

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเฮอร์บาไลฟ์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ศึกษาสามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของลูกค้า

จากการศึกษาพบว่า พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 66.9 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ร้อยละ 38.7 มีน้ำหนักตัว 51-60 กิโลกรัม ร้อยละ 30.0 มีระดับความสูง 151-160 เซนติเมตร ร้อยละ 42.9 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 50.4 มีรายได้ต่อเดือนเฉลี่ย 10,000-20,000 บาท ร้อยละ 43.7 มีอาชีพลูกจ้างบริษัทเอกชน ร้อยละ 37.3 รู้จักผลิตภัณฑ์โดยเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์ ร้อยละ 42.0 และมีเหตุผลการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อลดน้ำหนัก ร้อยละ 45.7 และมีมาตรฐานของน้ำหนักเทียบกับส่วนสูง สูงกว่ามาตรฐาน ร้อยละ 73.1

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเฮอร์บาไลฟ์

ด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษา พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเฮอร์บาไลฟ์ ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.43 ทั้งนี้ ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดร้อยละ 12.0 ระดับมากร้อยละ 30.5 ระดับปานกลางร้อยละ 43.9 ระดับน้อยร้อยละ 13.4 และระดับน้อยที่สุด ร้อยละ 0.2 นอกจากนี้แล้ว ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากของลูกค้าเรียงตามลำดับ คือ ประเภทของผลิตภัณฑ์หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.83) มีเครื่องหมายองค์กรอาหาร และยาแสดงบนหีบห่อ (ค่าเฉลี่ย 3.74) ความแข็งแรงของหีบห่อ (ค่าเฉลี่ย 3.70) ความสะดวกในการใช้ผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.63) ขนาดบรรจุของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.55) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อระดับความ

พึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลางของลูกค้าเรียงตามลำดับคือ อายุการเก็บรักษาของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.45) ส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ เช่น สารอาหาร โยอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.45) ความสะดวกในการใช้หีบห่อผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.43) หีบห่อผลิตภัณฑ์อำนวยความสะดวกในการเก็บรักษา (ค่าเฉลี่ย 3.43) คุณภาพของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.40) ผลลัพธ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.38) ผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่เชื่อถือของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.30) ความชัดเจนของฉลากผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.26) ความครบถ้วนของฉลากผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.23) ความสวยงามของหีบห่อ (ค่าเฉลี่ย 3.21) รสชาติของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.20) และความสวยงามของฉลากผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.18)

เมื่อจำแนกตามเพศพบว่า ทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.32 และ 3.49) และมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องประเภทของผลิตภัณฑ์หลากหลายเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.87 และ 3.84)

เมื่อจำแนกตามอายุพบว่า อายุต่ำกว่า 20 ปี อายุ 20-30 ปี อายุ 41-50 ปี และอายุ 51-60 ปี ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.22 3.13 3.24 และ 3.47) อายุ 31-40 ปี และอายุ 60 ปีขึ้นไป ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65 และ 3.79) โดยอายุต่ำกว่า 20 ปี และ 41-50 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยเรื่อง มีเครื่องหมายองค์กรอาหารและยาแสดงบนหีบห่อเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.60 และ 3.88) อายุ 20-30 ปี 31-40 ปี และ 51-60 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยเรื่อง ประเภทของผลิตภัณฑ์หลากหลาย เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.58 4.06 และ 4.09) อายุ 60 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยเรื่อง ส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ เช่น สารอาหาร โยอาหาร ความแข็งแรงของหีบห่อ และขนาดบรรจุของผลิตภัณฑ์ เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.50)

เมื่อจำแนกตามน้ำหนักเทียบกับส่วนสูง พบว่า ผู้มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูงต่ำกว่ามาตรฐาน ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54) ผู้มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูงได้มาตรฐาน และสูงกว่ามาตรฐาน ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.43 และ 3.43) โดยผู้มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูงต่ำกว่ามาตรฐานมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องความสะดวกในการใช้ผลิตภัณฑ์เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.25) ผู้มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูงได้มาตรฐาน มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องประเภทของผลิตภัณฑ์หลากหลาย และความแข็งแรงของหีบห่อเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.82) ผู้มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูง สูงกว่ามาตรฐาน มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องประเภทของผลิตภัณฑ์หลากหลาย เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.83)

เมื่อจำแนกตามรายได้พบว่า ผู้มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท 20,001-30,000 บาท และ 30,001-40,000 บาท ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.42 3.27

และ 2.91) ผู้มีรายได้ 10,000-20,000 บาท และ 40,001-50,000 บาท ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.53 และ 3.84) โดยผู้มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท และ 40,001-50,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องมีเครื่องหมายองค์กรอาหารและยาแสดงบนหีบห่อ เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.94 และ 4.67) ผู้มีรายได้ 10,000-20,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องความแข็งแรงของหีบห่อเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.93) ผู้มีรายได้ 20,001-30,000 บาท ให้ความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องประเภทของผลิตภัณฑ์หลากหลายเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.88) ผู้มีรายได้ 30,001-40,000 บาท ให้ความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องความแข็งแรงของหีบห่อ และมีเครื่องหมายองค์กรอาหารและยาแสดงบนหีบห่อ เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.50)

เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างบริษัทเอกชน นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ แม่บ้าน/พ่อบ้าน นักเรียน/นักศึกษา ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.34 3.43 3.26 3.35 และ 3.19) ผู้มีอาชีพอิสระชายตรง ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.58 4.18 และ 3.90) โดยผู้มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ให้ความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องประเภทของผลิตภัณฑ์หลากหลาย และความแข็งแรงของหีบห่อเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.67) ผู้มีอาชีพลูกจ้างบริษัทเอกชน นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ และแม่บ้าน/พ่อบ้าน ให้ความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องประเภทของผลิตภัณฑ์หลากหลายเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.75 4.03 และ 4.00) ผู้มีอาชีพอิสระมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องความแข็งแรงของหีบห่อมีและเครื่องหมายองค์กรอาหารและยาแสดงบนหีบห่อ เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.95) นักเรียน/นักศึกษามีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องมีเครื่องหมายองค์กรอาหารและยาแสดงบนหีบห่อ ลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.10) ผู้มีอาชีพชายตรงมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องผลลัพธ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์ ความแข็งแรงของหีบห่อ ขนาดของบรรจุภัณฑ์ ความสะดวกในการใช้หีบห่อผลิตภัณฑ์ หีบห่อผลิตภัณฑ์อำนวยความสะดวกในการเก็บรักษา และความสวยงามของฉลากผลิตภัณฑ์ เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 5.00)

ด้านราคา

จากการศึกษา พบว่า ลูกคามีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเฮอรับาไลพี ด้านราคาโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.78 ทั้งนี้ลูกคามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดร้อยละ 2.0 ระดับมากร้อยละ 17.4 ระดับปานกลางร้อยละ 35.9 ระดับน้อยร้อยละ 33.6 และระดับน้อยที่สุด ร้อยละ 11.2 นอกจากนี้แล้ว ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลางของลูกคามีเรียงตามลำดับ คือ

มาตรฐานของราคา (ค่าเฉลี่ย 2.99) ราคาของผลิตภัณฑ์ที่เป็นชุด (ค่าเฉลี่ย 2.78) ราคาของผลิตภัณฑ์แต่ละตัว (ค่าเฉลี่ย 2.68) และการให้ส่วนลดเมื่อชำระเงินสด (ค่าเฉลี่ย 2.65)

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า เพศชายและเพศหญิงให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.90 และ 2.72) และมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องมาตรฐานของราคาเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.14 และ 2.92)

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า อายุต่ำกว่า 20 ปี อายุ 20-30 ปี อายุ 31-40 ปี อายุ 41-50 ปี และอายุ 51-60 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.80 3.25 3.41 2.95 และ 3.50) อายุ 60 ปีขึ้นไปให้ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.50 โดยอายุต่ำกว่า 20 ปี อายุ 20-30 ปี อายุ 31-40 ปี อายุ 41-50 ปี และ อายุ 51-60 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่อง มาตรฐานของราคา เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 2.40 2.68 3.49 2.79 และ 2.53) ส่วนอายุ 60 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยทุกเรื่องเป็นลำดับแรกเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.00)

เมื่อจำแนกตามน้ำหนักเทียบกับส่วนสูง พบว่า ผู้มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูงต่ำกว่ามาตรฐาน ได้มาตรฐาน และสูงกว่ามาตรฐานให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.95 2.83 และ 2.75) โดยผู้มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูงต่ำกว่ามาตรฐาน มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องราคาของผลิตภัณฑ์ที่เป็นชุด เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.20) ผู้มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูงได้มาตรฐาน และสูงกว่ามาตรฐานมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยเรื่องมาตรฐานของราคา เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.17 และ 2.93)

เมื่อจำแนกตามรายได้ พบว่า ผู้มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท 10,000-20,000 บาท 20,001-30,000 บาท ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.65 2.92 และ 2.87) ผู้มีรายได้ 30,001-40,000 บาท และ 40,001-50,000 บาท ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.14 และ 2.33) โดยผู้มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท 10,000-20,000 บาท 20,001-30,000 บาท 30,001-40,000 บาท และ 40,001-50,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องมาตรฐานของราคาเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 2.93 3.12 2.99 2.50 และ 2.67)

เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างบริษัทเอกชน นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ อาชีพอิสระ แม่บ้าน/พ่อบ้าน ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.03 2.75 2.83 2.67 2.87 และ 3.34) ผู้เป็นนักเรียน/นักศึกษา ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.21) ผู้มีอาชีพขายตรงให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) โดยผู้มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างบริษัทเอกชน อาชีพอิสระ นักเรียนนักศึกษา มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องมาตรฐานของราคา เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.27 2.95 2.96 2.51 และ 3.55) ผู้มีอาชีพ นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ และแม่บ้าน/พ่อบ้านมี

และแม่บ้าน/พ่อบ้านมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องมาตรฐานของราคาและราคาของผลิตภัณฑ์ที่เป็นชุด เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 2.97 และ 2.96) ผู้มีอาชีพขายตรงมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในทุกเรื่องด้านราคาเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ด้านสถานที่

จากการศึกษา พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราแฮร์บาไลฟ์ ด้านสถานที่โดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.64 ทั้งนี้ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดร้อยละ 1.0 ระดับมากร้อยละ 19.1 ระดับปานกลาง ร้อยละ 37.2 ระดับน้อยร้อยละ 28.0 และระดับน้อยที่สุด ร้อยละ 14.7 นอกจากนี้แล้ว ปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลางของลูกค้าเรียงตามลำดับ คือ ทำเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์สะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 2.81) ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ตั้งอยู่บนทำเลที่ท่านสามารถเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 2.57) และศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์มีสาขาพอที่จะให้ท่านเลือกใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 2.54)

เมื่อจำแนกตามเพศพบว่า เพศชายและเพศหญิงให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.77 และ 2.57) และมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ทำเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์สะดวกต่อการเดินทางเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 2.97 และ 2.72)

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า อายุต่ำกว่า 20 ปี อายุ 41-50 ปี และอายุ 60 ปีขึ้นไป ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 1.67 2.25 และ 2.17) อายุ 20-30 ปี อายุ 31-40 ปี และอายุ 51-60 ปี ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.58 3.12 และ 2.52) โดยอายุต่ำกว่า 20 ปี อายุ 20-30 ปี อายุ 31-40 ปี อายุ 41-50 ปี อายุ 51-60 ปี และอายุ 60 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องทำเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์สะดวกต่อการเดินทางเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 1.80 2.70 3.23 2.48 2.79 และ 2.50)

เมื่อจำแนกตามน้ำหนักเทียบกับส่วนสูง พบว่า ผู้มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูงต่ำกว่ามาตรฐาน ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.62) ผู้มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูงได้มาตรฐาน และสูงกว่ามาตรฐาน ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.64 และ 2.56) โดยผู้มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูงต่ำกว่ามาตรฐาน มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ตั้งอยู่บนทำเลที่ท่านสามารถเห็นได้ชัดเจน เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.70) ผู้มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูงได้มาตรฐาน และสูงกว่ามาตรฐานมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องทำเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์สะดวกต่อการเดินทางเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 2.87 และ 2.73)

เมื่อจำแนกตามรายได้ พบว่า ผู้มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท 30,001-40,000 บาท และ 40,001-50,000 บาท ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.40 1.57 และ 2.44) ผู้มีรายได้ 10,000-20,000 และ 20,001-30,000 บาท ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.81 และ 2.89) โดยผู้มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท 10,000-20,000 บาท 20,001-30,000 บาท 30,001-40,000 บาท และ 40,001-50,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องทำเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์สะดวกต่อการเดินทางเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 2.62 2.95 2.97 1.71 และ 3.00)

เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างบริษัทเอกชน นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ อาชีพอิสระ แม่บ้าน/พ่อบ้าน ขายตรง ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.79 2.70 2.52 2.59 2.71 3.00 และ 2.86) ผู้เป็นนักเรียน/ นักศึกษา ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.23) โดยผู้มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างบริษัทเอกชน นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ อาชีพอิสระ นักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องทำเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์สะดวกต่อการเดินทางเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 2.87 2.89 2.69 2.93 2.32 และ 2.91) ผู้เป็นแม่บ้าน/พ่อบ้านมีความ พึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์มีสาขาพอที่จะให้เลือกใช้บริการเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.00) ผู้มีอาชีพขายตรงมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในทุกเรื่องด้านสถานที่เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.00)

ด้านการส่งเสริมการตลาด

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

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า เพศชายและเพศหญิงให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.12 และ 2.24) โดยเพศชายมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ความเพียงพอ

ของการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 2.51) เพศหญิงมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์ที่แจกโดยบริษัท เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 2.41)

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า อายุต่ำกว่า 20 ปี อายุ 20-30 ปี อายุ 41-50 ปี และอายุ 51-60 ปีไปให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 1.57 2.19 1.93 และ 1.87) อายุ 31-40 ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.65) อายุ 60 ปีขึ้นไป ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 1.33) โดยอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่อง มีการเผยแพร่บทความหรือรายงานการใช้ผลิตภัณฑ์ในวารสารที่เชื่อถือได้เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 2.00) อายุ 20-30 ปี อายุ 31-40 ปี อายุ 51-60 ปี และอายุ 60 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ความเพียงพอของการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 2.55 2.83 2.36 และ 2.00) อายุ 41- 50 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่อง เอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์ที่แจกโดยบริษัทเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 2.08)

เมื่อจำแนกตามน้ำหนักเทียบกับส่วนสูง พบว่า ผู้มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูงต่ำกว่ามาตรฐาน ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.06) ผู้มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูงได้มาตรฐาน และสูงกว่ามาตรฐาน ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.13 และ 2.15) โดยผู้มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูงต่ำกว่ามาตรฐาน ได้มาตรฐาน และสูงกว่ามาตรฐาน มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องความเพียงพอของการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.35 2.50 และ 2.29)

เมื่อจำแนกตามรายได้ พบว่า ผู้มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท 10,000-20,000 บาท 20,001-30,000 บาท 30,001-40,000 บาท และ 40,001-50,000 บาท ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.09 2.34 2.20 1.51 และ 2.06) โดยผู้มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท 10,000-20,000 บาท และ 30,001-40,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องความเพียงพอของการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 2.23 2.65 และ 1.71) ผู้มีรายได้ 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องมีการเผยแพร่บทความหรือรายงานการใช้ผลิตภัณฑ์ในวารสารที่เชื่อถือได้เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 2.45) และผู้มีรายได้ 40,001-50,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องความเพียงพอของการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ และข่าวสารที่ได้รับจากการประชาสัมพันธ์เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 2.33)

เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างบริษัทเอกชน นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ อาชีพอิสระ แม่บ้าน/พ่อบ้าน นักเรียน/นักศึกษา และชายตรง ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.04 2.23 2.42 2.18 2.17 1.91 และ 1.50) ผู้มีอาชีพอื่น ๆ ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.73) โดยผู้มีอาชีพ

รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างบริษัทเอกชน อาชีพอิสระ แม่บ้าน/พ่อบ้าน มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องความเพียงพอของการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 2.38 2.38 2.33 2.70 และ 3.05) ผู้มีอาชีพนักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องความเพียงพอของการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ และมีการเผยแพร่บทความหรือรายงานการใช้ผลิตภัณฑ์ในวารสารที่เชื่อถือได้เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 2.59) นักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องมีการเผยแพร่บทความหรือรายงานการใช้ผลิตภัณฑ์ในวารสารที่เชื่อถือได้เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 2.12) และผู้อาชีพขายตรงมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องความเพียงพอของการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ข่าวสารที่ได้รับจากการประชาสัมพันธ์และมีการเผยแพร่บทความหรือรายงานการใช้ผลิตภัณฑ์ในวารสารที่เชื่อถือได้เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 2.00)

ด้านบุคลากร

จากการศึกษา พบว่า ลูกคามีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเฮอรับาไลฟ์ ด้านบุคลากร โดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.72) ทั้งนี้ลูกคามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดร้อยละ 1.6 ระดับมากร้อยละ 15.1 ระดับปานกลาง ร้อยละ 46.8 ระดับน้อยร้อยละ 27.1 และระดับน้อยที่สุด ร้อยละ 9.4 นอกจากนี้แล้ว ปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลางของลูกค้าเรียงตามลำดับ คือ บุคลิกลักษณะและกริยามารยาทของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.10) มีพนักงานของศูนย์บริการคอยให้คำแนะนำสินค้า (ค่าเฉลี่ย 2.94) การให้ความเป็นกันเองกับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.88) พนักงานขายมีความรู้ในผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 2.80) และการบริการและการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.66) ปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ณ ระดับน้อยได้แก่ การให้บริการลูกค้าของพนักงานมีความสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 2.36) และความถี่ในการเยี่ยมลูกค้าของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 2.32)

เมื่อจำแนกตามเพศพบว่า เพศชายและเพศหญิงให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.58 และ 2.79) และมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่อง บุคลิกลักษณะและกริยามารยาทของพนักงานขายเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.08 และ 3.12)

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า อายุต่ำกว่า 20 ปี อายุ 20-30 ปี อายุ 31-40 ปี และอายุ 41-50 ปี ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.51 2.50 3.19 และ 2.52) อายุ 51-60 ปี และอายุ 60 ปีขึ้นไป ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.29 และ 2.00) โดยอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องบุคลิกลักษณะและกริยามารยาทของพนักงานขาย พนักงานขายมีความรู้ในผลิตภัณฑ์ การให้ความเป็นกันเองกับลูกค้า เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย

3.00) อายุ 20-30 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่อง มีพนักงานของศูนย์บริการคอยให้คำแนะนำสินค้าเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 2.89) อายุ 31-40 ปี อายุ 41-50 ปี และอายุ 51-60 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่อง บุคลิกลักษณะและกริยามารยาทของพนักงานขายเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.55 2.86 และ 2.74) อายุ 60 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องการให้ความเป็นกันเองกับลูกค้าเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.00)

เมื่อจำแนกตามน้ำหนักเทียบกับส่วนสูง พบว่า ผู้มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูงต่ำกว่ามาตรฐาน ได้มาตรฐาน และสูงกว่ามาตรฐานให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.13 2.60 และ 2.73) โดยผู้มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูงต่ำกว่ามาตรฐาน ได้มาตรฐาน และสูงกว่ามาตรฐานมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่อง บุคลิกลักษณะและกริยามารยาทของพนักงานขาย เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.60 3.17 และ 3.05)

เมื่อจำแนกตามรายได้ พบว่า ผู้มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท 10,000-20,000 บาท 20,001-30,000 บาท 30,001-40,000 บาท และ 40,001-50,000 บาท ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.94 2.87 2.75 2.79 และ 3.33) โดยผู้มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่อง มีพนักงานของศูนย์บริการคอยให้คำแนะนำสินค้าเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.03) ผู้มีรายได้ 10,000-20,000 บาท และ 20,001-30,000 บาทมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่อง บุคลิกลักษณะและกริยามารยาทของพนักงานขาย เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.19 และ 3.09) ผู้มีรายได้ 30,001-40,000 บาทมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่อง บุคลิกลักษณะและกริยามารยาทของพนักงานขาย มีพนักงานของศูนย์บริการคอยให้คำแนะนำสินค้า และพนักงานขายมีความรู้ในผลิตภัณฑ์เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.00) และผู้มีรายได้ 40,001-50,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องการให้ความเป็นกันเองกับลูกค้าและการให้บริการและแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.33)

เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ แม่บ้าน/พ่อบ้าน และชายตรง ๆ ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.49 2.47 และ 2.14) ผู้มีอาชีพลูกจ้างบริษัทเอกชน นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ อาชีพอิสระ นักเรียน/นักศึกษา ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.83 2.52 2.71 และ 2.74) โดยผู้มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างบริษัทเอกชน อาชีพอิสระ มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องบุคลิกลักษณะและกริยามารยาทของพนักงานขาย เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 2.98 3.23 2.96 และ 3.55) ผู้มีอาชีพนักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่อง มีพนักงานของศูนย์บริการคอยให้คำแนะนำสินค้าเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.09) ผู้เป็นแม่บ้าน/พ่อบ้าน และอาชีพชายตรง มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่อง บุคลิกลักษณะและกริยามารยาทของพนักงานขาย การให้ความเป็นกันเองกับลูกค้า

และการให้บริการและแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 2.83 และ 3.00) ผู้เป็นนักเรียน/นักศึกษาที่มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่อง บุคลิกลักษณะและกริยามารยาทของพนักงานขาย และการให้ความเป็นกันเองกับลูกค้าเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.05)

ด้านกระบวนการ

จากการศึกษา พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเฮอรับาไลฟ์ ด้านกระบวนการ โดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.95) ทั้งนี้ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดร้อยละ 3.6 ระดับมากร้อยละ 25.4 ระดับปานกลาง ร้อยละ 42.7 ระดับน้อยร้อยละ 19.5 และระดับน้อยที่สุด ร้อยละ 8.8 นอกจากนี้ ปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลางของลูกค้าเรียงตามลำดับ คือ ขั้นตอนของการสั่งซื้อสินค้าครั้งแรก (ค่าเฉลี่ย 3.45) ความสะดวกในการสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.18) ความรวดเร็วในการลงทะเบียนของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.16) บริการจัดส่งที่รวดเร็วตรงเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.06) ความรวดเร็วในการบริการตรวจวัดไขมัน (ค่าเฉลี่ย 2.92) และความสะดวกในการติดต่อกับพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 2.57) และปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยระดับน้อยของลูกค้า คือ มีการแจ้งลูกค้าให้ทราบถึงวิธีการคืนสินค้าที่มีปัญหา (ค่าเฉลี่ย 2.34)

เมื่อจำแนกตามเพศพบว่า ทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.93 และ 2.96) และมีความพึงพอใจในเรื่อง ขั้นตอนของการสั่งซื้อสินค้าครั้งแรก เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.36 และ 3.49)

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า อายุต่ำกว่า 20 ปี อายุ 20-30 ปี อายุ 31-40 ปี อายุ 41-50 ปี อายุ 51-60ปี และอายุ 60 ปีขึ้นไป ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.86 2.64 3.34 2.74 2.74 และ 2.50) โดยอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องความสะดวกในการสั่งซื้อ ขั้นตอนของการสั่งซื้อสินค้าครั้งแรก ความรวดเร็วในการลงทะเบียนของลูกค้า ความรวดเร็วในการบริการตรวจวัดไขมัน เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.40) อายุ 20-30 ปี อายุ 31-40 ปี อายุ 41-50 ปี และ อายุ 51-60ปี ให้ความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ขั้นตอนของการสั่งซื้อสินค้าครั้งแรกเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.21 3.73 3.13 และ 3.62) อายุ 60 ปีขึ้นไป ให้ความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องขั้นตอนของการสั่งซื้อสินค้าครั้งแรก ความรวดเร็วในการลงทะเบียนของลูกค้า ความรวดเร็วในการบริการตรวจวัดไขมัน และบริการจัดส่งที่รวดเร็วตรงเวลาเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.00)

เมื่อจำแนกตามน้ำหนักเทียบกับส่วนสูง พบว่า ผู้มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูงต่ำกว่ามาตรฐาน ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.53) ผู้มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูงได้มาตรฐาน และสูงกว่ามาตรฐาน ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.91 และ 2.92) โดยผู้มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูงต่ำกว่ามาตรฐาน มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องความรวดเร็วในการลงทะเบียนของลูกค้า เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.90) ผู้มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูงได้มาตรฐาน และสูงกว่ามาตรฐานมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องขั้นตอนของการสั่งซื้อสินค้าครั้งแรกเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.46 และ 3.41)

เมื่อจำแนกตามรายได้ พบว่า ผู้มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท 10,000-20,000 บาท 20,001-30,000 บาท และ 40,001-50,000 บาท ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.00 2.95 2.92 และ 3.48) ผู้มีรายได้ 30,001-40,000 บาท ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.37) โดยผู้มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท 10,000-20,000 บาท 20,001-30,000 บาท และ 40,001-50,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องขั้นตอนของการสั่งซื้อสินค้าครั้งแรกเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.55 3.41 3.37 และ 4.33) ผู้มีรายได้ 30,001-40,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องขั้นตอนของการสั่งซื้อสินค้าครั้งแรกและบริการที่จัดส่งรวดเร็วตรงเวลาเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 2.71)

เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างบริษัทเอกชน นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ อาชีพอิสระ แม่บ้าน/พ่อบ้าน นักเรียน/นักศึกษา ชายตรง ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.83 3.01 2.61 2.93 3.09 2.83 3.29 และ 3.47) โดยผู้มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างบริษัทเอกชน อาชีพอิสระ แม่บ้าน/พ่อบ้าน และนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องขั้นตอนของการสั่งซื้อสินค้าครั้งแรกเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.62 3.42 3.63 3.65 และ 3.22) ผู้มีอาชีพนักธุรกิจ/เจ้าของกิจการมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องบริการที่จัดส่งรวดเร็วตรงเวลาเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 2.88) ผู้มีอาชีพชายตรง มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องขั้นตอนของการสั่งซื้อสินค้าครั้งแรก ความรวดเร็วในการลงทะเบียนของลูกค้า ความรวดเร็วในการบริการตรวจวัดไขมัน และบริการที่จัดส่งรวดเร็วตรงเวลาเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.00) ผู้มีอาชีพอื่น ๆ มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องความสะดวกในการสั่งซื้อและขั้นตอนของการสั่งซื้อสินค้าครั้งแรกเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.86)

ด้านลักษณะทางกายภาพ

จากการศึกษา พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเฮอรับาไลท์ ด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมในระดับปานกลาง

(ค่าเฉลี่ย 2.91) ทั้งนี้ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดร้อยละ 5.3 ระดับมากร้อยละ 18.8 ระดับปานกลาง ร้อยละ 39.7 ระดับน้อยร้อยละ 33.7 และระดับน้อยที่สุด ร้อยละ 2.5 นอกจากนี้ บัณฑิตด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลางของลูกค้าเรียงตามลำดับ คือ ผลิตภัณฑ์ที่มีใบรับรองคุณภาพจากสถาบันที่มีชื่อเสียงในประเทศ (ค่าเฉลี่ย 3.24) ผลิตภัณฑ์เคยได้รับรางวัลคุณภาพดีเด่น (ค่าเฉลี่ย 3.16) ผลิตภัณฑ์/ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองจากสถาบันนานาชาติ (ค่าเฉลี่ย 3.04) ผลิตภัณฑ์ได้รับการผลิตตามมาตรฐาน ISO (ค่าเฉลี่ย 3.03) ความสะอาดของสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 2.98) การตกแต่งสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 2.89) สถานที่จอดรถ (ค่าเฉลี่ย 2.75) สถานที่นั่งพักและนั่งรอ (ค่าเฉลี่ย 2.74) บรรยากาศในร้าน (ค่าเฉลี่ย 2.67) และสถานที่ของศูนย์จำหน่ายกว้างขวางทำให้เลือกชมสินค้าได้สะดวก (ค่าเฉลี่ย 2.56)

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า ทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.95 และ 2.88) และมีความพึงพอใจในเรื่องผลิตภัณฑ์ที่มีใบรับรองคุณภาพจากสถาบันที่มีชื่อเสียงในประเทศเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.24 และ 3.25)

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า อายุต่ำกว่า 20 ปี อายุ 20-30 ปี อายุ 31-40 ปี อายุ 41-50 ปี อายุ 51-60ปี และอายุ 60 ปีขึ้นไป ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.54 2.64 3.30 2.66 2.69 และ 2.85) โดยอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ผลิตภัณฑ์/ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองจากสถาบันนานาชาติ เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.60) อายุ 20-30 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ผลิตภัณฑ์เคยได้รับรางวัลคุณภาพดีเด่นเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 2.96) อายุ 31-40 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ความสะอาดของสถานที่เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.65) อายุ 41-50 ปี และ อายุ 51-60ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ผลิตภัณฑ์ที่มีใบรับรองคุณภาพจากสถาบันที่มีชื่อเสียงในประเทศเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.24 และ 3.43) อายุ 60 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ผลิตภัณฑ์/ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองจากสถาบันนานาชาติ ผลิตภัณฑ์ที่มีใบรับรองคุณภาพจากสถาบันที่มีชื่อเสียงในประเทศ ผลิตภัณฑ์เคยได้รับรางวัลคุณภาพดีเด่น และผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองการผลิตตามมาตรฐาน ISO เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.50)

เมื่อจำแนกตามน้ำหนักเทียบกับส่วนสูง พบว่า ผู้มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูงต่ำกว่ามาตรฐาน ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.50) ผู้มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูงได้มาตรฐาน และสูงกว่ามาตรฐาน ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.80 และ 2.89) โดยผู้ที่มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูงต่ำกว่ามาตรฐาน มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ความสะอาดของสถานที่เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.30) ผู้มีระดับน้ำหนัก

เทียบกับส่วนสูงได้มาตรฐาน และสูงกว่ามาตรฐาน มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องผลิตภัณฑ์มีใบรับรองคุณภาพจากสถาบันที่มีชื่อเสียงในประเทศเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.20 และ 3.25)

เมื่อจำแนกตามรายได้พบว่า ผู้มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท 10,000-20,000 บาท 20,001-30,000 บาท 30,001-40,000 บาท และ 40,001-50,000 บาท ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.75 3.03 2.90 2.46 และ 3.23) โดยผู้มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ผลิตภัณฑ์/ศูนย์จำหน่าย ได้รับการรับรองจากสถาบันนานาชาติเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.18) ผู้มีรายได้ 10,000-20,000 บาท และ 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องผลิตภัณฑ์มีใบรับรองคุณภาพจากสถาบันที่มีชื่อเสียงในประเทศเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.46 และ 3.03) ผู้มีรายได้ 30,001-40,000 บาท และ 40,001-50,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องผลิตภัณฑ์มีใบรับรองคุณภาพจากสถาบันที่มีชื่อเสียงในประเทศ ผลิตภัณฑ์เคยได้รับรางวัลคุณภาพดีเด่น และผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองการผลิตตามมาตรฐาน ISO เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.00)

เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างบริษัทเอกชน นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ อาชีพอิสระ แม่บ้าน/พ่อบ้าน นักเรียน/นักศึกษา ชายตรง ให้ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.74 2.96 2.62 2.96 2.87 2.74 3.30 และ 3.45) โดยผู้มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ และอาชีพอิสระมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ผลิตภัณฑ์มีใบรับรองคุณภาพจากสถาบันที่มีชื่อเสียงในประเทศเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.13 3.25 และ 3.28) ผู้มีอาชีพลูกจ้างบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ความสะดวกของสถานที่เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.26) ผู้มีอาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้านมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ผลิตภัณฑ์มีใบรับรองคุณภาพจากสถาบันที่มีชื่อเสียงในประเทศและผลิตภัณฑ์เคยได้รับรางวัลคุณภาพดีเด่น เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.48) ผู้เป็นนักเรียน/นักศึกษามีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องผลิตภัณฑ์/ศูนย์จำหน่าย ได้รับการรับรองจากสถาบันนานาชาติเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.29) ผู้มีอาชีพชายตรง มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องผลิตภัณฑ์/ศูนย์จำหน่ายได้รับการรับรองจากสถาบันนานาชาติ ผลิตภัณฑ์มีใบรับรองคุณภาพจากสถาบันที่มีชื่อเสียงในประเทศ ผลิตภัณฑ์เคยได้รับรางวัลคุณภาพดีเด่น และผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองการผลิตตามมาตรฐาน ISO เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ตอนที่ 3 ปัญหาของลูกค้าในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเฮอรับาไลฟ์

ด้านผลิตภัณฑ์

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

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า ทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.62 และ 2.74) โดยเพศชายมีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ประเภทของผลิตภัณฑ์ไม่หลากหลาย และผลิตภัณฑ์ไม่มีคุณภาพเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 2.82) เพศหญิงมีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ไม่ได้ผลในการใช้ผลิตภัณฑ์ตามที่คาดหวังเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.19)

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า อายุต่ำกว่า 20 ปี อายุ 20-30 ปี อายุ 31- 40 ปี อายุ 41- 50 ปี และอายุ 51-60 ปี มีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.63 2.88 2.64 2.85 และ 2.55) อายุ 60 ปีขึ้นไป มีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.22) โดยอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง รสชาติของผลิตภัณฑ์ไม่หลากหลายเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.40 อายุ 20-30 ปี มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง หีบห่อของผลิตภัณฑ์ไม่อำนวยความสะดวกในการเก็บรักษาเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.30) อายุ 31- 40 ปี มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ประเภทของผลิตภัณฑ์ไม่หลากหลายและไม่ได้ผลในการใช้ผลิตภัณฑ์ตามที่คาดหวังเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 2.80) อายุ 41- 50 ปี

และอายุ 51-60 ปี มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ไม่ได้ผลในการใช้ผลิตภัณฑ์ตามที่คาดหวังเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.47) และ 3.23 อายุ 60 ปีขึ้นไปมีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ประเภทของผลิตภัณฑ์ไม่หลากหลาย ผลิตภัณฑ์ไม่มีคุณภาพ ผลิตภัณฑ์เก็บไว้ไม่ได้นาน มีความยุ่งยากในการจัดเก็บ ฉลากผลิตภัณฑ์ไม่สวยงาม ฉลากผลิตภัณฑ์ไม่ชัดเจน และ ผลิตภัณฑ์ไม่มีชื่อเสียง ไม่น่าเชื่อถือเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 2.50)

เมื่อจำแนกตามน้ำหนักเทียบกับส่วนสูง พบว่า ผู้มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูงต่ำกว่ามาตรฐาน ได้มาตรฐาน และสูงกว่ามาตรฐานมีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.62 2.56 และ 2.74) โดยผู้มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูงต่ำกว่ามาตรฐานมีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ฉลากของผลิตภัณฑ์ไม่สวยงามเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 2.95) ผู้มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูงได้มาตรฐาน มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ประเภทของผลิตภัณฑ์ไม่หลากหลายเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 2.80) ผู้มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูง สูงกว่ามาตรฐาน มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ไม่ได้ผลในการใช้ผลิตภัณฑ์ตามที่คาดหวังเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.11)

เมื่อจำแนกตามรายได้ พบว่า ผู้มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท 10,000-20,000 บาท 20,001-30,000 บาท 30,001-40,000 บาท และ 40,001-50,000 บาท มีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.68 2.60 2.98 2.80 และ 2.52) โดยผู้มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท 10,000-20,000 บาท 30,001-40,000 บาท และ 40,001-50,000 บาท มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ไม่ได้ผลในการใช้ผลิตภัณฑ์ตามที่คาดหวังเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 2.91 2.99 3.36 และ 3.33) ผู้มีรายได้ 20,001-30,000 บาท มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ฉลากของผลิตภัณฑ์ไม่ชัดเจนเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.21)

เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างบริษัทเอกชน นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ อาชีพอิสระ แม่บ้าน/พ่อบ้าน นักเรียน/นักศึกษา มีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.56 2.72 2.76 2.89 2.52 และ 2.84) ผู้มีอาชีพขายตรง มีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.00 และ 2.29) โดยผู้มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง หีบห่อผลิตภัณฑ์ไม่เอื้ออำนวยความสะดวกในการเก็บรักษาเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 2.82) ผู้มีอาชีพลูกจ้างบริษัทเอกชน อาชีพอิสระ และนักเรียนนักศึกษามีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ไม่ได้ผลในการใช้ผลิตภัณฑ์ตามที่คาดหวังเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.16 3.33 และ 3.22) ผู้มีอาชีพนักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง หีบห่อไม่มีความแข็งแรงเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.41) ผู้เป็นแม่บ้าน/พ่อบ้าน มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง รสชาติของผลิตภัณฑ์ไม่

ผลิตภัณฑ์ไม่หลากหลายเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.22) ผู้มีอาชีพขายตรงมีความเห็นด้วยต่อปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยด้านผลิตภัณฑ์ในทุกเรื่อง (ค่าเฉลี่ย 2.00) และผู้มีอาชีพอื่น ๆ มีความเห็นด้วยต่อปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยในเรื่องประเภทของผลิตภัณฑ์ไม่หลากหลายเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.00)

ด้านราคา

จากการศึกษา พบว่า ลูกคามีความเห็นด้วยต่อปัญหาในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเซอร์บาไลฟ์ ด้านราคาโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.25) ทั้งนี้ลูกคามีความเห็นด้วยในระดับมากที่สุดร้อยละ 10.6 ระดับมากที่สุดร้อยละ 30.4 ระดับปานกลางร้อยละ 34.6 ระดับน้อยร้อยละ 22.3 และระดับน้อยที่สุด ร้อยละ 2.1 นอกจากนี้แล้ว ปัญหาด้านราคาที่มีผลต่อระดับความเห็นด้วยที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลางของลูกคามีเรียงตามลำดับ คือราคาผลิตภัณฑ์ที่เป็นชุดมีราคาแพง (ค่าเฉลี่ย 3.36) ราคาของผลิตภัณฑ์แต่ละตัวมีราคาแพง (ค่าเฉลี่ย 3.29) ราคาผลิตภัณฑ์ไม่มีมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 3.22) และไม่มีส่วนลดเมื่อชำระเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.13)

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า ทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.32 และ 3.21) โดยทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความเห็นด้วยต่อปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ราคาผลิตภัณฑ์ที่เป็นชุดมีราคาแพง เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.42 และ 3.33)

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า อายุต่ำกว่า 20 ปี และ อายุ 60 ปีขึ้นไปมีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.95) และ 4.00 อายุ 20-30 ปี อายุ 31- 40 ปี อายุ 41-50 ปี และอายุ 51-60 ปี มีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.25 2.92 3.39 และ 3.45) โดยอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความเห็นด้วยต่อปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ราคาของผลิตภัณฑ์แต่ละตัวมีราคาแพงและไม่มีส่วนลดเมื่อชำระเงินสดเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.20) อายุ 20-30 ปี และ อายุ 31- 40 ปี มีความเห็นด้วยต่อปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยในเรื่องราคาของผลิตภัณฑ์ที่เป็นชุดมีราคาแพงเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.60 และ 3.04) อายุ 40-50 ปีมีความเห็นด้วยต่อปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยในเรื่องราคาของผลิตภัณฑ์แต่ละตัวมีราคาแพงเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.45) อายุ 50-60 ปีมีความเห็นด้วยต่อปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยในเรื่อง เรื่องราคาของผลิตภัณฑ์แต่ละตัวมีราคาแพง และราคาของผลิตภัณฑ์ที่เป็นชุดมีราคาแพงเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.62) และอายุ 60 ปีขึ้นไป มีความเห็นด้วยต่อปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ราคาผลิตภัณฑ์ไม่มีมาตรฐาน ราคาของผลิตภัณฑ์แต่ละตัวมีราคาแพง ราคาของผลิตภัณฑ์ที่เป็นชุดมีราคาแพงและไม่มีส่วนลดเมื่อชำระเงินสดเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.00)

เมื่อจำแนกตามน้ำหนักเทียบกับส่วนสูง พบว่า ผู้มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูงต่ำกว่ามาตรฐาน ได้มาตรฐาน และสูงกว่ามาตรฐานมีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.83 3.11 และ 3.32) โดยผู้มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูงต่ำกว่ามาตรฐาน ได้

มาตรฐาน และสูงกว่ามาตรฐานมีความเห็นด้วยต่อปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยในเรื่องราคาของผลิตภัณฑ์ที่เป็นชุดมีราคาแพงเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.25 3.22 และ 3.41)

เมื่อจำแนกตามรายได้ พบว่า ผู้มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท 10,000-20,000 บาท 20,001-30,000 บาท และ 40,001-50,000 บาท มีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.10 3.19 3.49 และ 3.08) ผู้มีรายได้ 30,001-40,000 บาท มีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.05) โดยผู้มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท 10,000-20,000 บาท และ 20,001-30,000 บาท มีความเห็นด้วยต่อปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยในเรื่องราคาของผลิตภัณฑ์ที่เป็นชุดมีราคาแพงเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.22 3.30 และ 3.55) ผู้มีรายได้ 30,001-40,000 บาท และ 40,001-50,000 บาท มีความเห็นด้วยต่อปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยในเรื่องราคาของผลิตภัณฑ์ที่เป็นชุดมีราคาแพง และ ราคาผลิตภัณฑ์แต่ละตัวมีราคาแพงเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.21 และ 3.33)

เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างบริษัทเอกชน นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ มีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.26 3.06 3.06 และ 2.55) ผู้มีอาชีพอิสระ แม่บ้าน/พ่อบ้าน นักเรียน/นักศึกษา ขายตรง มีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.57 3.57 3.70 และ 4.00) โดยผู้มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความเห็นด้วยต่อปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยในเรื่องราคาผลิตภัณฑ์ไม่มาตรฐาน และราคาผลิตภัณฑ์ที่เป็นชุดมีราคาแพง เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.38) ผู้มีอาชีพลูกจ้างบริษัทเอกชน อาชีพอิสระ มีความเห็นด้วยต่อปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยในเรื่องราคาผลิตภัณฑ์ที่เป็นชุดมีราคาแพง เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.25 3.70 และ 2.73) ผู้เป็นแม่บ้าน/พ่อบ้าน มีความเห็นด้วยต่อปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยในเรื่องไม่มีส่วนลดเมื่อชำระเงินสดเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.83) ผู้เป็นนักเรียน/นักศึกษามีความเห็นด้วยต่อปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยในเรื่องราคาของผลิตภัณฑ์แต่ละตัวมีราคาแพงเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.88) และอาชีพขายตรงมีความเห็นด้วยต่อปัญหาด้านราคาในทุกเรื่อง (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ด้านสถานที่

จากการศึกษา พบว่า ลูกค้ายึดมีความเห็นด้วยต่อปัญหาในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อความชุ่มชื้นหน้ากระดาษเฮอรับาไลท์ ด้านสถานที่โดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.16 ทั้งนี้ ลูกค้ายึดมีความเห็นด้วยในระดับมากที่สุดร้อยละ 10.5 ระดับมากร้อยละ 23.2 ระดับปานกลางร้อยละ 41.2 ระดับน้อยร้อยละ 22.1 และระดับน้อยที่สุด ร้อยละ 3.0 นอกจากนี้แล้ว ปัญหาด้านสถานที่ที่มีผลกระทบต่อระดับความเห็นด้วยที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลางของลูกค้ายึดเรียงตามลำดับ คือ ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์

มีสาขาไม่พอที่จะให้เลือกใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.24) ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ตั้งอยู่บนทำเลที่ไม่สามารถเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.17) และทำเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ไม่สะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 3.07)

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า ทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.31 และ 3.09) โดยทั้งเพศชายมีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์มีสาขาไม่พอที่จะให้เลือกใช้บริการ เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.56) เพศหญิงมีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่องศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ตั้งอยู่บนทำเลที่ไม่สามารถเห็นได้ชัดเจน เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.15)

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า อายุ ต่ำกว่า 20 ปี อายุ 20-30 ปี อายุ 31- 40 ปี อายุ 41- 50 ปี และอายุ 51-60 ปี มีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.47 2.99 2.99 3.18 และ 3.30) อายุ 60 ปีขึ้นไปมีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.50) โดยอายุ ต่ำกว่า 20 ปี มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์มีสาขาไม่พอที่จะให้เลือกใช้บริการ และศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ตั้งอยู่บนทำเลที่ท่านไม่สามารถเห็นได้ชัดเจน เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.60) อายุ 20-30 ปี มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่องทำเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ไม่สะดวกต่อการเดินทางเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.21) อายุ 31- 40 ปี อายุ 51-60 ปี และอายุ 60 ปีขึ้นไปมีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์มีสาขาไม่พอที่จะให้เลือกใช้บริการ เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.13 3.45 และ 5.00) อายุ 41-50 ปี มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่องศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ตั้งอยู่บนทำเลที่ไม่สามารถเห็นได้ชัดเจน เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.41)

เมื่อจำแนกตามน้ำหนักเทียบกับส่วนสูง พบว่า ผู้มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูงต่ำกว่ามาตรฐาน ได้มาตรฐาน และสูงกว่ามาตรฐานมีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.57 3.04 และ 3.24) โดยผู้มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูงต่ำกว่ามาตรฐาน ได้มาตรฐาน และสูงกว่ามาตรฐานมีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์มีสาขาไม่พอที่จะให้เลือกใช้บริการเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 2.60 3.28 และ 3.28)

เมื่อจำแนกตามรายได้ พบว่า ผู้มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท 10,000-20,000 บาท 30,001-40,000 บาท และ 40,001-50,000 บาท มีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.09 3.01 3.43 และ 3.44) ผู้มีรายได้ 20,001-30,000 บาท มีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.53) โดยผู้มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท 10,000-20,000 บาท มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์มีสาขาไม่พอที่จะให้ท่านเลือกใช้บริการเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.16 และ 3.17) ผู้มีรายได้ 20,001-30,000 บาท มีความ

เห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ทำเลที่ตั้งของศูนย์บริการไม่สะดวกต่อการเดินทางเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.72) ผู้มีรายได้ 30,001-40,000 บาท มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ตั้งอยู่บนทำเลที่ไม่สามารถเห็นได้ชัดเจนเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.64) ผู้มีรายได้ 40,001-50,000 บาท มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์มีสาขาไม่พอที่จะให้เลือกรับบริการและศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ตั้งอยู่บนทำเลที่ไม่สามารถเห็นได้ชัดเจนเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.67)

เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างบริษัทเอกชน นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ อาชีพอิสระ แม่บ้าน/พ่อบ้าน นักเรียน/นักศึกษา มีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.19 3.02 3.14 3.29 3.48 3.23 และ 3.05) ผู้มีอาชีพขายตรงมีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) โดยผู้มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ อาชีพอิสระ แม่บ้าน/พ่อบ้าน และ ขายตรง มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์มีสาขาไม่พอที่จะให้เลือกรับบริการ เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.31 3.44 3.61 และ 5.00) ผู้มีอาชีพลูกจ้างบริษัทเอกชน และ นักเรียน/นักศึกษา มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่องศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ตั้งอยู่บนทำเลที่ไม่สามารถเห็นได้ชัดเจน เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.18 และ 3.44) ผู้มีอาชีพนักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่องทำเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ไม่สะดวกต่อการเดินทาง เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.28 และ 3.18)

ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษา พบว่า ลูกค้ำมีความเห็นด้วยต่อปัญหาในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเฮอรับาไลฟ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.47 ทั้งนี้ ลูกค้ำมีความเห็นด้วยในระดับมากที่สุดร้อยละ 17.4 ระดับมากร้อยละ 38.0 ระดับปานกลางร้อยละ 21.2 ระดับน้อยร้อยละ 21.3 และระดับน้อยที่สุด ร้อยละ 2.1 นอกจากนี้แล้ว ปัญหาด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อระดับความเห็นด้วยที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากของลูกค้ำเรียงตามลำดับ คือ ความไม่เพียงพอของการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.70) ไม่ได้รับข่าวสารจากการประชาสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 3.62) ไม่มีการส่งเสริมการขายด้วยวิธีต่าง ๆ เช่น การให้ส่วนลด มีของขวัญ (ค่าเฉลี่ย 3.56) ไม่มีการอบรมสัมมนาการให้ความรู้ของผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.55) ปัญหาด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อระดับความเห็นด้วยมีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง เรียงตามลำดับ คือ ไม่มีการเผยแพร่บทความหรือรายงานการใช้ผลิตภัณฑ์ในวารสารที่เชื่อถือได้ (ค่าเฉลี่ย 3.21) และไม่มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์ที่แจกโดยบริษัท (ค่าเฉลี่ย 3.19)

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า เพศชายมีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.58) เพศหญิงมีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.42) โดยทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ความไม่เพียงพอของการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.78 และ 3.67)

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า อายุต่ำกว่า 20 ปี อายุ 41- 50 ปี อายุ 51-60 ปี และอายุ 60 ปีขึ้นไป มีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.23 3.64 3.94 และ 4.33) อายุ 20-30 ปี อายุ 31- 40 ปี มีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.22 และ 3.11) โดยอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ไม่มีการอบรมสัมมนาการให้ความรู้ของผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้าเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 4.60 อายุ 20-30 ปี อายุ 31- 40 ปี อายุ 41- 50 ปี และอายุ 51-60 ปี มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่องความไม่เพียงพอของการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.40 3.29 3.98 และ 4.23 อายุ 51-60 ปี มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่องความไม่เพียงพอของการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ไม่ได้รับข่าวสารจากการประชาสัมพันธ์ ไม่มีการส่งเสริมการขายด้วยวิธีการต่าง ๆ เช่น การให้ส่วนลด มีของชำร่วย และ ไม่มีการอบรมสัมมนาการให้ความรู้ของผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้า เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 4.50

เมื่อจำแนกตามน้ำหนักเทียบกับส่วนสูง พบว่า ผู้มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูงต่ำกว่ามาตรฐาน และได้มาตรฐานมีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.84 และ 3.23) ผู้มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูง สูงกว่ามาตรฐาน มีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.59) โดยผู้มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูงต่ำกว่ามาตรฐาน มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ไม่มีการเผยแพร่บทความหรือรายงานการใช้ผลิตภัณฑ์ในวารสารที่เชื่อถือได้และไม่มีการอบรมสัมมนาการให้ความรู้ของผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้า เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.10) ผู้มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูงได้มาตรฐาน และสูงกว่ามาตรฐานมีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ความไม่เพียงพอของการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.57 และ 3.84)

เมื่อจำแนกตามรายได้ พบว่า ผู้มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท และ 10,000-20,000 บาท มีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.42 และ 3.34) ผู้มีรายได้ 20,001-30,000 บาท 30,001-40,000 บาท และ 40,001-50,000 บาท มีความเห็นด้วยต่อปัญหา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.78 3.67 และ 3.67) โดยผู้มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท 10,000-20,000 บาท 20,001-30,000 บาท และ 30,001-40,000 บาท มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ความไม่เพียงพอของการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.74 3.49

4.07 และ 4.07) ผู้มีรายได้ 40,001-50,000 บาท มีความเห็นด้วยต่อปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยในเรื่องไม่มีการส่งเสริมการขายด้วยวิธีต่าง ๆ เช่น การให้ส่วนลด มีของชำร่วย เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.00)

เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ อาชีพอิสระ แม่บ้าน/พ่อบ้าน นักเรียน/นักศึกษา ชายตรง มีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51 3.61 3.83 3.83 และ 4.00) ลูกจ้างบริษัทเอกชน นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ มีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.40 3.08 และ 2.90) โดยผู้มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างบริษัทเอกชน นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ อาชีพอิสระ มีความเห็นด้วยต่อปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ความไม่เพียงพอของการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.64 3.59 3.50 และ 3.95) ผู้เป็นแม่บ้าน/พ่อบ้าน มีความเห็นด้วยต่อปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ความไม่เพียงพอของการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ไม่ได้รับข่าวสารจากการประชาสัมพันธ์ และไม่มีการส่งเสริมการขายด้วยวิธีต่าง ๆ เช่น การให้ส่วนลด มีของชำร่วย เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.00) ผู้เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีความเห็นด้วยต่อปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ความไม่เพียงพอของการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ และไม่ได้รับข่าวสารจากการประชาสัมพันธ์ เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.10) ผู้มีอาชีพขายตรงมีความเห็นด้วยต่อปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดในทุกเรื่อง (ค่าเฉลี่ย 4.00) และผู้มีอาชีพอื่น ๆ มีความเห็นด้วยต่อปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ไม่ได้รับข่าวสารจากการประชาสัมพันธ์ เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.33)

ด้านบุคลากร

จากการศึกษา พบว่า ลูกค้ายึดมั่นความคิดเห็นต่อปัญหาในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเฮอรับาไลฟ์ ด้านบุคลากร โดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.01 ทั้งนี้ ลูกค้ายึดมั่นความคิดเห็นด้วยในระดับมากที่สุดร้อยละ 8.0 ระดับมากร้อยละ 20.4 ระดับปานกลางร้อยละ 42.2 ระดับน้อยร้อยละ 23.6 และระดับน้อยที่สุด ร้อยละ 5.8 นอกจากนี้แล้ว ปัญหาด้านบุคลากรที่มีผลต่อระดับความคิดเห็นด้วยที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลางของลูกค้ายึดมั่นตามลำดับ คือ ไม่มีความถี่ในการเชื่อมลูกค้ายของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.34) การให้บริการลูกค้ายของพนักงานไม่มีความสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 3.33) บุคลิกลักษณะและกริยามารยาทของพนักงานขายไม่สุภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.05) ไม่มีการบริการและการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าย (ค่าเฉลี่ย 2.93) ไม่ให้ความเป็นกันเองกับลูกค้าย (ค่าเฉลี่ย 2.86) พนักงานของศูนย์บริการไม่ค่อยให้คำแนะนำสินค้า (ค่าเฉลี่ย 2.81) และพนักงานขายขาดความรู้ในผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 2.76)

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า ทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.08 และ 2.98) โดยทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความเห็นด้วยต่อ

ปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ไม่มีความถี่ในการเยี่ยมชมลูกค้าของพนักงานขายเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.47 และ 3.28)

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า อายุต่ำกว่า 20 ปี และอายุ 60 ปีขึ้นไป มีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66 และ 3.71) อายุ 20-30 ปี อายุ 31-40 ปี อายุ 41-50 ปี และอายุ 51-60 ปี มีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.70 2.69 3.26 และ 3.37) โดยอายุต่ำกว่า 20 ปี อายุ 20-30 ปี อายุ 31-40 ปี และ อายุ 50-60 ปี มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ไม่มีความถี่ในการเยี่ยมชมลูกค้าของพนักงานขายเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.20 3.06 2.81 และ 3.98) อายุ 41-50 ปี มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่องการให้บริการลูกค้าของพนักงานไม่มีความสม่ำเสมอเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.74) อายุ 60 ปีขึ้นไปมีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ไม่มีความถี่ในการเยี่ยมชมลูกค้าของพนักงานขายเป็นลำดับแรก และการให้บริการลูกค้าของพนักงานไม่มีความสม่ำเสมอเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.50)

เมื่อจำแนกตามน้ำหนักเทียบกับส่วนสูง พบว่า ผู้มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูงได้มาตรฐาน และสูงกว่ามาตรฐานมีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.79 และ 3.14) ผู้มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูง ต่ำกว่ามาตรฐาน มีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.22) โดยผู้มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูงต่ำกว่ามาตรฐานและสูงกว่ามาตรฐาน มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่องไม่มีความถี่ในการเยี่ยมชมลูกค้าของพนักงานขายและการให้บริการลูกค้าของพนักงานไม่มีความสม่ำเสมอเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 2.60 และ 3.49) ผู้มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูง ได้มาตรฐานมีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่องไม่มีความถี่ในการเยี่ยมชมลูกค้าของพนักงานขายเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.03)

เมื่อจำแนกตามรายได้ พบว่า ผู้มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท 10,000-20,000 บาท 20,001-30,000 บาท 30,001-40,000 บาท และ 40,001-50,000 บาท มีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.96 2.90 3.26 3.26 และ 3.19) โดยผู้มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท และ 20,001-30,000 บาท มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่องการให้บริการลูกค้าของพนักงานไม่มีความสม่ำเสมอเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.22 และ 3.46) ผู้มีรายได้ 10,000-20,000 และ 30,001-40,000 บาท มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่องไม่มีความถี่ในการเยี่ยมชมลูกค้าของพนักงานขายเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.35) ผู้มีรายได้ 40,001-50,000 บาท มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่องไม่มีความถี่ในการเยี่ยมชมลูกค้าของพนักงานขายและการให้บริการลูกค้าของพนักงานไม่มีความสม่ำเสมอเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.67)

เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้มีอาชีพ รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างบริษัทเอกชน นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ อาชีพอิสระ แม่บ้าน/พ่อบ้าน นักเรียน/นักศึกษา มีความเห็นด้วยต่อปัญหา

โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.13 2.82 2.62 3.28 3.43 3.29 และ 2.62) ผู้มีอาชีพขายตรงมีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) โดยผู้มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างบริษัทเอกชน แม่บ้าน/พ่อบ้าน มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่องการให้บริการลูกค้าของพนักงานไม่มีความสม่ำเสมอเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.78 3.13 และ 3.96) ผู้มีอาชีพนักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่องบุคลิกลักษณะและกิริยามารยาทของพนักงานขายไม่สุภาพเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.12) ผู้มีอาชีพอิสระนักเรียน/นักศึกษา มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่องไม่มีความถี่ในการเยี่ยมชมลูกค้าของพนักงานขายเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.86 และ 3.71) ผู้มีอาชีพขายตรงมีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่องไม่มีความถี่ในการเยี่ยมชมลูกค้าของพนักงานขาย และการให้บริการลูกค้าของพนักงานไม่มีความสม่ำเสมอเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 5.00)

ด้านกระบวนการ

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

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า ทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.90 และ 3.08) โดยเพศชายมีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ความไม่สะดวกในการสั่งซื้อ เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.13) เพศหญิงมีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ความไม่สะดวกในการสั่งซื้อ มีขั้นตอนที่ซับซ้อนมากเกินไปในการสั่งซื้อสินค้าครั้งแรก และความไม่สะดวกในการลงทะเบียนของลูกค้ำ เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.12)

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า อายุต่ำกว่า 20 ปี และอายุ 51-60 ปี มีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71 และ 3.51) อายุ 20-30 ปี อายุ 31-40 ปี อายุ 41- 50 ปี และอายุ 60 ปีขึ้นไปมีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.93

2.59 3.35 และ 3.00) โดยอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ไม่มีการแจ้ง ลูกค้าให้ทราบถึงวิธีการคืนสินค้าที่มีปัญหาเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.40) อายุ 20-30 ปี และอายุ 31-40 ปี มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ความไม่สะดวกในการสั่งซื้อ เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.28 และ 2.85) อายุ 41-50 ปี และอายุ 60 ปีขึ้นไป มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ไม่มีการแจ้งลูกค้าให้ทราบถึงวิธีการคืนสินค้าที่มีปัญหา เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.61 และ 4.00) อายุ 50-60 ปี มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง มีขั้นตอนที่ซับซ้อนมากเกินไปในการสั่งซื้อสินค้าครั้งแรก และไม่มีการแจ้งลูกค้าให้ทราบถึงวิธีการคืนสินค้าที่มีปัญหา เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.68)

เมื่อจำแนกตามน้ำหนักเทียบกับส่วนสูง พบว่า ผู้มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูงต่ำกว่ามาตรฐาน ได้มาตรฐาน และสูงกว่ามาตรฐานมีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.79 2.76 และ 3.12) โดยผู้มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูงต่ำกว่ามาตรฐานมีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่องความไม่สะดวกในการติดต่อกับพนักงานขายเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.25) ผู้มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูงได้มาตรฐานมีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่องความไม่สะดวกในการสั่งซื้อ เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.17) ผู้มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูง สูงกว่ามาตรฐานมีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ไม่มีการแจ้งลูกค้าให้ทราบถึงวิธีการคืนสินค้าที่มีปัญหาเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.38)

เมื่อจำแนกตามรายได้ พบว่า ผู้มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท 10,000-20,000 บาท 20,001-30,000 บาท และ 40,001-50,000 บาท มีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.96 2.89 3.26 และ 3.24) ผู้มีรายได้ 30,001-40,000 บาท มีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) โดยผู้มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่องความไม่สะดวกในการสั่งซื้อ เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.13) ผู้มีรายได้ 10,000-20,000 บาท และ 40,001-50,000 บาท มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ไม่มีการแจ้งลูกค้าให้ทราบถึงวิธีการคืนสินค้าที่มีปัญหาเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.07 และ 3.67) ผู้มีรายได้ 20,001-30,000 บาท มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่องมีขั้นตอนที่ซับซ้อนเกินไปในการสั่งซื้อสินค้าครั้งแรกเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.40) ผู้มีรายได้ 30,001-40,000 บาท มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่องความไม่สะดวกในการติดต่อกับพนักงานขายเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.07)

เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างบริษัทเอกชน นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ อาชีพอิสระ แม่บ้าน/พ่อบ้าน นักเรียน/นักศึกษา มีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.99 3.00 2.99 3.10 3.30 และ 3.37) ผู้มี

อาชีพขายตรง มีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.29 และ 2.25) โดยผู้มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ และขายตรง มีความเห็นด้วยต่อปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ความไม่สะดวกในการสั่งซื้อ เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.22 3.38 และ 3.00) ผู้มีอาชีพลูกจ้างบริษัทเอกชน อาชีพอิสระ นักเรียน/นักศึกษา มีความเห็นด้วยต่อปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ไม่มีการแจ้งให้ลูกค้าทราบถึงวิธีการคืนสินค้าที่มีปัญหาเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.14 3.37 3.71 และ 2.50) ผู้เป็นแม่บ้าน/พ่อบ้านมีความเห็นด้วยต่อปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ความไม่สะดวกในการลงทะเบียนของลูกค้าเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.57) ผู้มีอาชีพพนักงานขายตรงมีความเห็นด้วยต่อปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ความไม่สะดวกในการสั่งซื้อ และไม่มีการแจ้งให้ลูกค้าทราบถึงวิธีการคืนสินค้าที่มีปัญหาเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.00)

ด้านลักษณะทางกายภาพ

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

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า ทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.38 และ 2.44) โดยเพศชายมีความเห็นด้วยต่อปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ไม่มีสถานที่จอดรถเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 2.92) เพศหญิงมีความเห็นด้วยต่อปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยในเรื่อง สถานที่ของศูนย์จำหน่ายไม่กว้างขวางพอที่จะทำให้เลือกชมสินค้าได้สะดวก เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 2.92)

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า อายุต่ำกว่า 20 ปี และอายุ 41-50 ปี มีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.08) และ 2.50 อายุ 20-30 ปี อายุ 31-40 ปี อายุ 51-60 ปี และอายุ 60 ปีขึ้นไปมีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.35 2.28 2.46 และ 2.48) โดยอายุต่ำกว่า 20 ปี อายุ 31-40 ปี อายุ 50-60 ปี และอายุ 60 ปีขึ้นไปมีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ไม่มีสถานที่จอดรถเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.80 2.80 2.91 และ 3.50) อายุ 20-30 ปี และอายุ 41-50 ปี มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง สถานที่ของศูนย์จำหน่ายไม่กว้างขวางพอที่จะทำให้เลือกชมสินค้าได้สะดวก เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 2.91 และ 3.24)

เมื่อจำแนกตามน้ำหนักเทียบกับส่วนสูง พบว่า ผู้มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูงต่ำกว่ามาตรฐาน มีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.59) ผู้มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูงได้มาตรฐาน และสูงกว่ามาตรฐานมีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.23 และ 2.46) โดยผู้มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูงต่ำกว่ามาตรฐาน มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่องบรรยากาศในร้านไม่สวยงาม ร้อน เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.15) ผู้มีระดับน้ำหนักเทียบกับส่วนสูงได้มาตรฐาน และสูงกว่ามาตรฐานมีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ไม่มีสถานที่จอดรถเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 2.88 และ 2.96)

เมื่อจำแนกตามรายได้ พบว่า ผู้มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท และ 10,000-20,000 บาท มีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.46 และ 2.28) ผู้มีรายได้ 20,001-30,000 บาท 30,001-40,000 บาท และ 40,001-50,000 บาท มีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.64 2.57 และ 2.53) โดยผู้มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท และ 20,001-30,000 บาท มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ไม่มีสถานที่จอดรถเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 2.86 และ 3.28) ผู้มีรายได้ 10,000-20,000 บาท และ 30,001-40,000 บาท มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่องสถานที่ของศูนย์จำหน่ายไม่กว้างขวางพอที่จะทำให้เลือกชมสินค้าได้สะดวกเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 2.79 และ 3.57) ผู้มีรายได้ 40,001-50,000 บาท มีความเห็นด้วยต่อปัญหามีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ไม่มีสถานที่จอดรถและสถานที่ของศูนย์จำหน่ายไม่กว้างขวางพอที่จะทำให้เลือกชมสินค้าได้สะดวกเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.00)

เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างบริษัทเอกชน นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ อาชีพอิสระ แม่บ้าน/พ่อบ้าน ชายตรง มีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.39 2.43 2.40 2.34 2.49 1.90 และ 2.11) ผู้เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีความเห็นด้วยต่อปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.72) โดยผู้มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างบริษัทเอกชน นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ อาชีพอิสระ มีความเห็น

ด้วยต่อปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ไม่มีสถานที่จอดรถเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.13 2.86 2.69 2.88 และ 2.73) ผู้เป็นแม่บ้าน/พ่อบ้าน และนักเรียน/นักศึกษามีความเห็นด้วยต่อปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยในเรื่อง สถานที่ของศูนย์จำหน่ายไม่กว้างขวางพอที่จะทำให้เลือกชมสินค้าได้สะดวก เป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.00 และ 3.32) ผู้มีอาชีพขายตรงมีความเห็นด้วยต่อปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยในเรื่อง ไม่มีสถานที่จอดรถ สถานที่ไม่มีความสะอาด และสถานที่ของศูนย์จำหน่ายไม่กว้างขวางพอที่จะทำให้เลือกชมสินค้าได้สะดวกเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.00)

5.2 อภิปรายผล

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตรา เฮอร์บาไลฟ์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีประเด็นที่ควรนำมาอภิปรายผล ดังนี้

จากการศึกษาพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดโดยรวมในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับคือด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านราคา ด้านบุคลากร และด้านสถานที่ และมีความพึงพอใจด้านส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับน้อยนั้น มีความสอดคล้องกับ เลิศศักดิ์ คูยั้งรัตน์ (2545) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการสั่งใช้ยาต้าน โรคอ้วนในผู้ป่วยโรคอ้วนของแพทย์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า แพทย์ให้ความสำคัญมากต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการสั่งใช้ยาต้านโรคอ้วนเป็นอันดับแรก นอกจากนี้ แพทย์ให้ความสำคัญในระดับมาก กับปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านพนักงานขาย การเห็นความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก สอดคล้องกับ เอกรัฐ วิทิตกพัทธ์ (2543) ที่ศึกษาปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการสั่งใช้ยาลดไขมัน ในเลือดของแพทย์ประจำโรงพยาบาลในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลมากที่สุดต่อการสั่งใช้ยาลดไขมัน ในเลือดของแพทย์คือ ตัวยามีประสิทธิภาพในการรักษา ซึ่งจัดเป็นปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนปัจจัยด้านการตลาดที่แพทย์ให้ความสำคัญเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านจัดจำหน่ายและปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด และสอดคล้องกับปฏิพร โพธิ์รังสิยากร (2545) ที่ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของน้ำดื่มตราหน้าไทย พบว่า ข้อมูลด้านความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของน้ำดื่มตราหน้าไทยโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการขนส่งและพนักงาน ซึ่งจัดว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญต่อผู้บริโภคเป็นอันดับแรกเช่นเดียวกัน ส่วนความพึงพอใจของลูกค้าในระดับปานกลางได้แก่ ด้านราคา ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ตามลำดับ ทั้งนี้อาจเนื่องจากปัจจัยต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน ทั้งในด้านคุณลักษณะและข้อจำกัดของผลิตภัณฑ์หรือสินค้า ราคาของสินค้า การส่งเสริมการตลาด รวมถึงกลุ่มผู้บริโภคหรือลูกค้า

และวัตถุประสงค์หรือความต้องการในการใช้ที่แตกต่างกัน นอกจากนี้จากสภาพปัญหาซึ่งพบว่า ลูกค้ำมีปัญหาด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านกระบวนการ ด้านบุคคล และด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง แต่มีปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย โดยประเด็นย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่เป็นปัญหาอันดับแรกคือ ความไม่เพียงพอของการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ประเด็นย่อยด้านราคาที่เป็นปัญหาอันดับแรกคือ ผลิตภัณฑ์ที่เป็นชุดมีราคาแพง ประเด็นย่อยด้านสถานที่ที่เป็นปัญหาอันดับแรกคือ ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์มีสาขาไม่พอที่จะให้เลือกใช้บริการ ประเด็นย่อยด้านกระบวนการที่เป็นปัญหาอันดับแรกคือ ไม่มีการแจ้งลูกค้ำให้ทราบถึงวิธีการคืนสินค้าที่มีปัญหา ประเด็นย่อยด้านบุคคลที่เป็นปัญหาอันดับแรกคือ ไม่มีความถี่ในการเยี่ยม ลูกค้ำของพนักงานขาย ประเด็นย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่เป็นปัญหาอันดับแรกคือ ผลลัพธ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์ และประเด็นย่อยด้านลักษณะทางกายภาพที่เป็นปัญหาอันดับแรกคือ ปัญหาไม่มีสถานที่จอดรถ มีความสอดคล้องกับการศึกษาของ ศศิธร ภูวกุล (2545) ได้ศึกษาเรื่อง ทักษะของผู้บริโภคที่มีต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัทการตลาดแบบหลายชั้น : ศึกษาเปรียบเทียบระหว่าง บริษัท สุฟริเคอร์ม อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด และ บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด พบว่า ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดของ บริษัท สุฟริเคอร์ม อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด มากที่สุด 5 ลำดับแรก คือ ขาดการลดแลกแจกแถม ขาดการโฆษณา ขาดการประชาสัมพันธ์ ผู้จัดจำหน่ายมีวิธีนำเสนอสินค้าไม่น่าสนใจ และผู้ขายขาดการติดตามลูกค้ำ ส่วนปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดของ บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีปัญหามากที่สุด 5 ลำดับแรกคือ ขาดการลดแลกแจกแถม เวลาซื้อต้องชำระด้วยเงินสด ราคาสินค้าไม่ได้มาตรฐาน ขาดการประชาสัมพันธ์ และขาดการโฆษณา

5.3 ข้อค้นพบ

จากการศึกษาพบว่าลูกค้ำ เพศชาย อายุ 41 ปีขึ้นไป มีน้ำหนักตัวมากกว่า 80 กิโลกรัม มีส่วนสูงมากกว่า 170 เซนติเมตร มีน้อย และพบว่าลูกค้ำที่มีน้ำหนักตัวต่ำกว่า 50 กิโลกรัม ส่วนสูงต่ำกว่า 140 เซนติเมตร มีน้อยด้วย แหล่งข้อมูลของผลิตภัณฑ์ที่รู้จักน้อยคือญาติแนะนำ และพนักงานขายของบริษัทแนะนำ สาเหตุในการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นสาเหตุที่น้อยก็คือ เรื่องควบคุมน้ำหนัก

สำหรับส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้ำมีความพึงพอใจน้อย 3 ลำดับสุดท้ายได้แก่ ความสวยงามของฉลากผลิตภัณฑ์ รสชาติของผลิตภัณฑ์ และความสวยงามของหีบห่อ

ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ที่ลูกค้ามีความพึงพอใจน้อย 3 ลำดับสุดท้ายได้แก่ การให้ส่วนลดเมื่อชำระเงินสด ราคาของผลิตภัณฑ์แต่ละตัว และราคาของผลิตภัณฑ์ที่เป็นชุด

ส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่ ที่ลูกค้ามีความพึงพอใจน้อย 3 ลำดับสุดท้ายได้แก่ ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีสาขาพอที่จะให้เลือกใช้บริการ ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ตั้งอยู่บนทำเลที่สามารถเห็นได้ชัดเจน และทำเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์สะดวกต่อการเดินทาง

ส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ลูกค้ามีความพึงพอใจน้อย 3 ลำดับสุดท้ายได้แก่ มีการอบรมสัมมนาการให้ความรู้ของผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้า การส่งเสริมการขายด้วยวิธีต่างๆ เช่นการให้ส่วนลด มีของชำร่วย และเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์ที่แจกโดยบริษัท

ส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร ที่ลูกค้ามีความพึงพอใจน้อย 3 ลำดับสุดท้ายได้แก่ ความดีในการเยี่ยมลูกค้าของพนักงานขาย การให้บริการลูกค้าของพนักงานมีความสม่ำเสมอ และการบริการและการแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า

ส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ ที่ลูกค้ามีความพึงพอใจน้อย 3 ลำดับสุดท้ายได้แก่ มีการแจ้งลูกค้าให้ทราบถึงวิธีการคืนสินค้าที่มีปัญหา ความสะดวกในการติดต่อกับพนักงานขาย และความรวดเร็วในการบริการตรวจวัดไขมัน

ส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ ที่ลูกค้ามีความพึงพอใจน้อย 3 ลำดับสุดท้ายได้แก่ สถานที่ของศูนย์จำหน่ายกว้างขวางทำให้เลือกชมสินค้าได้สะดวก บรรยากาศในร้าน และสถานที่นั่งพักและนั่งรอ

ด้านปัญหาของลูกค้าที่มีต่อด้านผลิตภัณฑ์ 3 ลำดับแรกได้แก่ ไม่ได้ผลในการใช้ผลิตภัณฑ์ตามที่คาดหวัง ความไม่สะดวกในการใช้ผลิตภัณฑ์ และประเภทของผลิตภัณฑ์ไม่หลากหลาย

ปัญหาด้านราคาที่พบมากที่สุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาของผลิตภัณฑ์ที่เป็นชุดมีราคาแพง ราคาของผลิตภัณฑ์แต่ละตัวมีราคาแพง และราคาผลิตภัณฑ์ไม่มีมาตรฐาน

ปัญหาด้านสถานที่ที่พบมากที่สุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์มีสาขาไม่พอที่จะให้เลือกใช้บริการ ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ตั้งอยู่บนทำเลที่ไม่สามารถเห็นได้ชัดเจน และทำเลที่ตั้งศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ไม่สะดวกต่อการเดินทาง

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ที่พบมากที่สุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ความไม่เพียงพอของการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ไม่ได้รับข่าวสารจากการประชาสัมพันธ์ และไม่มีการส่งเสริมการขายด้วยวิธีต่างๆ เช่นการให้ส่วนลด มีของชำร่วย

ปัญหาด้านบุคลากร ที่พบมากที่สุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ไม่มีความดีในการเยี่ยมลูกค้าของพนักงาน การให้บริการลูกค้าของพนักงานไม่มีความสม่ำเสมอ และบุคลิกลักษณะและกริยามารยาทของพนักงานขายไม่สุภาพ

ปัญหาด้านกระบวนการ ที่พบมากที่สุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ไม่มีการแจ้งลูกค้าให้ทราบถึงวิธีการคืนสินค้าที่มีปัญหา ความไม่สะดวกในการสั่งซื้อ และมีขั้นตอนที่ซับซ้อนมากเกินไปในการสั่งซื้อสินค้าครั้งแรก

ปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ ที่พบมากที่สุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ไม่มีสถานที่จอดรถ สถานที่ของศูนย์จำหน่ายไม่กว้างขวางพอที่จะทำให้เลือกชมสินค้าได้สะดวก และสถานที่ไม่มีความสะอาด

5.4 ข้อเสนอแนะ

ผลที่ได้จากการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเฮอรับาไลฟ์ ผู้ดำเนินการธุรกิจ ควรจะแก้ไขปัญหาทุก ๆ ข้อไม่ว่าจะเป็นปัญหา มากหรือปัญหาน้อยก็ตาม และแก้ไขปัจจัยที่มีความพึงพอใจน้อยด้วย ซึ่งมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

ในด้านผลิตภัณฑ์ ควรจะมีผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายประเภทของผลิตภัณฑ์ เช่น ผลิตภัณฑ์สำหรับควบคุมหรือดักจับไขมันอิ่มตัว หรือผลิตภัณฑ์สำหรับบำรุงร่างกาย มีส่วนผสมหลายแบบตามความเหมาะสมของแต่ละบุคคล เช่น สำหรับบุคคลที่ขาดแคลนวิตามินก็สามารถใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีสารแคลเซียมผสมในผลิตภัณฑ์และสามารถใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อชดเชยสารแคลเซียมที่ร่างกายขาดไปได้ ผลิตภัณฑ์ควรรักษาคุณภาพให้ได้มาตรฐานอย่างสม่ำเสมอให้เป็นที่ยอมรับของลูกค้า และมีเครื่องหมาย ออ. หีบห่อควรจะช่วยงานสะดวก มีคำอธิบายวิธีการใช้ วัน เดือน ปี ที่ผลิตและหมดอายุ ส่วนผสม ข้อห้าม ควรอธิบายให้ครบถ้วน หีบห่อควรมีความแข็งแรงและป้องกันความชื้นได้ดี สะดวกต่อการใช้งาน ควรมีขนาดของผลิตภัณฑ์หลายขนาดให้ลูกค้าได้เลือกใช้หรือขนาดทดลองใช้ให้ลูกค้าได้ทดลอง หีบห่อสวยงามสะดวก ภูมิใจให้ใช้ผลิตภัณฑ์รวมไปถึงการใช้หีบห่อในการโฆษณาได้อีกด้วย ควรมีวิธีการใช้ผลิตภัณฑ์อย่างละเอียด มีคู่มือในการใช้ผลิตภัณฑ์ และมีพนักงานให้คำแนะนำในการใช้ผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้าเพื่อให้ได้ผลในการใช้ผลิตภัณฑ์ตามที่ลูกค้าคาดหวังเอาไว้

ในด้านราคา ควรจะมีราคาขายที่เป็นมาตรฐานเดียวกันหรือให้เท่ากันทุก ๆ ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ ทั้งราคาผลิตภัณฑ์ที่เป็นชุด หรือผลิตภัณฑ์แต่ละตัว ควรจะมีส่วนลดสำหรับลูกค้าประจำ หรือส่วนลดให้กับลูกค้าที่จ่ายเงินสด หรือที่เป็นสมาชิก หรือสำหรับผู้ที่สามารถหาลูกค้าได้

ในด้านสถานที่ ด้านทำเลที่ตั้งถ้าเป็นไปได้ควรตั้งในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทาง หรือควรมีสาขาตามที่ตั้งต่าง ๆ เช่น ศูนย์การค้า หรือในแหล่งชุมชน และมีที่จอดรถสะดวก ควรตกแต่งสถานที่ให้สะอาด สวยงามสะดวก เพื่อภูมิใจและเกิดความเชื่อมั่น

ในเรื่องการส่งเสริมการตลาด ควรให้มีการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น โดยผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ จดหมายตรง และให้มีกิจกรรมการส่งเสริมการขายให้น่าสนใจ เช่น มีการลดราคาเป็นช่วงๆ มีการลดราคาในกรณีซื้อเป็นชุด มีของชำร่วยแจก หรือมีการสะสมแต้มเพื่อรับของรางวัล ควรมีการเผยแพร่คุณสมบัติในวารสารทางการแพทย์ วารสารเพื่อสุขภาพ รวมถึงนิตยสารสำหรับสุภาพสตรี และควรมีการจัดสัมมนาให้ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ให้แก่ลูกค้าและผู้ที่เกี่ยวข้องเป็นประจำ ส่งข่าวถึงลูกค้าที่เป็นสมาชิกอย่างสม่ำเสมอ

ในเรื่องของด้านบุคลากร ควรจัดให้มีการฝึกอบรมแก่พนักงาน คัดเลือกพนักงานที่มีความรู้ความสามารถ บุคลิก ลักษณะที่ดี อบรมให้ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ และมีพนักงานประจำที่มีความสามารถในการให้บริการลูกค้าเพื่อให้คำแนะนำกับลูกค้า และมีความรักในงานด้านการบริการ ให้พนักงานมีการต้อนรับลูกค้าอย่างเสมอภาค และให้พนักงานยิ้มเยื่อนลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ แก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างถูกต้อง และรวดเร็ว มีแผนกให้คำปรึกษาโดยเฉพาะ ทำงานถูกต้อง เร็ว อัจฉริยะดี สุภาพ แต่งกายน่าเชื่อถือ นักขายที่จะประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจขายตรง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในธุรกิจขายตรง จะต้องอาศัยอุปนิสัยส่วนตัวในการทำงาน และมีระเบียบวินัยในการปฏิบัติงานที่ดี ดังต่อไปนี้ มีความคิดริเริ่ม คิดค้นหาวิธีนำเสนอขายใหม่ ๆ แก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ เป็นนักแสวงหาโอกาสไม่อยู่เฉย ๆ รอให้โชคมาหาเอง ชอบพบปะพูดคุยกับคนอื่น ๆ ชอบการสมาคม มีมนุษยสัมพันธ์ดี มีความยินดีที่จะช่วยเหลือบุคคลอื่น มีน้ำใจ อัจฉริยะดี ยิ้มแย้มแจ่มใส รวมทั้งต้องมีบุคลิกภาพที่ดี การแต่งกายสุภาพเรียบร้อยสะอาด ทำให้เกิดความน่าเชื่อถือ มีผู้ยกยอค่าสมาคมสนทนาคด้วย มีความขยัน กระตือรือร้น มุมานะในการปฏิบัติงาน ไม่ท้อแท้ ท้อถอย ไม่กลัวความล้มเหลว มีกำลังใจดี เชื้อมั่นและรักในอาชีพงานขาย ที่สำคัญมีความรับผิดชอบสูง มีแผนงานการตลาดดี ชอบเรียนรู้ แสวงหาข้อมูลใหม่ ๆ มาประยุกต์กับแผนงานตลาด พัฒนาทั้งแผนและตนเองอยู่ตลอดเวลา มีความสามารถในการปฏิบัติงานขาย เรียนรู้และฝึกฝนศิลปะการขาย ขั้นตอนการขายให้ชำนาญ

ในด้านกระบวนการ ควรให้ความสะดวกในการสั่งซื้อ การลงทะเบียน เช่น มีการสั่งซื้อทางไปรษณีย์ ทางโทรศัพท์ ทางอินเทอร์เน็ต ควรมีขั้นตอนในการสั่งซื้อที่สะดวก มีการจัดส่งตรงเวลา และควรมีการรับคืนสินค้าที่มีปัญหา มีความสะดวกในการติดต่อกับพนักงาน เช่น เพิ่มคู่มือโทรศัพท์ที่ศูนย์บริการ หรือโทรศัพท์ติดตามตัว

ลักษณะทางกายภาพ ควรมีสถานที่จอดรถให้เพียงพอ ให้มีการตกแต่งภายในและภายนอกของศูนย์บริการให้สวยงาม มีความสะอาดกว้างขวาง มีสถานที่นั่งพักและนั่งคอยให้เพียงพอ มีหนังสือพิมพ์ น้ำดื่ม และโทรทัศน์ ไว้บริการเวลาที่นั่งคอย ห้องน้ำ และเครื่องมือ เครื่องใช้ควรจะสะอาด และทันสมัย บรรยากาศเย็นสบาย เพื่อสร้างความประทับใจแก่ลูกค้า

นอกจากนั้นควรจะมีกล่องรับความคิดเห็นไว้ให้สำหรับลูกค้าคอยเขียนคำแนะนำ หรือคำติชม หรือข้อแก้ไข ข้อควรปรับปรุง เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และสำหรับผู้ดำเนินการธุรกิจ คอยแก้ไข ปรับปรุง ศูนย์บริการ

สำหรับโอกาสทางการตลาด ยังมีอีกมากมาย เช่น เพศชายที่มีอายุตั้งแต่ 50 ปี ขึ้นไปมาใช้บริการน้อย ผู้ที่มีเงินเดือน 30,000 ขึ้นไปมาใช้บริการน้อยอยู่ อาชีพขายตรง พ่อบ้าน แม่บ้าน และขายตรง ยังมาใช้บริการน้อย ควรจะมีการชักจูงให้บุคคลกลุ่มเหล่านี้มาใช้บริการให้มากขึ้น อาจจะใช้วิธีการให้พนักงานออกไปติดต่อหรือส่งจดหมายโดยตรง หรือมีเอกสารแจกไว้ตามสถานที่สำคัญ เช่น ศูนย์การค้าต่าง ๆ

นอกจากนี้ในการเสนอขาย การบริการลูกค้าควรจะดูจากข้อมูลที่ได้จากการศึกษา ซึ่งมีความแตกต่างกันในด้านความพอใจ และปัญหาที่แตกต่างกัน ตาม เพศ อายุ น้ำหนัก ส่วนสูง รายได้ และอาชีพ เช่น ในเรื่องการส่งเสริมทางการตลาด เพศชาย มีความพึงพอใจในการผ่านสื่อต่าง ๆ เพศหญิง มีความพึงพอใจ ในด้านเอกสารที่แจกโดยทางบริษัท เป็นต้น