

# NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN VIỆC THAM GIA HOẠT ĐỘNG KINH DOANH ĐA CẤP CỦA SINH VIÊN TRƯỜNG ĐẠI HỌC HỒNG ĐỨC

Thiều Việt Hà<sup>1</sup>

## TÓM TẮT

*Nghiên cứu này, chúng tôi thực hiện khảo sát 320 sinh viên Trường Đại học Hồng Đức để tìm ra các nhân tố ảnh hưởng đến việc tham gia hoạt động kinh doanh đa cấp của sinh viên Trường Đại học Hồng Đức. Kết quả nghiên cứu cho thấy có 4 nhân tố chính tác động là: (1) Thu nhập; (2) Các mối quan hệ xã hội; (3) Môi trường làm việc; (4) Muốn khẳng định bản thân; trong đó, nhân tố thu nhập có mức ảnh hưởng lớn nhất và nhân tố môi trường làm việc có mức ảnh hưởng nhỏ nhất đến việc tham gia hoạt động kinh doanh đa cấp của sinh viên Trường Đại học Hồng Đức. Kết quả nghiên cứu là cơ sở đề xuất các biện pháp nhằm nâng cao nhận thức của sinh viên Trường Đại học Hồng Đức trong việc tham gia kinh doanh đa cấp.*

**Từ khóa:** *Kinh doanh đa cấp, sinh viên, nhân tố ảnh hưởng, mô hình.*

## 1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Bán hàng đa cấp hay kinh doanh đa cấp hoặc kinh doanh theo mạng lưới (tên nguyên gốc Multilevel Marketing - MLM) là một hình thức kinh doanh đã xuất hiện và phát triển từ giữa thế kỷ XX, một nhánh đầy triển vọng của lĩnh vực bán hàng trực tiếp (Direct Selling), đã có mặt và phát triển mạnh mẽ tại nhiều quốc gia trên thế giới từ những nước phát triển như Mỹ, Nhật Bản... cho tới các nước đang phát triển khác như Trung Quốc, Brazill. Trong đó, nhiều quốc gia thuộc khu vực Đông Nam Á như Thái Lan, Malaysia đã ứng dụng và phát triển thành công ngành kinh doanh này và có được thành tựu đáng kể, góp phần vào quá trình phát triển nền kinh tế quốc gia.

Không nằm ngoài xu thế hội nhập và phát triển, từ những năm cuối cùng của thế kỷ XX bán hàng đa cấp đã bắt đầu xuất hiện và phát triển ở Việt Nam. Khởi đầu là những sự hợp tác phân phối, sau đó là sự hiện diện trực tiếp của các công ty nước ngoài và các doanh nghiệp thuần Việt kinh doanh trong lĩnh vực này. Thập kỷ đầu tiên của thế kỷ XXI đã chứng kiến sự bùng nổ của bán hàng đa cấp ở nước ta. Hàng loạt doanh nghiệp ra đời trong đó có sự xuất hiện của các tập đoàn kinh doanh đa cấp hàng đầu thế giới, các công ty này không ngừng lớn mạnh, nhiều công ty trong số đó có cả mạng lưới phân phối quy mô toàn quốc với số lượng người tham gia rất lớn bao gồm đủ mọi thành phần, đủ lứa tuổi và doanh số bán hàng là những con số khổng lồ.

Trong giai đoạn 2015 - 2020, số lượng doanh nghiệp bán hàng đa cấp ở Việt Nam giảm từ 67 doanh nghiệp xuống còn 26 doanh nghiệp. Đến nay, cả nước chỉ còn 21 doanh

<sup>1</sup> Khoa Kinh tế - Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Hồng Đức; Email: thieuvietha@hdu.edu.vn

ngiệp bán hàng đa cấp đã được cấp Giấy chứng nhận đăng ký hoạt động bán hàng đa cấp và đang hoạt động. Tuy vậy, doanh thu bán hàng đa cấp lại có xu hướng tăng trưởng mạnh với tốc độ tăng trưởng bình quân trong giai đoạn là 16,9%, thuộc top các quốc gia có tốc độ tăng trưởng về doanh thu bán hàng đa cấp mạnh nhất trên thế giới. Điều này phản ánh sự phát triển dần đi vào chiều sâu và chất lượng của lĩnh vực bán hàng đa cấp tại Việt Nam trong thời gian vừa qua.

Tuy nhiên, có không ít các công ty đã lợi dụng sự thiếu hiểu biết của những người tham gia và kẻ hở của pháp luật để tiến hành lừa đảo, kinh doanh đa cấp bất chính. Những điều này tác động không nhỏ đến nền kinh tế, lao động đặc biệt là đội ngũ học sinh, sinh viên tham gia hoạt động kinh doanh đa cấp.

Trên cơ sở kế thừa và phát triển các nghiên cứu đã có, nghiên cứu đã chỉ ra những nhân tố ảnh hưởng đến việc tham gia kinh doanh đa cấp, mức độ ảnh hưởng của từng nhân tố như thế nào. Từ đó đề xuất những kiến nghị nhằm góp phần nâng cao nhận thức của sinh viên về hoạt động kinh doanh đa cấp.

## 2. MÔ HÌNH ĐỀ XUẤT VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

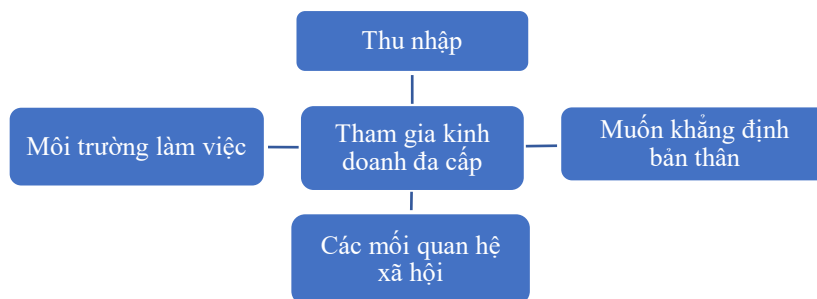
### 2.1. Mô hình nghiên cứu và giả thuyết nghiên cứu

Trong bối cảnh kinh tế quốc tế, ngày càng nhiều công ty kinh doanh đa cấp du nhập vào Việt Nam. Mặc dù hoạt động của kinh doanh đa cấp đã được Chính phủ quy định nhưng thực tế kiến thức và nhận thức của bộ phận sinh viên Trường Đại học Hồng Đức về hoạt động này còn khá mới mẻ và mơ hồ.

Theo kết quả của các nghiên cứu Nguyễn Hoàng Lan Vy (2016), Hồ Thị Ngọc Ánh (2019) đã được kiểm nghiệm trước đây: Thu nhập từ kinh doanh đa cấp, Các mối quan hệ ảnh hưởng, Môi trường làm việc là các nhân tố ảnh hưởng đến việc tham gia hoạt động kinh doanh đa cấp của sinh viên. Đây chính là căn cứ để nhóm tác giả đưa ra các nhân tố này vào bài nghiên cứu. Đồng thời, tác giả cũng đề xuất thêm 1 nhân tố: Muốn khẳng định bản thân dựa vào nghiên cứu về kinh doanh đa cấp của Vương Quốc Duy (2019).

Lý do đề xuất thêm nhân tố “Muốn khẳng định bản thân” bởi vì đối tượng học sinh sinh viên với vốn kiến thức, trải nghiệm còn nhiều hạn chế nên dễ là nhóm đối tượng bị thuyết phục, dụ dỗ. Ngoài ra với tuổi đời non trẻ các bạn luôn khao khát và phấn đấu được trải nghiệm những môi trường mới lạ, được khẳng định cái tôi cá nhân của bản thân.

### 2.2. Mô hình nghiên cứu đề xuất



*Nguồn: Nhóm tác giả điều chỉnh từ phỏng vấn sâu*

**Hình 1. Mô hình nghiên cứu đề xuất của nhóm tác giả**

*Giả thuyết nghiên cứu*

Giả thuyết H1: Thu nhập từ kinh doanh đa cấp có tác động tích cực đến việc tham gia hoạt động kinh doanh đa cấp của sinh viên.

Giả thuyết H2: Môi trường làm việc của kinh doanh đa cấp có tác động tích cực đến việc tham gia hoạt động kinh doanh đa cấp của sinh viên.

Giả thuyết H3: Muốn khẳng định bản thân của cá nhân sinh viên có tác động tích cực đến việc tham gia hoạt động kinh doanh đa cấp.

Giả thuyết H4: Các mối quan hệ ảnh hưởng có tác động tích cực đến việc tham gia hoạt động kinh doanh đa cấp của sinh viên.

**2.3. Phương pháp nghiên cứu**

Nghiên cứu được thực hiện thông qua các bước: Nghiên cứu qua dữ liệu thứ cấp; nghiên cứu định tính và nghiên cứu định lượng. Trên cơ sở các ý kiến của chuyên gia, kết hợp với các tài liệu nghiên cứu trước đây. Thang đo các nhân tố ảnh hưởng đến việc tham gia hoạt động kinh doanh đa cấp của sinh viên Trường Đại học Hồng Đức được hình thành như sau:

**Bảng 1. Thang đo các nhân tố ảnh hưởng đến việc tham gia hoạt động kinh doanh đa cấp của sinh viên Trường Đại học Hồng Đức**

Kí hiệu	Nội dung	Nguồn tham khảo
TN	Thu nhập từ kinh doanh đa cấp	Nguyễn Hoàng Lan Vy, Trương Thị Hiếu (2016)
TN1	Thu nhập của tôi chủ yếu do gia đình hỗ trợ	
TN2	Có thêm nguồn thu nhập để sinh hoạt chi tiêu hàng ngày thoải mái hơn	
TN3	Mức thu nhập từ kinh doanh đa cấp cao	
TN4	Vốn ít nhưng chiết khấu, hoa hồng hấp dẫn	
TN5	Mức thu nhập cao là một trong những yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến quyết định tham gia kinh doanh đa cấp của tôi	Hoàng Trọng Tuấn (2019)
MTLV	Môi trường làm việc	Nguyễn Hoàng Lan Vy, Trương Thị Hiếu (2016)
MTLV1	Môi trường làm việc năng động, tạo điều kiện mở rộng các mối quan hệ xã hội	
MTLV2	Môi trường làm việc an toàn, hợp pháp	
MTLV3	Môi trường làm việc thích hợp phát triển các kỹ năng mềm, kỹ năng giao tiếp	
MTLV4	Môi trường làm việc chuyên nghiệp, hấp dẫn	
MTLV5	Môi trường làm việc khơi gợi được nhiều hứng thú, cảm hứng làm việc	
MTLV6	Môi trường làm việc mở, nhân lực không hạn chế, không yêu cầu bằng cấp	Hoàng Trọng Tuấn (2019)
KĐBT	Muốn khẳng định bản thân	Nguyễn Hoàng Lan Vy, Trương Thị Hiếu (2016)
KĐBT1	Sinh viên có nhiều cơ hội thăng tiến và phát triển sự nghiệp dễ dàng	
KĐBT2	Sinh viên có cơ hội trải nghiệm thực tế	
KĐBT3	Sinh viên muốn thay đổi bản thân ở môi trường mới	
KĐBT4	Sinh viên có được hình ảnh và trạng thái tốt khi làm việc trong lĩnh vực này	(2016)

KĐBT5	Tôi sẽ cố gắng hết sức ở đây	Hoàng Trọng Tuân (2019)
MQH	Mối quan hệ ảnh hưởng	Nguyễn Hoàng Lan Vy, Trương Thị Hiếu (2016)
MQH1	Tôi được người quen, bạn bè giới thiệu	
MQH2	Tôi có người nhà đã, đang tham gia	
MQH3	Tôi tham gia các buổi hội thảo, giới thiệu của công ty	
MQH4	Các phương tiện truyền thông quảng cáo, đăng tải thông tin	
MQH5	Tôi tự tìm hiểu trên báo đài, mạng internet	Hoàng Trọng Tuân (2019)

*Mô tả dữ liệu nghiên cứu*

Trong nghiên cứu này, kích thước mẫu (số quan sát) được xác định dựa trên cơ sở tiêu chuẩn 5:1 của Bollen (1998), Hair và cộng sự, (1998) “Để có thể phân tích nhân tố khám phá cần thu thập dữ liệu với kích thước mẫu ít nhất 5 mẫu trên 1 biến quan sát”. Vậy, với 21 biến quan sát, cần ít nhất là  $21 * 5 = 105$  mẫu. Tuy nhiên, để đạt được mức độ tin cậy cao trong nghiên cứu, tác giả quyết định phát ra 320 phiếu khảo sát. Sau khi thu thập và kiểm tra thì có 20 phiếu khảo sát không đạt yêu cầu. Cuối cùng, nhóm nghiên cứu thu được 300 phiếu hợp lệ đưa vào phân tích dữ liệu trên phần mềm SPSS 22.0.

Thời gian thu thập: 1/2023 - 5/2023

**3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN**

Trong 320 phiếu phát ra, thu về 300 phiếu hợp lệ với tỷ lệ 93,75%. Với số lượng mẫu đủ lớn là điều kiện đảm bảo để tiến hành đưa vào phân tích.

**3.1. Phân tích độ tin cậy của thang đo với hệ số Cronbach's Alpha**

Tác giả đánh giá độ tin cậy của thang đo thông qua kiểm định hệ số Cronbach's Alpha đều từ 0,7 trở lên. Thể hiện thang đo có mức độ tin cậy, phù hợp đưa vào sử dụng cho kỹ thuật phân tích nhân tố (EFA).

**3.2. Phân tích nhân tố khám phá EFA**

Hệ số Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) dùng để kiểm định sự thích hợp của phân tích nhân tố. Trị số của KMO phải thỏa mãn điều kiện sau:  $0,5 \leq KMO \leq 1$ . Theo kết quả bảng 2 cho thấy hệ số KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) là  $0,662 > 0,5$ , đồng thời kiểm định Bartlett cho biết các biến quan sát phản ánh những khía cạnh khác nhau trong cùng một nhân tố có mối tương quan với nhau không. Kết quả Sig Bartlett's Test. =  $0.000 < 0,05$ . Như vậy, có thể khẳng định các biến đều có sự tương quan với nhau, nghĩa là kỹ thuật phân tích nhân tố là phù hợp để sử dụng trong phân tích.

**Bảng 2. Kiểm định sự tương quan của các biến**

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.662
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	4193.531
	Df	253
	Sig.	.000

(Nguồn: Kết quả xử lý số liệu khảo sát của tác giả)

Cả 4 nhân tố có trị số Eigenvalues > 1. Tỷ lệ phương sai của các nhân tố được sắp xếp theo thứ tự giảm dần, giải thích cho sự biến thiên của tổng thể biến quan sát. Trong đó, nhân tố thứ 4 giải thích cho 9.853 tổng giá trị phương sai (ít nhất), còn nhân tố 1 giải thích cho 14.284 tổng giá trị này (nhiều nhất). Cả 4 nhân tố này có thể giải thích cho 75,418% tổng phương sai của tất cả 15 biến quan sát, thỏa mãn tiêu chí nhóm các nhân tố được rút ra phải giải thích cho ít nhất 75% tổng phương sai của tổng thể biến quan sát.

**Bảng 3. Hệ số Eigenvalues**

Eigenvalues			
Component	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3.285	14.284	30.552
2	2.868	12.471	43.023
3	2.806	12.202	55.225
4	2.266	9.853	75.418

(Nguồn: Kết quả xử lý số liệu khảo sát của tác giả)

Căn cứ để xác định mỗi biến đo lường sẽ thuộc về nhóm nhân tố nào là dựa vào hệ số tải nhân tố Factor loading (EFA), tiêu chuẩn chấp nhận mỗi quan hệ tương quan giữa các biến trong nhóm là hệ số EFA > 0,5. Kết quả cho thấy 21 biến quan sát không có sự thay đổi so với mô hình ban đầu và đều có hệ số EFA khá cao, từ 0,7 trở lên và được chia thành 4 nhóm nhân tố chính:

Nhóm 1: Gồm các mục hỏi được gom thành nhóm nhân tố X1 (Môi trường làm việc), các biến trong nhóm có hệ số factor loading EFA > 0,745.

Nhóm 2: Gồm các mục hỏi được gom thành nhóm nhân tố X2 (Thu nhập từ KDĐC), các biến trong nhóm có hệ số factor loading EFA > 0,799.

Nhóm 3: Gồm các mục hỏi được gom thành nhóm nhân tố X3 (Các mối quan hệ ảnh hưởng), các biến trong nhóm có hệ số factor loading EFA > 0,747

Nhóm 4: Gồm các mục hỏi được gom thành nhóm nhân tố X4 (Muốn khẳng định bản thân), các biến trong nhóm có hệ số factor loading EFA > 0,753.

### 3.3. Phân tích hồi quy tương quan

Với phương pháp đưa biến Enter, các biến độc lập được đưa vào đồng thời cùng lúc với nhau và người nghiên cứu sẽ tự đánh giá nên loại biến nào nên giữ biến nào. Với Stepwise, các biến độc lập được đưa vào lần lượt dựa trên một số điều kiện đầu vào. Khi đã đưa vào, biến sẽ được xem xét có nên loại bỏ hay không dựa theo một số điều kiện đầu ra. Quá trình đưa biến vào và loại biến ra sẽ được phần mềm xử lý tự động để cho ra được kết quả hồi quy cuối cùng gồm các biến có ý nghĩa thống kê trong mô hình.

**Bảng 4. Kiểm định sự phù hợp của mô hình**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
4	.972 <sup>f</sup>	.945	.943	.04982	2.312

(Nguồn: Kết quả xử lý số liệu khảo sát của tác giả)

Bảng 4 cho thấy R<sup>2</sup> = 0,945 và R<sup>2</sup> hiệu chỉnh = 0,943 thể hiện sự tương thích của mô hình với các biến quan sát là rất lớn, 94,3% sự biến động của biến phụ thuộc (Tham

gia kinh doanh đa cấp) được giải thích bởi 4 nhóm nhân tố trong mô hình. Hệ số Durbin - Watson = 2,312 nằm trong khoảng (1 - 3) cho thấy không có hiện tượng tự tương quan trong mô hình hồi quy.

Kiểm định hệ số tương quan Pearson giữa phần dư và biến độc lập cho thấy giá trị Sig. giữa phần dư và các biến độc lập đều bằng 1, bác bỏ giả thuyết tương quan, do đó không có mối quan hệ giữa phần dư và các biến độc lập. Thỏa mãn giả thiết phương sai không đồng nhất. Hệ số VIF cao nhất = 1,027 < 10, không có hiện tượng đa cộng tuyến. Như vậy đủ điều kiện để hồi quy bội, kết quả như sau:

**Bảng 5. Kết quả hồi quy mô hình đa biến**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
4 (Constant)	.208	.056		3.706	.001		
TN	.201	.008	.504	25.117	.000	.967	1.017
MQH	.197	.007	.478	28.112	.000	.961	1.027
MTLV	.193	.011	.432	17.533	.000	.974	1.016
KĐBT	.188	.013	.385	14.452	.000	.966	1.014

(Nguồn: Kết quả xử lý số liệu khảo sát của tác giả)

Từ bảng 5 cho thấy giá trị Sig. đều nhỏ hơn 0,05 nên có ý nghĩa thống kê. Ta rút ra được mô hình hồi quy phản ánh việc tham gia hoạt động kinh doanh đa cấp của sinh viên Trường Đại học Hồng Đức với 4 nhóm nhân tố như sau:

$$TGKĐC = 0,504 TN + 0,478 MQH + 0,432 QMTLV + 0,385 KĐBT$$

Tất cả 4 nhóm nhân tố đều có mức ý nghĩa Sig  $\alpha < 0,05$ , do vậy các nhân tố là chấp nhận được trong mô hình hồi quy, và có tác động đến việc tham gia hoạt động kinh doanh đa cấp của sinh viên. Trong đó tác động mạnh nhất là biến Thu nhập ( $\beta = 0,504$ ); thứ hai là biến Mối quan hệ ảnh hưởng ( $\beta = 0,478$ ); thứ ba là biến Môi trường làm việc ( $\beta = 0,432$ ); Cuối cùng là biến Muốn khẳng định bản thân ( $\beta = 0,385$ ). Các hệ số beta của các nhân tố trên đều > 0 thể hiện các nhân tố này có tác động cùng chiều đối với biến phụ thuộc.

### 3.4. Một số giải pháp giúp sinh viên nâng cao nhận thức về kinh doanh đa cấp

#### *Đối với Nhà trường*

*Phòng Công tác Học sinh- sinh viên:* cung cấp những thông tin cơ bản về kinh doanh đa cấp cho sinh viên, đồng thời nêu lên những ý kiến khách quan của Nhà trường về vấn đề này; nhấn mạnh nhiệm vụ quan trọng trước mắt đối với sinh viên là việc học tập; khuyến cáo một số hình thức dụ dỗ, lôi kéo mà các công ty và cửa các đối tượng kinh doanh đa cấp bất chính thường dùng, từ đó thường xuyên nhắc nhở sinh viên đề cao cảnh giác với những trường hợp trên.

*Hội sinh viên, Liên chi Đoàn Thanh niên các khoa:* tổ chức các buổi tư vấn, cung cấp thông tin và đào tạo cho sinh viên về các khía cạnh của kinh doanh đa cấp. Giúp sinh viên hiểu rõ hơn về mô hình kinh doanh đa cấp và có thể đưa ra quyết định thông minh về việc

tham gia hay không. Đưa ra các chương trình hỗ trợ cho sinh viên khi gặp khó khăn trong quá trình kinh doanh đa cấp thông qua workshop, hội thảo... tư vấn về kế hoạch kinh doanh, quản lý tài chính và hỗ trợ tâm lý. Điều này giúp sinh viên có thể vượt qua các thách thức trong quá trình kinh doanh và đạt được thành công.

#### *Đối với sinh viên*

Sinh viên cần có những kiến thức cơ bản về kinh doanh đa cấp, tìm hiểu kỹ nếu có ý muốn tham gia vào ngành kinh doanh này. Sinh viên cần tham khảo ý kiến của người lớn, những người đang làm kinh doanh đa cấp, hành lang pháp lý của nó, tìm hiểu kỹ về công ty đa cấp muốn tham gia. Sinh viên nên có cái nhìn nhiều chiều về ngành kinh doanh này, giúp đỡ bạn bè là nạn nhân của đa cấp bất chính có cái nhìn khách quan về vấn đề đang gặp phải, cách giải quyết vấn đề, khuyên nhủ bạn khi thấy họ tham gia vào các công ty đa cấp không minh bạch.

Sinh viên cần tự lập cho bản thân mình một bản kế hoạch và quản lý thời gian. Tạo ra lịch trình rõ ràng giúp sinh viên phân bổ thời gian một cách hợp lý, hiệu quả và đem lại nhiều lợi ích.

Ngoài ra, sinh viên cần xác định rõ mục tiêu của mình, lựa chọn môi trường làm việc phù hợp và những công ty kinh doanh đa cấp uy tín.

#### 4. KẾT LUẬN

Kết quả nghiên cứu của đề tài cho thấy có bốn nhân tố ảnh hưởng việc tham gia hoạt động kinh doanh đa cấp của sinh viên trường Đại học Hồng Đức. Trong đó, thu nhập từ kinh doanh đa cấp là nhân tố có ảnh hưởng lớn nhất, tiếp đến là ảnh hưởng của các nhân tố mối quan hệ xã hội, môi trường làm việc, và muốn khẳng định bản thân. Kết quả cũng cho thấy cả bốn nhân tố này đều có ảnh hưởng cùng chiều đến việc tham gia hoạt động kinh doanh đa cấp của sinh viên.

Nhận thức, thông tin của sinh viên về kinh doanh đa cấp chỉ ở mức độ trung bình. Tâm lý chung là không quá quan tâm, tìm hiểu kỹ. Do đó kinh doanh đa cấp bất chính đã gây ảnh hưởng rất nhiều đến sinh viên, một số sinh viên đã trở thành nạn nhân của đa cấp bất chính, tạo nên nhiều tác động tâm lý không tốt đến sinh viên và để lại những hậu quả khôn lường. Song nếu tham gia vào hoạt động kinh doanh đa cấp chính thống thì đó là cơ hội để trải nghiệm và phát triển bản thân của các bạn sinh viên.

#### TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Hồ Thị Ngọc Ánh (2019), *Phòng tránh rủi ro trong giao kết và thực hiện hợp đồng bán hàng đa cấp theo pháp luật Việt Nam*, Tạp chí khoa học Trường Đại học Luật, Đại học Huế, số 43.
- [2] Hoàng Trọng Tuân (2019), *Tác động của việc tham gia kinh doanh đa cấp đến đời sống sinh viên Đại học quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh*, Tạp chí Phát triển Khoa học và Công nghệ, 3(2).
- [3] Nguyễn Hoàng Lan Vy, Trương Thị Hiếu (2016), *Nhận thức về việc kinh doanh đa cấp của sinh viên ở một số trường đại học tại Thành phố Hồ Chí Minh*, Hội thảo Khoa học Đại học Văn Hiến.

- [4] *Competition Act 1985 Amendment* (2014), Canada .Justice Laws Website.
- [5] *Fair Trading Act 1986 Amendmen* (2013), New Zealand. New Zealand Legislation.
- [6] Zoe Brennan (2009), *How Tupperware has conquered the word*, The Daily Mail, Retrieved May 19.

## **FACTORS AFFECTING THE PARTICIPATION OF MULTI - LEVER BUSINESS OF HONGDUC UNIVERSITY STUDENS**

**Thieu Viet Ha**

### **ABSTRACT**

*In this research, the author conducted a survey of 320 Hong Duc University students to find out the factors affecting participation in multi-level business activities of Hong Duc University students. Research results show that there are 4 main influencing factors: (1) Income; (2) Social relationships; (3) Working environment; (4) Desire to assert oneself; Among them, the income factor has the greatest influence and the working environment factor has the weakest influence on participation in multi-level business activities of Hong Duc University students. The research results are the basis for proposing measures to raise awareness of Hong Duc University students in participating in multi-level business.*

**Keywords:** *Multi-level marketing, students, influencing factors, model.*

\* Ngày nộp bài: 30/11/2023; Ngày gửi phản biện: 1/12/2023; Ngày duyệt đăng: 13/6/2024