

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัวอย่างต่อเนื่องในปี 2548 ประกอบกับภาวะค่าเงินบาทที่แข็งตัวมากที่สุดในรอบ 10 ปีที่ผ่านมา ส่งผลกระทบกับธุรกิจส่งออก และทำให้ผู้ประกอบการบางรายต้องลดกำลังการผลิตลง จากเหตุการณ์ดังกล่าว ทำให้ภาวะเศรษฐกิจในปี 2550 ตกอยู่ในภาวะทรงตัว ซึ่งตรงกันข้ามกับภาวะการแข่งขันที่จะทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น ในขณะที่ความต้องการของผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงรวดเร็ว โดยเฉพาะกับตลาดสินค้าอุปโภค บริโภค ที่มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง ทำให้องค์กรธุรกิจต่างต้องพยายามนำกลยุทธ์ทางการตลาดทุกรูปแบบมาใช้เพื่อความอยู่รอด (ฐานเศรษฐกิจ, “จับตาคอนซูเมอร์ปีหมูแข่งดุ +ยักษ์ใหญ่เขื่อนกำไรแลกเค้ก/คนชั้นกลางจุกพิชชดอกระบายขึ้น” ฉบับที่ 2176: 21 ธ.ค.-23 ธ.ค. 2549) ไม่วั้นแม้แต่ธุรกิจขายตรงที่แม้ว่าภาพรวมของธุรกิจเมื่อช่วงปี 2550 ที่ผ่านมานี้ จะมีมูลค่าการตลาดรวมอยู่ที่ 40,000 ล้านบาท คิดเป็นอัตราการเติบโตขึ้น 8-10% แต่ในปี 2551 คาดว่าอัตราการเติบโตจะตกลงไปอยู่ที่ 5-10% ซึ่งลดลงกว่าปี 2550 เนื่องจากปัจจัยลบทางด้านเศรษฐกิจและการเมืองที่มีการชะลอตัวลง ทำให้ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคลดลง (สยามธุรกิจ, “ตัวเลขขายตรงโต 10% เทรนด์การแข่งขันสินค้าเน้นสูตรมากกว่าราคา” ฉบับที่ 870:13 ก.พ. – 15 ก.พ. 2551)

นอกจากแรงกดดันในเรื่องของ สภาพเศรษฐกิจที่ตกต่ำและความไม่มีเสถียรภาพทางการเมืองแล้ว ธุรกิจขายตรงยังต้องตกอยู่ในสถานการณ์ที่เปรียบเสมือนกับการรับศึก 2 ด้าน เพราะนอกจากจะต้องแข่งขันกับธุรกิจขายตรงด้วยตนเองแล้ว ยังต้องแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดกับธุรกิจค้าปลีก ทั้งในส่วนของผู้ประกอบการค้าปลีกสมัยใหม่ขนาดใหญ่ (Modern trade) เช่น Super/hypermarket และ Convenience store และธุรกิจค้าปลีกดั้งเดิม (Traditional trade) หรือที่เรียกกันติดปากว่าร้านยี่ปั่ว ซาปั๋ว ซึ่งต่างรู้กันดีว่าการแข่งขันกับในตลาดแมสนั้นเป็นงานหินขนาดไหน ปัจจัยหลักที่ทำให้ธุรกิจขายตรงอยู่รอดได้ในสถานการณ์ดังกล่าว และสามารถขับเคลื่อนธุรกิจไปสู่ความสำเร็จ นอกจากคุณภาพของสินค้าที่มีความหลากหลายและสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งได้แล้วนั้น ในโลกของธุรกิจขายตรง ทีมผู้จำหน่ายสินค้าถือเป็นหัวใจและเส้นเลือดใหญ่ของการทำธุรกิจ ทุกบริษัทต่างพยายามพัฒนาฝึกอบรมคนของตนให้มีประสิทธิภาพ มีความเป็นมืออาชีพ (Professional) มีความรู้และกระตือรือร้นอยู่เสมอ และที่สำคัญคือ ต้องมีความจงรักภักดีต่อองค์กร (แบรนด์เอจ, “แอมเวย์ทศวรรษที่ 3 To be Business Partner” ปีที่ 8 ฉบับที่

12:1-31 ธ.ค. 2550) โดยเฉพาะนักธุรกิจอิสระในระบบการตลาดขายตรงแบบหลายชั้น ที่นักขายจะได้รับผลตอบแทนทั้งจากที่ตนเองขายปลีก และผลตอบแทนจากการขายซึ่งเกิดขึ้นเมื่อนักขายในกลุ่มที่ตนชักชวนให้มาร่วมกันขาย จนมียอดขายรวมเป็นก้อนใหญ่ จากปัจจัยดังกล่าวทำให้เกิดโอกาสในการสร้างรายได้อย่างต่อเนื่องและไม่มีขีดจำกัด ซึ่งเกิดจากการสปอนเซอร์หรือชักชวนผู้อื่นมาเข้าร่วมธุรกิจ อันทำให้ระบบการตลาดหลายชั้นเป็นระบบที่มีศักยภาพสูงสุดในธุรกิจขายตรงปัจจุบัน

ดังนั้น นักธุรกิจอิสระในธุรกิจขายตรงหลายชั้นย่อมต้องเผชิญกับปัญหาและความท้าทายอยู่ตลอดเวลา เพราะต้องรับภาระหน้าที่ที่มากกว่าการเป็นแค่เพียงคนกลางในการขายสินค้า แต่จะต้องทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษาทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทที่จำหน่าย รวมถึงการให้ข้อมูลข่าวสารการตลาดที่เป็นประโยชน์กับลูกค้าและนักขายในกลุ่มของตน โดยการสื่อสารแบบตัวต่อตัวซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะตัวของธุรกิจขายตรงที่เปิดโอกาสให้นักขายเข้าไปสาธิตสินค้าเพื่อทำให้ลูกค้าเชื่อถือและเกิดความประทับใจในภาพลักษณ์ของสินค้า นอกจากนี้ยังต้องเผชิญกับกระแสต่อต้าน คำปฏิเสธ ทศนคติในแง่ลบที่มีต่อธุรกิจขายตรง นักธุรกิจอิสระจำเป็นต้องมีความรู้ความสามารถ และมีจิตใจที่มุ่งมั่นที่จะก้าวไปสู่จุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับคำกล่าวของ Pederson และ Wright ที่ว่าบริษัทในปัจจุบันคาดหวังว่า พนักงานขายต้องมีความเป็นมืออาชีพในการพัฒนาธุรกิจให้กับบริษัท พนักงานขายจะมีขอบเขตความรับผิดชอบในการค้นหาความต้องการของผู้บริโภคและแปลความหมายความต้องการดังกล่าวให้กลายเป็นคุณสมบัติของสินค้าและบริการ นอกจากนี้ พนักงานขายยังมีบทบาทหน้าที่ในการสร้างสัมพันธภาพที่ดีกับลูกค้าเพื่อสร้างผลประโยชน์ร่วมในระยะยาว (Mutual long-term benefit) ระหว่างลูกค้ากับบริษัท (Pederson & Wright: 1966, 44 อ้างถึงใน ชื่นจิตต์ แจ่มเจนนิก, 2549, น.22)

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่า นักธุรกิจอิสระเป็นกลไกที่สำคัญที่สุดในการขับเคลื่อนองค์กรธุรกิจในระบบธุรกิจขายตรงหลายชั้นให้ไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้ ดังที่ วารินทร์ สินสูงสุด (2525, น.31) ได้กล่าวไว้ว่า พนักงานขายมีบทบาทในระบบการตลาดที่ยึดลูกค้าเป็นหลัก พนักงานขายเป็นองค์ประกอบอันสำคัญต่อการเพิ่มพูนและพัฒนายอดขายให้กับองค์กร ผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายจึงมีความสำคัญและส่งผลกระทบต่อผลสำเร็จรวมของทั้งองค์กร การประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย และการกำหนดโครงสร้างของลำดับขั้นความสำเร็จ นอกจากจะเป็นการกระตุ้นและจูงใจนักขายให้เร่งสร้างผลงานแล้ว ยังทำให้ทราบว่าอะไรเป็นปัจจัยของความสำเร็จในการขาย สามารถวิเคราะห์และเปรียบเทียบถึงคุณลักษณะของพนักงานขายที่มีผลการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ กับพนักงานขายที่ไม่มีประสิทธิภาพ และยังช่วยให้ผู้บริหารทราบถึงจุดดี จุดด้อยของพนักงานขาย และสามารถนำไปปรับปรุงการปฏิบัติงานของพนักงานขาย นอกจากนี้ ยังทำให้พนักงานขายได้ทราบผลงานของตนเอง ความสามารถที่มี

อยู่ อันจะเป็นแนวทางที่จะพัฒนาปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้นต่อไป ซึ่งจะส่งผลต่อความสำเร็จในการขายขององค์กรในที่สุด

จากสภาวะแวดล้อมในการทำงานของนักธุรกิจอิสระที่กล่าวมาในข้างต้น จะเห็นได้ว่าพวกเขาต้องตกอยู่ภายใต้แรงกดดันมหาศาลจากการที่ต้องสร้างยอดขายและสร้างกลุ่มผู้จำหน่ายหรือการสปอนเซอร์ เพื่อให้บรรลุยอดขายและได้รับผลตอบแทนเป็นเปอร์เซ็นต์หรือโบนัสในลำดับขั้นที่สูงที่สุด การต้องพัฒนาตนเองอยู่เสมอเพื่อให้มีความรู้ความสามารถมากเพียงพอที่จะแข่งขันได้ในตลาด และจากการต้องเผชิญกับข้อโต้แย้ง และทัศนคติในแง่ลบที่มีต่อภาพลักษณ์ของธุรกิจขายตรง กอปรกับมีปัจจัยแวดล้อมอื่น ๆ ในการทำงานไม่ว่าจะเป็นในแง่ของธรรมชาติของงานขายที่ทำให้ขาดการควบคุมดูแลอย่างใกล้ชิดจากหัวหน้างาน การมีระบบการสนับสนุนการขายที่ไม่เหมาะสม และความจำเป็นที่จะต้องตัดสินใจ ณ จุดขาย ทำให้พนักงานขายสับสนเสียที่จะตกอยู่ในสถานการณ์ที่จะต้องเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องกับความขัดแย้งและการตัดสินใจเลือกในเชิงจริยธรรม (Caywood and Lacznik, 1986; Dubinsky, Natarajan, and Huang 2004) หรือการต้องเผชิญกับสถานการณ์ที่กลืนไม่เข้าคายไม่ออกในการตัดสินใจทางจริยธรรม (Moral dilemma) อาทิ เช่น การต้องตัดสินใจเลือกกระทำสิ่งที่ผิดจริยธรรม เช่น การหลอกลวงลูกค้า หรือบอกความจริงเพียงบางส่วน เพื่อให้บรรลุยอดขายและเป็นที่ยอมรับของบริษัท เป็นต้น

เมื่อคนเราตกอยู่ภายใต้สถานการณ์ที่เรียกได้ว่าเป็นข้อขัดแย้งเชิงจริยธรรม นักจิตวิทยาสังคมเชื่อว่า หลักปรัชญาศีลธรรมจะเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในกระบวนการตัดสินใจเชิงจริยธรรมของแต่ละบุคคล นั้นหมายความว่า พนักงานขายจะทำการตัดสินใจทางจริยธรรมบนพื้นฐานของหลักความเชื่อทางศีลธรรมที่พวกเขายึดถือ และใช้เป็นหลักในการตัดสินใจหรือกำหนดคุณค่าของสิ่งต่างๆ ฟอริซี (Forsyth, 1980) ได้แบ่งแนวคิดเกี่ยวกับความเชื่อในหลักศีลธรรม (Belief in moral rule) ที่นำมาใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาตัดสินใจของการกระทำ และเป็นข้อกำหนดในการแยกแยะความถูกต้อง ที่ส่งผลต่อทัศนคติในการแสดงพฤติกรรมการทำงานออกเป็น 2 แนวคิดสำคัญ ได้แก่ หลักความเชื่อทางศีลธรรมเชิงสัมพัทธ์ (Relative moral rule) ที่ตัดสินคุณค่าทางจริยธรรม โดยคำนึงถึงสถานการณ์และการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับ หลักความเชื่อทางศีลธรรมเชิงสากล (Universal moral rule) ที่ตัดสินคุณค่าทางจริยธรรมด้วยแบบแผนที่ชัดเจน เหมือนกันไม่ว่าอยู่ในสถานที่ใด ดังนั้น การที่พนักงานขายมีหลักความเชื่อทางศีลธรรมที่ต่างกัน ย่อมส่งผลให้การตัดสินใจคุณค่าของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นต่างกัน ส่งผลให้การตัดสินใจกระทำหรือไม่กระทำพฤติกรรมแตกต่างกัน และอาจนำไปสู่การมีผลการปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน

จากปัจจัยแวดล้อมในงานขายที่กล่าวมาทั้งหมด ย่อมเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นได้อย่างชัดเจนว่า นักธุรกิจอิสระในธุรกิจขายตรงต้องเผชิญกับปัญหาต่างๆ ที่รุมเร้ารอบด้าน จนอาจ

ก่อให้เกิดความเครียดและและความคับข้องใจ ซึ่งจะส่งผลเสียต่อสุขภาพกายและสุขภาพจิต หากไม่สามารถจัดการกับปัญหาต่างๆได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เมื่อคนเราต้องเผชิญกับปัญหา หรือสิ่งคุกคามที่บุคคลนั้นประเมินแล้วว่าส่งผลทำให้เกิดความยุ่งยากหรือสร้างความขัดแย้ง อันก่อให้เกิดความเครียดและความไม่สมดุลทางอารมณ์ขึ้น แต่ละบุคคลจะมีรูปแบบพฤติกรรมในการเผชิญปัญหา ซึ่งเป็นกระบวนการที่บุคคลใช้ในการปรับตัว หรือเป็นกลไกการตอบสนองที่บุคคลใช้เพื่อรักษาความสมดุลของร่างกายและจิตใจที่ถูกรบกวน เพื่อให้บุคคลสามารถทำหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Monart & Lazarus, 1978, p.360) และในทางตรงกันข้าม หากวิธีการเผชิญปัญหานั้นไม่สามารถสร้างสมดุล หรือไม่สามารถแก้ปัญหาได้อย่างเหมาะสมแท้จริง ก็จัดเป็นวิธีการเผชิญปัญหาที่ด้อยประสิทธิภาพ และมีแนวโน้มที่จะส่งผลในทางลบต่อบุคคลนั้นได้เช่นกัน รูปแบบพฤติกรรมในการเผชิญปัญหาของแต่ละบุคคลย่อมแตกต่างกันไปขึ้นกับปัจจัยต่าง ๆ เช่น สภาพแวดล้อม ประสบการณ์ การอบรมเลี้ยงดู ทัศนคติ ความเชื่อ สุขภาพกายและจิต เป็นต้น คาร์เวอร์ ไชยเออร์ และไวน์ทรอบ (Carver, Scheier & Weintraub, 1989) ได้แบ่งพฤติกรรมในการเผชิญปัญหาเป็น 3 รูปแบบที่แตกต่างกัน ได้แก่

1. การเผชิญปัญหาแบบมุ่งเน้นการแก้ปัญหา ประกอบด้วยวิธีการเผชิญปัญหา 5 วิธี คือ การลงมือดำเนินการแก้ปัญหา การวางแผน การระงับกิจกรรมอื่นที่ไม่เกี่ยวข้อง การชะลอการเผชิญปัญหา และการค้นหาความช่วยเหลือจากการสนับสนุนทางสังคม

2. การเผชิญปัญหาแบบมุ่งเน้นอารมณ์ที่สนับสนุนการแก้ปัญหา ประกอบด้วยวิธีการเผชิญปัญหา 5 วิธี คือ การแสวงหาการสนับสนุนทางสังคมเพื่อให้ได้รับกำลังใจ การตีความหมายใหม่ในทางบวก การฟังศาสนา การยอมรับ และการมีอารมณ์ขัน

3. การเผชิญปัญหาแบบมุ่งเน้นอารมณ์ที่ไม่สนับสนุนการแก้ปัญหา ประกอบด้วยวิธีการเผชิญปัญหา 5 วิธี คือ การปฏิเสธ การระบายออกทางอารมณ์ การไม่แสดงออกทางพฤติกรรม การไม่เกี่ยวข้องทางความคิด และการใช้สุราและสารเสพติด

จากเหตุผลทั้งหมดที่กล่าวมาในข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อในหลักศีลธรรม กับรูปแบบพฤติกรรมในการเผชิญปัญหาที่มีต่อผลการปฏิบัติงานของนักธุรกิจอิสระ โดยทำการศึกษาเฉพาะกรณี นักธุรกิจอิสระในกลุ่มการเรียนรู้องค์กรหนึ่ง ของบริษัทที่ทำธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น ในเขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร ทั้งนี้เพื่อนำผลที่ได้มาใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการทำความเข้าใจถึงความสัมพันธ์ของความเชื่อในหลักศีลธรรม และรูปแบบพฤติกรรมในการเผชิญปัญหา ที่มีต่อผลการปฏิบัติงานของนักธุรกิจอิสระ ในระบบธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสรรหาคัดเลือกและพัฒนาบุคลากรทางด้านการขายให้มีประสิทธิภาพต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงความแตกต่างระหว่างลักษณะส่วนบุคคลกับความเชื่อทางศีลธรรมของนักธุรกิจอิสระ
2. เพื่อศึกษาถึงความแตกต่างระหว่างลักษณะส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการเผชิญปัญหาของนักธุรกิจอิสระ
3. เพื่อศึกษารูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อทางศีลธรรมกับพฤติกรรมการเผชิญปัญหาของนักธุรกิจอิสระ
4. เพื่อศึกษารูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเผชิญปัญหากับผลการปฏิบัติงานของนักธุรกิจอิสระ
5. เพื่อศึกษาถึงความแตกต่างระหว่างความเชื่อทางศีลธรรมกับผลการปฏิบัติงานของนักธุรกิจอิสระ
6. เพื่อสร้างสมการพยากรณ์ผลการปฏิบัติงานของนักธุรกิจอิสระจากตัวแปรความเชื่อทางศีลธรรมและพฤติกรรมการเผชิญปัญหา

### สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัยที่ 1: นักธุรกิจอิสระที่มีลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ ระยะเวลาที่เข้าร่วมธุรกิจ และการนับถือศาสนาที่แตกต่างกันจะมีความเชื่อทางศีลธรรมแตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.1: นักธุรกิจอิสระที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีความเชื่อทางศีลธรรมแตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.1.1: นักธุรกิจอิสระที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีความเชื่อทางศีลธรรมเชิงสากลแตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.1.2: นักธุรกิจอิสระที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีความเชื่อทางศีลธรรมเชิงสัมพัทธ์ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.2: นักธุรกิจอิสระที่มีระยะเวลาที่เข้าร่วมธุรกิจแตกต่างกัน จะมีความเชื่อทางศีลธรรมที่แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.2.1: นักธุรกิจอิสระที่มีระยะเวลาที่เข้าร่วมธุรกิจแตกต่างกัน จะมีความเชื่อทางศีลธรรมเชิงสากลแตกต่างกัน





สมมติฐานการวิจัยที่ 5: นักธุรกิจอิสระที่มีความเชื่อทางศีลธรรมแตกต่างกันจะมีผลการปฏิบัติงานแตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 5.1: นักธุรกิจอิสระที่มีความเชื่อทางศีลธรรมเชิงสัมพัทธ์สูงกว่าจะมีผลการปฏิบัติงานดีกว่านักธุรกิจอิสระที่มีความเชื่อทางศีลธรรมเชิงสัมพัทธ์ต่ำกว่า

สมมติฐานการวิจัยที่ 5.2: นักธุรกิจอิสระที่มีความเชื่อทางศีลธรรมเชิงสากลต่ำกว่าจะมีผลการปฏิบัติงานดีกว่านักธุรกิจอิสระที่มีความเชื่อทางศีลธรรมเชิงสัมพัทธ์สูงกว่า

นอกเหนือจากสมมติฐานที่กล่าวในข้างต้น ผู้วิจัยจะทำการสร้างสมการพยากรณ์ผลการปฏิบัติงานของนักธุรกิจอิสระ จากตัวแปรความเชื่อทางศีลธรรม กับพฤติกรรมการเผชิญปัญหาว่าสามารถร่วมกันทำนายผลการปฏิบัติงานได้

#### ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยนี้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อในหลักศีลธรรม และรูปแบบพฤติกรรมการเผชิญปัญหา กับผลการปฏิบัติงานของนักธุรกิจอิสระในระบบธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น โดยมุ่งศึกษาเฉพาะนักธุรกิจอิสระในกลุ่มการเรียนรู้องค์กรหนึ่ง ของบริษัทที่ทำธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น ในเขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร

1. กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ กลุ่มการเรียนรู้ของนักธุรกิจอิสระในระบบธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้นในองค์กรดังกล่าว ซึ่งมีจำนวนประชากรทั้งหมด 500 คน ทำการสุ่มตัวอย่างที่ต้องการทั้งสิ้น 222 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2551)

2. แบบสอบถามที่ใช้วัดความเชื่อทางศีลธรรม ใช้กรอบแนวคิดของฟอริซี (1980) ที่แบ่งหลักความเชื่อทางศีลธรรมออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่ หลักความเชื่อทางศีลธรรมเชิงสัมพัทธ์ และ หลักความเชื่อทางศีลธรรมเชิงสากล

3. แบบสอบถามที่ใช้วัดพฤติกรรมการเผชิญปัญหา ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามตามแนวคิดของคาร์เวอร์ ไชยเออร์ และไวน์ทรอบ (1989) ที่ถูกดัดแปลงและเรียบเรียงเป็นภาษาไทย โดย รองศาสตราจารย์ สุภาพรรณ โคตรจรัส มาใช้เป็นกรอบในการศึกษาวิจัย โดยแบ่งพฤติกรรมการเผชิญปัญหาเป็น 3 รูปแบบ ได้แก่ การเผชิญปัญหาแบบมุ่งเน้นการแก้ปัญหา การเผชิญปัญหาแบบมุ่งเน้นอารมณ์ที่สนับสนุนการแก้ปัญหา และการเผชิญปัญหาแบบมุ่งเน้นอารมณ์ที่ไม่สนับสนุนการแก้ปัญหา

4. ผลการปฏิบัติงานของนักธุรกิจอิสระ พิจารณาจากข้อมูลลำดับขั้นความสำเร็จ ที่นักธุรกิจอิสระสามารถดำรงคุณสมบัติได้ครบตามหลักเกณฑ์ที่บริษัทกำหนด ณ สิ้นเดือนกุมภาพันธ์ 2551

5. การวิจัยครั้งนี้ไม่ได้ศึกษาถึงปัจจัยอื่นๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อผลการปฏิบัติงาน นอกเหนือไปจากปัจจัยส่วนบุคคล ความเชื่อทางศีลธรรม และพฤติกรรมการเผชิญปัญหา

#### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลการศึกษาทำให้ทราบถึงหลักความเชื่อทางศีลธรรมที่พนักงานขายยึดถือเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจคุณค่าของการกระทำ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อทัศนคติในการแสดงพฤติกรรมในการทำงาน

2. ผลการศึกษาทำให้ทราบถึงรูปแบบของพฤติกรรมการเผชิญปัญหาของพนักงานขาย และใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาบุคลากรให้มีรูปแบบของพฤติกรรมการเผชิญปัญหาที่มีประสิทธิภาพ

3. ผลการศึกษาทำให้ทราบถึงความสัมพันธ์ของความเชื่อทางศีลธรรม พฤติกรรมการเผชิญปัญหา และผลการปฏิบัติงาน

4. นำผลที่ได้จากการศึกษาไปประยุกต์ใช้เป็นเกณฑ์ในการสรรหาคัดเลือกและพัฒนาบุคลากรทางด้านการขายที่มีประสิทธิภาพต่อไป

#### คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

การขายตรง หมายถึง การทำตลาดสินค้าอุปโภค บริโภคในลักษณะของการนำเสนอขายต่อผู้บริโภคโดยตรง ณ ที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคหรือที่อยู่อาศัยของผู้อื่น ณ ที่ทำงานของผู้บริโภคหรือที่อื่นๆ โดยนักธุรกิจอิสระจะใช้อธิบายหรือการสาธิตสินค้าเป็นกลยุทธ์หลักในการเสนอขาย

ระบบการตลาดการขายตรงหลายชั้น (Multi-level marketing หรือ MLM) เป็นการขายต่อ ๆ กันเป็นเครือข่ายหลายชั้น ผู้ขายเป็นนักธุรกิจอิสระ ไม่ใช่ลูกจ้างของบริษัท นักธุรกิจอิสระจะได้รับผลตอบแทนทั้งจากที่ตนเองขายปลีก และผลตอบแทนจากการขายซึ่งเกิดขึ้นเมื่อนักขายในกลุ่มของตนชวนมาร่วมกันขาย จนมียอดขายรวมเป็นก้อนใหญ่ จากปัจจัยดังกล่าวทำให้เกิดโอกาสในการสร้างรายได้อย่างต่อเนื่องและไม่มีขีดจำกัด ซึ่งเกิดจากการสปอนเซอร์หรือชักชวนผู้อื่นมาเข้าร่วมธุรกิจ

นักธุรกิจอิสระ (Independent business owner) หมายถึง บุคคลซึ่งได้รับการโอนกรรมสิทธิ์ในสินค้า หรือบริการจากบริษัทผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง โดยจะต้องปฏิบัติตามภารกิจทั้งด้านการแนะนำและขายสินค้า และด้านการสร้างองค์กรผู้จำหน่าย

ผลการปฏิบัติงานของนักธุรกิจอิสระ หมายถึง การประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย โดยพิจารณาจากลำดับขั้นความสำเร็จที่นักธุรกิจอิสระสามารถดำรงคุณสมบัติได้ครบตามหลักเกณฑ์ที่บริษัทกำหนด ณ สิ้นเดือนกุมภาพันธ์ 2551

ความเชื่อในหลักศีลธรรม (Belief in moral rule) หมายถึง ความเชื่อที่นำมาใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาคัดสินค่าของการกระทำ เป็นข้อกำหนดในการแยกแยะความถูกต้องที่ส่งผลต่อทัศนคติในการแสดงพฤติกรรมการทำงาน ผู้วิจัยได้นำแนวคิดของฟอร์ซี (Forsyth, 1980, pp.175-84) มาใช้เป็นกรอบในการศึกษาวิจัย โดยแบ่งความเชื่อในหลักศีลธรรมออกเป็น 2 รูปแบบ ดังนี้

1. หลักความเชื่อทางศีลธรรมเชิงสัมพัทธ์ (Relative moral rule) หมายถึง ความเชื่อที่มีผลต่อการแสดงพฤติกรรม โดยคำนึงถึงสถานการณ์และการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น เป็นการตัดสินคุณค่าทางจริยธรรมส่วนบุคคลตามหลักสัมพัทธนิยม (Relativism) โดยดูได้จากระดับที่บุคคลเพิกถอนต่อหลักศีลธรรมเชิงสากล (Universal moral rule) บรรทัดฐาน (Norm) หรือกฎหมาย (Law) เมื่อต้องทำการตัดสินค่าทางจริยธรรม (Schlenker and Forsyth, 1977)

2. หลักความเชื่อทางศีลธรรมเชิงสากล (Universal moral rule) หมายถึง ความเชื่อที่มีผลต่อการแสดงพฤติกรรม ด้วยแบบแผนที่ชัดเจน เหมือนกันไม่ว่าอยู่ในสถานที่ใด เป็นการตัดสินคุณค่าทางจริยธรรมตามหลักสัมบูรณ์นิยม (Idealism)

พฤติกรรมการเผชิญปัญหา หมายถึง พฤติกรรมที่บุคคลใช้ในการลดความขัดแย้งในใจ ความตึงเครียด เพื่อทำให้เกิดความสมดุลภายในตัวบุคคล ระหว่างบุคคล รวมทั้งเหตุการณ์สิ่งแวดล้อมที่มากกระทบ ทำให้บุคคลสามารถปรับตัว และปฏิบัติตัวได้อย่างถูกต้องเหมาะสมในสถานการณ์ต่างๆ ซึ่งจัดเป็นวิธีการเผชิญปัญหาที่มีประสิทธิภาพ มีแนวโน้มให้ผลในทางบวกในทางตรงข้าม หากวิธีการเผชิญปัญหานั้นไม่สามารถสร้างสมดุล หรือไม่สามารถแก้ปัญหาได้อย่างเหมาะสมแท้จริง เป็นวิธีการเผชิญปัญหาที่ด้อยประสิทธิภาพ ซึ่งมีแนวโน้มให้ผลในทางลบ ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดของคาร์เวอร์ ไชเยอร์ และไวน์ทรอบ (Carver, Scheier & Weintraub, 1989) เป็นกรอบในการศึกษาวิจัย โดยได้แบ่งพฤติกรรมการเผชิญปัญหาเป็น 3 รูปแบบ ดังนี้

1. การเผชิญปัญหาแบบมุ่งเน้นการแก้ปัญหา ประกอบด้วยวิธีการเผชิญปัญหา 5 วิธี คือ การลงมือดำเนินการแก้ปัญหา การวางแผน การระงับกิจกรรมอื่นที่ไม่เกี่ยวข้อง การชะลอการเผชิญปัญหา และการค้นหาความช่วยเหลือจากการสนับสนุนทางสังคม

2. การเผชิญปัญหาแบบมุ่งเน้นอารมณ์ที่สนับสนุนการแก้ปัญหา ประกอบด้วยวิธีการเผชิญปัญหา 5 วิธี คือ การแสวงหาการสนับสนุนทางสังคมเพื่อให้ได้รับกำลังใจ การตีความหมายใหม่ในทางบวก การฟังศาสนา การยอมรับ และการมีอารมณ์ขัน

3. การเผชิญปัญหาแบบมุ่งเน้นอารมณ์ที่ไม่สนับสนุนการแก้ปัญหา ประกอบด้วยวิธีการเผชิญปัญหา 5 วิธี คือ การปฏิเสธ การระบายออกทางอารมณ์ การไม่แสดงออกทางพฤติกรรม การไม่เกี่ยวข้องทางความคิด และการใช้สุราและสารเสพติด