

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์จูลินทรีย์ชีวภาพตราสินค้าฟิงค์ธรรมชาติ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจ ปัญหาและข้อเสนอแนะของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์จูลินทรีย์ชีวภาพตราสินค้าฟิงค์ธรรมชาติ ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของลูกค้าในแต่ละส่วนประกอบการตลาด เพื่อนำผลการศึกษานี้ไปใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

การศึกษานี้ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ซื้อผลิตภัณฑ์จูลินทรีย์ชีวภาพตราสินค้าฟิงค์ธรรมชาติจำนวน 200 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ และสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) แล้วนำเสนอข้อมูลในรูปแบบของตารางและการบรรยาย ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 86.00 เป็นเพศชาย ร้อยละ 14.00 มีอายุ 31 - 40 ปี ร้อยละ 31.00 รองลงมาคืออายุ 41 - 50 ปี ร้อยละ 29.00 สถานภาพสมรส ร้อยละ 58.00 รองลงมา มีสถานภาพโสด ร้อยละ 41.00 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 45.00 รองลงมาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช ร้อยละ 23.50 มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท/ห้างร้าน ร้อยละ 68.50 รองลงมาเป็นกิจการส่วนตัว ร้อยละ 16.00 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท ร้อยละ 27.50 รองลงมาคือ 10,001 - 15,000 บาท ร้อยละ 26.50 รู้จักผลิตภัณฑ์จูลินทรีย์ชีวภาพตราสินค้าฟิงค์ธรรมชาติโดยเพื่อนแนะนำ ร้อยละ 75.50 รองลงมาโดยญาติแนะนำ ร้อยละ 12.00 ซื้อผลิตภัณฑ์จูลินทรีย์ชีวภาพตราสินค้าฟิงค์ธรรมชาติด้วยความถี่ที่ไม่แน่นอน ร้อยละ 60.00 รองลงมาเดือนละครั้ง ร้อยละ 22.00 เหตุผลที่เลือกใช้ผลิตภัณฑ์จูลินทรีย์ชีวภาพตราสินค้าฟิงค์ธรรมชาติเพราะไม่มีสารเคมีอันตราย ร้อยละ 81.50 รองลงมาไม่มีสารพิษตกค้าง ร้อยละ 63.50 ใช้ผลิตภัณฑ์น้ำยาอเนกประสงค์ผิวสัมผัส ร้อยละ 63.50 รองลงมาสบู่เหลวขมิ้นชัน ร้อยละ 60.50

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดที่มีต่อผลิตภัณฑ์จุลินทรีย์ชีวภาพตราสินค้าฟิงค์ธรรมชาติ

2.1 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาดที่มีต่อผลิตภัณฑ์จุลินทรีย์ชีวภาพตราสินค้าฟิงค์ธรรมชาติ

ด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.87 โดยปัจจัยย่อยทั้งหมดมีความพึงพอใจในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ ความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ เช่น ไม่ระคายเคืองผิว รองลงมาได้แก่ คุณสมบัติตามที่ระบุในฉลาก เช่น ขจัดคราบสกปรกและความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์

ด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.43 โดยปัจจัยย่อยเกือบทั้งหมดมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ ระดับราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีความพึงพอใจในระดับมาก รองลงมาได้แก่ มีหลายระดับราคาให้เลือก และวิธีการชำระเงินด้วยเงินสด/บัตรเครดิต ซึ่งทั้งหมดมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.48 โดยปัจจัยย่อยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ สินค้ามีจำหน่ายอย่างสม่ำเสมอ รองลงมาได้แก่ หาซื้อสินค้าได้ง่าย และมีตัวแทนจำหน่ายในท้องถิ่น ซึ่งทั้งหมดมีความพึงพอใจในระดับมาก

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.36 โดยปัจจัยย่อยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ มีพนักงานขายให้คำแนะนำผลิตภัณฑ์ รองลงมาได้แก่ มีเอกสารแนะนำประโยชน์ของจุลินทรีย์และวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิต ซึ่งทั้งหมดมีความพึงพอใจในระดับมากและมีการแจกตัวอย่างเพื่อทดลองใช้ ซึ่งมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

2.2 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาดที่มีต่อผลิตภัณฑ์จุลินทรีย์ชีวภาพตราสินค้าฟังก์ชันธรรมชาติ จำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

จำแนกตามอายุ

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุได้แก่ ความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ เช่น ไม่ระคายเคืองผิวซึ่งทั้งหมดมีความพึงพอใจในระดับมาก นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุไม่เกิน 20 ปียังมีความพึงพอใจปัจจัยย่อยด้านความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์ในระดับมากเช่นกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกช่วงอายุมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมในระดับปานกลาง ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุ 21 - 30 ปีมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกช่วงอายุได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ซึ่งมีความพึงพอใจในระดับมาก ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุไม่เกิน 20 ปีมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกช่วงอายุมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับปานกลาง ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุ 21 - 30 ปี และอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไปมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกช่วงอายุได้แก่ สินค้ามีจำหน่ายอย่างสม่ำเสมอซึ่งทั้งหมดมีความพึงพอใจในระดับมาก ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุไม่เกิน 20 ปีได้แก่ สามารถสั่งซื้อทางโทรศัพท์เว็บไซต์ได้ และอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไปได้แก่ บริการจัดส่งให้ถึงบ้านซึ่งทั้งหมดมีความพึงพอใจในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกช่วงอายุมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับปานกลาง ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุ 21 - 30 ปี มีความพึงพอใจในระดับมากโดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุได้แก่ มีพนักงานขายให้คำแนะนำผลิตภัณฑ์ซึ่งมีความพึงพอใจในระดับมาก

จำแนกตามระดับการศึกษา

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษามีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษาได้แก่ ความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ซึ่งมีความพึงพอใจในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกระดับการศึกษามีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมในระดับปานกลาง ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช และอนุปริญญา/ปวส มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกระดับการศึกษาได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพซึ่งมีความพึงพอใจในระดับมาก ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลายมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกระดับการศึกษามีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับปานกลาง ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามระดับอนุปริญญา/ปวส และปริญญาตรี มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกระดับได้แก่ สินค้ามีจำหน่ายอย่างสม่ำเสมอ ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามระดับอนุปริญญา/ปวส ได้แก่ หาซื้อได้ง่าย และผู้ตอบแบบสอบถามระดับสูงกว่าปริญญาตรีได้แก่ บริการจัดส่งให้ถึงบ้าน ซึ่งทั้งหมดมีความพึงพอใจในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกระดับการศึกษามีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับปานกลาง ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามระดับอนุปริญญา/ปวส มีความพึงพอใจในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกระดับการศึกษาได้แก่ มีพนักงานขายให้คำแนะนำผลิตภัณฑ์ ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามระดับสูงกว่าปริญญาตรีได้แก่ มีการแจกตัวอย่างเพื่อทดลองใช้ซึ่งทั้งหมดมีความพึงพอใจในระดับมาก นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามระดับอนุปริญญา/ปวส ยังมีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านมีเอกสารแนะนำประโยชน์ของจุลินทรีย์และวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิตซึ่งมีความพึงพอใจในระดับมากเช่นกัน

จำแนกตามอาชีพ

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มรายได้ได้แก่ ความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ เช่น ไม่ระคายเคืองผิวซึ่งมีความพึงพอใจในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกอาชีพมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมในระดับปานกลาง ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัท/ห้างร้าน มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกอาชีพได้แก่ ราคาเหมาะสมกับ

คุณภาพซึ่งมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัท/ห้างร้าน และอาชีพอื่น ๆ มีความพึงพอใจในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกอาชีพมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมในระดับปานกลาง ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานบริษัท/ห้างร้านมีความพึงพอใจ โดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัท/ห้างร้าน และอาชีพอื่น ๆ ได้แก่ สินค้ามีจำหน่ายอย่างสม่ำเสมอซึ่งทั้งหมด มีความพึงพอใจในระดับมาก สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพกิจการส่วนตัวมีความพึงพอใจในปัจจัย ย่อยด้านสินค้ามีจำหน่ายอย่างสม่ำเสมอเช่นกัน แต่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ส่วนผู้ตอบ แบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านทำเลที่ตั้งของจุดจำหน่าย สะดวกต่อการเดินทางซึ่งมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวม ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกอาชีพ ได้แก่ มี พนักงานขายให้คำแนะนำผลิตภัณฑ์ซึ่งมีความพึงพอใจในระดับมาก ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถาม อาชีพกิจการส่วนตัวมีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านนี้ในระดับปานกลาง นอกจากนี้ผู้ตอบ แบบสอบถามที่มีอาชีพกิจการส่วนตัวยังมีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านมีเอกสารแนะนำ ประโยชน์ของจุลินทรีย์และวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิตในระดับปานกลางเช่นกัน

จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มรายได้มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกกลุ่มรายได้ ได้แก่ ความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ เช่น ไม่ระคายเคืองผิวซึ่งมีความพึงพอใจในระดับมาก ยกเว้นผู้ตอบ แบบสอบถามในกลุ่มรายได้ 15,001 – 20,000 บาทมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด นอกจากนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มรายได้ 10,001 – 15,000 บาทยังมีความพึงพอใจปัจจัยย่อยด้านคุณสมบัติ ตามที่ระบุในฉลากในระดับมากเช่นกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกกลุ่มรายได้มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมใน ระดับปานกลาง ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มรายได้ 10,001 – 15,000 บาทมีความพึงพอใจใน ระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มรายได้ ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพซึ่งมีความพึงพอใจในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกกลุ่มรายได้มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมในระดับปานกลาง ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มรายได้ 10,001 – 15,000 บาท

และ 15,001 – 20,000 บาทมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกกลุ่มรายได้ได้แก่ สินค้ามีจำหน่ายอย่างสม่ำเสมอ ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มรายได้ 15,001 – 20,000 บาทได้แก่ มีตัวแทนจำหน่ายในท้องถิ่นและกลุ่มรายได้มากกว่า 20,000 บาทได้แก่ บริการจัดส่งให้ถึงบ้านซึ่งทั้งหมดมีความพึงพอใจในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกกลุ่มรายได้มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับปานกลาง ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มรายได้ 15,001 – 20,000 บาทมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมากโดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มรายได้ได้แก่ มีพนักงานขายให้คำแนะนำผลิตภัณฑ์ซึ่งมีความพึงพอใจในระดับมาก

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามต่อผลิตภัณฑ์ จูลินทรีย์ชีวภาพตราสินค้าฟิงค์ธรรมชาติ

ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในการใช้ผลิตภัณฑ์จูลินทรีย์ชีวภาพตราสินค้าฟิงค์ธรรมชาติสามารถเรียงตามลำดับดังนี้ ไม่มีการโฆษณาในสื่อต่างๆ รองลงมาได้แก่ ไม่มีสถานที่วางจำหน่ายให้ผู้ซื้อพิจารณาหยิบจับได้ง่ายและสะดวกเพียงพอและหาซื้อได้ยาก

ผู้ตอบแบบสอบถามมีข้อเสนอแนะต่อผลิตภัณฑ์จูลินทรีย์ชีวภาพตราสินค้าฟิงค์ธรรมชาติตามลำดับดังนี้ ควรระบุตราสัญลักษณ์รับรองคุณภาพมาตรฐานบนผลิตภัณฑ์ รองลงมาได้แก่ ควรระบุวันหมดอายุบนผลิตภัณฑ์ และควรมีขนาดบรรจุภัณฑ์ที่หลากหลาย

5.2 อภิปรายผล

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์จูลินทรีย์ชีวภาพตราสินค้าฟิงค์ธรรมชาติ สามารถอภิปรายผลการศึกษาได้ดังนี้

ตารางที่ 37 สรุประดับความพึงพอใจโดยรวมต่อส่วนประสมการตลาดที่มีต่อผลิตภัณฑ์จูลินทรีย์ชีวภาพตราสินค้าฟิงค์ธรรมชาติ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ส่วนประสมการตลาด	ความพึงพอใจของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์จูลินทรีย์ชีวภาพตราสินค้าฟิงค์ธรรมชาติ	ความพึงพอใจของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์สมุนไพรของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรของผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	มาก	มาก	มาก	มาก
ปัจจัยด้านราคา	ปานกลาง	ปานกลาง	มาก	มาก
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ปานกลาง	ปานกลาง	มาก	มาก
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ปานกลาง	ปานกลาง	มาก	มาก

จากตารางที่ 37 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดในระดับเดียวกันทุกด้านกับงานวิจัยของ ไพฑูรย์ ตั้งยืนยง (2549) ที่ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์สมุนไพรของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก และปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลางเช่นกัน แสดงว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์จูลินทรีย์ชีวภาพตราสินค้าฟิงค์ธรรมชาติในระดับเดียวกับลูกค้าที่มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์สมุนไพรของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร และเมื่อเปรียบเทียบกับงานวิจัยของ นกคณ สิทธิชัยชนะกิจ (2549) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรและสมุนไพรสมุนไพรของผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ และของ ณัฐพานิ เต็มสิริพจน์ (2547) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าให้ความสำคัญในปัจจัยทุกด้านในระดับมาก

ดังนั้นแสดงว่าผลิตภัณฑ์จุลินทรีย์ชีวภาพตราสินค้าฟิงค์ธรรมชาติต้องปรับปรุงในส่วน
ของราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการขาย เนื่องจากลูกค้ายังมีความพึงพอใจต่อ
ผลิตภัณฑ์จุลินทรีย์ชีวภาพตราสินค้าฟิงค์ธรรมชาติเพียงในระดับปานกลาง

ตารางที่ 38 สรุปปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในแต่ละด้านของส่วนประสมการตลาดและระดับความ
พึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อผลิตภัณฑ์จุลินทรีย์ชีวภาพตราสินค้าฟิงค์ธรรมชาติ และ
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ส่วนประสม การตลาด	ความพึงพอใจ ของลูกค้าต่อ ผลิตภัณฑ์ จุลินทรีย์ชีวภาพ ตราสินค้า ฟิงค์ธรรมชาติ	ความพึงพอใจของ ลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์ สมุนไพรของ โรงพยาบาลเจ้าพระยา อภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี	ปัจจัยส่วนประสม การตลาดที่มีผลต่อ การตัดสินใจซื้อ ผลิตภัณฑ์สมุนไพรและ สมุนไพรของ ผู้บริโภคในอำเภอ เมืองจังหวัดเชียงใหม่	ปัจจัยส่วนประสม การตลาดที่มีผลต่อ การตัดสินใจซื้อ ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ผลสมุนไพร ของผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานคร
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ความปลอดภัยของ ผลิตภัณฑ์ เช่น ไม่ระคายเคืองผิว 4.28 (มาก)	ผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียง เป็นที่เชื่อถือ 4.11 (มาก)	สรรพคุณของ ผลิตภัณฑ์ 4.02 (มาก)	คุณภาพ 4.70 (มากที่สุด)
ปัจจัยด้านราคา	ราคาเหมาะสมกับ คุณภาพ 3.76 (มาก)	ราคามาตรฐาน 3.23 (ปานกลาง)	ระดับราคาเหมาะสม กับคุณภาพ 4.04 (มาก)	ราคาต่อขวด 4.15 (มาก)
ปัจจัยด้านช่อง ทางการจัดจำหน่าย	สินค้ามีจำหน่ายอย่าง สม่ำเสมอ 3.81 (มาก)	ทำเลที่ตั้งของศูนย์ จำหน่ายสะดวกต่อ การเดินทาง 3.23 (ปานกลาง)	หาซื้อได้ง่าย 3.91 (มาก)	ซื้อได้สะดวก 4.49 (มาก)
ปัจจัยด้านการ ส่งเสริมการตลาด	มีพนักงานขายให้ คำแนะนำผลิตภัณฑ์ 3.88 (มาก)	มีเอกสารแนะนำ ผลิตภัณฑ์และ ประโยชน์ของ สมุนไพร 3.37 (ปานกลาง)	มีพนักงานขาย ให้บริการ 3.84 (มาก)	การส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา มี ของแถม เป็นต้น 3.83 (มาก)

จากตารางที่ 38 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในแต่ละด้านของ ส่วนประสมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ ความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ซึ่งมีความพึงพอใจในระดับมาก ในขณะที่การศึกษาของ ไพฑูรย์ ตั้งยืนยง (2549) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่เชื่อถือมีความพึงพอใจในระดับมาก และ การศึกษาของ นกคณ สิทธิชัยชนะกิจ (2549) ได้แก่ สรรพคุณของผลิตภัณฑ์มีความสำคัญในระดับมาก และการศึกษาของ ณิชฐาภาณี เต็มสิริพจน์ (2547) ได้แก่ คุณภาพ ซึ่งมีความสำคัญในระดับมากที่สุด

ปัจจัยด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ ระดับราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ซึ่งมีความพึงพอใจในระดับมาก ในขณะที่การศึกษาของ ไพฑูรย์ ตั้งยืนยง (2549) ได้แก่ ราคามาตรฐานซึ่งมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง และการศึกษาของ นกคณ สิทธิชัยชนะกิจ (2549) ได้แก่ ระดับราคาเหมาะสมกับคุณภาพซึ่งมีความสำคัญในระดับมาก และการศึกษาของ ณิชฐาภาณี เต็มสิริพจน์ (2547) ได้แก่ ราคาต่อขวดซึ่งมีความสำคัญในระดับมาก

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ สินค้ามีจำหน่ายอย่างสม่ำเสมอซึ่งมีความพึงพอใจในระดับมาก ในขณะที่การศึกษาของ ไพฑูรย์ ตั้งยืนยง (2549) ได้แก่ ทำเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายสะดวกต่อการเดินทางซึ่งมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ส่วนการศึกษาของ นกคณ สิทธิชัยชนะกิจ (2549) ได้แก่ หาซื้อได้ง่ายซึ่งมีความสำคัญในระดับมาก และการศึกษาของ ณิชฐาภาณี เต็มสิริพจน์ (2547) ได้แก่ ซื้อได้สะดวกซึ่งมีความสำคัญในระดับมาก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ มีพนักงานขายให้คำแนะนำผลิตภัณฑ์ซึ่งมีความพึงพอใจในระดับมาก ในขณะที่การศึกษาของ ไพฑูรย์ ตั้งยืนยง (2549) ได้แก่ มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์และประโยชน์ของสมุนไพรซึ่งมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ส่วนการศึกษาของ นกคณ สิทธิชัยชนะกิจ (2549) ได้แก่ มีพนักงานขายให้บริการซึ่งมีความสำคัญในระดับมาก และการศึกษาของ ณิชฐาภาณี เต็มสิริพจน์ (2547) ได้แก่ การส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา มีของแถม เป็นต้น ซึ่งมีความสำคัญในระดับมาก

ตารางที่ 39 สรุปปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดในแต่ละด้านของส่วนประสมการตลาดและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อผลิตภัณฑ์จุลินทรีย์ชีวภาพตราสินค้าฟังก์ชันธรรมชาติ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ส่วนประสมการตลาด	ความพึงพอใจของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์จุลินทรีย์ชีวภาพตราสินค้าฟังก์ชันธรรมชาติ ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	ความพึงพอใจของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์สมุนไพรของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรและสมุนไพรของผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรผสมสมุนไพรของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ความสวยงามของฉลากบรรจุภัณฑ์ 3.64 (มาก)	อายุการเก็บรักษาของผลิตภัณฑ์ 3.52 (มาก)	มีหลายขนาดให้เลือก 3.63 (มาก)	สี่ 3.45 (ปานกลาง)
ปัจจัยด้านราคา	วิธีการชำระเงินด้วยเงินสด/บัตรเครดิต 3.24 (ปานกลาง)	ราคามาตรฐาน 3.23 (ปานกลาง)	มีการแจ้งราคาสินค้าล่วงหน้า 3.56 (มาก)	มีหลายราคาให้เลือก 3.93 (มาก)
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	มีชั้นวางสินค้าเฉพาะของผลิตภัณฑ์ 3.03 (ปานกลาง)	มีเบอร์โทรฟรีเพื่อสั่งยาหรือให้คำแนะนำลูกค้า 2.56 (ปานกลาง)	สั่งซื้อได้ทางเว็บไซต์ 3.44 (ปานกลาง)	มีวางขายตลอดเวลา 4.27 (มาก)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	มีการออกบูธแนะนำสินค้า 2.69 (ปานกลาง)	มีการแจกตัวอย่างเพื่อทดลองใช้ 2.33 (ปานกลาง)	มีการจัดประชุมให้ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรแก่ลูกค้าโดยผู้เชี่ยวชาญ 3.53 (มาก)	มีพนักงานขายให้บริการ 3.59 (มาก)

จากตารางที่ 39 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในแต่ละด้านของส่วนประสมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ ความสวยงามของฉลากบรรจุภัณฑ์ซึ่งมีความพึงพอใจในระดับมาก ในขณะที่การศึกษาของ ไพฑูรย์ ตั้งยืนยง (2549) ได้แก่ อายุการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ซึ่งมีความพึงพอใจในระดับมาก ส่วนการศึกษาของ นกมล สิทธิชัยชนะกิจ (2549) ได้แก่ มีหลายขนาดให้เลือกซึ่งมีความสำคัญในระดับมาก และการศึกษาของ ณิชฐาภาณี เต็มสิริพจน์ (2547) ได้แก่ สีซึ่งมีความสำคัญในระดับปานกลาง

ปัจจัยด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ วิธีการชำระเงินด้วย เงินสด/บัตรเครดิตซึ่งมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ในขณะที่การศึกษาของ ไพฑูรย์ ตั้งยืนยง (2549) ได้แก่ ราคามาตรฐานซึ่งมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ส่วนการศึกษาของ นกมล สิทธิชัยชนะกิจ (2549) ได้แก่ มีการแจ้งราคาสินค้าล่วงหน้าซึ่งมีความสำคัญในระดับมาก และการศึกษาของ ณิชฐาภาณี เต็มสิริพจน์ (2547) ได้แก่ มีหลายราคาให้เลือกซึ่งมีความสำคัญในระดับมาก

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ มีชั้นวางสินค้าเฉพาะของผลิตภัณฑ์ซึ่งมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ในขณะที่การศึกษาของ ไพฑูรย์ ตั้งยืนยง (2549) ได้แก่ มีเบอร์โทรฟรีเพื่อสั่งยาหรือให้คำแนะนำลูกค้าซึ่งมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ส่วนการศึกษาของ นกมล สิทธิชัยชนะกิจ (2549) ได้แก่ สั่งซื้อได้ทางเว็บไซต์ซึ่งมีความสำคัญในระดับปานกลาง และการศึกษาของ ณิชฐาภาณี เต็มสิริพจน์ (2547) ได้แก่ มีวางขายตลอดเวลาซึ่งมีความสำคัญในระดับมาก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ มีการออกบูธแนะนำสินค้าซึ่งมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ในขณะที่การศึกษาของ ไพฑูรย์ ตั้งยืนยง (2549) ได้แก่ มีการแจกตัวอย่างเพื่อทดลองใช้ซึ่งมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ส่วนการศึกษาของ นกมล สิทธิชัยชนะกิจ (2549) ได้แก่ มีการจัดประชุมให้ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรแก่ลูกค้าโดยผู้เชี่ยวชาญซึ่งมีความสำคัญในระดับมาก และการศึกษาของ ณิชฐาภาณี เต็มสิริพจน์ (2547) ได้แก่ มีพนักงานขายให้บริการซึ่งมีความสำคัญในระดับมาก

5.3 ข้อค้นพบ

จากการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์จูลินทรีย์ชีวภาพตราสินค้า พิงค์ธรรมชาติพบประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์

ส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในปัจจุบันที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ ความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ เช่น ไม่ระคายเคืองผิว ซึ่งมีความพึงพอใจในระดับมาก

นอกจากนั้นยังพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในปัจจุบันที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด 2 อันดับ ได้แก่ ด้านความสวยงามของฉลากบรรจุภัณฑ์ และด้านความชัดเจนและความครบถ้วนของฉลากระบุข้างบรรจุภัณฑ์ ซึ่งทั้งหมดมีความพึงพอใจในระดับมาก

2. ด้านราคา

ส่วนประสมการตลาดด้านราคาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในปัจจุบันที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพซึ่งมีความพึงพอใจในระดับมาก

นอกจากนั้นยังพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในปัจจุบันที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด 2 อันดับได้แก่ วิธีการชำระเงินด้วย เงินสด/บัตรเครดิต และมีหลายระดับราคาให้เลือก ซึ่งทั้งหมดมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในปัจจุบันที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ ด้านสินค้ามีจำหน่ายอย่างสม่ำเสมอซึ่งมีความพึงพอใจในระดับมาก

นอกจากนั้นยังพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในปัจจุบันที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด 4 อันดับ ได้แก่ มีชั้นวางสินค้าเฉพาะของผลิตภัณฑ์ ทำเลที่ตั้งของจุดจำหน่ายสะดวกต่อการเดินทาง สามารถสั่งซื้อทางโทรศัพท์/เว็บไซต์ได้ และบริการจัดส่งให้ถึงบ้าน ซึ่งทั้งหมดมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด

ส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในปัจจุบันที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ มีพนักงานขายให้คำแนะนำผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีความพึงพอใจในระดับมาก

นอกจากนั้นยังพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในปัจจุบันที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด 3 อันดับได้แก่ มีการออกบูธ แนะนำสินค้า มีการสาธิตวิธีใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ และมีการแจกตัวอย่างเพื่อทดลองใช้ ซึ่งทั้งหมดมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

5. ด้านปัญหาและข้อเสนอแนะ

พบว่าปัจจัยย่อยที่เป็นปัญหาแก่ผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้ผลิตภัณฑ์จูลินทรีย์ชีวภาพตราสินค้าฟังก์ชันธรรมชาติมากที่สุดได้แก่ ภาวะบรรเทาสัญลักษณ์รับรองคุณภาพมาตรฐานบนผลิตภัณฑ์ รองลงมาได้แก่ ภาวะบรรเทาอายุบนผลิตภัณฑ์ และควรมีขนาดบรรจุภัณฑ์ที่หลากหลาย

5.4 ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์จูลินทรีย์ชีวภาพตราสินค้าฟังก์ชันธรรมชาติ เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุง พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่พึงพอใจของลูกค้า ปัจจัยที่ผลิตภัณฑ์จูลินทรีย์ชีวภาพตราสินค้าฟังก์ชันธรรมชาติควรแก้ไขเรียงตามลำดับได้แก่ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านผลิตภัณฑ์

1. ด้านราคา

เพื่อให้ลูกค้าตัดสินใจง่ายขึ้น ควรมีหลายระดับราคาที่เหมาะสมกับปริมาณและบรรจุภัณฑ์ ให้เลือก รักษาระดับราคาต่อหน่วยให้คงที่ มีราคาที่เป็นมาตรฐานเดียวกันในทุกพื้นที่ที่จัดจำหน่าย พร้อมทั้งมีป้ายแสดงราคาติดบนผลิตภัณฑ์ทุกชิ้นอย่างชัดเจน ควรพิจารณาเพิ่มช่องทางการรับชำระเงินด้วยการเพิ่มบัญชีของทุกธนาคารหลักเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้ารายย่อยและตัวแทนจำหน่ายสามารถสั่งซื้อทางโทรศัพท์/เว็บไซต์ โดยเลือกโอนผ่านบัญชีธนาคารหรือสามารถชำระเงินด้วยบัตรเครดิตผ่านทางเว็บไซต์ได้

2. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

เพื่อเพิ่มโอกาสในการขายให้มีมากขึ้น ควรพิจารณาเพิ่มจุดจำหน่ายสินค้าโดยคำนึงถึงความสะดวกในการเดินทางของลูกค้า เช่น ควรมีสินค้าวางจำหน่ายตามห้างสรรพสินค้า ร้านสะดวกซื้อ หรือศูนย์การค้า มีชั้นวางสินค้าเฉพาะของผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น โดยกำหนดการจัดวางผลิตภัณฑ์เพื่อให้ลูกค้าเห็นได้ชัดเจนสามารถเลือกซื้อได้อย่างสะดวก ควรมีเบอร์โทรศัพท์ที่ลูกค้าสามารถสั่งซื้อสินค้าหรือขอรับคำแนะนำได้ทุกเวลา จัดทีมงานขายตรงและฝึกอบรมให้มีทักษะการขายสูงสามารถให้ข้อมูล คำแนะนำผลิตภัณฑ์ได้อย่างถูกต้อง และจัดทีมงานขายตรงเจาะลูกค้ากลุ่มองค์กรต่างๆ เช่น บริษัทรับจ้างทำความสะอาด โรงแรม และหน่วยงานราชการที่ต้องจัดซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียวเพื่อใช้ในองค์กร

3. ด้านการส่งเสริมการตลาด

ควรมีการแจกตัวอย่างเพื่อทดลองใช้เมื่อมีผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาด มีกิจกรรมส่งเสริมการตลาดช่วงเทศกาล เช่น ลดราคาในกรณีซื้อเป็นชุด ควรมีการออกบูธแนะนำสินค้าให้บ่อยขึ้นเช่น

ร่วมงานแสดงสินค้าด้านเกษตรอินทรีย์ (Organic) และการตลาดสีเขียว (Green Fair) เพื่อให้ตรงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในส่วน of เว็บไซต์และเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์ควรเพิ่มสาระความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคในเรื่องจุลินทรีย์ สมุนไพรและสิ่งแวดล้อม นอกเหนือจากข้อมูลทั่วไปด้านผลิตภัณฑ์และแหล่งผลิตวัตถุดิบ นอกจากนี้ควรจัดให้มีการโฆษณาในสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ วารสาร สิ่งพิมพ์ (ลงบทความในวารสารเกี่ยวกับสุขภาพ/สิ่งแวดล้อม) ร่วมกิจกรรมเสวนาด้านการตลาดสีเขียว เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ชื่อและตราสินค้าของผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักและจดจำในวงกว้างขึ้น

4. ด้านผลิตภัณฑ์

เพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในการใช้ผลิตภัณฑ์มากขึ้น ควรนำผลิตภัณฑ์ไปขอการรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย (โครงการฉลาดเขียว) พร้อมกับระบุตราสัญลักษณ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองและระบุวันหมดอายุบนผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ควรปรับปรุงฉลากบรรจุภัณฑ์ให้มีความชัดเจน มีรายละเอียดที่เป็นประโยชน์แก่ผู้บริโภคอย่างครบถ้วน ควรให้ฉลากบรรจุภัณฑ์มีสีสันสดใสสะดุดตามีขนาดบรรจุภัณฑ์ที่หลากหลาย และเพิ่มความสะดวกให้แก่ลูกค้าด้วยบรรจุภัณฑ์ชนิดหัวบีบ และบรรจุภัณฑ์ชนิดเติม (Refill) เพื่อช่วยลดมลภาวะ