

## ขายตรง : อาชีพใหม่ของคนหาดใหญ่\*

## Direct Sales : A New Career for People in Hatyai

Key words : ขายตรง อาชีพใหม่ของคนหาดใหญ่

ศราวุธ เจนตระกูลเลิศ

บธ.ม., วิศวกร

บริษัท พรีเมียร์ซิสเต็มเอ็นจิเนียริง จำกัด อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

E-mail: jsarawoot2000@yahoo.com

ยุพาวดี สมบูรณ์กุล

บธ.ม. (การจัดการตลาด), ผู้ช่วยศาสตราจารย์

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่

E-mail: yupawadee.s@psu.ac.th

### Abstract

The direct sales business is now growing rapidly. It will also indicate the interesting aspect of the career. Especially for people who live in Hatyai, an important commercial city in the south of Thailand.

---

\* เป็นส่วนหนึ่งของสารนิพนธ์หลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่

This research was conducted by using a questionnaire to collect data from 100 salespeople in Hatyai. This sample group was selected from 10 direct sales companies. The data were analyzed by using statistics: Frequency, Percentage, Mean, Standard Deviation and Cross tabulation.

Finding are (1) the factors that affect direct sales, such as 1) Gender; most salespeople are female but the most success are male. 2) Age; most salespeople are in the age-range of 23-45 years old but the most success are more than 35 years old. 3) Occupation; most salespeople are business employees but the most success are government employees who sell as a sideline and salespeople who sell as a main job. (2) Many people consider this job as a sideline. And they also benefit from buying low price direct sales products. (3) The key success factors of direct selling consist of the quality of the product, the reputation of the company or the brand and the friendliness of the salespeople. And so the key failure factors consist of the little understanding of the product, the low quality of the product and the lack of attention by the salespeople. (4) In the future, there will be more and more people trying to get into this business area because of satisfactory returns and the personal suitability at present.

The suggestion from this research is: there should be many supports for this job from the participation of the salespeople, direct sales companies, the government sections (e.g. The Office of the Consumer Protection Board) and the individual sections (e.g. the Thai Direct selling Association (TDSA) and the Southern Direct sales Business Club (SDB)).

### บทคัดย่อ

ปัจจุบันธุรกิจขายตรงกำลังเติบโตอย่างรวดเร็ว ทำให้อาชีพขายตรงได้รับความสนใจมากขึ้น โดยเฉพาะในอำเภอหาดใหญ่ ซึ่งเป็นเมืองศูนย์กลางทางเศรษฐกิจที่สำคัญของภาคใต้ การทำวิจัยนี้ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับผู้ประกอบการอาชีพขายตรง ในอำเภอหาดใหญ่ โดยศึกษากลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้แทนขายจาก 10 บริษัทขายตรง จำนวน 100 ตัวอย่าง เครื่องมือในการวิจัยใช้แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีวิเคราะห์ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทำตารางไขว้

ผลการวิจัยพบว่า (1) ปัจจัยที่มีผลต่อการประกอบอาชีพขายตรงในอำเภอหาดใหญ่ ได้แก่ เพศ โดยผู้แทนขายส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง แต่ผู้ที่ประสบความสำเร็จในรายได้ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ โดยผู้แทนขายส่วนใหญ่อายุระหว่าง 23-45 ปี แต่ผู้ที่ประสบความสำเร็จในรายได้ส่วนใหญ่อายุตั้งแต่ 35 ปีขึ้นไป และอาชีพ (หลัก) โดยผู้แทนขายส่วนใหญ่เป็นกลุ่มลูกจ้างหรือพนักงานบริษัท แต่ผู้ที่ประสบความสำเร็จในรายได้ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ และกลุ่มที่มีอาชีพขายตรงเป็นอาชีพหลัก (2) วัตถุประสงค์ในอาชีพขายตรง

ได้แก่ ความต้องการมีอาชีพเสริมและซื้อสินค้าขายตรงในราคาถูก (3) ปัจจัยสำเร็จในการขายตรงประกอบด้วย คุณภาพสินค้า มนุษยสัมพันธ์ของผู้แทนขาย และชื่อเสียงของตราหือหรือบริษัท ปัจจัยล้มเหลวในการขายตรงประกอบด้วย การขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับตัวสินค้า สินค้าไม่มีคุณภาพ และการขาดความตั้งใจในงานขาย (4) ในอนาคตแนวโน้มความสนใจที่จะมีผู้ประกอบอาชีพขายตรงเป็นอาชีพหลักจะเพิ่มขึ้นจากความพึงพอใจต่อรายได้หรือผลตอบแทนที่ได้รับและความเหมาะสมต่ออาชีพขายตรงที่ทำอยู่ในปัจจุบัน

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย คือ ผู้แทนขาย บริษัทผู้ประกอบธุรกิจขายตรง และองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน เช่น สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) สมาคมขายตรงไทย และชมรมธุรกิจขายตรงภาคใต้ เป็นต้น ควรร่วมกันสนับสนุนและส่งเสริมอาชีพขายตรงให้เป็นที่ยอมรับมากขึ้น

## บทนำ

นับตั้งแต่ พ.ศ. 2540 ได้เกิดปัญหาภาวะเศรษฐกิจตกต่ำในประเทศ ส่งผลกระทบต่อสังคมโดยรวม ทำให้เกิดปัญหาการจ้างงานในตลาดแรงงาน จึงทำให้ “อาชีพขายตรง” ได้รับความสนใจมาก เพราะอาชีพนี้ให้โอกาสในการสร้างรายได้ ทั้งเป็นอาชีพเสริมเพื่อเพิ่มรายได้หรือเป็นอาชีพหลักสร้างรายได้ให้แก่ตนเองและครอบครัว

ปัจจุบันธุรกิจขายตรงมีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่อง มีการคาดการณ์ว่าจะมีคนเข้ามาอยู่ในธุรกิจนี้เพิ่มขึ้น โดยแบ่งได้เป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้บริโภคประมาณ 70.0%, กลุ่มผู้จำหน่ายอิสระ (ผู้แทนขาย) ประมาณ 25.0% และกลุ่มผู้นำทางธุรกิจ ประมาณ 5.0% โดยผู้ที่เข้ามาในกลุ่มผู้จำหน่ายอิสระมาจาก 2 กลุ่มหลัก คือ กลุ่มคนรุ่นใหม่สำเร็จการศึกษา แต่ตลาดแรงงานไม่เพียงพอที่จะรองรับ และกลุ่มวัยเกษียณที่ต้องการมีรายได้ ดังนั้นคนที่มาอาชีพขายตรงจึงมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นในอนาคตอย่างแน่นอน ประกอบกับภาครัฐได้ออกพระราชบัญญัติขายตรงและการตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 เพื่อควบคุมดูแลการประกอบกิจการธุรกิจขายตรง ดังนั้น “อาชีพขายตรง” จึงเป็นอาชีพที่กำลังได้รับความสนใจ และส่งผลต่อสังคมมากขึ้น

สำหรับอำเภอหาดใหญ่ ซึ่งเป็นเมืองศูนย์กลางทางเศรษฐกิจที่สำคัญของภาคใต้ บริษัทผู้ประกอบธุรกิจขายตรงต่าง ๆ จึงได้รับความสนใจที่จะเข้ามาตั้งศูนย์หรือสาขาขึ้นเพื่อที่จะขยายฐานลูกค้า สร้างเครือข่าย และกระจายสินค้าของตนทั้งในพื้นที่และจังหวัดใกล้เคียง นอกจากนี้ยังได้มีการตั้งชมรมธุรกิจขายตรงภาคใต้ขึ้น โดยมีสำนักงานตั้งอยู่ในอำเภอหาดใหญ่ อีกด้วย ดังนั้น “อาชีพขายตรง” จึงนับได้ว่าเป็นอาชีพใหม่ที่จะส่งผลต่อคนในสังคมของอำเภอหาดใหญ่อย่างแน่นอน

ปัจจุบันมีผู้คนจำนวนมากเข้ามาประกอบอาชีพนี้ด้วยความมุ่งหวังแตกต่างกัน ซึ่งส่งผลไปถึงลักษณะการดำเนินธุรกิจและผลสำเร็จที่จะเกิดขึ้นตามมา จึงเป็นเรื่องที่ควรที่จะทำการศึกษาเป็นอย่างยิ่ง เพราะธุรกิจขายตรงกำลังเข้ามามีบทบาทในการสร้างงานให้กับคนในสังคมไทยอย่างกว้างขวางมากขึ้นทั้งในปัจจุบันและอนาคต

## วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการประกอบอาชีพขายตรงของผู้แทนขายในอำเภอหาดใหญ่
2. เพื่อศึกษาวัตถุประสงค์ในการประกอบอาชีพขายตรงของผู้แทนขายในอำเภอหาดใหญ่

3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จและความล้มเหลวในงานขายตรงสินค้าของผู้แทนขายในอำเภอหาดใหญ่

4. เพื่อศึกษาความสนใจในการประกอบอาชีพขายตรงเป็นอาชีพหลักในอนาคตของผู้แทนขายในอำเภอหาดใหญ่

### ขอบเขตการวิจัย

ศึกษาเกี่ยวกับการประกอบอาชีพขายตรงของผู้แทนขายซึ่งอาศัยอยู่ในอำเภอหาดใหญ่ โดยเลือกจาก 10 บริษัทขายตรงที่มีการเปิดศูนย์หรือสาขาในพื้นที่เท่านั้น

### ประโยชน์การวิจัย

1. เพื่อเป็นแนวทางในการประกอบอาชีพขายตรงของผู้แทนขายให้ประสบผลสำเร็จ
2. เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับผู้สนใจในการตัดสินใจประกอบอาชีพขายตรงในอนาคต
3. เพื่อเป็นข้อมูลใช้ประกอบการวิเคราะห์ทางเศรษฐกิจและสังคมของธุรกิจขายตรงในอำเภอหาดใหญ่
4. เพื่อเป็นข้อมูลงานวิจัยเกี่ยวกับอาชีพขายตรงซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการศึกษา ค้นคว้า และขยายขอบเขตงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจขายตรงในประเด็นอื่น ๆ ต่อไป

### การตรวจสอบเอกสาร

1. แนวคิดเกี่ยวกับความเป็นมาของธุรกิจขายตรงในประเทศไทย

ธุรกิจขายตรงเกิดขึ้นในประเทศไทยเมื่อ พ.ศ. 2500 ส่วนใหญ่เป็นสินค้าอุปโภคบริโภคที่ขายตามบ้านเรือนผ่านทางกลุ่มแม่บ้านในพื้นที่ จนถึง พ.ศ. 2510 ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงจากต่างประเทศเริ่ม

เข้ามาเปิดดำเนินการโดยใช้ระบบตลาดแบบชั้นเดียว (Single Level Marketing: SLM) มีพนักงานขายขึ้นตรงกับบริษัททั้งหมด ต่อมาใน พ.ศ. 2530 เริ่มมีบริษัทผู้ประกอบธุรกิจขายตรง ซึ่งใช้ระบบตลาดแบบหลายชั้น (Multi Level Marketing: MLM) หรือระบบเครือข่ายเข้ามาเปิดดำเนินการ จนทำให้ตลาดสินค้าขายตรงมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน (นงลักษณ์ จงไพรัตน์, 2540)

2. แนวคิดเกี่ยวกับองค์กรภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจขายตรง

สมาคมการขายตรงไทย (Thai Direct Selling Association: TDSA) ก่อตั้งเมื่อ พ.ศ. 2526 มีบริษัทผู้ประกอบธุรกิจขายตรงต่าง ๆ เป็นสมาชิกทำหน้าที่ส่งเสริมธุรกิจขายตรงให้เป็นที่ยอมรับ พึงศรัทธาผลประโยชน์ของผู้บริโภค และร่วมมือกับภาครัฐในการควบคุมดูแลผู้ประกอบธุรกิจขายตรง ([www.tdsa.org](http://www.tdsa.org))

สมาพันธ์การขายโดยตรงแห่งโลก (World Federation of Direct Selling Association: WFDSA) ก่อตั้งเมื่อ พ.ศ. 2521 เป็นองค์กรระดับโลก มีสมาคมการขายโดยตรงจากประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกเป็นสมาชิก ทำหน้าที่ส่งเสริมธุรกิจขายตรงให้เป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ ([www.tdsa.org](http://www.tdsa.org))

3. แนวคิดเกี่ยวกับการใช้อำนาจรัฐในการควบคุมการประกอบธุรกิจขายตรง

ตามพระราชบัญญัติขายตรงและการตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 กำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงและการตลาดแบบตรง ต้องขอจดทะเบียนที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ภายใน 120 วัน หลังจากพระราชบัญญัติฉบับนี้มีผลบังคับใช้ พระราชบัญญัติฉบับนี้มีทั้งหมด 56 มาตรา แบ่งเป็น 7 หมวด และ 1 บทเฉพาะกาล (พระราชบัญญัติขายตรงและการตลาดแบบตรง: 2545)

4. แนวคิดเกี่ยวกับอาชีพพนักงานขายและความหมายของการขายตรง

อาชีพพนักงานขายแบ่งได้ 3 ประเภท (ทวีศักดิ์ สุวคนธ์, 2529) คือ พนักงานขายประจำบริษัท พนักงานขายของผู้แทนจำหน่าย และพนักงานขายอิสระ

การขายตรง หมายถึง การทำตลาดสินค้าหรือบริการในลักษณะของการนำเสนอขายต่อผู้บริโภคโดยตรง ณ ที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคหรือของผู้อื่นหรือสถานที่ทำงานของผู้บริโภคหรือของผู้อื่น (สมาคมการขายตรงไทย, 2546)

5. แนวคิดเกี่ยวกับข้อดีของอาชีพขายตรง

อาชีพขายตรงมีข้อดีหลาย ๆ ด้าน (สมชาติ กิจยรรยง, 2541) ได้แก่ อิสระในการทำงาน รายได้ดี สังคมกว้าง สร้างความรอบรู้ สร้างประสบการณ์ ไม่ได้ถูกจำกัดด้วยวิชาชีพ ความมั่นคงของรายได้ระยะยาว เป็นต้น

6. แนวคิดเกี่ยวกับระบบขายตรงในปัจจุบัน

ปัจจุบันมีการใช้ระบบขายตรง 2 แบบ คือ ระบบตลาดแบบชั้นเดียวและระบบตลาดแบบหลายชั้นหรือระบบเครือข่าย (ประยุกต์จากบริษัทศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2540)

7. แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในงานขายตรง

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในงานขายตรงประกอบด้วย 3 ส่วนหลัก (กุศล ทศนะ, 2541) คือ ผู้แทนขายซึ่งเป็นปัจจัยส่วนบุคคล บริษัทผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ซึ่งสนับสนุนผู้แทนขายด้านการตลาด และสินค้าซึ่งต้องมีคุณลักษณะพิเศษแตกต่างจากสินค้าที่จำหน่ายผ่านช่องทางจัดจำหน่ายแบบปกติ

8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศศิวิมล สุขบท และณัฐธิดา น้ำใจทหาร (2541: บทคัดย่อ) ได้วิจัยหัวข้อ การขายตรงใน

รูปแบบการตลาดหลายชั้น พบว่า ด้านการบริหารงานขาย มี 5 ระดับ และแผนการแบ่งผลประโยชน์มี 3 ระดับ ด้านพฤติกรรมผู้บริโภคจะแตกต่างกันจากคุณสมบัติส่วนตัว ยอดซื้อสินค้าส่วนตัว เหตุผลการซื้อสินค้า และการพัฒนาตัวเองหรือทีมงาน ส่วนเหตุผลที่ไม่ทำธุรกิจ คือ ไม่มีเวลาทำธุรกิจ ไม่พร้อมในงานขาย และไม่เชื่อมั่นในทีมขายหรือธุรกิจ และผู้ที่ทำธุรกิจต่างกันจะมีเหตุผลที่ทำธุรกิจ ระยะเวลาที่จะทำธุรกิจและยอดจำหน่ายในองค์กรธุรกิจที่ต่างกัน

นงลักษณ์ จงไพรรัตน์ (2540) ได้วิจัยหัวข้อ การวิเคราะห์ความสำเร็จและความล้มเหลวของผู้แทนจำหน่ายของบริษัทที่ใช้การตลาดขายตรงแบบหลายชั้น พบว่า ปัจจัยสำเร็จประกอบด้วย (1) สินค้าที่มีคุณภาพ ราคาเหมาะสม เป็นสินค้าใหม่ใช้แล้วหมดไป และมีการประกันคืนสินค้า (2) บริษัทที่ต้องมีแผนการตลาดที่ยุติธรรม มีความมั่นคงและส่งเสริมการดำเนินธุรกิจของผู้แทนขาย (3) ผู้แทนขายต้องมีความขยัน มานะอดทน กล้าเผชิญปัญหา และต้องขายสินค้า (Selling) บริการ (Servicing) สปอนเซอร์ (Sponsoring) และเข้าประชุมหรืออบรม (Meeting) อย่างสม่ำเสมอ

นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

1. ผู้แทนขาย หมายถึง สมาชิกขายตรงอิสระของบริษัทที่ประกอบธุรกิจขายตรงสินค้า

2. ขายตรง หมายถึง การนำเสนอขายสินค้าต่อผู้บริโภคโดยตรง ณ ที่อยู่อาศัย หรือสถานที่ทำงานของผู้บริโภคหรือของผู้อื่น หรือสถานที่อื่นที่ไม่ใช่สถานที่ประกอบการค้าเป็นปกติธุระโดยผ่านผู้แทนขายของบริษัทที่ประกอบธุรกิจขายตรงสินค้า

3. ผู้บริโภค หมายถึง ผู้ซื้อ ผู้ได้รับการเสนอหรือชักชวนเพื่อให้ซื้อสินค้าจากผู้แทนขาย หรือบริษัทที่ประกอบธุรกิจขายตรงสินค้า

## วิธีการวิจัย

การวิจัยประกอบด้วยการกำหนดแนวคิด การวิจัย ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การประมวลผลข้อมูล และการทดสอบผลวิจัย

## แนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้ศึกษาถึงปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการประกอบอาชีพขายตรง วัตถุประสงค์ในการประกอบอาชีพขายตรง ซึ่งส่งผล การประกอบอาชีพขายตรง ดังแบบจำลอง

### ปัจจัยที่มีผลต่อการประกอบอาชีพขายตรง

#### 1. ปัจจัยส่วนบุคคล (ผู้แทนขาย)

- เพศ
- อายุ
- อาชีพหลัก
- รายได้ส่วนตัวจากอาชีพหลัก
- ระดับการศึกษา
- ศาสนา
- สถานภาพสมรส
- สถานะในครอบครัว
- อายุงานในอาชีพขายตรง
- ประสบการณ์ในงานขาย
- ระยะเวลาของประสบการณ์ในงานขาย

#### 2. ปัจจัยภายนอก

- บริษัท (ผู้ผลิตหรือจำหน่ายสินค้า)
- สินค้า (ครุภัณฑ์หรือตัวสินค้า)



### ผลจากอาชีพขายตรง

#### 1. ลักษณะการประกอบอาชีพขายตรง

- รายได้จากอาชีพขายตรง
- จำนวนลูกค้า
- ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย (ของผู้แทนขาย)
- สินค้าหลักที่สร้างยอดขาย

#### 2. ทศนคติต่อผลการประกอบอาชีพขายตรง

- ความพึงพอใจต่ออาชีพขายตรง
- ความเหมาะสมต่ออาชีพขายตรงของตัวเอง
- ความสนใจประกอบอาชีพขายตรงเป็นอาชีพหลักในอนาคต

#### 3. ความคิดเห็นต่อธุรกิจขายตรงในอำเภอหาดใหญ่



### วัตถุประสงค์ในการประกอบอาชีพขายตรง

1. แร้งบันดาลใจในการสมัครเป็นผู้แทนขาย
2. ความคาดหวังหรือจุดมุ่งหมายในอาชีพขายตรง

## ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัย คือ ผู้แทนขายซึ่งอาศัยอยู่ในอำเภอหาดใหญ่จาก 10 บริษัทขายตรง จากการรวบรวมตัวเลข ณ เดือนกันยายน พ.ศ. 2546 พบว่าทั้ง 10 บริษัท มีจำนวนผู้แทนขายเฉพาะที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอหาดใหญ่ รวมกันประมาณ 7,600 คน

(ที่มา: รวบรวมโดยผู้วิจัย) กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้การคำนวณสัดส่วนที่ระดับความแม่นยำ 3.5% ระดับความเชื่อมั่น 95.0% และสัดส่วนผู้แทนขาย 3.3% ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 100 ตัวอย่าง แบ่งตามสัดส่วนของจำนวนผู้แทนขายแต่ละบริษัท ดังตารางที่ 1

# ตารางที่ 1 ขนาดกลุ่มตัวอย่างแบ่งตามสัดส่วนของจำนวนผู้แทนขายแต่ละบริษัท

| บริษัทขายตรง                                            | จำนวนผู้แทนขายใน<br>อำเภอหาดใหญ่ โดยประมาณ<br>(หน่วย : คน) | จำนวนตัวอย่าง<br>ตามสัดส่วน<br>(หน่วย : คน) |
|---------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|
| บริษัท เบตเตอร์เวย์ (ประเทศไทย) จำกัด                   | 700                                                        | 9                                           |
| บริษัท เอวอน คอสเมติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด               | 800                                                        | 10                                          |
| บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิค จำกัด                    | 800                                                        | 10                                          |
| บริษัท สุฟริเดอร์ม อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด              | 700                                                        | 9                                           |
| บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด                        | 1,500                                                      | 20                                          |
| บริษัท นูสกิน เพอร์ซันแนลแคร์ (ประเทศไทย) จำกัด         | 800                                                        | 10                                          |
| บริษัท นูไลฟ์ อินเตอร์เนชั่นแนล (ไทยแลนด์) จำกัด        | 500                                                        | 7                                           |
| บริษัท นูทรีเมติกส์ อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด | 500                                                        | 7                                           |
| บริษัท กังเซนเคนโก อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด              | 300                                                        | 5                                           |
| บริษัท ซูเลีย (ประเทศไทย) จำกัด                         | 1,000                                                      | 13                                          |
| รวม                                                     | 7,600                                                      | 100                                         |

ที่มา : รวบรวมโดยผู้วิจัย ณ เดือนกันยายน พ.ศ. 2546

## เครื่องมือในการวิจัย

ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อเก็บข้อมูล โดยแบ่งเป็น 4 ส่วน ได้แก่ (1) ข้อมูลเกี่ยวกับการประกอบอาชีพขายตรง (2) ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวในการขายตรงสินค้า (3) ความคิดเห็นและอนาคตในการประกอบอาชีพขายตรง (4) ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล

## การเก็บรวบรวมข้อมูล

ประกอบด้วยข้อมูล 2 ส่วน คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ จากการเก็บแบบสอบถามจำนวน 100 ตัวอย่าง และการสัมภาษณ์บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจขายตรงในอำเภอหาดใหญ่ คือประธานที่ปรึกษาภาคใต้สมัครสมาชิกธุรกิจขายตรงภาคใต้จำนวน 2 ท่าน

2. ข้อมูลทุติยภูมิ จากการศึกษาทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

## การวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้เทคนิควิเคราะห์ทางสถิติ (Statistic analysis techniques) ประกอบด้วย (1) การวิเคราะห์ตัวแปรเดียว (Univariate analysis) โดยพิจารณาความถี่ ร้อยละ (2) การวิเคราะห์สองตัวแปร (Bivariate analysis) โดยพิจารณาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (3) การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive statistics) โดยพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยวิธีไคสแควร์ (Chi-Square method)

## การประมวลผลข้อมูล

แบ่งตัวแปรเป็น 5 ส่วน คือ

1. ตัวแปรที่ใช้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการประกอบอาชีพขายตรง แบ่งเป็น

1.1 ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยส่วนบุคคล (ผู้แทนขาย) ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพหลัก รายได้จาก

อาชีพหลัก ระดับการศึกษา ศาสนา สถานภาพสมรส สถานะในครอบครัว อายุงานในอาชีพขายตรง ประสบการณ์ในงานขาย ระยะเวลาของประสบการณ์ในงานขาย

1.2 ตัวแปรตาม คือ ลักษณะการประกอบอาชีพขายตรงเรื่องราวได้จากอาชีพขายตรง

2. ตัวแปรที่ใช้ศึกษาถึงวัตถุประสงค์ในการประกอบอาชีพขายตรง ประกอบด้วย (1) แรงบันดาลใจในการสมัครเป็นผู้แทนขาย (2) ความคาดหวังหรือจุดมุ่งหมายในอาชีพขายตรง

3. ตัวแปรที่ใช้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จและความล้มเหลวในการขายตรงสินค้า ประกอบด้วย (1) ปัจจัยส่วนบุคคล (ผู้แทนขาย) (2) ปัจจัยภายนอก ได้แก่ บริษัท (ผู้ผลิตหรือจำหน่ายสินค้า) และสินค้า (ตราหือหรือตัวสินค้า)

4. ตัวแปรที่ใช้ศึกษาความสนใจในการประกอบอาชีพขายตรงเป็นอาชีพหลักในอนาคตคือทัศนคติต่อผลการประกอบอาชีพขายตรง ประกอบด้วย (1) ความพึงพอใจต่ออาชีพขายตรง (2) ความเหมาะสมต่ออาชีพขายตรงของตัวเอง (3) ความสนใจประกอบอาชีพขายตรงเป็นอาชีพหลักในอนาคต

5. ตัวแปรที่ใช้ศึกษาผลทางเศรษฐกิจและสังคมของธุรกิจขายตรงในอำเภอหาดใหญ่ คือ ผลจากอาชีพขายตรง ได้แก่ (1) ลักษณะการ

ประกอบอาชีพขายตรง (2) ทัศนคติต่อผลการประกอบอาชีพขายตรง (3) ความคิดเห็นต่อธุรกิจขายตรงในอำเภอหาดใหญ่ โดยอธิบายให้เห็นความเป็นไปในภาพรวม

### การทดสอบผลวิจัย

เมื่อทำการประมวลและสรุปผลการวิจัยแล้วก่อนที่จะอภิปรายผลการวิจัย มีการนำเสนอผลสรุปที่ได้เสนอต่อที่ประชุมของชมรมธุรกิจขายตรงภาคใต้ เพื่อจะได้มีการรับฟังความคิดเห็นและพิจารณาว่าผลสรุปดังกล่าว สอดคล้องหรือแตกต่างกับสภาพความเป็นจริงอย่างไร

### ผลการวิจัย การอภิปรายและบทสรุป

จากการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการประกอบอาชีพขายตรง พบว่า ผู้แทนขายส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (73.0%) มีอายุระหว่าง 23-35 ปี (43.0%) มีอาชีพหลักเป็นลูกจ้างหรือพนักงานบริษัท (43.0%) มีรายได้หลักระหว่าง 5,001-10,000 บาท/เดือน (31.0%) สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี (48.0%) นับถือศาสนาพุทธ (90.0%) มีสถานภาพโสด (62.0%) มีสถานะเป็นสมาชิกในครอบครัว (80.0%) มีอายุในอาชีพขายตรงไม่เกิน 1 ปี (55.0%) และไม่มีประสบการณ์ในงานขาย (78.0%) ดังตารางที่ 2

## ตารางที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้แทนขาย

|                                                         | ปัจจัยส่วนบุคคล                  | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------------------------------------------------|----------------------------------|-------|--------|
| 1. เพศ                                                  | ชาย                              | 27    | 27.0   |
|                                                         | หญิง                             | 73    | 73.0   |
|                                                         | รวม                              | 100   | 100    |
| 2. อายุ                                                 | 18-23 ปี                         | 16    | 16.0   |
|                                                         | 23-35 ปี                         | 43    | 43.0   |
|                                                         | 35-45 ปี                         | 29    | 29.0   |
|                                                         | 45-55 ปี                         | 10    | 10.0   |
|                                                         | 55 ปีขึ้นไป                      | 2     | 2.0    |
|                                                         | รวม                              | 100   | 100    |
| 3. อาชีพหลัก                                            | นักเรียนหรือนักศึกษา             | 12    | 12.0   |
|                                                         | รับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ         | 10    | 10.0   |
|                                                         | ลูกจ้างหรือพนักงานบริษัท         | 43    | 43.0   |
|                                                         | ธุรกิจส่วนตัว                    | 18    | 18.0   |
|                                                         | พ่อบ้านหรือแม่บ้านหรือไม่มีงานทำ | 3     | 3.0    |
|                                                         | ผู้แทนขาย (สมาชิกขายตรงอิสระ)    | 14    | 14.0   |
|                                                         | รวม                              | 100   | 100    |
| 4. รายได้ส่วนตัว<br>จากอาชีพหลัก<br>(หน่วย : บาท/เดือน) | ต่ำกว่า 3,000                    | 7     | 7.0    |
|                                                         | 3,000-5,000                      | 17    | 17.0   |
|                                                         | 5,001-10,000                     | 31    | 31.0   |
|                                                         | 10,001-20,000                    | 30    | 30.0   |
|                                                         | 20,001-40,000                    | 12    | 12.0   |
|                                                         | สูงกว่า 40,000                   | 3     | 3.0    |
|                                                         | รวม                              | 100   | 100    |
| 5. ระดับการศึกษา                                        | ประถมศึกษา                       | 4     | 4.0    |
|                                                         | มัธยมศึกษาตอนต้น                 | 7     | 7.0    |
|                                                         | มัธยมศึกษาตอนปลายหรือ ปวช.       | 6     | 6.0    |
|                                                         | อนุปริญญาหรือ ปวส.               | 28    | 28.0   |
|                                                         | ปริญญาตรี                        | 48    | 48.0   |
|                                                         | สูงกว่าปริญญาตรี                 | 7     | 7.0    |
|                                                         | รวม                              | 100   | 100    |

## ตารางที่ 2 (ต่อ)

|                                   | ปัจจัยส่วนบุคคล  | จำนวน | ร้อยละ |
|-----------------------------------|------------------|-------|--------|
| 6. ศาสนา                          | พุทธ             | 90    | 90.0   |
|                                   | อิสลาม           | 9     | 9.0    |
|                                   | คริสต์           | 1     | 1.0    |
|                                   | รวม              | 100   | 100    |
| 7. สถานภาพสมรส                    | โสด              | 62    | 62.0   |
|                                   | แต่งงาน          | 38    | 38.0   |
|                                   | รวม              | 100   | 100    |
| 8. สถานะในครอบครัว                | ผู้นำครอบครัว    | 20    | 20.0   |
|                                   | สมาชิกในครอบครัว | 80    | 80.0   |
|                                   | รวม              | 100   | 100    |
| 9. อายุงานในอาชีพขายตรง           | น้อยกว่า 6 เดือน | 24    | 24.0   |
|                                   | 6 เดือน-1 ปี     | 31    | 31.0   |
|                                   | 1-2 ปี           | 15    | 15.0   |
|                                   | 2-3 ปี           | 12    | 12.0   |
|                                   | 3-4 ปี           | 2     | 2.0    |
|                                   | 4 ปีขึ้นไป       | 16    | 16.0   |
|                                   | รวม              | 100   | 100    |
| 10. ประสบการณ์ในงานขาย            | ไม่มีมาก่อน      | 78    | 78.0   |
|                                   | มีมาก่อน         | 22    | 22.0   |
|                                   | รวม              | 100   | 100    |
| 11. ระยะเวลาของประสบการณ์ในงานขาย | น้อยกว่า 1 ปี    | 5     | 22.7   |
|                                   | 1-2 ปี           | 13    | 59.1   |
|                                   | มากกว่า 2 ปี     | 4     | 18.2   |
|                                   | รวม              | 22    | 100    |

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จและความล้มเหลวในการขายตรงสินค้าพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จมากที่สุด คือ คุณภาพของสินค้า ( $\bar{x} = 4.51$ ) และจากตารางที่ 4 พบว่า ปัจจัยที่มี

ผลต่อความล้มเหลวมากที่สุด คือ ผู้แทนขายขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับตัวสินค้า ( $\bar{x} = 3.89$ ) ดังตารางที่ 3-4

### ตารางที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในงานขายตรงสินค้า

| ลำดับ<br>ความสำคัญ | ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จ                          | $\bar{X}$ | S.D. | กลุ่มปัจจัย |
|--------------------|-----------------------------------------------------|-----------|------|-------------|
| 1                  | คุณภาพของสินค้า                                     | 4.51      | 0.73 | สินค้า      |
| 2                  | ชื่อเสียงของตราหือของสินค้าหรือบริษัท               | 4.36      | 0.70 | สินค้า      |
| 3                  | ความมีมนุษยสัมพันธ์ของผู้แทนขาย                     | 4.24      | 0.82 | ผู้แทนขาย   |
| 4                  | ค่าน่าเชื่อถือของผู้แทนขาย                          | 4.20      | 0.71 | ผู้แทนขาย   |
| 5                  | ความสัมพันธ์ระหว่างผู้แทนขายกับลูกค้า               | 4.09      | 0.77 | ผู้แทนขาย   |
| 6                  | ความสามารถของผู้แทนขายในการให้ข้อมูลสินค้าแก่ลูกค้า | 4.02      | 0.93 | ผู้แทนขาย   |
| 7                  | ความพยายามของผู้แทนขายในการสร้างยอดขาย              | 3.97      | 0.85 | ผู้แทนขาย   |
| 8                  | การสนับสนุนจากทีมผู้แทนขายหรือบริษัท                | 3.85      | 0.91 | บริษัท      |
| 9                  | การส่งเสริมการขายโดยการลดราคา ของแถม การรับประกัน   | 3.77      | 0.90 | บริษัท      |
| 10                 | การโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าโดยบริษัท                | 3.64      | 1.03 | บริษัท      |

### ตารางที่ 4 ปัจจัยที่มีผลต่อความล้มเหลวในงานขายตรงสินค้า

| ลำดับ<br>ความสำคัญ | ปัจจัยที่มีผลต่อความล้มเหลว                               | $\bar{X}$ | S.D. | กลุ่มปัจจัย |
|--------------------|-----------------------------------------------------------|-----------|------|-------------|
| 1                  | ผู้แทนขายขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับตัวสินค้า           | 3.89      | 1.03 | บริษัท      |
| 2                  | สินค้าไม่มีคุณภาพหรือคุณภาพด้อยกว่าคู่แข่ง                | 3.83      | 1.26 | สินค้า      |
| 3                  | ผู้แทนขายไม่มีความตั้งใจในงานขายอย่างจริงจัง              | 3.79      | 1.07 | ผู้แทนขาย   |
| 4                  | ผู้แทนขายไม่มีเวลาสำหรับงานขาย                            | 3.57      | 0.96 | ผู้แทนขาย   |
| 5                  | สินค้ามีราคาสูงในความรู้สึกลูกค้า                         | 3.56      | 0.90 | สินค้า      |
| 6                  | บุคลิกภาพหรืออุปนิสัยส่วนตัวของผู้แทนขายไม่เหมาะกับงานขาย | 3.53      | 1.03 | ผู้แทนขาย   |
| 7                  | ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายมีรายได้ลดลงหรือค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น    | 3.41      | 0.91 | ผู้แทนขาย   |
| 8                  | ผู้แทนขายขาดทักษะหรือประสบการณ์ในงานขาย                   | 3.39      | 1.01 | ผู้แทนขาย   |
| 9                  | ระบบการจัดการของบริษัทไม่ช่วยส่งเสริมงานขาย               | 3.39      | 1.15 | บริษัท      |
| 10                 | ต้องขายแข่งกับผู้แทนขายคนอื่น ๆ                           | 3.11      | 0.93 | ผู้แทนขาย   |

การศึกษาวัตถุประสงค์ในการประกอบอาชีพขายตรงพบว่า แรงบันดาลใจในการสมัครเป็นผู้แทนขายมาจาก 2 เรื่องหลักคือ มีผู้แทนขายแนะนำหรือชักชวน (31.0%) และเห็นโอกาสในการสร้าง

รายได้หรือผลตอบแทนต่าง ๆ (30.0%) และจากตารางที่ 6 พบว่า ความคาดหวังหรือจุดมุ่งหมายต่ออาชีพขายตรงส่วนใหญ่ คือ สร้างรายได้ให้เพิ่มขึ้น (28.6%) ดังตารางที่ 5-6

### ตารางที่ 5 แรงบันดาลใจในการสมัครเป็นผู้แทนขาย

| แรงบันดาลใจในการสมัครเป็นผู้แทนขาย           | จำนวน | ร้อยละ |
|----------------------------------------------|-------|--------|
| มีผู้แทนขายแนะนำหรือชักชวน                   | 31    | 31.0   |
| เห็นโอกาสในการสร้างรายได้หรือผลตอบแทนต่าง ๆ  | 30    | 30.0   |
| เป็นลูกค้าหรือใช้สินค้าขายตรงมาก่อน          | 16    | 16.0   |
| มีสมาชิกในครอบครัวหรือคนใกล้ชิดเป็นผู้แทนขาย | 15    | 15.0   |
| มีเวลาว่างหรือยังไม่มียานทำ                  | 5     | 5.0    |
| มีความสนใจในรูปแบบของอาชีพขายตรงอยู่แล้ว     | 3     | 3.0    |
| รวม                                          | 100   | 100    |

### ตารางที่ 6 ความคาดหวังหรือจุดมุ่งหมายต่ออาชีพขายตรง

| ความคาดหวังหรือจุดมุ่งหมายต่ออาชีพขายตรง     | จำนวน | ร้อยละ |
|----------------------------------------------|-------|--------|
| สร้างรายได้ให้เพิ่มขึ้น                      | 68    | 28.6   |
| ซื้อสินค้าขายตรงในราคาถูก                    | 61    | 25.6   |
| ทำเป็นงานอดิเรกหรือเมื่อมีเวลาว่าง           | 39    | 16.4   |
| ต้องการสังคมหลากหลายมากขึ้น                  | 25    | 10.5   |
| ต้องการรับสิทธิประโยชน์พิเศษจากการเป็นสมาชิก | 23    | 9.7    |
| ตั้งใจจะทำเป็นอาชีพหลักในอนาคต               | 21    | 8.8    |
| ต้องการมีอิสระด้านเวลาทำงาน                  | 1     | 0.4    |
| รวม                                          | 238   | 100    |

การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการประกอบอาชีพขายตรงในเรื่องรายได้จากอาชีพขายตรง พบว่า ประกอบด้วย 3 ปัจจัยหลัก ได้แก่ เพศ อายุ และอาชีพหลัก ดังตารางที่ 7

### ตารางที่ 7 ปัจจัยที่มีผลต่อการประกอบอาชีพขายตรง

| ปัจจัยส่วนบุคคล | ผลวิจัย                                                                                   | เหตุผล                                                                                                                                               |
|-----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| เพศ             | ผู้แทนขาย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง แต่ผู้ที่ประสบความสำเร็จในการสร้างรายได้ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย | กลุ่มเพศหญิงให้ความสนใจกับอาชีพขายตรงมากกว่า โดยเฉพาะในระบบขายตรงแบบ SLM แต่กลุ่มเพศชายสร้างเครือข่ายได้ดีกว่าในระบบขายตรงแบบ MLM จึงมีรายได้สูงกว่า |

## ตารางที่ 7 (ต่อ)

| ปัจจัยส่วนบุคคล | ผลวิจัย                                                                                                                                 | เหตุผล                                                                                                                                                                               |
|-----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| อายุ            | ผู้แทนขาย ส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 23-45 ปี แต่ผู้ที่ประสบความสำเร็จในการสร้างรายได้ ส่วนใหญ่อายุ 35 ปีขึ้นไป                                | กลุ่มอายุระหว่าง 23-45 ปี ต้องการมีอาชีพเสริมเพิ่มรายได้ แต่กลุ่มอายุ 35 ปีขึ้นไป มีความคาดหวังต่อรายได้ มีความพร้อมและทุ่มเทกับอาชีพขายตรงมากกว่า                                   |
| อาชีพหลัก       | ผู้แทนขาย ส่วนใหญ่มีอาชีพหลักเป็นลูกจ้างหรือพนักงานบริษัท แต่ผู้ที่ประสบความสำเร็จในการสร้างรายได้ ส่วนใหญ่เป็นข้าราชการหรือรัฐวิสาหกิจ | กลุ่มลูกจ้างหรือพนักงานบริษัทไม่ได้คาดหวังรายได้จากอาชีพขายตรงอย่างจริงจัง แต่กลุ่มข้าราชการหรือรัฐวิสาหกิจมีความมุ่งมั่นในการสร้างรายได้และมีเวลา จึงทุ่มเทกับอาชีพขายตรงได้มากกว่า |

จากตารางที่ 7 เมื่อพิจารณาร่วมกับข้อมูลจากผลวิจัยในตารางที่ 2-6 อธิบายได้ว่า อาชีพขายตรงเป็นอาชีพที่ไม่ได้ถูกจำกัดด้วยคุณสมบัติส่วนบุคคล ไม่ว่าจะเป็นเพศ อายุ หรือระดับการศึกษา สามารถทำได้ทั้งเป็นอาชีพเสริมหรืออาชีพหลัก จึงเป็นแรงจูงใจสำคัญที่ทำให้มีคนเข้ามาสู่อาชีพนี้มากขึ้น ส่วนใหญ่ต่างมุ่งหวังในการสร้างรายได้ตามการแนะนำหรือชักชวนของผู้แทนขาย เมื่อเป็นผู้แทนขายแล้ว ทุกคนมีโอกาสในการประสบความสำเร็จ โดยมีปัจจัยสำเร็จที่สำคัญ 3 ส่วน คือ (1) ผู้แทนขาย (2) บริษัทผู้ผลิตหรือจำหน่าย และ (3) สินค้าขายตรง ซึ่งผู้แทนขายส่วนใหญ่เห็นตรงกันว่า สินค้าจะต้องมีคุณภาพดีและมีความน่าเชื่อถือ จนสามารถขายตัวมันเองได้ ขณะที่ผู้แทนขายจะต้องมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับตัวสินค้าอย่างเพียงพอเพื่อนำเสนอต่อลูกค้า บริษัทจึงต้องให้การสนับสนุนทั้งในส่วนของผู้แทนขายและตัวสินค้า สำหรับผู้มีอาชีพขายตรงในอำเภอหาดใหญ่พบว่า (1) ส่วนใหญ่ผู้หญิงให้ความสนใจเข้ามาเป็นผู้แทนขายมากกว่าผู้ชาย โดยเริ่มจากการเป็นผู้บริโภคมาก่อน แต่ผู้ชายจะสร้างรายได้จากอาชีพนี้ได้ดีกว่า

จากความสามารถในการสร้างเครือข่ายผู้แทนขายของธุรกิจขายตรงตามระบบตลาดแบบหลายชั้น (MLM) ซึ่งให้ผลตอบแทนด้านรายได้ที่สูง (2) ส่วนใหญ่กลุ่มวัยทำงาน (23-45 ปี) ต่างต้องการสร้างรายได้จากอาชีพเสริม แต่ด้วยเหตุผลที่ต่างกัน โดยกลุ่มอายุ 23-35 ปี มีเหตุผล เช่น ชดเชยค่าใช้จ่าย ต้องการสร้างสังคม ใช้เวลาว่างที่มี ฯลฯ จึงไม่คาดหวังในความสำเร็จมากนัก ขณะที่กลุ่มอายุ 35 ปีขึ้นไป จะมีความคาดหวังต่อรายได้และมองผลเรื่องของความมั่นคงในระยะยาว รวมถึงการมีความพร้อมที่จะประกอบอาชีพขายตรงได้ดีกว่า (3) ส่วนใหญ่กลุ่มลูกจ้างหรือพนักงานบริษัทเข้ามาเป็นผู้แทนขายโดยไม่คาดหวังผลสำเร็จมากนัก เพราะมีรายได้ประจำที่เพียงพออยู่แล้ว แต่กลุ่มข้าราชการหรือรัฐวิสาหกิจมีความคาดหวังต่อรายได้เสริมมากกว่าและมีเวลาเหลือพอ จึงทำอาชีพขายตรงอย่างจริงจัง

การศึกษาผลจากอาชีพขายตรงเรื่องลักษณะการประกอบอาชีพขายตรง พบว่า ผู้แทนขายส่วนใหญ่มีรายได้จากอาชีพขายตรงต่ำกว่า 3,000 บาท/เดือน (42.0%) จำนวนลูกค้า (ของผู้แทนขาย)

ไม่เกิน 20 ราย (67.0%) ลูกค้าย่อยเป้าหมาย (31.0%) และสินค้าหลักที่สร้างยอดขาย (ของผู้แทน  
(ของผู้แทนขาย) คือ บุคคลทั่วไปหรือไม่แน่นอน ขาย) คือ เครื่องสำอาง (28.2%) ดังตารางที่ 8

ตารางที่ 8 ผลจากอาชีพขายตรงเรื่อง ลักษณะการประกอบอาชีพขายตรง

| ลักษณะการประกอบอาชีพขายตรง                  |                                | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------------------------------------|--------------------------------|-------|--------|
| รายได้จากอาชีพขายตรง<br>(หน่วย : บาท/เดือน) | ต่ำกว่า 3,000                  | 42    | 42.0   |
|                                             | 3,000-5,000                    | 20    | 20.0   |
|                                             | 5,001-10,000                   | 16    | 16.0   |
|                                             | 10,001- 20,000                 | 8     | 8.0    |
|                                             | 20,001-40,000                  | 9     | 9.0    |
|                                             | สูงกว่า 40,000                 | 5     | 5.0    |
|                                             | รวม                            | 100   | 100    |
| จำนวนลูกค้า<br>(ของผู้แทนขาย)               | 0-20 ราย                       | 67    | 67.0   |
|                                             | 21-50 ราย                      | 17    | 17.0   |
|                                             | 51-100 ราย                     | 4     | 4.0    |
|                                             | 101-300 ราย                    | 7     | 7.0    |
|                                             | มากกว่า 300 ราย                | 5     | 5.0    |
|                                             | รวม                            | 100   | 100    |
| ลูกค้าย่อยเป้าหมาย<br>(ของผู้แทนขาย)        | บุคคลทั่วไปหรือไม่แน่นอน       | 31    | 31.0   |
|                                             | คนในที่ทำงานหรือเพื่อนร่วมงาน  | 25    | 25.0   |
|                                             | ตนเอง (ซื้อใช้เองส่วนตัว)      | 17    | 17.0   |
|                                             | เพื่อนฝูง                      | 12    | 12.0   |
|                                             | สมาชิกในครอบครัว               | 9     | 9.0    |
|                                             | ญาติพี่น้อง                    | 6     | 6.0    |
|                                             | รวม                            | 100   | 100    |
| สินค้าหลักที่สร้างยอดขาย<br>(ของผู้แทนขาย)  | เครื่องสำอาง                   | 67    | 28.2   |
|                                             | อาหารเสริมสุขภาพ               | 43    | 18.1   |
|                                             | ผลิตภัณฑ์กลิ่นหอมความงาม       | 42    | 17.7   |
|                                             | ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดร่างกาย    | 35    | 14.7   |
|                                             | ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด (ซักล้าง) | 21    | 8.8    |
|                                             | อื่น ๆ                         | 30    | 12.6   |
|                                             | รวม                            | 238   | 100    |

การศึกษาผลจากอาชีพขายตรงเรื่อง ทักษะคติ ต่อผลการประกอบอาชีพขายตรง พบว่า ผู้แทนขายส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีต่อผลการประกอบอาชีพขายตรง ทั้งความพึงพอใจ (85.0%) ความรู้สึก

เหมาะสม (67.0%) และความสนใจประกอบอาชีพขายตรงเป็นอาชีพหลักในอนาคต (62.0%) ดังตารางที่ 9

ตารางที่ 9 ผลจากอาชีพขายตรงเรื่อง ทักษะคติต่อผลการประกอบอาชีพขายตรง

| ทัศนคติต่อผลการประกอบอาชีพขายตรง              |                                 | ผลวิจัย | เหตุผล                                                                                                                                |
|-----------------------------------------------|---------------------------------|---------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ความพึงพอใจต่ออาชีพขายตรง                     | มีความพึงพอใจ                   | 85.0%   | ทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้น มีสังคมกว้างขึ้น ช้อสินค้าในราคาถูกลง ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์                                               |
|                                               | ไม่มีความพึงพอใจ                | 15.0%   | ไม่สามารถขายสินค้าได้และไม่ได้รับความช่วยเหลือจากทีมผู้แทนขายหรือบริษัท                                                               |
| ความรู้สึกเหมาะสมต่ออาชีพขายตรง               | รู้สึกเหมาะสม                   | 67.0%   | ชอบข้อดีของอาชีพขายตรงที่ตอบสนองความต้องการส่วนบุคคล เช่น อิสระ ความก้าวหน้า และโอกาสด้านต่าง ๆ                                       |
|                                               | รู้สึกไม่เหมาะสม                | 33.0%   | มี 2 เหตุผลหลัก คือ ไม่ชอบลักษณะงานขาย และไม่มีเวลาสำหรับอาชีพขายตรง                                                                  |
| ความสนใจประกอบอาชีพขายตรงเป็นอาชีพหลักในอนาคต | สนใจ<br>(มีความเป็นไปได้)       | 62.0%   | พอใจกับผลสำเร็จที่ได้รับจากอาชีพขายตรงในปัจจุบัน และเห็นโอกาสในการสร้างรายได้หรือผลตอบแทนต่าง ๆ หรือความมั่นคงทั้งต่อตนเองและครอบครัว |
|                                               | ไม่สนใจ<br>(ไม่มีความเป็นไปได้) | 38.0%   | มีเหตุผลหลากหลาย เช่น พอลงกับอาชีพหลักในปัจจุบัน ไม่มั่นใจอาชีพขายตรง และต้องการให้อาชีพขายตรงเป็นเพียงอาชีพเสริม                     |

การศึกษาผลจากอาชีพขายตรงเรื่องความคิดเห็นต่อธุรกิจขายตรงในอำเภอหาดใหญ่ พบว่า ในฐานะผู้ประกอบการอาชีพขายตรงในอำเภอหาดใหญ่ ส่วนใหญ่เห็นตรงกันคือ อำเภอหาดใหญ่ เป็นเมืองศูนย์กลางทางการเศรษฐกิจที่สำคัญของภาคใต้ มีประชากรอาศัยอยู่อย่างหนาแน่น และส่วนใหญ่มีอำนาจซื้อสูงเมื่อเทียบกับราคาของสินค้าขายตรง จึงมีผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงเข้ามาจัดตั้งบริษัท ศูนย์หรือสาขาเพื่อดำเนินกิจการมากมาย ทำให้เกิดการแข่งขันสูงขึ้น และส่งผลให้มีการเพิ่มจำนวนของผู้แทนขายมากขึ้นด้วย

เมื่อพิจารณาข้อมูลทั้งหมดเกี่ยวกับผลจากอาชีพขายตรง อธิบายได้ว่า ธุรกิจขายตรงในอำเภอหาดใหญ่ กำลังเติบโตอย่างต่อเนื่อง มีการแข่งขันทางธุรกิจของผู้ประกอบการในพื้นที่ และมีคนเริ่มเข้ามาสู่อาชีพขายตรงมากขึ้น จากที่ผู้แทนขายส่วนใหญ่มีอายุงานในช่วงสั้น ๆ (ไม่เกิน 1 ปี) และไม่มีประสบการณ์ในงานขายมาก่อน จึงยังมีลูกค้าจำนวนไม่มาก (ไม่เกิน 20 ราย) โดยไม่ได้รับรู้ว่าจะต้องเป็นลูกค้ากลุ่มใด และด้วยผู้แทนขายส่วนใหญ่ที่เป็นเพศหญิง กลุ่มสินค้าหลักจึงเป็นเครื่องสำอาง ทำให้มีรายได้จากอาชีพขายตรงต่อเดือนไม่สูงนัก (ไม่เกิน

3,000 บาท) แต่ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจ หากนับเป็น รายได้จากอาชีพเสริมที่ให้ประโยชน์อื่นๆ ด้วย เช่น มีสังคมกว้างขึ้น ได้ใช้เวลาว่างให้คุ้มค่า ฯลฯ ประกอบ กับความรู้สึกเหมาะสมต่ออาชีพนี้ จากข้อดีที่ตอบ สนองความต้องการส่วนบุคคล เช่น อิสระในการทำงาน โอกาสก้าวหน้าตามความตั้งใจ รายได้ตามผลสำเร็จ ฯลฯ ทำให้ผู้แทนขายมีความสนใจที่จะประกอบอาชีพ นี้อย่างจริงจังมากขึ้น จนสามารถพัฒนาจากอาชีพ เสริมให้เป็นอาชีพหลัก จึงมีความเป็นไปได้ว่า จะมี ผู้ประกอบอาชีพขายตรงเป็นอาชีพหลักมากขึ้นใน อนาคตและส่งผลให้มีคนเข้ามาสู่อาชีพนี้เพิ่มขึ้นตามมา

### ข้อเสนอแนะ

1. ผู้แทนขายควรมีแนวปฏิบัติในการ ประกอบอาชีพขายตรงให้ประสบผลสำเร็จ ดังนี้ (1) มีความมุ่งมั่นหรือตั้งใจในอาชีพ (2) ศึกษาข้อมูลต่าง ๆ ของสินค้าหรือบริษัท เช่น แผนการตลาด ข้อมูลสินค้า ฯลฯ (3) วางแผนภาคปฏิบัติให้ชัดเจน เช่น กำหนด เป้าหมายยอดขาย/ยอดสมาชิก (กรณี MLM) การ แบ่งเวลาให้เหมาะสม การเข้าอบรมเพิ่มทักษะในงาน ขาย ฯลฯ

2. ผู้ที่สนใจจะประกอบอาชีพขายตรงใน อนาคต ควรพิจารณาเลือกสมัครกับบริษัทขายตรงที่ มีปัจจัยส่งเสริมความสำเร็จแก่ผู้แทนขายอย่างเหมาะสม ได้แก่ สินค้ามีคุณภาพ ชื่อเสียงของตราเครื่องหมาย หรือ บริษัทเป็นที่ยอมรับ มีกลยุทธ์ทางธุรกิจเพื่อสนับสนุน ผู้แทนขาย เช่น หลักสูตรอบรมหรือพัฒนาทักษะงาน ขาย ระบบกระจายสินค้าที่รวดเร็ว ฐานข้อมูลที่ทันสมัย ฯลฯ

3. ธุรกิจขายตรงควรได้รับการส่งเสริม สนับสนุนให้มีการเติบโตในอำเภอหาดใหญ่ ซึ่งจะส่งผล ทั้งทางเศรษฐกิจและสังคม โดยผลทางเศรษฐกิจ ทำให้ เกิดการลงทุนในพื้นที่ ทั้งการจัดตั้งบริษัท หรือ

เปิดศูนย์หรือสาขาเพื่อดำเนินกิจการและคลังกระจาย สินค้า ขณะเดียวกันเป็นการสร้างรายได้แก่ภาค ประชาชนที่เข้ามาสู่อาชีพขายตรงด้วย ซึ่งเมื่อธุรกิจ ขายตรงมีการเติบโต จำนวนผู้แทนขายมีเพิ่มมากขึ้น จะทำให้ตลาดสินค้าขายตรงมีการขยายตัวตามมา และส่งผลต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจโดยรวมของ อำเภอหาดใหญ่ในที่สุด สำหรับผลทางสังคม ทำให้ เกิดการสร้างงานแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ โดยเฉพาะ อาชีพขายตรงที่สร้างรายได้ให้แก่คนทั้งในและนอกพื้นที่ ไม่ว่าจะเป็นอาชีพหลักหรืออาชีพเสริม แต่อาจส่งผล ต่อคนที่ใช้วิชาชีพของตนในการประกอบอาชีพให้ เปลี่ยนมายึดอาชีพขายตรงมากขึ้น เพราะอาชีพนี้ให้ โอกาสในการสร้างรายได้ โดยไม่ถูกจำกัดด้วย คุณสมบัติส่วนบุคคลและตำแหน่งหน้าที่การงาน เหมือนลักษณะของงานประจำทั่วไป ไม่ต้องลงทุนสูง และรายได้สามารถเพิ่มสูงถึงระดับที่สร้างความมั่นคง ต่อชีวิตได้ ดังนั้นอาชีพขายตรงจึงนับว่ามีส่วนต่อการ พัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในสังคมเช่นกัน

### เอกสารอ้างอิง

- กุศล ทศนะ. 2541. **เข็มทิศแห่งความสำเร็จในธุรกิจ MLM**. กรุงเทพฯ: จูนพับลิชชิง จำกัด.
- ทวีศักดิ์ สุวคนธ์. 2529. **การบริหารงานขาย**. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด (มหาชน).
- ธานี ปิติสุข. 2536. **ไดเร็กเซล**. กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊คส์ จำกัด.
- นงลักษณ์ จงไพรัตน์. 2540. **“การวิเคราะห์ความสำเร็จ และความล้มเหลวของผู้แทนจำหน่ายของ บริษัทที่ใช้การตลาดขายตรงแบบหลายชั้น”** ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. (สำเนา)
- พระราชบัญญัติขายตรงและการตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545. วันที่ 29 สิงหาคม 2545.

ศศิวิมล สุขบท และณัฐธิดา น้ำใจทหาร. 2541. “การ  
ขายตรงในรูปแบบการตลาดหลายชั้น”  
โครงการวิจัยของคณะวิทยาการจัดการ  
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. (สำเนา)

สมชาติ กิจขรรยง. 2541. **สู่มหาเศรษฐีในอาณาจักร  
MLM**. กรุงเทพฯ: จูนพับลิชชิง จำกัด.

สมพร ศรีประสิทธิ์. (ประธานที่ปรึกษากิตติมศักดิ์ชมรม  
ธุรกิจขายตรงภาคใต้ คนที่ 1 ) สัมภาษณ์ 20  
มกราคม 2547.

สำราญ จันทรศรีคง. (ประธานที่ปรึกษากิตติมศักดิ์ชมรม  
ธุรกิจขายตรงภาคใต้ คนที่ 2) สัมภาษณ์ 23  
ธันวาคม 2546.

[www.krc.co.th](http://www.krc.co.th) (บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด)

[www.tdsa.org](http://www.tdsa.org) (สมาคมการขายตรงไทย)