

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 หลักการและเหตุผล	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	2
1.4 นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 ทฤษฎีแนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
2.1 ทฤษฎีสวนประสมทางการตลาดบริการ	4
2.2 แนวความคิดเกี่ยวกับการขายตรง	6
2.3 แนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ	7
2.4 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	7
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	9
3.1 ขอบเขตเนื้อหา	9
3.2 ขอบเขตประชากร	9
3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	10
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	10
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	10
3.6 ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา	12
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	13
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของลูกค้า	14

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ ของผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเฮอรับาไลฟ์	20
ตอนที่ 3 ปัญหาของลูกค้าในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนัก ตราเฮอรับาไลฟ์	38
ตอนที่ 4 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเฮอรับาไลฟ์ จำแนกตามเพศ อายุ มาตรฐานของน้ำหนักและส่วนสูง รายได้ และอาชีพ	56
ตอนที่ 5 ปัญหาของลูกค้าในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนัก ตราเฮอรับาไลฟ์จำแนกตามเพศ อายุ มาตรฐานของน้ำหนักและส่วนสูง รายได้และอาชีพ	137
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ	227
5.1 สรุปผลการศึกษา	227
5.2 อภิปรายผล	253
5.3 ข้อค้นพบ	254
5.4 ข้อเสนอแนะ	256
บรรณานุกรม	259
ภาคผนวก	260
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	261
ประวัติผู้เขียน	273

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้า จำแนกตามเพศ	14
2 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้า จำแนกตามอายุ	14
3 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้า จำแนกตามน้ำหนักตัว	15
4 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้า จำแนกตามระดับความสูง	15
5 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้า จำแนกตามมาตรฐานของน้ำหนักเทียบกับส่วนสูง	16
6 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้า จำแนกตามระดับการศึกษา	16
7 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้า จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	17
8 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้า จำแนกตามอาชีพหลัก	18
9 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้า จำแนกตามการรู้จักผลิตภัณฑ์	19
10 แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้า จำแนกตามสาเหตุการใช้ผลิตภัณฑ์	19
11 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสม ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเฮอรับาไลฟ์ -ด้านผลิตภัณฑ์	20
12 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสม ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเฮอรับาไลฟ์ -ด้านราคา	24
13 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสม ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเฮอรับาไลฟ์ -ด้านสถานที่	26
14 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสม ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเฮอรับาไลฟ์ -ด้านส่งเสริมการตลาด	28
15 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสม ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเฮอรับาไลฟ์ -ด้านบุคคล	31

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
16 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเฮอรับาไลฟ์ -ด้านกระบวนการ	33
17 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเฮอรับาไลฟ์ -ด้านลักษณะทางกายภาพ	35
18 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยของลูกค้าที่มีต่อปัญหาในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเฮอรับาไลฟ์-ด้านผลิตภัณฑ์	38
19 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยของลูกค้าที่มีต่อปัญหาในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเฮอรับาไลฟ์-ด้านราคา	42
20 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยของลูกค้าที่มีต่อปัญหาในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเฮอรับาไลฟ์-ด้านสถานที่	44
21 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยของลูกค้าที่มีต่อปัญหาในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเฮอรับาไลฟ์-ด้านการส่งเสริมการตลาด	46
22 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยของลูกค้าที่มีต่อปัญหาในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเฮอรับาไลฟ์-ด้านบุคคล	49
23 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยของลูกค้าที่มีต่อปัญหาในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเฮอรับาไลฟ์-ด้านกระบวนการ	51
24 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยของลูกค้าที่มีต่อปัญหาในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเฮอรับาไลฟ์-ด้านลักษณะทางกายภาพ	53
25 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ	56
26 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา จำแนกตามเพศ	58

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
27	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่ จำหน่ายตามเพศ	59
28	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ	60
29	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคล จำหน่ายตามเพศ	61
30	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดด้าน กระบวนการ จำแนกตามเพศ	62
31	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดด้าน ลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามเพศ	63
32	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดด้าน ผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ	64
33	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา จำหน่ายตามอายุ	68
34	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่ จำหน่ายตามอายุ	70
35	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดด้าน การส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ	72
36	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคล จำหน่ายตามอายุ	75
37	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดด้าน กระบวนการ จำแนกตามอายุ	78
38	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดด้าน ลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอายุ	81

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
39 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระดับน้ำหนักร่วมกับส่วนสูง	84
40 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา จำแนกตามระดับน้ำหนักร่วมกับส่วนสูง	87
41 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่ จำแนกตามระดับน้ำหนักร่วมกับส่วนสูง	89
42 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระดับน้ำหนักร่วมกับส่วนสูง	91
43 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคล จำแนกตามระดับน้ำหนักร่วมกับส่วนสูง	93
44 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ จำแนกตามระดับน้ำหนักร่วมกับส่วนสูง	95
45 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามระดับน้ำหนักร่วมกับส่วนสูง	97
46 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	99
47 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	103
48 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	105
49 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	107
50 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคล จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	109

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
51 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดด้าน กระบวนการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	112
52 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดด้าน ลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	115
53 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดด้าน ผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพ	118
54 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา จำแนกตามอาชีพ	122
55 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่ จำแนกตามอาชีพ	124
56 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดด้าน การส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพ	126
57 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคล จำแนกตามอาชีพ	129
58 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดด้าน กระบวนการ จำแนกตามอาชีพ	132
59 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดด้าน ลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอาชีพ	134
60 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร เพื่อควบคุมน้ำหนักตราเฮอ์บาไลฟ์ ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ	137
61 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร เพื่อควบคุมน้ำหนักตราเฮอ์บาไลฟ์ ด้านราคา จำแนกตามเพศ	140
62 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร เพื่อควบคุมน้ำหนักตราเฮอ์บาไลฟ์ ด้านสถานที่ จำแนกตามเพศ	142

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
63	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร เพื่อควบคุมน้ำหนักตราเซอร์บาไลฟ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ	144
64	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร เพื่อควบคุมน้ำหนักตราเซอร์บาไลฟ์ ด้านบุคคล จำแนกตามเพศ	146
65	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร เพื่อควบคุมน้ำหนักตราเซอร์บาไลฟ์ ด้านกระบวนการ จำแนกตามเพศ	148
66	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร เพื่อควบคุมน้ำหนักตราเซอร์บาไลฟ์ ด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามเพศ	150
67	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร เพื่อควบคุมน้ำหนักตราเซอร์บาไลฟ์ ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ	152
68	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร เพื่อควบคุมน้ำหนักตราเซอร์บาไลฟ์ ด้านราคา จำแนกตามอายุ	156
69	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร เพื่อควบคุมน้ำหนักตราเซอร์บาไลฟ์ ด้านสถานที่ จำแนกตามอายุ	158
70	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร เพื่อควบคุมน้ำหนักตราเซอร์บาไลฟ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ	160
71	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร เพื่อควบคุมน้ำหนักตราเซอร์บาไลฟ์ ด้านบุคคล จำแนกตามอายุ	163
72	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร เพื่อควบคุมน้ำหนักตราเซอร์บาไลฟ์ ด้านกระบวนการ จำแนกตามอายุ	166
73	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร เพื่อควบคุมน้ำหนักตราเซอร์บาไลฟ์ ด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอายุ	169
74	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร เพื่อควบคุมน้ำหนักตราเซอร์บาไลฟ์ ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูง	172

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
75	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร เพื่อควบคุมน้ำหนักตราเซอร์บาไลฟ์ ด้านราคา จำแนกตามระดับน้ำหนัก เทียบกับส่วนสูง	175
76	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร เพื่อควบคุมน้ำหนักตราเซอร์บาไลฟ์ ด้านสถานที่ จำแนกตามระดับน้ำหนัก เทียบกับส่วนสูง	177
77	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร เพื่อควบคุมน้ำหนักตราเซอร์บาไลฟ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระดับ น้ำหนักเทียบกับส่วนสูง	179
78	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร เพื่อควบคุมน้ำหนักตราเซอร์บาไลฟ์ ด้านบุคคล จำแนกตามระดับน้ำหนัก เทียบกับส่วนสูง	181
79	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร เพื่อควบคุมน้ำหนักตราเซอร์บาไลฟ์ ด้านกระบวนการ จำแนกตามระดับน้ำหนัก เทียบกับส่วนสูง	183
80	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร เพื่อควบคุมน้ำหนักตราเซอร์บาไลฟ์ ด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามระดับ น้ำหนักเทียบกับส่วนสูง	185
81	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร เพื่อควบคุมน้ำหนักตราเซอร์บาไลฟ์ ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	187
82	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร เพื่อควบคุมน้ำหนักตราเซอร์บาไลฟ์ ด้านราคา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	191
83	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร เพื่อควบคุมน้ำหนักตราเซอร์บาไลฟ์ ด้านสถานที่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	193

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
84 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเซอร์บาไลฟ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	195
85 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเซอร์บาไลฟ์ ด้านบุคคล จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	198
86 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเซอร์บาไลฟ์ ด้านกระบวนการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	201
87 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเซอร์บาไลฟ์ ด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	204
88 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเซอร์บาไลฟ์ ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพ	207
89 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเซอร์บาไลฟ์ ด้านราคา จำแนกตามอาชีพ	211
90 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเซอร์บาไลฟ์ ด้านสถานที่ จำแนกตามอาชีพ	213
91 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเซอร์บาไลฟ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพ	215
92 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเซอร์บาไลฟ์ ด้านบุคคล จำแนกตามอาชีพ	218
93 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเซอร์บาไลฟ์ ด้านกระบวนการ จำแนกตามอาชีพ	221
94 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเซอร์บาไลฟ์ ด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอาชีพ	224