

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพ
จากระบบขายตรง ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง

ชื่อผู้เขียน นายสัญญา เทพสิงห์

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ ผศ. วังวรี พฤกษิกานนท์ ประธานกรรมการ
ผศ.ดร. อัญชติ เจียงเจริญ กรรมการ
ผศ.ดร.ประเสริฐ ไชยทิพย์ กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพจากระบบขายตรงในอำเภอเมือง จังหวัดลำปางนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความต้องการบริโภค พฤติกรรมการบริโภค และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพ 3 กลุ่มคือกลุ่มผลิตภัณฑ์ลดความอ้วน กลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทบำรุง และผลิตภัณฑ์หวังผลเฉพาะทางของผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์บริษัทสุพรีเคอร์ม อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 140 คน สุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ ในระหว่างเดือนกรกฎาคม - สิงหาคม 2542 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา และแสดงความสำคัญของปัจจัยจากค่าเฉลี่ยอันดับความพอใจ

ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์จากศูนย์จำหน่าย ร้อยละ 65 ซึ่งจากตัวแทนจำหน่ายร้อยละ 26.43 ผลิตภัณฑ์กลุ่มหวังผลเฉพาะทางมีผู้นิยมบริโภคมากที่สุดร้อยละ 58.12 รองลงมาคือ กลุ่มผลิตภัณฑ์ลดความอ้วนร้อยละ 26.75 และ กลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทบำรุงร้อยละ 15.13 ค่าใช้จ่ายในการบริโภคผลิตภัณฑ์ทุกกลุ่มอยู่ในระดับ 101 - 300 บาทต่อเดือน ซึ่งผลิตภัณฑ์กลุ่มหวังผลเฉพาะทางมีความสม่ำเสมอในการบริโภค“ทุกวัน”ร้อยละ 75.24ผลิตภัณฑ์ลดความอ้วน และผลิตภัณฑ์ประเภทบำรุงมีการบริโภค “ไม่แน่นอน” ร้อยละ 41.40 และ 31.15 ตามลำดับ ด้านความสม่ำเสมอในการซื้อพบว่า กลุ่มหวังผลเฉพาะทางมีการซื้อแบบ “ทันทีที่หมด” ร้อยละ 55.55 ผลิตภัณฑ์ลดความอ้วนและผลิตภัณฑ์ประเภทบำรุง มีการซื้อแบบ “แบบไม่แน่นอน” ร้อยละ 52.41 และ 48.78 ตามลำดับ โดยผู้บริโภคทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์มีการบริโภคต่อเนื่องกันนาน 6-12 เดือน ซึ่งกลุ่มหวังผลเฉพาะทางมีการบริโภคนานกว่า 12 เดือน ร้อยละ 32.06 บริโภคนานกว่า

24 เดือน ร้อยละ 15.55 โดยทุกกลุ่มรู้สึกว่าคุณภาพ “ดีขึ้น” ร้อยละ 82.45 หลังจากบริโภคระยะเวลาหนึ่ง ซึ่งมีเพียงร้อยละ 2 เห็นว่าคุณภาพแย่ลง

จากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคพบว่าปัจจัยด้านผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคเป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 3.957 สำหรับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคเป็นอันดับ 2 มีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 3.855 ส่วนปัจจัยด้านอื่นๆ มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคเป็นอันดับสุดท้าย ด้วยค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 3.666 ตามลำดับ

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

Independent Study Title	The Consumption Behavior of Health Products from Direct Selling System in Muang District, Lampang Province		
Author	Mr. Sanya Thepsingha		
M.Econ	Economics		
Examining Committee	Assistant Prof. Watcahlee	Prueksikanon	Chairman
	Assistant Prof. Dr.Aanchalee	Jengjalern	Member
	Assistant Prof. Dr.Prasert	Chaitip	Member

ABSTRACT

The main objectives of this study, The Consumption Behavior of Health Products from Direct Selling System in Muang District, Lampang Province ; were to study the need to consume, consumers' behavior and factors influenced demand of three groups of health products namely dieting products, health supplement products and specific purpose products. The data were collected during July to August 1999 from 140 samples which were selected by probability random sampling method. Questionnaires were used for data collection ; descriptive statistics and weighted mean were used for data analysis.

The results of this study showed that 65 percent of the consumers bought the health products from the distribution center while 26.43% bought from sales representatives. Specific purpose products was the most popular (58.12%) whereas dieting products (26.75%) and health supplement products (15.13%) ranked second and third respectively. The average expenditure for the three groups of products was 101-300 Baht a month. A regular consumption pattern (75.24%) was found in specific purpose products, whereas, dieting products and health supplement products were irregular in consumption pattern (41.40% and 31.15%). Regarding to the frequency purchased found that it is specific purpose products were purchased immediately after used up, while dieting products and health supplement products were irregularly purchased (52.41% and 48.78%). The three groups were continuously consumed between 6-12 months, with specific purpose products group has been using more than 12 months (32.06%). Moreover, it was found

that 82.45% felt that their health was better after product consumption except 2% felt worse than before.

This study shows that the most influential factor towards demand of health products was consumer factors (weighted mean 3.957). Whereas product factors (weighted mean 3.855) were the second, and the last influential factor was other factors (weighted mean 3.666).

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University