

ภาคผนวก ก.

บริษัท สุพรีเคอร์ม อินเตอร์เนชันแนล จำกัด

เป็นโลกของธุรกิจเพื่อสุขภาพและความงาม ถือกำเนิดจากแรงจูงใจ ของคณะแพทย์ชาว ไทย โดยมี พ.ต.ท. นพ.มัน อุดมพาณิชย์ เป็นประธาน กรรมการของบริษัทฯซึ่งมุ่งปรารถนาให้คน ไทยได้เรียนรู้ถึงวิธีการที่ถูกต้อง ในการดูแลสุขภาพที่ดีให้กับร่างกายควบคู่ไปกับการดำเนิน ธุรกิจ ขายตรงแบบหลายชั้น (MLM - MULTI LEVEL MARKETING) ซึ่งเป็น แผนการตลาดที่ ยอดเยี่ยม และให้ผลตอบแทนแก่สมาชิก ซึ่งบริษัทฯ ได้แบ่งลำดับขั้นของตำแหน่งสมาชิกออกเป็น 12 ขั้นด้วยกัน สุพรีเคอร์ม ตั้งอยู่บนพื้นฐานของธุรกิจแห่งความเป็นอันหนึ่ง อันเดียวกัน โดยองค์กร ของสุพรีเคอร์มพร้อมที่จะสนับสนุนสมาชิกของสุพรีเคอร์มทุกท่านอย่างเต็มที่ และเท่าเทียมกันด้วย ความยุติธรรมเพื่อให้สมาชิกสามารถบริการลูกค้า ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประสบความสำเร็จ

สิงหาคม 2528 อุดมแพทย์โพลีคลินิกได้ก่อตั้งขึ้นที่บริเวณย่านดินแดงทำการรักษาโรคทั่วไปและโรคทางผิวหนัง โดยมีนายแพทย์ มัน อุดมพาณิชย์ เป็นผู้ดำเนินการ ซึ่งเป็นจุดกำเนิดการก่อตั้งบริษัทสุพรีเคอร์มในเวลาต่อมา

มีนาคม 2539 บริษัท สุพรีเคอร์มฯ ได้ย้ายสำนักงานใหญ่จากอาคารพันธุ์ทิพย์พลาซ่า มาอยู่ที่ อาคารชานาญเพ็ญชาติฯและใน วันที่ 1 เมษายน 2540 บริษัทฯได้เปลี่ยนชื่อ จากบริษัทสุพรี เคอร์ม คอสเมติก จำกัด เป็น "บริษัท สุพรีเคอร์ม อินเตอร์เนชันแนล จำกัด" เพื่อให้สอดคล้องกับ นโยบายการดำเนินงานของบริษัทฯ ที่จะมุ่งพัฒนา สู่สากลต่อไปกว่า 10 ปีที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้มี การพัฒนาการอย่างต่อเนื่องในทุก ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นการค้นคว้าวิจัยเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ ระบบ การจัดจำหน่าย การบริการ และการดำเนินการภายในองค์กรอย่างมีระเบียบมาตรฐานเพื่อความ สะดวกรวดเร็วและมีประสิทธิภาพส่งผลให้ในปัจจุบันจำนวนสมาชิกของสุพรีเคอร์มที่ประสบผล สำเร็จมีจำนวนมากมาต่อเนื่องมาโดยตลอด และเพื่อเป็นการยืนยันถึงความแน่วแน่ ความตั้งใจของ บริษัทฯในการที่จะพัฒนา ในทุก ๆ ด้าน เพื่อสมาชิกและผู้บริโภค สุพรีเคอร์มจึงได้เข้าร่วมเป็น สมาชิกภาพของ สมาคมการขายโดยตรง(ไทย) ตั้งแต่ วันที่ 7 สิงหาคม 2540 เพื่อให้บริษัทฯ เป็น บริษัทในธุรกิจขายตรงที่เข้าสู่ระบบมาตรฐานสากลอย่างเป็นทางการสมบูรณ์แบบ โดยยึดจรรยา บรรณของธุรกิจขายตรงไทย ตามวัตถุประสงค์ในการที่จะปกป้องคุ้มครองและสร้างความพึงพอใจ ให้แก่ผู้บริโภค อีกทั้งเพื่อส่งเสริมการแข่งขันอย่างยุติธรรมในขอบเขตของธุรกิจการค้าเสรี และเพื่อ ยกย่องภาพพจน์ของธุรกิจขายตรงในสายตาของสาธารณชนทั่วไป ตามจรรยาบรรณของ ธุรกิจ ขายตรงโลก...

ผลิตภัณฑ์สุพรีเคอร์ม

ได้รับมาตรฐานรับรองจากกระทรวงสาธารณสุข ด้วยเกียรติบัตรหลักเกณฑ์การผลิตที่ดี GMP ถึง 3 ปีซ้อน ได้รับมาตรฐานรับรองจากกระทรวงอุตสาหกรรม มาตรฐานโรงงานผลิต มอก.

และอีกหลายการรับรองจากสถาบันที่มีชื่อเสียงทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยมาตรฐานต่าง ๆ เหล่านี้ครอบคลุมผลิตภัณฑ์คุณภาพของสุพรีเคอร์มในทุก ๆ ประเภทตามชนิดของสินค้า และล่าสุดกับความสำเร็จสู่มาตรฐานสากล ด้วยใบรับรองระบบคุณภาพ ISO 9002 มาตรฐานระดับโลก ผลิตภัณฑ์สุพรีเคอร์มจึงรับประกันความพึงพอใจ ไม่พอใจยินดีรับคืนคือ หากผู้ซื้อไม่พอใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ สามารถคืนผลิตภัณฑ์นั้นไปยังสมาชิกผู้จำหน่ายที่จำหน่ายให้สมาชิกจะเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ให้ใหม่โดยไม่คิดมูลค่า หรือให้เครดิตเต็มจำนวนสำหรับซื้อผลิตภัณฑ์อื่น

ผลิตภัณฑ์สุพรีเคอร์ม หมายถึง ผลิตภัณฑ์สินค้าที่มีตราชื่อ “ สุพรีเคอร์ม “ มีดังนี้คือ

1. ผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน ได้แก่
 - น้ำยาเอนกประสงค์
 - น้ำยาล้างผัก ล้างจาน
 - ผงซักฟอก มาสเตอร์9
 - น้ำยาซักผ้าผสมปรับผ้านุ่ม
 - น้ำยาซักชุดชั้นใน
 - น้ำยาทำความสะอาดชุดชั้นในวัยรุ่น
2. ผลิตภัณฑ์สำหรับรถยนต์ ได้แก่
 - น้ำยาล้างรถยนต์
 - น้ำยาล้างรถผสมเคลือบเงารถยนต์
 - น้ำยาขัดเคลือบเงารถ
3. ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ทันสมัย ได้แก่
 - เครื่องกลั่นน้ำสุพรีเคอร์ม
4. ผลิตภัณฑ์ที่ทะนุถนอมความงาม มีทั้งผู้ใหญ่ และ วัยรุ่น ได้แก่
 - 4.1 ผลิตภัณฑ์ถนอมบำรุงผิวหน้า
 - ชุดทำความสะอาดผิวหน้า
 - ชุดบำรุงคืนความสดใสให้ผิวพรรณ
 - ชุด Gold มหัศจรรย์ความงาม
 - ชุดกันแดด
 - ชุดรักษาผิวหน้า
 - 4.2 ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณ
 - ชุดทำความสะอาดผิวพรรณ
 - ชุดบำรุงผิวพรรณ
 - ชุดความหอมสำหรับผู้หญิง

- ชุคความหอมสำหรับผู้ชาย
- 4.3 ผลิตภัณฑ์ถนอมความงามเส้นผม
- 4.4 ผลิตภัณฑ์ดูแลรักษาภายในช่องปาก
- 5. ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ได้แก่
 - ผลิตภัณฑ์บำรุงร่างกาย
 - ผลิตภัณฑ์ป้องกันโรคหัวใจ มะเร็ง และบำรุงสมอง
 - ผลิตภัณฑ์เพื่อการลดน้ำหนัก
 - ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร แคลเซียมสูง
 - ผลิตภัณฑ์ขมขบเคี้ยวสูงคุณค่า
- 6. ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง มีทั้งผู้ใหญ่ และวัยรุ่น ได้แก่
 - แป้งและครีมรองพื้น
 - อายแชโดว์และบลัชเชอร์
 - เขียนคิ้วและแต่งตา
 - ลิปสติก
 - อุปกรณ์เครื่องสำอาง
- 7. ผลิตภัณฑ์เพื่อการเกษตร ได้แก่
 - สารเสริมประสิทธิภาพ
 - ปุ๋ยทางใบ 3 สูตร
 - สารกำจัดวัชพืช
 - สารกำจัดวัชพืชในนาข้าว
 - สารกำจัดแมลง
 - สารป้องกันและกำจัดโรคพืช
 - สารป้องกันกำจัดโรคพืช และไรศัตรูพืช
- 8. ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ส่วนตัว ได้แก่
 - บราสุขภาพ
 - น้ำยาสมุนไพรหอม

ตัวอย่าง: การเปลี่ยนแปลงระดับราคา ผลิตภัณฑ์สุพรีเคอร์ม

- เจลอาบหน้า

ปี	บาท	เพิ่ม(ลด)	ร้อยละ
ม.ค.40 – พ.ย.42	180	-	-
ธ.ค.42 – ปัจจุบัน	180	-	-

ภาคผนวก ข.

บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด

บริษัท แอมเวย์ จำกัด ก่อตั้งที่เมืองเฮด้า มลรัฐมิชิแกน ประเทศสหรัฐอเมริกาในปี พ.ศ.2502 โดยผู้ร่วมก่อตั้งคือริชาร์ด เอ็ม เดอไวส และ เจย์ แวน แอนเคล เป็นธุรกิจที่เติบโตอย่างรวดเร็ว ปัจจุบันเป็นบริษัทขายตรงชั้นนำของโลก โดยมีสำนักงานใหญ่ที่เมืองเฮด้า มลรัฐมิชิแกน และมีเนื้อที่ถึง 200,000 ตารางเมตร ครอบคลุมพื้นที่สำนักงาน คลังสินค้า และโรงงานผลิตซึ่งผลิตผลิตภัณฑ์ภายใต้ชื่อแอมเวย์ ในปี พ.ศ. 2530 บริษัท แอมเวย์(ประเทศไทย) จำกัด ก่อตั้งขึ้นมีสำนักงานใหญ่ที่กรุงเทพฯ มีวิสัยทัศน์คือ แอมเวย์ เพื่อคุณ...เพื่อชีวิตที่มีคุณค่า (Amway...Helping People Live Better Lives) เป็นธุรกิจขายตรงสินค้าอุปโภคบริโภคด้วยระบบการตลาดหลายชั้นหรือระบบเครือข่ายโดยเน้นธุรกิจด้านการค้าปลีก และเป็นหนึ่งในสมาชิกของสมาคมการขายโดยตรง (ไทย) ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2531 แอมเวย์เป็นผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์คุณภาพสูง ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์อุปโภคบริโภคต่างๆ มากกว่า 100 ชนิด หรือกว่า 500 รายการ ผลิตภัณฑ์ของแอมเวย์ทุกชนิดได้รับการคิดค้นขึ้นเป็นพิเศษเพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค และมีการรับประกันความพอใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์หลากหลายชนิด อาทิ ผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ทันตกรรม ผลิตภัณฑ์นอมนอนความงาม ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์เพื่อการเกษตร และ ผลิตภัณฑ์อื่นๆ ซึ่งส่วนใหญ่ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นในประเทศไทย เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมการผลิตของไทย อาทิ กาแฟไทยแอมพี เครื่องหนัง เครื่องนุ่งห่ม เครื่องอุปโภคบริโภค เป็นต้น นอกจากนี้ยังได้รับมอบเกียรติรางวัลจากโครงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมแห่งองค์การสหประชาชาติ และได้รับการรับรองมาตรฐานระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมตามมาตรฐานสากล ISO 14001 อีกด้วย ปัจจุบันบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด มีพนักงานทั่วประเทศจำนวนประมาณ 400 คน โดยพนักงานทั้งหมดเป็นชาวไทย และมีแผนการรับบุคลากรเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง มีนักธุรกิจอิสระที่ทำธุรกิจแอมเวย์อย่างจริงจังเป็นจำนวนกว่า 147, 000 รายทั่วประเทศ จำกัด มีสำนักงานใหญ่และคลังสินค้าส่วนกลางบนเนื้อที่ 5 ไร่ ตั้งอยู่เลขที่ 52/183 ถนนรามคำแหง หัวหมาก บางกะปิ กรุงเทพฯ 10240 และมีคลังสินค้าและหน่วยรับ-ส่งสินค้าในภูมิภาคต่างๆ ทั่วประเทศ รวมทั้งสิ้น 20 แห่งนอกจากนี้ ยังมีบริการในรูปแบบของร้านค้าสะดวกซื้อ ภายใต้ชื่อ "Amway Pick & Pay" ซึ่งเปิดบริการเป็นแห่งแรก เมื่อกลางปี 2542 ณ บริเวณคลังสินค้าสำนักงานใหญ่ และในปี 2543 ได้ทยอยเปิดบริการ Amway Pick & Pay สาขาตอนเมือง ในเดือนมกราคม และเปิดสาขาต่างจังหวัดที่ จ.เชียงใหม่ เป็นแห่งแรก ในเดือนกุมภาพันธ์ ตามลำดับ ทั้งนี้มีเป้าหมายจะเปลี่ยนคลังสินค้าและหน่วยรับ-ส่งสินค้าในภูมิภาค ให้บริการในรูปแบบร้านค้าสะดวกซื้อทั้งหมดทุกสาขาภายใน 3 ปี นอกเหนือจากผลิตภัณฑ์ภายใต้ชื่อแอมเวย์หลากหลายชนิด ซึ่งส่วนใหญ่ผลิตขึ้นในโรงงานของตนเองในสหรัฐอเมริกาเพื่อคุณภาพและมาตรฐานที่เป็นหนึ่งเดียวกันของแอมเวย์ทั่ว

โลกแล้ว เรายังได้ริเริ่มส่งเสริมอุตสาหกรรมไทย ที่ผลิตโดยคนไทย ด้วยตระหนักถึงฝีมือช่างไทยที่มีคุณภาพสูงทัดเทียมนานาประเทศ

ในปี 2533 แอมเวย์ได้แนะนำเครื่องประดับอัญมณีแท้อาร์ทิสทรี (ซึ่งต่อมาได้เปลี่ยนชื่อเป็นแอมเจมส์) เป็นครั้งแรก และได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน

ต่อมาจึงได้เปิดตัวกลุ่มผลิตภัณฑ์เพอร์เซอนอล ชื่อเปเปอร์ส แก็ตตาล็อก ซึ่งส่วนใหญ่ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นในประเทศไทย เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมการผลิตของไทย อาทิ กาแฟไทยแอมพี เครื่องหนัง เครื่องนุ่งห่ม เครื่องอุปโภคบริโภค นอกจากนี้ แอมเวย์ยังมีสินค้าที่ผลิตในประเทศไทย ซึ่งจัดจำหน่ายเพื่อเป็นการสนับสนุนการค้าเงินธุรกิจ อาทิ สื่อส่งเสริมการขายและการดำเนินธุรกิจต่างๆ

แอมเวย์ได้ร่วมกับบริษัท คอยคำ ผลิตภัณฑ์อาหารจำกัด ผู้ดำเนินงานผลิตภัณฑ์การเกษตรภายใต้โครงการหลวงและโครงการพระราชดำริ เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผลไม้กระป๋อง "คอยคำ" ผ่านช่องทางการขายตรงของแอมเวย์เป็นครั้งแรกในเดือนกรกฎาคม 2541 และได้ขยายสู่การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประเภทอื่นๆ ตามลำดับ

ในปี 2542 แอมเวย์ได้สนองนโยบายของภาครัฐเพื่อช่วยเหลือเกษตรกรไทย โดยได้รับความไว้วางใจจากกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ โดยกรมส่งเสริมสหกรณ์และกรมวิชาการเกษตรให้นำข้าวคุณภาพดีจากสหกรณ์การเกษตรมาผลิตเป็นข้าวบรรจุถุงภายใต้มาตรฐานสหกรณ์จำหน่ายผ่านระบบการขายตรงของแอมเวย์เป็นครั้งแรกในประเทศไทย โดยใช้ชื่อว่า "ข้าวแอมเวย์" นอกจากนี้ แอมเวย์ยังมีโครงการอื่นๆ ร่วมกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ในการนำเสนอผลิตภัณฑ์จากสหกรณ์ประเภทอื่นๆ อีก เพื่อแนะนำผู้บริโภคต่อไป ถือเป็นความร่วมมือกับภาครัฐในการยกมาตรฐานเกษตรกรรมไทยและกระจายรายได้ให้ก่อเกิดในประเทศ ไม่เพียงคัดสรรผลิตภัณฑ์ไทยเพื่อเข้าสู่ระบบการขายตรงผ่านเพอร์เซอนอลชื่อเปเปอร์สแก็ตตาล็อกเท่านั้น โรงงานผลิตสินค้าแอมเวย์ ในเมืองเอด้า รัฐมิชิแกน สหรัฐอเมริกา ยังได้นำวัตถุดิบจากประเทศไทย เพื่อทำการผลิตสินค้าแอมเวย์ไปจำหน่ายทั่วโลก โดยในปี 2540 มีมูลค่ากว่า 5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ประมาณ 215 ล้านบาท) ทั้งยังมีการส่งสินค้าสำเร็จรูปจากประเทศไทยไปจำหน่ายในปี 2540 อีก 3 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ 129 ล้านบาทอีกด้วย

ผลิตภัณฑ์แอมเวย์ หมายถึง ผลิตภัณฑ์สินค้าที่มีตราหมีชื่อ "แอมเวย์" มีดังนี้คือ

1. ผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน ได้แก่
 - ผลิตภัณฑ์ซักผ้า
 - ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด
 - ผลิตภัณฑ์สเปรย์ปรับอากาศ
 - อุปกรณ์ผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน

2. ผลิตภัณฑ์ถนอมรักษารถยนต์ ได้แก่
 - ผลิตภัณฑ์ล้างรถ
 - ผลิตภัณฑ์ขัดเคลือบเงารถยนต์
 - สเปรย์เคลือบเงาและรักษารถยนต์
 - สเปรย์ขัดคราบแมลงและยางมะตอย
 - สเปรย์หล่อลื่นและป้องกันสนิม
3. ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ทันสมัย ได้แก่
 - ผลิตภัณฑ์เครื่องครัว
 - อุปกรณ์เครื่องครัว
4. ผลิตภัณฑ์ทะนุถนอมความงาม ได้แก่
 - ผลิตภัณฑ์สำหรับเรือนร่าง
 - ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดและบำรุงรักษาเรือนผม
 - ผลิตภัณฑ์จัดแต่งทรงผม
 - ผลิตภัณฑ์รักษาอนามัยในช่องปาก
 - ผลิตภัณฑ์น้ำหอมสเปรย์คู่กาย
5. ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ได้แก่
 - นิวทริไลท์โปรตีน
 - นิวทริไลท์ แอคทีฟ8
 - นิวทริไลท์ น้ำอะเซโรลา
 - อาหารควบคุม หรือลดน้ำหนัก
 - กระเทียมอัดเม็ด
 - โยอาหารชนิดเม็ด
 - น้ำมันปลาชนิดแคปซูล
 - นิวทริไลท์ เลซิดิน อี
 - โปรตีนจากถั่วเหลืองและแลคตาลบูมิน
 - นิวทริไลท์ แคล แมก โพร
6. ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง
7. ผลิตภัณฑ์เพื่อการเกษตร ได้แก่
 - สารเสริมประสิทธิภาพ
 - สารเสริมการเจริญเติบโตสูตรชีวภาพ
8. ผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพ ได้แก่ เครื่องกรองน้ำ

ตัวอย่าง: การเปลี่ยนแปลงระดับราคา ผลิตภัณฑ์แอมเวย์

- สมูหฺลวตำหรั้บผิวนอบบวง

ปี	บาท	เพิ่ม(ลด)	ร้อยละ
พ.ศ.2540	250	-	-
ก.ย.41 – ก.พ.43	290	40	16
มี.ค.43 – ปัจจุบัน	285	(5)	1

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

แบบสอบถาม

เรื่องทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัทการตลาดแบบหลายชั้น : ศึกษาเปรียบเทียบระหว่าง บริษัท สุพรีเคอร์ม อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด และ บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด

คำชี้แจง : โปรดเขียนเครื่องหมายถูกหน้าข้อความที่เหมาะสมกับท่านมากที่สุด หรือกรอกข้อความในช่องว่างที่เว้นไว้

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไป

1. ท่านเคยใช้ผลิตภัณฑ์สุพรีเคอร์ม และผลิตภัณฑ์แอมเวย์ หรือไม่

1. เคยใช้ทั้ง 2 ผลิตภัณฑ์ 2. ไม่เคยใช้ทั้ง 2 ผลิตภัณฑ์
 3. เคยใช้ผลิตภัณฑ์เดียว _สุพรีเคอร์ม_ แอมเวย์

**** ในกรณีตอบข้อ 1 กรุณาตอบข้อถัดไป และกรณีตอบข้อ 2 และ 3 ขอขอบคุณที่เสียสละเวลา

2. เพศ

1. ชาย 2. หญิง

3. การศึกษา

1. ต่ำกว่าประถมศึกษา 2. ประถมศึกษา
 3. มัธยมศึกษาตอนต้น 4. มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช.
 5. อนุปริญญา หรือ ปวส. 6. ปริญญาตรี
 7. สูงกว่าปริญญาตรี

4. อายุ

1. ต่ำกว่า 20 ปี 2. 20-30 ปี
 3. 31-40 ปี 4. 41-50 ปี
 5. สูงกว่า 50 ปี

5. อาชีพ

1. นักเรียน หรือ นักศึกษา 2. รับราชการ หรือ พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 3. พนักงานเอกชน 4. เจ้าของกิจการ
 5. รับจ้างอิสระ 5. อื่นๆ (โปรดระบุ) _____

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)

1. ต่ำกว่า 5,000 บาท 2. 5000 - 10,000 บาท
 3. 10,001 - 15,000 บาท 4. มากกว่า 15,000 บาท

7. สถานภาพการสมรส

1. โสด 2. สมรสแล้ว
 3. หย่าร้าง 4. อื่นๆ (โปรดระบุ) _____

8. ท่านเป็นลูกค้าประจำของผลิตภัณฑ์ใดหรือไม่

1. เป็นลูกค้าประจำของผลิตภัณฑ์สุพรีเคอร์ม 2. เป็นลูกค้าประจำของผลิตภัณฑ์แอมเวย์
 3. เป็นลูกค้าประจำของทั้ง 2 ผลิตภัณฑ์ 4. ไม่เป็นลูกค้าประจำของทั้ง 2 ผลิตภัณฑ์

ส่วนที่ 2 ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัทการตลาดแบบหลายชั้น : บริษัท สุพรีเคอร์ม อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

9. ท่านเคยใช้ผลิตภัณฑ์สุพรีเคอร์ม ประเภทใด (สามารถเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน (น้ำยาเอนกประสงค์ ผงซักฟอก น้ำยาซักผ้า น้ำยาล้างผัก ล้างจาน ฯลฯ)

- 2. ผลิตภัณฑ์สำหรับรถยนต์ (น้ำยาล้างรถ น้ำยาขัดเคลือบเงารถยนต์ ฯลฯ)
- 3. ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ทันสมัย (เครื่องกลั่นน้ำ)
- 4. ผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นกาย (ครีมล้างหน้า ครีมบำรุง โลชั่น น้ำหอม แป้ง โรยตัว แชมพู ยาสีฟัน สเปรย์ระงับกลิ่นปาก ฯลฯ)
- 5. ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร (นมผง กระจ่างเม็ด กาแฟสำเร็จรูป ไข่บราดูก็ อาหารควบคุมน้ำหนัก ฯลฯ)
- 6. ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง (แป้งสำหรับหน้า आयูรเวท ชูคเขียนิ้วและแต่งตา ลิปสติค ฯลฯ)
- 7. ผลิตภัณฑ์เพื่อการเกษตร (สารเสริมประสิทธิภาพ ปุ๋ย สารกำจัดวัชพืช สารกำจัดแมลง ฯลฯ)
- 8. ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ส่วนตัว (บราสุขภาพ, น้ำยาสมุนไพรหอม)

10. ความคิดเห็นของท่านที่มีต่อผลิตภัณฑ์สุพรีเคอร์มในด้านต่างๆ (เมื่อใช้ผลิตภัณฑ์สุพรีเคอร์ม) ดังนี้

10.1 ท่านเห็นด้วยในระดับใด กับข้อความที่กล่าวว่าผลิตภัณฑ์สุพรีเคอร์ม มีคุณสมบัติต่างๆ ดังต่อไปนี้

10.1.1 ด้านผลิตภัณฑ์

	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- สินค้ามีหลายประเภท	_____	_____	_____	_____	_____
- สินค้ามีคุณภาพสูง	_____	_____	_____	_____	_____
- สินค้ามีรูปแบบทันสมัย	_____	_____	_____	_____	_____
- สินค้ามีขนาดให้เลือกมาก	_____	_____	_____	_____	_____
- สินค้ามีหีบห่อสวยงาม	_____	_____	_____	_____	_____
- หากไม่พอใจสินค้า ยินดีคืนเงิน	_____	_____	_____	_____	_____

10.1.2 ด้านราคา

- สินค้ามีราคาสูง	_____	_____	_____	_____	_____
- ไม่มีการให้ส่วนลดราคา	_____	_____	_____	_____	_____
- มีวิธีชำระเงินหลากหลาย	_____	_____	_____	_____	_____

10.1.3 ด้านการจัดจำหน่าย

- ส่งสินค้าตามกำหนด	_____	_____	_____	_____	_____
- หาซื้อง่าย	_____	_____	_____	_____	_____
- บริการหลังการขายดี	_____	_____	_____	_____	_____

10.1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด

- มีการโฆษณาบ่อย	_____	_____	_____	_____	_____
- มีการประชาสัมพันธ์บ่อย	_____	_____	_____	_____	_____
- ผู้ขายนำเสนอสินค้าได้น่าสนใจ	_____	_____	_____	_____	_____
- มีการลดแลกแจกแถมบ่อย	_____	_____	_____	_____	_____

10.2 ท่านเห็นด้วยในระดับใด กับข้อความที่กล่าวว่าท่านพอใจคุณสมบัติต่อไปนี้ของผลิตภัณฑ์สุพรีเคอร์ม

10.2.1 ด้านผลิตภัณฑ์

	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- ท่านพอใจสินค้าที่มีหลายประเภท	_____	_____	_____	_____	_____
- ท่านพอใจสินค้าที่มีคุณภาพสูง	_____	_____	_____	_____	_____
- ท่านพอใจสินค้าที่มีรูปแบบทันสมัย	_____	_____	_____	_____	_____
- ท่านพอใจสินค้าที่มีขนาดให้เลือกมาก	_____	_____	_____	_____	_____
- ท่านพอใจสินค้าที่มีหีบห่อสวยงาม	_____	_____	_____	_____	_____
- ท่านพอใจหากไม่พอใจสินค้า ยินดีคืนเงิน	_____	_____	_____	_____	_____

เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย เฉยๆ ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

10.2.2 ด้านราคา

- สินค้าราคาสูงเกินไป _____
- ท่านพอใจสินค้าที่มีส่วนลดราคา _____
- ท่านพอใจชำระเงินได้หลายวิธี _____

10.2.3 ด้านการจัดจำหน่าย

- ท่านพอใจสินค้าที่ส่งได้ตามกำหนด _____
- ท่านพอใจสินค้าที่หาซื้อได้ง่าย _____
- ท่านพอใจให้มีบริการหลังการขาย _____

10.2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด

- ท่านพอใจให้มีการโฆษณา _____
- ท่านพอใจให้มีประชาสัมพันธ์ _____
- ท่านพอใจผู้จัดจำหน่ายที่นำเสนอสินค้า
น่าสนใจ _____
- ท่านพอใจสินค้าที่มีการลดแลกแจกแถม _____

10.3 ความคิดเห็นของท่านที่มีต่อผลิตภัณฑ์สุพรีเคอร์มโดยรวม (เมื่อใช้ผลิตภัณฑ์สุพรีเคอร์ม) ว่ามีความพอใจ หรือ ไม่พอใจ อย่างไร
พอใจมาก พพอใจ ยังไม่ตัดสินใจ ไม่พอใจ ไม่พอใจมาก

10.4 เป็นไปได้หรือไม่ที่จะซื้อผลิตภัณฑ์สุพรีเคอร์มในครั้งต่อไปหรือไม่
ซื้อแน่นอน อาจจะซื้อ ยังไม่ตัดสินใจ อาจจะไม่ซื้อ ไม่ซื้อแน่นอน

10.5 เป็นไปได้หรือไม่ที่ท่านจะแนะนำผลิตภัณฑ์สุพรีเคอร์มให้ผู้อื่นใช้
แนะนำแน่นอน อาจจะแนะนำ ยังไม่ตัดสินใจ อาจจะไม่แนะนำ ไม่แนะนำแน่นอน

ส่วนที่ 3 : ปัญหาผลิตภัณฑ์สุพรีเคอร์ม

1. ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์สุพรีเคอร์มมีปัญหาด้านต่างๆ อย่างไร

11.1 ด้านผลิตภัณฑ์

- | | มีปัญหา
มากที่สุด | มีปัญหา
มาก | มีปัญหา
ปานกลาง | มีปัญหา
น้อย | มีปัญหา
น้อยที่สุด |
|---------------------------------|----------------------|----------------|--------------------|-----------------|-----------------------|
| - ประเภทสินค้าไม่ทันสมัย | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ |
| - คุณภาพไม่ได้เป็นที่พึงพอใจ | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ |
| - หีบห่อสินค้าไม่สะดวกต่อการใส่ | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ |
| - อื่นๆ(โปรดระบุ) _____ | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ |

11.2 ด้านราคา

- | | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
|------------------------------|-----------|-------|---------|-------|------------|
| - ราคาสินค้าไม่ได้มาตรฐาน | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ |
| - เวลาซื้อต้องชำระด้วยเงินสด | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ |
| - อื่นๆ(โปรดระบุ) _____ | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ |

11.3 ด้านการจัดจำหน่าย

- | | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
|-------------------------------|-----------|-------|---------|-------|------------|
| - ผู้ขายขาดการติดตามลูกค้า | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ |
| - ไม่ทราบว่าจะหาซื้อได้ที่ไหน | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ |

	มีปัญหา มากที่สุด	มีปัญหา มาก	มีปัญหา ปานกลาง	มีปัญหา น้อย	มีปัญหา น้อยที่สุด
- การจัดส่งสินค้าล่าช้าไม่ตรงเวลานัด	_____	_____	_____	_____	_____
- อื่นๆ(โปรดระบุ)_____	_____	_____	_____	_____	_____
11.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด					
- ขาดการโฆษณา	_____	_____	_____	_____	_____
- ขาดการลดแลกแจกแถม	_____	_____	_____	_____	_____
- ขาดการประชาสัมพันธ์	_____	_____	_____	_____	_____
- ผู้จัดจำหน่ายมีวิธีเสนอสินค้าไม่น่าสนใจ	_____	_____	_____	_____	_____
- อื่นๆ(โปรดระบุ)_____	_____	_____	_____	_____	_____

12. ท่านมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ซูพรีเคอร์มในด้านต่างๆ (โปรดเขียนระบุ)

ส่วนที่ 4 ทศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัทการตลาดแบบหลายชั้น : บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด

13. ท่านเคยใช้ผลิตภัณฑ์แอมเวย์ ประเภทใด

- 1. ผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน (ผงซักฟอก น้ำยาทำความสะอาดเอนกประสงค์ น้ำยาล้างจาน สเปรย์ปรับอากาศ ฯลฯ)
- 2. ผลิตภัณฑ์ถนอมรักษารถยนต์ (น้ำยาล้างรถ ขัดเคลือบเงารถยนต์ ฯลฯ)
- 3. ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ทันสมัย(เครื่องครัว)
- 4. ผลิตภัณฑ์ชะลอความงาม (สบู่ โลชั่นทาตัว ลูกกลิ้งระงับเหงื่อและกลิ่นกาย แชมพู ยาตีฟัน น้ำหอม ฯลฯ)
- 5. ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร (โปรตีน เครื่องดื่มผสมวิตามิน อาหารควบคุมน้ำหนัก กระเทียมอัดเม็ด ฯลฯ)
- 6. ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง (ครีมล้างหน้า โลชั่นบำรุงผิวหน้า ครีมปรับสภาพผิว รองพื้น อายเชโดว์ ลิปสติก ฯลฯ)
- 7. ผลิตภัณฑ์เพื่อการเกษตร (สารเสริมประสิทธิภาพ สารเสริมการเจริญเติบโต)
- 8. ผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพ (เครื่องกรองน้ำ)

14. ความคิดเห็นของท่านที่มีต่อผลิตภัณฑ์แอมเวย์ในด้านต่างๆ (เมื่อใช้ผลิตภัณฑ์แอมเวย์) ดังนี้

14.1 ท่านเห็นด้วยในระดับใด กับข้อความที่กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์แอมเวย์ มีคุณสมบัติต่างๆ ดังต่อไปนี้

14.1.1 ด้านผลิตภัณฑ์

	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- สินค้ามีหลายประเภท	_____	_____	_____	_____	_____
- สินค้ามีคุณภาพสูง	_____	_____	_____	_____	_____
- สินค้ามีรูปแบบทันสมัย	_____	_____	_____	_____	_____
- สินค้ามีขนาดให้เลือกมาก	_____	_____	_____	_____	_____
- สินค้ามีหีบห่อสวยงาม	_____	_____	_____	_____	_____
- หากไม่พอใจสินค้า ยินดีคืนเงิน	_____	_____	_____	_____	_____

14.1.2 ด้านราคา

- สินค้ามีราคาสูง	_____	_____	_____	_____	_____
- ไม่มีการให้ส่วนลดราคา	_____	_____	_____	_____	_____
- มีวิธีชำระเงินหลากหลาย	_____	_____	_____	_____	_____

14.1.3 ด้านการจัดจำหน่าย

	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- ส่งสินค้าตามกำหนด	_____	_____	_____	_____	_____
- หาซื้อง่าย	_____	_____	_____	_____	_____
- บริการหลังการขายดี	_____	_____	_____	_____	_____

14.1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด

- มีการโฆษณาบ่อย	_____	_____	_____	_____	_____
- มีการประชาสัมพันธ์บ่อย	_____	_____	_____	_____	_____
- ผู้ขายนำเสนอสินค้าได้น่าสนใจ	_____	_____	_____	_____	_____
- มีการลดแลกแจกแถมบ่อย	_____	_____	_____	_____	_____

14.2 ท่านเห็นด้วยในระดับใด กับข้อความที่กล่าวว่าท่านพอใจคุณสมบัติต่อไปนี้ของผลิตภัณฑ์แอมเวย์

14.2.1 ด้านผลิตภัณฑ์

	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- ท่านพอใจสินค้าที่มีหลายประเภท	_____	_____	_____	_____	_____
- ท่านพอใจสินค้าที่มีคุณภาพสูง	_____	_____	_____	_____	_____
- ท่านพอใจสินค้าที่มีรูปแบบทันสมัย	_____	_____	_____	_____	_____
- ท่านพอใจสินค้าที่มีขนาดให้เลือกมาก	_____	_____	_____	_____	_____
- ท่านพอใจสินค้าที่มีหีบห่อสวยงาม	_____	_____	_____	_____	_____
- ท่านพอใจ หากไม่พอใจสินค้า ยินดีคืนเงิน	_____	_____	_____	_____	_____

14.2.2 ด้านราคา

- สินค้าราคาสูงเกินไป	_____	_____	_____	_____	_____
- ท่านพอใจสินค้าที่มีส่วนลดราคา	_____	_____	_____	_____	_____
- ท่านพอใจชำระเงินได้หลายวิธี	_____	_____	_____	_____	_____

14.2.3 ด้านการจัดจำหน่าย

- ท่านพอใจสินค้าที่ส่งได้ตามกำหนด	_____	_____	_____	_____	_____
- ท่านพอใจสินค้าที่หาซื้อได้ง่าย	_____	_____	_____	_____	_____
- ท่านพอใจให้มีบริการหลังการขาย	_____	_____	_____	_____	_____

14.2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด

- ท่านพอใจให้มีการโฆษณา	_____	_____	_____	_____	_____
- ท่านพอใจให้มีการประชาสัมพันธ์	_____	_____	_____	_____	_____
- ท่านพอใจผู้จัดจำหน่ายที่นำเสนอสินค้า น่าสนใจ	_____	_____	_____	_____	_____
- ท่านพอใจสินค้าที่มีการลดแลกแจกแถม	_____	_____	_____	_____	_____

14.3 ความคิดเห็นของท่านที่มีต่อผลิตภัณฑ์แอมเวย์โดยรวม (เมื่อใช้ผลิตภัณฑ์แอมเวย์) ว่ามีความพอใจ หรือ ไม่พอใจ อย่างไร

พอใจมาก พอใจ ยังไม่ตัดสินใจ ไม่พอใจ ไม่พอใจมาก

14.4 เป็นไปได้หรือไม่ที่จะซื้อผลิตภัณฑ์แอมเวย์ในครั้งต่อไปหรือไม่

ซื้อแน่นอน อาจจะซื้อ ยังไม่ตัดสินใจ อาจจะไม่ซื้อ ไม่ซื้อแน่นอน

14.5 เป็นไปได้หรือไม่ที่ท่านจะแนะนำผลิตภัณฑ์แอมเวย์ให้ผู้อื่นใช้

แนะนำแน่นอน อาจจะแนะนำ ยังไม่ตัดสินใจ อาจจะไม่แนะนำ ไม่แนะนำแน่นอน

ส่วนที่ 3 : ปัญหาผลิตภัณฑ์แอมเวย์

15. ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์แอมเวย์มีปัญหาในด้านต่างๆ อย่างไร

15.1 ด้านผลิตภัณฑ์

	มีปัญหา มากที่สุด	มีปัญหา มาก	มีปัญหา ปานกลาง	มีปัญหา น้อย	มีปัญหา น้อยที่สุด
- ประเภทสินค้าไม่ทันสมัย	_____	_____	_____	_____	_____
- คุณภาพไม่ได้เป็นที่พึงพอใจ	_____	_____	_____	_____	_____
- หีบห่อสินค้าไม่สะดวกต่อการใช้	_____	_____	_____	_____	_____
- อื่นๆ(โปรดระบุ)_____	_____	_____	_____	_____	_____

15.2 ด้านราคา

- ราคาสินค้าไม่ได้มาตรฐาน	_____	_____	_____	_____	_____
- เวลาซื้อต้องชำระด้วยเงินสด	_____	_____	_____	_____	_____
- อื่นๆ(โปรดระบุ)_____	_____	_____	_____	_____	_____

15.3 ด้านการจัดจำหน่าย

- ผู้ขายขาดการติดตามลูกค้า	_____	_____	_____	_____	_____
- ไม่ทราบว่าจะหาซื้อได้ที่ไหน	_____	_____	_____	_____	_____
- การจัดส่งสินค้าล่าช้าไม่ตรงเวลานัด	_____	_____	_____	_____	_____
- อื่นๆ(โปรดระบุ)_____	_____	_____	_____	_____	_____

15.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด

- ขาดการโฆษณา	_____	_____	_____	_____	_____
- ขาดการลดแลกแจกแถม	_____	_____	_____	_____	_____
- ขาดการประชาสัมพันธ์	_____	_____	_____	_____	_____
- ผู้จัดการจำหน่ายมีวิธีเสนอสินค้าไม่น่าสนใจ	_____	_____	_____	_____	_____
- อื่นๆ(โปรดระบุ)_____	_____	_____	_____	_____	_____

16. ท่านมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์แอมเวย์ในด้านต่างๆ (โปรดเขียนระบุ)

(ขอขอบคุณ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน มา ณ โอกาสนี้)

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นางสาวศศิธร ภูวกุล
วัน เดือน ปี เกิด	7 พฤศจิกายน พ.ศ. 2517
ประวัติการศึกษา	สำเร็จการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่โรงเรียนสวนกุหลาบวิทยาลัยนนทบุรี สำเร็จการศึกษาปริญญาตรี สาขาการบัญชี คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ปีการศึกษา 2539 สำเร็จการศึกษาปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ปีการศึกษา 2544