

# การขายตรงของธุรกิจไฟฟ้ารีนตามความคิดเห็นของนักธุรกิจไฟฟ้ารีน



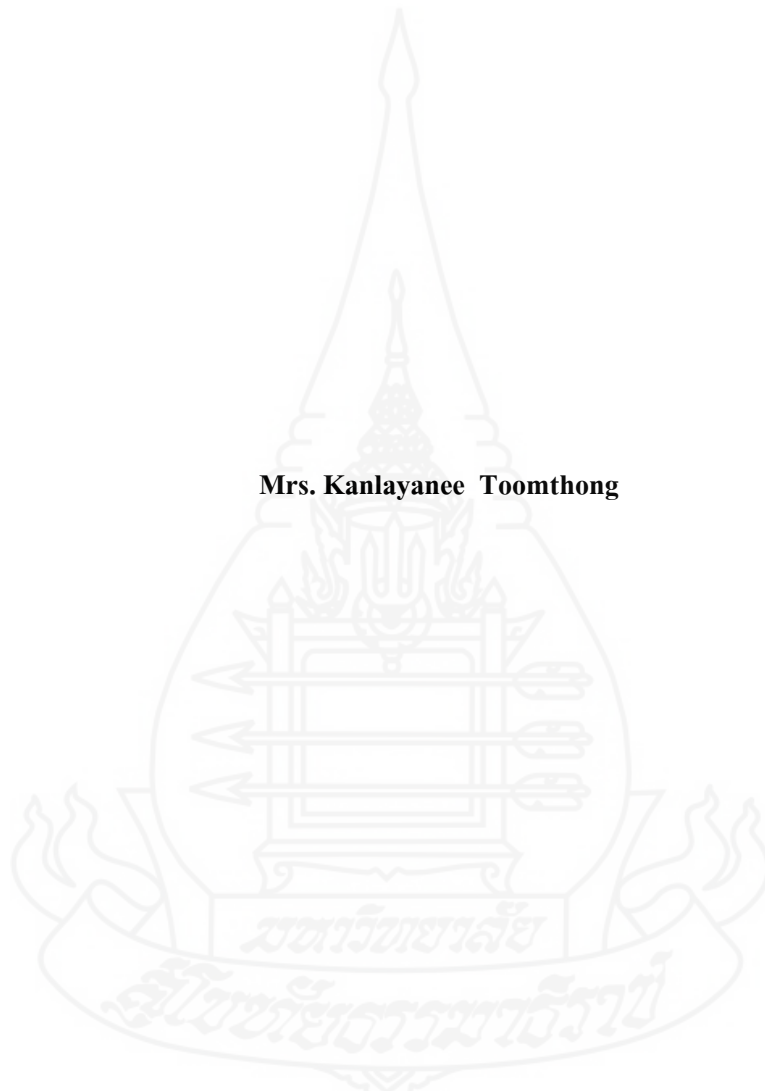
นางกัลยาณี ตุ่มทอง

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
แขนงวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

พ.ศ. 2554

**Giffarine Direct Sale Business by Opinions of Giffarine Business Member**

**Mrs. Kanlayanee Toomthong**



An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for  
the Degree of Master of Business Administration

School of Management Science

Sukhothai Thammathirat Open University

2011

หัวข้อการศึกษาค้นคว้าอิสระ การขายตรงของธุรกิจกีฬารีนตามความคิดเห็นของนักธุรกิจ  
กีฬารีน  
ชื่อและนามสกุล นางกัลยาณี คุ่มทอง  
แขนงวิชา บริหารธุรกิจ  
สาขาวิชา วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช  
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ยุทธนา ธรรมเจริญ

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้ ได้รับความเห็นชอบให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรระดับปริญญาโท เมื่อวันที่ 31 กรกฎาคม 2555

คณะกรรมการสอบการศึกษาค้นคว้าอิสระ



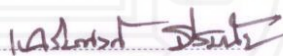
ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ยุทธนา ธรรมเจริญ)



กรรมการ

(อาจารย์ ดร. สมนึก จันทรประทีน)



(รองศาสตราจารย์ ดร. เฉลิมพงษ์ มีสมนัย)

ประธานกรรมการประจำสาขาวิชาวิทยาการจัดการ

สุโขทัยธรรมาธิราช

**ชื่อการศึกษาค้นคว้าอิสระ** การขายตรงของธุรกิจกอล์ฟารีนตามความคิดเห็นของนักธุรกิจกอล์ฟารีน  
**ผู้ศึกษา** นางกัลยาณี ตุ่มทอง **รหัสนักศึกษา** 2513000907 **ปริญญา** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
**อาจารย์ที่ปรึกษา** รองศาสตราจารย์ยุทธนา ธรรมเจริญ **ปีการศึกษา** 2554

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) มุมเหตุจูงใจในการเข้ามาเป็นนักธุรกิจกอล์ฟารีน (2) ภารกิจแห่งความสำเร็จของนักธุรกิจกอล์ฟารีน และ (3) ความคิดเห็นของนักธุรกิจกอล์ฟารีนต่อธุรกิจกอล์ฟารีนในแง่มุมต่างๆ

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ประชากรคือ สมาชิกนักธุรกิจ ผู้บริโภครองของธุรกิจขายตรงกอล์ฟารีนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ปริมาณ และนครปฐม จำนวน 5.8 ล้านรหัส เลือกกลุ่มตัวอย่างโดยการสุ่มแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็นแบบตามสะดวก ได้จำนวน 400 คน ตามสูตรของยามานะ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่าไค-สแควร์

ผลการศึกษาพบว่า (1) มุมเหตุจูงใจในการเข้ามาเป็นนักธุรกิจกอล์ฟารีนคือ การที่มีญาติหรือเพื่อนหรือคนรู้จักเข้ามาชักชวนทำธุรกิจมากกว่าด้านอื่นๆ (2) ภารกิจแห่งความสำเร็จของนักธุรกิจกอล์ฟารีนคือ การที่ผลิตภัณฑ์ของบริษัทมีคุณภาพ ช่วงอายุระหว่าง 40-59 ปี และการตั้งใจทำธุรกิจนี้อย่างจริงจังเป็นอาชีพหลักจะช่วยในเป็นแรงผลักดันไปสู่ความสำเร็จได้มากที่สุด และพบว่าการศึกษาไม่มีผลต่อรายได้ ( $p\text{-value} = 0.045 > 0.01$ ) และระดับตำแหน่ง ( $p\text{-value} = 0.056 > 0.01$ ) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 และ (3) ความคิดเห็นต่อธุรกิจกอล์ฟารีนในแง่มุมต่างๆ โดยรวมแล้วสมาชิกนักธุรกิจกอล์ฟารีนพึงพอใจต่อบริษัทในด้านการรับสมัครสมาชิก แผนธุรกิจ ราคา การตอบแทนสังคม และ โปรโมชั่น ตามลำดับ และไม่พึงพอใจในด้านประเภทของสินค้า จำนวนศูนย์บริการ และความเร็วในการจัดส่ง โดยคิดที่ระดับนัยสำคัญร้อยละ 90 และนักธุรกิจกอล์ฟารีนมีความภาคภูมิใจในการทำธุรกิจกอล์ฟารีนเฉลี่ยร้อยละ 8.6725 คะแนน (SD = 1.776) เต็ม 10 คะแนน ด้านผลิตภัณฑ์มีคุณภาพโดยรวมดีเพียงใด เฉลี่ยร้อยละ 8.885 คะแนน (SD = 1.422) เต็ม 10 คะแนน

**คำสำคัญ** ความคิดเห็น การขายตรง ธุรกิจกอล์ฟารีน

**Independent Study title:** Giffarine Direct Sale Business by Opinion of Giffarine Business Member.

**Author:** Mrs. Kanlayanee Toomthong; **ID:** 2513000907; **Degree:** Master of Business Administration;

**Independent Study advisor:** Yutthana Thamcharoen, Associate Professor; **Academic year:** 2011

### Abstract

The purposes of this study were to study (1) members' motives in entering into Giffarine business; (2) key success factors of Giffarine business members; and (3) opinions of Giffarine business members.

The population was all of the business members in Thailand which is around 5.8 million of ID. The sample was selected by using a convenience sampling and a non-probability sampling method. The sample size was 400 members of Giffarine business who lived in Bangkok Metropolitan Region (Bangkok and suburban area). The instruments used were self-administered questionnaires. Data were analyzed using descriptive statistic such as percentage, frequency, mean and standard deviation and using inferential statistics such as chi-square test.

The results of this study were (1) members' motive in entering into Giffarine business was a suggestion and invitation from relatives or friends or acquaintances which is observed to be more influent than that from others; (2) key success factors of Giffarine business member were the quality of products, interval age length of 40-59 year old and the effort made in doing this business as a main job and in this research indicated that degree of education wasn't correlated to income ( $p\text{-value} = 0.045 > 0.01$ ) and level in Giffarine business ( $p\text{-value} = 0.056 > 0.01$ ) which were measured by level of significant = 0.01; and (3) opinions of Giffarine business members, in overall, Giffarine business members were satisfied in the company about its recruitment process, business plan, product price, corporate social responsibility, and promotion. Giffarine business members weren't satisfied in the company about its categories of products which are not sufficient, the number of distributed service center, and its speed of delivery services which were measured by a significant of 90 percent. The pride of Giffarine business members in this business measured by a point given by members was 8.6725 points (SD = 1.776) from the maximum of 10 points. The quality of products in the opinions of Giffarine business members measured by a point given was 8.885 points (SD = 1.422) from the maximum of 10 points.

**Keywords:** Opinion, Direct sale, Giffarine business

## กิตติกรรมประกาศ

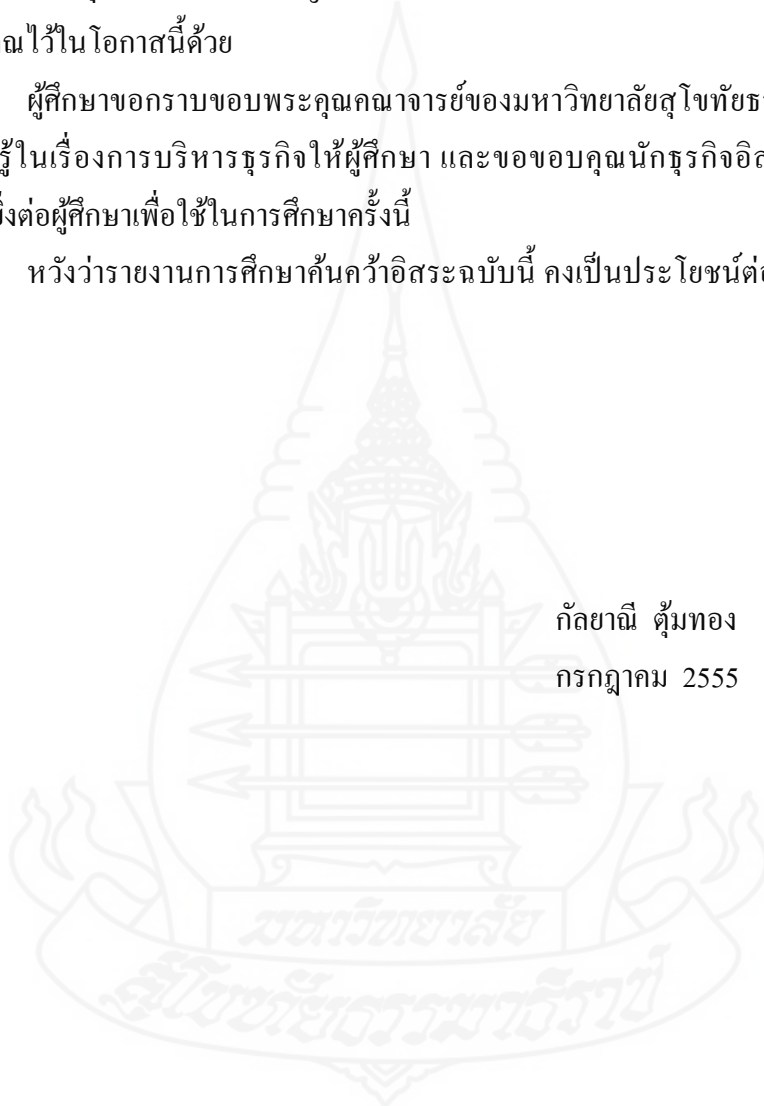
การศึกษาค้นคว้าอิสระในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีก็ด้วยความกรุณาจากท่านรองศาสตราจารย์ยุทธนา ธรรมเจริญ อาจารย์ที่ปรึกษาที่ให้คำแนะนำอย่างดียิ่ง ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณไว้ในโอกาสนี้ด้วย

ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราชที่ได้มอบวิชาความรู้ในเรื่องการบริหารธุรกิจให้ผู้ศึกษา และขอขอบคุณนักธุรกิจอิสระที่ได้มอบข้อมูลอันสำคัญยิ่งต่อผู้ศึกษาเพื่อใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้

หวังว่ารายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้ คงเป็นประโยชน์ต่อผู้สนใจบ้างไม่มากนัก

กัลยาณี ตุ่มทอง

กรกฎาคม 2555

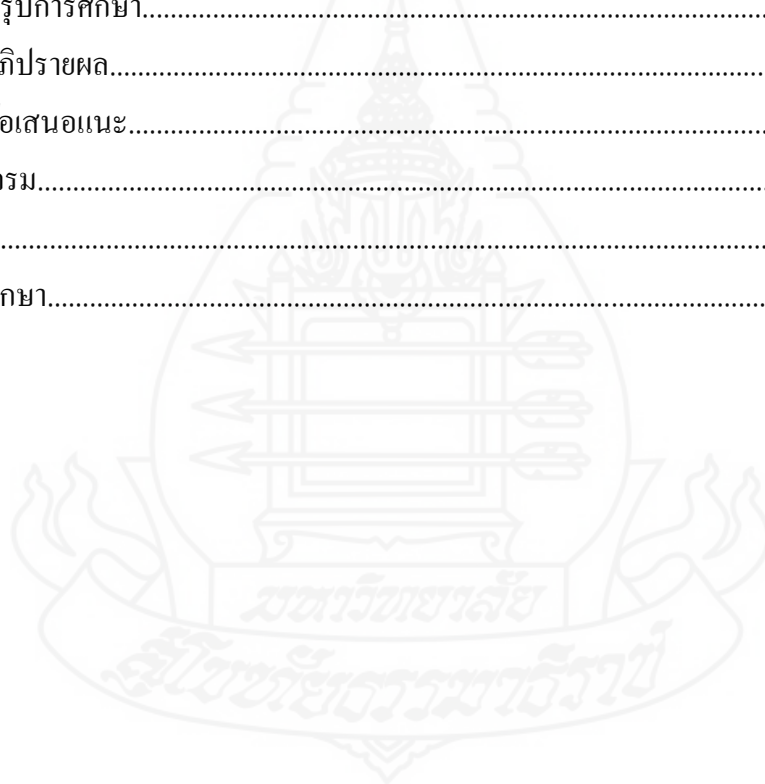


## สารบัญ

|  | หน้า |
|--|------|
| บทคัดย่อภาษาไทย.....                       | ง    |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....                    | จ    |
| กิตติกรรมประกาศ.....                       | ฉ    |
| สารบัญตาราง.....                           | ฅ    |
| สารบัญภาพ.....                             | ฎ    |
| บทที่ 1 บทนำ.....                          | 1    |
| ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....        | 1    |
| วัตถุประสงค์การศึกษา.....                  | 2    |
| กรอบแนวคิดทางทฤษฎี.....                    | 2    |
| ประเด็นปัญหาวิจัย.....                     | 2    |
| ขอบเขตการศึกษา.....                        | 2    |
| นิยามศัพท์เฉพาะ.....                       | 3    |
| ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....             | 5    |
| บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....         | 6    |
| ความเป็นมาของธุรกิจขายตรง.....             | 6    |
| บริษัทกิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด..... | 11   |
| ปัจจัยแห่งความสำเร็จในธุรกิจเครือข่าย..... | 49   |
| ขั้นตอนสู่ความสำเร็จ.....                  | 52   |
| งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....                 | 54   |
| บทที่ 3 วิธีดำเนินการศึกษา.....            | 59   |
| ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....               | 59   |
| เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา.....            | 60   |
| การเก็บรวบรวมข้อมูล.....                   | 61   |
| การวิเคราะห์ข้อมูล.....                    | 62   |

## สารบัญ (ต่อ)

|  | หน้า |
|--|------|
| บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....  | 63   |
| ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป.....  | 63   |
| ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความสัมพันธ์ในด้านต่างๆกับรายได้เฉลี่ยจากอาชีพ<br>นักธุรกิจกอล์ฟารีนและระดับตำแหน่งของอาชีพนักธุรกิจกอล์ฟารีน..... | 86   |
| ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยจากอาชีพนักธุรกิจ<br>กอล์ฟารีนและระดับตำแหน่งของอาชีพนักธุรกิจกอล์ฟารีน.....              | 103  |
| บทที่ 5 สรุปการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....  | 107  |
| สรุปการศึกษา.....  | 107  |
| อภิปรายผล.....   | 110  |
| ข้อเสนอแนะ.....  | 112  |
| บรรณานุกรม.....  | 113  |
| ภาคผนวก.....   | 115  |
| ประวัติผู้ศึกษา.....   | 122  |





สารบัญตาราง

|  | หน้า |
|--|------|
| ตารางที่ 4.1 เพศ.....  | 63   |
| ตารางที่ 4.2 อายุ.....   | 64   |
| ตารางที่ 4.3 สถานะภาพ.....   | 64   |
| ตารางที่ 4.4 การศึกษา.....   | 65   |
| ตารางที่ 4.5 อาชีพนักธุรกิจกอล์ฟฟารีน มีรายได้เฉลี่ยเดือนละ.....   | 66   |
| ตารางที่ 4.6 อาชีพหลัก/ เสริมอื่นๆ ของท่านคือ.....   | 66   |
| ตารางที่ 4.7 ท่านรู้จักธุรกิจขายตรงระบบเครือข่ายมาก่อนหรือไม่.....   | 67   |
| ตารางที่ 4.8 ท่านเข้ามาทำธุรกิจกอล์ฟฟารีนได้อย่างไร.....   | 68   |
| ตารางที่ 4.9 เพราะเหตุใดท่านจึงสมัครเข้ามาเป็นสมาชิกนักธุรกิจกอล์ฟฟารีน.....   | 69   |
| ตารางที่ 4.10 ปัจจุบันท่านอยู่ระดับตำแหน่งใด.....  | 70   |
| ตารางที่ 4.11 ท่านทำธุรกิจกอล์ฟฟารีนมากี่ปี.....   | 71   |
| ตารางที่ 4.12 ความถี่ในการซื้อสินค้า.....  | 71   |
| ตารางที่ 4.13 ท่านมียอดสั่งซื้อเฉลี่ยครั้งละเท่าใด.....  | 72   |
| ตารางที่ 4.14 อันดับของกลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์ที่สมาชิกนักธุรกิจกอล์ฟฟารีนเลือกซื้อ.....                                | 72   |
| ตารางที่ 4.15 สินค้า/ผลิตภัณฑ์ที่ท่านซื้อท่านนำไปใช้เองเป็นสัดส่วนเท่าใดกับที่นำไปส่งมอบให้สมาชิกหรือผู้อื่นต่อ..... | 73   |
| ตารางที่ 4.16 ท่านซื้อโดยวิธีใด.....   | 74   |
| ตารางที่ 4.17 ท่านมีความภาคภูมิใจในการทำธุรกิจกอล์ฟฟารีนเพียงใด.....   | 74   |
| ตารางที่ 4.18 - ท่านคิดว่าสินค้าผลิตภัณฑ์กอล์ฟฟารีนโดยรวมมีคุณภาพดีเพียงใด.....                                      | 75   |
| ตารางที่ 4.19 ท่านมีความเห็นเกี่ยวกับแผนธุรกิจของกอล์ฟฟารีนอย่างไร.....  | 76   |

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.20 ท่านคิดว่าประเภท/ชนิดของสินค้า/ผลิตภัณฑ์ของกีฬาฟันมีเพียงพอต่อความต้องการหรือไม่.....77

ตารางที่ 4.21 ท่านคิดว่าราคาของสินค้า/ผลิตภัณฑ์กีฬาฟันมีราคาที่เหมาะสมหรือไม่.....78

ตารางที่ 4.22 ท่านคิดว่าศูนย์ธุรกิจกีฬาฟันที่มีอยู่เพียงพอหรือไม่.....79

ตารางที่ 4.23 ท่านคิดว่าการจัดส่งรวดเร็วเพียงพอและ ค่าจัดส่งเหมาะสมหรือไม่.....80

ตารางที่ 4.24 ท่านคิดว่าบริษัทมีการจัดรายการ ลด แลก แจก แถม (Promotion) เหมาะสมหรือไม่.....81

ตารางที่ 4.25 ท่านคิดว่า การรับสมัครสมาชิกเหมาะสมหรือไม่.....82

ตารางที่ 4.26 ท่านคิดว่าบริษัทมีกิจกรรมตอบแทนทางสังคมเพียงพอหรือไม่.....83

ตารางที่ 4.27 จำนวนผู้เลือกตอบคำตอบเพียงพอ/เหมาะสมของคำถามที่ถามถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับธุรกิจของกีฬาฟัน.....84

ตารางที่ 4.28 ปัจจัยใดที่เป็นตัวผลักดันให้ท่านประสบความสำเร็จ.....85

ตารางที่ 4.29 ความสัมพันธ์ในด้านอายุของนักธุรกิจกีฬาฟันกับรายได้เฉลี่ยจากอาชีพนักธุรกิจกีฬาฟันและระดับตำแหน่งของอาชีพนักธุรกิจกีฬาฟัน.....87

ตารางที่ 4.30 ความสัมพันธ์ในด้านอาชีพหลักของนักธุรกิจกีฬาฟันกับรายได้เฉลี่ยจากอาชีพนักธุรกิจกีฬาฟันและระดับตำแหน่งของอาชีพนักธุรกิจกีฬาฟัน.....92

ตารางที่ 4.31 ความสัมพันธ์ในด้านการศึกษาของนักธุรกิจกีฬาฟันกับรายได้เฉลี่ยจากอาชีพนักธุรกิจกีฬาฟันและระดับตำแหน่งของอาชีพนักธุรกิจกีฬาฟัน.....98

ตารางที่ 4.32 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยจากอาชีพนักธุรกิจกีฬาฟันและระดับตำแหน่งของอาชีพนักธุรกิจกีฬาฟัน.....104

## สารบัญภาพ

|   | หน้า |
|---|------|
| ภาพที่ 2.1 ธุรกิจเครือข่าย (Network Marketing).....               | 9    |
| ภาพที่ 2.2 บริษัทกฟฟารีนเป็นบริษัทเครือข่ายชั้นนำในประเทศไทย..... | 12   |
| ภาพที่ 2.3 การคุ้มครองลิขสิทธิ์เครือข่ายของกฟฟารีน.....           | 13   |
| ภาพที่ 2.4 ประเทศต่างๆที่บริษัทกฟฟารีนเข้าทำการตลาด.....          | 14   |
| ภาพที่ 2.5 คณะผู้บริหารบริษัทกฟฟารีน.....                         | 15   |
| ภาพที่ 2.6 ผลิตภัณฑ์ของกฟฟารีน.....                               | 16   |
| ภาพที่ 2.7 ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและของใช้ส่วนตัว.....             | 16   |
| ภาพที่ 2.8 ผลิตภัณฑ์ของพันธมิตรทางธุรกิจ.....                     | 17   |
| ภาพที่ 2.9 ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ในครัวเรือน.....                    | 18   |
| ภาพที่ 2.10 ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร.....                              | 18   |
| ภาพที่ 2.11 ผลิตภัณฑ์อาหาร.....                                   | 19   |
| ภาพที่ 2.12 ผลิตภัณฑ์การเกษตร.....                                | 19   |
| ภาพที่ 2.13 การเริ่มต้นธุรกิจกฟฟารีน.....                         | 22   |
| ภาพที่ 2.14 แนวคิดของแผนธุรกิจของกฟฟารีน.....                     | 24   |
| ภาพที่ 2.15 อธิบายแผนการตลาดกฟฟารีน (1).....                      | 25   |
| ภาพที่ 2.16 อธิบายแผนการตลาดกฟฟารีน (2).....                      | 26   |
| ภาพที่ 2.17 อธิบายแผนการตลาดกฟฟารีน (3).....                      | 27   |
| ภาพที่ 2.18 อธิบายแผนการตลาดกฟฟารีน (4).....                      | 28   |
| ภาพที่ 2.19 อธิบายแผนการตลาดกฟฟารีน (5).....                      | 29   |
| ภาพที่ 2.20 อธิบายแผนการตลาดกฟฟารีน (6).....                      | 30   |
| ภาพที่ 2.21 อธิบายแผนการตลาดกฟฟารีน (7).....                      | 31   |
| ภาพที่ 2.22 อธิบายแผนการตลาดกฟฟารีน (8).....                      | 32   |
| ภาพที่ 2.23 อธิบายแผนการตลาดกฟฟารีน (9).....                      | 33   |

สารบัญภาพ (ต่อ)

|  | หน้า |
|--|------|
| ภาพที่ 2.24 อธิบายแผนการตลาดกอล์ฟารีน (10).....                      | 34   |
| ภาพที่ 2.25 อธิบายแผนการตลาดกอล์ฟารีน (11).....                      | 35   |
| ภาพที่ 2.26 อธิบายแผนการตลาดกอล์ฟารีน (12).....                      | 36   |
| ภาพที่ 2.27 อธิบายแผนการตลาดกอล์ฟารีน (13).....                      | 37   |
| ภาพที่ 2.28 อธิบายแผนการตลาดกอล์ฟารีน (14).....                      | 38   |
| ภาพที่ 2.29 อธิบายแผนการตลาดกอล์ฟารีน (15).....                      | 39   |
| ภาพที่ 2.30 อธิบายแผนการตลาดกอล์ฟารีน (16).....                      | 40   |
| ภาพที่ 2.31 อธิบายแผนการตลาดกอล์ฟารีน (17).....                      | 41   |
| ภาพที่ 2.32 อธิบายแผนการตลาดกอล์ฟารีน (18).....                      | 42   |
| ภาพที่ 2.33 อธิบายแผนการตลาดกอล์ฟารีน (19).....                      | 43   |
| ภาพที่ 2.34 สิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากกอล์ฟารีน.....                  | 45   |
| ภาพที่ 2.35 ศูนย์ธุรกิจของกอล์ฟารีน.....                             | 46   |
| ภาพที่ 2.36 บริษัทในเครือกอล์ฟารีน.....                              | 47   |
| ภาพที่ 4.1 เพศ.....  | 63   |
| ภาพที่ 4.2 อายุ.....   | 64   |
| ภาพที่ 4.3 สถานะภาพ.....   | 65   |
| ภาพที่ 4.4 การศึกษา.....   | 65   |
| ภาพที่ 4.5 อาชีพนักธุรกิจกอล์ฟารีน มีรายได้เฉลี่ยเดือนละ.....        | 66   |
| ภาพที่ 4.6 อาชีพหลัก/ เสริมอื่นๆ ของท่านคือ.....                     | 67   |
| ภาพที่ 4.7 ท่านรู้จักธุรกิจขายตรงระบบเครือข่ายมาก่อนหรือไม่.....     | 68   |
| ภาพที่ 4.8 ท่านเข้ามาทำธุรกิจกอล์ฟารีนได้อย่างไร.....                | 69   |
| ภาพที่ 4.9 ปัจจุบันท่านอยู่ระดับตำแหน่งใด.....                       | 70   |
| ภาพที่ 4.10 ท่านทำธุรกิจกอล์ฟารีนมากี่ปี.....                        | 71   |
| ภาพที่ 4.11 ท่านมีความเห็นเกี่ยวกับแผนธุรกิจของกอล์ฟารีนอย่างไร..... | 77   |

## สารบัญญภาพ (ต่อ)

หน้า

|   |     |
|---|-----|
| ภาพที่ 4.12 ท่านคิดว่าประเภท/ชนิดของสินค้า/ผลิตภัณฑ์ของกิฟฟารีนมีเพียงพอต่อความต้องการหรือไม่.....                | 78  |
| ภาพที่ 4.13 ท่านคิดว่าราคาของสินค้า/ผลิตภัณฑ์กิฟฟารีนมีราคาที่เหมาะสมหรือไม่.....                                 | 79  |
| ภาพที่ 4.14 ท่านคิดว่าศูนย์ธุรกิจกิฟฟารีนที่มีอยู่เพียงพอหรือไม่.....   | 80  |
| ภาพที่ 4.15 ท่านคิดว่าการจัดส่งรวดเร็วเพียงพอและ ค่าจัดส่งเหมาะสมหรือไม่.....                                     | 81  |
| ภาพที่ 4.16 ท่านคิดว่าบริษัทฯมีการจัดรายการ ลด แลก แจก แถม (Promotion) เหมาะสมหรือไม่.....                        | 82  |
| ภาพที่ 4.17 ท่านคิดว่าการรับสมัครสมาชิกเหมาะสมหรือไม่.....  | 83  |
| ภาพที่ 4.18 ท่านคิดว่าบริษัทฯมีกิจกรรมตอบแทนทางสังคมเพียงพอหรือไม่.....   | 84  |
| ภาพที่ 4.19 จำนวนผู้เลือกตอบคำตอบเพียงพอ/เหมาะสมของคำถามที่ถามถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับธุรกิจของกิฟฟารีน.....       | 85  |
| ภาพที่ 4.20 ความสัมพันธ์ในด้านอายุของนักธุรกิจกิฟฟารีนกับรายได้เฉลี่ยจากอาชีพนักธุรกิจกิฟฟารีน.....               | 90  |
| ภาพที่ 4.21 ความสัมพันธ์ในด้านอายุของนักธุรกิจกิฟฟารีนกับระดับตำแหน่งของอาชีพนักธุรกิจกิฟฟารีน.....               | 91  |
| ภาพที่ 4.22 ความสัมพันธ์ในด้านอาชีพหลักของนักธุรกิจกิฟฟารีนกับรายได้เฉลี่ยจากอาชีพนักธุรกิจกิฟฟารีน.....          | 95  |
| ภาพที่ 4.23 ความสัมพันธ์ในด้านอาชีพหลักของนักธุรกิจกิฟฟารีนกับระดับตำแหน่งของอาชีพนักธุรกิจกิฟฟารีน.....          | 97  |
| ภาพที่ 4.24 ความสัมพันธ์ในการศึกษาของนักธุรกิจกิฟฟารีนกับรายได้เฉลี่ยจากอาชีพนักธุรกิจกิฟฟารีน.....               | 101 |
| ภาพที่ 4.25 ความสัมพันธ์ในการศึกษาของนักธุรกิจกิฟฟารีนกับระดับตำแหน่งของอาชีพนักธุรกิจกิฟฟารีน.....               | 103 |
| ภาพที่ 4.26 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยจากอาชีพนักธุรกิจกิฟฟารีนและระดับตำแหน่งของอาชีพนักธุรกิจกิฟฟารีน..... | 106 |

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันธุรกิจขายตรงเป็นที่แพร่หลายในประเทศไทยและทั่วโลก ในชีวิตประจำวันประชาชนทุกคนสามารถสัมผัสใกล้ชิดกับธุรกิจขายตรงด้วยการมีส่วนร่วมในการเป็นสมาชิก เป็นผู้ซื้อ ผู้ขาย หรือเข้ามาทำเป็นธุรกิจ เครือข่ายในการสร้างรายได้ให้แก่ตนเองและครอบครัว ไม่ว่าจะเป็น part-time หรือ full-time ก็สามารถประสบความสำเร็จได้ทั้งสิ้น

ธุรกิจขายตรงแบบชั้นเดียว(Single-level marketing) หรือหลายชั้นก็เป็นรูปแบบหนึ่งที่ได้รับคามนิยมโดยเฉพาะธุรกิจขายตรงหลายชั้น (Multi-level marketing: MLM) หรือธุรกิจแบบเครือข่าย (Network marketing) ซึ่งเป็นรูปแบบการขายที่ผู้ขายจะได้รับค่าตอบแทน 2 ทาง คือ ค่าตอบแทนในการขายสินค้าและได้รับผลตอบแทนจากการขายสินค้าหรือบริการจากบุคคลที่ผู้ขายตรงรับสมัคร ธุรกิจกอล์ฟารีนเป็นธุรกิจขายตรงหลายชั้นอันดับต้นๆของประเทศไทย คนไทยมีความใกล้ชิดและแพร่หลายอย่างมาก

ในการดำเนินธุรกิจขายตรงในปัจจุบันนี้ มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงและรวดเร็ว แต่ละธุรกิจพยายามสรรหากลยุทธ์ทุกรูปแบบที่หลากหลายในทุกสภาพการค้า เพื่อช่วงชิงความได้เปรียบและผลกำไรสูงสุด โดยใช้ผลิตภัณฑ์ การตลาด การสื่อสาร ช่องทางการจัดจำหน่ายหรือเทคโนโลยีเพื่อการเข้าถึงผู้บริโภคมากที่สุด จึงจำเป็นที่จะต้องศึกษาเพื่อหาวิธีในการปรับปรุงพัฒนาความสามารถของการทำธุรกิจขายตรงโดยการนำความคิดเห็นในด้านต่างๆมาใช้ในการช่วยตัดสินใจ และยังจำเป็นที่จะต้องศึกษาถึงแนวทางในการพัฒนาตนเองเพื่อนำพาตนเองไปสู่ความสำเร็จ

### 2. วัตถุประสงค์การศึกษา

- 2.1 เพื่อศึกษามูลเหตุจูงใจในการเข้ามาเป็นนักธุรกิจกอล์ฟารีน
- 2.2 เพื่อศึกษาหาปัจจัยแห่งความสำเร็จของนักธุรกิจกอล์ฟารีน
- 2.3 เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักธุรกิจกอล์ฟารีนต่อธุรกิจกอล์ฟารีนในแง่มุมต่างๆ

### 3. กรอบแนวคิดทางทฤษฎี

องค์กรธุรกิจขายตรงที่จะประสบความสำเร็จได้นอกจากมีรูปแบบองค์กรที่ดี การบริหารจัดการที่ดี ผู้บริหารที่มีความสามารถ ผลลัพธ์ที่ดี ช่องทางการกระจายสินค้าที่ดี พนักงานที่มีความสามารถ ราคาที่เหมาะสม ที่สำคัญที่สุดคือสมาชิกธุรกิจ/ผู้บริโภคร ต้องมีความพึงพอใจต่อทุกสิ่งทุกอย่างที่กล่าวมาแล้ว ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากสมาชิกจะมีผลคืออย่างยิ่งต่อการพัฒนาธุรกิจและองค์กรต่อไปในอนาคต

### 4. ประเด็นปัญหาการศึกษา

- 4.1 ศึกษาประเด็นมูลเหตุจูงใจในการเข้ามาเป็นนักธุรกิจกอล์ฟารีน
- 4.2 ศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จของนักธุรกิจกอล์ฟารีน
- 4.3 ศึกษาความคิดเห็นต่อธุรกิจกอล์ฟารีนในแง่มุมต่างๆ

### 5. ขอบเขตการศึกษา

เป็นการศึกษาวิจัยโดยมีขอบเขตของเนื้อหาคือมุ่งเน้นศึกษาความคิดเห็นของนักธุรกิจ/ผู้บริโภคร กอล์ฟารีน ในแง่มุมต่างๆ เกี่ยวกับมูลเหตุจูงใจในการเข้ามาเป็นสมาชิกนักธุรกิจกอล์ฟารีน/ผู้บริโภคร ระดับตำแหน่ง ระยะเวลาการเป็นสมาชิก พฤติกรรมการซื้อสินค้า ระดับความภาคภูมิใจ ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ความคิดเห็นเกี่ยวกับราคา ความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานที่ ความคิดเห็นเกี่ยวกับโปรโมชั่น ความคิดเห็นเกี่ยวกับแผนธุรกิจ ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลตอบแทน ความคิดเห็นเกี่ยวกับ CSR ความคิดเห็นเกี่ยวกับ key of success ปัจจัยของการทำธุรกิจกอล์ฟารีน โดยมีขอบเขตการศึกษาดังนี้

- 5.1 ประชากรที่เป็นสมาชิกนักธุรกิจ/ผู้บริโภคร ของกอล์ฟารีนประมาณ 5.8 ล้านรหัส
- 5.2 กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นสมาชิกนักธุรกิจกอล์ฟารีนจำนวน 400 คน ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ปริมณฑล และนครปฐม
- 5.3 ระยะเวลาที่ทำการเก็บข้อมูล กุมภาพันธ์ – มีนาคม 2555

## 6. นวัตกรรมพิเศษ

6.1 ขายตรง หมายความว่า การทำตลาดสินค้าหรือบริการในลักษณะของการนำเสนอขายต่อผู้บริโภคโดยตรง ณ ที่อยู่อาศัยหรือสถานที่ทำงานของผู้บริโภคหรือของผู้อื่นหรือสถานที่อื่นที่มีใช้สถานที่ประกอบการค้าเป็นปกติธุระโดยผ่านตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระชั้นเดียวหรือหลายชั้น แต่ไม่รวมถึงนิติกรรมตามที่กฎหมายกำหนดในกฎกระทรวง

6.2 ตลาดแบบตรง หมายความว่า การทำตลาดสินค้าหรือบริการในลักษณะของการสื่อสารข้อมูลเพื่อเสนอขายสินค้าหรือบริการ โดยตรงต่อผู้บริโภคซึ่งอยู่ห่างโดยระยะทาง และมุ่งหวังให้ผู้บริโภคแต่ละรายตอบกลับเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการจากผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง

6.3 ระบบการตลาดแบบหลายชั้น (MLM: Multi-Level Marketing) หรือระบบการตลาดเครือข่าย หมายถึง การขายตรงรูปแบบหนึ่งซึ่งผู้ขายตรงจะต้องได้รับค่าตอบแทนพื้นฐานจาก 2 ทางคือ (1) จากค่าตอบแทนในการขายสินค้าหรือบริการ และ (2) ได้รับผลตอบแทนจากกลุ่มเครือข่ายของตน

6.4 กลยุทธ์การตลาด หมายถึง ขั้นตอนในการกำหนดจุดมุ่งหมายทางการตลาด การเลือกตลาดเป้าหมายและการออกแบบส่วนประสมทางการตลาดเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของตลาดและบรรลุจุดมุ่งหมายขององค์กร หรือหมายถึงหลักเกณฑ์ซึ่งในการบริหารตลาดกำหนดว่าจะใช้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาด จากความหมายของกลยุทธ์การตลาดมีประเด็นสำคัญคือ (1) การกำหนดตลาดเป้าหมาย (2) การกำหนดวัตถุประสงค์ทางการตลาด (3) การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด (4) การกำหนดโปรแกรมทางการตลาด

6.5 กิฟฟารีน หมายถึง บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด

6.6 แผนธุรกิจกิฟฟารีน หมายถึง แผนและแนวทางการทำงานรวมถึงข้อกำหนดต่างๆ เพื่อรับรายได้จากกิฟฟารีน

6.7 สมาชิก หมายถึง ผู้ที่มีคุณสมบัติครบถ้วนตามกฎระเบียบ และสมัครเป็นสมาชิก

6.8 ผลิตภัณฑ์กิฟฟารีน หมายถึง ผลิตภัณฑ์ ส่งเสริมธุรกิจ หรือบริการต่างๆ ที่ผลิต จัดทำหรือมอบให้โดยกิฟฟารีนแก่สมาชิก และเป็นสิ่งที่กิฟฟารีนจัดทำขึ้นเพื่อจำหน่าย หรือใช้ตามระเบียบปฏิบัติ



**6.9 อุปกรณ์ส่งเสริมธุรกิจ** หมายถึง วัสดุ อุปกรณ์ เอกสาร วิซีดี หรือสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ซึ่งจัดทำโดยกีฬารีน เพื่ออำนวยความสะดวกแก่สมาชิกในการนำไปใช้ในการขยายงาน

**6.10 เครือข่าย หรือ องค์กรสมาชิก** หมายถึง สมาชิกทั้งหมดของกีฬารีน

**6.11 สายงาน** หมายถึง การสมัครสมาชิกที่มีจุดเริ่มต้นจากผู้แนะนำคนเดียวกันและมีการขยายเครือข่ายสมาชิกต่อเนื่องกันไปเรื่อยๆ แม้ไม่ได้ถูกชักชวนจากผู้แนะนำคนแรกก็ให้ถือว่าอยู่ในสายงานเดียวกัน

**6.12 องค์กร** หมายถึง บริษัท กีฬารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด และเครือข่ายสายงานของสมาชิกแต่ละเครือข่าย

**6.13 PV (Point Value)** หมายถึง คะแนนจากการซื้อผลิตภัณฑ์กีฬารีนของสมาชิกตามที่กีฬารีนกำหนดซึ่งขึ้นอยู่กับชนิดของผลิตภัณฑ์กีฬารีน และ PV มีผลต่อการคำนวณเงินปันผลและการขึ้นตำแหน่ง

**6.14 ระดับตำแหน่งของสมาชิกนักธุรกิจกีฬารีน** หมายถึง สถานะภาพการเป็นสมาชิกนักธุรกิจกีฬารีนมี 11 ระดับ ดังนี้ บรอนซ์สตาร์, ซิลเวอร์สตาร์, โกลด์สตาร์, แมร์คิวรี, จูปีเตอร์, วินัส, แซทเทิร์น, พาราไดซ์, เอ็กซ์คลูซีฟ พาราไดซ์, แกรนด์ พาราไดซ์, ไดมอนด์ แกรนด์ พาราไดซ์ ตามลำดับ โดยตลอดของงานวิจัยนี้เราจะแบ่งระดับตำแหน่งออกเป็น 4 กลุ่มคือ (1) เริ่มสมัครยังไม่มีตำแหน่ง (2) ผู้บริหารระดับต้น (บรอนซ์สตาร์ - ซิลเวอร์สตาร์) (3) ผู้บริหารระดับกลาง (โกลด์สตาร์ - แซทเทิร์น) (4) ผู้บริหารระดับสูง (พาราไดซ์ - ไดมอนด์ แกรนด์ พาราไดซ์) และจะเกิดการเปลี่ยนแปลงระดับตำแหน่งสมาชิกนักธุรกิจกีฬารีนได้ต่อเมื่อมีผลงานด้านยอดขาย และการสร้างขยายทีมงาน ซึ่งเข้าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในคู่มือการดำเนินธุรกิจขายตรงกีฬารีน บริษัท กีฬารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด

**6.15 ลักษณะทางประชากรของสมาชิกนักธุรกิจกีฬารีน** หมายถึง ลักษณะส่วนบุคคล ของสมาชิกนักธุรกิจกีฬารีน เช่น เพศ, อายุ, สถานภาพ, การศึกษา, รายได้เฉลี่ยจากธุรกิจกีฬารีนและอาชีพหลัก/เสริม

**6.16 รหัส** หมายถึง รหัสสมาชิกของนักธุรกิจกีฬารีนที่ได้รับจากการสมัครเป็นสมาชิกนักธุรกิจกีฬารีนซึ่งรหัสนี้รหัสนั้นอาจสามารถหมายถึงบุคคลจำนวนมากกว่าหนึ่งคนได้ เช่น กลุ่มสมรสสามารถใช้รหัสร่วมกันได้ เป็นต้น

## 7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

7.1 นักธุรกิจกีฬาหรือผู้ที่ต้องการศึกษาที่ต้องการประสบความสำเร็จเห็นแนวทางในการขยายธุรกิจเครือข่ายให้เจริญก้าวหน้ายิ่งขึ้น

7.2 เป็นข้อมูลให้บริษัทนำไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาการบริหารจัดการในเรื่องต่างๆ ได้ตรงตามความคิดเห็นของสมาชิกให้ดียิ่งขึ้น



## บทที่ 2

### วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยในเรื่องการขายตรงของธุรกิจกิปฟารีนตามความคิดเห็นของนักธุรกิจกิปฟารีน มีแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องที่ใช้ประกอบการศึกษาดังนี้ (1) ความเป็นมาของธุรกิจขายตรง (2) บริษัท กิปฟารีน สกายไลน์ ยูนิค จำกัด (3) ปัจจัยแห่งความสำเร็จในธุรกิจเครือข่าย และ (4) ขั้นตอนสู่ความสำเร็จ และ (5) งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. ความเป็นมาของธุรกิจขายตรง

##### 1.1 ความเป็นมาของธุรกิจขายตรงในอเมริกา

การขายตรง (Direct sales) เป็นวิธีการที่มีมาตั้งแต่ยุคโบราณ โดยเริ่มจากพ่อค้าเร่ที่ใช้วิธีการเดินเข้าไปหาลูกค้าเพื่อการซื้อขายหรือแลกเปลี่ยนสินค้า ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสินค้าเบ็ดเตล็ดที่ใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น หวี เข็ม ด้าย

ต่อมาเมื่อการคมนาคมมีความสะดวกสบายมากขึ้น ยกตัวอย่าง เช่น บทบาทของพ่อค้าเร่ในสหรัฐอเมริกา (Yankee Peddlers) ก็เพิ่มความสำคัญมากขึ้นเช่นกัน พ่อค้าบางคนที่มีฐานะก็เริ่มเดินทางไปโดยใช้พาหนะ เกวียนหรือม้าในการเดินทางเพื่อไปขาย สินค้าและขยายไปสู่การเดินทางโดยทางเรือไปในหลาย ๆ ประเทศ การขายตรงโดยพ่อค้าตรงถึงผู้บริโภคจึงกระจายไปยังทั่วทุกภูมิภาคของโลก เช่น แอฟริกา ฝรั่งเศส อังกฤษ เยอรมัน ฮังการี และจีน

ในปี พ.ศ. 2429 เดวิด แมคคอนเนล (David McConnell) เซลล์แมนผู้ขายสินค้าตามบ้านได้ค้นพบความจริงว่า ตัวอย่างน้ำหอมที่ให้ลูกค้าผู้หญิงทดลองใช้เป็นที่นิยมมากกว่าหนังสือที่เขาเสนอขาย จึงได้ก่อตั้งบริษัทแคลิฟอร์เนียเพอร์ฟิวม (California Perfumes) ขึ้นในรัฐนิวยอร์ก และในเวลาต่อมา บริษัทได้เปลี่ยนชื่อเป็นบริษัท เอวอน โปรดักส์ (Avon Products) ในปี พ.ศ. 2482 โดยเขาต้องการยกย่องสรรเสริญนักประพันธ์ วิลเลียมเชกสเปียร์ (William Shakespeare) ในบทประพันธ์ที่เขาชื่นชอบเรื่อง Stratford Upon Avon

มิสซิส พี.เอฟ.อี. แอลบี (Mrs.P.F.E.Albee) แห่งวินเชสเตอร์ รัฐนิวแฮมเชียร์ เป็นผู้บุกเบิกระบบการขายตรงของเอวอน ซึ่งมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน เธอได้เป็นสมาชิกคนแรกของบริษัท เมื่อแมคคอนเนล (McConnell) จ้างเธอให้ขายน้ำหอม ลิเติ้ลดีลคอตเพอร์ฟิวม

(Little Dot Perfume) แก่เพื่อนและเพื่อนบ้าน เธอได้รับสมัครผู้หญิงอีกมากมายให้มาทำหน้าที่แบบเดียวกันและได้ขยายอาณาเขตของธุรกิจออกไปครอบคลุมภาคตะวันออกเฉียงเหนือทั้งหมด นับว่าได้สร้างกลุ่มนักบริหารธุรกิจหญิงที่ประสบความสำเร็จให้เกิดขึ้น ดังนั้น จึงถือได้ว่า เธออน เป็นบริษัทขายตรงรายแรกในด้านผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์เพื่อความงาม และเป็นต้นแบบของการขายตรงแบบชั้นเดียว (Single - level Marketing หรือ SLM)

จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2489 ระบบการสาธิตที่เรียกว่า Home Party ได้เข้ามามีบทบาทในวงการขายตรงเมื่อ บริษัท ทัพเพอร์แวร์ (Tupperware) โดย Earl Tupper ซึ่งเป็นผู้ผลิตชิ้นส่วนพลาสติกส่งให้กับบริษัทผลิตเครื่องบินตั้งแต่สมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 ภายหลังจากที่สงครามสงบจึงได้ผลิตกล่องเก็บอาหารพลาสติกซึ่งเป็นการปฏิวัติการนำพลาสติกมาใช้เพื่อเก็บอาหารแบบสุญญากาศ แล้วนำออกวางจำหน่ายบนชั้นวางสินค้าในห้างสรรพสินค้า แต่ปรากฏว่าไม่ประสบความสำเร็จเพราะลูกค้าไม่มีความเข้าใจในวิธีการใช้ ทัพเพอร์แวร์จึงได้เปลี่ยนมาใช้กลยุทธ์ใหม่ในปี พ.ศ. 2491 โดยการใช้นักขายผู้หญิงและนัดหมายลูกค้าผู้หญิงกลุ่มเป้าหมายยังบ้านของบุคคลที่เรียกว่าเป็น “เจ้าภาพ” ของการนัดหมายนี้ เพื่อทำการสาธิตการใช้สินค้าและเป็นการสังสรรค์ในหมู่ผู้หญิงด้วยกัน ปรากฏว่าวิธีการดังกล่าวประสบความสำเร็จเป็นอย่างดีและการสาธิตก็เข้ามามีบทบาทมากขึ้น แต่ก็ยังใช้วิธีการจ่ายผลตอบแทนให้แก่ักขายแบบชั้นเดียว

ในปี พ.ศ. 2477 คาร์ล เอฟ เรห์นบอร์ก (Carl F. Rehnborg) ผู้ริเริ่มค้นคว้าพัฒนาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารนิวทริไลท์ (NUTRILITE) และได้เริ่มใช้ระบบการจ่ายผลตอบแทนแบบใหม่ให้แก่ักขายของนิวทริไลท์ โดยนักขายจะได้ผลตอบแทนจากยอดขายของตนและจากยอดขายของผู้ที่ตนแนะนำมาทำธุรกิจด้วย

ต่อมาในปี พ.ศ. 2492 เจย์ แวน แอนเดล (Jay Van Andel) และริชคอส โวส (Richard DeVos, Sr.) หนุ่มน้อยสองคนได้เข้ามาเป็นผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์เสริมอาหารนิวทริไลท์และประสบความสำเร็จในอาชีพอย่างมาก ดังนั้น ในปี พ.ศ. 2502 ทั้งสองคนจึงได้ตัดสินใจก่อตั้ง แอมเวย์คอร์ปอเรชั่น (Amway Corporation) ขึ้น และได้ผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่ขึ้นมาภายใต้ชื่อแอมเวย์ โดยเน้นที่ผลิตภัณฑ์ในครัวเรือนประเภทอุปโภคบริโภคและเป็นผลิตภัณฑ์ธรรมดาๆ ที่ใครๆ ก็สามารถขายได้ โดยยังคงทำตลาดแบบขายตรงอยู่ และแอมเวย์ก็ได้พัฒนาระบบการตลาดแบบหลายชั้น (Multi - level Marketing หรือ MLM ) อย่างเต็มรูปแบบขึ้น จนต่อมาทั้งสองได้ซื้อกิจการนิวทริไลท์เข้ามารวมเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มผลิตภัณฑ์ของแอมเวย์

การพัฒนาของระบบ MLM ได้ผ่านช่วงเวลามาหลายยุคหลายสมัยด้วยกัน  
 Wave 1 ช่วงปี พ.ศ. 2488 - พ.ศ. 2522 เข้าสู่ยุคสร้างฐาน  
 Wave 2 ช่วงปี พ.ศ. 2523 - พ.ศ. 2532 การเติบโตอย่างก้าวกระโดด  
 Wave 3 ช่วงปี พ.ศ. 2533 - พ.ศ. 2542 เริ่มการกระจายตลาดสู่มวลชน  
 Wave 4 ช่วงปี พ.ศ. 2543 เป็นต้นมา ก้าวสู่โลกาภิวัตน์ โลกทั้งโลกเชื่อมโยงไว้ด้วยกัน  
 ในระยะเวลา 60 ปีของการเติบโตของระบบ MLM นั้น ในช่วง 25 ปี แรกเป็นช่วงที่ไม่มีกฎหมายควบคุมและเป็นช่วงที่มีทั้งคนที่ตั้งใจทำธุรกิจ ด้วยเจตนาที่ดีและไม่ดีเข้ามาสู่ธุรกิจขายตรง จนกระทั่งปี พ.ศ. 2533 จึงเริ่มกระจายธุรกิจสู่มวลชน (Mass Marketing)

การใช้อินเทอร์เน็ตเริ่มเข้ามามีบทบาทในทุกวงการมากขึ้นรวมทั้งวงการขายตรง ทำให้ธุรกิจขายตรงสามารถเติบโตอย่างไม่หยุดยั้ง บริษัทผู้ประกอบการ นักขายอิสระ และผู้บริโภคสามารถติดต่อสื่อสารและทำธุรกิจกันได้อย่างอิสระบนโลกอินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะนักขายตรงผู้มีส่วนสำคัญมากขึ้นทุกขณะในการปฏิวัติวิธีการช้อปปิ้งแบบส่งตรงถึงบ้านโดยไม่ต้องไปห้างสรรพสินค้า

## ธุรกิจเครือข่าย (Network Marketing)



คือ.....ธุรกิจที่เติบโตจากการใช้สินค้าในชีวิตประจำวัน

เปลี่ยน "รายจ่าย" เป็น "รายรับ"

เปลี่ยน "กิจวัตร" เป็น "กิจการ"



ซื้อสินค้ามีเงินปันผล/ประกันชีวิต

ภาพที่ 2.1 ธุรกิจเครือข่าย (Network Marketing)

## 1.2 ความเป็นมาของธุรกิจขายตรงในประเทศไทย

ธุรกิจขายตรงในประเทศไทย เริ่มเข้ามามีบทบาทต่อวงการตลาดเมื่อราว 40 ปีที่แล้ว โดยบริษัท ท็อปเปอร์แวร์ (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์เก็บอาหารแบบสุญญากาศที่ทำจากพลาสติก ได้เป็นผู้ริเริ่มนำวิธีการที่เรียกว่า Home Party เข้ามาใช้เป็นครั้งแรกในการขาย ซึ่งเป็นรูปแบบการขายตรงที่เปิดโอกาสทั้งด้านการขาย ความสะดวกในการซื้อ และเป็น การสร้างสังคมเฉพาะสำหรับผู้หญิงไทย ในช่วงนั้นการสาธิตเข้ามามีบทบาทในวงการขายตรงไทย มากทีเดียว ในระยะเวลาต่อมา ธุรกิจขายตรงในประเทศไทยก็ขยายตัวแพร่หลายยิ่งขึ้น มีบริษัทจาก ต่างประเทศและในประเทศทยอยเปิดตัวและนำเสนอสินค้าใหม่ๆ ผู้ผู้บริโภค อาทิ เครื่องสำอาง หนังสือ เครื่องใช้ไฟฟ้า เป็นต้น

ต่อมาในปี พ.ศ. 2521 บริษัท เอวอน คอสเมติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด ได้ก่อตั้งขึ้น นับเป็นสาขาที่ 22 ของเอวอน โปรดักส์ อิงค์ และเป็นต้นแบบของการขายตรงแบบชั้นเดียว (Single - level Marketing หรือ SLM) อย่างเต็มรูปแบบในเมืองไทยที่ให้บริการลูกค้าด้านผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์เพื่อความงามด้วยระบบขายตรง โดยจัดทำผ่านผู้จำหน่ายอิสระซึ่งเป็นผู้แทน ของบริษัทในการออกไปเยี่ยมเยียนลูกค้าในเขตของตนเองเพื่อแนะนำและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ถึงบ้านโดยตรง

ระบบขายตรงแบบชั้นเดียวได้รับความนิยมเรื่อยมา และในระยะเวลาเกือบ 10 ปีต่อมาก็มีบริษัทขายตรงระบบการตลาดหลายชั้นเริ่มเข้ามาดำเนินธุรกิจในประเทศไทย จนกระทั่งในปี 2530 บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ได้เข้ามาในธุรกิจขายตรงในประเทศไทยทำการตลาด ด้วยระบบการตลาดแบบหลายชั้น (Multi - level Marketing หรือ MLM) อย่างเต็มรูปแบบ โดย จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค ซึ่งนอกจากมีรายได้ขายปลีกจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้า แล้ว ผู้จำหน่ายยังมีรายได้เพิ่มจากเงินอัตราส่วนจากยอดขายรวมของผู้จำหน่ายที่ตนให้การ สปอนเซอร์เข้ามาในองค์กรด้วย รายได้ประเภทนี้จะมากหรือน้อยแปรผันไปกับระดับขั้นของความ มานะพยายามทั้งใน การขายและการสปอนเซอร์ของผู้จำหน่ายนั้นๆ ผู้ที่มีความขยันและทำงานมี ผลงานมากจะได้รับผลตอบแทนในระดับที่สูงเป็นขั้นๆ ไป

ธุรกิจขายตรงในเมืองไทยเติบโตอย่างรวดเร็ว มูลค่าการซื้อขายเพิ่มมากขึ้นทุกๆ ปี มี บริษัทต่างๆ เกิดขึ้นอย่างมากมาย จึงได้เกิดการรวมตัวของผู้ประกอบการและก่อตั้งสมาคมการขาย ตรงไทย (Thai Direct Selling Association หรือ TDSA) ขึ้นเมื่อวันที่ 13 ตุลาคม 2526 และสมาคม ได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกของสมาพันธ์การขายตรงโลก (World Federation of Direct Selling Associations หรือ WFDSA) ที่มีประเทศต่าง ๆ เข้าร่วมเป็นสมาชิกมากกว่า 50 ประเทศทั่วโลก

สมาคมมีบทบาทสำคัญต่อวงการขายตรงไทยเรื่อมา ทั้งต่อภาครัฐ ผู้ประกอบการ ผู้จำหน่าย และผู้บริโภค โดยเฉพาะการมีส่วนร่วมให้ข้อมูลและสนับสนุนให้เกิดพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545

ธุรกิจขายตรงในเมืองไทยเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ มีผู้คนมากมายหลั่งไหลเข้ามาสู่ธุรกิจขายตรง เพราะธุรกิจขายตรงเป็นธุรกิจที่เปิดโอกาสให้กับคนทุกเพศ ทุกวัย ทุกระดับการศึกษา ทุกฐานะ ทุกสังคม ได้เข้ามาอย่างมีความหวัง ไม่ว่าจะเป็นการมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น การมีอิสระทางการเงิน และเวลา โอกาสท่องเที่ยวหาประสบการณ์ทั้งในและต่างประเทศทั่วโลก และได้รับการยกย่องเชิดชูเกียรติ และธุรกิจขายตรงยังเป็นโอกาสที่เปิดกว้างสำหรับทุกคนทั่วไปที่ต้องการเป็นเจ้าของธุรกิจของตนเองด้วยการลงทุนต่ำและมีความเสี่ยงน้อยมาก จึงนับว่าเป็นธุรกิจมวลชนที่ส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้คนมีสปีริตของนักค้า นักขายเติบโตขึ้นได้เท่าที่ปรารถนาและลงแรงทุ่มเทความพยายาม ผลตอบแทนก็จะเกิดขึ้นมากขึ้นน้อยตามความมานะพยายามและการทุ่มเทเวลาในการทำธุรกิจของแต่ละบุคคล

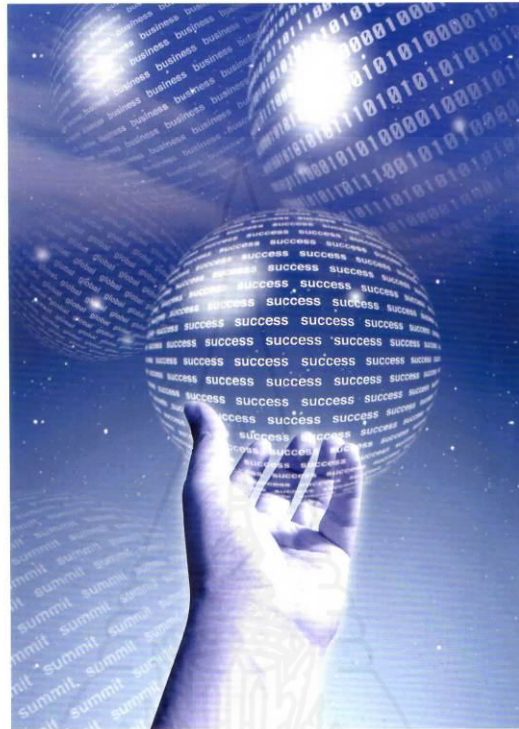
## 2. บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด

### 2.1 ความเป็นมาของบริษัท

เมื่อเดือนมีนาคม พ.ศ.2539 บริษัท กิฟฟารีนสกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด ได้ก่อตั้งขึ้นจากความมุ่งมั่นของคณะแพทย์และเภสัชกรที่ร่วมกันพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อคุณภาพชีวิตของคนไทย ผ่านการรับรองที่ถูกต้องตามหลักวิชาการ ด้วยปณิธานยึดมั่นในความจริงใจ และความรับผิดชอบ ต่อผู้บริโภคอันเต็มเปี่ยม ผ่านบทพิสูจน์แห่งความสำเร็จอย่างเป็นรูปธรรมดังนี้

กิฟฟารีนมียอดธุรกิจเติบโตอย่างต่อเนื่องจากปีแรก 360 ล้านบาท จนถึงปัจจุบันมีผลประกอบการรวมกัน 45,488,000,000 บาท นับเป็นบริษัทผู้ประกอบการธุรกิจเครือข่ายของคนไทยที่มียอดจำหน่ายสูงสุด และเป็นบริษัทคนไทยหนึ่งเดียวในโลก ที่ติดอันดับที่ 73 ใน Top 100 ของสมาพันธ์การขายตรงโลก (WFDSA)

## บริษัทเครือข่ายชั้นนำ ในประเทศไทย



- ติดอันดับที่ 73 ใน Top 100 ของบริษัทขายตรงทั่วโลกกว่า 7,000 บริษัท
- เป็นบริษัทคนไทยเพียงหนึ่งเดียวในโลกที่ติดอันดับนี้ (การจัดอันดับโดยนิตยสาร Direct Selling News ในสหรัฐอเมริกา ปี 2009)

ภาพที่ 2.2 บริษัทกิฟฟารีนเป็นบริษัทเครือข่ายชั้นนำในประเทศไทย

กิฟฟารีนมีสมาชิกนักธุรกิจและผู้บริโภครวมกันกว่า 5,800,100 รหัส โดยมีระบบการคุ้มครองสิทธิเครือข่าย ไม่ต้องต่ออายุสมาชิกภาพตลอดชีพ และไม่มีการตัดใครออกจากเครือข่ายที่ปฏิบัติตามกฎระเบียบจรรยาบรรณของบริษัท



## การคุ้มครองลิขสิทธิ์เครือข่าย 100% หนึ่งเดียวในโลก



- ไม่ต้องต่ออายุสมาชิกภาพตลอดชีพ
- ไม่มีการตัดใครออกจากเครือข่ายที่ปฏิบัติตามกฎจรรยาบรรณของบริษัท
- ไม่มีการปรับลดตำแหน่งในการทำธุรกิจ

หมายเหตุ: บริษัทฯ จะคุ้มครองลิขสิทธิ์เครือข่ายให้เฉพาะสมาชิกหรือนักธุรกิจกิฟฟารีน  
ที่ปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับของบริษัทอย่างถูกต้องเท่านั้น

### ภาพที่ 2.3 การคุ้มครองลิขสิทธิ์เครือข่ายของกิฟฟารีน

ปัจจุบันกิฟฟารีนมีพนักงานรวมกว่า 1,400 คน ทั้งในส่วนสำนักงาน โรงงาน และศูนย์  
ธุรกิจกว่า 112 แห่งทั่วประเทศ

กิฟฟารีนมีทรัพย์สินโดยรวมมูลค่ากว่า 7,000 ล้านบาท ในรูปเงินฝากธนาคาร อาคาร  
ที่ดิน ศูนย์ธุรกิจ และ โรงงานผลิตเป็นของตนเอง

กิฟฟารีนให้ผลตอบแทนคืนกลับสู่นักธุรกิจกิฟฟารีนสูงที่สุดในประเทศไทย จากยอด  
จำหน่ายรวมถึงปัจจุบันกว่า 48,488,000,000 บาท โดยมอบรายได้แก่นักธุรกิจกิฟฟารีนไปแล้วกว่า  
20,700,000,000 บาท

กิฟฟารีนได้รับการจดทะเบียนบริษัทขายตรงอย่างถูกต้องตามกฎหมายจากสำนักงาน  
คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.)

กิฟฟารีนได้รับการคัดเลือกให้เข้าร่วมเป็นสมาชิกของสมาคมการขายตรงไทย (TDSA)  
ซึ่งสังกัดสมาพันธ์การขายตรงโลก (WFDSA)

กิฟฟารีนขยายตลาดสู่ต่างประเทศอย่างเต็มรูปแบบ โดยให้ใบอนุญาตแก่ผู้สนใจลงทุนชาวต่างประเทศ (Giffarine Business Licence) เช่น สหภาพพม่า มาเลเซีย ราชอาณาจักรกัมพูชา และอื่นๆ ในอนาคต

กิฟฟารีนมีนโยบายเชิงรุกด้านการตลาดต่างประเทศ โดยส่งออกสินค้าไปยังกว่า 30 ประเทศทั่วโลก เช่น เกาหลี ออสเตรเลีย เยอรมนี สหรัฐอเมริกา อังกฤษ และญี่ปุ่น เป็นต้น

## ก้าวไกลสู่สากล



- มีการส่งออกผลิตภัณฑ์ไปยังอีกกว่า 30 ประเทศทั่วโลก แม้แต่ประเทศที่ส่งออกยาก เช่น ยุโรป ฯลฯ
- มีการขยายตลาดสู่ต่างประเทศอย่างเต็มรูปแบบ เช่น มาเลเซีย สหภาพพม่า ราชอาณาจักรกัมพูชา และอื่นๆ
- มีการร่วมแสดงสินค้ากับกรมส่งเสริมการส่งออกอย่างต่อเนื่อง

ภาพที่ 2.4 ประเทศต่างๆ ที่บริษัทกิฟฟารีนเข้าทำการตลาด

## 2.2 คณะผู้บริหาร

### คณะผู้บริหาร

#### BOARD OF DIRECTOR



พญ.นลินี ไพบูลย์  
ประธานกรรมการและกรรมการผู้จัดการ  
บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด  
ประธานกรรมการ  
บริษัท สกายไลน์ แลบบอราทอรี จำกัด  
บริษัท สกายไลน์ เฮลท์แคร์ จำกัด  
บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ แลบบอราทอรี แอนด์ เฮลท์แคร์ จำกัด



นท.นพ.จักรพงษ์ ไพบูลย์  
รองประธานกรรมการ  
บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด  
บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ แลบบอราทอรี แอนด์ เฮลท์แคร์ จำกัด



พญ.จิตกัญญา ไพบูลย์  
กรรมการผู้จัดการ  
บริษัท สกายไลน์ แลบบอราทอรี จำกัด  
บริษัท สกายไลน์ เฮลท์แคร์ จำกัด  
บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ แลบบอราทอรี แอนด์ เฮลท์แคร์ จำกัด



ดร.นาธิ สุกรปรีดา  
รองกรรมการผู้จัดการ  
บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด



ดร.วรรณภา จันนาร์คง  
รองกรรมการผู้จัดการ  
บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด



อ.สุรศักดิ์ ศิวะนาวันทร์  
ผู้จัดการทั่วไป  
บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด

ภาพที่ 2.5 คณะผู้บริหารบริษัทกิฟฟารีน

## 2.3 ผลผลิตภัณฑ์ของกิฟฟารีน

### ผลิตภัณฑ์คุณภาพ ที่คุ้มค่าคุ้มราคา



ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมายกว่า 2,000 รายการ  
ใน 5 กลุ่มผลิตภัณฑ์

- 1 กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและของใช้ส่วนตัว
- 2 กลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร
- 3 กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ในครัวเรือน
- 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์อาหาร
- 5 กลุ่มผลิตภัณฑ์เกษตร

### ภาพที่ 2.6 ผลผลิตภัณฑ์ของกิฟฟารีน

กิฟฟารีน มีผลิตภัณฑ์กว่า 2,000 รายการ โดยสามารถแยกประเภทได้ดังนี้

#### 2.3.1 ผลผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและของใช้ส่วนตัว



กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและของใช้ส่วนตัว

- พัฒนาสูตรให้เหมาะสมกับผิวพรรณ สภาพอากาศ และการบริโภคของคนไทย
- มีการศึกษาถึงความปลอดภัยและผลข้างเคียง
- ควบคุมการผลิตโดยทีมแพทย์และเภสัชกรผู้มีประสบการณ์กว่า 15 ปี

### ภาพที่ 2.7 ผลผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและของใช้ส่วนตัว

- ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้า
- ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง
- ผลิตภัณฑ์สำหรับวัยรุ่น
- ผลิตภัณฑ์สำหรับสุขภาพบุรุษ
- ผลิตภัณฑ์สำหรับเรือนร่าง
- ผลิตภัณฑ์สำหรับมือและเท้า
- ผลิตภัณฑ์สำหรับเส้นผม
- น้ำหอม
- ดูแลช่องปาก

### 2.3.2 ผลิตภัณฑ์ของพันธมิตรทางธุรกิจ



กลุ่มผลิตภัณฑ์ของพันธมิตรทางธุรกิจอีกมากมาย

- เป็นผลิตภัณฑ์คุณภาพที่มีความปลอดภัยสูงสุดต่อผู้บริโภค
- คำนึงถึงราคา สร้างความมั่นใจในบริการต่อเนื่อง

ภาพที่ 2.8 ผลิตภัณฑ์ของพันธมิตรทางธุรกิจ

### 2.3.3 ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ในครัวเรือน



กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ในครัวเรือน

- สะดวก ประหยัด ปลอดภัย ใส่ใจสิ่งแวดล้อม
- มีราคาจำหน่ายที่เหมาะสม ผู้บริโภคสามารถซื้อซ้ำได้อย่างต่อเนื่อง

ภาพที่ 2.9 ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ในครัวเรือน

- ผลิตภัณฑ์ซักผ้า
- ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด
- ผลิตภัณฑ์อื่นๆ

### 2.3.4 ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร



กลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

- มีสารสำคัญหรือวัตถุดิบที่มีผลงานวิจัยรับรอง
- มีข้อมูลตีพิมพ์ในวารสารทางการแพทย์อย่างแพร่หลายก่อนนำมาผลิต
- มีการคัดสรรวัตถุดิบที่ดีและมีคุณภาพ จากแหล่งวัตถุดิบที่เชื่อถือได้ทั้งในและต่างประเทศ

ภาพที่ 2.10 ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

- วิตามินและผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร
- เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ
- สมุนไพรไทย

**2.3.5 ผลิตภัณฑ์อาหาร**



กลุ่มผลิตภัณฑ์อาหาร

- ได้รับใบรับรองความปลอดภัยของอาหาร HACCP
- ได้รับใบรับรองระบบจัดการสุขลักษณะ GMP ของอาหาร
- เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพอันโดดเด่นด้วยวัตถุดิบและนวัตกรรมในการผลิต

ภาพที่ 2.11 ผลิตภัณฑ์อาหาร

- เครื่องดื่ม
- ข้าว
- เบเกอรี่
- ทำอาหาร

**2.3.6 ผลิตภัณฑ์การเกษตร**



กลุ่มผลิตภัณฑ์เกษตร

- มีการวิจัยว่าปลอดภัยต่อสิ่งแวดล้อมและผู้ใช้
- เพิ่มผลผลิตทางการเกษตรทั้งปริมาณและคุณภาพ

ภาพที่ 2.12 ผลิตภัณฑ์การเกษตร

## 2.4 การบริการ

2.4.1 บริษัทฯ มีศูนย์ธุรกิจกอล์ฟฟารินทั้งหมด 106 แห่งและไลเซนส์ข้อป 6 แห่งทั่วประเทศ เพื่อรองรับการบริการที่เปี่ยมด้วยประสิทธิภาพ ในการจำหน่ายสินค้า การอำนวยความสะดวกในการรับเงินปันผลของนักธุรกิจกอล์ฟฟาริน รวมทั้งการจัดอบรมสร้างเสริมความรู้ให้กับนักธุรกิจอย่างต่อเนื่อง

2.4.2 บริษัทฯ มีบริการส่งสินค้าถึงบ้าน (Giffarine Delivery) เพียงนักธุรกิจโทรศัพท์สั่งซื้อสินค้าที่หมายเลขโทรศัพท์ 02-619-5222 บริษัทฯ จะดำเนินการจัดส่งสินค้านั้นๆ ให้ท่านภายในวันที่ท่านสั่งซื้อ โดยคิดค่าบริการตามระยะทาง (บริการเฉพาะกรุงเทพฯ และปริมณฑล)

2.4.3 ศูนย์บริการกอล์ฟฟารินที่ให้บริการจัดส่งสินค้าถึงบ้าน (Delivery) ทั้งหมด 91 แห่ง (ข้อมูล ณ วันที่ 10 มีนาคม 2555) นักธุรกิจสามารถโทรศัพท์สั่งซื้อสินค้าที่ศูนย์ธุรกิจที่เข้าร่วมรายการโดยตรง บริการจัดส่งสินค้าในรัศมีไม่เกิน 15 กิโลเมตร จากศูนย์ธุรกิจนั้นๆ

## 2.5 การสมัครเป็นสมาชิก และเงื่อนไขการเป็นสมาชิก

### 2.5.1 การสมัครเป็นสมาชิก

- 1) ค่าเอกสารชุดสมัคร 180 บาท พร้อมรับคู่มือ
- 2) กรอกใบสมัครให้ถูกต้องชัดเจน แล้วยื่นแสดงต่อบริษัทฯ หรือสถานที่ที่บริษัทฯ เปิดรับสมัครสมาชิกฯ
- 3) โปรดแสดงบัตรนักธุรกิจเครือข่าย หรือแจ้งรหัสธุรกิจทุกครั้งสั่งซื้อสินค้า หรือติดต่อใดๆ กับบริษัทฯ ทั้งนี้เพื่อสิทธิประโยชน์สมาชิกเอง
- 4) สถานภาพการเป็นนักธุรกิจกอล์ฟฟารินมีสถานภาพตลอดชีพ นับจากเดือนที่สมัคร ตามกฎระเบียบ และเงื่อนไขของทางบริษัทฯ

### 2.5.2 เงื่อนไขการเป็นสมาชิก

- 1) ผู้สมัครต้องมีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไปในวันสมัครสมาชิก
- 2) ผู้สมัครต้องไม่เคยมีชื่อปรากฏในทะเบียนสมาชิกของบริษัทกอล์ฟฟารินมาก่อน
- 3) กรณีของสามี ภรรยา (นิตินัย พหุนัย) ถือเป็นบุคคลเดียวกัน ให้สมัครร่วมกันได้ โดยใช้รหัสสมาชิกเดียวกัน
- 4) ใบสมัครจะต้องมีลายเซ็นที่แท้จริงของทั้งผู้สมัครและผู้แนะนำ มิฉะนั้นจะถือเป็นโมฆะ



5) การสมัครต้องแนบสำเนาบัตรประชาชน หรือบัตรใดๆ ที่แสดงว่าผู้สมัครคือผู้ที่ปรากฏในบัตรนั้นๆ พร้อมเซ็นรับรองสำเนาถูกต้อง ซึ่งลายเซ็นจะต้องตรงกับใบสมัคร

6) การสมัครต้องแจ้งชื่อและรหัสธุรกิจของผู้แนะนำด้วย

7) เมื่อสมัครสมาชิกไฟฟ้าเรียบร้อยแล้ว มีสถานะเป็นสมาชิกตลอดชีพ ไม่มีการปลด ยกเว้นลาออกตามเงื่อนไขของบริษัทไฟฟ้า

8) กรณีบัตรสูญหาย หรือย้ายที่อยู่ใหม่ โปรดแจ้งบริษัทไฟฟ้าภายใน

90 วัน

## การเริ่มต้นธุรกิจไฟฟ้า



สมัครเป็นเจ้าของธุรกิจเพียง 180 บาทตลอดชีพ.....

- ได้รับชุดคู่มือเริ่มต้นธุรกิจ บัตรสมาชิก แคลคูล่าเตอร์ และเอกสารอื่นๆ 1 ชุด
- รับส่วนลด 25% จากการซื้อสินค้า
- เข้ารับการฝึกอบรมทักษะการเป็นนักธุรกิจและความรู้ผลิตภัณฑ์ที่ศูนย์ธุรกิจ 109 ศูนย์ทั่วประเทศ
- คุ้มครองลิขสิทธิ์เครือข่าย 100% โดยไม่มีการตัดใครออกจากเครือข่ายของนักธุรกิจที่ปฏิบัติตามกฎจรรยาบรรณของบริษัท

ภาพที่ 2.13 การเริ่มต้นธุรกิจไฟฟ้า

### 2.6 สิทธิประโยชน์

2.6.1 สมาชิกจะได้รับส่วนลดพื้นฐาน 25% จากราคาขายในแคตตาล็อก

2.6.2 รายได้จากการดำเนินธุรกิจอิสระ โดยการสร้างองค์กรผู้นำ ซึ่งบริษัทฯ เป็นผู้อบรมให้โดยไม่คิดค่าใช้จ่ายใดๆ

2.6.3 ประกันอุบัติเหตุ 120,000 – 320,000 บาท

2.6.4 ผู้บริหารระดับพาราไดซ์ขึ้นไป ที่เข้าเงื่อนไขของบริษัทฯ จะได้รับการประกันอุบัติเหตุเพิ่มเติม ในวงเงิน 500,000 - 1,000,000 บาท และจะได้รับค่ารักษาพยาบาลเนื่องจากอุบัติเหตุ ในวงเงิน 50,000 – 100,000 บาทด้วย

2.6.5 สิทธิเข้าร่วมการแข่งขันท่องเที่ยวต่างประเทศของทางบริษัทฯ

2.6.6 สิทธิเข้าร่วมการแข่งขัน Rally Rewards ซึ่งรางวัลเงินสดสูงสุด 1,000,000 บาท

2.6.7 สิทธิเข้าร่วมแข่งขันรายการอื่นๆ ตามเงื่อนไขของทางบริษัทฯ

## 2.7 การโอนสิทธิของการเป็นสมาชิกกอล์ฟฟาริน

2.7.1 สมาชิกสามารถโอนสิทธิของการเป็นสมาชิกกอล์ฟฟารินให้กับผู้อื่นได้ ทั้งนี้ ผู้รับโอน คือผู้ที่ระบุไว้ในใบสมัครหรือญาติพี่น้องเท่านั้น และผู้รับโอนสิทธิต้องมีคุณสมบัติครบตามเงื่อนไขของการสมัครสมาชิกใหม่ทุกประการ

2.7.2 ทุกครั้งที่มีการโอนสถานภาพสมาชิกจะต้องได้รับการอนุมัติจากบริษัทก่อน และบริษัทฯ มีสิทธิ์ที่จะปฏิเสธการอนุมัตินั้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของบริษัทฯ และคณะกรรมการบริหารองค์กรสมาชิก

2.7.3 กรณีสมาชิกเสียชีวิต บริษัทจะโอนมรดกทางธุรกิจให้กับทายาทหรือผู้ที่ถูกระบุชื่อในใบสมัคร

2.7.4 ในการโอนสิทธินั้น ผู้รับโอนจะต้องดำรงสถานภาพอยู่ในตำแหน่งเดิมของสมาชิกผู้โอนสิทธิให้ทุกประการ

2.7.5 เมื่อโอนสิทธิในการเป็นสมาชิกให้ผู้อื่นแล้ว ผู้โอนไม่มีสิทธิสมัครใหม่กับสายงานอื่น

## 2.8 แผนการตลาด

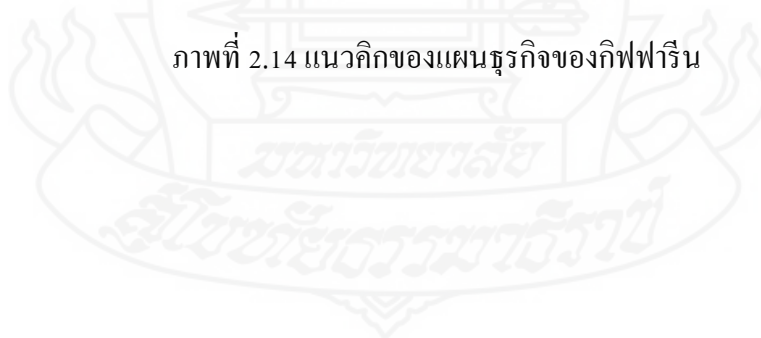
แผนการตลาดของกิฟฟารีนสามารถอธิบายได้ด้วยภาพต่อไปนี้

### แผนธุรกิจ Stair Step + Unilevel



- สร้างรายได้ไว้ชีวิตจำกัดถึงหลักล้านบาท ใช้เวลาไม่นาน มั่นคงในระยะยาว
- ให้ผลตอบแทนที่คุ้มค่า ยุติธรรม ไม่มีใครถูกเอาเปรียบ และถูกต้องตามกฎหมาย
- ใช้เงินลงทุนไม่สูง ไม่มีความเสี่ยง ทุกคนพอใจ มีความสุข และมีความเป็นไปได้จริง
- เป็นมรดกเครือข่ายทางธุรกิจ และรายได้ที่ส่งมอบให้แก่ทายาทในอนาคต
- เป็นเจ้าของกิจการที่มั่นคง บริหารจัดการองค์กรธุรกิจอย่างเป็นอิสระ
- ได้รับการสนับสนุนทางการตลาดอย่างต่อเนื่อง ก่อให้เกิดรายได้ที่ยั่งยืนตลอดไป

ภาพที่ 2.14 แนวคิดของแผนธุรกิจของกิฟฟารีน



### การสมัครเป็นนักธุรกิจเครือข่าย

- ค่าเอกสารชุดสมัคร 180 บาท พร้อมรับคู่มือ การดำเนินธุรกิจและอุปกรณ์ช่วยการขาย
- กรอกใบสมัครให้ถูกต้องชัดเจน แล้วยื่นแสดงต่อบริษัท หรือสถานที่ที่บริษัทฯ เปิดรับสมัครสมาชิกธุรกิจเครือข่าย
- ไปรุดแสดงบัตรนักธุรกิจเครือข่าย หรือแจ้งรหัสธุรกิจทุก ครั้งที่สั่งซื้อสินค้า หรือติดต่อใดๆกับบริษัทฯ ทั้งนี้เพื่อ สิทธิประโยชน์ของสมาชิกเอง

### เงื่อนไขการเป็นสมาชิก

- ผู้สมัครต้องมีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไปในวันสมัครสมาชิก
- ผู้สมัครต้องไม่เคยมีชื่อปรากฏในทะเบียนสมาชิกของ บริษัทฯ มาก่อน
- กรณีของสามี ภรรยา (นิตินัย, พหุนัย) ถือเป็นบุคคล เดียวกันให้สมัครร่วมกันได้ โดยใช้รหัสสมาชิกเดียวกัน
- ใบสมัครจะต้องมีลายเซ็นที่แท้จริงของผู้สมัคร และผู้แนะนำ มิฉะนั้นจะถือเป็นโมฆะ
- การสมัครต้องแนบสำเนาบัตรประชาชน หรือบัตรใดๆ ที่แสดงว่าผู้สมัครคือผู้ที่ปรากฏในบัตรนั้นๆ พร้อมเซ็น รับรองสำเนาถูกต้อง ซึ่งลายเซ็นนั้นจะต้องตรงกับ ใบสมัคร
- การสมัครต้องแจ้งชื่อและรหัสธุรกิจของผู้แนะนำด้วย
- เมื่อสมัครสมาชิกนักธุรกิจแล้ว มีสถานะเป็นสมาชิก ตลอดชีพ ไม่มีการปลด ยกเว้นลาออกตามเงื่อนไขบริษัทฯ
- กรณีบัตรสูญหาย หรือย้ายที่อยู่ใหม่ โปรดแจ้ง ณ สำนักงานใหญ่ ซอยอารีย์สัมพันธ์ 11 หรือที่ ศูนย์ธุรกิจกีฬาฟารีนทุกสาขา ภายในกำหนด 90 วัน

### ข้อตกลงสำหรับสมาชิก นักธุรกิจกีฬาฟารีน

ข้าพเจ้าและผู้สมัครร่วม ได้ศึกษากระเบื้องข้อบังคับทั้งสิ้น ของบริษัท กีฬาฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด เรียบร้อยแล้ว ข้าพเจ้าและผู้สมัครร่วมให้สัญญาว่า จะดำเนินงานตามแผน ธุรกิจและกระเบื้องการดำเนินธุรกิจกีฬาฟารีนในเอกสารของ บริษัทฯ และจะปฏิบัติตามจรรยาบรรณและระเบียบปฏิบัติ ในการดำเนินธุรกิจของกีฬาฟารีนตามที่บริษัทฯ กำหนดไว้แล้ว และ/หรือ ที่จะกำหนดขึ้นในอนาคต หากข้าพเจ้าและผู้สมัคร ร่วมในฐานะนักธุรกิจกีฬาฟารีนเป็นผู้ฝ่าฝืนเอง หรือยินยอม หรือรู้เห็นเป็นใจ ให้ผู้อื่นกระทำการอันเป็นการฝ่าฝืน หรือให้ การสนับสนุนการฝ่าฝืนดังกล่าวนั้น ข้าพเจ้าและผู้สมัครร่วม ยินยอมชดเชยค่าเสียหายให้แก่บริษัทฯ เป็นจำนวนเงินขั้นต่ำ 500,000 บาท (ห้าแสนบาทถ้วน) และจะชำระทันทีเมื่อมี การเรียกร้อง

### สถานที่รับสมัคร

- สมัครด้วยตนเองที่ศูนย์ธุรกิจกีฬาฟารีนทุกสาขา ทุกวันจันทร์ - อาทิตย์ เวลา 9.00 - 19.00 น. (ยกเว้นวันหยุดของแต่ละศูนย์)
- สมัครผ่านทางกีฬาฟารีน เดลิเวอรี่ (Delivery) ทุกวันจันทร์ - อาทิตย์ เวลา 9.00 - 19.00 น.
- สมัครที่งานประชุมที่กรุงเทพฯ ทุกวันอังคารที่ โรงแรมอินทรา เวลา 17.00 - 20.00 น.
- สมัครที่งานประชุมต่างจังหวัดทุกแห่ง

### การสั่งซื้อผลิตภัณฑ์

- สมาชิกธุรกิจสามารถสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ด้วยตนเอง หรือ สั่งซื้อทาง กีฬาฟารีน เดลิเวอรี่ โดยวิธีปฏิบัติดังต่อไปนี้
- กรอกใบสั่งซื้อ ชำระเงินสด และรับสินค้าด้วยตนเอง ณ สำนักงานขายพลโยธิน, ศูนย์ธุรกิจกีฬาฟารีนทุกสาขา, งานประชุมขายที่กรุงเทพฯ และต่างจังหวัดทุกแห่ง
  - โทรศัพท์สั่งซื้อสินค้าผ่านทางกีฬาฟารีน เดลิเวอรี่ โดยกำหนดค่าขนส่งตามระยะทาง หรือนำหนัก ของสินค้า โทร. 0-2619-5222 (เฉพาะในกรุงเทพฯ และปริมณฑลเท่านั้น)

### การเปลี่ยนคืนผลิตภัณฑ์

- ต้องเปลี่ยนคืนภายในกำหนด 30 วันนับจากวันที่สั่งซื้อ และผลิตภัณฑ์ต้องอยู่ในสภาพที่ดี ไม่ชำรุดเสียหาย และบรรจุภัณฑ์ยังอยู่ครบถ้วน พร้อมทั้งนำใบเสร็จ รับเงินมาแสดงด้วย
- หากต้องการเปลี่ยนคืนผลิตภัณฑ์ที่สั่งซื้อจากรายการ ส่งเสริมการขาย ต้องนำผลิตภัณฑ์ที่เป็นของแถมมา คืนด้วย
- บริษัทฯจะรับคืนสินค้าที่อยู่ในสภาพขายต่อได้จาก ผู้จำหน่าย เมื่อผู้จำหน่ายยกเลิกการเป็นผู้จำหน่าย โดยบริษัทฯจะหักค่าตอบแทน และค่ารางวัลที่ได้จ่ายไป แล้วตลอดสาย และจะต้องมีใบสำคัญรับเงินแสดงการ ซื้อสินค้าจากบริษัทฯประกอบการเปลี่ยนคืนทุกครั้ง
- ผลิตภัณฑ์ที่ใช้แล้วมีปัญหา สามารถนำมาเปลี่ยนเป็น ผลิตภัณฑ์ชนิดอื่นได้ แต่ต้องนำไปเสร็จรับเงิน และ ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมาแสดงด้วย
- ทุกครั้งที่มีการเปลี่ยนคืน ต้องนำไปเสร็จรับเงินมาแสดงด้วย
- ให้เปลี่ยนผลิตภัณฑ์เฉพาะที่ศูนย์กีฬาฟารีนที่สั่งซื้อ ผลิตภัณฑ์นั้นๆ กรณีสั่งซื้อในงานประชุม ให้เปลี่ยนคืน ที่งานประชุม หรือศูนย์ธุรกิจกีฬาฟารีน ที่เป็นผู้ดำเนินการ จัดประชุม

ภาพที่ 2.15 อธิบายแผนการตลาดกีฬาฟารีน (1)

## การรับเงินปันผล

- บริษัทฯ จะรักษารายชื่อบริษัทเพื่อรับเงินปันผลเฉพาะในรอบจำหน่ายที่ 1 เท่านั้น (คือวันที่ 1 - 30 หรือวันสิ้นเดือนของรอบจำหน่ายนั้น และวันที่ 1 - 5 ของเดือนถัดไป) และบริษัทฯ อนุญาตให้มีการปิดเพิ่มเติมเพื่อการทำยอดกลุ่ม แต่มีผลทำรายงานโกลด์สตาร์ในรอบที่ 2 แต่จะไม่รักษารายชื่อบริษัทเพื่อรับเงินปันผล เนื่องจากมีผลกระทบต่อรายได้ของอีพีไลน์
  - ติดต่อขอรับเงินปันผลด้วยตนเอง ณ สำนักงานขายพหุโยธิน, ศูนย์ธุรกิจกีฬาฟารินทุกสาขา และที่กีฬาฟารินเดลิเวอรี่ ในวันที่ 13 ของเดือน (โปรดนำบัตรประชาชนมาแสดง ด้วยทุกครั้ง)
  - ติดต่อขอรับผ่านทางธนาคารไทยพาณิชย์ทุกสาขา ทั้งนี้ สมาชิกต้องระบุชื่อบัญชี พร้อมทั้งแจ้งเลขที่บัญชีประเภทบัญชี และสาขาของธนาคารมายังบริษัทฯ
- หมายเหตุ**
- โปรดแจ้งให้บริษัทฯ ทราบถึงวิธีการรับเงินปันผลของท่านหากมีการเปลี่ยนแปลงโปรดแจ้งก่อนวันที่ 5 ของทุกเดือน
  - การรับเงินปันผล สามารถรับเป็นเงินสดที่ศูนย์ธุรกิจที่ท่านใช้บริการ ภายในเวลา 3 เดือน หากพ้นเวลาไปแล้วให้ติดต่อขอรับโดยตรงจากบริษัทฯ (โดยยื่นใบคำร้องขอรับเงิน ผ่านศูนย์ธุรกิจ) ภายใน 1 ปี

## สิทธิประโยชน์ของสมาชิกกีฬาฟาริน

- สมาชิกจะได้รับส่วนลดพื้นฐาน 25% จากราคาขายในแคตตาล็อก
- รายได้จากค่าธรรมเนียมธุรกิจอิสระ โดยการสร้างองค์กรผู้จำหน่าย ซึ่งบริษัทฯ เป็นผู้บรรมให้โดยไม่คิดค่าใช้จ่ายใดๆ
- ประกันอุบัติเหตุ 120,000 - 320,000 บาท
- ผู้บริหารระดับพาราไดซ์ขึ้นไป ที่เข้าเงื่อนไขของบริษัทฯ จะได้รับการประกันอุบัติเหตุ  
ในวงเงิน 500,000 - 1,000,000 บาท  
และจะได้รับค่ารักษาพยาบาลเนื่องจากอุบัติเหตุ  
ในวงเงิน 50,000 - 100,000 บาทด้วย

## การเสียภาษี

หักภาษี ณ ที่จ่ายของผลประโยชน์ และทุกๆรางวัลในธุรกิจขายตรง

## การคำนวณเงินปันผล

จะคำนวณจากคะแนน หรือ POINT VALUE (PV) เป็นหลักการดังต่อไปนี้

1. ผลผลิตภัณฑ์ปุ๋ยเกล็ดโกรแม็กซ์ (GROWMAX) และผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรอื่นๆ สามารถซื้อได้ในราคาลด 25% แล้วจึงนำมาคำนวณค่าเงินปันผลได้ 70% ของราคาที่ลดแล้ว

**ตัวอย่าง**

ราคาเต็มของสินค้า 100 บาท

ราคาสมาชิก 75 บาท

จำนวน PV คือ  $\frac{70 \times 75}{100} = 52.2$  PV

2. ผลผลิตภัณฑ์อื่นๆ เมื่อลด 25% แล้วราคาที่เหลือจะเท่ากับจำนวน PV เช่น ชุดเครื่องสำอาง เครื่องใช้ในครัวเรือน ชุดบำรุงผิวกายและเส้นผม อาหารเสริม และเครื่องกรองน้ำ ฯลฯ

**ตัวอย่าง**

ราคาเต็มของสินค้า 100 บาท

ราคาสมาชิก 75 บาท

จำนวน PV คือ 75 PV

3. สินค้าสวัสดิการ ซึ่งมี PV กำหนด เช่น ข้าวสาร เส้นไหม แป้ง น้ำมันเครื่อง ฯลฯ

ภาพที่ 2.16 อธิบายแผนการตลาดกีฬาฟาริน (2)

# แผนการตลาดธุรกิจกีฟฟารีน

## ผู้บริหารระดับต้น

| การขึ้นตำแหน่ง | ยอดซื้อส่วนตัว และสมาชิก | โบนัสประจำตำแหน่ง | หมายเหตุ  |
|----------------|--------------------------|-------------------|---|
| บรอนซ์สตาร์    | 1,500 PV                 | 10 %              | ยอดขาย 1,500 PV แรก จะไม่นำมาคิดเงินปันผล ในการขึ้นตำแหน่งครั้งแรก แต่ยอดที่เกิน 1,500 PV จะได้รับเงินปันผล 10% เดือนต่อไปยอดขายจะนับตั้งแต่ PV แรก จะได้รับเงินปันผล 10% |
| ซิลเวอร์สตาร์  | 9,000 PV                 | 15 %              | เดือนที่ขึ้นตำแหน่ง ยอดขายที่เกิน 9,000 PV จะได้รับเงินปันผล 15% เดือนต่อไปยอดขาย นับตั้งแต่ PV แรก จะได้รับเงินปันผล 15%   |
| โกลด์สตาร์     | 45,000 PV                | 25 %              | เดือนที่ขึ้นตำแหน่ง ยอดขายที่เกิน 45,000 PV จะได้รับเงินปันผล 25% เดือนต่อไปยอดขาย นับตั้งแต่ PV แรก จะได้รับเงินปันผล 25%  |

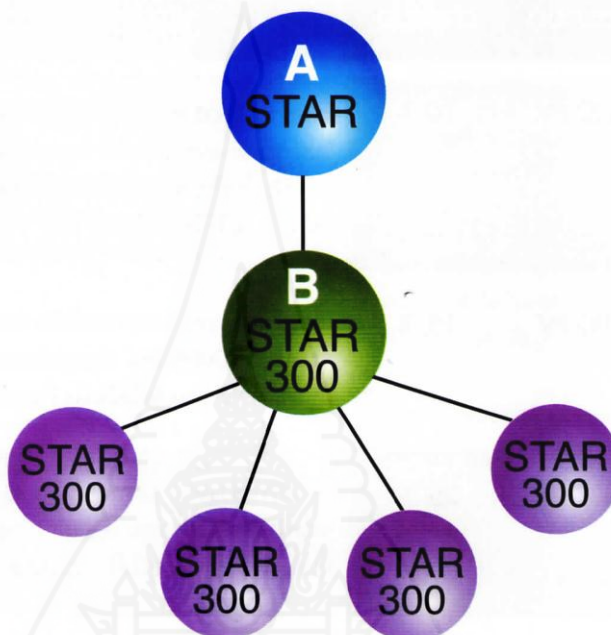
### หมายเหตุ : ยอดขาย หมายถึง

- ยอดขายที่หักส่วนลดแล้ว 25% เมื่อสั่งซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางกีฟฟารีน, ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ในครัวเรือน และผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสุขภาพ (ยอดขายหักส่วนลด 25% จะเท่ากับค่า PV ที่จะนำมาคำนวณเงินปันผล) รวมถึงสินค้าที่มี PV 70 % และสินค้า PV กำหนด เช่น ข้าวสาร ฯลฯ
- ทุกตำแหน่งต้องทำยอดขายภายในกำหนด 1 รอบจำหน่าย คือ มียอดสั่งซื้อตั้งแต่วันที่ 1 ถึงวันสิ้นเดือนของเดือนนั้นๆ
- รับเงินปันผล ทุกวันที่ 13 ของทุกเดือน
- ผู้บริหารระดับบรอนซ์สตาร์ และซิลเวอร์สตาร์ ต้องรักษายอดขายเดือนละ 1,000 PV จึงจะมีสิทธิได้รับเงินปันผล (ยอดส่วนตัว + ยอดสมาชิกธุรกิจ Downline ติดตัวที่ยังไม่มีตำแหน่ง)
- ผู้บริหารระดับโกลด์สตาร์ ต้องรักษายอดขายเดือนละ 1,500 PV จึงจะมีสิทธิได้รับเงินปันผล (ยอดส่วนตัว + ยอดสมาชิกธุรกิจ Downline ติดตัวที่ยังไม่มีตำแหน่ง)

ภาพที่ 2.17 อธิบายแผนการตลาดกีฟฟารีน (3)

## การขึ้นตำแหน่ง BRONZE STAR

ต้องมียอดกลุ่ม 1,500 PV (ยอดสั่งซื้อหลังหักส่วนลด 25%)



● หมายถึง :

1. B มียอดรวมทั้งหมด 1,500 PV มีผลดังนี้
  - ปรับตำแหน่งให้ B ได้ขึ้นตำแหน่งบронซ์สตาร์
  - ส่งผลให้ A ได้ปรับตำแหน่งเป็นบронซ์สตาร์ด้วย
2. ผลประโยชน์ที่ B จะได้รับ คือ
  - รอบจำหน่ายที่ขึ้นตำแหน่ง ยอดสั่งซื้อ 1,500 PVแรก จะไม่ได้รับเงินปันผล แต่ในรอบจำหน่ายต่อไปจะได้รับเงินปันผลประจำตำแหน่ง 10% นับแต่ PV แรก
  - หากมียอดขายเกิน 1,500 PV ในรอบจำหน่ายแรก ส่วนที่เกินจะได้รับเงินปันผล 10%
  - ประกันอุบัติเหตุ 120,000 บาท สำหรับผู้สมัครหลัก ในรอบจำหน่ายแรกของการขึ้นตำแหน่ง
3. ตัวเลข 300 PV เป็นตัวเลขสมมติ การสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ จะเป็นไปโดยความพอใจของแต่ละบุคคล

● สรุปผลประโยชน์ของตำแหน่ง

ส่งตำแหน่งบронซ์สตาร์ให้พู่เเน่นำ

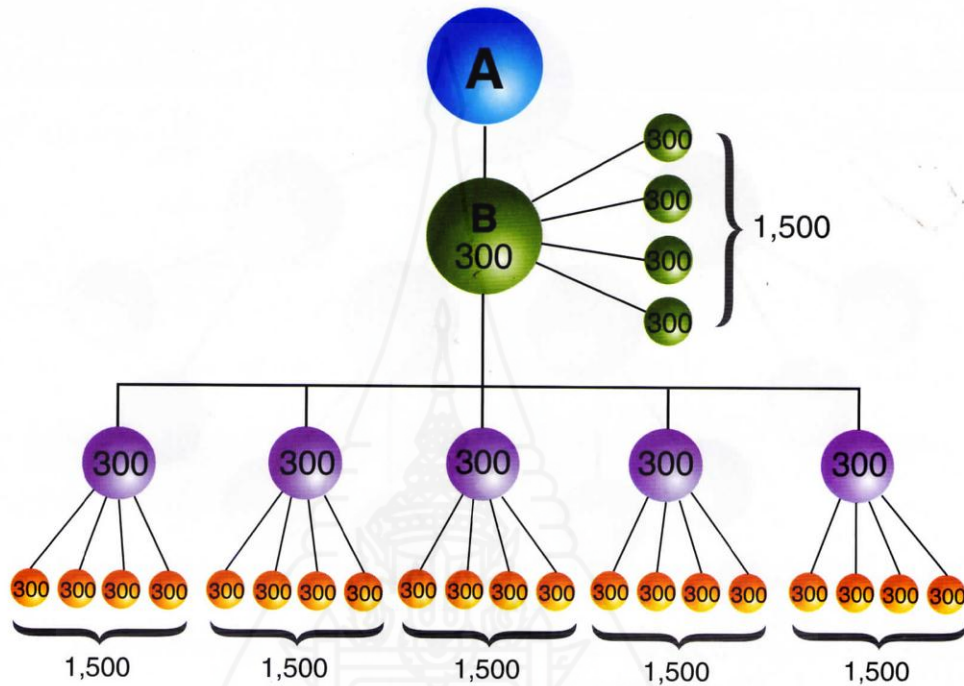
รับเงินปันผล 10 % จากยอดกลุ่มไปตลอดจนกว่าจะได้รับตำแหน่งที่สูงขึ้น ทั้งนี้ต้องรักษา ยอด 1,000 PV/รอบจำหน่าย

ประกันอุบัติเหตุ 120,000 บาท

ภาพที่ 2.18 อธิบายแผนการตลาดกีฬารีน (4)

# การขึ้นตำแหน่ง SILVER STAR

ต้องมียอดกลุ่ม 9,000 PV (ยอดสั่งซื้อหลังหักส่วนลด 25%)



🟡 หมายเหตุ :

- B มียอดรวมทั้งกลุ่ม 9,000 PV มีผลดังนี้
  - 🟢 ปรับตำแหน่งให้ B ได้ขึ้นตำแหน่งซิลเวอร์สตาร์
  - 🟢 ส่งผลให้ A ได้ปรับตำแหน่งเป็นซิลเวอร์สตาร์ด้วย
- ผลประโยชน์ที่ B จะได้รับคือ
  - 🟢 ยอดสั่งซื้อ 1,500 PV จะไม่ได้รับเงินปันผล
  - 🟢 ยอดสั่งซื้อ 1,500 PV แต่ไม่เกิน 9,000 PV จะได้รับเงินปันผล 10%
  - 🟢 หากในรอบจำหน่ายนี้ มียอดกลุ่มเกิน 9,000 PV ส่วนที่เกินจะได้รับเงินปันผล 15%
  - 🟢 ประกันอุบัติเหตุ 120,000 บาท
- ตัวเลข 300 PV เป็นตัวเลขสมมุติ การสั่งซื้อผลิตภัณฑ์จะเป็นไปโดยความพอใจของแต่ละบุคคล

สรุปผลประโยชน์ของตำแหน่ง

ส่งตำแหน่งซิลเวอร์สตาร์ให้พี่แนะนำ

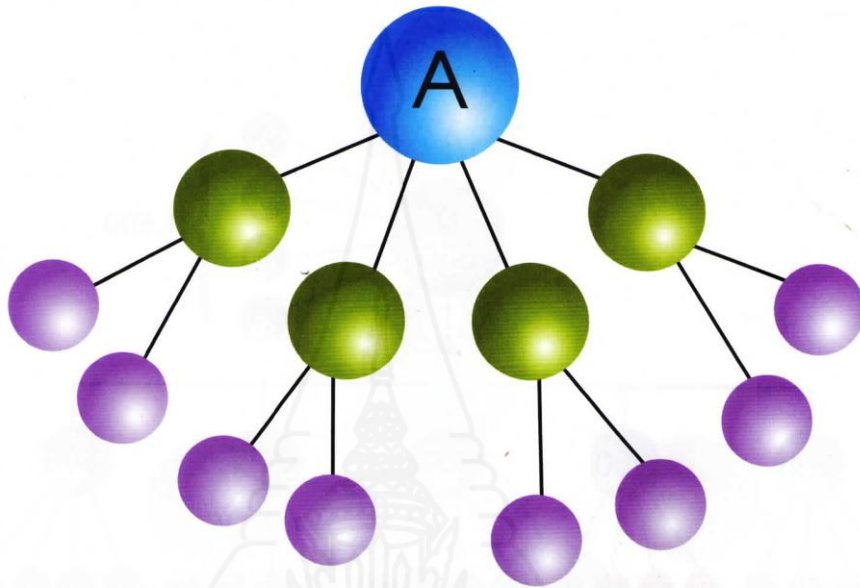
รับเงินปันผล 15 % จากยอดกลุ่มไปตลอดจนกว่าจะได้รับตำแหน่งที่สูงขึ้น ทั้งนี้ต้องรักษา ยอด 1,000 PV/รอบจำหน่าย

ประกันอุบัติเหตุ 120,000 บาท

ภาพที่ 2.19 อธิบายแผนการตลาดกอล์ฟารีน (5)



# การขึ้นตำแหน่ง GOLD STAR



ยอดกลุ่มที่อยู่ใต้ A ทั้งหมดที่ยังไม่ได้เป็นผู้บริหารระดับโกลด์สตาร์รวมกันรอบจำหน่ายใดรอบจำหน่ายหนึ่ง ได้ครบ 45,000 PV A จะได้รับตำแหน่งเป็นผู้บริหารระดับโกลด์สตาร์

## ผลประโยชน์สมาชิกระดับโกลด์สตาร์

- เริ่มเกียรติยศประจำตำแหน่ง
- เงินปันผล 25% จากยอดขายส่วนตัว
- เงินปันผล 25% จากสมาชิกธุรกิจที่ไม่มีตำแหน่ง
- เงินปันผล 15% จากสมาชิกธุรกิจที่ได้รับตำแหน่งบรอนซ์สตาร์
- เงินปันผล 10% จากกลุ่ม Downline ที่ได้รับตำแหน่งซิลเวอร์สตาร์
- เงินปันผล 4% จากกลุ่ม Downline ที่ได้รับตำแหน่งผู้บริหารระดับโกลด์สตาร์
- มีสิทธิ์เข้าร่วมรายการส่งเสริมการขายต่างๆของบริษัทฯ
- รับรางวัลเงินสด, และรางวัลโบนัสพิเศษ
- ประกันอุบัติเหตุ 220,000 บาท
- ส่งตำแหน่งโกลด์สตาร์ให้ผู้แนะนำติดตัวโดยแต่งตั้งตามมาจากภายหลัง

## การรักษายอดรับเงินปันผล 1,500 PV/รอบจำหน่าย

เป็นยอดซื้อส่วนตัวและยอดซื้อของสตาร์ Downline ติดตัว รวม 1,500 PV

ภาพที่ 2.20 อธิบายแผนการตลาดกอล์ฟารีน (6)

## โบนัสพิเศษของผู้บริหารระดับโกลด์สตาร์ขึ้นไป

| ผลงานที่สะสมภายใน 1 รอบจำหน่าย<br>เริ่มวันที่ 1<br>ปิดยอดสิ้นเดือนของทุกเดือน | โบนัสพิเศษ             | จำนวนคะแนนสะสม                              |
|---|------------------------|---|
| มียอดกลุ่มทีมกลางโกลด์สตาร์ 20,000 PV   | -                      | 0.5 คะแนน                                   |
| มียอดกลุ่มทีมกลางโกลด์สตาร์ 30,000 PV   | -                      | 1 คะแนน                                     |
| มียอดกลุ่มทีมกลางโกลด์สตาร์ 45,000 PV<br>หรือสร้างโกลด์สตาร์ลูกได้ 1 คน       | รางวัลเงินสด 1,050 บาท | 1.5 คะแนน                                   |
| มียอดกลุ่มทีมกลางโกลด์สตาร์ 60,000 PV   | รางวัลเงินสด 1,400 บาท | 2 คะแนน                                     |
| มียอดกลุ่มทีมกลางโกลด์สตาร์ 90,000 PV   | รางวัลเงินสด 4,200 บาท | 2 คะแนน                                     |
| มียอดกลุ่มทีมกลางโกลด์สตาร์ 120,000 PV  | รางวัลเงินสด 5,600 บาท | 2 คะแนน                                     |
|   |                        | 6 คะแนน รับโบนัสพิเศษ<br>เงินสด 5,600 บาท   |
|   |                        | 12 คะแนน รับโบนัสพิเศษ<br>เงินสด 16,800 บาท |
|   |                        | 18 คะแนน รับโบนัสพิเศษ<br>เงินสด 25,000 บาท |
|   |                        | 24 คะแนน รับโบนัสพิเศษ<br>เงินสด 60,000 บาท |

### เงื่อนไขการสะสมคะแนน

- ต้องมีคะแนนในรอบจำหน่ายติดต่อกันอย่างน้อยรอบจำหน่ายละ 0.5 คะแนน
- ผู้บริหารโกลด์สตาร์มีสิทธิ์เลือกรับรางวัลในระดับใดก็ได้ โดยไม่จำกัดระยะเวลาการสะสมคะแนน แต่เมื่อรับรางวัลไปแล้ว ในรอบจำหน่ายถัดไปจะเริ่มต้นการสะสมคะแนนใหม่
- ในกรณีที่รอบจำหน่ายใดรอบจำหน่ายหนึ่งไม่มีคะแนนเลย (ยอดไม่ถึง 20,000 PV) จะนับคะแนนสะสมที่มีอยู่และให้รางวัลในระดับสูงสุดที่ผู้นั้นมีสิทธิ์จะได้รับ จากนั้นเริ่มต้นการสะสมใหม่

ภาพที่ 2.21 อธิบายแผนการตลาดกีฬาฟาริน (7)

## ผู้บริหารระดับสูง

เมื่อได้รับตำแหน่งโกลด์สตาร์แล้ว คุณมีสิทธิ์จะก้าวขึ้นไปสู่ความสำเร็จในระดับสูงกับตำแหน่ง “ผู้บริหารระดับสูง” พร้อมรับโบนัสพิเศษเพิ่มเติมดังนี้

| ระดับผู้บริหาร            | จำนวนลูกที่ขึ้นตำแหน่งผู้บริหารระดับโกลด์สตาร์                       | โบนัสพิเศษ                    |                                    | ประกันอุบัติเหตุ |
|---------------------------|--|-------------------------------|------------------------------------|------------------|
|                           |  | กลุ่มกึ่งกลางโกลด์สตาร์ลูกตัว | กลุ่มกึ่งกลางโกลด์สตาร์หลานตลอดสาย |                  |
| ผู้บริหารระดับ เมอร์คิวรี | 3 คน (ไม่กำหนดเวลา)<br>(และต้องมีโกลด์สตาร์ที่ปฏิบัติงานจริง 1 คน)   | 6 %                           | 2 %                                | 320,000          |
| ผู้บริหารระดับ จูปีเตอร์  | 6 คน (ไม่กำหนดเวลา)<br>(และต้องมีโกลด์สตาร์ที่ปฏิบัติงานจริง 2 คน)   | 7 %                           | 3 %                                | 320,000          |
| ผู้บริหารระดับ วินัส      | 10 คน (ไม่กำหนดเวลา)<br>(และต้องมีโกลด์สตาร์ที่ปฏิบัติงานจริง 4 คน)  | 8 %                           | 4 %                                | 320,000          |
| ผู้บริหารระดับ แซทเทิร์น  | 15 คน (ไม่กำหนดเวลา)<br>(และต้องมีโกลด์สตาร์ที่ปฏิบัติงานจริง 7 คน)  | 9 %                           | 5 %                                | 320,000          |
| ผู้บริหารระดับ พาราไดซ์   | 20 คน (ไม่กำหนดเวลา)<br>(และต้องมีโกลด์สตาร์ที่ปฏิบัติงานจริง 10 คน) | 10 %                          | 6 %                                | 320,000          |

### หมายเหตุ

กรณีที่คุณได้รับตำแหน่งผู้บริหารระดับพาราไดซ์ และมี Downline ในสายงานขึ้นตำแหน่งผู้บริหารระดับพาราไดซ์ คุณจะได้รับโบนัสพิเศษเพิ่มเติมจากทีมกลางกลุ่ม Downline ผู้บริหารระดับพาราไดซ์ลูกนี้อีก 0.5% (ทีมกลางผู้บริหารระดับพาราไดซ์ คือ Downline ในสายทั้งหมดที่ยังไม่ได้เป็นผู้บริหารระดับพาราไดซ์มาขว่าง)

### การรักษายอดของผู้บริหารระดับเมอร์คิวรีขึ้นไป

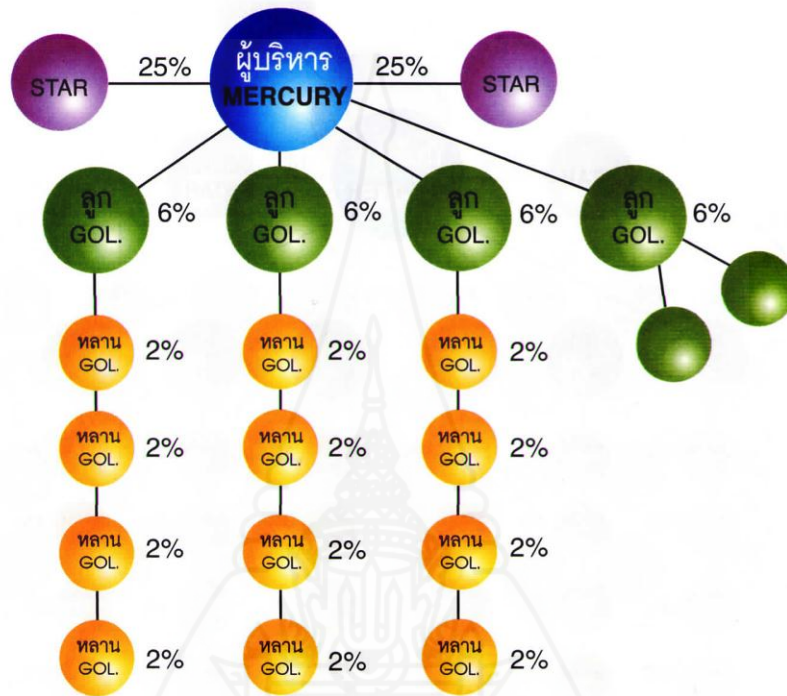
- ระดับเมอร์คิวรี - แซทเทิร์น รักษายอดรอบจำหน่ายละ 5,000 PV
- ระดับพาราไดซ์ขึ้นไป รักษายอดรอบจำหน่ายละ 10,000 PV

ยอดรักษา หมายถึง ยอดสั่งซื้อจาก ตัวคุณเอง + สตาร์ + บรอนซ์สตาร์ + ซิลเวอร์สตาร์ ทั้งกลุ่มกึ่งกลาง

ภาพที่ 2.22 อธิบายแผนการตลาดกอล์ฟารีน (8)



## ผู้บริหารระดับ MERCURY



### หมายเหตุ

GOL. ย่อมาจาก โกลด์สตาร์

วงกลมแต่ละวง คือ ทีมกลางโกลด์สตาร์แต่ละทีม ( ทีมกลางโกลด์สตาร์ คือ ทุกคนที่อยู่ในทีมของโกลด์สตาร์ท่านนั้น ที่ยังไม่มีตำแหน่งเป็นโกลด์สตาร์ ( ยอดส่วนตัว + สตาร์ + บรอนซ์สตาร์ + ซิลเวอร์สตาร์ ) )

### การขึ้นตำแหน่งของผู้บริหารระดับเมอร์คิวรี

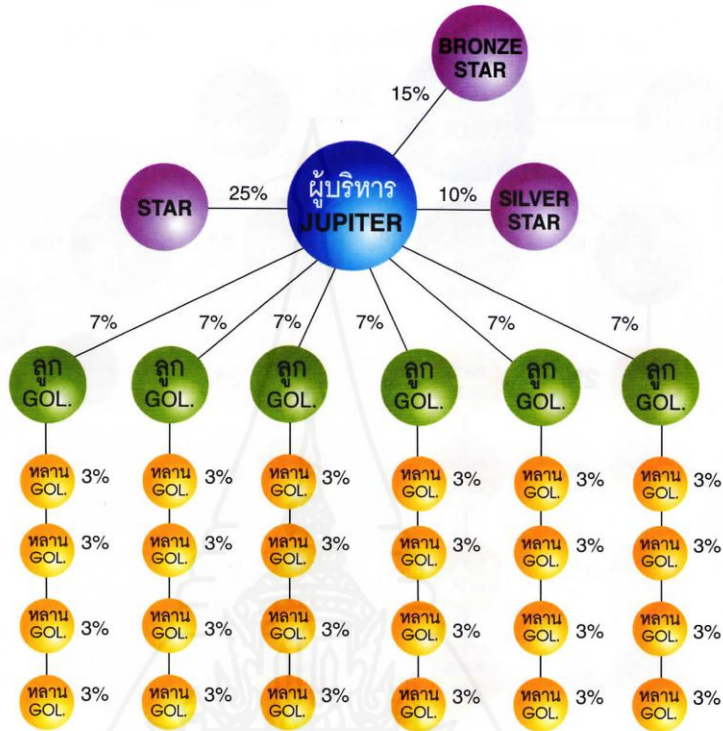
- สามารถสร้าง Downline ให้ขึ้นตำแหน่งโกลด์สตาร์ได้ 3 คน (เป็นโกลด์สตาร์ที่ปฏิบัติงานแท้จริงอย่างน้อย 1 คน)

### ผลประโยชน์

- เพิ่มเกียรติยศประจำตำแหน่ง
- เงินปันผล 25% จากยอดกลุ่มทีมกลาง (หักทอนเงินปันผลให้ Downline ตามตำแหน่ง)
- โบนัสพิเศษ 6% จากโกลด์สตาร์ Downline ลูกโดยตรง
- โบนัสพิเศษ 2% จากกลุ่มโกลด์สตาร์ Downline หลานตลอดสาย
- ประกันอุบัติเหตุ 320,000 บาท

ภาพที่ 2.23 อธิบายแผนการตลาดคิฟฟารีน (9)

# ผู้บริหารระดับ JUPITER



## ● หมายเหตุ

GOL. ย่อมาจาก โกลด์สตาร์

วงกลมแต่ละวง คือ ทีมกลางโกลด์สตาร์แต่ละทีม ( ทีมกลางโกลด์สตาร์ คือ ทุกคนที่อยู่ในทีมของโกลด์สตาร์ท่านนั้นที่ยังไม่มีตำแหน่งเป็นโกลด์สตาร์ ( ยอดส่วนตัว + สตาร์ + บرونซ์สตาร์ + ซิลเวอร์สตาร์ ) )

## ● การขึ้นตำแหน่งของผู้บริหารระดับจูปีเตอร์

- สามารถสร้างลูกทีมให้ขึ้นตำแหน่งโกลด์สตาร์ได้ 6 คน (ต้องมีโกลด์สตาร์ที่ปฏิบัติงานแท้จริง ที่เกิดขึ้นจากเมอร์คิวรี มาเป็นจูปีเตอร์อย่างน้อยอีก 1 คน รวมเป็นอย่างน้อย 2 คน)

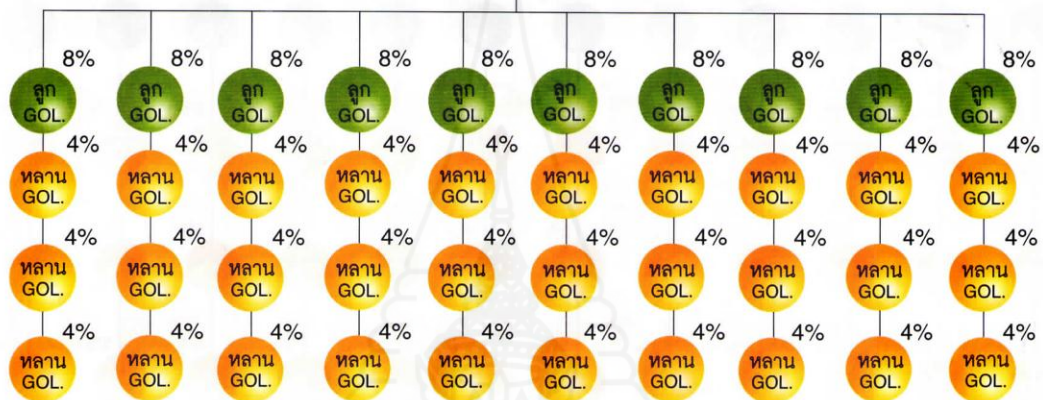
## ● พลประโยชน์

- เข้มเกียรติยศประจำตำแหน่ง
- เงินปันผล 25% จากยอดกลุ่มทีมกลาง (หักทอนเงินปันผลให้ Downline ตามตำแหน่ง)
- โบนัสพิเศษ 7% จากโกลด์สตาร์ Downline ลูกโดยตรง
- โบนัสพิเศษ 3% จากกลุ่มโกลด์สตาร์ Downline หลานตลอดสาย
- ประกันอุบัติเหตุ 320,000 บาท

ภาพที่ 2.24 อธิบายแผนการตลาดกีฬาฟัน (10)



# ผู้บริหารระดับ VENUS



## หมายเหตุ

GOL. ย่อมาจาก โกลด์สตาร์

วงกลมแต่ละวง คือ ทีมกลางโกลด์สตาร์แต่ละทีม ( ทีมกลางโกลด์สตาร์ คือ ทุกคนที่อยู่ในทีมของโกลด์สตาร์ท่านนั้น ที่ยังไม่มีตำแหน่งเป็นโกลด์สตาร์ ( ยอดส่วนตัว + สตาร์ + บรอนซ์สตาร์ + ซิลเวอร์สตาร์ ) )

## การขึ้นตำแหน่งของผู้บริหารระดับวินัส

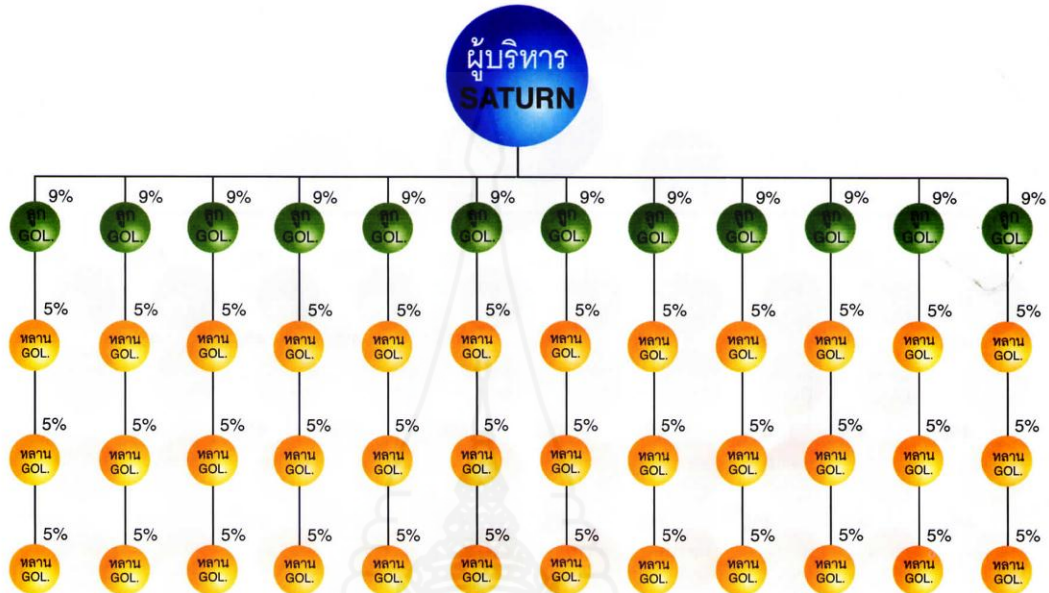
- สามารถสร้างลูกทีมให้ขึ้นตำแหน่งโกลด์สตาร์ได้ 10 คน (ต้องมีโกลด์สตาร์ที่ปฏิบัติงานแท้จริง ที่เกิดขึ้นจากจูปีเตอร์ เป็นวินัสอย่างน้อย 2 คน รวมเป็นอย่างน้อย 4 คน)

## ผลประโยชน์

- เพิ่มเกียรติยศประจำตำแหน่ง
- เงินปันผล 25% จากยอดกลุ่มทีมกลาง (หักทอนเงินปันผลให้ Downline ตามตำแหน่ง)
- โบนัสพิเศษ 8% จากโกลด์สตาร์ Downline ลูกโดยตรง
- โบนัสพิเศษ 4% จากกลุ่มโกลด์สตาร์ Downline หลานตลอดสาย
- ประกันอุบัติเหตุ 320,000 บาท

ภาพที่ 2.25 อธิบายแผนการตลาดกีฟฟารีน (11)

# ผู้บริหารระดับ SATURN



## หมายเหตุ

GOL. ย่อมาจาก โกลด์สตาร์

วงกลมแต่ละวง คือ ทีมกลางโกลด์สตาร์แต่ละทีม ( ทีมกลางโกลด์สตาร์ คือ ทุกคนที่อยู่ในทีมของโกลด์สตาร์ท่านนั้นที่ยังไม่มีตำแหน่งเป็นโกลด์สตาร์ ( ยอดส่วนตัว + สตาร์ + บรอนซ์สตาร์ + ซิลเวอร์สตาร์ ) )

## การขึ้นตำแหน่งของผู้บริหารระดับเซกทีร์น

- สามารถสร้างลูกทีมให้ขึ้นตำแหน่งโกลด์สตาร์ได้ 15 คน (ต้องมีโกลด์สตาร์ที่ปฏิบัติงานแท้จริง ที่เกิดขึ้นจากวินสมาแซทเทิร์นอย่างน้อย 3 คน รวมเป็นอย่างน้อย 7 คน)

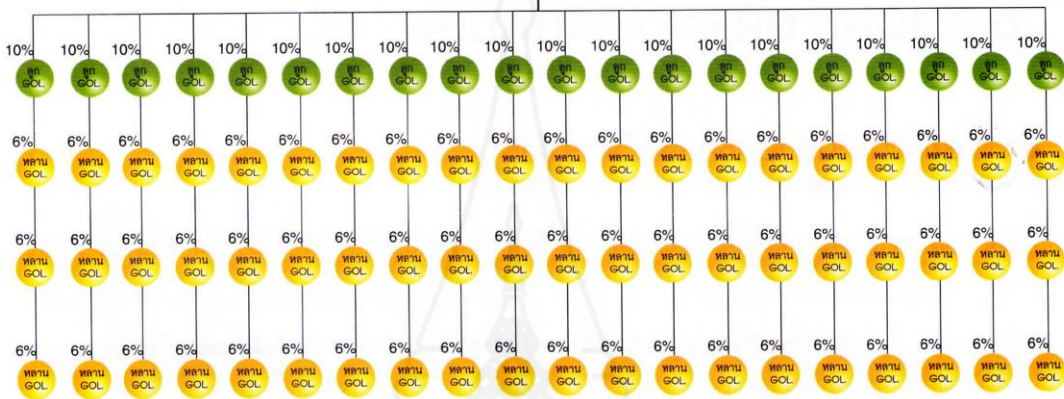
## ผลประโยชน์

- เพิ่มเกียรติยศประจำตำแหน่ง
- เงินปันผล 25% จากยอดกลุ่มทีมกลาง (หักทอนเงินปันผลให้ Downline ตามตำแหน่ง)
- โบนัสพิเศษ 9% จากโกลด์สตาร์ Downline ลูกโดยตรง
- โบนัสพิเศษ 5% จากกลุ่มโกลด์สตาร์ Downline หลานตลอดสาย
- ประกันอุบัติเหตุ 320,000 บาท

ภาพที่ 2.26 อธิบายแผนการตลาดกีฬาฟัน (12)



# ผู้บริหารระดับ PARADISE



## หมายเหตุ

GOL. ย่อมาจาก โกลด์สตาร์

วงกลมแต่ละวง คือ ทีมกลางโกลด์สตาร์แต่ละทีม ( ทีมกลางโกลด์สตาร์ คือ ทุกคนที่อยู่ในทีมของโกลด์สตาร์ท่านนั้น ที่ยังไม่มิตำแหน่งเป็นโกลด์สตาร์ ( ยอดส่วนตัว + สตาร์ + บรอนซ์สตาร์ + ซิลเวอร์สตาร์ ) )

## การขึ้นตำแหน่งของผู้บริหารระดับพาราไดซ์

- สามารถสร้างลูกทีมให้ขึ้นตำแหน่งโกลด์สตาร์ได้ 20 คน (ต้องมีโกลด์สตาร์ที่ปฏิบัติงานแท้จริง ที่เกิดขึ้นจากแซทเทิร์น เป็นพาราไดซ์อย่างน้อย 3 คน รวมเป็นอย่างน้อย 10 คน)

## ผลประโยชน์

- เริ่มเกียรติยศประจำตำแหน่ง
- เงินปันผล 25% จากยอดกลุ่มทีมกลาง (หักทอนเงินปันผลให้ Downline ตามตำแหน่ง)
- โบนัสพิเศษ 10% จากโกลด์สตาร์ Downline ลูกโดยตรง
- โบนัสพิเศษ 6% จากกลุ่มโกลด์สตาร์ Downline หลานตลอดสาย
- โบนัสพิเศษจาก Downline ผู้บริหารระดับพาราไดซ์กลุ่มลูก 0.5 %
- ประกันอุบัติเหตุ 320,000 บาท
- ประกันอุบัติเหตุ 500,000 บาท ค่ารักษาพยาบาลครั้งละ 50,000 บาท (สำหรับผู้ที่มีความสัมพันธ์ตามเกณฑ์และเงื่อนไขของบริษัทฯ)
- เงินเดือนประจำตำแหน่งจากเงินปันผลจากกำไรสุทธิปลายปี (สำหรับผู้บริหารระดับพาราไดซ์ขึ้นไป ที่มีความสัมพันธ์ตามเกณฑ์และเงื่อนไขของบริษัทฯ)

ภาพที่ 2.27 อธิบายแผนการตลาดกีฬาฟริน (13)



## การขึ้นสู่ตำแหน่งแห่งเกียรติยศอันทรงคุณค่า

### EXCLUSIVE PARADISE GRAND PARADISE DIAMOND GRAND PARADISE

#### ● การขึ้นตำแหน่ง เอ็กซ์คลูซีฟ พาราไดซ์

ผู้บริหารระดับพาราไดซ์ ที่มีผู้บริหารระดับพาราไดซ์ในองค์กร ที่นับสายงานได้จำนวน 4 ท่าน (พาราไดซ์ 1 คน คือผู้ที่มิโกลด์สตาร์ในสายงาน 20 คน) และขยายงานถูกต้องตามระบบเครือข่าย (Network Marketing) ที่ดี จะได้รับตำแหน่งผู้บริหารระดับเอ็กซ์คลูซีฟ พาราไดซ์ พร้อมรับเข็มเกียรติยศ และผลประโยชน์ตามตำแหน่งในรอบจำหน่ายถัดไป

#### ● การขึ้นตำแหน่ง แกรนด์ พาราไดซ์

ผู้บริหารระดับพาราไดซ์ ที่มีผู้บริหารระดับพาราไดซ์ในองค์กร ที่นับสายงานได้จำนวน 9 คน หรือผู้บริหารระดับเอ็กซ์คลูซีฟ พาราไดซ์ ที่มีผู้บริหารระดับพาราไดซ์ในองค์กรที่นับสายงานได้ และทำงานถูกต้องตามเกณฑ์ที่บริษัทกำหนด จำนวน 5 ท่าน พร้อมทั้งขยายงานที่ถูกต้องตามระบบเครือข่าย (Network Marketing) ที่ดี จะได้รับตำแหน่งผู้บริหารระดับแกรนด์ พาราไดซ์ พร้อมเข็มเกียรติยศ และผลประโยชน์ตามตำแหน่งในรอบจำหน่ายถัดไป

#### ● การขึ้นตำแหน่ง ไดมอนด์ แกรนด์ พาราไดซ์

ผู้บริหารระดับพาราไดซ์ ที่มีพาราไดซ์ในสายงาน 15 ท่าน หรือผู้บริหารระดับเอ็กซ์คลูซีฟ พาราไดซ์ ที่มีพาราไดซ์ในสายงาน 11 ท่าน หรือผู้บริหารระดับแกรนด์พาราไดซ์ ที่มีพาราไดซ์ในสายงานที่ทำงานถูกต้องตามเกณฑ์ที่บริษัทกำหนด จำนวน 6 ท่าน และขยายงานที่ถูกต้องตามระบบเครือข่าย (Network Marketing) ที่ดี จะได้รับตำแหน่งผู้บริหารระดับไดมอนด์ แกรนด์ พาราไดซ์ พร้อมเข็มเกียรติยศ และผลประโยชน์ตามตำแหน่งในเดือนถัดไป



### ผลประโยชน์ของผู้บริหาร EXCLUSIVE PARADISE

- เข็มเกียรติยศประจำตำแหน่งผู้บริหารระดับเอ็กซ์คลูซีฟ พาราไดซ์
  - เงินปันผล และผลประโยชน์อื่นๆ เช่นเดียวกับผู้บริหารระดับพาราไดซ์
  - โบนัสพิเศษจากผู้บริหารระดับพาราไดซ์กลุ่มลูก 0.75 %
  - โบนัสพิเศษจากผู้บริหารระดับพาราไดซ์กลุ่มหลาน 0.25 %
  - เงินเดือนประจำตำแหน่งจากเงินปันผลจากกำไรสุทธิปลายปี (สำหรับผู้ที่มิคุณสมบัติตามเกณฑ์และเงื่อนไขของบริษัท)
  - โบนัสประจำตำแหน่ง (คุณสมบัติตามเงื่อนไขของบริษัท)
  - ประกันอุบัติเหตุ 320,000 บาท
  - ประกันอุบัติเหตุ 1,000,000 บาท ค่ารักษาพยาบาลครั้งละ 100,000 บาท (สำหรับผู้ที่มิคุณสมบัติตามเกณฑ์และเงื่อนไขของผู้บริหารที่จะได้รับบัตรทอง)
- } ในกรณีที่เอ็กซ์คลูซีฟพาราไดซ์ท่านนั้น มียอดกลุ่มที่กลางพาราไดซ์ตลอดสาย ตั้งแต่ 300,000 PV ขึ้นไป



### ผลประโยชน์ของผู้บริหาร GRAND PARADISE

- เข็มเกียรติยศประจำตำแหน่งผู้บริหารระดับแกรนด์ พาราไดซ์
  - เงินปันผล และผลประโยชน์อื่นๆ เช่นเดียวกับผู้บริหารระดับพาราไดซ์
  - โบนัสพิเศษจากผู้บริหารระดับพาราไดซ์กลุ่มลูก 0.87 %
  - โบนัสพิเศษจากผู้บริหารระดับพาราไดซ์กลุ่มหลาน 0.37 %
  - เงินเดือนประจำตำแหน่งจากเงินปันผลจากกำไรสุทธิปลายปี (สำหรับผู้ที่มิคุณสมบัติตามเกณฑ์และเงื่อนไขของบริษัท)
  - โบนัสประจำตำแหน่ง (คุณสมบัติตามเงื่อนไขของบริษัท)
  - ประกันอุบัติเหตุ 320,000 บาท
  - ประกันอุบัติเหตุ 1,000,000 บาท ค่ารักษาพยาบาลครั้งละ 100,000 บาท (สำหรับผู้ที่มิคุณสมบัติตามเกณฑ์และเงื่อนไขของผู้บริหารที่จะได้รับบัตรทอง)
- } ในกรณีที่แกรนด์พาราไดซ์ท่านนั้น มียอดกลุ่มที่กลางพาราไดซ์ตลอดสาย ตั้งแต่ 300,000 PV ขึ้นไป



### ผลประโยชน์ของผู้บริหาร DIAMOND GRAND PARADISE

- เข็มเกียรติยศประจำตำแหน่งผู้บริหารระดับไดมอนด์ แกรนด์ พาราไดซ์
  - เงินปันผล และผลประโยชน์อื่นๆ เช่นเดียวกับผู้บริหารระดับพาราไดซ์
  - โบนัสพิเศษจากผู้บริหารระดับพาราไดซ์กลุ่มลูก 1 %
  - โบนัสพิเศษจากผู้บริหารระดับพาราไดซ์กลุ่มหลาน 0.50 %
  - เงินเดือนประจำตำแหน่งจากเงินปันผลจากกำไรสุทธิปลายปี (สำหรับผู้ที่มิคุณสมบัติตามเกณฑ์และเงื่อนไขของบริษัท)
  - โบนัสประจำตำแหน่ง (คุณสมบัติตามเงื่อนไขของบริษัท)
  - ประกันอุบัติเหตุ 320,000 บาท
  - ประกันอุบัติเหตุ 1,000,000 บาท ค่ารักษาพยาบาลครั้งละ 100,000 บาท (สำหรับผู้ที่มิคุณสมบัติตามเกณฑ์และเงื่อนไขของผู้บริหารที่จะได้รับบัตรทอง)
- } ในกรณีที่ไดมอนด์แกรนด์พาราไดซ์ท่านนั้น มียอดกลุ่มที่กลางพาราไดซ์ตลอดสาย ตั้งแต่ 300,000 PV ขึ้นไป

## ผลประโยชน์ของผู้บริหาร

### EXCLUSIVE PARADISE GRAND PARADISE DIAMOND GRAND PARADISE

ตำแหน่งผู้บริหารระดับเอ็กซ์คลูซีฟ พาราไดซ์, ผู้บริหารระดับแกรนด์ พาราไดซ์ และผู้บริหารระดับไดมอนด์ แกรนด์ พาราไดซ์ คือ ความภูมิใจสูงสุดของสมาชิกนักธุรกิจเครือข่ายกีฬาฟาริน ซึ่งจะได้รับทั้งเงินเดือน และผลประโยชน์เพิ่มขึ้นอีกมากมาย เมื่อมียอดกลุ่มทีมกลางพาราไดซ์ตั้งแต่ 300,000 PV ขึ้นไป ดังต่อไปนี้

| ตำแหน่ง                | จำนวนพาราไดซ์ในสายงาน | ผลประโยชน์         |                     |   | ประกันอุบัติเหตุ |
|------------------------|-----------------------|--------------------|---------------------|---|------------------|
|                        |                       | ผ.พาราไดซ์กลุ่มลูก | ผ.พาราไดซ์กลุ่มหลาน | เงินเดือนประจำตำแหน่งจากเงินปันผลจากกำไรสุทธิปลายปี |                  |
| เอ็กซ์คลูซีฟ พาราไดซ์  | 4 พาราไดซ์            | 0.75 %             | 0.25 %              | ตามเงื่อนไข/เกณฑ์ที่บริษัทกำหนด                     | 320,000          |
| แกรนด์ พาราไดซ์        | 9 พาราไดซ์            | 0.87 %             | 0.37 %              | ตามเงื่อนไข/เกณฑ์ที่บริษัทกำหนด                     | 320,000          |
| ไดมอนด์แกรนด์ พาราไดซ์ | 15 พาราไดซ์           | 1 %                | 0.50 %              | ตามเงื่อนไข/เกณฑ์ที่บริษัทกำหนด                     | 320,000          |

#### เงื่อนไขการรับโบนัสประจำตำแหน่งของผู้บริหารระดับสูงสุด

| ยอดทีมกลางพาราไดซ์ | โบนัสประจำตำแหน่ง                                 |
|--------------------|---|
| ต่ำกว่า 300,000    | ไม่ได้รับโบนัสประจำตำแหน่งและผลประโยชน์ยาวตลอดสาย |
| 300,000            | 3,000   |
| 500,000            | 5,000   |
| 750,000            | 7,000   |
| 1,000,000          | 10,000  |
| 1,500,000          | 14,000  |
| 2,000,000          | 22,000  |
| 2,500,000          | 30,000  |
| 3,000,000          | 40,000  |
| 3,500,000          | 48,000  |
| 4,000,000          | 60,000  |

## เงื่อนไขผู้มีสิทธิ์ได้รับเงินเดือนประจำตำแหน่งจากเงินปันผลจากกำไรสุทธิปลายปี

1. มีคุณสมบัติเข้าเกณฑ์มาตรฐาน (Qualify) โดยตำแหน่งพาราไดซ์/เอ็กซ์คลูซีฟพาราไดซ์ ต้องมียอดกลุ่มที่มิกกลางโกลด์สตาร์ (GS) 30,000 PV ที่มิกกลางพาราไดซ์ (PD) 300,000 PV ระดับแกรนด์พาราไดซ์ และไดมอนด์แกรนด์พาราไดซ์ ต้องมียอดกลุ่มที่มิกกลางโกลด์สตาร์ 20,000 PV ที่มิกกลางพาราไดซ์ 300,000 PV
2. ไม่มีพฤติกรรมเป็นปรักษ์ หรือบ่อนทำลายบริษัทฯ หรือองค์กรสมาชิก
3. ดำเนินธุรกิจขายตรงระบบเครือข่าย คือ บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด เพียงบริษัทเดียว
4. มีส่วนร่วมในกิจกรรมของ บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ อันเป็นกิจกรรมเพื่อส่วนรวมโดยสมควรแก่ตำแหน่ง ตามเงื่อนไขระบุแต่ละตำแหน่ง

เงินเดือนประจำตำแหน่ง จากเงินปันผลจากกำไรสุทธิปลายปี ตั้งแต่ 1800 ล้านบาทขึ้นไป โดยคิดจากผลประกอบการของปีที่ผ่านมา หากผลประกอบการต่ำกว่า 1800 ล้านบาท จะไม่มีเงินประจำตำแหน่งในปีถัดไป

| ตำแหน่ง | เกณฑ์มาตรฐาน (QUALIFY) ที่จะได้รับเงินเดือน ยอดที่มิกกลาง (GS/PD) | มี PD ขึ้นไป ที่เข้าเกณฑ์ มาตรฐาน (QUALIFY) ใบสายงาน | ยอด PV ที่เกิดขึ้น ของแต่ละบุคคล ในแต่ละเดือน | เงินเดือนประจำตำแหน่ง                |                                      |  |            |
|---------|---|--|---|--------------------------------------|--------------------------------------|--|------------|
|         |   |  |   | บัญชี 1 ผลประกอบการ (1800-2000 ล้าน) | บัญชี 2 ผลประกอบการ (2000-2800 ล้าน) | บัญชี 3 ผลประกอบการ (2800 ล้าน) ขึ้นไป |            |
| PD      | 30,000/<br>300,000  | -  | 300,000                                       | 2,000.00                             | 3,000.00                             | 5,000.00                               |            |
|         |   |  | 600,000                                       | 4,000.00                             | 5,000.00                             | 7,000.00                               |            |
|         |   |  | 900,000                                       | 6,000.00                             | 7,000.00                             | 9,000.00                               |            |
| EP      | 30,000/<br>300,000  | 2 สาย  | 300,000                                       | 9,000.00                             | 10,000.00                            | 12,000.00                              |            |
|         |   |  | 600,000                                       | 11,000.00                            | 12,000.00                            | 15,000.00                              |            |
|         |   |  | 900,000                                       | 13,000.00                            | 15,000.00                            | 18,000.00                              |            |
|         |   |  | 3 สาย   | 300,000                              | 13,000.00                            | 15,000.00                              | 18,000.00  |
| GP      | 20,000/<br>300,000  | 4 สาย  | 300,000                                       | 18,000.00                            | 20,000.00                            | 23,000.00                              |            |
|         |   |  | 600,000                                       | 23,000.00                            | 25,000.00                            | 28,000.00                              |            |
|         |   |  | 900,000                                       | 28,000.00                            | 30,000.00                            | 33,000.00                              |            |
|         |   |  | 6 สาย   | 300,000                              | 28,000.00                            | 30,000.00                              | 33,000.00  |
|         |   |  | 8 สาย   | 300,000                              | 37,000.00                            | 40,000.00                              | 45,000.00  |
| DP      | 20,000/<br>300,000  | 4 สาย  | 300,000                                       | 33,000.00                            | 35,000.00                            | 40,000.00                              |            |
|         |   |  | 6 สาย   | 300,000                              | 42,000.00                            | 45,000.00                              | 50,000.00  |
|         |   |  | 10 สาย  | 300,000                              | 50,000.00                            | 60,000.00                              | 80,000.00  |
|         |   |  | 14 สาย  | 300,000                              | 60,000.00                            | 80,000.00                              | 100,000.00 |

ภาพที่ 2.31 อธิบายแผนการตลาดกิฟฟารีน (17)

## แผนประกันอุบัติเหตุ

สมาชิกธุรกิจไฟฟ้ารีน คือ บุคคลที่มีคุณค่าและมีความหมายยิ่งต่อบริษัทฯ ดังนั้นบริษัทฯ จึงได้ร่วมเซ็นสัญญากับบริษัท นิวแฮมป์เชอร์ อินซัวร์รันส์ (NEW HAMPSHIRE INSURANCE COMPANY หรือ AIG) จัดทำแผนประกันอุบัติเหตุคุ้มครอง อุบัติเหตุทั่วโลกตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อเป็นหลักประกันความมั่นคงในชีวิตของสมาชิก โดยมีเงื่อนไขดังนี้

| ตำแหน่ง  | ยอดขยาย  | วงเงินประกันอุบัติเหตุ                         |
|--|--|--|
| สตาร์ที่ขึ้นตำแหน่งรอบจำหน่ายแรก ( ขึ้นตำแหน่งบรอนซ์สตาร์, ซิลเวอร์สตาร์, โกลด์สตาร์ ด้วยยอดกลุ่ม 1,500, 9,000 และ 45,000 PV ) |  | 120,000 บาท<br>เฉพาะผู้สมัครหลัก               |
| บรอนซ์ สตาร์<br>ซิลเวอร์ สตาร์   | ยอดส่วนตัว 400 PV  | 120,000 บาท<br>เฉพาะผู้สมัครหลัก               |
|  | ยอดส่วนตัว 800 PV  | 120,000 บาท<br>ทั้งผู้สมัครหลักและผู้สมัครร่วม |
| โกลด์สตาร์   | รักษายอด 1,500 PV เพื่อรับเงินปันผล ( ยอดส่วนตัว + ยอดของสตาร์ติดตัว )           | 220,000 บาท<br>เฉพาะผู้สมัครหลัก               |
|  | รักษายอด 3,000 PV เพื่อรับเงินปันผล ( ยอดส่วนตัว + ยอดของสตาร์ติดตัว )           | 220,000 บาท<br>ทั้งผู้สมัครหลักและผู้สมัครร่วม |
| เมอร์คิวรี่ขึ้นไป  | รักษายอด 5,000 PV เพื่อรับเงินปันผล ( ทึ่มกลางโกลด์สตาร์ )                       | 320,000 บาท<br>เฉพาะผู้สมัครหลัก               |
|  | รักษายอด 10,000 PV ( ทึ่มกลางโกลด์สตาร์ )  | 320,000 บาท<br>ทั้งผู้สมัครหลักและผู้สมัครร่วม |
| โกลด์สตาร์ขึ้นไป   | ไม่รักษายอดรับเงินปันผล (ยอดรักษา 1,500 PV, 5,000 PV) แต่มียอดซื้อส่วนตัว 400 PV | 120,000 บาท<br>เฉพาะผู้สมัครหลัก               |
|  | ไม่รักษายอดรับเงินปันผล แต่มียอดซื้อส่วนตัว 800 PV                               | 120,000 บาท<br>ทั้งผู้สมัครหลักและผู้สมัครร่วม |

## ขอบเขตความคุ้มครอง

| ขอบเขตความคุ้มครอง                          | ตำแหน่ง                      |                         |                         |
|---|------------------------------|-------------------------|-------------------------|
|   | บรอนซ์สตาร์<br>ซิลเวอร์สตาร์ | โกลด์สตาร์              | เมอร์คิวรี่ขึ้นไป       |
| เสียชีวิตจากอุบัติเหตุและฆาตกรรม            | 120,000                      | 220,000                 | 320,000                 |
| สูญเสียมือ, เท้า, สายตา<br>หรืออวัยวะอื่นใด | ตามเงื่อนไข<br>กรมธรรม์      | ตามเงื่อนไข<br>กรมธรรม์ | ตามเงื่อนไข<br>กรมธรรม์ |
| ทุพพลภาพถาวร                                | 120,000                      | 220,000                 | 320,000                 |

**ทั้งนี้รวมถึง** อุบัติภัยจากยานพาหนะทุกชนิด รวมถึงการขับขี่และการซ้อนท้ายจักรยานยนต์ การถูกฆาตกรรม และถูกลอบทำร้ายด้วย  
**\*ไม่คุ้มครอง** อุบัติภัยอันเกิดจากการจลาจล การทะเลาะวิวาท เจ็บป่วยและโรคประจำตัว ฆ่าตัวตายหรือทำร้ายร่างกายตนเองโดยเจตนา ภัยสงคราม รวมทั้งปฏิบัติหน้าที่ปราบปราม อุบัติเหตุจากการเสพยา ยาเสพติด และอาชญากรรม

### หมายเหตุ

- สมาชิกธุรกิจผู้มีสิทธิ์เอาประกัน ได้แก่ สมาชิกธุรกิจที่เข้าเงื่อนไขดังกล่าวข้างต้น และมีชื่อ/นามสกุล ตรงตามบัตรประชาชน และสำเนาทะเบียนบ้าน
- คุ้มครอง 100 % ของทุนประกัน กับสมาชิกธุรกิจที่มีอายุตั้งแต่ 15 - 65 ปีบริบูรณ์
- = คุ้มครอง 50 % ของทุนประกัน กับสมาชิกธุรกิจที่อายุ 65 - 74 ปีบริบูรณ์ แต่ไม่คุ้มครองทุพพลภาพถาวร

## เส้นทางสู่ดวงดาวกับธุรกิจกฟฟารีน

| ตำแหน่ง   | การขึ้นตำแหน่ง<br>ระดับสูง | ส่วนลด<br>ผลิตภัณฑ์ | เงินปันผล<br>ประจำ<br>ตำแหน่ง | เงินทุน<br>ประกัน<br>อุบัติเหตุ | โบนัสพิเศษ                            |                            |                                    |                                   | เงินเดือนประจำ<br>ตำแหน่งจากเงิน<br>โบนัสจากกำไร<br>สุทธิปลายปี | โบนัสประจำ<br>ตำแหน่ง |
|---|----------------------------|---------------------|-------------------------------|---------------------------------|---------------------------------------|----------------------------|------------------------------------|-----------------------------------|---|-----------------------|
|   |                            |                     |                               |                                 | กลุ่มที่กลาง<br>GOLD STAR<br>อุทิศตัว | กลุ่ม<br>PARADISE<br>อุทิศ | กลุ่มที่กลาง<br>GOLD STAR<br>ผลงาน | กลุ่มที่กลาง<br>PARADISE<br>ผลงาน |   |                       |
| 11 โดมอนด์ แกรนด์ พาราไดซ์                              | พาราไดซ์ 15 คน             | 25 %                | 25 %                          | 320,000                         | 10 %                                  | 1 %                        | 6 %                                | 0.50 %                            | ตามเงื่อนไขและ<br>เกณฑ์ที่กำหนด                                 | ✓                     |
| 10 แกรนด์ พาราไดซ์                                      | พาราไดซ์ 9 คน              | 25 %                | 25 %                          | 320,000                         | 10 %                                  | 0.87 %                     | 6 %                                | 0.37 %                            | ตามเงื่อนไขและ<br>เกณฑ์ที่กำหนด                                 | ✓                     |
| 9 เอ็กซ์คลูซีฟ พาราไดซ์                                 | พาราไดซ์ 4 คน              | 25 %                | 25 %                          | 320,000                         | 10 %                                  | 0.75 %                     | 6 %                                | 0.25 %                            | ตามเงื่อนไขและ<br>เกณฑ์ที่กำหนด                                 | ✓                     |
| 8 พาราไดซ์  | โกลด์สตาร์ 20 คน           | 25 %                | 25 %                          | 320,000                         | 10 %                                  | 0.50 %                     | 6 %                                |                                   | ตามเงื่อนไขและ<br>เกณฑ์ที่กำหนด                                 |                       |
| 7 แซทเทิร์น   | โกลด์สตาร์ 15 คน           | 25 %                | 25 %                          | 320,000                         | 9 %                                   |                            | 5 %                                |                                   |   |                       |
| 6 วินัส   | โกลด์สตาร์ 10 คน           | 25 %                | 25 %                          | 320,000                         | 8 %                                   |                            | 4 %                                |                                   |   |                       |
| 5 จูปีเตอร์   | โกลด์สตาร์ 6 คน            | 25 %                | 25 %                          | 320,000                         | 7 %                                   |                            | 3 %                                |                                   |   |                       |
| 4 เมอร์คิวรี  | โกลด์สตาร์ 3 คน            | 25 %                | 25 %                          | 320,000                         | 6 %                                   |                            | 2 %                                |                                   |   |                       |
| 3 โกลด์สตาร์ ยอดส่วนตัว + ทีมงาน 45,000 PV              |                            | 25 %                | 25 %                          | 220,000                         | 4 %                                   |                            |                                    |                                   |   |                       |
| 2 ซิลเวอร์สตาร์ ยอดส่วนตัว + ทีมงาน 9,000 PV            |                            | 25 %                | 15 %                          | 120,000                         |                                       |                            |                                    |                                   |   |                       |
| 1 บรอนซ์สตาร์ ยอดส่วนตัว + ทีมงาน 1,500 PV              |                            | 25 %                | 10 %                          | 120,000                         |                                       |                            |                                    |                                   |   |                       |
| ลตาร์ (สมาชิกใหม่ ค่าสมัคร 180 บาท + ส่วนนำบัตรประชาชน) |                            | 25 %                |                               |                                 |                                       |                            |                                    |                                   |   |                       |

### เงื่อนไข

1. ละสมยอดขายภายใน 1 รอบจำหน่าย คือ ตั้งแต่ วันที่ 1-วันสิ้นเดือน ของทุกเดือน
2. ยอดสุทธิคิดเป็น PV ของทุกเดือน
3. รับเงินปันผลทุกวันที่ 13 ของทุกเดือน
4. เป็นสมาชิกธุรกิจตลอดชีพ ยกเว้นลาออกตามเกณฑ์ ของบริษัท
5. ทุกตำแหน่งขึ้นแล้วไม่มีการ ลดตำแหน่ง

ภาพที่ 2.33 อธิบายแผนการตลาดกฟฟารีน (19)

## 2.9 การจำหน่ายสินค้า

2.9.1 เมื่อมีการจำหน่ายสินค้าไปยังผู้บริโภค ซึ่งมีใช้สมาชิกด้วยกัน จะต้องมีการเอกสารสัญญาซื้อขายที่ถูกต้อง ซึ่งมีจำหน่าย ณ ที่ทำการบริษัท อันมีสาระสำคัญว่าจะต้องมีการรับประกันความพึงพอใจ และรับคืนสินค้าได้ภายใน 7 วัน โดยสมาชิกจะต้องคืนเงินเต็มจำนวนให้ผู้บริโภค และนำสินค้ากลับคืนมายังบริษัทฯ โดยบริษัทฯ จะทำการคืนเงินให้ภายใน 15 วัน นับจากวันที่บริษัทฯ ได้รับคืนสินค้า ทั้งนี้ บริษัทมีสิทธิหักค่าดำเนินการและผลประโยชน์ที่ได้จ่ายไปแล้วไม่เกินอัตราที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

2.9.2 ในการเข้าไปติดต่อเพื่อเสนอขายสินค้าให้แก่ผู้บริโภคโดยตรง ณ ที่อยู่อาศัยหรือสถานที่ทำงานของผู้บริโภคหรือผู้อื่น หรือสถานที่อื่นที่มีใช้สถานที่ประกอบการค้าเป็นปกติ ชุระ สมาชิกหรือผู้จำหน่ายอิสระ จะต้องได้รับอนุญาตจากผู้บริโภคหรือผู้ครอบครองสถานที่นั้นก่อน และต้องไม่กระทำการอันเป็นการรบกวนหรือก่อให้เกิดความรำคาญแก่บุคคลดังกล่าว ในการนี้สมาชิกหรือผู้จำหน่ายอิสระต้องแสดงบัตรประจำตัวประชาชนและบัตรประจำตัวสมาชิก หรือบัตรประจำตัวผู้จำหน่ายอิสระซึ่งออกโดย บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด

## 2.10 ข้อได้เปรียบทางธุรกิจ

กิฟฟารีนมี Licence of Network และมีการคุ้มครองลิขสิทธิ์เครือข่าย (Protection of Network) อย่างสมบูรณ์แบบ

กิฟฟารีนมีความชัดเจนในการสร้างแบรนด์อย่างต่อเนื่อง ทั้งแบรนด์ของธุรกิจและแบรนด์ของผลิตภัณฑ์

กิฟฟารีนมีผลิตภัณฑ์ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย ทุกเศรษฐกิจ และมีแนวทางการนำเสนอผลิตภัณฑ์อันเป็นที่ยอมรับโดยสากล (มีการแสดงแหล่งที่มาของวัตถุดิบและมีผลงานวิจัยหลายผลงานรับรอง) โดยผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ผลิตโดยบริษัทในเครือ

กิฟฟารีนมีผลประกอบการที่สามารถอธิบายถึงการเติบโตในอนาคต โดยปี 2554 มียอดจำหน่ายสูงถึง 5,488,000,000 บาท คิดเป็นอัตราการเติบโตประมาณ 11.7% จากปีที่ผ่านมา

กิฟฟารีนให้ผลตอบแทนคืนกลับแก่นักธุรกิจสูงที่สุดในประเทศไทย โดยมียอดจำหน่ายถึงปัจจุบันกว่า 45,488,000,000 บาท และมอบรายได้แก่นักธุรกิจกิฟฟารีนกว่า 20,700,000,000 บาท

กิฟฟารีนได้ทำการเสียภาษีในอัตราก้าวหน้าในส่วนของเงินปันผลแก่นักธุรกิจ



- ยอดรวมการมอบเงินปันผลและรายได้อื่น ๆ  
ประมาณ 18,000,000,000 บาท
- เป็นบริษัทที่จ่ายผลประโยชน์สูงสุดถึง 47% ซึ่งสูงที่สุดในประเทศไทย
- ผลประกอบการรวมถึงปัจจุบันประมาณ 40,000 ล้านบาท (ปี 2539 - 2553)
- เป็นบริษัทเดียวที่จ่ายภาษีอัตราก้าวหน้าในส่วนของเงินปันผลแทนนักธุรกิจ  
เพื่อแบ่งเบาภาระต้นทุนการดำเนินธุรกิจ

หมายเหตุ: บริษัทจะจ่ายภาษีอัตราก้าวหน้าแทนนักธุรกิจที่ปฏิบัติตามกฎระเบียบ  
และจรรยาบรรณของบริษัทเท่านั้น

### ภาพที่ 2.34 สิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากกิฟฟารีน

กิฟฟารีนสร้างโอกาสอันเป็นไปได้อย่างจริงของมรดกตกทอดที่มอบให้แก่ทายาทนัก  
ธุรกิจเครือข่าย

กิฟฟารีนมีระบบสนับสนุนทางการตลาดที่เยี่ยมประสิทธิภาพ

- ศูนย์ธุรกิจพร้อมห้องประชุมกว่า 106 สาขา และมีศูนย์กิฟฟารีน ไลเชนส์ ซ็อบ  
ทั้งหมด 6 สาขา เพื่อรองรับการเจริญเติบโตของนักธุรกิจทั่วประเทศ





109 ศูนย์ธุรกิจทั่วประเทศ  
 สมาชิกกว่า 5.8 ล้านรหัส  
 พนักงานกว่า 1,400 คนทั้งในส่วนสำนักงาน  
 โรงงาน และศูนย์ธุรกิจ

ภาพที่ 2.35 ศูนย์ธุรกิจของกฟฟารีน

- การแสดงผลการตรวจสอบคุณภาพเครือข่าย (Network Monitoring) เพื่อให้พนักงานธุรกิจกฟฟารีนสามารถตรวจสอบวิเคราะห์และสามารถติดตามคุณภาพของเครือข่ายได้จึงทำให้พนักงานธุรกิจกฟฟารีนประสบความสำเร็จโดยมีต้นทุนในการทำงานที่น้อยที่สุด

- กฟฟารีนมีการจัดจำหน่ายสินค้าคุณภาพมาตรฐานสากลในราคาที่ยุติธรรมกว่า 2,000 รายการ ทำให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่สามารถซื้อใช้และซื้อซ้ำได้ตลอดไป อันเป็นที่มาของรายได้ที่มั่นคง ยั่งยืนและเป็นมรดกตกทอดแก่ทายาททางธุรกิจอย่างแท้จริง



## บริษัทในเครือกิฟฟารีน ประกอบไปด้วย

- 1 บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด  
บริหารการตลาด จัดจำหน่ายสินค้าผ่านระบบ Network Marketing และสร้างระบบช่วยเหลือสนับสนุนให้นักธุรกิจเครือข่ายเติบโตและประสบความสำเร็จ
- 2 บริษัท สกายไลน์ แลบบอราทอรี จำกัด  
ผลิตสินค้าในกลุ่มเครื่องสำอาง เครื่องใช้สำหรับร่างกาย และเครื่องใช้ในครัวเรือน
- 3 บริษัท สกายไลน์ เฮลท์แคร์ จำกัด  
ผลิตสินค้าในกลุ่มอาหารเสริมสุขภาพ และผลิตภัณฑ์อาหาร

### โรงงานของกิฟฟารีน

ตั้งอยู่ในนิคมอุตสาหกรรมนวนคร บนเนื้อที่กว่า 20 ไร่ พื้นที่การใช้งาน 39,000 ตารางเมตร งบประมาณการก่อสร้าง 700 ล้านบาท  
กำลังการผลิต 20 ล้านชิ้น/เดือน รองรับยอดขาย 20,000 ล้านบาท/ปี

### ทรัพย์สินรวมกว่า 6,000 ล้านบาท

เงินฝากธนาคาร อาคาร ที่ดิน ศูนย์ธุรกิจ และโรงงานผลิตเป็นของตนเอง

ภาพที่ 2.36 บริษัทในเครือกิฟฟารีน

## 2.11 การยกเลิกธุรกิจ

**2.11.1 หากสมาชิกของบริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด มีความประสงค์จะยกเลิกธุรกิจ** ท่านสมาชิกมีสิทธิที่จะคือสินค้าในสภาพที่ขายต่อได้ รวมทั้งวัสดุอุปกรณ์ส่งเสริมการขาย ชุดคู่มือหรืออุปกรณ์ส่งเสริมธุรกิจมายังบริษัทฯ โดยจะต้องเป็นสิ่งที่ซื้อจากบริษัทฯ ภายในเวลา 30 วัน นับก่อนวันที่ท่านแจ้งยกเลิกธุรกิจ และบริษัทฯ จะดำเนินการคืนเงินแก่สมาชิก ภายในเวลา 15 วัน นับแต่วันที่สมาชิกใช้สิทธิคืน ทั้งนี้บริษัทฯ มีสิทธิหักค่าดำเนินการได้ไม่เกินอัตราที่คณะกรรมการประกาศกำหนด และมีสิทธิหักลบกลบหนี้ใดๆ อันเกี่ยวกับสัญญาตามมาตรา 23 ของพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ.2545 ที่ผู้จำหน่ายอิสระจะต้องชำระได้

**2.11.2 เมื่อท่านสมาชิกยกเลิกการทำธุรกิจกับ บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด แล้ว เพื่อเป็นการป้องกันปัญหาจากการแย่งสายงาน** ทางบริษัทฯ จึงมีกำหนดเกณฑ์ในการยกเลิกธุรกิจเพื่อความเหมาะสม ดังนี้

1) สมาชิกระดับสตาร์ – บرونซ์สตาร์ หากประสงค์จะยกเลิกธุรกิจ จะไม่สามารถสมัครเข้าร่วมธุรกิจใหม่ได้ภายในเวลา 6 เดือน สมาชิกระดับซิลเวอร์สตาร์ – โกลด์สตาร์ หากประสงค์จะยกเลิกธุรกิจ จะไม่สามารถเข้าร่วมธุรกิจใหม่ได้ในระยะเวลา 1 ปี

2) สมาชิกระดับเมอร์คิวรี่ขึ้นไป หากประสงค์จะยกเลิกธุรกิจ จะไม่สามารถเข้าร่วมธุรกิจใหม่ได้ตลอดไป

## 2.12 การเพิกถอนสถานภาพการเป็นสมาชิกฟิฟารีน

บริษัทฯ จะยื่นหนังสือเป็นลายลักษณ์อักษรต่อสมาชิก เพื่อเป็นการเพิกถอนสถานภาพการเป็นสมาชิก หากเกิดกรณีใดกรณีหนึ่งหรือมากกว่าดังนี้

2.12.1 สมาชิกให้ข้อมูลที่ไม่ตรงกับความเป็นจริงในใบสมัคร

2.12.2 กรณีที่สมาชิกแสดงข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทฯ ผลิตภัณฑ์ หรือแผนการตลาดอย่างบิดเบือนอย่างร้ายแรง และไม่อาจแก้ไขด้วยบทลงโทษอื่นๆ

2.12.3 กรณีที่สมาชิกฝ่าฝืนกฎข้อใดข้อหนึ่ง และไม่สามารถแก้ไขสิ่งที่ฝ่าฝืนกฎนั้นภายใน 14 วัน

2.12.4 รบกวนองค์กรสมาชิก ทั้งในสายงานตนเองและสายงานอื่น

2.12.5 ให้อภัย หรือทำการใดๆ ที่ก่อให้เกิดความเสียหายต่อองค์กรและบริษัทฯ

2.12.6 กรณีที่ฝ่าฝืนกฎบ่อยครั้ง

ทั้งนี้ การเพิกถอนจะสมบูรณ์ได้ เมื่อผ่านมติของคณะกรรมการผู้บริหารองค์กรสมาชิกแล้ว (การเพิกถอน หมายถึง การสิ้นสุดและระงับสถานภาพการเป็นสมาชิกของบุคคลหนึ่งอย่างสมบูรณ์ พร้อมกับสิทธิที่จะได้รับรายได้อื่นใดจากการเป็นสมาชิก ไม่ว่าจะป็นรายได้ที่เกิดขึ้นแล้วหรือเพิ่มพูนขึ้นก่อนหรือหลังการเพิกถอนนั้น และจะมีผลบังคับใช้ในวันที่แจ้งให้สมาชิกที่เกี่ยวข้องทราบเป็นลายลักษณ์อักษร)

## 3. ปัจจัยแห่งความสำเร็จในธุรกิจเครือข่าย

ไม่ว่าเราจะทำธุรกิจอะไรก็แล้วแต่ให้ประสบความสำเร็จนั้น มันย่อมไม่ง่ายเหมือนปลอกกล้วยเข้าปาก ย่อมต้องมีการวางแผน การลงมือทำอย่างจริงจังต้องพบเจออุปสรรคปัญหาต่างๆ ต้องรู้จักวิเคราะห์และแก้ไขปัญหาได้ ในธุรกิจเครือข่ายก็เช่นเดียวกัน เราจะทำงานให้ประสบความสำเร็จได้นั้นย่อมต้องสร้างเงื่อนไข สร้างกฎเกณฑ์ ในการทำงานให้กับตัวเอง จึงจะประสบความสำเร็จได้ เนื่องจากธุรกิจเครือข่ายนั้นเป็นงานที่อิสระ ไม่มีใครสามารถมาบังคับเราได้ ถ้าหากเราไม่เอาใจใส่ จริงจัง ทำแบบเช้าชามเย็นชาม ก็ยากที่จะประสบความสำเร็จในธุรกิจ

สิ่งที่เราควรกำหนดกฎเกณฑ์ ให้เป็นเงื่อนไขในการทำธุรกิจ เพื่อความสำเร็จของตัวเองได้แก่

### 3.1 ต้องมีการตั้งเป้าหมายในการทำธุรกิจ

เป้าหมายในชีวิต คือ ความฝันในอนาคตที่เราอยากจะทำให้ได้ เป็นเรื่องจำเป็น เพราะมันคือ เส้นชัยที่เราต้องไปให้ถึง ในธุรกิจเครือข่ายการตั้งเป้าหมายเป็นเรื่องสำคัญมาก เพราะมันคือแรงจูงใจที่จะทำให้เราก้าวไปสู่จุดจุดนั้นให้ได้ในที่สุดหากเราตั้งใจและพยายาม

ในธุรกิจเครือข่าย ใครๆ ก็อยากตั้งเป้าหมายให้ได้ยอดธุรกิจสูงๆ เพื่อให้ได้รับผลตอบแทนที่ดีกันทั้งนั้น แต่การที่จะไปถึงจุดสูงสุดนั้นก็ต้องใช้องค์ประกอบหลายอย่างผนวกเข้าด้วยกัน ดังนั้นในระยะเริ่มแรกของการเข้าสู่ธุรกิจ นักธุรกิจควรมีเป้าหมายระยะสั้น และเมื่อทำไปสักพักก็ควรตั้งเป้าหมายในระยะยาว เพราะการตั้งเป้าหมายในระยะสั้นนั้นจะเป็นแรงขับเคลื่อนอย่างดีที่จะนำพาเราไปสู่เป้าหมายระยะยาวได้

ยกตัวอย่างเช่น ในธุรกิจกอล์ฟฟาริน ตำแหน่งผู้บริหารระดับต้น ตำแหน่งโกลด์สตาร์ จะทำให้มีรายได้ระดับ 5,000 – 10,000 บาท เราอาจจะกำหนดว่า ภายใน 4 เดือน จะต้องขึ้นตำแหน่งโกลด์สตาร์ และภายใน 1 ปี ขอมีเงินเก็บจากกอล์ฟฟารินอย่างเดียว อย่างน้อย 30,000 – 50,000 บาท และการจะทำตำแหน่งโกลด์สตาร์ ต้องมียอดธุรกิจ 45,000 PV การที่จะมียอด 45,000 PV ต้องมีเครือข่ายในมือ อย่างน้อย 30 คน (เฉลี่ยซื้อคนละ 1,000 – 2,000บาท) ดังนั้นใน 4 เดือน เราจะต้องสร้างเครือข่าย เดือนละ 7-8 คน หรือ อาทิตย์ละ 1-2 คน เพื่อให้ได้เป้าหมายที่ตั้งไว้ และข้อดีของธุรกิจเครือข่ายคือการทำงานเป็นทีม ซึ่งจริง ๆ แล้วเราอาจจะแนะนำแค่เพียง 3-5 คนเท่านั้นใน 4 เดือน หากทีมงานมีการตั้งเป้าหมายเช่นเดียวกัน

### 3.2 มีความมุ่งมั่น

คนเราเกิดมามีหนึ่งสมองสองมือเท่ากัน แต่สิ่งที่จะทำให้คนๆ นั้นประสบความสำเร็จในชีวิตได้คงต้องมีความมุ่งมั่นและความตั้งใจที่จะไปให้ถึงฝั่งฝัน ถ้าเราขาดความมุ่งมั่นและความตั้งใจ คงยากที่จะทำอะไรๆ ให้ประสบความสำเร็จได้

### 3.3 ไม่ยอมแพ้ต่ออุปสรรค

มีคนเคยกล่าวไว้ว่า “ความภูมิใจไม่ได้เกิดขึ้นจากการที่เราทำงานแล้วไม่เกิดปัญหา หากแต่เมื่อเกิดอุปสรรคและปัญหาแล้ว เราสามารถก้าวผ่านอุปสรรคนั้นไปได้ต่างหาก” จากคำกล่าวนี้จะเห็นได้ว่า ปัญหามีไว้ให้แก้ ไม่ได้มีไว้ให้กลัว เหตุใดเราจึงต้องจน เครียด กินเหล้า หากเราเปลี่ยนเป็น จน คิด ทำธุรกิจเครือข่าย ย่อมดีกว่าอย่างแน่นอน

สิ่งที่ยากที่สุดในการทำธุรกิจเครือข่ายคือการหาคนที่มีความคิดอยากเป็นเจ้าของธุรกิจเหมือนกับเรา บางคนก็ชวนง่าย บางคนก็ปฏิเสธ บางคนก็มาทำเดือน สองเดือน แล้วก็หายไป ปัญหาเหล่านี้ไม่ใช่เรื่องใหญ่ มันเป็นธรรมชาติของธุรกิจเครือข่าย หน้าที่ของเราคือทำอย่างไรให้เขาอยู่กับเราไปตลอดและมีรายได้เติบโต ถ้าหากเรามองในมุมบวก การที่เขาไม่อยู่กับเรา หรือไม่คิดเหมือนเราอาจเป็นเพราะว่าเขายังไม่เข้าใจเพียงพอ เราก็ปล่อยให้เขาไปหาประสบการณ์จากธุรกิจอื่นๆ บ้าง และเราก็เรียนรู้ให้เป็นผู้มีอาชีพมากขึ้น อย่าไปโกรธเขา ให้ทำดีต่อเขา เป็นห่วงเขาบ้าง เมื่อวันหนึ่ง เขอกหักจาก Money game เขาก็จะกลับมาหาเราเอง

### 3.4 สร้างทัศนคติที่ดีในการทำธุรกิจ

ถ้าคุณเป็นนักร้อง แต่คุณไม่ศรัทธาในเนื้อเพลงและท่วงทำนองคุณจะร้องเพลงออกมาได้อย่างไร ถ้าคุณเป็นนักขาย แต่ถ้าคุณไม่เชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ของคุณ ใครจะซื้อสินค้าของคุณ หรือถ้าคุณเจ้าของแฟรนไชส์ คุณจะทำอย่างไร ให้แฟรนไชส์คุณขยายออกไปทั่วประเทศ เพื่อให้คนรู้จักและยอมรับ เช่นเดียวกัน ในธุรกิจเครือข่าย คุณก็ต้องออกแบบวิธีการที่จะทำให้คนรู้จักธุรกิจของคุณและต้องการเป็นลูกค้าประจำหรือเป็นส่วนส่วนธุรกิจกับคุณ คนนอกที่ไม่ได้เข้ามาสัมผัสกับธุรกิจเครือข่ายก็มักจะมองว่าเป็นพวกลัทธิ มอมเมาและสร้างภาพ ก็คงต้องยอมรับว่ามี แต่นั่นเป็นพวกนอกรีตและไม่มีการยอมรับในการทำธุรกิจ ซึ่งมันมีอยู่ทั่วไปในทุกๆ ธุรกิจ หรือใครจะปฏิเสธว่านักการเมืองไม่โกง แต่ถ้าหากคุณอยู่ในธุรกิจเครือข่ายที่เป็นบริษัทที่มีคุณภาพ มีจรรยาบรรณ เป็นที่ยอมรับของคนทั้งประเทศ เช่น กิฟฟารีน กังเซน ลาซูล์ ฯลฯ ก็ย่อมเป็นที่แน่นอนว่าไม่ใช่ธุรกิจเครือข่ายหลอกลวงอย่างแน่นอน เพราะฉะนั้น หากนักธุรกิจต้องการประสบความสำเร็จในธุรกิจเครือข่ายนี้ สิ่งที่คุณต้องมีคือความศรัทธาต่อวิชาชีพและทัศนคติที่ดีต่อธุรกิจ เพราะหากเราไร้ซึ่งศรัทธา การที่เราจะไปแนะนำผู้อื่นให้เข้ามาในธุรกิจของเรา มันจะดูไม่มีพลัง และดูไม่น่าเชื่อถือ

### 3.5 ขยันและสม่ำเสมอ

ความสำเร็จไม่ได้เกิดขึ้นเพียงชั่วข้ามคืน ถ้าหากท่านทั้งหลายได้มีโอกาสอ่านประวัติของผู้ที่ประสบความสำเร็จระดับแถวหน้าของประเทศไทยช่วง 5-6 ปีที่ผ่านมา จะพบว่าแต่ละท่านไม่ได้รวยมาแบบง่าย ๆ เขาไม่ได้รวยชั่วข้ามคืน เหมือนคำโฆษณาในอินเทอร์เน็ต เช่น “ธุรกิจออนไลน์มาแรง ไม่ขาย ไม่ดี ไม่ต้องรักษายอด ลงทุน 3 พัน รับเดือนละแสน” โฆษณาเหล่านี้ มักจะเป็นการโกหกหลอกลวง มันไม่มีหรอก ธุรกิจที่ไม่ต้องลงมือทำอะไรเลย ทุกอย่างต้องแลกมาด้วยแรงกาย แรงมันสมอง และเงินทุน

ยกตัวอย่างเช่น คุณตัน ภาสกรนที ก่อนที่ท่านจะประสบความสำเร็จดังเช่นทุกวันนี้ ท่านก็ต้องประสบกับความล้มเหลวมาแล้วนับครั้งไม่ถ้วน หรือคุณศิริวัฒน์ แชนวิช จากมวยร้อยล้าน ต้องเป็นบุคคลล้มละลาย มาขายแซนวิชอยู่ BTS จตุจักร

ถ้าคนเหล่านี้ขาดความขยันและสม่ำเสมอในการที่จะแก้ปัญหาชีวิต ทุกวันนี้เขาก็คงยังไม่รวย

ในการทำธุรกิจเครือข่าย ถ้าท่านเป็นคนทีกระตือรือร้นและขยันขันแข็งอย่างสม่ำเสมอในการเสนอขายสินค้าและหาหุ้นส่วนทางธุรกิจมาสร้างเครือข่ายด้วยกัน ช่วยเหลือกันละกันให้ธุรกิจเติบโตแล้ว ความสำเร็จย่อมอยู่ไม่ไกล

### 3.6 เรียนรู้และพัฒนาตนเอง

วิวัฒนาการไม่เคยหยุดยั้ง โลกแห่งธุรกิจไม่เคยหยุดนิ่ง คนเราถ้าหยุดเรียนรู้ ก็ไม่มีวันประสบความสำเร็จ ร้อยละ 90 ของผู้ที่สมัครธุรกิจเครือข่าย ตกม้าตาย ชื่อนี้มากที่สุด เพราะเนื่องจากบุคคลเหล่านั้นคิดว่า หากคนได้ สร้างเครือข่ายได้ ก็เสร็จงานแล้ว ถึงสินค้าจะดีเลิศแค่ไหน แต่ถ้าไม่มีความจำเป็นจะต้องใช้ทุกเดือน ก็จบ ถึงแผนการตลาดจะจ่ายมากที่สุดในโลก แต่ถ้าชวนคนไม่ได้ ก็เสียเงินฟรี ถึงบริษัทจะดี เปิดใหม่ มาแรง เป็นต้นสาย แต่ถ้าเจอแม่ทิม ย้ายค่ายบ่อย ก็ตายหมู่

ประเด็นก็คือ ในธุรกิจเครือข่าย บริษัทต่างๆ เปิดโอกาสให้ท่าน เอาเงินจากเขา ตั้งแต่หลักพัน-หลักล้าน ถ้าท่านเป็นผู้ฝันใหญ่ อยากรวยเป็นล้าน แต่ท่านมีความรู้เกี่ยวกับธุรกิจแบบ ภูเขา ปลาๆ จะดีหรือที่เราจะไปเอาเงินจากเขาโดยที่เราไม่ได้มีความรู้ในธุรกิจของเราเองอย่างเพียงพอ เจอข้อโต้แย้งในธุรกิจเครือข่าย ธุรกิจออนไลน์ ต่างๆ นานา หากเราตอบปัญหาต่างๆ เหล่านั้นไม่ได้ทุกอย่างก็จบ

หากถามว่าอยากหรือไม่ที่จะได้หยิบได้จับเงินล้านในชีวิตนี้ ขอตอบเลยว่าอยาก แต่ถามว่ามีความเป็นไปได้หรือไม่ ตอบได้เลยว่า เป็นไปได้ ถ้าหากเราทำงานกันเป็นทีม

ดังนั้น เราต้องเรียนรู้ทุกอย่างที่เกี่ยวกับธุรกิจเครือข่ายให้รู้ลึก รู้จริง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของ องค์กรของเราเอง สินค้าและผลิตภัณฑ์ของเรา และทีมงานของเราทุกคนต้องมีความรู้ด้วยความรู้หาได้ที่ CENTER ของบริษัท ซึ่งจะจัดคอร์สทุกสัปดาห์อยู่แล้ว ถ้าไปไม่ได้ ก็ลองหาศูนย์ฯ ใกล้เคียงๆ บ้าน ถ้าหากศูนย์ฯ ใกล้เคียงบ้านให้ความรู้ไม่ดี ก็ให้ไปดูว่าศูนย์ฯ ไหนสอนดี ก็ให้พากันไปเรียนรู้ที่นั่น วันนี้ท่านอาจจะไปแค่คนเดียว สัปดาห์หน้าก็ชวนไปซัก 2-3 คน กลับมาก็นัดทีมงานสอนกันเองที่บ้าน หรือนัดเจอกันที่ร้านกาแฟ หรือกลุ่มไหนมี Web Cam ก็สอนกันออนไลน์ สอนกันไป สอนกันมา ไม่นานก็เก่ง ตำราเกี่ยวกับธุรกิจเครือข่ายตามร้านหนังสือทั่วไปก็มี ข้อสำคัญคืออย่าหยุดที่จะเรียนรู้ เพราะองค์กรธุรกิจที่มีคุณภาพ ยกตัวอย่างเช่น กิฟฟารีน เขาก็ยังพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ถ้าเราหยุดเรียนรู้ เราจะตามไม่ทันบริษัท ก็จะทำให้ประสบความสำเร็จได้ยากหรือช้ากว่าที่

ควรจะเป็น จากประสบการณ์ตรงที่ได้เห็นคนในวงการธุรกิจเครือข่ายของกิฟฟารีน ถ้าทำงานอย่างจริงจังและต่อเนื่อง ผมเห็นนักธุรกิจกิฟฟารีนสามารถมีรายได้หลักแสนได้ในเวลาเพียง 2-3 ปีเท่านั้น บางท่านใช้เวลาแค่ 6 เดือนเท่านั้น

#### 4. ขั้นตอนสู่ความสำเร็จ

##### 4.1 ใช้สินค้าที่ชอบ

ด้วยการเลือกสินค้าที่ตัวเองชอบแล้วซื้อไปทดลองใช้ จะทำให้เราไม่เสียขายเงิน และไม่รู้สึกลเหมือนถูกบีบบังคับ

##### 4.2 เล่าประสบการณ์การใช้สินค้าให้คนใกล้ชิดตัวฟัง

ด้วยการบอกว่าใช้แล้วรู้สึกว่าเป็นอย่างไร ประทับใจอะไรบ้างในสินค้าที่ตนเองใช้

##### 4.3 ศึกษารายละเอียดของสินค้า (ที่ตัวเองชอบและมีความถนัด)

ด้วยการศึกษาจากแคตตาล็อก สอบถามจากผู้แนะนำ สอบถามจากผู้เชี่ยวชาญของบริษัท และเข้าประชุมกับบริษัทอย่างสม่ำเสมอ

##### 4.4 เขียนรายชื่อผู้มุ่งหวัง

ด้วยการเขียนรายชื่อเพื่อนของเราญาติของเรา เพื่อนของญาติ และญาติของเพื่อน เป็นต้น โดยคนเหล่านี้คือคนที่เราคิดว่าเราจะไปพบปะพูดคุยเกี่ยวกับธุรกิจกิฟฟารีนด้วย

##### 4.5 พาตัวเองเข้างานประชุม

ทั้งประชุมกลุ่มย่อยตามศูนย์ต่างๆ และงานประชุมวันอังคาร ที่โรงแรมอินทรา หรืองานประชุมประจำเดือนในต่างจังหวัด จะทำให้เรารู้จักคนมากขึ้น ได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับผู้ที่ประสบความสำเร็จ จะทำให้เรามีกำลังใจในการทำงาน

##### 4.6 เข้าพบผู้มุ่งหวังโดยเน้นการสร้างสายสัมพันธ์

อย่ารีบร้อนแนะนำธุรกิจ หรือสินค้ามากจนเกินไป ควรทำให้ผู้มุ่งหวังประทับใจในตัวเราเสียก่อน ด้วยการสร้างบรรยากาศที่สบายๆ ไม่เครียดเกินไปและให้คิดเสมอว่า ถึงแม้วันนี้เขาจะไม่สมัครกับเรา แต่เรากับเขายังต้องเป็นเพื่อนกันอยู่ แนะนำสินค้าให้เหมาะสมกับความต้องการ และกำลังซื้อของผู้มุ่งหวัง

##### 4.7 วิเคราะห์ผู้มุ่งหวัง เพื่อการดูแลที่เหมาะสม

ผู้มุ่งหวังที่ต้องการเป็นผู้บริโภค ให้รักษาสัมพันธ์ภาพอย่างต่อเนื่อง และนำเสนอสินค้า ตลอดจนการบริการดูแลหลังการขาย ด้วยความสม่ำเสมอ

ผู้มุ่งหวังที่ต้องการทำเป็นธุรกิจ ให้นำเสนอธุรกิจและแผนงาน ด้วยวิธีการที่เหมาะสม และดูแลให้เขาเหล่านั้นสามารถสร้างธุรกิจจนเติบโตได้

#### 4.8 ติดตามผลการใช้สินค้าของลูกค้า และรักษาสัมพันธ์ภาพอย่างต่อเนื่อง

#### 4.9 จัดทำอุปกรณ์ประกอบการขยายงาน

เช่น แฟ้มธุรกิจ แผนผังองค์กร สมุดรายชื่อผู้มุ่งหวัง เป็นต้น จะทำให้เราทำงานอย่างเป็นระบบ ตรวจสอบได้ และง่ายต่อการขยายธุรกิจ

#### 4.10 สร้างวัฒนธรรมองค์กร

เช่น การตรงต่อเวลา การแต่งกายที่สุภาพ มีบุคลิกภาพของนักธุรกิจ การเคารพกฎ และจรรยาบรรณของบริษัท โดยผู้ทำธุรกิจจะต้องทำตัวเป็นแบบอย่างที่ดี เพื่อสร้างความศรัทธา และความน่าเชื่อถือแก่ทีมงาน

#### 4.11 บริหารทีมงานด้วยความตั้งใจจริง

ความสำเร็จของธุรกิจ MLM ในระยะยาวมาจากการสร้างคนในทีมงาน ให้มีความสามารถ และสามารถขยายงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ธุรกิจนี้เป็นธุรกิจแห่งการถ่ายทอดความรู้ ความเข้าใจ และความสามารถไปสู่ทีมงานเป็นทอด ๆ และประสบความสำเร็จร่วมกันทั้งทีมงาน

#### 4.12 พัฒนาตนเอง และเสริมภาพลักษณ์ของความเป็นผู้นำอย่างต่อเนื่อง

บริษัทมีหลักสูตรพัฒนาบุคลิกภาพหลายหลักสูตรอย่างต่อเนื่อง เช่น อบรมศิลปะการพูด การนำเสนอสินค้า การเปิดใจ การขจัดข้อโต้แย้ง การบริหารทีมงาน ตลอดจนพัฒนาบุคลิกภาพ และแต่งหน้าตนเองให้กับสมาชิกของเราอย่างสม่ำเสมอ

### 5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

รุ่งทิพย์ คงมานะ (2549) ศึกษาเรื่อง "ความสำเร็จของสมาชิกธุรกิจขายตรง บริษัทกอล์ฟฟาริน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด ในจังหวัดลพบุรี"

กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาคือ สมาชิกธุรกิจขายตรงบริษัทกอล์ฟฟาริน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด ในจังหวัดลพบุรีจำนวน 370 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล



ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง, มีอายุระหว่าง 41-50 ปี, มีการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี, ประกอบธุรกิจขายตรงเป็นอาชีพเสริม, มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกนักธุรกิจขายตรงมากกว่า 2 ปีขึ้นไป มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และมีตำแหน่งระดับโกลด์สตาร์

ความสำเร็จของสมาชิกนักธุรกิจขายตรงบริษัทกิฟฟารีนในจังหวัดลพบุรี ประกอบไปด้วยคุณสมบัติที่สำคัญทั้ง 6 ด้าน ซึ่งสมาชิกมีความสำเร็จอยู่ในระดับมาก(ค่าเฉลี่ย 3.50 - 4.49 เต็ม 5) ทั้ง 6 ด้าน คือ ด้านบุคลิกภาพ ศิลปะการขาย ความรู้เกี่ยวกับสินค้า ความรู้เกี่ยวกับบริษัท ความรู้เกี่ยวกับลูกค้า และความรู้เกี่ยวกับคู่แข่ง

การเปรียบเทียบความสำเร็จของสมาชิกธุรกิจขายตรงกิฟฟารีนในจังหวัดลพบุรี เมื่อจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ได้ผลดังนี้ (1) เพศ มีความสำเร็จในการประกอบธุรกิจขายตรงไม่แตกต่างกัน (2) อายุ ระดับการศึกษา ลักษณะการประกอบธุรกิจ ระยะเวลาการเป็นสมาชิก รายได้ต่อเดือน และตำแหน่งของสมาชิกมีความสำเร็จในการประกอบธุรกิจขายตรงแตกต่างกัน

ขจรศักดิ์ วงษ์กลัด (2551) ศึกษาเรื่อง "กลยุทธ์สู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น ของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด กรุงเทพมหานคร"

โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยสำคัญในองค์ประกอบกลยุทธ์ที่มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จ เพื่อศึกษา จุดแข็งจุดอ่อน โอกาส อุปสรรค ในการพัฒนาองค์กร และเพื่อกำหนดกลยุทธ์สู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง แบบหลายชั้น ที่เริ่มเข้ามาประกอบธุรกิจขายตรง แบบหลายชั้นให้ประสบความสำเร็จในอาชีพ ของ บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ในกรุงเทพมหานคร

โดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างมี 385 ชุด ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษาดังนี้ ปัจจัยในองค์ประกอบที่สำคัญที่สุด และมีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จ คือ วิธีการปฏิบัติงาน ซึ่งเมื่อนำมาพิจารณาจะเห็นได้ว่า กระบวนการขายที่สำคัญนั้น ผู้ประกอบการต้องใช้ผลิตภัณฑ์ที่ขายก่อนเสมอเพื่อสร้างความมั่นใจในตัวผลิตภัณฑ์ และต้องทำการติดตามให้บริการผู้บริโภคเพื่อสร้างความประทับใจในการบริการที่ดี จากนั้นก็เป็นการสร้างทีมขาย โดยส่วนใหญ่คิดว่าควรมีสุนัขประชุมฝักอบรมนักธุรกิจอิสระ(ABO) เป็นของตนเอง รองลงมาจะเป็นการรับรู้ ซึ่งการรับรู้ที่สำคัญจะเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ซึ่งต้องมีความซื่อสัตย์ต่อผู้บริโภค และเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ การรับรู้ที่สำคัญรองลงมาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ซึ่งควรศึกษาหาความรู้ในเรื่องความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อร่างกาย และให้ความสำคัญในความประหยัดของผลิตภัณฑ์สุดท้ายจะเป็นการแก้ปัญหาในการปฏิบัติงาน โดยส่วนใหญ่ปัญหาจะเกิดจากผู้บริโภคไม่มีความรู้ความเข้าใจ จึงจะแก้ปัญหาโดย สรุปข้อดี-ข้อเสีย และประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ให้ผู้บริโภคเสมอและโดยการทดสอบ

คุณภาพผลิตภัณฑ์ให้ผู้บริโภคเพื่อสร้างความมั่นใจในผลิตภัณฑ์ผลจากการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค นำมา กำหนดกลยุทธ์ดังนี้ 1) การใช้ระบบสื่อสารให้เป็นประโยชน์ คือ โทรศัพท์ และอินเทอร์เน็ต เป็นสื่อในการให้ข้อมูลต่างๆ 2) ผู้ประกอบการต้องฝึกนำเสนอขาย ผลิตภัณฑ์ สาธิตวิธีการใช้ผลิตภัณฑ์ และอธิบายแผนการตลาดให้กับผู้บริโภครายใหม่ 3) อธิบาย รูปแบบของธุรกิจที่ถูกต้องให้ กับบุคคลภายในครอบครัว 4) แนะนำโอกาสธุรกิจให้กับผู้บริโภค สม่ำเสมอ ไม่ว่าจะเป็นผู้ที่รู้จัก หรือไม่รู้จัก 5) ทำการฝึกอบรมหรือจัดประชุมทีมงานอย่างมีประสิทธิภาพ โดยนำผู้ที่ประสบความสำเร็จมาฝึกอบรม 6) แนะนำให้ผู้ที่มีสนใจทำงานที่บริษัททำ การจัดการประชุม เพื่อชี้แจงในแนวทางการดำเนินธุรกิจชี้ให้เห็นถึงความมั่นคงก้าวหน้า ของบริษัท 7) ต้องทำงานเป็นทีมร่วมกับออฟไลน์ และทีมงานในองค์กรธุรกิจ 8) ต้องทำการจัดส่ง ผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ 9) สร้างรูปแบบการนำเสนอรูปการดำเนินธุรกิจ ให้กับดาวไลน์ และผู้บริโภคเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์และสร้างแรงจูงใจให้มากยิ่งขึ้น

เจนวิทย์ ต้นพรหม (2554) ศึกษาเรื่อง "กลยุทธ์การตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ผลิตภัณฑ์บริษัทกฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด ของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี"

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือผู้บริโภคที่เป็นประชาชนในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี ที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัทกฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด ทั้งที่เป็นสมาชิกและไม่เป็นสมาชิก ของบริษัทกฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 384 คน โดยการ สุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุไม่เกิน 25 ปี เป็นนักศึกษา และมีรายได้ระหว่าง 6,001 - 10,000 บาท

ตัวแปรที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัทกฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด ได้มากที่สุดคือด้านบุคคล รองลงมาคือด้านราคา, การส่งเสริมการตลาด และด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

การเปรียบเทียบกลยุทธ์ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์บริษัทกฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด มีอิทธิพลของการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคสามารถสรุปได้ดังนี้คือ (1) กลุ่มตัวอย่างที่มี รายได้แตกต่างกันให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ทางการตลาดทุกด้านแตกต่างกัน (2) กลุ่มตัวอย่างที่มี อายุแตกต่างกันให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ทางการตลาดด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และ

ด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกัน (3) กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกันให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ทางการตลาดด้านบุคคล และด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกัน ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาดไม่แตกต่างกัน (4) กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกันให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ทางการตลาดทุกด้านไม่แตกต่างกัน

พัชรียาพรรณ หมุดสุวรรณ (2554) ศึกษาเรื่อง "การเปรียบเทียบการรับรู้ต่อตราสินค้า ผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่มีต่อตราสินค้าแอมเวย์และกิฟฟารีน"

โดยการศึกษาได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยจะทำการคัดเลือกตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) จากผู้บริโภคที่รู้จักตราสินค้าแอมเวย์ จำนวน 193 ราย และรู้จักตราสินค้ากิฟฟารีนอีก 193 รายในจำนวนเท่าๆกัน

โดยภาพรวมการรับรู้อัตลักษณ์ของตราสินค้าทั้ง 6 ด้านของตราสินค้าแอมเวย์และตราสินค้ากิฟฟารีนนั้นผู้บริโภคมีการรับรู้อยู่ในระดับรับรู้มาก แต่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 คือในด้านกายภาพ ด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้ตราสินค้าและตัวตราสินค้า และด้านความสามารถในการสะท้อนตัวตนของผู้ใช้ตราสินค้า

ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษาในแต่ละด้านดังต่อไปนี้ (1) ด้านกายภาพ พบว่าผู้บริโภคมีการรับรู้ว่าตราสินค้ากิฟฟารีนมีราคาผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกว่าตราสินค้าแอมเวย์ ส่วนตราสินค้าแอมเวย์ ผู้บริโภคมีการรับรู้ว่าเป็นตราสินค้าที่มีผลิตภัณฑ์หรูหรา กว่าตราสินค้า กิฟฟารีน (2) ด้านบุคลิกภาพ พบว่าผู้บริโภคมีการรับรู้ว่าตราสินค้าแอมเวย์เป็นตราสินค้าที่บ่งบอกถึงความเป็นผู้นำในธุรกิจการตลาดแบบหลายชั้น (MLM) ขณะที่ผู้บริโภคมีการรับรู้ว่าตราสินค้ากิฟฟารีนเป็นตราสินค้าที่แสดงถึงความเป็นวัยรุ่นและมีจินตนาการกว่าตราสินค้าแอมเวย์ (3) ด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้ตราสินค้าและตัวตราสินค้า พบว่าผู้บริโภคมีการรับรู้ว่าตราสินค้าแอมเวย์เป็นตราสินค้าที่ให้ความรู้สึกถึงความปลอดภัยในการใช้ผลิตภัณฑ์ และยังเป็นตราสินค้าที่สอดคล้องกับความเป็นตัวตนของตัวลูกค้ายมากกว่าตราสินค้ากิฟฟารีน (4) ด้านวัฒนธรรม พบว่าผู้บริโภคมีการรับรู้ว่าตราสินค้าแอมเวย์เป็นตราสินค้าที่แสดงถึงความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งมีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ มากกว่าตราสินค้ากิฟฟารีน (5) ด้านความสามารถในการสะท้อนตัวตนของผู้ใช้ตราสินค้า พบว่าผู้บริโภคมีการรับรู้ว่าผู้ใช้ตราสินค้าภายใต้ตราสินค้าทั้ง 2 นี้เป็นผู้มีรสนิยมดี ฉลาดเลือก และพิถีพิถันละเอียดรอบคอบในการเลือก โดยมีการรับรู้ต่อตราสินค้าแอมเวย์มากกว่าตราสินค้ากิฟฟารีน (6) ด้านการรับรู้เกี่ยวกับตนเองของบุคลากรในองค์กร พบว่าผู้บริโภคมีการรับรู้ว่าผู้ประกอบการธุรกิจ MLM ภายใต้ตราสินค้าทั้ง 2 นี้มีความเชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้า และมีความเชื่อมั่นในชื่อเสียงและความมั่นคงของบริษัท โดยมีการรับรู้ต่อตราสินค้าแอมเวย์มากกว่าตราสินค้ากิฟฟารีน

### บทที่ 3

## วิธีดำเนินการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อศึกษาเกี่ยวกับรายชื่อบริษัทของธุรกิจไฟฟ้าในตามความคิดเห็นของนักธุรกิจไฟฟ้าใน กลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษาจะทำการสุ่มตัวอย่างมาทั้งสิ้น 400 คนจากประชากรคือสมาชิกนักธุรกิจไฟฟ้าใน ณ เดือนสิงหาคม 2554 จำนวน 5.8 ล้านรหัส ผู้ศึกษาได้ทำการออกแบบการวิจัยซึ่งมีขั้นตอนต่างๆ ตามรายละเอียดต่อไปนี้

#### 1. ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร ที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณและสำรวจคือ สมาชิกนักธุรกิจ ผู้บริโภคของธุรกิจขายตรงไฟฟ้าใน ณ เดือนสิงหาคม 2554 จำนวน 5.8 ล้านรหัส

1.2 กลุ่มตัวอย่าง ผู้ศึกษาเลือกที่จะศึกษากลุ่มตัวอย่าง โดยไม่อาศัยความน่าจะเป็น การกำหนดขนาดตัวอย่าง ผู้ศึกษากำหนดขนาดตัวอย่าง โดยใช้สูตรการคำนวณหาขนาดตัวอย่างของ Yamane (1967) ได้เสนอสูตรการคำนวณขนาดตัวอย่างสัดส่วน 1 กลุ่ม โดยสมมุติสัดส่วนเท่ากับ 0.5 และที่ระดับความเชื่อมั่น 95 %

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$
$$n = \frac{5,800,000}{1 + (5,800,000 \times 0.05^2)}$$
$$n = \frac{5,800,000}{14501}$$

$n = 399.97$  ดังนั้นจะได้  $n \approx 400$  คน

$n$  คือ ขนาดตัวอย่างที่คำนวณได้ = 400 คน

$N$  คือ ขนาดของประชากรที่ทราบค่า = 5,800,000

$e$  คือ ค่าความคลาดเคลื่อนที่ของกลุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% = 0.05

## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในงานศึกษาคือแบบสอบถามที่ผู้ศึกษาได้สร้างขึ้นตามแนวทางของ วัตถุประสงค์ซึ่งเป็นคำถามปลายปิดและปลายเปิดเกี่ยวกับมูลเหตุจูงใจในการเข้ามาเป็นสมาชิกนักธุรกิจกีฬา/ผู้บริหาร วัตถุประสงค์ ตำแหน่ง ระยะเวลาการเป็นสมาชิก พฤติกรรมการซื้อสินค้า ระดับความภาคภูมิใจ ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ความคิดเห็นเกี่ยวกับราคา ความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานที่ ความคิดเห็นเกี่ยวกับโปรโมชั่น ความคิดเห็นเกี่ยวกับแผนธุรกิจ ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลตอบแทน ความคิดเห็นเกี่ยวกับ CSR ความคิดเห็นเกี่ยวกับ key of success ปัจจัยของการทำธุรกิจกีฬา โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา รายได้เฉลี่ยจากธุรกิจกีฬา และอาชีพหลัก/เสริม

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการทำธุรกิจกีฬา เช่น

- ท่านรู้จักธุรกิจขายตรงระบบเครือข่ายมาก่อนหรือไม่
- ท่านเข้ามาทำธุรกิจกีฬาได้อย่างไร
- เพราะเหตุใดท่านจึงสมัครเข้ามาเป็นสมาชิกนักธุรกิจกีฬา
- ปัจจุบันท่านอยู่ระดับตำแหน่งใด
- ท่านทำธุรกิจกีฬามากี่ปี
- ความถี่ในการซื้อสินค้า
- ท่านมียอดสั่งซื้อเฉลี่ยครั้งละเท่าใด
- ท่านซื้อสินค้า/ผลิตภัณฑ์กลุ่มใด
- สินค้า/ผลิตภัณฑ์ที่ท่านซื้อท่านนำไปใช้เอง เป็นสัดส่วนเท่าใด
- ท่านซื้อโดยวิธีใด

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อธุรกิจกีฬา เช่น

- ท่านมีความภาคภูมิใจในการทำธุรกิจกีฬาเพียงใด
- ท่านคิดว่าสินค้าผลิตภัณฑ์กีฬาโดยรวมมีคุณภาพดีเพียงใด
- ท่านมีความเห็นเกี่ยวกับแผนธุรกิจของกีฬาอย่างไร
- ท่านคิดว่าประเภทของผลิตภัณฑ์ของกีฬาที่มีเพียงพอต่อความต้องการ

หรือไม่

- ท่านคิดว่าราคาของสินค้า/ผลิตภัณฑ์กีฬาที่มีราคาที่เหมาะสมหรือไม่
- ท่านคิดว่าศูนย์ธุรกิจกีฬาที่มีอยู่เพียงพอหรือไม่

- ท่านคิดว่าการจัดส่งรวดเร็วเพียงพอ และ ค่าจัดส่งเหมาะสมหรือไม่
- ท่านคิดว่าบริษัทฯ มีการจัดรายการ ลด แลก แจก แถม เหมาะสมหรือไม่
- ท่านคิดว่า การรับสมัครสมาชิกเหมาะสมหรือไม่
- ท่านคิดว่า บริษัทมีกิจกรรมตอบแทนทางสังคมเพียงพอหรือไม่
- ปัจจัยใดที่ท่านคิดว่าเป็นตัวผลักดันให้ท่านประสบความสำเร็จ
- ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ

### 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่างๆ โดยสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ

3.1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างสมาชิกที่ทำธุรกิจ กิฟฟารีนในเขตกรุงเทพ ปริมณฑล และนครปฐม

3.2 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่

3.2.1 แหล่งข้อมูลจากเอกสารภายใน เช่น ใบสมัคร คู่มือการดำเนินธุรกิจ

3.2.2 แหล่งข้อมูลจากเอกสารภายนอก เช่น วิทยานิพนธ์ การศึกษาค้นคว้าอิสระที่เกี่ยวข้อง

3.2.3 แหล่งข้อมูลจากเว็บไซต์ เช่น <http://www.giffarinethailand.com>

### 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์และนำเสนอข้อมูล

4.2 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม จำแนกเป็น

4.2.1 คำถามที่เกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของประชากร (สมาชิกนักธุรกิจกิฟฟารีน) ประกอบไปด้วยข้อมูลส่วนตัว เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส รายได้ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ เป็นการหาค่าความถี่แล้วสรุปออกมาเป็นคำร้อยละ

4.2.2 คำถามด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับธุรกิจกิฟฟารีน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ เป็นการหาค่าความถี่ แล้วสรุปออกมาเป็นคำร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4.2.3 คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่างๆ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหาเป็นค่าความถี่แล้วสรุปออกมาเป็นคำร้อยละ

4.2.4 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะทั่วไปของประชากรกับรายได้และระดับตำแหน่งของนักธุรกิจกอล์ฟวีน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์เป็นการหาค่าความถี่แล้วสรุปออกมาเป็นคำร้อยละ และสถิติไค-สแควร์

4.3 การนำเสนอข้อมูล โดยการประมวลผลข้อมูลที่ได้และจะนำมานำเสนอในรูปแบบของแผนภูมิแท่ง แผนภูมิเส้น แผนภูมิวงกลม ตารางและคำบรรยายใต้ตาราง



## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในบทนี้เราจะแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็นส่วนย่อยๆ 4 ส่วนด้วยกันคือ (1) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป (2) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความสัมพันธ์ในด้านต่างๆกับรายได้เฉลี่ยจากอาชีพนักธุรกิจกีฬาฟันและระดับตำแหน่งของอาชีพนักธุรกิจกีฬาฟัน (3) ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยจากอาชีพนักธุรกิจกีฬาฟันและระดับตำแหน่งของอาชีพนักธุรกิจกีฬาฟัน

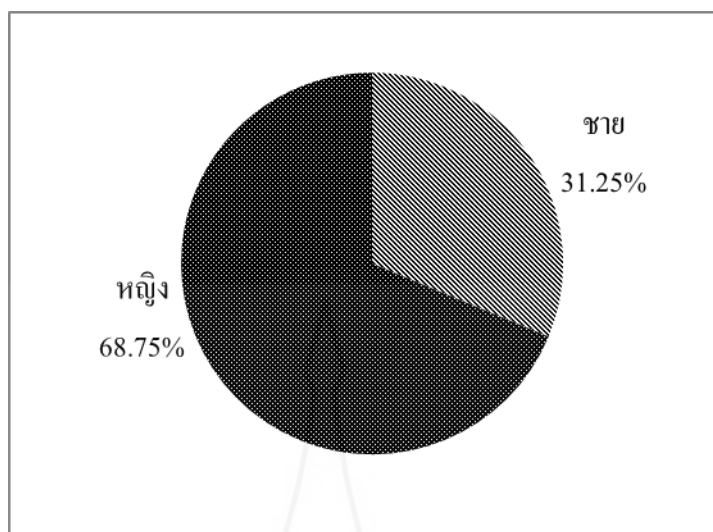
#### 1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป

ตารางที่ 4.1 เพศ

| เพศ  | จำนวน | ร้อยละ |
|------|-------|--------|
| ชาย  | 125   | 31.25  |
| หญิง | 275   | 68.75  |
| รวม  | 400   | 100.00 |

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 68.75 เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 31.25



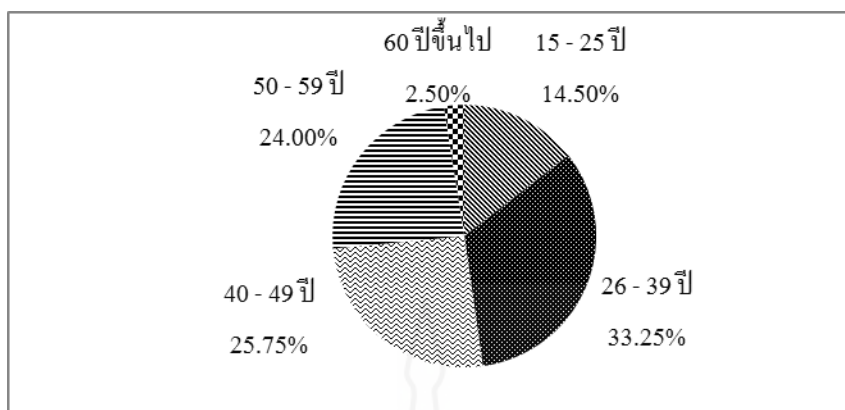


ภาพที่ 4.1 เพศ

ตารางที่ 4.2 อายุ

| อายุ        | จำนวน | ร้อยละ |
|-------------|-------|--------|
| 15 - 25 ปี  | 58    | 14.50  |
| 26 - 39 ปี  | 133   | 33.25  |
| 40 - 49 ปี  | 103   | 25.75  |
| 50 - 59 ปี  | 96    | 24.00  |
| 60 ปีขึ้นไป | 10    | 2.50   |
| รวม         | 400   | 100.00 |

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 26 – 39 ปี คิดเป็นร้อยละ 33.25 รองลงมาคืออายุระหว่าง 40 – 49, 50 - 59 ปี, 15 - 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.75, 24.00, 14.50 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยที่สุดจะเป็นช่วงอายุ 60 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 2.50

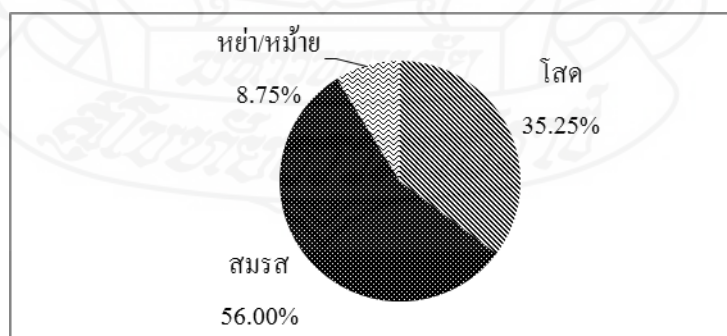


ภาพที่ 4.2 อายุ

ตารางที่ 4.3 สถานะภาพ

| สถานภาพ    | จำนวน | ร้อยละ |
|------------|-------|--------|
| โสด        | 141   | 35.25  |
| สมรส       | 224   | 56.00  |
| หย่า/หม้าย | 35    | 8.75   |
| รวม        | 400   | 100.00 |

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 56.00 รองลงมาคือ สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 35.25 ส่วนสถานภาพหย่า/หม้าย มีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 8.75

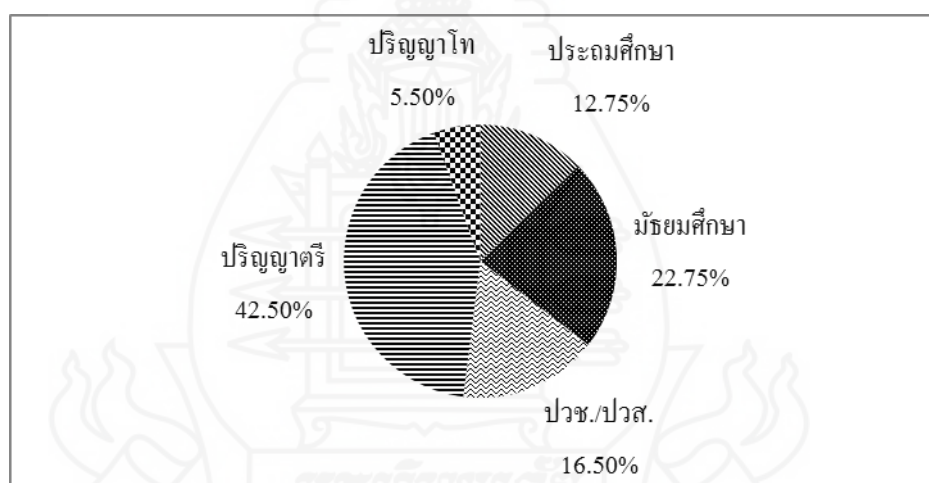


ภาพที่ 4.3 สถานภาพ

ตารางที่ 4.4 การศึกษา

| ระดับการศึกษา | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------|-------|--------|
| ประถมศึกษา    | 51    | 12.75  |
| มัธยมศึกษา    | 91    | 22.75  |
| ปวช./ปวส.     | 66    | 16.50  |
| ปริญญาตรี     | 170   | 42.50  |
| ปริญญาโท      | 22    | 5.50   |
| รวม           | 400   | 100.00 |

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 42.50 รองลงมาเป็นมัธยมศึกษา, ปวช./ปวส., ประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 22.75, 16.5, 12.75 ตามลำดับ และที่น้อยที่สุดคือ ระดับปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 5.50

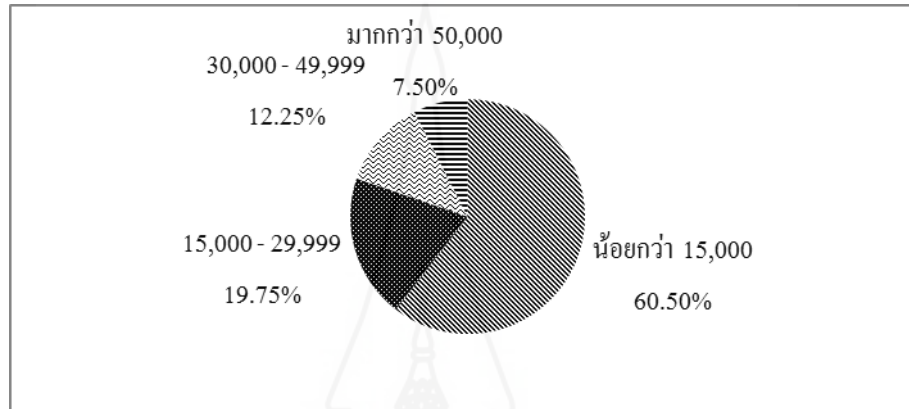


ภาพที่ 4.4 การศึกษา

ตารางที่ 4.5 อาชีพนักธุรกิจกีฬา มีรายได้เฉลี่ยเดือนละ

| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | จำนวน | ร้อยละ |
|----------------------|-------|--------|
| น้อยกว่า 15,000      | 242   | 60.50  |
| 15,000 - 29,999      | 79    | 19.75  |
| 30,000 - 49,999      | 49    | 12.25  |
| มากกว่า 50,000       | 30    | 7.50   |
| รวม                  | 400   | 100.00 |

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้จากธุรกิจไฟฟ้ารีนเฉลี่ยต่อเดือน อยู่ในระดับ น้อยกว่า 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 60.50 รองลงมาคือ อยู่ในช่วงระหว่าง 15,000 – 29,999 บาท, 30,000 – 49,999 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.75, 12.25 ตามลำดับ และที่น้อยที่สุดคือ รายได้อยู่ในระดับมากกว่า 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 7.50

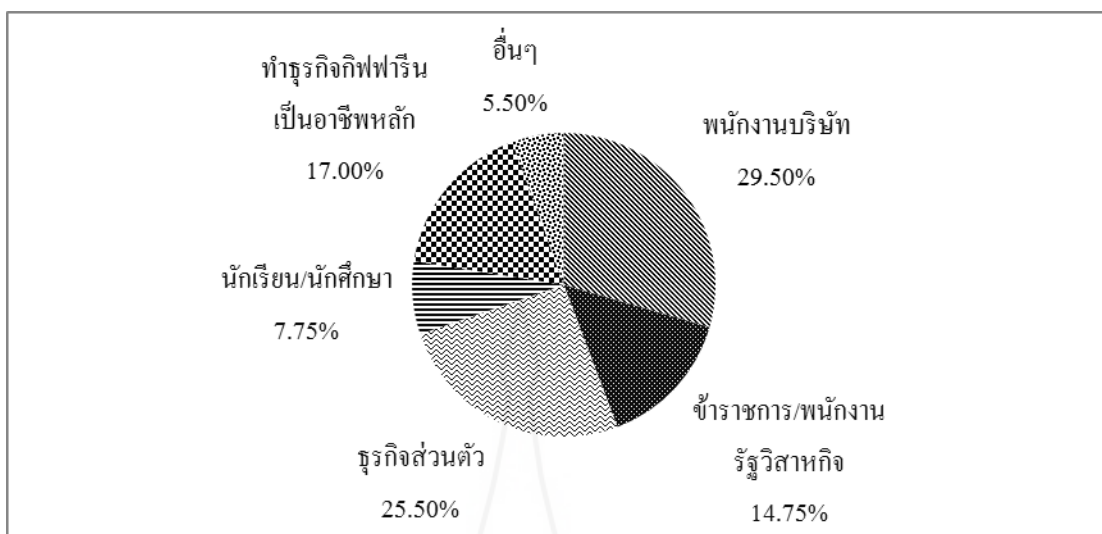


ภาพที่ 4.5 อาชีพนักธุรกิจไฟฟ้ารีน มีรายได้เฉลี่ยเดือนละ

ตารางที่ 4.6 อาชีพหลัก/เสริมอื่นๆ ของท่านคือ

| อาชีพ                         | จำนวน | ร้อยละ |
|-------------------------------|-------|--------|
| พนักงานบริษัท                 | 118   | 29.50  |
| ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ  | 59    | 14.75  |
| ธุรกิจส่วนตัว                 | 102   | 25.50  |
| นักเรียน/นักศึกษา             | 31    | 7.75   |
| ทำธุรกิจไฟฟ้ารีนเป็นอาชีพหลัก | 68    | 17.00  |
| อื่นๆ                         | 22    | 5.50   |
| รวม                           | 400   | 100.00 |

จากตารางที่ 4.6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 29.50 รองลงมาเป็นธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 25.50 ถัดมาเป็น ทำธุรกิจไฟฟ้ารีน เป็นอาชีพหลัก, ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ, นักเรียนนักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 17.00, 14.75, 7.75 ตามลำดับ และอื่นๆ (นักวิ่ง, ค้าขาย, ทำสวน, แม่บ้าน, รับจ้าง, ข้าราชการบำนาญ, เกษตรกร) คิดเป็นร้อยละ 5.50

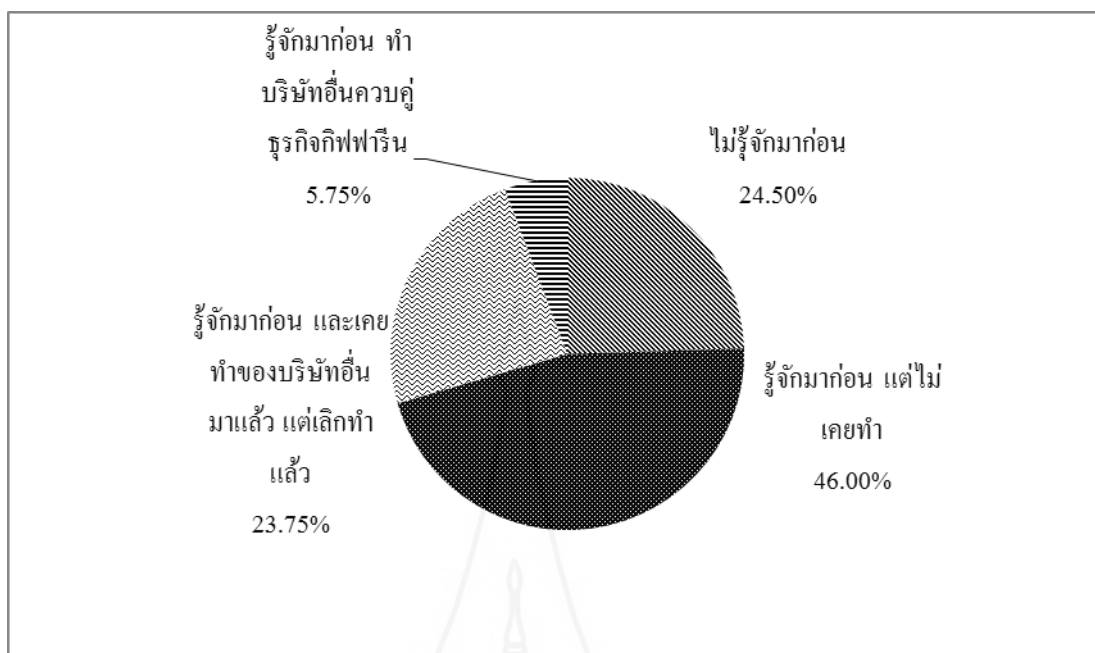


ภาพที่ 4.6 อาชีพหลัก/เสริมอื่นๆ ของท่านคือ

ตารางที่ 4.7 ท่านรู้จักธุรกิจขายตรงระบบเครือข่ายมาก่อนหรือไม่

| รายการ  | จำนวน | ร้อยละ |
|---|-------|--------|
| ไม่รู้จักมาก่อน                                       | 98    | 24.50  |
| รู้จักมาก่อนแต่ไม่เคยทำ                               | 184   | 46.00  |
| รู้จักมาก่อนและเคยทำของบริษัทอื่นมาแล้ว แต่เลิกทำแล้ว | 95    | 23.75  |
| รู้จักมาก่อนทำบริษัทอื่นควบคู่ ธุรกิจกีฬาฟิตเนส       | 23    | 5.75   |
| รวม   | 400   | 100.00 |

จากตารางที่ 4.7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จักธุรกิจขายตรงระบบเครือข่ายมาก่อน แต่ไม่เคยทำ (ร้อยละ 46.00) ไม่รู้จักมาก่อน (ร้อยละ 24.50) รู้จักมาก่อน และเคยทำของบริษัทอื่นมาแล้ว แต่เลิกทำแล้ว (ร้อยละ 23.75) รู้จักมาก่อน ทำบริษัทอื่นควบคู่ธุรกิจกีฬาฟิตเนส (ร้อยละ 5.75)

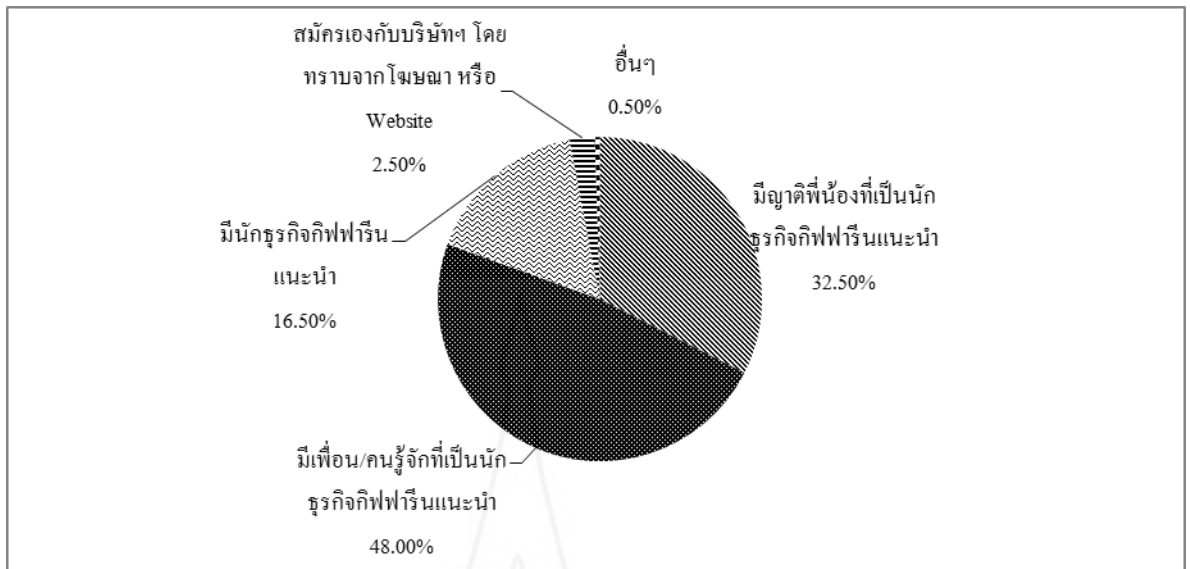


ภาพที่ 4.7 ท่านรู้จักธุรกิจขายตรงระบบเรือข่ายมาก่อนหรือไม่

ตารางที่ 4.8 ท่านเข้ามาทำธุรกิจไฟฟ้าได้อย่างไร

| รายการ  | จำนวน | ร้อยละ |
|---|-------|--------|
| มีญาติพี่น้องที่เป็นนักธุรกิจไฟฟ้าแนะนำ         | 130   | 32.50  |
| มีเพื่อน/คนรู้จักที่เป็นนักธุรกิจไฟฟ้าแนะนำ     | 192   | 48.00  |
| มีนักธุรกิจไฟฟ้าแนะนำ                           | 66    | 16.50  |
| สมัครเองกับบริษัทฯ โดยทราบจากโฆษณา หรือ Website | 10    | 2.50   |
| อื่นๆ   | 2     | 0.50   |
| รวม   | 400   | 100.00 |

จากตารางที่ 4.8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีเพื่อน/คนรู้จักที่เป็นนักธุรกิจไฟฟ้าแนะนำ (ร้อยละ 48.00) มีญาติพี่น้องที่เป็นนักธุรกิจไฟฟ้าแนะนำ (ร้อยละ 32.50) มีนักธุรกิจไฟฟ้าแนะนำ (ร้อยละ 16.50) สมัครเองกับบริษัทฯ โดยทราบจากโฆษณาหรือ Website (ร้อยละ 2.50) และอื่นๆ เช่น เคยใช้ของไฟฟ้ามาก่อน เห็นเพื่อนประสบความสำเร็จแล้วจึงมาสมัคร (ร้อยละ 0.25)



ภาพที่ 4.8 ท่านเข้ามาทำธุรกิจไฟฟ้าได้อย่างไร

ตารางที่ 4.9 เพราะเหตุใดท่านจึงสมัครเข้ามาเป็นสมาชิกนักธุรกิจไฟฟ้า

|   | จำนวน        | ร้อยละ        |
|---|--------------|---------------|
| ญาติ/เพื่อน/คนรู้จักที่เป็นสมาชิกแนะนำว่าดีเลยลองดู | 234          | 16.77         |
| มีสมาชิกแนะนำว่าดีเลยลองดู                          | 74           | 5.30          |
| ถูกใจมีสินค้าหลากหลายเป็นสินค้าที่ต้องใช้อยู่แล้ว   | 208          | 14.91         |
| ค่าสมาชิกไม่แพงและเป็นสมาชิกได้ตลอดชีพ              | 168          | 12.04         |
| มีศูนย์ธุรกิจมากทั่วถึงซื้อสินค้าได้สะดวก           | 131          | 9.39          |
| ต้องการชื่อเสียง                                    | 14           | 1.00          |
| คิดว่าทำได้ง่าย                                     | 88           | 6.31          |
| เห็นโฆษณาเลยลองดู                                   | 37           | 2.65          |
| แผนธุรกิจดี   | 133          | 9.53          |
| ต้องการเงินเป็นการสร้างรายได้                       | 164          | 11.76         |
| มีประกันอุบัติเหตุ                                  | 127          | 9.10          |
| อื่นๆ   | 17           | 1.22          |
| <b>รวม</b>  | <b>1,395</b> | <b>100.00</b> |

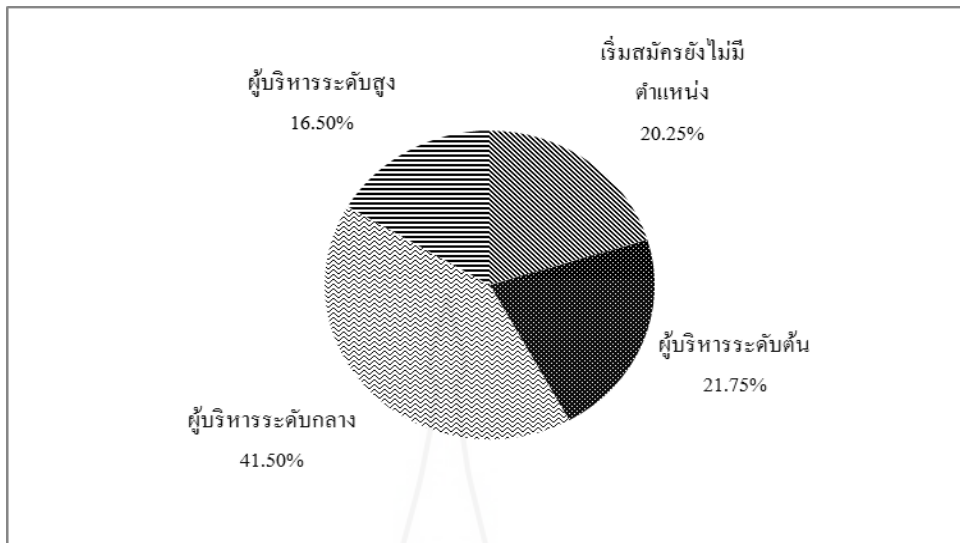
จากตารางที่ 4.9 พบว่า ส่วนใหญ่มีญาติ/เพื่อน/คนรู้จัก ที่เป็นสมาชิกแนะนำว่าดีเลยลองดู (ร้อยละ 16.77) ถูกใจมีสินค้าหลากหลาย เป็นสินค้าที่ต้องใช้อยู่แล้ว (ร้อยละ 14.91) ค่าสมาชิกไม่แพง และเป็นสมาชิกได้ตลอดชีพ (ร้อยละ 12.04) ต้องการเงินเป็นการสร้างรายได้ (ร้อยละ 11.76) แผนธุรกิจดี (ร้อยละ 9.53) มีศูนย์ธุรกิจมากทั่วถึง ซื้อสินค้าได้สะดวก (ร้อยละ 9.39) มีประกันอุบัติเหตุ (ร้อยละ 9.10) คิดว่าทำได้ง่าย (ร้อยละ 6.31) มีสมาชิกแนะนำว่าดีเลยลองดู (ร้อยละ 5.30) เห็นโฆษณาเลยลองดู (ร้อยละ 2.65) ต้องการชื่อเสียง (ร้อยละ 1.00) และอื่นๆ (ร้อยละ 1.22)

ตารางที่ 4.10 ปัจจุบันท่านอยู่ระดับตำแหน่งใด

| ระดับตำแหน่ง   | จำนวน | ร้อยละ |
|--|-------|--------|
| เริ่มสมัครยังไม่มีตำแหน่ง                              | 81    | 20.25  |
| ผู้บริหารระดับต้น (บรอนซ์สตาร์ - ซิลเวอร์สตาร์)        | 87    | 21.75  |
| ผู้บริหารระดับกลาง (โกลด์สตาร์ - แชนเทียร์น)           | 166   | 41.50  |
| ผู้บริหารระดับสูง (พาราไดซ์ - ไดมอนด์ แกรนด์ พาราไดซ์) | 66    | 16.50  |
| รวม  | 400   | 100.00 |

จากตารางที่ 4.10 พบว่า การวิเคราะห์ร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับระดับตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม สามารถอธิบายได้ดังนี้ ส่วนใหญ่เป็นผู้บริหารระดับกลาง (โกลด์สตาร์ - แชนเทียร์น) (ร้อยละ 41.50) ผู้บริหารระดับต้น (บรอนซ์สตาร์ - ซิลเวอร์สตาร์) (ร้อยละ 21.75) เริ่มสมัครยังไม่มีตำแหน่ง (ร้อยละ 20.25) ผู้บริหารระดับสูง (พาราไดซ์ - ไดมอนด์ แกรนด์ พาราไดซ์) (ร้อยละ 16.50)



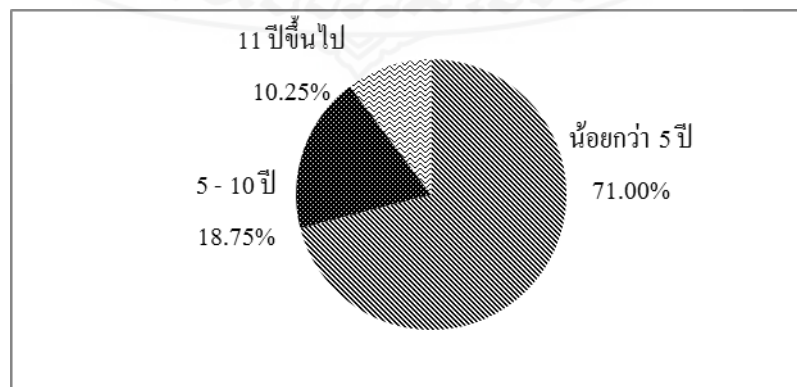


ภาพที่ 4.9 ปัจจุบันท่านอยู่ระดับตำแหน่งใด

ตารางที่ 4.11 ท่านทำธุรกิจกีฬาฟารีนมากี่ปี

| จำนวนปี       | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------|-------|--------|
| น้อยกว่า 5 ปี | 284   | 71.00  |
| 5 - 10 ปี     | 75    | 18.75  |
| 11 ปีขึ้นไป   | 41    | 10.25  |
| รวม           | 400   | 100.00 |

จากตารางที่ 4.11 พบว่า การวิเคราะห์ร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับระยะเวลาในการทำธุรกิจกีฬาฟารีนของผู้ตอบแบบสอบถามสามารถอธิบายได้ดังนี้ ส่วนใหญ่ทำธุรกิจกีฬาฟารีนมานานกว่า 5 ปี (ร้อยละ 71.00) 5-10 ปี (ร้อยละ 18.75) และ 11 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 10.25)



ภาพที่ 4.10 ท่านทำธุรกิจกีฬาฟารีนมากี่ปี

ตารางที่ 4.12 ความถี่ในการซื้อสินค้า

| ความถี่        | จำนวน | ร้อยละ |
|----------------|-------|--------|
| ซื้อทุกวัน     | 55    | 13.75  |
| 2 - 3 วันครั้ง | 83    | 20.75  |
| 4 - 5 วันครั้ง | 43    | 10.75  |
| สัปดาห์ละครั้ง | 77    | 19.25  |
| 2 สัปดาห์ครั้ง | 33    | 8.25   |
| เดือนละครั้ง   | 82    | 20.50  |
| นานๆครั้ง      | 24    | 6.00   |
| อื่นๆ          | 3     | 0.75   |
| รวม            | 400   | 100.00 |

จากตารางที่ 4.12 พบว่า การวิเคราะห์ร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับความถี่ในการซื้อสินค้าของผู้ตอบแบบสอบถาม สามารถอธิบายได้ดังนี้ ส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อสินค้า 2-3 วันครั้ง (ร้อยละ 20.75) ซื้อเดือนละครั้ง (ร้อยละ 20.50) ซื้อสัปดาห์ละครั้ง (ร้อยละ 19.25) ซื้อทุกวัน (ร้อยละ 13.75) ซื้อ 4-5 วันครั้ง (ร้อยละ 10.75) ซื้อ 2 สัปดาห์ครั้ง (ร้อยละ 8.25) ซื้อนานๆครั้ง (ร้อยละ 6.00) และอื่นๆ เช่น ตัวไหนหมดก็ซื้อตัวนั้น ตามความต้องการของลูกค้า (ร้อยละ 0.75)

ตารางที่ 4.13 ท่านมียอดตั้งซื้อเฉลี่ยครั้งละเท่าใด

| เฉลี่ยครั้งละ | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------|-------|--------|
| ต่ำกว่า 1000  | 93    | 23.25  |
| 1000 - 3999   | 213   | 53.25  |
| 4000 - 5999   | 34    | 8.50   |
| 6000 - 9999   | 27    | 6.75   |
| 10000 ขึ้นไป  | 25    | 6.25   |
| อื่นๆ         | 8     | 2.00   |
| รวม           | 400   | 100.00 |

จากตารางที่ 4.13 พบว่า การวิเคราะห์ร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับยอดสั่งซื้อเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม สามารถอธิบายได้ดังนี้ ส่วนใหญ่มียอดสั่งซื้อเฉลี่ยต่ำกว่า 1000 บาท (ร้อยละ 53.25) 1,000 – 3,999 บาท (ร้อยละ 23.25) 4,000 – 5,999 บาท (ร้อยละ 8.50) 6,000 – 9,999 บาท (ร้อยละ 6.75) 10,000 บาทขึ้นไป (ร้อยละ 6.25) อื่นๆ (ไม่แน่นอน) (ร้อยละ 2.00)

ตารางที่ 4.14 อันดับของกลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์ที่สมาชิกรักธุรกิจไฟฟ้ารินเลือกซื้อ

| กลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์                           | คะแนน |    |    |    |    |    | จำนวน | คะแนนรวม | คะแนนเฉลี่ย | ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน | อันดับที่ |
|--|-------|----|----|----|----|----|-------|----------|-------------|---------------------|-----------|
|  | 1     | 2  | 3  | 4  | 5  | 6  |       |          |             |                     |           |
| กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและเครื่องใช้ส่วนตัว | 16    | 18 | 47 | 27 | 53 | 91 | 252   | 1,112    | 4.41        | 1.906               | 1         |
| กลุ่มผลิตภัณฑ์การเกษตร                         | 98    | 28 | 17 | 10 | 22 | 49 | 224   | 649      | 2.90        | 2.071               | 6         |
| กลุ่มผลิตภัณฑ์อาหาร                            | 10    | 38 | 75 | 73 | 31 | 8  | 235   | 806      | 3.43        | 1.139               | 4         |
| กลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร                       | 19    | 50 | 14 | 28 | 70 | 69 | 250   | 1,037    | 4.15        | 1.707               | 2         |
| กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ในครัวเรือน            | 10    | 26 | 74 | 77 | 38 | 16 | 241   | 878      | 3.64        | 1.189               | 3         |
| กลุ่มผลิตภัณฑ์ของพันธุกรรมทางธุรกิจ            | 40    | 66 | 35 | 29 | 34 | 25 | 229   | 713      | 3.11        | 1.640               | 5         |

จากตารางที่ 4.14 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำการศึกษามีผู้ให้คะแนนชุดผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและเครื่องใช้ส่วนตัว เป็นอันดับ 1 โดยมีคะแนนรวม 1,112 คะแนน คะแนนเฉลี่ย 4.41 คะแนน (SD. = 1.906) ชุดผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เป็นอันดับ 2 โดยมีคะแนนรวม 1,037 คะแนน คะแนนเฉลี่ย 4.15 คะแนน (SD. = 1.707) ชุดผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ในครัวเรือน เป็นอันดับ 3 โดยมีคะแนนรวม 878 คะแนน คะแนนเฉลี่ย 3.64 คะแนน (SD. = 1.189) ชุดผลิตภัณฑ์อาหาร เป็นอันดับ 4 โดยมีคะแนนรวม 806 คะแนน คะแนนเฉลี่ย 3.43 คะแนน (SD. = 1.139) ชุดผลิตภัณฑ์ของพันธุกรรมทางธุรกิจ เป็นอันดับ 5 โดยมีคะแนนรวม 713 คะแนน คะแนนเฉลี่ย 3.11 คะแนน (SD. = 1.640) และชุดผลิตภัณฑ์การเกษตร เป็นอันดับสุดท้าย โดยมีคะแนนรวม 649 คะแนน คะแนนเฉลี่ย 2.90 คะแนน (SD. = 2.071)

ตารางที่ 4.15 สินค้า/ผลิตภัณฑ์ที่ท่านซื้อท่านนำไปใช้เองเป็นสัดส่วนเท่าใดกับที่นำไปส่งมอบให้สมาชิกหรือผู้ติดต่อ

| สัดส่วน | จำนวน | ร้อยละ |
|---------|-------|--------|
| 0/100   | 14    | 3.50   |
| 5/95    | 34    | 8.50   |
| 10/90   | 32    | 8.00   |
| 20/80   | 44    | 11.00  |
| 30/70   | 45    | 11.25  |
| 40/60   | 26    | 6.50   |
| 50/50   | 106   | 26.50  |
| 60/40   | 23    | 5.75   |
| 70/30   | 20    | 5.00   |
| 80/20   | 20    | 5.00   |
| 90/10   | 4     | 1.00   |
| 95/5    | 9     | 2.25   |
| 100/0   | 23    | 5.75   |
| รวม     | 400   | 100.00 |

จากตารางที่ 4.15 พบว่า การวิเคราะห์ร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับสัดส่วนสินค้า/ผลิตภัณฑ์ที่ซื้อนำไปใช้เอง กับที่นำไปส่งมอบให้สมาชิกหรือผู้ติดต่อ ส่วนใหญ่ มีสัดส่วน 50/50 คิดเป็นร้อยละ 26.50 30/70 คิดเป็นร้อยละ 11.25 20/80 คิดเป็นร้อยละ 11.00 5/95 คิดเป็นร้อยละ 8.50 10/90 คิดเป็นร้อยละ 8.00 40/60 คิดเป็นร้อยละ 6.50 60/40 คิดเป็นร้อยละ 5.75 100/0 คิดเป็นร้อยละ 5.75 70/30 คิดเป็นร้อยละ 5.00 80/20 คิดเป็นร้อยละ 5.00 0/100 คิดเป็นร้อยละ 3.50 95/5 คิดเป็นร้อยละ 2.25 และ 90/10 คิดเป็นร้อยละ 1.00

ตารางที่ 4.16 ท่านซื้อโดยวิธีใด

| วิธีการซื้อสินค้า       | จำนวน | ร้อยละ |
|-------------------------|-------|--------|
| จากศูนย์โดยตรง          | 211   | 52.75  |
| จากการจัดส่ง            | 10    | 2.50   |
| จากผู้แนะนำ             | 58    | 14.50  |
| จากศูนย์และจากการจัดส่ง | 59    | 14.75  |
| จากศูนย์และจากผู้แนะนำ  | 35    | 8.75   |
| จากการจัดส่งและผู้แนะนำ | 1     | 0.25   |
| จากทั้ง 3 วิธี          | 26    | 6.50   |
| รวม                     | 400   | 100.00 |

จากตารางที่ 4.16 พบว่า การวิเคราะห์ร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการซื้อสินค้าและผลิตภัณฑ์มีดังนี้ ซื้อจากศูนย์โดยตรง (ร้อยละ 52.75) จากศูนย์และจากการจัดส่ง (ร้อยละ 14.75) จากผู้แนะนำ (ร้อยละ 14.50) จากศูนย์และจากผู้แนะนำ (ร้อยละ 8.75) จากทั้ง 3 วิธี (ร้อยละ 6.5) จากการจัดส่ง (ร้อยละ 2.5) จากการจัดส่งและผู้แนะนำ (ร้อยละ 0.25)

ตารางที่ 4.17 ท่านมีความภาคภูมิใจในการทำธุรกิจกีฬาฟันเพียงใด

| รายการ | ท่านมีความภาคภูมิใจในการทำธุรกิจกีฬาฟันเพียงใด |      |      |      |      |      |       |       |       |       | N      | รวม   | ค่าเฉลี่ย |
|--------|--|------|------|------|------|------|-------|-------|-------|-------|--------|-------|-----------|
|        | คะแนน  |      |      |      |      |      |       |       |       |       |        |       |           |
|        | 1  | 2    | 3    | 4    | 5    | 6    | 7     | 8     | 9     | 10    |        |       |           |
| จำนวน  | 1  | 0    | 1    | 3    | 32   | 22   | 40    | 42    | 45    | 214   | 400    | 3,469 | 8.6725    |
| ร้อยละ | 0.25   | 0.00 | 0.25 | 0.75 | 8.00 | 5.50 | 10.00 | 10.50 | 11.25 | 53.50 | 100.00 |       |           |

ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) = 1.776

สำหรับในเรื่องของความภาคภูมิใจในการทำธุรกิจกีฬาฟันว่ามีความภาคภูมิใจในการทำมากหรือน้อยเพียงใดนั้น เราได้ทำการวัดผลจากกลุ่มตัวอย่างจากการให้คะแนน หากมีความภาคภูมิใจในธุรกิจกีฬาฟันมากที่สุด ให้เลือกตอบ 10 และหากมีความภาคภูมิใจในการทำธุรกิจกีฬาฟันน้อยลงมา ก็ให้เลือกตัวเลขลดหลั่นลงมาตามลำดับ จนถึงภาคภูมิใจน้อยที่สุดคือ 1

จากกลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความภาคภูมิใจในธุรกิจกีฬาฟันมากที่สุดคือ ระดับ 10 คิดเป็นร้อยละ 53.50 รองลงมาคือ มีความภาคภูมิใจในระดับ 9 คิดเป็นร้อยละ 11.25 มีความภาคภูมิใจในระดับ 8 คิดเป็นร้อยละ 10.50 มีความภาคภูมิใจในระดับ 7 คิดเป็นร้อยละ 10.00 มีความภาคภูมิใจในระดับ 5 คิดเป็นร้อยละ 8.00 มีความภาคภูมิใจในระดับ 6 คิดเป็นร้อยละ 5.50, มีความภาคภูมิใจในระดับ 4 คิดเป็นร้อยละ 0.75 มีความภาคภูมิใจในระดับ 3 คิดเป็นร้อยละ 0.25 ตามลำดับ และมีความภาคภูมิใจในระดับ 1 คิดเป็นร้อยละ 0.25 แต่ไม่มีผู้ใดภาคภูมิใจในระดับที่ 2 รวมคะแนนได้เป็น 3,469 คะแนน คิดเป็นคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 8.6725 คะแนน โดยมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.776

ตารางที่ 4.18 ท่านคิดว่าสินค้าผลิตภัณฑ์กีฬาฟันโดยรวมมีคุณภาพดีเพียงใด

| รายการ | ท่านคิดว่าสินค้าผลิตภัณฑ์กีฬาฟันโดยรวมมีคุณภาพดีเพียงใด |      |      |      |      |      |       |       |       |       | N      | รวม  | ค่าเฉลี่ย |
|--------|---|------|------|------|------|------|-------|-------|-------|-------|--------|------|-----------|
|        | คะแนน   |      |      |      |      |      |       |       |       |       |        |      |           |
|        | 1   | 2    | 3    | 4    | 5    | 6    | 7     | 8     | 9     | 10    |        |      |           |
| จำนวน  | 1   | 0    | 0    | 0    | 12   | 14   | 43    | 60    | 72    | 198   | 400    | 3554 | 8.885     |
| ร้อยละ | 0.25  | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 3.00 | 3.50 | 10.75 | 15.00 | 18.00 | 49.50 | 100.00 |      |           |

ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) = 1.422

สำหรับในเรื่องของความคิดเห็นที่ว่า ท่านคิดว่าสินค้าหรือผลิตภัณฑ์กีฬาฟันโดยรวมมีคุณภาพดีมากหรือน้อยเพียงใดนั้น เราได้ทำการวัดผลจากกลุ่มตัวอย่างจากการให้คะแนน หากมีความคิดเห็นว่าสินค้าหรือผลิตภัณฑ์กีฬาฟันโดยรวมนั้นมีคุณภาพดีมากที่สุด ให้เลือกตอบ 10 และหากมีความคิดเห็นว่าสินค้าหรือผลิตภัณฑ์กีฬาฟัน โดยรวมนั้นมีคุณภาพดีน้อยลงมา ก็ให้เลือกตัวเลขลดหลั่นลงมาตามลำดับจนถึงเห็นว่าสินค้าหรือผลิตภัณฑ์กีฬาฟัน โดยรวมนั้นมีคุณภาพดีน้อยที่สุดคือ 1

จากกลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าสินค้าหรือผลิตภัณฑ์กีฬาฟัน โดยรวมนั้นมีคุณภาพดีมากที่สุด คือ ระดับ 10 คิดเป็นร้อยละ 49.50 รองลงมาคือ มีความคิดเห็นว่าสินค้าหรือผลิตภัณฑ์กีฬาฟัน โดยรวมนั้นมีคุณภาพดีในระดับ 9 คิดเป็นร้อยละ 18.00 มีความคิดเห็นว่าสินค้าหรือผลิตภัณฑ์กีฬาฟัน โดยรวมนั้นมีคุณภาพดีในระดับ 8 คิดเป็นร้อยละ 15.00 มีความคิดเห็นว่าสินค้าหรือผลิตภัณฑ์กีฬาฟัน โดยรวมนั้นมีคุณภาพดีในระดับ 7 คิดเป็นร้อยละ 10.75 มีความคิดเห็นว่าสินค้าหรือผลิตภัณฑ์กีฬาฟัน โดยรวมนั้นมีคุณภาพดีในระดับ 6 คิดเป็นร้อยละ 3.50 มีความคิดเห็นว่าสินค้าหรือผลิตภัณฑ์กีฬาฟัน โดยรวม

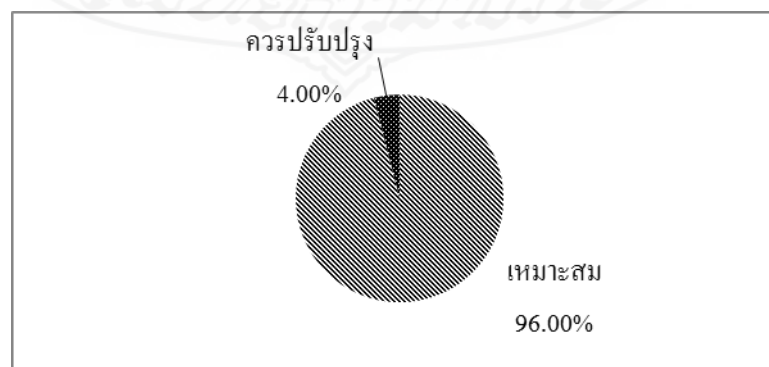
นั้นมีคุณภาพดีในระดับ 5 คิดเป็นร้อยละ 3.00 ตามลำดับ และมีความคิดเห็นว่าสินค้าหรือผลิตภัณฑ์กีฬารีนโดยรวมนั้นมีคุณภาพดีในระดับ 1 คิดเป็นร้อยละ 0.25 รวมคะแนนได้เป็น 3,554 คะแนน คิดเป็นคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 8.885 คะแนน โดยมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.422

ตารางที่ 4.19 ท่านมีความเห็นเกี่ยวกับแผนธุรกิจของกีฬารีนอย่างไร

| ความเห็นเกี่ยวกับแผนธุรกิจ | จำนวน | ร้อยละ |
|----------------------------|-------|--------|
| เหมาะสม                    | 384   | 96.00  |
| ควรปรับปรุง                | 16    | 4.00   |
| รวม                        | 400   | 100.00 |

สำหรับคำถามที่ว่าท่านมีความเห็นเกี่ยวกับแผนธุรกิจของกีฬารีนอย่างไรนี้ ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาโดยมีเพียง 2 ตัวเลือก ให้กลุ่มตัวอย่างตอบว่าแผนธุรกิจของกีฬารีนนั้นเหมาะสมดีแล้วข้อหนึ่ง กับเลือกตอบว่าควรปรับปรุงพร้อมกับแสดงความคิดเห็นว่าควรปรับปรุงในเรื่องใดอีกข้อหนึ่ง

จากกลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าแผนธุรกิจของกีฬารีนนั้นมีความเหมาะสมดีอยู่แล้ว คิดเป็นร้อยละ 96.00 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เห็นว่าแผนธุรกิจของกีฬารีนควรปรับปรุง คิดเป็นร้อยละ 4.00 โดยแสดงความคิดเห็นว่าแผนธุรกิจของกีฬารีนควรปรับปรุงเกี่ยวกับ เพิ่มเงินสะสมเต็มมากขึ้น แผน UNI-LE ให้ร่วมกับแผนเดิมเพื่อสะดวกต่อการแนะนำ การรักษายอด PD ควรปรับปรุง ราคาสินค้า เอกสารแนะนำสินค้า ผลตอบแทนเพิ่มเปอร์เซ็นต์ที่นักธุรกิจได้จากยอดขาย การให้โอกาสสมาชิกใหม่ได้ตำแหน่งง่ายขึ้นและควรปรับปรุงเกี่ยวกับ PD UNI LOVE



ภาพที่ 4.11 ท่านมีความเห็นเกี่ยวกับแผนธุรกิจของกีฬารีนอย่างไร

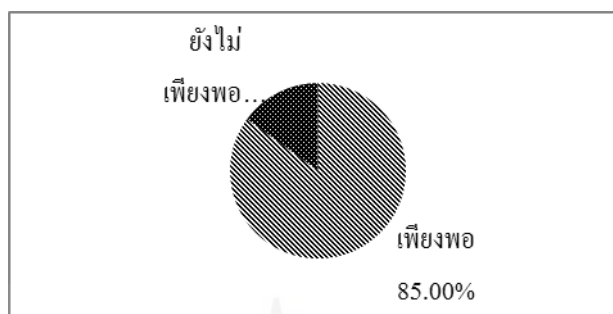
ตารางที่ 4.20 ท่านคิดว่าประเภท/ชนิดของสินค้า/ผลิตภัณฑ์ของกิฟฟารีนมีเพียงพอต่อความต้องการหรือไม่

| ความต้องการ   | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------|-------|--------|
| เพียงพอ       | 340   | 85.00  |
| ยังไม่เพียงพอ | 60    | 15.00  |
| รวม           | 400   | 100.00 |

สำหรับคำถามที่ว่าท่านคิดว่าประเภท/ชนิดของสินค้า/ผลิตภัณฑ์ของกิฟฟารีนมีเพียงพอต่อความต้องการหรือไม่นี้ ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาโดยมีเพียง 2 ตัวเลือกให้กลุ่มตัวอย่างตอบว่าท่านคิดว่าประเภท/ชนิดของสินค้า/ผลิตภัณฑ์ของกิฟฟารีนมีเพียงพอต่อความต้องการแล้วข้อหนึ่ง กับเลือกตอบว่ายังไม่เพียงพอพร้อมกับแสดงความคิดเห็นว่าควรเพิ่มเติมประเภท/ชนิดของสินค้า/ผลิตภัณฑ์ของกิฟฟารีนหรือควรปรับปรุงในเรื่องใดอีกข้อหนึ่ง

จากกลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าประเภท/ชนิดของสินค้า/ผลิตภัณฑ์ของกิฟฟารีนมีเพียงพอต่อความต้องการคืออยู่แล้ว คิดเป็นร้อยละ 85.00 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เห็นว่าประเภท/ชนิดของสินค้า/ผลิตภัณฑ์ของกิฟฟารีนยังมีไม่เพียงพอ คิดเป็นร้อยละ 15.00 โดยได้แสดงความคิดเห็นว่าประเภท/ชนิดของสินค้า/ผลิตภัณฑ์ของกิฟฟารีนควรเพิ่มเติมหรือปรับปรุงในเรื่องใดไว้ดังต่อไปนี้ สินค้าสวัสดิการอาหาร อาหารเสริมเพราะสมาชิกเพิ่มทุกปี อาหารเสริมเด็ก ของใช้ในครัวเรือน ของใช้ในชีวิตประจำวัน เครื่องใช้ในครัวเรือนเสื้อผ้าของที่จำเป็นจะได้ไม่ต้องไปซื้อที่อื่น ของใช้เกี่ยวกับในห้องครัว แอร์ ทีวี เครื่องใช้ในชีวิตประจำวัน เครื่องสำอาง อาหารเสริม เครื่องคั้นชาเขียวแบบอิชิตัน คุณต้นทำได้คุณหมอกี้ทำได้เหมือนกัน สินค้าที่กำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบัน สนุกก่อนที่มีคุณภาพดี ของใช้เด็ก เครื่องใช้ส่วนตัว อุปกรณ์บริโภค ผลิตภัณฑ์ที่ทำเป็นก้อนพกพาง่าย ผลิตภัณฑ์ทดลองใช้ขนาดเล็กทุกชนิด การเกษตร ปริมาณของสินค้า ของขาดบ่อยไม่ครบแบบทั่วถึง อาหารเสริมของใช้ในชีวิตประจำวัน คุณภาพของผลิตภัณฑ์ นมเด็ก อยากให้หลายหลายมากกว่านี้ ปรับปรุงให้ทันสมัยมากกว่านี้ และอยากให้มีส่วนนมยแพมเพิส





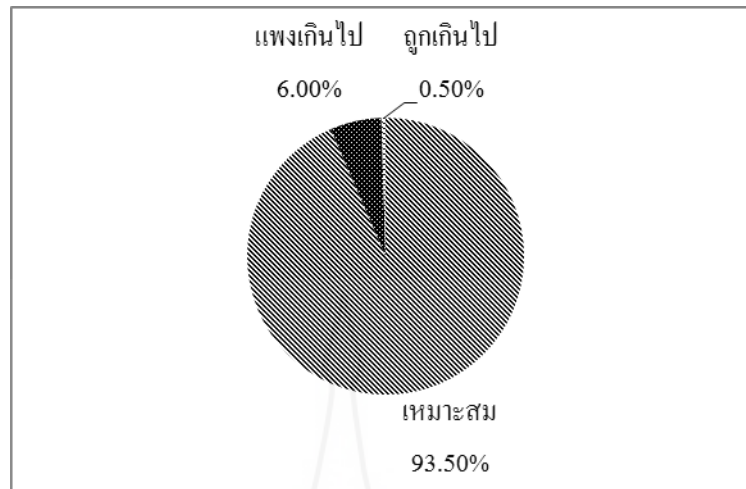
ภาพที่ 4.12 ท่านคิดว่าประเภท/ชนิดของสินค้า/ผลิตภัณฑ์ของกีฟฟารีน มีเพียงพอต่อความต้องการหรือไม่

ตารางที่ 4.21 ท่านคิดว่าราคาของสินค้า/ผลิตภัณฑ์กีฟฟารีนมีราคาที่เหมาะสมหรือไม่

| ราคา      | จำนวน | ร้อยละ |
|-----------|-------|--------|
| เหมาะสม   | 374   | 93.50  |
| แพงเกินไป | 24    | 6.00   |
| ถูกเกินไป | 2     | 0.50   |
| รวม       | 400   | 100.00 |

สำหรับคำถามที่ว่าท่านคิดว่าราคาของสินค้า/ผลิตภัณฑ์กีฟฟารีนมีราคาที่เหมาะสมหรือไม่นั้น ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาโดยมีเพียง 3 ตัวเลือกให้กลุ่มตัวอย่างตอบว่าราคาของสินค้า/ผลิตภัณฑ์กีฟฟารีนมีราคาที่เหมาะสมแล้ว แพงเกินไป หรือถูกเกินไป

จากกลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าราคาของสินค้า/ผลิตภัณฑ์กีฟฟารีนมีราคาที่เหมาะสมดีแล้ว คิดเป็นร้อยละ 93.50 เห็นว่าราคาของสินค้า/ผลิตภัณฑ์กีฟฟารีนมีราคาที่แพงเกินไป คิดเป็นร้อยละ 6.00 และเห็นว่าราคาของสินค้า/ผลิตภัณฑ์กีฟฟารีนมีราคาถูกเกินไป คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ



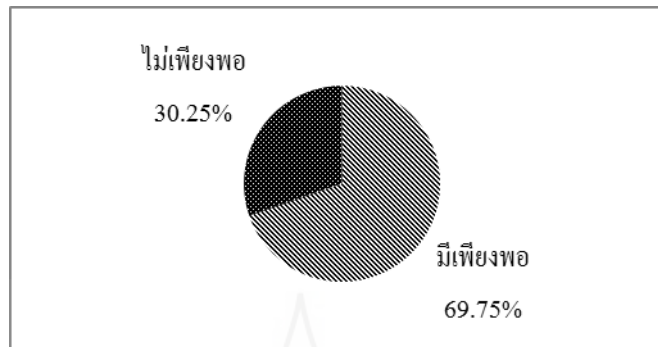
ภาพที่ 4.13 ท่านคิดว่าราคาของสินค้า/ผลิตภัณฑ์ฟาร์มมีราคาที่เหมาะสมหรือไม่

ตารางที่ 4.22 ท่านคิดว่าศูนย์ธุรกิจฟาร์มที่มีอยู่เพียงพอหรือไม่

| ศูนย์ธุรกิจ | จำนวน | ร้อยละ |
|-------------|-------|--------|
| มีเพียงพอ   | 279   | 69.75  |
| ไม่เพียงพอ  | 121   | 30.25  |
| รวม         | 400   | 100.00 |

สำหรับคำถามที่ว่าท่านคิดว่าศูนย์ธุรกิจฟาร์มที่มีอยู่เพียงพอหรือไม่นั้น ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาโดยมีเพียง 2 ตัวเลือกให้กลุ่มตัวอย่างตอบว่ามีเพียงพอแล้วข้อหนึ่ง กับยังไม่เพียงพอพร้อมทั้งแสดงความเห็นอีกข้อหนึ่ง

จากกลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าศูนย์ธุรกิจฟาร์มที่มีอยู่นั้นเพียงพออยู่แล้ว คิดเป็นร้อยละ 69.75 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เห็นว่าศูนย์ธุรกิจฟาร์มที่มีอยู่นั้นยังไม่เพียงพอ คิดเป็นร้อยละ 30.25 โดยได้แสดงความคิดเห็นไว้ดังต่อไปนี้ ควรมีสวนที่ถนนแจ้งวัฒนะ หลักสี่ ดินแดง-ห้วยขวาง ตลาดพร้าว หนองแขม พุทธมณฑล สาย4 ศาลายา ม.มหิดล รังสิต-นครนายก ทำอิฐ นนทบุรี เมืองทองธานี บึงกาฬ-ลำพูน จังหวัดศรีสะเกษ อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์ เพชรบุรี อ่างทอง หาดใหญ่ อ.หล่มสักดีจังหวัดเพชรบูรณ์ หนองบุญมาก โคราซ เชียงใหม่ และแม่ฮ่องสอน ใกล้กับชุมชน อำเภอที่เศรษฐกิจดี ในอำเภอที่มีสมาชิกจำนวนมาก อำเภอใหญ่ๆ ในต่างจังหวัดห่างไกล ทุกอำเภอ ทุกจังหวัด



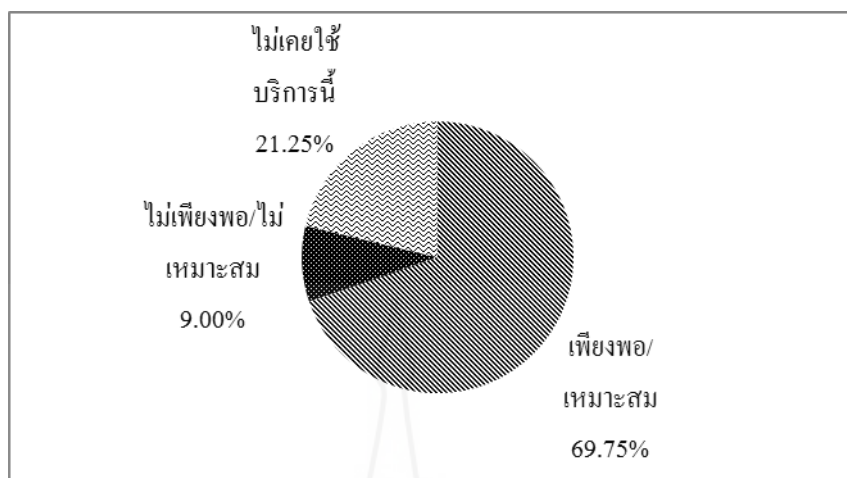
ภาพที่ 4.14 ท่านคิดว่าศูนย์ธุรกิจไฟฟ้ารินที่มีอยู่เพียงพอหรือไม่

ตารางที่ 4.23 ท่านคิดว่าการจัดส่งรวดเร็วเพียงพอและค่าจัดส่งเหมาะสมหรือไม่

| การจัดส่งและค่าจัดส่ง | จำนวน | ร้อยละ |
|-----------------------|-------|--------|
| เพียงพอ/เหมาะสม       | 279   | 69.75  |
| ไม่เพียงพอ/ไม่เหมาะสม | 36    | 9.00   |
| ไม่เคยใช้บริการนี้    | 85    | 21.25  |
| รวม                   | 400   | 100.00 |

สำหรับคำถามที่ว่าท่านคิดว่าการจัดส่งรวดเร็วเพียงพอและค่าจัดส่งเหมาะสมหรือไม่นี้ ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาโดยมีเพียง 2 ตัวเลือกให้กลุ่มตัวอย่างตอบว่าท่านคิดว่าการจัดส่งรวดเร็วเพียงพอและค่าจัดส่งเพียงพอ/เหมาะสมแล้วข้อหนึ่ง กับเลือกตอบว่ายังไม่เพียงพอ/เหมาะสมพร้อมกับแสดงความคิดเห็นว่าควรเพิ่มเติมประเภท/ชนิดของสินค้า/ผลิตภัณฑ์ของไฟฟ้ารินหรือควรปรับปรุงในเรื่องใดอีกข้อหนึ่ง หรือตอบว่าไม่เคยใช้บริการนี้อีกข้อหนึ่ง

จากกลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าการจัดส่งรวดเร็วเพียงพอและค่าจัดส่ง เพียงพอ/เหมาะสมคืออยู่แล้ว คิดเป็นร้อยละ 69.75 รองลงมาเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่าไม่เคยใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 21.25 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เห็นว่าการจัดส่งรวดเร็วเพียงพอและค่าจัดส่ง ยังมีไม่เพียงพอ/เหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 9.00 โดยได้แสดงความคิดเห็นว่าการจัดส่งรวดเร็วเพียงพอและค่าจัดส่ง ควรเพิ่มเติมหรือปรับปรุงในเรื่องใดไว้ดังต่อไปนี้ ไม่ควรเก็บค่าบริการ ควรอบรมพนักงานส่งของให้มีมาตรฐานเดียวกัน ควรเพิ่มพนักงานจัดส่ง ขยายเส้นทางกิโลเพิ่ม เพิ่มพนักงานจัดส่งให้เร็วขึ้น ควรมีเพิ่มการจัดส่งในวันอาทิตย์ เพิ่มคุณภาพการจัดส่งไม่ให้ส่งผิด



ภาพที่ 4.15 ท่านคิดว่าการจัดส่งรวดเร็วเพียงพอและ ค่าจัดส่งเหมาะสมหรือไม่

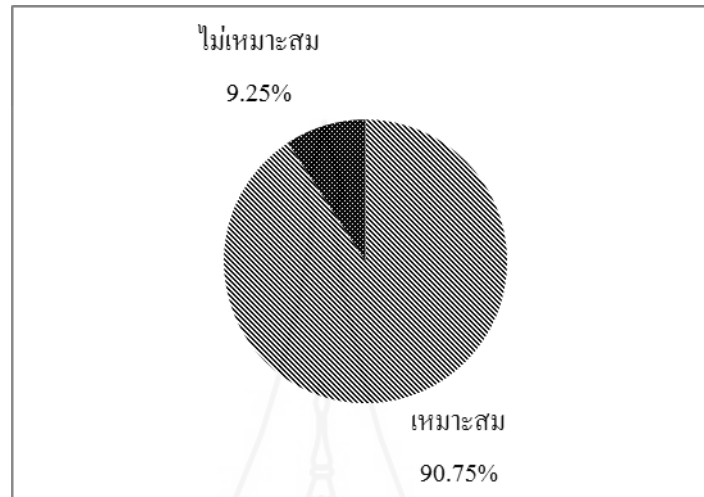
ตารางที่ 4.24 ท่านคิดว่าบริษัทมีการจัดรายการ ลด แลก แจก แถม (Promotion) เหมาะสมหรือไม่

| การจัดรายการ ลด แลก แจก แถม | จำนวน | ร้อยละ |
|-----------------------------|-------|--------|
| เหมาะสม                     | 363   | 90.75  |
| ไม่เหมาะสม                  | 37    | 9.25   |
| รวม                         | 400   | 100.00 |

สำหรับคำถามที่ว่าท่านคิดว่าบริษัท มีการจัดรายการ ลด แลก แจก แถม (Promotion) เหมาะสมหรือไม่นี้ ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาโดยมีเพียง 2 ตัวเลือกให้กลุ่มตัวอย่างตอบว่าแผนธุรกิจของกิฟฟารีนนั้นเหมาะสมดีแล้วข้อหนึ่ง กับเลือกตอบว่าไม่เหมาะสมพร้อมกับแสดงความคิดเห็นว่าควรปรับปรุงในเรื่องใดอีกข้อหนึ่ง

จากกลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าบริษัทมีการจัดรายการ ลด แลก แจก แถม (Promotion) นั้นมีความเหมาะสมคืออยู่แล้ว คิดเป็นร้อยละ 90.75 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เห็นว่าบริษัทมีการจัดรายการ ลด แลก แจก แถม (Promotion) ไม่เหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 9.25 โดยแสดงความคิดเห็นว่าบริษัทมีการจัดรายการ ลด แลก แจก แถม (Promotion) ควรปรับปรุงเกี่ยวกับ ควรเพิ่มของรางวัลมากกว่าเดิม สินค้าไม่ควรมีการขาดตลาด ยอดการสั่งซื้อที่จะได้ส่วนลดสำหรับชั้นถัดไปสูงเกินไป บางรายการที่นำมาจัดโปร โมชั่นให้ตรวจวันเดือนปีด้วยการลดแลกแจกแถมมากเกินไปทำให้ของดูไม่มีราคา มากไป การจัดควรมีเหตุและผลเวลาที่เหมาะสม

ราคาสินค้าแลกเปลี่ยนค่อนข้างสูง จัดโปรโมชั่นบ่อยๆ ปรับปรุงของแถม ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางควรมีโปรโมชั่น ควรเพิ่มรายการให้มากขึ้น ของแถมมีราคาปานกลางแต่หลายๆ ชิ้น



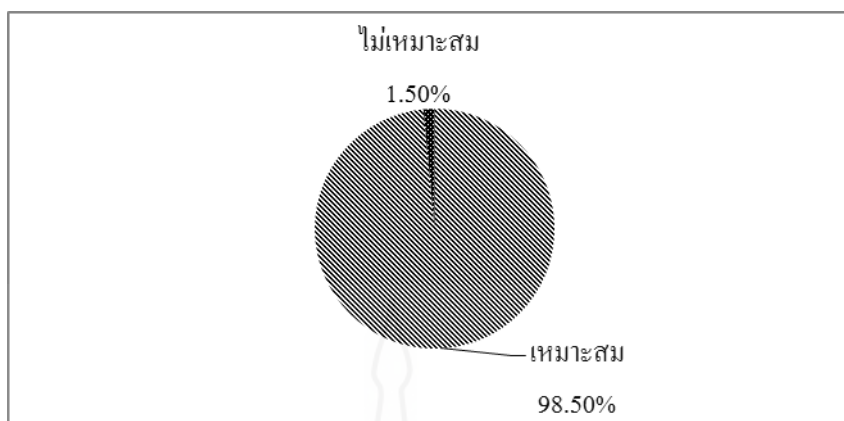
ภาพที่ 4.16 ท่านคิดว่าบริษัทมีการจัดรายการ ลด แลก แจก แกรม (Promotion) เหมาะสมหรือไม่

ตารางที่ 4.25 ท่านคิดว่าการรับสมัครสมาชิกเหมาะสมหรือไม่

| การรับสมัครสมาชิก | จำนวน | ร้อยละ |
|-------------------|-------|--------|
| เหมาะสม           | 394   | 98.50  |
| ไม่เหมาะสม        | 6     | 1.50   |
| รวม               | 400   | 100.00 |

สำหรับคำถามที่ว่าท่านคิดว่าการรับสมัครสมาชิกเหมาะสมหรือไม่นี้ ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาโดยมีเพียง 2 ตัวเลือกให้กลุ่มตัวอย่างตอบว่าแผนธุรกิจของกิฟฟารีนนั้นเหมาะสมดีแล้วข้อหนึ่ง กับเลือกตอบว่าไม่เหมาะสมพร้อมกับแสดงความคิดเห็นว่าควรปรับปรุงในเรื่องใดอีกข้อหนึ่ง

จากกลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าการรับสมัครสมาชิกนั้นมีความเหมาะสมคืออยู่แล้ว คิดเป็นร้อยละ 98.50 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เห็นว่าการรับสมัครสมาชิกไม่เหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 1.50 โดยแสดงความคิดเห็นว่าการรับสมัครสมาชิกของกิฟฟารีนควรปรับปรุงเกี่ยวกับ ชุดสมัครที่บรรจุเอกสารควรจะเป็นกระเป๋าถือเพื่อให้สมาชิกใส่เอกสารถือไปไหนก็ได้และเป็นการโฆษณากิฟฟารีนไปพร้อมๆ กัน ให้มีการสมัครสมาชิกออนไลน์ได้โดยให้มีการตรวจสอบการสมัครสมาชิกซ้ำและมีการระบุตัวตนว่าเป็นเจ้าตัวจริงๆ การประกันภัย



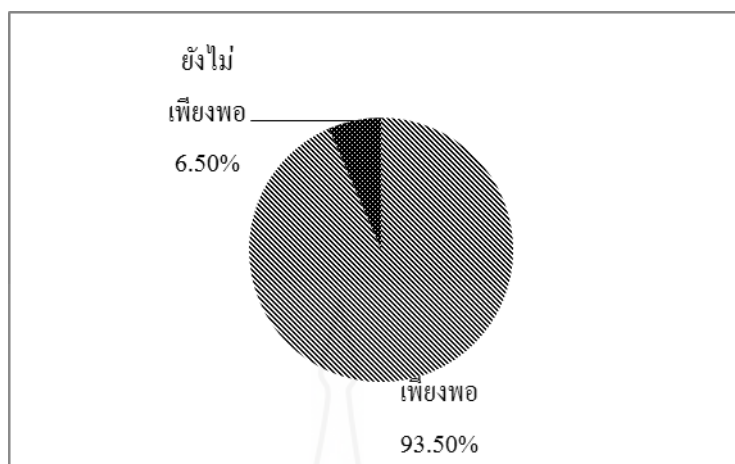
ภาพที่ 4.17 ท่านคิดว่าการรับสมัครสมาชิกเหมาะสมหรือไม่

ตารางที่ 4.26 ท่านคิดว่าบริษัทมีกิจกรรมตอบแทนทางสังคมเพียงพอหรือไม่

| กิจกรรมตอบแทนทางสังคม | จำนวน | ร้อยละ |
|-----------------------|-------|--------|
| เพียงพอ               | 374   | 93.50  |
| ยังไม่เพียงพอ         | 26    | 6.50   |
| รวม                   | 400   | 100.00 |

สำหรับคำถามที่ว่าท่านคิดว่าบริษัทมีกิจกรรมตอบแทนทางสังคมเพียงพอหรือไม่นั้น ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาโดยมีเพียง 2 ตัวเลือกให้กลุ่มตัวอย่างตอบว่ามีเพียงพอแล้วข้อหนึ่ง กับยังไม่เพียงพอพร้อมทั้งแสดงความเห็นอีกข้อหนึ่ง

จากกลุ่มตัวอย่างที่เราได้ทำการศึกษา ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าบริษัทมีกิจกรรมตอบแทนทางสังคมเพียงพออยู่แล้ว คิดเป็นร้อยละ 93.50 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เห็นว่าบริษัทมีกิจกรรมตอบแทนทางสังคมยังไม่เพียงพอ คิดเป็นร้อยละ 6.50 โดยได้แสดงความคิดเห็นไว้ดังต่อไปนี้ การโฆษณาผ่านสื่อน้อยไปเพราะนี่จะเป็นภาพลักษณ์ของบริษัทควรจะทำให้สังคมรับรู้มากกว่านี้ สาธารณะประโยชน์ การประกันภัย

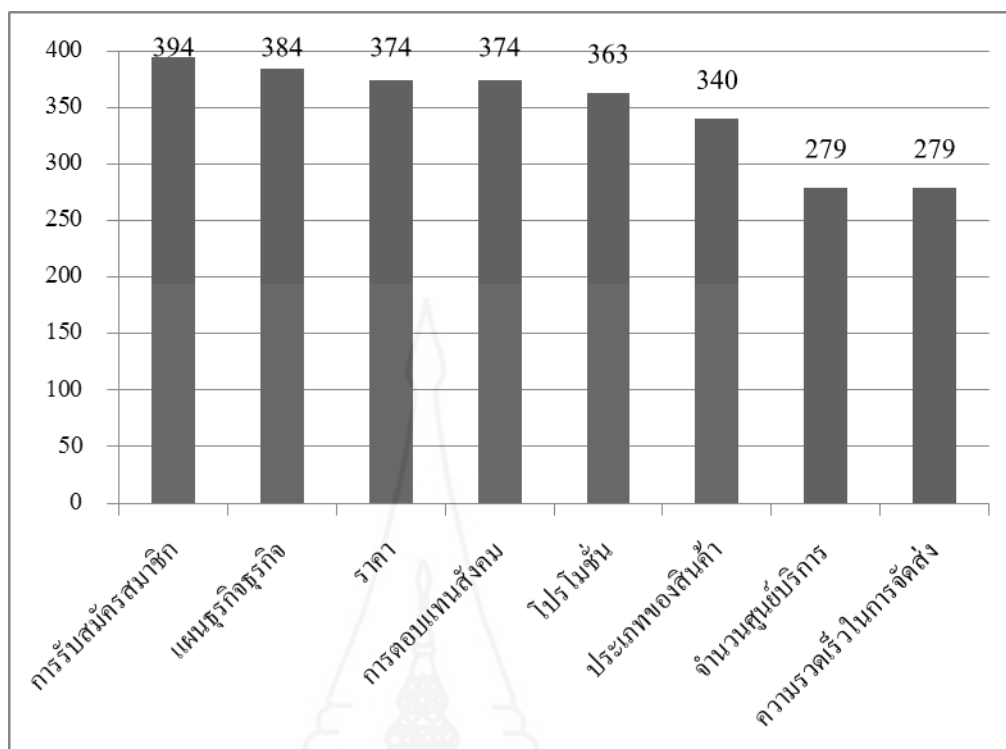


ภาพที่ 4.18 ท่านคิดว่าบริษัทมีกิจกรรมตอบแทนทางสังคมเพียงพอหรือไม่

ตารางที่ 4.27 จำนวนผู้เลือกตอบคำตอบเพียงพอ/เหมาะสมของคำถามที่ถามถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับธุรกิจของกิฟฟารีน

| ความคิดเห็นเกี่ยวกับธุรกิจ | จำนวน | ร้อยละ |
|----------------------------|-------|--------|
| การรับสมัครสมาชิก          | 394   | 98.50  |
| แผนธุรกิจธุรกิจ            | 384   | 96.00  |
| ราคา                       | 374   | 93.50  |
| การตอบแทนสังคม             | 374   | 93.50  |
| โปรโมชั่น                  | 363   | 90.75  |
| ประเภทของสินค้า            | 340   | 85.00  |
| จำนวนศูนย์บริการ           | 279   | 69.75  |
| ความรวดเร็วในการจัดส่ง     | 279   | 69.75  |

จากตารางที่ 4.27 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจะเลือกตอบคำตอบเพียงพอ/เหมาะสม ในความพึงพอใจในด้านของการรับสมัครสมาชิกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 98.50 รองลงมาจะเป็นด้านแผนธุรกิจ ราคา การตอบแทนสังคม โปรโมชั่น ประเภทของสินค้า คิดเป็น 96.00, 93.50, 93.50, 90.75 และ 85.00 ตามลำดับ ที่ได้รับความพึงพอใจน้อยที่สุดคือ ด้านจำนวนศูนย์บริการ และความรวดเร็วในการจัดส่ง คิดเป็นร้อยละ 69.75 ทั้งคู่



ภาพที่ 4.19 จำนวนผู้เลือกตอบคำตอบเพียงพอ/เหมาะสมของคำถามที่ถามถึง  
ความคิดเห็นเกี่ยวกับธุรกิจของกีฟฟารีน

ตารางที่ 4.28 ปัจจัยใดที่เป็นตัวผลักดันให้ท่านประสบความสำเร็จ

| ปัจจัยที่เป็นตัวผลักดัน            | คะแนน |    |    |    |    |    |    | จำนวน | คะแนน<br>รวม | คะแนน<br>เฉลี่ย | SD.   | อันดับ<br>ที่ |
|------------------------------------|-------|----|----|----|----|----|----|-------|--------------|-----------------|-------|---------------|
|                                    | 1     | 2  | 3  | 4  | 5  | 6  | 7  |       |              |                 |       |               |
| คุณภาพผลิตภัณฑ์                    | 46    | 32 | 16 | 23 | 23 | 51 | 91 | 282   | 1308         | 4.64            | 2.302 | 1             |
| ความเชื่อมั่นและศรัทธาบริษัท       | 20    | 27 | 40 | 58 | 53 | 35 | 48 | 281   | 1237         | 4.40            | 1.800 | 2             |
| ความเชื่อมั่น/ศรัทธาฝ่าย<br>บริหาร | 37    | 55 | 38 | 53 | 36 | 40 | 19 | 278   | 1026         | 3.69            | 1.834 | 6             |
| สายสัมพันธ์ที่ดีในสายงาน           | 56    | 48 | 41 | 37 | 32 | 20 | 49 | 283   | 1046         | 3.70            | 2.117 | 5             |
| ราคาผลิตภัณฑ์                      | 41    | 39 | 38 | 36 | 44 | 58 | 25 | 281   | 1120         | 3.99            | 1.949 | 4             |
| การพัฒนาตนเองเข้าร่วม              |       |    |    |    |    |    |    |       |              |                 |       |               |
| ประชุมสัมมนาทุกรูปแบบ              | 47    | 46 | 52 | 29 | 37 | 35 | 27 | 273   | 995          | 3.64            | 1.960 | 7             |
| แผนงานและผลประโยชน์                | 26    | 28 | 53 | 47 | 58 | 44 | 24 | 280   | 1151         | 4.11            | 1.741 | 3             |



จากกลุ่มตัวอย่างที่สำรวจพบว่า ปัจจัยใดที่เป็นตัวผลักดันให้ท่านประสบความสำเร็จที่ได้รับคะแนนมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่งคือ คุณภาพผลิตภัณฑ์ ได้คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.64 คะแนน (SD. = 2.302) อันดับสองเป็น ความเชื่อมั่นและศรัทธาบริษัท ได้คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 คะแนน (SD. = 1.800) อันดับสามเป็น แผนงานและผลประโยชน์ ได้คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 คะแนน (SD. = 1.741) และถัดลงมาในอันดับที่สี่ ห้า และหกคือ ราคาผลิตภัณฑ์ สายสัมพันธ์ที่ดีในสายงาน ความเชื่อมั่นและศรัทธาฝ่ายบริหาร ได้คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 (SD. = 1.949) 3.70 (SD. = 2.117) 3.69 (SD. = 1.834) คะแนนตามลำดับ อันดับสุดท้ายคือ การพัฒนาตนเองเข้าร่วมประชุมสัมมนาทุกรูปแบบ ได้คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 คะแนน (SD. = 1.960)

## 2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความสัมพันธ์ในด้านต่างๆ กับรายได้เฉลี่ยจากอาชีพนักธุรกิจกีฬารีนและระดับตำแหน่งของอาชีพนักธุรกิจกีฬารีน

ผู้ศึกษาได้วิเคราะห์ข้อมูลความสัมพันธ์ในด้านต่างๆ กับรายได้เฉลี่ยจากอาชีพนักธุรกิจกีฬารีนและระดับตำแหน่งของอาชีพนักธุรกิจกีฬารีน โดยด้านที่สนใจที่จะนำมาวิเคราะห์ในการศึกษาครั้งนี้คือ (1) ด้านอายุของนักธุรกิจกีฬารีน (2) ด้านการศึกษาของนักธุรกิจกีฬารีน และ (3) ด้านอาชีพหลักของนักธุรกิจกีฬารีน

### 2.1 ความสัมพันธ์ในด้านอายุของนักธุรกิจกีฬารีนกับรายได้เฉลี่ยจากอาชีพนักธุรกิจกีฬารีนและระดับตำแหน่งของอาชีพนักธุรกิจกีฬารีน

ตารางที่ 4.29 ความสัมพันธ์ในด้านอายุของนักธุรกิจกีฬาฟันกับรายได้เฉลี่ยจากอาชีพนักธุรกิจกีฬาฟันและระดับตำแหน่งของอาชีพนักธุรกิจกีฬาฟัน

| อาชีพนักธุรกิจกีฬาฟัน มีรายได้เฉลี่ยเดือนละ |  | อายุ          |               |               |               |                 | Total  |
|---|--|---------------|---------------|---------------|---------------|-----------------|--------|
|   |  | 15 - 25<br>ปี | 26 - 39<br>ปี | 40 - 49<br>ปี | 50 - 59<br>ปี | 60 ปี<br>ขึ้นไป |        |
| น้อยกว่า 15,000                             | Count  | 49            | 91            | 49            | 46            | 7               | 242    |
|   | % within อาชีพนักธุรกิจกีฬาฟัน มีรายได้เฉลี่ยเดือนละ | 20.2%         | <b>37.6%</b>  | 20.2%         | 19.0%         | 2.9%            | 100.0% |
|   | % within อายุ  | <b>84.5%</b>  | <b>68.4%</b>  | <b>47.6%</b>  | <b>47.9%</b>  | <b>70.0%</b>    | 60.5%  |
| 15,000 - 29,999                             | Count  | 8             | 32            | 25            | 14            | 0               | 79     |
|   | % within อาชีพนักธุรกิจกีฬาฟัน มีรายได้เฉลี่ยเดือนละ | 10.1%         | <b>40.5%</b>  | 31.6%         | 17.7%         | 0.0%            | 100.0% |
|   | % within อายุ  | 13.8%         | 24.1%         | 24.3%         | 14.6%         | 0.0%            | 19.8%  |
| 30,000 - 49,999                             | Count  | 0             | 7             | 16            | 23            | 3               | 49     |
|   | % within อาชีพนักธุรกิจกีฬาฟัน มีรายได้เฉลี่ยเดือนละ | 0.0%          | 14.3%         | 32.7%         | <b>46.9%</b>  | 6.1%            | 100.0% |
|   | % within อายุ  | 0.0%          | 5.3%          | 15.5%         | 24.0%         | 30.0%           | 12.3%  |
| มากกว่า 50,000                              | Count  | 1             | 3             | 13            | 13            | 0               | 30     |
|   | % within อาชีพนักธุรกิจกีฬาฟัน มีรายได้เฉลี่ยเดือนละ | 3.3%          | 10.0%         | <b>43.3%</b>  | <b>43.3%</b>  | 0.0%            | 100.0% |
|   | % within อายุ  | 1.7%          | 2.3%          | 12.6%         | 13.5%         | 0.0%            | 7.5%   |
| Total                                       | Count  | 58            | 133           | 103           | 96            | 10              | 400    |
|   | % within อาชีพนักธุรกิจกีฬาฟัน มีรายได้เฉลี่ยเดือนละ | 14.5%         | 33.3%         | 25.8%         | 24.0%         | 2.5%            | 100.0% |
|   | % within อายุ  | 100.0%        | 100.0%        | 100.0%        | 100.0%        | 100.0%          | 100.0% |

Pearson Chi-square Value = 62.140, df = 12, p-value (asymptotic sig 2 side) = 0.000

ค่าในตารางมีอยู่ 4 ช่อง (คิดเป็นร้อยละ 20) ที่มีค่าคาดหวังน้อยกว่า 5

ตารางที่ 4.29 (ต่อ)

| ปัจจุบันท่านอยู่ระดับตำแหน่งใด                         |   | อายุ         |              |              |              |              | Total  |
|--|---|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------|
|  |   | 15 - 25 ปี   | 26 - 39 ปี   | 40 - 49 ปี   | 50 - 59 ปี   | 60 ปีขึ้นไป  |        |
| เริ่มสมัครยังไม่มียตำแหน่ง                             | Count                                   | 23           | 35           | 11           | 10           | 2            | 81     |
|  | % within ปัจจุบันท่านอยู่ระดับตำแหน่งใด | 28.4%        | <b>43.2%</b> | 13.6%        | 12.3%        | 2.5%         | 100.0% |
|  | % within อายุ                           | <b>39.7%</b> | 26.3%        | 10.7%        | 10.4%        | 20.0%        | 20.3%  |
| ผู้บริหารระดับต้น<br>(บรอนซ์สตาร์ – ซิลเวอร์สตาร์)     | Count                                   | 19           | 36           | 18           | 13           | 1            | 87     |
|  | % within ปัจจุบันท่านอยู่ระดับตำแหน่งใด | 21.8%        | <b>41.4%</b> | 20.7%        | 14.9%        | 1.1%         | 100.0% |
|  | % within อายุ                           | 32.8%        | 27.1%        | 17.5%        | 13.5%        | 10.0%        | 21.8%  |
| ผู้บริหารระดับกลาง<br>(โกลด์สตาร์ – แพลทเทิร์น)        | Count                                   | 15           | 52           | 48           | 47           | 4            | 166    |
|  | % within ปัจจุบันท่านอยู่ระดับตำแหน่งใด | 9.0%         | <b>31.3%</b> | 28.9%        | 28.3%        | 2.4%         | 100.0% |
|  | % within อายุ                           | 25.9%        | <b>39.1%</b> | <b>46.6%</b> | <b>49.0%</b> | <b>40.0%</b> | 41.5%  |
| ผู้บริหารระดับสูง (พาราไดซ์ - ไคมอนด์ แกรนด์ พาราไดซ์) | Count                                   | 1            | 10           | 26           | 26           | 3            | 66     |
|  | % within ปัจจุบันท่านอยู่ระดับตำแหน่งใด | 1.5%         | 15.2%        | <b>39.4%</b> | <b>39.4%</b> | 4.5%         | 100.0% |
|  | % within อายุ                           | 1.7%         | 7.5%         | 25.2%        | 27.1%        | 30.0%        | 16.5%  |
| Total  | Count                                   | 58           | 133          | 103          | 96           | 10           | 400    |
|  | % within ปัจจุบันท่านอยู่ระดับตำแหน่งใด | 14.5%        | 33.3%        | 25.8%        | 24.0%        | 2.5%         | 100.0% |
|  | % within อายุ                           | 100.0%       | 100.0%       | 100.0%       | 100.0%       | 100.0%       | 100.0% |

Pearson Chi-square Value = 63.990, df = 12, p-value(asymp sig 2 side) = 0.000

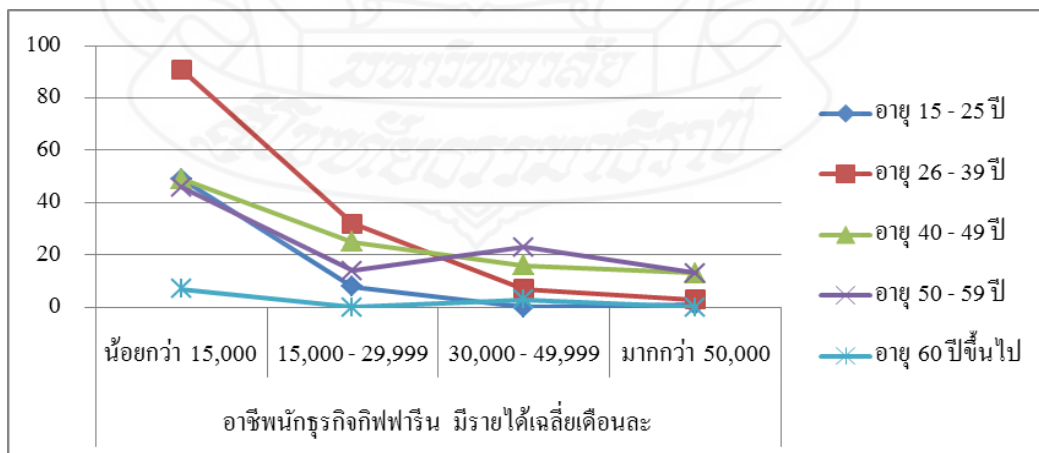
ค่าในตารางมีอยู่ 4 ช่อง (คิดเป็นร้อยละ 20) ที่มีค่าคาดหวังน้อยกว่า 5

จากการสำรวจระดับการอายุและรายได้เฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 400 คน พบว่า ส่วนใหญ่มีอายุ 26 - 39 ปี (ร้อยละ 33.3) 40 - 49 ปี (ร้อยละ 25.8) 50 - 59 ปี (ร้อยละ 24.0) 15 - 25 ปี (ร้อยละ 14.5) และ 60 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 2.5) ในระดับรายได้เฉลี่ย น้อยกว่า 15,000 บาท ส่วนใหญ่มีอายุ 26 - 39 ปี (ร้อยละ 37.6) 40 - 49 ปี (ร้อยละ 20.2) 15 - 25 ปี (ร้อยละ 20.2) 50 - 59 ปี (ร้อยละ 19.0) และ 60 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 2.9) ในระดับรายได้เฉลี่ย 15,000 - 29,999 บาท ส่วนใหญ่มีอายุ 26 - 39 ปี (ร้อยละ 40.5) 40 - 49 ปี (ร้อยละ 31.6) 50 - 59 ปี (ร้อยละ 17.7) 15 - 25 ปี (ร้อยละ 10.1) ในระดับ

รายได้เฉลี่ย 30,000 - 49,999 บาท ส่วนใหญ่มีอายุ 50 - 59 ปี (ร้อยละ 46.9) 40 - 49 ปี (ร้อยละ 32.7) 26 - 39 ปี (ร้อยละ 14.3) และ 60 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 6.1) ในระดับรายได้เฉลี่ย มากกว่า 50,000 บาท ส่วนใหญ่มีอายุ 40 - 49 ปี (ร้อยละ 43.3) 50 - 59 ปี (ร้อยละ 43.3) 26 - 39 ปี (ร้อยละ 10.0) 15 - 25 ปี (ร้อยละ 3.3)

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยน้อยกว่า 15,000 บาท (ร้อยละ 60.5) 15,000 - 29,999 บาท (ร้อยละ 19.8) 30,000 - 49,999 บาท (ร้อยละ 12.3) และมากกว่า 50,000 บาท (ร้อยละ 7.5) กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 15 - 25 ปี ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยน้อยกว่า 15,000 บาท (ร้อยละ 84.5) 15,000 - 29,999 บาท (ร้อยละ 13.8) และมากกว่า 50,000 บาท (ร้อยละ 1.7) กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 26 - 39 ปี ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยน้อยกว่า 15,000 บาท (ร้อยละ 68.4) 15,000 - 29,999 บาท (ร้อยละ 24.1) 30,000 - 49,999 บาท (ร้อยละ 5.3) และมากกว่า 50,000 บาท (ร้อยละ 2.3) กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 40 - 49 ปี ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยน้อยกว่า 15,000 บาท (ร้อยละ 47.6) 15,000 - 29,999 บาท (ร้อยละ 24.3) 30,000 - 49,999 บาท (ร้อยละ 15.5) และมากกว่า 50,000 บาท (ร้อยละ 12.6) กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 50 - 59 ปี ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยน้อยกว่า 15,000 บาท (ร้อยละ 47.9) 30,000 - 49,999 บาท (ร้อยละ 24.0) 15,000 - 29,999 บาท (ร้อยละ 14.6) และมากกว่า 50,000 บาท (ร้อยละ 13.5) กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยน้อยกว่า 15,000 บาท (ร้อยละ 70.0) 30,000 - 49,999 บาท (ร้อยละ 30.0)

ซึ่งเมื่อทดสอบสมมติฐานว่าอายุของนักธุรกิจไฟฟ้าเรินกับรายได้จากธุรกิจไฟฟ้าเรินมีความสัมพันธ์กันอย่างไร ผลการวิเคราะห์พบว่า Pearson Chi-square Value = 62.140 โดยมี df = 12 และ p-value (asymptotic significance 2-sided) = 0.000 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าอายุของนักธุรกิจไฟฟ้าเรินมีผลต่อรายได้จากธุรกิจไฟฟ้าเรินที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.01 (p-value = 0.000 < 0.01)

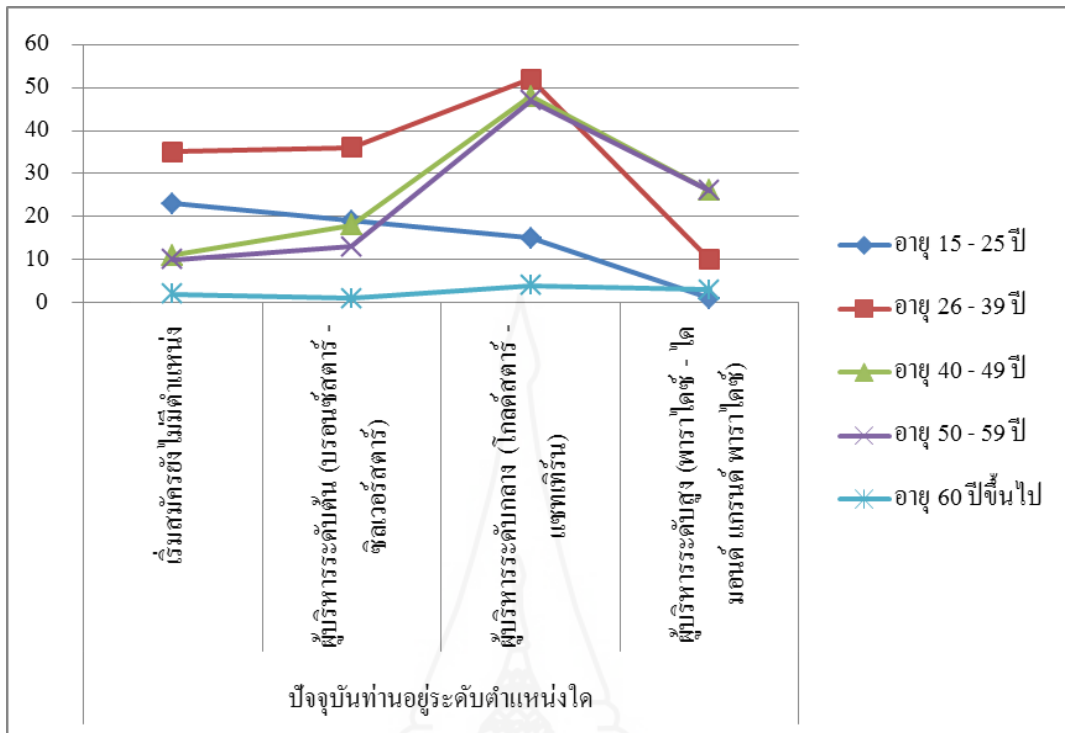


ภาพที่ 4.20 ความสัมพันธ์ในด้านอายุของนักธุรกิจไฟฟ้าเรินกับรายได้เฉลี่ย  
จากอาชีพนักธุรกิจไฟฟ้าเริน

จากการสำรวจระดับการศึกษาและระดับตำแหน่งของกลุ่มตัวอย่าง 400 คน พบว่า ส่วนใหญ่มีอายุ 26 - 39 ปี (ร้อยละ 33.4) 40 - 49 ปี (ร้อยละ 25.8) 50 - 59 ปี (ร้อยละ 24.0) 15 - 25 ปี (ร้อยละ 14.5) และ 60 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 2.5) กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้เริ่มสมัครยังไม่มีตำแหน่ง ส่วนใหญ่มีอายุ 26 - 39 ปี (ร้อยละ 43.2) 15 - 25 ปี (ร้อยละ 28.4) 40 - 49 ปี (ร้อยละ 13.6) 50 - 59 ปี (ร้อยละ 12.3) และ 60 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 2.5) ผู้บริหารระดับต้นส่วนใหญ่มีอายุ 26 - 39 ปี (ร้อยละ 41.4) 15 - 25 ปี (ร้อยละ 21.8) 40 - 49 ปี (ร้อยละ 20.7) 50 - 59 ปี (ร้อยละ 14.9) และ 60 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 1.1) ผู้บริการระดับกลางส่วนใหญ่มีอายุ 26 - 39 ปี (ร้อยละ 31.3) 40 - 49 ปี (ร้อยละ 28.9) 50 - 59 ปี (ร้อยละ 28.3) 15 - 25 ปี (ร้อยละ 9.0) และ 60 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 2.4) ผู้บริหารระดับสูงส่วนใหญ่มีอายุ 40 - 49 ปี (ร้อยละ 39.4) 50 - 59 ปี (ร้อยละ 39.4) 26 - 39 ปี (ร้อยละ 15.2) 60 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 4.5) และ 15 - 25 ปี (ร้อยละ 1.5)

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้บริหารระดับกลาง (ร้อยละ 41.5) ผู้บริการระดับต้น (ร้อยละ 21.8) ผู้ที่เริ่มสมัครยังไม่มีตำแหน่ง (ร้อยละ 20.3) และผู้บริการระดับสูง (ร้อยละ 16.5) กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 15 - 25 ปี ส่วนใหญ่ผู้เริ่มสมัครยังไม่มีตำแหน่ง (ร้อยละ 40.4) ผู้บริการระดับต้น (ร้อยละ 33.3) ผู้บริการระดับกลาง (ร้อยละ 24.6) และผู้บริการระดับสูง (ร้อยละ 1.8) กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 26 - 39 ปี ส่วนใหญ่เป็นผู้บริหารระดับกลาง (ร้อยละ 39.1) ผู้บริการระดับต้น (ร้อยละ 27.1) ผู้ที่เริ่มสมัครยังไม่มีตำแหน่ง (ร้อยละ 26.3) และผู้บริการระดับสูง (ร้อยละ 7.5) กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 40 - 49 ปี ส่วนใหญ่เป็นผู้บริหารระดับกลาง (ร้อยละ 46.1) ผู้บริการระดับสูง (ร้อยละ 25.5) ผู้บริการระดับต้น (ร้อยละ 17.6) และผู้เริ่มสมัครยังไม่มีตำแหน่ง (ร้อยละ 10.8) กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 50 - 59 ปี ส่วนใหญ่เป็นผู้บริหารระดับกลาง (ร้อยละ 49.0) ผู้บริการระดับสูง (ร้อยละ 27.1) ผู้บริการระดับต้น (ร้อยละ 13.5) และผู้เริ่มสมัครยังไม่มีตำแหน่ง (ร้อยละ 10.4) กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่เป็นผู้บริหารระดับกลาง (ร้อยละ 40.0) ผู้บริการระดับสูง (ร้อยละ 30.0) ผู้ที่เริ่มสมัครยังไม่มีตำแหน่ง (ร้อยละ 20.0) และบริการระดับต้น (ร้อยละ 20.0)

ซึ่งเมื่อทดสอบสมมติฐานว่าอายุของนักธุรกิจกีฬาฟันกับระดับตำแหน่งของนักธุรกิจกีฬาฟันมีความสัมพันธ์กันอย่างไร ผลการวิเคราะห์พบว่า Pearson Chi-square Value = 63.990 โดยมี df = 12 และ p-value (asymptotic sig. 2-sided) = 0.000 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าอายุของนักธุรกิจกีฬาฟันมีผลต่อระดับตำแหน่งของนักธุรกิจกีฬาฟันที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.01 (p-value = 0.000 < 0.01)



ภาพที่ 4.21 ความสัมพันธ์ในด้านอายุของนักธุรกิจไฟฟ้ากับระดับตำแหน่ง  
ของอาชีพนักธุรกิจไฟฟ้า

## 2.2 ความสัมพันธ์ในด้านอาชีพหลักของนักธุรกิจไฟฟ้ากับรายได้เฉลี่ยจากอาชีพ นักธุรกิจไฟฟ้าและระดับตำแหน่งของอาชีพนักธุรกิจไฟฟ้า



ตารางที่ 4.30 ความสัมพันธ์ในด้านอาชีพหลักของนักธุรกิจไฟฟ้ารีนกับรายได้เฉลี่ยจากอาชีพนักธุรกิจไฟฟ้ารีนและระดับตำแหน่งของอาชีพนักธุรกิจไฟฟ้ารีน

**อาชีพนักธุรกิจไฟฟ้ารีน มีรายได้เฉลี่ยเดือนละ \* อาชีพหลัก/เสริมอื่นๆ ของท่านคือ Crosstabulation**

| อาชีพนักธุรกิจไฟฟ้ารีน<br>มีรายได้เฉลี่ยเดือนละ |   | อาชีพหลัก/เสริมอื่นๆ ของท่านคือ |                                      |                   |                       |   |              | Total  |
|---|---|---------------------------------|--------------------------------------|-------------------|-----------------------|---|--------------|--------|
|   |   | พนักงาน<br>บริษัท               | ข้าราชการ/<br>พนักงาน<br>รัฐวิสาหกิจ | ธุรกิจ<br>ส่วนตัว | นักเรียน/<br>นักศึกษา | ทำธุรกิจ<br>ไฟฟ้า<br>รีน<br>เป็น<br>อาชีพ<br>หลัก | อื่นๆ        |        |
| น้อยกว่า<br>15,000                              | Count   | 74                              | 34                                   | 69                | 27                    | 19  | 19           | 242    |
|   | % within อาชีพนัก<br>ธุรกิจไฟฟ้ารีน มีรายได้<br>เฉลี่ยเดือนละ | <b>30.6%</b>                    | 14.0%                                | 28.5%             | 11.2%                 | 7.9%  | 7.9%         | 100.0% |
|   | % within อาชีพหลัก/<br>เสริมอื่นๆ ของท่านคือ                  | <b>62.7%</b>                    | <b>57.6%</b>                         | <b>67.6%</b>      | <b>87.1%</b>          | <b>27.9%</b>                                      | <b>86.4%</b> | 60.5%  |
| 15,000 -<br>29,999                              | Count   | 28                              | 9                                    | 23                | 3                     | 14  | 2            | 79     |
|   | % within อาชีพนัก<br>ธุรกิจไฟฟ้ารีน มีรายได้<br>เฉลี่ยเดือนละ | <b>35.4%</b>                    | 11.4%                                | 29.1%             | 3.8%                  | 17.7%   | 2.5%         | 100.0% |
|   | % within อาชีพหลัก/<br>เสริมอื่นๆ ของท่านคือ                  | 23.7%                           | 15.3%                                | 22.5%             | 9.7%                  | 20.6%   | 9.1%         | 19.8%  |
| 30,000 -<br>49,999                              | Count   | 14                              | 11                                   | 7                 | 0                     | 16  | 1            | 49     |
|   | % within อาชีพนัก<br>ธุรกิจไฟฟ้ารีน มีรายได้<br>เฉลี่ยเดือนละ | 28.6%                           | 22.4%                                | 14.3%             | 0.0%                  | <b>32.7%</b>                                      | 2.0%         | 100.0% |
|   | % within อาชีพหลัก/<br>เสริมอื่นๆ ของท่านคือ                  | 11.9%                           | 18.6%                                | 6.9%              | 0.0%                  | 23.5%   | 4.5%         | 12.3%  |

ตารางที่ 4.30 (ต่อ)

| อาชีพนักธุรกิจไฟฟ้ารีน มีรายได้เฉลี่ยเดือนละ |   | อาชีพหลัก/เสริมอื่นๆ ของท่านคือ |                              |               |                   |                               |              | Total  |
|--|---|---------------------------------|------------------------------|---------------|-------------------|-------------------------------|--------------|--------|
|  |   | พนักงานบริษัท                   | ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ | ธุรกิจส่วนตัว | นักเรียน/นักศึกษา | ทำธุรกิจไฟฟ้ารีนเป็นอาชีพหลัก | อื่นๆ        |        |
| มากกว่า 50,000                               | Count   | 2                               | 5                            | 3             | 1                 | 19                            | 0            | 30     |
|  | % within อาชีพนักธุรกิจไฟฟ้ารีน มีรายได้เฉลี่ยเดือนละ | 6.7%                            | 16.7%                        | 10.0%         | 3.3%              | <b>63.3%</b>                  | 0.0%         | 100.0% |
|  | % within อาชีพหลัก/เสริมอื่นๆ ของท่านคือ              | 1.7%                            | 8.5%                         | 2.9%          | 3.2%              | <b>27.9%</b>                  | 0.0%         | 7.5%   |
| Total  | Count   | 118                             | 59                           | 102           | 31                | 68                            | 22           | 400    |
|  | % within อาชีพนักธุรกิจไฟฟ้ารีน มีรายได้เฉลี่ยเดือนละ | 29.5%                           | 14.8%                        | 25.5%         | 7.8%              | 17.0%                         | 5.5%         | 100.0% |
|  | % within อาชีพหลัก/เสริมอื่นๆ ของท่านคือ              | 100.0%                          | 100.0%                       | 100.0%        | 100.0%            | 100.0%                        | 100.0%       | 100.0% |
| เริ่มสมัครยังไม่มีตำแหน่ง                    | Count   | 22                              | 17                           | 19            | 15                | 4                             | 4            | 81     |
|  | % within ปัจจุบันท่านอยู่ระดับตำแหน่งใด               | <b>27.2%</b>                    | 21.0%                        | 23.5%         | 18.5%             | 4.9%                          | 4.9%         | 100.0% |
|  | % within อาชีพหลัก/เสริมอื่นๆ ของท่านคือ              | 18.6%                           | 28.8%                        | 18.6%         | <b>48.4%</b>      | 5.9%                          | 18.2%        | 20.3%  |
| ผู้บริหารระดับต้น (บรองซ์ - ซิลเวอร์สตาร์)   | Count   | 29                              | 11                           | 24            | 11                | 3                             | 9            | 87     |
|  | % within ปัจจุบันท่านอยู่ระดับตำแหน่งใด               | <b>33.3%</b>                    | 12.6%                        | 27.6%         | 12.6%             | 3.4%                          | 10.3%        | 100.0% |
|  | % within อาชีพหลัก/เสริมอื่นๆ ของท่านคือ              | 24.6%                           | 18.6%                        | 23.5%         | 35.5%             | 4.4%                          | <b>40.9%</b> | 21.8%  |



ตารางที่ 4.30 (ต่อ)

**อาชีพนักธุรกิจกีฬา มีรายได้เฉลี่ยเดือนละ \* อาชีพหลัก/เสริมอื่นๆ ของท่านคือ Crosstabulation**

| อาชีพนักธุรกิจกีฬา มีรายได้เฉลี่ยเดือนละ      |  | อาชีพหลัก/เสริมอื่นๆ ของท่านคือ |                              |               |                   |              |        | Total  |
|---|--|---------------------------------|------------------------------|---------------|-------------------|--------------|--------|--------|
|   |  | พนักงานบริษัท                   | ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ | ธุรกิจส่วนตัว | นักเรียน/นักศึกษา | ทำธุรกิจกีฬา | อื่นๆ  |        |
| ผู้บริหาร                                     | Count                                    | 64                              | 20                           | 44            | 4                 | 27           | 7      | 166    |
| ระดับกลาง (โกลด์สตาร์ - แซทเทิร์น)            | % within ปัจจุบัน ท่านอยู่ระดับตำแหน่งใด | <b>38.6%</b>                    | 12.0%                        | 26.5%         | 2.4%              | 16.3%        | 4.2%   | 100.0% |
|   | % within อาชีพหลัก/เสริมอื่นๆ ของท่านคือ | <b>54.2%</b>                    | <b>33.9%</b>                 | <b>43.1%</b>  | 12.9%             | 39.7%        | 31.8%  | 41.5%  |
| ผู้บริหาร                                     | Count                                    | 3                               | 11                           | 15            | 1                 | 34           | 2      | 66     |
| ระดับสูง (พาราไดซ์ - ไดมอนด์ แกรันด พาราไดซ์) | % within ปัจจุบัน ท่านอยู่ระดับตำแหน่งใด | 4.5%                            | 16.7%                        | 22.7%         | 1.5%              | <b>51.5%</b> | 3.0%   | 100.0% |
|   | % within อาชีพหลัก/เสริมอื่นๆ ของท่านคือ | 2.5%                            | 18.6%                        | 14.7%         | 3.2%              | <b>50.0%</b> | 9.1%   | 16.5%  |
| Total   | Count                                    | 118                             | 59                           | 102           | 31                | 68           | 22     | 400    |
|   | % within ปัจจุบัน ท่านอยู่ระดับตำแหน่งใด | 29.5%                           | 14.8%                        | 25.5%         | 7.8%              | 17.0%        | 5.5%   | 100.0% |
|   | % within อาชีพหลัก/เสริมอื่นๆ ของท่านคือ | 100.0%                          | 100.0%                       | 100.0%        | 100.0%            | 100.0%       | 100.0% | 100.0% |

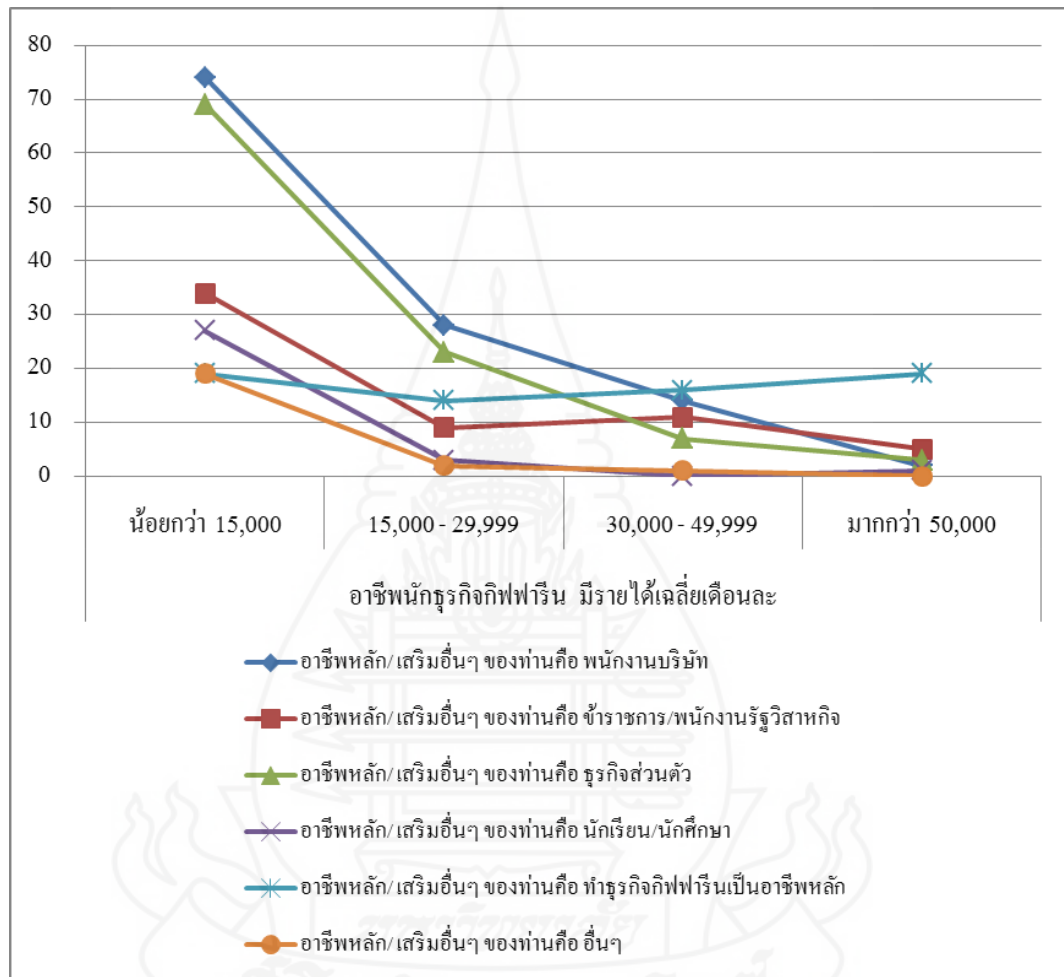
Pearson Chi-square Value = 114.908, df = 15, p-value(asymp sig 2 side) = 0.000

ค่าในตารางมีอยู่ 3 ช่อง (คิดเป็นร้อยละ 12.5) ที่มีค่าคาดหวังน้อยกว่า 5

จากการสำรวจ รายได้เฉลี่ยและอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง 400 คน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัท (ร้อยละ 29.5) ธุรกิจส่วนตัว (ร้อยละ 25.6) ทำธุรกิจกอล์ฟารีนเป็นอาชีพหลัก (ร้อยละ 17.0) ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 14.8) นักเรียน/นักศึกษา (ร้อยละ 7.8) อื่นๆ (ร้อยละ 5.5) ในระดับรายได้เฉลี่ย น้อยกว่า 15,000 บาท ส่วนใหญ่มีอาชีพ พนักงานบริษัท (ร้อยละ 30.6) ธุรกิจส่วนตัว (ร้อยละ 28.5) ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 14.0) นักเรียน/นักศึกษา (ร้อยละ 11.2) ทำธุรกิจกอล์ฟารีนเป็นอาชีพหลัก (ร้อยละ 7.9) และอื่นๆ (ร้อยละ 7.9) ในระดับรายได้เฉลี่ย 15,000 - 29,999 บาท ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัท (ร้อยละ 35.4) ธุรกิจส่วนตัว (ร้อยละ 29.1) ทำธุรกิจกอล์ฟารีนเป็นอาชีพหลัก (ร้อยละ 17.7) ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 11.4) นักเรียน/นักศึกษา (ร้อยละ 3.8) และอื่นๆ (ร้อยละ 2.5) ในระดับรายได้เฉลี่ย 30,000 - 49,999 บาท ส่วนใหญ่มีอาชีพ ทำธุรกิจกอล์ฟารีนเป็นอาชีพหลัก (ร้อยละ 32.7) พนักงานบริษัท (ร้อยละ 28.6) ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 22.4) ธุรกิจส่วนตัว (ร้อยละ 14.3) และอื่นๆ (ร้อยละ 2.0) ในระดับรายได้เฉลี่ย มากกว่า 50,000 บาท ส่วนใหญ่มีอาชีพทำธุรกิจกอล์ฟารีนเป็นอาชีพหลัก (ร้อยละ 63.3) ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 16.7) ธุรกิจส่วนตัว (ร้อยละ 10.0) พนักงานบริษัท (ร้อยละ 6.7) นักเรียน/นักศึกษา (ร้อยละ 3.3)

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยน้อยกว่า 15,000 บาท (ร้อยละ 60.0) 15,000 - 29,999 บาท (ร้อยละ 20.0) 30,000 - 49,999 บาท (ร้อยละ 12.4) และมากกว่า 50,000 บาท (ร้อยละ 7.6) กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานบริษัทส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยน้อยกว่า 15,000 บาท (ร้อยละ 62.7) 15,000 - 29,999 บาท (ร้อยละ 23.7) 30,000 - 49,999 บาท (ร้อยละ 11.9) และมากกว่า 50,000 บาท (ร้อยละ 1.7) กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐ ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยน้อยกว่า 15,000 บาท (ร้อยละ 56.9) 30,000 - 49,999 บาท (ร้อยละ 19.0) 15,000 - 29,999 บาท (ร้อยละ 15.5) และมากกว่า 50,000 บาท (ร้อยละ 8.6) กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยน้อยกว่า 15,000 บาท (ร้อยละ 67.3) 15,000 - 29,999 บาท (ร้อยละ 22.8) 30,000 - 49,999 บาท (ร้อยละ 6.9) และมากกว่า 50,000 บาท (ร้อยละ 3.0) กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ย น้อยกว่า 15,000 บาท (ร้อยละ 86.2) 15,000 - 29,999 บาท (ร้อยละ 10.3) และมากกว่า 50,000 บาท (ร้อยละ 3.4) กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพทำธุรกิจกอล์ฟารีนเป็นอาชีพหลัก ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ย น้อยกว่า 15,000 บาท (ร้อยละ 27.9) มากกว่า 50,000 บาท (ร้อยละ 27.9) 30,000 - 49,999 บาท (ร้อยละ 23.5) และ 15,000 - 29,999 บาท (ร้อยละ 20.6) กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพอื่นๆ ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ย น้อยกว่า 15,000 บาท (ร้อยละ 85.7) 15,000 - 29,999 บาท (ร้อยละ 9.2) และ 30,000 - 49,999 บาท (ร้อยละ 4.8)

ซึ่งเมื่อทดสอบสมมติฐานว่าอาชีพหลักของนักธุรกิจกีฬาไรนกับรายได้จากธุรกิจกีฬาไรนมีความสัมพันธ์กันอย่างไร ผลการวิเคราะห์พบว่า Pearson Chi-square Value = 88.664 โดยมี  $df = 15$  และ  $p\text{-value (asymptotic 2-sided)} = 0.000$  ดังนั้น จึงสรุปได้ว่าอาชีพหลักของนักธุรกิจกีฬาไรนมีผลต่อรายได้จากธุรกิจกีฬาไรนที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.01 ( $p\text{-value} = 0.000 < 0.01$ )

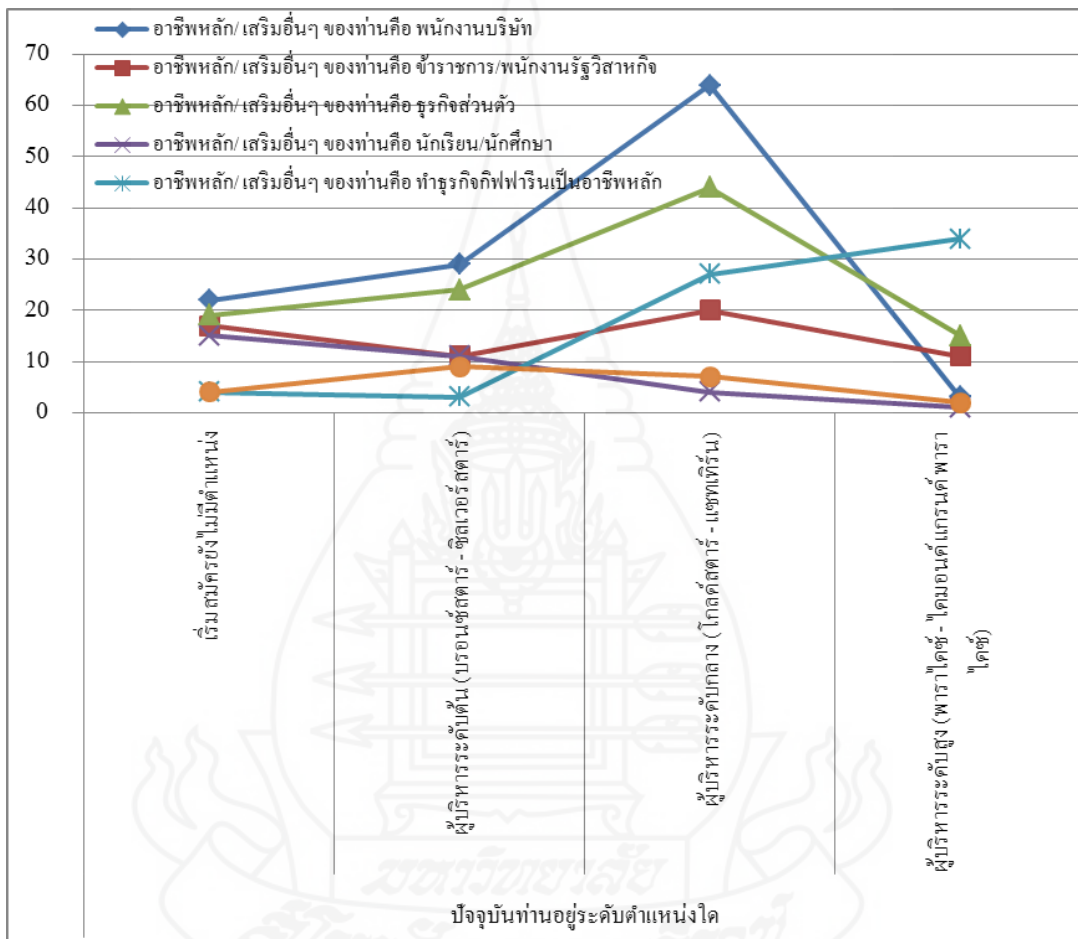


ภาพที่ 4.22 ความสัมพันธ์ในด้านอาชีพหลักของนักธุรกิจกีฬาไรน  
กับรายได้เฉลี่ยจากอาชีพนักธุรกิจกีฬาไรน

จากการสำรวจระดับการศึกษาและระดับตำแหน่งของกลุ่มตัวอย่าง 400 คน พบว่า ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัท (ร้อยละ 29.6) ธุรกิจส่วนตัว (ร้อยละ 25.6) ทำธุรกิจกอล์ฟารีนเป็นอาชีพหลัก (ร้อยละ 16.8) ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 14.8) นักเรียน/นักศึกษา (ร้อยละ 7.5) อื่นๆ (ร้อยละ 5.5) กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้เริ่มสมัครยังไม่มีตำแหน่ง ส่วนใหญ่มีอาชีพ พนักงานบริษัท (ร้อยละ 27.2) ธุรกิจส่วนตัว (ร้อยละ 23.5) ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 21.0) นักเรียน/นักศึกษา (ร้อยละ 18.5) ทำธุรกิจกอล์ฟารีนเป็นอาชีพหลัก (ร้อยละ 4.9) และอื่นๆ (ร้อยละ 4.9) ผู้บริการระดับต้นส่วนใหญ่มีอาชีพ พนักงานบริษัท (ร้อยละ 33.3) ธุรกิจส่วนตัว (ร้อยละ 27.6) ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 12.6) นักเรียน/นักศึกษา (ร้อยละ 12.6) อื่นๆ (ร้อยละ 10.3) และทำธุรกิจกอล์ฟารีนเป็นอาชีพหลัก (ร้อยละ 3.4) ผู้บริการระดับกลางส่วนใหญ่มีอาชีพ พนักงานบริษัท (ร้อยละ 39.0) ธุรกิจส่วนตัว (ร้อยละ 26.8) ทำธุรกิจกอล์ฟารีนเป็นอาชีพหลัก (ร้อยละ 15.9) ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 12.2) อื่นๆ (ร้อยละ 4.3) และนักเรียน/นักศึกษา (ร้อยละ 1.8) ผู้บริหารระดับสูงส่วนใหญ่มีอาชีพ ทำธุรกิจกอล์ฟารีนเป็นอาชีพหลัก (ร้อยละ 51.5) ธุรกิจส่วนตัว (ร้อยละ 22.7) ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 16.7) พนักงานบริษัท (ร้อยละ 4.5) อื่นๆ (ร้อยละ 3.0) และนักเรียน/นักศึกษา (ร้อยละ 1.5)

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้บริการระดับกลาง (ร้อยละ 41.5) ผู้บริการระดับต้น (ร้อยละ 21.8) ผู้ที่เริ่มสมัครยังไม่มีตำแหน่ง (ร้อยละ 20.3) และผู้บริการระดับสูง (ร้อยละ 16.5) กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานบริษัท ส่วนใหญ่ผู้บริการระดับกลาง (ร้อยละ 54.2) ผู้บริการระดับต้น (ร้อยละ 24.6) ผู้ที่เริ่มสมัครยังไม่มีตำแหน่ง (ร้อยละ 18.6) และผู้บริการระดับสูง (ร้อยละ 2.5) กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจส่วนใหญ่เป็นผู้บริหารระดับกลาง (ร้อยละ 33.9) ผู้ที่เริ่มสมัครยังไม่มีตำแหน่ง (ร้อยละ 28.8) ผู้บริการระดับสูง (ร้อยละ 18.6) และผู้บริการระดับต้น (ร้อยละ 18.6) กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว ส่วนใหญ่เป็นผู้บริหารระดับกลาง (ร้อยละ 43.1) ผู้บริการระดับต้น (ร้อยละ 23.5) ผู้ที่เริ่มสมัครยังไม่มีตำแหน่ง (ร้อยละ 18.6) และผู้บริการระดับสูง (ร้อยละ 14.75) กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่เริ่มสมัครยังไม่มีตำแหน่ง (ร้อยละ 50.0) ผู้บริการระดับต้น (ร้อยละ 36.7) ผู้บริหารระดับกลาง (ร้อยละ 10.0) และผู้บริการระดับสูง (ร้อยละ 3.3) กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพทำธุรกิจกอล์ฟารีนเป็นอาชีพหลักส่วนใหญ่เป็นผู้บริหารระดับสูง (ร้อยละ 50.7) ผู้บริการระดับกลาง (ร้อยละ 38.8) ผู้ที่เริ่มสมัครยังไม่มีตำแหน่ง (ร้อยละ 6.0) และผู้บริการระดับต้น (ร้อยละ 4.5) กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพอื่นๆส่วนใหญ่เป็นผู้บริหารระดับต้น (ร้อยละ 40.9) ผู้บริการระดับกลาง (ร้อยละ 31.8) ผู้ที่เริ่มสมัครยังไม่มีตำแหน่ง (ร้อยละ 18.2) และผู้บริการระดับสูง (ร้อยละ 9.1)

ซึ่งเมื่อทดสอบสมมุติฐานว่าอาชีพหลักของนักธุรกิจกีฬาเ็นกับระดับตำแหน่งของนักธุรกิจกีฬาเ็นมีความสัมพันธ์กันอย่างไร ผลการวิเคราะห์พบว่า Pearson Chi-square Value = 114.908 โดยมี df = 15 และ p-value (asymptotic 2-sided) = 0.000 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าอาชีพหลักของนักธุรกิจกีฬาเ็นมีผลต่อระดับตำแหน่งของนักธุรกิจกีฬาเ็นที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.01 (p-value = 0.000 < 0.01)



ภาพที่ 4.23 ความสัมพันธ์ในด้านอาชีพหลักของนักธุรกิจกีฬาเ็นกับระดับตำแหน่งของอาชีพนักธุรกิจกีฬาเ็น



ตารางที่ 4.31 (ต่อ)

| ปัจจุบันท่านอยู่ระดับตำแหน่งใด                                   |   | การศึกษา       |                |               |               |              | Total  |
|--|---|----------------|----------------|---------------|---------------|--------------|--------|
|  |   | ประถม<br>ศึกษา | มัธยม<br>ศึกษา | ปวช./<br>ปวส. | ปริญญา<br>ตรี | ปริญญา<br>โท |        |
| เริ่มสมัครยังไม่<br>มีตำแหน่ง                                    | Count                                       | 5              | 15             | 11            | 41            | 9            | 81     |
|  | % within ปัจจุบันท่านอยู่<br>ระดับตำแหน่งใด | 6.2%           | 18.5%          | 13.6%         | <b>50.6%</b>  | 11.1%        | 100.0% |
|  | % within การศึกษา                           | 9.8%           | 16.5%          | 16.7%         | 24.1%         | <b>40.9%</b> | 20.3%  |
| ผู้บริหารระดับต้น<br>(บรองซ์สตาร์ -<br>ซิลเวอร์สตาร์)            | Count                                       | 11             | 25             | 19            | 28            | 4            | 87     |
|  | % within ปัจจุบันท่านอยู่<br>ระดับตำแหน่งใด | 12.6%          | 28.7%          | 21.8%         | <b>32.2%</b>  | 4.6%         | 100.0% |
|  | % within การศึกษา                           | 21.6%          | 27.5%          | 28.8%         | 16.5%         | 18.2%        | 21.8%  |
| ผู้บริหาร<br>ระดับกลาง (โกลด์<br>สตาร์ - แซทเทิร์น)              | Count                                       | 25             | 37             | 24            | 76            | 4            | 166    |
|  | % within ปัจจุบันท่านอยู่<br>ระดับตำแหน่งใด | 15.1%          | 22.3%          | 14.5%         | <b>45.8%</b>  | 2.4%         | 100.0% |
|  | % within การศึกษา                           | <b>49.0%</b>   | <b>40.7%</b>   | <b>36.4%</b>  | <b>44.7%</b>  | 18.2%        | 41.5%  |
| ผู้บริหารระดับสูง<br>(พาราไดซ์ - ไค<br>มอนต์ แกรนด์<br>พาราไดซ์) | Count                                       | 10             | 14             | 12            | 25            | 5            | 66     |
|  | % within ปัจจุบันท่านอยู่<br>ระดับตำแหน่งใด | 15.2%          | 21.2%          | 18.2%         | <b>37.9%</b>  | 7.6%         | 100.0% |
|  | % within การศึกษา                           | 19.6%          | 15.4%          | 18.2%         | 14.7%         | 22.7%        | 16.5%  |
| Total  | Count                                       | 51             | 91             | 66            | 170           | 22           | 400    |
|  | % within ปัจจุบันท่านอยู่<br>ระดับตำแหน่งใด | 12.8%          | 22.8%          | 16.5%         | 42.5%         | 5.5%         | 100.0% |
|  | % within การศึกษา                           | 100.0%         | 100.0%         | 100.0%        | 100.0%        | 100.0%       | 100.0% |

Pearson Chi-square Value = 20.640, df = 12, p-value (asymptotic 2-sided) = 0.056

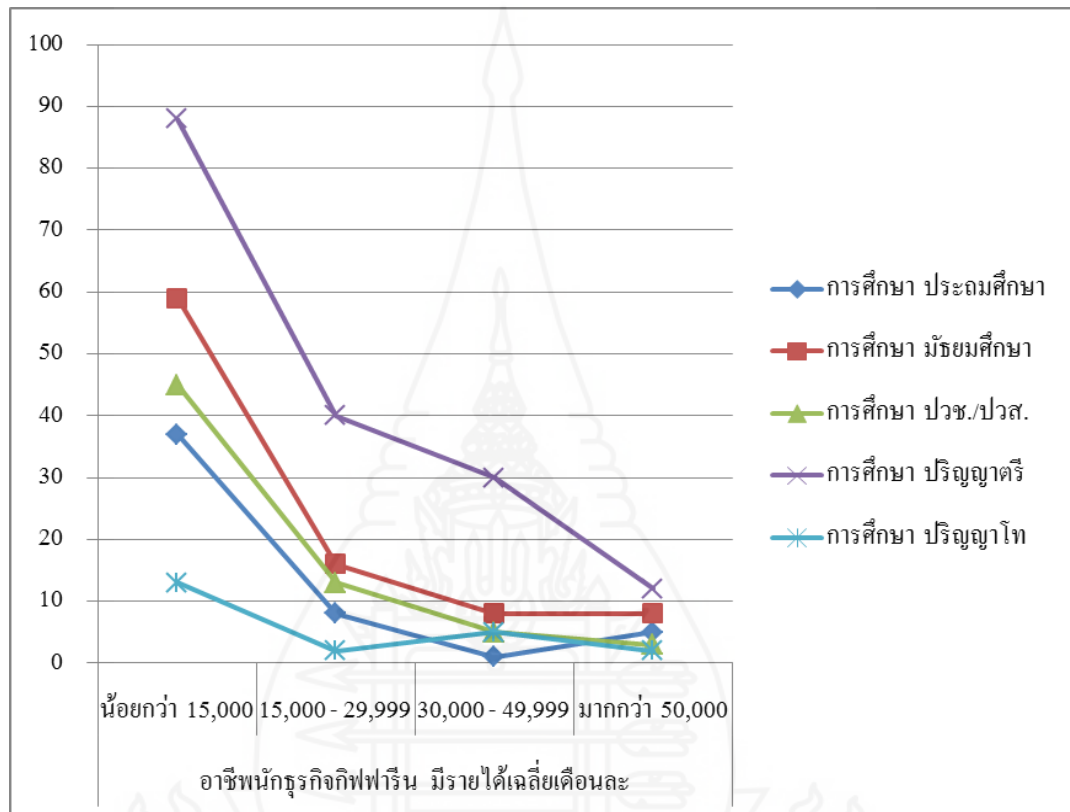
ค่าในตารางมีอยู่ 3 ช่อง (คิดเป็นร้อยละ 15) ที่มีค่าคาดหวังน้อยกว่า 5

จากการสำรวจระดับการศึกษาและรายได้เฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 400 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 42.5) ระดับมัธยมศึกษา (ร้อยละ 22.8) ระดับ ปวช./ปวส. (ร้อยละ 16.5) ระดับประถมศึกษา (ร้อยละ 12.8) และระดับปริญญาโท (ร้อยละ 5.5) ในระดับรายได้เฉลี่ย น้อยกว่า 15,000 บาท ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาที่ระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 36.4) ระดับมัธยมศึกษา (ร้อยละ 24.4) ระดับปวช./ปวส. (ร้อยละ 18.6) ระดับประถมศึกษา (ร้อยละ 15.3) และระดับปริญญาโท (ร้อยละ 5.4) ในระดับรายได้เฉลี่ย 15,000 - 29,999 บาท ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาที่ระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 50.6) ระดับมัธยมศึกษา (ร้อยละ 20.3) ระดับปวช./ปวส. (ร้อยละ 16.5) ระดับประถมศึกษา (ร้อยละ 10.1) และระดับปริญญาโท (ร้อยละ 2.5) ในระดับรายได้เฉลี่ย 30,000 - 49,999 บาท ระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 61.2) ระดับมัธยมศึกษา (ร้อยละ 16.3) ระดับปวช./ปวส. (ร้อยละ 10.2) ระดับปริญญาโท (ร้อยละ 10.2) และระดับประถมศึกษา (ร้อยละ 2.0) ในระดับรายได้เฉลี่ย มากกว่า 50,000 บาท ระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 40.0) ระดับมัธยมศึกษา (ร้อยละ 26.7) ระดับประถมศึกษา (ร้อยละ 16.7) ระดับปวช./ปวส. (ร้อยละ 10.0) และระดับปริญญาโท (ร้อยละ 6.7)

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยน้อยกว่า 15,000 บาท (ร้อยละ 60.5) 15,000 - 29,999 บาท (ร้อยละ 19.8) 30,000 - 49,999 บาท (ร้อยละ 12.3) และมากกว่า 50,000 บาท (ร้อยละ 7.5) กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาในระดับประถมศึกษาส่วนใหญ่มียาได้เฉลี่ยน้อยกว่า น้อยกว่า 15,000 บาท (ร้อยละ 72.5) 15,000 - 29,999 บาท (ร้อยละ 16.7) มากกว่า 50,000 บาท (ร้อยละ 10.1) และ 30,000 - 49,999 บาท (ร้อยละ 2.0) กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาส่วนใหญ่มียาได้เฉลี่ยน้อยกว่า 15,000 บาท (ร้อยละ 64.8) 15,000 - 29,999 บาท (ร้อยละ 17.6) 30,000 - 49,999 บาท (ร้อยละ 8.8) และมากกว่า 50,000 บาท (ร้อยละ 8.8) กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาในระดับปวช./ปวส. ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ย น้อยกว่า 15,000 บาท (ร้อยละ 68.2) 15,000 - 29,999 บาท (ร้อยละ 19.7) 30,000 - 49,999 บาท (ร้อยละ 7.6) และมากกว่า 50,000 บาท (ร้อยละ 4.5) กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยน้อยกว่า 15,000 (ร้อยละ 51.8) 15,000 - 29,999 (ร้อยละ 23.5) 30,000 - 49,999 (ร้อยละ 17.6) และมากกว่า 50,000 บาท (ร้อยละ 7.1) กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาโท ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ย น้อยกว่า 15,000 บาท (ร้อยละ 59.1) 30,000 - 49,999 บาท (ร้อยละ 22.7) 15,000 - 29,999 บาท (ร้อยละ 9.1) และมากกว่า 50,000 บาท (ร้อยละ 9.1)



ซึ่งเมื่อทดสอบสมมติฐานว่าอาชีพหลักของนักธุรกิจกีฬาไร่นับรายได้จากธุรกิจกีฬาไร่นมีความสัมพันธ์กันอย่างไร ผลการวิเคราะห์พบว่า Pearson Chi-square Value = 21.377 โดยมี  $df = 12$  และ  $p\text{-value (asymptotic 2-sided)} = 0.045$  ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าการศึกษานักธุรกิจกีฬาไร่นไม่มีผลต่อรายได้อาจจากธุรกิจกีฬาไร่นที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.01 ( $p\text{-value} = 0.045 > 0.01$ )



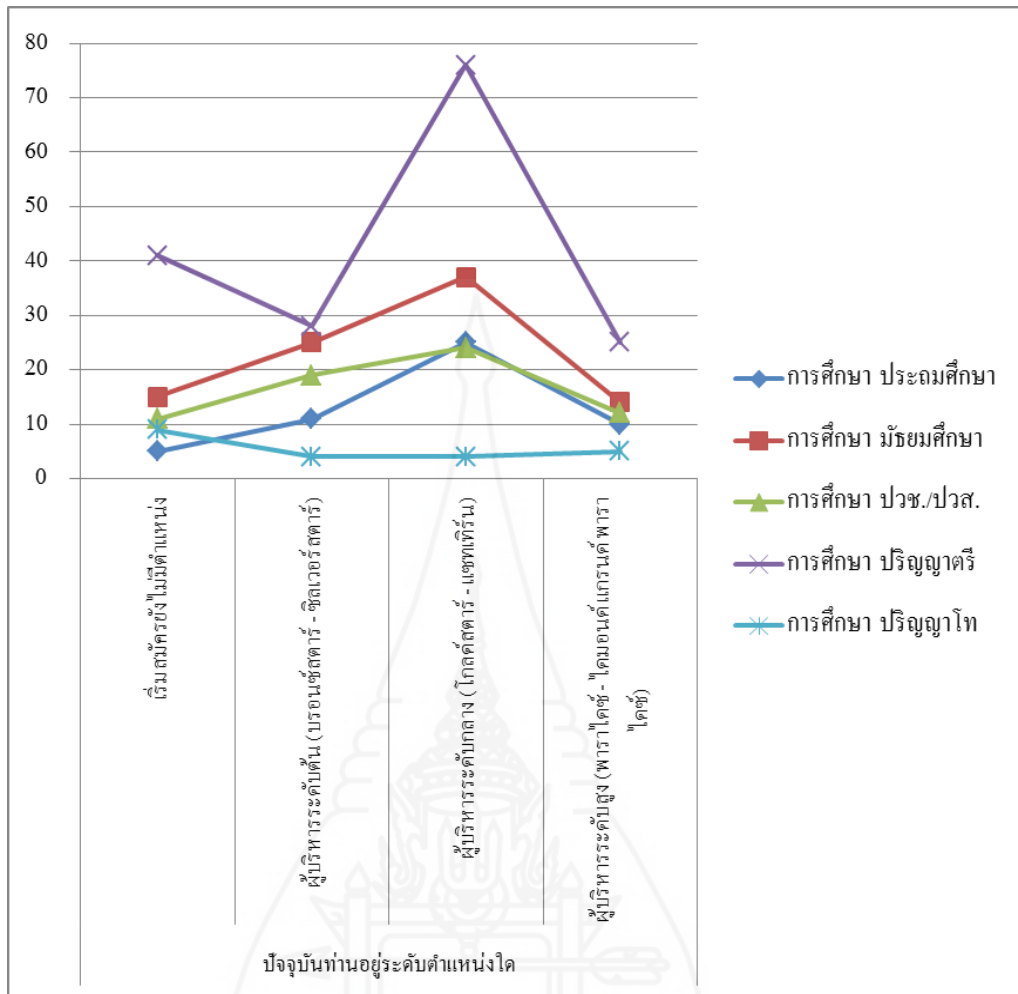
ภาพที่ 4.24 ความสัมพันธ์ในด้านการศึกษานักธุรกิจกีฬาไร่นกับรายได้อาจจากอาชีพนักธุรกิจกีฬาไร่น

จากการสำรวจระดับการศึกษาและระดับตำแหน่งของกลุ่มตัวอย่าง 400 คน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 42.6) ระดับมัธยมศึกษา (ร้อยละ 22.7) ระดับปวช./ปวส. (ร้อยละ 16.4) ระดับประถมศึกษา (ร้อยละ 12.8) และระดับปริญญาโท (ร้อยละ 5.5) กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้เริ่มสมัครยังไม่มีตำแหน่ง ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาที่ระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 50.6) ระดับมัธยมศึกษา (ร้อยละ 18.5) ระดับปวช./ปวส. (ร้อยละ 13.6) ระดับปริญญาโท (ร้อยละ 11.1) และระดับประถมศึกษา (ร้อยละ 9.8) ผู้บริหารระดับต้นส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาที่ระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 32.2) ระดับมัธยมศึกษา (ร้อยละ 28.7) ระดับปวช./ปวส.

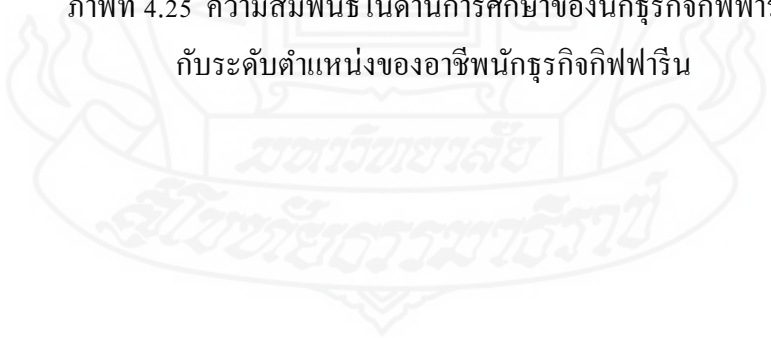
(ร้อยละ 21.8) ระดับประถมศึกษา (ร้อยละ 12.6) และระดับปริญญาโท (ร้อยละ 4.6) ผู้บริการระดับกลางส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาที่ระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 46.0) ระดับมัธยมศึกษา (ร้อยละ 22.1) ระดับประถมศึกษา (ร้อยละ 15.3) ระดับปวช./ปวส. (ร้อยละ 14.1) และระดับปริญญาโท (ร้อยละ 2.5) ผู้บริหารระดับสูงส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาที่ระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 37.9) ระดับมัธยมศึกษา (ร้อยละ 21.2) ระดับปวช./ปวส. (ร้อยละ 18.2) ระดับประถมศึกษา (ร้อยละ 15.2) และระดับปริญญาโท (ร้อยละ 7.6)

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้บริหารระดับกลาง (ร้อยละ 41.5) ผู้บริหารระดับต้น (ร้อยละ 21.8) ผู้ที่เริ่มสมัครยังไม่มีตำแหน่ง (ร้อยละ 20.3) และผู้บริหารระดับสูง (ร้อยละ 16.5) กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาในระดับประถมศึกษาส่วนใหญ่เป็นผู้บริหารระดับกลาง (ร้อยละ 49.0) ผู้บริหารระดับต้น (ร้อยละ 21.6) ผู้บริหารระดับสูง (ร้อยละ 19.6) และผู้ที่เริ่มสมัครยังไม่มีตำแหน่ง (ร้อยละ 9.8) กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาส่วนใหญ่เป็นผู้บริหารระดับกลาง (ร้อยละ 40.0) ผู้บริหารระดับต้น (ร้อยละ 27.8) ผู้ที่เริ่มสมัครยังไม่มีตำแหน่ง (ร้อยละ 16.7) และผู้บริหารระดับสูง (ร้อยละ 15.6) กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาในระดับปวช./ปวส. ส่วนใหญ่เป็นผู้บริหารระดับกลาง (ร้อยละ 35.4) ผู้บริหารระดับต้น (ร้อยละ 29.2) ผู้บริหารระดับสูง (ร้อยละ 18.5) และผู้ที่เริ่มสมัครยังไม่มีตำแหน่ง (ร้อยละ 16.5) กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรีส่วนใหญ่เป็นผู้บริหารระดับกลาง (ร้อยละ 44.4) ผู้ที่เริ่มสมัครยังไม่มีตำแหน่ง (ร้อยละ 24.3) ผู้บริหารระดับต้น (ร้อยละ 16.6) และผู้บริหารระดับสูง (ร้อยละ 14.8) กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาโทส่วนใหญ่เป็นผู้ที่เริ่มสมัครยังไม่มีตำแหน่ง (ร้อยละ 40.9) ผู้บริหารระดับสูง (ร้อยละ 22.7) ผู้บริหารระดับต้น (ร้อยละ 18.2) และผู้บริหารระดับกลาง (ร้อยละ 18.2)

ซึ่งเมื่อทดสอบสมมติฐานว่าการศึกษานักธุรกิจกีฬาารีนกับระดับตำแหน่งของนักธุรกิจกีฬาารีนมีความสัมพันธ์กันอย่างไร ผลการวิเคราะห์พบว่า Pearson Chi-square Value = 20.640 โดยมี df = 12 และ p-value (asymptotic sig. 2 side) = 0.056 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าการศึกษานักธุรกิจกีฬาารีนมีผลต่อระดับตำแหน่งของนักธุรกิจกีฬาารีนที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.01 (p-value = 0.056 > 0.01)



ภาพที่ 4.25 ความสัมพันธ์ในด้านการศึกษานักธุรกิจไฟฟ้ารีน  
กับระดับตำแหน่งของอาชีพนักธุรกิจไฟฟ้ารีน



### 3. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยจากอาชีพนักธุรกิจกีฬาและระดับตำแหน่งของอาชีพนักธุรกิจกีฬา

ตารางที่ 4.32 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยจากอาชีพนักธุรกิจกีฬาและระดับตำแหน่งของอาชีพนักธุรกิจกีฬา

**อาชีพนักธุรกิจกีฬาที่มีรายได้เฉลี่ยเดือนละ \* ปัจจุบันท่านอยู่ระดับตำแหน่งใด Crosstabulation**

| อาชีพนักธุรกิจกีฬา มีรายได้เฉลี่ยเดือนละ |   | ปัจจุบันท่านอยู่ระดับตำแหน่งใด    |                       |                        |                       | Total  |
|--|---|-----------------------------------|-----------------------|------------------------|-----------------------|--------|
|  |   | เริ่มสมัคร<br>ยังไม่มี<br>ตำแหน่ง | ผู้บริหาร<br>ระดับต้น | ผู้บริหาร<br>ระดับกลาง | ผู้บริหาร<br>ระดับสูง |        |
| น้อยกว่า<br>15,000                       | Count   | 67                                | 75                    | 97                     | 3                     | 242    |
|  | % within อาชีพนักธุรกิจกีฬา มีรายได้เฉลี่ยเดือนละ | 27.7%                             | 31.0%                 | <b>40.1%</b>           | 1.2%                  | 100.0% |
|  | % within ปัจจุบันท่านอยู่ระดับตำแหน่งใด           | <b>82.7%</b>                      | <b>86.2%</b>          | <b>58.4%</b>           | 4.5%                  | 60.5%  |
| 15,000 -<br>29,999                       | Count   | 9                                 | 8                     | 41                     | 21                    | 79     |
|  | % within อาชีพนักธุรกิจกีฬา มีรายได้เฉลี่ยเดือนละ | 11.4%                             | 10.1%                 | <b>51.9%</b>           | 26.6%                 | 100.0% |
|  | % within ปัจจุบันท่านอยู่ระดับตำแหน่งใด           | 11.1%                             | 9.2%                  | 24.7%                  | <b>31.8%</b>          | 19.8%  |
| 30,000 -<br>49,999                       | Count   | 3                                 | 3                     | 22                     | 21                    | 49     |
|  | % within อาชีพนักธุรกิจกีฬา มีรายได้เฉลี่ยเดือนละ | 6.1%                              | 6.1%                  | <b>44.9%</b>           | 42.9%                 | 100.0% |
|  | % within ปัจจุบันท่านอยู่ระดับตำแหน่งใด           | 3.7%                              | 3.4%                  | 13.3%                  | <b>31.8%</b>          | 12.3%  |
| มากกว่า<br>50,000                        | Count   | 2                                 | 1                     | 6                      | 21                    | 30     |
|  | % within อาชีพนักธุรกิจกีฬา มีรายได้เฉลี่ยเดือนละ | 6.7%                              | 3.3%                  | 20.0%                  | <b>70.0%</b>          | 100.0% |
|  | % within ปัจจุบันท่านอยู่ระดับตำแหน่งใด           | 2.5%                              | 1.1%                  | 3.6%                   | <b>31.8%</b>          | 7.5%   |
| Total                                    | Count   | 81                                | 87                    | 166                    | 66                    | 400    |
|  | % within อาชีพนักธุรกิจกีฬา มีรายได้เฉลี่ยเดือนละ | 20.3%                             | 21.8%                 | 41.5%                  | 16.5%                 | 100.0% |
|  | % within ปัจจุบันท่านอยู่ระดับตำแหน่งใด           | 100.0%                            | 100.0%                | 100.0%                 | 100.0%                | 100.0% |

Pearson Chi-square Value = 159.169, df = 9, p-value (asymptotic 2-sided) = 0.000

ค่าในตารางมีอยู่ 1 ช่อง (คิดเป็นร้อยละ 6.2) ที่มีค่าคาดหวังน้อยกว่า 5

จากกลุ่มตัวอย่างพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยน้อยกว่า 15,000 บาท (ร้อยละ 60.5) 15,000 – 29,999 บาท (ร้อยละ 19.8) 30,000- 49,999 บาท (ร้อยละ 12.3) และมากกว่า 50,000 บาท (ร้อยละ 7.5)

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยน้อยกว่า 15,000 บาท ส่วนใหญ่จะเป็นผู้บริหารระดับกลาง คิดเป็นร้อยละ 40.1 รองลงมาเป็นผู้บริหารระดับต้น ไม่มีตำแหน่ง คิดเป็นร้อยละ 31.0, 27.7 น้อยที่สุดเป็นผู้บริหารระดับสูงคิดเป็นร้อยละ 1.2

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ย 15,000 – 29,999 บาท ส่วนใหญ่จะเป็นผู้บริหารระดับกลางคิดเป็นร้อยละ 51.9 รองลงมาเป็นผู้บริหารระดับสูง ไม่มีตำแหน่ง คิดเป็นร้อยละ 26.6 11.4 น้อยที่สุดเป็นผู้บริหารระดับต้นคิดเป็นร้อยละ 10.1

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ย 30,000 – 49,999 บาท ส่วนใหญ่จะเป็นผู้บริหารระดับกลางคิดเป็นร้อยละ 44.9 รองลงมาเป็นผู้บริหารระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 42.9 น้อยที่สุดเป็นผู้บริหารระดับต้นและไม่มีตำแหน่งคิดเป็นร้อยละ 6.1 ทั้งคู่

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยมากกว่า 50,000 บาท ส่วนใหญ่จะเป็นผู้บริหารระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 70.0 รองลงมาเป็นผู้บริหารระดับกลาง ไม่มีตำแหน่ง คิดเป็นร้อยละ 20.0, 6.7 น้อยที่สุดเป็นผู้บริหารระดับต้นคิดเป็นร้อยละ 1.1

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้บริหารระดับกลาง (ร้อยละ 41.5) ผู้บริหารระดับต้น (ร้อยละ 21.8) ผู้ที่เริ่มสมัครยังไม่มีตำแหน่ง (ร้อยละ 20.3) และผู้บริหารระดับสูง (ร้อยละ 16.5)

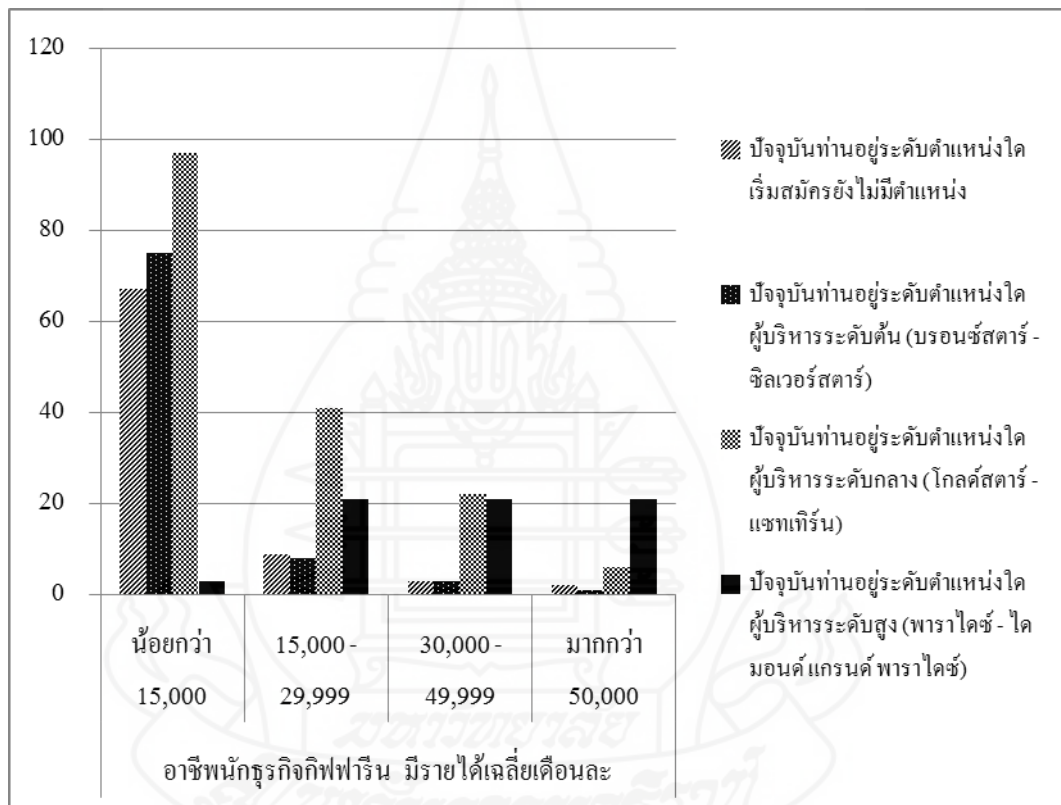
กลุ่มตัวอย่างที่ไม่มีตำแหน่ง ส่วนใหญ่จะมีรายได้เฉลี่ยน้อยกว่า 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 82.7 รองลงมาเป็นมีรายได้เฉลี่ย 15,000 – 29,999 บาท 30,000 – 49,999 บาท คิดเป็นร้อยละ 11.1, 3.7 ตามลำดับ น้อยที่สุดเป็นรายได้เฉลี่ยมากกว่า 50,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 2.5

กลุ่มตัวอย่างที่มีตำแหน่งเป็นผู้บริหารระดับต้น ส่วนใหญ่จะมีรายได้เฉลี่ยน้อยกว่า 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 86.2 รองลงมาเป็นมีรายได้เฉลี่ย 15,000 – 29,999 บาท 30,000 – 49,999 บาท คิดเป็นร้อยละ 9.2, 3.4 ตามลำดับ น้อยที่สุดเป็นรายได้เฉลี่ยมากกว่า 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.1

กลุ่มตัวอย่างที่มีตำแหน่งเป็นผู้บริหารระดับกลาง ส่วนใหญ่จะมีรายได้เฉลี่ยน้อยกว่า 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 58.4 รองลงมาเป็นมีรายได้เฉลี่ย 15,000 – 29,999 บาท 30,000 – 49,999 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.7, 13.3 ตามลำดับ น้อยที่สุดเป็นรายได้เฉลี่ยมากกว่า 50,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 3.6

กลุ่มตัวอย่างที่มีตำแหน่งเป็นผู้บริหารระดับสูง ส่วนใหญ่จะมีรายได้เฉลี่ย 15,000 – 29,999 บาท 30,000 – 49,999 บาท และมากกว่า 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 31.8 เท่ากันทั้งสามอย่าง น้อยที่สุดเป็นมีรายได้เฉลี่ยน้อยกว่า 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 4.5

ซึ่งเมื่อทดสอบสมมุติฐานว่าระดับตำแหน่งของนักธุรกิจกีฬาจีนกับรายได้จากธุรกิจกีฬาจีนมีความสัมพันธ์กันอย่างไร ผลการวิเคราะห์พบว่า Pearson Chi-square Value = 159.169 โดยมี df = 9 และ p-value (asymptotic sig. 2 side) = 0.000 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าระดับตำแหน่งของนักธุรกิจกีฬาจีนมีผลต่อรายได้จากธุรกิจกีฬาจีนที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.01 (p-value = 0.000 < 0.01)



ภาพที่ 4.26 แผนภูมิความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยจากอาชีพนักธุรกิจกีฬาจีน และระดับตำแหน่งของอาชีพนักธุรกิจกีฬาจีน

## บทที่ 5

# สรุปการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

## 1. สรุปการศึกษา

### 1.1 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- 1.1.1 เพื่อศึกษามูลเหตุจูงใจในการเข้ามาเป็นนักธุรกิจกีฬาฟัน
- 1.1.2 เพื่อศึกษาหาปัจจัยแห่งความสำเร็จของนักธุรกิจกีฬาฟัน
- 1.1.3 เพื่อศึกษาความคิดเห็นต่อธุรกิจกีฬาฟันในแง่มุมต่างๆ

### 1.2 วิธีการดำเนินการศึกษา

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อศึกษาเกี่ยวกับการขายตรงของธุรกิจกีฬาฟันตามความคิดเห็นของนักธุรกิจกีฬาฟัน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาจะทำการสุ่มตัวอย่างมาทั้งสิ้น 400 คนจากประชากรคือ สมาชิกนักธุรกิจกีฬาฟัน ณ เดือนสิงหาคม 2554 จำนวน 5.8 ล้านรหัส ผู้ศึกษาได้ทำการออกแบบการวิจัยซึ่งมีขั้นตอนต่างๆ เครื่องมือที่ใช้ในงานศึกษาคือแบบสอบถามที่ผู้ศึกษาได้สร้างขึ้นตามแนวทางของวัตถุประสงค์ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิดและปลายปิด ข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและเชิงอนุมาน การนำเสนอข้อมูล โดยการประมวลผลข้อมูลที่ได้นำเสนอในรูปแบบตารางกราฟต่างๆ และคำบรรยายได้ตาราง

### 1.3 ผลการศึกษา

#### 1.3.1 มูลเหตุจูงใจในการเข้ามาเป็นนักธุรกิจกีฬาฟันที่ได้รับจากการศึกษา

จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า เพศหญิงเป็นเพศที่มีแนวโน้มที่จะเข้ามาเป็นสมาชิกได้มากกว่าเพศชาย ซึ่งตรงกับลักษณะธุรกิจของบริษัทที่เน้นขายสินค้าเพื่อสุขภาพและความงามเป็นสินค้าส่วนใหญ่ของบริษัท

โดยที่อาชีพที่มีแนวโน้มมาสมัครเป็นสมาชิกนักธุรกิจกีฬาฟันมากที่สุดคือ อาชีพพนักงานบริษัท ซึ่งตรงกับความที่งานบริษัทนั้นเป็นงานที่มีลักษณะที่ไม่ต้องรับผิดชอบมากนักและความเสี่ยงต่ำทำให้ผู้ที่ทำอาชีพพนักงานบริษัทสามารถแบ่งเวลาว่างมาทำธุรกิจขายตรงเพื่อเป็นงานเสริมได้

ผู้ที่เข้ามาเป็นสมาชิกนักธุรกิจกีฬาฟารินนั้นจากการศึกษาทำให้ทราบว่าผู้ที่เข้ามาเป็นสมาชิกนักธุรกิจกีฬาฟารินเป็นผู้ที่รู้จักธุรกิจขายตรงระบบเครือข่ายมาก่อนแต่ไม่เคยทำนั้นแสดงให้เห็นถึงการที่ผู้ใดจะเข้ามาทำธุรกิจกีฬาฟารินนั้นมักทราบลักษณะของธุรกิจขายตรงมาก่อนอยู่แล้วและการที่ทำให้ผู้ที่เข้ามาเป็นสมาชิกนั้นสนใจที่จะเข้ามาสมัครเป็นสมาชิก อาจเป็นเพราะปัจจัยต่างๆ ในหลายๆ ด้าน เช่น แผนธุรกิจที่น่าสนใจ ผลตอบแทนที่น่าสนใจ หรือเป็นเพราะด้านอื่นๆ ที่แตกต่างจากธุรกิจชนิดอื่นๆ

แนวโน้มของวิธีที่สมาชิกนักธุรกิจกีฬาฟารินเข้ามาเป็นสมาชิกนักธุรกิจกีฬาฟารินนั้นเข้ามาทำธุรกิจนี้เพราะว่ามีเพื่อน/คนรู้จักที่เป็นนักธุรกิจกีฬาฟารินแนะนำ เป็นส่วนใหญ่ นั่นแสดงถึงการที่มีเพื่อนหรือคนรู้จักมาชักชวนนั้นเป็นรูปแบบการแนะนำสมาชิกใหม่ให้เข้ามาทำธุรกิจนี้แบบที่น่าเชื่อถือมากที่สุดเพราะใช้ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ชักชวนและผู้ชักชวนเข้ามาเป็นปัจจัยที่ช่วยในการตัดสินใจเข้าร่วมธุรกิจ ซึ่งตรงกับสาเหตุที่เข้ามาสมัครสมาชิกที่มากที่สุดจากการสำรวจในการศึกษานี้คือ เหตุที่สมัครเข้ามาเป็นสมาชิกนักธุรกิจกีฬาฟารินด้วยเหตุเพราะมีญาติ/เพื่อน/คนรู้จัก ที่เป็นสมาชิกแนะนำว่าดีเลยลองดู

### 1.3.2 ปัจจัยแห่งความสำเร็จของนักธุรกิจกีฬาฟารินที่ได้รับจากการศึกษาในครั้งนี้

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างมองว่าเป็นปัจจัยที่เป็นตัวผลักดันให้พวกเขาเหล่านั้นประสบความสำเร็จได้นั้น คือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ มากกว่าปัจจัยอื่นๆ รองลงมาเป็นอันดับที่ 2 คือ ความเชื่อมั่นและศรัทธาบริษัท

และถ้าดูจากข้อมูลทั่วไปของประชากรในปัจจัยต่างๆ และนำมาเปรียบเทียบกับปัจจัยที่คนทั่วไปวัดความสำเร็จของการทำธุรกิจนั้นคือรายได้และระดับตำแหน่ง จะสามารถสรุปผลได้ดังนี้

1) ด้านอายุ สรุปได้ว่าอายุของนักธุรกิจกีฬาฟารินมีผลต่อรายได้จากธุรกิจกีฬาฟารินที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.01 ( $p\text{-value} = 0.000 < 0.01$ ) และ อายุของนักธุรกิจกีฬาฟารินมีผลต่อระดับตำแหน่งของนักธุรกิจกีฬาฟารินที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.01 ( $p\text{-value} = 0.000 < 0.01$ ) โดยพบว่าผู้ที่มียุระหว่าง 40-49 ปี และ 50-59 ปี จะมีรายได้และระดับตำแหน่งมากกว่าช่วงอายุอื่น

2) ด้านอาชีพหลักของนักธุรกิจกีฬาฟาริน สรุปได้ว่าอาชีพหลักของนักธุรกิจกีฬาฟารินมีผลต่อรายได้จากธุรกิจกีฬาฟารินที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.01 ( $p\text{-value} = 0.000 < 0.01$ ) และ อาชีพหลักของนักธุรกิจกีฬาฟารินมีผลต่อระดับตำแหน่งของนักธุรกิจกีฬาฟารินที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.01 ( $p\text{-value} = 0.000 < 0.01$ ) โดยพบว่าผู้ที่ทำธุรกิจกีฬาฟารินเป็นอาชีพหลักจะมีรายได้และระดับตำแหน่งที่มากกว่าอาชีพหลักเป็นอาชีพอื่นๆ



3) ด้านการศึกษา สรุปได้ว่าการศึกษานักธุรกิจไฟฟ้ารีนไม่มีผลต่อรายได้จากธุรกิจไฟฟ้ารีนที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.01 ( $p\text{-value} = 0.045 > 0.01$ ) และ การศึกษานักธุรกิจไฟฟ้ารีนมีผลต่อระดับตำแหน่งของนักธุรกิจไฟฟ้ารีนที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.01 ( $p\text{-value} = 0.056 > 0.01$ ) โดยพบว่าไม่ว่าจะมีระดับการศึกษาเท่าใดก็ตามจะไม่มี ความแตกต่างกันในรายได้และระดับตำแหน่ง

### 1.3.3 ความคิดเห็นต่อธุรกิจไฟฟ้ารีนในแง่มุมต่างๆ ที่ได้รับจากการศึกษาในครั้งนี้

การศึกษาครั้งนี้ได้ศึกษาถึงความคิดเห็นและความพึงพอใจเกี่ยวกับด้านต่างๆของไฟฟ้ารีนซึ่งจากการศึกษาพบว่าเมื่อเราแบ่งระดับความเชื่อมั่นว่าสมาชิกนักธุรกิจไฟฟ้ารีนนั้นพึงพอใจเห็นว่าเหมาะสมอยู่ในระดับร้อยละ 90 ขึ้นไป แต่ถ้าในกรณีที่น้อยกว่าร้อยละ 90 จะถือว่าเป็นที่น่าสังเกตเพื่อนำไปปรับปรุงพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น โดยจะแบ่งเป็นด้านที่เพียงพอและเหมาะสมอยู่แล้วได้เป็น การรับสมัครสมาชิก ซึ่งเป็นสิ่งที่สมาชิกนักธุรกิจไฟฟ้ารีนเห็นว่าเหมาะสมคืออยู่แล้วมากที่สุด รองลงมาเป็นแผนธุรกิจธุรกิจ ราคา การตอบแทนสังคม โปรโมชัน และด้านที่ยังไม่เพียงพอและยังไม่เหมาะสมควรพัฒนาปรับปรุงมากยิ่งขึ้นคือ ประเภทของสินค้า จำนวนศูนย์บริการ ความรวดเร็วในการจัดส่ง

จากการศึกษาพบว่า สมาชิกนักธุรกิจไฟฟ้ารีนเห็นไปในเชิงบวกเป็นอย่างมากกับโดยรวมของบริษัท โดยดูจากผลการให้คะแนนในด้านต่างๆ ของบริษัทดังนี้ ด้านความภาคภูมิใจในการทำธุรกิจไฟฟ้ารีน คิดมาเป็นคะแนนเฉลี่ยได้เป็น 8.6725 คะแนน (SD = 1.776) จากเต็ม 10 คะแนน ด้านผลิตภัณฑ์มีคุณภาพโดยรวมดีเพียงใด คิดเป็นคะแนนเฉลี่ยได้เป็น 8.885 คะแนน (SD = 1.422) จากเต็ม 10 คะแนน

## 2. อภิปรายผล

การอภิปรายผลของการศึกษาในครั้งนี้จะอภิปรายตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาที่ได้ตั้งเอาไว้ ซึ่งมีดังต่อไปนี้

### 2.1 ข้อค้นพบเด่นที่น่าจะนำมาถกเถียง

กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนมากที่สุดคือ เพศหญิง (ร้อยละ 68.75) อายุ 26-39 ปี (ร้อยละ 33.25) มีสถานะภาพสมรส (ร้อยละ 56.00) มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 42.50) มีรายได้เฉลี่ยจากการทำธุรกิจไฟฟ้ารีนน้อยกว่า 15,000 บาท (ร้อยละ 60.50) ทำอาชีพพนักงานบริษัทเป็นอาชีพหลัก (ร้อยละ 29.50) รู้จักธุรกิจขายตรงมาก่อนแต่ไม่เคยทำ (ร้อยละ 46.00) มีเพื่อน/คนรู้จักที่เป็นนักธุรกิจไฟฟ้ารีนแนะนำ (ร้อยละ 48.00) ญาติ/เพื่อน/คนรู้จักที่เป็นสมาชิกแนะนำว่าดีเลยอดู

(ร้อยละ 16.77) เป็นผู้บริหารระดับกลาง (โกลด์สตาร์ -แซทเทิร์น) (ร้อยละ 41.50) ทำธุรกิจกีฬาฟิตเนสมานาน้อยกว่า 5 ปี (ร้อยละ 71.00) ซื้อโดยมีความถี่ 2-3 วันต่อครั้ง (ร้อยละ 20.75) มียอดสั่งซื้อเฉลี่ยครั้งละ 1,000-3,999 บาท (ร้อยละ 53.25) ผลิตภัณฑ์ที่ซื้อมากที่สุดคือ กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและเครื่องใช้ส่วนตัว (4.41 คะแนน) สัดส่วนการซื้อแล้วนำไปใช้เองกับนำไปส่งมอบต่อสมาชิกคนอื่นคือ 50/50 (ร้อยละ 26.50) และซื้อจากศูนย์โดยตรง (ร้อยละ 52.75)

## 2.2 ความแตกต่างหรือความสอดคล้องเมื่อเทียบกับความคาดหวังหรือสภาพปรกติทั่วไป

จากการศึกษาพบว่า มีความสอดคล้องกับสภาพปรกติทั่วไปตามที่คนทั่วไปคาดหวังเป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากงานในทุกๆ อาชีพก็ล้วนแล้วแต่จะต้องใช้ความตั้งใจ ทักษะความสามารถในด้านต่างๆ และระยะเวลา ซึ่งผลการศึกษาลูกค้าส่วนใหญ่ก็ได้บ่งชี้ไปในทิศทางแบบเดียวกันกับความคาดหวังหรือสภาพปรกติทั่วไปอย่างที่ควรจะเป็น แต่มีผลการศึกษาที่ผิดไปจากความคาดหวังของผู้ศึกษาคือ ระดับการศึกษานั้นไม่มีผลต่อความสำเร็จ (รายได้และตำแหน่ง) ในการทำธุรกิจกีฬาฟิตเนส นั้นสามารถแสดงให้เห็นได้ชัดเจนว่าการทำธุรกิจกีฬาฟิตเนสเป็นธุรกิจสำหรับคนทุกระดับจริงๆ

## 2.3 ความแตกต่างหรือสอดคล้องกับงานวิจัยอื่นๆ

มีความสอดคล้องกับ รุ่งทิพย์ คงมานะ (2549) ในด้านข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างคือกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง, มีอายุระหว่าง 41-50 ปี, มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และมีตำแหน่งระดับโกลด์สตาร์ แต่จะไม่สอดคล้องกันในเรื่องของระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาได้มาว่า ส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรีอาจเพราะเนื่องจากการเป็นนักศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่อยู่คนละเขตพื้นที่กัน

แต่ผลการศึกษาของการศึกษาในครั้งนี้กับของ รุ่งทิพย์ คงมานะ (2549) จะไม่สอดคล้องกับ เชนวิทย์ ต้นพรหม (2554) ในเรื่องของอายุและอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง แต่จะสอดคล้องกันในเรื่องของเพศและมีความใกล้เคียงกันด้านรายได้

มีความสอดคล้องกับ ขจรศักดิ์ วงษ์กล้าดี (2551) พิจารณาจะเห็นได้ว่าหนึ่งในกระบวนการขายที่สำคัญนั้นจะเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ซึ่งต้องมีความซื่อสัตย์ต่อผู้บริโภค และเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ ซึ่งตรงกันกับปัจจัยที่เป็นตัวผลักดันให้ประสบความสำเร็จในลำดับที่ 1 และ 2 ในการศึกษาครั้งนี้คือ คุณภาพผลิตภัณฑ์ และ ความเชื่อมั่นและศรัทธาบริษัท แต่ในการศึกษาของเชนวิทย์ ต้นพรหม (2554) นั้นตัวแปรที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของ

บริษัทกิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิค จำกัด ได้มากที่สุดคือ ด้านบุคคล รองลงมาคือ ด้านราคา การส่งเสริมการตลาด และด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ ซึ่งไม่สอดคล้องกันกับการศึกษาในครั้งนี้และของ ขจรศักดิ์ วงษ์กล้าดี (2551) ซึ่งปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นตัวแปรที่สำคัญมากที่สุดในความคิดของกลุ่ม ตัวอย่าง

### 3. ข้อเสนอแนะ

#### 3.1 ข้อเสนอแนะของผู้ศึกษาจากผลการศึกษาที่พบ เพื่อนำผลการศึกษาไปใช้ให้เป็นประโยชน์

กลุ่มที่ทำธุรกิจน้อยกว่า 5 ปี ควรมึวิธีการส่งเสริมและรักษาเอาไว้เพื่อเพิ่มจำนวนนักธุรกิจที่มีคุณภาพ เนื่องจากถ้าทำได้ยาวนานกว่า 5 ปี จะทำให้มีแนวโน้มที่จะเป็นนักธุรกิจที่ประสบความสำเร็จได้สูง ซึ่งจะส่งผลต่อพัฒนาการด้านธุรกิจของบริษัทได้ดียิ่งขึ้น

กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่คนซื้อได้แก่ กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและเครื่องใช้ส่วนตัว และกลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ดังนั้น ควรเน้น 2 ตัวนี้ เช่น มีการส่งเสริมการขายหรือเพิ่มรายการผลิตภัณฑ์ในประเภทนี้ให้มากยิ่งขึ้น เพื่อเป็นการเข้าใจและเข้าถึงลูกค้าให้มากยิ่งขึ้น

จากการศึกษาพบว่า จะมีการซื้อจากศูนย์บริการโดยตรงมากที่สุด ดังนั้น ควรหาและมีผู้ซื้อสินค้าผ่านทางบริการจัดส่ง (Delivery) อยู่จำนวนหรือแต่ก็ยังมึนักธุรกิจกิฟฟารีนอยู่อีกเป็นจำนวนมากที่ยังไม่ทราบและยังไม่รู้ว่ามึบริการจัดส่งอยู่ด้วย ดังนั้น บริษัทจึงควรประชาสัมพันธ์ถึงบริการจัดส่งให้มากกว่านี้

ในการแนะนำสมาชิกใหม่เข้ามาร่วมธุรกิจ การแนะนำให้กับคนที่รู้จักธุรกิจขายตรงมาก่อนแล้วแต่ยังไม่เคยทำ และแนะนำเพื่อน/คนรู้จักที่ไม่ใช่ญาติของตนเอง จะมีแนวโน้มที่เข้ามาร่วมทำธุรกิจได้มากกว่า

#### 3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป

ในการศึกษาในครั้งนี้อาจยังมีข้อมูลอีกหลายส่วนที่ยังสามารถนำไปเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเพื่อให้เห็นถึงความสัมพันธ์ในด้านต่างๆ ได้อีกหลากหลายแง่มุม เช่น ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ระยะเวลาที่เข้ามาเป็นสมาชิกนักธุรกิจกิฟฟารีนกับรายได้ เป็นต้น

ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการหาปัจจัยที่ส่งเสริมการทำธุรกิจกีฬาเร็นเทอ์นั้น ดังนั้น หากผู้ที่สนใจทำการศึกษาเพื่อหาปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการทำธุรกิจกีฬาเร็นเทอ์ก็จะช่วยให้ได้ข้อมูล เพื่อนำไปวางแผนพัฒนาธุรกิจนี้ให้ดียิ่งขึ้นได้

ผู้ที่สนใจอาจทำการศึกษาในลักษณะเดียวกันกับบริษัทอื่นๆ เพื่อนำมาวิเคราะห์เปรียบเทียบเพื่อหาความรู้ใหม่ๆ และมองไปถึงภาพรวมของปัจจัยที่จะนำไปสู่การพัฒนาธุรกิจการ ขายตรงในประเทศไทย



บรรณานุกรม



## บรรณานุกรม

- กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ “แผนงานเพื่อผลประโยชน์” (แผ่นพับ)  
\_\_\_\_\_. “หลักเกณฑ์การดำเนินธุรกิจ” (แผ่นพับ)
- ขจรศักดิ์ วงษ์กลัด (2551) “กลยุทธ์สู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง แบบหลายชั้น  
ระดับแพลตินัม ของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด กรุงเทพมหานคร”  
วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชายุทธศาสตร์การพัฒน  
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
- คณะกรรมการวิจัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดกาญจนบุรี  
(2550) “การเปรียบเทียบความคิดเห็นและความพึงพอใจในการรับทราบข้อมูล  
ข่าวสารการรับสมัครและการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของผู้สมัครเข้าศึกษาระดับ  
บัณฑิตศึกษารหัส 49 และ 50 ณ มหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิม  
พระเกียรติ จังหวัดกาญจนบุรี” จาก [http://www.kanchanaburi.ru.ac.th/km/  
pdf/title\\_contents.pdf](http://www.kanchanaburi.ru.ac.th/km/pdf/title_contents.pdf)
- เจนวิทย์ ต้นพรหม (2554) “กลยุทธ์การตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บริษัท กิฟ  
ฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด ในเขตเทศบาลนครเมืองอุบลราชธานี” ภาคนิพนธ์  
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏ  
อุบลราชธานี
- ประชา ศรีรัตนธรรม (2550) “เปรียบเทียบกลยุทธ์การสร้างตลาดเครือข่ายระหว่างแอมเวย์กับ  
กิฟฟารีน” การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แขนงวิชา  
บริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- พัชรียาพรรณ หมุดสุวรรณ (2554) “การเปรียบเทียบการรับรู้ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่  
ที่มีต่อตราสินค้าแอมเวย์และตราสินค้ากิฟฟารีน” การศึกษาค้นคว้าแบบอิสระปริญญา  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- เพ็ญจันทร์ พูลเจริญ (2551) “การรับรู้และความพึงพอใจของสมาชิกเกี่ยวกับระบบสื่อสาร  
ของการขายตรงซูปเปอร์แวร์” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

“ปัจจัยแห่งความสำเร็จในธุรกิจเครือข่าย” จาก <http://www.gifsociety.com/Roadmap.html>.

รุ่งทิพย์ คงมานะ (2549) “ความสำเร็จของสมาชิกธุรกิจขายตรงบริษัทกิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิคส์ จำกัด ในจังหวัดลพบุรี” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

เว็บไซต์อย่างเป็นทางการของบริษัทกิฟฟารีน (<http://www.giffarinethailand.com/th/>)

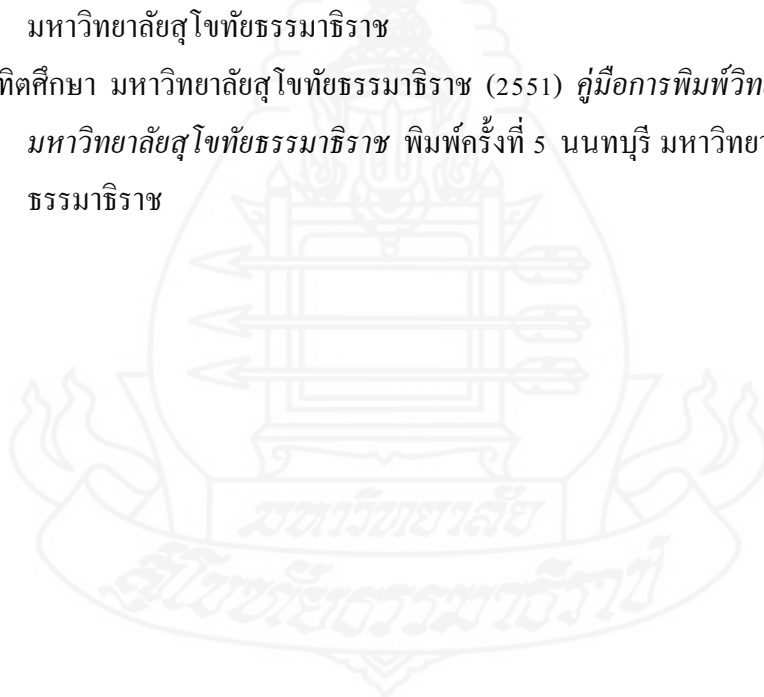
สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช (2550) เอกสารการเรียนรู้การทำวิจัยด้วยตนเอง นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

สมาคมการขายตรงไทย “ความเป็นมาของสมาคมการขายตรงไทย” จาก <http://www.tdsa.org/content/1/1/>

สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช (2551) *ประมวลสาระชุดวิชา วิทยานิพนธ์* พิมพ์ครั้งที่ 7 นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

\_\_\_\_\_. (2553) *ประมวลสาระชุดวิชาการศึกษาค้นคว้าอิสระ* พิมพ์ครั้งที่ 6 นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

สำนักบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช (2551) *คู่มือการพิมพ์วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช* พิมพ์ครั้งที่ 5 นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช



ภาคผนวก





## แบบสอบถาม

เรื่อง การขายตรงของธุรกิจกิฟฟารีน ตามความคิดเห็นของนักธุรกิจกิฟฟารีน  
เรียน ท่านสมาชิกนักธุรกิจกิฟฟารีน

แบบสอบถามการวิจัย เรื่องการขายตรงของธุรกิจกิฟฟารีน ตามความคิดเห็นของนักธุรกิจกิฟฟารีน ชุดนี้จัดทำขึ้นเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการศึกษาค้นคว้าวิจัยสำหรับชุดวิชาศึกษาค้นคว้าอิสระ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา สาขาวิชาวิทยาการจัดการ แขนงวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช อีกทั้งยังใช้สำหรับการศึกษามูลเหตุจูงใจในการเข้ามาสู่ธุรกิจของสมาชิกนักธุรกิจกิฟฟารีน ปัจจัยสู่ความสำเร็จและความคิดเห็นต่างๆ ต่อธุรกิจกิฟฟารีน ในการที่จะนำไปเป็นประโยชน์ให้สมาชิกที่ต้องการประสบความสำเร็จใช้เป็นแนวทางในการขยายธุรกิจเครือข่ายให้กว้างขวางเจริญก้าวหน้ายิ่งขึ้น รวมถึงเป็นข้อมูลให้บริษัทฯ ไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาการบริหารจัดการในเรื่องต่างๆ ให้ตรงกับความต้องการของสมาชิกได้ดียิ่งขึ้น

แบบสอบถามนี้มีทั้งหมด 3 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการทำธุรกิจกิฟฟารีน

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อธุรกิจกิฟฟารีน

โปรดทำเครื่องหมาย / ในช่อง  ที่มีข้อความตรงกับท่าน หรือตรงกับความคิดเห็นของท่าน

### ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ  ชาย  หญิง
2. อายุ  15 -25 ปี  26 – 39 ปี  
 40 – 49 ปี  50 – 59 ปี  60 ปีขึ้นไป
3. สถานภาพ  โสด  สมรส  หย่า/หม้าย
4. การศึกษา  ประถมศึกษา  มัธยมศึกษา  ปวช./ปวส.  
ปริญญาตรี ปริญญาโท ปริญญาเอก
5. อาชีพนักธุรกิจกอล์ฟฟาริน มีรายได้เฉลี่ยเดือนละ  
 น้อยกว่า 15,000  15,000 – 29,999  
 30,000 – 49,999  มากกว่า 50,000
6. อาชีพหลัก/ เสริมอื่นๆ ของท่านคือ  
 พนักงานบริษัท  ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ  
 ธุรกิจส่วนตัว  นักเรียน/นักศึกษา  
 ทำธุรกิจกอล์ฟฟารินเป็นอาชีพหลัก  อื่นๆ(ระบุ).....

### ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการทำธุรกิจกอล์ฟฟาริน

7. ท่านรู้จักธุรกิจขายตรงระบบเครือข่ายมาก่อนหรือไม่  
 ไม่รู้จักมาก่อน  รู้จักมาก่อน แต่ไม่เคยทำ  
 รู้จักมาก่อน และเคยทำของบริษัทอื่นมากแล้ว แต่เลิกทำแล้ว  
 รู้จักมาก่อน ทำบริษัทอื่นควบคู่ ธุรกิจกอล์ฟฟาริน
8. ท่านเข้ามาทำธุรกิจกอล์ฟฟารินได้อย่างไร  
 มีญาติพี่น้องที่เป็นนักธุรกิจกอล์ฟฟารินแนะนำ  
 มีเพื่อน/คนรู้จักที่เป็นนักธุรกิจกอล์ฟฟารินแนะนำ  
 มีนักธุรกิจกอล์ฟฟารินแนะนำ  
 สมัครเองกับบริษัทฯ โดยทราบจากโฆษณา หรือ Web Site  
 อื่นๆ โปรดระบุ.....

9. เพราะเหตุใดท่านจึงสมัครเข้ามาเป็นสมาชิกนักธุรกิจกีฬาโรน (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- ญาติ/เพื่อน/คนรู้จัก ที่เป็นสมาชิกฯ แนะนำว่าดีเลยลองดู
- มีสมาชิกฯ แนะนำว่าดีเลยลองดู
- เห็นโฆษณาเลยลองดู
- ถูกใจมีสินค้าหลากหลาย เป็นสินค้าที่จำเป็นต้องใช้อยู่แล้ว
- ค่าสมาชิกไม่แพง และเป็นสมาชิกได้ตลอดชีพ
- แผนธุรกิจดี
- มีศูนย์ธุรกิจมากทั่วถึง ซื้อสินค้าได้สะดวก
- ต้องการเงินเป็นการสร้างรายได้
- ต้องการชื่อเสียง
- คิดว่าทำได้ง่าย
- มีประกันอุบัติเหตุ
- อื่นๆ โปรดระบุ.....

10. ปัจจุบันท่านอยู่ระดับตำแหน่งใด

- เริ่มสมัครยังไม่มีตำแหน่ง
- ผู้บริหารระดับต้น (บรอนซ์สตาร์ - ซิลเวอร์สตาร์)
- ผู้บริหารระดับกลาง (โกลด์สตาร์ - แซทเทิร์น)
- ผู้บริหารระดับสูง (พาราไดซ์ - ไดมอนด์ แกรนด์ พาราไดซ์)

11. ท่านทำธุรกิจกีฬาโรนมากี่ปี

- น้อยกว่า 5 ปี
- 5 - 10 ปี
- 11 ปีขึ้นไป

12. ความถี่ในการซื้อสินค้า

- ซื้อทุกวัน
- 2-3 วันครั้ง
- 4-5 วันครั้ง
- สัปดาห์ละครั้ง
- 2 สัปดาห์ครั้ง
- เดือนละครั้ง
- นานๆ ครั้ง
- อื่นๆ(ระบุ).....

13. ท่านมียอดสั่งซื้อเฉลี่ยครั้งละเท่าใด (บาท)

- ต่ำกว่า 1,000
- 1,000 - 3,999
- 4,000 - 5,999
- 6,000 - 9,999
- 10,000 ขึ้นไป
- อื่นๆ(ระบุ).....

14. ท่านซื้อสินค้า/ผลิตภัณฑ์กลุ่มใด โปรดใส่ตัวเลขเรียงลำดับ ในช่อง  จากมาก (6) ไปน้อย (1)

- ชุดกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและเครื่องใช้ส่วนตัว
- ชุดกลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร
- ชุดกลุ่มผลิตภัณฑ์การเกษตร
- ชุดกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ในครัวเรือน
- ชุดกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหาร
- ชุดกลุ่มผลิตภัณฑ์ของพันธมิตรทางธุรกิจ

15. สินค้า/ผลิตภัณฑ์ที่ท่านซื้อท่านนำไปใช้เอง เป็นสัดส่วนเท่าใดกับที่นำไปส่งมอบให้สมาชิกหรือผู้ซื้อต่อ

- |                                |                                |                                |                                |
|--------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 0/100 | <input type="checkbox"/> 5/95  | <input type="checkbox"/> 10/90 | <input type="checkbox"/> 20/80 |
| <input type="checkbox"/> 30/70 | <input type="checkbox"/> 40/60 | <input type="checkbox"/> 50/50 | <input type="checkbox"/> 60/40 |
| <input type="checkbox"/> 70/30 | <input type="checkbox"/> 80/20 | <input type="checkbox"/> 90/10 | <input type="checkbox"/> 95/5  |
| <input type="checkbox"/> 100/0 |                                |                                |                                |

16. ท่านซื้อสินค้า/ผลิตภัณฑ์โดยวิธีใด

- เดินทางไปซื้อจากศูนย์ฯ โดยตรง
- จากการจัดส่ง (Delivery)
- จากผู้แนะนำ(แม่ทีม/Up Line)
- ผสม 2 วิธีคือ ..... และ .....
- ผสมทั้ง 3 วิธี

### ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อธุรกิจกีฬาฟัน

17. ท่านมีความภาคภูมิใจในการทำธุรกิจกีฬาฟันเพียงใด

| มากที่สุด |   |   |   |   | น้อยที่สุด |   |   |   |   |
|-----------|---|---|---|---|------------|---|---|---|---|
| 10        | 9 | 8 | 7 | 6 | 5          | 4 | 3 | 2 | 1 |
|           |   |   |   |   |            |   |   |   |   |

18. ท่านคิดว่าสินค้า/ผลิตภัณฑ์กีฬาฟันโดยรวมมีคุณภาพดีเพียงใด

| มากที่สุด |   |   |   |   | น้อยที่สุด |   |   |   |   |
|-----------|---|---|---|---|------------|---|---|---|---|
| 10        | 9 | 8 | 7 | 6 | 5          | 4 | 3 | 2 | 1 |
|           |   |   |   |   |            |   |   |   |   |

19. ท่านมีความเห็นเกี่ยวกับแผนธุรกิจของกีฬาฟันอย่างไร

- เหมาะสม       ควรปรับปรุงเกี่ยวกับ.....

20. ท่านคิดว่าประเภท/ชนิดของสินค้า/ผลิตภัณฑ์ของกีฬาฟันมีเพียงพอต่อความต้องการหรือไม่

- เพียงพอ       ยังไม่เพียงพอ ควรเพิ่มเกี่ยวกับ.....

21. ท่านคิดว่าราคาของสินค้า/ผลิตภัณฑ์กีฬาฟันมีราคาที่เหมาะสมหรือไม่

- เหมาะสม       แพงเกินไป       ถูกเกินไป

22. ท่านคิดว่าศูนย์ธุรกิจกีฬาฟันที่มีอยู่เพียงพอหรือไม่

- มีเพียงพอ       ไม่เพียงพอ ควรเพิ่มศูนย์ที่.....

23. ท่านคิดว่าการจัดส่งรวดเร็วเพียงพอ และค่าจัดส่งเหมาะสมหรือไม่

- เพียงพอ/ เหมาะสม  
 ไม่เพียงพอ/ ไม่เหมาะสม ควรปรับปรุงเกี่ยวกับ.....  
 ไม่เคยใช้บริการนี้

24. ท่านคิดว่าบริษัทฯ มีการจัดรายการ ลด แลก แจก แถม (Promotion) เหมาะสมหรือไม่

- เหมาะสม       ไม่เหมาะสม ควรปรับปรุงเกี่ยวกับ.....

25. ท่านคิดว่าการรับสมัครสมาชิกเหมาะสมหรือไม่

- เหมาะสม       ไม่เหมาะสม ควรปรับปรุงเกี่ยวกับ.....

26. ท่านคิดว่าบริษัทมีกิจกรรมตอบแทนทางสังคมเพียงพอหรือไม่

- เพียงพอ                       ไม่เพียงพอ ควรปรับปรุงเกี่ยวกับ.....

27. ปัจจัยใดที่ท่านคิดว่าเป็นตัวผลักดันให้ท่านประสบความสำเร็จเรียงลำดับความสำคัญจากมาก (7) ไปหาน้อย (1)

- คุณภาพผลิตภัณฑ์
- ราคาผลิตภัณฑ์
- ความเชื่อมั่นและศรัทธาบริษัท
- การพัฒนาตนเองเข้าประชุมสัมมนาทุกรูปแบบ
- ความเชื่อมั่นและศรัทธาฝ่ายบริหาร
- แผนงานและผลประโยชน์
- สายสัมพันธ์ที่ดีในสายงาน

28. ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณอย่างสูง ในการอนุเคราะห์สละเวลาตอบแบบสอบถาม  
ซึ่งจะได้นำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อไป

## ประวัติผู้ศึกษา

|                   |  |
|-------------------|--|
| ชื่อ              | นางกัลยาณี ตุ่มทอง   |
| วัน/เดือน/ปี เกิด | 31 ตุลาคม 2504   |
| สถานที่เกิด       | เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร  |
| ประวัติการศึกษา   | บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด) มหาวิทยาลัยรามคำแหง<br>ปีการศึกษา 2529<br>นิติศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ปีการศึกษา 2550 |
| สถานที่ทำงาน      | บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)   |
| ตำแหน่ง           | ผู้จัดการส่วน  |

