

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเฮอร์บาไลฟ์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ครั้งนี้ ผู้ศึกษานำเสนอผลการศึกษา ตามลำดับดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของลูกค้า ได้แก่ เพศ อายุ น้ำหนักตัว ส่วนสูง มาตรฐานน้ำหนักเทียบกับส่วนสูง การศึกษา รายได้ อาชีพหลัก การรู้จักผลิตภัณฑ์ และสาเหตุการเลือกใช้ (ตารางที่ 1 ถึง ตารางที่ 10)

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเฮอร์บาไลฟ์ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ (ตารางที่ 11 ถึงตารางที่ 17)

ตอนที่ 3 ปัญหาของลูกค้าในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเฮอร์บาไลฟ์ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ (ตารางที่ 18 ถึงตารางที่ 24)

ตอนที่ 4 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเฮอร์บาไลฟ์ จำแนกตามเพศ อายุ มาตรฐานของน้ำหนักเทียบกับส่วนสูง รายได้ และอาชีพ (ตารางที่ 25 ถึงตารางที่ 59)

ตอนที่ 5 ปัญหาของลูกค้าในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเฮอร์บาไลฟ์ จำแนกตามเพศ อายุ มาตรฐานของน้ำหนักเทียบกับส่วนสูง รายได้และอาชีพ (ตารางที่ 60 ถึงตารางที่ 94)

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของลูกค้า

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้า จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	118	33.1
หญิง	239	66.9
รวม	357	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 66.9 รองลงมาคือ เพศชาย ร้อยละ 33.1

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้า จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	20	5.6
20-30 ปี	53	14.8
31-40 ปี	138	38.7
41-50 ปี	85	23.8
51-60 ปี	47	13.2
60 ปีขึ้นไป	14	3.9
รวม	357	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่า ลูกค้ามีอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวนมากที่สุดหรือร้อยละ 38.7 อายุระหว่าง 41-50 ปี ร้อยละ 23.8 อายุระหว่าง 20-30 ปี ร้อยละ 14.8 อายุต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 5.6 และอายุ 60 ปีขึ้นไป ร้อยละ 3.9

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้า จำแนกตามน้ำหนักตัว

น้ำหนักตัว (กิโลกรัม)	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 40	0	0.0
40-50	42	11.8
51-60	107	30.0
61-70	105	29.4
71-80	63	17.6
มากกว่า 80	40	11.2
รวม	357	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่า ลูกค้ามีน้ำหนักตัว 51-60 กิโลกรัม จำนวนมากที่สุดหรือร้อยละ 30.0 น้ำหนักตัว 61-70 กิโลกรัม ร้อยละ 29.4 น้ำหนักตัว 71-80 กิโลกรัม ร้อยละ 17.6 น้ำหนักตัว 40-50 กิโลกรัม ร้อยละ 11.8 และน้ำหนักตัว มากกว่า 80 กิโลกรัม ร้อยละ 11.2

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้า จำแนกตามระดับความสูง

ระดับความสูง (เซนติเมตร)	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 130	0	0.0
131-140	13	3.6
141-150	56	15.7
151-160	153	42.9
161-170	109	30.5
มากกว่า 170	26	7.3
รวม	357	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่า ลูกค้าที่มีระดับความสูง 151-160 เซนติเมตร มีจำนวนมากที่สุดหรือร้อยละ 42.9 ระดับความสูง 161-170 เซนติเมตร ร้อยละ 30.5 ระดับความสูง 141-150 เซนติเมตร ร้อยละ 15.7 ระดับความสูงมากกว่า 170 เซนติเมตร ร้อยละ 7.3 และระดับความสูง 131-140 เซนติเมตร ร้อยละ 3.6

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้ำ จำแนกตามมาตรฐานของน้ำหนักเทียบกับส่วนสูง

มาตรฐานของน้ำหนักเทียบกับส่วนสูง	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่ามาตรฐาน	20	5.6
มาตรฐาน	76	21.3
สูงกว่ามาตรฐาน	261	73.1
รวม	357	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่า ลูกค้ำที่มีมาตรฐานของน้ำหนักเทียบกับส่วนสูง สูงกว่ามาตรฐาน มีจำนวนมากที่สุดหรือ ร้อยละ 73.1 มีมาตรฐานของน้ำหนักเทียบกับส่วนสูง ได้มาตรฐาน ร้อยละ 21.3 และมีมาตรฐานของน้ำหนักเทียบกับส่วนสูงต่ำกว่ามาตรฐาน ร้อยละ 5.6

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้ำ จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	4	1.1
มัธยมศึกษา หรือ ปวช.	34	9.5
อนุปริญญา ปวส.	74	20.7
ปริญญาตรี	180	50.4
สูงกว่าปริญญาตรี	65	18.2
อื่น ๆ	0	0.0
รวม	357	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่า ลูกค้ำส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 50.4 การศึกษาระดับระดับอนุปริญญา ปวส. ร้อยละ 20.7 การศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 18.2 การศึกษาระดับมัธยมศึกษา หรือ ปวช. ร้อยละ 9.5 และการศึกษาในระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษา ร้อยละ 1.1

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้า จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 10,000 บาท	108	30.3
10,000-20,000 บาท	156	43.7
20,001-30,000 บาท	67	18.8
30,001-40,000 บาท	14	3.9
40,001-50,000 บาท	12	3.4
มากกว่า 50,000 บาท	0	0.0
รวม	357	100.0

จากตารางที่ 7 พบว่า ลูกค้ามีรายได้ต่อเดือนเฉลี่ย 10,000-20,000 บาท จำนวนมากที่สุด หรือร้อยละ 43.7 รายได้ต่อเดือนเฉลี่ยต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 30.3 รายได้ต่อเดือนเฉลี่ย 20,001-30,000 บาท ร้อยละ 18.8 รายได้ต่อเดือนเฉลี่ย 30,001-40,000 บาท ร้อยละ 3.9 และรายได้ต่อเดือนเฉลี่ย 40,001-50,000 บาท ร้อยละ 3.4

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้ำ จำแนกตามอาชีพหลัก

อาชีพหลัก	จำนวน	ร้อยละ
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	45	12.6
ลูกจ้างบริษัทเอกชน	133	37.3
นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ	32	8.9
อาชีพอิสระ	57	16.0
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	23	6.4
นักเรียน/นักศึกษา	41	11.5
ขายตรง	4	1.1
อื่น ๆ	22	6.2
รวม	357	100.0

หมายเหตุ : อาชีพอื่น ๆ ได้แก่ รับจ้างทั่วไป เกษียณอายุ และไม่ระบุ

จากตารางที่ 8 พบว่า ลูกค้ำมีอาชีพหลักเป็นลูกจ้างบริษัทเอกชน จำนวนมากที่สุดหรือ ร้อยละ 37.3 อาชีพอิสระ ร้อยละ 16.0 อาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 12.6 เป็นนักเรียน นักศึกษา ร้อยละ 11.5 เป็นนักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ ร้อยละ 8.9 เป็นแม่บ้าน/พ่อบ้าน ร้อยละ 6.4 อาชีพอื่น ๆ ร้อยละ 22 และอาชีพขายตรง ร้อยละ 1.1

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้ำ จำแนกตามการรู้จักผลิตภัณฑ์

การรู้จักผลิตภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
ญาติของท่านแนะนำ	29	8.1
เพื่อนของท่านแนะนำ	67	18.8
พนักงานขายของบริษัทแนะนำ	33	9.2
เอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์	150	42.0
บทความในวารสาร	75	21.1
อื่น ๆ	3	0.8
รวม	357	100.0

หมายเหตุ : อื่น ๆ ได้แก่ ไม่ระบุ

จากตารางที่ 9 พบว่า ลูกค้ำรู้จักผลิตภัณฑ์โดยเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์ จำนวนมากที่สุด หรือร้อยละ 42.0 รู้จักโดยบทความในวารสาร ร้อยละ 21.1 รู้จักโดยเพื่อนแนะนำ ร้อยละ 18.8 รู้จักโดยญาติแนะนำ ร้อยละ 8.1 และรู้จักโดยวิธีอื่น ๆ ร้อยละ 0.8

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้ำ จำแนกตามสาเหตุการใช้ผลิตภัณฑ์

สาเหตุการใช้ผลิตภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อสุขภาพที่ดี	85	23.8
เพื่อรูปร่างที่สวยงาม	69	19.3
เพื่อเพิ่มน้ำหนักของท่าน	0	0.0
เพื่อควบคุมน้ำหนักของท่าน	40	11.2
เพื่อลดน้ำหนักของท่าน	163	45.7
อื่น ๆ	0	0.0
รวม	357	100.0

จากตารางที่ 10 พบว่า ลูกค้ำมีเหตุผลการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อลดน้ำหนัก จำนวนมากที่สุด หรือร้อยละ 45.7 ใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่ดี ร้อยละ 23.8 ใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อรูปร่างที่สวยงาม ร้อยละ 19.3 และใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อควบคุมน้ำหนัก ร้อยละ 11.2

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกจ้างต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อความงามบาหลี
 ตารางที่ 11 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของลูกจ้างที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อความงามบาหลี
 ตราฮอร์บาหลี-ด้านผลิตภัณฑ์

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ												ค่าเฉลี่ย	แปดผด	ลำดับ
	น้อยที่สุด		น้อย		ปานกลาง		มาก		มากที่สุด		ค่าเฉลี่ย				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ					
1. ประเภทของผลิตภัณฑ์หลากหลาย	-	-	19	5.3	50	14.0	262	73.4	26	7.3	3.83	มาก	1		
2. คุณภาพของผลิตภัณฑ์	-	-	35	9.8	161	45.1	144	40.3	17	4.8	3.40	ปานกลาง	8		
3. อายุการเก็บรักษาของผลิตภัณฑ์	-	-	13	3.6	207	58.0	101	28.3	36	10.1	3.45	ปานกลาง	6		
4. ความสะดวกในการใช้ผลิตภัณฑ์	-	-	19	5.3	148	41.5	137	38.4	53	14.8	3.63	มาก	4		
5. รสชาติของผลิตภัณฑ์	-	-	51	14.3	199	55.7	91	25.5	16	4.5	3.20	ปานกลาง	14		
6. ส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ เช่น สารอาหาร โยเกิร์ต	-	-	33	9.2	164	45.9	128	35.9	32	9.0	3.45	ปานกลาง	6		
7. ผลลัพธ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์	-	-	34	9.5	182	51.0	114	31.9	27	7.6	3.38	ปานกลาง	9		
8. ความสวยงามของหีบห่อ	-	-	103	28.9	112	31.4	105	29.4	37	10.4	3.21	ปานกลาง	13		
9. ความแข็งแรงของหีบห่อ	-	-	45	12.6	83	23.2	162	45.4	67	18.8	3.70	มาก	3		

ตารางที่ 11 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนัก
ตราเฮอรับาไคพี-ค้ำผลิตภัณฑ์ (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ												ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
	น้อยที่สุด		น้อย		ปานกลาง		มาก		มากที่สุด		จำนวน	ร้อยละ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ					
10. ขนาดบรรจุของผลิตภัณฑ์	-	-	43	12.0	132	37.0	124	34.7	58	16.2	3.55	5	มาก		
11. ความสะดวกในการใช้หีบห่อ ผลิตภัณฑ์	-	-	45	12.6	160	44.8	104	29.1	48	13.4	3.43	7	ปานกลาง		
12. หีบห่อผลิตภัณฑ์อำนวยความสะดวก สะดวกในการเก็บรักษา	-	-	49	13.7	161	45.1	93	26.1	54	15.1	3.43	7	ปานกลาง		
13. ความสวยงามของฉลาก ผลิตภัณฑ์	-	-	82	23.0	167	46.8	70	19.6	38	10.6	3.18	15	ปานกลาง		
14. ความชัดเจนของฉลาก ผลิตภัณฑ์	-	-	50	14.0	187	52.4	96	26.9	24	6.7	3.26	11	ปานกลาง		
15. ความครบถ้วนของฉลาก ผลิตภัณฑ์	10	2.8	54	15.1	174	48.7	82	23.0	37	10.4	3.23	12	ปานกลาง		
16. มีเครื่องหมายองค์การอาหารและ ยาแสดงบนหีบห่อ	-	-	28	7.8	116	32.5	133	37.3	80	22.4	3.74	2	มาก		

ตารางที่ 11 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อความงามน้ำหนักตราฮอร์บาไลฟ์-ด้านผลิตภัณฑ์ (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ										ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
	น้อยที่สุด		น้อย		ปานกลาง		มาก		มากที่สุด				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
17. ผลิตภัณฑ์มีชื่อเสียงเป็นที่เชื่อถือ ของผู้กล้า	-	-	34	9.5	211	59.1	83	23.2	29	8.1	3.30	ปานกลาง	10
รวม	10	0.2	670	13.4	2196	43.9	1522	30.5	600	12.0	3.43	ปานกลาง	

จากตารางที่ 11 พบว่า ลูกค้ำมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเฮอรับาไลฟ์ ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.43 ทั้งนี้ ลูกค้ำมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดร้อยละ 12.0 ระดับมากร้อยละ 30.5 ระดับปานกลางร้อยละ 43.9 ระดับน้อยร้อยละ 13.4 และระดับน้อยที่สุด ร้อยละ 0.2 นอกจากนี้แล้ว ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากของลูกค้ำเรียงตามลำดับ คือ ประเภทของผลิตภัณฑ์หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.83) มีเครื่องหมายองค์รอาหารและยาแสดงบนหีบห่อ (ค่าเฉลี่ย 3.74) ความแข็งแรงของหีบห่อ (ค่าเฉลี่ย 3.70) ความสะดวกในการใช้ผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.63) ขนาดบรรจุของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.55) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลางของลูกค้ำเรียงตามลำดับ ได้แก่ อายุการเก็บรักษาของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.45) ส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ เช่น สารอาหาร โยอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.45) ความสะดวกในการใช้หีบห่อผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.43) หีบห่อผลิตภัณฑ์อำนวยความสะดวกในการเก็บรักษา (ค่าเฉลี่ย 3.43) คุณภาพของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.40) ผลลัพธ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.38) ผลิตภัณฑ์มีชื่อเสียงเป็นที่เชื่อถือของลูกค้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.30) ความชัดเจนของฉลากผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.26) ความครบถ้วนของฉลากผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.23) ความสวยงามของหีบห่อ (ค่าเฉลี่ย 3.21) รสชาติของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.20) และความสวยงามของฉลากผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.18)

ตารางที่ 12 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ค้าที่มีต่อส่วนประกอบทางการตลาดของผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อความงามน้ำหนัก
ตราฮอร์บาโลฟี-ด้านราคา

ส่วนประกอบทางการตลาด ด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ												ค่าเฉลี่ย	เปิดผล	ลำดับ
	น้อยที่สุด		น้อย		ปานกลาง		มาก		มากที่สุด		จำนวน	ร้อยละ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ					
1. มาตรฐานของราคา	11	3.1	109	30.5	115	32.2	115	32.2	7	2.0	7	2.0	ปานกลาง	1	
2. ราคาของผลิตภัณฑ์ที่เป็นชุด	42	11.8	96	26.9	123	34.5	92	25.8	4	1.1	4	1.1	ปานกลาง	2	
3. ราคาของผลิตภัณฑ์แต่ละตัว	42	11.8	97	27.2	154	43.1	61	17.1	3	0.8	3	0.8	ปานกลาง	3	
4. การให้ส่วนลดเมื่อชำระเงินสด	40	11.2	120	33.6	128	35.9	62	17.4	7	2.0	7	2.0	ปานกลาง	4	
รวม	40	11.2	120	33.6	128	35.9	62	17.4	7	2.0	7	2.0	ปานกลาง		

จากตารางที่ 12 พบว่า ลูกค้ำมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเฮอรับาไลฟ์ ด้านราคาโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.78 ทั้งนี้ลูกค้ำมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดร้อยละ 2.0 ระดับมากร้อยละ 17.4 ระดับปานกลางร้อยละ 35.9 ระดับน้อยร้อยละ 33.6 และระดับน้อยที่สุด ร้อยละ 11.2 นอกจากนี้แล้ว ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลางของลูกค้ำเรียงตามลำดับ คือ มาตรฐานของราคา (ค่าเฉลี่ย 2.99) ราคาของผลิตภัณฑ์ที่เป็นชุด (ค่าเฉลี่ย 2.78) ราคาของผลิตภัณฑ์แต่ละตัว (ค่าเฉลี่ย 2.68) และการให้ส่วนลดเมื่อชำระเงินสด (ค่าเฉลี่ย 2.65)

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อความงาม นัก
ตราเฮอรับาไลฟี่-ด้านสถานที่

ส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความพึงพอใจ											ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
	น้อยที่สุด		น้อย		ปานกลาง		มาก		มากที่สุด		ค่าเฉลี่ย			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
1. ทำเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์สะดวกต่อการเดินทาง	31	8.7	82	23.0	169	47.3	75	21.0	-	-	2.81	ปานกลาง	1	
2. ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์มีสาขาพอที่จะให้ท่านเลือกใช้บริการ	73	20.4	95	26.6	117	32.8	68	19.0	4	1.1	2.54	ปานกลาง	3	
3. ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ตั้งอยู่บนทำเลที่ท่านสามารถเห็นได้ชัดเจน	53	14.8	123	34.5	112	31.4	62	17.4	7	2.0	2.57	ปานกลาง	2	
รวม	157	14.7	300	28.0	398	37.2	205	19.1	11	1.0	2.64	ปานกลาง		

จากตารางที่ 13 พบว่า ลูกค้ำมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเฮอรับาโลฟี ด้านสถานที่โดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.64 ทั้งนี้ลูกค้ำมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดร้อยละ 1.0 ระดับมากร้อยละ 19.1 ระดับปานกลาง ร้อยละ 37.2 ระดับน้อยร้อยละ 28.0 และระดับน้อยที่สุด ร้อยละ 14.7 นอกจากนี้แล้ว ปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลางของลูกค้ำเรียงตามลำดับคือ ท่าเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์สะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 2.81) ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ตั้งอยู่บนท่าเลที่ท่านสามารถเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 2.57) และศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์มีสาขาพอที่จะให้ท่านเลือกใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 2.54)

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของдукค่าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อความงามน้ำหนักตราเฮอรับาได้ที่ด้านการส่งเสริมการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความพึงพอใจ														ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
	น้อยที่สุด		น้อย		ปานกลาง		มาก		มากที่สุด								
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
1. ความพึงพอใจของการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ	85	23.8	120	33.6	78	21.8	74	20.7	-	-	-	-	-	2.39	น้อย	1	
2. ข่าวสารที่ได้รับจากการประชาสัมพันธ์	92	25.8	131	36.7	87	24.4	44	12.3	3	0.8	3	0.8	2.26	น้อย	2		
3. การส่งเสริมการขายด้วยวิธีต่างๆ เช่น การให้ส่วนลดมีของชำร่วย	123	34.5	110	30.8	70	19.6	51	14.3	3	0.8	3	0.8	2.16	น้อย	5		
4. เอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์ที่แจกโดยบริษัท	101	28.3	148	41.5	39	10.9	62	17.4	7	2.0	7	2.0	2.23	น้อย	4		
5. มีการเผยแพร่บทความหรือรายงานการใช้ผลิตภัณฑ์ในวารสารที่เชื่อถือได้	76	21.3	168	47.1	66	18.5	43	12.0	4	1.1	4	1.1	2.25	น้อย	3		

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ที่มียศตำแหน่งส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อความงามน้ำหนัก
ตราเฮอรับาโกไฟ-ด้านการส่งเสริมการตลาด (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความพึงพอใจ											ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
	น้อยที่สุด		น้อย		ปานกลาง		มาก		มากที่สุด		ค่าเฉลี่ย			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
6. มีการอบรมสัมมนาการให้ความ รู้ของผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้า	167	46.8	95	26.6	69	19.3	23	6.4	3	.8	1.88	น้อย	6	
รวม	258	9.0	587	20.6	1233	43.2	689	24.1	89	3.1	2.20	น้อย		

จากตารางที่ 14 พบว่า ลูกค้ำมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเฮอรับาไลฟ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.20 ทั้งนี้ลูกค้ำมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดร้อยละ 3.1 ระดับมากร้อยละ 24.1 ระดับปานกลาง ร้อยละ 43.2 ระดับน้อยร้อยละ 20.6 และระดับน้อยที่สุด ร้อยละ 9.0 นอกจากนี้แล้ว ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลางของลูกค้ำเรียงตามลำดับ คือ ความเพียงพอของการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 2.39) ข่าวสารที่ได้รับจากการประชาสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 2.26) มีการเผยแพร่บทความหรือรายงานการใช้ผลิตภัณฑ์ในวารสารที่เชื่อถือได้ (ค่าเฉลี่ย 2.25) เอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์ที่แจกโดยบริษัท (ค่าเฉลี่ย 2.23) การส่งเสริมการขายด้วยวิธีต่าง ๆ เช่น การให้ส่วนลด มีของชำร่วย (ค่าเฉลี่ย 2.16) และมีการอบรมสัมมนาการให้ความรู้ของผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้ำ (ค่าเฉลี่ย 1.88)

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อความงามน้ำหนัก
ตราฮอร์บาไลต์-ค้ำานบุคลากร

ส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความพึงพอใจ												ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
	น้อยที่สุด		น้อย		ปานกลาง		มาก		มากที่สุด		จำนวน	ร้อยละ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ					
1. บุคลิกลักษณะและกริยามารยาท ของพนักงานขาย	-	-	46	12.9	234	65.5	71	19.9	6	1.7	3.10		ปานกลาง	1	
2. มีพนักงานของศูนย์บริการคอย ให้คำแนะนำสินค้า	-	-	109	30.5	167	46.8	75	21.0	6	1.7	2.94		ปานกลาง	2	
3. พนักงานขอมมีความรู้ใน ผลิตภัณฑ์	-	-	109	30.5	219	61.3	22	6.2	7	2.0	2.80		ปานกลาง	4	
4. ความดีในการเชื่อมลูกค้าของ พนักงานขาย	109	30.5	90	25.2	100	28.0	51	14.3	7	2.0	2.32		น้อย	7	
5. การให้บริการลูกค้าของ พนักงานมีความสม่ำเสมอ	73	20.4	145	40.6	85	23.8	44	12.3	10	2.8	2.36		น้อย	6	
6. การให้ความเป็นกันเองกับลูกค้า	16	4.5	79	22.1	198	55.5	61	17.1	3	0.8	2.88		ปานกลาง	3	
7. การบริการและการแก้ไขปัญหา ให้ลูกค้า	37	10.4	100	28.0	166	46.5	54	15.1	-	-	2.66		ปานกลาง	5	
รวม	235	9.4	678	27.1	1169	46.8	378	15.1	39	1.6	2.72		ปานกลาง		

จากตารางที่ 15 พบว่า ลูกค้ำมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเฮอรับาไลฟ์ ด้านบุคลากร โดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.72 ทั้งนี้ลูกค้ำมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดร้อยละ 1.6 ระดับมากร้อยละ 15.1 ระดับปานกลาง ร้อยละ 46.8 ระดับน้อยร้อยละ 27.1 และระดับน้อยที่สุด ร้อยละ 9.4 นอกจากนี้แล้ว ปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลางของลูกค้ำเรียงตามลำดับ คือ บุคลิกลักษณะและกริยามารยาทของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.10) มีพนักงานของศูนย์บริการคอยให้คำแนะนำสินค้า (ค่าเฉลี่ย 2.94) การให้ความเป็นกันเองกับลูกค้ำ (ค่าเฉลี่ย 2.88) พนักงานขายมีความรู้ในผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 2.80) และการบริการและการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้ำ (ค่าเฉลี่ย 2.66) การให้บริการลูกค้ำของพนักงานมีความสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 2.36) และความถี่ในการเยี่ยม ลูกค้ำของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 2.32)

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนัก
ตราฮอร์บาไลต์-ค้ำกันกระบวนกร

ส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความพึงพอใจ														ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
	น้อยที่สุด		น้อย		ปานกลาง		มาก		มากที่สุด		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ							
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ							
1. ความสะดวกในการสั่งซื้อ	-	-	55	15.4	215	60.2	55	15.4	32	9.0	32	9.0	32	9.0	3.18	ปานกลาง	2
2. ขั้นตอนของการสั่งซื้อสินค้าครั้งแรก	-	-	53	14.8	129	36.1	137	38.4	38	10.6	38	10.6	38	10.6	3.45	ปานกลาง	1
3. ความรวดเร็วในการลงทะเบียนของลูกค้ำ	26	7.3	43	12.0	141	39.5	141	39.5	6	1.7	6	1.7	6	1.7	3.16	ปานกลาง	3
4. ความรวดเร็วในการบริการตรวจวัดไขมัน	36	10.1	77	21.6	131	36.7	106	29.7	7	2.0	7	2.0	7	2.0	2.92	ปานกลาง	5
5. บริการจัดส่งที่รวดเร็วตรงเวลา	3	.8	79	22.1	173	48.5	99	27.7	3	0.8	3	0.8	3	0.8	3.06	ปานกลาง	4
6. ความสะดวกในการติดต่อกับพนักงานขาย	51	14.3	103	28.9	153	42.9	47	13.2	3	0.8	3	0.8	3	0.8	2.57	ปานกลาง	6
7. มีการแจ้งลูกค้ำให้ทราบถึงวิธีการคืนสินค้าที่มีปัญหา	105	29.4	77	21.6	125	35.0	50	14.0	-	-	-	-	-	-	2.34	น้อย	7
รวม	221	8.8	487	19.5	1067	42.7	635	25.4	89	3.6	89	3.6	89	3.6	2.95	ปานกลาง	

จากตารางที่ 16 พบว่า ลูกค้ำมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเฮอ์บาไลฟ์ ด้านกระบวนการ โดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.95 ทั้งนี้ลูกค้ำมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดร้อยละ 3.6 ระดับมากร้อยละ 25.4 ระดับปานกลาง ร้อยละ 42.7 ระดับน้อยร้อยละ 19.5 และระดับน้อยที่สุด ร้อยละ 8.8 นอกจากนี้ ปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลางของลูกค้ำเรียงตามลำดับ คือ ขั้นตอนของการสั่งซื้อสินค้าครั้งแรก (ค่าเฉลี่ย 3.45) ความสะดวกในการสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.18) ความรวดเร็วในการลงทะเบียนของลูกค้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.16) บริการจัดส่งที่รวดเร็วตรงเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.06) ความรวดเร็วในการบริการตรวจวัดไขมัน (ค่าเฉลี่ย 2.92) และความสะดวกในการติดต่อกับพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 2.57) และมีการแจ้งลูกค้ำให้ทราบถึงวิธีการคืนสินค้าที่มีปัญหา ค่าเฉลี่ย (2.34)

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนัก
ตราฮอร์บาไลฟ์-ด้านลักษณะทางกายภาพ

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระดับความพึงพอใจ														แปลผล	ลำดับ
	น้อยที่สุด		น้อย		ปานกลาง		มาก		มากที่สุด		ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ						
														จำนวน		
1. สถานที่จอดรถ	15	4.2	143	40.1	128	35.9	58	16.2	13	3.6	2.75	ปานกลาง	7			
2. ความสะอาดของสถานที่	-	-	136	38.1	130	36.4	53	14.8	38	10.6	2.98	ปานกลาง	5			
3. การตกแต่งสถานที่	9	2.5	130	36.4	147	41.2	33	9.2	38	10.6	2.89	ปานกลาง	6			
4. สถานที่นั่งพักและนั่งรอ	4	1.1	151	42.3	144	40.3	51	14.3	7	2.0	2.74	ปานกลาง	8			
5. บรรยากาศในร้าน	4	1.1	173	48.5	119	33.3	58	16.2	3	.8	2.67	ปานกลาง	9			
6. สถานที่ของศูนย์จำหน่ายกว้างขวาง ทำให้เลือกชมสินค้าได้สะดวก	24	6.7	155	43.4	131	36.7	47	13.2	-	-	2.56	ปานกลาง	10			
7. ผลิตภัณฑ์/ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ ได้รับบริการรับรองจากสถาบันนาชาติ	13	3.6	78	21.8	153	42.9	109	30.5	4	1.1	3.04	ปานกลาง	3			
8. ผลิตภัณฑ์มีใบรับรองคุณภาพ จากสถาบันที่มีชื่อเสียงในประเทศ	-	-	67	18.8	165	46.2	96	26.9	29	8.1	3.24	ปานกลาง	1			

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ที่มีส่วนร่วมทางภาคการผลิตของผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อความงาม นักตราเฮอรับาไคพี-ด้านลักษณะทางกายภาพ (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระดับความพึงพอใจ												ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
	น้อยที่สุด		น้อย		ปานกลาง		มาก		มากที่สุด		จำนวน	ร้อยละ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ					
9. ผลิตภัณฑ์เคยได้รับรางวัล คุณภาพดีเด่น	7	2.0	85	23.8	140	39.2	93	26.1	32	9.0	32	9.0	3.16	ปานกลาง	2
10. ผลิตภัณฑ์ได้รับรองการผลิต ตามมาตรฐาน ISO	14	3.9	84	23.5	162	45.4	72	20.2	25	7.0	25	7.0	3.03	ปานกลาง	4
รวม	90	2.5	1202	33.7	1419	39.7	670	18.8	189	5.3	189	5.3	2.91	ปานกลาง	

จากตารางที่ 17 พบว่า ลูกค้ำมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเฮอรับาไลฟ์ ด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.91 ทั้งนี้ลูกค้ำมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดร้อยละ 5.3 ระดับมากร้อยละ 18.8 ระดับปานกลาง ร้อยละ 39.7 ระดับน้อยร้อยละ 33.7 และระดับน้อยที่สุด ร้อยละ 2.5 นอกจากนี้ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลางของลูกค้ำเรียงตามลำดับ คือ ผลิตภัณฑ์มีใบรับรองคุณภาพจากสถาบันที่มีชื่อเสียงในประเทศ (ค่าเฉลี่ย 3.24) ผลิตภัณฑ์เคยได้รับรางวัลคุณภาพดีเด่น (ค่าเฉลี่ย 3.16) ผลิตภัณฑ์/ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองจากสถาบันนานาชาติ (ค่าเฉลี่ย 3.04) ผลิตภัณฑ์ได้รับรองการผลิตตามมาตรฐาน ISO (ค่าเฉลี่ย 3.03) ความสะอาดของสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 2.98) การตกแต่งสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 2.89) สถานที่จอดรถ (ค่าเฉลี่ย 2.75) สถานที่นั่งพักและนั่งรอ (ค่าเฉลี่ย 2.74) บรรยากาศในร้าน (ค่าเฉลี่ย 2.67) และสถานที่ของศูนย์จำหน่ายกว้างขวางทำให้เลือกชมสินค้าได้สะดวก (ค่าเฉลี่ย 2.56)

ตอนที่ 3 ปัญหาของลูกค้าในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อความงามหน้าผากตราฮอร์บาไลฟ์
 ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของลูกค้าที่มีต่อปัญหาในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อความงามหน้าผากตราฮอร์บาไลฟ์
 -ด้านผลิตภัณฑ์

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	ระดับการเห็นด้วย												ค่าเฉลี่ย	แปลง	ลำดับ
	น้อยที่สุด		น้อย		ปานกลาง		มาก		มากที่สุด		ค่าเฉลี่ย				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ					
1. ประเภทของผลิตภัณฑ์ไม่หลากหลาย	7	2.0	115	32.2	179	50.1	49	13.7	7	2.0	2.82	ปานกลาง	2		
2. ผลิตภัณฑ์ไม่มีคุณภาพ	3	.8	136	38.1	172	48.2	39	10.9	7	2.0	2.75	ปานกลาง	5		
3. ผลิตภัณฑ์เก็บไว้ไม่ได้นาน/มีความยุ่งยากในการจัดเก็บ	3	.8	171	47.9	112	31.4	71	19.9			2.70	ปานกลาง	8		
4. ความไม่สะดวกในการใช้ผลิตภัณฑ์	24	6.7	111	31.1	130	36.4	88	24.6	4	1.1	2.82	ปานกลาง	2		
5. ราคาของผลิตภัณฑ์ไม่หลากหลาย	26	7.3	127	35.6	111	31.1	89	24.9	4	1.1	2.77	ปานกลาง	4		
6. ส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ เช่น สารอาหาร ใยอาหาร ไม่เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า	16	4.5	124	34.7	199	55.7	18	5.0	-		2.61	ปานกลาง	9		
7. ไม่ได้ผลในการใช้ผลิตภัณฑ์ตามที่คาดหวัง	13	3.6	95	26.6	147	41.2	78	21.8	24	6.7	3.01	ปานกลาง	1		

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยของถูกค่าที่มีต่อปัญหาในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อความงามน้ำนักตราเซอร์บา เดฟ
-ด้านผลิตภัณฑ์ (ต่อ)

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	ระดับการเห็นด้วย												ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
	น้อยที่สุด		น้อย		ปานกลาง		มาก		มากที่สุด		จำนวน	ร้อยละ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ					
8. หีบห่อไม่สวยงาม	19	5.3	131	36.7	144	40.3	63	17.6	-	-	-	-	2.70	ปานกลาง	8
9. หีบห่อไม่มีความแข็งแรง	26	7.3	138	38.7	163	45.7	23	6.4	7	2.0	7	2.0	2.57	ปานกลาง	10
10. ความไม่สะดวกในการใช้หีบห่อผลิตภัณฑ์	33	9.2	115	32.2	176	49.3	26	7.3	7	2.0	7	2.0	2.61	ปานกลาง	9
11. หีบห่อผลิตภัณฑ์ไม่อำนวยความสะดวกในการเก็บรักษา	3	.8	125	35.0	168	47.1	61	17.1	-	-	-	-	2.80	ปานกลาง	3
12. ฉลากของผลิตภัณฑ์ไม่สวยงาม	3	.8	144	40.3	159	44.5	44	12.3	7	2.0	7	2.0	2.74	ปานกลาง	6
13. ฉลากผลิตภัณฑ์ไม่ชัดเจน	15	4.2	137	38.4	144	40.3	54	15.1	7	2.0	7	2.0	2.72	ปานกลาง	7
14. ฉลากผลิตภัณฑ์ไม่มีความครบถ้วน	17	4.8	140	39.2	134	37.5	59	16.5	7	2.0	7	2.0	2.72	ปานกลาง	7
15. ไม่มีเครื่องหมายองค์กรอาหารและยาแสดงบนหีบห่อ	70	19.6	130	36.4	136	38.1	21	5.9	-	-	-	-	2.30	น้อย	12

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยของลูกค้ำที่มีต่อปัญหาในการใช้ผลิตภัณฑ์สบู่น้ำหอมที่ตราเออร์บาไลฟ์
-ด้านผลิตภัณฑ์ (ต่อ)

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	ระดับการเห็นด้วย												ค่าเฉลี่ย	อันดับ
	น้อยที่สุด		น้อย		ปานกลาง		มาก		มากที่สุด		ยอด			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
16. ผลิตภัณฑ์ไม่มีชื่อเสียงไม่น่าเชื่อถือของลูกค้ำ	31	8.7	137	38.4	164	45.9	25	7.0	-	-	251	2.51	ปานกลาง	11
รวม	309	5.4	2076	36.4	2438	42.7	808	14.1	81	1.4	270	2.70	ปานกลาง	

จากตารางที่ 18 พบว่า ลูกค้ำมีความเห็นด้วยต่อปัญหาในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราฮอร์บาไลท์ ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.70 ทั้งนี้ ลูกค้ำมีความเห็นด้วยในระดับมากที่สุดร้อยละ 1.4 ระดับมากร้อยละ 14.1 ระดับปานกลางร้อยละ 42.7 ระดับน้อยร้อยละ 36.4 และระดับน้อยที่สุด ร้อยละ 5.4 นอกจากนี้แล้ว ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อระดับความเห็นด้วยที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลางของลูกค้ำเรียงตามลำดับ คือ ผลลัพธ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.01) ประเภทของผลิตภัณฑ์หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 2.82) ความสะดวกในการใช้ผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 2.82) ความสะดวกในการใช้หีบห่อผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 2.80) รสชาติของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 2.77) คุณภาพของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 2.75) หีบห่อผลิตภัณฑ์อำนวยความสะดวกในการเก็บรักษา (ค่าเฉลี่ย 2.74) ความสวยงามของฉลากผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 2.72) ความชัดเจนของฉลากผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 2.72) ความสวยงามของหีบห่อ (ค่าเฉลี่ย 2.70) อายุการเก็บรักษาของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 2.70) ส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ เช่น สารอาหาร โยอาหาร (ค่าเฉลี่ย 2.61) ขนาดบรรจุของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 2.61) ความแข็งแรงของหีบห่อ (ค่าเฉลี่ย 2.57) มีเครื่องหมายองค์รอาหารและยาแสดงบนหีบห่อ (ค่าเฉลี่ย 2.51) ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อระดับความเห็นด้วยที่มีค่าเฉลี่ยระดับน้อยคือ ความครบถ้วนของฉลากผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 2.30)

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยของถูกค้ำที่มีต่อปัญหาในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อความงามที่ตราเออร์บีได้พี
-ด้านราคา

ปัญหา ด้านราคา	ระดับการเห็นด้วย												ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
	น้อยที่สุด		น้อย		ปานกลาง		มาก		มากที่สุด		จำนวน	ร้อยละ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ					
1. ราคาผลิตภัณฑ์ไม่มีมาตรฐาน	4	1.1	77	21.6	142	39.8	104	29.1	30	8.4	30	8.4	3.22	ปานกลาง	3
2. ราคาของผลิตภัณฑ์ที่เป็นชุดมีราคาแพง	7	2.0	65	18.2	119	33.3	124	34.7	42	11.8	42	11.8	3.36	ปานกลาง	1
3. ราคาของผลิตภัณฑ์แต่ละตัวมีราคาแพง	6	1.7	74	20.7	125	35.0	114	31.9	38	10.6	38	10.6	3.29	ปานกลาง	2
4. ไม่มีส่วนลดเมื่อชำระเงินสด	13	3.6	102	28.6	109	30.5	92	25.8	41	11.5	41	11.5	3.13	ปานกลาง	4
รวม	30	2.1	318	22.3	495	34.6	434	30.4	151	10.6	151	10.6	3.25	ปานกลาง	

จากตารางที่ 19 พบว่า ลูกค้ามีความเห็นด้วยต่อปัญหาในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราฮอร์บาไลฟ์ ด้านราคาโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.25 ทั้งนี้ลูกค้ามีความเห็นด้วยในระดับมากที่สุดร้อยละ 10.6 ระดับมากร้อยละ 30.4 ระดับปานกลางร้อยละ 34.6 ระดับน้อยร้อยละ 22.3 และระดับน้อยที่สุด ร้อยละ 2.1 นอกจากนี้แล้ว ปัญหาด้านราคาที่มีผลต่อระดับความเห็นด้วยที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลางของลูกค้าเรียงตามลำดับ คือราคาผลิตภัณฑ์ที่เป็นชุดมีราคาแพง (ค่าเฉลี่ย 3.36) ราคาของผลิตภัณฑ์แต่ละตัวมีราคาแพง (ค่าเฉลี่ย 3.29) ราคาผลิตภัณฑ์ไม่มีมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 3.22) และไม่มีส่วนลดเมื่อชำระเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.13)

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยของถูกคำที่มีต่อปัญหาในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรหน้าผกตราแฮร์บาไลฟ์
-ด้านสถานที่

ปัญหาด้านสถานที่	ระดับการเห็นด้วย												ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ		
	น้อยที่สุด			น้อย			ปานกลาง			มาก						มากที่สุด	
	จำนวน	ร้อยละ	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	ร้อยละ				จำนวน	ร้อยละ
1. ทำเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ไม่สะดวกต่อการเดินทาง	11	3.1	18.8	67	18.8	178	49.9	87	24.4	14	3.9	3.07	ปานกลาง	3			
2. ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์มีสาขาไม่พอที่จะให้ท่านเลือกใช้บริการ	6	1.7	24.6	88	24.6	136	38.1	68	19.0	59	16.5	3.24	ปานกลาง	1			
3. ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ตั้งอยู่บนทำเลที่ท่านไม่สามารถเห็นได้ชัดเจน	15	4.2	23.0	82	23.0	127	35.6	94	26.3	39	10.9	3.17	ปานกลาง	2			
รวม	32	3.0	22.1	237	22.1	441	41.2	249	23.2	112	10.5	3.16	ปานกลาง				

จากตารางที่ 20 พบว่า ลูกค้ามีความเห็นด้วยต่อปัญหาในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเฮอรับาไลฟ์ ด้านสถานที่โดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.16 ทั้งนี้ ลูกค้ามีความเห็นด้วยในระดับมากที่สุดร้อยละ 10.5 ระดับมากร้อยละ 23.2 ระดับปานกลางร้อยละ 41.2 ระดับน้อยร้อยละ 22.1 และระดับน้อยที่สุด ร้อยละ 3.0 นอกจากนี้แล้ว ปัญหาด้านสถานที่ที่มีผลต่อระดับความเห็นด้วยที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลางของลูกค้าเรียงตามลำดับ คือ ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์มีสาขาไม่พอที่จะให้เลือกใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.24) ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ตั้งอยู่บนทำเลที่ไม่สามารถเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.17) และทำเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ไม่สะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 3.07)

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยของถูกค่าที่มีต่อปัญหาในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรคุณภาพมาตรฐานภายใต้
-ด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับการเห็นด้วย												ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
	น้อยที่สุด		น้อย		ปานกลาง		มาก		มากที่สุด		จำนวน	ร้อยละ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ					
1. ความไม่เพียงพอของข้อมูลโฆษณาสื่อต่างๆ	-	-	64	17.9	78	21.8	115	32.2	100	28.0	100	28.0	3.70	มาก	1
2. ไม่ได้รับข่าวสารจากทางประชาสัมพันธ์	6	1.7	87	24.4	45	12.6	119	33.3	100	28.0	100	28.0	3.62	มาก	2
3. ไม่มีการส่งเสริมการขายด้วยวิธีต่างๆ เช่น การให้ส่วนลดมีของชำร่วย	7	2.0	71	19.9	71	19.9	130	36.4	78	21.8	78	21.8	3.56	มาก	3
4. ไม่มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์ที่แจกโดยบริษัท	12	3.4	75	21.0	116	32.5	142	39.8	12	3.4	12	3.4	3.19	ปานกลาง	6
5. ไม่มีการเผยแพร่บทความหรือรายงานการใช้ผลิตภัณฑ์ในวารสารที่เชื่อถือได้	12	3.4	84	23.5	85	23.8	169	47.3	7	2.0	7	2.0	3.21	ปานกลาง	5

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของความเห็นด้วยของลูกค้ำที่มีต่อปัญหาในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรรักษาโรคสะเก็ดเงินบำบัด
 -ด้านการส่งเสริมการตลาด (ต่อ)

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับการเห็นด้วย												ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
	น้อยที่สุด		น้อย		ปานกลาง		มาก		มากที่สุด		จำนวน	ร้อยละ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ					
6. ไม่มีกรอบรมสัมมนาการให้ความรู้ของผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้ำ	9	2.5	75	21.0	59	16.5	138	38.7	76	21.3	373	3.55	มาก	4	
รวม	46	2.1	456	21.3	454	21.2	813	38.0	373	17.4	373	3.47	ปานกลาง		

จากตารางที่ 21 พบว่า ลูกค้ามีความเห็นด้วยต่อปัญหาในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเซอร์บาโลฟี ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.47 ทั้งนี้ ลูกค้ามีความเห็นด้วยในระดับมากที่สุดร้อยละ 17.4 ระดับมากร้อยละ 38.0 ระดับปานกลางร้อยละ 21.2 ระดับน้อยร้อยละ 21.3 และระดับน้อยที่สุด ร้อยละ 2.1 นอกจากนี้แล้วปัญหาด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อระดับความเห็นด้วยที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากของลูกค้าเรียงตามลำดับ คือ ความไม่เพียงพอของการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.70) ไม่ได้รับข่าวสารจากการประชาสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 3.62) ไม่มีการส่งเสริมการขายด้วยวิธีต่าง ๆ เช่น การให้ส่วนลด มีของชำร่วย (ค่าเฉลี่ย 3.56) ไม่มีการอบรมสัมมนาการให้ความรู้ของผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.55) ปัญหาด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อระดับความเห็นด้วยมีค่าเฉลี่ยระดับน้อย เรียงตามลำดับคือ ไม่มีการเผยแพร่บทความหรือรายงานการใช้ผลิตภัณฑ์ในวารสารที่เชื่อถือได้ (ค่าเฉลี่ย 3.21) และไม่มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์ที่แจกโดยบริษัท (ค่าเฉลี่ย 3.19)

ตารางที่ 22 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยของลูกค้ำที่มีต่อปัญหาในการใช้ผลิตภัณฑ์คอมพิวเตอร์บาโต้
 -ด้านบุคลากร

ปัญหาด้านบุคลากร	ระดับการเห็นด้วย												ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
	น้อยที่สุด		น้อย		ปานกลาง		มาก		มากที่สุด		ร้อยละ				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ					
1. บุคลิกลักษณะและกริยามารยาทของพนักงานขายไม่สุภาพ	7	2.0	66	18.5	192	53.8	85	23.8	7	2.0	2.0	3.05	ปานกลาง	3	
2. พนักงานของศูนย์บริการไม่ค่อยให้คำแนะนำสินค้า	20	5.6	91	25.5	191	53.5	48	13.4	7	2.0	2.0	2.81	ปานกลาง	6	
3. พนักงานขายขาดความรู้ในผลิตภัณฑ์	13	3.6	95	26.6	216	60.5	29	8.1	4	1.1	1.1	2.76	ปานกลาง	7	
4. ไม่มีความคิดเห็นในการเยี่ยมชมลูกค้ำของพนักงานขาย	9	2.5	94	26.3	99	27.7	77	21.6	78	21.8	21.8	3.34	ปานกลาง	1	
5. การให้บริการลูกค้ำของพนักงานไม่มีความสม่ำเสมอ	32	9.0	65	18.2	90	25.2	93	26.1	77	21.6	21.6	3.33	ปานกลาง	2	
6. ไม่ให้ความเป็นกันเองกับลูกค้ำ	31	8.7	86	24.1	157	44.0	68	19.0	15	4.2	4.2	2.86	ปานกลาง	5	
7. ไม่มีบริการและการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้ำ	32	9.0	95	26.6	109	30.5	109	30.5	12	3.4	3.4	2.93	ปานกลาง	4	
รวม	144	5.8	592	23.6	1054	42.2	509	20.4	200	8.0	8.0	3.01	ปานกลาง		

จากตารางที่ 22 พบว่า ลูกค้ามีความคิดเห็นต่อปัญหาในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเฮอรับาไลฟ์ ด้านบุคลากร โดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.01 ทั้งนี้ ลูกค้ามีความเห็นด้วยในระดับมากที่สุดร้อยละ 8.0 ระดับมากร้อยละ 20.4 ระดับปานกลางร้อยละ 42.2 ระดับน้อยร้อยละ 23.6 และระดับน้อยที่สุด ร้อยละ 5.8 นอกจากนี้แล้ว ปัญหาด้านบุคลากรที่มีผลต่อระดับความเห็นด้วยที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลางของลูกค้าเรียงตามลำดับ คือ ไม่มีความดีในการเชื่อมลูกค้าของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.34) การให้บริการลูกค้าของพนักงานไม่มีความสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 3.33) บุคลิกลักษณะและกริยามารยาทของพนักงานขายไม่สุภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.05) ไม่มีการบริการและการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.93) ไม่ให้ความเป็นกันเองกับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.86) พนักงานของศูนย์บริการไม่คอยให้คำแนะนำสินค้า (ค่าเฉลี่ย 2.81) และพนักงานขายขาดความรู้ในผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 2.76)

ตารางที่ 23 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของความเห็นด้วยของลูกค้ำที่มีต่อปัญหาในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อความควบคุมน้ำหนักตราเฮอรับาไต้ฟี่
-ด้านกระบวนการ

ปัญหาด้านกระบวนการ	ระดับการเห็นด้วย												ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ		
	น้อยที่สุด			น้อย			ปานกลาง			มาก						มากที่สุด	
	จำนวน	ร้อยละ	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	ร้อยละ				จำนวน	ร้อยละ
1. ความไม่สะดวกในการสั่งซื้อ	3	0.8	12.6	45	12.6	218	61.1	87	24.4	4	1.1	3.12	ปานกลาง	2			
2. มีขั้นตอนที่ซับซ้อนมากเกินไปในการสั่งซื้อสินค้าครั้งแรก	23	6.4	25.5	91	25.5	86	24.1	141	39.5	16	4.5	3.10	ปานกลาง	3			
3. ความไม่สะดวกในการลงทะเบียนของลูกค้ำ	20	5.6	28.6	102	28.6	86	24.1	145	40.6	4	1.1	3.03	ปานกลาง	5			
4. ความล่าช้าในการบริการตรวจวัดไขมัน	22	6.2	33.3	119	33.3	121	33.9	95	26.6	-	-	2.81	ปานกลาง	7			
5. บริการจัดส่งผลิตภัณฑ์ล่าช้ากว่ากำหนด	35	9.8	25.8	92	25.8	132	37.0	98	27.5	-	-	2.82	ปานกลาง	6			
6. ความไม่สะดวกในการติดต่อกับพนักงานขาย	32	9.0	26.1	93	26.1	104	29.1	82	23.0	46	12.9	3.05	ปานกลาง	4			
7. ไม่มีการแจ้งลูกค้ำให้ทราบถึงวิธีการคืนสินค้าที่มีปัญหา	29	8.1	21.0	75	21.0	112	31.4	72	20.2	69	19.3	3.22	ปานกลาง	1			
รวม	164	6.6	24.7	617	24.7	859	34.3	720	28.8	139	5.6	3.02	ปานกลาง				

จากตารางที่ 23 พบว่า ลูกค้ำมีความคิดเห็นต่อปัญหาในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเซอร์บาไลฟ์ ด้านกระบวนการ โดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.02 ทั้งนี้ ลูกค้ำมีความเห็นด้วยในระดับมากที่สุดร้อยละ 5.6 ระดับมากร้อยละ 28.8 ระดับปานกลางร้อยละ 34.3 ระดับน้อยร้อยละ 24.7 และระดับน้อยที่สุด ร้อยละ 6.6 นอกจากนี้แล้ว ปัญหาด้านกระบวนการที่มีผลต่อระดับความเห็นด้วยที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลางของลูกค้ำเรียงตามลำดับ คือไม่มีการแจ้งลูกค้ำให้ทราบถึงวิธีการคืนสินค้าที่มีปัญหา (ค่าเฉลี่ย 3.22) ความไม่สะดวกในการสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.12) มีขั้นตอนที่ซับซ้อนมากเกินไปในการสั่งซื้อสินค้าครั้งแรก (ค่าเฉลี่ย 3.10) ความไม่สะดวกในการติดต่อกับพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.05) ความไม่สะดวกในการลงทะเบียนของลูกค้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.03) บริการจัดส่งผลิตภัณฑ์ล่าช้ากว่ากำหนด (ค่าเฉลี่ย 2.82) และความล่าช้าในการบริการตรวจวัดไขมัน (ค่าเฉลี่ย 2.81)

ตารางที่ 24 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยของลูกค้ำที่มีต่อปัญหาในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อความงามหรือสปาใดที่
-ด้านลักษณะทางกายภาพ

ปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ	ระดับการเห็นด้วย												ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ		
	น้อยที่สุด			น้อย			ปานกลาง			มาก						มากที่สุด	
	จำนวน		ร้อยละ	จำนวน		ร้อยละ	จำนวน		ร้อยละ	จำนวน		ร้อยละ				จำนวน	ร้อยละ
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ					
1. ไม่มีสถานที่จอดรถ	9	2.5	97	27.2	173	48.5	74	20.7	4	1.1				ปานกลาง	1		
2. สถานที่ไม่มีความสะอาด	13	3.7	111	31.4	210	59.5	19	5.4	-	-				ปานกลาง	3		
3. การตกแต่งสถานที่ไม่สวยงาม	21	5.9	161	45.1	160	44.8	15	4.2	-	-				น้อย	5		
4. สถานที่นั่งพักและนั่งรอไม่เพียงพอ	25	7.0	167	46.8	150	42.0	15	4.2	-	-				น้อย	6		
5. บรรยากาศในร้านไม่สวยงาม ร้อน	12	3.4	141	39.5	179	50.1	21	5.9	4	1.1				ปานกลาง	4		
6. สถานที่ของศูนย์จำหน่ายไม่ กว้างขวางพอที่จะทำให้เลือกชม สินค้าได้สะดวก	14	3.9	103	28.9	202	56.6	10	2.8	28	7.8				ปานกลาง	2		
7. ผลิตภัณฑ์/ศูนย์จำหน่ายผลิต ภัณฑ์ไม่มีการรับรองจาก สถาบันนานาชาติ	116	32.5	122	34.2	97	27.2	22	6.2	-	-				น้อย	8		

ตารางที่ 24 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยของลูกจ้างที่มีต่อปัญหาในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อความควบคุมน้ำหนักตราเฮอรับาไลฟ์
-ด้านลักษณะทางกายภาพ (ต่อ)

ปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ	ระดับการเห็นด้วย												ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
	น้อยที่สุด		น้อย		ปานกลาง		มาก		มากที่สุด		จำนวน	ร้อยละ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ					
8. ผลิตภัณฑ์ไม่มีใบรับรองคุณภาพจากสถาบันที่มีชื่อเสียงในประเทศ	102	28.6	144	40.3	86	24.1	25	7.0	-	-	-	-	2.10	น้อย	7
9. ผลิตภัณฑ์ไม่เคยได้รับรางวัลคุณภาพดีเด่น	97	27.2	140	39.2	106	29.7	14	3.9	-	-	-	-	2.10	น้อย	7
10. ผลิตภัณฑ์ไม่ได้รับการผลิตตามมาตรฐาน ISO	100	28.0	157	44.0	89	24.9	11	3.1	-	-	-	-	2.03	น้อย	9
รวม	509	14.3	1343	37.7	1452	40.7	226	6.3	36	1.0	36	1.0	2.42	น้อย	

จากตารางที่ 24 พบว่า ลูกค้ามีความคิดเห็นต่อปัญหาในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเฮอรับาไลฟ์ ด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.42 ทั้งนี้ ลูกค้ามีความเห็นด้วยในระดับมากที่สุดร้อยละ 1.0 ระดับมากร้อยละ 6.3 ระดับปานกลางร้อยละ 40.7 ระดับน้อยร้อยละ 37.7 และระดับน้อยที่สุด ร้อยละ 14.3 นอกจากนี้แล้ว ปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อระดับความเห็นด้วยที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลางของลูกค้าเรียงตามลำดับ คือ ไม่มีสถานที่จอดรถ (ค่าเฉลี่ย 2.91) สถานที่ของศูนย์จำหน่ายไม่กว้างขวางพอที่จะทำให้เลือกชมสินค้าได้สะดวก (ค่าเฉลี่ย 2.82) สถานที่ไม่มีความสะอาด (ค่าเฉลี่ย 2.67) บรรยากาศในร้านไม่สวยงาม ร้อน (ค่าเฉลี่ย 2.62) ปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อระดับความเห็นด้วยที่มีค่าเฉลี่ยระดับน้อยของลูกค้าเรียงตามลำดับ คือ การตกแต่งสถานที่ไม่สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 2.47) สถานที่นั่งพักและนั่งรอไม่เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 2.43) ผลิตภัณฑ์ไม่เคยได้รับรางวัลคุณภาพดีเด่น (ค่าเฉลี่ย 2.10) ผลิตภัณฑ์ไม่มีใบรับรองคุณภาพจากสถาบันที่มีชื่อเสียงในประเทศ (ค่าเฉลี่ย 2.10) ผลิตภัณฑ์/ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ไม่มีการรับรองจากสถาบันนานาชาติ (ค่าเฉลี่ย 2.07) และผลิตภัณฑ์ไม่ได้รับรองการผลิตตามมาตรฐาน ISO (ค่าเฉลี่ย 2.03)

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อความค
 นำหนักตราเฮอรับาไลฟ์ จำแนกตามเพศ อายุ มาตรฐานของน้ำหนักและส่วนสูง รายได้ และอาชีพ

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์
 จำแนกตามเพศ

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	เพศ						ค่าเฉลี่ยรวม
	ชาย			หญิง			
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	
1. ประเภทของผลิตภัณฑ์หลากหลาย	3.87	มาก	1	3.80	มาก	3	3.83
2. คุณภาพของผลิตภัณฑ์	3.25	ปานกลาง	10	3.47	ปานกลาง	8	3.40
3. อายุการเก็บรักษาของผลิตภัณฑ์	3.15	ปานกลาง	13	3.59	มาก	5	3.45
4. ความสะดวกในการใช้ผลิตภัณฑ์	3.42	ปานกลาง	6	3.73	มาก	4	3.63
5. รสชาติของผลิตภัณฑ์	3.15	ปานกลาง	13	3.23	ปานกลาง	16	3.20
6. ส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ เช่น สารอาหาร โยอาหาร	3.36	ปานกลาง	7	3.49	ปานกลาง	7	3.45
7. ผลลัพธ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์	3.46	ปานกลาง	5	3.33	ปานกลาง	13	3.38
8. ความสวยงามของหีบห่อ	3.12	ปานกลาง	14	3.26	ปานกลาง	15	3.21
9. ความแข็งแรงของหีบห่อ	3.49	ปานกลาง	4	3.81	มาก	2	3.70
10. ขนาดบรรจุของผลิตภัณฑ์	3.51	มาก	3	3.57	มาก	6	3.55
11. ความสะดวกในการใช้หีบห่อผลิตภัณฑ์	3.38	ปานกลาง	8	3.46	ปานกลาง	11	3.43
12. หีบห่อผลิตภัณฑ์อำนวยความสะดวกในการเก็บรักษา	3.34	ปานกลาง	9	3.47	ปานกลาง	10	3.43
13. ความสวยงามของฉลาก ผลิตภัณฑ์	3.19	ปานกลาง	12	3.17	ปานกลาง	17	3.18
14. ความชัดเจนของฉลากผลิตภัณฑ์	3.24	ปานกลาง	11	3.28	ปานกลาง	14	3.26
15. ความครบถ้วนของฉลากผลิตภัณฑ์	2.92	ปานกลาง	16	3.38	ปานกลาง	12	3.23
16. มีเครื่องหมายองค์กรอาหารและยาแสดงบนหีบห่อ	3.54	มาก	2	3.84	มาก	1	3.74
17. ผลิตภัณฑ์มีชื่อเสียงเป็นที่เชื่อถือของลูกค้า	2.99	ปานกลาง	15	3.45	ปานกลาง	9	3.30
ค่าเฉลี่ยรวม	3.32	ปานกลาง		3.49	ปานกลาง		3.43

จากตารางที่ 25 พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.61 โดยทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.32 และ 3.49 ตามลำดับ

โดยทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องประเภทของ ผลิตภัณฑ์หลากหลายเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.87 และ 3.84

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา
จำแนกตามเพศ

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา	เพศ						ค่า เฉลี่ย รวม
	ชาย			หญิง			
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	
1. มาตรฐานของราคา	3.14	ปานกลาง	1	2.92	ปานกลาง	1	2.99
2. ราคาของผลิตภัณฑ์ที่เป็นชุด	2.97	ปานกลาง	2	2.68	ปานกลาง	2	2.78
3. ราคาของผลิตภัณฑ์แต่ละตัว	2.87	ปานกลาง	3	2.59	ปานกลาง	3	2.68
4. การให้ส่วนลดเมื่อชำระเงินสด	2.60	ปานกลาง	4	2.68	ปานกลาง	2	2.65
ค่าเฉลี่ยรวม	2.90	ปานกลาง		2.72	ปานกลาง		2.78

จากตารางที่ 26 พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.61 โดยทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.90 และ 2.72

โดยทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องมาตรฐานของราคาเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.14 และ 2.92

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่
จำแนกตามเพศ

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านสถานที่	เพศ						ค่า เฉลี่ย รวม
	ชาย			หญิง			
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	
1. ท่าเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์สะดวกต่อการเดินทาง	2.97	ปานกลาง	1	2.72	ปานกลาง	1	2.81
2. ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์มีสาขาพอที่จะให้ท่านเลือกใช้บริการ	2.64	ปานกลาง	3	2.49	ปานกลาง	3	2.54
3. ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ตั้งอยู่บนทำเลที่ท่านสามารถเห็นได้ชัดเจน	2.70	ปานกลาง	2	2.51	ปานกลาง	2	2.57
ค่าเฉลี่ยรวม	2.77	ปานกลาง		2.57	ปานกลาง		2.64

จากตารางที่ 27 พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.64 โดยทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.77 และ 2.57

โดยทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ท่าเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์สะดวกต่อการเดินทางเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 2.97 และ 2.72

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้านักค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ						ค่าเฉลี่ยรวม
	ชาย			หญิง			
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	
1. ความเพียงพอของการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ	2.51	ปานกลาง	1	2.34	น้อย	2	2.39
2. ข่าวสารที่ได้รับจากการประชาสัมพันธ์	2.35	น้อย	2	2.21	น้อย	5	2.26
3. การส่งเสริมการขายด้วยวิธีต่าง ๆ เช่น การให้ส่วนลด มีของชำร่วย	1.93	น้อย	4	2.28	น้อย	3	2.16
4. เอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์ที่แจกโดยบริษัท	1.87	น้อย	5	2.41	น้อย	1	2.23
5. มีการเผยแพร่บทความหรือรายงานการใช้ผลิตภัณฑ์ในวารสารที่เชื่อถือได้	2.16	น้อย	3	2.29	น้อย	4	2.25
6. มีการอบรมสัมมนาการให้ความรู้ของผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้า	1.87	น้อย	5	1.88	น้อย	6	1.88
ค่าเฉลี่ยรวม	2.12	น้อย		2.24	น้อย		2.20

จากตารางที่ 28 พบว่าลูกค้านักค้ามีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.20 โดยทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.12 และ 2.24

โดยเพศชายมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ความเพียงพอของการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 2.51 เพศหญิงมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์ที่แจกโดยบริษัท เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 2.41

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร
จำแนกตามเพศ

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร	เพศ						ค่าเฉลี่ยรวม
	ชาย			หญิง			
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	
1. บุคลิกลักษณะและกริยามารยาทของพนักงานชาย	3.08	ปานกลาง	1	3.12	ปานกลาง	1	3.10
2. มีพนักงานของศูนย์บริการคอยให้คำแนะนำสินค้า	2.66	ปานกลาง	4	3.08	ปานกลาง	2	2.94
3. พนักงานชายมีความรู้ในผลิตภัณฑ์	2.79	ปานกลาง	2	2.80	ปานกลาง	4	2.80
4. ความถี่ในการเยี่ยมชมลูกค้าของพนักงานชาย	2.14	น้อย	7	2.41	น้อย	7	2.32
5. การให้บริการลูกค้าของพนักงานมีความสม่ำเสมอ	2.23	น้อย	6	2.43	น้อย	6	2.36
6. การให้ความเป็นกันเองกับลูกค้า	2.69	ปานกลาง	3	2.97	ปานกลาง	3	2.88
7. การบริการและการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า	2.47	น้อย	5	2.76	ปานกลาง	5	2.66
ค่าเฉลี่ยรวม	2.58	ปานกลาง		2.79	ปานกลาง		2.72

จากตารางที่ 29 พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากรโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.72 โดยทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.58 และ 2.79

โดยทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่อง บุคลิกลักษณะและกริยามารยาทของพนักงานชายเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.08 และ 3.12

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดด้าน
กระบวนการ จำแนกตามเพศ

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ	เพศ						ค่า เฉลี่ย รวม
	ชาย			หญิง			
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	
1. ความสะดวกในการสั่งซื้อ	3.19	ปานกลาง	3	3.18	ปานกลาง	2	3.18
2. ขั้นตอนของการสั่งซื้อสินค้า ครั้งแรก	3.36	ปานกลาง	1	3.49	ปานกลาง	1	3.45
3. ความรวดเร็วในการลงทะเบียน ของลูกค้า	3.22	ปานกลาง	2	3.13	ปานกลาง	3	3.16
4. ความรวดเร็วในการบริการตรวจ วัดไขมัน	2.90	ปานกลาง	5	2.93	ปานกลาง	5	2.92
5. บริการจัดส่งที่รวดเร็วตรงเวลา	3.01	ปานกลาง	4	3.08	ปานกลาง	4	3.06
6. ความสะดวกในการติดต่อกับ พนักงานขาย	2.52	ปานกลาง	6	2.60	ปานกลาง	6	2.57
7. มีการแจ้งลูกค้าให้ทราบถึงวิธีการ คืนสินค้าที่มีปัญหา	2.36	น้อย	7	2.33	น้อย	7	2.34
ค่าเฉลี่ยรวม	2.93	ปานกลาง		2.96	ปานกลาง		2.95

จากตารางที่ 30 พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.95 โดยทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความพึงพอใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.93 และ 2.96

โดยทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจในเรื่อง ขั้นตอนของการสั่งซื้อสินค้าครั้งแรก เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.36 และ 3.49

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดด้าน
ลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามเพศ

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ	เพศ						ค่าเฉลี่ยรวม
	ชาย			หญิง			
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	
1. สถานที่จอดรถ	2.95	ปานกลาง	6	2.65	ปานกลาง	8	2.75
2. ความสะอาดของสถานที่	3.15	ปานกลาง	3	2.90	ปานกลาง	5	2.98
3. การตกแต่งสถานที่	3.08	ปานกลาง	4	2.79	ปานกลาง	6	2.89
4. สถานที่นั่งพักและนั่งรอ	2.89	ปานกลาง	8	2.66	ปานกลาง	9	2.74
5. บรรยากาศในร้าน	2.63	ปานกลาง	9	2.69	ปานกลาง	7	2.67
6. สถานที่ของศูนย์จำหน่ายกว้างขวาง ทำให้เลือกชมสินค้าได้สะดวก	2.42	น้อย	10	2.63	ปานกลาง	10	2.56
7. พนักงาน/ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้ บริการรับรองจากสถาบันนานาชาติ	2.94	ปานกลาง	7	3.08	ปานกลาง	3	3.04
8. พนักงานที่มีใบรับรองคุณภาพจาก สถาบันที่มีชื่อเสียงในประเทศ	3.24	ปานกลาง	1	3.25	ปานกลาง	1	3.24
9. พนักงานที่เคยได้รับรางวัลคุณภาพ ดีเด่น	3.18	ปานกลาง	2	3.15	ปานกลาง	2	3.16
10. พนักงานที่ได้รับการผลิตตาม มาตรฐาน ISO	3.03	ปานกลาง	5	3.03	ปานกลาง	4	3.03
ค่าเฉลี่ยรวม	2.95	ปานกลาง		2.88	ปานกลาง		2.91

จากตารางที่ 31 พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.91 โดยทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.95 และ 2.88

โดยทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจในเรื่องพนักงานที่มีใบรับรองคุณภาพจากสถาบันที่มีชื่อเสียงในประเทศเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.24 และ 3.25

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยระดับพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำนวนตามอายุ

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	อายุ																		ค่าเฉลี่ย รวม																		
	ต่ำกว่า 20 ปี						20-30 ปี						31-40 ปี							41-50 ปี						51-60 ปี						60 ปีขึ้นไป					
	ค่า เฉลี่ย	เปิด ผล	ลำดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	เปิด ผล	ลำดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	เปิด ผล	ลำดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	เปิด ผล	ลำดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	เปิด ผล	ลำดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	เปิด ผล	ลำดับ ที่		ค่า เฉลี่ย	เปิด ผล	ลำดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	เปิด ผล	ลำดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	เปิด ผล	ลำดับ ที่									
1. ประเภทของผลิตภัณฑ์ หลากหลาย	3.60	มาก	2	3.58	มาก	1	4.06	มาก	1	3.48	ปาน กลาง	3	3.48	ปาน กลาง	3	4.09	มาก	1	4.00	มาก	2	3.83															
2. คุณภาพของผลิตภัณฑ์	3.60	มาก	2	3.17	ปาน กลาง	5	3.63	มาก	7	3.07	ปาน กลาง	11	3.07	ปาน กลาง	11	3.47	ปาน กลาง	8	3.50	มาก	3	3.40															
3. อายุการเก็บรักษาของ ผลิตภัณฑ์	3.40	ปาน กลาง	2	3.11	ปาน กลาง	7	3.59	มาก	8	3.33	ปาน กลาง	6	3.33	ปาน กลาง	6	3.64	มาก	6	3.50	มาก	3	3.45															
4. ความสะดวกในการใช้ ผลิตภัณฑ์	3.20	ปาน กลาง	4	3.42	ปาน กลาง	2	3.93	มาก	2	3.39	ปาน กลาง	5	3.39	ปาน กลาง	5	3.47	ปาน กลาง	8	4.00	มาก	2	3.63															
5. ราคาดีของผลิตภัณฑ์	2.80	ปาน กลาง	6	3.25	ปาน กลาง	4	3.41	ปาน กลาง	14	2.95	ปาน กลาง	13	2.95	ปาน กลาง	13	3.09	ปาน กลาง	13	3.50	มาก	3	3.20															
6. ส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ เช่น สารอาหาร โยเกิร์ต	3.40	ปาน กลาง	3	2.91	ปาน กลาง	11	3.55	มาก	10	3.33	ปาน กลาง	6	3.33	ปาน กลาง	6	3.66	มาก	5	4.50	มากที่สุด	1	3.45															
7. ผลลัพธ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์	3.00	ปาน กลาง	5	3.34	ปาน กลาง	3	3.59	มาก	8	3.13	ปาน กลาง	10	3.13	ปาน กลาง	10	3.19	ปาน กลาง	12	4.00	มาก	2	3.38															
8. ความสวยงามของที่บ่อ	2.40	ปาน กลาง	8	3.17	ปาน กลาง	5	3.63	มาก	9	2.78	ปาน กลาง	15	2.78	ปาน กลาง	15	2.94	ปาน กลาง	15	4.00	มาก	2	3.21															

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของถูกคัดสรรส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำนวนตามอายุ (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	อายุ																		ค่า เฉลี่ย รวม
	ต่ำกว่า 20 ปี			20-30 ปี			31-40 ปี			41-50 ปี			51-60 ปี			60 ปี ขึ้นไป			
	ค่า เฉลี่ย	อันดับ ที่	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	อันดับ ที่	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	อันดับ ที่	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	อันดับ ที่	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	อันดับ ที่	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	อันดับ ที่	แปล ผล	
9. ความแข็งแรงของสีบ่อ	3.60	2	มาก	3.13	2	ปาน กลาง	3.81	4	มาก	3.62	2	มาก	3.98	3	มาก ที่สุด	4.50	1	มาก	3.70
10. ขนาดบรรจุของผลิตภัณฑ์	3.60	2	มาก	2.83	2	น้อย	3.83	3	มาก	3.24	3	ปาน กลาง	3.83	9	ปาน กลาง	4.50	1	มาก ที่สุด	3.55
11. ความสะดวกในการใช้ สีบ่อผลิตภัณฑ์	2.80	6	ปาน กลาง	3.32	6	ปาน กลาง	3.69	4	มาก	3.28	5	ปาน กลาง	3.34	8	ปาน กลาง	3.50	3	มาก	3.43
12. สีบ่อผลิตภัณฑ์อำนวยความสะดวก ความสะดวกในการเก็บ รักษา	3.00	5	ปาน กลาง	3.06	5	ปาน กลาง	3.64	8	มาก	3.40	6	ปาน กลาง	3.26	4	ปาน กลาง	4.00	2	มาก	3.43
13. ความสวยงามของฉลาก ผลิตภัณฑ์	3.20	4	ปาน กลาง	2.96	4	ปาน กลาง	3.46	10	ปาน กลาง	2.79	13	ปาน กลาง	3.04	14	ปาน กลาง	4.00	2	มาก	3.18
14. ความชัดเจนของฉลาก ผลิตภัณฑ์	3.20	4	ปาน กลาง	2.85	4	ปาน กลาง	3.51	12	มาก	3.13	12	ปาน กลาง	3.19	10	ปาน กลาง	3.50	3	มาก	3.26
15. ความครบถ้วนของฉลาก ผลิตภัณฑ์	2.60	7	ปาน กลาง	2.85	7	ปาน กลาง	3.53	12	มาก	3.00	11	ปาน กลาง	3.53	12	ปาน กลาง	3.00	ปาน กลาง	4	3.23

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกจ้างต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามอายุ (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	อายุ																		ค่า เฉลี่ย รวม
	ต่ำกว่า 20 ปี			20-30 ปี			31-40 ปี			41-50 ปี			51-60 ปี			60 ปีขึ้นไป			
	ค่า เฉลี่ย	แปร ผล	ลำดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	แปร ผล	ลำดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	แปร ผล	ลำดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	แปร ผล	ลำดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	แปร ผล	ลำดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	แปร ผล	ลำดับ ที่	
16. มีเครื่องหมายของเครื่องหมายการค้า และขาดเครื่องหมายเห็นข้อ	4.60	มาก ที่สุด	1	3.25	ปาน กลาง	4	3.59	มาก	8	3.88	มาก	1	4.06	มาก	2	4.00	มาก	2	3.74
17. ผลิตภัณฑ์มีชื่อเสียงเป็นที่ เชื่อถือของลูกจ้าง	2.80	ปาน กลาง	6	2.98	ปาน กลาง	9	3.57	มาก	9	3.32	ปาน กลาง	7	3.30	ปาน กลาง	10	2.50	ปาน กลาง	5	3.30
ค่าเฉลี่ยรวม	3.22	ปาน กลาง		3.13	ปาน กลาง		3.65	มาก		3.24	ปาน กลาง		3.47	ปาน กลาง		3.79	มาก		3.43

จากตารางที่ 32 พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.43 โดยอายุต่ำกว่า 20 ปี อายุ 20-30 ปี อายุ 41-50 ปี และอายุ 51-60 ปี ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.22 3.13 3.24 และ 3.47 อายุ 31-40 ปี และอายุ 60 ปีขึ้นไป ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.65 และ 3.79

โดยอายุต่ำกว่า 20 ปี และ 41-50 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยเรื่อง มีเครื่องหมายองค์กรอาหารและยาแสดงบนหีบห่อเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 4.60 และ 3.88 อายุ 20-30 ปี 31-40 ปี และ 51-60 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยเรื่อง ประเภทของผลิตภัณฑ์หลากหลาย เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.58 4.06 และ 4.09 อายุ 60 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยเรื่อง ส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ เช่น สารอาหาร โยอาหาร ความแข็งแรงของหีบห่อ และขนาดบรรจุของผลิตภัณฑ์ เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 4.50

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของถูกสำรวจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา จำแนกตามอายุ

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา	อายุ																		ค่า เฉลี่ย รวม																		
	ต่ำกว่า 20 ปี						20-30 ปี						31-40 ปี							41-50 ปี						51-60 ปี						60 ปีขึ้นไป					
	ค่า เฉลี่ย	แบบ ผล	ลำดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	แบบ ผล	ลำดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	แบบ ผล	ลำดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	แบบ ผล	ลำดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	แบบ ผล	ลำดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	แบบ ผล	ลำดับ ที่		ค่า เฉลี่ย	แบบ ผล	ลำดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	แบบ ผล	ลำดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	แบบ ผล	ลำดับ ที่									
1. มาตรฐานของราคา	3.60	มาก	1	3.58	มาก	1	4.06	มาก	1	3.48	ปาน กลาง	1	4.09	มาก	1	4.00	มาก	1	4.00	มาก	1	2.99															
2. ราคาของผลิตภัณฑ์ที่เป็นชุด	3.60	มาก	1	3.17	ปาน กลาง	3	3.63	มาก	3	3.07	ปาน กลาง	4	3.47	ปาน กลาง	3	3.50	มาก	2	3.50	มาก	2	2.78															
3. ราคาของผลิตภัณฑ์แต่ละตัว	3.40	ปาน กลาง	2	3.11	ปาน กลาง	4	3.59	มาก	4	3.33	ปาน กลาง	3	3.64	มาก	2	3.50	มาก	2	3.50	มาก	2	2.68															
4. การมีส่วนลดเมื่อชำระเงินสด	3.20	ปาน กลาง	3	3.42	ปาน กลาง	2	3.93	มาก	2	3.39	ปาน กลาง	2	3.47	ปาน กลาง	3	4.00	มาก	1	4.00	มาก	1	2.65															
ค่าเฉลี่ยรวม	2.80	ปาน กลาง		3.25	ปาน กลาง		3.41	ปาน กลาง		2.95	ปาน กลาง		3.09	ปาน กลาง		3.50	มาก		3.50	มาก		2.78															

จากตารางที่ 33 พบว่ามีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.78 โดยลูกค้าอายุต่ำกว่า 20 ปี อายุ 20-30 ปี อายุ 31-40 ปี อายุ 41-50 ปี และอายุ 51-60 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.80 3.25 3.41 2.95 และ 3.50 อายุ 60 ปีขึ้นไปให้ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.50

โดยอายุต่ำกว่า 20 ปี อายุ 20-30 ปี อายุ 31-40 ปี อายุ 41-50 ปี และ อายุ 51-60 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่อง มาตรฐานของราคา เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 2.40 2.68 3.49 2.79 และ 2.53 ตามลำดับ ส่วนอายุ 60 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยทุกเรื่องเป็นลำดับแรกเท่ากัน ค่าเฉลี่ย 3.00

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยระดับพึงพอใจของลูกจ้างต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่ จ้างแนกตามอายุ

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านสถานที่	อายุ												ค่า เฉลี่ย รวม						
	ต่ำกว่า 20 ปี			20-30 ปี			31-40 ปี			41-50 ปี				51-60 ปี			60 ปี ขึ้นไป		
	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ลำดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ลำดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ลำดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ลำดับ ที่		ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ลำดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ลำดับ ที่
1. ทำเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่าย ผลิตภัณฑ์ที่สะดวกต่อการ เดินทาง	1.80	น้อย	1	2.70	ปาน กลาง	1	3.23	ปาน กลาง	1	2.48	น้อย	1	2.79	ปาน กลาง	1	2.50	ปาน กลาง	1	2.81
2. ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์มี สาขาพอที่จะให้ท่านเลือกใช้ บริการ	1.60	น้อย	2	2.64	ปาน กลาง	2	3.02	ปาน กลาง	3	2.04	น้อย	3	2.47	น้อย	2	2.00	น้อย	2	2.54
3. ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ตั้งอยู่ บนทำเลที่ท่านสามารถเห็น ได้ชัดเจน	1.60	น้อย	2	2.42	น้อย	3	3.12	ปาน กลาง	2	2.25	น้อย	2	2.32	น้อย	3	2.00	น้อย	2	2.57
ค่าเฉลี่ยรวม	1.67	น้อย		2.58	ปาน กลาง		3.12	ปาน กลาง		2.25	น้อย		2.52	ปาน กลาง		2.17	น้อย		2.64

จากตารางที่ 34 พบว่าลูกค้ำมีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.64 โดยอายุต่ำกว่า 20 ปี อายุ 41-50 ปี และอายุ 60 ปีขึ้นไป ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 1.67 2.25 และ 2.17 ตามลำดับ อายุ 20-30 ปี อายุ 31-40 ปี และอายุ 51-60 ปี ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.58 3.12 และ 2.52 ตามลำดับ

โดยอายุต่ำกว่า 20 ปี อายุ 20-30 ปี อายุ 31-40 ปี อายุ 41-50 ปี อายุ 51-60 ปี และอายุ 60 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องทำเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์สะดวกต่อการเดินทาง เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 1.80 2.70 3.23 2.48 2.79 และ 2.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ

ส่วนประสมทางการตลาด	อายุ																		ค่าเฉลี่ยรวม
	ต่ำกว่า 20 ปี			20-30 ปี			31-40 ปี			41-50 ปี			51-60 ปี			60 ปีขึ้นไป			
	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	แปลผล	
1. ความพึงพอใจของการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ	1.60	2	น้อย	2.55	1	ปานกลาง	2.83	1	ปานกลาง	1.86	4	น้อย	2.36	1	น้อย	2.00	1	น้อย	2.39
2. ขาวสารที่ได้รับจากการประชาสัมพันธ์	1.60	2	น้อย	2.25	3	ปานกลาง	2.71	3	ปานกลาง	1.86	4	น้อย	2.17	2	น้อย	1.50	2	น้อย	2.26
3. การส่งเสริมการขายด้วยวิธีต่างๆ เช่น การให้ส่วนลด มีของชำร่วย	1.60	2	น้อย	2.30	2	ปานกลาง	2.62	4	ปานกลาง	1.87	3	น้อย	1.79	4	น้อย	1.00	3	น้อยที่สุด	2.16
4. เอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์ที่แจกโดยบริษัท	1.60	2	น้อย	2.04	5	น้อย	2.75	2	ปานกลาง	2.08	1	น้อย	1.85	3	น้อย	1.00	3	น้อยที่สุด	2.23
5. มีการเผยแพร่บทความหรือรายงานการใช้ผลิตภัณฑ์ในวารสารที่เชื่อถือได้	2.00	1	น้อย	2.08	4	น้อย	2.71	3	ปานกลาง	2.04	2	น้อย	1.79	4	น้อย	1.50	2	น้อย	2.25

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยระดับพึงพอใจของลูกจ้างต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ												ค่าเฉลี่ยรวม
	ต่ำกว่า 20 ปี		20-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		51-60 ปี		60 ปีขึ้นไป		
	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	
6. มีการอบรมสัมมนาการให้ความรู้ของผลิตภัณฑ์แก่ลูกจ้าง	1.00	น้อยที่สุด	1.96	น้อย	2.30	น้อย	1.85	น้อย	1.26	น้อยที่สุด	1.00	น้อยที่สุด	1.88
ค่าเฉลี่ยรวม	1.57	น้อย	2.19	น้อย	2.65	ปานกลาง	1.93	น้อย	1.87	น้อย	1.33	น้อยที่สุด	2.20

จากตารางที่ 35 พบว่าลูกค้ำมีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.20 โดยอายุต่ำกว่า 20 ปี อายุ 20-30 ปี อายุ 41-50 ปี และอายุ 51-60 ปีไป ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 1.57 2.19 1.93 และ 1.87 ตามลำดับ อายุ 31-40 ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.65 อายุ 60 ปีขึ้นไป ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.33

โดยอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่อง มีการเผยแพร่บทความหรือรายงานการใช้ผลิตภัณฑ์ในวารสารที่เชื่อถือได้เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 2.00 อายุ 20-30 ปี อายุ 31-40 ปี อายุ 51-60 ปี และอายุ 60 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ความเพียงพอของการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 2.55 2.83 2.36 และ 2.00 ตามลำดับ อายุ 41- 50 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่อง เอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์ที่แจกโดยบริษัทเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 2.08

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกจ้างต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร จำแนกตามอายุ

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร	อายุ																		ค่า เฉลี่ย รวม
	ต่ำกว่า 20 ปี			20-30 ปี			31-40 ปี			41-50 ปี			51-60 ปี			60 ปี ขึ้นไป			
	ค่า เฉลี่ย	อันดับ ที่	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	อันดับ ที่	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	อันดับ ที่	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	อันดับ ที่	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	อันดับ ที่	แปล ผล	ค่า เฉลี่ย	อันดับ ที่	แปล ผล	
1. บุคลิกลักษณะและกิริยา มารยาทของพนักงานขาย	3.00	1	ปาน กลาง	2.85	2	ปาน กลาง	3.55	1	มาก	2.86	1	ปาน กลาง	2.74	1	ปาน กลาง	2.50	2	ปาน กลาง	3.10
2. มีพนักงานของศูนย์บริการ คอยให้คำแนะนำสินค้า	2.60	2	ปาน กลาง	2.89	1	ปาน กลาง	3.38	2	ปาน กลาง	2.76	2	ปาน กลาง	2.45	3	น้อย	2.00	3	น้อย	2.94
3. พนักงานขายมีความรู้ใน ผลิตภัณฑ์	3.00	1	ปาน กลาง	2.55	3	ปาน กลาง	3.02	3	ปาน กลาง	2.76	6	ปาน กลาง	2.62	3	ปาน กลาง	2.00	3	น้อย	2.80
4. ความถี่ในการเยี่ยมชมลูกค้าของ พนักงานขาย	1.80	5	น้อย	2.13	7	น้อย	3.03	5	ปาน กลาง	1.96	5	น้อย	1.70	6	น้อย	1.00	4	น้อย ที่สุด	2.32
5. การให้บริการลูกค้าของ พนักงานมีความสม่ำเสมอ	2.00	4	น้อย	2.23	6	น้อย	2.98	6	ปาน กลาง	2.09	7	น้อย	1.77	5	น้อย	1.00	4	น้อย ที่สุด	2.36
6. การให้ความเป็นกันเองกับ ลูกค้า	3.00	1	ปาน กลาง	2.43	4	น้อย	3.24	4	ปาน กลาง	2.84	3	ปาน กลาง	2.30	2	ปาน กลาง	3.00	1	ปาน กลาง	2.88

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกจ้างต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร จำแนกตามอายุ (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร	อายุ														ค่าเฉลี่ยรวม		
	ต่ำกว่า 20 ปี		20-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		51-60 ปี		60 ปี ขึ้นไป						
	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	อันดับที่				
7. การบริการและการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า	2.20	น้อย	2.40	น้อย	3.10	ปานกลาง	4	2.39	น้อย	4	2.43	น้อย	4	2.50	ปานกลาง	2	2.66
ค่าเฉลี่ยรวม	2.51	ปานกลาง	2.50	ปานกลาง	3.19	ปานกลาง		2.52	ปานกลาง		2.29	น้อย		2.00	น้อย		2.72

จากตารางที่ 36 พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากรโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.72 โดยอายุต่ำกว่า 20 ปี อายุ 20-30 ปี อายุ 31-40 ปี และอายุ 41-50 ปี ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.51 2.50 3.19 และ 2.52 ตามลำดับ อายุ 51-60ปี และอายุ 60 ปีขึ้นไป ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.29 และ 2.00

โดยอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องบุคลิกลักษณะและกริยามารยาทของพนักงานขาย พนักงานขายมีความรู้ในผลิตภัณฑ์ การให้ความเป็นกันเองกับลูกค้า เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.00 อายุ 20-30 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่อง มีพนักงานของศูนย์บริการคอยให้คำแนะนำสินค้าเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 2.89 อายุ 31-40 ปี อายุ 41-50 ปี และอายุ 51-60 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่อง บุคลิกลักษณะและกริยามารยาทของพนักงานขาย เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.55 2.86 และ 2.74 ตามลำดับ อายุ 60 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องการให้ความเป็นกันเองกับลูกค้า เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.00

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ จำแนกตามอายุ

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ	อายุ																		ค่าเฉลี่ยรวม			
	ต่ำกว่า 20 ปี			20-30 ปี			31-40 ปี			41-50 ปี			51-60 ปี			60 ปี ขึ้นไป						
	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	แบบผล	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	แบบผล	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	แบบผล	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	แบบผล	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	แบบผล	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	แบบผล				
1. ความสะดวกในการสั่งซื้อ	3.40	ปานกลาง	ปานกลาง	2.98	ปานกลาง	ปานกลาง	2.98	ปานกลาง	ปานกลาง	3.59	มาก	ปานกลาง	2.79	ปานกลาง	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	ปานกลาง	2.50	ปานกลาง	2	3.18
2. ขั้นตอนของการสั่งซื้อสินค้าครั้งแรก	3.40	ปานกลาง	ปานกลาง	3.21	ปานกลาง	ปานกลาง	3.21	ปานกลาง	ปานกลาง	3.73	มาก	ปานกลาง	3.13	ปานกลาง	ปานกลาง	3.62	มาก	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	1	3.45
3. ความรวดเร็วในการลงทะเบียนของลูกค้า	3.40	ปานกลาง	ปานกลาง	2.81	ปานกลาง	ปานกลาง	2.81	ปานกลาง	ปานกลาง	3.33	ปานกลาง	ปานกลาง	2.95	ปานกลาง	ปานกลาง	3.38	ปานกลาง	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	1	3.16
4. ความรวดเร็วในการบริการตรวจวัดไขมัน	3.40	ปานกลาง	ปานกลาง	2.43	น้อย	น้อย	2.43	น้อย	น้อย	3.31	ปานกลาง	ปานกลาง	2.75	ปานกลาง	ปานกลาง	2.38	น้อย	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	1	2.92
5. บริการจัดส่งที่รวดเร็วตรงเวลา	3.00	ปานกลาง	ปานกลาง	2.66	ปานกลาง	ปานกลาง	2.66	ปานกลาง	ปานกลาง	3.40	ปานกลาง	ปานกลาง	2.86	ปานกลาง	ปานกลาง	2.89	ปานกลาง	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	1	3.06
6. ความสะดวกในการติดต่อกับพนักงานขาย	2.00	น้อย	น้อย	2.25	น้อย	น้อย	2.25	น้อย	น้อย	3.01	ปานกลาง	ปานกลาง	2.56	ปานกลาง	ปานกลาง	2.23	น้อย	ปานกลาง	1.50	น้อย	3	2.57

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของถูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการจำหน่ายตามอายุ (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ	อายุ												ค่า เฉลี่ย รวม					
	ต่ำกว่า 20 ปี		20-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		51-60 ปี		60 ปี ขึ้นไป							
	แบบ ผล	ลำดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	อันดับ ที่	แบบ ผล	ลำดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	อันดับ ที่	แบบ ผล	ลำดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	อันดับ ที่						
7. มีการแจ้งถูกค้าให้ทราบถึง วิธีการคืนสินค้าที่มีปัญหา	1.40	4	2.17	น้อย ที่สุด	7	2.97	ปาน กลาง	7	2.15	น้อย	7	1.64	น้อย	7	1.50	น้อย	3	2.34
ค่าเฉลี่ยรวม	2.86		2.64	ปาน กลาง	ปาน	3.34	ปาน กลาง		2.74	ปาน		2.74	ปาน กลาง		2.50	ปาน กลาง		2.95

จากตารางที่ 37 พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.95 โดยอายุต่ำกว่า 20 ปี อายุ 20-30 ปี อายุ 31-40 ปี อายุ 41-50 ปี อายุ 51-60ปี และอายุ 60 ปีขึ้นไป ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.86 2.64 3.34 2.74 2.74 และ 2.50 ตามลำดับ

โดยอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องความสะดวกในการสั่งซื้อ ขั้นตอนของการสั่งซื้อสินค้าครั้งแรก ความรวดเร็วในการลงทะเบียนของลูกค้า ความรวดเร็วในการบริการตรวจวัดไขมัน เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.40 อายุ 20-30 ปี อายุ 31-40 ปี อายุ 41-50 ปี และ อายุ 51-60 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ขั้นตอนของการสั่งซื้อสินค้าครั้งแรกเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.21 3.73 3.13 และ 3.62 อายุ 60 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องขั้นตอนของการสั่งซื้อสินค้าครั้งแรก ความรวดเร็วในการลงทะเบียนของลูกค้า ความรวดเร็วในการบริการตรวจวัดไขมัน และบริการจัดส่งที่รวดเร็วตรงเวลาเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.00

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยระดับพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอายุ

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ	อายุ																		ค่าเฉลี่ยรวม
	ต่ำกว่า 20 ปี			20-30 ปี			31-40 ปี			41-50 ปี			51-60 ปี			60 ปี ขึ้นไป			
	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	
1. สถานที่จอดรถ	1.60	น้อย	2.57	ปานกลาง	3.33	ปานกลาง	2.53	ปานกลาง	2.21	น้อย	2.50	ปานกลาง	2.21	น้อย	2.50	ปานกลาง	2.50	ปานกลาง	2.75
2. ความสะอาดของสถานที่	2.00	น้อย	2.83	ปานกลาง	3.65	มาก	2.62	ปานกลาง	2.38	น้อย	2.50	ปานกลาง	2.38	น้อย	2.50	ปานกลาง	2.50	ปานกลาง	2.98
3. การตกแต่งสถานที่	2.00	น้อย	2.75	ปานกลาง	3.54	มาก	2.44	น้อย	2.45	น้อย	2.50	ปานกลาง	2.44	น้อย	2.50	ปานกลาง	2.50	ปานกลาง	2.89
4. สถานที่นั่งพักและนั่งรอ	2.00	น้อย	2.49	น้อย	3.29	ปานกลาง	2.33	น้อย	2.51	น้อย	2.50	ปานกลาง	2.33	น้อย	2.50	ปานกลาง	2.50	ปานกลาง	2.74
5. บรรยากาศในร้าน	2.00	น้อย	2.38	น้อย	3.12	ปานกลาง	2.45	น้อย	2.45	น้อย	2.50	ปานกลาง	2.45	น้อย	2.50	ปานกลาง	2.50	ปานกลาง	2.67
6. สถานที่ของศูนย์จำหน่าย กว้างขวางทำให้เลือกชมสินค้าได้สะดวก	2.60	ปานกลาง	2.28	น้อย	2.98	ปานกลาง	2.31	น้อย	2.28	น้อย	2.50	ปานกลาง	2.31	น้อย	2.00	น้อย	2.00	น้อย	2.56
7. ผลิตภัณฑ์/ศูนย์จำหน่ายผลิต ภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองจาก สถาบันนานาชาติ	3.60	มาก	2.58	ปานกลาง	3.30	ปานกลาง	2.79	ปานกลาง	2.85	น้อย	3.50	มาก	2.79	ปานกลาง	3.50	มาก	3.50	มาก	3.04

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกศิษย์ต่อการติดตามประเมินผลทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ จำนวนตามอายุ (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ	อายุ																		ค่าเฉลี่ยรวม
	ต่ำกว่า 20 ปี			20-30 ปี			31-40 ปี			41-50 ปี			51-60 ปี			60 ปี ขึ้นไป			
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	
8. ผลิตภัณฑ์ที่มีใบรับรองคุณภาพจากสถาบันที่มีชื่อเสียงในประเทศ	3.20	ปานกลาง	2	2.77	ปานกลาง	3	3.35	ปานกลาง	3	3.24	ปานกลาง	1	3.43	ปานกลาง	1	3.50	มาก	1	3.24
9. ผลิตภัณฑ์ที่เคยได้รับรางวัลคุณภาพดีเด่น	3.20	ปานกลาง	2	2.96	ปานกลาง	1	3.20	ปานกลาง	7	3.08	ปานกลาง	2	3.30	ปานกลาง	2	3.50	มาก	1	3.16
10. ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับรองการผลิตตามมาตรฐาน ISO	3.20	ปานกลาง	2	2.74	ปานกลาง	5	3.20	ปานกลาง	7	2.82	ปานกลาง	3	3.00	ปานกลาง	3	3.50	มาก	1	3.03
ค่าเฉลี่ยรวม	2.54	ปานกลาง		2.64	ปานกลาง		3.30	ปานกลาง		2.66	ปานกลาง		2.69	ปานกลาง		2.85	ปานกลาง		2.91

จากตารางที่ 38 พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.91 โดยอายุต่ำกว่า 20 ปี อายุ 20-30 ปี อายุ 31-40 ปี อายุ 41-50 ปี อายุ 51-60ปี และอายุ 60 ปีขึ้นไป ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.54 2.64 3.30 2.66 2.69 และ 2.85 ตามลำดับ

โดยอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ผลิตภัณฑ์/ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ ได้รับการรับรองจากสถาบันนานาชาติ เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.60 อายุ 20-30 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ผลิตภัณฑ์เคยได้รับรางวัลคุณภาพดีเด่นเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 2.96 อายุ 31-40 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ความสะอาดของสถานที่เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.65 อายุ 41-50 ปี และ อายุ 51-60ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ผลิตภัณฑ์มีใบรับรองคุณภาพจากสถาบันที่มีชื่อเสียงในประเทศเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.24 และ 3.43 อายุ 60 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ผลิตภัณฑ์/ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองจากสถาบันนานาชาติ ผลิตภัณฑ์มีใบรับรองคุณภาพจากสถาบันที่มีชื่อเสียงในประเทศ ผลิตภัณฑ์เคยได้รับรางวัลคุณภาพดีเด่น และ ผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองการผลิตตามมาตรฐาน ISO เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.50

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกจ้างต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำนวนตามระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูง

ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์	ระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูง													ค่าเฉลี่ยรวม
	ต่ำกว่ามาตรฐาน			มาตรฐาน			สูงกว่ามาตรฐาน			รวม				
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่		
1. ประเภทของผลิตภัณฑ์ หลากหลาย	3.80	มาก	4	3.82	มาก	1	3.83	มาก	1	3.83	มาก	1	3.83	
2. คุณภาพของผลิตภัณฑ์	3.30	ปานกลาง	10	3.39	ปานกลาง	7	3.41	ปานกลาง	9	3.40	ปานกลาง	9	3.40	
3. อายุการเก็บรักษาของผลิตภัณฑ์	3.25	ปานกลาง	12	3.25	ปานกลาง	11	3.52	มาก	5	3.45	มาก	5	3.45	
4. ความสะดวกในการใช้ผลิตภัณฑ์	4.25	มาก	1	3.61	มาก	4	3.59	มาก	4	3.63	มาก	4	3.63	
5. รสชาติของผลิตภัณฑ์	3.25	ปานกลาง	11	3.26	ปานกลาง	10	3.18	ปานกลาง	14	3.20	ปานกลาง	14	3.20	
6. ส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ เช่น สารอาหาร โยเกิร์ต	3.25	ปานกลาง	11	3.43	ปานกลาง	6	3.46	ปานกลาง	7	3.45	ปานกลาง	7	3.45	
7. ผลลัพธ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์	3.95	มาก	2	3.28	ปานกลาง	9	3.36	ปานกลาง	10	3.38	ปานกลาง	10	3.38	
8. ความสวยงามของหีบห่อ	3.90	มาก	3	3.29	ปานกลาง	8	3.14	ปานกลาง	16	3.21	ปานกลาง	16	3.21	
9. ความแข็งแรงของหีบห่อ	3.60	มาก	5	3.82	มาก	1	3.68	มาก	3	3.70	มาก	3	3.70	
10. ขนาดบรรจุของผลิตภัณฑ์	3.55	มาก	7	3.68	มาก	2	3.51	มาก	6	3.55	มาก	6	3.55	
11. ความสะดวกในการใช้หีบห่อผลิตภัณฑ์	3.80	มาก	4	3.62	มาก	3	3.35	ปานกลาง	11	3.43	ปานกลาง	11	3.43	
12. หีบห่อผลิตภัณฑ์อำนวยความสะดวกในการเก็บรักษา	3.45	ปานกลาง	8	3.45	ปานกลาง	5	3.42	ปานกลาง	8	3.43	ปานกลาง	8	3.43	
13. ความสวยงามของฉลาก ผลิตภัณฑ์	3.20	ปานกลาง	13	3.24	ปานกลาง	12	3.16	ปานกลาง	15	3.18	ปานกลาง	15	3.18	
14. ความชัดเจนของฉลากผลิตภัณฑ์	3.70	มาก	5	3.21	ปานกลาง	3	3.25	ปานกลาง	3	3.26	ปานกลาง	3	3.26	
15. ความครบถ้วนของฉลากผลิตภัณฑ์	3.05	ปานกลาง	14	3.21	ปานกลาง	13	3.25	ปานกลาง	13	3.23	ปานกลาง	13	3.23	

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของถูกคำต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำนวนตามระดับนำหน้าผลิตภัณฑ์บางส่วนสูง (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์	ระดับนำหน้าผลิตภัณฑ์บางส่วนสูง												ค่าเฉลี่ยรวม
	ค่าความมาตรฐาน				มาตรฐาน				สูงกว่ามาตรฐาน				
	ค่าเฉลี่ย	เบี่ยงเบน	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	เบี่ยงเบน	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	เบี่ยงเบน	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	
16. มีเครื่องหมายของเครื่องหมายและยาแสดงบนที่บ่อ	3.40	ปานกลาง	9	3.62	มาก	3	3.80	มาก	2	3.74			
17. ผลิตภัณฑ์มีชื่อเสียงเป็นที่เชื่อถือของลูกค้า	3.40	ปานกลาง	9	3.14	ปานกลาง	14	3.34	ปานกลาง	12	3.30			
ค่าเฉลี่ยรวม	3.54	มาก		3.43	ปานกลาง		3.43	ปานกลาง		3.43			

จากตารางที่ 39 พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.43 โดยผู้มีระดับน้ำหนักร่วมกับส่วนสูงต่ำกว่ามาตรฐาน ให้ความพึงพอใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.54 ผู้มีระดับน้ำหนักร่วมกับส่วนสูง ได้มาตรฐาน และสูงกว่ามาตรฐาน ให้ความพึงพอใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.43 และ 3.43

โดยผู้มีระดับน้ำหนักร่วมกับส่วนสูงต่ำกว่ามาตรฐานมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องความสะดวกในการใช้ผลิตภัณฑ์เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 4.25 ผู้มีระดับน้ำหนักร่วมกับส่วนสูง ได้มาตรฐาน มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องประเภทของผลิตภัณฑ์หลากหลายและความแข็งแรงของหีบห่อเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.82 ผู้มีระดับน้ำหนักร่วมกับส่วนสูง สูงกว่ามาตรฐาน มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องประเภทของผลิตภัณฑ์หลากหลาย เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.83

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา จำนวนตามระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูง

ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา	ระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูง										ค่าเฉลี่ยรวม
	ต่ำกว่ามาตรฐาน			มาตรฐาน			สูงกว่ามาตรฐาน			รวม	
	ค่าเฉลี่ย	แปดผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปดผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปดผล	ลำดับที่		
1. มาตรฐานของราคา	3.10	ปานกลาง	2	3.17	ปานกลาง	1	2.93	ปานกลาง	1	2.99	
2. ราคาของผลิตภัณฑ์ที่เป็นชุด	3.20	ปานกลาง	1	2.83	ปานกลาง	2	2.73	ปานกลาง	2	2.78	
3. ราคาของผลิตภัณฑ์แต่ละตัว	2.95	ปานกลาง	3	2.80	ปานกลาง	3	2.62	ปานกลาง	4	2.68	
4. การให้ส่วนลดเมื่อชำระเงินสด	2.55	ปานกลาง	4	2.53	ปานกลาง	4	2.70	ปานกลาง	3	2.65	
ค่าเฉลี่ยรวม	2.95	ปานกลาง		2.83	ปานกลาง		2.75	ปานกลาง		2.78	

จากตารางที่ 40 พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.78 โดยผู้มีระดับน้ำหนักร่วมกับส่วนสูงต่ำกว่ามาตรฐาน ได้มาตรฐาน และสูงกว่ามาตรฐานให้ความพึงพอใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.95 2.83 และ 2.75

โดยผู้มีระดับน้ำหนักร่วมกับส่วนสูงต่ำกว่ามาตรฐาน มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องราคาของผลิตภัณฑ์ที่เป็นชุด เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.20 ผู้มีระดับน้ำหนักร่วมกับส่วนสูงได้มาตรฐาน และสูงกว่ามาตรฐานมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยเรื่องมาตรฐานของราคา เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.17 และ 2.93

ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกจ้างต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่ จำแนกตามระดับน้ำหนักร่วมกับส่วนสูง

ส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่	ระดับน้ำหนักร่วมกับส่วนสูง										ค่าเฉลี่ยรวม
	ต่ำกว่ามาตรฐาน			มาตรฐาน			สูงกว่ามาตรฐาน			รวม	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่		
1. ทำเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์สะดวกต่อการเดินทาง	3.60	มาก	2	2.87	ปานกลาง	1	2.73	ปานกลาง	1	2.81	
2. ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์มีสาขาพอที่จะให้ท่านเลือกใช้บริการ	3.55	มาก	3	2.50	ปานกลาง	3	2.47	น้อย	3	2.54	
3. ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ตั้งอยู่บนทำเลที่ท่านสามารถเห็นได้ชัดเจน	3.70	มาก	1	2.54	ปานกลาง	2	2.49	น้อย	2	2.57	
ค่าเฉลี่ยรวม	3.62	มาก		2.64	ปานกลาง		2.56	ปานกลาง		2.64	

จากตารางที่ 41 พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.64 โดยผู้มีระดับน้ำหนักร้อยเทียบกับส่วนสูงต่ำกว่ามาตรฐานให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.62 ผู้มีระดับน้ำหนักร้อยเทียบกับส่วนสูงได้มาตรฐาน และสูงกว่ามาตรฐานให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.64 และ 2.56

โดยผู้มีระดับน้ำหนักร้อยเทียบกับส่วนสูงต่ำกว่ามาตรฐาน มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ตั้งอยู่บนทำเลที่ท่านสามารถเห็นได้ชัดเจน เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.70 ผู้มีระดับน้ำหนักร้อยเทียบกับส่วนสูงได้มาตรฐาน และสูงกว่ามาตรฐานมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องทำเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์สะดวกต่อการเดินทางเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 2.87 และ 2.73

ตารางที่ 42 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระดับน้ำหนักรักษาเทียบกับส่วนสูง

ส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับน้ำหนักรักษาเทียบกับส่วนสูง											ค่าเฉลี่ยรวม
	ต่ำกว่ามาตรฐาน			มาตรฐาน			สูงกว่ามาตรฐาน			ลำดับที่	รวม	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่			
1. ความพึงพอใจของการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ	3.35	ปานกลาง	1	2.50	ปานกลาง	1	2.29	น้อย	1	2.39		
2. ข่าวสารที่ได้รับจากการประชาสัมพันธ์	3.25	ปานกลาง	2	2.25	น้อย	2	2.18	น้อย	4	2.26		
3. การส่งเสริมการขายด้วยวิธีต่าง ๆ เช่น การให้ส่วนลด มีของชำร่วย	3.00	ปานกลาง	4	2.13	น้อย	3	2.11	น้อย	5	2.16		
4. เอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์ที่แจกโดยบริษัท	2.70	ปานกลาง	5	2.08	น้อย	5	2.24	น้อย	2	2.23		
5. มีการเผยแพร่บทความหรือรายงานการใช้ผลิตภัณฑ์ในวารสารที่เชื่อถือได้	3.00	ปานกลาง	4	2.12	น้อย	4	2.23	น้อย	3	2.25		
6. มีการอบรมสัมมนาทำให้ความรู้ของผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้า	3.05	ปานกลาง	3	1.71	น้อย	6	1.84	น้อย	6	1.88		
ค่าเฉลี่ยรวม	3.06	ปานกลาง		2.13	น้อย		2.15	น้อย		2.20		

จากตารางที่ 42 พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.20 โดยผู้มีระดับน้ำหนักร้อยเทียบกับส่วนสูงต่ำกว่ามาตรฐาน ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.06 ผู้มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูงได้มาตรฐาน และสูงกว่ามาตรฐาน ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.13 และ 2.15

โดยผู้มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูงต่ำกว่ามาตรฐาน ได้มาตรฐาน และสูงกว่ามาตรฐาน มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องความเพียงพอของการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.35 2.50 และ 2.29 ตามลำดับ

ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของถูกค่าต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร จำแนกตามระดับน้ำหนักร่วมกับส่วนสูง

ส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร	ระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูง												ค่าเฉลี่ยรวม
	ต่ำกว่ามาตรฐาน			มาตรฐาน			สูงกว่ามาตรฐาน			ลำดับที่	ค่าเฉลี่ยรวม		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่				
1. บุคลิกลักษณะและกิริยามารยาทของพนักงานขาย	3.60	มาก	1	3.17	ปานกลาง	1	3.05	ปานกลาง	1	3.10	3.10		
2. มีพนักงานของศูนย์บริการคอยให้คำแนะนำสินค้า	3.25	ปานกลาง	2	2.96	ปานกลาง	2	2.91	ปานกลาง	3	2.94	2.94		
3. พนักงานขายมีความรู้ในผลิตภัณฑ์	3.15	ปานกลาง	3	2.62	ปานกลาง	4	2.82	ปานกลาง	4	2.80	2.80		
4. ความถี่ในการเยี่ยมชมลูกค้าของพนักงานขาย	3.05	ปานกลาง	5	2.12	น้อย	7	2.32	น้อย	7	2.32	2.32		
5. การให้บริการลูกค้าของพนักงานมีความสม่ำเสมอ	3.05	ปานกลาง	5	2.24	น้อย	6	2.35	น้อย	6	2.36	2.36		
6. การให้ความเป็นกันเองกับลูกค้า	3.10	ปานกลาง	4	2.68	ปานกลาง	3	2.92	ปานกลาง	2	2.88	2.88		
7. การบริการและการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า	2.70	ปานกลาง	6	2.39	น้อย	5	2.74	ปานกลาง	5	2.66	2.66		
ค่าเฉลี่ยรวม	3.13	ปานกลาง		2.60	ปานกลาง		2.73	ปานกลาง		2.72	2.72		

จากตารางที่ 43 พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.72 โดยผู้มีระดับน้ำหนักร้อยเทียบกับส่วนสูงต่ำกว่ามาตรฐาน ได้มาตรฐาน และสูงกว่ามาตรฐานให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.13 2.60 และ 2.73 ตามลำดับ

โดยผู้มีระดับน้ำหนักร้อยเทียบกับส่วนสูงต่ำกว่ามาตรฐาน ได้มาตรฐาน และสูงกว่ามาตรฐานมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่อง บุคลิกลักษณะและกริยามารยาทของพนักงานขาย เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.60 3.17 และ 3.05 ตามลำดับ

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกจ้างต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ จำแนกตามระดับน้ำหนักร้อยกับส่วนสูง

ส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ	ระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูง														ค่าเฉลี่ยรวม
	ต่ำกว่ามาตรฐาน				มาตรฐาน				สูงกว่ามาตรฐาน				ค่าเฉลี่ยรวม		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่			
1. ความสะอาดในเครื่องจักร	3.75	มาก	3	3.07	ปานกลาง	3	3.17	ปานกลาง	2	3.18					
2. ขั้นตอนของการสั่งซื้อสินค้าครั้งแรก	3.85	มาก	2	3.46	ปานกลาง	1	3.41	ปานกลาง	1	3.45					
3. ความรวดเร็วในการลงทะเบียนของลูกจ้าง	3.90	มาก	1	3.13	ปานกลาง	2	3.11	ปานกลาง	3	3.16					
4. ความรวดเร็วในการบริการตรวจวัดไขมัน	3.10	ปานกลาง	7	2.95	ปานกลาง	5	2.90	ปานกลาง	5	2.92					
5. บริการจัดส่งที่รวดเร็วตรงเวลา	3.15	ปานกลาง	6	2.96	ปานกลาง	4	3.08	ปานกลาง	4	3.06					
6. ความสะอาดในการติดต่อกับพนักงานขาย	3.50	มาก	4	2.51	ปานกลาง	6	2.52	ปานกลาง	6	2.57					
7. มีการแจ้งลูกค้าให้ทราบถึงวิธีการคืนสินค้าที่มีปัญหา	3.45	ปานกลาง	5	2.28	น้อย	7	2.27	น้อย	7	2.34					
ค่าเฉลี่ยรวม	3.53	มาก		2.91	ปานกลาง		2.92	ปานกลาง		2.95					

จากตารางที่ 44 พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.95 โดยผู้มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูงต่ำกว่ามาตรฐาน ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.53 ผู้มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูงได้มาตรฐาน และสูงกว่ามาตรฐาน ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.91 และ 2.92

โดยผู้มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูงต่ำกว่ามาตรฐาน มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ความรวดเร็วในการลงทะเบียนของลูกค้า เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.90 ผู้มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูงได้มาตรฐาน และสูงกว่ามาตรฐานมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ขั้นตอนของการตั้งชื่อสินค้าครั้งแรกเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.46 และ 3.41

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูง

ส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ	ระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูง										ค่าเฉลี่ยรวม					
	ต่ำกว่ามาตรฐาน					มาตรฐาน						สูงกว่ามาตรฐาน				
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย		แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
1. สถานที่จอดรถ	3.65	มาก	5	3.03	ปานกลาง	4	2.60	ปานกลาง	10	2.75	ปานกลาง	10	2.75	ปานกลาง	10	
2. ความสะอาดของสถานที่	4.30	มาก	1	3.13	ปานกลาง	2	2.84	ปานกลาง	5	2.98	ปานกลาง	5	2.98	ปานกลาง	5	
3. การตกแต่งสถานที่	4.25	มาก	2	2.86	ปานกลาง	5	2.80	ปานกลาง	6	2.89	ปานกลาง	6	2.89	ปานกลาง	6	
4. สถานที่นั่งพักและนั่งรอ	3.30	ปานกลาง	7	2.62	ปานกลาง	7	2.73	ปานกลาง	7	2.74	ปานกลาง	7	2.74	ปานกลาง	7	
5. บรรยากาศในร้าน	2.80	ปานกลาง	9	2.51	ปานกลาง	9	2.71	ปานกลาง	8	2.67	ปานกลาง	8	2.67	ปานกลาง	8	
6. สถานที่ของศูนย์จำหน่ายกว้างขวางทำให้เลือกชมสินค้าได้สะดวก	2.80	ปานกลาง	9	2.24	น้อย	10	2.64	ปานกลาง	9	2.56	ปานกลาง	9	2.56	ปานกลาง	9	
7. ผลิตภัณฑ์/ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองจากสถาบันนานาชาติ	2.95	ปานกลาง	8	2.57	ปานกลาง	8	3.18	ปานกลาง	2	3.04	ปานกลาง	2	3.04	ปานกลาง	2	
8. ผลิตภัณฑ์มีใบรับรองคุณภาพจากสถาบันที่มีชื่อเสียงในประเทศ	3.40	ปานกลาง	6	3.20	ปานกลาง	1	3.25	ปานกลาง	1	3.24	ปานกลาง	1	3.24	ปานกลาง	1	
9. ผลิตภัณฑ์เคยได้รับรางวัลคุณภาพดีเด่น	3.75	มาก	4	3.05	ปานกลาง	3	3.15	ปานกลาง	3	3.16	ปานกลาง	3	3.16	ปานกลาง	3	
10. ผลิตภัณฑ์ได้รับรองการผลิตตามมาตรฐาน ISO	3.80	มาก	3	2.84	ปานกลาง	6	3.02	ปานกลาง	4	3.03	ปานกลาง	4	3.03	ปานกลาง	4	
ค่าเฉลี่ยรวม	3.50	มาก		2.80	ปานกลาง		2.89	ปานกลาง		2.91	ปานกลาง		2.91	ปานกลาง		

จากตารางที่ 45 พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.91 โดยผู้มีระดับน้ำหนักรู้เทียบกับส่วนสูงต่ำกว่ามาตรฐาน ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.50 ผู้มีระดับน้ำหนักรู้เทียบกับส่วนสูง ได้มาตรฐาน และสูงกว่ามาตรฐาน ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.80 และ 2.89

โดยผู้มีระดับน้ำหนักรู้เทียบกับส่วนสูงต่ำกว่ามาตรฐาน มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องความสะอาดของสถานที่เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 4.30 50 ผู้มีระดับน้ำหนักรู้เทียบกับส่วนสูงได้มาตรฐาน และสูงกว่ามาตรฐาน มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ผลิตภัณฑ์มีใบรับรองคุณภาพจากสถาบันที่มีชื่อเสียงในประเทศเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.20 และ 3.25

ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้่าต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน																		ค่าเฉลี่ยรวม												
	น้อยกว่า 10,000						10,000-20,000						20,001-30,000							30,001-40,000						40,001-50,000					
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่		ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่									
1. ประเภทของผลิตภัณฑ์หลากหลาย	3.88	มาก	2	3.83	มาก	2	3.88	มาก	1	3.00	มาก	3	4.00	มาก	3	3.83	มาก	3	3.83	มาก	3	3.83									
2. คุณภาพของผลิตภัณฑ์	3.51	มาก	5	3.44	ปานกลาง	8	3.22	ปานกลาง	9	2.50	ปานกลาง	6	4.00	มาก	3	3.40	มาก	3	3.40	มาก	3	3.40									
3. อายุการเก็บรักษาของผลิตภัณฑ์	3.51	มาก	5	3.42	ปานกลาง	10	3.48	ปานกลาง	3	3.00	ปานกลาง	3	3.67	มาก	5	3.45	มาก	5	3.45	มาก	5	3.45									
4. ความสะดวกในการใช้ผลิตภัณฑ์	3.56	มาก	3	3.78	มาก	3	3.39	ปานกลาง	5	3.00	ปานกลาง	3	4.33	มาก	2	3.63	มาก	2	3.63	มาก	2	3.63									
5. รสชาติของผลิตภัณฑ์	3.31	ปานกลาง	10	3.21	ปานกลาง	15	3.21	ปานกลาง	10	2.50	ปานกลาง	6	3.00	ปานกลาง	6	3.20	ปานกลาง	6	3.20	ปานกลาง	6	3.20									
6. ส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ เช่น สารอาหาร โยอาหาร	3.41	ปานกลาง	8	3.55	มาก	6	3.36	ปานกลาง	6	2.79	ปานกลาง	4	3.67	มาก	5	3.45	มาก	5	3.45	มาก	5	3.45									
7. ผลิตภัณฑ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์	3.31	ปานกลาง	10	3.47	ปานกลาง	7	3.33	ปานกลาง	7	2.79	ปานกลาง	4	3.67	มาก	5	3.38	ปานกลาง	4	3.38	ปานกลาง	4	3.38									
8. ความสวยงามของหีบห่อ	3.10	ปานกลาง	14	3.37	ปานกลาง	11	3.13	ปานกลาง	12	2.29	ปานกลาง	7	3.67	มาก	5	3.21	ปานกลาง	7	3.21	ปานกลาง	7	3.21									
9. ความแข็งแรงของหีบห่อ	3.53	มาก	4	3.93	มาก	1	3.51	มาก	2	3.50	มาก	1	3.67	มาก	5	3.70	มาก	1	3.70	มาก	1	3.70									

ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ศึกษาต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ข้ามเขตชายใต้เฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน																		ค่าเฉลี่ยรวม
	น้อยกว่า 10,000			10,000-20,000			20,001-30,000			30,001-40,000			40,001-50,000						
	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่			
10. ขนาดบรรจุของผลิตภัณฑ์	3.43	ปานกลาง	3.77	มาก	3.50	ปานกลาง	3.21	ปานกลาง	3.67	มาก	3.55	มาก	3.67	มาก	3.55	มาก			
11. ความสะดวกในการใช้หีบห่อผลิตภัณฑ์	3.34	ปานกลาง	3.71	มาก	3.00	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	3.67	มาก	3.43	มาก	3.67	มาก	3.43	มาก			
12. หีบห่อผลิตภัณฑ์อำนวยความสะดวกในการเก็บรักษา	3.44	ปานกลาง	3.55	มาก	3.16	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	3.67	มาก	3.43	มาก	3.67	มาก	3.43	มาก			
13. ความสวยงามของฉลากผลิตภัณฑ์	3.13	ปานกลาง	3.29	ปานกลาง	2.99	ปานกลาง	2.50	ปานกลาง	4.00	มาก	3.18	มาก	4.00	มาก	3.18	มาก			
14. ความชัดเจนของฉลากผลิตภัณฑ์	3.11	ปานกลาง	3.43	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	3.21	ปานกลาง	4.00	มาก	3.26	มาก	4.00	มาก	3.26	มาก			
15. ความครบถ้วนของฉลากผลิตภัณฑ์	3.28	ปานกลาง	3.23	ปานกลาง	3.12	ปานกลาง	2.71	ปานกลาง	4.00	มาก	3.23	มาก	4.00	มาก	3.23	มาก			
16. มีเครื่องหมายองค์การอาหารและยาแสดงบนหีบห่อ	3.94	มาก	3.71	มาก	3.40	ปานกลาง	3.50	ปานกลาง	4.67	มากที่สุด	3.74	มากที่สุด	4.67	มากที่สุด	3.74	มากที่สุด			

ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน												ค่าเฉลี่ยรวม			
	น้อยกว่า 10,000			10,000-20,000			20,001-30,000			30,001-40,000				40,001-50,000		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่		ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
17. ผลิตภัณฑ์มีชื่อเสียงเป็นที่เชื่อถือของลูกค้า	3.30	ปานกลาง	9	3.35	ปานกลาง	12	3.12	ปานกลาง	13	3.00	ปานกลาง	3	4.00	มาก	3	3.30
ค่าเฉลี่ยรวม	3.42	ปานกลาง		3.53	มาก		3.27	ปานกลาง		2.91	ปานกลาง		3.84	มาก		3.43

จากตารางที่ 46 พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.43 โดยผู้มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท 20,001-30,000 บาท และ 30,001-40,000 บาท ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.42 3.27 และ 2.91 ผู้มีรายได้ 10,000-20,000 บาท และ 40,001-50,000 บาท ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.53 และ 3.84

โดยผู้มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท และ 40,001-50,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องมีเครื่องหมายองค์กรอาหารและยาแสดงบนหีบห่อ เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.94 และ 4.67 ผู้มีรายได้ 10,000-20,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องความแข็งแรงของหีบห่อเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.93 ผู้มีรายได้ 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องประเภทของผลิตภัณฑ์หลากหลายเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.88 ผู้มีรายได้ 30,001-40,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องความแข็งแรงของหีบห่อ และมีเครื่องหมายองค์กรอาหารและยาแสดงบนหีบห่อ เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.50

ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้านักค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา จำนวนตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน												รวม			
	น้อยกว่า 10,000			10,000-20,000			20,001-30,000			30,001-40,000				40,001-50,000		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่		ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
1. มาตรฐานของราคา	2.93	ปานกลาง	1	3.12	ปานกลาง	1	2.99	ปานกลาง	1	2.50	ปานกลาง	1	2.67	ปานกลาง	1	2.99
2. ราคาของผลิตภัณฑ์ที่เป็นชุด	2.58	ปานกลาง	2	2.97	ปานกลาง	2	2.87	ปานกลาง	2	2.00	น้อย	3	2.33	น้อย	2	2.78
3. ราคาของผลิตภัณฑ์แต่ละตัว	2.54	ปานกลาง	4	2.84	ปานกลาง	3	2.81	ปานกลาง	3	2.00	น้อย	3	2.00	น้อย	3	2.68
4. การให้ส่วนลดเมื่อชำระเงินสด	2.56	ปานกลาง	3	2.73	ปานกลาง	4	2.81	ปานกลาง	3	2.07	น้อย	2	2.33	น้อย	2	2.65
ค่าเฉลี่ยรวม	2.65	ปานกลาง		2.92	ปานกลาง		2.87	ปานกลาง		2.14	น้อย		2.33	น้อย		2.78

จากตารางที่ 47 พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.78 โดยผู้มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท 10,000-20,000 บาท 20,001-30,000 บาท ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.65 2.92 และ 2.87 ผู้มีรายได้ 30,001-40,000 บาท และ 40,001-50,000 บาท ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.14 และ 2.33

โดยผู้มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท 10,000-20,000 บาท 20,001-30,000 บาท 30,001-40,000 บาท และ 40,001-50,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องมาตรฐานของราคา เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 2.93 3.12 2.99 2.50 และ 2.67

ตารางที่ 48 แสดงค่าเฉลี่ยระดับพอใจของลูกจ้างส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน												ค่าเฉลี่ยรวม			
	น้อยกว่า 10,000			10,000-20,000			20,001-30,000			30,001-40,000				40,001-50,000		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่		ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
1. ทำเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์สะดวกซื้อ การเดินทาง	2.62	ปานกลาง	1	2.95	ปานกลาง	1	2.97	ปานกลาง	1	1.71	น้อย	1	3.00	ปานกลาง	1	2.81
2. ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์มีสาขาพอที่จะให้ท่านเลือกใช้บริการ	2.30	น้อย	2	2.70	ปานกลาง	3	2.87	ปานกลาง	2	1.50	น้อย	2	2.00	น้อย	3	2.54
3. ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ตั้งอยู่บนทำเลที่ท่านสามารถเห็นได้ชัดเจน	2.29	น้อย	3	2.78	ปานกลาง	2	2.82	ปานกลาง	3	1.50	น้อย	3	2.33	น้อย	2	2.57
ค่าเฉลี่ยรวม	2.40	น้อย		2.81	ปานกลาง		2.89	ปานกลาง		1.57	น้อย		2.44	น้อย		2.64

จากตารางที่ 48 พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.64 โดยผู้มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท 30,001-40,000 บาท และ 40,001-50,000 บาท ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.40 1.57 และ 2.44 ผู้มีรายได้ 10,000-20,000 และ 20,001-30,000 บาท ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.81 และ 2.89

โดยผู้มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท 10,000-20,000 บาท 20,001-30,000 บาท 30,001-40,000 บาท และ 40,001-50,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องทำเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์สะดวกต่อการเดินทางเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 2.62 2.95 2.97 1.71 และ 3.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 49 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ที่ต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำนวนตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน																		ค่าเฉลี่ยรวม
	น้อยกว่า 10,000			10,000-20,000			20,001-30,000			30,001-40,000			40,001-50,000			ค่าเฉลี่ยรวม			
	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	แปลผล				
1. ความพึงพอใจของการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ	2.23	2	น้อย	2.65	1	ปานกลาง	2.22	3	น้อย	1.71	1	น้อย	2.33	1	น้อย	2.39			
2. ข่าวสารที่ได้รับจากการประชาสัมพันธ์	2.00	5	น้อย	2.54	2	ปานกลาง	2.16	4	น้อย	1.50	3	น้อย	2.33	1	น้อย	2.26			
3. การส่งเสริมการขายด้วยวิธีต่าง ๆ เช่น การให้ส่วนลด มีของขำรวย	2.16	3	น้อย	2.26	4	น้อย	2.10	5	น้อย	1.50	3	น้อย	2.00	2	น้อย	2.16			
4. เอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์ที่แจกโดยบริษัท	2.27	1	น้อย	2.27	3	น้อย	2.27	2	น้อย	1.57	2	น้อย	2.00	2	น้อย	2.23			
5. มีการเผยแพร่บทความหรือรายงานการใช้ผลิตภัณฑ์ในวารสารที่เชื่อถือได้	2.15	4	น้อย	2.31	5	น้อย	2.45	1	น้อย	1.50	3	น้อย	2.00	2	น้อย	2.25			
6. มีการอบรมสัมมนาทำให้ความรู้ของผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้า	1.72	6	น้อย	2.01	6	น้อย	2.00	6	น้อยที่สุด	1.29	4	น้อย	1.67	3	น้อย	1.88			
ค่าเฉลี่ยรวม	2.09		น้อย	2.34		น้อย	2.20		น้อย	1.51		น้อย	2.06		น้อย	2.20			

จากตารางที่ 49 พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.20 โดยผู้มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท 10,000-20,000 บาท 20,001-30,000 บาท 30,001-40,000 บาท และ 40,001-50,000 บาท ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.09 2.34 2.20 1.51 และ 2.06 ตามลำดับ

โดยผู้มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท 10,000-20,000 บาท และ 30,001-40,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องความเพียงพอของการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 2.23 2.65 และ 1.71 ผู้มีรายได้ 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องมีการเผยแพร่บทความหรือรายงานการใช้ผลิตภัณฑ์ในวารสารที่เชื่อถือได้เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 2.45 และผู้มีรายได้ 40,001-50,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องความเพียงพอของการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ และข่าวสารที่ได้รับจากการประชาสัมพันธ์เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 2.33

ตารางที่ 50 แสดงค่าเฉลี่ยระดับพึงพอใจของลูกค้ำต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร จำนวนตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน												ค่าเฉลี่ยรวม			
	น้อยกว่า 10,000			10,000-20,000			20,001-30,000			30,001-40,000				40,001-50,000		
	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	อันดับที่		ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	อันดับที่
1. บุคลิกลักษณะและกริยามารยาทของพนักงานขาย	3.02	ปานกลาง	2	3.19	ปานกลาง	1	3.09	ปานกลาง	1	3.00	ปานกลาง	1	3.00	ปานกลาง	2	3.10
2. มีพนักงานของศูนย์บริการคอยให้คำแนะนำสินค้า	3.03	ปานกลาง	1	2.88	ปานกลาง	2	2.90	ปานกลาง	2	3.00	ปานกลาง	1	3.00	ปานกลาง	2	2.94
3. พนักงานขายมีความรู้ในผลิตภัณฑ์	2.80	ปานกลาง	4	2.74	ปานกลาง	4	2.90	ปานกลาง	2	3.00	ปานกลาง	1	2.67	ปานกลาง	3	2.80
4. ความดีในการเรียงลูกค้ำของพนักงานขาย	2.31	น้อย	7	2.20	น้อย	7	2.63	ปานกลาง	6	2.00	น้อย	4	2.67	ปานกลาง	3	2.32
5. การให้บริการลูกค้ำของพนักงานมีความสม่ำเสมอ	2.35	น้อย	6	2.27	น้อย	6	2.73	ปานกลาง	4	1.79	น้อย	5	2.33	น้อย	4	2.36
6. การให้ความเป็นกันเองกับลูกค้ำ	2.94	ปานกลาง	3	2.87	ปานกลาง	3	2.75	ปานกลาง	3	2.79	ปานกลาง	2	3.33	ปานกลาง	1	2.88

ตารางที่ 50 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกจ้างต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน												ค่าเฉลี่ยรวม			
	น้อยกว่า 10,000			10,000-20,000			20,001-30,000			30,001-40,000				40,001-50,000		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่		ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
7. การบริการและการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า	2.72	ปานกลาง	5	2.60	ปานกลาง	5	2.69	ปานกลาง	5	2.29	น้อย	3	3.33	ปานกลาง	1	2.66
ค่าเฉลี่ยรวม	2.74	ปานกลาง		2.68	ปานกลาง		2.81	ปานกลาง		2.55	ปานกลาง		2.90	ปานกลาง		2.72

จากตารางที่ 50 พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากรโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.72 โดยผู้มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท 10,000-20,000 บาท 20,001-30,000 บาท 30,001-40,000 บาท และ 40,001-50,000 บาท ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.94 2.87 2.75 2.79 และ 3.33 ตามลำดับ

โดยผู้มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่อง มีพนักงานของศูนย์บริการคอยให้คำแนะนำสินค้าเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.03 ผู้มีรายได้ 10,000-20,000 บาท และ 20,001-30,000 บาทมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่อง บุคลิกลักษณะและกริยามารยาทของพนักงานขาย เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.19 และ 3.09 ผู้มีรายได้ 30,001-40,000 บาทมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่อง บุคลิกลักษณะและกริยามารยาทของพนักงานขาย มีพนักงานของศูนย์บริการคอยให้คำแนะนำสินค้า และพนักงานขายมีความรู้ในผลิตภัณฑ์เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.00 และผู้มีรายได้ 40,001-50,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องการให้ความเป็นกันเองกับลูกค้าและการให้บริการและแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.33

ตารางที่ 51 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ศึกษาต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ จำนวนตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน																		ค่าเฉลี่ยรวม		
	น้อยกว่า 10,000		10,000-20,000		20,001-30,000		30,001-40,000		40,001-50,000		50,001-60,000		60,001-70,000		70,001-80,000		80,001-90,000			90,001-100,000	
	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่		ค่าเฉลี่ย	อันดับที่
1. ความสะดวกในการสั่งซื้อ	3.27	ปานกลาง	3.17	ปานกลาง	3.04	ปานกลาง	2.50	ปานกลาง	2.71	ปานกลาง	2.50	ปานกลาง	4.00	มาก	4.00	มาก	3.18	2	3.18	2	
2. ขั้นตอนของการสั่งซื้อสินค้าครั้งแรก	3.55	มาก	3.41	ปานกลาง	3.37	ปานกลาง	2.71	ปานกลาง	2.71	ปานกลาง	2.71	ปานกลาง	4.33	มาก	4.33	มาก	3.45	1	3.45	1	
3. ความรวดเร็วในการลงทะเบียนของลูกค้า	3.19	ปานกลาง	3.24	ปานกลาง	3.03	ปานกลาง	2.21	ปานกลาง	2.21	ปานกลาง	2.21	ปานกลาง	3.67	มาก	3.67	มาก	3.16	3	3.16	3	
4. ความรวดเร็วในการบริการตรวจจัดไขมัน	3.06	ปานกลาง	2.92	ปานกลาง	2.75	ปานกลาง	2.00	ปานกลาง	2.00	ปานกลาง	2.00	น้อย	3.67	มาก	3.67	มาก	2.92	3	2.92	3	
5. บริการจัดส่งที่รวดเร็วตรงเวลา	3.17	ปานกลาง	3.04	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	2.71	ปานกลาง	2.71	ปานกลาง	2.71	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	3.06	6	3.06	6	
6. ความสะดวกในการติดต่อกับพนักงานขาย	2.56	ปานกลาง	2.51	ปานกลาง	2.75	ปานกลาง	2.21	ปานกลาง	2.21	ปานกลาง	2.21	น้อย	3.00	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	2.57	6	2.57	6	

ตารางที่ 51 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกจ้างต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการบริการ จำนวนตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาดด้านการบริการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน														ค่าเฉลี่ยรวม
	น้อยกว่า 10,000		10,000-20,000		20,001-30,000		30,001-40,000		40,001-50,000		ค่าเฉลี่ยรวม				
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล					
7. มีการแจ้งลูกจ้างให้ทราบถึงวิธีการคืนสินค้าที่มีปัญหา	2.20	น้อย	2.35	น้อย	2.48	น้อย	2.21	น้อย	2.67	ปานกลาง	2.34				
ค่าเฉลี่ยรวม	3.00	ปานกลาง	2.95	ปานกลาง	2.92	ปานกลาง	2.37	น้อย	3.48	ปานกลาง	2.95				

จากตารางที่ 51 พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.95 โดยผู้มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท 10,000-20,000 บาท 20,001-30,000 บาท และ 40,001-50,000 บาท ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.00 2.95 2.92 และ 3.48 ผู้มีรายได้ 30,001-40,000 บาท ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.37

โดยผู้มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท 10,000-20,000 บาท 20,001-30,000 บาท และ 40,001-50,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องขั้นตอนของการสั่งซื้อสินค้าครั้งแรกเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.55 3.41 3.37 และ 4.33 ผู้มีรายได้ 30,001-40,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องขั้นตอนของการสั่งซื้อสินค้าครั้งแรกและบริการที่จัดส่งรวดเร็วตรงเวลาเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 2.71

ตารางที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน												ค่าเฉลี่ยรวม			
	น้อยกว่า 10,000		10,000-20,000		20,001-30,000		30,001-40,000		40,001-50,000		ค่าเฉลี่ยรวม					
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่						
1. สถานที่จอดรถ	2.53	ปานกลาง	7	2.90	ปานกลาง	7	2.91	ปานกลาง	5	2.07	น้อย	6	2.67	ปานกลาง	5	2.75
2. ความสะอาดของสถานที่	2.73	ปานกลาง	3	3.22	ปานกลาง	4	2.97	ปานกลาง	3	2.29	น้อย	5	3.00	ปานกลาง	4	2.98
3. การตกแต่งสถานที่	2.60	ปานกลาง	4	3.13	ปานกลาง	5	2.94	ปานกลาง	4	2.07	น้อย	6	3.00	ปานกลาง	4	2.89
4. สถานที่นั่งพักและนั่งรอ	2.54	ปานกลาง	6	2.82	ปานกลาง	8	2.97	ปานกลาง	3	2.29	น้อย	5	2.67	ปานกลาง	5	2.74
5. บรรยากาศในร้าน	2.55	ปานกลาง	5	2.74	ปานกลาง	9	2.76	ปานกลาง	9	2.50	ปานกลาง	3	2.67	ปานกลาง	5	2.67
6. สถานที่ของศูนย์จำหน่ายกว้างขวางทำให้เลือกชมสินค้าได้สะดวก	2.51	ปานกลาง	8	2.51	ปานกลาง	10	2.78	ปานกลาง	8	2.50	ปานกลาง	3	2.67	ปานกลาง	5	2.56
7. ผลิตภัณฑ์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ได้ให้บริการรับรองจากสถาบันนาชาติ	3.18	ปานกลาง	9	2.96	ปานกลาง	6	2.99	ปานกลาง	2	2.57	ปานกลาง	2	3.67	มาก	2	3.04

ตารางที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน														ค่าเฉลี่ยรวม
	น้อยกว่า 10,000		10,000-20,000		20,001-30,000		30,001-40,000		40,001-50,000		รวม				
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล			
8. ผลิตรถยนต์ที่มีใบรับรองคุณภาพจากสถาบันที่มีชื่อเสียงในประเทศ	3.05	ปานกลาง	3.46	ปานกลาง	3.03	ปานกลาง	2.79	ปานกลาง	4.00	มาก	3.24	ปานกลาง	3.03	ปานกลาง	
9. ผลิตรถยนต์ที่เคยได้รับรางวัลคุณภาพดีเด่น	3.05	ปานกลาง	3.35	ปานกลาง	2.84	ปานกลาง	2.79	ปานกลาง	4.00	มาก	3.16	ปานกลาง	3.03	ปานกลาง	
10. ผลิตรถยนต์ที่ได้รับรองการผลิตตามมาตรฐาน ISO	2.77	ปานกลาง	3.25	ปานกลาง	2.81	ปานกลาง	2.79	ปานกลาง	4.00	มาก	3.03	ปานกลาง	3.03	ปานกลาง	
ค่าเฉลี่ยรวม	2.75	ปานกลาง	3.03	ปานกลาง	2.90	ปานกลาง	2.46	ปานกลาง	3.23	ปานกลาง	2.91	ปานกลาง	2.91	ปานกลาง	

จากตารางที่ 52 พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.91 โดยผู้มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท 10,000-20,000 บาท 20,001-30,000 บาท 30,001-40,000 บาท และ 40,001-50,000 บาท ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.75 3.03 2.90 2.46 และ 3.23 ตามลำดับ

โดยผู้มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ผลิตภัณฑ์/ศูนย์จำหน่าย ได้รับการรับรองจากสถาบันนานาชาติเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.18 ผู้มีรายได้ 10,000-20,000 บาท และ 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องผลิตภัณฑ์มีใบรับรองคุณภาพจากสถาบันที่มีชื่อเสียงในประเทศเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.46 และ 3.03 ผู้มีรายได้ 30,001-40,000 บาท และ 40,001-50,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องผลิตภัณฑ์มีใบรับรองคุณภาพจากสถาบันที่มีชื่อเสียงในประเทศ ผลิตภัณฑ์เคยได้รับรางวัลคุณภาพดีเด่น และผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองการผลิตตามมาตรฐาน ISO เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 4.00

ตารางที่ 53 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพ

ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพ												ค่าเฉลี่ยรวม						
	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ		ลูกจ้างบริษัทเอกชน		นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ		อาชีพอิสระ		แม่บ้าน/พ่อบ้าน		นักเรียน/นักศึกษา			ขายตรง		อื่นๆ			
	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่		ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่		
1. ประเภทของผลิตภัณฑ์	3.67	1	3.75	1	4.03	1	3.89	2	4.00	1	3.78	2	4.00	2	4.00	2	4.00	4	3.83
2. คุณภาพของผลิตภัณฑ์	3.33	8	3.38	10	3.44	3	3.46	9	3.13	9	3.41	4	4.00	2	3.59	2	3.59	9	3.40
3. อนุกรมเกี่ยวกับของผลิตภัณฑ์	3.13	12	3.37	11	3.28	16	3.77	4	3.52	5	3.44	3	3.00	3	4.00	3	4.00	4	3.45
4. ความสะดวกในการใช้ผลิตภัณฑ์	3.47	4	3.68	3	3.53	2	3.81	3	3.48	6	3.15	8	4.00	2	4.27	2	4.27	1	3.63
5. ราคาดีของผลิตภัณฑ์	3.42	6	3.06	17	3.22	9	3.28	14	3.48	8	2.88	11	4.00	2	3.55	2	3.55	10	3.20
6. ส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ เช่น สารอาหารในอาหาร	3.56	2	3.49	7	2.91	12	3.56	7	3.30	10	3.17	7	4.00	2	4.00	2	4.00	4	3.45
7. ผลลัพธ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์	3.49	3	3.29	13	3.34	5	3.47	8	3.09	12	3.15	8	5.00	1	3.86	1	3.86	6	3.38
8. ความสวยงามของหีบห่อ	3.02	14	3.23	14	3.25	8	3.44	10	2.78	12	2.78	12	4.00	2	3.95	2	3.95	5	3.21

ตารางที่ 53 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของถูกคัดค้านส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำนวนตามอาชีพ (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพ																								ค่าเฉลี่ยรวม
	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ		ลูกจ้างบริษัทเอกชน		นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ		อาชีพอิสระ		แม่บ้าน/พ่อบ้าน		นักเรียน/นักศึกษา		ขายตรง		อื่นๆ		ค่าเฉลี่ยรวม								
	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่		ค่าเฉลี่ย	อันดับที่						
9. ความแข็งแรงของเท้า	3.67	มาก	3.62	มาก	4	3.41	ปานกลาง	4	3.95	มาก	1	3.96	มาก	2	3.39	ปานกลาง	5	5.00	มากที่สุด	1	4.14	มาก	3	3.70	
10. ขนาดบรรจุของผลิตภัณฑ์	3.11	ปานกลาง	3.60	มาก	5	3.34	ปานกลาง	5	3.75	มาก	5	3.61	มาก	4	3.27	ปานกลาง	6	5.00	มากที่สุด	1	4.14	มาก	3	3.55	
11. ความสะดวกในการใช้เท้าผลิตภัณฑ์	3.40	ปานกลาง	3.59	มาก	6	3.16	ปานกลาง	10	3.33	ปานกลาง	13	3.61	มาก	4	2.90	ปานกลาง	10	5.00	มากที่สุด	1	3.73	มาก	7	3.43	
12. เท้าบวมหรือเท้าบวมในการเดิน	3.20	ปานกลาง	3.47	ปานกลาง	8	3.13	ปานกลาง	11	3.56	มาก	7	3.43	ปานกลาง	7	3.17	ปานกลาง	7	5.00	มากที่สุด	1	3.86	มาก	6	3.43	
13. ความสวยงามของผลิตภัณฑ์	3.49	ปานกลาง	3.14	ปานกลาง	16	2.69	ปานกลาง	14	3.26	ปานกลาง	15	3.09	ปานกลาง	10	2.73	น้อย	13	5.00	มากที่สุด	1	3.86	มาก	6	3.18	
14. ความชัดเจนของผลิตภัณฑ์	3.31	ปานกลาง	3.35	ปานกลาง	12	2.81	ปานกลาง	13	3.39	ปานกลาง	11	2.78	ปานกลาง	12	2.98	ปานกลาง	9	4.00	มากที่สุด	2	3.86	มาก	6	3.26	
15. ความครบถ้วนของผลิตภัณฑ์	2.91	ปานกลาง	3.20	ปานกลาง	15	3.31	ปานกลาง	6	3.67	มาก	6	3.00	ปานกลาง	11	2.98	ปานกลาง	9	3.00	มากที่สุด	3	3.55	มาก	10	3.23	

ตารางที่ 53 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพ (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพ												ค่าเฉลี่ยรวม												
	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ		ลูกจ้างบริษัทเอกชน		นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ		อาชีพอิสระ		แม่บ้าน/พ่อบ้าน		นักเรียน/นักศึกษา			ขายตรง		อื่นๆ									
	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่		ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่								
16. มีเครื่องหมายองค์กรอาหารและยาแสดงบนหีบห่อ	3.44	ปานกลาง	5	3.71	มาก	2	3.22	ปานกลาง	9	3.95	มาก	1	3.65	มาก	3	4.10	มาก	1	4.00	มาก	2	4.18	มาก	2	3.74
17. ผลิตภัณฑ์มีชื่อเสียงเป็นที่เชื่อถือของลูกค้า	3.18	ปานกลาง	11	3.41	ปานกลาง	9	3.41	ปานกลาง	4	3.37	ปานกลาง	12	3.00	ปานกลาง	11	2.90	ปานกลาง	10	3.00	ปานกลาง	3	3.68	มาก	8	3.30
ค่าเฉลี่ยรวม	3.34	ปานกลาง		3.43	ปานกลาง		3.26	ปานกลาง		3.58	มาก		3.35	ปานกลาง		3.19	ปานกลาง		4.18	มาก		3.90	มาก		3.43

จากตารางที่ 53 พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.43 โดยผู้มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ถูกจ้าง บริษัทเอกชน นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ แม่บ้าน/พ่อบ้าน นักเรียน/นักศึกษา ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.34 3.43 3.26 3.35 และ 3.19 ผู้มีอาชีพอิสระชายตรง และอื่น ๆ ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.58 4.18 และ 3.90

โดยผู้มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องประเภทของผลิตภัณฑ์หลากหลาย และความแข็งแรงของหีบห่อเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.67 ผู้มีอาชีพถูกจ้าง บริษัทเอกชน นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ และแม่บ้าน/พ่อบ้าน มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องประเภทของผลิตภัณฑ์หลากหลายเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.75 4.03 และ 4.00 ผู้มีอาชีพอิสระมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องความแข็งแรงของหีบห่อมีและเครื่องหมายองค์รอาหารและยา แสดงบนหีบห่อ เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.95 นักเรียน/นักศึกษามีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องมีเครื่องหมายองค์รอาหารและยาแสดงบนหีบห่อ ลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 4.10 ผู้มีอาชีพชายตรงมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องผลลัพธ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์ ความแข็งแรงของหีบห่อ ขนาดของบรรจุภัณฑ์ ความสะดวกในการใช้หีบห่อผลิตภัณฑ์ หีบห่อผลิตภัณฑ์อำนวยความสะดวกในการเก็บรักษาและความสวยงามของฉลากผลิตภัณฑ์เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 5.00

ตารางที่ 54 แสดงค่าเฉลี่ยระดับพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา จำแนกตามอาชีพ

ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา	อาชีพ												ค่าเฉลี่ยรวม								
	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ		ลูกจ้างบริษัทเอกชน		นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ		อาชีพอิสระ		แม่บ้าน/พ่อบ้าน		นักเรียน/นักศึกษา			ขายตรง		อื่นๆ					
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่		ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่				
1. มาตรฐานของราคา	3.27	1	2.95	ปานกลาง	1	2.97	ปานกลาง	1	2.96	ปานกลาง	1	2.96	ปานกลาง	1	4.00	มาก	1	3.55	มาก	1	2.99
2. ราคาของผลิตภัณฑ์ที่เป็นชุด	3.04	2	2.77	ปานกลาง	2	2.97	ปานกลาง	1	2.65	ปานกลาง	2	2.96	ปานกลาง	1	4.00	มาก	1	3.23	ปานกลาง	3	2.78
3. ราคาของผลิตภัณฑ์แต่ละตัว	2.98	3	2.63	ปานกลาง	4	2.78	ปานกลาง	2	2.51	ปานกลาง	4	2.78	ปานกลาง	2	4.00	มาก	1	3.36	ปานกลาง	2	2.68
4. การให้ส่วนลดเมื่อชำระเงินสด	2.82	4	2.65	ปานกลาง	3	2.59	ปานกลาง	3	2.54	ปานกลาง	3	2.78	ปานกลาง	2	4.00	มาก	1	3.23	ปานกลาง	3	2.65
ค่าเฉลี่ยรวม	3.03		2.75	ปานกลาง		2.83	ปานกลาง		2.67	ปานกลาง		2.87	ปานกลาง		4.00	มาก		3.34	ปานกลาง		2.78

จากตารางที่ 54 พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.78 โดยผู้มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างบริษัทเอกชน นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ อาชีพอิสระ แม่บ้าน/พ่อบ้าน และอื่น ๆ ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.03 2.75 2.83 2.67 2.87 และ 3.34 ผู้เป็นนักเรียน/นักศึกษา ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.21 ผู้มีอาชีพขายตรงให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.00

โดยผู้มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างบริษัทเอกชน อาชีพอิสระ นักเรียนนักศึกษา และอื่น ๆ มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องมาตรฐานของราคา เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.27 2.95 2.96 2.51 และ 3.55 ผู้มีอาชีพ นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ และแม่บ้าน/พ่อบ้านมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องมาตรฐานของราคาและราคาของผลิตภัณฑ์ที่เป็นชุด เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 2.97 และ 2.96 ผู้มีอาชีพขายตรงมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในทุกเรื่องด้านราคาเท่ากัน ค่าเฉลี่ย 4.00

ตารางที่ 55 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่ จำแนกตามอาชีพ

ส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่	อาชีพ												ค่าเฉลี่ยรวม				
	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ		ลูกจ้างบริษัทเอกชน		นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ		อาชีพอิสระ		แม่บ้าน/พ่อบ้าน		นักเรียน/นักศึกษา			ขายตรง		อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่		ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่
1. ที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์สะดวกต่อการเดินทาง	2.87	1	2.89	1	2.69	1	2.93	1	2.83	2	2.32	1	3.00	1	2.91	1	2.81
2. ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์สภาพพอที่จะให้ท่านเลือกใช้บริการ	2.72	3	2.56	3	2.38	3	2.39	3	3.00	1	2.15	3	3.00	1	2.77	2	2.54
3. ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ตั้งอยู่บนทำเลที่ท่านสามารถเห็นได้ชัดเจน	2.76	2	2.66	2	2.50	2	2.46	2	2.30	3	2.22	2	3.00	1	2.91	1	2.57
ค่าเฉลี่ยรวม	2.79		2.70		2.52		2.59		2.71		2.23		3.00		2.86		2.64

จากตารางที่ 55 พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.64 โดยผู้มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างบริษัทเอกชน นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ อาชีพอิสระ แม่บ้าน/พ่อบ้าน ชายตรง และอื่น ๆ ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.79 2.70 2.52 2.59 2.71 3.00 และ 2.86 ตามลำดับผู้เป็นนักเรียน/นักศึกษาให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.23

โดยผู้มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างบริษัทเอกชน นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ อาชีพอิสระ นักเรียน/นักศึกษาและอื่น ๆ มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องทำเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์สะดวกต่อการเดินทางเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 2.87 2.89 2.69 2.93 2.32 และ 2.91 ตามลำดับ ผู้เป็นแม่บ้าน/พ่อบ้านมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์มีสาขาพอที่จะให้เลือกใช้บริการเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.00 ผู้มีอาชีพชายตรงมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในทุกเรื่องด้านสถานที่เท่ากัน ค่าเฉลี่ย 3.00

ตารางที่ 56 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกจ้างต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพ

ส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด	อาชีพ												ค่าเฉลี่ยรวม				
	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ		ลูกจ้างบริษัทเอกชน		นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ		อาชีพอิสระ		แม่บ้าน/พ่อบ้าน		นักเรียน/นักศึกษา			ขายตรง		อื่น ๆ	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่		ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
1. ความพึงพอใจของกรมโฆษณาส่วนที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ	2.38	2	2.38	1	2.59	ปานกลาง	2.33	1	2.70	ปานกลาง	1.93	1	2.00	น้อย	3.05	ปานกลาง	2.39
2. ข่าวสารที่ได้รับจากกรมประชาสัมพันธ์	2.27	1	2.27	3	2.38	น้อย	2.16	4	2.52	ปานกลาง	1.93	2	2.00	น้อย	2.64	ปานกลาง	2.26
3. การส่งเสริมการขายด้วยวิธีต่าง ๆ เช่น การให้ส่วนลด มีของรางวัล	2.00	4	2.23	4	2.34	น้อย	2.16	4	2.04	น้อย	1.85	3	1.00	น้อยที่	2.77	ปานกลาง	2.16
4. เอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์ที่แจกโดยบริษัท	1.84	5	2.33	2	2.53	ปานกลาง	2.25	3	2.04	น้อย	1.95	2	1.00	น้อยที่	2.91	ปานกลาง	2.23
5. มีการเผยแพร่บทความหรือรายงานการใช้ผลิตภัณฑ์ในวารสารที่เชื่อถือได้	2.07	3	2.21	5	2.59	ปานกลาง	2.32	2	2.00	น้อย	2.12	4	2.00	น้อย	2.68	ปานกลาง	2.25

จากตารางที่ 56 พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.20 โดยผู้มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างบริษัทเอกชน นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ อาชีพอิสระ แม่บ้าน/พ่อบ้าน นักเรียน/นักศึกษา และชายตรง ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.04 2.23 2.42 2.18 2.17 1.91 และ 1.50 ตามลำดับ ผู้มีอาชีพอื่น ๆ ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.73

โดยผู้มีอาชีพ รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างบริษัทเอกชน อาชีพอิสระ แม่บ้าน/พ่อบ้าน และอื่น ๆ มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องความเพียงพอของการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 2.38 2.38 2.33 2.70 และ 3.05 ตามลำดับ ผู้มีอาชีพนักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องความเพียงพอของการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ และมีการเผยแพร่บทความหรือรายงานการใช้ผลิตภัณฑ์ในวารสารที่เชื่อถือได้เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 2.59 นักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องมีการเผยแพร่บทความหรือรายงานการใช้ผลิตภัณฑ์ในวารสารที่เชื่อถือได้เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 2.12 และผู้มีอาชีพชายตรงมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องความเพียงพอของการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ข่าวสารที่ได้รับจากการประชาสัมพันธ์และมีการเผยแพร่บทความหรือรายงานการใช้ผลิตภัณฑ์ในวารสารที่เชื่อถือได้เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 2.00

ตารางที่ 57 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร จำนวนตามอาชีพ

ส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร	อาชีพ												ค่าเฉลี่ยรวม				
	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ		ลูกจ้างบริษัทเอกชน		นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ		อาชีพอิสระ		แม่บ้าน/พ่อบ้าน		นักเรียน/นักศึกษา			ขายตรง		อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล		ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1. บุคลิกลักษณะและกริยามารยาทของพนักงานขาย	2.98	ปานกลาง	3.23	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	2.96	ปานกลาง	2.83	ปานกลาง	3.05	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	3.55	มาก	3.10
2. มีพนักงานของศูนย์บริการคอยให้คำแนะนำสินค้า	2.71	ปานกลาง	3.07	ปานกลาง	3.09	ปานกลาง	2.84	ปานกลาง	2.52	ปานกลาง	2.93	ปานกลาง	2.00	น้อย	3.27	ปานกลาง	2.94
3. พนักงานขายมีความรู้ในผลิตภัณฑ์	2.58	ปานกลาง	2.83	ปานกลาง	2.56	ปานกลาง	2.79	ปานกลาง	2.70	ปานกลาง	2.98	ปานกลาง	2.00	น้อย	3.27	ปานกลาง	2.80
4. ความดีในการเขียนดูกล้าของพนักงานขาย	2.13	น้อย	2.46	น้อย	2.28	น้อย	2.40	น้อย	1.70	น้อย	2.20	น้อย	1.00	น้อยที่สุด	2.82	ปานกลาง	2.32
5. การให้บริการดูกล้าของพนักงานมีความสม่ำเสมอ	1.96	น้อย	2.50	ปานกลาง	2.47	น้อย	2.37	น้อย	1.87	น้อย	2.39	น้อย	1.00	น้อยที่สุด	2.95	ปานกลาง	2.36
6. การให้ความเป็นกันเองกับดูกล้า	2.47	น้อย	3.03	ปานกลาง	2.16	น้อย	2.88	ปานกลาง	2.83	ปานกลาง	3.05	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	3.55	มาก	2.88

ตารางที่ 57 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกจ้างต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร จําแนกตามอาชีพ (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร	อาชีพ												ค่าเฉลี่ยรวม																				
	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ		ลูกจ้างบริษัทเอกชน		นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ		อาชีพอิสระ		แม่บ้าน/พอบ้าน		นักเรียน/นักศึกษา			ขายตรง		อื่น ๆ																	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล		ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล																
7. การบริการและการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า	2.62	ปานกลาง	3	ปานกลาง	2.71	ปานกลาง	5	ปานกลาง	2.06	น้อย	7	ปานกลาง	2.74	ปานกลาง	5	ปานกลาง	2.83	ปานกลาง	1	ปานกลาง	2.59	ปานกลาง	4	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	1	ปานกลาง	3.09	ปานกลาง	3	ปานกลาง	2.66
	2.49	น้อย		ปานกลาง	2.83	ปานกลาง		ปานกลาง	2.52	ปานกลาง		กลาง	2.71	ปานกลาง		กลาง	2.47	น้อย		น้อย	2.74	ปานกลาง		กลาง	2.14	น้อย		น้อย	3.21	ปานกลาง		กลาง	2.72

จากตารางที่ 57 พบว่าลูกค้ำมีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.72 โดยผู้มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ แม่บ้าน/พ่อบ้าน และชายตรง ๆ ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.49 2.47 และ 2.14 ผู้มีอาชีพลูกจ้างบริษัทเอกชน นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ อาชีพอิสระ นักเรียน/นักศึกษา อื่น ๆ ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.83 2.52 2.71 และ 2.74 ตามลำดับ

โดยผู้มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างบริษัทเอกชน อาชีพอิสระ และอื่น ๆ มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องบุคลิกลักษณะและกริยามารยาทของพนักงานขาย เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 2.98 3.23 2.96 และ 3.55 ตามลำดับ ผู้มีอาชีพนักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่อง มีพนักงานของศูนย์บริการคอยให้คำแนะนำสินค้าเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.09 ผู้เป็นแม่บ้าน/พ่อบ้าน และอาชีพชายตรง มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่อง บุคลิกลักษณะและกริยามารยาทของพนักงานขาย การให้ความเป็นกันเองกับลูกค้ำและการให้บริการและแก้ไขปัญหาให้ลูกค้ำเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 2.83 และ 3.00 ผู้เป็นนักเรียน/นักศึกษามีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่อง บุคลิกลักษณะและกริยามารยาทของพนักงานขาย และการให้ความเป็นกันเองกับลูกค้ำเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.05

ตารางที่ 58 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ จำนวนตามอาชีพ

ส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ	อาชีพ																								ค่าเฉลี่ยรวม
	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ		ลูกจ้างบริษัทเอกชน		นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ		อาชีพอิสระ		แม่บ้าน/พ่อบ้าน		นักเรียน/นักศึกษา		ขายตรง		อื่นๆ		ค่าเฉลี่ยรวม								
	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่		ค่าเฉลี่ย	อันดับที่						
1. ความสะดวกในการสั่งซื้อ	3.07	ปานกลาง	3.22	ปานกลาง	2.78	ปานกลาง	3.18	ปานกลาง	3.35	ปานกลาง	3.05	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	3.86	มาก	3.86	มาก	3.18						
2. ขั้นตอนของการสั่งซื้อสินค้าครั้งแรก	3.62	มาก	3.42	ปานกลาง	2.78	ปานกลาง	3.63	มาก	3.65	มาก	3.22	ปานกลาง	4.00	มาก	3.86	มาก	3.86	มาก	3.45						
3. ความรวดเร็วในการลงทะเบียนของลูกค้า	3.36	ปานกลาง	3.05	ปานกลาง	2.78	ปานกลาง	3.11	ปานกลาง	3.48	ปานกลาง	3.12	ปานกลาง	4.00	มาก	3.73	ปานกลาง	3.73	ปานกลาง	3.16						
4. ความรวดเร็วในการบริการตรวจวัดไขมัน	2.64	ปานกลาง	2.99	ปานกลาง	2.63	ปานกลาง	2.93	ปานกลาง	2.61	ปานกลาง	2.98	ปานกลาง	4.00	มาก	3.45	ปานกลาง	3.45	ปานกลาง	2.92						
5. บริการจัดส่งที่รวดเร็วตรงเวลา	2.76	ปานกลาง	3.05	ปานกลาง	2.88	ปานกลาง	3.09	ปานกลาง	3.13	ปานกลาง	3.05	ปานกลาง	4.00	มาก	3.68	ปานกลาง	3.68	ปานกลาง	3.06						
6. ความสะดวกในการติดต่อพนักงานขาย	2.36	น้อย	2.77	ปานกลาง	2.50	ปานกลาง	2.32	น้อย	2.87	ปานกลาง	2.29	น้อย	2.00	น้อย	2.95	ปานกลาง	2.95	ปานกลาง	2.57						
7. มีการแจ้งลูกค้าให้ทราบถึงวิธีการคืนสินค้าที่มีปัญหา	1.98	น้อย	2.57	ปานกลาง	1.91	น้อย	2.26	น้อย	2.52	ปานกลาง	2.10	น้อย	2.00	น้อย	2.77	ปานกลาง	2.77	ปานกลาง	2.34						
ค่าเฉลี่ยรวม	2.83	ปานกลาง	3.01	ปานกลาง	2.61	ปานกลาง	2.93	ปานกลาง	3.09	ปานกลาง	2.83	ปานกลาง	3.29	ปานกลาง	3.47	ปานกลาง	3.47	ปานกลาง	2.95						

จากตารางที่ 58 พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.95 โดยผู้มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ลูกจ้าง บริษัทเอกชน นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ อาชีพอิสระ แม่บ้าน/พ่อบ้าน นักเรียน/นักศึกษา ชายตรงอื่น ๆ ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.83 3.01 2.61 2.93 3.09 2.83 3.29 และ 3.47 ตามลำดับ

โดยผู้มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างบริษัทเอกชน อาชีพอิสระ แม่บ้าน/พ่อบ้าน และนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องขั้นตอนของการสั่งซื้อสินค้าครั้งแรกเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.62 3.42 3.63 3.65 และ 3.22 ผู้มีอาชีพนักธุรกิจ/เจ้าของกิจการมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องบริการที่จัดส่งรวดเร็วตรงเวลาเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 2.88 ผู้มีอาชีพขายตรง มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องขั้นตอนของการสั่งซื้อสินค้าครั้งแรก ความรวดเร็วในการลงทะเบียนของลูกค้า ความรวดเร็วในการบริการตรวจวัดไขมัน และบริการที่จัดส่งรวดเร็วตรงเวลาเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 4.00 ผู้มีอาชีพอื่น ๆ มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องความสะดวกในการสั่งซื้อและขั้นตอนของการสั่งซื้อสินค้าครั้งแรกเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.86

ตารางที่ 59 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอาชีพ

ส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ	อาชีพ																		ค่าเฉลี่ยรวม
	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ		ลูกจ้างบริษัทเอกชน		นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ		อาชีพอิสระ		แม่บ้าน/พ่อบ้าน		นักเรียน/นักศึกษา		ชายตรง		อื่นๆ				
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	
1. สถานที่จอดรถ	2.87	ปานกลาง	2.88	ปานกลาง	2.53	ปานกลาง	2.72	ปานกลาง	2.48	ปานกลาง	2.29	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	3.23	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	2.75
		4		7		7		9		6		9		9		6		9	
2. ความสะอาดของสถานที่	2.82	ปานกลาง	3.26	ปานกลาง	2.56	ปานกลาง	2.91	ปานกลาง	2.65	ปานกลาง	2.66	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	3.36	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	2.98
		5		1		6		5		5		4		4		4		4	
3. การตกแต่งสถานที่	2.73	ปานกลาง	3.08	ปานกลาง	2.69	ปานกลาง	2.74	ปานกลาง	2.83	ปานกลาง	2.59	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	3.36	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	2.89
		6		5		2		8		4		6		6		4		6	
4. สถานที่นั่งพักและนั่งรอ	2.64	ปานกลาง	2.80	ปานกลาง	2.66	ปานกลาง	2.70	ปานกลาง	2.65	ปานกลาง	2.44	น้อย	3.00	ปานกลาง	3.36	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	2.74
		7		8		4		10		5		7		7		4		7	
5. บรรยากาศในร้าน	2.42	น้อย	2.78	ปานกลาง	2.31	น้อย	2.75	ปานกลาง	2.65	ปานกลาง	2.37	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	3.36	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	2.67
		8		9		8		7		5		8		8		4		8	
6. สถานที่ของศูนย์จำหน่าย กว้างขวางทำให้เลือก สินค้าได้สะดวก	2.11	น้อย	2.53	ปานกลาง	2.53	ปานกลาง	2.82	ปานกลาง	2.35	น้อย	2.61	ปานกลาง	2.00	น้อย	3.27	ปานกลาง	2.00	ปานกลาง	2.56
		9		10		7		6		7		5		3		5		5	
7. ผลิตภัณฑ์/ศูนย์จำหน่าย ผลิตภัณฑ์ได้รับการ รับรองจากสถาบัน นานาชาติ	2.64	ปานกลาง	2.92	ปานกลาง	2.63	ปานกลาง	3.40	ปานกลาง	3.13	ปานกลาง	3.29	ปานกลาง	4.00	มาก	3.41	ปานกลาง	4.00	ปานกลาง	3.04
		7		6		5		1		2		1		1		3		1	

ตารางที่ 59 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้ต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอาชีพ (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ	อาชีพ												ค่าเฉลี่ยรวม				
	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ		ลูกจ้างบริษัทเอกชน		นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ		อาชีพอิสระ		แม่บ้าน/พ่อบ้าน		นักเรียน/นักศึกษา			ขายตรง		อื่น ๆ	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่		ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
8. สถิติทัศนคติที่มีใบรับรองคุณภาพจากสถาบันที่มีชื่อเสียงในประเทศ	3.13	ปานกลาง	3.17	ปานกลาง	3.25	ปานกลาง	3.28	ปานกลาง	3.48	ปานกลาง	3.10	ปานกลาง	4.00	มาก	3.68	มาก	3.24
9. สถิติทัศนคติที่เคยได้รับรางวัลคุณภาพดีเด่น	3.09	ปานกลาง	3.13	ปานกลาง	2.63	ปานกลาง	3.21	ปานกลาง	3.48	ปานกลาง	3.10	ปานกลาง	4.00	มาก	3.82	มาก	3.16
10. สถิติทัศนคติที่ได้รับรองการผลิตตามมาตรฐาน ISO	2.96	ปานกลาง	3.09	ปานกลาง	2.38	น้อย	3.09	ปานกลาง	2.96	ปานกลาง	2.93	ปานกลาง	4.00	มาก	3.68	มาก	3.03
ค่าเฉลี่ยรวม	2.74	ปานกลาง	2.96	ปานกลาง	2.62	ปานกลาง	2.96	ปานกลาง	2.87	ปานกลาง	2.74	ปานกลาง	3.30	ปานกลาง	3.45	ปานกลาง	2.91

จากตารางที่ 59 พบว่าถูกคำมีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.91 โดยผู้มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างบริษัทเอกชน นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ อาชีพอิสระ แม่บ้าน/พ่อบ้าน นักเรียน/นักศึกษา ขายตรง อื่น ๆ ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.74 2.96 2.62 2.96 2.87 2.74 3.30 และ 3.45 ตามลำดับ

โดยผู้มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ และอาชีพอิสระมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ผลิตภัณฑ์มีใบรับรองคุณภาพจากสถาบันที่มีชื่อเสียงในประเทศเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.13 3.25 และ 3.28 ผู้มีอาชีพลูกจ้างบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ความสะอาดของสถานที่เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.26 ผู้มีอาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้านมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ผลิตภัณฑ์มีใบรับรองคุณภาพจากสถาบันที่มีชื่อเสียงในประเทศและผลิตภัณฑ์เคยได้รับรางวัลคุณภาพดีเด่น เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.48 ผู้เป็นนักเรียน/นักศึกษามีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องผลิตภัณฑ์/ศูนย์จำหน่าย ได้รับการรับรองจากสถาบันนานาชาติเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.29 ผู้มีอาชีพขายตรง มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องผลิตภัณฑ์/ศูนย์จำหน่ายได้รับการรับรองจากสถาบันนานาชาติ ผลิตภัณฑ์มีใบรับรองคุณภาพจากสถาบันที่มีชื่อเสียงในประเทศ ผลิตภัณฑ์เคยได้รับรางวัลคุณภาพดีเด่น และผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองการผลิตตามมาตรฐาน ISO เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 4.00

ส่วนที่ 5 ปัญหาของลูกก้าในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตามเพศอายุ มาตรฐานของน้ำหนักและส่วนสูง รายได้และอาชีพ
 ตารางที่ 60 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของลูกก้าต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเฮอรัมาไลฟ์ ด้านผลิตภัณฑ์ จำนวนตามเพศ

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	เพศ										ค่าเฉลี่ย รวม
	ชาย					หญิง					
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	แปลผล	
1. ประเภทของผลิตภัณฑ์ไม่หลากหลาย	2.82	ปานกลาง	1	2.81	ปานกลาง	5	2.82				
2. ผลิตภัณฑ์ไม่มีคุณภาพ	2.82	ปานกลาง	1	2.72	ปานกลาง	10	2.75				
3. ผลิตภัณฑ์เก็บไว้ไม่ได้นานมีความยุ่งยากในการจัดเก็บ	2.60	ปานกลาง	7	2.75	ปานกลาง	8	2.70				
4. ความไม่สะดวกในการใช้ผลิตภัณฑ์	2.75	ปานกลาง	4	2.86	ปานกลาง	3	2.82				
5. ราคาของผลิตภัณฑ์ไม่หลากหลาย	2.77	ปานกลาง	2	2.77	ปานกลาง	7	2.77				
6. ส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ เช่น สารอาหาร โยเกิร์ต ไม่เหมาะสมกับความต้องการของลูกก้า	2.47	น้อย	12	2.68	ปานกลาง	12	2.61				
7. ไม่ได้ผลในการใช้ผลิตภัณฑ์ตามที่คาดหวัง	2.65	ปานกลาง	6	3.19	ปานกลาง	1	3.01				
8. หีบห่อไม่สวยงาม	2.54	ปานกลาง	10	2.78	ปานกลาง	6	2.70				
9. หีบห่อไม่มีความแข็งแรง	2.76	ปานกลาง	3	2.48	ปานกลาง	15	2.57				
10. ความไม่สะดวกในการใช้หีบห่อผลิตภัณฑ์	2.49	น้อย	11	2.66	ปานกลาง	13	2.61				
11. หีบห่อผลิตภัณฑ์ไม่อำนวยความสะดวกในการเก็บรักษา	2.58	ปานกลาง	9	2.92	ปานกลาง	2	2.80				
12. ฉลากของผลิตภัณฑ์ไม่สวยงาม	2.59	ปานกลาง	8	2.82	ปานกลาง	4	2.74				
13. ฉลากผลิตภัณฑ์ไม่ชัดเจน	2.68	ปานกลาง	5	2.74	ปานกลาง	9	2.72				

ตารางที่ 60 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรป่าไผ่ ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ (ต่อ)

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	เพศ								ค่าเฉลี่ยรวม
	ชาย				หญิง				
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	รวม	
14. ตลาดผลิตภัณฑ์ไม่มีความครบถ้วน	2.75	ปานกลาง	4	2.70	ปานกลาง	11	2.72	2.72	
15. ไม่มีเครื่องหมายองค์กรอาหารและยาแสดงบนหีบห่อ	2.25	น้อย	14	2.33	น้อย	16	2.30	2.30	
16. ผลิตภัณฑ์ไม่มีชื่อเสียงไม่เท่าชื่อถือของลูกค้า	2.36	น้อย	13	2.59	ปานกลาง	14	2.51	2.51	
ค่าเฉลี่ยรวม	2.62	ปานกลาง		2.74	ปานกลาง		2.70	2.70	

จากตารางที่ 60 พบว่า ลูกค้ามีความเห็นด้วยต่อปัญหาในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเซอร์บาไลฟ์ ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.70 โดยทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความเห็นด้วยต่อปัญหา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.62 และ 2.74

โดยเพศชายมีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ประเภทของผลิตภัณฑ์ไม่หลากหลาย และผลิตภัณฑ์ไม่มีคุณภาพเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 2.82 เพศหญิงมีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ไม่ได้ผลในการใช้ผลิตภัณฑ์ตามที่คาดหวังเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.19

ตารางที่ 61 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของลูกจ้างต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์ที่สมุนไพรรักษาอาการไข้หวัดใหญ่ ด้านราคา จำแนกตามเพศ

ปัญหาด้านราคา	เพศ							ค่าเฉลี่ยรวม
	ชาย		หญิง			ค่าเฉลี่ยรวม		
	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	อันดับที่			
1. ราคาผลิตภัณฑ์ไม่มีมาตรฐาน	3.41	ปานกลาง	2	3.13	ปานกลาง	3	3.22	
2. ราคาของผลิตภัณฑ์ที่เป็นชุดมีราคาแพง	3.42	ปานกลาง	1	3.33	ปานกลาง	1	3.36	
3. ราคาของผลิตภัณฑ์แต่ละตัวมีราคาแพง	3.28	ปานกลาง	3	3.30	ปานกลาง	2	3.29	
4. ไม่มีส่วนลดเมื่อชำระเงินสด	3.19	ปานกลาง	4	3.10	ปานกลาง	4	3.13	
ค่าเฉลี่ยรวม	3.32	ปานกลาง		3.21	ปานกลาง		3.25	

จากตารางที่ 61 พบว่า ลูกค้ามีความเห็นด้วยต่อปัญหาในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเฮอรับาไลฟ์ ด้านราคาโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.25 โดยทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.32 และ 3.21

โดยทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ราคาผลิตภัณฑ์ที่เป็นชุดมีราคาแพง เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.42 และ 3.33

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

ตารางที่ 62 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของถูกคำต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สารสนเทศบนเว็บไซต์ที่ด้านสถานที่ จำนวนตามเพศ

ปัญหาตามสถานที่	เพศ						ค่าเฉลี่ยรวม
	ชาย		หญิง		ลำดับที่	ค่าเฉลี่ยรวม	
	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่			
1. ทำเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ฯไม่สะดวกต่อการเดินทาง	3.16	ปานกลาง	3	3.03	ปานกลาง	3	3.07
2. ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ฯมีสาขาไม่พอที่จะให้ท่านเลือกใช้บริการ	3.56	มาก	1	3.08	ปานกลาง	2	3.24
3. ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ฯตั้งอยู่บนทำเลที่ท่านไม่สามารถเห็นได้ชัดเจน	3.21	ปานกลาง	2	3.15	ปานกลาง	1	3.17
ค่าเฉลี่ยรวม	3.31	ปานกลาง		3.09	ปานกลาง		3.16

จากตารางที่ 62 พบว่า ลูกค้ำมีความเห็นด้วยต่อปัญหาในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเฮอรับาไลฟ์ ด้านสถานที่โดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.16 โดยทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.31 และ 3.09

โดยทั้งเพศชายมีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์มีสาขาไม่พอที่จะให้เลือกใช้บริการ เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.56 เพศหญิงมีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่องศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ตั้งอยู่บนทำเลที่ไม่สามารถเห็นได้ชัดเจน เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.15

ตารางที่ 63 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของลูกค้ำต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อความคุ้มค่าด้านประสิทธิภาพการตลาด
 จำแนกตามเพศ

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ						ค่าเฉลี่ยรวม
	ชาย		หญิง		ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล			
1. ความไม่เพียงพอของการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ	3.78	มาก	1	3.67	มาก	1	3.70
2. ไม่ได้รับข่าวสารจากการประชาสัมพันธ์	3.69	มาก	2	3.58	มาก	2	3.62
3. ไม่มีการส่งเสริมการขายด้วยวิธีต่าง ๆ เช่น การให้ส่วนลดมีของซ้ำ่วย	3.54	มาก	3	3.57	มาก	3	3.56
4. ไม่มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์ที่แจกโดยบริษัท	3.25	ปานกลาง	5	3.15	ปานกลาง	5	3.19
5. ไม่มีการเผยแพร่บทความหรือรายงานการใช้ผลิตภัณฑ์ในวารสารที่เชื่อถือได้	3.52	มาก	4	3.06	ปานกลาง	6	3.21
6. ไม่มีการอบรมสัมมนาทำให้ความรู้ของผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้า	3.69	มาก	2	3.48	ปานกลาง	4	3.55
ค่าเฉลี่ยรวม	3.58	มาก		3.42	ปานกลาง		3.47

จากตารางที่ 63 พบว่า ลูกค้ามีความเห็นด้วยต่อปัญหาในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราฮอร์บาไลฟ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.47 โดยเพศชายมีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.58 เพศหญิงมีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.42

โดยทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ความไม่เพียงพอของการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.78 และ 3.67

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

ตารางที่ 64 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของลูกจ้างต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อความคุ้มครองด้านบุคลากร จำนวนตามเพศ

ปัญหาด้านบุคลากร	เพศ								ค่าเฉลี่ย รวม
	ชาย				หญิง				
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	
1. บุคลิกลักษณะและกริยาารยาทของพนักงานชายไม่สุภาพ	3.10	ปานกลาง	3	3.03	ปานกลาง	3	3.05		
2. พนักงานของศูนย์บริการไม่ค่อยให้คำแนะนำสินค้า	2.89	ปานกลาง	6	2.77	ปานกลาง	6	2.81		
3. พนักงานขายขาดความรู้ในผลิตภัณฑ์	2.75	ปานกลาง	7	2.77	ปานกลาง	6	2.76		
4. ไม่มีความถี่ในการเยี่ยมชมลูกค้าของพนักงานชาย	3.47	ปานกลาง	1	3.28	ปานกลาง	1	3.34		
5. การให้บริการลูกค้าของพนักงานไม่มีความสม่ำเสมอ	3.46	ปานกลาง	2	3.27	ปานกลาง	2	3.33		
6. ไม่ให้ความเป็นกันเองกับลูกค้า	2.96	ปานกลาง	5	2.81	ปานกลาง	5	2.86		
7. ไม่มีบริการและการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า	2.97	ปานกลาง	4	2.91	ปานกลาง	4	2.93		
ค่าเฉลี่ยรวม	3.08	ปานกลาง		2.98	ปานกลาง		3.01		

จากตารางที่ 64 พบว่า ลูกค้ามีความคิดเห็นต่อปัญหาในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเซอร์บาไลฟ์ ด้านบุคลากร โดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.01 โดยทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.08 และ 2.98

โดยทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ไม่มีความดีในการเชื่อมลูกค้าของพนักงานขายเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.47 และ 3.28

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

ตารางที่ 65 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของถูกคำต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อความงามหน้าผากตราเฮอร์บาไลฟ์ ด้านกระบวนการ
 จำแนกตามเพศ

	เพศ							ค่าเฉลี่ย รวม
	ชาย			หญิง				
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ลำดับที่	
ปัญหาด้านกระบวนการ								
1. ความไม่สะดวกในการสั่งซื้อ	3.13	ปานกลาง	1	3.12	ปานกลาง	2		3.12
2. มีขั้นตอนที่ซับซ้อนมากเกินไปในการสั่งซื้อสินค้าครั้งแรก	3.07	ปานกลาง	4	3.12	ปานกลาง	2		3.10
3. ความไม่สะดวกในการลงทะเบียนของถูกคำ	2.86	ปานกลาง	5	3.12	ปานกลาง	2		3.03
4. ความล่าช้าในการบริการตรวจวัดไขมัน	2.51	ปานกลาง	7	2.96	ปานกลาง	4		2.81
5. บริการจัดส่งผลิตภัณฑ์ล่าช้ากว่ากำหนด	2.53	ปานกลาง	6	2.96	ปานกลาง	4		2.82
6. ความไม่สะดวกในการติดต่อกับพนักงานขาย	3.11	ปานกลาง	2	3.02	ปานกลาง	3		3.05
7. ไม่มีการแจ้งถูกคำให้ทราบถึงวิธีการคืนสินค้าที่มีปัญหา	3.10	ปานกลาง	3	3.27	ปานกลาง	1		3.22
ค่าเฉลี่ยรวม	2.90	ปานกลาง		3.08	ปานกลาง			3.02

จากตารางที่ 65 พบว่า ลูกค้ามีความคิดเห็นต่อปัญหาในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเฮอรับาไลฟ์ ด้านกระบวนการ โดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.02 โดยทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.90 และ 3.08

โดยเพศชายมีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ความไม่สะดวกในการสั่งซื้อ เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.13 เพศหญิงมีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ความไม่สะดวกในการสั่งซื้อ มีขั้นตอนที่ซับซ้อนมากเกินไปในการสั่งซื้อสินค้าครั้งแรก และความไม่สะดวกในการลงทะเบียนของลูกค้า เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.12

ตารางที่ 66 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเฮอรับาไคเฟ้ ด้านลักษณะทางกายภาพ
จำแนกตามเพศ

ปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ	เพศ										ค่าเฉลี่ยรวม
	ชาย					หญิง					
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	
1. ไม่มีสถานที่จอดรถ	2.92	ปานกลาง	1	2.90	ปานกลาง	2	2.91				2.91
2. สถานที่ไม่มีความสะอาด	2.68	ปานกลาง	3	2.66	ปานกลาง	3	2.67				2.67
3. การตกแต่งสถานที่ไม่สวยงาม	2.54	ปานกลาง	5	2.44	น้อย	5	2.47				2.47
4. สถานที่นั่งพักและนั่งรอไม่เพียงพอ	2.44	น้อย	6	2.43	น้อย	6	2.43				2.43
5. บรรยากาศในร้านไม่สวยงาม ร้อน	2.75	ปานกลาง	2	2.56	ปานกลาง	4	2.62				2.62
6. สถานที่ของศูนย์จำหน่ายไม่กว้างขวางพอที่จะทำให้เลือกชมสินค้าได้สะดวก	2.62	ปานกลาง	4	2.92	ปานกลาง	1	2.82				2.82
7. ผลิตภัณฑ์/ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ไม่มีการรับรองจากสถาบันนานาชาติ	1.86	น้อย	10	2.17	น้อย	8	2.07				2.07
8. ผลิตภัณฑ์ไม่มีใบรับรองคุณภาพจากสถาบันที่มีชื่อเสียงในประเทศ	1.89	น้อย	9	2.20	น้อย	7	2.10				2.10
9. ผลิตภัณฑ์ไม่เคยได้รับรางวัลคุณภาพดีเด่น	2.08	น้อย	7	2.11	น้อย	9	2.10				2.10
10. ผลิตภัณฑ์ไม่ได้รับรองการผลิตตามมาตรฐาน ISO	1.97	น้อย	8	2.06	น้อย	10	2.03				2.03
ค่าเฉลี่ยรวม	2.38	น้อย		2.44	น้อย		2.42				2.42

จากตารางที่ 66 พบว่า ถูกคำมีความคิดเห็นต่อปัญหาในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเฮอริบาไลฟ์ ด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.42 โดยทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.38 และ 2.44

โดยเพศชายมีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ไม่มีสถานที่จอดรถเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 2.92 เพศหญิงมีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง สถานที่ของศูนย์จำหน่ายไม่กว้างขวางพอที่จะทำให้เลือกชมสินค้าได้สะดวก เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 2.92

ตารางที่ 67 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของถูกค่าต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อความงามด้านผลิตภัณฑ์ จำนวนตามอายุ

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	อายุ																		ค่าเฉลี่ยรวม
	ต่ำกว่า 20 ปี			20-30 ปี			31-40 ปี			41-50 ปี			51-60 ปี			60 ปีขึ้นไป			
	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	แบบผล	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	แบบผล	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	แบบผล	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	แบบผล	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	แบบผล	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	แบบผล	
1. ประเภทของผลิตภัณฑ์ไม่หลากหลาย	3.00	3	ปานกลาง	2.94	7	ปานกลาง	2.80	1	ปานกลาง	2.89	1	ปานกลาง	2.60	9	ปานกลาง	2.50	1	ปานกลาง	2.82
2. ผลิตภัณฑ์ไม่มีคุณภาพ	2.60	5	ปานกลาง	2.83	9	ปานกลาง	2.73	3	ปานกลาง	2.98	3	ปานกลาง	2.45	6	น้อย	2.50	11	ปานกลาง	2.75
3. ผลิตภัณฑ์เก็บไว้นาน/มีความยุ่งยากในการจัดเก็บ	2.40	6	น้อย	3.28	2	ปานกลาง	2.51	11	ปานกลาง	2.95	8	ปานกลาง	2.34	12	น้อย	2.50	12	ปานกลาง	2.70
4. ความไม่สะดวกในใช้ผลิตภัณฑ์	2.60	5	ปานกลาง	3.13	5	ปานกลาง	2.70	4	ปานกลาง	3.02	5	ปานกลาง	2.83	4	ปานกลาง	2.00	2	น้อย	2.82
5. รสชาติของผลิตภัณฑ์ไม่หลากหลาย	3.40	1	ปานกลาง	2.66	11	ปานกลาง	2.57	10	ปานกลาง	3.07	2	ปานกลาง	2.91	2	ปานกลาง	2.00	2	น้อย	2.77
6. ส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ เช่น สารอาหาร โยเกิร์ต ไม่เหมาะสมกับความต้องการของถูกค่า	2.80	4	ปานกลาง	2.51	13	ปานกลาง	2.68	5	ปานกลาง	2.68	12	ปานกลาง	2.51	9	ปานกลาง	2.00	2	น้อย	2.61

ตารางที่ 67 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของครูค่าต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อความงามน้ำหนักราสอร์บาไลฟ์ ด้านผลิตภัณฑ์ จำนวนตามอายุ (ต่อ)

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	อายุ																		ค่าเฉลี่ยรวม
	ต่ำกว่า 20 ปี			20-30 ปี			31-40 ปี			41-50 ปี			51-60 ปี			60 ปีขึ้นไป			
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	
7. ไม่ได้ผลในการใช้ผลิตภัณฑ์ตามที่คาดหวัง	2.80	ปานกลาง	4	3.00	ปานกลาง	6	2.80	ปานกลาง	1	3.47	ปานกลาง	1	3.23	ปานกลาง	1	2.00	น้อย	2	3.01
8. หีบห่อไม่สวยงามตามที่คาดหวัง	2.40	น้อย	6	3.15	ปานกลาง	4	2.49	น้อย	12	3.04	ปานกลาง	4	2.55	ปานกลาง	8	2.00	น้อย	2	2.70
9. หีบห่อไม่มีความแข็งแรง	2.00	น้อย	7	2.66	ปานกลาง	11	2.75	ปานกลาง	2	2.41	ปานกลาง	14	2.66	ปานกลาง	6	2.00	น้อย	2	2.57
10. ความไม่สะดวกในการใช้ผลิตภัณฑ์	2.80	ปานกลาง	4	2.66	ปานกลาง	11	2.61	ปานกลาง	8	2.47	ปานกลาง	13	2.87	ปานกลาง	3	2.00	น้อย	2	2.61
11. หีบห่อผลิตภัณฑ์ไม่อำนวยความสะดวกในการเก็บรักษา	2.40	น้อย	6	3.30	ปานกลาง	1	2.59	ปานกลาง	9	3.06	ปานกลาง	3	2.81	ปานกลาง	5	2.00	น้อย	2	2.80
12. ผลักของผลิตภัณฑ์ไม่สวยงาม	2.00	น้อย	7	3.23	ปานกลาง	3	2.70	ปานกลาง	4	2.95	ปานกลาง	8	2.34	น้อย	12	2.50	ปานกลาง	1	2.74

ตารางที่ 67 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของลูกศิษย์ต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อความสวยงามภายใต้ ด้านผลิตภัณฑ์ จำนวนตามอายุ (ต่อ)

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	อายุ																		ค่าเฉลี่ยรวม
	ต่ำกว่า 20 ปี			20-30 ปี			31-40 ปี			41-50 ปี			51-60 ปี			60 ปีขึ้นไป			
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	
13. ผลการใช้ผลิตภัณฑ์ไม่ชัดเจน	3.20	ปานกลาง	2	2.89	ปานกลาง	8	2.62	ปานกลาง	7	2.96	ปานกลาง	7	2.28	น้อย	13	2.50	ปานกลาง	1	2.72
14. ผลการใช้ผลิตภัณฑ์ไม่มีความครบถ้วน	3.20	ปานกลาง	2	2.81	ปานกลาง	10	2.67	ปานกลาง	6	2.79	ปานกลาง	11	2.47	ปานกลาง	10	2.50	ปานกลาง	1	2.72
15. ไม่มีเครื่องหมายองค์กรอาหารและยาแสดงบนหีบห่อ	2.00	น้อย	7	2.57	ปานกลาง	12	2.62	ปานกลาง	7	2.00	น้อย	15	1.83	น้อย	15	2.00	น้อย	2	2.30
16. ผลิตภัณฑ์ไม่มีข้อเสียใจไม่น่าเชื่อถือของลูกค้า	2.40	น้อย	6	2.49	น้อย	14	2.48	น้อย	13	2.80	ปานกลาง	10	2.17	น้อย	14	2.50	ปานกลาง	1	2.51
ค่าเฉลี่ยรวม	2.63	ปานกลาง		2.88	ปานกลาง		2.64	ปานกลาง		2.85	ปานกลาง		2.55	ปานกลาง		2.22	น้อย		2.70

จากตารางที่ 67 พบว่า ลูกค้ามีความเห็นด้วยต่อปัญหาในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเฮอรับาโลฟี ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.70 โดยอายุต่ำกว่า 20 ปี อายุ 20-30 ปี อายุ 31- 40 ปี อายุ 41- 50 ปี และอายุ 51-60 ปี มีความเห็นด้วยต่อปัญหา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.63 2.88 2.64 2.85 และ 2.55 อายุ 60 ปีขึ้นไป มีความเห็นด้วยต่อปัญหา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.22

โดยอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ราคาค่าของผลิตภัณฑ์ไม่หลากหลายเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.40 อายุ 20-30 ปี มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ทัีบห่อของผลิตภัณฑ์ไม่อำนวยความสะดวกในการเก็บรักษาเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.30 อายุ 31-40 ปี มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ประเภทของผลิตภัณฑ์ไม่หลากหลายและไม่ได้ผลในการใช้ผลิตภัณฑ์ตามที่คาดหวังเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 2.80 อายุ 41- 50 ปี และอายุ 51-60 ปี มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ไม่ได้ผลในการใช้ผลิตภัณฑ์ตามที่คาดหวังเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.47 และ 3.23 อายุ 60 ปีขึ้นไปมีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ประเภทของผลิตภัณฑ์ไม่หลากหลาย ผลิตภัณฑ์ไม่มีคุณภาพ ผลิตภัณฑ์เก็บไว้ไม่ได้นาน มีความยุ่งยากในการจัดเก็บ ฉลากผลิตภัณฑ์ไม่สวยงาม ฉลากผลิตภัณฑ์ไม่ชัดเจน และ ผลิตภัณฑ์ไม่มีชื่อเสียง ไม่น่าเชื่อถือเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 2.50

ตารางที่ 68 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความวิตกกังวลของผู้ทำค้ำต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อความคุ้มค่าด้านราคา จำแนกตามอายุ

ปัญหาด้านราคา	อายุ																		ค่าเฉลี่ยรวม
	ต่ำกว่า 20 ปี			20-30 ปี			31-40 ปี			41-50 ปี			51-60 ปี			60 ปี ขึ้นไป			
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	
1. ราคาผลิตภัณฑ์ไม่มีมาตรฐาน	3.40	ปานกลาง	3	3.53	มาก	2	2.93	ปานกลาง	3	3.40	ปานกลาง	3	3.09	ปานกลาง	3	4.00	มาก	1	3.22
2. ราคาของผลิตภัณฑ์ที่เป็นชุดมีราคาแพง	4.00	มาก	2	3.60	มาก	1	3.04	ปานกลาง	1	3.41	ปานกลาง	2	3.49	ปานกลาง	2	4.00	มาก	1	3.36
3. ราคาของผลิตภัณฑ์แต่ละตัวมีราคาแพง	4.20	มาก	1	3.08	ปานกลาง	3	2.96	ปานกลาง	2	3.45	ปานกลาง	1	3.62	มาก	1	4.00	มาก	1	3.29
4. ไม่มีส่วนลดเมื่อชำระเงินสด	4.20	มาก	1	2.81	ปานกลาง	4	2.73	ปานกลาง	4	3.31	ปานกลาง	4	3.62	มาก	1	4.00	มาก	1	3.13
ค่าเฉลี่ยรวม	3.95	มาก		3.25	ปานกลาง		2.92	ปานกลาง		3.39	ปานกลาง		3.45	ปานกลาง		4.00	มาก		3.25

จากตารางที่ 68 พบว่า ลูกค้ำมีความเห็นด้วยต่อปัญหาในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเฮอรับาไลฟ์ ด้านราคาโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.25 โดยอายุต่ำกว่า 20 ปี และ อายุ 60 ปีขึ้นไปมีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.95 และ 4.00 อายุ 20-30 ปี อายุ 31- 40 ปี อายุ 41- 50 ปี และอายุ 51-60 ปี มีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.25 2.92 3.39 และ 3.45

โดยอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ราคาของผลิตภัณฑ์แต่ละตัวมีราคาแพงและไม่มีส่วนลดเมื่อชำระเงินสดเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 4.20 อายุ 20-30 ปี และ อายุ 31- 40 ปี มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่องราคาของผลิตภัณฑ์ที่เป็นชุดมีราคาแพงเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.60 และ 3.04 อายุ 40-50 ปีมีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่องราคาของผลิตภัณฑ์แต่ละตัวมีราคาแพงเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.45 อายุ 50-60 ปีมีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง เรื่องราคาของผลิตภัณฑ์แต่ละตัวมีราคาแพง และราคาของผลิตภัณฑ์ที่เป็นชุดมีราคาแพงเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.62 และอายุ 60 ปีขึ้นไป มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ราคาผลิตภัณฑ์ไม่มีมาตรฐาน ราคาของผลิตภัณฑ์แต่ละตัวมีราคาแพง ราคาของผลิตภัณฑ์ที่เป็นชุดมีราคาแพงและไม่มีส่วนลดเมื่อชำระเงินสดเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 4.00

ตารางที่ ๑๘ แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของลูกจ้างต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อความอุดมสมบูรณ์ด้านสถานที่ จำนวนตามอายุ

ปัญหาด้านสถานที่	อายุ																		ค่าเฉลี่ยรวม
	ต่ำกว่า 20 ปี		20-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		51-60 ปี		60 ปีขึ้นไป		ค่าเฉลี่ยรวม						
	ค่าเฉลี่ย	แปลลัพท์	ค่าเฉลี่ย	แปลลัพท์	ค่าเฉลี่ย	แปลลัพท์	ค่าเฉลี่ย	แปลลัพท์	ค่าเฉลี่ย	แปลลัพท์	ค่าเฉลี่ย	แปลลัพท์							
1. ทำเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ไม่สะดวกต่อการเดินทาง	3.20	ปานกลาง	3.21	ปานกลาง	2.88	ปานกลาง	2.99	ปานกลาง	3.32	ปานกลาง	4.00	ปานกลาง	3.07						
2. ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์มีสาขาไม่พอที่จะให้ท่านเลือกใช้บริการ	3.60	มาก	2.91	ปานกลาง	3.13	ปานกลาง	3.14	ปานกลาง	3.45	ปานกลาง	5.00	มากที่สุด	3.24						
3. ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ตั้งอยู่บนทำเลที่ท่านไม่สามารถเห็นได้ชัดเจน	3.60	มาก	2.87	ปานกลาง	2.95	ปานกลาง	3.41	ปานกลาง	3.13	ปานกลาง	4.50	มากที่สุด	3.17						
ค่าเฉลี่ยรวม	3.47	ปานกลาง	2.99	ปานกลาง	2.99	ปานกลาง	3.18	ปานกลาง	3.30	ปานกลาง	4.50	มากที่สุด	3.16						

จากตารางที่ 69 พบว่า ลูกค้ำมีความเห็นด้วยต่อปัญหาในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเซอร์บาไลฟ์ ด้านสถานที่โดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.16 โดยอายุต่ำกว่า 20 ปี อายุ 20-30 ปี อายุ 31-40 ปี อายุ 41-50 ปี และอายุ 51-60 ปี มีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.47 2.99 2.99 3.18 และ 3.30 ตามลำดับ อายุ 60 ปีขึ้นไปมีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.50

โดยอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์มีสาขาไม่พอที่จะให้เลือกรับบริการ และศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ตั้งอยู่บนทำเลที่ไม่สามารถเห็นได้ชัดเจน เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.60 อายุ 20-30 ปี มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่องทำเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ไม่สะดวกต่อการเดินทางเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.21 อายุ 31-40 ปี อายุ 51-60 ปี และอายุ 60 ปีขึ้นไปมีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่องศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์มีสาขาไม่พอที่จะให้เลือกรับบริการ เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.13 3.45 และ 5.00 อายุ 41-50 ปี มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่องศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ตั้งอยู่บนทำเลที่ไม่สามารถเห็นได้ชัดเจน เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.41

ตารางที่ 70 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของถูกคำต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรน้ำดื่มตราฮอร์บาไลต์ ด้านการส่งเสริมการตลาด
จำแนกตามอายุ

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ																		ค่าเฉลี่ยรวม
	ต่ำกว่า 20 ปี			20-30 ปี			31-40 ปี			41-50 ปี			51-60 ปี			60 ปีขึ้นไป			
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	
1. ความไม่เพียงพอของารโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ	4.40	มาก	2	3.40	ปานกลาง	1	3.29	ปานกลาง	1	3.98	มาก	1	4.23	มาก	1	4.50	มาก	1	3.70
2. ไม่ได้รับข่าวสารจากการประชาสัมพันธ์	4.40	มาก	2	3.32	ปานกลาง	3	3.20	ปานกลาง	2	3.92	มาก	2	4.04	มาก	3	4.50	มาก	1	3.62
3. ไม่มีการส่งเสริมการขายด้วยวิธีต่างๆ เช่น การให้ส่วนลด มีของจั่ววย	4.40	มาก	2	3.36	ปานกลาง	2	3.15	ปานกลาง	3	3.75	มาก	4	4.02	มาก	4	4.50	มาก	1	3.56
4. ไม่มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์ที่แจกโดยบริษัท	4.00	มาก	3	2.83	ปานกลาง	5	3.00	ปานกลาง	5	3.16	ปานกลาง	6	3.60	มาก	5	4.00	มาก	2	3.19
5. ไม่มีการเผยแพร่บทความหรือรายงานการใช้ผลิตภัณฑ์ในวารสารที่เชื่อถือได้	3.60	มาก	4	3.09	ปานกลาง	4	2.97	ปานกลาง	6	3.24	ปานกลาง	5	3.60	มาก	5	4.00	มาก	2	3.21

ตารางที่ 70 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของถูกคำข้อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อความงามในนักศัลยกรรมพลาสติก ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ (ต่อ)

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ												ค่าเฉลี่ยรวม						
	ต่ำกว่า 20 ปี			20-30 ปี			31-40 ปี			41-50 ปี				51-60 ปี			60 ปีขึ้นไป		
	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	แปลผล		ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	แปลผล
6. ไม่มีการอบรมสัมมนาการให้ความรู้ของผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้า	4.60	1	มาก	3.32	3	ปานกลาง	3.05	4	ปานกลาง	3.79	3	มาก	4.13	2	มาก	4.50	1	มาก	3.55
ค่าเฉลี่ยรวม	4.23	มาก		3.22	ปานกลาง		3.11	ปานกลาง		3.64	มาก		3.94	มาก		4.33	มาก		3.47

จากตารางที่ 70 พบว่า ลูกค้ามีความเห็นด้วยต่อปัญหาในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราฮอร์บาไลฟ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.47 โดยอายุต่ำกว่า 20 ปี อายุ 41- 50 ปี อายุ 51-60 ปี และอายุ 60 ปีขึ้นไป มีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.23 3.64 3.94 และ 4.33 อายุ 20-30 ปี อายุ 31- 40 ปี มีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.22 และ 3.11

โดยอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่องไม่มีการอบรมสัมมนา การให้ความรู้ของผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้าเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 4.60 อายุ 20-30 ปี อายุ 31- 40 ปี อายุ 41- 50 ปี และอายุ 51-60 ปี มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่องความไม่เพียงพอของการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.40 3.29 3.98 และ 4.23 อายุ 51-60 ปี มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่องความไม่เพียงพอของการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ไม่ได้รับข่าวสารจากการประชาสัมพันธ์ ไม่มีการส่งเสริมการขายด้วยวิธีการต่าง ๆ เช่น การให้ส่วนลด มีของชำร่วย และไม่มีการอบรมสัมมนาการให้ความรู้ของผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้า เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 4.50

ตารางที่ 71 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของถูกคำต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อความงามด้านบุคลากร จำนวนบุคลากร จำนวนตามอายุ

ปัญหาด้านบุคลากร	อายุ																		ค่าเฉลี่ยรวม
	ต่ำกว่า 20 ปี			20-30 ปี			31-40 ปี			41-50 ปี			51-60 ปี			60 ปีขึ้นไป			
	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	
1. บุคลิกลักษณะและกริยามารยาทของพนักงานชายไม่สุภาพ	3.40	ปานกลาง	3.02	ปานกลาง	2.78	ปานกลาง	3.35	ปานกลาง	3	3.35	ปานกลาง	3	3.21	ปานกลาง	4	3.00	ปานกลาง	4	3.05
2. พนักงานของศูนย์บริการไม่คอยให้คำแนะนำสินค้า	3.40	ปานกลาง	2.40	น้อย	2.66	ปานกลาง	2.91	ปานกลาง	4	2.66	ปานกลาง	4	3.06	ปานกลาง	6	3.50	มาก	3	2.81
3. พนักงานชายขาดความรู้ในผลิตภัณฑ์	3.40	ปานกลาง	2.58	ปานกลาง	2.59	ปานกลาง	2.82	ปานกลาง	7	2.59	ปานกลาง	7	3.02	ปานกลาง	7	3.00	ปานกลาง	4	2.76
4. ไม่มีความถี่ในการเยี่ยมชมลูกค้าของพนักงานชาย	4.20	มาก	3.06	ปานกลาง	2.81	ปานกลาง	3.62	ปานกลาง	1	2.81	ปานกลาง	1	3.98	มาก	1	4.50	มากที่สุด	1	3.34
5. การให้บริการลูกค้าของพนักงานไม่มีวิเศษนำเสนอ	4.00	มาก	2.98	ปานกลาง	2.79	ปานกลาง	3.74	ปานกลาง	2	2.79	ปานกลาง	2	3.94	มาก	2	4.50	มากที่สุด	1	3.33
6. ไม่ให้ความเป็นกันเองกับลูกค้า	3.40	ปานกลาง	2.42	น้อย	2.62	ปานกลาง	3.06	ปานกลาง	5	2.62	ปานกลาง	5	3.30	ปานกลาง	3	3.50	มาก	3	2.86

ตารางที่ 71 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความเคตเห็นของถูกคำต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อความงามน้ำหนักตราเฮอริบาได้พี ด้านบุคลากร จำแนกตามอายุ (ต่อ)

ปัญหาด้านบุคลากร	อายุ														ค่าเฉลี่ยรวม				
	ต่ำกว่า 20 ปี			20-30 ปี			31-40 ปี			41-50 ปี			51-60 ปี			60 ปีขึ้นไป			
	ค่าเฉลี่ย	แบบผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แบบผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แบบผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แบบผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แบบผล		ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แบบผล	ลำดับที่
7. ไม่มีบริการและการแก้ไขปัญหาค่า	3.80	มาก	3	2.42	น้อย	5	2.61	ปานกลาง	6	3.28	ปานกลาง	4	3.11	ปานกลาง	5	4.00	มาก	2	2.93
ค่าเฉลี่ยรวม	3.66	มาก		2.70	ปานกลาง		2.69	ปานกลาง		3.26	ปานกลาง		3.37	ปานกลาง		3.71	มาก		3.01

จากตารางที่ 71 พบว่า ลูกค้ามีความคิดเห็นต่อปัญหาในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเซอร์บาไลฟ์ ด้านบุคลากร โดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.01 โดยอายุต่ำกว่า 20 ปี และอายุ 60 ปีขึ้นไป มีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.66 และ 3.71 อายุ 20-30 ปี อายุ 31-40 ปี อายุ 41- 50 ปี และอายุ 51-60 ปี มีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.70 2.69 3.26 และ 3.37

โดยอายุต่ำกว่า 20 ปี อายุ 20-30 ปี อายุ 31-40 ปี และ อายุ 50-60 ปี มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ไม่มีความถี่ในการเยี่ยมลูกค้าของพนักงานขายเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 4.20 3.06 2.81 และ 3.98 อายุ 41-50 ปี มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่องการให้บริการลูกค้าของพนักงาน ไม่มีความสม่ำเสมอเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.74 อายุ 60 ปีขึ้นไปมีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ไม่มีความถี่ในการเยี่ยมลูกค้าของพนักงานขายเป็นลำดับแรก และการให้บริการลูกค้าของพนักงาน ไม่มีความสม่ำเสมอเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 4.50

ตารางที่ 72 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของถูกคำต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ได้ที่ด้านกระบวนการ จำนวนตามอายุ

ปัญหาด้านกระบวนการ	อายุ																		ค่าเฉลี่ยรวม
	ต่ำกว่า 20 ปี			20-30 ปี			31-40 ปี			41-50 ปี			51-60 ปี			60 ปีขึ้นไป			
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	
1. ความไม่สะดวกในการสั่งซื้อ	3.40	ปานกลาง	5	3.28	ปานกลาง	1	2.85	ปานกลาง	1	3.16	ปานกลาง	5	3.60	มาก	3	3.00	ปานกลาง	3	3.12
2. มีขั้นตอนที่ซับซ้อนมากเกินไปในการสั่งซื้อสินค้าครั้งแรก	4.00	มาก	2	2.94	ปานกลาง	4	2.55	ปานกลาง	4	3.58	มาก	2	3.68	มาก	1	3.00	ปานกลาง	3	3.10
3. ความไม่สะดวกในการลงทะเบียนของลูกค้า	3.60	มาก	4	2.94	ปานกลาง	4	2.62	ปานกลาง	4	3.38	ปานกลาง	4	3.62	มาก	2	2.50	ปานกลาง	4	3.03
4. ความล่าช้าในการบริการตรวจวัดไขมัน	3.40	ปานกลาง	5	2.51	ปานกลาง	6	2.53	ปานกลาง	5	3.12	ปานกลาง	7	3.26	ปานกลาง	5	2.50	ปานกลาง	4	2.81
5. บริการจัดส่งผลิตภัณฑ์ล่าช้ากว่ากำหนด	3.40	ปานกลาง	5	2.62	ปานกลาง	5	2.51	ปานกลาง	6	3.07	ปานกลาง	6	3.36	ปานกลาง	4	2.50	ปานกลาง	4	2.82
6. ความไม่สะดวกในการติดต่อกับพนักงานขาย	3.80	มาก	3	3.09	ปานกลาง	3	2.46	น้อย	7	3.55	มาก	3	3.36	ปานกลาง	4	3.50	มาก	2	3.05

ตารางที่ 72 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของถูกค่าต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเออร์บา โกล์ ด้านกระบวนการ จำแนกตาม อายุ (ต่อ)

ปัญหาด้านกระบวนการ	อายุ															ค่าเฉลี่ยรวม			
	ต่ำกว่า 20 ปี			20-30 ปี			31-40 ปี			41-50 ปี			51-60 ปี				60 ปีขึ้นไป		
	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	แปลผล		ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	แปลผล
7. ไม่มีการแจ้งลูกค้าให้ทราบถึงวิธีการคืนสินค้าที่มีปัญหา	4.40	1	มาก	3.11	ปานกลาง	2.60	ปานกลาง	2.60	ปานกลาง	3.61	มาก	3.68	มาก	4.00	มาก	4.00	มาก	3.22	
ค่าเฉลี่ยรวม	3.71	มาก		2.93	ปานกลาง	2.59	ปานกลาง	3.35	ปานกลาง	3.51	มาก	3.00	ปานกลาง	3.02	ปานกลาง				

จากตารางที่ 72 พบว่า ลูกค้ามีความคิดเห็นต่อปัญหาในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราฮอร์บาไลฟ์ ด้านกระบวนการ โดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.02 โดยอายุต่ำกว่า 20 ปี และอายุ 51-60 ปี มีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.71 และ 3.51 อายุ 20-30 ปี อายุ 31-40 ปี อายุ 41- 50 ปี และอายุ 60 ปีขึ้นไปมีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.93 2.59 3.35 และ 3.00

โดยอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ไม่มีการแจ้งลูกค้าให้ทราบถึงวิธีการคืนสินค้าที่มีปัญหาเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 4.40 อายุ 20-30 ปี และอายุ 31-40 ปี มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ความไม่สะดวกในการสั่งซื้อ เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.28 และ 2.85 อายุ 41-50 ปี และอายุ 60 ปีขึ้นไป มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ไม่มีการแจ้งลูกค้าให้ทราบถึงวิธีการคืนสินค้าที่มีปัญหา เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.61 และ 4.00 อายุ 50-60 ปี มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง มีขั้นตอนที่ซับซ้อนมากเกินไปในการสั่งซื้อสินค้าครั้งแรก และไม่มีการแจ้งลูกค้าให้ทราบถึงวิธีการคืนสินค้าที่มีปัญหา เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.68

ตารางที่ 73 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความวิตกกังวลของผู้สูงอายุที่ใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อความงามหน้าผากตามธรรมชาติในด้านลักษณะทางกายภาพ
 จำนวนตามอายุ

ปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ	อายุ																		ค่าเฉลี่ยรวม
	ต่ำกว่า 20 ปี			20-30 ปี			31-40 ปี			41-50 ปี			51-60 ปี			60 ปีขึ้นไป			
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	
1. ไม่มีสถานที่จอดรถ	3.80	มาก	1	2.57	ปานกลาง	4	2.80	ปานกลาง	1	2.98	ปานกลาง	2	2.91	ปานกลาง	1	3.50	มาก	1	2.91
2. สถานที่ไม่มีความสะอาด	3.60	มาก	2	2.59	ปานกลาง	3	2.32	น้อย	4	2.85	ปานกลาง	3	2.85	ปานกลาง	3	3.29	ปานกลาง	2	2.67
3. การตกแต่งสถานที่ไม่สวยงาม	3.40	ปานกลาง	3	2.32	น้อย	5	2.28	น้อย	5	2.47	น้อย	5	2.66	ปานกลาง	5	3.00	ปานกลาง	3	2.47
4. สถานที่นั่งพักผ่อนไม่เพียงพอ	3.40	ปานกลาง	3	2.21	น้อย	7	2.22	น้อย	7	2.48	น้อย	5	2.66	ปานกลาง	5	3.00	ปานกลาง	3	2.43
5. บรรยากาศในร้านไม่สวยงาม ร้อน	3.60	มาก	2	2.66	ปานกลาง	2	2.36	น้อย	3	2.64	ปานกลาง	4	2.79	ปานกลาง	4	3.00	ปานกลาง	3	2.62
6. สถานที่ของศูนย์จำหน่ายไม่กว้างขวางพอที่จะทำให้เด็กชมสินค้าได้สะดวก	3.40	ปานกลาง	3	2.91	ปานกลาง	1	2.41	น้อย	2	3.24	ปานกลาง	1	2.87	ปานกลาง	2	3.00	ปานกลาง	3	2.82

ตารางที่ 73 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของถูกคำต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อความงามในด้านลักษณะทางกายภาพ
จำแนกตามอายุ (ต่อ)

ปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ	อายุ																		ค่าเฉลี่ยรวม
	ต่ำกว่า 20 ปี			20-30 ปี			31-40 ปี			41-50 ปี			51-60 ปี			60 ปีขึ้นไป			
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	
7. ผลิตภัณฑ์/ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีบริการรับรองจากสถาบันนานาชาติ	2.40	น้อย	4	1.91	น้อย	10	2.00	น้อย	10	2.31	น้อย	8	2.06	น้อย	6	1.50	น้อย	6	2.07
8. ผลิตภัณฑ์ไม่มีใบรับรองคุณภาพจากสถาบันที่มีชื่อเสียงในประเทศ	2.40	น้อย	4	2.13	น้อย	8	2.01	น้อย	9	2.32	น้อย	7	1.96	น้อย	8	1.50	น้อย	6	2.10
9. ผลิตภัณฑ์ไม่เคยได้รับรางวัลคุณภาพดีเด่น	2.40	น้อย	4	2.25	น้อย	6	2.28	น้อย	6	1.87	น้อย	10	1.89	น้อย	9	1.50	น้อย	6	2.10
10. ผลิตภัณฑ์ไม่ได้รับรองการผลิตตามมาตรฐาน ISO	2.40	น้อย	4	1.98	น้อย	9	2.14	น้อย	8	1.91	น้อย	9	1.98	น้อย	7	1.50	น้อย	6	2.03
ค่าเฉลี่ยรวม	3.08	ปานกลาง		2.35	น้อย		2.28	น้อย		2.50	ปานกลาง		2.46	น้อย		2.48	น้อย		2.42

จากตารางที่ 73 พบว่า ลูกค้ามีความคิดเห็นต่อปัญหาในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเซอร์บาไลฟ์ ด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.42 โดยอายุต่ำกว่า 20 ปี และอายุ 41-50 ปี มีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.08 และ 2.50 อายุ 20-30 ปี อายุ 31-40 ปี อายุ 51-60 ปี และอายุ 60 ปีขึ้นไปมีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.35 2.28 2.46 และ 2.48

โดยอายุต่ำกว่า 20 ปี อายุ 31-40 ปี และอายุ 60 ปีขึ้นไปมีความเห็นด้วยต่อปัญหา มีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ไม่มีสถานที่จอดรถเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.80 2.80 2.91 และ 3.50 อายุ 20-30 ปี และอายุ 41-50 ปี มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง สถานที่ของศูนย์จำหน่ายไม่กว้างขวางพอที่จะทำให้เลือกชมสินค้าได้สะดวก เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 2.91 และ 3.24

ตารางที่ 74 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของลูกค้ต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรป่าไผ่ ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูง

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	ระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูง												ค่าเฉลี่ยรวม
	ต่ำกว่ามาตรฐาน				มาตรฐาน				สูงกว่ามาตรฐาน				
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	
1. ประเภทของผลิตภัณฑ์ไม่หลากหลาย	2.60	ปานกลาง	6	2.80	ปานกลาง	1	2.84	ปานกลาง	5	2.82			
2. ผลิตภัณฑ์ไม่มีคุณภาพ	2.80	ปานกลาง	3	2.74	ปานกลาง	2	2.75	ปานกลาง	9	2.75			
3. ผลิตภัณฑ์เก็บไว้ไม่ได้นาน/มีความยุ่งยากในการจัดเก็บ	2.85	ปานกลาง	2	2.62	ปานกลาง	5	2.72	ปานกลาง	10	2.70			
4. ความไม่สะดวกในใช้ผลิตภัณฑ์	2.85	ปานกลาง	2	2.61	ปานกลาง	6	2.89	ปานกลาง	2	2.82			
5. รสชาติของผลิตภัณฑ์ไม่หลากหลาย	2.50	ปานกลาง	7	2.58	ปานกลาง	8	2.85	ปานกลาง	4	2.77			
6. ส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ เช่น สารอาหาร โยอาหาร ไม่เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้	2.45	น้อย	8	2.43	น้อย	15	2.68	ปานกลาง	11	2.61			
7. ไม่ได้ผลในการใช้ผลิตภัณฑ์ตามที่คาดหวัง	2.85	ปานกลาง	2	2.72	ปานกลาง	3	3.11	ปานกลาง	1	3.01			
8. หีบห่อไม่สวยงาม	2.70	ปานกลาง	5	2.47	น้อย	13	2.77	ปานกลาง	7	2.70			
9. หีบห่อไม่มีความแข็งแรง	2.10	น้อย	10	2.59	ปานกลาง	7	2.60	ปานกลาง	13	2.57			
10. ความไม่สะดวกในการใช้หีบห่อผลิตภัณฑ์	2.00	น้อย	11	2.57	ปานกลาง	9	2.66	ปานกลาง	12	2.61			
11. หีบห่อผลิตภัณฑ์ไม่อำนวยความสะดวกในการเก็บรักษา	2.60	ปานกลาง	6	2.67	ปานกลาง	4	2.86	ปานกลาง	3	2.80			
12. ฉลากของผลิตภัณฑ์ไม่สวยงาม	2.95	ปานกลาง	1	2.51	ปานกลาง	12	2.79	ปานกลาง	6	2.74			

ตารางที่ 74 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของถูกคำต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรว่า ได้พี ด้านผลิตภัณฑ์ จำนวนตามระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูง (ต่อ)

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	ระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูง												ค่าเฉลี่ยรวม
	ต่ำกว่ามาตรฐาน			มาตรฐาน			สูงกว่ามาตรฐาน			ค่าเฉลี่ยรวม			
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่				
13. ผลากผลิตภัณฑ์ไม่ชัดเจน	2.80	ปานกลาง	3	2.55	ปานกลาง	10	2.77	ปานกลาง	7	2.72			
14. ผลากผลิตภัณฑ์ไม่มีความครบถ้วน	2.80	ปานกลาง	3	2.54	ปานกลาง	11	2.76	ปานกลาง	8	2.72			
15. ไม่มีเครื่องหมายของกรอาหารและยาแสดงบนหีบห่อ	2.75	ปานกลาง	4	2.14	น้อย	16	2.31	น้อย	15	2.30			
16. ผลิตภัณฑ์ไม่มีชื่อเสียงไม่น่าเชื่อถือของลูกค้า	2.25	น้อย	9	2.45	น้อย	14	2.55	ปานกลาง	14	2.51			
ค่าเฉลี่ยรวม	2.62	ปานกลาง		2.56	ปานกลาง		2.74	ปานกลาง		2.70			

จากตารางที่ 74 พบว่า ลูกค้ำมีความเห็นด้วยต่อปัญหาในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราฮอร์บาไลฟ์ ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.70 โดยผู้มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูงต่ำกว่ามาตรฐาน ได้มาตรฐาน และสูงกว่ามาตรฐานมีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.62 2.56 และ 2.74 ตามลำดับ

โดยผู้มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูงต่ำกว่ามาตรฐานมีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ฉลากของผลิตภัณฑ์ไม่สวยงามเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 2.95 ผู้มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูงได้มาตรฐาน มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ประเภทของผลิตภัณฑ์ไม่หลากหลายเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 2.80 ผู้มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูง สูงกว่ามาตรฐาน มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ไม่ได้ผลในการใช้ผลิตภัณฑ์ตามที่คาดหวังเป็นลำดับแรกค่าเฉลี่ย 3.11

ตารางที่ 75 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเธอร์บาโก้ ด้านราคา จำแนกตามระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูง

ปัญหาด้านราคา	ระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูง												ค่าเฉลี่ยรวม
	ต่ำกว่ามาตรฐาน				มาตรฐาน				สูงกว่ามาตรฐาน				
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	
1. ราคาผลิตภัณฑ์ไม่มีมาตรฐาน	2.95	ปานกลาง	2	3.17	ปานกลาง	2	3.26	ปานกลาง	3	3.22			
2. ราคาของผลิตภัณฑ์ที่เป็นชุดมีราคาแพง	3.25	ปานกลาง	1	3.22	ปานกลาง	1	3.41	ปานกลาง	1	3.36			
3. ราคาของผลิตภัณฑ์แต่ละตัวมีราคาแพง	2.70	ปานกลาง	3	3.12	ปานกลาง	3	3.39	ปานกลาง	2	3.29			
4. ไม่มีส่วนลดเมื่อชำระเงินสด	2.40	น้อย	4	2.92	ปานกลาง	4	3.25	ปานกลาง	4	3.13			
ค่าเฉลี่ยรวม	2.83	ปานกลาง		3.11	ปานกลาง		3.32	ปานกลาง		3.25			

จากตารางที่ 75 พบว่า ลูกค้ามีความเห็นด้วยต่อปัญหาในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราฮอร์บาไลฟ์ ด้านราคาโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.25 โดยผู้มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูงต่ำกว่ามาตรฐาน ได้มาตรฐาน และสูงกว่ามาตรฐานมีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.83 3.11 และ 3.32 ตามลำดับ

โดยผู้มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูงต่ำกว่ามาตรฐาน ได้มาตรฐาน และสูงกว่ามาตรฐานมีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่องราคาของผลิตภัณฑ์ที่เป็นชุดมีราคาแพงเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.25 3.22 และ 3.41 ตามลำดับ

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

ตารางที่ 76 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของถูกคำต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อความสวยงามที่จำหน่ายตามระดับ
นำหนักเทียบกับส่วนสูง

ปัญหาด้านสถานที่	ระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูง										ค่าเฉลี่ย รวม
	ต่ำกว่ามาตรฐาน			มาตรฐาน			สูงกว่ามาตรฐาน			รวม	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่		
1. ท่าเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ไม่สะดวกต่อ การเดินทาง	2.55	ปานกลาง	2	2.84	ปานกลาง	3	3.18	ปานกลาง	3	3.07	
2. ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์มีสาขาไม่พอที่จะให้ท่าน เลือกใช้บริการ	2.60	ปานกลาง	1	3.28	ปานกลาง	1	3.28	ปานกลาง	1	3.24	
3. ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ตั้งอยู่บนทำเลที่ท่านไม่ สามารถเห็นได้ชัดเจน	2.55	ปานกลาง	2	3.01	ปานกลาง	2	3.26	ปานกลาง	2	3.17	
ค่าเฉลี่ยรวม	2.57	ปานกลาง		3.04	ปานกลาง		3.24	ปานกลาง		3.16	

จากตารางที่ 76 พบว่า ลูกค้ำมีความเห็นด้วยต่อปัญหาในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเฮอรับาไลฟ์ ด้านสถานที่โดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.16 โดยผู้มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูงต่ำกว่ามาตรฐาน ได้มาตรฐาน และสูงกว่ามาตรฐานมีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.57 3.04 และ 3.24 ตามลำดับ

โดยผู้มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูงต่ำกว่ามาตรฐาน ได้มาตรฐาน และสูงกว่ามาตรฐานมีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์มีสาขาไม่พอที่จะให้เลือกใช้บริการเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 2.60 3.28 และ 3.28 ตามลำดับ

ตารางที่ 77 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์คนโนพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเซอร์บา โดฟี่ ด้านการส่งเสริมการตลาด
 จำนวนตามระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูง

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูง												ค่าเฉลี่ย รวม
	ต่ำกว่ามาตรฐาน			มาตรฐาน			สูงกว่ามาตรฐาน						
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	
1. ความไม่เพียงพอของการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ	2.40	น้อย	4	3.57	มาก	1	3.84	มาก	1	3.70			
2. ไม่ได้รับข่าวสารจากการประชาสัมพันธ์	2.40	น้อย	4	3.33	ปานกลาง	2	3.79	มาก	2	3.62			
3. ไม่มีการส่งเสริมการขายด้วยวิธีต่าง ๆ เช่น การให้ส่วนลด มีของขวัญ	3.00	ปานกลาง	3	3.29	ปานกลาง	3	3.69	มาก	3	3.56			
4. ไม่มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์ที่แจกโดยบริษัท	3.05	ปานกลาง	2	2.89	ปานกลาง	6	3.28	ปานกลาง	5	3.19			
5. ไม่มีการเผยแพร่บทความหรือรายงานการใช้ผลิตภัณฑ์ในวารสารที่เชื่อถือได้	3.10	ปานกลาง	1	3.01	ปานกลาง	5	3.28	ปานกลาง	5	3.21			
6. ไม่มีการอบรมสัมมนาการให้ความรู้ของผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้า	3.10	ปานกลาง	1	3.26	ปานกลาง	4	3.67	มาก	4	3.55			
ค่าเฉลี่ยรวม	2.84	ปานกลาง		3.23	ปานกลาง		3.59	มาก		3.47			

จากตารางที่ 77 พบว่า ลูกค้ามีความเห็นด้วยต่อปัญหาในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักทรานฮอร์บาไลฟ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.47 โดยผู้มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูงต่ำกว่ามาตรฐาน และได้มาตรฐานมีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.84 และ 3.23 ผู้มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูง สูงกว่ามาตรฐาน มีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.59

โดยผู้มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูงต่ำกว่ามาตรฐาน มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ไม่มีการเผยแพร่บทความหรือรายงานการใช้ผลิตภัณฑ์ในวารสารที่เชื่อถือได้และไม่มีกรอบรมสัมมนาการให้ความรู้ของผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้า เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.10 ผู้มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูง ได้มาตรฐาน และสูงกว่ามาตรฐานมีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ความไม่เพียงพอของการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.57 และ 3.84

ตารางที่ 78 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของลูกค้ำต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อความสวยงามภายใต้ด้านบุคลากร จำแนกตามระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูง

ปัญหาด้านบุคลากร	ระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูง												รวม
	ต่ำกว่ามาตรฐาน			มาตรฐาน			สูงกว่ามาตรฐาน			ค่าเฉลี่ย	รวม		
	ค่าเฉลี่ย	แปลงผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลงผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลงผล	ลำดับที่				
1. บุคลิกลักษณะและกริยาของพนักงานขายไม่สุภาพ	2.15	น้อย	4	2.92	ปานกลาง	3	3.16	ปานกลาง	2	3.05			
2. พนักงานของศูนย์บริการไม่ค่อยให้คำแนะนำสินค้า	1.65	น้อย	1	2.64	ปานกลาง	6	2.94	ปานกลาง	5	2.81			
3. พนักงานขายขาดความรู้ในผลิตภัณฑ์	2.15	น้อย	4	2.51	ปานกลาง	7	2.89	ปานกลาง	6	2.76			
4. ไม่มีความดีในการเชื่อมลูกค้ำของพนักงานขาย	2.60	ปานกลาง	2	3.03	ปานกลาง	1	3.49	ปานกลาง	1	3.34			
5. การให้บริการลูกค้ำของพนักงานไม่มีวามสม่ำเสมอ	2.60	ปานกลาง	2	2.99	ปานกลาง	2	3.49	ปานกลาง	1	3.33			
6. ไม่ให้ความเป็นกันเองกับลูกค้ำ	2.15	น้อย	4	2.67	ปานกลาง	5	2.97	ปานกลาง	4	2.86			
7. ไม่มีการบริหารและการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้ำ	2.25	น้อย	3	2.74	ปานกลาง	4	3.03	ปานกลาง	3	2.93			
ค่าเฉลี่ยรวม	2.22	น้อย		2.79	ปานกลาง		3.14	ปานกลาง		3.01			

จากตารางที่ 78 พบว่า ลูกค้ำมีความคิดเห็นต่อปัญหาในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเฮอร์บาไลฟ์ ด้านบุคลากร โดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.01 โดยผู้มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูงได้มาตรฐาน และสูงกว่ามาตรฐานมีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.79 และ 3.14 ผู้มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูง ต่ำกว่ามาตรฐาน มีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.22

โดยผู้มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูงต่ำกว่ามาตรฐานและสูงกว่ามาตรฐาน มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ไม่มีความถี่ในการเยี่ยมลูกค้ำของพนักงานขายและการให้บริการลูกค้ำของพนักงาน ไม่มีความสม่ำเสมอเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 2.60 และ 3.49 ผู้มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูง ได้มาตรฐานมีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ไม่มีความถี่ในการเยี่ยมลูกค้ำของพนักงานขายเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.03

ตารางที่ 79 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของลูกจ้างต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อความอุดมแน่นักตราฮอร์บาได้พี ด้านกระบวนการ จัดแนกตามระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูง

ปัญหาด้านกระบวนการ	ระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูง										ค่าเฉลี่ยรวม
	ค่าความมาตรฐาน			มาตรฐาน			สูงควมมาตรฐาน			ค่าเฉลี่ยรวม	
	ค่าเฉลี่ย	แปดผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปดผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปดผล	ลำดับที่		
1. ความไม่สะดวกในการสั่งซื้อ	2.95	ปานกลาง	2	3.17	ปานกลาง	1	3.12	ปานกลาง	4	3.12	
2. มีขั้นตอนที่ซับซ้อนมากเกินไปในการสั่งซื้อสินค้าครั้งแรก	2.35	น้อย	7	2.91	ปานกลาง	2	3.21	ปานกลาง	2	3.10	
3. ความไม่สะดวกในการลงทะเบียนของลูกจ้าง	2.65	ปานกลาง	5	2.82	ปานกลาง	3	3.12	ปานกลาง	4	3.03	
4. ความล่าช้าในการบริการตรวจวัดไขมัน	2.60	ปานกลาง	6	2.61	ปานกลาง	5	2.89	ปานกลาง	6	2.81	
5. บริการจัดส่งผลิตภัณฑ์ล่าช้ากว่ากำหนด	2.90	ปานกลาง	3	2.47	น้อย	7	2.92	ปานกลาง	5	2.82	
6. ความไม่สะดวกในการติดต่อกับพนักงานขาย	3.25	ปานกลาง	1	2.57	ปานกลาง	6	3.17	ปานกลาง	3	3.05	
7. ไม่มีการแจ้งลูกค้าให้ทราบถึงวิธีการคืนสินค้าที่มีปัญหา	2.80	ปานกลาง	4	2.78	ปานกลาง	4	3.38	ปานกลาง	1	3.22	
ค่าเฉลี่ยรวม	2.79	ปานกลาง		2.76	ปานกลาง		3.12	ปานกลาง		3.02	

จากตารางที่ 79 พบว่า ลูกค้ามีความคิดเห็นต่อปัญหาในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราฮอร์บาไลฟ์ ด้านกระบวนการ โดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.02 โดยผู้มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูงต่ำกว่ามาตรฐาน ได้มาตรฐาน และสูงกว่ามาตรฐานมีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.79 2.76 และ 3.12

โดยผู้มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูงต่ำกว่ามาตรฐานมีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่องความไม่สะดวกในการติดต่อกับพนักงานขายเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.25 ผู้มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูงได้มาตรฐานมีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่องความไม่สะดวกในการสั่งซื้อ เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.17 ผู้มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูง สูงกว่ามาตรฐานมีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่องไม่มีการแจ้งลูกค้าให้ทราบถึงวิธีการคืนสินค้าที่มีปัญหาเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.38

ตารางที่ 80 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของลูกศิษย์ต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรนำหน้ากตราเซอร์บาดีที่ด้านลักษณะทางกายภาพ
จำแนกตามระดับนำหน้ากที่เทียบกับส่วนสูง

ปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ	ระดับนำหน้ากที่เทียบกับส่วนสูง													
	ต่ำกว่ามาตรฐาน				มาตรฐาน				สูงกว่ามาตรฐาน				ค่าเฉลี่ย รวม	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่		
1. ไม่มีสถานที่จอดรถ	2.35	น้อย	8	2.88	ปานกลาง	1	2.96	ปานกลาง	1	2.91				
2. สถานที่ไม่มีความสะอาด	2.75	ปานกลาง	4	2.53	ปานกลาง	4	2.70	ปานกลาง	3	2.67				
3. การตกแต่งสถานที่ไม่สวยงาม	2.80	ปานกลาง	3	2.30	น้อย	5	2.50	ปานกลาง	5	2.47				
4. สถานที่นั่งพักและนั่งรอไม่เพียงพอ	2.45	น้อย	7	2.22	น้อย	6	2.49	น้อย	6	2.43				
5. บรรยากาศในร้านไม่สวยงาม ร้อน	3.15	ปานกลาง	1	2.57	ปานกลาง	3	2.59	ปานกลาง	4	2.62				
6. สถานที่ของศูนย์จำหน่ายไม่กว้างขวางพอที่จะทำ ให้ลูกค้าชมสินค้าได้สะดวก	2.80	ปานกลาง	3	2.58	ปานกลาง	2	2.89	ปานกลาง	2	2.82				
7. ผลิตภัณฑ์/ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ไม่มีการรับรอง จากสถาบันนานาชาติ	2.00	น้อย	10	1.72	น้อย	9	2.18	น้อย	7	2.07				
8. ผลิตภัณฑ์ไม่มีใบรับรองคุณภาพจากสถาบันที่มี ชื่อเสียงในประเทศ	2.10	น้อย	9	1.91	น้อย	7	2.15	น้อย	8	2.10				
9. ผลิตภัณฑ์ไม่เคยได้รับรางวัลคุณภาพดีเด่น	2.90	ปานกลาง	2	1.89	น้อย	8	2.10	น้อย	9	2.10				
10. ผลิตภัณฑ์ไม่ได้รับการผลิตตามมาตรฐาน ISO	2.60	ปานกลาง	6	1.72	น้อย	9	2.08	น้อย	10	2.03				
ค่าเฉลี่ยรวม	2.59	ปานกลาง		2.23	น้อย		2.46	น้อย		2.42				

จากตาราง ที่ 80 พบว่า ลูกค้ามีความคิดเห็นต่อปัญหาในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเซอร์บาไลฟ์ ด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.42 โดยผู้มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูงต่ำกว่ามาตรฐาน มีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.59 ผู้มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูงได้มาตรฐาน และสูงกว่ามาตรฐานมีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.23 และ 2.46

โดยผู้มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูงต่ำกว่ามาตรฐานมีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่องบรรยากาศในร้านไม่สวยงาม ร้อน เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.15 ผู้มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูงได้มาตรฐาน และสูงกว่ามาตรฐานมีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่องไม่มีสถานที่จอดรถเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 2.88 และ 2.96

ตารางที่ 81 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อความสวยงามด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน																		ค่าเฉลี่ยรวม												
	น้อยกว่า 10,000						10,000-20,000						20,001-30,000							30,001-40,000						40,001-50,000					
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่		ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่									
1. ประเภทของผลิตภัณฑ์ไม่หลากหลาย	2.80	ปานกลาง	6	2.88	ปานกลาง	2	2.85	ปานกลาง	9	2.50	ปานกลาง	6	2.33	น้อย	6	2.82															
2. ผลิตภัณฑ์ไม่มีคุณภาพ	2.56	ปานกลาง	9	2.76	ปานกลาง	3	3.13	ปานกลาง	2	3.00	ปานกลาง	4	2.00	น้อย	7	2.75															
3. ผลิตภัณฑ์เก็บไว้ไม่ได้นาน/มีความยุ่งยากในการจัดเก็บ	2.65	ปานกลาง	7	2.71	ปานกลาง	4	2.84	ปานกลาง	10	3.00	ปานกลาง	4	2.00	น้อย	7	2.70															
4. ความไม่สะดวกในใช้ผลิตภัณฑ์	2.84	ปานกลาง	3	2.65	ปานกลาง	7	3.12	ปานกลาง	3	3.07	ปานกลาง	2	3.00	ปานกลาง	2	2.82															
5. รสชาติของผลิตภัณฑ์ไม่หลากหลาย	2.82	ปานกลาง	4	2.67	ปานกลาง	5	2.88	ปานกลาง	8	2.79	ปานกลาง	5	3.00	ปานกลาง	2	2.77															
6. ส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ เช่น สารอาหาร โยเกิร์ต ไม่เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า	2.56	ปานกลาง	9	2.54	ปานกลาง	9	2.82	ปานกลาง	11	2.79	ปานกลาง	5	2.67	ปานกลาง	3	2.61															

ตารางที่ 81 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของถูกค่าต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราฮอร์บาได้ฟ ด้านผลิตภัณฑ์ จำนวนตาม
 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน																		ค่าเฉลี่ยรวม
	น้อยกว่า 10,000		10,000-20,000		20,001-30,000		30,001-40,000		40,001-50,000		50,001-60,000		60,001-70,000		70,001-80,000		80,001-90,000		
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	
7. ไม่ได้ผลในการใช้ผลิตภัณฑ์ตามที่คาดหวัง	2.91	ปานกลาง	2.99	ปานกลาง	3.10	ปานกลาง	3.36	ปานกลาง	3.33	ปานกลาง	3.36	ปานกลาง	3.33	ปานกลาง	3.33	ปานกลาง	3.33	ปานกลาง	3.01
8. ทیبห่อไม่สวยงาม	2.80	ปานกลาง	2.52	ปานกลาง	2.97	ปานกลาง	3.07	ปานกลาง	2.33	น้อย	3.07	ปานกลาง	2.33	น้อย	3.07	ปานกลาง	2.33	น้อย	2.70
9. ทیبห่อไม่มีความแข็งแรง	2.56	ปานกลาง	2.41	น้อย	3.07	ปานกลาง	2.00	น้อย	2.67	ปานกลาง	2.00	น้อย	2.67	ปานกลาง	2.00	น้อย	2.67	ปานกลาง	2.57
10. ความไม่สะดวกในการใช้หีบห่อผลิตภัณฑ์	2.81	ปานกลาง	2.33	น้อย	3.01	ปานกลาง	2.00	น้อย	2.67	ปานกลาง	2.00	น้อย	2.67	ปานกลาง	2.00	น้อย	2.67	ปานกลาง	2.61
11. ทیبห่อผลิตภัณฑ์ไม่อำนวยความสะดวกในการเก็บรักษา	2.87	ปานกลาง	2.65	ปานกลาง	3.01	ปานกลาง	3.07	ปานกลาง	2.67	ปานกลาง	3.07	ปานกลาง	2.67	ปานกลาง	3.07	ปานกลาง	2.67	ปานกลาง	2.80
12. ผลักของผลิตภัณฑ์ไม่สวยงาม	2.81	ปานกลาง	2.57	ปานกลาง	2.97	ปานกลาง	3.07	ปานกลาง	2.67	ปานกลาง	3.07	ปานกลาง	2.67	ปานกลาง	3.07	ปานกลาง	2.67	ปานกลาง	2.74
13. ผลักผลิตภัณฑ์ไม่ชัดเจน	2.59	ปานกลาง	2.58	ปานกลาง	3.21	ปานกลาง	3.29	ปานกลาง	2.33	น้อย	3.29	ปานกลาง	2.33	น้อย	3.29	ปานกลาง	2.33	น้อย	2.72

ตารางที่ 81 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของถูกคำต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อความงามด้านผลิตภัณฑ์ จำนวนตาม
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน														ค่าเฉลี่ยรวม
	น้อยกว่า 10,000		10,000-20,000		20,001-30,000		30,001-40,000		40,001-50,000		ค่าเฉลี่ยรวม				
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่					
14. ฉลากผลิตภัณฑ์ไม่มีความครบถ้วน	2.56	ปานกลาง	2.67	9	ปาน	5	3.07	ปาน	5	3.07	ปานกลาง	2.33	น้อย	6	2.72
15. ไม่มีเครื่องหมายองค์การอาหารและยา แสดงบนหีบห่อ	2.18	น้อย	2.22	11	น้อย	14	2.81	ปาน	12	2.00	ปาน	2.00	น้อย	7	2.30
16. ผลิตภัณฑ์ไม่มีชื่อเสียงไม่น่าเชื่อถือของ ลูกค้า	2.50	ปานกลาง	2.38	10	น้อย	12	2.82	ปาน	11	2.79	ปาน	2.33	น้อย	6	2.51
ค่าเฉลี่ยรวม	2.68	ปานกลาง	2.60		ปาน		2.98	ปาน		2.80	ปาน	2.52	ปาน		2.70

จากตารางที่ 81 พบว่า ลูกค้ำมีความเห็นด้วยต่อปัญหาในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเซอร์บาไลพ์ ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.70 โดยผู้มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท 10,000-20,000 บาท 20,001-30,000 บาท 30,001-40,000 บาท และ 40,001-50,000 บาท มีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.68 2.60 2.98 2.80 และ 2.52 ตามลำดับ

โดยผู้มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท 10,000-20,000 บาท 30,001-40,000 บาท และ 40,001-50,000 บาท มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ไม่ได้ผลในการใช้ผลิตภัณฑ์ตามที่คาดหวังเป็นลำดับแรกค่าเฉลี่ย 2.91 2.99 3.36 และ 3.33 ตามลำดับ ผู้มีรายได้ 20,001-30,000 บาท มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ฉลากของผลิตภัณฑ์ไม่ชัดเจนเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.21

ตารางที่ 82 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของถูกค่าต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อความงามนำหน้าภัทรเฮอรัมาไลฟ์ ด้านราคา จำนวนตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัญหาด้านราคา	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน														ค่าเฉลี่ยรวม
	น้อยกว่า 10,000		10,000-20,000		20,001-30,000		30,001-40,000		40,001-50,000		ค่าเฉลี่ยรวม				
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่					
1. ราคาผลิตภัณฑ์ไม่มีมาตรฐาน	3.03	ปานกลาง	3.22	ปานกลาง	3.48	ปานกลาง	4.00	มาก	2.67	ปานกลาง	3.22	3			
2. ราคาของผลิตภัณฑ์ที่เป็นชุดมีราคาแพง	3.22	ปานกลาง	3.30	ปานกลาง	3.55	มาก	4.21	มาก	3.33	ปานกลาง	3.36	1			
3. ราคาของผลิตภัณฑ์แต่ละตัวมีราคาแพง	3.16	ปานกลาง	3.21	ปานกลาง	3.49	ปานกลาง	4.21	มาก	3.33	ปานกลาง	3.29	1			
4. ไม่มีส่วนลดเมื่อชำระเงินสด	2.99	ปานกลาง	3.04	ปานกลาง	3.45	ปานกลาง	3.79	มาก	3.00	ปานกลาง	3.13	2			
ค่าเฉลี่ยรวม	3.10	ปานกลาง	3.19	ปานกลาง	3.49	ปานกลาง	4.05	มาก	3.08	ปานกลาง	3.25				

จากตารางที่ 82 พบว่า ลูกค้ามีความเห็นด้วยต่อปัญหาในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเซอร์บาไลฟ์ ด้านราคาโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.25 โดยผู้มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท 10,000-20,000 บาท 20,001-30,000 บาท และ 40,001-50,000 บาท มีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.10 3.19 3.49 และ 3.08 ตามลำดับ ผู้มีรายได้ 30,001-40,000 บาท มีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.05

โดยผู้มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท 10,000-20,000 บาท และ 20,001-30,000 บาท มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่องราคาของผลิตภัณฑ์ที่เป็นชุดมีราคาแพงเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.22 3.30 และ 3.55 ตามลำดับ ผู้มีรายได้ 30,001-40,000 บาท และ 40,001-50,000 บาท มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่องราคาของผลิตภัณฑ์ที่เป็นชุดมีราคาแพง และ ราคาผลิตภัณฑ์แต่ละตัวมีราคาแพงเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 4.21 และ 3.33

ตารางที่ 83 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของถูกคำต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อความงามที่จำหน่ายที่ร้านขายยา
ได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัญหาด้านสถานที่	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน												ค่าเฉลี่ยรวม			
	น้อยกว่า 10,000			10,000-20,000			20,001-30,000			30,001-40,000				40,001-50,000		
	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่		ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	
1. ท่าที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ไม่สะดวกต่อการเดินทาง	3.04	ปานกลาง	2.78	ปานกลาง	3	ปานกลาง	3.72	มาก	1	3.57	มาก	2	ปานกลาง	2	3.07	
2. ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์มีสาขาไม่พอที่จะให้ท่านเลือกใช้บริการ	3.16	ปานกลาง	3.17	ปานกลาง	1	ปานกลาง	3.49	ปานกลาง	2	3.07	ปานกลาง	3	มาก	1	3.24	
3. ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ตั้งอยู่บนทำเลที่ท่านไม่สามารถเห็นได้ชัดเจน	3.06	ปานกลาง	3.07	ปานกลาง	2	ปานกลาง	3.37	ปานกลาง	3	3.64	มาก	1	มาก	1	3.17	
ค่าเฉลี่ยรวม	3.09	ปานกลาง	3.01	ปานกลาง		3.53	มาก			3.43	ปานกลาง		3.44	ปานกลาง	3.16	

จากตารางที่ 83 พบว่า ลูกค้ามีความเห็นด้วยต่อปัญหาในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเซอร์บาไลฟ์ ด้านสถานที่โดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.16 โดยผู้มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท 10,000-20,000 บาท 30,001-40,000 บาท และ 40,001-50,000 บาท มีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.09 3.01 3.43 และ 3.44 ตามลำดับ ผู้มีรายได้ 20,001-30,000 บาท มีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.53

โดยผู้มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท 10,000-20,000 บาท มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์มีสาขาไม่พอที่จะให้เลือกใช้บริการเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.16 และ 3.17 ผู้มีรายได้ 20,001-30,000 บาท มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ท่าเลที่ตั้งของศูนย์บริการไม่สะดวกต่อการเดินทางเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.72 ผู้มีรายได้ 30,001-40,000 บาท มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ตั้งอยู่บนทำเลที่ไม่สามารถเห็นได้ชัดเจนเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.64 ผู้มีรายได้ 40,001-50,000 บาท มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์มีสาขาไม่พอที่จะให้เลือกใช้บริการและศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ตั้งอยู่บนทำเลที่ไม่สามารถเห็นได้ชัดเจนเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.67

ตารางที่ 84 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์ชุมชนไพร่เพื่อควบคุมน้ำหนักตราเฮอริบาโลพี ด้านการส่งเสริมการตลาด
 จำนวนตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน																		ค่าเฉลี่ยรวม
	น้อยกว่า 10,000		10,000-20,000		20,001-30,000		30,001-40,000		40,001-50,000		รวม								
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่							
1. ความไม่เพียงพอของการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ	3.74	1	3.49	1	4.07	1	4.07	1	3.67	มาก	2	3.70							
2. ไม่ได้รับข่าวสารจากกร ประชาสัมพันธ์	3.73	2	3.38	3	3.93	2	3.86	2	3.67	มาก	2	3.62							
3. ไม่มีการส่งเสริมการขายด้วยวิธีต่าง ๆ เช่น การให้ส่วนลด มีของขวัญ	3.56	3	3.44	2	3.73	3	3.86	2	4.00	มาก	1	3.56							
4. ไม่มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์แจกโดยบริษัท	3.09	5	3.13	5	3.37	5	3.29	3	3.67	ปานกลาง	2	3.19							
5. ไม่มีการเผยแพร่บทความหรือรายงานการใช้ผลิตภัณฑ์ในวารสารที่เชื่อถือได้	2.99	6	3.19	4	3.63	4	3.07	4	3.33	ปานกลาง	3	3.21							

ตารางที่ 84 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อความสวยงามที่ผ่านการส่งเสริมการตลาด
 จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน												ค่าเฉลี่ยรวม
	น้อยกว่า 10,000		10,000-20,000		20,001-30,000		30,001-40,000		40,001-50,000		ค่าเฉลี่ยรวม		
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่			
6. ไม่มีกรอบงบประมาณทำให้ความรู้ของผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้า	3.44	ปานกลาง	3.44	4	3.93	มาก	3.86	มาก	3.67	มาก	3.55	3.55	
ค่าเฉลี่ยรวม	3.42	ปานกลาง	3.34		3.78	มาก	3.67	มาก	3.67	มาก	3.47	3.47	

จากตารางที่ 84 พบว่า ลูกค้ามีความเห็นด้วยต่อปัญหาในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเซอร์บาไลฟ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.47 โดยผู้มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท และ 10,000-20,000 บาท มีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.42 และ 3.34 ผู้มีรายได้ 20,001-30,000 บาท 30,001-40,000 บาท และ 40,001-50,000 บาท มีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.78 3.67 และ 3.67 ตามลำดับ

โดยผู้มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท 10,000-20,000 บาท 20,001-30,000 บาท และ 30,001-40,000 บาท มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ความไม่เพียงพอของการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.74 3.49 4.07 และ 4.07 ตามลำดับ ผู้มีรายได้ 40,001-50,000 บาท มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ไม่มีการส่งเสริมการขายด้วยวิธีต่าง ๆ เช่น การให้ส่วนลด มีของชำร่วย เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 4.00

ตารางที่ 85 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของถูกคำต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อความงามที่ได้ที่ด้านบุคลากร จำนวนตาม
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัญหาด้านบุคลากร	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน														ค่าเฉลี่ยรวม	
	น้อยกว่า 10,000		10,000-20,000		20,001-30,000		30,001-40,000		40,001-50,000							
	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่		
1. บุคลิกลักษณะและกริยามารยาทของพนักงานขายไม่สุภาพ	3.07	ปานกลาง	2.83	ปานกลาง	3.40	ปานกลาง	3.50	มาก	3.33	ปานกลาง	3.05	ปานกลาง	3.33	ปานกลาง	2	3.05
2. พนักงานของศูนย์บริการไม่คอยให้คำแนะนำสินค้า	2.81	ปานกลาง	2.65	ปานกลาง	3.15	ปานกลาง	2.79	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	2.81	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	3	2.81
3. พนักงานขายขาดความรู้ในผลิตภัณฑ์	2.77	ปานกลาง	2.64	ปานกลาง	3.06	ปานกลาง	2.79	ปานกลาง	2.67	ปานกลาง	2.76	ปานกลาง	2.67	ปานกลาง	4	2.76
4. ไม่มีความถึงการเยี่ยมชมลูกค้าของพนักงานขาย	3.18	ปานกลาง	3.35	ปานกลาง	3.37	ปานกลาง	4.00	มาก	3.67	มาก	3.34	มาก	3.67	มาก	1	3.34
5. การให้บริการลูกค้าของพนักงานไม่มีความสม่ำเสมอ	3.22	ปานกลาง	3.30	ปานกลาง	3.46	ปานกลาง	3.57	ปานกลาง	3.67	มาก	3.33	มาก	3.67	มาก	1	3.33
6. ไม่ให้ความเป็นกันเองกับลูกค้า	2.82	ปานกลาง	2.75	ปานกลาง	3.21	ปานกลาง	2.57	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	2.86	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	3	2.86

ตารางที่ 85 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของลูกจ้างเกี่ยวกับปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อควบคุมน้ำหนักตัวบุคลากร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

ปัญหาด้านบุคลากร	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน												ค่าเฉลี่ยรวม			
	น้อยกว่า 10,000			10,000-20,000			20,001-30,000			30,001-40,000				40,001-50,000		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่		ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
7. ไม่มีการบริการและการแก้ไขปัญหาให้ลูกจ้าง	2.87	ปานกลาง	4	2.80	ปานกลาง	4	3.16	ปานกลาง	5	3.57	มาก	2	3.00	ปานกลาง	3	2.93
ค่าเฉลี่ยรวม	2.96	ปานกลาง		2.90	ปานกลาง		3.26	ปานกลาง		3.26	ปานกลาง		3.19	ปานกลาง		3.01

จากตารางที่ 85 พบว่า ลูกจ้างมีความคิดเห็นต่อปัญหาในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเซอร์บาไลฟ์ ด้านบุคลากร โดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.01 โดยผู้มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท 10,000-20,000 บาท 20,001-30,000 บาท 30,001-40,000 บาท และ 40,001-50,000 บาท มีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.96 2.90 3.26 3.26 และ 3.19 ตามลำดับ

โดยผู้มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท และ 20,001-30,000 บาท มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่องการให้บริการลูกจ้างของพนักงานไม่มีความสม่ำเสมอเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.22 และ 3.46 ผู้มีรายได้ 10,000-20,000 และ 30,001-40,000 บาท มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่องไม่มีความดีในการเชื่อมลูกจ้างของพนักงานขายเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.35 ผู้มีรายได้ 40,001-50,000 บาท มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่องไม่มีความดีในการเชื่อมลูกจ้างของพนักงานขายและการให้บริการลูกจ้างของพนักงานไม่มีความสม่ำเสมอเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.67

ตารางที่ 86 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อความงามภายใต้ ด้านกระบวนการ จำนวนตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัญหาด้านกระบวนการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน																		ค่าเฉลี่ยรวม												
	น้อยกว่า 10,000						10,000-20,000						20,001-30,000							30,001-40,000						40,001-50,000					
	ค่าเฉลี่ย	แปรผกผัน	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปรผกผัน	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปรผกผัน	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปรผกผัน	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปรผกผัน	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปรผกผัน	ลำดับที่		ค่าเฉลี่ย	แปรผกผัน	ลำดับที่									
1. ความไม่สะดวกในการสั่งซื้อ	3.13	ปานกลาง	2	3.03	ปานกลาง	2	3.25	ปานกลาง	4	3.29	ปานกลาง	6	3.33	ปานกลาง	2	3.12															
2. มีขั้นตอนที่ซับซ้อนมากเกินไปในการสั่งซื้อสินค้าครั้งแรก	3.11	ปานกลาง	3	2.88	ปานกลาง	4	3.40	ปานกลาง	1	3.79	มาก	3	3.33	ปานกลาง	2	3.10															
3. ความไม่สะดวกในการลงทะเบียนของลูกค้า	2.98	ปานกลาง	4	2.86	ปานกลาง	5	3.34	ปานกลาง	3	3.57	มาก	4	3.33	ปานกลาง	2	3.03															
4. ความล่าช้าในการบริการตรวจวัดไขมัน	2.72	ปานกลาง	6	2.75	ปานกลาง	6	2.94	ปานกลาง	6	3.36	ปานกลาง	5	3.00	ปานกลาง	3	2.81															
5. บริการจัดส่งผลิตภัณฑ์ล่าช้ากว่ากำหนด	2.65	ปานกลาง	7	2.71	ปานกลาง	7	3.16	ปานกลาง	5	3.57	มาก	4	3.00	ปานกลาง	3	2.82															
6. ความไม่สะดวกในการติดต่อกับพนักงานขาย	2.94	ปานกลาง	5	2.90	ปานกลาง	3	3.36	ปานกลาง	2	4.07	มาก	1	3.00	ปานกลาง	3	3.05															

ตารางที่ 86 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเฮอริบาไลฟ์ ด้านกระบวนการ จำนวนตาม
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

ปัญหาด้านกระบวนการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน												ค่าเฉลี่ยรวม			
	น้อยกว่า 10,000			10,000-20,000			20,001-30,000			30,001-40,000				40,001-50,000		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่		ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
7. ไม่มีการแจ้งลูกค้าให้ทราบถึงวิธีการคืนสินค้าที่มีปัญหา	3.21	ปานกลาง	1	3.07	ปานกลาง	1	3.34	ปานกลาง	3	3.86	มาก	2	3.67	มาก	1	3.22
ค่าเฉลี่ยรวม	2.96	ปานกลาง		2.89	ปานกลาง		3.26	ปานกลาง		3.64	มาก		3.24	ปานกลาง		3.02

จากตารางที่ 86 พบว่า ลูกค้ามีความคิดเห็นต่อปัญหาในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเซอร์บาไลฟ์ ด้านกระบวนการ โดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.02 โดยผู้มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท 10,000-20,000 บาท 20,001-30,000 บาท และ 40,001-50,000 บาท มีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.96 2.89 3.26 และ 3.24 ผู้มีรายได้ 30,001-40,000 บาท มีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.64

โดยผู้มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่องความไม่สะดวกในการสั่งซื้อ เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.13 ผู้มีรายได้ 10,000-20,000 บาท และ 40,001-50,000 บาท มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่องไม่มีการแจ้งลูกค้าให้ทราบถึงวิธีการคืนสินค้าที่มีปัญหาเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.07 และ 3.67 ผู้มีรายได้ 20,001-30,000 บาท มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่องมีขั้นตอนที่ซับซ้อนเกินไปในการสั่งซื้อสินค้าครั้งแรกเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.40 ผู้มีรายได้ 30,001-40,000 บาท มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่องความไม่สะดวกในการติดต่อกับพนักงานขายเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 4.07

ตารางที่ 87 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อความงามระดับโลก ด้านลักษณะทางกายภาพ
 จำนวนตามราย ได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน														ค่าเฉลี่ยรวม
	น้อยกว่า 10,000		10,000-20,000		20,001-30,000		30,001-40,000		40,001-50,000		รวม				
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่			
1. ไม่มีสถานที่จอดรถ	2.86	ปานกลาง	2.76	ปานกลาง	3.28	ปานกลาง	3.07	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	2.91		
2. สถานที่ไม่มีความสะอาด	2.75	ปานกลาง	2.59	ปานกลาง	2.70	ปานกลาง	2.71	ปานกลาง	2.67	ปานกลาง	2.67	ปานกลาง	2.67		
3. การตกแต่งสถานที่ไม่สวยงาม	2.55	ปานกลาง	2.39	น้อย	2.61	ปานกลาง	2.00	น้อย	2.67	ปานกลาง	2.67	ปานกลาง	2.47		
4. สถานที่นั่งพักและนั่งรอไม่เพียงพอ	2.58	ปานกลาง	2.29	น้อย	2.57	ปานกลาง	2.00	น้อย	2.67	ปานกลาง	2.67	ปานกลาง	2.43		
5. บรรยากาศในร้านไม่สวยงาม ร้อน	2.63	ปานกลาง	2.61	ปานกลาง	2.75	ปานกลาง	2.00	น้อย	2.67	ปานกลาง	2.67	ปานกลาง	2.62		
6. สถานที่ของศูนย์จำหน่ายไม่กว้างขวางพอที่จะทำให้เลือกชมสินค้าได้สะดวก	2.84	ปานกลาง	2.79	ปานกลาง	2.64	ปานกลาง	3.57	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	2.82		

ตารางที่ 87 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของถูกคำต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อความสวยงามภายใต้ด้านลักษณะทางกายภาพ
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

ปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน												ค่าเฉลี่ยรวม			
	น้อยกว่า 10,000			10,000-20,000			20,001-30,000			30,001-40,000				40,001-50,000		
	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่		ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	
7. ผลิตภัณฑ์/ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ไม่มีกรับรองจากสถาบันวิชาชีพ	2.05	น้อย	9	1.83	น้อย	9	2.45	น้อย	9	3.21	ปานกลาง	2	2.00	น้อย	4	2.07
8. ผลิตภัณฑ์ไม่มีรับรองคุณภาพจากสถาบันที่มีชื่อเสียงในประเทศ	2.10	น้อย	8	1.89	น้อย	7	2.39	น้อย	10	3.00	ปานกลาง	4	2.00	น้อย	4	2.10
9. ผลิตภัณฑ์ไม่เคยได้รับรางวัลคุณภาพดีเด่น	2.18	น้อย	7	1.87	น้อย	8	2.51	ปานกลาง	8	2.07	น้อย	6	2.33	น้อย	3	2.10
10. ผลิตภัณฑ์ไม่ได้รับรองการผลิตตามมาตรฐาน ISO	2.05	น้อย	9	1.78	น้อย	10	2.54	ปานกลาง	7	2.07	น้อย	6	2.33	น้อย	3	2.03
ค่าเฉลี่ยรวม	2.46	น้อย		2.28	น้อย		2.64	ปานกลาง		2.57	ปานกลาง		2.53	ปานกลาง		2.42

จากตาราง ที่ 87 พบว่า ลูกค้ำมีความคิดเห็นต่อปัญหาในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเซอร์บาโลพี ด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.42 โดยผู้มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท และ 10,000-20,000 บาท มีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.46 และ 2.28 ผู้มีรายได้ 20,001-30,000 บาท 30,001-40,000 บาท และ 40,001-50,000 บาท มีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.64 2.57 และ 2.53

โดยผู้มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท และ 20,001-30,000 บาท มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่องไม่มีสถานที่จอดรถเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 2.86 และ 3.28 ผู้มีรายได้ 10,000-20,000 บาท และ 30,001-40,000 บาท มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่องสถานที่ของศูนย์จำหน่ายไม่กว้างขวางพอที่จะทำให้เลือกชมสินค้าได้สะดวกเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 2.79 และ 3.57 ผู้มีรายได้ 40,001-50,000 บาท มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่องไม่มีสถานที่จอดรถและสถานที่ของศูนย์จำหน่ายไม่กว้างขวางพอที่จะทำให้เลือกชมสินค้าได้สะดวกเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.00

ตารางที่ 88 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของลูกค้าย่อยจากการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อความงามด้านผลิตภัณฑ์บำรุงผิว
อาชีพ

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพ																		ค่าเฉลี่ยรวม						
	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ		ลูกจ้างบริษัทเอกชน		นักธุรกิจ/ของกิจการ		เจ้าอาชีพอิสระ		แม่บ้าน/พ่อบ้าน		นักเรียน/นักศึกษา		ขายตรง		อื่นๆ										
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่							
1. ประเภทของผลิตภัณฑ์ไม่หลากหลาย	2.62	ปานกลาง	5	2.76	ปานกลาง	7	2.94	ปานกลาง	4	3.04	ปานกลาง	4	2.87	ปานกลาง	2	2.76	ปานกลาง	10	2.00	น้อย	1	3.00	ปานกลาง	1	2.82
2. ผลิตภัณฑ์ไม่มีคุณภาพ	2.40	น้อย	10	2.81	ปานกลาง	6	3.13	ปานกลาง	2	2.91	ปานกลาง	6	2.35	น้อย	5	2.76	ปานกลาง	10	2.00	น้อย	1	2.68	ปานกลาง	2	2.75
3. ผลิตภัณฑ์เก็บไว้ไม่ได้ นานมีความยุ่งยากในการจัดเก็บ	2.51	ปานกลาง	8	2.85	ปานกลาง	5	2.59	ปานกลาง	11	2.84	ปานกลาง	8	2.17	น้อย	6	2.78	ปานกลาง	9	2.00	น้อย	1	2.55	ปานกลาง	3	2.70
4. ความไม่สะดวกในใช้ผลิตภัณฑ์	2.69	ปานกลาง	4	2.87	ปานกลาง	3	2.72	ปานกลาง	8	3.07	ปานกลาง	3	2.52	ปานกลาง	4	3.10	ปานกลาง	3	2.00	น้อย	1	2.27	น้อย	6	2.82
5. รสชาติของผลิตภัณฑ์ไม่หลากหลาย	2.56	ปานกลาง	7	2.76	ปานกลาง	7	2.31	น้อย	15	3.02	ปานกลาง	5	3.22	ปานกลาง	1	3.20	ปานกลาง	2	2.00	น้อย	1	2.18	น้อย	7	2.77
6. ส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ เช่น สารอาหาร ไม่เหมาะสมกับความ ต้องการของลูกค้าย	2.42	น้อย	9	2.72	ปานกลาง	10	2.34	น้อย	14	2.75	ปานกลาง	10	2.52	ปานกลาง	4	2.93	ปานกลาง	5	2.00	น้อย	1	2.00	น้อย	9	2.61

ตารางที่ 88 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรด้านผลิตภัณฑ์น้ำมันกตม อาชีพ (ต่อ)

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพ																		ค่าเฉลี่ยรวม						
	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ		ลูกจ้างบริษัทเอกชน		นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ		อาชีพอิสระ		แม่บ้าน/พอบ้าน		นักเรียน/นักศึกษา		ขายตรง		อื่นๆ										
	ค่าเฉลี่ย	แปลลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	แปลลำดับที่							
7. ไม่ได้ผลในการใช้ผลิตภัณฑ์ตามที่คาดหวัง	2.78	ปานกลาง	2	3.16	ปานกลาง	1	2.84	ปานกลาง	6	3.33	ปานกลาง	1	2.87	ปานกลาง	2	3.22	ปานกลาง	1	2.00	น้อย	1	2.00	น้อย	9	3.01
8. หินห่อไม่สวยงาม	2.56	ปานกลาง	7	2.74	ปานกลาง	9	2.91	ปานกลาง	5	2.89	ปานกลาง	7	2.17	น้อย	6	3.20	ปานกลาง	2	2.00	น้อย	1	1.73	น้อย	10	2.70
9. หินห่อไม่มีความแข็งแรง	2.62	ปานกลาง	5	2.40	น้อย	14	3.41	ปานกลาง	1	2.81	ปานกลาง	9	2.70	ปานกลาง	3	2.24	น้อย	12	2.00	น้อย	1	2.27	น้อย	6	2.57
10. ความไม่สะดวกในการใช้หีบห่อผลิตภัณฑ์	2.56	ปานกลาง	7	2.45	น้อย	13	2.97	ปานกลาง	3	2.84	ปานกลาง	8	2.70	ปานกลาง	3	2.73	ปานกลาง	11	2.00	น้อย	1	2.27	น้อย	6	2.61
11. หีบห่อผลิตภัณฑ์ไม่อำนวยความสะดวกในการเก็บรักษา	2.82	ปานกลาง	1	2.90	ปานกลาง	2	2.91	ปานกลาง	5	2.89	ปานกลาง	7	2.70	ปานกลาง	3	2.83	ปานกลาง	7	2.00	น้อย	1	2.00	น้อย	9	2.80
12. ฉลากของผลิตภัณฑ์ไม่สวยงาม	2.73	ปานกลาง	3	2.75	ปานกลาง	8	2.50	ปานกลาง	13	3.02	ปานกลาง	5	2.70	ปานกลาง	3	2.80	ปานกลาง	8	2.00	น้อย	1	2.41	น้อย	5	2.74
13. ฉลากผลิตภัณฑ์ไม่ชัดเจน	2.60	ปานกลาง	6	2.62	ปานกลาง	11	2.63	ปานกลาง	10	3.11	ปานกลาง	2	2.52	ปานกลาง	4	3.05	ปานกลาง	4	2.00	น้อย	1	2.45	น้อย	4	2.72

ตารางที่ 88 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของลูกจ้างต่อปัญหาการรังแกพฤติกรรมที่รุนแรงในพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราสารบาไลพี ด้านผลิตภัณฑ์ จำนวนตามอาชีพ (ต่อ)

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพ												ค่าเฉลี่ยรวม				
	บริหารการ/รัฐวิสาหกิจ		ลูกจ้างบริษัทเอกชน		นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ		อาชีพอิสระ		แม่บ้าน/พ่อบ้าน		นักเรียน/นักศึกษา			ขายตรง		อื่น ๆ	
	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่		ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่
14. จลากรผลิตภัณฑ์ไม่มีความครบถ้วน	2.40	ปานกลาง	2.86	ปานกลาง	2.78	ปานกลาง	2.72	ปานกลาง	2.52	ปานกลาง	2.88	ปานกลาง	2.00	น้อย	2.45	น้อย	2.72
15. ไม่มีเครื่องหมายของครอาหารและยาแสดงบนหีบห่อ	2.40	น้อย	2.31	น้อย	2.66	ปานกลาง	2.42	น้อย	1.83	น้อย	2.12	น้อย	2.00	น้อย	2.14	น้อย	2.30
16. ผลิตภัณฑ์ไม่มีชื่อเสียงไม่มาเชื่อถือของลูกจ้าง	2.31	น้อย	2.59	ปานกลาง	2.56	ปานกลาง	2.56	ปานกลาง	2.00	น้อย	2.83	ปานกลาง	2.00	น้อย	2.27	น้อย	2.51
รวม	2.56	ปานกลาง	2.72	ปานกลาง	2.76	ปานกลาง	2.89	ปานกลาง	2.52	ปานกลาง	2.84	ปานกลาง	2.00	น้อย	2.29	น้อย	2.70

จากตารางที่ 88 พบว่า ลูกค้ำมีความเห็นด้วยต่อปัญหาในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเซอร์บาไลฟ์ ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.70 โดยผู้มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างบริษัทเอกชน นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ อาชีพอิสระ แม่บ้าน/พ่อบ้าน นักเรียน/นักศึกษา มีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.56 2.72 2.76 2.89 2.52 และ 2.84 ผู้มีอาชีพขายตรง และอื่น ๆ มีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.00 และ 2.29

โดยผู้มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง หนีบท่อผลิตภัณฑ์ไม่เอื้ออำนวยความสะดวกในการเก็บรักษาเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 2.82 ผู้มีอาชีพลูกจ้างบริษัทเอกชน อาชีพอิสระ และนักเรียนนักศึกษามีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ไม่ได้ผลในการใช้ผลิตภัณฑ์ตามที่คาดหวังเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.16 3.33 และ 3.22 ตามลำดับ ผู้มีอาชีพนักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง หนีบท่อไม่มีความแข็งแรงเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.41 ผู้เป็นแม่บ้าน/พ่อบ้าน มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง รสชาติของผลิตภัณฑ์ไม่หลากหลายเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.22 ผู้มีอาชีพขายตรงมีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยด้านผลิตภัณฑ์ในทุกเรื่อง ค่าเฉลี่ย 2.00 และผู้มีอาชีพอื่น ๆ มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่องประเภทของผลิตภัณฑ์ไม่หลากหลายเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.00

ตารางที่ 89 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์ส้มเขียวหวานเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเบอร์บาโลพี ด้านราคา จำแนกตามอาชีพ

ปัญหาด้านราคา	อาชีพ																		ค่าเฉลี่ยรวม
	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ		ลูกจ้างบริษัทเอกชน		นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ		อาชีพอิสระ		แม่บ้าน/พ่อบ้าน		นักเรียน/นักศึกษา		ขายตรง		อื่นๆ				
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	
1. ราคาผลิตภัณฑ์ไม่มีมาตรฐาน	3.38	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	3.34	ปานกลาง	3.53	มาก	3.13	ปานกลาง	3.59	มาก	4.00	มาก	2.55	ปานกลาง	2	3.22	
2. ราคาของผลิตภัณฑ์ที่เป็นชุดมีราคาแพง	3.38	ปานกลาง	3.25	ปานกลาง	2.91	ปานกลาง	3.70	มาก	3.65	มาก	3.71	มาก	4.00	มาก	2.73	ปานกลาง	1	3.36	
3. ราคาของผลิตภัณฑ์แต่ละตัวมีราคาแพง	3.11	ปานกลาง	3.11	ปานกลาง	3.09	ปานกลาง	3.68	มาก	3.65	มาก	3.88	มาก	4.00	มาก	2.45	น้อย	3	3.29	
4. ไม่มีส่วนลดเมื่อชำระเงินสด	3.16	ปานกลาง	2.89	ปานกลาง	2.91	ปานกลาง	3.35	มาก	3.83	มาก	3.63	มาก	4.00	มาก	2.45	น้อย	3	3.13	
ค่าเฉลี่ยรวม	3.26	ปานกลาง	3.06	ปานกลาง	3.06	ปานกลาง	3.57	มาก	3.57	มาก	3.70	มาก	4.00	มาก	2.55	ปานกลาง		3.25	

จากตารางที่ 89 พบว่า ลูกค้ำมีความเห็นด้วยต่อปัญหาในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเซอร์บาไลฟ์ ด้านราคาโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.25 โดยผู้มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างบริษัทเอกชน นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ และผู้มีอาชีพอื่น ๆ มีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.26 3.06 3.06 และ 2.55 ตามลำดับ ผู้มีอาชีพอิสระ แม่บ้าน/พ่อบ้าน นักเรียน/นักศึกษา ชายตรง มีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.57 3.57 3.70 และ 4.00

โดยผู้มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่องราคาผลิตภัณฑ์ไม่มาตรฐานและ ราคาผลิตภัณฑ์ที่เป็นชุดมีราคาแพง เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.38 ผู้มีอาชีพลูกจ้างบริษัทเอกชน อาชีพอิสระและอื่น ๆ มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่องราคาผลิตภัณฑ์ที่เป็นชุดมีราคาแพง เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.25 3.70 และ 2.73 ผู้เป็นแม่บ้าน/พ่อบ้าน มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ไม่มีส่วนลดเมื่อชำระเงินสดเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.83 ผู้เป็นนักเรียน/นักศึกษามีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่องราคาของผลิตภัณฑ์แต่ละตัวมีราคาแพงเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.88 และอาชีพชายตรงมีความเห็นด้วยต่อปัญหาด้านราคาในทุกเรื่อง ค่าเฉลี่ย 4.00

ตารางที่ 90 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของลูกจ้างต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ด้านสถานที่ จำแนกตามอาชีพ

ปัญหาด้านสถานที่	อาชีพ																		ค่าเฉลี่ยรวม						
	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ		ถูกจ้างบริษัทเอกชน		นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ		อาชีพอิสระ		แม่บ้าน/พอบ้าน		นักเรียน/นักศึกษา		ขายตรง		อื่นๆ										
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่							
1. ทำเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ไม่สะดวกต่อการเดินทาง	3.27	ปานกลาง	2	2.76	ปานกลาง	3	3.28	ปานกลาง	1	3.28	ปานกลาง	2	3.52	มาก	2	3.12	ปานกลาง	2	3.00	ปานกลาง	3	3.18	ปานกลาง	1	3.07
2. ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์มีสภาพไม่พอที่จะให้ท่านเลือกใช้บริการ	3.31	ปานกลาง	1	3.12	ปานกลาง	2	3.09	ปานกลาง	2	3.44	ปานกลาง	1	3.61	มาก	1	3.12	ปานกลาง	2	5.00	มาก	1	3.05	ปานกลาง	2	3.24
3. ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ตั้งอยู่บนทำเลที่ท่านไม่สามารถเห็นได้ชัดเจน	2.98	ปานกลาง	3	3.18	ปานกลาง	1	3.03	ปานกลาง	3	3.16	ปานกลาง	3	3.30	ปานกลาง	3	3.44	ปานกลาง	1	4.00	มาก	2	2.91	ปานกลาง	3	3.17
ค่าเฉลี่ยรวม	3.19	ปานกลาง		3.02	ปานกลาง		3.14	ปานกลาง		3.29	ปานกลาง		3.48	ปานกลาง		3.23	ปานกลาง		4.00	มาก		3.05	ปานกลาง		3.16

จากตารางที่ 90 พบว่า ลูกค้ำมีความเห็นด้วยต่อปัญหาในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเฮอร์บาไลฟ์ ด้านสถานที่โดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.16 โดยผู้มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างบริษัทเอกชน นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ อาชีพอิสระ แม่บ้าน/พ่อบ้าน นักเรียน/นักศึกษา และอื่น ๆ มีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.19 3.02 3.14 3.29 3.48 3.23 และ 3.05 ผู้มีอาชีพขายตรงมีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.00

โดยผู้มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ อาชีพอิสระ แม่บ้าน/พ่อบ้าน และ ขายตรง มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์มีสาขาไม่พอที่จะให้เลือกใช้บริการ เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.31 3.44 3.61 และ 5.00 ตามลำดับ ผู้มีอาชีพลูกจ้างบริษัทเอกชน และ นักเรียน/นักศึกษา มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่องศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ตั้งอยู่บนทำเลที่ไม่สามารถเห็นได้ชัดเจน เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.18 และ 3.44 ผู้มีอาชีพนักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ และอื่น ๆ มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่องทำเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ไม่สะดวกต่อการเดินทาง เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.28 และ 3.18

ตารางที่ 91 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของถูกคัดต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรภายใต้ด้านการส่งเสริมการตลาด
จำแนกตามอาชีพ

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	อาชีพ																				ค่าเฉลี่ยรวม
	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ		ลูกจ้างบริษัทเอกชน		นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ		อาชีพอิสระ			แม่บ้าน/พ่อบ้าน		นักเรียน/นักศึกษา		ขายตรง			อื่นๆ				
	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	
1. ความไม่เพียงพอของนโยบายผ่านสื่อต่างๆ	3.64	1	3.59	1	3.50	1	3.95	1	4.00	1	4.10	1	4.00	1	4.00	1	3.05	ปานกลาง	3.70	2	
2. ไม่ได้รับข่าวสารจากสื่อมวลชน	3.51	4	3.56	3	2.97	4	3.77	3	4.00	3	4.10	1	4.00	1	3.32	ปานกลาง	3.62	1			
3. ไม่มีการส่งเสริมการขายด้วยวิธีต่างๆ เช่น การให้ส่วนลด มีของช่วยเหลือ	3.60	3	3.57	2	2.88	5	3.65	4	4.00	4	3.90	2	4.00	1	3.05	ปานกลาง	3.56	2			
4. ไม่มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์ที่แจกโดยบริษัท	3.29	6	3.14	5	2.84	6	3.21	6	3.65	ปานกลาง	3.54	4	4.00	1	2.45	ปานกลาง	3.19	5			
5. ไม่มีการเผยแพร่บทความหรือรายงานการใช้ผลิตภัณฑ์ในวารสารที่เชื่อถือได้	3.38	5	3.11	6	3.03	3	3.26	5	3.48	ปานกลาง	3.51	5	4.00	1	2.59	ปานกลาง	3.21	4			

ตารางที่ 91 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของลูกจ้างต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรนำหน้าตราเฮอริบาโลพี ด้านการส่งเสริมการตลาด
จำแนกตามอาชีพ (ต่อ)

ปัญหาด้านการส่งเสริม การตลาด	อาชีพ												ค่า เฉลี่ย รวม							
	รับราชการ/รัฐ วิสาหกิจ		ลูกจ้างบริษัท เอกชน		นักธุรกิจ/ เจ้าของกิจการ		อาชีพอิสระ		แม่บ้าน/ พ่อบ้าน		นักเรียน/ นักศึกษา			ขายตรง		อื่น ๆ				
	ค่า เฉลี่ย	ระดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	ระดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	ระดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	ระดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	ระดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	ระดับ ที่		ค่า เฉลี่ย	ระดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	ระดับ ที่			
6. ไม่มีการอบรมสัมมนา การให้ความรู้ของผลิต ภัณฑ์แก่ลูกจ้าง	3.62	มาก	3.43	ปาน กลาง	3.25	ปาน กลาง	3.84	มาก	3.83	มาก	3.83	มาก	3.83	มาก	4.00	มาก	2.95	ปาน กลาง	3	3.55
ค่าเฉลี่ยรวม	3.51	มาก	3.40	ปาน กลาง	3.08	ปาน กลาง	3.61	มาก	3.83	มาก	3.83	มาก	3.83	มาก	4.00	มาก	2.90	ปาน กลาง		3.47

จากตารางที่ 91 พบว่า ลูกค้ำมีความเห็นด้วยต่อปัญหาในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเฮอ์บาไลฟี่ ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.47 โดยผู้มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ อาชีพอิสระ แม่บ้าน/พ่อบ้าน นักเรียน/นักศึกษา ชาย ตรง มีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.51 3.61 3.83 3.83 และ 4.00 ตามลำดับ ลูกจ้างบริษัทเอกชน นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการและอื่น ๆ มีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.40 3.08 และ 2.90

โดยผู้มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างบริษัทเอกชน นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ อาชีพอิสระ มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ความไม่เพียงพอของการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.64 3.59 3.50 และ 3.95 ตามลำดับ ผู้เป็นแม่บ้าน/พ่อบ้าน มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ความไม่เพียงพอของการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ไม่ได้รับข่าวสารจากการประชาสัมพันธ์ และ ไม่มีการส่งเสริมการขายด้วยวิธีต่าง ๆ เช่น การให้ส่วนลด มีของชำร่วย เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 4.00 ผู้เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ความไม่เพียงพอของการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ และ ไม่ได้รับข่าวสารจากการประชาสัมพันธ์ เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 4.10 ผู้มีอาชีพขายตรงมีความเห็นด้วยต่อปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดในทุกเรื่อง ค่าเฉลี่ย 4.00 และผู้มีอาชีพอื่น ๆ มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ไม่ได้รับข่าวสารจากการประชาสัมพันธ์ เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 43.32

ตารางที่ 92 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของลูกจ้างต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรฟ้าทะลายโจรด้านบุคลากร จำนวนคำถาม
อาชีพ

ปัญหาด้านบุคลากร	อาชีพ																		ค่าเฉลี่ยรวม									
	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ		ลูกจ้างบริษัทเอกชน		นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ		อาชีพอิสระ		แม่บ้าน/พ่อบ้าน		นักเรียน/นักศึกษา		ขายตรง		อื่นๆ													
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่										
1. บุคลิกลักษณะและกริยามารยาทของพนักงานขายไม่สุภาพ	3.16	ปานกลาง	4	2.83	ปานกลาง	4	2.83	ปานกลาง	4	3.13	ปานกลาง	1	3.39	ปานกลาง	3	3.35	ปานกลาง	4	3.20	ปานกลาง	5	3.00	ปานกลาง	3	2.64	ปานกลาง	3	3.05
2. พนักงานของศูนย์บริการไม่ค่อยให้คำแนะนำสินค้า	2.76	ปานกลาง	6	2.60	ปานกลาง	6	2.69	ปานกลาง	4	3.07	ปานกลาง	4	3.07	ปานกลาง	4	3.30	ปานกลาง	5	2.98	ปานกลาง	7	4.00	มาก	2	2.59	ปานกลาง	4	2.81
3. พนักงานขายขาดความรู้ในผลิตภัณฑ์	2.47	น้อย	7	2.62	ปานกลาง	5	3.00	ปานกลาง	2	2.88	ปานกลาง	2	2.88	ปานกลาง	7	3.00	ปานกลาง	6	3.24	ปานกลาง	4	3.00	ปานกลาง	3	2.45	ปานกลาง	5	2.76
4. ไม่มีความถี่ในการเยี่ยมชมลูกค้าของพนักงานขาย	3.40	ปานกลาง	2	3.08	ปานกลาง	2	2.72	ปานกลาง	3	3.86	มาก	1	3.61	มาก	1	3.61	มาก	2	3.71	มาก	1	5.00	มากที่สุด	1	3.05	ปานกลาง	1	3.34
5. การให้บริการลูกค้าของพนักงานไม่มีความสม่ำเสมอ	3.78	มาก	1	3.13	ปานกลาง	1	2.38	ปานกลาง	5	3.70	มาก	2	3.70	มาก	2	3.96	มาก	1	3.44	ปานกลาง	2	5.00	มากที่สุด	1	2.91	ปานกลาง	2	3.33
6. ไม่มีความเป็นกันเองกับลูกค้า	3.31	ปานกลาง	3	2.60	ปานกลาง	6	2.25	ปานกลาง	6	3.04	ปานกลาง	5	3.04	ปานกลาง	5	3.48	ปานกลาง	3	3.12	ปานกลาง	6	4.00	มาก	2	2.59	ปานกลาง	4	2.86

ตารางที่ 92 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรด้านบุคลากร จำแนกตามอาชีพ (ต่อ)

ปัญหาด้านบุคลากร	อาชีพ												ค่าเฉลี่ยรวม					
	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ		ลูกจ้างบริษัทเอกชน		นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ		อาชีพอิสระ		แม่บ้าน/พ่อบ้าน		นักเรียน/นักศึกษา			ขายตรง		อื่นๆ		
	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่		ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	
7. ไม่มีบริการและการและการแก้ไข้ปัญหาให้ลูกค้า	3.02	ปานกลาง	2.87	ปานกลาง	2.16	ปานกลาง	3.02	ปานกลาง	3.30	มาก	3.32	ปานกลาง	4.00	มาก	2.64	ปานกลาง	3	2.93
ค่าเฉลี่ยรวม	3.13	ปานกลาง	2.82	ปานกลาง	2.62	ปานกลาง	3.28	ปานกลาง	3.43	ปานกลาง	3.29	ปานกลาง	4.00	มาก	2.69	ปานกลาง		3.01

จากตารางที่ 92 พบว่า ลูกค้ำมีความคิดเห็นต่อปัญหาในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเซอร์บาไลฟ์ ด้านบุคลากร โดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.01 โดยผู้มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างบริษัทเอกชน นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ อาชีพอิสระ แม่บ้าน/พ่อบ้าน นักเรียน/นักศึกษา และอื่น ๆ มีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.13 2.82 2.62 3.28 3.43 3.29 และ 2.62 ตามลำดับ ผู้มีอาชีพขายตรงมีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.00

โดยผู้มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างบริษัทเอกชน แม่บ้าน/พ่อบ้าน มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่องการให้บริการลูกค้ำของพนักงานไม่มีความสม่ำเสมอเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.78 3.13 และ 3.96 ผู้มีอาชีพนักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่องบุคลิกลักษณะและกิริยามารยาทของพนักงานขายไม่สุภาพเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.12 ผู้มีอาชีพอิสระ นักเรียน/นักศึกษา และอื่น ๆ มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่องไม่มีความดีในการเชื่อมลูกค้ำของพนักงานขายเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.86 และ 3.71 ผู้มีอาชีพขายตรงมีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่องไม่มีความดีในการเชื่อมลูกค้ำของพนักงานขาย และการให้บริการลูกค้ำของพนักงานไม่มีความสม่ำเสมอเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 5.00

ตารางที่ 93 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของถูกคัดค้านของถูกคัดค้านปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อความควบคุมน้ำหนักตัวและโรคอ้วนที่ด้านกระบวนการ จำนวนตามอาชีพ

ปัญหาด้านกระบวนการ	อาชีพ														ค่าเฉลี่ยรวม			
	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ		ลูกจ้างบริษัทเอกชน		นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ		อาชีพอิสระ		แม่บ้าน/พ่อบ้าน		นักเรียน/นักศึกษา		ขายตรง			อื่น ๆ		
	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่		ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	
1. ความไม่สะดวกในการตั้งชื่อ	3.22	ปานกลาง	3.10	ปานกลาง	3.38	ปานกลาง	3.11	ปานกลาง	3.52	มาก	3.22	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	2.18	น้อย	5	3.12
2. มีขั้นตอนที่ซับซ้อนมากเกินไปในการสั่งซื้อสินค้าครั้งแรก	3.13	ปานกลาง	2.99	ปานกลาง	3.22	ปานกลาง	3.35	ปานกลาง	3.04	ปานกลาง	3.51	มาก	2.00	น้อย	2.36	น้อย	3	3.10
3. ความไม่สะดวกในการลงทะเบียนของถูกคัดค้าน	2.98	ปานกลาง	3.07	ปานกลาง	2.84	ปานกลาง	3.23	ปานกลาง	3.57	มาก	3.24	ปานกลาง	2.00	น้อย	1.91	น้อย	7	3.03
4. ความล่าช้าในการบริการตรวจวัดไขมัน	2.73	ปานกลาง	2.93	ปานกลาง	2.63	ปานกลาง	2.61	ปานกลาง	3.22	ปานกลาง	3.17	ปานกลาง	2.00	น้อย	2.05	น้อย	6	2.81
5. บริการจัดส่งผลิตภัณฑ์ล่าช้ากว่ากำหนด	2.76	ปานกลาง	2.77	ปานกลาง	3.06	ปานกลาง	2.91	ปานกลาง	2.87	ปานกลาง	3.07	ปานกลาง	2.00	น้อย	2.32	น้อย	4	2.82
6. ความไม่สะดวกในการติดต่อกับพนักงานขาย	2.91	ปานกลาง	3.01	ปานกลาง	2.84	ปานกลาง	3.11	ปานกลาง	3.39	ปานกลาง	3.63	มาก	2.00	น้อย	2.45	น้อย	2	3.05

ตารางที่ 93 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรคุณภาพนักตราเฮอรับาไคพี ด้านกระบวนการ จำแนกตามอาชีพ (ต่อ)

ปัญหาด้านกระบวนการ	อาชีพ														ค่าเฉลี่ยรวม		
	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ		ถูกจ้างบริษัทเอกชน		นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ		อาชีพอิสระ		แม่บ้าน/พ่อบ้าน		นักเรียน/นักศึกษา		ขายตรง			อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่		ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
7. ไม่มีกรแจ้งลูกค้าให้ทราบถึงวิธีการกินก้าที่มีปัญหา	3.18	ปานกลาง	3.14	ปานกลาง	2.97	ปานกลาง	3.37	ปานกลาง	3.52	มาก	3.71	มาก	3.00	ปานกลาง	2.50	ปานกลาง	3.22
ค่าเฉลี่ยรวม	2.99	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	2.99	ปานกลาง	3.10	ปานกลาง	3.30	ปานกลาง	3.37	ปานกลาง	2.29	น้อย	2.25	น้อย	3.02

จากตารางที่ 93 พบว่า ลูกค้ามีความคิดเห็นต่อปัญหาในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเฮอรับาไลฟ์ ด้านกระบวนการ โดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.02 โดยผู้มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างบริษัทเอกชน นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ อาชีพอิสระ แม่บ้าน/พ่อบ้าน นักเรียน/นักศึกษา มีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.99 3.00 2.99 3.10 3.30 และ 3.37 ผู้มีอาชีพขายตรง และอื่น ๆ มีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.29 และ 2.25

โดยผู้มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ และขายตรง มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ความไม่สะดวกในการสั่งซื้อ เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.22 3.38 และ 3.00 ผู้มีอาชีพลูกจ้างบริษัทเอกชน อาชีพอิสระ นักเรียน/นักศึกษา และอื่น ๆ มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ไม่มีการแจ้งให้ลูกค้าทราบถึงวิธีการคืนสินค้าที่มีปัญหาเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.14 3.37 3.71 และ 2.50 ผู้เป็นแม่บ้าน/พ่อบ้านมีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ความไม่สะดวกในการลงทะเบียนของลูกค้า เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.57 ผู้มีอาชีพพนักงานขายตรงมีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ความไม่สะดวกในการสั่งซื้อ และไม่มีการแจ้งให้ลูกค้าทราบถึงวิธีการคืนสินค้าที่มีปัญหาเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.00

ตารางที่ 94 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของถูกคำต่อปัญหาการให้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเซอร์บาไคพี ด้านลักษณะทางกายภาพ
จำแนกตามอาชีพ

ปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ	อาชีพ															ค่าเฉลี่ยรวม	
	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ		ลูกจ้างบริษัทเอกชน		นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ		อาชีพอิสระ		แม่บ้าน/พ่อบ้าน		นักเรียน/นักศึกษา		ขายตรง		อื่นๆ		
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย		ลำดับที่
1. ไม่มีสถานที่จอดรถ	3.13	ปานกลาง	2.86	ปานกลาง	2.69	ปานกลาง	2.88	ปานกลาง	2.83	ปานกลาง	3.15	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	2.73	ปานกลาง	2.91
2. สถานที่ไม่มีความสะอาด	2.56	ปานกลาง	2.60	ปานกลาง	2.28	น้อย	2.74	ปานกลาง	2.84	ปานกลาง	3.12	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	2.59	ปานกลาง	2.67
3. การตกแต่งสถานที่ไม่สวยงาม	2.40	น้อย	2.45	ปานกลาง	2.34	น้อย	2.33	น้อย	2.70	ปานกลาง	2.85	ปานกลาง	2.00	น้อย	2.45	น้อย	2.47
4. สถานที่นั่งพักและนั่งรอไม่เพียงพอ	2.33	น้อย	2.42	ปานกลาง	2.22	น้อย	2.33	น้อย	2.70	ปานกลาง	2.85	ปานกลาง	2.00	น้อย	2.32	น้อย	2.43
5. บรรยากาศในร้านไม่สวยงาม ร้อน	2.64	ปานกลาง	2.65	ปานกลาง	2.50	ปานกลาง	2.58	ปานกลาง	2.70	ปานกลาง	2.88	ปานกลาง	2.00	น้อย	2.18	น้อย	2.62
6. สถานที่ของสูงชันเกินไป ไม่กว้างขวางพอที่จะทำให้ลูกค้าเดินขึ้นไปได้สะดวก	2.78	ปานกลาง	2.80	ปานกลาง	2.66	ปานกลาง	2.79	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	3.32	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	2.18	น้อย	2.82

ตารางที่ 94 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของถูกคำต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรด้านลักษณะทางกายภาพ
จำแนกตามอาชีพ (ต่อ)

ปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ	อาชีพ																		ค่าเฉลี่ยรวม						
	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ		ถูกจ้างบริษัทเอกชน		เจ้าของกิจการ		อาชีพอิสระ		แม่บ้าน/พ่อบ้าน		นักเรียน/นักศึกษา		ขายตรง		อื่นๆ										
	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่									
7. ผลิตภัณฑ์/ส่วนผสมจำหน่ายผลิตภัณฑ์ไม่มีการรับรองจากสถาบันนานาชาติ	1.82	น้อย	10	2.14	น้อย	9	2.31	น้อย	7	2.07	น้อย	6	2.04	น้อย	5	2.29	น้อย	6	1.00	น้อย	3	1.59	น้อย	7	2.07
8. ผลิตภัณฑ์ไม่มีรับรองคุณภาพจากสถาบันที่มีชื่อเสียงในประเทศ	2.00	น้อย	9	2.23	น้อย	7	2.38	น้อย	5	1.91	น้อย	8	2.04	น้อย	5	2.22	น้อย	8	1.00	น้อย	3	1.59	น้อย	7	2.10
9. ผลิตภัณฑ์ไม่เคยได้รับรางวัลคุณภาพดีเด่น	2.09	น้อย	8	2.17	น้อย	8	2.47	น้อย	4	1.88	น้อย	7	2.04	น้อย	5	2.27	น้อย	7	1.00	น้อย	3	1.73	น้อย	6	2.10
10. ผลิตภัณฑ์ไม่ได้รับการผลิตตามมาตรฐาน ISO	2.13	น้อย	7	2.02	น้อย	10	2.16	น้อย	10	1.93	น้อย	9	2.04	น้อย	5	2.27	น้อย	7	1.00	น้อย	3	1.73	น้อย	6	2.03
ค่าเฉลี่ยรวม	2.39	น้อย		2.43	น้อย		2.40	น้อย		2.34	น้อย		2.49	น้อย		2.72	ปานกลาง		1.90	น้อย		2.11	น้อย		2.42

จากตารางที่ 94 พบว่า ลูกค้ำมีความคิดเห็นต่อปัญหาในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเฮอร์บาไลฟ์ ด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.42 โดยผู้มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างบริษัทเอกชน นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ อาชีพอิสระ แม่บ้าน/พ่อบ้าน ขายตรง และอื่น ๆ มีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.39 2.43 2.40 2.34 2.49 1.90 และ 2.11 ผู้เป็นนักเรียน/นักศึกษามีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.72

โดยผู้มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างบริษัทเอกชน นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ อาชีพอิสระ และอื่น ๆ มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ไม่มีสถานที่จอดรถเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.13 2.86 2.69 2.88 และ 2.73 ผู้เป็นแม่บ้าน/พ่อบ้าน และนักเรียน/นักศึกษามีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง สถานที่ของศูนย์จำหน่ายไม่กว้างขวางพอที่จะทำให้เลือกชมสินค้าได้สะดวก เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.00 และ 3.32 ผู้มีอาชีพขายตรงมีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ไม่มีสถานที่จอดรถ สถานที่ไม่มีความสะอาด และสถานที่ของศูนย์จำหน่ายไม่กว้างขวางพอที่จะทำให้เลือกชมสินค้าได้สะดวกเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.00