



กระบวนการเข้าสู่ธุรกิจแชร์ลูกโซ่



ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

การวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา 761 430 จุลนิพนธ์
ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2555

กระบวนการเข้าสู่ธุรกิจแชร์ลูกโซ่



ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

การวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา 761 430 จุลนิพนธ์
ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2555

PROCESS INTO THE PONZI SCHEME



By

Miss Julalak Thuaythong

Miss Dollaya Sriprakon

ผลงานวิทยานักศึกษา ระดับปริญญาตรี

**A Research Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree
Bachelor of Business Administration Program in General Business Management**

Faculty of Management Science

SILPAKORN UNIVERSITY

2012

ที่ประชุมสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร พิจารณาแล้ว
อนุมัติให้การวิจัย เรื่อง “ กระบวนการเข้าสู่ธุรกิจแชร์ลูกโซ่ ” เสนอโดย นางสาวจุฬาลักษณ์ ถ้วยทอง
และนางสาวศลญา ศรีประโคน มีคุณค่าเพียงพอที่จะเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชาจุลนิพนธ์
ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ

การวิจัยเรื่อง “ กระบวนการเข้าสู่ธุรกิจแชร์ลูกโซ่ ” ได้ผ่านการนำเสนอในงานประชุมวิชาการด้านธุรกิจ
และเศรษฐกิจอีสาน ครั้งที่ 6 มหาวิทยาลัยขอนแก่น วันที่ 16 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2556 ณ โรงแรมพูลแมน
ขอนแก่น ราชา ออคิด จังหวัดขอนแก่น

.....
(อาจารย์ ดร. วิโรจน์ เกษญาติเกษม)

อาจารย์ที่ปรึกษา

วันที่ เดือน พ.ศ.

.....
(อาจารย์ นพดล โตวิชัยกุล)

รักษาราชการแทน

หัวหน้าสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

วันที่ เดือน พ.ศ.

ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

12520023, 12520046 : สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คำสำคัญ : ธุรกิจแชร์ลูกโซ่

จุฬาลักษณ์ ถ้วยทอง และ ดลญา ศรีประโคน : กระบวนการเข้าสู่ธุรกิจแชร์ลูกโซ่
อาจารย์ที่ปรึกษา : อาจารย์ ดร. วิโรจน์ เกษฎาลักษณ์. 45 หน้า.

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงช่องทางการประชาสัมพันธ์และกระบวนการชักจูงเข้าสู่ธุรกิจแชร์ลูกโซ่ ลักษณะและวิธีการดำเนินธุรกิจแชร์ลูกโซ่ และผลกระทบจากการเข้าสู่ธุรกิจแชร์ลูกโซ่ โดยศึกษาจากผู้ที่เคยร่วมลงทุนในธุรกิจประเภทนี้และผู้ที่เป็นสมาชิกอยู่ในปัจจุบัน โดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกและการสังเกตแบบมีส่วนร่วม ผลการวิจัยพบว่า ช่องทางการประชาสัมพันธ์ของธุรกิจมักใช้การประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อออนไลน์เพราะผู้บริโภครู้จักเข้าถึงได้ง่าย กระจายข่าวสารได้รวดเร็ว และกระบวนการชักจูงเข้าสู่ธุรกิจแชร์ลูกโซ่มักใช้วิธีการพูดโน้มน้าวใจ ใช้คำพูดหยาบคายเพื่อสร้างความเป็นกันเองทำให้ผู้ที่ได้รับฟังเกิดความสนใจ ธุรกิจแชร์ลูกโซ่ ดำเนินงานโดยมีการโฆษณาขายสินค้าบ้างหน้า เพื่อชักชวนให้ผู้คนสนใจในการทำงานแบบง่าย ๆ ใช้เวลาน้อย และมีวิธีการดำเนินธุรกิจโดยการให้สมาชิกทำการหาสมาชิกเพิ่ม ยิ่งมีสมาชิกในสายของตนมากผลตอบแทนก็จะมากขึ้น และผลกระทบจากการเข้าสู่ธุรกิจแชร์ลูกโซ่ทางด้านบวก จะเป็นการสร้างเครือข่ายที่มากขึ้นของสมาชิกและมีการพัฒนาบุคลิกภาพ จึงเป็นการพัฒนาด้านมนุษยสัมพันธ์ ส่วนผลกระทบทางด้านลบเกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์กับบุคคลรอบข้าง เนื่องจากการที่ผู้เป็นสมาชิกจะชักชวนบุคคลใกล้ชิดตัวเข้ามาเป็นสมาชิกด้วยและหากบุคคลเหล่านั้นไม่ประสบความสำเร็จก็อาจเกิดการผิดใจกัน ผลกระทบต่อธุรกิจกับทางบวกอาจเป็นการส่งเสริมให้ธุรกิจเพิ่มมากขึ้น และถ้ามีจำนวนมากก็จะส่งผลทางลบ เพราะผู้บริโภครู้จักอาจขาดความเชื่อถือต่อธุรกิจประเภทอื่น ๆ ที่คล้ายคลึงกันด้วย ผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมทางสังคม ประกอบด้วยปัจจัยภายในและภายนอกที่ส่งผลต่อสภาพแวดล้อมทางสังคม

จากการศึกษานี้ทำให้ทราบถึงการดำเนินการของธุรกิจแชร์ลูกโซ่ ซึ่งหน่วยงานของรัฐบาลควรให้ความสำคัญในการให้ความรู้แก่ผู้บริโภครู้ เพื่อมิให้ตกเป็นเหยื่อของธุรกิจที่แอบแฝงการขายตรง และควรมีการออกกฎหมายควบคุมการดำเนินธุรกิจประเภทนี้ และสถาบันการศึกษาควรให้ความรู้แก่นักเรียน นักศึกษา เกี่ยวกับจรรยาบรรณในการทำธุรกิจ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ปีการศึกษา 2555
ลายมือชื่อนักศึกษา1.....2.....
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....

12520023, 12520046 : MAJOR : GENERAL BUSINESS MANAGEMENT

KEY WORD : PONZI SCHEME

JULALAK THUAYTHONG AND DOLLAYA SRIPRAKON : PROCESS INTO THE PONZI SCHEME. RESEARCH ADVISER : VIROJ JADESADALUG, Ph.D. 45 pp.

ABSTRACT

The research has objective for study to publicize channel and persuade process to the Ponzi Scheme. Study for patterns and How to process of Ponzi Scheme and to study the effect of Ponzi Scheme. The study has been made Ponzi Scheme. Data were collected through in-depth interviews by using a structured questionnaire and participant observation. The results showed that Channel was use to promote business via online media because the consumers can easily, comfortable to distribution and persuade the Ponzi Scheme. Often use persuasive, brainwash listener, use profanity to make some friendly people who have been interested to join the business. Patterns of the Ponzi Scheme. This business was conducted by an advertising sales Fronting into the Ponzi Scheme for people to easy work, didn't a long time. The business method was a membership has more followers. The more members have more compensation, too. The effect of the Ponzi Scheme. Income effect from process to the Ponzi Scheme, the effect of positive is for development of human relationships, Negative impact. Relationships with the people around you. Because the approach is to persuade people into membership, and if they are successful, they may differ. Business impact. Positive potential to stimulate business growth. Negative is that consumers may lack credibility with other business and social impact on the environment. The internal and external factors affecting the social environment.

Of this study was to determine the operation of the video chain. The government should focus on educating consumers. To avoid being a victim of covert direct sales business. And there should be legislation to regulate this type of business. And educational institutions should educate students about ethics in business.

Faculty of Management Science SILPAKORN UNIVERSITY Academic Year 2012

Students' signatures 1.....2.....

Research Advisor's signature

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เพราะได้รับความกรุณาจาก อาจารย์ ดร. วิโรจน์ เจริญลักษณ์ อาจารย์ที่ปรึกษาจรรยาบรรณ ที่ให้ความช่วยเหลือและให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่ง ต่อผู้วิจัย ส่งผลให้จรรยาบรรณเล่มนี้ถูกต้องและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณในความกรุณา เป็นอย่างสูงมา ณ ที่นี้

ขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์ประพล เปรมทองสุข อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการ ธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ ที่กรุณาเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบและแก้ไขรูปเล่มจรรยาบรรณในครั้งนี้

ขอกราบขอบพระคุณผู้ให้ข้อมูลทุกท่าน ซึ่งกรุณาสละเวลาและให้โอกาสในการสัมภาษณ์ ให้ข้อมูลในเรื่องธุรกิจแชร์ลูกโซ่ ทำให้ได้ข้อมูลเพิ่มเติมอย่างมากในการศึกษาทำจรรยาบรรณครั้งนี้สำเร็จ ได้ด้วยดี

คุณค่าหรือประโยชน์อันเกิดจากจรรยาบรรณเล่มนี้ ผู้วิจัยขอน้อมบูชาแด่พระคุณบิดา มารดา ครู อาจารย์ที่อบรมสั่งสอน แนะนำ ให้การสนับสนุนและให้กำลังใจอย่างดียิ่งเสมอมา

ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญ.....	1
วัตถุประสงค์.....	2
ขอบเขตการศึกษา.....	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	3
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	5
แนวคิดธุรกิจขายตรง.....	5
แนวคิดการตลาดขายตรงหลายชั้น (MLM).....	6
แนวคิดธุรกิจแชร์ลูกโซ่.....	9
แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับกระบวนการเปิดรับข่าวสาร.....	10
แนวคิดช่องทางการจัดจำหน่าย.....	12
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	13
3 วิธีดำเนินการศึกษา.....	16
กลุ่มผู้ให้ข้อมูล.....	16
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	16
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	17
การสร้างเครื่องมือในการวิจัย.....	17
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	18
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	19
ช่องทางการประชาสัมพันธ์และกระบวนการชักจูงเข้าสู่ธุรกิจแชร์ลูกโซ่.....	20
ลักษณะและวิธีการดำเนินธุรกิจแชร์ลูกโซ่.....	22
ผลกระทบจากการเข้าสู่ธุรกิจแชร์ลูกโซ่.....	28

บทที่	หน้า
5 สรุปล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	32
สรุปลผลการศึกษา.....	32
อภิปรายผลการศึกษา.....	36
ประโยชน์จากการวิจัยและข้อเสนอแนะ.....	38
รายการอ้างอิง.....	40
ภาคผนวก.....	42
ประวัติผู้ศึกษา.....	44



ผลงานวิทยานักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สังคมไทยในปัจจุบันเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและพัฒนาขึ้นเป็นอย่างมากในหลาย ๆ ด้าน ทั้งทางด้านเทคโนโลยีการติดต่อสื่อสาร การเข้าถึงตัวบุคคล ตลอดจนการดำเนินชีวิตประจำวันก็ยังมีการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยทำให้รวดเร็วและสะดวกสบายขึ้นจากเดิมเป็นอย่างมาก การสื่อสารผ่านทางอินเทอร์เน็ตในปัจจุบันสามารถกระทำผ่านอุปกรณ์ไร้สายต่าง ๆ ได้ง่ายขึ้น การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลหรือแม้กระทั่งการหาข้อมูลก็สามารถทำได้โดยง่ายและรวดเร็ว รวมทั้งการประกอบธุรกิจ การค้าขายสินค้าและให้บริการต่าง ๆ ผ่านระบบออนไลน์ ทางเว็บไซต์ต่าง ๆ ก็มีความหลากหลายมากขึ้น

เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่ได้รับความนิยมมากในปัจจุบัน ซึ่งเป็นแหล่งสังคมบนโลกออนไลน์ที่ทำให้ผู้คนจำนวนมากได้มาพบปะพูดคุยกัน ช่วยในเรื่องการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพ สามารถสื่อสารได้ในวงกว้าง ทำให้ผู้คนสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นหรือรวมตัวกันทำกิจกรรมที่มีประโยชน์ และด้วยความที่เครือข่ายสังคมออนไลน์ ทำให้เข้าถึงตัวบุคคลได้รวดเร็วและเป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารได้ตลอดเวลา ด้วยเหตุนี้จึงมีการนำมาใช้ในด้านที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจมากขึ้น เพราะสามารถทำให้ผู้ประกอบการหลายคนสามารถเพิ่มช่องทางในการสร้างกำไรได้มากขึ้น

การประกอบธุรกิจ คือ การแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการของผู้จำหน่ายหรือผู้ให้บริการกับการตัดสินใจของผู้บริโภค ซึ่งการทำธุรกิจมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง จากในอดีตเป็นการแลกเปลี่ยนระหว่างสิ่งของกับสิ่งของโดยไม่มีเงินเป็นตัวแลกเปลี่ยน ในระยะเวลาต่อมาเมื่อโลกมีการพัฒนามากขึ้น เกิดระบบการแลกเปลี่ยนโดยใช้เงินเข้ามาเกี่ยวข้อง ทำให้สินค้าและบริการมีความหลากหลายมากขึ้น ส่งผลให้เกิดธุรกิจหลากหลายประเภท และหนึ่งในประเภทของธุรกิจ MLM ก็เป็นการดำเนินธุรกิจอีกช่องทางหนึ่งที่เปิดโอกาสให้ผู้ดำเนินธุรกิจประสบความสำเร็จ และกำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบัน

การตลาดขายตรงหลายชั้น (MLM : Multilevel Marketing) หรือที่เรียกกันว่าการตลาดแบบเครือข่าย เป็นการขยายตลาดผู้บริโภค ผ่านแผนการตลาดที่วิเคราะห์โดยนักการตลาดมืออาชีพ ให้มีการแปรรูปแบบจากการเป็นผู้บริโภคธรรมดา มาเป็นได้ถึง 3 สถานภาพ โดยเป็นทั้งลูกค้า

ผู้ขาย และผู้บริหารในคนเดียวกัน การทำงานในระบบ MLM ก็คือการสร้างเครือข่ายและการวางแผนที่ดี เป็นการผสมการขายตรงและการสร้างเครือข่ายขึ้นมาต่อยอด ซึ่งต้องหาผู้ร่วมอุดมการณ์มาต่อยอดและสานต่องาน และก็ต้องหาผู้ร่วมอุดมการณ์มาต่อยอดต่อ ๆ กันไป โดยผู้ที่เป็นอัปไลน์ (Upline) จะได้ค่าสอนงานหรือค่าลิขสิทธิ์เป็นรายได้ จากการที่ดาว์นไลน์ (Downline) ของเขาทำงานได้ จากการที่ธุรกิจ MLM ประสบความสำเร็จในปัจจุบัน จึงส่งผลให้เกิดธุรกิจในรูปแบบเดียวกับธุรกิจ MLM โดยลักษณะและกระบวนการทำงานมีความใกล้เคียงกัน แต่เป็นการดำเนินธุรกิจที่ผิดกฎหมาย ที่เรียกว่า “ธุรกิจแชร์ลูกโซ่” (บริษัท เอลิสิโอ จำกัด, 2555)

ธุรกิจแชร์ลูกโซ่ (Ponzi Scheme) เป็นกระบวนการที่มีลักษณะเชิญชวนคนมาเป็นสมาชิกมาร่วมลงทุน โดยการระดมทุนจากประชาชนที่แพร่หลายและขยายตัวออกไปรวดเร็วมาก เนื่องจากจ่ายผลประโยชน์ตอบแทนสูงในระยะแรกและจ่ายเงินตรงเวลา และผู้ประกอบการมักอ้างว่าจะนำเงินไปลงทุนอย่างใดอย่างหนึ่งที่ได้ผลตอบแทนสูงในระยะเวลายาว ๆ เช่น การซื้อขายน้ำมัน ซื้อขายที่ดิน ราคาถูก เป็นต้น โดยผู้ร่วมลงทุนจะได้ผลตอบแทนจริงในระยะแรก และเป็นการหาสมาชิกเพิ่มขึ้นจนกระทั่งผู้ก่อตั้งธุรกิจไม่สามารถจ่ายค่าตอบแทนสมาชิกเก่าได้ ก็จะทำการปิดกิจการ สร้างความเสียหายให้กับสมาชิกที่ร่วมลงทุน และยังมีประชาชนจำนวนมากไม่น้อยที่ตกเป็นเหยื่อของกระบวนการฉ้อโกงในรูปแบบดังกล่าว

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้ผู้ศึกษาเกิดความสนใจที่จะทำการศึกษาถึงการทำธุรกิจแบบแชร์ลูกโซ่ เพื่อให้ทราบถึงช่องทางการประชาสัมพันธ์และกระบวนการชักจูงเข้าสู่ธุรกิจแชร์ลูกโซ่ ลักษณะและรูปแบบของธุรกิจแชร์ลูกโซ่ วิธีการดำเนินธุรกิจ รวมถึงผลกระทบจากการเข้าสู่ธุรกิจแชร์ลูกโซ่ อันจะเป็นการขยายองค์ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจแชร์ลูกโซ่ให้เป็นที่รู้จักได้มากขึ้น และเพื่อประโยชน์ในอนาคตต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาช่องทางการประชาสัมพันธ์และกระบวนการชักจูงเข้าสู่ธุรกิจแชร์ลูกโซ่
2. เพื่อศึกษาลักษณะและวิธีการดำเนินธุรกิจแชร์ลูกโซ่
3. เพื่อศึกษาถึงผลกระทบจากการเข้าสู่ธุรกิจแชร์ลูกโซ่

ขอบเขตการศึกษา

การทำวิจัยในครั้งนี้ได้ศึกษาถึง “ กระบวนการเข้าสู่ธุรกิจแชร์ลู่กโซ่ ” ซึ่งการศึกษากการทำวิจัยในครั้งนี้จึงได้ตั้งขอบเขตของการศึกษา ดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษานี้มุ่งศึกษาเฉพาะธุรกิจแชร์ลู่กโซ่ ในด้านช่องทางการประชาสัมพันธ์และกระบวนการชักจูงเข้าสู่ธุรกิจแชร์ลู่กโซ่ ลักษณะและวิธีการดำเนินธุรกิจแชร์ลู่กโซ่ และศึกษาถึงผลกระทบจากการเข้าสู่ธุรกิจแชร์ลู่กโซ่ เพื่อเป็นแนวทางในการป้องกันการถูกฉ้อโกงจากธุรกิจประเภทดังกล่าว รวมถึงศึกษาจากเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ ผู้ศึกษาจะทำการศึกษากการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และใช้แบบสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview)

ขอบเขตด้านกลุ่มผู้ให้ข้อมูล

การศึกษานี้ ผู้ศึกษาได้กำหนดขอบเขตด้านกลุ่มผู้ให้ข้อมูล โดยกำหนดกลุ่มผู้ให้ข้อมูล แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มที่ 1 ผู้ที่เคยเข้าสู่กระบวนการธุรกิจแชร์ลู่กโซ่

กลุ่มที่ 2 ผู้ที่เป็นสมาชิกของธุรกิจแชร์ลู่กโซ่ในปัจจุบัน

ขอบเขตด้านพื้นที่

การศึกษานี้ ผู้ศึกษาได้กำหนดขอบเขตด้านพื้นที่ โดยทำการศึกษาจากบริษัทที่ประกอบธุรกิจประเภทแชร์ลู่กโซ่ และศึกษากลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่เป็นนักศึกษาของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ขอบเขตด้านเวลา

การศึกษานี้ ผู้ศึกษาจะดำเนินการศึกษาในช่วงระหว่างเดือนพฤษภาคม พ.ศ.2555 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ.2556

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงช่องทางการประชาสัมพันธ์ของธุรกิจแชร์ลู่กโซ่ ลักษณะและรูปแบบของธุรกิจแชร์ลู่กโซ่ และทราบถึงผลกระทบจากการเข้าสู่ธุรกิจแชร์ลู่กโซ่
2. เพื่อเป็นแนวทางของหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องทางกฎหมาย ในการควบคุมการบริโภคสื่อธุรกิจออนไลน์
3. เพื่อเป็นแนวทางแก่สถาบันการศึกษา ในการปลูกจิตสำนึกให้แก่นักศึกษาในการประกอบธุรกิจที่ถูกกฎหมาย
4. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อนักศึกษาที่มีโอกาสตกเป็นเหยื่อของธุรกิจแชร์ลู่กโซ่

5. เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาค้นคว้าและเป็นข้อมูลพื้นฐานในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับธุรกิจแชร์ลูกโซ่ แก่ผู้ที่สนใจจะศึกษาต่อไป

นิยามศัพท์เฉพาะ

ธุรกิจแชร์ลูกโซ่ (Ponzi Scheme) หมายถึง การระดมทุนหรือการชักชวนคนอื่นมาร่วมลงทุนในรูปแบบเงินหรือทรัพย์สิน โดยไม่มีสินค้าเป็นรูปธรรมในการแลกเปลี่ยน (กระทรวงการคลัง สำนักงานปลัด, 2555)

ลักษณะของธุรกิจแชร์ลูกโซ่ (Patterns of Ponzi Scheme) หมายถึง การระดมทุนโดยการเน้นหาสมาชิกจำนวนมากซึ่งถ้าจำนวนสมาชิกมีมากก็จะสามารถจ่ายค่าตอบแทนแก่สมาชิกเก่าได้

วิธีการดำเนินธุรกิจแชร์ลูกโซ่ (How to process of Ponzi Scheme) หมายถึงการทำธุรกิจที่เริ่มจากการมีสมาชิกจำนวนไม่มากและเป็นคนที่ใกล้ชิดโดยตรง โดยการจ่ายผลตอบแทนในอัตราที่สูงและในเวลาที่รวดเร็ว เพื่อเป็นเครื่องมือในการสร้างความน่าเชื่อถือแก่สมาชิกชั้นต้น ทำให้สมาชิกชั้นต้นเกิดแรงจูงใจที่จะหาสมาชิกเพิ่มและผู้ที่จะสมัครเป็นสมาชิกใหม่ต้องจ่ายค่าสมัครในอัตราที่สูง และขยายวงกว้างมากขึ้นจนไม่สามารถควบคุมได้ และไม่สามารถจ่ายผลตอบแทนได้ จนล้มเลิกกิจการไปในที่สุด

ช่องทางการประชาสัมพันธ์ของธุรกิจแชร์ลูกโซ่ (Channel was use to promote business) หมายถึง การโฆษณาในสื่อต่าง ๆ อาจเป็นการชักชวนจากพนักงานขายโดยตรงหรือการบริโภคสิ่งพิมพ์ของผู้บริโภค

กระบวนการชักจูงเข้าสู่ธุรกิจแชร์ลูกโซ่ (Process was persuade into the Ponzi Scheme) หมายถึง การจูงใจและสนับสนุนให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจและเชื่อถือในการทำธุรกิจและเห็นโอกาสในการเกิดรายได้ที่ค่อนข้างสูงและตกเป็นเป้าหมายของผู้ดำเนินธุรกิจแชร์ลูกโซ่

ผลกระทบจากการเข้าสู่ธุรกิจแชร์ลูกโซ่ (The effect of the Ponzi Scheme) หมายถึง ผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้นกับผู้ที่เข้าสู่ธุรกิจแชร์ลูกโซ่ในอนาคต ทั้งอาจเกิดผลดีและผลเสียทั้งในทางตรงและทางอ้อม

สังคมออนไลน์ (Social Network) หมายถึง สังคมออนไลน์ที่จะช่วยให้ค้นหาเพื่อนบนโลกอินเทอร์เน็ตได้ง่าย ๆ เราสามารถที่จะสร้างพื้นที่ส่วนตัวขึ้นมา

บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้แบ่งเนื้อหาส่วนแนวความคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. แนวคิดธุรกิจขายตรง
2. แนวคิดการตลาดขายตรงหลายชั้น
3. แนวคิดธุรกิจแชร์ลูกโซ่
4. แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับกระบวนการเปิดรับข่าวสาร
5. แนวคิดช่องทางการจัดจำหน่าย
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดธุรกิจขายตรง

การขายตรง (Direct selling) เป็นการจำหน่ายซึ่งเป็นกระบวนการที่สำคัญในการประกอบธุรกิจเพราะเป็นสะพานที่เชื่อมไปยังผู้บริโภคเป็นระบบการจัดจำหน่ายที่ทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้นสม่ำเสมอและลดทอนค่าใช้จ่ายระหว่างเส้นทางเดินของสินค้าไปยังผู้บริโภค ไม่ต้องรอให้ผู้บริโภคเดินหาสินค้าอย่างปกติทำให้มีข้อได้เปรียบกว่าระบบการจัดจำหน่ายที่มีการส่งผ่านสินค้าหลายทอดหลายชั้นตอน ปัจจุบันจะเห็นได้ว่า “ธุรกิจขายตรง” กำลังได้รับความนิยมอย่างสูงจากผู้บริโภคซึ่งมีความสนใจที่จะเข้าร่วมลงทุนประกอบธุรกิจแนวนี้นี้เพิ่มมากขึ้น มีทั้งที่ทำเป็นงานอดิเรก ไปจนถึงลงมือทำกันอย่างเต็มตัว ด้วยความสนใจที่เพิ่มมากขึ้นนี้เอง ทำให้มีผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจด้านขายตรงที่จำนวนมากขึ้น โดยต่างก็คัดกลยุทธ์เพื่อจูงใจผู้บริโภค เช่น เพิ่มชนิดของสินค้าและบริการที่หลากหลายให้ครอบคลุมกับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น ทำให้ผู้บริโภคหลายคนสนใจที่จะซื้อสินค้าและบริการ และมีอีกจำนวนมากสนใจที่จะสมัครเป็นผู้ขายตรง ซึ่งอาจมีชื่อเรียกต่าง ๆ กัน ได้แก่ ผู้จำหน่ายอิสระ นักธุรกิจอิสระ นักขายอิสระ หรือตัวแทนขายตรง โดยระบบขายตรงจะมีผู้เกี่ยวข้องอยู่ 3 ฝ่าย ได้แก่ 1) เจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการ 2) ผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรง และ 3) ผู้ซื้อหรือผู้บริโภค ซึ่งเจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการจะมีรายได้ที่เกิดจากการขายสินค้า ณ ราคาที่ให้ส่วนลดแก่ผู้ขายตรงหักค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในการบริหารจัดการระบบรวมทั้งผลตอบแทนการขายตามยอดให้แก่ผู้ขาย ส่วนผู้ขายตรงจะได้กำไรจากส่วนต่าง ๆ ระหว่างราคาซื้อที่มีส่วนลดกับราคาขายที่เสนอขายให้ผู้บริโภครวมทั้ง

ผลตอบแทนในการทำยอดขาย ในกรณีที่เป็นตัวแทนขายตรงอาจอยู่ในฐานะที่ทำหน้าที่ขายแทนเจ้าของกิจการแต่ได้รับผลตอบแทนตามยอดขายที่ทำได้โดยไม่มีค่าจ้าง กรณีเช่นนี้ตัวแทนขายตรงไม่ต้องซื้อสินค้าจากเจ้าของกิจการแต่จะนำสินค้าหรือบริการไปขายให้แก่ผู้บริโภค โดยเจ้าของกิจการต้องมีข้อตกลงที่ชัดเจนในเรื่องแผนการจ่ายผลประโยชน์ตอบแทน เนื่องจากเป็นหัวใจสำคัญของระบบขายตรงสุดท้าย ผู้บริโภคจะเป็นผู้ซื้อหรือผู้ได้รับบริการจากผู้จำหน่ายอิสระ หรือตัวแทนขายตรงดังนั้น ผู้ประกอบธุรกิจในระบบขายตรงจึงต้องให้ความสำคัญกับการอบรมผู้ขายให้ข้อมูลที่ถูกต้อง และรับผิดชอบทันทีกับผู้บริโภคที่เสียหาย เพราะการขายที่ผิดวิธีย่อมส่งผลเสียหายต่อเจ้าของกิจการโดยตรง ดังนั้นการจัดจำหน่ายแบบขายตรงจึงต้องอาศัยความเอาใจใส่ ความสามารถของผู้ขาย และความเป็นธรรมในการผูกใจผู้ขายไว้ รวมทั้งความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคไปพร้อม ๆ กันด้วย

กล่าวโดยสรุป คือ แนวคิดธุรกิจขายตรงเป็นการจัดจำหน่าย ประกอบธุรกิจโดยเน้นการขายสินค้า โดยมีตัวแทนจำหน่ายเข้ามาทำหน้าที่ในการส่งสินค้าจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค เป็นการลดเวลาและค่าใช้จ่ายในการจัดส่งสินค้าหรือบริการ ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมมากในปัจจุบัน ซึ่งรายได้หลักของบริษัทได้มาจากเปอร์เซ็นต์ของการขาย ผู้ที่เข้ามาเป็นตัวแทนจำหน่ายจะต้องเป็นนักขายที่สามารถใช้คำพูดดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี มีความเอาใจใส่ สามารถให้คำปรึกษาเกี่ยวกับปัญหาแก่ผู้บริโภค เมื่อผู้บริโภคใช้สินค้าของบริษัทแล้วพบว่าสินค้ามีคุณภาพและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ แล้วนำไปบอกต่อกับบุคคลใกล้ชิด ทำให้ได้ผลตอบแทนตามยอดขายที่ทำได้ จึงประสบความสำเร็จจากการประกอบธุรกิจนี้ โดยผู้ที่เป็นสมาชิกหรือเป็นตัวแทนจำหน่ายจะได้ผลตอบแทนจากการที่สามารถขายสินค้าหรือบริการได้ ถัดจากเปอร์เซ็นต์จากยอดขาย ซึ่งกระบวนการดำเนินธุรกิจของการขายตรงดังกล่าวนี้ ได้มีการนำมาประยุกต์กับการดำเนินธุรกิจแชร์ลูกโซ่ในปัจจุบันที่เน้นการหาสมาชิกจำนวนมาก แต่อาจแตกต่างกันตรงที่ ธุรกิจแชร์ลูกโซ่อาจไม่มีการขายสินค้าหรือบริการ

2. แนวคิดการตลาดขายตรงหลายชั้น (Multilevel Marketing : MLM)

บริษัท เอลิซิ โอ จำกัด ได้เขียนบทความและได้เผยแพร่บทความเกี่ยวกับการตลาดขายตรงหลายชั้น ไว้ดังนี้ การตลาดขายตรงหลายชั้น (Multilevel Marketing : MLM) หรือที่เรียกกันว่า การตลาดแบบเครือข่าย (Network Marketing) นั้นเป็นหลักการตลาดที่ให้ผู้คนจำนวนมากเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการกระจายสินค้าจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค โดยผู้ที่มีส่วนร่วมในกระบวนการต่าง ๆ นั้นจะได้รับผลตอบแทนจากกิจกรรมที่ทำ เช่น แนะนำสินค้า การให้ผู้บริโภครายอื่น ๆ เข้ามาร่วมเป็นผู้จำหน่ายสินค้า โดยแบ่งเป็นผลตอบแทนจากการทำธุรกิจเป็นชั้น ๆ ลดหลั่นกันไปตามเงื่อนไขของแต่ละ

ละแบบแผน ดังนั้นหน้าที่หลักในกระจายสินค้าจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค ตั้งแต่การโฆษณาสินค้า หาตัวแทนจำหน่าย จัดจำหน่าย การขาย ขนส่ง ไปจนถึงผู้บริโภคจะมีผู้ร่วมธุรกิจเข้าไปมีส่วนร่วมเป็นจำนวนมาก โดยทำหน้าที่ต่าง ๆ กันไป ทำให้เกิดการขับเคลื่อนทางการตลาดที่มีศักยภาพสูงมากและมีความรวดเร็วในการกระจายสินค้าสูง และเป็นธุรกิจที่มีต้นทุนในการเริ่มต้นที่ต่ำอย่างไม่เคยมีมาก่อน

ประวัติความเป็นมาและวิวัฒนาการของ MLM

การขายตรงนั้นสามารถย้อนกลับไปยาวนานพอ ๆ กับประวัติศาสตร์ของมนุษย์ก่อนจะมีการใช้เงินมนุษย์เราแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างกันโดยตรง อย่างไรก็ตามวิธีการขายในลักษณะขายตรงที่เป็นแม่แบบของการขายตรงยุคปัจจุบันนี้เริ่มมาประมาณปี 1740 โดยสองพี่น้อง Edward และ William Pattison ซึ่งเป็นผู้ผลิตเครื่องใช้จากตะกั่วได้ทำการเร่ขายสินค้าไปตามบ้าน (ในลักษณะการขายตรง) โดยจะเดินทางในรถลากเล็ก ๆ บรรทุกสินค้าไปขายให้กับผู้บริโภคโดยตรง ซึ่งเรียกว่า Yankee Peddler

ในปี 1868 เกิดบริษัทขายตรงที่ขายสินค้าเครื่องเทศตามบ้านและสินค้าอาหาร ชื่อ Watkins Company

ปี 1855 บริษัท Southwestern Publishing Company ตั้งขึ้นเพื่อผลิตหนังสือและคัมภีร์ไบเบิล และในปี 1868 บริษัท ปรับปรุงบริษัทให้เป็นบริษัทขายตรง โดยให้นักศึกษาในมหาวิทยาลัยเข้ามาเป็นตัวแทนขาย

ปี 1886 บริษัท Avon เริ่มต้นบริษัทแบบขายตรง โดย David Mc Connel เขาได้เริ่มด้วยการขายคัมภีร์ไบเบิลและแอมป์อย่างน้ำหอมไปตามบ้าน น้ำหอมที่แอมป์นั้นปรากฏว่าเป็นที่นิยมอย่างมาก จนเขาได้ก่อตั้งบริษัท California Perfume Company ซึ่งภายหลังเปลี่ยนเป็นชื่อ Avon ในปี 1939 จนกลายเป็นบริษัทในตลาดหลักทรัพย์ New York Stock Exchange และได้พัฒนาแผนการจ่ายผลตอบแทนให้เป็น MLM ในที่สุด

ระบบการขายตรงสมัยใหม่เริ่มเป็นรูปเป็นร่างขึ้นเมื่อปี 1906 โดย Alfred Fuller ซึ่งอยู่ที่เมือง New Britain ในมลรัฐ Colorado ได้ก่อตั้งบริษัท Fuller Brush Company ซึ่งเริ่มทำการขายตรงแบบ Door-to-door ซึ่งถือว่าเป็นการเริ่มรูปแบบการขายตรงสมัยใหม่ ภายหลังบริษัทได้ปรับปรุงแผนการตลาดของตนให้เป็นแบบ MLM แต่ก็ไม่ประสบความสำเร็จมากนัก เพราะเหล่าสมาชิกต่างมีความเป็นนักขาย (Salespeople) มากกว่าเป็นนักขายเครือข่าย (Recruiters)

อย่างไรก็ตามก่อนปี 1950 การขายตรงส่วนใหญ่จะเป็นลักษณะ Party Plan คือการตลาดผลิตภัณฑ์โดยการจัดแสดงและเป็นเจ้าภาพในงานปาร์ตี้หรืองานทางสังคมต่าง ๆ โดยใช้งานสังคมต่าง ๆ นั้นเป็นจุดแสดงและสาธิตสินค้า โดยให้ผู้ที่เข้าร่วมงานได้เห็นการสาธิตสินค้าและการทดลองสินค้าจริง แล้วก็รับรายการสั่งซื้อสินค้าจากลูกค้าโดยตรง เพื่อจัดส่งสินค้าให้ต่อไป

ในปี 1950 เป็นยุคที่การตลาดแบบขายตรงหลายชั้นหรือการตลาดแบบเครือข่ายถือกำเนิดอย่างแท้จริง เป็นยุคที่บริษัทยักษ์ใหญ่ของวงการ MLM มากมายได้ถือกำเนิดขึ้น บริษัทเหล่านี้คือ Tupperware, Shaklee, Amway และ Mary Kay

ในปี 1945 Earl Tupper เป็นผู้บุกเบิกสินค้าที่ทำจากพลาสติกที่อ่อนตัว น้ำหนักเบา ไม่แตกหักง่าย และสามารถปิดผนึกได้อย่างมิดชิด เริ่มทำตลาดโดยการขายส่งปกติ แต่ไม่ประสบความสำเร็จนัก ในปี 1951 เขาได้เปลี่ยนมาใช้แผน Party Plan โดยการสาธิตสินค้าตามงานปาร์ตี้และขายสินค้าแบบขายตรง และประสบความสำเร็จอย่างสูง

ในปี 1956 Dr. Forrest Shaklee ผู้เชี่ยวชาญทางด้านสารอาหาร ทำงานร่วมกับ Casimur Funk ผู้ที่ค้นพบวิตามิน ได้ก่อตั้งบริษัท Shaklee ซึ่งเป็นผู้แนะนำวิตามินเข้าไปสู่อเมริกา และได้ก่อตั้งระบบขายตรงหลายชั้นขึ้น บริษัท Shaklee เป็นยักษ์ใหญ่ของวงการวิตามินและอาหารเสริม

ในปี 1959 Rich Devos และ Jay Van Andel ได้ก่อตั้งบริษัทจัดจำหน่ายสินค้าที่หลากหลายโดยใช้รูปแบบ MLM หรือการตลาดขายตรงหลายชั้น ซึ่งต่อมาเป็นบริษัทยักษ์ใหญ่ด้าน MLM ที่เป็นที่กล่าวขวัญถึงอย่างมาก มียอดขายทั่วโลกกว่า 7 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ และมีตัวแทนจำหน่ายอิสระเป็นล้านคนทั่วโลก ปัจจุบัน Amway ถือว่าเป็นบริษัท MLM ที่ประสบความสำเร็จสูงสุดในโลก

ในปี 1963 Mary Kay Ash ซึ่งเป็นนักขายตรงจากบริษัท Stanley Home Product และบริษัทขายตรงอีกหลายบริษัท ได้ก่อตั้งบริษัท Mary Kay ซึ่งเป็นบริษัทของผู้หญิงบริษัทแรก ๆ ของโลก Mary Kay ขายสินค้าเครื่องสำอาง ซึ่งต่อมาให้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์

ในปี 1975 Federal Trade Commission ของสหรัฐฯ หรือ FTC ซึ่งเป็นหน่วยงานที่คุ้มครองผู้บริโภคและคุ้มครองการแข่งขันอย่างเสรี ได้ดำเนินคดีฟ้องร้องต่อศาล กล่าวหาว่า Amway ประกอบธุรกิจแบบปิระมิดที่ผิดกฎหมาย แต่หลังจากต่อสู้กันในศาลนานถึง 4 ปี ในปี 1979 ศาลสหรัฐฯ ก็ได้ตัดสินให้ Amway ชนะคดี โดยศาลได้ตัดสินให้ แผนการจ่ายค่าตอบแทนของ Amway ซึ่งเป็นการตลาดขายตรงหลายชั้นเป็นแผนการจ่ายค่าตอบแทนที่ถูกกฎหมาย ไม่ได้เป็นแบบปิระมิดซึ่งเป็นแบบที่ผิดกฎหมายสหรัฐฯ คดีดังกล่าวถึงเป็นกรณีตัวอย่างที่มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมขายตรงอย่างมากที่สุดในประวัติศาสตร์เลยทีเดียว หาก Amway แพ้คดีนี้ ธุรกิจ MLM ในโลกนี้อาจไม่เกิดขึ้นและเจริญเติบโตอย่างทุกวันนี้ การชนะคดีของ Amway เป็นการนำทางให้บริษัท MLM ติดตามมาอีกเป็นจำนวนมาก และแพร่กระจายไปยังส่วนต่าง ๆ ทั่วโลก

ปัจจุบันเป็นยุคที่ MLM ได้รับการยอมรับมากขึ้นมีบริษัทจำนวนมากหันมาใช้การตลาดแบบ MLM ซึ่งเป็นช่องทางการจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพมากสามารถขยายตลาดได้อย่างรวดเร็วและมีรายได้ค่อนข้างสูง อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันก็มีบริษัทที่นำวิธีการทางการตลาดแบบ MLM ไปใช้ในทางที่ไม่

ถูกต้อง ได้มีการแพร่ระบาดของระบบที่เรียกว่า Pyramids หรือ พีระมิด หรือการตลาดลักษณะที่เป็นแบบลูกโซ่ มีบริษัทที่ดำเนินธุรกิจในลักษณะที่หลอกลวงผู้บริ โภค โดยการรับสมัครคนเข้ามาสู่ระบบ และเสียเงินเพื่อการสมัคร มากกว่าการขายสินค้า ซึ่งในบางครั้งจะทำให้เป็นระบบที่เรียกว่า การเล่นเกมเงิน หรือ Money game ซึ่งเป็นระบบที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริ โภค

แนวโน้ม MLM ในอนาคตจะเป็นระบบที่สามารถกระจายสินค้าจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริ โภคอย่างยุติธรรม และมีการพัฒนาไปสู่ระบบ MLM ที่สมบูรณ์ คือมีทั้ง ผู้ผลิต ผู้กระจายสินค้า และผู้บริ โภคอยู่ในระบบเดียวกัน สามารถสลับหน้าที่กันได้อย่างสมบูรณ์และยุติธรรม

จากที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า การตลาดขายตรงหลายชั้น หรือที่รู้จักกันในชื่อของ MLM เป็นกระจายสินค้า โดยมีผู้มีส่วนร่วมจำนวนมากในการกระจายสินค้าจากผู้ผลิตไปยังผู้บริ โภคได้อย่างรวดเร็ว ซึ่ง MLM มีต้นกำเนิดมาจากในอดีตเป็นเวลาที่ยาวนานจากการขายสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน โดยจัดจำหน่ายผ่านตัวแทนจำหน่ายที่สมัครเข้ามาเป็นสมาชิก ที่ทำหน้าที่ตั้งแต่การโฆษณา สินค้า การกระจายสินค้า และการจัดจำหน่ายสินค้าจากผู้ผลิตไปยังผู้บริ โภค โดยที่ผู้ผลิตไม่จำเป็นต้องดำเนินการในขั้นตอนเหล่านั้นด้วยตนเอง มีการดำเนินธุรกิจอย่างถูกกฎหมายและเป็นที่ยอมรับของผู้บริ โภคเป็นอย่างมาก และมีการพัฒนาและเป็นตัวแบบในการดำเนินธุรกิจแชร์ลูกโซ่ในปัจจุบัน เพราะธุรกิจแชร์ลูกโซ่จะใช้วิธีการเข้าถึงผู้บริ โภคโดยตรง เพื่อชักชวนให้สมัครเป็นสมาชิก แต่อาจแตกต่างกันตรงที่ ธุรกิจแชร์ลูกโซ่ไม่เน้นการขายสินค้าหรือบริการให้แก่ผู้บริ โภค

3. แนวคิดธุรกิจแชร์ลูกโซ่

ธุรกิจแชร์ลูกโซ่เป็นการระดมทุนจากประชาชนที่แพร่หลายและขยายตัวออกไปรวดเร็ว มาก เนื่องจากจ่ายผลประโยชน์ตอบแทนสูงในระยะแรก จ่ายเงินตรงต่อเวลาและผู้ประกอบการมักอ้างว่าจะนำเงินไปลงทุนอย่างใดอย่างหนึ่งที่ได้ผลตอบแทนสูง ในระยะเวลาสั้น ๆ เช่น ซื้อขายน้ำมัน (แชร์หม้อย) ซื้อขายที่ดินราคาถูก (แชร์เสม้าโครงการ) แชร์รถกอล์ฟ เป็นต้น ลักษณะของผู้ประกอบการมีทั้งที่เป็นบุคคลธรรมดาและนิติบุคคล โดยอาจตั้งมาในรูปแบบบริษัทจำกัดมีหนังสือจดทะเบียนกับกระทรวงพาณิชย์โดยจะเริ่มจากการโฆษณาชักชวนประชาชนให้มาร่วมลงทุนอย่างใดอย่างหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นลงทุนซื้อขายน้ำมัน ที่ดิน เป็นต้น และอ้างว่าจะจ่ายผลประโยชน์ตอบแทนให้อัตราที่สูง และจ่ายในเวลาอันรวดเร็ว เป็นเครื่องมือในการดึงดูดลูกค้าผู้สนใจจะร่วมลงทุนต้องจ่ายเงินลงทุนสูงและจะได้ผลประโยชน์ตอบแทนเมื่อหาสมาชิกมาร่วมลงทุนต่อกันไป จึงจะจ่ายผลประโยชน์ตอบแทนได้ โดยจะทำการหาสมาชิกเป็นทอด ๆ เพื่อนำค่าสมัครสมาชิกหรือค่าซื้อสินค้ามาปันผลกัน ดังนั้นผู้ที่เข้ามาเป็นสมาชิกใหม่จะต้องจ่ายเงินในอัตราที่สูง (ไม่ว่าจะเป็นค่าสมาชิก หรือค่าสินค้าต่าง ๆ ก็ตาม) และสมาชิกใหม่ก็จะต้องหาสมาชิกเพิ่มอีก(หลอกคนอื่นเพื่อจะได้เงินคืน) เพื่อที่ว่าจะได้ค่าสมาชิกจากสมาชิกใหม่

ยิ่งหาได้มากก็จะได้เงินคืนมามาก ยิ่งมากขึ้นเรื่อย ๆ ก็จะยิ่งได้ผลกำไรมากกว่าที่ลงทุนไป คนที่อยู่ในระดับสูง ๆ ก็จะยิ่งสบายจนถึงจุดหนึ่งในกลุ่มไม่สามารถนำเงินมาหมุนได้ ก็จะหนีหายไป ทิ้งไว้แต่เพียงหนี้สินให้กับคนที่อยู่ระดับล่าง ๆ

ธุรกิจขายตรงแอบแฝงแบบแชร์ลูกโซ่จดทะเบียนถูกต้องตามกฎหมาย แต่ไม่ดำเนินตามกฎหมาย ธุรกิจประเภทนี้มีวิวัฒนาการมาจากแชร์ลูกโซ่เพียงแต่ได้เปลี่ยนวิธีการและรูปแบบในการดำเนินธุรกิจใหม่ โดยการนำเอาสินค้าและบริการมาใช้บังหน้า ธุรกิจนี้จะมีการโฆษณาชวนเชื่อแอบอ้างบุคคลสำคัญเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและอวดอ้างสรรพคุณสินค้าจนเกินจริง เพื่อดึงดูดความสนใจและทำให้ราคาสินค้าสูงขึ้น ธุรกิจขายตรงแอบแฝงแบบแชร์ลูกโซ่ จะเน้นการหาสมาชิกเข้าร่วมเครือข่ายเป็นหลัก ไม่เน้นการขายสินค้า ส่วนใหญ่ที่นำมาขายตรงได้แก่ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม สมุนไพร อัญมณี และคอร์สการเรียนหลักสูตรต่าง ๆ กลุ่มเป้าหมายที่ตกเป็นเหยื่อของธุรกิจขายตรงแอบแฝงแบบแชร์ลูกโซ่มักเป็นผู้มีรายได้ปานกลาง หรือนักศึกษาจบใหม่ที่กำลังหางานทำ ผู้ประกอบการจะใช้วิธีการลงประกาศทางหนังสือพิมพ์ เว็บไซต์ รับสมัครงาน ในตำแหน่งต่าง ๆ แต่แท้จริงแล้วเมื่อมีใครหลงเข้าไป ผู้ประกอบการจะให้สมัครสมาชิกเพื่อทำธุรกิจขายตรงแอบแฝงแบบแชร์ลูกโซ่ตามเงื่อนไขที่กำหนด

จากที่ได้กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่าธุรกิจแชร์ลูกโซ่เน้นการหาสมาชิกเป็นหลัก ใช้คำพูดหวานล่อมให้ซื้อสินค้า สะสมเต็ม ซึ่งสินค้าอาจไม่มีคุณภาพตามที่โฆษณา อวดอ้างเกินจริง ใช้สินค้าเป็นสื่อกลางในการทำธุรกิจ แต่ไม่เน้นการขายสินค้า จะเน้นการหาสมาชิกต่อ ๆ กันไปเป็นลูกโซ่ และต้องหาสมาชิกเพิ่มขึ้นตลอดเวลา เพราะฉะนั้นรายได้ของธุรกิจแชร์ลูกโซ่จึงมาจากค่าสมัครของสมาชิก ยิ่งมีการสมัครสมาชิกมากขึ้น ผลตอบแทนก็จะมากขึ้นตามไปด้วย และจากการที่ในปัจจุบันธุรกิจประเภทนี้มีจำนวนมากขึ้น และแพร่หลายเป็นจำนวนมากในกลุ่มนักเรียน นักศึกษา ซึ่งเป็นสิ่งที่ใกล้ตัวและอาจตกเป็นเหยื่อได้หากมีความรู้ไม่เพียงพอ ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะทำการศึกษาเกี่ยวกับธุรกิจแชร์ลูกโซ่เพื่อเป็นประโยชน์ในอนาคตต่อไป

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

4. แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับกระบวนการเปิดรับข่าวสาร (Selective Exposure)

การเปิดรับสารเปรียบเสมือน “ ประตูด่านแรก ” ที่จะนำบุคคลไปสู่การรับรู้สิ่งใหม่ ๆ สื่ออินเตอร์เน็ตคงไม่อาจเกิดผลใด ๆ ต่อผู้รับสารได้ หากเขาไม่เปิดรับสื่อนี้ ซึ่งการเปิดรับสื่อนี้ไม่ว่าผู้รับสารจะใช้สื่อใดก็ตาม ผู้รับสารจะมีการเลือกสรรและการแสวงหาข่าวสารให้เป็นไปตามความต้องการของตน เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจในกิจกรรมต่าง ๆ โดยผู้รับสารมีกระบวนการเลือกสรรข่าวสาร (Selective Process) ในการรับรู้ 4 ขั้นตอนดังนี้

1) การเลือกรับสื่อหรือการเลือกใช้ (Selective Exposure) บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งต่าง ๆ ตามที่ตนสนใจ และตอบสนองความต้องการของตน

2) การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) นอกจากบุคคลจะเลือกเปิดรับข่าวสารตามความต้องการของตนแล้ว บุคคลยังเลือกให้ความสนใจต่อข่าวสารที่ได้รับซึ่งสอดคล้องหรือเข้ากันได้กับทัศนคติและความเชื่อของบุคคลนั้น ๆ ในขณะเดียวกันก็พยายามหลีกเลี่ยงการรับข่าวสารที่ขัดต่อทัศนคติของตน ทั้งนี้เพราะการได้รับข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับความรู้สึกนั้นจะทำให้บุคคลเกิดความรู้สึกไม่พึงพอใจและสับสนได้

3) การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Selective Interpretation) เมื่อบุคคลเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งแล้ว ผู้รับสารอาจมีการเลือกรับรู้และเลือกตีความสารที่ได้รับด้วย ตามประสบการณ์ ตามความเข้าใจ หรือตามทัศนคติความเชื่อ ความต้องการและแรงจูงใจของตนในขณะนั้น

4) การเลือกจดจำ (Selective Retention) หลังจากที่บุคคลเลือกให้ความสนใจ เลือกรับรู้และตีความข่าวสารไปในทิศทางที่สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อของตนแล้ว บุคคลยังเลือกจดจำเนื้อหาสาระของสารในส่วนที่ต้องการจำไว้เป็นประสบการณ์ ในขณะเดียวกันก็มักจะลืมข่าวสารที่ไม่ตรงกับความต้องการของตนเอง (อรอุมา ศรีสุทธิพันธ์, 2545 : 16)

เมอร์ริลล์และโลเวนสไตน์ (Merril and Ralph, 1971 : 134-135 อ้างถึงในอรอุมา ศรีสุทธิพันธ์, 2545 : 17) ได้กล่าวถึงแรงผลักดันที่ทำให้บุคคลใดบุคคลหนึ่งเปิดรับข่าวสารว่าเกิดจากสาเหตุ 4 ประการ ได้แก่

1) ความเหงา เพราะมนุษย์ต้องการมีเพื่อน ไม่สามารถอยู่ได้เพียงลำพัง ซึ่งสื่อมวลชนสามารถเป็นเพื่อนแก้เหงาได้ เพราะมาสร้างแรงกดดันการสนทนาแก่ผู้รับ

2) ความอยากรู้อยากเห็น เพราะเป็นสัญชาตญาณของมนุษย์ที่ต้องการจะรับรู้ข่าวสาร เพื่อตอบสนองความต้องการของตน

3) ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง มนุษย์ทุกคนจะแสวงหาและใช้ข่าวสารให้เป็นประโยชน์ต่อตนเองทั้งในแง่ของการได้รับความรู้ ความสนุกสนาน ความบันเทิง หรือความสุขกายสบายใจ

4) ลักษณะเฉพาะของสื่อมวลชนทั่วไป ผู้รับสารแต่ละคนจะหันเข้าหาลักษณะเฉพาะบางอย่างจากสื่อที่จะตอบสนองความต้องการและทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจ

กล่าวโดยสรุปได้ว่า กระบวนการเปิดรับข่าวสารของมนุษย์จะเริ่มต้นจากสื่อที่มนุษย์ให้ความสนใจ ผู้รับข่าวสารจะต้องใช้วิจารณญาณในการรับข่าวสารด้วย ในขณะเดียวกันก็ควรหลีกเลี่ยงการรับข่าวสารที่เกินความเป็นจริง ควรศึกษาหาข้อมูลของข่าวสารให้เพียงพอและใช้ประกอบในการตัดสินใจ เพื่อรักษาสิทธิประโยชน์ของตนเอง ซึ่งธุรกิจแชนัลลูกโซ่จะใช้ช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่ผู้บริโภคให้ความสนใจและเป็นที่ยอมรับ เพราะผู้บริโภคในปัจจุบันมีการใช้สื่อออนไลน์อย่างแพร่หลายสามารถเข้าถึงได้ง่ายและรวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะและวิธีการดำเนินธุรกิจแชนัลลูกโซ่ในปัจจุบัน

5. แนวคิดช่องทางการจัดจำหน่าย

ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง กลไกที่เกี่ยวข้องกับการทำให้สินค้าเคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตไปถึงมือของผู้บริโภค หลักเกณฑ์ของช่องทางการจัดจำหน่ายต้องพิจารณามีดังนี้

สถานที่ตั้ง จะพิจารณาเกี่ยวกับจะขายสินค้า ณ ที่ใด ถ้าสถานที่ได้เปรียบจะมีโอกาสมากกว่าคู่แข่ง สถานที่ตั้งต้องคำนึงถึงการกระจายเชิงกายภาพจะตั้งโรงงานที่ใด ตั้งร้านค้าที่ใด ต้องคำนึงถึงความสะดวกในการขนส่ง สถานที่ตั้งในที่นี้ไม่ได้หมายถึงสถานที่ตั้งของร้านค้าเพียงอย่างเดียวแต่ยังหมายความรวมไปถึงสถานที่ตั้งของโรงงานของสำนักงานคลังเก็บสินค้า

ช่องทางการจัดจำหน่าย การจัดจำหน่ายจะผ่านใครบ้าง เช่น อาจส่งตรงไปยังร้านค้า หรือบางครั้งไม่สามารถที่จะจัดส่งโดยตรง ได้อาจจะต้องผ่านผู้ค้าส่ง แล้วจากผู้ค้าส่งไปยังร้านค้าย่อย ในฐานะที่กิจการเป็นผู้ผลิตไม่ชำนาญเรื่องการตลาดก็ตั้งผู้จัดจำหน่ายซึ่งจะทำการตลาดและกระจายสินค้าเข้าสู่ผู้ค้าส่งผู้ค้าปลีกต้องพิจารณาว่ากิจการต้องการที่จะผ่านคนกลางมากน้อยแค่ไหน ข้อเสียของการผ่านคนกลางก็คือทุกครั้งที่ผ่านมาจะมีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น ข้อดีก็คือคนกลางจะอำนวยความสะดวกให้สินค้าต่างๆ ไหลลื่นไปได้อย่างสะดวกเพราะมีความชำนาญในการดำเนินงาน

ประเภทชนิดของช่องทางการเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายจะต้องพิจารณาถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายว่าเป็นใครพฤติกรรมในการซื้อของลูกค้าเป้าหมาย เช่น ซื้อเงินสดหรือเครดิตต้องจัดส่งหรือไม่ซื้อบ่อยแค่ไหน และการพิจารณาที่ตั้งของลูกค้าตามสภาพภูมิศาสตร์ จำเป็นหรือไม่ ที่จะต้องมีร้านค้าสะดวกซื้อ ร้านขายสินค้าลดราคา ร้านสหกรณ์ ร้านขายของชำ ขายทางไปรษณีย์ ขายทางเค็ตตาลี้อ หรือใช้พนักงานขาย ฯลฯ จะตั้งเกณฑ์แบบใดนั้น ขึ้นอยู่กับช่องทาง(Outlet) ว่าแบบใดที่จะเหมาะสม ต้องพิจารณาว่าอย่ากระจายสินค้ามากเกินไปจนทำให้ควบคุมไม่ได้ขณะเดียวกันก็ควรระวังว่าช่องทางจะน้อยเกินไป จนโอกาสการขายต่ำลงการโฆษณาที่จะสูญเปล่านั้นจะต้องพิจารณาว่าจะใช้ช่องทางประเภทใดในระดับการกระจายความเสี่ยงขนาดใดการพิจารณาจะใช้จำนวนคนกลางในระดับใดระดับหนึ่ง มีทางเลือกดังนี้

- การจำหน่ายอย่างทั่วถึง กระจายไปอย่างกว้างขวาง พยายามครอบคลุมตลาดทั้งหมดส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าสะดวกซื้อ เช่น ยาสีฟัน แปรงสีฟัน สบู่ กระจายได้มากจะทำให้ขายสินค้าได้มาก

- การจำหน่ายแบบเลือกสรร โดยเลือกร้านที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์และลูกค้าที่สามารถควบคุมดูแลได้ การให้บริการ การบำรุงรักษาหรือการบริการหลังการขายเหมาะสำหรับสินค้าเลือกซื้อ (Shopping goods) ซึ่งหมายถึงสินค้าที่ผู้บริโภคมักจะดูหลาย ๆ ยี่ห้อหลาย ๆ แบบเปรียบเทียบกัน ก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ

- การจำหน่ายแบบเจาะจง คือร้านเฉพาะตัวของกิจการ สินค้าจะเป็นประเภทเจาะจงซื้อ (Special goods) หรือเลือกซื้อ (Shopping goods) สินค้าพวกนี้ลูกค้าจะซื้อด้วยการเจาะจงหรือมีความจงรักภักดีต่อตราสินค้าสูง เมื่อลูกค้าเจาะจงซื้อที่ตราสินค้า กิจการก็ไม่จำเป็นต้องกระจายออกไปให้กว้างมาก

ระบบการขนส่ง กิจการจะมีระบบในการขนส่งอย่างไร จะมีรถสักกี่คัน ตั้งสายในการเดินรถไฟอย่างไร จึงจะทำให้เราสามารถบริการลูกค้าได้อย่างดีที่สุด สินค้าที่ได้กระจายอย่างทั่วถึงและทันเวลา

การจัดการสินค้าคงคลัง จะเกี่ยวข้องกับต้นทุน ควรผลิตกันทำให้เพียงพอกับขนาดคลังสินค้าที่มีอยู่และพอเพียงกับความต้องการของลูกค้า ถ้าผลิตมากเกินไปจะทำให้สิ้นเปลืองต้นทุนการผลิตและยังต้องเสียค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บสินค้า เพราะฉะนั้นจะต้องมีสินค้าคงคลังพอเหมาะกับการคาดคะเนยอดขาย ถ้ามีน้อยเกินไปก็จะไม่เพียงพอทำให้สูญเสียโอกาสในการขายสิ่งที่สำคัญ คือเป็นสาเหตุที่ทำให้ลูกค้าซื้อสินค้าของคู่แข่งกันไปทดลองใช้ ถ้าลูกค้ามีความพึงพอใจแล้วจะเป็นการยากที่จะดึงลูกค้าให้กลับมาซื้อสินค้าของกิจการทำให้สูญเสียส่วนครองตลาดได้

การบริหารสินค้าคือ นอกจากจะพิจารณาเรื่องจำนวนแล้วจะต้องถ้าพิจารณาว่าเราควรมีสินค้าอะไรไว้ขายบ้างและสินค้าที่เราขายนั้นจะมีขนาด รุ่น สี ไซส์ ไหนบ้างและควรผลิตแต่ละขนาดแต่ละรุ่น แต่ละสี มากน้อยเพียงใด นอกจากนี้ ยังต้องดูแลเรื่องการจัดแสดงสินค้าอย่างสวยงาม และเหมาะสมที่จะดึงดูดลูกค้าได้ด้วย

กล่าวโดยสรุปได้ว่า ช่องทางการจัดจำหน่ายหรือการกระจายสินค้า เป็นการเชื่อมโยงผู้ผลิตไปยังผู้ซื้อ ไปยังตลาดเป้าหมายด้วยช่องทางและสถาบันการตลาดที่เหมาะสม ทำการขาย ส่งเสริมโฆษณา การตลาด อย่างมีประสิทธิภาพ ช่องทางการตลาดอาจขึ้นเพียงกับผู้ผลิต ไปยังผู้บริโภคโดยตรง หรืออาจมีคนกลางหลายแห่งเชื่อมโยงระหว่างกัน เช่น ผู้ขายส่ง ผู้กระจายสินค้า ตัวแทน และผู้ขายปลีก ซึ่งโดยปกติคนกลางมักเป็นอิสระต่อกันแต่เชื่อมโยงร่วมกัน คนกลางแต่ละแห่งจะได้รับสินค้าในจุดกำหนดราคาจุดหนึ่ง และเมื่อเคลื่อนย้ายต่อไปจุดกำหนดราคาก็จะสูงขึ้นเป็นอีกจุดหนึ่ง จนกระทั่งสินค้าไปถึงมือผู้บริโภค

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษารครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้รวบรวมงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

ปณิชา นิติพรมงคล (2553) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครให้ความสำคัญนิยมเว็บเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก (facebook) ในการเป็นสมาชิกมากที่สุด พฤติกรรมการใช้

เครือข่ายสังคมออนไลน์ มีความสัมพันธ์กับ เพศ, อายุ, อาชีพ, ระดับการศึกษา และรายได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และกลุ่มตัวอย่างของพนักงานในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มี เพศ อายุ การศึกษา รายได้ แตกต่างกัน มีการแสดงพฤติกรรมการเข้าใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนอาชีพที่แตกต่างกัน มีการแสดงพฤติกรรมการเข้าใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ศิริพร กนกชัยสกุล (2553) ได้ศึกษาเรื่องเครือข่ายสังคมออนไลน์ พบว่า ด้วยเทคโนโลยีที่ก้าวหน้า จึงทำให้รูปแบบการใช้ชีวิตของคนในปัจจุบันเปลี่ยนไป ผู้คนโดยเฉพาะวัยรุ่นส่วนใหญ่ใช้เวลาอยู่หน้าเครื่องคอมพิวเตอร์มากกว่าการออกไปพบปะเพื่อนฝูง ทั้งนี้เพราะเว็บไซต์ในปัจจุบันมีลักษณะเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Networking Website) นอกจากนั้น ยังมีเว็บไซต์ประเภท Virtual World ซึ่งทำให้ผู้ใช้สามารถสร้างโลกเสมือนของตนเองขึ้นได้ในโลกไซเบอร์

ศรียทิพ บุญเยี่ยม (2547) ศึกษาเรื่อง MLM โอกาสทางธุรกิจสำหรับสินค้าไทยในตลาดโลก พบว่า การขายตรงแบบหลายชั้นหรือที่เรียกกันว่า การตลาดแบบ MLM (Multi-level Marketing) เป็นรูปแบบการขายตรง ซึ่งมีผู้จัดจำหน่าย (Distributor) เป็นผู้ดำเนินการขายธุรกิจแบบ MLM นี้จะให้ผลตอบแทนกับผู้จำหน่ายใน 2 ลักษณะ คือ ผลตอบแทนในรูปแบบของกำไรจากการขายสินค้าหรือบริการ และผลตอบแทนจากการขายของผู้จัดจำหน่ายในลำดับถัดไป (Down line) ในปีพ.ศ. 2547 ธุรกิจ MLM กระจายในธุรกิจสำคัญหลายประเภท และมีอยู่มากกว่า 170 ประเทศทั่วโลก มูลค่าตลาดรวมมีมากกว่า 88,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และในปี พ.ศ. 2548 นี้จีนจะเปิดตลาดธุรกิจขายตรงขึ้นอีกครั้ง ซึ่งถือเป็นมูลค่าตลาดมหาศาลที่จะเกิดขึ้น นับว่า MLM เป็นโอกาสของผู้ที่จะสร้างธุรกิจระดับโลกด้วยต้นทุนต่ำ

ศิริวรรณ ศรีวิษณุพงษ์ (2543) ได้ศึกษาเรื่องแนวโน้มสื่อโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยในทศวรรษหน้า (พ.ศ.2542-2551) โดยพบว่า ด้านแนวโน้มค่าความแตกต่างระหว่างสื่อโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต และสื่อโฆษณาแบบดั้งเดิมพบว่า การเข้าถึง (reach) ของสื่อโฆษณาโทรทัศน์จะเข้าถึงและตอบสนองได้มากกว่า และยังเป็นสื่อแบบ pull คือ ผู้รับสารจะเป็นคนกำหนดเองว่าจะเลือกเข้าไปดูหรือไม่เข้าไปดูข้อมูลนั้น ส่วนด้านปฏิกริยาย้อนหลัง พบว่า สื่อโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตมีประสิทธิภาพในการย้อนกลับสูง ในขณะที่สื่อโทรทัศน์มีการย้อนกลับต่ำ

เพ็ญทิพย์ จิรพินนุสรณ์ (2539) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารผ่านสื่อมวลชนและอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาและบุคลากรของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ โดยศึกษานักศึกษาและเจ้าหน้าที่ อาจารย์ จำนวน 350 คน ผลการวิจัยพบว่า บุคลากรส่วนใหญ่ค้นหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตในเรื่องเกี่ยวกับศึกษาค้นคว้า วิทยาศาสตร์เทคโนโลยี บันเทิง ตามลำดับ บริการอินเทอร์เน็ตที่ใช้มากที่สุดคือ เวิลด์ ไวด์ เว็บ การสื่อสารสองทางผ่านไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์

และถ่ายโอนข้อมูลประเภทซอฟต์แวร์เพื่อมาใช้งาน ส่วนปัญหาและอุปสรรคนั้นมาจากสื่อสารที่มีความเร็วต่ำ

สำหรับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ได้ศึกษามาทั้งหมดนั้น ในแต่ละเรื่องก็จะมีการศึกษาและมีวัตถุประสงค์ในประเด็นที่แตกต่างกันออกไป ทั้งการศึกษาในส่วนของการพัฒนาของเทคโนโลยีการสื่อสาร พฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารของผู้บริโภค พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์หรือรวมถึงโอกาสในการขยายตัวของธุรกิจ แต่สำหรับในการศึกษางานวิจัยที่ผู้ศึกษาสนใจที่จะให้ความสำคัญในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้แก่การมุ่งเน้นที่จะศึกษาถึงกระบวนการเข้าสู่ธุรกิจแซร์ลูกโซ่ เพื่อให้ทราบถึงช่องทางการประชาสัมพันธ์และกระบวนการชักจูงเข้าสู่ธุรกิจแซร์ลูกโซ่ ลักษณะและวิธีการดำเนินธุรกิจแซร์ลูกโซ่ และผลกระทบจากการเข้าสู่ธุรกิจแซร์ลูกโซ่ เพื่อนำความรู้ที่ได้จากการศึกษานั้นมาเป็นแนวทางในการตัดสินใจที่จะร่วมลงทุนในธุรกิจต่าง ๆ แก่ผู้บริโภคที่อาจตกเป็นเหยื่อของธุรกิจที่ผิดกฎหมายได้ โดยเฉพาะนักเรียน นักศึกษาที่ไม่มีความรู้ในการดำเนินธุรกิจมากพอ และเพื่อการเข้ามาตรวจสอบของหน่วยงานของรัฐบาลที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ

ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

บทที่ 3 วิธีดำเนินการศึกษา

การศึกษาเรื่อง “ กระบวนการเข้าสู่ธุรกิจแฮร์ลุคโซ่ ” เป็นการศึกษาโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ในรูปแบบของการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) โดยสัมภาษณ์ผู้ที่เคยสมัครเป็นสมาชิกของธุรกิจแฮร์ลุคโซ่ และผู้ที่ เป็นสมาชิกอยู่ในปัจจุบันเพื่อให้รับทราบข้อมูลรายละเอียด และประกอบกับการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์และอธิบายตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา

กลุ่มผู้ให้ข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจง (Purposive Sampling) แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ซึ่งเป็นผู้ที่มีความรู้และมีประสบการณ์เกี่ยวกับธุรกิจแฮร์ลุคโซ่ ดังนี้

กลุ่มที่ 1 ได้แก่ ผู้ที่เคยสมัครเป็นสมาชิกธุรกิจแฮร์ลุคโซ่ จำนวน 5 คน ซึ่งให้ข้อมูลเกี่ยวกับช่องทางการประชาสัมพันธ์และกระบวนการชักจูงเข้าสู่ธุรกิจแฮร์ลุคโซ่ ลักษณะและวิธีการดำเนินธุรกิจแฮร์ลุคโซ่ และผลกระทบจากการเข้าสู่ธุรกิจแฮร์ลุคโซ่

กลุ่มที่ 2 ได้แก่ ผู้ที่เป็นสมาชิกของธุรกิจแฮร์ลุคโซ่ในปัจจุบัน จำนวน 5 คน ซึ่งให้ข้อมูลเกี่ยวกับช่องทางการประชาสัมพันธ์และกระบวนการชักจูงเข้าสู่ธุรกิจแฮร์ลุคโซ่ ลักษณะและวิธีดำเนินธุรกิจแฮร์ลุคโซ่

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้แก่ การเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ใช้วิธีการสัมภาษณ์โดยใช้แบบสัมภาษณ์ (Interview Transcript) ผู้ศึกษาได้เลือกบุคคลที่ให้ความสำคัญ สำหรับการสัมภาษณ์เจาะลึกแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ได้แก่ ผู้ที่เคยสมัครเป็นสมาชิกธุรกิจแฮร์ลุคโซ่ จำนวน 5 คน

ส่วนที่ 2 ได้แก่ ผู้ที่เป็นสมาชิกของธุรกิจแฮร์ลุคโซ่ในปัจจุบัน จำนวน 5 คน

และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant observation) ได้แก่ การเก็บรวบรวมข้อมูล จากการที่ผู้ศึกษาเข้าไปสู่กระบวนการของธุรกิจแฮร์ลุคโซ่ด้วยตนเอง

การเก็บข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้แก่ การสำรวจเอกสาร (Documentary Research) ผู้ศึกษาคำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์ผล การศึกษาร่วมกับข้อมูลปฐมภูมิ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาคำนี้ใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-Dept Interview) ผู้ศึกษากำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิด และเป็นการสัมภาษณ์โดยมีกรอบในการสัมภาษณ์ ซึ่งเป็นคำถามที่เข้าใจง่ายและไม่ชี้นำคำตอบ และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม โดยมีเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. แบบสัมภาษณ์เชิงลึก สำหรับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก 2 กลุ่ม ได้แก่ ผู้ที่เคยเป็นสมาชิกธุรกิจแชร์ลูกโซ่ และผู้ที่เคยเป็นสมาชิกธุรกิจแชร์ลูกโซ่ในปัจจุบัน
2. การสังเกตแบบมีส่วนร่วม โดยการแฝงตัวเข้าสู่กระบวนการทำธุรกิจนี้จริง ผู้ศึกษาสังเกตพฤติกรรมของผู้ที่เป็นผู้ก่อตั้งธุรกิจแชร์ลูกโซ่ ตลอดจนผู้ที่ถูกชักจูงเข้ามาร่วมในกระบวนการของธุรกิจ โดยเข้าไปมีส่วนร่วมในเหตุการณ์จากการอบรมเสมือนผู้สนใจทั่วไป สังเกตพฤติกรรมผู้ที่เป็นวิทยากรขณะที่กำลังพูดชักจูงผู้ที่เข้าร่วมอบรม
3. เก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร เช่น บทความ ข่าว บทสัมภาษณ์จากนิตยสารและสื่อต่าง ๆ เป็นต้น

การสร้างเครื่องมือในการวิจัย

ในการศึกษาคำนี้ ผู้ศึกษาสร้างแบบสัมภาษณ์และตัวอย่างคำถามในการสัมภาษณ์ โดยกำหนดกรอบในการสัมภาษณ์ด้วยวิธีดังนี้

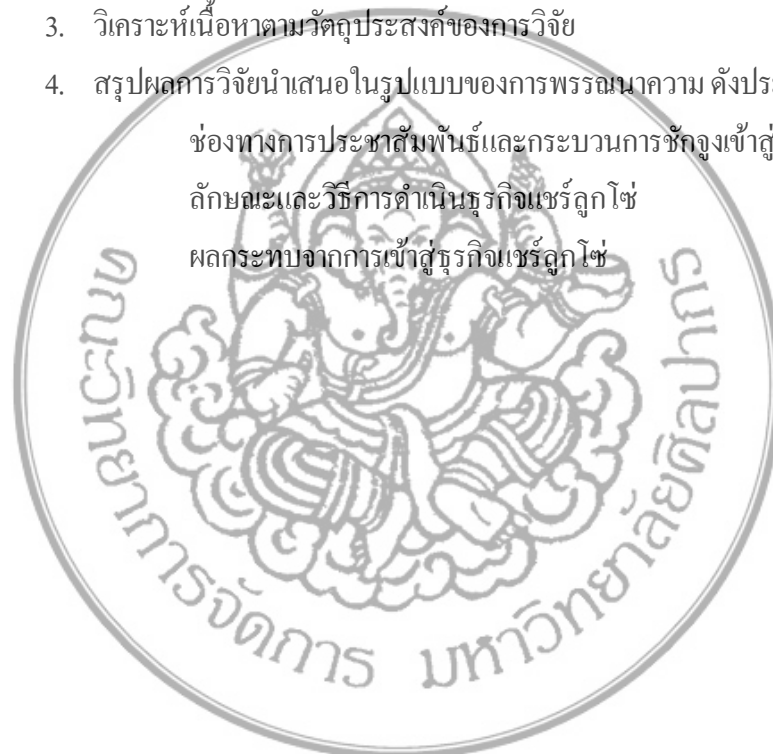
1. ศึกษาเอกสารงานวิจัย เพื่อทบทวนวรรณกรรมและศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการเข้าสู่ธุรกิจแชร์ลูกโซ่ เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการสัมภาษณ์
2. ดำเนินการร่างแบบสัมภาษณ์ และหัวข้อคำถาม
3. เสนอร่างแบบสัมภาษณ์ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบ และให้ข้อเสนอแนะ
4. นำแบบคำถามการสัมภาษณ์มาแก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา
5. นำแบบสัมภาษณ์ฉบับสมบูรณ์ไปสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้ดำเนินการสัมภาษณ์และสังเกตครบแล้ว ผู้ศึกษาจะดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลและการสังเกตแบบมีส่วนร่วม นำมาตรวจสอบความครบถ้วนของข้อมูล
2. วิเคราะห์เนื้อหาข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องประกอบกับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลและการสังเกตแบบมีส่วนร่วม
3. วิเคราะห์เนื้อหาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย
4. สรุปผลการวิจัยนำเสนอในรูปแบบของการพรรณนาความ ดังประเด็นต่อไปนี้

ช่องทางการประชาสัมพันธ์และกระบวนการชักจูงเข้าสู่ธุรกิจแชร์ลูกโซ่
ลักษณะและวิธีการดำเนินธุรกิจแชร์ลูกโซ่
ผลกระทบจากการเข้าสู่ธุรกิจแชร์ลูกโซ่



ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการศึกษาเรื่อง “ กระบวนการเข้าสู่ธุรกิจแฮร์ลุคโซ่ ” ในครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ทำการสังเกต การสัมภาษณ์และทำการศึกษาข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลต่าง ๆ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ช่องทางการ ประชาสัมพันธ์และกระบวนการชักเข้าสู่ธุรกิจแฮร์ลุคโซ่ ลักษณะและวิธีการดำเนินธุรกิจแฮร์ลุคโซ่ และผลกระทบจากการเข้าสู่ธุรกิจแฮร์ลุคโซ่ ซึ่งจะแบ่งผลการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ช่องทางการประชาสัมพันธ์และกระบวนการชักจูงเข้าสู่ธุรกิจแฮร์ลุคโซ่

- 1.1 ช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์
- 1.2 วิธีการพูดโน้มน้าวใจของวิทยากรในการเข้าร่วมประชุม
- 1.3 ปัจจัยที่ทำให้เกิดความสนใจสมัครเข้าเป็นสมาชิกธุรกิจแฮร์ลุคโซ่

ส่วนที่ 2 ลักษณะและวิธีการดำเนินธุรกิจแฮร์ลุคโซ่

- 2.1 ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจแฮร์ลุคโซ่
- 2.2 ลักษณะการดำเนินงานของธุรกิจแฮร์ลุคโซ่
- 2.3 ธุรกิจแฮร์ลุคโซ่กับธุรกิจขายตรง
- 2.4 ขั้นตอนและค่าใช้จ่ายในการสมัครเข้าเป็นสมาชิกธุรกิจแฮร์ลุคโซ่
- 2.5 วิธีการชักจูงให้ผู้อื่นสนใจในธุรกิจแฮร์ลุคโซ่
- 2.6 สถานที่และค่าใช้จ่ายในการประชุม

2.7 สถานที่และเวลาในการทำงาน

ส่วนที่ 3 ผลกระทบจากการเข้าสู่ธุรกิจแฮร์ลุคโซ่

- 3.1 ผลกระทบทางด้านบวก
- 3.2 ผลกระทบทางด้านลบ
- 3.3 ผลกระทบต่อธุรกิจ
- 3.4 ผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมทางสังคม

ส่วนที่ 1 ช่องทางการประชาสัมพันธ์และกระบวนการชักจูงเข้าสู่ธุรกิจแชร์ลูกโซ่

จากการที่สื่อการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ในประเทศไทยมีการพัฒนาก้าวหน้ารวดเร็วมากยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่ทำให้การประกอบธุรกิจประเภทต่าง ๆ มีความแพร่หลายมากขึ้น เพราะการพัฒนาของเทคโนโลยีการสื่อสาร เช่น สื่อออนไลน์ ซึ่งเป็นการเอื้อประโยชน์อย่างยิ่งต่อการทำการประชาสัมพันธ์ของธุรกิจให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็วมากยิ่งขึ้นด้วย และเป็นการเพิ่มช่องทางการรับรู้ข่าวสารของผู้บริโภคได้ง่าย รวมถึงการเอื้อประโยชน์ต่อธุรกิจแชร์ลูกโซ่ที่โดยส่วนมากมักมีการทำการโฆษณาผ่านทางสื่อออนไลน์

1.1 ช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์

จากการเข้าไปสังเกตด้วยตนเองและการสัมภาษณ์จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูล พบว่า ช่องทางการโฆษณาของธุรกิจแชร์ลูกโซ่ส่วนใหญ่ มักเป็นช่องทางที่มีผู้บริโภคเข้าถึงเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะสื่อออนไลน์ เช่น Facebook ที่กำลังเป็นที่นิยมกันอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน เพราะสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้รวดเร็ว โดยผู้ที่สนใจสมัครเป็นสมาชิกได้ให้เหตุผลว่า รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการทำธุรกิจประเภทนี้จากการโฆษณาผ่านทาง e-mail ซึ่งเป็น Forward mail หรือผ่านทาง Facebook ที่โดยส่วนใหญ่จะเป็นรูปภาพที่เท่ๆ กัน โดยในรูปภาพจะเป็นรูปของคนถือเงินจำนวนมาก และมีข้อความโฆษณาที่ชวนเชื่อ ยกตัวอย่างเช่น “ทำงานง่าย ได้เงินเร็ว” ทำให้เกิดความสนใจที่จะสมัคร หรืออีกช่องทางหนึ่งคือ มีการติดใบปลิวตามป้ายรถเมล์ เสาไฟฟ้า หรือสถานที่ที่มีผู้คนเดินผ่านเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะในบริเวณที่เป็นมหาวิทยาลัย และอีกเหตุผลหนึ่งคือ การที่เพื่อนมีบุคคลรู้จักที่ทำงานประเภทนี้อยู่ หรือที่เรียกว่า Upline เมื่อได้รับการชักชวนจากผู้ที่ เป็น Upline แล้วเกิดความสนใจในงานประเภทนี้ จึงชักชวนกันเข้าไปร่วมในการประชุม ผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวว่า “เห็นโฆษณาใน Facebook ที่เป็นรูปคนถือเงินจำนวนมาก ตอนแรกก็เห็นก็ไม่ได้สนใจอะไร แต่พอเห็นบ่อย ๆ จึงเกิดความสนใจอยากรู้อยากเห็น รายละเอียดของงานมากขึ้น ประกอบกับการที่อยากมีรายได้เสริมอยู่แล้ว ก็เลยลองคลิกเข้าไปดูรายละเอียด” (นางสาวเกศ นามสมมุติ, 2555)

และผลจากการสัมภาษณ์จากกลุ่มตัวอย่างอีกบุคคลหนึ่งทราบว่า “ได้รับ mail บ่อยมาก เป็นการโฆษณาชวนทำงานประเภทนี้ข้อมูล บอกว่าทำงานง่ายและสะดวก ไม่ต้องเดินทาง เปิด mail ก็ครั้งก็จะได้รับแบบนี้ประจำ ถ้าไม่ใช่งานนี้ข้อมูล ก็เป็นงานประเภทขายอาหารเสริม” (นางสาวสวย นามสมมุติ, 2555)

1.2 วิธีการพูดโน้มน้าวใจของวิทยากรในการเข้าร่วมประชุม

จากที่ได้เข้าไปสังเกตแบบมีส่วนร่วม ทำให้ผู้ศึกษาทราบว่า สิ่งแวดล้อมเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งในการดึงดูดความสนใจของผู้ที่ต้องการทราบรายละเอียดของงานดังกล่าว ซึ่งจะเห็นได้ว่า ผู้ที่

เป็นพนักงานในบริษัทที่มีการแต่งกายที่ดูมีความน่าเชื่อถือ ใส่ชุดสูท ผูกเนกไท เป็นชุดยูนิฟอร์มของบริษัท ซึ่งเสมือนเป็นนักธุรกิจ และสภาพแวดล้อมภายในบริษัท มีการตกแต่งด้วยรูปภาพของผู้ที่เป็นสมาชิกกับทางบริษัทอยู่และประสบความสำเร็จจากการทำงาน ได้เงินเดือนเป็นจำนวนมาก มีการยกตัวอย่างพนักงานที่ประสบความสำเร็จว่ามีตัวตนและได้รับเงินเดือนจริงจากการทำงาน ผู้ที่เป็นพนักงานจะทำการติดต่อกับผู้ที่ฝากประวัติไว้กับทางเว็บไซต์ของบริษัท เพื่อมารับทราบรายละเอียดของงาน เมื่อผู้ที่สนใจสมัครเดินทางมาถึงบริษัทก็จะได้รับการต้อนรับจากพนักงานอย่างเป็นกันเอง ใช้คำพูดที่สุภาพ และมีการสอบถามรหัสลับที่ได้รับจากการฝากประวัติไว้ จากนั้นจะมีพนักงานมารวมพูดคุยเกี่ยวกับการทำงาน และมีการแสดงวิธีการตรวจสอบยอดเงินที่สมาชิกจะได้รับเมื่อทำงานในแต่ละเดือน ซึ่งขึ้นอยู่กับปริมาณงานที่สามารถทำได้ในแต่ละวัน และเชิญชวนให้สมัครเป็นสมาชิกด้วยคำพูดที่ดึงดูดความสนใจเป็นอย่างมาก จากการสังเกตแบบมีส่วนร่วม พนักงานของบริษัทคนหนึ่งกล่าวว่า “ตอนนี้ที่กับแฟนก็ทำอยู่ ใช้เวลาช่วง 3 ทุ่ม ถึง ตี 1 ทุกวัน แค่นั่งคลิก ๆ ไป เดียวก็ได้เงิน ตอนนี้รายได้ก็ประมาณ 30,000 บาทต่อเดือน เห็นใหม่ทำงานง่ายมาก ไม่เหนื่อย ไม่ต้องเดินทางด้วย ” (นายกอล์ฟ นามสมมุติ พนักงานบริษัท, 2555)

และจากการสัมภาษณ์ผู้ที่เคยเข้าไปร่วมประชุมกล่าวว่า ผู้ที่เป็นวิทยากรในการประชุมแต่งตัวภูมิฐาน กล่าวว่าตนเป็นผู้บริหารที่มีรายได้ต่อเดือนเป็นจำนวนมากจนถึงประมาณหลักล้านต่อเดือน และทำธุรกิจนี้มาเป็นระยะเวลานาน โดยใช้วิธีการพูดในเชิงการปลุกกระดม ล้างสมองผู้ที่เข้าร่วมประชุม ใช้คำพูดที่หยาบคายเพื่อสร้างความเป็นกันเองกับผู้ร่วมประชุม โดยวิทยากรมีการผลัดเปลี่ยนกันขึ้นมาให้ความรู้ โดยแต่ละคนจะพูดถึงรายได้ของตนเองจากการทำงานที่มีจำนวนมากต่อเดือน และพูดถึงการทำงานที่ง่าย เพียงแค่นั่งอยู่หน้าคอมพิวเตอร์ก็สามารถมีเงินใช้ได้อย่างสบาย เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ร่วมประชุมให้ตัดสินใจสมัครเป็นสมาชิก นอกจากนี้ในการประชุมยังมีการให้ผู้เข้าร่วมประชุมเล่นเกมสล็อต ในลักษณะที่เป็นการทดลองสร้างเครือข่ายของตนเองอีกด้วย ผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวว่า “เรามีเกมส์ให้เล่น โดยให้เขียนชื่อคนที่รู้จักจำนวน 100 คน พร้อมเบอร์โทรศัพท์ แล้วให้โทรไปชวนชื่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่ทางบริษัทจำหน่ายอยู่ โดยใช้เวลาเพียงแค่ 1 นาทีเท่านั้น ต่อจากนั้นก็มีคนเข้าร่วมประชุมกับทางบริษัท ขายผลิตภัณฑ์ได้ภายในเวลาที่กำหนด แล้วได้เงินรางวัลทันที จำนวน 3,000 บาท ทำให้เกิดความสนใจอยากทำงานมากขึ้น ” (นางสาวเอ นามสมมุติ, 2555)

1.3 ปัจจัยที่ทำให้เกิดความสนใจสมัครเข้าเป็นสมาชิกธุรกิจแชร์ลูกโซ่

ผลจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลทำให้ทราบว่า ปัจจัยที่ทำให้มีผู้สนใจสมัครเข้าเป็นสมาชิกธุรกิจประเภทนี้อาจมาจากหลายสาเหตุ โดยส่วนใหญ่จะพบข่าวการโฆษณาทาง Facebook บ่อยครั้ง โดยมีรูปภาพและข้อความที่น่าสนใจทำให้เกิดความสนใจอยากทดลองทำงาน หรือผู้ที่เคย

สมัครเป็นสมาชิกบางคน ได้รับการชักชวนจากเพื่อนหรือบุคคลใกล้ชิดที่ทำงานประเภทนี้ แล้วพบว่าประสบความสำเร็จ ได้รับรายได้จากการทำงานจริง จึงสนใจอยากทำประกอบกับการที่ต้องการมีรายได้เสริม หรือสมาชิกบางคนมีบุคคลที่รู้จักทำงานประเภทนี้ แล้วเห็นว่าเค้าประสบความสำเร็จ จึงสนใจอยากทำ หรือสมาชิกบางคนเกิดความอยากรู้อยากเห็นจากการโฆษณาชวนเชื่อ โดยที่ไม่รู้รายละเอียดเกี่ยวกับธุรกิจประเภทนี้มากนัก และเกิดความสนใจที่จะสมัครเป็นสมาชิก เพราะต้องการทราบรายละเอียดเกี่ยวกับธุรกิจประเภทนี้ และปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่ทำให้มีผู้บริโภคมั่นใจเป็นเหตุ คือ นักเรียนนักศึกษาที่อยากมีรายได้พิเศษหลังจากเวลาเรียน แต่ต้องการทำงานง่าย ๆ เห็นโฆษณาแล้วเกิดความสนใจและลองสมัคร ผู้ให้สัมภาษณ์คนหนึ่งกล่าวว่า “เห็นโฆษณาใน Facebook ที่เป็นรูปคนถือเงินจำนวนมาก ตอนแรกที่เห็นก็ไม่ได้สนใจอะไร แต่พอเห็นบ่อย ๆ จึงเกิดความสนใจอยากรู้รายละเอียดของงานมากขึ้น ประกอบกับการที่อยากมีรายได้เสริมอยู่แล้ว ก็เลยลองคลิกเข้าไปดูรายละเอียด ” (นางสาวเกด นามสมมุติ, 2555) ประกอบกับคำให้สัมภาษณ์ของผู้ให้สัมภาษณ์อีกหนึ่งบุคคลพบว่า “ มีเพื่อนของเพื่อนทำงานนี้อยู่ เพื่อนบอกว่าเขามีรายได้ดีมาก ถึงขนาดที่สามารถจ่ายค่าเทอมและซื้อโทรศัพท์มือถือยี่ห้อแพง ๆ ได้โดยที่ไม่ต้องขอเงินพ่อแม่เลย เราก็เลยคิดว่าอยากมีรายได้เสริมแบบนั้นบ้าง เวลาที่อยากได้อะไรจะได้ไม่ต้องรบกวนพ่อแม่ จึงสนใจอยากทำงานแบบนี้ดู และเห็นว่ามันทำงานง่ายและสะดวกด้วย ” (นายบี นามสมมุติ, 2555)

ส่วนที่ 2 ลักษณะและวิธีการดำเนินธุรกิจแชร์ลูกโซ่

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาพบว่าผู้ที่ เป็นสมาชิกหรือเคยเป็นสมาชิกธุรกิจแชร์ลูกโซ่ มีทุกเพศทุกวัย โดยวัยผู้ใหญ่จะเป็นผู้ที่มีเวลาว่างอยู่กับบ้าน ไม่ได้ทำงาน แต่โดยส่วนใหญ่แล้วจะเป็นนักศึกษาที่ต้องการทำงาน Part time หรือเป็นนักศึกษาที่จบการศึกษาแล้วยังไม่มียานพาหนะหรือการเรียกสัมภาษณ์งาน ประมาณ 75% ผู้ที่เคยสมัครเป็นสมาชิกธุรกิจแชร์ลูกโซ่กล่าวอีกว่า สมาชิกบางรายประสบความสำเร็จจนถึงขั้นที่ลาออกจากงานเพื่อมาทำธุรกิจนี้เองเต็มตัว และประกอบกับการที่ผู้ศึกษาเข้าไปสังเกตด้วยตนเองก็พบว่า ผู้ที่สนใจจะสมัครเป็นสมาชิกที่เดินทางมายังบริษัทเพื่อขอทราบรายละเอียด จะเป็นนักศึกษาเป็นจำนวนมาก

2.1 ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจแชร์ลูกโซ่

จากการสัมภาษณ์ประกอบกับการศึกษาจากเอกสาร พบว่า สาเหตุที่มีผู้สมัครเข้าเป็นสมาชิกธุรกิจแชร์ลูกโซ่ ส่วนใหญ่มักมีความรู้ที่ธุรกิจแชร์ลูกโซ่นั้น ไม่เน้นการขายสินค้าและบริการ แต่เน้นการหาสมาชิกจำนวนมาก ๆ สามารถทำงานที่บ้านได้ สะดวกไม่ต้องเดินทาง และใช้เวลาทำงานไม่มากนักในแต่ละวัน และส่วนใหญ่มีความรู้ที่เมื่อเป็นสมาชิกและมีรายได้ตามที่ต้องการแล้วก็

สามารถออกจากการเป็นสมาชิกได้ทันที หรือหากเป็นผู้บริโภคที่ทำการหาข้อมูลก่อนการตัดสินใจสมัครเป็นสมาชิก ก็จะมีความรู้ว่า ธุรกิจแซร์ลูคโซ้เป็นการระดมทุนจากประชาชนที่แพร่หลายและขยายตัวออกไปอย่างรวดเร็วมาก และมีการจ่ายค่าตอบแทนจากการที่สมาชิกหาสมาชิกใหม่เพิ่ม หากผู้ที่เป็นสมาชิกทำการหาสมาชิกใหม่เพิ่มอีกเป็นจำนวนมากเท่าไร ก็จะได้ค่าตอบแทนเป็นจำนวนมากเช่นกัน และอีกประเภทหนึ่ง คือ การขายสินค้าหลากหลายประเภท เช่น อาหารเสริม แต่โดยส่วนใหญ่แล้วก็เน้นการหาสมาชิกให้มีจำนวนมากเช่นเดียวกัน ผู้ให้สัมภาษณ์คนหนึ่งกล่าวถึงความรู้เกี่ยวกับธุรกิจแซร์ลูคโซ้ว่า “รู้ว่าเป็นธุรกิจที่ทำงานสบาย อยู่ที่บ้านก็ทำได้ แค่มียินเตอร์เน็ต แต่เน้นการหาสมาชิกให้ได้มาก ๆ รายได้ก็จะมาจากการที่หาสมาชิกได้เป็นจำนวนมากด้วย” (นางสาวสวย นามสมมุติ, 2555) ประกอบกับคำให้สัมภาษณ์ของผู้ให้สัมภาษณ์อีกบุคคลหนึ่งกล่าวว่า “ตอนแรกก่อนที่จะตัดสินใจสมัครเป็นสมาชิก เข้าใจว่าเป็นงานคล้ายกับงานขายตรงก็คิดว่าไม่น่าจะทำยากมาก เพราะแค่ขยันหาสมาชิกเพิ่ม ก็ได้เงินแล้ว เพราะเดี๋ยวนี้ขายตรงมีเยอะแยะและก็รายได้ดีด้วย” (นางสาวเอ นามสมมุติ, 2555)

2.2 ลักษณะการดำเนินงานของธุรกิจแซร์ลูคโซ้

จากการศึกษาข้อมูลจากเอกสารเกี่ยวกับธุรกิจประเภทนี้ พบว่า ลักษณะของผู้ประกอบการมีทั้งที่เป็นบุคคลธรรมดาและนิติบุคคล โดยอาจตั้งมาในรูปแบบบริษัทจำกัดที่มีหนังสือจดทะเบียนกับกระทรวงพาณิชย์ และมีสถานที่ตั้งจริง โดยจะเริ่มจากการโฆษณาชักชวนประชาชนให้มาร่วมลงทุนอย่างใดอย่างหนึ่ง ผ่านทางสื่อต่าง ๆ ที่สามารถเข้าถึงประชาชนได้รวดเร็วที่สุด ใช้คำโฆษณาเกินจริง โดยอ้างว่าจะจ่ายผลตอบแทนให้อัตราที่สูงในเวลาอันรวดเร็ว จึงเป็นเครื่องมือในการดึงดูดผู้บริโภคหรือผู้สนใจจะร่วมลงทุน และจะได้ผลประโยชน์ตอบแทน เมื่อหาสมาชิกมาร่วมลงทุนต่อ ๆ กันไป จึงจ่ายผลประโยชน์ตอบแทนได้ โดยจะทำการหาสมาชิกเป็นทอด ๆ เพื่อนำค่าสมัครสมาชิกหรือค่าซื้อสินค้ามาปันผลกัน ดังนั้นผู้ที่เข้ามาเป็นสมาชิกใหม่ จะต้องเสียเงินในอัตราที่สูง (ไม่ว่าจะเป็นค่าสมาชิกหรือค่าซื้อสินค้าต่าง ๆ) และสมาชิกใหม่ก็จะต้องหาสมาชิกเพิ่มอีก เพื่อที่จะได้ค่าสมัครสมาชิกจากสมาชิกใหม่ ยิ่งหาได้มากก็จะได้เงินคืนมามาก ยิ่งมากขึ้นเรื่อย ๆ ก็จะได้ผลกำไรมากกว่าที่ลงทุนไป และประกอบกับการสัมภาษณ์จากผู้ที่เคยเป็นสมาชิกธุรกิจแซร์ลูคโซ้ พบว่า หากสามารถชักชวนผู้ที่สนใจให้สมัครเป็นสมาชิกเพิ่มมากเท่าไร ผลตอบแทนในแต่ละเดือนก็ยิ่งมากขึ้นด้วยเช่นกัน “ทางบริษัทอ้างว่าเป็นธุรกิจขายผลิตภัณฑ์เสริมอาหารยี่ห้อหนึ่งที่ต้องทำตามกฎหมาย โดยถ้าจะสมัครเป็นสมาชิกต้องซื้อผลิตภัณฑ์จำนวนหนึ่ง เพื่อซื้อขึ้น จากนั้นถ้าขายได้เป็นจำนวนมาก รายได้ก็จะมาก โดยคิดตามเปอร์เซ็นต์และก็จะได้เลื่อนขั้นตามยอดขาย” (นางสาวเอ นามสมมุติ, 2555) ประกอบกับคำให้สัมภาษณ์ของผู้ให้สัมภาษณ์อีกบุคคลหนึ่งบุคคลกล่าวว่า “งานแบบนี้เน้นการหาสมาชิกให้ได้มาก ๆ เพราะ

รายได้จะมาจากค่าสมัครของสมาชิกใหม่บวกกับค่าหัวที่เราสามารถหาได้ ยิ่งถ้าสมาชิกคนไหนขยันหาสมาชิก รายได้ของพวกเขาจะได้อีกในแต่ละเดือน” (นายบี นามสมมุติ, 2555)

ธุรกิจแชร์ลูกโซ่บางบริษัท มีการจดทะเบียนถูกต้องตามกฎหมายแต่ไม่ดำเนินตามกฎหมาย ธุรกิจประเภทนี้มีวิวัฒนาการมาจากธุรกิจขายตรง เพียงแต่ได้เปลี่ยนวิธีการและรูปแบบในการดำเนินธุรกิจใหม่ ธุรกิจนี้จะมีการโฆษณาชวนเชื่อแอบอ้างบุคคลสำคัญ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและเน้นการหาสมาชิกเข้าร่วมเครือข่ายเป็นหลัก ผู้ที่ตกเป็นเหยื่อของธุรกิจแชร์ลูกโซ่มักเป็นผู้ที่มีรายได้ปานกลาง หรือนักศึกษาจบใหม่ที่กำลังหางานทำ ผู้ประกอบการจะใช้วิธีการลงประกาศทางเว็บไซต์ สื่อออนไลน์ต่าง ๆ เช่น Facebook เป็นต้น

2.3 ธุรกิจแชร์ลูกโซ่กับธุรกิจขายตรง

จากการศึกษาจากเอกสาร พบว่า ธุรกิจขายตรง หรือการตลาดขายตรงหลายชั้น (Multi-level Marketing) หรือที่เรียกกันว่า การตลาดแบบเครือข่ายนั้นเป็นหลักการที่ให้ผู้คนจำนวนมากเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการกระจายสินค้าจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค โดยผู้ที่มีส่วนร่วมในกระบวนการต่าง ๆ นั้น จะได้รับผลตอบแทนจากกิจกรรมที่ทำ เช่น แนะนำสินค้า การให้ผู้บริโภครายอื่น ๆ เข้าร่วมเป็นผู้จำหน่ายสินค้า โดยแบ่งเป็นผลตอบแทนจากการทำธุรกิจเป็นชั้น ๆ ลดหลั่นกันไปตามเงื่อนไขของแต่ละแบบแผน ดังนั้นหน้าที่หลักในการกระจายสินค้าจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคตั้งแต่ การโฆษณาสินค้า หาตัวแทนจำหน่าย จัดจำหน่าย การขาย ขนส่ง ไปจนถึงผู้บริโภค จะมีผู้ร่วมธุรกิจเข้าไปมีส่วนร่วมเป็นจำนวนมาก โดยทำหน้าที่ต่าง ๆ กันไป ทำให้เกิดการขับเคลื่อนทางการตลาดที่มีศักยภาพสูงมากและมีความรวดเร็วในการกระจายสินค้าสูง และเป็นธุรกิจที่มีต้นทุนในการเริ่มต้นที่ต่ำด้วยธุรกิจขายตรงเน้นการขายสินค้าจริง เมื่อสมาชิกคนใดขายสินค้าได้ก็จะได้รับรายได้ตามเปอร์เซ็นต์ที่กำหนดไว้

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่า ธุรกิจขายตรงมีการจำหน่ายสินค้าและบริการ ซึ่งรายได้มาจากเปอร์เซ็นต์ที่ขายสินค้าได้ กล่าวคือ ถ้ายิ่งขายสินค้าได้มาก รายได้ก็จะมากตามไปด้วย ซึ่งแตกต่างจากธุรกิจแชร์ลูกโซ่ที่ถึงแม้จะมีการขายสินค้าและบริการ แต่รายได้ก็ไม่ได้อันเนื่องมาจากยอดขายสินค้าที่ได้ แต่ขึ้นอยู่กับจำนวนสมาชิกที่หาได้ ยิ่งถ้าสมาชิกคนใดสามารถหาสมาชิกเพิ่มได้มาก รายได้ก็เพิ่มขึ้นตามไปด้วยนั่นเอง ซึ่งตรงตามคำสัมภาษณ์ของผู้ให้สัมภาษณ์ที่ว่า “ ตอนแรกก่อนที่จะตัดสินใจสมัครเป็นสมาชิก เข้าใจว่าเป็นงานคล้ายกับงานขายตรงก็คิดว่าไม่น่าจะทำยากมาก เพราะแค่ขยันหาสมาชิกเพิ่ม ก็ได้เงินแล้ว เพราะเดี๋ยวนี้ขายตรงมีเยอะแยะและก็ได้ดีด้วย ” (นางสาวเอ นามสมมุติ, 2555)

2.4 ขั้นตอนและค่าใช้จ่ายในการสมัครเข้าเป็นสมาชิกธุรกิจแชร์ลูกโซ่

จากการสังเกตด้วยตนเอง พบว่า ขั้นตอนการสมัครเข้าเป็นสมาชิก เริ่มจากการได้รับข้อมูล

ข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ เช่น เว็บไซต์ Facebook ที่ทำกันอย่างแพร่หลาย โดยการโฆษณาจะเป็นคำโฆษณาชวนเชื่อที่เกินจริง หรือเป็นรูปภาพที่เป็นบุคคลที่ถือเงินจำนวนมากและมีคำอธิบายในรูปภาพว่า ทำงานที่บ้านวันละไม่กี่ชั่วโมง ก็มีรายได้ในแต่ละเดือนมากมาย และมี Link ให้คลิก เมื่อมีผู้ที่สนใจคลิกไปตาม Link และทำตามขั้นตอน เมื่อถึงขั้นตอนสุดท้าย มักจบด้วยการกรอกข้อมูลเพื่อฝากประวัติไว้ เช่น ชื่อ ที่อยู่ e-mail แล้วส่งไปยังผู้แนะนำหรือเจ้าของเว็บไซต์ และจะได้รับรหัสลับเพื่อนำมาใช้ในการเข้ารับการประชุมในลำดับต่อไป เมื่อผู้สมัครทำการสมัครเรียบร้อยแล้วก็จะมีการติดต่อจากพนักงานของบริษัทที่ผู้สนใจฝากประวัติไว้โดยตรง และจะไม่มีการบอกรายละเอียด ที่อยู่ หรือสถานที่ติดต่อเกี่ยวกับบริษัท หรืองานที่จะต้องทำ เพราะทางเจ้าของเว็บไซต์ต้องการให้ผู้สมัครไปพบ ในสถานที่ฝึกอบรมหรือสถานที่ประชุม โดยจะมีการติดต่อเพื่อนัดสถานที่และเวลาตามวันและเวลาที่พนักงานจะโทรศัพท์ติดต่อมา เมื่อได้รับการติดต่อจากพนักงานให้มาพบตามสถานที่นัดหมายแล้ว จะเป็นบริษัทที่มีการตกแต่งคล้ายกับสำนักงานที่มีการประกอบธุรกิจจริง ๆ จะมีพนักงานออกมาต้อนรับ และสอบถามรหัสลับที่ได้จากการเข้าไปฝากประวัติไว้กับทางเว็บไซต์ของบริษัท พนักงานจะเข้ามาทำการต้อนรับและพาไปรับฟังรายละเอียดเกี่ยวกับงานแบบตัวต่อตัว ซึ่งสอดคล้องกับคำให้สัมภาษณ์ของผู้ที่เคยสมัครเป็นสมาชิกธุรกิจแชร์ลูกโซ่ ที่กล่าวว่า หลังจากที่ทำกรอกประวัติไว้กับทางเว็บไซต์ ได้รับการติดต่อจากพนักงานอย่างสม่ำเสมอ ก่อนถึงวันและเวลาที่ทำการตกลงกันไว้ เมื่อเดินทางมาถึงบริษัท จะได้รับการต้อนรับจากพนักงานอย่างสุภาพและเป็นกันเอง และก็จะได้รับคำอธิบายเกี่ยวกับงานที่จะได้รับจากพนักงานแบบตัวต่อตัว ผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวว่า “เห็นโฆษณาก็เลยลองเข้าไปเพื่อดูรายละเอียด แต่พอเข้าไปเรื่อย ๆ ก็มีการให้กรอกข้อมูล เช่น ชื่อ ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ และสุดท้ายก็จะได้รับรหัสลับ เป็นตัวอักษรและตัวเลข ประมาณ 8 หลัก พอกรอกกรายละเอียดไว้ ก็จะมีพนักงานของทางบริษัทนั้นติดต่อกลับมาเพื่อนัดสถานที่และเวลาเป็นระยะ ๆ โดยใช้เบอร์โทรศัพท์ที่ไม่ซ้ำกันเลย จนกว่าจะถึงวันที่นัดกัน พอไปถึงพนักงานก็จะถามรหัสลับ และพาไปนั่งฟังรายละเอียดกับพนักงานที่นั่งรออยู่แบบตัวต่อตัว” (นางสาวกมล นามสมมุติ, 2555) **ผลงานวิจัยนิตินิติฯ ระดับปริญญาตรี**

ในด้านของค่าใช้จ่ายก็จะแตกต่างกันไปในแต่ละบริษัท โดยบางบริษัทอาจจะมีการแจ้งให้ผู้สนใจทราบ ว่า ถ้าสมัครเป็นสมาชิกต้องเสียค่าใช้จ่ายจำนวน 100 บาทต่อผู้สมัคร 1 คน และต้องทำการเสียค่าใช้จ่ายเพื่อซื้อเต็มอีกจำนวนหนึ่ง เป็นจำนวนเงิน 5,000 บาท เพื่อให้ได้เต็มสะสม 1,800 เต็ม จึงจะได้รับเงินเดือนเดือนแรก เมื่อผ่านขั้นตอนการสมัครสมาชิกแล้ว ผู้สมัครจึงจะได้รับข้อมูลงานที่ต้องทำในลำดับต่อไป หรืออีกบริษัทหนึ่งผู้สมัครต้องจ่ายเงินเพื่อซื้อบัตรในการเข้าร่วมประชุม จำนวน 300 บาทต่อบัตร 1 ใบ และเมื่อตัดสินใจสมัครเป็นสมาชิกจึงทำการเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มอีกจำนวนหนึ่ง ผู้ให้สัมภาษณ์บุคคลหนึ่งกล่าวว่า “เขาจะให้เราเข้าฟังก่อน 1 ชั่วโมง เพื่อฟังรายละเอียดต่าง ๆ เกี่ยวกับผู้ที่เป็นผู้บริหารรายได้ อะไรประมาณนี้ แล้วพอครบหนึ่งชั่วโมง ถ้าเราสนใจจะฟังต่อก็เสียค่าใช้จ่ายเพิ่ม

และพอเข้าร่วมประชุมครบ 3 วัน แล้ว ถ้าจะสมัครเป็นสมาชิกก็เสียค่าสมาชิกต่างหาก ” (นางสาวอ้อย นามสมมุติ, 2555)

2.5 วิธีการชักจูงให้ผู้อื่นสนใจในธุรกิจแชร์ลูกโซ่

เป็นที่ทราบกันดีว่า ผลกำไรของบริษัทส่วนใหญ่มาจากการรับสมัครสมาชิกเพิ่ม และจากการสัมภาษณ์ได้ข้อมูลเพิ่มเติมดังนี้ เมื่อได้เข้าไปสู่การเป็นสมาชิกของธุรกิจแชร์ลูกโซ่ ผู้ที่เป็น Downline อยู่ก็ต้องหาลูกทีมของตนเพิ่ม และ Upline ก็จะบอกรายละเอียดในเรื่องของเทคนิคการชักชวนลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย เริ่มต้นเชิญชวนบุคคลใกล้ชิดตัวเป็นอันดับแรก เช่น ชักชวนเพื่อนให้ไปลงทุนธุรกิจเช่นเดียวกับตน เพราะว่าการชักชวนเพื่อนนั่นเอง ทำให้เพื่อนตัดสินใจได้ง่ายขึ้น เนื่องจากการพูดคุยกันเป็นประจำทำให้ได้รับฟังแต่เรื่องดี ๆ เป็นต้น การโทรศัพท์ไปนัดลูกค้า บางบริษัทถึงกับหลอกล่อให้เปิดบัญชีกับบริษัทในวงเงินขั้นต่ำ โดยอ้างว่าจำเป็นต้องใช้ในการรับเงินเดือนเดือนแรก วิธีการที่จะใช้คำพูดจูงใจกระตุ้นให้ลูกค้าสนใจตั้งแต่ธุรกิจนี้เป็นธุรกิจเครือข่ายไม่ใช่ขายตรง มีการเลื่อนระดับขึ้นไปก็จะได้เพิ่ม หรือบางบริษัทสะสมเป็นแต้มเพื่อแรกเป็น โบนัส ได้ไปท่องเที่ยวต่างประเทศ การลงทุนด้วยเงินก้อนได้ผลตอบแทนสูง ยิ่งลงทุนสูงก็จะยิ่งได้เต็มสูง ได้ตำแหน่งสูง ๆ โดยไม่ต้องเสียเวลามากนัก สร้างความน่าเชื่อถือไปเรื่อย ๆ การลงโฆษณา การติดประกาศรับสมัครชักชวนให้มารับฟังรายละเอียดและกรอกข้อมูลเบื้องต้น ผู้เป็นสมาชิกก็จะพยายามโทรศัพท์นัดลูกค้าใช้คำพูดชักชวนไปเรื่อย ๆ จนลูกค้าเกิดความสนใจที่จะเข้ามารับรายละเอียด สมาชิกก็จะได้เลื่อนขึ้นเป็น Upline ของลูกค้าคนนั้น กลายเป็นฐานลูกโซ่ต่อ ๆ กันไปในที่สุด ผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวว่า “ตอนแรกที่เริ่มทำ ก็เริ่มต้นด้วยการชวนเพื่อนก่อน เพราะเป็นคนใกล้ชิดและเพื่อนก็ยอมตัดสินใจสมัครเพราะเห็นว่าเราก็อายุ จิงอุ้นใจว่าอย่างน้อย ๆ ก็มีเพื่อน ” (นางสาวอ้อย นามสมมุติ, 2555)

และจากการสังเกตพบว่า พนักงานของบริษัทแห่งหนึ่งที่ดำเนินธุรกิจประเภทแชร์ลูกโซ่ ในขณะที่ทำการพูดคุยกับผู้สนใจสมัครเป็นสมาชิก จะมีการใช้คำพูดที่เป็นกันเอง สุภาพ และมีการยกตัวอย่างบุคคลที่เป็นพนักงานของบริษัท ว่าได้รับรายได้จากการทำงานจริงเป็นจำนวนมาก จนถึงขั้นที่สามารถซื้อรถยนต์ด้วยตนเองได้ในขณะที่ยังเรียนมหาวิทยาลัย และภายในบริษัทมีการตกแต่งด้วยรูปภาพของบุคคลที่ประสบความสำเร็จจากการทำงาน เป็นการดึงดูดความสนใจของผู้ที่สนใจให้เกิดความต้องการทำงานนี้มากยิ่งขึ้น ซึ่งพนักงานของบริษัทที่ผู้วิจัยเข้าไปทำการสังเกตกล่าวว่า “พนักงานที่บริษัทก็ทำกันทั้งนั้น รายได้ดี บางคนอายุยังไม่เท่าไรเลย ยังเรียนมหาวิทยาลัยด้วยซ้ำน่าจะรุ่นเดียวกับเรานะ คู่มือตอนนี้มีรถยนต์เป็นของตัวเองแล้ว ” (นายกอล์ฟ นามสมมุติ, พนักงานบริษัท, 2555)

2.6 สถานที่และค่าใช้จ่ายในการประชุม

ผลจากการสัมภาษณ์ พบว่า สถานที่ในการประชุม ส่วนใหญ่จะเป็น โรงแรมที่อยู่ใน กรุงเทพมหานคร โดยเป็นสถานที่ที่ผู้คนส่วนมากรู้จักและสามารถเดินทางไปกลับได้สะดวก เพราะใน บางบริษัทต้องเข้าร่วมประชุมติดต่อกันเป็นเวลาถึง 3 วัน เพื่อรับฟังรายละเอียดในการทำงานต่าง ๆ และ จากการสังเกต พบว่า บางบริษัทจะมีสถานที่ตั้งอยู่จริง โดยจัดตั้งขึ้นเป็นบริษัทอยู่ในพื้นที่ที่สามารถ เดินทางได้สะดวก หรือตั้งอยู่ในบริเวณที่มีผู้คนเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะในย่านมหาวิทยาลัย และใน ส่วนของค่าใช้จ่ายจะขึ้นอยู่กับแต่ละบริษัท บางบริษัทอาจให้เข้าฟรีใน 1 ชั่วโมงแรก และถ้าสนใจฟัง ต่อทั้งวัน ก็ต้องจ่ายค่าอาหารประมาณ 300 บาท หรือบางบริษัทที่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการซื้อบัตร ประมาณ 600 บาท ส่วนค่าอาหารผู้ที่เข้าประชุมต้องจ่ายเองทั้งหมด และเมื่อได้เข้าร่วมประชุมแล้วเกิด ความสนใจจะสมัครเป็นสมาชิก ต้องซื้อสินค้าและจ่ายค่าสมัครสมาชิกอีกจำนวนหนึ่ง ผู้ให้สัมภาษณ์ กล่าวไว้ว่า “ สถานที่ที่ไปประชุม จำได้ว่าเป็นโรงแรมอยู่ในกรุงเทพมหานคร แต่ไม่แน่ใจเรื่องชื่อ โรงแรม แต่คิดว่าน่าจะเป็นที่รู้จักของหลาย ๆ คน เดินทางไปสะดวก เพราะต้องไปทั้งหมด 3 วัน ส่วนค่าใช้จ่าย อยู่ที่ค่าซื้อบัตรเข้าประชุม ประมาณ 600 บาท ต่อคน ค่าอาหารหรือค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ต้องจ่ายเอง” (นางสาวสวย นามสมมุติ, 2555)

2.7 สถานที่และเวลาในการทำงาน

จากการสัมภาษณ์ผู้ที่เคยสมัครเป็นสมาชิกกับบริษัทที่ไม่มีสินค้าในการจำหน่ายให้กับ สมาชิก ซึ่ง โดยส่วนใหญ่จะเป็นงานวิจัยข้อมูล จะใช้บ้านเป็นสถานที่ในการปฏิบัติงาน โดยใช้ อินเทอร์เน็ตในการทำงานเพียงวันละ 2 – 3 ชั่วโมง และมีขั้นตอนการทำงานที่ไม่ยุ่งยาก เมื่อมีคนสนใจ เข้าไปดูโฆษณาทำให้สมาชิกมีรายได้จากยอดที่เข้าไปดูโฆษณานั้น ผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวว่า “ ส่วนใหญ่ ทำงานที่บ้านนะ เพราะต้องอาศัยอินเทอร์เน็ตในการทำงาน มันก็สะดวกดีนะ ไม่ต้องเดินทาง ทำ เวลาว่าง แล้ววันละไม่กี่ชั่วโมง แต่ถ้าอยากมีรายได้มากก็ทำงานหน่อย แต่ต้องขยันต้องทำ ต่อเนื่องและเป็นประจำทุกวัน ถ้าทำ ๆ หยุด ๆ รายได้ก็ไม่มีมาก ” (นายบี นามสมมุติ, 2555)

และผู้ที่เป็นสมาชิกบางคนกล่าวว่า บางบริษัทมีสำนักงานจริง โดยเป็นอาคารสำนักงานที่มีหลายชั้น และสมาชิกจะมารวมกันเพื่อทำงานที่สำนักงานนั้น เพราะผู้บริหารของบริษัทก็จะมาทำงาน ที่สำนักงานเช่นกัน สมาชิกบางคนใช้สำนักงานอยู่อาศัยเสมือนเป็นบ้านหลังที่ 2 โดยสำนักงานจะใช้ เป็นสถานที่ตั้งแต่ขั้นตอนของการรับสมัคร ประชุม และเป็นสถานที่ทำงานอีกด้วย ผู้ให้สัมภาษณ์ที่เคย เป็นสมาชิกของธุรกิจแชร์ลูกโซ่กล่าวว่า “ มีสำนักงานให้เราไปทำงานที่นั่นเลย กินนอนอยู่ที่นั่น เหมือนเป็นบ้านของเราเลย จะเป็นตึกสูง ๆ มีหลายชั้นมาก เพราะพวกผู้บริหารก็จะมาทำงานที่นี้ด้วย เหมือนกัน ” (นางสาวเกด นามสมมุติ, 2555) ประกอบกับคำให้สัมภาษณ์ของผู้ให้สัมภาษณ์อีกหนึ่ง

บุคคลที่ตรงกัน พบว่า “ทุกคนที่เป็นสมาชิกจะมารวมกันอยู่ที่สำนักงาน ซึ่งเป็นตึกหลังใหญ่ ๆ มีสมาชิกจำนวนมาก ทุกคนมากิน นอนอยู่ที่นี่ เหมือนสำนักงานเป็นบ้านหลังที่ 2 ของพวกเราไปแล้ว” (นางสาวอ้อย นามสมมุติ, 2555)

ส่วนที่ 3 ผลกระทบจากการเข้าสู่ธุรกิจแชร์ลูกโซ่

ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่เคยสมัครเป็นสมาชิกธุรกิจแชร์ลูกโซ่และกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่ยังเป็นสมาชิกอยู่ในปัจจุบัน เกี่ยวกับประเด็นทางด้านการกระทบจากการเข้าสู่ธุรกิจแชร์ลูกโซ่ดังกล่าว พบว่า สามารถจำแนกผลกระทบได้เป็น 4 ลักษณะ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

3.1 ผลกระทบทางด้านบวก

สำหรับผลกระทบทางด้านบวก จากการสัมภาษณ์ พบว่า ผู้ที่เป็นสมาชิกจะมีมนุษยสัมพันธ์กับผู้ร่วมงานเพราะบางบริษัทอาจต้องมีการทำงานร่วมกันที่สำนักงานที่บริษัทจัดไว้ให้ และต้องมีการสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่นที่ต้องการชักชวนบุคคลเหล่านั้นให้มาสมัครเป็นสมาชิก ทำให้สมาชิกเหล่านั้นต้องมีการพัฒนาตนเองทางด้านความสัมพันธ์กับผู้อื่น ทั้งในเรื่องการพูดโน้มน้าวใจและอีกหลาย ๆ ด้านอยู่ตลอดเวลา ผู้ให้สัมภาษณ์ที่เคยเป็นสมาชิกของธุรกิจแชร์ลูกโซ่กล่าวว่า “ตอนที่เข้ามาทำงานที่สำนักงาน ตอนนั้นยังไม่รู้จักใครเลย ทำอะไรไม่ถูก มันทำให้เราตัดสินใจได้ว่าเราต้องปรับตัวให้สามารถเข้ากับคนอื่นที่ทำงานที่นี่ให้ได้ เราจึงจะสามารถทำงานที่นี่ได้ดี” (นางสาวอ้อย นามสมมุติ, 2555) ประกอบกับคำให้สัมภาษณ์ของอีกหนึ่งบุคคล พบว่า “เราเป็นคนที่ไม่เก่ง ตอนที่ตัดสินใจทำงานนี้ก็คิดว่าจะทำไม่ได้ใหม่ พี่เลี้ยงเราก็แนะนำว่าต้องหัดพูดให้เก่งกว่านี้เพราะงานแบบนี้ต้องใช้คำพูดเชิญชวนค่อนข้างมาก ก็เลยต้องพัฒนาตัวเองมาก ๆ เลยเพื่อให้ทำงานนี้ได้ดี” (นางสาวอนามสมมุติ, 2555)

และจากการสัมภาษณ์ ยังพบว่า การทำงานประเภทนี้ รายได้จะมาจากคนที่สมาชิกสามารถทำงานเป็นประจำและสม่ำเสมอ ด้วยสาเหตุนี้จึงเป็นการทำให้สมาชิกที่ต้องการมีรายได้สูงหรือสำหรับนักเรียน นักศึกษา ที่ต้องการหารายได้พิเศษหลังเลิกเรียน เกิดความกระตือรือร้นที่จะทำงานมากขึ้น จึงต้องมีการฝึกความขยันและอดทนให้ตนเองสามารถทำงานได้เป็นจำนวนมาก เพราะพวกเขาเชื่อว่า ถ้ายังทำงานมาก และมีคนสนใจงานที่เขาทำไป ก็จะส่งผลให้รายได้เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมากอีกด้วย

3.2 ผลกระทบทางด้านลบ

จากการสัมภาษณ์ผู้ที่เคยเป็นสมาชิกของธุรกิจประเภทนี้ พบว่า ผลกระทบทางลบที่เห็นได้ชัดเจนที่สุด คือ ความสัมพันธ์กับบุคคลรอบข้างที่ไม่ใช่เพื่อนร่วมงาน เพราะจากที่กล่าวมาข้างต้น

ธุรกิจประเภทนี้ต้องมีสมาชิกจำนวนมากจึงทำให้รายได้สูงตามไปด้วย ดังนั้น ในช่วงแรกของการเป็นสมาชิกอาจจะยังไม่รู้จักใครมากนัก จึงมีการชักชวนบุคคลรอบข้าง เช่น บุคคลในครอบครัวหรือเพื่อน ๆ เข้ามาเป็นสมาชิก เพราะสามารถชักชวนได้ง่ายกว่า และเมื่อบุคคลใกล้ชิดเหล่านั้น สมัครเป็นสมาชิกตามคำแนะนำแล้ว และได้ทราบรายละเอียดของงานแล้วว่าเป็นงานประเภทใด อาจเกิดความไม่พอใจหรือคิดว่าตนเองอาจถูกหลอก อาจทำให้เกิดการผิใจกัน หรือบางรายอาจถึงขั้นตัดความสัมพันธ์กันไป ในที่สุด ผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวว่า “ เราเคยหลอกขอเงินพ่อแม่เพื่อนำมาลงทุน แต่ไม่ได้บอกตรง ๆ ว่าเป็นธุรกิจอะไร ตอนแรก ๆ เขาก็ให้ แต่พอรู้ว่าเป็นธุรกิจอะไร พอกับแม่ก็โกรธเรามาก สุดท้ายก็ไม่ได้ทุนคืน แล้วก็เลยเลิกทำไปในที่สุด ” (นางสาวมิน นามสมมุติ, 2555) ซึ่งตรงกับคำให้สัมภาษณ์ของผู้ให้สัมภาษณ์ที่ว่า “ ตอนแรกที่เริ่มทำ ก็ไม่รู้จะไปชวนใครดี นึกได้ตอนแรกคือเพื่อนเพราะใกล้ชิดที่สุดและคิดว่าน่าจะรับฟังเราได้ดีที่สุดก็เลยลองชวนเพื่อนดู เขาก็ทำตามคำชวนเรา แต่พอทำไปเรื่อย ๆ แล้วเพื่อนเริ่มรู้ว่าเป็นงานอะไร และอาจจะไม่ได้ทุนคืน เพื่อนโกรธเรามากเลย เพราะคิดว่าเรามีรายได้ก็จริง แต่อาจทำให้เพื่อนเสียเงินเปล่า ๆ ” (นายเอ็ม นามสมมุติ, 2555)

3.3 ผลกระทบต่อธุรกิจ

ผลกระทบต่อธุรกิจทางด้านบวก

ผลกระทบทางด้านบวก พบว่า การดำเนินธุรกิจประเภทนี้ อาจเป็นการกระตุ้นการประกอบธุรกิจให้เพิ่มขึ้น เพราะเนื่องจากการที่การดำเนินธุรกิจในปัจจุบันสามารถทำได้ง่ายและรวดเร็ว ประกอบกับการดำเนินธุรกิจที่มีรูปแบบที่สามารถทำได้ง่าย ขั้นตอนมีความไม่ยุ่งยาก จึงมีผู้ประกอบการหลายรายที่เกิดความต้องการประกอบธุรกิจเพิ่มขึ้น

ผลกระทบต่อธุรกิจทางด้านลบ

จากการศึกษาข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ พบว่า การที่ธุรกิจแชร์ลูกโซ่ที่ทำกันแบบผิดกฎหมาย อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจประเภทอื่น ๆ ที่ดำเนินการอย่างถูกต้องกฎหมาย เช่น ผู้บริโภคอาจขาดความเชื่อถือในธุรกิจประเภทอื่น เพราะอาจมีประสบการณ์จากการถูกหลอกหลวงจากธุรกิจประเภทแชร์ลูกโซ่ ทำให้ไม่กล้าตัดสินใจลงทุนในธุรกิจประเภทอื่น ๆ ด้วยเหตุผลดังกล่าว อาจเป็นการตัดโอกาสในการเจริญเติบโตของธุรกิจประเภทนั้น ๆ ได้อีกด้วย

3.4 ผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมทางสังคม

ผลจากการศึกษา พบว่า ผลกระทบที่มีต่อสภาพแวดล้อมทางสังคม อาจมาจาก 2 ปัจจัย ดังนี้

ปัจจัยภายใน

- ปัจจัยด้านบุคคล

ในปัจจุบันบุคคลต้องการทำงานที่สบายและได้เงินมากในเวลาทีรวดเร็ว พนักงานที่ทำงานให้กับบริษัทที่ประกอบธุรกิจที่ผิดกฎหมายเหล่านี้ ยอมทำงานที่ผิดกฎหมายเพียงเพราะต้องการที่จะได้เงิน โดยไม่สนใจต่อความเดือดร้อนของผู้บริโภคที่นำไปด้วยการที่ไม่มีความรู้มากเพียงพอ

- ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กร

วัฒนธรรมองค์กรเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้องค์กรดำเนินธุรกิจที่สุจริต ถือว่าเป็นส่วนที่ช่วยขับเคลื่อนธุรกิจให้ดำเนินไปอย่างประสบความสำเร็จ การที่องค์กรธุรกิจในปัจจุบันต้องการแสวงหากำไรมากกว่าดำเนินไปตามกฎหมาย ดำเนินธุรกิจกันอย่างไม่มีวัฒนธรรมเพียงเพราะแค่ต้องการรายได้ที่มากขึ้น และต้องการทำงานที่มีความสะดวกสบาย โดยไม่ใส่ใจต่อความเดือดร้อนของผู้บริโภคที่ตกเป็นเหยื่อ จึงส่งผลให้ธุรกิจที่ดำเนินงานอย่างไม่มีวัฒนธรรมมีความแพร่หลายและส่งผลกระทบต่อสังคมเป็นอย่างมาก

ปัจจัยภายนอก

- ปัจจัยด้านเทคโนโลยีการติดต่อสื่อสาร

ในโลกยุคปัจจุบันเทคโนโลยีเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญ การที่เทคโนโลยีที่การพัฒนาเพิ่มขึ้น ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้รวดเร็วนั้น ทำให้เปิดโอกาสให้กับธุรกิจประเภทต่าง ๆ เกิดขึ้นมากมาย รวมถึงธุรกิจที่ผิดกฎหมาย หลอกลวงผู้บริโภคอย่างเช่นแชร์ลูกโซ่ด้วย และด้วยสาเหตุนี้ จึงส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมทางสังคม ทำให้ผู้บริโภคต้องดำเนินชีวิตประจำวันอย่างระมัดระวังมากยิ่งขึ้น เพราะการที่ประกอบธุรกิจผ่านทางสื่อออนไลน์ที่ทำได้กันอย่างแพร่หลายนี้ อาจทำให้เกิดปัญหาทางสังคมตามมาในภายหลังได้

- ปัจจัยด้านคู่แข่ง

ในทุกธุรกิจย่อมต้องมีคู่แข่ง ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญมากที่ส่งผลกระทบต่อในการดำเนินธุรกิจว่าจะอยู่รอดหรือไม่ แม้ว่าการทำธุรกิจแรกเริ่มนั้นยังไม่มีคู่แข่ง แต่เมื่อดำเนินธุรกิจต่อไป ย่อมจะต้องมีผู้ประกอบการที่ประกอบธุรกิจประเภทเดียวกัน ดังนั้น ผู้ประกอบการดั้งเดิมต้องแสวงหาวิธีการที่จะสร้างความแตกต่างให้แก่ธุรกิจของตน เพื่อสร้างจุดเด่นให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจที่จะร่วมทำธุรกิจประเภทนั้น ๆ ส่งผลให้การต่อสู้ทางด้านธุรกิจทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น และส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมทางสังคมที่มีการแข่งขันทางด้านธุรกิจที่มีความรุนแรงมากขึ้นด้วย

- ปัจจัยด้านกฎหมาย

ปัจจุบันด้านกฎหมายอาจจะยังไม่ครอบคลุม การตรวจสอบสำหรับการประกอบธุรกิจแชร์ลูกโซ่มัก เพราะบางบริษัทอาจดำเนินการตามกฎหมายเพียงบางส่วนเท่านั้น ทำให้สามารถตรวจสอบได้ค่อนข้างยาก และจากการที่ยังไม่มีการตรวจสอบที่มีความครอบคลุมธุรกิจทั้งหมดเพียงพอ

จึงส่งผลให้ธุรกิจที่ผิดกฎหมายเหล่านี้ยังคงดำเนินการต่อไปได้ และสร้างความเสียหายให้กับผู้บริโภคเป็นจำนวนมากเช่นกัน

- ปัจจัยทางด้านผู้บริโภค

จากพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปมาก โดยเฉพาะนักเรียน นักศึกษาที่ต้องการหารายได้เสริมเพื่อให้เพียงพอต่อการใช้จ่ายในแต่ละวันของตนเอง ดังนั้น จึงเป็นสาเหตุให้ธุรกิจแชร์ลูกโซ่ส่วนใหญ่ มุ่งเป้าหมายไปที่นักเรียน นักศึกษาเป็นจำนวนมาก และเมื่อได้ทำงานประเภทนี้แล้ว ช่วงแรกพบว่ามียอดได้เป็นไปตามที่ต้องการ จนอาจถึงขั้นที่ต้องเลิกเรียนเพื่อมาทำธุรกิจได้อย่างเต็มเวลา ส่งผลให้เกิดปัญหาทางสังคมต่อไป



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “ กระบวนการเข้าสู่ธุรกิจแฮร์ลุคโซ่ ” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาช่องทางการประชาสัมพันธ์และกระบวนการชักจูงเข้าสู่ธุรกิจแฮร์ลุคโซ่ ศึกษาลักษณะและวิธีการดำเนินธุรกิจแฮร์ลุคโซ่ และเพื่อศึกษาถึงผลกระทบจากการเข้าสู่ธุรกิจแฮร์ลุคโซ่ โดยผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาข้อมูลในเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และทำการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-Depth Interview) กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูล (Key Informant) และการสังเกตแบบมีส่วนร่วมทั้งบุคคลใกล้ชิด และคนที่เคยเข้าไปลงทุนในธุรกิจนี้ จากนั้นได้นำข้อมูลมาตีความ สามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

สรุป

การศึกษาเรื่อง “ กระบวนการเข้าสู่ธุรกิจแฮร์ลุคโซ่ ” แบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ ส่วนที่ 1 ช่องทางการประชาสัมพันธ์และกระบวนการชักจูงเข้าสู่ธุรกิจแฮร์ลุคโซ่

- 1.1 ช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์
- 1.2 วิธีการพูดโน้มน้าวใจของวิทยากรในการเข้าร่วมประชุม
- 1.3 ปัจจัยที่ทำให้เกิดความสนใจสมัครเข้าเป็นสมาชิกธุรกิจแฮร์ลุคโซ่

ส่วนที่ 2 ลักษณะและวิธีการดำเนินธุรกิจแฮร์ลุคโซ่

- 2.1 ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจแฮร์ลุคโซ่
- 2.2 ลักษณะการดำเนินงานของธุรกิจแฮร์ลุคโซ่
- 2.3 ธุรกิจแฮร์ลุคโซ่กับธุรกิจขายตรง
- 2.4 ขั้นตอนและค่าใช้จ่ายในการสมัครเข้าเป็นสมาชิกธุรกิจแฮร์ลุคโซ่
- 2.5 วิธีการชักจูงให้ผู้อื่นสนใจในธุรกิจแฮร์ลุคโซ่
- 2.6 สถานที่และค่าใช้จ่ายในการประชุม
- 2.7 สถานที่และเวลาในการทำงาน

ส่วนที่ 3 ผลกระทบจากการเข้าสู่ธุรกิจแชร์ลู่โก

3.1 ผลกระทบทางด้านบวก

3.2 ผลกระทบทางด้านลบ

3.3 ผลกระทบต่อธุรกิจ

3.4 ผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมทางสังคม

ส่วนที่ 1 ช่องทางการประชาสัมพันธ์และกระบวนการชักจูงเข้าสู่ธุรกิจแชร์ลู่โก

จากการศึกษากระบวนการเข้าสู่ธุรกิจแชร์ลู่โก พบว่า การที่สื่อการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ในประเทศไทยมีการพัฒนามากขึ้น ทำให้ช่องทางการประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อออนไลน์มีความสำคัญและเป็นที่ยอมรับมากในปัจจุบัน

1.1 ช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์

การเพิ่มช่องทางการรับรู้ข่าวสารของผู้บริโภคทำได้ง่ายขึ้น สื่อออนไลน์เป็นทางเลือกหนึ่ง โดยการเชิญชวนผ่านทางอินเทอร์เน็ต เช่น เครือข่ายสังคมออนไลน์ เว็บไซต์ และอีเมล เป็นต้น สื่อเหล่านี้จะมีอิทธิพลมากในการประชาสัมพันธ์ธุรกิจนี้ เพราะเป็นวิธีการกระจายข้อมูลที่มีต้นทุนต่ำ แพร่กระจายอย่างรวดเร็วที่สุด และผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้ง่าย

1.2 วิธีการพูดโน้มน้าวใจของวิทยากรในการเข้าร่วมประชุม

วิธีการพูดโน้มน้าวใจของวิทยากร จะมีการใช้คำพูดที่เป็นกันเอง ถ้อยคำ กระตุ้นความสนใจของผู้เข้าร่วมประชุม มีการกล่าวอ้างถึงรายได้ที่มีจำนวนมากต่อเดือนเพื่อเพิ่มความสนใจให้อยากทำงานมากขึ้น และประกอบกับการที่วิทยากรแต่งกายภูมิฐาน และสภาพแวดล้อมที่มีความน่าเชื่อถือว่าเป็นการทำธุรกิจจริง ๆ จึงทำให้ผู้บริโภคอาจหลงกลได้ง่าย

1.3 ปัจจัยที่ทำให้เกิดความสนใจสมัครเข้าเป็นสมาชิกธุรกิจแชร์ลู่โก

มีปัจจัยหลาย ๆ ปัจจัยที่ทำให้มีผู้บริโภคจำนวนมากที่ตัดสินใจเข้าร่วมธุรกิจประเภทนี้ แต่ปัจจัยที่สำคัญที่สุดจะมาจากบุคคลที่อยู่ใกล้ตัวที่ทำธุรกิจประเภทนี้อยู่ บุคคลเหล่านั้นจะมีการชักชวนบุคคลรอบข้างให้เข้ามาร่วมทำธุรกิจเพราะสามารถพูดชักชวนได้ง่าย เพราะมีความคุ้นเคย รู้จักกันเป็นอย่างดี ทำให้ชักชวนได้ง่ายกว่าบุคคลที่ไม่รู้จักคุ้นเคยกันมาก่อน

ส่วนที่ 2 ลักษณะและวิธีการดำเนินธุรกิจแชร์ลู่โก

จากการศึกษากระบวนการเข้าสู่ธุรกิจแชร์ลู่โก ในครั้งนี้ สามารถสรุปลักษณะและวิธีการดำเนินธุรกิจแชร์ลู่โก ได้ดังนี้

2.1 ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจแชร์ลูกโซ่

ผู้บริโภคนจำนวนมาก มีความเข้าใจว่าลักษณะของธุรกิจประเภทนี้ เป็นธุรกิจที่เน้นการมีสมาชิกจำนวนมาก ๆ ถึงแม้ว่าจะมีการขายสินค้าด้วยก็ตาม รายได้จะมาจากการที่สามารถหาสมาชิกได้จำนวนมาก สามารถทำงานได้สะดวก ใช้เวลาไม่มากนักในการทำงานในแต่ละวัน

2.2 ลักษณะการดำเนินงานของธุรกิจแชร์ลูกโซ่

ลักษณะของธุรกิจประเภทนี้ มีทั้งที่จดทะเบียนแบบถูกกฎหมายและไม่ได้จดทะเบียน การดำเนินการจะเริ่มจากการเปิดบริษัทที่อ้างว่าประกอบธุรกิจประเภทหนึ่ง โดยอาจจะมีสินค้ามาเป็นที่ล่อกลาง มีการประกาศรับสมัครงานผ่านทางสื่อประเภทต่าง ๆ โดยเฉพาะสื่อออนไลน์ เมื่อมีสมาชิกสมัครก็จะให้สมาชิกทำการชักชวนบุคคลอื่นให้มาสมัครเพิ่ม เมื่อสมาชิกมีบุคคลในสายของตน ยังมีจำนวนมากเท่าไร รายได้ก็จะมากขึ้นตามไปด้วย สมาชิกที่สมัครเข้ามาใหม่ก็ต้องทำการหาสมาชิกเพิ่มและทำต่อ ๆ กันไปเป็นเครือข่าย

2.3 ธุรกิจแชร์ลูกโซ่กับธุรกิจขายตรง

ธุรกิจขายตรงหรือการตลาดแบบเครือข่าย เน้นการให้ผู้คนเข้ามามีส่วนร่วมในทุก ๆ กระบวนการจำหน่ายสินค้า ตั้งแต่ขั้นตอนการประชาสัมพันธ์ไปจนถึงการจัดจำหน่ายสินค้า แต่โดยส่วนมากจะเป็นการที่ให้ผู้บริโภคเข้ามามีส่วนร่วมในการโฆษณาสินค้า และจำหน่ายมากที่สุด โดยการที่รายได้มาจากการที่สามารถขายสินค้าได้เป็นจำนวนมาก และได้เปอร์เซ็นต์ตามยอดขาย ซึ่งมีความคล้ายคลึงกับธุรกิจแชร์ลูกโซ่อยู่บ้าง แต่แตกต่างกันตรงที่ธุรกิจแชร์ลูกโซ่ มักเน้นการมีสมาชิกในเครือข่ายจำนวนมาก รายได้มาจากค่าสมัครของสมาชิกใหม่

2.4 ขั้นตอนและค่าใช้จ่ายในการสมัครเข้าเป็นสมาชิกธุรกิจแชร์ลูกโซ่

ขั้นตอนการสมัครเป็นสมาชิกเริ่มจากการที่ผู้บริโภคได้รับข่าวสารจากสื่อประเภทต่าง ๆ มีการเข้าไปดูตามลิงค์ข่าวนั้น และมีการฝากประวัติไว้ และจะมีพนักงานติดต่อกลับเพื่อนัดสถานที่และเวลาในการประชุม เมื่อถึงวันและเวลาดังกล่าว พนักงานก็จะติดต่อมาเป็นระยะ ๆ เมื่อถึงที่นัดหมายพนักงานก็จะมาต้อนรับ และถามรหัสลับที่ได้จากการฝากประวัติไว้ และพามาฟังรายละเอียดกับพนักงานคนอื่น ๆ แบบตัวต่อตัว พนักงานจะใช้คำพูดเชิญชวนให้ทำการสมัครสมาชิก โดยค่าใช้จ่ายก็จะแตกต่างกันไปตามแต่ละบริษัท บางบริษัทอาจจะคิดค่าสมัครก่อนเข้าร่วมประชุม หรืออีกบริษัทอาจคิดเป็นค่าบัตรที่ใช้ในการประชุม

2.5 วิธีการชักจูงให้ผู้อื่นสนใจในธุรกิจแชร์ลูกโซ่

วิธีการชักจูงจะเริ่มต้นจากการชักชวนคนใกล้ตัวก่อน เพราะคนใกล้ตัวจะรับฟังและเห็นด้วยกับคำพูดของสมาชิกได้ง่าย การชักชวนจะใช้คำพูดที่สื่อถึงความน่าสนใจของงานที่ทำ รายได้จากการทำงานที่ได้มาอย่างง่าย ๆ โดยเฉพาะวิธีการทำงานที่สะดวก ไม่ต้องเดินทาง คำพูดสร้างความคุ้นเคย

และเป็นกันเองจึงเป็นวิธีการชักชวนที่ค่อนข้างทำให้ผู้อื่นให้ความสนใจเป็นอย่างดี และการอ้างรายได้ก็ดึงดูดความสนใจของผู้ฟังได้มาก

2.6 สถานที่และค่าใช้จ่ายในการประชุม

สถานที่ที่ใช้ในการประชุม ส่วนใหญ่จะเป็นสถานที่ที่ผู้สนใจเดินทางไปมาอย่างสะดวก เพราะบางบริษัทอาจต้องใช้เวลาในการประชุมติดต่อกันหลายวัน โดยส่วนมากจะอยู่ในกรุงเทพมหานคร จะเป็นตึกหรืออาคารที่สังเกตง่าย ห้องประชุมเป็นห้องโล่ง ๆ ที่สามารถจุคนได้เป็นจำนวนมาก ส่วนในเรื่องค่าใช้จ่ายในการประชุมจะขึ้นอยู่กับแต่ละบริษัท บางบริษัทอาจให้ผู้ที่สนใจเข้าร่วมประชุมจ่ายค่าใช้จ่ายในการซื้อบัตร แต่บางบริษัทอาจให้เข้าฟังฟรีก่อน 1 ชั่วโมง และถ้าสนใจสมัครเป็นสมาชิกก็ต้องเสียค่าใช้จ่ายในส่วนอื่น ๆ ต่อไป

2.7 สถานที่และเวลาในการทำงาน

บางบริษัทอาจให้สมาชิกใช้ที่อยู่อาศัยเป็นสถานที่ในการทำงาน เช่น บ้าน หรือว่าหอพัก เพราะการทำงานอาจต้องอาศัยอินเทอร์เน็ตช่วย และใช้เวลาทำงานวันละ 2-3 ชั่วโมง แต่บางบริษัทอาจจัดเตรียมสถานที่ที่ใช้เป็นบริษัทโดยเป็นอาคารขนาดใหญ่ที่ให้สมาชิกมาทำงานอยู่รวมกันก็ได้

ส่วนที่ 3 ผลกระทบจากการเข้าสู่ธุรกิจแชร์ลูกโซ่

จากการศึกษาทำให้สามารถแบ่งผลกระทบจากการเข้าสู่ธุรกิจแชร์ลูกโซ่ได้ดังนี้

3.1 ผลกระทบทางด้านบวก

ผลกระทบทางด้านบวก พบว่า ธุรกิจประเภทนี้เป็นพื้นฐานในการพัฒนาด้านการสร้างมนุษย์สัมพันธ์กับบุคคลอื่น ๆ เพราะถ้าขาดความมีมนุษย์สัมพันธ์ก็จะไม่สามารถชักชวนบุคคลอื่นให้มาร่วมธุรกิจได้ ดังนั้น สมาชิกต้องมีความเป็นกันเองและสามารถเข้ากับผู้อื่นได้ง่ายจะทำให้สามารถทำงานประเภทนี้ได้เป็นอย่างดี และผลกระทบทางด้านบวกอีกประการหนึ่งที่สำคัญ คือ การที่ฝึกให้นักเรียน นักศึกษาที่ต้องการหารายได้พิเศษ เกิดความกระตือรือร้นในการช่วยแบ่งเบารายของพ่อแม่ มีความขยันในการทำงานเพื่อให้ได้รายได้พอกับค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน

3.2 ผลกระทบทางด้านลบ

ส่วนผลกระทบทางด้านลบที่เด่นชัดที่สุด คือ ด้านความสัมพันธ์กับบุคคลรอบข้าง สังเกตเห็นผู้ที่ไปเป็นสมาชิก ในตอนแรกจะมีการชักชวนบุคคลใกล้ชิดเข้ามาเป็นสมาชิกด้วย และเมื่อบุคคลเหล่านั้นทราบว่างานที่ทำเป็นงานประเภทใด อาจคิดได้ว่าตนเองกำลังถูกหลอกลวงให้มาทำธุรกิจที่ผิดกฎหมาย จนเกิดการผิดใจกันได้ในที่สุด

3.3 ผลกระทบต่อธุรกิจ

การดำเนินการที่ผิดกฎหมายของธุรกิจแชร์ลูกโซ่ ส่งผลให้ผู้บริโภคขาดความเชื่อถือที่มีต่อธุรกิจประเภทอื่น ๆ ด้วย อาจเป็นการตัดโอกาสในการเข้าร่วมธุรกิจของผู้ประกอบการรายใหม่ ๆ ที่ดำเนินการถูกต้องตามกฎหมายได้อีกด้วย

3.4 ผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมทางสังคม

ปัจจัยภายในประกอบด้วย ปัจจัยด้านบุคคล ในด้านของพนักงานของบริษัทที่ประกอบธุรกิจแชร์ลูกโซ่ ที่ต้องการรายได้มากกว่าการที่จะดำเนินธุรกิจตามกฎหมาย, ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กร ภายในองค์กรที่ดำเนินธุรกิจอย่างขาดวัฒนธรรมนั้นส่งผลให้ธุรกิจแสวงหาแต่ผลกำไร มากกว่าการใส่ใจต่อความเดือดร้อนของผู้บริโภค

ปัจจัยภายนอกประกอบด้วย ปัจจัยด้านเทคโนโลยีการติดต่อสื่อสาร จากการใช้เทคโนโลยีมีการพัฒนามากขึ้น เป็นการเอื้อประโยชน์ในการทำธุรกิจที่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้ง่าย, ปัจจัยด้านผู้แข่งขัน ด้วยสาเหตุมีคู่แข่งที่เพิ่มมากขึ้น จึงส่งผลให้การแข่งขันทางด้านธุรกิจทวีความรุนแรงมากขึ้นด้วย, ปัจจัยด้านกฎหมาย ที่ยังไม่มีการดูแลที่ครอบคลุมมากนัก ทำให้ผู้บริโภคในสังคมตกเป็นเหยื่อธุรกิจที่ผิดกฎหมายได้ง่าย และปัจจัยทางด้านผู้บริโภค ที่ต้องการกำลังใช้จ่ายที่มากขึ้น และต้องการทำงานที่สะดวกสบาย และมีรายได้อย่างรวดเร็ว จึงต้องทำงานประเภทนี้กันมากขึ้น และเป็นปัญหาแก่สังคมในปัจจุบันเป็นอย่างมาก

อภิปรายผลการศึกษา

สาเหตุที่ธุรกิจนี้ยังสามารถดำเนินอยู่ได้นั้น เพราะการพัฒนาของการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศิริวรรณ วิชชุพงษ์ (ศิริวรรณ วิชชุพงษ์, 2543) ได้ศึกษาเรื่องแนวโน้มสื่อโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต ในทศวรรษหน้า แสดงให้เห็นว่าด้านแนวโน้มค่าความแตกต่างระหว่างสื่อโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต และสื่อโฆษณาแบบดั้งเดิมพบว่า การเข้าถึง (reach) ของสื่อโฆษณาโทรทัศน์จะเข้าถึงและตอบสนองได้มากกว่า และยังเป็นสื่อแบบ pull คือ ผู้รับสารจะเป็นคนกำหนดเองว่าจะเลือกเข้าไปดูหรือไม่เข้าไปดูข้อมูลนั้น ส่วนด้านปฏิภณียาฮ์อนหลังพบว่า สื่อโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตมีประสิทธิภาพในการย้อนกลับสูง ในขณะที่สื่อโทรทัศน์มีการย้อนกลับต่ำ ดังนั้น จึงเป็นเหตุผลประการสำคัญที่องค์กรธุรกิจ จะขายการประกอบการผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตมากยิ่งขึ้น และเป้าหมายของธุรกิจนี้ส่วนใหญ่มักจะเป็นนักเรียน นักศึกษาอยู่ในวัยเรียนที่ใกล้ชิดกับสื่อออนไลน์โดยตรง และต้องการหารายได้หลังเลิกเรียน ต้องการงาน Past time ทำงานสบาย วันละ 2-3 ชั่วโมง ช่องทางการประชาสัมพันธ์เป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับธุรกิจประเภทนี้ โดยลักษณะของการดำเนินธุรกิจประเภทนี้จะเน้นการทำงานผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต เน้นการหาสมาชิกจำนวนมาก ๆ เพื่อเป็นการเพิ่มรายได้

ให้แก่ผู้ที่เป็นสมาชิก และใช้วิธีการชักจูงผู้อื่นด้วยการใช้คำพูดที่เป็นกันเองเพื่อสร้างความคุ้นเคย อ้างถึงรายได้เพื่อให้ผู้บริโภครู้สึกเกิดความสนใจ และตัดสินใจสมัครเป็นสมาชิกในที่สุด

วิธีดำเนินการของธุรกิจแบบแชร์ลูกโซ่นี้ เน้นการเชิญชวนบุคคลให้สมัครเป็นสมาชิกและร่วมลงทุนกับบริษัท และบางบริษัทอาจจะมีสินค้ามาเป็นสื่อกลาง โดยเสนอแผนการตลาดที่น่าตื่นเต้น และได้รับผลตอบแทนสูงมากในช่วงเวลาสั้น ๆ เป็นเครื่องมือในการดึงดูดลูกค้าหรือผู้สนใจจะร่วมลงทุน และเนื่องจากสินค้าที่นำมาเสนอขายมีราคาสูงเกินความเป็นจริงมาก ทั้งนี้ เพราะราคาสินค้าดังกล่าว เป็นค่าตอบแทนจากการเชิญชวนคนมาเข้าเป็นสมาชิกนั่นเอง ยิ่งใครสามารถขยายเครือข่ายของตนได้มากเท่าไร ผลตอบแทนจะเพิ่มขึ้นมากเท่านั้น สมาชิกที่มาก่อนจะถูกหลอกโดยให้ได้รับผลตอบแทนเป็นจำนวนเงินที่สูง เพื่อจูงใจให้ลงทุนเพิ่มและชักชวนคนใหม่ ๆ มาร่วมลงทุนด้วย ดังนั้นเครือข่ายจึงขยายออกไปเป็นลูกโซ่อย่างรวดเร็ว กิจกรรมของธุรกิจส่วนใหญ่เน้นไปที่การจัดประชุมสัมมนาที่น่าเชื่อถือ โดยจะมีการนัดการประชุมจากวิทยากรอย่างต่อเนื่อง และอาจจะต้องเสียค่าใช้จ่ายหรือเป็นค่าร่วมประชุม เมื่อทราบรายละเอียดและสมัครเข้าเป็นสมาชิกแล้วก็ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการสมัครอีกส่วนหนึ่ง โดยเมื่อจบการประชุมผู้ที่สนใจสมัครสมาชิกต้องทำการโอนเงินเข้าบัญชีตามที่ได้มีการแจ้งรายละเอียดไว้ในการประชุม

ผลกระทบจากการเข้าสู่ธุรกิจแชร์ลูกโซ่ ในส่วนที่เห็นได้ชัดมาจากด้านเศรษฐกิจสังคม ปัจจุบัน เศรษฐกิจฝืดเคืองตกต่ำ ไม่คล่องตัว ทำให้ผู้คนหลงเชื่อให้เข้ามาประกอบธุรกิจนี้ จากการถูกโฆษณาชวนเชื่อที่อ้างรายได้และผลตอบแทนสูง ได้ตำแหน่งสูง เงินเดือนสูงอย่างรวดเร็ว ประกอบกับการที่ผู้บริโภคมีความต้องการใช้เงินเพิ่มมากขึ้น โดยบรรดานักเรียน นิสิต นักศึกษาที่สามารถทำได้ มีเทคนิคและมีวิธีการหลอกลวงที่น่าเชื่อถือ เช่น ระบุว่า เป็นบริษัทขายตรงที่จดทะเบียนกับสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) อย่างถูกต้องกฎหมาย และเกลี้ยกล่อมให้ เป็นสมาชิกของบริษัท โดยอ้างเงื่อนไขและสวัสดิการที่จะได้รับเพื่อเป็นแรงดึงดูดจนประชาชนหลงเชื่อ รวมทั้งสร้างสถานการณ์ต่าง ๆ มีการจัดการประชุมเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ หากไม่สำเร็จจะ ใช้วิธีกดดันสารพัดรูปแบบให้เข้าร่วมเป็นเครือข่าย สำหรับผลตอบแทนที่สูงจะสร้างความน่าตื่นเต้นให้ผู้สนใจเข้ามาร่วมลงทุนกับบริษัท สำหรับคนที่มียานประจำทำอยู่แล้ว ก็จะมีเวลาว่างหลังจากการทำงาน ธุรกิจนี้ก็จะสนองความต้องการว่าไม่ขัดกับงานประจำอย่างแน่นอน นักศึกษาต่างจังหวัดที่เข้ามาศึกษาในกรุงเทพมหานคร ก็จะมีโอกาสในการเข้าสู่อาชีพนี้มากขึ้น มีอิสระในการใช้ชีวิต ไม่มีผู้ปกครองคอยให้คำแนะนำ และช่วยแบ่งเบาภาระค่าใช้จ่ายของครอบครัวหรือจะนำเงินไปใช้ในสิ่งที่ตนเองต้องการอยากได้และใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน

หลังจากที่ได้ตัดสินใจเข้าร่วมลงทุนธุรกิจนี้ เข้าไปสู่วังวนนี้ลึกขึ้น ต้องหาลูกทีมเข้ามาร่วมลงทุน ชักชวนให้เข้ามาร่วมลงทุนกับตน เมื่อถึง " จุดอิ่มตัว " ที่ผู้เข้าร่วมธุรกิจที่เข้ามาในช่วง

หลังจะไม่สามารถหมุนเวียนเงินตอบแทนให้กับคนที่มาก่อนได้ก็จะปิดตัวลง บางคนถึงกับกู้หนี้ยืมสินมาลงทุน หรือไปชักชวนให้ญาติพี่น้องมาร่วมลงทุนด้วย จนได้รับความเดือดร้อนและเกิดผลกระทบในด้านอื่น ๆ ตามมาในที่สุด

ประโยชน์จากการวิจัย

ประโยชน์เชิงทฤษฎีและข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. ได้ศึกษาและวิเคราะห์ธุรกิจประเภทนี้ ทราบถึงช่องทางการประชาสัมพันธ์และกระบวนการชักจูงเข้าสู่ธุรกิจแชร์ลูกโซ่ ลักษณะและวิธีการดำเนินงานของธุรกิจแชร์ลูกโซ่ ความเป็นมาของธุรกิจนี้ได้มากขึ้น ตลอดจนศึกษาผลกระทบจากการเข้าสู่ธุรกิจแชร์ลูกโซ่ เพื่อที่จะนำไปถ่ายทอดประสบการณ์ความรู้ให้กับบุคคลอื่นได้รับรู้ต่อไป

2. ในเรื่องกระบวนการเข้าสู่ธุรกิจแชร์ลูกโซ่ มีผู้ที่ทำการศึกษาเป็นจำนวนไม่มาก ยังขาดบุคคลที่สนใจทำการศึกษา ทำให้แสวงหาข้อเท็จจริงได้ไม่ชัดเจน ฉะนั้นผู้ศึกษาจึงได้ศึกษากระบวนการเข้าสู่ธุรกิจแชร์ลูกโซ่ โดยเน้นวิธีการสัมภาษณ์ การสังเกตแบบมีส่วนร่วม จึงทำให้ได้ข้อมูลเพื่อนำมาถ่ายทอดความรู้ให้กับบุคคลที่สนใจ

ประโยชน์เชิงนโยบาย

1. ข้อเสนอแนะสำหรับหน่วยงานรัฐบาล ควรเข้ามาทำการสอดส่องดูแลการประกอบธุรกิจประเภทต่าง ๆ และควรมีการให้ความรู้แก่ผู้บริโภค เกี่ยวกับการค้าเงินธุรกิจและการตรวจสอบธุรกิจประเภทต่าง ๆ

2. ข้อเสนอแนะสำหรับผู้บริโภค ขั้นตอนแรกก่อนการเริ่มต้นทำธุรกิจหรือกิจการใด ๆ ควรมีความพร้อม และมีความรู้ในธุรกิจที่จะทำเป็นอย่างไร โดยก่อนที่จะตัดสินใจลงทุน ต้องศึกษาองค์ประกอบของธุรกิจนั้น ๆ อย่างละเอียดถี่ถ้วน และสิ่งที่ขาดไม่ได้คือ ต้องตอบตัวเองว่าทำไมถึงสนใจลงทุนในธุรกิจประเภทนี้ โดยพิจารณาจากประสบการณ์ สภาพแวดล้อม การศึกษา และเงินทุน ควรมีการหาข้อมูลให้ครบถ้วนก่อนการตัดสินใจลงทุนทำธุรกิจใด ๆ และควรเลือกเข้าถึงสื่อที่มีความน่าเชื่อถือ เพื่อป้องกันการตกเป็นเหยื่อของธุรกิจประเภทนี้ต่าง ๆ

3. ข้อเสนอแนะสำหรับสถาบันการศึกษา จากผลการศึกษาที่พบว่า เป้าหมายของธุรกิจแชร์ลูกโซ่ส่วนใหญ่นั้น มักจะเป็นนักเรียน นักศึกษาถึง 75% เพราะฉะนั้นสถาบันการศึกษาจะเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการให้ความรู้ที่ถูกต้องแก่นักเรียน นักศึกษา เพื่อป้องกันการถูกหลอกลวงจากการทำธุรกิจประเภทนี้ และควรมีการปลูกจิตสำนึกให้แก่ นักเรียน นักศึกษา ในการประกอบธุรกิจ มิให้ดำเนินธุรกิจอันที่จะเป็นการหลอกลวงผู้อื่นได้

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

1. เนื่องจากประเภทของธุรกิจแชร์ลูกโซ่มีหลากหลายประเภท และลักษณะของแต่ละประเภทก็แตกต่างกัน ดังนั้นควรศึกษาเปรียบเทียบกับธุรกิจประเภทอื่น ๆ ด้วย
2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านสารสนเทศ ควรเข้ามาทำการตรวจสอบเซิร์ฟเวอร์หรือเว็บไซต์ เพื่อตรวจสอบโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ซึ่งทำงานให้บริการเกี่ยวกับธุรกิจที่อาจผิดกฎหมายได้
3. ควรศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภครวมถึงต่อธุรกิจแชร์ลูกโซ่
4. ควรศึกษาบริษัทแชร์ลูกโซ่หลายๆ บริษัทที่แตกต่างกัน
5. ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรมีการเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างให้มีจำนวนมากขึ้น เพื่อที่จะทำให้ข้อมูลที่ได้มีความครบถ้วนมากขึ้นด้วย



ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

รายการอ้างอิง

- กระทรวงการคลัง สำนักงานปลัด. **ธุรกิจแชร์ลูกโซ่**. เข้าถึงเมื่อ 8 สิงหาคม. เข้าถึงได้จาก <http://www.buddyjob.com>
- ตรีทิพย์ บุญเยี่ยม. (2548). **MLM โอกาสทางธุรกิจสำหรับสินค้าไทยในตลาดโลก**. เข้าถึงเมื่อ 2 กันยายน. เข้าถึงได้จาก <http://index.library.tu.ac.th/ipac20>
- บริษัท เอลิซิโอ จำกัด. (2554). **รูปแบบการตลาดขายตรงหลายชั้น (MLM)**. เข้าถึงเมื่อ 8 สิงหาคม. เข้าถึงได้จาก <http://www.alisio.com>
- ปณิชา นิตีพรมงคล. (2553). **พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพฯ**. เข้าถึงเมื่อ 25 สิงหาคม. เข้าถึงได้จาก <http://www.spu.ac.th/commarts/files>
- พนิตา ชูคง. (2552). “พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือในบลิฟของนักศึกษามหาวิทยาลัย รามคำแหง ระดับปริญญาตรี ส่วนกลาง.” วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- เพ็ญทิพย์ จิรพินนุสรณ์. (2543). **พฤติกรรมแสวงหาข่าวสารผ่านสื่อมวลชนและอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาและบุคลากรของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ**. เข้าถึงเมื่อ 15 พฤศจิกายน. เข้าถึงได้จาก <http://repository.rmutp.ac.th/bitstream>
- ภัทรนุต ธรรมสาโรช. (2550). “การทอผ้าอังกีตา ตำบลอังกีตา อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี.” วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการชุมชน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ศิริพร กนกชัยสกุล. (2553). **เครือข่ายสังคมออนไลน์**. เข้าถึงเมื่อ 15 พฤศจิกายน. เข้าถึงได้จาก <http://www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive>
- ศิริวรรณ ศรีวิษณุพงษ์. (2543). “แนวโน้มสื่อโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตไทยในทศวรรษหน้า (พ.ศ.2543-2551).” วิทยานิพนธ์ปริญญาวารสารศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน) คณะวารสารศาสตร์ และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุทธิเกียรติ ภูมิพัทชนสุข. (2553). “การศึกษาการบริหารงานเชิงกลยุทธ์ของสถานีวิทยุ FM 93.5 YES RADIO RETRO PROGRAM.” ศิลปนิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สุภาวิมล กือเย็น. (2550). “การเข้าสู่อาชีพโคโยตี้.” วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการชุมชน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

อรอุมา ศรีสุทธิพันธ์. (2545). “ความคิดเห็นและพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน) คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.



ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

แนวคำถาม

วันที่เก็บข้อมูล.....เวลาที่เก็บข้อมูล.....

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ชื่อ.....นามสกุล.....

อายุ.....เพศ.....

ที่อยู่.....

ระดับการศึกษา.....

อาชีพ.....

รายได้เฉลี่ย / เดือน

ตอนที่ 2 ประเด็นคำถาม

1. ช่องทางการประชาสัมพันธ์และกระบวนการชักจูงเข้าสู่ธุรกิจแฮร์ลุคโซ่

- ช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์
- วิธีการพูดโน้มน้าวใจของวิทยากรในการเข้าร่วมประชุม
- ปัจจัยที่ทำให้เกิดความสนใจสมัครเข้าเป็นสมาชิกธุรกิจแฮร์ลุคโซ่

2. ลักษณะและวิธีการดำเนินธุรกิจแฮร์ลุคโซ่

- ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจแฮร์ลุคโซ่
- ลักษณะการดำเนินงานของธุรกิจแฮร์ลุคโซ่
- ธุรกิจแฮร์ลุคโซ่กับธุรกิจขายตรง
- ขั้นตอนและค่าใช้จ่ายในการสมัครเข้าเป็นสมาชิกธุรกิจแฮร์ลุคโซ่
- วิธีการชักจูงให้ผู้อื่นสนใจในธุรกิจแฮร์ลุคโซ่
- สถานที่และค่าใช้จ่ายในการประชุม
- สถานที่และเวลาในการทำงาน

3. ผลกระทบจากการเข้าสู่ธุรกิจแฮร์ลุคโซ่

- ผลกระทบทางด้านบวก
- ผลกระทบทางด้านลบ
- ผลกระทบต่อธุรกิจ
- ผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมทางสังคม

ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ-สกุล นางสาวจุฬาลักษณ์ ถ้วยทอง
ที่อยู่ 33/1 หมู่ที่ 1 ตำบลกุฎี อำเภอฟักไห้ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 13120

ประวัติการศึกษา

- พ.ศ.2546 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นจาก โรงเรียนฟักไห้ “สุทธา
ประมุข” อำเภอฟักไห้ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
- พ.ศ.2551 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายจาก โรงเรียนฟักไห้ “สุทธา
ประมุข” อำเภอฟักไห้ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
- พ.ศ.2555 ศึกษาต่อระดับปริญญาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ-สกุล นางสาวดลญา ศรีประโคน
 ที่อยู่ 17/5 หมู่ 1 ราชวילהง ถนนรังสิต-นครนายก ตำบลคลองห้า
 อำเภอกลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 12120

ประวัติการศึกษา

- พ.ศ.2546 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นจาก โรงเรียนอุดมวิทยา
 อำเภอกลองหลวง จังหวัดปทุมธานี
- พ.ศ.2551 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายจาก โรงเรียนชัยบุรี
 อำเภอยะบุรี จังหวัดปทุมธานี
- พ.ศ.2555 ศึกษาต่อระดับปริญญาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป
 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี