

ปัจจัยในการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำธุรกิจขายตรงที่มีผลต่อ

ปัจจัยวัดความสำเร็จในการทำธุรกิจขายตรง :

กรณีศึกษา บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด

**FACTORS OF INCREASING DIRECT SALE EFFICIENCY
AFFECTING SUCCESS MEASUREMENTS OF
DOING DIRECT SALE: A CASE STUDY OF GIFFARINE
SKYLINE UNITY CO., LTD.**

เกศริน ศรีเจริญ

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกธุรกิจระหว่างประเทศ

คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ปีการศึกษา 2554

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ปัจจัยในการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำธุรกิจขายตรงที่มีผลต่อ

ปัจจัยวัดความสำเร็จในการทำธุรกิจขายตรง :

กรณีศึกษา บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด

เกศริน ศรีเจริญ

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกธุรกิจระหว่างประเทศ

คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ปีการศึกษา 2554

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ

ปัจจัยในการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำธุรกิจขายตรงที่มีผลต่อ

ปัจจัยวัดความสำเร็จในการทำธุรกิจขายตรง :

กรณีศึกษา บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด

Factors of Increasing Direct Sale Efficiency Affecting

Success Measurements of Doing Direct Sale:

A Case Study of Giffarine Skyline Unity Co., Ltd.

ชื่อ - นามสกุล

นางสาวเกศริน ศรีเจริญ

วิชาเอก

ธุรกิจระหว่างประเทศ

อาจารย์ที่ปรึกษา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรรัตน์ อินทร์หม้อ

ปีการศึกษา

2554

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ

ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ชาตรี จันทรโคติกา)

กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เจมมารี รักษ์ชูชีพ)

กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรรัตน์ อินทร์หม้อ)

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี อนุมัติการค้นคว้าอิสระฉบับนี้
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ชนงกรณ์ กุณฺทลบุตร)

วันที่ 20 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2555

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	ปัจจัยในการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำธุรกิจขายตรงที่มีผลต่อปัจจัยวัดความสำเร็จในการทำธุรกิจขายตรง :
	กรณีศึกษา บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิค จำกัด
ชื่อ-นามสกุล	นางสาวเกศริน ศรีเจริญ
วิชาเอก	ธุรกิจระหว่างประเทศ
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรรัตน์ อินทร์หม้อ
ปีการศึกษา	2554

บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยพื้นฐานของนักธุรกิจอิสระและปัจจัยในการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำธุรกิจขายตรงที่ส่งผลต่อปัจจัยวัดความสำเร็จในการทำธุรกิจขายตรง : กรณีศึกษา บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิค จำกัด

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ สมาชิกหรือนักธุรกิจอิสระของบริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิค จำกัด จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือสถิติเชิงพรรณนาประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมานประกอบด้วย การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าสถิติไค - สแควร์ ของ Pearson Chi -square และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ของเพียร์สัน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) และสมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้นที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อปัจจัยวัดความสำเร็จในการทำธุรกิจขายตรง ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้จากงานประจำ และระยะเวลาทำธุรกิจกิฟฟารีนที่แตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยวัดความสำเร็จของการทำธุรกิจขายตรง ด้านตำแหน่งทางธุรกิจ และรายได้จากการขายตรง ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ พบว่า ปัจจัยในการเพิ่มประสิทธิภาพของการทำธุรกิจขายตรงที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยวัดความสำเร็จที่แตกต่างกัน ในด้านตำแหน่งทางธุรกิจ และด้านรายได้จากธุรกิจขายตรง โดยมีทิศทางเดียวกันและสามารถนำมาสร้างเป็นสมการพยากรณ์คือ $\hat{Y}_1 = -5.237 + 0.726X_1 + 1.367X_2 + 0.822X_3 + (-0.039)X_4$ และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) 0.731 และสามารถทำนายค่าสมการของการวิเคราะห์ได้เท่ากับ ร้อยละ 52.9 และ $\hat{Y}_2 = -3.734 + 0.596X_1 + 0.434X_2 + 0.434X_3 + 0.040X_4$ และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) 0.738 และสามารถทำนายค่าสมการของการวิเคราะห์ได้เท่ากับ ร้อยละ 54.0

Independent Study Title	Factors of Increasing Direct Sale Efficiency Affecting Success Measurements of Doing Direct Sale: A Case Study of Giffarine Skyline Unity Co., Ltd.
Name-Surname	Miss Kessarín Sricharoen
Major Subject	International Business
Independent Study Advisor	Assistant Professor Dr. Sureerut Inmor
Academic Year	2011

ABSTRACT

The purposes of this independent study were to investigate the fundamental factors of independent businessmen and factors in increasing direct sale efficiency which affected success measurements of doing direct sale business by using Giffarine Skyline Unity Company Limited as a case study.

The samples consisted of 400 members or independent businessmen of Giffarine Skyline Unity Co., Ltd. The questionnaire was used as a research instrument for data collection. Descriptive statistics used for data analysis included Frequency, Percentage, Mean, and Standard Deviation. The inferential statistics comprising Pearson Chi-square, Pearson Correlation Coefficient (r), Multiple Correlation Coefficient (R), and Multiple Linear Regression Equation were used for data analysis at a significance level of 0.05.

The results of this study indicated that the personal factors, which affected success measurements of doing direct sale, consisted of gender, level of education, occupation, income from full-time job, and different period of time in doing in Giffarine business differently affected success measurements of doing direct sale in terms of business position and income from direct sale. Moreover, the results of an analysis of Multiple Correlation Coefficient revealed that the different factors of increasing direct sale efficiency differently affected the success measurements in terms of business position and income from direct sale but in the same direction. The first forecasting equation was created as $\hat{Y}_1 = -5.237 + 0.726X_1 + 1.367X_2 + 0.822X_3 + (-0.039)X_4$ and had the Multiple Correlation Coefficient (R) at 0.731 while forecasting the equation of analysis equaled to 52.9 percent. The second equation was created as $\hat{Y}_2 = -3.734 + 0.596X_1 + 0.434X_2 + 0.434X_3 + 0.040X_4$ and had the Multiple Correlation Coefficient (R) at 0.738 while forecasting the equation of analysis equaled to 54.0 percent.

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระเรื่อง ปัจจัยในการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำธุรกิจขายตรงที่มีผลต่อ ปัจจัยวัดความสำเร็จในการทำธุรกิจขายตรง กรณีศึกษา บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิค จำกัด สำเร็จ ลุล่วงอย่างสมบูรณ์ ผู้ทำการวิจัยขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงต่อ รองศาสตราจารย์ ดร.ชาติรี จันทร โค ลิกา ประธานกรรมการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรรัตน์ อินทร์หม้อ อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เขมมาวีร์ รักษาชีพ กรรมการที่ได้กรุณาสละเวลาให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่อง ต่างๆ ที่เกิดจากการค้นคว้าวิจัย ผู้ทำการวิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ทั้งนี้ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา ผู้ที่มีพระคุณอย่างยิ่งที่สนับสนุนให้ศึกษาต่อ ในระดับมหาบัณฑิต และขอขอบคุณ เพื่อน ๆ พี่ ๆ ในชั้นเรียนสาขาการจัดการวิศวกรรมธุรกิจ และ ธุรกิจระหว่างประเทศ ทุก ๆ ท่านที่คอยให้การช่วยเหลือและเป็นທີ່ปรึกษาตลอดระยะเวลาที่ศึกษาอยู่ รวมถึงผู้ที่มีพระคุณคนอื่น ๆ ที่มีอาจเอ่ยนามได้ทั้งหมดขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ท้ายที่สุดนี้ หากประโยชน์และความดีอันมีคุณค่าจากการศึกษาค้นคว้าอิสระในครั้งนี้บังเกิด ต่อผู้อ่าน ผู้ทำการวิจัยขอขอบคุณแต่บิดา มารดาผู้ให้กำเนิด แต่ครูบาอาจารย์ผู้ประสิทธิ์ประสาท วิชาการอบรมสั่งสอน ถ่ายทอดวิชาความรู้ แด่ผู้มีพระคุณทุกท่านและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ทุกพระองค์ ที่คอย ให้การสนับสนุนเพิ่มพูนสติปัญญาและ หากการศึกษารุ่นนี้ขาดตกบกพร่องหรือไม่สมบูรณ์ประการ ใด ผู้ทำการศึกษากราบขอภัยมา ณ โอกาสนี้

เกศริน ศรีเจริญ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ง
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ญ
บทที่	
1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย	3
1.3 สมมติฐานการวิจัย	3
1.4 ขอบเขตของการวิจัย	3
1.5 คำจำกัดความในการวิจัย	4
1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย	5
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
2.1 การขายตรง	7
2.2 ลักษณะของการดำเนินงานการขายตรง	8
2.3 ทฤษฎีการตลาดแบบเครือข่าย	8
2.4 เทคนิคการนำเสนอแผนการตลาดภาคปฏิบัติของธุรกิจขายตรง	12
2.5 แนวคิดธุรกิจเครือข่ายกิฟฟารีน	16
2.6 ทฤษฎีความสำเร็จของเมคเคลแลนด์	17
2.7 ประวัติความเป็นมาของบริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด	18
2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	24
3 วิธีดำเนินการวิจัย	25
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	25
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	26

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
33 การเก็บรวบรวมข้อมูล	29
34 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	29
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	30
41 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	30
42 ผลการวิเคราะห์	31
5 สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	49
51 สรุปผลการวิจัย	49
52 การอภิปรายผลการวิจัย	50
53 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย	52
54 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอนาคต	53
บรรณานุกรม	54
ภาคผนวก	55
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	56
ภาคผนวก ข หนังสือขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามเพื่อทำการวิจัย	62
ภาคผนวก ค ผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยโปรแกรมทางสถิติ	66
ประวัติผู้เขียน	103

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
21 ตารางโบนัส	15
22 แสดงการได้รับค่าคอมมิชชั่นในระดับต่างๆ	20
23 แสดงการได้รับโบนัสพิเศษของผู้บริหารระดับ โกลด์สตาร์ขึ้นไป	21
24 แสดงการได้รับโบนัสพิเศษเพิ่มเติมของผู้บริหารสูง	22
41 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละจำแนกตามปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล	31
42 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อระดับความคิดเห็นในด้านปัจจัยในการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำธุรกิจขายตรง ให้ประสบความสำเร็จ	33
43 แสดงจำนวน(ความถี่)และร้อยละจำแนกตามปัจจัยวัดความสำเร็จในธุรกิจขายตรง	36
44 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยพื้นฐานของนักธุรกิจอิสระกับปัจจัยวัดความสำเร็จในการ ทำธุรกิจขายตรง	37
45 แสดงการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยในการเพิ่มประสิทธิภาพของการทำธุรกิจ ขายตรงให้ประสบความสำเร็จ (X_1, X_2, X_3, X_4) กับปัจจัยตำแหน่งทาง ธุรกิจขายตรง (Y_1)	40
46 แสดงการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณระหว่างปัจจัยในการเพิ่มประสิทธิภาพ ของการทำธุรกิจขายตรงให้ประสบความสำเร็จ (X_1, X_2, X_3, X_4) กับปัจจัยตำแหน่งทาง ธุรกิจขายตรง (Y_1)	40
47 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์แบบสมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้นของปัจจัยในการเพิ่ม ประสิทธิภาพของการทำธุรกิจขายตรงให้ประสบความสำเร็จที่มีอิทธิพลกับ ด้านตำแหน่งทางธุรกิจ (Y_1)	41
48 แสดงการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยในการเพิ่มประสิทธิภาพของการทำธุรกิจ ขายตรงให้ประสบความสำเร็จ (X_1, X_2, X_3, X_4) กับปัจจัยด้านรายได้จาก ธุรกิจขายตรง (Y_2)	43
49 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณระหว่างปัจจัยในการเพิ่มประสิทธิภาพของ การทำธุรกิจขายตรงให้ประสบความสำเร็จ (X_1, X_2, X_3, X_4) กับปัจจัยด้านรายได้จาก ธุรกิจขายตรง (Y_2)	44

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
410	แสดงการทดสอบความสัมพันธ์แบบสมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้นของปัจจัยในการเพิ่มประสิทธิภาพของการทำธุรกิจขายตรงให้ประสบความสำเร็จที่มีอิทธิพลกับด้านรายได้จากธุรกิจขายตรง (Y_2) 44
411	แสดงผลสรุปการทดสอบสมมติฐาน 46
412	แสดงผลสรุปการทดสอบสมมติฐาน 47
413	แสดงผลสรุปรวมการหาค่าความสัมพันธ์ r (Pearson Correlation) และ R ระหว่างปัจจัยในการเพิ่มประสิทธิภาพของการทำธุรกิจขายตรงให้ประสบความสำเร็จและปัจจัยวัดความสำเร็จของธุรกิจขายตรง 48



สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 กรอบแนวคิดของงานวิจัย.....	5
2.1 บทบาทของธุรกิจและผลประโยชน์ตอบแทน	14



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันนี้มีการแข่งขันทางด้านเศรษฐกิจกันค่อนข้างรุนแรง อีกทั้งภาวะค่าครองชีพที่สูงขึ้น ทำให้เกิดปัญหากับประชาชนที่มีงานประจำ ซึ่งจำเป็นต้องใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน ทำให้ค่าใช้จ่ายไม่พอใช้ จากสาเหตุดังกล่าวนี้ทำให้ประชาชนส่วนใหญ่เลือกที่จะประกอบอาชีพส่วนตัวหรือธุรกิจขายตรง แต่ถ้ามีเงินทุนมากพอ ก็จะสามารไปประกอบธุรกิจส่วนตัวได้ แต่ถ้าไม่มีเงินทุนเพียงพอ ก็เลือกที่จะประกอบธุรกิจขายตรง ซึ่งใช้เงินทุนไม่มากนัก ธุรกิจขายตรงกำลังเป็นที่นิยมสำหรับคนไทย เนื่องจากเป็นอาชีพเสริมที่สามารถสร้างรายได้จากการใช้เวลาว่างที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์กับตัวเองแทนที่จะปล่อยเวลานั้นให้ผ่านไปโดยเปล่าประโยชน์ บริษัทขายตรงที่มีอยู่ในขณะนี้ บางแห่งก็ใช้ทวิวิธีขายตรงธรรมดา บางแห่งก็ใช้การขายตรงแบบหลายชั้น หรือ(MLM) มาเป็นวิธีในการสร้างตลาด ไม่ว่าจะใช้วิธีใดก็ตาม ต่างก็ทำให้เกิดประโยชน์ที่คิดกับคนไทยทั้งสิ้น โดยเฉพาะในเรื่องของการใช้เวลาให้เกิดประโยชน์กับตัวเอง

กฟฟารีน ได้ก่อตั้งขึ้นเมื่อปีพ.ศ. 2539 โดยความมุ่งมั่นของคณะแพทย์และเภสัชกรที่ร่วมกันพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพของคนไทย มีผลิตภัณฑ์ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย มีแนวทางการนำเสนอผลิตภัณฑ์อันเป็นที่ยอมรับ อีกทั้งมีผลงานวิจัยรับรอง มี License of Network และมีการคุ้มครองลิขสิทธิ์เครือข่าย (Protection of Network) อย่างสมบูรณ์แบบมีความชัดเจนในการสร้างแบรนด์อย่างต่อเนื่อง มีผลประกอบการที่อธิบายถึงการเติบโตในอนาคต โดยมียอดธุรกิจในปีแรก 360 ล้านบาท จนถึงปีพ.ศ. 2553 มียอดธุรกิจสูงถึง 4,912 ล้านบาท ซึ่งเป็นการเติบโตอย่างต่อเนื่องจนติดอันดับ Top 5 ของบริษัทเครือข่ายในประเทศไทย และให้ผลตอบแทนคืนกลับแก่นักธุรกิจสูงสุดในประเทศไทย และได้ทำการเสียดำเนินการในอัตราก้าวหน้าในส่วนของเงินปันผลแก่นักธุรกิจ มีระบบสนับสนุนทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพ เช่น สถาบันพัฒนานักธุรกิจอิสระกฟฟารีน และศูนย์ธุรกิจพร้อมห้องประชุมกว่า 94 สาขา เพื่อรองรับการเจริญเติบโตของนักธุรกิจทั่วประเทศ การแสดงผลการตรวจสอบคุณภาพเครือข่าย (Network Monitoring) เพื่อให้ให้นักธุรกิจกฟฟารีนสามารถ ตรวจสอบและสามารถติดตามคุณภาพของเครือข่ายได้ จึงทำให้นักธุรกิจกฟฟารีนประสบความสำเร็จโดยมีต้นทุนในการทำงานที่น้อยที่สุด ส่วนคู่แข่งของบริษัท กฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด คือ บริษัท นูทริเคอร์ม จำกัด

บริษัท นูทริเคอร์ม อินเตอร์เนชันแนล จำกัดธุรกิจเครือข่าย ภายใต้ทีมบริหาร จากบริษัท สุปรีเคอร์ม อินเตอร์เนชันแนล จำกัด โดดเด่นด้วยแผนธุรกิจไดมอนด์ แมทชิง (Diamond Matching) นูทริเคอร์ม มีโรงงานที่เป็นฐานการผลิตที่เต็มไปด้วยศักยภาพและความพร้อมตามมาตรฐานการผลิตสากล ได้รับรองมาตรฐานการผลิตอาหาร GMP และใบอนุญาตผลิตจากคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข มาตรฐานห้องปฏิบัติการทดสอบ ISO / IEC 17025: 2005 DMAC

เจตนารมณ์ ธุรกิจแห่งโอกาสของคนไทย เกิดจากเจตนารมณ์ของคณะแพทย์ไทยที่มีความเชี่ยวชาญในการดูแลด้านความงามและสุขภาพ โดยใช้ความรู้ด้านการแพทย์เป็นหลัก ควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจแบบเครือข่าย ด้วยแผนธุรกิจ ไดมอนด์แมทชิง (Diamond Matching) จ่ายผลตอบแทนที่สร้างรายได้แก่นักธุรกิจนูทริเคอร์ม

ปณิธาน ด้วยประสบการณ์ที่ยาวนาน และการเป็นผู้เริ่มต้น จึงมีความพร้อมในทุก ๆ ด้านที่จะเอื้อให้สมาชิกประสบผลสำเร็จสูงสุดในการทำธุรกิจ ดังนี้

1. มั่นคงด้วยทรัพย์สิน และการลงทุนของบริษัท ฯ มากกว่าพันล้านบาท
2. มีโรงงานผลิตสินค้าที่ได้มาตรฐานระดับสากล
3. ผลิตภัณฑ์ลิขสิทธิ์ หนึ่งเดียว ไร้คู่แข่ง ให้ผลลัพธ์ล้ำค่า ที่พิสูจน์ได้ หุ่นสวย อ่อนวัย สุขภาพแข็งแรง
4. แผนธุรกิจที่ให้ผลตอบแทนที่คุ้มค่า ง่ายและได้ผลตอบแทนรวดเร็ว ยุติธรรม กับผู้บริโภคและผู้เข้าร่วมธุรกิจทุกคน
5. การฝึกอบรมนักธุรกิจอย่างเป็นระบบเพื่อพัฒนาศักยภาพและความรู้ในการทำธุรกิจ
6. ศูนย์บริการ 96 แห่งทั่วประเทศ เพื่ออำนวยความสะดวก และกระจายสินค้าแก่นักธุรกิจ
7. ทีมงานองค์กรนักธุรกิจที่เข้มแข็ง และมีประสบการณ์พร้อมให้คำแนะนำช่วยเหลือในการทำธุรกิจ
8. รับประกันความพอใจสินค้าทุกชิ้น

นอกจากนี้บริษัทที่เป็นคู่แข่งกัน (Competitor) ในส่วนของธุรกิจขายตรงในประเทศไทย มีคู่แข่งมาก ไม่ว่าจะเป็น แอมเวย์ กิฟฟารีน ยูนิซีตี้ คิงเซน เคนโกะ เป็นต้น ซึ่งมีการแข่งขันที่ค่อนข้างสูงและมีผลิตภัณฑ์ที่ใกล้เคียงกัน แต่อาจต่างกันที่นวัตกรรมและจุดขาย และสำหรับในกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อความงาม และกลุ่มอาหารเสริม ก็มีคู่แข่งในตลาดอีกมาก รวมไปถึงแบรนด์ดังต่าง ๆ ในตลาด ที่ประกอบธุรกิจกลุ่มเหล่านี้

กิฟฟารีน มีการจัดจำหน่ายสินค้าคุณภาพมาตรฐานสากลในราคาที่ยุติธรรมกว่า 2,000 รายการ ทำให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่ สามารถซื้อใช้และซื้อซ้ำได้ตลอดไป อันเป็นที่มาของรายได้ที่มั่นคง ยั่งยืนและเป็นมรดกตกทอดแก่ทายาททางธุรกิจอย่างแท้จริง

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าวทำให้สนใจเพื่อศึกษาปัจจัยในการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำธุรกิจขายตรงที่ส่งผลต่อปัจจัยวัดความสำเร็จในการทำธุรกิจขายตรง กรณีศึกษาบริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิค จำกัด เพื่อเป็นแนวทางสำหรับนักธุรกิจอิสระในการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำธุรกิจขายตรงให้ประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยพื้นฐานของนักธุรกิจอิสระที่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยวัดความสำเร็จในการทำธุรกิจขายตรง
2. เพื่อศึกษาปัจจัยในการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำธุรกิจขายตรงที่ส่งผลต่อปัจจัยวัดความสำเร็จในการทำธุรกิจขายตรง

1.3 สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยพื้นฐานของนักธุรกิจอิสระมีความสัมพันธ์กับปัจจัยวัดความสำเร็จในการทำธุรกิจขายตรง
2. ปัจจัยในการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำธุรกิจขายตรงที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยวัดความสำเร็จที่แตกต่างกัน

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

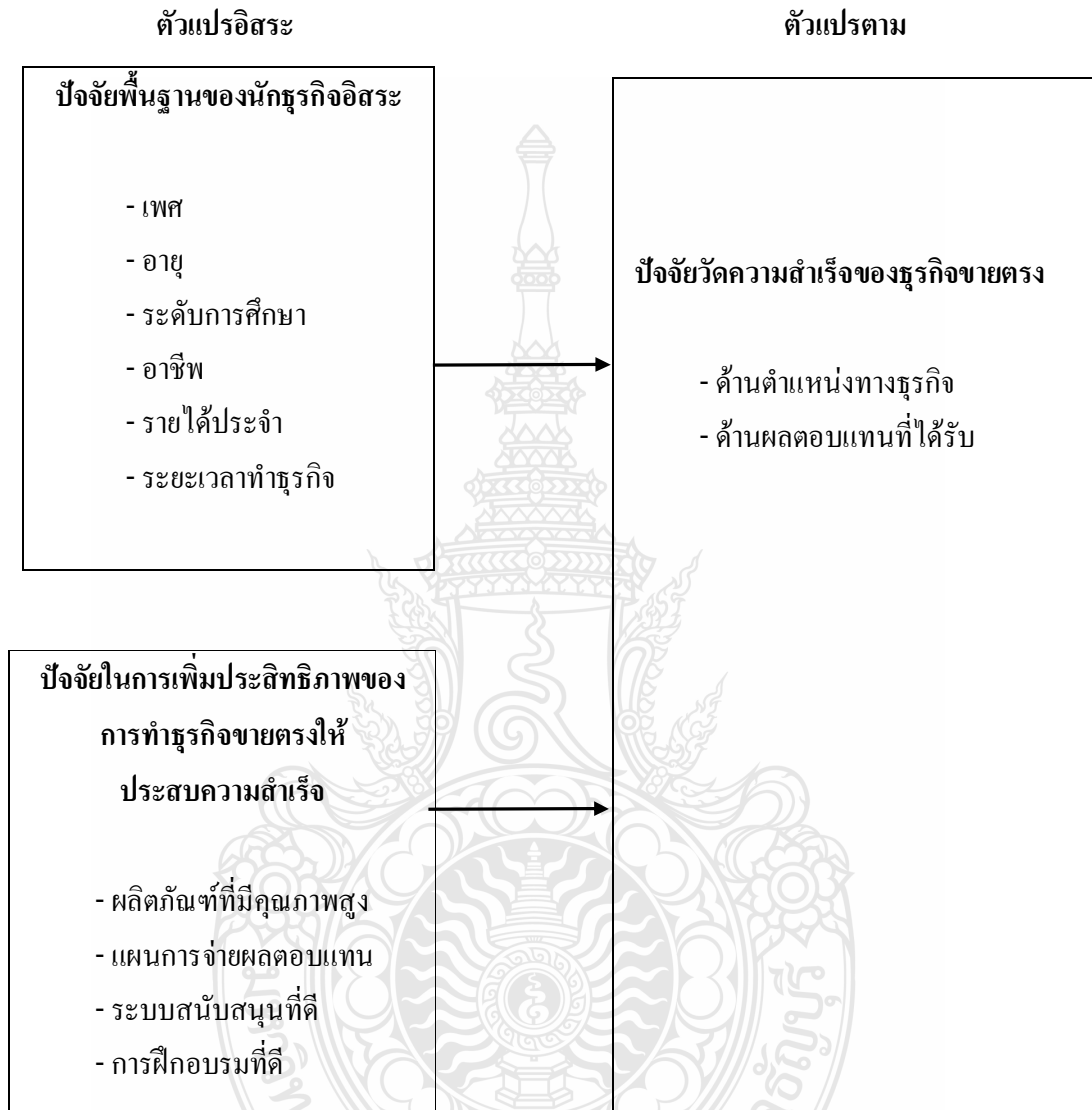
1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย (**Population**) ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้เป็นนักธุรกิจอิสระของบริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิค จำกัด
2. กลุ่มตัวอย่าง (**Sample**) คำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ **Taro Yamane** แบบไม่ทราบจำนวนประชากรได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ **385** ตัวอย่าง และสำรวจไว้ **15** ตัวอย่าง รวมขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ **400** ตัวอย่าง
3. การสุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (**Convenience Sampling**)
4. พื้นที่ในการวิจัย คือ ศูนย์ธุรกิจกิฟฟารีน สาขาดอนเมือง สาขาพหลโยธิน สาขามีนบุรี และสาขานวนคร

5. ระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย ตั้งแต่ 1 มกราคม 2555- 1 กุมภาพันธ์ 2555

1.5 คำจำกัดความในการวิจัย

1. นักธุรกิจอิสระ หมายถึง ผู้ที่สมัครเป็นสมาชิกและจำหน่ายสินค้าของบริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด
2. ผลประโยชน์ตอบแทน หมายถึง สิ่งทีทางบริษัท กิฟฟารีนมอบให้จากการเป็นนักธุรกิจอิสระและขายสินค้าให้กับบริษัทได้ตามเกณฑ์ที่กำหนด
3. อัฟไลน์ หมายถึง นักธุรกิจอิสระที่อยู่เหนือขึ้นไปในสายเครือข่าย
4. ดาวน์ไลน์ หมายถึง นักธุรกิจอิสระที่อยู่ได้ลงมาในสายเครือข่าย
5. ค่า PV หมายถึง คะแนนที่บริษัทกำหนด ซึ่งอาจจะเท่าหรือไม่เท่ากับราคาสินค้าก็ได้ แต่จะเป็นมูลค่าตอบแทนในการปันผล
6. การตลาดแบบเครือข่าย หมายถึง การสร้างช่องทางการกระจายสินค้าของตัวเอง โดยไม่ต้องใช้เงินทุนสูง
7. ระบบ **Multi - Level Marketing (MLM)** หมายถึง ระบบการตลาดหลายชั้นของบริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด
8. ผลตอบแทน หมายถึง สินค้าที่กิฟฟารีนผลิตและจัดจำหน่าย ให้แก่ผู้เป็นสมาชิกและผู้ที่สนใจในสินค้าของบริษัท
9. การขายตรง หมายถึง การขายสินค้าจากผู้ผลิตถึงมือผู้บริโภคโดยตรง ไม่ต้องผ่านพ่อค้าคนกลาง เป็นลักษณะการขายแบบไม่มีหน้าร้าน สามารถทำได้ทั้งเป็นธุรกิจเล็ก ๆ เป็นอาชีพอิสระ หรือเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ หรือธุรกิจข้ามชาติ

1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ที่มา : แนวคิดธุรกิจเครือข่ายกิฟฟารีน
พ.ญ.นลินี ไพบูลย์ (ประธานกรรมการ)

ที่มา : ทฤษฎีความสำเร็จของแมคเคลแลนด์

ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดของงานวิจัย

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยพื้นฐานของนักธุรกิจอิสระที่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยวัดความสำเร็จในการทำธุรกิจขายตรง
2. ทำให้ทราบถึงปัจจัยในการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำธุรกิจขายตรงที่ส่งผลต่อปัจจัยวัดความสำเร็จในการทำธุรกิจขายตรง
3. สามารถนำผลจากการวิจัยในครั้งนี้มาเป็นแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำธุรกิจขายตรงให้ประสบความสำเร็จ



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่องปัจจัยในการเพิ่มประสิทธิภาพที่มีผลต่อปัจจัยวัดความสำเร็จในการทำธุรกิจขายตรง : กรณีศึกษา บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด ได้ศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามลำดับดังนี้

- 21 การขายตรง
- 22 ลักษณะของการดำเนินงานการขายตรง
- 23 ทฤษฎีการตลาดแบบเครือข่าย
- 24 เทคนิคการนำเสนอแผนการตลาดภาคปฏิบัติของธุรกิจขายตรง
- 25 แนวคิดธุรกิจเครือข่ายกิฟฟารีน
- 26 ทฤษฎีความสำเร็จ
- 27 ประวัติความเป็นมาของบริษัท
- 28 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

21 การขายตรง (Direct Sales)

คำว่า การขายตรง ที่บัญญัติขึ้น โดยสมาพันธ์การขายโดยตรงแห่งโลก (World Federation of Direct Selling Associations) และสมาคมการขายโดยตรง (ไทย) หมายถึงการทำตลาดสินค้าอุปโภคบริโภค ในลักษณะของการนำเสนอขายต่อผู้บริโภคโดยตรง ณ ที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคหรือที่อยู่อาศัยของผู้อื่น ณ ที่ทำงานของผู้บริโภคหรือที่อื่น ๆ โดยผู้ขายตรงใช้การอธิบายหรือสาธิตสินค้า เป็นกลยุทธ์หลักในการเสนอขาย

การขายตรงเป็นการเสนอขายสินค้าหรือบริการให้แก่ผู้บริโภค โดยไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง ไม่มีการวางขายโดยทั่วไป สินค้าส่วนใหญ่พนักงานขายจะต้องสาธิตวิธีการใช้ให้ลูกค้าดูรูปแบบการขายตรงจะเป็นการเสนอขายสินค้าถึงบ้าน หรือที่ทำงานถึงลูกค้า ทางโทรศัพท์ ทางไปรษณีย์

ข้อดี ของธุรกิจขายตรงคือ ที่ตั้งสำนักงานไม่จำเป็นต้องอยู่ในย่านการค้าจึงเป็นการช่วยลดต้นทุนในการดำเนินงาน ลูกค้าได้สัมผัส และทดลองใช้สินค้าก่อนซื้อ

ข้อเสีย ของธุรกิจขายตรงคือ พนักงานขายมักจะเปลี่ยนงานบ่อย ทำให้ผลงานไม่ต่อเนื่อง หรือพนักงานขายทำงานให้หลายบริษัท ทำให้มีผลงานน้อย

2.2 ลักษณะของการดำเนินงานการขายตรง

1. เป็นอาชีพอิสระ สามารถจัดการเวลาขายสินค้า บริการได้ด้วยตนเอง
2. ไม่จำเป็นต้องมีหน้าร้านเพื่อแสดงสินค้า สามารถเสนอขายสินค้า บริการ ในบริเวณสถานที่ของลูกค้า
3. สินค้า บริการส่วนใหญ่พนักงานต้องทำการสาธิตแนะนำ ชี้แจง ให้ลูกค้าเห็นคุณภาพ ประโยชน์ ความจำเป็น ฯลฯ เพื่อให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อ
4. ลูกค้าบางรายตัดสินใจซื้อสินค้า บริการ เพราะความคุ้นเคยที่มีต่อพนักงานขาย
5. พนักงานขายเป็นผู้ประชาสัมพันธ์สินค้า บริการ แทนการโฆษณา(Advertising) ตามสื่อโฆษณาต่าง ๆ

ระบบการขายตรง (Direct Sales System) ในประเทศไทยนิยมใช้อยู่ในปัจจุบันมีอยู่ 2 ระบบดังนี้

1. ระบบการขายตรงแบบชั้นเดียว (Single level marketing SML)
2. ระบบการขายตรงแบบหลายชั้น (Multi level marketing MLM)

2.3 ทฤษฎีการตลาดแบบเครือข่าย (Multi-Level Marketing) (สมชาติ กิจจรรรยา, 2546: 61-66)

การตลาดธุรกิจขายตรง ความหมายของการตลาดมีหลายความหมาย คือ

1. เป็นกิจกรรมทางธุรกิจที่ทำให้สินค้า บริการเคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตไปยังผู้ใช้ หรือผู้บริโภค
2. เป็นกระบวนการค้นหาความจำเป็น หรือความต้องการของตลาดแล้วเสนอผลิตภัณฑ์ เพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภค
3. การแสวงหา วิเคราะห์ สืบหา เพื่อผลักดันผลิตภัณฑ์สู่ผู้ใช้ หรือผู้บริโภค ซึ่งโดยหลัก ใหญ่ใจความของการผลักดันผลิตภัณฑ์สนองตอบผู้บริโภค ผู้ซื้อ หรือผู้ใช้งานประกอบด้วย ส่วน ประสมการตลาดที่เรียกว่า 4P

ธุรกิจทุกธุรกิจจะใช้กลยุทธ์ทางการตลาด โดยการเล่นเอาเอ็ดกับ 4P นี้เป็นตัวล่อให้เกิดการซื้อซ้ำ ซื้อเพิ่ม ซื้อตลอดไป โดยมีกลยุทธ์พื้นฐานคือ

1. สินค้า (Product) ประกอบด้วย คุณสมบัติ คุณภาพ คุณประโยชน์ เทคโนโลยี ชื่อเสียง ลักษณะรูปแบบ ตรายี่ห้อ การบรรจุหีบห่อ ขนาด สี สัน การบริการ การรับประกัน การรับคืน ฯลฯ ของสินค้าว่าจะใช้กลยุทธ์ใดในการครอบครองใจผู้ซื้อหรือผู้บริโภค
2. ราคา (Price)

คือราคาสินค้าในใบรายการขายปลีก ส่วนลดซื้อ ระยะเวลาการชำระเงิน ระยะเวลาการให้สินเชื่อ เน้นราคาสูง หรือราคาต่ำแค่ไหน หรือมีหลากหลายราคาให้เลือก

3 การจัดจำหน่าย (Place)

เป็นช่องทาง และวิธีการที่ทำให้สินค้า หรือบริการถึงตัวผู้ใช้ หรือผู้บริโภคได้เช่น การขายตรง การขายผ่านตัวแทนร้านค้า การขายผ่านทางสรรพสินค้า ความครอบคลุม ทำเลที่ตั้ง การใช้สื่อต่าง ๆ

4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ใช้การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ เพื่อให้สินค้าครอบครองตลาดได้มากที่สุดธุรกิจทุกธุรกิจจะให้ความสำคัญที่ตัวสินค้า หรือ **Product** โดยเฉพาะธุรกิจขายตรงตัวสินค้าจะเป็นจุดแข็งที่สำคัญว่า จะทำให้ธุรกิจสามารถครองตลาดได้หรือไม่ การตลาดของธุรกิจ **MLM** ก็ยังคงอาศัยปัจจัยพื้นฐานด้านการตลาดคือ **4P** อันได้แก่ สินค้า ราคา ช่องทางการขาย และการส่งเสริมการขาย

อีกมุมมองหนึ่งในการทำการตลาดของ **MLM** ยังมี **4P** อีกชุดหนึ่งที่น่าสนใจก็คือการตลาด **MLM**

4P การตลาด MLM

1. People Business เป็นธุรกิจที่ต้องทำงานเกี่ยวข้องกับคนหรือเกี่ยวข้องกับงานของมวลชน ดังนั้นผู้ที่จะเป็นเจ้าของธุรกิจใหญ่ในธุรกิจนี้จะวัดบารมีกันที่ปริมาณของคน เข้าตำรา พวกมากหรือคนมากก็ลากไปสู่ถนนความยิ่งใหญ่ในธุรกิจได้เช่นกัน

โบราณกล่าวว่า จิตมนุษย์นี้ไซ้รัก ยกแท้หยั่งถึง ผู้สポンเซอร์หรือผู้นำ หรือผู้บริหารขายตรงควรจะต้องรู้จักคนในมุมมองต่าง ๆ เพื่อจะได้แสวงหาหนทาง สร้างศรัทธา บารมีโดยขอเสนอแนวทางที่จะสร้างศรัทธา บารมี ดังนี้

1. รู้ และเข้าใจความเป็นคน
2. สนใจเรื่องมนุษย์สัมพันธ์
3. ร่วมกันทำงานเพื่อหน่วยงาน
4. ประสานความเข้าใจ ซึ่แนะ สอน ช่วยเหลือ
5. เมื่อผิดให้อภัย พร้อมแก้ไขข้อบกพร่อง
6. ต้องมีความเที่ยงธรรม
7. ทำความใกล้ชิด และคุ้นเคย
8. ไม่เฉยเมย สุข ทุกข์ หรือจิตใจ

9. ให้ทราบเรื่อง หรือความเป็นไปของงาน และคน

10. ประพฤติตนเป็นตัวอย่างที่ดี

นอกจากนี้ยังต้องมีความเข้าใจในข้อปลีกย่อยที่สำคัญของคนเพื่อแสวงหาโอกาสสร้างผลผลิตจากคน จากความรู้จักคนมากขึ้นกว่าเดิมคือ

1. คนมีความต้องการเหมือนกันทางปัจจัย 4
2. คนมีกิเลสเหมือนกัน
3. คนแสดงออกย่อมมีสาเหตุ
4. คนมีความแตกต่างกัน
5. คนมีความต้องการ
6. คนเป็นมนุษย์ที่ชอบรวมกลุ่ม
7. คนพัฒนาได้

2. Power Business เป็นธุรกิจที่อาศัยพวกพ้อง อาศัยฐาน อำนาจ อาศัยเครือข่ายโยงใยกล่าวโดยสรุปก็คือใครพวกดี มีคนรู้จักมาก โอกาสหาทางลัดก็จะมีมาก ถ้าหากอยากจะรวย แหล่งที่มาของอำนาจ หรืออำนาจของคนได้มาอย่างไร ได้แบ่งเป็นข้อดังนี้

1. มาจากตำแหน่ง หรือยศถา บรรดาศักดิ์
2. มาจากการแข่งขัน และเป็นผู้ชนะในเกมกติกา
3. มาจากความเลื่อง หรือความกล้า
4. การทำงานเป็นกลุ่มเป็นก้อน หรือเป็นทีม
5. มีความเชี่ยวชาญเฉพาะอย่าง
6. มีสิทธิ์ให้คุณ หรือให้โทษคนหนึ่งคนใด
7. มีความนิยมชมชอบ
8. มีศีลธรรมเป็นที่เชื่อถือศรัทธายอมรับ
9. มีความพยายามให้ได้มา
10. มีกฎหมายในมือ

ภารกิจของจอมยุทธขายตรงทั้งหลาย ก็คือทำอย่างไรจะจับเส้นเลือดใหญ่ของเครือข่ายเพื่อการโตสู่ตำแหน่ง และอำนาจในระยะเวลาอันสั้น สิ่งเหล่านี้ต้องใช้เวลา ยุทธวิธี และมีทีมงานที่หลากหลายเพื่อให้ได้มา ซึ่งศูนย์อิทธิพลคนแข็ง ๆ ในสังกัด

3. Paradiam Business เป็นธุรกิจของการเลียนแบบ หรือเป็นธุรกิจที่ต้องมีตัวอย่าง หรือมีแบบอย่าง ในการปฏิบัติงานที่เกิดจากผู้นำดังสุภามิตยุโรป

ธุรกิจขายตรงได้ให้ความสำคัญกับหัวเรือ หรือหัวหอกรที่เป็นผู้นำในการทำงาน และการบริหารอย่างสูงที่จะเป็นแบบอย่างในวิธีคิด วิธีทำงาน และวิธีแสดงออก ที่จะจุดประกายไฟให้บรรเจิดในการทำงานตัวอย่าง หรือแบบอย่างสามารถสร้างให้เป็นวัฒนธรรมในการทำงานได้คือ

1. ตัวอย่างในการมีระเบียบวินัยในการทำงาน
2. ตัวอย่างในการขาย สาธิต และสปอนเซอร์
3. ตัวอย่างในการแสดงออก และการสื่อสาร
4. ตัวอย่างในการเป็นผู้นำ และประชุม

4 Performance Business เป็นธุรกิจที่ต้องลงมือกระทำลงมือปฏิบัติ โดยการกระจายงานแบ่งงานภาระงานจากสายบนลงสู่สายล่าง ขอฝากหลัก 5 ถึง ผู้เศรษฐกิจ มีแนวทางปฏิบัติ 5 ข้อดังนี้

1. เงินถึง ผู้นำจะต้องใช้เงินทุนในการจัดสรรเครื่องมือสื่อ หรืออุปกรณ์การขาย พร้อมไว้ในสายงานเสมอ
2. มือถึง ผู้นำหรือออฟไลน์ที่ประสบความสำเร็จจะต้องทำอย่างทุ่มเทและมีมาตรฐานในการทำงานที่ดีสามารถเป็นแบบอย่างได้
3. ใจถึง แบบอย่างที่ประสบความสำเร็จในการทำงานก็คือความกล้าแสดงออก การมีความเชื่อมั่นที่จะถ่ายทอดสายใยแห่งความเชื่อมั่นต่อ ๆ กันไป
4. คนถึง ควรสร้างผลประโยชน์ให้ก้าวหน้าต้องอาศัยพลังจากประชาชนพลเมือง เพราะงานหลักของธุรกิจ MLM คือสปอนเซอร์คนเสาะหาผู้สนใจ ส่วนงานรองก็คือการขาย หรือบริโภค อุปโภค
5. บุญถึง การมีความคิดความรู้สึกในการเป็นผู้ให้ การรู้จักการเสียสละ และการบริจาคจะเป็นพลังบุญเกื้อกูล เกื้อหนุนให้มีพลังเงินตามมา

ธุรกิจ MLM คืออะไร (สมชาติ กิจจรวยง, 2546: 11-12)

ธุรกิจ MLM เป็นธุรกิจที่ดีและน่าสนใจ ถ้าหากปัจจัยของความจำอันประกอบไปด้วย ปัจจัย สองประการ ประการแรกคือ บริษัทที่เข้ามาประกอบธุรกิจมีวิสัยทัศน์ ประสพการณ์ และมีจริยธรรมในการบริหาร ประการที่สอง ผู้นำนายตรงเข้าใจแบบแผน หรือรูปแบบของความสำเร็จ เพราะธุรกิจ MLM เป็นธุรกิจที่

1. ถือผู้นำนายตรงเป็นผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัว เป็นนายตนเอง
2. เป็นธุรกิจที่มีโอกาสของรายได้สูงโดยไม่กระทบ หรือขัดแย้งกับการประจำที่ทำอยู่
3. มีโอกาสทางรายได้ ไม่มีขีดจำกัด และรายได้ต่อเนื่องเป็นมรดกตกทอดได้
4. มีอิสรภาพ มีเวลา ช่วยเหลือคน และได้รับการสนับสนุนจากเพื่อน ๆ ในสายงาน

5. เงินลงทุนต่ำ ๆ ไม่จำเป็นต้องอาศัยทำเล ไม่จำเป็นต้องมีประสบการณ์ หรือพูดเก่ง
 6. ใช้สังคมของตนเองไม่เกิน 10 ท่าน ก็สามารถช่วยให้มีรายได้จากเลขหกหลักขึ้นไปภายในระยะเวลาอันสั้น

7. มีเวลา และมีโอกาสเดินทางท่องเที่ยว

8. ได้พัฒนาตนเองทางด้านบุคลิกภาพ การพูด การเข้าสังคมอยู่ตลอดเวลา

9. ได้อยู่ในสังคมที่คอยช่วยเหลือกัน

10. เริ่มก่อนย่อมมีโอกาสสำเร็จก่อน ทำอย่างทุ่มเท 2- 5ปี มีโอกาสทางรายได้

ตลอดไป

24 เทคนิคการนำเสนอแผนการตลาดภาคปฏิบัติของธุรกิจขายตรง (สมชาติ กิจจรยง, 2546: 92-97)

1. เริ่มต้นทักทาย

ด้วยบรรยากาศที่เป็นมิตร เป็นกันเอง พยายามทำความรู้จักกับผู้เข้าร่วมประชุมทุก ๆ คน หรืออาจจะตรวจสอบผู้ฟังก็ได้ว่าใครมาในครั้งแรก ใครสมัครแล้ว ใครพาแขกหรือสมาชิกใหม่มา

2. นำสู่อิสรภาพทางการเงิน

ชี้ให้เห็นความสำคัญของเวลาที่เหลือน้อยลงไปทุกครั้ง เร็วแรงของเราก็กดน้อยถอยลงไปทุกครั้ง แต่ทุกคนก็ยังมีหวัง หรือความฝันภายใน 1- 3ปี ว่าจะมีอิสรภาพทางการเงิน และมีเวลาเหลือ โดยจัดสรรรายได้หรือเงินที่ได้มาเพื่อ ใช้หนี้สิน ซื้อบ้าน ซื้อรถใหม่ เดินทางท่องเที่ยว สร้างหลักทรัพย์

3 ขยายความคิดในงานและธุรกิจที่ดี

โดยแสดงให้เห็นว่างานของ MLM นี้รายรับจะแตกต่างจากงานอื่น ๆ อย่างไร เช่น

- งานทั่ว ๆ ไปทำวันนี้ กินวันนี้ หรือพรุ่งนี้ต่ออีกไม่กี่วัน

- ถ้างานหยุด รายได้จะสะดุด

- ซึ่งผู้นำเสนอมานำเสนอเป็นการเปรียบเทียบระหว่างงานประจำกับ MLM หรือ

ระหว่างธุรกิจส่วนตัวกับธุรกิจ MLMตามตัวอย่างดังนี้

ข้อกั่วงวลในการทำธุรกิจ

1. ใช้เงินทุนมากมาย

2. มีความเสี่ยงตลอดเวลา

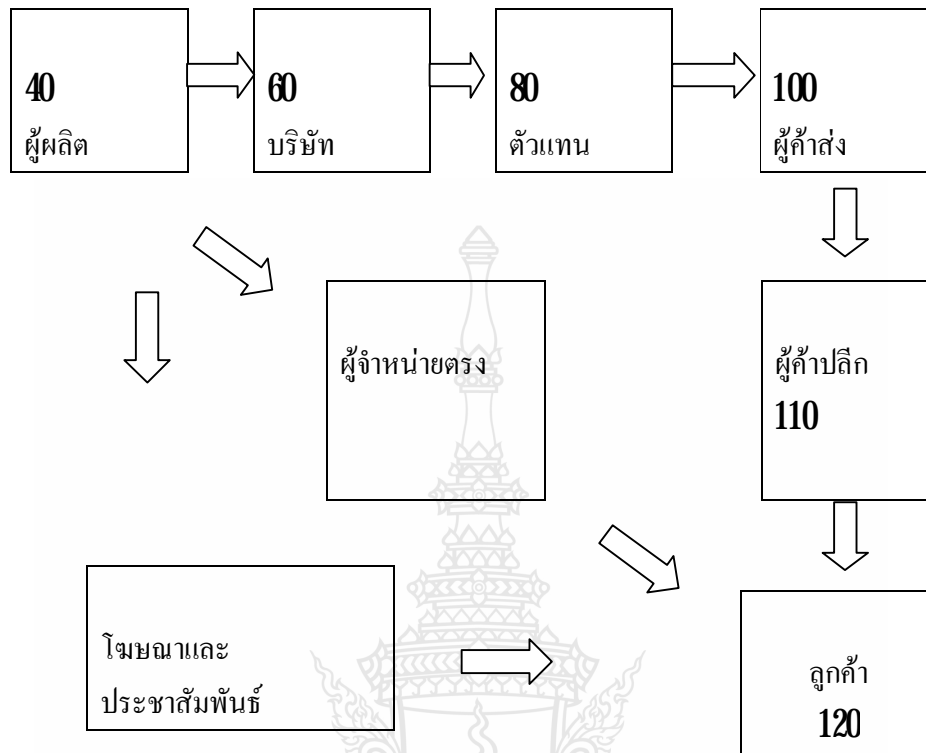
3. ต้องอาศัยเวลา

- 4 ต้องมีความรู้ หรือความชำนาญเฉพาะด้าน
 - 5 ต้องอาศัยประสบการณ์ หรือคนเก่ง ๆ หลายคน
- ลักษณะธุรกิจที่ดี
1. เงินทุนน้อยกว่า
 2. มีรายได้ทันทีต่อเนื่อง และเป็นมรดกได้
 3. สามารถขยายธุรกิจได้ไม่จำกัด
 4. มีสินค้าหลากหลาย
 5. มีแผนการตลาดที่ดี

4 บทบาทของธุรกิจและผลประโยชน์ตอบแทน

อธิบายขั้นตอนของธุรกิจโดยทั่วไปว่าจะต้องมีผู้ผลิตสินค้ามีการส่งผ่านตัวแทน หรือเอเยนต์ระดับต่าง ๆ จนถึงผู้ซื้อปลีก ซึ่งวิธีการนี้กำไรจะตกอยู่กับบุคคลเพียงไม่กี่คน และต้องรอให้ลูกค้าเข้ามาหรือซื้อเอง ราคาสินค้าจะถูกบวกด้วย ค่าโฆษณาประชาสัมพันธ์และส่วนแบ่งในตัวแทนระดับต่าง ๆ

ในธุรกิจ MLM ของเราจะตัดพ่อค้าคนกลางที่เป็นตัวแทนขายส่งระดับต่าง ๆ ออกไป โดยจะนำสินค้าและบริการ จากโรงงานผู้ผลิต หรือบริษัทจัดจำหน่ายส่งถึงมือลูกค้าโดยตรง ผลประโยชน์มากมายที่เคยเป็นของพ่อค้าคนกลางก็จะมาถึงผู้จำหน่ายตรงอย่างพวกเรา และผู้ใช้สินค้าของพวกเรา ยังมีโอกาสทางรายได้จากการแนะนำลูกค้าใหม่ ๆ โดยไม่สิ้นสุด



ภาพที่ 21 บทบาทของธุรกิจและผลประโยชน์ต่อตัวแทน (สมชาติ กิจจรขง, 2546: 94)

5. การสร้างวิสัยทัศน์ หรือภาพลักษณ์ขององค์กร

เพื่อขยายความมั่นคง และความมุ่งมั่น อันเป็นเงื่อนไขที่สนับสนุนความสำเร็จของธุรกิจเรา

โดยใช้วีดีโอ ภาพสไลด์ เอกสารประกอบ

วิสัยทัศน์ขององค์กรเป็นอย่างไร

องค์กรเป็นบริษัทแบบไหน

- พวกเขาจะเติบโตไปได้ถึงระดับไหน
- เบื้องหลังของบริษัท
- จุดเด่นของผลิตภัณฑ์

จุดเด่นของแผนการตลาด และผลตอบแทน

วัฒนธรรมองค์กร เช่น

- การพัฒนาผลิตภัณฑ์
- การพัฒนาบุคลากร

6 การเขียนแผนการตลาด

อาจจะใช้กระดาษไวท์บอร์ด หรือแผ่นภาพโปสเตอร์ก็ได้ แต่ถ้าหากนำเสนอเป็นรายตัวบุคคลอาจจะใช้กระดาษ A4 เขียน หรือใช้แฟ้มประกอบการนำเสนอได้ โดยแผนการตลาดให้เน้นให้เห็นผลประโยชน์ จากการเข้าร่วมธุรกิจจากระดับเริ่มต้น จนถึงระดับสูงสุดว่ามีรายได้ประมาณเท่าใด ไม่จำเป็นต้องคำนวณเป็นตัวเลขอย่างละเอียดลออ เพราะวัตถุประสงค์ของการเขียนแผนครั้งแรกนี้ เพื่อให้ผู้ฟังมองเห็น โอกาสทางธุรกิจ

มีวิธีการหลายวิธี นำเสนอแผนการตลาดหลายรูปแบบ ขอยกตัวอย่างดังนี้

1. เปรียบเทียบการขายเอากับการสนับสนุน ชักชวน ผู้อื่นเข้าร่วมสายงานที่เห็นความง่าย ความสะดวก และรายรับที่แตกต่าง
2. ใช้อัตราโบนัสในรูปแบบจากต่ำไปสูง แล้วชี้ให้เห็นถึงผลต่างรายรับระหว่างเรากับ สมาชิกใหม่เมื่อเราได้รับอัตราโบนัสสูง ๆ
3. ยกตัวอย่างง่าย ๆ เป็นยอดสั่งซื้อส่วนตัว หรือซื้อกลุ่มเป็นชุดสินค้าตัวอย่าง เช่น สินค้า 1 ชุด มีคะแนน 1,000 PV ตารางโบนัสเป็นดังนี้

ตารางที่ 21 ตารางโบนัส (สมชาติ กิจจรยง, 2546: 96)

คะแนน PV	โบนัส
120,000	18%
60,000	15%
45,000	12%
30,000	9%
15,000	6%
3,000	3%

การยกตัวอย่างผลประโยชน์ พิธีกรหรือผู้สปอนเซอร์อาจจะพูดได้ว่าถ้าเดือนที่ 1 ยอดขายส่วนตัว/ กลุ่ม ได้ 3 ชุด จะได้โบนัส 3% ถ้าเดือนที่ 2 หรือเดือนต่อมา ยอดเบิกส่วนตัว/ กลุ่ม 30 ชุด จะได้โบนัส 9%

4. เสนอเป็นรูปเครือข่าย 3-6 ชั้น ในการสปอนเซอร์เดือนละ 1 ชั้น และแสดงให้เห็นรายได้ที่สูงขึ้นเรื่อย ๆ

5. ใช้ตารางสำเร็จรูป ซึ่งอาจจะมี 6- 8 ชั้น แสดงให้เห็นยอดสั่ง และอัตราโบนัสโดยประมาณ แล้วอธิบายตาราง

ในขั้นนี้ผู้สปอนเซอร์ หรือผู้แนะนำ ควรย้ำว่าทุกคนทำได้โอกาสเท่ากัน และแฝงปรัชญาของ MLM หรือตอบข้อโต้แย้งที่คาดว่าน่าจะมีเมื่อไว้ด้วย

7. สร้างและประสานความฝัน

โดยเน้นให้ทุกคนเห็นเป้าหมาย ความใฝ่ฝันสู่อิสรภาพทางการเงิน โดยอาศัยสินค้า แผนการตลาด ระบบการทำงาน การอบรม ฯลฯ ในขั้นนี้อาจจะใช้ สไลด์ หรือวิดีโอ แสดงภาพเพื่อตอกย้ำ ความใฝ่ฝัน ไปพร้อมกับการแสดงพลังของทีมงานที่มีส่วนร่วม

8. สรุปและระบุกิจกรรม

โดยการตอบคำถาม นัดหมาย จัดสรรให้พูดคุยกับออฟไลน์ หรือวิทยากร ระบุภารกิจของผู้สมัครใหม่เป็นขั้นเป็นตอน แจกข่าวสารขอบคุณผู้เข้าประชุม กล่าวอำลา เชื้อเชิญในโอกาสต่อไป

2.5 แนวคิดธุรกิจเครือข่ายกิฟฟารีน

ธุรกิจกิฟฟารีน...ความสำเร็จที่มาจากเหตุผล

แนวคิดในการทำธุรกิจที่สอดคล้องกับลักษณะนิสัย และการใช้ชีวิตประจำวันของคนไทย โดยมีแนวคิดที่จะเชิญคนไทยมาร่วมทำธุรกิจ ด้วยการซื้อสินค้าในบริษัทที่เขาเป็นเจ้าของ และได้รับผลตอบแทนกลับคืนสูงสุดถึง **45%** เป็นโอกาสของนักธุรกิจที่จะขยายตลาดได้อย่างต่อเนื่อง ด้วยผลิตภัณฑ์คุณภาพกว่า **2,000** รายการ ที่เหมาะสมกับกำลังซื้อของคนไทยทุกกลุ่ม รวมถึงส่งออกจำหน่ายกว่า **30** ประเทศทั่วโลก จากโรงงานของกิฟฟารีนที่มีคุณภาพมาตรฐานระดับสากล ได้รับผลตอบแทนในการทำธุรกิจที่คุ้มค่า - ยุติธรรมปราศจากความเสี่ยง จากเงินลงทุนเพียง **160** บาท และแผนการจ่ายผลตอบแทนที่ทำได้โดยง่าย และเป็นบริษัทเดียวที่มีการเสียภาษีอัตราก้าวหน้าในส่วน of เงินปันผลแทนสมาชิก ประสบความสำเร็จด้วยระบบสนับสนุนทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพ โดยบริษัทฯ มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย โฆษณา ประชาสัมพันธ์ในสื่อทุกรูปแบบ อีกทั้งยังให้บริการธุรกรรม และจัดฝึกอบรมในศูนย์ธุรกิจกิฟฟารีนทั่วประเทศกว่า **94** สาขา โดยที่ไม่เสียค่าใช้จ่าย

กิฟฟารีนเชิญคนไทยมาเป็น ผู้ใช้สินค้า ไม่ใช่ ผู้ขาย โดยการให้นักธุรกิจกิฟฟารีนเริ่มต้นเชิญคนที่มีความคุ้นเคยมาเป็นผู้ใช้สินค้า และมีแนวคิด คำพูด และการกระทำที่เหมือน ๆ กัน (**Imitation**) ตลอดจนถ่ายทอดแผนธุรกิจของเครือข่ายไปเป็นลำดับขั้น (**Duplication**)

ด้วยวิธีดังกล่าว ทำให้คนไทยทุกคนสามารถเริ่มต้นธุรกิจเครือข่ายกับกิฟฟารีนด้วยความสบายใจ ไม่มีความเสี่ยงเนื่องจากไม่ต้องลงทุน และไม่เปลี่ยนวิถีชีวิต ตลอดจนไม่รบกวนงานประจำที่ได้ทำอยู่แม้ว่าจะต้องการรายได้จากธุรกิจที่มากมาย ก็สามารถบริหารเวลาและทำควบคู่กับงานประจำได้

26 ทฤษฎีความสำเร็จของแมคเคลแลนด์

ทฤษฎีความสำเร็จ (Achievement Needs (nach)) แมคเคลแลนด์ (McClelland, 1953) มีความเชื่อว่า มนุษย์มุ่งจะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้สำเร็จลุล่วงไป แมคเคลแลนด์ ได้สร้าง แบบทดสอบ เพื่อแยกประเภทของมนุษย์ ออกเป็นพวกที่มีความต้องการความสำเร็จสูงต่ำ เรียกว่า **Thematic Appreciation Test (TAT)** TAT จะประกอบด้วยภาพต่าง ๆ ภาพเหล่านี้ จะไม่มีคำบรรยายกำกับไว้ ผู้ทดสอบจะเป็นผู้บรรยายว่า ภาพเหล่านั้นบ่งบอกเกี่ยวกับสิ่งใด หรือคนในภาพนั้นมีความรู้สึกอย่างไร เช่น ภาพวาดหนึ่ง มีเด็กหนุ่ม กำลังพรวนดินกลางทุ่งนาที่ปลายนามีพระอาทิตย์กำลังจะลับขอบฟ้า แสดงถึงเวลาเย็น ผู้ทดสอบจะต้องบรรยายว่า เด็กหนุ่มคนนั้นมีความรู้สึกอย่างไร คำบอกเล่าของผู้ทดสอบจะได้รับการตีความจากผู้ตัดสินว่า เขามีแรงจูงใจในความสำเร็จสูงหรือต่ำ โดยได้รับการเปรียบเทียบคำตอบของผู้ทดสอบต่าง ๆ เช่น ถ้าผู้ทดสอบเล่าว่า หนุ่มผู้นั้นกำลังเสียใจว่า พระอาทิตย์กำลังตกดิน ซึ่งหมายความว่า เขาไม่สามารถปลูกต้นไม้ให้เสร็จสิ้นในวันนี้ได้ ในขณะที่เดียวกันมีผู้ทดสอบอีกผู้หนึ่งบรรยายว่า หนุ่มคนนั้นดีใจว่า พระอาทิตย์ตก และเขาจะได้พักผ่อนเสียทีจะได้ดื่มเหล้าสรวลเสเฮฮาบ้าง จากข้อมูลดังกล่าว ผู้ทดสอบคนที่หนึ่งจะได้รับการตีความว่า เขามีแรงจูงใจในความสำเร็จสูง และผู้ทดสอบคนที่สองจะได้รับการตีความว่า เขามีแรงจูงใจในความสำเร็จต่ำ ลักษณะของบุคคลที่มีแรงจูงใจในความสำเร็จสูง (McClelland, 1947) ได้เก็บรวบรวมลักษณะต่าง ๆ ดังนี้ บุคคลผู้มีแรงจูงใจในความสำเร็จสูง จะต้องเป็นคนที่

1. ชอบทำงานที่มีระดับยากปานกลาง เป็นงานที่ไม่ยาก หรือง่ายเกินความสามารถของเขา ในการทดลองชิ้นหนึ่งให้ผู้รับการทดลอง โยนก้อนน้ำใส่ห่วงที่ปักกับดิน ผลปรากฏว่า บุคคลมีแรงจูงใจสองลักษณะคือ แรงจูงใจในความสำเร็จสูงและต่ำมีการปฏิบัติที่แตกต่างกัน พวกที่มีแรงจูงใจสูงจะเลือกกระยะห่าง จากหลักพอสมควรที่เขาสามารถจะ โยนก้อนน้ำเข้าหลักได้ เขาจะไม่ยืนไกลหรือไกลเกินไป แต่จะยืนให้ห่างมาก เท่าที่เขาจะพยายาม โยนให้เข้าได้ ส่วนพวกแรงจูงใจด้านนี้ต่ำ มักเลือกยืนใกล้ ๆ ให้ใส่ก้อนน้ำได้ง่าย ๆ หรือยืนไกล ๆ จนไม่สามารถโยนเข้าได้

2. ชอบได้รับการตอบสนองต่อผลงานทันทีที่ผลสำเร็จ เพื่อจะได้วัดประเมินผลงาน ความก้าวหน้าของเขา และจะวัดตาม กฎเกณฑ์ที่บังเอิญ

3. ชอบที่จะทำสิ่งใดแล้วทำให้สำเร็จไป และมีความสนใจในงานนั้น ๆ มีการตอบสนองความต้องการภายใน (Intrinsic Reward) งานนั้นควรน่าสนใจและท้าทาย

4. เมื่อเลือก และมีจุดมุ่งหมายแล้ว จะต้องทำงานสำเร็จลุล่วงไปเขาอาจจะมีลักษณะเสีย ไม่ยุ่งเกี่ยวกับคนอื่นมากนักเขาารู้ถึงว่า ความสามารถของเขานั้นจริง ๆ มีแค่ไหน ไม่ใช่คิดเองว่า เขามีความสามารถมีแค่นั้นแค่นี้

เนื่องด้วยลักษณะของผู้มีแรงจูงใจสูงในความสำเร็จมักจะเป็นประโยชน์ต่อองค์กร และเอกบุคค **McClelland** ได้สร้างกลุ่มฝึกบุคค เพื่อเป็นพวกที่มีแรงจูงใจสูงขึ้นในหมู่นักบริหาร ซึ่งเขามีจุดมุ่งหมายดังนี้

1. สอนให้ผู้ร่วมงานรู้วิธีการคิดพูดและกระทำคล้ายกับพวกที่มีแรงจูงใจสูงด้านความสำเร็จ
2. ให้ผู้ร่วมงานรู้จักตัวเองมากขึ้นตามความเป็นจริงรู้จักความสามารถที่แท้จริงของตน
3. สร้างสรรค์ให้ผู้ร่วมงานได้เรียนรู้เกี่ยวกับความหวังของผู้อื่น ความสามารถ ความกลัว ความผิดพลาด ล้มเหลว และความสำเร็จของผู้อื่นและตนเอง โดยให้บุคคลเหล่านี้มีประสบการณ์ทางอารมณ์ร่วมกัน

เมคเคลแลนดได้ประสบความสำเร็จในการสร้างกลุ่มฝึกฝนความสำเร็จให้ผู้จัดการ แต่ผลของการฝึกนี้ยังสามารถยืนยันได้ว่า ผู้จัดการเหล่านี้มีแรงจูงใจในความสำเร็จจริงหรือไม่ หรืออาจเพราะตำแหน่งในงานของเขาเป็นตัวกำหนด ข้อผิดพลาดของทฤษฎีนี้คือ การตีความข้อมูลจากการเล่าบรรยายภาพของผู้ทดสอบ การตีความข้อมูลเหล่านี้ขึ้นอยู่กับ ความเชื่อของผู้ตีความ ฉะนั้นผู้ทดสอบจะมีแรงจูงใจสูงหรือต่ำ ขึ้นอยู่กับ คำบรรยายของตนสอดคล้องกับ ความคิดความเชื่อ ของผู้ตีความทางใด

27 ประวัติความเป็นมาของบริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด

บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด ได้ก่อตั้งขึ้นเมื่อเดือนมีนาคม พ.ศ. 2539 จากความมุ่งมั่นของคณะแพทย์และเภสัชกรที่ร่วมกันพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อคุณภาพชีวิตของคนไทยผ่านการรับรองที่ถูกต้องตามหลักวิชาการด้วยปริมาณยี่ดมั่นในความจริงใจ และความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคผ่านบทพิสูจน์แห่งความสำเร็จอย่างเป็นรูปธรรมดังนี้

1. มียอดธุรกิจในปีแรก **360** ล้านบาท จนปี **2553** มียอดธุรกิจสูงถึงกว่า **4,912** ล้านบาท ซึ่งเป็นการเติบโตอย่างต่อเนื่องจนติดอันดับ **Top 5** ของบริษัทเครือข่ายในประเทศไทย และเป็นบริษัทคนไทยหนึ่งเดียวในโลก ที่ติดอันดับที่ **73** ใน **Top 100** ของสมาพันธ์การขายตรงโลก (WEDSA)

2. มีสมาชิกนักธุรกิจและผู้บริโภครวมกันกว่า **5 ล้าน 8 แสน** โดยมีระบบการคุ้มครองลิขสิทธิ์เครือข่าย ไม่ต้องต่ออายุสมาชิกภาพตลอดชีพ และไม่มีการตัดใครออกจากเครือข่ายที่ปฏิบัติตามกฎระเบียบจรรยาบรรณของบริษัทที่มีสมาชิกนักธุรกิจและผู้บริโภครวมกันกว่า **5 ล้าน 8 แสน** โดยมีระบบการคุ้มครอง

3. ปัจจุบันมีพนักงานรวมกว่า **1,400** คนทั้งในส่วนสำนักงาน โรงงาน และศูนย์ธุรกิจกว่า **112** แห่งทั่วประเทศ

4. มีทรัพย์สินโดยรวมมูลค่ากว่า **6,000** ล้านบาท ในรูปเงินฝากธนาคาร อาคาร ที่ดิน ศูนย์ธุรกิจ ละโรงงานผลิตเป็นของตนเอง

5. ดำเนินการเสียดำเนินธุรกิจในอัตราก้าวหน้าในส่วนของเงินปันผลแทนนักธุรกิจกอล์ฟาริน เพื่อแบ่งเบาภาระต้นทุนการดำเนินธุรกิจ

6. ได้รับการจดทะเบียนบริษัทขายตรงถูกต้องตามกฎหมายจากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.)

7. ได้รับการคัดเลือกให้เข้าร่วมเป็นสมาชิกของสมาคมการขายตรงไทย (TDSA) ซึ่งสังกัดสมาพันธ์การขายตรงโลก (WEDSA)

8. ขยายตลาดเข้าสู่ต่างประเทศอย่างเต็มรูปแบบ โดยให้ใบอนุญาตแก่ผู้สนใจลงทุนชาวต่างประเทศ (**Giffaine Business License**) เช่น สหภาพพม่า มาเลเซีย ราชอาณาจักรกัมพูชา และอื่น ๆ ในอนาคต

9. มีนโยบายเชิงรุก ด้านการตลาดต่างประเทศโดยส่งออกสินค้าไปยังกว่า **30** ประเทศทั่วโลก เช่น เกาหลี ออสเตรเลีย เยอรมนี สหรัฐอเมริกา อังกฤษ และญี่ปุ่น เป็นต้น

สิทธิประโยชน์ของสมาชิกกอล์ฟาริน

- สมาชิกจะได้รับส่วนลดพื้นฐาน **25%** จากราคาขายในแคตตาล็อก
- รายได้จากการดำเนินธุรกิจอิสระ โดยการสร้างองค์กรผู้จำหน่าย ซึ่งบริษัทฯ เป็นผู้อบรมให้โดยไม่คิดค่าใช้จ่ายใด ๆ
- ประกันอุบัติเหตุ **120,000 - 320,000** บาท
- ผู้บริหารระดับพาราไดซ์ขึ้นไป ที่เข้าเงื่อนไขของบริษัทฯ จะได้รับการประกันอุบัติเหตุในวงเงิน **500,000 - 1,000,000** บาท และจะได้รับค่ารักษาพยาบาลเนื่องจากอุบัติเหตุในวงเงิน **50,000 - 100,000** บาทด้วย

ตารางที่ 22 แสดงการได้รับค่าคอมมิชชันในระดับต่าง ๆ (แผนงานเพื่อผลประโยชน์ : บริษัท กิฟ ฟาร์ม สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด, 2548: 5)

แผนการตลาดธุรกิจกิฟฟาร์มผู้บริหารระดับต้น

การขึ้น ตำแหน่ง	ยอดซื้อส่วนตัว และสมาชิก	โบนัสประจำ ตำแหน่ง	หมายเหตุ
บรอนซ์สตาร์	1,500 PV	10%	ยอดขาย 1,500 PV แรก จะไม่นำมาคิดเป็นเงินปันผล ในการขึ้นตำแหน่งครั้งแรก แต่ยอดที่เกิน 1,500 PV จะได้รับเงินปันผล 10 % เดือนต่อไปยอดขายจะนับตั้งแต่ PV แรก จะได้รับเงินปันผล 10 %
ซิลเวอร์สตาร์	9,000 PV	15%	เดือนที่ขึ้นตำแหน่ง ยอดขายที่เกิน 9,000 PV จะได้รับเงินปันผล 15% เดือนต่อไป ยอดขายนับตั้งแต่ PV แรก จะได้รับเงินปันผล 15%
โกลด์สตาร์	45,000 PV	25%	เดือนที่ขึ้นตำแหน่ง ยอดขายที่เกิน 45,000 PV จะได้รับเงินปันผล 25 % เดือนต่อไปยอดขาย นับตั้งแต่ PV แรก จะได้รับเงินปันผล 25%

หมายเหตุ : ยอดขาย หมายถึง

- ยอดขายที่หักส่วนลดแล้ว 25% เมื่อสั่งซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางกิฟฟาร์มผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ในครัวเรือน และผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสุขภาพ
- ทุกตำแหน่งต้องทำยอดขายในกำหนด 1 รอบจำหน่าย คือ มียอดสั่งซื้อตั้งแต่วันที่ 1 ถึงสิ้นเดือนของเดือนนั้น ๆ
- รับเงินปันผล ทุกวันที่ 13 ของทุกเดือน
- ผู้บริหารระดับบรอนซ์สตาร์ และซิลเวอร์สตาร์ ต้องรักษายอดเดือนละ 1,000 PV จึงจะมีสิทธิ์ได้รับเงินปันผล (ยอดส่วนตัว + ยอดสมาชิกธุรกิจ Downline ติดตัวที่ยังไม่มีตำแหน่ง)

- ผู้บริหารระดับโกลด์สตาร์ต้องรักษายอดเดือนละ **1,500 PV** จึงจะมีสิทธิ์ได้รับเงินปันผล (ยอดส่วนตัว + ยอดสมาชิกธุรกิจ **Downline** ติดตัวที่ยังไม่มีตำแหน่ง)

เงื่อนไขการสะสมคะแนน

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

ตารางที่ 23 แสดงการได้รับโบนัสพิเศษของผู้บริหารระดับโกลด์สตาร์ขึ้นไป (แผนงานเพื่อผลประโยชน์ : บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิค จำกัด, 2548: 9)

ผลงานที่สะสมภายใน 1 รอบจำหน่าย เริ่มวันที่ 1 ปีชดสลับเดือนของทุกเดือน	โบนัสพิเศษ	จำนวนคะแนนสะสม
มียอดกลุ่มทีมกลางโกลด์สตาร์ 20,000 PV		0.5 คะแนน
มียอดกลุ่มทีมกลางโกลด์สตาร์ 30,000 PV		1 คะแนน
มียอดกลุ่มทีมกลางโกลด์สตาร์ 45,000 PV หรือ สร้างโกลด์สตาร์ลูกได้ 1 คน	รางวัลเงินสด 1,050 บาท	1.5 คะแนน
มียอดกลุ่มทีมกลางโกลด์สตาร์ 60,000 PV	รางวัลเงินสด 1,400 บาท	2 คะแนน
มียอดกลุ่มทีมกลางโกลด์สตาร์ 90,000 PV	รางวัลเงินสด 4,200 บาท	2 คะแนน
มียอดกลุ่มทีมกลางโกลด์สตาร์ 120,000 PV	รางวัลเงินสด 5,600 บาท	2 คะแนน
		6 คะแนน รับโบนัสพิเศษ เงินสด 5,600 บาท
		12 คะแนน รับโบนัสพิเศษ เงินสด 16,800 บาท
		18 คะแนน รับโบนัสพิเศษ เงินสด 25,000 บาท
		24 คะแนน รับโบนัสพิเศษ เงินสด 60,000 บาท

ตารางที่ 24 แสดงการได้รับโบนัสพิเศษเพิ่มเติมของผู้บริหารสูง (แผนงานเพื่อผลประโยชน์: บริษัท
กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด, 2548: 10)

ผู้บริหารระดับสูงจะได้ตำแหน่งเพิ่มเติมดังนี้

ระดับผู้บริหาร	จำนวน Downline ที่ขึ้น ตำแหน่งผู้บริหารระดับ โกลด์สตาร์	โบนัสพิเศษ		ประกัน อุบัติเหตุ
		โบนัสพิเศษ กลุ่มทีม กลางโกลด์ สตาร์ Downline ติดตัว	โบนัสพิเศษ กลุ่มทีมกลาง โกลด์สตาร์ Downline หลานตลอด สาย	
ผู้บริหารระดับเมอริทวี่	3 คน (ไม่กำหนดเวลา) (และต้องมีโกลด์สตาร์ที่ ปฏิบัติงานจริง 1 คน)	6%	2%	320,000
ผู้บริหารระดับจูปีเตอร์	6 คน (ไม่กำหนดเวลา) (และต้องมีโกลด์สตาร์ที่ ปฏิบัติงานจริง 2 คน)	7%	3%	320,000
ผู้บริหารระดับวินัส	10 คน (ไม่กำหนดเวลา) (และต้องมีโกลด์สตาร์ที่ ปฏิบัติงานจริง 4 คน)	8%	4%	320,000
ผู้บริหารระดับแซทเทิร์น	15 คน (ไม่กำหนดเวลา) (และต้องมีโกลด์สตาร์ที่ ปฏิบัติงานจริง 7 คน)	9%	5%	320,000
ผู้บริหารระดับพาราไดซ์	20 คน (ไม่กำหนดเวลา) (และต้องมีโกลด์สตาร์ที่ ปฏิบัติงานจริง 10 คน)	10%	6%	320,000

หมายเหตุ:

กรณีที่คุณได้รับตำแหน่งผู้บริหารระดับพาราไดซ์ และมี **Downline** ในสายงานขึ้นตำแหน่ง
ผู้บริหารระดับพาราไดซ์ คุณจะได้รับโบนัสพิเศษเพิ่มเติมจากทีมกลางกลุ่ม **Downline** ผู้บริหารระดับ
พาราไดซ์นี้ **0.5%** (ทีมกลางผู้บริหารระดับพาราไดซ์ คือ **Downline** ในสายทั้งหมดที่ยังไม่ได้เป็น
ผู้บริหารระดับพาราไดซ์มาวาง)

ผลประโยชน์ที่ได้รับในระดับผู้บริหารระดับสูง

ตำแหน่งเมอร์คิวรี

1. เข็มเกียรติยศประจำตำแหน่ง
2. เงินปันผล **25%** จากยอดกลุ่มทีมกลาง (หักทอนเงินปันผลให้ **Downline** ตามตำแหน่ง)
3. โบนัสพิเศษ **6%** จากโกลด์สตาร์ **Downline** ลูกโดยตรง
4. โบนัสพิเศษ **2%** จากกลุ่มโกลด์สตาร์ **Downline** หลานตลอดสาย
5. ประกันอุบัติเหตุ **320,000** บาท

ตำแหน่งจูปีเตอร์

1. เข็มเกียรติยศประจำตำแหน่ง
2. เงินปันผล **25%** จากยอดกลุ่มทีมกลาง (หักทอนเงินปันผลให้ **Downline** ตามตำแหน่ง)
3. โบนัสพิเศษ **7%** จากโกลด์สตาร์ **Downline** ลูกโดยตรง
4. โบนัสพิเศษ **3%** จากกลุ่มโกลด์สตาร์ **Downline** หลานตลอดสาย
5. ประกันอุบัติเหตุ **320,000** บาท

ตำแหน่งวินัส

1. เข็มเกียรติยศประจำตำแหน่ง
2. เงินปันผล **25%** จากยอดกลุ่มทีมกลาง (หักทอนเงินปันผลให้ **Downline** ตามตำแหน่ง)
3. โบนัสพิเศษ **8%** จากโกลด์สตาร์ **Downline** ลูกโดยตรง
4. โบนัสพิเศษ **4%** จากกลุ่มโกลด์สตาร์ **Downline** หลานตลอดสาย
5. ประกันอุบัติเหตุ **320,000** บาท

ตำแหน่งเซทเทิร์น

1. เข็มเกียรติยศประจำตำแหน่ง
2. เงินปันผล **25%** จากยอดกลุ่มทีมกลาง (หักทอนเงินปันผลให้ **Downline** ตามตำแหน่ง)
3. โบนัสพิเศษ **9%** จากโกลด์สตาร์ **Downline** ลูกโดยตรง
4. โบนัสพิเศษ **5%** จากกลุ่มโกลด์สตาร์ **Downline** หลานตลอดสาย
5. ประกันอุบัติเหตุ **320,000** บาท

ตำแหน่งพาราไดซ์

1. เข็มเกียรติยศประจำตำแหน่ง
2. เงินปันผล **25%** จากยอดกลุ่มทีมกลาง (หักทอนเงินปันผลให้ **Downline** ตามตำแหน่ง)
3. โบนัสพิเศษ **10%** จากโกลด์สตาร์ **Downline** ลูกโดยตรง

4. โบนัสพิเศษ 6% จากกลุ่มโกลด์สตาร์ **Downline** หลานตลอดสาย
5. โบนัสพิเศษจาก **Downline** ผู้บริหารระดับพาราไดซ์กลุ่มลูก 0.5%
6. ประกันอุบัติเหตุ 320,000 บาท
7. ประกันอุบัติเหตุ 500,000 บาท ค่ารักษาพยาบาลครั้งละ 50,000 บาท
8. เงินเดือนประจำตำแหน่งจากเงินปันผลจากกำไรสุทธิปลายปี

28 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้ศึกษาได้ทำการค้นคว้าหาข้อมูลแล้วพบว่า มีผู้ที่ทำการศึกษาหัวข้อที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับหัวข้อที่ผู้ศึกษา ศึกษา ดังนี้

มลฤดี จารุมณีโรจน์ (2549) ศึกษาความพึงพอใจของผู้จำหน่ายอิสระที่มีต่อผลประโยชน์ตอบแทนของธุรกิจขายตรงหลายชั้น กรณีศึกษา บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด (สาขาขอนแก่น) จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา การประกอบอาชีพ ระดับตำแหน่งในธุรกิจ ยอดจำหน่ายของทีมหรือยอดคะแนนสะสมของทีมมีผลต่อความพึงพอใจในผลประโยชน์ตอบแทนที่นักธุรกิจอิสระได้รับอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5

วรรณิกา ใจดี (2550) ประสิทธิภาพในการทำงานขายของนักธุรกิจหรือผู้จำหน่ายอิสระของบริษัทข้ามชาติที่ดำเนินธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า นักธุรกิจแอมเวย์และผู้จำหน่ายอิสระซูลิเยนที่มีรายได้ต่อเดือนจากอาชีพหลักที่ทำควบคู่ และระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจแตกต่างกัน มีประสิทธิภาพในการทำงานขาย ด้านปริมาณขายที่ขายได้ต่อเดือนในด้านยอดจำหน่ายส่วนตัวและยอดจำหน่ายของกลุ่มแตกต่างกัน

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยในการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำธุรกิจตรงที่ส่งผลต่อปัจจัยวัดความสำเร็จในการทำธุรกิจขายตรง : กรณีศึกษา บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด ได้ดำเนินการวิจัยและเก็บรวบรวมข้อมูล ดังรายละเอียดต่อไปนี้

31 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

32 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

33 การเก็บรวบรวมข้อมูล

34 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

31 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ นักธุรกิจอิสระของบริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ เนื่องจากว่าผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนนักธุรกิจอิสระอย่างแน่นอน จึงคำนวณขนาดตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนนักธุรกิจอิสระ สูตรของ กัลยา วานิชย์บัญชา (2554: 28) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% และยอมให้คลาดเคลื่อนได้ 5%

สูตรการคำนวณประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

$$n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

เมื่อ n = จำนวนตัวอย่าง

Z = ค่าปกติมาตรฐาน ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% จะมีค่าเท่ากับ 1.96

e = ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5% ($E = 0.05$)

$$\text{จำนวนตัวอย่าง } n = \frac{(1.96)^2}{4(0.05)^2}$$

$$n = 38416 \text{ หรือประมาณ } 385$$

ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 385 ตัวอย่างและสำรองไว้ 15 ตัวอย่าง รวมขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดเท่ากับ 400 ตัวอย่าง สำหรับการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ โดยใช้วิธีการเลือกสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยจะใช้การแจกแบบสอบถาม โดยให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้แจกแบบสอบถาม ซึ่งสร้างให้ครอบคลุมตามแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแบ่งเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยพื้นฐานของนักธุรกิจอิสระจำนวนทั้งสิ้น 6 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ประจำ และระยะเวลาทำธุรกิจ มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Close - ended questions) โดยคำถามจะเป็นลักษณะให้เลือกตอบ (Check list) ได้เพียงคำตอบเดียว

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นในด้านปัจจัยในการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำธุรกิจขายตรงให้ประสบความสำเร็จจำนวน 4 ข้อ ได้แก่ ผลិតภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง แผนการจ่ายผลตอบแทน ระบบสนับสนุนที่ดี และการฝึกอบรมที่ดี เป็นคำถามแบบคำถามปลายปิด (Close - ended questions) เป็นแบบสอบถามที่ใช้มาตราส่วนประมาณค่าของลิเคิร์ต (Method of summated rating the Likert scale) โดยให้ผู้ตอบคำถามเลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียวจำนวน 16 ข้อ

แบบสอบถามส่วนที่ 2 เป็นลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่าความคิดเห็น 5 ระดับดังนี้

ระดับความคิดเห็นมากที่สุด	ให้น้ำหนักคะแนนเท่ากับ	5
ระดับความคิดเห็นมาก	ให้น้ำหนักคะแนนเท่ากับ	4
ระดับความคิดเห็นปานกลาง	ให้น้ำหนักคะแนนเท่ากับ	3
ระดับความคิดเห็นน้อย	ให้น้ำหนักคะแนนเท่ากับ	2
ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด	ให้น้ำหนักคะแนนเท่ากับ	1

ซึ่งเกณฑ์ในการแปลความหมายจากการให้คะแนนดังกล่าวแบ่งเป็น 5 ระดับการให้คะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับชั้น ใช้เทคนิคในการคำนวณช่วงกว้างของชั้นของข้อมูลที่มีค่าไม่ต่อเนื่อง โดยที่กำหนดระดับความคิดเห็นดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ช่วงคะแนนแต่ละชั้น} &= (\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}) / \text{จำนวนชั้นที่แบ่ง} \\
 &= (5 - 1) / 5 \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

จากเกณฑ์ดังกล่าวสามารถแบ่งแยกความหมายของระดับคะแนนได้ดังนี้

ระดับความคิดเห็น	ระดับคะแนน
เห็นด้วยมากที่สุด	4.21 - 5.00
เห็นด้วยมาก	3.41 - 4.20
เห็นด้วยปานกลาง	2.61 - 3.40
เห็นด้วยน้อย	1.81 - 2.60
เห็นด้วยน้อยที่สุด	1.00 - 1.80

สำหรับเกณฑ์เฉลี่ยการแปลความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงบวก (r) ตามวิธีของเพียร์สันเพื่อหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีคุณภาพสูง (X_1) ปัจจัยด้านแผนการจ่ายผลตอบแทน (X_2) ปัจจัยด้านระบบสนับสนุนที่ดี (X_3) ปัจจัยด้านการฝึกอบรมที่ดี (X_4) กับปัจจัยวัดความสำเร็จของธุรกิจขายตรงในด้านต่าง ๆ (Y_1, Y_2) ใช้เกณฑ์ดังนี้ (นิสากร นครเก่า, 2544)

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงบวก (r)	ระดับความสัมพันธ์
ระหว่าง 0.00 - 0.20	ระดับต่ำมาก
ระหว่าง 0.21 - 0.40	ระดับต่ำ
ระหว่าง 0.41 - 0.60	ระดับปานกลาง
ระหว่าง 0.61 - 0.80	ระดับสูง
ระหว่าง 0.81 - 1.00	ระดับสูงมาก

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยวัดความสำเร็จในการทำธุรกิจขายตรงในแต่ละด้าน มีจำนวนทั้งสิ้น 2 ข้อ ได้แก่ ตำแหน่งทางธุรกิจกฟพาริน และรายได้ที่ได้รับจากงานธุรกิจกฟพารินมีลักษณะคำถามปลายปิด (Close - ended response question) โดยคำถามจะเป็นลักษณะให้เลือกตอบ (Check list) ได้เพียงคำตอบเดียว

นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษาทำการตรวจสอบความถูกต้องและเสนอแนะเพิ่มเติม

การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability)

ในการทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้จะนำแบบสอบถามไปทำการ Pre - test กับกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติตามที่กำหนดไว้จำนวน 30 ตัวอย่างเพื่อทดสอบความเข้าใจที่ตรงกันในข้อคำถามต่าง ๆ และวัดความสม่ำเสมอสอดคล้องภายใน (Internal consistency) โดยใช้วิธีทดสอบของ Cronbach's Alpha ได้ค่าทั้งหมดเท่ากับ 0.857 เมื่อจำแนกรายด้านได้ผลดังนี้

1. ได้รับรองมาตรฐาน ISO 9001 จากสถาบัน BVQI และการรับรองระบบ GMP จากกระทรวงสาธารณสุข ได้ค่า Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.859
2. การรับรองเครื่องหมายฮาลาล จากคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ได้ค่า Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.864
3. มีตราสัญลักษณ์ THAILAND'S BRAND จากกรมส่งเสริมการส่งออก ได้ค่า Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.854
4. การรับรองความสามารถห้องปฏิบัติการตามมาตรฐาน ISO / IEC 17025 จากกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข ได้ค่า Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.867
5. เงินปันผล 10% - 25% ได้ค่า Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.836
6. โบนัสพิเศษ 2% - 10% ได้ค่า Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.839
7. ประกันอุบัติเหตุ 120,000 - 320,000 บาท ได้ค่า Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.842
8. ค่ารักษาพยาบาลเนื่องจากอุบัติเหตุ 50,000 - 100,000 บาท ได้ค่า Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.841
9. มีสถาบันพัฒนานักธุรกิจ ได้ค่า Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.855
10. มีศูนย์ธุรกิจพร้อมห้องประชุมมากกว่า 94 แห่ง ได้ค่า Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.844
11. มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย โฆษณา ประชาสัมพันธ์ในสื่อทุกรูปแบบอย่างต่อเนื่อง ได้ค่า Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.850
12. มีการแสดงผลการตรวจสอบคุณภาพเครือข่าย (Network Monitoring) ได้ค่า Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.841
13. แผนการจัดประชุมสัมมนาเป็นประจำทุกเดือนแก่สมาชิก ได้ค่า Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.844
14. มีอาชีพจากสถาบันนักธุรกิจคอยอบรมสมาชิกอย่างใกล้ชิด ได้ค่า Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.852
15. มีศูนย์ธุรกิจพร้อมห้องประชุมรองรับอย่างเพียงพอ ได้ค่า Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.842
16. หลักสูตรในการอบรมที่น่าสนใจและเป็นประโยชน์แก่สมาชิก ได้ค่า Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.839

33 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมแบบสอบถามจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือเอกสาร ฐานข้อมูลรวมไปถึงคู่มือการดำเนินงานธุรกิจสำหรับนักธุรกิจอิสระกอล์ฟฟาริน

34 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

นำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และลงรหัสตรวจสอบ ป้อนข้อมูลเข้าเครื่องคอมพิวเตอร์ และทำการวิเคราะห์ค่าทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ และทดสอบสมมุติฐานการวิจัย โดยการใช้สถิติในการวิเคราะห์ดังนี้

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ สามารถจำแนกได้ 2 ลักษณะดังต่อไปนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

1.1 ปัจจัยพื้นฐานของนักธุรกิจอิสระใช้การแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ

1.2 ปัจจัยในการเพิ่มประสิทธิภาพและปัจจัยวัดความสำเร็จในการทำธุรกิจขายตรงใช้การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

2.1 ปัจจัยพื้นฐานของนักธุรกิจอิสระที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยวัดความสำเร็จในการทำธุรกิจขายตรงที่แตกต่างกัน ใช้การทดสอบไคสแควร์ (Chi - Square Test) เพื่อใช้ทดสอบสมมุติฐานเกี่ยวกับสัดส่วน (Proportion) ของข้อมูลที่แบ่งเป็นกลุ่ม ๆ ว่าเป็นไปตามสมมุติฐานที่กำหนดไว้หรือไม่

2.2 ปัจจัยในการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำธุรกิจขายตรงที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยวัดความสำเร็จที่แตกต่างกัน ใช้การทดสอบ Linear Multiple Regression ทางผู้วิจัยทราบข้อมูล Y เป็น Ordinal (มาตรวัดแบบเรียงลำดับ) ดังนั้นแบบจำลองสมการถดถอยเชิงเส้นตรงอาจไม่เหมาะสมกับการวิเคราะห์ข้อมูลในลักษณะนี้

อย่างไรก็ตาม ในการวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบนัยสำคัญของตัวแปร X ที่มีผลต่อตัวแปร Y จึงขออนุญาตใช้แบบจำลองสมการถดถอยเชิงเส้นตรงในการวิเคราะห์เพื่อความสะดวก

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยในการเพิ่มประสิทธิภาพธุรกิจขายตรงที่มีผลต่อปัจจัยวัดความสำเร็จในการทำธุรกิจขายตรง : กรณีศึกษา บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิค จำกัด ในครั้งนี้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการประมวลผลแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด จากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ ในการวิเคราะห์ข้อมูลและแปลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้กำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

n	แทน	จำนวนประชากรในกลุ่มตัวอย่าง
\bar{x}	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)
S.D.	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
χ^2	แทน	ค่าสถิติการทดสอบ Chi - Square
P-value	แทน	ค่าที่ได้จากการทดสอบสมมติฐานด้วย Chi - Square
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Squares)
MS	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ยของผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Square)
df	แทน	องศาแห่งความอิสระ (Degree of Freedom)
Sig	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติเพื่อใช้ทดสอบสมมติฐาน
*	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05
**	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01
R	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณระหว่างตัวแปร 3 ตัวขึ้นไป
R Square	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์

4.1 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลได้นำเสนอผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยพื้นฐานของนักธุรกิจอิสระ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยในการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำธุรกิจขายตรง

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยวัดความสำเร็จในการทำธุรกิจขายตรง

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

4.2 ผลการวิเคราะห์

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยพื้นฐานของนักธุรกิจอิสระ

จากข้อมูลการศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 41 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละจำแนกตามปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	117	29.2
หญิง	283	70.8
อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 30 ปี	103	25.8
30- 40 ปี	232	58.0
41 ปีขึ้นไป	65	16.2
ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	35	8.8
ปริญญาตรี	295	73.8
สูงกว่าปริญญาตรี	70	17.5
อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน / นักศึกษา	20	5.0
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	117	29.2
พนักงานบริษัทเอกชน	182	45.5
เจ้าของกิจการ	69	17.2
รับจ้าง	12	3.0
รายได้จากงานประจำ (ที่ไม่ใช่ธุรกิจกอล์ฟฟารีน)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท / เดือน	39	9.8
10,000 - 30,000 บาท / เดือน	273	68.2
30,000 บาทขึ้นไป	88	22.0

ตารางที่ 41 (ต่อ)

ระยะเวลาทำธุรกิจกอล์ฟารีน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	91	22.8
1 - 4 ปี	138	34.5
มากกว่า 4 ปีขึ้นไป	171	42.8

จากตารางที่ 41 แสดงให้เห็นถึงผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยพื้นฐานของนักธุรกิจอิสระใช้ เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 ตัวอย่างจำแนกตามปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 283 คน คิดเป็นร้อยละ 70.8 และเพศชาย จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.2 อยู่ในช่วงอายุ 30- 40 ปี จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 58.0 รองลงมาเป็นช่วงอายุต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.8 และ 41 ปีขึ้นไป จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.2 เป็นลำดับสุดท้าย ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีจำนวน 295 คน คิดเป็นร้อยละ 73.8 รองลงมาเป็นสูงกว่าปริญญาตรีจำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 และต่ำกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 เป็นลำดับสุดท้าย ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 รองลงมาเป็นข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจจำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.2 รองลงมาเจ้าของกิจการมีจำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.2 รองลงมานักเรียน/ นักศึกษาจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 และรับจ้างมีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 เป็นลำดับสุดท้าย รายได้จากงานประจำ (ที่ไม่ใช่ธุรกิจกอล์ฟารีน) อยู่ในช่วง 10,000- 30,000 บาท / เดือน มีจำนวน 273 คน คิดเป็นร้อยละ 68.2 รองลงมา 30,000 บาทขึ้นไปมีจำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 และต่ำกว่า 10,000 บาท / เดือนมีจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.8 เป็นลำดับสุดท้าย ส่วนใหญ่มีระยะเวลาทำธุรกิจกอล์ฟารีนมากกว่า 4 ปีขึ้นไปมีจำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.8 รองลงมา 1- 4 ปีมีจำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 และน้อยกว่า 1 ปี มีจำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.8 เป็นลำดับสุดท้าย

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยในการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำธุรกิจขายตรง

จากการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำธุรกิจขายตรงให้ประสบความสำเร็จ

ตารางที่ 42 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อระดับความคิดเห็นในด้านปัจจัยในการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำธุรกิจขายตรงให้ประสบความสำเร็จ

ปัจจัยในการเพิ่มประสิทธิภาพ ในการทำธุรกิจขายตรงกฟ ฟารีน	ระดับความคิดเห็น					\bar{x}	S.D.	แปล ผล	อัน ดัด
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1				
1. ด้านผลิตภัณฑ์ที่มี คุณภาพสูง									
1.1 ได้รับรองมาตรฐาน ISO 9001 จากสถาบัน BVQI และ การรับรองระบบ GMP จาก กระทรวงสาธารณสุข	117 (29.2)	191 (47.8)	65 (16.2)	27 (6.8)	-	400	0.853	มาก	(2)
1.2 การรับรองเครื่องหมาย ลาด จากคณะกรรมการกลาง อิสลามแห่งประเทศไทย	110 (27.5)	174 (43.5)	80 (20.0)	36 (9.0)	-	390	0.909	มาก	(4)
1.3 มีตราสัญลักษณ์ THAILAND'S BRAND จาก กรมส่งเสริมการส่งออก	126 (31.5)	181 (45.2)	63 (15.8)	30 (7.5)	-	401	0.880	มาก	(1)
1.4 การรับรองความสามารถ ห้องปฏิบัติการตามมาตรฐาน ISO / IEC 17025 จาก กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข	118 (29.5)	191 (47.8)	55 (13.8)	36 (9.0)	-	398	0.891	มาก	(3)
รวมด้านผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง						397	0.883	มาก	(1)
2. ด้านแผนการจ่ายผลตอบแทน									
2.1 เงินปันผล 10% - 25%	136 (34.0)	170 (42.5)	72 (18.0)	22 (5.5)	-	405	0.860	มาก	(1)
2.2 โบนัสพิเศษ 2% - 10%	141 (35.2)	157 (39.2)	72 (18.0)	30 (7.5)	-	402	0.913	มาก	(2)
2.3 ประกันอุบัติเหตุ 120,000- 320,000 บาท	104 (26.0)	197 (49.2)	63 (15.8)	36 (9.0)	-	392	0.879	มาก	(3)

ตารางที่ 42 (ต่อ)

ปัจจัยในการเพิ่ม ประสิทธิภาพในการทำธุรกิจ ขายตรงกึ่งฟาร์ม	ระดับความคิดเห็น					\bar{x}	S.D.	แปล ผล	อัน ดัด
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
	5	4	3	2	1				
24 ค่ารักษาพยาบาล เนื่องจากอุบัติเหตุ 50,000- 100,000 บาท	103 (25.8)	196 (49.0)	56 (14.0)	45 (11.2)	-	3.89	0.915	มาก	(4)
รวมด้านแผนการจ่ายผลตอบแทน						3.97	0.891	มาก	(2)
3 ด้านระบบสนับสนุนที่ดี									
31 มีสถาบันพัฒนานัก ธุรกิจ	113 (28.2)	191 (47.8)	60 (15.0)	36 (9.0)	-	3.95	0.890	มาก	(1)
32 มีศูนย์ธุรกิจพร้อมห้อง ประชุมมากกว่า 94 แห่ง	111 (27.8)	167 (41.8)	86 (21.5)	36 (9.0)	-	3.88	0.917	มาก	(2)
33 มีการจัดกิจกรรม ส่งเสริมการขาย โฆษณา ประชาสัมพันธ์ในสื่อทุกรูป แบบอย่างต่อเนื่อง	88 (22.0)	165 (41.2)	90 (22.5)	57 (14.2)	-	3.71	0.966	มาก	(4)
34 มีการแสดงผลการ ตรวจสอบคุณภาพเครือข่าย (Network Monitoring)	96 (24.0)	184 (46.0)	71 (17.8)	49 (12.2)	-	3.82	0.936	มาก	(3)
รวมด้านระบบสนับสนุนที่ดี						3.84	0.927	มาก	(4)
4 ด้านการฝึกอบรมที่ดี									
41 แผนการจัด ประชุมสัมมนาเป็นประจำ ทุกเดือนแก่สมาชิก	108 (27.0)	199 (49.8)	57 (14.2)	36 (9.0)	-	3.95	0.878	มาก	(2)
42 มีอาชีพจากสถาบันนัก ธุรกิจคอยอบรมสมาชิกอย่าง ใกล้ชิด	114 (28.5)	191 (47.8)	61 (15.2)	34 (8.5)	-	3.96	0.882	มาก	(1)

ตารางที่ 42 (ต่อ)

ปัจจัยในการเพิ่ม ประสิทธิภาพในการทำธุรกิจ ขายตรงกึ่งฟาร์ม	ระดับความคิดเห็น					\bar{x}	S.D.	แปล ผล	อัน ดับ
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
	5	4	3	2	1				
43 มีศูนย์ธุรกิจพร้อมห้อง ประชุมรองรับอย่างเพียงพอ	95 (23.8)	186 (46.5)	82 (20.5)	37 (9.2)	-	3.85	0.890	มาก	(4)
44 หลีกสูตรในการอบรมที่ น่าสนใจและเป็นประโยชน์ แก่สมาชิก	103 (25.8)	203 (50.8)	58 (14.5)	36 (9.0)	-	3.93	0.872	มาก	(3)
รวมด้านการฝึกอบรมที่ดี						3.92	0.880	มาก	(3)

จากตารางที่ 42 แสดงให้เห็นถึงผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นในด้านปัจจัยในการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำธุรกิจขายตรงให้ประสบความสำเร็จในภาพรวมพบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีคะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 (S.D. = 0.880) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเพิ่มประสิทธิภาพในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.97 - 3.84 ซึ่งสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ระดับความคิดเห็นมากอันดับที่หนึ่งในภาพรวมคือ ด้านผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง ($\bar{x} = 3.97$, S.D. = 0.883) และรองลงมาคือ ด้านแผนการจ่ายผลตอบแทน ($\bar{x} = 3.97$, S.D. = 0.891) เมื่อพิจารณาด้านผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ 1.3 มีตราสัญลักษณ์ Thailand's brand จากกรมส่งเสริมการส่งออก มีค่าเฉลี่ยมากเป็นอันดับที่ 1 ของด้านผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง ($\bar{x} = 4.01$, S.D. = 0.880), ข้อที่ 1.1 ได้รับรองมาตรฐาน ISO 9001 จากสถาบัน BVQI และการรับรองระบบ GMP จากกระทรวงสาธารณสุขมีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับที่ 2 ($\bar{x} = 4.00$, S.D. = 0.853) ข้อที่ 1.4 การรับรองความสามารถห้องปฏิบัติการตามมาตรฐาน ISO / IEC 17025 จากกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ กระทรวงสาธารณสุขมีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับที่ 3 ($\bar{x} = 3.98$, S.D. = 0.891) และข้อที่ 1.2 การรับรองเครื่องหมายฮาลาล จากคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยมีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับที่ 4 ($\bar{x} = 3.90$, S.D. = 0.909) และเมื่อพิจารณาด้านแผนการจ่ายผลตอบแทนเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่ 2.1 เงินปันผล 10% - 25% มีค่าเฉลี่ยมากเป็นอันดับที่ 1 ของด้านแผนการจ่ายผลตอบแทน ($\bar{x} = 4.05$, S.D. = 0.860), ข้อที่ 2.2 โบนัสพิเศษ 2% - 10% มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับที่ 2 ($\bar{x} = 4.02$, S.D. = 0.913), ข้อที่ 2.3 ประกันอุบัติเหตุ 120,000 - 320,000 บาท มี

ค่าเฉลี่ยเป็นอันดับที่ 3 ($\bar{x} = 3.92$, S.D. = 0.879), ข้อที่ 24 ค่ารักษาพยาบาลเนื่องจากอุบัติเหตุ 50,000 - 100,000 บาท มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับที่ 4 ($\bar{x} = 3.89$, S.D. = 0.915)

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยวัดความสำเร็จในธุรกิจขายตรง

ตารางที่ 43 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละจำแนกตามปัจจัยวัดความสำเร็จในธุรกิจขายตรง

ตำแหน่งทางธุรกิจกฟฟารีน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บรอนซ์สตาร์	43	108
ซิลเวอร์สตาร์	28	7.0
โกลด์สตาร์	36	9.0
เมอร์คิวรี	40	100
จูปีเตอร์	37	9.2
วินัส	34	8.5
แซทเทิร์น	23	5.8
พาราไดซ์	36	9.0
เอ็กซ์คลูซีฟ พาราไดซ์	42	10.5
แกรนด์ พาราไดซ์	43	10.8
ไดมอนด์ แกรนด์ พาราไดซ์	38	9.5
รายได้ที่ได้รับจากงานธุรกิจกฟฟารีน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท/เดือน	108	27.0
10,001 - 20,000 บาท/เดือน	39	9.8
20,001 - 30,000 บาท/เดือน	41	10.2
30,001 - 40,000 บาท/เดือน	34	8.5
40,001 - 50,000 บาท/เดือน	23	5.8
50,001 บาทขึ้นไป	155	38.8

จากตารางที่ 43 แสดงให้เห็นถึงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยวัดความสำเร็จในธุรกิจขายตรงผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้จำนวน 400 ตัวอย่างจำแนกตามลักษณะเกี่ยวกับตำแหน่งทางธุรกิจกฟฟารีน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในตำแหน่งบรอนซ์สตาร์ และตำแหน่งแกรนด์ พาราไดซ์ มากที่สุด และน้อยที่สุดคือ ตำแหน่งแซทเทิร์น

ส่วนด้านรายได้ที่ได้รับจากงานธุรกิจกีฬาฟัน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้อยู่ในระดับ 50,001 บาทขึ้นไปมากที่สุด และน้อยที่สุดคือ รายได้ระดับ 40,001 - 50,000 บาท / เดือน

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานตามวัตถุประสงค์การวิจัย โดยใช้สถิติเชิงอนุมานมาวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานแต่ละข้อดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยพื้นฐานของนักธุรกิจอิสระมีความสัมพันธ์กับปัจจัยวัดความสำเร็จในการทำธุรกิจขายตรง

ตารางที่ 44 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยพื้นฐานของนักธุรกิจอิสระกับปัจจัยวัดความสำเร็จในการทำธุรกิจขายตรง

ปัจจัยพื้นฐานของ นักธุรกิจอิสระ	ปัจจัยวัดความสำเร็จในการทำธุรกิจขายตรง					
	จำแนกตามตำแหน่งทางธุรกิจ			จำแนกตามผลตอบแทนที่ได้รับ		
	χ^2	Asymp Sig (2- sided)	Result	χ^2	Asymp Sig (2- sided)	Result
เพศ	9.985	0.442	Accept H_0	5.052	0.410	Accept H_0
อายุ	150.069	0.000*	Accept H_1	137.671	0.000*	Accept H_1
ระดับการศึกษา	102.634	0.000*	Accept H_1	58.278	0.000*	Accept H_1
อาชีพ	175.518	0.000*	Accept H_1	121.935	0.000*	Accept H_1
รายได้ประจำ	181.798	0.000*	Accept H_1	134.089	0.000*	Accept H_1
ระยะเวลาทำธุรกิจ	636.277	0.000*	Accept H_1	578.424	0.000*	Accept H_1

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 44 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยพื้นฐานของนักธุรกิจอิสระกับปัจจัยวัดความสำเร็จในการทำธุรกิจขายตรง โดยใช้ (Pearson Chi - square test) พบว่า เพศกับปัจจัยวัดความสำเร็จของธุรกิจขายตรงจำแนกตามตำแหน่งธุรกิจ ได้ค่า Pearson Chi - square = 9.985 และ Asymp.Sig (2 sided) = 0.442 เพศกับปัจจัยวัดความสำเร็จของธุรกิจขายตรงจำแนกตามผลตอบแทนที่ได้รับ ได้ค่า Pearson Chi - square = 5.052 และ Asymp.Sig (2 sided) = 0.410 ซึ่งมีความมากกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธ H_1 นั่นคือ เพศกับปัจจัยวัดความสำเร็จไม่มีความสัมพันธ์กัน ส่วนอายุกับกับปัจจัยวัดความสำเร็จของธุรกิจขายตรงจำแนกตามตำแหน่งธุรกิจ ได้ค่า Pearson Chi - square = 150.069 และ Asymp.Sig (2 sided) = 0.000 อายุกับปัจจัยวัดความสำเร็จของธุรกิจขายตรงจำแนกตามผลตอบแทนที่ได้รับ ได้ค่า Pearson Chi - square = 137.671 และ Asymp.Sig (2 sided)

= 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จึงยอมรับ H_1 และปฏิเสธ H_0 นั่นคือ อายุกับปัจจัยวัดความสำเร็จมีความสัมพันธ์กัน ระดับการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยวัดความสำเร็จของธุรกิจขายตรงจำแนกตามตำแหน่งธุรกิจ ได้ค่า **Pearson Chi - square = 102.634** และ **Asymp.Sig (2 sided) = 0.000** ระดับการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยวัดความสำเร็จของธุรกิจขายตรงจำแนกตามผลตอบแทนที่ได้รับ ได้ค่า **Pearson Chi - square = 58.278** และ **Asymp.Sig (2 sided) = 0.000** ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จึงยอมรับ H_1 และปฏิเสธ H_0 นั่นคือ ระดับการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยวัดความสำเร็จมีความสัมพันธ์กัน อาชีพเกี่ยวกับปัจจัยวัดความสำเร็จของธุรกิจขายตรงจำแนกตามตำแหน่งธุรกิจ ได้ค่า **Pearson Chi - square = 175.518** และ **Asymp.Sig (2 sided) = 0.000** อาชีพเกี่ยวกับปัจจัยวัดความสำเร็จของธุรกิจขายตรงจำแนกตามผลตอบแทนที่ได้รับ ได้ค่า **Pearson Chi - square = 121.935** และ **Asymp.Sig (2 sided) = 0.000** ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จึงยอมรับ H_1 และปฏิเสธ H_0 นั่นคือ อาชีพกับปัจจัยวัดความสำเร็จมีความสัมพันธ์กัน รายได้ประจำเกี่ยวกับปัจจัยวัดความสำเร็จของธุรกิจขายตรงจำแนกตามตำแหน่งธุรกิจ ได้ค่า **Pearson Chi - square = 181.798** และ **Asymp.Sig (2 sided) = 0.000** รายได้ประจำเกี่ยวกับปัจจัยวัดความสำเร็จของธุรกิจขายตรงจำแนกตามผลตอบแทนที่ได้รับ ได้ค่า **Pearson Chi - square = 134.089** และ **Asymp.Sig (2 sided) = 0.000** ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จึงยอมรับ H_1 และปฏิเสธ H_0 นั่นคือ รายได้ประจำเกี่ยวกับปัจจัยวัดความสำเร็จมีความสัมพันธ์กัน และระยะเวลาทำธุรกิจเกี่ยวกับปัจจัยวัดความสำเร็จของธุรกิจขายตรงจำแนกตามตำแหน่งธุรกิจ ได้ค่า **Pearson Chi - square = 636.277** และ **Asymp.Sig (2 sided) = 0.000** ระยะเวลาทำธุรกิจเกี่ยวกับปัจจัยวัดความสำเร็จของธุรกิจขายตรงจำแนกตามผลตอบแทนที่ได้รับ ได้ค่า **Pearson Chi - square = 578.424** และ **Asymp.Sig (2 sided) = 0.000** ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จึงยอมรับ H_1 และปฏิเสธ H_0 นั่นคือ ระยะเวลาทำธุรกิจเกี่ยวกับปัจจัยวัดความสำเร็จมีความสัมพันธ์กัน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยในการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำธุรกิจขายตรงที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยวัดความสำเร็จที่แตกต่างกัน

ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติแบบ **Linear Multiple Regression** ในการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

สมการประมาณค่า

ปัจจัยวัดความสำเร็จของธุรกิจขายตรงได้แก่ ปัจจัยด้านตำแหน่งทางธุรกิจ ปัจจัยด้านรายได้

$$\hat{Y}_1 = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

$$\hat{Y}_2 = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

แทนค่าในสมการ

$$\hat{Y}_1 = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

$$-5.237 + 0.726X_1 + 1.367X_2 + 0.822X_3 + (-0.039)X_4$$

$$(0.028^*) \quad (0.000^*) \quad (0.023^*) \quad (0.921)$$

$$\hat{Y}_2 = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

แทนค่าในสมการ

$$\hat{Y}_2 = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

$$-3.734 + 0.596X_1 + 0.434X_2 + 0.434X_3 + 0.040X_4$$

$$(0.005^*) \quad (0.000^*) \quad (0.060) \quad (0.873)$$

ในการทดสอบสมมติฐานกำหนดให้ตัวแปรตาม

\hat{Y}_1 คือ ปัจจัยด้านตำแหน่งทางธุรกิจขายตรง

\hat{Y}_2 คือ ปัจจัยด้านรายได้จากธุรกิจขายตรง

ตัวแปรอิสระ

X_1 คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง

X_2 คือ ปัจจัยด้านแผนการจ่ายผลตอบแทน

X_3 คือ ปัจจัยด้านระบบสนับสนุนที่ดี

X_4 คือ ปัจจัยด้านการฝึกอบรมที่ดี

สมมติฐานที่ 21 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง (X_1) ปัจจัยด้านแผนการจ่ายผลตอบแทน (X_2) ปัจจัยด้านระบบสนับสนุนที่ดี (X_3) ปัจจัยด้านการฝึกอบรมที่ดี (X_4) มีผลต่อปัจจัยตำแหน่งทางธุรกิจขายตรง (\hat{Y}_1)

H_0 : ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง (X_1) ปัจจัยด้านแผนการจ่ายผลตอบแทน (X_2) ปัจจัยด้านระบบสนับสนุนที่ดี (X_3) ปัจจัยด้านการฝึกอบรมที่ดี (X_4) ไม่มีผลต่อปัจจัยตำแหน่งทางธุรกิจขายตรง (\hat{Y}_1)

H_1 : ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง (X_1) ปัจจัยด้านแผนการจ่ายผลตอบแทน (X_2) ปัจจัยด้านระบบสนับสนุนที่ดี (X_3) ปัจจัยด้านการฝึกอบรมที่ดี (X_4) มีผลต่อปัจจัยตำแหน่งทางธุรกิจขายตรง (\hat{Y}_1)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเพื่อนำค่าตัวแปรต่าง ๆ ไปสร้างเป็นสมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้น (Linear Multiple Regression) ในการพยากรณ์ใช้ค่าระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 เมื่อพบว่าค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตารางที่ 45 แสดงการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยในการเพิ่มประสิทธิภาพของการทำธุรกิจขายตรงให้ประสบความสำเร็จ (X_1, X_2, X_3, X_4) กับปัจจัยตำแหน่งทางธุรกิจขายตรง (Y_1)

ปัจจัยในการเพิ่มประสิทธิภาพของการ ทำธุรกิจขายตรงให้ประสบความสำเร็จ	ปัจจัยวัดความสำเร็จของธุรกิจขายตรง ด้านตำแหน่ง ทางธุรกิจขายตรง (Y_1)			
	r (Pearson Correlation)	Sig (2- tailed)	ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง (X_1)	0.695	0.000**	สูง	เดียวกัน
ปัจจัยด้านแผนการจ่ายผลตอบแทน (X_2)	0.713	0.000**	สูง	เดียวกัน
ระบบสนับสนุนที่ดี (X_3)	0.694	0.000**	สูง	เดียวกัน
ปัจจัยด้านการฝึกอบรมที่ดี (X_4)	0.683	0.000**	สูง	เดียวกัน

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 45 สรุปได้ว่าตัวแปรอิสระทั้ง 4 ตัวมีค่า Sig (2- tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่ามีความสัมพันธ์กัน โดยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง (X_1) ปัจจัยด้านแผนการจ่ายผลตอบแทน (X_2) ปัจจัยด้านระบบสนับสนุนที่ดี (X_3) และปัจจัยด้านการฝึกอบรมที่ดี (X_4) มีความสัมพันธ์กันกับปัจจัยตำแหน่งทางธุรกิจขายตรง (Y_1) มีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.695, 0.713, 0.694 และ 0.683 ตามลำดับ ซึ่งเป็นค่าบวก แปลผลได้ว่ามีความสัมพันธ์กันในระดับสูง และมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

ตารางที่ 46 แสดงการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณระหว่างปัจจัยในการเพิ่มประสิทธิภาพของการทำธุรกิจขายตรงให้ประสบความสำเร็จ (X_1, X_2, X_3, X_4) กับปัจจัยตำแหน่งทางธุรกิจขายตรง (Y_1)

ตัวแปรทำนาย	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.731	0.534	0.529	2.233

a Predictors: (Constant) ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง แผนการจ่ายผลตอบแทน ระบบสนับสนุน การฝึกอบรม

จากตารางที่ 46 สรุปได้ปัจจัยในการเพิ่มประสิทธิภาพของการทำธุรกิจขายตรงให้ประสบความสำเร็จมีความสัมพันธ์กับปัจจัยวัดความสำเร็จของธุรกิจขายตรง โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.731 และสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R²) เท่ากับ 0.534 สามารถอธิบายความผันแปรของตัวแปรตามได้ร้อยละ 52.9

ตารางที่ 47 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์แบบสมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้นของปัจจัยในการเพิ่มประสิทธิภาพของการทำธุรกิจขายตรงให้ประสบความสำเร็จที่มีอิทธิพลกับด้านตำแหน่งทางธุรกิจ (\hat{Y}_1)

ปัจจัยในการเพิ่มประสิทธิภาพของการทำธุรกิจขายตรงให้ประสบความสำเร็จ	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-5.237	0.553		-9.466	0.000*
ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง (X_1)	0.726	0.328	0.190	2.211	0.028*
แผนการจ่ายผลตอบแทน (X_2)	1.367	0.356	0.357	3.843	0.000*
ระบบสนับสนุนที่ดี (X_3)	0.822	0.359	0.221	2.289	0.023*
การฝึกอบรมที่ดี (X_4)	-0.039	0.393	-0.010	-0.099	0.921

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 47 สรุปได้ว่า ด้านผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง (X_1) มีค่า Sig เท่ากับ 0.028 ด้านแผนการจ่ายผลตอบแทน (X_2) มีค่า Sig เท่ากับ 0.000 และด้านระบบสนับสนุนที่ดี (X_3) มีค่า Sig เท่ากับ 0.023 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 ปฏิเสธ H_0 แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านแผนการจ่ายผลตอบแทนมีความสำคัญมากที่สุด โดยที่แผนการจ่ายผลตอบแทนเพิ่มขึ้น 1 หน่วยมีผลทำให้ตำแหน่งทางธุรกิจเพิ่มขึ้น 1.367 หน่วยเป็นตัวแปรอิสระที่สามารถนำมาใช้ในการพยากรณ์ระดับความคิดเห็นต่อการวัดความสำเร็จของธุรกิจขายตรงด้านตำแหน่งทางธุรกิจขายตรง (\hat{Y}_1) ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยสามารถนำมาเขียนเป็นสมการถดถอยพหุคูณเพื่อใช้ในการพยากรณ์ได้ดังนี้

$$\hat{Y}_1 = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

แทนค่าในสมการ

$$\hat{Y}_1 = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

$$-5.237 + 0.726X_1 + 1.367X_2 + 0.822X_3 + (-0.039)X_4$$

$$(0.028^*) \quad (0.000^*) \quad (0.023^*) \quad (0.921)$$

เมื่อ

\hat{Y}_1 คือ ปัจจัยวัดความสำเร็จของธุรกิจขายตรง ด้านตำแหน่งทางธุรกิจขายตรง

b_0 คือ ค่าคงที่ของสมการถดถอย

b_1 คือ ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยของปัจจัยผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง

b_2 คือ ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยของปัจจัยด้านแผนการจ่ายผลตอบแทน

b_3 คือ ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยของปัจจัยด้านระบบสนับสนุนที่ดี

b_4 คือ ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยของปัจจัยด้านการฝึกอบรมที่ดี

(0.xxx) คือ ค่าความน่าจะเป็นที่ได้จากการคำนวณด้วยโปรแกรมวิเคราะห์ทางคณิตศาสตร์

* คือ ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2.2 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง (X_1) ปัจจัยด้านแผนการจ่ายผลตอบแทน (X_2) ปัจจัยด้านระบบสนับสนุนที่ดี (X_3) ปัจจัยด้านการฝึกอบรมที่ดี (X_4) มีผลต่อปัจจัยรายได้จากธุรกิจขายตรง (\hat{Y}_2)

H_0 : ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง (X_1) ปัจจัยด้านแผนการจ่ายผลตอบแทน (X_2) ปัจจัยด้านระบบสนับสนุนที่ดี (X_3) ปัจจัยด้านการฝึกอบรมที่ดี (X_4) ไม่มีผลต่อมีผลต่อปัจจัยรายได้จากธุรกิจขายตรง (\hat{Y}_2)

H_1 : ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง (X_1) ปัจจัยด้านแผนการจ่ายผลตอบแทน (X_2) ปัจจัยด้านระบบสนับสนุนที่ดี (X_3) ปัจจัยด้านการฝึกอบรมที่ดี (X_4) มีผลต่อมีผลต่อปัจจัยรายได้จากธุรกิจขายตรง (\hat{Y}_2)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ เพื่อนำค่าตัวแปรต่าง ๆ ไปสร้างเป็นสมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้น (**Linear Multiple Regression**) ในการพยากรณ์ใช้ค่าระดับความเชื่อมั่นที่ 95%

ตารางที่ 48 แสดงการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยในการเพิ่มประสิทธิภาพของการทำธุรกิจขายตรงให้ประสบความสำเร็จ (X_1, X_2, X_3, X_4) กับปัจจัยด้านรายได้จากธุรกิจขายตรง (Y_2)

ปัจจัยในการเพิ่มประสิทธิภาพของการ ทำธุรกิจขายตรงให้ประสบความสำเร็จ	ปัจจัยวัดความสำเร็จของธุรกิจขายตรง ด้านรายได้จาก ธุรกิจขายตรง (Y_2)			
	r (Pearson Correlation)	Sig (2- tailed)	ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีคุณภาพสูง (X_1)	0.709	0.000**	สูง	เดียวกัน
ปัจจัยด้านแผนการจ่ายผลตอบแทน (X_2)	0.719	0.000**	สูง	เดียวกัน
ระบบสนับสนุนที่ดี (X_3)	0.698	0.000**	สูง	เดียวกัน
ปัจจัยด้านการฝึกอบรมที่ดี (X_4)	0.691	0.000**	สูง	เดียวกัน

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 48 สรุปได้ว่าตัวแปรอิสระทั้ง 4 ตัวมีค่า Sig (2- tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่ามีความสัมพันธ์กัน โดยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีคุณภาพสูง (X_1) ปัจจัยด้านแผนการจ่ายผลตอบแทน (X_2) ปัจจัยด้านระบบสนับสนุนที่ดี (X_3) และปัจจัยด้านการฝึกอบรมที่ดี (X_4) มีความสัมพันธ์กันกับด้านรายได้จากธุรกิจขายตรง (Y_2) มีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.709, 0.719, 0.698 และ 0.691 ตามลำดับ ซึ่งเป็นค่าบวก แปลผลได้ว่ามีความสัมพันธ์กันในระดับสูง และมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

ตารางที่ 49 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณระหว่างปัจจัยในการเพิ่มประสิทธิภาพของการทำธุรกิจขายตรงให้ประสบความสำเร็จ (X_1, X_2, X_3, X_4) กับปัจจัยด้านรายได้จากธุรกิจขายตรง (\hat{Y}_2)

ตัวแปรทำนาย	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.738	0.545	0.540	1.433

a Predictors: (Constant), ผลិតภัณฑ์มีคุณภาพสูง แผนการจ่ายผลตอบแทน ระบบสนับสนุน การฝึกอบรม

จากตารางที่ 49 สรุปได้ว่า ปัจจัยในการเพิ่มประสิทธิภาพของการทำธุรกิจขายตรงให้ประสบความสำเร็จมีผลต่อปัจจัยวัดความสำเร็จของธุรกิจขายตรง โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.738 และสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) เท่ากับ 0.545 สามารถอธิบายความผันแปรของตัวแปรตามได้ร้อยละ 54.0

ตารางที่ 410 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์แบบสมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้นของปัจจัยในการเพิ่มประสิทธิภาพของการทำธุรกิจขายตรงให้ประสบความสำเร็จที่มีอิทธิพลกับด้านรายได้จากธุรกิจขายตรง (\hat{Y}_2)

ปัจจัยในการเพิ่มประสิทธิภาพของการทำธุรกิจขายตรงให้ประสบความสำเร็จ	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-3.734	0.355		-10.521	0.000*
ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพสูง (X_1)	0.596	0.211	0.240	2.830	0.005*
แผนการจ่ายผลตอบแทน (X_2)	0.823	0.228	0.331	3.607	0.000*
ระบบสนับสนุนที่ดี (X_3)	0.434	0.230	0.180	1.884	0.060
การฝึกอบรมที่ดี (X_4)	0.040	0.252	0.016	0.160	0.873

a Dependent Variable: ปัจจัยวัดความสำเร็จของธุรกิจขายตรง

จากตารางที่ 410 สรุปได้ว่า ด้านผลิตภัณฑ์มีคุณภาพสูง (X_1) มีค่า Sig เท่ากับ 0.005 และด้านแผนการจ่ายผลตอบแทน (X_2) มีค่า Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 ปฏิเสธ H_0 แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านแผนการจ่ายผลตอบแทนมีความสำคัญมากที่สุด โดยที่แผนการจ่ายผลตอบแทนเพิ่มขึ้น 1 หน่วยมีผลทำให้รายได้

จากการทำธุรกิจขายตรงเพิ่มขึ้น **0.823** หน่วย เป็นตัวแปรอิสระที่สามารถนำมาใช้ในการพยากรณ์ระดับความคิดเห็นต่อการวัดความสำเร็จของธุรกิจขายตรงด้านรายได้จากธุรกิจขายตรง (\hat{Y}_2) ได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ **0.05** โดยสามารถนำมาเขียนเป็นสมการถดถอยพหุคูณเพื่อใช้ในการพยากรณ์ได้ดังนี้

$$\hat{Y}_2 = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

แทนค่าในสมการ

$$\hat{Y}_2 = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

$$-3.734 + 0.596X_1 + 0.434X_2 + 0.434X_3 + 0.040X_4$$

(0.005*) (0.000*) (0.060) (0.873)

เมื่อ

\hat{Y}_2 คือ ปัจจัยวัดความสำเร็จของธุรกิจขายตรง ด้านรายได้จากธุรกิจขายตรง

b_0 คือ ค่าคงที่ของสมการถดถอย

b_1 คือ ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยของปัจจัยผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง

b_2 คือ ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยของปัจจัยด้านแผนการจ่ายผลตอบแทน

b_3 คือ ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยของปัจจัยด้านระบบสนับสนุนที่ดี

b_4 คือ ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยของปัจจัยด้านการฝึกอบรมที่ดี

(0.xxx) คือ ค่าความน่าจะเป็นที่ได้จากการคำนวณด้วยโปรแกรมวิเคราะห์ทางคณิตศาสตร์

* คือ ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ **0.05**



ตารางที่ 411 แสดงผลสรุปการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยพื้นฐานของนักธุรกิจอิสระมีความสัมพันธ์กับปัจจัยวัดความสำเร็จในการทำธุรกิจขายตรง

ปัจจัยพื้นฐานของนัก ธุรกิจอิสระ	ปัจจัยวัดความสำเร็จในการทำธุรกิจขายตรง		
	ตำแหน่งทางธุรกิจ	รายได้จากการขาย ตรง	ภาพรวม
เพศ	-	-	-
อายุ	P	P	P
ระดับการศึกษา	P	P	P
อาชีพ	P	P	P
รายได้ประจำ	P	P	P
ระยะเวลาทำธุรกิจ	P	P	P

เมื่อ **P** คือ ระดับความคิดเห็นแตกต่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

- คือ ระดับความคิดเห็นไม่แตกต่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 411 สรุปได้ว่า ปัจจัยพื้นฐานของนักธุรกิจอิสระที่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยวัดความสำเร็จในการทำธุรกิจขายตรงได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้จากงานประจำ (ที่ไม่ใช่ธุรกิจกฟฟารีน) และระยะเวลาทำธุรกิจกฟฟารีน



ตารางที่ 412 แสดงผลสรุปการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 2 แสดงผลสรุปปัจจัยในการเพิ่มประสิทธิภาพของการทำธุรกิจขายตรงที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยวัดความสำเร็จที่แตกต่างกัน

ปัจจัยในการเพิ่มประสิทธิภาพของการทำธุรกิจขายตรงให้ประสบความสำเร็จ	สมการพยากรณ์ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยเพิ่มประสิทธิภาพของธุรกิจขายตรง
ระดับความคิดเห็นจำแนกรายด้าน	
ด้านตำแหน่ง	$\hat{Y}_1 = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$ $-5.237 + 0.726X_1 + 1.367X_2 + 0.822X_3 + (-0.039)X_4$ <p style="text-align: center;">(0.028*) (0.000*) (0.023*) (0.921)</p>
ด้านรายได้	$\hat{Y}_2 = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$ $-3.734 + 0.596X_1 + 0.434X_2 + 0.434X_3 + 0.040X_4$ <p style="text-align: center;">(0.005*) (0.000*) (0.060) (0.873)</p>

เมื่อ

X_1 คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง

X_2 คือ ปัจจัยด้านแผนการจ่ายผลตอบแทน

X_3 คือ ปัจจัยด้านระบบสนับสนุนที่ดี

X_4 คือ ปัจจัยด้านการฝึกอบรมที่ดี

จากตารางที่ 412 สรุปได้ว่า ปัจจัยในการเพิ่มประสิทธิภาพของการทำธุรกิจขายตรงที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยวัดความสำเร็จที่แตกต่างกัน โดยมีทิศทางเดียวกันและสามารถนำมาสร้างเป็นสมการพยากรณ์คือ $\hat{Y}_1 = -5.237 + 0.726X_1 + 1.367X_2 + 0.822X_3 + (-0.039)X_4$ และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ ($R = 0.731$) และสามารถทำนายค่าสมการของการวิเคราะห์ได้เท่ากับ ร้อยละ 52.9 และ $\hat{Y}_2 = -3.734 + 0.596X_1 + 0.434X_2 + 0.434X_3 + 0.040X_4$ และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ ($R = 0.738$) และสามารถทำนายค่าสมการของการวิเคราะห์ได้เท่ากับ ร้อยละ 54.0

ตารางที่ 413 แสดงผลสรุปรวมการหาค่าความสัมพันธ์ r (Pearson Correlation) และ R ระหว่างปัจจัยในการเพิ่มประสิทธิภาพของการทำธุรกิจขายตรงให้ประสบความสำเร็จและปัจจัยวัดความสำเร็จของธุรกิจขายตรง

		ความสัมพันธ์ r (Pearson Correlation)									
		ปัจจัยในการเพิ่มประสิทธิภาพของการทำธุรกิจขายตรงให้ประสบความสำเร็จ									
ปัจจัยวัดความสำเร็จ ของธุรกิจขายตรง	ปัจจัยวัดความสำเร็จ	ผลิตภัณ์ท์	คุณภาพสูง	แผนการจ่าย	ผลตอบแทน	ระบบ	สนับสนุน	การฝึกอบรม	ค่าสัมประสิทธิ์	สหสัมพันธ์	พหุคูณ
		(X ₁)	(X ₂)	(X ₃)	(X ₄)	(R)					
ด้านตำแหน่ง (Y ₁)		0.695(**)	0.713(**)	0.694(**)	0.683(**)	0.731*					
ระดับความสัมพันธ์		สูง	สูง	สูง	สูง	สูง					
ทิศทาง		เดียวกัน	เดียวกัน	เดียวกัน	เดียวกัน	เดียวกัน					
ด้านรายได้ (Y ₂)		0.709(**)	0.719(**)	0.698(**)	0.691(**)	0.738*					
ระดับความสัมพันธ์		สูง	สูง	สูง	สูง	สูง					
ทิศทาง		เดียวกัน	เดียวกัน	เดียวกัน	เดียวกัน	เดียวกัน					

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

(+) มีทิศทางเดียวกัน

จากตารางที่ 413 สรุปได้ว่า ปัจจัยในการเพิ่มประสิทธิภาพของการทำธุรกิจขายตรงมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับปัจจัยวัดความสำเร็จในด้านตำแหน่งทางธุรกิจ และด้านรายได้จากธุรกิจขายตรง

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องปัจจัยในการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำธุรกิจตรงที่ส่งผลต่อปัจจัยวัดความสำเร็จในการทำธุรกิจขายตรง : กรณีศึกษา บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิค จำกัด ได้แบ่งการสรุปผลการวิจัยออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 การสรุปข้อมูลข้อมูลปัจจัยพื้นฐานของนักธุรกิจอิสระ

ส่วนที่ 2 การสรุปข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยในการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำธุรกิจขายตรง

ส่วนที่ 3 การสรุปข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยวัดความสำเร็จในการทำธุรกิจขายตรง

ส่วนที่ 4 การสรุปข้อมูลการทดสอบสมมติฐาน

5.1 สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยพื้นฐานของนักธุรกิจอิสระส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 30 - 40 ปีขึ้นไป มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้จากงานประจำในระดับ 10,000- 30,000 บาท / เดือน มีระยะเวลาในการทำธุรกิจกิฟฟารีนมากกว่า 4 ปีขึ้นไป

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยในการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำธุรกิจขายตรงในภาพรวมพบว่า นักธุรกิจอิสระมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีคะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 (S.D. = 0.880) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเพิ่มประสิทธิภาพในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.97 - 3.84 ซึ่งสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ระดับความคิดเห็นมากอันดับที่หนึ่งในภาพรวมคือ ด้านผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง ($\bar{x} = 3.97$ S.D. = 0.883) และรองลงมาคือ ด้านแผนการจ่ายผลตอบแทน ($\bar{x} = 3.97$ S.D. = 0.891) เมื่อพิจารณาด้านผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ 1.3 มีตราสัญลักษณ์ Thailand's brand จากกรมส่งเสริมการส่งออก มีค่าเฉลี่ยมากเป็นอันดับที่ 1 ของด้านผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง ($\bar{x} = 4.01$ S.D. = 0.880) ข้อที่ 1.1 ได้รับรองมาตรฐาน ISO 9001 จากสถาบัน BVQI และการรับรองระบบ GMP จากกระทรวงสาธารณสุขมีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับที่ 2 ($\bar{x} = 4.00$ S.D. = 0.853) ข้อที่ 1.4 การรับรองความสามารถห้องปฏิบัติการตามมาตรฐาน ISO / IEC 17025 จากกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ กระทรวงสาธารณสุขมีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับที่ 3 ($\bar{x} = 3.98$ S.D. = 0.891) และข้อที่ 1.2 การรับรอง

เครื่องหมายฮาลาล จากคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยมีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับที่ 4 ($\bar{x} = 3.90$ S.D. = 0.909) และเมื่อพิจารณาด้านแผนการจ่ายผลตอบแทนเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่ 21 เงินปันผล 10% - 25% มีค่าเฉลี่ยมากเป็นอันดับที่ 1 ของด้านแผนการจ่ายผลตอบแทน ($\bar{x} = 4.05$ S.D. = 0.860) ข้อที่ 22 โบนัสพิเศษ 2% - 10% มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับที่ 2 ($\bar{x} = 4.02$ S.D. = 0.913) ข้อที่ 23 ประกันอุบัติเหตุ 120,000 - 320,000 บาท มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับที่ 3 ($\bar{x} = 3.92$ S.D. = 0.879) ข้อที่ 24 ค่ารักษาพยาบาลเนื่องจากอุบัติเหตุ 50,000 - 100,000 บาท มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับที่ 4 ($\bar{x} = 3.89$ S.D. = 0.915)

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยวัดความสำเร็จในการทำธุรกิจขายตรงพบว่า นักธุรกิจอิสระส่วนใหญ่อยู่ในตำแหน่งบรอนสตาร์ และตำแหน่งแกรนด์ พาราไดซ์ รองลงมาเป็นตำแหน่ง เอ็กซ์คลูซีฟ พาราไดซ์ รองลงมาเป็นตำแหน่งเมอร์คิวรี รองลงมาเป็นตำแหน่งโดมอนด์ แกรนด์ พาราไดซ์ รองลงมาเป็นตำแหน่งจูปีเตอร์ รองลงมาเป็นตำแหน่งโกลด์สตาร์ และตำแหน่งพาราไดซ์ รองลงมาเป็นตำแหน่งวินัส รองลงมาเป็นตำแหน่งซิลเวอร์สตาร์ และตำแหน่งแซทเทิร์น เป็นลำดับสุดท้าย ด้านรายได้ที่ได้รับจากงานธุรกิจกอล์ฟารีน พบว่าส่วนใหญ่อยู่ในระดับ 50,001 บาทขึ้นไป รองลงมาต่ำกว่า 10,000 บาท / เดือน รองลงมา 20,001 - 30,000 บาท / เดือน รองลงมา 10,001 - 20,000 บาท / เดือน รองลงมา 30,001 - 40,000 บาท / เดือน และ 40,001 - 50,000 บาท / เดือน เป็นลำดับสุดท้าย

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยวัดความสำเร็จในการทำธุรกิจขายตรง อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้จากงานประจำ (ที่ไม่ใช่ธุรกิจกอล์ฟารีน) และระยะเวลาทำธุรกิจกอล์ฟารีนมีความสัมพันธ์กับปัจจัยวัดความสำเร็จในการทำธุรกิจขายตรง

5.2 การอภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยปัจจัยในการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำธุรกิจตรงที่ส่งผลต่อปัจจัยวัดความสำเร็จในการทำธุรกิจขายตรง : กรณีศึกษา บริษัท กอล์ฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด พบว่ามีประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการอภิปรายข้อมูลปัจจัยพื้นฐานของนักธุรกิจอิสระ

ผลการวิจัยพบว่า นักธุรกิจอิสระส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุ 30-40 ปีขึ้นไป ซึ่งสอดคล้องกับ มลฤดี จารุมณี โรจน์ (2549 : สรุปผลการวิจัย) ที่ศึกษาความพึงพอใจของผู้จำหน่ายอิสระที่มีต่อผลประโยชน์ตอบแทนของธุรกิจขายตรงหลายชั้น : กรณีศึกษา บริษัท กอล์ฟารีน

สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด (สาขาคอนเมือง)จากการวิจัยพบว่า นักธุรกิจอิสระกอล์ฟฟารีนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายมีอายุระหว่าง **31 - 40**ปี

ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้จากงานประจำในระดับ **10,000- 30,000**บาท/เดือน มีระยะเวลาในการทำธุรกิจกอล์ฟฟารีนมากกว่า **4**ปีขึ้นไป ซึ่งไม่สอดคล้องกับ มลฤดี จารุมณีโรจน์ (**2549** : สรุปผลการวิจัย) ที่ศึกษาความพึงพอใจของผู้จำหน่ายอิสระที่มีต่อผลประโยชน์ตอบแทนของธุรกิจขายตรงหลายชั้น : กรณีศึกษา บริษัท กอล์ฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด (สาขาคอนเมือง) จากการวิจัยพบว่า นักธุรกิจอิสระมีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. ประกอบอาชีพเป็นนักธุรกิจอิสระกอล์ฟฟารีนอย่างเดียว มีระดับรายได้ **10,001 - 20,000**บาท เริ่มต้นทำธุรกิจตั้งแต่ **1** ปี แต่ไม่ถึง **3**ปี

ส่วนที่ **2** ผลการอภิปรายข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยในการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำธุรกิจขายตรง

ในภาพรวมพบว่า นักธุรกิจอิสระมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำธุรกิจขายตรงอยู่ในระดับมาก มีคะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ **3.92(S.D. = 0.880)** เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเพิ่มประสิทธิภาพในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง **3.97- 3.84**ซึ่งสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ระดับความคิดเห็นมากอันดับที่หนึ่งในภาพรวมคือ ด้านผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง และรองลงมาคือ ด้านแผนการจ่ายผลตอบแทน ซึ่งไม่สอดคล้องกับ วรณิภา ใจดี (**2550**: สรุปผลการวิจัย) ที่ศึกษาประสิทธิผลในการทำงานขายของนักธุรกิจหรือผู้จัดจำหน่ายอิสระของบริษัทข้ามชาติที่ดำเนินธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย จากการวิจัยพบว่า นักธุรกิจอิสระมีความคิดเห็นว่า ต้องการให้บริษัทจัดการฝึกอบรมเพื่อนำเสนอสินค้าให้มากขึ้น

ส่วนที่ **3** ผลการอภิปรายข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยวัดความสำเร็จในการทำธุรกิจขายตรง

พบว่า นักธุรกิจอิสระส่วนใหญ่อยู่ในตำแหน่งบรอนสตาร์ และตำแหน่งแกรนด์ พาราไดซ์ และด้านรายได้ที่ได้รับจากงานธุรกิจกอล์ฟฟารีน พบว่าส่วนใหญ่อยู่ในระดับ **50,001** บาทขึ้นไปซึ่งไม่สอดคล้องกับ มลฤดี จารุมณีโรจน์ (**2549** : สรุปผลการวิจัย) ที่ศึกษาความพึงพอใจของผู้จำหน่ายอิสระที่มีต่อผลประโยชน์ตอบแทนของธุรกิจขายตรงหลายชั้น : กรณีศึกษา บริษัท กอล์ฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด (สาขาคอนเมือง) จากการวิจัยพบว่า นักธุรกิจอิสระส่วนใหญ่อยู่ในตำแหน่งโกลด์สตาร์ และรายได้ที่ได้รับอยู่ระหว่าง **10,001 - 20,000**บาท / เดือน

ส่วนที่ 4 ผลการอภิปรายการวิเคราะห์ข้อมูลการทดสอบสมมติฐาน

อภิปรายได้ว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยวัดความสำเร็จในการทำธุรกิจขายตรง ผลการศึกษาพบว่า อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้จากงานประจำ (ที่ไม่ใช่ธุรกิจกึ่งฟาร์ริน) และระยะเวลาทำธุรกิจกึ่งฟาร์รินมีความสัมพันธ์กับปัจจัยวัดความสำเร็จของการทำธุรกิจขายตรง ด้านตำแหน่งทางธุรกิจ และรายได้จากการขายตรง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ **0.05** ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณพบว่า ปัจจัยในการเพิ่มประสิทธิภาพของการทำธุรกิจขายตรงที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยวัดความสำเร็จที่แตกต่างกัน ในด้านตำแหน่งทางธุรกิจ และด้านรายได้จากการธุรกิจขายตรง โดยมีทิศทางเดียวกันและสามารถนำมาสร้างเป็นสมการพยากรณ์คือ $\hat{Y}_1 = -5.237 + 0.726X_1 + 1.367X_2 + 0.822X_3 + (-0.039)X_4$ และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ ($R = 0.731$) และสามารถทำนายค่าสมการของการวิเคราะห์ได้เท่ากับ ร้อยละ **52.9** และ $\hat{Y}_2 = -3.734 + 0.596X_1 + 0.434X_2 + 0.434X_3 + 0.040X_4$ และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ ($R = 0.738$) และสามารถทำนายค่าสมการของการวิเคราะห์ได้เท่ากับ ร้อยละ **54.0**

5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากผลการวิจัยพบว่า นักธุรกิจอิสระส่วนใหญ่อยู่ตำแหน่งบรอนสตาร์ และตำแหน่งแกรนด์พาราไดซ์ มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำธุรกิจขายตรงอยู่ในระดับมาก แต่เมื่อพิจารณาในภาพรวมพบว่า อันดับที่หนึ่ง คือ ด้านผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง รองลงมาคือ ด้านแผนการจ่ายผลตอบแทน และเมื่อพิจารณาด้านผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงเป็นรายข้อพบว่า อันดับที่ 1 คือ มีตราสัญลักษณ์ **THAILAND'S BRAND** จากกรมส่งเสริมการส่งออก อันดับที่ 2 คือ ได้รับรองมาตรฐาน **ISO 9001** จากสถาบัน **BVQI** และการรับรองระบบ **GMP** จากกระทรวงสาธารณสุข อันดับที่ 3 คือ การรับรองความสามารถห้องปฏิบัติการตามมาตรฐาน **ISO / IEC 17025** จากกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข และอันดับที่ 4 คือ การรับรองเครื่องหมายฮาลาล จากคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย และเมื่อพิจารณาด้านแผนการจ่ายผลตอบแทนเป็นรายข้อพบว่า อันดับที่ 1 คือ เงินปันผล **10% - 25%** อันดับที่ 2 คือ โบนัสพิเศษ **2% - 10%** อันดับที่ 3 คือ ประกันอุบัติเหตุ **120,000 - 320,000** บาท และอันดับที่ 4 คือ ค่ารักษาพยาบาลเนื่องจากอุบัติเหตุ **50,000 - 100,000** บาท

จากผลการทดสอบความสัมพันธ์แบบสมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้นของปัจจัยในการเพิ่มประสิทธิภาพของการทำธุรกิจขายตรงให้ประสบความสำเร็จที่มีอิทธิพลกับตำแหน่งทางธุรกิจและด้านรายได้จากการขายตรงพบว่า ด้านแผนการจ่ายผลตอบแทนมีความสำคัญมากที่สุด ดังนั้นทาง

บริษัทควรมีการรายงานแผนการจ่ายผลตอบแทนในแต่ละเดือน โดยเน้นที่ความยุติธรรมในการจ่ายผลตอบแทนให้กับนักธุรกิจอิสระ

5.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอนาคต

สำหรับการศึกษาวิจัยในครั้งต่อไป ควรทำการศึกษาถึงกลยุทธ์ในการทำธุรกิจขายตรง โดยศึกษาถึงปัจจัยในการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำธุรกิจขายตรงของกลุ่มแก๊งกิฟฟารีน ในด้านผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง ระบบสนับสนุน และการฝึกอบรม เพื่อให้ นักธุรกิจอิสระได้ทราบถึงวิธีการที่จะทำให้ธุรกิจขายตรงประสบความสำเร็จ โดยใช้ปัจจัยดังกล่าวมาเป็นตัวชี้วัด



บรรณานุกรม

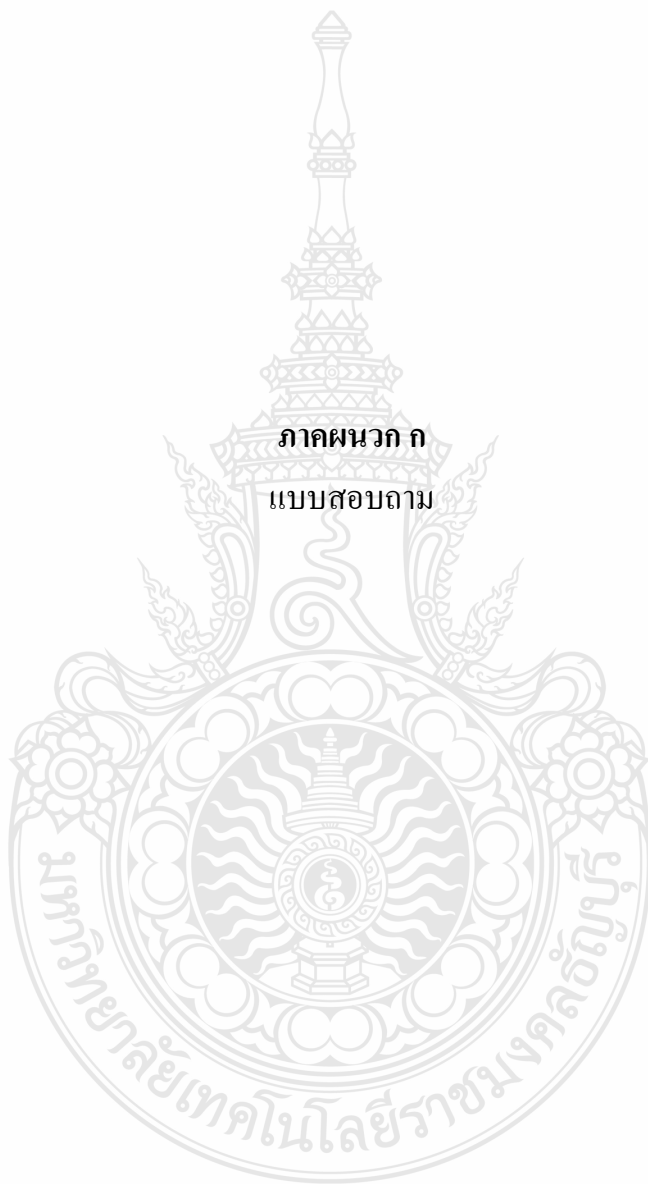
- กัลยา วานิชย์บัญชา. 2544. การวิเคราะห์ข้อมูลด้วย SPSS for Windows. พิมพ์ครั้งที่ 6
กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นุทธิเดอรัม. 2554 “ประวัติผิวหนังเดอรัม,” [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก:
<http://nutri-derm.blogspot.com/2011/04/08-6667-3717.html>,
[สืบค้นเมื่อ 21 กุมภาพันธ์ 2555]
- นลินี ไพบูลย์. 2553. “แนวคิดธุรกิจเครือข่าย,” [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก:
<http://thtgiffarine.tht.in/idea.html>, [สืบค้นเมื่อ 19 มกราคม 2555]
- นลินี ไพบูลย์. แผนงานเพื่อผลประโยชน์ บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด.
มลฤดี จารุมณีโรจน์. 2549. ศึกษาความพึงพอใจของผู้จำหน่ายอิสระที่มีต่อผลประโยชน์ตอบแทน
ของธุรกิจขายตรงหลายชั้น กรณีศึกษา: บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด
(สาขาคอนเมือง). ค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- วรรณภา ใจดี . 2550. ประสิทธิภาพในการทำงานขายของนักธุรกิจหรือผู้จัดจำหน่ายอิสระของบริษัท
ข้ามชาติที่ดำเนินธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้นในประเทศไทย
ค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ศิวรัตน์ ณ ปทุม. 2550. พฤติกรรมผู้บริโภคชั้นสูง. กรุงเทพฯ: พิงแณศ พรินท์ติ้ง เซ็นเตอร์.
- ศุภร เสรีรัตน์. 2543. การจัดการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพฯ: เอ.อาร์.บิซิเนสเพรส.
- สมชาติ กิจยรรยง. 2546. MLM ธุรกิจสร้างเศรษฐี. กรุงเทพฯ: อินฟอร์มีเดียบุ๊กส์.
- สุรศักดิ์ ศิวะนาวินทร์. 2541. เส้นทางสู่ความสำเร็จในการทำธุรกิจเอ็มแอลเอ็มแบบไทย ๆ.
กรุงเทพฯ: เม็ดสีการพิมพ์.
- อรศิริ เลิศกิตติสุข 2551. “ความหมายของธุรกิจขายตรง,” [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก:
<http://www.thaigoodview.com/library/contest2551/tech04/67/Work/page3-10.html>,
[สืบค้นเมื่อ 21 กุมภาพันธ์ 2555]
- Novabizz, 2012. “ทฤษฎีความสำเร็จของเมกเคลแลนด์,” [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก:
http://www.novabizz.com/NovaAce/Learning/Achievement_Needs.html,
[สืบค้นเมื่อ 29 มกราคม 2555]

ภาคผนวก



ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม



แบบสอบถามการวิจัย

เรื่อง ปัจจัยในการเพิ่มประสิทธิภาพธุรกิจขายตรงที่มีผลต่อปัจจัยวัดความสำเร็จในการทำธุรกิจขายตรง : กรณีศึกษาบริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด

คำชี้แจง : แบบสอบถามชุดนี้เป็นส่วนหนึ่งในการศึกษาของนักศึกษาปริญญาโท ภาควิชาบริหารธุรกิจ สาขาธุรกิจระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ซึ่งข้อมูลที่ได้รับจากท่านทั้งหมดจะใช้เพื่อการศึกษาวิจัยเท่านั้น

แบบสอบถามชุดนี้ประกอบด้วยคำถาม 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลปัจจัยพื้นฐานของนักธุรกิจอิสระจำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำธุรกิจขายตรง
จำนวน 16 ข้อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยวัดความสำเร็จในธุรกิจขายตรง จำนวน 2 ข้อ

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงขอความอนุเคราะห์จากท่านได้โปรดสละเวลาอันมีค่าของท่านตอบแบบสอบถามนี้ตามความเป็นจริงจนครบถ้วน เพื่อที่จะทำให้ผลการวิจัยนี้ได้ผลสมบูรณ์ตามความมุ่งหมาย และขอขอบพระคุณที่ท่านได้ให้ความร่วมมือเป็นอย่างสูง

ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยพื้นฐานของนักธุรกิจอิสระ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย **P** ลงใน () ที่ตรงกับข้อมูลหรือกรอกข้อความลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

1. เพศ
 ชาย หญิง
2. อายุ
 ต่ำกว่า 30 ปี 30- 40 ปี 41 ปีขึ้นไป
3. ระดับการศึกษา
 ต่ำกว่าปริญญาตรี
 ปริญญาตรี
 สูงกว่าปริญญาตรี
4. อาชีพ
 นักเรียน/นักศึกษา ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 พนักงานบริษัทเอกชน เจ้าของกิจการ
 รับจ้าง
5. รายได้จากงานประจำ (ที่ไม่ใช่ธุรกิจกึ่งฟาริน)
 ต่ำกว่า 10,000 บาท/เดือน 10,000- 30,000 บาท/เดือน
 30,000 บาทขึ้นไป
6. ระยะเวลาทำธุรกิจกึ่งฟาริน
 น้อยกว่า 1 ปี 1- 4 ปี
 มากกว่า 4 ปีขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นในด้านปัจจัยในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำธุรกิจขายตรงให้
ประสบความสำเร็จที่สำคัญ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย **P** ลงในช่องระดับความคิดเห็นที่ตรงกับความคิดเห็นที่สำคัญของท่านมากที่สุดเพียงคำตอบเดียว โดยใช้เกณฑ์ดังนี้

- | | |
|-----------|----------------------------|
| 5 หมายถึง | ระดับความคิดเห็นมากที่สุด |
| 4 หมายถึง | ระดับความคิดเห็นมาก |
| 3 หมายถึง | ระดับความคิดเห็นปานกลาง |
| 2 หมายถึง | ระดับความคิดเห็นน้อย |
| 1 หมายถึง | ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด |

ปัจจัยในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำธุรกิจขายตรงกฟฟารีน	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง					
1.1 ได้รับรองมาตรฐาน ISO 9001 จากสถาบัน BVQI และการรับรองระบบ GMP จาก กระทรวงสาธารณสุข					
1.2 การรับรองเครื่องหมายฮาลาล จากคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย					
1.3 มีตราสัญลักษณ์ THAILAND'S BRAND จากกรมส่งเสริมการส่งออก					
1.4 การรับรองความสามารถห้องปฏิบัติการตามมาตรฐาน ISO/IEC 17025 จากกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข					
2. แผนการจ่ายผลตอบแทน					
2.1 เงินปันผล 10% - 25%					
2.2 โบนัสพิเศษ 2% - 10%					
2.3 ประกันอุบัติเหตุ 120,000 - 320,000 บาท					
2.4 ค่ารักษาพยาบาลเนื่องจากอุบัติเหตุ 50,000 - 100,000 บาท					

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นในด้านปัจจัยในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำธุรกิจขายตรงให้ประสบความสำเร็จที่สำคัญ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย **P** ลงในช่องระดับความคิดเห็นที่ตรงกับความคิดเห็นที่สำคัญของท่านมากที่สุดเพียงคำตอบเดียว โดยใช้เกณฑ์ดังนี้

- 5 หมายถึง ระดับความคิดเห็นมากที่สุด
 4 หมายถึง ระดับความคิดเห็นมาก
 3 หมายถึง ระดับความคิดเห็นปานกลาง
 2 หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อย
 1 หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

ปัจจัยในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำธุรกิจขายตรงกฟฟารีน	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
3 ระบบสนับสนุนที่ดี					
31 มีสถาบันพัฒนานักธุรกิจ					
32 มีศูนย์ธุรกิจพร้อมห้องประชุมมากกว่า 94 แห่ง					
33 มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย โฆษณา ประชาสัมพันธ์ในสื่อทุกรูปแบบอย่างต่อเนื่อง					
34 มีการแสดงผลการตรวจสอบคุณภาพเครือข่าย (Network Monitoring)					
4 การฝึกอบรมที่ดี					
41 แผนการจัดประชุมสัมมนาเป็นประจำทุกเดือนแก่สมาชิก					
42 มีอาชีพจากสถาบันนักธุรกิจค่ออบรมสมาชิกอย่างใกล้ชิด					
43 มีศูนย์ธุรกิจพร้อมห้องประชุมรองรับอย่างเพียงพอ					
44 หลักสูตรในการอบรมที่น่าสนใจและเป็นประโยชน์แก่สมาชิก					

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยวัดความสำเร็จในธุรกิจขายตรง

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย **P** ลงใน () ที่ตรงกับข้อมูลหรือกรอกข้อความลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

1. ตำแหน่งทางธุรกิจกอล์ฟารีน

- () บรอนซ์สตาร์ (BRONZE STAR)
- () ซิลเวอร์สตาร์ (SILVER STAR)
- () โกลด์สตาร์ (GOLD STAR)
- () เมอร์คิวรี (MERCURY)
- () จูปีเตอร์ (JUPITER)
- () เวีนัส (VENUS)
- () แซทเทิร์น (SATURN)
- () พาราไดซ์ (PARADISE)
- () เอ็กซ์คลูซีฟ พาราไดซ์ (EXCLUSIVE PARADISE)
- () แกรนด์ พาราไดซ์ (GRAND PARADISE)
- () ไดมอนด์ แกรนด์ พาราไดซ์ (DIAMOND GRAND PARADISE)

2. รายได้ที่ได้รับจากงานธุรกิจกอล์ฟารีน

- () ต่ำกว่า 10,000 บาท/เดือน
- () 10,001 - 20,000 บาท/เดือน
- () 20,001 - 30,000 บาท/เดือน
- () 30,001 - 40,000 บาท/เดือน
- () 40,001 - 50,000 บาท/เดือน
- () 50,001 บาทขึ้นไป

* ขอขอบพระคุณที่ท่านกรุณาตอบแบบสอบถาม***

ภาคผนวก ข

หนังสือขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามเพื่อทำการวิจัย



ที่ ศธ ๐๕๓๘.๐๖ / ๒๕๖๑



คณะกรรมการธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
สำนักคณบดี สำนักคณบดี
จังหวัดปทุมธานี ๑๒๑๕๐

๒๖ มกราคม ๒๕๖๕

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ขออนุญาตแจกแบบสอบถามเพื่อทำการวิจัย

เรียน ผู้จัดการ ศูนย์ธุรกิจสัมพันธ์ สาขามัลฑี

ด้วย นางสาวเกศรินทร์ ศรีเจริญ นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มีความประสงค์ขอความอนุเคราะห์ขออนุญาตแจกแบบสอบถาม เพื่อนำไปเป็นข้อมูลประกอบการศึกษา วิทยานิพนธ์ ๐๕-๐๐๐-๒๐๔ การค้นคว้าอิสระ เรื่อง "ปัจจัยในการประเมินประสิทธิภาพที่มีผลต่อปัจจัยการวัดความสำเร็จในการทำธุรกิจชายฝั่ง : กรณีศึกษา บริษัทกอล์ฟพันธ์ ฮายไลน์ ยูนิฟี่ จำกัด"

ในการนี้ นักศึกษามีความประสงค์ขอความอนุเคราะห์ขออนุญาตจากท่านในการแจกแบบสอบถาม เพื่อประกอบการทำการค้นคว้าอิสระเรื่องดังกล่าว เพื่อประโยชน์สูงสุดทางการศึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คำพิทักษ์

ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา ปฏิบัติราชการแทน

คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

สำนักงานโครงการปริญญาโท

โทร. ๐๒-๕๕๖๕๕๕๕-๖

โทรสาร. ๐๒-๕๕๖๕๕๕๖

ผู้ประสานงาน นางสาวเกศรินทร์ ศรีเจริญ

โทร. ๐๕-๕๕๖-๕๕๖๕

ที่ ศธ ๐๕๗๘.๐๖ / ๒๒๙๔



คณะกรรมการธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ตำบลคลองหก อำเภอคลองหลวง
จังหวัดปทุมธานี ๑๒๑๓๐

๒๖ มกราคม ๒๕๕๕

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ขอข้อมูลแบบสอบถามเพื่อทำการวิจัย

เรียน ผู้จัดการ ศูนย์ธุรกิจกีฬาวัน สาขาคอนมือง

ด้วย นางสาวเกศรินทร์ ศรีเจริญ นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มีความประสงค์ขอความอนุเคราะห์ขอข้อมูลแบบสอบถาม เพื่อนำไปเป็นข้อมูลประกอบการศึกษา วิทยานิพนธ์ ๐๕-๐๐๐-๗๐๕ การค้นคว้าอิสระ เรื่อง "ปัจจัยในการเพิ่มประสิทธิภาพที่มีผลต่อปัจจัยการวัดความสำเร็จในการทำธุรกิจขายตรง : กรณีศึกษา บริษัทกีฬาวัน สกายไลน์ ยูนิค จำกัด"

ในกรณีนี้ นักศึกษามีความประสงค์ใคร่ขอความอนุเคราะห์ขอข้อมูลจากท่านในการแจกแบบสอบถาม เพื่อประกอบการทำการค้นคว้าอิสระเรื่องดังกล่าว เพื่อประโยชน์สูงสุดทางการศึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุภา คำสิทธิ์ภณี)

ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา ปฏิบัติราชการแทน

คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

สำนักงานโครงการปริญญาโท

โทร. ๐๖-๕๖๑๗๕๓๕-๖

โทรสาร. ๐๖-๕๖๑๗๕๓๖

ผู้ประสานงาน นางสาวเกศรินทร์ ศรีเจริญ

โทร. ๐๕๖-๕๕๕-๖๒๖๕

ที่ ศธ ๐๘๗๘.๐๖/๒๒๗๖



คณะกรรมการธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
สำนักหอจดหมายเหตุ
จังหวัดปทุมธานี ๑๒๑๑๐

๒๖ มกราคม ๒๕๕๕

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ขออนุญาตแจกแบบสอบถามเพื่อทำการวิจัย

เรียน ผู้จัดการ ศูนย์ธุรกิจสัมพันธ์ สาขาเทคโนโลยี

ด้วย นางสาวเกศรินทร์ ศรีเจริญ นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มีความประสงค์ขอความอนุเคราะห์ขออนุญาตแจกแบบสอบถาม เพื่อนำไปเป็นข้อมูลประกอบการศึกษา วิทยานิพนธ์ รหัสวิชา ๑๕-๐๐๐-๗๐๕ การค้นคว้าอิสระ เรื่อง "ปัจจัยชี้วัดการเพิ่มประสิทธิภาพที่มีผลต่อปัจจัยการวัดความสำเร็จในการทำธุรกิจขายตรง : กรณีศึกษา บริษัทกอล์ฟพันธ์ สกานไลน์ ดูนิตี้ จำกัด"

ในการนี้ นักศึกษามีความประสงค์ขอความอนุเคราะห์ขออนุญาตจากท่านในการแจกแบบสอบถาม เพื่อประกอบการทำการค้นคว้าอิสระเรื่องดังกล่าว เพื่อประโยชน์สูงสุดทางการศึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุเคราะห์ จักขอขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุภา คำพิทักษ์)

ผู้ช่วยคณาจารย์บัณฑิตศึกษา ปฏิบัติราชการแทน
คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

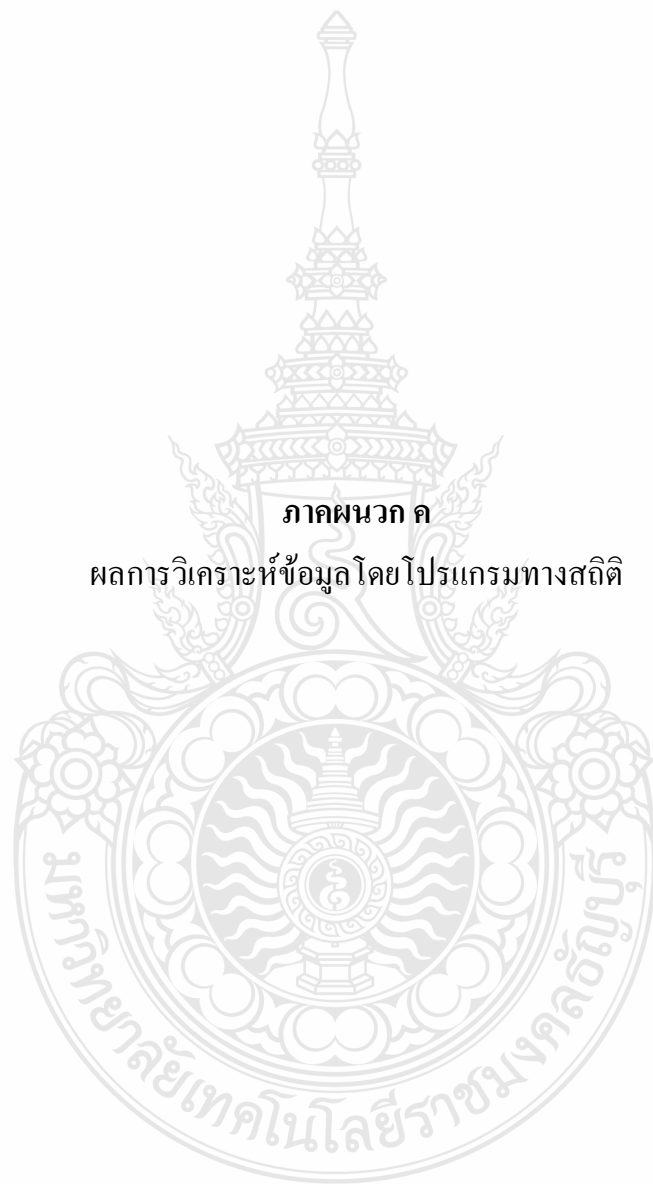
สำนักงานโครงการปริญญาโท

โทร. ๐๒-๕๑๖๔๖๙๕-๖

โทรสาร. ๐๒-๕๑๖๔๖๙๖

ผู้ประสานงาน นางสาวเกศรินทร์ ศรีเจริญ

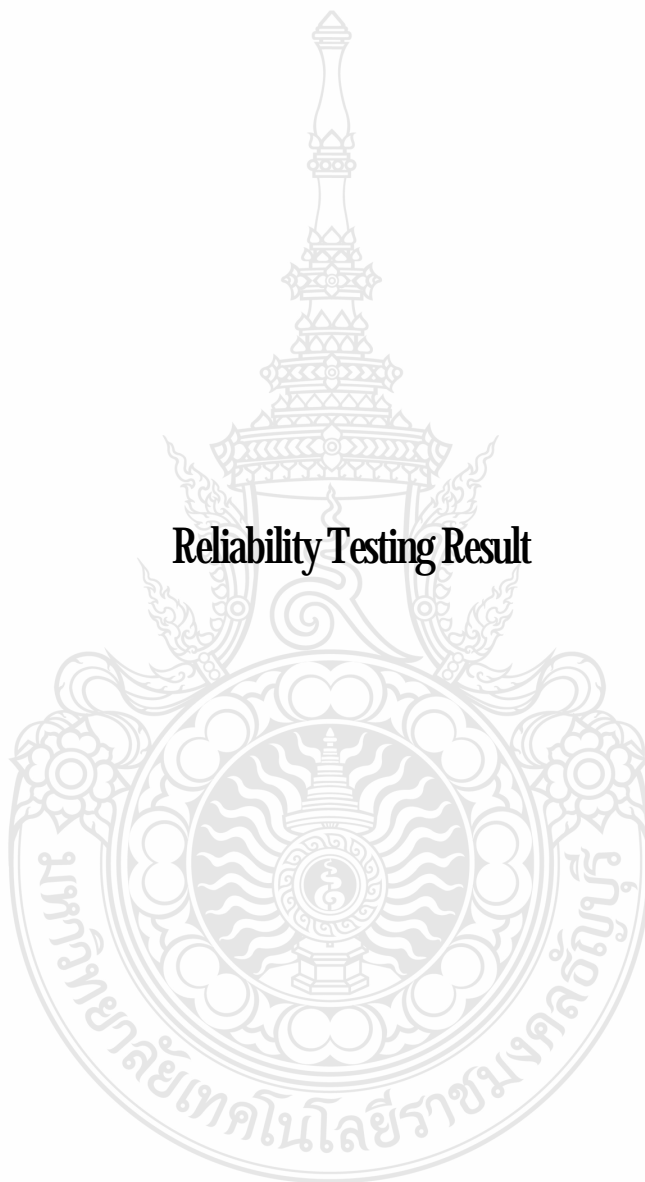
โทร. ๐๙๕-๕๐๔-๔๖๖๔



ภาคผนวก ค

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยโปรแกรมทางสถิติ

Reliability Testing Result



ผลทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.857	16

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
q1	57.93	27.306	.210	.859
q2	58.17	27.316	.129	.864
q3	57.90	26.162	.360	.854
q4	57.67	28.092	.009	.867
q5	57.93	23.444	.697	.836
q6	57.87	23.016	.647	.839
q7	57.90	24.507	.607	.842
q8	57.87	24.809	.676	.841
q9	57.90	26.300	.333	.855
q10	58.13	24.326	.560	.844
q11	58.13	24.257	.478	.850
q12	58.27	23.789	.619	.841
q13	58.03	24.585	.561	.844
q14	57.87	26.120	.397	.852
q15	58.07	23.857	.608	.842
q16	57.87	24.602	.721	.839

Frequencies

Statistics

		gender	age	education	occupation	income	time
N	Valid	400	400	400	400	400	400
	Missing	0	0	0	0	0	0

Frequency Table

gender

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	male	117	29.2	29.2	29.2
	female	283	70.8	70.8	100.0
Total		400	100.0	100.0	

age

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	less than 30 year	103	25.8	25.8	25.8
	30-40 year	232	58.0	58.0	83.8
	more than 41 year	65	16.2	16.2	100.0
Total		400	100.0	100.0	

education

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid under bachelor degree	35	8.8	8.8	8.8
bachelor degree	295	73.8	73.8	82.5
more than bachelor degree	70	17.5	17.5	100.0
Total	400	100.0	100.0	



occupation

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid stu	20	5.0	5.0	5.0
gov	117	29.2	29.2	34.2
emp	182	45.5	45.5	79.8
pri	69	17.2	17.2	97.0
other	12	3.0	3.0	100.0
Total	400	100.0	100.0	



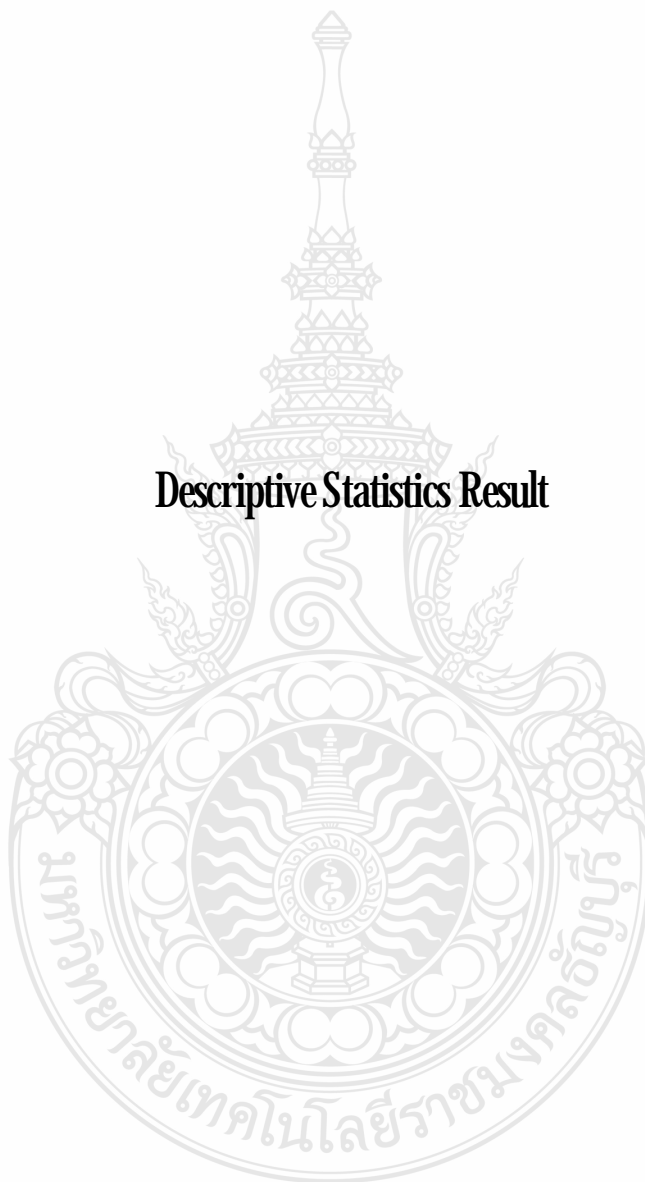
income

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid <10,000	39	9.8	9.8	9.8
10,000-30,000	273	68.2	68.2	78.0
>30,000	88	22.0	22.0	100.0
Total	400	100.0	100.0	

time

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid <1 year	91	22.8	22.8	22.8
1-4 years	138	34.5	34.5	57.2
>4 years	171	42.8	42.8	100.0
Total	400	100.0	100.0	

Descriptive Statistics Result



Frequencies

Statistics

	q1	q2	q3	q4	q5	q6	q7	q8	q9	q10	q11	q12	q13	q14	q15	q16
N Valid	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean	4.00	3.90	4.01	3.98	4.05	4.02	3.92	3.89	3.95	3.88	3.71	3.82	3.95	3.96	3.85	3.93
Std. Deviation	.853	.909	.880	.891	.860	.913	.879	.915	.890	.917	.966	.936	.878	.882	.890	.872

Frequency Table



q1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid less agree	27	6.8	6.8	6.8
agree	65	16.2	16.2	23.0
more agree	191	47.8	47.8	70.8
most agree	117	29.2	29.2	100.0
Total	400	100.0	100.0	

q2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid less agree	36	9.0	9.0	9.0
agree	80	20.0	20.0	29.0
more agree	174	43.5	43.5	72.5
most agree	110	27.5	27.5	100.0
Total	400	100.0	100.0	

q3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid less agree	30	7.5	7.5	7.5
agree	63	15.8	15.8	23.2
more agree	181	45.2	45.2	68.5
most agree	126	31.5	31.5	100.0
Total	400	100.0	100.0	

q4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid less agree	36	9.0	9.0	9.0
agree	55	13.8	13.8	22.8
more agree	191	47.8	47.8	70.5
most agree	118	29.5	29.5	100.0
Total	400	100.0	100.0	

q5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid less agree	22	5.5	5.5	5.5
agree	72	18.0	18.0	23.5
more agree	170	42.5	42.5	66.0
most agree	136	34.0	34.0	100.0
Total	400	100.0	100.0	

q6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid less agree	30	7.5	7.5	7.5
agree	72	18.0	18.0	25.5
more agree	157	39.2	39.2	64.8
most agree	141	35.2	35.2	100.0
Total	400	100.0	100.0	

q7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid less agree	36	9.0	9.0	9.0
agree	63	15.8	15.8	24.8
more agree	197	49.2	49.2	74.0
most agree	104	26.0	26.0	100.0
Total	400	100.0	100.0	

q8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid less agree	45	11.2	11.2	11.2
agree	56	14.0	14.0	25.2
more agree	196	49.0	49.0	74.2
most agree	103	25.8	25.8	100.0
Total	400	100.0	100.0	

q9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid less agree	36	9.0	9.0	9.0
agree	60	15.0	15.0	24.0
more agree	191	47.8	47.8	71.8
most agree	113	28.2	28.2	100.0
Total	400	100.0	100.0	

q10

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid less agree	36	9.0	9.0	9.0
agree	86	21.5	21.5	30.5
more agree	167	41.8	41.8	72.2
most agree	111	27.8	27.8	100.0
Total	400	100.0	100.0	

q11

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid less agree	57	14.2	14.2	14.2
agree	90	22.5	22.5	36.8
more agree	165	41.2	41.2	78.0
most agree	88	22.0	22.0	100.0
Total	400	100.0	100.0	

q12

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid less agree	49	12.2	12.2	12.2
agree	71	17.8	17.8	30.0
more agree	184	46.0	46.0	76.0
most agree	96	24.0	24.0	100.0
Total	400	100.0	100.0	

q13

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid less agree	36	9.0	9.0	9.0
agree	57	14.2	14.2	23.2
more agree	199	49.8	49.8	73.0
most agree	108	27.0	27.0	100.0
Total	400	100.0	100.0	

q14

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid less agree	34	8.5	8.5	8.5
agree	61	15.2	15.2	23.8
more agree	191	47.8	47.8	71.5
most agree	114	28.5	28.5	100.0
Total	400	100.0	100.0	

q15

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid less agree	37	9.2	9.2	9.2
agree	82	20.5	20.5	29.8
more agree	186	46.5	46.5	76.2
most agree	95	23.8	23.8	100.0
Total	400	100.0	100.0	

q16

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	less agree	36	9.0	9.0	9.0
	agree	58	14.5	14.5	23.5
	more agree	203	50.8	50.8	74.2
	most agree	103	25.8	25.8	100.0
	Total	400	100.0	100.0	



Frequencies

Statistics

		position	Job_income
N	Valid	400	400
	Missing	0	0

position

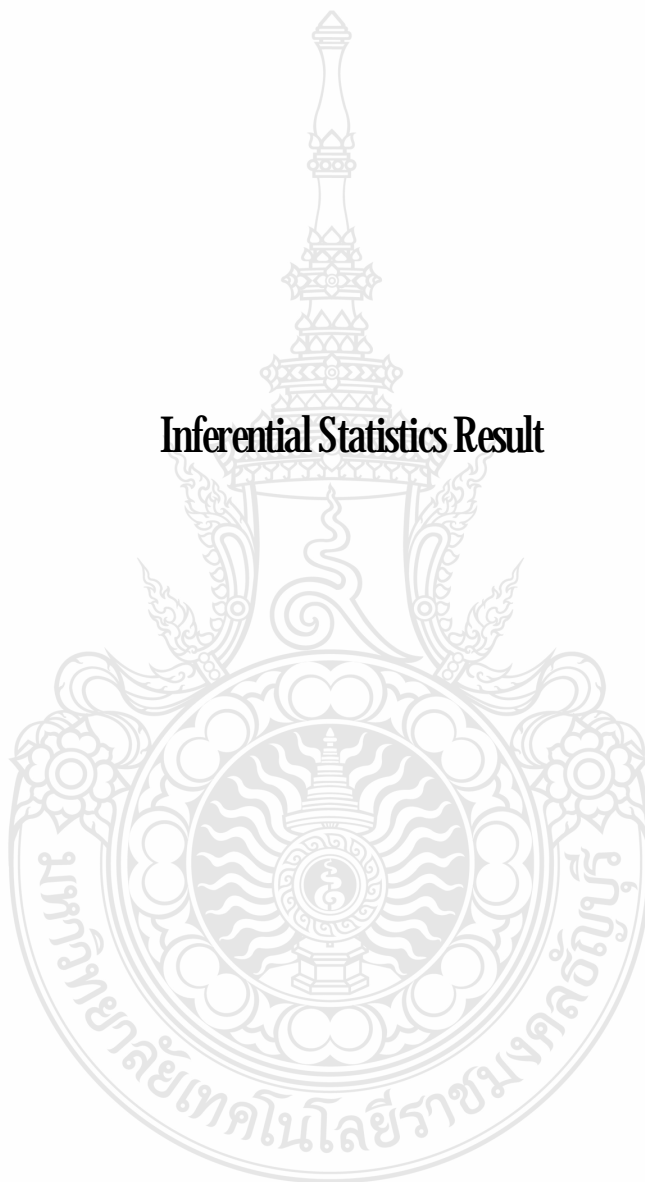
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bronze star	43	10.8	10.8	10.8
	Silver star	28	7.0	7.0	17.8
	Gold star	36	9.0	9.0	26.8
	Mercury	40	10.0	10.0	36.8
	Jupiter	37	9.2	9.2	46.0
	Venus	34	8.5	8.5	54.5
	Saturn	23	5.8	5.8	60.2
	Paradise	36	9.0	9.0	69.2
	Exclusive Paradise	42	10.5	10.5	79.8
	Grand Paradise	43	10.8	10.8	90.5
	Diamond Grand Paradise	38	9.5	9.5	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Job_income

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid <10,000	108	27.0	27.0	27.0
10,001-20,000	39	9.8	9.8	36.8
20,001-30,000	41	10.2	10.2	47.0
30,001-40,000	34	8.5	8.5	55.5
40,001-50,000	23	5.8	5.8	61.2
50,001	155	38.8	38.8	100.0
Total	400	100.0	100.0	



Inferential Statistics Result



Crosstabs (เพื่อ แสดงความสัมพันธ์กับตำแหน่งธุรกิจ)

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
position* gender	400	100.0%	0	.0%	400	100.0%

Position * gender Cross tabulation

Count		gender		Total
		male	female	
position	Bronze star	19	24	43
	Silver star	6	22	28
	Gold star	12	24	36
	Mercury	11	29	40
	Jupiter	12	25	37
	Venus	6	28	34
	Saturn	6	17	23
	Paradise	12	24	36
	Exclusive Paradise	9	33	42
	Grand Paradise	12	31	43
	Diamond Grand Paradise	12	26	38
Total		117	283	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	9.985 ^a	10	.442
Likelihood Ratio	9.987	10	.442
Linear-by-Linear Association	1.248	1	.264
N of Valid Cases	400		

^a 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 6.73.

Crosstabs (อายุ แสดงความสัมพันธ์กับตำแหน่งธุรกิจ)

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
position * age	400	100.0%	0	.0%	400	100.0%

Position * age Cross tabulation

Count		age			Total
		less than 30	30-40 year	more than 41	
		year	year	year	
position	Bronze star	32	9	2	43
	Silver star	14	13	1	28
	Gold star	19	15	2	36
	Mercury	19	20	1	40
	Jupiter	7	26	4	37
	Venus	2	23	9	34
	Saturn	2	14	7	23
	Paradise	0	28	8	36
	Exclusive Paradise	5	31	6	42
	Grand Paradise	1	29	13	43
	Diamond Grand Paradise	2	24	12	38
Total		103	232	65	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	150.069 ^a	20	.000
Likelihood Ratio	160.017	20	.000
Linear-by-Linear Association	99.878	1	.000
N of Valid Cases	400		

^a 2 cells (6.1%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3.74

Crosstabs (ระดับการศึกษา แสดงความสัมพันธ์กับตำแหน่งธุรกิจ)

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
position * education	400	100.0%	0	.0%	400	100.0%

Position * education Cross tabulation

Count		education			Total
		under bachelor degree	bachelor degree	more than bachelor degree	
position	Bronze star	17	23	3	43
	Silver star	5	22	1	28
	Gold star	1	33	2	36
	Mercury	2	34	4	40
	Jupiter	2	31	4	37
	Venus	0	27	7	34
	Saturn	1	19	3	23
	Paradise	6	22	8	36
	Exclusive Paradise	0	33	9	42
	Grand Paradise	0	28	15	43
	Diamond Grand Paradise	1	23	14	38
Total		35	295	70	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	102.634 ^a	20	.000
Likelihood Ratio	91.860	20	.000
Linear-by-Linear Association	49.993	1	.000
N of Valid Cases	400		

^a 13 cells (39.4%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2.01.

Crosstabs (อาชีพ แสดงความสัมพันธ์กับตำแหน่งธุรกิจ)

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
position* occupation	400	100.0%	0	.0%	400	100.0%

Position* occupation Cross tabulation

Count		occupation					Total
		stu	gov	emp	pi	other	
position	Bronze star	13	3	21	1	5	43
	Silver star	5	5	18	0	0	28
	Gold star	1	12	19	0	4	36
	Mercury	0	15	24	0	1	40
	Jupiter	1	18	13	5	0	37
	Venus	0	14	12	8	0	34
	Saturn	0	7	10	5	1	23
	Paradise	0	11	17	8	0	36
	Exclusive Paradise	0	10	19	12	1	42
	Grand Paradise	0	13	13	17	0	43
	Diamond Grand Paradise	0	9	16	13	0	38
	Total	20	117	182	69	12	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	175.518 ^a	40	.000
Likelihood Ratio	171.990	40	.000
Linear-by-Linear Association	20.370	1	.000
N of Valid Cases	400		

^a 24 cells (43.6%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .69.

Crosstabs (รายได้ประจำ แสดงความสัมพันธ์กับตำแหน่งธุรกิจ)

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
position * income	400	100.0%	0	.0%	400	100.0%

Position * income Cross tabulation

Count		income			Total
		<10,000	10,000-30,000	>30,000	
position	Bronze star	22	20	1	43
	Silver star	7	20	1	28
	Gold star	3	32	1	36
	Mercury	0	40	0	40
	Jupiter	3	30	4	37
	Venus	0	27	7	34
	Saturn	1	17	5	23
	Paradise	1	22	13	36
	Exclusive Paradise	1	22	19	42
	Grand Paradise	1	24	18	43
	Diamond Grand	0	19	19	38
	Paradise	0	19	19	38
	Total	39	273	88	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	181.798 ^a	20	.000
Likelihood Ratio	167.088	20	.000
Linear-by-Linear Association	109.886	1	.000
N of Valid Cases	400		

^a 11 cells (33.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2.24

Crosstabs (ระยะเวลาทำธุรกิจ แสดงความสัมพันธ์กับตำแหน่งธุรกิจ)

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
position * time	400	100.0%	0	.0%	400	100.0%

Position * time Cross tabulation

Count		time			Total
		< 1 year	1-4 years	> 4 years	
position	Bronze star	42	1	0	43
	Silver star	26	1	1	28
	Gold star	17	19	0	36
	Mercury	1	39	0	40
	Jupiter	1	36	0	37
	Venus	0	34	0	34
	Satum	0	3	20	23
	Paradise	0	2	34	36
	Exclusive Paradise	1	1	40	42
	Grand Paradise	0	2	41	43
	Diamond Grand	3	0	35	38
	Paradise				
	Total	91	138	171	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	636.277 ^a	20	.000
Likelihood Ratio	669.518	20	.000
Linear-by-Linear Association	301.928	1	.000
N of Valid Cases	400		

^a 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 5.23.

Crosstabs (เพื่อแสดงความสัมพันธ์กับรายได้ที่ได้รับจากธุรกิจกีฬาเร็น)

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Job_income * gender	400	100.0%	0	.0%	400	100.0%

Job_income * gender Cross tabulation

Job_income	Count	gender		Total
		male	female	
< 10,000		38	70	108
10,001-20,000		10	29	39
20,001-30,000		14	27	41
30,001-40,000		6	28	34
40,001-50,000		6	17	23
50,001		43	112	155
Total		117	283	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	5.052 ^a	5	.410
Likelihood Ratio	5.213	5	.390
Linear-by-Linear Association	1.536	1	.215
N of Valid Cases	400		

^a 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 6.73.

Crosstabs (อายุ แสดงความสัมพันธ์กับรายได้ที่ได้รับจากธุรกิจฟาร์ม)

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Job_income * age	400	100.0%	0	.0%	400	100.0%

Job_income * age Cross tabulation

Count	age			Total
	less than 30 year	30-40 year	more than 41 year	
Job_income < 10,000	66	37	5	108
10,001-20,000	18	20	1	39
20,001-30,000	8	29	4	41
30,001-40,000	2	23	9	34
40,001-50,000	1	15	7	23
50,001	8	108	39	155
Total	103	232	65	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp Sig (2-sided)
Pearson Chi-Square	137.671 ^a	10	.000
Likelihood Ratio	144.656	10	.000
Linear-by-Linear Association	105.696	1	.000
N of Valid Cases	400		

^a 1 cells (5.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3.74

Crosstabs (ระดับการศึกษา แสดงความสัมพันธ์กับรายได้ที่ได้รับจากธุรกิจกีฬาเร็น)

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Job_income * education	400	100.0%	0	.0%	400	100.0%

Job_income * education Cross tabulation

Court		education			Total
		under bachelor degree	bachelor degree	more than bachelor degree	
Job_income	< 10,000	23	79	6	108
	10,001-20,000	2	33	4	39
	20,001-30,000	5	32	4	41
	30,001-40,000	0	27	7	34
	40,001-50,000	2	18	3	23
	50,001	3	106	46	155
Total		35	295	70	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	58.278 ^a	10	.000
Likelihood Ratio	60.937	10	.000
Linear-by-Linear Association	45.949	1	.000
N of Valid Cases	400		

^a 5 cells (27.8%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2.01.

Crosstabs (อาชีพ แสดงความสัมพันธ์กับรายได้ที่ได้รับจากธุรกิจฟาร์ม)

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Job_income * occupation	400	100.0%	0	.0%	400	100.0%

Job_income * occupation Cross tabulation

Count		occupation					Total
		stu	gov	emp	pri	other	
Job_income	< 10,000	19	20	59	1	9	108
	10,001-20,000	0	15	23	0	1	39
	20,001-30,000	1	18	16	6	0	41
	30,001-40,000	0	14	12	8	0	34
	40,001-50,000	0	7	10	5	1	23
	50,001	0	43	62	49	1	155
Total		20	117	182	69	12	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp Sig (2-sided)
Pearson Chi-Square	121.935 ^a	20	.000
Likelihood Ratio	136.679	20	.000
Linear-by-Linear Association	17.803	1	.000
N of Valid Cases	400		

^a 11 cells (36.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .69.

Crosstabs (รายได้จากงานประจำ แสดงความสัมพันธ์กับรายได้ที่ได้รับจากธุรกิจฟฟารีน)

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Job_income * income	400	100.0%	0	.0%	400	100.0%

Job_income * income Cross tabulation

Count		income			Total
		<10,000	10,000-30,000	>30,000	
Job_income	< 10,000	32	73	3	108
	10,001-20,000	0	39	0	39
	20,001-30,000	4	32	5	41
	30,001-40,000	0	27	7	34
	40,001-50,000	1	16	6	23
	50,001	2	86	67	155
Total		39	273	88	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp Sig (2-sided)
Pearson Chi-Square	134.089 ^a	10	.000
Likelihood Ratio	144.879	10	.000
Linear-by-Linear Association	101.752	1	.000
N of Valid Cases	400		

^a 4 cells (22.2%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2.24

Crosstabs (ระยะเวลาทำธุรกิจ แสดงความสัมพันธ์กับรายได้ที่ได้รับจากธุรกิจกีฬาเร็น)

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Job_income * time	400	100.0%	0	.0%	400	100.0%

Job_income * time Cross tabulation

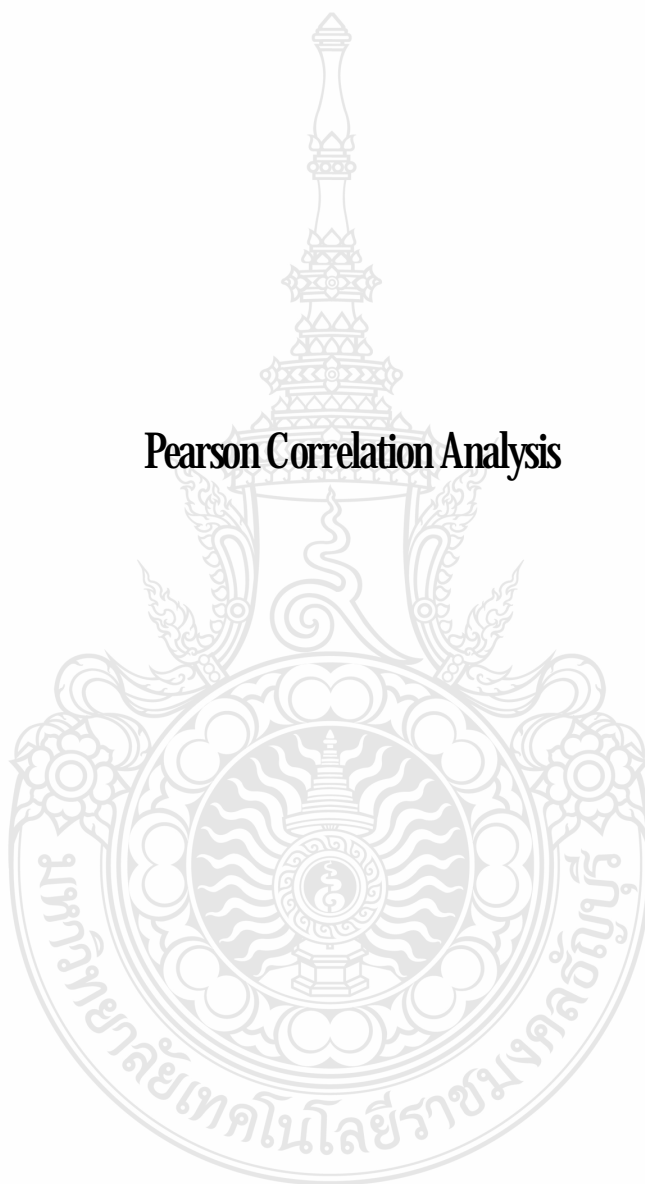
Count		time			Total
		< 1 year	1-4 years	> 4 years	
Job_income	< 10,000	85	22	1	108
	10,001-20,000	1	38	0	39
	20,001-30,000	1	37	3	41
	30,001-40,000	0	34	0	34
	40,001-50,000	0	2	21	23
	50,001	4	5	146	155
Total		91	138	171	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp Sig (2-sided)
Pearson Chi-Square	578.424 ^a	10	.000
Likelihood Ratio	599.072	10	.000
Linear-by-Linear Association	305.174	1	.000
N of Valid Cases	400		

^a 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 5.23

Pearson Correlation Analysis



CORRELATIONS

/VARIABLES=ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพสูง(X₁), แผนการจ่ายผลตอบแทน(X₂), ระบบสนับสนุน(X₃), การฝึกอบรม(X₄),

ตำแหน่งธุรกิจขายตรง (Y₁), รายได้จากธุรกิจขายตรง (Y₂)

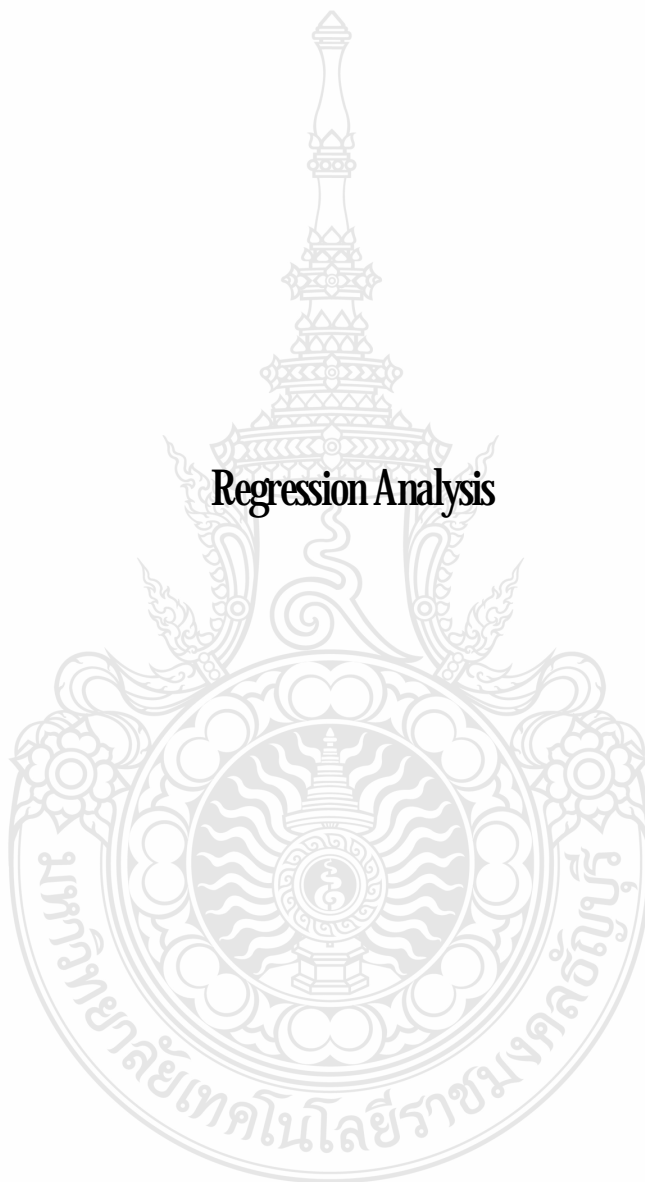
/PRINT=TWOTAIL NOSIG

/MISSING=PAIRWISE.

Correlations

		quality_pro duct	Reward	Supporting	Training	position	Job income
quality_product	Pearson	1	.894(**)	.880(**)	.876(**)	.695(**)	.709(**)
	Correlation						
	Sig (2-tailed)						
	N						
Reward	Pearson	.894(**)	1	.882(**)	.903(**)	.713(**)	.719(**)
	Correlation						
	Sig (2-tailed)						
	N						
Supporting	Pearson	.880(**)	.882(**)	1	.921(**)	.694(**)	.698(**)
	Correlation						
	Sig (2-tailed)						
	N						
Training	Pearson	.876(**)	.903(**)	.921(**)	1	.683(**)	.691(**)
	Correlation						
	Sig (2-tailed)						
	N						
position	Pearson	.695(**)	.713(**)	.694(**)	.683(**)	1	.960(**)
	Correlation						
	Sig (2-tailed)						
	N						
Job income	Pearson	.709(**)	.719(**)	.698(**)	.691(**)	.960(**)	1
	Correlation						
	Sig (2-tailed)						
	N						

Regression Analysis



Regression ปัจจัยด้านตำแหน่ง (\hat{Y}_1)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.731(a)	.534	.529	2.233

a Predictors: (Constant), ผลผลิตภัณฑ์มีคุณภาพสูง, แผนการจ่ายผลตอบแทน, ระบบสนับสนุน, การฝึกอบรม

ANOVA (b)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2254.470	4	563.617	113.002	.000(a)
	Residual	1970.128	395	4.988		
	Total	4224.597	399			

a Predictors: (Constant), ผลผลิตภัณฑ์มีคุณภาพสูง, แผนการจ่ายผลตอบแทน, ระบบสนับสนุน, การฝึกอบรม

b Dependent Variable: ตำแหน่งธุรกิจขายตรง

Coefficients (a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-5.237	.553		-9.466	.000
	quality product	.726	.328	.190	2.211	.028
	Reward	1.367	.356	.357	3.843	.000
	Supporting	.822	.359	.221	2.289	.023
	Training	-.039	.393	-.010	-.099	.921

a Dependent Variable: ตำแหน่งธุรกิจขายตรง

Regression ปัจจัยด้านรายได้จากการทำธุรกิจ (\hat{Y}_2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.738(a)	.545	.540	1.433

a Predictors: (Constant), ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง, แผนการจ่ายผลตอบแทน, ระบบสนับสนุน, การฝึกอบรม

ANOVA (b)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
1	Regression	971.182	4	242.795	118.317	.000(a)
	Residual	810.568	395	2.052		
	Total	1781.750	399			

a Predictors: (Constant), ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง, แผนการจ่ายผลตอบแทน, ระบบสนับสนุน, การฝึกอบรม

b Dependent Variable: รายได้จากธุรกิจขายตรง

Coefficients (a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3.734	.355		-10.521	.000
	quality product	.596	.211	.240	2.830	.005
	Reward	.823	.228	.331	3.607	.000
	Supporting	.434	.230	.180	1.884	.060
	Training	.040	.252	.016	.160	.873

a Dependent Variable: รายได้จากธุรกิจขายตรง

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - สกุล	นางสาวเกศริน ศรีเจริญ
วัน เดือน ปีเกิด	2 สิงหาคม 2525
ที่อยู่	71/8 หมู่ที่ 4 หมู่บ้านฟ้าปิยมรย์ ตำบลบึงคำพร้อย อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี 12150
การศึกษา	สำเร็จการศึกษาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาภาษาอังกฤษสื่อสารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม ปี พ.ศ.2546
ประสบการณ์การทำงาน	พ.ศ. 2553- 2555 บริษัท ยูเซ็น โลจิสติกส์ จำกัด ตำแหน่ง Customer Service sea import clearance Email Address : note_pompon@hotmail.com

