

ทัศนคติของผู้จำหน่ายตรงบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด
ต่อปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น

Attitudes of Direct Distributors of Amway (Thailand) Corporation
toward the Factors affecting the Success in Multi Level Marketing Business



โดย

นางสาวประยูรศรี เอี่ยมละหาญ
รหัสประจำตัว 39066671

เสนอ

เลขหมู่.....
เลขทะเบียน..... 32731
วัน, เดือน, ปี 25 พ.ค. 2542

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ)
ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2541

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง	: ทศนคติของผู้จำหน่ายตรงบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ต่อปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น
นักศึกษา	: นางสาวประยูรศรี เอี่ยมละหาญ
ระดับการศึกษา	: บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	: บริหารธุรกิจ
อาจารย์ที่ปรึกษา	: ผู้ช่วยศาสตราจารย์รังสรรค์ โนชัย

เนื่องจากในปัจจุบันประชาชนส่วนใหญ่ต้องการรายได้เพื่อการเลี้ยงชีพทั้งในลักษณะที่เป็นรายได้หลัก และรายได้เสริมมากขึ้น ธุรกิจขายตรงจึงเป็นธุรกิจที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในปัจจุบันโดยเฉพาะธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น ทำให้มีบริษัทขายตรงเกิดขึ้นมากมายหลายบริษัท บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด นับว่าเป็นบริษัทที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในประเทศไทย เมื่อพิจารณาจากจำนวนผู้จำหน่าย อย่างไรก็ตามผู้ที่ประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจแอมเวย์มีเพียงร้อยละ 1 ของผู้จำหน่ายอิสระทั้งหมดเท่านั้น ดังนั้นจึงทำการศึกษาทศนคติของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจแอมเวย์ เพื่อเป็นแนวทางสู่ความสำเร็จสำหรับผู้จำหน่ายทั่วไป และบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด รวมทั้งธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้นอื่น ๆ

วัตถุประสงค์ของการศึกษาคือ เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไปทางด้านประชากร เศรษฐกิจ และสังคมของกลุ่มตัวอย่าง ศึกษาทศนคติของกลุ่มตัวอย่างต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการทำงานขายตรง และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปทางด้านประชากร และสังคมของกลุ่มตัวอย่าง กับทศนคติในด้านต่าง ๆ โดยใช้วิธีการศึกษาเชิงสำรวจ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้จำหน่ายตรง บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จำนวน 250 คน ด้วยแบบสอบถาม

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 31 – 40 ปี วุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพสมรส การประกอบธุรกิจโดยสมัครและทำธุรกิจแอมเวย์ร่วมกับภรรยา ใช้ระยะเวลาตั้งแต่เริ่มสมัครจนถึงปัจจุบันนานกว่า 5 ปี และระยะเวลาตั้งแต่เริ่มตัดสินใจประสบความสำเร็จเป็นผู้จำหน่ายตรงมากกว่า 12 เดือน และมีทศนคติต่อปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จ ได้แก่ ทศนคติต่อลูกค้า/ผู้มุ่งหวัง ทศนคติต่อผู้ร่วมงาน ทศนคติต่อธรรมชาติของงานขาย ทศนคติต่อการวางแผนการทำงาน ทศนคติต่อการจูงใจในการทำงานภายในองค์กร ทศนคติต่อ

ความชัดเจนในบทบาทของการเป็นตัวแทนการขาย และทัศนคติต่อการตั้งเป้าหมายที่ชัดเจน อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ถึงเห็นด้วยมากที่สุด ส่วนปัญหาและอุปสรรค กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องความคิดและทัศนคติของตนเองเป็นอันดับหนึ่ง และให้ความสำคัญในเรื่องการขาดการสนับสนุนจากคนในครอบครัวเป็นอันดับสุดท้าย

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปทางด้านประชากร และสังคม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ และวุฒิการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างกับทัศนคติในด้านต่าง ๆ พบว่าลักษณะทั่วไปทางด้านประชากร และสังคมไม่มีอิทธิพลต่อทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างเกือบทุกเรื่อง มีเพียงสถานภาพที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อเรื่องการให้ความสำคัญเป็นอันดับหนึ่งต่อลูกค้า/ผู้มุ่งหวัง เรื่องการเป็นคนที่มีความรู้ทางการเงินที่ดีต่อผู้ร่วมงาน เรื่องการวางแผนการทำงานร่วมกับผู้ประสบความสำเร็จ เรื่องการตรวจสอบการทำงานทุกขั้นตอนตามแผนงาน และเรื่องการแข่งขันเป็นระยะยาว กลาง และสั้นได้ตามความเหมาะสม และวุฒิการศึกษาที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อเรื่องการพูดคุยและถกเถียงเกี่ยวกับการขายตรงในเชิงสร้างสรรค์เป็นสิ่งดี เรื่องการเป็นคนที่มีความรู้ทางการเงินที่ดีของผู้ร่วมงาน และเรื่องโอกาสในการก้าวหน้าในธุรกิจขายตรงมีไม่จำกัด

จากผลการศึกษาทำให้ได้มาซึ่งข้อเสนอแนะคือ ผู้จำหน่ายอิสระที่ต้องการประสบความสำเร็จในธุรกิจแอมเวย์ ต้องปรับทัศนคติของตนเองให้สอดคล้องกับปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จ โดยการศึกษาอย่างจริงจัง และทำความเข้าใจเป็นอย่างดี แล้วลงมือทำอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้บริษัทแอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด สามารถสนับสนุนโดยทำการส่งเสริม และพัฒนาโดยการจัดการฝึกอบรม และให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จ ด้วยความถูกต้องและชัดเจนอย่างสม่ำเสมอ สำหรับการศึกษามารั้วต่อไปควรขยายกลุ่มตัวอย่างออกไปในท้องถิ่นอื่น ๆ และประเด็นที่ควรศึกษาคือ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น

ABSTRACT

Title : Attitudes of Direct Distributors of Amway (Thailand) Corporation toward the Factors affecting the Success in Multi Level Marketing Business

Student : Miss Prayoonsri leamlaharn

Level of Study : Master of Business Administration

Major : Business Administration

Advisor : Assistant Professor Rangsan Nochai

As nowadays most people want to have more incomes in the form of regular and supplementary incomes in order to support living, the direct sales business gains large popularity, especially in multi-level marketing. This brought about many companies dealing with direct sales business. In consideration of a number of direct distributors, Amway (Thailand) Corporation was regarded as a very popular company in Thailand. However, its direct distributors were only 1% of all distributors. Therefore, a study of the attitudes of direct distributors was conducted in order to use it as guidelines on successful business for other general distributors, Amway (Thailand) Corporation, and other companies doing multi-level marketing business.

The study aimed to review the general aspects of demography, economy and society of the sampling groups; their attitudes towards factors in success in direct sales business; relations between the general aspects of demography as well as society and other attitudes of the sampling groups. It was a research study done by collecting the data from 250 questionnaire respondents who were the direct distributors of Amway (Thailand) Corporation in Bangkok and its vicinity.

The study findings indicated that most of the sampling groups were males aged 31 – 40, with Bachelor's Degrees and in married status. They joined Amway (Thailand) Corporation by application and operated the Amway business together with their spouses. It took them over 5 years from the time of application up to now, and over 12

months from the time of their decision of doing business until their success. Their agreement about the attitudes towards the factors in success of customers/prospects, colleagues, nature of sales work, work planning, work motivation in office, preciseness of the sales representatives' roles, and clear targets ranged from the high to fullest degree. As for problems and obstacles, most of the sampling groups gave the first priority to their own ideas and attitudes, and the last priority to the lack of their family's support.

The relations between the general aspects of demography as well as society (such as gender, age, marital status and educational qualifications) of the sampling groups and other attitudes revealed that the general aspects of demography and society had no influence on the sampling groups' attitudes towards almost all issues. The only aspects that had an effect on their attitudes were the different marital status and the different educational qualifications. The different marital status influenced the priority to customers/prospects, the sound financial status of colleagues, work planning with direct distributors, review of every stage of work performance following the work plan, as well as the appropriate division of targets into long, medium and short terms. The different educational qualifications had an influence on the constructive discussion about direct sales, sound financial status of colleagues, and the open opportunity to progress in direct sales business.

The recommendations were that the distributors who wish to be successful in Amway business should adjust their attitudes in line with the factors in success by studying the factors seriously, understanding them thoroughly, and implementing them continually. Amway (Thailand) Corporation can support the distributors by encouraging them and developing their career through organizing a training course and always providing the precise data of factors in success. For the next study, an extension will be given to the sampling groups in other areas, besides Bangkok and its vicinity. The issue of study will be what are the factors in success in multi-level marketing business.

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาระดับนี้สำเร็จลงได้ ต้องขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีเจ้าคุณทหารลาดกระบังที่คอยให้ความสะดวกในการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ การรวบรวมเอกสารเพื่อส่งอาจารย์ที่ปรึกษา และขอขอบคุณคนในครอบครัวที่เป็นกำลังใจ และคอยช่วยเหลืองานด้านอื่น ๆ ทำให้ผู้ศึกษาได้มีเวลาทำการศึกษาระดับได้อย่างเต็มที่

ขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์รังสรรค์ โนชัย ที่กรุณาให้คำปรึกษา แนะนำ รวมทั้งข้อเสนอแนะต่าง ๆ ในการจัดทำจนสำเร็จเป็นรูปเล่ม และขอขอบพระคุณท่านอาจารย์ฐิติภา โนชัย ที่ให้คำแนะนำการใช้สถิติเพื่อการวิเคราะห์

ประยูรศรี เตียมละหาญ
26 เมษายน 2542

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	(1)
สารบัญ	(2)
สารบัญตาราง	(4)
สารบัญภาพ	(5)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
ขอบเขตของการศึกษา	6
นิยามศัพท์	6
การตรวจเอกสาร	8
สมมติฐาน	9
วิธีการศึกษา	9
บทที่ 2 ลักษณะการประกอบธุรกิจแอมเวย์	13
ประวัติบริษัทแอมเวย์	13
แผนการขายและการตลาดของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด	14
เกียรติรางวัล และเงินรางวัล	21
บทที่ 3 ผลการศึกษา	26
ตอนที่ 1 ลักษณะทั่วไปทางด้านประชากร เศรษฐกิจ แลสังคม ของกลุ่มตัวอย่าง	26
ตอนที่ 2 ทศนคติของกลุ่มตัวอย่างต่อปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในธุรกิจขายตรง แบบหลายชั้น	32
ตอนที่ 3 ปัญหาและอุปสรรคในการประกอบธุรกิจขายตรงเพื่อความสำเร็จ	38
ตอนที่ 4 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปทางด้านประชากร และสังคม กับทัศนคติในด้านต่าง ๆ	40

บทที่ 4 สรุปและข้อเสนอแนะ

หน้า

51

สรุป

51

ข้อเสนอแนะ

52

บรรณานุกรม

54

ภาคผนวก



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	การจัดลำดับ 10 ประเทศแรกที่มียอดขายตรงสูงสุดในโลก	1
2	กำไรจากการขายปลีก	15
3	ส่วนลดประจำเดือน	16
4	ตัวอย่างการคำนวณรายได้	18
5	ตัวอย่างการคำนวณรายได้จากการสปอนเซอร์	19
7	การคิดคะแนน	23
8	การคิดหน่วย	24
9	เงินรางวัลส่วนลดพิเศษส่วนลดของผู้สถาปนา	25
10	ความถี่ และร้อยละของเพศ	27
11	ความถี่ และร้อยละของอายุ	27
12	ความถี่ และร้อยละของสถานภาพ	28
13	ความถี่ และร้อยละของวุฒิการศึกษา	28
14	ลักษณะการประกอบธุรกิจ	29
15	เหตุผลในการตัดสินใจสมัครทำธุรกิจแอมเวย์	30
16	ความสำเร็จที่ได้รับจากแอมเวย์	31
17	ทัศนคติต่อลูกค้า/ผู้มุ่งหวังของกลุ่มตัวอย่าง	32
18	ทัศนคติต่อผู้ร่วมงานของกลุ่มตัวอย่าง	33
19	ทัศนคติต่อธรรมชาติของงานขายของกลุ่มตัวอย่าง	34
20	ทัศนคติต่อการวางแผนการทำงานที่ชัดเจนของกลุ่มตัวอย่าง	35
21	ทัศนคติต่อการจูงใจภายในองค์กรของกลุ่มตัวอย่าง	36
22	ทัศนคติต่อความชัดเจนในบทบาทการเป็นตัวแทนขายของกลุ่มตัวอย่าง	37
23	ทัศนคติต่อการตั้งเป้าหมายที่ชัดเจนของกลุ่มตัวอย่าง	38
24	ปัญหา และอุปสรรคในการประกอบธุรกิจขายตรงเพื่อความสำเร็จ	39
25	ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในด้านต่าง ๆ กับเพศ	41
26	ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในด้านต่าง ๆ กับอายุ	44
27	ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในด้านต่าง ๆ กับสถานภาพ	46
28	ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในด้านต่าง ๆ กับวุฒิการศึกษา	48

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	ข้อมูลเปรียบเทียบระหว่าง SLM. กับ MLM.	2
2	ยอดขายของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด	3
3	จำนวนผู้จำหน่ายอิสระ และผู้จำหน่ายตรง	4



บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

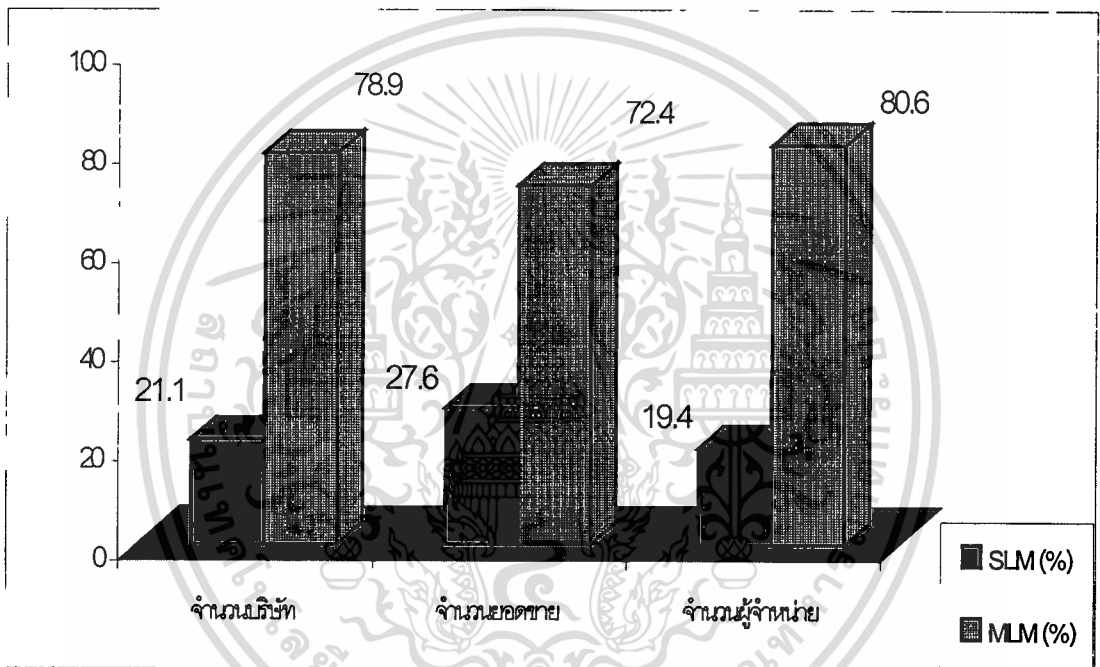
ธุรกิจขายตรง การตลาดทางตรง หรือการขายตรง เป็นช่องทางจำหน่ายสินค้า หรือบริการ (Place) เป็นส่วนประสมทางการตลาดที่สำคัญส่วนหนึ่งใน 4P ซึ่งประกอบด้วย Product Price Place และ Promotion ธุรกิจขายตรงเป็นกลยุทธ์การขาย (Sales Strategy) ที่นักธุรกิจให้ความสนใจเป็นพิเศษ ทั้งในเรื่องข่าวสาร ความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ตลอดจนกฎหมายที่เกี่ยวข้องจึงได้มีการจัดตั้งสมาคมขายตรงโลก (World Federation of Direct Selling Association : WFDSA) มีหน้าที่ให้ข้อมูลข่าวสาร เป็นที่ปรึกษาทางด้านกฎหมาย สำหรับบริษัทขายตรง และผู้ที่สนใจทั่วไป โดยทางสมาคมได้จัดลำดับ 10 ประเทศที่มียอดขายสูงสุด ดังนี้(ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 การจัดลำดับ 10 ประเทศแรกที่มียอดขายตรงสูงสุดในโลก

ลำดับที่	ประเทศ	ยอดขาย (พันล้านเหรียญสหรัฐ)	ผู้จำหน่าย (คน)
1	ญี่ปุ่น	30.20	2,500,000
2	อเมริกา	22.21	9,300,000
3	บราซิล	1.05	1,839,044
4	เยอรมนี	3.60	335,000
5	เกาหลี	2.10	909,000
6	อิตาลี	2.10	340,000
7	ไต้หวัน	1.74	2,360,000
8	แคนาดา	1.60	1,300,000
9	เม็กซิโก	1.40	1,200,000
10	อังกฤษ	1.39	400,000

ที่มา : (นิรนาม, 2541: 77-78)

จากการสำรวจธุรกิจขายตรงในประเทศสหรัฐอเมริกาปี 2540 มียอดขายสูงเป็นอันดับ 2 รองจากประเทศญี่ปุ่นด้วยมูลค่าถึง 22.21 พันล้านเหรียญสหรัฐ สามารถแบ่งตามกลยุทธ์การขาย เป็นการตลาดแบบหลายชั้น (Multi Level Marketing : MLM.) และการตลาดแบบชั้นเดียว (Single Level Marketing : SLM.) โดยเปรียบเทียบข้อมูลเป็นร้อยละดังนี้คือ จำนวนบริษัทขายตรงเป็น MLM. สูงถึงร้อยละ 78.9 และ SML. มีเพียงร้อยละ 21.1 จำนวน สมาชิกเป็น MLM. ร้อยละ 80.6 และ SML. ร้อยละ 19.4 ส่วนมูลค่ายอดขายเป็น MLM. ร้อยละ 72.4 ขณะที่ SLM. มีเพียงร้อยละ 27.6 ดังภาพที่ 1

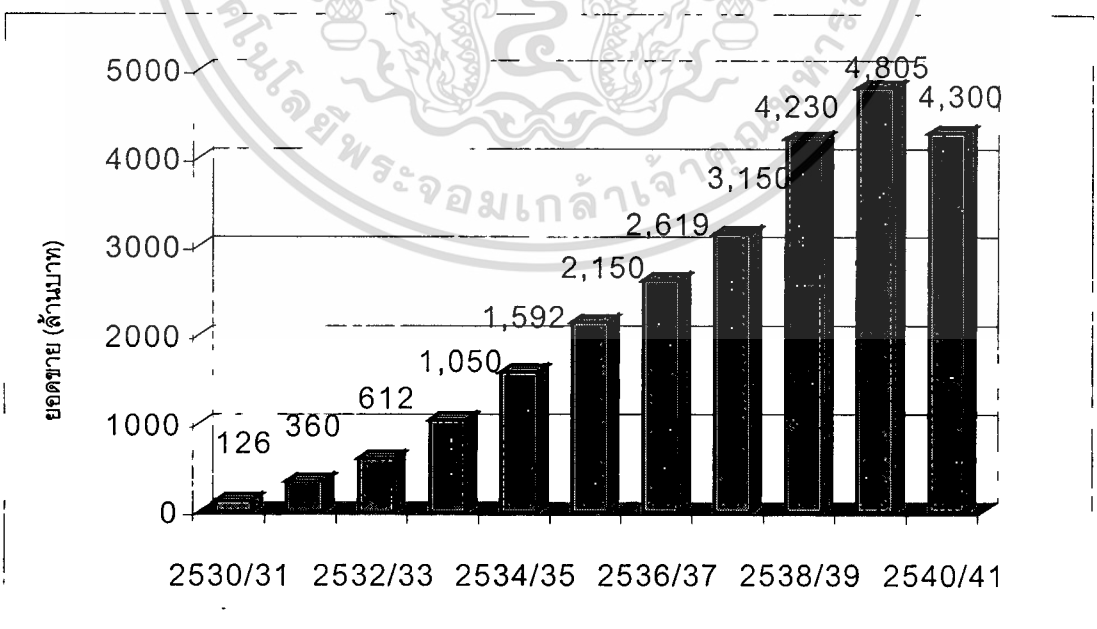


ภาพที่ 1 ข้อมูลเปรียบเทียบระหว่าง SLM. กับ MLM.

ที่มา : (นิรนาม, 2541: 75-76)

จากภาพที่ 1 แสดงให้เห็นว่าการตลาดขายตรงแบบหลายชั้น ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นผู้นำทางด้านเศรษฐกิจ ดังนั้นธุรกิจที่เกิดขึ้น และเติบโตในประเทศสหรัฐอเมริกา จึงเป็นธุรกิจที่ได้รับความสนใจจากนักธุรกิจในภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วโลก โดยเฉพาะธุรกิจขายตรงในประเทศไทยมีบทบาทนานนับสิบปี เริ่มจากธุรกิจประกันชีวิต และต่อมาประชาชนส่วนใหญ่รู้จักธุรกิจขายตรงทางด้านลบ เช่น กรณีแชร์แม่หม้อย หรือการฉ้อโกงของบริษัทบลิสเซอร์ เป็นต้น แต่ในปัจจุบันธุรกิจขายตรงเป็นธุรกิจที่ได้รับความนิยมสูงมาก เนื่องจากเศรษฐกิจของประเทศอยู่ในสภาวะตกต่ำ เป็นเหตุทำให้บริษัทต้องลดขนาดลง หรือปิดกิจการ ผลักเอกลูกข่ายเป็นเอกลูกข่ายที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการรักษาเท่านั้น เมื่อนผู้ญาติเห็นไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คือ ประชาชนมีรายได้ลดลง ทำให้ทุกคนต้องดิ้นรนเพื่อหารายได้ทั้งในลักษณะรายได้หลักและรายได้เสริม ธุรกิจขายตรงเป็นแนวทางหนึ่งที่ประชาชนส่วนใหญ่ให้ความนิยม เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงพื้นฐาน จากการผลิตสู่การจัดจำหน่าย การเปลี่ยนแปลงรสนิยมของผู้บริโภค ความเจริญทางด้านเทคโนโลยี การใช้ชีวิตที่เร่งรีบเพื่อการแข่งขันในสภาพสังคมปัจจุบัน และจากการเปลี่ยนแปลงของโลกเข้าสู่คลื่นลูกที่ 3 (ยุคโลกาภิวัตน์ หรือยุคการสื่อสารไร้พรมแดน) ส่งผลให้ธุรกิจปรับตัวเข้าสู่ธุรกิจลักษณะเครือข่าย เพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น เช่น การขยายสาขาของห้างสรรพสินค้า การปรับตัวให้เป็นธุรกิจแฟรนไชส์ เพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อความอยู่รอดของบริษัท ดังนั้นการประกอบธุรกิจขายตรง โดยเฉพาะธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้นหรือธุรกิจเครือข่ายจึงได้รับความนิยมจากประชาชนเป็นจำนวนมาก และเนื่องจากธุรกิจแอมเวย์เป็นธุรกิจขายตรงที่ประสบความสำเร็จสูงสุดอันดับ 1 ของโลก ก่อตั้งมานานกว่า 40 ปี ปัจจุบันมีสาขามากกว่า 80 ประเทศ มีผู้จำหน่ายอิสระมากกว่า 3 ล้านคน และมียอดขายรวมทั่วโลกมากกว่า 7 พันล้านเหรียญสหรัฐ ได้เริ่มดำเนินธุรกิจในประเทศไทยเมื่อปี 2530 ด้วยความมุ่งมั่นในการนำเสนอผลิตภัณฑ์คุณภาพสูง ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม และภายใต้วิสัยทัศน์ “แอมเวย์ คือ โอกาสทางธุรกิจที่ดีที่สุดในโลก” ทำให้ บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด มีการเติบโตอย่างรวดเร็วจากยอดขายเพียง 126 ล้านบาทในปี 2530/31 เป็น 4,805 ล้านบาทในปี 2540/41 และในปี 2541/42 มียอดขายทั้งสิ้น 4,300 ล้านบาท (ภาพที่ 2)



ภาพที่ 2 ยอดขายของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด

ที่มา : (นิรนาม, 2541)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อพิจารณาจากยอดขาย และจำนวนผู้จำหน่ายที่สมัครเข้ามาในธุรกิจ บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด นับว่าเป็นบริษัทที่มีผลการดำเนินการที่ดี โดยปัจจุบันมีผู้จำหน่ายทั้งสิ้น 147,000 คน มีผู้จำหน่ายที่ประสบความสำเร็จเป็นระดับผู้จำหน่ายตรงทั้งสิ้นประมาณ 2,000 รหัส คิดเป็นร้อยละ 1 คนของผู้จำหน่ายอิสระทั้งหมด ซึ่งถือว่าเป็นจำนวนที่น้อยมากในจำนวนผู้ประสบความสำเร็จ หรือผู้จำหน่ายตรงดังกล่าวนี้ยังสามารถจำแนกผู้จำหน่ายตรงในธุรกิจแอมเวย์ตามคุณสมบัติที่บริษัทกำหนดไว้ดังนี้ คือ ผู้จำหน่ายตรงระดับทับทิม 327 รหัส ระดับไพลิน 16 รหัส ระดับไข่มุก 173 รหัส ระดับมรกต 244 รหัส ระดับเพชร 61 รหัส ระดับเพชรบริหาร 8 รหัส ระดับเพชรคู่ และระดับตรีเพชร 2 รหัส และระดับสูงสุดคือระดับมงกุฎอีก 1 รหัส ซึ่งดำรงคุณสมบัติภายในปี 2540/41



ภาพที่ 3 แสดงจำนวนผู้จำหน่ายอิสระ และผู้จำหน่ายตรง

ที่มา : (นิรนาม, 2542: 32-33)

จากภาพที่ 3 แสดงให้เห็นว่าผู้จำหน่ายตรงในธุรกิจแอมเวย์ซึ่งถือว่าเป็นผู้ที่ประสบความสำเร็จมีเพียงร้อยละ 1 แต่ผู้จำหน่ายอิสระซึ่งยังไม่ประสบความสำเร็จสูงถึงร้อยละ 99 ทั้งนี้เพราะความสำเร็จในอาชีพการขายประกอบด้วยปัจจัยสำคัญต่าง ๆ ที่เป็นองค์ประกอบที่มีผลต่อความสำเร็จ ได้แก่ ปัจจัยเชิงพฤติกรรมที่เป็น Micro Factor เช่น ลักษณะทั่วไปทางด้านประชากร เศรษฐกิจและสังคมส่วนบุคคล การรับรู้บทบาทในอาชีพการขาย รางวัลจากการทำงาน และการจูงใจ ความสามารถกับทักษะทางสังคม ความพอใจในการทำงานอาชีพการขาย ตลอดจนปัจจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เชิงองค์กรและสิ่งแวดล้อมที่เป็น Macro Factor เช่น นโยบายขององค์กร ค่านิยมในอาชีพการขาย ในองค์กรนั้น ๆ ตลอดจนค่านิยมในสังคมแวดล้อม ซึ่งปัจจัยดังกล่าวมีความสัมพันธ์ระหว่างกันซับซ้อนหลายรูปแบบ และสามารถเปลี่ยนแปลงได้ นั่นคือความสำเร็จในงานขายเกิดขึ้นจากการผสมผสานปัจจัย และกระบวนการขององค์กรอย่างเหมาะสม ตามสภาพแวดล้อม ตามเป้าหมายขององค์กร และเนื่องจากงานขายตรงเป็นงานที่อิสระ ไม่มีเงินเดือน จึงไม่สามารถบังคับหรือกำหนดให้ผู้อื่นสำเร็จได้นอกจากตัวเอง ดังนั้นทัศนคติ หรือความรู้สึกนึกคิดของบุคคลต่อแนวทางปฏิบัติหรือปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อความสำเร็จจึงเป็นส่วนสำคัญที่กำหนดความสำเร็จในงานขายตรงได้ ซึ่งอาจเกิดจากประสบการณ์ หรือเกิดจากการเลียนแบบผู้ที่ประสบความสำเร็จ ซึ่งสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามความคิดเห็น ตามความรู้สึก และตามข้อมูลที่ได้รับ แต่ถึงอย่างไรก็ตามความสำเร็จในงานขายตรงก็ยังเป็นเป้าหมายอันสูงสุดของผู้จำหน่ายอิสระทั่วไป และยังเป็นเป้าหมายเดียวกันกับบริษัทอีกด้วย ดังนั้นในการศึกษาอิสระครั้งนี้จึงทำการศึกษาทัศนคติของผู้จำหน่ายตรง บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ต่อปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติและการเติบโต เพื่อความก้าวหน้าสู่เป้าหมาย เพื่อความสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพ ของผู้จำหน่ายอิสระที่ยังไม่ประสบความสำเร็จ บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด และธุรกิจขายตรงอื่นๆที่ใช้กลยุทธ์การตลาดแบบหลายชั้น

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. ศึกษาลักษณะทั่วไปทางด้านประชากร เศรษฐกิจ และสังคมของผู้จำหน่ายตรงในธุรกิจ แอมเวย์
2. ศึกษาทัศนคติของผู้จำหน่ายตรงบริษัทแอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัดต่อปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการทำงานขายตรง
3. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปทางด้านประชากร และสังคมของผู้จำหน่ายตรงในธุรกิจแอมเวย์ กับทัศนคติในด้านต่าง ๆ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบลักษณะทั่วไปทางด้านประชากร เศรษฐกิจ และสังคมของผู้จำหน่ายตรงในธุรกิจแอมเวย์
2. ทำให้ทราบทัศนคติของผู้จำหน่ายตรงบริษัทแอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัดต่อบัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการทำงานขายตรง
3. ทำให้ทราบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปทางด้านประชากร และสังคมของผู้จำหน่ายตรงในธุรกิจแอมเวย์ กับทัศนคติในด้านต่าง ๆ

ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษานี้จะทำการศึกษาทัศนคติของผู้จำหน่ายตรงบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด เฉพาะผู้จำหน่ายตรงในเขตกรุงเทพมหานคร และดำรงคุณสมบัติเป็นผู้จำหน่ายตรงจนกระทั่งถึงเดือนธันวาคม 2541 จำนวน 250 คน โดยมุ่งศึกษาลักษณะทั่วไปทางด้านประชากร เศรษฐกิจ และสังคม เช่น เพศ อายุ วุฒิการศึกษา สถานภาพ รายได้ต่อเดือน และแหล่งที่มาของรายได้ เป็นต้น และศึกษาทัศนคติในด้านต่าง ๆ ดังนี้คือ ทัศนคติต่อลูกค้า/ผู้มุ่งหวัง ผู้ร่วมงานภายในองค์กร ธรรมชาติของงานขาย การจูงใจในงานขาย ความชัดเจนในบทบาทของการเป็นตัวแทนขาย การตั้งเป้าหมายที่ชัดเจน การวางแผนงานการทำงานที่ชัดเจน ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคในการประกอบธุรกิจแอมเวย์เพื่อความสำเร็จ

นิยามศัพท์

ทัศนคติ (Attitude) หมายถึง ความคิด ความรู้ ความเข้าใจ และความรู้สึกนึกคิดของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อันมีแนวโน้มที่จะทำให้นักแสดงพฤติกรรมต่อสิ่งนั้น

ธุรกิจขายตรง (Direct Sales) หมายถึง ธุรกิจที่ทำการขายสินค้าหรือบริการโดยตรง จากพนักงานขายหรือตัวแทนผู้ผลิต ถึงผู้บริโภค โดยไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง

ธุรกิจขายตรงแบบชั้นเดียว (Single Level Direct Sales) หมายถึง ธุรกิจที่ตัวแทนขายทุกคนขึ้นตรงต่อบริษัท ไม่ต้องมีทีมงานขาย

ธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น (Multi Level Direct Sales) หมายถึง ธุรกิจที่ตัวแทนขายต้องมีทีมงานขาย โดยการหาทีมงานขายด้วยตนเอง

ผู้จำหน่ายอิสระ (Distributor) หมายถึง ประชาชนทั่วไปที่สมัครเป็นหุ้นส่วนกับบริษัทแอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด

ผู้จำหน่ายตรง (Direct Distributor) หมายถึง ผู้จำหน่ายอิสระในเขตกรุงเทพมหานครที่ดำรงคุณสมบัติตามข้อกำหนดของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด คือจะต้องมียอดจำหน่ายส่วนตัวหรือยอดจำหน่ายรวมในองค์กรตั้งแต่ 150,000 PV ติดกัน 3 เดือน เดือนใด ๆ ที่ไม่ติดกันก็ได้อีก 3 เดือนภายในเวลา 1 ปี

PV (Point Value) หมายถึง คะแนนของผลิตภัณฑ์ ตั้งขึ้นเพื่อกำหนดคะแนนในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทั้งหมดในแต่ละเดือน เพื่อนำไปคิดส่วนลดเพิ่มตามขั้นของตารางส่วนลดพิเศษ ตารางส่วนลดพิเศษ หมายถึง ลำดับคะแนนที่ทางบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด กำหนดขึ้นเพื่อประโยชน์ในการคิดรายได้รายเดือนให้กับผู้จำหน่าย

BV (Business Value) หมายถึง มูลค่าทางธุรกิจของผลิตภัณฑ์ที่ทางบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ได้กำหนดขึ้นเพื่อผลประโยชน์ของผู้จำหน่าย โดยมีการเปลี่ยนแปลงตามภาวะเศรษฐกิจของประเทศ เช่น ปัจจุบันมีอัตราเท่ากับ 1.55 เท่าของ PV หรือ $PV : BV = 1 : 1.55$

ผู้มุ่งหวัง (Prospect) หมายถึง บุคคลที่คาดว่าจะเป็นผู้จำหน่ายในอนาคต

องค์กร (Organization) หมายถึง กลุ่มบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ร่วมกันใช้ความพยายามและความสามารถเพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

ยอดขายส่วนบุคคล (Personal Sales Volume) หมายถึง มูลค่าสะสมของยอดขายซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้จำหน่ายภายใน 1 เดือน

ยอดขายรวมของกลุ่ม (Group Sales Volume) หมายถึง มูลค่าสะสมของยอดขายซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้จำหน่ายภายใน 1 เดือน รวมกับมูลค่าคะแนนของผู้แทนจำหน่ายในสายงานทุกคน

สายงาน (Line) หมายถึง สายการสปอนเซอร์สายหนึ่ง ๆ

การสปอนเซอร์ หมายถึง การแนะนำโอกาสทางธุรกิจให้กับคนที่สนใจโดยผู้ที่ทำการสปอนเซอร์มีหน้าที่คอยดูแล แนะนำ และช่วยเหลือในการทำธุรกิจ

การตรวจเอกสาร

สยาม (2536) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จและอุปสรรคของระบบการขายตรงแบบหลายชั้นของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด โดยผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่สำคัญสูงสุดต่อผลสำเร็จทางด้านผู้บริโภคคือ คุณภาพของสินค้า และความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับผู้จำหน่าย มีผลรองลงมา ส่วนทางด้านผู้จำหน่ายพบว่าแรงจูงใจด้านเงินรางวัลและเกียรติรางวัลเป็นปัจจัยสำคัญในการเข้ามาเป็นผู้จำหน่าย อีกทั้งยังมีปัจจัยทางด้านคุณภาพของสินค้า ชื่อเสียง และความมั่นคงของบริษัทซึ่งมีส่วนในการตัดสินใจเข้ามาเป็นผู้จำหน่าย ทางด้านปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญคือ ผู้บริโภคมองว่าสินค้าแพง การบริการของผู้จำหน่ายขาดความต่อเนื่อง

ชาติรี และวันชัย (2538) ศึกษาถึงปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือบริการของผู้บริโภคจากระบบการขายทางไปรษณีย์ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 200 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าร้อยละ และกำหนดเครื่องมือการประเมินค่า แบบ Rank Order Scale โดยสรุปมีกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการทางไปรษณีย์ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 26 - 40 ปี มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นแม่บ้านและประกอบอาชีพส่วนตัว ส่วนใหญ่ถือบัตรเครดิต และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า หรือบริการทางไปรษณีย์คือ ความน่าเชื่อถือของบริษัท คุณภาพและราคาของสินค้า หรือบริการ การให้บริการของบริษัทผู้ขายสินค้า หรือบริการ ความสะดวก และประหยัดเวลาในการซื้อสินค้า หรือบริการ ส่วนประเภทของสินค้าที่ผู้บริโภคนิยมซื้อมากที่สุดได้แก่ สินค้าสำหรับสุขภาพสตรีรวมทั้งเครื่องประดับ และเครื่องสำอางค์

กิตติพงศ์ (2539) ทำการศึกษาถึงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลด้านปริมาณงานที่ผู้ทำงานการขายแต่ละคนทำได้ (Quantity of Work) ในการทำงานอาชีพขายโดยศึกษาเฉพาะกรณี บริษัท ไตเร็กซ์เซลส์ อินเตอร์เนชันแนล (ประเทศไทย) จำกัด โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลในการทำงานขายตรงมี 10 ปัจจัยได้แก่ ระดับความชัดเจนในบทบาทของการเป็นตัวแทนขาย ระดับความสอดคล้องทางบทบาท ของการเป็นตัวแทนขาย การวางแผนบทบาท ความพอใจในธรรมชาติของงานขาย ความพอใจสมาชิกในกลุ่มการขาย ความพอใจผู้นำกลุ่มการขาย ความพอใจองค์กรการขาย ความพอใจลูกค้า และผู้มุ่งหวัง การจูงใจขององค์กร การนิยามอัตรัดให้เป็นจริง จากจำนวนตัวแทนขายกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน จาก 12 เขตในกรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อ ประสิทธิภาพในการทำงานขายตรง คือความสอดคล้องทางบทบาท ของการเป็นตัวแทน

ขาย การวางแผนบทบาท ความพอใจธรรมชาติของงานขาย ความพอใจสมาชิกในกลุ่มการขาย ความพอใจผู้นำกลุ่มการขาย ความพอใจองค์กรขาย การจูงใจ

สมมติฐาน

ลักษณะทั่วไปทางด้านประชากร เศรษฐกิจ และสังคม เช่น เพศ อายุ สถานภาพ วุฒิการศึกษา ที่แตกต่างกันไม่มีอิทธิพลต่อทัศนคติในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ทัศนคติต่อลูกค้า/ผู้มุ่งหวัง ทัศนคติต่อผู้ร่วมงาน ทัศนคติต่อธรรมชาติของงานขาย ทัศนคติต่อการวางแผนการทำงาน ทัศนคติต่อการจูงใจภายในองค์กร ทัศนคติต่อความชัดเจนในบทบาทการเป็นตัวแทนขาย และทัศนคติต่อการตั้งเป้าหมายที่ชัดเจน ของผู้จำหน่ายตรงในธุรกิจแอมเวย์

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลในการศึกษามีลักษณะดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ทำการสำรวจผู้จำหน่ายตรงบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีจำนวนผู้จำหน่ายตรงมากกว่าร้อยละ 50 ของผู้จำหน่ายตรงทั้งหมดในประเทศไทยภายในปีบัญชี 2540/41 มีจำนวนทั้งสิ้น 1,799 รหัส และด้วยข้อจำกัดทางด้านงบประมาณ และระยะเวลาผู้ทำการศึกษาจึงทำการสุ่มตัวอย่างในลักษณะไม่ใช่ความน่าจะเป็น (Nonprobability sampling) แบบการสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความสะดวก (Convenience sampling) (ศิริวรรณ, 2540: 275) จำนวน 250 ตัวอย่าง ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 13.90 ของจำนวนผู้จำหน่ายตรงทั้งหมดในประเทศไทย โดยใช้แบบสอบถามทำการสำรวจตามที่ประชุมรายย่อย เช่น ที่ ศูนย์ประชุมบริเวณใกล้บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัดสำนักงานใหญ่ ถนนสุขุมวิท 3 บางกะปิ กรุงเทพมหานคร ในวันเสาร์ – อาทิตย์ ทั้งวัน และวันอังคาร ช่วงเวลา 19.00 – 21.00 น. ช่วงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2542 และทำการสำรวจในงานประชุมประจำปีที่ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ วันที่ 20 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2542 ช่วงเวลา 10.00 – 18.00 น. โดยผู้ศึกษาทำการแจกแบบสอบถาม และให้ผู้ช่วย 2 คนทำการเก็บ ซึ่งก่อนทำการสำรวจได้ทำความเข้าใจรายละเอียดต่าง ๆ ภายในแบบสอบถาม อย่างครบถ้วน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ข้อมูลจากแหล่งทุติยภูมิ (Secondary Data) จากการศึกษาค้นคว้าวรรณกรรม จากสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เช่น รายงานการวิจัย วิทยานิพนธ์ วารสาร นิตยสาร และหนังสือพิมพ์ทางธุรกิจต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์สยามธุรกิจ นิตยสาร DIRECT NEW ตลอดจนหนังสือและเอกสารที่เกี่ยวข้อง

ลักษณะของแบบสอบถาม

แบบสอบถามที่ใช้ในการสำรวจและเก็บข้อมูลเพื่อการศึกษาในครั้งนี้ได้แบ่งเนื้อหาเป็น 4 ตอน ดังนี้ คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปทางด้านประชากร เศรษฐกิจ และสังคม เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น เพศ อายุ สถานภาพ วุฒิการศึกษา ลักษณะ และรูปแบบในการประกอบธุรกิจ อาชีพที่เคยทำและอาชีพปัจจุบัน รายได้ต่อเดือน (นอกเหนือรายได้จากแอมเวย์) ระยะเวลาทั้งหมดตั้งแต่เริ่มสมัครทำแอมเวย์ เหตุผลสำคัญในการตัดสินใจสมัคร ระยะเวลาในการตัดสินใจทำแอมเวย์จนกระทั่งประสบความสำเร็จ ตำแหน่งที่ได้รับการแต่งตั้งจากบริษัทในปัจจุบัน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนจากการประกอบธุรกิจแอมเวย์ จำนวนครั้งที่ได้ไปเที่ยวต่างประเทศ กับบริษัทแอมเวย์ และวุฒิการศึกษาของผู้จำหน่ายภายในองค์กร

ตอนที่ 2 ทักษะคิดในด้านต่าง ๆ ของผู้ประสบความสำเร็จ เช่น ทักษะคิดต่อลูกค้า/ผู้มุ่งหวัง ทักษะคิดต่อผู้ร่วมงานของ ทักษะคิดต่อธรรมชาติของงานขาย การวางแผนการทำงาน การจูงใจในการทำงานภายในองค์กร ความชัดเจนในบทบาทของการเป็นตัวแทนขายของผู้ประสบความสำเร็จ และการตั้งเป้าหมายที่ชัดเจนของผู้ประสบความสำเร็จ ในรูปแบบมาตรวัดเรียงลำดับ (Ordinal Scale) โดยใช้สเกลการให้คะแนนของลิเคอร์ท (Likert Scale) 5 ระดับ ดังนี้คือ (ศิริวรรณ, 2541: 157, 167)

ระดับ 5 = มากที่สุด	ให้คะแนนถ่วงน้ำหนัก = 5 คะแนน
ระดับ 4 = มาก	ให้คะแนนถ่วงน้ำหนัก = 4 คะแนน
ระดับ 3 = ปานกลาง	ให้คะแนนถ่วงน้ำหนัก = 3 คะแนน
ระดับ 2 = น้อย	ให้คะแนนถ่วงน้ำหนัก = 2 คะแนน และ
ระดับ 1 = น้อยมาก หรือน้อยที่สุด	ให้คะแนนถ่วงน้ำหนัก = 1 คะแนน

ตอนที่ 3 ปัญหาและอุปสรรคในการประกอบธุรกิจการขายตรงเพื่อความสำเร็จ เป็นคำถามแบบจัดอันดับ (Ranking questions) ความสำคัญของปัญหา และอุปสรรคในการประกอบธุรกิจการขายตรงเพื่อความสำเร็จจากมากไปน้อย โดยมากที่สุด = 1 มากรองลงมา = 2 , จนกระทั่งน้อยที่สุด = 7 ตอบ (ศิริวรรณ, 2541: 164) มีหัวข้อของปัญหา และอุปสรรค ดังนี้คือ การเอกสารเป็นเอกสารที่สแกนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บริหารเงิน หรือเงินทุนหมุนเวียนในการประกอบธุรกิจ ความรู้ความสามารถเกี่ยวกับธุรกิจขายตรง การบริหารเวลาในการประกอบธุรกิจ งานประจำและเวลาส่วนตัว ความสัมพันธ์ที่ดีต่อทีมงานภายในองค์กร ความคิดหรือทัศนคติของตนเอง ขาดการสนับสนุนจากคนในครอบครัว และความรู้ความเชื่อเกี่ยวกับบริษัท และสินค้า

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เปิดกว้างให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมตามต้องการ

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อรวบรวมข้อมูลพร้อมทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ และความถูกต้องของข้อมูล ที่ได้จากแบบสอบถามแล้วทำการกำหนดรหัส และบันทึกเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลบนเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS For Windows Release 7.5 ซึ่งเป็นโปรแกรมทางสถิติสำหรับการวิจัย มาวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการศึกษาดังนี้ คือ

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean : \bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation หรือ แทนด้วย S.D.) โดยมีหลักเกณฑ์ดังนี้คือ

1.1 ลักษณะทั่วไปทางด้านประชากร เศรษฐกิจ และสังคม อธิบายโดยค่าความถี่ (จำนวนคน) และค่าร้อยละ

1.2 การวัดระดับทัศนคติในด้านต่าง ๆ ของผู้จำหน่ายตรงทำการอธิบายผลการศึกษามีรายละเอียดดังนี้ (กัลยา, 2540)

$$\begin{aligned} \text{คะแนนสูงสุดของทัศนคติ} &= 5 \\ \text{คะแนนต่ำสุดของทัศนคติ} &= 1 \\ \text{พิสัยของคะแนนเฉลี่ย} &= \text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด} \\ &= 5 - 1 = 4 \end{aligned}$$

กำหนดระดับทัศนคติมี 5 ระดับ

$$\begin{aligned} \text{อันตรภาคชั้น} &= \text{พิสัย} / \text{จำนวนชั้น} \\ &= 4/5 = 0.80 \end{aligned}$$

ช่วงคะแนนการพิจารณาความคิดเห็นดังนี้

$$\begin{aligned} \text{คะแนนเฉลี่ย } 4.20 - 5.00 &\text{ หมายถึง ทัศนคติเห็นด้วยมากที่สุด} \\ \text{คะแนนเฉลี่ย } 3.40 - 4.19 &\text{ หมายถึง ทัศนคติเห็นด้วยมาก} \\ \text{คะแนนเฉลี่ย } 2.60 - 3.39 &\text{ หมายถึง ทัศนคติเห็นด้วยปานกลาง} \end{aligned}$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนำไปใช้โดยไม่ได้รับอนุญาตให้ไปเผยแพร่ภายนอก

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คะแนนเฉลี่ย 1.80 – 2.59 หมายถึง ทักษะคิดเห็นด้วยน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.79 หมายถึง ทักษะคิดเห็นด้วยน้อยที่สุด

1.3 การวัดการจัดลำดับ อธิบายโดยลำดับค่าเฉลี่ยจากน้อยไปมาก ตามลำดับความสำคัญ ดังต่อไปนี้คือ

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1 – 1.86 หมายถึง ให้ความสำคัญมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.87 – 2.73 หมายถึง ให้ความสำคัญมาก

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.74 – 3.60 หมายถึง ให้ความสำคัญมากรองลงมา

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.61 – 4.47 หมายถึง ให้ความสำคัญปานกลาง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.48 – 5.34 หมายถึง ให้ความสำคัญน้อย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 5.35 – 6.21 หมายถึง ให้ความสำคัญน้อยมาก

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 6.22 – 7 หมายถึง ให้ความสำคัญน้อยมากที่สุด

2. สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis testing) ทำการทดสอบความสัมพันธ์ของข้อมูลโดยใช้ค่าไคสแควร์ (χ^2) จากสูตร

$$\chi^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$$

χ^2 = ค่าไคสแควร์

O = ความถี่ที่สังเกตได้

E = ความถี่ที่คาดหวัง

* แทน การปฏิเสธสมมติฐานหลัก ณ ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

** แทน การปฏิเสธสมมติฐานหลัก ณ ระดับนัยสำคัญที่ 0.01

โดยพิจารณาความสัมพันธ์ หรือความแตกต่างกันจากค่า Sig. หรือค่า P-Value ที่ได้จากการคำนวณโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows Release 7.5 เทียบกับระดับนัยสำคัญ 0.05 หากมากกว่าจะทำการยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ส่วนถ้าค่า Sig. หรือค่า P-Value น้อยกว่า 0.05 จะทำการปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งต้องทำการตรวจสอบค่า Sig. หรือค่า P-Value ด้วยว่าถ้าน้อยกว่าระดับ 0.05 แต่สูงกว่า 0.01 สามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานว่าข้อมูลทั้ง 2 ชุดมีความสัมพันธ์กัน หรือแตกต่างกัน ณ ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 (*) และถ้าต่ำกว่าระดับที่ 0.01 สามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานว่าข้อมูลทั้ง 2 ชุดมีความสัมพันธ์ หรือแตกต่างกัน ณ ระดับนัยสำคัญที่ 0.01 (**)

บทที่ 2

ลักษณะการประกอบธุรกิจแอมเวย์

ประวัติบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด

สำนักงานใหญ่ของบริษัทแอมเวย์ ตั้งอยู่ที่เมืองเฮด้า รัฐมิชิแกน สหรัฐอเมริกา ริช เดอไวส์ และเจย์ แวน แอนเดล ได้ก่อตั้งธุรกิจแอมเวย์ภายในห้องใต้ดินที่บ้านเมื่อ พ.ศ. 2502 โดยได้ผลิตน้ำยาทำความสะอาดอเนกประสงค์ แอล.โอ.ซี. ต่อมาได้ขยายพื้นที่เป็นขนาด 2,400 ตารางฟุต ใกล้เคียงบริเวณบ้าน และด้วยความมุ่งมั่นของประธานทั้ง 2 ท่านที่ต้องการมอบโอกาสทางธุรกิจให้กับทุกคนทั่วโลก ทำให้ธุรกิจแอมเวย์จึงเติบโตอย่างรวดเร็ว ปัจจุบันมีสาขามากกว่า 80 ประเทศ ภายในอาคารสำนักงานใหญ่ในเมือง เฮด้า รัฐมิชิแกน สหรัฐอเมริกา มีเนื้อที่รวมถึง 200,000 ตารางเมตร ประกอบด้วยห้องวิจัยถึง 28 ห้อง สำหรับการปฏิบัติการงานพัฒนาและทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ มีศูนย์วิจัย และพัฒนา โรงงานผลิต คลังสินค้าตลอดจนอาคารสำนักงานใหญ่ของแอมเวย์ สตูดิโอเพื่องานศิลป์ โรงพิมพ์ที่สมบูรณ์แบบ ศูนย์คอมพิวเตอร์ คลังสินค้า ศูนย์ควบคุมคุณภาพ และเครื่องมือผลิตภัณฑ์ในรูปของเหลว ครีမ် โลชั่น สเปรย์ และผง แม่พิมพ์ในการผลิตขวดพลาสติก และอุปกรณ์ในการฉีดพลาสติกเข้าสู่แม่พิมพ์ ตลอดจนการผลิตกล่องบรรจุภัณฑ์ นอกจากนี้แอมเวย์ยังเป็นเจ้าของกิจการ บริษัท นิวทรีไลท์ โพรดัคส์ อิงค์ จำกัด ซึ่งทำการพัฒนา และผลิตภัณฑ์อาหารเสริมนิวทรีไลท์

แอมเวย์ประเทศไทยก่อตั้งเมื่อวันที่ 4 พฤษภาคม พ.ศ. 2530 สำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่ถนนสุขาภิบาล 3 หัวหมาก บางกะปิ กรุงเทพฯ โดยผลิตภัณฑ์เริ่มแรกมีเพียงผลิตภัณฑ์ขจัดคราบสกปรกก่อนการซัก น้ำยาล้างรถคาร์วอช น้ำยาขัดเงารถยนต์ซิลิโคนเกลซ แชมพู น้ำยาทำความสะอาดเลนส์แว่นตาซีสเปรย์ น้ำยาทำความสะอาดอเนกประสงค์ แอล.โอ.ซี. น้ำยาล้างจาน จนกระทั่งปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 6 กลุ่มดังนี้คือ

1. กลุ่มผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์คุณภาพสูงที่ใช้เป็นประจำในครัวเรือนทุกหนทุกแห่ง เช่น ผลิตภัณฑ์ซักผ้า ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดในครัวเรือน ผลิตภัณฑ์สำหรับกระจกและโลหะ ผลิตภัณฑ์ถนอมรักษารถยนต์ และผลิตภัณฑ์เพื่อการเกษตร

2. กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ระงับกลิ่นกาย ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์สำหรับเรือนร่าง ผลิตภัณฑ์บำรุงรักษาเรือนผม ผลิตภัณฑ์อนามัยในช่องปาก ผลิตภัณฑ์น้ำหอมสเปรย์คู่กาย และผลิตภัณฑ์น้ำหอมสำหรับสตรี และสุภาพบุรุษ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางค์ นำเสนอภายใต้ชื่อ "อาร์ทิสทรี" เช่น เครื่องสำอางค์ชุดถนอมผิว และชุดสีส้นครบชุด

4. กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ทันสมัย เป็นผลิตภัณฑ์คุณภาพเยี่ยม และมีเอกลักษณ์พิเศษภายใต้ชื่อ "แอมเวย์ ควีน" เช่น ผลิตภัณฑ์เครื่องครัว และอุปกรณ์การครัวต่าง ๆ และผลิตภัณฑ์เครื่องกรองน้ำแอมเวย์

5. ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์เสริมอาหารภายใต้ชื่อ "นิวทรีไลท์" โดยใช้วัตถุดิบที่เพาะปลูกขึ้นเองในฟาร์มนิวทรีไลท์ ปราศจากยาฆ่าแมลงและปุ๋ยเคมี ด้วยประสบการณ์ทางด้านโภชนาการสูงถึง 60 ปี จึงทำให้นิวทรีไลท์เป็นผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพและพลานามัยที่สมบูรณ์

6. กลุ่มผลิตภัณฑ์แนวใหม่ ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์นานาชาติ เช่น เครื่องประดับ ปากกา ชุดเครื่องนอน ถูหนุน เครื่องแต่งกายสุขภาพบุรุษ ผลิตภัณฑ์ดอยคำ ตลอดจนข้าวสารที่แอมเวย์จะเริ่มจำหน่ายในช่วงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2542 นอกจากนี้ยังมีผลิตภัณฑ์ดอยคำ ผลิตภัณฑ์สายไทย ฯลฯ

ด้วยประสบการณ์ ความรู้ และข้อมูลต่าง ๆ ที่แอมเวย์ประเทศไทยได้รับการสนับสนุนจากแอมเวย์สำนักงานใหญ่ และด้วยความกระตือรือร้นของผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์แอมเวย์ จึงทำให้ประสบความสำเร็จก้าวหน้า โดยมีโครงการจัดตั้งคลังสินค้าในภูมิภาคเพื่อรองรับการปฏิบัติงานการจัดจำหน่ายและการตลาด รวมทั้งการบริการทางด้านคอมพิวเตอร์ เพื่อสามารถบริการผู้จำหน่ายได้ทันต่อความต้องการ

แผนการขายและการตลาดของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด

แบ่งเป็น 3 ส่วนคือ

1. การแนะนำผลิตภัณฑ์ เริ่มจากการทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ แล้วทำการแนะนำผลิตภัณฑ์ที่ประทับใจให้กับคนใกล้ชิด เช่น ญาติ เพื่อน ผู้จำหน่ายอิสระแอมเวย์สามารถทำรายได้ทันที ภายหลังจากขายปลีกผลิตภัณฑ์เฉลี่ยประมาณร้อยละ 25-30 จากราคาทุน

2. การสนับสนุน หรือการสปอนเซอร์ เป็นการขยายธุรกิจด้วยการแนะนำโอกาสทางธุรกิจให้แก่ผู้ที่สนใจ เป็นการสร้างความมั่นคงให้กับธุรกิจโดยการสนับสนุน และช่วยเหลือให้ผู้อื่นประสบความสำเร็จ ซึ่งยิ่งให้การสปอนเซอร์ผู้อื่นมากเท่าไร ธุรกิจก็จะมีขนาดใหญ่มากขึ้นเท่านั้น

3. การบริการ เป็นการที่ผู้จำหน่ายให้บริการทั้งผู้ที่เป็นลูกค้า โดยการแนะนำวิธีการใช้ ติดตามผล และเสนอผลิตภัณฑ์เพิ่ม และการบริการคนในองค์กร โดยการให้คำแนะนำ และคอยช่วยเหลือในการทำธุรกิจ เช่น การแจ้งข่าวสาร การแนะนำการฝึกสาธิตสินค้า หัด และฝึกเขียนแผนการขายการตลาด ตลอดจนเป็นที่ปรึกษา ฯลฯ

แผนการขายและการตลาดของแอมเวย์เป็นแผนงานที่ง่ายต่อการปฏิบัติเพื่อให้สามารถสร้างรายได้จากธุรกิจ ต่อไปนี้คือรายได้ต่าง ๆ ซึ่งจะได้รับในการทำธุรกิจแอมเวย์

รายได้จากการขายปลีก

เป็นรายได้จากผลกำไรของการขายปลีกผลิตภัณฑ์ให้กับเพื่อนหรือญาติพี่น้อง โดยผลกำไรจากการขายปลีกประมาณร้อยละ 25 - 30 ของราคาผู้จำหน่ายของผลิตภัณฑ์ที่ขายไปได้

สมมติในเดือนแรกที่ทำธุรกิจ ขายผลิตภัณฑ์ ได้ทั้งหมด 10,000 บาทในเดือนนั้นจะมีผลกำไรจากการขายปลีกเป็น 2,500 บาท

ในเดือนถัดไปยอดรวมทางธุรกิจที่ขายเพิ่มเป็น 20,000 บาท ผลกำไรจากการขายปลีกเป็น 5,000 บาท

ตารางที่ 2 กำไรจากการขายปลีก

ยอดธุรกิจใน หนึ่งเดือน	ผลกำไรจากการขายปลีก
เดือนที่ 1 – 10,000 บาท	2,500 บาท
เดือนที่ 2 – 20,000 บาท	5,000 บาท

ยิ่งขายมาก ผลกำไรก็จะยิ่งมากตามไปด้วย และเมื่อยอดรวมธุรกิจในแต่ละเดือนเพิ่มขึ้นในระดับต่าง ๆ ก็จะทำให้มีรายได้เพิ่มเติมจากส่วนลดตามขั้นตอน

รายได้จากส่วนลดประจำเดือน

นอกจากรายได้ของผลกำไรจากการขายปลีกแล้ว ยังมีรายได้ซึ่งเกิดจากความพยายามในการขายผลิตภัณฑ์ในแต่ละเดือนด้วย หากใช้ความพยายามมากขึ้น ย่อมขายได้มากขึ้น และสมควรที่จะได้รับผลตอบแทนที่แปรผันกับความพยายามด้วย ตัวอย่างตารางส่วนลดต่อไปนี้จะแสดงเอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ให้เห็นถึงรายได้คิดเป็นเปอร์เซ็นต์ส่วนลดในระดับต่าง ๆ ตัวเลขในตารางและตัวอย่างทั้งหมดเป็นเพียงตัวเลขสมมุติเพื่อให้ผู้จำหน่ายใช้ในการอธิบายแผนการขายและการตลาด จำนวนตัวเลขที่เป็นจริงขึ้นอยู่กับความพยายามในการดำเนินธุรกิจ

ผลิตภัณฑ์แอมเวย์ทุกชนิดที่มีเพื่อการขายปลีก (ยกเว้นอุปกรณ์ส่งเสริมการขาย) จะมีการตั้งหน่วยผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดเป็น 2 หน่วยคือ พีวี (PV/Point Value) และบีวี (BV/Business Volume) พีวีตั้งขึ้นเพื่อกำหนดว่า เมื่อขายผลิตภัณฑ์ทั้งหมดในแต่ละเดือนมียอดรวมพีวีเป็นเท่าใด ก็จะได้ส่วนลดเพิ่มเติมตามขั้นของพีวีรวมที่ขายได้

ตารางที่ 3 ส่วนลดประจำเดือน

พีวี	บีวี (พีวี × 1.40)	ส่วนลดร้อยละ
150,000 ขึ้นไป	210,000	21
90,000 ขึ้นไป	126,000	18
55,000 ขึ้นไป	77,000	15
35,000 ขึ้นไป	49,000	12
20,000 ขึ้นไป	28,000	9
10,000 ขึ้นไป	14,000	6
3,000 ขึ้นไป	4,200	3

หมายเหตุ : อัตราส่วน พีวี : บีวี เป็นเพียงตัวเลขสมมุติเท่านั้น ในความเป็นจริงแล้วบีวีอาจจะมากกว่าหรือน้อยกว่าตารางข้างต้นก็ได้

บีวีตั้งขึ้นเพื่อเป็นกลไกในการปรับแต่งรายได้ให้สอดคล้องและคุ้มต่อการดำเนินธุรกิจ หน่วยบีวีโดยปกติจะเทียบเท่ากับราคาทุนของผลิตภัณฑ์ที่เป็นเงินบาท และสูงขึ้นตามการปรับราคาผลิตภัณฑ์ในแต่ละครั้ง

พีวีและบีวี กำหนดขึ้นเพื่อคุ้มครองผลกำไรในการดำเนินธุรกิจและผู้จำหน่ายอื่น ๆ ในขณะที่พีวีเป็นดัชนีชี้ว่าต้องให้ความพยายามเพิ่มขึ้นเท่าใดในการขายผลิตภัณฑ์เพื่อให้ได้เปอร์เซ็นต์ส่วนลดที่มากขึ้น บีวีเป็นตัวที่เปลี่ยนไปตามมูลค่าราคาผลิตภัณฑ์ซึ่งเปลี่ยนแปลงตาม

ภาวะเงินเฟ้อดังนั้น โดยวิธีดังกล่าวทำให้แผนการขายและการตลาดได้รับผลตอบแทนที่ยุติธรรมตลอดไปในการขายผลิตภัณฑ์ดังกล่าวอย่างสมมุติดังต่อไปนี้

ตัวอย่าง ในกรณีที่อัตราพิวเท่ากับปีวี เนื่องจากไม่มีภาวะเงินเฟ้อเกิดขึ้น จึงยังไม่มี การปรับราคาขายผลิตภัณฑ์ หากต้องการขายผลิตภัณฑ์ชนิด ก ซึ่งมีต้นทุน 1,500 ปีวี และ 1,500 ปีวี ต้องขายผลิตภัณฑ์ชนิดนี้เป็นจำนวน 100 ชิ้น เพื่อที่จะได้มียอดรวมปีวี 150,000 ปีวี ซึ่งจะทำได้ รับส่วนลดประจำเดือนร้อยละ 21 หรือ 31,500 บาท

ผลิตภัณฑ์ชนิด ก 1 ชิ้นมี 1,500 ปีวี และ 1,500 ปีวี ขายผลิตภัณฑ์ ชนิด ก ได้ 100 ชิ้น ทำให้ได้รับส่วนลดร้อยละ 21 เนื่องจากมี 150,000 ปีวี

$$100 \times 1,500 \text{ ปีวี} = 150,000 \text{ ปีวี(บาท)}$$

$$100 \times 1,500 \text{ ปีวี} = 150,000 \text{ ปีวี(แต้ม)}$$

ในกรณีนี้ตามตารางส่วนลดพิเศษประจำเดือน ได้รับส่วนลดร้อยละ 21 เนื่องจากมี 150,000 ปีวี $\times 21/100 = 31,500$ บาท

หากภาวะเงินเฟ้อและส่งผลให้ต้องมีการปรับราคาผลิตภัณฑ์ขึ้นจากเดิม ดังนั้น ปีวีของผลิตภัณฑ์ชนิด ก จึงต้องมีการปรับสูงขึ้นตามไปด้วยผลิตภัณฑ์ชนิด ก จะยังมีหน่วย ปีวีเท่าเดิม 1,500 ปีวี นั้นหมายถึงจะต้องใช้ความพยายามเท่าเดิมเพื่อที่จะขายผลิตภัณฑ์ชนิด ก เป็นจำนวน 100 ชิ้น เพื่อจะได้รับส่วนลดประจำเดือนร้อยละ 21 แต่จะได้รับผลตอบแทนเป็นเงินบาทที่สูงขึ้นตามปีวีที่ถูกปรับขึ้นไปด้วย (ในที่นี้ตัวอย่างส่วน ปีวี : ปีวี = 1 : 1.40)

ผลิตภัณฑ์ชนิด ก 1 ชิ้น มี 2,100 ปีวี และ 1,500 ปีวี

ขายผลิตภัณฑ์ชนิด ก ได้ 100 ชิ้น ทำให้ได้

$$100 \times 2,100 \text{ ปีวี} = 210,000 \text{ ปีวี(บาท)}$$

$$100 \times 1,500 \text{ ปีวี} = 150,000 \text{ ปีวี(แต้ม)}$$

มีปีวี 150,000 ปีวีทำให้ได้รับส่วนลดร้อยละ 21 จากการขายผลิตภัณฑ์ทั้งหมด 210,000 ปีวี

ดังนั้นจะได้รับส่วนลดทั้งหมด = $210,000 \text{ ปีวี} \times 21/100 = 44,100$ บาท

สมมุติว่าในเดือนแรกขายผลิตภัณฑ์ได้ 5,000 บาท ซึ่งผลิตภัณฑ์จำนวนนี้มีหน่วยเป็นปีวีระหว่าง 3,000 บาท แต่ไม่ถึง 10,000 ปีวี ดังนั้นจึงมีสิทธิที่จะได้รับส่วนลดร้อยละ 3 หรือประมาณ 150 บาท หากรวมส่วนลด 150 บาท เข้ากับกำไรจากการขายปลีกของยอดขาย 5,000 บาท ซึ่งมีกำไรร้อยละ 25 หรือ 1,250 บาท จะมีรายได้ทั้งหมดประมาณ $1,250 + 150 = 1,400$ บาท

หากยอดขายเดือนถัดไปเพิ่มขึ้นเป็น 15,000 บาท จะมีผลกำไรจากการขายปลีกร้อยละ 25 หรือ 3,750 บาท รวมกับส่วนลดร้อยละ 6 หรือประมาณ 900 บาท รายได้จะมีผลกำไรจากการขายปลีกร้อยละ 25 หรือ 7,000 บาท รวมกับส่วนลดร้อยละ 9 หรือประมาณ 2,250 บาท รายได้ในเดือนนี้จะเป็นประมาณ $7,000 + 2,250 = 9,520$ บาท

ดังนั้น เมื่อยิ่งขายมากขึ้น ผลตอบแทนส่วนลดยังยิ่งมากขึ้นตามความพยายามสรุปดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตารางที่ 4 ตัวอย่างการคำนวณรายได้

ยอดธุรกิจในเดือน (ปีวี)	ส่วนลดตามตาราง		ผลกำไรขายปลีก 25%	รวมรายได้บาท (ก + ข)
	ร้อยละ	บาท (ก)	บาท (ข)	
5,000	3	150	1,250	1,400
15,000	6	900	3,370	4,650
28,000	9	2,520	7,000	9,520

การเติบโตด้วยการสπονเซอร์

ธุรกิจแอมเวย์สามารถขยายธุรกิจได้โดยการแนะนำ และเปิดโอกาสให้ผู้อื่นพร้อมทั้งช่วยเหลือให้เขามีรายได้จากการประกอบธุรกิจแอมเวย์ และเมื่อทำการสπονเซอร์ผู้จำหน่าย รายได้จากส่วนลดประจำเดือนจะไม่เพียงแต่คิดจากยอดขายส่วนตัวเท่านั้น แต่จะรวมถึงยอดขายของผู้ที่สπονเซอร์ด้วย และเมื่อได้รับส่วนลดที่คำนวณได้จะต้องจ่ายส่วนลดกลับคืนตามแผนการขายและการตลาดอย่างยุติธรรม

วิธีการคำนวณ

สมมติว่าสπονเซอร์ผู้จำหน่าย 3 คน โดยแต่ละคนและตัวเองมียอดขาย 5,000 บาทในเดือนนั้น (เป็นเพียงการสมมติ) ดังนั้น กลุ่มมียอดขายในกลุ่มเป็น $5,000 \times 4 = 20,000$ ปีวี ซึ่งจะทำให้ได้รับส่วนลดร้อยละ 6 หรือ 1,200 บาท

แต่ผู้จำหน่ายที่สปอนเซอร์แต่ละคนมียอดขายคนละ 5,000 บีวี ดังนั้นเขาจะได้รับส่วนลดร้อยละ 3 หรือ 150 บาท เมื่อจ่ายส่วนลดให้คนละ 150 บาท ทั้งสามคน เป็นเงิน 450 บาท จะยังคงเหลือส่วนลด $1,200 - 450 = 750$ บาท เงินส่วนนี้เป็นเงินส่วนที่เรียกว่า “ส่วนลดแตกต่าง” ซึ่งเป็นสิทธิที่จะได้รับไว้ในฐานะที่เป็นผู้สปอนเซอร์ผู้จำหน่ายเหล่านั้น

ตัวอย่าง 2 ตัวอย่างในตารางที่ 5 จะเหมือนกับตัวอย่างข้างต้นแต่ยอดขายสูงขึ้นซึ่งส่งผลให้รายได้เพิ่มมากขึ้นอีก

ตารางที่ 5 ตัวอย่างการคำนวณรายได้จากการสปอนเซอร์

ยอดบีวี ของแต่ละ คน และผู้ จำหน่ายที่ สปอนเซอร์	ยอดบีวี รวมของทั้ง กลุ่มใน เดือนนั้น 4 คน	ก ส่วนลดทั้ง หมดที่จะได้ รับ	ข ส่วนลดที่ จ่ายออกไป	ค ส่วนลด แตกต่างที่ ได้รับ ก - ข	ผลกำไร จากการ ขายปลีก ของร้อยละ 25	รวมรายได้ทั้งหมด ที่จะได้รับ ค + ง
5,000	20,000	20,000 X $\frac{6}{100} =$ 1,200	5,000 X $\frac{3}{100} \times 3$ $= 450$	750	1,250	2,000
20,000	80,000	80,000 X $\frac{15}{100} =$ 12,000	20,000 X $\frac{6}{100} \times 3$ $= 3,600$	8,400	1,250	9,650
40,000	160,000	160,000 X $\frac{18}{100} =$ 28,800	40,000 X $\frac{9}{100} \times 3$ $= 10,800$	18,000	1,250	19,250

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การเติบโตในธุรกิจแอมเวย์

ธุรกิจจะเติบโตต่อไปเมื่อผู้จำหน่ายที่สปอนเซอร์เริ่มทำตามแบบอย่างด้วยการสปอนเซอร์ผู้จำหน่ายด้วยตัวของเขาเอง

สมมติว่าสปอนเซอร์ผู้จำหน่าย 7 คน และทุกคนมียอดขาย 5,000 ปีวีต่อเดือนผู้จำหน่ายทั้ง 7 คนนี้ก็สปอนเซอร์ผู้จำหน่ายอีกคนละ 7 คน ซึ่งแต่ละคนมียอดขายในเดือนนั้นคนละ 5,000 ปีวีเช่นกัน ดังนั้น ในกลุ่มแต่ละกลุ่มของผู้จำหน่ายที่สปอนเซอร์หนึ่งคนจะมียอดขายปีวีเป็น $5,000 \times 8 = 40,000$ ปีวี

สมมติต่อไปได้ว่า มียอดขายปีวีของแต่ละคน 5,000 ปีวีเช่นกัน ดังนั้นยอดรวมธุรกิจของกลุ่มจะเป็น $7 \times 40,000 + 5,000 = 285,000$ ปีวี ซึ่งทำให้ได้รับส่วนลดประจำเดือนนั้นเป็นร้อยละ 21 จะมีรายได้ทั้งหมด $285,000 \times 21/100 = 59,850$ บาท แต่กลุ่มผู้จำหน่ายทั้ง 7 กลุ่มต้องได้รับส่วนลดด้วย ซึ่งในกรณีนี้จะได้รับส่วนลดกลุ่มละ $40,000 \times 9\% = 3,600$ บาท ดังนั้นต้องจ่ายส่วนลดทั้งหมดคือ $3,600 \times 7 = 25,200$ บาท ทำให้ได้รับส่วนลดแตกต่างเป็นเงิน $59,850 - 25,200 = 34,650$ บาท รวมรายได้ทั้งหมดคือ $34,650 + 1,250 = 35,900$ บาท

ณ จุดนี้จะได้รับมอบตำแหน่งผู้จำหน่ายระดับเพิ่มเงินจากบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นตำแหน่งเริ่มต้นของการก้าวไปสู่ระดับความสำเร็จที่สูงขึ้นไป โดยหากได้รับตำแหน่งผู้จำหน่ายตรงระดับเพิ่มเงิน 3 เดือนจะได้รับแต่งตั้งให้เป็นผู้จำหน่ายตรงระดับเพิ่มทอง

การเป็นผู้จำหน่ายตรง

เมื่อมีคุณสมบัติและสามารถดำรงตำแหน่งผู้จำหน่ายระดับเพิ่มเงิน และรักษาไว้ได้ 3 เดือนติดต่อกัน บวกกับอีก 3 เดือนใด ๆ ภายในระยะเวลา 12 เดือน ก็จะก้าวเข้าสู่การเป็นผู้จำหน่ายตรง และในการดำรงสถานภาพการเป็นผู้จำหน่ายตรงครั้งต่อไปต้องมีสมบัติ 6 เดือนภายใน 1 ปีบัญชีแอมเวย์ (1 กันยายน – 31 สิงหาคม ของปีถัดไป)

เกียรติรางวัล และเงินรางวัล

แอมเวย์มีระบบการจัดสรรเกียรติรางวัลให้กับผู้จำหน่ายเพื่อเป็นการยกย่องต่อความสำเร็จของผู้จำหน่ายในระดับต่าง ๆ เพื่อเป็นเครื่องหมายแห่งความสำเร็จในการสร้างธุรกิจ การได้รับทั้งเกียรติรางวัล และเงินรางวัลนั้น ผู้จำหน่ายต้องเป็นผู้ที่ดำเนินธุรกิจตามจรรยาบรรณ และระเบียบปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจแอมเวย์

โดยซีเอ็ม และโล่เกียรติคุณหลายรางวัลนั้น ผู้สปอนเซอร์ หรือผู้จำหน่ายตรงจะทำการมอบให้ภายในกลุ่มกลุ่มจัดขึ้นเอง สำหรับซีเอ็มเชิดชูเกียรติคุณในระดับสูงตั้งแต่ผู้จำหน่ายระดับซีเอ็มเงินขึ้นไป แอมเวย์เป็นผู้มอบให้

เกียรติรางวัล ที่ผู้สปอนเซอร์เป็นผู้มอบให้

1. ซีเอ็มเงินนักสปอนเซอร์ ได้รับเมื่อผู้จำหน่ายรายใหม่ทำการสปอนเซอร์ได้ตั้งแต่ 1 – 4 รายภายใน 90 วันนับตั้งแต่วันที่เริ่มสมัครเป็นผู้จำหน่ายแอมเวย์
2. ซีเอ็มทองนักสปอนเซอร์ ได้รับเมื่อผู้จำหน่ายรายใหม่ทำการสปอนเซอร์ได้ตั้งแต่ 5 รายขึ้นไปภายใน 90 วันนับตั้งแต่วันที่เริ่มสมัครเป็นผู้จำหน่ายแอมเวย์
3. ซีเอ็มนักขาย ได้รับเมื่อผู้จำหน่ายรายใหม่ทำยอดขายได้ 5,000 พิวในช่อง 1 เดือน หรือ ยอดขาย 5,000 พิวติดต่อกันในช่วง 3 เดือน
4. โล่นักขายดีเด่น ได้รับเมื่อสามารถทำยอดขายได้ดังนี้
 - ขั้นที่ 1 สำหรับยอดขายส่วนตัว 20,000 พิว หรือมากกว่านั้น ในช่วง 3 เดือนติดต่อกัน
 - ขั้นที่ 2 สำหรับยอดขายส่วนตัว 35,000 พิว หรือมากกว่านั้น ในช่วง 6 เดือนติดต่อกัน
 - ขั้นที่ 3 สำหรับยอดขายส่วนตัว 90,000 พิว หรือมากกว่านั้น ในรอบ 1 ปี
 - ขั้นที่ 4 สำหรับยอดขายส่วนตัว 125,000 พิว หรือมากกว่านั้น ในรอบ 1 ปี
 - ขั้นที่ 5 สำหรับยอดขายส่วนตัว 150,000 พิว หรือมากกว่านั้น ในรอบ 1 ปี
5. ซีเอ็มยอดนักขายร้อยละ 12 ได้รับเมื่อสามารถทำยอดขายของกลุ่มธุรกิจส่วนตัวในแต่ละเดือนอย่างน้อย 35,000 พิว ซึ่งจะได้ส่วนลดร้อยละ 12 จากยอดบิลวีของกลุ่มธุรกิจส่วนตัวในเดือนนั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. เข็มยอดนักขायร้อยละ 15 ได้รับเมื่อสามารถทำยอดขายของกลุ่มธุรกิจส่วนตัวในแต่ละเดือนอย่างน้อย 55,000 พิว ซึ่งจะได้ส่วนลดร้อยละ 15 จากยอดบิวของกลุ่มธุรกิจส่วนตัวในเดือนนั้น

7. เข็มยอดนักขायร้อยละ 18 ได้รับเมื่อสามารถทำยอดขายของกลุ่มธุรกิจส่วนตัวในแต่ละเดือนอย่างน้อย 90,000 พิว ซึ่งจะได้ส่วนลดร้อยละ 18 จากยอดบิวของกลุ่มธุรกิจส่วนตัวในเดือนนั้น

8. เข็มผู้ใช้สินค้าร้อยละ 100 ได้รับเมื่อคุณ หรือครอบครัวใช้ผลิตภัณฑ์มากกว่า 20 ชนิดขึ้นไปโดยไม่ซ้ำกัน ทั้งนี้ไม่กำหนดระยะเวลาในการใช้ผลิตภัณฑ์

เกียรติรางวัลที่แอมเวย์เป็นผู้มอบให้

1. ผู้จำหน่ายระดับเข็มเงิน
2. ผู้จำหน่ายระดับเข็มทอง
3. ผู้จำหน่ายตรง
4. ผู้จำหน่ายตรงระดับทับทิม
5. ผู้จำหน่ายตรงระดับไข่มุก
6. ผู้จำหน่ายตรงระดับมรกต
7. ผู้จำหน่ายตรงระดับเพชร
8. ผู้จำหน่ายตรงระดับเพชรบริหาร
9. ผู้จำหน่ายตรงระดับเพชรคู่
10. ผู้จำหน่ายตรงระดับตรีเพชร
11. ผู้จำหน่ายตรงระดับมงกุฎ
12. ผู้จำหน่ายตรงระดับมงกุฎชุด

รายละเอียดคุณสมบัติ และเกียรติรางวัลที่แอมเวย์มอบให้อยู่ในภาคผนวก

เงินรางวัล

1. ผลกำไรจากการขายปลีก ร้อยละ 25 – 30

โดยเฉลี่ยผลกำไรจะอยู่ระหว่างร้อยละ 25 – 30 ขึ้นอยู่กับชนิดของผลิตภัณฑ์

2. ส่วนลดร้อยละ 21

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากยอดปีวีทั้งหมดของกลุ่มธุรกิจส่วนตัวในเดือนที่มีคุณสมบัติ

3. ส่วนลดพิเศษผู้นำร้อยละ 4

คิดเป็นร้อยละ 4 ของยอดปีวีทั้งหมดของผู้จำหน่ายตรงแต่ละสายที่ให้การสปอนเซอร์ และ แอมเวย์จะจ่ายให้ในแต่ละเดือน

4. ส่วนลดพิเศษทับทิม

เท่ากับร้อยละ 2 ของยอดปีวีรายเดือนของกลุ่มธุรกิจส่วนตัวของผู้จำหน่ายและจะจ่ายให้กับผู้จำหน่ายตรงแต่ละคนที่มียอดปีวีรายเดือนของกลุ่มธุรกิจส่วนตัวเป็นจำนวน 300,000 ปีวี หรือมากกว่านั้น

5. ส่วนลดพิเศษไข่มุก

เท่ากับร้อยละ 1 ของยอดปีวีที่เกิดจากกลุ่มธุรกิจอันดับสองของสายการสปอนเซอร์ที่เป็น ร้อยละ 21 ทุกกลุ่ม ลงไปจนถึงผู้จำหน่ายตรงที่มีคุณสมบัติได้รับส่วนลดพิเศษไข่มุกคนถัดไป และ รวมถึงยอดปีวีของกลุ่มธุรกิจอันดับแรกของสายการสปอนเซอร์ร้อยละ 21 ของผู้จำหน่ายตรงที่มี คุณสมบัติได้รับส่วนลดพิเศษไข่มุกคนถัดไป

6. ส่วนลดพิเศษมรกต

เท่ากับร้อยละ 0.25 ของยอดปีวีของดาวনীไลน์ทั้งหมดของผู้จำหน่ายตรงระดับมรกตทุกคนในประเทศที่เป็นร้อยละ 21 ยอดเงินส่วนลดพิเศษมรกตทั้งหมดข้างต้นจะถูกคำนวณจ่ายให้กับผู้จำหน่ายตรงระดับมรกตทุกคน โดยถือตามคะแนนของผู้จำหน่ายตรงระดับมรกตแต่ละคนที่คำนวณได้ ซึ่งแอมเวย์ได้กำหนดวิธีคิดคะแนนของดาวনীไลน์ที่มีคุณสมบัติแต่ละกลุ่มไว้ดังนี้

ตารางที่ 7 การคิดคะแนน (ต่อดาวনীไลน์ที่มีคุณสมบัติ 1 กลุ่ม)

คะแนน		ปีวี
4 คะแนนต่อ	10,000 ปีวี	0 ถึง 625,000
2 คะแนนต่อ	10,000 ปีวี	625,001 ถึง 1,875,000
1 คะแนนต่อ	10,000 ปีวี	1,875,001 ถึง 3,125,000
1 คะแนนต่อ	100,000 ปีวี	3,125,001 ถึง 15,625,000
1 คะแนนต่อ	1,000,000 ปีวี	15,625,001 ถึง 140,625,000
1 คะแนนต่อ	10,000,000 ปีวี	140,625,001 ขึ้นไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นำคะแนนที่คำนวณได้ของดาวนีย์ไลน์ที่มีคุณสมบัติแต่ละกลุ่มจะนำมารวมกันเป็นคะแนนขงผู้จำหน่ายระดับมรกดแต่ละคน จากนั้นนำคะแนนของผู้จำหน่ายตรงระดับมรกดทุกคนรวมกันเป็นคะแนนรวม แล้วนำคะแนนรวมนี้ไปหารยอดเงินส่วนลดพิเศษมรกด จะได้ส่วนลดต่อคะแนน ก็จะเป็นส่วนลดพิเศษมรกดที่ผู้จำหน่ายตรงระดับมรกดแต่ละคนจะได้รับแอมเวย์จะจ่ายส่วนลดพิเศษมรกดภายในเดือนธันวาคมของปีบัญชีถัดไป

7. ส่วนลดพิเศษเพชร

เท่ากับร้อยละ 0.25 ของยอดบิวี่ทั้งหมดของดาวนีย์ไลน์ทั้งหมดของผู้จำหน่ายตรงระดับเพชรทุกคนในประเทศที่เป็นร้อยละ 21 ทั้งหมดยอดเงินส่วนลดพิเศษทั้งหมดข้างต้นจะถูกคำนวณเช่นเดียวกับส่วนลดพิเศษมรกด ผู้จำหน่ายตรงระดับเพชรที่ให้การสponseส่วนตัวหรือการรับรองกลุ่มร้อยละ 21 ตั้งแต่ 7 กลุ่มขึ้นไป โดยทุกกลุ่มสามารถมีคุณสมบัติร้อยละ 21 เป็นเวลา 6 เดือนขึ้นไปในช่วงปี บัญชี จะมีคุณสมบัติเพื่อการพิจารณาได้รับส่วนลดพิเศษเพชรบริหารด้วย

8. ส่วนลดพิเศษส่วนลดเพชรบริหาร

เท่ากับร้อยละ 0.25 ของยอดบิวี่ทั้งหมดของดาวนีย์ไลน์ทั้งหมดของผู้จำหน่ายตรงระดับเพชรทุกคนในประเทศที่เป็นร้อยละ 21 ทั้งหมด ยอดเงินส่วนลดพิเศษเพชรบริหารทั้งหมดข้างต้นจะถูกคำนวณจ่ายให้กับผู้จำหน่ายตรงที่มีคุณสมบัติได้รับส่วนลดพิเศษเพชรบริหาร โดยถือตามหน่วยที่ผู้จำหน่ายตรงที่มีคุณสมบัติแต่ละคนคำนวณได้ ซึ่งแอมเวย์ได้กำหนดวิธีการคิดหน่วยของผู้จำหน่ายตรงที่มีคุณสมบัติแต่ละคนไว้

ตารางที่ 8 การคิดหน่วย

จำนวนกลุ่ม ^{1/}	จำนวนหน่วย
7 – 11 กลุ่ม	100 หน่วยต่อกลุ่ม X จำนวนเดือนที่มีคุณสมบัติ
12 – 14 กลุ่ม	200 หน่วยต่อกลุ่ม X จำนวนเดือนที่มีคุณสมบัติ
15 – 17 กลุ่ม	300 หน่วยต่อกลุ่ม X จำนวนเดือนที่มีคุณสมบัติ
18 – 19 กลุ่ม	400 หน่วยต่อกลุ่ม X จำนวนเดือนที่มีคุณสมบัติ
20 กลุ่มขึ้นไป	500 หน่วยต่อกลุ่ม X จำนวนเดือนที่มีคุณสมบัติ

หมายเหตุ : 1/ แต่ละกลุ่มต้องมีคุณสมบัติเป็นร้อยละ 21 หรือถือเป็นร้อยละ 21 ตั้งแต่ 6 เดือนขึ้นไปในรอบปีบัญชีแอมเวย์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หน่วยที่คำนวณได้ของจำนวนผู้จำหน่ายที่มีคุณสมบัติได้รับส่วนลดพิเศษเพชรบริหารแต่ ละคนจะนำมารวมกันเป็นจำนวนหน่วยรวม จากนั้นนำจำนวนส่วนลดต่อหน่วยนี้คูณกับจำนวน หน่วยของผู้จำหน่ายตรงที่มีคุณสมบัติแต่ละคน ก็จะได้ส่วนลดพิเศษเพชรบริหารที่แต่ละคนจะ ได้ รับ แอมเวย์จะจ่ายส่วนลดพิเศษเพชรบริหารก่อนสิ้นปีปฏิทินสำหรับปีบัญชีก่อนหน้านี้

9. รางวัลเงินสดจ่ายครั้งเดียว

เป็นเงินสดเพียงครั้งเดียวแก่ผู้ที่ประสบความสำเร็จในระดับเพชรคู่ ระดับตรีเพชร ระดับ มงกุฎ และระดับมงกุฎชุด

10. ส่วนลดพิเศษสองผู้ร่วมสถาปนา

จ่ายให้กับผู้จำหน่ายตรงระดับเพชร และระดับสูงขึ้นไปที่มีคุณสมบัติเป็นผู้มีประวัติในการ ดำเนินธุรกิจถูกต้องตามกฎหมายจรรยาบรรณ และระเบียบปฏิบัติ โดยมีข้อกำหนดดังนี้

- ต้องเป็นผู้จำหน่ายตรงที่ได้รับส่วนลดพิเศษเพชรที่มีคะแนนจากสายงานไม่น้อย กว่า 8 คะแนน โดยกำหนดให้ผู้จำหน่ายที่มีสายงานได้รับคะแนนจากสายงานเหล่านี้รวมถึงการ นับคะแนนเพิ่มให้กับสายงานของผู้จำหน่ายที่ได้รับส่วนลดพิเศษมรกต และส่วนลดเพชรด้วย

- สายงานที่มีคุณสมบัติ 21 % ทั้ง 12 เดือน ภายในปีบัญชี	1	คะแนน
- สายงานมรกต	1.5	คะแนน
- สายงานเพชร	3	คะแนน

ตารางที่ 9 เงินรางวัลส่วนลดพิเศษสองผู้ร่วมสถาปนา

จำนวนคะแนนจากสายงาน	อัตรารางวัล (บาท)
40	6,000,000
	(12,000,000 ในกรณีที่เป็นการรับคะแนนครั้งแรก)
35	4,800,000
30	3,600,000
25	2,400,000
20	1,800,000
16	1,200,000
12	600,000
8	300,000

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

ผลการศึกษา

จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างจำนวน 250 คน ซึ่งมีข้อมูลแตกต่างกัน จึงทำการนำเสนอผลการศึกษาลำดับดังนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะทั่วไปทางด้านประชากร เศรษฐกิจ และสังคมของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 2 ทักษะคิดในด้านต่าง ๆ ของกลุ่มตัวอย่างต่อบัณฑิตที่มีผลต่อความสำเร็จ

ตอนที่ 3 ปัญหา และอุปสรรคในการประกอบธุรกิจขายตรงเพื่อความสำเร็จ

ตอนที่ 4 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปทางด้านประชากร และสังคมของกลุ่มตัวอย่าง กับทักษะคิดในด้านต่าง ๆ

ตอนที่ 1 ลักษณะทั่วไปทางด้านประชากร เศรษฐกิจ และสังคม ของกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาในครั้งนี้ได้จำแนกลักษณะทั่วไปทางด้านประชากร และสังคม ออกเป็น เพศ อายุ สถานภาพ และ วุฒิการศึกษา โดยมีรายละเอียดดังนี้

เพศ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชายร้อยละ 62.00 เพศหญิงร้อยละ 37.60 อาจเนื่องมาจากการศึกษาครั้งนี้ทำการสำรวจตามศูนย์ประชุมต่าง ๆ ซึ่งผู้จำหน่ายตรงในธุรกิจแอมเวย์เพศชายเข้าประชุมมากกว่าเพศหญิง เนื่องจากเพศชายเป็นเพศที่ชอบทำการศึกษา เพื่อเรียนรู้ในเรื่องสินค้า บริษัทและวิธีการประกอบธุรกิจ เพื่อการถ่ายทอดต่อมากกว่าเพศหญิง (ตารางที่ 10)

ตารางที่ 10 ความถี่ และร้อยละ ของเพศ

ข้อมูล	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ชาย	155	62.00
หญิง	94	37.60
ไม่ตอบ	1	0.40
รวม	250	100.00

อายุ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อายุระหว่าง 31 – 40 ปีร้อยละ 48.00 ซึ่งเป็นวัยสร้างฐานะ หรือวัยทำงานเพื่ออนาคต จึงมีการหาอาชีพเสริมสำหรับผู้ที่มั่งงาน หรือเป็นอาชีพหลักของผู้ที่ตกงาน ซึ่งในกลุ่มตัวอย่างมีอายุมากกว่า 40 ปีร้อยละ 36.40 และอายุระหว่าง 20 – 30ปีร้อยละ 13.60 หรืออาจกล่าวได้ว่าผู้ที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจแอมเวย์ส่วนใหญ่มีอายุมากกว่า 30 ปี(ตารางที่ 11)

ตารางที่ 11 ความถี่ และร้อยละ ของอายุ

ข้อมูล	จำนวน(คน)	ร้อยละ
20 - 30 ปี	34	13.60
31 - 40 ปี	120	48.00
มากกว่า 40 ปี	91	36.40
ไม่ตอบ	5	2.00
รวม	250	100.00

สถานภาพ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสแล้วสูงถึงร้อยละ 76.80 และสถานภาพโสด ร้อยละ 23.20 โดยข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่มีเป็นโสดในการศึกษาครั้งนี้รวมถึงผู้ที่มีสถานภาพหม้าย หย่าร้าง หรือแยกกันอยู่ด้วย (ตารางที่ 12)

ตารางที่ 12 ความถี่ และร้อยละ ของสถานภาพ

ข้อมูล	จำนวน(คน)	ร้อยละ
โสด	58	23.20
สมรส	192	76.80
รวม	250	100.00

วุฒิการศึกษา

วุฒิการศึกษา ซึ่งเป็นลักษณะทั่วไปทางด้านสังคม โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 56.00 ถือเป็นการให้ความยอมรับจากสังคมเนื่องจากในปัจจุบันประเทศไทยได้ให้ความสำคัญของการศึกษามากขึ้น มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีร้อยละ 33.20 และสูงกว่าปริญญาตรีร้อยละ 10.00 (ตารางที่ 13)

ตารางที่ 13 ความถี่ และร้อยละ ของวุฒิการศึกษา

ข้อมูล	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	83	33.20
ปริญญาตรี	140	56.00
สูงกว่าปริญญาตรี	25	10.00
ไม่ตอบ	2	0.80
รวม	250	100.00

ลักษณะการประกอบธุรกิจ

ลักษณะการประกอบธุรกิจแอมเวย์ของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจในลักษณะสมัครและทำร่วมกับสามี/ภรรยาคิดเป็นร้อยละ 69.20 สมัครและทำคนเดียวร้อยละ 24.40 โดยมีรูปแบบการประกอบธุรกิจเป็นทั้งแบบเต็มเวลา (Full time) และแบบล่วเวลา (Part time) ในอัตราส่วนที่เท่า ๆ กันคิดเป็นร้อยละ 49.20 และ 50.80 ตามลำดับ และกลุ่มตัวอย่างจากการสำรวจใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เวลาดังแต่เริ่มสมัครจนกระทั่งถึงปัจจุบันนานกว่า 5 ปีคิดร้อยละ 44.76 ใช้เวลา 3 – 5 ปีร้อยละ 27.02 และใช้เวลาน้อยกว่า 3 ปีร้อยละ 28.23 โดยใช้ระยะเวลาตั้งแต่เริ่มตัดสินใจจนกระทั่งประสบความสำเร็จเป็นผู้จำหน่ายตรงมากกว่า 12 เดือน(16 – 1 8 เดือน)ร้อยละ 53.16 และใช้เวลาภายใน 6 – 12 เดือนร้อยละ 46.84 (ตารางที่ 14)

ตารางที่ 14 ความถี่ และร้อยละ ของลักษณะการประกอบธุรกิจ

ข้อมูล	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ลักษณะการประกอบธุรกิจ		
สมัครและทำร่วมกับสามี/ภรรยา	173	69.20
สมัครและทำคนเดียว	61	24.40
ทำในนามผู้อื่น	16	6.40
รูปแบบการประกอบธุรกิจ		
ล่องเวลา (Part Time)	127	50.80
เต็มเวลา (Full Time)	123	49.20
ระยะเวลาตั้งแต่เริ่มสมัครจนถึงปัจจุบัน		
น้อยกว่า 3 ปี	70	28.23
ระหว่าง 3 - 5 ปี	67	27.02
มากกว่า 5 ปี	111	44.76
ไม่ตอบ	2	0.40
ระยะเวลาตั้งแต่ตัดสินใจจนประสบความสำเร็จ		
มากกว่า 12 เดือน	126	53.16
ภายใน 6 - 12 เดือน	111	46.84
ไม่ตอบ	13	0.40

หมายเหตุ : จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 250 ตัวอย่าง

เหตุผลในการตัดสินใจทำธุรกิจแอมเวย์

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีเหตุผลในการตัดสินใจทำธุรกิจแอมเวย์ของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ได้ตามลำดับความสำคัญจากมากไปน้อย ดังนี้คือ ต้องการความมั่นคง ร้อยละ 84.00 ต้องการอิสระภาพทางด้านเวลา ร้อยละ 83.20 ต้องการอิสระภาพทางการเงิน ร้อยละ 80.40 ต้องการมรดก ร้อยละ 63.20 ต้องการเพื่อน ร้อยละ 55.60 และเหตุผลอื่น ๆ เช่น ต้องการช่วยเหลือสังคม และต้องการพัฒนาตนเอง ร้อยละ 26.4 (ตารางที่ 15)

ตารางที่ 15 เหตุผลในการตัดสินใจสมัครทำธุรกิจแอมเวย์

ข้อมูล	ใช่		ไม่ใช่		ไม่ตอบ	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต้องการความมั่นคง	210	84.00	39	15.60	1	0.40
อิสระภาพทางเวลา	209	83.60	40	16.00	1	0.40
อิสระภาพทางการเงิน	202	80.80	47	18.80	1	0.40
ต้องการมรดก	158	63.20	89	35.60	3	1.20
ต้องการเพื่อน	139	55.60	110	44.00	1	0.40
ต้องการช่วยเหลือสังคม และ ต้องการพัฒนาตนเอง	66	26.40	180	72.00	4	1.60

ความสำเร็จที่ได้รับจากธุรกิจแอมเวย์

ความสำเร็จของกลุ่มตัวอย่างจากการสำรวจ ส่วนใหญ่เป็นผู้จำหน่ายตรง หรือผู้จำหน่ายตรงระดับไข่มุก ร้อยละ 74.80 ซึ่งใกล้เคียงกับความเป็นจริงที่ได้กล่าวไว้ในบทนำ มีรายได้จากธุรกิจแอมเวย์ระหว่าง 20,000 - 30,000 บาทต่อเดือนร้อยละ 54.80 ซึ่งเป็นรายได้โดยประมาณของผู้จำหน่ายตรง ผู้จำหน่ายตรงระดับทับทิม และผู้จำหน่ายตรงระดับไข่มุก ส่วนโบนัสอื่น ๆ ที่ได้รับจากบริษัทแอมเวย์ คือการไปเที่ยวต่างประเทศฟรี โดยสามารถนำสามี/ภรรยาที่ได้สมัครธุรกิจ

แอมเวย์ร่วมกันไปได้ด้วย และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้ไป 1 – 2 ครั้งคิดเป็นร้อยละ 36.40 (ตารางที่ 16)

ตารางที่ 16 ความสำเร็จที่ได้รับจากแอมเวย์

ข้อมูล	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ตำแหน่งในธุรกิจแอมเวย์		
ผู้จำหน่ายตรง/ผู้จำหน่ายตรงระดับใหม่	187	74.80
ผู้จำหน่ายตรงระดับมรกต	36	14.40
ผู้จำหน่ายตรงระดับเพชร หรือสูงกว่า	18	7.20
ไม่ตอบ	9	3.60
รายได้ต่อเดือน		
20,000 - 30,000 บาท	137	54.80
30,001 - 50,000 บาท	69	27.60
มากกว่า 50,000 บาท	34	13.60
ไม่ตอบ	10	4.00
จำนวนครั้งที่ไปเที่ยวต่างประเทศกับแอมเวย์		
1 - 2 ครั้ง	91	36.40
3 - 4 ครั้ง	35	14.00
5 ครั้ง หรือ มากกว่า	42	16.80
ไม่เคย	39	15.60
ไม่ตอบ	43	17.20

หมายเหตุ : จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 250 ตัวอย่าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 2 ทักษะคติของกลุ่มตัวอย่างต่อปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในธุรกิจขาย ตรงแบบหลายชั้น

ทัศนคติต่อลูกค้า/ผู้มุ่งหวัง

กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อลูกค้า/ผู้มุ่งหวังเห็นด้วยมากที่สุด ต่อการให้ความสำคัญต่อลูกค้า/ผู้มุ่งหวังเป็นอันดับ 1 ต่อการมีความยินดีที่จะช่วยเหลือลูกค้า/ผู้มุ่งหวังด้วยความปรารถนาดี และต่อการมีความสัมพันธ์อันดีต่อลูกค้า/ผู้มุ่งหวัง และกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติเห็นด้วยมาก ต่อการเข้าใจปัญหา และความต้องการของลูกค้า/ผู้มุ่งหวังเป็นอย่างดี และต่อการพูดคุย และถกเถียงกับลูกค้า/ผู้มุ่งหวังเกี่ยวกับการขายตรงในเชิงสร้างสรรค์เป็นสิ่งดี (ตารางที่ 17)

ตารางที่ 17 ทัศนคติต่อลูกค้า/ผู้มุ่งหวังของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูล	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	\bar{X}	S.D.
ให้ความสำคัญต่อลูกค้าและผู้มุ่งหวังเป็นอันดับ 1	186 (74.40)	50 (20.00)	7 (2.80)	1 (0.40)	-	4.73	0.53
มีความยินดีที่จะช่วยเหลือลูกค้า/ผู้มุ่งหวัง	179 (71.60)	57 (22.80)	8 (3.20)	1 (0.40)	-	4.69	0.55
มีความสัมพันธ์อันดีต่อลูกค้า/ผู้มุ่งหวัง	123 (49.20)	100 (40.00)	21 (8.40)	-	1 (0.40)	4.40	0.68
การเข้าใจปัญหา และความต้องการของลูกค้า/ผู้มุ่งหวัง	62 (24.80)	113 (45.20)	66 (26.40)	4 (1.60)	-	3.95	0.77
การพูดคุย และถกเถียงกับลูกค้าและผู้มุ่งหวังเกี่ยวกับการขายตรงในเชิงสร้างสรรค์เป็นสิ่งดี	81 (32.40)	79 (31.60)	40 (16.00)	23 (9.20)	19 (7.60)	3.74	1.24

ทัศนคติต่อผู้ร่วมงาน

กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติเห็นด้วยมากที่สุด ต่อผู้ร่วมงานเป็นผู้ที่มีฐานะทางการเงินที่ดี และกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติเห็นด้วยมาก ต่อการมีความรับผิดชอบและให้ความร่วมมือในการทำงาน ต่อการมีความสัมพันธ์และรักใคร่กลมเกลียวกันเป็นอย่างดี และมีทัศนคติเห็นด้วยปานกลางต่อการให้ความอิสระต่อกันในการทำงาน (ตารางที่ 18)

ตารางที่ 18 ทัศนคติต่อผู้ร่วมงานของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูล	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	X	S.D.
เป็นคนที่มีความฐานะทางการเงินที่ดี	100 (40.00)	99 (39.60)	46 (18.40)	-	-	4.22	0.74
มีความรับผิดชอบและให้ความร่วมมือในการทำงาน	86 (34.40)	94 (37.60)	42 (16.80)	1 (0.40)	-	4.19	0.75
มีความสัมพันธ์และรักใคร่กลมเกลียวกันเป็นอย่างดี	68 (27.20)	105 (42.00)	71 (28.40)	2 (0.80)	-	3.97	0.77
ให้ความอิสระต่อกัน	19 (7.60)	21 (8.40)	157 (62.80)	43 (17.20)	4 (1.60)	3.03	0.80

ทัศนคติต่อลูกค้าต่อธรรมชาติของงานขาย

กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติเห็นด้วยมากที่สุด ต่องานขายตรงเป็นงานอิสระ ต่องานขายตรงเป็นงานที่มีความมั่นคง ต่องานขายตรงเป็นงานท้าทาย ต่อการทราบในสิ่งที่ต้องทำในการประกอบธุรกิจขายตรง และต่อการทราบข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และบริษัทเป็นอย่างดี และมีทัศนคติเห็นด้วยมาก ต่อการมีความสามารถในการเดาใจทายใจ หรือรู้จักใจผู้อื่น (ตารางที่ 19)

ตารางที่ 19 ทักษะคติต่อธรรมชาติของงานขายของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูล	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	\bar{X}	S.D.
งานขายตรงเป็นงานที่อิสระ	187 (74.80)	50 (20.0)	6 (2.40)	-	1 (0.40)	4.73	0.54
งานขายตรงเป็นอาชีพที่มีความมั่นคง	173 (69.20)	49 (19.60)	12 (4.80)	1 (0.40)	-	4.68	0.59
งานขายตรงเป็นงานทำทนาย	176 (70.40)	56 (22.40)	11 (22.40)	1 (0.40)	-	4.67	0.58
ทราบในสิ่งที่ท่านต้องทำในการประกอบธุรกิจขายตรง	152 (60.80)	79 (31.60)	12 (4.80)	1 (0.40)	-	4.57	0.61
ทราบข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และบริษัทเป็นอย่างดี	118 (47.20)	113 (45.20)	11 (4.40)	-	1 (0.40)	4.43	0.62
มีความสามารถในการเดาใจทายใจ หรือรู้จักใจผู้อื่น	38 (15.20)	93 (37.20)	100 (40.00)	8 (3.20)	3 (1.20)	3.64	0.83

ทัศนคติต่อการวางแผนการทำงานที่ชัดเจน

กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติเห็นด้วยมากที่สุดต่อการวางแผนต้องชัดเจนสามารถทำได้จริงเพื่อเป้าหมาย ต่อการวางแผนการทำงานร่วมกับผู้ประสบความสำเร็จ ต่อการบันทึกการวางแผนในการทำงานเป็นขั้นตอน และมีทัศนคติเห็นด้วยมากที่สุดต่อการตรวจสอบการทำงานทุกขั้นตอนตามแผนงาน (ตารางที่ 20)

ตารางที่ 20 ทักษะคติต่อการวางแผนการทำงานที่ชัดเจนของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูล	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	\bar{X}	S.D.
การวางแผนงานจะต้องชัดเจนสามารถทำได้จริงเพื่อเป้าหมาย	139 (55.60)	86 (34.40)	18 (7.20)	-	-	4.50	0.63
มีการวางแผนการทำงานร่วมกับผู้ประสบความสำเร็จ	133 (53.20)	94 (37.60)	18 (7.20)	-	-	4.47	0.63
มีการบันทึกการวางแผนในการทำงานงานเป็นขั้นตอน	112 (44.80)	95 (38.00)	37 (14.80)	1 (0.40)	-	4.30	0.73
มีการตรวจสอบการทำงานทุกขั้นตอนตามแผนงาน	107 (42.80)	79 (31.6)	54 (21.60)	4 (1.60)	1 (0.40)	4.17	0.86

ทัศนคติต่อความชัดเจนในบทบาทของการเป็นตัวแทนชาย

กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติเห็นด้วยมากที่สุด ต่อการทราบในสิ่งที่จะต้องทำในการประกอบธุรกิจชายตรง ต่อการรู้ถึงความต้องการ (เป้าหมาย) ของตัวเองเป็นอย่างดี ต่อการมีความรู้เรื่องบริษัทสินค้า และระบบงานเป็นอย่างดี และต่อการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และมีทัศนคติเห็นด้วยมากต่อการสามารถบริหารเวลา เงินทุน และทีมงานได้เป็นอย่างดี (ตารางที่ 22)

ทัศนคติต่อการตั้งเป้าหมายที่ชัดเจน

กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติเห็นด้วยมากที่สุด ต่อการมีความฝันที่ชัดเจน ต่อการสามารถเปลี่ยนความฝันให้เป็นเป้าหมายได้ ต่อการสามารถตั้งเป้าหมายที่มีการกำหนดระยะเวลาอย่างชัดเจนให้ตรงตามความต้องการของได้ ต่อการยินดีที่จะปรึกษาผู้ที่ประสบความสำเร็จในการตั้งเป้าหมายของท่าน ต่อการกล้าที่จะประกาศเป้าหมายให้ทุกคนได้รับรู้ และการสามารถแบ่งเป้าหมายของท่านออกเป็นระยะยาว กลาง และสั้น ได้ตามความเหมาะสม (ตารางที่ 23)

ตารางที่ 21 ทักษะคติต่อการปฏิบัติงานภายในองค์กรของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูล	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	\bar{X}	S.D.
โอกาสในการก้าวหน้าใน	203	30	2	2	-	4.83	0.46
ธุรกิจขายตรงมีไม่จำกัด	(81.20)	(12.00)	(0.80)	(0.80)			
ท่านสามารถพัฒนาความรู้	153	75	10	-	-	4.60	0.57
ความสามารถได้ในงานขาย	(61.20)	(30.00)	(4.00)				
ตรง							
รางวัลและรายได้จากงาน	147	74	21	-	1	4.51	0.69
ขายตรงเป็นสิ่งที่ท่านต้องการ	(58.80)	(29.60)	(8.40)		(0.40)		
ท่านเคยถูกพุดชักจูง โน้มน้าว	95	86	50	2	3	4.44	0.86
ใจ จากผู้ที่ประสบความสำเร็จ	(38.00)	(34.40)	(20.00)	(0.80)	(1.20)		
ท่านชอบให้บุคคลอื่น ขึ้นชม	79	73	78	7	2	3.92	0.92
ในความสามารถของท่าน	(31.60)	(29.20)	(31.20)	(2.80)	(0.80)		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 22 ทักษะคติความชัดเจนในบทบาทการเป็นตัวแทนขายของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูล	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	\bar{X}	S.D.
ทราบในสิ่งที่ท่านต้องทำใน	153	78	6	1	-	4.61	0.56
การประกอบธุรกิจขายตรง	(61.20)	(31.20)	(2.40)	(0.40)			
รู้ถึงความต้องการ (เป้า	152	75	11	-	-	4.58	0.60
หมาย) ของ ตัวเองเป็นอย่างดี	(60.80)	(30.00)	(4.40)				
ดี							
มีความรู้เรื่องบริษัท สินค้า	140	92	6	-	-	4.56	0.55
และระบบงานเป็นอย่างดี	(56.00)	(36.80)	(2.40)				
ที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	104	107	28	-	-	4.32	0.67
	(41.60)	(42.80)	(11.20)				
สามารถบริหารเวลา เงินทุน	82	87	58	1	-	4.09	0.77
และที่มงานได้เป็นอย่างดี	(32.80)	(38.80)	(23.20)	(0.40)			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 23 ทักษะคติต่อการตั้งเป้าหมายที่ชัดเจนของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูล	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	\bar{X}	S.D.
มีความฝันที่ชัดเจน	175 (70.00)	56 (22.40)	9 (3.60)	-	-	4.69	0.54
สามารถเปลี่ยนความฝันเป็นเป้าหมายได้	139 (55.60)	81 (32.40)	17 (6.80)	2 (8.00)	-	4.69	0.54
สามารถตั้งเป้าหมายที่มีการกำหนดระยะเวลาอย่างชัดเจนให้ตรงตามความต้องการของท่านได้	101 (40.40)	96 (38.40)	42 (16.80)	-	-	4.60	0.60
ยินดีที่ปรึกษากับผู้ที่ประสบความสำเร็จในการตั้งเป้าหมายของท่าน	155 (62.00)	76 (30.40)	8 (3.20)	-	-	4.48	0.72
กล้าที่จะประกาศเป้าหมายของท่านให้ทุก ๆ คนได้รับรู้	127 (50.80)	84 (33.60)	25 (10.00)	2 (0.80)	-	4.41	0.71
สามารถแบ่งเป้าหมายของท่านออกเป็นระยะยาว กลาง และ สั้นได้ตามความเหมาะสม	104 (41.60)	93 (37.20)	39 (15.60)	2 (0.80)	-	4.26	0.76

ตอนที่ 3 ปัญหาและอุปสรรคในการประกอบธุรกิจขายตรงเพื่อความสำเร็จ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัญหาและอุปสรรค จากมากไปน้อยดังนี้คือ ความคิดหรือทัศนคติของตนเองสูงสุด ความสัมพันธ์ที่มีต่อทีมงานภายในองค์กร การบริหารเวลาในการประกอบธุรกิจ งานประจำ หรือเวลาส่วนตัว ความรู้ และความเชื่อเกี่ยวกับบริษัท และสินค้า การบริหารเงินหรือเงินทุนหมุนเวียนในการประกอบธุรกิจ ความรู้ความสามารถเกี่ยวกับธุรกิจขายตรง และให้ความสำคัญต่อการขาดการสนับสนุนจากคนในครอบครัวน้อยที่สุด (ตารางที่ 24)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 24 ปัญหา และอุปสรรคในการประกอบธุรกิจขายตรงเพื่อความสำเ็จ

ข้อมูล	ลำดับความสำคัญ							\bar{X}	S.D
	1	2	3	4	5	6	7		
ความคิด หรือทัศนคติ ของตนเอง	128 (51.20)	33 (13.20)	19 (7.60)	7 (2.80)	8 (3.20)	14 (5.60)	15 (6.00)	2.97	2.75
ความสัมพันธ์ ที่มีต่อ ทีมงานภายในองค์กร	47 (18.80)	39 (15.60)	33 (13.20)	42 (16.80)	30 (12.00)	20 (8.00)	12 (4.80)	3.96	2.46
การบริหารเวลาใน การประกอบธุรกิจ และงานประจำ หรือ เวลาส่วนตัว	44 (17.60)	33 (13.20)	45 (18.00)	42 (16.80)	32 (12.80)	12 (4.80)	15 (6.00)	3.97	2.42
ความรู้ และความเชื่อ เกี่ยวกับบริษัท และ สินค้า	58 (23.20)	42 (16.80)	24 (9.60)	9 (3.60)	18 (7.20)	32 (12.80)	40 (16.00)	4.22	2.75
การบริหารเงิน หรือ เงินทุนหมุนเวียนใน การประกอบธุรกิจ	39 (15.60)	23 (9.20)	37 (14.80)	29 (11.60)	45 (18.00)	20 (8.00)	30 (12.00)	4.44	2.46
ความรู้ความสามารถ เกี่ยวกับธุรกิจขายตรง	31 (12.40)	28 (11.20)	28 (11.20)	34 (13.60)	43 (17.20)	30 (12.00)	29 (11.60)	4.59	2.40
ขาดการสนับสนุน จากคนในครอบครัว	24 (9.60)	28 (11.20)	24 (9.60)	16 (6.40)	23 (9.20)	40 (16.00)	67 (26.80)	5.17	2.45

หมายเหตุ : 1 คือ สำคัญมากที่สุด 2 คือสำคัญมาก..... และ 7 คือสำคัสน้อยที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 4 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปทางด้านประชากร และสังคม กับทัศนคติในด้านต่าง ๆ

ทำการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปทางด้านประชากร และสังคม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ และวุฒิการศึกษา กับทัศนคติในด้านต่าง ๆ เช่น ทัศนคติต่อลูกค้า/ผู้มุ่งหวัง ทัศนคติต่อทีมงานขาย ทัศนคติต่อธรรมชาติของงานขาย ทัศนคติต่อการวางแผนการทำงานที่ชัดเจน ทัศนคติต่อการตั้งใจในการทำงาน ทัศนคติต่อความชัดเจนในบทบาทของการเป็นตัวแทนการขาย และทัศนคติต่อการตั้งเป้าหมายที่ชัดเจนของกลุ่มตัวอย่าง มีรายละเอียดในการทดสอบ และสรุปผลการทดสอบความสัมพันธ์ดังต่อไปนี้

ทัศนคติในด้านต่าง ๆ กับเพศ

กำหนดให้

H_0 = เพศที่แตกต่างกันไม่มีผลทำให้ทัศนคติในด้านต่าง ๆ แตกต่างกัน

H_1 = เพศที่แตกต่างกันทำให้ทัศนคติในด้านต่าง ๆ แตกต่างกัน

ระดับนัยสำคัญ = 0.05

เพศชาย หรือเพศหญิงไม่มีผลทำให้ทัศนคติในด้านต่าง ๆ เช่น ทัศนคติต่อลูกค้า/ผู้มุ่งหวัง ทัศนคติต่อผู้ร่วมงาน ทัศนคติต่อธรรมชาติของงานขาย ทัศนคติต่อการวางแผนการทำงานที่ชัดเจน ทัศนคติต่อการตั้งใจในการทำงานภายในองค์กร ทัศนคติต่อความชัดเจนในบทบาท และทัศนคติต่อการตั้งเป้าหมายที่ชัดเจน แตกต่างกัน นั่นคือผู้ที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจแอมเวย์ไม่ว่าเพศหญิง หรือเพศชายมีทัศนคติในด้านต่างเหมือนกัน (ตารางที่ 25)

ตารางที่ 25 ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติทางด้านต่าง ๆ กับเพศ

ข้อมูล	χ^2	Sig
ทัศนคติต่อลูกค้า/ผู้มุ่งหวัง		
การเข้าใจปัญหา และความต้องการ	2.665	0.446
มีความสัมพันธ์อันดี	0.818	0.845
มีความยินดีที่จะช่วยเหลือ	1.180	0.758
การพูดคุย และถกเถียงเกี่ยวกับการขายตรงในเชิงสร้างสรรค์เป็นสิ่งดี	2.526	0.640
ให้ความสำคัญเป็นอันดับ 1	0.716	0.869
ทัศนคติต่อผู้ร่วมงาน		
มีความสัมพันธ์และรักใคร่กลมเกลียวกันเป็นอย่างดี	2.155	0.541
เป็นคนที่มีความรู้ทางการเงินที่ดี	2.356	0.308
ให้ความอิสระต่อกัน	8.163	0.086
มีความรับผิดชอบและให้ความร่วมมือในการทำงาน	2.918	0.405
ทัศนคติต่อธรรมชาติของงานขาย		
ทราบในสิ่งที่ท่านต้องทำในการประกอบธุรกิจขายตรง	1.897	0.594
ทราบข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และบริษัทเป็นอย่างดี	0.645	0.886
มีความสามารถในการเดาใจ ทายใจ หรือรู้จักใจผู้อื่น	5.064	0.281
งานขายตรงเป็นงานท้าทาย	1.426	0.699
งานขายตรงเป็นงานที่อิสระ	1.533	0.675
งานขายตรงเป็นอาชีพที่มีความมั่นคง	1.123	0.772
การวางแผนการทำงานที่ชัดเจน		
มีการวางแผนการทำงานร่วมกับผู้ประสบความสำเร็จ	0.170	0.919
การวางแผนงานต้องชัดเจนทำได้จริงเพื่อเป้าหมาย	0.250	0.882
มีการบันทึกการวางแผนในการทำงานงานเป็นขั้นตอน	1.091	0.779
มีการตรวจสอบการทำงานทุกขั้นตอนตามแผนงาน	4.709	0.319

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความสัมพันธ์ระหว่าง อายุ กับทัศนคติในด้านต่าง ๆ

กำหนดให้

H_0 = อายุที่แตกต่างกันไม่มีผลทำให้ทัศนคติในด้านต่าง ๆ แตกต่างกัน

H_1 = อายุที่แตกต่างกันทำให้ทัศนคติในด้านต่าง ๆ แตกต่างกัน

ระดับนัยสำคัญ = 0.05

จากการศึกษา พบว่าอายุแตกต่างกันไม่มีผลทำให้ทัศนคติในด้านต่าง ๆ เช่น ทัศนคติต่อลูกค้า/ผู้มุ่งหวังทัศนคติต่อผู้ร่วมงาน ทัศนคติต่อธรรมชาติของงานขาย ทัศนคติต่อการวางแผนการทำงานที่ชัดเจน ทัศนคติต่อการจงใจในการทำงานภายในองค์กร ทัศนคติต่อความชัดเจนในบทบาท และทัศนคติต่อการตั้งเป้าหมายที่ชัดเจน แตกต่างกัน นั่นคือกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันมีทัศนคติในด้านต่างเหมือนกัน (ตารางที่ 26)

ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพ กับทัศนคติในด้านต่าง ๆ

กำหนดให้

H_0 = สถานภาพที่แตกต่างกันไม่มีผลทำให้ทัศนคติในด้านต่าง ๆ แตกต่างกัน

H_1 = สถานภาพที่แตกต่างกันทำให้ทัศนคติในด้านต่าง ๆ แตกต่างกัน

ระดับนัยสำคัญ = 0.05

จากการศึกษา พบว่าสถานภาพของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์เฉพาะ การให้ความสำคัญต่อลูกค้า/ผู้มุ่งหวัง ณ ระดับนัยสำคัญที่ 0.01 สัมพันธ์ต่อทัศนคติในเรื่องผู้ร่วมงานมีฐานะทางการเงินที่ดี ณ ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 สัมพันธ์ต่อทัศนคติในเรื่องการวางแผนการทำงานร่วมกับผู้ประสบความสำเร็จ ณ ระดับนัยสำคัญที่ 0.01 สัมพันธ์ต่อการตรวจสอบการทำงานทุกขั้นตอนตามแผนงาน ณ ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 และสัมพันธ์ในเรื่องสามารถแบ่งเป้าหมายออกเป็นระยะยาว กลาง และสั้นได้ตามความเหมาะสม ณ ระดับนัยสำคัญที่ 1 (ตารางที่ 27)

ตารางที่ 26 ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติทางด้านต่าง ๆ กับอายุ

ข้อมูล	χ^2	Sig
ทัศนคติต่อลูกค้า/ผู้มุ่งหวัง		
การเข้าใจปัญหา และความต้องการ	8.789	0.186
มีความสัมพันธ์อันดี	3.977	0.680
มีความยินดีที่จะช่วยเหลือ	3.988	0.678
การพูดคุย และถกเถียงเกี่ยวกับการขายตรงในเชิงสร้างสรรค์เป็นสิ่งดี	7.402	0.494
ให้ความสำคัญเป็นอันดับ 1	9.005	0.173
ทัศนคติต่อผู้ร่วมงาน		
มีความสัมพันธ์และรักใคร่กลมเกลียวกันเป็นอย่างดี	5.191	0.520
เป็นคนที่มีความรู้ทางการเงินที่ดี	1.324	0.857
ให้ความอิสระต่อกัน	10.243	0.248
มีความรับผิดชอบและให้ความร่วมมือในการทำงาน	2.880	0.824
ทัศนคติต่อธรรมชาติของงานขาย		
ทราบในสิ่งที่ท่านต้องทำในการประกอบธุรกิจขายตรง	3.537	0.739
ทราบข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และบริษัทเป็นอย่างดี	8.780	0.186
มีความสามารถในการเดาใจ ทายใจ หรือรู้จักใจผู้อื่น	5.213	0.735
งานขายตรงเป็นงานท้าทาย	6.035	0.419
งานขายตรงเป็นงานที่อิสระ	3.777	0.707
งานขายตรงเป็นอาชีพที่มีความมั่นคง	4.533	0.605
การวางแผนการทำงานที่ชัดเจน		
มีการวางแผนการทำงานร่วมกับผู้ประสบความสำเร็จ	2.158	0.707
การวางแผนงานต้องชัดเจนทำได้จริงเพื่อเป้าหมาย	2.106	0.716
มีการบันทึกการวางแผนในการทำงานงานเป็นขั้นตอน	4.987	0.546
มีการตรวจสอบการทำงานทุกขั้นตอนตามแผนงาน	4.032	0.854

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 26 (ต่อ)

ข้อมูล	χ^2	Sig
การจูงใจในการทำงานภายในองค์กร		
รางวัลและรายได้จากงานขายตรงเป็นสิ่งที่ท่านต้องการ	2.158	0.707
ท่านสามารถพัฒนาความรู้ ความสามารถได้ในงานขายตรง	2.106	0.716
ท่านชอบให้บุคคลอื่น ชื่นชมในความสามารถของท่าน	4.987	0.546
ท่านเคยถูกพุดชกจูง โหม่งหน้าใจ จากผู้ที่ประสบความสำเร็จ	4.032	0.854
โอกาสในการก้าวหน้าในธุรกิจขายตรงมีไม่จำกัด	7.207	0.302
ความชัดเจนในบทบาท		
ทราบในสิ่งที่ต้องทำในการประกอบธุรกิจขายตรง	3.324	0.505
มีความรู้เรื่องบริษัท สินค้า และระบบงานเป็นอย่างดี	7.257	0.509
สามารถบริหารเวลา เงินทุน และทีมงานได้เป็นอย่างดี	7.036	0.533
ที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	6.053	0.417
รู้ถึงความต้องการ (เป้าหมาย) ของ ตัวเองเป็นอย่างดี	4.744	0.577
การตั้งเป้าหมายที่ชัดเจน		
มีความฝันที่ชัดเจน	0.081	0.999
สามารถเปลี่ยนความฝันเป็นเป้าหมายได้	11.984	0.062
ยินดีที่ปรึกษากับผู้ที่ประสบความสำเร็จในการตั้งเป้าหมายของ ท่าน	6.489	0.166
สามารถตั้งเป้าหมายที่มีการกำหนดระยะเวลาอย่างชัดเจนให้ ตรงตามความต้องการของท่านได้	8.006	0.238
สามารถแบ่งเป้าหมายของท่านออกเป็นระยะยาว กลาง และ สั้น ได้ตามความเหมาะสม	7.980	0.092
กล้าที่จะประกาศเป้าหมายของท่านให้ทุก ๆ คนได้รับรู้	6.083	0.638

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 27 ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านต่าง ๆ กับสถานภาพ

ข้อมูล	χ^2	Sig
ทัศนคติต่อลูกค้า/ผู้มุ่งหวัง		
การเข้าใจปัญหา และความต้องการ	1.289	0.732
มีความสัมพันธ์อันดี	1.050	0.789
มีความยินดีที่จะช่วยเหลือ	6.742	0.081
การพูดคุย และถกเถียงเกี่ยวกับการขายตรงในเชิงสร้างสรรค์ เป็นสิ่งดี	6.525	0.163
ให้ความสำคัญเป็นอันดับ 1	12.921	0.005**
ทัศนคติต่อผู้ร่วมงาน		
มีความสัมพันธ์และรักใคร่กลมเกลียวกันเป็นอย่างดี	4.456	0.216
เป็นคนที่มีความรู้ทางการเงินที่ดี	6.484	0.039*
ให้ความอิสระต่อกัน	2.195	0.700
มีความรับผิดชอบและให้ความร่วมมือในการทำงาน	1.058	0.787
ทัศนคติต่อธรรมชาติของงานขาย		
ทราบในสิ่งที่ท่านต้องทำในการประกอบธุรกิจขายตรง	0.575	0.902
ทราบข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และบริษัทเป็นอย่างดี	4.669	0.198
มีความสามารถในการเดาใจ ทายใจ หรือรู้จักใจผู้อื่น	0.496	0.974
งานขายตรงเป็นงานท้าทาย	4.752	0.191
งานขายตรงเป็นงานที่อิสระ	4.024	0.259
งานขายตรงเป็นอาชีพที่มีความมั่นคง	5.731	0.125
การวางแผนการทำงานที่ชัดเจน		
มีการวางแผนการทำงานร่วมกับผู้ประสบความสำเร็จ	12.619	0.002**
การวางแผนงานต้องชัดเจนทำได้จริงเพื่อเป้าหมาย	5.31	0.070
มีการบันทึกการวางแผนในการทำงานงานเป็นขั้นตอน	7.551	0.560
มีการตรวจสอบการทำงานทุกขั้นตอนตามแผนงาน	11.757	0.019*

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 27 (ต่อ)

ข้อมูล	χ^2	Sig
การจูงใจในการทำงานภายในองค์กร		
รางวัลและรายได้จากงานขายตรงเป็นสิ่งที่ท่านต้องการ	0.631	0.889
ท่านสามารถพัฒนาความรู้ ความสามารถได้ในงานขายตรง	1.497	0.473
ท่านชอบให้บุคคลอื่น ชื่นชมในความสามารถของท่าน	3.86	0.425
ท่านเคยถูกพุดชกจูง โน้มน้าวใจ จากผู้ที่ประสบความสำเร็จ	4.086	0.394
โอกาสในการก้าวหน้าในธุรกิจขายตรงมีไม่จำกัด	2.376	0.498
ความชัดเจนในบทบาท		
ทราบในสิ่งที่ต้องทำในการประกอบธุรกิจขายตรง	0.642	0.887
มีความรู้เรื่องบริษัท สินค้า และระบบงานเป็นอย่างดี	2.31	0.315
สามารถบริหารเวลา เงินทุน และทีมงานได้เป็นอย่างดี	0.645	0.886
ที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	1.13	0.568
รู้ถึงความต้องการ (เป้าหมาย) ของ ตัวเองเป็นอย่างดี	1.543	0.672
การตั้งเป้าหมายที่ชัดเจน		
มีความฝันที่ชัดเจน	0.027	0.987
สามารถเปลี่ยนความฝันเป็นเป้าหมายได้	1.608	0.807
ยินดีที่ปรึกษากับผู้ที่ประสบความสำเร็จในการตั้งเป้าหมายของ ท่าน	1.232	0.745
สามารถตั้งเป้าหมายที่มีการกำหนดระยะเวลาอย่างชัดเจนให้ ตรงตามความต้องการของท่านได้	2.148	0.342
สามารถแบ่งเป้าหมายของท่านออกเป็นระยะยาว กลาง และ สั้นได้ตามความเหมาะสม	8.988	0.029*
กล้าที่จะประกาศเป้าหมายของท่านให้ทุก ๆ คนได้รับรู้	2.134	0.545

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความสัมพันธ์ระหว่างวุฒิการศึกษา กับทัศนคติในด้านต่าง ๆ

กำหนดให้

H_0 = วุฒิการศึกษาที่แตกต่างกันไม่มีผลทำให้ทัศนคติในด้านต่าง ๆ แตกต่างกัน

H_1 = วุฒิการศึกษาที่แตกต่างกันทำให้ทัศนคติในด้านต่าง ๆ แตกต่างกัน

ระดับนัยสำคัญ = 0.05

จากการศึกษา พบว่าวุฒิการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์เฉพาะ การการพูดคุย และถกเถียงกับลูกค้า/ผู้มุ่งหวังเกี่ยวกับการขายตรงในเชิงสร้างสรรค์เป็นสิ่งดี ณ ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 สัมพันธ์ต่อทัศนคติในเรื่องผู้ร่วมงานมีฐานะทางการเงินที่ดี ณ ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 สัมพันธ์ต่อทัศนคติในโอกาสในการก้าวหน้าในธุรกิจขายตรงมีไม่จำกัด ณ ระดับนัยสำคัญที่ 0.01 ส่วนความสัมพันธ์ต่อทัศนคติในเรื่องอื่น ๆ พบว่าวุฒิการศึกษาแตกต่างกันมีทัศนคติในลักษณะเดียวกัน และส่วนใหญ่จะมีทัศนคติเห็นด้วยมาก และเห็นด้วยมากที่สุด (ตารางที่ 28)

ตารางที่ 28 ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านต่าง ๆ กับวุฒิการศึกษา

ข้อมูล	χ^2	Sig
ทัศนคติต่อลูกค้า/ผู้มุ่งหวัง		
การเข้าใจปัญหา และความต้องการ	4.917	0.555
มีความสัมพันธ์อันดี	5.249	0.512
มีความยินดีที่จะช่วยเหลือ	7.593	0.269
การพูดคุย และถกเถียงเกี่ยวกับการขายตรงในเชิงสร้างสรรค์เป็นสิ่งดี	19.844	0.011*
ให้ความสำคัญเป็นอันดับ 1	1.593	0.953
ทัศนคติต่อผู้ร่วมงาน		
มีความสัมพันธ์และรักใคร่กลมเกลียวกันเป็นอย่างดี	8.764	0.187
เป็นคนที่มีความรู้ทางการเงินที่ดี	12.91	0.012*
ให้ความอิสระต่อกัน	8.366	0.399
มีความรับผิดชอบและให้ความร่วมมือในการทำงาน	3.284	0.772

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 28 (ต่อ)

ข้อมูล	χ^2	Sig
ทัศนคติต่อธรรมชาติของงานขาย		
ทราบในสิ่งที่ท่านต้องทำในการประกอบธุรกิจขายตรง	7.193	0.295
ทราบข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และบริษัทเป็นอย่างดี	3.916	0.688
มีความสามารถในการเดาใจ ทายใจ หรือรู้จักใจผู้อื่น	9.417	0.308
งานขายตรงเป็นงานท้าทาย	2.763	0.838
งานขายตรงเป็นงานที่อิสระ	2.423	0.877
งานขายตรงเป็นอาชีพที่มีความมั่นคง	2.545	0.863
การวางแผนการทำงานที่ชัดเจน		
มีการวางแผนการทำงานร่วมกับผู้ประสบความสำเร็จ	5.204	0.267
การวางแผนงานต้องชัดเจนทำได้จริงเพื่อเป้าหมาย	3.854	0.426
มีการบันทึกการวางแผนในการทำงานงานเป็นขั้นตอน	7.021	0.319
มีการตรวจสอบการทำงานทุกขั้นตอนตามแผนงาน	5.342	0.721
การสนใจในการทำงานภายในองค์กร		
รางวัลและรายได้จากงานขายตรงเป็นสิ่งที่ท่านต้องการ	1.855	0.762
ท่านสามารถพัฒนาความรู้ ความสามารถได้ในงานขายตรง	0.927	0.921
ท่านชอบให้บุคคลอื่น ชื่นชมในความสามารถของท่าน	8.171	0.417
ท่านเคยถูกพุดชกจูง โหม่น้าวใจ จากผู้ที่ประสบความสำเร็จ	6.201	0.625
โอกาสในการก้าวหน้าในธุรกิจขายตรงมีไม่จำกัด	21.281	0.002**
ความชัดเจนในบทบาท		
ทราบในสิ่งที่ต้องทำในการประกอบธุรกิจขายตรง	2.030	0.917
มีความรู้เรื่องบริษัท สินค้า และระบบงานเป็นอย่างดี	0.500	0.974
สามารถบริหารเวลา เงินทุน และทีมงานได้เป็นอย่างดี	10.278	0.113
ที่มีมนุษยสัมพันธ์ดี	1.920	0.750
รู้ถึงความต้องการ (เป้าหมาย) ของ ตัวเองเป็นอย่างดี	2.469	0.872

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 28 (ต่อ)

ข้อมูล	χ^2	Sig
การตั้งเป้าหมายที่ชัดเจน		
มีความฝันที่ชัดเจน	0.883	0.927
สามารถเปลี่ยนความฝันเป็นเป้าหมายได้	7.451	0.489
ยินดีที่ปรึกษากับผู้ที่ประสบความสำเร็จในการตั้งเป้าหมายของ ท่าน	5.686	0.459
สามารถตั้งเป้าหมายที่มีการกำหนดระยะเวลาอย่างชัดเจนให้ ตรงตามความต้องการของท่านได้	1.687	0.793
สามารถแบ่งเป้าหมายของท่านออกเป็นระยะยาว กลาง และ สั้นได้ตามความเหมาะสม	4.798	0.570
กล้าที่จะประกาศเป้าหมายของท่านให้ทุก ๆ คนได้รับรู้	4.151	0.656

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

เนื่องจากสภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันประชาชนส่วนใหญ่ต้องการหารายได้เพื่อการเลี้ยงชีพทั้งในลักษณะที่เป็นรายได้หลัก และรายได้เสริมมากขึ้น ธุรกิจขายตรงจึงเป็นธุรกิจที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในปัจจุบันโดยเฉพาะธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น ทำให้มีบริษัทที่ประกอบธุรกิจขายตรงเกิดขึ้นมากมายหลายบริษัท และบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด นับว่าเป็นบริษัทที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในประเทศไทย เมื่อพิจารณาจากจำนวนผู้จำหน่าย อย่างไรก็ตามผู้ที่ประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจแอมเวย์มีเพียงร้อยละ 1 ของผู้จำหน่ายอิสระทั้งหมดเท่านั้น จากการศึกษาทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างต่อปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในธุรกิจแอมเวย์ เพื่อเป็นแนวทางสู่ความสำเร็จสำหรับผู้จำหน่ายอิสระที่ยังไม่ประสบความสำเร็จ บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด และธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้นอื่น ๆ ที่ใช้กลยุทธ์การตลาดแบบหลายชั้นสามารถสรุปได้ดังนี้คือ

ผลการศึกษาลักษณะทั่วไปทางด้านประชากร เศรษฐกิจ และสังคมของกลุ่มตัวอย่างพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 31 – 40 ปี สถานภาพสมรส วุฒิการศึกษา ระดับปริญญาตรี ประกอบธุรกิจในลักษณะสมัครและทำร่วมกับสามี/ภรรยา โดยทำธุรกิจทั้งแบบเต็มเวลา และล่วงเวลาในสัดส่วนที่เท่า ๆ กัน ใช้เวลาดังแต่เริ่มสมัครจนถึงปัจจุบันมากกว่า 5 ปี และใช้เวลาในการตัดสินใจทำธุรกิจแอมเวย์จนกระทั่งประสบความสำเร็จเป็นผู้จำหน่ายตรงมากกว่า 12 เดือน (ประมาณ 16 – 18 เดือน) โดยมีเหตุผลในการสมัครทำธุรกิจแอมเวย์เพื่อต้องการความมั่นคง ต้องการอิสระภาพทางเวลา และทางการเงิน สูงสุด โดยที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จากการสำรวจจะดำรงตำแหน่งผู้จำหน่ายตรง และผู้จำหน่ายตรงระดับไข่มุกสูงสุด ได้รับรายได้จากบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ประมาณเดือนละ 20,000 – 30,000 บาท

ทัศนคติต่อปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในธุรกิจแอมเวย์ในด้านต่าง ๆ ของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติในระดับเห็นด้วยมาก และเห็นด้วยมากที่สุด ต่อปัจจัยดังต่อไปนี้คือ ปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้า/ผู้มุ่งหวัง ต่อผู้ร่วมงาน ต่อธรรมชาติของงานขาย ต่อการวางแผนการทำงาน ต่อการจูงใจในการทำงานภายในองค์กร ต่อความชัดเจนในบทบาทของการเป็นตัวแทนการขาย และต่อการตั้งเป้าหมายที่ชัดเจน ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่าผู้ที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจแอมเวย์ได้ต้องให้

ความสำคัญต่อการปรับความคิด หรือทัศนคติต่อตนเองให้สอดคล้องกับปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จดังกล่าวเป็นอย่างดี

ปัญหา และอุปสรรคในการประกอบธุรกิจแอมเวย์กลุ่มตัวอย่างได้ให้ลำดับความสำคัญต่อปัญหาและอุปสรรคจากมากไปน้อยดังนี้คือ ความคิด หรือทัศนคติของตนเอง ความสัมพันธ์ที่ดีต่อทีมงานภายในองค์กร การบริหารเวลา ความรู้และความเชื่อเกี่ยวกับบริษัท และสินค้า การบริหารการเงิน ความรู้ความสามารถในการประกอบธุรกิจ และสุดท้าย คือการขาดการสนับสนุนจากบุคคลในครอบครัว

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปทางด้านประชากร และสังคมของกลุ่มตัวอย่างได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ และวุฒิการศึกษา กับทัศนคติในด้านต่าง ๆ พบว่า ลักษณะทั่วไปทางด้านประชากร และสังคม ไม่มีอิทธิพลต่อทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างในเกือบทุกเรื่องมีเพียงบางเรื่องเท่านั้นที่ลักษณะทั่วไปทางด้านประชากร และสังคมมีอิทธิพลต่อทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติคือ สถานภาพที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อเรื่องการให้ความสำคัญเป็นอันดับ 1 ต่อลูกค้า/ผู้มุ่งหวัง เรื่องการเป็นคนมีฐานะทางการเงินที่ดีต่อผู้ร่วมงาน เรื่องการวางแผนการทำงานร่วมกับผู้ประสบความสำเร็จ เรื่องการตรวจสอบการทำงานทุกขั้นตอนตามแผนงาน และเรื่องการแบ่งเป้าหมายออกเป็นระยะยาว กลาง และสั้นได้ตามความเหมาะสม ส่วนวุฒิการศึกษาที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อเรื่องการพูดคุยและถกเถียงเกี่ยวกับการขายตรงในเชิงสร้างสรรค์เป็นสิ่งที่ดี เรื่องการเป็นคนที่มีฐานะทางการเงินที่ดีของผู้ร่วมงาน และเรื่องโอกาสก้าวหน้าในธุรกิจขายตรงมีไม่จำกัด

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาในครั้งนี้ทำให้ทราบถึงทัศนคติต่อปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้จำหน่ายตรงบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งสามารถนำผลการศึกษาดังกล่าวมาเป็นแนวทางในการปฏิบัติเพื่อความสำเร็จของผู้จำหน่ายอิสระที่ยังไม่ประสบความสำเร็จ บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด และธุรกิจขายตรงอื่น ๆ ที่ใช้กลยุทธ์การตลาดแบบหลายชั้น ดังนี้คือ

1. ผู้จำหน่ายอิสระที่ต้องการประสบความสำเร็จเป็นผู้จำหน่ายตรง จากผลการศึกษาพบว่าปัญหา และอุปสรรคที่สำคัญมากที่สุดของกลุ่มตัวอย่างคือทัศนคติของตนเอง นั่นคือผู้ที่จะประสบความสำเร็จในธุรกิจแอมเวย์ หรือธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้นได้นั้นต้องมีการปรับทัศนคติของตนเองให้สอดคล้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้นเป็นอันดับ

แรก เนื่องจากการปรับทัศนคติให้สอดคล้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จเป็นพื้นฐานของความสำเร็จทำให้สามารถมองปัญหาเพื่อการแก้ไขได้ชัดเจน ต่อจากนั้นต้องศึกษาอย่างจริงจัง และทำความเข้าใจเป็นอย่างดีกับธุรกิจแอมเวย์เพื่อเพิ่มความศรัทธา และความเชื่อในเรื่องของบริษัท สินค้า และแผนการขายการตลาดโดยการศึกษาจากคู่มือสมัคร จากที่ประชุม จากเทพผู้ที่ประสบความสำเร็จ หรืออาจจะทำการปรึกษา และขอคำแนะนำจากผู้ประสบความสำเร็จ หลังจากนั้นลงมือทำอย่างต่อเนื่องและมีเหตุผลคือ เมื่อมีปัญหาควรรหาทางแก้ไข และปรับปรุง เพื่อพัฒนาการทำงานทั้งการพัฒนาตนเอง และพัฒนาองค์กร ซึ่งต้องอาศัยประสบการณ์ และระยะเวลายาวนานพอสมควร ดังผลจากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้จำหน่ายตรงส่วนใหญ่อายุมากกว่า 31 ปี และใช้เวลาตั้งแต่เริ่มสมัครจนกระทั่งถึงปัจจุบันมากกว่า 5 ปี

2. จากจำนวนผู้จำหน่ายตรงที่มีอยู่เพียงร้อยละ 1 ของจำนวนผู้จำหน่ายอิสระทั้งหมด และจากผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติเห็นด้วยมาก ถึงเห็นด้วยมากที่สุดต่อปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จ นับว่าเป็นสิ่งที่ดีควรที่จะส่งเสริมและพัฒนาต่อไป และการที่ผู้จำหน่ายจะมีทัศนคติในทางที่ดีขึ้นได้นั้นต้องได้รับความรู้ ความเข้าใจ และความรู้สึกนึกคิดในสิ่งนั้น ๆ อย่างต่อเนื่อง และเพียงพอ ดังนั้นบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ต้องให้การส่งเสริมเป็นอย่างดีด้วยโดยให้ความสำคัญต่อการให้ความรู้ ความเข้าใจโดยการฝึกอบรมหรือการให้ข้อมูล โดยเอกสารจากบริษัทที่เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจแอมเวย์ และแนวทางการพัฒนาของบริษัทในอนาคต ซึ่งต้องเป็นข้อมูลที่ถูกต้อง และชัดเจนอย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้ต้องมีการจูงใจด้วยการกำหนดเงินรางวัล หรือเกียรติรางวัลตามความเหมาะสม ซึ่งถือว่าเป็นแรงจูงใจที่สำคัญในการประกอบธุรกิจ เนื่องจากจำนวนผู้จำหน่ายตรงที่เพิ่มขึ้นถือได้ว่าเป็นความสำเร็จของบริษัทด้วย

3. เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้ถูกจำกัดด้วยระยะเวลา และงบประมาณจึงสุ่มตัวอย่างเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร และบริเวณทลจึงทำให้ผลการศึกษาไม่สามารถอธิบายทัศนคติของผู้จำหน่ายตรงของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ทั้งประเทศได้ดังกั้น ในการศึกษาค้นคว้าต่อไปควรที่จะขยายกลุ่มตัวอย่างออกไปให้ครอบคลุมท้องถิ่นด้วย ซึ่งอาจจะทำให้ได้ผลการศึกษาที่แตกต่างออกไป นอกจากนี้ประเด็นปัญหาที่สมควรจะได้ทำการศึกษาต่อไปก็คือในเรื่องปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จ ในการประกอบธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น ซึ่งอาจจะใช้ในกรณีของตัวอย่างบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ดังเช่นการศึกษาในครั้งนี้ก็ได้

บรรณานุกรม

กิตติพงศ์ พัฒนพงษ์. 2539. ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลในการทำงานอาชีพขายตรง: ศึกษากรณี บริษัท ไคเร็กเซลล์ อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ชาติรี กฤษณาธรรมกุล และวันชัย ศิริวัฒน์ตระกูล. 2538. การศึกษาปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือบริการของผู้บริโภคจากระบบการขายทางไปรษณีย์ในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ธวัชชัย งามสันติวงศ์. 2538. หลักการและวิธีใช้คอมพิวเตอร์ในงานสถิติเพื่อการวิจัย(พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ ลินคอร์น

วิษุณย์ ศรีวงศ์. 2539. ทฤษฎี 20% แห่งความสำเร็จ. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด (มหาชน).

ศิริพรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2540. การวิจัยการตลาด. กรุงเทพมหานคร: บริษัท A.N. การพิมพ์ จำกัด.

_____. 2541. การวิจัยธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร: บริษัท A.N. การพิมพ์ จำกัด.

สยาม ประเสริฐธรรม. 2536. การศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จและอุปสรรคของระบบขายตรงแบบหลายระดับของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด. กรุงเทพฯ: ภาคนิพนธ์ปริญญาโท, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

กัลยา วานิชย์บัญชา. 2540. หลักสถิติ. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ประชาชาติธุรกิจ. 2541. กรุงเทพมหานคร: 30 มีนาคม – 5 เมษายน 2541

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

DIRECT NEW. 2541ก. กรุงเทพมหานคร: 1 พฤศจิกายน 2541

..... 2541ข. กรุงเทพมหานคร: 1 ธันวาคม 2541

..... 2542ก. กรุงเทพมหานคร: 1 มกราคม 2542

..... 2542ข. กรุงเทพมหานคร: 1 กุมภาพันธ์ 2542

ธวัชชัย งามสันติวงศ์. 2538. หลักการและวิธีใช้คอมพิวเตอร์ในงานสถิติเพื่อการวิจัย(พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ ลินคอร์น

วิษุณย์ ศรีวงศ์. 2539. ทฤษฎี 20% แห่งความสำเร็จ. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด (มหาชน).



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การดำเนินธุรกิจแอมเวย์

แผนการขายและการตลาดของแอมเวย์ต้องอยู่บนหลักการพื้นฐาน 2 ประการคือ การขาย และการสปอนเซอร์

สามารถสร้างรากฐานของธุรกิจแอมเวย์ให้แข็งแกร่งได้ด้วยการขายผลิตภัณฑ์แอมเวย์นั่นเอง เป็นผู้นำผลิตภัณฑ์อันทรงคุณภาพสูงสุดและบริการไปเสนอให้แก่ลูกค้า

การให้การสปอนเซอร์แก่ผู้จำหน่ายรายใหม่เท่ากับเป็นการเพิ่มพูนความพยายามและความสามารถ ช่วยผู้อื่นให้สร้างธุรกิจแอมเวย์ของเขาเองขึ้นมา และในทางกลับกันจะได้รับส่วนลดตามสัดส่วนความพยายาม พี่ระลึกและให้ความสำคัญกับการขายและการสปอนเซอร์ควบคู่กันไปเสมอ เพราะทั้งสองสิ่งนี้เปรียบเสมือนโครงสร้างแห่งความก้าวหน้ามั่นคงในธุรกิจที่แข็งแกร่งในอนาคตนั่นเอง

ในหมวดนี้จะมุ่งเน้นในหลักการพื้นฐานต่างๆของการดำเนินธุรกิจแอมเวย์ นั่นคือ การขาย การสปอนเซอร์ และการเติบโตในฐานะที่เป็นผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์แอมเวย์ การให้ความช่วยเหลือและคำแนะนำปรึกษาจากผู้สปอนเซอร์ จะช่วยให้สามารถตั้งเป้าหมายและใช้ข้อมูลเหล่านี้เพื่อเริ่มต้นและทำให้ธุรกิจแอมเวย์ก้าวหน้าต่อไปได้

การเริ่มต้นธุรกิจแอมเวย์

เริ่มต้นธุรกิจในวิถีทางเดียวกับที่ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์แอมเวย์คนอื่น ๆ ได้เริ่มกันมาก่อนแล้ว นั่นคือต้องได้รับการสปอนเซอร์จากผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์แอมเวย์คนหนึ่งและชื่อคู่มือการดำเนินธุรกิจแอมเวย์ 1 ชุด

ชุดคู่มือการดำเนินธุรกิจแอมเวย์นับเป็นสิ่งสำคัญส่วนหนึ่งในการเริ่มต้นทำธุรกิจซึ่งประกอบด้วยเอกสารสิ่งพิมพ์ต่างๆเกี่ยวกับแอมเวย์ อาทิ บริหารธุรกิจ การบริหารลูกค้า การสปอนเซอร์ ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และใบสมัครเป็นผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์แอมเวย์

อาจเริ่มต้นจากการใช้ผลิตภัณฑ์ด้วยตัวเองก่อน แล้วจะพบว่าผลิตภัณฑ์นั้นมีประสิทธิภาพได้ผลดีเพียงไร ซึ่งจะเป็นการง่ายกว่ากันมากในการที่จะขายผลิตภัณฑ์โดยการพูดจากประสบการณ์ทั้งยังสามารถให้การสปอนเซอร์และแสดงถึงวิสัยทัศน์และขายผลิตภัณฑ์ให้แก่ผู้จำหน่ายคนอื่นๆได้อีกด้วย

การที่จะเป็นผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์แอมเวย์นั้นทำได้โดยการซื้อชุดคู่มือการดำเนินธุรกิจเพียงอย่างเดียวเท่านั้น โดยมีต้องมีเงื่อนไขใดๆดังต่อไปนี้ คือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ชื่อหรือเก็บสต็อกผลิตภัณฑ์ไว้
- ชื่อเอกสารสิ่งพิมพ์ เทปคาสเส็ทท์ หรืออุปกรณ์การส่งเสริมการขายต่างๆ
- เข้าร่วมการประชุมหรือการสัมมนาอื่นๆ เพื่อการสร้างธุรกิจ

อย่างไรก็ตามอาจจะต้องเก็บสต็อกผลิตภัณฑ์ไว้บางส่วนเพื่อลูกค้าหรือบรรดาผู้จำหน่ายที่ การอ่านเอกสารสิ่งพิมพ์เพื่อการจูงใจ และให้ความรู้ต่างๆเกี่ยวกับธุรกิจ หรือการฟังเทปคาสเส็ทท์ เพื่อการจูงใจและให้ข้อมูล หรือการเข้าร่วมประชุมเพื่อสร้างแรงจูงใจและฝึกอบรมนั้น จะเป็นการ ช่วยคุณในการสร้างธุรกิจแอมเวย์ให้เติบโตก้าวหน้าขึ้น อย่างไรก็ตาม ยังมีอีกหลายสิ่งหลายอย่าง นอกเหนือไปจากที่กล่าวนี้ที่มีความสำคัญต่อการเจริญก้าวหน้าและความสำเร็จในธุรกิจแอมเวย์ จะไม่มีการกำหนดยอดขาย เขตการขาย และค่าใช้จ่ายในการลงทุนทำธุรกิจด้วยเงินจำนวนมาก สามารถทุ่มเทเวลาและพลังงานจิตใจในการทำธุรกิจแอมเวย์ได้มากเท่าที่ต้องการ ไม่ว่าจะทำ ธุรกิจแบบเต็มเวลาหรือนอกเวลาเป็นประจำ เมื่ออ่านเอกสารสิ่งพิมพ์ของแอมเวย์ จะตระหนักว่า ความสำเร็จเป็นสิ่งที่เป็นไปได้ แต่ต้องประกอบด้วยการทำงานด้วยความอดทนซึ่งหมายรวมถึง ความตั้งใจความมุ่งมั่น และความเพียรพยายามนั่นเอง

ผู้สポンเซอร์ เพื่อนร่วมองค์กรธุรกิจ และบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด พร้อมเสมอ ที่จะให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนให้ประสบความสำเร็จ หากแต่ความรับผิดชอบขั้นสุดท้ายนั้น อยู่ที่ตัวเอง เป็นผู้ตัดสินใจอนาคตและความสำเร็จในโลกของแอมเวย์

การขายผลิตภัณฑ์แอมเวย์

การขายถือเป็นหลักสำคัญของธุรกิจแอมเวย์ การให้บริการลูกค้าเป็นประจำสม่ำเสมอ จะทำให้สามารถมีรายได้ในทันทีที่มีความรู้จักคุ้นเคยกับผลิตภัณฑ์แอมเวย์ทุกชนิด และวางรากฐาน ของการสポンเซอร์ให้ประสบผลสำเร็จด้วยดีอันจะนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจต่อไป

วิธีการเริ่มต้น

1. ใช้ผลิตภัณฑ์ด้วยตนเอง

ทำความรู้จักคุ้นเคยกับผลิตภัณฑ์ด้วยการเริ่มต้นใช้ผลิตภัณฑ์ด้วยตนเองในทันทีเพื่อที่จะ ได้มีประสบการณ์ด้วยตนเองว่า ผลิตภัณฑ์นั้นมีประสิทธิภาพดีอย่างไร และความกระตือรือร้นนี้ เองที่จะทำให้การบอกเล่าของผลิตภัณฑ์แก่ผู้อื่นเป็นไปได้ง่ายขึ้น แล้วลูกค้าก็จะเกิดความประทับใจยิ่งขึ้นเมื่อคุณให้ความมั่นใจแก่เขาว่าได้ทดลองใช้ผลิตภัณฑ์นั้นแล้ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เพื่อเป็นการเปิดโอกาสให้คุณทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ที่คุ้มค่าคุ้มค่า และตระหนักชัดถึงคุณสมบัติอันโดดเด่นของผลิตภัณฑ์แอมเวย์ แอมเวย์ได้เสนอโอกาสพิเศษที่สุดสำหรับผู้จำหน่ายใหม่ที่เพิ่งเริ่มสมัครโดยสามารถสั่งซื้อ " ชุดผลิตภัณฑ์ดำเนินธุรกิจ" ซึ่งประกอบด้วยผลิตภัณฑ์อันทรงคุณภาพ 5 ชนิด ได้ในราคาพิเศษ จำนวน 1 ชุดต่อผู้จำหน่าย 1 รหัส ภายในกำหนดระยะเวลา 3 เดือน นับจากวันที่สมัครเป็นผู้จำหน่าย เพื่อให้ทดลองและค้นพบความแตกต่างของผลิตภัณฑ์แล้วนำไปบอกลูกค้าต่อเหมือนกับที่ได้สัมผัสมาแล้วด้วยตนเอง ขอให้ประสบความสำเร็จในการพัฒนาธุรกิจให้ก้าวไกล ด้วยการใช้ผลิตภัณฑ์แล้วบอกต่อ...

2. เรียนรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

พึงเรียนรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ก่อนที่จะแนะนำให้แก่ลูกค้า โดยสามารถค้นคว้าข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่างๆได้จาก "แค็ตตาล็อกผลิตภัณฑ์แอมเวย์" "วิธีการสาธิตผลิตภัณฑ์แอมเวย์" และ "เอกสารผลิตภัณฑ์แอมเวย์" เอกสารต่างๆเหล่านี้จะเป็นข้อมูลในการแนะนำผลิตภัณฑ์แอมเวย์นานาชาติสำหรับคุณและลูกค้าได้เป็นอย่างดี

อย่าพยายามเรียนรู้ทุกสิ่งทุกอย่างแบบรวดเดียวจบ คุณควรจะมุ่งความสนใจในผลิตภัณฑ์ที่ชื่นชอบเป็นพิเศษเพียงไม่กี่ชนิด และเรียนรู้ถึงวิธีการนำเสนอผลิตภัณฑ์นั้นอย่างได้ผล เมื่อคุณได้ปฏิบัติตามคำแนะนำดังกล่าวนี้แล้วคุณก็สามารถเรียนรู้ถึงวิธีการนำเสนอผลิตภัณฑ์แอมเวย์อันทรงคุณภาพชนิดอื่นๆต่อไปได้

3. ใช้ "บันทึกรายนามผู้มุ่งหวัง"

หาลูกค้าได้จากที่ไหน ก็โดยการจดรายชื่อบุคคลที่รู้จัก เช่นญาติพี่น้อง เพื่อนสนิท คนรู้จัก คู่ค้าเคยเพื่อนบ้าน เพื่อนร่วมงาน และอื่นๆพร้อมทั้งจดที่อยู่และหมายเลขโทรศัพท์ไว้ใน "บันทึกรายนามผู้มุ่งหวัง" ซึ่งจัดทำขึ้นเพื่อจุดประสงค์นี้โดยเฉพาะ

คงจะเป็นไปไม่ได้ที่จะทำนายว่า บุคคลใดที่จดรายชื่อบุคคลที่รู้จักจะเป็นลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์หรือสนใจที่จะเข้าร่วมทำธุรกิจแอมเวย์ จุดสำคัญอยู่ที่ว่าให้จดรายชื่อบุคคลที่รู้จัก อย่าเพิ่งตัดสินว่าจะซื้อหรือไม่ซื้อ ให้เขาเป็นผู้ตัดสินใจเองว่าเขาสนใจหรือไม่

อย่าหยุดจดรายชื่อบุคคลลงไปจนกว่าจะได้อย่างน้อย 25 ชื่อ จากนั้น ให้โทรศัพท์หรือติดต่อบุคคลหมายแต่ละราย พึงระลึกว่ากำลังดำเนินธุรกิจดังนั้น การนัดหมายจึงเป็นสิ่งสำคัญเช่นเดียวกับผู้ประกอบการธุรกิจอื่นๆ

4. นำเสนอผลิตภัณฑ์

ในการนำเสนอผลิตภัณฑ์พึงระลึกว่า ผลประโยชน์ประการหนึ่งที่สามารถให้กับลูกค้าได้ คือ การให้บริหารเป็นส่วนตัวอย่างใกล้ชิด เมื่อเราไปจับจ่ายซื้อของตามห้างร้าน อย่างดีที่สุดที่

พนักงานขายสามารถทำได้ก็คือ การอ่านฉลาก และ เปรียบเทียบราคาผลิตภัณฑ์ให้เราฟัง แต่สามารถแสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ได้ภายในบ้านของลูกค้าเอง นี่คือการบริการลูกค้า และเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์แอมเวย์มีความพิเศษแตกต่างจากวงการตลาดอื่นๆ ในปัจจุบัน

ตอนนี้กลายเป็นที่ปรึกษาและเป็นผู้แก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้ด้วยผลิตภัณฑ์อันทรงคุณภาพนานาชนิด สามารถจะแนะนำลูกค้าได้ว่า ควรใช้ผลิตภัณฑ์แอมเวย์ชนิดใด เมื่อไร และปริมาณเท่าใด การขายผลิตภัณฑ์แอมเวย์และการให้บริการด้วยความเอาใจใส่เป็นพิเศษแก่ลูกค้า ย่อมดำเนินควบคู่ไปด้วยกันเสมอ

หลังจากที่นำเสนอผลิตภัณฑ์แล้ว ก็ควรจะถามลูกค้าถึงการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์โดยใช้ "ใบเสร็จรับเงิน" ซึ่งเป็นวิธีการบันทึกการสั่งซื้อของลูกค้าที่สะดวกเหมาะสมและดูเป็นหลักฐานแบบนักธุรกิจมืออาชีพจากนั้นให้บันทึกรายการสั่งซื้อของลูกค้าแต่ละราย รวมทั้งผลิตภัณฑ์อื่นๆที่ต้องการสั่งซื้อไว้ใช้เองด้วย แล้วทำการสั่งซื้อจากผู้สปอนเซอร์ซึ่งจะเป็นผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้โดยใช้ "ใบสั่งซื้อภายในกลุ่มผู้จำหน่าย"

พึงระลึกว่าโดยพื้นฐานแล้วธุรกิจนี้เป็นธุรกิจเงินสด จะต้องจ่ายเงินสดเมื่อได้รับผลิตภัณฑ์จากผู้สปอนเซอร์หรือจากคลังสินค้าแอมเวย์ และจะต้องได้รับเงินสดเมื่อจัดส่งผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้าเช่นกันนอกจากนั้นผลกำไรในการขายผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งที่ต้องได้รับอย่างเต็มเม็ดเต็มหน่วย เพราะจัดส่งมอบผลิตภัณฑ์และให้บริการที่ดีต่อลูกค้า การลดผลกำไรด้วยการขายลดราคาจะส่งผลให้ขาดแรงจูงใจในการสาธิตบริการลูกค้า ทำให้ไม่คุ้มค่าใช้จ่ายจนถึงขั้นทำธุรกิจโดยไม่มีผลตอบแทน การขายผลิตภัณฑ์ด้วยการลดราคายังเป็นการฝ่าฝืนจรรยาบรรณและระเบียบปฏิบัติในการทำธุรกิจแอมเวย์ด้วย

5. จัดส่งตรงเวลา

ควรจัดส่งผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าสั่งซื้อให้ตรงตามกำหนดเวลานัดหมายจากนั้นให้เก็บเงินจากลูกค้าแล้วทำเครื่องหมาย "จ่ายแล้ว" ลงบนสำเนาใบเสร็จรับเงินของลูกค้า พร้อมทั้งให้คำแนะนำแก่ลูกค้าเกี่ยวกับวิธีใช้จากฉลากด้านหลังของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด เพื่อให้แน่ใจว่า ลูกค้าเข้าถึงวิธีใช้และคำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ซื้อไป พร้อมทั้งเน้นถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์และวิธีใช้อย่างถูกต้องเหมาะสม เหล่านี้จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและสั่งซื้อผลิตภัณฑ์มากยิ่งขึ้น

6. เกร็ดการขายเพิ่มเติม

เมื่อกลับไปเยือนที่บ้านของลูกค้าแต่ละครั้ง ให้นำผลิตภัณฑ์สัก 2-3 ชนิดที่ลูกค้าไม่รู้จักติดตัวไปด้วย ควรวางแผนล่วงหน้าว่าจะนำผลิตภัณฑ์ชนิดใดไปเสนอแก่ลูกค้า เพื่อที่จะได้สอดคล้อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต่อเนื่องกับผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าได้ซื้อไปแล้ว หรือไม่ก็นำผลิตภัณฑ์อย่างอื่นที่คิดว่าลูกค้าคงอยากทดลองใช้ไปเสนอแทน

สำหรับ “แค็ตตาล็อกผลิตภัณฑ์แอมเวย์” ซึ่งจัดพิมพ์อย่างสวยงามและแสดงภาพของผลิตภัณฑ์แอมเวย์นานาชนิดอย่างชัดเจนนั้น ควรมอบไว้ให้กับลูกค้าเสมอ

นอกจากนี้ให้ใช้ “บัตรทะเบียนลูกค้า” เพื่อเก็บบันทึกข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าแต่ละรายได้ซื้อไป ควรตรวจดูที่บัตรทะเบียนนี้ก่อนที่จะทำการนัดหมายลูกค้าครั้งต่อไป แล้วนำผลิตภัณฑ์แอมเวย์เฉพาะชนิดที่ลูกค้าต้องการสั่งซื้ออีกไปให้ลูกค้าด้วย

ลูกค้ารายเดิมที่มีอยู่แล้วย่อมเป็นแหล่งหาลูกค้าและผู้จำหน่ายรายใหม่ต่อไปได้ดีที่สุด อาจขอให้ลูกค้าแนะนำญาติพี่น้อง เพื่อนสนิท หรือเพื่อนบ้านที่อาจสนใจรับบริการเป็นส่วนตัว และสนใจในผลิตภัณฑ์แอมเวย์ วิธีนี้จะช่วยให้หาลูกค้ารายใหม่อยู่เสมอ รวมทั้งผู้มุ่งหวังที่ไม่ต้องการเป็นผู้จำหน่ายแต่ก็อาจกลายเป็นลูกค้าที่ดีเช่นกัน ควรจะโทรศัพท์นัดหมายลูกค้าแต่ละรายก่อน จากนั้นจึงค่อยสอบถามจากลูกค้ารายใหม่ถึงชื่อบุคคลต่างๆที่เขารู้จัก และดำเนินขั้นตอนตามกระบวนการต่างๆแบบเดิมต่อไป

เป้าหมายเบื้องต้นแรกควรจะเป็นการให้บริการแก่ลูกค้า 10 คน โดยไปเยี่ยมเยียนลูกค้าเหล่านั้นอย่างน้อย เดือนละครั้ง วิธีนี้จะทำให้สร้างธุรกิจได้อย่างสม่ำเสมอโดยมีรายได้ประจำและเป็น การสร้างตัวอย่างให้กับผู้ที่ให้การสนับสนุนด้วย

พึงระลึกว่า การบริการที่ดีเป็นเหตุผลประการหนึ่งที่ทำให้ลูกค้าซื้อผลิตภัณฑ์แอมเวย์จาก ดังนั้นจึงควรให้บริการในแบบที่ปรารถนาจะให้ผู้อื่นบริการต่อ แล้วก็จะรักษาลูกค้าไว้ได้ และถ้าลูกค้าเกิดความพึงพอใจ เขาก็จะแนะนำลูกค้ารายใหม่ให้กับเพิ่มขึ้น การบริการจึงเป็นศิลปะที่ต้องเอาใจใส่ทุ่มเทและจะเป็นที่ชื่นชอบแก่ลูกค้าเป็นอย่างยิ่ง!

การดำเนินธุรกิจอย่างถูกต้อง

ดำเนินธุรกิจอย่างถูกต้อง ปกป้องผลประโยชน์ของตนเอง

การเป็นผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์แอมเวย์ หมายถึง โอกาสทางธุรกิจอันมีค่าที่ให้หลักประกันความมั่นคงด้านการเงินในระยะยาว นี่เป็นเหตุผลที่ว่าทำไมผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์แอมเวย์ทุกคนต่างมุ่งมั่นในธุรกิจของตนอย่างเต็มที่ และปรารถนาที่จะดำเนินธุรกิจนี้ไปตามครรลองของจรรยาบรรณและระเบียบปฏิบัติที่แอมเวย์กำหนดไว้สำหรับผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์แอมเวย์ทุกคน

องค์ประกอบที่สำคัญที่จะนำไปสู่ความสำเร็จไม่ว่าจะเป็นธุรกิจใด นั่นคือ การดำเนินธุรกิจอย่างถูกต้องและมีความเคารพซึ่งกันและกัน เพื่อพิทักษ์สิทธิประโยชน์อันเท่าเทียมกันทั้งตัวเองและผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์แอมเวย์ทุกคน

ข้อพึงปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจแอมเวย์

1. พึงยึดมั่นในกฎของตลอดเวลา

กฎของกล่าวไว้ว่า "จงปฏิบัติต่อผู้อื่นดังเช่นที่ปรารถนาให้ผู้อื่นปฏิบัติต่อสิ่งนี้ถือเป็นความรับผิดชอบของผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์แอมเวย์ทุกคนที่จะต้องยึดมั่นในจรรยาบรรณและระเบียบปฏิบัติอย่างเคร่งครัด ทั้งในด้านการกระทำและจิตใจ การฝ่าฝืนระเบียบปฏิบัติจะเป็นผลให้เกิดการเพิกถอนสถานภาพการเป็นผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์แอมเวย์

2. อย่าให้การสปอนเซอร์แก่ผู้ที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ

ผู้สมัครเป็นผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์แอมเวย์จะต้องมีอายุครบ 20 ปี เพราะจะต้องมีความรับผิดชอบในหลายๆด้าน เช่น การทำนิติกรรม การบริหารองค์กร การปฏิบัติตามจรรยาบรรณและระเบียบปฏิบัติ และความรับผิดชอบด้านการเงิน ถึงแม้ผู้สมัครจะบรรลุนิติภาวะตามกฎหมายในกรณีที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ก็ยังต้องรอจนกว่าอายุครบ 20 ปีจึงจะสมัครได้

3. อย่าพูดเกินความจริงถึงรายได้ที่ได้รับจากธุรกิจแอมเวย์

จงแสดงแผนการขายและการตลาดของแอมเวย์อย่างชัดเจน ธุรกิจแอมเวย์มิใช่ธุรกิจประเภทรวยทางลัด หากแต่เป็นโอกาสในการสร้างผลงานที่สามารถบรรลุถึงเป้าหมายได้ แต่จะต้องมีองค์ประกอบที่สำคัญคือ การทำงานด้วยความซื่อสัตย์และความมานะพากเพียร

4. อย่าขายตัดราคา

จงขายผลิตภัณฑ์แอมเวย์ให้กับลูกค้าในราคาขายปลีกตามที่แอมเวย์กำหนดไว้ผลิตภัณฑ์แอมเวย์ล้วนมีคุณภาพคุ้มค่าสมควรราคา ในฐานะที่เป็นผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์แอมเวย์ เท่ากับว่าได้ขายคุณภาพและบริการให้กับลูกค้า การขายตัดราคาจะลดผลกำไรที่ควรได้รับอย่างเต็มที่ ทั้งยังส่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลกระทบด้วยการเอาใจเอาเปรียบผู้ร่วมธุรกิจคนอื่นๆและทำให้เกิดความสับสนวุ่นวายต่อการดำเนินธุรกิจอีกด้วย ดังนั้น ไม่ควรทำลายภาพพจน์ขององค์กรผู้จำหน่ายโดยส่วนรวมให้มัวหมองด้วยการกระทำที่ไม่เป็นไป ตามครรลองอย่างถูกต้องยุติธรรม

5. อย่าพูดเกินความจริงถึงประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์

จงให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ตามที่เป็นจริงและเชื่อถือได้ นำเสนอและสาธิตผลิตภัณฑ์แอมเวย์ตามวิธีการที่ได้รับการรับรองจากแอมเวย์อย่างถูกต้อง กล่าวถึงคุณลักษณะและคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ตามที่ระบุไว้ในเอกสารสิ่งพิมพ์หรือฉลากที่ขอผลิตภัณฑ์ และเหนือสิ่งอื่นใด การกล่าวถึงผลิตภัณฑ์จากประสบการณ์ของตนเองจะทำให้ลูกค้าเชื่อถือและได้ผลดีที่สุดในการแนะนำผลิตภัณฑ์ต่อลูกค้า

6. อย่าทอดทิ้งลูกค้าไว้เบื้องหลัง

จงให้บริการแก่ลูกค้าด้วยความรับผิดชอบเป็นประจำสม่ำเสมอลูกค้าที่พึงพอใจในผลิตภัณฑ์นับเป็นสมบัติอันล้ำค่า ดังนั้น จงกลับไปเยี่ยมเยียนลูกค้าอย่างต่อเนื่อง แนะนำผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ๆที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า และหมั่นติดตามผลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ขายให้ลูกค้าอยู่เสมอ พยายามทำให้ลูกค้าไว้วางใจในผลิตภัณฑ์ด้วยการมอบบริการที่ดีและความพึงพอใจให้กับลูกค้า

7. อย่าให้การสปอนเซอร์จนกว่าพร้อมที่จะรับผิดชอบ

จงให้ความช่วยเหลือ ให้คำแนะนำปรึกษา และแนะแนวทางในการดำเนินธุรกิจที่ถูกต้องแก่ผู้จำหน่ายในองค์กร สิทธิในการให้สปอนเซอร์แก่ผู้อื่นนั้นหมายรวมถึงหน้าที่ที่จะต้องให้การฝึกอบรม ให้กำลังใจ และมอบเงินส่วนลดจากการขายผลิตภัณฑ์ให้กับผู้จำหน่ายในองค์กรอย่างตรงเวลา การฝึกอบรมเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็น แต่ผู้จำหน่ายไม่ควรที่จะแสวงหาผลประโยชน์จากการฝึกอบรมและการจัดประชุมเพื่อเสริมสร้างกำลังใจ มุ่งหวังรายได้ที่ถูกต้องธุรกิจแอมเวย์ต้องมาจากการขายผลิตภัณฑ์และการให้บริการแก่ลูกค้าเท่านั้น

8. อย่าพยายามเปลี่ยนหรือชักชวนผู้อื่นให้เปลี่ยนสายสปอนเซอร์

จงเคารพต่อความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของสายการสปอนเซอร์แต่ละสาย ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของสายการสปอนเซอร์เป็นสิ่งสำคัญยิ่งในแผนการขายและการตลาดของแอมเวย์ ไม่อนุญาตให้มีการโอนสถานภาพการเป็นผู้จำหน่ายจากผู้สปอนเซอร์คนหนึ่งไปยังอีกคนหนึ่ง การโยกย้ายเปลี่ยนแปลงโดยมิได้อนุญาตมีแต่จะนำไปสู่ความขัดแย้งและเป็นผลเสียต่อประโยชน์ทางธุรกิจของผู้จำหน่ายทุกคน

9. อย่าอาศัยเครือข่ายผู้จำหน่ายแอมเวย์เป็นแหล่งขายผลิตภัณฑ์อื่นที่ไม่ของแอมเวย์

จงมุ่งจำหน่ายแต่ผลิตภัณฑ์แอมเวย์ซึ่งมีการรับประกันความพอใจของลูกค้าอย่างเต็มที่ องค์กรผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์แอมเวย์ก่อตั้งขึ้นโดยบริษัทแอมเวย์ คอร์ปอเรชั่น และผู้จำหน่ายอิสระ ผลิตภัณฑ์แอมเวย์ซึ่งร่วมงานกันอย่างใกล้ชิดในฐานะหุ้นส่วนทางธุรกิจ ดังนั้น ผู้จำหน่ายจะต้องไม่ชงวงชิงหรือตักตวงผลประโยชน์จากความรู้อหรือการติดต่อสัมพันธ์กับผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์แอมเวย์คนอื่นๆ ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หรือบริการใดๆ ที่มีชื่อผลิตภัณฑ์หรือบริการแอมเวย์ที่ได้รับอนุญาตแล้ว เพราะการกระทำดังกล่าวจะนำมาซึ่งความยุ่งยากที่ไม่เป็นหลักประกันอันแน่นอน และไร้เหตุผลต่อผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์แอมเวย์คนอื่นๆ และแอมเวย์ก็ไม่อนุญาตต่อการกระทำดังกล่าวนี้ด้วย

10. ส่งชื่อหรือจัดมอบผลิตภัณฑ์แอมเวย์ให้กับผู้จำหน่ายในสายการสปอนเซอร์อื่น

จงส่งชื่อผลิตภัณฑ์จากผู้สปอนเซอร์หรือผู้จำหน่ายตรงหรือจากคลังสินค้าแอมเวย์เท่านั้น การคำนวณยอดพีวีและบีวีควรจะเป็นยอดที่ส่งขึ้นไปยังอัปไลน์ในสายการสปอนเซอร์จงจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้กับผู้จำหน่ายที่เป็นดาวเน็ตไลน์ในสายการสปอนเซอร์เท่านั้น เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาความขัดแย้งระหว่างองค์กรผู้จำหน่าย

11. อย่าขายผลิตภัณฑ์แอมเวย์แบบเคาะประตูบ้าน

จงสร้างธุรกิจจากกลุ่มเพื่อนฝูงและการติดต่อที่มั่นคง ธุรกิจแอมเวย์เป็นธุรกิจที่อาศัยความสัมพันธ์ตัวต่อตัว การจำหน่ายปลีกผลิตภัณฑ์แอมเวย์ด้วยการเคาะประตูบ้าน การเที่ยวชักชวนไปทั่ว การส่งข่าวสารข้อมูลทางไปรษณีย์ หรืออะไรทำนองนี้จะเป็นการทำลายภาพพจน์ของนักธุรกิจแบบมืออาชีพของแอมเวย์

12. อย่าขายหรือตั้งแสดงผลิตภัณฑ์แอมเวย์ในร้านค้าปลีก

จงให้บริการแบบเป็นกันเองอย่างเต็มที่แก่ลูกค้า ธุรกิจแอมเวย์เป็นธุรกิจการขายตรง การขายผลิตภัณฑ์แอมเวย์ตามเคาเตอร์จำหน่ายหรือการตั้งแสดงผลิตภัณฑ์แอมเวย์ในร้านค้าปลีก งานแสดงสินค้าหรือนิทรรศการต่างๆ จะก่อให้เกิดการแข่งขันที่ไม่ยุติธรรมในหมู่ผู้จำหน่ายและเป็นการฝ่าฝืนระเบียบปฏิบัติของผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์แอมเวย์ด้วย

13. อย่าสร้างความกดดันในการขาย

จงเคารพต่อสิทธิเสรีภาพในการตัดสินใจของแต่ละบุคคล พึงดำเนินธุรกิจด้วยท่าทีสุภาพอ่อนน้อม การใช้เทคนิคสร้างความกดดันในการขายกลับจะส่งผลกระทบต่อภาพพจน์ ในฐานะผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์แอมเวย์และภาพพจน์โดยรวมขององค์กรผู้จำหน่ายทั้งหมดแต่ละคนล้วนมี

แผนการส่วนตัวในชีวิตของตนและพึงเข้าใจว่า มิใช่ทุกคนไปที่ต้องการเข้าร่วมเป็นผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์แอมเวย์

14. อย่ากักตุนหรือบังคับให้ผู้อื่นกักตุนผลิตภัณฑ์

จงปฏิบัติตามกฎ 70% การกักตุนผลิตภัณฑ์ ถือเป็นการดำเนินธุรกิจที่ไม่ถูกต้องคุณควรขายผลิตภัณฑ์อย่างน้อย 70% ของผลิตภัณฑ์ที่คุณเก็บสต็อกสำรองไว้ในแต่ละเดือน รวมทั้งไม่ควรบังคับให้ผู้จำหน่ายในองค์กรเก็บสต็อกผลิตภัณฑ์มากกว่าจำนวนมากกว่าที่เขาจะขายได้ในแต่ละเดือน การกระทำดังกล่าวจะทำให้คุณกำลังดำเนินธุรกิจในรูปแบบปิรามิดที่ไม่ชอบด้วยกฎหมาย

15. อย่าละเมิดสิทธิเรื่องเครื่องหมายการค้าของแอมเวย์

จงขออนุญาตจากแอมเวย์ก่อนการใช้ชื่อทางการค้าและเครื่องหมายการค้าของแอมเวย์ การปกป้องชื่อทางการค้าและเครื่องหมายการค้าของแอมเวย์เป็นเรื่องสำคัญมากแอมเวย์ห้ามมิให้มีการผลิตและจำหน่ายเทปและอุปกรณ์ส่งเสริมธุรกิจอื่นๆในองค์กรผู้จำหน่าย หากแอมเวย์สูญเสียสิทธิในเรื่องดังกล่าว บริษัทอื่นก็สามารถที่จะผลิตผลิตภัณฑ์โดยใช้ชื่อของแอมเวย์ ซึ่งจะก่อให้เกิดความสับสนและความเสียหายอันไม่สามารถแก้ไขได้ต่อองค์กรธุรกิจของผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์แอมเวย์ทุกคน

เกียรติรางวัลที่แอมเวย์เป็นผู้มอบให้

บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ได้มีการจัดสรรเกียรติรางวัลให้กับผู้ประสบความสำเร็จดังนี้

1. ผู้จำหน่ายระดับเข็มเงิน ได้รับเมื่อมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้เป็นครั้งแรกคือ

1.1 ทำยอดขายส่วนตัวได้อย่างน้อยที่สุด 150,000 พีวี

1.2 ให้การสปอนเซอร์ส่วนตัว สปอนเซอร์สากล หรือ สปอนเซอร์รับรอง แก่กลุ่ม 21% จำนวน 1 กลุ่ม โดยรักษายอดขายของกลุ่มธุรกิจส่วนตัวได้อย่างน้อยที่สุด 55,000 พีวี

1.3 ให้การสปอนเซอร์ส่วนตัว สปอนเซอร์สากล หรือ สปอนเซอร์รับรอง แก่กลุ่ม 21% จำนวน 2 กลุ่ม หรือมากกว่านั้นในเดือนเดียวกัน

หลังจากที่แอมเวย์รับรองคุณสมบัติดังกล่าวแล้ว แอมเวย์จะมอบเข็มเกียรติคุณผู้จำหน่ายระดับเข็มเงินเพื่อเชิดชูเกียรติ พร้อมทั้งประกาศเกียรติคุณด้วยการลงพิมพ์ชื่อในนิตยสารอามาแกกรมของประเทศไทย

2. ผู้จำหน่ายระดับเข็มทอง ได้รับเมื่อมีคุณสมบัติเป็นเข็มเงิน 3 เดือน ภายในระยะเวลา 1 ปี จะได้รับส่วนลด 21% จากยอด บีวีของกลุ่มธุรกิจส่วนตัวในเดือนที่มีคุณสมบัติ หลังจากแอมเวย์ได้รับรองคุณสมบัติแล้ว แอมเวย์จะมอบเข็มเกียรติคุณผู้จำหน่ายระดับเข็มทองเพื่อเชิดชูเกียรติ และจำได้รับสิทธิพิเศษคือ

2.1 ได้รับเชิญร่วมการสัมมนา "ก้าวสู่ผู้จำหน่ายตรง" เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ

2.2 ได้รับการประกาศเกียรติคุณโดยการลงชื่อในนิตยสารอามาแกกรมประเทศไทย

3. ผู้จำหน่ายตรง ได้รับเมื่อมีคุณสมบัติเป็นเข็มเงินเป็นเวลา 6 เดือนภายใน 1 ปี โดยมี 3 เดือนติดต่อกัน และอีก 3 เดือนไม่จำเป็นต้องติดกัน ได้รับส่วนลด 21% จากยอด บีวีของกลุ่มธุรกิจส่วนตัวในเดือนที่มีคุณสมบัติ หลังจากแอมเวย์ได้รับรองคุณสมบัติแล้ว แอมเวย์จะมอบเข็มเกียรติคุณ และใบประกาศเกียรติคุณผู้จำหน่ายตรงเพื่อเชิดชูเกียรติ และได้รับสิทธิประโยชน์ดังต่อไปนี้

3.1 ได้รับเชิญร่วมสัมมนา "ผู้จำหน่ายตรงรายใหม่" เพื่อการให้ข้อมูลและแนวทางในการดำเนินการธุรกิจแอมเวย์อย่างละเอียด โดยแอมเวย์จะออกจดหมายเชิญอย่างเป็นทางการ

3.2 ได้รับเชิญเข้าร่วมสัมมนาในระดับผู้นำ โดยมีคะแนนสะสมตามที่แอมเวย์กำหนด

3.3 ได้รับนิตยสารอามาแกรมแจ้ข่าวสารจากแอมเวย์เป็นประจำทุกกลางเดือน

3.4 ได้รับการประกาศเกียรติคุณจาร์กชื่อบนบอร์ดประกาศเกียรติคุณ ที่สำนักงานใหญ่แอมเวย์ประเทศไทย

3.5 ได้รับการประกาศเกียรติคุณด้วยการลงพิมพ์ชื่อและรูปภาพในนิตยสารอามาแกรมของประเทศไทย

3.6 ได้รับเงินตอบแทนสำหรับการเป็นผู้ปราศรัยเมื่อได้รับเชิญจากแอมเวย์

4. ผู้จำหน่ายตรงระดับทับทิม มีคุณสมบัติเป็นผู้จำหน่ายตรง และมียอด พีวีของกลุ่มธุรกิจส่วนตัว ในเดือนนั้นเป็น 300,000 พีวี หรือมากกว่านั้น แอมเวย์จะมอบเข็มเกียรติคุณ และใบประกาศเกียรติคุณผู้จำหน่ายตรงระดับทับทิมเพื่อเชิดชูเกียรติ และจะได้รับสิทธิประโยชน์ดังต่อไปนี้

4.1 ได้รับเชิญเข้าร่วมสัมมนาในระดับผู้นำ ต้องมีคะแนนสะสมตามที่แอมเวย์กำหนด

4.2 ได้รับการประกาศเกียรติคุณ ด้วยการจาร์กชื่อบนบอร์ดประกาศเกียรติคุณ ทั้งที่สำนักงานใหญ่ของแอมเวย์ ณ.เมืองเอด้า และแอมเวย์ประเทศไทย พิมพ์ชื่อและรูปภาพในนิตยสารอามาแกรมของประเทศไทย

4.3 ได้รับเงินตอบแทนสำหรับการเป็นผู้ไปปราศรัยเมื่อได้รับเชิญจากแอมเวย์

5. ผู้จำหน่ายตรงระดับไข่มุก เมื่อมีคุณสมบัติเป็นผู้จำหน่ายตรง และให้การสปอนเซอร์ส่วนตัว สปอนเซอร์สากล หรือสปอนเซอร์รับรองแก่กลุ่มธุรกิจจำนวน 3 กลุ่ม แต่ละกลุ่มต้องมีคุณสมบัติได้รับส่วนลด 21% ในเดือนเดียวกัน แอมเวย์จะมอบเข็มเกียรติคุณ และใบประกาศเกียรติคุณผู้จำหน่ายตรงระดับไข่มุกเพื่อเชิดชูเกียรติ และได้รับสิทธิประโยชน์ดังต่อไปนี้

5.1 ได้รับเชิญเข้าร่วมสัมมนาในระดับผู้นำต้องมีคะแนนสะสมตามที่แอมเวย์กำหนด

5.2 ได้รับการประกาศเกียรติคุณด้วยการจาร์กชื่อบนบอร์ดประกาศเกียรติคุณ ทั้งที่สำนักงานใหญ่ของแอมเวย์ ณ.เมืองเอด้า และแอมเวย์ประเทศไทย

5.3 ได้ลงพิมพ์ชื่อและรูปภาพในนิตยสารอามาแกรมของประเทศไทย

5.4 ได้รับเงินตอบแทนสำหรับการเป็นผู้ไปปราศรัยเมื่อได้รับเชิญจากแอมเวย์

6. ผู้จำหน่ายตรงระดับมรกต เมื่อมีคุณสมบัติเป็นผู้จำหน่ายตรง และให้การสปอนเซอร์ส่วนตัว สปอนเซอร์สากล หรือสปอนเซอร์รับรองแก่กลุ่มธุรกิจจำนวน 3 กลุ่ม แต่ละกลุ่มต้องมีคุณ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมบัติได้รับส่วนลด 21% อย่างน้อยที่สุดเป็นเวลา 6 เดือนในรอบบัญชี แอมเวย์จะมอบเข็มเกียรติคุณ และใบประกาศเกียรติคุณผู้จำหน่ายตรงระดับไข่มุกเพื่อเชิดชูเกียรติ และได้รับสิทธิประโยชน์ดังต่อไปนี้

6.1 ได้รับเชิญเข้าร่วมสัมมนาระดับผู้นำต้องมีคะแนนสะสมตามที่แอมเวย์กำหนด

6.2 ได้รับการประกาศเกียรติคุณด้วยการจารึกชื่อบนบอร์ดประกาศเกียรติคุณ ทั้งที่สำนักงานใหญ่ของแอมเวย์ ณ เมืองเอด้า และแอมเวย์ประเทศไทย

6.3 ได้ลงพิมพ์ชื่อและรูปภาพในนิตยสารอามาแกรมของประเทศไทย

6.4 ได้รับเงินตอบแทนสำหรับการเป็นผู้ปราศรัยรับเชิญเมื่อได้รับเชิญจากแอมเวย์

7. ผู้จำหน่ายตรงระดับเพชร เมื่อมีคุณสมบัติเป็นผู้จำหน่ายตรง และให้การสปอนเซอร์ส่วนตัว สปอนเซอร์สากล หรือสปอนเซอร์รับรองแก่กลุ่มธุรกิจจำนวน 6 กลุ่ม แต่ละกลุ่มต้องมีคุณสมบัติได้รับส่วนลด 21% อย่างน้อยที่สุด 6 เดือนในรอบบัญชี แอมเวย์จะมอบเข็มเกียรติคุณ และใบประกาศเกียรติคุณผู้จำหน่ายตรงระดับเพชรเพื่อเชิดชูเกียรติ และได้รับสิทธิประโยชน์ดังต่อไปนี้

7.1 ได้รับเชิญเข้าร่วมสัมมนาระดับผู้นำ

7.2 ได้รับการประกาศเกียรติคุณด้วยการจารึกชื่อบนบอร์ดประกาศเกียรติคุณ ทั้งที่สำนักงานใหญ่ของแอมเวย์ ณ เมืองเอด้า และแอมเวย์ประเทศไทย พร้อมทั้งประดับรูปภาพที่บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด

7.3 ได้ลงพิมพ์ชื่อและรูปภาพในนิตยสารอามาแกรมของประเทศไทย

7.4 ได้ตัวโดยสวราชันนักธุรกิจ พร้อมทั้งพักไปร่วมประชุมงานต่างๆ

7.5 ได้รับประกาศเกียรติคุณในงานเลี้ยงรับรองผู้จำหน่ายตรงระดับเพชร

7.6 ได้รับเชิญเข้าร่วมการสัมมนาผู้จำหน่ายตรงระดับเพชรในต่างประเทศ

7.7 ได้รับเงินตอบแทนสำหรับเป็นผู้ปราศรัยรับเชิญเมื่อได้รับเชิญจากแอมเวย์

8. ผู้จำหน่ายตรงระดับเพชรบริหาร ได้รับเมื่อมีคุณสมบัติเป็นผู้จำหน่ายตรง และให้การสปอนเซอร์ส่วนตัว สปอนเซอร์สากล หรือสปอนเซอร์รับรองแก่กลุ่มธุรกิจจำนวน 9 กลุ่ม แต่ละกลุ่มต้องมีคุณสมบัติได้รับส่วนลด 21% อย่างน้อยที่สุด 6 เดือนในรอบบัญชี มีคุณสมบัติเป็นผู้จำหน่ายตรงระดับเพชรบริหาร ได้เป็นสมาชิกสโมสรผู้จำหน่ายตรงระดับเพชรบริหาร และได้รับเชิญเข้าร่วมสัมมนาในสถานที่น่าตื่นตาตื่นใจแอมเวย์จะมอบเข็มเกียรติคุณ และโล่เกียรติยศผู้จำหน่ายตรงระดับเพชรบริหารเพื่อเชิดชูเกียรติ และได้รับสิทธิประโยชน์ดังต่อไปนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 8.1 ได้รับเชิญเข้าร่วมสัมมนาระดับผู้นำ
- 8.2 ได้รับการประกาศเกียรติคุณด้วยการจารึกชื่อบนบอร์ดประกาศเกียรติคุณ ทั้งที่สำนักงานใหญ่ของแอมเวย์ ณ.เมืองเอด้า และแอมเวย์ประเทศไทย พร้อมทั้งประดับรูปภาพที่ บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด
- 8.3 ได้ลงพิมพ์ชื่อและรูปภาพบนหน้าปกพร้อมทั้งเรื่องราวความสำเร็จ ใน นิตยสารอามาแกรมของประเทศไทย
- 8.4 ได้เดินทางด้วยตัวโดยสารชั้นหนึ่ง พร้อมทั้งพักห้องสุทของโรงแรม ในงาน ประชุมต่างๆ
- 8.5 ได้รับประกาศเกียรติคุณในงานเลี้ยงรับรองผู้จำหน่ายระดับเพชรบริหาร
- 8.6 ได้รับเชิญเข้าร่วมการสัมมนาผู้จำหน่ายตรงระดับเพชรบริหารในต่างประเทศ
- 8.7 ได้รับเชิญเข้าร่วมการสัมมนาผู้จำหน่ายตรงระดับเพชรในต่างประเทศ
- 8.8 ได้รับเงินตอบแทนสำหรับเป็นผู้ไปปราศรัยรับเชิญเมื่อได้รับเชิญจากแอมเวย์
- 8.9 ได้รับส่วนแบ่งจากกองทุนส่วนลดพิเศษเพชรบริหาร
9. ผู้จำหน่ายตรงระดับเพชรคู่ เมื่อมีคุณสมบัติเป็นผู้จำหน่ายตรง และให้การสปอนเซอร์ ส่วนตัว สปอนเซอร์สากล หรือสปอนเซอร์รับรองแก่กลุ่มธุรกิจจำนวน 12 กลุ่ม แต่ละกลุ่มต้องมีคุณสมบัติได้รับส่วนลด 21% อย่างน้อยที่สุด 6 เดือนในรอบปีบัญชี จะมีคุณสมบัติเป็นผู้จำหน่ายตรง ระดับเพชรคู่ แอมเวย์จะมอบเข็มเกียรติคุณ และโล่เกียรติยศผู้จำหน่ายตรงระดับเพชรคู่เพื่อเชิดชู เกียรติ และได้รับสิทธิประโยชน์ดังต่อไปนี้
 - 9.1 ได้รับเชิญเข้าร่วมสัมมนาระดับผู้นำ
 - 9.2 ได้รับประกาศเกียรติคุณด้วยการจารึกชื่อบนบอร์ดประกาศเกียรติคุณ ทั้งที่ สำนักงานใหญ่ของแอมเวย์ ณ.เมืองเอด้า และแอมเวย์ประเทศไทย พร้อมทั้งประดับรูปภาพที่ บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด
 - 9.3 ได้พิมพ์ชื่อและรูปภาพบนหน้าปกพร้อมทั้งเรื่องราวความสำเร็จ ในนิตยสาร อามาแกรมของประเทศไทย
 - 9.4 ได้เดินทางด้วยตัวโดยสารชั้นหนึ่ง พร้อมทั้งพักห้องสุทของโรงแรม ในการร่วม ประชุมงานต่างๆที่ได้รับเชิญจากแอมเวย์
 - 9.5 ได้รับประกาศเกียรติคุณในงานเลี้ยงรับรองผู้จำหน่ายระดับเพชรคู่
 - 9.6 ได้รับเชิญเข้าร่วมการสัมมนาผู้จำหน่ายตรงระดับเพชรบริหารในต่างประเทศ
 - 9.7 ได้รับเชิญเข้าร่วมงานวันเพชรคู่ ณ. สำนักงานใหญ่แอมเวย์ประเทศไทย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

9.8 ได้รับเชิญเข้าร่วมการสัมมนาผู้จำหน่ายตรงระดับเพชรในต่างประเทศ

9.9 ได้รับเงินตอบแทนสำหรับเป็นผู้ปราศรัยรับเชิญเมื่อได้รับเชิญจากแอมเวย์

9.10 ได้รับส่วนแบ่งจากกองทุนส่วนลดพิเศษเพชรบริหาร และมีสิทธิรับรางวัลเงินสดจ่ายครั้งเดียวเป็นจำนวนเงิน 300,000 บาท

10. ผู้จำหน่ายตรงระดับตรีเพชร เมื่อมีคุณสมบัติเป็นผู้จำหน่ายตรง และให้การสปอนเซอร์ส่วนตัว สปอนเซอร์สากล หรือสปอนเซอร์รับรองแก่กลุ่มธุรกิจจำนวน 15 กลุ่ม แต่ละกลุ่มต้องมีคุณสมบัติได้รับส่วนลด 21% อย่างน้อยที่สุด 6 เดือนในรอบปีบัญชี จะมีคุณสมบัติเป็นผู้จำหน่ายตรงระดับตรีเพชร แอมเวย์จะมอบเข็มเกียรติคุณ และโล่เกียรติยศผู้จำหน่ายตรงระดับเพชรตรีเพื่อเชิดชูเกียรติ และได้รับสิทธิประโยชน์ดังต่อไปนี้

10.1 ได้รับเชิญเข้าร่วมสัมมนาในระดับผู้นำ

10.2 ได้รับประกาศเกียรติคุณด้วยการจารึกชื่อบนบอร์ดประกาศเกียรติคุณ ทั้งที่สำนักงานใหญ่ของแอมเวย์ ณ เมืองเฮด้า และแอมเวย์ประเทศไทย พร้อมทั้งประดับรูปภาพที่บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด

10.3 ได้พิมพ์ชื่อและรูปภาพบนหน้าปกพร้อมทั้งเรื่องราวความสำเร็จ ในนิตยสารอามาแกรมของประเทศไทย

10.4 ได้เดินทางด้วยตัวโดยสารชั้นหนึ่ง พร้อมทั้งพักห้องสูทของโรงแรมในประชุมงานต่างๆที่ได้รับเชิญจากแอมเวย์

10.5 ได้รับประกาศเกียรติคุณในงานเลี้ยงรับรองผู้จำหน่ายตรงระดับตรีเพชร

10.6 ได้เข้าร่วมการสัมมนาผู้จำหน่ายตรงระดับเพชรบริหารในต่างประเทศ

10.7 ได้รับเชิญเข้าร่วมงานวันตรีเพชร ณ สำนักงานใหญ่แอมเวย์ประเทศไทย

10.8 ได้รับเชิญเข้าร่วมการสัมมนาธุรกิจที่แอมเวย์จัดขึ้น ณ สถานที่พักผ่อนตากอากาศ พร้อมทั้งครอบครัว และผู้ติดตามจำนวนไม่เกิน 6 คน เป็นจำนวน 5 วัน จำนวนหนึ่งครั้ง

10.9 ได้รับเชิญเข้าร่วมสัมมนาผู้จำหน่ายตรงระดับเพชรในต่างประเทศ

10.10 ได้รับเงินตอบแทนสำหรับเป็นผู้ปราศรัยรับเชิญในการประชุมของแอมเวย์

10.11 ได้รับส่วนแบ่งจากกองทุนส่วนลดพิเศษเพชรบริหาร และรางวัลเงินสดจ่ายครั้งเดียวจำนวน 600,000 บาท

11. ผู้จำหน่ายตรงระดับมงกุฎ เมื่อมีคุณสมบัติเป็นผู้จำหน่ายตรง และให้การสปอนเซอร์ส่วนตัว สปอนเซอร์สากล หรือสปอนเซอร์รับรองแก่กลุ่มธุรกิจจำนวน 18 กลุ่ม แต่ละกลุ่มต้องมีคุณสมบัติได้รับส่วนลด 21% อย่างน้อยที่สุด 6 เดือนในรอบปีบัญชี จะมีคุณสมบัติเป็นผู้จำหน่ายตรง

ระดับมงกุฏ แอมเวย์จะมอบเข็มเกียรติคุณ และโล่เกียรติยศผู้จำหน่ายตรงระดับมงกุฏเพื่อเชิดชูเกียรติ และได้รับสิทธิประโยชน์ดังต่อไปนี้

11.1 ได้รับเชิญเข้าร่วมสัมมนาในระดับผู้นำ

11.2 ได้รับการประกาศเกียรติคุณด้วยการจารึกชื่อ พร้อมประดับภาพบนบอร์ดประกาศเกียรติคุณทั้งที่สำนักงานใหญ่ของแอมเวย์ ณ.เมืองเอด้า และแอมเวย์ประเทศไทย

11.3 ได้ประกาศเกียรติคุณด้วยการพิมพ์ชื่อและภาพบนหน้าปกพร้อมทั้งเรื่องราวความสำเร็จในนิตยสารอามาแกรมของประเทศไทย

11.4 ได้เดินทางด้วยตัวโดยสารชั้นหนึ่งพร้อมที่พักห้องสูทของโรงแรมในประชุมงานต่างๆที่ได้รับเชิญจากแอมเวย์

11.5 ได้รับประกาศเกียรติคุณในงานเลี้ยงรับรองผู้จำหน่ายระดับมงกุฏ

11.6 ได้รับเชิญเข้าร่วมการสัมมนาผู้จำหน่ายตรงระดับเพชรบริหารในต่างประเทศ

11.7 ได้รับเชิญไปเยี่ยมชมกิจการและร่วมงานวันมงกุฏ ณ. สำนักงานใหญ่แอมเวย์เมืองเอด้า รัฐมิชิแกน สำหรับอเมริกา และร่วมการสัมมนาธุรกิจที่แอมเวย์จัดขึ้นเกาะปีเตอร์ไฮส์แลนด์ ของแอมเวย์ในทะเลแคริบเบียน เป็นเวลา 5 วัน หนึ่งครั้ง

11.8 ได้รับเชิญเข้าร่วมสัมมนาผู้จำหน่ายตรงระดับเพชรในต่างประเทศ

11.9 ได้รับเงินตอบแทนสำหรับเป็นผู้ปราศรัยรับเชิญในการประชุมของแอมเวย์

11.10 ได้รับส่วนแบ่งจากกองทุนส่วนลดพิเศษเพชรบริหาร และรางวัลเงินสดจ่ายครั้งเดียวเป็นจำนวนเงิน 1,200,000 บาท

12. ผู้จำหน่ายตรงระดับมงกุฏชุด เมื่อมีคุณสมบัติเป็นผู้จำหน่ายตรง และให้การสปอนเซอร์ส่วนตัว สปอนเซอร์สากล หรือสปอนเซอร์รับรองแก่กลุ่มธุรกิจจำนวน 20 กลุ่ม แต่ละกลุ่มต้องมีคุณสมบัติได้รับส่วนลด 21% อย่างน้อยที่สุด 6 เดือนในรอบปีบัญชี จะมีคุณสมบัติเป็นผู้จำหน่ายตรงระดับมงกุฏชุด แอมเวย์จะมอบเข็มเกียรติคุณ และโล่เกียรติยศผู้จำหน่ายตรงระดับมงกุฏชุดเพื่อเชิดชูเกียรติ และได้รับสิทธิประโยชน์ดังต่อไปนี้

12.1 ได้รับเชิญเข้าร่วมสัมมนาในระดับผู้นำ

12.2 ได้ประกาศเกียรติคุณด้วยจารึกชื่อพร้อมประดับภาพบนบอร์ดประกาศเกียรติคุณทั้งที่สำนักงานใหญ่ของแอมเวย์ ณ.เมืองเอด้า และแอมเวย์ประเทศไทย พร้อมทั้งประดับรูปภาพที่บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด

12.3 ได้พิมพ์ชื่อและรูปภาพบนหน้าปก และเรื่องราวความสำเร็จในนิตยสารอมาแกรมของประเทศไทย

12.4 ได้เดินทางด้วยตัวโดยสารชั้นหนึ่ง พร้อมทั้งพักห้องสูทของโรงแรม ไปร่วมประชุมงานต่างๆที่ได้รับเชิญจากแอมเวย์

12.5 ได้รับประกาศเกียรติคุณในงานเลี้ยงรับรองผู้จำหน่ายระดับมงกุฎทูต

12.6 ได้เข้าร่วมการสัมมนาผู้จำหน่ายตรงระดับเพชรบริหารในต่างประเทศที่จัดขึ้นโดยแอมเวย์

12.7 ได้รับเชิญไปเยี่ยมชมกิจการและร่วมงานวันมงกุฎทูต ณ สำนักงานใหญ่แอมเวย์ทูต เมืองเอต้า รัฐมิชิแกน สหรัฐอเมริกา และเข้าร่วมการสัมมนาธุรกิจที่แอมเวย์จัดขึ้น เกาะปีเตอร์ ไฮส์แลนด์ ของแอมเวย์ในทะเลแคริบเบียน พร้อมทั้งผู้ติดตามจำนวนไม่เกิน 6 คนเป็นเวลา 5 วัน จำนวนหนึ่งครั้ง

12.8 ได้รับเชิญเข้าร่วมสัมมนาผู้จำหน่ายตรงระดับเพชรในต่างประเทศ

12.9 ได้รับเงินตอบแทนสำหรับเป็นผู้ปราศรัยรับเชิญในการประชุมของแอมเวย์

12.10 ได้ส่วนแบ่งจากกองทุนส่วนลดพิเศษเพชรบริหาร และเงินสดจ่ายครั้งเดียวเป็นจำนวนเงิน 1,800,000 บาท

แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น:
กรณีศึกษาผู้จำหน่ายอิสระของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องคำตอบตามความเห็นของท่านมากที่สุด

ตอนที่ 1. ข้อมูลทั่วไปทางด้านประชากร เศรษฐกิจ และสังคม

ส่วนของผู้ศึกษา

1. เพศ

 1) ชาย 2) หญิง

2. อายุ

 1) 20 - 25 ปี 2) 26 - 30 ปี 3) 31 - 40 ปี 4) 41 - 50 ปี 5) 50 ปีขึ้นไป

3. สถานะภาพการสมรส

 1) โสด 2) สมรส 3) หม้าย / หย่าร้าง

4. วุฒิการศึกษา

 1) ประถม หรือ ต่ำกว่าประถม 2) มัธยมต้น 3) มัธยมปลาย / ปวช. 4) ปวส. / อนุปริญญา 5)ปริญญาตรี 6) สูงกว่าปริญญาตรี 7) อื่นๆ (ระบุ)

5. ลักษณะการประกอบธุรกิจแอมเวย์

 1) สมัครและทำคนเดียว 2) สมัครและทำร่วมกับสามี/ภรรยา 3) สมัครคนเดียว แต่ทำร่วมกับสามี/ภรรยา 4) ไม่ได้สมัคร แต่ทำในนามของ (โปรดระบุ) 5) สมัครและทำในรูปบริษัท 6) อื่นๆ (โปรดระบุ)

6. รูปแบบการประกอบธุรกิจ

 1) เต็มเวลา (Full Time) 2) ล่วงเวลา (Part Time) 3) อื่นๆ (ระบุ)

ถ้าตอบข้อ 2) ล่วงเวลา(Part Time) โปรดข้ามไปตอบข้อ 8.

ตอนที่ 1.(ต่อ)

ส่วนของนักศึกษา

7. ลักษณะอาชีพที่เคยทำ

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1) ราชการ | <input type="checkbox"/> 2) รัฐวิสาหกิจ |
| <input type="checkbox"/> 3) พนักงานในบริษัทเอกชน | <input type="checkbox"/> 4) เจ้าของบริษัท |
| <input type="checkbox"/> 5) ธุรกิจส่วนตัว | <input type="checkbox"/> 6) อื่นๆ (ระบุ) |

(โปรดข้ามไปตอบข้อ 10.)

8. ลักษณะอาชีพที่ทำอยู่ในปัจจุบัน

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1) ราชการ | <input type="checkbox"/> 2) รัฐวิสาหกิจ |
| <input type="checkbox"/> 3) พนักงานในบริษัทเอกชน | <input type="checkbox"/> 4) เจ้าของบริษัท |
| <input type="checkbox"/> 5) ธุรกิจส่วนตัว | <input type="checkbox"/> 6) อื่นๆ (ระบุ) |

9. รายได้ต่อเดือน(นอกเหนือจากรายได้แอมเวย์)

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1) ต่ำกว่า 10,000 บาท | <input type="checkbox"/> 2) 10,000 - 20,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 3) 20,001 - 40,000 บาท | <input type="checkbox"/> 4) 40,001 - 50,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 5) 50,001 บาท ขึ้นไป | |

10. ระยะเวลาทั้งหมดตั้งแต่เริ่มสมัครทำแอมเวย์จนกระทั่งถึงปัจจุบัน

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1) น้อยกว่า 1 ปี | <input type="checkbox"/> 2) ระหว่าง 1 - 2 ปี |
| <input type="checkbox"/> 3) ระหว่าง 2 - 3 ปี | <input type="checkbox"/> 4) ระหว่าง 3 - 5 ปี |
| <input type="checkbox"/> 5) มากกว่า 5 ปี (โปรดระบุ) ปี เดือน | |

11. เหตุผลที่สำคัญที่สุดที่ท่านตัดสินใจสมัครทำธุรกิจแอมเวย์(สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1) อิสรภาพทางเวลา | <input type="checkbox"/> 2) อิสรภาพทางการเงิน |
| <input type="checkbox"/> 3) ต้องการเพื่อน | <input type="checkbox"/> 4) ต้องการความมั่นคง |
| <input type="checkbox"/> 5) ต้องการมรดก | <input type="checkbox"/> 6) อื่นๆ(โปรดระบุ) |

12. ระยะเวลาในการตัดสินใจทำแอมเวย์จนกระทั่งได้รับแต่งตั้งจากบริษัทฯ ให้เป็นผู้จำหน่ายตรง

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1) 6 เดือน | <input type="checkbox"/> 2) 6 - 8 เดือน |
| <input type="checkbox"/> 3) 8 - 10 เดือน | <input type="checkbox"/> 4) 10 - 12 เดือน |
| <input type="checkbox"/> 5) มากกว่า 12 เดือน (โปรดระบุ) ปี เดือน | |

13. ตำแหน่งที่ได้รับการแต่งตั้งจากบริษัทฯ ในปัจจุบัน

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1) ผู้จำหน่ายตรง | <input type="checkbox"/> 2) ผู้จำหน่ายตรงระดับไข่มุก |
| <input type="checkbox"/> 3) ผู้จำหน่ายตรงระดับมรกต | <input type="checkbox"/> 4) ผู้จำหน่ายตรงระดับเพชร |
| <input type="checkbox"/> 5) สูงกว่าผู้จำหน่ายตรงระดับเพชร (โปรดระบุ) | |

ตอนที่ 1.(ต่อ)

ส่วนของผู้ศึก

14. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนจากการประกอบธุรกิจแอมเวย์ 14. ____
- 1) ต่ำกว่า 20,000 บาท 2) 20,000 - 30,000 บาท
- 3) 30,001 - 40,000 บาท 4) 40,001 - 50,000 บาท
- 5) 50,001 บาท ขึ้นไป
15. จำนวนครั้งที่ได้ไปเที่ยวต่างประเทศกับบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด 15. ____
- 1) 1 ครั้ง 2) 2 ครั้ง
- 3) 3 ครั้ง 4) 4 ครั้ง
- 5) 5 ครั้ง 6) มากกว่า 5 ครั้ง (โปรดระบุ)
- 7) อื่นๆ (โปรดระบุ)
16. ผู้จำหน่ายภายในองค์กรของท่านส่วนใหญ่(มากกว่า 50%)มีวุฒิการศึกษาในระดับ 16. ____
- 1) ประถม หรือ ต่ำกว่าประถม 2) มัธยมต้น
- 3) มัธยมปลาย / ปวช. 4) ปวส. / อนุปริญญา
- 5)ปริญญาตรี 6) สูงกว่าปริญญาตรี
- 7) อื่นๆ (ระบุ)

ตอนที่ 2 ทศนคติในด้านต่างๆของผู้ประสบความสำเร็จ

ระดับความคิดเห็นใช้สำหรับตอบในตอนที่ 2

ระดับ 5 = มากที่สุด ระดับ 4 = มาก ระดับ 3 = มากปานกลาง

ระดับ 2 = น้อย ระดับ 1 = น้อยมากหรือน้อยที่สุด

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องคำตอบตามระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ส่วนของผู้ศึก

2.1 ทศนคติต่อลูกค้าและผู้มุ่งหวังของผู้ประสบความสำเร็จ

	รายละเอียด	5	4	3	2	1
17.	ท่านสามารถเข้าใจถึงปัญหาและทราบถึงความต้องการของลูกค้าและผู้มุ่งหวังได้เป็นอย่างดี					
18.	ท่านมีมิตรภาพและความสัมพันธ์อันดีต่อลูกค้าและผู้มุ่งหวัง					
19.	ท่านยินดีที่จะให้ความช่วยเหลือต่อลูกค้าและผู้มุ่งหวังด้วยความปรารถนาดี					
20.	การพูดคุย และถกเถียงกับลูกค้าและผู้มุ่งหวังเกี่ยวกับการขายตรงในเชิงสร้างสรรค์เป็นสิ่งดี					
21.	ท่านให้ความสำคัญต่อลูกค้าและผู้มุ่งหวังเป็นอันดับ 1					

ตอนที่ 2. (ต่อ)

ระดับความคิดเห็นใช้สำหรับตอบในตอนที่ 3

ระดับ 5 = มากที่สุด

ระดับ 4 = มาก

ระดับ 3 = มากปานกลาง

ระดับ 2 = น้อย

ระดับ 1 = น้อยมากหรือน้อยที่สุด

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องคำตอบตามระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

2.2 ทักษะติดต่อผู้ร่วมงานของผู้ประสบความสำเร็จ

	รายละเอียด	5	4	3	2	1
22.	ผู้ร่วมงานในที่ทำงานของท่านมีความรับผิดชอบและให้ความร่วมมือในการทำงานเป็นอย่างดี					
23.	ผู้ร่วมงานในที่ทำงานของท่านมีความสัมพันธ์และรักใคร่กลมเกลียวกันเป็นอย่างดี					
24.	ผู้ร่วมงานในที่ทำงานของท่าน เป็นคนที่มีฐานะทางการเงินที่ดี					
25.	ผู้ร่วมงานในที่ทำงานของท่านมักให้ความอึดสระต่อกัน					

2.3 ทักษะติดต่อธรรมชาติของงานขายของผู้ประสบความสำเร็จ

	รายละเอียด	5	4	3	2	1
26.	ท่านทราบในสิ่งที่ท่านต้องทำในการประกอบธุรกิจขายตรง					
27.	ท่านทราบข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และบริษัทเป็นอย่างดี					
28.	ท่านมีความสามารถในการเดาใจ ทายใจ หรือรู้จักใจผู้อื่น					
29.	งานขายตรงเป็นงานท้าทาย และสามารถทำรายได้เพื่อฐานะที่มั่นคงได้					
30.	งานขายตรงเป็นงานที่อึดสระ และสามารถบริหารได้ตามความต้องการ					
31.	งานขายตรงเป็นอาชีพที่มีความมั่นคง					

2.4 การวางแผนการทำงานที่ชัดเจนของผู้ประสบความสำเร็จ

	รายละเอียด	5	4	3	2	1
32.	มีการวางแผนการทำงานร่วมกับผู้ประสบความสำเร็จ					
33.	การวางแผนงานจะต้องชัดเจนสามารถทำได้จริงเพื่อเป้าหมาย					
34.	มีการบันทึกการวางแผนในการทำงานงานเป็นขั้นตอน					
35.	มีการตรวจสอบการทำงานทุกขั้นตอนตามแผนงาน					

ตอนที่ 2. (ต่อ)

ระดับความคิดเห็นใช้สำหรับตอบในตอนที่ 3

ระดับ 5 = มากที่สุด ระดับ 4 = มาก ระดับ 3 = มากปานกลาง

ระดับ 2 = น้อย ระดับ 1 = น้อยมากหรือน้อยที่สุด

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องคำตอบตามความเห็นของท่านมากที่สุด

2.5 การตั้งใจในการทำงานภายในองค์กรของผู้ประสบความสำเร็จ

	รายละเอียด	5	4	3	2	1	
36.	รางวัลและรายได้จากงานขายตรงเป็นสิ่งที่ท่านต้องการ						36.____
37.	ท่านสามารถพัฒนาความรู้ ความสามารถได้ในงานขายตรง						37.____
38.	ท่านชอบให้บุคคลอื่น ชื่นชมในความสามารถของท่าน						38.____
39.	ท่านเคยถูกพุดชกขู่ โหน้มน้าวใจ จากผู้ที่ประสบความสำเร็จ						39.____
40.	โอกาสในการก้าวหน้าในธุรกิจขายตรงมีไม่จำกัด						40.____

2.6 ความชัดเจนในบทบาทของการเป็นตัวแทนขายของผู้ประสบความสำเร็จ

	รายละเอียด	5	4	3	2	1	
41.	ท่านทราบในสิ่งที่ท่านต้องทำในการประกอบธุรกิจขายตรง						41.____
42.	ท่านมีความรู้เรื่องบริษัท สินค้า และระบบงานเป็นอย่างดี						42.____
43.	ท่านสามารถบริหารเวลา เงินทุน และทีมงานได้เป็นอย่างดี						43.____
44.	ท่านเป็นผู้ที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี						44.____
45.	ท่านรู้ถึงความต้องการ (เป้าหมาย) ของ ตัวเองเป็นอย่างดี						45.____

2.7 การตั้งเป้าหมายที่ชัดของผู้ประสบความสำเร็จ

	รายละเอียด	5	4	3	2	1	
46.	ท่านมีความฝันที่ชัดเจน						46.____
47.	ท่านสามารถเปลี่ยนความฝันเป็นเป้าหมายได้						47.____
48.	ท่านยินดีที่ปรึกษา กับผู้ที่ประสบความสำเร็จ ในการตั้งเป้าหมายของท่าน						48.____
49.	ท่านสามารถตั้งเป้าหมายที่มีการกำหนดระยะเวลาอย่างชัดเจนให้ตรงตามความต้องการของท่านได้						49.____
50.	ท่านสามารถแบ่งเป้าหมายของท่านออกเป็นระยะยาว กลาง และ สั้นได้ตามความเหมาะสม						50.____
51.	ท่านกล้าที่จะประกาศเป้าหมายของท่านให้ทุกคนได้รับรู้						51.____

ตอนที่ 3. ปัญหาและอุปสรรคในการประกอบธุรกิจการขายตรงเพื่อความสำเร็จ

ส่วนของนักศึกษา

คำชี้แจง โปรดเรียงลำดับจากมากไปน้อยตั้งแต่ 1. 2. 3.7

(มากที่สุด = 1,....., น้อยที่สุด = 7)

- | | |
|--|---------|
| ___ 52. การบริหารเงิน หรือเงินทุนหมุนเวียนในการประกอบธุรกิจ | 52. ___ |
| ___ 53. ความรู้ความสามารถเกี่ยวกับธุรกิจขายตรง | 53. ___ |
| ___ 54. การบริหารเวลาในการประกอบธุรกิจ และงานประจำ หรือเวลาส่วนตัว | 54. ___ |
| ___ 55. ความสัมพันธ์ ที่มีต่อทีมงานภายในองค์กร | 55. ___ |
| ___ 56. ความคิด หรือทัศนคติของตนเอง | 56. ___ |
| ___ 57. ขาดการสนับสนุนจากคนในครอบครัว | 57. ___ |
| ___ 58. ความรู้ และความเชื่อเกี่ยวกับบริษัท และสินค้า | 58. ___ |

ตอนที่ 4. ข้อเสนอแนะ

โปรดให้ข้อเสนอแนะในการดำเนินธุรกิจแอมเวย์ให้ประสบความสำเร็จในความเห็นของท่าน

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนเวลาสำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญตาตเห็นาไปเซบระยะเษนดานการค้ำ

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ-สกุล นางสาวประยูรศรี เขียมละหาญ
เกิดเมื่อ 29 สิงหาคม 2510
สถานที่เกิด จังหวัดระนอง

ประวัติการศึกษา

ปริญญาตรี
2533

คณะวิทยาศาสตร์ สาขา คณิตศาสตร์
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ประวัติการทำงาน

- บริษัท ดาด้าแมท จำกัด(มหาชน)
ระหว่างปี 2533 -2537
- บริษัท แกรทดูแอท พาสปอร์ต จำกัด
ระหว่างปี 2538 -2539
- บริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เน็ตเวิร์ท โซลูชั่น จำกัด
ระหว่างปี 2539 -2541
- บริษัท เวิลด์โฟน ซ็อบ จำกัด
ปัจจุบัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้