

ปัจจัยที่มีผลต่อผลตอบแทนของผู้ประกอบอาชีพนักขายตรง  
ในบริษัทขายตรงหลายชั้น ในจังหวัดเชียงใหม่

FACTORS AFFECTING RETURNS OF DIRECT SALESPEOPLE  
IN MULTI-LEVEL COMPANIES IN CHIANGMAI



นางสาวจิรวรรณ ดวงใบ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์ของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

พ.ศ. 2542

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้

## บทคัดย่อ

บทคัดย่อวิทยานิพนธ์ เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของ ความสมบูรณ์แห่งปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

### ปัจจัยที่มีผลต่อผลตอบแทนของผู้ประกอบอาชีพนักขายตรง ในบริษัทขายตรงหลายชั้น ในจังหวัดเชียงใหม่

โดย

นางสาวจิรวรรณ ดวงใบ

ตุลาคม 2542

ประธานกรรมการที่ปรึกษา: ผู้ช่วยศาสตราจารย์พงษ์เทพ พุกกุล  
ภาควิชา/คณะ: ภาควิชาบริหารธุรกิจและการตลาดการเกษตร  
คณะธุรกิจการเกษตร

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคล ของ ผู้ประกอบอาชีพนักขายตรง 2) เพื่อศึกษาวิธีการทำงานในอาชีพนักขายตรง 3) เพื่อศึกษา อุปสรรคในการทำงานอาชีพนักขายตรง 4) เพื่อศึกษาผลตอบแทนของผู้ประกอบอาชีพ นักขายตรง 5) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนจากการประกอบอาชีพ นักขายตรง

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน ซึ่งเป็น ผู้ประกอบอาชีพนักขายตรง ในบริษัทขายตรงหลายชั้น ในจังหวัดเชียงใหม่ 5 แห่ง คือ 1) บริษัทแอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด 2) บริษัทคอสเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด 3) บริษัททูทรี เมติกส์ อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด 4) บริษัทสุพรีเคอร์ม อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด 5) บริษัทสกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตัวเองโดยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) และนำ ข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์ด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทาง สังคมศาสตร์ (Statistical Package for the Social Science หรือ SPSS For Windows Version 6.0)

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบอาชีพนักขายตรงที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี มีสถานภาพสมรส มีการศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพนักขายตรงเป็นอาชีพเสริม มีรายได้จากการประกอบอาชีพหลัก และอาชีพเสริม โดยเฉลี่ย 5,001 - 10,000 บาทต่อเดือน มีประสบการณ์ทำงานในอาชีพนักขายตรงไม่เกิน 1 ปี และใช้เวลาทำงานในอาชีพนักขายตรงเฉลี่ย 1 - 7 ชั่วโมงต่อสัปดาห์

ผู้ประกอบอาชีพนักขายตรงที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ให้ความสำคัญกับกระบวนการขายสินค้าในระดับมาก ประเภทของลูกค้ำที่มักจะทำให้ประสบความสำเร็จในการขายสินค้า คือ คนรู้จัก เกณฑ์ในการประเมินลูกค้ำที่คาดหวัง คือ ความต้องการสินค้า ผู้ประกอบอาชีพนักขายตรงที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่า การเตรียมตัวก่อนเข้าพบลูกค้ำมีผลทำให้ลูกค้ำตัดสินใจซื้อสินค้าในระดับมาก วิธีการเสนอขายที่มักทำให้ประสบความสำเร็จในการขายสินค้า คือ การสาธิตวิธีการใช้สินค้า สำหรับวิธีให้ลูกค้ำส่งซื้อสินค้าตามแค็ตตาล็อกนั้นมีผู้นิยมใช้น้อยที่สุด ข้อโต้แย้งของลูกค้ำที่พบบ่อยที่สุดหลังจากเสนอขายสินค้าเสร็จสิ้นแล้ว คือ ต้องการสินค้าแต่ยังไม่มีเงิน สำหรับข้อโต้แย้งเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้าที่ว่าไม่น่าจะมีคุณภาพดีจริงตามที่เสนอขายนั้นพบน้อยที่สุด วิธีปิดการขายที่นิยมใช้มากที่สุด คือ การชักชวนให้ลูกค้ำประกอบอาชีพนักขายตรงหรือสมัครเป็นสมาชิก ผู้ประกอบอาชีพนักขายตรงที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการติดตามผลหลังจากลูกค้ำซื้อสินค้าไปแล้ว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความพึงพอใจ ผู้ประกอบอาชีพนักขายตรงที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีประสบการณ์ในการสร้างทีมงานขาย มีทีมงานขายในสายงานประมาณ 1-50 คน วิธีการเริ่มต้นชักชวนผู้ที่คาดว่าจะเป็นทีมงานขาย คือ เริ่มจากเป็นลูกค้ำก่อน แล้วจึงชักชวนให้เป็นทีมงานขายภายหลัง โดยใช้ผลตอบแทนในรูปแบบต่าง ๆ (แผนการตลาด) ที่บริษัทกำหนดให้เป็นสิ่งจูงใจผู้สนใจเข้ามาเป็นทีมงานขายและใช้ได้ผลเป็นส่วนมาก วิธีการกระตุ้นการทำงานของทีมงานขาย คือ การชักชวนให้เข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ

อุปสรรคที่ผู้ประกอบอาชีพนักขายตรงพบบ่อยกว่าอุปสรรคอื่น คือ อุปสรรคที่เกิดขึ้นจากลูกทีม พบในระดับปานกลาง ส่วนอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากลูกค้ำ อุปสรรคที่เกิดขึ้นจากแม่ทีม และอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากบริษัทนั้น พบในระดับน้อย

ผู้ประกอบการอาชีพนักขายตรงที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ได้รับผลตอบแทนตามปกติเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 1,001 - 5,000 บาท มีความพอใจในผลตอบแทนพิเศษในระดับปานกลาง ผลตอบแทนพิเศษที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ บริษัทสร้างชื่อเสียงให้เป็นที่รู้จักในสังคม โดยภาพรวมมีความพอใจในผลตอบแทนที่ได้รับในระดับมาก และไม่ต้องการผลตอบแทนอื่นนอกเหนือจากที่บริษัทกำหนดให้

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนตามปกติ คือ ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ สถานภาพ การศึกษาสูงสุด ลักษณะการประกอบอาชีพขายตรง ประสบการณ์ทำงานในอาชีพนักขายตรง และชั่วโมงทำงานในอาชีพนักขายตรงเฉลี่ยต่อสัปดาห์, วิธีการทำงาน ได้แก่ จำนวนทีมงานขาย, อุปสรรคในการทำงานอาชีพนักขายตรง ได้แก่ อุปสรรคที่เกิดขึ้นจากลูกค้า และ อุปสรรคที่เกิดขึ้นจากบริษัท

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับระดับความพอใจในผลตอบแทนพิเศษ คือ ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ การศึกษาสูงสุด ลักษณะการประกอบอาชีพขายตรง ประสบการณ์ทำงานในอาชีพนักขายตรง และชั่วโมงทำงานในอาชีพนักขายตรงเฉลี่ยต่อสัปดาห์, วิธีการทำงาน ได้แก่ กระบวนการขายสินค้า จำนวนทีมงานขาย, อุปสรรคในการทำงานอาชีพนักขายตรง ได้แก่ อุปสรรคที่เกิดขึ้นจากลูกค้า อุปสรรคที่เกิดขึ้นจากแม่ทีม และ อุปสรรคที่เกิดขึ้นจากบริษัท

**ABSTRACT**

Abstract of thesis submitted to the Graduate School of Maejo University in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Business Administration in Business Administration

**FACTORS AFFECTING RETURNS OF DIRECT SALESPEOPLE  
IN MULTI-LEVEL COMPANIES IN CHIANGMAI**

By

**JIRAWAN DUANGBAI**

OCTOBER 1999

Chairman: Assistant Professor Phongthep Fookul  
Department/Faculty: Department of Agricultural Business Administration and Marketing,  
Faculty of Agricultural Business

The objectives of this research were to study 1) personal characteristics of direct salespeople; 2) their working process; 3) obstacles to their working process; 4) their returns; and 5) factors related to their returns.

The samples were 385 direct salespeople, selected by using accidental sampling, working in 5 multi-level companies in Chiangmai province: 1) The Amway (Thailand) Ltd. 2) The Cosways (Thailand) Ltd., 3) The Nutri-Metics International (Thailand) Ltd. 4) The Suprederm International Ltd. and 5) The Skyline Unity Co., Ltd. The data were collected by means of questionnaires and analyzed with the use of the Statistical Package for the Social Science (SPSS for Windows Version 6.0).

The results revealed that most of the direct salespeople were married women 21-30 years old, and had attained a bachelor level of education at the most. They worked as direct salespeople as sideline; their monthly income earned from their permanent job and sideline was 5,001-10,000 baht. Most of them had less than one year experience in their sideline and spent 1-7 hours per week on this job.

The direct salespeople realized the importance of their working process at a high level. Acquaintances usually made their sales successful and the criterion used in prospective customer evaluation was demand for products. Self-preparation affected customers' decision on goods purchasing at a high level. A successful selling method was demonstration of how to use the products while persuading the customers to order products shown in catalogues was seldom used. After the presentation of the products, the most frequent comment made by the customer was that they preferred the products but could not afford to pay for them; reluctance to accept the quality of the products was seldom found. The sale-closing method most popularly used was the persuasion of the customers to be direct salespeople or to apply for membership. Most salespeople provided follow-up services to find out the customers' satisfaction with the products. They had experience in organizing selling teams; each of them had 1-50 salespeople in their team. The most effective way used to recruit their subordinates was asking them to be customers, then suggesting them to be team members by offering various types of returns (marketing plan) as incentives. The effective method employed to encourage team members was invitation to participate in activities.

The obstacles faced by direct salespeople at a moderate level were caused by their subordinates whereas those caused by customers, team supervisors and companies were found at a low level.

The direct salespeople were found to receive monthly returns of 1,001-5,000 baht and to be satisfied with fringe benefits at a moderate level. Their highest rated fringe benefit was the companies' fame, with which they were satisfied at a high level; they required nothing beyond those offered by the companies.

The factors related to the direct salespeople's returns were 1) personal factors i.e. age, marital status, highest level of education, working procedures, experience and working hours per week; 2) working factors i.e. number of teams under supervision; and 3) working obstacles i.e. those caused by customers and companies.

The factors related to their satisfaction with fringe benefits were 1) personal factors i.e. highest level of education, working procedures, experience and working hours per week; 2) working factors i.e. selling process and number of teams under supervision; and 3) working obstacles i.e. those caused by customers, team supervisors and companies.