หัวข้อสารนิพนธ์	ความพึงพอใจของสื่อบุคคลในธุรกิจขายตรงของประเทศไทยต่อการให้รางวัลการเดินทางท่องเที่ยว
ชื่อผู้เขียน	นางสาวกันทิมา พร้อมเที่ยงตรง
สาขาวิชา / คณะ/ มหาวิทยาลัยเกริก	สาขาวิชาการสื่อสารการท่องเที่ยวและบันเทิง คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์	รองศาสตราจารย์ ดร. สมควร กวียะ
ปีการศึกษา	2551

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของสื่อบุคคลในธุรกิจขายตรงของประเทศไทยต่อการให้รางวัลการเดินทางท่องเที่ยว มีวัตถุประสงค์ คือ เพื่อศึกษาวิธีการพัฒนาสื่อบุคคลในธุรกิจขายตรง เพื่อศึกษาความพึงพอใจของตัวแทนขายตรงที่มีต่อการให้รางวัลการเดินทางท่องเที่ยวของบริษัทขายตรงและเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแรงจูงใจด้านรายได้ การฝึกอบรม การสร้างขวัญและกำลังใจขององค์กรและการให้รางวัลการเดินทางท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของสื่อบุคคลในธุรกิจขายตรง โดยใช้วิธีการศึกษาทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ กล่าวคือ การศึกษาเชิงปริมาณผู้วิจัยได้สำรวจความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างตัวแทนขายตรง จำนวน 120 คนโดยใช้แบบสอบถามและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานโดยการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยค่าไคสแควร์ (Chi-Square) โดยกำหนดระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5 สำหรับการศึกษาในเชิงคุณภาพนั้นผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ตัวแทนผู้บริหารบริษัทขายตรงขนาดใหญ่ 7 บริษัท โดยใช้แบบสัมภาษณ์

ผลการศึกษาพบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างตัวแทนขายตรงมีความพึงพอใจโดยรวมต่อปัจจัยการพัฒนาสื่อบุคคลในธุรกิจขายตรงในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านการสร้างขวัญและกำลังใจสูงที่สุด รองลงมา คือ ปัจจัยด้านการฝึกอบรม ปัจจัยด้านการให้รางวัลการเดินทางท่องเที่ยว และปัจจัยแรงจูงใจด้านรายได้ ตามลำดับ
2. กลุ่มตัวอย่างตัวแทนขายตรงเห็นว่าปัจจัยแรงจูงใจด้านรายได้สร้างความพึงพอใจให้กับกลุ่มตัวอย่างเป็นอันดับ 1 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านฝึกอบรม ปัจจัยด้านการให้รางวัลการเดินทางท่องเที่ยวและปัจจัยด้านการสร้างขวัญและกำลังใจ ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างตัวแทนขายตรงและความพึงพอใจต่อปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาสื่อบุคคลของธุรกิจขายตรงในประเทศไทย พบว่า เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้เสริมจากการขายต่อเดือนและตำแหน่งในทีมงานขายนั้นไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างตัวแทนขายตรงที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาสื่อบุคคลของธุรกิจขายตรงในประเทศไทย
4. กลุ่มตัวอย่างตัวแทนขายตรงมีความเห็นเพิ่มเติมในเรื่องการพัฒนาตัวแทนขายตรงว่าบริษัทขายตรงควรพัฒนาคุณภาพของสินค้าและผลิตภัณฑ์อยู่สม่ำเสมอ รองลงมาเป็นเรื่องตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระควรแสวงหาความรู้เพิ่มเติมทั้งในระบบและนอกระบบ
5. ตัวแทนผู้บริหารบริษัทขายตรงขนาดใหญ่เห็นว่าอาชีพขายตรงเป็นอาชีพที่สามารถสร้างรายได้และสร้างโอกาสในชีวิตให้กับตัวแทนขายตรงได้มากอย่างไรก็ตามอุปสรรคสำคัญของอาชีพขายตรงคือความท้อถอยได้ง่ายเนื่องจากอาชีพนี้ต้องอาศัยความอดทนสูง ขณะเดียวกันตัวแทนผู้บริหารบริษัทขายตรงขนาดใหญ่เห็นว่าปัจจัยแรงจูงใจด้านรายได้ ปัจจัยด้านการฝึกอบรม ปัจจัยด้านการสร้างขวัญและกำลังใจ และปัจจัยด้านการให้รางวัลการเดินทางท่องเที่ยว ล้วนแล้วแต่มีผลต่อการพัฒนาตัวแทนขายตรงทั้งสิ้น
6. ตัวแทนผู้บริหารบริษัทขายตรงขนาดใหญ่เห็นว่าการให้รางวัลการเดินทางท่องเที่ยวมีผลต่อการพัฒนาธุรกิจขายตรงและสามารถนำมาเป็นกลยุทธ์ในการพัฒนาธุรกิจขายตรงได้เนื่องจากการให้รางวัลการเดินทางท่องเที่ยวเป็นแรงจูงใจที่ไม่ใช่ตัวเงิน (Non Monetary Motivation) ที่ทำให้ตัวแทนขายตรงมีแรงกระตุ้นในการทำยอดขายเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ยังส่งผลดีในด้านอื่นๆ เช่น ช่วยเปิดโลกทัศน์ใหม่ให้ตัวแทนขายตรง เป็นต้น