

คุณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น

สารนิพนธ์
ของ
เพียงกาญจน์ หอมชื่น

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต วิชาเอกธุรกิจศึกษา
ตุลาคม 2548
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

658.8๗๘

พ.ศ. ๒๕๔๙

๘.3

คุณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น

บทคัดย่อ

ของ

เพ็ญภาณุจณ์ หอมชื่น

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต วิชาเอกธุรกิจศึกษา

ตุลาคม 2548

S 134 726

h 2๘2246

๙-2 ก.พ. 2549

เพียงกาญจน์ หอมชื่น. (2548). *คุณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น*. สารนิพนธ์ กศ.ม. (ธุรกิจศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : รองศาสตราจารย์ ดร.บุญเชิด ภิญโญนนตพงษ์.

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาคุณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น โดยใช้เทคนิคเดลฟาย

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาจำนวน 30 คน ประกอบด้วย นักธุรกิจแอมเวย์ที่ประสบความสำเร็จตั้งแต่ระดับเพชรขึ้นไป จำนวน 10 คน ผู้บริหารของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ที่ดำรงตำแหน่งผู้จัดการอาวุโสขึ้นไป จำนวน 5 คน นักวิชาการด้านบริหารธุรกิจและด้านจิตวิทยา จำนวน 15 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยประกอบด้วยแบบสอบถาม 3 ชุด คือ รอบที่ 1 เป็นแบบสอบถามแบบปลายเปิด รอบที่ 2 เป็นแบบสอบถามที่เป็นมาตราประเมินค่า 5 ระดับ รอบที่ 3 เป็นแบบสอบถามเหมือนรอบที่ 2 แต่เพิ่มคำถามพื้นฐาน และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าพื้นฐาน ค่าฐานนิยม ค่าเฉลี่ย และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์

ผลการศึกษาวิจัยพบว่า คุณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น มีดังนี้

1. ด้านความรู้ ความสามารถ คุณลักษณะที่มีความจำเป็นมากที่สุดคือ ความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์
2. ด้านทัศนคติ ความคิด คุณลักษณะที่มีความจำเป็นมากที่สุดคือ มองโลกในแง่ดี มุ่งมั่นทุ่มเทและไม่กลัวอุปสรรคเชื่อมั่นในตนเองว่าต้องประสบความสำเร็จ มีความคิดในการช่วยเหลือผู้อื่นให้ประสบความสำเร็จหรือได้รับประโยชน์ และมีความรู้สึกที่ดีต่อองค์กร ผลิตภัณฑ์และลูกค้า
3. ด้านคุณธรรม จริยธรรม คุณลักษณะที่มีความจำเป็นมากที่สุดคือ ความซื่อสัตย์ ซื่อตรง โปร่งใส ใจเป็นธรรม มีจรรยาบรรณ เคารพกฎเกณฑ์และกติกาย่างเคร่งครัด ไม่เอาเปรียบและไม่สร้างความเดือดร้อนให้แก่ผู้อื่น รักษาความลับสัญญาและมีความรับผิดชอบ ปฏิบัติต่อผู้อื่นด้วยความจริงใจ
4. ด้านบุคลิกภาพ คุณลักษณะที่มีความจำเป็นมากที่สุดคือ ขยันหมั่นเพียร ฝ่าฟันอุปสรรค ยึดมั่นแจ่มใส มีชีวิตชีวา กระตือรือร้น อารมณ์ดีและบริหารอารมณ์ได้อย่างเหมาะสม มีความเป็นกันเอง อ่อนน้อมและเป็นที่ยอมรับ

DESIRABLE CHARACTERISTICS OF SUCCESSFUL MULTILEVEL MARKETING
DISTRIBUTORS

AN ABSTRACT
BY
MISS PIANGKARN HOMCHUEN

Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the
Master of Education Degree in Business Education
at Srinakharinwirot University
October 2005

Piangkarn Homchuen (2005). *Desirable Characteristics of Successful Multilevel Marketing Distributors*. Master's Project, M.Ed. (Business Education). Bangkok : Graduate School, Srinakharinwirot University. Project Advisor : Assoc. Prof. Dr. Boonchird Pinyoanuntapong.

The purpose of this research was to investigate the desirable characteristics of successful multilevel marketing distributors by using the Delphi technique.

The sample consisted of 30 persons including 10 successful Amway distributors in and above the diamond class, 5 Amway (Thailand) executives in the position of senior manager and higher, and 15 experts in the field of business administration and psychology. The instruments used in this study were 3 sets of questionnaires. The first set was an open-ended form. The second set was a rating scale in 5 levels. The third set was the same as the second set, but included a median and interquartile range. Median, Mode, Mean and Interquartile Range were used to analyze the data.

The results of the desirable characteristics of successful multilevel marketing distributors were as follows:

1. Competence: The most necessary characteristics that is product knowledge.
2. Attitude: The most necessary characteristics that are optimism, determinatism and fearlessness of barriers, self-confidence. He/she should have the idea to help other people to succeed and have a good feeling towards the organization, product and customers.
3. Morality: The most necessary characteristics that are honesty, transparency, fairness, follow the code of conduct and strictly respect the rules. He/she should not take advantage of other people. He/she should keep his/her promise, be responsible and sincere.
4. Personality: The most necessary characteristics that are diligence, persistence, liveliness, friendliness, warmth and dependability and self-control. He/she should be good-tempered and energetic .

อาจารย์ที่ปรึกษา ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตรและคณะกรรมการสอบ ได้พิจารณา
สารนิพนธ์ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต
วิชาเอกธุรกิจศึกษา ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

(รองศาสตราจารย์ ดร.บุญเชิด ปิญโญนันทพงษ์)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

(อาจารย์ สิทธิธากร ชูทรัพย์)

คณะกรรมการสอบ

..... ประธาน
(รองศาสตราจารย์ ดร.บุญเชิด ปิญโญนันทพงษ์)

..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.สุวัฒน์ วัฒนวงศ์)

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุพีร์ ลิ้มไทย)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต วิชาเอกธุรกิจศึกษา ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

..... คณบดีคณะสังคมศาสตร์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติมา สังข์เกษม)

วันที่ 13 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2548

ประกาศขอบคุณการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดีเป็นเพราะผู้วิจัยได้รับความกรุณาอย่างยิ่งจาก รองศาสตราจารย์ ดร.บุญเชิด ภิญโญอนันตพงษ์ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่กรุณาให้คำแนะนำ ช่วยเหลือเป็นอย่างดี ยิ่งในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ทุกขั้นตอน ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของท่านและขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.สุวัฒน์ วัฒนวงศ์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุพีร์ ลิ้มไทย ที่กรุณาเป็นกรรมการในการสอบสารนิพนธ์ และให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ในการปรับปรุงสารนิพนธ์ให้มีความสมบูรณ์ในผลงานมากยิ่งขึ้น

ขอกราบขอบพระคุณผู้เชี่ยวชาญทุกท่าน ที่ให้ความร่วมมือในการจัดทำงานวิจัย ช่วยให้ข้อมูลในการตอบแบบสอบถามถึง 3 รอบ ช่วยสร้างสรรค์งานวิจัยฉบับนี้ให้มีคุณค่า เป็นประโยชน์ต่อสังคมและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาบุคลากรต่อไป ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของท่านและขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

นอกจากนี้ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ให้ความรู้แก่ผู้วิจัยในการศึกษาหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต วิชาเอกธุรกิจศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ที่กรุณาประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ ตลอดจนประสบการณ์อันมีคุณค่าแก่ผู้วิจัย ด้วยความเมตตากรุณาตลอดมา

คุณค่าและคุณประโยชน์อันพึงมีจากสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบให้เป็นประโยชน์แก่ผู้ที่มีความมุ่งมั่นและตั้งใจที่จะประสบความสำเร็จในชีวิต และเป็นประโยชน์แก่การพัฒนาคุณภาพและคุณค่าของบุคลากรของชาติต่อไป

ท้ายนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ พ่อ แม่ พี่ น้อง และเพื่อนๆ ทุกคนที่ให้อกำลังใจด้วยดีเสมอมา ตลอดระยะเวลาในการศึกษาและทำงานวิจัยครั้งนี้

เพียงกาญจน์ หอมชื่น

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายในการศึกษา.....	2
ความสำคัญของการศึกษาค้นคว้า.....	2
ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า.....	2
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	3
กรอบแนวคิดในการศึกษาค้นคว้า.....	6
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
เอกสารเกี่ยวกับธุรกิจขายตรง.....	7
ประเภทและความหมายของธุรกิจขายตรง.....	7
ความเป็นมาของระบบธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น.....	8
เอกสารเกี่ยวกับแผนธุรกิจขายตรงของบริษัทแอมเวย์และนักธุรกิจแอมเวย์...	9
เอกสารและงานวิจัยเกี่ยวกับเทคนิคเดลฟาย.....	17
ประวัติและความเป็นมาของเทคนิคเดลฟาย.....	17
ความหมายของเทคนิคเดลฟาย.....	18
ลักษณะของเทคนิคเดลฟาย.....	19
ขั้นตอนการวิจัยโดยใช้เทคนิคเดลฟาย.....	20
งานวิจัยที่ใช้เทคนิคเดลฟาย.....	21
3 วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า.....	24
กลุ่มตัวอย่าง.....	24
การเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	24
ขั้นตอนการศึกษาค้นคว้า.....	24
เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล.....	25
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า.....	25
ขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	26
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	27

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	30
เกณฑ์การแปลความหมายคะแนน.....	30
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	31
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	49
ความมุ่งหมายและวิธีการศึกษาค้นคว้า.....	49
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า.....	49
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	50
สรุปผลการศึกษาค้นคว้า.....	51
อภิปรายผลการศึกษาค้นคว้า.....	53
ข้อเสนอแนะ.....	56
บรรณานุกรม.....	57
ภาคผนวก.....	60
ประวัติย่อผู้วิจัย.....	89

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 คุณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น ด้านความรู้ ความสามารถ จากการตอบแบบสอบถามรอบที่ 2	33
2 คุณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น ด้านทัศนคติ ความคิด จากการตอบแบบสอบถามรอบที่ 2	34
3 คุณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น ด้านคุณธรรม จริยธรรม จากการตอบแบบสอบถามรอบที่ 2	35
4 คุณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น ด้านบุคลิกภาพ จากการตอบแบบสอบถามรอบที่ 2	37
5 คุณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น ด้านความรู้ ความสามารถ จากการตอบแบบสอบถามรอบที่ 3	39
6 คุณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น ด้านทัศนคติ ความคิด จากการตอบแบบสอบถามรอบที่ 3	40
7 คุณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น ด้านคุณธรรม จริยธรรม จากการตอบแบบสอบถามรอบที่ 3	41
8 คุณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น ด้านบุคลิกภาพ จากการตอบแบบสอบถามรอบที่ 3	43
9 เปรียบเทียบค่ามัธยฐานและค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ที่ได้จากการวิเคราะห์ รอบที่ 2 กับรอบที่ 3	45
10 แสดงข้อมูลและผลการวิเคราะห์ที่ได้จากการตอบแบบสอบถามรอบที่ 2.....	84
11 แสดงข้อมูลและผลการวิเคราะห์ที่ได้จากการตอบแบบสอบถามรอบที่ 3.....	87

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

สภาพทางเศรษฐกิจปัจจุบันที่มีแนวโน้มว่าจะฟื้นตัวขึ้น ทำให้เกิดการแข่งขันทางธุรกิจกันอย่างรุนแรงในทุกด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในด้านการพัฒนาบุคลากร เนื่องจากบุคลากรเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนา เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการทำงาน การพัฒนาบุคลากรจึงได้รับความสนใจเป็นอย่างมากในธุรกิจ หรือแม้แต่ในภาคราชการ รัฐก็หันมาปรับปรุงและพัฒนาระบบราชการตลอดจนบุคลากรในภาครัฐจึงได้รับการพัฒนาด้วยเช่นกัน

ในปัจจุบัน ทรัพยากรบุคคลหรือ Human Resources ได้รับความสำคัญมากจนมีการเรียกทรัพยากรบุคคลเป็นทุนมนุษย์หรือ Human Capital และในหลักสูตรการพัฒนาผู้บริหารต่างๆ ได้เน้นถึงความสำคัญของการบริหารคน เน้นการพัฒนาบุคคลเพื่อให้กระบวนการทำงานทุกหน่วยงานเกิดประสิทธิภาพ ด้วยการใช้ศักยภาพของบุคลากร เพื่อบรรลุเป้าหมายตามนโยบายขององค์กร

ธุรกิจที่เปิดโอกาสให้ทุกคนมีสิทธิเข้ามาร่วมธุรกิจได้อย่างง่ายๆ คือธุรกิจการขายโดยตรง หรือที่เรียกอย่างคุ้นเคยว่า ธุรกิจขายตรง และธุรกิจขายตรงที่มีอยู่ในประเทศไทยเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก ทั้งที่เป็นธุรกิจขายตรงของคนไทย และธุรกิจขายตรงจากต่างชาติ และด้วยภาวะทางเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงในช่วงภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ทำให้ประชาชนชาวไทยเป็นจำนวนมากต้องตกอยู่ในสภาพเป็นผู้ว่างงาน ดังนั้น ธุรกิจขายตรงจึงเป็นทางออกที่ดีสำหรับคนกลุ่มนี้ และยังเป็นที่น่าสนใจของผู้ที่ต้องการหารายได้เพิ่มเติมด้วย

การขายสินค้าและการขยายเครือข่ายของธุรกิจขายตรงนั้นจะขึ้นอยู่กับศักยภาพของผู้แนะนำหรือที่เรียกว่าเป็นนักธุรกิจขายตรง ดังนั้น จึงเห็นได้ว่า ในวงการธุรกิจขายตรงจะให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคคลเป็นอย่างมาก และผู้ที่ก้าวเข้าสู่ธุรกิจขายตรงอย่างจริงจังก็จะมีพัฒนาตนเองอย่างรวดเร็วจนเห็นได้ชัดถึงการเปลี่ยนแปลง ธุรกิจขายตรงเปิดโอกาสให้ผู้คนเข้าสู่ธุรกิจอย่างง่ายๆ และให้ผลประโยชน์ที่น่าสนใจ จนมีผู้คนจำนวนมากมายเข้าสู่ธุรกิจขายตรง แต่อัตราการประสบความสำเร็จของผู้ที่ประสบความสำเร็จ เป็นนักธุรกิจขายตรงในระดับสูงๆ ขององค์กร และได้รับผลประโยชน์ตามเงื่อนไขที่วางไว้ มีจำนวนน้อยมากเมื่อเทียบกับจำนวนของผู้ที่เข้าสู่ธุรกิจขายตรง ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงก็คือ การยอมรับในตัวบุคคล หากนักธุรกิจขายตรงคนใดได้รับการยอมรับก็เป็นโอกาสให้การทำธุรกิจเป็นไปได้อย่างราบรื่นจนตนเองประสบความสำเร็จ ดังนั้น คุณสมบัติของนักธุรกิจที่จะประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรง จึงเป็นสิ่งที่น่าสนใจศึกษา

ผู้ท้าวิจัยมีโอกาสร่วมงานกับบริษัทขายตรงรายใหญ่แห่งหนึ่งในประเทศไทยที่ใช้ระบบการขายตรงแบบหลายชั้น ถึงแม้ว่าจะเป็นบริษัทข้ามชาติ แต่ผู้ที่เข้าสู่ธุรกิจนี้ก็เป็นคนไทยทั้งสิ้น และด้วยความ

เป็นธุรกิจที่มีเครือข่ายทั่วโลก จึงทำให้มีการติดต่อแลกเปลี่ยนความรู้ และถ่ายทอดประสบการณ์ระหว่างกันค่อนข้างมาก ทั้งในส่วนการทำงานภายในบริษัท และของเครือข่ายนักธุรกิจ การหล่อหลอมความคิด วิถีปฏิบัติ การดำเนินธุรกิจหรือแม้แต่การใช้ชีวิตอย่างมีคุณค่าเป็นสิ่งที่ผู้ที่อยู่ในธุรกิจนี้ให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง และหากมีเครื่องมือหรือสูตรสำเร็จใดที่จะช่วยให้เขาประสบความสำเร็จในธุรกิจได้อย่างรวดเร็ว นักธุรกิจเหล่านี้ก็เปิดใจกว้างที่จะรับเข้ามาพิสูจน์กับตัวเอง ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษา คุณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น โดยใช้เทคนิคเดลฟาย

ความมุ่งหมายในการศึกษา

การศึกษานี้มีจุดมุ่งหมายสำคัญ เพื่อศึกษาคุณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น โดยใช้เทคนิคเดลฟาย โดยมีจุดมุ่งหมายเฉพาะดังนี้

1. เพื่อหาค่ามัธยฐาน (Median) ค่าฐานนิยม (Mode) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range) ของแต่ละลักษณะย่อยที่ได้จากผู้ทรงคุณวุฒิ รอบที่ 2
2. เพื่อหาค่ามัธยฐาน (Median) ค่าฐานนิยม (Mode) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range) ของแต่ละลักษณะย่อยที่ได้จากผู้ทรงคุณวุฒิ รอบที่ 3
3. เพื่อสรุปคุณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น โดยใช้เทคนิคเดลฟาย

ความสำคัญของการศึกษาค้นคว้า

ผลของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จะเป็นฐานข้อมูลที่สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาตนเองและพัฒนาองค์กรนักธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น ให้สามารถสร้างความน่าเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับเพื่อก้าวไปสู่ความสำเร็จในธุรกิจขายตรงและเป็นแนวทางในการศึกษาค้นคว้าในสาขาวิชาบริหารธุรกิจและการพัฒนาบุคลากรต่อไป

ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า

1. การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มุ่งศึกษาถึงคุณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น ของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ในทัศนะของนักธุรกิจแอมเวย์ที่ประสบความสำเร็จระดับเพชรขึ้นไป ผู้บริหารบริษัทระดับผู้จัดการอาวุโสขึ้นไป และนักวิชาการทางด้านบริหารธุรกิจและจิตวิทยา โดยใช้เทคนิคเดลฟาย
2. กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ นักธุรกิจแอมเวย์ที่ประสบความสำเร็จระดับเพชรขึ้นไป ผู้บริหารบริษัทระดับผู้จัดการอาวุโสขึ้นไป และนักวิชาการทางด้านบริหารธุรกิจและจิตวิทยา จำนวนทั้งสิ้น 30 คนดังนี้

กลุ่มที่ 1 นักธุรกิจแอมเวย์ที่ประสบความสำเร็จระดับเพชรขึ้นไป จำนวน 10 คน

กลุ่มที่ 2 ผู้บริหารบริษัทระดับผู้จัดการอาวุโสขึ้นไป จำนวน 5 คน

กลุ่มที่ 3 นักวิชาการทางด้านบริหารธุรกิจและจิตวิทยา จำนวน 15 คน

3. คุณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น ประกอบด้วย 4 ด้าน คือ ด้านความรู้ความสามารถ ด้านทัศนคติความคิด ด้านคุณธรรมจริยธรรม และด้านบุคลิกภาพ

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. คุณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น

หมายถึง ลักษณะที่ดีของนักธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น ที่สามารถสร้างความพึงพอใจและเป็นที่ยอมรับ และมีส่วนสำคัญที่ส่งผลถึงความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น ประกอบด้วยคุณลักษณะ 4 ด้าน คือ

1.1 ด้านความรู้ความสามารถ หมายถึง การเป็นผู้ที่มีความรู้และความสามารถในการดำเนินธุรกิจขายตรงได้เป็นอย่างดี ได้แก่ ทักษะในการนำเสนอ ทักษะในการสื่อสารพูดคุย ความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ สามารถเรียนรู้และพัฒนาทักษะใหม่ๆ สามารถโน้มน้าวใจ ทักษะด้านการบริหารองค์กร บริหารการเงินและบริหารเวลา รู้และเข้าใจในระบบการขายตรงแบบหลายชั้น สามารถสร้างและบริหารทีมงาน

1.2 ด้านทัศนคติความคิด หมายถึง ทัศนคติและความคิดของนักธุรกิจขายตรงที่ช่วยสนับสนุนให้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงได้ ประกอบด้วย มองโลกในแง่ดี มุ่งมั่น ทุ่มเทและไม่กลัวอุปสรรค มุ่งสร้างสรรค์สิ่งดีงาม เชื่อมั่นในตนเองว่าต้องประสบความสำเร็จ คิดว่าการเรียนรู้และการแสวงหาความรู้อยู่เสมอเป็นสิ่งที่ควรกระทำ มีความคิดในการช่วยเหลือผู้อื่นให้ประสบความสำเร็จหรือได้รับประโยชน์ เห็นคุณค่าและภาคภูมิใจในระบบขายตรง มีความรู้สึกที่ดีต่อองค์กร ผลิตภัณฑ์และลูกค้า เชื่อมั่นว่าธุรกิจขายตรงสามารถสร้างความสำเร็จได้ เข้าใจและบริหารตนเองได้

1.3 ด้านคุณธรรมจริยธรรม หมายถึง การเป็นผู้มีคุณธรรมและจริยธรรมซึ่งจะแสดงออกทางความคิด การพูดและการกระทำ อันประกอบด้วย ความซื่อสัตย์ ซื่อตรง โปร่งใส ใจเป็นธรรม มีจรรยาบรรณ เคารพกฎเกณฑ์และกติกาย่างเคร่งครัด ไม่เอาเปรียบและไม่สร้างความเดือดร้อนให้แก่ผู้อื่น รักษาคำมั่นสัญญาและมีความรับผิดชอบ ปฏิบัติต่อผู้อื่นด้วยความจริงใจ ปฏิบัติตัวเป็นแบบอย่างที่ดีในการดำเนินชีวิตและการรักษาจรรยาบรรณ ยกย่องให้เกียรติ เคารพในสิทธิและความคิดของผู้อื่น

1.4 ด้านบุคลิกภาพ หมายถึง ลักษณะพฤติกรรมของนักธุรกิจขายตรงที่ประกอบด้วย บุคลิกภายในและบุคลิกภาพภายนอก ได้แก่ พัฒนาบุคลิกภาพของตนเองอยู่เสมอ ขยันหมั่นเพียร ฝ่าฟันอุปสรรค ภาพลักษณ์ดี น่ายกย่อง น่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ สุภาพอ่อนน้อมถ่อมตน เป็นผู้นำ กล้า

ตัดสินใจ กล้าคิด กล้าพูดและกล้ายอมรับผิดชอบ ยึดมั่นแจ่มใส มีชีวิตชีวา กระตือรือร้น แต่งกายสะอาดเรียบร้อยและถูกกาลเทศะ มีมนุษยสัมพันธ์ เข้ากับบุคคลได้ทุกระดับ มีมารยาททางสังคมและวางตัวอย่างเหมาะสม อารมณ์ดีและบริหารอารมณ์ได้อย่างเหมาะสม มีความเป็นกันเอง อ่อนน้อมและเป็นที่ยอมรับ

2. นักธุรกิจแอมเวย์

หมายถึง ผู้ที่สมัครเป็นนักธุรกิจขายตรงของบริษัทแอมเวย์ ซึ่งสามารถให้การสปอนเซอร์ นักธุรกิจแอมเวย์และสมาชิกท่านอื่นๆ โดยสามารถซื้อและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ตลอดจนได้รับส่วนลดจากการดำเนินธุรกิจแอมเวย์

3. การสปอนเซอร์

หมายถึง การแนะนำธุรกิจและให้แนวทางในการดำเนินธุรกิจของนักธุรกิจแอมเวย์ ให้แก่บุคคลอื่นเข้าเป็นนักธุรกิจแอมเวย์รายใหม่ และช่วยเหลือสนับสนุนให้นักธุรกิจแอมเวย์รายใหม่มีความรู้และทักษะที่จำเป็นในการดำเนินธุรกิจแอมเวย์ ตลอดจนการให้กำลังใจและสร้างแรงจูงใจในการดำเนินธุรกิจ

4. ผู้บริหารบริษัท

หมายถึง พนักงานของบริษัทแอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ที่ปฏิบัติงานในระดับบริหาร ดำรงตำแหน่งผู้จัดการอาวุโสขึ้นไป และมีอายุการทำงานในบริษัทแอมเวย์ (ประเทศไทย) อย่างน้อย 1 ปี

5. นักวิชาการ

หมายถึง ผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งมีความรู้ ความเชี่ยวชาญโดยเฉพาะในด้านบริหารธุรกิจ และในด้านจิตวิทยา ประกอบด้วยอาจารย์ในภาควิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ และวิทยาการ ผู้ที่มีประสบการณ์ในการฝึกอบรมให้แก่ นักธุรกิจแอมเวย์

6. ผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น

หมายถึง ผู้ที่เป็นนักธุรกิจแอมเวย์และสามารถจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ตลอดจนสร้างเครือข่ายของตนเองได้อย่างมั่นคงและได้รับการรับรองในความสำเร็จตั้งแต่ระดับแพลตินัมขึ้นไป

7. แผนธุรกิจของแอมเวย์

หมายถึง แผนการขายและการตลาดหรือแผนการจ่ายผลตอบแทนให้แก่ นักธุรกิจแอมเวย์ ตามระดับความพยายามในการดำเนินธุรกิจของแต่ละบุคคล

8. พีวี (PV = Point Value)

หมายถึง จำนวนหน่วยที่ใช้กำหนดชั้นของตารางส่วนลดประจำเดือนในการคำนวณเงินส่วนลดและส่วนลดพิเศษ ซึ่งบริษัทแอมเวย์จะจ่ายให้แก่ นักธุรกิจแอมเวย์ในแต่ละเดือน

9. บีวี (BV = Business Volume)

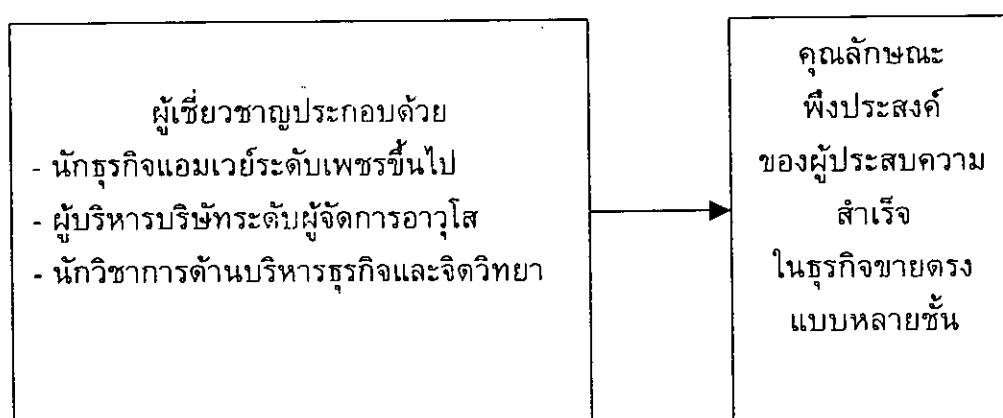
หมายถึง จำนวนหน่วยที่ใช้ในการคำนวณเงินส่วนลดและส่วนลดพิเศษ ซึ่งบริษัทแอมเวย์จะจ่ายให้แก่ นักธุรกิจแอมเวย์ในแต่ละเดือน

10. เทคนิคเดลฟาย

หมายถึง วิธีการทำวิจัยกระบวนการในการรวบรวมความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญ ในการตัดสินใจหรือสร้างความเป็นเอกฉันท์ในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยเปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ และสามารถแก้ไขแนวคิดของตนเองได้อย่างมีเหตุผล โดยใช้วิธีการตอบแบบสอบถามอย่างเป็นการส่วนตัว แทนการประชุมปรึกษาหารือ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่น่าเชื่อถือจากผู้เชี่ยวชาญแต่ละคน เพื่อนำมาสรุปเป็นแนวทางในการปรับปรุงคุณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรง

กรอบแนวคิดในการศึกษาค้นคว้า

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้กำหนดกรอบแนวคิดว่า คุณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น จากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่ประกอบด้วย ผู้ทรงคุณวุฒิทางวิชาการ ด้านบริหารธุรกิจและด้านจิตวิทยา ผู้มีประสบการณ์ในการขายตรงแบบหลายชั้นและผู้บริหารที่มีประสบการณ์ในด้านการบริหารและด้านการขาย ดังแสดงในภาพประกอบ 1 ดังนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการศึกษาค้นคว้า

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงคุณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามลำดับดังนี้

1. เอกสารเกี่ยวกับธุรกิจขายตรง
 - 1.1 ประเภทและความหมายของธุรกิจขายตรง
 - 1.2 ความเป็นมาของระบบธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น
2. เอกสารเกี่ยวกับแผนธุรกิจขายตรงของบริษัทแอมเวย์และนักธุรกิจแอมเวย์
3. เอกสารและงานวิจัยเกี่ยวกับเทคนิคเดลฟาย
 - 3.1 ประวัติและความเป็นมาของเทคนิคเดลฟาย
 - 3.2 ความหมายของเทคนิคเดลฟาย
 - 3.3 ลักษณะของเทคนิคเดลฟาย
 - 3.4 ขั้นตอนการวิจัยโดยใช้เทคนิคเดลฟาย
 - 3.5 งานวิจัยที่ใช้เทคนิคเดลฟาย

1. เอกสารเกี่ยวกับธุรกิจขายตรง

1.1 ประเภทและความหมายของธุรกิจขายตรง

การขายในระบบการขายตรงหมายถึง ช่องทางการตลาดที่ผู้แทนการขายจากบริษัทผู้ผลิตนำเสนอสินค้าให้แก่ผู้บริโภคโดยตรง ระบบการขายตรงแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ

1. การขายตรงแบบชั้นเดียว (Single Level Marketing)
2. การขายตรงแบบหลายชั้น (Multi Level Marketing)

การขายตรงแบบชั้นเดียวคือ การขายที่ผู้แทนในการขายจะต้องเป็นผู้ที่สมัครเข้ามาโดยตรงกับบริษัทเจ้าของสินค้า เพื่อเป็นผู้แทนของบริษัทในการนำสินค้าออกไปนำเสนอต่อลูกค้า และผู้แทนขายจะได้รับผลประโยชน์จากยอดขายสินค้าหรือค่าคอมมิชชั่นจากการขายและเงินเดือนจากบริษัท หากมีผู้สนใจต้องการเป็นผู้แทนขายก็จะต้องสมัครเข้าไปยังบริษัท ซึ่งไม่สามารถสมัครต่อจากผู้แทนขายได้ ผู้แทนขายมีสิทธิในการขายสินค้าให้แก่ลูกค้าหรือผู้บริโภคเท่านั้น

การขายตรงแบบหลายชั้นหรือระบบธุรกิจแบบเครือข่าย เป็นระบบการขายที่ผู้แทนขายที่สมัครโดยตรงกับบริษัทเจ้าของสินค้าสามารถสร้างเครือข่ายต่อจากตนเองได้ และผู้แทนที่สมัครเข้ามา

สามารถสร้างเครือข่ายของตนเองได้ต่อไปเรื่อยๆ ด้วยการสร้างเครือข่ายได้เช่นนี้ จึงมักจะเรียกผู้แทนขายในระบบนี้ว่าเป็นนักธุรกิจ เพราะจะต้องบริหารองค์กรหรือเครือข่ายที่สร้างขึ้นมามีไม่เพียงแต่ขายสินค้าอย่างเดียวเท่านั้น ระบบการขายตรงแบบหลายชั้นนี้ นักธุรกิจขายตรงจะได้รับผลตอบแทนจากการจำหน่ายสินค้าและผลประโยชน์จากการสร้างเครือข่าย แต่จะไม่ได้เงินเดือนจากบริษัทเจ้าของสินค้า

ดังนั้น สินค้าที่มักจะจำหน่ายโดยวิธีการขายตรงจึงเป็นสินค้าที่ผู้บริโภคต้องหาซื้อมาใช้เป็นประจำ โดยอาจจะเป็นสินค้าซึ่งมีลักษณะพิเศษที่ต้องมีการแนะนำ การสาธิต โดยผู้ขายก่อนในตอนต้น เมื่อการขายเสร็จสิ้นแล้วผู้ขายยังต้องคอยให้บริการอื่นๆ ด้วย เช่น การส่งมอบสินค้าถึงบ้าน หรือการบริการอื่นๆ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด อีกทั้งสินค้ายังมีการรับประกันความพึงพอใจด้วย

ความหมายของการขายตรงที่บัญญัติขึ้นโดยสมาพันธ์การขายโดยตรงแห่งโลก (World Federation of Direct Selling Associations หรือ WFDSA) และสมาคมการขายโดยตรง (ไทย) “การขายตรง หมายถึง การทำตลาดสินค้าอุปโภคบริโภคในลักษณะของการนำเสนอขายต่อผู้บริโภคโดยตรง ที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคหรือที่อยู่อาศัยของผู้อื่น ณ ที่ทำงานของผู้บริโภคหรือที่อื่นๆ ซึ่งห่างจากที่ตั้งร้านค้าปลีกถาวร ทั้งนี้โดยผู้ขายตรงใช้การอธิบายหรือการสาธิตสินค้าเป็นกลยุทธ์หลักในการเสนอขาย” (คู่มือนักธุรกิจแอมเวย์)

1.2 ความเป็นมาของระบบธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น

ระบบธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้นหรือระบบธุรกิจแบบเครือข่าย เป็นระบบที่ได้รับการยอมรับในประเทศสหรัฐอเมริกาเกินกว่า 40 ปี และเข้ามาสู่ประเทศไทยเมื่อประมาณ 15 ปีที่ผ่านมา โดยในช่วงแรกที่ระบบเครือข่ายเข้ามาในประเทศไทย คนไทยยังไม่ค่อยยอมรับระบบการตลาดแบบนี้ เนื่องจากยังไม่มีข้อมูลที่เพียงพอ และมีธุรกิจขายตรงที่หาผลประโยชน์จากการสมัครหรือที่เรียกว่าการกินหัวคิวเกิดขึ้นในช่วงเวลานั้น ทำให้การขายตรงแบบหลายชั้นหรือระบบเครือข่ายได้รับการต่อต้านจากสังคมและผู้บริโภค

บริษัทที่ใช้ระบบการขายตรงแบบหลายชั้นจากต่างประเทศเข้ามาเปิดกิจการในประเทศไทยหลายบริษัท และมีบริษัทของคนไทยที่เปิดกิจการโดยใช้ระบบการขายตรงแบบหลายชั้น แต่การตลาดแบบนี้จะต้องมีรากฐานของบริษัทและสินค้าที่เข้มแข็ง มีระบบการจัดการที่มีประสิทธิภาพ และมีบุคลากรซึ่งเป็นตัวจักรสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจที่มีศักยภาพสูงจึงจะสามารถดำรงอยู่ได้ในตลาด ดังนั้น จึงเห็นได้ว่า มีบริษัทที่ทำการตลาดด้วยระบบนี้อยู่ในตลาดอย่างมั่นคงจำนวนไม่มากนัก และบริษัทที่นับได้ว่าเป็นแม่แบบของการตลาดระบบเครือข่ายในประเทศไทยก็คือ บริษัท แอมเวย์

การทำธุรกิจด้วยระบบเครือข่ายนี้ นักธุรกิจที่สมัครเข้ามาในระบบจะต้องยอมรับในตัวบริษัท มีความไว้วางใจในตัวผลิตภัณฑ์ มีความเข้าใจในแผนธุรกิจของบริษัทอย่างละเอียดลึกซึ้ง จึงจะสามารถขยายธุรกิจและบริหารเครือข่ายของตนเองได้ ดังนั้น ในระบบเครือข่ายจึงเน้นการพัฒนาคนเป็นอย่างมาก

เพราะด้วยระบบที่จะต้องขยายเครือข่ายด้วยการบอกต่อและชักชวนเข้ามาสู่เครือข่าย ดังนั้น นักธุรกิจในระบบนี้จึงให้ความสนใจและใส่ใจในการพัฒนาตนเองและพัฒนาคนในเครือข่าย เพื่อให้ก้าวไปสู่ความสำเร็จตามแผนธุรกิจ

ระบบการขายตรงแบบหลายชั้น เป็นวิธีการขายปลีกผลิตภัณฑ์ให้แก่ลูกค้าโดยผ่านทางนักธุรกิจขายตรง มิใช่การขายภายในห้างร้านโดยพนักงานขาย วิธีการนี้เป็นการขายผลิตภัณฑ์และบริการให้แก่ลูกค้าถึงบ้าน โครงสร้างของระบบการขายตรงแบบหลายชั้นจะขยายองค์กรโดยการหาสมาชิกและนักธุรกิจเพิ่มเติม และสร้างแรงจูงใจ ส่งเสริมและสนับสนุนตลอดจนฝึกอบรมด้านทักษะและข้อมูลเกี่ยวกับการขายผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ให้นักธุรกิจเหล่านั้นสามารถขายสินค้าและชักชวนบุคคลอื่นเข้ามาในเครือข่ายได้ต่อไป

ข้อมูลสำคัญในการพิจารณาความน่าเชื่อถือของบริษัทที่ใช้ระบบการขายตรงแบบหลายชั้นได้แก่

- ใช้เงินลงทุนต่ำในการเริ่มต้นธุรกิจ
- บริษัทรับซื้อสินค้าคืนในกรณีที่นักธุรกิจต้องการเลิกทำธุรกิจ
- ขายปลีกสินค้าให้แก่ลูกค้าโดยตรง

2. เอกสารเกี่ยวกับแผนธุรกิจขายตรงของบริษัทแอมเวย์และนักธุรกิจแอมเวย์

บริษัทแอมเวย์ ก่อตั้งขึ้นมาในปีพ.ศ. 2502 โดย ริช เดอไวส์ และ เจย์ แวน แอนเดล ซึ่งเป็นเพื่อนสนิทกันและมีความคิดที่จะสร้างธุรกิจของตนเองด้วยวิธีการที่สามารถสร้างโอกาสให้บุคคลรอบข้างเป็นเจ้าของธุรกิจอิสระของแต่ละคนได้ในเวลาพร้อมกัน

สองผู้ก่อตั้งเริ่มต้นธุรกิจแอมเวย์ขึ้นภายในห้องใต้ดินที่บ้านของเขทั้งสองที่เมืองเอด้า รัฐมิชิแกน ประเทศสหรัฐอเมริกา ปัจจุบันแอมเวย์มีสาขามากกว่า 80 ประเทศทั่วโลก โดยเริ่มด้วยการผลิตผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดเนกประสงค์ ชื่อ แอล.โอ.ซี. ซึ่งมีสูตรย่อยสลายทางชีวภาพ ไม่ก่อให้เกิดปัญหามลภาวะต่อสิ่งแวดล้อม และด้วยความเชื่อมั่นที่จะสร้างให้แอมเวย์เป็นบริษัทชั้นนำระดับแนวหน้าด้านการจำหน่ายผลิตภัณฑ์โดยตรงถึงผู้ใช้สินค้าแบบบุคคลต่อบุคคล โดยการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านนักธุรกิจแอมเวย์เท่านั้น

จากปรัชญาในการดำเนินธุรกิจของแอมเวย์หลายประการ มีประการสำคัญที่ได้รับการกล่าวถึงอยู่บ่อยครั้ง นั่นคือ อิสรภาพ แอมเวย์เน้นความมีอิสรภาพของนักธุรกิจว่า ผู้ที่สมัครเป็นนักธุรกิจแอมเวย์ทุกคนมีสิทธิเต็มที่ในการตัดสินใจด้วยตนเอง มีอิสระที่จะเลือกในการทุ่มเทกับการทำงาน การกำหนดรายได้ ตลอดจนการใช้เวลาด้วยตนเอง เพราะแอมเวย์เป็นธุรกิจอิสระที่ให้นักธุรกิจแอมเวย์กำหนดความสำเร็จด้วยตัวเอง บริษัทแอมเวย์จะไม่เข้าไปร่ววางแผนกับนักธุรกิจแอมเวย์ แต่จะสนับสนุนความสำเร็จด้วยการจัดกิจกรรมทางการตลาด ส่งเสริมให้เกิดการถ่ายทอดความรู้และทักษะในการดำเนินธุรกิจ การให้กำลังใจในการทำงานและการให้รางวัลในความสำเร็จ

รากฐานสำคัญ 2 ประการ ที่ทำให้แอมเวย์ก่อตั้งและเติบโตขึ้นมาได้แก่

1. การผลิตสินค้าที่มีคุณภาพเยี่ยมยอด ใช้งานได้กว้างขวางหลากหลายชนิด ซึ่งช่วยให้ นักธุรกิจแอมเวย์สามารถจำหน่ายสินค้าได้โดยง่ายและได้กำไร

2. บริษัทถือว่า นักธุรกิจแอมเวย์เป็นนักธุรกิจอิสระ มิใช่ผู้แทนจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียว หรือตัวแทนจำหน่าย หรือพนักงานของบริษัทแต่อย่างใด แต่นักธุรกิจแอมเวย์เป็นเจ้าของธุรกิจของตนเอง และบริษัทเชื่อว่า เราเป็นหนึ่งในบรรดาบริษัทชั้นนำในธุรกิจขายตรงที่จะต้องคำนึงถึงสิ่งนี้ บริษัทแอมเวย์ ตระหนักดีว่า นักธุรกิจแอมเวย์ทุกคนเป็นหัวใจของแอมเวย์

หลักการของแผนธุรกิจขายตรงของแอมเวย์ที่ทำให้มีผู้สนใจเข้าร่วมเป็นนักธุรกิจเป็นจำนวนมาก ทั่วโลก ประกอบด้วย

1. การจำหน่ายถือเป็นเรื่องสำคัญยิ่ง

การที่จะประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจแอมเวย์นั้น เริ่มต้นด้วยการที่นักธุรกิจ ทำการขายผลิตภัณฑ์คุณภาพให้กับมิตรสหายและเพื่อนบ้านของตน ในขณะเดียวกันก็ค่อยๆ สร้างองค์กร นักธุรกิจของตนขึ้นมา

2. ผลิตภัณฑ์ที่สามารถสาธิตให้เห็นได้ถึงความเหนือกว่า

การสาธิตเป็นข้อได้เปรียบที่สำคัญที่สุดที่เหนือกว่าการขายปลีกธรรมดาทั่วไป และต้องมีการฝึกฝนการสาธิต และแสดงให้เห็นให้ผู้มุ่งหวังได้ชมในทุกๆ ครั้งที่มีโอกาส

3. แอมเวย์มอบโอกาสให้กับทุกคน

ไม่ว่าใครที่ต้องการจะทำธุรกิจแบบไหน เช่น อย่างเล็กๆ โดยทำเฉพาะเวลาว่างจาก งานประจำ หรือต้องการที่จะสร้างเป็นธุรกิจเครือข่ายขนาดใหญ่ ทำแบบเต็มเวลา ธุรกิจแอมเวย์ก็สามารถ รองรับความต้องการนั้นๆ ได้

4. การให้การสponseแก่ักธุรกิจรายใหม่จะนำมาซึ่งความรับผิดชอบ

ผู้สponseมีหน้าที่ให้การฝึกอบรม สร้างความกระตือรือร้น และส่งมอบผลิตภัณฑ์ให้ กับสมาชิกในองค์กรของตน

5. ระเบียบปฏิบัติของแอมเวย์ช่วยปกป้องผลประโยชน์ของนักธุรกิจแอมเวย์ทุกคน

แอมเวย์มีระเบียบปฏิบัติมากมายที่ดูเหมือนเป็นสิ่งที่สร้างความยุ่งยากในการทำธุรกิจ แต่แอมเวย์เน้นให้นักธุรกิจแอมเวย์ตระหนักในความจริงที่ว่า ระเบียบต่างๆ ดั้งขึ้นเพื่อปกป้องผลประโยชน์ ของนักธุรกิจแอมเวย์

6. แผนธุรกิจขายตรงของแอมเวย์สร้างรางวัลให้ผลงาน

รายได้ต่างๆ และส่วนลดที่ได้รับ มิใช่เป็นรายได้ที่รับการประกันว่าต้องได้ จะได้รับจาก ผลงานที่ทำ

แอมเวย์ก่อตั้งขึ้นในประเทศไทยเมื่อวันที่ 4 พฤษภาคม พ.ศ.2530 ภายใต้การสนับสนุนจาก สำนักงานใหญ่แอมเวย์ที่สหรัฐอเมริกา แอมเวย์ ประเทศไทย เติบโตอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอดตั้งแต่เริ่ม

ก่อตั้ง และได้รับการยอมรับจากผู้คนจำนวนมากที่สมัครเข้าเป็นนักธุรกิจและสมาชิกของแอมเวย์ และแอมเวย์ได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกของสมาคมการขายโดยตรง (ไทย) หรือ Thai Direct Selling Association ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2531 (คู่มือนักธุรกิจแอมเวย์)

แผนธุรกิจแอมเวย์จะกำหนดขั้นความสำเร็จของนักธุรกิจแอมเวย์โดยเน้นถึงยอดขายส่วนบุคคลและยอดขายของกลุ่มองค์กรหรือเครือข่ายด้วย นั้นหมายความว่า นักธุรกิจแอมเวย์ที่จะประสบความสำเร็จได้จะต้องมีศักยภาพในตนเองที่จะจำหน่ายสินค้าและในขณะเดียวกันก็ต้องสามารถสร้างและรักษาเครือข่ายของตนให้มีผลงานด้วย และจะต้องสามารถรักษาสภาพได้ภายในกำหนดระยะเวลาตามแผนธุรกิจได้ด้วย จึงจะนับได้ว่าสามารถดำรงคุณสมบัติเป็นผู้ประสบความสำเร็จตามลำดับขั้นดังนี้

นักธุรกิจแอมเวย์ระดับเข้มเงิน

- ทำยอดขายของกลุ่มธุรกิจส่วนตัวอย่างน้อย 150,000 พีวี หรือ
- ให้การสponseอร์ส่วนตัวหรือสponseอร์รับรองแก่กลุ่ม 21% จำนวน 1 กลุ่ม โดยรักษายอดขายของกลุ่มธุรกิจส่วนตัวได้อย่างน้อย 55,000 พีวี หรือ
- ให้การสponseอร์ส่วนตัวหรือสponseอร์รับรองแก่กลุ่ม 21% จำนวน 2 กลุ่มหรือมากกว่านั้นในเดือนเดียวกัน
- รางวัลพิเศษที่ได้รับ
 - เข้มเกียรติคุณนักธุรกิจแอมเวย์ระดับเข้มเงิน

นักธุรกิจแอมเวย์ระดับเข้มทอง

- มีคุณสมบัติเป็นนักธุรกิจแอมเวย์ระดับเข้มเงินเป็นเวลา 3 เดือนภายในระยะเวลา 12 เดือน
- รางวัลพิเศษที่ได้รับ
 - ส่วนลด 21% จากยอดบิ๊วของกลุ่มธุรกิจส่วนตัวในเดือนที่มีคุณสมบัติ
 - เข้มเกียรติคุณนักธุรกิจแอมเวย์ระดับเข้มทอง

นักธุรกิจแอมเวย์ระดับแพลตินัม

- มีคุณสมบัติเป็นนักธุรกิจแอมเวย์ระดับเข้มเงินเป็นเวลา 6 เดือนภายในระยะเวลา 12 เดือน
- รางวัลพิเศษที่ได้รับ
 - ได้รับเชิญเข้าร่วมการสัมมนานักธุรกิจแอมเวย์ระดับแพลตินัม
 - ได้รับเชิญเข้าร่วมสัมมนาระดับผู้นำในต่างประเทศ หากมีคะแนนสะสมตามที่บริษัทกำหนด
 - ได้รับวารสารแจ้งข่าวสารจากบริษัทเป็นประจำทุกเดือน

- ได้รับการประกาศเกียรติคุณด้วยการจารึกชื่อบนบอร์ดประกาศเกียรติคุณทั้งที่สำนักงานใหญ่ที่รัฐมิชิแกน สหรัฐอเมริกาและสำนักงานในประเทศไทย
- ได้รับการประกาศเกียรติคุณด้วยการพิมพ์ชื่อและรูปในนิตยสารของบริษัท
- ได้รับเงินตอบแทนสำหรับการเป็นผู้ปราศรัยรับเชิญในการประชุมของบริษัท
- เชื่อมเกียรติคุณนักธุรกิจแอมเวย์ระดับแพลตินัม

นักธุรกิจแอมเวย์ระดับไพลิน

- มีคุณสมบัติเป็นนักธุรกิจแอมเวย์ระดับแพลตินัมและให้การสponseส่วนตัวหรือรับรองแก่กลุ่มธุรกิจ 21% อย่างน้อย 2 กลุ่ม โดยจะต้องรักษายอดธุรกิจของกลุ่มธุรกิจส่วนตัวได้ไม่น้อยกว่า 55,000 พีวี หรือให้การสponseส่วนตัวหรือรับรองแก่กลุ่ม 21% ไม่น้อยกว่า 3 กลุ่ม และจะต้องสามารถดำรงคุณสมบัติครบ 6 เดือนภายในปีบัญชีของแอมเวย์
- รางวัลพิเศษที่ได้รับ
 - เช่นเดียวกับนักธุรกิจแอมเวย์ระดับแพลตินัม ยกเว้นการสัมมนานักธุรกิจแอมเวย์ระดับแพลตินัม
 - เชื่อมเกียรติคุณนักธุรกิจแอมเวย์ระดับไพลิน

นักธุรกิจแอมเวย์ระดับทับทิม

- มีคุณสมบัติเป็นนักธุรกิจแอมเวย์ระดับแพลตินัม และมียอดพีวีของธุรกิจส่วนตัวในเดือนนั้นเป็น 300,000 พีวีหรือมากกว่า
- รางวัลพิเศษที่ได้รับ
 - เช่นเดียวกับนักธุรกิจแอมเวย์ระดับแพลตินัม ยกเว้นการสัมมนานักธุรกิจแอมเวย์ระดับแพลตินัม
 - เชื่อมเกียรติคุณนักธุรกิจแอมเวย์ระดับทับทิม

นักธุรกิจแอมเวย์ระดับมรกต

- มีคุณสมบัติเป็นนักธุรกิจแอมเวย์ระดับแพลตินัมและให้การสponseส่วนตัวสponseเซอร์สาгал หรือสponseเซอร์รับรองแก่กลุ่มธุรกิจจำนวน 3 กลุ่ม แต่ละกลุ่มจะต้องมีคุณสมบัติได้รับส่วนลด 21% เป็นระยะเวลาอย่างน้อย 6 เดือนในรอบปีบัญชี
- รางวัลพิเศษที่ได้รับ
 - เช่นเดียวกับนักธุรกิจแอมเวย์ระดับแพลตินัม ยกเว้นการสัมมนานักธุรกิจแอมเวย์ระดับแพลตินัม
 - เชื่อมเกียรติคุณนักธุรกิจแอมเวย์ระดับมรกต

นักธุรกิจแอมเวย์ระดับเพชร

- มีคุณสมบัติเป็นนักธุรกิจแอมเวย์ระดับแพลตินัมและให้การสปอนเซอร์ส่วนตัวสปอนเซอร์สากล หรือสปอนเซอร์รับรองแก่กลุ่มธุรกิจจำนวน 6 กลุ่ม แต่ละกลุ่มจะต้องมีคุณสมบัติได้รับส่วนลด 21% เป็นระยะเวลาอย่างน้อย 6 เดือนในรอบปีบัญชี
- รางวัลพิเศษที่ได้รับ
 - ได้รับเชิญร่วมสัมมนาในระดับผู้นำในประเทศ
 - ได้รับการจารึกชื่อบนบอร์ดประกาศเกียรติคุณที่สำนักงานใหญ่แอมเวย์ที่สหรัฐอเมริกา พร้อมทั้งประดับรูปภาพและชื่อที่สำนักงานใหญ่ในประเทศไทย
 - ได้รับการพิมพ์ชื่อและรูปภาพบนปกหน้าของนิตยสารรายเดือนของแอมเวย์
 - ได้เดินทางโดยเครื่องบินชั้นธุรกิจ ในการเดินทางไปร่วมสัมมนารับเชิญ
 - ประกาศเกียรติคุณในงานเลี้ยงรับรองนักธุรกิจแอมเวย์ระดับเพชร
 - ได้รับเชิญร่วมสัมมนานักธุรกิจแอมเวย์ระดับเพชรในต่างประเทศ
 - ได้รับเงินตอบแทนการเป็นผู้ปราศรัยรับเชิญในงานของบริษัท
 - เชื้อมเกียรติคุณนักธุรกิจแอมเวย์ระดับเพชร

นักธุรกิจแอมเวย์ระดับเพชรบริหาร

- มีคุณสมบัติเป็นนักธุรกิจแอมเวย์ระดับแพลตินัมและให้การสปอนเซอร์ส่วนตัวสปอนเซอร์สากล หรือสปอนเซอร์รับรองแก่กลุ่มธุรกิจจำนวน 9 กลุ่ม แต่ละกลุ่มจะต้องมีคุณสมบัติได้รับส่วนลด 21% เป็นระยะเวลาอย่างน้อย 6 เดือนในรอบปีบัญชี
- รางวัลพิเศษที่ได้รับ
 - ได้รับเชิญร่วมสัมมนาในระดับผู้นำในต่างประเทศ
 - ได้รับการจารึกชื่อบนบอร์ดประกาศเกียรติคุณที่สำนักงานใหญ่แอมเวย์ที่สหรัฐอเมริกา พร้อมทั้งประดับรูปภาพและชื่อที่สำนักงานใหญ่ในประเทศไทย
 - ได้รับการพิมพ์ชื่อและรูปภาพบนปกหน้าของนิตยสารรายเดือนของแอมเวย์
 - ได้เดินทางโดยเครื่องบินชั้นหนึ่งและพักห้องสุขาของโรงแรมในการเดินทางไปร่วมสัมมนารับเชิญ
 - ประกาศเกียรติคุณในงานเลี้ยงรับรองนักธุรกิจแอมเวย์ระดับเพชรบริหาร
 - ได้รับเชิญร่วมสัมมนานักธุรกิจแอมเวย์ระดับเพชรบริหารในต่างประเทศ
 - ได้รับเชิญร่วมสัมมนานักธุรกิจแอมเวย์ระดับเพชรในต่างประเทศ
 - ได้รับเงินตอบแทนการเป็นผู้ปราศรัยรับเชิญในงานของบริษัท

- มีสิทธิได้รับส่วนแบ่งจากกองทุนส่วนลดพิเศษเพชรบริหาร
- เชื่อมเกียรติคุณนักธุรกิจแอมเวย์ระดับเพชรบริหาร

นักธุรกิจแอมเวย์ระดับเพชรคู่

- มีคุณสมบัติเป็นนักธุรกิจแอมเวย์ระดับแพลตินัมและให้การสปอนเซอร์ส่วนตัวสปอนเซอร์สากล หรือสปอนเซอร์รับรองแก่กลุ่มธุรกิจจำนวน 12 กลุ่ม แต่ละกลุ่มจะต้องมีคุณสมบัติได้รับส่วนลด 21% อย่างน้อยที่สุดเป็นเวลา 6 เดือนในรอบปีบัญชี
- รางวัลพิเศษที่ได้รับ
 - ได้รับเชิญร่วมสัมมนาในระดับผู้นำในต่างประเทศ
 - ได้รับการจารึกชื่อบนบอร์ดประกาศเกียรติคุณที่สำนักงานใหญ่แอมเวย์ที่สหรัฐอเมริกา พร้อมทั้งประดับรูปภาพและชื่อที่สำนักงานใหญ่ในประเทศไทย
 - ได้รับการพิมพ์ชื่อและรูปภาพบนปกหน้าของนิตยสารรายเดือนของแอมเวย์
 - ได้เดินทางโดยเครื่องบินชั้นหนึ่งและพักห้องสุทของโรงแรมในการเดินทางไปร่วมสัมมนารับเชิญ
 - ประกาศเกียรติคุณในงานเลี้ยงรับรองนักธุรกิจแอมเวย์ระดับเพชรคู่
 - ได้รับเชิญร่วมสัมมนาแก่นักธุรกิจแอมเวย์ระดับเพชรบริหารในต่างประเทศ
 - ได้รับเชิญร่วมสัมมนานักธุรกิจแอมเวย์ระดับเพชรในต่างประเทศ
 - ได้รับเงินตอบแทนการเป็นผู้ปราศรัยรับเชิญในงานของบริษัท
 - มีสิทธิได้รับส่วนแบ่งจากกองทุนส่วนลดพิเศษเพชรบริหาร
 - ได้รับรางวัลเงินสดจ่ายครั้งเดียวเป็นจำนวนเงิน 400,000 บาท
 - เชื่อมเกียรติคุณนักธุรกิจแอมเวย์ระดับเพชรคู่

นักธุรกิจแอมเวย์ระดับตรีเพชร

- มีคุณสมบัติเป็นนักธุรกิจแอมเวย์ระดับแพลตินัมและให้การสปอนเซอร์ส่วนตัวสปอนเซอร์สากล หรือสปอนเซอร์รับรองแก่กลุ่มธุรกิจจำนวน 15 กลุ่ม แต่ละกลุ่มจะต้องมีคุณสมบัติได้รับส่วนลด 21% อย่างน้อยที่สุดเป็นเวลา 6 เดือนในรอบปีบัญชี
- รางวัลพิเศษที่ได้รับ
 - ได้รับเชิญร่วมสัมมนาระดับผู้นำในต่างประเทศ
 - ได้รับการจารึกชื่อบนบอร์ดประกาศเกียรติคุณที่สำนักงานใหญ่แอมเวย์ที่สหรัฐอเมริกา พร้อมทั้งประดับรูปภาพและชื่อที่สำนักงานใหญ่ในประเทศไทย
 - ได้รับการพิมพ์ชื่อและรูปภาพบนปกหน้าของนิตยสารรายเดือนของแอมเวย์

- ได้เดินทางโดยเครื่องบินชั้นหนึ่งและพักห้องสุขของโรงแรมในการเดินทางไปร่วมสัมมนารับเชิญ
- ประกาศเกียรติคุณในงานเลี้ยงรับรองนักธุรกิจแอมเวย์ระดับตรีเพชร
- ได้รับเชิญร่วมสัมมนานักธุรกิจแอมเวย์ระดับเพชรบริหารในต่างประเทศ
- ได้รับเชิญร่วมสัมมนานักธุรกิจแอมเวย์ระดับเพชรในต่างประเทศ
- ได้รับเงินตอบแทนการเป็นผู้ปราศรัยรับเชิญในงานของบริษัท
- มีสิทธิได้รับส่วนแบ่งจากกองทุนส่วนลดพิเศษเพชรบริหาร
- ได้รับเชิญสัมมนาธุรกิจ ณ สถานที่พักผ่อนตากอากาศภายในประเทศพร้อมครอบครัวและผู้ติดตามจำนวนไม่เกิน 6 คน เป็นเวลา 5 วัน
- ได้รับรางวัลเงินสดจ่ายครั้งเดียวเป็นจำนวนเงิน 800,000 บาท
- เชื้อเกียรติคุณนักธุรกิจแอมเวย์ระดับตรีเพชร

นักธุรกิจแอมเวย์ระดับมงกุฏ

- มีคุณสมบัติเป็นนักธุรกิจแอมเวย์ระดับแพลตินัมและให้การสponseอร์ส่วนตัวสponseอร์สากล หรือสponseอร์รับรองแก่กลุ่มธุรกิจจำนวน 18 กลุ่ม แต่ละกลุ่มจะต้องมีคุณสมบัติได้รับส่วนลด 21% อย่างน้อยที่สุดเป็นเวลา 6 เดือนในรอบปีบัญชี
- รางวัลพิเศษที่ได้รับ
 - ได้รับเชิญร่วมสัมมนาระดับผู้นำในต่างประเทศ
 - ได้รับการจารึกชื่อนบนบอร์ดประกาศเกียรติคุณที่สำนักงานใหญ่แอมเวย์ที่สหรัฐอเมริกา พร้อมทั้งประดับรูปภาพและชื่อที่สำนักงานใหญ่ในประเทศไทย
 - ได้รับการพิมพ์ชื่อและรูปภาพบนปกหน้าของนิตยสารรายเดือนของแอมเวย์
 - ได้เดินทางโดยเครื่องบินชั้นหนึ่งและพักห้องสุขของโรงแรมในการเดินทางไปร่วมสัมมนารับเชิญ
 - ประกาศเกียรติคุณในงานเลี้ยงรับรองนักธุรกิจแอมเวย์ระดับมงกุฏ
 - ได้รับเชิญร่วมสัมมนานักธุรกิจแอมเวย์ระดับเพชรบริหารในต่างประเทศ
 - ได้รับเชิญร่วมสัมมนานักธุรกิจแอมเวย์ระดับเพชรในต่างประเทศ
 - ได้รับเงินตอบแทนการเป็นผู้ปราศรัยรับเชิญในงานของบริษัท
 - มีสิทธิได้รับส่วนแบ่งจากกองทุนส่วนลดพิเศษเพชรบริหาร

- ได้รับรางวัลเงินสดจ่ายครั้งเดียวเป็นจำนวนเงิน 1,600,000 บาทหรือเลือกเข้าร่วมสัมมนาที่เกาะปีเตอร์ ไอส์แลนด์ ในทะเลแคริบเบียนเป็นเวลา 5 วัน ซึ่งเมื่อรวมกับรางวัลเงินสดจ่ายครั้งเดียวแล้ว มีมูลค่ารวมไม่เกิน 1,600,000 บาท
- ได้รับเชิญไปเยี่ยมชมกิจการและร่วมงานวันมงกุฎที่สำนักงานใหญ่แอมเวย์สหรัฐอเมริกา
- เชื่อมเกียรติคุณนักธุรกิจแอมเวย์ระดับมงกุฎ

นักธุรกิจแอมเวย์ระดับมงกุฎ

- มีคุณสมบัติเป็นนักธุรกิจแอมเวย์ระดับแพลตินัมและให้การสปอนเซอร์ส่วนตัว สปอนเซอร์สากล หรือสปอนเซอร์รับรองแก่กลุ่มธุรกิจจำนวน 20 กลุ่มขึ้นไป แต่ละกลุ่มจะต้องมีคุณสมบัติได้รับส่วนลด 21% อย่างน้อยที่สุดเป็นเวลา 6 เดือนในรอบปีบัญชี
- รางวัลพิเศษที่ได้รับ
 - ได้รับเชิญร่วมสัมมนาระดับผู้นำในต่างประเทศ
 - ได้รับการจารึกชื่อบนบอร์ดประกาศเกียรติคุณที่สำนักงานใหญ่แอมเวย์ที่สหรัฐอเมริกา พร้อมทั้งประดับรูปภาพและชื่อที่สำนักงานใหญ่ในประเทศไทย
 - ได้รับการพิมพ์ชื่อและรูปภาพบนปกหน้าของนิตยสารรายเดือนของแอมเวย์
 - ได้เดินทางโดยเครื่องบินชั้นหนึ่งและพักห้องสุขของโรงแรมในการเดินทางไปร่วมสัมมนารับเชิญ
 - ประกาศเกียรติคุณในงานเลี้ยงรับรองนักธุรกิจแอมเวย์ระดับมงกุฎ
 - ได้รับเชิญร่วมสัมมนานักธุรกิจแอมเวย์ระดับเพชรบริหารในต่างประเทศ
 - ได้รับเชิญร่วมสัมมนานักธุรกิจแอมเวย์ระดับเพชรในต่างประเทศ
 - ได้รับเงินตอบแทนการเป็นผู้ปราศรัยรับเชิญในงานของบริษัท
 - มีสิทธิได้รับส่วนแบ่งจากกองทุนส่วนลดพิเศษเพชรบริหาร
 - ได้รับรางวัลเงินสดจ่ายครั้งเดียวเป็นจำนวนเงิน 2,400,000 บาทหรือเลือกเข้าร่วมสัมมนาที่เกาะปีเตอร์ ไอส์แลนด์ ในทะเลแคริบเบียนพร้อมผู้ติดตามไม่เกิน 6 คน เป็นเวลา 5 วัน ซึ่งเมื่อรวมกับรางวัลเงินสดจ่ายครั้งเดียวแล้ว มีมูลค่ารวมไม่เกิน 2,400,000 บาท
 - ได้รับเชิญไปเยี่ยมชมกิจการและร่วมงานวันมงกุฎที่สำนักงานใหญ่แอมเวย์สหรัฐอเมริกา
 - เชื่อมเกียรติคุณนักธุรกิจแอมเวย์ระดับมงกุฎ

จะเห็นได้ว่า การก้าวสู่ความสำเร็จของนักธุรกิจแอมเวย์ไม่ใช่เรื่องง่ายเพราะจะต้องบริหารการขายของตนเอง บริหารเครือข่ายของตนให้สามารถรักษาคุณสมบัติตามเงื่อนไข แต่ก็มีนักธุรกิจจำนวนมากไม่น้อยที่สามารถก้าวขึ้นสู่นักธุรกิจผู้ประสบความสำเร็จในระดับสูงได้ นับเป็นสิ่งท้าทายความสามารถมาก และยังมีนักธุรกิจจำนวนมากที่มุ่งมั่นดำเนินธุรกิจอย่างจริงจัง เพื่อให้ตนเองสามารถบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ นับว่าเป็นเรื่องราวที่น่าสนใจและน่าศึกษาเป็นอย่างยิ่งว่า นักธุรกิจแอมเวย์ที่ประสบความสำเร็จมีคุณลักษณะพึงประสงค์อย่างไร ที่จะนำไปสู่ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจด้วยระบบการขายตรงแบบหลายชั้น

3. เอกสารและงานวิจัยเกี่ยวกับเทคนิคเดลฟาย

3.1 ประวัติและความเป็นมาของเทคนิคเดลฟาย

กองทัพอากาศสหรัฐอเมริกาได้ค้นพบเทคนิคเดลฟาย เมื่อ พ.ศ. 2495 แต่เทคนิคนี้ถูกปิดเป็นความลับ กองทัพอากาศได้ใช้เทคนิคเดลฟายในการศึกษาวิจัยสิ่งต่างๆ โดยการถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในสาขาที่ต้องการวิจัย (เกษม บุญอ่อน. 2522 : 26) เทคนิคเดลฟายได้รับการเปิดเผยในปี พ.ศ. 2503 โดยเฮลเมอร์ และดัลกี (Helmer and Dalkey) ซึ่งเป็นนักวิจัยของบริษัทแรนด์ (Rand Corporation) ได้นำเทคนิคเดลฟายมาใช้ในการสอบถามผู้เชี่ยวชาญ และทั้งคู่ได้เขียนบทความเรื่อง “การทดลองประยุกต์ใช้เทคนิคเดลฟายจากผู้เชี่ยวชาญ” (An Experimental Application of the Delphi Method to Use of Expert) ในวารสาร Management Science ปีที่ 9 ฉบับที่ 3 เดือนเมษายน พ.ศ. 2506 อันเป็นการกระจายเรื่องราวเกี่ยวกับเทคนิคเดลฟายออกไปอย่างกว้างขวาง (ประยูร ศรี-ประสาธน์. 2523 : 5)

เดลฟาย (Delphi) เป็นชื่อเรียกตามสถานที่ศักดิ์สิทธิ์อโพลโล (Apoll's Oracel) ในเมืองเดลฟาย ประเทศกรีก เนื่องจากเทพเจ้าอโพลโลเป็นเทพเจ้าศักดิ์สิทธิ์แห่งการพยากรณ์ หรือเรียกว่าเป็นเทพพยากรณ์ ซึ่งมีความหมายสอดคล้องกับชื่อของเทคนิคเดลฟาย เพราะเป็นวิธีการพยากรณ์เหตุการณ์ต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตอย่างมีระบบโดยอาศัยผู้เชี่ยวชาญ (สมบัติ สุวรรณพิทักษ์.2528 : 45-47)

เทคนิคเดลฟายมีแนวคิดพื้นฐานมาจากสุภาษิตว่า “หลายหัวดีกว่าหัวเดียว” ในการตัดสินใจเรื่องต่างๆ ความคิดเห็นที่ได้ควรมาจากกลุ่มบุคคลมากกว่าจากบุคคลเดียว เทคนิคเดลฟายใช้วิธีระดมความคิดเห็นจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ โดยผู้เชี่ยวชาญไม่ต้องมาประชุมร่วมกัน และจะไม่ทราบว่าเป็นผู้เชี่ยวชาญบ้าง ทำให้สามารถแสดงความคิดเห็นของตนเองได้อย่างอิสระ จึงเป็นวิธีที่ทำให้ได้ความคิดเห็นที่ถูกต้องและเชื่อถือได้มากที่สุด (สมบูรณ์ ดันยะ.2524:11)

3.2 ความหมายของเทคนิคเดลฟาย

ราสพี (Rasp. 1973 : 29) ให้ความหมายของเทคนิคเดลฟายว่า เป็นเทคนิคของการรวบรวมการพิจารณาตัดสินที่มุ่งเพื่อเอาชนะจุดอ่อนของการตัดสินใจแต่เดิมที่จำเป็นต้องขึ้นอยู่กับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญคนใดคนหนึ่งโดยเฉพาะ หรือความคิดเห็นของกลุ่มหรือมติที่ประชุม

ดูคานิส (ปิยนันท์ เผือกประพันธ์. 2546 : 24 ; อ้างอิงจาก Ducanis. 1970 : 154) ให้ความหมายของเทคนิคเดลฟายว่า เป็นการทำนายเกี่ยวกับเรื่องราวต่างๆ ที่จะเป็นไปได้ในอนาคต เทคนิคนี้มุ่งที่จะลดผลกระทบหรืออิทธิพลจากบุคคลอื่นในกรณีที่ต้องมีการเผชิญหน้ากัน หรืออาจกล่าวได้ว่า เทคนิคเดลฟายเป็นการรวบรวมคำตอบที่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันเกี่ยวกับเรื่องที่จะศึกษา ในขณะที่ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องไม่ได้ถูกจำกัด วิธีนี้เชื่อว่าจะได้ข้อมูลที่แน่นอนกว่าการเรียกประชุม หรือวิธีการอื่นที่คล้ายคลึงกัน

เฮลเมอร์ และเรสเซอร์ (เกษม บุญอ่อน. 2522 : 26 อ้างอิงมาจาก Helmer and Rescher 1959 : 25) ได้ให้ความหมายของเทคนิคเดลฟายว่า เป็นโครงการที่จัดทำอย่างละเอียดในการสอบถามบุคคล โดยใช้แบบสอบถามในเรื่องต่างๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลและความคิดเห็นกลับมาประกอบการพิจารณาตัดสินใจ และสร้างความเป็นเอกฉันท์ในเรื่องเกี่ยวกับความเป็นไปได้ในอนาคต ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับเวลาปริมาณ และหรือสภาพการณ์ที่ต้องการจะให้เป็น

อินโนเทค (INNOTECH. 1983 : 2) กล่าวว่า เทคนิคเดลฟายคือ กระบวนการวิธีการของการสำรวจและประเมินความคิดเห็นของบุคคล โดยการให้ตอบชุดของแบบสอบถาม แทนการประชุมพบปะหารือกัน เป็นวิธีการที่มีความเป็นปรนัยในเรื่องต่อไปนี้คือ

1. สำรวจแบบประเมินความต้องการ ความปรารถนา และความคิดเห็นที่มีลักษณะของวิธีการทางวิทยาศาสตร์
2. จัดลำดับความต้องการ ความปรารถนาและความคิดเห็น
3. กำหนดระดับความสอดคล้องของความต้องการ ความปรารถนา และความคิดเห็นเหล่านั้น

ไชยยศ เรืองสุวรรณ (2533 : 156) กล่าวว่า เทคนิคเดลฟาย เป็นวิธีการรวบรวมและการประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เป็นวิธีการรวบรวมและประเมินอย่างมีระบบ โดยผู้ตอบสามารถตอบได้อย่างเสรี และมีโอกาสแก้ไขแนวคิดที่ตอบในตอนแรกของตนได้ด้วยการแสดงเหตุผล หลักการของเทคนิคเดลฟายตั้งอยู่บนความเชื่อที่ว่า บุคคลที่มีความรู้ความสามารถในสาขานั้นจำนวนหลายคนย่อมจะช่วยแก้ไขปัญหาดังๆ ในด้านนั้นได้ดีกว่าผู้เชี่ยวชาญเพียงคนเดียวหรือสองคน

พิรุณรัตน์ สันติลีลา (2541 : 34) ได้กล่าวว่า เทคนิคเดลฟาย คือ วิธีการเทคนิคการรวบรวมและการประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยผู้ตอบสามารถตอบได้อย่างเสรี และมีโอกาสแก้ไขแนวคิดที่ตอบในตอนแรกๆ ของตนได้ด้วยการแสดงเหตุผล

และสร้างความเป็นเอกฉันท์ในเรื่องที่เกี่ยวกับความเป็นไปได้ในอนาคตในส่วนที่เกี่ยวข้องกับเวลา ปริมาณ และหรือสภาพการณ์ที่ต้องการจะให้เป็น

สมบุรณ์ ดันยะ (2524 : 10) กล่าวว่า เทคนิคเดลฟายคือ การพยายามรวบรวมความคิดที่กระจัดกระจายของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญให้มีความสอดคล้องเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันอย่างมีระบบ เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในกระบวนการตัดสินใจหรือสรุปเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

จากความหมายที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า เทคนิคเดลฟาย คือกระบวนการในการรวบรวมความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญ ในการตัดสินใจหรือสร้างความเป็นเอกฉันท์ในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยเปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ และสามารถแก้ไขแนวคิดของตนเองได้อย่างมีเหตุผล โดยใช้วิธีการตอบแบบสอบถามอย่างเป็นการส่วนตัว แทนการประชุมปรึกษาหารือ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่น่าเชื่อถือจากผู้เชี่ยวชาญแต่ละคน

3.3 ลักษณะของเทคนิคเดลฟาย

เทคนิคเดลฟาย เป็นวิธีการวิจัยประเภทหนึ่ง เพราะข้อมูลที่ได้มาเป็นข้อเท็จจริง (Fact) มีความเชื่อถือได้ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง และวิธีการที่ใช้ก็มีความเป็นวิทยาศาสตร์ ซึ่งวันทนี ชูติลปี (2525 : 44) ได้กล่าวถึงลักษณะเฉพาะของการวิจัยโดยเทคนิคเดลฟาย ดังนี้

1. เป็นการวิจัยที่อาศัยการระดมความคิดเห็นจากกลุ่มบุคคล ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญในเรื่องที่ต้องการศึกษา
2. เป็นการวิจัยที่ใช้ได้เหมาะสมกับการทำนายหรือการวิเคราะห์ปรากฏการณ์ต่างๆ ในอนาคต
3. ผู้เชี่ยวชาญจะแสดงความคิดเห็นตนเอง โดยไม่คำนึงถึงความคิดเห็นของผู้อื่น ทั้งนี้เพราะในขณะที่แสดงความคิดเห็น ผู้เชี่ยวชาญแต่ละคนไม่มีโอกาสเผชิญหน้ากับผู้เชี่ยวชาญคนอื่นๆ เนื่องจากการแสดงความคิดเห็นใช้วิธีการเขียนคำตอบลงในแบบสอบถามที่ผู้วิจัยส่งไปให้ นอกจากนี้ ผู้เชี่ยวชาญแต่ละคนจะไม่ทราบว่ามีใครเป็นผู้เชี่ยวชาญบ้าง
4. การรวบรวมความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญนั้น จะต้องให้ผู้เชี่ยวชาญแสดงความคิดเห็นซ้ำกันหลายครั้ง โดยเว้นระยะเวลาคิดแต่ละครั้งให้เหมาะสม เพื่อให้ได้ความเห็นที่แน่นอน โดยทั่วไปนิยมให้ตอบ 3 – 4 รอบ
5. ผู้วิจัยจะใช้สถิติเพื่อการวิเคราะห์ความคิดเห็นที่ได้จากการตอบของผู้เชี่ยวชาญในแต่ละครั้ง โดยทั่วไปมักใช้มัธยฐาน (Median) และส่วนเบี่ยงเบนควอไทล์ (Interquartile Range)

ดัลกี (สมพร ศรีใส.2532 : 45;อ้างอิงจาก ดัลกี.1971) ได้อธิบายถึงลักษณะต่างๆ ไปของเทคนิคเดลฟายไว้ว่า กลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่ได้รับเลือกให้เข้าร่วมในการวิจัยจะไม่ทราบเลยว่ามีผู้ใดบ้างที่รวมอยู่ในกลุ่มผู้เชี่ยวชาญนี้ เหตุที่ต้องทำเช่นนี้ก็เพื่อเป็นการขจัดอิทธิพลของกลุ่มหรืออิทธิพลของลักษณะเด่นของผู้เชี่ยวชาญบางคนที่จะส่งผลต่อความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญคนอื่นๆ ดังนั้น จึงมักใช้แบบ

สอบถามหรือวิธีการสื่อสารอื่นๆ ที่ช่วยให้กลุ่มผู้เชี่ยวชาญทั้งหมดไม่ต้องมาเผชิญหน้ากัน และเพื่อให้ได้ความคิดเห็นที่ถูกต้องเชื่อถือได้ จึงต้องใช้แบบสอบถามหลายๆ รอบ และในการตอบแบบสอบถามแต่ละรอบนั้น ผู้วิจัยจะได้แสดงผลสรุปของคำตอบจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญและคำตอบของผู้เชี่ยวชาญนั้นๆ เองในรอบก่อนไว้ เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญแต่ละคนทราบว่า ความคิดเห็นของตนเป็นอย่างไร แตกต่างจากความคิดเห็นของคนอื่นหรือไม่ อย่างไร นอกจากนั้น ยังเป็นกระบวนการที่ใช้วิธีการทางสถิติเข้ามาช่วยในการจำกัดวงคำตอบของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งเป็นการลดการกระจายกระจายของคำตอบของกลุ่ม ทำให้เกิดความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันขึ้น และนอกจากนี้ ยังใช้สถิติเข้าช่วยในการยืนยันว่า ความคิดเห็นในคำตอบรอบสุดท้ายของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญนั้น เป็นตัวแทนของความคิดเห็นของสมาชิกทั้งหมดในกลุ่มด้วย

3.4 ขั้นตอนการวิจัยโดยใช้เทคนิคเดลฟาย

1. การพิจารณาหัวข้อปัญหาที่จะศึกษาค้นคว้า

เทคนิคเดลฟายเป็นการศึกษาโดยการสำรวจความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งแรกเริ่ม การค้นพบเทคนิคเดลฟายใช้ในการทำนายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในอนาคต แต่ในปัจจุบันเป็นที่ยอมรับกันว่า เทคนิคเดลฟายสามารถนำมาใช้ในการศึกษาปัญหาต่างๆ หลายด้าน และปัญหาที่เหมาะสมสำหรับเทคนิคเดลฟายไม่จำเป็นต้องเป็นเรื่องของอนาคต แต่อาจเป็นเรื่องที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน

2. การเลือกผู้เชี่ยวชาญ

เนื่องจากผลของการวิจัยโดยใช้เทคนิคเดลฟาย เกิดจากกระบวนการรวบรวมความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญ ดังนั้น การคัดเลือกผู้เชี่ยวชาญจึงเป็นสิ่งสำคัญในการวิจัย ผู้วิจัยจึงต้องศึกษาค้นคว้าเรื่องที่ทำวิจัยเป็นอย่างดี และค้นหาผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับเรื่องที่ทำการศึกษาวิจัย และผู้เชี่ยวชาญจะต้องมีความยินดีที่จะตอบแบบสอบถาม ซึ่งจะต้องตอบถึง 3 รอบ

2.1 วิธีการเลือกผู้เชี่ยวชาญ

ผู้เชี่ยวชาญในการศึกษาวิจัยโดยใช้เทคนิคเดลฟายจะต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ ความเข้าใจในเรื่องที่ทำการศึกษาวิจัยเป็นอย่างดี และจะต้องมีผู้เชี่ยวชาญจากหลากหลายด้านที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดความสมบูรณ์จากผู้เกี่ยวข้องรอบด้าน ในขณะเดียวกัน ผู้เชี่ยวชาญควรเป็นผู้ที่มีความกล้าในการแสดงความคิดเห็นและตัดสินใจ ตลอดจนเป็นผู้ที่มีเหตุมีผลด้วย

2.2 จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

จำนวนผู้เชี่ยวชาญไม่ได้ถูกกำหนดอย่างแน่นอนตายตัว ว่าต้องมีจำนวนกี่คน จากการศึกษาค้นคว้าพบว่า โทมัส ที แมคมิลแลน (เกษม บุญอ่อน. 2522 : 27 – 28 ; อ้างอิงจาก Thomas T. MacMillan. 1971) ได้เสนอผลการวิจัยเกี่ยวกับจำนวนผู้เชี่ยวชาญที่ใช้ในการวิจัย และค่าการเปลี่ยนแปลงของความคลาดเคลื่อนว่า เมื่อใช้ผู้เชี่ยวชาญตั้งแต่ 17 คนขึ้นไป ค่าความคลาดเคลื่อนจะลดลงในอัตราที่ ดังนั้น การวิจัยโดยใช้เทคนิคเดลฟายจึงควรให้มีผู้เชี่ยวชาญอย่างน้อย 17 คน

3. วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยโดยใช้เทคนิคเดลฟาย เป็นการวิจัยโดยใช้แบบสอบถาม ถามความคิดเห็น จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้เชี่ยวชาญ โดยให้ตอบแบบสอบถาม 3 รอบ ตามขั้นตอนดังนี้

รอบที่ 1 ผู้วิจัยส่งแบบสอบถามแบบปลายเปิดให้ผู้เชี่ยวชาญแสดงความคิดเห็นในเรื่องที่ทำการวิจัย และส่งกลับมายังผู้วิจัย

รอบที่ 2 ผู้วิจัยรวบรวมคำตอบจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด นำมาสร้างเป็นแบบสอบถาม แบบมาตราส่วนค่า 5 ระดับ และส่งกลับไปยังผู้เชี่ยวชาญที่เป็นกลุ่มตัวอย่างเดิม

รอบที่ 3 ผู้วิจัยรวบรวมคำตอบจากแบบสอบถามรอบที่ 2 นำมาวิเคราะห์หาค่ามัธยฐาน (Median) และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range) แล้วส่งแบบสอบถามกลับไปยังผู้เชี่ยวชาญแต่ละท่านอีกครั้ง เพื่อให้ตัดสินใจยืนยันหรือปรับปรุงคำตอบของตน โดยการให้เหตุผลประกอบ

3.5 งานวิจัยที่ใช้เทคนิคเดลฟาย

ตั้งแต่เทคนิคเดลฟายได้รับการแนะนำอย่างแพร่หลายในปี พ.ศ. 2495 ปรากฏว่ามีผู้นำ เทคนิคเดลฟายมาใช้ในการทำวิจัยอย่างกว้างขวาง ดังตัวอย่างงานวิจัยที่ใช้เทคนิคเดลฟายดังนี้

3.5.1 งานวิจัยต่างประเทศ

รอสแมน และบันนิง (Rossman and Bunning . 1978) ได้ใช้เทคนิคเดลฟายในการ กำหนดความสามารถด้านความรู้ และทักษะของนักการศึกษาผู้ใหญ่ของประเทศสหรัฐอเมริกา เพื่อศึกษา ถึงแนวโน้มเกี่ยวกับสมรรถภาพของนักการศึกษาผู้ใหญ่ในปี ค.ศ. 1985 โดยผู้เชี่ยวชาญเป็นอาจารย์ที่ สอนวิชาการศึกษาผู้ใหญ่ในระดับบัณฑิตศึกษาในสหรัฐอเมริกาและแคนาดา จำนวน 141 คน เป็นกลุ่ม ตัวอย่าง แบบสอบถามที่ใช้มี 101 ข้อ ผลการวิจัยพบว่า คุณสมบัติของนักการศึกษาผู้ใหญ่ปี ค.ศ. 1985 นั้น จะต้องมีความรู้เกี่ยวกับความต้องการและพัฒนาการในวัยผู้ใหญ่ ต้องมีความรู้เกี่ยวกับการเข้าใจตนเอง ขบวนการเปลี่ยนแปลงในวัยผู้ใหญ่ ความรู้เกี่ยวกับหลักการสำคัญของการศึกษาผู้ใหญ่ และจะต้อง เป็นผู้ที่สามารถประยุกต์ทฤษฎีไปสู่การปฏิบัติได้ ส่วนทักษะที่จำเป็นนั้นกลุ่มผู้เชี่ยวชาญได้มีความเห็น สอดคล้องกันว่า นักการศึกษาผู้ใหญ่จะต้องมีทักษะในการกำหนดความต้องการทางการศึกษาผู้ใหญ่ เฉพาะบุคคล ทักษะในการพัฒนาตนเอง การติดต่อสื่อสาร การส่งเสริมความสามารถของบุคคลและทักษะ ในการสอน

ลินน์ (Lynn. 1979) แห่งมหาวิทยาลัยนอร์ทเทิร์น อิลลินอยส์ (Northern Illinois University) ใช้เทคนิคเดลฟายทำการวิจัยเพื่อให้เข้าใจถึงวัตถุประสงค์หลักสำหรับการศึกษาทางสภาพ แวดล้อมเพื่อใช้เป็นโครงสร้างขอบข่ายการพัฒนาหลักสูตรการกลั่นกรองโปรแกรมและการประเมินผล โปรแกรม ใช้เวลาในการวิจัยนานกว่า 5 เดือน

แบทเทอร์ซาย (Battersby. 1980) คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยแมสเสย์ (Massey University) ประเทศนิวซีแลนด์ ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับความคาดหวังสำหรับครูประถมศึกษาที่ประสบความสำเร็จในขั้นเริ่มต้น เพื่อศึกษาถึงความสอดคล้องกันของความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญในระดับต่างๆ ผลการวิจัยสรุปได้ว่า ครูใหม่ระดับประถมศึกษาที่จะประสบความสำเร็จได้นั้นจะต้องมีเทคนิคและวิธีการสอนหลายๆ รูปแบบ สามารถใช้อุปกรณ์การสอนอย่างมีประสิทธิภาพ สอนโดยคำนึงถึงความต้องการและความสนใจของเด็ก มีการวัดผลเพื่อปรับปรุงการสอนอยู่เสมอ และสามารถควบคุมชั้นเรียนได้

3.5.2 งานวิจัยภายในประเทศ

กาญจนา สุขประเสริฐ (2536) ได้ทำการศึกษาแนวทางการจัดการศึกษานอกโรงเรียนในจังหวัดระยอง ให้สอดคล้องกับโครงการพัฒนาพื้นที่บริเวณชายฝั่งทะเลตะวันออก โดยใช้เทคนิคเดลฟาย กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้บริหารและปฏิบัติการด้านการศึกษาด้านการพัฒนา นักวิชาการจากสถาบันอุดมศึกษา และตัวแทนภาคธุรกิจเอกชน จำนวน 27 คน ผลการวิจัยสรุปได้ว่า โครงการพัฒนาพื้นที่บริเวณชายฝั่งทะเลตะวันออก จะก่อให้เกิดการย้ายถิ่น จังหวัดระยองจะมีโครงสร้างทางเศรษฐกิจเปลี่ยนไป ความเป็นอยู่เป็นแบบสมัยใหม่มากขึ้น โรงงานอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้นซึ่งก่อให้เกิดผลเสียต่อสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ แนวทางการจัดการศึกษานอกโรงเรียนจะต้องคำนึงถึงการสนองความต้องการของประชาชน เน้นการศึกษาตลอดชีวิต และบทบาทของสื่อมวลชน การกำหนดกลุ่มเป้าหมายหลักในการให้บริการ และแนวทางการประสานงานระหว่างหน่วยงานที่จัดการศึกษานอกโรงเรียน

พิรุณรัตน์ สันติลีลา (2541) ได้ศึกษาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของครูแนะแนว ตามทัศนะของผู้เชี่ยวชาญด้านการแนะแนวและผู้บริหารโรงเรียนมัธยมศึกษา โดยใช้เทคนิคเดลฟาย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย 34 คน ผลการวิจัยพบว่า ครูแนะแนวควรจะสามารถศึกษาปริญญาตรีในด้านการแนะแนว หรือจิตวิทยาการแนะแนว หรือการให้คำปรึกษา ครูแนะแนวควรมีความสามารถนำความรู้เกี่ยวกับนโยบายการศึกษา หลักสูตรแผนพัฒนาการศึกษา มาเป็นหลักในการจัดการสอนกิจกรรมแนะแนว โดยสามารถสอนกิจกรรมแนะแนวโดยคำนึงถึงสภาพของผู้เรียน ครูแนะแนวมีความสามารถในการให้บริการแนะแนว โดยสามารถรวบรวมข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้เรียน มีความเต็มใจในการบริการให้คำปรึกษา นอกจากนั้น ครูแนะแนวจะต้องมีความเมตตากรุณา ซื่อสัตย์และเสียสละ ครูแนะแนวควรมีความจริงใจ มีความกระตือรือร้น มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และสามารถปรับตัวเองได้

นวลอนงค์ วงษ์เพชร (2543) ได้ทำการศึกษารูปแบบการจัดบริการแนะแนวในโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติ เขตการศึกษาที่ 1 โดยใช้เทคนิคเดลฟาย กลุ่มตัวอย่าง 40 คน ผลการศึกษาพบว่า โรงเรียนขนาดใหญ่ โรงเรียนขนาดกลาง และโรงเรียนขนาดเล็ก จัดบริการแนะแนวในรูปแบบต่างๆ กัน ผู้บริหารและบุคลากรในโรงเรียนควรทำความเข้าใจในหลักการให้บริการแนะแนว และควรมีความรู้ในเรื่องงานแนะแนวอย่างถูกต้อง มีการ

ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน ตลอดจนสภาพปัญหาของนักเรียน วัดอุปสงค์และเนื้อหาของการจัดบริการแนะแนวครอบคลุมด้านการศึกษา อาชีพ และการพัฒนาบุคลิกภาพ ติดตามกำกับดูแลงานแนะแนวอย่างเป็นระบบและมีระยะเวลากำหนดที่ชัดเจน

จุไรรัตน์ คำผิงแดง (2546) ทำการศึกษาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของเจ้าหน้าที่บุคคลตามทัศนะของผู้บริหารของบริษัท เนสท์เล่ (ประเทศไทย) จำกัด โดยใช้เทคนิคเดลฟาย กลุ่มตัวอย่าง 17 คน ผลการวิจัยพบว่า คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของเจ้าหน้าที่บุคคลได้แก่ ต้องมีความรู้ความสามารถในการบริหารงานบุคคล : งานสรรหาและว่าจ้าง งานฝึกอบรมบุคลากร งานแรงงานสัมพันธ์ และงานบริหารค่าจ้างเงินเดือน และสวัสดิการต่างๆ ต้องมีความสามารถในการคิดวิเคราะห์งานบุคคล : ความสามารถในการคิดอย่างพินิจพิเคราะห์ และความสามารถในการคิดริเริ่ม ด้านบุคลิกภาพ เจ้าหน้าที่บุคคลจะต้องมีความเชื่อมั่นในตนเอง แต่งกายสะอาดเรียบร้อย ถูกต้อง เหมาะสมกาลเทศะ กระฉับกระเฉงและว่องไว สุขภาพ มีความสามารถปรับตัวเข้ากับผู้อื่นได้ดี มีความขยันในการทำงาน เป็นผู้ที่ไม่รู้ และมีความอดทนในการทำงาน ต้องมีทัศนคติที่ดีต่องานบุคคลในเรื่อง งานสรรหาและว่าจ้างบุคลากร งานฝึกอบรมบุคลากร งานแรงงานสัมพันธ์ งานบริหารค่าจ้างเงินเดือน และสวัสดิการต่างๆ

ปิยนันท์ เผือกประพันธ์ (2546) ได้ศึกษาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของเจ้าหน้าที่ฝ่ายเงินสมทบและการตรวจสอบ ของสำนักงานประกันสังคม โดยใช้เทคนิคเดลฟาย กลุ่มตัวอย่าง 24 คน ผลการศึกษาพบว่า เจ้าหน้าที่ฝ่ายเงินสมทบและการตรวจสอบ ของสำนักงานประกันสังคม ด้านการศึกษา ควรสำเร็จการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป เป็นผู้ที่สามารถสรุปประเด็นในเนื้อหาของงานได้ดี สำเร็จการศึกษาด้านนิติศาสตร์ สาขาการบัญชี มีความรู้ด้านงานสารบรรณและสามารถร่างจดหมายราชการ ด้านคุณธรรม จริยธรรม ควรมีความซื่อสัตย์ สุจริตต่อหน้าที่ที่รับผิดชอบ ไม่เปิดเผยข้อมูลของบุคคลอื่น ไม่ละเว้นการปฏิบัติงานและใช้อำนาจหน้าที่โดยมิชอบ มีความเที่ยงธรรม เป็นกลาง ไม่เลือกปฏิบัติ และมีจรรยาบรรณที่ดีในการปฏิบัติงาน ด้านบุคลิกภาพ ควรมีความกระตือรือร้น คล่องแคล่ว ว่องไว มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีปฏิภาณไหวพริบ เฉลียวฉลาด เรียนรู้งานได้เร็ว มีความมุ่งมั่นในการทำงานให้สำเร็จสามารถครองตน ครองคน ครองงานได้ มีความสุขุมรอบคอบและช่างสังเกต ด้านคุณลักษณะเฉพาะตัวอื่นๆ ควรจะมีจิตสำนึกในการให้บริการและการทำงาน มีความรู้ในพระราชบัญญัติกองทุนประกันสังคม กองทุนเงินทดแทน และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน และรู้จักแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี

บทที่ 3

วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาคุณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้นของบริษัทแอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด โดยใช้เทคนิคเดลฟาย (Delphi Technique) โดยมีขั้นตอนการศึกษาค้นคว้าดังนี้

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นผู้เชี่ยวชาญจำนวน 30 คน ได้แก่นักธุรกิจแอมเวย์ที่ประสบความสำเร็จตั้งแต่ระดับเพชรขึ้นไป ผู้บริหารของบริษัทแอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด และนักวิชาการทางด้านบริหารธุรกิจและจิตวิทยา ประกอบด้วย

- | | |
|---|-------------|
| กลุ่มที่ 1 นักธุรกิจแอมเวย์ที่ประสบความสำเร็จตั้งแต่ระดับเพชรขึ้นไป | จำนวน 10 คน |
| กลุ่มที่ 2 ผู้บริหารบริษัทระดับผู้จัดการอาวุโสขึ้นไป | จำนวน 5 คน |
| กลุ่มที่ 3 นักวิชาการทางด้านบริหารธุรกิจและจิตวิทยา | จำนวน 15 คน |

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มที่ 1 นักธุรกิจแอมเวย์ที่ประสบความสำเร็จตั้งแต่ระดับเพชรขึ้นไป คือ ผู้ที่สมัครเป็นนักธุรกิจแอมเวย์และสามารถดำเนินธุรกิจจนดำรงคุณสมบัติเป็นนักธุรกิจแอมเวย์ตั้งแต่ระดับเพชรหรือในระดับที่สูงกว่า และมีอายุการสมัครตั้งแต่ 3 ปีขึ้นไป

กลุ่มที่ 2 ผู้บริหารของบริษัทแอมเวย์ (ประเทศไทย) คือ ผู้บริหารที่มีสถานภาพเป็นพนักงานของบริษัท ดำรงตำแหน่งผู้จัดการอาวุโสขึ้นไป และมีอายุการทำงานในบริษัทแอมเวย์ (ประเทศไทย) อย่างน้อย 1 ปี

กลุ่มที่ 3 นักวิชาการทางด้านบริหารธุรกิจและจิตวิทยา คือ ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในสาขาบริหารธุรกิจ หรือจิตวิทยา ซึ่งอาจเป็นคณาจารย์ในภาควิชาบริหารธุรกิจหรือจิตวิทยา รวมทั้งวิทยาการผู้ฝึกอบรมให้แก่นักธุรกิจแอมเวย์

ขั้นตอนการศึกษาค้นคว้า

ขั้นตอนการศึกษาค้นคว้าเรื่อง คุณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น โดยเทคนิคเดลฟาย มีขั้นตอนการวิจัย ดังนี้

1. ผู้วิจัยทำการศึกษาระบบการขายตรงและบทบาทของผู้ขายตรง โดยศึกษาธุรกิจขายตรง

ของบริษัทแอมเวย์เป็นหลัก และศึกษาคุณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงของแอมเวย์ ในด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้

- 1.1 ด้านความรู้ ความสามารถ
- 1.2 ด้านทัศนคติ ความคิด
- 1.3 ด้านคุณธรรม จริยธรรม
- 1.4 ด้านบุคลิกภาพ
2. ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามปลายเปิด เพื่อเก็บข้อมูลในรอบแรก ส่งให้กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม
3. ศึกษาคำตอบที่ได้รับกลับมาจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และสร้างแบบสอบถามแบบมาตราประเมินค่า 5 ระดับ และส่งแบบสอบถามกลับไปยังกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดอีกครั้ง เพื่อให้ตอบในรอบที่ 2
4. เมื่อได้รับแบบสอบถามกลับมาในรอบที่ 2 นำมาแสดงค่าทางสถิติ และจัดเรียงลำดับและจัดส่งแบบสอบถามกลับไปยังกลุ่มตัวอย่างคนเดิม เพื่อดำเนินการในรอบที่ 3 โดยให้ยืนยันคำตอบของตนเองอีกครั้ง และแสดงเหตุผลในกรณีที่คำตอบตกอยู่ในช่วงสูงหรือต่ำกว่าพิสัยระหว่างควอไทล์
5. ผู้วิจัยนำผลการวิเคราะห์คำตอบของกลุ่มตัวอย่างในรอบที่ 3 มาเป็นแนวทางในการกำหนดคุณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาต่อไป

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นแบบสอบถามทัศนะจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ ทั้ง 3 กลุ่ม โดยให้ตอบแบบสอบถามรวม 3 รอบ ดังนี้

- รอบที่ 1 แบบสอบถามแบบปลายเปิด (Open-ended form)
- รอบที่ 2 แบบสอบถามที่เป็นมาตราประเมินค่า 5 ระดับ (Rating Scale)
- รอบที่ 3 แบบสอบถามเหมือนรอบที่ 2 แต่เพิ่มค่ามัธยฐาน (Median) และค่าพิสัยควอไทล์ (Interquartile Range)

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย แบบสอบถามปลายเปิด (Open-ended form) และแบบสอบถามที่เป็นมาตราประเมินค่า 5 ระดับ (Rating Scale) โดยสร้างขึ้นตามลำดับขั้นตอนดังนี้

1. สร้างแบบสอบถามแบบปลายเปิดในรอบแรกที่เก็บข้อมูล โดยศึกษาข้อมูลระบบการขาย

ตรงและนักธุรกิจขายตรงของบริษัทแอมเวย์ นำมาตั้งคำถามถึงลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จของแอมเวย์ เพื่อส่งแบบสอบถามให้แก่กลุ่มตัวอย่างตอบอย่างอิสระตามทัศนะของตนเอง โดยมีข้อคำถามใน 4 ด้าน ดังนี้

- 1.1 ด้านความรู้ ความสามารถ
- 1.2 ด้านทัศนคติ ความคิด
- 1.3 ด้านคุณธรรม จริยธรรม
- 1.4 ด้านบุคลิกภาพ

2. การสร้างเครื่องมือในรอบที่ 2 ได้จากการนำคำตอบจากแบบสอบถามปลายเปิดที่ได้จากการตอบแบบสอบถามในรอบแรกมาสร้างแบบสอบถามที่เป็นมาตรฐานประเมินค่า 5 ระดับโดยมีผู้ทรงคุณวุฒิเป็นผู้พิจารณาตรวจสอบข้อคำถามถึงความถูกต้องและเหมาะสมของคำถาม แล้วจึงส่งกลับไปยังกลุ่มตัวอย่าง เพื่อทำการตอบแบบสอบถามรอบที่ 2

3. การสร้างเครื่องมือในรอบที่ 3 ได้จากการนำข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามในรอบที่ 2 มาคำนวณหาค่ามัธยฐาน (Median) และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range) ของคำตอบแต่ละข้อ เพื่อนำมาสร้างแบบสอบถามรอบที่ 3 โดยใช้ข้อคำถามชุดเดิมกับกลุ่มตัวอย่าง

แบบสอบถามในรอบที่ 3 จะแสดงตำแหน่งของค่ามัธยฐานและค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ของกลุ่มตัวอย่างและของกลุ่มตัวอย่างท่านอื่นๆ เพื่อให้บทวนคำตอบตามความคิดเห็นของแต่ละท่าน ซึ่งสามารถยืนยันคำตอบหรือเปลี่ยนแปลงคำตอบใหม่ได้ หากคำตอบของกลุ่มตัวอย่างท่านนั้นไม่อยู่ในขอบเขตพิสัยระหว่างควอไทล์ จะขอให้แสดงเหตุผลด้วย

คำตอบที่ได้จากแบบสอบถามรอบที่ 3 จะนำมาคำนวณหาค่าเฉลี่ย (Mean) ค่ามัธยฐาน (Median) ค่าฐานนิยม (Mode) และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range) และจะนำคำตอบข้อที่มีค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ไม่เกิน 1.50 ซึ่งแสดงว่าทัศนะของกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นที่สอดคล้องกัน และมีค่ามัธยฐานตั้งแต่ 4.51 ขึ้นไป ซึ่งหมายถึงระดับความจำเป็นมากที่สุด มาสรุปเป็นคุณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น

ขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ผู้วิจัยดำเนินการติดต่อกลุ่มตัวอย่าง โดยขอหนังสือแนะนำตัวจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม พร้อมทั้งอธิบายถึงขั้นตอนการเก็บข้อมูล การตอบแบบสอบถามที่จะต้องดำเนินการถึง 3 ครั้ง
2. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามปลายเปิดเพื่อเก็บข้อมูลในรอบที่ 1 มาให้กลุ่มตัวอย่างในเดือนสิงหาคม 2547 และนัดหมายวันที่เก็บแบบสอบถามคืนภายใน 1 เดือน แต่การเก็บรวบรวมข้อมูลในรอบนี้ใช้

เวลาถึง 4 เดือนจึงได้รับแบบสอบถามคืนกลับมาครบถ้วน เนื่องจากการเก็บข้อมูลในรอบที่ 1 เป็นแบบสอบถามปลายเปิด ซึ่งมีการแบ่งการตอบออกเป็น 4 ด้าน คือ ด้านความรู้ ความสามารถ ด้านทัศนคติ ความคิด ด้านคุณธรรม จริยธรรม และด้านบุคลิกภาพ ทำให้ผู้เชี่ยวชาญต้องใช้เวลาในการแสดงความคิดเห็น อย่างไรก็ตามผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามคืนครบถ้วนทั้ง 30 ชุด

3. ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามรอบที่ 2 โดยใช้ข้อมูลจากการเก็บข้อมูลในรอบแรก โดยมีผู้ทรงคุณวุฒิเป็นผู้ตรวจสอบความถูกต้อง จากนั้นจึงนำแบบสอบถามรอบที่ 2 ซึ่งเป็นแบบมาตรประเมินค่า 5 ระดับ แบ่งเป็น 4 ด้าน และในแต่ละด้านแบ่งเป็นข้อคำถามย่อยดังนี้ ด้านความรู้ ความสามารถประกอบด้วยคำถามย่อย 8 ข้อ ด้านทัศนคติ ความคิดประกอบด้วยคำถามย่อย 10 ข้อ ด้านคุณธรรม จริยธรรมประกอบด้วยคำถามย่อย 6 ข้อ และด้านบุคลิกภาพประกอบด้วยคำถามย่อย 11 ข้อ ส่งให้กลุ่มตัวอย่างกลุ่มเดิมตอบแบบสอบถามในรอบที่ 2 โดยส่งแบบสอบถามรอบที่ 2 ในเดือนมกราคม 2548 และได้รับแบบสอบถามคืนครบทั้ง 30 ชุดในเดือนมีนาคม 2548 ใช้เวลาประมาณ 3 เดือนในการเก็บข้อมูลรอบนี้

4. นำคำตอบจากการตอบแบบสอบถามในรอบที่ 2 มาคำนวณหาค่ามัธยฐาน (Median) และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range) ของคำตอบแต่ละข้อ เพื่อนำมาสร้างแบบสอบถามรอบที่ 3 โดยใช้ข้อคำถามชุดเดิมกับกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยส่งแบบสอบถามรอบที่ 3 ในเดือนพฤษภาคม 2548 และได้รับแบบสอบถามคืนครบในเดือนกรกฎาคม 2548

เมื่อทำการเก็บข้อมูลได้ครบทั้ง 3 รอบเรียบร้อยแล้ว นำคำตอบจากการตอบแบบสอบถามในรอบที่ 3 มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ค่ามัธยฐาน ค่าฐานนิยม และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ เพื่อนำมาประกอบการแสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง และใช้ข้อมูลในการวิเคราะห์เพื่อสรุปผลการวิจัยต่อไป

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยแยกการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. ส่วนข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามปลายเปิดในรอบที่ 1 นำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์จำแนกเป็นรายข้อ และสร้างแบบสอบถามแบบมาตรประเมินค่า 5 ระดับ เพื่อใช้สอบถามในรอบที่ 2
2. ส่วนข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามในรอบที่ 2 และรอบที่ 3 นำมาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติได้แก่ ค่ามัธยฐาน (Median) ค่าฐานนิยม (Mode) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range)

2.1 ค่ามัธยฐาน (Median) ใช้สูตรดังนี้ (วิราพร พงศ์อาจารย์. 2542 : 208)

$$\text{Mdn} = L + \left[\frac{N/2 - fc}{fw} \right] \times i$$

เมื่อ Mdn	แทน	ค่ามัธยฐาน
L	แทน	ขีดจำกัดจริงของคะแนนชั้นต่ำของชั้นคะแนนที่มีมัธยฐาน
fc	แทน	ความถี่สะสมในชั้นที่ต่ำกว่าชั้นที่มีมัธยฐาน
fw	แทน	ความถี่ของชั้นคะแนนที่มีมัธยฐาน
i	แทน	อัตราภาคชั้น

2.2 ค่าฐานนิยม (Mode) ใช้สูตรดังนี้ (วิราพร พงศ์อาจารย์. 2542 : 212)

$$Mo = L + \left[\frac{\Delta_1}{\Delta_1 + \Delta_2} \right] \times i$$

เมื่อ Mo	แทน	ฐานนิยม
L	แทน	ขีดจำกัดจริงชั้นต่ำของชั้นคะแนนที่มีฐานนิยมตกอยู่
Δ_1	แทน	ผลต่างของความถี่ของชั้นคะแนนก่อนฐานนิยมตกอยู่ กับความถี่ของชั้นคะแนนที่มีฐานนิยมตกอยู่
Δ_2	แทน	ผลต่างของความถี่ของชั้นที่มีฐานนิยมตกอยู่กับ ความถี่ของชั้นคะแนนที่อยู่ถัดขึ้นไป
i	แทน	อัตราภาคชั้น

2.3 ค่าเฉลี่ย (Mean) ใช้สูตรดังนี้ (บุญเชิด ภิญโญนนตพงษ์. 2521 : 36)

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{N}$$

เมื่อ $\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ย
$\sum X$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
N	แทน	จำนวนคนทั้งหมด

2.4 ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range) คือ ค่าความแตกต่างระหว่างควอไทล์ที่ 3 และควอไทล์ที่ 1 โดยคำนวณจากสูตร ดังนี้ (ประคอง กรรณสูตร. 2529)

$$IQR = Q_3 - Q_1$$

$$Q_1 = Lo + i \left[\frac{N/4 - f_1}{f_2} \right]$$

$$Q_3 = Lo + i \left[\frac{3N/4 - f_1}{f_2} \right]$$

เมื่อ	IQR	แทน	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์
	Q_1	แทน	ควอไทล์ที่ 1
	Q_3	แทน	ควอไทล์ที่ 3
	Lo	แทน	ขีดจำกัดล่างชั้นที่มีคะแนน ณ ตำแหน่งที่ควอไทล์
	i	แทน	อัตรภาคชั้น
	N	แทน	ความถี่สะสมทั้งหมด
	f_1	แทน	ความถี่สะสมจากคะแนนต่ำสุดถึงชั้นที่มาก่อนชั้นที่มีคะแนน ณ ตำแหน่งที่ควอไทล์
	f_2	แทน	ความถี่ของคะแนนในชั้นที่มีคะแนน ณ ตำแหน่งควอไทล์

ถ้าค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ในแต่ละข้อความมีค่าเท่ากับ หรือน้อยกว่า 1.50 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างมีความเห็นต่อข้อความนั้นสอดคล้องกัน และถ้าค่าพิสัยระหว่างควอไทล์มากกว่า 1.50 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อข้อความนั้นไม่สอดคล้องกัน

ผู้วิจัยจะนำข้อความที่กลุ่มตัวอย่างเห็นว่ามีความจำเป็นมากที่สุด และมีความคิดเห็นสอดคล้องกัน คือ ค่ามัธยฐานตั้งแต่ 4.51 ขึ้นไป ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์เท่ากับหรือน้อยกว่า 1.50 มาสรุปเป็นคุณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษาวิจัยเรื่อง คุณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น จะนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญจำนวน 30 คน ได้แก่ นักธุรกิจแอมเวย์ที่ประสบความสำเร็จตั้งแต่ระดับเพชรขึ้นไป ผู้บริหารของบริษัทแอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัดและนักวิชาการทางด้านบริหารธุรกิจและจิตวิทยา ประกอบด้วย

กลุ่มที่ 1 นักธุรกิจแอมเวย์ที่ประสบความสำเร็จตั้งแต่ระดับเพชรขึ้นไป	จำนวน 10 คน
กลุ่มที่ 2 ผู้บริหารบริษัทระดับผู้จัดการอาวุโสขึ้นไป	จำนวน 5 คน
กลุ่มที่ 3 นักวิชาการทางด้านบริหารธุรกิจและจิตวิทยา	จำนวน 15 คน

เกณฑ์การแปลความหมายคะแนน

การกำหนดเกณฑ์ในการแปลความหมายความคิดเห็นของข้อความแต่ละข้อจากคำตอบของกลุ่มตัวอย่างมีเกณฑ์ดังนี้

1. ค่ามัธยฐาน

4.51 – 5.00	หมายถึง	ข้อความนั้นมีความจำเป็นมากที่สุด
3.51 – 4.50	หมายถึง	ข้อความนั้นมีความจำเป็นมาก
2.51 – 3.50	หมายถึง	ข้อความนั้นมีความจำเป็นปานกลาง
1.51 – 2.50	หมายถึง	ข้อความนั้นมีความจำเป็นน้อย
1.00 – 1.50	หมายถึง	ข้อความนั้นมีความจำเป็นน้อยที่สุด

2. ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์

ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ มีค่าเท่ากับหรือน้อยกว่า 1.50 หมายถึง ข้อความนั้นกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นสอดคล้องกัน

ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ มากกว่า 1.50 หมายถึง ข้อความนั้นกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นไม่สอดคล้องกัน

ดังนั้น ข้อความที่เป็นคุณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น ได้แก่ ข้อความที่กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่ามีค่าจำเป็นมากที่สุด และมีความคิดเห็นสอดคล้องกัน คือ ค่ามัธยฐานตั้งแต่ 4.51 ขึ้นไป และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์เท่ากับหรือน้อยกว่า 1.50

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจำแนกข้อมูลเป็นสามตอนคือ

- ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ในรอบที่ 1
- ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ในรอบที่ 2
- ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ในรอบที่ 3

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ในรอบที่ 1

การวิเคราะห์ตอนนี้ผู้วิจัยเริ่มต้นโดยนำแบบสอบถามแบบปลายเปิดไปให้ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 30 คน ที่ได้คัดเลือกไว้เรียบร้อยแล้วช่วยตอบแบบสอบถาม โดยส่งไปในเดือนสิงหาคม 2547 และเมื่อผู้เชี่ยวชาญแต่ละท่านตอบเสร็จเรียบร้อยแล้วจึงส่งคืนกลับมาให้ผู้วิจัย ในรอบแรกนี้ใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลค่อนข้างนานเป็นระยะเวลาประมาณ 4 เดือนจึงได้รับคำตอบจากผู้เชี่ยวชาญครบทั้ง 30 คน การตอบแบบสอบถามในรอบแรกนี้เป็นการแสดงความคิดเห็นเชิงพฤติกรรมและนำข้อมูลจากคำตอบที่ได้มาวิเคราะห์พฤติกรรม ได้เป็นลักษณะของพฤติกรรมในด้านต่างๆ ตามที่กำหนด นำมาแจกแจงความถี่และคัดเลือกเฉพาะที่มีความถี่ 75% แรกนำมาเป็นคุณลักษณะประกอบในด้านนั้นๆ ได้แก่

ด้านความรู้ ความสามารถ สรุปได้ 8 คุณลักษณะประกอบคือ

1. ทักษะในการนำเสนอ
2. ทักษะในการสื่อสารพูดคุย
3. ความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์
4. สามารถเรียนรู้และพัฒนาทักษะใหม่ๆ
5. สามารถโน้มน้าวใจ
6. ทักษะด้านการบริหารองค์กร บริหารการเงินและบริหารเวลา
7. รู้และเข้าใจในระบบการขายตรงแบบหลายชั้น
8. สามารถสร้างและบริหารทีมงาน

ด้านทัศนคติ ความคิด สรุปได้ 10 คุณลักษณะประกอบคือ

1. มองโลกในแง่ดี
2. มุ่งมั่น ทุ่เมและไม่ว่ายอุปสรรค
3. มุ่งสร้างสรรค์สิ่งดีงาม
4. เชื่อมั่นในตนเองว่าต้องประสบความสำเร็จ
5. คิดว่าการเรียนรู้และการแสวงหาความรู้อยู่เสมอเป็นสิ่งที่ควรกระทำ
6. มีความคิดในการช่วยเหลือผู้อื่นให้ประสบความสำเร็จหรือได้รับประโยชน์
7. เห็นคุณค่าและภาคภูมิใจในระบบขายตรง

8. มีความรู้สึที่ดีต่อองค์กร ผลิตภัณฑ์และลูกค้า
9. เชื่อมั่นว่าธุรกิจขายตรงสามารถสร้างความสำเร็จได้
10. เข้าใจและบริหารตนเองได้

ด้านคุณธรรม จริยธรรม สรุปได้ 6 คุณลักษณะประกอบคือ

1. ความซื่อสัตย์ ซื่อตรง โปร่งใส
2. ใจเป็นธรรม มีจรรยาบรรณ เคารพกฎเกณฑ์และกติกาอย่างเคร่งครัด ไม่เอาเปรียบ และไม่สร้างความเดือดร้อนให้แก่ผู้อื่น
3. รักษาความลับสัญญาและมีความรับผิดชอบ
4. ปฏิบัติต่อผู้อื่นด้วยความจริงใจ
5. ปฏิบัติตัวเป็นแบบอย่างที่ดีในการดำเนินชีวิตและการรักษากฎจรรยาบรรณ
6. ยกย่องให้เกียรติ เคารพในสิทธิและความคิดของผู้อื่น

ด้านบุคลิกภาพ สรุปได้ 11 คุณลักษณะประกอบคือ

1. พัฒนาบุคลิกภาพของตนเองอยู่เสมอ
2. ขยันหมั่นเพียร ฝ่าฟันอุปสรรค
3. ภาพลักษณ์ดี น่ายกย่อง น่าเชื่อถือและไว้วางใจได้
4. สุขภาพอ่อนนุ่มต่อมตน
5. เป็นผู้นำ กล้าตัดสินใจ กล้าคิด กล้าพูดและกล้ายอมรับผิด
6. ยิ้มแย้มแจ่มใส มีชีวิตชีวา กระตือรือร้น
7. แต่งกายสะอาดเรียบร้อยและถูกกาลเทศะ
8. มีมนุษยสัมพันธ์ เข้ากับบุคคลได้ทุกระดับ
9. มีมารยาททางสังคมและวางตัวอย่างเหมาะสม
10. อารมณ์ดีและบริหารอารมณ์ได้อย่างเหมาะสม
11. มีความเป็นกันเอง อบอุ่นและเป็นที่ยอมรับ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ในรอบที่ 2

การวิเคราะห์ตอนนี้ผู้วิจัยได้ข้อมูลจากแบบสอบถามรอบที่ 2 ซึ่งเป็นแบบมาตราประมาณค่า 5 ระดับ ที่สร้างขึ้นจากคำตอบของกลุ่มตัวอย่างในรอบที่ 1 มาจัดทำแบบสอบถามในรอบที่ 2 นี้ การวิเคราะห์ข้อมูลในรอบนี้มาจากการนำคะแนนแบบสอบถามที่ได้ในรอบที่ 2 จากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 30 คน มาวิเคราะห์หา ค่าเฉลี่ย ค่ามัธยฐาน ค่าฐานนิยม และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ โดยจำแนกเป็น 4 ด้าน ดังนี้

1. ด้านความรู้ ความสามารถ

การวิเคราะห์คุณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น ด้านความรู้ความสามารถ จำนวน 8 ลักษณะ ปรากฏผลดังแสดงในตาราง 1

ตาราง 1 คุณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น ด้านความรู้ความสามารถ จากการตอบแบบสอบถามรอบที่ 2

คุณลักษณะประกอบ ด้านความรู้ ความสามารถ	ค่าเฉลี่ย	มัธยฐาน	ฐานนิยม	ค่าพิสัย ระหว่าง ควอไทล์	แปลค่า (ความจำเป็น / ความ สอดคล้อง)
1. ทักษะในการนำเสนอ	4.26	4.00	5.00	1.00	มาก / สอดคล้อง
2. ทักษะในการสื่อสารพูดคุย	4.40	4.00	4.00	1.00	มาก / สอดคล้อง
3. ความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์	4.56	5.00	5.00	1.00	มากที่สุด / สอดคล้อง
4. สามารถเรียนรู้และพัฒนา ทักษะใหม่ ๆ	4.10	4.00	4.00	1.00	มาก / สอดคล้อง
5. สามารถโน้มน้าวใจ	4.10	4.00	4.00	1.25	มาก / สอดคล้อง
6. ทักษะด้านการบริหารองค์กร บริหารการเงินและบริหาร เวลา	4.03	4.00	4.00	1.25	มาก / สอดคล้อง
7. รู้และเข้าใจในระบบการขาย ตรงแบบหลายชั้น	4.20	4.00	4.00	1.00	มาก / สอดคล้อง
8. สามารถสร้างและบริหารทีม งาน	4.30	4.00	4.00	1.00	มาก / สอดคล้อง

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นเกี่ยวกับ คุณลักษณะประกอบด้านความรู้ความสามารถ สอดคล้องตรงกันทุกคุณลักษณะ (ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์เท่ากับ 1.00 – 1.25) และมีความสำคัญจำเป็นในระดับมากขึ้นไป (ค่ามัธยฐานเท่ากับ 4.00 – 5.00) โดยคุณลักษณะเรื่องความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ มีความสำคัญจำเป็นในระดับมากที่สุด (ค่ามัธยฐาน = 5.00, ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ = 1.00)

2. ด้านทัศนคติ ความคิด

การวิเคราะห์คุณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น ด้านทัศนคติ ความคิด จำนวน 10 ลักษณะ ปรากฏผลดังแสดงในตาราง 2

ตาราง 2 คุณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น ด้านทัศนคติ
ความคิด จากการตอบแบบสอบถามรอบที่ 2

คุณลักษณะประกอบ ด้านทัศนคติ ความคิด	ค่าเฉลี่ย	มัธยฐาน	ฐานนิยม	ค่าพิสัย ระหว่าง ควอไทล์	แปลค่า (ความจำเป็น / ความ สอดคล้อง)
1. มองโลกในแง่ดี	4.56	5.00	5.00	1.00	มากที่สุด / สอดคล้อง
2. มุ่งมั่น ทุ่มเทและไม่กลัวอุปสรรค	4.60	5.00	5.00	1.00	มากที่สุด / สอดคล้อง
3. มุ่งสร้างสรรค์สิ่งดีงาม	4.20	4.00	4.00	1.00	มาก / สอดคล้อง
4. เชื่อมั่นในตนเองว่าต้องประสบความสำเร็จ	4.56	5.00	5.00	1.00	มากที่สุด / สอดคล้อง
5. คิดว่าการเรียนรู้และการแสวงหาความรู้อยู่เสมอเป็นสิ่งที่จะต้องกระทำ	4.30	4.00	4.00	1.00	มาก / สอดคล้อง
6. มีความคิดในการช่วยเหลือผู้อื่นให้ประสบความสำเร็จหรือได้ รับประโยชน์	4.43	4.50	5.00	1.00	มาก / สอดคล้อง
7. เห็นคุณค่าและภาคภูมิใจในระบบขายตรง	4.16	4.00	4.00	1.00	มาก / สอดคล้อง
8. มีความรู้สึกที่ดีต่อองค์กรผลิตภัณฑ์และลูกค้า	4.66	5.00	5.00	1.00	มากที่สุด / สอดคล้อง
9. เชื่อมั่นว่าธุรกิจขายตรงสามารถสร้างความสำเร็จได้	4.50	4.50	4.00	1.00	มาก / สอดคล้อง
10. เข้าใจและบริหารตนเองได้	4.40	4.00	4.00	1.00	มาก / สอดคล้อง

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะประกอบด้านทัศนคติ ความคิด สอดคล้องตรงกันทุกคุณลักษณะ (ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์เท่ากับ 1.00) และมีความสำคัญจำเป็นในระดับมากขึ้นไป (ค่ามัธยฐานเท่ากับ 4.00 – 5.00) โดยมีคุณลักษณะประกอบที่มีความสำคัญความจำเป็นในระดับมากที่สุด ดังนี้

1. มองโลกในแง่ดี (ค่ามัธยฐาน = 5.00, ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ = 1.00)
2. มุ่งมั่น ทุ่มเทและไม่กลัวอุปสรรค (ค่ามัธยฐาน = 5.00, ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ = 1.00)

3. เชื้อมันในตนเองว่าต้องประสบความสำเร็จ (ค่ามัธยฐาน = 5.00, ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ = 1.00)
4. มีความรู้สึกที่ดีต่อองค์กร ผลิตภัณฑ์และลูกค้า (ค่ามัธยฐาน = 5.00, ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ = 1.00)

3. ด้านคุณธรรม จริยธรรม

การวิเคราะห์คุณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น ด้านคุณธรรม จริยธรรม จำนวน 6 ลักษณะ ปรากฏผลดังแสดงในตาราง 3

ตาราง 3 คุณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น ด้านคุณธรรม จริยธรรม จากการตอบแบบสอบถามรอบที่ 2

คุณลักษณะประกอบ ด้านคุณธรรม จริยธรรม	ค่าเฉลี่ย	มัธยฐาน	ฐานนิยม	ค่าพิสัย ระหว่าง ควอไทล์	แปลค่า (ความจำเป็น / ความ สอดคล้อง)
1. ความซื่อสัตย์ ซื่อตรง โปร่งใส	4.73	5.00	5.00	1.00	มากที่สุด / สอดคล้อง
2. ใจเป็นธรรม มีจรรยาบรรณ เคารพกฎเกณฑ์และกติกาอย่างเคร่งครัด ไม่เอาเปรียบ และไม่สร้างความเดือดร้อนให้แก่ผู้อื่น	4.56	5.00	5.00	1.00	มากที่สุด / สอดคล้อง
3. รักษาความลับสัญญาและมี ความรับผิดชอบ	4.66	5.00	5.00	1.00	มากที่สุด / สอดคล้อง
4. ปฏิบัติต่อผู้อื่นด้วยความจริงใจ	4.56	5.00	5.00	1.00	มากที่สุด / สอดคล้อง
5. ปฏิบัติตัวเป็นแบบอย่างที่ดีในการดำเนินชีวิตและการรักษากฎจรรยาบรรณ	4.46	4.00	4.00	1.00	มาก / สอดคล้อง
6. ยกย่องให้เกียรติ เคารพในสิทธิและความคิดของผู้อื่น	4.30	4.00	4.00	1.00	มาก / สอดคล้อง

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะประกอบด้านคุณธรรม จริยธรรม สอดคล้องตรงกันทุกคุณลักษณะ (ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์เท่ากับ 1.00) และมีความสำคัญจำเป็นในระดับมากขึ้นไป (ค่ามัธยฐานเท่ากับ 4.00 – 5.00) โดยมีคุณลักษณะประกอบที่มีความสำคัญความจำเป็นในระดับมากที่สุด ดังนี้

1. ความซื่อสัตย์ ซื่อตรง โปร่งใส (ค่ามัธยฐาน = 5.00, ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ = 1.00)
2. ใจเป็นธรรม มีจรรยาบรรณ เคารพกฎเกณฑ์และกติกาย่างเคร่งครัด ไม่เอาเปรียบและไม่สร้างความเดือดร้อนให้แก่ผู้อื่น (ค่ามัธยฐาน = 5.00, ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ = 1.00)
3. รักษาความลับสัญญาและมีความรับผิดชอบ (ค่ามัธยฐาน = 5.00, ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ = 1.00)
4. ปฏิบัติต่อผู้อื่นด้วยความจริงใจ (ค่ามัธยฐาน = 5.00, ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ = 1.00)

4. ด้านบุคลิกภาพ

การวิเคราะห์คุณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้นด้านบุคลิกภาพ จำนวน 11 ลักษณะ ปรากฏผลดังแสดงในตาราง 4

ตาราง 4 คุณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น ด้านบุคลิกภาพ จากการตอบแบบสอบถามรอบที่ 2

คุณลักษณะประกอบ ด้านบุคลิกภาพ	ค่าเฉลี่ย	มัธยฐาน	ฐานนิยม	ค่าพิสัย ระหว่าง ควอไทล์	แปลค่า (ความจำเป็น / ความ สอดคล้อง)
1. พัฒนาบุคลิกภาพของตนเอง อยู่เสมอ	4.23	4.00	4.00	1.00	มาก / สอดคล้อง
2. ขยันหมั่นเพียร ฝ่าฟัน อุปสรรค	4.53	5.00	5.00	1.00	มากที่สุด / สอดคล้อง
3. ภาพลักษณ์ดี น่ายกย่อง น่าเชื่อถือและไว้วางใจได้	4.43	4.00	4.00	1.00	มาก / สอดคล้อง
4. สุภาพอ่อนน้อมต่อมตน	4.30	4.00	4.00	1.00	มาก / สอดคล้อง
5. เป็นผู้นำ กล้าตัดสินใจ กล้า คิด กล้าพูดและกล้ายอมรับ ผิด	4.46	4.00	4.00	1.00	มาก / สอดคล้อง
6. ยึดมั่นแจ่มใส มีชีวิตชีวา กระตือรือร้น	4.56	5.00	5.00	1.00	มากที่สุด / สอดคล้อง
7. แต่งกายสะอาดเรียบร้อย และถูกกาลเทศะ	4.30	4.00	4.00	1.00	มาก / สอดคล้อง
8. มีมนุษยสัมพันธ์ เข้ากับ บุคคลได้ทุกระดับ	4.46	4.50	5.00	1.00	มาก / สอดคล้อง
9. มีมารยาททางสังคมและวาง ตัวอย่างเหมาะสม	4.33	4.00	4.00	1.00	มาก / สอดคล้อง
10. อารมณ์ดีและบริหาร อารมณ์ได้อย่างเหมาะสม	4.50	5.00	5.00	1.00	มากที่สุด / สอดคล้อง
11. มีความเป็นกันเอง อ่อน และเป็นที่พึ่งได้	4.60	5.00	5.00	1.00	มากที่สุด / สอดคล้อง

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะประกอบด้านบุคลิกภาพ สอดคล้องตรงกันทุกคุณลักษณะ (ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์เท่ากับ 1.00) และมีความสำคัญจำเป็นในระดับมากขึ้นไป (ค่ามัธยฐานเท่ากับ 4.00 – 5.00) โดยมีคุณลักษณะประกอบที่มีความสำคัญความจำเป็นในระดับมากที่สุด ดังนี้

1. ขยันหมั่นเพียร ฝ่าฟันอุปสรรค (ค่ามัธยฐาน = 5.00, ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ = 1.00)
2. ยึดมั่นแจ่มใส มีชีวิตชีวา กระตือรือร้น (ค่ามัธยฐาน = 5.00, ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ = 1.00)
3. อารมณ์ดีและบริหารอารมณ์ได้อย่างเหมาะสม (ค่ามัธยฐาน = 5.00, ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ = 1.00)
4. มีความเป็นกันเอง อบอุ่นและเป็นที่พึ่งได้ (ค่ามัธยฐาน = 5.00, ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ = 1.00)

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ในรอบที่ 3

การวิเคราะห์ตอนนี้นำข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามในรอบที่ 3 ซึ่งเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนค่า 5 ระดับเหมือนแบบสอบถามรอบที่ 2 แต่มีการแสดงตำแหน่งของค่ามัธยฐานและค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ที่ได้จากการตอบแบบสอบถามรอบที่ 2 ของกลุ่มตัวอย่าง พร้อมทั้งแสดงคำตอบของกลุ่มตัวอย่างผู้เชี่ยวชาญแต่ละท่านที่ตอบมาในรอบที่ 2 ให้ปรากฏในแบบสอบถามรอบที่ 3 นี้ด้วย เพื่อให้ยืนยันคำตอบหรืออาจแก้ไขคำตอบในรอบที่ 3 นี้ เมื่อได้รับแบบสอบถามรอบที่ 3 คืนมาจากกลุ่มตัวอย่างทั้ง 30 คน ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์หา ค่าเฉลี่ย ค่ามัธยฐาน ค่าฐานนิยม และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ โดยจำแนกเป็นด้าน ดังนี้

1. ด้านความรู้ความสามารถ

การวิเคราะห์คุณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้นด้านความรู้ความสามารถ จำนวน 8 ลักษณะ ปรากฏผลดังแสดงในตาราง 5

ตาราง 5 คุณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น ด้านความรู้ความสามารถ จากการตอบแบบสอบถามรอบที่ 3

คุณลักษณะประกอบ ด้านความรู้ ความสามารถ	ค่าเฉลี่ย	มัธยฐาน	ฐานนิยม	ค่าพิสัย ระหว่าง ควอไทล์	แปลค่า (ความจำเป็น / ความ สอดคล้อง)
1. ทักษะในการนำเสนอ	4.26	4.00	5.00	1.00	มาก / สอดคล้อง
2. ทักษะในการสื่อสารพูดคุย	4.40	4.00	4.00	1.00	มาก / สอดคล้อง
3. ความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์	4.60	5.00	5.00	1.00	มากที่สุด / สอดคล้อง
4. สามารถเรียนรู้และพัฒนา ทักษะใหม่ ๆ	4.16	4.00	4.00	1.00	มาก / สอดคล้อง
5. สามารถโน้มน้าวใจ	4.10	4.00	4.00	1.25	มาก / สอดคล้อง
6. ทักษะด้านการบริหารองค์กร บริหารการเงินและบริหารเวลา	4.03	4.00	4.00	1.25	มาก / สอดคล้อง
7. รู้และเข้าใจในระบบการขาย ตรงแบบหลายชั้น	4.23	4.00	4.00	1.00	มาก / สอดคล้อง
8. สามารถสร้างและบริหารทีม งาน	4.30	4.00	4.00	1.00	มาก / สอดคล้อง

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นเกี่ยวกับ คุณลักษณะประกอบ ด้านความรู้ความสามารถ สอดคล้องตรงกันทุกคุณลักษณะ (ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์เท่ากับ 1.00 – 1.25) และมีความสำคัญจำเป็นในระดับมากขึ้นไป (ค่ามัธยฐานเท่ากับ 4.00 – 5.00) โดยคุณลักษณะเรื่องความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ มีความสำคัญจำเป็นในระดับมากที่สุด (ค่ามัธยฐาน = 5.00, ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ = 1.00)

2. ด้านทัศนคติ ความคิด

การวิเคราะห์คุณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น ด้านทัศนคติ ความคิด จำนวน 10 ลักษณะ ปรากฏผลดังแสดงในตาราง 6

ตาราง 6 คุณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น ด้านทัศนคติ
ความคิด จากการตอบแบบสอบถามรอบที่ 3

คุณลักษณะประกอบ ด้านทัศนคติ ความคิด	ค่าเฉลี่ย	มัธยฐาน	ฐานนิยม	ค่าพิสัย ระหว่าง ควอไทล์	แปลค่า (ความจำเป็น / ความ สอดคล้อง)
1. มองโลกในแง่ดี	4.56	5.00	5.00	1.00	มากที่สุด / สอดคล้อง
2. มุ่งมั่น ทุ่เมเทและไม่วลัว อุปสรรค	4.60	5.00	5.00	1.00	มากที่สุด / สอดคล้อง
3. มุ่งสร้างสรรคัสิ่งดีงาม	4.23	4.00	4.00	1.00	มาก / สอดคล้อง
4. เชื้อมั้นในตนเองว่าต้อง ประสบความสำเร็จ	4.60	5.00	5.00	1.00	มากที่สุด / สอดคล้อง
5. คิดว่าการเรียนรู้และการ แสวงหาความรู้ยู่เสมอเป็น สิ่งที่ควรกระทำ	4.36	4.00	4.00	1.00	มาก / สอดคล้อง
6. มีความคิดในการช่วยเหลือผู้ อื่นให้ประสบความสำเร็จ หรือได้รับประโยชน์	4.46	5.00	5.00	1.00	มากที่สุด / สอดคล้อง
7. เห็นคุณค่าและภาคภูมิใจใน ระบบขายตรง	4.20	4.00	4.00	1.00	มาก / สอดคล้อง
8. มีความรู้สึทที่ดีต่อองค์กร ผลิตภัณฑ์และลูกค้า	4.70	5.00	5.00	1.00	มากที่สุด / สอดคล้อง
9. เชื้อมั้นว่าธุรกิจขายตรง สามารถสร้างความสำเร็จได้	4.50	4.50	4.00	1.00	มาก / สอดคล้อง
10. เข้าใจและบริหารตนเองได้	4.40	4.00	4.00	1.00	มาก / สอดคล้อง

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้เข้าร่วมขำญมีความเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะประกอบด้านทัศนคติ ความคิด สอดคล้องตรงกันทุกคุณลักษณะ (ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์เท่ากับ 1.00) และมีความสำคัญจำเป็นในระดับมากขึ้นไป (ค่ามัธยฐานเท่ากับ 4.00 – 5.00) โดยมีคุณลักษณะประกอบดังที่มีความสำคัญความจำเป็นในระดับมากที่สุด ดังนี้

1. มองโลกในแง่ดี (ค่ามัธยฐาน = 5.00, ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ = 1.00)
2. มุ่งมั่น ทุ่เมเทและไม่วลัวอุปสรรค (ค่ามัธยฐาน = 5.00, ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ = 1.00)

3. เชื่อมมั่นในตนเองว่าต้องประสบความสำเร็จ (ค่ามัธยฐาน = 5.00, ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ = 1.00)
4. มีความคิดในการช่วยเหลือผู้อื่นให้ประสบความสำเร็จหรือได้รับประโยชน์ (ค่ามัธยฐาน = 5.00, ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ = 1.00)
5. มีความรู้สึกที่ดีต่อองค์กร ผลิตภัณฑ์และลูกค้า (ค่ามัธยฐาน = 5.00, ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ = 1.00)

3. ด้านคุณธรรม จริยธรรม

การวิเคราะห์คุณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น ด้านคุณธรรม จริยธรรม จำนวน 6 ลักษณะ ปรากฏผลดังแสดงในตาราง 7

ตาราง 7 คุณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น ด้านคุณธรรม จริยธรรม จากการตอบแบบสอบถามรอบที่ 3

คุณลักษณะประกอบ ด้านคุณธรรม จริยธรรม	ค่าเฉลี่ย	มัธยฐาน	ฐานนิยม	ค่าพิสัย ระหว่าง ควอไทล์	แปลค่า (ความจำเป็น / ความ สอดคล้อง)
1. ความซื่อสัตย์ ซื่อตรง โปร่งใส	4.76	5.00	5.00	0.25	มากที่สุด / สอดคล้อง
2. ใจเป็นธรรม มีจรรยาบรรณ เคารพกฎเกณฑ์และกติกา อย่างเคร่งครัด ไม่เอาเปรียบ และไม่สร้างความเดือดร้อน ให้แก่ผู้อื่น	4.60	5.00	5.00	1.00	มากที่สุด / สอดคล้อง
3. รักษาความลับสัญญาและมี ความรับผิดชอบ	4.70	5.00	5.00	1.00	มากที่สุด / สอดคล้อง
4. ปฏิบัติต่อผู้อื่นด้วยความจริงใจ	4.56	5.00	5.00	1.00	มากที่สุด / สอดคล้อง
5. ปฏิบัติตัวเป็นแบบอย่างที่ดี ในการดำเนินชีวิตและการ รักษากฎจรรยาบรรณ	4.46	4.00	4.00	1.00	มาก / สอดคล้อง
6. ยกย่องให้เกียรติ เคารพใน สิทธิและความคิดของผู้อื่น	4.30	4.00	4.00	1.00	มาก / สอดคล้อง

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะประกอบด้านคุณธรรม จริยธรรม สอดคล้องตรงกันทุกคุณลักษณะ (ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์เท่ากับ 0.25 – 1.00) และมีความสำคัญจำเป็นในระดับมากขึ้นไป (ค่ามัธยฐานเท่ากับ 4.00 – 5.00) โดยมีคุณลักษณะประกอบที่มีความสำคัญความจำเป็นในระดับมากที่สุด ดังนี้

1. ความซื่อสัตย์ ซื่อตรง โปร่งใส (ค่ามัธยฐาน = 5.00, ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ = 0.25)
2. ใจเป็นธรรม มีจรรยาบรรณ เคารพกฎเกณฑ์และกติกาย่างเคร่งครัด ไม่เอาเปรียบและไม่สร้างความเดือดร้อนให้แก่ผู้อื่น (ค่ามัธยฐาน = 5.00, ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ = 1.00)
3. รักษาความมั่นคงสัญญาและมีความรับผิดชอบ (ค่ามัธยฐาน = 5.00, ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ = 1.00)
4. ปฏิบัติต่อผู้อื่นด้วยความจริงใจ (ค่ามัธยฐาน = 5.00, ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ = 1.00)

4. ด้านบุคลิกภาพ

การวิเคราะห์คุณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้นด้านบุคลิกภาพ จำนวน 11 ลักษณะ ปรากฏผลดังแสดงในตาราง 8

ตาราง 8 คุณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้นด้านบุคลิกภาพ
จากการตอบแบบสอบถามรอบที่ 3

คุณลักษณะประกอบ ด้านบุคลิกภาพ	ค่าเฉลี่ย	มัธยฐาน	ฐานนิยม	ค่าพิสัย ระหว่าง ควอไทล์	แปลค่า (ความจำเป็น / ความ สอดคล้อง)
1. พัฒนาบุคลิกภาพของตนเอง อยู่เสมอ	4.23	4.00	4.00	1.00	มาก / สอดคล้อง
2. ขยันหมั่นเพียร ฝ่าฟัน อุปสรรค	4.56	5.00	5.00	1.00	มากที่สุด / สอดคล้อง
3. ภาพลักษณ์ดี น่ายกย่อง น่าเชื่อถือและไว้วางใจได้	4.46	4.00	4.00	1.00	มาก / สอดคล้อง
4. สุภาพอ่อนน้อมต่อมตน	4.33	4.00	4.00	1.00	มาก / สอดคล้อง
5. เป็นผู้นำ กล้าตัดสินใจ กล้า คิด กล้าพูดและกล้ายอมรับ ผิด	4.50	4.00	4.00	1.00	มาก / สอดคล้อง
6. ยิ้มแย้มแจ่มใส มีชีวิตชีวา กระตือรือร้น	4.56	5.00	5.00	1.00	มากที่สุด / สอดคล้อง
7. แต่งกายสะอาดเรียบร้อย และถูกกาลเทศะ	4.30	4.00	4.00	1.00	มาก / สอดคล้อง
8. มีมนุษยสัมพันธ์ เข้ากับ บุคคลได้ทุกระดับ	4.46	4.50	5.00	1.00	มาก / สอดคล้อง
9. มีมารยาททางสังคมและวาง ตัวอย่างเหมาะสม	4.33	4.00	4.00	1.00	มาก / สอดคล้อง
10. อารมณ์ดีและบริหาร อารมณ์ได้อย่างเหมาะสม	4.50	5.00	5.00	1.00	มากที่สุด / สอดคล้อง
11. มีความเป็นกันเอง อบอุ่น และเป็นที่พึ่งได้	4.60	5.00	5.00	1.00	มากที่สุด / สอดคล้อง

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะประกอบด้านบุคลิกภาพ สอดคล้องตรงกันทุกคุณลักษณะ (ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์เท่ากับ 1.00) และมีความสำคัญจำเป็นในระดับมากขึ้นไป (ค่ามัธยฐานเท่ากับ 4.00 – 5.00) โดยมีคุณลักษณะประกอบที่มีความสำคัญความจำเป็นในระดับมากที่สุด ดังนี้

1. ขยันหมั่นเพียร ฝ่าฟันอุปสรรค (ค่ามัธยฐาน = 5.00, ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ = 1.00)
2. ยึดมั่นแจ่มใส มีชีวิตชีวา กระตือรือร้น (ค่ามัธยฐาน = 5.00, ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ = 1.00)
3. อารมณ์ดีและบริหารอารมณ์ได้อย่างเหมาะสม (ค่ามัธยฐาน = 5.00, ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ = 1.00)
4. มีความเป็นกันเอง อ่อนน้อมและเป็นที่ยอมรับ (ค่ามัธยฐาน = 5.00, ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ = 1.00)

เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามในรอบที่ 3 เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้นำผลการวิเคราะห์จากรอบที่ 2 และรอบที่ 3 มาพิจารณาร่วมกันเพื่อสรุปเป็นคุณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น ปรากฏผลดังแสดงในตาราง 9

ตาราง 9 เปรียบเทียบค่ามัธยฐานและค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ที่ได้จากการวิเคราะห์ในรอบที่ 2 กับ รอบที่ 3

คุณลักษณะพึงประสงค์	ค่ามัธยฐาน		ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์	
	รอบที่ 2	รอบที่ 3	รอบที่ 2	รอบที่ 3
1. ด้านความรู้ ความสามารถ				
1.1 ทักษะในการนำเสนอ	4.00	4.00	1.00	1.00
1.2 ทักษะในการสื่อสารพูดคุย	4.00	4.00	1.00	1.00
1.3 ความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์	5.00	5.00	1.00	1.00
1.4 สามารถเรียนรู้และพัฒนาทักษะใหม่ ๆ	4.00	4.00	1.00	1.00
1.5 สามารถโน้มน้าวใจ	4.00	4.00	1.25	1.25
1.6 ทักษะด้านการบริหารองค์กร บริหารการเงินและบริหารเวลา	4.00	4.00	1.25	1.25
1.7 รู้และเข้าใจในระบบการขายตรง แบบหลายชั้น	4.00	4.00	1.00	1.00
1.8 สามารถสร้างและบริหารทีมงาน	4.00	4.00	1.00	1.00
2. ด้านทัศนคติ ความคิด				
2.1 มองโลกในแง่ดี	5.00	5.00	1.00	1.00
2.2 มุ่งมั่น ทุ่มเทและไม่กลัว อุปสรรค	5.00	5.00	1.00	1.00
2.3 มุ่งสร้างสรรค์สิ่งดีงาม	4.00	4.00	1.00	1.00
2.4 เชื่อมั่นในตนเองว่าต้องประสบ ความสำเร็จ	5.00	5.00	1.00	1.00
2.5 คิดว่าการเรียนรู้และการแสวง หาความรู้อยู่เสมอเป็นสิ่งที่ควร กระทำ	4.00	4.00	1.00	1.00
2.6 มีความคิดในการช่วยเหลือผู้อื่น ให้ประสบความสำเร็จหรือได้รับ ประโยชน์	4.50	5.00	1.00	1.00
2.7 เห็นคุณค่าและภาคภูมิใจใน ระบบขายตรง	4.00	4.00	1.00	1.00

ตาราง 9 (ต่อ)

คุณลักษณะพึงประสงค์	ค่ามัธยฐาน		ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์	
	รอบที่ 2	รอบที่ 3	รอบที่ 2	รอบที่ 3
2.8 มีความรู้สึกที่ดีต่อองค์กร ผลิตภัณฑ์และลูกค้า	5.00	5.00	1.00	1.00
2.9 เชื่อมมั่นว่าธุรกิจขายตรงสามารถสร้างความสำเร็จได้	4.50	4.50	1.00	1.00
2.10 เข้าใจและบริหารตนเองได้	4.00	4.00	1.00	1.00
3. ด้านคุณธรรม จริยธรรม				
3.1 ความซื่อสัตย์ ซื่อตรง โปร่งใส	5.00	5.00	1.00	0.25
3.2 ใจเป็นธรรม มีจรรยาบรรณ	5.00	5.00	1.00	1.00
เคารพกฎเกณฑ์และกติกาย่างเคร่งครัด ไม่เอาเปรียบและไม่สร้างความเดือดร้อนให้แก่ผู้อื่น				
3.3 รักษาความมั่นคงและมีความรับผิดชอบ	5.00	5.00	1.00	1.00
3.4 ปฏิบัติต่อผู้อื่นด้วยความจริงใจ	5.00	5.00	1.00	1.00
3.5 ปฏิบัติตัวเป็นแบบอย่างที่ดีในการดำเนินชีวิตและการรักษากฎจรรยาบรรณ	4.00	4.00	1.00	1.00
3.6 ยกย่องให้เกียรติ เคารพในสิทธิและความคิดของผู้อื่น	4.00	4.00	1.00	1.00
4. ด้านบุคลิกภาพ				
4.1 พัฒนาบุคลิกภาพของตนเองอยู่เสมอ	4.00	4.00	1.00	1.00
4.2 ขยันหมั่นเพียร ฝ่าฟันอุปสรรค	5.00	5.00	1.00	1.00
4.3 ภาพลักษณ์ดี นำยกย่องน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้	4.00	4.00	1.00	1.00
4.4 สุขภาพอ่อนนุ่มต่อมตน	4.00	4.00	1.00	1.00
4.5 เป็นผู้นำ กล้าตัดสินใจ กล้าคิด กล้าพูดและกล้ายอมรับผิด	4.00	4.50	1.00	1.00

ตาราง 9 (ต่อ)

คุณลักษณะพึงประสงค์	ค่ามัธยฐาน		ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์	
	รอบที่ 2	รอบที่ 3	รอบที่ 2	รอบที่ 3
4.6 ยึดแน่นแจ่มใส มีชีวิตชีวา กระตือรือร้น	5.00	5.00	1.00	1.00
4.7 แต่งกายสะอาดเรียบร้อยและถูก กาลเทศะ	4.00	4.00	1.00	1.00
4.8 มีมนุษยสัมพันธ์ เข้ากับบุคคล ได้ทุกระดับ	4.50	4.50	1.00	1.00
4.9 มีมารยาททางสังคมและวางตัว อย่างเหมาะสม	4.00	4.00	1.00	1.00
4.10 อารมณ์ดีและบริหารอารมณ์ได้ อย่างเหมาะสม	5.00	5.00	1.00	1.00
4.11 มีความเป็นกันเอง อ่อนน้อมและ เป็นที่พึ่งได้	5.00	5.00	1.00	1.00

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 9 สรุปได้ว่า คุณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น ทุกคุณลักษณะย่อยทั้ง 4 ด้าน กลุ่มตัวอย่างผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นสอดคล้องตรงกันในการตอบทั้งสองรอบ (ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์เท่ากับ 0.25 – 1.25) และมีคุณลักษณะที่มีความสำคัญจำเป็นในระดับมากที่สุด (ค่ามัธยฐานเท่ากับ 5.00) ซึ่งสามารถสรุปเป็นคุณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น ได้ดังนี้

1. ความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์
2. มองโลกในแง่ดี
3. มุ่งมั่น ทุ่มีเพและไม่ว่างอุปสรรค
4. เชื่อมั่นในตนเองว่าต้องประสบความสำเร็จ
5. มีความคิดในการช่วยเหลือผู้อื่นให้ประสบความสำเร็จหรือได้รับประโยชน์
6. มีความรู้สึกที่ดีต่อองค์กร ผลิตภัณฑ์และลูกค้า
7. ความซื่อสัตย์ ซื่อตรง โปร่งใส
8. ใจเป็นธรรม มีจรรยาบรรณ เคารพกฎเกณฑ์และกติกาย่างเคร่งครัด ไม่เอาเปรียบและไม่สร้างความเดือดร้อนให้แก่ผู้อื่น
9. รักษาความลับสัญญาและมีความรับผิดชอบ

10. ปฏิบัติต่อผู้อื่นด้วยความจริงใจ
11. ขยันหมั่นเพียร ฝ่าฟันอุปสรรค
12. ยึดแยมแจ่มใส มีชีวิตชีวา กระตือรือร้น
13. อารมณ์ดีและบริหารอารมณ์ได้อย่างเหมาะสม
14. มีความเป็นกันเอง อ่อนน้อมและเป็นที่พึ่งได้

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาคูณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น โดยใช้เทคนิคเดลฟาย ซึ่งสรุปผลการศึกษาค้นคว้าได้ดังนี้

ความมุ่งหมายและวิธีการศึกษาค้นคว้า

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายสำคัญ เพื่อศึกษาคูณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น โดยใช้เทคนิคเดลฟาย โดยมีจุดมุ่งหมายเฉพาะดังนี้

1. เพื่อหาค่ามัธยฐาน (Median) ค่าฐานนิยม (Mode) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range) ของแต่ละลักษณะย่อยที่ได้จากผู้ทรงคุณวุฒิ รอบที่ 2
2. เพื่อหาค่ามัธยฐาน (Median) ค่าฐานนิยม (Mode) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range) ของแต่ละลักษณะย่อยที่ได้จากผู้ทรงคุณวุฒิ รอบที่ 3
3. เพื่อสรุปคูณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น โดยใช้เทคนิคเดลฟาย

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างได้แก่ นักธุรกิจแอมเวย์ที่ประสบความสำเร็จตั้งแต่ระดับเพชรขึ้นไป ผู้บริหารของบริษัทแอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด และนักวิชาการทางด้านบริหารธุรกิจและจิตวิทยา จำนวนกลุ่มตัวอย่างรวมทั้งสิ้น 30 คน ดังนี้

- | | |
|---|-------------|
| กลุ่มที่ 1 นักธุรกิจแอมเวย์ที่ประสบความสำเร็จตั้งแต่ระดับเพชรขึ้นไป | จำนวน 10 คน |
| กลุ่มที่ 2 ผู้บริหารบริษัทระดับผู้จัดการอาวุโสขึ้นไป | จำนวน 5 คน |
| กลุ่มที่ 3 นักวิชาการทางด้านบริหารธุรกิจและจิตวิทยา | จำนวน 15 คน |

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

1. การสร้างเครื่องมือรอบที่ 1

ผู้วิจัยดำเนินการสร้างเครื่องมือรอบที่ 1 โดยการสร้างแบบสอบถามแบบปลายเปิด ด้วยการ

ศึกษาข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องและนำมาตั้งคำถามถึงลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น และจัดส่งแบบสอบถามนี้ให้แก่กลุ่มตัวอย่างเพื่อให้กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นอย่างอิสระตามทัศนะของตนเอง ซึ่งมีหัวข้อคำถาม 4 ด้าน ดังนี้

1.1 ด้านความรู้ ความสามารถ

1.2 ด้านทัศนคติ ความคิด

1.3 ด้านคุณธรรม จริยธรรม

1.4 ด้านบุคลิกภาพ

2. การสร้างเครื่องมือรอบที่ 2

แบบสอบถามรอบที่ 2 ได้จากการนำคำตอบที่ได้รับจากแบบสอบถามแบบปลายเปิดในรอบแรกทั้งหมดมาคัดเลือกลักษณะเฉพาะที่มีความถี่สูง 75% แรกของคำตอบแต่ละด้านทั้ง 4 ด้าน มาสร้างแบบสอบถามรอบที่ 2 ซึ่งเป็นแบบมาตราประเมินค่า 5 ระดับ โดยมีการพิจารณาตรวจสอบข้อคำถามถึงความถูกต้องและเหมาะสมของคำถาม และจัดส่งแบบสอบถามรอบที่ 2 นี้กลับไปยังกลุ่มตัวอย่างทั้ง 30 คน เพื่อทำการตอบแบบสอบถามเป็นครั้งที่ 2

3. การสร้างเครื่องมือรอบที่ 3

แบบสอบถามรอบที่ 3 ได้จากการนำข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามในรอบที่ 2 มาคำนวณหาค่ามัธยฐาน (Median) และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range) ของคำถามแต่ละข้อ เพื่อนำมาสร้างแบบสอบถามรอบที่ 3

แบบสอบถามในรอบที่ 3 แสดงตำแหน่งของค่ามัธยฐานและค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ของกลุ่มตัวอย่างและของกลุ่มตัวอย่างท่านนั้นๆ เพื่อให้ทราบคำตอบตามความคิดเห็นของแต่ละท่าน ซึ่งสามารถยืนยันคำตอบหรือเปลี่ยนแปลงคำตอบใหม่ได้ หากคำตอบของกลุ่มตัวอย่างท่านนั้นไม่อยู่ในขอบเขตพิสัยระหว่างควอไทล์ จะขอให้แสดงเหตุผลด้วย

คำตอบที่ได้จากแบบสอบถามรอบที่ 3 นำมาคำนวณหาค่าเฉลี่ย (Mean) ค่ามัธยฐาน (Median) ค่าฐานนิยม (Mode) และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range) และนำคำตอบข้อที่มีค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ไม่เกิน 1.50 ซึ่งแสดงว่าทัศนะของกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นที่สอดคล้องกัน และค่ามัธยฐานตั้งแต่ 4.51 ขึ้นไป ซึ่งแสดงว่ามีความจำเป็นมากที่สุด มาสรุปเป็นคุณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ผู้วิจัยดำเนินการติดต่อกลุ่มตัวอย่างซึ่งทั้งหมดเป็นผู้ทรงคุณวุฒิเป็นการส่วนตัวก่อนการขอ

หนังสือแนะนำตัวอย่างเป็นทางการจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม พร้อมทั้งอธิบายถึงความสำคัญของกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ตลอดจนอธิบายถึงขั้นตอนการเก็บข้อมูล การตอบแบบสอบถามที่จะต้องดำเนินการถึง 3 ครั้ง

2. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามปลายเปิดเพื่อเก็บข้อมูลในรอบที่ 1 มอบให้กลุ่มตัวอย่างและนัดหมายวันรับแบบสอบถามคืน

3. ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามรอบที่ 2 โดยใช้ข้อมูลจากการเก็บข้อมูลในรอบแรก โดยมีผู้ทรงคุณวุฒิเป็นผู้ตรวจสอบความถูกต้อง จากนั้นจึงนำแบบสอบถามรอบที่ 2 ซึ่งเป็นแบบมาตราส่วนค่า 5 ระดับ ส่งให้กลุ่มตัวอย่างกลุ่มเดิมตอบแบบสอบถามในรอบที่ 2

4. นำคำตอบจากการตอบแบบสอบถามในรอบที่ 2 มาคำนวณหาค่ามัธยฐาน (Median) และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range) ของคำตอบแต่ละข้อ เพื่อนำมาสร้างแบบสอบถามรอบที่ 3 โดยใช้ข้อคำถามชุดเดียวกับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อทำการยืนยันคำตอบหรือเปลี่ยนแปลงคำตอบในรอบที่ 3

เมื่อทำการเก็บข้อมูลได้ครบทั้ง 3 รอบเรียบร้อยแล้ว นำข้อมูลมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ค่ามัธยฐาน ฐานนิยม และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ เพื่อนำมาประกอบการแสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง และใช้ข้อมูลในการวิเคราะห์ สรุปผลการวิจัยต่อไป

สรุปผลการศึกษาค้นคว้า

การศึกษาค้นคว้าคุณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น โดยใช้เทคนิคเดลฟาย ในด้านความรู้ ความสามารถ ด้านทัศนคติ ความคิด ด้านคุณธรรม จริยธรรม และด้านบุคลิกภาพ ตามทัศนะของนักธุรกิจแอมเวย์ที่ประสบความสำเร็จระดับเพชรขึ้นไป ผู้บริหารระดับผู้จัดการอาวุโสขึ้นไป บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด และนักวิชาการทางด้านบริหารธุรกิจ และจิตวิทยา สามารถสรุปผลได้ดังนี้

1. ด้านความรู้ ความสามารถ

กลุ่มตัวอย่างได้แสดงทัศนะที่มีความสอดคล้องกันในคุณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น ด้านความรู้ ความสามารถดังต่อไปนี้ คุณลักษณะที่มีความสอดคล้องกันที่ความจำเป็นมากที่สุดได้แก่ ความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์

คุณลักษณะที่กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นที่สอดคล้องกันที่มีความจำเป็นมากที่สุดได้แก่ ทักษะในการนำเสนอ สามารถสร้างและบริหารทีมงาน ทักษะในการสื่อสารพูดคุย สามารถเรียนรู้และพัฒนาทักษะใหม่ๆ รู้และเข้าใจในระบบการขายตรงแบบหลายชั้น สามารถโน้มน้าวใจ และทักษะด้านการบริหารองค์กร บริหารการเงินและบริหารเวลา

2. ด้านทัศนคติ ความคิด

กลุ่มตัวอย่างได้แสดงทัศนคติที่มีความสอดคล้องกันในคุณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น ด้านทัศนคติ ความคิดดังต่อไปนี้ คุณลักษณะที่มีความสอดคล้องกันที่ความจำเป็นมากที่สุดได้แก่ มองโลกในแง่ดี มุ่งมั่น ทุ่เมและไมกลัวอุปสรรค เชื่อมั่นในตนเองว่าต้องประสบความสำเร็จ มีความคิดในการช่วยเหลือผู้อื่นให้ประสบความสำเร็จหรือได้รับประโยชน์ และมีความรู้สึกที่ดีต่อองค์กร ผลิตภัณฑ์และลูกค้า

คุณลักษณะที่กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นที่สอดคล้องกันที่มีความจำเป็นมากที่สุดได้แก่ มุ่งสร้างสรรค์สิ่งดีงาม คิดว่าการเรียนรู้และการแสวงหาความรู้อยู่เสมอเป็นสิ่งที่ควรกระทำ เห็นคุณค่าและภาคภูมิใจในระบบขายตรง เชื่อมั่นว่าธุรกิจขายตรงสามารถสร้างความสำเร็จได้ และมีความเข้าใจและสามารถบริหารตนเองได้

3. ด้านคุณธรรม จริยธรรม

กลุ่มตัวอย่างได้แสดงทัศนคติที่มีความสอดคล้องกันในคุณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น ด้านคุณธรรม จริยธรรมดังต่อไปนี้ คุณลักษณะที่มีความสอดคล้องกันที่ความจำเป็นมากที่สุดได้แก่ ความซื่อสัตย์ ซื่อตรง โปร่งใส ใจเป็นธรรม มีจรรยาบรรณ เคารพกฎเกณฑ์และกติกาย่างเคร่งครัด ไม่เอาเปรียบและไม่สร้างความเดือดร้อนให้แก่ผู้อื่น รักษาความลับสัญญา และมีความรับผิดชอบ ปฏิบัติต่อผู้อื่นด้วยความจริงใจ

คุณลักษณะที่กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นที่สอดคล้องกันที่มีความจำเป็นมากที่สุดได้แก่ ปฏิบัติตัวเป็นแบบอย่างที่ดีในการดำเนินชีวิตและการรักษาจรรยาบรรณ และยกย่องให้เกียรติ เคารพในสิทธิและความคิดของผู้อื่น

4. ด้านบุคลิกภาพ

กลุ่มตัวอย่างได้แสดงทัศนคติที่มีความสอดคล้องกันในคุณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น ด้านบุคลิกภาพดังต่อไปนี้ คุณลักษณะที่มีความสอดคล้องกันที่ความจำเป็นมากที่สุดได้แก่ ขยันหมั่นเพียร ฝ่าฟันอุปสรรค ยึดมั่นแจ่มใส มีชีวิตชีวา กระตือรือร้น อารมณ์ดีและบริหารอารมณ์ได้อย่างเหมาะสม และมีความเป็นกันเอง อ่อนน้อมและเป็นที่ยอมรับ

คุณลักษณะที่กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นที่สอดคล้องกันที่มีความจำเป็นมากที่สุดได้แก่ พัฒนาบุคลิกภาพของตนเองอยู่เสมอ ภาพลักษณ์ดี น่ายกย่อง น่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ สุภาพอ่อนน้อมถ่อมตน เป็นผู้นำ กล้าตัดสินใจ กล้าคิด กล้าพูดและกล้ายอมรับผิด แต่งกายสะอาดเรียบร้อยและถูกกาลเทศะ มีมนุษยสัมพันธ์ เข้ากับบุคคลได้ทุกระดับ มีมารยาททางสังคมและวางตัวอย่างเหมาะสม

อภิปรายผลการศึกษาค้นคว้า

จากการศึกษาค้นคว้าที่สรุปข้างต้น แสดงให้เห็นถึงคุณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น ในด้านความรู้ ความสามารถ ด้านทัศนคติ ความคิด ด้านคุณธรรม จริยธรรม และด้านบุคลิกภาพ ซึ่งมีประเด็นสำคัญที่สามารถนำมาอภิปรายผลการศึกษาค้นคว้าได้ดังนี้

1. ด้านความรู้ ความสามารถ

กลุ่มตัวอย่างได้แสดงทัศนะที่มีความสอดคล้องกันในทุกคุณลักษณะประกอบของด้านความรู้ ความสามารถ โดยมีค่าความจำเป็นอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด และสรุปคุณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น ด้านความรู้ ความสามารถ คือ ความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ มีความจำเป็นมากที่สุด (มัธยฐาน = 5.00) ส่วนคุณลักษณะด้านความรู้ความสามารถอื่น ๆ มีความจำเป็นอยู่ในระดับมาก (มัธยฐาน = 4.00) ประกอบด้วย ทักษะในการสื่อสารพูดคุย สามารถสร้างและบริหารทีมงาน ทักษะในการนำเสนอ รู้และเข้าใจในระบบการขายตรงแบบหลายชั้น สามารถเรียนรู้และพัฒนาทักษะใหม่ ๆ สามารถโน้มน้าวใจ และทักษะด้านการบริหารองค์กร บริหารการเงินและบริหารเวลา ตามลำดับ ที่ผลการศึกษาค้นคว้าเป็นเช่นนี้เนื่องจาก การดำเนินธุรกิจขายตรงที่ถูกต้องตามกฎหมายจะต้องมีผลิตภัณฑ์ขายให้แก่ลูกค้า และสินค้าที่จะขายผ่านช่องทางการขายโดยตรงควรเป็นสินค้าที่ไม่สามารถหาซื้อได้โดยทั่ว ๆ ไป และเป็นสินค้าที่ต้องมีความพิเศษและมีการอธิบายถึงคุณลักษณะและคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ก่อนการตัดสินใจซื้อสินค้า ดังนั้น ความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ จึงเป็นคุณลักษณะที่จำเป็นมากที่สุดของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น ในขณะเดียวกัน การนำเสนอข้อมูลความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ให้แก่ลูกค้าผู้นำเสนอยังจำเป็นต้องมีทักษะในการสื่อสาร เพื่อสร้างความเข้าใจอย่างชัดเจนให้แก่ลูกค้า อีกทั้งระบบการขายตรงแบบหลายชั้นเป็นธุรกิจระบบเครือข่าย ต้องมีทักษะอื่น ๆ ที่จำเป็นเพื่อสร้างเครือข่าย ขยายเครือข่าย และรักษาเครือข่ายที่ได้สร้างไว้ คุณลักษณะด้านความรู้ความสามารถอื่น ๆ จึงมีความจำเป็นในระดับมากประกอบอยู่ในคุณลักษณะของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้นด้วย

2. ด้านทัศนคติ ความคิด

กลุ่มตัวอย่างมีการแสดงทัศนะที่สอดคล้องกันทุกคุณลักษณะประกอบของด้านทัศนคติ ความคิด โดยมีค่าความจำเป็นอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด และสรุปคุณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น ด้านทัศนคติ ความคิด ที่ระดับความจำเป็นมากที่สุด (มัธยฐาน = 5.00) คือ มีความรู้สึกที่ดีต่อองค์กร ผลิตภัณฑ์และลูกค้า มุ่งมั่นทุ่มเทและไม่กลัวอุปสรรคเชื่อมั่นในตนเองว่าต้องประสบความสำเร็จ มองโลกในแง่ดี และมีความคิดในการช่วยเหลือผู้อื่นให้ประสบความสำเร็จหรือได้รับประโยชน์ ตามลำดับ และคุณลักษณะด้านทัศนคติ ความคิด ที่มีความจำเป็นในระดับมาก (มัธยฐาน = 4.50) คือ เชื่อมั่นว่าธุรกิจขายตรงสามารถสร้างความสำเร็จได้ และคุณลักษณะด้าน

ทัศนคติ ความคิด ที่มีความจำเป็นในระดับมาก (มัธยฐาน = 4.00) คือ เข้าใจและบริหารตนเองได้ คิดว่าการเรียนรู้และการแสวงหาความรู้อยู่เสมอเป็นสิ่งที่ควรกระทำ มุ่งสร้างสรรค์สิ่งดีงาม และเห็นคุณค่าและภาคภูมิใจในระบบขายตรง ตามลำดับ ที่ผลการศึกษาค้นคว้าเป็นเช่นนี้เพราะ ทัศนคติและความคิดเป็นสิ่งสำคัญของผู้ที่ประสบความสำเร็จในทุกเรื่อง โดยเฉพาะธุรกิจขายตรง ผู้ดำเนินธุรกิจเป็นผู้ที่ติดต่อสื่อสารโดยตรงกับลูกค้าหรือผู้มุ่งหวัง ตลอดจนผู้สนใจในสินค้าหรือสนใจในธุรกิจขายตรง ดังนั้น ทัศนคติและความคิดของนักธุรกิจขายตรงจึงถ่ายทอดไปยังผู้ที่ติดต่อด้วยโดยตรง ความคิดและทัศนคติที่ดีต่อทุกเรื่องที่เกี่ยวข้องจึงมีความสำคัญมาก โดยการมีความรู้สึกที่ดีต่อองค์กร ผลิตภัณฑ์และลูกค้า ได้รับการพิจารณาให้ความสำคัญมากที่สุดในระดับคะแนนสูงที่สุด นอกจากนี้ การมีทัศนคติและความคิดที่ดีต่อผู้อื่น มีความปรารถนาดีคิดที่จะช่วยเหลือผู้อื่นให้ประสบความสำเร็จหรือให้ผู้อื่นได้รับประโยชน์ และมองโลกในแง่ดี ตลอดจนความเชื่อมั่นในตนเอง เชื่อมั่นในธุรกิจขายตรง มีความเข้าใจในตนเองและสามารถบริหารตนเองได้ เป็นคุณลักษณะที่จำเป็นของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้นเพราะ นักธุรกิจขายตรงมีความเป็นอิสระไม่มีผู้บังคับบัญชา ตนเองเป็นผู้กำกับควบคุมการทำงานของตนเอง ดังนั้น ความคิดและทัศนคติจึงเป็นสิ่งสำคัญมากของนักธุรกิจขายตรงที่จะทำให้ธุรกิจจะยืนหยัดมุ่งมั่นดำเนินธุรกิจด้วยความรู้สึกที่ดี และทุ่มเททำงานอย่างหนักด้วยความเชื่อมั่นที่จะประสบความสำเร็จด้วยความเข้าใจและการบริหารตนเองอย่างเหมาะสม หรือหากมีความคิดและ ทัศนคติที่ไม่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ ซึ่งจะส่งผลให้นักธุรกิจขายตรงมีความรู้สึกที่ขัดแย้งในตนเอง และธุรกิจขายตรง รู้สึกไม่มั่นใจในความสำเร็จและเป็นเหตุให้ห่อเหี่ยวและล้มเลิกธุรกิจในที่สุด

3. ด้านคุณธรรม จริยธรรม

กลุ่มตัวอย่างมีการแสดงทัศนะที่สอดคล้องกันทุกคุณลักษณะประกอบของด้านคุณธรรม จริยธรรม โดยมีค่าความจำเป็นอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด และสรุปคุณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น ด้านคุณธรรม จริยธรรม ที่ระดับความจำเป็นมากที่สุด (มัธยฐาน = 5.00) คือ ความซื่อสัตย์ ซื่อตรง โปร่งใส รักษาคำมั่นสัญญาและมีความรับผิดชอบ ใจเป็นธรรม มีจรรยาบรรณ เคารพกฎเกณฑ์และกติกาอย่างเคร่งครัด ไม่เอาเปรียบและไม่สร้างความเดือดร้อนให้แก่ผู้อื่น และปฏิบัติต่อผู้อื่นด้วยความจริงใจ ตามลำดับ และคุณลักษณะด้านคุณธรรม จริยธรรม ที่มีความจำเป็นในระดับมาก (มัธยฐาน = 4.00) คือ ปฏิบัติตัวเป็นแบบอย่างที่ดีในการดำเนินชีวิตและการรักษากฎจรรยาบรรณ และยกย่องให้เกียรติ เคารพในสิทธิและความคิดของผู้อื่น ที่ผลการศึกษาค้นคว้าเป็นเช่นนี้เนื่องจาก นักธุรกิจขายตรงถือว่าเป็นตัวแทนขององค์กรที่จะนำผลิตภัณฑ์และระบบธุรกิจขององค์กรออกไปสู่ผู้บริโภคและผู้มุ่งหวังโดยตรง ซึ่งช่องทางที่นับเป็นจุดแข็งและเป็นหัวใจสำคัญของธุรกิจขายตรงคือนักธุรกิจขายตรง ซึ่งแน่นอนว่าผู้ที่มีคุณธรรมและมีจริยธรรมที่ดีงามย่อมเป็นผู้ที่จะได้รับการยอมรับจากผู้อื่นได้เป็นอย่างดี ส่งผลให้เกิดความเคารพนับถือเป็นการส่วนตัวต่อนักธุรกิจขายตรงและก่อให้เกิดความเชื่อถือและยอมรับในธุรกิจต่อไป ความซื่อสัตย์ ซื่อตรง โปร่งใส การรักษาคำ

มันสัญญาและมีความรับผิดชอบ เป็นคุณลักษณะที่ได้รับเลือกให้เป็นคุณลักษณะที่จำเป็นมากที่สุดในด้านคุณธรรม จริยธรรมของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น นอกจากลูกค้าและผู้มุ่งหวังที่นักธุรกิจขายตรงต้องสร้างความไว้วางใจและความเชื่อถือในผลิตภัณฑ์และในระบบธุรกิจขายตรงเพื่อชักชวนให้เกิดการซื้อสินค้าและการเข้าร่วมเป็นสมาชิกต่อไปแล้ว นักธุรกิจขายตรงยังมีหน้าที่ดูแลรับผิดชอบต่อกลุ่มหรือเครือข่ายที่นักธุรกิจสร้างขึ้นมาแล้วด้วย ซึ่งการจะรักษาทีมงานให้เป็นกลุ่มที่มีประสิทธิภาพและมีคุณธรรม ตลอดจนเป็นผู้ที่มีจริยธรรมนั้น ผู้นำจะต้องเป็นแบบอย่างที่ดีในเรื่องนี้ด้วย จึงทำให้คุณลักษณะของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้นต้องมีคุณลักษณะด้านคุณธรรม จริยธรรมอยู่ในเกณฑ์สูงและมีหลายประการที่นักธุรกิจที่ต้องการประสบความสำเร็จจะต้องคำนึงถึง สร้างขึ้นและรักษาคุณธรรมและจริยธรรมไว้ตลอดเวลา

4. ด้านบุคลิกภาพ

กลุ่มตัวอย่างมีการแสดงทัศนะที่สอดคล้องกันทุกคุณลักษณะประกอบของด้านบุคลิกภาพ โดยมีความจำเป็นอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด และสรุปคุณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น ด้านบุคลิกภาพ ที่ระดับความจำเป็นมากที่สุด (มัธยฐาน = 5.00) คือ มีความเป็นกันเอง อบอุ่นและเป็นที่ยอมรับได้ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีชีวิตชีวา กระตือรือร้น ขยันหมั่นเพียร ฝ่าฟันอุปสรรค และอารมณ์ดีและบริหารอารมณ์ได้อย่างเหมาะสม ตามลำดับ และคุณลักษณะด้านบุคลิกภาพที่จำเป็นในระดับมาก (มัธยฐาน = 4.50) คือ เป็นผู้นำ กล้าตัดสินใจ กล้าคิด กล้าพูดและกล้ายอมรับผิด และมีมนุษยสัมพันธ์ เข้ากับบุคคลได้ทุกระดับ และคุณลักษณะด้านบุคลิกภาพที่มีความจำเป็นในระดับมาก (มัธยฐาน = 4.00) คือ ภาพลักษณ์ดี น่ายกย่อง น่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ สุภาพอ่อนน้อมถ่อมตน มีมารยาททางสังคมและวางตัวอย่างเหมาะสม แต่งกายสะอาดเรียบร้อยและถูกกาลเทศะ และพัฒนาบุคลิกภาพของตนเองอยู่เสมอ ตามลำดับ ที่ผลการศึกษาค้นคว้าเป็นเช่นนี้เนื่องจาก นักธุรกิจขายตรงเป็นบุคคลที่ต้องติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่นเป็นจำนวนมาก และต้องมีคุณลักษณะหลายประการที่จำเป็นในตัวของนักธุรกิจขายตรง และบุคลิกภาพเป็นสิ่งที่จะสื่อออกไปให้ผู้อื่นรับรู้ว่าคุณธุรกิจขายตรงผู้นั้นมีความคิด ทัศนคติ และเป็นคนเช่นไร บุคลิกภาพเป็นส่วนประกอบที่สำคัญที่สามารถสร้างความสำเร็จหรือทำลายความสำเร็จที่สร้างไว้แล้วได้ ดังนั้น นักธุรกิจที่มีบุคลิกภาพดีเป็นพื้นฐานจึงมีแนวโน้มว่าจะประสบความสำเร็จในธุรกิจได้รวดเร็วกว่า และบุคลิกภาพที่ส่งผลต่อความสำเร็จของนักธุรกิจขายตรงมีทั้งที่เป็นบุคลิกภาพภายนอกและบุคลิกภาพภายใน โดยคุณลักษณะด้านบุคลิกภาพของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น เป็นบุคลิกภาพที่ส่งผลต่อความน่าเชื่อถือ ความน่าไว้วางใจ สร้างความรู้สึกสบายใจและสร้างความรู้สึกที่ดีต่อผู้ที่ติดต่อด้วย รวมทั้งมีบุคลิกของผู้ที่น่าที่ติดด้วย และในขณะเดียวกัน ผู้ที่ประสบความสำเร็จจำเป็นต้องดูแลรักษาบุคลิกภาพของตนเองและพัฒนาบุคลิกภาพของตนเองอยู่เสมอ จึงจะทำให้เกิดความสำเร็จในธุรกิจได้อย่างมั่นคงตลอดไป

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการศึกษาไปใช้

1.1 ผลการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาตนเองของนักธุรกิจขายตรง ที่มีความมุ่งมั่นที่จะประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงโดยเฉพาะธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น ทำให้นักธุรกิจขายตรงเห็นถึงความสำคัญของคุณลักษณะในแต่ละด้านได้อย่างชัดเจนและสามารถจัดลำดับความสำคัญในการพัฒนาตนเองได้ตามความจำเป็น

1.2 ผลการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ สามารถนำไปเป็นแนวทางในการวางแผนการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรในองค์กรธุรกิจขายตรง เพื่อให้สอดคล้องกับความจำเป็นของธุรกิจและความต้องการของผู้ที่นักธุรกิจขายตรงจะต้องติดต่อสื่อสารด้วย ทำให้เกิดแนวทางการพัฒนาที่ชัดเจนและส่งผลให้นักธุรกิจขายตรงประสบความสำเร็จได้อย่างรวดเร็วและเป็นผลดีต่อภาพลักษณ์ของธุรกิจขายตรงโดยรวม

1.3 ผลการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ นักธุรกิจขายตรงสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพิจารณาบุคคลที่นักธุรกิจจะไปเชิญชวนเข้าสู่ธุรกิจหรือร่วมทีมในการดำเนินธุรกิจ เพื่อจะได้พิจารณาได้ว่าบุคคลนั้น ๆ มีคุณลักษณะที่เหมาะสมต่อธุรกิจขายตรงหรือไม่ หรือมีความเหมาะสมที่จะเป็นลูกค้ายมากกว่าเป็นนักธุรกิจขายตรง ซึ่งจะช่วยให้เกิดการรักษาลูกค้าที่ดี และการเชิญชวนผู้ที่เหมาะสมเข้าสู่ธุรกิจด้วย

1.4 ผลการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ บริษัทที่ดำเนินธุรกิจด้วยระบบการขายตรงแบบหลายชั้น สามารถนำไปใช้ในการจัดหลักสูตรฝึกอบรมและวางระบบการพัฒนานักธุรกิจขายตรงของตน ให้มีคุณลักษณะที่เป็นไปตามความจำเป็นที่จะนำไปสู่ผู้ที่ประสบความสำเร็จได้ในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น ซึ่งส่งผลต่อการเติบโตของธุรกิจด้วย

2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาค้นคว้าครั้งต่อไป

2.1 ผลที่ได้รับจากการศึกษาค้นคว้าคุณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้นในครั้งนี้ สามารถเป็นแนวทางในการศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมในรายละเอียดแต่ละด้านของคุณลักษณะที่จำเป็น หรือศึกษาเพิ่มเติมในด้านอื่น ๆ ที่มีความสำคัญต่อนักธุรกิจขายตรง

2.2 ควรสนับสนุนให้มีการศึกษาวิจัยด้วยเทคนิคเดลฟายในการค้นคว้าหาคุณลักษณะพึงประสงค์ของกลุ่มบุคคลหรือบุคคลในตำแหน่งงานที่สำคัญ ๆ เพราะการใช้เทคนิคเดลฟายสามารถเก็บข้อมูลได้อย่างครอบคลุมและสมบูรณ์

2.3 การเลือกใช้เทคนิคเดลฟายในการวิจัย ผู้วิจัยจำเป็นต้องมีความสัมพันธ์ที่ดีมากกับกลุ่มตัวอย่างทุกคน และจะต้องมีการติดต่อสื่อสารที่ดีและสม่ำเสมอกับกลุ่มตัวอย่าง จึงจะเอื้อต่อการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย.

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กาญจนา สุขประเสริฐ. (2536). แนวทางการจัดการศึกษานอกโรงเรียนให้สอดคล้องกับโครงการพัฒนาพื้นที่บริเวณชายฝั่งทะเลตะวันออก : กรณีศึกษาในจังหวัดระยอง ด้วยเทคนิคเดลฟาย. ปรินทิพพานิช กศ.ม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร. ถ่ายเอกสาร.
- เกษม บุญอ่อน. (2522, ตุลาคม). "เดลฟาย : เทคนิคในการวิจัย.", ครุภัณฑ์. 10 : 26-28.
- คู่มือนักธุรกิจแอมเวย์. (2543). กรุงเทพฯ : ม.ป.พ.
- ไชยยศ เรืองสุวรรณ. (2533). เทคโนโลยีการศึกษา : ทฤษฎีและการวิจัย. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
- นิศาฐ ธิติวาทะ. (2542). การวิเคราะห์องค์ประกอบบุคลิกภาพของผู้ขายตรงที่ประสบผลสำเร็จ. สารนิพนธ์ กศ.ม. (ธุรกิจศึกษา). กรุงเทพฯ. ถ่ายเอกสาร.
- บุญเชิด ภิญโญนนท์. (2521). เอกสารประกอบการสอนสถิติ : วัตถุประสงค์ 302. กรุงเทพฯ : ภาควิชาพื้นฐานการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- ปิยนันท์ ผ่องแผ้ว. (2546). คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของเจ้าหน้าที่ฝ่ายเงินสมทบและการตรวจสอบของสำนักงานประกันสังคม โดยใช้เดลฟายเทคนิค. สารนิพนธ์ กศ.ม. (ธุรกิจศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร. ถ่ายเอกสาร.
- พิรุณรัตน์ สันติลีลา. (2541). คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของครูแนะแนวตามทัศนะของผู้เชี่ยวชาญด้านการแนะแนวและผู้บริหารโรงเรียนมัธยมศึกษา โดยใช้เทคนิคเดลฟาย. ปรินทิพพานิช กศ.ม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร. ถ่ายเอกสาร.
- ลำเพา เอี่ยมสำอางค์. (2532). การศึกษาทัศนะในการบริหารงานแนะแนวในโรงเรียนมัธยมศึกษา โดยใช้เทคนิคเดลฟาย. ปรินทิพพานิช กศ.ม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร. ถ่ายเอกสาร.
- วิราพร พงศ์อาจารย์. (2542). ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการวิจัย. พิษณุโลก : คณะครุศาสตร์ สถาบันราชภัฏพิบูลสงคราม.
- วันทนี ชูศิลป์. (2525). สถิติและการวิจัยเบื้องต้น. กรุงเทพฯ : อักษรบัณฑิต.
- สมบัติ สุวรรณพิทักษ์. (2528). การสร้างชุดฝึกอบรมทางไกลเพื่อเสริมสร้างสมรรถภาพเกี่ยวกับการประเมินโครงการของบุคลากรศูนย์ศึกษานอกโรงเรียน จังหวัด. ปรินทิพพานิช กศ.ด. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร. ถ่ายเอกสาร.

- สมบูรณ์ ดันยะ. (2524). การพัฒนาหลักสูตรการฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างสมรรถภาพด้านการสอนของครูประจำการระดับประถมศึกษา. ปรินซ์นิพนธ์ กศ.ด. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร. ถ่ายเอกสาร.
- สมพร ศรีใส. (2532). รายงานการวิจัยการพัฒนาแนวทางการนิเทศเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจัดประสบการณ์สำหรับเด็กปฐมวัย เขตการศึกษา 10.
- Battersby, David. (1980). *The Expectation for Successful Primary Teacher*. The Research Quarterly.
- Rasp, Alfred Jr. (1973, July). *Delphi : A Decision – Maker “Dream”*, National School. 29Z1 X 29 – 30.
- Rossman, H Mark and Richard L. Bunning . (1978, Spring). *Knowledge and Skills for the Adult Educator : a Delphi Study*. *Adult Education*. 28 : 139 – 155.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
รายชื่อกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาค้นคว้า

รายชื่อกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาค้นคว้า

กลุ่มนักธุรกิจแอมเวย์ที่ประสบความสำเร็จระดับเพชรขึ้นไป 10 คน

- | | |
|-------------------------------|---------------------------------|
| 1. นางจินตนา พรจะเด็ด | นักธุรกิจแอมเวย์ระดับมงกุฎ |
| 2. นายวิโรจน์ บุญอริยะ | นักธุรกิจแอมเวย์ระดับมงกุฎ |
| 3. นางนภาพรรณ ฐัญญเจริญ | นักธุรกิจแอมเวย์ระดับตรีเพชร |
| 4. นางบุญศิริ ธนประกอบ | นักธุรกิจแอมเวย์ระดับเพชรคู่ |
| 5. นางอรอนงค์ ศิริรังคมานนท์ | นักธุรกิจแอมเวย์ระดับเพชรคู่ |
| 6. นายสุเทพ คู่สกุลนิรันดร์ | นักธุรกิจแอมเวย์ระดับเพชรคู่ |
| 7. นางนันทิยา เกียรติภักดีกุล | นักธุรกิจแอมเวย์ระดับเพชรบริหาร |
| 8. นางสาวธนจิต สาธิตกุล | นักธุรกิจแอมเวย์ระดับเพชรบริหาร |
| 9. นายพิบูลย์ ดิษฐอดม | นักธุรกิจแอมเวย์ระดับเพชร |
| 10. ดร.ยงยุทธ พิชกมุทร | นักธุรกิจแอมเวย์ระดับเพชร |

กลุ่มผู้บริหารบริษัทแอมเวย์ระดับผู้จัดการอาวุโสขึ้นไป 5 คน

- | | |
|------------------------------|-----------------------------------|
| 1. นายปรีชา ประกอบกิจ | กรรมการผู้จัดการ |
| 2. นายกิจวัช ฤทธิราวี | ผู้อำนวยการฝ่ายธุรกิจสัมพันธ์ |
| 3. นางชุมพพนธ์ ยुरะยง | ผู้อำนวยการฝ่ายสื่อสารองค์กร |
| 4. นางบุษปิ่น วัจวิวัฒน์ | รองผู้อำนวยการแผนกทรัพยากรบุคคล |
| 5. นายวิเชียร รัตนรังษีโรจน์ | รองผู้อำนวยการแผนกบริหารงานธุรกิจ |

กลุ่มนักวิชาการทางบริหารธุรกิจและจิตวิทยา

- | | |
|---------------------------------------|--|
| 1. อาจารย์สิฐฐากร ชูทรัพย์ | หัวหน้าภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ |
| 2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพรีร์ ลิ้มไทย | ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ |
| 3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ผจงศักดิ์ หมวดสง | ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ |
| 4. อาจารย์รัฐ สาเรือง | ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ |
| 5. อาจารย์ภัคกร สกลรักษ์ | ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ |

6. รองศาสตราจารย์ ดร.ศักดิ์ดา ปั่นเหง่งเพ็ชร
ภาควิชาวาทวิทยา คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
7. รศ.วิกรณ์ รักษ์ปวงชน
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
8. อาจารย์ชาคริต โรจนารุจิ
ผู้อำนวยการสถาบันด็กส์ติลา แฟชั่น
9. อาจารย์เกรียงศักดิ์ นิธิพัฒนะชัย
วิทยากรอิสระ ผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผู้นำ
10. ดร.สมชาย ชุณหะวัณ
วิทยากรอิสระ ผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผู้นำ
11. อาจารย์อนุสรณ์ บุตรสุนทร
วิทยากรอิสระ ผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผู้นำ
12. อาจารย์สมชาย ศิริมงคลรัตน์
วิทยากรอิสระ ผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผู้นำ
13. อาจารย์สุกิจ ตรียุทธวัฒนา
วิทยากรอิสระ ผู้เชี่ยวชาญด้านการขาย
14. นางสาวนิศากร ธิติวรเวช
ผู้วิจัยเรื่อง การวิเคราะห์องค์ประกอบบุคลิกภาพของผู้ขายตรงที่ประสบผลสำเร็จ
15. วิทยากรผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาความคิด (ขอสงวนนาม)

ภาคผนวก ข
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

แบบสอบถามรอบที่ 1

คำชี้แจงประกอบการวิจัย

เรื่อง คุณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อสรุปคุณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น โดยใช้เทคนิคเดลฟาย ซึ่งมุ่งศึกษาผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจแอมเวย์ การรวบรวมความคิดเห็นในการทำวิจัยครั้งนี้ได้จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ทรงคุณวุฒิ 3 กลุ่ม ได้แก่ นักธุรกิจแอมเวย์ที่ประสบความสำเร็จระดับเพชรขึ้นไป ผู้บริหารบริษัทระดับผู้จัดการอาวุโสขึ้นไป และนักวิชาการทางด้านบริหารธุรกิจและจิตวิทยา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นฐานข้อมูลที่สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาตนเองและพัฒนาองค์กรนักธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น ให้สามารถสร้างความน่าเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับ และเป็นแนวทางในการศึกษาค้นคว้าในสาขาวิชาบริหารธุรกิจและการพัฒนาบุคลากรต่อไป

การวิจัยครั้งนี้ใช้เทคนิคเดลฟาย (Delphi Technique) ในการรวบรวมความคิดเห็น ซึ่งจะมีการเก็บข้อมูลรวมทั้งสิ้น 3 รอบโดยกลุ่มตัวอย่างเดิม

รอบที่ 1 เป็นการตอบแบบสอบถามปลายเปิด เพื่อนำคำตอบมาสร้างแบบสอบถามแบบมาตราประมาณค่า 5 ระดับ (Rating scale)

รอบที่ 2 ผู้ทรงคุณวุฒิตอบแบบสอบถามแบบมาตราประมาณค่า 5 ระดับ ที่จัดทำมาจากคำตอบของแบบสอบถามปลายเปิดในรอบที่ 1

รอบที่ 3 ผู้ทรงคุณวุฒิแสดงความคิดเห็นในแบบสอบถามชุดเดิมจากรอบที่ 2 ซึ่งจะแสดงค่ามัธยฐาน (Median) และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range) ของแต่ละคำถามที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างและแสดงคำตอบของท่านด้วย เพื่อทำการยืนยันหรือเปลี่ยนแปลงคำตอบของท่าน แต่ถ้าคำตอบได้อยู่นอกค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ขอความกรุณาให้แสดงเหตุผลประกอบหากท่านยืนยันในคำตอบนั้น

ผู้วิจัยขอรับรองว่า ความคิดเห็นส่วนบุคคลของท่านจะไม่ถูกเปิดเผย ข้อมูลที่ใช้ในการทำวิจัยจะเป็นความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างโดยรวม และเมื่อการวิจัยนี้เสร็จสิ้นสมบูรณ์แล้ว ผู้วิจัยจะจัดส่งสรุปรายงานผลการวิจัยมาให้ท่านทราบ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณในความอนุเคราะห์ของท่านมา ณ โอกาสนี้ที่กรุณาตอบแบบสอบถามถึง 3 รอบ จากการตอบคำถามของท่านในการทำวิจัยครั้งนี้ นับเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการศึกษาเป็นอย่างยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(นางสาวเพ็ญกาญจน์ หอมชื่น)
นิสิตปริญญาโท วิชาเอกธุรกิจศึกษา
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

แบบสอบถามรอบที่ 1

เรื่อง คุณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น

คำชี้แจง

ท่านมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบ
หลายชั้น ด้านต่าง ๆ ต่อไปนี้ ในเรื่องใดบ้าง

ด้านความรู้ ความสามารถ

This image shows a single page of white paper with horizontal dashed lines, typical of primary school writing paper. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

ด้านทัศนคติ ความคิด

[illegible]

ด้านคุณธรรม จริยธรรม

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ด้านบุคลิกภาพ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณที่ท่านกรุณาให้ความคิดเห็น

แบบสอบถามรอบที่ 2

แบบสอบถามรอบที่ 2

เรื่อง คุณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น

แบบสอบถามรอบที่ 2 เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนค่า 5 ระดับ โดยคำถามทั้งหมดได้รวบรวมมาจากความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างในการตอบแบบสอบถามรอบที่ 1 โดยพยายามรักษาใจความสำคัญและข้อความให้ใกล้เคียงกับที่กลุ่มตัวอย่างเสนอมาให้มากที่สุด

การตอบแบบสอบถามรอบที่ 2 มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ท่านได้พิจารณาคุณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น โดยพิจารณาความจำเป็นของคุณลักษณะทั้ง 4 ด้าน

ผู้วิจัยขอความกรุณาผู้เชี่ยวชาญทุกท่านในการตอบแบบสอบถามรอบที่ 2 นี้ภายในเวลา 1 สัปดาห์ เพื่อความเที่ยงตรงของการวิจัย และผู้วิจัยจะเร่งรวบรวมคำตอบของทุกท่านเพื่อจัดทำแบบสอบถามในรอบที่ 3 ต่อไป

คำชี้แจง ขอให้ท่านพิจารณาความจำเป็นของคุณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น โดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างซึ่งตรงกับความคิดเห็นของท่าน

- | | |
|-----------|------------------------|
| 5 หมายถึง | มีความจำเป็นมากที่สุด |
| 4 หมายถึง | มีความจำเป็นมาก |
| 3 หมายถึง | มีความจำเป็นปานกลาง |
| 2 หมายถึง | มีความจำเป็นน้อย |
| 1 หมายถึง | มีความจำเป็นน้อยที่สุด |

ขอขอบคุณในความร่วมมือด้วยดีจากท่านมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(นางสาวเพ็ญกาญจน์ หอมชื่น)
นิสิตปริญญาโท วิชาเอกธุรกิจศึกษา
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

แบบสอบถามรอบที่ 2

เรื่อง คุณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น

ข้อมูลด้านที่ 1 ด้านความรู้ ความสามารถ	ระดับความจำเป็น				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1. ทักษะในการนำเสนอ					
2. ทักษะในการสื่อสารพูดคุย					
3. ความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์					
4. สามารถเรียนรู้และพัฒนาทักษะใหม่ๆ					
5. สามารถโน้มน้าวใจ					
6. ทักษะด้านการบริหารองค์กร บริหารการเงินและบริหารเวลา					
7. รู้และเข้าใจในระบบการขายตรงแบบหลายชั้น					
8. สามารถสร้างและบริหารทีมงาน					

ข้อมูลด้านที่ 2 ด้านทัศนคติ ความคิด	ระดับความจำเป็น				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1. มองโลกในแง่ดี					
2. มุ่งมั่น ทุ่มเทและไม่กลัวอุปสรรค					
3. มุ่งสร้างสรรค์สิ่งดีงาม					
4. เชื่อมั่นในตนเองว่าต้องประสบความสำเร็จ					
5. คิดว่าการเรียนรู้และการแสวงหาความรู้อยู่เสมอเป็นสิ่งที่ควรกระทำ					
6. มีความคิดในการช่วยเหลือผู้อื่นให้ประสบความสำเร็จหรือได้รับประโยชน์					
7. เห็นคุณค่าและภาคภูมิใจในระบบขายตรง					
8. มีความรู้สึกที่ดีต่อองค์กร ผลิตภัณฑ์และลูกค้า					
9. เชื่อมั่นว่าธุรกิจขายตรงสามารถสร้างความสำเร็จได้					
10. เข้าใจและบริหารตนเองได้					

ข้อมูลด้านที่ 3 ด้านคุณธรรม จริยธรรม	ระดับความจำเป็น				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1. ความซื่อสัตย์ ซื่อตรง โปร่งใส					
2. ใจเป็นธรรม มีจรรยาบรรณ เคารพกฎเกณฑ์และกติกาย่างเคร่งครัด ไม่เอาเปรียบและไม่สร้างความเดือดร้อนให้แก่ผู้อื่น					
3. รักษาความลับสัญญาและมีความรับผิดชอบ					
4. ปฏิบัติต่อผู้อื่นด้วยความจริงใจ					
5. ปฏิบัติตัวเป็นแบบอย่างที่ดีในการดำเนินชีวิตและการรักษาจรรยาบรรณ					
6. ยกย่องให้เกียรติ เคารพในสิทธิและความคิดของผู้อื่น					

ข้อมูลด้านที่ 4 ด้านบุคลิกภาพ	ระดับความจำเป็น				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1. พัฒนาศักยภาพของตนเองอยู่เสมอ					
2. ขยันหมั่นเพียร ฝ่าฟันอุปสรรค					
3. ภาพลักษณ์ดี น่ายกย่อง น่าเชื่อถือและไว้วางใจได้					
4. สุขภาพอ่อนน้อมถ่อมตน					
5. เป็นผู้นำ กล้าตัดสินใจ กล้าคิด กล้า กล้าพูดและกล้ายอมรับผิด					
6. ยิ้มแย้มแจ่มใส มีชีวิตชีวา กระตือรือร้น					
7. แต่งกายสะอาดเรียบร้อยและถูกกาลเทศะ					
8. มีมนุษยสัมพันธ์ เข้ากับบุคคลได้ทุกระดับ					
9. มีมารยาททางสังคมและวางตัวอย่างเหมาะสม					
10. อารมณ์ดีและบริหารอารมณ์ได้อย่างเหมาะสม					
11. มีความเป็นกันเอง อ่อนน้อมและเป็นที่ยอมรับ					

โปรดลงชื่อผู้ตอบแบบสอบถามเพื่อจัดส่งกลับมาให้ท่านในรอบที่ 3 ลงชื่อ.....

ขอขอบคุณในความกรุณาของท่าน

แบบสอบถามรอบที่ 3

แบบสอบถามรอบที่ 3

เรื่อง คุณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นแบบสอบถามรอบที่ 3 ซึ่งเป็นรอบสุดท้ายของการวิจัย ผู้วิจัยได้แสดงความสอดคล้องของคำถามแต่ละข้อจากการตอบแบบสอบถามรอบที่ 2 โดยระบุค่ามัธยฐาน (Median) และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range) ที่คำนวณได้และระบุคะแนนการตอบของท่านในรอบที่ 2 มาด้วย

- ▼ หมายถึง ค่ามัธยฐาน แสดงถึงความจำเป็นมากและความจำเป็นน้อย
- └─┘ หมายถึง ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ แสดงถึงความสอดคล้องกันและไม่สอดคล้องกัน
- ✦ หมายถึง คำตอบเดิมของท่านในแบบสอบถามรอบที่ 2

การตอบแบบสอบถามรอบที่ 3 มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ท่านได้ทบทวนคำตอบ โดยอาจยืนยันคำตอบเดิม หรือเปลี่ยนแปลงคำตอบได้ดังนี้

- หากท่านยืนยันคำตอบเดิมจากการตอบแบบสอบถามรอบที่ 2 ท่านไม่ต้องทำเครื่องหมายใดๆ
- หากท่านต้องเปลี่ยนแปลงคำตอบ กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องระดับคะแนนใหม่ และหากคำตอบใหม่ของท่านอยู่นอกขอบเขตของค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ กรุณาให้เหตุผลประกอบเฉพาะข้อนั้น

ผู้วิจัยขอความกรุณาผู้เชี่ยวชาญทุกท่านในการตอบแบบสอบถามรอบที่ 3 นี้ภายในเวลา 1 สัปดาห์ เพื่อรวบรวมและประมวลผลการวิจัยในรอบสุดท้ายนี้ และโปรดส่งคืนให้แก่ผู้วิจัย โดยใช้ซองจดหมายที่ส่งมาพร้อมแบบสอบถามรอบที่ 3 ในครั้งนี้

ขอขอบคุณในความร่วมมือด้วยดีจากท่านมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(นางสาวเพ็ญกาญจน์ หอมชื่น)
นิสิตปริญญาโท วิชาเอกธุรกิจศึกษา
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

แบบสอบถามรอบที่ 3

เรื่อง คุณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น

ข้อมูล	ระดับความจำเป็น					ให้เหตุผลเฉพาะข้อที่ ตอบอยู่นอกขอบเขต พิสัยระหว่างควอไทล์
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1	
1. ด้านความรู้ ความสามารถ						
1.1 ทักษะในการนำเสนอ						
1.2 ทักษะในการสื่อสารพูดคุย						
1.3 ความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์						
1.4 สามารถเรียนรู้และพัฒนาทักษะใหม่ๆ						
1.5 สามารถโน้มน้าวใจ						
1.6 ทักษะด้านการบริหารองค์กร บริหารการเงิน และบริหารเวลา						
1.7 รู้และเข้าใจในระบบการขายตรงแบบหลายชั้น						
1.8 สามารถสร้างและบริหารทีมงาน						
2. ด้านทัศนคติ ความคิด						
2.1 มองโลกในแง่ดี						

ข้อมูล	ระดับความจำเป็น					ให้เหตุผลเฉพาะข้อที่ ตอบอยู่นอกขอบเขต พิสัยระหว่างควอไทล์
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1	
2.2 มุ่งมั่น ทุ่่มเทและไม่กลัวอุปสรรค	▼	★				
2.3 มุ่งสร้างสรรค์สิ่งดีงาม	▼	★				
2.4 เชื่อมั่นในตนเองว่าต้องประสบความสำเร็จ	★	▼				
2.5 คิดว่าการเรียนรู้และการแสวงหาความรู้ อยู่เสมอเป็นสิ่งที่ควรกระทำ	★	▼				
2.6 มีความคิดในการช่วยเหลือผู้อื่นให้ประสบความสำเร็จ หรือได้รับประโยชน์	▼	★				
2.7 เห็นคุณค่าและภาคภูมิใจในระบบขายตรง	▼	★				
2.8 มีความรู้สึกที่ดีต่อองค์กร ผลิตภัณฑ์และลูกค้า	▼	★				
2.9 เชื่อมั่นว่าธุรกิจขายตรงสามารถสร้างความ สำเร็จได้	▼	★				
2.10 เข้าใจและบริหารตนเองได้	★	▼				
3. ด้านคุณธรรม จริยธรรม						
3.1 ความซื่อสัตย์ ซื่อตรง โปร่งใส	★	▼				

ข้อมูล	ระดับความจำเป็น					ให้เหตุผลเฉพาะข้อที่ ตอบอยู่นอกขอบเขต พิสัยระหว่างควอไทล์
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1	
3.2 ใจเป็นธรรม มีจรรยาบรรณ เคารพกฎเกณฑ์ และกติกาอย่างเคร่งครัด ไม่เอาเปรียบและไม่ สร้างความเดือดร้อนให้แก่ผู้อื่น	▼	★				
3.3 รักษาความสัตย์และมีความรับผิดชอบ	▼	★				
3.4 ปฏิบัติต่อผู้อื่นด้วยความจริงใจ	▼	★				
3.5 ปฏิบัติตัวเป็นแบบอย่างที่ดีในการดำเนินชีวิต และการรักษากฎจรรยาบรรณ	▼	★				
3.6 ยกย่องให้เกียรติ เคารพในสิทธิและความคิด ของผู้อื่น	▼	★				
4. ด้านบุคลิกภาพ						
4.1 พัฒนาศักยภาพของตนเองอยู่เสมอ	▼	★				
4.2 ขยันหมั่นเพียร ฝ่าฟันอุปสรรค	★	▼				
4.3 ภาพลักษณ์ดี น่ายกย่อง น่าเชื่อถือและไว้วางใจ ได้	▼	★				
4.4 สุขภาพอ่อนนุ่มต่อมตน	▼	★				
4.5 เป็นผู้นำ กล้าตัดสินใจ กล้าคิด กล้าพูดและ กล้ายอมรับผิด	★	▼				

ข้อมูลด้านที่ 4 ด้านบุคลิกภาพ	ระดับความจำเป็น					ให้เหตุผลเฉพาะข้อที่ ตอบอยู่นอกขอบเขต พิสัยระหว่างควอไทล์
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1	
4.6 ยิ้มแย้มแจ่มใส มีชีวิตชีวา กระตือรือร้น						
4.7 แต่งกายสะอาดเรียบร้อยและดูถูกกาลเทศะ						
4.8 มีมนุษยสัมพันธ์ เข้ากับบุคคลได้ทุกระดับ						
4.9 มีมารยาททางสังคมและวางตัวอย่างเหมาะสม						
4.10 อารมณ์ดีและบริหารอารมณ์ได้อย่างเหมาะสม						
4.11 มีความเป็นกันเอง อ่อนน้อมและเป็นที่ยอมรับ						

ขอขอบคุณในความกรุณาของท่าน

ภาคผนวก ค

หนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุขุมวิท 23 กรุงเทพมหานคร 10110

5 สิงหาคม 2547

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นกลุ่มตัวอย่างผู้ทรงคุณวุฒิในการทำงานวิจัย

เรียน

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถามรอบที่ 1 จำนวน 1 ชุด

ข้าพเจ้า นางสาวเพ็ญกาญจน์ หอมชื่น นิสิตระดับปริญญาโท วิชาเอกธุรกิจศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติในการดำเนินการทำสารนิพนธ์เรื่อง คุณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น โดยใช้เทคนิคเดลฟายในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยวิธีนี้จะต้องเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ และมีความรู้ความเข้าใจในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น

เนื่องจากท่านเป็นผู้หนึ่งที่มีคุณสมบัติและมีความรู้ความสามารถที่เหมาะสมอย่างยิ่งในการเป็นกลุ่มตัวอย่างผู้ทรงคุณวุฒิ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิในกลุ่มตัวอย่างการวิจัยครั้งนี้ และผู้วิจัยจะนำหนังสือเรียนเชิญอย่างเป็นทางการจากบัณฑิตวิทยาลัยมอบให้ท่านในลำดับต่อไป และพร้อมกันนี้ ผู้วิจัยขออนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามรอบที่ 1 โดยมีคำชี้แจงประกอบการวิจัยและแบบสอบถามรอบที่ 1 แนบมาด้วย

จึงขอเรียนเชิญและขอความอนุเคราะห์จากท่าน เพื่อเก็บข้อมูลในการดำเนินการทำสารนิพนธ์ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาการศึกษา และขอขอบพระคุณในความกรุณาของท่านมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

รศ.ดร.บุญเชิด ภิญโญนันตพงษ์
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

(นางสาวเพ็ญกาญจน์ หอมชื่น)
นิสิตปริญญาโท วิชาเอกธุรกิจศึกษา
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ



ที่ ศธ 0519.12/๕๕๑

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุโขมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

๒ มกราคม 2548

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เพื่อการวิจัย

เรียน นายกิจวัช ฤทธิราวี ผู้อำนวยการฝ่ายธุรกิจสัมพันธ์

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นางสาวเพ็ญกาญจน์ หอมชื่น นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาธุรกิจศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์ เรื่อง “คุณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น” โดยมี รองศาสตราจารย์บุญเชิด ภิญโญนนดพงษ์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย โดยขอให้ท่านเป็นผู้ตอบแบบสอบถามคุณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ นางสาวเพ็ญกาญจน์ หอมชื่น ได้เก็บข้อมูลในการทำสารนิพนธ์ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เพ็ญสิริ จีระเดชากุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-664-1000 ต่อ 5618, 5731

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดคอนิสิต โทรศัพท์ 02-3748000 ต่อ 391

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุขุมวิท 23 กรุงเทพมหานคร 10110

20 พฤษภาคม 2548

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามรอบที่ 3

เรียน

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถามรอบที่ 3 จำนวน 1 ชุด

ตามที่ท่านให้ความกรุณาเป็นกลุ่มตัวอย่างผู้ทรงคุณวุฒิและตอบแบบสอบถามรอบที่ 1 และรอบที่ 2 ในการดำเนินการจัดทำสารนิพนธ์เรื่อง คุณลักษณะพึงประสงค์ของผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น โดยใช้เทคนิคเดลฟาย

ผู้วิจัยขอขอบคุณในความกรุณาของท่านเป็นอย่างสูงที่ให้ความร่วมมือด้วยดีในการตอบแบบสอบถามทั้งสองรอบ และในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอความกรุณาจากท่านอีกครั้งในการตอบแบบสอบถามรอบที่ 3 ซึ่งเป็นรอบสุดท้ายในการเก็บข้อมูลเพื่อทำการวิจัย พร้อมกันนี้ ผู้วิจัยได้แนบคำชี้แจงประกอบการตอบแบบสอบถามและแบบสอบถามรอบที่ 3 มาด้วย

ขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตอบแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลในการดำเนินการทำสารนิพนธ์และขอขอบพระคุณในความกรุณาของท่านมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(นางสาวเพ็ญกาญจน์ หอมชื่น)
นิสิตปริญญาโท วิชาเอกธุรกิจศึกษา
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

โทรศัพท์ 01-621-9927

ภาคผนวก ง

ข้อมูลและผลการวิเคราะห์ที่ได้จากการตอบแบบสอบถามรอบที่ 2

ตาราง 10 แสดงข้อมูลและผลการวิเคราะห์ที่ได้จากการตอบแบบสอบถามรอบที่ 2

ข้อที่	ค่าเฉลี่ย (Mean)	มัธยฐาน (Median)	ฐานนิยม (Mode)	ควอไทล์ที่ 3 – ควอไทล์ที่ 1	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range)
1.1	4.26	4.00	5.00	5.00 – 4.00	1.00
1.2	4.40	4.00	4.00	5.00 – 4.00	1.00
1.3	4.56	5.00	5.00	5.00 – 4.00	1.00
1.4	4.10	4.00	4.00	5.00 – 4.00	1.00
1.5	4.10	4.00	4.00	5.00 – 3.75	1.25
1.6	4.03	4.00	4.00	5.00 – 3.75	1.25
1.7	4.20	4.00	4.00	5.00 – 4.00	1.00
1.8	4.30	4.00	4.00	5.00 – 4.00	1.00
2.1	4.56	5.00	5.00	5.00 – 4.00	1.00
2.2	4.60	5.00	5.00	5.00 – 4.00	1.00
2.3	4.20	4.00	4.00	5.00 – 4.00	1.00
2.4	4.56	5.00	5.00	5.00 – 4.00	1.00
2.5	4.30	4.00	4.00	5.00 – 4.00	1.00
2.6	4.43	4.50	5.00	5.00 – 4.00	1.00
2.7	4.16	4.00	4.00	5.00 – 4.00	1.00
2.8	4.66	5.00	5.00	5.00 – 4.00	1.00
2.9	4.50	4.50	4.00	5.00 – 4.00	1.00
2.10	4.40	4.00	4.00	5.00 – 4.00	1.00
3.1	4.73	5.00	5.00	5.00 – 4.00	1.00
3.2	4.56	5.00	5.00	5.00 – 4.00	1.00
3.3	4.66	5.00	5.00	5.00 – 4.00	1.00
3.4	4.56	5.00	5.00	5.00 – 4.00	1.00
3.5	4.46	4.00	4.00	5.00 – 4.00	1.00
3.6	4.30	4.00	4.00	5.00 – 4.00	1.00

ข้อที่	ค่าเฉลี่ย (Mean)	มัธยฐาน (Median)	ฐานนิยม (Mode)	ควอไทล์ที่ 3 – ควอไทล์ที่ 1	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range)
4.1	4.23	4.00	4.00	5.00 – 4.00	1.00
4.2	4.53	5.00	5.00	5.00 – 4.00	1.00
4.3	4.43	4.00	4.00	5.00 – 4.00	1.00
4.4	4.30	4.00	4.00	5.00 – 4.00	1.00
4.5	4.46	4.00	4.00	5.00 – 4.00	1.00
4.6	4.56	5.00	5.00	5.00 – 4.00	1.00
4.7	4.30	4.00	4.00	5.00 – 4.00	1.00
4.8	4.46	4.50	5.00	5.00 – 4.00	1.00
4.9	4.33	4.00	4.00	5.00 – 4.00	1.00
4.10	4.50	5.00	5.00	5.00 – 4.00	1.00
4.11	4.60	5.00	5.00	5.00 – 4.00	1.00

ภาคผนวก จ

ข้อมูลและผลการวิเคราะห์ที่ได้จากการตอบแบบสอบถามรอบที่ 3

ตาราง 11 แสดงข้อมูลและผลการวิเคราะห์ที่ได้จากการตอบแบบสอบถามรอบที่ 3

ข้อที่	ค่าเฉลี่ย (Mean)	มัธยฐาน (Median)	ฐานนิยม (Mode)	ควอไทล์ที่ 3 – ควอไทล์ที่ 1	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range)
1.1	4.26	4.00	5.00	5.00 – 4.00	1.00
1.2	4.40	4.00	4.00	5.00 – 4.00	1.00
1.3	4.60	5.00	5.00	5.00 – 4.00	1.00
1.4	4.16	4.00	4.00	5.00 – 4.00	1.00
1.5	4.10	4.00	4.00	5.00 – 3.75	1.25
1.6	4.03	4.00	4.00	5.00 – 3.75	1.25
1.7	4.23	4.00	4.00	5.00 – 4.00	1.00
1.8	4.30	4.00	4.00	5.00 – 4.00	1.00
2.1	4.56	5.00	5.00	5.00 – 4.00	1.00
2.2	4.60	5.00	5.00	5.00 – 4.00	1.00
2.3	4.23	4.00	4.00	5.00 – 4.00	1.00
2.4	4.60	5.00	5.00	5.00 – 4.00	1.00
2.5	4.36	4.00	4.00	5.00 – 4.00	1.00
2.6	4.46	5.00	5.00	5.00 – 4.00	1.00
2.7	4.20	4.00	4.00	5.00 – 4.00	1.00
2.8	4.70	5.00	5.00	5.00 – 4.00	1.00
2.9	4.50	4.50	4.00	5.00 – 4.00	1.00
2.10	4.40	4.00	4.00	5.00 – 4.00	1.00
3.1	4.76	5.00	5.00	5.00 – 4.75	0.25
3.2	4.60	5.00	5.00	5.00 – 4.00	1.00
3.3	4.70	5.00	5.00	5.00 – 4.00	1.00
3.4	4.56	5.00	5.00	5.00 – 4.00	1.00
3.5	4.46	4.00	4.00	5.00 – 4.00	1.00
3.6	4.30	4.00	4.00	5.00 – 4.00	1.00

ข้อที่	ค่าเฉลี่ย (Mean)	มัธยฐาน (Median)	ฐานนิยม (Mode)	ควอไทล์ที่ 3 – ควอไทล์ที่ 1	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range)
4.1	4.23	4.00	4.00	5.00 – 4.00	1.00
4.2	4.56	5.00	5.00	5.00 – 4.00	1.00
4.3	4.46	4.00	4.00	5.00 – 4.00	1.00
4.4	4.33	4.00	4.00	5.00 – 4.00	1.00
4.5	4.50	4.50	4.00	5.00 – 4.00	1.00
4.6	4.56	5.00	5.00	5.00 – 4.00	1.00
4.7	4.30	4.00	4.00	5.00 – 4.00	1.00
4.8	4.46	4.50	5.00	5.00 – 4.00	1.00
4.9	4.33	4.00	4.00	5.00 – 4.00	1.00
4.10	4.50	5.00	5.00	5.00 – 4.00	1.00
4.11	4.60	5.00	5.00	5.00 – 4.00	1.00

ประวัติย่อผู้วิจัย

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ ชื่อสกุล	นางสาวเพ็ญกาญจน์ หอมชื่น
วันเดือนปีเกิด	วันที่ 29 สิงหาคม พ.ศ. 2509
สถานที่เกิด	อำเภอเมือง จังหวัดปัตตานี
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	เลขที่ 234 / 242 หมู่บ้านดิสคอฟเวอร์เพลส คลอง 7 ตำบลลำผักกูด อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี 12110
ตำแหน่งหน้าที่การงานปัจจุบัน	ผู้จัดการอาวุโสส่วนฝึกอบรมและพัฒนา แผนกทรัพยากรบุคคล
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด เลขที่ 52 / 183 ถนนรามคำแหง แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2520	ประถมศึกษา จากโรงเรียนพญาไท กรุงเทพมหานคร
พ.ศ. 2526	มัธยมศึกษา จากโรงเรียนเดชะปัตตนิยานุกูล ปัตตานี
พ.ศ. 2530	บริหารธุรกิจบัณฑิต (บธ.บ.) สาขาการบัญชี จากมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่
พ.ศ. 2548	การศึกษามหาบัณฑิต (กศ.ม.) สาขาวิชาธุรกิจศึกษา จากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร