

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระ
ในธุรกิจขายตรงของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด



The Study of Factors that Affect Distributor Selection to Continue
The Direct Sale Methods: A Case Study of Amway (Thailand) Co., Ltd.



นายอภิชาติ อ่อนจันทร์
รหัสประจำตัว 43066623

วท.
๑ /
เลขหม.....
เลขทะเบียน 44116
วัน, เดือน, ปี 30 ต.ค. 2545

เสนอ

b.....
i.....

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ)
ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2544

บทคัดย่อ

- ชื่อเรื่อง : ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระในธุรกิจขายตรงของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด
- นักศึกษา : นายอภิชาติ อ่อนจันทร์
- ระดับการศึกษา : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
- สาขาวิชา : บริหารธุรกิจ
- อาจารย์ที่ปรึกษา : รองศาสตราจารย์อมรศรี ตันพิพัฒน์

ธุรกิจขายตรงเป็นการทำธุรกิจค้าปลีกสินค้าอุปโภคบริโภคในลักษณะของการนำเสนอขายสินค้าต่อลูกค้าโดยตรง ณ ที่อยู่อาศัย หรือที่อื่น ๆ โดยผู้ขายตรงใช้การอธิบายหรือการสาธิตสินค้าเป็นกลยุทธ์หลักในการเสนอขาย บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด เป็นบริษัทที่ดำเนินธุรกิจประเภทธุรกิจขายตรงบริษัทหนึ่งในประเทศไทย ดำเนินธุรกิจขายตรงสินค้าอุปโภคบริโภคด้วยระบบการตลาดหลายชั้นหรือระบบเครือข่าย (Multi Level Marketing or Network Marketing) ผู้จำหน่ายอิสระของบริษัทเป็นนักธุรกิจอิสระไม่ใช่ลูกจ้างของบริษัท มีความเป็นอิสระในการทำงาน ไม่มีกฎเกณฑ์ใดมาบังคับให้ทำงาน รายได้ของผู้จำหน่ายอิสระจะมากขึ้นอยู่กับตัวผู้จำหน่ายอิสระเอง การเข้าสู่ธุรกิจทำได้ง่าย ใช้เงินลงทุนน้อยและไม่ต้องการความรู้ความชำนาญเป็นพิเศษเหมือนงานประจำ การออกจากธุรกิจก็ทำได้ง่าย บริษัทในธุรกิจขายตรงจึงต้องใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ ในการรักษาจำนวนผู้จำหน่ายอิสระของบริษัทที่มีอยู่ไม่ให้เปลี่ยนไปเป็นตัวแทนจำหน่ายของบริษัทอื่น จากเหตุผลดังกล่าวจึงเป็นสาเหตุทำให้เกิดความสนใจศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระในธุรกิจขายตรงของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด โดยกำหนดวัตถุประสงค์ของการศึกษาเพื่อศึกษาถึงเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจสมัครเป็นผู้จำหน่ายอิสระและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระในธุรกิจขายตรงของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด โดยไม่เปลี่ยนไปทำธุรกิจกับบริษัทขายตรงอื่น ๆ ใช้วิธีการศึกษาคือการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการออกแบบสอบถามโดยวิธีสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจากผู้จำหน่ายอิสระของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด จำนวน 400 คน ที่ได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi Stage Sampling)

ผลจากการศึกษาพบว่า ผู้จำหน่ายอิสระกลุ่มตัวอย่างมีสัดส่วนของเพศชายเท่า ๆ กับเพศหญิง ส่วนใหญ่จะเป็นคนทำงานที่อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 31 – 40 ปี ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี

มีอาชีพรับราชการเป็นงานประจำ มีรายได้ระหว่าง 10,000 - 20,000 บาท และทำธุรกิจแอมเวย์ร้านค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบล่องเวลา (Part Time) เป็นระยะเวลา 2 - 4 ปี มีรายได้จากการเป็นผู้จำหน่ายอิสระเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท เหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจสมัครเป็นผู้จำหน่ายอิสระคือต้องการอิสรภาพในการดำเนินชีวิต ต้องการมีธุรกิจส่วนตัว ประทับใจในแผนธุรกิจ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระ คือ ปัจจัยด้านความมั่นคง ปัจจัยด้านความก้าวหน้าในการทำงานและปัจจัยด้านผู้ร่วมงานภายในองค์กร

จากการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะคือ การที่บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัดสามารถจูงใจให้ผู้จำหน่ายยังคงอยู่เป็นผู้จำหน่ายอิสระของบริษัทต่อไปนั้น อาจเป็นเพราะแผนธุรกิจการขายตรงแบบการสร้างเครือข่ายด้วยระบบการตลาดหลายชั้นหรือระบบเครือข่าย (Multi Level Marketing or Network Marketing) และการให้สิทธิในการโอนย้ายรายได้และสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ให้ผู้อื่นซึ่งเป็นทนายทได้ เป็นการสร้างความมั่นใจให้กับผู้จำหน่ายถึงความมั่นคงของรายได้ในอนาคต ผู้จำหน่ายในธุรกิจขายตรงต้องไม่ชักชวนผู้อื่นให้สมัครเป็นผู้จำหน่ายในเครือข่ายด้วยวิธีการบังคับ เพราะผู้ที่สมัครเป็นผู้จำหน่ายด้วยเหตุผลดังกล่าวจะไม่ดำรงสถานภาพและทำธุรกิจต่อไปในอนาคต การจูงใจเพื่อรักษาบุคลากรในเครือข่ายไว้จะต้องพิจารณาปรับกลยุทธ์ไปตามปัจจัยต่าง ๆ ซึ่งเป็นที่สนใจของบุคคลผู้นั้น เช่น ผู้ที่มีการศึกษาน้อยจบการศึกษาระดับประถม และมีขม ควรกระตุ้นให้รู้สึกว่าการเป็นผู้จำหน่ายอิสระทำให้มีคุณภาพชีวิตที่ดี มีหน้าที่การงานเป็นที่ยอมรับ หรือผู้จำหน่ายที่มีอาชีพรับราชการจะต้องแนะนำให้เข้าใจถึงความมั่นคงของการทำงานแบบระบบเครือข่ายจึงจะสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการรักษาบุคลากรในองค์กรไว้ได้ สำหรับผู้ประกอบการในธุรกิจขายตรงอื่น ๆ จะต้องคำนึงถึงการใช้กลยุทธ์ด้านความมั่นคงและด้านความก้าวหน้าในการทำงานของผู้จำหน่ายอิสระจึงจะสามารถรักษาผู้จำหน่ายอิสระให้ยังคงตัดสินใจทำงานกับบริษัทต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ABSTRACT

Title : The Study of Factors that Affect Distributor Selection to Continue
The Direct Sale Methods: A Case Study of Amway (Thailand) Co., Ltd.

Student : Mr. Apichat Onjun

Level of Study : Master of Business Administration

Major : Business Administration

Advisor : Associate Professor Amornsri Tanpipat

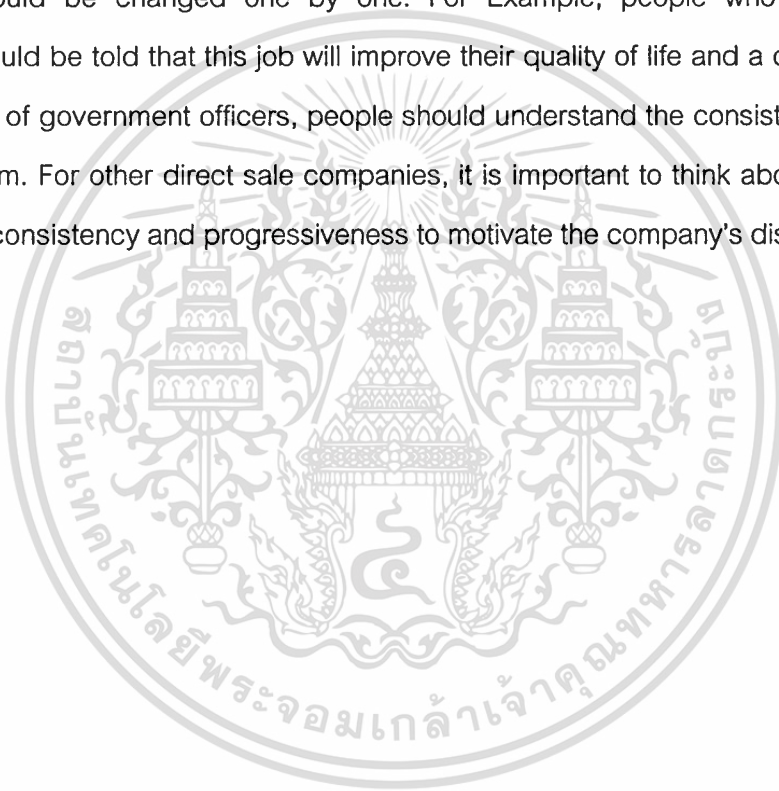
The direct sales business is one in which distributors will have direct person to person marketing with the customer in any place. Amway (Thailand) Co., Ltd. is a direct sales company in Thailand with multi level marketing or network marketing. It offers independent business owners, no working regulations, income based on distributors sales and it is easy to enter and leave the business, has low initial set up cost and no high education and experiment requirements. Every company needs to have more strategy to maintain existing distributors so they not change to other direct sales companies. This reason is for the study of factors that affect on distributor selection to continue direct sales in the case of Amway (Thailand) Co, Ltd.

The study aimed to study their attitude towards reasons which they used to decide to be distributors and the factors which influenced them to continue the direct sales job in Amway (Thailand) Co, Ltd. A questionnaire was used to gather information, including interview sessions with 400 Amway (Thailand) Co., Ltd.'s distributors who were chosen as samples by the multi stage sampling system.

From the study, it was found that the samples were equally proportional between male and female, aged 31 – 40 years with Bachelor's Degrees, and they are government officers. Average salaries were 10,000 – 20,000 Baht and they operated their business part time for between 2 – 4 years with less 10,000 Baht per month turnover on average. The reason they decided to join a direct sale business was more freedom, to build their own business and sales marketing plan impression. The factor that influenced them to decide to continue this job is the consistency factor, the

progressive factor and the colleagues factor.

After analysis of the information gathered, the result of the study suggested that Amway (Thailand) Co.,Ltd.'s Multi Level Marketing and the right that distributors can inherit their incentive from anyone, which represents to the confidence of future income, are the reason for distributor's loyalty and why they remain in this job. The existing direct sales distributors should not use a compulsory method to build networks against resigned or inactive distributors in the future. Motivation strategy, to maintain people in networks, should be changed one by one. For Example, people who have less education should be told that this job will improve their quality of life and a credible job or in the case of government officers, people should understand the consistency of the network system. For other direct sale companies, it is important to think about strategy in the way of consistency and progressiveness to motivate the company's distributors.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษานี้สำเร็จลงได้ โดยได้รับความช่วยเหลือจากบุคคลต่าง ๆ ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณอย่างสูงต่อรองศาสตราจารย์อมรศรี ตันพิพัฒน์ อาจารย์ที่ปรึกษา

นอกจากนี้ผู้ศึกษาต้องขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ที่คอยให้ความสะดวกในการรวบรวมเอกสารเพื่อส่งอาจารย์ที่ปรึกษา และขอขอบคุณบิดามารดา คุณวศิณี วิจารณ์วัตร คุณพิมพ์พร ชนสุภาพ และเพื่อน ๆ ที่เป็นกำลังใจ และคอยช่วยเหลือในการทำการศึกษาอิสระในครั้งนี้

อภิชาติ อ่อนจันทร์

20 กุมภาพันธ์ 2545



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	(1)
สารบัญ	(2)
สารบัญตาราง	(4)
สารบัญภาพ	(6)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
ขอบเขตของการศึกษา	4
นิยามศัพท์	4
การตรวจเอกสาร	6
สมมติฐานของการศึกษา	7
วิธีการศึกษา	7
บทที่ 2 ลักษณะการประกอบธุรกิจแอมเวย์	12
ประวัติบริษัทแอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด	12
การดำเนินธุรกิจแอมเวย์	13
เกียรติรางวัล และเงินรางวัล	21
บทที่ 3 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	32
บทที่ 4 ผลการศึกษา	36
ลักษณะทั่วไปของปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง	36
เหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจสมัครเป็นผู้นำอิสระในธุรกิจขายตรง	43
ของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ของกลุ่มตัวอย่าง	
ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้นำอิสระ	44
ในธุรกิจขายตรงของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ของกลุ่มตัวอย่าง	
การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยที่ใช้ใน	44
การตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้นำอิสระในธุรกิจขายตรง	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	หน้า
บทที่ 5 รูปและข้อเสนอแนะ	59
รูป	59
ข้อเสนอแนะ	61
บรรณานุกรม	66
ภาคผนวก	68



สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	จำนวนผู้จำหน่ายอิสระแยกตามระดับของความสำเร็จในธุรกิจ	8
2	จำนวนตัวอย่างแยกตามระดับของความสำเร็จในธุรกิจ	9
3	กำไรจากการขายปลีก	15
4	ส่วนลดประจำเดือนจากยอดขายรวมของกลุ่ม	16
5	ตัวอย่างการคำนวณรายได้	18
6	ตัวอย่างการคำนวณรายได้จากการสปอนเซอร์	19
7	การคิดคะแนน	29
8	การคิดหน่วย	30
9	เงินรางวัลส่วนลดพิเศษของผู้ร่วมสถาปนา	31
10	จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ	36
11	จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ	37
12	จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา	38
13	จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรูปแบบการประกอบธุรกิจ	38
14	จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะอาชีพที่เคยทำก่อนเปลี่ยนมาทำแอมเวย์เต็มเวลา	39
15	จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะอาชีพหลักที่ทำควบคู่กับการเป็นผู้จำหน่ายของแอมเวย์	40
16	จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ต่อเดือนจากการประกอบอาชีพหลัก	40
17	จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้จากธุรกิจแอมเวย์ต่อเดือน	41
18	จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ	42
19	จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับความสำเร็จ	42
20	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจสมัครเป็นผู้จำหน่ายอิสระของกลุ่มตัวอย่าง	45

เอกสารนี้เป็นเอกสารต้นฉบับลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่		หน้า
21	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระ	47
22	ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อปัจจัยทางด้านต่าง ๆ กับเพศ	49
23	ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อปัจจัยทางด้านต่าง ๆ จำแนกตามอายุ	50
24	ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อปัจจัยทางด้านต่าง ๆ จำแนกตามระดับการศึกษา	52
25	ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อปัจจัยทางด้านต่าง ๆ จำแนกตามอาชีพหลักที่ทำควบคู่กับธุรกิจแอมเวย์	54
26	ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อปัจจัยทางด้านต่าง ๆ จำแนกตามระดับรายได้จากการเป็นผู้จำหน่ายแอมเวย์	55
27	ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อปัจจัยทางด้านต่าง ๆ จำแนกตามระยะเวลาที่เป็นผู้จำหน่ายอิสระ	57
28	ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อปัจจัยทางด้านต่าง ๆ กับระดับความสำเร็จในธุรกิจ	58

สารบัญภาพ

ภาพที่

หน้า

1 รูปแบบการขายตรงประเภทการตลาดหลายชั้นหรือระบบเครือข่าย

2



บทที่ 1

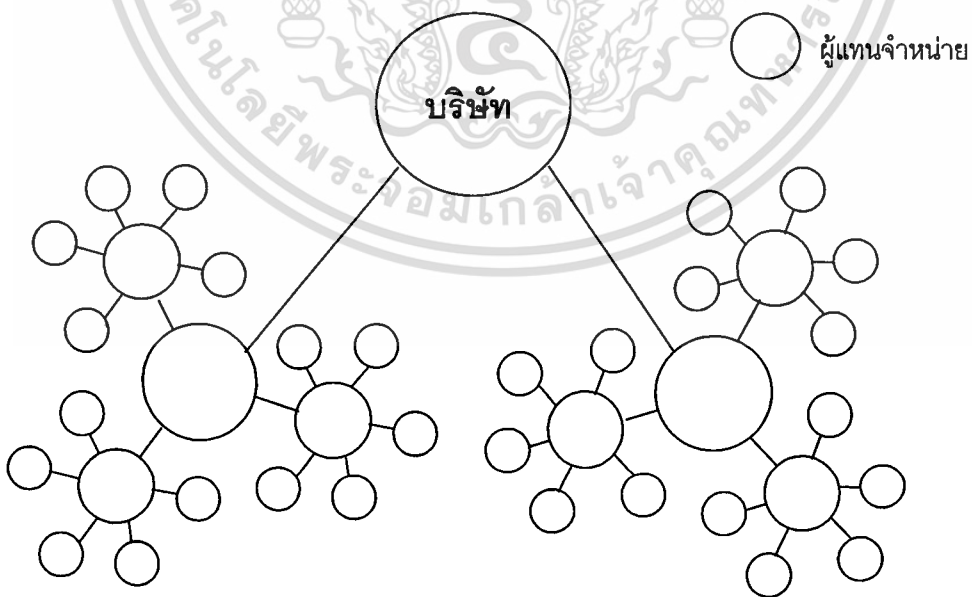
บทนำ

ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

ธุรกิจขายตรงเป็นการทำธุรกิจค้าปลีกสินค้าอุปโภคบริโภคในลักษณะของการนำเสนอขายสินค้าต่อลูกค้าโดยตรง ณ ที่อยู่อาศัย หรือที่อื่น ๆ โดยผู้ขายตรงใช้การอธิบายหรือการสาธิตสินค้าเป็นกลยุทธ์หลักในการเสนอขาย เป็นทางเลือกหนึ่งในการประกอบอาชีพของผู้ที่สนใจประกอบอาชีพอิสระซึ่งกำลังได้รับความนิยมอย่างมากในปัจจุบัน จากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำภายในประเทศกำลังซื้อของผู้บริโภคลดลง ธุรกิจขายตรงเป็นธุรกิจหนึ่งที่ได้รับผลกระทบอย่างมาก บริษัทที่ทำธุรกิจขายตรงมีจำนวนลดลงถึงร้อยละ 38 จากในปี พ.ศ.2541 มีผู้ประกอบการทั้งสิ้น 200 บริษัท ลดลงเหลือ 124 บริษัท ในปี พ.ศ.2544 โดยมีมูลค่าตลาดโดยรวมประมาณ 20,000 ล้านบาทและมีผู้ทำธุรกิจขายตรงอยู่ประมาณ 6 ล้านคนทั่วประเทศ นอกจากผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำแล้ว ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อธุรกิจขายตรงเพราะคิดว่าเป็นธุรกิจที่หลอกลวง นอกจากนี้เมื่อต้องการซื้อสินค้าแล้วไม่สามารถหาซื้อสินค้าได้ตามตลาดทั่วไป (นิรนาม, 2544ก: 1) อย่างไรก็ตามสภาพเศรษฐกิจที่ตกต่ำก็เป็นโอกาสทางธุรกิจให้กับธุรกิจขายตรง โดยเฉพาะบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งได้รับประโยชน์อย่างมากจากอัตราการว่างงานที่เพิ่มสูงขึ้นในปัจจุบัน ทำให้มีผู้สนใจสมัครเข้ามาเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าของบริษัทเพิ่มมากขึ้น

บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด เป็นบริษัทที่ดำเนินธุรกิจประเภทธุรกิจขายตรงบริษัทหนึ่งในประเทศไทย ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 4 พฤษภาคม พ.ศ. 2530 ภายใต้การสนับสนุนของแอมเวย์ คอร์ปอเรชั่น (Amway Corporation) ประเทศสหรัฐอเมริกา โดยทุนจดทะเบียน 2 ล้านบาท ปัจจุบันบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ดำเนินธุรกิจขายตรงสินค้าอุปโภคบริโภคด้วยระบบการตลาดหลายชั้นหรือระบบเครือข่าย (Multi Level Marketing or Network Marketing) มีผลิตภัณฑ์อุปโภคบริโภคต่าง ๆ มากกว่า 100 ชนิด หรือกว่า 500 รายการ มียอดขายรวมในปี พ.ศ. 2543 ถึง 4,037 ล้านบาท คิดเป็นส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 25 เพิ่มขึ้นจากยอดขายในปี พ.ศ. 2542 ถึงร้อยละ 21 และในไตรมาสแรกของปี พ.ศ. 2544 นี้ ภายใต้สภาวะเศรษฐกิจตกต่ำของประเทศไทย บริษัทกลับมียอดขายขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 15 นับเป็นบริษัทขายตรงบริษัทหนึ่งซึ่งมีสถานภาพมั่นคงแตกต่างจากบริษัทอื่น ๆ ในธุรกิจ ปัจจุบันบริษัทมีผู้จำหน่ายอิสระหลักที่ต่ออายุสถานภาพและทำธุรกิจแอมเวย์เป็นจำนวนกว่า 173,000 ราย เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทั่วประเทศ มีอัตราการเพิ่มของสมาชิกประมาณ 35,000 คนต่อเดือน (นิรนาม, 2544ข: 20) ธุรกิจขายตรงประเภทระบบการตลาดหลายชั้นหรือระบบเครือข่าย (Multi Level Marketing or Network Marketing) ของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัดนั้น ผู้จำหน่ายอิสระจะเป็นนักธุรกิจอิสระไม่ใช่ลูกจ้างของบริษัท มีความเป็นอิสระในการทำงาน ไม่มีกฎเกณฑ์ใดมาบังคับให้ทำงาน รายได้ของผู้จำหน่ายอิสระจะมากขึ้นอยู่กับตัวผู้จำหน่ายอิสระเอง การเข้าสู่ธุรกิจทำได้ง่าย ใช้เงินลงทุนน้อยและไม่ต้องการความรู้ความชำนาญเป็นพิเศษเหมือนงานประจำ การออกจากธุรกิจก็ทำได้ง่าย หากไม่สนใจทำธุรกิจต่อไปสามารถนำสินค้าที่ซื้อเก็บไว้เพื่อรอขายคืนให้กับบริษัทได้และจะได้รับเงินค่าสินค้าคืนเต็มจำนวน นอกจากนี้การขายสินค้าแล้วการขายตรงประเภทการตลาดหลายชั้นหรือระบบเครือข่าย (Multi Level Marketing or Network Marketing) ยังมีหลักการที่สำคัญมากอีกข้อหนึ่งคือการสร้างทีมงานขายของตนเองโดยการชักชวนให้ผู้อื่นเข้ามาร่วมทำธุรกิจเป็นเครือข่ายเดียวกันดังแสดงตามภาพที่ 1 ผู้จำหน่ายอิสระจะต้องทำหน้าที่เป็นผู้นำในองค์กรของตนเอง เป็นศูนย์การแจกจ่ายผลิตภัณฑ์ สร้างแรงจูงใจให้กับสมาชิกในองค์กรของตนเองฝึกอบรมสมาชิกเกี่ยวกับวิธีการขายผลิตภัณฑ์ ดูแลให้สมาชิกปฏิบัติตามระเบียบ และจรรยาบรรณของบริษัท ส่งเสริมให้สมาชิกในองค์กรก้าวหน้าจนเป็นผู้นำในองค์กรย่อยของเขาต่อไป โดยที่ค่าตอบแทนของผู้จำหน่ายอิสระที่ทำหน้าที่เป็นผู้นำในองค์กรจะมาจากรายได้จากการขายสินค้าของตนเองและส่วนลดที่เกิดจากยอดขายรวมของกลุ่ม



ภาพที่ 1 รูปแบบการขายตรงประเภทการตลาดหลายชั้นหรือระบบเครือข่าย

ที่มา : (บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด, 2541 : 30)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากที่ได้กล่าวมาอุปสรรคของธุรกิจขายตรงคือ สภาพเศรษฐกิจตกต่ำ กำลังซื้อของผู้บริโภคลดลง แต่อัตราการว่างงานที่เพิ่มมากขึ้นกลับเป็นโอกาสที่ดีของธุรกิจ ดังนั้นโอกาสเดียวที่เป็นทางรอดของบริษัทที่ทำธุรกิจขายตรงให้ไม่ต้องปิดกิจการลง คือการพยายามกระจายสินค้าของบริษัทให้ครอบคลุมตลาดเข้าสู่กลุ่มลูกค้าใหม่ ๆ และรักษากลุ่มลูกค้าเดิมไว้ให้ได้ด้วยการมีผู้จำหน่ายอิสระของบริษัทให้มากที่สุด เพื่อให้บริษัทมียอดขายสินค้าอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งเป็นสิ่งที่ท้าทายให้บริษัทต่าง ๆ ในธุรกิจขายตรงต้องใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ แข่งขันกันดึงดูดใจให้ผู้สนใจเข้ามาร่วมทำธุรกิจเป็นตัวแทนจำหน่ายของบริษัทซึ่งถือเป็นหัวใจของการทำธุรกิจขายตรงเพิ่มมากขึ้น และใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ ในการรักษาจำนวนผู้จำหน่ายอิสระของบริษัทที่มีอยู่ไม่ให้เปลี่ยนแปลงไปเป็นตัวแทนจำหน่ายของบริษัทอื่นเนื่องจากการเข้าออกจากธุรกิจขายตรงของตัวแทนจำหน่ายทำได้ง่ายมาก จากเหตุผลดังกล่าวจึงเป็นสาเหตุทำให้เกิดความสนใจศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระในธุรกิจขายตรงของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด โดยไม่เปลี่ยนแปลงไปทำธุรกิจกับบริษัทขายตรงอื่น ๆ ผลการศึกษานี้จะเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจขายตรงต่าง ๆ ในการพัฒนาปรับปรุงกลยุทธ์ให้เหมาะสมเพื่อจูงใจและรักษาผู้จำหน่ายของธุรกิจให้คงอยู่กับบริษัทตลอดไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. ศึกษาถึงลักษณะทั่วไปของปัจจัยส่วนบุคคลของผู้จำหน่ายอิสระ บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด
2. ศึกษาถึงเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจสมัครเป็นผู้จำหน่ายอิสระในธุรกิจขายตรงของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด
3. ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระในธุรกิจขายตรงของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงลักษณะทั่วไปของปัจจัยส่วนบุคคลของผู้จำหน่ายอิสระบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด
2. ทำให้ทราบถึงเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจสมัครเป็นผู้จำหน่ายอิสระในธุรกิจขายตรง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด

3. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระในธุรกิจขายตรงของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด

4. เพื่อเป็นแนวทางซึ่งจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อบริษัทต่าง ๆ ที่ประกอบธุรกิจขายตรงในการปรับปรุงกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้จำหน่ายอิสระของบริษัท

ขอบเขตของการศึกษา

1. การศึกษารั้งนี้ จะทำการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระในธุรกิจขายตรงของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด โดยทำการสอบถามจากผู้จำหน่ายอิสระของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีอายุงานตั้งแต่ 1 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน เฉพาะผู้จำหน่ายอิสระในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น เนื่องจากเป็นศูนย์รวมของผู้จำหน่ายอิสระส่วนใหญ่ โดยการศึกษาอยู่ในช่วงเดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2544 ถึง กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2545

2. ในการทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนบุคคล คือ อาชีพหลัก ต่อปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระนั้น จะทำการทดสอบเฉพาะผู้ที่ประกอบอาชีพขายตรงแบบล่วงหน้าและมีงานประจำเป็นอาชีพหลักเท่านั้น โดยไม่นับรวมถึงผู้ที่ประกอบอาชีพขายตรงแต่เพียงอาชีพเดียว

นิยามศัพท์

การขายตรง หมายถึง การทำตลาดสินค้าอุปโภคบริโภคในลักษณะของการนำเสนอขายต่อผู้บริโภคโดยตรง ณ ที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค หรือที่อื่น ๆ โดยผู้ขายตรงให้การอธิบายหรือการสาธิตสินค้าเป็นกลยุทธ์หลักในการเสนอขาย

ระบบการตลาดหลายชั้นหรือระบบเครือข่าย (Multi Level Marketing or Network Marketing) หมายถึง ระบบการขายต่อ ๆ กันเป็นเครือข่ายหลายชั้น ผู้ขายเป็นนักขายอิสระ ไม่ใช่ลูกจ้างของบริษัท โดยนักขายสามารถสร้างรายได้จากผลกำไรจากการขายและส่วนลดตามระดับยอดขายของสินค้าที่มีการสั่งซื้อจากผู้ขายที่ได้ชักชวนเข้ามาร่วมธุรกิจในทีมขายในระดับเป็นขั้นต่อ ๆ ไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้จำหน่ายอิสระ (Distributor) หมายถึง ผู้ที่สมัครเข้ามาเป็นผู้จำหน่ายสินค้ากับบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด สามารถให้การชักชวนผู้จำหน่ายอิสระและสมาชิกท่านอื่น ๆ ให้เข้าร่วมทำธุรกิจ สามารถซื้อและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตลอดจนได้รับส่วนลดจากการดำเนินธุรกิจและได้รับผลประโยชน์ทั้งหมดจากการเป็นเจ้าของธุรกิจของตนเอง ผู้จำหน่ายอิสระมีหลายระดับประกอบด้วย ผู้จำหน่ายอิสระ ผู้จำหน่ายตรง ผู้จำหน่ายตรงระดับไพลัน ผู้จำหน่ายตรงระดับทัปทิม ผู้จำหน่ายตรงระดับไ่มุก ผู้จำหน่ายตรงระดับมรกต ผู้จำหน่ายตรงระดับเพชร ผู้จำหน่ายตรงระดับเพชรบริหาร ผู้จำหน่ายตรงระดับมงกุฏ เป็นต้น

ผู้จำหน่ายตรง (Direct Distributor) หมายถึง ผู้จำหน่ายอิสระที่ดำรงคุณสมบัติตามข้อกำหนดของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด คือจะต้องมียอดจำหน่ายส่วนตัวหรือยอดจำหน่ายรวมในองค์กรตั้งแต่ 150,000 คะแนน ติดกัน 3 เดือนและเดือนใด ๆ ที่ไม่ติดกันก็ได้อีก 3 เดือนภายในเวลา 1 ปี

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

BV (Business Value) หมายถึง มูลค่าทางธุรกิจของผลิตภัณฑ์ที่ทางบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ได้กำหนดขึ้นเพื่อผลประโยชน์ของผู้จำหน่าย โดยมีการเปลี่ยนแปลงตามสถานะเศรษฐกิจของประเทศ 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 มูลค่าสะสมของยอดขายการซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้จำหน่ายภายใน 1 เดือน

ยอดขายรวมของกลุ่ม (Group Sales Volume) หมายถึง มูลค่าสะสมของยอดขายการซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้จำหน่ายภายใน 1 เดือน รวมกับมูลค่าคะแนนของผู้แทนจำหน่ายในสายงานทุกคน สายงาน (Line) หมายถึง สายการสปอนเซอร์สายหนึ่ง ๆ

การสปอนเซอร์ หมายถึง การแนะนำโอกาสทางธุรกิจให้กับคนที่สนใจโดยผู้ที่ทำการสปอนเซอร์มีหน้าที่คอยดูแล แนะนำ และช่วยเหลือในการทำธุรกิจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อาชีพหลัก หมายถึง อาชีพที่ผู้จำหน่ายอิสระของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ทำเป็นงานประจำ เป็นรายได้หลักในชีวิตประจำวัน และเป็นอาชีพที่ทำควบคู่ไปกับอาชีพขายตรง

การตรวจเอกสาร

สยาม (2536) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จและอุปสรรคของระบบขายตรงแบบหลายระดับของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด โดยการสุ่มสัมภาษณ์ตัวอย่างจากผู้จำหน่ายอิสระด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) จำนวน 30 ตัวอย่าง และเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามผู้ใช้ผลิตภัณฑ์แอมเวย์ด้วยการสุ่มด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) จำนวน 150 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีแบบพรรณนาและใช้การจัดอันดับความสำคัญของปัจจัยและอุปสรรคที่ส่งผลต่อความสำเร็จของระบบการขายตรงแบบหลายระดับเป็นวิธีการในการวิเคราะห์ข้อมูล ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของระบบขายตรงแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ ปัจจัยด้านผู้บริโภคและปัจจัยด้านผู้จำหน่ายอิสระ จากการศึกษพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของระบบขายตรงด้านผู้บริโภคคือ คุณภาพสินค้าและความคุ้นเคยระหว่างผู้บริโภคกับผู้จำหน่ายอิสระมีความสำคัญอยู่ในสองอันดับแรก สำหรับปัจจัยด้านผู้จำหน่ายอิสระพบว่าแรงจูงใจด้านเงินรางวัลและเกียรติรางวัลเป็นปัจจัยผลักดันให้เข้ามาเป็นผู้จำหน่ายอิสระ และอุปสรรคที่สำคัญของระบบขายตรงแบบหลายระดับของ แอมเวย์คือ ผู้บริโภคมองว่าราคาสินค้าแพงเกินไป การขายสินค้าโดยใช้ความคุ้นเคยอย่างเดียวเป็นสาเหตุทำให้ผู้บริโภคเลิกใช้ผลิตภัณฑ์ และการออกจากธุรกิจของผู้จำหน่ายอิสระทำให้ขาดความต่อเนื่องในการบริการลูกค้า เป็นอุปสรรคที่มีความสำคัญรองลงมาตามลำดับ

ประยูรศรี (2541) ได้ศึกษาทัศนคติของผู้จำหน่ายตรงบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ต่อปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น โดยการสุ่มสัมภาษณ์ตัวอย่างแบบตามความสะดวก (Convenience Sampling) จากผู้จำหน่ายอิสระระดับผู้จำหน่ายตรง จำนวน 250 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีทดสอบสมมติฐานแบบไคสแควร์เป็นวิธีการในการวิเคราะห์ข้อมูล จากการศึกษพบว่าผู้จำหน่ายตรงบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัดให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้นได้แก่ ทัศนคติต่อลูกค้า/ผู้มุ่งหวัง ทัศนคติต่อผู้ร่วมงาน ทัศนคติต่อธรรมชาติของงานขาย ทัศนคติต่อการวางแผนการทำงาน ทัศนคติต่อการจูงใจในการทำงานภายในองค์กร ทัศนคติต่อความชัดเจนในบทบาทของการเป็นตัวแทนขาย และทัศนคติต่อการตั้งเป้าหมายที่ชัดเจน อยู่ในระดับเห็นด้วยมากถึงเห็นด้วยมากที่สุด สำหรับปัญหาและอุปสรรค

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้จำหน่ายตรงของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ให้ความสำคัญในเรื่อง ความคิดและทัศนคติ ต่อตนเองเป็นอันดับหนึ่ง และให้ความสำคัญในเรื่องการขาดการสนับสนุนจากคนในครอบครัวเป็น อันดับสุดท้าย ดังนั้นผู้ที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงกับบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด จะต้องปรับทัศนคติของตนเองให้สอดคล้องกับปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จดังกล่าว

แก้วกัญญ์ (2542) ได้ศึกษากกลยุทธ์ทางการตลาดของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด โดยการสัมภาษณ์ผู้จำหน่ายอิสระถึงวิธีการดำเนินธุรกิจและกลยุทธ์ทางการตลาดที่ผู้ดำเนิน ธุรกิจแอมเวย์ใช้ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ในด้านกลยุทธ์ ทางการตลาดจากการศึกษาพบว่า กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์แอมเวย์มีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายมาก กว่า 7,000 รายการและผลิตภัณฑ์ทุกรายการทางบริษัทมีการประกันความพอใจร้อยเปอร์เซ็นต์ สามารถสร้างความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์ได้ กลยุทธ์ด้านราคา ราคาผลิตภัณฑ์ของแอมเวย์มี ราคาสูงกว่าสินค้าทั่วไปในท้องตลาด บริษัทจึงมีการนำเสนอขายผลิตภัณฑ์โดยการเปรียบเทียบ ราคาของสินค้าต่อหน่วยการใช้งานเพื่อให้ลูกค้าเห็นความแตกต่างและความประหยัด กลยุทธ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย บริษัทเน้นกระบวนการขายตามแผนการตลาดของบริษัทซึ่ง ผู้จำหน่ายอิสระของบริษัทจะได้รับการอบรมเมื่อเข้าสู่ธุรกิจ และกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขายมี การจูงใจทั้งที่เป็นตัวเงินได้แก่กำไรจากการขายปลีกและส่วนลด และผลตอบแทนที่ไม่เป็นตัวเงิน ได้แก่รางวัลและสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ เพื่อกระตุ้นให้ผู้จำหน่ายอิสระขายผลิตภัณฑ์ให้มากขึ้น

สมมติฐานของการศึกษา

ปัจจัยส่วนบุคคล คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพหลัก รายได้ต่อเดือน จำนวนปีที่อยู่ใน ธุรกิจ และระดับความสำเร็จในธุรกิจที่แตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยที่ใช้ในการการตัดสินใจดำรง สถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระในธุรกิจขายตรงของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ไม่แตกต่างกัน

วิธีการศึกษา

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษามีวิธีการศึกษาจาก

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) จะใช้ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจดำรง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระในธุรกิจขายตรงของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด โดยการ
ใช้แบบสอบถามสอบถามจากประชากรกลุ่มตัวอย่างซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ประชากรในการศึกษาคั้งนี้ได้แก่ผู้จำหน่ายอิสระของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด
ที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 173,000 คน (ปีบัญชี 2543/2544) ซึ่งเป็นประชากรที่รู้จำนวน
แน่นอนจึงใช้การสุ่มจำนวนตัวอย่างโดยคำนวณจากการเปิดตารางสำเร็จของ Taro Yamane ซึ่ง
นิยมใช้กับข้อมูลประเภทวัดระดับช่วงมาตรา (Interval Scale) ที่จะนำมาใช้ในการวัดระดับทัศนคติ
แบบ Likert Scale ในการศึกษาครั้งนี้ (ชัยสิทธิ์, 2540 : 18-31) โดยคิดจากจำนวนประชากร
100,000 คน ขึ้นไป มีระดับความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95
และกำหนดความผิดพลาดที่ยอมรับได้ไม่เกินร้อยละ 5 จากการเปิดตารางได้จำนวนตัวอย่าง
400 ตัวอย่าง

เพื่อให้ข้อมูลที่ได้สามารถใช้เป็นตัวแทนที่ดีของกลุ่มประชากร จึงได้กำหนดวิธีการสุ่มตัว
อย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi Stage Sampling) โดยมีวิธีการสุ่มตัวอย่าง 3 ขั้นตอนดังต่อไปนี้

ขั้นที่ 1 ผู้ศึกษาใช้การสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยมี
สมมติฐานว่าประชากรที่อยู่ในชั้นภูมิเดียวกันมีความคล้ายคลึงกันและมีความแตกต่างกันในแต่ละ
ชั้นภูมิ โดยมีจำนวนชั้นภูมิทั้งหมด 2 ชั้น แบ่งตามจำนวนประชากรได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนผู้จำหน่ายอิสระแยกตามระดับของความสำเร็จในธุรกิจ

ระดับของความสำเร็จในธุรกิจ	จำนวน (คน)
ผู้จำหน่ายอิสระ	156,000
ผู้จำหน่ายตรง	17,000
รวม	173,000

เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างกระจายครอบคลุมทุกชั้นภูมิและสามารถใช้เป็นตัวแทนที่ดีของกลุ่ม
ประชากร จึงทำการสุ่มเลือกตัวอย่างจากแต่ละชั้นภูมิโดยวิธีการกำหนดสัดส่วนของจำนวนสมาชิก
ในแต่ละชั้นภูมิ (Proportional Stratified Sampling) ดังรายละเอียดในตารางที่ 2

ขั้นที่ 2 การสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีกำหนดโควตา (Quota Sampling) เนื่องจากในธุรกิจ
ขายตรงจะมีกลุ่มประชากรตัวอย่างเข้ามาใช้บริการซื้อสินค้า ณ คลังสินค้าของบริษัทเป็นจำนวนมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2 จำนวนตัวอย่างแยกตามระดับของความสำเร็จในธุรกิจ

ระดับของความสำเร็จในธุรกิจ	จำนวน (คน)	สัดส่วน (%)	จำนวนตัวอย่าง (คน)
ผู้จำหน่ายอิสระ	156,000	90	360
ผู้จำหน่ายตรง	17,000	10	40
รวม	173,000	100	400

บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด มีคลังสินค้าในกรุงเทพมหานครทั้งหมดจำนวน 5 แห่ง ได้แก่ คลังสินค้าสำนักงานใหญ่ ถนนรามคำแหง คลังสินค้าดอนเมือง คลังสินค้าคลองเตย คลังสินค้าหนองแขม และคลังสินค้าธนบุรี จึงกำหนดโควตาของตัวอย่างตามคลังสินค้าของบริษัท และเนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่จะเข้ามาใช้บริการในแต่ละคลังสินค้า จึงกำหนดจำนวนตัวอย่างที่จะทำการสุ่มสอบถามในแต่ละคลังเป็นจำนวนที่เท่ากัน โดยใช้แบบสอบถามจำนวนคลังละ 80 ชุด แบ่งสอบถามผู้จำหน่ายอิสระจำนวน 72 ชุดและสอบถามผู้จำหน่ายตรงจำนวน 8 ชุด

ขั้นที่ 3 การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เป็นการสุ่มสอบถามผู้จำหน่ายอิสระของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ที่เข้ามาใช้บริการ ณ คลังสินค้าของบริษัทจนได้ครบตามจำนวนตัวอย่างที่กำหนดไว้ข้างต้น

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการรวบรวมข้อมูลจากคู่มือการดำเนินธุรกิจของบริษัท หนังสือวิชาการต่าง ๆ ผลการศึกษาที่มีผู้รวบรวมไว้ก่อนแล้ว และบริการข้อมูลข่าวสารทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามแล้วและได้เรียบเรียงตรวจสอบความถูกต้อง เพื่อนำข้อมูลมาประมวลผลโดยใช้โปรแกรม SPSS for Windows Version 7.5 ในการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีทางสถิติดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นการคำนวณหาค่าสถิติพื้นฐานของข้อมูลที่น่าสนใจเพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างและทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระในธุรกิจขายตรงของบริษัทแอมเวย์ (ประเทศไทย)

จำกัด สถิติที่ใช้ได้แก่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.1 Frequency การหาความถี่เป็นสัดส่วนร้อยละ (Percentage) เพื่อศึกษาในเรื่องของลักษณะทั่วไปกลุ่มตัวอย่างผู้จำหน่ายอิสระของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด

1.2 Mean การหาค่าเฉลี่ย เพื่อใช้วิเคราะห์ระดับทัศนคติของผู้จำหน่ายอิสระ โดยการ ใช้ Likert Scale แบ่งระดับทัศนคติออกเป็น 5 ระดับคือ สำคัญมากที่สุด สำคัญมาก สำคัญปานกลาง สำคัญน้อย และไม่มีความสำคัญเลย โดยมีน้ำหนักเท่ากับ 5 4 3 2 และ 1 ตามลำดับ โดยที่ การแบ่งระดับทัศนคติแบบ Likert Scale นี้ เป็นการแบ่งระดับทัศนคติให้เป็นข้อมูลประเภทระดับมาตรา (Interval Scale) มีคุณสมบัติเชิงตัวเลขที่มีระยะห่างแต่ละหน่วยเท่ากัน จึงสามารถบวก ลบ และคำนวณหาค่าเฉลี่ยได้ (ชัยสิทธิ์, 2540 : 18-31)

2. สถิติเชิงอนุมานหรือสถิติอ้างอิง (Inferential Statistics) เป็นเครื่องมือช่วยในการตัดสินใจและใช้ในการทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) สถิติที่ใช้ได้แก่

2.1 Independent - Sample T Test เป็นการทดสอบสมมติฐานของความแตกต่างระหว่างสองค่าเฉลี่ยโดยอ้างอิงค่าความแตกต่างระหว่างสองค่าเฉลี่ยจาก 2 กลุ่มตัวอย่างกลับไปยัง 2 กลุ่มประชากรโดยที่ไม่ทราบค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประชากร ใช้เปรียบเทียบตัวแปรในระดับช่วงมาตรา (Interval) ขึ้นไป เพื่อทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนบุคคลคือเพศที่แตกต่างกัน มีผลทำให้มีทัศนคติต่อบัณฑิตที่มีผลต่อการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระในธุรกิจขายตรงของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด แตกต่างกันหรือไม่แตกต่างกันเพื่อแปลความหมายและสรุปผลการศึกษา

2.2 One - Way Anova เป็นการทดสอบสมมติฐานของความแตกต่างระหว่างสามค่าเฉลี่ยขึ้นไป โดยอ้างอิงค่าความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยจากหลาย ๆ กลุ่มตัวอย่างกลับไปยังค่าความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มประชากร เพื่อทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนบุคคลคืออายุ ระดับการศึกษา อาชีพหลัก รายได้ต่อเดือน จำนวนปีที่อยู่ในธุรกิจ และระดับความสำเร็จในธุรกิจที่แตกต่างกัน มีผลทำให้มีทัศนคติต่อบัณฑิตที่มีผลต่อการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระในธุรกิจขายตรงของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด แตกต่างกันหรือไม่แตกต่างกันเพื่อแปลความหมายและสรุปผลการศึกษา

เหตุผลที่ผู้สมัครใช้ในการตัดสินใจสมัครเป็นผู้จำหน่ายอิสระ

ในการศึกษาครั้งนี้จะพิจารณาถึงเหตุผลที่ผู้สมัครใช้ในการตัดสินใจสมัครเป็นผู้จำหน่ายอิสระของบริษัทแอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ดังต่อไปนี้

1. สมัครเป็นผู้จำหน่ายอิสระเพราะไม่มีงานทำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. สมัครเป็นผู้จำหน่ายอิสระเพราะต้องการมีรายได้เสริม
3. สมัครเป็นผู้จำหน่ายอิสระเพราะต้องการมีธุรกิจส่วนตัว
4. สมัครเป็นผู้จำหน่ายอิสระเพราะประทับใจในแผนธุรกิจของแอมเวย์
5. สมัครเป็นผู้จำหน่ายอิสระเพื่อซื้อสินค้าใช้ในราคาทุน
6. สมัครเป็นผู้จำหน่ายอิสระเพราะประทับใจในคุณภาพของสินค้า
7. สมัครเป็นผู้จำหน่ายอิสระเพราะต้องการมีเพื่อน
8. สมัครเป็นผู้จำหน่ายอิสระเพราะเกรงใจผู้สปอนเซอร์
9. สมัครเป็นผู้จำหน่ายอิสระเพราะหากทำแอมเวย์สำเร็จจะสามารถโอนสิทธิความสำเร็จเป็น

มรดกให้ทายาทได้

10. สมัครเป็นผู้จำหน่ายอิสระเพราะต้องการรางวัลการท่องเที่ยวกับแอมเวย์
11. สมัครเป็นผู้จำหน่ายอิสระเพราะต้องการอิสรภาพในการดำเนินชีวิต
12. สมัครเป็นผู้จำหน่ายอิสระเพราะเชื่อถือผู้สปอนเซอร์ เชื่อมั่นว่าจะสามารถทำให้

ประสบความสำเร็จในการทำแอมเวย์

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระ

ในการศึกษาครั้งนี้จะพิจารณาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระในธุรกิจขายตรงของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยด้านค่าตอบแทน
2. ปัจจัยด้านลักษณะงาน
3. ปัจจัยด้านความมั่นคง
4. ปัจจัยด้านความก้าวหน้าในการทำงาน
5. ปัจจัยด้านผู้ร่วมงานภายในองค์กร
6. ปัจจัยด้านลูกค้าและสังคมภายนอกองค์กร
7. ปัจจัยด้านบริษัท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

ลักษณะการประกอบธุรกิจแอมเวย์

ประวัติบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด

สำนักงานใหญ่ของบริษัทแอมเวย์ ตั้งอยู่ที่เมืองเฮด้า รัฐมิชิแกน สหรัฐอเมริกา ริช เดอไวส และเจย์ แวน แอนเดล ได้ก่อตั้งธุรกิจแอมเวย์ภายในห้องใต้ดินที่บ้านเมื่อ พ.ศ. 2502 โดยได้ผลิตน้ำยาทำความสะอาดอเนกประสงค์ แอล.โอ.ซี. ต่อมาได้ขยายพื้นที่เป็นขนาด 2,400 ตารางฟุต ใกล้บริเวณบ้าน และด้วยความมุ่งมั่นของประธานทั้ง 2 ท่านที่ต้องการมอบโอกาสทางธุรกิจให้กับทุกคนทั่วโลก ทำให้ธุรกิจแอมเวย์เติบโตอย่างรวดเร็วโดยในปัจจุบันมีสาขาอยู่ในประเทศต่าง ๆ มากกว่า 80 ประเทศ สำนักงานใหญ่ ณ เมืองเฮด้า รัฐมิชิแกน สหรัฐอเมริกา มีเนื้อที่รวมถึง 200,000 ตารางเมตร ประกอบด้วยห้องวิจัยถึง 28 ห้อง สำหรับการปฏิบัติการงานพัฒนาและทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ มีศูนย์วิจัยและพัฒนา โรงงานผลิต คลังสินค้า ตลอดจนอาคารสำนักงานใหญ่ของแอมเวย์ สตูดิโอเพื่องานศิลป์ โรงพิมพ์ที่สมบูรณ์แบบ ศูนย์คอมพิวเตอร์ คลังสินค้า ศูนย์ควบคุมคุณภาพ และเครื่องมือผลิตภัณฑ์ในรูปของเหลว ครีမ် โลชั่น สเปรย์ และผง แม่พิมพ์ในการผลิตขวดพลาสติก และอุปกรณ์ในการฉีดพลาสติกเข้าสู่แม่พิมพ์ ตลอดจนการผลิตกล่องบรรจุภัณฑ์ นอกจากนี้แอมเวย์ยังเป็นเจ้าของกิจการ บริษัท นิวทรีไลท์ โพรดักส์ อิงค์ จำกัด ซึ่งทำการพัฒนาและผลิตภัณฑ์อาหารเสริมนิวทรีไลท์

แอมเวย์ประเทศไทยก่อตั้งเมื่อวันที่ 4 พฤษภาคม พ.ศ. 2530 สำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่ถนนสุขาภิบาล 3 หัวหมาก บางกะปิ กรุงเทพฯ โดยผลิตภัณฑ์เริ่มแรกมีเพียงผลิตภัณฑ์ซักคราบ สกปรกก่อนการซัก น้ำยาล้างรถคาร์วอช น้ำยาขัดเงารถยนต์ซิลิโคนเกลซ แชมพู น้ำยาทำความสะอาดเลนส์แว่นตาซีสเปรย์ น้ำยาทำความสะอาดอเนกประสงค์ แอล.โอ.ซี. น้ำยาล้างจาน จนกระทั่งปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์อุปโภคบริโภคต่าง ๆ มากกว่า 100 ชนิด หรือกว่า 500 รายการ โดยแบ่งเป็น 4 กลุ่มดังนี้คือ

1. กลุ่มผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน (My Home) ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์คุณภาพสูงที่ใช้เป็นประจำในครัวเรือนทุกหนทุกแห่ง เช่น ผลิตภัณฑ์ซักกรีด ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดในครัวเรือน ผลิตภัณฑ์สำหรับกระจกและโลหะ ผลิตภัณฑ์ถนอมรักษารถยนต์ และผลิตภัณฑ์เพื่อการเกษตร
 2. กลุ่มผลิตภัณฑ์ทะนุถนอมความงาม (My Self) ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์สำหรับเรือนร่าง ผลิตภัณฑ์บำรุงรักษาเรือนผม ผลิตภัณฑ์อนามัยในช่องปาก ผลิตภัณฑ์น้ำหอมสเปรย์
- เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คู่กาย และผลิตภัณฑ์น้ำหอมสำหรับสตรี และสุขภาพบุรุษ ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางค์ นำเสนอภายใต้ชื่อ “อาร์ทีสทรี” เช่น เครื่องสำอางค์ชุดถนนอมวิว และชุดสีสันครบชุด

3. ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร (My Health) ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์เสริมอาหารภายใต้ชื่อ “นิวทรีไลท์” โดยใช้วัตถุดิบที่เพาะปลูกขึ้นเองในฟาร์มนิวทรีไลท์ ปรากฏจากยาฆ่าแมลงและปุ๋ยเคมี ด้วยประสบการณ์ทางด้านโภชนาการสูงถึง 60 ปี จึงทำให้นิวทรีไลท์เป็นผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพและพลาสมาที่สมบูรณ์

4. กลุ่มผลิตภัณฑ์จากบริษัทและผู้ผลิตชั้นนำทั้งในและต่างประเทศ (Personal Shoppers Catalog) เป็นผลิตภัณฑ์คุณภาพเยี่ยม เพื่อสร้างเอกลักษณ์และเพิ่มโอกาสทางการขายมากยิ่งขึ้น เช่น เครื่องประดับแอมเจมส์ ข้าวหอมมะลิแอมเวย์ นมสดยู.เอช.ที. ไทยเดนมาร์ค ผลิตภัณฑ์โครงการหลวงดอยคำ กาแฟแอมพี ฟิล์มส์โคนิกา และน้ำมันเครื่องโมบิล เป็นต้น

ด้วยประสบการณ์ ความรู้ และข้อมูลต่าง ๆ ที่แอมเวย์ประเทศไทยได้รับการสนับสนุนจากแอมเวย์สำนักงานใหญ่ ภายใต้วิสัยทัศน์ “แอมเวย์ เพื่อคุณ เพื่อชีวิตที่มีคุณค่า” จึงทำให้บริษัทประสบความสำเร็จก้าวหน้า มีผู้จำหน่ายอิสระที่ต่ออายุสถานะภาพและทำธุรกิจกับบริษัทอย่างจริงจังจำนวนกว่า 173,000 คน มีคลังสินค้าในกรุงเทพฯ จำนวน 5 แห่งและในภูมิภาคอีกจำนวน 15 แห่งทั่วประเทศ เพื่อรองรับการปฏิบัติงานการจัดจำหน่ายและการตลาด รวมทั้งการบริการทางด้านคอมพิวเตอร์ โครงการสั่งซื้อผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในชื่อโครงการ Quickstar เพื่อสามารถบริการผู้จำหน่ายอิสระได้ทันต่อความต้องการ

การดำเนินธุรกิจแอมเวย์

แผนการขายและการตลาดของแอมเวย์อยู่บนหลักการพื้นฐาน 2 ประการคือ การขายและการสปอนเซอร์ ผู้จำหน่ายอิสระจะสามารถสร้างรากฐานของธุรกิจแอมเวย์ให้แข็งแกร่งได้ด้วย การขายผลิตภัณฑ์แอมเวย์โดยการนำผลิตภัณฑ์อันทรงคุณภาพและบริการที่ดีไปเสนอให้แก่ลูกค้า สำหรับการให้การสปอนเซอร์แก่ผู้จำหน่ายรายใหม่เท่ากับเป็นการสร้างองค์ทรงของตนเองและสามารถช่วยผู้อื่นให้สร้างธุรกิจแอมเวย์ของเขาเองขึ้นมาและผู้จำหน่ายอิสระยังจะได้รับส่วนลดตามสัดส่วนความพยายามด้วย ดังนั้นจะต้องระลึกและให้ความสำคัญกับการขายและการสปอนเซอร์ควบคู่กันไปเสมอ เพราะทั้งสองสิ่งนี้เปรียบเสมือนโครงสร้างแห่งความก้าวหน้ามั่นคงในธุรกิจที่แข็งแกร่งในอนาคตนั่นเอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การเริ่มต้นธุรกิจแอมเวย์

เริ่มต้นธุรกิจเป็นการเริ่มต้นในวิธีเดียวกับที่ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์แอมเวย์คนอื่น ๆ นั่นคือ ต้องได้รับการสponseอร์จากผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์แอมเวย์คนหนึ่งและซื้อคู่มือการดำเนินธุรกิจแอมเวย์ 1 ชุด มูลค่า 900 บาท

ชุดคู่มือการดำเนินธุรกิจแอมเวย์นับเป็นสิ่งสำคัญส่วนหนึ่งในการเริ่มต้นทำธุรกิจซึ่งประกอบด้วยเอกสารสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เกี่ยวกับแอมเวย์ อาทิ บริหารธุรกิจ การบริหารลูกค้า การสponseอร์ ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และใบสมัครเป็นผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์แอมเวย์

การเริ่มต้นทำธุรกิจอาจเริ่มต้นจากการใช้ผลิตภัณฑ์ด้วยตัวเองก่อน แล้วจะพบว่าผลิตภัณฑ์นั้นมีประสิทธิภาพได้ผลดีเพียงไร ซึ่งจะเป็นการง่ายกว่ากันมากในการที่จะขายผลิตภัณฑ์โดยการพูดจากประสบการณ์ทั้งยังสามารถให้การสponseอร์และแสดงถึงวิธีสาธิตและขายผลิตภัณฑ์ให้แก่ ผู้จำหน่ายคนอื่น ๆ ได้อีกด้วย

การที่จะเป็นผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์แอมเวย์นั้นทำได้โดยการซื้อชุดคู่มือการดำเนินธุรกิจเพียงอย่างเดียวเท่านั้น โดยมีต้องมีเงื่อนไขใด ๆ ดังต่อไปนี้ เช่น ชื่อหรือเก็บสต็อคผลิตภัณฑ์ไว้ ชื่อเอกสารสิ่งพิมพ์ เทปคาสเส็ทท์ หรืออุปกรณ์การส่งเสริมการขายต่าง ๆ เข้าร่วมการประชุมหรือการสัมมนาอื่น ๆ เพื่อการสร้างธุรกิจ

การอ่านเอกสารสิ่งพิมพ์เพื่อการจูงใจ และให้ความรู้ต่าง ๆ เกี่ยวกับธุรกิจ หรือการฟังเทปคาสเส็ทท์เพื่อการจูงใจและให้ข้อมูล หรือการเข้าร่วมประชุมเพื่อสร้างแรงจูงใจและฝึกรบมนั้น จะเป็นการช่วยในการสร้างธุรกิจแอมเวย์ให้เติบโตก้าวหน้าขึ้น อย่างไรก็ตามยังมีอีกหลายสิ่งหลายอย่างนอกเหนือไปจากที่กล่าวนี้ที่มีความสำคัญต่อการเจริญก้าวหน้าและความสำเร็จในธุรกิจแอมเวย์จะไม่มีกำหนดยอดขาย เขตการขาย และค่าใช้จ่ายในการลงทุนทำธุรกิจด้วยเงินจำนวนมาก สามารถทุ่มเทเวลาและพลังงานพลั้งใจในการทำธุรกิจแอมเวย์ได้มากเท่าที่ต้องการ ไม่ว่าจะทำธุรกิจแบบเต็มเวลาหรือนอกเวลางานประจำ เมื่ออ่านเอกสารสิ่งพิมพ์ของแอมเวย์ จะตระหนักว่า ความสำเร็จเป็นสิ่งที่เป็นไปได้ แต่ต้องประกอบด้วยการทำงานด้วยความอดสาหะซึ่งหมายรวมถึงความตั้งใจความมุ่งมั่น และความเพียรพยายามนั่นเอง

ผู้สponseอร์ เพื่อนร่วมองค์กรธุรกิจ และบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด มีความพร้อมที่จะให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนให้ประสบความสำเร็จ หากแต่ความรับผิดชอบขั้นสุดทำยนั้นอยู่ที่ตัวเองเป็นผู้ตัดสินใจอนาคตและความสำเร็จในธุรกิจของแอมเวย์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แผนการขายและการตลาดของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด

แผนการขายและการตลาดของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด แบ่งเป็น 3 ส่วนคือ

1. การแนะนำผลิตภัณฑ์ เริ่มจากการทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ แล้วทำการแนะนำผลิตภัณฑ์ที่ประทับใจให้กับคนใกล้ชิด เช่น ญาติ เพื่อน ผู้จำหน่ายอิสระแอมเวย์สามารถทำรายได้ทันที ภายหลังจากการขายปลีกผลิตภัณฑ์เฉลี่ยประมาณร้อยละ 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

รายได้จากการขายปลีกเป็นรายได้จากผลกำไรของการขายปลีกผลิตภัณฑ์ ผลกำไรจากการขายปลีกมีค่าประมาณร้อยละ 25 - 30 ของราคาผู้จำหน่ายของผลิตภัณฑ์ที่ขายไปได้ โดยขึ้นอยู่กับชนิดของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย สมมติว่าในเดือนแรกที่ทำธุรกิจ ขายผลิตภัณฑ์ได้ทั้งหมด 10,000 บาทในเดือนนั้นจะมีผลกำไรจากการขายปลีกเป็น 2,500 บาท ในเดือนถัดไปยอดรวมทางธุรกิจที่ขายเพิ่มเป็น 20,000 บาท ผลกำไรจากการขายปลีกเป็น 5,000 บาท ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 กำไรจากการขายปลีก

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

ที่มา : (บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด, 2541 : 63)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ยิ่งขายมาก ผลกำไรก็จะยิ่งมากตามไปด้วย และเมื่อยอดขายในแต่ละเดือนเพิ่มขึ้นในระดับต่าง ๆ ก็จะทำให้มีรายได้เพิ่มเติมจากส่วนลดตามขั้นตอน

รายได้จากส่วนลดประจำเดือน

นอกจากรายได้ของผลกำไรจากการขายปลีกแล้ว ยังมีรายได้ซึ่งเกิดจากความพยายามในการขายผลิตภัณฑ์ในแต่ละเดือนด้วย หากใช้ความพยายามมากขึ้น ยอดขายได้มากขึ้น และสมควรที่จะได้รับผลตอบแทนที่แปรผันกับความพยายามด้วย ตัวอย่างดังแสดงในตารางที่ 4 จะแสดงให้เห็นถึงรายได้คิดเป็นร้อยละของส่วนลดในระดับต่าง ๆ ตัวเลขในตารางและตัวอย่างทั้งหมดเป็นเพียงตัวเลขสมมติเพื่อใช้ในการอธิบายแผนการขายและการตลาด จำนวนตัวเลขที่เป็นจริงขึ้นอยู่กับความพยายามในการดำเนินธุรกิจ

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

ตารางที่ 4 ส่วนลดประจำเดือนจากยอดขายรวมของกลุ่ม

พีวี	บีวี (พีวี x 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 เป็นเพียงตัวเลขสมมติเท่านั้น ในความเป็นจริงแล้วบีวีอาจจะมากกว่าหรือน้อยกว่าตารางข้างต้นก็ได้

ที่มา : (บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด, 2541 : 63)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปีวีตั้งขึ้นเพื่อเป็นกลไกในการปรับแต่งรายได้ให้สอดคล้องและคุ้มค่าต่อการดำเนินธุรกิจ หน่วยปีวีโดยปกติจะเทียบเท่ากับราคาทุนของผลิตภัณฑ์ที่เป็นเงินบาท และสูงขึ้นตามการปรับราคาผลิตภัณฑ์ในแต่ละครั้ง

ปีวีและปีวี กำหนดขึ้นเพื่อคุ้มครองผลกำไรในการดำเนินธุรกิจและผู้อำนวยการอื่น ๆ ในขณะที่ปีวีเป็นดัชนีชี้ว่าต้องให้ความพยายามเพิ่มขึ้นเท่าใดในการขายผลิตภัณฑ์เพื่อให้ได้เปอร์เซ็นต์ส่วนลดที่มากขึ้น ปีวีเป็นตัวที่เปลี่ยนไปตามมูลค่าราคาผลิตภัณฑ์ซึ่งเปลี่ยนแปลงตามภาวะเงินเฟ้อ ดังนั้นโดยวิธีดังกล่าวทำให้แผนการขายและการตลาดได้รับผลตอบแทนที่ยุติธรรมตลอดไปในการขายผลิตภัณฑ์ดังตัวอย่างสมมติดังต่อไปนี้

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

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

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

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

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

หากภาวะเงินเฟ้อและส่งผลให้ต้องมีการปรับราคาผลิตภัณฑ์ขึ้นจากเดิม ดังนั้น ปีวีของผลิตภัณฑ์ชนิด ก จึงต้องมีการปรับสูงขึ้นตามไปด้วยผลิตภัณฑ์ชนิด ก จะยังมีหน่วย ปีวีเท่าเดิม 1,500 ปีวี นั่นหมายถึงจะต้องใช้ความพยายามเท่าเดิมเพื่อที่จะขายผลิตภัณฑ์ชนิด 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

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

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

มีปีวี 150,000 ปีวีทำให้ได้รับส่วนลดร้อยละ 21 จากการขายผลิตภัณฑ์ทั้งหมด 210,000 ปีวี

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

สมมติว่าในเดือนแรกขายผลิตภัณฑ์ได้ 5,000 บาท ซึ่งผลิตภัณฑ์จำนวนนี้มีหน่วยเป็นพีวี ระหว่าง 3,000 บาท แต่ไม่ถึง 10,000 พีวี 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 ผลตอบแทนส่วนลดก็จะยิ่งมากขึ้นตามความพยายามดังแสดงในตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ตัวอย่างการคำนวณรายได้

ยอดธุรกิจในเดือน (ปีวี)	ส่วนลดตามตาราง ร้อยละ		ผลกำไรขายปลีกร้อยละ 25 บาท	รวมรายได้บาท
	บาท	บาท		
	(ก)	(ข)	(ก)	(ก + 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

ที่มา : (บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด, 2541 : 65)

การเติบโตด้วยการสปอนเซอร์

ธุรกิจแอมเวย์สามารถขยายธุรกิจได้โดยการแนะนำ และเปิดโอกาสให้ผู้อื่นพร้อมทั้งช่วยเหลือให้เขามีรายได้จากการประกอบธุรกิจแอมเวย์ และเมื่อทำการสปอนเซอร์ผู้จำหน่าย รายได้จากส่วนลดประจำเดือนจะไม่เพียงแต่คิดจากยอดขายส่วนตัวเท่านั้น แต่จะรวมถึงยอดขายรวมของกลุ่มด้วยและเมื่อได้รับส่วนลดที่คำนวณได้จะต้องจ่ายส่วนลดกลับคืนตามแผนการขาย และการตลาดอย่างยุติธรรม

สมมติว่าสปอนเซอร์ผู้จำหน่าย 3 คน โดยแต่ละคนและตัวเองมียอดขาย 5,000 บาทในเดือนนั้น (เป็นเพียงการสมมติ) ดังนั้น กลุ่มมียอดขายในกลุ่มเป็น $5,000 \times 4 = 20,000$ ปีวี ซึ่งจะเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทำให้ได้รับส่วนลดร้อยละ 6 หรือ 1,200 บาท

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

ตัวอย่าง 2 ตัวอย่างในตารางที่ 6 จะเหมือนกับตัวอย่างข้างต้นแต่ยอดขายสูงขึ้นซึ่งส่งผลให้รายได้เพิ่มมากขึ้นอีก

ตารางที่ 6 ตัวอย่างการคำนวณรายได้จากการสปอนเซอร์

ยอดปีวี ของแต่ละ คน และผู้ จำหน่ายที่ สปอนเซอร์	ยอดปีวี รวมของทั้ง กลุ่มใน เดือนนั้น 4 คน	ก ส่วนลดทั้ง หมดที่จะได้ รับ	ข ส่วนลดที่ จ่ายออกไป	ค ส่วนลด แตกต่างที่ ได้รับ ก - ข	ผลกำไร จากการ ขายปลีก ของ ร้อยละ 25	รวมรายได้ทั้งหมด ที่จะได้รับ ค + ง
5,000	20,000	$20,000 \times \frac{6}{100} = 1,200$	$5,000 \times \frac{3}{100} = 150$	750	1,250	2,000
20,000	80,000	$80,000 \times \frac{15}{100} = 12,000$	$20,000 \times \frac{6}{100} = 1,200$	8,400	1,250	9,650
40,000	160,000	$160,000 \times \frac{18}{100} = 28,800$	$40,000 \times \frac{9}{100} = 3,600$	18,000	1,250	19,250

ที่มา : (บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด, 2541 : 66)

การเติบโตในธุรกิจแอมเวย์

ธุรกิจจะเติบโตต่อไปเมื่อผู้จำหน่ายเริ่มทำตามแบบอย่างด้วยการสปอนเซอร์ผู้จำหน่าย เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้วยตัวของเขาเอง

สมมติว่าสปอนเซอร์ผู้จำหน่าย 7 คน และทุกคนมียอดขาย 5,000 ปีวีต่อเดือน ผู้จำหน่าย ทั้ง 7 คนนี้ก็สปอนเซอร์ผู้จำหน่ายอีกคนละ 7 คน ซึ่งแต่ละคนมียอดในเดือนนั้นคนละ 5,000 ปีวี เช่นกัน ดังนั้น ในกลุ่มแต่ละกลุ่มของผู้จำหน่ายที่สปอนเซอร์หนึ่งคนจะมียอดปีวีเป็น $5,000 \times 8 = 40,000$ ปีวี

สมมติต่อไปด้วยว่า มียอดปีวีของแต่ละคน 5,000 ปีวีเช่นกัน ดังนั้นยอดรวมธุรกิจของกลุ่ม จะเป็น $7 \times 40,000 + 5,000 = 285,000$ ปีวี ซึ่งทำให้ได้รับส่วนลดประจำเดือนนั้นเป็นร้อยละ 21 จะมีรายได้ทั้งหมด $285,000 \times 21/100 = 59,850$ บาท แต่กลุ่มผู้จำหน่ายทั้ง 7 กลุ่มต้องได้รับ ส่วนลดด้วย ซึ่งในกรณีนี้จะได้รับส่วนลดกลุ่มละ $40,000 \times 9\% = 3,600$ บาท ดังนั้นต้องจ่าย ส่วนลดทั้งหมดคือ $3,600 \times 7 = 25,200$ บาท ทำให้ได้รับส่วนลดแตกต่างเป็นเงิน $59,850 - 25,200 = 34,650$ บาท รวมรายได้ทั้งหมดคือ $34,650 + 1,250 = 35,900$ บาท

ณ จุดนี้จะได้รับมอบตำแหน่งผู้จำหน่ายระดับเข้มเงินจากบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นตำแหน่งเริ่มต้นของการก้าวไปสู่ระดับความสำเร็จที่สูงขึ้นไป โดยหากได้รับตำแหน่ง ผู้จำหน่ายระดับเข้มเงิน 3 เดือนจะได้รับแต่งตั้งให้เป็นผู้จำหน่ายระดับเข้มทอง

การเป็นผู้จำหน่ายตรง

เมื่อมีคุณสมบัติและสามารถดำรงตำแหน่งผู้จำหน่ายระดับเข้มเงิน และรักษาไว้ได้ 3 เดือนติดต่อกัน รวมกับอีก 3 เดือนใด ๆ ภายในระยะเวลา 12 เดือน ก็จะเป็นผู้จำหน่ายตรง และ ในการดำรงสถานภาพการเป็นผู้จำหน่ายตรงครั้งต่อไปต้องมีคุณสมบัติเป็นผู้จำหน่ายระดับ เข้มเงินในระยะเวลา 6 เดือนภายใน 1 ปีบัญชีแอมเวย์ (1 กันยายน – 31 สิงหาคม ของปีถัดไป)

ในฐานะผู้จำหน่ายตรง ผู้จำหน่ายอิสระจะเป็นผู้นำในองค์กรของตนเอง จะสามารถติดต่อกับบริษัทได้เองโดยไม่ต้องติดต่อผ่านผู้สปอนเซอร์ และได้รับเชิญเข้าร่วมการสัมมนาผู้จำหน่ายตรง รายใหม่ ได้พบผู้บริหารของบริษัทและผู้จำหน่ายตรงรายใหม่อื่น ๆ ได้เรียนรู้เทคนิคใหม่ ๆ ในการดำเนินธุรกิจ

เกียรติรางวัล และเงินรางวัล

แผนการตลาดของแอมเวย์มีระบบการมอบเกียรติรางวัลให้กับผู้จำหน่ายเพื่อเป็นการ ยกย่องต่อความสำเร็จของผู้จำหน่ายในระดับต่าง ๆ เพื่อเป็นเครื่องหมายแห่งความสำเร็จในการ ดำเนินธุรกิจ

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สร้างธุรกิจ การได้รับทั้งเกียรติรางวัลและเงินรางวัลนั้น ผู้จำหน่ายต้องเป็นผู้ที่ดำเนินธุรกิจตามจรรยาบรรณ และระเบียบปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจแอมเวย์

โดยเข็ม และโล่เกียรติคุณหลายรางวัลนั้น ผู้สปอนเซอร์ หรือผู้จำหน่ายตรงจะทำการมอบให้ภายในกลุ่มโดยกลุ่มจัดขึ้นเอง สำหรับเข็มเชิดชูเกียรติคุณในระดับสูงตั้งแต่ผู้จำหน่ายระดับเข็มเงินขึ้นไป บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัดจะเป็นผู้มอบให้

เกียรติรางวัล ที่ผู้สปอนเซอร์เป็นผู้มอบให้

1. เข็มเงินนักสปอนเซอร์ ได้รับเมื่อผู้จำหน่ายรายใหม่ทำการสปอนเซอร์ได้ตั้งแต่ 1 – 4 ราย ภายใน 90 วันนับตั้งแต่วันที่เริ่มสมัครเป็นผู้จำหน่ายแอมเวย์
2. เข็มทองนักสปอนเซอร์ ได้รับเมื่อผู้จำหน่ายรายใหม่ทำการสปอนเซอร์ได้ตั้งแต่ 5 รายขึ้นไปภายใน 90 วัน นับตั้งแต่วันที่เริ่มสมัครเป็นผู้จำหน่ายแอมเวย์
3. เข็มนักขาย ได้รับเมื่อผู้จำหน่ายรายใหม่ทำยอดขายได้ 5,000 พิวในช่วง 1 เดือน หรือยอดขาย 5,000 พิว ติดต่อกันในช่วง 3 เดือน
4. โล่นักขายดีเด่น ได้รับเมื่อสามารถทำยอดขายได้ดังนี้
 - ขั้นที่ 1 สำหรับยอดขายส่วนตัว 20,000 พิว หรือมากกว่านั้น ในช่วง 3 เดือน ติดต่อกัน
 - ขั้นที่ 2 สำหรับยอดขายส่วนตัว 35,000 พิว หรือมากกว่านั้น ในช่วง 6 เดือน ติดต่อกัน
 - 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. เข็มยอดนักขายร้อยละ 12 ได้รับเมื่อสามารถทำยอดขายของกลุ่มธุรกิจส่วนตัวในแต่ละเดือนอย่างน้อย 35,000 พิว ซึ่งจะได้ส่วนลดร้อยละ 12 จากยอดบิวของกลุ่มธุรกิจส่วนตัวในเดือนนั้น
6. เข็มยอดนักขายร้อยละ 15 ได้รับเมื่อสามารถทำยอดขายของกลุ่มธุรกิจส่วนตัวในแต่ละเดือนอย่างน้อย 55,000 พิว ซึ่งจะได้ส่วนลดร้อยละ 15 จากยอดบิวของกลุ่มธุรกิจส่วนตัวในเดือนนั้น
7. เข็มยอดนักขายร้อยละ 18 ได้รับเมื่อสามารถทำยอดขายของกลุ่มธุรกิจส่วนตัวในแต่ละเดือนอย่างน้อย 90,000 พิว ซึ่งจะได้ส่วนลดร้อยละ 18 จากยอดบิวของกลุ่มธุรกิจส่วนตัวในเดือนนั้น
8. เข็มผู้ใช้สินค้าร้อยละ 100 ได้รับเมื่อคุณหรือครอบครัวใช้ผลิตภัณฑ์มากกว่า 20 ชนิด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขึ้นไปโดยไม่ซ้ำกัน ทั้งนี้ไม่กำหนดระยะเวลาในการใช้ผลิตภัณฑ์

เกียรติรางวัลที่บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด เป็นผู้มอบให้

บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด มีการมอบเกียรติรางวัลให้กับผู้ประสบความสำเร็จ จำนวน 12 ระดับดังนี้

1. ผู้จำหน่ายระดับเข็มเงิน ได้รับเมื่อมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้เป็นครั้งแรกคือ
 - 1.1 ทำยอดขายส่วนตัวได้อย่างน้อยที่สุด 150,000 พีวี
 - 1.2 ให้การสปอนเซอร์ส่วนตัว สปอนเซอร์สากล หรือ สปอนเซอร์รับรองแก่กลุ่ม 21% จำนวน 1 กลุ่ม โดยรักษายอดขายของกลุ่มธุรกิจส่วนตัวได้อย่างน้อยที่สุด 55,000 พีวี
 - 1.3 ให้การสปอนเซอร์ส่วนตัว สปอนเซอร์สากล หรือ สปอนเซอร์รับรองแก่กลุ่ม 21% จำนวน 2 กลุ่ม หรือมากกว่านั้นในเดือนเดียวกัน

หลังจากที่แอมเวย์รับรองคุณสมบัติดังกล่าวแล้ว แอมเวย์จะมอบเข็มเกียรติคุณผู้จำหน่ายระดับเข็มเงินเพื่อเชิดชูเกียรติ พร้อมทั้งประกาศเกียรติคุณด้วยการลงพิมพ์ชื่อในนิตยสาร อามาแกรมของบริษัท

2. ผู้จำหน่ายระดับเข็มทอง ได้รับเมื่อมีคุณสมบัติเป็นเข็มเงิน 3 เดือน ภายในระยะเวลา 1 ปี จะได้รับส่วนลดร้อยละ 21 จากยอดปีวีของกลุ่มธุรกิจส่วนตัวในเดือนที่มีคุณสมบัติ หลังจากบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ได้รับรองคุณสมบัติแล้ว แอมเวย์จะมอบเข็มเกียรติคุณผู้จำหน่ายระดับเข็มทองเพื่อเชิดชูเกียรติ และจำได้รับสิทธิพิเศษคือ

- 2.1 ได้รับเชิญร่วมการสัมมนา "ก้าวสู่ผู้จำหน่ายตรง" เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ

- 2.2 ได้รับการประกาศเกียรติคุณโดยการลงชื่อในนิตยสารอามาแกรม

3. ผู้จำหน่ายตรง ได้รับเมื่อมีคุณสมบัติเป็นเข็มเงินเป็นเวลา 6 เดือนภายใน 1 ปี โดยมี 3 เดือนติดต่อกัน และอีก 3 เดือนไม่จำเป็นต้องติดกัน ได้รับส่วนลดร้อยละ 21 จากยอดปีวีของกลุ่มธุรกิจส่วนตัวในเดือนที่มีคุณสมบัติ หลังจากแอมเวย์ได้รับรองคุณสมบัติแล้ว แอมเวย์จะมอบเข็มเกียรติคุณและใบประกาศเกียรติคุณผู้จำหน่ายตรงเพื่อเชิดชูเกียรติ จะได้รับสิทธิประโยชน์ดังต่อไปนี้

- 3.1 ได้รับเชิญร่วมสัมมนา "ผู้จำหน่ายตรงรายใหม่" เพื่อการให้ข้อมูลและแนวทางในการดำเนินการธุรกิจแอมเวย์อย่างละเอียด โดยแอมเวย์จะออกจดหมายเชิญอย่างเป็นทางการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 3.2 ได้รับเชิญเข้าร่วมสัมมนาระดับผู้นำ โดยมีคะแนนสะสมตามที่แอมเวย์กำหนด
- 3.3 ได้รับนิตยสารอามาแกรมแจ้ข่าวสารจากแอมเวย์เป็นประจำทุกกลางเดือน
- 3.4 ได้รับการประกาศเกียรติคุณจารึกชื่อบนบอร์ดประกาศเกียรติคุณที่สำนักงานใหญ่แอมเวย์ประเทศไทย

3.5 ได้รับการประกาศเกียรติคุณด้วยการลงพิมพ์ชื่อและรูปภาพในนิตยสารอามาแกรม

3.6 ได้รับเงินตอบแทนสำหรับการเป็นผู้ปราศรัยเมื่อได้รับเชิญจากแอมเวย์

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

4.1 ได้รับเชิญเข้าร่วมสัมมนาระดับผู้นำ ต้องมีคะแนนสะสมตามที่แอมเวย์กำหนด

4.2 ได้รับการประกาศเกียรติคุณ ด้วยการจารึกชื่อบนบอร์ดประกาศเกียรติคุณทั้งที่สำนักงานใหญ่ของแอมเวย์ ณ เมืองเอด้า และบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด พิมพ์ชื่อและรูปภาพในนิตยสารอามาแกรมของบริษัท

4.3 ได้รับเงินตอบแทนสำหรับการเป็นผู้ไปปราศรัยเมื่อได้รับเชิญจากแอมเวย์

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

5.1 ได้รับเชิญเข้าร่วมสัมมนาระดับผู้นำต้องมีคะแนนสะสมตามที่แอมเวย์กำหนด

5.2 ได้รับการประกาศเกียรติคุณด้วยการจารึกชื่อบนบอร์ดประกาศเกียรติคุณทั้งที่สำนักงานใหญ่ของแอมเวย์ ณ เมืองเอด้า และบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด

5.3 ได้ลงพิมพ์ชื่อและรูปภาพในนิตยสารอามาแกรมของประเทศไทย

5.4 ได้รับเงินตอบแทนสำหรับการเป็นผู้ไปปราศรัยเมื่อได้รับเชิญจากแอมเวย์

6. ผู้จำหน่ายตรงระดับมรกต เมื่อมีคุณสมบัติเป็นผู้จำหน่ายตรง และให้การสปอนเซอร์ส่วนตัว สปอนเซอร์สากล หรือสปอนเซอร์รับรองแก่กลุ่มธุรกิจจำนวน 3 กลุ่ม แต่ละกลุ่มต้องมีคุณสมบัติได้รับส่วนลดร้อยละ 21 อย่างน้อยที่สุดเป็นเวลา 6 เดือนในรอบบัญชี แอมเวย์จะมอบเข็มเกียรติคุณและใบประกาศเกียรติคุณผู้จำหน่ายตรงระดับไข่มุกเพื่อเชิดชูเกียรติและได้รับสิทธิ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประโยชน์ดังต่อไปนี้

- 6.1 ได้รับเชิญเข้าร่วมสัมมนาระดับผู้นำต้องมีคะแนนสะสมตามที่แอมเวย์กำหนด
 - 6.2 ได้รับการประกาศเกียรติคุณด้วยการจารึกชื่อบนบอร์ดประกาศเกียรติคุณทั้งที่สำนักงานใหญ่ของแอมเวย์ ณ เมืองเอด้า และบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด
 - 6.3 ได้ลงพิมพ์ชื่อและรูปภาพในนิตยสารอามาแกรมของประเทศไทย
 - 6.4 ได้รับเงินตอบแทนสำหรับการเป็นผู้ปราศรัยรับเชิญเมื่อได้รับเชิญจากแอมเวย์
7. ผู้จำหน่ายตรงระดับเพชร เมื่อมีคุณสมบัติเป็นผู้จำหน่ายตรง และให้การสปอนเซอร์ส่วนตัว สปอนเซอร์สากล หรือสปอนเซอร์รับรองแก่กลุ่มธุรกิจจำนวน 6 กลุ่ม แต่ละกลุ่มต้องมีคุณสมบัติได้รับส่วนลดร้อยละ 21 อย่างน้อยที่สุด 6 เดือนในรอบปีบัญชี แอมเวย์จะมอบเข็มเกียรติคุณ และใบประกาศเกียรติคุณผู้จำหน่ายตรงระดับเพชรเพื่อเชิดชูเกียรติ และได้รับสิทธิประโยชน์ดังต่อไปนี้

- 7.1 ได้รับเชิญเข้าร่วมสัมมนาระดับผู้นำ
- 7.2 ได้รับการประกาศเกียรติคุณด้วยการจารึกชื่อบนบอร์ดประกาศเกียรติคุณทั้งที่สำนักงานใหญ่ของแอมเวย์ ณ เมืองเอด้า และแอมเวย์ประเทศไทย พร้อมทั้งประดับรูปภาพที่บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด
- 7.3 ได้ลงพิมพ์ชื่อและรูปภาพในนิตยสารอามาแกรมของประเทศไทย
- 7.4 ได้ตัวโดยสารชั้นนักธุรกิจ พร้อมทั้งพักไปร่วมประชุมงานต่าง ๆ
- 7.5 ได้รับประกาศเกียรติคุณในงานเลี้ยงรับรองผู้จำหน่ายตรงระดับเพชร
- 7.6 ได้รับเชิญเข้าร่วมการสัมมนาผู้จำหน่ายตรงระดับเพชรในต่างประเทศ
- 7.7 ได้รับเงินตอบแทนสำหรับผู้ปราศรัยรับเชิญเมื่อได้รับเชิญจากแอมเวย์

8. ผู้จำหน่ายตรงระดับเพชรบริหาร ได้รับเมื่อมีคุณสมบัติเป็นผู้จำหน่ายตรง และให้การสปอนเซอร์ส่วนตัว สปอนเซอร์สากล หรือสปอนเซอร์รับรองแก่กลุ่มธุรกิจจำนวน 9 กลุ่ม แต่ละกลุ่มต้องมีคุณสมบัติได้รับส่วนลดร้อยละ 21 อย่างน้อยที่สุด 6 เดือนในรอบปีบัญชี มีคุณสมบัติเป็นผู้จำหน่ายตรงระดับเพชรบริหาร ได้เป็นสมาชิกสโมสรผู้จำหน่ายตรงระดับเพชรบริหาร และได้รับเชิญเข้าร่วมสัมมนาในสถานที่น่าตื่นเต้นประทับใจ แอมเวย์จะมอบเข็มเกียรติคุณและโล่เกียรติยศผู้จำหน่ายตรงระดับเพชรบริหารเพื่อเชิดชูเกียรติ และได้รับสิทธิประโยชน์ดังต่อไปนี้

- 8.1 ได้รับเชิญเข้าร่วมสัมมนาระดับผู้นำ
- 8.2 ได้รับการประกาศเกียรติคุณด้วยการจารึกชื่อบนบอร์ดประกาศเกียรติคุณทั้งที่สำนักงานใหญ่ของแอมเวย์ ณ เมืองเอด้า และแอมเวย์ประเทศไทย พร้อมทั้งประดับรูปภาพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด

8.3 ได้ลงพิมพ์ชื่อและรูปภาพบนหน้าปกพร้อมทั้งเรื่องราวความสำเร็จในนิตยสารอามาแกรมของประเทศไทย

8.4 ได้เดินทางด้วยตัวโดยสารชั้นหนึ่ง พร้อมทั้งพักห้องสูทของโรงแรมในงานประชุมต่าง ๆ

8.5 ได้รับประกาศเกียรติคุณในงานเลี้ยงรับรองผู้จำหน่ายระดับเพชรบริหาร

8.6 ได้รับเชิญเข้าร่วมการสัมมนาผู้จำหน่ายตรงระดับเพชรบริหารในต่างประเทศ

8.7 ได้รับเชิญเข้าร่วมการสัมมนาผู้จำหน่ายตรงระดับเพชรในต่างประเทศ

8.8 ได้รับเงินตอบแทนสำหรับเป็นผู้ไปปราศรัยรับเชิญเมื่อได้รับเชิญจากแอมเวย์

8.9 ได้รับส่วนแบ่งจากกองทุนส่วนลดพิเศษเพชรบริหาร

9. ผู้จำหน่ายตรงระดับเพชรคู่ เมื่อมีคุณสมบัติเป็นผู้จำหน่ายตรง และให้การสปอนเซอร์ส่วนตัว สปอนเซอร์สากล หรือสปอนเซอร์รับรองแก่กลุ่มธุรกิจจำนวน 12 กลุ่ม แต่ละกลุ่มต้องมีคุณสมบัติได้รับส่วนลดร้อยละ 21 อย่างน้อยที่สุด 6 เดือนในรอบปีบัญชี จะมีคุณสมบัติเป็นผู้จำหน่ายตรงระดับเพชรคู่ แอมเวย์จะมอบเข็มเกียรติคุณ และโล่เกียรติยศผู้จำหน่ายตรงระดับเพชรคู่เพื่อเชิดชูเกียรติ และได้รับสิทธิประโยชน์ดังต่อไปนี้

9.1 ได้รับเชิญเข้าร่วมสัมมนาระดับผู้นำ

9.2 ได้รับประกาศเกียรติคุณด้วยการจารึกชื่อบนบอร์ดประกาศเกียรติคุณทั้งที่สำนักงานใหญ่ของแอมเวย์ ณ เมืองเอด้า และแอมเวย์ประเทศไทย พร้อมทั้งประดับรูปภาพที่บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด

9.3 ได้พิมพ์ชื่อและรูปภาพบนหน้าปกพร้อมทั้งเรื่องราวความสำเร็จในนิตยสารอามาแกรมของประเทศไทย

9.4 ได้เดินทางด้วยตัวโดยสารชั้นหนึ่ง พร้อมทั้งพักห้องสูทของโรงแรมในการร่วมประชุมงานต่าง ๆ ที่ได้รับเชิญจากแอมเวย์

9.5 ได้รับประกาศเกียรติคุณในงานเลี้ยงรับรองผู้จำหน่ายระดับเพชรคู่

9.6 ได้รับเชิญเข้าร่วมการสัมมนาผู้จำหน่ายตรงระดับเพชรบริหารในต่างประเทศ

9.7 ได้รับเชิญเข้าร่วมงานวันเพชรคู่ ณ สำนักงานใหญ่แอมเวย์ประเทศไทย

9.8 ได้รับเชิญเข้าร่วมการสัมมนาผู้จำหน่ายตรงระดับเพชรในต่างประเทศ

9.9 ได้รับเงินตอบแทนสำหรับเป็นผู้ปราศรัยรับเชิญเมื่อได้รับเชิญจากแอมเวย์

9.10 ได้รับส่วนแบ่งจากกองทุนส่วนลดพิเศษเพชรบริหารและมีสิทธิรับรางวัลเงินสด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จ่ายครั้งเดียวเป็นจำนวนเงิน 300,000 บาท

10. ผู้จำหน่ายตรงระดับตรีเพชร เมื่อมีคุณสมบัติเป็นผู้จำหน่ายตรง และให้การสปอนเซอร์ส่วนตัว สปอนเซอร์สากล หรือสปอนเซอร์รับรองแก่กลุ่มธุรกิจจำนวน 15 กลุ่ม แต่ละกลุ่มต้องมีคุณสมบัติได้รับส่วนลดร้อยละ 21 อย่างน้อยที่สุด 6 เดือนในรอบปีบัญชี จะมีคุณสมบัติเป็นผู้จำหน่ายตรงระดับตรีเพชร แอมเวย์จะมอบเข็มเกียรติคุณ และโล่เกียรติยศผู้จำหน่ายตรงระดับตรีเพชรเพื่อเชิดชูเกียรติ และได้รับสิทธิประโยชน์ดังต่อไปนี้

10.1 ได้รับเชิญเข้าร่วมสัมมนาในระดับผู้นำ

10.2 ได้รับประกาศเกียรติคุณด้วยการจารึกชื่อบนบอร์ดประกาศเกียรติคุณทั้งที่สำนักงานใหญ่ของแอมเวย์ ณ เมืองเอด้า และแอมเวย์ประเทศไทย พร้อมทั้งประดับรูปภาพที่บริษัทแอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด

10.3 ได้พิมพ์ชื่อและรูปภาพบนหน้าปกพร้อมทั้งเรื่องราวความสำเร็จในนิตยสารอามาแกรมของประเทศไทย

10.4 ได้เดินทางด้วยตัวโดยสารชั้นหนึ่ง พร้อมทั้งพักห้องสูทของโรงแรมในการประชุมงานต่าง ๆ ที่ได้รับเชิญจากแอมเวย์

10.5 ได้รับประกาศเกียรติคุณในงานเลี้ยงรับรองผู้จำหน่ายตรงระดับตรีเพชร

10.6 ได้เข้าร่วมการสัมมนาผู้จำหน่ายตรงระดับเพชรบริหารในต่างประเทศ

10.7 ได้รับเชิญเข้าร่วมงานวันตรีเพชร ณ สำนักงานใหญ่แอมเวย์ประเทศไทย

10.8 ได้รับเชิญเข้าร่วมการสัมมนาธุรกิจที่แอมเวย์จัดขึ้น ณ สถานที่พักผ่อนตากอากาศพร้อมทั้งครอบครัว และผู้ติดตามจำนวนไม่เกิน 6 คน เป็นจำนวน 5 วัน จำนวนหนึ่งครั้ง

10.9 ได้รับเชิญเข้าร่วมสัมมนาผู้จำหน่ายตรงระดับเพชรในต่างประเทศ

10.10 ได้รับเงินตอบแทนสำหรับเป็นผู้ปราศรัยรับเชิญในการประชุมของแอมเวย์

10.11 ได้รับส่วนแบ่งจากกองทุนส่วนลดพิเศษเพชรบริหาร และรางวัลเงินสดจ่ายครั้งเดียว

จำนวน 600,000 บาท

11. ผู้จำหน่ายตรงระดับมงกุฎ เมื่อมีคุณสมบัติเป็นผู้จำหน่ายตรง และให้การสปอนเซอร์ส่วนตัว สปอนเซอร์สากล หรือสปอนเซอร์รับรองแก่กลุ่มธุรกิจจำนวน 18 กลุ่ม แต่ละกลุ่มต้องมีคุณสมบัติได้รับส่วนลดร้อยละ 21 อย่างน้อยที่สุด 6 เดือนในรอบปีบัญชี จะมีคุณสมบัติเป็นผู้จำหน่ายตรงระดับมงกุฎ แอมเวย์จะมอบเข็มเกียรติคุณ และโล่เกียรติยศผู้จำหน่ายตรงระดับมงกุฎเพื่อเชิดชูเกียรติ และได้รับสิทธิประโยชน์ดังต่อไปนี้

11.1 ได้รับเชิญเข้าร่วมสัมมนาในระดับผู้นำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

11.2 ได้รับการประกาศเกียรติคุณด้วยการจารึกชื่อ พร้อมประดับภาพบนบอร์ดประกาศเกียรติคุณทั้งที่สำนักงานใหญ่ของแอมเวย์ ณ เมืองเอด้า และแอมเวย์ประเทศไทย

11.3 ได้ประกาศเกียรติคุณด้วยการพิมพ์ชื่อและภาพบนหน้าปกพร้อมทั้งเรื่องราวความสำเร็จในนิตยสารอามาแกรมของประเทศไทย

11.4 ได้เดินทางด้วยตัวโดยสารชั้นหนึ่งพร้อมที่พักห้องสูงของโรงแรมในงานประชุมต่าง ๆ ที่ได้รับเชิญจากแอมเวย์

11.5 ได้รับประกาศเกียรติคุณในงานเลี้ยงรับรองผู้จำหน่ายระดับมงกุฏ

11.6 ได้รับเชิญเข้าร่วมการสัมมนาผู้จำหน่ายตรงระดับเพชรบริหารในต่างประเทศ

11.7 ได้รับเชิญไปเยี่ยมชมกิจการและร่วมงานวันมงกุฏ ณ สำนักงานใหญ่แอมเวย์ เมืองเอด้า รัฐมิชิแกน สำหรับอเมริกา และร่วมการสัมมนาธุรกิจที่แอมเวย์จัดขึ้นเกาะปีเตอร์โฮล์แลนด์ของแอมเวย์ในทะเลแคริบเบียน เป็นเวลา 5 วัน หนึ่งครั้ง

11.8 ได้รับเชิญเข้าร่วมสัมมนาผู้จำหน่ายตรงระดับเพชรในต่างประเทศ

11.9 ได้รับเงินตอบแทนสำหรับเป็นผู้ปราศรัยรับเชิญในการประชุมของแอมเวย์

11.10 ได้รับส่วนแบ่งจากกองทุนส่วนลดพิเศษเพชรบริหารและรางวัลเงินสดจ่ายครั้งเดียวเป็นจำนวนเงิน 1,200,000 บาท

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

12.1 ได้รับเชิญเข้าร่วมสัมมนาระดับผู้นำ

12.2 ได้ประกาศเกียรติคุณด้วยจารึกชื่อพร้อมประดับภาพบนบอร์ดประกาศเกียรติคุณทั้งที่สำนักงานใหญ่ของแอมเวย์ ณ เมืองเอด้า และแอมเวย์ประเทศไทย พร้อมทั้งประดับรูปภาพที่บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด

12.3 ได้พิมพ์ชื่อและรูปภาพบนหน้าปก และเรื่องราวความสำเร็จในนิตยสารอามาแกรมของประเทศไทย

12.4 ได้เดินทางด้วยตัวโดยสารชั้นหนึ่งพร้อมที่พักห้องสูงของโรงแรมไปร่วมประชุมงานต่าง ๆ ที่ได้รับเชิญจากแอมเวย์

12.5 ได้รับประกาศเกียรติคุณในงานเลี้ยงรับรองผู้จำหน่ายระดับมงกุฏชุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

12.6 ได้เข้าร่วมการสัมมนาผู้จำหน่ายตรงระดับเพชรบริหารในต่างประเทศที่จัดขึ้นโดย แอมเวย์

12.7 ได้รับเชิญไปเยี่ยมชมกิจการและร่วมงานวันมงกุฏทูต ณ สำนักงานใหญ่แอมเวย์ ทูต ณ เมืองเอด้า รัฐมิชิแกน สหรัฐอเมริกา และเข้าร่วมการสัมมนารูรูกิจที่แอมเวย์จัดขึ้นเกาะปีเตอร์ ไอส์แลนด์ ของแอมเวย์ในทะเลแคริบเบียน พร้อมทั้งผู้ติดตามจำนวนไม่เกิน 6 คนเป็นเวลา 5 วัน จำนวนหนึ่งครั้ง

12.8 ได้รับเชิญเข้าร่วมสัมมนาผู้จำหน่ายตรงระดับเพชรในต่างประเทศ

12.9 ได้รับเงินตอบแทนสำหรับผู้ปราศรัยรับเชิญในการประชุมของแอมเวย์

12.10 ได้ส่วนแบ่งจากกองทุนส่วนลดพิเศษเพชรบริหาร และเงินสดจ่ายครั้งเดียวเป็น จำนวนเงิน 1,800,000 บาท

เงินรางวัล

รายได้ของผู้จำหน่ายอิสระของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด มีดังนี้

1. ผลกำไรจากการขายปลีก ร้อยละ 25 – 30 โดยเฉลี่ยผลกำไรจะอยู่ระหว่างร้อยละ 25 – 30 ขึ้นอยู่กับชนิดของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย

2. ส่วนลดพิเศษรายเดือน ร้อยละ 3 - 21 โดยคำนวณจากยอดธุรกิจ (บิว/พีวี) ทั้งหมดของกลุ่มธุรกิจส่วนตัวในแต่ละเดือนที่มีคุณสมบัติตามที่จะได้รับส่วนลด แบ่งเป็น

2.1 ส่วนลดพิเศษทับทิม เท่ากับร้อยละ 2 ของยอดบิวีรายเดือนของกลุ่มธุรกิจส่วนตัวของผู้จำหน่ายและจะจ่ายให้กับผู้จำหน่ายตรงแต่ละคนที่มียอดบิวีรายเดือนของกลุ่มธุรกิจส่วนตัวเป็นจำนวน 300,000 พีวี หรือมากกว่านั้น

2.2 ส่วนลดพิเศษผู้นำ เท่ากับร้อยละ 4 ของยอดบิวีทั้งหมดของผู้จำหน่ายตรง แต่ละสายที่ให้การสปอนเซอร์ และแอมเวย์จะจ่ายให้ในแต่ละเดือน

2.3 ส่วนลดพิเศษไข่มุก เท่ากับร้อยละ 1 ของยอดบิวีที่เกิดจากกลุ่มธุรกิจอันดับสองของสายการสปอนเซอร์ที่เป็นร้อยละ 21 ทุกกลุ่ม ลงไปจนถึงผู้จำหน่ายตรงที่มีคุณสมบัติได้รับส่วนลดพิเศษไข่มุกคนถัดไป และรวมถึงยอดบิวีของกลุ่มธุรกิจอันดับแรกของสายการสปอนเซอร์ ร้อยละ 21 ของผู้จำหน่ายตรงที่มีคุณสมบัติได้รับส่วนลดพิเศษไข่มุกคนถัดไป

3. ส่วนลดพิเศษรายปี แบ่งเป็น

3.1 ส่วนลดพิเศษมรกต เท่ากับร้อยละ 0.25 ของยอดบิวีของดาวเน็ลน์ทั้งหมดของผู้จำหน่ายตรงระดับมรกตทุกคนในประเทศที่เป็นร้อยละ 21 ยอดเงินส่วนลดพิเศษมรกตทั้งหมด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้ใดเห็นประโยชน์ในการนำ
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้างต้นจะถูกคำนวณจ่ายให้กับผู้จำหน่ายตรงระดับมรกดทุกคน โดยถือตามคะแนนของผู้จำหน่ายตรงระดับมรกดแต่ละคนที่คำนวณได้ ซึ่งแอมเวย์ได้กำหนดวิธีคิดคะแนนของดาวนไลน์ที่มีคุณสมบัติแต่ละกลุ่มไว้ดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 การคิดคะแนน (ต่อดาวนไลน์ที่มีคุณสมบัติ 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

ที่มา : (บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด, 2541 : 60)

นำคะแนนที่คำนวณได้ของดาวนไลน์ที่มีคุณสมบัติแต่ละกลุ่มจะนำมารวมกันเป็นคะแนนของผู้จำหน่ายระดับมรกดแต่ละคน จากนั้นนำคะแนนของผู้จำหน่ายตรงระดับมรกดทุกคนรวมกันเป็นคะแนนรวม แล้วนำคะแนนรวมนี้ไปหารยอดเงินส่วนลดพิเศษมรกด จะได้ส่วนลดต่อคะแนน ก็จะเป็นส่วนลดพิเศษมรกดที่ผู้จำหน่ายตรงระดับมรกดแต่ละคนจะได้รับแอมเวย์จะจ่ายส่วนลดพิเศษมรกดภายในเดือนธันวาคมของปีบัญชีถัดไป

3.2 ส่วนลดพิเศษเพชร เท่ากับร้อยละ 0.25 ของยอดปีวีทั้งหมดของดาวนไลน์ ทั้งหมดของผู้จำหน่ายตรงระดับเพชรทุกคนในประเทศที่เป็นร้อยละ 21 ทั้งหมดยอดเงินส่วนลดพิเศษทั้งหมดข้างต้นจะถูกคำนวณเช่นเดียวกับส่วนลดพิเศษมรกด ผู้จำหน่ายตรงระดับเพชรที่ให้การสปอนเซอร์ส่วนตัวหรือการรับรองกลุ่มร้อยละ 21 ตั้งแต่ 7 กลุ่มขึ้นไป โดยทุกกลุ่มสามารถมีคุณสมบัติร้อยละ 21 เป็นเวลา 6 เดือนขึ้นไปในช่วงปีบัญชีจะมีคุณสมบัติเพื่อการพิจารณาได้รับส่วนลดพิเศษเพชรบริหารด้วย

3.3 ส่วนลดพิเศษเพชรบริหาร เท่ากับร้อยละ 0.25 ของยอดปีวีทั้งหมดของดาวนไลน์ทั้งหมดของผู้จำหน่ายตรงระดับเพชรทุกคนในประเทศที่เป็นร้อยละ 21 ทั้งหมด ยอดเงินส่วนลดพิเศษเพชรบริหารทั้งหมดข้างต้นจะถูกคำนวณจ่ายให้กับผู้จำหน่ายตรงที่มีคุณสมบัติได้รับส่วนลด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พิเศษเพชรบริหาร โดยถือตามหน่วยที่ผู้จำหน่ายตรงที่มีคุณสมบัติแต่ละคนคำนวณได้ ซึ่งแอมเวย์ได้กำหนดวิธีการคิดหน่วยของผู้จำหน่ายตรงที่มีคุณสมบัติแต่ละคนไว้ดังตารางที่ 8

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

ที่มา : (บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด, 2541 : 61)

หน่วยที่คำนวณได้ของจำนวนผู้จำหน่ายที่มีคุณสมบัติได้รับส่วนลดพิเศษเพชรบริหาร แต่ละคนจะนำมารวมกันเป็นจำนวนหน่วยรวม จากนั้นนำจำนวนส่วนลดต่อหน่วยนี้คูณกับจำนวนหน่วยของผู้จำหน่ายตรงที่มีคุณสมบัติแต่ละคน ก็จะได้ส่วนลดพิเศษเพชรบริหารที่แต่ละคนจะได้รับ แอมเวย์จะจ่ายส่วนลดพิเศษเพชรบริหารก่อนสิ้นปีปฏิทินสำหรับปีบัญชีก่อนหน้านี้

4. รางวัลเงินสดจ่ายครั้งเดียวเป็นเงินสดเพียงครั้งเดียวแก่ผู้ที่ประสบความสำเร็จในระดับเพชรคู่ ระดับตรีเพชร ระดับมงกุฏ และระดับมงกุฏชุด มูลค่า 400,000 บาท 800,000 บาท 1,600,000 บาท 2,400,000 บาท ตามลำดับ

5. ส่วนลดพิเศษสองผู้ร่วมสถาปนา จ่ายให้กับผู้จำหน่ายตรงระดับเพชร และระดับสูงขึ้นไปที่มีคุณสมบัติเป็นผู้มีประวัติในการดำเนินธุรกิจถูกต้องตามกฎหมายบรรณ และระเบียบปฏิบัติ โดยมีข้อกำหนด คือ ต้องเป็นผู้จำหน่ายตรงที่ได้รับส่วนลดพิเศษเพชรที่มีคะแนนจากสายงานไม่น้อยกว่า 8 คะแนน โดยกำหนดให้ผู้จำหน่ายที่มีสายงานได้รับคะแนนจากสายงานเหล่านี้รวมถึงการนับคะแนนเพิ่มให้กับสายงานของผู้จำหน่ายที่ได้รับส่วนลดพิเศษมรกต และส่วนลดเพชรด้วยสายงานที่มีคุณสมบัติได้รับส่วนลดร้อยละ 21 ทั้ง 12 เดือน ภายในปีบัญชี 1 คะแนน สายงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มรดก 1.5คะแนนสายงานเพชร 3 คะแนน ดังตารางที่ 9

ตารางที่ 9 เงินรางวัลส่วนลดพิเศษของผู้ร่วมสถาปนา

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

ที่มา : (บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด, 2541 : 62)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาคำนี้ จะทำการศึกษาถึงศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระในธุรกิจขายตรงของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด โดยไม่เปลี่ยนไปทำธุรกิจกับบริษัทขายตรงอื่น ๆ โดยอ้างอิงทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ ซึ่งเป็นทฤษฎีที่อธิบายลักษณะความต้องการของมนุษย์ที่เข้าใจง่ายและเป็นที่ยอมรับใช้กันแพร่หลายอยู่ในปัจจุบัน และทฤษฎีสองปัจจัยของเฮอรัลด์เบอร์ก (Two-Factor Theory) ซึ่งเป็นทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพอใจและไม่พอใจในการทำงาน ซึ่งเมื่อบุคคลเกิดความไม่พึงพอใจในการทำงานแล้วจะมีผลทำให้ลาออกจากงาน

ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs)

อับราฮัม เอช. มาสโลว์ (Abraham H. Maslow) นักจิตวิทยาชาวอังกฤษได้สร้างทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการขึ้นในปี ค.ศ. 1943 โดยเชื่อว่าความต้องการของคนเป็นจุดเริ่มต้นของกระบวนการจูงใจ มีสมมติฐานอยู่ 3 ประการคือ

1. มนุษย์มีความต้องการอยู่ตลอดเวลา เมื่อได้รับการตอบสนองของความ ต้องการอย่างหนึ่งแล้วก็จะเกิดความต้องการสิ่งอื่นต่อไปไม่มีวันสิ้นสุด
2. ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองแล้ว จะไม่เกิดการจูงใจให้เกิดพฤติกรรมอีกต่อไป แต่ความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองจะทำให้เกิดแรงจูงใจให้เกิดพฤติกรรมต่าง ๆ
3. ความต้องการของคนเป็นลำดับขั้น โดยเริ่มจากความต้องการขั้นพื้นฐานที่จำเป็น ไปสู่ความต้องการระดับสูงขึ้นที่จำเป็นต้องตอบสนองตามลำดับ

ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ แบ่งลำดับความต้องการของมนุษย์ออกเป็น 5 ลำดับ ดังนี้

ลำดับที่ 1 ความต้องการทางกายภาพ (Physiological Need)

เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานในการดำรงชีวิต เช่น ต้องการอาหาร อากาศ การนอนหลับ การขับถ่าย การพักผ่อน ความต้องการปัจจัยสี่ รวมถึงความต้องการเงินเพื่อตอบสนองความเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการทำงานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต้องการทางกายภาพด้วย มนุษย์ทุกคนมีความต้องการพื้นฐานนี้แต่จะมีระดับความต้องการแตกต่างกัน เมื่อความต้องการในลำดับขั้นนี้ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ มนุษย์จึงเริ่มความต้องการในขั้นต่อไป

ลำดับที่ 2 ความต้องการความมั่นคงและความปลอดภัย (Security or Safety Needs)

มนุษย์ทุกคนมีความต้องการที่จะอยู่ห่างจากสิ่งที่เป็นภัยอันตรายทั้งปวงต่อชีวิตไม่ว่าจะเป็นอุบัติเหตุ โรคภัยไข้เจ็บต่าง ๆ รวมถึงความไม่มีเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ จึงมีความต้องการในความปลอดภัยในชีวิต ทรัพย์สิน การดำรงชีวิตอยู่อย่างปลอดภัย ไม่มีอันตรายจากโจรผู้ร้าย การไม่เจ็บป่วยจากโรคภัย ความปลอดภัยจากอุบัติเหตุ การประกันสุขภาพหรือการประกันชีวิต และความมั่นคงในหน้าที่การงาน ความเสี่ยงและเสถียรภาพทางด้านเศรษฐกิจ การมีรายได้มั่นคงสม่ำเสมอ ความมั่นคงของบริษัท เป็นต้น ทศนคติเกี่ยวกับเรื่องความมั่นคงนี้นับเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งในการเลือกงานของบุคคลเลยทีเดียว

ลำดับที่ 3 ความต้องการด้านสังคมและความรัก (Social and Love Needs) หรือความต้องการความผูกพัน หรือ การยอมรับ (Affiliation or Acceptance Need)

มนุษย์เป็นสัตว์สังคม ดังนั้นมนุษย์ส่วนใหญ่จึงชอบการกระทำตอบโต้และอยู่ร่วมกับคนอื่นในสถานการณ์ที่เขาารู้สึกว่ามีส่วนร่วมและเป็นที่ยอมรับ โดยทั่วไปแต่ละคนจะมีความต้องการในระดับนี้แตกต่างกันและแตกต่างกันในแต่ละสถานการณ์ด้วย ความต้องการด้านสังคมและความรักจึงเป็นความต้องการที่จะอยู่ร่วมกับผู้อื่น ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม รู้สึกว่าตนเองมีคุณค่าต่อกลุ่ม มีความเป็นเจ้าของและเป็นสมาชิกคนหนึ่งของกลุ่ม การต้องการความรักและการยอมรับจากบุคคลรอบข้างทั้งคนในครอบครัวและเพื่อนร่วมงาน การมีความรู้สึกได้รับความรัก ความอบอุ่น ความช่วยเหลือจากเพื่อนร่วมงาน เป็นต้น

ลำดับที่ 4 ความต้องการการยกย่อง เกียรติยศชื่อเสียง (Esteem Needs)

ความต้องการการยกย่องและเป็นที่ยอมรับหมายถึงความต้องการของบุคคลที่จะมีคุณค่าในสายตาของคนอื่น ความต้องการที่จะได้รับความยกย่อง เคารพนับถือ มีชื่อเสียงและเกียรติยศ เกิดความภาคภูมิใจในตนเอง ความเชื่อมั่นว่าตนมีความสามารถทำได้ มีฐานะเด่นเป็นที่ยอมรับ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ของสังคม งานประสบความสำเร็จมีความก้าวหน้าในการทำงาน ผลงานได้รับการยอมรับ มีคุณค่า มีความสำคัญในสายตาของคนอื่น มีความมั่นใจที่จะเผชิญปัญหาและมีความเป็นอิสระเสรีภาพ ในการดำรงชีวิต

ลำดับที่ 5 ความต้องการความสำเร็จในชีวิต (Need for Self Actualization)

ความต้องการใช้ความสามารถสูงสุดที่ตนมีอยู่ ทำในสิ่งที่จะสามารถทำได้ เช่น ต้องการเป็นเจ้าของกิจการ ความมีชื่อเสียง ได้รับรางวัล การได้เป็นพนักงานดีเด่น เป็นความต้องการในลำดับขั้นที่สูงที่สุดของมนุษย์

ทฤษฎีสองปัจจัยของเฮอริสเบอร์ก (Two-Factor Theory)

ผู้ที่เสนอแนวคิดนี้คือ เฟรดเดอริค เฮอริสเบอร์ก (Federick Herzberg) ได้เสนอทฤษฎีสองปัจจัย (Two-Factor Theory) หรือทฤษฎีปัจจัยจูงใจ-ปัจจัยสุขอนามัย (Motivator-Hygiene Theory) ซึ่งเป็นทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพอใจและไม่พอใจในงาน โดยเสนอว่า มีปัจจัยสองกลุ่ม กลุ่มหนึ่งเกี่ยวข้องกับความพอใจในงาน และอีกกลุ่มหนึ่งเกี่ยวข้องกับความไม่พอใจในงาน ปัจจัยชนิดแรกเรียกว่า ปัจจัยที่ก่อให้เกิดแรงจูงใจ (Motivator Factors) ส่วนปัจจัยชนิดที่สอง เรียกว่า ปัจจัยสุขอนามัย (Hygiene Factors)

ปัจจัยที่ก่อให้เกิดแรงจูงใจ (Motivator Factors)

ปัจจัยที่ก่อให้เกิดแรงจูงใจ (Motivator Factors) หมายถึง ปัจจัยที่เมื่อพนักงานในองค์กรได้รับการตอบสนองแล้ว จะสร้างความพึงพอใจให้กับพนักงาน และเป็นผลทำให้เกิดแรงจูงใจในการปฏิบัติหน้าที่และความพึงพอใจในงานซึ่งเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับงานโดยตรง ปัจจัยจำพวกนี้ได้แก่ ความสำเร็จในหน้าที่การงาน (Achievement) ความยอมรับนับถือจากผู้ร่วมงาน (Recognition) ลักษณะของงานหรือความสนใจในลักษณะงานที่ทำ (Work Itself) ความท้าทายของงาน (Challenge) ความรับผิดชอบที่ได้รับมอบหมายในการทำงาน (Responsibility) ความเจริญก้าวหน้าในการงาน (Advancement) สิ่งเหล่านี้จะเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดความพอใจและเป็นแรงจูงใจให้พนักงานยินดีทำงานให้แก่องค์กร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจัยสุขอนามัย (Hygiene Factors)

ปัจจัยสุขอนามัย (Hygiene Factors) หมายถึง ปัจจัยที่เมื่อพนักงานในองค์กรไม่ได้รับการตอบสนองแล้วจะสร้างความไม่พึงพอใจในการปฏิบัติงานขึ้นได้ (Hygiene แปลว่า การหลีกเลี่ยงความยากลำบากทางสุขภาพของมนุษย์จากสภาพแวดล้อม) ปัจจัยนี้ไม่มีอิทธิพลที่จะสร้างความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน แม้จะเพิ่มปัจจัยจำพวกนี้ก็ไม่เป็นผลทำให้พนักงานมีความพึงพอใจ และกระตือรือร้นที่จะทำงานอย่างมีประสิทธิภาพในระยะยาวขึ้นได้ แต่จะอย่างไรก็ตามผู้บริหาร จำเป็นต้องพยายามรักษาปัจจัยสุขอนามัยเอาไว้ให้คงอยู่ในระดับที่พนักงานพอใจ ทั้งนี้เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดความไม่พอใจในการปฏิบัติงาน ปัจจัยจำพวกนี้ได้แก่ นโยบายและการบริหารงาน (Policy and Administration) เทคนิคการควบคุมงานและการบังคับบัญชา (Supervision Technical) เงินเดือนและสิ่งตอบแทนรวมถึงความมั่นคงของงาน (Salary) ความสัมพันธ์ภายในต่อผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน (Internal Relations-Supervision) สภาพแวดล้อมของการทำงานและการติดต่อสื่อสารในการทำงาน (Working Conditions)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระในธุรกิจขายตรงของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ผู้ศึกษาได้รวบรวมข้อมูลปฐมภูมิโดยใช้แบบสอบถามสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งหมด 400 ตัวอย่าง

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ศึกษาจะเสนอข้อมูลโดย แบ่งแยกเป็น 4 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 เป็นการวิเคราะห์ลักษณะทั่วไปของปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนที่ 2 เป็นการวิเคราะห์เหตุผลในการตัดสินใจสมัครเป็นผู้จำหน่ายอิสระในธุรกิจขายตรงของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ส่วนที่ 3 เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระในธุรกิจขายตรงของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด และส่วนที่ 4 เป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพหลัก รายได้ต่อเดือน จำนวนปีที่อยู่ในธุรกิจ และระดับความสำเร็จในธุรกิจ กับปัจจัยที่ใช้ในการการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระในธุรกิจขายตรงของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด

ลักษณะทั่วไปของปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

เพศของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชายมีจำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52 รองลงมาเป็นเพศหญิง มีจำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48 (ตารางที่ 10)

ตารางที่ 10 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	208	52
หญิง	192	48
รวม	400	100

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อายุของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาแบ่งช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 6 ช่วงพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะเป็นคนทำงานที่อยู่ในช่วงอายุ 31 - 40 ปี มีจำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0 รองลงมาอยู่ในช่วงอายุ 26 - 30 ปี จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 ช่วงอายุตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไป มีจำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 และช่วงอายุ 41 - 50 ปี มีจำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 ช่วงอายุ 20 - 25 ปี มีจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7 และช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปี มีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 (ตารางที่ 11)

ตารางที่ 11 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	14	3.5
20 - 25 ปี	67	16.7
26 - 30 ปี	78	19.5
31 - 40 ปี	104	26.0
41 - 50 ปี	63	15.8
ตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไป	74	18.5
รวม	400	100.0

ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง

จากการแบ่งระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีจำนวนมากที่สุดคือ จำนวน 161 คน ร้อยละ 40.3 รองลงมาคือ อนุปริญญา จำนวน 79 คน ร้อยละ 19.7 ระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 74 คน ร้อยละ 18.5 ปวช./มัธยมปลาย มีจำนวน 48 คน ร้อยละ 12.0 มัธยมต้น 20 คน ร้อยละ 5.0 และประถมหรือต่ำกว่าประถม จำนวน 18 คน ร้อยละ 4.5 (ตารางที่ 12)

ตารางที่ 12 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประถมหรือต่ำกว่าประถม	18	4.5
มัธยมต้น	20	5.0
ปวช.หรือมัธยมปลาย	48	12.0
ปวส.หรืออนุปริญญา	79	19.7
ปริญญาตรี	161	40.3
สูงกว่าปริญญาตรี	74	18.5
รวม	400	100.0

รูปแบบการประกอบธุรกิจของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนมากประกอบธุรกิจแบบส่วเวลา มีจำนวน 273 คน คิดเป็นร้อยละ 68.3 รองลงมาคือเต็มเวลา จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.7 (ตารางที่ 13)

ตารางที่ 13 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรูปแบบการประกอบธุรกิจ

รูปแบบการประกอบธุรกิจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เต็มเวลา (Full Time)	127	31.7
ส่วเวลา (Part Time)	273	68.3
รวม	400	100.0

ลักษณะอาชีพที่เคยทำก่อนเปลี่ยนมาทำแอมเวย์เต็มเวลา

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ทำแอมเวย์เต็มเวลาส่วนมากเคยประกอบอาชีพเป็นเจ้าของธุรกิจส่วนตัว มีจำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 36.2 รองลงมาคือรับราชการ จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 24.4 พนักงานในบริษัทเอกชนจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 17.3 นิสิตนักศึกษา

จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 13.4 และพนักงานรัฐวิสาหกิจจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 8.7 (ตารางที่ 14)

ตารางที่ 14 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะอาชีพที่เคยทำก่อน
เปลี่ยนมาทำแอมเวย์เต็มเวลา

ลักษณะอาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เจ้าของธุรกิจส่วนตัว	46	36.2
รับราชการ	31	24.4
พนักงานในบริษัทเอกชน	22	17.3
นิสิต นักศึกษา	17	13.4
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	11	8.7
รวม	127	100.0

ลักษณะอาชีพหลักที่ทำความคุ้นเคยกับการเป็นผู้จำหน่ายของแอมเวย์

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ทำแอมเวย์ล่วงหน้า (Part Time) ส่วนมากประกอบอาชีพรับราชการ จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 31.1 รองลงมาคือพนักงานในบริษัทเอกชนจำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 24.2 พนักงานรัฐวิสาหกิจจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 20.9 เจ้าของธุรกิจส่วนตัว มีจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 และนิสิต นักศึกษา จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 (ตารางที่ 15)

รายได้ต่อเดือนจากการประกอบอาชีพหลักนอกเหนือจากรายได้แอมเวย์

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ทำแอมเวย์ล่วงหน้า (Part Time) ส่วนมากมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนจากอาชีพประจำอยู่ในช่วงระหว่าง 10,000 - 20,000 บาท มีจำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 43.2 รองลงมามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 22.3 และกลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 40,000 บาท จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 ที่เหลือคือกลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 - 50,000 บาท มีจำนวน 22 คน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คิดเป็นร้อยละ 8.1 และกลุ่มสุดท้ายคือกลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 4.4 (ตารางที่ 16)

ตารางที่ 15 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะอาชีพที่หลักที่ทำความคู่กับการเป็นผู้จำหน่ายของแอมเวย์

ลักษณะอาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รับราชการ	85	31.1
พนักงานในบริษัทเอกชน	66	24.2
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	57	20.9
เจ้าของธุรกิจส่วนตัว	41	15.0
นิสิต นักศึกษา	24	8.8
รวม	273	100.0

ตารางที่ 16 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ต่อเดือนจากการประกอบอาชีพหลัก

รายได้ต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	61	22.3
10,000 - 20,000 บาท	118	43.2
20,001 - 40,000 บาท	60	22.0
40,001 - 50,000 บาท	22	8.1
มากกว่า 50,000 บาท	12	4.4
รวม	273	100.0

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายได้จากธุรกิจแอมเวย์ต่อเดือน

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนจากการเป็นผู้จำหน่ายของแอมเวย์ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.5 รองลงมา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วงระหว่าง 10,000 - 20,000 บาท มีจำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 31.3 ที่เหลือคือกลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 20,001 - 40,000 บาท จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3 กลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 - 50,000 บาท มีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 และกลุ่มสุดท้ายคือกลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 (ตารางที่ 17)

ตารางที่ 17 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้จากธุรกิจแอมเวย์ต่อเดือน

รายได้จากธุรกิจแอมเวย์ต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	198	49.5
10,000 - 20,000 บาท	125	31.3
20,001 - 40,000 บาท	41	10.2
40,001 - 50,000 บาท	20	5.0
มากกว่า 50,000 บาท	16	4.0
รวม	400	100.0

ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนมากทำธุรกิจมาเป็นเวลาตั้งแต่ 2 - 4 ปี จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 56.0 รองลงมาคือตั้งแต่ 5 - 7 ปี จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 29.8 ตั้งแต่ 8 - 10 ปี จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 และมากกว่า 10 ปีขึ้นไป จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.7 (ตารางที่ 18)

ตารางที่ 18 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ

ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
2 ปี – 4 ปี	224	56.0
5 ปี – 7 ปี	107	29.8
8 ปี – 10 ปี	62	15.5
มากกว่า 10 ปี	7	1.7
รวม	400	100.0

ระดับความสำเร็จในการทำธุรกิจ

จากการสุ่มตัวอย่างผู้จำหน่ายอิสระจำนวน 360 คน และผู้จำหน่ายอิสระระดับผู้จำหน่ายตรงขึ้นไป จำนวน 40 คน รวมตัวอย่าง 400 คน พบว่ากลุ่มตัวอย่างในระดับผู้จำหน่ายตรงขึ้นไปสามารถจำแนกได้ดังนี้ ผู้จำหน่ายอิสระระดับผู้จำหน่ายตรง จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 3.76 ผู้จำหน่ายตรงระดับทับทิมจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.75 ผู้จำหน่ายตรงระดับมรกตจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 ผู้จำหน่ายตรงระดับไข่มุกจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.24 ผู้จำหน่ายตรงระดับไพลิน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50 ผู้จำหน่ายตรงระดับเพชรบริหารจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25 ผู้จำหน่ายตรงระดับเพชรจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75 และผู้จำหน่ายตรงระดับตรีเพชรจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25 (ตารางที่ 19)

ตารางที่ 19 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับความสำเร็จ

ระดับความสำเร็จ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ผู้จำหน่ายอิสระ	360	90.00
ผู้จำหน่ายตรง	16	3.76
ผู้จำหน่ายตรงระดับไพลิน	6	1.50
ผู้จำหน่ายตรงระดับทับทิม	7	1.75
ผู้จำหน่ายตรงระดับไข่มุก	4	1.24
ผู้จำหน่ายตรงระดับมรกต	2	0.50

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 19 (ต่อ)

ระดับความสำเร็จ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ผู้จำหน่ายตรงระดับเพชร	3	0.75
ผู้จำหน่ายตรงระดับเพชรบริหาร	1	0.25
ผู้จำหน่ายตรงระดับตรีเพชร	1	0.25
รวม	400	100.00

เหตุผลในการตัดสินใจสมัครเป็นผู้จำหน่ายอิสระในธุรกิจขายตรงของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ของกลุ่มตัวอย่าง

ในการวัดระดับทัศนคติในด้านต่าง ๆ ของผู้จำหน่ายตรงถึงเหตุผลในการตัดสินใจสมัครเป็นผู้จำหน่ายอิสระในธุรกิจขายตรงของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด จัดแบ่งการคิดคะแนนผลการศึกษามีรายละเอียดดังนี้ (ชัยสิทธิ์, 2540)

$$\begin{aligned}
 \text{คะแนนสูงสุดของทัศนคติ} &= 5 \\
 \text{คะแนนต่ำสุดของทัศนคติ} &= 1 \\
 \text{พิสัยของคะแนนเฉลี่ย} &= \text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด} \\
 &= 5 - 1 = 4 \\
 \text{กำหนดระดับทัศนคติมี 5 ระดับ} \\
 \text{อันตรภาคชั้น} &= \text{พิสัย} / \text{จำนวนชั้น} \\
 &= 4/5 = 0.80
 \end{aligned}$$

ช่วงคะแนนการพิจารณาความคิดเห็นดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	4.20 – 5.00	หมายถึง ทัศนคติเห็นด้วยมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	3.40 – 4.19	หมายถึง ทัศนคติเห็นด้วยมาก
คะแนนเฉลี่ย	2.60 – 3.39	หมายถึง ทัศนคติเห็นด้วยปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	1.80 – 2.59	หมายถึง ทัศนคติเห็นด้วยน้อย
คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 1.79	หมายถึง ทัศนคติเห็นด้วยน้อยที่สุด

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีเหตุผลในการตัดสินใจทำธุรกิจแอมเวย์ในระดับความสำคัญมากที่สุดซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.20 – 5.00 คือ ต้องการอิสรภาพในการดำเนินชีวิต ต้องการมีธุรกิจส่วนตัว ประทับใจในแผนธุรกิจ ต้องการมีรายได้เสริม ประทับใจในคุณภาพของเอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สินค้า ต้องการซื้อสินค้าใช้ในราคาทุน ต้องการมีเพื่อน เหตุผลที่มีระดับความสำคัญมากซึ่งมีค่าเฉลี่ย อยู่ระหว่าง 3.40 – 4.19 คือ ต้องการรางวัลการท่องเที่ยว หากประสบความสำเร็จจะสามารถโอนสิทธิ ความสำเร็จเป็นมรดกให้ทายาทได้ เหตุผลที่มีระดับความสำคัญปานกลางซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 2.60 – 3.39 คือ ความเชื่อถือผู้สポンเซอร์ เชื่อมั่นว่าจะสามารถทำให้ประสบความสำเร็จ เหตุผลที่มี ระดับความสำคัญน้อยซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1.80 – 2.59 คือ ความ เกรงใจผู้สポンเซอร์ และระดับ ความสำคัญน้อยที่สุดซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1.00 – 1.79 คือ การไม่มีงานทำ (ตารางที่ 20)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระในธุรกิจ ขายตรงของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด

จากการศึกษาพบว่าค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่าย อิสระในธุรกิจขายตรงของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับสูงทุก ปัจจัย และปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านความมั่นคง (ค่าเฉลี่ย 4.79) ปัจจัยด้านความ ก้าวหน้าในการทำงาน (ค่าเฉลี่ย 4.73) ปัจจัยด้านผู้ร่วมงานภายในองค์กร (ค่าเฉลี่ย 4.72) ปัจจัยด้าน ลักษณะงาน (ค่าเฉลี่ย 4.70) ปัจจัยด้านค่าตอบแทน (ค่าเฉลี่ย 4.68) ปัจจัยด้านลูกค้าและสังคม ภายนอกองค์กร (ค่าเฉลี่ย 4.60) และปัจจัยด้านบริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.37) ตามลำดับ (ตารางที่ 21)

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยที่ใช้ใน การตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระในธุรกิจขายตรง ของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด

การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพหลัก รายได้ต่อเดือน จำนวนปีที่อยู่ในธุรกิจ และระดับความสำเร็จในธุรกิจกับปัจจัยที่ใช้ใน การการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระในธุรกิจขายตรงของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ปัจจัยด้านค่าตอบแทน ปัจจัยด้านลักษณะงาน ปัจจัย ด้านความมั่นคง ปัจจัยด้านความก้าวหน้าในการทำงาน ปัจจัยด้านผู้ร่วมงานภายในองค์กร ปัจจัย ด้านลูกค้าและสังคมภายนอกองค์กร และปัจจัยด้านบริษัท มีรายละเอียดในการทดสอบ และสรุป ผลการทดสอบความสัมพันธ์ดังต่อไปนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 20 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของเหตุผลในการตัดสินใจสมัครเป็นผู้จำหน่ายอิสระของกลุ่มตัวอย่าง

เหตุผลในการตัดสินใจสมัคร เป็นผู้จำหน่ายอิสระ	จำนวน (คน)				Mean	S.D.	ระดับทัศนคติ
	สำคัญ มากที่สุด	สำคัญ มาก	ปานกลาง	ไม่สำคัญ น้อย			
ต้องการอิสระภาพในการดำเนินชีวิต	311 (77.8)	39 (9.8)	20 (5.0)	12 (3.0)	400 (100.0)	1.04	สำคัญมากที่สุด
ต้องการมีธุรกิจส่วนตัว	298 (74.5)	42 (10.5)	23 (5.8)	15 (3.8)	400 (100.0)	1.12	สำคัญมากที่สุด
ประทับใจในแผนธุรกิจ	268 (67.0)	70 (17.5)	33 (8.3)	16 (4.0)	400 (100.0)	1.02	สำคัญมากที่สุด
ต้องการมีรายได้เสริม	285 (71.3)	44 (11.5)	32 (8.0)	21 (5.3)	400 (100.0)	1.12	สำคัญมากที่สุด
ประทับใจในคุณภาพของสินค้า	254 (63.5)	70 (17.5)	45 (11.3)	20 (5.0)	400 (100.0)	1.04	สำคัญมากที่สุด
ต้องการซื้อสินค้าได้ในราคาถูก	251 (62.8)	76 (19.0)	39 (9.8)	12 (3.0)	400 (100.0)	1.12	สำคัญมากที่สุด

ตารางที่ 20 (ต่อ)

เหตุผลในการตัดสินใจสมัคร เป็นผู้จำหน่ายอิสระ	จำนวน (คน)				Mean	S.D.	ระดับทัศนคติ
	สำคัญ มากที่สุด	สำคัญ มาก	ปานกลาง	ไม่สำคัญ น้อย			
ต้องการมีเพื่อน	265 (66.3)	45 (11.3)	43 (10.8)	17 (4.3)	30 (7.5)	400 (100.0)	สำคัญมากที่สุด
ต้องการรางวัลการท่องเที่ยว	236 (59.0)	51 (12.8)	35 (8.8)	36 (9.0)	42 (10.5)	400 (100.0)	สำคัญมาก
สามารถโอนสิทธิความเป็นมรดกให้ ทายาทได้	216 (54.0)	41 (10.3)	34 (8.5)	23 (5.8)	86 (21.5)	400 (100.0)	สำคัญมาก
เชื่อถือผู้ประกอบการที่เชื่อมั่นว่าจะสามารถทำ ให้ประสบความสำเร็จ	170 (42.5)	39 (9.8)	50 (12.5)	33 (8.3)	108 (27.0)	400 (100.0)	สำคัญปานกลาง
เกรงใจผู้ประกอบการ	47 (11.8)	26 (6.5)	58 (14.5)	58 (14.5)	211 (52.8)	400 (100.0)	สำคัญน้อย
ไม่มีงานทำ	30 (7.5)	5 (1.3)	5 (1.3)	23 (5.8)	337 (84.3)	400 (100.0)	สำคัญน้อยที่สุด

ตารางที่ 21 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจดำรงสถานภาพ เป็นผู้จำหน่ายอิสระ	จำนวน (คน)							Mean	S.D.	ระดับทัศนคติ
	สำคัญมากที่สุด	สำคัญมาก	ปานกลาง	สำคัญน้อย	ไม่สำคัญ	รวม				
ปัจจัยด้านความมั่นคง	340	48	5	4	3	400	4.79	0.58	สำคัญมากที่สุด	
	(85.0)	(12.0)	(1.3)	(1.0)	(0.8)	(100.0)				
ปัจจัยด้านความก้าวหน้าในการทำงาน	322	59	12	4	3	400	4.73	0.63	สำคัญมากที่สุด	
	(80.5)	(14.8)	(3.0)	(1.0)	(0.8)	(100.0)				
ปัจจัยด้านผู้ร่วมงานภายในองค์กร	316	62	17	2	3	400	4.72	0.64	สำคัญมากที่สุด	
	(79.0)	(15.5)	(4.3)	(0.5)	(0.8)	(100.0)				
ปัจจัยด้านลักษณะงาน	312	63	16	6	3	400	4.69	0.69	สำคัญมากที่สุด	
	(78.0)	(15.8)	(4.0)	(1.5)	(0.8)	(100.0)				
ปัจจัยด้านค่าตอบแทน	307	69	14	3	7	400	4.66	0.74	สำคัญมากที่สุด	
	(76.8)	(17.3)	(3.5)	(0.8)	(1.8)	(100.0)				
ปัจจัยด้านลูกค้าและสังคมภายนอกองค์กร	288	80	21	8	3	400	4.60	0.75	สำคัญมากที่สุด	
	(72.0)	(3.0)	(5.3)	(2.0)	(0.8)	(100.0)				
ปัจจัยด้านบริษัท	224	105	66	5	-	400	4.37	0.80	สำคัญมากที่สุด	
	(56.0)	(26.3)	(16.5)	(1.3)		(100.0)				

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บคือค่าร้อยละ

เพศกับปัจจัยที่ใช้ในการการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระในด้านต่าง ๆ

H_0 : ระดับของทัศนคติต่อปัจจัยที่ใช้ในการการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระในธุรกิจขายตรงของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัดในด้านต่าง ๆ ของเพศชายและเพศหญิงไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับของทัศนคติต่อปัจจัยที่ใช้ในการการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระในธุรกิจขายตรงของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัดในด้านต่าง ๆ ของเพศชายและเพศหญิงแตกต่างกัน

กำหนดค่านัยสำคัญ = 0.05

เมื่อพิจารณาโดยใช้วิธีทางสถิติวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของระดับทัศนคติต่อปัจจัยที่ใช้ในการการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระในธุรกิจขายตรงของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัดในด้านต่าง ๆ ของเพศชายและเพศหญิง (T-test for Equality of Mean) ผลการทดสอบพบว่าทัศนคติต่อปัจจัยด้านบริษัทของเพศชายและเพศหญิงแตกต่างกัน ณ ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 โดยจากข้อมูลค่าเฉลี่ยพบว่า เพศหญิงจะให้ความสำคัญต่อปัจจัยนี้มากกว่าเพศชาย สำหรับปัจจัยอื่น ๆ ที่เหลือนั้นพบว่า เพศชายและเพศหญิงมีทัศนคติต่อปัจจัยที่ใช้ในการการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระไม่ต่างกัน (ตารางที่ 22)

อายุกับปัจจัยที่ใช้ในการการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระในด้านต่าง ๆ

H_0 : ระดับของทัศนคติต่อปัจจัยที่ใช้ในการการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระในธุรกิจขายตรงของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัดในด้านต่าง ๆ ของแต่ละช่วงอายุไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับของทัศนคติต่อปัจจัยที่ใช้ในการการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระในธุรกิจขายตรงของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัดในด้านต่าง ๆ ของแต่ละช่วงอายุแตกต่างกัน

กำหนดค่านัยสำคัญ = 0.05

เมื่อพิจารณาโดยใช้วิธีทางสถิติวิเคราะห์ความแปรปรวน (One-Way Anova) ในการทดสอบสมมติฐาน ผลการทดสอบพบว่าทัศนคติต่อปัจจัยด้านความก้าวหน้าในการทำงาน ปัจจัยด้านลูกค้าและสังคมภายนอกองค์กร และปัจจัยด้านบริษัทของแต่ละช่วงอายุมีความแตกต่างกัน ณ ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 โดยจากข้อมูลค่าเฉลี่ยพบว่า กลุ่มอายุ 41 - 50 ปี ให้ความสำคัญต่อ

ปัจจัยด้านความก้าวหน้าในการทำงานมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ กลุ่มอายุ 20 - 25 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลูกค่าและสังคมภายนอกองค์กรมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ และกลุ่มอายุน้อยกว่า 20 ปีให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบริษัทมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ สำหรับปัจจัยอื่น ๆ ที่เหลือนั้นพบว่าแต่ละช่วงอายุมีทัศนคติต่อปัจจัยที่ใช้ในการการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระไม่ต่างกัน (ตารางที่ 23)

ตารางที่ 22 ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อปัจจัยทางด้านต่าง ๆ กับเพศ

ปัจจัยด้านต่าง ๆ	ชาย		หญิง		T	นัยสำคัญ Sig.
	Mean	S.D.	Mean	S.D.		
ปัจจัยด้านค่าตอบแทน	4.64	0.72	4.72	0.73	1.091	0.276
ปัจจัยด้านลักษณะงาน	4.71	0.59	4.68	0.73	0.361	0.718
ปัจจัยด้านความมั่นคง	4.80	0.50	4.78	0.65	0.453	0.650
ปัจจัยด้านความก้าวหน้าในการทำงาน	4.69	0.55	4.77	0.72	1.155	0.249
ปัจจัยด้านผู้ร่วมงานภายในองค์กร	4.71	0.55	4.71	0.73	0.044	0.965
ปัจจัยด้านลูกค่าและสังคมภายนอกองค์กร	4.57	0.79	4.63	0.68	0.784	0.434
ปัจจัยด้านบริษัท	4.24	0.86	4.50	0.70	3.315	0.001

ระดับการศึกษากับปัจจัยที่ใช้ในการการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระในด้านต่าง ๆ

H_0 : ระดับของทัศนคติต่อปัจจัยที่ใช้ในการการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระในธุรกิจขายตรงของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัดในด้านต่าง ๆ ของแต่ละระดับการศึกษาไม่แตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 23 ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อปัจจัยทางด้านต่าง ๆ จำแนกตามอายุ

ปัจจัย	อายุ										F ratio	Sig.		
	ต่ำกว่า 20 ปี		20-25 ปี		26-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี				50 ปีขึ้นไป	
	Mean	S.D.	Mean	S.D.	Mean	S.D.	Mean	S.D.	Mean	S.D.			Mean	S.D.
ปัจจัยด้านค่าตอบแทน	4.42	0.75	4.74	0.44	4.51	1.16	4.75	0.56	4.73	0.51	4.70	0.68	1.592	0.161
ปัจจัยด้านลักษณะงาน	4.85	0.38	4.69	0.51	4.54	1.03	4.69	0.67	4.77	0.42	4.78	0.53	0.995	0.078
ปัจจัยด้านความมั่นคง	4.77	0.44	4.90	0.31	4.67	0.99	4.79	0.53	4.92	0.28	4.85	0.43	1.897	0.094
ปัจจัยด้านความก้าวหน้า	4.85	0.36	4.82	0.53	4.47	0.97	4.66	0.65	4.88	0.32	4.87	0.38	4.772	0.000
ปัจจัยด้านผู้ร่วมงาน	4.85	0.38	4.70	0.57	4.57	0.95	4.65	0.64	4.64	0.55	4.83	0.48	0.931	0.460
ภายในองค์กร														
ปัจจัยด้านลูกค่า	4.14	1.03	4.76	0.52	4.51	0.94	4.56	0.77	4.73	0.57	4.59	0.68	2.355	0.040
และสังคมภายนอกองค์กร														
ปัจจัยด้านบริษัท	5.00	0.00	4.45	0.79	4.15	0.93	4.35	0.75	4.26	0.83	4.54	0.68	3.929	0.002

H_1 : ระดับของทัศนคติต่อปัจจัยที่ใช้ในการการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระในธุรกิจขายตรงของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัดในด้านต่าง ๆ ของแต่ละระดับการศึกษาแตกต่างกัน

กำหนดค่านัยสำคัญ = 0.05

เมื่อพิจารณาโดยใช้วิธีทางสถิติวิเคราะห์ความแปรปรวน (One-Way Anova) ในการทดสอบสมมติฐาน ผลการทดสอบพบว่า ทัศนคติต่อปัจจัยด้านความก้าวหน้าในการทำงาน ปัจจัยด้านลูกค้าและสังคมภายนอกองค์กร และปัจจัยด้านบริษัทของแต่ละกลุ่มระดับการศึกษาแตกต่างกัน ณ ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 กลุ่มที่มีระดับการศึกษาชั้นประถมหรือต่ำกว่าให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านความก้าวหน้าในการทำงานและปัจจัยด้านลูกค้าและสังคมภายนอกองค์กรมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ และกลุ่มที่มีระดับการศึกษาชั้นมัธยมต้นให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบริษัทมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ สำหรับปัจจัยอื่น ๆ ที่เหลือนั้นมีค่าสถิติทดสอบมากกว่าค่านัยสำคัญ ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน H_0 กล่าวคือในแต่ละระดับการศึกษามีทัศนคติต่อปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระไม่ต่างกัน (ตารางที่ 24)

อาชีพหลักกับปัจจัยที่ใช้ในการการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระในด้านต่าง ๆ

H_0 : ระดับของทัศนคติต่อปัจจัยที่ใช้ในการการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระในธุรกิจขายตรงของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัดในด้านต่าง ๆ ของแต่ละอาชีพหลักไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับของทัศนคติต่อปัจจัยที่ใช้ในการการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระในธุรกิจขายตรงของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัดในด้านต่าง ๆ ของแต่ละอาชีพหลักแตกต่างกัน

กำหนดค่านัยสำคัญ = 0.05

เมื่อพิจารณาโดยใช้วิธีทางสถิติวิเคราะห์ความแปรปรวน (One-Way Anova) ในการทดสอบสมมติฐาน ผลการทดสอบพบว่าทุกปัจจัยที่ใช้ในการการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระในธุรกิจขายตรงของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัดในแต่ละอาชีพหลักแตกต่างกัน ณ ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 โดยที่กลุ่มที่มีอาชีพหลักรับราชการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านความมั่นคงและปัจจัยด้านความก้าวหน้ามากกว่ากลุ่มอื่น ๆ กลุ่มที่มีอาชีพหลักเป็นเจ้าของธุรกิจส่วนตัวให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะงาน ปัจจัยด้านค่าตอบแทน ปัจจัยด้าน

ตารางที่ 24 ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อปัจจัยทางด้านต่าง ๆ จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัย	ระดับการศึกษา												F ratio	Sig.
	ประถมและต่ำกว่า		มัธยมต้น		มัธยมปลาย		ปวส./ปวช./อนุปริญญา		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี			
	Mean	S.D.	Mean	S.D.	Mean	S.D.	Mean	S.D.	Mean	S.D.	Mean	S.D.		
ปัจจัยด้านคาตออบแทน	4.59	0.51	4.50	0.66	4.85	0.36	4.62	0.71	4.71	0.74	4.53	0.97	0.860	0.508
ปัจจัยด้านลักษณะงาน	4.53	0.72	4.42	0.97	4.70	0.55	4.87	0.41	4.71	0.66	4.62	0.84	1.043	0.399
ปัจจัยด้านความมั่นคง	4.76	0.44	4.75	0.61	4.87	0.34	4.87	0.34	4.81	0.62	4.75	0.81	0.177	0.971
ปัจจัยด้านความก้าวหน้า	5.00	0.00	4.95	0.35	4.75	0.42	4.86	0.35	4.69	0.69	4.54	0.90	3.283	0.006
ปัจจัยด้านผู้ร่วมงาน	4.82	0.39	4.67	0.48	4.80	0.40	4.70	0.54	4.66	0.69	4.61	0.89	1.039	0.394
ภายในองค์กร														
ปัจจัยด้านลูกค้า	4.83	0.38	4.70	0.47	4.81	0.39	4.79	0.49	4.67	0.66	4.62	0.90	2.348	0.041
และสังคมภายนอกองค์กร														
ปัจจัยด้านบริษัท	3.83	1.09	4.55	0.68	4.31	0.75	4.34	0.70	4.50	0.76	4.21	0.89	3.525	0.004

ผู้ร่วมงานภายในองค์กร และปัจจัยด้านลูกค้ำและสังคมภายนอกองค์กรมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ และกลุ่มที่มีอาชีพหลักเป็นนิสิต นักศึกษาให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบริษัทมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ (ตารางที่ 25)

ระดับรายได้จากการเป็นผู้จำหน่ายแอมเวย์กับปัจจัยที่ใช้ในการการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระในด้านต่าง ๆ

H_0 : ระดับของทัศนคติต่อปัจจัยที่ใช้ในการการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระในธุรกิจขายตรงของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัดในด้านต่าง ๆ ของแต่ละระดับรายได้จากการเป็นผู้จำหน่ายแอมเวย์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับของทัศนคติต่อปัจจัยที่ใช้ในการการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระในธุรกิจขายตรงของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัดในด้านต่าง ๆ ของแต่ละระดับรายได้จากการเป็นผู้จำหน่ายแอมเวย์แตกต่างกัน

กำหนดค่านัยสำคัญ $= 0.05$

เมื่อพิจารณาโดยใช้วิธีทางสถิติวิเคราะห์ความแปรปรวน (One-Way Anova) ในการทดสอบสมมติฐาน ผลการทดสอบพบว่าทัศนคติต่อปัจจัยด้านค่าตอบแทน ปัจจัยด้านความมั่นคง ปัจจัยด้านลักษณะงาน ปัจจัยด้านลูกค้ำและสังคมภายนอกองค์กร ปัจจัยด้านลูกค้ำและสังคมภายนอกองค์กร และปัจจัยด้านบริษัทในแต่ละระดับรายได้แตกต่างกัน ณ ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 กลุ่มที่มีระดับรายได้มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลตอบแทนมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ กลุ่มที่มีระดับรายได้ 40,001 – 50,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะงาน มากกว่ากลุ่มอื่น ๆ กลุ่มที่มีระดับรายได้มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านความมั่นคง ปัจจัยด้านลูกค้ำและสังคมภายนอกองค์กร และปัจจัยด้านบริษัทมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ และกลุ่มที่มีระดับรายได้ 10,000 - 20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผู้ร่วมงานภายในองค์กรมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ สำหรับปัจจัยอื่น ๆ ที่เหลือนั้นพบว่า ในแต่ละระดับรายได้จากการเป็นผู้จำหน่าย แอมเวย์มีทัศนคติต่อปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระไม่ต่างกัน (ตารางที่ 26)

ตารางที่ 25 ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อปัจจัยทางด้านต่าง ๆ จำแนกตามอาชีพหลักที่ทำควบคู่กับธุรกิจแอมเวย์

ปัจจัย	รับราชการ		พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		อาชีพหลัก				F ratio	Sig.		
	Mean	S.D.	Mean	S.D.	พนักงานใน บริษัทเอกชน		เจ้าของธุรกิจส่วน ตัว				Mean	S.D.
					Mean	S.D.	Mean	S.D.	Mean	S.D.		
ปัจจัยด้านค่าตอบแทน	4.84	0.44	4.77	0.51	4.05	1.29	4.85	0.45	4.50	0.62	12.494	0.000
ปัจจัยด้านลักษณะงาน	4.73	0.42	4.80	0.53	4.27	1.19	4.90	0.29	4.66	0.59	6.886	0.000
ปัจจัยด้านความมั่นคง	4.98	0.16	4.80	0.47	4.41	1.09	4.97	0.21	4.83	0.31	9.138	0.000
ปัจจัยด้านความก้าวหน้า	4.86	0.37	4.77	0.39	4.39	1.04	4.80	0.53	4.75	0.41	5.210	0.000
ปัจจัยด้านผู้ร่วมงาน ภายในองค์กร	4.75	0.50	4.75	0.81	4.38	1.05	4.92	0.29	4.79	0.48	5.113	0.001
ปัจจัยด้านลูกค้า และสังคมภายนอกองค์กร	4.64	0.50	4.71	0.72	4.13	1.06	4.87	0.32	4.41	0.78	7.960	0.000
ปัจจัยด้านบริษัท	4.51	0.78	4.12	0.92	4.51	0.73	4.15	0.92	4.79	0.48	5.187	0.000

ตารางที่ 26 ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อปัจจัยทางด้านต่าง ๆ จำแนกตามระดับรายได้จากการเป็นผู้จำหน่ายแอมเวย์

ปัจจัย	ระดับรายได้จากการเป็นผู้จำหน่ายแอมเวย์ (บาท)						F ratio	Sig.		
	ต่ำกว่า 10,000	10,000-20,000	20,001-40,000	40,001-50,000	50,001 ขึ้นไป					
	Mean	S.D.	Mean	S.D.	Mean	S.D.	Mean	S.D.		
ปัจจัยด้านค่าตอบแทน	4.45	0.97	4.84	0.40	5.00	0.00	5.00	0.00	10.224	0.000
ปัจจัยด้านลักษณะงาน	4.62	0.81	4.68	0.55	4.87	0.31	4.95	0.28	2.554	0.039
ปัจจัยด้านความมั่นคง	4.70	0.77	4.87	0.30	4.97	0.30	4.85	0.59	3.892	0.004
ปัจจัยด้านความก้าวหน้า	4.66	0.79	4.77	0.46	4.71	0.46	4.63	0.65	1.056	0.378
ปัจจัยด้านผู้ร่วมงาน	4.61	0.78	4.84	0.51	4.78	0.59	4.80	0.48	2.971	0.019
ภายในองค์กร										
ปัจจัยด้านลูกค้า	4.40	0.92	4.77	0.39	4.75	0.45	4.90	0.38	7.530	0.000
และสังคมภายนอกองค์กร										
ปัจจัยด้านบริษัท	4.49	0.81	4.15	0.83	4.24	0.60	4.50	0.59	4.716	0.001

จำนวนปีที่อยู่ในธุรกิจกับปัจจัยที่ใช้ในการการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระในด้านต่าง ๆ

H_0 : ระดับของทัศนคติต่อปัจจัยที่ใช้ในการการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระในธุรกิจขายตรงของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัดในด้านต่าง ๆ ของแต่ละช่วงจำนวนปีที่อยู่ในธุรกิจไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับของทัศนคติต่อปัจจัยที่ใช้ในการการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระในธุรกิจขายตรงของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัดในด้านต่าง ๆ ของแต่ละช่วงจำนวนปีที่อยู่ในธุรกิจแตกต่างกันกำหนดค่านัยสำคัญ = 0.05

เมื่อพิจารณาโดยใช้วิธีทางสถิติวิเคราะห์ความแปรปรวน (One-Way Anova) ในการทดสอบสมมติฐาน ผลการทดสอบพบว่าทัศนคติต่อปัจจัยด้านค่าตอบแทน ปัจจัยด้านลักษณะงาน และปัจจัยด้านลูกค้าและสังคมภายนอกองค์กร แต่ละช่วงจำนวนปีที่อยู่ในธุรกิจแตกต่างกัน ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 กลุ่มที่เป็นผู้จำหน่ายอิสระมานาน 8 - 10 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านค่าตอบแทน ปัจจัยด้านลักษณะงาน ปัจจัยด้านลูกค้าและสังคมภายนอกองค์กรมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ สำหรับปัจจัยอื่น ๆ ที่เหลือนั้นพบว่า ในแต่ละช่วงระยะเวลาที่เป็นผู้จำหน่ายอิสระมีทัศนคติต่อปัจจัยที่ใช้ในการการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระไม่ต่างกัน (ตารางที่ 27)

ระดับความสำเร็จในธุรกิจกับปัจจัยที่ใช้ในการการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระในด้านต่าง ๆ

H_0 : ระดับของทัศนคติต่อปัจจัยที่ใช้ในการการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระในธุรกิจขายตรงของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัดในด้านต่าง ๆ ของแต่ละระดับความสำเร็จในธุรกิจไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับของทัศนคติต่อปัจจัยที่ใช้ในการการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระในธุรกิจขายตรงของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัดในด้านต่าง ๆ ของแต่ละระดับความสำเร็จในธุรกิจแตกต่างกัน

กำหนดค่านัยสำคัญ = 0.05

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 27 ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อบัณฑิตทางด้านต่าง ๆ จำแนกตามระยะเวลาที่เป็นผู้จำหน่ายอิสระ

ปัจจัย	ระยะเวลาที่เป็นผู้จำหน่ายอิสระ						F ratio	Sig.		
	2 - 4 ปี		5 - 7 ปี		มากกว่า 10 ปี ขึ้นไป					
	Mean	S.D.	Mean	S.D.	Mean	S.D.				
บัณฑิตด้านค่าตอบแทน	4.53	0.89	4.85	0.35	4.92	0.37	4.86	0.38	9.537	0.000
บัณฑิตด้านลักษณะงาน	4.62	0.79	4.75	0.49	4.88	0.32	4.71	0.49	3.649	0.030
บัณฑิตด้านความมั่นคง	4.76	0.70	4.88	0.33	4.85	0.49	5.00	0.00	1.947	0.171
บัณฑิตด้านความก้าวหน้า	4.67	0.74	4.76	0.47	4.85	0.49	5.00	0.00	1.556	0.273
บัณฑิตด้านผู้ร่วมงาน ภายในองค์กร	4.60	0.75	4.79	0.49	4.77	0.54	5.00	0.00	2.185	0.067
บัณฑิตด้านลูกค้า และสังคมภายนอกองค์กร	4.50	0.83	4.73	0.58	4.77	0.64	4.71	0.49	4.469	0.011
บัณฑิตด้านบริษัท	4.47	0.77	4.21	0.79	4.25	0.90	4.57	0.67	3.158	0.055

เมื่อพิจารณาโดยใช้วิธีทางสถิติวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของระดับทัศนคติต่อปัจจัยที่ใช้ในการการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระในธุรกิจขายตรงของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัดในด้านต่าง ๆ ของผู้จำหน่ายอิสระและผู้จำหน่ายตรง (T-test for Equality of Mean) ผลการทดสอบพบว่าทัศนคติต่อปัจจัยด้านค่าตอบแทน ปัจจัยด้านลักษณะงาน ปัจจัยด้านความมั่นคง ปัจจัยด้านความก้าวหน้าในการทำงาน ปัจจัยด้านผู้ร่วมงานภายในองค์กร และปัจจัยด้านลูกค้าและสังคมภายนอกองค์กรของผู้จำหน่ายอิสระและผู้จำหน่ายตรงแตกต่างกัน ณ ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 โดยจากข้อมูลค่าเฉลี่ยพบว่า ผู้จำหน่ายตรงจะให้ความสำคัญต่อปัจจัยเหล่านี้มากกว่าผู้จำหน่ายอิสระ สำหรับปัจจัยอื่น ๆ ที่เหลือนั้นพบว่า ผู้จำหน่ายอิสระและผู้จำหน่ายตรงมีทัศนคติต่อปัจจัยที่ใช้ในการการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระไม่ต่างกัน (ตารางที่ 28)

ตารางที่ 28 ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อปัจจัยทางด้านต่าง ๆ กับระดับความสำเร็จในธุรกิจ

ปัจจัยด้านต่าง ๆ	ผู้จำหน่ายอิสระ		ผู้จำหน่ายตรง		T	นัยสำคัญ Sig.
	Mean	S.D.	Mean	S.D.		
ปัจจัยด้านค่าตอบแทน	4.54	0.86	4.95	0.20	7.454	0.000
ปัจจัยด้านลักษณะงาน	4.59	0.79	4.91	0.31	5.901	0.000
ปัจจัยด้านความมั่นคง	4.73	0.68	4.92	0.29	4.082	0.000
ปัจจัยด้านความก้าวหน้าใน การทำงาน	4.69	0.72	4.82	0.44	2.136	0.033
ปัจจัยด้านผู้ร่วมงาน	4.65	0.72	4.83	0.43	3.209	0.001
ปัจจัยด้านลูกค้าและสังคม ภายนอกองค์กร	4.51	0.85	4.77	0.44	4.064	0.000
ปัจจัยด้านบริษัท	4.41	0.80	4.29	0.80	1.317	0.189

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

จากการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลของผู้จำหน่ายอิสระกลุ่มตัวอย่าง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระในธุรกิจขายตรงของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด โดยไม่เปลี่ยนไปทำธุรกิจกับบริษัทขายตรงอื่น ๆ สามารถสรุปได้ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ผู้จำหน่ายอิสระกลุ่มตัวอย่างมีสัดส่วนของเพศชายเท่า ๆ กับเพศหญิง ส่วนใหญ่จะเป็นคนทำงานที่อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 31 – 40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพรับราชการเป็นงานประจำ มีรายได้ระหว่าง 10,000 - 20,000 บาทต่อเดือน และทำธุรกิจแอมเวย์แบบส่วเวลา (Part Time) เป็นระยะเวลา 2 - 4 ปี มีรายได้จากการเป็นผู้จำหน่ายอิสระเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท

เหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจสมัครเป็นผู้จำหน่ายอิสระในธุรกิจขายตรงของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด

ผลจากการสำรวจการให้ความสำคัญกับเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจสมัครเป็นผู้จำหน่ายอิสระในธุรกิจขายตรงของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัดของกลุ่มตัวอย่าง พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับความต้องการอิสรภาพในการดำเนินชีวิตมากที่สุดเป็นอันดับที่ 1 ส่วนเหตุผลที่มีความสำคัญรองลงมา คือ ต้องการมีธุรกิจส่วนตัว ประทับใจในแผนธุรกิจ ต้องการมีรายได้เสริม ประทับใจในคุณภาพของสินค้า ต้องการซื้อสินค้าใช้ในราคาทุน ต้องการมีเพื่อน ต้องการรางวัลการท่องเที่ยว หากประสบความสำเร็จจะสามารถโอนสิทธิความสำเร็จเป็นมรดกให้ทายาทได้ ความเชื่อถือผู้สポンเซอร์เชื่อมั่นว่าจะสามารถทำให้ประสบความสำเร็จ เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญในอันดับรองลงมาตามลำดับ สำหรับเหตุผลด้านความเกรงใจผู้สポンเซอร์และการไม่มีงานทำเป็นปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญน้อยที่สุดตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระในธุรกิจขายตรงของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด โดยไม่เปลี่ยนไปทำธุรกิจกับบริษัทขายตรงอื่น ๆ

ผลจากการสำรวจการให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระในธุรกิจขายตรงของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ของกลุ่มตัวอย่างพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความมั่นคงมากที่สุดเป็นอันดับที่ 1 ส่วนปัจจัยที่มีความสำคัญรองลงมา คือ ปัจจัยด้านความก้าวหน้าในการทำงาน ปัจจัยด้านผู้ร่วมงานภายในองค์กร ปัจจัยด้านลักษณะงาน ปัจจัยด้านค่าตอบแทน ปัจจัยด้านลูกค้าและสังคมภายนอกองค์กร เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญในอันดับรองลงมาตามลำดับ และปัจจัยด้านบริษัทเป็นปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญน้อยที่สุด

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระ

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพหลัก รายได้ต่อเดือนจากการเป็นผู้จำหน่ายอิสระ จำนวนปีที่อยู่ในธุรกิจ และระดับความสำเร็จในธุรกิจกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระพบว่า

เพศกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระนั้นพบว่าปัจจัยด้านบริษัทของเพศชายและเพศหญิงแตกต่างกัน โดยที่เพศหญิงจะให้ความสำคัญต่อปัจจัยนี้มากกว่าเพศชาย สำหรับปัจจัยอื่น ๆ เพศชายและเพศหญิงมีทัศนคติต่อปัจจัยที่ใช้ในการการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระไม่ต่างกัน

อายุกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระนั้น พบว่าแต่ละกลุ่มอายุมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระแตกต่างกันในเรื่องปัจจัยด้านความก้าวหน้าในการทำงาน ปัจจัยด้านลูกค้าและสังคมภายนอกองค์กร และปัจจัยด้านบริษัท สำหรับปัจจัยอื่น ๆ แต่ละกลุ่มอายุมีปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระไม่ต่างกัน

ระดับการศึกษากับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระนั้น พบว่าแต่ละระดับการศึกษามีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระแตกต่างกันในเรื่อง ปัจจัยด้านความก้าวหน้าในการทำงาน ปัจจัยด้านลูกค้าและสังคมภายนอกองค์กรและปัจจัยด้านบริษัท สำหรับปัจจัยอื่น ๆ แต่ละระดับการศึกษามีปัจจัยที่ใช้ในการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระไม่ต่างกัน

อาชีพหลักกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระนั้น พบว่าแต่ละกลุ่มอาชีพหลักมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระแตกต่างกันในทุกปัจจัย

รายได้ต่อเดือนจากการเป็นผู้จำหน่ายอิสระกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระนั้น พบว่าแต่ละระดับรายได้มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระแตกต่างกันในเรื่องปัจจัยด้านค่าตอบแทน ปัจจัยด้านลักษณะงาน ปัจจัยด้านความมั่นคง ปัจจัยด้านผู้ร่วมงานภายในองค์กร ปัจจัยด้านลูกค้าและสังคมภายนอกองค์กร และปัจจัยด้านบริษัท สำหรับปัจจัยอื่น ๆ แต่ละระดับรายได้มีปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระไม่ต่างกัน

จำนวนปีที่อยู่ในธุรกิจกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระนั้น พบว่าแต่ละกลุ่มมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระแตกต่างกันในเรื่องปัจจัยด้านค่าตอบแทน ปัจจัยด้านลักษณะงาน ปัจจัยด้านลูกค้าและสังคมภายนอกองค์กร สำหรับปัจจัยอื่น ๆ แต่ละกลุ่มมีปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระไม่ต่างกัน

ระดับความสำเร็จในธุรกิจกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระนั้น พบว่าแต่ละกลุ่มมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระแตกต่างกันในเรื่องปัจจัยด้านค่าตอบแทน ปัจจัยด้านลักษณะงาน ปัจจัยด้านความมั่นคง ปัจจัยด้านความก้าวหน้าในการทำงาน ปัจจัยด้านผู้ร่วมงานภายในองค์กร และปัจจัยด้านลูกค้าและสังคมภายนอกองค์กร สำหรับปัจจัยอื่น ๆ แต่ละกลุ่มอายุมีปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระไม่ต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระในธุรกิจขายตรงของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด โดยไม่เปลี่ยนไปทำธุรกิจกับบริษัทขายตรงอื่น ๆ ผู้ศึกษามุ่งหวังที่จะนำผลการศึกษาไปใช้ประโยชน์ เพื่อเป็นแนวทางซึ่งจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อบริษัทต่าง ๆ ที่ประกอบธุรกิจขายตรงในการปรับปรุงกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้จำหน่ายอิสระของบริษัทเพื่อจูงใจและรักษาผู้จำหน่ายของธุรกิจให้คงอยู่กับบริษัทตลอดไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สามารถจำแนกข้อเสนอแนะที่ได้จากผลการศึกษา ดังนี้

ข้อเสนอแนะสำหรับธุรกิจขายตรง

1. จากผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระในธุรกิจขายตรงของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด นั้น กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความมั่นคงและปัจจัยด้านความก้าวหน้าในการทำงานมากกว่าปัจจัยด้านค่าตอบแทนและปัจจัยด้านบริษัท ซึ่งเกี่ยวข้องกับ ชื่อเสียงของบริษัท ระบบการจัดการ คุณภาพและความหลากหลายของสินค้า การที่บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด สามารถจูงใจให้ผู้จำหน่ายมีความจงรักภักดีและยังคงอยู่เป็นผู้จำหน่ายอิสระของบริษัทต่อไปนั้น อาจเป็นเพราะแผนธุรกิจการขายตรงแบบการสร้างเครือข่ายด้วยระบบการตลาดหลายชั้นหรือระบบเครือข่าย (Multi Level Marketing or Network Marketing) และการให้สิทธิในการโอนย้ายรายได้และสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ให้ผู้อื่นซึ่งเป็นทายาทได้ ซึ่งเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับผู้จำหน่ายถึงความมั่นคงของรายได้ในอนาคต ดังนั้นบริษัทต่าง ๆ ที่จะดำเนินธุรกิจแบบขายตรงจะต้องคำนึงถึงปัจจัยดังกล่าวด้วย จึงจะสามารถรักษาผู้จำหน่ายอิสระให้ยังคงตัดสินใจทำงานกับบริษัทต่อไป โดยไม่เปลี่ยนแปลงทำธุรกิจกับบริษัทขายตรงอื่น ๆ

2. จากผลการศึกษาพบว่าเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจสมัครเป็นผู้จำหน่ายอิสระในธุรกิจขายตรงของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับเหตุผลความเก๋างใจผู้สponseในระดับต่ำ ดังนั้นบริษัทต่าง ๆ ที่ดำเนินธุรกิจแบบขายตรงจะต้องไม่ใช้วิธีการบังคับให้สมัครเป็นผู้จำหน่ายอิสระเพราะผู้ที่สมัครเป็นผู้จำหน่ายอิสระด้วยเหตุผลดังกล่าวจะไม่ดำรงสถานภาพและทำธุรกิจกับบริษัทต่อไปในอนาคต แต่จากผลการศึกษาพบว่าผู้จำหน่ายอิสระให้ความสำคัญกับความต้องการอิสรภาพในการดำเนินชีวิตมากเป็นอันดับหนึ่ง ดังนั้นบริษัทควรที่จะประชาสัมพันธ์ให้สังคมรับรู้ว่าการประกอบอาชีพผู้จำหน่ายตรงเป็นอาชีพที่มีความเป็นอิสระในการทำงานไม่ต้องยึดติดกับเวลาการทำงาน ทำให้มีเวลาทำกิจกรรมอื่น ๆ ในชีวิตมากขึ้น มีอิสระในการดำเนินชีวิตมากขึ้น จึงจะสามารถกระตุ้นให้ผู้สนใจเข้ามาสมัครทำธุรกิจกับบริษัทมากขึ้น

3. จากผลการศึกษาพบว่า ผู้จำหน่ายอิสระส่วนใหญ่มีรายได้จากการทำธุรกิจขายตรงเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และเหตุผลทางด้านค่าตอบแทน เช่น ความประทับใจในแผนธุรกิจ และความต้องการรายได้เสริม ไม่ใช่เหตุผลที่มีความสำคัญสูงสุดต่อการตัดสินใจสมัครเป็นผู้จำหน่ายอิสระของผู้จำหน่ายที่ยังทำธุรกิจขายตรง นอกจากนี้ปัจจัยด้านรายได้ก็ไม่ใช่ปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระ ทั้งนี้สามารถอธิบายได้ด้วยเอกสารที่เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนูญาติเห็นไปเซปรีเซชันด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทฤษฎีสองปัจจัยของเฮอริสเบอร์ก (Two-Factor Theory) ซึ่งกล่าวว่าปัจจัยทางด้านการเงินเป็นปัจจัยสุขอนามัย (Hygiene Factors) ไม่มีอิทธิพลที่จะสร้างความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน แม้จะเพิ่มปัจจัยจำพวกนี้ก็ไม่เป็นผลทำให้พนักงานมีความพึงพอใจ และกระตือรือร้นที่จะทำงานอย่างมีประสิทธิภาพในระยะยาวขึ้นได้ แต่อย่างไรก็ตามผู้บริหารจำเป็นต้องพยายามรักษาปัจจัยสุขอนามัยเอาไว้ให้คงอยู่ในระดับที่พนักงานพอใจ ทั้งนี้เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดความไม่พอใจในการปฏิบัติงาน และจากการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระในธุรกิจขายตรงคือ ปัจจัยด้านความมั่นคง ปัจจัยด้านความก้าวหน้าในการทำงาน ปัจจัยด้านผู้ร่วมงานภายในองค์กร สามารถอธิบายได้ด้วยทฤษฎีสองปัจจัยของเฮอริสเบอร์ก (Two-Factor Theory) เช่นกันคือ ปัจจัยดังกล่าวเป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดแรงจูงใจ (Motivator Factors) เป็นปัจจัยที่เมื่อพนักงานในองค์กรได้รับการตอบสนองแล้วจะสร้างความพึงพอใจให้กับพนักงานและเป็นแรงจูงใจให้พนักงานยินดีทำงานให้แก่องค์กร ดังนั้นผู้ประกอบการในธุรกิจขายตรงไม่ควรมองแต่เพียงว่าผู้ที่สนใจประกอบอาชีพเสริมต้องการแต่เพียงผลตอบแทนซึ่งเป็นรายได้เสริมจากงานประจำ โดยมุ่งเน้นแต่แผนธุรกิจด้านรายได้เท่านั้น ปริมาณผลตอบแทนอาจมีความสำคัญที่จะดึงดูดให้มีผู้สนใจสมัครเป็นผู้จำหน่ายอิสระ แต่เมื่อผู้จำหน่ายเข้ามาทำธุรกิจแล้วพบว่าอาชีพขายตรงเป็นอาชีพที่ต้องอาศัยความอดทนในการสร้างเครือข่ายสมาชิก ไม่ใช่ธุรกิจที่ให้ผลตอบแทนสูงในเวลาอันรวดเร็วตามที่ต้องการ ก็จะออกจากธุรกิจไป บริษัทจึงควรส่งเสริมให้มีปัจจัยต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการด้านอื่น ๆ ของผู้จำหน่ายอิสระด้วย เช่น ความต้องการความมั่นคงในชีวิต ความต้องการความก้าวหน้าในการทำงาน และความต้องการทางสังคม

4. ปัจจุบันประเทศไทยประสบกับปัญหาเศรษฐกิจตกต่ำ แนวโน้มอัตราการว่างงานเพิ่มสูงขึ้นโดยเฉพาะกับผู้ที่เพิ่งจบการศึกษาในระดับปริญญาตรีที่มีจำนวนผู้จบการศึกษาจากมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ในแต่ละปีเป็นจำนวนมาก ซึ่งจะเป็นโอกาสที่ดีของธุรกิจขายตรงในการเพิ่มจำนวนผู้จำหน่ายอิสระของบริษัทเพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้า แต่จากการศึกษาพบว่ากลยุทธ์ของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ยังไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอที่จะดึงดูดให้กลุ่มบุคคลเหล่านี้เข้ามาเป็นผู้จำหน่ายอิสระของบริษัท เนื่องจากผู้จำหน่ายอิสระของบริษัทที่ต่ออายุดำรงสถานภาพเพื่อทำธุรกิจนั้น มีเพียงร้อยละ 7.3 เท่านั้นที่สมัครเป็นผู้จำหน่ายอิสระ เพราะไม่มีงานทำ และจากการศึกษาพบว่ากลุ่มผู้จำหน่ายอิสระที่มีอายุ 20 - 25 ปี ซึ่งเป็นช่วงอายุของผู้ที่เพิ่งจบการศึกษาในระดับปริญญาตรีมีทัศนคติต่อปัจจัยด้านความก้าวหน้าในการทำงานในระดับสูง และกลุ่มผู้จำหน่ายอิสระที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บริษัทในระดับสูงอีกด้วย ดังนั้นบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด จึงควรปรับปรุงกลยุทธ์โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านความก้าวหน้าในการทำงานและปัจจัยด้านบริษัท เช่น การส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาทักษะของผู้จำหน่ายอิสระอย่างต่อเนื่อง การประชาสัมพันธ์องค์กรให้มีภาพลักษณ์ที่ดีเป็นที่ยอมรับ เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ที่บริษัทจะได้รับจากการมีกลุ่มผู้จำหน่ายอิสระที่ดี มีความรู้สูง อาศัยอยู่ในสังคมที่มีศักยภาพในการซื้อสูงและมีเครือข่ายที่มีประสิทธิภาพ ทำให้ยอดขายของบริษัทสูงขึ้นอย่างมั่นคงต่อไป

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้จำหน่ายอิสระในธุรกิจขายตรง

1. จากผลการศึกษาพบว่าเหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจสมัครเป็นผู้จำหน่ายอิสระในธุรกิจขายตรงของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับเหตุผลความเกรงใจผู้สปอนเซอร์ในระดับต่ำ ดังนั้นการชักชวนผู้อื่นให้สมัครเป็นผู้จำหน่ายอิสระในเครือข่ายจะต้องไม่ใช่วิธีการบังคับเพราะผู้ที่สมัครเป็นผู้จำหน่ายอิสระด้วยเหตุผลดังกล่าวจะไม่ดำรงสถานภาพและทำธุรกิจต่อไปในอนาคต ซึ่งจะทำให้เครือข่ายไม่มั่นคง นอกจากนี้ยังสูญเสียค่าใช้จ่าย แรงงานและเวลาโดยไม่ได้ประโยชน์ แต่จากผลการศึกษาพบว่าผู้จำหน่ายอิสระให้ความสำคัญกับความต้องการอิสรภาพในการดำเนินชีวิตมากเป็นอันดับหนึ่ง ดังนั้นการชักชวนผู้อื่นให้สมัครเป็นผู้จำหน่ายอิสระในเครือข่ายต้องแสดงให้เห็นว่าการเป็นผู้จำหน่ายอิสระนั้นทำให้มีเวลาในการทำกิจกรรมในชีวิตอื่น ๆ ที่ต้องการได้โดยไม่ต้องยึดติดกับเวลาเหมือนงานประจำ เช่น อาจแสดงด้วยภาพถ่ายการทำกิจกรรมต่าง ๆ ของผู้จำหน่ายเอง เป็นต้น

2. การมุ่งใจเพื่อรักษาคนในเครือข่ายไว้จะต้องพิจารณาปรับกลยุทธ์ไปตามปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นที่สนใจของบุคคลผู้นั้น เช่น จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ที่มีการศึกษาน้อยจบการศึกษาระดับประถมและมัธยม จะให้ความสนใจด้านความก้าวหน้าในอาชีพมาก ควรกระตุ้นให้รู้สึกว่าการเป็นผู้จำหน่ายแอมเวย์ทำให้มีคุณภาพชีวิตที่ดี มีหน้าที่การงานที่เป็นที่ยอมรับ หรือผู้จำหน่ายที่มีอาชีพรับราชการ ซึ่งจากผลการศึกษาพบว่า ผู้จำหน่ายที่มีอาชีพรับราชการให้ความสนใจด้านความมั่นคง ดังนั้นจะต้องแนะนำให้เข้าใจถึงความมั่นคงของการทำงานแบบระบบเครือข่าย จึงจะสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการรักษาบุคคลกรในองค์กรไว้ได้

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาค้างต่อไป

สำหรับการศึกษาค้างต่อไปควรทำการศึกษาในเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระในธุรกิจขายตรงของบริษัทขายตรงอื่น ๆ ที่ทำธุรกิจอยู่ในปัจจุบัน เพื่อเปรียบเทียบกับลักษณะทั่วไปและทัศนคติของผู้จำหน่ายอิสระของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งอาจเหมือนหรือแตกต่างกัน อันจะเป็นประโยชน์ต่อบริษัทในธุรกิจขายตรง ในการกำหนดกลุ่มผู้จำหน่ายอิสระเป้าหมาย และกำหนดกลยุทธ์ในการร่วมมือหรือแข่งขันกันได้ อย่างถูกต้องต่อไป



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

แก้วกัญญ์ แจ่มจรัส. 2542. กลยุทธ์ทางการตลาดของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด. กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ชัยสิทธิ์ เฉลิมมีประเสริฐ. 2540. สถิติเพื่อนักบริหาร. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด. 2541. คู่มือการดำเนินธุรกิจแอมเวย์. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด.

บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด. 2544. ข้อมูลองค์กร. กรุงเทพฯ : <http://www.amway.co.th>

ประยูรศรี เขียมละหาญ. 2541. ทักษะคติของผู้จำหน่ายตรงบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัดต่อปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น. กรุงเทพมหานคร. การศึกษาอิสระ, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

นิรนาม. 2543. แอมเวย์หวังกฎหมายธุรกิจขายตรงช่วยกวาดล้างพวกแชร์ลูกโซ่. กรุงเทพฯ : <http://news.mweb.co.th>

_____. 2544ก. ธุรกิจขายตรงรายได้หดผู้บริโภคนวันบริษัทหลอกขาย. กรุงเทพฯ : <http://news.mweb.co.th>

_____. 2544ข. "ผู้จำหน่ายอิสระคือพระเจ้าของแอมเวย์". Leader Time. 1(9) : น.15-23.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2541. การวิจัยธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร : บริษัท A.N.การพิมพ์.

สยาม ประเสริฐธรรม. 2536. การศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จและอุปสรรคของระบบขายตรงแบบหลายระดับของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กรุงเทพมหานคร. ภาคนิพนธ์ปริญญาโท, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

สร้อยตระกูล อรรถมานะ. 2542. พฤติกรรมองค์การ:ทฤษฎีและการประยุกต์. กรุงเทพมหานคร :
สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระในธุรกิจขายตรงของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องคำตอบตามความเห็นของท่านมากที่สุด

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ส่วนของนักศึกษา

1. เพศ 1. ___

- 1) ชาย 2) หญิง

2. อายุ 2. ___

- 1) ต่ำกว่า 20 ปี 2) 20 - 25 ปี
 3) 26 - 30 ปี 4) 31 - 40 ปี
 5) 41 - 50 ปี 6) 51 ปีขึ้นไป

3. วุฒิการศึกษา 3. ___

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

4. รูปแบบการประกอบธุรกิจแอมเวย์ 4. ___

- 1) เต็มเวลา (Full Time) 2) ล่วงเวลา (Part Time)

ถ้าตอบข้อ 2) ล่วงเวลา(Part Time) โปรดข้ามไปตอบข้อ 6.

5. ลักษณะอาชีพที่เคยทำก่อนเปลี่ยนมาทำแอมเวย์เต็มเวลา 5. ___

- 1) รับราชการ 2) พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 3) พนักงานในบริษัทเอกชน 4) เจ้าของธุรกิจส่วนตัว
 5) นิสิต นักศึกษา 6) อื่นๆ (ระบุ)

(โปรดข้ามไปตอบข้อ 8.)

6. ลักษณะอาชีพหลักที่ทำอยู่ในปัจจุบัน 6. ___

- 1) รับราชการ 2) พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 3) พนักงานในบริษัทเอกชน 4) เจ้าของธุรกิจส่วนตัว
 5) นิสิต นักศึกษา 6) อื่นๆ (ระบุ)

7. รายได้ต่อเดือน(นอกเหนือจากรายได้แอมเวย์) 7. ___

- 1) ต่ำกว่า 10,000 บาท 2) 10,000 - 20,000 บาท
 3) 20,001 - 40,000 บาท 4) 40,001 - 50,000 บาท
 5) 50,001 บาท ขึ้นไป

8. รายได้ต่อเดือน(รายได้จากแอมเวย์) 8. ___
- 1) ต่ำกว่า 10,000 บาท 2) 10,000 - 20,000 บาท
- 3) 20,001 - 40,000 บาท 4) 40,001 - 50,000 บาท
- 5) 50,001 บาท ขึ้นไป
9. ระยะเวลาทั้งหมดตั้งแต่เริ่มสมัครทำแอมเวย์จนกระทั่งถึงปัจจุบัน 9. ___
- 1) 1 ปี 2) 2 ปี 3) 3 ปี 4) 4 ปี
- 5) 5 ปี 6) 6 ปี 7) 7 ปี 8) 8 ปี
- 9) 9 ปี 10) 10 ปี 11) มากกว่า 10 ปี (โปรดระบุ) ปี
10. ระดับความสำเร็จในการทำแอมเวย์ในปัจจุบัน 10. ___
- 1) ผู้จำหน่ายอิสระ 2) ผู้จำหน่ายตรง
- 3) ผู้จำหน่ายตรงระดับไพลัน 4) ผู้จำหน่ายตรงระดับทับทิม
- 5) ผู้จำหน่ายตรงระดับไข่มุก 6) ผู้จำหน่ายตรงระดับมรกต
- 7) ผู้จำหน่ายตรงระดับเพชร 8) ผู้จำหน่ายตรงระดับเพชรบริหาร
- 9) สูงกว่าผู้จำหน่ายตรงระดับเพชรบริหาร (โปรดระบุ)

ตอนที่ 2 เหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจสมัครเป็นผู้จำหน่ายอิสระในธุรกิจขายตรงของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด

โปรดพิจารณาว่าเหตุผลและปัจจัยต่าง ๆ ตามหัวข้อข้างล่างนี้ มีความสำคัญต่อท่านมากน้อยเพียงใด ในการตัดสินใจ

สมัครเป็นผู้จำหน่ายอิสระของแอมเวย์ โดยมีระดับความสำคัญดังนี้

5 = สำคัญมากที่สุด 4 = สำคัญมาก 3 = สำคัญปานกลาง
2 = สำคัญน้อย 1 = ไม่มีความสำคัญเลย

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องคำตอบตามระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด ส่วนของผู้ศึกษา

	รายละเอียด	5	4	3	2	1	
1.	ท่านสมัครเพราะเชื่อถือผู้สปอนเซอร์ เชื่อมั่นว่าจะสามารถทำให้ประสบความสำเร็จในการทำแอมเวย์ได้						1. ___
2.	ท่านสมัครเพราะเกรงใจผู้สปอนเซอร์						2. ___
3.	ท่านสมัครเพราะต้องการมีรายได้เสริม						3. ___
4.	ท่านสมัครเพราะต้องการมีธุรกิจส่วนตัว						4. ___
5.	ท่านสมัครเพราะประทับใจในแผนธุรกิจของแอมเวย์						5. ___
6.	ท่านสมัครเพราะประทับใจในคุณภาพของสินค้า						6. ___
7.	ท่านสมัครเพื่อซื้อสินค้าใช้ในราคาทุน						7. ___
8.	ท่านสมัครเพราะต้องการอิสระภาพในการดำเนินชีวิต						8. ___

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไมอนุญาตให้นำไปเผยแพร่ขึ้นด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 2 (ต่อ)

	รายละเอียด	5	4	3	2	1	
9.	ท่านสมัครเพราะต้องการมีเพื่อน						9.____
10.	ท่านสมัครเพราะต้องการรางวัลการท่องเที่ยวกับแอมเวย์						10.____
11.	ท่านสมัครเพราะหากทำแอมเวย์สำเร็จจะสามารถโอนสิทธิความสำเร็จเป็นมรดกให้ทายาทได้						11.____
12.	ท่านสมัครเพราะไม่มีงานทำ						12.____
13.	อื่นๆ (โปรดระบุ)						13.____
	1.						
	2.						
	3.						

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระในธุรกิจขายตรงของ บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด โดยไม่เลิกทำธุรกิจหรือเปลี่ยนไปทำธุรกิจกับบริษัทขายตรงอื่น ๆ

โปรดพิจารณาว่าเหตุผลและปัจจัยต่าง ๆ ตามหัวข้อข้างล่างนี้ มีความสำคัญต่อท่านมากน้อยเพียงใด ในการตัดสินใจดำรงสถานภาพเป็นผู้จำหน่ายอิสระของแอมเวย์ โดยมีระดับความสำคัญดังนี้

5 = สำคัญมากที่สุด 4 = สำคัญมาก 3 = สำคัญปานกลาง
2 = สำคัญน้อย 1 = ไม่มีความสำคัญเลย

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องคำตอบตามระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด ส่วนของผู้ศึกษา

1. ปัจจัยด้านค่าตอบแทน

	รายละเอียด	5	4	3	2	1	
1.	การทำแอมเวย์ทำให้ท่านมีรายได้มากเพียงพอกับความต้องการ						1.____
2.	การทำแอมเวย์ทำให้มีรายได้เสริมจากงานปกติได้						2.____
3.	การจ่ายค่าตอบแทนของแอมเวย์มีความยุติธรรม						3.____
4.	แอมเวย์ให้ค่าตอบแทนสูงกว่าการทำงานกับบริษัทขายตรงอื่น						4.____
5.	แอมเวย์จ่ายเงินรายได้ต่าง ๆ ตรงตามกำหนดเวลาสม่ำเสมอ						5.____

2. ปัจจัยด้านลักษณะงาน

	รายละเอียด	5	4	3	2	1	
6.	ท่านสามารถทำแอมเวย์เป็นอาชีพเสริมนอกเวลางานประจำได้						6.____
7.	งานขายตรงเป็นงานที่ทำหาย ไม่ซ้ำซากจำเจ						7.____
8.	งานขายตรงเป็นงานที่อิสระ สามารถบริหารได้ตามที่ต้องการ						8.____
9.	งานขายตรงสามารถพัฒนาความรู้ความสามารถของท่านได้						9.____
10.	งานขายตรงเป็นงานที่ท่านชอบและสนุกกับการทำงาน						10.____

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์หรือการแจ้งความเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 3 (ต่อ)**3. ปัจจัยด้านความมั่นคง**

	รายละเอียด	5	4	3	2	1	
11.	บริษัทแอมเวย์เป็นบริษัทขายตรงขนาดใหญ่ที่มีความมั่นคง						11.____
12.	ท่านให้ความสำคัญกับการสร้างเครือข่ายเพื่อความมั่นคง						12.____
13.	เครือข่ายการทำธุรกิจของท่านกำลังเติบโตอย่างมั่นคง						13.____
14.	ท่านต้องการมรดกจากแอมเวย์เพื่อความมั่นคงในรายได้						14.____

4. ปัจจัยด้านความก้าวหน้าในการทำงาน

	รายละเอียด	5	4	3	2	1	
15.	เกียรติรางวัลและเงินรางวัลของแอมเวย์เป็นสิ่งที่ท่านต้องการ						15.____
16.	หลักเกณฑ์การประสบความสำเร็จมีความชัดเจนและยุติธรรม						16.____
17.	ท่านต้องการที่จะประสบความสำเร็จในการทำแอมเวย์						17.____
18.	ท่านรู้สึกชื่นชมกับผู้ที่ประสบความสำเร็จในการทำแอมเวย์						18.____
19.	ท่านมีโอกาสประสบความสำเร็จในการทำแอมเวย์						19.____

5. ปัจจัยด้านผู้ร่วมงานภายในองค์กร

	รายละเอียด	5	4	3	2	1	
20.	ท่านชื่นชอบสังคมแอมเวย์ซึ่งเป็นสังคมที่ดี จริงใจ ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน						20.____
21.	ผู้ร่วมงานในทีมงานมีความรับผิดชอบและให้ความร่วมมือในการทำงานเป็นอย่างดี						21.____
22.	ลูกทีมของท่านมีความมุ่งมั่นตั้งใจทำงานให้ประสบความสำเร็จ						22.____
23.	ผู้นำของท่านมีความรู้ความสามารถที่จะให้ความช่วยเหลือปรับปรุงการทำงานได้ดี						23.____
24.	ผู้นำของท่านดูแล สนับสนุน และให้กำลังใจในการทำงาน เป็นอย่างดี						24.____

6. ปัจจัยด้านลูกค้าและสังคมภายนอกองค์กร

	รายละเอียด	5	4	3	2	1	
25.	ท่านมีความสัมพันธ์ที่ดีและได้รับการยอมรับจากลูกค้า						25.____
26.	ผู้จำหน่ายของแอมเวย์เป็นผู้ที่ได้รับการยอมรับจากสังคม						26.____
27.	การทำแอมเวย์ทำให้ครอบครัวมีความสุขและคุณภาพชีวิตที่ดี						27.____
28.	ท่านมีลูกค้าประจำที่ยังคงติดต่อซื้อสินค้าจากท่านเสมอ						28.____

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 3 (ต่อ)

7. ปัจจัยด้านบริษัท

	รายละเอียด	5	4	3	2	1	
29.	บริษัทแอมเวย์เป็นบริษัทที่มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับของสังคม						29.____
30.	สินค้าของแอมเวย์มีคุณภาพสูง เป็นที่ยอมรับของลูกค้า						30.____
31.	แอมเวย์มีคลังสินค้าจำนวนมากทำให้สะดวกแก่การซื้อสินค้า						31.____
32.	บริษัทมีระบบการจัดการที่สามารถสนับสนุนการทำงานของ ผู้จำหน่ายได้ดี						32.____
33.	แอมเวย์มีสินค้าหลายชนิดสามารถเลือกขายได้ตามความถนัด						33.____



ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อสกุล นายอภิชาติ อ่อนจันทร์

เกิดเมื่อ 4 เมษายน 2519

สถานที่เกิด กรุงเทพมหานคร

ประวัติการศึกษา

ปริญญาตรี คณะวิศวกรรมศาสตร์ สาขาวิศวกรรมโยธา

2540 มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ประวัติการทำงาน

ตำแหน่งวิศวกร

สังกัดฝ่ายคลังปิโตรเลียมภาคตะวันออก

บริษัท ปตท. จำกัด(มหาชน)

ระหว่างปี 2540 ถึงปัจจุบัน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้