

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็น และความต้องการของผู้จำหน่ายอิสระแอมเวย์ที่มีต่อรูปแบบการประชุมฝึกอบรมของศูนย์ประชุมฝึกอบรมธุรกิจแอมเวย์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่และได้ดำเนินการศึกษาดังนี้

ประชากรที่ทำการศึกษา

การศึกษานี้ได้เลือกศึกษาความคิดเห็นของผู้จำหน่ายอิสระแอมเวย์ เฉพาะกลุ่มที่ต้องการทำแอมเวย์เป็นธุรกิจที่เข้าร่วมประชุมที่ศูนย์ประชุมหลักสองแห่ง อำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ โดยการใช้แบบสอบถาม

วิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

สำหรับตัวอย่างที่จะทำการสุ่มตัวอย่างนั้น ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโดยบังเอิญ (Accidental Sampling) จากจำนวนผู้เข้าร่วมประชุมรวมทั้งสิ้น 500 คนต่อสัปดาห์ โดยประมาณ ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับตาราง Sample Size ของ Krejcie and Morgan (1970)¹² เพื่อหาจำนวนตัวอย่างที่เหมาะสมได้รวม 217 ตัวอย่าง

ศูนย์ประชุมหลักที่อยู่ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่มีอยู่ทั้งหมด 2 ศูนย์ ดังนี้

1. ศูนย์ประชุมฝึกอบรมธุรกิจแอมเวย์ O.A.S. Center โรงแรมบอสโซเทล จำนวน 2 รอบ คือ วันพุธ, วันพฤหัสบดี เวลา 19.30 - 22.00 น.
2. ศูนย์ประชุมฝึกอบรมธุรกิจแอมเวย์ P.S. Center โรงแรมไมท์วีพรรณ จำนวน 4 รอบ คือ วันจันทร์, วันพุธ, วันพฤหัสบดี และ วันศุกร์ เวลา 19.30 - 22.00 น.

รวมทั้งรวม 6 รอบโดยเก็บตัวอย่างดังนี้

ศูนย์ประชุมฝึกอบรมธุรกิจแอมเวย์ O.A.S. Center โรงแรมบอสโซเทล วันพุธ จำนวน 31 คน.

ศูนย์ประชุมฝึกอบรมธุรกิจแอมเวย์ P.S. Center โรงแรมไมท์วีพรรณ จำนวน 4 รอบ คือ วันจันทร์, วันพุธ, วันพฤหัสบดี และ วันศุกร์ รอบละ 31 คน

¹² Uma Sekaran, *Research Methods for Business : A Skill Building Approach*. (The United State of America : John Wiley, 1992), pp. 253.

ศูนย์ประชุมฝึกอบรมธุรกิจแอมเวย์ O.A.S.Center โรงแรมบอสโซเทลวันพหลฯ สบดี
จำนวน 62 คน เนื่องจากมีผู้เข้าร่วมประชุมฝึกอบรมมากกว่ารอบอื่นๆ ประมาณ 2 เท่า
รวมทั้งหมด 217 คน

การเก็บ และ รวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้จำหน่ายอิสระแอมเวย์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้จำหน่ายอิสระแอมเวย์ที่มีต่อ รูปแบบการประชุมฝึกอบรมของศูนย์ประชุมฝึกอบรมธุรกิจแอมเวย์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 3 ความต้องการของผู้จำหน่ายอิสระแอมเวย์ที่มีต่อ รูปแบบการประชุมฝึกอบรมของศูนย์ประชุมฝึกอบรมธุรกิจแอมเวย์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

การวิเคราะห์ข้อมูล และ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

การวิเคราะห์ข้อมูล ทำโดยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วย
เครื่องไมโครคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS FOR WINDOWS

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาจะใช้ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic)
ซึ่งได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean)

ในแบบสอบถามมีการใช้ลักษณะการวัดแบบ Likert Scales เพื่อใช้วัดความคิดเห็นและ
ความต้องการ ดังนี้

ด้านความคิดเห็น ใช้มาตรวัด 5 ระดับ คือ

ระดับ 5 หมายถึง	ดีมาก	สำคัญมากที่สุด
ระดับ 4 หมายถึง	ดี	สำคัญมาก
ระดับ 3 หมายถึง	ปานกลาง	สำคัญปานกลาง
ระดับ 2 หมายถึง	พอใช้	สำคัญน้อย
ระดับ 1 หมายถึง	ไม่ค่อยดี	สำคัญน้อยที่สุด

การแปลผล

ค่าเฉลี่ย 5.0-4.2 หมายถึง	ดีมาก	สำคัญมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 4.1-3.4 หมายถึง	ดี	สำคัญมาก
ค่าเฉลี่ย 3.3-2.6 หมายถึง	ปานกลาง	สำคัญปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 2.5-1.8 หมายถึง	พอใช้	สำคัญน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.7-1.0 หมายถึง	ไม่ค่อยดี	สำคัญน้อยที่สุด

ด้านความต้องการ ใช้มาตรวัด 3 ระดับ คือ

ระดับ 3 หมายถึง ต้องการมาก

ระดับ 2 หมายถึง ต้องการปานกลาง

ระดับ 1 หมายถึง ต้องการน้อย

การแปลผล

ค่าเฉลี่ย 3.0-2.4 หมายถึง ต้องการมาก

ค่าเฉลี่ย 2.3-1.7 หมายถึง ต้องการปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.6-1.0 หมายถึง ต้องการน้อย

นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา

ระบบการตลาดแบบหลายชั้น (Multi Level Marketing System) หมายถึง การขายตรง (Direct sale) อีกรูปแบบหนึ่งที่ผู้จำหน่ายได้รับผลประโยชน์จากการขายสินค้าด้วยตนเอง และ ได้รับผลประโยชน์จากการขายสินค้าของผู้จำหน่ายอิสระที่ตนเองเป็นผู้แนะนำ โดยผลประโยชน์จะเป็นไปตามยอดขาย และ ตามแผนการตลาดของบริษัทนั้นๆ

แผนการขายและการตลาดของแอมเวย์ หมายถึง ระบบส่วนลดของแอมเวย์ เกียรติรางวัล และเงินรางวัล ขั้นตอนการสปอนเซอร์ และแนวทางของแอมเวย์ ข้อกำหนดระบบขั้นตอนและนโยบายในเรื่องการนำเสนอผลิตภัณฑ์แอมเวย์ และธุรกิจแอมเวย์ และ ระเบียบปฏิบัติของการเป็นผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์แอมเวย์ตามที่ระบุไว้ในคู่มือการค้าดำเนินธุรกิจแอมเวย์ซึ่งมีการปรับปรุงแก้ไขเป็นครั้งคราว โดยแอมเวย์¹³

ผู้จำหน่าย หรือ ผู้จำหน่ายอิสระ หมายถึง ผู้ที่สมัครเป็นใช้สินค้าหรือผู้จำหน่ายสินค้า และ ดำเนินธุรกิจเครือข่ายของแอมเวย์ในการนำสินค้าไปถึงผู้บริโภค โดยได้รับผลประโยชน์จากการขายสินค้าด้วยตนเอง และ ผลประโยชน์จากการขายสินค้าของผู้จำหน่ายอิสระในองค์กรธุรกิจเครือข่ายของตน ตามแผนการขายและการตลาดของแอมเวย์ โดยได้รับข้อมูลข่าวสารของบริษัทแอมเวย์จากผู้จำหน่ายตรง¹⁴

ผู้จำหน่ายตรง (Direct Distributor, DD) หมายถึง ผู้จำหน่ายที่มีคุณสมบัติดังที่กำหนดไว้ในแผนการขายและการตลาดของแอมเวย์ เป็นผู้ที่ได้รับข้อมูลข่าว โดยตรงจากบริษัทแอมเวย์และเป็น

¹³ บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด, คู่มือการค้าดำเนินธุรกิจแอมเวย์, กรุงเทพฯ , หน้า 105.

¹⁴ เรื่องเดียวกัน

ผู้นำกลุ่มธุรกิจส่วนตัวของตัวเองในการที่จะฝึกอบรมและสร้างแรงบันดาลใจในการทำธุรกิจให้แก่องค์กร

ศูนย์ประชุมฝึกอบรม (Center) หมายถึง สถานที่ที่ผู้จำหน่ายตรงรวมตัวกันจัดตั้งขึ้นเพื่อใช้เป็นที่ประชุมฝึกอบรมแก่ผู้จำหน่ายอิสระแอมเวย์ที่ทำธุรกิจแอมเวย์ โดยมีเป็นประจำสัปดาห์ละ 1 ครั้ง

รูปแบบการประชุมฝึกอบรม (Training Course) หมายถึง รายละเอียดโปรแกรมการประชุม ประกอบด้วย รายการ ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าซึ่งมีมากกว่า 500 รายการ การแลกเปลี่ยนประสบการณ์การทำธุรกิจ มีการให้ข้อมูลวิชาการและเทคนิคในการทำธุรกิจธุรกิจแอมเวย์อย่างมีประสิทธิภาพ การสร้างเสริมกำลังใจในการทำธุรกิจจากผู้ทำธุรกิจประสบความสำเร็จ และข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับธุรกิจแอมเวย์ให้แก่ผู้จำหน่ายอิสระแอมเวย์อย่างต่อเนื่องทุกสัปดาห์

ผู้แนะนำ หรือ ผู้สปอนเซอร์ หมายถึง ผู้จำหน่ายที่ให้การแนะนำแก่ผู้ที่ประสงค์จะสมัครเป็นผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์แอมเวย์ให้เข้าร่วมธุรกิจแอมเวย์ ซึ่งต่อมาได้กลายเป็นผู้จำหน่ายอิสระแอมเวย์ โดยที่บริษัทแอมเวย์ยอมรับในการสมัครของเขา¹⁵

ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา

รายการ	เดือน / 2542						เดือน / 2543			
	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.
1. การศึกษาข้อมูลเบื้องต้น	→									
2. วางแผนในการศึกษา และ สร้างแบบสอบถาม	→									
3. ทดสอบแบบสอบถาม และ ปรับปรุงแบบสอบถาม		→								
4. เก็บข้อมูล			→							
5. วิเคราะห์ข้อมูล				→						
6. แปลความหมาย					→					
7. เขียนรายงานการศึกษา						→				
8. พิมพ์รายงานเป็นรูปเล่ม								→		→

¹⁵ เรืองเดียวกัน