

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษานี้ ผู้ศึกษานำเสนอผลงานการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ตารางที่ 1 – ตารางที่ 10)

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี (ตารางที่ 11 – ตารางที่ 17)

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการจำแนกตามเพศ (ตารางที่ 18 – ตารางที่ 24)

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการจำแนกตามอายุ (ตารางที่ 25 – ตารางที่ 31)

ส่วนที่ 5 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการจำแนกตามระดับการศึกษา (ตารางที่ 32 – ตารางที่ 38)

ส่วนที่ 6 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการจำแนกตามอาชีพ (ตารางที่ 39 – ตารางที่ 45)

ส่วนที่ 7 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการจำแนกตามรายได้ต่อเดือน (ตารางที่ 46 – ตารางที่ 52)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	82	27.3
หญิง	218	72.7
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 218 ราย คิดเป็นร้อยละ 72.7 และรองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 82 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.3

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	23	7.7
20 – 30 ปี	121	40.3
31 – 40 ปี	81	27.0
41 – 50 ปี	52	17.3
มากกว่า 50 ปี	23	7.7
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี มากที่สุด จำนวน 121 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.3 รองลงมามีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี จำนวน 81 ราย คิดเป็น ร้อยละ 27.0 มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี จำนวน 52 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.3 มีอายุต่ำกว่า 20 ปีและ อายุมากกว่า 50 ปีมีจำนวนเท่ากัน คือ จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.7

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพการสมรส

สถานภาพการสมรส	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	141	47.0
สมรส	152	50.7
หม้าย / หย่าร้าง	7	2.3
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามมี สถานภาพสมรสมากที่สุด จำนวน 152 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.7 รองลงมามีสถานภาพโสด จำนวน 141 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.0 และน้อยที่สุดมีสถานภาพหม้าย / หย่าร้าง จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.3

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	21	7.0
มัธยมศึกษาตอนต้น	27	9.0
มัธยมศึกษาตอนปลาย	50	16.7
ระดับวิชาชีพ (ปวช หรือ ปวส)	72	24.0
ปริญญาตรี	117	39.0
สูงกว่าปริญญาตรี	13	4.3
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 117 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.0 รองลงมามีการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า จำนวน 72 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.0 มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า จำนวน 50 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.7 มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือเทียบเท่า จำนวน 27 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.0 มีการศึกษาระดับประถมศึกษา จำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.0 และน้อยที่สุดมีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.3

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ราชการ	112	37.3
ธุรกิจส่วนตัว	30	10.0
พนักงานบริษัทเอกชน	39	13.0
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	26	8.7
แม่บ้าน	19	6.3
อื่น ๆ	74	24.7
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพข้าราชการมากที่สุด จำนวน 112 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.3 รองลงมาคืออาชีพอื่น ๆ เช่น นักเรียน / นักศึกษา/ลูกจ้าง จำนวน 74 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.7 มีอาชีพพนักงานเอกชน จำนวน 39 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.0 มีอาชีพเจ้าของกิจการ จำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.0 มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.7 และน้อยที่สุดมีอาชีพแม่บ้าน จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.3

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 5,000 บาท	64	21.3
5,001-15,000 บาท	156	52.0
15,001-25,000 บาท	55	18.3
25,001-35,000 บาท	22	7.3
35,001-45,000 บาท	2	0.7
45,001 บาทขึ้นไป	1	0.3
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีรายได้ต่อเดือน 5,001 -15,000 บาท มากที่สุด จำนวน 156 ราย คิดเป็นร้อยละ 52.0 รองลงมามีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท จำนวน 64 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.3 มีรายได้ต่อเดือน 15,001 – 25,000 บาท จำนวน 55 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.3 มีรายได้ต่อเดือน 25,001 – 35,000 บาท จำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.3 มีรายได้ต่อเดือน 35,001 – 45,000 บาท จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.7 และน้อยที่สุดมีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 45,001 บาท จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.3

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการรู้จักผลิตภัณฑ์

การรู้จักผลิตภัณฑ์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ญาติของท่านแนะนำ	57	19.0
เพื่อนของท่านแนะนำ	92	30.7
เอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์	121	40.3
บทความในวารสาร	11	3.7
อื่นๆ	19	6.3
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักผลิตภัณฑ์โดยเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์มากที่สุด จำนวน 121 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.3 รองลงมารู้จักผลิตภัณฑ์โดยเพื่อนแนะนำ จำนวน 92 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.7 รู้จักผลิตภัณฑ์โดยญาติแนะนำจำนวน 57 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.0 รู้จักผลิตภัณฑ์โดยวิธีอื่นๆจากการทำงานในโรงพยาบาล/ ศึกษาคุณงาน จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.3 และน้อยที่สุดรู้จักผลิตภัณฑ์โดยบทความในวารสาร จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.7

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผลิตภัณฑ์ที่เลือกใช้

ผลิตภัณฑ์ที่เลือกใช้	จำนวน	ร้อยละ
สเปรย์ตะไคร้หอม	115	10.09
สบู่เปลือกมังคุด	136	11.94
ยาสีฟันอภัยภูเบศร	50	4.38
น้ำสมุนไพรน้ำลูกยอ	28	2.45
ยาแก้ไอมะขามป้อม	173	15.18
แคปซูลฟ้าทะลายโจร	134	11.76
ครีมล้างหน้ามะขาม	115	10.09
ชาชงหญ้าปักกิ่ง	61	5.35
น้ำมันไพล	83	7.28
ยาหม่องเสลดพังพอน	143	12.55
แชมพูบอระเพ็ด	61	5.35
อื่น ๆ	40	3.51

*หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 300 ราย

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ยาแก้ไอมะขามป้อมมากที่สุด ความถี่ 173 คิดเป็นร้อยละ 15.18 รองลงมาคือยาหม่องเสลดพังพอน ความถี่ 143 คิดเป็นร้อยละ 12.55 สบู่เปลือกมังคุด ความถี่ 136 คิดเป็นร้อยละ 11.94 แคปซูลฟ้าทะลายโจร ความถี่ 134 คิดเป็นร้อยละ 11.76 สเปรย์ตะไคร้หอม ความถี่ 115 คิดเป็นร้อยละ 10.09 ครีมล้างหน้ามะขาม ความถี่ 115 คิดเป็นร้อยละ 10.09 น้ำมันไพล ความถี่ 83 คิดเป็นร้อยละ 7.28 ชาชงหญ้าปักกิ่ง ความถี่ 61 คิดเป็นร้อยละ 5.35 แชมพูบอระเพ็ด ความถี่ 61 คิดเป็นร้อยละ 5.35 ยาสีฟันอภัยภูเบศร ความถี่ 50 คิดเป็นร้อยละ 4.38 อื่นๆ เช่น ชารางจืด ครีมแดงกวาง เจลล้างหน้าแดงกวาง โลชั่นแดงกวาง สบู่ขมิ้นชัน สบู่เหลวเปลือกมังคุด สบู่รำข้าว แชมพูจิง โลชั่นขมิ้นชัน แคปซูลขมิ้นชัน แคปซูลบัวบก แชมพูอัญชัน ชาชงกระเจี๊ยบ เป็นต้น ความถี่ 40 คิดเป็นร้อยละ 3.51 น้ำสมุนไพรน้ำลูกยอ ความถี่ 28 คิดเป็นร้อยละ 2.45 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่เลือกใช้ยาสมุนไพร

เหตุผลที่เลือกใช้ยาสมุนไพร	จำนวน	ร้อยละ
ราคาถูก	58	13.36
ไม่มีผลข้างเคียง	228	52.53
หาซื้อง่าย	126	29.03
อื่น ๆ	22	5.06

*หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 300 ราย

จากตารางที่ 9 พบว่า เหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้ยาสมุนไพรเนื่องจากไม่มีผลข้างเคียงมากที่สุด ความถี่ 228 คิดเป็นร้อยละ 52.53 รองลงมาคือหาซื้อง่าย ความถี่ 126 คิดเป็นร้อยละ 29.03 ราคาถูก ความถี่ 58 คิดเป็นร้อยละ 13.36 อื่นๆ เช่น ผลดีต่อสุขภาพ คนซื้อมาฝาก มั่นใจในคุณภาพ เป็นทางเลือกแทนยาแผนปัจจุบัน เป็นต้น ความถี่ 22 คิดเป็นร้อยละ 5.06

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์ที่ใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

วัตถุประสงค์ที่ใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อสุขภาพที่ดี	189	38.49
เพื่อความสวยงาม	111	22.60
เพื่อรักษาโรค	181	36.86
อื่น ๆ	10	2.03

*หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 300 ราย

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีวัตถุประสงค์ที่ใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสุขภาพที่ดี ความถี่ 189 คิดเป็นร้อยละ 38.49 รองลงมาคือ เพื่อรักษาโรคความถี่ 181 คิดเป็นร้อยละ 36.86 เพื่อความสวยงาม ความถี่ 111 คิดเป็นร้อยละ 22.60 อื่นๆ เช่น อยากทดลอง คุณภาพใช้ได้ดีกว่ายาแผนปัจจุบัน แพทย์สั่งจ่าย เพื่อป้องกันโรค เป็นต้น ความถี่ 10 คิดเป็นร้อยละ 2.03

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี

ตารางที่ 11 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ประเภทผลิตภัณฑ์ หลากหลาย	19 (6.3)	164 (54.7)	115 (38.3)	2 (0.7)	0 (0.0)	3.67 (มาก)	6
คุณภาพผลิตภัณฑ์	22 (7.3)	207 (69.0)	70 (23.3)	1 (0.3)	0 (0.0)	3.83 (มาก)	2
อายุการเก็บรักษาของ ผลิตภัณฑ์	8 (2.7)	144 (48.0)	145 (48.3)	3 (1.0)	0 (0.0)	3.52 (มาก)	9
ความสะดวกในการใช้ ผลิตภัณฑ์	28 (9.3)	187 (62.3)	80 (26.7)	5 (1.7)	0 (0.0)	3.79 (มาก)	3
ผลลัพธ์ในการใช้ ผลิตภัณฑ์	34 (11.3)	168 (56.0)	96 (32.0)	1 (0.3)	1 (0.3)	3.78 (มาก)	4
ความสวยงามของ หีบห่อ	25 (8.3)	156 (52.0)	114 (38.0)	5 (1.7)	0 (0.0)	3.67 (มาก)	6
ขนาดบรรจุของ ผลิตภัณฑ์	15 (5.0)	148 (49.3)	133 (44.3)	3 (1.0)	1 (0.3)	3.58 (มาก)	8
ความสวยงามของ ฉลากผลิตภัณฑ์	23 (7.7)	178 (59.3)	91 (30.3)	6 (2.0)	2 (0.7)	3.71 (มาก)	5
ความครบถ้วนของ ฉลากผลิตภัณฑ์	19 (6.3)	159 (53.0)	114 (38.0)	8 (2.7)	0 (0.0)	3.63 (มาก)	7
ผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียง เป็นที่เชื่อถือ	87 (29.0)	161 (53.7)	50 (16.7)	2 (0.7)	0 (0.0)	4.11 (มาก)	1
รวม						3.72 (มาก)	

จากตารางที่ 11 พบว่า ลูกค้ำมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความสำคัญมาก (3.72) โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ คือ ผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่เชื่อถือ (4.11) คุณภาพผลิตภัณฑ์ (3.83) ความสะดวกในการใช้ผลิตภัณฑ์ (3.79) ผลลัพธ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์ (3.78) ความสวยงามของฉลากผลิตภัณฑ์ (3.71) ประเภทผลิตภัณฑ์หลากหลาย (3.67) ความสวยงามของหีบห่อ (3.67) ความครบถ้วนของฉลากผลิตภัณฑ์ (3.63) ขนาดบรรจุของผลิตภัณฑ์ (3.58) อายุการเก็บรักษาของผลิตภัณฑ์ (3.52)

ตารางที่ 12 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา

ด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ราคา	4	90	182	20	4	3.23
มาตรฐาน	(1.3)	(30.0)	(60.7)	(6.7)	(1.3)	(ปานกลาง)

จากตารางที่ 12 พบว่า ลูกค้ำมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.23)

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาด
บริการด้านการจัดจำหน่าย

ด้านการจัดจำหน่าย	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
มีตัวแทนจำหน่ายใน ท้องถิ่น	8 (2.7)	55 (18.3)	180 (60.0)	51 (17.0)	6 (2.0)	3.03 (ปานกลาง)	3
มีการสั่งซื้อสะดวก	10 (3.3)	75 (25.0)	173 (57.7)	39 (13.0)	3 (1.0)	3.17 (ปานกลาง)	2
บริการส่งยาทาง INTERNET	5 (1.7)	46 (15.3)	120 (40.0)	95 (31.7)	34 (11.3)	2.64 (ปานกลาง)	4
มีเบอร์โทรฟรีเพื่อสั่ง ยาหรือให้คำแนะนำ ลูกค้า	8 (2.7)	48 (16.0)	102 (34.0)	87 (29.0)	55 (18.3)	2.56 (ปานกลาง)	5
ทำเลที่ตั้งของศูนย์ จำหน่ายสะดวกต่อการ เดินทาง	16 (5.3)	79 (26.3)	166 (55.3)	36 (12.0)	3 (1.0)	3.23 (ปานกลาง)	1
ศูนย์จำหน่ายผลิต ภัณฑ์มีสาขาพอที่จะ ให้ท่านเลือกใช้บริการ	12 (4.0)	45 (15.0)	188 (62.7)	51 (17.0)	4 (1.3)	3.03 (ปานกลาง)	3
รวม						2.94 (ปานกลาง) กลาง)	

จากตารางที่ 13 พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (2.94) โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ คือ ทำเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายสะดวกต่อการเดินทาง (3.23) มีการสั่งซื้อสะดวก (3.17) มีตัวแทนจำหน่ายในท้องถิ่น (3.03) บริการส่งยาทาง INTERNET (2.64) มีเบอร์โทรฟรีเพื่อสั่งยาหรือให้คำแนะนำลูกค้า (2.56)

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาด
บริการด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
การโฆษณาผ่านสื่อ ต่างๆ เช่น วิทยุ ทีวี หนังสือพิมพ์	4 (1.3)	42 (14.0)	123 (41.0)	116 (38.7)	15 (5.0)	2.68 (ปานกลาง)	3
การส่งเสริมการขายด้วย วิธีการให้ส่วนลด	8 (2.7)	48 (16.0)	126 (42.0)	105 (35.0)	13 (4.3)	2.78 (ปานกลาง)	2
การส่งเสริมการขายด้วย การให้ของชำร่วย	7 (2.3)	29 (9.7)	102 (34.0)	112 (37.3)	50 (16.7)	2.44 (น้อย)	6
มีเอกสารแนะนำ ผลิตภัณฑ์และ ประโยชน์ของสมุนไพร	17 (5.7)	110 (36.7)	141 (47.0)	30 (10.0)	2 (0.7)	3.37 (ปานกลาง)	1
มีการจัดรายการพิเศษลด ราคา	7 (2.3)	32 (10.7)	101 (33.7)	134 (44.7)	26 (8.7)	2.53 (ปานกลาง)	4
มีการแจกตัวอย่างเพื่อ ทดลองใช้	6 (2.0)	29 (9.7)	77 (25.7)	135 (45.0)	53 (17.7)	2.33 (น้อย)	7
การจัดประชุมให้ความรู้ เกี่ยวกับสมุนไพรแก่ลูก ค้าโดยผู้เชี่ยวชาญ	7 (2.3)	30 (10.0)	111 (37.0)	102 (34.0)	50 (16.7)	2.47 (น้อย)	5
รวม						2.65 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 14 พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการ
ส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (2.65) โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริม
การตลาดมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับคือ มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์และประโยชน์ของสมุนไพร (3.37)
การส่งเสริมการขายด้วยวิธี การให้ส่วนลด (2.78) การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ ทีวี หนังสือ
พิมพ์ (2.68) มีการจัดรายการพิเศษลดราคา (2.53) การจัดประชุมให้ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรแก่
ลูกค้าโดยผู้เชี่ยวชาญ (2.47) การส่งเสริมการขายด้วยการให้ของชำร่วย (2.44) มีการแจกตัวอย่าง
เพื่อทดลองใช้ (2.33)

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาด
บริการด้านบุคคล

ด้านบุคคล	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
พนักงานมีบุคลิกภาพ และกริยามารยาท	4 (1.3)	69 (23.0)	145 (48.3)	61 (20.3)	21 (7.0)	2.91 (ปานกลาง)	3
พนักงานมีความรู้ใน ตัวยาสมุนไพรและ สามารถให้คำแนะนำ สินค้า	3 (1.0)	67 (22.3)	167 (55.7)	49 (16.3)	14 (4.7)	2.99 (ปานกลาง)	1
พนักงานให้ความเป็น กันเองกับลูกค้า	3 (1.0)	70 (23.3)	142 (47.3)	72 (24.0)	13 (4.3)	2.93 (ปานกลาง)	2
พนักงานสามารถให้ บริการแก้ไขปัญหาให้ ลูกค้า	1 (0.3)	60 (20.0)	157 (52.3)	66 (22.0)	16 (5.3)	2.88 (ปานกลาง)	4
รวม						2.92 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 15 พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (2.92) โดยปัจจัยย่อยด้านบุคคลมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ คือ พนักงานมีความรู้ในตัวยาสมุนไพรและสามารถให้คำแนะนำสินค้า (2.99) พนักงานให้ความเป็นกันเองกับลูกค้า (2.93) พนักงานมีบุคลิกภาพและกริยามารยาท (2.91) พนักงานสามารถให้บริการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า (2.88)

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาด
ด้านกระบวนการ

ด้านกระบวนการ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
มีระบบบริการที่รวดเร็ว	2 (0.7)	89 (29.7)	185 (61.7)	22 (7.3)	2 (0.7)	3.22 (ปานกลาง)	3
ความสะดวกในการ ชำระเงินผ่านบัตร เครดิต	5 (1.7)	87 (29.0)	144 (48.0)	54 (18.0)	10 (3.3)	3.08 (ปานกลาง)	5
ความรวดเร็วในการ รับยา	5 (1.7)	100 (33.3)	175 (58.3)	19 (6.3)	1 (0.3)	3.33 (ปานกลาง)	2
ความสะดวกในการ ติดต่อกับพนักงานขาย	4 (1.3)	90 (30.0)	165 (55.0)	36 (12.0)	5 (1.7)	3.17 (ปานกลาง)	4
ความถูกต้องในการ จ่ายยาทั้งชนิดและ ปริมาณ	5 (1.7)	123 (41.0)	157 (52.3)	14 (4.7)	1 (0.3)	3.39 (ปานกลาง)	1
รวม						3.23 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 16 พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้าน
กระบวนการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.23) โดยปัจจัยย่อยด้านกระบวนการมีค่า
เฉลี่ยเรียงตามลำดับ คือ ความถูกต้องในการจ่ายยาทั้งชนิดและปริมาณ (3.39) ความรวดเร็วในการ
รับยา (3.33) มีระบบบริการที่รวดเร็ว (3.22) ความสะดวกในการติดต่อกับพนักงานขาย (3.17) ความ
สะดวกในการชำระเงินผ่านบัตรเครดิต (3.08)

All rights reserved

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาด
บริการด้านลักษณะทางกายภาพ

ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
สถานที่จอดรถเพียงพอ	10 (3.3)	82 (27.3)	121 (40.3)	73 (24.3)	14 (4.7)	3.00 (ปานกลาง)	5
ความสะอาดของสถานที่	11 (3.7)	145 (48.3)	135 (45.0)	7 (2.3)	2 (0.7)	3.52 (มาก)	3
การตกแต่งสถานที่สวยงาม	13 (4.3)	154 (51.3)	127 (42.3)	6 (2.0)	0 (0.0)	3.58 (มาก)	2
บรรยากาศในร้านเป็นกันเอง	4 (1.3)	111 (37.0)	141 (47.0)	39 (13.0)	5 (1.7)	3.23 (ปานกลาง)	4
สถานที่จำหน่ายกว้างขวางทำให้เลือกชมสินค้าได้สะดวก	4 (1.3)	65 (21.7)	148 (49.3)	67 (22.3)	16 (5.3)	2.91 (ปานกลาง)	6
ผลิตภัณฑ์ได้รับรางวัลคุณภาพดีเด่น	38 (12.7)	169 (56.3)	90 (30.0)	3 (1.0)	0 (0.0)	3.81 (มาก)	1
รวม						3.34 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 17 พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เท่ากับ 3.34 โดยปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ คือ ผลิตภัณฑ์ได้รับรางวัลคุณภาพดีเด่น (3.81) การตกแต่งสถานที่สวยงาม (3.58) ความสะอาดของสถานที่ (3.52) บรรยากาศในร้านเป็นกันเอง (3.23) สถานที่จอดรถเพียงพอ (3.00) สถานที่จำหน่ายกว้างขวางทำให้เลือกชมสินค้าได้สะดวก (2.91)

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการจำแนกตามเพศ

ตารางที่ 18 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามเพศ

ด้านผลิตภัณฑ์	เพศ		ค่าเฉลี่ยรวม (แปดผล)
	ชาย ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	หญิง ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	
ประเภทผลิตภัณฑ์หลากหลาย	3.59 (มาก)	3.70 (มาก)	3.67 (มาก)
คุณภาพผลิตภัณฑ์	3.93 (มาก)	3.80 (มาก)	3.83 (มาก)
อายุการเก็บรักษาของผลิตภัณฑ์	3.59 (มาก)	3.50 (มาก)	3.52 (มาก)
ความสะดวกในการใช้ผลิตภัณฑ์	3.79 (มาก)	3.79 (มาก)	3.79 (มาก)
ผลลัพธ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์	3.96 (มาก)	3.71 (มาก)	3.78 (มาก)
ความสวยงามของหีบห่อ	3.67 (มาก)	3.67 (มาก)	3.67 (มาก)
ขนาดบรรจุของผลิตภัณฑ์	3.60 (มาก)	3.57 (มาก)	3.58 (มาก)
ความสวยงามของฉลากผลิตภัณฑ์	3.60 (มาก)	3.57 (มาก)	3.71 (มาก)
ความครบถ้วนของฉลากผลิตภัณฑ์	3.55 (มาก)	3.66 (มาก)	3.63 (มาก)
ผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่เชื่อถือ	4.18 (มาก)	4.08 (มาก)	4.11 (มาก)
รวม	3.75 (มาก)	3.71 (มาก)	3.72 (มาก)

จากตารางที่ 18 พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.72 โดยทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.75 และ 3.71 ตามลำดับ

โดยทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องของผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่เชื่อถือเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 4.18 และ 4.08

ตารางที่ 19 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา จำแนกตามเพศ

ด้านราคา	เพศ		ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ชาย ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	หญิง ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ราคามาตรฐาน	3.24 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 19 พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคาในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.23 โดยทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องของราคามาตรฐาน ค่าเฉลี่ย 3.24 และ 3.23 ตามลำดับ

ตารางที่ 20 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่ายจำแนกตามเพศ

ด้านการจัดจำหน่าย	เพศ		ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ชาย	หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
มีตัวแทนจำหน่ายในท้องถิ่น	2.87 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)
มีการสั่งซื้อสะดวก	3.00 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)
บริการส่งยาทางอินเทอร์เน็ต	2.33 (น้อย)	2.76 (ปานกลาง)	2.64 (ปานกลาง)
มีเบอร์โทรฟรีเพื่อสั่งยาหรือให้คำแนะนำลูกค้า	2.20 (น้อย)	2.69 (ปานกลาง)	2.56 (ปานกลาง)
ทำเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายสะดวกต่อการเดินทาง	2.99 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)
ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์มีสาขาพอที่จะให้ท่านเลือกใช้บริการ	2.90 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)
รวม	2.71 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 20 พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.94 โดยทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.71 และ 3.02 ตามลำดับ

โดยเพศชายมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องของการสั่งซื้อสะดวกเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.00 ส่วนเพศหญิงมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องของทำเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายสะดวกต่อการเดินทางเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.32

ตารางที่ 21 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านส่งเสริมทางการตลาดจำแนกตามเพศ

ด้านส่งเสริมทางการตลาด	เพศ		ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ชาย ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	หญิง ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์	2.54 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)	2.68 (ปานกลาง)
การส่งเสริมการขายด้วยวิธี การให้ส่วนลด	2.59 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)
การส่งเสริมการขายด้วยการให้ของขวัญ	2.23 (น้อย)	2.51 (ปานกลาง)	2.44 (น้อย)
มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์และประโยชน์ของสมุนไพร	3.24 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)
มีการจัดรายการพิเศษลดราคา	2.40 (น้อย)	2.58 (ปานกลาง)	2.53 (ปานกลาง)
มีการแจกตัวอย่างเพื่อทดลองใช้	2.21 (น้อย)	2.38 (น้อย)	2.33 (น้อย)
การจัดประชุมให้ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรแก่ลูกค้าโดยผู้เชี่ยวชาญ	2.32 (น้อย)	2.53 (ปานกลาง)	2.47 (น้อย)
รวม	2.50 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)	2.65 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 21 พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านส่งเสริมทางการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.65 โดยเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.50 และ 2.71 ตามลำดับ

โดยทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องของมีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์และประโยชน์ของสมุนไพรเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.24 และ 3.41 ตามลำดับ

ตารางที่ 22 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล
จำแนกตามเพศ

ด้านบุคคล	เพศ		ค่าเฉลี่ย รวม (แปลผล)
	ชาย	หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
พนักงานมีบุคลิกภาพและกริยามารยาท	3.10 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)
พนักงานมีความรู้ในตัวยาสุนัขไฟรและสามารถให้คำแนะนำสินค้า	3.09 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)
พนักงานให้ความเป็นกันเองกับลูกค้า	3.09 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)
พนักงานสามารถให้บริการแก้ไขปัญหาลูกค้า	3.01 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)
รวม	3.07 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 22 พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคลโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.92 โดยทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.07 และ 2.87 ตามลำดับ

โดยเพศชายมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องของพนักงานมีบุคลิกภาพและกริยามารยาทเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.10 ส่วนเพศหญิงมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องของพนักงานมีความรู้ในตัวยาสุนัขไฟรและสามารถให้คำแนะนำสินค้าและพนักงานให้ความเป็นกันเองกับลูกค้าเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.09

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้าน
กระบวนการจำแนกตามเพศ

ด้านกระบวนการ	เพศ		ค่าเฉลี่ย รวม (แปลผล)
	ชาย	หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
มีระบบบริการที่รวดเร็ว	3.24 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)
ความสะดวกในการชำระเงินผ่านบัตรเครดิต	3.06 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
ความรวดเร็วในการรับยา	3.29 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)
ความสะดวกในการติดต่อกับพนักงานขาย	3.21 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)
ความถูกต้องในการจ่ายยาทั้งชนิดและปริมาณ	3.40 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)
รวม	3.24 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 23 พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้าน
กระบวนการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.23 โดยทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความ
พึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.24 และ 3.22 ตามลำดับ

โดยทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจในเรื่องของความถูกต้องในการจ่ายยาทั้ง
ชนิดและปริมาณเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.40 และ 3.39 ตามลำดับ

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้าน
ลักษณะทางกายภาพจำแนกตามเพศ

ด้านลักษณะทางกายภาพ	เพศ		ค่าเฉลี่ย รวม (แปลผล)
	ชาย	หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
สถานที่จอดรถเพียงพอ	3.09 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
ความสะอาดของสถานที่	3.63 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)
การตกแต่งสถานที่สวยงาม	3.65 (มาก)	3.56 (มาก)	3.58 (มาก)
บรรยากาศในร้านเป็นกันเอง	3.32 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)
สถานที่จำหน่ายกว้างขวางทำให้เลือกชมสินค้าได้สะดวก	2.87 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)
ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับรางวัลคุณภาพดีเด่น	3.88 (มาก)	3.78 (มาก)	3.81 (มาก)
รวม	3.40 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 24 พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้าน
ลักษณะทางกายภาพโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.34 โดยเพศชายและเพศหญิงมี
ความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.40 และ 3.31 ตามลำดับ

โดยทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจในเรื่องของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับรางวัล
คุณภาพดีเด่นเป็นลำดับแรกค่าเฉลี่ย 3.88 และ 3.78 ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการจำแนกตามอายุ

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามอายุ

ด้านผลิตภัณฑ์	อายุ					ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)
	ไม่เกิน 20 ปี	20 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	มากกว่า 50 ปี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ประเภทผลิตภัณฑ์ หลากหลาย	3.78 (มาก)	3.63 (มาก)	3.69 (มาก)	3.63 (มาก)	3.74 (มาก)	3.67 (มาก)
คุณภาพผลิตภัณฑ์	3.87 (มาก)	3.83 (มาก)	3.78 (มาก)	3.92 (มาก)	3.78 (มาก)	3.83 (มาก)
อายุการเก็บรักษา ของผลิตภัณฑ์	3.70 (มาก)	3.50 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.65 (มาก)	3.52 (มาก)
ความสะดวกในการ ใช้ผลิตภัณฑ์	3.87 (มาก)	3.82 (มาก)	3.69 (มาก)	3.85 (มาก)	3.83 (มาก)	3.79 (มาก)
ผลลัพธ์ในการใช้ ผลิตภัณฑ์	3.91 (มาก)	3.77 (มาก)	3.72 (มาก)	3.79 (มาก)	3.87 (มาก)	3.78 (มาก)
ความสวยงามของ หีบห่อ	3.83 (มาก)	3.60 (มาก)	3.58 (มาก)	3.85 (มาก)	3.78 (มาก)	3.67 (มาก)
ขนาดบรรจุของผลิต ภัณฑ์	3.87 (มาก)	3.50 (มาก)	3.54 (มาก)	3.63 (มาก)	3.70 (มาก)	3.58 (มาก)
ความสวยงามของ ฉลากผลิตภัณฑ์	4.00 (มาก)	3.60 (มาก)	3.68 (มาก)	3.88 (มาก)	3.74 (มาก)	3.71 (มาก)
ความครบถ้วนของ ฉลากผลิตภัณฑ์	3.87 (มาก)	3.54 (มาก)	3.67 (มาก)	3.67 (มาก)	3.65 (มาก)	3.63 (มาก)
ผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อ เสียงเป็นที่เชื่อถือ	4.35 (มาก)	4.03 (มาก)	4.15 (มาก)	4.13 (มาก)	4.09 (มาก)	4.11 (มาก)
รวม	3.68 (มาก)	3.69 (มาก)	3.78 (มาก)	3.78 (มาก)	3.78 (มาก)	3.72 (มาก)

จากตารางที่ 25 พบว่า ลูกค้ำมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.72 โดยผู้มีอายุมีต่ำกว่า 20 ปี ผู้มีอายุ 20-30 ปี ผู้มีอายุ 31-40 ปี ผู้มีอายุ 41-50 ปี ผู้มีอายุมากกว่า 50 ปีมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.68 3.69 3.78 3.78 และ 3.78 ตามลำดับ

โดยผู้มีอายุมีต่ำกว่า 20 ปี ผู้มีอายุ 20-30 ปี ผู้มีอายุ 31-40 ปี ผู้มีอายุ 41-50 ปี ผู้มีอายุมากกว่า 50 ปี มีความพึงพอใจในเรื่องของผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่เชื่อถือเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 4.35 4.03 4.15 4.13 และ 4.09 ตามลำดับ

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา จำแนกตามอายุ

ด้านราคา	อายุ					ค่าเฉลี่ย รวม (การแปลผล)
	ไม่เกิน 20 ปี	20 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	มากกว่า 50 ปี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ราคามาตรฐาน	3.65 (มาก)	3.16 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 26 พบว่า ลูกค้ำมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคามีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.23 โดยผู้มีอายุมีต่ำกว่า 20 ปีมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.65 ผู้มีอายุ 20-30 ปี ผู้มีอายุ 31-40 ปี ผู้มีอายุ 41-50 ปี และผู้มีอายุมากกว่า 50 ปีมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.16 3.21 3.27 และ 3.22 ตามลำดับ

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่ายจำแนกตามอายุ

ด้านการจัดจำหน่าย	อายุ					ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)
	ไม่เกิน 20 ปี	20 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	มากกว่า 50 ปี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
มีตัวแทนจำหน่ายในท้องถิ่น	3.04 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)
มีการสั่งซื้อสะดวก	3.17 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)
บริการสั่งยาทางอินเทอร์เน็ต	2.48 (น้อย)	2.62 (ปานกลาง)	2.74 (ปานกลาง)	2.65 (ปานกลาง)	2.57 (ปานกลาง)	2.64 (ปานกลาง)
มีเบอร์โทรฟรีเพื่อสั่งยาหรือให้คำแนะนำลูกค้า	2.43 (น้อย)	2.48 (น้อย)	2.58 (ปานกลาง)	2.63 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	2.56 (ปานกลาง)
ทำเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายสะดวกต่อการเดินทาง	3.17 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)
ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์มีสาขาพอที่จะให้ท่านเลือกใช้บริการ	3.04 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)
รวม	2.89 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 27 พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.94 โดยผู้มีอายุมีต่ำกว่า 20 ปี ผู้มีอายุ 20-30 ปี ผู้มีอายุ 31-40 ปี ผู้มีอายุ 41-50 ปี ผู้มีอายุมากกว่า 50 ปีมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.89 2.88 3.00 3.00 และ 2.93 ตามลำดับ

โดยผู้มีอายุมีต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจในเรื่องของการสั่งซื้อสะดวกและทำเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายสะดวกต่อการเดินทางเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.17 และ 3.17 ตามลำดับ ผู้มีอายุ 20-30 ปี มีความพึงพอใจในเรื่องของทำเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายสะดวกต่อการเดินทางเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.19 ผู้มีอายุ 31-40 ปี มีความพึงพอใจในเรื่องของการสั่งซื้อสะดวกเป็นลำดับแรกค่าเฉลี่ย 3.32 ผู้มีอายุ 41-50 ปี มีความพึงพอใจในเรื่องของทำเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายสะดวกต่อการเดินทางเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.38 ผู้มีอายุมากกว่า 50 ปี มีความพึงพอใจในเรื่องของมีตัวแทนจำหน่ายในท้องถิ่นและศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์มีสาขาพอที่จะให้ท่านเลือกใช้บริการเป็นลำดับแรกค่าเฉลี่ย 3.09 และ 3.09 ตามลำดับ

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้านำต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามอายุ

ด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ					ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)
	ไม่เกิน 20 ปี	20 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	มากกว่า 50 ปี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์	2.57 (ปานกลาง)	2.67 (ปานกลาง)	2.72 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)	2.52 (ปานกลาง)	2.68 (ปานกลาง)
การส่งเสริมการขายด้วยวิธีการให้ส่วนลด	2.61 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	2.62 (ปานกลาง)	2.39 (น้อย)	2.78 (ปานกลาง)
การส่งเสริมการขายด้วยการให้ของชำร่วย	2.39 (น้อย)	2.55 (ปานกลาง)	2.41 (น้อย)	2.27 (น้อย)	2.39 (น้อย)	2.44 (น้อย)
มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์และประโยชน์ของสมุนไพร	3.61 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)
มีการจัดรายการพิเศษลดราคา	2.48 (น้อย)	2.64 (ปานกลาง)	2.44 (น้อย)	2.46 (น้อย)	2.52 (ปานกลาง)	2.53 (ปานกลาง)
มีการแจกตัวอย่างเพื่อทดลองใช้	2.43 (น้อย)	2.45 (น้อย)	2.26 (น้อย)	2.17 (น้อย)	2.26 (น้อย)	2.33 (น้อย)
การจัดประชุมให้ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรแก่ลูกค้าโดยผู้เชี่ยวชาญ	2.17 (น้อย)	2.67 (ปานกลาง)	2.37 (น้อย)	2.40 (น้อย)	2.26 (น้อย)	2.47 (น้อย)
รวม	2.60 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)	2.65 (ปานกลาง)	2.56 (ปานกลาง)	2.51 (ปานกลาง)	2.65 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 28 พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.65 โดยผู้มีอายุมีต่ำกว่า 20 ปี ผู้มีอายุ 20-30 ปี ผู้มีอายุ 31-40 ปี ผู้มีอายุ 41-50 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับ

ปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.60 2.73 2.65 และ 2.56 ตามลำดับ ผู้มีอายุมากกว่า 50 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.31

โดยผู้มีอายุมีต่ำกว่า 20 ปี ผู้มีอายุ 20-30 ปี ผู้มีอายุ 31-40 ปี ผู้มีอายุ 41-50 ปี ผู้มีอายุมากกว่า 50 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องของมีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์และประโยชน์ของสมุนไพรเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.61 3.31 3.47 3.27 และ 3.26 ตามลำดับ

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล จำแนกตามอายุ

ด้านบุคคล	อายุ					ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)
	ไม่เกิน 20 ปี	20 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	มากกว่า 50 ปี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
พนักงานมี บุคลิกภาพและ กริยามารยาท	3.30 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)
พนักงานมีความรู้ ในตัวยาสมุนไพร และสามารถให้ คำแนะนำสินค้า	3.52 (มาก)	2.88 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)
พนักงานให้ความ เป็นกันเองกับ ลูกค้า	3.35 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)
พนักงานสามารถ ให้บริการแก้ไข ปัญหาให้ลูกค้า	3.26 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)
รวม	3.35 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)	3.01 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 29 พบว่า ลูกค้ำมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคลโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.92 โดยผู้มีอายุมีต่ำกว่า 20 ปี ผู้มีอายุ 20-30 ปี ผู้มีอายุ 31-40 ปี ผู้มีอายุ 41-50 ปี ผู้มีอายุมากกว่า 50 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.35 2.83 2.84 3.01 และ 3.08 ตามลำดับ

โดยผู้มีอายุมีต่ำกว่า 20 ปี ผู้มีอายุ 20-30 ปี ผู้มีอายุ 31-40 ปี ผู้มีอายุ 41-50 ปี ผู้มีอายุมากกว่า 50 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องของพนักงานมีความรู้ในตัวยาสุนไพรรและสามารถให้คำแนะนำสินค้าเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.52 2.88 2.86 3.08 และ 3.22 ตามลำดับ

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการจำหน่ายตามอายุ

ด้านกระบวนการ	อายุ					ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)
	ไม่เกิน 20 ปี	20 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	มากกว่า 50 ปี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
มีระบบบริการดี รวดเร็ว	3.61 (มาก)	3.12 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)
ความสะดวกใน การชำระเงิน ผ่านบัตรเครดิต	3.48 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
ความรวดเร็วใน การรับยา	3.65 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)
ความสะดวกใน การติดต่อกับ พนักงานขาย	3.57 (มาก)	3.09 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)
ความถูกต้องใน การจ่ายยาทั้ง ชนิดและ ปริมาณ	3.70 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)
รวม	3.60 (มาก)	3.16 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 30 พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้าน กระบวนการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.23 โดยผู้มีอายุมีต่ำกว่า 20 ปีมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.60 ผู้มีอายุ 20-30 ปี ผู้มีอายุ 31-40 ปี ผู้มีอายุ 41-50 ปี ผู้มีอายุมากกว่า 50 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.16 3.20 3.26 และ 3.24 ตามลำดับ

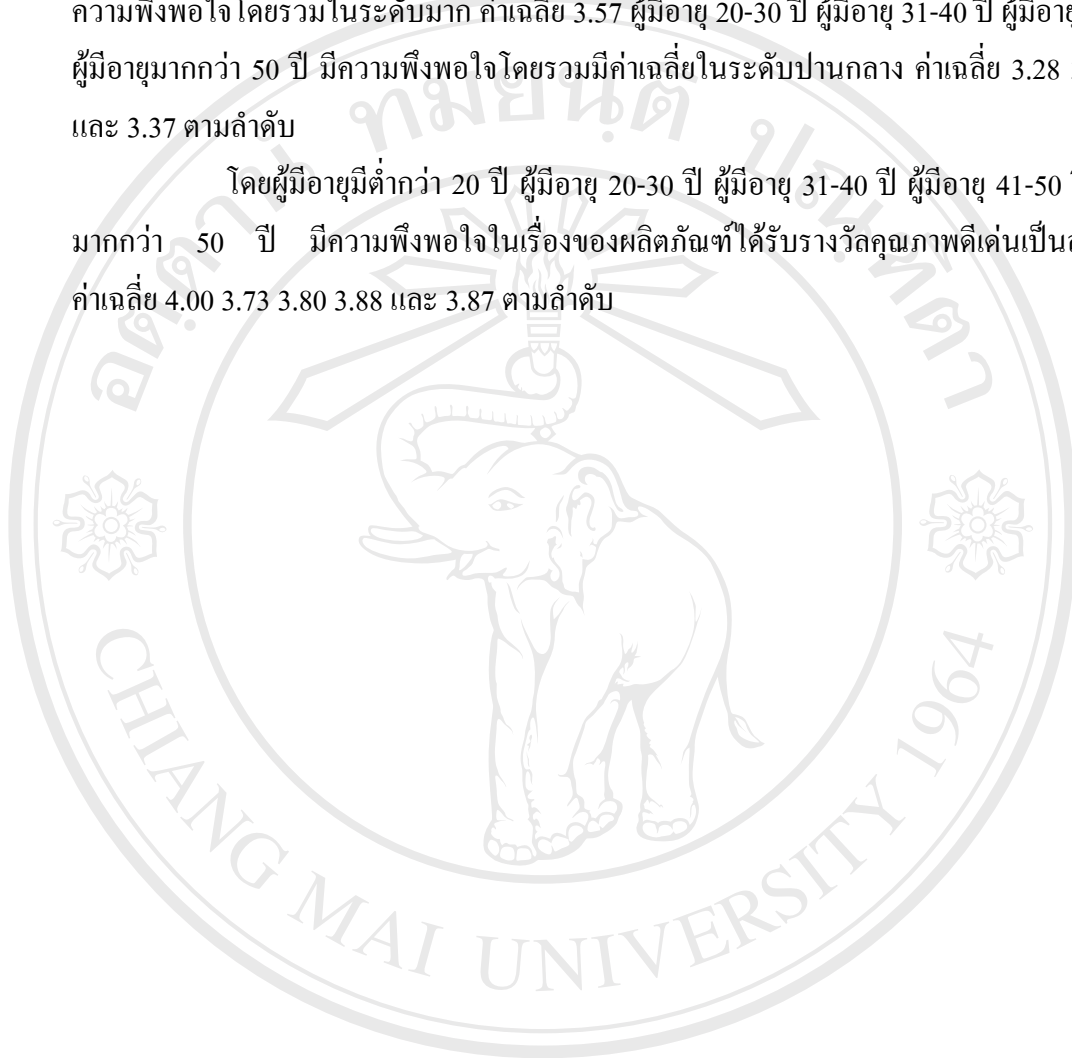
โดยผู้มีอายุมีต่ำกว่า 20 ปี ผู้มีอายุ 20-30 ปี ผู้มีอายุ 31-40 ปี ผู้มีอายุ 41-50 ปี ผู้มีอายุมากกว่า 50 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องของความถูกต้องในการจ่ายยาทั้งชนิดและปริมาณ เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.70 3.31 3.38 3.50 และ 3.30 ตามลำดับ

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้าน ลักษณะทางกายภาพจำแนกตามอายุ

ด้านลักษณะทาง กายภาพ	อายุ					ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)
	ไม่เกิน 20 ปี	20 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	มากกว่า 50 ปี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
สถานที่จอดรถ เพียงพอ	3.35 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
ความสะอาดของ สถานที่	3.78 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.58 (มาก)	3.52 (มาก)	3.52 (มาก)
การตกแต่งสถานที่ ที่สวยงาม	3.87 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.62 (มาก)	3.74 (มาก)	3.58 (มาก)
บรรยากาศใน ร้านเป็นกันเอง	3.57 (มาก)	3.13 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)
สถานที่จำหน่าย กว้างขวางทำให้ เลือก ชมสินค้า ได้สะดวก	2.91 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)
ผลิตภัณฑ์ได้รับ รางวัลคุณภาพดี เด่น	4.00 (มาก)	3.73 (มาก)	3.80 (มาก)	3.88 (มาก)	3.87 (มาก)	3.81 (มาก)
รวม	3.57 (มาก)	3.28 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 31 พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.34 โดยผู้ที่มีอายุมีต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.57 ผู้มีอายุ 20-30 ปี ผู้มีอายุ 31-40 ปี ผู้มีอายุ 41-50 ปี ผู้มีอายุมากกว่า 50 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.28 3.33 3.37 และ 3.37 ตามลำดับ

โดยผู้ที่มีอายุมีต่ำกว่า 20 ปี ผู้มีอายุ 20-30 ปี ผู้มีอายุ 31-40 ปี ผู้มีอายุ 41-50 ปี ผู้มีอายุมากกว่า 50 ปี มีความพึงพอใจในเรื่องของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับรางวัลคุณภาพดีเด่นเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 4.00 3.73 3.80 3.88 และ 3.87 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 5 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการจำแนกตามระดับการศึกษา

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามระดับการศึกษา

ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับการศึกษา						ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนปลาย	ระดับวิชาชีพ (ปวช หรือ ปวส)	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ประเภทผลิตภัณฑ์หลากหลาย	3.90 (มาก)	3.70 (มาก)	3.80 (มาก)	3.54 (มาก)	3.67 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)
คุณภาพผลิตภัณฑ์	4.10 (มาก)	3.74 (มาก)	3.90 (มาก)	3.79 (มาก)	3.85 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.83 (มาก)
อายุการเก็บรักษาของผลิตภัณฑ์	3.76 (มาก)	3.52 (มาก)	3.70 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)
ความสะดวกในการใช้ผลิตภัณฑ์	4.05 (มาก)	3.63 (มาก)	3.94 (มาก)	3.74 (มาก)	3.80 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.79 (มาก)
ผลลัพธ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์	3.90 (มาก)	3.74 (มาก)	3.90 (มาก)	3.72 (มาก)	3.81 (มาก)	3.15 (ปานกลาง)	3.78 (มาก)
ความสวยงามของหีบห่อ	3.95 (มาก)	3.56 (มาก)	3.84 (มาก)	3.65 (มาก)	3.64 (มาก)	3.15 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)
ขนาดบรรจุของผลิตภัณฑ์	4.00 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)	3.76 (มาก)	3.50 (มาก)	3.53 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)
ความสวยงามของฉลากผลิตภัณฑ์	4.05 (มาก)	3.78 (มาก)	3.82 (มาก)	3.71 (มาก)	3.63 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.71 (มาก)

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้าน
ผลิตภัณฑ์จำแนกตามระดับการศึกษา (ต่อ)

ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับการศึกษา						ค่าเฉลี่ย รวม (แปลผล)
	ต่ำกว่ามัธยม ศึกษา	มัธยมศึกษา ตอนต้น	มัธยมศึกษา ตอนปลาย	ระดับวิชาชีพ (ปวช. หรือ ปวส.)	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ความครบถ้วน ของฉลาก ผลิตภัณฑ์	4.00 (มาก)	3.59 (มาก)	3.74 (มาก)	3.51 (มาก)	3.63 (มาก)	3.31 (ปาน กลาง)	3.63 (มาก)
ผลิตภัณฑ์ที่มี ชื่อเสียงเป็นที่ เชื่อถือ	4.29 (มาก)	4.07 (มาก)	4.18 (มาก)	4.07 (มาก)	4.11 (มาก)	3.85 (มาก)	4.11 (มาก)
รวม	4.00 (มาก)	3.67 (มาก)	3.85 (มาก)	3.66 (มาก)	3.71 (มาก)	3.39 (ปาน กลาง)	3.72 (มาก)

จากตารางที่ 32 พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้าน
ผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.72 โดยผู้มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา
มัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย ระดับวิชาชีพ (ปวช. หรือ ปวส.) ปริญญาตรีมีความพึง
พอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.00 3.67 3.85 3.66 และ 3.71 ตามลำดับ ส่วนผู้มี
ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.39

โดยผู้มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย
ระดับวิชาชีพ (ปวช. หรือ ปวส.) ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจในเรื่องของ
ผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่เชื่อถือเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 4.29 4.07 4.18 4.07 4.11 และ 3.85 ตาม
ลำดับ

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา
จำแนกตามระดับการศึกษา

ด้านราคา	ระดับการศึกษา						ค่าเฉลี่ย รวม (แปลผล)
	ต่ำกว่า มัธยม ศึกษา	มัธยมศึกษา ตอนต้น	มัธยมศึกษา ตอนปลาย	ระดับวิชา ชีพ (ปวช หรือ ปวส)	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ราคา มาตรฐาน	3.33 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.26 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 33 พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านรา
คามีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางมี ค่าเฉลี่ย 3.23 โดยผู้มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา มัธยม
ศึกษาตอนต้น ระดับวิชาชีพ (ปวช. หรือ ปวส.) ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจมี
ค่าเฉลี่ยในเรื่องของราคามาตรฐานในระดับปานกลางมี ค่าเฉลี่ย 3.33 3.15 3.26 3.14 และ 2.77
ตามลำดับ ยกเว้นผู้มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลายมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.54

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่ายจำแนกตามระดับการศึกษา

ด้านการจัดจำหน่าย	ระดับการศึกษา						ค่าเฉลี่ยรวม (แปดผล)
	ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนปลาย	ระดับวิชาชีพ (ปวช หรือ ปวส)	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	
มีตัวแทนจำหน่ายในท้องถิ่น	2.71 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)
มีการสั่งซื้อสะดวก	2.76 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)
บริการสั่งยาทาง INTERNET	2.29 (น้อย)	2.56 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	2.57 (ปานกลาง)	2.64 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.64 (ปานกลาง)
มีเบอร์โทรฟรีเพื่อสั่งยาหรือให้คำแนะนำลูกค้า	2.43 (น้อย)	2.67 (ปานกลาง)	2.68 (ปานกลาง)	2.39 (น้อย)	2.56 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	2.56 (ปานกลาง)
ทำเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายสะดวกต่อการเดินทาง	2.76 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.15 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)
ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์มีสาขาพอที่จะให้ท่านเลือกใช้บริการ	2.90 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	2.46 (น้อย)	3.03 (ปานกลาง)
รวม	2.64 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 34 พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.94 โดยผู้มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย ระดับวิชาชีพ (ปวช. หรือ ปวส.) ประเมินค่าเฉลี่ยสูงกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.64 2.98 3.14 2.87 2.94 และ 2.94 ตามลำดับ

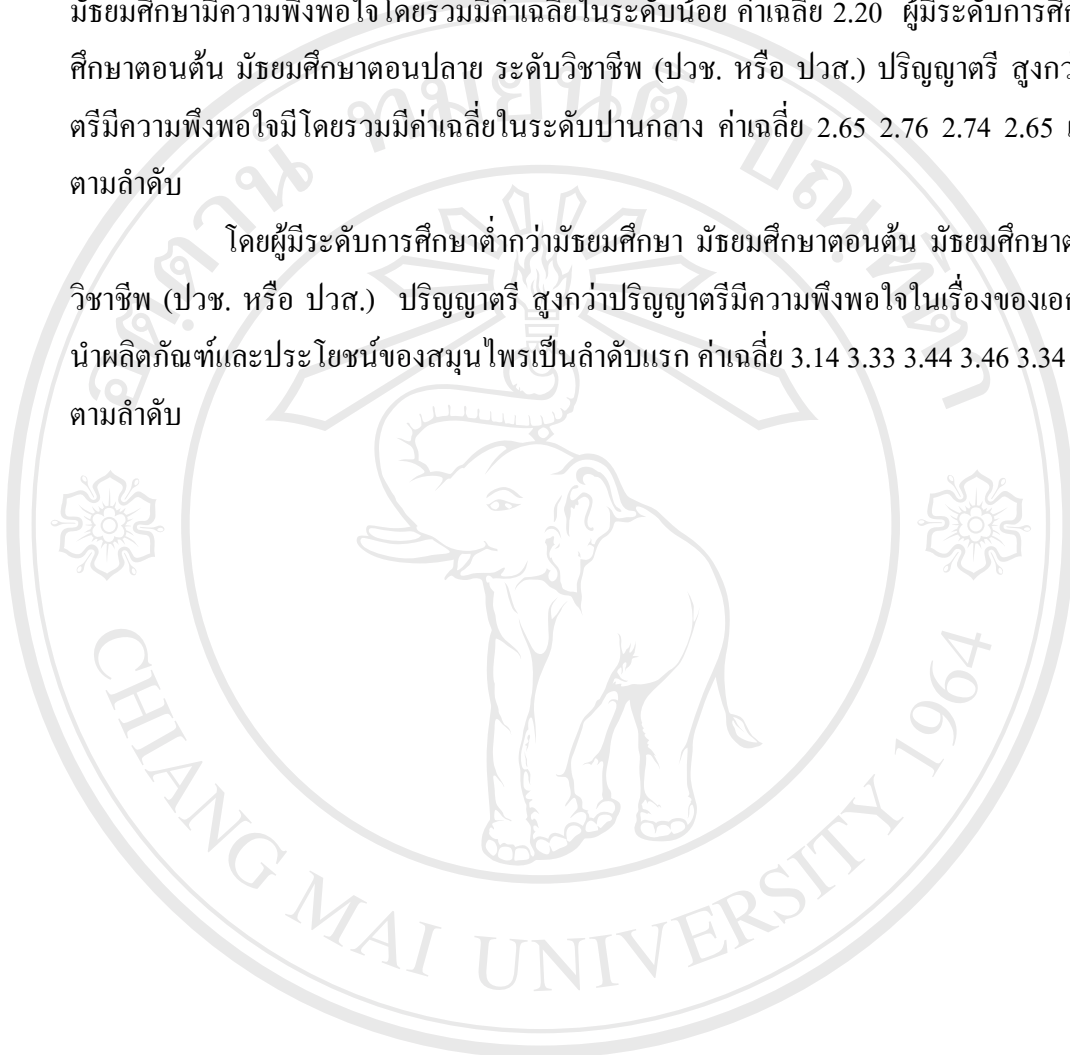
โดยผู้มีระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย ประเมินค่าเฉลี่ยสูงกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องของทำเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายสะดวกต่อการเดินทางเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.30 3.54 3.21 และ 3.23 ตามลำดับ ส่วนผู้มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา มีความพึงพอใจในเรื่องของศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์มีสาขาพอที่จะให้ท่านเลือกใช้บริการเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 2.90 ผู้มีระดับการศึกษาระดับวิชาชีพ (ปวช. หรือ ปวส.) มีความพึงพอใจในเรื่องของการสั่งซื้อสะดวกเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.21

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามระดับการศึกษา

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับการศึกษา						ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนปลาย	ระดับวิชาชีพ (ปวช หรือ ปวส)	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์	2.14 (น้อย)	2.59 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)	2.67 (ปานกลาง)	2.46 (น้อย)	2.68 (ปานกลาง)
การส่งเสริมการขายด้วยวิธีการให้ส่วนลด	2.24 (น้อย)	2.70 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	2.67 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)
การส่งเสริมการขายด้วยการให้ของขวัญ	1.95 (น้อย)	2.59 (ปานกลาง)	2.52 (ปานกลาง)	2.51 (ปานกลาง)	2.43 (น้อย)	2.23 (น้อย)	2.44 (น้อย)
มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์และประโยชน์ของสมุนไพร	3.14 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.34 (น้อยมาก)	3.23 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)
มีการจัดรายการพิเศษลดราคา	2.29 (น้อย)	2.52 (ปานกลาง)	2.56 (ปานกลาง)	2.64 (ปานกลาง)	2.52 (ปานกลาง)	2.38 (น้อย)	2.53 (ปานกลาง)
มีการแจกตัวอย่างเพื่อทดลองใช้	1.90 (น้อย)	2.44 (น้อย)	2.34 (น้อย)	2.32 (น้อย)	2.43 (น้อย)	2.00 (น้อย)	2.33 (น้อย)
การจัดประชุมให้ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรแก่ลูกค้าโดยผู้เชี่ยวชาญ	1.76 (น้อย)	2.37 (น้อย)	2.58 (ปานกลาง)	2.53 (ปานกลาง)	2.54 (ปานกลาง)	2.54 (ปานกลาง)	2.47 (น้อย)
รวม	2.20 (น้อย)	2.65 (ปานกลาง)	2.76 (ปานกลาง)	2.74 (ปานกลาง)	2.65 (ปานกลาง)	2.52 (ปานกลาง)	2.65 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 35 พบว่า ลูกค้ำมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.65 โดยผู้มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษามีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.20 ผู้มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย ระดับวิชาชีพ (ปวช. หรือ ปวส.) ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.65 2.76 2.74 2.65 และ 2.52 ตามลำดับ

โดยผู้มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย วิชาชีพ (ปวช. หรือ ปวส.) ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจในเรื่องของเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์และประโยชน์ของสมุนไพรเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.14 3.33 3.44 3.46 3.34 และ 3.23 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล
จำแนกตามระดับการศึกษา

ด้านบุคคล	ระดับการศึกษา						ค่าเฉลี่ย รวม (แปลผล)
	ต่ำกว่า มัธยม ศึกษา	มัธยมศึกษา ตอนต้น	มัธยมศึกษา ตอนปลาย	ระดับวิชา ชีพ (ปวช หรือ ปวส)	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
พนักงานมี บุคลิกภาพและ กริยามารยาท	3.57 (มาก)	3.19 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)	2.08 (น้อย)	2.91 (ปานกลาง)
พนักงานมีความ รู้ในตัวย สมุนไพรและ สามารถให้คำ แนะนำสินค้า	3.48 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	2.23 (น้อย)	2.99 (ปานกลาง)
พนักงานให้ ความเป็นกันเอง กับลูกค้า	3.48 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)	2.23 (น้อย)	2.93 (ปานกลาง)
พนักงาน สามารถให้ บริการแก้ไข ปัญหาให้ลูกค้า	3.38 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	2.23 (น้อย)	2.88 (ปานกลาง)
รวม	3.47 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	2.19 (น้อย)	2.92 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 36 พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคลโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.92 โดยผู้มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.20 ส่วนผู้มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย ระดับวิชาชีพ (ปวช. หรือ ปวส.) ปริญญาตรี มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.47 3.27 2.98 2.89 และ 2.82 ตาม

ลำดับ ผู้มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.19

โดยผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา มีความพึงพอใจในเรื่องของพนักงานให้ความเป็นกันเองกับลูกค้าเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.57 ผู้มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น วิชาชีว (ปวช. หรือ ปวศ.) มีความพึงพอใจในเรื่องของพนักงานให้ความเป็นกันเองกับลูกค้าเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.37 และ 2.94 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย ปริญญาตรี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องของพนักงานมีความรู้ในตัวยาสุนไพรรและสามารถให้คำแนะนำสินค้าเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.12 และ 2.91 ตามลำดับ ผู้มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจในเรื่องของพนักงานมีความรู้ในตัวยาสุนไพรรและสามารถให้คำแนะนำสินค้า พนักงานให้ความเป็นกันเองกับลูกค้า พนักงานสามารถให้บริการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 2.23

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้าน
กระบวนการจำแนกตามระดับการศึกษา

ด้านกระบวนการ	ระดับการศึกษา						ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	มัธยมศึกษา ตอนต้น	มัธยมศึกษา ตอนปลาย	ระดับวิชาชีพ (ปวช. หรือ ปวส.)	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
มีระบบ บริการดี รวดเร็ว	3.43 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)
ความสะดวก ในการชำระ เงินผ่านบัตร เครดิต	2.90 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
ความรวดเร็ว ในการรับยา	3.57 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)
ความสะดวก ในการติดต่อ กับพนักงาน ขาย	3.67 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.04 (มาก)	2.85 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)
ความถูกต้อง ในการจ่ายยา ทั้งชนิดและ ปริมาณ	3.71 (มาก)	3.56 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)
รวม	3.45 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 37 พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้าน
กระบวนการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.23 โดยผู้มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยม
ศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย วิชาชีพ (ปวช. หรือ ปวส.) ปริญญาตรี สูงกว่า
ปริญญาตรีมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.45 3.37 3.30 3.20 3.16
และ 3.09 ตามลำดับ

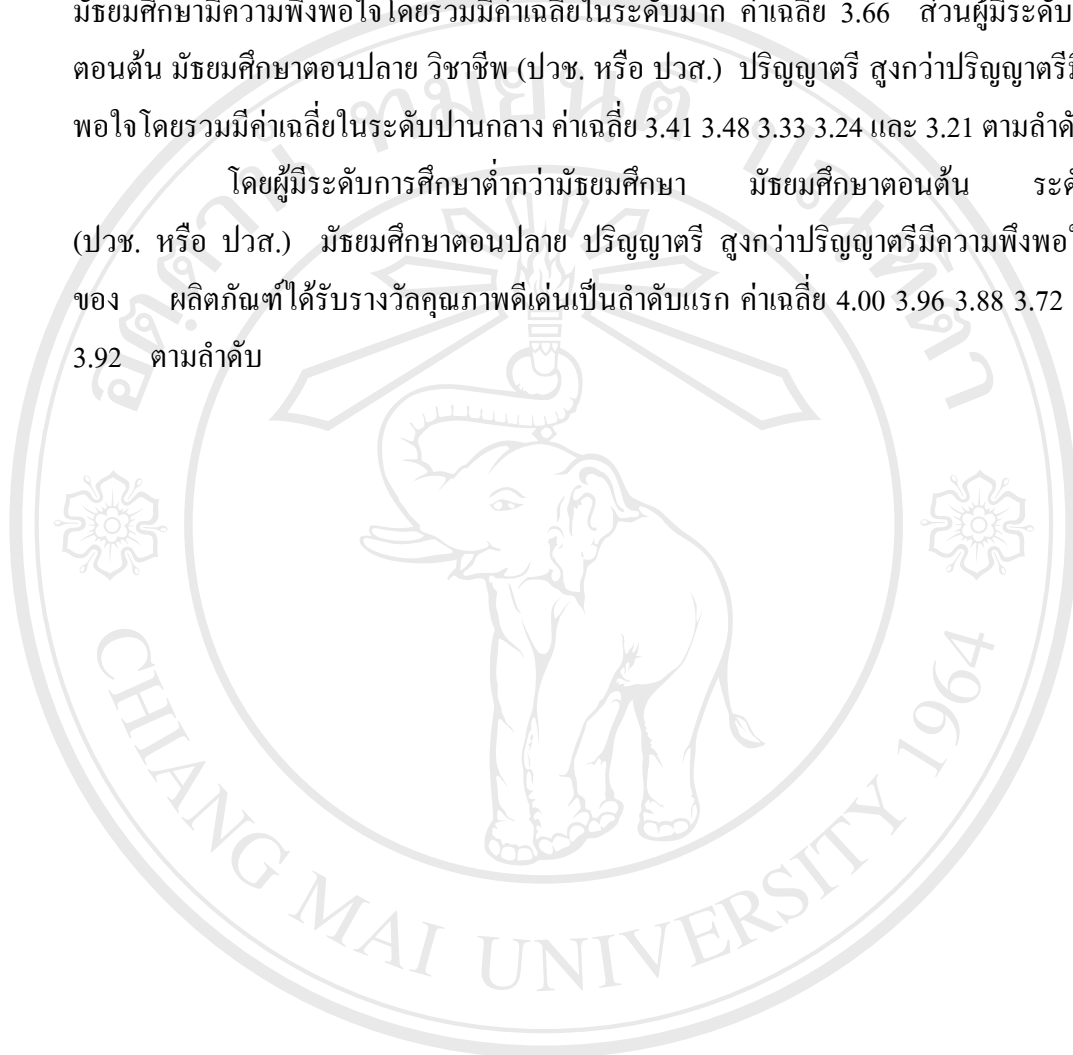
โดยผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจในเรื่องของความถูกต้องในการจ่ายยาทั้งชนิดและปริมาณเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.71 3.56 3.46 3.30 และ 3.54 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่มีระดับการศึกษา ระดับวิชาชีพ (ปวช. หรือ ปวส.) มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องของความรวดเร็วในการรับยาเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.32

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้าน ลักษณะทางกายภาพจำแนกตามระดับการศึกษา

ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระดับการศึกษา						ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนปลาย	ระดับวิชาชีพ (ปวช หรือ ปวส)	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
สถานที่จอดรถเพียงพอ	3.62 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
ความสะอาดของสถานที่	3.86 (มาก)	3.56 (มาก)	3.62 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.52 (มาก)
การตกแต่งสถานที่สวยงาม	3.90 (มาก)	3.67 (มาก)	3.68 (มาก)	3.54 (มาก)	3.50 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)
บรรยากาศในร้านเป็นกันเอง	3.67 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)
สถานที่จำหน่ายกว้างขวางทำให้เลือก ชมสินค้าได้สะดวก	2.95 (ปานกลาง)	2.70 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	2.69 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)
ผลิตภัณฑ์ได้รับรางวัลคุณภาพดีเด่น	4.00 (มาก)	3.96 (มาก)	3.88 (มาก)	3.72 (มาก)	3.74 (มาก)	3.92 (มาก)	3.81 (มาก)
รวม	3.66 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 38 พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้าน ลักษณะทางกายภาพมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.34 โดยผู้มีระดับการศึกษาต่ำกว่า มัธยมศึกษามีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.66 ส่วนผู้มีระดับการศึกษา ตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย วิชาชีพ (ปวช. หรือ ปวส.) ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.41 3.48 3.33 3.24 และ 3.21 ตามลำดับ

โดยผู้มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น ระดับวิชาชีพ (ปวช. หรือ ปวส.) มัธยมศึกษาตอนปลาย ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจในเรื่อง ของ ผลิตภัณฑ์ได้รับรางวัลคุณภาพดีเด่นเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 4.00 3.96 3.88 3.72 3.74 และ 3.92 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright © by Chiang Mai University
 All rights reserved

ส่วนที่ 6 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการจำแนกตามอาชีพ

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามระดับอาชีพ

ด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพ						ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ราชการ	ธุรกิจส่วนตัว	พนักงานบริษัทเอกชน	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	แม่บ้าน	อื่น ๆ	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ประเภทผลิตภัณฑ์หลากหลาย	3.62 (มาก)	3.60 (มาก)	3.62 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.89 (มาก)	3.80 (มาก)	3.67 (มาก)
คุณภาพผลิตภัณฑ์	3.76 (มาก)	4.00 (มาก)	3.92 (มาก)	3.96 (มาก)	3.68 (มาก)	3.82 (มาก)	3.83 (มาก)
อายุการเก็บรักษาของผลิตภัณฑ์	3.48 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)	3.64 (มาก)	3.52 (มาก)
ความสะดวกในการใช้ผลิตภัณฑ์	3.76 (มาก)	3.77 (มาก)	3.74 (มาก)	3.73 (มาก)	3.63 (มาก)	3.95 (มาก)	3.79 (มาก)
ผลลัพธ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์	3.58 (มาก)	4.13 (มาก)	4.08 (มาก)	4.08 (มาก)	3.58 (มาก)	3.72 (มาก)	3.78 (มาก)
ความสวยงามของหีบห่อ	3.68 (มาก)	3.50 (มาก)	3.64 (มาก)	3.77 (มาก)	3.53 (มาก)	3.74 (มาก)	3.67 (มาก)
ขนาดบรรจุของผลิตภัณฑ์	3.64 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.58 (มาก)
ความสวยงามของฉลากผลิตภัณฑ์	3.76 (มาก)	3.67 (มาก)	3.67 (มาก)	3.81 (มาก)	3.63 (มาก)	3.68 (มาก)	3.71 (มาก)
ความครบถ้วนของฉลากผลิตภัณฑ์	3.65 (มาก)	3.53 (มาก)	3.62 (มาก)	3.65 (มาก)	3.53 (มาก)	3.66 (มาก)	3.63 (มาก)
ผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่เชื่อถือ	3.99 (มาก)	4.37 (มาก)	4.18 (มาก)	4.31 (มาก)	4.05 (มาก)	4.09 (มาก)	4.11 (มาก)
รวม	3.69 (มาก)	3.75 (มาก)	3.74 (มาก)	3.77 (มาก)	3.65 (มาก)	3.77 (มาก)	3.72 (มาก)

จากตารางที่ 39 พบว่า ลูกค้ำมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.72 โดยผู้มีอาชีพราชการ ผู้มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว ผู้มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ผู้มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ผู้มีอาชีพแม่บ้าน ผู้มีอาชีพอื่นๆ มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.69 3.75 3.74 3.77 3.65 และ 3.77 ตามลำดับ

โดยผู้มีอาชีพราชการ ผู้มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว ผู้มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ผู้มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ผู้มีอาชีพแม่บ้าน ผู้มีอาชีพอื่นๆ มีความพึงพอใจในเรื่องของผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่เชื่อถือเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.99 4.37 4.18 4.31 4.05 4.09 และ 4.11 ตามลำดับ

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้ำต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา จำแนกตามอาชีพ

ด้านราคา	อาชีพ						ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ราชการ	ธุรกิจส่วนตัว	พนักงานบริษัท เอกชน	พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	แม่บ้าน	อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ราคา	3.19	3.17	3.26	3.26	3.31	3.11	3.32
มาตรฐาน	(ปานกลาง)	(ปานกลาง)	(ปานกลาง)	(ปานกลาง)	(ปานกลาง)	(ปานกลาง)	(ปานกลาง)

จากตารางที่ 40 พบว่า ลูกค้ำมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.32 โดยผู้มีอาชีพราชการ ผู้มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว ผู้มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ผู้มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ผู้มีอาชีพแม่บ้าน ผู้มีอาชีพอื่นๆ มีความพึงพอใจในเรื่องของราคามาตรฐาน ค่าเฉลี่ย 3.19 3.17 3.26 3.26 3.31 และ 3.11 ตามลำดับ

ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการ
จัดจำหน่ายจำแนกตามอาชีพ

ด้านการจัด จำหน่าย	อาชีพ						ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ราชการ	ธุรกิจส่วนตัว	พนักงาน บริษัทเอกชน	พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	แม่บ้าน	อื่น ๆ	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
มีตัวแทน จำหน่ายใน ท้องถิ่น	3.13 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)
มีการสั่งซื้อ สะดวก	3.36 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)
บริการสั่งยา ทาง INTERNET	2.96 (ปานกลาง)	2.10 (น้อย)	2.23 (น้อย)	2.12 (น้อย)	2.53 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	2.64 (ปานกลาง)
มีเบอร์โทรฟรี เพื่อสั่งยาหรือ ให้คำแนะนำ ลูกค้า	2.85 (ปานกลาง)	2.17 (น้อย)	1.92 (น้อย)	2.00 (น้อย)	2.58 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	2.56 (ปานกลาง)
ทำเลที่ตั้งของ ศูนย์จำหน่าย สะดวกต่อการ เดินทาง	3.38 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)
ศูนย์จำหน่าย ผลิตภัณฑ์มี สาขาพอที่จะ ให้ท่านเลือก ใช้บริการ	3.04 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)
รวม	3.12 (ปานกลาง)	2.66 (ปานกลาง)	2.68 (ปานกลาง)	2.60 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 41 พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.94 โดยผู้มีอาชีพราชการ ผู้มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว ผู้มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ผู้มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ผู้มีอาชีพแม่บ้าน ผู้มีอาชีพอื่นๆ มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.12 2.66 2.68 2.60 2.84 และ 3.06 ตามลำดับ

โดยผู้มีอาชีพราชการ ผู้มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว ผู้มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ผู้มีอาชีพอื่นๆ มีความพึงพอใจในเรื่องของทำเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายสะดวกต่อการเดินทางเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.38 3.10 3.08 และ 3.32 ตามลำดับ ผู้มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ผู้มีอาชีพแม่บ้าน มีความพึงพอใจในเรื่องของศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์มีสาขาพอที่จะให้ท่านเลือกใช้บริการเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 2.92 และ 3.11 ตามลำดับ

ตารางที่ 42 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามอาชีพ

ด้านการส่งเสริมการตลาด	อาชีพ						ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ราชการ	ธุรกิจส่วนตัว	พนักงานบริษัทเอกชน	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	แม่บ้าน	อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์	2.87 (ปานกลาง)	2.33 (น้อย)	2.56 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	2.37 (น้อย)	2.74 (ปานกลาง)	2.68 (ปานกลาง)
การส่งเสริมการขายด้วยวิธีการให้ส่วนลด	2.98 (ปานกลาง)	2.27 (น้อย)	2.54 (ปานกลาง)	2.35 (น้อย)	2.58 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)
การส่งเสริมการขายด้วยการให้ของขวัญ	2.57 (ปานกลาง)	1.97 (น้อย)	2.13 (น้อย)	2.04 (น้อย)	2.53 (ปานกลาง)	2.70 (ปานกลาง)	2.44 (น้อย)
มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์และประโยชน์ของสมุนไพร	3.44 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)
มีการจัดรายการพิเศษลดราคา	2.66 (ปานกลาง)	2.13 (น้อย)	2.44 (น้อย)	2.27 (น้อย)	2.53 (ปานกลาง)	2.65 (ปานกลาง)	2.53 (ปานกลาง)
มีการแจกตัวอย่างเพื่อทดลองใช้	2.46 (น้อย)	1.93 (น้อย)	2.21 (น้อย)	2.12 (น้อย)	2.26 (น้อย)	2.46 (น้อย)	2.33 (น้อย)
การจัดประชุมให้ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรแก่ลูกค้าโดยผู้เชี่ยวชาญ	2.58 (ปานกลาง)	2.10 (น้อย)	2.51 (ปานกลาง)	2.15 (น้อย)	2.42 (น้อย)	2.57 (ปานกลาง)	2.47 (น้อย)
รวม	2.79 (ปานกลาง)	2.26 (น้อย)	2.54 (ปานกลาง)	2.37 (น้อย)	2.57 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)	2.65 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 42 พบว่า ลูกค้ำมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.65 โดยผู้มีอาชีพราชการ ผู้มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ผู้มีอาชีพแม่บ้าน ผู้มีอาชีพอื่นๆมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.79 2.54 2.57 และ 2.78 ตามลำดับ

โดยผู้มีอาชีพราชการ ผู้มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว ผู้มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ผู้มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ผู้มีอาชีพแม่บ้าน ผู้มีอาชีพอื่นๆ มีความพึงพอใจในเรื่องของการมีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์และประโยชน์ของสมุนไพรเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.44 3.10 3.44 3.19 3.32 และ 3.41 ตามลำดับ

ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล จำแนกตามอาชีพ

ด้านบุคคล	อาชีพ						ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ราชการ	ธุรกิจส่วนตัว	พนักงานบริษัทเอกชน	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	แม่บ้าน	อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
พนักงานมีบุคลิกภาพและกิริยามารยาท	2.82 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)
พนักงานมีความรู้ในตัวยาสสมุนไพรรและสามารถให้คำแนะนำสินค้า	2.89 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)
พนักงานให้ความเป็นกันเองกับลูกค้า	2.79 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)
พนักงานสามารถให้บริการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า	2.80 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	2.96 (น้อย)	2.88 (ปานกลาง)
รวม	2.82 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 43 พบว่า ลูกค้ำมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคลโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.92 โดยผู้มีอาชีพราชการ พนักงานบริษัท เอกชน แม่บ้าน อาชีพอื่น ๆ มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.82 3.08 2.91 2.96 3.13 และ 2.95 ตามลำดับ

โดยผู้มีอาชีพราชการ พนักงานบริษัทเอกชน แม่บ้าน อาชีพอื่น ๆ มีความพึงพอใจในเรื่องของพนักงานมีความรู้ในตัวยาสุนไพรรและสามารถให้แนะนำสินค้าเป็นลำดับแรกค่าเฉลี่ย 2.89 2.97 3.21 และ 3.03 ตามลำดับ ผู้มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีความพึงพอใจในเรื่องของพนักงานมีบุคลิกภาพและกริยามารยาทเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.17 ผู้มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจมีความพึงพอใจในเรื่องของพนักงานให้ความเป็นกันเองกับลูกค้ำเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.08

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้ำต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการจำแนกตามอาชีพ

ด้านกระบวนการ	อาชีพ						ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ราชการ	ธุรกิจส่วนตัว	พนักงานบริษัทเอกชน	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	แม่บ้าน	อื่น ๆ	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
มีระบบบริการดีรวดเร็ว	3.15 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)
ความสะดวกในการชำระเงินผ่านบัตรเครดิต	3.12 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
ความรวดเร็วในการรับยา	3.17 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)
ความสะดวกในการติดต่อกับพนักงานขาย	3.04 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)
ความถูกต้องในการจ่ายยาทั้งชนิดและปริมาณ	3.29 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)
รวม	3.15 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 44 พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้าน กระบวนการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.23 โดยผู้มีอาชีพราชการ ผู้มีอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว ผู้มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ผู้มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ผู้มีอาชีพแม่บ้าน ผู้มี อาชีพอื่นๆ มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.15 3.26 3.12 3.16 3.29 และ 3.40 ตามลำดับ

โดยผู้มีอาชีพราชการ ผู้มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว ผู้มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ผู้มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน ผู้มีอาชีพแม่บ้าน ผู้มีอาชีพอื่นๆมีความพึงพอใจในเรื่องของความถูกต้องใน การจ่ายยาทั้งชนิดและปริมาณเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.29 3.43 3.33 3.46 3.47 และ 3.51 ตามลำดับ

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้าน ลักษณะทางกายภาพจำแนกตามอาชีพ

ด้านลักษณะทาง กายภาพ	อาชีพ						ค่าเฉลี่ย รวม (แปลผล)
	ราชการ	ธุรกิจ ส่วน ตัว	พนักงาน บริษัทเอกชน	พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	แม่บ้าน	อื่น ๆ	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
สถานที่จอดรถ เพียงพอ	2.94 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
ความสะอาดของ สถานที่	3.47 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.67 (มาก)	3.50 (มาก)	3.53 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)
การตกแต่งสถานที่ ที่สวยงาม	3.54 (มาก)	3.57 (มาก)	3.69 (มาก)	3.62 (มาก)	3.58 (มาก)	3.58 (มาก)	3.58 (มาก)
บรรยากาศในร้าน เป็นกันเอง	3.18 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)
สถานที่จำหน่าย กว้างขวางทำให้ เลือก ชมสินค้า ได้สะดวก	2.96 (ปานกลาง)	2.67 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)
ผลิตภัณฑ์ได้รับ รางวัลคุณภาพดี เด่น	3.71 (มาก)	3.97 (มาก)	3.97 (มาก)	4.00 (มาก)	3.63 (มาก)	3.78 (มาก)	3.81 (มาก)
รวม	3.29 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 45 พบว่า ลูกค้ำมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้าน ลักษณะทางกายภาพโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.34 โดยผู้มีอาชีพราชการ ผู้มี อาชีพธุรกิจส่วนตัว ผู้มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ผู้มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ผู้มีอาชีพแม่บ้าน ผู้มีอาชีพอื่นๆมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.29 3.33 3.41 3.23 3.36 และ 3.40 ตามลำดับ

โดยผู้มีอาชีพราชการผู้มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว ผู้มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ผู้มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน ผู้มีอาชีพแม่บ้าน ผู้มีอาชีพอื่นๆมีความพึงพอใจในเรื่องของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับ รางวัลคุณภาพดีเด่นเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.71 3.97 3.97 4.00 3.63 และ 3.40 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 7 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้าน
ผลิตภัณฑ์จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ด้านผลิตภัณฑ์	รายได้ต่อเดือน						ค่าเฉลี่ย รวม (แปล ผล)
	น้อยกว่า 5,000 บาท	5,001 – 15,000 บาท	15,001 – 25,000 บาท	25,001 – 35,000 บาท	35,001 – 45,000 บาท	มากกว่า 45,001 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ประเภท ผลิตภัณฑ์ หลากหลาย	3.88 (มาก)	3.62 (มาก)	3.51 (มาก)	3.77 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.67 (มาก)
คุณภาพ ผลิตภัณฑ์	3.84 (มาก)	3.84 (มาก)	3.75 (มาก)	4.05 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.83 (มาก)
อายุการเก็บ รักษาของ ผลิตภัณฑ์	3.69 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.50 (มาก)	3.50 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)
ความสะดวก ในการใช้ ผลิตภัณฑ์	3.84 (มาก)	3.79 (มาก)	3.73 (มาก)	3.77 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.79 (มาก)
ผลลัพธ์ในการ ใช้ผลิตภัณฑ์	3.80 (มาก)	3.78 (มาก)	3.69 (มาก)	4.00 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.78 (มาก)
ความสวยงาม ของหีบห่อ	3.67 (มาก)	3.68 (มาก)	3.67 (มาก)	3.68 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)
ขนาดบรรจุ ของผลิตภัณฑ์	3.72 (มาก)	3.51 (มาก)	3.55 (มาก)	3.82 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)
ความสวยงาม ของฉลาก ผลิตภัณฑ์	3.81 (มาก)	3.70 (มาก)	3.65 (มาก)	3.77 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.71 (มาก)
ความครบถ้วน ของฉลาก ผลิตภัณฑ์	3.73 (มาก)	3.61 (มาก)	3.53 (มาก)	3.82 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)

ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามรายได้ต่อเดือน (ต่อ)

ด้านผลิตภัณฑ์	รายได้ต่อเดือน						ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	น้อยกว่า 5,000 บาท	5,001 – 15,000 บาท	15,001 – 25,000 บาท	25,001 – 35,000 บาท	35,001 – 45,000 บาท	มากกว่า 45,001 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่เชื่อถือ	4.17 (มาก)	4.11 (มาก)	3.95 (มาก)	4.36 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	4.11 (มาก)
รวม	3.81 (มาก)	3.70 (มาก)	3.65 (มาก)	3.85 (มาก)	3.35 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.72 (มาก)

จากตารางที่ 46 พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.72 โดยผู้มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท ผู้มีรายได้ต่อเดือน 5,001 – 15,000 บาท ผู้มีรายได้ต่อเดือน 15,001 – 25,000 บาท ผู้มีรายได้ต่อเดือน 25,001 – 35,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.81 3.70 3.65 และ 3.85 ตามลำดับ ส่วนผู้มีรายได้ต่อเดือน 35,001 – 45,000 บาท ผู้มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 45,001 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.35 และ 3.35 ตามลำดับ

โดยผู้มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท ผู้มีรายได้ต่อเดือน 5,001 – 15,000 บาท ผู้มีรายได้ต่อเดือน 15,001 – 25,000 บาท ผู้มีรายได้ต่อเดือน 25,001 – 35,000 บาท มีความพึงพอใจในเรื่องของผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่เชื่อถือเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 4.17 4.11 3.95 และ 4.36 ตามลำดับ ส่วนผู้มีรายได้ต่อเดือน 35,001 – 45,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องของความสะดวกในการใช้ผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่เชื่อถือเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 4.00 และ 4.00 ตามลำดับ ผู้มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 45,001 บาท มีความพึงพอใจในเรื่องของประเภทผลิตภัณฑ์หลากหลาย คุณภาพผลิตภัณฑ์ ความสะดวกในการใช้ผลิตภัณฑ์ ผลลัพธ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่เชื่อถือ เป็นลำดับแรกค่าเฉลี่ย 4.00 4.00 4.00 4.00 และ 4.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา
จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ด้านราคา	รายได้ต่อเดือน						ค่าเฉลี่ย รวม (แปดผล)
	น้อยกว่า 5,000 บาท	5,001 – 15,000 บาท	15,001 – 25,000 บาท	25,001 – 35,000 บาท	35,001 – 45,000 บาท	มากกว่า 45,001 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	
ราคา มาตรฐาน	3.45 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 47 พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา
โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.23

โดยผู้มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท ผู้มีรายได้ต่อเดือน 5,001 – 15,000 บาท
ผู้มีรายได้ต่อเดือน 15,001 – 25,000 บาท ผู้มีรายได้ต่อเดือน 25,001 – 35,000 บาท ผู้มีรายได้ต่อ
เดือน 35,001 – 45,000 บาท ผู้มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 45,001 บาท มีความพึงพอใจในเรื่องของ
ราคามาตรฐาน ค่าเฉลี่ย 3.45 3.19 3.13 3.27 2.50 และ 3.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 48 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่ายจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ด้านการจัดจำหน่าย	รายได้ต่อเดือน						ค่าเฉลี่ยรวม (แปดผล)
	น้อยกว่า 5,000 บาท	5,001 – 15,000 บาท	15,001 – 25,000 บาท	25,001 – 35,000 บาท	35,001 – 45,000 บาท	มากกว่า 45,001 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	
มีตัวแทนจำหน่ายในท้องถิ่น	3.03 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)
มีการสั่งซื้อสะดวก	3.11 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)
บริการส่งยาทางอินเทอร์เน็ต	2.66 (ปานกลาง)	2.67 (ปานกลาง)	2.47 (น้อย)	2.77 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	2.64 (ปานกลาง)
มีเบอร์โทรฟรีเพื่อส่งยาหรือให้คำแนะนำลูกค้า	2.55 (ปานกลาง)	2.58 (ปานกลาง)	2.40 (น้อย)	2.73 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	2.56 (ปานกลาง)
ทำเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายสะดวกต่อการเดินทาง	3.11 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)
ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์มีสาขาพอที่จะให้ท่านเลือกใช้บริการ	3.02 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)
รวม	2.91 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	2.66 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 48 พบว่า ลูกค้ำมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่ายจำแนกตามรายได้ต่อเดือนโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.94 โดยผู้มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท ผู้มีรายได้ต่อเดือน 5,001 – 15,000 บาท ผู้มีรายได้ต่อเดือน 15,001 – 25,000 บาท ผู้มีรายได้ต่อเดือน 25,001 – 35,000 บาท ผู้มีรายได้ต่อเดือน 35,001 – 45,000 บาท ผู้มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 45,001 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.91 2.98 2.82 3.03 2.66 และ 3.33 ตามลำดับ

โดยผู้มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาทมีความพึงพอใจในเรื่องของมีการสั่งซื้อสะดวกลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.11 ผู้มีรายได้ต่อเดือน 5,001 – 15,000 บาท มีความพึงพอใจในเรื่องของทำเลที่ตั้งของศูนย์เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.32 ผู้มีรายได้ต่อเดือน 15,001 – 25,000 บาทมีความพึงพอใจในเรื่องของมีการสั่งซื้อสะดวกเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.16 ผู้มีรายได้ต่อเดือน 25,001 – 35,000 บาทมีความพึงพอใจในเรื่องของมีการสั่งซื้อสะดวก ทำเลที่ตั้งของศูนย์เป็นลำดับแรกค่าเฉลี่ย 3.32 และ 3.32 ตามลำดับ ผู้มีรายได้ต่อเดือน 35,001 – 45,000 บาทมีความพึงพอใจในเรื่องมีเบอร์โทรฟรีเพื่อสั่งยาหรือให้คำแนะนำลูกค้ำ ทำเลที่ตั้งของศูนย์ เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.00 และ 3.00 ตามลำดับ ผู้มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 45,001 บาทมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องของบริการสั่งยาทางอินเทอร์เน็ต มีเบอร์โทรฟรีเพื่อสั่งยาหรือให้คำแนะนำลูกค้ำเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 4.00 และ 4.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 49 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้ต่อเดือน						ค่าเฉลี่ยรวม (แปดผล)
	น้อยกว่า 5,000 บาท	5,001 – 15,000 บาท	15,001 – 25,000 บาท	25,001 – 35,000 บาท	35,001 – 45,000 บาท	มากกว่า 45,001 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	
การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์	2.47 (น้อย)	2.83 (ปานกลาง)	2.55 (ปานกลาง)	2.59 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	2.00 (น้อย)	2.68 (ปานกลาง)
การส่งเสริมการขายด้วยวิธีการให้ส่วนลด	2.70 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	2.60 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)
การส่งเสริมการขายด้วยการให้ของชำร่วย	2.37 (น้อย)	2.58 (ปานกลาง)	2.20 (น้อย)	2.23 (น้อย)	2.00 (น้อย)	3.00 (ปานกลาง)	2.44 (น้อย)
มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์และประโยชน์ของสมุนไพร	3.39 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.00 (น้อย)	3.37 (ปานกลาง)
มีการจัดรายการพิเศษลดราคา	2.44 (น้อย)	2.63 (ปานกลาง)	2.38 (น้อย)	2.55 (ปานกลาง)	2.00 (น้อย)	2.00 (น้อย)	2.53 (ปานกลาง)
มีการแจกตัวอย่างเพื่อทดลองใช้	2.28 (น้อย)	2.46 (น้อย)	2.04 (น้อย)	2.41 (น้อย)	2.00 (น้อย)	2.00 (น้อย)	2.33 (น้อย)
การจัดประชุมให้ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรแก่ลูกค้าโดยผู้เชี่ยวชาญ	2.20 (น้อย)	2.70 (ปานกลาง)	2.20 (น้อย)	2.36 (น้อย)	2.00 (น้อย)	3.00 (ปานกลาง)	2.47 (น้อย)
รวม	2.55 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)	2.45 (น้อย)	2.59 (ปานกลาง)	2.28 (น้อย)	2.42 (น้อย)	2.65 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 49 พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามรายได้ต่อเดือนโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.65 โดยผู้มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท ผู้มีรายได้ต่อเดือน 5,001 – 15,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.55 2.78 ผู้มีรายได้ต่อเดือน 15,001 – 25,000 บาทมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.45 ผู้มีรายได้ต่อเดือน 25,001 – 35,000 บาทมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.59 ผู้มีรายได้ต่อเดือน 35,001 – 45,000 บาท ผู้มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 45,001 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.28 และ 2.42 ตามลำดับ

โดยผู้มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาทผู้มีรายได้ต่อเดือน 5,001 – 15,000 บาทผู้มีรายได้ต่อเดือน 15,001 – 25,000 บาท ผู้มีรายได้ต่อเดือน 25,001 – 35,000 บาท ผู้มีรายได้ต่อเดือน 35,001 – 45,000 บาท มีความพึงพอใจในเรื่องของเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์และประโยชน์ของสมุนไพรเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.39 3.42 3.24 3.32 และ 3.00 ตามลำดับ ส่วนผู้มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 45,001 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในเรื่องของการส่งเสริมการขายด้วยวิธีการให้ส่วนลด การส่งเสริมการขายด้วย การให้ของชำร่วย การจัดประชุมให้ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรแก่ลูกค้าโดยผู้เชี่ยวชาญ เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.00 3.00 และ 3.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 50 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล
จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ด้านบุคคล	รายได้ต่อเดือน						ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	น้อยกว่า 5,000 บาท	5,001 – 15,000 บาท	15,001 – 25,000 บาท	25,001 – 35,000 บาท	35,001 – 45,000 บาท	มากกว่า 45,001 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
พนักงานมี บุคลิกภาพและ กริยามารยาท	3.20 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)	2.00 (น้อย)	2.00 (น้อย)	2.91 (ปานกลาง)
พนักงานมีความ รู้ในตัวยา สมุนไพรและ สามารถให้คำ แนะนำสินค้า	3.28 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)	2.00 (น้อย)	3.00 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)
พนักงานให้ ความเป็นกันเอง กับลูกค้า	3.16 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	2.68 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	2.00 (น้อย)	2.93 (ปานกลาง)
พนักงาน สามารถให้ บริการแก้ไข ปัญหาให้ลูกค้า	3.17 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	2.64 (ปานกลาง)	2.00 (น้อย)	2.00 (น้อย)	2.88 (ปานกลาง)
รวม	3.20 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)	2.12 (น้อย)	2.25 (น้อย)	2.92 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 50 พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคลจำแนกตามรายได้ต่อเดือนโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.92 โดยผู้มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท ผู้มีรายได้ต่อเดือน 5,001 – 15,000 บาท ผู้มีรายได้ต่อเดือน 15,001 – 25,000 บาท ผู้มีรายได้ต่อเดือน 25,001 – 35,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.20 2.86 2.91 และ 2.71 ตามลำดับ ผู้มีรายได้ต่อเดือน 35,001 – 45,000 บาท ผู้มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 45,001 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.12 และ 2.25 ตามลำดับ

โดยผู้มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท ผู้มีรายได้ต่อเดือน 5,001 – 15,000 บาท ผู้มีรายได้ต่อเดือน 15,001 – 25,000 บาท ผู้มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 45,001 บาท มีความพึงพอใจในเรื่องของพนักงานมีความรู้ในตัวยาสุนไพรรและสามารถให้คำแนะนำสินค้าเป็นลำดับแรกค่าเฉลี่ย 3.28 3.92 2.95 และ 3.00 ตามลำดับ ส่วนผู้มีรายได้ต่อเดือน 25,001 – 35,000 บาท มีความพึงพอใจในเรื่องของพนักงานมีบุคลิกภาพและกริยามารยาท พนักงานมีความรู้ในตัวยาสุนไพรรและสามารถให้คำแนะนำสินค้าเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 2.77 และ 2.77 ตามลำดับ ผู้มีรายได้ต่อเดือน 35,001 – 45,000 บาท มีความพึงพอใจในเรื่องของพนักงานให้ความเป็นกันเองกับลูกค้าเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 2.50



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 51 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้าน
กระบวนการจำหน่ายตามรายได้ต่อเดือน

ด้านกระบวนการ	รายได้ต่อเดือน						ค่าเฉลี่ย รวม (แปดผล)
	น้อยกว่า 5,000 บาท	5,001 – 15,000 บาท	15,001 – 25,000 บาท	25,001 – 35,000 บาท	35,001 – 45,000 บาท	มากกว่า 45,001 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	
มีระบบบริการดี รวดเร็ว	3.41 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)
ความสะดวกใน การชำระเงินผ่าน บัตรเครดิต	3.25 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
ความรวดเร็วใน การรับยา	3.56 (มาก)	3.24 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)
ความสะดวกใน การติดต่อกับ พนักงานขาย	3.52 (มาก)	3.07 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)
ความถูกต้องใน การจ่ายยาทั้งชนิด และปริมาณ	3.66 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)
รวม	3.47 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 51 พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้าน
กระบวนการจำหน่ายตามรายได้ต่อเดือน โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.23 โดย ผู้มี
รายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท ผู้มีรายได้ต่อเดือน 5,001 – 15,000 บาท ผู้มีรายได้ต่อเดือน
15,001 – 25,000 บาท ผู้มีรายได้ต่อเดือน 25,001 – 35,000 บาท ผู้มีรายได้ต่อเดือน 35,001 – 45,000
บาท ผู้มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 45,001 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.47 3.16 3.19 3.16 2.90 และ 3.00 ตามลำดับ

โดยผู้มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท ผู้มีรายได้ต่อเดือน 5,001 – 15,000 บาท
ผู้มีรายได้ต่อเดือน 15,001 – 25,000 บาท ผู้มีรายได้ต่อเดือน 25,001 – 35,000 บาทมีความพึงพอใจ
ในเรื่องของความถูกต้องในการจ่ายยาทั้งชนิดและปริมาณเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.66 3.31 3.35

2.95 และ 3.36 ตามลำดับ ผู้มีรายได้ต่อเดือน 35,001 – 45,000 บาท มีความพึงพอใจในเรื่องของความสะอาดในการชำระเงินผ่านบัตรเครดิตเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.50 ผู้มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 45,001 บาท มีความพึงพอใจในทุกเรื่องเท่ากันค่าเฉลี่ย 3.00

ตารางที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านลักษณะทางกายภาพจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ด้านลักษณะทางกายภาพ	รายได้ต่อเดือน						ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	น้อยกว่า 5,000 บาท	5,001 – 15,000 บาท	15,001 – 25,000 บาท	25,001 – 35,000 บาท	35,001 – 45,000 บาท	มากกว่า 45,001 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
สถานที่จอดรถเพียงพอ	3.41 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	2.00 (น้อย)	3.00 (ปานกลาง)
ความสะอาดของสถานที่	3.64 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.52 (มาก)
การตกแต่งสถานที่สวยงาม	3.67 (มาก)	3.58 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)	3.50 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)
บรรยากาศในร้านเป็นกันเอง	3.44 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	2.00 (น้อย)	2.00 (น้อย)	3.23 (ปานกลาง)
สถานที่จำหน่ายกว้างขวางทำให้เลือกชมสินค้าได้สะดวก	3.06 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.00 (น้อย)	2.91 (ปานกลาง)
ผลิตภัณฑ์ได้รับรางวัลคุณภาพดีเด่น	3.94 (มาก)	3.74 (มาก)	3.78 (มาก)	4.05 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.81 (มาก)
รวม	3.52 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	2.66 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 52 พบว่า ลูกค้ำมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.34 โดยผู้มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาทมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.52 ผู้มีรายได้ต่อเดือน 5,001 – 15,000 บาท ผู้มีรายได้ต่อเดือน 15,001 – 25,000 บาท ผู้มีรายได้ต่อเดือน 25,001 – 35,000 บาท ผู้มีรายได้ต่อเดือน 35,001 – 45,000 บาท ผู้มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 45,001 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.29 3.32 3.27 2.88 และ 2.66 ตามลำดับ

โดยผู้มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท ผู้มีรายได้ต่อเดือน 5,001 – 15,000 บาท ผู้มีรายได้ต่อเดือน 15,001 – 25,000 บาท ผู้มีรายได้ต่อเดือน 25,001 – 35,000 บาทมีความพึงพอใจในเรื่องของผลิตภัณฑ์ได้รับรางวัลคุณภาพดีเด่นเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.94 3.74 3.78 และ 4.05 ตามลำดับ ผู้มีรายได้ต่อเดือน 35,001 – 45,000 บาท มีความพึงพอใจในเรื่องของการตกแต่งสถานที่สวยงามเป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 3.50 ผู้มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 45,001 บาท มีความพึงพอใจในเรื่องของความสะอาดของสถานที่เป็นลำดับแรก ค่าเฉลี่ย 4.00