

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	5
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	5
1.4 ขอบเขตของการศึกษา	6
1.5 นิยามศัพท์	6
บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	7
2.1.1 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค	7
2.1.2 ทฤษฎีอุปสงค์	8
2.1.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า	10
2.1.4 ทฤษฎีส่วนประสมการตลาดบริการ (Service Marketing Mix)	11
2.1.5 ทฤษฎีอุปทาน	12
2.1.6 เป้าหมายยอดขายสูงสุด	13
2.1.7 เป้าหมายความเจริญเติบโตสูงสุด	13
2.1.8 การตลาดทางตรง (Direct Marketing)	14
2.1.9 ทฤษฎีการขาย	18
2.1.10 ทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's Theory of Motivation)	19
2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	20

บทที่ 3	ระเบียบวิธีวิจัย	
3.1	ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา	24
3.2	ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา	24
3.3	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	25
3.4	กรอบแนวคิดในการศึกษา	26
3.5	วิธีการศึกษาและการวิเคราะห์ข้อมูล	27
บทที่ 4	ผลการศึกษา	
4.1	ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	29
4.2	ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของตัวแทน	33
4.3	ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำธุรกิจขายตรงของตัวแทน	41
4.4	ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่เกิดขึ้นในการทำธุรกิจขายตรง	50
บทที่ 5	สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ	
5.1	สรุปผลการศึกษา	56
5.2	ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	58
	เอกสารอ้างอิง	60
	ประวัติผู้เขียน	62

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
4.1 จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ	29
4.2 จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ	30
4.3 จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ	30
4.4 จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา	31
4.5 จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานที่พักอาศัยในปัจจุบัน	31
4.6 จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพหลัก	32
4.7 จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน(อาชีพหลัก)	33
4.8 จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุจูงใจในการทำธุรกิจขายตรง	34
4.9 จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความคิดเห็นว่าอาชีพขายตรงมีความมั่นคง	34
4.10 จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ของบริษัท เอ็ม สตาร์ เน็ทเวิร์ค	35
4.11 จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความเชื่อมั่นในบริษัท เอ็ม สตาร์ เน็ทเวิร์ค	35
4.12 จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาในการทำธุรกิจขายตรงของบริษัท เอ็ม สตาร์ เน็ทเวิร์ค	36
4.13 จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาที่คาดว่าจะทำธุรกิจขายตรงของบริษัท เอ็ม สตาร์ เน็ทเวิร์ค ไปอีกกี่ปี	36
4.14 จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุผลที่ท่านทำงานกับธุรกิจ เอ็ม สตาร์ เน็ทเวิร์ค	37
4.15 จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพที่เคยทำมาก่อนทำธุรกิจ เอ็ม สตาร์ เน็ทเวิร์ค	37
4.16 จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน(ของธุรกิจ เอ็ม สตาร์ เน็ทเวิร์ค)	38
4.17 จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลา(โดยเฉลี่ย)ในการทำธุรกิจ เอ็ม สตาร์ เน็ทเวิร์ค	39
4.18 จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวิธีการสร้างรายได้จากการดำเนินธุรกิจ เอ็ม สตาร์ เน็ทเวิร์ค	39
4.19 จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทสินค้าที่มียอดขายมากที่สุด	40
4.20 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำธุรกิจขายตรงในเรื่องปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	41
4.21 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำธุรกิจขายตรงในเรื่องปัจจัยด้านราคา	42
4.22 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำธุรกิจขายตรงในเรื่องปัจจัยด้านสถานที่	42
4.23 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำธุรกิจขายตรงในเรื่องปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย	43
4.24 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำธุรกิจขายตรงในเรื่องปัจจัยส่วนบุคคล	44

4.25	แสดงรายได้ที่เกิดขึ้นจากธุรกิจอิม สตาร์ เน็ทเวิร์ค ต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำ ธุรกิจขายตรง	45
4.26	แสดงภาพรวมของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการทำธุรกิจขายตรง	45
4.27	จำนวนและร้อยละของตัวอย่างจำแนกตามเพศและระดับความสำคัญของปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์	46
4.28	จำนวนและร้อยละของตัวอย่างจำแนกตามเพศและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา	47
4.29	จำนวนและร้อยละของตัวอย่างจำแนกตามเพศและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสถานที่	48
4.30	จำนวนและร้อยละของตัวอย่างจำแนกตามเพศและระดับความสำคัญของปัจจัยด้าน ส่งเสริมการขาย	49
4.31	จำนวนและร้อยละของตัวอย่างจำแนกตามเพศและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วน บุคคล	50
4.32	ปัญหาที่เกิดขึ้นในการทำธุรกิจขายตรงในด้านผลิตภัณฑ์	51
4.33	ปัญหาที่เกิดขึ้นในการทำธุรกิจขายตรงในด้านราคา	51
4.34	ปัญหาที่เกิดขึ้นในการทำธุรกิจขายตรงในด้านการจัดจำหน่าย	52
4.35	ปัญหาที่เกิดขึ้นในการทำธุรกิจขายตรงในด้านการส่งเสริมการตลาด	53
4.36	ปัญหาที่เกิดขึ้นในการทำธุรกิจขายตรงในด้านการดำเนินธุรกิจ	54
4.37	ปัญหาที่เกิดขึ้นในการทำธุรกิจขายตรงในด้านเศรษฐกิจ สังคม และค่านิยม	55

สารบัญภาพ

รูป	หน้า
1.1ก ประเมินการจํานวนนักขายตรงทั่วโลก ในปี 1995 - 2007	3
1.1ข ประเมินยอดขายปลีกทั่วโลก ในปี 1995 - 2007	3
1.1ค มูลค่าตลาดรวมของธุรกิจขายตรงไทยในปี 1997-2007	4
1.2 ผลกำไรจากการดำเนินธุรกิจ ปี 2552	5
2.1ก ผังเครือข่ายของธุรกิจ MLM ที่ขยายรอบด้านเป็นรัศมีวงกลม	17
2.1ข ผังเครือข่ายส่วนหนึ่งของธุรกิจ MLM ที่ตัดให้เห็นเพียงเฉพาะสายงานเดียว	17
3.1 กรอบแนวคิดในการศึกษา	27