

ชื่อเรื่อง การค้นคว้าอิสระ ที่สนใจของผู้บริโภคในเขตเทศบาลเมืองเชียงใหม่ที่มีต่อผลิตภัณฑ์
สินค้าแอมเวย์

ชื่อผู้เขียน นายกิตติ ปัตตะพงษ์

บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดารารัตน์ บุญเจือ	ประธานกรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ชุติศรี เทียมศิริเพชร	กรรมการ
รองศาสตราจารย์ ลีริเกียรติ รัชชานันติ	กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง "ที่สนใจของผู้บริโภคในเขตเทศบาลเมืองเชียงใหม่ที่มีต่อผลิตภัณฑ์สินค้าแอมเวย์" มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษาที่สนใจของผู้บริโภคในเขตเทศบาลเมืองเชียงใหม่ที่มีต่อผลิตภัณฑ์สินค้าแอมเวย์
2. เพื่อศึกษาความต้องการของผู้บริโภคในเขตเทศบาลเมืองเชียงใหม่ที่มีต่อผลิตภัณฑ์สินค้าแอมเวย์
3. เพื่อศึกษาปัญหาของผู้บริโภคในเขตเทศบาลเมืองเชียงใหม่ที่มีต่อผลิตภัณฑ์สินค้าแอมเวย์

กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์สินค้าแอมเวย์ในเขตเทศบาลเมืองเชียงใหม่จำนวน 200 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลได้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS/PC+ โดยค่าสถิติที่ใช้ คือ ร้อยละ ความถี่ และการทดสอบค่าไคร้สแควร์

ผลการศึกษาพบว่า

ทุกกลุ่มอายุ อาชีพ และรายได้ มีทัศนคติต่อหีบห่อผลิตภัณฑ์สินค้าแอมเวย์ในระดับดี สำหรับทัศนคติต่อประเภทสินค้า และคุณภาพผลิตภัณฑ์สินค้าแอมเวย์อยู่ในระดับพอใช้ และมีทัศนคติต่อราคา และขนาดผลิตภัณฑ์สินค้าแอมเวย์ว่าควรจะปรับปรุง

ความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์สินค้าแอมเวย์ พบว่ามีความต้องการในประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงรักษาเรือนผม ผลิตภัณฑ์ถนอมรักษาราด ผลิตภัณฑ์รักษานามิซในช่องปาก ผลิตภัณฑ์ซักผ้า และผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดกระจกและโลหะ โดยที่ผู้บริโภคจะซื้อผลิตภัณฑ์ เพราะคุณภาพที่ได้มาตรฐาน และต้องการทดลองใช้ โดยส่วนใหญ่ซื้อจากพนักงานขาย โดยมีการซื้อที่ไม่แน่นอน

ปัญหาของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์สินค้าแอมเวย์ ส่วนใหญ่ได้แก่ด้านไม่มีประเภทสินค้าตามที่คุณค้าต้องการและประเภทสินค้าไม่ทันสมัย คุณภาพไม่ดีเหมือนกับที่แนะนำ ไม่มีสินค้าขนาดตัวอย่างเพื่อทดลองใช้ การบรรจุหีบห่อไม่สะดวกต่อการใช้ ป้ายฉลากข้อความ เป็นภาษาอังกฤษไม่มีภาษาไทยกำกับ ไม่มีมาตรฐานการให้บริการที่แน่นอน ราคาสินค้าแพง ไม่ทราบว่าจะหาซื้อได้ที่ไหน และไม่มีการโฆษณา

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า

ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์สินค้าแอมเวย์ ไม่มีความแตกต่างกันในทุกกลุ่มอายุ อาชีพ และรายได้

ความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์สินค้าแอมเวย์ มีความแตกต่างกันในทุกกลุ่มอายุ อาชีพ และรายได้

ปัญหาของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์สินค้าแอมเวย์ ไม่มีความแตกต่างกันในทุกกลุ่มอายุ อาชีพ และรายได้

จากการศึกษาพบว่าปัญหาของผลิตภัณฑ์สินค้าแอมเวย์มีในด้านไม่มีประเภทสินค้า ตามที่ลูกค้าต้องการและประเภทสินค้าไม่ทันสมัย คุณภาพไม่ดีเหมือนกับที่แนะนำ ไม่มีสินค้า ขนาดตัวอย่างเพื่อทดลองใช้ การบรรจุหีบห่อไม่สะดวกต่อการใช้ ป้ายฉลากข้อความ เป็น ภาษาอังกฤษไม่มีภาษาไทยกำกับ ไม่มีมาตรฐานการให้บริการที่แน่นอน มีราคาสินค้าแพง ไม่ทราบว่าจะหาซื้อได้ที่ไหน และไม่มีการโฆษณา

ข้อเสนอแนะคือ ควรเพิ่มประเภทผลิตภัณฑ์สินค้าให้เลือกมากขึ้น และเป็น ผลิตภัณฑ์สินค้าที่ทันสมัย ควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ได้คุณภาพที่ได้มาตรฐานตลอดเวลา ควรมีขนาดสินค้าให้เลือกเพิ่มขึ้น ปรับปรุงหีบห่อเพื่อให้สะดวกต่อการใช้ โดยมีรายละเอียด และมีภาษาไทยกำกับที่ป้ายฉลากสินค้า ปรับปรุงการบริการให้มีมาตรฐานที่แน่นอน ตั้งราคา ให้เกิดการจูงใจให้ซื้อผลิตภัณฑ์สินค้า จัดสถานที่จำหน่ายให้แน่นอน และมากขึ้น มีการโฆษณา สินค้าเพื่อให้เป็นที่ยอมรับ

Independent Study Title Consumers Attitude to Amway Product in
Municipal Chiang Mai Chiang Mai Province.

Author Kitti Pattapong

M.B.A. Business Administration

Examining Committee :

Assist.Prof. Dararatana Boonchaliew Chairman

Assist.Prof. Choosri Tiesiriphet Member

Assost.Prof. Sirikiat Ratchusanti Member

Abstract

This independent study of "Consumers' Attitude to Amway Product in Municipal Chiang Mai Chiang Mai Province" was carried out in order to :

1. Study the attitude of consumers in Municipal Chiang Mai, Chiang Mai Province toward Amway products,
2. Study the needs of consumers in Municipal Chiang Mai, Chiang Mai Province toward Amway products,
3. Study the problems of consumers in Municipal Chiang Mai, Chiang Mai Province toward Amway products.

The sample group consisted of 200 consumers of Amway product in Municipal Chiang Mai, Chiang Mai Province. The technique used in this study were questionnaires. The calculation process was done by computer using SPSS/PC+ program. The data obtained were analyzed by means of percentage, frequency and a Chi-Square test.

The results of the study were as follows :

The consumers in all age groups, occupation groups, and income groups expressed positive attitudes towards the packaging of Amway products. The attitude toward types and quality of product was in an average level. Most consumers had negative attitude toward the present price and size of Amway products, that needs improvement.

Regarding the needs for Amway products, it was found that most consumers reported they needs product in hair care, car care, mouth wash and toothpaste, laundry care and glass and metal care. The consumers bought Amway products because of standard quality and they wanted to try. Most of the consumers purchased from the sales representatives in irregular manner.

The problems of consumer toward Amway products were that the certain types of Amway products were not provided for the regular sale, and some type of Amway products were not modern. The quality was not as good as recommended, and there was no size for test. Moreover, packaging was not convenient for use. There were no instruction labels in Thai. There was no service facility and the price of products were high. Finally, the consumers did not know where to buy the products and there were no advertisements.

The results of the hypotheses testing :

The study found that the consumers' attitude toward Amway products indiffered in all age groups, occupation groups, and income groups.

The study found that the consumers' needs for Amway products differed in all age groups, occupation groups, and income groups.

The study found that the consumers' problems toward Amway products indiffered in all age groups, occupation groups, and income groups.

The study also found that the consumers of Amway products had problems in terms of certain types of products not being provided, and not modern. Additionally, The quality was not as good as recommended, and there was no size for test. Moreover, packaging was not convenient for used. There were no instruction labels in Thai, there was no service facility and the prices of products were high. Finally, the consumers did not know where to buy the products and there were no advertisements.

The recommendation from the study were : there should be the wider choice of products for the consumers to select, and more modern. There should also control the quality of all the products. Different sizes of products should be offered to the consumers, and the packaging should be improved. Description of the product and instruction for use should also be provided in Thai. Besides, service facility should be improved, and the prices should be set in such a way that they would attract the consumers. Finally, there should had specific and more places for selling, and had more advertised so that they would be better-known.