

## บทความการวิจัย

### ปัจจัยจูงใจส่งผลต่อการตัดสินใจเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของ บริษัท ซัมมิท ควีน จำกัด

#### INFLUENCING FACTORS AFFECTING THE DECISION TO BECOME AN AGENT OF SUMMIT QUEEN COMPANY LIMITED PRODUCTS

ชาณัฐตา พระสุรัตน์  
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

#### บทคัดย่อ

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาลักษณะของตัวแทนจำหน่าย ปัจจัยจูงใจ การตัดสินใจเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท ซัมมิท ควีน จำกัด 2) เพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท ซัมมิท ควีน จำกัด จำแนกตามลักษณะของตัวแทนจำหน่าย 3) เพื่อศึกษาปัจจัยจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท ซัมมิท ควีน จำกัด กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้แทนจำหน่าย จำนวน 385 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม มีค่าความเชื่อมั่น 0.943 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test ความแปรปรวนทางเดียว(One-way ANOVA) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 36-45 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพ สมรส มีอาชีพอิสระ/ธุรกิจส่วนตัวมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-35,000 บาทและมีประสบการณ์ในอาชีพนักธุรกิจขายตรงมากกว่า 10 ปี ร้อยละ 50.13 2) ปัจจัยจูงใจ พบว่า ปัจจัยจูงใจ ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด และมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดทุกด้าน ทั้งความสำเร็จที่จับต้องได้ ด้านทรัพย์สิน และ ด้านรายได้ และความสำเร็จที่จับต้องไม่ได้ ด้านตำแหน่งและความภูมิใจ ด้านอำนาจชื่อเสียง และด้านความสุข ตามลำดับ 3) การตัดสินใจเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท ซัมมิท ควีน จำกัด ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด 4) ตัวแทนจำหน่าย ที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประสบการณ์ในอาชีพนักธุรกิจขายตรงแตกต่างกันมีการตัดสินใจเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท ซัมมิท ควีน จำกัด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 5) ปัจจัยจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท ซัมมิท

ควีน จำกัด มีอิทธิพลเรียงตามลำดับคือ ด้านตำแหน่ง ( $X_3$ ) ( $\beta = 0.326$ ) ด้านความภูมิใจ ( $X_4$ ) ( $\beta = 0.237$ ) ด้านรายได้ ( $X_2$ ) ( $\beta = 0.219$ ) และด้านความสุข ( $X_6$ ) ( $\beta = 0.103$ ) ซึ่งตัวแปรทั้ง 4 ตัวสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรการตัดสินใจเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท ซัมมิท ควีน จำกัด ได้ร้อยละ 40.10

**คำสำคัญ:** ผู้แทนจำหน่าย แรงจูงใจ ผลตอบแทน

## ABSTRACT

study motivational factors affecting the decision to become an agent of Summit Queen Company Limited's products. The sample group consisted of 385 agents. The instrument used for data collection was a questionnaire. The reliability was 0.943. Statistics used in data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, one-way ANOVA, and multiple regression analysis.

The findings revealed that: 1) the majority of the samples were females between the ages of 36 - 45, with a bachelor's degree, married marital status, or self-employed with an average monthly income of 25,001-35,000 Baht and having more than 10 years of experience in direct sales businesses, or 50.13 percent; 2) Overall motivating factors were found at the highest average level and also at the highest average in all aspects, like tangible success (wealth and income) and intangible success (advanced career, pride, power, reputation, and happiness, respectively). 3) The decision to become an agent of Summit Queen Company Limited's products overall has the highest average level. 4) The differences in gender, age, education level, occupation, average monthly income, and experience among different direct sales businessmen affected their decisions to become agents of Summit Queen Company Limited's products at the 0.05 level of statistical significance. In descending order, motivating factors influencing the decision to become a Summit Queen Co., Ltd. agent include advanced carrier ( $X_3$ ) ( $\beta = 0.326$ ), pride ( $X_4$ ) ( $\beta = 0.237$ ), income ( $X_2$ ) ( $\beta = 0.219$ ), and happiness ( $X_6$ ) ( $\beta = 0.103$ ), which all four variables can explain the change in the decision to become a Summit Queen Co., Ltd. agent by 40.10%.

Keywords: agent, motivation, returns

## ภูมิหลัง

สถานการณ์เศรษฐกิจของประเทศไทยในปัจจุบัน มีสถานการณ์ที่อยู่ในความผันผวน ค่าครองชีพได้ปรับตัวสูงขึ้นอีกทั้งพลังงานมีแนวโน้มของราคาที่สูงขึ้น ทำให้มูลค่าการใช้จ่ายของครัวเรือนมีกำลังซื้อ และการขยายตัวในอัตราที่ต่ำลงอันเนื่องมาจากรายได้ที่ลดลง พลังงานมีแนวโน้มของราคาที่สูงขึ้น ทำให้ประชาชนจับจ่ายใช้สอยได้น้อยลงและยังส่งผลให้มีแนวโน้มภาวะหนี้สินที่สูงขึ้น ส่งผลถึงสถาบันการเงินที่จะเข้ามาเกี่ยวข้องเพื่อเป็นแหล่งเงินทุน จึงส่งผลให้เกิดทั้งมาตรการให้เครดิตสินเชื่อ เครดิตสินค้าที่ผ่อนที่สามารถจูงใจให้มีการซื้อสินค้าเงินผ่อนในสารพัดรูปแบบ เหล่านี้ล้วนเป็นค่าใช้จ่ายที่ทุกครัวเรือนต้องประสบปัญหา นำมาสู่ปัญหาที่รายได้ไม่เหมาะสมกับค่าใช้จ่าย อีกทั้งการช่วยเหลือของภาครัฐเชิงสวัสดิการที่ยังคงมองข้ามความจำเป็นและปัญหาของประชากรที่มีฐานะยากจน แฉ่นแค้น ปัญหาเหล่านี้ นับเป็นปัญหาที่ประเทศไทยยังคงต้องรีบดำเนินการแก้ไข พื้นฟูในการสร้างรายได้ สร้างความมั่นคงให้กับประชาชน และประเทศ ให้เจริญก้าวหน้าด้วยความมั่นคงทางเศรษฐกิจที่จะสามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ด้วยภาวะเศรษฐกิจที่ถดถอยและมีการแข่งขันที่สูง ค่านิยมของคนได้เปลี่ยนแปลงไป คนที่ทำงานประจำอยู่ ไม่ว่าจะเป็ภาครัฐหรือเอกชนต่างก็ตระหนักว่าไม่มีความมั่นคง รายได้ไม่เพียงพอต่อรายจ่ายจึงจำเป็นต้องมีอาชีพเสริมและยังเป็นการเตรียมความพร้อมที่จะอยู่ในภาวะที่ตกงานอย่างกะทันหัน ซึ่งแต่บุคคลมีทางเลือกในการทำอาชีพที่แตกต่างกัน การดำเนินชีวิตแต่ละบุคคลแต่ละครอบครัวต่างมีพื้นฐานของชีวิตที่มีความแตกต่างกัน อาชีพเสริมจึงเป็นการสร้างฐานะและรายได้ให้กับตนเองและครอบครัวได้ส่วนใหญ่อยู่ในสภาวะติดลบ รายได้ที่ได้จากการปรับค่าแรงขั้นต่ำแทบจะไม่มีผลสำหรับความคาดหวังที่จะทำให้มีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ทำให้บางครอบครัวจึงจำเป็นต้องมีรายได้เสริมหรืออาชีพเสริมเพื่อเพิ่มพูนรายได้ให้กับตนเองและครอบครัว (สุเมธกาญจน์ วุฒิพงค์วารการ, 2558)

บริษัท ชัมมิท ควีน จำกัด ธุรกิจขายตรงสัญชาติญี่ปุ่น โดยชัมมิท ควีนเข้ามาเปิดดำเนินธุรกิจในประเทศไทยเมื่อวันที่ 15 พฤษภาคม 2544 ด้วยจดทะเบียน 100 ล้านบาท ซึ่งผลิตภัณฑ์หลักเป็นชุดชั้นใน , เครื่องสำอาง, เครื่องดูแลความงาม และผลิตภัณฑ์เสริมอาหารแม่ค้าขายตรงจากประเทศญี่ปุ่นแห่งนี้หลายคนอาจจะไม่คุ้นหูหรือไม่รู้จักมากนัก บริษัท ชัมมิท ควีน มียอดขายเฉลี่ยทะลุ 1,000 ล้านบาท/ปี โดยในปี 2563 ที่ผ่านมาบริษัทได้ส่งยอดขายที่แจ้งไว้กับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ อยู่ที่ 1,100 ล้านบาท ลดลง 15.19% เทียบกับปี 2562 ที่มียอดขาย 1,302 ล้านบาท ช่วงการระบาดของของ

ไวรัส covid-19 ทั้งสองระลอกหลายบริษัทได้รับผลกระทบอย่างมาก แต่ส่งผลกระทบกับค้าขายตรงแห่งเพียงเล็กน้อยเท่านั้น ( <http://summit-queen-thailand>)

การที่ผู้คนจำนวนมากเข้ามาประกอบอาชีพนักธุรกิจขายตรง ด้วยความมุ่งหวังว่าจะมีรายได้ และความ มั่นคงในชีวิตนั้น ความมุ่งหวังเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งของลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ตามทฤษฎีของมาสโลว์ (Maslow) ที่จัดลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ไว้ 5 ขั้น ได้แก่ ความต้องการด้านร่างกาย ความต้องการความมั่นคงและปลอดภัย ความต้องการทางสังคมและความรัก ความต้องการได้รับการยกย่อง และขั้น สูงสุดคือ ความต้องการความสำเร็จในชีวิต ด้วยเหตุนี้เองการดำเนินธุรกิจขายตรงซึ่งเสนอข้อมูลให้ทราบถึงรายได้ ผลตอบแทน โบนัสในในรูปแบบให้สมัครเป็นสมาชิกของธุรกิจขายตรง แล้วจะประสบความสำเร็จอย่างรวดเร็ว และ ประชาสัมพันธ์บุคคลซึ่งประสบความสำเร็จเป็นต้นแบบผลักดันให้บุคคลอื่นมีแนวทางที่ดำเนินตาม (ชุตติพร ชวสินธุ์, 2558)

พนักงานขายหรือเซลล์เป็นอาชีพที่คนส่วนใหญ่มักหลีกเลี่ยงไม่อยากจะทำงานในอาชีพนี้ บัณฑิตใหม่ที่เพิ่งจบการศึกษามักเลือกที่จะทำอาชีพอื่น มีเพียงไม่กี่เปอร์เซ็นต์ที่จะสมัครงานในอาชีพพนักงานขายนี้ เพราะเป็นอาชีพที่มีความกดดันและมีความเครียดสูง และก็มีเงินเดือนที่น้อยทั้ง ๆ ที่ต้องฟังลูกค้า ทั้งด่าทั้งบ่น และยังต้องง้อจนให้คนซื้อสินค้าอีก เพราะหากไม่ซื้อก็จะได้ค่าคอมมิชชั่นจากการขายเลย ผู้บริหารบริษัทหรือผู้จัดการฝ่ายขายจำเป็นต้องสร้างแรงจูงใจสำหรับพนักงานขายเพื่อให้กิจการมีรายได้ และขยายตลาดให้เติบโตขึ้น ซึ่งแรงจูงใจเหล่านี้จำเป็นต้องหาสิ่งจูงใจให้มากกว่าพนักงานที่ทำงานปกติอยู่ในฝ่ายสนับสนุนการขาย เพราะการที่พนักงานขายต้องเผชิญปัญหาต่าง ๆ กับลูกค้า เผชิญปัญหาสภาพอากาศและการจราจรที่ติดขัด รวมทั้ง มีบางรายจำเป็นต้องจากที่อยู่อาศัยไปค้างคืนตามที่ต่าง ๆ เพื่อขายสินค้าให้กับกิจการนั่นเอง (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2560)

จากที่กล่าวมาข้างต้นการศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท ชัมมิท ควีน จำกัด เป็นการศึกษาปัจจัยต่างๆ ที่สำคัญในการเลือกทำธุรกิจขายตรง ซึ่งนอกจากผลตอบแทนต่าง ๆ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเรื่อง ปัจจัยจูงใจในการเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท ชัมมิท ควีน จำกัด ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยจูงใจ เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่สำคัญในการเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัทชัมมิท ควีน จำกัด และเป็นข้อมูลให้ผู้สนใจศึกษานำข้อมูลไปเป็นแนวทางหรือปรับปรุงเทคนิคในการจูงใจกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ต่อกร และสร้างเครือข่ายของตนเอง

## ขอบเขตของการวิจัย

### 1. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากร ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ พนักงานบริษัท ชัมมิท ควีน จำกัด (ตัวแทนขายตรงที่มีการสร้างสมาชิกเครือข่ายจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้เป็นลูกจ้างเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์

กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยกำหนดขนาดตัวอย่างกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ ตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท ชัมมิท ควีน จำกัด ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนเพราะเป็นตัวแทนขายตรงที่มีการสร้างสมาชิกเครือข่ายจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้เป็นลูกจ้างเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ จึงได้จากสูตรขนาดตัวอย่างที่ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนของ W.G. Cochran (1953) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2560) ได้กลุ่มตัวอย่าง 385 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างทางออนไลน์

### 2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาครั้งนี้มุ่งเน้นถึง ปัจจัยจูงใจ ปัจจัยค้ำจุน การเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ธุรกิจขายตรง ปัจจัยความสำเร็จ แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการ แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจเครือข่าย และแนวคิดเกี่ยวกับการเลือกอาชีพ

### 3. ขอบเขตด้านตัวแปร

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย

ตัวแปรอิสระ ได้แก่

1) ลักษณะของตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท ชัมมิท ควีน จำกัด ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประสบการณ์ในอาชีพนักธุรกิจขายตรง

2) ปัจจัยจูงใจ ได้แก่ ความสำเร็จที่จับต้องได้ ประกอบด้วย ทรัพย์สิน และรายได้ และความสำเร็จที่จับต้องไม่ได้ ประกอบด้วย ตำแหน่ง ความภูมิใจ อำนาจ ชื่อเสียง และความสุข

ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท ชัมมิท ควีน จำกัด

### 4. ขอบเขตด้านเวลา

ระยะเวลาในการศึกษา 3 เดือน ในระหว่างเดือน กรกฎาคม - กันยายน 2565

## การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

### 1. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดให้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ลักษณะของแบบสอบถาม มี 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะของตัวแทนจำหน่าย ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประสบการณ์ในอาชีพนักธุรกิจขายตรง จำนวน 7 ข้อ แบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list)

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยจูงใจ ได้แก่ความสำเร็จที่จับต้องได้ ประกอบด้วยทรัพย์สินและรายได้ และความสำเร็จที่จับต้องไม่ได้ ประกอบด้วย ตำแหน่ง ความภูมิใจ อำนาจ ชื่อเสียง และความพึงพอใจต่อการตัดสินใจเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท ชัมมิท ควีน จำกัด ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Likert's Five Rating Scale ) จำนวน 18 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท ชัมมิท ควีน จำกัด จำนวน 5 ข้อ

แบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Likert's Five Rating Scale ) จำนวน 5 ข้อ

เกณฑ์การให้คะแนนในส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 มีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

คะแนน

5 คะแนน	หมายถึง	มากที่สุด
4 คะแนน	หมายถึง	มาก
3 คะแนน	หมายถึง	ปานกลาง
2 คะแนน	หมายถึง	น้อย
1 คะแนน	หมายถึง	น้อยที่สุด

การแปลความหมายระดับความสำคัญโดยเทียบค่าเฉลี่ยตามเกณฑ์ของเบสท์ (Best, 1981)

คะแนนเฉลี่ย	4.21-5.00	หมายถึง	มากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	3.42-4.20	หมายถึง	มาก
คะแนนเฉลี่ย	2.61-3.40	หมายถึง	ปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	1.81-2.60	หมายถึง	น้อย
คะแนนเฉลี่ย	1.00-1.80	หมายถึง	น้อยที่สุด

## 2. ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือดังนี้

1. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยจูงใจ ปัจจัยค้ำจุน การเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ธุรกิจขายตรง ปัจจัยความสำเร็จ แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการ แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจและนำข้อมูลที่ได้มาทำการสร้างเป็นแบบสอบถามให้ครอบคลุมเนื้อหาที่จะศึกษา

2. ทำการสร้างแบบสอบถามที่เกี่ยวกับลักษณะของตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท ชัมมิท ควีน จำกัด ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประสบการณ์ในอาชีพนักธุรกิจขายตรง ปัจจัยจูงใจ ประกอบด้วยความสำเร็จที่จับต้องได้ และความสำเร็จที่จับต้องไม่ได้ และการตัดสินใจเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท ชัมมิท ควีน จำกัด

3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อทำการตรวจสอบ ข้อบกพร่อง และนำข้อเสนอแนะมาทำการปรับปรุงแบบสอบถามให้มีความสมบูรณ์และเที่ยงตรงมากยิ่งขึ้น แล้วนำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านตรวจสอบความสอดคล้องของแบบสอบถามกับวัตถุประสงค์ในการวิจัย

4. การหาค่าความเที่ยงตรงของเครื่องมือ นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่านทดสอบหาความสอดคล้องของแบบสอบถามกับวัตถุประสงค์ในการวิจัย โดยใช้วิธีการคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC : Index of Item Objective Congruence) โดยมีหลักเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

+1 หมายถึง ผู้ทรงคุณวุฒิแน่ใจว่าคำถามนั้นสอดคล้องกับเนื้อหา สามารถนำไปวัดได้อย่างแน่นอน

0 หมายถึง ผู้ทรงคุณวุฒิไม่แน่ใจว่าคำถามนั้นสอดคล้องกับเนื้อหา ไม่แน่ใจว่าจะนำไปวัดได้

-1 หมายถึง ผู้ทรงคุณวุฒิแน่ใจว่าคำถามนั้นไม่สอดคล้องกับเนื้อหา ไม่สามารถนำไปวัดได้อย่างแน่นอน

5. การหาค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบสอบถาม (IOC) โดยใช้สูตร

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ IOC หมายถึง ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence)

R หมายถึง ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิทั้งหมด

N หมายถึง จำนวนผู้ทรงคุณวุฒิ

ถ้าค่าดัชนี IOC ที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ 1 ซึ่งมากกว่า 0.50 ถือว่าข้อคำถามนั้นใช้ได้ สามารถนำไปใช้ได้ ถ้าข้อคำถามใดมีค่าน้อยกว่า 0.50 ข้อคำถามนั้นก็ถูกตัดออกไป หรือนำไปปรับปรุงแก้ไขใหม่ให้ดีขึ้น

6. ปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อทำการตรวจสอบอีกครั้งแล้วนำมาแก้ไขให้สมบูรณ์ก่อนนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

7. หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขตามที่ผู้ทรงคุณวุฒิเสนอแนะแล้วไปทดลองใช้ กับกลุ่มเป้าหมายที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา จำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) ของแบบสอบถาม และทำการวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ด้วยวิธี Cronbach's Alpha coefficient ของ Cronbach (1974) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .920 ถ้าความเชื่อมั่นมีค่าตั้งแต่ 0.71 – 1.00 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นสูง) (Garett, 1965, p. 29) สามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลได้

## สรุปผล

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 55.32 อายุ 36-45 ปี ร้อยละ 36.10 การศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 75.06 สถานภาพ สมรส ร้อยละ 86.23 มีอาชีพอิสระ/ธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 45.19 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-35,000 บาท ร้อยละ 37.66 และมีประสบการณ์ในอาชีพนักธุรกิจขายตรงมากกว่า 10 ปี ร้อยละ 50.13

2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยจูงใจ พบว่า ปัจจัยจูงใจ ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.33$ ) เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยแต่ละด้าน พบว่า มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดทุกด้าน คือความสำเร็จที่จับต้องได้ ระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.28$ ) โดยด้านทรัพย์สิน ( $\bar{X} = 4.26$ ) และ ด้านรายได้ ( $\bar{X} = 4.30$ ) และ ความสำเร็จที่จับต้องไม่ได้ อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.33$ ) และมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง ด้าน



ตำแหน่งและด้านความภูมิใจ ( $\bar{x} = 4.32$ ) ด้านอำนาจ ชื่อเสียง และด้านความสุข ( $\bar{x} = 4.34$ ) ตามลำดับ

3.ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท ชัมมิท ควีน จำกัด พบว่า การตัดสินใจเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท ชัมมิท ควีน จำกัด ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.31$ ) และมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ท่านตัดสินใจเป็นตัวแทนจำหน่ายเพราะบริษัทชื่อเสียง ( $\bar{x} = 4.37$ ) รองลงมา คือ ท่านตัดสินใจเป็นตัวแทนจำหน่ายเพราะผลิตภัณฑ์มีการรับรองคุณภาพมาตรฐานมีชื่อเสียง น่าสนใจ ( $\bar{x} = 4.34$ ) ท่านทราบถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับ จากการเป็นตัวแทนจำหน่าย ( $\bar{x} = 4.33$ ) ท่านตัดสินใจเป็นตัวแทนจำหน่ายเพราะท่านใช้สินค้าที่มีคุณภาพของบริษัทและต้องการแนะนำผู้อื่น ( $\bar{x} = 4.29$ ) และท่านตัดสินใจเป็นตัวแทนจำหน่ายเพราะต้องการมีรายได้เสริม ( $\bar{x} = 4.22$ ) ตามลำดับ

4.ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท ชัมมิท ควีน จำกัด กับลักษณะของผู้แทนจำหน่าย พบว่า ตัวแทนจำหน่าย ที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประสบการณ์ในอาชีพนักธุรกิจขายตรงแตกต่างกันมีการตัดสินใจเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท ชัมมิท ควีน จำกัด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณของการตัดสินใจเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท ชัมมิท ควีน จำกัด (Y) กับ ปัจจัยจุดใจ พบว่า ปัจจัยจุดใจ จำนวน 6 ตัวคือ ด้านทรัพย์สิน ( $X_1$ ) ด้านรายได้ ( $X_2$ ) ด้านตำแหน่ง ( $X_3$ ) ด้านความภาคภูมิใจ ( $X_4$ ) ด้านอำนาจ ชื่อเสียง ( $X_5$ ) ด้านความสุข ( $X_6$ ) พบว่า ปัจจัยจุดใจ 4 ตัวแปร ได้แก่ ด้านรายได้ ( $X_2$ ) ด้านตำแหน่ง ( $X_3$ ) ความภูมิใจ ( $X_4$ ) และด้านความสุข ( $X_6$ ) ส่งผลต่อการตัดสินใจเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท ชัมมิท ควีน จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยปัจจัยจุดใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท ชัมมิท ควีน จำกัด (Y) เรียงตามลำดับคือ ด้านตำแหน่ง ( $X_3$ ) ( $\beta = 0.326$ ) ด้านความภูมิใจ ( $X_4$ ) ( $\beta = 0.237$ ) ด้านรายได้ ( $X_2$ ) ( $\beta = 0.219$ ) และ ด้านความสุข ( $X_6$ ) ( $\beta = 0.103$ ) ซึ่งตัวแปรทั้ง 4 ตัวสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรการตัดสินใจเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท ชัมมิท ควีน จำกัด ได้ร้อยละ 40.10 และเขียนสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบได้ดังนี้

$$\hat{Y} = 0.957 + 0.234X_2 + 0.318X_3 + 0.205X_4 + 0.076 X_6$$

## อภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยจูงใจในการเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท ชัมมิท ควีน จำกัด มีประเด็นสำคัญที่นำมาอภิปรายผลดังนี้

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยจูงใจ พบว่า ปัจจัยจูงใจ ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด และ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดทุกด้าน ทั้งความสำเร็จที่จับต้องได้ ด้านทรัพย์สิน และ ด้านรายได้ และความสำเร็จที่จับต้องไม่ได้ ด้านตำแหน่งและความภูมิใจ ด้านอำนาจ ชื่อเสียง และด้านความสุข ตามลำดับ ทั้งนี้เพราะการเลือกประกอบอาชีพบุคคลย่อมมีสิ่งจูงใจให้ตัดสินใจเลือกประกอบอาชีพ ส่วนใหญ่จะต้องการประสบผลสำเร็จในอาชีพเพื่อให้ได้มาซึ่งรายได้ ผลตอบแทน ชื่อเสียง ความภาคภูมิใจ สอดคล้องกับผลการศึกษาของธีรยุทธ แก้วเกร็ด (2561) เรื่อง การตัดสินใจเลือกอาชีพของพนักงานองค์กรเอกชน ในจังหวัดนครปฐมที่พบว่า ปัจจัยจูงใจในการตัดสินใจเลือกอาชีพอยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับผลการศึกษาของจิตรลดา ดีพร้อมพงศ์ (2556) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกอาชีพของนักศึกษาที่กำลังจะสำเร็จการศึกษา: กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่างนักศึกษาเกาหลีและไทย ในสาขาวิชามนุษยศาสตร์ และวิศวกรรมศาสตร์ ที่พบว่า ในศึกษาให้ความสนใจกับปัจจัย ทางด้านค่าตอบแทนของอาชีพมากที่สุด

ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท ชัมมิท ควีน จำกัด พบว่า การตัดสินใจเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท ชัมมิท ควีน จำกัด ในภาพรวม มีอยู่ในระดับมากที่สุด และมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยทั้งนี้เพราะ การตัดสินใจเลือกอาชีพบุคคลย่อมมีความต้องการด้านรายได้ ชื่อเสียง และความสำเร็จจากผลประโยชน์ที่จะได้รับ จากการประกอบอาชีพตามที่ตนต้องการ สอดคล้องกับผลการศึกษาของกมลชนก วงวาท (2562) เรื่อง การเสริมสร้างการตัดสินใจเลือกอาชีพของนักเรียนมัธยมศึกษา ที่พบว่า การตัดสินใจเลือกอาชีพของนักเรียนมัธยมศึกษาในประเทศไทยทุกภาคอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับผลการศึกษาของไพลิน บรรพโต (2561) เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการเลือกประกอบอาชีพในอุตสาหกรรมบริการของนักศึกษาการจัดการโรงแรมระดับปริญญาตรีในเขตกรุงเทพและปริมณฑล พบว่า การตัดสินใจเลือกประกอบอาชีพอยู่ในระดับปานกลาง

ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท ชัมมิท ควีน จำกัด กับลักษณะของผู้แทนจำหน่าย พบว่า ตัวแทนจำหน่าย ที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประสบการณ์ในอาชีพนักธุรกิจขายตรงแตกต่างกันมีการตัดสินใจเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท ชัมมิท ควีน จำกัด แตกต่างกัน ทั้งนี้เพราะบุคคลทุกเพศและทุกวัยมีความต้องการในการประกอบอาชีพที่ตนเองต้องการซึ่งการตัดสินใจเลือกอาชีพนั้นมาบุคคลจะพิจารณาจาก

ประสบการณ์ในอาชีพ รายได้หรือผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับจึงมีการตัดสินใจแตกต่างกันตามปัจจัยส่วนบุคคลของแต่ละคน สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ทวีศักดิ์ นิรมแก้ว และแก้วตา ผู้พัฒนาพงศ์ (2562) เรื่อง ปัจจัยจูงใจที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกประกอบอาชีพของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยรามคำแหง พบว่า ด้านปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตาม เพศ อายุ คณะที่กำลังศึกษาอยู่ ปีการศึกษา ที่แตกต่างกันทำให้กระบวนการตัดสินใจแตกต่างกัน สอดคล้องกับผลการศึกษาของภาคภูมิสิงห์แก้ว (2560) เรื่องปัจจัยที่มี ผลต่อการตัดสินใจเลือกประกอบอาชีพของประชาชนในชุมชนแผ่นดินธรรม-แผ่นดินทอง ที่พบว่า ระดับการศึกษา และอาชีพมีผลต่อการตัดสินใจเลือกประกอบอาชีพแตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท ชัมมิต ควีน จำกัดกับปัจจัยจูงใจ พบว่า ปัจจัยจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท ชัมมิต ควีน จำกัด เรียงตามลำดับคือ ด้านตำแหน่ง ด้านความภูมิใจ ด้านรายได้ และ ด้านความสุข ซึ่งตัวแปรทั้ง 4 ตัวสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรการตัดสินใจเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท ชัมมิต ควีน จำกัด ทั้งนี้เพราะการเลือกอาชีพของบุคคลนั้นเกิดจากความถนัด ความรู้ ประสบการณ์ ค่านิยม ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตเป็นอย่างมาก เพราะอาชีพไม่ใช่ จะมีเพื่อตอบสนองความต้องการของมนุษย์ในด้านเศรษฐกิจเท่านั้น แต่ยังต้องสนองความต้องการด้านอื่นๆ เช่น ด้านสังคมและด้านจิตใจ สัมพันธ์กับบุคคลอื่น และความต้องการเหล่านี้มีความแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล สอดคล้องกับผลการศึกษาของน้ำทิพย์ บุตรทศ (2558) เรื่อง การตัดสินใจเลือกอาชีพ แรงจูงใจ และ ความก้าวหน้าในอาชีพปริตตีเอ็มซี ที่พบว่า รายได้หรือผลตอบแทนเป็นสิ่งจูงใจให้ตัดสินใจเลือกประกอบอาชีพ สอดคล้องกับผลการศึกษาของอุไรพร ช่างบรรจง (2556) ได้ศึกษาเรื่อง มูลเหตุและแรงจูงใจในการเข้าสู่การดำเนินธุรกิจเครือข่าย จังหวัดเชียงใหม่ที่พบว่า พบว่า มูลเหตุจูงใจในการเข้าสู่ธุรกิจเครือข่ายแรงจูงใจมีผลต่อการเข้าสู่ธุรกิจเครือข่ายได้แก่ ปัจจัยภายในของตัวบุคคล ความต้องการทางเศรษฐกิจ ความต้องการความก้าวหน้า ผลประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินการ และการมีสุขภาพที่ดีของตนเองและครอบครัวและความสวยงาม

## ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยจูงใจในการเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท ชัมมิต ครัวน จำกัด มีข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาดังนี้

จากผลการศึกษาด้านลักษณะของผู้แทนจำหน่าย พบว่า ผู้แทนจำหน่ายส่วนใหญ่มีอายุ 36-45 ปี มีอาชีพอิสระ/ธุรกิจส่วนตัว และมีประสบการณ์ในอาชีพนักธุรกิจขายตรงมากกว่า 10 ปี และพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์มีผลต่อการตัดสินใจเป็นผู้แทนจำหน่าย แสดงว่าผู้แทนจำหน่ายเห็นความสำคัญของอาชีพอิสระและการเป็นนักธุรกิจเครือข่าย ซึ่งเป็นอาชีพที่เป็นอิสระต่อการทำงาน สามารถทำเป็นรายได้เสริม และมีโอกาสก้าวหน้า และความรู้เกี่ยวกับธุรกิจเครือข่ายมากยิ่งขึ้น ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับกลุ่มอาชีพอื่น เพื่อให้ได้ผู้แทนจำหน่ายในอาชีพอื่น ๆ และเป็นการขยายฐานลูกค้า และเครือข่ายขายตรงมากยิ่งขึ้น

จากผลการศึกษาด้านปัจจัยจูงใจ พบว่า ผู้แทนจำหน่ายให้ความสำคัญกับด้านรายได้ ตำแหน่ง ความภูมิใจ และความสุข ทั้งนี้อาชีพนักธุรกิจขายตรงเป็นอาชีพเสริมที่ผู้แทนจำหน่ายจะได้รับผลตอบแทนความสามารถ มีความเป็นอิสระในการทำงาน และมีความสุขเมื่อได้รับผลตอบแทน ดังนั้นผู้ประกอบการควรจัดให้มีผลตอบแทนการทำงานในรูปแบบที่น่าสนใจและเป็นแรงจูงใจให้มีผู้สนใจเข้าเป็นตัวแทนจำหน่ายมากยิ่งขึ้น

จากผลการศึกษาด้านการตัดสินใจเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท ชัมมิต ครัวน จำกัด พบว่า ผู้แทนจำหน่ายให้ความสำคัญกับชื่อเสียงของบริษัท ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มาตรฐานมีชื่อเสียง น่าสนใจและผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการเป็นตัวแทนจำหน่าย ดังนั้น ผู้ประกอบการควรมีการประชาสัมพันธ์ถึงคุณค่าตราสินค้า และสร้างภาพลักษณ์ของบริษัทให้เป็นที่น่าเชื่อถือ และควรกำหนดสิทธิประโยชน์ที่ตัวแทนจำหน่ายจะได้รับและการดำเนินธุรกิจที่ได้เปรียบคู่แข่ง ซึ่งจะเป็นแรงจูงใจให้ผู้สนใจเป็นนักธุรกิจขายตรงสนใจและตัดสินใจเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท

จากการศึกษาด้านการตัดสินใจเลือกอาชีพจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า การตัดสินใจของแต่ละบุคคลแตกต่างกัน เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญการฝึกอบรมทางด้านวิชาการทางสายอาชีพ เทคนิคการขายให้กับพนักงานตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท เพื่อให้พนักงานมีความรู้ ความเข้าใจ และมีประสบการณ์ด้านการขาย และสามารถนำมาถ่ายทอดให้สมาชิกในเครือข่ายที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์มีความรู้ในการขายผลิตภัณฑ์และสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้ง่าย และสร้างรายได้และผลตอบแทนให้กับผู้แทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้มากยิ่งขึ้น

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยจูงใจเป็นปัจจัยสำคัญต่อการเลือกประกอบอาชีพทั้งด้านตำแหน่ง ด้านความภูมิใจ ด้านรายได้ และ ด้านความสุข ดังนั้น ผู้ประกอบการควรมีการกำหนดนโยบายการให้ผลตอบแทนที่เป็นธรรม เช่น ค่าตอบแทนที่เหมาะสม การให้โบนัส การเลื่อนตำแหน่งของพนักงานที่เป็นตัวแทนขายของบริษัท ซึ่งจะนำมาซึ่งขวัญ กำลังใจ และความสุขให้แก่พนักงาน และมีกำลังใจในการประกอบอาชีพให้ประสบผลสำเร็จ ซึ่งจะเป็นผลดีต่อบริษัท