

หัวข้อวิทยานิพนธ์	นโยบายภาครัฐที่มีต่อการสนับสนุนและกำกับดูแลต่อธุรกิจขายตรงในประเทศไทย
คำสำคัญ	ขายตรง, นโยบายภาครัฐ
นักศึกษา	รชชา สุภนราพรพงศ์
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร. จีรวรรณ เดชานิพนธ์
ระดับการศึกษา	รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต
คณะวิชา	บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม
พ.ศ.	2553

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง “นโยบายภาครัฐที่มีต่อการสนับสนุนและกำกับดูแลต่อธุรกิจขายตรงในประเทศไทย” ในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงผลกระทบในการสนับสนุนและการกำกับดูแลของภาครัฐที่มีต่อการดำเนินธุรกิจขายตรง และศึกษาถึงนโยบายของภาครัฐที่มีผลกระทบต่อนักธุรกิจขายตรงในประเทศไทย และผู้บริโภค โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 100 ชุด และเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคคนสุดท้ายจำนวน 400 ชุด ประมวลผลการศึกษาด้วยคอมพิวเตอร์โปรแกรม SPSS สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ครั้งนี้คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานโดยใช้ค่า Regression Analysis ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และคลาดเคลื่อนได้ไม่เกินร้อยละ 5

จากผลการศึกษาพบว่า จากการสอบถามผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง พบว่าพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง ที่ส่งผลดีมากที่สุดต่อผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง และเพศต่างกัน จะได้รับผลจากพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรงแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากผลการศึกษาจากการสอบถามผู้บริโภคคนสุดท้ายในการบริโภคสินค้าหรือบริการผ่านระบบการขายตรงพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้ ความเข้าใจในพระราชบัญญัติขายตรงและความรู้ด้านพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการผ่านระบบการขายตรงอย่างมีระดับนัยสำคัญ 0.05

Thesis Title	Government Policy on Promoting and Regulation Direct Sale Business in Thailand
Key Words	Direct sale, Government Policy
Student	Rachaya Supphanaraphan
Advisor	Dr. Jirawan Dechanipon
Level of Study	Master of Public Administration
Faculty	Graduate School, Sripatum University
Year	2010

ABSTRACT

The purpose of this research on “Government Policy on Promotion and Regulation of Direct Selling Business in Thailand” was to study the impact of promotion and regulation by government on direct selling business, and to study the government policy affecting direct selling entrepreneurs and consumers in Thailand. One hundred questionnaires were used to collect the data from direct selling entrepreneurs in Bangkok and its suburban areas, and 400 questionnaires were used to collect the data with end consumers. Data analysis was conducted by SPSS by means of frequency, percentage, mean, and standard deviation while hypothesis testing was conducted by means of regression analysis at 95% confidence level and 5% standard error.

Research findings indicated that, from the questionnaires undertaken with direct selling entrepreneurs, the Direct Sales and Direct Marketing Act B.E. 2545 had a positive impact on direct selling entrepreneurs whereas difference in gender would be affected by the Direct Sales and Direct Marketing Act differently at statistically significant level of .05.

Research findings based on the questionnaires undertaken with end consumers in terms of product consumption or direct selling service system showed that most consumers had knowledge and understanding towards the Direct Sales and Direct Marketing Act, which affected buying decision of products or services through direct selling system at statistically significant level of .05.