

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาคความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัทกรีนไทมอนด์ จำกัด ในจังหวัดเชียงใหม่ ในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคความพึงพอใจของสมาชิกต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัทกรีนไทมอนด์ จำกัด ในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษแบ่งออกเป็น 5 ส่วน นำเสนอตามลำดับดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาเป็นผู้ตอบแบบสอบถามของบริษัทกรีนไทมอนด์ จำกัด เหตุผลที่เลือกเป็นผู้ตอบแบบสอบถามของบริษัทกรีนไทมอนด์ จำกัด สถานที่ที่ใช้บริการเป็นประจำหรือบ่อยที่สุด ยอดการสั่งซื้อในแต่ละครั้งต่อเดือน และความถี่ในการสั่งซื้อ GD-1 (ตารางที่ 2 - 12)

ส่วนที่ 2 ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัทกรีนไทมอนด์ จำกัด ในจังหวัดเชียงใหม่ ในปัจจัยต่างๆ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด (ตารางที่ 13-21)

ส่วนที่ 3 ปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัทกรีนไทมอนด์ จำกัด ในจังหวัดเชียงใหม่ ในปัจจัยต่างๆ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด (ตารางที่ 22-25)

ส่วนที่ 4 ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัทกรีนไทมอนด์ จำกัด ในจังหวัดเชียงใหม่ ในปัจจัยต่างๆ ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยจำแนกตามเพศ อายุ รายได้ ตามลำดับ (ตารางที่ 26-49)

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะจากผู้ตอบแบบสอบถาม บริษัท กรีนไทมอนด์ จำกัด ในจังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามของบริษัทกรีนไดมอนต์ จำกัด ในจังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 2 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	112	35.8
หญิง	201	64.2
รวม	313	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 64.2 เป็นเพศชาย ร้อยละ 35.8

ตารางที่ 3 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	8	2.6
20-30 ปี	138	44.0
31-40 ปี	92	29.4
41 -50 ปี	46	14.7
มากกว่า 50 ปี	29	9.3
รวม	313	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 44.0 ส่วนลำดับรองลงไปมีอายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.4 อายุระหว่าง 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 14.7 อายุมากกว่า 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 9.3 และที่เหลือร้อยละ 2.6 มีอายุต่ำกว่า 20 ปี

ตารางที่ 4 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามบริษัทกรีน ไคมอนด์ จำกัด ในจังหวัด เชียงใหม่ จำแนกตามสถานภาพ

การศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
โสด	133	42.5
สมรส	131	41.8
หย่าร้าง/หม้าย	49	15.7
รวม	313	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีสถานภาพโสด มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.5 รองลงมา มีสถานภาพสมรสแล้ว คิดเป็นร้อยละ 41.8 ส่วนที่เหลือร้อยละ 15.7 มีสถานภาพ หย่าร้าง/หม้าย

ตารางที่ 5 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	14	4.5
พนักงานบริษัทเอกชน	77	24.6
รับราชการ	69	22.0
รัฐวิสาหกิจ	28	8.9
รับจ้างทั่วไป	88	28.2
ธุรกิจส่วนตัว	23	7.3
อื่นๆ	14	4.5
รวม	313	100.0

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ แม่บ้าน (8 คน) เกษียณอายุ (4) ข้าราชการบำนาญ (1 คน)

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพรับจ้างทั่วไป มากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 28.2 รองลงมาตามลำดับคือ อาชีพพนักงานบริษัท เอกชน ร้อยละ 24.6 รับราชการ ร้อยละ 22.0 ที่เหลือตามลำดับคือ รัฐวิสาหกิจ ธุรกิจส่วนตัว นักเรียน/นักศึกษา และแม่บ้าน ข้าราชการ บำนาญ (ร้อยละ 8.9, 7.3, 4.5 และ 4.5)

ตารางที่ 6 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามบริษัทกรีนไคมอนด์ จำกัดในจังหวัด เชียงใหม่ จำแนกตามการศึกษา

การศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	6	1.9
มัธยมศึกษา หรือ ปวช.	17	5.4
อนุปริญญาหรือปวส	75	24.0
ปริญญาตรี	182	58.2
สูงกว่าปริญญาตรี	33	10.5
รวม	313	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่การศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 58.2 รองลงมาตามลำดับ คือ เป็นอนุปริญญาหรือประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง คิดเป็นร้อยละ 24.0 สูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 10.5 ที่เหลือคือ มัธยมศึกษา หรือ ประกาศนียบัตรวิชาชีพช่าง และมีการศึกษาดำรงชั้นมัธยมศึกษาคิดเป็นร้อยละ 5.4 และ 1.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามบริษัทกรีน ไดมอนด์ จำกัด ในจังหวัด เชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	20	6.4
5,000-10,000 บาท	31	9.9
10,001-15,000 บาท	46	14.7
15,001-20,000 บาท	83	26.5
20,001-25,000 บาท	78	24.9
มากกว่า 25,000 บาท	55	17.6
รวม	313	100.0

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากที่สุดอยู่ระหว่าง 15,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.5 รายได้รองลงมาคือ 20,001-25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.9 และ ร้อยละ 17.6 มีรายได้มากกว่า 25,000 บาท ส่วนที่เหลือตามลำดับคือ มีรายได้ตั้งแต่ 10,001-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.7 มีรายได้ตั้งแต่ 5,000 –10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 9.9 และมีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 6.4

ตารางที่ 8 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาที่เป็นสมาชิกของบริษัทกรีน ไดมอนด์ จำกัด

ระยะเวลาที่เป็นสมาชิกของบริษัทกรีน ไดมอนด์ จำกัด	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 1 ปี	54	17.3
ตั้งแต่ 1-3 ปี	198	63.2
เกินกว่า 3-5 ปี	49	15.7
เกินกว่า 5 ปีขึ้นไป	12	3.8
รวม	313	100.0

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เข้ามาเป็นสมาชิกของบริษัทฯ เป็นเวลาตั้งแต่ 1-3 ปี คิดเป็นร้อยละ 63.2 รองลงมาคือ เป็นสมาชิกไม่เกิน 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 17.3 และเป็นสมาชิก เกินกว่า 3-5 ปี คิดเป็นร้อยละ 15.7 ส่วนที่เหลือร้อยละ 3.8 เป็นระยะเวลาของการเป็นสมาชิกที่เกินกว่า 5 ปีขึ้นไป

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่เลือกเป็นสมาชิก

เหตุผลที่เป็นสมาชิกของบริษัทกรีนไทมอนด์ จำกัด	จำนวน	ร้อยละ
สินค้ามีคุณภาพดี	293	93.6
มีส่วนลด แลก แจก แถม ตามสมควร	19	6.1
ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ	47	15.0
หาซื้อได้สะดวก ง่าย	49	15.7
สินค้ามีการรับประกันคุณภาพ น่าเชื่อถือ	52	16.6
ได้บริโภคสินค้าด้วยตัวเอง	301	96.2
ได้รับเอกสาร ข่าวสาร ก่อนใคร	4	1.3
อื่นๆ	6	1.9

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 313 ราย

อื่นๆ ได้แก่ เพื่อนแนะนำ (5 คน) มีคนซื้อมาฝากเป็นของขวัญ (1 คน)

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุด มีเหตุผลที่เข้าเป็นสมาชิกของบริษัทกรีนไทมอนด์ จำกัด คือ ได้บริโภคสินค้าด้วยตัวเอง ร้อยละ 96.2 เหตุผลรองลงมาคือ สินค้ามีคุณภาพดี ร้อยละ 93.6 และสินค้ามีการรับประกันคุณภาพ น่าเชื่อถือ ร้อยละ 16.4 นอกจากนั้นเป็นเหตุผลรองลงไปตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ที่มาใช้บริการ เป็นประจำหรือบ่อยที่สุด

สถานที่ที่มาใช้บริการเป็นประจำหรือบ่อยที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
ตามร้านสรรพสินค้าทั่วไป	17	5.4
ซื้อกับเพื่อนหรือฝากคนรู้จักซื้อ	45	14.4
ศูนย์จำหน่ายเวียงแก้ว	71	22.7
ศูนย์จำหน่ายช้างเผือก	87	27.8
ศูนย์จำหน่าย เชียงใหม่ 1	74	23.6
อื่นๆ	19	6.1
รวม	313	100.0

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ แล้วยแต่สะดวก (10 คน) ซื้อในฟาร์ม (6 คน) ศูนย์จำหน่ายลำพูน (อ.เอกพล) (2 คน) ซื้อผ่านตัวแทน (1 คน)

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเข้ามาใช้สถานที่บริการเป็นประจำหรือบ่อยที่สุดที่ศูนย์จำหน่ายช้างเผือก คิดเป็นร้อยละ 27.8 รองลงมาคือ เข้ามาใช้บริการที่ศูนย์จำหน่าย เชียงใหม่ 1 คิดเป็นร้อยละ 23.6 และที่ศูนย์จำหน่ายเวียงแก้ว คิดเป็นร้อยละ 22.7 ตามลำดับ นอกจากนั้น ร้อยละ 14.4 ซื้อกับเพื่อนหรือฝากคนรู้จักซื้อ ซื้อตามสะดวก คิดเป็นร้อยละ 6.1 และน้อยที่สุดร้อยละ 5.4 ซื้อตามร้านสรรพสินค้าทั่วไป

ตารางที่ 11 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามบริษัทกรีนไคมอนต์ จำกัดใน จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามจำนวนการสั่งซื้อในแต่ละครั้งต่อเดือน

จำนวนการสั่งซื้อในแต่ละครั้งต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 3,000 บาท	297	94.9
3,000-5,000 บาท	13	4.1
มากกว่า 5,000-10,000 บาท	3	1.0
รวม	313	100.0

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ มีการสั่งซื้อในแต่ละครั้งต่อ เดือน ไม่เกิน 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 94.9 รองลงมาคือ มียอดการสั่งซื้อ 3,000-5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 4.1 และมีจำนวนการสั่งซื้อมากกว่า 5,000-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการสั่งซื้อ GD-1

ความถี่ในการสั่งซื้อ GD-1 ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
1 ครั้งต่อเดือน	274	87.5
2 ครั้งต่อเดือน	31	9.9
3 ครั้งต่อเดือน	5	1.6
มากกว่า 3 ครั้งต่อเดือน	3	1.0
รวม	313	100.0

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ มีความถี่ในการสั่งซื้อ GD-1 ต่อเดือนตามลำดับคือ 1 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 87.5 รองลงมา คือ 2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็น ร้อยละ 9.9 และ 3 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 1.6 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัทกรีนไคมอนด์ จำกัดในจังหวัดเชียงใหม่

2.1 ความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัทกรีนไคมอนด์ จำกัดในจังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความคาดหวัง					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
คุณภาพของผลิตภัณฑ์	266 (85.0)	37 (11.8)	10 (3.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.82 (มากที่สุด)	1
มีสรรพคุณตามที่ฉลากระบุไว้	60 (19.2)	239 (76.4)	13 (4.1)	0 (0.0)	1 (0.3)	4.14 (มาก)	5
มีความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์	52 (16.6)	250 (79.9)	11 (3.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.13 (มาก)	6
มี วัน เดือน ปี ที่ผลิตและหมดอายุ	248 (79.3)	53 (16.9)	11 (3.5)	0 (0.0)	1 (0.3)	4.75 (มากที่สุด)	2
ความมีชื่อเสียงของตราชื้อ	55 (17.6)	239 (76.4)	17 (5.4)	1 (0.3)	1 (0.3)	4.11 (มาก)	7
มีหลายขนาดให้เลือก	173 (55.1)	107 (34.2)	29 (9.3)	4 (1.3)	0 (0.0)	4.43 (มาก)	3
มีหลายชนิดให้เลือก	173 (55.3)	105 (33.5)	30 (9.6)	5 (1.6)	0 (0.0)	4.42 (มาก)	4
มีปริมาณที่บรรจุตรงความจริง	255 (81.5)	41 (13.1)	15 (4.8)	2 (0.6)	0 (0.0)	4.75 (มากที่สุด)	2
มีบรรจุภัณฑ์และหีบห่อทันสมัยสวยงาม	49 (15.7)	241 (77.0)	22 (7.0)	0 (0.0)	1 (0.3)	4.08 (มาก)	8
เงื่อนไขการรับประกันการเปลี่ยน/คืนสินค้า	29 (9.2)	255 (81.5)	24 (7.7)	2 (0.6)	3 (1.0)	3.97 (มาก)	9
ค่าเฉลี่ยรวม						4.36 (มาก)	

จากตารางที่ 13 พบว่าระดับความคาดหวังด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคาดหวังโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.36) ในแต่ละปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.82) รองลงมาคือ มีวันเดือนปี ที่ผลิตและหมดอายุ และมีปริมาณที่บรรจุตรงความจริง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.75) สำหรับปัจจัยย่อยที่มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงลำดับคือ มีหลายขนาดให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.43) มีหลายชนิดให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.42) มีสรรพคุณตามที่ฉลากระบุไว้ (ค่าเฉลี่ย 4.14) มีความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.13) มีความมีชื่อเสียงของตรายี่ห้อ (ค่าเฉลี่ย 4.11) มีบรรจุภัณฑ์และหีบห่อสวยงาม ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.08) เงื่อนไขการรับประกัน การเปลี่ยน/คืนสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.97)

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านราคา

ด้านราคา	ระดับความคาดหวัง					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ราคาต่อขวดเมื่อเทียบกับคุณภาพ	103 (32.9)	189 (60.4)	19 (6.1)	2 (0.6)	0 (0.0)	4.26 (มาก)	3
มีป้ายราคาติดที่ขวดเงิน	237 (75.8)	56 (17.9)	17 (5.4)	2 (0.6)	1 (0.3)	4.68 (มากที่สุด)	1
มีหลายราคาให้เลือก	188 (60.1)	90 (28.8)	28 (8.9)	6 (1.9)	1 (0.3)	4.46 (มาก)	2
มีความหลากหลายของวิธีการชำระเงิน เช่น เงินสด บัตรเครดิต	51 (16.3)	240 (76.7)	17 (5.4)	3 (1.0)	2 (0.6)	4.07 (มาก)	5
มีรายละเอียดราคาสินค้าอย่างชัดเจน ทั้ง ใบส่งของและใบเสร็จรับเงิน	54 (17.3)	239 (76.4)	19 (6.0)	1 (0.3)	0 (0.0)	4.11 (มาก)	4
มีการผ่อนชำระเป็นงวดๆ	27 (8.6)	242 (77.3)	31 (9.9)	8 (2.6)	5 (1.6)	3.89 (มาก)	6
ค่าเฉลี่ยรวม						4.24 (มาก)	

จากตารางที่ 14 พบว่าระดับความคาดหวังด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.24) ในแต่ละปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ มีป้ายราคาติดที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.68) สำหรับปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงลำดับ คือ มีหลายราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.46) รองลงมา ราคาต่อขวดเมื่อเทียบกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.26) มีรายละเอียดราคาสินค้าอย่างชัดเจนทั้งใบส่งของและใบเสร็จรับเงิน (ค่าเฉลี่ย 4.11) มีความหลากหลายของวิธีการชำระเงิน เช่น เงินสด บัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 4.07) และ มีการผ่อนชำระเป็นงวดๆ (ค่าเฉลี่ย 3.89) ตามลำดับ

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านการจัดจำหน่าย

ด้านการจัดจำหน่าย	ระดับความคาดหวัง					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายที่สามารถติด ต่อ ได้ง่ายและสะดวก	117 (37.3)	183 (58.5)	9 (2.9)	3 (1.0)	1 (0.3)	4.32 (มาก)	1
มีบริการสั่งซื้อทางโทรศัพท์, แฟกซ์	37 (11.8)	259 (82.7)	10 (3.2)	3 (1.0)	4 (1.3)	4.03 (มาก)	3
มีบริการสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต	32 (10.2)	241 (77.0)	24 (7.7)	13 (4.1)	3 (1.0)	3.91 (มาก)	5
มีบริการส่งถึงที่บ้าน/ที่ทำงาน	37 (11.8)	250 (79.9)	17 (5.4)	3 (1.0)	6 (1.9)	3.99 (มาก)	4
กระบวนการสั่งซื้อไม่ยุ่งยาก	50 (16.0)	236 (75.4)	23 (7.4)	2 (0.6)	2 (0.6)	4.05 (มาก)	2
มีสต็อกสินค้าครบและเพียงพอตาม จำนวนที่ต้องการ	45 (14.4)	247 (78.9)	16 (5.1)	1 (0.3)	4 (1.3)	4.05 (มาก)	2
มีการตอบคำถาม/ปัญหาผ่านอินเทอร์เน็ต	29 (9.3)	247 (78.9)	17 (5.4)	11 (3.5)	9 (2.9)	3.88 (มาก)	6
ค่าเฉลี่ยรวม						4.03 (มาก)	

จากตารางที่ 15 พบว่าระดับความคาดหวังด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคาดหวังโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.03) ในแต่ละปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ คือ มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายที่สามารถติดต่อได้ง่ายและสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.32) กระบวนการสั่งซื้อไม่ยุ่งยาก และมีสต็อกสินค้าครบและเพียงพอตาม จำนวนที่ต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.05) มีบริการสั่งซื้อทางโทรศัพท์, แฟกซ์ (ค่าเฉลี่ย 4.03) มีบริการส่งถึงที่บ้าน/ที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.99) มีบริการสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.91) และท้ายสุดคือ มีการตอบคำถาม/ปัญหาผ่านอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.88) ตามลำดับ

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a stylized elephant facing left, with a traditional Thai lamp (Lampang) on its back. The lamp has a flame and radiating lines. The elephant is surrounded by a circular border containing the Thai text 'มหาวิทยาลัยเชียงใหม่' at the top and 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' at the bottom. There are decorative floral motifs on either side of the elephant.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความคาดหวัง					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
มีพนักงานขายสามารถให้คำปรึกษาได้	54 (17.3)	242 (77.3)	11 (3.5)	4 (1.3)	2 (0.6)	4.09 (มาก)	2
มีการโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์	122 (39.0)	157 (50.1)	24 (7.7)	8 (2.6)	2 (0.6)	4.24 (มาก)	1
มีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา มี ของแถม เป็นต้น	39 (12.5)	246 (78.5)	20 (6.4)	5 (1.6)	3 (1.0)	4.00 (มาก)	6
มีเอกสารแนะนำสินค้าแจก เช่น โบรชัวร์ แคตาล็อก	40 (12.8)	253 (80.8)	16 (5.2)	2 (0.6)	2 (0.6)	4.04 (มาก)	3
มีการให้ส่วนลดราคาพิเศษตามยอดซื้อ สำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม	38 (12.1)	246 (78.6)	26 (8.3)	1 (0.3)	2 (0.6)	4.01 (มาก)	5
มีการสะสมคะแนนเพื่อเป็นส่วนลดพิเศษสำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม	37 (11.8)	248 (79.2)	23 (7.4)	3 (1.0)	2 (0.6)	4.01 (มาก)	5
มีของที่ระลึกแจกในโอกาสต่างๆ	36 (11.5)	246 (78.6)	23 (7.3)	5 (1.6)	3 (1.0)	3.98 (มาก)	7
พนักงานมีความเชี่ยวชาญและมีความรู้ในตัวสินค้าเป็นอย่างดี	37 (11.8)	253 (80.8)	16 (5.1)	4 (1.3)	3 (1.0)	4.01 (มาก)	5
มีเอกสารให้ความรู้และเอกสารแนะนำสินค้าแจกฟรีทุกศูนย์จำหน่าย	38 (12.1)	252 (80.5)	18 (5.8)	2 (0.6)	3 (1.0)	4.02 (มาก)	4
ค่าเฉลี่ยรวม						4.05 (มาก)	

จากตารางที่ 16 พบว่าระดับความคาดหวังด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคาดหวังโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.05) ในแต่ละปีจึงขยับผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ คือ การโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ ทิว (ค่าเฉลี่ย 4.24) มีพนักงานขายสามารถให้คำปรึกษาได้ (ค่าเฉลี่ย 4.09) มีเอกสารแนะนำสินค้าแจก เช่น โบว์ชัวร์ แคตาล็อก (ค่าเฉลี่ย 4.04) มีเอกสารให้ความรู้และเอกสารแนะนำสินค้าแจกฟรีทุกศูนย์จำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.02) มีการให้ส่วนลดราคาพิเศษตามยอดซื้อสำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม มีการสะสมคะแนนเพื่อเป็นส่วนลดพิเศษสำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม และพนักงานมีความเชี่ยวชาญและมีความรู้ในตัวสินค้าเป็นอย่างดี เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.01) การส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา มี ของแถม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.00) และท้ายที่สุดคือมีของที่ระลึกแจกในโอกาสต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.98)

2.2 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัทกรีน ไดมอนด์ จำกัดในจังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
คุณภาพของผลิตภัณฑ์	260 (83.0)	45 (14.4)	8 (2.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.81 (มากที่สุด)	1
มีสรรพคุณตามที่ฉลากระบุไว้	56 (17.9)	146 (46.7)	109 (34.8)	1 (0.3)	1 (0.3)	3.81 (มาก)	3
มีความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์	57 (18.1)	86 (27.5)	167 (53.4)	3 (1.0)	0 (0.0)	3.63 (มาก)	4
มี วัน เดือน ปี ที่ผลิตและหมดอายุ	243 (77.7)	53 (16.9)	16 (5.1)	1 (0.3)	0 (0.0)	4.72 (มากที่สุด)	2
ความมีชื่อเสียงของตราหือ	20 (6.4)	83 (26.5)	202 (64.5)	8 (2.6)	0 (0.0)	3.37 (ปานกลาง)	8
มีหลายขนาดให้เลือก	7 (2.2)	31 (9.9)	55 (17.6)	202 (64.5)	18 (5.8)	2.38 (น้อย)	7
มีหลายชนิดให้เลือก	10 (3.2)	29 (9.3)	51 (16.3)	205 (65.5)	18 (5.8)	2.39 (น้อย)	6
มีปริมาณที่บรรจุตรงความจริง	248 (79.2)	44 (14.1)	20 (6.4)	0 (0.0)	1 (0.3)	4.72 (มากที่สุด)	2
มีบรรจุภัณฑ์และหีบห่อ แข็งแรง สวยงาม และทันสมัย	24 (7.7)	97 (31.0)	177 (56.5)	14 (4.5)	1 (0.3)	3.41 (ปานกลาง)	5
เงื่อนไขการรับประกันการ เปลี่ยน/คืนสินค้า	13 (4.2)	108 (34.5)	179 (57.2)	11 (3.5)	2 (0.6)	3.38 (ปานกลาง)	6
ค่าเฉลี่ยรวม						3.66 (มาก)	

จากตารางที่ 17 พบว่าระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) ในแต่ละปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ที่สุด คือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.81) มีวันเดือนปีที่ผลิตและหมดอายุ และมีปริมาณที่บรรจุตรงความจริง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.72) และมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมาก เรียงลำดับคือ มีสรรพคุณตามที่ฉลากระบุไว้ (ค่าเฉลี่ย 3.81) ความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.63) และมีความพึงพอใจในระดับปานกลางปัจจัยย่อยด้าน บรรจุภัณฑ์และหีบห่อสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.41) เงื่อนไขการรับประกันการเปลี่ยนสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.38) ความมีชื่อเสียงของตราหือ (ค่าเฉลี่ย 3.37) สำหรับปัจจัยย่อยตามลำดับด้านมีสินค้าหลายชนิดให้เลือก มีหลายขนาดให้เลือก มีความพึงพอใจในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.39, 2.38) ตามลำดับ

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านราคา

ด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ราคาต่อขวดเมื่อเทียบกับคุณภาพ	26 (8.2)	55 (17.6)	85 (27.2)	147 (47.0)	0 (0.0)	2.87 (ปานกลาง)	3
มีป้ายราคาติดที่ชัดเจน	235 (75.1)	56 (17.9)	17 (5.4)	3 (1.0)	2 (0.6)	4.66 (มากที่สุด)	1
มีหลายราคาให้เลือก	13 (4.2)	22 (7.0)	58 (18.5)	212 (67.7)	8 (2.6)	2.42 (น้อย)	6
มีความหลากหลายของวิธีการชำระเงิน เช่น เงินสด บัตรเครดิต	22 (7.1)	109 (34.8)	164 (52.4)	17 (5.4)	1 (0.3)	3.43 (ปานกลาง)	5
มีรายละเอียดราคาสินค้าอย่างชัดเจน ทั้ง ใบ ส่ง ของ และ ใบเสร็จรับเงิน	52 (16.6)	223 (71.3)	36 (11.5)	2 (0.6)	0 (0.0)	4.04 (มาก)	2
มีการผ่อนชำระเป็นงวดๆ	8 (2.6)	45 (14.4)	116 (37.0)	141 (45.0)	3 (1.0)	2.73 (ปานกลาง)	4
ค่าเฉลี่ยรวม						3.36 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 18 พบว่าระดับความพึงพอใจด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามของ มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.36) ในแต่ละปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ มีป้ายราคาติดที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.66) รองลงมา มีความพึงพอใจในระดับมาก คือ มีรายละเอียดราคาสินค้าอย่างชัดเจนทั้งใบส่งของและใบเสร็จรับเงิน (ค่าเฉลี่ย 4.04) และมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือ ความหลากหลายของวิธีการชำระเงิน เช่น เงินสด บัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.43) ราคาต่อขวดเมื่อเทียบกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 2.87) มีการผ่อนชำระเป็นงวดๆ (ค่าเฉลี่ย 2.73) สำหรับปัจจัยย่อยด้าน มีหลายราคาให้เลือก มีความพึงพอใจในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.42) ตามลำดับ

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านการจัดจำหน่าย

ด้านการจัดจำหน่าย	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายที่สามารถติดต่อได้ง่ายและสะดวก	82 (26.3)	197 (62.9)	31 (9.9)	2 (0.6)	1 (0.3)	4.14 (มาก)	1
มีบริการสั่งซื้อทางโทรศัพท์, แฟกซ์	17 (5.4)	123 (39.4)	166 (53.0)	5 (1.6)	2 (0.6)	3.47 (ปานกลาง)	5
มีบริการสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต	13 (4.1)	86 (27.5)	139 (44.4)	72 (23.0)	3 (1.0)	3.11 (ปานกลาง)	6
มีบริการส่งถึงที่บ้าน/ที่ทำงาน	23 (7.3)	232 (74.2)	47 (15.0)	5 (1.6)	6 (1.9)	3.83 (มาก)	4
กระบวนการสั่งซื้อไม่ยุ่งยาก	42 (13.5)	225 (71.9)	43 (13.7)	1 (0.3)	2 (0.6)	3.97 (มาก)	3
มีสต็อกสินค้าครบและเพียงพอตามจำนวนที่ต้องการ	53 (16.9)	218 (69.6)	32 (10.3)	6 (1.9)	4 (1.3)	3.99 (มาก)	2
มีการตอบคำถาม/ปัญหาผ่านอินเทอร์เน็ต	9 (2.9)	58 (18.5)	164 (52.4)	76 (24.3)	6 (1.9)	2.96 (ปานกลาง)	7
ค่าเฉลี่ยรวม						3.64 (มาก)	

จากตารางที่ 19 พบว่าระดับความพึงพอใจด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) ในแต่ละปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายที่สามารถติดต่อได้ง่ายและสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.14) มีสต็อกสินค้าครบและเพียงพอตามจำนวนที่ต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.99) กระบวนการสั่งซื้อไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) มีบริการส่งถึงที่บ้าน/ที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.83) สำหรับปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือ มีบริการสั่งซื้อทางโทรศัพท์, แฟกซ์ (ค่าเฉลี่ย 3.47) มีบริการสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.11) และมีการตอบคำถาม/ปัญหาผ่านอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 2.96) ตามลำดับ

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความคาดหวัง					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
มีพนักงานขายสามารถให้คำปรึกษาได้	37 (11.8)	248 (79.2)	24 (7.7)	3 (1.0)	1 (0.3)	4.01 (มาก)	1
มีการโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์	11 (3.5)	18 (5.8)	45 (14.4)	229 (73.1)	10 (3.2)	2.33 (น้อย)	9
มีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา มี ของแถม เป็นต้น	13 (4.2)	44 (14.0)	168 (53.7)	85 (27.1)	3 (1.0)	2.93 (ปานกลาง)	7
มีเอกสารแนะนำสินค้าแจก เช่น โบว์ชัวร์ แคตาล็อก	16 (5.1)	50 (16.0)	197 (62.9)	46 (14.7)	4 (1.3)	3.09 (ปานกลาง)	5
มีการให้ส่วนลดราคาพิเศษตามยอดซื้อ สำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม	12 (3.8)	97 (31.0)	150 (47.9)	50 (16.0)	4 (1.3)	3.20 (ปานกลาง)	4
มีการสะสมคะแนนเพื่อเป็นส่วนลดพิเศษสำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม	15 (4.8)	86 (27.5)	155 (49.5)	52 (16.6)	5 (1.6)	3.17 (ปานกลาง)	8
มีของที่ระลึกแจกในโอกาสต่างๆ	13 (4.2)	50 (16.0)	158 (50.5)	90 (28.8)	2 (0.6)	2.94 (ปานกลาง)	6
พนักงานมีความเชี่ยวชาญและมีความรู้ในตัวสินค้าเป็นอย่างดี	25 (8.0)	247 (78.9)	35 (11.2)	4 (1.3)	2 (0.6)	3.92 (มาก)	2
มีเอกสารให้ความรู้และเอกสารแนะนำสินค้าแจกฟรีทุกศูนย์จำหน่าย	17 (5.4)	66 (21.1)	198 (63.3)	30 (9.6)	2 (0.6)	3.21 (ปานกลาง)	3
ค่าเฉลี่ยรวม						3.20 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 20 พบว่าระดับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.20) ในแต่ละปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ คือ มีพนักงาน

ขายสามารถให้คำปรึกษาได้ (ค่าเฉลี่ย 4.01) พนักงานมีความเชี่ยวชาญและมีความรู้ในตัวสินค้าเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.92) และมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง เรียงลำดับคือ มีเอกสารให้ความรู้และเอกสารแนะนำสินค้าแจกฟรีทุกศูนย์จำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.21) มีการให้ส่วนลดราคาพิเศษตามยอดซื้อสำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม (ค่าเฉลี่ย 3.20) มีเอกสารแนะนำสินค้าแจก เช่น โบว์ชัวร์ แคตตาล็อก (ค่าเฉลี่ย 3.09) มีของที่ระลึกแจกในโอกาสต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 2.94) การส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา มี ของแถม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.93) ส่วนความพึงพอใจในระดับน้อย คือ การโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 2.33)

ตารางที่ 21 แสดงเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัทกรีนไคมอนด์ จำกัด ในจังหวัดเชียงใหม่

ส่วนประสมการตลาด	ความคาดหวัง		ความพึงพอใจ		เปรียบเทียบ
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	
ด้านผลิตภัณฑ์	4.36	มาก	3.66	มาก	-0.70
ด้านราคา	4.24	มาก	3.36	ปานกลาง	-0.88
ด้านการจัดจำหน่าย	4.03	มาก	3.64	มาก	-0.39
ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.05	มาก	3.20	ปานกลาง	-0.85

จากตารางที่ 21 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัทกรีนไคมอนด์ จำกัด ในจังหวัดเชียงใหม่ในระดับมาก ตามลำดับคือ ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.36) ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.24) ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 4.05) และด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.03)

สำหรับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.66) และด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.64) ส่วนด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.36) และด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.20) มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างระดับความคาดหวังและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังที่ค่าเฉลี่ยสูงกว่าค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ

ส่วนที่ 3 ปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัทกรีนไคมอนด์ จำกัด
ในจังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาที่พบด้าน
ผลิตภัณฑ์

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
ผลิตภัณฑ์ไม่มีคุณภาพ	1	0.3
สรรพคุณไม่เป็นไปตามที่ระบุไว้	5	1.6
ผลิตภัณฑ์ขาดความน่าเชื่อถือ	4	1.3
วัน เดือน ปี ของวันผลิตและวันหมดอายุไม่ชัดเจน	9	2.9
ตราหือไม่เป็นที่รู้จัก	107	34.2
มีขนาดเล็กให้เลือกน้อย	298	95.2
ปริมาณที่บรรจุไม่ตรงกับที่แจ้งในสลาก	5	1.6
บรรจุภัณฑ์ และหีบห่อ ไม่แข็งแรง	9	2.9
รูปแบบบรรจุภัณฑ์ดูไม่ทันสมัย ขาดความสวยงาม	74	23.6

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 313 ราย

จากตารางที่ 22 พบว่าปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม พบปัญหามากที่สุดคือ มีขนาดเล็กให้เลือกน้อย คิดเป็นร้อยละ 95.2 ปัญหารองลงมาตามลำดับ คือ ตราหือไม่เป็นที่รู้จัก คิดเป็นร้อยละ 34.2 ตามด้วยรูปแบบบรรจุภัณฑ์ดูไม่ทันสมัย ขาดความสวยงาม คิดเป็นร้อยละ 23.6 และลำดับที่เรียงลงไปคือคือ ปัญหาด้านบรรจุภัณฑ์และหีบห่อไม่แข็งแรง คิดเป็นร้อยละ 2.9 เท่ากับปัญหาเรื่องวันเดือน ปี ของวันผลิต และวันหมดอายุไม่ชัดเจน คิดเป็นร้อยละ 2.9 นอกจากนั้นปัญหาที่มีลำดับที่เท่ากันคือ ร้อยละ 1.6 คือ สรรพคุณไม่เป็นไปตามที่ระบุไว้และปริมาณที่บรรจุไม่ตรงกับที่แจ้งในสลาก ส่วนปัญหาที่เกิดจากผลิตภัณฑ์ขาดความน่าเชื่อถือนั้น ร้อยละ 1.3 และปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความกังวลหวังน้อยที่สุดคือ ผลิตภัณฑ์ไม่มีคุณภาพ ซึ่งอยู่ใน ร้อยละ 0.3

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาที่พบด้านราคา

ปัญหาด้านราคา	จำนวน	ร้อยละ
ราคาต่อขวดแพงเกินไป	246	78.6
ป้ายราคาไม่ชัดเจน	17	5.4
วิธีการชำระเงินยังไม่มีความหลากหลาย เช่น เงินสด บัตรเครดิต	30	9.6
ราคาต่อขนาดบรรจุไม่หลากหลายเพียงพอ	273	87.2
รายละเอียดราคาสินค้าในใบเสร็จรับเงินและใบเสนอราคาสินค้ายังมีไม่เพียงพอ	7	2.2

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 313 ราย

จากตารางที่ 23 พบว่า ปัญหาด้านราคา ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม พบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 87.2 คือ ราคาต่อขนาดบรรจุไม่หลากหลายเพียงพอที่จะให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้เลือกซื้อ อีกทั้งมีราคาต่อขวดแพงเกินไป คิดเป็นร้อยละ 78.6 นอกจากนั้น ร้อยละ 9.6 ปัญหาเรื่องวิธีการชำระเงินยังไม่มีความหลากหลาย เช่น เงินสด บัตรเครดิต ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามได้รับบริการไม่ค่อยสะดวก ส่วนปัญหาเรื่องป้ายราคาไม่ชัดเจน คิดเป็นร้อยละ 5.4 นั้นยังเป็นอันดับรองลงไป และปัญหาด้านราคาในเรื่องรายละเอียดราคาสินค้าในใบเสร็จรับเงินและใบเสนอราคาสินค้า ยังมีไม่เพียงพอ คิดเป็นร้อยละ 2.2

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาที่พบด้านการจัด
จำหน่าย

ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ
หาซื้อได้ง่าย และสะดวก	31	9.9
ไม่มีสถานที่วางจำหน่ายให้ผู้ซื้อพิจารณาหยิบจับ ได้ง่ายและสะดวกอย่างเพียงพอ	108	34.5
ไม่สามารถสั่งซื้อทางโทรศัพท์ได้	58	18.5
สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ	30	9.6
กระบวนการสั่งซื้อยุ่งยาก หลายขั้นตอน	6	1.9
ไม่สามารถสั่งซื้อได้ตลอดเวลา	252	80.5

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 313 ราย

จากตารางที่ 24 พบว่า ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถาม พบปัญหา
มากที่สุด ร้อยละ 80.5 คือ ไม่สามารถสั่งซื้อได้ตลอดเวลา รองลงมา ร้อยละ 34.5 มีปัญหาเรื่อง ไม่มี
สถานที่วางจำหน่ายให้ผู้ซื้อพิจารณาหยิบจับได้ง่ายและสะดวกอย่างเพียงพอ ไม่สามารถสั่งซื้อทาง
โทรศัพท์ได้ ร้อยละ 18.5 ส่วนร้อยละ 9.9 มีปัญหาเรื่องการหาซื้อยากไม่สะดวก ส่วนร้อยละ 9.6
มีปัญหาเรื่องสถานที่จอดรถไม่เพียงพอ และปัญหาที่พบน้อยที่สุดคือ ร้อยละ 1.9 เป็นกระบวนการ
สั่งซื้อยุ่งยาก หลายขั้นตอน

ตารางที่ 25 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาที่พบด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	จำนวน	ร้อยละ
มีพนักงานให้บริการไม่เพียงพอ	36	11.5
พนักงานขาดความเชี่ยวชาญ/ขาดความรู้ในผลิตภัณฑ์ที่จำเป็น	16	5.1
พนักงานขาดความสุภาพ อ่อนน้อม	1	0.3
รายการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา การมีของแถมยังไม่เพียงพอ	161	51.4
การโฆษณาในสื่อต่างๆ ยังไม่เพียงพอ	290	92.7
เอกสารแนะนำสินค้า แนะนำความรู้ยังไม่เพียงพอ	167	53.4
แมกกาซีน สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่ส่งให้ตามบ้านไม่มีความสม่ำเสมอ	193	61.7
ควรมีการให้ส่วนลดสำหรับผู้ตอบแบบสอบถามอย่างน้อย 10% ขึ้นไป ในยอดสั่งซื้อที่กำหนดในแต่ละครั้ง	33	10.5
ยอดการสั่งซื้อควรสะสมเป็นคะแนนได้ภายใน 1 ปีแล้วค่อยหมดอายุ	28	8.9

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 313 ราย

จากตารางที่ 25 พบว่า ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่พบมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 92.7 คือปัญหาในเรื่องของการโฆษณาในสื่อต่างๆ ที่จะช่วยในการขายสินค้านั้นยังไม่เพียงพอ ปัญหารองลงมา คือร้อยละ 61.7 คือ เรื่องหนังสือแมกกาซีนสำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่ส่งให้ตามบ้านไม่มีความสม่ำเสมอ ตามด้วยปัญหาร้อยละ 53.4 ในเรื่องของเอกสารที่แนะนำสินค้าให้ความรู้ยังไม่เพียงพอ อีกทั้งร้อยละ 51.4 เป็นปัญหาเรื่อง รายการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา การมีของแถมจากบริษัทนั้นไม่เพียงพอตามมาเป็นลำดับคือ ร้อยละ 11.5 ปัญหาเรื่องการมีพนักงานที่ให้บริการไม่พอเพียงในการบริการ และร้อยละ 10.5 เสนอให้ทางบริษัทให้ส่วนลดอย่างน้อยสำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม 10% ขึ้นไป ในยอดการสั่งซื้อในแต่ละครั้ง เพื่อเป็นกำลังใจ ร้อยละ 8.9 เสนอให้ยอดการสั่งซื้อสามารถสะสมเป็นคะแนนได้โดยมีอายุภายใน 1 ปี ส่วนปัญหาที่พบน้อยคิดเป็นร้อยละ 5.1 คือ ปัญหาเรื่องพนักงานขาดความรู้ในผลิตภัณฑ์ และร้อยละ 0.3 คือปัญหาเรื่องพนักงานขาดความสุภาพอ่อนน้อม

ส่วนที่ 4 ข้อมูลความคาดหวังและความพึงพอใจของสมาชิกต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัทกรีนไคมอนด์ จำกัด ในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ อายุ และรายได้

4.1. ข้อมูลความคาดหวังของสมาชิกต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัทกรีนไคมอนด์ จำกัด ในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ

ด้านผลิตภัณฑ์	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
คุณภาพของผลิตภัณฑ์	4.85 (มากที่สุด)	4.80 (มากที่สุด)	4.82 (มากที่สุด)
มีสรรพคุณตามที่ฉลากระบุไว้	4.18 (มาก)	4.12 (มาก)	4.14 (มาก)
ความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์	4.13 (มาก)	4.13 (มาก)	4.13 (มาก)
มี วัน เดือน ปี ที่ผลิตและหมดอายุ	4.80 (มากที่สุด)	4.72 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)
ความมีชื่อเสียงของตราสัญลักษณ์	4.10 (มาก)	4.11 (มาก)	4.11 (มาก)
มีหลายขนาดให้เลือก	4.42 (มาก)	4.44 (มาก)	4.43 (มาก)
มีหลายชนิดให้เลือก	4.44 (มาก)	4.42 (มาก)	4.42 (มาก)
ปริมาณที่บรรจุตรงความจริง	4.79 (มากที่สุด)	4.74 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)
บรรจุภัณฑ์และหีบห่อแข็งแรง สวยงาม ทันสมัย	4.04 (มาก)	4.09 (มาก)	4.08 (มาก)
เงื่อนไขการรับประกันการเปลี่ยน/คืนสินค้า	4.00 (มาก)	3.96 (มาก)	3.97 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.37 (มาก)	4.35 (มาก)	4.36 (มาก)

จากตารางที่ 26 พบว่าด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความคาดหวังโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ มีวัน เดือน ปีที่ผลิตและหมดอายุ และมีปริมาณที่บรรจุตรงตามความจริง

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านราคา จำแนกตามเพศ

ด้านราคา	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาต่อขวดเมื่อเทียบกับคุณภาพ	4.21 (มาก)	4.28 (มาก)	4.26 (มาก)
มีป้ายราคาติดที่ชัดเจน	4.74 (มากที่สุด)	4.65 (มากที่สุด)	4.68 (มากที่สุด)
มีหลายราคาให้เลือก	4.50 (มากที่สุด)	4.44 (มาก)	4.46 (มาก)
มีความหลากหลายของวิธีการชำระเงิน เช่น เงินสด บัตรเครดิต	4.09 (มาก)	4.06 (มาก)	4.07 (มาก)
มีรายละเอียดราคาสินค้าอย่างชัดเจนทั้งใบส่งของและใบเสร็จรับเงิน	4.10 (มาก)	4.11 (มาก)	4.11 (มาก)
มีการผ่อนชำระเป็นงวดๆ	3.87 (มาก)	3.90 (มาก)	3.89 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.25 (มาก)	4.24 (มาก)	4.24 (มาก)

จากตารางที่ 27 พบว่าด้านราคา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความคาดหวังโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีป้ายราคาติดที่ชัดเจน รองลงมาคือ มีหลายราคาให้เลือก และราคาต่อขวดเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีป้ายราคาติดที่ชัดเจน รองลงมาคือ มีหลายราคาให้เลือก และและราคาต่อขวดเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ

ด้านการจัดจำหน่าย	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายที่สามารถติดต่อได้ง่ายและสะดวก	4.30 (มาก)	4.32 (มาก)	4.32 (มาก)
มีบริการสั่งซื้อทางโทรศัพท์, แฟกซ์	4.05 (มาก)	4.01 (มาก)	4.03 (มาก)
มีบริการสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต	3.90 (มาก)	3.92 (มาก)	3.91 (มาก)
มีบริการส่งถึงที่บ้าน/ที่ทำงาน	3.97 (มาก)	4.00 (มาก)	3.99 (มาก)
มีกระบวนการสั่งซื้อไม่ยุ่งยาก	4.04 (มาก)	4.06 (มาก)	4.05 (มาก)
มีสต็อกสินค้าครบและเพียงพอตามจำนวนที่ ต้องการ	4.04 (มาก)	4.05 (มาก)	4.05 (มาก)
มีการตอบคำถาม/ปัญหาผ่านอินเทอร์เน็ต	3.90 (มาก)	3.87 (มาก)	3.88 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.03 (มาก)	4.03 (มาก)	4.03 (มาก)

จากตารางที่ 28 พบว่าด้านการจัดจำหน่าย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความคาดหวังโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายที่สามารถติดต่อได้ง่ายและสะดวก รองลงมาคือ มีบริการสั่งซื้อทาง

โทรศัพท์, แฟกซ์ และ กระบวนการสั่งซื้อไม่ยุ่งยาก มีสต็อกสินค้าครบและเพียงพอตามจำนวนที่ต้องการ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายที่สามารถติดต่อได้ง่ายและสะดวก รองลงมาคือ กระบวนการสั่งซื้อไม่ยุ่งยาก และมีสต็อกสินค้าครบและเพียงพอตามจำนวนที่ต้องการ

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ

ด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีพนักงานขายสามารถให้คำปรึกษาได้	4.10 (มาก)	4.09 (มาก)	4.09 (มาก)
การโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์	4.21 (มาก)	4.26 (มาก)	4.24 (มาก)
การส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา มีของแถม เป็นต้น	4.01 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)
มีเอกสารแนะนำสินค้าแจก เช่น โบว์ชัวร์ แคตาล็อก	4.05 (มาก)	4.04 (มาก)	4.04 (มาก)
มีการให้ส่วนลดราคาพิเศษตามยอดซื้อสำหรับสมาชิก	3.97 (มาก)	4.03 (มาก)	4.01 (มาก)
มีการสะสมคะแนนเพื่อเป็นส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิก	4.02 (มาก)	4.00 (มาก)	4.01 (มาก)
มีของที่ระลึกแจกในโอกาสพิเศษต่างๆ	3.96 (มาก)	4.00 (มาก)	3.98 (มาก)
พนักงานมีความเชี่ยวชาญและมีความรู้ในตัวสินค้าเป็นอย่างดี	4.04 (มาก)	4.00 (มาก)	4.01 (มาก)
มีเอกสารให้ความรู้และเอกสารแนะนำสินค้าแจกฟรีทุกศูนย์จำหน่าย	4.02 (มาก)	4.02 (มาก)	4.02 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.04 (มาก)	4.05 (มาก)	4.05 (มาก)

จากตารางที่ 29 พบว่าด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความคาดหวังโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิงมีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ ทีวี รองลงมาคือ มีพนักงานขายสามารถให้คำปรึกษาได้ และมีเอกสารแนะนำสินค้าแจก เช่น โบว์ชัวร์ แคตาล็อก



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.2 ข้อมูลความพึงพอใจของสมาชิกต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัท
กรีนไคมอนด์ จำกัด ในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านผลิตภัณฑ์
จำแนกตามเพศ

ด้านผลิตภัณฑ์	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
คุณภาพของผลิตภัณฑ์	4.82 (มากที่สุด)	4.80 (มากที่สุด)	4.81 (มากที่สุด)
มีสรรพคุณตามที่กล่าวระบุไว้	3.81 (มาก)	3.82 (มาก)	3.81 (มาก)
ความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์	3.59 (มาก)	3.65 (มาก)	3.63 (มาก)
มี วัน เดือน ปี ที่ผลิตและหมดอายุ	4.79 (มากที่สุด)	4.68 (มากที่สุด)	4.72 (มากที่สุด)
ความมีชื่อเสียงของตราชื้อห้อ	3.38 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)
มีหลายขนาดให้เลือก	2.32 (น้อย)	2.42 (น้อย)	2.38 (น้อย)
มีหลายชนิดให้เลือก	2.36 (น้อย)	2.40 (น้อย)	2.39 (น้อย)
ปริมาณที่บรรจุตรงความจริง	4.77 (มากที่สุด)	4.69 (มากที่สุด)	4.72 (มากที่สุด)
บรรจุภัณฑ์และหีบห่อแข็งแรง สวยงาม ทันสมัย	3.43 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)
เงื่อนไขการรับประกันการเปลี่ยนสินค้า	3.37 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.66 (มาก)	3.66 (มาก)	3.66 (มาก)

จากตารางที่ 30 พบว่าด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ มี วัน เดือน ปี ที่ผลิตและหมดอายุ และมีปริมาณที่บรรจุตรงความจริง

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านราคา จำแนกตามเพศ

ด้านราคา	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาต่อขวดเมื่อเทียบกับคุณภาพ	2.83 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)
มีป้ายราคาติดที่ชัดเจน	4.67 (มากที่สุด)	4.65 (มากที่สุด)	4.66 (มากที่สุด)
มีหลายราคาให้เลือก	2.44 (น้อย)	2.42 (น้อย)	2.42 (น้อย)
ความหลากหลายของวิธีการชำระเงิน เช่น เงินสด บัตรเครดิต	3.41 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)
มีรายละเอียดราคาสินค้าอย่างชัดเจนทั้งใบส่งของและใบเสร็จรับเงิน	4.01 (มาก)	4.05 (มาก)	4.04 (มาก)
มีการผ่อนชำระเป็นงวดๆ	2.66 (ปานกลาง)	2.76 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.34 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 31 พบว่าด้านราคา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีป้ายราคาติดที่ชัดเจน รองลงมา คือ มีรายละเอียดราคาสินค้าอย่างชัดเจนทั้งใบส่งของและใบเสร็จรับเงิน และมีรายละเอียดราคาสินค้าอย่างชัดเจนทั้งใบส่งของและใบเสร็จรับเงิน

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านการจัด
จำหน่าย จำแนกตามเพศ

ด้านการจัดจำหน่าย	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายที่สามารถติดต่อได้ง่ายและสะดวก	4.13 (มาก)	4.15 (มาก)	4.14 (มาก)
มีบริการสั่งซื้อทางโทรศัพท์, แฟกซ์	3.46 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)
มีบริการสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต	3.08 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)
มีบริการส่งถึงที่บ้าน/ที่ทำงาน	3.81 (มาก)	3.85 (มาก)	3.83 (มาก)
มีกระบวนการสั่งซื้อไม่ยุ่งยาก	3.95 (มาก)	3.99 (มาก)	3.97 (มาก)
มีสต็อกสินค้าครบและเพียงพอตามจำนวนที่ต้องการ	3.96 (มาก)	4.01 (มาก)	3.99 (มาก)
มีการตอบคำถาม/ปัญหาผ่านอินเทอร์เน็ต	2.95 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.62 (มาก)	3.65 (มาก)	3.64 (มาก)

จากตารางที่ 32 พบว่าด้านการจัดจำหน่าย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและ
เพศหญิงมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจที่มี
ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายที่สามารถติดต่อได้ง่ายและสะดวก รองลงมาคือ
มีสต็อกสินค้าครบและเพียงพอตามจำนวนที่ต้องการ และมีกระบวนการสั่งซื้อไม่ยุ่งยาก

All rights reserved

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ

ด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีพนักงานชายสามารถให้คำปรึกษาได้	4.00 (มาก)	4.02 (มาก)	4.01 (มาก)
การโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ ทีวี	2.29 (น้อย)	2.36 (น้อย)	2.33 (น้อย)
การส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา มีของแถม เป็นต้น	2.88 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)
มีเอกสารแนะนำสินค้าแจก เช่น โบว์ชัวร์ แคตาล็อก	3.04 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)
มีการให้ส่วนลดราคาพิเศษตามยอดซื้อสำหรับสมาชิก	3.06 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)
มีการสะสมคะแนนเพื่อเป็นส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิก	3.18 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)
มีของที่ระลึกแจกในโอกาสพิเศษต่างๆ	2.83 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)
พนักงานมีความเชี่ยวชาญและมีความรู้ในตัวสินค้าเป็นอย่างดี	3.87 (มาก)	3.96 (มาก)	3.92 (มาก)
มีเอกสารให้ความรู้และเอกสารแนะนำสินค้าแจกฟรีทุกศูนย์จำหน่าย	3.12 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.14 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 33 พบว่าด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีพนักงานชายสามารถให้คำปรึกษาได้ รองลงมาคือ มีพนักงานมีความเชี่ยวชาญและมีความรู้ในตัวสินค้าเป็นอย่างดี และ มีการสะสมคะแนนเพื่อเป็นส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิก

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีพนักงานชายสามารถให้คำปรึกษาได้ รองลงมาคือ มีพนักงานมีความเชี่ยวชาญและมีความรู้ในตัวสินค้าเป็นอย่างดี และมีการให้ส่วนลดราคาพิเศษตามยอดซื้อสำหรับสมาชิก

4.3 ข้อมูลความคาดหวังของสมาชิกต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัท

กรีนไคมอนต์ จำกัด ในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านผลิตภัณฑ์
จำแนกตามอายุ

ด้านผลิตภัณฑ์	อายุ					
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41 -50 ปี	มากกว่า 50 ปี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
คุณภาพของผลิตภัณฑ์	4.50 (มากที่สุด)	4.89 (มากที่สุด)	4.82 (มากที่สุด)	4.80 (มากที่สุด)	4.59 (มากที่สุด)	4.82 (มากที่สุด)
มีสรรพคุณตามที่ฉลาก ระบุไว้	4.00 (มาก)	4.10 (มาก)	4.08 (มาก)	4.33 (มาก)	4.28 (มาก)	4.14 (มาก)
ความน่าเชื่อถือของ ผลิตภัณฑ์	4.25 (มาก)	4.07 (มาก)	4.10 (มาก)	4.38 (มาก)	4.21 (มาก)	4.13 (มาก)
มี วัน เดือน ปี ที่ผลิตและ หมดอายุ	4.38 (มาก)	4.83 (มากที่สุด)	4.72 (มากที่สุด)	4.80 (มากที่สุด)	4.48 (มาก)	4.75 (มากที่สุด)
ความมีชื่อเสียงของตรา ยี่ห้อ	3.63 (มาก)	4.07 (มาก)	4.11 (มาก)	4.30 (มาก)	4.10 (มาก)	4.11 (มาก)
มีหลายขนาดให้เลือก	4.25 (มาก)	4.46 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)	4.33 (มาก)	4.14 (มาก)	4.43 (มาก)
มีหลายชนิดให้เลือก	4.13 (มาก)	4.46 (มาก)	4.52 (มากที่สุด)	4.33 (มาก)	4.17 (มาก)	4.42 (มาก)
ปริมาณที่บรรจุตรง ความจริง	4.25 (มาก)	4.83 (มากที่สุด)	4.71 (มากที่สุด)	4.76 (มากที่สุด)	4.66 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)
บรรจุภัณฑ์และหีบห่อ แข็งแรง สวยงาม ทันสมัย	4.00 (มาก)	4.02 (มาก)	4.03 (มาก)	4.20 (มาก)	4.31 (มาก)	4.08 (มาก)
เงื่อนไขการรับประกัน การเปลี่ยนคืนสินค้า	3.75 (มาก)	3.96 (มาก)	3.93 (มาก)	4.13 (มาก)	3.97 (มาก)	3.97 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.11 (มาก)	4.37 (มาก)	4.36 (มาก)	4.43 (มาก)	4.29 (มาก)	4.36 (มาก)

จากตารางที่ 34 พบว่าด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุมีความคาดหวังโดยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ในปีจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ มีวัน เดือน ปี ที่ผลิตและหมดอายุ และ ความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์ มีหลายขนาดให้เลือก และมีปริมาณที่บรรจุตรงความจริง

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-30 ปี มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ มีวัน เดือน ปี ที่ผลิตและหมดอายุ และ ปริมาณที่บรรจุตรงความจริง เท่ากัน และมีหลายขนาดให้เลือก และมีหลายชนิดให้เลือก เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 - 40 ปี มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ มีวัน เดือน ปี ที่ผลิตและหมดอายุ และมีปริมาณที่บรรจุตรงความจริง

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41-50 ปี มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ และ มีวัน เดือน ปี ที่ผลิตและหมดอายุ เท่ากัน รองลงมาคือ ปริมาณที่บรรจุตรงความจริง และความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุมากกว่า 50 ปี มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ปริมาณที่บรรจุตรงความจริง รองลงมาคือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ และมีวัน เดือน ปี ที่ผลิตและหมดอายุ

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านราคา จำแนกตามอายุ

ด้านราคา	อายุ					
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	มากกว่า 50 ปี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาต่อขวดเมื่อเทียบกับคุณภาพ	3.88 (มาก)	4.21 (มาก)	4.28 (มาก)	4.30 (มาก)	4.41 (มาก)	4.26 (มาก)
มีป้ายราคาติดที่ชัดเจน	4.38 (มาก)	4.75 (มากที่สุด)	4.70 (มากที่สุด)	4.65 (มากที่สุด)	4.45 (มาก)	4.68 (มากที่สุด)
มีหลายราคาให้เลือก	3.75 (มาก)	4.52 (มากที่สุด)	4.54 (มากที่สุด)	4.35 (มาก)	4.31 (มาก)	4.46 (มาก)
ความหลากหลายของวิธีการชำระเงิน เช่น เงินสด บัตรเครดิต	4.00 (มาก)	4.01 (มาก)	4.12 (มาก)	4.17 (มาก)	4.03 (มาก)	4.07 (มาก)
มีรายละเอียดราคาสินค้าอย่างชัดเจนทั้งใบส่งของและใบเสร็จรับเงิน	3.50 (มาก)	4.05 (มาก)	4.11 (มาก)	4.30 (มาก)	4.21 (มาก)	4.11 (มาก)
มีการผ่อนชำระเป็นงวดๆ	3.75 (มาก)	3.93 (มาก)	3.85 (มาก)	3.91 (มาก)	3.79 (มาก)	3.89 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.88 (มาก)	4.25 (มาก)	4.27 (มาก)	4.28 (มาก)	4.20 (มาก)	4.24 (มาก)

จากตารางที่ 35 พบว่าด้านราคา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุมีความคาดหวังโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีป้ายราคาติดที่ชัดเจน รองลงมาคือ ความหลากหลายของวิธีการชำระเงิน เช่น เงินสด บัตรเครดิต และราคาต่อขวดเมื่อเทียบกับคุณภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-30 ปี อายุ 31-40 ปี และ 41-50 ปี มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีป้ายราคาติดที่ชัดเจน รองลงมาคือ มีหลายราคาให้เลือก และราคาต่อขวดเมื่อเทียบกับคุณภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ มากกว่า 50 ปี มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีป้ายราคาติดที่ชัดเจน รองลงมาคือ ราคาต่อขวดเมื่อเทียบกับคุณภาพ และ มีหลายราคาให้เลือก

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ

ด้านการจัดจำหน่าย	อายุ					
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	มากกว่า 50 ปี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายที่สามารถติดต่อได้ง่ายและสะดวก	4.38 (มาก)	4.34 (มาก)	4.24 (มาก)	4.24 (มาก)	4.55 (มากที่สุด)	4.32 (มาก)
มีบริการสั่งซื้อทางโทรศัพท์, แฟกซ์	4.13 (มาก)	4.00 (มาก)	3.95 (มาก)	4.26 (มาก)	4.03 (มาก)	4.03 (มาก)
มีบริการสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต	3.63 (มาก)	3.96 (มาก)	3.86 (มาก)	3.89 (มาก)	3.97 (มาก)	3.91 (มาก)
มีบริการส่งถึงที่บ้าน/ที่ทำงาน	3.38 (ปานกลาง)	3.94 (มาก)	3.98 (มาก)	4.17 (มาก)	4.10 (มาก)	3.99 (มาก)
มีกระบวนการสั่งซื้อไม่ยุ่งยาก	3.63 (มาก)	3.99 (มาก)	4.01 (มาก)	4.17 (มาก)	4.41 (มาก)	4.05 (มาก)
มีสต็อกสินค้าครบและเพียงพอตามจำนวนที่ต้องการ	4.38 (มาก)	3.96 (มาก)	4.00 (มาก)	4.22 (มาก)	4.24 (มาก)	4.05 (มาก)
มีการตอบคำถาม/ปัญหาผ่านอินเทอร์เน็ต	3.13 (ปานกลาง)	3.86 (มาก)	3.87 (มาก)	4.02 (มาก)	4.00 (มาก)	3.88 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.80 (มาก)	4.01 (มาก)	3.99 (มาก)	4.14 (มาก)	4.19 (มาก)	4.03 (มาก)

จากตารางที่ 36 พบว่าด้านการจัดจำหน่าย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุมีความคาดหวังโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปีจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปีมีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายที่สามารถติดต่อได้ง่ายและสะดวก และมีสต็อกสินค้าครบและเพียงพอตามจำนวนที่ต้องการ เท่ากัน รองลงมาคือ มีบริการสั่งซื้อทางโทรศัพท์ แฟกซ์ และมีบริการสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-30 ปีมีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายที่สามารถติดต่อได้ง่ายและสะดวก รองลงมาคือ มีบริการสั่งซื้อทางโทรศัพท์, แฟกซ์ และมีกระบวนการสั่งซื้อไม่ยุ่งยาก

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 31-40 ปี และมากกว่า 50 ปี มีความคาดหวังที่มี ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายที่สามารถติดต่อได้ง่ายและสะดวก รองลงมาคือ กระบวนการสั่งซื้อไม่ยุ่งยาก และมีสต็อกสินค้าครบและเพียงพอตามจำนวนที่ต้องการ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41-50 ปี มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีบริการสั่งซื้อทางโทรศัพท์ แฟกซ์ รองลงมาคือ มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายที่สามารถติดต่อได้ง่ายและสะดวก และมีสต็อกสินค้าครบและเพียงพอตามจำนวนที่ต้องการ

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ

ด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ					
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	มากกว่า 50 ปี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีพนักงานขายสามารถให้คำปรึกษาได้	4.00 (มาก)	4.04 (มาก)	4.07 (มาก)	4.22 (มาก)	4.24 (มาก)	4.09 (มาก)
การโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์	4.00 (มาก)	4.26 (มาก)	4.27 (มาก)	4.13 (มาก)	4.31 (มาก)	4.24 (มาก)
มีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคามีของแถม เป็นต้น	3.75 (มาก)	3.95 (มาก)	4.02 (มาก)	4.07 (มาก)	4.14 (มาก)	4.00 (มาก)
มีเอกสารแนะนำสินค้าแจก เช่น โบว์ชัวร์ แคตาล็อก	3.88 (มาก)	4.01 (มาก)	4.00 (มาก)	4.15 (มาก)	4.21 (มาก)	4.04 (มาก)
มีการให้ส่วนลดราคาพิเศษตามยอดซื้อสำหรับสมาชิก	4.00 (มาก)	3.95 (มาก)	4.00 (มาก)	4.13 (มาก)	4.17 (มาก)	4.01 (มาก)
มีการสะสมคะแนนเพื่อเป็นส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิก	3.75 (มาก)	3.98 (มาก)	4.00 (มาก)	4.09 (มาก)	4.10 (มาก)	4.01 (มาก)
มีของที่ระลึกแจกในโอกาสพิเศษต่างๆ	3.88 (มาก)	3.93 (มาก)	3.96 (มาก)	4.11 (มาก)	4.10 (มาก)	3.98 (มาก)
มีพนักงานมีความเชี่ยวชาญและมีความรู้ในตัวสินค้าเป็นอย่างดี	4.00 (มาก)	3.96 (มาก)	3.97 (มาก)	4.15 (มาก)	4.21 (มาก)	4.01 (มาก)
มีเอกสารให้ความรู้และเอกสารแนะนำสินค้าแจกฟรีทุกศูนย์จำหน่าย	4.00 (มาก)	3.99 (มาก)	3.95 (มาก)	4.11 (มาก)	4.31 (มาก)	4.02 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.92 (มาก)	4.01 (มาก)	4.03 (มาก)	4.13 (มาก)	4.20 (มาก)	4.05 (มาก)

จากตารางที่ 37 พบว่าด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุมีความคาดหวังโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปีจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พนักงานขายสามารถให้คำปรึกษาได้ การโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ ทีวี มีการให้ส่วนลดราคาพิเศษตามยอดซื้อสำหรับสมาชิก พนักงานมีความเชี่ยวชาญและมีความรู้ในตัวสินค้าเป็นอย่างดี และมีเอกสารให้ความรู้และเอกสารแนะนำสินค้าแจกฟรีทุกศูนย์จำหน่าย เท่ากัน (รองลงมาคือ มีเอกสารแนะนำสินค้าแจก เช่น โบว์ชัวร์ แคตาล็อก และมีของที่ระลึกแจกในโอกาสพิเศษต่างๆ และการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา มีของแถม เป็นต้น) และมีการสะสมคะแนนเพื่อเป็นส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิก

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 20-30 ปี และ อายุ 31-40 ปี มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือการโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ ทีวี รองลงมาคือ มีพนักงานขายสามารถให้คำปรึกษาได้ และมีเอกสารแนะนำสินค้าแจก เช่น โบว์ชัวร์ แคตาล็อก และมีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา มีของแถม เป็นต้น

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41-50 ปี มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พนักงานขายสามารถให้คำปรึกษาได้ รองลงมาคือ มีเอกสารแนะนำสินค้าแจก เช่น โบว์ชัวร์ แคตาล็อก และพนักงานมีความเชี่ยวชาญและมีความรู้ในตัวสินค้าเป็นอย่างดี เท่ากัน และ มีการโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ ทีวี และมีพนักงานมีความเชี่ยวชาญและมีความรู้ในตัวสินค้าเป็นอย่างดี

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุมากกว่า 50 ปี มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือมีการโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ ทีวี และมีเอกสารให้ความรู้และเอกสารแนะนำสินค้าแจกฟรีทุกศูนย์จำหน่าย เท่ากัน รองลงมาคือ พนักงานขายสามารถให้คำปรึกษาได้ มีเอกสารให้ความรู้และเอกสารแนะนำสินค้าแจกฟรีทุกศูนย์จำหน่าย เท่ากัน และมีเอกสารแนะนำสินค้าแจก เช่น โบว์ชัวร์ แคตาล็อก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

4.4 ข้อมูลความพึงพอใจของสมาชิกต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัท

กรีนโดมอนต์ จำกัด ในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านผลิตภัณฑ์
จำแนกตามอายุ

ด้านผลิตภัณฑ์	อายุ					
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41 -50 ปี	มากกว่า 50 ปี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
คุณภาพของผลิตภัณฑ์	4.63 (มากที่สุด)	4.88 (มากที่สุด)	4.83 (มากที่สุด)	4.76 (มากที่สุด)	4.48 (มาก)	4.81 (มากที่สุด)
มีสรรพคุณตามที่ฉลากระบุไว้	3.75 (มาก)	3.73 (มาก)	3.72 (มาก)	4.09 (มาก)	4.10 (มาก)	3.81 (มาก)
มีความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์	3.88 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)	4.04 (มาก)	4.17 (มาก)	3.63 (มาก)
มี วัน เดือน ปี ที่ผลิตและหมดอายุ	4.38 (มาก)	4.76 (มากที่สุด)	4.74 (มากที่สุด)	4.74 (มากที่สุด)	4.52 (มากที่สุด)	4.72 (มากที่สุด)
ความมีชื่อเสียงของตรายี่ห้อ	3.50 (มาก)	3.28 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.52 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)
มีหลายขนาดให้เลือก	2.63 (ปานกลาง)	2.28 (น้อย)	2.36 (น้อย)	2.57 (ปานกลาง)	2.59 (ปานกลาง)	2.38 (น้อย)
มีหลายชนิดให้เลือก	2.38 (น้อย)	2.28 (น้อย)	2.33 (น้อย)	2.65 (ปานกลาง)	2.69 (ปานกลาง)	2.39 (น้อย)
มีปริมาณที่บรรจุตรงความจริง	4.25 (มาก)	4.80 (มากที่สุด)	4.72 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)	4.52 (มากที่สุด)	4.72 (มากที่สุด)
มีบรรจุภัณฑ์และหีบห่อ แข็งแรง สวยงามและทันสมัย	3.50 (มาก)	3.34 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.93 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)
เงื่อนไขการรับประกันการ เปลี่ยน/คืนสินค้า	3.50 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.79 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.64 (มาก)	3.61 (มาก)	3.63 (มาก)	3.79 (มาก)	3.83 (มาก)	3.66 (มาก)

จากตารางที่ 38 พบว่าด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี อายุ 31-40 ปี และอายุ 41-50 มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ มีวัน เดือน ปี ที่ผลิตและหมดอายุ และมีปริมาณที่บรรจุตรงความจริง

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-30 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ มีปริมาณที่บรรจุตรงความจริง และมีวัน เดือน ปี ที่ผลิตและหมดอายุ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41-50 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ มีวัน เดือน ปี ที่ผลิตและหมดอายุ เท่ากัน รองลงมาคือ มีวัน เดือน ปี ที่ผลิตและหมดอายุ และมีปริมาณที่บรรจุตรงความจริง

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุมากกว่า 50 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีวัน เดือน ปี ที่ผลิตและหมดอายุ และมีปริมาณที่บรรจุตรงความจริง เท่ากัน รองลงมาคือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ และความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านราคา จำแนกตามอายุ

ด้านราคา	อายุ					
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	มากกว่า 50 ปี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาต่อขวดเมื่อเทียบกับคุณภาพ	3.00 (ปานกลาง)	2.74 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)
มีป้ายราคาติดที่ขวดเงิน	4.50 (มากที่สุด)	4.64 (มากที่สุด)	4.70 (มากที่สุด)	4.70 (มากที่สุด)	4.59 (มากที่สุด)	4.66 (มากที่สุด)
มีหลายราคาให้เลือก	2.75 (ปานกลาง)	2.33 (น้อย)	2.39 (น้อย)	2.57 (ปานกลาง)	2.66 (ปานกลาง)	2.42 (น้อย)
มีความหลากหลายของวิธีการชำระเงิน เช่น เงินสด บัตรเครดิต	3.88 (มาก)	3.34 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)	3.55 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)
มีรายละเอียดราคาสินค้าอย่างชัดเจนทั้งใบส่งของและใบเสร็จรับเงิน	3.63 (มาก)	3.94 (มาก)	4.08 (มาก)	4.24 (มาก)	4.17 (มาก)	4.04 (มาก)
มีการผ่อนชำระเป็นงวดๆ	3.38 (ปานกลาง)	2.60 (ปานกลาง)	2.61 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.52 (มาก)	3.27 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)	3.61 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 39 พบว่าด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี 41-50 ปี และมากกว่า 50 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-30 ปี 31-40 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีป้ายราคาติดที่ขวดเงิน รองลงมาคือ ความหลากหลายของวิธีการชำระเงิน เช่น เงินสด บัตรเครดิต และ มีรายละเอียดราคาสินค้าอย่างชัดเจนทั้งใบส่งของและใบเสร็จรับเงิน

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-30 ปี 31-40 ปี 41-50 ปี และมากกว่า 50 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีป้ายราคาติดที่ขวดเงิน รองลงมาคือ มีรายละเอียดราคาสินค้าอย่างชัดเจนทั้งใบส่งของและใบเสร็จรับเงิน และมีความหลากหลายของวิธีการชำระเงิน เช่น เงินสด บัตรเครดิต

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการจัด
จำหน่าย จำแนกตามอายุ

ด้านการจัดจำหน่าย	อายุ					
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	มากกว่า 50 ปี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่าย ที่สามารถติดต่อได้ง่ายและ สะดวก	4.38 (มาก)	4.17 (มาก)	4.15 (มาก)	3.96 (มาก)	4.17 (มาก)	4.14 (มาก)
มีบริการสั่งซื้อทาง โทรศัพท์, แฟกซ์	3.88 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.72 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)
มีบริการสั่งซื้อทาง อินเทอร์เน็ต	3.13 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)
มีบริการส่งถึงที่บ้าน/ที่ ทำงาน	3.38 (ปานกลาง)	3.83 (มาก)	3.91 (มาก)	3.78 (มาก)	3.79 (มาก)	3.83 (มาก)
มีกระบวนการสั่งซื้อไม่ ยุ่งยาก	3.75 (มาก)	3.93 (มาก)	4.00 (มาก)	3.96 (มาก)	4.17 (มาก)	3.97 (มาก)
มีสต็อกสินค้าครบและ เพียงพอตามจำนวนที่ ต้องการ	3.75 (มาก)	3.88 (มาก)	3.98 (มาก)	4.26 (มาก)	4.17 (มาก)	3.99 (มาก)
มีการตอบคำถาม/ปัญหา ผ่านอินเทอร์เน็ต	3.25 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.64 (มาก)	3.60 (มาก)	3.63 (มาก)	3.67 (มาก)	3.82 (มาก)	3.64 (มาก)

จากตารางที่ 40 พบว่าด้านการจัดจำหน่าย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุมี
ความพึงพอใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ย
สูงสุด คือมีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายที่สามารถติดต่อได้ง่ายและสะดวก รองลงมาคือ มีบริการ
สั่งซื้อทางโทรศัพท์ แฟกซ์ และมีกระบวนการสั่งซื้อไม่ยุ่งยาก และมีสต็อกสินค้าครบและเพียงพอ
ตามจำนวนที่ต้องการ เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-30 ปี 31-40 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายที่สามารถติดต่อได้ง่ายและสะดวก รองลงมาคือ กระบวนการสั่งซื้อไม่ยุ่งยาก และมีสต็อกสินค้าครบและเพียงพอตามจำนวนที่ต้องการ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41-50 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีสต็อกสินค้าครบและเพียงพอตามจำนวนที่ต้องการ รองลงมาคือ มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายที่สามารถติดต่อได้ง่ายและสะดวก และมีกระบวนการสั่งซื้อไม่ยุ่งยาก เท่ากัน และมีบริการส่งถึงที่บ้าน/ที่ทำงาน

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ มากกว่า 50 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายที่สามารถติดต่อได้ง่ายและสะดวก กระบวนการสั่งซื้อไม่ยุ่งยาก มีสต็อกสินค้าครบและเพียงพอตามจำนวนที่ต้องการ เท่ากัน รองลงมาคือ มีบริการส่งถึงที่บ้าน/ที่ทำงาน และมีบริการสั่งซื้อทางโทรศัพท์, แฟกซ์

ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ

ด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ					
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	มากกว่า 50 ปี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีพนักงานขายสามารถให้คำปรึกษาได้	4.00 (มาก)	3.93 (มาก)	4.04 (มาก)	4.15 (มาก)	4.10 (มาก)	4.01 (มาก)
มีการโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์	2.75 (ปานกลาง)	2.19 (น้อย)	2.32 (น้อย)	2.54 (ปานกลาง)	2.62 (ปานกลาง)	2.33 (น้อย)
การส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา มีของแถม เป็นต้น	3.13 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)
มีเอกสารแนะนำสินค้าแจก เช่น โบรชัวร์ แคตาล็อก	3.50 (มาก)	3.07 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)
มีการให้ส่วนลดราคาพิเศษตามขอซื้อสำหรับสมาชิก	3.50 (มาก)	3.15 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.20 (ปานกลาง)
มีการสะสมคะแนนเพื่อเป็นส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิก	3.25 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)
มีของที่ระลึกแจกในโอกาสพิเศษต่างๆ	3.25 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)
พนักงานมีความเชี่ยวชาญและมีความรู้ในตัวสินค้าเป็นอย่างดี	3.88 (มาก)	3.87 (มาก)	3.87 (มาก)	4.11 (มาก)	4.07 (มาก)	3.92 (มาก)
มีเอกสารให้ความรู้และเอกสารแนะนำสินค้าแจกฟรีทุกศูนย์จำหน่าย	3.88 (มาก)	3.13 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)	3.21 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.46 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 41 พบว่าด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

ในปีจี้ย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีพนักงานขายสามารถให้คำปรึกษาได้ รองลงมาคือ พนักงานมีความเชี่ยวชาญและมีความรู้ในตัวสินค้าเป็นอย่างดี และมีเอกสารให้ความรู้และเอกสารแนะนำสินค้าแจกฟรีทุกศูนย์จำหน่าย เท่ากัน และมีเอกสารแนะนำสินค้าแจก เช่น โบว์ชัวร์ แคตาล็อกและมีการให้ส่วนลดราคาพิเศษตามยอดซื้อสำหรับสมาชิก เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-30 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือมีพนักงานขายสามารถให้คำปรึกษาได้ รองลงมาคือ พนักงานมีความเชี่ยวชาญและมีความรู้ในตัวสินค้าเป็นอย่างดี และ มีการให้ส่วนลดราคาพิเศษตามยอดซื้อสำหรับสมาชิก

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปี และ 41-50 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีพนักงานขายสามารถให้คำปรึกษาได้ รองลงมาคือ พนักงานมีความเชี่ยวชาญและมีความรู้ในตัวสินค้าเป็นอย่างดี และ มีการสะสมคะแนนเพื่อเป็นส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิก

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ มากกว่า 50 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือมีพนักงานขายสามารถให้คำปรึกษาได้ รองลงมาคือ พนักงานมีความเชี่ยวชาญและมีความรู้ในตัวสินค้าเป็นอย่างดี และ มีเอกสารให้ความรู้และเอกสารแนะนำสินค้าแจกฟรีทุกศูนย์จำหน่าย

4.5 ข้อมูลความคาดหวังของสมาชิกต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัท
กรีนไดมอนด์ จำกัด ในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้

ตารางที่ 42 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านผลิตภัณฑ์
จำแนกตามรายได้

ด้านผลิตภัณฑ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000- 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001- 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
คุณภาพของผลิตภัณฑ์	4.60 (มากที่สุด)	4.42 (มาก)	4.87 (มากที่สุด)	4.93 (มากที่สุด)	4.96 (มากที่สุด)	4.71 (มากที่สุด)	4.82 (มากที่สุด)
มีสรรพคุณตามที่ฉลากระบุ ไว้	4.25 (มาก)	4.23 (มาก)	4.15 (มาก)	4.06 (มาก)	4.15 (มาก)	4.15 (มาก)	4.14 (มาก)
ความน่าเชื่อถือของ ผลิตภัณฑ์	4.30 (มาก)	4.19 (มาก)	4.11 (มาก)	4.08 (มาก)	4.09 (มาก)	4.18 (มาก)	4.13 (มาก)
มี วัน เดือน ปี ที่ผลิตและ หมดอายุ	4.35 (มาก)	4.42 (มาก)	4.78 (มากที่สุด)	4.86 (มากที่สุด)	4.88 (มากที่สุด)	4.69 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)
ความมีชื่อเสียงของตราชื่อ	3.95 (มาก)	4.03 (มาก)	4.13 (มาก)	4.11 (มาก)	4.09 (มาก)	4.20 (มาก)	4.11 (มาก)
มีหลายขนาดให้เลือก	4.25 (มาก)	3.87 (มาก)	4.26 (มาก)	4.59 (มากที่สุด)	4.71 (มากที่สุด)	4.35 (มาก)	4.43 (มาก)
มีหลายชนิดให้เลือก	4.20 (มาก)	3.87 (มาก)	4.20 (มาก)	4.59 (มากที่สุด)	4.71 (มากที่สุด)	4.36 (มาก)	4.42 (มาก)
มีปริมาณที่บรรจุตรงความ จริง	4.50 (มากที่สุด)	4.29 (มาก)	4.74 (มากที่สุด)	4.89 (มากที่สุด)	4.92 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)
มีบรรจุภัณฑ์และหีบห่อ แข็งแรง สวยงาม ทันสมัย	4.35 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	4.02 (มาก)	4.09 (มาก)	4.15 (มาก)	4.08 (มาก)
มีเงื่อนไขการรับประกันการ เปลี่ยน/คืนสินค้า	3.80 (มาก)	3.87 (มาก)	3.87 (มาก)	4.00 (มาก)	4.06 (มาก)	4.02 (มาก)	3.97 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.26 (มาก)	4.12 (มาก)	4.31 (มาก)	4.41 (มาก)	4.47 (มาก)	4.35 (มาก)	4.36 (มาก)

จากตารางที่ 42 พบว่าด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือปริมาณที่บรรจุตรงความจริง และมี วัน เดือน ปี ที่ผลิตและหมดอายุ และมีบรรจุภัณฑ์และหีบห่อแข็งแรง สวยงาม ทันสมัย

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,000 – 10,000 บาท มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ และมี วัน เดือน ปี ที่ผลิตและหมดอายุ เท่ากัน รองลงมาคือ ปริมาณที่บรรจุตรงความจริง และมีสรรพคุณตามที่ฉลากระบุไว้

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001 – 15,000 บาท และมากกว่า 25,000 บาท มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ มี วัน เดือน ปี ที่ผลิตและหมดอายุ และมีปริมาณบรรจุตรงความจริง

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 15,001 – 20,000 บาท และ 20,001 – 25,000 บาท มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือคุณภาพของผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ มีปริมาณที่บรรจุตรงความจริง และมี วัน เดือน ปี ที่ผลิตและหมดอายุ

ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านราคา จำแนกตามรายได้

ด้านราคา	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000- 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001- 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาต่อขวดเมื่อเทียบกับคุณภาพ	4.50 (มากที่สุด)	4.10 (มาก)	4.20 (มาก)	4.23 (มาก)	4.33 (มาก)	4.24 (มาก)	4.26 (มาก)
มีป้ายราคาติดที่ชัดเจน	4.30 (มาก)	4.03 (มาก)	4.67 (มากที่สุด)	4.80 (มากที่สุด)	4.92 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)	4.68 (มากที่สุด)
มีหลายราคาให้เลือก	4.30 (มาก)	3.74 (มาก)	4.48 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)	4.72 (มากที่สุด)	4.35 (มาก)	4.46 (มาก)
มีความหลากหลายของวิธีการชำระเงิน เช่น เงินสด บัตรเครดิต	4.00 (มาก)	3.84 (มาก)	4.11 (มาก)	4.10 (มาก)	4.10 (มาก)	4.11 (มาก)	4.07 (มาก)
มีรายละเอียดราคาสินค้าอย่างชัดเจนทั้งใบส่งของและใบเสร็จรับเงิน	4.10 (มาก)	3.94 (มาก)	4.15 (มาก)	4.08 (มาก)	4.12 (มาก)	4.18 (มาก)	4.11 (มาก)
มีการผ่อนชำระเป็นงวดๆ	4.05 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.83 (มาก)	3.95 (มาก)	4.03 (มาก)	3.82 (มาก)	3.89 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.21 (มาก)	3.85 (มาก)	4.24 (มาก)	4.29 (มาก)	4.37 (มาก)	4.23 (มาก)	4.24 (มาก)

จากตารางที่ 43 พบว่าด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจุบันย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ราคาต่อขวดเมื่อเทียบกับคุณภาพ รองลงมาคือมีป้ายราคาติดที่ชัดเจน และมี

หลายราคาให้เลือก เท่ากัน และมีรายละเอียดราคาสินค้าอย่างชัดเจนทั้งใบส่งของและใบเสร็จรับเงิน

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,000 – 10,000 บาท มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ราคาต่อขวดเมื่อเทียบกับคุณภาพ รองลงมาคือ มีป้ายราคาติดที่ชัดเจน และมีรายละเอียดราคาสินค้าอย่างชัดเจนทั้งใบส่งของและใบเสร็จรับเงิน

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001 – 15,000 บาท มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีป้ายราคาติดที่ชัดเจน รองลงมาคือ มีหลายราคาให้เลือก และราคาต่อขวดเมื่อเทียบกับคุณภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 15,001 – 20,000 บาท 20,001-25,000 บาท และมากกว่า 25,000 บาท มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีป้ายราคาติดที่ชัดเจน รองลงมาคือ มีหลายราคาให้เลือก และราคาต่อขวดเมื่อเทียบกับคุณภาพ

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการจัด
จำหน่าย จำแนกตามรายได้

ด้านการจัดจำหน่าย	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000- 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001- 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีศูนย์หรือตัวแทน จำหน่ายที่สามารถ ติดต่อได้ง่ายและ สะดวก	4.70 (มากที่สุด)	4.19 (มาก)	4.33 (มาก)	4.28 (มาก)	4.18 (มาก)	4.49 (มาก)	4.32 (มาก)
มีบริการสั่งซื้อทาง โทรศัพท์, แฟกซ์	4.00 (มาก)	3.97 (มาก)	4.00 (มาก)	4.04 (มาก)	4.01 (มาก)	4.11 (มาก)	4.03 (มาก)
มีบริการสั่งซื้อทาง อินเทอร์เน็ต	3.95 (มาก)	3.81 (มาก)	3.78 (มาก)	3.95 (มาก)	3.96 (มาก)	3.95 (มาก)	3.91 (มาก)
มีบริการส่งถึงที่บ้าน/ที่ ทำงาน	3.70 (มาก)	3.87 (มาก)	4.00 (มาก)	4.02 (มาก)	4.03 (มาก)	4.04 (มาก)	3.99 (มาก)
มีกระบวนการสั่งซื้อไม่ ยุ่งยาก	3.90 (มาก)	3.84 (มาก)	4.11 (มาก)	4.07 (มาก)	4.05 (มาก)	4.16 (มาก)	4.05 (มาก)
มีสต็อกสินค้าครบและ เพียงพอตามจำนวนที่ ต้องการ	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	4.09 (มาก)	4.01 (มาก)	4.04 (มาก)	4.13 (มาก)	4.05 (มาก)
มีการตอบคำถาม/ ปัญหาผ่านอินเทอร์เน็ต	3.75 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.76 (มาก)	3.98 (มาก)	3.95 (มาก)	4.04 (มาก)	3.88 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.00 (มาก)	3.88 (มาก)	4.01 (มาก)	4.05 (มาก)	4.03 (มาก)	4.13 (มาก)	4.03 (มาก)

จากตารางที่ 44 พบว่าด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวัง
โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปีวิจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท มีความคาดหวังที่มี
ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายที่สามารถติดต่อได้ง่ายและสะดวก รองลงมาคือมี

บริการสั่งซื้อทางโทรศัพท์ แฟกซ์ และมีสต็อกสินค้าครบและเพียงพอตามจำนวนที่ต้องการ และมีบริการสั่งซื้อทางโทรศัพท์, แฟกซ์

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,000-10,000 บาท มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายที่สามารถติดต่อได้ง่ายและสะดวก รองลงมาคือมีสต็อกสินค้าครบและเพียงพอตามจำนวนที่ต้องการ และมีบริการสั่งซื้อทางโทรศัพท์, แฟกซ์

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-15,000 บาท มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายที่สามารถติดต่อได้ง่ายและสะดวก รองลงมาคือกระบวนการสั่งซื้อไม่ยุ่งยาก และมีสต็อกสินค้าครบและเพียงพอตามจำนวนที่ต้องการ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 15,001-20,000 บาท มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายที่สามารถติดต่อได้ง่ายและสะดวก รองลงมาคือ กระบวนการสั่งซื้อไม่ยุ่งยาก และมีบริการสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-25,000 บาท และ มากกว่า 25,000 บาท มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายที่สามารถติดต่อได้ง่ายและสะดวก รองลงมาคือ กระบวนการสั่งซื้อไม่ยุ่งยาก และมีสต็อกสินค้าครบและเพียงพอตามจำนวนที่ต้องการ

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้

ด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000- 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001- 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีพนักงานขายสามารถให้คำปรึกษาได้	4.40 (มาก)	4.06 (มาก)	4.11 (มาก)	4.01 (มาก)	4.04 (มาก)	4.18 (มาก)	4.09 (มาก)
การโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ ทีวี	4.50 (มากที่สุด)	3.71 (มาก)	4.11 (มาก)	4.30 (มาก)	4.37 (มาก)	4.29 (มาก)	4.24 (มาก)
การส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา มีของแถม เป็นต้น	4.10 (มาก)	3.87 (มาก)	4.00 (มาก)	3.96 (มาก)	4.01 (มาก)	4.07 (มาก)	4.00 (มาก)
มีเอกสารแนะนำสินค้าแจก เช่น โบว์ชัวร์ แคตาล็อก	4.30 (มาก)	4.10 (มาก)	4.00 (มาก)	3.99 (มาก)	4.01 (มาก)	4.09 (มาก)	4.04 (มาก)
มีการให้ส่วนลดราคาพิเศษตามยอดซื้อสำหรับสมาชิก	4.30 (มาก)	3.87 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	4.04 (มาก)	4.01 (มาก)
มีการสะสมคะแนนเพื่อเป็นส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิก	4.25 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.98 (มาก)	3.99 (มาก)	4.00 (มาก)	4.01 (มาก)
มีของที่ระลึกแจกในโอกาสพิเศษต่างๆ	4.05 (มาก)	3.84 (มาก)	4.00 (มาก)	3.98 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.98 (มาก)
พนักงานมีความเชี่ยวชาญและมีความรู้ในตัวสินค้าเป็นอย่างดี	3.95 (มาก)	3.97 (มาก)	4.02 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	4.09 (มาก)	4.01 (มาก)
มีเอกสารให้ความรู้และเอกสารแนะนำสินค้าแจกฟรีทุกศูนย์จำหน่าย	4.15 (มาก)	3.97 (มาก)	4.07 (มาก)	4.01 (มาก)	3.97 (มาก)	4.05 (มาก)	4.02 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.22 (มาก)	3.93 (มาก)	4.03 (มาก)	4.03 (มาก)	4.04 (มาก)	4.09 (มาก)	4.05 (มาก)

จากตารางที่ 45 พบว่าด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ ทีวี รองลงมาคือมีพนักงานขายสามารถให้คำปรึกษาได้ และมีเอกสารแนะนำสินค้าแจก เช่น โบว์ชัวร์ แคตาล็อก และมีการให้ส่วนลดราคาพิเศษตามยอดซื้อสำหรับสมาชิก

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,000 – 10,000 บาท มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด มีเอกสารแนะนำสินค้าแจก เช่น โบว์ชัวร์ แคตาล็อก รองลงมาคือมีพนักงานขายสามารถให้คำปรึกษาได้ และมีการสะสมคะแนนเพื่อเป็นส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิก

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001 – 15,000 บาท มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พนักงานขายสามารถให้คำปรึกษาได้ และการโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ ทีวี เท่ากัน รองลงมาคือ มีเอกสารให้ความรู้และเอกสารแนะนำสินค้าแจกฟรีทุกศูนย์จำหน่าย และ พนักงานมีความเชี่ยวชาญและมีความรู้ในตัวสินค้าเป็นอย่างดี

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 15,001-20,000 บาท มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีการโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ ทีวี รองลงมาคือ พนักงานขายสามารถให้คำปรึกษาได้ และมีเอกสารให้ความรู้และเอกสารแนะนำสินค้าแจกฟรีทุกศูนย์จำหน่าย เท่ากัน และ มีการให้ส่วนลดราคาพิเศษตามยอดซื้อสำหรับสมาชิก และพนักงานมีความเชี่ยวชาญและมีความรู้ในตัวสินค้าเป็นอย่างดีเท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-25,000 บาท มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีการโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ ทีวี รองลงมาคือ มีพนักงานขายสามารถให้คำปรึกษาได้ และ มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา มีของแถม เป็นต้น และมีเอกสารแนะนำสินค้าแจก เช่น โบว์ชัวร์ แคตาล็อก

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้มากกว่า 25,000 บาท มีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีการโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ ทีวี รองลงมาคือ มีพนักงานขายสามารถให้คำปรึกษาได้ และมีเอกสารแนะนำสินค้าแจก เช่น โบว์ชัวร์ แคตาล็อก และพนักงานมีความเชี่ยวชาญและมีความรู้ในตัวสินค้าเป็นอย่างดี

All rights reserved

4.6 ข้อมูลความพึงพอใจของสมาชิกต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัท
กรีนไดมอนด์ จำกัด ในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้

ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านผลิตภัณฑ์
จำแนกตามรายได้

ด้านผลิตภัณฑ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000- 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001- 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
คุณภาพของผลิตภัณฑ์	4.65 (มากที่สุด)	4.35 (มาก)	4.87 (มากที่สุด)	4.90 (มากที่สุด)	4.96 (มากที่สุด)	4.69 (มากที่สุด)	4.81 (มากที่สุด)
สรรพคุณตามที่ฉลากระบุไว้	4.05 (มาก)	3.94 (มาก)	3.91 (มาก)	3.64 (มาก)	3.68 (มาก)	4.04 (มาก)	3.81 (มาก)
ความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์	4.15 (มาก)	4.06 (มาก)	3.63 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.85 (มาก)	3.63 (มาก)
มีวันเดือนปีที่ผลิตและหมดอายุ	4.20 (มาก)	4.42 (มาก)	4.76 (มากที่สุด)	4.77 (มากที่สุด)	4.97 (มากที่สุด)	4.60 (มากที่สุด)	4.72 (มากที่สุด)
ความมีชื่อเสียงของตราหือ	3.85 (มาก)	3.77 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)
มีหลายขนาดให้เลือก	3.30 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	2.33 (น้อย)	2.22 (น้อย)	2.05 (น้อย)	2.31 (น้อย)	2.38 (น้อย)
มีหลายชนิดให้เลือก	3.20 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	2.33 (น้อย)	2.23 (น้อย)	2.04 (น้อย)	2.45 (น้อย)	2.39 (น้อย)
ปริมาณที่บรรจุตรงความจริง	4.40 (มาก)	4.16 (มาก)	4.74 (มากที่สุด)	4.88 (มากที่สุด)	4.91 (มากที่สุด)	4.62 (มากที่สุด)	4.72 (มากที่สุด)
บรรจุภัณฑ์และหีบห่อแข็งแรง สวยงาม ทันสมัย	4.00 (มาก)	3.61 (มาก)	3.50 (มาก)	3.27 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)
เงื่อนไขการรับประกันการเปลี่ยน/คืนสินค้า	3.90 (มาก)	3.74 (มาก)	3.35 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.97 (มาก)	3.85 (มาก)	3.67 (มาก)	3.57 (มาก)	3.58 (มาก)	3.69 (มาก)	3.66 (มาก)

จากตารางที่ 46 พบว่าด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท 15,001-20,000 บาท และมากกว่า 25,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ปริมาณที่บรรจุตรงความจริง และมีวันเดือนปีที่ผลิตและหมดอายุ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,000 –10,000 บาท 20,001-25,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มี วัน เดือน ปี ที่ผลิตและหมดอายุ รองลงมาคือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ และมีปริมาณที่บรรจุตรงความจริง

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-15,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ มีวัน เดือน ปี ที่ผลิตและหมดอายุ และมีปริมาณที่บรรจุตรงความจริง

ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อด้านราคา จำแนกตามรายได้

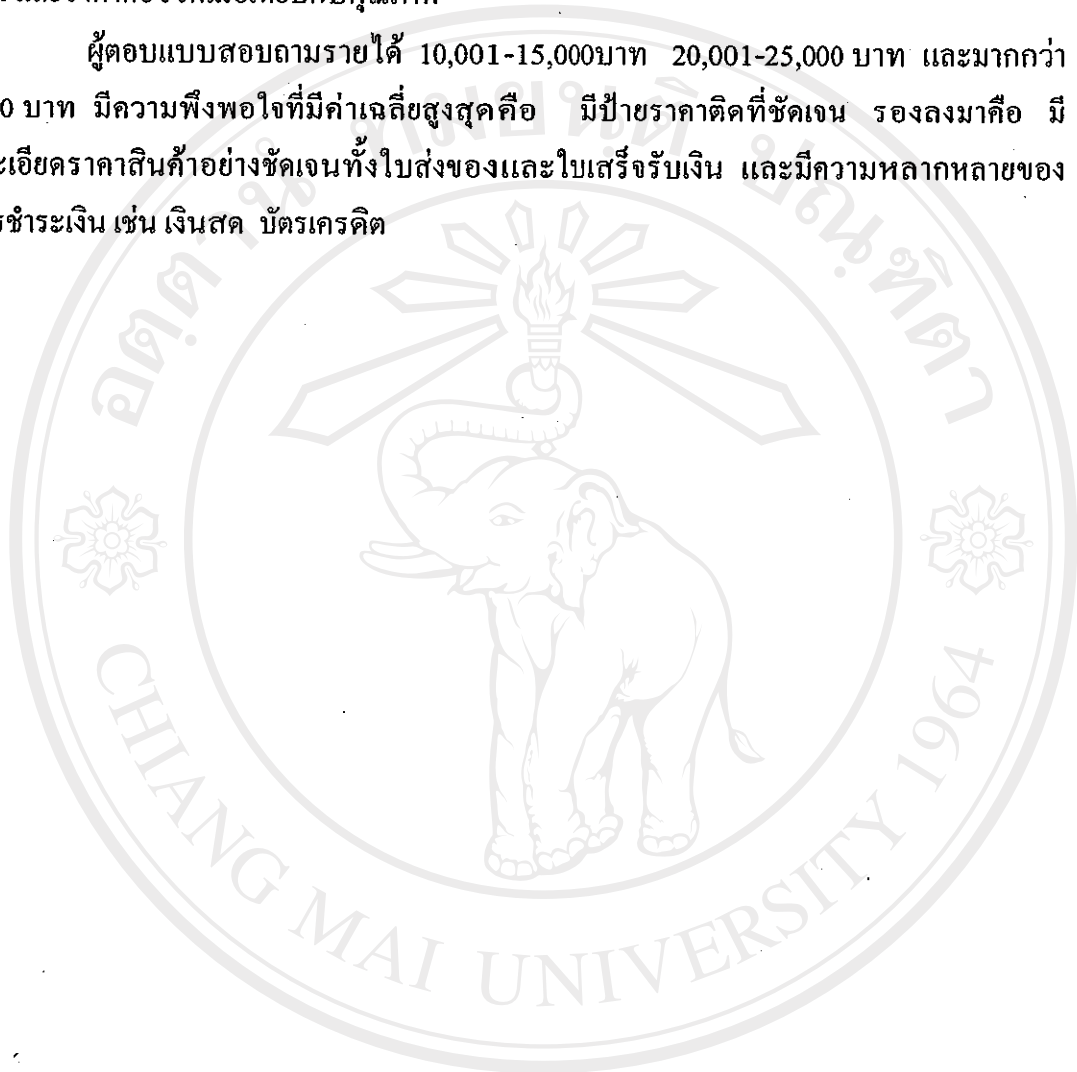
ด้านราคา	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000- 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001- 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาต่อขวดเมื่อเทียบกับ คุณภาพ	4.00 (มาก)	3.65 (มาก)	3.04 (ปานกลาง)	2.59 (ปานกลาง)	2.44 (น้อย)	2.93 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)
มีป้ายราคาติดที่ชัดเจน	4.40 (มาก)	3.87 (มาก)	4.59 (มากที่สุด)	4.78 (มากที่สุด)	4.94 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)	4.66 (มากที่สุด)
มีหลายราคาให้เลือก	3.60 (มาก)	3.10 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	2.13 (น้อย)	2.15 (น้อย)	2.38 (น้อย)	2.42 (น้อย)
มีความหลากหลายของ วิธีการชำระเงิน เช่น เงิน สด บัตรเครดิต	3.95 (มาก)	3.61 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)
มีรายละเอียดราคาสินค้า อย่างชัดเจนทั้งใบส่งของ และใบเสร็จรับเงิน	4.10 (มาก)	3.94 (มาก)	4.00 (มาก)	4.02 (มาก)	4.00 (มาก)	4.18 (มาก)	4.04 (มาก)
มีการผ่อนชำระเป็นงวดๆ	3.55 (มาก)	3.32 (ปานกลาง)	2.70 (ปานกลาง)	2.53 (ปานกลาง)	2.40 (น้อย)	2.87 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.93 (มาก)	3.58 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 47 พบว่าด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท และ 5,000-10,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-15,000 บาท 15,001-20,000 บาท 20,001-25,000 บาท และมากกว่า 25,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท 15,001-20,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีป้ายราคาติดที่ชัดเจน รองลงมาคือ มีรายละเอียดราคาสินค้าอย่างชัดเจนทั้งใบส่งของและใบเสร็จรับเงิน และ ราคาต่อขวดเมื่อเทียบกับคุณภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,000-10,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีรายละเอียดราคาสินค้าอย่างชัดเจนทั้งใบส่งของและใบเสร็จรับเงิน รองลงมา มีป้ายราคาติดที่ชัดเจน และราคาต่อขวดเมื่อเทียบกับคุณภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-15,000 บาท 20,001-25,000 บาท และมากกว่า 25,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีป้ายราคาติดที่ชัดเจน รองลงมาคือ มีรายละเอียดราคาสินค้าอย่างชัดเจนทั้งใบส่งของและใบเสร็จรับเงิน และมีความหลากหลายของวิธีการชำระเงิน เช่น เงินสด บัตรเครดิต



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 48 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการจัด
จำหน่าย จำแนกตามรายได้

การจัดจำหน่าย	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000- 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001- 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่าย ที่สามารถติดต่อได้ง่ายและ สะดวก	4.45 (มาก)	3.68 (มาก)	4.15 (มาก)	4.20 (มาก)	4.10 (มาก)	4.24 (มาก)	4.14 (มาก)
มีบริการสั่งซื้อทางโทรศัพท์, แฟกซ์	3.85 (มาก)	3.58 (มาก)	3.63 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.69 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)
มีบริการสั่งซื้อทาง อินเทอร์เน็ต	3.85 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)
มีบริการส่งถึงที่บ้านที่ ทำงาน	3.55 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)	3.83 (มาก)	3.93 (มาก)	3.96 (มาก)	3.93 (มาก)	3.83 (มาก)
กระบวนการสั่งซื้อไม่ยุ่งยาก	4.20 (มาก)	3.68 (มาก)	3.98 (มาก)	3.95 (มาก)	3.99 (มาก)	4.05 (มาก)	3.97 (มาก)
มีสต็อกสินค้าครบและ เพียงพอตามจำนวนที่ ต้องการ	4.00 (มาก)	3.94 (มาก)	4.04 (มาก)	3.89 (มาก)	3.97 (มาก)	4.15 (มาก)	3.99 (มาก)
มีการตอบคำถาม/ปัญหาผ่าน อินเทอร์เน็ต	3.55 (มาก)	3.03 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	2.76 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.92 (มาก)	3.50 (มาก)	3.70 (มาก)	3.56 (มาก)	3.56 (มาก)	3.80 (มาก)	3.64 (มาก)

จากตารางที่ 48 พบว่าด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้มีพึงพอใจ
โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท 20,001-25,000 บาท มี
ความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายที่สามารถติดต่อได้ง่ายและสะดวก

รองลงมาคือ กระบวนการสั่งซื้อไม่ยุ่งยาก และมีสต็อกสินค้าครบและเพียงพอตามจำนวนที่ต้องการ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,000-10,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีสต็อกสินค้าครบและเพียงพอตามจำนวนที่ต้องการ รองลงมาคือ มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายที่สามารถติดต่อได้ง่ายและสะดวก และกระบวนการสั่งซื้อไม่ยุ่งยากเท่ากัน และมีบริการสั่งซื้อทางโทรศัพท์, แฟกซ์

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-15,000 บาท และมากกว่า 25,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีศูนย์หรือตัวแทนจำหน่ายที่สามารถติดต่อได้ง่ายและสะดวก รองลงมาคือ มีสต็อกสินค้าครบและเพียงพอตามจำนวนที่ต้องการ และมีกระบวนการสั่งซื้อไม่ยุ่งยาก

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a detailed illustration of an elephant standing and facing left. Above the elephant's head is a traditional Thai decorative element, possibly a crown or a ceremonial object. The elephant is surrounded by a circular border containing the text 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964'. On either side of the elephant, there are stylized floral or sunburst-like symbols.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 49 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้

ด้านการส่งเสริม การตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000- 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001- 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีพนักงานขายสามารถให้ คำปรึกษาได้	4.20 (มาก)	3.77 (มาก)	4.09 (มาก)	3.96 (มาก)	3.96 (มาก)	4.16 (มาก)	4.01 (มาก)
การโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ ทีวี	3.40 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)	2.35 (น้อย)	2.16 (น้อย)	2.08 (น้อย)	2.31 (น้อย)	2.33 (น้อย)
การส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา มีของแถม เป็น ต้น	3.70 (มาก)	3.23 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	2.70 (ปานกลาง)	2.68 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)
มีเอกสารแนะนำสินค้าแจก เช่น โบว์ชัวร์ แคตาล็อก	3.70 (มาก)	3.55 (มาก)	3.15 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)
มีการให้ส่วนลดราคาพิเศษ ตามยอดซื้อสำหรับสมาชิก	3.70 (มาก)	3.52 (มาก)	3.28 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)
มีการสะสมคะแนนเพื่อเป็น ส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิก	3.75 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.01 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)
มีของที่ระลึกแจกในโอกาส พิเศษต่างๆ	3.90 (มาก)	3.06 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	2.74 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)
พนักงานมีความเชี่ยวชาญ และมีความรู้ในตัวสินค้าเป็น อย่างดี	4.20 (มาก)	3.74 (มาก)	3.93 (มาก)	3.86 (มาก)	3.92 (มาก)	4.02 (มาก)	3.92 (มาก)
มีเอกสารให้ความรู้และ เอกสารแนะนำสินค้าแจกฟรี ทุกศูนย์จำหน่าย	3.85 (มาก)	3.55 (มาก)	3.22 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.01 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.82 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 49 พบว่าด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้มีพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีพนักงานขายสามารถให้คำปรึกษาได้ และพนักงานมีความเชี่ยวชาญและมีความรู้ในตัวสินค้าเป็นอย่างดี เท่ากัน รองลงมาคือ มีของที่ระลึกแจกในโอกาสพิเศษต่างๆ และมีการสะสมคะแนนเพื่อเป็นส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิก

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,000-10,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีพนักงานขายสามารถให้คำปรึกษาได้ รองลงมาคือ พนักงานมีความเชี่ยวชาญและมีความรู้ในตัวสินค้าเป็นอย่างดี และมีเอกสารแนะนำสินค้าแจก เช่น โบว์ชัวร์ แคตาล็อก และมีเอกสารให้ความรู้และเอกสารแนะนำสินค้าแจกฟรีทุกศูนย์จำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-15,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีพนักงานขายสามารถให้คำปรึกษาได้ รองลงมาคือ พนักงานมีความเชี่ยวชาญและมีความรู้ในตัวสินค้าเป็นอย่างดี และมีเอกสารแนะนำสินค้าแจก เช่น โบว์ชัวร์ แคตาล็อก และมีเอกสารให้ความรู้และเอกสารแนะนำสินค้าแจกฟรีทุกศูนย์จำหน่าย เท่ากัน และมีการให้ส่วนลดราคาพิเศษตามยอดซื้อสำหรับสมาชิก

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 15,001-20,000 บาท และ 20,001-25,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีพนักงานขายสามารถให้คำปรึกษาได้ รองลงมาคือ พนักงานมีความเชี่ยวชาญและมีความรู้ในตัวสินค้าเป็นอย่างดี และมีเอกสารให้ความรู้และเอกสารแนะนำสินค้าแจกฟรีทุกศูนย์จำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้มากกว่า 25,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีพนักงานขายสามารถให้คำปรึกษาได้ รองลงมาคือ พนักงานมีความเชี่ยวชาญและมีความรู้ในตัวสินค้าเป็นอย่างดี และมีการให้ส่วนลดราคาพิเศษตามยอดซื้อสำหรับสมาชิก

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะจากผู้ตอบแบบสอบถาม บริษัท กรีนไทมอนด์ จำกัด ในจังหวัดเชียงใหม่

- ราคาแพงเกินไป (1 คน)
- ควรโฆษณาทาง TV. บ้าง (14 คน)
- ขนาดของสินค้าใหญ่เกินไป ต้องการขนาดทดลอง (1 คน)
- ประชุมทีมขายน้อย ควรบ่อยกว่านี้ (1 คน)
- ข่าวสารที่ได้รับล้าสมัย ไม่ทันเหตุการณ์ (7 คน)
- มีการลด แลก แจก แถมน้อย (7 คน)
- อยากให้บริษัทจัด Promotion ปีละ 2 ครั้ง (1 คน)
- ราคาต่อขวดมีราคาแพง ถ้าไรน้อย ควรให้ค่าขายเพิ่มขึ้นอีก (2 คน)
- เมกกาซีน ไม่สม่ำเสมอ ล้าช้า (8 คน)
- ควรมีบรรจุภัณฑ์หลายขนาดให้เลือกได้ (2 คน)
- ควรมีขนาดประหยัดให้ทดลอง (5 คน)
- ของเก่าน่าจะใช้แลกคืนสินค้าได้ (1 คน)
- ควรคู่แข่งชั้นบ้างแล้วเปรียบเทียบกับบ้าง (1 คน)
- สินค้าตัวอย่างจะทำให้น่าสนใจมากขึ้น (1 คน)
- เมกกาซีนควรตรงเวลา (1 คน)
- ขนาดบรรจุน่าจะหลากหลายกว่านี้ (1 คน)
- เซลล์น้อยไป (1 คน)
- ราคาต่อขวดแพงเกินไป (8 คน)
- มีแต่ของแพง ควรมีหลายขนาดให้เลือก (2 คน)
- โฆษณาน้อยเกินไป (5 คน)
- ทำขนาดทดลองน่าจะเหมาะสำหรับผู้เริ่มบริโภค (14 คน)
- ควรมีการปรับปรุงด้านฉลากที่ไม่สวยงาม และขนาดบรรจุที่หลากหลาย (2 คน)
- ราคาสินค้าสูง ควรมีหลายขนาด หลายรูปแบบ (4 คน)
- ต้องการหลากหลายผลิตภัณฑ์ (3 คน)
- ขวดบรรจุภัณฑ์น่าจะใช้แลกคืนสินค้าได้ (1 คน)
- โฆษณาน้อย (3 คน)
- ข่าวสารที่ได้รับไม่สม่ำเสมอ (6 คน)
- ส่วนลดน้อยไปหน่อยควรมากกว่า 10% (1 คน)
- แนะนำสมาชิกใหม่ก็ควรจะมีของแถมด้วย (1 คน)

- เนื่องจากสินค้ามีราคาแพง ทางบริษัทควรจะมี Promotion พิเศษ ลด แลก แจก แถม ให้แก่ลูกค้าบ้าง (1 คน)
- ต้องการบรรจุภัณฑ์ที่สะดวกในการพกพา (5 คน)
- ส่วนลดของสมาชิกควรมากกว่า 10% (2 คน)
- เปิดสาขาชัดเจนที่มองเห็น (1 คน)
- สินค้ามีน้อยอยากให้มีกาแฟผสมสาหร่ายให้มีสินค้าหลายๆ (1 คน)
- มีขนาดให้เลือกน้อย (3 คน)
- ควรจัดให้มีการดูงานผลิตบ้าง (1 คน)
- สินค้าราคาแพงเกินไป (1 คน)
- แบบโบราณมาก (1 คน)
- ราคาต่อขวดแพงเกินไป (1 คน)
- การดูงานสำหรับสมาชิกอย่างน้อยควรเดือนละ 1 ครั้ง จะได้ช่วยแก้ปัญหาในการขาย ถ้ามีปัญหาจะได้ปรึกษากัน (1 คน)
- การหาสมาชิกใหม่มาให้หน้าจะมีแต้มคะแนนสะสมเหมือนกับขาย (1 คน)
- ต้องการผู้แทนแนะนำการขายเพื่อให้ได้ความรู้มากขึ้น เพิ่มยอดขาย (1 คน)
- น่าจะใช้แลกสินค้ากับขวดผลิตภัณฑ์ที่ใช้แล้วได้ (1 คน)
- สินค้าคุณภาพดี แต่ราคาค่อนข้างแพง ถ้าบรรจุภัณฑ์หลายขนาดให้เลือกได้จะดีกว่านี้ (1 คน)
- ข่าวสารที่ได้รับมักจะล่าช้า (1 คน)