

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

พฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าในระบบขายตรง  
ในจังหวัดเชียงใหม่

ชื่อผู้เขียน

นางสรรริศา ถ้ำมณี

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ	รศ.ดร.เดช	กาญจนากร	ประธานกรรมการ
	ผศ. กัญญา	กุนทีกาญจน์	กรรมการ
	ผศ. ธงชัย	ชูสุวรรณ	กรรมการ

## บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์หลักของการศึกษาในครั้งนี้คือการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคสินค้าจากระบบการขายตรงในจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ผลิตภัณฑ์ควบคุมน้ำหนัก ผลิตภัณฑ์ประเภทวานและสมุนไพร และเครื่องมือบำบัดรักษา

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ได้จากการออกแบบสอบถามเพื่อสัมภาษณ์ลูกค้าที่ซื้อสินค้าในระบบขายตรงในจังหวัดเชียงใหม่จำนวน 100 ราย

ผลของการศึกษาพบว่าลูกค้ามากกว่าสองในสาม (79%) ตั้งซื้อสินค้าจากผู้แทนจำหน่ายของบริษัท ผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าตั้งซื้อเรียงลำดับจากมาก ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ผลิตภัณฑ์ควบคุมน้ำหนัก ผลิตภัณฑ์ประเภทวานและสมุนไพร และเครื่องมือบำบัดรักษา นอกจากนี้ในการศึกษารั้งนี้ชี้ให้เห็นว่า (1) ลูกค้าเพศชายที่อายุน้อยจะนิยมผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและผลิตภัณฑ์ควบคุมน้ำหนัก ในขณะที่เครื่องมือบำบัดรักษาเป็นที่นิยมของลูกค้าที่มีอายุมากขึ้น ในลักษณะเดียวกันกับลูกค้าเพศชายที่อายุน้อย ลูกค้าเพศหญิงมีความนิยมผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและผลิตภัณฑ์ควบคุมน้ำหนัก (2) องค์ประกอบที่สำคัญที่ทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าในระบบขายตรง ได้แก่ (ก) ความสัมพันธ์คุ้นเคยกับผู้แทนจำหน่าย (ข) คุณภาพของสินค้า และ (ค) การให้บริการที่รวดเร็ว

<b>Independent Study Title</b>	<b>Consumer Behavior of Products in Direct Sales System in Chiang Mai Province</b>		
<b>Author</b>	<b>Mrs. Sunthida Lammanee</b>		
<b>M.Econ</b>	<b>Economics</b>		
<b>Examining Committee</b>	<b>Assoc.Prof. Dr. Decha Karnjanangkura</b>	<b>Chairman</b>	
	<b>Assist.Prof. Kanya Kunteekarn</b>	<b>Member</b>	
	<b>Assist.Prof. Thongchai Shusuwan</b>	<b>Member</b>	

**ABSTRACT**

The main objective of this study was to find consumer behavior for products from direct sales system in Chiang Mai Province, such as food-supplement , weight control , herbals , and treatment accessories products.

Data used in this study were received from questionnaire interviewing 100 direct sales customers in Chiang Mai Province

The results of this study showed that more than two-third (79%) of customers made their purchases from direct sales company’s representatives. The products which the customers make their most respectively purchases were food-supplement products , weight control products , herbals products and treatment accessories products. The study also indicated that (1) young male customers favorite products were food-supplement and weight control products , while treatment accessories products were favored among older male customers. Similar to young male customers , female customers favor food-supplement and weight control products. (2) the important determinants which encouraged the customers to make their decisions to buy direct sales product are (a) acquaintancy with the sales representatives, (b) quanlity of product , and (c) the promptness of services provided