

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจเครือข่ายผลิตภัณฑ์ความงามและสุขภาพ มีวัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจเครือข่ายผลิตภัณฑ์ความงามและสุขภาพ

2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจเครือข่ายผลิตภัณฑ์ความงามและสุขภาพของสมาชิกผู้ประกอบการ จำแนกตามทีมเครือข่าย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ สมาชิกผู้ประกอบการธุรกิจเครือข่ายผลิตภัณฑ์ความงามและสุขภาพ จังหวัดสมุทรปราการ จำนวนประมาณ 200 คน

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ สมาชิกผู้ประกอบการธุรกิจเครือข่ายผลิตภัณฑ์ความงามและสุขภาพ จำนวน 132 คน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้จากตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie และ Morgan (1970, p.608)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประสบการณ์การทำงานในธุรกิจเครือข่าย ตำแหน่งงานในธุรกิจเครือข่าย และลักษณะการประกอบอาชีพธุรกิจเครือข่าย

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจเครือข่ายผลิตภัณฑ์ความงามและสุขภาพ 5 ด้าน คือ การบริหารจัดการของบริษัทที่เป็นเจ้าของธุรกิจเครือข่าย ผลิตภัณฑ์และราคา การส่งเสริมการขาย ทีมงาน และช่องทางการกระจายสินค้า จำนวน 22 ข้อ

3. การรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแจกแบบสอบถามให้สมาชิกผู้ประกอบการ ได้กรอกแบบสอบถาม จำนวน 132 ชุด ได้รับแบบสอบถามคืนมา 113 ชุด คิดเป็นร้อยละ 85.61

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้ความถี่ และค่าร้อยละ

4.2 วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจเครือข่ายผลิตภัณฑ์ ความงามและสุขภาพ โดยใช้ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

4.3 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ของคะแนนปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจเครือข่ายผลิตภัณฑ์ความงามและสุขภาพของสมาชิกผู้ประกอบการ จำแนกตาม ทีมเครือข่าย โดยใช้ t-test และ F-test

4.4 เปรียบเทียบพหุคูณ เพื่อทดสอบค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ของคะแนนปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจเครือข่ายผลิตภัณฑ์ความงามและสุขภาพของสมาชิกผู้ประกอบการ เป็นรายคู่ จากผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนโดยใช้วิธี Least Significant Difference (LSD)

สรุปผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

สมาชิกผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 78.76 อายุ 40 ปีขึ้นไป ร้อยละ 61.06 รองลงมา อายุ 25 – 40 ปี ร้อยละ 23.89 การศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 49.56 รองลงมา ปริญญาตรี ร้อยละ 42.48 สถานภาพสมรส ร้อยละ 59.29 รองลงมา โสด ร้อยละ 28.32 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท ร้อยละ 30.97 รองลงมา ต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 26.55 ประสบการณ์การทำงานในธุรกิจเครือข่าย ต่ำกว่า 5 ปี ร้อยละ 73.45 รองลงมา 5 – 10 ปี ร้อยละ 20.35 ตำแหน่งงานทางธุรกิจเครือข่าย สมาชิกระดับผู้นำเบื้องต้น ร้อยละ 55.75 ประกอบอาชีพธุรกิจเครือข่ายในลักษณะอาชีพเสริม ร้อยละ 61.95 ใช้ผลิตภัณฑ์ของธุรกิจเครือข่าย ทั้งสองกลุ่ม ร้อยละ 52.21 รองลงมา กลุ่มความงาม ร้อยละ 38.05 รู้จักธุรกิจเครือข่ายในระดับ ปานกลาง ร้อยละ 49.56 รองลงมา ระดับมาก ร้อยละ 40.71 รู้จักธุรกิจเครือข่ายจากเพื่อน/ญาติพี่น้อง ร้อยละ 82.30 รองลงมา ทีวี/เคเบิลทีวี ร้อยละ 10.62 ครอบครัวมีสมาชิกทั้งหมด 5 คนขึ้นไป ร้อยละ 48.67 รองลงมา 3 – 4 คน ร้อยละ 40.71 สมาชิกในครอบครัวเป็นสมาชิกของธุรกิจเครือข่าย 2 คน ร้อยละ 89.38

2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจเครือข่ายผลิตภัณฑ์ความงามและสุขภาพของสมาชิกผู้ประกอบการ

สมาชิกผู้ประกอบการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจเครือข่ายผลิตภัณฑ์ความงามและสุขภาพ ในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.34$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

2.1 การบริหารจัดการของบริษัทที่เป็นเจ้าของธุรกิจเครือข่าย

สมาชิกผู้ประกอบการ มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.31$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.60$) จำนวน 1 รายการ คือ ชื่อเสียงของธุรกิจ ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับสมาชิกผู้ประกอบการเพศหญิง อายุ 40 ปีขึ้นไป การศึกษาดำเนินการต่ำกว่าปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท ประสบการณ์การทำงานต่ำกว่า 5 ปี ตำแหน่งงานระดับผู้นำเบื้องต้นและผู้บริหาร ลักษณะการประกอบอาชีพธุรกิจเครือข่ายเป็นอาชีพหลัก

2.2 ทีมงาน

สมาชิกผู้ประกอบการ มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.50$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.63 - 3.72$) จำนวน 2 รายการ คือ

2.2.1 ลูกทีมมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี

2.2.2 มีแม่ทีม/ผู้นำทีมเข้มแข็ง แกร่ง

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับสมาชิกผู้ประกอบการเพศชายและเพศหญิง ทุกกลุ่มอายุ การศึกษาดำเนินการต่ำกว่าปริญญาตรีและปริญญาตรี สถานภาพโสดและหม้าย/หย่าร้าง มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และ 10,000 – 20,000 บาท ประสบการณ์การทำงานต่ำกว่า 5 ปี ตำแหน่งงานระดับผู้นำเบื้องต้น ลักษณะการประกอบอาชีพธุรกิจเครือข่ายเป็นอาชีพเสริม

2.3 ผลิตภัณฑ์และราคา

สมาชิกผู้ประกอบการ มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.46$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.53 - 3.70$) จำนวน 4 รายการ คือ

2.3.1 ราคาเหมาะสม

2.3.2 ผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองตามมาตรฐาน

2.3.3 บรรจุภัณฑ์สวยงามน่าใช้

2.3.4 จัดส่งสินค้าได้รวดเร็ว

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับผู้ประกอบการเพศชาย การศึกษาดำเนินการต่ำกว่าปริญญาตรี และปริญญาตรี สถานภาพโสดและหม้าย/หย่าร้าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท 10,000 –

20,000 บาท และ 30,000 บาทขึ้นไป ประสบการณ์การทำงานต่ำกว่า 5 ปี ตำแหน่งงานระดับผู้นำเบื้องต้น

2.4 การส่งเสริมการขาย

สมาชิกผู้ประกอบการ มีความคิดเห็นโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.28$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.17 - 3.41$) ทุกรายการ คือ

2.4.1 มีเอกสารเผยแพร่เกี่ยวกับสินค้ามาใช้

2.4.2 IT ทันสมัย

2.4.3 เข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว

2.4.4 มีการลด แลก แจก แถม เพื่อเป็นการจูงใจแก่สมาชิก

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับสมาชิกผู้ประกอบการเพศหญิง อายุ 40 ปีขึ้นไป การศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี สถานภาพสมรส มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ตำแหน่งงานระดับผู้บริหาร ลักษณะการประกอบอาชีพธุรกิจเครือข่ายเป็นอาชีพหลัก

2.5 ช่องทางการกระจายสินค้า

สมาชิกผู้ประกอบการ มีความคิดเห็นโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.23$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.06 - 3.47$) ทุกรายการ คือ

2.5.1 ให้บริษัทเปิดสาขาทุกจังหวัด

2.5.2 ให้สมาชิกเปิด โมบายทุกตำบล

2.5.3 ให้สมาชิกเปิดเซ็นเตอร์ทุกอำเภอ

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับสมาชิกผู้ประกอบการเพศชาย อายุต่ำกว่า 25 ปี และ 40 ปีขึ้นไป การศึกษาปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี สถานภาพโสด และสมรส มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และ 20,001 – 30,000 บาท ประสบการณ์การทำงานมากกว่า 10 ปี ตำแหน่งงานระดับผู้บริหาร ลักษณะการประกอบอาชีพธุรกิจเครือข่ายเป็นอาชีพหลัก

3. การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจเครือข่ายผลิตภัณฑ์ความงามและสุขภาพของสมาชิกผู้ประกอบการ จำแนกตามทีมเครือข่าย

ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจเครือข่ายผลิตภัณฑ์ความงามและสุขภาพของสมาชิกผู้ประกอบการ จำแนกตามทีมเครือข่าย พบว่า สมาชิกผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษา สถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประสบการณ์การทำงาน ตำแหน่งงานทางธุรกิจเครือข่าย และลักษณะการประกอบอาชีพธุรกิจเครือข่ายต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจเครือข่ายผลิตภัณฑ์ความงามและสุขภาพ ในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และสมาชิกผู้ประกอบการ

ที่มีเพศ และอายุต่างกัน มีความคิดเห็น ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

3.1 การบริหารจัดการของบริษัทที่เป็นเจ้าของธุรกิจเครือข่าย

สมาชิกผู้ประกอบการเพศชายและเพศหญิง มีความคิดเห็น โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 2 รายการ คือ

1. การกระจายอำนาจการตัดสินใจไปยังแม่ทีม
2. ระบบการจ่ายผลตอบแทนเป็นกรรม

สมาชิกผู้ประกอบการที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 รายการ คือ การกระจายอำนาจการตัดสินใจไปยังแม่ทีม

และแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 รายการ คือ

3. เกณฑ์การไต่ระดับของลูกทีมสูงเกินไป
4. มีการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง

สมาชิกผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ ระบบการจ่ายผลตอบแทนเป็นกรรม

สมาชิกผู้ประกอบการที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 2 รายการ คือ

1. ระบบการจ่ายผลตอบแทนเป็นกรรม
2. มีการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง

สมาชิกผู้ประกอบการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 2 รายการ คือ

1. เกณฑ์การไต่ระดับของลูกทีมสูงเกินไป
2. มีการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง

และแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 3 รายการ คือ

1. การกระจายอำนาจการตัดสินใจไปยังแม่ทีม
2. การให้การสนับสนุนในเรื่องสถานที่แก่แม่ทีมและลูกทีม

3. ระบบการจ่ายผลตอบแทนเป็นธรรมชาติ

สมาชิกผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์การทำงานต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 3 รายการ คือ

1. การกระจายอำนาจการตัดสินใจไปยังแม่ทีม
2. เกณฑ์การไต่ระดับของลูกทีมสูงเกินไป
3. มีการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง

และแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ การให้การสนับสนุนในเรื่องสถานที่แก่แม่ทีมและลูกทีม

สมาชิกผู้ประกอบการที่มีตำแหน่งงานทางธุรกิจเครือข่ายต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 2 รายการ คือ

1. ระบบการจ่ายผลตอบแทนเป็นธรรมชาติ
2. มีการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง

และแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ การกระจายอำนาจการตัดสินใจไปยังแม่ทีม

สมาชิกผู้ประกอบการที่มีลักษณะการประกอบอาชีพธุรกิจเครือข่ายต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 4 รายการ คือ

1. การให้การสนับสนุนในเรื่องสถานที่แก่แม่ทีมและลูกทีม
2. ระบบการจ่ายผลตอบแทนเป็นธรรมชาติ
3. เกณฑ์การไต่ระดับของลูกทีมสูงเกินไป
4. มีการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง

3.2 ทีมงาน

สมาชิกผู้ประกอบการเพศชายและเพศหญิง มีความคิดเห็นโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ มีลูกทีมที่ขยันหาสมาชิกใหม่

สมาชิกผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 รายการ คือ ลูกทีมมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี

สมาชิกผู้ประกอบการที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 2 รายการ คือ

1. มีแม่ทีม/ผู้นำทีมเข้มแข็ง เก่ง
2. ลูกทีมมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี

และแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ มีลูกทีมที่ขยันหาสมาชิกใหม่

สมาชิกผู้ประกอบการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 รายการ คือ มีลูกทีมที่ขยันหาสมาชิกใหม่

และแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ ลูกทีมมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี

สมาชิกผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์การทำงานต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 รายการ คือ มีแม่ทีม/ผู้นำทีมเข้มแข็ง เก่ง

สมาชิกผู้ประกอบการที่มีตำแหน่งงานทางธุรกิจเครือข่ายต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 รายการ คือ มีแม่ทีม/ผู้นำทีมเข้มแข็ง เก่ง

สมาชิกผู้ประกอบการที่มีลักษณะการประกอบอาชีพธุรกิจเครือข่ายต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 รายการ คือ มีแม่ทีม/ผู้นำที่เข้มแข็ง เก่ง

3.3 ด้านผลิตภัณฑ์และราคา

สมาชิกผู้ประกอบการเพศชาย และเพศหญิง มีความคิดเห็นโดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 2 รายการ คือ

1. ราคาสามารถสู้คู่แข่งกันได้
2. จัดส่งสินค้าได้รวดเร็ว

สมาชิกผู้ประกอบการที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวม ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 รายการ คือ ราคาเหมาะสม

สมาชิกผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวม ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 จำนวน 2 รายการ คือ

1. ราคาเหมาะสม
2. จัดส่งสินค้าได้รวดเร็ว

และแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ ราคาสามารถสู้คู่แข่งกันได้

สมาชิกผู้ประกอบการที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 รายการ คือ ราคาสามารถสู้คู่แข่งกันได้

สมาชิกผู้ประกอบการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 4 รายการ

1. ผลิตรถยนต์ได้รับการรับรองตามมาตรฐาน
2. บรรจุภัณฑ์สวยงามน่าใช้
3. ราคาสามารถสู้คู่แข่งกันได้
4. จัดส่งสินค้าได้รวดเร็ว

และแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ ผลิตรถยนต์ที่มีคุณภาพ

สมาชิกผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์การทำงานต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 2 รายการ คือ

1. ผลิตรถยนต์ที่มีคุณภาพ
2. ราคาเหมาะสม

และแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ ราคาสามารถสู้คู่แข่งกันได้

สมาชิกผู้ประกอบการที่มีตำแหน่งงานทางธุรกิจเครือข่ายต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 2 รายการ คือ

1. ผลกระทบที่มีคุณภาพ
2. จัดส่งสินค้าได้รวดเร็ว

และแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 รายการ คือ

1. บรรจุกิจกรรมสวยงามน่าใช้
2. ราคาสามารถสู้คู่แข่งขั้นได้

สมาชิกผู้ประกอบการที่มีลักษณะการประกอบอาชีพธุรกิจเครือข่ายต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 3 รายการ คือ

1. ผลกระทบที่มีคุณภาพ
2. บรรจุกิจกรรมสวยงามน่าใช้
3. จัดส่งสินค้าได้รวดเร็ว

3.4 การส่งเสริมการขาย

สมาชิกผู้ประกอบการเพศชายและเพศหญิง มีความคิดเห็นโดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ เข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว

สมาชิกผู้ประกอบการที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 รายการ คือ

1. มีการลด แลก แจก แถม เพื่อเป็นแรงจูงใจแก่สมาชิก
2. IT ทันสมัย

สมาชิกผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ มีเอกสารเผยแพร่เกี่ยวกับสินค้าน่าใช้

สมาชิกผู้ประกอบการที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 รายการ คือ เข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว

และแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ มีการลด แลก แจก แถม เพื่อเป็นแรงจูงใจแก่สมาชิก

สมาชิกผู้ประกอบการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 รายการ คือ มีเอกสารเผยแพร่เกี่ยวกับสินค้ามาใช้

สมาชิกผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์การทำงานต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 รายการ คือ มีเอกสารเผยแพร่เกี่ยวกับสินค้ามาใช้

และแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ IT ทันสมัย

สมาชิกผู้ประกอบการที่มีตำแหน่งงานทางธุรกิจเครือข่ายต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ มีการลด แลก แจก แถม เพื่อเป็นแรงจูงใจแก่สมาชิก

สมาชิกผู้ประกอบการที่มีลักษณะการประกอบอาชีพธุรกิจเครือข่ายต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 2 รายการ คือ

1. มีเอกสารเผยแพร่เกี่ยวกับสินค้ามาใช้
2. มีการลด แลก แจก แถม เพื่อเป็นแรงจูงใจแก่สมาชิก

3.5 ช่องทางกระจายสินค้า

สมาชิกผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ ให้บริษัทเปิดสาขาทุกจังหวัด

สมาชิกผู้ประกอบการที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ ให้บริษัทเปิดสาขาทุกจังหวัด

สมาชิกผู้ประกอบการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 รายการ คือ ให้บริษัทเปิดสาขาทุกจังหวัด

และแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ ให้สมาชิกเปิดเซ็นเตอร์ทุกอำเภอ

สมาชิกผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์การทำงานต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 2 รายการ คือ

1. ให้บริษัทเปิดสาขาทุกจังหวัด
2. ให้สมาชิกเปิดโมบายทุกอำเภอ

สมาชิกผู้ประกอบการที่มีลักษณะการประกอบอาชีพธุรกิจเครือข่ายต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 รายการ คือ ให้บริษัทเปิดสาขาทุกจังหวัด

และแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ ให้สมาชิกเปิดโมบายทุกอำเภอ

อภิปรายผล

การวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจเครือข่ายผลิตภัณฑ์ความงามและสุขภาพ ได้ผลการวิจัยที่สมควรนำมาอภิปรายผล ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของสมาชิกผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม

สมาชิกผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 78.76 อายุ 40 ปีขึ้นไป ร้อยละ 61.06 รองลงมาอายุ 25 – 40 ปี ร้อยละ 23.89 การศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 49.56 รองลงมาปริญญาตรี ร้อยละ 42.48 สถานภาพสมรส ร้อยละ 59.29 รองลงมาโสด ร้อยละ 28.32 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท ร้อยละ 30.97 รองลงมาต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 26.55

2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจเครือข่ายผลิตภัณฑ์ความงามและสุขภาพ

ของสมาชิกผู้ประกอบการ

สมาชิกผู้ประกอบการ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจเครือข่ายผลิตภัณฑ์ความงามและสุขภาพ ในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.34$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า เฉพาะด้านทีมงาน สมาชิกผู้ประกอบการมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.50$) นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน เรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์และราคา ($\bar{X} = 3.46$) ด้านการบริหารจัดการของบริษัทที่เป็นเจ้าของธุรกิจเครือข่าย

($\bar{x} = 3.31$) ด้านการส่งเสริมการขาย ($\bar{x} = 3.28$) และด้านช่องทางการกระจายสินค้า ($\bar{x} = 3.23$) ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับผลการวิจัยของ วิชาสินี สงวนรัตน์ (2546) ศึกษา เรื่อง การดำเนินธุรกิจขายตรงผลิตภัณฑ์อาหารเสริม “สาหร่ายสไปรูลิน่า” ของบริษัท โกลเด้น กรีน เนเจอร์ จำกัด พบว่า วิธีการดำเนินธุรกิจขายตรงเมื่อเข้ามาในธุรกิจแล้ว จะไปชักชวนบุคคลที่ใกล้ชิดตัวเข้ามาดำเนินธุรกิจด้วยคุณสมบัติที่เป็นปัจจัยที่สำคัญ คือ การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เทคนิคการบริหารงานขายตรง จะต้องมีส่วนที่เพียงพอ วิถีหาสมาชิกเพื่อขยายสาขางาน ผู้ดำเนินธุรกิจจะไปหาบุคคลใกล้ชิดตัวก่อนการนำเสนอข้อมูลให้สมาชิกใหม่เรียงลำดับจาก เรื่องของตัวผลิตภัณฑ์ รายละเอียดของบริษัทและแผนการตลาด การสร้างสัมพันธ์กับลูกค้า จะสอบถามถึงผลการรับประทาน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร อาทิเช่น ผลการวิจัยของ รัชดา เบญจรัตนานนท์ (2541) ศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทขายตรงของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า พฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางประเภทขายตรงของผู้บริโภคที่มีรายได้สูง จะเลือกซื้อสินค้าโดยคำนึงถึงคุณภาพมากกว่าราคา สื่อโฆษณาทางโทรทัศน์มีอิทธิพลทำให้เกิดพฤติกรรมการซื้อในระดับสูง รองลงมา ได้แก่ สื่อแคตตาล็อกและสื่อบุคคล ได้แก่ ญาติหรือเพื่อนฝูงแนะนำ และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ สุกัญญา ปรมชีกุล (2544) ศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางระบบขายตรงของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 26 – 33 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนหรือรับจ้าง และมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะซื้อจากสาวจำหน่ายหรือตัวแทนขายของบริษัท ซื้อเมื่อต้องการทดแทนเครื่องสำอางเก่าที่หมดสภาพ โดยเพื่อนหรือเพื่อนร่วมงานมีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ สาเหตุที่ทำให้ผู้บริโภคซื้อเครื่องสำอางระบบขายตรงเนื่องจากผู้บริโภคต้องการใช้เครื่องสำอางเพื่อเสริมบุคลิกภาพ ทำให้มีความมั่นใจมากขึ้น โดยได้รับข่าวสารต่าง ๆ เกี่ยวกับเครื่องสำอางระบบขายตรงจากสาวจำหน่ายหรือตัวแทนขายตรงของบริษัท และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ อรอนงค์ โชคสวัสดิ์ (2546) ศึกษา เรื่อง ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อของลูกค้าบริษัท นูสกิน เพอร์ซันแนล แคร์ (ประเทศไทย) พบว่า ข้อมูลสถานภาพของกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง การศึกษาระดับปริญญาตรี ปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้ตัดสินใจซื้อสินค้าของบริษัท เนื่องจากบริษัทมีสาขากระจายอยู่มาก มีเครื่องสำอางให้เลือกหลากหลาย มีราคาที่แน่นอน และมีการรับหรือเปลี่ยนสินค้าคืนได้ และผลการวิจัยของชนกนาถ ชูพยัคฆ์ (2542) ศึกษา เรื่อง ความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภคมากกว่าครึ่งเป็นเพศหญิง สมรสแล้ว มีอายุเฉลี่ย 39.2 ปี ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว ผู้บริโภคมากกว่าครึ่งมีประสบการณ์ในการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

ที่นิยมบริโภค คือ น้ำมันตับปลา เหตุผลที่บริโภคเพื่อบำรุงร่างกาย สิ่งที่พิจารณามากที่สุดใน การเลือกซื้อ คือ ราคาและราคา ซึ่งจากผู้แทนจำหน่ายในระบบขายตรง แหล่งข้อมูลเรื่องผลิตภัณฑ์ เสริมอาหารที่สำคัญ คือ เพื่อนและสื่อสิ่งพิมพ์ และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ นิรมล เจริญประเสริฐ (2544) ศึกษา เรื่อง กระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า พฤติกรรมผู้บริโภคส่วนใหญ่ มีเกณฑ์การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารด้วยการ คล้อยตามผู้อื่นแนะนำ ผู้บริโภคต้องการมีสุขภาพแข็งแรง กระบวนการตัดสินใจซื้อผู้บริโภคให้ ความสำคัญในแต่ละขั้นตอนใกล้เคียงกัน ข้อค้นพบดังกล่าว เป็นไปตามคุณลักษณะของบุคคลที่ เปลี่ยนแปลงไปตามความก้าวหน้าของเทคโนโลยี และการบริหารจัดการด้านการตลาด นั่นคือ ผู้ที่ประกอบอาชีพที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อย จำเป็นต้องหาทางหารายได้พิเศษเสริม ถ้าหน่วยงาน มีงานทำนอกเวลาก็จะมีรายได้เพิ่มขึ้นจากรายได้ประจำ แต่หลายหน่วยงานไม่มีการทำงานล่วงเวลา อย่างสม่ำเสมอ บุคคลส่วนใหญ่ที่อายุยังไม่มากนัก จึงหาทางที่จะทำงานเสริมเพื่อเพิ่มรายได้ ปัจจุบันสินค้าหลายประเภทไม่ว่าจะเป็นเครื่องอุปโภคหรือบริโภค อาทิเช่น เครื่องสำอาง อาหารเสริม การประกันชีวิต เครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องครัว อุปกรณ์ตกแต่งบ้าน หนังสือ ฯลฯ จะมีพนักงานมาติดต่อตามบ้านพักอาศัย และสถานที่ทำงาน เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภค และกระตุ้นความสนใจให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ดังกล่าว โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อต่าง ๆ ทั้งการโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วารสาร ป้ายโฆษณา แผ่นพับ โบปปลิว ฯลฯ และการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การลด แลก แจก แถม ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้บริโภค ให้ความสนใจ และให้ความสำคัญเป็นอันดับต้น ๆ ก่อนที่จะมีการตัดสินใจซื้อ ปัจจุบันธุรกิจ เครื่องสำอางผลิตภัณฑ์ความงามและสุขภาพ จะมีการโฆษณาทางสื่อโทรทัศน์อย่างมาก โดยใช้ดารา ประเภทนางเอก พระเอก นักร้อง ผู้ที่มีชื่อเสียงในสังคม ไฮโซ เป็นผู้นำเสนอผลิตภัณฑ์ความงาม และสุขภาพ พร้อมทั้งทำเป็นแผ่นพับโฆษณา เนื่องจากปัจจุบันบุคคลต้องดำรงชีวิตอย่างเร่งรีบ ผู้หญิงต้องออกไปประกอบอาชีพเพื่อช่วยหาเงินมาใช้ในครอบครัว โดยเฉพาะถ้ามีบุตร-ธิดา ค่าใช้จ่ายในการเลี้ยงดู ค่าเล่าเรียน อุปกรณ์ประกอบการเรียน ค่าเรียนพิเศษ ค่าใช้จ่ายในกิจกรรม เข้าค่าย ๆ เช่น ค่ายลูกเสือ ค่ายเนตรนารี ชมรมอนุรักษ์สัตว์ป่า ฯลฯ และอื่น ๆ มากมาย จำเป็นต้อง หาทางหารายได้เสริม โดยสมัครเป็นสมาชิกผู้ประกอบการ หรืออาจเป็นผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ความงาม และสุขภาพในฐานะผู้บริโภค เนื่องจากต้องดูแลสุขภาพ รวมทั้งการใช้เครื่องสำอางเพื่อให้ ภาพลักษณ์ดูดีในสายตาของเพื่อนร่วมงานในสถาบัน ในองค์กร บุคคลในครอบครัวและบุคคล ทั่วไป

ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัย เรื่องปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจเครือข่ายผลิตภัณฑ์ ความงามและสุขภาพ ทำให้ได้ข้อเสนอแนะจากการศึกษา ดังนี้

1. การจัดการธุรกิจเครือข่ายต้องให้ความสำคัญในเรื่องของการสร้างชื่อเสียงของบริษัท และมีความซื่อสัตย์ การแบ่งปันผลตอบแทนอย่างยุติธรรม ไม่ดำเนินธุรกิจในลักษณะแชร์ลูกโซ่ เพราะจะทำให้ผู้ที่เข้าร่วมในธุรกิจขาดความน่าเชื่อถือได้

2. ผลิตภัณฑ์ที่จะเข้าสู่ระบบธุรกิจเครือข่ายจะต้องได้รับการรับรองมาตรฐาน มีคุณภาพดีเป็นที่ยอมรับ บรรลุเกณฑ์สวยงามดึงดูดความสนใจของผู้ซื้อ การจัดส่งสินค้ารวดเร็ว จึงจะทำให้การดำเนินธุรกิจเครือข่ายประสบความสำเร็จได้ในระยะยาว หากสินค้าไม่มีคุณภาพก็จะดำเนินธุรกิจได้ในเวลาสั้น ๆ

3. การดำเนินธุรกิจขายตรงควรจัดให้มีกิจกรรมการส่งเสริมการขายให้กับลูกค้าอย่างจริงจัง และเป็นระยะ ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อกระตุ้นยอดขาย และให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว

4. ควรมีการพัฒนาแม่ทีมและลูกทีมอย่างต่อเนื่อง ทั้งในรูปแบบของการศึกษาดูงาน และการฝึกอบรม

5. ควรมีระบบการให้รางวัลกับทีมงานที่มีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างขวัญและกำลังใจให้กับทีมงานขาย