

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
ABSTRACT	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ถ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และ ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	5
แนวคิด และทฤษฎี	5
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	9
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	11
ขอบเขตการศึกษา	11
วิธีการศึกษา	13
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	13
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	14
สถานที่ในการดำเนินการและรวบรวมข้อมูล	15
ระยะเวลาในการดำเนินการ	15
บทที่ 4 ผลการศึกษา	16
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม	16

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา (ต่อ)	
ส่วนที่ 2 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับบริษัท ทีซีส เฮลท์ ฮับ จำกัด	21
ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์สมุนไพรต่อส่วนประสม การตลาดของบริษัท ทีซีส เฮลท์ ฮับ จำกัด	22
ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจในภาพรวมต่อการให้บริการของบริษัท ทีซีส เฮลท์ ฮับ จำกัด	210
ส่วนที่ 5 ปัญหาและข้อเสนอแนะ	210
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	213
สรุปผลการศึกษา	213
อภิปรายผลการศึกษา	233
ข้อค้นพบ	236
ข้อเสนอแนะ	241
ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป	244
ข้อจำกัดในการศึกษา	244
บรรณานุกรม	245
ภาคผนวก	247
แบบสอบถาม	248
ประวัติผู้เขียน	255

สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	16
ตารางที่ 2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	17
ตารางที่ 3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	17
ตารางที่ 4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจังหวัดที่ตั้งของร้านค้า	18
ตารางที่ 5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบของร้านค้า	18
ตารางที่ 6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาดำเนินธุรกิจ	19
ตารางที่ 7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยอดขายร้านค้าโดยรวมเฉลี่ยต่อเดือน	20
ตารางที่ 8	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาการติดต่อซื้อขายสินค้ากับบริษัท ทีซีเอส เฮลท์ ฮับ จำกัด	21
ตารางที่ 9	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกลุ่มผลิตภัณฑ์จากบริษัท ทีซีเอส เฮลท์ ฮับ จำกัด ที่จัดจำหน่าย	21
ตารางที่ 10	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังก่อนได้รับบริการของผู้ตอบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์	22
ตารางที่ 11	แสดงค่าเฉลี่ยระดับบริการที่ได้รับจริงของผู้ตอบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์	23
ตารางที่ 12	แสดงความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังก่อนได้รับบริการและระดับบริการที่ได้รับจริงของผู้ตอบสอบถามต่อปัจจัยส่วนส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์	24
ตารางที่ 13	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังก่อนได้รับบริการของผู้ตอบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา	26

สารบัญตาราง (ต่อ)

		หน้า	
ตารางที่	14	แสดงค่าเฉลี่ยระดับบริการที่ได้รับจริงของผู้ตอบสอบถามต่อปัจจัยส่วน ประสมการตลาดด้านราคา	27
ตารางที่	15	แสดงความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังก่อนได้รับบริการ และระดับบริการที่ได้รับจริงของผู้ตอบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสม การตลาดด้านราคา	28
ตารางที่	16	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังก่อนได้รับบริการของผู้ตอบสอบถามต่อ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย	30
ตารางที่	17	แสดงค่าเฉลี่ยระดับบริการที่ได้รับจริงของผู้ตอบสอบถามต่อปัจจัยส่วน ประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย	31
ตารางที่	18	แสดงความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังก่อนได้รับ บริการและระดับบริการที่ได้รับจริงของผู้ตอบสอบถามต่อปัจจัยส่วนส่วน ประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย	32
ตารางที่	19	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังก่อนได้รับบริการของผู้ตอบสอบถามต่อ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด	33
ตารางที่	20	แสดงค่าเฉลี่ยระดับบริการที่ได้รับจริงของผู้ตอบสอบถามต่อปัจจัยส่วน ประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด	35
ตารางที่	21	แสดงความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังก่อนได้รับ บริการและระดับบริการที่ได้รับจริงของผู้ตอบสอบถามต่อปัจจัยส่วนส่วน ประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด	36
ตารางที่	22	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังก่อนได้รับบริการของผู้ตอบสอบถามต่อ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการ	38
ตารางที่	23	แสดงค่าเฉลี่ยระดับบริการที่ได้รับจริงของผู้ตอบสอบถามต่อปัจจัยส่วน ประสมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการ	40
ตารางที่	24	แสดงความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังก่อนได้รับ บริการและระดับบริการที่ได้รับจริงของผู้ตอบสอบถามต่อปัจจัยส่วนส่วน ประสมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการ	41

สารบัญตาราง (ต่อ)

		หน้า
ตารางที่ 25	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังก่อนได้รับบริการของผู้ตอบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพทั่วไป	43
ตารางที่ 26	แสดงค่าเฉลี่ยระดับบริการที่ได้รับจริงของผู้ตอบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพทั่วไป	44
ตารางที่ 27	แสดงความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังก่อนได้รับบริการและระดับบริการที่ได้รับจริงของผู้ตอบสอบถามต่อปัจจัยส่วนส่วนประสมการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพทั่วไป	45
ตารางที่ 28	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังก่อนได้รับบริการของผู้ตอบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากร	46
ตารางที่ 29	แสดงค่าเฉลี่ยระดับบริการที่ได้รับจริงของผู้ตอบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากร	48
ตารางที่ 30	แสดงความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังก่อนได้รับบริการและระดับบริการที่ได้รับจริงของผู้ตอบสอบถามต่อปัจจัยส่วนส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากร	49
ตารางที่ 31	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังก่อนได้รับบริการของผู้ตอบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามจำนวนยอดสั่งซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรเฉลี่ยมากกว่า 10,000 บาทต่อเดือน	53
ตารางที่ 32	แสดงค่าเฉลี่ยระดับบริการที่ได้รับจริงของผู้ตอบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามจำนวนยอดสั่งซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรเฉลี่ยมากกว่า 10,000 บาทต่อเดือน	54
ตารางที่ 33	แสดงความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังก่อนได้รับบริการและระดับบริการที่ได้รับจริงของผู้ตอบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามจำนวนยอดสั่งซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรเฉลี่ยมากกว่า 10,000 บาทต่อเดือน	55

สารบัญตาราง (ต่อ)

		หน้า
ตารางที่ 42	แสดงความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังก่อนได้รับบริการ และระดับบริการที่ได้รับจริงของผู้ตอบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสม การตลาดด้านราคา จำแนกตามจำนวนยอดสั่งซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรเฉลี่ย มากกว่า 10,000 บาทต่อเดือน	66
ตารางที่ 43	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังก่อนได้รับบริการของผู้ตอบสอบถามต่อ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา จำแนกตามจำนวนยอดสั่งซื้อ ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเฉลี่ยมากกว่า 5,000 บาทแต่ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน	68
ตารางที่ 44	แสดงค่าเฉลี่ยระดับบริการที่ได้รับจริงของผู้ตอบสอบถามต่อปัจจัยส่วน ประสมการตลาดด้านราคา จำแนกตามจำนวนยอดสั่งซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพร เฉลี่ยมากกว่า 5,000 บาทแต่ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน	69
ตารางที่ 45	แสดงความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังก่อนได้รับบริการ และระดับบริการที่ได้รับจริงของผู้ตอบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสม การตลาดด้านราคา จำแนกตามจำนวนยอดสั่งซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรเฉลี่ย มากกว่า 5,000 บาทแต่ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน	71
ตารางที่ 46	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังก่อนได้รับบริการของผู้ตอบสอบถามต่อ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา จำแนกตามจำนวนยอดสั่งซื้อ ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเฉลี่ยมากกว่า 3,000 บาทแต่ไม่เกิน 5,000 บาทต่อเดือน	72
ตารางที่ 47	แสดงค่าเฉลี่ยระดับบริการที่ได้รับจริงของผู้ตอบสอบถามต่อปัจจัยส่วน ประสมการตลาดด้านราคา จำแนกตามจำนวนยอดสั่งซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพร เฉลี่ยมากกว่า 3,000 บาทแต่ไม่เกิน 5,000 บาทต่อเดือน	73
ตารางที่ 48	แสดงความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังก่อนได้รับบริการ และระดับบริการที่ได้รับจริงของผู้ตอบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสม การตลาดด้านราคา จำแนกตามจำนวนยอดสั่งซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรเฉลี่ย มากกว่า 3,000 บาทแต่ไม่เกิน 5,000 บาทต่อเดือน	74
ตารางที่ 49	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังก่อนได้รับบริการของผู้ตอบสอบถามต่อ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามจำนวนยอด สั่งซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรเฉลี่ยมากกว่า 10,000 บาทต่อเดือน	76

สารบัญตาราง (ต่อ)

		หน้า
ตารางที่ 50	แสดงค่าเฉลี่ยระดับบริการที่ได้รับจริงของผู้ตอบสอบถามต่อปัจจัยส่วน ประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามจำนวนยอดสั่งซื้อ ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเฉลี่ยมากกว่า 10,000 บาทต่อเดือน	77
ตารางที่ 51	แสดงความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังก่อนได้รับบริการ และระดับบริการที่ได้รับจริงของผู้ตอบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสม การตลาดด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามจำนวนยอดสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ สมุนไพรเฉลี่ยมากกว่า 10,000 บาทต่อเดือน	78
ตารางที่ 52	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังก่อนได้รับบริการของผู้ตอบสอบถามต่อ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามจำนวนยอด สั่งซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรเฉลี่ยมากกว่า 5,000 บาทแต่ไม่เกิน 10,000 บาทต่อ เดือน	79
ตารางที่ 53	แสดงค่าเฉลี่ยระดับบริการที่ได้รับจริงของผู้ตอบสอบถามต่อปัจจัยส่วน ประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามจำนวนยอดสั่งซื้อ ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเฉลี่ยมากกว่า 5,000 บาทแต่ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน	81
ตารางที่ 54	แสดงความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังก่อนได้รับบริการ และระดับบริการที่ได้รับจริงของผู้ตอบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสม การตลาดด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามจำนวนยอดสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ สมุนไพรเฉลี่ยมากกว่า 5,000 บาทแต่ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน	82
ตารางที่ 55	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังก่อนได้รับบริการของผู้ตอบสอบถามต่อ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามจำนวนยอด สั่งซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรเฉลี่ยมากกว่า 3,000 บาทแต่ไม่เกิน 5,000 บาทต่อ เดือน	83
ตารางที่ 57	แสดงค่าเฉลี่ยระดับบริการที่ได้รับจริงของผู้ตอบสอบถามต่อปัจจัยส่วน ประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามจำนวนยอดสั่งซื้อ ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเฉลี่ยมากกว่า 3,000 บาทแต่ไม่เกิน 5,000 บาทต่อเดือน	86
ตารางที่ 58	แสดงความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังก่อนได้รับบริการ และระดับบริการที่ได้รับจริงของผู้ตอบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสม	87

สารบัญตาราง (ต่อ)

		หน้า
	การตลาดด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามจำนวนยอดสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ สมุนไพรเฉลี่ยมากกว่า 3,000 บาทแต่ไม่เกิน 5,000 บาทต่อเดือน	
ตารางที่ 57	แสดงความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังก่อนได้รับบริการ และระดับบริการที่ได้รับจริงของผู้ตอบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสม การตลาดด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามจำนวนยอดสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ สมุนไพรเฉลี่ยมากกว่า 3,000 บาทแต่ไม่เกิน 5,000 บาทต่อเดือน	86
ตารางที่ 58	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังก่อนได้รับบริการของผู้ตอบสอบถามต่อ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามจำนวน ยอดสั่งซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรเฉลี่ยมากกว่า 10,000 บาทต่อเดือน	87
ตารางที่ 59	แสดงค่าเฉลี่ยระดับบริการที่ได้รับจริงของผู้ตอบสอบถามต่อปัจจัยส่วน ประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามจำนวนยอดสั่งซื้อ ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเฉลี่ยมากกว่า 10,000 บาทต่อเดือน	89
ตารางที่ 60	แสดงความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังก่อนได้รับบริการ และระดับบริการที่ได้รับจริงของผู้ตอบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสม การตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามจำนวนยอดสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ สมุนไพรเฉลี่ยมากกว่า 10,000 บาทต่อเดือน	90
ตารางที่ 61	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังก่อนได้รับบริการของผู้ตอบสอบถามต่อ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามจำนวน ยอดสั่งซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรเฉลี่ยมากกว่า 5,000 บาทแต่ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน	93
ตารางที่ 62	แสดงค่าเฉลี่ยระดับบริการที่ได้รับจริงของผู้ตอบสอบถามต่อปัจจัยส่วน ประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามจำนวนยอดสั่งซื้อ ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเฉลี่ยมากกว่า 5,000 บาทแต่ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน	94
ตารางที่ 63	แสดงความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังก่อนได้รับบริการ และระดับบริการที่ได้รับจริงของผู้ตอบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสม การตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามจำนวนยอดสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ สมุนไพรเฉลี่ยมากกว่า 5,000 บาทแต่ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน	96

สารบัญตาราง (ต่อ)

		หน้า
ตารางที่ 64	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังก่อนได้รับบริการของผู้ตอบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามจำนวนยอดสั่งซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรเฉลี่ยมากกว่า 3,000 บาทแต่ไม่เกิน 5,000 บาทต่อเดือน	98
ตารางที่ 65	แสดงค่าเฉลี่ยระดับบริการที่ได้รับจริงของผู้ตอบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามจำนวนยอดสั่งซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรเฉลี่ยมากกว่า 3,000 บาทแต่ไม่เกิน 5,000 บาทต่อเดือน	99
ตารางที่ 66	แสดงความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังก่อนได้รับบริการและระดับบริการที่ได้รับจริงของผู้ตอบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามจำนวนยอดสั่งซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรเฉลี่ยมากกว่า 3,000 บาทแต่ไม่เกิน 5,000 บาทต่อเดือน	101
ตารางที่ 67	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังก่อนได้รับบริการของผู้ตอบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามจำนวนยอดสั่งซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรเฉลี่ยมากกว่า 10,000 บาทต่อเดือน	103
ตารางที่ 68	แสดงค่าเฉลี่ยระดับบริการที่ได้รับจริงของผู้ตอบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามจำนวนยอดสั่งซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรเฉลี่ยมากกว่า 10,000 บาทต่อเดือน	104
ตารางที่ 69	แสดงความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังก่อนได้รับบริการและระดับบริการที่ได้รับจริงของผู้ตอบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามจำนวนยอดสั่งซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรเฉลี่ยมากกว่า 10,000 บาทต่อเดือน	106
ตารางที่ 70	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังก่อนได้รับบริการของผู้ตอบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามจำนวนยอดสั่งซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรเฉลี่ยมากกว่า 5,000 บาทแต่ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน	108

สารบัญตาราง (ต่อ)

		หน้า
ตารางที่ 72	แสดงความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังก่อนได้รับบริการ และระดับบริการที่ได้รับจริงของผู้ตอบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามจำนวนยอดสั่งซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรเฉลี่ยมากกว่า 5,000 บาทแต่ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน	111
ตารางที่ 73	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังก่อนได้รับบริการของผู้ตอบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามจำนวนยอดสั่งซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรเฉลี่ยมากกว่า 3,000 บาทแต่ไม่เกิน 5,000 บาทต่อเดือน	113
ตารางที่ 74	แสดงค่าเฉลี่ยระดับบริการที่ได้รับจริงของผู้ตอบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามจำนวนยอดสั่งซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรเฉลี่ยมากกว่า 3,000 บาทแต่ไม่เกิน 5,000 บาทต่อเดือน	114
ตารางที่ 75	แสดงความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังก่อนได้รับบริการ และระดับบริการที่ได้รับจริงของผู้ตอบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามจำนวนยอดสั่งซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรเฉลี่ยมากกว่า 3,000 บาทแต่ไม่เกิน 5,000 บาทต่อเดือน	115
ตารางที่ 76	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังก่อนได้รับบริการของผู้ตอบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพทั่วไป จำแนกตามจำนวนยอดสั่งซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรเฉลี่ยมากกว่า 10,000 บาทต่อเดือน	118
ตารางที่ 77	แสดงค่าเฉลี่ยระดับบริการที่ได้รับจริงของผู้ตอบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพทั่วไป จำแนกตามจำนวนยอดสั่งซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรเฉลี่ยมากกว่า 10,000 บาทต่อเดือน	119
ตารางที่ 78	แสดงความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังก่อนได้รับบริการ และระดับบริการที่ได้รับจริงของผู้ตอบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพทั่วไป จำแนกตามจำนวนยอดสั่งซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรเฉลี่ยมากกว่า 10,000 บาทต่อเดือน	120

สารบัญตาราง (ต่อ)

		หน้า
ตารางที่ 79	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังก่อนได้รับบริการของผู้ตอบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพทั่วไป จำแนกตามจำนวนยอดสั่งซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรเฉลี่ยมากกว่า 5,000 บาทแต่ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน	121
ตารางที่ 80	แสดงค่าเฉลี่ยระดับบริการที่ได้รับจริงของผู้ตอบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพทั่วไป จำแนกตามจำนวนยอดสั่งซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรเฉลี่ยมากกว่า 5,000 บาทแต่ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน	123
ตารางที่ 81	แสดงความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังก่อนได้รับบริการและระดับบริการที่ได้รับจริงของผู้ตอบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพทั่วไป จำแนกตามจำนวนยอดสั่งซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรเฉลี่ยมากกว่า 5,000 บาทแต่ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน	124
ตารางที่ 82	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังก่อนได้รับบริการของผู้ตอบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพทั่วไป จำแนกตามจำนวนยอดสั่งซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรเฉลี่ยมากกว่า 3,000 บาทแต่ไม่เกิน 5,000 บาทต่อเดือน	125
ตารางที่ 83	แสดงค่าเฉลี่ยระดับบริการที่ได้รับจริงของผู้ตอบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพทั่วไป จำแนกตามจำนวนยอดสั่งซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรเฉลี่ยมากกว่า 3,000 บาทแต่ไม่เกิน 5,000 บาทต่อเดือน	126
ตารางที่ 84	แสดงความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังก่อนได้รับบริการและระดับบริการที่ได้รับจริงของผู้ตอบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพทั่วไป จำแนกตามจำนวนยอดสั่งซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรเฉลี่ยมากกว่า 3,000 บาทแต่ไม่เกิน 5,000 บาทต่อเดือน	128
ตารางที่ 85	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังก่อนได้รับบริการของผู้ตอบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากร จำแนกตาม	129

สารบัญตาราง (ต่อ)

		หน้า
ตารางที่ 86	จำนวนยอดสั่งซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรเฉลี่ยมากกว่า 10,000 บาทต่อเดือน แสดงค่าเฉลี่ยระดับบริการที่ได้รับจริงของผู้ตอบสอบถามต่อปัจจัยส่วน ประสมการตลาดด้านบุคลากร จำแนกตามจำนวนยอดสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ สมุนไพรเฉลี่ยมากกว่า 10,000 บาทต่อเดือน	131
ตารางที่ 87	แสดงความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังก่อนได้รับบริการ และระดับบริการที่ได้รับจริงของผู้ตอบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสม การตลาดด้านบุคลากร จำแนกตามจำนวนยอดสั่งซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพร เฉลี่ยมากกว่า 10,000 บาทต่อเดือน	132
ตารางที่ 88	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังก่อนได้รับบริการของผู้ตอบสอบถามต่อ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากร จำแนกตามจำนวนยอดสั่งซื้อ ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเฉลี่ยมากกว่า 5,000 บาทแต่ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน	135
ตารางที่ 89	แสดงค่าเฉลี่ยระดับบริการที่ได้รับจริงของผู้ตอบสอบถามต่อปัจจัยส่วน ประสมการตลาดด้านบุคลากร จำแนกตามจำนวนยอดสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ สมุนไพรเฉลี่ยมากกว่า 5,000 บาทแต่ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน	137
ตารางที่ 90	แสดงความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังก่อนได้รับบริการ และระดับบริการที่ได้รับจริงของผู้ตอบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสม การตลาดด้านบุคลากร จำแนกตามจำนวนยอดสั่งซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพร เฉลี่ยมากกว่า 5,000 บาทแต่ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน	139
ตารางที่ 91	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังก่อนได้รับบริการของผู้ตอบสอบถามต่อ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากร จำแนกตามจำนวนยอดสั่งซื้อ ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเฉลี่ยมากกว่า 3,000 บาทแต่ไม่เกิน 5,000 บาทต่อเดือน	141
ตารางที่ 92	แสดงค่าเฉลี่ยระดับบริการที่ได้รับจริงของผู้ตอบสอบถามต่อปัจจัยส่วน ประสมการตลาดด้านบุคลากร จำแนกตามจำนวนยอดสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ สมุนไพรเฉลี่ยมากกว่า 3,000 บาทแต่ไม่เกิน 5,000 บาทต่อเดือน	143

สารบัญตาราง (ต่อ)

		หน้า
ตารางที่ 93	แสดงความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังก่อนได้รับบริการ และระดับบริการที่ได้รับจริงของผู้ตอบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากร จำแนกตามจำนวนยอดสั่งซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพร เฉลี่ยมากกว่า 3,000 บาทแต่ไม่เกิน 5,000 บาทต่อเดือน	144
ตารางที่ 94	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังก่อนได้รับบริการของผู้ตอบสอบถามต่อ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระยะเวลาติดต่อซื้อขายสินค้ากับบริษัท ทีซีเอส เฮลท์ ฮับ จำกัด	147
ตารางที่ 95	แสดงค่าเฉลี่ยระดับบริการที่ได้รับจริงของผู้ตอบสอบถามต่อปัจจัยส่วน ประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระยะเวลาติดต่อซื้อขายสินค้ากับ บริษัท ทีซีเอส เฮลท์ ฮับ จำกัด	149
ตารางที่ 96	แสดงความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังก่อนได้รับบริการ และระดับบริการที่ได้รับจริงของผู้ตอบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสม การตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระยะเวลาติดต่อซื้อขายสินค้ากับบริษัท ทีซีเอส เฮลท์ ฮับ จำกัด	152
ตารางที่ 97	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังก่อนได้รับบริการของผู้ตอบสอบถามต่อ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา จำแนกตามระยะเวลาติดต่อซื้อขาย สินค้ากับบริษัท ทีซีเอส เฮลท์ ฮับ จำกัด	156
ตารางที่ 98	แสดงค่าเฉลี่ยระดับบริการที่ได้รับจริงของผู้ตอบสอบถามต่อปัจจัยส่วน ประสมการตลาดด้านราคา จำแนกตามระยะเวลาติดต่อซื้อขายสินค้ากับ บริษัท ทีซีเอส เฮลท์ ฮับ จำกัด	158
ตารางที่ 99	แสดงความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังก่อนได้รับบริการ และระดับบริการที่ได้รับจริงของผู้ตอบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสม การตลาดด้านราคา จำแนกตามระยะเวลาติดต่อซื้อขายสินค้ากับบริษัท ทีซีเอส เฮลท์ ฮับ จำกัด	160
ตารางที่ 100	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังก่อนได้รับบริการของผู้ตอบสอบถามต่อ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามระยะเวลาติดต่อ ซื้อขายสินค้ากับบริษัท ทีซีเอส เฮลท์ ฮับ จำกัด	163

สารบัญตาราง (ต่อ)

		หน้า
ตารางที่ 109	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังก่อนได้รับบริการของผู้ตอบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพทั่วไป จำแนกตามระยะเวลาติดต่อซื้อขายสินค้ากับบริษัท ทีซีเอส เฮลท์ ฮับ จำกัด	191
ตารางที่ 110	แสดงค่าเฉลี่ยระดับบริการที่ได้รับจริงของผู้ตอบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพทั่วไป จำแนกตามระยะเวลาติดต่อซื้อขายสินค้ากับบริษัท ทีซีเอส เฮลท์ ฮับ จำกัด	193
ตารางที่ 111	แสดงความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังก่อนได้รับบริการและระดับบริการที่ได้รับจริงของผู้ตอบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพทั่วไป จำแนกตามระยะเวลาติดต่อซื้อขายสินค้ากับบริษัท ทีซีเอส เฮลท์ ฮับ จำกัด	194
ตารางที่ 112	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังก่อนได้รับบริการของผู้ตอบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากร จำแนกตามระยะเวลาติดต่อซื้อขายสินค้ากับบริษัท ทีซีเอส เฮลท์ ฮับ จำกัด	197
ตารางที่ 113	แสดงค่าเฉลี่ยระดับบริการที่ได้รับจริงของผู้ตอบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากร จำแนกตามระยะเวลาติดต่อซื้อขายสินค้ากับบริษัท ทีซีเอส เฮลท์ ฮับ จำกัด	201
ตารางที่ 114	แสดงความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังก่อนได้รับบริการและระดับบริการที่ได้รับจริงของผู้ตอบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากร จำแนกตามระยะเวลาติดต่อซื้อขายสินค้ากับบริษัท ทีซีเอส เฮลท์ ฮับ จำกัด	205
ตารางที่ 115	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจในภาพรวม	210
ตารางที่ 116	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาและข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงการให้บริการ	211
ตารางที่ 117	แสดงความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยอดสั่งซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรเฉลี่ยต่อเดือน	217

สารบัญตาราง (ต่อ)

		หน้า
ตารางที่ 118	แสดงความพึงพอใจด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยอดสั่งซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรเฉลี่ยต่อเดือน	218
ตารางที่ 119	แสดงความพึงพอใจด้านการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยอดสั่งซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรเฉลี่ยต่อเดือน	219
ตารางที่ 120	แสดงความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยอดสั่งซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรเฉลี่ยต่อเดือน	220
ตารางที่ 121	แสดงความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยอดสั่งซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรเฉลี่ยต่อเดือน	221
ตารางที่ 122	แสดงความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยอดสั่งซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรเฉลี่ยต่อเดือน	222
ตารางที่ 123	แสดงความพึงพอใจด้านบุคลากรของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยอดสั่งซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรเฉลี่ยต่อเดือน	223
ตารางที่ 124	แสดงความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกระยะเวลาติดต่อซื้อขายสินค้ากับบริษัท ทีซีเอส เฮลท์ ฮับ จำกัด	224
ตารางที่ 125	แสดงความพึงพอใจด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกระยะเวลาติดต่อซื้อขายสินค้ากับบริษัท ทีซีเอส เฮลท์ ฮับ จำกัด	225
ตารางที่ 126	แสดงความพึงพอใจด้านการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกระยะเวลาติดต่อซื้อขายสินค้ากับบริษัท ทีซีเอส เฮลท์ ฮับ จำกัด	226
ตารางที่ 127	แสดงความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกระยะเวลาติดต่อซื้อขายสินค้ากับบริษัท ทีซีเอส เฮลท์ ฮับ จำกัด	227
ตารางที่ 128	แสดงความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกระยะเวลาติดต่อซื้อขายสินค้ากับบริษัท ทีซีเอส เฮลท์ ฮับ จำกัด	228
ตารางที่ 129	แสดงความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกระยะเวลาติดต่อซื้อขายสินค้ากับบริษัท ทีซีเอส เฮลท์ ฮับ จำกัด	229
ตารางที่ 130	แสดงความพึงพอใจด้านบุคลากรของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกระยะเวลาติดต่อซื้อขายสินค้ากับบริษัท ทีซีเอส เฮลท์ ฮับ จำกัด	230

สารบัญตาราง (ต่อ)

		หน้า
ตารางที่ 131	แสดงอันดับปัจจัยย่อยที่มีความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังก่อนได้รับบริการกับระดับบริการที่ได้รับจริงของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด 10 อันดับ	231
ตารางที่ 132	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคาดหวังก่อนได้รับบริการและบริการที่ได้รับจริงต่อส่วนประสมการตลาด ระหว่างความพึงพอใจของตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์สมุนไพรต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัท ทีซีส เฮลท์ ฮับ จำกัด กับ ความพึงพอใจต่อกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดของธีรยุทธ สุขสุด	235



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญภาพ

		หน้า
ภาพที่ 1	แผนภูมิแบบเรดาร์แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังก่อนได้รับบริการและค่าเฉลี่ยบริการที่ได้รับจริงจากผู้ตอบสอบถามทั้งหมด	236
ภาพที่ 2	แผนภูมิแบบเรดาร์แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังก่อนได้รับบริการและค่าเฉลี่ยบริการที่ได้รับจริง จำแนกตามกลุ่มยอดสั่งซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรเฉลี่ยมากกว่า 10,000 บาทต่อเดือน	237
ภาพที่ 3	แผนภูมิแบบเรดาร์แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังก่อนได้รับบริการและค่าเฉลี่ยบริการที่ได้รับจริง จำแนกตามกลุ่มยอดสั่งซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรเฉลี่ยมากกว่า 5,000 บาทแต่ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน	237
ภาพที่ 4	แผนภูมิแบบเรดาร์แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังก่อนได้รับบริการและค่าเฉลี่ยบริการที่ได้รับจริง จำแนกตามกลุ่มยอดสั่งซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรเฉลี่ยมากกว่า 3,000 บาทแต่ไม่เกิน 5,000 บาทต่อเดือน	238
ภาพที่ 5	แผนภูมิแบบเรดาร์แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคาดหวังก่อนได้รับบริการและค่าเฉลี่ยบริการที่ได้รับจริง จำแนกระยะเวลาติดต่อซื้อขายสินค้ากับบริษัท ทีชีส เฮลท์ ฮับ จำกัด 0-1 ปี	239
ภาพที่ 6	แผนภูมิแบบเรดาร์แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคาดหวังก่อนได้รับบริการและค่าเฉลี่ยบริการที่ได้รับจริง จำแนกระยะเวลาติดต่อซื้อขายสินค้ากับบริษัท ทีชีส เฮลท์ ฮับ จำกัด 1-5 ปี	239
ภาพที่ 7	แผนภูมิแบบเรดาร์แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคาดหวังก่อนได้รับบริการและค่าเฉลี่ยบริการที่ได้รับจริง จำแนกระยะเวลาติดต่อซื้อขายสินค้ากับบริษัท ทีชีส เฮลท์ ฮับ จำกัด 6-10 ปี	240
ภาพที่ 8	แผนภูมิแบบเรดาร์แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคาดหวังก่อนได้รับบริการและค่าเฉลี่ยบริการที่ได้รับจริง จำแนกระยะเวลาติดต่อซื้อขายสินค้ากับบริษัท ทีชีส เฮลท์ ฮับ จำกัด 10 ปีขึ้นไป	240