

ภาคผนวก

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

ภาคผนวก 1

ความเกี่ยวข้องระหว่างตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพกับพระราชบัญญัติ
คุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522

เนื่องจากในปัจจุบัน ผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพหลากหลายชนิด ทั้งที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ และผลิตในประเทศมีการนำเสนอต่อผู้บริโภคในช่องทางจำหน่ายระบบขายตรงอย่างกว้างขวาง ดังเห็นได้จากมูลค่าการตลาดผ่านช่องทางนี้มีมูลค่ากว่า 10,000 ล้านบาท เนื่องจากระบบจำหน่ายตรงเป็นระบบที่มีประสิทธิภาพเข้าสู่ผู้บริโภคในระดับต่างๆ เป็นอย่างดีโดยบริษัทฯ มอบหมายให้ตัวแทนจำหน่ายตรงที่ได้รับการฝึกอบรมจากบริษัทฯ เป็นผู้ให้ความรู้และบริการด้านผลิตภัณฑ์ ตอบข้อซักถามข้อมูลด้านสุขภาพแก่ผู้บริโภคเพื่อประกอบการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากลูกค้า ซึ่งตัวแทนจำหน่ายตรง นอกจากจะเกี่ยวข้องกับบริษัทภายใต้แผนการขายการตลาดแล้ว ยังมีความเกี่ยวข้องกับพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 เป็นอย่างมาก เนื่องจากตัวแทนจำหน่ายตรงต้องพบปะกับผู้บริโภค เพื่อทำการโฆษณา แนะนำคุณสมบัติต่างๆ ของผลิตภัณฑ์ให้แก่ผู้บริโภค ตามพระราชบัญญัติฉบับดังกล่าว ตามมาตรา 3 และมาตรา 4 คือ

มาตรา 3 เป็นการให้ความหมายต่างๆ เกี่ยวกับการบริโภค

“ซื้อ” หมายรวมถึง เช่า เช่าซื้อ หรือได้มาไม่ว่าด้วยประการใดๆ โดยให้ค่าตอบแทนเป็นเงินหรือผลประโยชน์อย่างอื่น

“ขาย” หมายรวมถึง ให้เช่า ให้เช่าซื้อ หรือจัดหาให้ไม่ว่าด้วยประการใดๆ โดยเรียกค่าตอบแทนเป็นเงินหรือผลประโยชน์อย่างอื่นตลอดจนการเสนอหรือการชักชวนเพื่อการดังกล่าวด้วย

“สินค้า” หมายความว่า สิ่งของที่ผลิตหรือมีไว้เพื่อขาย

“ผู้บริโภค” หมายความว่า ผู้ซื้อหรือได้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจและหมายรวมถึงผู้ซึ่งได้รับการเสนอหรือการชักชวนจากผู้ประกอบธุรกิจเพื่อให้ซื้อสินค้าหรือรับบริการด้วย

“ผู้ประกอบการ” หมายความว่า ผู้ขาย ผู้ผลิตเพื่อขาย ผู้ตั้งหรือนำเข้ามาในราชอาณาจักรเพื่อขายหรือผู้ซื้อขายต่อซึ่งสินค้า หรือผู้ให้บริการและหมายรวมถึงผู้ประกอบการโฆษณาด้วย

“ข้อความ” หมายรวมถึงการกระทำที่ปรากฏด้วยตัวอักษร ภาพ ภาพยนตร์ แสง เสียง เครื่องหมาย หรือการกระทำอย่างใดๆ ที่ทำให้บุคคลทั่วไปสามารถเข้าใจความหมายได้

“โฆษณา” หมายรวมถึงการกระทำไม่ว่าโดยวิธีใดๆ ให้ประชาชนเห็นหรือทราบข้อความเพื่อประโยชน์ในทางการค้า

“สื่อโฆษณา” หมายความว่า สิ่งที่ใช้เป็นสื่อในการโฆษณา เช่น หนังสือพิมพ์ สิ่งพิมพ์ วิทยุ กระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ไปรษณีย์โทรเลข โทรศัพท์ หรือป้าย

“ฉลาก” หมายความว่า รูป รอยประดิษฐ์ กระจกหรือสิ่งอื่นใดที่ทำให้ปรากฏข้อความเกี่ยวกับสินค้าซึ่งแสดงไว้ที่สินค้าหรือภาชนะบรรจุหรือหีบห่อบรรจุสินค้า หรือสอดแทรกหรือรวมไว้กับสินค้าหรือภาชนะบรรจุหรือหีบห่อบรรจุสินค้าและหมายความรวมถึงเอกสารหรือคู่มือสำหรับใช้ประกอบกับสินค้า ป้ายที่ติดตั้งหรือแสดงไว้ที่สินค้าหรือภาชนะบรรจุหรือหีบห่อบรรจุสินค้านั้น

“คณะกรรมการ” หมายความว่า คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

“กรรมการ” หมายความว่า กรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

“พนักงานเจ้าหน้าที่” หมายความว่า ผู้ซึ่งรัฐมนตรีแต่งตั้งให้ปฏิบัติการตามพระราชบัญญัตินี้

“รัฐมนตรี” หมายความว่า รัฐมนตรีผู้รักษาการตามพระราชบัญญัตินี้

- (1) สิทธิที่จะได้รับข่าวสารรวมทั้งคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ
- (2) สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้าหรือบริการ
- (3) สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ
- (4) สิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย

ทั้งนี้ ตามที่กฎหมายว่าด้วยค่านั้นๆ หรือพระราชบัญญัติไว้ซึ่งตามพระราชบัญญัตินี้ได้กำหนดให้สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคทำหน้าที่ตามมาตรา 20 วรรค 1 และ 2 ดังนี้

มาตรา 20 ให้สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคมีอำนาจและหน้าที่

- (1) รับเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภคที่ได้รับความเดือดร้อนหรือเสียหาย เนื่องจากการทำงานของผู้ประกอบการธุรกิจ เพื่อเสนอต่อคณะกรรมการ
- (2) ติดตามและสอดส่องพฤติกรรมของผู้ประกอบการธุรกิจ ซึ่งกระทำการใดๆ อันมีลักษณะเป็นการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค และจัดให้มีการทดสอบหรือพิสูจน์สินค้าหรือบริการใดๆ ตามที่เห็นสมควรและจำเป็นเพื่อคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค

ทำให้ตัวแทนจำหน่ายตรงต้องมีความระมัดระวังในการโฆษณาสินค้าเพื่อโน้มน้าวผู้บริโภค เนื่องจากผู้บริโภคได้รับการคุ้มครองผู้บริโภคในด้านการโฆษณา ตามมาตรา 22 ดังนี้

มาตรา 22 การโฆษณาจะต้องไม่ใช่ข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม ทั้งนี้ไม่ว่าข้อความดังกล่าวนั้นจะเป็นข้อความที่เกี่ยวกับแหล่งกำเนิด สภาพ คุณภาพ หรือลักษณะของสินค้าหรือบริการ ตลอดจนส่งมอบ การจัดหา หรือการใช้สินค้าหรือบริการ

ข้อความต่อไปนี้ ถือว่าเป็นข้อความที่เป็นการ ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค หรือเป็นข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นอันรวม

- (1) ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง
- (2) ข้อความที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ไม่ว่าจะกระทำโดยใช้ หรืออ้างอิงรายงานทางวิชาการ สถิติ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งอันไม่เป็นความจริงหรือเกินความจริง หรือไม่ก็ตาม
- (3) ข้อความที่เป็นการสนับสนุน โดยตรงหรือโดยอ้อมให้มีการกระทำผิดกฎหมายหรือศีลธรรม หรือนำไปสู่ความเสื่อมเสียในวัฒนธรรมของชาติ
- (4) ข้อความที่จะทำให้เกิดความแตกแยกหรือเสื่อมเสียความสามัคคีในหมู่ประชาชน
- (5) ข้อความอย่างอื่นตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

ข้อความที่ใช้ในการโฆษณาที่บุคคลทั่วไปสามารถรู้ได้ว่าเป็นข้อความที่ไม่อาจเป็นความจริงได้โดยแน่แท้ ไม่เป็นข้อความที่ห้ามในการโฆษณาตาม (1)

และนอกจากนี้หากพบว่าผู้บริโภคถูกละเมิดสิทธิของผู้บริโภคจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตามพระราชบัญญัตินี้ได้กำหนดบทลงโทษตามมาตรา 39 คือ

มาตรา 39 ในกรณีที่คณะกรรมการเห็นสมควรเข้าดำเนินคดีเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคหรือเมื่อได้รับคำร้องจากผู้บริโภคที่ถูกละเมิดสิทธิ ซึ่งคณะกรรมการเห็นว่าการดำเนินคดีนั้นจะเป็นประโยชน์แก่ผู้บริโภคเป็นส่วนรวม คณะกรรมการมีอำนาจแต่งตั้งพนักงานอัยการ โดยความเห็นชอบของอธิบดีกรมอัยการ หรือข้าราชการในสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งมีคุณวุฒิไม่ต่ำกว่าปริญญาตรีทางนิติศาสตร์ เป็นเจ้าหน้าที่คุ้มครองผู้บริโภคเพื่อทำหน้าที่ดำเนินคดีแพ่งและคดีอาญาแก่ผู้กระทำการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคในศาล และเมื่อคณะกรรมการได้แจ้งไปยังกระทรวงยุติธรรมเพื่อแจ้งให้ศาลทราบแล้ว ให้เจ้าหน้าที่คุ้มครองผู้บริโภคมีอำนาจดำเนินคดีตามที่คณะกรรมการมอบหมายได้

ในการดำเนินคดีในศาล ให้เจ้าหน้าที่คุ้มครองผู้บริโภคมีอำนาจฟ้องเรียกทรัพย์สิน หรือค่าเสียหายให้แก่ผู้บริโภคที่ร้องขอได้ด้วย และในการนี้ให้ได้รับยกเว้นค่าธรรมเนียมทั้งปวง

ภาคผนวก 2

ปริมาณสารอาหารที่ควรได้รับประจำวันสำหรับคนไทย²

สารอาหารที่แนะนำให้บริโภคประจำวันสำหรับคนไทยอายุตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไป (Thai Recommended Dairy Intake-Thai RDI) จัดทำโดย คณะอนุกรรมการพิจารณาการแสดงคุณค่าทางโภชนาการบนฉลากอาหาร สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข เมื่อเดือนกรกฎาคม 2538 มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาการแสดงคุณค่าทางโภชนาการบนฉลากอาหาร หรือที่เรียกว่า ฉลากโภชนาการ (Nutrient Labeling) โดยอาศัยข้อมูลพื้นฐานจากค่า Recommended Daily Allowances for Healthy Thais (Thai RDA) โดยเลือกค่าสูงสุดจากค่าที่แนะนำสำหรับคนอายุ 20-29 ปี ทั้ง 2 เพศ ค่า Daily Values (DVs), Daily Reference Values, Reference Daily Intakes (NDIs) (หรือค่า US RDA เดิม) ซึ่งกำหนดโดย US FDA และค่า Nutrient Reference Values (NRVs) จาก Codex Sept 8, 1994 โดยกำหนดให้ค่าความต้องการพลังงานวันละ 2,000 กิโลแคลอรีซึ่งเป็นระดับที่คนไทยในวัยผู้ใหญ่ส่วนใหญ่ที่มีสภาวะปกติต้องการ มาเป็นฐานหรือตัวเลขกลางในการคำนวณ เพื่อวัตถุประสงค์ในการแสดงฉลากโภชนาการเท่านั้น ความต้องการพลังงานที่แท้จริงต่อวันของแต่ละบุคคลอาจน้อยกว่าหรือมากกว่า 2,000 กิโลแคลอรีก็ได้ ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ เช่น อายุ เพศ และความแตกต่างของระดับการใช้พลังงานทางกายภาพ (Physical Activity Level) ของแต่ละบุคคล (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา, 2538) รายละเอียดดังนี้

ปริมาณสารอาหารที่แนะนำให้บริโภคประจำวันสำหรับคนไทย อายุตั้งแต่ 6 ปี ขึ้นไป (Thai-RDI)

ลำดับที่ (NO.)	สารอาหาร (Nutrient)	ปริมาณที่ แนะนำต่อวัน	หน่วย (Unit)
1.	ไขมันทั้งหมด (Total Fat)	66	กรัม (g)
2.	ไขมันอิ่มตัว (Saturated Fat)	20	กรัม (g)
3.	โคเลสเตอรอล	300	มิลลิกรัม (g)
4.	โปรตีน	50	กรัม (g)
5.	คาร์โบไฮเดรต (Total Carbohydrate)	300	กรัม (g)
6.	ใยอาหาร	25	กรัม (g)
7.	วิตามินเอ	800	ไมโครกรัม อาร์อี (µg RE)
8.	วิตามินบี 1 (Thiamine)	1.5	มิลลิกรัม (mg)

² มยุรี คงศักดิ์, การใช้ผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพของผู้ใช้บริการ ณ ห้องปฏิบัติการเภสัชชุมชน. (สาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2540) หน้า 12 - 14.

ปริมาณสารอาหารที่แนะนำให้บริโภคประจำวันสำหรับคนไทย อายุตั้งแต่ 6 ปี ขึ้นไป (Thai-RDI)
(ต่อ)

ลำดับที่ (NO.)	สารอาหาร (Nutrient)	ปริมาณที่ แนะนำต่อวัน	หน่วย (Unit)
9.	วิตามินบี 2 (Riboflavin)	1.7	มิลลิกรัม (mg)
10.	ไนอาซิน (Niacine)	20	มิลลิกรัม เอ็นอี (mg NE)
11.	วิตามินบี 6	2	มิลลิกรัม (mg)
12.	ฟอลิก แอซิด	200	ไมโครกรัม (µg)
13.	ไอโอดีน	150	ไมโครกรัม (µg)
14.	แพนโทเทนิค แอซิด	6	มิลลิกรัม (mg)
15.	วิตามินบี 12	2	ไมโครกรัม (µg)
16.	วิตามิน ซี	60	มิลลิกรัม (mg)
17.	วิตามินดี	5	ไมโครกรัม หรือ 200 หน่วยสากล(IU)
18.	วิตามินอี	10	มิลลิกรัม แอลฟา-ทีอี (mg α-TE)
19.	วิตามินเค	80	ไมโครกรัม (µg)
20.	แคลเซียม	800	มิลลิกรัม (mg)
21.	ฟอสฟอรัส	800	มิลลิกรัม (mg)
22.	เหล็ก	15	มิลลิกรัม (mg)
23.	ไอโอดีน	150	ไมโครกรัม (µg)
24.	แมกนีเซียม	350	มิลลิกรัม (mg)
25.	สังกะสี	15	มิลลิกรัม (mg)
26.	ทองแดง	2	มิลลิกรัม (mg)
27.	โปแตสเซียม	3,500	มิลลิกรัม (mg)
28.	โซเดียม	2,400	มิลลิกรัม (mg)
29.	แมงกานีส	3.5	มิลลิกรัม (mg)

ปริมาณสารอาหารที่แนะนำให้บริโภคประจำวันสำหรับคนไทย อายุตั้งแต่ 6 ปี ขึ้นไป (Thai-RDI)
(ต่อ)

ลำดับที่ (NO.)	สารอาหาร (Nutrient)	ปริมาณที่ แนะนำต่อวัน	หน่วย (Unit)
30.	ซีลีเนียม	70	ไมโครกรัม (μg)
31.	ฟลูออไรด์	2	มิลลิกรัม (mg)
32.	โมลิบดีนัม	160	ไมโครกรัม (μg)
33.	โครเมียม	130	ไมโครกรัม (μg)
34.	คลอไรด์	3,400	มิลลิกรัม (mg)

ปริมาณของไขมันทั้งหมด ไขมันอิ่มตัว โปรตีน และคาร์โบไฮเดรต ที่แนะนำให้บริโภคต่อวันคิดเป็น ร้อยละ 30, 10, 10, และ 60 ตามลำดับ ของพลังงานทั้งหมดที่ได้รับต่อวัน (2,000 กิโลแคลอรี ต่อวัน)

หมายเหตุ 1. สำหรับน้ำตาลไม่ควรบริโภคเกินร้อยละ 10 ของพลังงานทั้งหมดที่ได้รับต่อวัน

2. คำอธิบายของวิตามินเอ ไนอะซิน วิตามินอี และวิตามินดี

2.1 RE = Retinol Equivalent

1 RE = 1 μg retinol = 6 μg β -carotene

2.2 NE = Niacin Equivalent

1 NE = 1 mg niacin = 60 mg tryptophan จากอาหาร

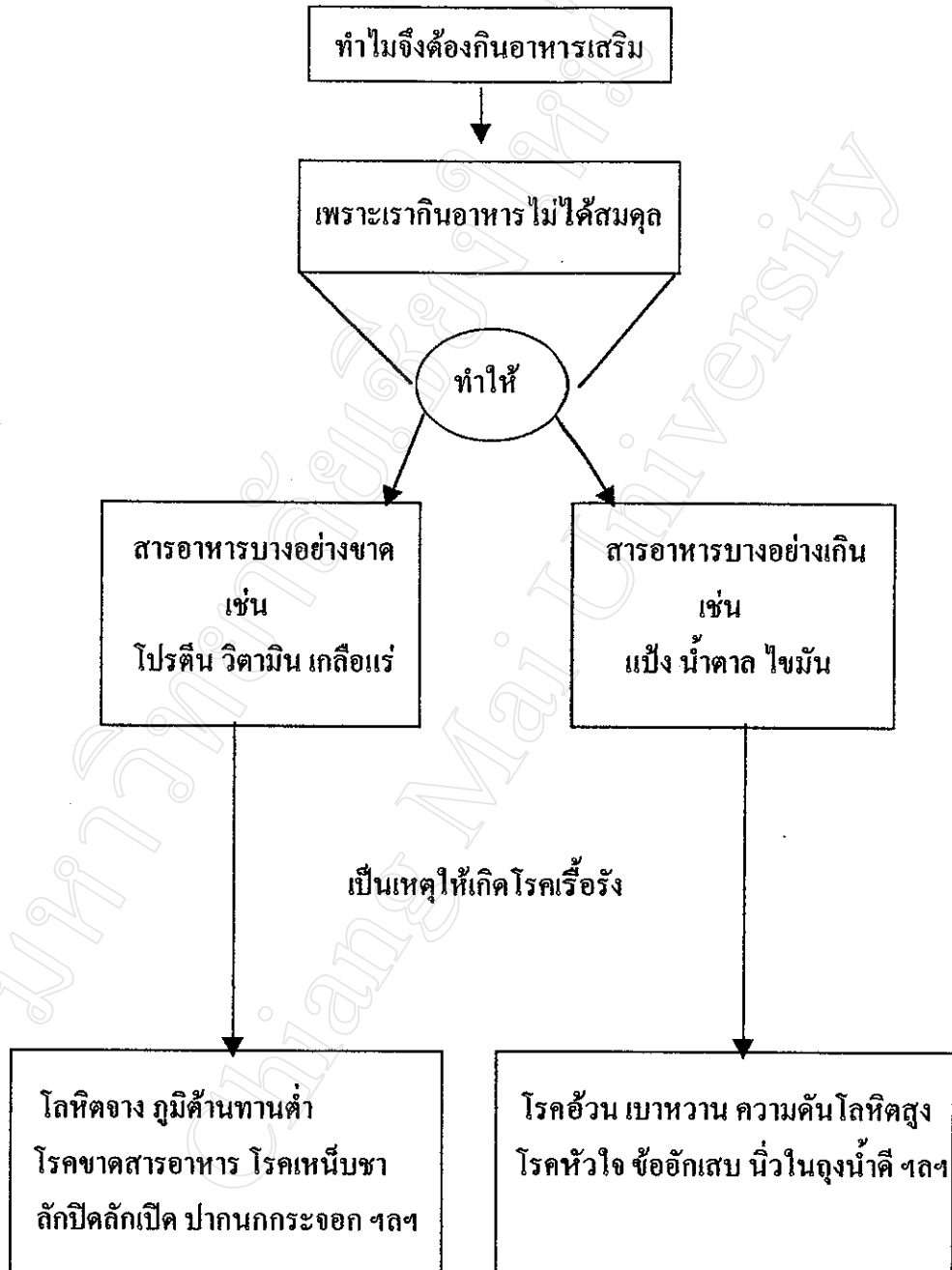
2.3 α -TE = α -Tocopherol Equivalent

1 α -Te = 1 mg D- α -Tocopherol

2.4 วิตามินดี มีหน่วยเป็น ไมโครกรัม โดยคำนวณเป็น

Cholecalciferol α -Tocopherol

รูปที่ 4 แสดงถึงสาเหตุที่มนุษย์ต้องบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพ



แหล่งที่มา ชิดพงษ์ ไชยวสุ. เสริมอาหารป้องกันโรค (เอกสารเผยแพร่, 2539) หน้า 6.

ภาคผนวก 3

นิยามศัพท์

ผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพ หมายถึง ผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพของบริษัทสุพรีเคอร์มอินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ซึ่งเป็นสารอาหารพิเศษที่สกัดจากอาหารปกติเพื่อบำรุงส่งเสริมสุขภาพที่นอกเหนือจากอาหารที่รับประทาน อาหารธรรมชาติ เพื่อความสะดวกสบายในการบริโภค ภายใต้การได้รับอนุญาตและการควบคุมของ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เพื่อให้สมาชิกของบริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายตรง ได้แก่

	<u>ชื่อการค้า</u>
<u>ผลิตภัณฑ์ลดความอ้วน</u>	
โยอาหารชนิดแคปซูล	กลูโคแนน
โยอาหารชนิดละลายน้ำบรรจุในถาดแบบเยลลี่	ไฟบราเจล
เครื่องดื่มโยอาหารละลายน้ำบรรจุขวด	เอฟ.ซี.
โยอาหารชนิดเม็ด	มัลติไฟเบอร์
โคลิโดซานชนิดแคปซูล	ไลโปเวิร์ท
<u>ผลิตภัณฑ์ประเภทบำรุง</u>	
นมผงสดในน้ำผึ้งแท้	รอยัลฮันนี่
นมผงชนิดแห้งผ่านกรรมวิธีพรีชดรายด์	รอยัลพีช
เครื่องดื่มธัญญาหารชนิดผง	โปร-ซีเรียล
เครื่องดื่มเพิ่มสารอาหารชนิดผง	โปร-แคล-วี
<u>ผลิตภัณฑ์หวังผลเฉพาะทาง</u>	
น้ำมันปลาทะเล	มาสเตอร์ออย
น้ำมันคอกอ์ฟีนิง พรินโรส	พรินโรส ออย
กระเทียมแคปซูล	การ์ลิโก้
เครื่องดื่มน้ำส้มผสมแคลเซียม	แคล วี

บริษัท หมายถึง บริษัทสุพรีเคอร์ม อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด สาขาต่างๆ

ตัวแทนจำหน่าย หมายถึง สมาชิกของบริษัท สุพรีเคอร์ม อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ซึ่งมีอายุ 15 ปี ขึ้นไป และสมัครเป็นสมาชิกของบริษัทฯ โดยมีผู้แนะนำ โดยตัวแทนจำหน่ายตรงรับผิดชอบงานด้านการตลาด และการขายกับบริษัทฯ

การขายตรง (Direct Marketing) หมายถึง การขายที่บริษัทฯ ผู้ผลิตหรือผู้แทนจำหน่าย จัดระบบการขายสินค้า โดยไม่ผ่านคนกลาง ในช่องทางการจำหน่าย ซึ่งได้แก่ พ่อค้าส่ง พ่อค้าปลีก หรือร้านค้าใดๆ โดยทางบริษัทฯ จะจัดทีมงานเพื่อทำการตลาด การขาย และระบบ การจ่ายผลตอบแทนภายใต้บัญชีของบริษัทฯ เองทั้งหมด

ภาคผนวก 4

ผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพของบริษัท สุปรีเคอร์ อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล จำกัด

ผลิตภัณฑ์ลดความอ้วน

1. กลูโคแนน (Glucosan) : เป็นใยอาหาร ชนิดละลายน้ำได้ บรรจุในแคปซูล สามารถพองตัวได้ 200 เท่า เมื่อละลายน้ำ
- คุณสมบัติ : เป็นอาหารลดน้ำหนัก ลดโคเลสเตอรอลในหลอดเลือด ควบคุมระดับน้ำตาลในเลือด ดูดซับและขจัดสารพิษ ช่วยให้ระบบขับถ่ายดีขึ้น
2. มัลติไฟเบอร์ (Multi-Fiber) : เป็นไฟเบอร์ชนิดเม็ด ประกอบด้วยเส้นใยอาหารที่ ละลายน้ำได้ (Water Soluble) และละลายน้ำไม่ได้ (Water Insoluble) จากพืชเส้นใยอาหาร 4 ชนิด คือ พืช ไบเมเบิล หัวผักกาด และข้าวโพด
- คุณสมบัติ : ช่วยให้ระบบการย่อยอาหารและการขับถ่ายเป็นปกติ ลดอาการท้องผูก ลดการสะสมของไขมันตามส่วนต่างๆ ของร่างกาย ควบคุมระดับโคเลสเตอรอลในเลือด ลดความเสี่ยงการเกิดมะเร็งลำไส้ใหญ่
3. อาหารควบคุมหรือลดน้ำหนัก สุปรีเคอร์ม : เป็นอาหารลดน้ำหนักชนิดผงที่ครบถ้วนด้วยสาร อาหารโปรตีน ไขมัน คาร์โบไฮเดรต วิตามิน 11 ชนิด และเกลือแร่ 10 ชนิดให้พลังงานเพียง 220 กิโลแคลอรี/ซองมี 7 กลิ่นให้เลือก มีกลิ่นส้ม, สับปะรด, องุ่น, สตรอเบอร์รี่, กาแฟ, โกโก้ และสละ
- คุณสมบัติ : ทำให้ลดน้ำหนัก โดยไม่ต้องรับประทานอาหารอื่นเพิ่ม ในมือนั้นๆ ไม่อ่อนเพลียเมื่อลดน้ำหนัก เพราะมีสารอาหารที่ร่างกายต้องการครบถ้วน
4. เครื่องดื่ม เอฟ.ซี. (F.C.) : เป็นใยอาหารชนิดละลายน้ำได้ 100% ผสมวิตามินซี บรรจุในขวดแก้วทันสมัย ความจุขวดละ 100 ซีซี มี 2 กลิ่น คือ กลิ่นส้ม และกลิ่นมะนาว เข้มข้นด้วยใยอาหาร 5000 ม.ก.
- คุณสมบัติ : ช่วยควบคุมน้ำหนักตัว ป้องกันและรักษาโรคอ้วน ช่วย การขับถ่าย ลดโคเลสเตอรอลในหลอดเลือด ดูดซับ สารพิษและสารก่อมะเร็งแล้วขับถ่ายออกจากร่างกาย

5. ไฟบราเจล (Fibra Jel) : เป็นใยอาหารละลายน้ำได้ 100% บรรจุในถาดแบบ
เซลล์ เข้มข้นด้วยใยอาหารถึง 7600 ม.ก. ต่อถาด
(160 กรัม) ให้ความหวาน จากน้ำตาลฟรุกโตส
(จากผลไม้) มี 3 กลิ่นคือกลิ่นส้ม, องุ่น และสตรอเบอร์รี่
คุณสมบัติ : ให้ความอร่อยจากใยอาหารแบบเซลล์ อิ่มนาน โดยให้
พลังงานเพียง 52 แคลอรี เหมาะต่อการใช้ลดน้ำหนัก
หรือควบคุมน้ำหนัก
6. ลิโปเวอร์ท (Lipovert) : ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ สกัดจากเปลือกของสัตว์
ทะเล เช่น เปลือกปู เปลือกกุ้ง บรรจุในแคปซูล
คุณสมบัติ : สามารถดักจับ ไขมันจากอาหารและขับถ่ายออกจาก
ร่างกายได้หมด โดยเมื่อเข้าสู่ร่างกายจะแตกตัวเป็น
โครงสร้างรูปร่างคล้ายปูต่อกัน เป็นลูกโซ่ทำหน้าที่
ดักจับไขมันบริเวณทางเดินอาหาร ไขมันจึงไม่ถูกดูด
ซึม ใช้ควบคุมน้ำหนักเป็นอย่างดี

ผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพประเภทบำรุง

1. รอยัลฮันนี่ (Royal Honey) : เป็นนมผึ้งสด ในน้ำผึ้ง ซึ่งเป็นการรักษานมผึ้ง (Royal
Jelly) ไว้ในน้ำผึ้งบริสุทธิ์ (Honey) เพื่อรักษาคุณค่า
ของนมผึ้ง
คุณสมบัติ : เป็นยาอายุวัฒนะช่วยคลายความเหน็ดเหนื่อย ช่วย
ระงับอาการหงุดหงิด ช่วยให้นอนหลับสบาย แก้พิษ
ต่างๆ บำรุงผิวพรรณ ฟื้นฟูสุขภาพ
2. รอยัล ฟรีซ (Royal Freeze) : เป็นนมผึ้งที่ทำให้แห้งโดยการทำให้เย็นที่อุณหภูมิ
-50 °C ภายใต้อุณหภูมิ (Freeze Dry) บรรจุใน
แคปซูล
คุณสมบัติ : เป็นยาอายุวัฒนะ บำรุงผิวพรรณ ฟื้นฟูสุขภาพ
3. โปร-แคล-วี (Pro-Cal-V) : เป็นอาหารบำรุงสุขภาพ สำหรับคนทุกวัยอุดมด้วยคุณ
ค่าของโปรตีน แคลเซียม ฟอสฟอรัส และวิตามิน 9
ชนิด บรรจุในซองอย่างดีเป็นผงละลายน้ำ มี 4 รสให้
เลือกคือ รสส้ม, มะนาว, สลัด, ครีม โชคา
คุณสมบัติ : เสริมสร้างพัฒนาการทางสมอง ป้องกันกระดูกผุ
ซ่อมแซมร่างกายฟื้นฟูสุขภาพจากการเจ็บป่วย

4. โปรซีเรียล (Pro-Cereal) : เครื่องดื่มธัญญาหารจากธัญญาพืช 6 ชนิด คือ ข้าวโอ๊ต, ข้าวมอลต์, ข้าวโพค, ข้าวฟ่าง, ถั่วเหลือง, และข้าวเจ้า ผสมกับโปรตีนสกัดและเส้นใยอาหาร บรรจุในซอง ซงละลายทันที มี 3 กลิ่นให้เลือก คือ กลิ่นโกโก้, กาแฟ, ข้าวโพค
- คุณสมบัติ : เป็นโปรตีนสกัดคุณภาพสูง ช่วยให้เด็กเติบโตแข็งแรง ทำให้ผู้ใหญ่สุขภาพดี เสริมภูมิคุ้มกันสำหรับผู้สูงอายุ

ผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพหวังผลเฉพาะทาง

1. มาสเตอร์ ออย (Master Oil) : เป็นน้ำมันปลาสกัด (Fish Oil) ได้จากการสกัดไขมันจากเนื้อปลาทะเลที่อาศัยในน้ำลึกสกัด โคลเลสเตอรอลออกเหลือเฉพาะกรดไขมันไม่อิ่มตัว กลุ่ม โอเมก้า 3 คือ EPA และ DHA บรรจุในแคปซูล
- คุณสมบัติ : บำรุงสมอง ปกป้องหัวใจ ช่วยให้เซลล์และอวัยวะต่างๆ ทำงานได้อย่างสมดุล
2. พริมโรส ออย (Primrose Oil) : เป็นกรดไขมันไม่อิ่มตัวชนิดพิเศษจากการสกัดดอก Evening Prim Rose ซึ่งเป็นดอกไม้ชนิดหนึ่งของยุโรป เป็นกรดไขมันกลุ่ม โอเมก้า 6 อุดมด้วยกรดไขมันที่จำเป็นต่อร่างกาย คือ LA และ GLA บรรจุในแคปซูล
- คุณสมบัติ : ทำให้ผิวพรรณอ่อนเยาว์สดใส แก้ไขปัญหาของสตรี สร้างสมดุลให้เซลล์และอวัยวะต่างๆ
3. การ์ลิโก้ (Garlico) : กระเทียมผงสกัดชนิดแคปซูล ผ่านกรรมวิธีทำให้แห้งด้วยความเย็น (Freeze Dry) จึงปราศจากกลิ่นอันรุนแรงของกระเทียม โดยสิ้นเชิง โดยกระเทียมแคปซูล 1 แคปซูล ให้คุณค่าเท่ากับกระเทียมสดประมาณ 8 กลีบ
- คุณสมบัติ : ขจัดโคเลสเตอรอล ลดการอักเสบ ขจัดมลพิษในกระแสเลือด ขับถ่ายสารพิษ และของเสียออกจากร่างกาย เป็นยาอายุวัฒนะ
4. แคล-วี (Cal-V) : แคลเซียมละลายน้ำ 100% ในน้ำผลไม้ (น้ำส้ม) มีความเข้มข้นของธาตุแคลเซียม 2.5 เท่าของนมสด และมากเป็น 6 เท่า ของนมเปรี้ยว อุดมด้วย

เบต้าแคโรทีน ถึง 3200 หน่วยสากล บรรจุในกล่อง
UHT ขนาด 145 ซี.ซี. ประกอบด้วยแคลเซียมถึง 400
ม.ก. ต่อกล่อง

คุณสมบัติ

: บำรุงกระดูก สร้างมวลกระดูก ทำให้ร่างกายเติบโตไว
(เพิ่มความสูง)

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

ภาคผนวก 5

แบบสอบถาม : พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพของผู้บริโภคจากระบบขายตรง
ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1.1 เพศ () ชาย () หญิง

1.2 อายุ.....ปี

1.3 อายุที่เริ่มรับประทานอาหารเสริมสุขภาพ.....ปี

1.4 รายได้ของครอบครัวต่อเดือน

- | | |
|------------------------|------------------------|
| () น้อยกว่า 2,500 บาท | () 10,001-15,000 บาท |
| () 2,500-5,000 บาท | () 15,001-20,000 บาท |
| () 5,001-7,500 บาท | () 20,001-25,000 บาท |
| () 7,501-10,000 บาท | () 25,001-30,000 บาท |
| | () มากกว่า 30,000 บาท |

1.5 ระดับการศึกษาสูงสุด

- | | |
|----------|----------------------|
| () ป.6 | () ปวท. |
| () ม. 3 | () ปริญญาตรี |
| () ม. 6 | () สูงกว่าปริญญาตรี |
| () ปวช. | () อื่นๆ |
| () ปวส. | |

1.6 อาชีพ

- | | |
|------------------------|------------------------|
| () รับราชการ | () ธุรกิจส่วนตัว |
| () พนักงานรัฐวิสาหกิจ | () นักเรียน, นักศึกษา |
| () พนักงานบริษัทเอกชน | () แม่บ้าน |
| () เกษตรกร | |

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพของบริษัทฯ
โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในหัวข้อต่อไปนี้ โดยให้

1. คือเหตุผลที่ท่านให้ความสำคัญมากที่สุด
2. คือเหตุผลที่ท่านให้ความสำคัญมาก
3. คือเหตุผลที่ท่านให้ความสำคัญปานกลาง
4. คือเหตุผลที่ท่านให้ความสำคัญน้อย
5. คือเหตุผลที่ท่านให้ความสำคัญน้อยที่สุด

ปัจจัยต่อไปนี้ที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพของบริษัทฯ ต่อท่านในระดับใด	1	2	3	4	5
3.1 ปัจจัยด้านราคาผลิตภัณฑ์					
- การซื้อสินค้าด้วยระบบเงินสด					
- ราคาของผลิตภัณฑ์					
- ราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่น					
- การที่ราคาผลิตภัณฑ์ไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย					
- การเพิ่มราคาผลิตภัณฑ์					
3.2 ปัจจัยด้านรายได้					
- การเปลี่ยนแปลงของรายได้					
- รายได้เพิ่มขึ้นท่านจะบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพเพิ่มขึ้น					
3.3 ปัจจัยด้านบรรจุภัณฑ์					
- ความสวยงามและรูปแบบของบรรจุภัณฑ์					
- สีฉลาก และรูปแบบของผลิตภัณฑ์					
- ความสะดวกในการพกพา และเก็บรักษา					
3.4 ปัจจัยด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์					
- การที่ได้รับมาตรฐาน มอก. และ ISO 9002 มีผลต่อความมั่นใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์					
- คุณภาพเหมาะสมกับราคา					

ปัจจัยต่อไปนี้ มีอิทธิพลต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพของบริษัทฯ ต่อท่านในระดับใด	1	2	3	4	5
3.5 ปัจจัยด้านความสะดวกในการเข้าถึงผลิตภัณฑ์					
- การขายผลิตภัณฑ์ผ่านระบบขายตรง					
- การเปิดบริการของศูนย์จำหน่ายวันจันทร์-เสาร์					
- การตกแต่งและจัดโชว์ผลิตภัณฑ์ในศูนย์ จูงใจให้ท่านซื้อผลิตภัณฑ์					
- ความสะดวกในการเดินทางไปศูนย์จำหน่าย					
- ท่านซื้อผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพของบริษัทจากแหล่งใด					
ตัวแทนจำหน่าย					
ศูนย์บริษัท					
ร้านค้าทั่วไป					
ร้านขายยา					
3.6 ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ					
- การเป็นบริษัทของคนไทย					
- การตั้งชื่อผลิตภัณฑ์เป็นภาษาต่างประเทศ					
3.7 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด					
- การมีส่วนลด					
- การมีความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ของเจ้าหน้าที่ศูนย์จำหน่าย					
- ความมีมนุษยสัมพันธ์ของตัวแทนจำหน่าย					
- ตัวแทนจำหน่ายที่มีความรู้ในผลิตภัณฑ์					
- การโฆษณาในสื่อต่างๆ					
3.8 ปัจจัยด้านการสื่อสารและข้อมูล					
- ท่านได้รับข้อมูลการตัดสินใจบริโภคจากแหล่งต่อไปนี้ในระดับใด					
ตัวแทนจำหน่าย					
บุคคลในครอบครัว					
เพื่อน					
เอกสารเผยแพร่					
เจ้าหน้าที่ประจำศูนย์					

ปัจจัยต่อไปนี้มีอิทธิพลต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพของบริษัทฯ ต่อท่านในระดับใด	1	2	3	4	5
3.9 ปัจจัยด้านสุขภาพ					
- ความแข็งแรงของสุขภาพ					
- ความเข้าใจว่าผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพมีความสำคัญต่อสุขภาพ					
- ท่านบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารแม้ว่าท่านร่างกายแข็งแรง					

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – สกุล นายสัญญา เทพลิงห์
 วันเดือนปีเกิด 3 กันยายน พ.ศ. 2506
 ภูมิลำเนา ลำปาง

ประวัติการศึกษา

ระดับมัธยมศึกษา โรงเรียนบุญวาทย์วิทยาลัย
 ระดับอุดมศึกษา ปริญญาตรี เศรษฐศาสตร์บัณฑิต
 มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ประวัติการทำงาน

พ.ศ. 2529 – 2540 บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
 สำนักงานภาคเหนือ – ลำปาง
 พ.ศ. 2540 – ปัจจุบัน 1. ผู้จัดการบริษัท เอส.ที.เซนเตอร์ จำกัด
 2. ผู้บริหารการขายระดับมณฑลของ
 บริษัทสุพรีเตอร์อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด