

ชื่อเรื่องการค้าค้ำคว้าแบบอิสระ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำธุรกิจขายตรงของ
ตัวแทน ในระบบการตลาดแบบเครือข่าย จังหวัดลำปาง

ผู้เขียน นางสาว จุฑาภรณ์ สุวรรณะ

ปริญญา เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้าค้ำคว้าแบบอิสระ

ผศ.ดร.นิสิต พันธมิตร อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

ผศ.ดร.ไพรัช กาญจนการุณ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

บทคัดย่อ

การค้าค้ำคว้าอิสระฉบับนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไป พฤติกรรม และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการทำธุรกิจขายตรงและศึกษาถึงปัญหาที่เกิดขึ้นของตัวแทนที่ทำธุรกิจขายตรงในจังหวัดลำปาง โดยรวบรวมข้อมูลจากผู้ที่ตัดสินใจทำธุรกิจขายตรงกับบริษัท เอ็ม สตาร์ เน็ทเวิร์ค จำกัด(ประเทศไทย) ในจังหวัดลำปาง จำนวน 180 ตัวอย่าง ซึ่งได้จากการคัดเลือกแบบเจาะจง และนำข้อมูลมาประมวลผลโดยใช้สถิติค่าความถี่ และร้อยละ สรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

ผู้ที่ทำธุรกิจขายตรง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21 - 30 ปี มีสถานภาพสมรส จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีบ้านพัก ส่วนตัว ประกอบอาชีพ เป็นลูกจ้างของรัฐและมีรายได้ระหว่าง 10,001 - 15,000 บาทต่อเดือน ทั้งนี้ การเข้ามาทำธุรกิจขายตรงส่วนใหญ่มีเหตุจูงใจจากเพื่อน ญาติ แนะนำ และเห็นว่า อาชีพขายตรงมีความมั่นคง เนื่องจากมีความเชื่อมั่นใน บริษัท และผลิตภัณฑ์ของบริษัท เอ็ม สตาร์ เน็ทเวิร์ค ปัจจุบัน ผู้ที่ทำธุรกิจขายตรงส่วนใหญ่ ทำธุรกิจขายตรงมาประมาณ 1 ปี และคาดว่าจะทำธุรกิจนี้ไปอีกมากกว่า 4 ปี ขึ้นไป เพื่อหารายได้เสริม ซึ่งปัจจุบันสามารถสร้างรายได้ให้แก่ผู้ทำธุรกิจขายตรงประมาณ 10,001 - 30,000 บาทต่อเดือน ภายใต้วงเงินเฉลี่ยประมาณ 5 - 15 ชั่วโมงต่อเดือน

เมื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำธุรกิจขายตรงของตัวแทน ในส่วนของปัจจัย ส่วนบริษัท พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) มากที่สุด ส่วนปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญ กับเรื่องมี รายได้ดี เป็นอันดับแรก ส่วนการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศต่อการตัดสินใจทำธุรกิจขายตรงโดยพิจารณาปัจจัยด้าน ต่าง ๆ พบว่า เพศมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจทำธุรกิจขายตรงโดยพิจารณาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่ และปัจจัยส่วนบุคคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และ เพศมีความสัมพันธ์ต่อการ ตัดสินใจทำธุรกิจขายตรงโดยพิจารณาปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย และด้านราคา

Independent Study Title	Factors Affecting the Decision of Dealers' Direct Selling Business of Network-marketing System, Lampang Province	
Author	Miss Thitaporn Suwanna	
Degree	Master of Economics	
Independent Study Advisory Committee	Asst. Prof.Dr Nisit Panthamit	Advisor
	Asst. Prof.Dr Pairat Kanjanakaroon	Co-Advisor

ABSTRACT

This independent research aimed to study general information, behavior, and factor that affected decision in joining direct sales business and to study the problems which arise from direct sale representatives who did business in Lampang area. Data were collected from people who decided to do direct sale business with Aim Star Network Company Limited (Thailand) in Lampang area. The 180 samples were purposively chosen and the data was processed using frequency and percentage statistics. The summary of the study was as follows:

Most people who did direct sale business could be characterized as female, aged between 21 – 30 years old, married, held a bachelor's degree, had their own houses, worked as government employees, and had monthly income between 10,001 – 15,000 baht. The reason why most of them joined the direct sale business was motivation and recommendation from friends and relatives, and they thought direct sale business was secure because they had confidence in the company and Aim Star Network's products. Nowadays, most of the people who did direct sale business had been doing this direct selling for about 1 year and expected to do it for more than 4 years. This was to gain extra income which today could generate about monthly income of about

10,001 – 30,000 baht to the direct sale business by spending average amount of time of about 5 – 15 hours per month.

When studying factors affecting decision to join this direct sale business, for the company factor, it was found that the samples mostly paid attention to the products. For the personal factor, it was found that the potential for high levels of income was very important to the sample. The relationship between genders testing that affected direct sale business joining decision was performed by considering different factors. It was found that statistics significantly genders related to direct sale business joining decision when considering product, location, and personal factors. In addition, genders related to decision in joining direct sale business when considering sale promotion and pricing factors.