หัวข้อวิจัย : ปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีของบุคลากรในธุรกิจขายตรง กรณีศึกษา บริษัทในสมาคมพัฒนาการขายตรงไทย

ผู้วิจัย : นายนิวัติ จันทราช

หน่วยงาน : วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

ปีที่พิมพ์ : พ.ศ. 2561

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความภักดีต่อองค์กรของบุคลากรในธุรกิจขายตรง กรณีศึกษาบริษัทในสมาคมพัฒนาการขายตรงไทย และเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีของบุคลากรธุรกิจขายตรง กรณีศึกษาบริษัทในสมาคมพัฒนาการขายตรงไทย กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ได้แก่ บุคลากรสมาชิกของบริษัทที่เป็นแม่ทีมใน 7 บริษัท ของสมาคมพัฒนาการขายตรงไทย จำนวน 351 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ในการทดสอบ ได้แก่ สถิติ t-test ANOVA และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบปกติ (Multiple regression analysis)

ผลการวิจัย พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านลักษณะงานที่ทำ โดยภาพรวม มีระดับการความคิดเห็น อยู่ในระดับมาก ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงาน โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหารบริษัทกับแม่ทีม โดยภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านความภักดีต่อองค์กร โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะบุคคล ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนปัจจุบัน ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความภักดีในองค์กรของบุคลากรในบริษัทของสมาคมพัฒนาการขายตรงไทย ที่แตกต่างกัน ปัจจัยด้านลักษณะงานที่ทำ ด้านการมีส่วนร่วมในนโยบายการบริหารของหน่วยงาน ด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ด้านเงินเดือน ค่าตอบแทน และสวัสดิการ และด้านอิสรภาพในการปฏิบัติงานส่งผลต่อความภักดีต่อองค์กรของบุคลากรในธุรกิจขายตรง กรณีศึกษาบริษัทในสมาคมพัฒนาการขายตรงไทย ปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงาน ด้านความสำเร็จในการทำงาน ด้านความก้าวหน้าในการทำงาน และด้านความมั่นคงในการทำงานส่งผลต่อความภักดีต่อองค์กรของบุคลากรในธุรกิจขายตรง กรณีศึกษาบริษัทในสมาคมพัฒนาการขายตรงไทย ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่าง

SPU CHONBURI

ผู้บริหารบริษัทกับแม่ทีมด้านความสัมพันธ์กับผู้บริหารบริษัทและด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ส่งผลต่อความภักดีต่อองค์กรของบุคลากรในธุรกิจขายตรง กรณีศึกษาบริษัทในสมาคมพัฒนาการขายตรงไทย

คำสำคัญ: ปัจจัยที่ส่งผล ความภักดี ธุรกิจขายตรง สมาคมพัฒนาการขายตรงไทย

SPU CHONBURI

Research Title : The Factors influencing Employee Loyalty towards Direct Selling Business A Case Study of Thai Direct Selling Development Association

Name of Researcher : Mr. Niwat Chantharat

Name of Institution : Graduate College of Management, Sripatum University

Year of Publication : B.E. 2561

ABSTRACT

The purpose of this study was to investigate the level of loyalty of member in direct sales business which focused on a Cse Study in the Direct Selling Development Association and to study factors influencing the loyalty of member in direct sales business. The samples were 351 members in the the Direct Selling Development Association. The instruments used in this study were the questionnaires. . The statistics used in this research were frequency, percentage, mean, and standard deviation The statistics used in the study were t-test, ANOVA, and multiple regression analysis.

The result of this reseach found that the opinions on the characteristics of the work performed by the whole group had a high level of feedback. The opinions on the factors of work experience were at a high level. The opinions on the relationship between the management of the company and the mother team were at a moderate level and the opinions on organizational loyalty were at a high level. The hypothesis testing found the difference of the individual characteristics were age, education level, the difference in per capita monthly income affects the organizational loyalty of the Thai Direct Selling Association's members not different. The role of the work in the participation in the administration of the agency, The nature of the work. Payroll, compensation and welfare and work independence affect corporate loyalty of memebers in direct sales business. For the factors in work experience , The success of the work. Progress in work and the security of work affect the loyalty to the organization of members in the direct sales business. The Relationships between the management of the company and the mother, relationships with the company executives, and relationships with colleagues have contributed to the loyalty of the direct sales members.

Keywords: Loyalty, Direct Sales Business, the Direct Selling Development Association

SPU CHONBURI