

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Chiang Mai University

**ภาคผนวก**

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Chiang Mai University

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

### แบบสอบถาม

คำชี้แจง : แบบสอบถามนี้เป็นการหาข้อมูลเพื่อประกอบการศึกษา “ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเฮอ์บาไลฟ์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” สำหรับใช้ในการทำการค้นคว้าแบบอิสระของนักศึกษาปริญญาโทสาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามชุดนี้จะใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ดังนั้นจึงขอความกรุณาท่านตอบแบบสอบถามตามความคิดเห็นและความรู้สึกที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด ผู้วิจัยขอถือโอกาสนี้ขอพระคุณทุกท่านที่กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

กรุณาทำเครื่องหมาย X ลงในช่อง ( ) หน้าข้อความที่ท่านเห็นว่าเหมาะสม

ตอนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลูกค้า

1. เพศ

- ( ) 1. ชาย ( ) 2. หญิง

2. อายุ

- ( ) 1. น้อยกว่า 20 ปี ( ) 2. 20 - 30 ปี  
( ) 3. 31 - 40 ปี ( ) 4. 41 - 50 ปี  
( ) 5. 51 - 60 ปี ( ) 6. 60 ปีขึ้นไป

3. น้ำหนักตัวของท่าน

- ( ) 1. น้อยกว่า 40 กิโลกรัม ( ) 2. 40 - 50 กิโลกรัม  
( ) 3. 51 - 60 กิโลกรัม ( ) 4. 61 - 70 กิโลกรัม  
( ) 5. 71 - 80 กิโลกรัม ( ) 6. มากกว่า 80 กิโลกรัม

4. ส่วนสูงของท่าน

- ( ) 1. น้อยกว่า 130 เซ็นติเมตร ( ) 2. 131 - 140 เซ็นติเมตร  
( ) 3. 141 - 150 เซ็นติเมตร ( ) 4. 151 - 160 เซ็นติเมตร  
( ) 5. 161 - 170 เซ็นติเมตร ( ) 6. มากกว่า 170 เซ็นติเมตร

5. ระดับการศึกษาสูงสุดของท่าน

- ( ) 1. ต่ำกว่ามัธยมศึกษา ( ) 2. มัธยมศึกษา หรือ ปวช.  
( ) 3. อนุปริญญา หรือ ปวส. ( ) 4. ปริญญาตรี  
( ) 5. สูงกว่าปริญญาตรี ( ) 6. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

## 6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของท่าน

- ( ) 1. น้อยกว่า 10,000 บาท ( ) 2. 10,000 – 20,000 บาท  
 ( ) 3. 20,001 – 30,000 บาท ( ) 4. 30,000 – 40,000 บาท  
 ( ) 5. 40,001 – 50,000 บาท ( ) 6. มากกว่า 50,000 บาท

## 7. อาชีพหลักของท่าน

- ( ) 1. รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ( ) 2. ลูกจ้างบริษัทเอกชน  
 ( ) 3. นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ ( ) 4. อาชีพอิสระ  
 ( ) 5. แม่บ้าน/พ่อบ้าน ( ) 6. นักเรียน/นักศึกษา  
 ( ) 7. ขายตรง ( ) 8. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

## 8. ท่านรู้จักผลิตภัณฑ์ได้อย่างไร

- ( ) 1. ญาติของท่านแนะนำ ( ) 2. เพื่อนของท่านแนะนำ  
 ( ) 3. พนักงานขายของบริษัทแนะนำ ( ) 4. เอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์  
 ( ) 5. บทความในวารสาร ( ) 6. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

## 9. สาเหตุที่ท่านเลือกใช้ผลิตภัณฑ์

- ( ) 1. เพื่อสุขภาพที่ดี ( ) 2. เพื่อรูปร่างที่สวยงาม  
 ( ) 3. เพื่อเพิ่มน้ำหนักของท่าน ( ) 4. เพื่อควบคุมน้ำหนักของท่าน  
 ( ) 5. เพื่อลดน้ำหนักของท่าน ( ) 6. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

ตอนที่ 2 : ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจ ในส่วนประสมทางการตลาด(7Ps) ของผลิตภัณฑ์สมุนไพร  
 เพื่อควบคุมน้ำหนักตราเฮอ์บาไลฟ์

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย X ลงในช่องที่แสดงระดับความพึงพอใจ ในผลิตภัณฑ์สมุนไพร  
 เพื่อควบคุมน้ำหนักตราเฮอ์บาไลฟ์

| ส่วนประสมทางการตลาด             | ระดับความพึงพอใจ |      |             |     |               | สำหรับ<br>ผู้วิจัย |
|---------------------------------|------------------|------|-------------|-----|---------------|--------------------|
|                                 | 1                | 2    | 3           | 4   | 5             |                    |
|                                 | น้อย<br>ที่สุด   | น้อย | ปาน<br>กลาง | มาก | มาก<br>ที่สุด |                    |
| ด้านผลิตภัณฑ์                   |                  |      |             |     |               |                    |
| 1. ประเภทของผลิตภัณฑ์หลากหลาย   |                  |      |             |     |               |                    |
| 2. คุณภาพของผลิตภัณฑ์           |                  |      |             |     |               |                    |
| 3. อายุการเก็บรักษาของผลิตภัณฑ์ |                  |      |             |     |               |                    |

| ส่วนประสมทางการตลาด                              | ระดับความพึงพอใจ |      |             |     |               | สำหรับ<br>ผู้วิจัย |
|--|------------------|------|-------------|-----|---------------|--------------------|
|  | 1                | 2    | 3           | 4   | 5             |                    |
|  | น้อย<br>ที่สุด   | น้อย | ปาน<br>กลาง | มาก | มาก<br>ที่สุด |                    |
| ด้านผลิตภัณฑ์                                    |                  |      |             |     |               |                    |
| 4. ความสะดวกในการใช้ผลิตภัณฑ์                    |                  |      |             |     |               |                    |
| 5. รสชาติของผลิตภัณฑ์                            |                  |      |             |     |               |                    |
| 6. ส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ เช่น สารอาหาร<br>ใยอาหาร  |                  |      |             |     |               |                    |
| 7. ผลลัพธ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์                      |                  |      |             |     |               |                    |
| 8. ความสวยงามของหีบห่อ                           |                  |      |             |     |               |                    |
| 9. ความแข็งแรงของหีบห่อ                          |                  |      |             |     |               |                    |
| 10. ขนาดบรรจุของผลิตภัณฑ์                        |                  |      |             |     |               |                    |
| 11. ความสะดวกในการใช้หีบห่อผลิตภัณฑ์             |                  |      |             |     |               |                    |
| 12. หีบห่อผลิตภัณฑ์อำนวยความสะดวกในการเก็บรักษา  |                  |      |             |     |               |                    |
| 13. ความสวยงามของฉลากผลิตภัณฑ์                   |                  |      |             |     |               |                    |
| 14. ความชัดเจนของฉลากผลิตภัณฑ์                   |                  |      |             |     |               |                    |
| 15. ความครบถ้วนของฉลากผลิตภัณฑ์                  |                  |      |             |     |               |                    |
| 16. มีเครื่องหมายองค์กรอาหารและยาแสดงบนหีบห่อ    |                  |      |             |     |               |                    |
| 17. ผลิตภัณฑ์มีชื่อเสียงเป็นที่เชื่อถือของลูกค้า |                  |      |             |     |               |                    |

ข้อเสนอแนะ.....

.....

| ส่วนประสมทางการตลาด             | ระดับความพึงพอใจ |      |             |     |               | สำหรับ<br>ผู้วิจัย |
|---------------------------------|------------------|------|-------------|-----|---------------|--------------------|
|                                 | 1                | 2    | 3           | 4   | 5             |                    |
|                                 | น้อย<br>ที่สุด   | น้อย | ปาน<br>กลาง | มาก | มาก<br>ที่สุด |                    |
| ด้านราคา                        |                  |      |             |     |               |                    |
| 18. มาตรฐานของราคา              |                  |      |             |     |               |                    |
| 19. ราคาของผลิตภัณฑ์ที่เป็นชุด  |                  |      |             |     |               |                    |
| 20. ราคาของผลิตภัณฑ์แต่ละตัว    |                  |      |             |     |               |                    |
| 21. การให้ส่วนลดเมื่อชำระเงินสด |                  |      |             |     |               |                    |

ข้อเสนอแนะ.....

| ส่วนประสมทางการตลาด   | ระดับความพึงพอใจ |      |             |     |               | สำหรับ<br>ผู้วิจัย |
|---|------------------|------|-------------|-----|---------------|--------------------|
|   | 1                | 2    | 3           | 4   | 5             |                    |
|   | น้อย<br>ที่สุด   | น้อย | ปาน<br>กลาง | มาก | มาก<br>ที่สุด |                    |
| ด้านสถานที่   |                  |      |             |     |               |                    |
| 22. ทำเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์สะดวกต่อการเดินทาง         |                  |      |             |     |               |                    |
| 23. ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์มีสาขาพอที่จะให้ท่านเลือกใช้บริการ       |                  |      |             |     |               |                    |
| 24. ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ตั้งอยู่บนทำเลที่ท่านสามารถเห็นได้ชัดเจน |                  |      |             |     |               |                    |

ข้อเสนอแนะ.....

| ส่วนประสมทางการตลาด   | ระดับความพึงพอใจ |      |             |     |               | สำหรับ<br>ผู้วิจัย |
|---|------------------|------|-------------|-----|---------------|--------------------|
|   | 1                | 2    | 3           | 4   | 5             |                    |
|   | น้อย<br>ที่สุด   | น้อย | ปาน<br>กลาง | มาก | มาก<br>ที่สุด |                    |
| ด้านการส่งเสริมการตลาด  |                  |      |             |     |               |                    |
| 25. ความเพียงพอของการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ                              |                  |      |             |     |               |                    |
| 26. ข่าวสารที่ได้รับจากการประชาสัมพันธ์                               |                  |      |             |     |               |                    |
| 27. การส่งเสริมการขายด้วยวิธีต่าง ๆ เช่น การให้ส่วนลด มีของชำร่วย     |                  |      |             |     |               |                    |
| 28. เอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์ที่แจกโดยบริษัท                               |                  |      |             |     |               |                    |
| 29. มีการเผยแพร่บทความหรือรายงานการใช้ผลิตภัณฑ์ในวารสารที่เชื่อถือได้ |                  |      |             |     |               |                    |
| 30. มีการอบรมสัมมนาการให้ความรู้ของผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้า                 |                  |      |             |     |               |                    |

ข้อเสนอแนะ.....

| ส่วนประสมทางการตลาด                            | ระดับความพึงพอใจ |      |             |     |               | สำหรับ<br>ผู้วิจัย |
|--|------------------|------|-------------|-----|---------------|--------------------|
|  | 1                | 2    | 3           | 4   | 5             |                    |
|  | น้อย<br>ที่สุด   | น้อย | ปาน<br>กลาง | มาก | มาก<br>ที่สุด |                    |
| ด้านบุคคล                                      |                  |      |             |     |               |                    |
| 31. บุคลิกลักษณะและกริยามารยาทของพนักงานขาย    |                  |      |             |     |               |                    |
| 32. มีพนักงานของศูนย์บริการคอยให้คำแนะนำสินค้า |                  |      |             |     |               |                    |
| 33. พนักงานขายมีความรู้ในผลิตภัณฑ์             |                  |      |             |     |               |                    |
| 34. ความถี่ในการเยี่ยมลูกค้าของพนักงานขาย      |                  |      |             |     |               |                    |
| 35. การให้บริการลูกค้าของพนักงานมีความสม่ำเสมอ |                  |      |             |     |               |                    |
| 36. การให้ความเป็นกันเองกับลูกค้า              |                  |      |             |     |               |                    |
| 37. การบริการและการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า         |                  |      |             |     |               |                    |

ข้อเสนอแนะ.....

| ส่วนประสมทางการตลาด                                     | ระดับความพึงพอใจ |      |             |     |               | สำหรับ<br>ผู้วิจัย |
|---|------------------|------|-------------|-----|---------------|--------------------|
|   | 1                | 2    | 3           | 4   | 5             |                    |
|   | น้อย<br>ที่สุด   | น้อย | ปาน<br>กลาง | มาก | มาก<br>ที่สุด |                    |
| ด้านกระบวนการ   |                  |      |             |     |               |                    |
| 38. ความสะดวกในการสั่งซื้อ                              |                  |      |             |     |               |                    |
| 39. ขั้นตอนของการสั่งซื้อสินค้าครั้งแรก                 |                  |      |             |     |               |                    |
| 40. ความรวดเร็วในการลงทะเบียนของลูกค้า                  |                  |      |             |     |               |                    |
| 41. ความรวดเร็วในการบริการตรวจวัดไขมัน                  |                  |      |             |     |               |                    |
| 42. บริการจัดส่งที่รวดเร็วตรงเวลา                       |                  |      |             |     |               |                    |
| 43. ความสะดวกในการติดต่อกับพนักงานขาย                   |                  |      |             |     |               |                    |
| 44. มีการแจ้งลูกค้าให้ทราบถึงวิธีการคืนสินค้าที่มีปัญหา |                  |      |             |     |               |                    |

ข้อเสนอแนะ.....  
 .....

| ส่วนประสมทางการตลาด   | ระดับความพึงพอใจ |      |             |     |               | สำหรับ<br>ผู้วิจัย |
|---|------------------|------|-------------|-----|---------------|--------------------|
|   | 1                | 2    | 3           | 4   | 5             |                    |
|   | น้อย<br>ที่สุด   | น้อย | ปาน<br>กลาง | มาก | มาก<br>ที่สุด |                    |
| ด้านลักษณะทางกายภาพ   |                  |      |             |     |               |                    |
| 45. สถานที่จอดรถ  |                  |      |             |     |               |                    |
| 46. ความสะอาดของสถานที่   |                  |      |             |     |               |                    |
| 47. การตกแต่งสถานที่  |                  |      |             |     |               |                    |
| 48. สถานที่นั่งพักและนั่งรอ   |                  |      |             |     |               |                    |
| 49. บรรยากาศในร้าน  |                  |      |             |     |               |                    |
| 50. สถานที่ของศูนย์จำหน่ายกว้างขวางทำให้เลือกชม<br>สินค้าได้สะดวก       |                  |      |             |     |               |                    |
| 51. ผลิตภัณฑ์/ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรอง<br>จากสถาบันนานาชาติ |                  |      |             |     |               |                    |



| ส่วนประสมทางการตลาด  | ระดับความพึงพอใจ |      |             |     |               | สำหรับ<br>ผู้วิจัย |
|--|------------------|------|-------------|-----|---------------|--------------------|
|  | 1                | 2    | 3           | 4   | 5             |                    |
|  | น้อย<br>ที่สุด   | น้อย | ปาน<br>กลาง | มาก | มาก<br>ที่สุด |                    |
| ด้านลักษณะทางกายภาพ  |                  |      |             |     |               |                    |
| 52. ผลิตภัณฑ์มีใบรับรองคุณภาพจากสถาบันที่มีชื่อเสียงในประเทศ |                  |      |             |     |               |                    |
| 53. ผลิตภัณฑ์เคยได้รับรางวัลคุณภาพดีเด่น                     |                  |      |             |     |               |                    |
| 54. ผลิตภัณฑ์ได้รับรองการผลิตตามมาตรฐาน ISO                  |                  |      |             |     |               |                    |

ข้อเสนอแนะ.....  
.....

ตอนที่ 3 : ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาของลูกค้าในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตรา  
เฮอรับาไลฟ์

คำชี้แจง : ท่านเห็นด้วยมากน้อยเพียงใดกับปัญหาต่อไปนี้ กรุณาทำเครื่องหมาย X ลงในช่องที่  
แสดงระดับการเห็นด้วย

| ปัญหา  | ระดับการเห็นด้วย           |                      |                     |                 |                           | สำหรับ<br>ผู้วิจัย |
|--|----------------------------|----------------------|---------------------|-----------------|---------------------------|--------------------|
|  | 1                          | 2                    | 3                   | 4               | 5                         |                    |
|  | เห็นด้วย<br>น้อย<br>ที่สุด | เห็น<br>ด้วย<br>น้อย | เห็นด้วย<br>ปานกลาง | เห็นด้วย<br>มาก | เห็นด้วย<br>มาก<br>ที่สุด |                    |
| ด้านผลิตภัณฑ์  |                            |                      |                     |                 |                           |                    |
| 1. ประเภทของผลิตภัณฑ์ไม่หลากหลาย   |                            |                      |                     |                 |                           |                    |
| 2. ผลิตภัณฑ์ไม่มีคุณภาพ  |                            |                      |                     |                 |                           |                    |
| 3. ผลิตภัณฑ์เก็บไว้ไม่ได้นาน/มีความยุ่งยากในการจัดเก็บ                         |                            |                      |                     |                 |                           |                    |
| 4. ความไม่สะดวกในใช้ผลิตภัณฑ์  |                            |                      |                     |                 |                           |                    |
| 5. รสชาติของผลิตภัณฑ์ไม่หลากหลาย   |                            |                      |                     |                 |                           |                    |
| 6. ส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ เช่น สารอาหาร โยอาหาร ไม่เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า |                            |                      |                     |                 |                           |                    |
| 7. ไม่ได้ผลในการใช้ผลิตภัณฑ์ตามที่คาดหวัง                                      |                            |                      |                     |                 |                           |                    |
| 8. หีบห่อไม่สวยงาม   |                            |                      |                     |                 |                           |                    |

| ปัญหา   | ระดับการเห็นด้วย           |                      |                     |                 |                           | สำหรับ<br>ผู้วิจัย |
|---|----------------------------|----------------------|---------------------|-----------------|---------------------------|--------------------|
|   | 1                          | 2                    | 3                   | 4               | 5                         |                    |
|   | เห็นด้วย<br>น้อย<br>ที่สุด | เห็น<br>ด้วย<br>น้อย | เห็นด้วย<br>ปานกลาง | เห็นด้วย<br>มาก | เห็นด้วย<br>มาก<br>ที่สุด |                    |
| ด้านผลิตภัณฑ์                                       |                            |                      |                     |                 |                           |                    |
| 9. หีบห่อไม่มีความแข็งแรง                           |                            |                      |                     |                 |                           |                    |
| 10. ความไม่สะดวกในการใช้หีบห่อผลิตภัณฑ์             |                            |                      |                     |                 |                           |                    |
| 11. หีบห่อผลิตภัณฑ์ไม่อำนวยความสะดวกในการเก็บรักษา  |                            |                      |                     |                 |                           |                    |
| 12. ฉลากของผลิตภัณฑ์ไม่สวยงาม                       |                            |                      |                     |                 |                           |                    |
| 13. ฉลากผลิตภัณฑ์ไม่ชัดเจน                          |                            |                      |                     |                 |                           |                    |
| 14. ฉลากผลิตภัณฑ์ไม่มีความครบถ้วน                   |                            |                      |                     |                 |                           |                    |
| 15. ไม่มีเครื่องหมายของเครื่องหมายและยาแสดงบนหีบห่อ |                            |                      |                     |                 |                           |                    |
| 16. ผลิตภัณฑ์ไม่มีชื่อเสียงไม่น่าเชื่อถือของลูกค้า  |                            |                      |                     |                 |                           |                    |

ข้อเสนอแนะ.....

| ปัญหา                                   | ระดับการเห็นด้วย           |                      |                     |                 |                           | สำหรับ<br>ผู้วิจัย |
|---|----------------------------|----------------------|---------------------|-----------------|---------------------------|--------------------|
|   | 1                          | 2                    | 3                   | 4               | 5                         |                    |
|   | เห็นด้วย<br>น้อย<br>ที่สุด | เห็น<br>ด้วย<br>น้อย | เห็นด้วย<br>ปานกลาง | เห็นด้วย<br>มาก | เห็นด้วย<br>มาก<br>ที่สุด |                    |
| ด้านราคา                                |                            |                      |                     |                 |                           |                    |
| 17. ราคาผลิตภัณฑ์ไม่มีมาตรฐาน           |                            |                      |                     |                 |                           |                    |
| 18. ราคาของผลิตภัณฑ์ที่เป็นชุดมีราคาแพง |                            |                      |                     |                 |                           |                    |
| 19. ราคาของผลิตภัณฑ์แต่ละตัวมีราคาแพง   |                            |                      |                     |                 |                           |                    |
| 20. ไม่มีส่วนลดเมื่อชำระเงินสด          |                            |                      |                     |                 |                           |                    |

ข้อเสนอแนะ.....

| ปัญหา   | ระดับการเห็นด้วย           |                      |                     |                 |                           | สำหรับ<br>ผู้วิจัย |
|---|----------------------------|----------------------|---------------------|-----------------|---------------------------|--------------------|
|   | 1                          | 2                    | 3                   | 4               | 5                         |                    |
|   | เห็นด้วย<br>น้อย<br>ที่สุด | เห็น<br>ด้วย<br>น้อย | เห็นด้วย<br>ปานกลาง | เห็นด้วย<br>มาก | เห็นด้วย<br>มาก<br>ที่สุด |                    |
| ด้านสถานที่   |                            |                      |                     |                 |                           |                    |
| 21. ท่าเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ไม่สะดวกต่อ<br>การเดินทาง                     |                            |                      |                     |                 |                           |                    |
| 22. ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์มีสาขาไม่พอที่จะให้ท่าน<br>เลือกใช้บริการไม่ให้คำแนะนำสินค้า |                            |                      |                     |                 |                           |                    |
| 23. ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ตั้งอยู่บนทำเลที่ท่านไม่<br>สามารถเห็นได้ชัดเจน              |                            |                      |                     |                 |                           |                    |

ข้อเสนอแนะ.....  
.....

| ปัญหา  | ระดับการเห็นด้วย           |                      |                     |                 |                           | สำหรับ<br>ผู้วิจัย |
|--|----------------------------|----------------------|---------------------|-----------------|---------------------------|--------------------|
|  | 1                          | 2                    | 3                   | 4               | 5                         |                    |
|  | เห็นด้วย<br>น้อย<br>ที่สุด | เห็น<br>ด้วย<br>น้อย | เห็นด้วย<br>ปานกลาง | เห็นด้วย<br>มาก | เห็นด้วย<br>มาก<br>ที่สุด |                    |
| ด้านการส่งเสริมการตลาด   |                            |                      |                     |                 |                           |                    |
| 24. ความไม่เพียงพอของการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ                                  |                            |                      |                     |                 |                           |                    |
| 25. ไม่ได้รับข่าวสารจากการประชาสัมพันธ์                                      |                            |                      |                     |                 |                           |                    |
| 26. ไม่มีการส่งเสริมการขายด้วยวิธีต่างๆ เช่น การให้<br>ส่วนลด มีของชำร่วย    |                            |                      |                     |                 |                           |                    |
| 27. ไม่มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์ที่แจกโดยบริษัท                                 |                            |                      |                     |                 |                           |                    |
| 28. ไม่มีการเผยแพร่บทความหรือรายงานการใช้ผลิต<br>ภัณฑ์ในวารสารที่เชื่อถือได้ |                            |                      |                     |                 |                           |                    |
| 29. ไม่มีการอบรมสัมมนาการให้ความรู้ของผลิตภัณฑ์<br>แก่ลูกค้า                 |                            |                      |                     |                 |                           |                    |

ข้อเสนอแนะ.....  
.....

| ปัญหา   | ระดับการเห็นด้วย           |                      |                     |                     |                           | สำหรับ<br>ผู้วิจัย |
|---|----------------------------|----------------------|---------------------|---------------------|---------------------------|--------------------|
|   | 1                          | 2                    | 3                   | 4                   | 5                         |                    |
|   | เห็นด้วย<br>น้อย<br>ที่สุด | เห็น<br>ด้วย<br>น้อย | เห็นด้วย<br>ปานกลาง | เห็น<br>ด้วย<br>มาก | เห็นด้วย<br>มาก<br>ที่สุด |                    |
| ด้านบุคคล   |                            |                      |                     |                     |                           |                    |
| 30. บุคลิกลักษณะและกริยามารยาทของพนักงานขาย<br>ไม่สุภาพ |                            |                      |                     |                     |                           |                    |
| 31. พนักงานของศูนย์บริการไม่ค่อยให้คำแนะนำสินค้า        |                            |                      |                     |                     |                           |                    |
| 32. พนักงานขายขาดความรู้ในผลิตภัณฑ์                     |                            |                      |                     |                     |                           |                    |
| 33. ไม่มีควมดีในการเชื่อมลูกค้าของพนักงานขาย            |                            |                      |                     |                     |                           |                    |
| 34. การให้บริการลูกค้าของพนักงานไม่มีความสม่ำเสมอ       |                            |                      |                     |                     |                           |                    |
| 35. ไม่ให้ความเป็นกันเองกับลูกค้า                       |                            |                      |                     |                     |                           |                    |
| 36. ไม่มีบริการและการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า                |                            |                      |                     |                     |                           |                    |

ข้อเสนอแนะ.....  
.....

| ปัญหา   | ระดับการเห็นด้วย           |                      |                     |                     |                           | สำหรับ<br>ผู้วิจัย |
|---|----------------------------|----------------------|---------------------|---------------------|---------------------------|--------------------|
|   | 1                          | 2                    | 3                   | 4                   | 5                         |                    |
|   | เห็นด้วย<br>น้อย<br>ที่สุด | เห็น<br>ด้วย<br>น้อย | เห็นด้วย<br>ปานกลาง | เห็น<br>ด้วย<br>มาก | เห็นด้วย<br>มาก<br>ที่สุด |                    |
| ด้านกระบวนการ   |                            |                      |                     |                     |                           |                    |
| 37. ความไม่สะดวกในการสั่งซื้อ                                     |                            |                      |                     |                     |                           |                    |
| 38. มีขั้นตอนที่ซับซ้อนมากเกินไปในการสั่งซื้อสินค้า<br>ครั้งแรก   |                            |                      |                     |                     |                           |                    |
| 39. ความไม่สะดวกในการลงทะเบียนของลูกค้า                           |                            |                      |                     |                     |                           |                    |
| 40. ความล่าช้าในการบริการตรวจวัดไขมัน                             |                            |                      |                     |                     |                           |                    |
| 41. บริการจัดส่งผลิตภัณฑ์ล่าช้ากว่ากำหนด                          |                            |                      |                     |                     |                           |                    |
| 42. ความไม่สะดวกในการติดต่อกับพนักงานขาย                          |                            |                      |                     |                     |                           |                    |
| 43. ไม่มีการแข่งขันลูกค้าให้ทราบถึงวิธีการคืนสินค้าที่มี<br>ปัญหา |                            |                      |                     |                     |                           |                    |

ข้อเสนอแนะ.....  
.....

| ปัญหา   | ระดับการเห็นด้วย           |                      |                     |                     |                           | สำหรับ<br>ผู้วิจัย |
|---|----------------------------|----------------------|---------------------|---------------------|---------------------------|--------------------|
|   | 1                          | 2                    | 3                   | 4                   | 5                         |                    |
|   | เห็นด้วย<br>น้อย<br>ที่สุด | เห็น<br>ด้วย<br>น้อย | เห็นด้วย<br>ปานกลาง | เห็น<br>ด้วย<br>มาก | เห็นด้วย<br>มาก<br>ที่สุด |                    |
| ด้านลักษณะทางกายภาพ   |                            |                      |                     |                     |                           |                    |
| 44. ไม่มีสถานที่จอดรถ   |                            |                      |                     |                     |                           |                    |
| 45. สถานที่ไม่มีความสะดวก   |                            |                      |                     |                     |                           |                    |
| 46. การตกแต่งสถานที่ไม่สวยงาม   |                            |                      |                     |                     |                           |                    |
| 47. สถานที่นั่งพักและนั่งรอไม่เพียงพอ                                       |                            |                      |                     |                     |                           |                    |
| 48. บรรยากาศในร้านไม่สวยงาม ร้อน  |                            |                      |                     |                     |                           |                    |
| 49. สถานที่ของศูนย์จำหน่ายไม่กว้างขวางพอที่จะทำให้<br>เลือกชมสินค้าได้สะดวก |                            |                      |                     |                     |                           |                    |
| 50. ผลิตภัณฑ์/ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ไม่มีการรับรองจาก<br>สถาบันนานาชาติ      |                            |                      |                     |                     |                           |                    |
| 51. ผลิตภัณฑ์ไม่มีใบรับรองคุณภาพจากสถาบันที่มีชื่อ<br>เสียงในประเทศ         |                            |                      |                     |                     |                           |                    |
| 52. ผลิตภัณฑ์ไม่เคยได้รับรางวัลคุณภาพดีเด่น                                 |                            |                      |                     |                     |                           |                    |
| 53. ผลิตภัณฑ์ไม่ได้รับการผลิตตามมาตรฐาน ISO                                 |                            |                      |                     |                     |                           |                    |

ข้อเสนอแนะ.....  
.....

## ประวัติผู้เขียน

|                   |  |   |
|-------------------|--|---|
| ชื่อ              | นายพิทักษ์ ยมจินดา   |   |
| วัน เดือน ปี เกิด | 13 มีนาคม 2511   |   |
| ประวัติการศึกษา   | พ.ศ. 2537 สำเร็จการศึกษาปริญญาตรีวิศวกรรมศาสตรบัณฑิต<br>สาขาวิศวกรรมไฟฟ้า มหาวิทยาลัยศรีปทุม |   |
| ประสบการณ์ทำงาน   | พ.ศ. 2537  | วิศวกรฝ่ายผลิตภัณฑ์ บริษัท แอล ที อี ซี<br>(ประเทศไทย) จำกัด ลำพูน                    |
|                   | พ.ศ. 2541  | วิศวกรฝ่ายกระบวนการผลิต บริษัท เอฟ พี ที ที<br>(ประเทศไทย) จำกัด ลำพูน                |
|                   | พ.ศ. 2543  | ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายผลิตภัณฑ์ บริษัท ชาร์ฟเนอร์ อี เอ็ม ซี<br>(ประเทศไทย) จำกัด ลำพูน |
|                   | 2545-ปัจจุบัน  | ผู้จำหน่ายตรง บริษัท มายด์ แอนด์ แคร่ (ประเทศไทย)<br>จำกัด เชียงใหม่                  |