_0 : เพศไม่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจทำธุรกิจขายตรงโดยพิจารณาปัจจัยด้านราคา

H_1 : เพศมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจทำธุรกิจขายตรงโดยพิจารณาปัจจัยด้านราคา

ตารางที่ 4.28 จำนวนและร้อยละของตัวอย่างจำแนกตามเพศและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา

เพศ	ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา (Price)					รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
ชาย	43 (55.1)	30 (38.5)	4 (5.1)	0 (0)	1 (1.3)	78 (100.0)
หญิง	44 (43.1)	46 (45.1)	10 (9.8)	2 (2.0)	0 (0)	102 (100.0)
รวม	87 (48.3)	76 (42.2)	14 (7.8)	2 (1.1)	1 (0.6)	180 (100.0)

หมายเหตุ :- ค่าในวงเล็บคือค่าร้อยละตามแนวนอน

ที่มา : จากการสำรวจและคำนวณ

สรุปผล

จากตารางที่ 4.28 พบว่าเพศไม่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจทำธุรกิจขายตรงโดยพิจารณาปัจจัยด้านราคา ($\chi^2 = 5.855^*$ $df. = 4$ $P - value = 0.210$)

สมมติฐาน ด้านสถานที่ (Place)

H_0 : เพศไม่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจทำธุรกิจขายตรงโดยพิจารณาปัจจัยด้านสถานที่

H_1 : เพศมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจทำธุรกิจขายตรงโดยพิจารณาปัจจัยด้านสถานที่

ตารางที่ 4.29 จำนวนและร้อยละของตัวอย่างจำแนกตามเพศและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสถานที่

เพศ	ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสถานที่ (Place)					รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
ชาย	43 (55.1)	34 (43.6)	1 (1.3)	0 (0)	0 (0)	78 (100.0)
หญิง	44 (43.1)	48 (47.1)	8 (7.8)	2 (2.0)	0 (0)	102 (100.0)
รวม	87 (48.3)	82 (45.6)	9 (5.0)	2 (1.1)	0 (0)	180 (100.0)

หมายเหตุ :- ค่าในวงเล็บคือค่าร้อยละตามแนวนอน

ที่มา : จากการสำรวจและคำนวณ

สรุปผล

จากตารางที่ 4.29 พบว่า เพศมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจทำธุรกิจขายตรงโดยพิจารณาปัจจัยด้านสถานที่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\chi^2 = 6.766^*$ $df. = 3$ $P - value = 0.080$)

สมมติฐาน ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

H_0 : เพศไม่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจทำธุรกิจขายตรงโดยพิจารณาปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย

H_1 : เพศมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจทำธุรกิจขายตรงโดยพิจารณาปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย

ตารางที่ 4.30 จำนวนและร้อยละของตัวอย่างจำแนกตามเพศและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย

เพศ	ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านส่งเสริมการขาย (Promotion)					รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
ชาย	38 (48.7)	34 (43.6)	5 (6.4)	0 (0)	1 (1.3)	78 (100.0)
หญิง	38 (37.3)	52 (51.0)	10 (9.8)	2 (2.0)	0 (0)	102 (100.0)
รวม	76 (42.2)	86 (47.8)	15 (8.3)	3 (1.1)	1 (0.6)	180 (100.0)

หมายเหตุ :- ค่าในวงเล็บคือค่าร้อยละตามแนวนอน

ที่มา : จากการสำรวจและคำนวณ

สรุปผล

จากตารางที่ 4.30 พบว่าเพศไม่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจทำธุรกิจขายตรงโดยพิจารณาปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ($\chi^2 = 5.329^*$ $df. = 4$ $P - value = 0.255$)

สมมติฐาน ปัจจัยส่วนบุคคล

H_0 : เพศไม่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจทำธุรกิจขายตรงโดยพิจารณาปัจจัยส่วนบุคคล

H_1 : เพศมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจทำธุรกิจขายตรงโดยพิจารณาปัจจัยส่วนบุคคล

ตารางที่ 4.31 จำนวนและร้อยละของตัวอย่างจำแนกตามเพศและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนบุคคล

เพศ	ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนบุคคล					รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
ชาย	56 (71.8)	18 (21.0)	4 (5.1)	0 (0)	0 (0)	78 (100.0)
หญิง	66 (64.7)	30 (29.4)	6 (5.9)	0 (0)	0 (0)	102 (100.0)
รวม	122 (68.7)	48 (26.7)	10 (5.6)	0 (0)	0 (0)	180 (100.0)

หมายเหตุ :- ค่าในวงเล็บคือค่าร้อยละตามแนวนอน

ที่มา : จากการสำรวจและคำนวณ

สรุปผล

จากตารางที่ 4.31 พบว่า เพศมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจทำธุรกิจขายตรงโดยพิจารณาปัจจัยส่วนบุคคลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\chi^2 = 10.812^* \quad df. = 3 \quad P - value = 0.013$)

4. 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่เกิดขึ้นในการทำธุรกิจขายตรง

4.4.1) ปัญหาด้านการตลาด

ปัญหาทางด้านการตลาด ได้แบ่งออกเป็น 4 ด้านหัวข้อ คือ

1. ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์
2. ด้านราคา
3. ด้านการจัดจำหน่าย
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด

ซึ่งผลออกมาดังนี้

ตารางที่ 4.32 ปัญหาที่เกิดขึ้นในการทำธุรกิจขายตรงในด้านผลิตภัณฑ์

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	ระดับความสำคัญของปัญหา					คะแนนเฉลี่ย	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
การเกิดอาการแพ้ต่อผลิตภัณฑ์	2 (1.1)	2 (1.1)	3 (1.7)	18 (10.0)	155 (86.1)	1.21	3
ความซ้ำซ้อนและยุ่งยากในขั้นตอนการใช้ผลิตภัณฑ์	0 (0)	4 (2.2)	4 (2.2)	79 (43.9)	93 (51.7)	1.55	2
ในปัจจุบันมีคู่แข่งที่เป็นผลิตภัณฑ์จำพวกเดียวกันมาก	3 (1.7)	10 (5.6)	18 (10.0)	78 (43.3)	71 (39.4)	1.87	1
รวม						1.54	

หมายเหตุ :- ค่าในวงเล็บคือค่าร้อยละตามแนวนอน

ที่มา : จากการสำรวจและคำนวณ

จากตารางที่ 4.32 ปัญหาที่เกิดขึ้นในการทำธุรกิจขายตรงในด้านผลิตภัณฑ์ ปัญหาที่ได้ค่าเฉลี่ยอันดับ 1 คือ ในปัจจุบันมีคู่แข่งที่เป็นผลิตภัณฑ์จำพวกเดียวกันมากมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 1.88 จัดอยู่ในระดับน้อย อันดับที่ 2 คือ ความซ้ำซ้อนและยุ่งยากในขั้นตอนการใช้ผลิตภัณฑ์ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 1.55 จัดอยู่ในอันดับน้อยที่สุด

ตารางที่ 4.33 ปัญหาที่เกิดขึ้นในการทำธุรกิจขายตรงในด้านราคา

ปัญหาด้านราคา (Price)	ระดับความสำคัญของปัญหา					คะแนนเฉลี่ย	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
ราคาขายส่งที่ค่อนข้างแพงเมื่อเทียบกับบริษัทอื่น	0 (0)	9 (5.0)	15 (8.3)	91 (50.6)	65 (36.1)	1.82	1
ราคาขายปลีกที่สามารถขายแบบมีส่วนลดได้ ทำให้มีการขายปลีกตัดราคาตัวเอง	3 (1.7)	4 (2.2)	19 (10.6)	70 (38.9)	84 (46.7)	1.73	2
รวม						1.78	

หมายเหตุ :- ค่าในวงเล็บคือค่าร้อยละตามแนวนอน

ที่มา : จากการสำรวจและคำนวณ

จากตารางที่ 4.33 ปัญหาที่เกิดขึ้น ในการทำธุรกิจขายตรงในด้านราคา ปัญหาที่ได้ค่าเฉลี่ยอันดับ 1 คือ ราคาขายส่งที่ค่อนข้างแพงเมื่อเทียบกับบริษัทอื่น มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 1.82 จัดอยู่ในอันดับน้อย อันดับที่ 2 คือ ราคาขายปลีกที่สามารถขายแบบมีส่วนลดได้ทำให้มีการขายปลีกตัดราคากันเอง มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 1.73 จัดอยู่ในอันดับน้อยที่สุด

ตารางที่ 4.34 ปัญหาที่เกิดขึ้นในการทำธุรกิจขายตรงในด้านการจัดจำหน่าย

ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญของปัญหา					คะแนนเฉลี่ย	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
ความไม่สะดวกในการสั่งซื้อสินค้า	0 (0)	6 (3.3)	13 (7.2)	94 (52.2)	67 (37.2)	1.77	1
การส่งสินค้าผิดพลาด	0 (0)	4 (2.2)	12 (6.7)	71 (39.4)	93 (51.7)	1.59	2
การส่งสินค้าไม่ครบ	0 (0)	3 (1.7)	9 (5.0)	74 (41.1)	94 (52.2)	1.56	3
สินค้าเสียหายหรือชำรุดระหว่างการขนส่ง	0 (0)	2 (1.1)	6 (3.3)	54 (30.0)	118 (65.6)	1.40	4
รวม						1.58	

หมายเหตุ :- ค่าในวงเล็บคือค่าร้อยละตามแนวนอน

ที่มา : จากการสำรวจและคำนวณ

จากตารางที่ 4.34 ปัญหาที่เกิดขึ้น ในการทำธุรกิจขายตรงในด้านการจัดจำหน่าย ปัญหาที่ได้ค่าเฉลี่ยอันดับ 1 คือ ความไม่สะดวกในการสั่งซื้อสินค้า มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 1.77 จัดอยู่ในอันดับน้อยที่สุด อันดับที่ 2 คือ การส่งสินค้าผิดพลาด มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 1.59 จัดอยู่ในอันดับน้อยที่สุดเช่นกัน

ตารางที่ 4.35 ปัญหาที่เกิดขึ้นในการทำธุรกิจขายตรงในด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญของปัญหา					คะแนนเฉลี่ย	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
การจัดการส่งเสริมการขายของบริษัทมีน้อยครั้งเกินไป	0 (0)	4 (2.2)	13 (7.2)	108 (60.0)	55 (30.6)	1.81	1
การโฆษณา-ประชาสัมพันธ์ของบริษัทที่น้อยเกินไป	0 (0)	1 (0.6)	15 (8.3)	97 (53.9)	67 (37.2)	1.72	2
อุปกรณ์ส่งเสริมการขาย (แผ่นพับโปสเตอร์) มีราคาแพงเกินไป	0 (0)	4 (2.2)	13 (7.2)	80 (44.4)	83 (46.1)	1.66	3
การแจ้งข่าวสารของทางบริษัทล่าช้าเกินไป	0 (0)	4 (2.2)	8 (4.4)	85 (47.2)	83 (46.1)	1.63	5
การจัดประชุมอบรมของทางบริษัทไม่เป็นที่น่าสนใจ	0 (0)	1 (0.6)	13 (7.2)	87 (48.3)	79 (43.9)	1.64	4
การโฆษณา - ประชาสัมพันธ์ของบริษัทไม่เป็นที่น่าสนใจ	0 (0)	1 (0.6)	10 (5.6)	45 (25.0)	124 (68.9)	1.38	7
คู่มือการส่งเสริมการขายไม่น่าสนใจ	0 (0)	0 (0)	6 (3.3)	84 (46.7)	90 (50.0)	1.53	6
รวม						1.62	

หมายเหตุ :- ค่าในวงเล็บคือค่าร้อยละตามแนวนอน

ที่มา : จากการสำรวจและคำนวณ

จากตารางที่ 4.35 ปัญหาที่เกิดขึ้นในการทำธุรกิจขายตรงในด้านการส่งเสริมการตลาด ปัญหาที่ได้ค่าเฉลี่ยอันดับ 1 คือ การจัดการส่งเสริมการขายของบริษัทมีน้อยครั้งเกินไป คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 1.81 จัดอยู่ในอันดับน้อย อันดับ 2 คือ การโฆษณา-ประชาสัมพันธ์ของบริษัทที่น้อยเกินไป มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 1.72 จัดอยู่ในอันดับน้อย

4.4.2) ปัญหาด้านการดำเนินธุรกิจ

ตารางที่ 4.36 ปัญหาที่เกิดขึ้นในการทำธุรกิจขายตรงในด้านการดำเนินธุรกิจ

ปัญหาด้านการดำเนินธุรกิจ	ระดับความสำคัญของปัญหา					คะแนนเฉลี่ย	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
ความยากลำบากในการเชิญผู้มุ่งหวังมาร่วมประชุม	5 (2.8)	2 (1.1)	59 (32.8)	72 (40.0)	42 (23.3)	2.20	3
ไม่มีเวลาเพียงพอในการร่วมประชุม อบรม สัมมนา	0 (0)	6 (3.3)	46 (25.6)	72 (40.0)	56 (31.1)	2.01	8
การทำงานบางครั้งต้องยอมซื้อสินค้ามาค้างสต็อกไว้ก่อน	2 (1.1)	1 (0.6)	48 (26.7)	78 (43.3)	51 (28.3)	2.03	7
ต้องใช้เวลาในการทำธุรกิจมาก ไม่ค่อยมีเวลา	0 (0)	7 (3.9)	54 (30.0)	69 (38.3)	50 (27.6)	2.10	4
ต้องใช้เวลา นานกว่าจะประสบความสำเร็จที่มั่นคง	0 (0)	3 (1.7)	56 (31.1)	74 (41.1)	47 (26.1)	2.08	6
มีค่าใช้จ่ายในการขายแต่ละครั้ง เช่น ค่าเดินทาง เป็นต้น	1 (0.6)	6 (3.3)	47 (26.1)	81 (45.0)	45 (25.0)	2.09	5
มีลูกทีมไม่ขยัน ไม่กระตือรือร้น	0 (0)	23 (12.8)	39 (21.7)	74 (41.1)	44 (24.4)	2.23	2
มีคู่แข่งในธุรกิจนี้มาก	3 (1.7)	42 (23.3)	43 (23.9)	57 (31.7)	35 (19.4)	2.56	1
แผนการปันผลของบริษัทเข้ายาก	0 (0)	6 (3.3)	23 (12.8)	85 (47.2)	66 (36.7)	1.83	9
บริษัทให้การสนับสนุนด้านการบริการต่างๆ ไม่มี	0 (0)	3 (1.7)	26 (14.4)	87 (48.3)	64 (35.6)	1.82	10
รวม						2.09	

หมายเหตุ :- ค่าในวงเล็บคือค่าร้อยละตามแนวนอน

ที่มา : จากการสำรวจและคำนวณ

จากตารางที่ 4.36 ปัญหาที่เกิดขึ้นในการทำธุรกิจขายตรงในด้านการดำเนินธุรกิจ ปัญหาที่ได้ค่าเฉลี่ยอันดับ 1 คือ มีคู่แข่งในธุรกิจนี้มาก มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.56 จัดอยู่ในอันดับน้อย อันดับที่ 2 คือ มีลูกทีมไม่ขยัน ไม่กระตือรือร้น มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.23 จัดอยู่ในอันดับน้อยเช่นกัน

4.4.3) ปัญหาด้านเศรษฐกิจ สังคม และค่านิยม

ตารางที่ 4.37 ปัญหาที่เกิดขึ้นในการทำธุรกิจขายตรงในด้านเศรษฐกิจ สังคม และค่านิยม

ปัญหาด้านเศรษฐกิจ สังคม และค่านิยม	ระดับความสำคัญของปัญหา					คะแนนเฉลี่ย	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
ภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำทำให้กำลังซื้อลดลง	1 (0.6)	4 (2.2)	82 (45.6)	50 (27.8)	43 (23.9)	2.28	1
ทัศนคติที่ไม่ดีต่อธุรกิจขายตรงของคนไทย	2 (1.1)	12 (6.7)	56 (31.1)	74 (41.1)	36 (20.0)	2.28	1
เสภาพพจน์ในวงสังคม	0 (0)	9 (5.0)	44 (24.4)	81 (45.0)	46 (25.6)	2.09	2
รายได้ไม่คุ้มกับรายจ่าย	0 (0)	6 (3.3)	41 (22.8)	73 (40.6)	60 (33.3)	1.96	3
รวม						2.15	

หมายเหตุ :- ค่าในวงเล็บคือค่าร้อยละตามแนวนอน

ที่มา : จากการสำรวจและคำนวณ

จากตารางที่ 4.37 ปัญหาที่เกิดขึ้นในการทำธุรกิจขายตรงในด้านเศรษฐกิจ สังคมและค่านิยม ปัญหาที่ได้ค่าเฉลี่ยอันดับ 1 คือ ภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำทำให้กำลังซื้อลดลง และทัศนคติที่ไม่ดีต่อธุรกิจขายตรงของคนไทย มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.28 จัดอยู่ในอันดับน้อย อันดับี่ 2 คือ เสภาพพจน์ในวงสังคมมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.09 จัดอยู่ในอันดับน้อยเช่นกัน